

การสื่อสารผ่านเพชบุ๊กของมูลนิธิตรชนเพื่อตอรอง อตัลคณัของ “ผู้ใช้ชีวิตในทึสาธารณะ”

ร่ำไพพรรณ บุญพงษ์¹

พรรษาสิริ กุหลาบ²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาในเพชบุ๊กแฟนเพจของมูลนิธิตรชนเพื่อตอรองอตัลคณัให้กับ “ผู้ใช้ชีวิตในทึสาธารณะ” หรือคนไร้บ้าน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารผ่านเพชบุ๊กแฟนเพจของมูลนิธิตรชน และทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตามเพชบุ๊กแฟนเพจมูลนิธิตรชนที่มีต่อผู้ใช้ชีวิตในทึสาธารณะ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในเพชบุ๊กแฟนเพจ “มูลนิธิตรชน” การสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิตรชนและผู้ติดตามเพชบุ๊กแฟนเพจมูลนิธิตรชน และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมเพื่อศึกษาการทำงานของมูลนิธิตรชน

ผลการวิจัยพบว่า มูลนิธิตรชนสื่อสารเพื่อตอรองอตัลคณัให้กับผู้ใช้ชีวิตในทึสาธารณะ โดยนำเสนอสาเหตุการออกมาใช้ชีวิตในทึสาธารณะ การดำเนินชีวิตของผู้ใช้ชีวิตในทึสาธารณะ และแนวทางการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาการออกมาใช้ชีวิตในทึสาธารณะ ผ่านการตั้งสถานะ (status) ที่เป็นข้อความภาพถ่าย และคลิปวิดีโอ รวมทั้งการเขียนบันทึก (note) และการแบ่งปัน (share) ข้อความ ภาพถ่ายและคลิปวิดีโอ ทั้งนี้ ในแต่ละสถานะ บันทึก และการแบ่งปัน มูลนิธิตรชนจะเล่าเรื่องผ่านตัวละครผู้ใช้ชีวิตในทึสาธารณะ 4 ลักษณะ และ

¹ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

² อาจารย์ ดร. ประจักษ์วารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

หมายเหตุ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง การสื่อสารผ่านเพชบุ๊กของมูลนิธิตรชนเพื่อตอรองอตัลคณัของ “ผู้ใช้ชีวิตสาธารณะ” ของร่ำไพพรรณ บุญพงษ์ โดยมี อ.ดร.พรรษาสิริ กุหลาบ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งได้รับการประเมินผลการสอบวิทยานิพนธ์ในระดับดีมาก.

ระบุแก่นความคิดโดยใช้แฮชแท็ก (hashtag) เพื่อมุ่งเน้นให้สังคมเข้าใจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะที่มักไม่ถูกนำเสนอทางสื่อมวลชน และยอมรับว่าพวกเขามีความเท่าเทียมกับคนอื่นๆ ในสังคม ส่วนปัจจัยที่ส่งต่อการสื่อสารผ่านเพชฌัญญ์แฟนเพจมูลนิธิอิสรชน ได้แก่ ภูมิหลังและประสบการณ์ของเจ้าหน้าที่และอาสาสมัคร ทักษะการใช้สื่อของเจ้าหน้าที่และอาสาสมัคร และสถานะทางเศรษฐกิจของมูลนิธิอิสรชน

ผลการศึกษายังพบว่า ทศนคติต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะของผู้ติดตามเพชฌัญญ์แฟนเพจมูลนิธิอิสรชน มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้ติดตามเพชฌัญญ์ โดยผู้ที่มีความสงสาร เห็นใจ (sympathy) ผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะมักไม่บริจาคเงินหรือสิ่งของให้กับมูลนิธิอิสรชน ไม่เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครของมูลนิธิอิสรชน หรือไม่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะโดยตรง แต่ผู้ที่มีความเข้าใจ เอาใจใส่ (empathy) ผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะจะแสดงออกเพื่อช่วยงานของมูลนิธิอิสรชน หรือมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะโดยตรง โดยปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้ติดตามเพชฌัญญ์แฟนเพจมีทัศนคติเข้าใจ เอาใจใส่ คือการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครกับมูลนิธิอิสรชน

Abstract

This research aims to study Issarachon Foundation's communication via Facebook to negotiate identity for "people living in public places" or the homeless, factors affecting Issarachon Foundation's communication, and attitudes and behavior of Issarachon's fan page followers. Qualitative research methods were used: content analysis of Issarachon's Facebook fan page, in-depth interviews of Issarachon's staff and fan page followers, and non-participant observation of Issarachon's activities.

The results show that the Foundation negotiates identity for the homeless by explaining the causes of homelessness, the homeless'

ways of living, and solutions for homelessness. These messages are told via Facebook statuses, notes, and sharing of texts, photographs, and video clips. In each status, note, and shared message, the Foundation tells stories of the homeless through four types of characteristics, and conceptualizes the stories' main idea using hashtags, in hopes that society understands underreported facts about the homeless and accepts that the homeless is equal to others in society. Moreover, factors influencing Issarachon's communication via Facebook are the staff and volunteers' backgrounds and experiences, their media, and the Foundation's economic status.

The findings also show that the attitudes of Issarachon's fan page followers influence their behavioral changes. Those who feel sympathy the homeless tend not to donate money or items to the Foundation, participate the foundation's volunteering programs, or interact with the homeless directly. However, those who feel empathetic for the homeless tend to help the foundation or interact with homeless directly. One factor that enables the fan page followers to empathize with the homeless is to become a volunteer.

บทนำ

“ผู้ใช้ชีวิตสาธารณะ” คือ คำที่มูลนิธิอิสรชนใช้เรียกแทนคำว่า “คนไร้บ้าน” หรือ “คนเร่ร่อน” (สุदारรณ ผาสุข, 2550) โดยมูลนิธิอิสรชนได้จำแนกผู้ใช้ชีวิตสาธารณะออกเป็น 13 กลุ่ม ได้แก่ คนไร้บ้าน คนเร่ร่อน เด็กเร่ร่อน/ครอบครัวเร่ร่อน ผู้ติดสุรา ผู้ป่วยข้างถนน พนักงานบริการอิสระ ผู้พนันโทษ คนจนเมือง คนที่ใช้ที่สาธารณะหลับนอนชั่วคราว คนเร่ร่อนไร้บ้าน ผู้มีความหลากหลายทางเพศ ครอบครัวแรงงานเพื่อนบ้าน และชาวต่างชาติตกยาก (สมาคมสร้างสรรค์กิจกรรมอิสรชน, 2556)

แม้ภาคประชาสังคมจะอธิบายว่า ผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะมีวัตถุประสงค์และลักษณะที่หลากหลาย แต่ภาพตัวแทนของคนเหล่านี้ที่ปรากฏผ่านสื่อมวลชนไทยมักเป็นกลุ่มคนที่เป็นปัญหาสังคม เป็นผู้ที่มั่วสุมกันเพื่อใช้ยาเสพติด ใช้กำลังรุนแรง ปล้น จี้ชิงทรัพย์ รวมไปถึงค้าประเวณี ดังตัวอย่างในหนังสือพิมพ์ *คมชัดลึก* (*คมชัดลึก*, 21 กรกฎาคม 2557) นำเสนอข่าวที่มีพาดหัวข่าวว่า “จี้จัดระเบียบคนเร่ร่อน” ซึ่งมีเนื้อข่าวว่า ประชาชนย่านพาหุรัดเรียกร้องให้มีการจัดระเบียบคนเร่ร่อนในพื้นที่สาธารณะ โดยให้เหตุผลว่า เดือดร้อนรำคาญ และเกรงจะได้รับอันตรายจากการถูกคุกคามความปลอดภัย พร้อมกับนำเสนอภาพคนเร่ร่อนถอดเสื้อ นอนหลับอยู่ที่ป้ายรถโดยสาร หรือในหนังสือพิมพ์ *โพสต์ทูเดย์* (*โพสต์ทูเดย์*, 9 เมษายน 2557) นำเสนอข่าวที่มีพาดหัวข่าวว่า “ดส.ระดมกวาดล้างคนเร่ร่อน” โดยมีเนื้อข่าวว่า ตำรวจเร่งกวาดล้างคนเร่ร่อนเนื่องจากเห็นว่าเป็นปัญหาสังคม พร้อมกับนำเสนอภาพตำรวจจับกุมคนเร่ร่อนและขอทาน 50 คน

งานวิจัยหลายชิ้น (ทัสพร จันทรี, 2539; เบญจวรรณ อุปัทมฉาย, 2543; สาสิตา ตระกูลโชคเสถียร, 2553) ศึกษาเกี่ยวกับการรายงานเรื่องราวของกลุ่มคนชายขอบและ/หรือกลุ่ม “เปราะบาง” อาทิ โสเภณี ชนกลุ่มน้อย แรงงานต่างด้าว นักเรียนอาชีวศึกษา เพศที่สาม เป็นต้น งานวิจัยเหล่านี้ล้วนมีข้อสรุปตรงกันว่า สื่อได้รับอิทธิพลมาจากอุดมการณ์หรือความคิดกระแสหลักในสังคม มีกรอบในการมองปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่งเช่นเดียวกับกรอบที่สังคมใช้แล้วตอกย้ำความคิดความเชื่อนั้นซ้ำ โดยจับประเด็นเหตุการณ์บ้านเมืองที่เกิดขึ้นไปขยายต่อในรูปแบบข่าวสารหรือสารคดี พร้อมทั้งหยิบยกค่าทางสถิติหรือดัชนีชี้วัดมาเป็นตัวเสริมให้ชุดความคิดดูสมจริงมากยิ่งขึ้น การรายงานข่าวจึงเป็นไปในลักษณะที่เป็นภาพแบบฉบับตายตัว มีความโน้มเอียงที่จะนำเสนอเรื่องราวของชนกลุ่มน้อย ที่เป็นพวกนอกคอกหรือพวกขอบต่อต้าน ก่อวุ่นสังคม ไปในทิศทางลบ เพื่อตอกย้ำความเลวร้าย (ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ, 2531)

