

The ICT Revolution in Japanese Society: The case of the mobile phone

Nuntaporn Chuenkrathok*

Graduated Student

Department of Japanese, Faculty of Liberal Arts, Thammasat University

Abstract

As a result of the long economic recession that has continued since 90s and the ICT revolution in the world economy, Japan has had to develop and expand its ICT environment in order to increase its competitiveness. One of the important technologies for this revolution is the mobile phone, which has been used all over the country since the mid 90s. Over the period of one decade, the mobile phone has exhibited several impacts on Japanese society, such as consumption, business, communication culture, crime, work, and information access. Instead of being successful with this revolution, Japan is still facing inefficient information usage compared with other developed countries and this problem will affect the competitiveness of Japan in the future.

Keywords: ICT revolution, Japanese mobile phone

*Corresponding author e-mail: nuntabow@gmail.com

การปฏิวัติเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสังคมญี่ปุ่น: กรณีศึกษาโทรศัพท์เคลื่อนที่

นันทร ชื่นกระโทก

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาญี่ปุ่นศึกษา
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บทคัดย่อ

ญี่ปุ่นจำเป็นต้องปฏิวัติเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจหลังจากประสบปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำเรื้อรังในทศวรรษที่ 1990 และเทคโนโลยีหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการปฏิวัติครั้งนี้คือโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งแพร่หลายในญี่ปุ่นตั้งแต่กลางทศวรรษที่ 1990 ตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมาว่าหนึ่งทศวรรษ โทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการที่เกี่ยวข้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและก้าวเข้ามามีอิทธิพลต่อสังคมญี่ปุ่นในหลายด้าน ได้แก่ การบริโภค ธุรกิจ วัฒนธรรมการสื่อสาร อาชญากรรม การทำงาน และการเข้าถึงสารสนเทศ ขณะที่โทรศัพท์เคลื่อนที่เปลี่ยนแปลงชีวิตของคนญี่ปุ่นไปมากมาย แต่ญี่ปุ่นก็ยังประสบปัญหาการใช้สารสนเทศที่ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอเมื่อเทียบกับประเทศพัฒนาแล้วอื่นๆ ซึ่งสิ่งนี้น่าจะยังมีผลกระทบต่อการแข่งขันของญี่ปุ่นต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: การปฏิวัติเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โทรศัพท์เคลื่อนที่ญี่ปุ่น

1. บทนำ

ในอดีต ตามทฤษฎีเศรษฐกิจแบบดั้งเดิม (Neoclassical Theory) มองว่าเมื่อการค้าเป็นไปอย่างเสรีแต่ละประเทศจะผลิตเฉพาะสินค้าที่ตนมีความรู้ความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ (เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ) และจะนำเข้าสินค้าที่ตนมีความเชี่ยวชาญต่ำกว่า¹

การแข่งขันตามแนวคิดนี้จึงหมายถึงการที่แต่ละประเทศแข่งกันผลิตสินค้าหรือบริการอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดีกว่าคู่แข่ง โดยเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนี้แต่ละประเทศจะผลิตสินค้าที่ตนเชี่ยวชาญในปริมาณมาก และใช้แรงงานราคาถูกเพื่อลดต้นทุนในการผลิต ทั้งนี้แนวคิดดังกล่าวเป็นผลมาจากเศรษฐกิจโลกที่ขับเคลื่อนด้วย “อุตสาหกรรม”

อย่างไรก็ดี เมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเริ่มแพร่หลายตั้งแต่ทศวรรษที่ 1960 ทำให้เกิดแนวคิดที่เรียกว่าเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) ซึ่งมองว่าสิ่งสำคัญในการผลิตคืองานบริการที่มีพื้นฐานจากความรู้ต่าง ๆ โดยความรู้เหล่านี้ขับเคลื่อนโดย “เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร”

Manuel Castells (2004) มองว่าเศรษฐกิจใหม่มีพื้นฐานจากความสามารถในการผลิตที่ขึ้นกับความรู้และนวัตกรรมซึ่งได้รับมาจากเทคโนโลยีสารสนเทศในสังคมโลกาภิวัตน์ ตัวแปรที่สำคัญของการแข่งขันในเศรษฐกิจแบบนี้ คือความสามารถในการสร้างและใช้เครือข่ายต่างๆ ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้นการแข่งขันภายใต้เศรษฐกิจใหม่คือการแข่งขันพัฒนาแรงงานและโครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้ประชาชนเข้าถึงและใช้สารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในประเทศญี่ปุ่น ตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ญี่ปุ่นมุ่งพัฒนาประเทศตามแนวคิดเศรษฐกิจแบบดั้งเดิม งบประมาณที่จากเดิมเคยทุ่มให้กับการทหารก็ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างธนาคารเพื่อการฟื้นฟู

และเป็นแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำสำหรับการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม ฯลฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ญี่ปุ่นก้าวขึ้นมาเป็นประเทศผู้นำทางเศรษฐกิจเป็นอันดับสองของโลกในที่สุด¹

กระนั้น ตั้งแต่ทศวรรษที่ 1970 เป็นต้นมา ญี่ปุ่นกลับต้องเผชิญอุปสรรคต่างๆ ที่กระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็นวิกฤติราคาน้ำมันและปัญหาเงินเยนแข็งค่า นอกจากนี้ ญี่ปุ่นยังต้องประสบปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำอย่างหนักในช่วงทศวรรษที่ 1990 อันเป็นผลมาจากการดำเนินนโยบายการเงินที่ผิดพลาดทำให้ประชาชนสูญเสียความเชื่อมั่นและขาดแรงจูงใจในการดำเนินชีวิต

ด้วยเหตุนี้เองเมื่อก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ญี่ปุ่นจึงเริ่มปฏิวัติประเทศอีกครั้งเพื่อเพิ่มความสามารถการแข่งขันโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งญี่ปุ่นมองว่าจะช่วยแก้ปัญหาเศรษฐกิจและจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของญี่ปุ่นที่มีแนวโน้มจะลดลงเนื่องจากโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมผู้สูงอายุ

2. วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การปฏิวัติเทคโนโลยีสารสนเทศ

ญี่ปุ่นเริ่มวางยุทธศาสตร์การปฏิวัติเทคโนโลยีตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000 โดยยุทธศาสตร์ต่างๆ มีดังต่อไปนี้

2.1 e-Japan (2001-2005)

e-Japan มุ่งจะทำให้ญี่ปุ่นเป็นประเทศผู้นำทางด้านเทคโนโลยีฯ ภายใน 5 ปี

e-Japan แบ่งเป็น 2 ช่วง คือ e-Japan I (2001-2003) ซึ่งเน้นที่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศและผลักดันให้ภาคเอกชนแข่งขันกันอย่างเสรี ส่วนในช่วงที่สอง e-Japan II (2004-2005) ซึ่งมุ่งส่งเสริมให้นำเทคโนโลยีฯ ไปใช้เพื่อพัฒนาใน 7 ด้านหลัก คือ 1) การแพทย์ 2) อาหาร 3) การดำรงชีวิต 4) การเงินสำหรับกิจการ

SME 5) การจัดการความรู้ 6) การจ้างงานและทำงาน
7) การให้บริการของภาครัฐ

หลังสิ้นสุดยุทธศาสตร์ e-Japan จำนวนของครัวเรือนที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตในเดือนมี.ค. 2005 แบ่งเป็นจำนวนครัวเรือนที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ต Hi-speed ทั้งหมด 46.3 ล้านครัวเรือน และจำนวนครัวเรือนที่ใช้ Ultra Hi-speed มีทั้งหมด 35.9 ล้านครัวเรือน

