



1.1 ความสำคัญของปัญหา

“โลกาภิวัตน์ เป็นกระบวนการที่ก้าวข้ามอำนาจความเป็นรัฐและพรมแดนของรัฐไปสู่ความผูกพันในขอบเขตทั่วโลก โลกาภิวัตน์ไม่ได้มีเพียงมิติทางเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียว แต่แทรกซึมไปในทุกมิติ และกระบวนการโลกาภิวัตน์ก็ไม่ได้หมายถึงการทำให้เป็นโลกเดียวกันที่เหมือน ๆ กัน แต่หมายถึง การที่มนุษย์ขยายเครือข่ายความสัมพันธ์ในทุก ๆ ด้านของตน ตั้งแต่การแลกเปลี่ยนซื้อขาย การลงทุนกู้ยืมเงิน การติดต่อทางข่าวสาร วัฒนธรรมและการบันเทิง กีฬา ไปในขอบเขตกว้างมากขึ้นจนครอบคลุมทั่วทั้งโลก โดยก้าวพ้นไปจากพรมแดนแคบ ๆ ของชาติตนเอง”¹

อิทธิพลของโลกาภิวัตน์ได้ขยายวงกว้างไปทั่วโลก ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะสร้างอำนาจและสร้างผลประโยชน์ให้กับผู้ที่มีความสามารถเข้าถึง ครอบครอง และรู้จักใช้ข้อมูลข่าวสารนั้น ทำให้มีความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีความสะดวก รวดเร็วและมีลักษณะคล้ายคลึงกันทั่วโลก จึงได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อรองรับความต้องการดังกล่าว โลกาภิวัตน์ด้านเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร คือ การเกิดวิทยุกระจายเสียงในปี 1901 โทรทัศน์ในปี 1948 ดาวเทียมสื่อสารในปี 1960 คอมพิวเตอร์บุคคลในทศวรรษ 1970s โทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตในปี 1996 ทำให้เครือข่ายข้อมูลข่าวสารเชื่อมโยงถึงกันได้ทั่วโลก² ด้วยการพัฒนาเป็นระบบเครือข่ายการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ การสื่อสารด้วยเครือข่ายใยแก้วนำแสง (fiber optic) การสื่อสารผ่านดาวเทียมและเคเบิล จากความก้าวหน้าของการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศดังกล่าวได้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในด้านต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ซึ่งเป็นการนำสารสนเทศไปสู่ประชาชนจำนวนมาก รวดเร็ว และกว้างไกล

ประเทศไทยมีการพัฒนาเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นครั้งแรกเมื่อกลางปี พ.ศ.2530 โดยอาจารย์ภาควิชาวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) ทดลองส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังมหาวิทยาลัยเมลเบิร์น มหาวิทยาลัยโตเกียว และบริษัท UUNET ต่อมา พ.ศ.2531 รัฐบาลออสเตรเลีย ภายใต้โครงการ The International Development Plan (IDP) ได้ช่วยเหลือมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ติดตั้งระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นเพื่อติดต่อกับมหาวิทยาลัยเมลเบิร์นในออสเตรเลีย ในปี พ.ศ.2534 มหาวิทยาลัย 5 แห่งในประเทศไทยเริ่มใช้เครือข่าย UUCP เพื่อติดต่อระหว่างกัน ในปี พ.ศ.2535 ประเทศไทยเข้าซื้อสาย

¹ ธีรยุทธ บุญมี, ชาตินิยมและหลังชาตินิยม(กรุงเทพฯ: สายธาร, 2546), หน้า 123.

² เรื่องเดียวกัน, หน้า 126.

เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตกับบริษัท UUNET ต่อมา พ.ศ.2538 รัฐบาลไทยอนุญาตให้มีการเปิดบริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ได้³ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 ถึงปี พ.ศ. 2544 มีผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ISP (Internet Service Provider) ที่ได้รับอนุญาตให้เปิดดำเนินการได้ตามกฎหมายมี 19 ราย⁴ สื่ออินเทอร์เน็ตได้ขยายตัวออกไปอย่างแพร่หลายเนื่องจากอินเทอร์เน็ตช่วยให้การสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารมีความสะดวกรวดเร็วเพิ่มขึ้น ตลอดจนราคาของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตมีราคาลดลงอย่างมาก

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (Internet users in Thailand)

