

ก้าวต่อไปของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน

กาญจนา แก้วเทพ

มี.ค. 2548

บทนำ

ข้อเขียนชิ้นนี้จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเรื่องอดีต ปัจจุบัน และอนาคตของ "การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน/สังคมไทย" โดยที่ในการเหลียวหลังไปดูอดีตและส่องมองปัจจุบันนั้น ผู้เขียนมิได้มีท่าทีที่ "เหยียดหยาม" อดีต พร้อมกับ "ยกย่อง" ปัจจุบัน รวมทั้ง "เพื่อฝัน" ต่ออนาคต เพราะผู้เขียนเชื่อว่าหากใช้ท่วงทำนองดังกล่าว เมื่อเรากระทำต่อบรรพบุรุษทางวิชาการไว้เช่นไร เราก็จะถูกระทำเช่นนั้นจากลูกหลาน

อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนก็จะไม่ได้ตื่นเกาะติดอยู่กับอดีตเช่นเดียวกัน เนื่องจากผู้เขียนมีความเชื่อว่า เมื่อสายน้ำไหลไป กระแสความคิดก็ต้องปรับเปลี่ยนไปให้เข้ากับสภาพความเป็นจริงไปด้วยความคิดที่มีคุณภาพในยุคสมัยหนึ่ง ๆ เมื่อกาลเวลาเปลี่ยนแปลงไป ความคิดเดิมนั้นก็ต้องพัฒนาตัวเองหรืออาจจะต้องหลีกเลี่ยงให้แก่แนวความคิดใหม่ๆ

และสำหรับเนื้อหาในส่วนแรกเลยนี้ ผู้เขียนอยากจะนำเสนอว่า ในขณะที่เรามองเห็นปรากฏการณ์ของการพัฒนาหรือการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่มาปรากฏแก่สายตา ส่วนของ "ปรากฏการณ์นี้จะเปรียบเสมือนข้อความที่ปรากฏตัวอยู่หน้าจอคอมพิวเตอร์ หากทว่า เราจะเข้าใจปรากฏการณ์นั้นได้ดีขึ้นเมื่อเราเจาะลงไปดูเบื้องหลังที่เป็น "ตัว software" ซึ่งในภาษาทั่วไปอาจเรียกว่า "กรอบวิธีคิด" และในภาษาวិชาการเรียกว่า "ทฤษฎีที่อยู่เบื้องหลัง" ฉะนั้น ผู้เขียนจะขอแนะนำเนื้อหาถึงระดับขั้นของ "software/หรือทฤษฎีเบื้องหลัง" ด้วย

ในส่วนสุดท้ายซึ่งเป็นรายการ "แลไปข้างหน้าของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน/สังคมไทย" เนื่องจากในช่วงระยะปีพ.ศ.2544-2547 ผู้เขียนได้มีโอกาสทำหน้าที่เป็นทีมประสานงานโครงการวิจัยชุด "การสื่อสารเพื่อชุมชน" ระยะที่สอง อันเป็นชุดโครงการที่มีงานวิจัยย่อยอยู่ 30 โครงการย่อย และได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ชุดโครงการวิจัยนี้เป็นการดำเนินการที่ต่อเนื่องมาจากระยะแรก ซึ่งผู้เขียนได้ทำการทบทวนประมวลองค์ความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อพัฒนาในรอบ 2 ทศวรรษ (พ.ศ.2520-2540)^{*} เพื่อส่ง

*สนใจโปรดดู กาญจนา แก้วเทพ สื่อเพื่อชุมชน : การประมวลองค์ความรู้ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) 2548.

บทความนี้จัดพิมพ์อยู่ในหนังสือชื่อ กาญจนา แก้วเทพ ก้าวต่อไปของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) 2548.

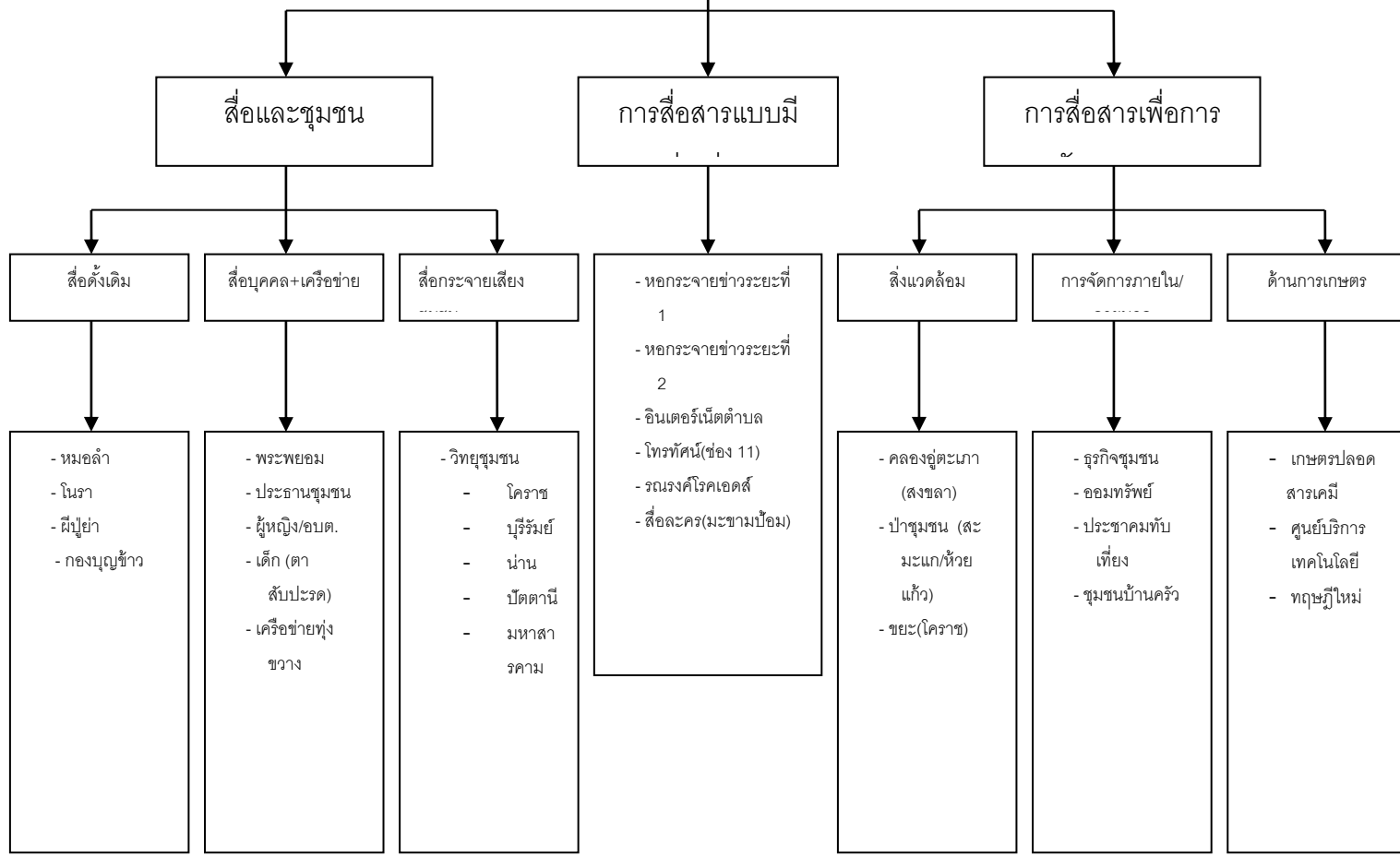
มองให้เห็นภาพว่า การศึกษาในเรื่องนี้ได้ก้าวมาถึงไหนแล้ว ซึ่งเสมือนการเฟื่องพินิจว่าการร่อยสลายใช้ทางวิชาการนั้นมีมากน้อยแค่ไหนแล้ว และในอนาคตทิศทางการวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาควรจะเป็นอย่างไร และยังมีข้อชี้แนะบ้างที่ยังขาดหายไป

ดังนั้น งานวิจัยทั้ง 30 โครงการย่อยในชุดโครงการ "การสื่อสารเพื่อชุมชน" นี้จึงเป็นการทดลองก้าวแรกในการขานรับผลงานประมวลงค์ความรู้จากโครงการในระยะแรก ซึ่งอาจถือว่าเป็น "การลองทำดูว่าหนูทำได้" ซึ่งสร้างความมั่นใจให้แก่ประชาคมวิชาการด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน/สังคมไทยว่า เมื่อเราได้เริ่มต้นคิดใหม่แล้ว ในขั้นต่อมาเราได้เริ่มออกปากพูดอะไรใหม่บ้าง ในท้ายที่สุด เราก็ยังสามารถจะทำแบบใหม่ๆ ได้อีกด้วย

ในงานเขียนชิ้นนี้ ผู้เขียนจึงจะยกตัวอย่างข้อค้นพบจากผลงานวิจัยทั้ง 30 โครงการย่อยในชุดโครงการ "การสื่อสารเพื่อชุมชน" มานำเสนอที่นี่ เพื่อให้ผู้อ่านที่สนใจได้ "ลองชิม" งานวิจัยที่น่าจะเป็นอนาคตของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในสังคมไทยต่อไป

โครงการวิจัยชุด “การสื่อสารเพื่อชุมชน”

30 โครงการ



งานวิจัยในชุดโครงการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อชุมชน” นี้ ประกอบด้วยงานวิจัยย่อย ๆ จำนวน 30 โครงการ ดำเนินการในช่วงปี พ.ศ.2544 – พ.ศ. 2547

สำหรับคำว่า “การสื่อสาร” ที่ครอบคลุมในชุดโครงการนั้นจะหมายถึงความรวมถึง “สื่อทุกประเภท” ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อพื้นบ้าน แม้แต่ประเพณีพิธีกรรม และเป็นการสื่อสารที่ถูกนำมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชุมชนในมิติต่าง ๆ เช่น ด้านการออมทรัพย์ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการเสริมศักดิ์ศรีของชุมชน ด้านการเกษตร ด้านการรักษาสิทธิในชีวิตของชุมชน ฯลฯ แต่ไม่ว่าจะมีความแตกต่างหลากหลายเพียงใด จุดที่เป็นจุดร่วมของทุกชุดโครงการก็คือ การใช้กระบวนการด้านสื่อสาร คือ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม(participatory communication) และมีแนวทางแบบคู่ขนาน คือ ในด้านหนึ่งมีการนำการสื่อสารมาใช้ในการพัฒนา และในอีกด้านหนึ่งก็มีการพัฒนาตัวการสื่อสารนั้นไปด้วย

จากโครงการวิจัยทั้ง 30 ชุด สามารถจัดกลุ่มการวิจัยโดยใช้เกณฑ์ต่าง ๆ แยกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

- (1) กลุ่มสื่อและชุมชน เป็นการจัดกลุ่มโดยใช้ “ประเภทของสื่อ” เป็นเกณฑ์ ซึ่งทำให้แยกย่อยออกได้เป็น 3 กลุ่มย่อย คือ
 - (1.1) กลุ่มสื่อดั้งเดิมหรือสื่อพื้นบ้าน
 - (1.2) กลุ่มสื่อบุคคลและเครือข่าย
 - (1.3) กลุ่มสื่อกระจายเสียงชุมชน ได้แก่ กลุ่มวิทยุชุมชน
- (2) กลุ่มการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม งานวิจัยกลุ่มนี้ศึกษาโดยใช้การสื่อสารรูปแบบที่หลากหลาย เช่น หอกระจายข่าวจนถึงสื่อละคร แต่ทว่ามีจุดเน้นที่สำคัญ คือ การใช้แนวคิดเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” เป็นเกณฑ์สำคัญในการเข้าสู่ปัญหาการวิจัย
- (3) กลุ่มการสื่อสารเพื่อการจัดการชุมชน งานวิจัยกลุ่มนี้จัดโดยใช้เกณฑ์เรื่อง “เป้าหมาย/วัตถุประสงค์” ของการสื่อสารเป็นสำคัญ คือ การนำเอาการสื่อสารไปจัดการปัญหาต่าง ๆ ของชุมชน ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ประเด็น คือ
 - (3.1) การสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม
 - (3.2) การสื่อสารเพื่อการจัดการทรัพยากรทั้งจากภายใน/ ภายนอกชุมชน
 - (3.3) การสื่อสารเพื่อจัดการด้านเกษตร

ส่วนรายละเอียดของงานวิจัยในแต่ละกลุ่มมีพอสังเขปดังนี้

(1) กลุ่มสื่อและชุมชน มี 3 กลุ่มย่อย

(1.1) กลุ่มสื่อดั้งเดิมหรือสื่อพื้นบ้าน ประกอบด้วยงานวิจัย 4 ชิ้นกระจายตามภูมิภาค (ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของสื่อพื้นบ้าน) คือ โนราเป็นของภาคใต้ หมอลำเป็นของภาคอีสาน พิธีไหว้ผีปู่ยาเป็นของภาคเหนือ เครือข่ายกองทุนข้าวเป็นของชาวเขาเผ่าปกากะญอ

สำหรับสถานภาพของสื่อพื้นบ้านทั้ง 4 นั้น สื่อโนราและหมอลำเป็นสื่อขนาดใหญ่และอยู่คู่กับชุมชนมาเป็นเวลายาวนาน จึงไม่พบกับปัญหาเรื่องการสูญหาย แต่อาจจะพบปัญหาเรื่อง “การกลายพันธุ์” กล่าวคือ ดำรงอยู่แต่ไม่ได้ทำหน้าที่เป็นสื่อของชุมชนโดยชุมชน และเพื่อชุมชน ในขณะที่ผีปู่ยาซึ่งเป็นสื่อประเภทพิธีกรรมนั้นกำลังจะร่วงโรยลับหายไป และคณะวิจัยได้เข้าร่วมฟื้นฟูหรือฟื้นขึ้นมา ในกรณีของเครือข่ายกองทุนข้าว นั้นเป็นสื่อพื้นบ้านที่เพิ่งสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ในไม่กี่สิบปีมานี้ โดยใช้ต้นทุนทางสังคมทั้งแบบเก่าและแบบใหม่มาเป็นวัตถุดิบประกอบสร้างขึ้น

(1.2) กลุ่มสื่อบุคคลและเครือข่าย สื่อบุคคลที่งานวิจัยทั้ง 5 ชิ้น เลือกรับมาศึกษาประกอบด้วยบุคคล 2 ชนิด คือ ผู้ที่มีความสามารถด้านการสื่อสารสูง ซึ่งมีงานวิจัยอยู่ 2 ชิ้น คือ งานศึกษาความสามารถด้านการสื่อสารของพระพยอม อันเป็นสื่อบุคคลทางธรรม และงานศึกษา “ประธานชุมชนบ้านคลองเจริญ จ.อุดรธานี” อันเป็นสื่อบุคคลทางโลก

ส่วนงานวิจัยอีก 2 ชิ้น เป็นกลุ่มผู้ด้อยโอกาสทางการสื่อสาร คือ งานวิจัยกลุ่มผู้หญิงทั้งที่เป็นผู้นำระดับท้องถิ่น (อบต./ ผู้ใหญ่บ้าน) และกลุ่มผู้หญิงทั่วไปใน จ. เชียงใหม่ เพื่อแสวงหาช่องทางว่า การสื่อสารจะเข้าไปมีบทบาทในการเสริมความแข็งแกร่งให้สตรีเหล่านี้ได้อย่างไร

กลุ่มผู้ด้อยโอกาสทางการสื่อสารอีกกลุ่มหนึ่ง คือ กลุ่มเด็ก ซึ่งมักจะถูกรับรู้ว่าเป็นกลุ่มผู้อ่อนแอ เป็นผู้รับสารอย่างตั้งรับ แต่ในงานวิจัยเรื่อง เครือข่าย ขบวนการตา สับประรดจะพลิกมุมมองให้เห็นโอกาสที่เด็ก ๆ 3,000 คนทั่วประเทศ จะใช้สิทธิในการเป็นผู้ส่งสารได้อย่างไร

ในขณะที่ในงานวิจัยเรื่องขบวนการตา สับประรดนั้น นักวิจัยจะตั้งใจพิเคราะห์ว่าการสื่อสารได้เข้าไปมีบทบาทในการก่อร่าง การพัฒนาและการธำรงรักษาเครือข่ายได้อย่างไรนั้น ในงานวิจัยเรื่องเครือข่ายทุ่งขวาง จ.ชลบุรี ก็ได้สาธิตวิธีการศึกษาวิจัยเครือข่าย เพื่อมองมิติการสื่อสารรวมทั้งหน้าที่ต่าง ๆ ของเครือข่ายที่มีต่อการดำรงอยู่ของชุมชน

- (1.3) กลุ่มสื่อกระจายเสียง เนื่องจากในช่วงระยะเวลาที่เกิดโครงการชุดนี้ (พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2548) กำลังเป็นช่วงที่วิทยุชุมชนในรูปแบบและเนื้อหาที่แตกต่างหลากหลาย กำลังแตกตัวขึ้นตามที่ตั้งต่าง ๆ อย่างชุกชุมราวกับดอกเห็ดในหน้าฝน เนื่องจากสิทธิในการเป็นเจ้าของสื่อกระจายเสียงนี้เป็นประวัติศาสตร์หน้าใหม่เอี่ยมล่าสุดของชุมชนไทย กระบวนการในการใช้สิทธินี้จึงคงจะต้องเดินทางไกลกันอีกยาวนาน ดังนั้นจึงมีชุดโครงการวิจัยที่ศึกษาวิทยุชุมชนถึง 4 โครงการ ครอบคลุมพื้นที่ใน 5 จังหวัด คือ นครราชสีมา บุรีรัมย์ มหาสารคาม น่าน และปัตตานี
- (2) กลุ่มการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม งานวิจัยในกลุ่มนี้ จะเน้นแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมในสื่อประเภทต่าง ๆ นับตั้งแต่สื่อเล็ก ๆ ระดับชุมชน เช่น หอกระจายข่าว ซึ่งโดยองค์ประกอบต่าง ๆ แล้ว ล้วนมีความเหมาะสมที่จะเป็นสื่อชุมชน แต่กระนั้น คณะวิจัยหอกระจายข่าวจาก จ.ชุมพร ก็พบว่า สื่อหอกระจายข่าว ที่มีอยู่ 70,000 กว่าแห่งทั่วทุกหมู่บ้านในประเทศไทย มีการใช้งานอย่างเป็นจริงและเต็มศักยภาพน้อยมาก มูลเหตุสำคัญก็คือ “การขาดการมีส่วนร่วมในสื่อของชุมชน” นั่นเอง
- ส่วนสื่ออินเทอร์เน็ตตำบลที่มีเส้นทางเดินเช่นเดียวกับหอกระจายข่าว คือ มีการทุ่มเทการกระจาย hardware แบบปูพรมลงไปที่ชุมชน แต่ในขณะที่ความซับซ้อนเชิงเทคนิคของสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นมีมากมายกว่าหอกระจายข่าวหลายพันเท่า ดังนั้นชะตากรรมของสื่ออินเทอร์เน็ตในฐานะสื่อชุมชนจึงมีที่ท่าว่าจะแท้งก่อนคลอด นักวิจัยจาก จ.สุรินทร์จึงได้พยายามที่จะใช้แนวคิดเรื่อง “การสื่อสารแบบให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในสื่อ” เข้ามากอบกู้สถานการณ์
- สำหรับสื่อขนาดใหญ่ที่มีความซับซ้อนทั้งทางเทคนิค ยิ่งใหญ่ทั้งด้านงบประมาณ/ เศรษฐกิจ/ ธุรกิจ และรุ่งเรืองในด้านกฎหมาย-การเมือง เช่น สื่อโทรทัศน์นั้น คุณลักษณะเหล่านี้ ทำให้โอกาสที่ประชาชนจะเข้าไปมีส่วนร่วมในสื่อนั้นมีเพียงแสงริบหรี่ แม้กระนั้นนักวิจัยที่เป็นพนักงานในสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ที่ จ.พิษณุโลก ก็ยังอยากจะขอลองแสวงหาเส้นทางสำรวจเส้นใหม่
- งานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งเลือกรูปแบบการสื่อสารซึ่งเป็นที่นิยมกันมากในสังคมไทย คือ การรณรงค์ ซึ่งคณะวิจัยเชื่อว่า หากจะใช้รูปแบบการสื่อสารนี้ให้ยาวนานยั่งยืน ก็ต้องทำคล้ายกรรมผ่าตัดเรื่องการรณรงค์ที่เคยทำระดับชาติให้เป็นการรณรงค์ระดับท้องถิ่น (local campaign) และต้องให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการรณรงค์อย่างเต็มที่
- สื่ออีกประเภทหนึ่งซึ่งเป็น “สื่อนอกสายตา” เรื่องการพัฒนาคือสื่อละคร ซึ่งเป็นสื่อ

ที่มีมิติด้านสุนทรียะ เล่นกับเรื่องอารมณ์ความรู้สึก คณะวิจัยละครมะขามป้อมซึ่งเป็นกลุ่มละครเพื่อการพัฒนาที่มีแนวคิดหลัก คือ การมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการละคร ทั้งกระบวนการ ได้วิจัยทั้งทบทวนประวัติการทำงานนับ 20 กว่าปีของตนเอง และทั้งทดลองที่จะใช้ “ละครปั้นเยาวชน” เพื่อติดตั้งสื่อบุคคลอย่างถาวรให้แก่ท้องถิ่น

(3) กลุ่มการสื่อสารเพื่อการจัดการชุมชน เป็นกลุ่มงานวิจัยที่เน้นเรื่องเป้าหมายของการใช้ประโยชน์จากการสื่อสาร ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มย่อย คือ

(3.1) การสื่อสารเพื่อจัดการสิ่งแวดล้อม มีเรื่องสิ่งแวดล้อมอยู่ 2 เรื่อง คือ เรื่องแม่น้ำลำคลอง ซึ่งเป็นงานวิจัยคลองอู่ตะเภา จ.สงขลาที่มีความยาวร้อยละเก้าสิบเมตรและเคยมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อชีวิตของชุมชน 60 กว่าหมู่บ้าน แต่เดิมคลองนี้เคยมีเครือข่ายการสื่อสารรูปแบบต่างๆ อำนวยรักษาคลองอยู่ แต่เมื่อสภาพการณ์เปลี่ยนไป เครือข่ายเก่าก็สูญสลายไป

อีกประเด็นหนึ่งที่เป็นประเด็นขัดแย้งเสมอในการรับรู้ของสังคม ก็คือ ประเด็นเรื่องป่าชุมชนที่ยังไม่สิ้นสุดในระดับกฎหมาย มีงานวิจัยที่เกี่ยวกับป่าชุมชนอยู่ 2 ชิ้น คือ ป่าชุมชนห้วยแก้ว จ.เชียงใหม่ ที่เป็นป่าชุมชนแห่งแรกซึ่งผ่านความขัดแย้งระดับคอขาดบาดตาย และป่าชุมชนสะมะแก จ.กาญจนบุรี งานวิจัยได้แสดงให้เห็นว่า จะนำเอาการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เข้าไปจัดการกับความขัดแย้งในทุกระดับและทุกประเภทในเรื่องป่าชุมชนได้อย่างไร

และงานชิ้นสุดท้ายเป็นการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น คือ ปัญหาขยะ คณะวิจัยเลือกหมู่บ้านซึ่งเป็นทั้งขยะของทั้ง อำเภอปากช่อง ซึ่งสร้างความเดือดร้อนให้แก่ชีวิตชาวบ้านที่อยู่ในชุมชนอย่างมหาศาล หากแต่ชุมชนไม่กล้าเคลื่อนไหวแก้ปัญหาเพราะความไม่มั่นคงในสิทธิพื้นที่อยู่อาศัย (เป็นที่ดินเช่าของทหาร) คณะวิจัยได้เข้าไปใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ด้วยการเป็นตัวกลางเชื่อมโยงให้เกิดการประสานการแก้ปัญหา ระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

(3.2) การสื่อสารเพื่อจัดการทรัพยากรของชุมชน ซึ่งมีอยู่ 2 รูปแบบ คือการจัดการทรัพยากรภายใน ได้แก่ การจัดการเรื่องธุรกิจชุมชน ที่ จ.พิษณุโลก และการจัดการกลุ่มออมทรัพย์ที่ จ.สุรินทร์ ส่วนงานวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาประชาคม ซึ่งเป็นการระดมพลังทรัพยากรทุกด้านขนาดใหญ่ระดับประชาสังคม (civil society) นั้น คณะวิจัยได้เลือกกรณีศึกษาที่ทับเที่ยง จ.ตรัง ซึ่งมีลักษณะพิเศษ คือ มีการประสานงานระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชนอย่างน่าสนใจ

ส่วนงานวิจัยเรื่องการสื่อสารของชุมชนบ้านครัว ใจกลางกรุงเทพมหานครนั้น คณะวิจัยได้ออกแบบการวิจัยเป็น 2 ระยะ คือ การสื่อสารเพื่อการจัดการในภาวะปกติ และการจัดการในภาวะวิกฤตเมื่อเผชิญปัญหาจากภายนอก และแสดงให้เห็นรอยเชื่อมต่อของการสื่อสารในทั้ง 2 ระยะ

(3.3) การสื่อสารเพื่อการจัดการด้านการเกษตร สาขาการเกษตรเป็นปริมนพลหลักของการสื่อสารเพื่อพัฒนามาตั้งแต่ประวัติศาสตร์หน้าแรก เนื่องจากเป็นภาคเศรษฐกิจหลัก ของสังคม มีงาน 3 ชุดที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการสื่อสารการเกษตร

งานวิจัยชิ้นแรกเป็นการสื่อสารในภาคประชาชน คือ การสื่อสารเพื่อการลดการใช้สารเคมีในการเกษตร ใน จ. พิจิตร ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีอัตราการใช้สารเคมีสูงเป็นอันดับ 5 ของประเทศ และส่งผลให้สุขภาพของเกษตรกรอยู่ในภาวะอันตราย

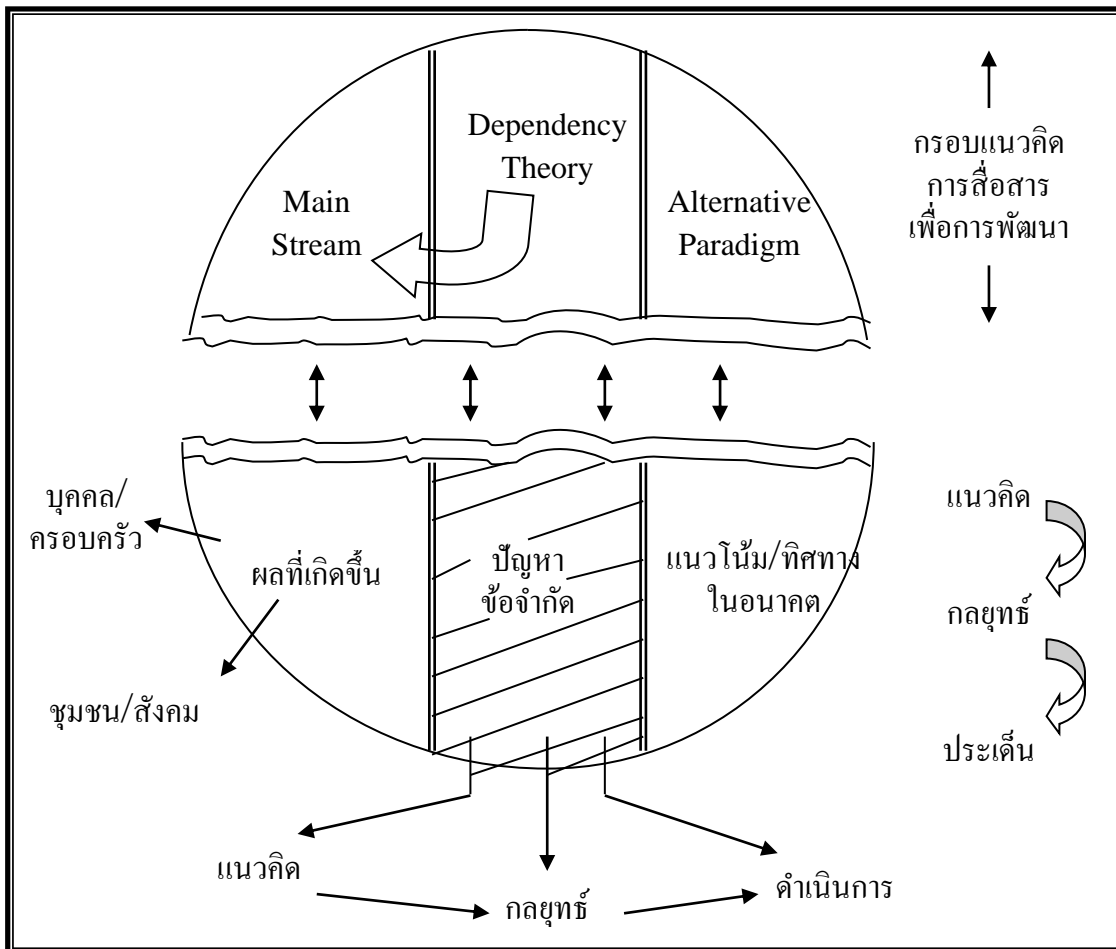
งานวิจัยชิ้นที่สองเป็นการทำงานของหน่วยงานใหม่ของรัฐ คือ ศูนย์บริการ เทคโนโลยีระดับตำบล ซึ่งมีเป้าหมายจะทำหน้าที่เป็น “จุดบริการจุดเดียว” (one-stop service) เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่เกษตรกร หากว่าการดำเนินการดังกล่าวจะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากประชาชน

งานวิจัยชิ้นสุดท้าย เป็นงานที่เน้นด้านการไหลของข่าวสารจากแหล่งข่าวสาร

ระดับต่าง ๆ ว่า การรับรู้ของผู้รับสารในระดับต่าง ๆ เป็นอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข่าวสารนั้นเป็น “นวัตกรรมใหม่ด้านแนวคิด คือ เรื่องทฤษฎีใหม่ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว” คณะวิจัยสนใจว่า การรับนวัตกรรมดังกล่าวในขั้นตอนต่าง ๆ นั้น จะต้องมีการสื่อสารในรูปแบบใดบ้าง

ในการจัดแบ่งประเภทของงานวิจัยทั้ง 30 ชิ้นนี้ มิได้หมายความว่า ในเนื้อหาแล้ว งานวิจัยแต่ละชิ้นสามารถแบ่งขาดจนเอาลงไปได้ในแต่ละกล่องได้เลย แน่แน่นอนว่า ความเหลื่อมล้ำซับซ้อนย่อมมีเกิดขึ้นอย่างแน่นอน เพียงแต่ผู้เขียนได้นำเอาลักษณะเด่น / approach หลักของงานวิจัยแต่ละชิ้นมาเป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งเท่านั้น

กรอบเนื้อหาของบทความ



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดของบทความ

ข้อเขียนชิ้นนี้จะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ คือ

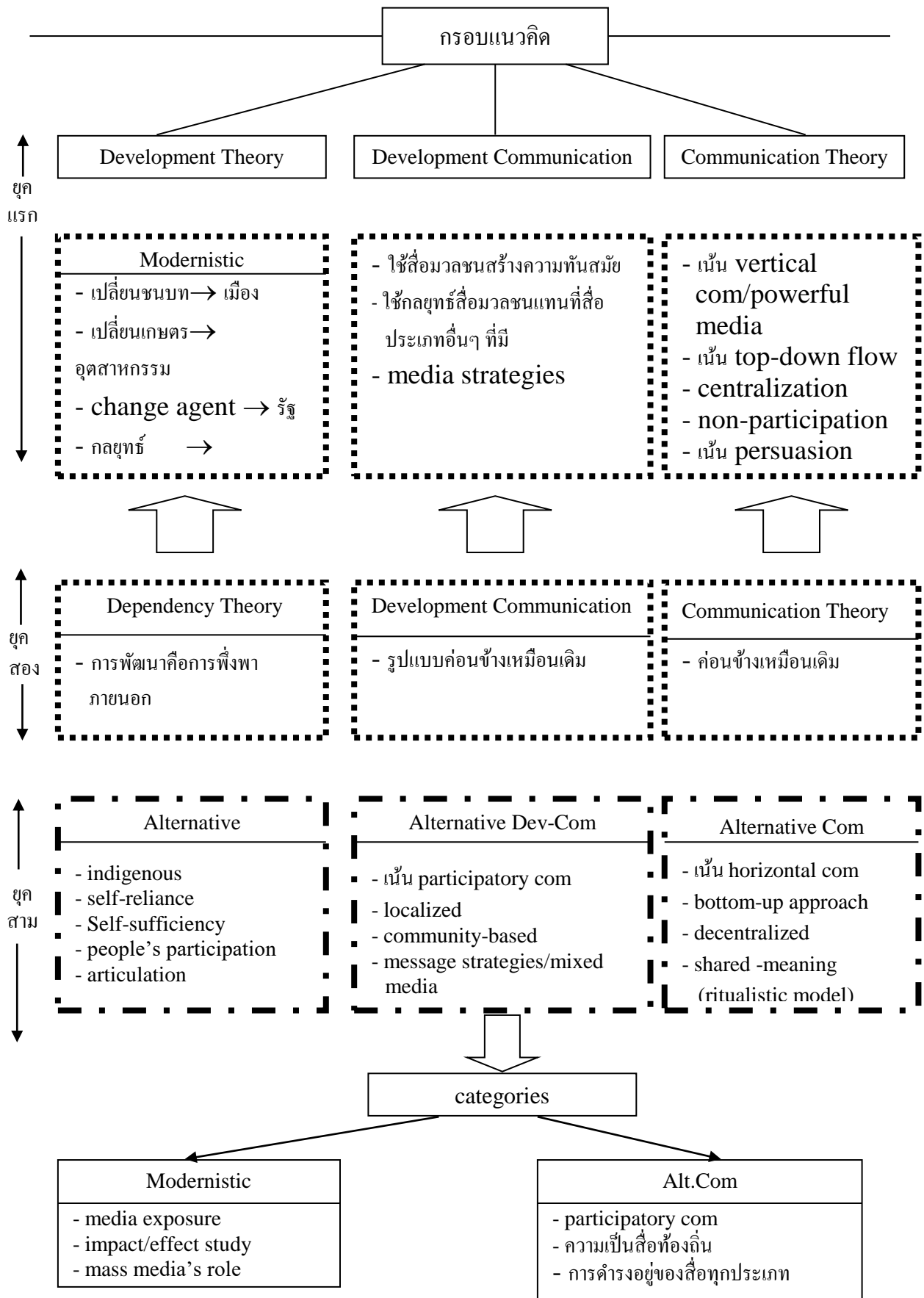
ส่วนแรก จะเป็นกรอบแนวคิดเรื่อง "การสื่อสารเพื่อการพัฒนา" เพื่อที่ผู้เขียนจะได้ส่ง "คอมทงสองทาง" ให้ผู้อ่านได้ทำความเข้าใจเนื้อหาในตอนต่อไป

ส่วนที่สอง จะเป็นการเฉลียวหลังไปดูอดีตว่า การสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นได้สร้างผล/คุณูปการอะไรบ้างแก่สังคมไทย และในอีกด้านหนึ่ง ยังคงมีข้อจำกัด/ปัญหาอะไรบ้างที่เราจะต้องร่วมมือกันวิเคราะห์ทำความเข้าใจและลงมือแก้ไขในอนาคต

ส่วนที่สาม ซึ่งจะเป็นเนื้อหาหลักของบทความนี้ก็คือ เรื่องทิศทางในอนาคตของการสื่อสารเพื่อพัฒนาชุมชน/สังคม ซึ่งผู้เขียนจะได้นำสรุปตัวอย่างวิจัยที่ได้ลงมือทำไปแล้วมานำเสนอพอเป็นแนวทาง

ส่วนแรก : กรอบแนวคิดเรื่อง "การสื่อสารเพื่อการพัฒนา"

เนื่องจากวิชาการสาขา "นิเทศศาสตร์พัฒนาการ" หรือ "การสื่อสารเพื่อการพัฒนา" นั้น เป็นลูกผสมระหว่างตัวพ่อ คือ "การพัฒนา" และตัวแม่คือ "การสื่อสาร" นับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1970 เป็นต้นมา แนวคิดเรื่อง "การพัฒนา" มีการเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าอย่างน่าตื่นตาตื่นใจ รวมทั้งตัวแม่ คือ "การสื่อสาร" ก็มีการเปิดเส้นทางใหม่เช่นกัน ดังนั้น ตัวลูกคือ การสื่อสารเพื่อการพัฒนา จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนไปอย่างไม่ต้องสงสัย



ภาพที่ 2 : พัฒนาการทางทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

ดังที่กล่าวมาบ้างแล้วข้างต้นว่า วิชาการสาขาการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นเป็นลูกผสมระหว่างทฤษฎีการพัฒนาและทฤษฎีการสื่อสาร ซึ่งอาจจะแบ่งได้เป็น 3 ยุคใหญ่

ยุคแรก (ช่วงทศวรรษ 1950) ทฤษฎีการพัฒนา เปิดตัวมาด้วยกระบวนทัศน์การทำสังคมนิยม (Modernistic paradigm) อันได้แก่การเปลี่ยนชนบทให้เป็นเมือง (urbanization) การเปลี่ยนเกษตรให้เป็นอุตสาหกรรม (industrialization) โดยใช้ "กลยุทธ์แบบเข้าแทนที่" แบบกวาดล้างสิ่งเก่าๆ ที่สังคมด้อยพัฒนามีอยู่ให้หมดไป และแทนที่ด้วยสิ่งใหม่ๆ (substitution) ในกรณีนี้ "หน่วยงานรัฐ" จะเป็นตัวนำการเปลี่ยนแปลง ทฤษฎีนี้เรียกว่า "กระบวนทัศน์กระแสหลัก"

ส่วนทฤษฎีด้านการสื่อสารนั้น จะสอดคล้องกับการพัฒนาแบบจากบนลงล่าง (top-down) คือเป็นการสื่อสารแนวตั้ง (vertical communication) เป็นระบบการสื่อสารที่รวมศูนย์ (centralization) ที่เห็นได้ชัดคือ สื่อกระจายเสียง รูปแบบของการสื่อสารจะมีลักษณะเป็นทางเดียว (one-way communication) ที่ถูกนำมาใช้โดยมีเป้าหมายเรื่องการโน้มน้าวชักชวนที่มาจากกระบวนทัศน์ที่เรียกว่า แบบจำลองเชิงการถ่ายทอด (Transmission Model)

เมื่อผสมผสานกรอบแนวคิดการพัฒนาและการสื่อสารเข้าด้วยกัน โฉมหน้าของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจึงมุ่งเน้นการใช้สื่อสมัยใหม่ (อันได้แก่สื่อมวลชน) มาช่วยทำให้สังคมไทยทันสมัย และเนื่องจากความเชื่อในพลังอำนาจของสื่อ (Powerful media) จึงมีการมุ่งเน้นศึกษาค้นคว้า "กลยุทธ์การใช้สื่อ" (Media strategy)

ยุคที่สอง (ช่วงทศวรรษที่ 1970) หลังจากการพัฒนาด้วยกระบวนทัศน์ความทันสมัยผ่านพ้นไปได้สองทศวรรษ บรรดาประเทศในลาตินอเมริกาเริ่มสัมผัสกับความเจ็บปวดของผลพวงแห่งการพัฒนา นักวิชาการในประเทศดังกล่าวจึงนำเสนอกระบวนทัศน์ใหม่ที่คัดค้านกระบวนทัศน์เดิมคือทฤษฎีการพึ่งพา (Dependency theory) ซึ่งมีใจความหลักว่า การพัฒนาแบบที่ผ่านมาเป็นตัวการสำคัญทำให้ประเทศด้อยพัฒนาต้องไปพึ่งพาขึ้นต่อประเทศที่พัฒนาแล้ว อย่างไรก็ตามกระบวนทัศน์นี้ก็ไม่แพร่หลายนักในสังคมไทย

ยุคที่สาม (ช่วงทศวรรษที่ 1980) หลังจากผลลัพธ์ของการพัฒนาที่ผ่านไปในช่วง 3 ทศวรรษได้แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดว่า สามารถก่อให้เกิดผลดีเพียงเล็กน้อย แต่กลับสร้างผลเสียอย่างไม่คุ้มค่ากัน ดังนั้น บรรดาประเทศโลกที่สามรวมทั้งประเทศไทยก็ได้เริ่มนำเสนอแนวคิดใหม่ของการพัฒนาที่มาจากรากฐานของตนเอง (Indigenous theory) แทนที่จะต้องเดินตามคำแนะนำของตะวันตก โดยมุ่งเน้นหลักเรื่องการพัฒนาตัวเอง (แทนที่จะต้องพึ่งการลงทุนจากต่างประเทศ) เน้นการพัฒนาแบบพอเพียงให้เหมาะสมกับตนเอง และที่สำคัญที่สุดก็คือต้องเป็น

การพัฒนาแบบประชาชนมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในทุกขั้นตอน และเสนอให้มีการใช้กลยุทธ์ "ประสานส่วนดีทั้งของเดิมและของใหม่" (ที่เรียกว่า articulation) แทนกลยุทธ์ substitution ที่เคยใช้มา

ในส่วนของ**ทฤษฎีการสื่อสาร**ก็มีการพลิกกลับจากเดิมเช่นกัน ที่เรียกว่า**การสื่อสารแบบทางเลือก** (alternative communication) ซึ่งจะเน้นการสื่อสารในแนวระนาบ (horizontal communication) อันได้แก่การสื่อสารระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้าน เน้นรูปแบบการกระจายอำนาจ และที่สำคัญคือการเปลี่ยนแปลงเป้าหมายของการสื่อสารที่เคยมุ่งเน้นการ**โน้มน้าวชักชวน** มาเป็นการสื่อสารเพื่อ**สร้างความเข้าใจร่วมกัน** (shared meaning) ที่มีรากฐานมาจากแบบจำลองเชิงพิธีกรรม (Ritualistic model)

ดังนั้น **ลูกลม**ที่เป็น**การสื่อสารเพื่อการพัฒนา**จึงมีการเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าไปจากเดิม เป็น alternative development communication ที่ให้ความสำคัญสูงสุดกับ "ประชาธิปไตยทางการสื่อสาร" คือ การมีส่วนร่วมของประชาชนในการสื่อสาร (participatory communication) เป็นการสื่อสารที่ถือเอาการตอบสนองความต้องการของชุมชนเป็นเป้าหมายหลัก ในเรื่ององค์ประกอบของการสื่อสารนั้น หากยังคงสนใจเรื่อง "ตัวสื่อ" ก็น่าจะเป็น "สื่อผสมผสาน" (mixed media) แต่ที่ควรศึกษาค้นคว้าให้มากขึ้นก็คือ **กลยุทธ์ด้านเนื้อหาสาร** (message strategies)

ส่วนที่สอง : เหลียวไปดูข้างหลัง : การสื่อสารเพื่อการพัฒนาจากอดีตถึงปัจจุบัน

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่าเพื่อที่จะก้าวไปข้างหน้าอย่างมีทิศทาง เราจำเป็นจะต้องเหลียวไปดูข้างหลังที่ผ่านมา และดังที่เกริ่นไว้แล้วเช่นเดียวกันว่า การถอยย้อนกลับไปดูอดีตนั้นมิใช่การก่นกล่าวโทษสิ่งที่ได้ทำไปแล้วในอดีตหากทว่าเราจะใช้ทำที่ว่าสิ่งที่กระทำไปแล้วมีคุณูปการอะไรบ้างและยังคงมีปัญหาหรือข้อจำกัดอะไรเมื่อเงื่อนไขและบริบทของปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป

เนื้อหาในส่วนที่สองนี้จะประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. ผลที่เกิดขึ้นจากการใช้กระบวนการทัศนการสื่อสารเพื่อการพัฒนากระแสหลัก
 - 1.1 ระดับบุคคลและครอบครัว
 - 1.2 ระดับชุมชนและสังคม
2. ข้อจำกัดและปัญหาของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจากอดีตถึงปัจจุบัน
 - 2.1 ปัญหาในระดับแนวคิด (ทฤษฎี)
 - 2.2 ปัญหาระดับการวางกลยุทธ์
 - 2.3 ปัญหาระดับการดำเนินการ

จากนี้จะขอสรุปเนื้อหาในแต่ละหัวข้อพอสังเขป

1. ผลที่เกิดขึ้นจากการใช้กระบวนการทัศนการสื่อสารเพื่อการพัฒนากระแสหลัก

(1.1) ผลในระดับบุคคลและครอบครัว

เป็นที่น่าสังเกตว่า กระบวนการทัศน "การทำสังคมให้ทันสมัย" นั้น จะมุ่งเน้นหน่วยที่ระดับปัจเจกบุคคลเป็นหลัก และมีเป้าหมายหลักๆ อยู่ 2 ประการคือ ประการแรก คือการเปลี่ยนแปลงคนไทยจากที่เคยล้าหลัง "โง่" จน "เจ็บ" มาเป็นคนที่มีความบุคลิกภาพ "ทันสมัย" และประการที่สอง เพื่อที่จะให้กลายเป็นคนทันสมัย (modern man) การสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะต้องเปลี่ยนแปลงระบบความรู้/ความเข้าใจ ทักษะ และการกระทำ (ที่รู้จักกันอย่างขึ้นใจว่า (K-A-P) ของผู้คนโดยเฉพาะที่อยู่ในชนบทไทย

มีงานวิจัยจำนวนมากมายที่พยายามวัดทั้งความทันสมัยในแง่มุมต่าง ๆ (เช่น การเมือง/เศรษฐกิจ/การศึกษา/สาธารณสุข/วัฒนธรรม/ความเชื่อ/ศาสนา ฯลฯ) และพยายามวิเคราะห์หาว่าความทันสมัยที่ว่านั้นเกิดมาจากการทำงานของสื่อประเภทใด สำหรับผลเรื่องความทันสมัยนี้ เราอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ผลจากการใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น คงจะทำให้คนไทยกลายเป็นคนทันสมัยไปบ้างในบางมิติ และอาจจะมีบ้างในบางมิติ หรืออาจจะหายไปจาก "โง่ จน เจ็บ" แบบเดิม แต่มาโง่ จน เจ็บ" แบบใหม่ เป็นต้น

สำหรับเรื่องประสิทธิผลของประเภทสื่อ นั้น พอจะฟันธงแบบแผนได้ว่า สื่อมวลชนนั้นมักจะสร้างผลกระทบได้ในระดับความรู้/ความเข้าใจเท่านั้น แต่เมื่อถึงเรื่อง "ทัศนคติ" ก็มักจะไม่รับประกันและน่าจะแน่ใจได้ว่า เรื่องการกระทำนั้น จะยังคงเหมือนเดิมเป็นส่วนใหญ่ (สนใจโปรดดูกาญจนา, 2543)

ถึงแม้ว่าการหวังผลในระยะสั้น (shortterm effect) จากการใช้สื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่เพื่อการพัฒนาอาจจะไม่สมหวังดังความปรารถนาของผู้วางแผนใช้สื่อทั้งหมด แต่มีข้อที่น่าสังเกตว่าสำหรับผลในระยะยาว (longterm effect) เช่น การที่สถาบันสื่อมวลชนก้าวเข้ามาทำหน้าที่ที่หล่อหลอมบุคคลหรือการทำหน้าที่แทนสถาบันสังคมดั้งเดิม (เช่น เวลาวัยรุ่นมีปัญหา ก็จะมีหันหน้าไปหาพี่ดีเจแทนพ่อแม่หรือแทนที่จะหันไปหาพระเป็นที่พึ่ง) รวมทั้งความแพร่หลายของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่รุกคืบเข้ามาในพื้นที่ชีวิตประจำวันของปัจเจกบุคคลนั้น คงทำให้เราไม่อาจจะมองผ่านเลยอิทธิพลของสื่อมวลชนได้ แต่ในอีกด้านหนึ่ง เราจะใช้แต่สามัญสำนึกในเรื่องการประเมินผลกระทบของสื่อก็อาจจะไม่ได้เช่นกัน

ส่วนผลกระทบของสื่อมวลชนที่มีต่อการพัฒนาเรื่องครอบครัวนั้น ยังมีงานศึกษาอยู่น้อยมาก เนื่องจากเรื่องครอบครัวยังคงถูกถือว่าเป็นพื้นที่ส่วนตัวของบุคคล ดังนั้นจึงควรที่จะมีงานค้นคว้าวิจัยผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบของสื่อประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อสมัยใหม่ (new media) เช่น โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ ที่มีผลต่อการพัฒนาเรื่องครอบครัวให้มากขึ้นต่อไปในอนาคต

(1.2) ผลในระดับชุมชนและสังคม

เนื่องจากการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ผ่านมาจะมีทิศทางและเป้าหมายที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คือ มุ่งที่จะเปลี่ยนแปลงพื้นที่ชนบทที่ถูกรับรู้ว่าเป็นภาคที่ล้าหลังไม่ทันสมัยให้กลายเป็นเมืองที่ก้าวหน้า ในที่นี้จึงจะให้ความสนใจกับผลที่เกิดขึ้นในระดับชุมชนชนบทหลัก 4-5 ประการดังนี้

(1) **การมีเทคโนโลยีการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น** ดังประจักษ์พยานของการสำรวจการเปิดรับสื่อมวลชนที่เพิ่มมากขึ้นทุกที แต่ส่วนที่น่าสนใจก็คือ ตัวเลขการอ่านหนังสือประเภทต่าง ๆ นั้นเพิ่มขึ้นอย่างช้ามาก (หรือแทบจะคงที่) ในขณะที่การเพิ่มขยายของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว **คำถามที่ควรถามต่อไปก็คือ อะไรจะเกิดขึ้นกับแบบแผนการเพิ่มขยายเช่นนี้**

(2) **ผลกระทบของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาต่อสถาบันและระบบการปกครองท้องถิ่น** ในเรื่องของการสร้างความสำนึกต่อระบบการปกครองแบบประชาธิปไตยนั้น ผลการวิจัยอาจจะยังไม่สามารถสรุปอย่างฟันธงได้ว่า เกิดจากการทำงานของสื่อแบบใด แต่ในแง่การนำเอาการสื่อสารเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการแสวงหาอำนาจทางการเมือง เช่น การก้าวเข้ามาเป็นตัวแทนประชาชนในระดับต่าง ๆ นั้น มีผลการวิจัยยืนยันว่าได้มีการนำมาใช้อย่างแน่นอนและมากมาย (ดูงานวิจัย อ้อมทิพย์, 2547 ในตอนต่อไป)

(3) **ผลกระทบของข่าวสารต่อสถาบันเศรษฐกิจของชุมชน** งานศึกษาวิจัยที่มีมักจะเน้นแต่ด้านการนำ "นวัตกรรมด้านการทำมาหากิน" เข้าไปในชนบท แต่ในแง่ "ข่าวสารด้านเศรษฐกิจ" แล้ว ยังมีงานศึกษาอยู่น้อยมาก ประเด็นที่น่าสนใจมองก็คือ แนวคิดใหม่ๆ ในเรื่องการสื่อสารเพื่อธุรกิจชุมชนขนาดเล็กที่ยังรอคอยการศึกษาจากนักนิเทศศาสตร์พัฒนาการอยู่ (ดูตัวอย่างงานวิจัยของอัจฉริยา, 2547 ในตอนต่อไป)

(4) **ข่าวสารที่จำเป็นอาจจะยังไม่เพียงพอ** ทั้งๆ ที่ชุมชนชนบทเปิดรับข่าวสารประเภทต่าง ๆ มากขึ้น แต่ทั้งระบบการสื่อสารแบบดั้งเดิมและแบบใหม่ก็ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการข่าวสารที่จำเป็นแก่ชุมชนได้ ทั้งนี้เนื่องจากบรรดาสื่อประเภทต่าง ๆ ของชุมชน เช่น ที่อ่านหนังสือพิมพ์ หอกระจายข่าว ยังไม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่หรืออย่างยั่งยืน ตัวอย่างเช่น ดวงพร คำคุณวัฒน์ และคณะ (2545) ได้วิเคราะห์ค้นหาว่าเพราะเหตุใดสื่อที่ตั้งอยู่ในชุมชนเลย เช่น หอกระจายข่าว ซึ่งเป็นสื่อที่มีอยู่ในทุกหมู่บ้าน จึงไม่สามารถทำหน้าที่เป็น "การสื่อสารของชุมชน" หรือเป็นกลไกเพื่อการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนได้อย่างเต็มที่ ดวงพรได้คำตอบว่า จุดเริ่มต้นของปัญหานั้นก่อเกิดตั้งแต่การขาดกระบวนการสร้างความเข้าใจและทำความเข้าใจ "หอกระจายข่าว" ให้แก่ชุมชน จากจุดเริ่มต้นเช่นนี้นำมาสู่การสร้างความรู้สึก "ไม่มีส่วน

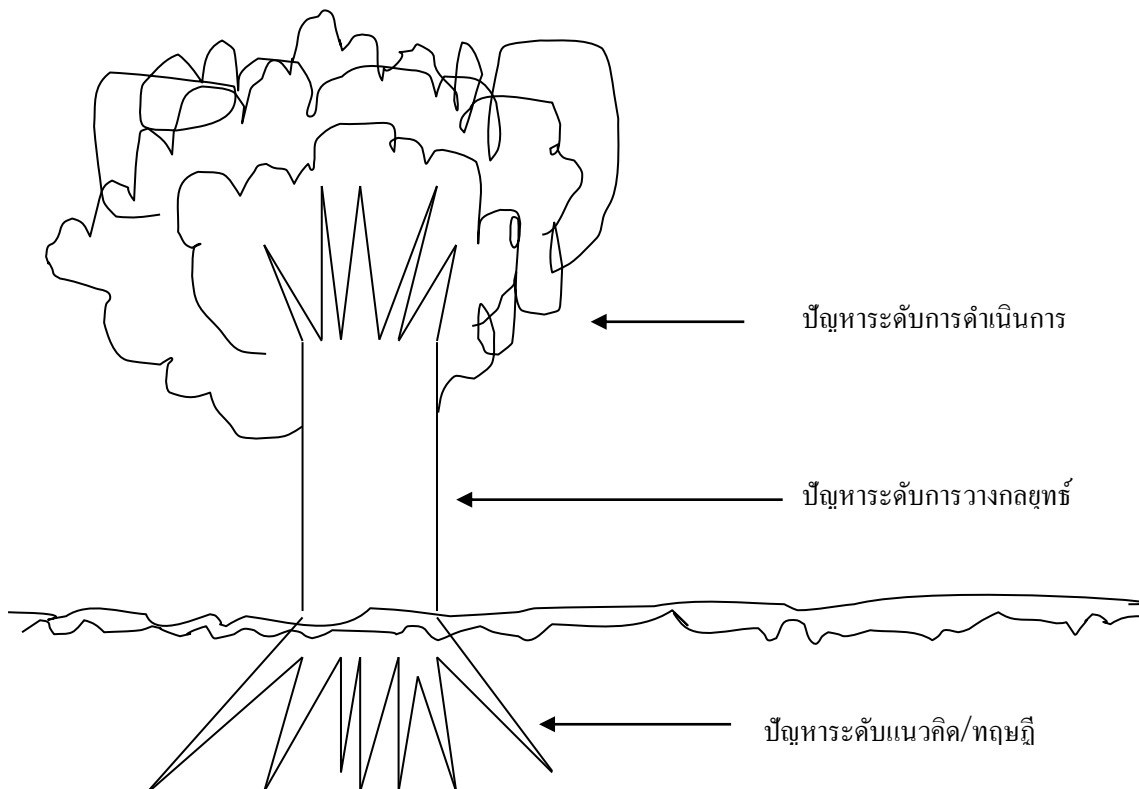
ร่วม" ในหอกระจายข่าวและระโยงระยางมาสู่ปัญหาอื่นๆ จากข้อค้นพบปัญหาดังกล่าวนี้นี้ ดวงพร และคณะจึงได้ร่วมกันทำงานอีกครั้งหนึ่งที่เหลือคือ จะมีวิธีแก้ไขปัญหาได้อย่างไร (โปรดติดตามตอนต่อไป)

(5) **สังคมชนบทอาจจะทันสมัยแต่ไม่พัฒนา** ข้อสรุปของการใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ผ่านมา 3-4 ทศวรรษก็คือ อาจส่งผลให้ชนบทมีหน้าตาที่ "ทันสมัย" เพราะมีวัสดุอุปกรณ์สมัยใหม่มาใช้ แต่ทว่า การปรับเปลี่ยนโครงสร้างและสถาบันต่าง ๆ ของสังคม เช่น โครงสร้างทางเศรษฐกิจ เช่น ช่องว่างระหว่างคนรวย-คนจนนั้นยังเหมือนเดิม โครงสร้างทางการเมืองยังไม่ปฏิรูปให้เป็นประชาธิปไตยอย่างเต็มที่ ที่กล่าวคือ มีสภาพ "ทันสมัยแต่ไม่พัฒนา"

2. ข้อจำกัดและปัญหาของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจากอดีตถึงปัจจุบัน

ในขณะที่เราได้พิจารณาผลอันเกิดจากการใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันมาแล้วทั้ง 2 ด้าน ผลลัพธ์ซึ่งมีทั้งคุณูปการและข้อจำกัดดังกล่าวนี้ได้เป็นกระจุกสะทอนให้เราลองหันกลับไปเห็น "โครงสร้างและกระบวนการของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา" ที่เรากำลังจะพิจารณากัน ณ ที่นี้