2.2 u-Japan (2006-2010)

u-Japan เป็นยุทธศาสตร์ต่อเนื่องจาก e-Japan ตัวอักษร u ย่อมาจากคำว่า Ubiquitous หรือที่แปลว่า “ทุกหนทุกแห่ง” ดังนั้นจุดประสงค์หลักก็คือเน้นให้คนญี่ปุ่นเข้าถึงเครือข่ายได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดทางด้านเวลาและสถานที่และสนับสนุนให้คนญี่ปุ่นมีการนำเทคโนโลยีฯ นี้มาใช้กันอย่างแพร่หลายในชีวิตประจำวัน

u-Japan ให้ความสำคัญทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) และเทคโนโลยีการสื่อสารรวมกันเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเทคโนโลยีต่างๆ จะมีความก้าวหน้าไปมากหลังสิ้นสุด u-Japan แต่คนญี่ปุ่นกลับไม่สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดังกล่าวได้เต็มที่เมื่อเทียบกับประเทศพัฒนาแล้วอื่นๆ

2.3 i-Japan (2010-2015)

เมื่อ u-Japan ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ในปี 2009 รัฐบาลญี่ปุ่นจึงได้วางยุทธศาสตร์ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารฯ อีกครั้ง โดยให้ชื่อว่า i-Japan

i-Japan นั้น i มาจากคำว่า Digital inclusion & innovation หมายถึงรัฐต้องการให้มีการนำดิจิทัลมาใช้ในการด้านเศรษฐกิจและสังคมมากขึ้น คำว่า inclusion หมายถึง การอยู่ร่วมกัน ส่วน innovation หมายถึง นวัตกรรม

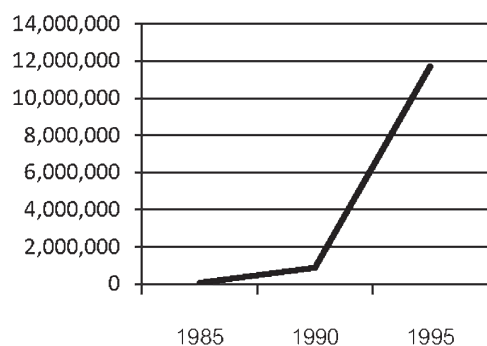
i-Japan มีระยะเวลาการดำเนินงาน 5 ปีโดยจะสิ้นสุดในปี ค.ศ. 2015 มีการกำหนดนโยบายในการพัฒนาให้ครบลงโดยเน้นไปที่การพัฒนา 3 ด้านหลัก ได้แก่ 1) e-government และ e-local government 2) สุขภาพและการบริการ 3) การศึกษาและการพัฒนาบุคลากร

3. โทรศัพท์เคลื่อนที่ญี่ปุ่นกับการปฏิวัติเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

โทรศัพท์เคลื่อนที่เริ่มมีบทบาทในการปฏิวัติเทคโนโลยีฯ ตั้งแต่เริ่มนโยบาย e-Japan เนื่องจากความนิยมของ i-Mode ที่มีเป็นจำนวนมากในขณะนั้น อย่างไรก็ตาม โทรศัพท์เคลื่อนที่มีอิทธิพลในสังคมญี่ปุ่นมากในปี ค.ศ. 1995

ทั้งนี้ หลังจากที่รัฐบาลเริ่มออกกฎหมายที่เอื้อให้เกิดการแข่งขันเสรีในตลาดโทรคมนาคม ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1987 จนท้ายที่สุดในปี 1995 การแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นทำให้ราคาเครื่องโทรศัพท์ลดลงส่งผลให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ขยายกลุ่มผู้ใช้จากเดิมที่เป็นกลุ่มธุรกิจไปสู่กลุ่มผู้ใช้ทั่วไปมากขึ้นจนมีจำนวนเกือบ 90% ของประชากรญี่ปุ่นทั่วประเทศ

แผนภูมิที่ 1 จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในญี่ปุ่น ปี 1985-1995



ที่มา: เว็บไซต์ <http://www.nationmaster.com>

ต่อมาในปี 1999 NTT Docomo เปิดตัว i-Mode ซึ่งเป็นบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

i-Mode ได้เปิดศักราชใหม่ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในฐานะมัลติมีเดีย และทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ก้าวมามีบทบาทในการปฏิวัติเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ข้อความในสมุดปกขาวเกี่ยวกับการโทรคมนาคม ปี 2000 เขียนไว้ว่า

“...เพียงแค่ว่าหนึ่งปี i-Mode โดย NTT Docomo Group ก็มีจำนวนผู้ใช้ถึง 4,470,000 ราย ในปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2000

...NTT เป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนผู้ใช้มากที่สุดในญี่ปุ่น การสื่อสารเคลื่อนที่นั้นมีความสำคัญมากแม้แต่ในเรื่องของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต กระแสของ Internet Mobilization หรือการที่อินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ได้นั้นกำลังเริ่มต้นขึ้น”

ความแพร่หลายของ i-Mode ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงมากมายต่อฟังก์ชัน และบริการต่างๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ความเปลี่ยนแปลงของโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปี	การเปลี่ยนแปลง
1999	<ul style="list-style-type: none"> ● โทรศัพท์เคลื่อนที่จอสี ● โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีกล้องดิจิทัลในตัว
2000	<ul style="list-style-type: none"> ● โทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งสามารถเล่นเสียงเรียกเข้าได้มากกว่า 128 เสียง
2001	<ul style="list-style-type: none"> ● โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ติดตั้ง Java ● VDO Phone
2003	<ul style="list-style-type: none"> ● โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถอ่าน QR Code ได้ ● โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ติดตั้ง TV Tuner ในระบบแอนาล็อกรุ่นแรกของญี่ปุ่น
2004	<ul style="list-style-type: none"> ● โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถใช้ชำระเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ● Mobile Music
2006	<ul style="list-style-type: none"> ● โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถชมโทรทัศน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้

ที่มา: http://www.nttdocomo.co.jp/corporate/kids/history/list/list_heisei.html

นอกจากนี้ในปัจจุบันโทรศัพท์เคลื่อนที่อีกประเภทหนึ่งที่เรียกว่า Smartphone ก็เริ่มได้รับความนิยมในญี่ปุ่น เช่นกัน Smartphone มีคุณสมบัติเด่นได้แก่ Full Keyboard และ Touch Screen ซึ่งเอื้อให้ผู้ใช้สามารถที่จะอ่านและเขียนเมลและดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลรวมถึงแก้ไขข้อมูลได้

แม้จะยังมีผู้ใช้ Smartphone ในญี่ปุ่นไม่มากนักเพราะราคาที่ค่อนข้างสูงทำให้ผู้ใช้ยังคงกระจุกตัวอยู่แต่ในกลุ่มธุรกิจ อย่างไรก็ตาม มีแนวโน้มว่า Smartphone จะขยายไปในกลุ่มผู้ใช้อื่นๆ มากขึ้น จากผลการสำรวจใน K-tai White Paper 2010 พบว่าในจำนวนผู้ใช้ Smartphone เพิ่มขึ้นเป็น 4.0% และการรับรู้เกี่ยวกับ Smartphone นั้นเพิ่มขึ้นจาก 49.1% ในปีก่อนมาเป็น 63.4% ผู้ที่ไม่ได้ใช้แต่มีแนวโน้มที่จะใช้ Smartphone นั้นเพิ่มขึ้นจาก 4.2% เป็น 5.5% ซึ่งอาจจะทำให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทดังกล่าวเข้ามามีบทบาทในสังคมญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น

4. การปฏิวัติเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกับสังคมญี่ปุ่น

4.1 เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกับสังคมญี่ปุ่นก่อน ค.ศ. 2000

ก่อนที่ญี่ปุ่นจะปฏิวัติเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปี ค.ศ. 2000 ญี่ปุ่นได้ชื่อว่าเป็น “สังคมข้อมูลข่าวสาร” (Information Society) มาเป็นเวลานาน

คำว่า “สังคมข้อมูลข่าวสาร” เป็นประเด็นที่พูดในญี่ปุ่นมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1969 โดย Umesao Tadao นักมานุษยวิทยาที่มีชื่อเสียง

Umesao มองว่า “สังคมอุตสาหกรรมข้อมูลข่าวสาร” (情報産業社会 - Joho Sangyo Shakai) นั้นเป็นสังคมที่ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่ขายได้ ดังนั้นเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ในขณะนั้น อาทิ วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์จึงเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของสังคมอุตสาหกรรมข้อมูลข่าวสาร

ในช่วงที่ญี่ปุ่นประสบกับวิกฤตการณ์น้ำมันโลกในปี 1973 รัฐบาลญี่ปุ่นหันเร่งพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ อย่างกว้างขวาง อุปกรณ์สำคัญรัฐบาลเห็นว่าจะต้องพัฒนาเป็นอันดับแรกได้แก่ โทรศัพท์ โทรทัศน์ และคอมพิวเตอร์

ญี่ปุ่นประสบความสำเร็จกับการเพิ่มจำนวนการใช้โทรศัพท์และจำนวนผู้ชมโทรทัศน์ในประเทศ

ในปี 1983 ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีจำนวนโทรศัพท์ส่วนตัวมากที่สุดเป็นอันดับที่ 7 ของโลก และปี 1985 โทรศัพท์สาธารณะในญี่ปุ่นมีจำนวนสูงสุดถึง 909,570 เครื่อง ถือเป็นจำนวนที่สูงมากเมื่อเทียบกับขนาดพื้นที่ประเทศ หากนำตัวเลขจำนวนโทรศัพท์สาธารณะในปี 1985 หารด้วยขนาดพื้นที่ประเทศญี่ปุ่น จะพบว่าเราสามารถเจอโทรศัพท์สาธารณะได้ทุก 0.4 ตารางกิโลเมตร หรือก็คือโทรศัพท์สาธารณะมีอยู่ทุกหนทุกแห่งทั่วเกาะญี่ปุ่น

ส่วนทางด้านของโทรทัศน์ ในช่วงทศวรรษที่ 1960 ถึงต้นทศวรรษที่ 1990 เป็นยุคที่โทรทัศน์เฟื่องฟูมากในญี่ปุ่น ช่วงที่เศรษฐกิจญี่ปุ่นเติบโตสูงสุดนั้น “สัญลักษณ์ของความมั่งมี” หรือที่เรียกกันย่อๆ ว่า 3C นั้นคือ ตู้เย็น (Cooler) รถยนต์ (Car) และสุดท้ายก็คือโทรทัศน์สี (Color Television)

ค่านิยมดังกล่าวทำให้โทรทัศน์แพร่หลายไปแทบจะทุกครัวเรือนและกลายเป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าประจำบ้านที่ขาดไม่ได้ของคนญี่ปุ่น NHK จัดให้ในช่วงทศวรรษที่ 1960 เป็นยุคทองของโทรทัศน์ในญี่ปุ่น นอกจากนี้ จากการสำรวจโดย NHK อีกเช่นกันพบว่าในปี 1983 ผู้ตอบแบบสอบถามกว่า 80% มองโทรทัศน์เป็นสื่อที่ขาดไม่ได้สำหรับตน

ขณะที่โทรศัพท์และโทรทัศน์นั้นแพร่หลายไปทั่วญี่ปุ่นเพื่อรองรับเศรษฐกิจที่กำลังเติบโต คอมพิวเตอร์ในญี่ปุ่นกลับยังคงไม่ได้รับความนิยม สาเหตุก็เพราะกว่าที่ญี่ปุ่นจะสามารถพัฒนาคอมพิวเตอร์ที่ใช้ตัวอักษรญี่ปุ่นที่มีความซับซ้อนได้นั้นก็เมื่อสิบกว่าปีมานี้หรือในช่วงกลางทศวรรษที่ 1990

ก่อนหน้าที่จะมีคอมพิวเตอร์ การพิมพ์เอกสารต่างๆ จะใช้อุปกรณ์ที่เรียกว่า Word Processor หรือในภาษาญี่ปุ่นเรียก “วาปูโระ” Word Processor ที่สนับสนุนภาษาญี่ปุ่นผลิตขึ้นครั้งแรกในปี 1977 และแพร่หลายในปี 1985 แต่เมื่อคอมพิวเตอร์ใช้ภาษาญี่ปุ่นได้ ความนิยมของ Word Processor ก็ลดลง เพราะคอมพิวเตอร์นั้นสามารถใช้งานได้หลากหลายกว่า

ฉะนั้น การใช้คอมพิวเตอร์ในครัวเรือนญี่ปุ่นนั้นกลับมีจำนวนน้อย ก่อนที่จะเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 จำนวนครัวเรือนที่มีคอมพิวเตอร์นั้นมีเพียงครึ่งหนึ่งของครัวเรือนทั้งหมด

จากเดิมที่ญี่ปุ่นมีระบบจัดการและการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่างๆ อยู่ในระดับที่ดีมากโดยผ่านโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ (ระดับมวลชน) และโทรศัพท์ (ระดับบุคคล) กลับกลายเป็นว่าเมื่อประเทศพัฒนา

แล้วหลายประเทศทั่วโลกนั้นหันมาใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสมัยใหม่อย่างคอมพิวเตอร์มากขึ้น อัตราส่วนที่ค่อนข้างน้อยของครัวเรือนที่ใช้คอมพิวเตอร์ส่งผลให้ญี่ปุ่นกลายเป็นประเทศที่ล้าหลังในเรื่องของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญใน “สังคมข้อมูลข่าวสารสมัยใหม่”

4.2 เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกับสังคมญี่ปุ่นหลัง ค.ศ. 2000

การปฏิวัติเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อประเทศญี่ปุ่นมากกว่าหนึ่งทศวรรษ ความเคลื่อนไหวดังกล่าวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมญี่ปุ่นหลายด้าน

สำหรับในงานวิจัยฉบับนี้จะยกเอาผลกระทบที่เห็นได้ชัดจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งเป็นหนึ่งในเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีความสำคัญต่อการปฏิวัติเทคโนโลยีฯ ของญี่ปุ่นขึ้นมาทั้งหมด 7 ด้านดังต่อไปนี้

4.2.1 โทรศัพท์เคลื่อนที่กับการบริโภค

โทรศัพท์เคลื่อนที่เข้ามามีบทบาททำให้รูปแบบการบริโภคของคนญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดเจนใน 3 ด้านก็คือ 1) ช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลสินค้าและบริการได้ง่ายและหลากหลายมากขึ้น 2) ช่วยให้การบริโภคสะดวกและรวดเร็วขึ้น 3) ทำให้จิตสำนึกเกี่ยวกับการใช้เงินของคนญี่ปุ่นเปลี่ยนไป