ปี	ผู้ใช้ (Users)	แหล่งข้อมูล (Source)
2534	30	NECTEC
2535	200	NECTEC
2536	8,000	NECTEC
2537	23,000	NECTEC
2538	45,000	NECTEC
2539	70,000	NECTEC
2540	220,000	Internet Thailand/NECTEC
2541	670,000	Internet Thailand/NECTEC
2542	1,500,000	ISP Club/NECTEC
2543	2,300,000	ISP Club/NECTEC
2544	3,500,000	NSO/NECTEC (household survey)
2545	4,800,000	NECTEC (estimate)
2546	6,000,000	NECTEC (estimate)

แหล่งที่มา <http://www.ntl.nectec.or.th/internet/user-growth.html> [13 มีนาคม 2546]

³ Sirin Palasri, Steven Huter and Zita Wenzel, The History of Internet in Thailand (USA: University of Oregon Books,1999), p18.

⁴ ดูภาคผนวก ก

จำนวนโรงเรียนที่มีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและจำนวนโรงเรียนที่มีเว็บไซต์ของโรงเรียน

พ.ศ. 2542 : 1258 schools online, 438 schools on the Website.

พ.ศ. 2543 : 2186 schools online, 662 schools on the Website.

พ.ศ. 2544 : 3260 schools online, 812 schools on the Website.

ในปี 2547(2004) โรงเรียนในประเทศไทยมีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจำนวน 4,974 โรงเรียน ผ่านเครือข่าย SchoolNet Thailand (www.school.net.th)

ในปัจจุบัน กล่าวได้ว่าการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมีข้อจำกัดน้อยลง ไม่ว่าจะเป็นด้านความสามารถของประชาชนพบว่าในปัจจุบันคนไทยมีความสามารถในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น และได้รับการบรรจุในหลักสูตรของนักเรียนตั้งแต่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ขณะเดียวกันในบางโรงเรียนก็มีการเรียนการสอนการใช้อินเทอร์เน็ตตั้งแต่ระดับประถมศึกษา นอกจากนั้นการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต การให้บริการอินเทอร์เน็ตของสถานบริการน้ำมัน นโยบายอินเทอร์เน็ตสู่ตำบลของรัฐบาล การให้บริการชั่วโมงอินเทอร์เน็ตฟรีขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ค่าชั่วโมงอินเทอร์เน็ตและราคาเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ลดราคาลงมาก ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตยังคงแพร่หลายมากสำหรับชุมชนเมืองแต่สำหรับชุมชนชนบทแล้วการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตก็ยังมีการใช้งานที่แพร่หลายน้อยกว่ามาก การรณรงค์เพื่อประชาสัมพันธ์เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นที่น่าสังเกตว่าเป็นการเข้าถึงกลุ่มคนที่มีความสามารถในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตซึ่งส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลางเนื่องจากความพร้อมในด้านอุปกรณ์และความรู้สามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต

อย่างไรก็ตาม ด้วยลักษณะพิเศษของอินเทอร์เน็ตที่เป็นสื่อที่ผู้ที่ต้องการเข้าถึงสามารถสืบค้นข้อมูลได้อย่างกว้างขวาง โดยมีลักษณะโต้ตอบแบบการสื่อสารสองทางสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการศึกษามีพฤติกรรมที่แสวงหาข้อมูลทันต่อเหตุการณ์เทคโนโลยี และการนำเสนอข้อมูลสามารถจัดทำได้เองและราคาไม่แพงนัก คุณสมบัติเหล่านี้จึงดึงดูดให้มีการเผยแพร่ข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอย่างกว้างขวาง การเผยแพร่ข้อมูลปรากฏในลักษณะของการโฆษณาเพื่อขายสินค้า สร้างภาพลักษณ์ และการรณรงค์ประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย⁵

⁵ พรเพ็ญ พยัคฆกุล, "การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรพัฒนาเอกชนไทยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต," (วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541), หน้า 4.

เมื่อมีการพัฒนาเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจนสามารถใช้ได้ทั่วไปองค์กรพัฒนาเอกชนจึงได้มีการนำประโยชน์ของเทคโนโลยีมาใช้ในรูปแบบของการพัฒนาเป็นเว็บไซต์ ในปี พ.ศ.2540 บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์องค์กรพัฒนาเอกชน เว็บไซต์รูนุกเบิกคือบ้านนอกดีทคอม(www.bannok.com), ประชาชนดีอทเน็ต (www.prachachon.net) ⁶ หลังจากนั้นก็ได้มีการพัฒนาเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชนขึ้นมาเป็นระยะ ๆ เพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและสร้างความเข้าใจต่อสังคมส่วนใหญ่ กระทั่งในปัจจุบันพบว่าเว็บไซต์ขององค์กรพัฒนาเอกชนจำนวนมากไม่น้อย

จากการสำรวจการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของ องค์กรพัฒนาเอกชน (Non-governmental Organizations-NGOs) ไทย พบว่าองค์กรพัฒนาเอกชนไทยได้นำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อประโยชน์ในการสื่อสารกับสาธารณะ โดยการจัดทำเว็บไซต์เผยแพร่ จำแนกประเภทตามวัตถุประสงค์ขององค์กร ดังนี้⁷

1. เครือข่ายด้านสาธารณสุขและคุ้มครองผู้บริโภค	6 องค์กร
2. เครือข่ายด้านสิทธิมนุษยชน	6 องค์กร
3. เครือข่ายด้านแรงงาน	5 องค์กร
4. เครือข่ายด้านเอดส์	8 องค์กร
5. เครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือก	7 องค์กร
6. เครือข่ายด้านชนเผ่า	3 องค์กร
7. เครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อม	23 องค์กร
8. เครือข่ายด้านผู้หญิง	2 องค์กร
9. เครือข่ายการเมืองภาคประชาชน	12 องค์กร
10. เครือข่ายความร่วมมือเพื่อการพัฒนา	17 องค์กร
11. เครือข่ายสื่อภาคประชาชน	9 องค์กร
12. เครือข่ายด้านเด็กและเยาวชน	30 องค์กร
13. เครือข่ายด้านชุมชนเมือง	3 องค์กร

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่าเครือข่ายด้านเด็กและเยาวชน เป็นเครือข่ายที่มีการจัดทำเว็บไซต์มากที่สุด รองลงมาคือ เครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อม เครือข่ายความร่วมมือเพื่อการพัฒนา และ เครือข่ายการเมืองภาคประชาชน ตามลำดับ

⁶ เป็นการรวมตัวของพันธมิตรองค์กรพัฒนาเอกชนทั้งหมด 8 องค์กร ได้แก่ มูลนิธิเด็ก กลุ่มเพื่อนประชาชน มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม สภาวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาแห่งประเทศไทย คณะกรรมการรณรงค์เพื่อประชาธิปไตย คณะกรรมการเผยแพร่และส่งเสริมงานพัฒนา คณะกรรมการรณรงค์เพื่อประชาธิปไตยในพม่า และคณะกรรมการประสานงานองค์กรสิทธิมนุษยชน รวมตัวกันจัดตั้งคณะทำงานสื่อภาคประชาชนขึ้น

⁷ รวบรวมข้อมูลจาก www.thaingo.org

นอกจากเว็บไซต์แล้ว จากการสำรวจเบื้องต้นของผู้ศึกษาพบว่าองค์กรพัฒนาเอกชนยังใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-mail เป็นสื่อในการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนความช่วยเหลือระหว่างองค์กรในขบวนการทางสังคม รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ต่อบุคคลทั่วไป และ กระดานข่าว หรือ webboard ซึ่งเป็นเสมือนเวทีอภิปรายสาธารณะในการแลกเปลี่ยนหรือแสดงความคิดเห็น

ในปัจจุบันพบว่าเว็บไซต์ของขบวนการทางสังคมส่วนมากจะมีการเปิดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เรียกว่า กระดานข่าว กระดานสนทนา กระดานเสวนา หรือ webboard นอกจากการแสดงความคิดเห็นแล้วยังสามารถประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ได้เช่นกัน ตัวอย่างคือ บอร์ดประชาสัมพันธ์ thaingo