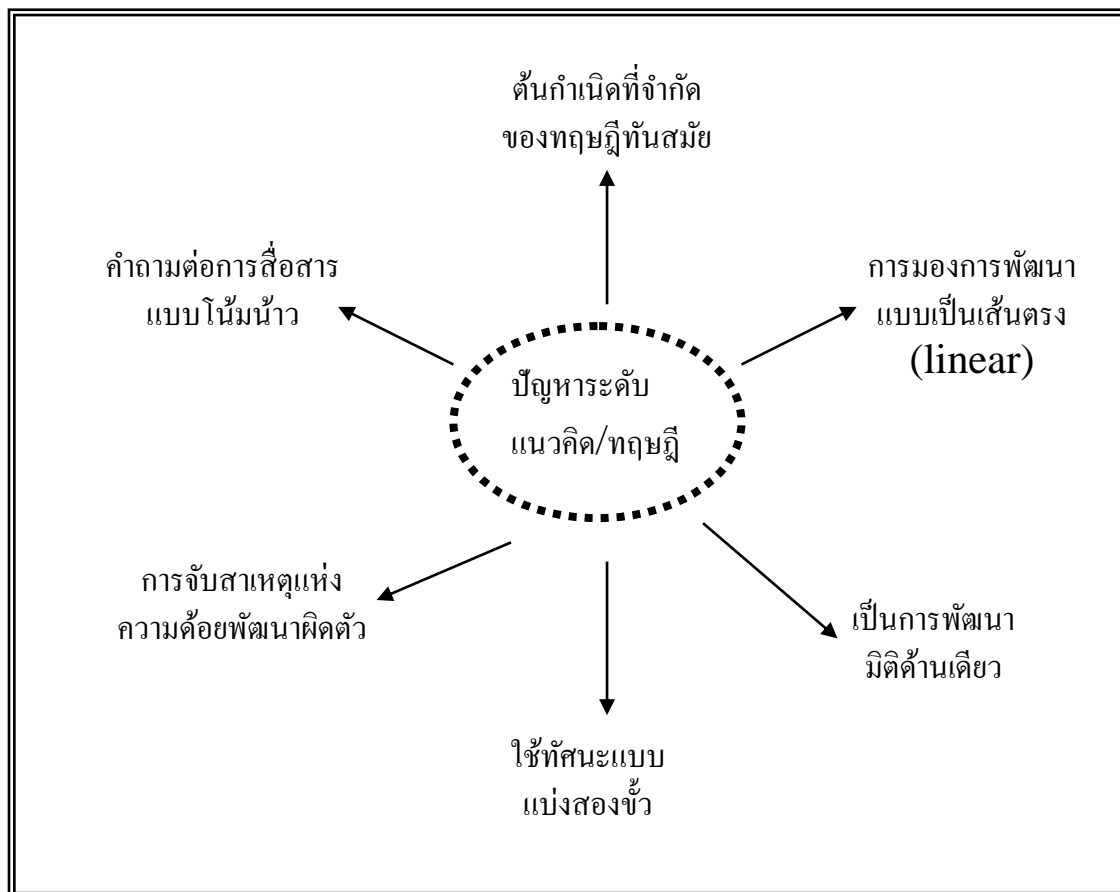
เราอาจจะเปรียบเทียบข้อจำกัดและปัญหาของโครงสร้างและกระบวนการของการสื่อสารเพื่อพัฒนากับต้นไม้ ซึ่งมีส่วนประกอบ 3 ส่วนคือ ราก ลำต้น และดอก/ผล/ใบ ดังในภาพ



ภาพที่ 3 : ต้นไม้แห่งข้อจำกัดและปัญหาของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

(2.1) ปัญหาระดับแนวคิด/ทฤษฎี

ปัญหาระดับแนวคิด/ทฤษฎีนั้นเปรียบเสมือนรากแก้วของปัญหาและดังที่ได้กล่าวมาแล้วถึงกรอบแนวคิดของการพัฒนา/การสื่อสาร และการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ผ่านมาเป็นระยะๆ โดยสังคมไทยได้เริ่มต้นเปิดหน้าประวัติศาสตร์ของการพัฒนาด้วยทฤษฎีความทันสมัย ทฤษฎีนี้คาดหวังว่าการสื่อสารจะเป็นทั้งตัวชี้วัดและกลไกการเปลี่ยนแปลงของการพัฒนา ผลลัพธ์อันเกิดจากการใช้รากแก้วดังกล่าวนั้นไม่จำเป็นต้องถกเถียงอภิปรายโต้แย้งด้วยทฤษฎีกันแล้ว เนื่องจากผลลัพธ์ดังกล่าว ได้ผลิดอกออกผลมาให้เป็นข้อเท็จจริง กล่าวคือ หลังจากใช้แผนพัฒนาไปได้ 5 แผน สังคมไทยก็ต้องเริ่มขุดลงไปดูรากแก้วทั้ง 3 รากของแนวคิดที่อยู่เบื้องหลัง และพบปัญหาระดับแนวคิด/ทฤษฎีดังนี้



ภาพที่ 4: ปัญหาระดับแนวคิด/ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

(i) **ต้นกำเนิดที่จำกัดของทฤษฎีความทันสมัย** ทฤษฎีนี้เคยถูกนำมาใช้ในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศเยอรมันในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 และได้ทำแบบจำลองขึ้นมาเพื่อนำมาใช้กับประเทศโลกที่ 3 ทั้งหมด โดยล้มความแตกต่างระหว่างประเทศต้นฉบับกับประเทศที่ประยุกต์ใช้

(ii) **ทฤษฎีความทันสมัย** วางอยู่บนทฤษฎีขั้นตอนความจำเป็นเติบโตทางเศรษฐกิจของ Rostow ที่มีลักษณะเป็นขั้นบันไดแบบเส้นตรง (linear) แต่ประสบการณ์จริงของการล้มละลายของเม็กซิโกหรือเศรษฐกิจขาขึ้น/ขาลงของไทยได้พิสูจน์แล้วว่า เส้นทางพัฒนานี้แสนจะวากวนและคดเคี้ยว

(iii) **เน้นการพัฒนามิติเดียว** คือ มิติเศรษฐกิจ ดังชื่อแผนพัฒนาฉบับแรกของไทยและบรรดาตัวชี้วัดต่าง ๆ ก็ล้วนแต่เป็นเรื่องเงินๆทองๆ วัดทุกอย่างสิ้น ดังนั้นมิติอื่นๆ เช่น การเมือง สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ฯลฯ จึงเกิดปัญหาอย่างท่วมท้น

(iv) **ทัศนะแบบแบ่งสองขั้ว** ทฤษฎีความทันสมัยใช้กรอบวิธีคิดแบบ "ขาว/ดำ" (binary oppositions) โดยมองว่า สิ่งในประเทศทันสมัยมีอยู่เป็นของดีทั้งหมด ส่วนสิ่งในประเทศด้อยพัฒนามีอยู่ก็ไร้คุณค่าทั้งสิ้น (แม้แต่มิติด้านศาสนา ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรบุคคล ฯลฯ สมมติฐานดังกล่าวนี้ล้วนแต่ไม่เป็นจริง

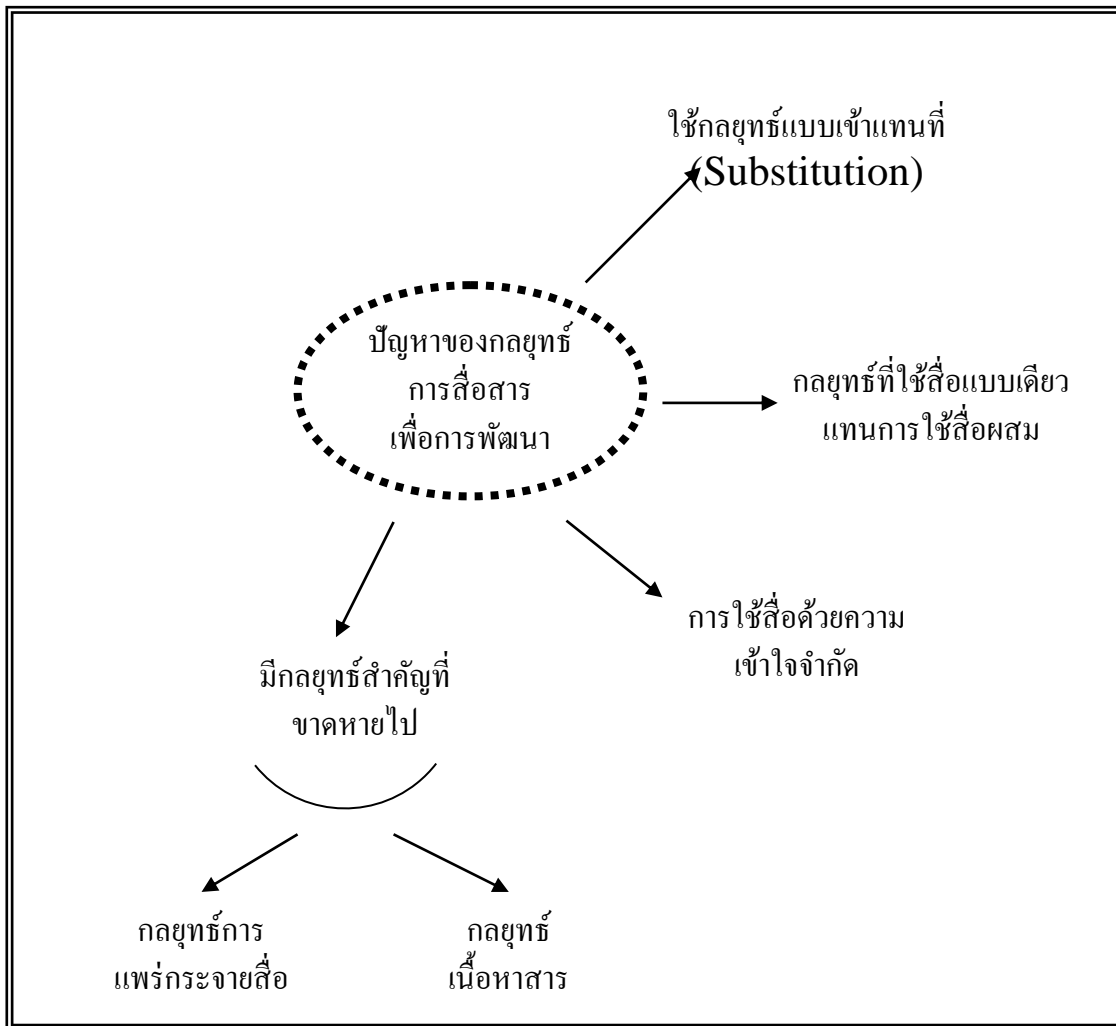
(v) **การวิเคราะห์สาเหตุแห่งความด้อยพัฒนา** ทฤษฎีความทันสมัยชี้ให้เห็นว่า ตัวการ/สาเหตุแห่งความด้อยพัฒนานั้น ผังลึกละเอียดอยู่ในตัวประเทศด้อยพัฒนาเอง (เช่น ความโง่ ความยากจน ความอ่อนแอทางสุขภาพ) (endogenous factor) แต่กลุ่มทฤษฎีพึ่งพากลับชี้ให้เห็นย้อนกลับออกไปว่า การด้อยพัฒนานั้นเกิดมาจากปัจจัยภายนอก (exogenous factor) คือการเอาเปรียบของประเทศที่เจริญแล้วต่างหาก

(vi) **การทบทวนตรวจสอบทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา** บอร์ดเดเนฟ (Bordenave, 1977) สรุปว่า วิธีการโน้ม้นำวชักจูงและการสื่อสารทางเดียวด้วยสื่อมวลชนนั้นได้พิสูจน์แล้วว่าไร้ประสิทธิภาพในการเปลี่ยนความรู้/ทัศนคติ และการกระทำที่สั่งสมมานับเป็นเวลาหลายร้อยปี รวมทั้งความเชื่อในอำนาจอิทธิพลของสื่อมวลชนที่เป็นสื่อที่มาแรง มาเร็ว มาบ่อย ก็ถูกพิสูจน์ว่าไร้น้ำหนักโดยสิ้นเชิงเมื่อนำมาใช้ในเรื่องการพัฒนาสังคม

ในตอนต่อไปของบทความนี้ จะนำเสนอเนื้อหาของทฤษฎี/กรอบแนวคิดด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนากระบวนทัศน์ใหม่ ซึ่งเป็นเสมือนยาถอนพิษปัญหาในระดับแนวคิดที่เคยมีมาให้ผู้อ่านได้นำไปพิจารณาต่อไป

(2.2) ปัญหาระดับการวางกลยุทธ์

ปัญหาในขั้นตอนของการวางกลยุทธ์นั้นเป็นเรื่องที่สืบเนื่องมาจากขั้นตอนของแนวคิด/ทฤษฎี/กระบวนทัศน์ เนื่องจาก**การวางกลยุทธ์นั้นเป็นรอยต่อระหว่างการแปรแนวคิดลงมาเป็นแนวทางปฏิบัติ** ดังนี้ จึงอาจกล่าวอย่างคร่าวๆ ได้ว่า เมื่อปัญหาของกระบวนทัศน์ความทันสมัยของการพัฒนา เป็นแนวคิดเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพสังคมประเพณีที่มีอยู่ให้ทันสมัย เมื่อแบบจำลองการสื่อสารเป็นเชิงการถ่ายทอดที่สื่อสารทางเดียวจากบนลงล่าง มีเป้าหมายเพื่อการโน้มนำวชักจูง ดังนั้น กลยุทธ์ของการสื่อสารก็จะเกิดปัญหาตามมาดังนี้



ภาพที่ 5: ปัญหาระดับการวางกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนา

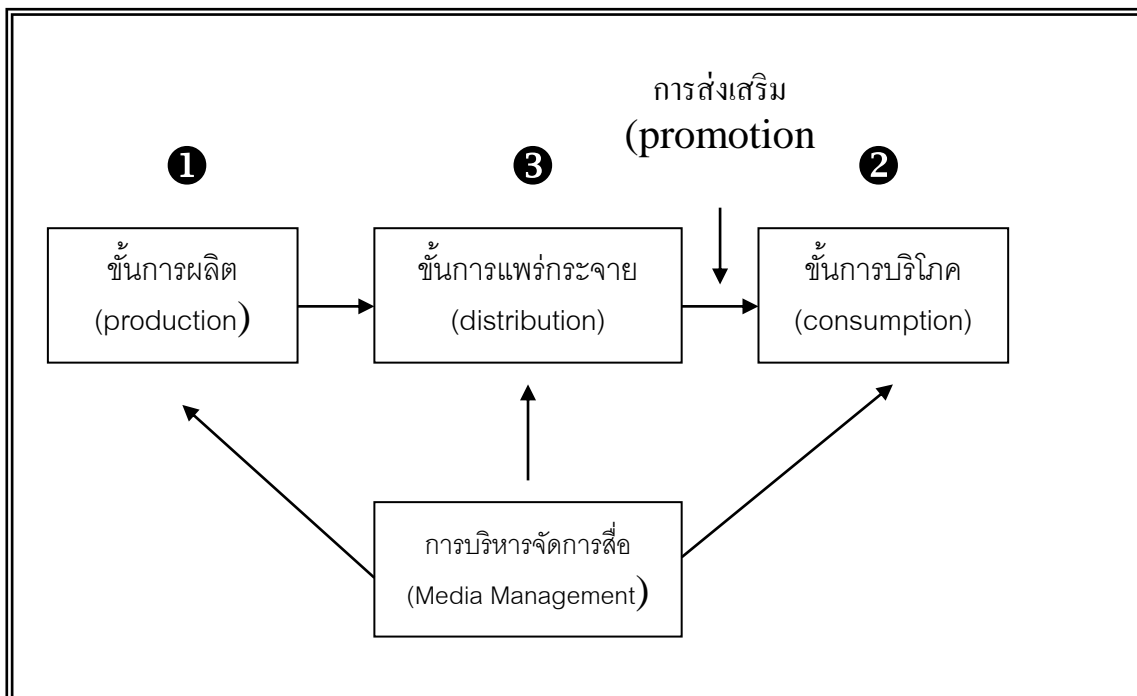
(i) การใช้กลยุทธ์แบบเข้าแทนที่ กลยุทธ์แบบเข้าแทนที่ (substitution) ที่ถูกนำมาใช้ใน เรื่องการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น สอดรับกับกลยุทธ์การพัฒนาโดยทั่วไป ในทางปฏิบัติ ก็เป็นการ นำเอาสื่อมวลชน "ตัวแทนของความทันสมัย" เข้าไปแทนที่สื่อบุคคลตามประเพณี (เช่น พระสงฆ์ ผู้นำตามธรรมชาติ และสื่อพื้นบ้าน) ผลลัพธ์ที่เกิดจากการแทนที่ก็คือ การล้มหายตายจากของสื่อ ทั้ง 2 ประเภท หรือแม้จะยังคงดำรงอยู่ แต่ก็ไม่อาจทำหน้าที่ได้เช่นเดิม

แต่ปัญหาที่ดูจะยุ่งเหยิงกว่านั้นก็คือ สื่อที่เป็นตัวจริงเสียงจริงของการพัฒนา กลับ เป็นสื่อบุคคลและสื่อพื้นบ้านนั่นเอง ดังที่ปรากฏในงานวิจัยจำนวนมากมาย ส่วนสื่อน้องใหม่คือ สื่อมวลชนกลับใช้ไม่ค่อยได้ผลในงานพัฒนาสังคม/ชุมชน สังคมไทยจึงเกิดอาการผะอืดผะอมด้าน การสื่อสารเพื่อการพัฒนา เพราะ "สื่อที่มี ก็ใช้การไม่ได้ สื่อที่ใช้การได้ ก็กลับไม่มี" (ดูกาญจนา, 2543)

(ii) **กลยุทธ์ที่ใช้สื่อเดียวแทนสื่อผสม** เป็นปัญหาที่ต่อเนื่องมาจากกลยุทธ์แรก คือ ในขณะที่นักวางแผนทุ่มทุนสร้างกับสื่อมวลชนซึ่งใช้การไม่ค่อยได้ (เพราะถูกผูกติดอยู่กับระบบเศรษฐกิจ (ธุรกิจ/การเมือง) แต่ในชีวิตจริงของประชาชนนั้น ใช้สื่อหลาย ๆ ประเภทผสมผสานกัน กลยุทธ์ดังกล่าวจึงไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง รวมทั้งความรู้เรื่องการผสมสื่อในงานพัฒนาสังคม ก็ยังไม่ได้ตั้งไข่เสียที

(iii) **การใช้สื่อด้วยความเข้าใจที่คับแคบ** เนื่องจากสื่อมิใช่เป็นเพียง "เทคโนโลยี" เท่านั้น หากแต่มีมิติเศรษฐกิจ/การเมือง/วัฒนธรรมเกาะติดมาอย่างจริงจัง ดังนั้น เราจึงพบว่าหอกระจายข่าวที่มีอยู่ทั่วประเทศไม่อาจจะใช้การได้ เพราะผู้วางแผนมองเห็นแต่ลักษณะด้าน **เทคโนโลยีของสื่อ** เท่านั้น และดูเหมือนว่า อินเทอร์เน็ตต่อบล็กกำลังจะเดินตามเส้นทางแห่งความล้มเหลวของสื่อรุ่นพี่มาอย่างตืด ๆ กัน เพราะหลังจากมีการติดตั้งคอมพิวเตอร์แล้ว ก็ได้มีการดำเนินการอย่างอื่น ๆ ตามมา (โปรดดู ศิวพร, 2547)

(iv) **กลยุทธ์ที่ขาดหายไป** ในเรื่องการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นมีกลยุทธ์ที่สำคัญอยู่ 2 กลยุทธ์คือ กลยุทธ์การบริหารจัดการสื่อ และกลยุทธ์ที่เกี่ยวกับเนื้อหา/สาร สำหรับกลยุทธ์แรกนั้น สังกศิปจะให้ความสำคัญตั้งแต่ **ขั้นตอนของการผลิตสื่อ** (media production) ทุกหน่วยงานของรัฐจึงล้วนผลิตสื่อ และไม่สนใจวงจรอื่นๆ ของวัฏจักรแห่งการสื่อสารดังที่แสดงในภาพ



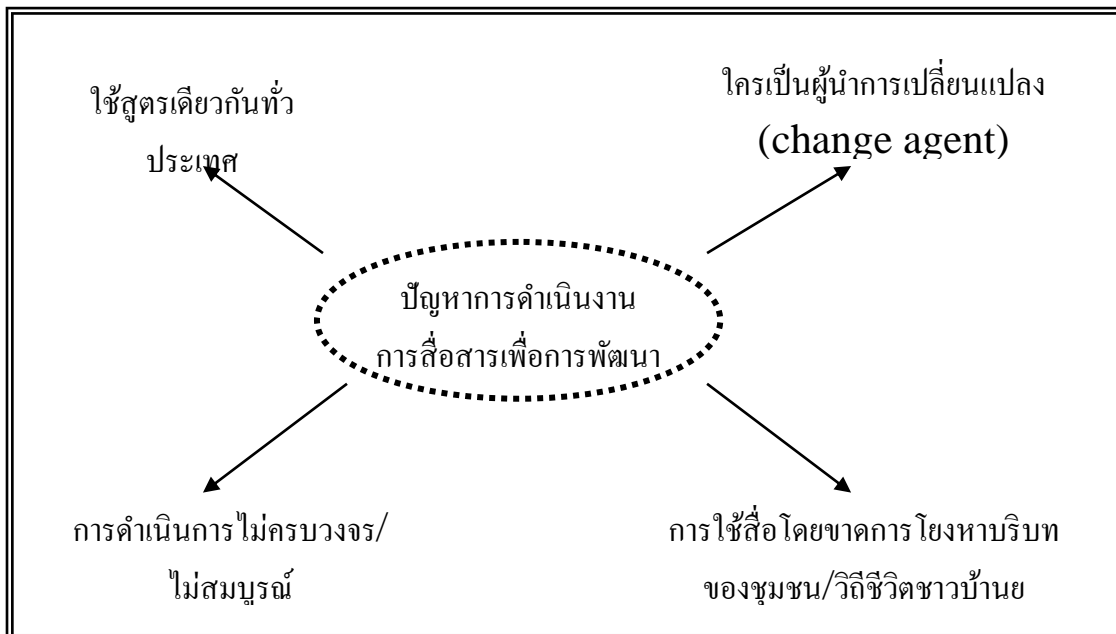
ภาพที่ 6 : วงจรของการบริหารจัดการสื่อ

ตัวอย่างรูปธรรมก็เช่น หลายกระทรวงทบวงกรมล้วนแล้วแต่ผลิตเทปเสียงเพื่อป้อนให้แก่หอกระจายข่าว หรือแม้แต่สถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ก็ล้วนแล้วแต่ผลิตรายการพัฒนาท้องถิ่น แต่ทว่าประเทศไทยไม่มีศูนย์รวบรวมเทปเสียงหรือเทปรายการโทรทัศน์เพื่อบริหารจัดการเรื่องการเผยแพร่(ในขณะที่ในภาคธุรกิจมีการจัดตั้งเครือข่ายร้านค้าร้านให้เช่าเทปวิดีโออย่างเป็นระบบระเบียบ)

อีกกลยุทธ์หนึ่งที่หายไปก็คือ กลยุทธ์การออกแบบสาร เนื่องจากนักวางแผนการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาเชื่อมั่นในพลังของ "แผดผู้พี่" คือ "สื่อ" จนมองข้ามความสำคัญของ "แผดผู้น้อง" คือ "สาร" (ที่จริง ตัว "สาร" นั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง เช่น การไปหวนนั้นไม่ว่าจะถ่ายทอดผ่านสื่ออะไรก็จะมีไม่สำคัญเลย) อันที่จริงสังคมไทยเคยเป็นสังคมที่มีภูมิปัญญาด้านการสื่อสารที่เกี่ยวกับเรื่อง "กลยุทธ์สาร" อยู่ไม่น้อย เช่น เราเคยมีแนวคิดเรื่อง "ฤาษีแปลงสาร" "ปากปราศรัย น้ำใจเชือดคอ" ฯลฯ ดังนั้น จึงควรที่จะเดินหน้าเรื่องกลยุทธ์สารต่อไป (โปรดติดตามดูตัวอย่างงานวิจัยกลยุทธ์สารในตอนต่อไป)

(2.3) ปัญหาในระดับการดำเนินการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

เนื่องจากการดำเนินงานเป็นโซ่สุดท้ายของกระบวนการตั้งแต่ระดับแนวคิดต่อมาจนถึงขั้นกลยุทธ์ หรือหากเปรียบเทียบกับภาพของต้นไม้ที่กล่าวไปข้างต้น การดำเนินงานก็เปรียบเสมือนผล/ดอก/ใบที่เกิดมาจากรากและลำต้น ผลการวิจัยหลายชิ้นได้แสดงให้เห็นปัญหาของการดำเนินการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ดังนี้คือ



ภาพที่ 7 : ปัญหาในระดับการดำเนินการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

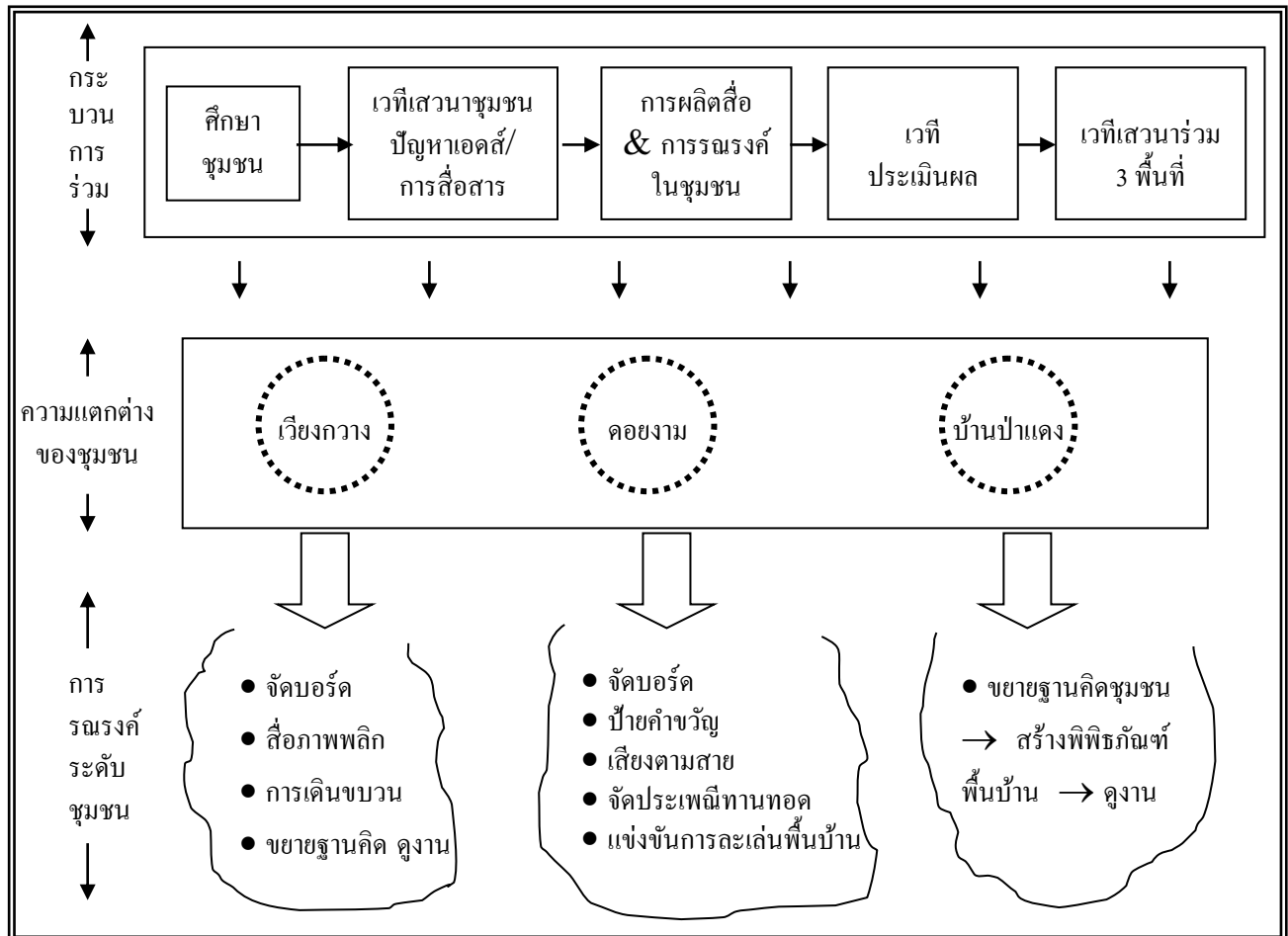
(i) **วิธีการดำเนินการแบบสูตรเดียวกันทั่วประเทศ** เนื่องจากลักษณะการวางแผนการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาจะวางจากส่วนกลางแล้วแผ่กระจายออกไป โดยใช้กลไกของระบบราชการซึ่งเป็นผู้นำการพัฒนา ทำให้วิธีการใช้สื่อเพื่อพัฒนานั้นมีลักษณะ "สูตรเดียวกันทั่วประเทศ" ในขณะที่เรื่องของการสื่อสารนั้นมีมิติสังคม-วัฒนธรรมมาเกี่ยวข้องอย่างมาก (เริ่มตั้งแต่สำเนียง วิธีพูดของคนแต่ละภูมิภาคแตกต่างกัน) หรืออาจกล่าวว่ามี "ลักษณะสูตรใครสูตรมัน" จึงเกิดความไม่สอดคล้องระหว่างการสื่อสารที่ถูกนำมาใช้กับสภาพความเป็นจริง

ปัญหาเรื่อง "สูตรเดียวทั่วประเทศ" นี้มีวิธีการแก้ไขได้หรือไม่ จำเริญ โยชิต และคณะ (2547) ได้อาสาเข้ามาเป็นผู้ตอบคำถามนี้ในการออกแบบงานวิจัยเรื่องการรณรงค์โรคเอดส์ระดับชุมชน (local campaign) ทั้งนี้เนื่องจากสำหรับรูปแบบการสื่อสาร "รณรงค์" นั้น เป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไปว่า จะมีการดำเนินการอย่างครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายขนาดใหญ่และมักเป็นระดับชาติ เช่น คำขวัญรณรงค์โรคเอดส์ที่ว่า "เป็นเอดส์ตายลูกเดียว" ถ้าเช่นนั้น การรณรงค์ในระดับชุมชนแบบ "สูตรใครสูตรมัน" จะเป็นไปได้ไหม และจะเป็นไปได้ได้อย่างไร

คณะวิจัยเลือกหมู่บ้านตัวอย่าง 3 หมู่บ้านที่มี**ลักษณะความเสี่ยงต่อโรคเอดส์** ต่างกัน เช่น *บ้านเวียงกลาง* พฤติกรรมความเสี่ยงอยู่ในกลุ่มวัยรุ่นที่มีพฤติกรรมการดื่มสุราสูงมาก และนำไปสู่การมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ปลอดภัย *บ้านดอยงาม* ความเสี่ยงของโรคอยู่ที่กลุ่มพ่อบ้านที่ต้องออกไปเร่ขายผ้าใบเลี้ยงครอบครัวนอกชุมชน และ*บ้านป่าแดง*ที่เป็นชุมชนแนวตะเข็บชายแดน จึงมีปัญหานานาชนิดรุมเร้าอยู่