ภาพตัวแทนเหล่านี้สะท้อนว่า กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะเป็นกลุ่มที่ถูกสังคมตีตรา (label) ว่า เป็น “ปีศาจพื้นบ้าน” (folk devils) (Cohen, 1973) ซึ่งหมายถึง คนหรือกลุ่มคนที่ถูกความเชื่อหรือสื่อต่างๆ ตีตราว่า มีความแตกต่างจากคนปกติ ซึ่งมักถูกกล่าวหาว่า เป็นผู้ก่ออาชญากรรมและ/หรือทำให้สังคมเกิดปัญหา

อย่างไรก็ตาม บุญเลิศ วิเศษปรีชา (2546) กล่าวว่า แม้ผู้ใช้ชีวิตสาธารณะอาจสร้างปัญหาให้กับสังคมได้ แต่ก็ยอมไม่ใช่ทุกคนที่เป็นเช่นนั้น การมองพวกเขาอย่างสรุปเหมารวมไปในเชิงลบ จึงเป็นการมองที่ไม่อาจทำความเข้าใจใดๆ ทั้งยังเป็นมุมมองที่ผลักดันให้พวกเขาไปสู่นอกระบบและการไม่ยอมรับ ขณะเดียวกัน กันต์อุทัย แสงศรีจิราภักธ (2553) ชี้ว่า กลุ่มคนที่ถูกกดทับมักต่อรองอัตลักษณ์ของตัวเองอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถแสดงตัวตนในพื้นที่สังคมได้อย่างปกติ ซึ่งปัจจุบันกลุ่มที่มีถูกสังคมกดทับหรือตีตราว่าเป็น “ปีศาจพื้นบ้าน” ไม่ได้อยู่นิ่งเฉยอีกต่อไป พวกเขาพยายามต่อสู้และท้าทายความคิดคนในสังคมตลอดเวลา โดยนำเสนอชุดความคิดของพวกเขาให้สังคมรับรู้ และเข้าใจอัตลักษณ์ของพวกเขาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (อรุณทัย วรรณถาวร, 2557) ส่วนผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ซึ่งไม่มีศักยภาพเพียงพอในการเข้าถึงและใช้สื่อใดๆ นั้น มูลนิธิอิสรชนได้ตั้งตัวอาสาเป็นปากเสียงแทนพวกเขา โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเวทีบอกต่อสังคมถึงข้อเท็จจริงและชุดความคิดที่คนทั่วไปอาจเข้าใจไม่ถึง

มูลนิธิอิสรชน เป็นองค์กรพัฒนาเอกชนที่ดำเนินกิจกรรมกับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะในประเทศไทย โดยเริ่มจากการก่อตั้งในรูปแบบของกลุ่มอิสรชน ที่เกิดจากรวมตัวของนักพัฒนาที่ทำงานในองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน ด้อยโอกาสตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2539 โดยในช่วงแรกเป็นการทำงานไม่เต็มเวลา ส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างหลังจากการทำงานประจำ หาเวลารวมตัวกันพบปะพูดคุย และทำกิจกรรมกับเด็กในพื้นที่ต่างๆ กระทั่งปี พ.ศ. 2542 ได้พัฒนารูปแบบการดำเนินงานเป็น ศูนย์กิจกรรมอิสรชน ที่เป็นองค์กรทำงานแบบอาสาสมัคร และในปี พ.ศ. 2548 ได้ยื่นจดทะเบียนเป็นสมาคม ในชื่อ “สมาคมสร้างสรรค์กิจกรรม

อิสรชน” (สกอ.) จวบจนปี 2554 ได้พัฒนามาเป็น “มูลนิธิอิสรชน” โดยได้รับอนุญาตจดทะเบียนจัดตั้งมูลนิธิอิสรชนในวันที่ 18 ตุลาคม 2554

ปัจจุบันมูลนิธิอิสรชนดำเนินการ 3 โครงการหลัก ได้แก่ โครงการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ (โครงการสนามหลวง) โครงการรณรงค์ให้ความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์กับผู้ค้าบริการทางเพศ และโครงการสื่อสารสร้างสุขที่ทำงานกับเด็กในชนบท ในส่วนการทำงานกับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะนั้น มูลนิธิอิสรชนเน้นการแสวงหาทางเลือกและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและวิถีชีวิตของพวกเขา ผ่านการส่งอาสาสมัครเข้าไปพูดคุยเพื่อค้นหาสาเหตุของการออกมาใช้ชีวิตในที่สาธารณะ แล้วนำมาวางแผนการทำงานเพื่อช่วยเหลือและพัฒนาชีวิตของพวกเขาต่อไป นอกจากนี้ มูลนิธิยังมุ่งปรับทัศนคติคนในสังคมให้มองเห็นความเท่าเทียมกันของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ เพื่อพัฒนาไปสู่การจัดสรรสวัสดิการขั้นพื้นฐานสำหรับคนทุกกลุ่มในสังคมอย่างเท่าเทียมกัน (สมาคมสร้างสรรค์กิจกรรมอิสรชน, 2556)

มูลนิธิอิสรชนคงอยู่ได้ด้วยเงินบริจาคเป็นหลัก ซึ่งเงินประมาณร้อยละ 78-81 ของยอดบริจาค มูลนิธิจะนำไปซื้ออาหารและสิ่งของต่างๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ที่เหลือจะถูกจัดสรรไว้เป็นค่าบริหารจัดการของเจ้าหน้าที่ นอกจากนี้ มูลนิธิมีแนวคิดว่าการรับเงินก้อนใหญ่จากผู้บริจาคเพียงรายเดียว อาจจะทำให้เกิดปัญหาในการทำงานในอนาคต กล่าวคือหากวันหนึ่งเจ้าของเงินบริจาคมานั้นไม่พอใจในการทำงานของมูลนิธิและไม่สนับสนุนต่อ โครงการต่างๆ อาจล้มลงได้ ดังนั้นเจ้าหน้าที่จึงต้องหาเงินเลี้ยงดูตนเองในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่การทำงานประจำ และไม่ให้เสียงานของมูลนิธิ (นที สรวารี, สัมภาษณ์ 11 มีนาคม 2558)

ในช่วงเวลาการวิจัย มูลนิธิมีเจ้าหน้าที่ประจำจำนวน 4 คน ได้แก่ นที สรวารี กรรมการและเลขาธิการของมูลนิธิอิสรชน มีหน้าที่บริหารงานมูลนิธิ และวางแผนงาน ขณะที่อัจฉรา สรวารี นักสังคมสงเคราะห์ เป็นหัวหน้าโครงการหลักทั้ง 3 โครงการ ทั้งยังเป็นฝ่ายระดมทุนของมูลนิธิ ในการดำเนินการโครงการสนามหลวงนั้น นทีจะวางแผนการทำงานเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ

ส่วนอัจฉรามีหน้าที่พูดคุยให้คำปรึกษาผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ นอกจากนี้ในโครงการสนามหลวงยังมีอาสาสมัครประจำคอยสับเปลี่ยนกันลงพื้นที่ภาคสนาม ซึ่งศึกษาอยู่ระดับอุดมศึกษา ได้แก่ กรกฎ อินทักษ์ และชนาธิพย์ ชื่นชนม์

ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาเพชบุรีกแพนเพจมูลนิธิอิสรชนในการต่อสู้กับกรอบอุดมการณ์หลัก และความ “วิตกจริต” ของสังคมที่มีต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ โดยต้องการศึกษาว่า มูลนิธิอิสรชนสื่อสารเพื่อต่อรองอัตลักษณ์ให้กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะผ่านเพชบุรีกแพนเพจอย่างไร และข้อมูลเหล่านั้น ส่งผลต่อการธำรงรักษาหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตามเพชบุรีกแพนเพจอย่างไร

คำถามนำวิจัย

1. มูลนิธิอิสรชนมีรูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาผ่านเพชบุรีกแพนเพจเพื่อต่อรองอัตลักษณ์ให้กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะอย่างไร
2. ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการสื่อสารผ่านเพชบุรีกแพนเพจของมูลนิธิอิสรชน
3. ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตามเพชบุรีกแพนเพจของมูลนิธิอิสรชนที่มีต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาผ่านเพชบุรีกแพนเพจของมูลนิธิอิสรชน เพื่อต่อรองอัตลักษณ์ให้กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารผ่านเพชบุรีกแพนเพจของมูลนิธิอิสรชน
3. เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตามเพชบุรีกแพนเพจของมูลนิธิอิสรชนที่มีต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในงานวิจัย

1. แนวคิดการเมืองเรื่องอัตลักษณ์ (Identity Politics) กับการสื่อสารผ่านสื่อใหม่

ในเมื่อกลุ่มคนชายขอบไม่สามารถต่อรองอัตลักษณ์ให้กับตัวเองบนสื่อกระแสหลักได้ เพราะวัฒนธรรมหลักที่กำหนดโดยโครงสร้างส่วนบนของสังคมได้ยึดครองพื้นที่ไว้หมดแล้ว พวกเขาจึงต้องต่อสู้ในพื้นที่สื่อทางเลือก (อรุณทัยวรรณถาวร, 2557) ซึ่งการเล่าเรื่องจากมุมมองของคนชายขอบสามารถช่วยต่อสู้กับอำนาจวาทกรรมหลักในสังคมได้ (Carolyn and Arthur, 2000 อ้างถึงใน วิชา เบี้ยวบังเกิด, 2551: 67) ทั้งนี้ Walter R. Fisher (1987, อ้างถึงใน กันต์ฤทัย สืบสายเพชร, 2556: 20) กล่าวว่า การเล่าเรื่องเพื่อต่อรองอัตลักษณ์มีองค์ประกอบ 7 ประการ ได้แก่ (1) โครงเรื่อง (emplotment) (2) แก่นความคิด (theme) (3) ตัวละคร (character) (4) ปมปัญหา (conflict) (5) สถานที่และบรรยากาศของเรื่อง (setting) (6) มุมมองในการเล่าเรื่อง (point of view) และ (7) เสียงในการเล่าเรื่อง (voice)

ผู้วิจัยหยิบแนวคิดนี้มาใช้ เพื่อศึกษาว่า ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะถูกสังคมกดทับด้วยวาทกรรม โดยไม่มีศักยภาพใดๆ ที่จะใช้ต่อรองนั้น เฟซบุ๊กแฟนเพจมูลนิธิสิทธิชนลดสภาพความเป็นอื่นและสื่อสารเพื่อต่อรองอัตลักษณ์ให้กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะอย่างไร

2. แนวคิดความตื่นกลัวทางศีลธรรม (Moral Panics) กับการสื่อสารผ่านสื่อใหม่

แต่ละสังคมย่อมมีกฎเกณฑ์ทางศีลธรรมที่ใช้ร่วมกัน หากใครหรือกลุ่มคนใดกระทำการที่สมาชิกผู้มีอิทธิพลในสังคมมองว่าเป็นการละเมิดกฎ ก็จะทำให้เกิดภาวะตื่นกลัวทางศีลธรรม (Watson and Hill, 2003: 196 cited in Critcher, 2006: 2) แต่หากการที่กลุ่มคนที่ถูกสังคมตีตราว่าเป็น “ปีศาจพื้นบ้าน” (folk devils) (Cohen, 2002) ต่อรองอัตลักษณ์ให้กับตัวเองและตั้งคำถามต่อกฎเกณฑ์ทางศีลธรรมของสังคม พวกเขาก็จะไม่ถูกรอบงำและตกอยู่ภายใต้โครงสร้างทางอำนาจของกลุ่มผู้มีอำนาจ (มิโชค ราชภูรานวัต, 2544)

ผู้วิจัยหยิบแนวความคิดนี้มาใช้ เนื่องจากเห็นว่า ผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ถูกสังคมตีตราว่าเป็นปีศาจที่น่ารังเกียจ และถูกปิดทับด้วยอัตลักษณ์ในเชิงลบ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนใช้วิธีการอย่างไร ในการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ เพื่อต่อรองกับความเข้าใจเดิมของสังคมที่มีต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ

3. แนวคิดเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางอินเทอร์เน็ต (Cyberactivism)

อินเทอร์เน็ตคือเวทีทางเทคโนโลยีที่ช่วยให้การเคลื่อนไหวทางสังคมทำได้ง่ายขึ้น เพราะช่วยให้ผู้คนเห็นความจริง ช่วยให้เรียนรู้จากผู้คนอีกฝั่งหนึ่งของโลก ปลุกพลังเสียงผู้คนที่หลบซ่อนอยู่ พร้อมทั้งช่วยประสานงานการเคลื่อนไหวโดยไม่ต้องพึ่งลำดับขั้นของการบังคับบัญชา แต่จำเป็นต้องทำความเข้าใจกับการเคลื่อนไหวในโลกออนไลน์ โดยนำตัวตนจริงๆ ของทั้งผู้นำทางสังคมและกลุ่มเป้าหมายออกไปเคลื่อนไหวด้วย (Hill, 2013)

ผู้วิจัยหยิบแนวคิดนี้มาใช้เนื่องจากเห็นว่า มูลนิธิอิสรชนใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อเคลื่อนไหวทางสังคม โดยมุ่งให้คนในสังคมเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่า การเคลื่อนไหวทางสังคมของมูลนิธิอิสรชนด้วยการสื่อสารเพื่อต่อรองอัตลักษณ์ของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจมีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจอย่างไร

4. แนวคิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network)

เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่ปลอดภัยสำหรับถกเถียงในโลกออนไลน์ เพราะเป็นพื้นที่ที่ทุกคนทุกชั่วทุกฝ่ายรู้สึกสบายใจที่จะมาแสดงความคิดเห็นของตัวเอง แลกเปลี่ยนถกเถียงกับคนอื่น โดยไม่ต้องกลัวว่า จะถูกใครประณามหยามเหยียด ซึ่งบรรยากาศแห่งการถกเถียงเช่นนี้สามารถนำไปสู่ประชาธิปไตยแบบปรึกษาหารือได้ (สฤณี อาชวานันทกุล, 2557) อย่างไรก็ตาม เฟซบุ๊กแฟนเพจไม่ใช่พื้นที่ที่จำกัดอยู่แค่การนำเสนอหรือแลกเปลี่ยนกันในประเด็นสาธารณะเท่านั้น หากแต่เป็นการขยายขอบเขตเข้าสู่พื้นที่ส่วนตัวด้วย (เกษม เพ็ญภินันท์, 2552) เพราะเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นพื้นที่ของกลุ่มที่มีอัตลักษณ์ร่วมหรือมีความ

ขึ้นชอบคล้ายคลึงกัน (ศิขรา ศิริสาร, 2556)

ผู้วิจัยเห็นว่า มูลนิธิอิสรชนเลือกใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นช่องทางในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติผู้ติดตามแฟนเพจ ดังนั้นจึงหยิบยกแนวคิดนี้มาใช้เพื่อศึกษา รูปแบบและวิธีการนำเสนอเนื้อหาเพื่อต่อรองอัตลักษณ์ของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ผ่านแฟนเพจมูลนิธิอิสรชน

5. แนวคิดทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร

ทัศนคติ สามารถจำแนกออกตามความเข้มหรือความรุนแรงได้เป็น 3 ประเภท (ดารณี พาลสุข, 2532) ได้แก่ (1) ทัศนคติในทางบวก (2) ทัศนคติในทางลบ (3) ทัศนคตินิ่งเฉย ทั้งนี้ Brené Brown (2010) กล่าวว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะส่งสารผู้ตกทุกข์ได้ยาก โดยความสงสารเห็นใจ (sympathy) คือการเห็นและรับรู้ความทุกข์ของอีกฝ่าย แต่ไม่ได้พยายามช่วยแบ่งเบาความทุกข์นั้น ตรงข้ามกับความเข้าใจ เอาใจใส่ (empathy) คือรู้สึกร่วมกับความทุกข์นั้นแล้วพยายามช่วยเหลือ ผู้วิจัยจะหยิบยกแนวคิดเรื่องทัศนคติมาเป็นเกณฑ์ประกอบ การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนที่มีต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ

นอกจากนี้ Herbert C. Kelman (1967) ยังกล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) การเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน (2) การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง ผู้วิจัยจะนำประเภทของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเหล่านี้มาใช้เป็นเกณฑ์ประกอบในการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนที่มีต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ เพื่อวัดว่า มูลนิธิอิสรชนประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวในการส่งสาร

ระเบียบวิธีวิจัย

1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis): ผู้วิจัยศึกษาการสื่อสารของมูลนิธิอิสรชนจากเฟซบุ๊กแฟนเพจ “มูลนิธิอิสรชน” โดยศึกษาจากสถานะ (status) บันทึก (note) และการแบ่งปัน (share) ข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ ลิงก์ และแฮชแท็ก (hashtag) ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2556 ถึง 28

กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 รวม 1,095 โพสต์ เพื่อศึกษาเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในแฟนเพจมูลนิธิอิสรชน เพื่อตรวจสอบอัตลักษณ์ให้กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ โดยนำแนวคิดการเล่าเรื่องเพื่อตรวจสอบอัตลักษณ์มาใช้ในการสร้างตารางลงรหัส (coding sheet)

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview): โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

2.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ เจ้าหน้าที่มูลนิธิอิสรชน 2 คน ซึ่งเป็นผู้ดูแล (administrator) เพจ “มูลนิธิอิสรชน” คือ นที สรวารี เลขานุการมูลนิธิ และอัจฉรา สรวารี ผู้ประสานงานมูลนิธิ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารผ่านแฟนเพจมูลนิธิ