ในสถานการณ์ของโลกาภิวัตน์เช่นปัจจุบันการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่เป็น องค์กรพัฒนาเอกชนไทยก็เริ่มมีการเรียนรู้ที่จะติดต่อสื่อสารระหว่างกันรวมทั้งการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการเคลื่อนไหว ดังปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นคือ เครือข่ายความร่วมมือระหว่างขบวนการทางสังคมที่ได้รับผลกระทบจากกรณีปัญหาต่าง ๆ เช่น สมัชชาคนจน กลุ่มอนุรักษ์บ้านกรูด-บ่อนอก เคลื่อนไหวโดยมีความร่วมมือจากกลุ่มและองค์กรต่าง ๆ เช่น องค์กรพัฒนาเอกชน กลุ่มนิสิตนักศึกษา กลุ่มนักวิชาการ และมีการเผยแพร่ข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เกิดเป็นพื้นที่การเมืองที่เปิดบริการ 24 ชั่วโมง ดังที่นิธิ เอียวศรีวงศ์ เสนอไว้ว่า การเมืองในระบอบประชาธิปไตยนั้นไม่อาจจำกัดอยู่ใน "ที่ประชุม" ใด ๆ แม้แต่ที่ประชุมรัฐสภาที่มาจากกาเลือกตั้ง แต่การเมืองเป็นกระบวนการที่ต้องรวมเอาความเคลื่อนไหวของคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมเข้าไปด้วย⁸ การเมืองบนอินเทอร์เน็ตจึงน่าสนใจศึกษาเนื่องจากเป็นเรื่องที่มีความทันสมัย นอกจากนั้น พื้นที่บนอินเทอร์เน็ต (Cyberspace) ยังเป็นพื้นที่ที่ปัจเจกบุคคลให้ความสนใจประเด็นที่มีความสำคัญสำหรับเขา อินเทอร์เน็ตเป็นที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันและทำให้ผลประโยชน์และเป้าหมายของปัจเจกกรวมเป็นหนึ่งเดียว⁹ จึงพบว่าองค์กรเอกชนและองค์กรรัฐหลายแห่งได้สร้างเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่ข้อมูล¹⁰ เป็นที่น่าสังเกตอย่างยิ่งว่าผู้ที่มีความสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตต้องเป็นผู้ที่มีความพร้อมทางด้านเศรษฐกิจและความรู้ความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตซึ่งสังเกตจากการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประจำปี 2544 โดยคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติพบว่าสัดส่วนของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปคือร้อยละ 74 ในปี พ.ศ.2544 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2543 ที่

⁸ นิธิ เอียวศรีวงศ์, สังคมไทยในกระแสการเปลี่ยนแปลง (กรุงเทพฯ: คณะกรรมการเผยแพร่และส่งเสริมงานพัฒนา(ผสพ.),2539), หน้า 15.

⁹ William Barndt, "Virtual civil Society," Foreign Policy 117 (Winter1999/2000): 22.

¹⁰ พรเพ็ญ พยัตยากุล, "การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรพัฒนาเอกชนไทยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต," หน้า 5-6.

พบว่ามีส่วนร้อยละ 72.2¹¹ ดังนั้นจึงน่าสังเกตว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกลุ่มใหญ่ที่สุดน่าจะเป็นกลุ่ม"ชนชั้นกลาง"

"ชนชั้นกลาง" เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างมากตั้งแต่ประมาณ พ.ศ. 2513 เป็นกลุ่มที่ช่วยสร้างเสริมสถาบันและองค์กรนอกระบบราชการของรัฐขึ้นหลายแห่ง สร้างและบริโภครายการวิทยุและสะท้อนสังคม สร้างขบวนการพัฒนาเอกชน¹² แม้ว่าชนชั้นกลางจะริเริ่มสร้างขบวนการพัฒนาเอกชนซึ่งเป็นองค์กรที่ต่อสู้เพื่อคนยากจน แต่ชนชั้นกลางมีปัญหามากในการเข้าใจคนจนว่าทำไมจึงจน¹³

อาจกล่าวได้ว่า "พลังฝ่ายใดช่วงชิงชนชั้นกลางมาเป็นพวกไม่ได้ พลังนั้นก็ไม่ใช่" ด้วยวิถีชีวิตบริโภคนิยม ส่งผลให้ท่าทีทางการเมืองของชนชั้นกลางมีลักษณะคล้ายตามผลประโยชน์และโอกาสเฉพาะหน้า นิยมเสรีภาพเอกชนมากกว่านิยมประชาธิปไตยของประชาชน สำหรับขบวนการแรงงานและชาวนานั้นชนชั้นกลางเห็นว่าไม่มีความสำคัญ¹⁴

นิธิ เอียวศรีวงศ์ เห็นว่า "ผมคิดว่าชนชั้นกลางไทยเข้าใจคนจนน้อยมาก เพราะเขาไม่ได้เชื่อมโยงกัน ค่อนข้างที่จะดูถูกคนจน" แต่อย่างไรก็ตามต้องการทางดึงให้ชนชั้นกลางเข้ามาเป็นพันธมิตรกับคนจน¹⁵

ชนชั้นกลางมีลักษณะเฉพาะ เช่น ชนชั้นกลางเชื่อในเรื่องการพัฒนาว่าหมายถึงการเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีขึ้น โดยชนชั้นกลางไทยมีมาตรฐานของสิ่งที่ดีขึ้นแต่เรื่องของเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว¹⁶ ชนชั้นกลางไม่ชอบความรุนแรง ไม่ชอบเดินขบวนประท้วง¹⁷

¹¹ คณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศ[Online], Available from: <http://www.nitc.go.th/internetuser/survey2001.html> [2002, August 15]

¹² ผาสุก พงษ์ไพจิตร และ คริส เบเกอร์, เศรษฐกิจการเมืองไทยสมัยกรุงเทพฯ (กรุงเทพฯ: โอเอส พรินติ้ง เฮาส์, 2539), หน้า 654.