หลังจากสำรวจตรวจตราจุดเสี่ยงแล้ว คณะวิจัยก็ได้เก็บรวบรวม**ประสบการณ์การรณรงค์โรคเอดส์**ของแต่ละชุมชน และพบว่ามีความก้าวหน้าไม่เท่ากัน เช่น บ้านเวียงกลางมีประสบการณ์การรณรงค์เพียงเล็กน้อย บ้านดอยงามมีในระดับปานกลาง ส่วนบ้านป่าแดงนั้นมีประสบการณ์เข้มข้นครบครัน ในขณะที่**มีความแตกต่างกัน** ทั้ง 3 ชุมชนต่างก็มี**จุดร่วมกัน**คือ ทุกชุมชนยังคงมีสถานะเป็นเพียงผู้รองรับการรณรงค์เท่านั้น

คณะวิจัยได้ปรับเปลี่ยน**ทิศทางการรณรงค์ระดับชุมชน**โดยพลิกกลับให้ชุมชนเป็นผู้ออกแบบการรณรงค์เองและเริ่มต้นกระบวนการนี้ด้วยการสำรวจต้นทุนทางสังคม/วัฒนธรรมด้านการสื่อสารของแต่ละชุมชนว่ามีอยู่ที่ใคร มีมากน้อยเพียงใด ต่อจากนั้น แทนที่คณะวิจัยจะจัดส่ง "สื่อรณรงค์" (ซึ่งเป็น product) ให้แก่ชุมชน แต่คณะวิจัยกลับส่งมอบ "กระบวนการรณรงค์" (ซึ่งเป็น process) ซึ่ง**อาศัยการมีส่วนร่วม**ของชุมชนในทุกขั้นตอนให้แก่ทั้ง 3 ชุมชนเหมือนกัน ดังนี้



ภาพที่ 8: กระบวนการรณรงค์ระดับท้องถิ่นของ 3 ชุมชน

จากการใช้กระบวนการรณรงค์แบบเดียวกัน เมื่อผสมผสานกับความแตกต่างของแต่ละชุมชน ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นก็คือ ความหลากหลายของการรณรงค์ในแต่ละชุมชนที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนเนื่องจากกระบวนการที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในฐานะผู้ดำเนินการรณรงค์เอง

(ii) ปัญหาเรื่อง "ผู้นำการเปลี่ยนแปลง" ตามกระบวนการทัศนคติความทันสมัย ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (change agent) นั้นจะเริ่มที่ภาครัฐ/เจ้าหน้าที่รัฐก่อน แล้วจึงค่อยกระจายขยายตัวออกไป แต่ทว่าเจ้าหน้าที่รัฐกับประชาชนนั้น เมื่อพิจารณาในแง่การสื่อสารแล้วจะเป็น "บุคคลคนละประเภท" (heterophily) ซึ่งมีช่องว่างขนาดใหญ่กางกั้นระหว่างกัน ผลการวิจัยจำนวนมากจึงแสดงให้เห็นความล้มเหลวทางการสื่อสารเพราะเกษตรกรไม่สามารถจะเข้าใจคำศัพท์ที่เจ้าหน้าที่เกษตรพูดอบรม เป็นต้น ทั้งนี้ยังไม่ต้องกล่าวถึง "เนื้อหาบางประเภท" ที่ต้องเป็น "คนแบบเดียวกัน" จึงจะพูดจากร่วมกันได้ ดังเช่น พรทิพย์ เย็นจะบก และคณะ (2547) ได้พบว่า ในการ

นำเอาแนวคิดปรัชญาเรื่อง "ทฤษฎีใหม่" มาใช้นั้น เกษตรกรต้องมีการทบทวนไตร่ตรองชีวิตของตนเองเพื่อก้าวลงลึกจากความรู้เนื้อหา**ระดับเทคนิค** (เช่นเรื่องการขุดสระ การแบ่งพื้นที่ในไร่นา) ไปสู่**รากฐานปรัชญาวิถีคิด** เรื่อง "ความพอเพียง" การสื่อสารในเนื้อหาดังกล่าวนั้นต้องอาศัยผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่เป็นคนในชุมชนเดียวกันเป็นแกนกลางของเครือข่าย เป็นต้น

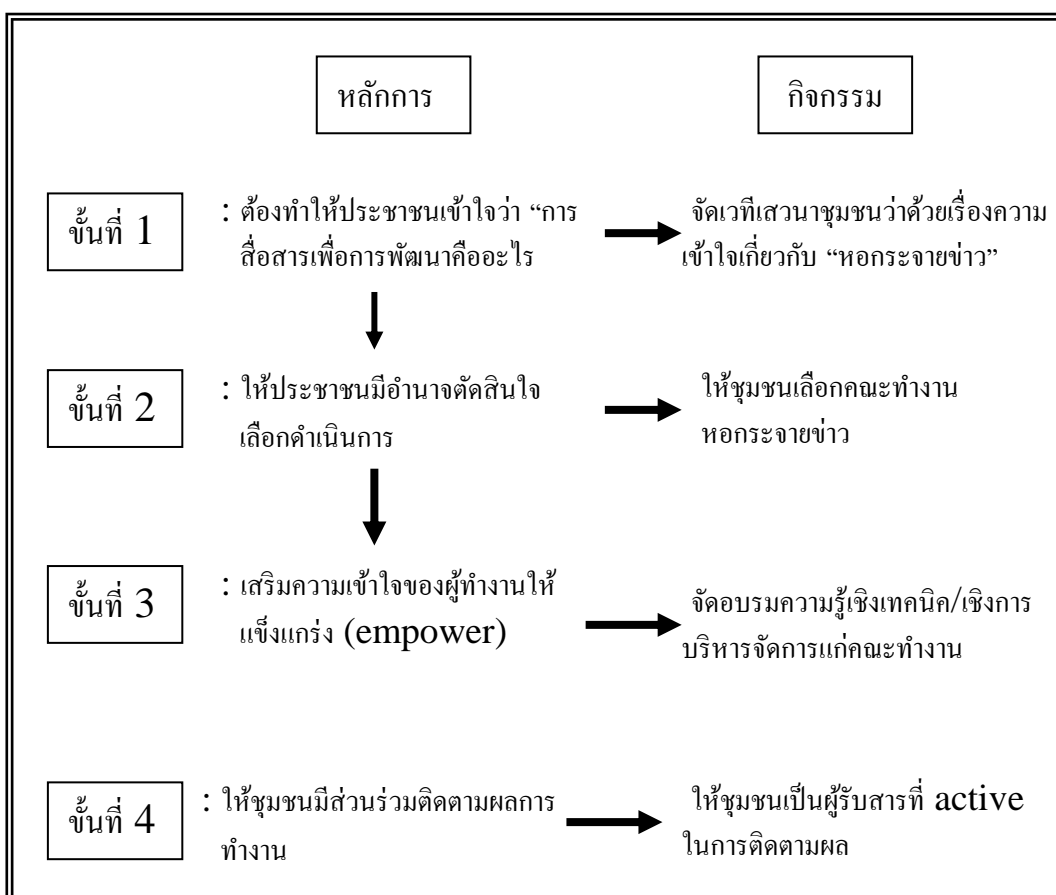
(iii) **การใช้สื่ออย่างขาดการพิจารณาบริบทของชุมชน** ปัญหานี้เริ่มมาตั้งแต่ต้นตอของเรื่องคือ ทฤษฎีขั้นตอนความจำเป็นเติบโตทางเศรษฐกิจของ Rostow ที่นำมาใช้ได้ผลในเยอรมัน และคาดว่าจะใช้ได้กับทั่วโลก รวบรวมเรื่องแรงดึงดูดของโลกที่มีลักษณะเป็นสากล ดังนั้นแนวคิด/แบบจำลอง/กลยุทธ์/วิธีการดำเนินงานในเรื่องการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น จึงมักดำเนินการโดยมิได้ดูบริบทของชุมชนเลย งานวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ส่วนใหญ่จึงไม่มีการสำรวจโครงสร้างของชุมชน หรือแม้จะสำรวจก็มีได้นำมาใช้พิจารณาประกอบด้วยเลย ตัวอย่างเช่นงานวิจัยเรื่องการรับนวัตกรรมนั้นในแต่ละท้องถิ่นมีความซับซ้อนที่แตกต่างกันอย่างมาก

ด้วยเหตุนี้ในงานวิจัยเพื่อแสวงหารูปแบบและกลยุทธ์การสื่อสารของศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลของกรมรัฐ อินททัศน์ และคณะ (2547) ที่มุ่งหวังจะแก้ปัญหาลักษณะการแยกชอยเป็นหน่วยงานมากมายของรัฐ จนทำให้ประชาชนในท้องถิ่นที่มาใช้บริการขาดความสะดวกและคล่องตัว คณะวิจัยจึงมุ่งหวังจะให้ศูนย์บริการฯเป็นเสมือน "จุดนัดพบจุดเดียว" (one-stop service) ที่งานของหน่วยราชการต่าง ๆ มารวมตัวกัน วางแผนให้บริการร่วมกันในลักษณะบูรณาการให้บริการแบบครบวงจร ในขั้นตอนการดำเนินการที่จะจัดตั้งศูนย์บริการฯแบบดังกล่าวในระดับตำบลทั่วประเทศนั้น ข้อเสนอแนะข้อแรกที่สร้างมาจากข้อค้นพบของการวิจัยก็คือ การจัดตั้งศูนย์บริการฯดังกล่าวนี้ จะต้องพิจารณาและ**ศึกษาโครงสร้างชุมชน**อย่างถ่องแท้ ทั้งโครงสร้างเชิงกายภาพและโครงสร้างเชิงวิถีชีวิตวัฒนธรรม สภาพการณ์และโครงสร้างของการสื่อสารชุมชน อีกทั้งปัจจัยภายในและสภาพนอกชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้อง

(iv) **การดำเนินงานที่ไม่ครบวงจร** การดำเนินการด้านการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นก็เหมือนการกินยา หากกินไม่ครบตามจำนวน ย่อมไร้ผล เป็นที่น่าเสียดายว่า การดำเนินการด้านการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นจะดูเอาจริงเอาจังในระยะเริ่มแรก แล้วเริ่มแผ่วเบาในช่วงกลางและมักจางหายไปเลยในช่วงท้าย เพราะลักษณะที่ไม่ครบวงจร ตัวอย่างแบบฉบับที่ชัดสุดก็คือการจัดตั้งสื่อชุมชน เช่น หอกระจาย ซึ่งเริ่มต้นอย่างกระตือรือร้นเมื่อมีการติดตั้งอุปกรณ์การกระจายเสียง (ซึ่งอาจจะมีพิธีเปิดงานตัดแพรคลุมป้าย) แต่ก็ขาดการวางแผนกระจายเสียง ไม่มีแผนการอบรมช่างเทคนิคประจำชุมชน ดังนั้นเมื่ออุปกรณ์เสีย เครื่องกระจายเสียงก็กลายเป็นที่อยู่ของหนูแมลงสาบไปในไม่ช้า เป็นต้น เครื่องมือการสื่อสารแทบทุกชนิดในชุมชนจะมีชะตากรรมคล้ายกับกรณีหอกระจายข่าวนี้

ดวงพร คำคุณวัฒน์ และคณะ (2545) ค้นพบว่า เพราะเหตุใด หอกระจายข่าวซึ่งมีคุณสมบัติเหมาะสมด้วยประการทั้งปวงในการเป็น "สื่อชุมชน" (ตั้งอยู่ในหมู่บ้าน การดำเนินงานใช้เทคนิคไม่ซับซ้อน เป็นสื่อกระจายเสียงซึ่งไม่เรียกร้องการอ่านออกเขียนได้ ฯลฯ) แต่เหตุใด "จึงไม่ work/ทำหน้าที่เป็นสื่อชุมชนไม่ได้" และเมื่อค้นพบแล้วว่า "ปมของปัญหา" เริ่มต้นที่ชุมชนไม่เข้าใจว่า "หอกระจายข่าวคืออะไร" เมื่อไม่เข้าใจก็ไม่รัก/ไม่รู้สึกร่วม" ในลำดับต่อมา

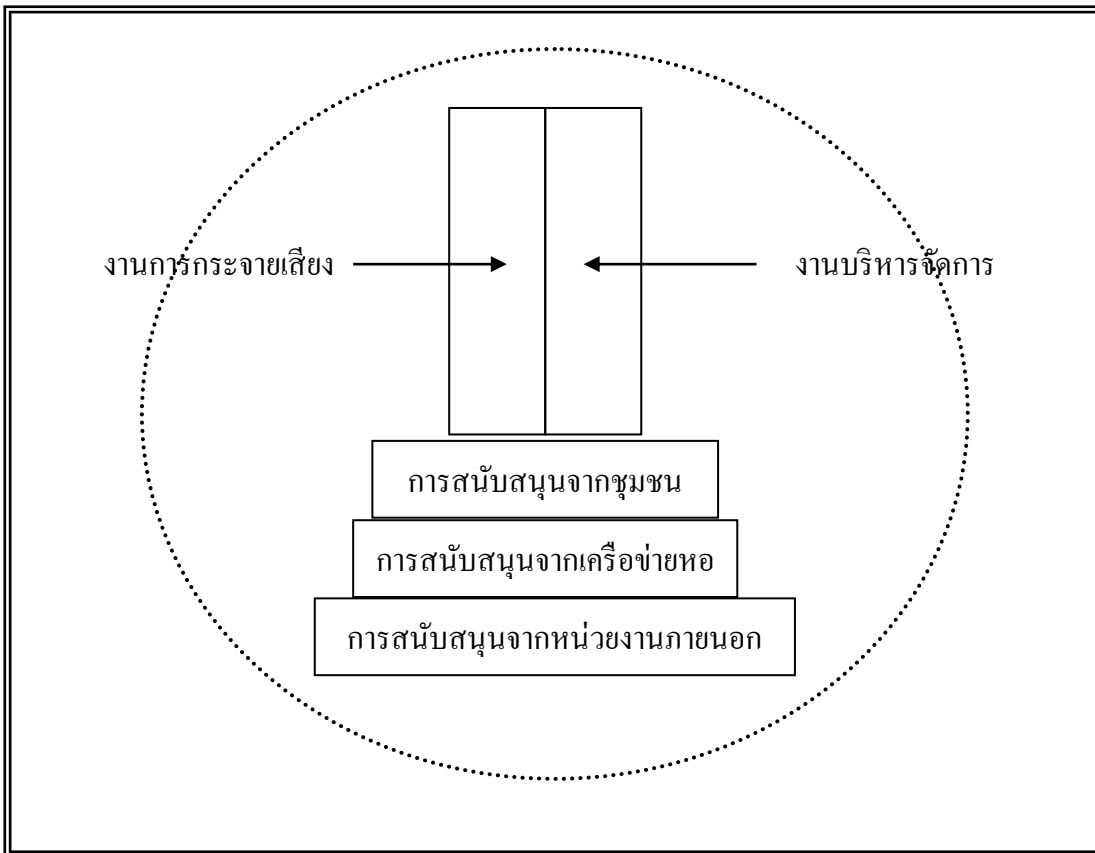
หลังจากหา "ปมที่ผูก" เอาไว้พบแล้ว ดวงพรและคณะก็ยังทำหน้าที่เป็น "นักวิจัยเชิงปฏิบัติการ" (action researcher) ที่ดี คือ แสวงหาวิธีการ "แก้เงื่อนปม" ที่ผูกเอาไว้ โดยเดินตามขั้นตอนได้ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่วิลเบรอ แชรรม์ ระบุเอาไว้คือ



ภาพที่ 9 : กระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมของแนวคิดในสื่อหอกระจายข่าว

จากกระบวนการทำงานดังกล่าว คณะวิจัยพบว่า ตราบดีที่หอกระจายข่าวยังคงทำหน้าที่ผลิตและถ่ายทอดข่าวสารที่ตอบสนองของความต้องการและความพึงพอใจของชุมชนอยู่ ตราบนั้น หอกระจายข่าวก็จะมี "ที่ทางในพื้นที่ของชุมชน" ชุมชนจะเกาะเกี่ยวผนวกเอาหอกระจายข่าวเข้าไปเป็น "ส่วนเสี้ยวหนึ่งของชุมชน" แบบว่าเป็น "หอกระจายข่าวของเรา" (เหมือนความรู้สึกว่า

"เป็นวัดของเรา เป็นป่าของเรา เป็นแม่น้ำของเรา") และเพื่อรักษาความยั่งยืนของผลสำเร็จดังกล่าว ดวงพรและคณะได้สรุปแบบจำลองเอาไว้ได้ง่ายๆ ดังนี้คือ



ภาพที่ 10: แบบจำลององค์ประกอบของหอกระจายข่าวในฐานะสื่อของชุมชน

งานหอกระจายข่าวนั้นมี 2 มิติคือ **งานกระจายเสียง** (เช่นการทำรายการ การจัดผังรายการ งานใช้อุปกรณ์ ฯลฯ) และ**งานบริหารจัดการ** (เช่น การจัดหางบประมาณ การแบ่งงาน การจัดกิจกรรมพิเศษ ฯลฯ) ซึ่งชุมชนและคณะทำงานจะต้องดำเนินกิจกรรมทั้ง 2 มิติให้สำเร็จควบคู่กันไป โดยงานทั้ง 2 นั้นจะมีความยั่งยืนเมื่อวางอยู่บนฐานรอง 3 ชั้น ชั้นแรกคือ **ฐานการสนับสนุนจากตัวชุมชนเอง** ฐานชั้นที่สอง คือการมี**เครือข่ายหอกระจายข่าว**ในชุมชนอื่นๆที่คอยสนับสนุนในกรณีที่ทรัพยากรจากแต่ละชุมชนไม่เพียงพอ และฐานชั้นที่สาม คือการ**สนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก** เช่น หน่วยงานราชการในท้องถิ่น (เช่น การฝึกอบรมเรื่องการใช้อุปกรณ์จากกรมประชาสัมพันธ์)

ด้วยกระบวนการดำเนินงานที่ครบวงจรดังกล่าวนี้เท่านั้น จึงสามารถจะทำให้เส้นทางของหอกระจายข่าวที่จะทำหน้าที่เป็นสื่อของชุมชนมีอนาคตที่ยาวยั่งยืนอยู่เคียงคู่กับชุมชน เช่นเดียวกับสถาบันอื่นๆ และไม่แปรสภาพไปเป็น "หอรักรอร้าง" เช่นที่เป็นสภาพของหอกระจายข่าวส่วนใหญ่ในสังคมชนบทไทยยุคปัจจุบัน

3. แนวโน้มของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

สำหรับเรื่องแนวโน้มของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ซึ่งดูเสมือนจะเป็น "โฉมหน้าในอนาคต" นั้น ผู้เขียนอยากจะตอกย้ำให้เห็นว่า "ณ วันนี้ อนาคตก็ได้เริ่มต้นขึ้นแล้ว" บรรดาตัวอย่างจากโครงการวิจัยชุด "การสื่อสารเพื่อชุมชน" ที่จะกล่าวถึงในลำดับต่อไปนี้นั้น จะเป็นประจักษ์ประจักษ์พยานที่แสดงว่า "สิ่งที่เราวาดฝันเอาไว้ เป็นเรื่องที่สามารถจะทำได้จริง เพราะงานวิจัยทั้ง 30 ชิ้นนั้นได้ลงมือทำไปแล้ว"

ในเรื่องของการเคลื่อนย้ายจากอดีตมาสู่ปัจจุบันและล่วงเลยไปถึงอนาคตนั้น เราจะเริ่มพิจารณาตั้งแต่ตัวรากแก้วคือ ระดับแนวคิดเสียก่อน

แนวคิดเรื่องการพัฒนาและการสื่อสารเพื่อพัฒนามีลักษณะพิเศษคือ เป็นแนวคิดที่ต้องนำมาทดสอบในภาคปฏิบัติ เพราะฉะนั้น ผลที่เกิดขึ้นจากภาคปฏิบัติจึงเป็นตัวบ่อนกลบย้อนไปผลักดันให้เกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแนวคิดทฤษฎีหากว่าความเป็นจริงไม่ได้ผลตามที่คาดหวังเอาไว้ ดังนั้น นับตั้งแต่ทศวรรษแรกของการพัฒนา คือทศวรรษ 1950 ที่มีการเน้นหนักเรื่องการสร้างโครงสร้างพื้นฐานและด้านเศรษฐกิจ ในทศวรรษต่อมาคือ 1960 ได้เริ่มมีการประเมินผลและวิพากษ์วิจารณ์กระบวนการทัศนความทันสมัย มีการนำเสนอแนวคิดเรื่องความจำเป็นพื้นฐาน และการพัฒนาคุณภาพชีวิตมาเสริมต่อจากแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว และในทศวรรษที่ 1970 แนวคิดเรื่อง "การมีส่วนร่วมของประชาชน" ก็เริ่มเปิดตัวมานำเสนอ

สำหรับแนวคิดเรื่อง "การมีส่วนร่วมของประชาชน" นี้ เป็นแนวคิดหลักที่ชุดโครงการ "การสื่อสารเพื่อการพัฒนา" ได้ใช้เป็น "แกนความคิดหลัก" ในทุกโครงการวิจัยที่เรียกว่า "การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม" (participatory communication) แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนี้มีแม่แบบอยู่ 2 แม่แบบคือ

(1) จะให้ประชาชนได้ใช้การสื่อสารทุกรูปแบบเพื่อเป็น**เครื่องมือ**เข้าไปสู่มีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ (public life) ได้อย่างไร เพื่อจะนำไปสู่อำนาจในการตัดสินใจอย่างอิสระของประชาชนเอง

(2) จะให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมใน**ตัวการสื่อสาร**เองได้อย่างไร เช่น การเข้ามามีส่วนร่วมในวิทยุชุมชน หอกระจายข่าว สื่อพื้นบ้านแบบต่างๆ

(สนใจโปรดดู กาญจนา, **อีกครั้งกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม**, 2547)

เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงแนวคิดเรื่อง "การพัฒนา" ซึ่งเปรียบเสมือนตัวพ่อ และเรื่อง "การสื่อสาร" ซึ่งเปรียบเสมือนตัวแม่ (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป) ก็ย่อมส่งผลสะท้อนมาถึงการเปลี่ยนแปลงที่ตัวลูกคือ "การสื่อสารเพื่อการพัฒนา" อย่างแน่นอน และเมื่อมีการตกแต่งรากแก้วเสียใหม่ ส่วนของลำต้นรวมทั้งดอก/ผล/ใบก็จะเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าตามไปเป็นลำดับต่อไป

ในที่นี้จะเฟ้นงพินิจแนวโน้มเบื้องต้นของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาตามองค์ประกอบที่ได้เริ่มมาตั้งแต่แรกดังนี้

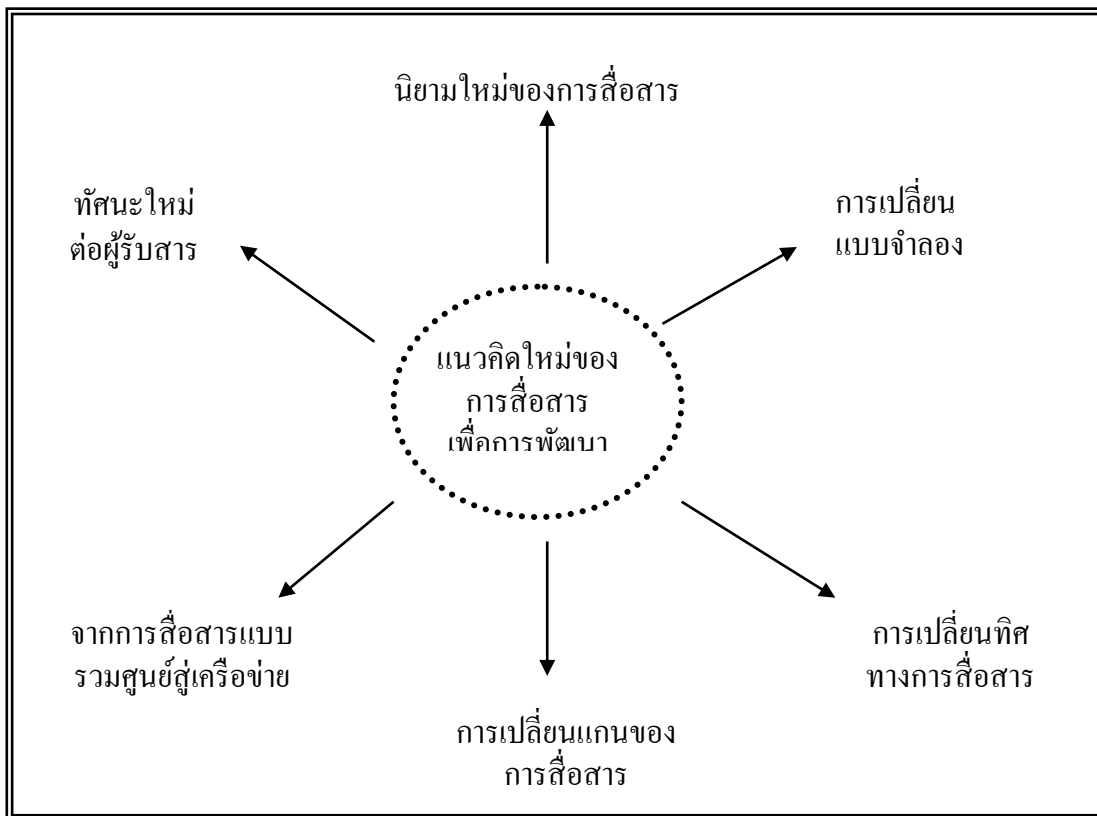
3.1 แนวโน้มของการเกิดการแนวคิดใหม่

(ก) แนวคิดใหม่เรื่อง "การพัฒนา" เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับตัวพ่อ คือแนวคิดเรื่องการพัฒนา เราจะพิจารณาโดยเทียบเคียงระหว่างแนวคิดใหม่และเก่าตามตารางข้างต้นนี้

กระบวนทัศน์หลัก (Dominant Paradigm)	กระบวนทัศน์ทางเลือก (Alternative Paradigm)	ปัจจัยสนับสนุน กระบวนทัศน์ใหม่
1. ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ	1. การกระจายความเจริญอย่างยุติธรรม	1. อัตราความเจริญเติบโตที่เริ่มชะลอลดตัวลงจาก 1950/1960 2. แนวคิดเรื่อง "การไหลของความเจริญจากบนลงล่าง" (Trickle down effect) ไม่เกิดขึ้นจริง
2. การเน้นการใช้เทคโนโลยีที่ลงทุนสูง	1. ให้ความสนใจกับคุณภาพชีวิต 2. การประสานของใหม่และของเก่าเข้าด้วยกัน 3. เน้นการใช้เทคโนโลยีระดับกลางและเทคโนโลยีที่ใช้แรงงานคน (แก้ปัญหาการว่างงาน)	1. ปัญหาสิ่งแวดล้อมในประเทศที่พัฒนาแล้ว 2. ชีดจำกัดของความเจริญเติบโต 3. เกิดวิกฤติการณ์ด้านพลังงานในช่วงปี 1973
3. การวางแผนจากส่วนกลาง	1. การพึ่งตนเอง 2. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการวางแผนและดำเนินงานพัฒนาแบบกระจายอำนาจ	1. ความสำเร็จของประเทศจีนในเรื่องการวางแผนแบบกระจายอำนาจและการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา
4. ถือว่าปัจจัยภายในสังคมเป็นสาเหตุความด้อยพัฒนา	1. ทั้งปัจจัยภายในและภายนอกเป็นสาเหตุร่วมของความด้อยพัฒนา	1. การรวมตัวของประเทศค้าน้ำมันที่เพิ่มอำนาจมากขึ้นในสังคมโลก (1973-74) 2. อำนาจของโลกที่สามที่เพิ่มมากขึ้นในเวทีโลก เช่น สหประชาชาติ 3. การวิจารณ์ Dominant Paradigm อย่างรุนแรงของกระบวนทัศน์ Dependency

ภาพที่ 11 : การเปรียบเทียบคุณลักษณะของกระบวนทัศน์หลักและกระบวนทัศน์ทางเลือกของ
การพัฒนา

(ข) แนวคิดใหม่เรื่อง "การสื่อสารเพื่อการพัฒนา" ในช่วงทศวรรษ 1970 กระบวนทัศน์ด้านการสื่อสารเองก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากเช่นกัน และในสวนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาทั้งโดยการตรงและทางอ้อม มีสัก 4-5 ประการสำคัญๆ ดังนี้



ภาพที่ 12: คุณลักษณะของแนวคิดใหม่ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

(i) การเปลี่ยนแบบจำลองจากแบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดที่มีเป้าหมายเพื่อการโน้มน้าวชักจูง มีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียว และเป็นการสื่อสารที่ถือเอาตัวผู้ส่งเป็นตัวตั้ง ได้มีการนำเสนอแบบจำลองใหม่คือ **แบบจำลองเชิงพิธีกรรม** ที่มีเป้าหมายเพื่อการสร้างความเข้าใจ สร้างความหมาย สร้างอารมณ์ความรู้สึกร่วมกัน เป็นการสื่อสารแบบสองทาง และไม่มีใครผูกขาดเป็นผู้รับ/ผู้ส่งอยู่ตลอดเวลา

จากแบบจำลองการสื่อสารอันใหม่นี้ จึงเกิดรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบใหม่ๆ เช่น การจัดเวทีเสวนา (dialogue) การจัดประชุมกลุ่ม (forum) การทำประชาพิจารณ์ (public hearing) การจัดเวทีประชาคม ฯลฯ