2.2 ผู้ติดตามเพชฌัญญูแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนที่ไม่ใช่เจ้าหน้าที่ประจำของมูลนิธิ โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ จำนวน 10 คน ประกอบด้วย (1) ผู้ที่กดติดตามแฟนเพจ “มูลนิธิอิสรชน” ที่กดถูกใจ แบ่งปัน และแสดงความคิดเห็นบ่อยครั้ง หรือมีการไลค์ แชร์ หรือแสดงความคิดเห็น อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง (2) ผู้ที่กดติดตามแฟนเพจ “มูลนิธิอิสรชน” ที่ไม่ค่อยกดถูกใจ แบ่งปันและแสดงความคิดเห็น หรือมีการไลค์ แชร์ หรือแสดงความคิดเห็นน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง (3) ผู้ที่กดติดตามแฟนเพจ “มูลนิธิอิสรชน” ที่เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครกับมูลนิธิอิสรชน เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตามแฟนเพจมูลนิธิอิสรชน

3. การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation): ผู้วิจัยสังเกตการณ์เจ้าหน้าที่มูลนิธิอิสรชนขณะทำงานภาคสนามที่รถโมบาย³ และอาสาสมัครประจำของมูลนิธิอิสรชน ขณะทำงานภาคสนามบริเวณสนามหลวง ปีนเกล้า ลาดพร้าว และศาลเจ้าพ่อหลักเมืองตำบลมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร โดยลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เป็นเวลา 3 เดือน ตั้งแต่ 1

³ รถโมบาย คือรถเคลื่อนที่ของมูลนิธิอิสรชน ทำยรมยารักษาโรค ดุยางอนามัย ขนม และน้ำดื่มไว้แจกให้กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ โดยรถจะจอดประจำจุดที่รูปปั้นพระแม่ธรณีบริเวณคลองหลอดทุกวันศุกร์เวลาประมาณ 17.00-21.00 น.

กุมภาพันธ์ ถึง 30 เมษายน พ.ศ. 2558 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจมูลนิธิอิสรชน

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) การทำงานของมูลนิธิอิสรชน (2) การนำเสนอเนื้อหาในเฟซบุ๊กแฟนเพจมูลนิธิอิสรชน เพื่อต่อรองอัตลักษณ์ให้กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ (3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจมูลนิธิอิสรชน และ (4) ทศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตามแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนที่มีต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ดังต่อไปนี้

1) การทำงานของมูลนิธิอิสรชน

มูลนิธิอิสรชนเน้นการแสวงหาทางเลือกและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและวิถีชีวิตของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ผ่านการส่งอาสาสมัครเข้าไปพูดคุย เพื่อค้นหาสาเหตุที่แท้จริงของการออกมาใช้ชีวิตในที่สาธารณะ แล้วนำมาวางแผนปรับกระบวนการในการทำงานเพื่อช่วยเหลือและพัฒนาชีวิตของพวกเขาต่อไป พร้อมปรับทัศนคติคนในสังคมให้มองเห็นความเท่าเทียมกันของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ เพื่อพัฒนาไปสู่การจัดสรรสวัสดิการขั้นพื้นฐานที่เท่าเทียมกัน โดยในการลงพื้นที่แต่ละครั้ง อาสาสมัครหรือเจ้าหน้าที่มูลนิธิอิสรชนจะเข้าไปสอบถามความเป็นอยู่ของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ หากมีอาการเจ็บป่วยก็จะทำแผล ให้ยารักษา และ/หรือนำส่งโรงพยาบาล หากเป็นผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะรายใหม่หรือเป็นผู้ป่วยทางจิต อาสาสมัครจะถามคำถามซ้ำๆ เพื่อให้เขายืนยันตัวตนที่แน่ชัด เช่น ชื่อ อายุ ภูมิลำเนา เมื่อสร้างความคุ้นเคยได้แล้ว อาสาสมัครจะขออนุญาตดูบัตรประชาชน พร้อมกับขออนุญาตถ่ายภาพหน้าตรงเก็บไว้ แล้วนำไปบันทึกในทะเบียนประวัติผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ เพื่อที่จะสามารถให้ข้อมูลที่จำเป็นกับกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการหรือติดต่อญาติของพวกเขาได้ หากเป็นพนักงานบริการอิสระ อาสาสมัครก็จะเข้าไปแจกถุงยางอนามัยและสอนวิธีการป้องกันโรค ขณะเดียวกัน เจ้าหน้าที่และอาสาสมัครก็จะคัดเลือกภาพถ่ายและเรื่องราวที่ได้พบเจอ หรือพูดคุยกับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะมาโพสต์ลงในเฟซบุ๊กแฟนเพจ

มูลนิธินิสรชนด้วย โดยมูลนิธินิสรชนมองว่า นอกจากเรื่องราวเหล่านี้จะแสดงให้เห็นการทำงานของมูลนิธิตัวแล้ว ยังทำให้เห็นการใช้ชีวิตของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ลักษณะต่างๆ ด้วย

2) การนำเสนอเนื้อหาในเฟซบุ๊กแฟนเพจมูลนิธินิสรชนเพื่อต่อรองอัตลักษณ์ให้กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ

2.1 การคัดเลือกเนื้อหาเพื่อนำเสนอในเฟซบุ๊กแฟนเพจมูลนิธินิสรชน

เจ้าหน้าที่จะพิจารณาทุกครั้งที่ เรื่องราวที่จะนำเสนอมีประโยชน์ต่อการผลักดันสิทธิสวัสดิการของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะมากน้อยเพียงใด หากมีประโยชน์มาก เช่น เมื่อเห็นว่าผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะเสียชีวิตอยู่ข้างถนนเพราะโรงพยาบาลปฏิเสธการให้รักษา ก็จะนำมาเขียนเป็นบทความขนาดยาวด้วยการบันทึก (note) เพื่อให้สังคมได้รับรู้ว่าสวัสดิการของรัฐไม่ทั่วถึง หากผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะมีเรื่องราวชีวิตที่น่าสนใจหลากหลายแง่มุม เจ้าหน้าที่และอาสาสมัครก็จะปรึกษากับพวกเขา ก่อนว่า ต้องการให้บอกเล่าแง่มุมใด หากผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะต้องการถ่ายทอดเรื่องราวของตัวเอง มูลนิธิก็จะบันทึกเป็นวิดีโอ หากมูลนิธิต้องการนำเสนอรายละเอียดความเป็นมาเป็นไปของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ และความประทับใจของผู้เล่าเรื่อง ก็จะนำเสนอข้อความประกอบภาพถ่าย แต่หากมูลนิธิเห็นว่า ภาพถ่ายนั้นๆ สามารถเล่าเรื่องจบได้ด้วยภาพเดียว ก็จะนำเสนอเฉพาะภาพถ่าย โดยมูลนิธิมองว่า วิธีการเล่าเรื่องที่สามารถสื่อแนวคิดว่า ผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะมีความเสมอภาคเท่าเทียม มีคุณค่ามีศักดิ์ศรีเช่นเดียวกันกับคนในสังคม หรือที่มูลนิธินิสรชนเรียกว่า แนวคิด “คนเท่ากับคน” ได้ดี ต้องใช้วิธีการเล่าแบบผสมผสาน

2.2 วิธีการและแนวปฏิบัติในการเล่าเรื่องผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ

ผู้วิจัยจำแนกกลุ่มผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะตามลักษณะตัวละครได้เป็น 4 กลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มมีวิธีการและแนวปฏิบัติในการเล่าเรื่องแตกต่างกัน ดังตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงวิธีการและแนวปฏิบัติในการเล่าเรื่องผู้ใช้ชีวิตในที่
สาธารณะผ่านทางเพชฌัญญ์แฟนเพจมูลนิธิอิสรชน

กลุ่ม	ประเภทผู้ใช้ชีวิตในที่ สาธารณะ	ข้อความ	ภาพถ่าย	มุมมอง ในการเล่าเรื่อง
ก.	คนเร่ร่อน คนเร่ร่อน ไร้บ้าน เด็ก/ครอบครัว เร่ร่อน ผู้ติดสุรา ผู้ป่วย ข้างถนน คนจนเมือง คนใช้ที่สาธารณะหลัก นอนชั่วคราว ครอบครัว แรงงานเพื่อนบ้าน และ ผู้มีความหลากหลาย ทางเพศ	ชื่อจริงและ/หรือชื่อเล่น บางครั้งระบุนามสกุล ด้วย อาชีพการงาน ที่พักประจำ สาเหตุ ของการออกมาใช้ชีวิต ในที่สาธารณะ ความ คิดเห็น ความรู้สึกของ เจ้าหน้าที่มูลนิธิต่อตัว ละครนั้นๆ	- ภาพการดำเนินชีวิต - ภาพถ่ายหน้าตรง (เพื่อบันทึกเข้าแฟ้ม ประวัติ)	- มุมมองของตัวละคร - มุมมองของมูลนิธิที่มี ต่อตัวละคร
ข.	พนักงานบริการอิสระ ⁴	ที่ทำงานประจำ สาเหตุ ของการขายบริการ ความคิดเห็น ความรู้สึก ของเจ้าหน้าที่มูลนิธิต่อ ตัวละครนั้นๆ	ภาพด้านหลังของพนักงาน บริการอิสระ หรือไม่ ถ่าย เพราะพวกเขาไม่ ต้องการเปิดเผยตัวตน	- มุมมองของตัวละคร - มุมมองของเจ้าหน้าที่ มูลนิธิที่มีต่อตัวละคร
ค.	ผู้พันโทษ	สถิติและข้อมูลเกี่ยวกับ ผู้พันโทษในแต่ละปี	ไม่ถ่ายภาพ หรือถ่าย ภาพโดยไม่ได้รับรู้ว่า เป็นผู้พันโทษ	มุมมองของเจ้าหน้าที่ มูลนิธิที่มีต่อตัวละคร
ง.	ชาวต่างชาติตกยาก	ชื่อ สถานที่ที่พบ	ภาพการดำเนินชีวิต	มุมมองของเจ้าหน้าที่ มูลนิธิที่มีต่อตัวละคร

⁴ พนักงานบริการอิสระ คือบุคคลที่หาเลี้ยงชีพตัวเองด้วยการบริการทางเพศ โดยมักจะยินยอมอยู่ตามที่สาธารณะ
บางคนเป็นทั้งคนเร่ร่อนและพนักงานบริการอิสระ.