¹³ เกษียร เดชะพีระ, "สัญญาณเตือนคนชนชั้นกลางไทย," มติชน (12 สิงหาคม 2543): 6.

¹⁴ เรื่องเดียวกัน.

¹⁵ นิธิ เอียวศรีวงศ์, "ปรากฏการณ์," ใน งานสัมมนาทางวิชาการเรื่อง สถานการณ์คนจนในสังคมไทยทางเลือกและนโยบาย ณ มหาวิทยาลัยเกริก วันเสาร์ที่ 18 ธันวาคม 2542, [Online], Available from: <http://www.searin.org/Th/PMD/PMDa/PMDa27.htm> [2004, March 3]

¹⁶ นิธิ เอียวศรีวงศ์, "วัฒนธรรมของชนชั้นกลางไทย," ใน ชนชั้นกลางบนกระแสประชาธิปไตย (กรุงเทพฯ: การพิมพ์, 2536), หน้า 64.

¹⁷ กาญจนา แก้วเทพ และ พัสณีย์ นุตาลัย, "การใช้สื่อเพื่อการต่อสู้ทางการเมืองของชนชั้นกลาง," ลูกชิ้นสู้ เศรษฐศาสตร์การเมืองฉบับที่ 1 (กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์, 2543), หน้า 176.

การที่รัฐบาลทักษิณใช้วิธีการสยบเสียงวิจารณ์และขบวนการใด ๆ เพื่อให้การเมืองนิ่ง โดยใช้นโยบาย “ปิดพื้นที่ทางการเมืองภาคประชาชน”¹⁸ ทั้งที่คนชั้นกลางเป็นผู้สร้างและบริโภครวการวิจารณ์และสะท้อนสังคม¹⁹ กลับไม่ได้ออกมาวิพากษ์วิจารณ์การกระทำเช่นนี้ของรัฐบาลเท่าที่ควร มีเพียงเสียงจากนักวิชาการบางกลุ่มเท่านั้น แต่ชนชั้นกลางส่วนใหญ่ดูเหมือนว่าจะขานรับกับนโยบายของรัฐบาลนี้ เห็นว่าการชุมนุมขงขบวนการภาคประชาชนคือความวุ่นวาย เห็นว่ากลุ่มชาวบ้านสมัครพรรคพวกเป็นพวกร้องขอ “ได้คืบจะเอาศอก” หรือ การเกิดขึ้นของขบวนการต่อต้านองค์การพัฒนาเอกชน ตลอดจนถึงการที่นายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตร พูดว่า “NGOs รับเงินต่างชาติ” ด้วยท่าทีราวกับจะพูดว่า “NGOs ขายชาติ” หรือ คำว่า “นายหน้าค้าความจน” ของ นายยงยุทธ ดิยะไพรัช ระหว่างที่ดำรงตำแหน่งเป็นโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี²⁰ เป็นต้น

นอกจากนี้คนทั่วไปมักมององค์การพัฒนาเอกชนด้วยทัศนคติเชิงลบ เช่น

“สร้างความแตกแยกและสร้างความขัดแย้งขึ้นในสังคม”

“รับเงินต่างชาติเพื่อบ่อนทำลายความมั่นคงของประเทศ”

“เป็นพวกมีอบรับจ้าง อยู่เบื้องหลังการชุมนุม”

“เป็นกลุ่มขัดขวางการพัฒนาประเทศ”