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง "การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อจัดการปัญหาขยะของประชาชนท้องถิ่น อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา" ของสิทธิชัย เทวธีระรัตน์ และคณะ (2547) ซึ่งคณะวิจัยได้เข้าไปพบชุมชนบ้านโนนป่าติ้วซึ่งเป็นหมู่บ้านที่ต้องทุกข์ระทมจากการเป็นพื้นที่รองรับการทิ้งขยะจากทั้งอำเภอปากช่อง ความทุกข์นั้นถึงระดับที่ต้องกางมุ้งกินข้าวเนื่องจากแมลงวันตอมทั้งหมู่บ้านตลอดเวลา แต่ชาวบ้านก็มีข้อจำกัดที่ทำให้ขยับตัวแก้ปัญหาไม่ได้ เนื่องจากคิดว่าตนเองไม่มีกรรมสิทธิ์ในที่ดิน (เป็นพื้นที่ที่เช่าจากทหาร) มีผู้นำอบต.ที่ไม่เข้มแข็ง เป็นชุมชนใหม่ที่แต่ละครอบครัวอพยพมาจากคนละแห่งทำให้สายสัมพันธ์ในชุมชนไม่เหนียวแน่น และปัจจัยที่สำคัญที่สุดก็คือ ไม่มีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากพอที่จะแก้ไขปัญหารุนแรงของชุมชน

เมื่อคณะวิจัยเข้าไปตรวจสอบสภาพระบบการสื่อสารเพื่อการแก้ไขปัญหขยะในชุมชนก็พบว่า

- มีเพียงรูปแบบการพำนักกันด้วยวาจาในหมู่คนที่เดือดร้อน เนื้อหาสารมีแต่การพูดถึงปัญหา แต่ไม่มีทางออก
- แม้จะมีปัจเจกบุคคลบางคนที่มีความกล้าหาญ ทำหนังสือร้องเรียนไปยื่นกับทางเทศบาล แต่ก็ยังเป็นเพียงพลังเล็กๆที่ไม่เพียงพอ และเนื่องจากไม่รู้ช่องทางส่งสารที่ถูกต้อง จึงไม่มีปฏิกิริยาตอบกลับมาแต่อย่างใด
- คนในชุมชนยังมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารที่ passive ในที่ประชุมหมู่บ้านประชาชนได้แต่เพียงรับฟังคำสั่งจากทางราชการ
- ในกลุ่มผู้นำที่เป็นทางการยังมีวิธีคิดที่รอคอยวิธีการแก้ไขปัญหามาจากภายนอก
- ทิศทางการไหลของข่าวสารนั้น มีแต่ข่าวสารจากภายนอกไหลเข้ามาในชุมชนและแปรเปลี่ยนเป็นข่าวลือ (เช่น หากเคลื่อนไหวนานเกินไป จะถูกผู้มีอิทธิพลทำร้าย) แต่ข่าวสารความเดือดร้อนในชุมชนไม่มีช่องทางไหลออกภายนอกเลย

ในขณะที่คณะวิจัยได้พบ "ข้อจำกัดต่าง ๆ ของชุมชน" นั้น ในอีกด้านหนึ่งคณะวิจัยก็ได้พบ "ศักยภาพ" ของชุมชนด้วย เช่น ชาวบ้านโนนป่าติ้วมีการยอมรับความคิดเห็นจากหลายๆฝ่ายและยอมรับได้เร็ว มีผู้นำความคิดบางคนที่มีความเข้มแข็งและจริงจังในการแก้ปัญหาชุมชน แต่ทว่าศักยภาพดังกล่าวยังไม่สามารถแสดงตัวออกมาเป็นพลังได้ เนื่องจากผู้นำดังกล่าวยังขาดวิธีการ ขาดทักษะ และขาดความรู้ในการผลักดันให้เกิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชุมชน

อาศัยวิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วมและการวิจัยเชิงปฏิบัติการ คณะวิจัยได้เล่นบทบาทเป็น "ตัวกลาง" ในการเชื่อมต่อระหว่างกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหา และการเชื่อมต่อดังกล่าวได้สร้างสรรค์รูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในชุมชน

คณะวิจัยได้ใช้กลยุทธ์การสื่อสาร 4-5 รูปแบบที่จะเสริมศักยภาพของชุมชนเพื่อให้เกิดการเชื่อมต่อระหว่างพลังของคนกลุ่มต่าง ๆ ภายในชุมชนเอง และการเชื่อมต่อระหว่างชุมชนกับแหล่งทรัพยากรเพื่อการแก้ไขปัญหาภายนอก (เช่นเทศบาล) กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ก็มีเช่น

(1) การทัศนศึกษา/ดูงานจากชุมชนอื่นที่แก้ไขปัญหาสำเร็จ เพื่อเป็นการขยายฐานความรู้/ฐานประสบการณ์ของชุมชน

(2) การปรับปรุงหอกระจายข่าวของชุมชนเพื่อเป็นช่องทางเอื้ออำนวยให้ข่าวสารเพื่อการแก้ปัญหาของชุมชนได้ไหลเวียน

(3) การจัดเวทีเสวนาเวทีต่าง ๆ โดยเริ่มต้นจากเวทีภายในชุมชนเองก่อน เพื่อเปลี่ยนศักยภาพด้านการสื่อสารของชุมชน จากที่เคยเป็นการสื่อสารแบบทางเดียวมาเป็นการสื่อสารแบบสองทาง จากที่เคยเป็นผู้รับฟังมาเป็นผู้ร่วมแสดงความคิดเห็น และเป็นรูปแบบการสื่อสารที่สร้างความเข้าใจ/ความรู้สึกร่วมกัน

เมื่อชุมชนคุ้นเคยกับการติดตั้งเวทีเสวนาเพื่อระดมความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหา จาก "การร่วมคิด" ก็ขยายมาสู่ "การร่วมลงมือทำ" และขนาดของเวทีเสวนาก็เริ่มยกระดับจากเวทีเสวนาภายในชุมชน มาเป็นเวทีเสวนาระหว่างชุมชนกับเทศบาล

คณะวิจัยสรุปผลการวิจัยว่า แม้ว่าปัญหาเรื่องการจัดการขยะยังแก้ไขไม่ได้อย่างสิ้นสุด (เนื่องจากต้องใช้ทรัพยากรและเวลา) แต่ทว่า ท่ามกลางกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมที่ได้ดำเนินไป ชุมชนก็ได้ติดตั้งรูปแบบใหม่ของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือเวทีเสวนา ซึ่งจะเป็นอุปกรณ์สำคัญสำหรับแก้ไขปัญหาของชุมชนต่อไป

(ii) การเปลี่ยนทิศทางของการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบเดิมนั้นจะเน้นทิศทางจากบนลงล่าง (top-down flow) ที่สอดคล้องกับทิศทางของการพัฒนา คือ จากเจ้าหน้าที่สู่ประชาชน แต่ในกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบใหม่จะเป็นการสื่อสารแบบจากล่างขึ้นบน (bottom-up flow) ดังนั้นในปัจจุบัน เราจึงเห็นกรณีตัวอย่างมากมายที่เจ้าหน้าที่รัฐต้องไปเรียนรู้จากชุมชน ตัวอย่างเช่นงานวิจัยเรื่องศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลของกมลรัฐ อินทратัน และคณะ (2547) ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว ซึ่งคณะวิจัยได้เสนอให้หน่วยงานดังกล่าวของรัฐเรียนรู้จากศูนย์เรียนรู้ของชุมชนที่เกิดมาจากการริเริ่มและการดำเนินงานของชุมชนเอง

(iii) การเปลี่ยนแกนของการสื่อสาร ในกระบวนการเดิม แกนของการสื่อสารจะมีลักษณะเป็นแนวดิ่ง (vertical) คือเป็นการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่กับประชาชน โดยที่ในหมู่ประชาชนนั้นจะมีการติดต่อสื่อสารกันเองน้อยมาก แต่ในกระบวนการแบบใหม่นี้ จะเน้นแกนการติดต่อสื่อสารระหว่างประชาชนด้วยกัน (horizontal) ดังนั้น เมื่อใดที่มีหมู่บ้านใดที่ทำงานประสบความสำเร็จก็จะมีการแลกเปลี่ยนดูงานกันในระหว่างหมู่บ้าน

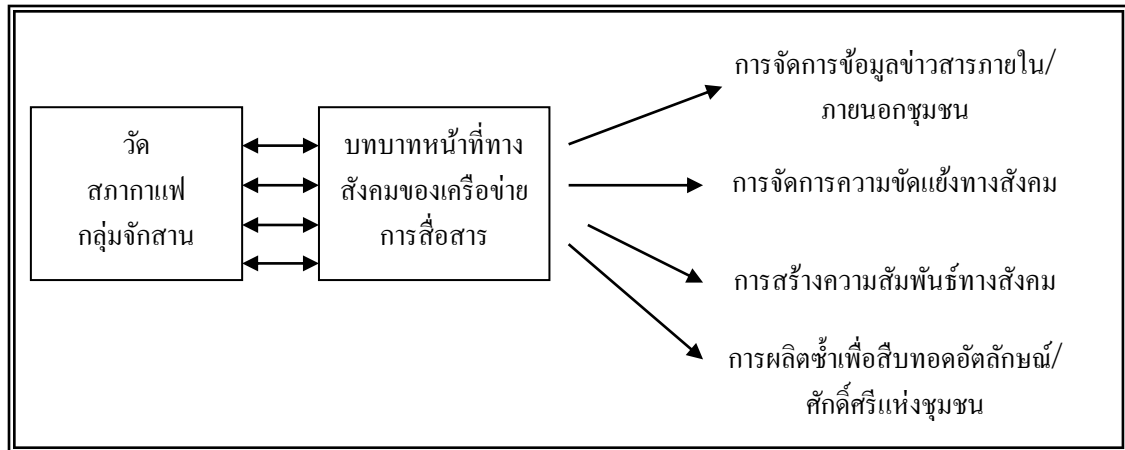
(iv) การเปลี่ยนแปลงจากการสื่อสารจากศูนย์กลางสู่การสื่อสารแบบเครือข่าย

การสื่อสารแบบเดิมจะเน้นการวางแผนจากส่วนกลาง เช่น การวางแผนการรณรงค์จะเริ่มจากกระทรวง ทบวง กรม ต่างๆ แล้วถ่ายทอดไปสู่ท้องถิ่น ในเรื่องการผลิตสื่อก็เช่นเดียวกัน แต่ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบนี้จะไม่มีใครเป็นศูนย์กลาง ทุกหน่วยทุกกลุ่มของการพัฒนาจะเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ผู้ผลิตสื่อและผู้ใช้สื่อจะมีลักษณะเป็นเครือข่ายการสื่อสารที่มีรูปแบบการกระจายตัวอยู่ทั่วไป

ดังนั้น ทิศทางการศึกษาเรื่องรูปแบบของการสื่อสารจึงเปรียบจากการศึกษาการสื่อสารแบบแนวตั้ง/หรือจากแบบส่วนกลาง เช่น การศึกษาเรื่องทิศทางการไหลของข่าวสารไปสู่การสื่อสารในรูปแบบใหม่ๆ ที่เรายังมีความรู้ความเข้าใจไม่มากนัก เช่น การศึกษาเรื่องเครือข่ายการสื่อสาร

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง "เครือข่ายการสื่อสารกับศักยภาพการดำรงอยู่ของชุมชน" กรณี ต.ทุ่งขวาง อ.พนัสนิคม จ.ชลบุรี" โดยสมสุข หินวิมานและคณะ (2547) งานวิจัยชิ้นนี้ได้สาธิตศักยภาพของการสื่อสารแบบเครือข่ายที่สามารถสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนได้โดยที่ชุมชนที่ศึกษานี้ เป็นชุมชนที่อยู่ใกล้ศูนย์กลางความเจริญแบบปากกับจมูก (อยู่ห่างจากจ.ชลบุรี เพียง 10 กิโลเมตร) แต่ทว่ายังกลับมีความเป็นตัวของตัวเองด้วยการปลูกข้าวทำนา กิน มีการเลือกพัฒนาอาชีพจากต้นทุนดั้งเดิม คืออาชีพจักสาน เป็นชุมชนที่ได้รับแรงกระแทกจากความทันสมัยในรูปแบบต่าง ๆ อย่างแน่นอน ไม่ว่าจะเป็นถนน ไฟฟ้า โทรศัพท์ โทรทัศน์ ฯลฯ และชุมชนนี้ก็มีได้มีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันแบบที่จะมีแรงเกาะเกี่ยวเหนียวแน่น ในทางตรงกันข้าม ภายในชุมชนกลับมีการแบ่งแยกออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ และแถมทำที่สุด ชุมชนนี้มิได้มีผู้นำที่เข้มแข็งเสียละซึ่งจะช่วยอธิบายความเข้มแข็งของชุมชนได้ตามหลักการทั่วไป

แม้จะปราศจากเงื่อนไขอันดีพร้อมสำหรับการเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง แต่คณะวิจัยก็ได้ค้นพบว่า การออกแบบเครือข่ายการสื่อสารอย่างดีเยี่ยมในชุมชนที่ประกอบขึ้นด้วยเครือข่ายการสื่อสารย่อยๆ เช่น เครือข่ายทางธรรม/วัด เครือข่ายทางโลกของผู้ชาย/สภากาแฟ เครือข่ายทางโลกของผู้หญิง/กลุ่มจักสาน ฯลฯ ที่เชื่อมร้อยโยงใยอย่างไม่ขาดสายจากกันโดยมี "ตัวบุคคล" บางคนที่ยังรออยู่ระหว่างเครือข่ายเหล่านี้ คณะวิจัยได้พบว่า เครือข่ายการสื่อสารดังกล่าวได้ทำหน้าที่เป็น "การสื่อสารของชุมชน" อย่างเพียบพร้อม เช่น



ภาพที่ 13: บทบาทหน้าที่ทางสังคมของช่องทางสื่อสาร

จากการทำหน้าที่อย่างดีเยี่ยมของช่องทางสื่อสารซึ่งเป็น "แหล่งกำเนิดในการปั่นพลังของชุมชน" ทำให้ชุมชนสามารถจะต่อรอกับโลกภายนอกได้ ชุมชนเปิดรับข่าวสารเรื่องความเจริญทุกอย่างจากภายนอก แต่ชุมชนก็มีกลไกการสื่อสารที่ช่วยตรวจสอบ/ช่วยทบทวน ช่วยไตร่ตรองอย่างรอบคอบก่อนจะตัดสินใจ ซึ่งอาจจะกล่าวสรุปได้ว่า ช่องทางสื่อสารที่ทำหน้าที่อย่างดีของชุมชนเป็นปัจจัยค้ำยันให้ชุมชนสามารถจะ "ต่อกร" กับแรงกดดันจากโลกภายนอกได้อย่างสู้สู้กัน

(v) การเปลี่ยนทัศนคติใหม่ต่อผู้รับสาร ในแบบจำลองการพัฒนาแบบเดิม จะมองเห็นว่าประชาชนนั้นว่างเปล่า และต้องถ่ายทอดความเข้าใจเรื่องการพัฒนาลงไปให้ ซึ่งก็สอดคล้องกับทัศนคติด้านการสื่อสารที่ต้องถ่ายทอดความรู้จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร เนื่องจากผู้รับสารนั้นถูกมองว่าเป็นเพียง "ผู้คอยรับสาร" (passive)

แต่ในแบบจำลองใหม่นั้น ในด้านการพัฒนาก็เชื่อว่า มีภูมิปัญญาบางอย่างดำรงอยู่ในหมู่ประชาชนเช่นเดียวกับเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่เชื่อว่า ประชาชน/ผู้รับสารนั้น active ดังนั้นผู้รับสารไม่เพียงแค่ว่า "เปิดรับ" สารเท่านั้น หากแต่ยังมีการตรวจสอบ การเลือกใช้ รวมทั้งการแสวงหาข่าวสารอีกด้วย (Information seeker)

ตัวอย่างที่จะเป็นประจักษ์พยานยืนยันทัศนคติใหม่ต่อผู้รับสารคืองานวิจัยเรื่อง "การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตร: ทฤษฎีใหม่ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช" โดย พรทิพย์ เย็นจะบก และคณะ (2547) คณะวิจัยค้นพบว่า ในขณะที่นวัตกรรมด้านแนวคิดทางการเกษตรคือ "ทฤษฎีใหม่" นั้น มีผู้ส่งสารเป็นพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งเป็นองค์ประมุขอันเป็นที่เคารพรักและศรัทธาอย่างสูงสุดของเกษตรกร ดังนั้นปัญหาที่บรรดานวัตกรรมด้านแนวคิดใหม่ๆ มักจะเผชิญเป็นด่านแรกคือ การเปิดรับ รับฟัง และยอมรับนั้น จาก "ความเชื่อถือศรัทธาและ

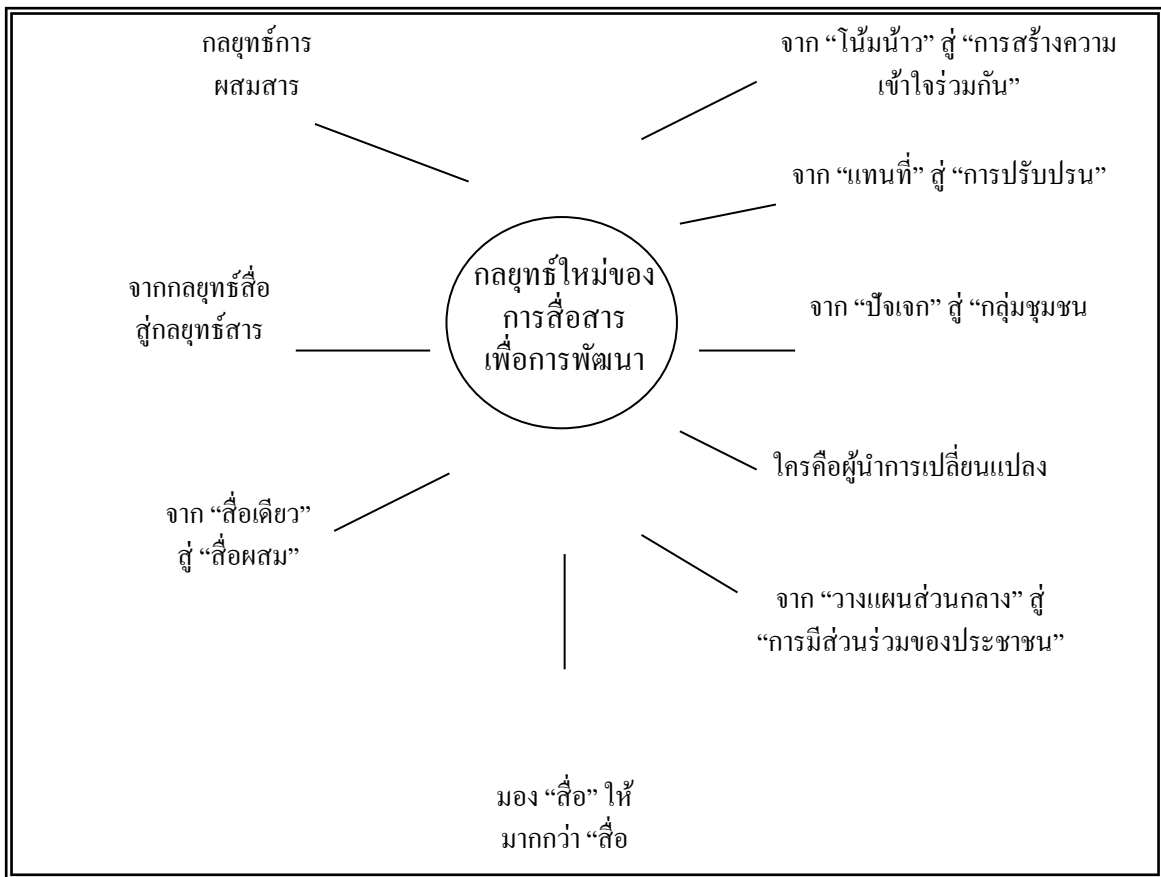
"ไว้วางใจในผู้ส่งสาร" (sender credibility & trustworthiness) ทำให้การเผยแพร่ "ทฤษฎีใหม่" นี้ไม่มีความจำเป็นต้องโน้มน้าวแต่อย่างใด เกษตรกรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างล้วนให้สัมภาษณ์ว่าเมื่อได้รับฟังกระแสพระราชดำริเรื่องนี้ ต่างก็มั่นใจ เชื่อมั่น เชื่อถือ และพร้อมที่จะน้อมรับไปปฏิบัติตาม

อย่างไรก็ตาม ในขั้นตอนของการแปรแนวคิดไปเป็นรูปธรรมการปฏิบัตินั้น ผู้รับสารที่เป็นเกษตรกรก็มีลักษณะที่เลือกแสวงหาทั้งแหล่งข่าวและตัวเนื้อหาสาร ดังจะเห็นได้ว่าเกษตรกรไม่ได้พึ่งพาแหล่งข่าวสารที่เป็น "สื่อมวลชน" เหมือนในระยะเวลาแรกของการเปิดรับแล้ว แต่หันมาเลือกใช้ "สื่อบุคคล" ที่เป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร นอกจากนี้ เกษตรกรก็ยังมีกรรวมตัวกันเป็น "เครือข่าย" ที่มีกระบวนการสื่อสารภายในเครือข่ายที่ส่งผลต่อการเปิดรับ การรับรู้ การตีความ การแสวงหาข่าวสาร การเสริมศักยภาพและการเรียนรู้ การตรวจสอบ/การเลือกใช้ข่าวสาร ฯลฯ พฤติกรรมการสื่อสารดังกล่าวของกลุ่มเกษตรกรเป็นข้อยืนยันว่า สำหรับเรื่องการสื่อสารที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตนั้น กลุ่มผู้รับสารยอม active เสมอ

(vi) **นิยามใหม่ของการสื่อสาร** ในทัศนะเดิม การสื่อสารมักจะถูกมองอย่างขาดลอยจากโครงสร้างเศรษฐกิจ/สังคม/การเมือง แต่ในทัศนะใหม่นี้ จะพิจารณาว่าการสื่อสารนั้นเป็นเรื่องที่ต้องเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ/การเมือง/สังคม-วัฒนธรรมโดยตรง ตัวอย่างง่ายๆ ก็เช่น ผู้ที่มีเศรษฐกิจดีก็จะมีอำนาจ/โอกาสในการเข้าถึงข่าวสารมากกว่า ในทางกลับกัน คนที่มีข่าวสารมากกว่าก็จะย้อนกลับมาดำรงรักษาค่าจูนอำนาจทางเศรษฐกิจ/การเมืองอีกต่อไป (ดูตัวอย่างงานวิจัยของอริยา, 2547 ในตอนต่อไป)

3.2 แนวโน้มของการนำกลยุทธ์ใหม่มาใช้ในเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์นั้นเป็นผลต่อเนื่องมาจากการปรับเปลี่ยนแนวคิด/ทฤษฎี/กระบวนการที่กล่าวมาแล้ว อาจกล่าวได้ว่า นับตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 2530 เป็นต้นมา ได้เริ่มมีการทบทวนทวนคิดทั้งในเรื่องการพัฒนา การสื่อสาร และการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ถึงแม้ว่า การเคลื่อนไหวดังกล่าวนั้นจะยังไม่แพร่หลายในภาครัฐ ยังคงค่อนข้างนิ่งเงียบในสถาบันวิชาการ แต่ทว่าในภาคองค์กรพัฒนาเอกชนและภาคประชาชนนั้นล้วนเป็นพื้นที่ที่มีการแตกหน่อใหม่ๆ ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในรูปแบบใหม่ๆ ดังที่เราจะเริ่มได้ยินคำว่า การจัดเวทีเสวนา เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การจัดตั้งเครือข่าย ฯลฯ หนาหูขึ้น และแม้ว่าการนำกลยุทธ์ใหม่ๆ เหล่านี้มาใช้จะยังมีได้มีสถานะเป็นรูปแบบกระแสหลัก แต่ก็มีแนวโน้มที่เพิ่มความนิยมมากขึ้นทุกที รูปแบบใหม่ๆ ของการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นส่องสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การสื่อสารที่อยู่เบื้องหลัง ดังนี้



ภาพที่ 14: กลยุทธ์ใหม่ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

(i) จากกลยุทธ์ "การโน้มน้าว" สู่ "การสร้างความเข้าใจร่วมกัน" เป็นองหลังรูปแบบใหม่ๆ ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา เช่น การจัดเวทีเสวนา การจัดเวทีแลกเปลี่ยน เครือข่ายการเรียนรู้ การทำประชาพิจารณ์ การสรุป/ถอดบทเรียนร่วมกัน การทำวิจัยแบบมีส่วนร่วม การคืนข้อมูลให้ชุมชน ฯลฯ รูปแบบการสื่อสารเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้กันมิใช่การโน้มน้าวแล้ว หากแต่เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งการสร้าง ความเข้าใจร่วมกันมากกว่า

ตัวอย่างของกลยุทธ์ใหม่ๆ ด้านการสื่อสารที่อาจมาเกิดขึ้นแม้แต่ใน "กระบวนการวิจัย" ที่จะนำมาเป็นตัวอย่างในที่นี้คือเรื่อง "การคืนข้อมูลการวิจัยให้แก่ชุมชน" ซึ่งถือเป็นท่าบังคับพื้นฐานของการวิจัยแบบมีส่วนร่วม อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ และคณะ (2547) ผู้ทำวิจัยเรื่อง "สมรรถนะด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลกับการระดมพลังการพัฒนา" เป็นคณะวิจัยที่มีความภาคภูมิใจที่จะเล่ากระบวนการคืนข้อมูลวิจัยให้แก่ "ประชาคมที่ศึกษา" ทั้งนี้ เนื่องจากการออกแบบการวิจัยนั้น คณะวิจัยได้เลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็น "สื่อบุคคล" เพียง 1 ท่านคือ

"ประธานชุมชนคลองเจริญ" (ตำแหน่งดังกล่าวเป็นตำแหน่งใหม่สำหรับชุมชนใหม่ในเมืองที่พอจะเทียบเคียงได้กับตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน แต่ทว่าไม่มีสถานภาพทางการปกครองและไม่มีค่าตอบแทน) หากแต่จะทำการศึกษาย่างลุ่มลึกในประเด็น "สมรรถนะด้านการสื่อสาร" ของประธานชุมชนอันจะส่งผลไปถึงการระดมพลังการพัฒนาชุมชน

เมื่อศึกษาตัวอย่างเพียง 1 ท่าน ก็มีคำถามว่า แล้วงานวิจัยนี้มีความคุ้มค่าหรือไม่ หากไม่สามารถนำไปขยายผลในกรณีอื่นๆ

เนื่องจากในเขตเทศบาลเมือง จ.อุดรธาณีนั้นมีอยู่ 50 ชุมชน ซึ่งเท่ากับมี 50 ประธานชุมชน คณะวิจัยจึงได้นำเอาผลสรุปจากงานวิจัยไปคืนข้อมูลให้แก่ "ที่ประชุมประธานชุมชนทั้ง 50 ท่าน" ซึ่งคณะวิจัยหวังว่า นอกเหนือจากผลประโยชน์ด้านกาวิจัยแล้ว การสื่อสารในรูปแบบของการคืนข้อมูลนี้ยังเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อการเสริมศักยภาพ (empower) แก่ประธานชุมชนต่างๆ ให้เกิดความเชื่อมั่นในความสำคัญและพลังอำนาจของพวกเขาที่มีต่อการพัฒนาชุมชน

คณะวิจัยใช้กระบวนการสื่อสารแบบสองทาง คือเปิดโอกาสให้มีการพูดคุยถามตอบโดยเรียงลำดับกระบวนการสื่อสารไว้ดังนี้คือ

(1) คณะวิจัยเตรียมเอกสารรายงานผลการวิจัยฉบับย่อให้ประธานชุมชน 50 แห่งได้อ่านและอภิปราย

(2) คณะวิจัยชี้แจงให้ที่ประชุมเข้าใจความสำคัญของ "การสื่อสาร" และตำแหน่ง "ประธานชุมชน" ที่มีต่อการพัฒนาชุมชน

(3) คณะวิจัยชี้แจงให้ที่ประชุมเพิ่มเติมทั้งข้อมูล/ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะต่อเรื่องวิจัย รวมทั้งการนำไปใช้ประโยชน์

คณะวิจัยได้พบว่า เมื่อแจกเอกสารวิจัยฉบับย่อให้ นั้น ประธานชุมชนทั้ง 50 แห่งต่างให้ความสนใจที่จะอ่านเอกสารเป็นอย่างมาก ซึ่งก็น่าจะอธิบายตามหลักการสื่อสารได้ว่า คนเราย่อมสนใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตัวเอง และเนื่องจากคณะวิจัยใช้รูปแบบการสื่อสารแบบสองทางพร้อมทั้งมีทัศนคติที่เห็นคุณค่าใน "ผู้เข้าร่วมประชุม" จึงทำให้เกิดบรรยากาศการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง กลยุทธ์ของการคืนข้อมูลดังกล่าวทำให้กระบวนการสื่อสารบรรลุเป้าหมาย ทั้งเชิงการวิจัยและสร้างความเข้าใจร่วมกันของที่ประชุม