ในยุคของโทรศัพท์ โฆษณาต่างดกย้าข้อมูลบางอย่างเกี่ยวกับสินค้าและบริการเพื่อแข่งขันกันให้ผู้บริโภคมาริโภคสินค้าหรือบริการของตนซึ่งหมายความว่าใครที่เข้าถึงสื่อมวลชนได้ดีกว่าก็จะสามารถขายสินค้าได้มากกว่า ทำให้ผู้บริโภคนั้นมีทางเลือกที่ไม่หลากหลายนักในการบริโภคสินค้า

กรณีนั้น โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ช่วยเพิ่มโอกาสในการสื่อสารระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคให้มากขึ้น ตัวอย่างของฟังก์ชันโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่น่าสนใจก็คือ QR Code Reader ซึ่งเปิดให้บริการในปี ค.ศ. 2003

QR Code นั้นเป็นฟังก์ชันที่เป็นที่นิยมฟังก์ชันหนึ่งของโทรศัพท์เคลื่อนที่ จากการสำรวจในปี 2009 จำนวนผู้ที่เคยใช้ QR Code มีอยู่ 90% ของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมด ด้วยลักษณะพิเศษของ QR Code ซึ่งบรรจุข้อมูลได้มากกว่า Bar Code ปกติจึงทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลที่ยากแก่การจดจำ เช่น ชื่อเว็บไซต์ต่างๆ ได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้การใช้งาน QR Code ก็ง่ายเพียงแคกดถ่ายรูป Code ของสินค้าหรือบริการที่ต้องการโทรศัพท์ก็จะแปรผลไปสู่เว็บไซต์ของสินค้านั้นๆ โดยอัตโนมัติ

นอกจากนี้ QR Code ยังช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการบริโภค อาทิ โปรโมชั่นต่างๆ ได้ง่ายขึ้น จากการสำรวจพบว่า 31.6% จะใช้ “เพื่อใช้คูปองซื้อสินค้า” 30.9% “เพื่อสมัครแคมเปญต่างๆ” และ 22.7% “เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและร้านค้า”

ไม่เพียงแต่โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะช่วยให้เข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายแล้ว โทรศัพท์ยังช่วยให้การจับจ่ายใช้สอยนั้นสะดวกรวดเร็วมมากขึ้น อีกทั้งยังทำให้จิตสำนึกเกี่ยวกับเงินของคนญี่ปุ่นนั้นเปลี่ยนไป ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างการใช้บริการที่เรียกว่า Osaiфу Keitai

Osaiфу Keitai เป็นบริการที่ช่วยให้สามารถใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับการซื้อสินค้าและบริการที่มีราคาไม่สูงนักเสมือนกับเป็นบัตรเติมเงิน

ปัจจุบัน เราสามารถใช้ Osaiфу Keitai ได้ทั้งในร้านสะดวกซื้อ ใช้แทนตัวรถหรือเครื่องบิน ใช้เป็น e-coupon สำหรับส่วนลดร้านค้าต่างๆ ใช้ดาวน์โหลดแผนที่โดยสารรถไฟ เป็นต้น

ร้านค้ารายใหญ่อาทิ แม็คโดนัลด์ ก็เริ่มหันมาทำโปรโมชั่นกับ Osaiфу Keitai มากขึ้น ความเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ส่งผลคือผู้บริโภคญี่ปุ่นในการช่วยลดค่าใช้จ่ายที่มาจากการจับจ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวันและช่วยประหยัดเวลา

ในปี 2009 มีจำนวนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ลงทะเบียน Osaiфу Keitai กว่า 58 ล้านเครื่อง ผู้ใช้จำนวนมากที่ประสบปัญหาจากการใช้บัตรเครดิตที่มักถูกลบแปลงได้ง่ายก็หันมาใช้ Osaiфу Keitai เนื่องจากมองว่าปลอดภัยมากกว่า

Osaiфу นั้นนอกจากจะเข้ามาแทนที่การใช้บัตรเครดิตในบางกรณีแล้ว ยังเข้ามาแทนที่การใช้บัตรอื่นๆ ที่เป็น e-Money เช่นบัตร Prepaid ของร้านค้าต่างๆ

หลายคนมองว่า Osaiфу Keitai นั้นอาจส่งผลกระทบต่อการใช้เงินจริง กล่าวคือในอนาคตเงินอิเล็กทรอนิกส์อาจเข้ามาแทนที่เงินกระดาษ

แน่นอนว่าการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จ่ายค่าสินค้าต่างๆ นั้นขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในครั้งแรกของปี 2010 ยอดการใช้จ่ายผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นเพิ่มขึ้นกว่า 39% จากปีก่อน

อย่างไรก็ดี จากการสำรวจของคณะกรรมการกลางข้อมูลบริการทางการเงินของญี่ปุ่นในปี 2009 พบว่าจำนวนผู้ที่ตอบว่าจะใช้ e-Money สำหรับการชำระเงินมากกว่า 50,000 เยนนั้นมีเพียง 2.7% เท่านั้น ขณะที่เสียงส่วนใหญ่กว่า 68.5% ตอบว่าจะชำระด้วยบัตรเครดิต ทำให้ความเป็นไปได้ที่ e-Money จะเข้ามาแทนที่เงินสดนั้นเป็นไปได้ยาก

แม้ว่าเม็ดเงินที่ใช้จ่ายผ่าน Osaiфу Keitai นั้นอาจจะยังเทียบไม่ได้กับจำนวนเงินที่ถูกใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต กระนั้น ความเปลี่ยนแปลงอย่างหนึ่งที่เราเห็นได้ชัดในตอนนี้ก็คือ แนวโน้มที่คนญี่ปุ่นจะ “พกเงินสดติดตัวเป็นจำนวนน้อยเวลาออกนอกบ้าน” กำลังเพิ่มสูงขึ้น

4.2.2 โทรศัพท์เคลื่อนที่กับธุรกิจ

เมื่อพฤติกรรมผู้บริโภคของคนญี่ปุ่นเริ่มเปลี่ยนไปภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบโดยตรงก็คือภาคเอกชนที่ดำเนินธุรกิจต่างๆ

จำนวนบริการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เพิ่มมากขึ้นมีอิทธิพลในแง่ลบและแง่บวกต่อหลายธุรกิจ ทั้งนี้ตัวอย่างธุรกิจที่ได้รับผลกระทบในแง่ลบ ได้แก่ ธุรกิจแผ่นเสียง และธุรกิจสิ่งพิมพ์

ธุรกิจแผ่นเสียงเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ในญี่ปุ่นอย่างมากโดยเฉพาะในทศวรรษที่ 1980 ความนิยมที่มีต่อเพลงญี่ปุ่น ตัวอย่างเช่น วง x-Japan นั้นแพร่หลายไปทั่วโลก อัลบั้ม Jealousy ที่วางขายในเดือนกรกฎาคม 1991 ซึ่งมียอดขายครองอันดับหนึ่งในญี่ปุ่นเป็นเวลา 50 สัปดาห์นั้นมียอดขายสูงถึง 1,113,000 แผ่น

อย่างไรก็ดี สถานการณ์ในช่วงทศวรรษที่ 2000 นั้นเปลี่ยนไป จากรายงานของสมาคมอุตสาหกรรมการบันทึกเสียงญี่ปุ่น (Recording Industry Association of Japan) สัดส่วนผู้ซื้อซีดีในญี่ปุ่นปี ค.ศ. 2009 มีเพียง 40.9% ลดลงเกือบ 15% จากในปี 2002 นอกจากนี้ HMV ชิบุยะซึ่งเคยเป็นร้านขายซีดีขนาดใหญ่ในโตเกียวแต่กลับต้องปิดตัวลงในเดือนสิงหาคม ปี 2010 เนื่องจากยอดขายลดลง สาเหตุสำคัญสาเหตุหนึ่งของยอดขายที่ตกลงนี้มาจากจำนวนการดาวน์โหลดเพลงผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่นับวันจะเพิ่มมากขึ้น