2.3 เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเพื่อต่อรองอัตลักษณ์ให้กับ
ผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ

จากการศึกษาการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาใน
แฟนเพจมูลนิธิอิสรชน ผู้วิจัยพบว่า มูลนิธิอิสรชนสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้ใช้ชีวิต
ในที่สาธารณะใน 3 ประเด็น ได้แก่ การลบภาพความเป็นคนอื่น การถอดรื้อฉลาก
และการสร้างอัตลักษณ์ให้กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ดังตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ตารางแสดงเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในเฟซบุ๊กแฟนเพจ
มูลนิธิอิสรชน เพื่อต่อรองอัตลักษณ์ให้กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ

ประเด็น		รูปแบบ การนำเสนอเนื้อหา		
		ข้อความ	รูปภาพ	คลิปวิดีโอ
1. การลบภาพ ความเป็น คนอื่น	ใช้คำว่า “เพื่อน” เรียกผู้ใช้ชีวิตใน ที่สาธารณะ	1. ตั้งสถานะที่มีใจความว่า “ผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะไม่ใช่ คนเร่ร่อนหรือคนจรจัด และ ไม่ใช่คนอื่น แต่เป็น “เพื่อน” 2. ติดแฮชแท็กให้กับคำว่า #เพื่อน และ #มิตรภาพ	-	การหยอกล้ออย่าง สนิทสนมระหว่าง เจ้าหน้าที่มูลนิธิ และผู้ใช้ชีวิตในที่ สาธารณะ
	ชี้ให้เห็นการมีตัว ตนของผู้ใช้ชีวิต ในที่สาธารณะ	1. ตั้งคำถามว่า “คุณเห็นเขา “ใหม่” หรือติดแฮชแท็ก #คุณ เห็นเขาใหม่ หายสถานะ 2. ออกแถลงการณ์ผลกระทบ จากชุมนุมทางการเมืองบน ถนนราชดำเนิน	1. ภาพถ่ายการ ดำเนินชีวิตของ ผู้ใช้ชีวิตในที่ สาธารณะ 2. รูปภาพจากแหล่ง อื่น แฝงนัยชี้ ชวนให้สังคมตั้ง คำถามถึงการ ออกมาใช้ชีวิต ในที่สาธารณะ	1. รายการ “คุย ลุย เดียว” บอกเล่า การดำเนินชีวิต ของผู้ใช้ชีวิตใน ที่สาธารณะ 2. การบอกเล่าผล กระทบจากการชุมนุม ทางการเมือง จากปากผู้ใช้ ชีวิตในที่สาธารณะ
	ชี้ให้เห็นความ เท่าเทียมกัน ระหว่างผู้ใช้ชีวิต ในที่สาธารณะ กับคนในสังคม	ใช้คำว่า “ดูเยี่ยมเพื่อน” “เลี้ยงอาหารเพื่อน” “แบ่งปัน” และ แฮชแท็ก #แบ่งปัน แทน การขอรับบริจาค	โพสต์เตอร์ระดมทุน ที่มีคำว่า “แบ่งปัน”	-

ตารางที่ 2 ตารางแสดงเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในเฟซบุ๊กแฟนเพจมูลนิธิอิสรชน เพื่อต่อรองอัตลักษณ์ให้กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ (ต่อ)

ประเด็น		รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา		
		ข้อความ	รูปภาพ	คลิปวิดีโอ
2. การถอดรื้อฉลาก	การงานอาชีพ	1. ตั้งสถานะที่อธิบายว่า ผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะไม่ใช่โจรขโมย ขอบทาน หรือคนชู้เกียรติ แต่เป็นคนมีอาชีพการงาน เช่น รับจ้างทั่วไป นำเที่ยว เก็บขวดขาย 2. ติดแฮชแท็กคำว่า #ชานดา-คลอส เพื่ออธิบายถึงผู้ที่เก็บขยะขาย และ #อีกหนึ่งอาชีพของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ	ผู้ ใช้ ชีวิต ใน ที่ สาธารณะที่ร่างกายอ่อนแอหรือพิการแต่กำลังทำงาน	-
	ความน่ารังเกียจ	ตั้งสถานะหรือเล่าเรื่องเกี่ยวกับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะว่า ไม่ได้เกลียดน่ากลัว แต่เป็นผู้ถูกกระทำจากสังคม	-	-
	การแก้ไขปัญหา	ตั้งสถานะที่ระบุว่า การขับไล่หรือจับเข้าสถานสงเคราะห์ไม่ใช่การแก้ไขปัญหาการออกมาใช้ชีวิตในที่สาธารณะที่ถูกวิธี ควรใช้วิธีการฟื้นฟูเป็นกรณี	-	-
3. การสร้างอัตลักษณ์	ความชอบธรรมในการอยู่อาศัย	ตั้งสถานะที่ระบุว่า การใช้ชีวิตในที่สาธารณะมีสาเหตุหลากหลายและไม่ใช่เรื่องผิด ถ้าไม่สร้างความเดือดร้อนให้ใคร	-	-
	แนวคิด "คนเท่ากับคน"	1. ระบุว่าผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะมีสิทธิ คุณค่า และศักดิ์ศรีเท่ากับคนในสังคม 2. ระบุว่าผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะมีพัฒนาการ มีจิตใจและอารมณ์ความรู้สึก 3. ติดแฮชแท็กคำว่า #คนเท่ากับคน และ #คนเท่ากัน	1. ภาพพัฒนาการของเวต ผู้ป่วยทางจิตและถูกผู้ติดสุรา 2. ภาพสะท้อนจิตใจอารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ	พัฒนาการของถูกผู้ป่วยทางจิตที่มูลนิธิช่วยฟื้นฟู

3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจมูลนิธิอิสรชน

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและจากการสังเกตการณ์ทำงานภาคสนามของเจ้าหน้าที่และอาสาสมัครมูลนิธิอิสรชน แสดงให้เห็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการสื่อสารผ่านแฟนเพจมูลนิธิอิสรชน ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านภูมิหลังและประสบการณ์ของเจ้าหน้าที่และอาสาสมัครมูลนิธิอิสรชน: ภูมิหลังและประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ประเด็น รูปแบบ และเสียงในการเล่าเรื่องแตกต่างกัน เช่น นที สรวารี เลขาธิการมูลนิธิอิสรชน ศึกษาด้านพัฒนาชุมชนและทำงานภาคประชาสังคมมากกว่า 10 ปี จะเน้นเล่าเรื่องกฎหมาย สิทธิ สวัสดิการ และวิพากษ์วิจารณ์เรื่องความไม่เท่าเทียมกันของสังคม ด้วยรูปภาพ ข้อความ และคลิปวิดีโอที่มีน้ำเสียงแข็งกร้าว รุนแรง และเสียดสีสังคม ต่างจากอัจฉรา สรวารี ผู้ประสานงานมูลนิธิ ที่ศึกษาด้านสังคมสงเคราะห์ จะเน้นเล่าเรื่องการช่วยเหลือผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะและเรื่องราวด้านจิตใจของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ด้วยรูปภาพและข้อความที่มีน้ำเสียงอ่อนโยน ดัดพ้อต่อว่าสังคม

3.2 ปัจจัยด้านทักษะการใช้สื่อ: มูลนิธิอิสรชนเลือกใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อประชาสัมพันธ์การทำงานและสื่อสารกับสังคมว่า ผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะคือ “เพื่อน” ที่ควรได้รับการแบ่งปัน เนื่องจากพบว่ายอดอาสาสมัครและเงินบริจาคของมูลนิธิ ได้มาจากผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นส่วนใหญ่ แต่เนื่องจากเจ้าหน้าที่มูลนิธิไม่ประชาสัมพันธ์เฟซบุ๊กแฟนเพจให้กับบุคคลภายนอก เมื่อมูลนิธิจัดงานกิจกรรมต่างๆ หรือใช้รถโมบายลงพื้นที่ในแต่ละครั้ง ทำให้มูลนิธิอิสรชนยังไม่สามารถต่อรองอัตลักษณ์เรื่อง “คนเท่ากับคน” ในสังคมวงกว้างได้

3.3 ปัจจัยด้านสถานะทางเศรษฐกิจของมูลนิธิ: เนื่องจากมูลนิธิต้องอาศัยการระดมทุนและมักมีเงินทุนไม่เพียงพอต่อการทำงาน ทำให้บางครั้งต้องเล่าเรื่องผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะให้ดูน่าสงสาร เห็นใจ ซึ่งอาจขัดแย้งกับการณรงค์เรื่อง “คนเท่ากับคน” ของมูลนิธิ ที่ไม่เน้นการสร้างความรู้สึกละอาย แต่ต้องการให้เกิดความเห็นใจเพื่อนมนุษย์ที่มีสถานะเท่าเทียมกัน

4) ทศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตามเฟชบุ๊กแฟนเพจของมูลนิธิอิสรชนที่มีต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ

4.1 แรงจูงใจของการติดตามแฟนเพจมูลนิธิอิสรชน: ผู้วิจัยจำแนกแรงจูงใจที่ทำให้ผู้ติดตามแฟนเพจติดตาม (กดไลค์) แฟนเพจมูลนิธิอิสรชนได้ 3 ประการ ดังนี้

4.1.1 ภูมิหลังและลักษณะทางประชากรของผู้ติดตามแฟนเพจ

ผู้ติดตามแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนส่วนหนึ่งมีพื้นเพเป็นคนต่างจังหวัด ทำให้มีความรู้สึกร่วมกับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ซึ่งพวกเขาคิดว่าส่วนใหญ่เป็นคนที่มาจากต่างจังหวัดเช่นเดียวกัน ผู้ติดตามแฟนเพจบางส่วนไม่มีรายได้เพียงพอที่จะซื้อบ้านเป็นของตัวเอง จึงเห็นอกเห็นใจผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ซึ่งคาดว่ามีฐานะไม่ต่างกัน และผู้ติดตามแฟนเพจบางคนเคยมีประสบการณ์ส่วนตัวเกี่ยวกับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะมาก่อนหน้าที่จะติดตามแฟนเพจ เมื่อได้มารู้จักกับแฟนเพจของมูลนิธิอิสรชนจึงติดตาม

4.1.2 สารที่มูลนิธิอิสรชนนำเสนอทางเฟชบุ๊ก

ผู้ติดตามแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนส่วนหนึ่งติดตามแฟนเพจมูลนิธิอิสรชน เพราะเห็นเพื่อนทางเฟชบุ๊กกดไลค์โพสต์หรือเพจ จึงสนใจในการทำงานของมูลนิธิ ผู้ติดตามส่วนหนึ่งต้องการข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ และเห็นว่ามูลนิธิอิสรชนทำงานกับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะมาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน จึงติดตามแฟนเพจมูลนิธิ

4.1.3 ความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ในองค์กร

ผู้ติดตามแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนส่วนหนึ่งเป็นเพื่อนในเฟชบุ๊กกับคนที่มาก่อน เนื่องจากมีทัศนคติทางการเมืองในทิศทางเดียวกัน เมื่อเห็นว่ามีที่ทำงานเพื่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ จึงมาติดตามมากดไลค์แฟนเพจมูลนิธิอิสรชน ผู้ติดตามแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนบางคนรู้จักกับคนในองค์กรก่อนที่จะมากดไลค์แฟนเพจมูลนิธิอิสรชน นอกจากนี้ ผู้ติดตามแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนอีกส่วนหนึ่งก็มีทัศนคติในเรื่องการบริจาคสอดคล้องกับแนวคิดของมูลนิธิอิสรชน คือแม้จะมี

ศรัทธาในศาสนาพุทธ แต่มุ่งช่วยเหลือแบ่งปันให้กับคนด้วยกัน มากกว่านำเงินไป
ทำนุบำรุงสถาบันทางศาสนา หรือนำไปช่วยสุนัขและแมวที่ไม่มีเจ้าของ

4.2 ทศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตามแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนต่อ
ผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ

ผู้วิจัยพบว่าทศนคติของผู้ติดตามแฟนเพจ มีผลต่อพฤติกรรมต่อผู้ใช้
ชีวิตในที่สาธารณะ ดังจำแนกได้ตามตารางที่ 3 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ตารางแสดงทศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตามแฟนเพจมูลนิธิ
อิสรชนที่มีต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ

ทศนคติของผู้ติดตามแฟนเพจ ที่มีต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ			พฤติกรรมของผู้ติดตามแฟนเพจ ที่มีต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ
ทศนคติ ไม่เปลี่ยนแปลง	ทศนคติ ในทางบวก	มีความรู้สึก สงสารเห็นใจ (sympathy)	- ไม่เคยบริจาคเงิน หรือสิ่งของช่วยมูลนิธิ - ไม่ได้เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครกับมูลนิธิอิสรชน - ไม่ได้ช่วยเหลือหรือเข้าไปพูดคุยกับผู้ใช้ชีวิตในที่ สาธารณะเป็นการส่วนตัว
		มีความรู้สึก เข้าใจ เอาใจใส่ (empathy)	- เคยบริจาคเงินช่วยเหลือการทำงานของมูลนิธิอิสรชน - เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครกับมูลนิธิอิสรชน - ช่วยเหลือหรือเข้าไปพูดคุยกับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ เป็นการส่วนตัว
	ทศนคตินิ่งเฉย		- ไม่เคยบริจาคเงินหรือสิ่งของช่วยมูลนิธิ - ไม่ได้เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครกับมูลนิธิอิสรชน - ไม่ได้ช่วยเหลือหรือเข้าไปพูดคุยกับผู้ใช้ชีวิตในที่ สาธารณะเป็นการส่วนตัว
ทศนคติ เปลี่ยนแปลง	จากทศนคติทางลบ ไปสู่ทศนคติทางบวก		- แบ่งปันน้ำและอาหารให้กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ - เชิญชวนคนรู้จักให้ร่วมกันช่วยเหลือ - กล้าเข้าไปใกล้ผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะมากขึ้น - เข้าร่วมเป็นอาสาสมัครกับมูลนิธิอิสรชน - กล้าพูดคุย เข้าใกล้สัมผัสผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังจัดจำแนกประเภททัศนคติของผู้ติดตามแฟนเพจที่มีต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ เพื่อเปรียบเทียบความเหมือนและแตกต่างของความคิดเห็นของผู้ติดตามแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนต่อแนวทางช่วยเหลือผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ระหว่างผู้ที่รู้สึกสงสาร เห็นใจ ผู้ที่รู้สึกเข้าใจ เอาใจใส่ และผู้ที่นิ่งเฉยต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ดังตารางที่ 4 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ตารางแสดงความคิดเห็นของผู้ติดตามแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนต่อแนวทางการช่วยเหลือผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ

ทัศนคติต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ	แนวทางช่วยเหลือผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ		
	ปัจเจก	สังคม	ภาครัฐและประชาสังคม
สงสารเห็นใจ (sympathy)	บริจาคเงินช่วยเหลือผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ นำอาหารและของบริจาคไปให้เข้าไปพูดคุย	โน้มน้าวให้ผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะเข้าไปอยู่วัดบำเพ็ญประโยชน์	จัดกิจกรรมฝึกอาชีพ ส่งเข้าสู่สถานสงเคราะห์และสถานบำบัด
เข้าใจเอาใจใส่ (empathy)	บริจาคเงินช่วยเหลือการทำงานของมูลนิธิ นำอาหารและของบริจาคไปให้ เข้าไปพูดคุยช่วยทำบัตรประชาชน	ทำให้สังคมรับรู้ถึงความมีตัวตนของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ และรวมตัวกันเพื่อเรียกร้องสิทธิสวัสดิการจากรัฐ	ให้สิทธิในการรักษาพยาบาล ปกป้องสิทธิในการอยู่อาศัยในที่สาธารณะ พาไปส่งบ้าน ส่งเข้าสู่สถานสงเคราะห์ที่ให้อิสระและมีมาตรฐาน
นิ่งเฉย	-	-	ให้สิทธิในการรักษาพยาบาล ส่งเสริมอาชีพที่สามารถใช้ได้จริง

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งการสรุปและอภิปรายผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

1) จาก “จรรยา” สู่ “เพื่อน”: การต่อรองอัตลักษณ์ของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ

มูลนิธิอิสรชนพยายามใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจสื่อสารกับสังคมให้เข้าใจผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ตั้งแต่สาเหตุการออกมาใช้ชีวิตในที่สาธารณะ การดำเนินชีวิตของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ แนวทางช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาการออกมาใช้ชีวิตในที่สาธารณะในรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเมืองเรื่องอัตลักษณ์กับการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ที่กล่าวว่า กลุ่มคนชายขอบมักไม่ยอมให้ตนต้องตกเป็นผู้กระทำเพียงฝ่ายเดียวเสมอไป แต่พยายามที่จะกำหนดสถานภาพของตัวเองเพื่อรักษาความเป็นมนุษย์ไว้โดยใช้สื่อทางเลือก ในกรณีที่กลุ่มคนชายขอบไม่มีศักยภาพใดๆ ที่จะใช้สื่อต่อรองอัตลักษณ์ให้ตัวเองนั้น ผู้มีศักยภาพในการเข้าถึงสื่อมากกว่า ก็สามารถนำสื่อใหม่มาช่วยต่อรองและถอดรื้อฉลากของ “ป๊อปปี้บ้าน” ให้กับพวกเขาได้

นอกจากนี้ การต่อรองอัตลักษณ์ให้กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะของมูลนิธิอิสรชนทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ ยังช่วยยืนยันว่า สื่อใหม่มีบทบาทในการถอดรื้อฉลากของ “กลุ่มป๊อปปี้” และนำเสนอเรื่องราวที่ตั้งคำถามต่อกฎเกณฑ์ทางศีลธรรมของสังคม ตรงข้ามกับสื่อมวลชน ที่มุ่งเน้นปิดฉลากและตอกย้ำความเลวร้ายให้กับกลุ่ม “ป๊อปปี้บ้าน” ตามแนวคิดความตื่นกลัวทางศีลธรรม