(ii) จากกลยุทธ์ "การแทนที่" สู่ "การปรับปรน..." จากกระบวนการทัศน์เดิมที่มองว่า "ของใหม่มีแต่ดีทั้งหมด ส่วนของเดิมนั้นก็มีแต่ข้อเสียทั้งหมด ดังนั้น จึงต้องนำเอาของใหม่เข้ามาทดแทน" แต่เมื่อมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ใหม่ว่า "ทั้งของเก่าและของใหม่ล้วนมีทั้งข้อดีและข้อด้อยทั้งคู่ จึงควรที่จะเลือกข้อดีทั้งจากของเก่าและของใหม่มาปรับประสาน (articulation) เข้าด้วยกัน

ในด้านการสื่อสารก็เป็นไปในทำนองเดียวกัน จึงเริ่มที่จะมีงานวิจัยที่วิเคราะห์ข้อเด่นและข้อจำกัดของการสื่อสารแบบเดิม เช่น สื่อบุคคล สื่อประเพณี สื่อพื้นบ้าน พร้อมทั้งศึกษาข้อเด่นและข้อจำกัดของการสื่อสารแบบใหม่ๆ เช่น สื่อมวลชน คอมพิวเตอร์ ฯลฯ แล้วนำเอาข้อดีของทั้ง 2 แบบมาประสานกัน

ตัวอย่างที่ชัดเจนในเรื่องกลยุทธ์การปรับประสานได้แก่ งานวิจัยของศุภางค์ นันตา และคณะ (2547) เรื่อง "กระบวนการค้นคว้าใหม่ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนากลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์" คณะผู้วิจัยได้ชี้ให้เห็นว่า ในกิจกรรมการพัฒนารูปแบบกลุ่มออมทรัพย์นั้น จำเป็นที่การสื่อสารจะต้องเข้าไปมีบทบาทตั้งแต่หัวจรดหาง กล่าวคือ เริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการรับรู้เป้าหมายของกิจกรรมให้ตรงกัน (เช่นรู้ว่าเข้ากลุ่มเพื่อฝึกการออมไม่ใช่เพื่อหวังกู้ มิฉะนั้นชื่อกลุ่มก็ต้องเปลี่ยนจากกลุ่มออมทรัพย์เป็นกลุ่มกู้ทรัพย์) การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการทั้งการจัดระบบแบ่งงานกันทำ บริหารเงิน ระบบบัญชี ฯลฯ

ในชุมชนทั้งเมืองและชนบทของจ.สุรินทร์ที่เป็นพื้นที่ศึกษานั้น มีระบบการสื่อสารทั้งแบบเดิม/ตามแบบประเพณีอยู่แล้ว เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคล ก็มีการไปมาหาสู่เยี่ยมเยียนกัน การสังสรรค์ การพูดคุยกันเรื่องการทำมาหากิน การสื่อสารระดับชุมชน เช่น หอกระจายข่าว การประชุมหมู่บ้าน การสื่อสารแบบประเพณี เช่น ประเพณีแซนโดนตา การทำบุญต่าง ๆ ฯลฯ ระบบการสื่อสารแบบดั้งเดิมที่มีทั้งคุณูปการ แต่ก็มีข้อจำกัดเมื่อโยกมาใช้ในกิจกรรมการพัฒนากลุ่มออมทรัพย์ เช่น เรื่องระบบตัวเลขบัญชีนั้น จะเอาแต่พูดแบบปากต่อปากไม่ได้ เป็นต้น

ส่วนการสื่อสารรูปแบบใหม่ ๆ เช่น การสื่อสารแบบประชุมกลุ่มย่อย การจัดเสวนา การระดมสมอง การดูงาน การฝึกอบรม การสร้างเครือข่ายภายในชุมชน ฯลฯ รูปแบบการสื่อสารใหม่ๆ เหล่านี้ แม้ว่าจะมีประสิทธิภาพดีสำหรับงานพัฒนา แต่ก็ยังดูแปลกหน้า เคอะเขิน ยังไม่เข้าใจหรือปฏิบัติตามไม่เป็น

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้ทดลองผสมสูตรการสื่อสารทั้ง 2 ระบบเข้าด้วยกัน โดยการเริ่มต้นจากฐานการสื่อสารแบบเดิมแล้วนำมาขยายระดับด้วยส่วนผสมของการสื่อสารรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้เหมาะกับการทำกิจกรรมการพัฒนา เช่น

(1) ขยายการเยี่ยมเยียนกันจากระดับปัจเจกต่อปัจเจกที่อยู่ในหมู่เครือญาติให้มาเป็นการเยี่ยมเยียนกับระดับกลุ่มต่อกลุ่ม และเป็นญาติกันทางการออมทรัพย์ (ยังคงรักษาบรรยากาศการเยี่ยมเยียนแบบเดิม แต่เพิ่มเนื้อหามากขึ้น) โดยอาจจะผสมผสานกับกิจกรรมตามประเพณีให้เป็นสื่อกลาง เช่น งานกีฬาชุมชน งานบุญประจำปี

(2) การจัดเวทีการเรียนรู้ แต่เดิมเวลาจัดประชุมจะมีแต่ผู้ใหญ่/ผู้อาวุโสแสดงความคิดเห็น คณะผู้วิจัยได้ปรับเปลี่ยนบรรยากาศให้เป็นเวทีชาวบ้านแบบระดมสมอง

(3) **การสร้างเครือข่าย** แต่เดิมนั้นมีการทำงานแบบไม่เป็นทางการ คณะวิจัยได้ทดลองทำให้มีการสร้างเครือข่ายแบบเป็นทางการ

คณะวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารแบบปรับประสานระหว่างการสื่อสารแบบเดิมกับแบบใหม่มีประสิทธิภาพที่สอดคล้องกับกิจกรรมการพัฒนาแบบอ้อมทวีติกว่ากลยุทธ์การสื่อสารแบบแทนที่ที่เคยใช้มา

(iii) **จากกลยุทธ์ที่เน้น "ปัจเจก" มาสู่ "กลุ่ม/ชุมชน"** ดังได้กล่าวมาแล้วว่า ในกระบวนการทัศน์เดิมนั้น จะเป็นการสร้างผลกระทบ (Impact study) ที่หน่วยระดับปัจเจก เนื่องจากความเชื่อที่ว่า ถ้าค่อยๆ เปลี่ยนแปลงไปที่ละคน ในท้ายที่สุด ก็จะเปลี่ยนกันทั้งสังคม

แต่กระบวนการทัศน์ใหม่เห็นว่า ชีวิตของคนในโลกที่ 3 นั้น มิได้แตกแยกเป็น "ปัจเจก" หากทว่าบุคคล (โดยเฉพาะในชนบท) ยังมีความสัมพันธ์เชื่อมร้อยอยู่กับกลุ่มสังคม เช่น เครือญาติ พ่อแม่ เพื่อนบ้าน เพื่อนสนิท ชุมชน ฯลฯ ดังนั้น หน่วยของการศึกษาจึงควรเป็นกลุ่ม/ชุมชน

จากตัวอย่างงานวิจัยหลายๆ ชิ้นที่ได้ยกมากล่าวตั้งแต่ต้น เช่น การสื่อสารเพื่อการจัดการปัญหาขยะที่ จ.โคราช หรือเครือข่ายการสื่อสารที่ ต.ทุ่งขวาง จ.ชลบุรี จะเห็นได้ว่า คณะผู้วิจัยได้เปลี่ยนหน่วยที่ศึกษาจากระดับปัจเจกมาเป็นระดับกลุ่มหรือระดับชุมชน

(iv) **การขยาย "ผู้นำการเปลี่ยนแปลง"** ในกระบวนการทัศน์เดิมนั้น จะเน้นแต่ผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่เป็นบุคลากรของภาครัฐ แต่ผลที่เกิดขึ้นได้พิสูจน์แล้วว่า เจ้าหน้าที่รัฐนั้นเป็นสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพน้อยกว่าที่คิด ดังนั้น "ผู้ส่งสาร" จึงไม่จำเป็นต้องจำกัดวงอยู่ในภาครัฐเท่านั้น หากแต่ต้องขยายออกไปถึงผู้นำของชุมชนที่มีอยู่มากมายหลายประเภททั้งทางโลกและทางธรรม

ตัวอย่างงานวิจัยของอมรรัตน์ ทิพยเลิศ และคณะ (2547) เรื่อง "สมรรถนะด้านการสื่อสารของสื่อบุคคล" ที่ได้กล่าวถึงไปแล้วนั้น ตัวสื่อบุคคลที่นำมาศึกษาก็เป็นเพียง "ประธานชุมชน" ซึ่งเป็นผู้นำชุมชนที่ชาวบ้านเลือกตั้งขึ้นมาเพื่อเป็นตัวแทนในการประสานงานติดต่อกับเทศบาล เป็นผู้ที่มีความเสียสละ และไม่มีอำนาจด้านการปกครองตามกฎหมายแต่อย่างใด หากแต่ดำรงอยู่เป็นผู้นำด้วยความศรัทธาของชาวบ้าน ในลำดับต่อไปเมื่อถึงหัวข้อที่เกี่ยวกับสื่อบุคคล ผู้เขียนจะยกตัวอย่างงานวิจัยที่เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางด้านศาสนาที่มีผลงานโดดเด่นมาให้ดูเป็นตัวอย่าง

(v) **จากกลยุทธ์ "การวางแผนจากส่วนกลาง" สู่ "การมีส่วนร่วมของประชาชน"** เพื่อให้สอดคล้องกับกระบวนการทัศน์ใหม่ของการพัฒนา การสื่อสารเพื่อการพัฒนาก็ต้องเปลี่ยนจากการวางแผนจากส่วนกลางไปสู่การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชน และดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า แนวคิดเรื่อง "การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม" (participatory communication) จึงกลายเป็น "คำหลัก" (keyword) ที่ถูกนำมาใช้โดยที่ความหมายของคำนี้มีอยู่ 2 นัยยะ คือ

(ก) การใช้การสื่อสารเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ เช่น การทำประชาพิจารณ์ การใช้สิทธิตามพรบ.ข่าวสารของทางราชการ การล่าชื่อประชาชน 50,000 คน เพื่อถอดถอน สส. เป็นต้น ดังตัวอย่างงานวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการสร้างประชาคมทับเที่ยง จ.ตรัง ของอรุณีวรรณ นาศรี และคณะ ที่ได้กล่าวถึงต่อไป

(ข) การเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการของการสื่อสารเอง ซึ่งในระดับแนวคิด ทฤษฎีสามารถทำได้ใน 3 ระดับคือ

- ระดับเป็นผู้ฟังที่ active และมีปฏิริยาป้อนกลับ
- ระดับเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิต
- ระดับการวางนโยบายและวางแผนการใช้สื่อ

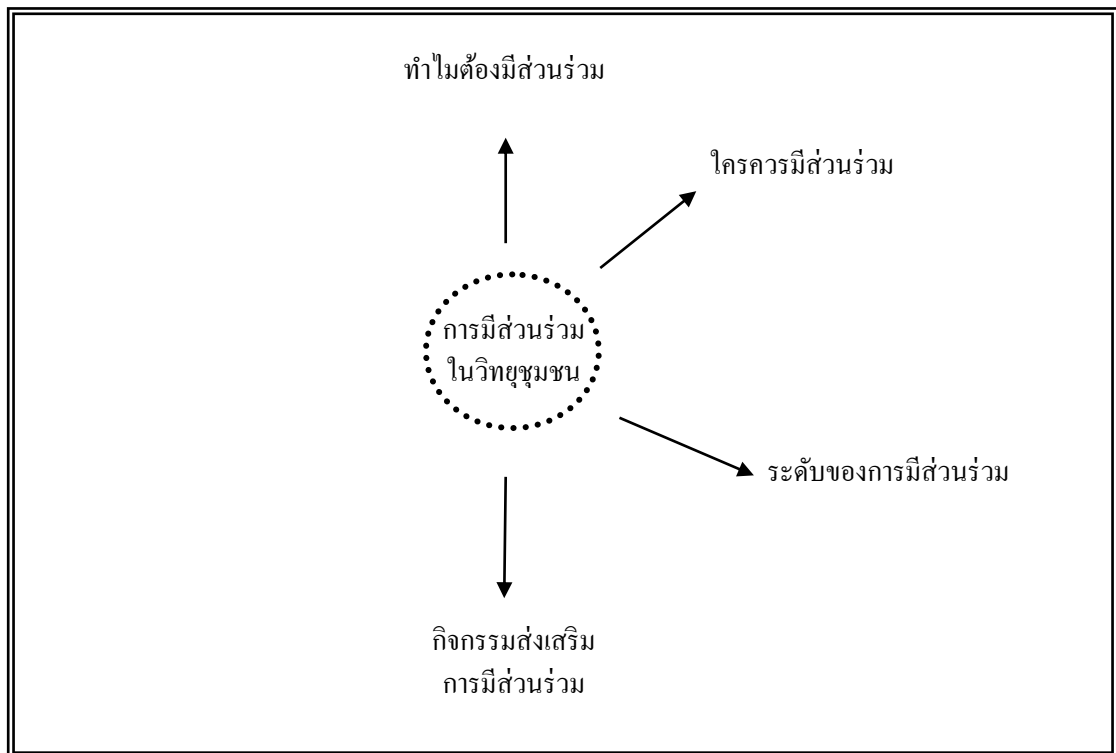
ในเรื่องการมีส่วนร่วมนี้ ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ตอนต้นแล้วว่า แนวคิดเรื่อง "การมีส่วนร่วมในการสื่อสาร" นั้น ถือเป็นแกนกลางแนวคิดหลักของการวิจัยทุกชิ้นในโครงการ "การสื่อสารเพื่อชุมชน" ที่มาของการมีสถานะเป็นแนวคิดแกนกลางนั้นมีอยู่หลายเหตุผล เริ่มตั้งแต่เหตุผลแรกคือ **การสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของการสื่อสาร** (sense of belonging) ดังเช่นตัวอย่างงานวิจัยเรื่อง "หอกกระจายข่าว" ของดวงพร คำบุญวัฒน์ และคณะ (2545) ที่ได้กล่าวถึงแล้ว ความรู้สึกเป็นเจ้าของนี่เองที่สามารถจะนำมาอธิบายการดำรงอยู่อย่างยั่งยืนของการสื่อสารแบบต่างๆ ทั้งนี้โดยมีต้องอาศัยการอ้างอิงจากงานวิจัยใดๆ เลย เพราะเพียงแค่เราเพิ่งพินิจดูปรากฏการณ์ที่เห็นอยู่ในสังคมเมื่อเปรียบเทียบระหว่างบรรดาสื่อประเพณีหรือสื่อพื้นบ้านที่มีอายุยาวนานนับเป็นร้อยๆ ปี กับบรรดาสื่อกิจกรรมพัฒนาสมัยใหม่ (เช่น บ่อน้ำที่ราชการขุดให้ ที่อ่านหนังสือพิมพ์ ธนาคารยา หอกกระจายข่าว ฯลฯ) ที่พากันเหี่ยวเฉาแห้งตายแม้จะมีอายุเพียงไม่กี่สิบปี เคล็ดลับที่อธิบายความแตกต่างระหว่างสื่อทั้ง 2 ประเภท ก็คือ ความรู้สึกที่ว่า "การสื่อสารนั้นเป็นของเรา" หรือเปล่า นั่นเอง

และนอกจากเรื่องการมีส่วนร่วมจะสร้างดอกผลออกมาเป็น **"ความรู้สึกเป็นเจ้าของ"** แล้ว (เราคงเคยได้ยินบทสรุปจากเพลงที่ว่า "ของของใครของใครก็หวง ของใครใครก็ต้องหวง หวังใยรักใคร่ถนอม) นอกเหนือจากการช่วยให้การสื่อสารแต่ละแบบ "ดำรงอยู่" แล้ว การมีส่วนร่วมก็ยังให้หลักประกันว่า การสื่อสารนั้นจะยังคงทำหน้าที่เพื่อสร้างคุณประโยชน์ให้แก่ชุมชนได้อย่างไรอีกชั้นหนึ่งด้วย ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่องสื่อพื้นบ้าน: โนราโรงครูในภาคใต้ที่ชาวบ้านมีบทบาทสำคัญในการโอบอุ้มสื่อโนราเอาไว้ เนื่องจากการประกอบพิธีกรรมโนราโรงครูนั้นทำหน้าที่บทบาทอย่างมากมายให้แก่ชุมชน เช่น รักษาความสัมพันธ์ในหมู่เครือญาติ เป็นที่พึ่งทางใจ เชื่อมโยงสายสัมพันธ์ระหว่างลูกหลานกับบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว เป็นต้น (ดู เขียรชัย อิศรเดช, ศักยภาพสื่อโนราในการพัฒนาท้องถิ่น, 2547)

แต่แม้เราจะรู้ๆ กันอยู่ว่า การมีส่วนร่วมนั้นมีคุณประโยชน์มากมายหลายอย่างดังที่กล่าวมา หากทว่าในทางปฏิบัติก็มีคำถามว่า "จะต้องทำอย่างไรจึงจะเกิดการมีส่วนร่วมได้" กล่าวโดยเฉพาะคือการเข้ามามีส่วนร่วมในสื่อประเภทต่างๆ และเรายังต้องการการศึกษาค้นคว้าเพื่อตอบคำถามดังกล่าวอยู่ไม่น้อย ทั้งนี้เนื่องจากการเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารนั้น จะมีตัวแปรมากมายหลายชนิดเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น **ประเภทของสื่อ** หากเป็นสื่อดั้งเดิมที่ชุมชนคุ้นเคย ก็ จะเข้ามาร่วมง่าย เช่น บรรดาผู้ชมหมอลำจะรู้ได้ทันทีว่า ช่วงเวลาไหนจะร้องสอยร่วมกับศิลปินหมอลำได้ แต่ถ้าเป็นสื่อสมัยใหม่ที่แปลกหน้า ก็อาจจะยากที่จะเข้ามาร่วม (เช่นผู้ฟังวิทยุจะยังไม่รู้ว่า จะเข้ามามีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนได้อย่างไรบ้าง) เป็นต้น หรืออาจจะขึ้นอยู่กับ**ความซ้ำซ้อน** ของสื่อแต่ละประเภท เป็นต้น

สำหรับตัวอย่างงานวิจัยในโครงการ "การสื่อสารเพื่อชุมชน" ที่จะยกมานำเสนอให้เห็นประเด็นเรื่อง "การมีส่วนร่วมในการสื่อสาร" นั้น จะขอยกตัวอย่างงานวิจัยเรื่องวิทยุชุมชนซึ่งมีอยู่ 4 ชิ่น และงานวิจัยเรื่องโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน 1 ชิ่น

(ก) บทเรียนเรื่องการมีส่วนร่วมจากงานวิจัยเรื่องวิทยุชุมชน จากงานวิจัยวิทยุชุมชนทั้ง 4 ชิ่น ได้มีบทเรียนที่น่าพิจารณาดังนี้



ภาพที่ 15 : บทเรียนของการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชน

(1) **ทำไมต้องมีส่วนร่วมในวิद्यุชุมชน** เราอาจจะมีคำถามว่า ในขณะที่เรา เคยฟังวิद्यุสาธรรณะของรัฐและวิद्यุธุรกิจ/การค้ามานับเป็นเวลาหลายสิบปีแล้ว โดยที่ผู้ฟัง/ ประชาชนทั่วไปไม่จำเป็นต้องเข้าไปมีส่วนร่วมแต่อย่างใด และวิद्यุเหล่านั้นก็ยังสามารถ ดำเนินงานต่อไปได้อย่างปกติ แต่เพราะเหตุใด ผู้เขียนจึงจะกล่าวว่า "เรื่องวิद्यุชุมชนนั้น ไม่ร่วม ไม่ได้แล้ว"

เหตุผลเบื้องหลังความจำเป็นของการมีส่วนร่วมของประชาชนในวิद्यุชุมชนก็คือ ปรัชญา/ธรรมชาติและลักษณะของวิद्यุชุมชนนั้นแตกต่างไปจากวิद्यุสาธรรณะและวิद्यุธุรกิจ กล่าวคือ วิद्यุชุมชนเป็นวิद्यุของอาสาสมัครที่จะต้องดำเนินงานด้วยการหนุนช่วยของประชาชนที่ เข้ามาเป็นอาสาสมัครช่วยงานในรูปแบบต่าง ๆ การดำรงอยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืนของวิद्यุชุมชน (ซึ่งต้องทำงานอย่างสม่ำเสมอ ทุกวัน ต่อเนื่อง) จึงขึ้นอยู่กับทำให้ความร่วมมือของชุมชน

และบทบาทหน้าที่ของวิद्यุชุมชนนั้นก็มิใช่เพื่อตอบสนองความต้องการของ ชุมชน ดังนั้น หากชุมชนไม่เข้ามาร่วมด้วยช่วยกันทำงานช่วยกันบอกเล่าหรือช่วยกันติดตามผล ก็ คงเป็นการยากที่วิद्यุชุมชนก็ยังทำหน้าที่บทบาทได้ตามที่คาดหวัง

ท้ายที่สุด วิद्यุชุมชนนั้นเป็นสื่อเพื่อการสร้างประชาธิปไตยในสังคม และคง เป็นไปตามหลักการที่ว่า "เราไม่สามารถจะให้อะไรในสิ่งที่เราไม่มีได้" ดังนั้น ในตัววิद्यุชุมชนเองก็ จำเป็นต้องมี "ประชาธิปไตย" เสียก่อน การบริหารจัดการและดำเนินงานของวิद्यุชุมชนจึงต้อง อาศัยการมีส่วนร่วมอย่างเป็นประชาธิปไตย

(2) **ใครควรมีส่วนร่วมบ้าง** เนื่องจากคนในสังคม (ตั้งแต่ระดับจังหวัดถึงระดับ หมู่บ้าน) ย่อมประกอบด้วยคนหลายกลุ่ม หลายอาชีพ หลายชนชั้น หลายเพศหลายวัย ฯลฯ โดย หลักการทั่วไปก็คือ วิद्यุชุมชนจะต้องเป็น "เวทีสาธารณะที่เปิดกว้างให้ตัวแทนจากกลุ่มได้เข้ามามี ส่วนร่วม" ผลจากงานวิจัยเรื่องวิद्यุชุมชนในโครงการ "การสื่อสารเพื่อชุมชน" ได้จัดแบ่งระดับของ กลุ่มคนของการมีส่วนร่วมเพื่อให้ดูเข้าใจง่ายดังนี้

(ก) การสร้างการมีส่วนร่วมภายในกลุ่มตัวแทนที่เข้ามารับผิดชอบงานวิद्यุ ชุมชน เช่น คณะกรรมการชุดต่างๆ

(ข) การสร้างการมีส่วนร่วมในระดับชุมชน อย่างน้อยต้องให้สมาชิกในชุมชน รับรู้การเกิดขึ้น การดำเนินงานของวิद्यุชุมชน รวมทั้งวิद्यุชุมชนต้องแสวงหารูปแบบที่จะเข้าไป เป็นส่วนเสี้ยวหนึ่งของชุมชน ในระดับนี้ ต้องมีหลักประกันว่า ตัวแทนของคนทุกกลุ่มในชุมชนจะมี "ที่ทาง" ในวิद्यุชุมชน

(ค) การสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ปกครองทั้งในระดับจังหวัดและท้องถิ่นเพื่อ

ระดมความร่วมมือและช่วยเหลือจากภายนอก

(3) **ระดับของการมีส่วนร่วม** ในทางหลักการ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ประชาชนสามารถจะเข้ามามีส่วนรวมในวิเทศชุมชนได้ 3 สถานะคือ เป็นผู้ฟังที่เอาการเอางาน มาเป็นผู้ผลิต/จัดรายการ มาเป็นคณะกรรมการบริหาร อย่างไรก็ตาม ผลจากการวิจัยที่เป็นจริงก็พบว่า ช่องทางการเข้ามามีส่วนรวมในวิเทศชุมชนนั้นมีมากกว่าหลักการที่กล่าวไปแล้วดังนี้ คือ

(i) **การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ฟัง/ผู้รับสาร** เป็นช่องทางที่เปิดกว้างสำหรับคนส่วนใหญ่ แต่แม้แต่จากบทบาทผู้ฟังที่เอาการเอางานนี้ ผู้ฟังก็ยังสามารถจะสวมหมวกเป็น "อาสาสมัคร" ที่ทำหน้าที่อื่นๆ ได้อีกมากมาย เช่น เป็นตัวแทนเพื่อแจ้งข่าวสารของชุมชน เป็นประชาสัมพันธ์ให้ชุมชน คอยร้องเรียน/ตรวจสอบปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชน มาช่วยกิจกรรมพิเศษของวิเทศชุมชน เป็นต้น

(ii) **การเข้ามามีส่วนร่วมในรายการ** ซึ่งมีหลายรูปแบบ เช่น การโทรศัพท์เข้ามารายงานข่าว แจ้งข่าว พูดคุย ตีชมรายการ ขอเพลง ตรวจสอบข้อมูล ให้ข้อเสนอแนะ ฯลฯ หรือเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้ให้สัมภาษณ์/แขกรับเชิญ (ซึ่งวิเทศชุมชนต้องใช้รูปแบบรายการแบบนี้อย่างมาก) และการมีส่วนร่วมโดยผ่านทางจดหมายและไปรษณีย์บัตร

(iii) **การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตรายการ** การผลิตรายการวิเทศชุมชนมีส่วนคล้ายกับการผลิตรายการทั่วไปคือมี 3 ขั้นตอน ขั้นเตรียมการก่อนการผลิต ขั้นผลิต และขั้นหลังการผลิต ในทั้ง 3 ขั้นตอนนี้ ประชาชนที่เป็นอาสาสมัครสามารถจะเข้ามามีส่วนร่วมได้หลายแบบเช่น

- **ขั้นก่อนผลิตรายการ** อาสาสมัครสามารถมีส่วนร่วมด้วยการช่วยเหลือประเด็นหัวข้อ เลือกแ่งมุมที่จะนำเสนอ รวบรวมข้อเท็จจริงที่จะใช้เป็นวัตถุดิบ
- **ขั้นผลิตรายการ** อาสาสมัครสามารถจะเข้ามาร่วมเป็นผู้ดำเนินรายการหรือแขกรับเชิญ
- **ขั้นหลังการผลิต** ในกรณีการสัมภาษณ์นอกสถานที่ อาสาสมัครอาจจะเข้ามาช่วยในการติดต่อเทป เป็นต้น

(iv) **การมีส่วนร่วมในฐานะแหล่งข้อมูล** ภาระหน้าที่ที่สำคัญประการหนึ่งของวิเทศชุมชนคือการเชื่อมประสานการสื่อสารแนวนอนระหว่างประชาชนด้วยกัน ดังนั้น แหล่งข้อมูลที่เป็นประชาชนธรรมดาจึงเป็นทรัพยากรที่สำคัญ และผู้ที่มีรู้ดีที่สุดก็คือ คนที่อยู่ในพื้นที่นั่นเอง

(v) **การเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่เกี่ยวกับการดำเนินงานวิเทศชุมชน** ในแง่นี้ประชาชนอาจจะเข้ามาทั้งในรูปแบบของตัวแทนชมรมอาสาสมัคร คณะกรรมการ

อนุกรรมการ คณะทำงาน ฯลฯ ซึ่งจะมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของวิद्यุชุมชน

(vi) การเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและนโยบาย ซึ่งเป็นรูปแบบสูงสุดของการมีส่วนร่วมคือในรูปแบบคณะกรรมการชุดต่างๆ

(4) กิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วม เอกลักษณะเฉพาะตัวอีกประการหนึ่งของวิद्यุชุมชนก็คือ ต้องเป็น "วิद्यุที่มากกว่าไปกว่าวิद्यุที่สถานี" ซึ่งหมายความว่า จะต้องมีการทำกิจกรรมเสริมการจัดรายการวิद्यุในรูปแบบต่าง ๆ แล้วแต่ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของคณะทำงาน โดยที่กิจกรรมเสริมต่าง ๆ เหล่านี้อาจจะมีเป้าหมายเฉพาะๆ แตกต่างกันไป เช่น เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรู้จักและเข้าใจ เพื่อการระดมทุน ฯลฯ และการทำกิจกรรมเสริมทั้งหลายนั้นก็ป็นช่องทางสำคัญในการระดมการมีส่วนร่วมจากประชาชนและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยเรื่องวิद्यุชุมชนทั้ง 4 ชิ้น มีตัวอย่างกิจกรรมเสริมวิद्यุชุมชนหลายรูปแบบเช่น กิจกรรมการเปิดตัววิद्यุชุมชน กิจกรรมวิद्यุชุมชนสัญจร (ออกไปจัดรายการในชุมชน) กิจกรรมการประชาสัมพันธ์วิद्यุชุมชน (การใช้รถแห่ สปอต แจกใบปลิว แผ่นพับ การจับสลากชิงรางวัล ฯลฯ) กิจกรรมการจัดนิทรรศการ เป็นต้น

(ข) บทเรียนเรื่องการมีส่วนร่วมจากงานวิจัยเรื่องโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน

สำหรับสื่อมวลชนที่มีขนาดใหญ่อีกประเภทหนึ่งคือสื่อโทรทัศน์ ซึ่งนอกจากจะเป็นสื่อที่ครอบคลุมผู้รับสารอย่างกว้างขวางขนาดใหญ่แล้ว ยังเป็นสื่อที่มีความซับซ้อนในด้านเทคนิคการผลิต มีเรื่องของเงินลงทุน/ค่าใช้จ่ายเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างมาก รวมทั้งมีอิทธิพลทั้งด้านการเมือง/สังคม/วัฒนธรรมเข้ามาโยงโย่อยู่ตลอดเวลา ดังนั้น ประเด็นเรื่อง "การมีส่วนร่วมของประชาชนในสื่อขนาดใหญ่เช่นโทรทัศน์" นั้น จึงดูเหมือนจะเป็นเรื่องไกลเกินฝันอย่างมาก