ในปี 2009 มูลค่าของตลาด Mobile Content ที่เกี่ยวกับเพลงซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดนั้นคิดเป็น 30% ของตลาด Content ทั้งหมด หรือก็คือประมาณ 1.6 แสนล้านเยน สาเหตุที่การดาวน์โหลดเพลงผ่านทางโทรศัพท์นั้นเป็นที่นิยมก็เพราะผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดเพลงของศิลปินที่ชื่นชอบผ่านเว็บไซต์ได้หลายคนในเวลาเดียวกันและค่าดาวน์โหลดก็มีราคาถูก

อีกตัวอย่างของธุรกิจที่ได้รับผลกระทบก็คือธุรกิจสิ่งพิมพ์

บริษัทหนังสือพิมพ์อาซาฮีซึ่งเป็นบริษัทหนังสือพิมพ์อันดับหนึ่งของญี่ปุ่นประสบปัญหาขาดทุนกว่าหมื่นล้านเยนตั้งแต่ครั้งปีแรกในปี 2008 ในขณะที่บริษัทหนังสือพิมพ์อื่นๆ ประสบปัญหาขาดทุนอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ก่อนหน้านั้นแล้ว

ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งมาจากความถึในการรับหนังสือพิมพ์ของคนญี่ปุ่นที่ลดลงโดยเฉพาะของคนในวัยหนุ่มสาว

ความเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้หนังสือพิมพ์อาซาฮี หนังสือพิมพ์นิกเคอิ หนังสือพิมพ์โยมิอูริ สามบริษัทหนังสือพิมพ์รายใหญ่ของญี่ปุ่นนั้นหลังจากที่ประสบยอดขายตกต่ำลงอย่างต่อเนื่องต่างก็ต้องหันมาเปิดบริการเว็บไซต์ข่าวเพื่อความอยู่รอด

สำหรับตัวอย่างของผลกระทบในแง่บวกคือโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้สร้างธุรกิจใหม่ในตลาดญี่ปุ่น ตัวอย่างที่น่าสนใจเช่นธุรกิจเว็บไซต์ประเภท SNS (Social Network Service)

ในยุคที่เว็บไซต์ประเภท SNS เช่น Hi5 Facebook Twitter ทางคอมพิวเตอร์เริ่มแพร่หลายไปทั่วโลก กระแส SNS ในญี่ปุ่นกลับค่อนข้างแตกต่างออกไป

ตั้งแต่ปี 2006 เป็นต้นมา เว็บไซต์ทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของญี่ปุ่นนั้นได้รับความนิยมสูงกว่าทางคอมพิวเตอร์ ในปี 2009 จำนวนสมาชิกรวมของ SNS รายใหญ่ ได้แก่ Mobake Town, Mixi, Gree มีอยู่มากกว่า 50 ล้านรายทั่วประเทศ

ธุรกิจสำคัญที่เชื่อมโยงกับเว็บไซต์ประเภทนี้ก็คือธุรกิจโฆษณาทาง SNS ซึ่งคิดเป็นจำนวนกว่า 1 ใน 5 ของรายได้ที่มาจากการโฆษณาผ่านทาง Mobile Internet ทั้งหมด

นอกจากนี้ นิยายทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ケータイ小説-Keitai Shosetsu) ซึ่งเป็นหนึ่งในบริการบน SNS ที่เป็นที่นิยมนั้นก็สามารถต่อยอดไปสู่ธุรกิจอื่นๆ ได้อีก

ความนิยมของนิยายประเภทนี้ทำให้หลายเรื่องกลายมาเป็นหนังสือ Best Seller และถูกนำมาสร้างเป็นภาพยนตร์ ตัวอย่างของนิยายที่ถูกนำมาตีพิมพ์เป็นหนังสือและสร้างเป็นภาพยนตร์และละครก็เช่น Koi Sora (2007)

นิยายเรื่อง Koi Sora มียอดขายถึง 1 ล้านฉบับในเวลาเพียงหนึ่งเดือน แม้จะอยู่ในช่วงที่อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ตกต่ำ ไม่เพียงเท่านี้ ภาพยนตร์ยังทำรายได้ติดหนึ่งในสิบของภาพยนตร์ที่ทำรายได้สูงสุดในปี 2007 ด้วยรายได้ถึง 36 ล้านดอลลาร์

รูปประกอบที่ 1 ปกดีวีดีเรื่อง Koi Sora



ที่มา: เว็บไซต์ allcinema.net

4.2.3 โทรศัพท์เคลื่อนที่กับวัฒนธรรมการสื่อสาร

ความนิยมที่มีต่อนิยายบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แสดงให้เห็นว่าจิตสำนึกเกี่ยวกับการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของคนญี่ปุ่นไม่ได้มีเพียงแต่การโทรคุยกันเท่านั้นแต่ยังรวมไปถึงการสื่อสารผ่านทางตัวอักษรอีกด้วย และยิ่งในปัจจุบันที่โทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นสามารถ

เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ขึ้นก็ยิ่งทำให้การสื่อสารผ่านตัวอักษรนั้นนับวันจะเพิ่มมากยิ่งขึ้นจนอาจจะมากกว่าการสื่อสารทางเสียงเสียด้วยซ้ำ

จากการสำรวจเกี่ยวกับนิยามการโทรศัพท์นานของวัยรุ่นในปี 2006 พบว่าคนส่วนใหญ่ตอบว่า “5 นาที” คือการใช้โทรศัพท์นาน นอกจากนี้จากการสำรวจเกี่ยวกับการใช้รับส่งข้อความผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กับการใช้โทรศัพท์ในการสนทนาพบว่า 51% ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้โทรศัพท์ในการสนทนาโดยเฉลี่ย “ต่ำกว่า 3 ครั้ง” ต่อวัน อีก 35% ตอบว่า “ไม่โทรเลยสักครั้งเดียว” ในขณะที่กว่า 98% ใช้เมลทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยในหนึ่งวันมีการส่งเมลเฉลี่ย “6-10 ครั้ง” ต่อวันซึ่งถือว่ามากกว่าการโทรธรรมดา

การสื่อสารผ่านข้อความนั้นมักจะมีรูปไอคอนที่แสดงหน้าตาในอารมณ์ต่างๆ ซึ่งสำหรับผู้ใช้งานแล้วมองว่าไอคอนเหล่านี้จะช่วยให้สามารถสื่อสารความรู้สึกของตนไปยังผู้รับได้ครบถ้วน

นอกจากนี้ การสื่อสารทางข้อความนั้นมิใช่ที่เป็นกฎหรือมารยาทที่ควรปฏิบัติตาม อาทิ “กฎ 30 นาที” (บ้างก็เป็น “กฎสามนาที”) กฎที่ว่านี้คือการที่ผู้ที่ได้รับข้อความทางโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นจะต้องตอบข้อความกลับภายใน 30 นาทีมิฉะนั้นจะทำให้ผู้สนทนาารู้สึกไม่ดี