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า แม้มูลนิธิอิสรชนพยายามเข้ามาต่อรองและถอดรื้อฉลากของกลุ่ม “ป๊อปปี้บ้าน” ให้กับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ แต่ก็ยังถือว่ามูลนิธิอิสรชนเป็น “คนอื่น” ซึ่งส่งผลทำให้เฟซบุ๊กอาจไม่ใช่พื้นที่ของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะอย่างแท้จริง เพียงแต่เป็นคนอื่นที่พยายามเข้ามาเกี่ยวพันกับทัศนคติแบบผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะมากขึ้น อันเป็นการสะท้อนวิถีการต่อสู้ของอัตลักษณ์ หรือพยายามทำให้เกิดความหมายของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะในฐานะ “คนเท่ากับคน” ให้ใกล้เคียงที่สุด โดยมูลนิธิอิสรชนไม่ได้มุ่งเน้นชำระภาพลักษณ์ของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะใหม่ทั้งหมด เพื่อให้สังคมมองพวกเขาว่าเป็นคนใหม่ที่

ชาวสะอาด แต่ใช้วิธีการต่อรองในส่วนที่สังคมอาจยังไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิด เพื่อมุ่งเน้นให้สังคมเข้าใจข้อเท็จจริงอีกด้านหนึ่งเกี่ยวกับพวกเขา

ผู้วิจัยยังพบว่า แม้มูลนิธิต่อจะสื่อสารว่าผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะมีตัวตน มีศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เท่ากับคนในสังคม และไม่ใช้คนอื่น แต่มูลนิธิกลับไม่ได้สื่อสารถึงจุดร่วมและความเกี่ยวข้องระหว่างผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะกับผู้รับสารอย่างชัดเจน เช่น สื่อสารว่าการประกอบอาชีพเก็บขวดขายเป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างไร การฟื้นฟูผู้ติดสุราหรือผู้ป่วยทางจิตส่งผลดีต่อสังคมอย่างไร หรือการผลักดันเรื่องสวัสดิการเพื่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะจะส่งผลดีต่อคนในสังคมอย่างไร ซึ่งการสื่อสารประเด็นเหล่านี้อาจช่วยให้ผู้รับสารเห็นความเชื่อมโยงระหว่างตนและผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ จนพัฒนาไปสู่ความเข้าใจ เอาใจใส่ (empathy) ต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะและนำไปสู่ความตระหนักในแนวคิด “คนเท่ากับคน” ดังที่มูลนิธิมุ่งหมายได้

2) การถกเถียงเรื่องความสงสาร เห็นใจ (Sympathy) และความเข้าใจ เอาใจใส่ (Empathy): ทศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตามแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนที่มีต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ

ผู้ติดตามแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนหลายคนที่คุณวิจัยได้สัมภาษณ์กล่าวว่า หลังจากติดตามแฟนเพจแล้ว พวกเขาเข้าใจแนวคิด “คนเท่ากับคน” ที่มูลนิธิอิสรชนสื่อสาร แต่ก็ยังระบุว่า ตนสงสาร เห็นใจผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะโดยที่ไม่มีปฏิสัมพันธ์กับคนไร้บ้านหรือร่วมกิจกรรมของมูลนิธิในบริบทออฟไลน์ เช่น การบริจาคเงินหรือสิ่งของ หรือการเป็นอาสาสมัครเข้าไปพูดคุย และช่วยเหลือผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ทศนคติและพฤติกรรมเช่นนี้จึงยังไม่สอดคล้องกับเป้าหมายของมูลนิธิที่ต้องการให้ผู้ติดตามแฟนเพจก้าวข้ามความสงสาร แล้วเข้าใจ “อัตลักษณ์” ของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ โดยเห็นว่าเขาเป็น “เพื่อน” และเท่าเทียมกับคนทั่วไปในสังคม กรณีนี้ผู้วิจัยเห็นว่าสถานะทางเศรษฐกิจของมูลนิธิเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารยังไม่บรรลุเป้าหมาย เนื่องจากมูลนิธิขาดแคลนงบประมาณในการดำเนินงาน ในบางครั้งจึงต้องนำเสนอภาพผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะที่เน้นความน่าสงสาร เพื่อดึงดูดให้คนสนใจประเด็นนี้และช่วยสนับสนุนเงินทุนได้

ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าความรู้สึกสงสาร เห็นใจ (sympathy) ไม่จำเป็นต้องเป็นข้อตรงข้ามกับแนวคิดคนเท่ากับคนตามทฤษฎีของ อรรถวิชัยของ อรรถวิชัย (2550) และกันต์ฤทัย สืบสายเพชร (2556) ซึ่งให้เห็นว่า ความรู้สึกสงสารเห็นใจที่มีต่อคนชายขอบเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติของมนุษย์ซึ่งสามารถพัฒนาต่อไปเป็นความรู้สึกเข้าใจ เอาใจใส่ (empathy) ได้ แต่บุคคลก็อาจมีทัศนคติทั้ง 2 ประการผสมผสานทับซ้อนกันอยู่ก็ได้เช่นกัน ฉะนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่า ผู้ติดตามแฟนเพจที่มีทัศนคติสงสาร เห็นใจผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะอาจเป็นผู้ที่มีความเข้าใจแนวคิด “คนเท่ากับคน” ด้วยก็ได้ แต่อาจยังไม่มี ความเข้าใจเอาใจใส่มากพอที่จะออกมาดำเนินกิจกรรมที่ขับเคลื่อนแนวคิด “คนเท่ากับคน” ในบริบทออนไลน์ได้

อย่างไรก็ตาม มูลนิธิอิสรชนก็ยังสามารถเชิญชวนให้ผู้ติดตามจากโลกออนไลน์ส่วนหนึ่งออกมาสัมผัสกับชีวิตผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะในพื้นที่ออฟไลน์ได้ ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมได้ส่วนหนึ่ง สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการรณรงค์ในโลกไซเบอร์ (cyberactivism) (Hill, 2013) ที่กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคมต้องใช้การเคลื่อนไหวในออนไลน์ร่วมกับการปฏิบัติการทางตรง โดยนำตัวตนจริงๆ ของทั้งผู้รณรงค์และกลุ่มเป้าหมายออกไปเคลื่อนไหวในโลกออฟไลน์ด้วย

3) เวทีแห่งการถกเถียงหรือระบบคัดกรอง: เฟซบุ๊กในฐานะสื่อเพื่อต่อรองอัตลักษณ์

ผู้วิจัยพบว่า ผู้ที่เข้ามาติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนหลายคนมีความคิดเห็นและอุดมการณ์ทางการเมืองและสังคมในทิศทางเดียวกับเจ้าหน้าที่ของมูลนิธิ ทำให้พวกเขาสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือการดำเนินงานของมูลนิธิโดยไม่ตั้งคำถามใดๆ จึงอาจกล่าวได้ว่า มูลนิธิอิสรชนใช้การกดติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจเป็นเครื่องมือในการคัดกรองผู้ติดตาม

การกระทำเช่นนี้ไม่เป็นไปตามแนวคิดพื้นที่ปลอดภัยในโลกออนไลน์ที่อธิบายว่า แฟนเพจเฟซบุ๊กคือพื้นที่ปลอดภัยสำหรับถกเถียงในโลกออนไลน์ เพราะเป็นพื้นที่ซึ่งทุกคนทุกชั่วทุกฝ่ายรู้สึกสบายใจที่จะมาแสดงความคิดเห็น

ของตัวเอง ซึ่งนำไปสู่ประชาธิปไตยแบบปรึกษาหารือได้ (สฤณี อาชวานันทกุล, 2557)

ในทางกลับกัน งานวิจัยของเกษม เพ็ญภินันท์ (2552) ชี้ให้เห็นว่า เฟซบุ๊กแฟนเพจไม่ใช่พื้นที่ที่จำกัดอยู่แค่การนำเสนอหรือแลกเปลี่ยนกันในประเด็นสาธารณะเท่านั้น หากแต่เป็นการขยายขอบเขตเข้าสู่พื้นที่ส่วนตัวด้วย คล้ายกับศิขรา ศิริสาร (2556) ที่กล่าวว่า แฟนเพจคือพื้นที่อัตลักษณ์ร่วมของคนที่มีความชื่นชอบที่คล้ายคลึงกัน ผลการศึกษานี้พบว่า มูลนิธิอิสรชนใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจในลักษณะนี้