จากงานวิจัยหลายต่อหลายชิ้นที่พยายามศึกษาการทำบทบาทหน้าที่ของโทรทัศน์ที่ตั้งอยู่ในต่างจังหวัดที่เรียกว่าโทรทัศน์ท้องถิ่นนั้น ผลการวิจัยมักจะทำให้ข้อสรุปที่เป็นแบบแผนเดียวกันว่า โทรทัศน์ท้องถิ่นมักจะเล่นบทบาทเป็นเพียงแค่ส่วนขยายของโทรทัศน์ส่วนกลาง เพื่อทำหน้าที่ส่งต่อข่าวสารจากส่วนกลางไปสู่ท้องถิ่นเท่านั้น ดังนั้น แม้ว่าในแง่กายภาพ โทรทัศน์ท้องถิ่นจะมีที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่น แต่ในแง่ภารกิจ/จิตใจแล้ว โทรทัศน์ท้องถิ่นกลับรับใช้ส่วนกลางมากกว่า

แม้กระนั้น หฤทัย ชัดนาค และคณะ (2547) ก็ยังมุ่งหวังที่จะมองหาแสงสว่างจากปลายอุโมงค์อันมืดมิดว่า มีลู่วางใดหรือไม่ว่าจะทำให้โทรทัศน์ท้องถิ่น เช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 จากพิษณุโลก ทำหน้าที่เป็นสื่อเพื่อชุมชนได้มากกว่าที่เป็นอยู่ มูลเหตุจูงใจดังกล่าวนั้นก็สืบเนื่องมาจากภูมิปัญญาของนักวิจัยเองที่เป็นคนพื้นที่และทำงานเป็นบุคลากรอยู่ในโทรทัศน์ช่อง 11 พิษณุโลกมาเป็นเวลานานพอสมควร

ในเบื้องต้น คณะวิจัยได้ทำการสำรวจประเมินสถานภาพของโทรทัศน์ช่อง 11

พิษณุโลกเพื่อดูว่าสื่อนี้จะสามารถทำหน้าที่เป็น "โทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน" ได้มากน้อยเพียงใด ผลสรุปก็คือ ยังทำไม่ได้มากนัก ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจัยที่เป็นปัญหาอุปสรรคที่ค่อนข้างยุ่งยากอยู่แล้ว คือ สถานีโทรทัศน์ยังมีเจ้าของเป็นรัฐ ยังมีรูปแบบการบริหารจัดการแบบรัฐ ซึ่งส่งผลไปถึงเรื่องงบประมาณที่มีจำกัด และทำให้วิธีการดำเนินงานมีลักษณะเป็น "สื่อของราชการ" มากกว่าเป็น "สื่อมวลชนหรือสื่อของประชาชน"

แต่ในอีกด้านหนึ่ง คณะวิจัยก็ได้มองเห็นแสงสว่างรำไรที่น่าจะเป็นจุดเริ่มต้นของการขยับขับเคลื่อนสื่อขนาดใหญ่นี้ได้บ้าง กล่าวเฉพาะในกรณีของช่อง 11 พิษณุโลกนี้ คณะวิจัยพบว่า ท่ามกลางข้อจำกัด ความขาดแคลน และอุปสรรคนานัปการ แต่ทว่าบุคลากรของทางสถานียังคงยืนหยัดกัดฟันทำงานรับผิดชอบอย่างเต็มที่ สาเหตุหนึ่งอาจจะเนื่องมาจากบุคลากรเหล่านี้เป็นผู้คนที่มาจากท้องถิ่นเอง และมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อชุมชนท้องถิ่น ดังนั้น หากมีกระบวนการติดตั้งเขี้ยวเล็บทางความรู้/ความเข้าใจ/ทางปัญญาให้ประสานกับจิตสำนึกรักท้องถิ่นที่มีอยู่ คณะวิจัยเข้าใจว่า ปัจจัยดังกล่าวน่าจะเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในลำดับต่อไป

ในประเด็นเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น คณะวิจัยพบว่า แม้ว่าสถานะของประชาชนจะมีส่วนร่วมอยู่ในระดับของผู้ชมเท่านั้น แต่ทว่าในมวลหมู่ผู้ชมนี้ก็ยังมีระดับความผูกพันกับรายการต่างๆของโทรทัศน์แตกต่างกัน เป็นที่น่าสังเกตว่า รายการที่ผูกใจผู้ชมได้มากที่สุด คือรายการศิลปวัฒนธรรมอันได้แก่การหมั้นเวียนคนละลิเกต่าง ๆ มาแสดง ซึ่งผู้ชมจะเขียนจดหมายมาติชมบ้าง แนะนำบ้าง แม้เมื่อจะมีการถอดถอนรายการนี้ออกจากสถานี ผู้ชมก็จะมีปฏิกิริยาคัดค้าน

ดังนั้น ข้อเสนอแนะของคณะวิจัยที่จะเพิ่มการทำบทบาทหน้าที่ของโทรทัศน์ท้องถิ่นให้มีคุณค่าต่อชุมชนมากขึ้น จึงเป็นการเสนอให้เพื่อการมีส่วนร่วมทั้งจากโครงสร้างภายในคือบุคลากรของสถานีเอง และการเพิ่มบทบาทผู้ฟังที่เอากิจการเองจากฝ่ายผู้ชมให้มากขึ้น

(vi) กลยุทธ์การใช้ "สื่อ" ให้มากกว่า "สื่อ" กลยุทธ์นี้ได้แก่การเปิดเสรีของคำนิยามของคำว่า "สื่อ" ซึ่งแต่เดิมเคยจำกัดอยู่แต่เฉพาะสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ แต่อันที่จริงแล้ว "สื่อ" นั้นยังหมายรวมถึงสื่อประเภทอื่นๆ

นอกจากนั้น คำว่า "สื่อ" ควรจะขยายออกมาถึงคำว่า "ช่องทาง" (channel) ซึ่งหมายถึง พื้นที่ วาระโอกาส เพื่อที่จะได้ใช้ทุกช่องทางที่สามารถจะสร้างการสื่อสารได้ เช่น ร้านกาแฟ ริมบ่อน้ำ กิจกรรมการพานักเรียนไปเดินป่า ประเพณีทอดผ้าป่าข้าว ฯลฯ

ตัวอย่างเช่นงานวิจัยเรื่อง "การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการจัดการป่าชุมชน: กรณีศึกษาป่าชุมชนสะมะแก จ.กาญจนบุรี" โดย วราพร ศรีสุพรรณ และคณะ (2547) ซึ่งคณะวิจัย

พบว่า นอกจากจะมีการออกแบบรูปแบบการสื่อสารในรูปของเวทีเสวนา การจัดตั้งคณะกรรมการเครือข่ายเพื่อรักษาป่าแล้ว ก็ยังต้องมีการคิดค้นรูปแบบการสื่อสารสำหรับสืบทอดความรู้ความเข้าใจรวมทั้งสำนึกในการรักษาป่าให้แก่กลุ่มเยาวชนที่อยู่รอบๆ ป่านั้นด้วย ดังนั้น คณะกรรมการเครือข่ายป่าชุมชนสะมะแกจึงได้ทำโครงการ "รู้จักป่า รู้จักบ้าน สืบสานป่าชุมชน" ซึ่งจัดทำในรูปแบบของค่ายเยาวชน ที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านรอบๆป่าชุมชน

กิจกรรมในค่ายนั้น มีรูปแบบการสื่อสารทั้งที่เป็นการบรรยายจากวิทยากรทั้งภายนอกและภายในชุมชน มีกิจกรรมวัฒนธรรม (เช่นการแสดงดนตรี การละเล่น เพื่อความสนุกสนานของเยาวชน) มีการประชุมกลุ่มย่อยของเยาวชน และที่สำคัญคือ มีการสำรวจป่าชุมชนโดยให้เยาวชนเดินไปตามเส้นทางศึกษาธรรมชาติที่คณะกรรมการได้กำหนดไว้ รวมทั้งกำหนดกิจกรรมให้เยาวชนได้ทำ เช่น

- แบ่งประเภทต้นไม้ที่พบ
- วัดขนาดของต้นไม้
- หาพืชสมุนไพร/หาต้นไม้ที่เป็นอาหาร/หาต้นไม้ที่เป็นพิษ
- ศึกษาธรรมชาติเกี่ยวกับสัตว์

ฯลฯ

จากกิจกรรมดังกล่าวนี้จะเห็นได้ว่าสื่อกิจกรรมเหล่านี้สามารถเป็น "สื่อ" สำหรับให้ความรู้/ความตระหนักและสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับป่าชุมชนให้แก่เยาวชนได้อย่างดี

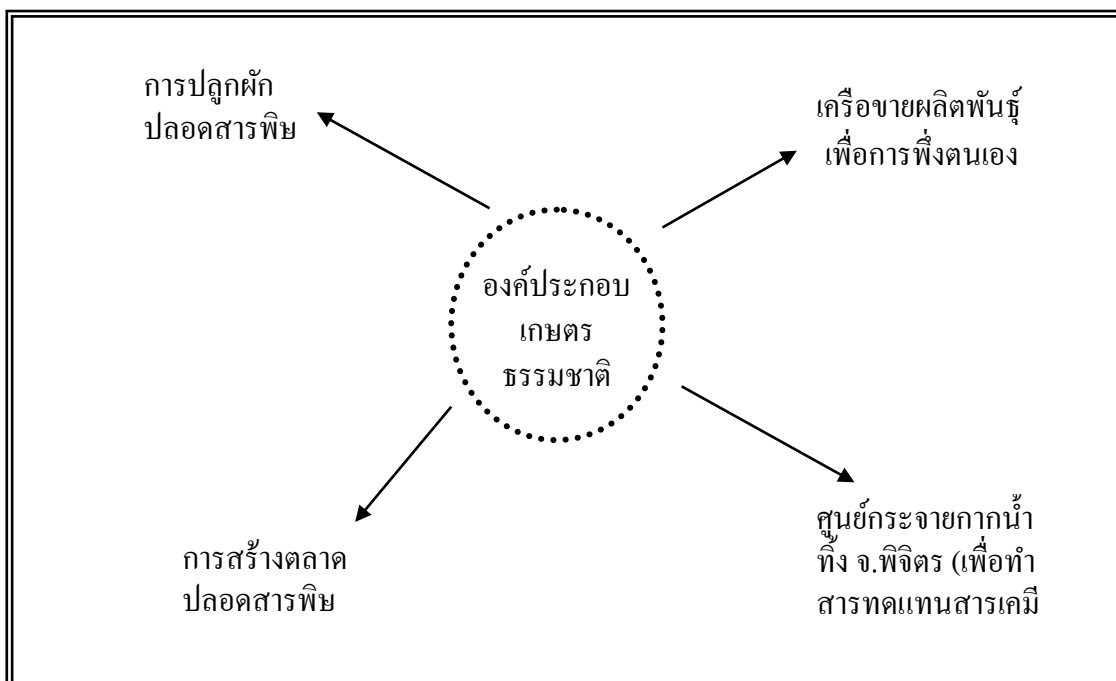
(vii) จาก "สื่อเดียว" สู่อ "สื่อผสม" จากคำถามเดิมๆ ที่ว่า "สื่อประเภทใดจะทรงพลังกว่ากัน" นั้น ผลการวิจัยจำนวนมากพบว่า "สื่อตัวเดียวมักจะไม่สามารถทำหน้าที่ได้ตลอดรอดฝั่งทั้งขบวนการการพัฒนา หากแต่ต้องมีการประสานใช้สื่อหลายๆ ประเภทตามจังหวะ/ขั้นตอน ซึ่งความรู้ในการประสานสื่อหลายประเภทนี้ ในแวดวงธุรกิจได้ก้าวหน้าไปอย่างมาก แต่ในเรื่องการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาสังคมนั้นยังอยู่ในขั้นเตาะเตาะ

ตัวอย่างงานวิจัยของจาร์ส เสือดี และคณะ (2547) เรื่อง "กระบวนการสื่อสารเพื่อขยายผลของการทำเกษตรไม่ใช้สารเคมี" ที่ทีมวิจัยได้ทำการทบทวนบทเรียนของมูลนิธิร่วมพัฒนาพิจิตร (ที่เป็นองค์กรระดับจังหวัดที่มีเป้าหมายหลากหลาย) และชมรมเกษตรธรรมชาติและอาหารปลอดภัยของจ.พิจิตร อันเป็นหน่วยงานเครือข่ายของมูลนิธิแต่มีเป้าหมายเฉพาะคือเรื่องการส่งเสริมการทำเกษตรโดยไม่ใช้สารเคมี จากผลงานในช่วงเวลา 6 ปีของมูลนิธิ (ตั้งแต่พ.ศ.2541-2546) โดยมุ่งประเด็นการทำงานในเรื่องการสื่อสารเป็นการเฉพาะ เพื่อจะพิจารณาดูผลที่เกิดขึ้นและข้อจำกัดต่าง ๆ รวมทั้งพยายามแสวงหาแนวทางแก้ไขข้อจำกัด โดยคณะวิจัยได้เลือกพื้นที่ ต.ท้ายน้ำ ในจ.พิจิตร เป็นพื้นที่ทดลองแนวทางการสื่อสารแบบใหม่ๆ ที่ค้นคิดได้ด้วย

คณะวิจัยพบว่า **รูปแบบการสื่อสาร**ในระยะเริ่มแรกของการทำงานด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกร คือการจัดเวทีการประชุม รูปแบบการสื่อสารเช่นนี้ดูคล้ายกลยุทธ์ที่พระสังข์ใช้เรียกหอยเรียกปลาที่สนใจให้เข้ามาพบปะกัน ดังนั้น จากเวทีดังกล่าว มูลนิธิจึงได้พบ "ตัวเป็นๆ" ของผู้นำที่สนใจเรื่องการทำเกษตรแบบธรรมชาติ" แต่จากข้อจำกัดของรูปแบบการสื่อสารที่มีลักษณะรวมศูนย์ (มาจัดประชุมที่มูลนิธิ) ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารทางเดียว (เช่น เชิญวิทยากรมาบรรยาย) ทำให้ผลที่เกิดขึ้นก็คือ "เกิดแนวคิด/ความเข้าใจ แต่ไม่สามารถแปรไปสู่การปฏิบัติได้"

ในระยะต่อมา ทางมูลนิธิ & ชมรมเกษตรธรรมชาติฯ จึงได้ประสานการสื่อสารหลายๆ รูปแบบเข้าด้วยกัน โดยเน้นการสื่อสาร 2 ระบบควบคู่กันไป คือ **การสื่อสารเพื่อสร้างคน & องค์ความรู้และการสื่อสารเพื่อสร้างกิจกรรม**

เริ่มต้นที่**การสื่อสารเพื่อสร้างกิจกรรม** ทางมูลนิธิ & ชมรมฯ ต้องวิเคราะห์องค์ประกอบของการทำเกษตรธรรมชาติก่อนว่า ประกอบด้วยอะไรบ้าง และเสริมกิจกรรมตามองค์ประกอบนั้น ตัวอย่างเช่น มูลนิธิ & ชมรมฯ พบว่าในการทำเกษตรธรรมชาติอย่างน้อยต้องมีสื่อกิจกรรม 4 อย่าง ดังภาพ



ภาพที่ 16: องค์ประกอบกิจการเกษตรธรรมชาติ

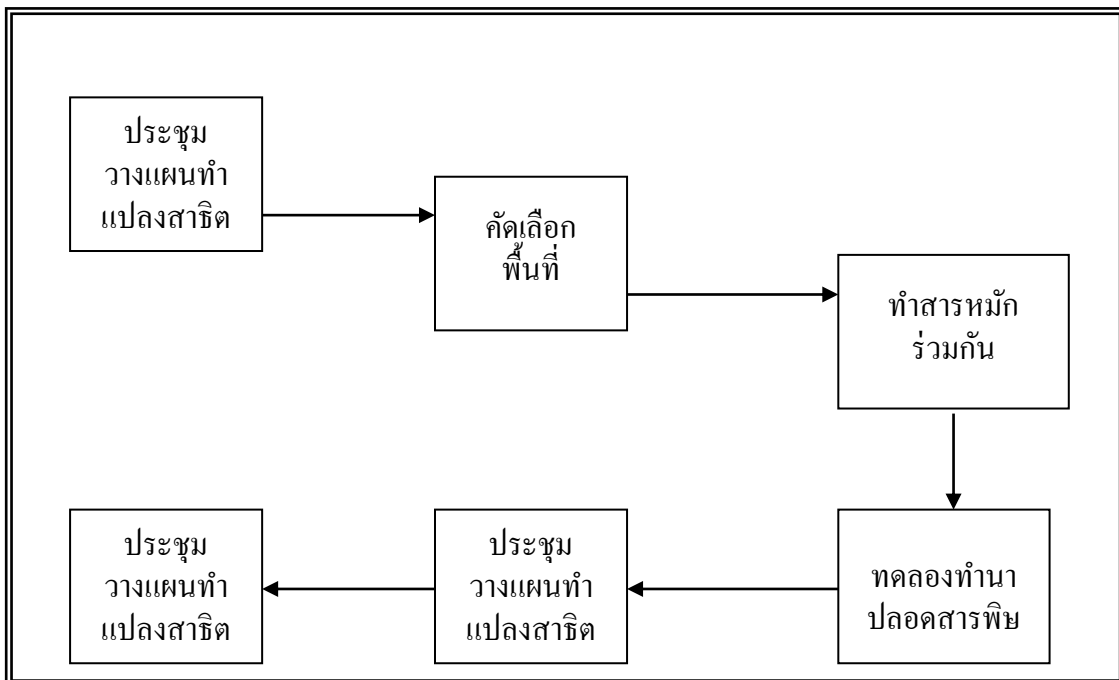
อีกระบบคู่ขนานที่ต้องสร้างไปพร้อมๆ กันก็คือ **การสื่อสารเพื่อสร้างคนและองค์ความรู้** เนื่องจากฐานความรู้เรื่องเกษตรธรรมชาติยังไม่ตกผลึกอย่างได้ผลแน่นอน ดังนั้น ทางชมรมฯ จึงได้จัดรูปแบบการสื่อสารในลักษณะของ "หลักสูตรการฝึกอบรมวิทยากรกระบวนการ" ที่

เรียกว่า "วปอ. ภาคประชาชน" ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการทบทวนวิถีชีวิตให้สอดคล้องกับหลักเรื่องเศรษฐกิจแบบพอเพียง หรือการพาผู้นำกลุ่มไปดูงานในที่อื่นๆ การประสานเครือข่ายความรู้ที่แกนนำได้พยายามค้นคว้าทดลองเทคนิคด้านการทำการเกษตรธรรมชาติ

หลังจากที่คณะวิจัยได้สำรวจสภาพการณ์ของการสื่อสารที่เป็นอยู่แล้ว คณะวิจัยก็ได้ร่วมคิดกับแกนนำใน ต.ทำนน้ำเพื่อจะนำเอารูปแบบการใช้สื่อสารแบบผสมผสานที่ออกแบบไว้ไปทดลองใช้ โดยที่พื้นที่ทดลองนี้ถือว่าเป็นกรณีที่มีความยากลำบากต่อการทำงานเพราะเกษตรกรทำนาปรัง มีโรคระบาดมาก และเกษตรกรมีความคุ้นเคยกับการใช้สารเคมีอย่างมาก

รูปแบบการสื่อสารที่นำมาทดลองใช้มี 3 ขั้นตอน ในแต่ละขั้นตอนมีการเลือกใช้สื่อแบบต่าง ๆ มาผสมผสานกันอย่างพอเหมาะพอเจาะดังนี้

(1) **ขั้นพัฒนาองค์ความรู้เกษตรไม่ใช้สารเคมีและสร้างกลุ่ม** มีการใช้สื่อกิจกรรม 6 กิจกรรม



ภาพที่ 17: สื่อกิจกรรมในขั้นพัฒนาองค์ความรู้และสร้างกลุ่ม

(2) **ขั้นการขยายผลหลังจากมั่นใจในองค์ความรู้แล้ว** ใช้กลยุทธ์การสื่อสารหลายกลยุทธ์ เช่น

- กลยุทธ์สร้างสื่อบุคคล ระดมสมองวางแผนขยายผล
- กลยุทธ์สร้างแรงจูงใจให้สมาชิก เช่น ให้สิทธิพิเศษจากกองทุนน้ำมัน
- ใช้สื่อเฉพาะกิจหลายๆแบบ เช่น สื่อเอกสารแนะนำเครือข่าย ป้ายต่าง ๆ ในแปลงสาธิต

- กลยุทธ์การถ่ายทอดข้อมูลโดยเลือกรูปแบบ ช่วงเวลา เนื้อหาให้สอดคล้องกับสถานการณ์
- กระจายแกนนำและผู้รู้ด้านเกษตรธรรมชาติไปเป็นสื่อบุคคลตามพื้นที่ต่างๆ
- สร้างลักษณะตัวตนของกลุ่ม เช่น มีเสื้อทีม มีที่ทำการกลุ่ม

คณะวิจัยติดตามผลการใช้การสื่อสารผสมผสานหลายรูปแบบ และพบว่าได้ผลที่น่าพอใจอย่างยิ่ง

(viii) จากกลยุทธ์ "การใช้สื่อ" ไปสู่ "กลยุทธ์เรื่องสาร" เนื่องจากในแวดวงนิเทศศาสตร์เอง ความเชื่อเรื่องพลังอำนาจของตัวสื่อได้ค่อยๆ ถูกโยกคลอน และมีการเพิ่มน้ำหนักความสนใจกับเรื่อง "สาร" มากขึ้น นับตั้งแต่การคัดเลือกสาร (Message selection) การออกแบบสาร (Message design) การนำเสนอสาร (Message delivery) และเนื้อหาสารนั้นมีได้มีเพียง "ตัวเนื้อหาสาระ" เท่านั้น หากทว่ายังมี "ความหมาย" (meaning) แบบต่าง ๆ แฝงอยู่ภายใน แนวทางการศึกษาเรื่องการสื่อสารจึงเริ่มเปลี่ยนแปลงจากการศึกษาเชิง "ปริมาณ" เช่น ความถี่ในการเปิดรับ มาสู่การวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การอ่านความหมายของถ้อยคำ ภาพ สัญลักษณ์ต่าง ๆ รวมทั้งการต่อสู้ช่วงชิงความหมายต่างๆ

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของอริยา เสวตามร์และคณะ (2547) เรื่อง "การสื่อสารความหมายการพัฒนาของชาวบ้าน : กรณีศึกษากองทุนชุมชน" "เครือข่ายกองทุนข้าว" ซึ่งคณะวิจัยได้ทำการสรุปบทเรียนกิจกรรมการพัฒนาของชาวเขาเผ่าปกากะญอ (กระเหรี่ยง) ในเขตจ.เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอนจำนวน 283 หมู่บ้าน ตั้งแต่ปีพ.ศ.2532-2546 (14 ปี) กิจกรรมดังกล่าวเรียกว่า "การสร้างเครือข่ายกองทุนข้าว" ซึ่งมีวิธีดำเนินการคือชาวบ้านในแต่ละเขตจะรวบรวมข้าวและเงินเพื่อไปทำบุญเพื่อการพัฒนาให้แก่เพื่อนหมู่บ้านอื่นๆ ที่อยู่ในเครือข่าย โดยหมุนเวียนกันอย่างต่อเนื่องเป็นประจำ

อริยา และคณะสนใจว่า ในขณะที่มีการทำกิจกรรมการพัฒนานั้น ก็ได้มีการผลิตแพร่กระจาย และเปิดรับ/ตีความเนื้อหาสารในระหว่างดำเนินกิจกรรมนั้นควบคู่ไปด้วย ซึ่งคณะวิจัยเรียกกระบวนการที่เกี่ยวกับเนื้อหาสารทั้งหมดนั้นด้วยศัพท์วิชาการสมัยใหม่ว่า "วาทกรรม"

จากการวิเคราะห์ "ความหมาย" ที่อยู่ในวาทกรรมที่ไหลเวียนอยู่ในระหว่างการทำกิจกรรมของเครือข่ายกองทุนข้าว คณะวิจัยพบว่า ความหมายในวาทกรรมดังกล่าวนี้ได้นำหน้าที่เป็นวาทกรรมที่ตอบได้ว่าวาทกรรมหลักอยู่ 2 ชุดใหญ่ ๆ ชุดแรก คือการให้ความหมายว่า "การพัฒนาคืออะไร" ชุดที่สองคือ การสร้างตัวตนอัตลักษณ์ว่า "ชาวเขาเผ่าปกากะญอเป็นใคร"

คณะวิจัยพบว่า ในขณะที่วาทกรรมกระแสหลักให้ความหมายของ "การพัฒนา" ว่า มี

ลักษณะเน้นปัจเจกชนนิยม (ตัวใครตัวมัน) เน้นบริโภคนิยม (ต้องมีกินมีใช้มาก) เน้นวัตถุนิยม (ความสุขเกิดจากการครอบครองวัตถุ) และการมองทุกอย่างอย่างแยกส่วน (เศรษฐกิจไม่เกี่ยวกับวัฒนธรรม ฯลฯ) ในการทำกิจกรรมของเครือข่ายกองทุนข้าว กลับผลิตวาทกรรมโต้แย้งออกมาอีกชุดหนึ่ง โดยหยิบเอา "ข้าว" ซึ่งมีเรื่องราวเนื้อหาเป็นนิทาน เป็นตำนาน เป็นเรื่องเล่ามาเป็นตัวเดินเรื่องว่า ชาวปกากะญอมองว่า การพัฒนาที่แท้จริงควรมีลักษณะอย่างไร และลักษณะดังกล่าวนั้นก็ตรงกันข้ามกับวาทกรรมกระแสหลักโดยสิ้นเชิง สัญลักษณ์ที่ถูกใช้เป็นตัวแทนวาทกรรมกระแสหลักคือเงิน และตำนาน/นิทานของปกากะญอก็เล่าเรื่องการต่อสู้ระหว่าง "ข้าวกับเงิน"

แต่ขณะที่วาทกรรมของชาวปกากะญอถูกผลิต แพร่กระจาย แจกจ่ายออกมาเพื่อต่อสู้กับวาทกรรมจากภายนอกนั้น เนื่องจากภายในในกลุ่มชาวเขาเองก็มีกันอยู่หลายกลุ่ม ดังนั้นการให้ความหมายของ "การทำบุญข้าว/กองทุนข้าว" ภายในกลุ่มชาวบ้านเองจึงยังมีแยกย่อยแตกต่างกันออกไป คณะวิจัยพบว่าแม้ว่าชาวบ้านเกือบทั้งหมดเห็นพ้องกันเรื่องการทำบุญด้วยข้าว แต่ทว่าชาวบ้านที่อยู่ใกล้เมืองจะตีความว่า "การทำบุญนั้นต้องถือหลักเรื่องผลประโยชน์ต่างตอบแทนมากกว่า ส่วนชาวบ้านที่อยู่ในหมู่บ้านจะพูดถึงการทำบุญแบบอุดมคติ เช่นเดียวกับที่คนจนจะสร้างวาทกรรมว่า การทำกองทุนข้าวขึ้นต้องเน้นที่การช่วยเหลือคนจนเป็นหลักสำคัญ แต่คนฐานะดีกลับเห็นว่า การทำกองทุนข้าวเป็นกลวิธีในการสร้างเครือข่ายพรรคพวกให้กว้างขวางมากกว่า เป็นต้น

คณะวิจัยพบว่าในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง ในปริมาณของการสื่อสารรูปแบบต่างๆ เช่น การจัดประชุม การจัดเวทีเสวนา การทำสัญลักษณ์ตกแต่งในงาน ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เป็นการผลิต/แพร่กระจาย/ควบคุมความหมายของการต่อสู้ทางวาทกรรมชุดต่าง ๆ ทั้งสิ้น และหากวาทกรรมชุดใดสามารถต่อสู้ได้ชัยชนะได้เป็นวาทกรรมหลักของกิจกรรมนั้น ก็จะสามารถควบคุมทิศทางของการทำกิจกรรมและผลประโยชน์ด้วย

(ix) **กลยุทธ์การผสมสาร** นอกเหนือจากกลยุทธ์การ "ผสมสื่อ" ที่กล่าวมาแล้ว เมื่อมีการหันมาให้ความสนใจกับสาร ก็ได้มีความสนใจเรื่อง "การผสมสาร" ตามมาด้วย อันที่จริงการผสมสารนั้นได้เคยถูกนำไปใช้ในกรณีของการนำสื่อพื้นบ้านมาใช้เพื่อการพัฒนาอย่างมาก เช่น การนำเนื้อหาสารธารณสุขเข้าไปผสมในเนื้อหาของคำวซอ หนังตะลุง ฯลฯ และเช่นเดียวกับเรื่อง การผสมสื่อคือจะต้องผสมสารอย่างไรจึงจะได้ผลดี

ส่วนแนวคิดใหม่อีกแนวหนึ่งของการผสมสารก็คือ แนวคิดเรื่อง "สาระ/บันเทิง" (Edutainment) อันได้แก่การนำเนื้อหาที่มีสาระมาผสมกับความบันเทิง ซึ่งเป็นแนวคิดที่คนไทยไม่แปลกหน้าเท่าใดนัก

ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของประยูทธ วรรณอุดม และคณะ (2547) เรื่อง "ศักยภาพและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นแบบสภาวะบันเทิงของหมอลำ" ซึ่งคณะวิจัยได้พบว่า หมอลำซึ่งเป็นมหรสพพื้นบ้านที่ผูกพันกับชาวอีสานมาเป็นยาวนานแล้ว และมีการใช้กลยุทธ์การสร้างและเสนอสารในแบบผสมระหว่าง "สาระกับบันเทิง" อยู่เสมอมา แต่ทว่าสัดส่วนของ "สาระ" หรือ "บันเทิง" อะไรจะมากกว่าน้อยกว่า อะไรจะนำหน้าอะไรจะตามหลัง ขึ้นอยู่กับตัวแปรต่างๆ