จากการศึกษาความเปลี่ยนแปลงของสื่อสมัยใหม่กับสังคมญี่ปุ่นของ Mizuko Ito อธิบายว่าวัยรุ่นญี่ปุ่นจะไม่รบกวนกันโดยการระบุเวลาและสถานที่นัดที่แน่นอน แต่จะส่งข้อความประมาณ 5-15 ข้อความตลอดทั้งวันเพื่อให้ทราบเวลาและสถานที่ที่จะพบกันหรือก่อนที่จะโทรหากันจะมีการส่งข้อความถามล่วงหน้าก่อนเช่นว่า “คุยโทรศัพท์ตอนนี้ได้มั๊ย” หรือ “คืนนี้ยัง” เพื่อไม่ให้การโทรนั้นเป็นการรบกวนอีกฝ่าย

การสื่อสารผ่านข้อความผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งรวมไปถึงการสื่อสารบนเว็บไซต์ต่างๆ ซึ่ง

แม้จะคล้ายกับการสื่อสารบนคอมพิวเตอร์ แต่ด้วยลักษณะเฉพาะของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถใช้งานที่ไหนเมื่อไหร่ก็ได้ ผู้ใช้จึงสื่อสารตอบกลับไปมาได้รวดเร็วและการแสดงอารมณ์ความรู้สึกหรือบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ นั้นสะท้อนตัวตนของผู้ใช้ได้มากกว่าตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือเว็บนิยายบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

Akiko Takahashi (2008) กล่าวว่าการที่ผู้อ่านกับผู้เขียนนั้นสามารถสื่อสารกันเองเกี่ยวกับนิยายที่อ่านได้ในทันที ทำให้นิยายบนโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นเป็นที่นิยม

นอกจากนี้ ผู้เขียนนิยายประเภทนี้มักเขียนด้วยภาษาง่ายๆ เหมือนกับการ Chat แม้หลายคนจะมองว่านิยายประเภทนี้ไม่ใช่เพราะไม่มีการใช้ภาษาที่สละสลวย บ้างก็วิจารณ์ว่าเป็นงานเขียนของวัยรุ่นที่ไม่ค่อยได้อ่านหนังสือ แต่ด้วยการใช้ภาษาเช่นนี้ประกอบกับเรื่องราวที่มักสร้างจากประสบการณ์ตรงของผู้เขียน ทำให้ผู้อ่านรู้สึกเหมือนที่อ่านนั้นเป็นเรื่องจริงและเข้าถึงเรื่องราวที่อ่านได้ง่าย

4.2.4 โทรศัพท์เคลื่อนที่กับอาชญากรรม

โทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งสะท้อนความรู้สึกที่มีต่อสังคมของผู้ก่ออาชญากรรม ตัวอย่างที่โด่งดังก็คือการโพสต์ข้อความเกี่ยวกับความรู้สึกอันตันใจของเขาที่มีต่อครอบครัวและสังคมญี่ปุ่น รวมถึงแผนการก่ออาชญากรรมล่วงหน้าบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของโทโมฮิโระคาโตะผู้ก่อคดีสังหารหมู่ที่อากิฮาบาระ และหลังเกิดคดีนี้ขึ้นเพียง 3 สัปดาห์มีคนร้ายถูกจับกุมจากการเขียนประกาศเกี่ยวกับการก่อคดีต่างๆ ถึง 30 ราย จากเดิมที่เดือนหนึ่งมีเพียง 1-2 คดี ปัจจุบันกรมตำรวจมีสายด่วนเพื่อแจ้งเหตุที่อาจเกิดหลังจากการโพสต์ข้อความแผนการก่ออาชญากรรมบนเว็บไซต์ แต่ก็ยากที่จะแยกว่าเรื่องใดเป็นเรื่องจริงหรือเรื่องสมมติ

นอกจากนี้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งเป็นเครื่องมือในการก่ออาชญากรรมที่แพร่หลาย จากสถิติของกรม

สำรวจญี่ปุ่น ผู้เสียหายจากการใช้เว็บบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในญี่ปุ่นนั้นสูงขึ้นเรื่อยๆ ในครั้งแรกของปี 2009 จำนวนผู้เสียหายในคดีเด็กและเยาวชนนั้นเพิ่มขึ้นเป็น 545 ราย จาก 388 รายในปี 2008 ตลอดทั้งปี ส่วนใหญ่เป็นเว็บไซต์ที่เรียกว่า Prof (プロフ-Purofu) หรือที่ย่อมาจากคำในภาษาอังกฤษว่า Profile ซึ่งเป็นเว็บไซต์สำหรับเขียนแนะนำตัวในโลกออนไลน์ และเว็บไซต์ที่เรียกว่า Deai-kei (出会い系) หรือเว็บไซต์จับคู่

ไม่เพียงเท่านั้น จากแบบสอบถามเกี่ยวกับ “ปัญหาและอาชญากรรมที่เกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่” ในปี 2008 พบว่า 1 ใน 3 ของผู้เคยมีประสบการณ์ปัญหาหรืออาชญากรรมจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ 90% คิดว่าปัญหาและอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นเพิ่มมากขึ้น

อย่างไรก็ดี หากมองย้อนกลับไปยังปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เช่นการทำอนาจาร การกลั่นแกล้ง ฯลฯ นั้นเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมญี่ปุ่นมานานนับหลายสิบปี แต่เมื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่เริ่มแพร่หลายมากขึ้น โทรศัพท์จึงกลายเป็นหนทางใหม่ในการก่ออาชญากรรมต่าง ๆ

4.2.5 โทรศัพท์เคลื่อนที่กับการทำงาน

โทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นเข้ามามีบทบาทในด้านการทำงานของคนญี่ปุ่นตั้งแต่ก่อนการปฏิวัติเทคโนโลยีฯ ทั้งนี้ก็เพราะกลุ่มผู้ใช้หลักของโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงแรกก็คือคนรักธุรกิจ

นิตยสาร WEEKS ฉบับเดือนมิถุนายน 1990 มองว่า โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็น “อาวุธที่ขาดไม่ได้ในการทำธุรกิจ” และการมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้ผู้ใช้ไม่ต้องพลาดโอกาสในการติดต่อธุรกิจสำคัญกับลูกค้าและช่วยให้การทำธุรกิจเป็นไปได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น

ในปัจจุบัน โทรศัพท์เคลื่อนที่ยังคงมีบทบาทสำคัญในชีวิตการทำงาน ตัวอย่างที่น่าสนใจคือการนำ

โทรศัพท์เคลื่อนที่มาใช้ในการทำงานทางไกล (Telework) ซึ่งเป็นการทำงานโดยใช้คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก และโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานกับออฟฟิศ โดยพนักงานจะไม่ได้มานั่งรวมตัวกันและทำงานอยู่ออฟฟิศแต่อาจทำงานอยู่ที่บ้านหรือที่อื่น ๆ

ตัวอย่างของบริษัทที่นำ Telework มาใช้จริงได้แก่ บริษัท IBM Japan ได้นำเอาฟังก์ชันเชื่อมต่อโทรศัพท์เคลื่อนที่กับเครื่องคอมพิวเตอร์ภายในมาใช้เพื่อให้พนักงานสามารถรับส่งเมลภายในบริษัท ใช้อินเทอร์เน็ต และ Scheduler ได้ง่ายขึ้นโดยร่วมมือกับบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งผลจากการนำเอา Telework มาใช้จริงนั้นทำให้พนักงาน

- มีเวลาต้อนรับลูกค้าเพิ่มขึ้น
- พนักงาน 70% รู้สึกว่ามีอิสระในเรื่องเวลาและสถานที่มากขึ้น