“เป็นพวกที่ชอบประท้วงและคัดค้านโครงการต่าง ๆ ของรัฐ” เป็นต้น²¹

ปรากฏการณ์ดังกล่าวข้างต้นนี้ เป็นปรากฏการณ์ที่ทำให้ผู้ศึกษาเกิดข้อสงสัยว่า เมื่อคนชั้นกลางมีทัศนคติเช่นนี้ องค์การพัฒนาเอกชนจะสามารถเข้าถึงชนชั้นกลางโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้หรือไม่ เนื่องจากกล่าวได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่คือชนชั้นกลางเพราะเป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ที่มีความสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่องค์กรพัฒนาเอกชนสามารถนำเสนอข้อมูลได้โดยตรง ผู้ที่รับข้อมูลนั้นมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีต่อองค์กรพัฒนาเอกชนหรือไม่ และ เป็นที่น่าสนใจว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่ได้รับข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเข้ามา มีบทบาทในการเคลื่อนไหวทางสังคมหรือมีส่วนร่วมในองค์กรเหล่านั้นบ้างหรือไม่หรือเพียงแคร์รับรู้เหตุการณ์เท่านั้น มีปัจจัยใดบ้างที่เอื้อให้องค์กรพัฒนาเอกชนสามารถเข้าถึงกลุ่มคนที่มีความสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตหรืออาจ

¹⁸ ผาสุก พงษ์ไพจิตร, “บทบาทชนชั้นกลางในเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศเอเชียนิกส์และไทย: ข้อสังเกตเบื้องต้น,” ใน ชนชั้นกลางบนกระแสประชาธิปไตยไทย (กรุงเทพฯ: การพิมพ์, 2536), หน้า 5.

¹⁹ ผาสุก พงษ์ไพจิตร และ คริส เบเกอร์, เศรษฐกิจการเมืองไทยสมัยกรุงเทพฯ, หน้า 654.

²⁰ “สัมภาษณ์ยงยุทธ ดิยะไพรัช,” มติชนสุดสัปดาห์ 23, 1167 (30 ธันวาคม 2545 – 5 มกราคม 2546): 35.

²¹ เครือข่ายงานวิถีสู่, NGOs พลังสร้าง...ทำลายการพัฒนา (กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เครือข่ายเดือนตุลา, 2544), หน้า 10.

เรียกได้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเหล่านี้เข้ามาเป็นพันธมิตรกับขบวนการได้หรือมีทัศนคติที่ดีต่อขบวนการ

1.2 คำถามการวิจัย

ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่สามารถสร้างพันธมิตรในชุมชนอินเทอร์เน็ต (cyber community) ได้แค่ไหน อย่างไร และได้ผลหรือไม่

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตขององค์กรพัฒนาเอกชนในการสร้างพันธมิตร โดยทำการศึกษาประเด็นการพัฒนาประชาธิปไตยในกรณีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมหรือเครือข่ายประชาธิปไตย

2. เพื่อศึกษาผลลัพธ์ของการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตระหว่างองค์กรพัฒนาเอกชนกับผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

1.4 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอความคิดหรือประเด็น แก่สาธารณะของขบวนการและการตอบสนองของประชากรบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตต่อขบวนการ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างพันธมิตรของขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีมาอธิบาย ได้แก่

1. แนวคิดเรื่องขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ (New Social Movements)
2. แนวคิดเรื่องประชาธิปไตยทางตรง (Direct Democracy)
3. แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis)
4. แนวคิดเรื่อง Digital Democracy

1.5 สมมติฐานของการวิจัย

องค์กรพัฒนาเอกชนใช้อินเตอร์เน็ตเป็นพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ในการสร้างวาทกรรม (discourse) ภาคประชาชนและระดมมวลชนเข้ามาเป็นพันธมิตร

ข่าวสารขององค์กรพัฒนาเอกชนผ่านอินเตอร์เน็ตทำให้ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตเกิดความตื่นตัวในปัญหาสาธารณะ

เมื่อองค์กรพัฒนาเอกชนเสนอประเด็นที่กระทบต่อความรู้สึกทางด้านจริยธรรมของสังคมขึ้นมา ผู้ใช้อินเตอร์เน็ตจะเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับองค์กรพัฒนาเอกชน แต่สำหรับประเด็นการพัฒนาประชาธิปไตยนั้นองค์กรพัฒนาเอกชนไม่ประสบความสำเร็จในการระดมมวลชนเป็นพันธมิตร เนื่องจากผู้ใช้อินเตอร์เน็ตขาดความไว้วางใจ (trust) ต่อองค์กรพัฒนาเอกชน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อสร้างความเข้าใจและขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับการใช้อินเตอร์เน็ตในการสร้างทัศนคติเชิงสาธารณะเพื่อการระดมมวลชนเข้าร่วมเป็นพันธมิตร ทั้งนี้เพื่อนำไปประยุกต์ใช้เป็นยุทธศาสตร์ขององค์กรพัฒนาเอกชนต่อไป