อย่างไรก็ตาม การกลั่นกรองเช่นนี้มีข้อดีตรงที่ผู้ติดตามส่วนใหญ่จะมีความคิดคล้ายคลึงกับมูลนิธิ และพร้อมจะเปิดรับเนื้อหาที่มูลนิธินำเสนอ มูลนิธิจึงสามารถสื่อสารเพื่อธำรงรักษาทัศนคติต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะของผู้ติดตามแฟนเพจให้ไม่เปลี่ยนไปเป็นทิศทางลบ แต่การกลั่นกรองเช่นนี้มีจุดอ่อนตรงที่แฟนเพจมูลนิธิอิสรชนจะไม่ช่วยให้ผู้ที่มีทัศนคตินิ่งเฉยและทัศนคติในทางลบมาติดตามแฟนเพจเพิ่มขึ้น หรือแม้กระทั่งได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องอัตลักษณ์ของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ เนื่องจากมูลนิธิไม่ได้ประชาสัมพันธ์การมีแฟนเพจให้สาธารณะได้ทราบ ทั้งยังไม่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตามเท่าที่ควร ดังนั้น การต่อรองอัตลักษณ์ของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ และการนำเสนอแนวคิดความเท่าเทียมกันจึงไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในวงกว้าง ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า มูลนิธิอิสรชนใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อต่อรองอัตลักษณ์ของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ กับผู้ที่มีฐานความคิดสอดคล้องกับมูลนิธิอิสรชน และไม่มีทัศนคติเชิงลบต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะอยู่แล้ว แต่ไม่ได้ใช้เป็นเวทีต่อรองอัตลักษณ์เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ที่มีทัศนคติเชิงลบหรือมีฐานคิดแตกต่างจากเจ้าหน้าที่มูลนิธิอิสรชน

ผู้วิจัยจึงโต้แย้งแนวคิดพื้นที่ปลอดภัยในโลกออนไลน์ว่า เฟซบุ๊กไม่ใช่สื่อสังคมออนไลน์ที่มีความเป็นประชาธิปไตยในการสื่อสารและเปิดพื้นที่ให้ทุกฝ่ายสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้เสียทีเดียว เนื่องจากเจ้าของแฟนเพจสามารถควบคุมการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ ดังนั้น ปัจจัยหลักที่จะกำหนดหน้าที่ของเฟซบุ๊กแฟนเพจว่า จะเป็นเวทีในการถกเถียง

หรือเครื่องมือคัดกรอง คือผู้ดูแลเหล่านั้นๆ ว่า ต้องการใช้เฟชบุ๊กแฟนเพจเพื่อวัตถุประสงค์ใด หรือให้ความสำคัญกับคุณสมบัติใดมากกว่า

ข้อจำกัดในการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้มีข้อจำกัดคือ มูลนิธิอิสรชนไม่เน้นการทำงานกับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะบางกลุ่ม เช่น กลุ่มชาวต่างชาติตักยอก พนักงานบริการ เด็กเร่ร่อน และผู้มีความหลากหลายทางเพศ เนื่องจากมีมูลนิธิและหน่วยงานที่ดูแลกลุ่มคนเหล่านี้โดยตรงอยู่แล้ว ทำให้การเล่าเรื่องกลุ่มคนเหล่านี้ในเฟชบุ๊กมีเนื้อหาไม่มากพอสำหรับการอภิปรายเกี่ยวกับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะกลุ่มนี้ได้ ซึ่งส่งผลให้การศึกษาเรื่องการต่อรองอัตลักษณ์ของคนกลุ่มนั้นเป็นไปอย่างจำกัด

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

ผู้วิจัยพบว่า ยังมีแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อต่อรองอัตลักษณ์ของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ รวมทั้ง “ปีศาจพื้นบ้าน” (folk devils) และคนชายขอบกลุ่มต่างๆ เพิ่มเติมได้ ดังนี้

1. ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตามแฟนเพจเฟชบุ๊กของมูลนิธิอิสรชนที่มีต่อผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อที่จะได้ทราบว่าผู้ติดตามแฟนเพจมูลนิธิอิสรชนส่วนใหญ่มีทัศนคติและพฤติกรรมเปลี่ยนไปหรือไม่ อย่างไร ซึ่งการศึกษาด้วยวิธีนี้จะทำให้ทราบข้อสรุปของทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ติดตามแฟนเพจที่แน่ชัด

2. ศึกษาเปรียบเทียบการสื่อสารเพื่อต่อรองอัตลักษณ์ของผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะโดยองค์กรภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคม ที่ดำเนินงานเกี่ยวกับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ เพื่อที่จะได้ทราบว่าการสื่อสาร มีมิติและรูปแบบที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร หรือมีแง่มุมใดที่มูลนิธิอิสรชนไม่ได้เน้นนำเสนอ

3. ศึกษาการสื่อสารเพื่อต่อรองอัตลักษณ์ของคนชายขอบกลุ่มอื่นๆ เช่น ผู้ติดเชื้อเอชไอวี ชาวโรฮีนจา เพื่อที่จะได้ทราบว่าการสื่อสารของกลุ่มคนเหล่านี้สื่อสารเพื่อต่อรองอัตลักษณ์อย่างไร ทั้งการสื่อสารด้วยตัวเองและสื่อสารผ่านองค์กรต่างๆ หรือสื่อมวลชน

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กัณฑ์ทัย สืบสายเพชร (2556), การสื่อสาร “ปรัชญาการดำรงชีวิตอิสระ” ในเรื่องเล่าประสบการณ์ของคนพิการ, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัณฑ์ทัย แสงศรีจิราภัก (2553), การต่อรองอัตลักษณ์ของผู้หญิงอ้วนในพื้นที่สาธารณะ: กรณีศึกษาการประกวดราชินีช้าง, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สตรีศึกษา) สำนักบัณฑิตอาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกษม เพ็ญภินันท์ (2552), ความไกลห่างของวัฒนธรรมศึกษา, เอกสารประกอบการประชุมประจำปีทางมานุษยวิทยาเรื่อง “ยกเครื่องเรื่องวัฒนธรรมศึกษา” (ครั้งที่ 7) ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- “จัดระเบียบคนเร่ร่อน” (2557), คมชัดลึก, 21 กรกฎาคม 2557.
- ดารณี พาลสุข (2532), ทฤษฎีการจูงใจ, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทศพร จันทร (2539), การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารด้านปัญหาโสเภณีในหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ชื่อฉบับ, วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2542), การสื่อสารรณรงค์เชิงยุทธศาสตร์เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์เน้นการเจาะจงกลุ่ม, เชียงใหม่: สำนักพิมพ์รั้วเขียว.
- บุญเลิศ วิเศษปรีชา (2546), เบ็ดขมแดนโลกของคนไร้บ้าน, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เบญจวรรณ อุทัย (2546), การสะท้อนภาพกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในสังคมไทยของหนังสือพิมพ์รายวัน, วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- “ด.ส.ระดมกวาดล้างคนเร่ร่อน” (2557), โพสต์ทูเดย์, 9 เมษายน 2557.
- มีโชค ราชภูรานูวัต (2544), การต่อรองทางเพศสภาพในนิตยสารผู้หญิงและผู้ชาย, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วจนา เปี้ยวบังเกิด (2551), เรื่องเล่าจากประสบการณ์...การก้าวพ้นจากความรุนแรงในครอบครัว, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิขรา ศิริสาร (2556), “กระบวนการปฏิสัมพันธ์และการสร้างอัตลักษณ์ร่วมในแฟนเพจเฟซบุ๊กศึกษารณิแฟนเพจอึบคิงดอม”, วารสารวิทยบริการ, 24 (3).
- ศิริชัย ศิริภายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531), ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน, กรุงเทพฯ: ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมาคมสร้างสรรค์กิจกรรมอิสระ (2556), คู่มือการทำงานกับผู้ใช้ชีวิตในที่สาธารณะ, กรุงเทพฯ: สมาคมสร้างสรรค์กิจกรรมอิสระ.

สาธิตา ตระกูลโชคเสถียร (2553). *การวิเคราะห์วาทกรรมในข่าวอาชญากรรมและการถอดรหัสข่าวอาชญากรรมโดยอาชญากร*, วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุดาวรรณ ผาสุข (2550), *การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของอาสาสมัครสมาคมสร้างสรรค์กิจกรรมอิสระในโครงการชุบตัวคืนถิ่นเพื่อชีวิตใหม่ให้กับครอบครัวเรื้อรัง*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Cohen, S. (2002), *Folk Devils and Moral Panics*, NY: Routledge.

Critcher, C. (2006), *Critical Readings: Moral Panics and the Media*, Maidenhead: Open University Press.

Hill, S. (2013), *Digital Revolutions: Activism in the Internet Age (World Changing Series)*, Cornwall: New Internationalist Publications.

Kelman, H. (1967), "Attitude Change", in *Compliance, Identification and Internationalization: Three Process of Attitude Change*, NY: John Wiley and Sons.

สื่อออนไลน์

มูลนิธิอิสรชน (2557), *มูลนิธิอิสรชน*, สืบค้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2557 จาก <http://issarachon.org>.

สฤณี อาชวานันทกุล (2557), "พื้นที่ปลอดภัย" ในโลกออนไลน์, สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มกราคม 2558 จาก <https://www.facebook.com/notes/sarinee-achavanuntakul>.

อรัญญา อัจฉา (2550), *เด็กชายพวงมาลัย: ชีวิตชายขอบในเมือง*, สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มกราคม 2558 จาก <http://www.ipsr.mahidol.ac.th/IPSr/Annual/Conference/ConferenceIII/Articles/Article09.htm>.

อรุณทัย วรรณถาวร (2557), *สื่อทางเลือก: สนามแห่งการมีส่วนร่วมเพื่อต่อรองอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทย*, สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มกราคม 2558 จาก <https://chiangmai.academia.edu/SindyMayarose>.

Brown, B. (2010), *The Power of Vulnerability*, retrieved 3 January 2015 from https://www.ted.com/talks/brene_brown_on_vulnerability?language=en.