- พนักงาน 50% มองว่าการสื่อสารในบริษัทคล่องตัวมากขึ้น

แนวโน้มที่บริษัทต่างๆ จะนำรูปแบบการทำงานทางไกลมาใช้เพิ่มขึ้นจากการสำรวจเกี่ยวกับ Telework ในเดือนกันยายน ปี 2010 พบว่าจำนวนบริษัทที่ใช้ระบบคอมพิวเตอร์ภายในบริษัท เชื่อมต่อกับอุปกรณ์เคลื่อนที่ อาทิ โทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ Notebook และ Smartphone มีจำนวนถึง 32.1% และบริษัทที่บอกว่า “กำลังอยู่ในการพิจารณา” นั้นมี 50.3% หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือบริษัทมากกว่า 80% มีความสนใจที่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานไปสู่ Telework มากขึ้น

ประโยชน์ของ Telework ก็คือช่วยลดค่าใช้จ่ายของบริษัทในเรื่องของค่าเดินทางของพนักงาน รวมถึงช่วยให้สามารถย่อขนาดของออฟฟิศให้เล็กลงขณะที่พนักงานก็มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นเนื่องจากสามารถจัดสรรเวลาเพื่อตนเองได้มากขึ้น

เดิมที่การทำงานหนักของคนญี่ปุ่นทำให้แรงงานญี่ปุ่นต้องประสบปัญหาต่างๆ อาทิ ปัญหาความสัมพันธ์ในครอบครัว เป็นต้น ในปี 2006 จากรายงานของกระทรวงสุขภาพ อัตราการหย่าร้างของคนญี่ปุ่นเพิ่มจำนวนขึ้นไปถึง 26.5% ในเวลาเพียง 10 ปี นอกจากนี้ จำนวนคู่สามีภรรยาที่หย่าร้างหลังแต่งงานมา 20 ปีมีถึง 42,000 คู่ในปี 2004 เพิ่มขึ้นเท่าตัวจากปี 1985

ไม่เพียงเท่านั้น โทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งมีประโยชน์ต่อกลุ่มคนที่เรียกว่า Lost Generation² ซึ่งต้องใช้ชีวิตอย่างไร้อนาคต เนื่องจากเรียนจบมาในช่วงที่เศรษฐกิจตกต่ำจึงไม่สามารถหางานประจำทำได้ และต้องจำยอมที่จะต้องมาทำงานเป็นแรงงานชั่วคราวเพื่อรอวันที่จะได้บรรจุเป็นพนักงานประจำ จำนวน Lost Generation ในญี่ปุ่น ปี 2007 นั้นมีอยู่ถึง 3.3 ล้านคนเพิ่มจากเมื่อสิบปีก่อนเป็นเท่าตัว

ข้อดีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีต่อคนกลุ่มนี้คือเป็นเครื่องมือรับงานชั่วคราวจากบริษัทที่เรียกว่า Haken³ ซึ่งติดต่อแรงงานโดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อนัดวันเวลาและสถานที่ในการทำงาน เมื่อมีงานบริษัทจะส่งข้อความมาทางโทรศัพท์ หากแรงงานตกลงก็ให้ไปตามวันเวลาและสถานที่ที่ตกลงกันและสามารถรับเงินได้ทันทีเมื่อจบงาน แม้ว่าจะเป็นงานที่ไม่แน่นอนและมีรายได้เพียงเล็กน้อย แต่ก็ช่วยให้คนกลุ่มนี้สามารถดำรงชีวิตอยู่ต่อไปได้ในสังคมญี่ปุ่น

4.2.6 โทรศัพท์เคลื่อนที่กับการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

แม้โทรศัพท์เคลื่อนที่จะเข้ามาช่วยลดให้การใช้ชีวิตของกลุ่มคนอย่าง Lost Generation ดีขึ้น แต่ช่องว่างในสังคมญี่ปุ่นกลับยังคงมีอยู่

โทรศัพท์เคลื่อนที่เข้ามาลดปัญหาความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ (Digital Divide) ซึ่งเดิมทีนั้นมีค่อนข้างมากก่อนทศวรรษที่ 2000 อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่ญี่ปุ่นต้องเผชิญต่อมาก็คือความเหลื่อมล้ำของสารสนเทศซึ่งเกิดจากความเหลื่อมล้ำทางรายได้

ทั้งนี้ ความเหลื่อมล้ำของสารสนเทศ (Information Divide) จากแนวคิดของ Soraj (2007) มองว่าในโลกปัจจุบันนั้นความรู้และข้อมูลข่าวสารเป็นตัวแปรสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ แต่ประเทศที่เป็นผู้กำหนดรู้เหล่านี้อยู่ในมือคือประเทศตะวันตก และเมื่อประเทศเหล่านี้นำความรู้ดังกล่าวไปใช้พัฒนาเศรษฐกิจ ก็จะมีเงินทุนหมุนเวียนกลับเข้ามาเพื่อใช้นำมาศึกษาวิจัยเพิ่มพูนความรู้นั้นต่อไป ในขณะที่ประเทศอื่นๆ นั้นกลับต้องสูญเสียโอกาสเหล่านั้น เพราะไม่สามารถที่จะสร้างความรู้ด้วยตนเองได้

หากเปรียบเทียบกับสถานการณ์ในประเทศญี่ปุ่นตอนนี้ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือความเหลื่อมล้ำระหว่างผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านคอมพิวเตอร์หรือ Smartphone นั้นมีโอกาสที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารได้มากกว่าและรวดเร็วกว่าผู้ใช้แค่โทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงอย่างเดียว

จากการสำรวจเกี่ยวกับแนวโน้มการใช้โทรคมนาคมของกระทรวงการจัดการสาธารณะครัวเรือน การไปรษณีย์ และโทรคมนาคม ปี 2009 (ตารางที่ 2) พบว่าอัตราส่วนของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่และคอมพิวเตอร์โดยจัดแบ่งตามรายได้ พบว่ายิ่งรายได้สูงขึ้นอัตราส่วนของผู้ใช้เทคโนโลยีทั้งสองก็จะเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ อย่างไรก็ตาม อัตราส่วนของการใช้

² คนรุ่นที่โตขึ้นมาและเรียนจบในช่วงที่ญี่ปุ่นประสบปัญหาเศรษฐกิจ ส่วนใหญ่เป็นคนที่เกิดในช่วง ค.ศ. 1972-1982 (ปีโชวะ ที่ 47-57)

³ Haken เป็นบริษัทให้บริการรับช่วงจัดหาและจ้างพนักงาน

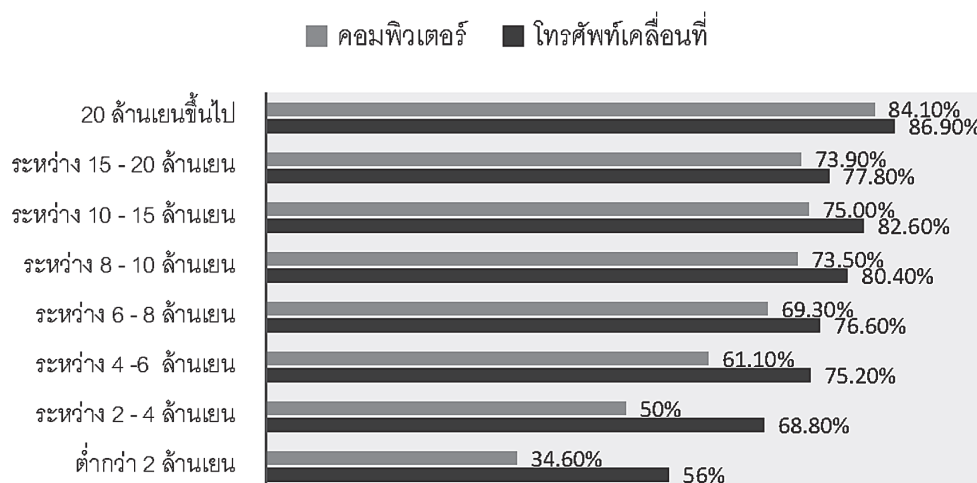
คอมพิวเตอร์ระหว่างผู้มีรายได้น้อยกับรายได้สูงนั้นแตกต่างกันมากเมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัญหาสำคัญของญี่ปุ่นในขณะนี้ไม่ใช่เรื่องความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศแต่เพียงอย่างเดียว แต่อีกปัญหาหนึ่งคือความรู้เท่าทันโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือ Mobile Literacy ซึ่งก็คือ

ความสามารถที่จะใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการค้นหาข้อมูลข่าวสารได้อย่างเป็นประโยชน์มากนักน้อยเพียงใด

ปัจจุบันปัญหา Mobile Literacy นั้นเกิดขึ้นจากความเหลื่อมล้ำของรายได้และการศึกษา ผู้มีรายได้ต่ำหรือการศึกษาน้อยมักใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการเล่นเกมส์ หรือดาวน์โหลดเสียงรอสายมากกว่าที่จะใช้ในการค้นหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับตน

แผนภูมิที่ 2 อัตราการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือคอมพิวเตอร์ (แบ่งตามรายได้ต่อปีของครัวเรือน)



ที่มา: การสำรวจเกี่ยวกับแนวโน้มการใช้โทรคมนาคมของกระทรวงการจัดการสาธารณะ ครัวเรือน การประชณีย์ และโทรคมนาคม ปี 2009

นอกจากนี้ ในปี ค.ศ. 2007 ญี่ปุ่นยังมีค่าดัชนีโอกาสทางดิจิทัล⁴ สูงเป็นอันดับ 2 รองจากเกาหลีใต้

⁴ ดัชนีโอกาสทางดิจิทัล (Digital Opportunity Index-DOI) เป็นตัวชี้วัดการเป็นสังคมข้อมูลข่าวสารซึ่งจัดทำขึ้นโดยสหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU)

ตารางที่ 1 ดัชนีโอกาสทางดิจิทัล (2007)

อันดับ	ประเทศ	DOI
1.	เกาหลีใต้	0.8
2.	ญี่ปุ่น	0.77
3.	เดนมาร์ก	0.76
4.	ไอซ์แลนด์	0.74
5.	สิงคโปร์	0.72
6.	เนเธอร์แลนด์	0.71
7.	ไต้หวัน	0.71
8.	ฮ่องกง	0.7
9.	สวีเดน	0.7
10.	อังกฤษ	0.69

ที่มา: ITU

ฉะนั้น ญี่ปุ่นกลับมีสัดส่วนการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร⁵ เพียงแค่ 42.3% เท่านั้น ซึ่งต่ำกว่าประเทศพัฒนาแล้วหลายประเทศ สิ่งนี้ส่งผลให้แม้ว่าญี่ปุ่นจะสามารถพัฒนาเทคโนโลยีได้ดีเลิศเพียงใดแต่เทคโนโลยีนั้นก็กลับยังไม่ได้อธิปไตยแก่ประเทศตามที่คาดหวังได้

5. สรุป

การปฏิวัติเทคโนโลยีการสื่อสารนั้นก็เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางเศรษฐกิจในโลกซึ่งกำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่เศรษฐกิจใหม่ ในการปฏิวัติครั้งนี้เทคโนโลยีหนึ่งที่สำคัญก็คือโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่แพร่หลายไปทั่วญี่ปุ่น ฟังก์ชันต่างๆ ของโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉพาะการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตนั้นทำให้สังคมญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงไปในหลายด้าน แต่โดยสรุปแล้วก็คือสังคมญี่ปุ่นกำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคม Ubiquitous หรือสังคมที่ไม่ว่าใครก็สามารถที่จะเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้ทุกที่ทุกเวลา กระนั้น ปัญหาสำคัญที่ญี่ปุ่นจำเป็นต้องแก้ไขต่อไปก็คือลดช่องว่างทางด้านเศรษฐกิจที่เรื้อรังมาตั้งแต่ช่วงทศวรรษที่ 1990 เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้ประชาชนญี่ปุ่นทั่วประเทศสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้เท่าเทียมกัน รวมถึงการส่งเสริมให้ประชาชนนำสารสนเทศที่ได้จากเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ชีวิตสูงสุด

⁵ พิจารณาการนำเทคโนโลยีไปใช้ใน 10 สาขาสำคัญได้แก่ 1) การแพทย์และสาธารณสุข 2) การศึกษาและพัฒนาบุคลากร 3) การจ้างงานและการทำงาน 4) บริการของภาครัฐ 5) การบริหารธุรกิจหรือองค์กร 6) การคมนาคมและโลจิสติก 7) ศิลปะวัฒนธรรม 8) การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 9) การรักษาความปลอดภัย 10) พลังงานและสิ่งแวดล้อม

References

- Akiko Takahashi. (2008). *The emotion of Keitai Net Generation*. Retrieved September 23, 2010 from Mycom Journal website: <http://journal.mycom.co.jp/series/mobilecom/002/index.html> (in Japanese)
- Ezeala-Harrison, Fidelis. (1999). *Theory and policy of international competitiveness*. USA: Praeger
- Info Quest. (2010). *Chin Passes Japan to Become No. 2 Economy after Japan's GDP growth was unexpected low*. Retrieved September 25, 2010 from <http://www.ryt9.com/s/iq03/963594>
- K-tai Watch. (2009). *Smartphone Usage is expanding, according to K-tai White Paper 2010*. Retrieved October 23, 2010 from K-tai Watch website: http://k-tai.impress.co.jp/docs/news/20091125_331190.html
- Manuel Castells. (2004). The information city, the new economy, and the network society. *The Information Society Reader*. in Frank Webster (Eds). London: Routledge, p. 153.
- MIC. (1999). *Telecommunication White Paper 2000*. Retrieved September 23, 2010 from Ministry of Internal Affairs and Communications website: http://www.soumu.go.jp/joh_otsus-intokei/whitepaper/ja/h11/index.html (in Japanese)
- Mizuko Ito. (2003). *A New Set of Social Rules for a Newly Wireless Society*. Retrieved September 23, 2010 from Japan Media Review website: <http://www.ojr.org/japan/wireless/1043770650.php>
- NHK Broadcasting Culture Research Center. (2008) *Media, Family, Generation, and Modern Society*. Tokyo: Shinyosha (in Japanese)
- Soraj Hongladarom. (2007). *Information Divide, Information Flow and Global Justice (Abstract of paper)*. Retrieved October 1, 2010 from Center for Ethics of Science and Technology, Faculty of Arts, Chulalongkorn University Website: http://www.stc.arts.chula.ac.th/Publications/files/Flow_of_Info.pdf
- Tadao Umesao. (1999). *Joho no bunmeigaku*. Tokyo: Chuokoronsha (in Japanese)
- Takuo Imagawa. (2009). *Does the economy recession make the information divide become more severe? The new situation of internet usage by income and ages*. Retrieved September 23, 2010 from Nikkei Online website: <http://it.nikkei.co.jp/internet/special/ict.aspx?n=MMIT2I000013042009> (in Japanese)