เช่นตัวแปรแรกคือเรื่อง **กาลเวลา** ถึงแม้ว่าหมอลำไม่ว่าจะยุคสมัยใดจะใช้กลยุทธ์สารแบบให้ทั้งสาระและบันเทิงไปพร้อมๆ กัน แต่ทว่าเมื่อเปรียบเทียบในแง่กาลเวลาระหว่างอดีตกับปัจจุบัน เมื่อคณะวิจัยลงมือวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาประเภทต่าง ๆ ของหมอลำก็มองเห็นความเปลี่ยนแปลงว่า ในอดีตนั้น เนื้อหาด้านสาระ (ที่เป็นพิธีกรรม ให้ความรู้เรื่องธรรมเนียมประเพณี คำสั่งสอนอบรมต่างๆ) ของหมอลำจะมีมาก และมีเรื่อง "ความบันเทิง" น้อยกว่า แต่ในสมัยปัจจุบัน ศักยภาพด้านสาระของหมอลำจะลดน้อยลง หรือแทบจะไม่มีเลยในหมอลำบางประเภทเช่นหมอลำซิ่ง แต่ศักยภาพด้านความบันเทิงกลับเพิ่มมากขึ้นจนขาดความสมดุลระหว่างศักยภาพทั้งสองด้าน

ตัวแปรตัวที่สองคือ **ประเภทของหมอลำ** ซึ่งคณะวิจัยได้แบ่งเป็น 4 ประเภท และพบว่าสัดส่วนของ "สาระ-บันเทิง" ในหมอลำทั้ง 4 ประเภทนี้จะแตกต่างกัน

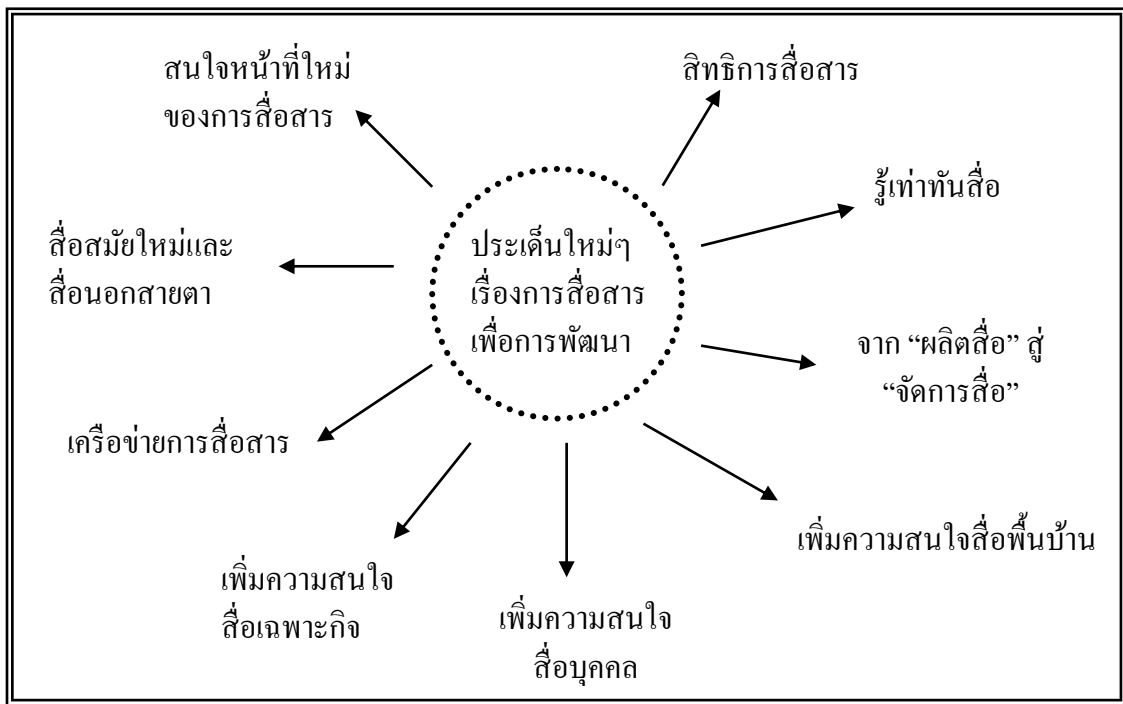
- หมอลำกลอน จะเป็นประเภทหมอลำที่ให้สาระความรู้อย่างมากทั้งความรู้ในทางโลกและทางธรรม แต่จะไม่เน้นความบันเทิงที่เป็นรูปแบบมากนัก
- หมอลำกลอนซิ่ง จะผสมผสานระหว่างเนื้อหาที่มีสาระและรูปแบบที่ทำให้ความบันเทิงพอๆ กัน
- หมอลำซิ่ง จะเน้นแต่ความบันเทิงที่รูปแบบเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายที่ดูวาววับ ดนตรีที่อึกกระทึกครึกโครม ฉากตระการตา ลีลาการเต้นซิ่งที่เร้าใจ แต่จะไม่ค่อยมีการว่ากลอนลำ เนื่องจากผู้แสดงจะใช้วิธีท่องจำกลอนลำตามหลักสูตรที่เรียนมาเท่านั้น แต่จะสร้างสรรค์ลำกลอนเองไม่ได้
- หมอลำเรื่องต่อกลอน ก็เน้นความบันเทิงที่รูปแบบเช่นกัน แต่ทว่ายังคงเนื้อหาสาระที่ให้ความรู้พอสมควร

3.3 แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงประเด็นความสนใจเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

ผลจากการสำรวจงานวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ผ่านมาใน 4 ทศวรรษของสังคมไทย ผู้เขียนได้พบว่า ประเด็นความสนใจในการศึกษานั้นจะมีอยู่อย่างจำกัดไม่กี่ประเด็น ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อจำกัดของกรอบแนวคิดที่ใช้นั่นเอง จากกรอบแนวคิดเรื่องทฤษฎีความทันสมัย หัวข้อการวิจัยส่วนใหญ่จึงมุ่งเน้นที่จะวัดว่า ทั้งผู้นำ ทั้งประชาชน (ทุกเพศ/ทุกวัย/ทุกกลุ่มอาชีพ) มี

ความทันสมัยในด้านต่าง ๆ แล้วหรือยัง ถ้ายัง จะใช้การสื่อสารสร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นได้อย่างไร ควรจะใช้สื่ออะไรเพื่อสร้างผลกระทบ (ทฤษฎีที่เชื่อในพลังอำนาจในมน้ำวของสื่อ) ในการนี้จะต้องสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ (ทฤษฎีเชื่อว่าเปิดรับสื่อมากๆ ก็จะเชื่อสื่อนั้นไปเอง) และการตั้งคำถามกับบทบาทของสื่อมวลชนที่มักจะมีอยู่ 4-5 ประการหลักๆ เท่านั้น

แต่ในช่วง 3-4 ทศวรรษที่ผ่านมาได้กล่าวแล้วว่า ได้มีการปรับเปลี่ยนทั้งแนวคิดและกลยุทธ์ด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจากกระแสสากล ในอีกด้านหนึ่งในสังคมไทยเองก็มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมอย่างมากมาย เริ่มตั้งแต่การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในช่วง 14 ตุลาคม 2516 การเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจในช่วงปีพ.ศ.2540 การเปลี่ยนทั้งมือซ้ายคือแนวคิดและมือขวาคือสภาพความเป็นจริงของสังคม ทำให้เกิดการพลิกเปิดประวัติศาสตร์หน้าใหม่ของความสนใจเรื่องประเด็นที่ควรทำการศึกษาค้นคว้าในเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่เปลี่ยนไปจากข้างต้นที่กล่าวมาแล้วดังนี้



ภาพที่ 18: ประเด็นใหม่ๆ เรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

(i) ประเด็น "สิทธิการสื่อสาร" ในข้อวิจารณ์กระบวนการทัศนคติความทันสมัยทั้งหลายนั้น มีข้อคิดเห็นประการหนึ่งที่เสนอว่า สาเหตุที่แท้จริงของความด้อยพัฒนานั้น มิได้เกิดมาจากลักษณะล้าหลังแบบ "โง่ จน เจ็บ" ของประชากรในโลกที่สาม หากทว่าเกิดมาจากการไร้สิทธิไร้เสียงในการเข้าร่วมตัดสินใจทิศทางของการพัฒนาต่างหาก จากแนวคิดดังกล่าวจึงเริ่มมีการนำเสนอว่า "การพัฒนาเป็นเรื่องเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน" และสิทธิการสื่อสารก็เป็นสิทธิที่สำคัญมาก

ประเด็นใหม่ที่แวดวงการศึกษาเพื่อการพัฒนาสนใจศึกษาค้นคว้า จึงเป็นเรื่อง "สิทธิในการสื่อสาร" ซึ่งมีอยู่ 2 หมวดใหญ่ ๆ คือ สิทธิในการเป็นผู้รับสาร (right to know) เช่น โอกาสในการเข้าถึงข่าวสารอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง และสิทธิในการเป็นผู้ส่งสาร (right to inform) ดังตัวอย่างรูปธรรมเรื่องวิทยุชุมชน เป็นต้น

ตัวอย่างงานวิจัยที่จะยกมานำเสนอในที่นี้มี 2 เรื่อง ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการสื่อสารของ "กลุ่มผู้ด้อยโอกาสทางการสื่อสาร" คือ เด็กและผู้หญิง

(ก) ตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวกับสิทธิการสื่อสารของกลุ่มเด็ก ได้แก่ งานของรณชาติ บุตรแสนคม และคณะ (2547) เรื่อง "เครือข่ายและกระบวนการทำข่าวของสำนักข่าวเด็กและเยาวชนของขบวนการตาสับปะรด"

จากแต่เดิม ทศนะโดยทั่วไปที่เราเคยกรองเด็กๆ โดยเฉพาะในปริมาณของการสื่อสาร เรามักจะมองว่า เด็กเป็นกลุ่มคนที่อ่อนแอ ไม่แข็งแรง ขาดความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ ต้องการการดูแล ดังนั้น เด็กจึงมีฐานะเป็นผู้รับสารที่อ่อนแอและต้องมีผู้ใหญ่มาพิทักษ์ปกป้อง

แต่ทว่า รณชาติและคณะได้พิสูจน์ให้ว่า "มิใช่ว่าเด็กทุกคนจะเป็นผู้อ่อนแอด้านการสื่อสาร และต้องมีฐานะเป็นผู้รับสารเสมอไป เพราะกลุ่มเด็ก ๆ จำนวน 3,000 กว่าคนที่มาจากทั่วประเทศ หลายอายุ ทุกเพศวัย ทุกชนชั้น หากทว่าพวกเขาต่างมีจุดร่วมกัน คือ เป็นเด็กที่มีความสนใจในเรื่องการเผยแพร่ข่าวสาร

เด็ก 3,000 คนนี้มารวมตัวเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ทั่วประเทศที่เรียกว่า "ขบวนการตาสับปะรด" โดยมีผู้ใหญ่ใจดีแต่ยื่นหยัดเคียงบ่าเคียงไหล่กับเด็กๆ เพียงไม่กี่คน คอยเป็นแกนกลางประสาน ทำให้เครือข่ายนี้ดำรงอยู่มาได้ถึง 10 กว่าปีแล้ว (ตั้งแต่ปี.ศ.2535 จนถึงปัจจุบัน)

เด็กเหล่านี้มีผู้ใช้ผู้สร้างปัญหามาให้ผู้ใหญ่ช่วยแก้ไข ตรงกันข้าม พวกเขาคือผู้ที่เข้าร่วมในการแก้ปัญหาที่ผู้ใหญ่สร้างขึ้นมา กิจกรรมที่พวกเขาทำคือการเป็นผู้สอดส่องปัญหาต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อเด็ก ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องยาเสพติด การล่อลวง ฯลฯ ตลอดจนส่งข่าวสารที่เป็นประโยชน์และช่วยเหลือเด็กๆ ด้วยกัน เช่นเรื่องทุนเล่าเรียน อันเปรียบเสมือนพวกเขาเป็นตาสับปะรดคอยส่งหาข่าวสาร พวกเขาได้ใช้สิทธิในการเป็นผู้ส่งสารแก่สาธารณะซึ่งเด็กๆ ยังถูกปิดกั้นอยู่มาก

ประเด็นที่เป็นสิ่งน่ามหัศจรรย์ก็คือ ในขณะที่เครือข่ายที่มีสมาชิกเป็นผู้ใหญ่จำนวนไม่กี่สิบก็ร้อยคนในเมืองไทย มักจะตั้งได้อย่างฉับพลันทันใจ แต่แล้วก็ล่มสลายหายไปอย่างรวดเร็วเช่นกัน แต่ทว่าเครือข่ายของขบวนการตาสับปะรดที่มีสมาชิกเป็นเด็กและเยาวชน จำนวน

นับเป็นพันๆ คน สามารถประกอบเครือข่ายมาได้ยาวนานสิบปี

รณชาติและคณะจึงได้ตั้งคำถามนำการวิจัยว่า เครือข่ายสับปะรดได้ใช้รูปแบบการสื่อสารอะไรในการก่อร่างสร้างตัวและดำรงรักษา และพบว่า รูปแบบการสื่อสารที่นำมาใช้นั้นได้ปรับตัวไปตามจังหวะชีวิตของเครือข่าย กล่าวคือ เริ่มจากกิจกรรมสื่อสารในรูปแบบของค่ายเยาวชน ต่อด้วยจดหมายข่าวที่เชื่อมสายสัมพันธ์สมาชิกชาวค่ายให้ติดต่อกัน ตามด้วยสื่อวิทยุที่ช่วยให้ขยายการสื่อสารออกไปได้ถึงสมาชิกทั่วประเทศได้สะดวกมากยิ่งขึ้น และจบด้วยสื่อสมัยใหม่ที่เด็กๆ คำนึงคือสื่ออินเทอร์เน็ต และแน่นอนว่าต้องแถมพกด้วยวิทยุติดตามตัวและโทรศัพท์มือถือ

เคล็ดลับสำคัญที่ทำให้รูปแบบการสื่อสารที่กล่าวมานี้สามารถร้อยเชื่อมเครือข่ายสับปะรดเอาไว้ได้อย่างยาวนาน ก็เนื่องมาจากการมีแกนนำที่เป็นผู้ใหญ่รักเด็กเพียงไม่กี่คน แต่ทว่ามีความจริงใจ มั่นคงและจริงจังอย่างสม่ำเสมอกับเด็กๆ รวมทั้งตัวเด็กและเยาวชนที่เป็นสมาชิกเอง ก็เป็นเด็กและเยาวชนที่มีคุณสมบัติที่ดีเยี่ยม รวมทั้งการมีระบบการขัดเกลาเด็กเมื่อเข้ามาอยู่ในขบวนการและทำที่สุดสายสัมพันธ์แบบพี่น้องของกลุ่มเด็กๆ ที่จริงใจกับงานที่ตนรับผิดชอบก็เป็นปัจจัยที่ร้อยประสานสมาชิกของขบวนการเข้าไว้ด้วยกัน

(ข) **กลุ่มผู้มีโอกาสทางการสื่อสารอีกกลุ่มหนึ่งคือกลุ่มผู้หญิง** โดยเฉพาะการสื่อสารที่อยู่ในบริบทของการเมือง งานวิจัยของอ้อมทิพย์ เหมรักษานิช แคมป์ และคณะ (2547) ในเรื่อง "บทบาทการสื่อสารในการเสริมพลังความเข้มแข็งของผู้หญิงในการปกครองท้องถิ่น" ซึ่งได้เลือกศึกษาผู้หญิงทั้งที่เป็นผู้นำการปกครองท้องถิ่น (ผู้ใหญ่บ้านและอบต.) และผู้หญิงทั่วไปในชุมชนของตำบลหนึ่งในจ. เชียงใหม่

งานวิจัยชิ้นนี้เริ่มต้นด้วยข้อเท็จจริงที่ว่า ผู้หญิงนั้นยังคงมีสถานภาพที่เป็น "ผู้มาทีหลัง" (late comer) ในแง่การปกครองท้องถิ่น กล่าวคือ ผู้หญิงก้าวเข้ามาเป็นผู้นำการปกครองท้องถิ่นในตำแหน่งต่าง ๆ ช้ากว่าผู้ชาย ดังนั้น ถึงแม้ประชากรหญิงและชายจะมีจำนวนอย่างละเท่าๆกัน แต่สัดส่วนผู้หญิงที่เป็นผู้นำการปกครองท้องถิ่นก็น้อยอย่างเทียบไม่ติดกับผู้ชาย

เนื่องจากการสื่อสารเป็นเครื่องมือและกลไกสำหรับทั้งสำหรับการก้าวเข้ามาสู่ตำแหน่งการปกครองดังกล่าว และยังเป็นกลไกดำรงรักษาอำนาจนั้นเอาไว้ และแม้แต่ผู้หญิงทั่วไป การสื่อสารก็ยังเป็นช่องทางในการเข้าถึงทรัพยากรที่เป็นผลประโยชน์สาธารณะสำหรับผู้หญิงเอง

ผลจากการศึกษาบทบาทของการสื่อสารที่มีส่วนในการเสริมพลังความเข้มแข็งของผู้หญิงทั้งในฐานะผู้นำหญิงและกลุ่มพลังทางการเมืองในเรื่องการปกครองท้องถิ่นนั้นพบว่า มีอยู่อย่างหลากหลายถึง 13 บทบาท โดยครอบคลุมตั้งแต่บทบาทต่างๆ เช่น เป็นช่องทางถ่ายทอดข้อมูลขาออกให้ประชาชนได้รับรู้ หรือในทางกลับกันเป็นช่องทางรับข้อมูลขาเข้ามาสู่ตัวผู้นำหญิง

ฯลฯ ไปจนกระทั่งถึงบทบาทต่างๆ เช่น การสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้งในชุมชน การเป็นเครื่องมือสร้างความโปร่งใสในการทำงาน เป็นต้น

จากบทบาทการสื่อสารทั้ง 13 บทบาทนี้ สามารถจะเสริมความเข้มแข็งให้แก่ผู้หญิงได้ถึง 3 มิติ มิติแรก เป็นการช่วยเสริมเขี้ยวเล็บทางปัญญาให้แก่ผู้หญิง คือเสริมความสามารถในการคิดวิเคราะห์และการตัดสินใจ มิติที่สอง การสื่อสารจะช่วยสร้างพื้นที่ในการมีส่วนร่วมการพัฒนาชุมชน ตัวอย่างรูปธรรมก็เช่น ถ้าผู้หญิงมีข้อมูลความรู้ว่า อำนาจหน้าที่ของ อบต.มีอะไรบ้าง เมื่อเวลามีประชุมอบต. ผู้หญิงก็สามารถจะสร้าง "เวที" ให้ตนเองได้ร่วมแสดงความคิดเห็นได้ ส่วนมิติสุดท้าย การสื่อสารจะเป็นตัวเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงทรัพยากร เช่น การรู้วางงบประมาณของอบต.จะนำไปใช้พัฒนากิจกรรมของกลุ่มแม่บ้านได้อย่างไรบ้าง

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยชิ้นนี้ก็ยังคงแสดงว่า สิทธิที่จะเป็นผู้รับสารที่สมบูรณ์หรือเป็นผู้ส่งสารนั้น ยังคงจำกัดอยู่ในกลุ่มผู้นำสตรีเท่านั้น หากทว่ายังไม่ได้ไหลลงไปสู่บรรดากลุ่มผู้หญิงทั่วไป โดยเฉพาะผู้หญิงที่ไม่สามารถรวมตัวเป็นกลุ่มต่าง ๆ ในหมู่บ้าน ดังนั้น หัวข้อการศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจึงน่าจะแสวงหาแนวทางที่จะช่วยให้กลุ่มผู้ที่มาทีหลังในเรื่องการปกครองท้องถิ่นเช่นผู้หญิงได้ใช้สิทธิทางการสื่อสารของตนเองต่อไป

(ii) **ประเด็นเรื่อง "การรู้เท่าทันสื่อ"** ในระยะเริ่มแรกที่มีการนำสื่อขนาดใหญ่เช่น สื่อมวลชนมาใช้ นั้น ทักษะคิดโดยทั่วไปของสังคมที่มีต่อสื่อมักจะเป็นไปในแง่บวกและมองอย่างคับแคบ กล่าวคือ เห็นสื่อมวลชนเป็นพระเอกที่จะมาช่วยเหลือชีวิตของผู้คนและการพัฒนาสังคมให้ดีขึ้นในทุกด้าน แต่เมื่อผ่านไปสัก 3-4 ทศวรรษ ผู้คนก็เริ่มมองเห็นสื่ออย่างรอบด้านมากขึ้นว่า สื่อมวลชนนั้นเป็นเรื่องที่ข้องแวะอยู่กับธุรกิจ/ผลประโยชน์ (ตัวเลขกำไรแต่ละปีของสื่อเป็นประจักษ์พยาน) ทักษะคิดของสังคมจึงเริ่มเคลื่อนคล้อยจากที่เคยมองสื่อมวลชนเป็นพระเอก โดยเริ่มเห็น "แววผู้ร้าย" ในสื่อมวลชนที่ฉายออกมาเป็นผลกระทบด้านลบแบบต่าง ๆ

ประเด็นที่เป็นที่สนใจศึกษาสื่อมวลชนที่เป็นเสมือน "ยาแก้" หรือการกำกับควบคุมสื่อมวลชนก็คือ แนวคิดและแนวปฏิบัติเรื่อง "การรู้เท่าทันสื่อ" (media literacy) ที่เริ่มต้นในโลกตะวันตกตั้งแต่ทศวรรษ 1970 เป็นต้นมา

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันนี้แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อก็ได้พัฒนาคลี่คลายขยายตัวออกไปมากกว่าเดิม การขยายขยายนี้นั้นมีหลายทิศทางเช่น

- ขยายจากแนวทาง "เชิงลบ" เข้าสู่แนวทาง "เชิงบวก" (จาก negative approach สู่ positive approach) กล่าวคือ แทนที่จะเริ่มต้นด้วยทัศนะที่เข้มนมองเพื่อจับผิดสื่อก็อาจจะเปลี่ยนมาเป็นการสร้างความเข้าใจในหมู่ประชาชนว่า จะใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์ให้มากที่สุดได้อย่างไร

- ขยายคำว่า "สื่อ" จากสื่อมวลชนไปสู่สื่อทุกประเภท ตัวอย่างเช่น กิจกรรมใน

โครงการ "รู้เท่าทันอย่างสร้างสรรค์" ที่เป็นโครงการย่อยในโครงการ "การสื่อสารเพื่อสุขภาพ" (สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสร้างเสริมสุขภาพ - สสส.) โครงการนี้ได้เลือกเอา "ของเล่นพื้นบ้าน" มาเป็นสื่อสำคัญที่จะเชื่อมร้อยสายสัมพันธ์ในครอบครัวระหว่างคน 3 รุ่น คือ ปู่ย่าตายาย-พ่อแม่-ลูกหลาน ด้วยการจัดกิจกรรมอบรมให้ความเข้าใจเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของเล่น พร้อมทั้งจัดพื้นที่ให้ปู่ย่าตายายได้สอนพ่อแม่และลูกหลานได้ทำของเล่นใช้เอง (สนใจโปรดดูบทความ "มองของเล่นให้เป็นสื่อ", กาญจนา, 2547)

- ปรับเปลี่ยนจุดเน้นจาก "แลไปข้างนอก" สู่ "มองมาข้างใน" อันได้แก่ การรู้เท่าทันสื่อแบบวิถีพุทธ กล่าวคือ แทนที่จะคอยติดตามกำกับควบคุมการไปปดมดเท็จของ **สื่อมวลชน** ก็เปลี่ยนจุดเน้นมาที่การอบรม **ผู้รับสาร** ให้มีสติ มีปัญญาในการเปิดรับ/ตีความ /เสพสื่อประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

(iii) จากความสนใจเรื่อง "การผลิตสื่อ/สาร" สู่ "การจัดการสื่อ/สาร" ดังที่ได้วิเคราะห์มาแล้วในเรื่องการดำเนินการอย่างครบวงจรว่า การใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาในอดีตนั้นยังหยุดนิ่งอยู่ที่ "เรื่องการผลิตสื่อ/สาร" แต่ในอนาคต เส้นทางของการใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนา จะต้องก้าวต่อไปถึงเรื่อง "การบริหารจัดการสื่อและสาร" (media & message management) ตัวอย่างรูปธรรมที่สุดก็เช่น บรรดาเทพเสียงที่แต่ละกระทรวง ทบวงกรมต่าง ๆ ผลิตเพื่อส่งต่อให้หอกระจายข่าวนั้น ควรจะมีหน่วยงานจัดการเรื่องการแพร่กระจายและการใช้ให้มีประสิทธิภาพกว่าปัจจุบัน

ในที่นี้จะขอยกตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง "การจัดการข่าวสารข้อมูล" ของ อัจฉริยา เนตรเชย และคณะ (2547) ในเรื่อง "การพัฒนาแบบจำลองของการจัดการกับข้อมูลข่าวสารของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน" ซึ่งเป็นกรณีศึกษาการทำธุรกิจชุมชนหลากหลายประเภทของหมู่บ้านแห่งหนึ่งใน จ.พิษณุโลก

อัจฉริยาซึ่งมีภูมิลำเนาเป็นอาจารย์ที่สอนด้านเศรษฐศาสตร์/ธุรกิจในมหาวิทยาลัย และมีประสบการณ์การทำงานพัฒนาชุมชนอย่างโชกโชน เริ่มต้นงานวิจัยด้วยการทำความเข้าใจ แต่เดิมนั้น กิจกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นจะมีลักษณะที่เรียกว่า "งานพัฒนา" ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างความอยู่รอดของชุมชน (เช่นธนาคารข้าว) สร้างสวัสดิการ (เช่นสะสมทรัพย์) สร้างความมั่นคงในการผลิต (เช่นธนาคารควาย) กิจกรรมพัฒนาชุมชนนี้ใช้ข้อมูลข่าวสาร **เฉพาะภายในชุมชน** ซึ่งมีปริมาณไม่มาก มีการเคลื่อนไหวน้อย เปลี่ยนแปลงช้า ไม่ต้องแข่งขันกันสูง สามารถควบคุมได้ (Controlable) แหล่งข้อมูลที่ใช้ก็มีเพียงหน่วยราชการ องค์กรพัฒนา และชุมชนเอง

แต่เมื่อชุมชนขยับมาทำ "ธุรกิจชุมชน" การเพิ่มคำว่า "ธุรกิจ" เข้าไป ก็หมายความว่า

เป้าหมายของกิจกรรมนั้นได้เปลี่ยนแปลงไป กระบวนการและปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องก็เปลี่ยนไป เช่นกัน เช่น ต้องมีการลงทุนเพื่อทำกำไร ต้องมีกระบวนการผลิต การลงทุน การตลาด ผู้บริโภค คู่แข่งขัน สภาพแวดล้อมภายนอก ฯลฯ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็น "ปัจจัยที่ควบคุมได้ยาก หรือควบคุมไม่ได้เลย" (Uncontrollable) รวมทั้งมีความซับซ้อนของข่าวสารอย่างสูงมาก ตัวอย่างเช่น ในกระบวนการทำธุรกิจต้องใช้ข้อมูลข่าวสารให้ครบวงจรทั้ง 4 function คือ การผลิต การตลาด การเงิน-บัญชี บริหารบุคคล ข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (เช่น ตลาดขายเสื้อทอ วันนี้ยังดีอยู่ พรุ่งนี้ลูกค้าอาจหายไปได้เลย) ทั้งหมดนี้ทำให้ความต้องการข้อมูลข่าวสารรวมทั้งการจัดการให้เป็นที่ต้องยกระดับจากกิจกรรมพัฒนาแบบเดิมขึ้นมา

ในขณะที่**ภาคธุรกิจเอกชน**นั้นต่างตระหนักถึงความสำคัญและบทบาทของการจัดการข้อมูลข่าวสารในการดำเนินธุรกิจอย่างสูงมาก แต่สำหรับ**ธุรกิจชุมชน**แล้ว อัจฉริยาสุรูปจากประสบการณ์ของตนเองว่า ความตระหนักดังกล่าวยังมีอยู่น้อยมากในทุกๆส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจชุมชน เนื่องจากชุมชนยังไม่อาจจะยกระดับกิจกรรมแบบ "พัฒนาชุมชน" มาสู่ "การทำธุรกิจชุมชน" ได้รวมทั้งการโยกองค์ความรู้เรื่องการจัดการข่าวสารจาก "การพัฒนาชุมชน" มาใช้กับ "ธุรกิจชุมชน" ก็ไม่ลงตัวเสมอไป เช่น การใช้การตลาดแบบสร้างภาพลักษณ์เพื่อดึงการสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐ แทนการเข้าไปต่อสู้ในตลาดสินค้าตัวจริง ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่อธิบายความล้มเหลวหรือความสำเร็จแบบอายุสั้นของธุรกิจชุมชน ส่วนที่จะล้มเหลวมากหรือน้อยนั้นก็อาจขึ้นอยู่กับประเภทธุรกิจ ขนาดของเงินทุน ความสามารถและประสบการณ์ของผู้ดำเนินการ ฯลฯ

เนื่องจากคลุกคลีอยู่กับเรื่องธุรกิจชุมชนมายาวนานพอสมควร และทั้งๆ ที่คณะวิจัยได้พยายามเข้าไปหนุนช่วยแก้ปัญหาเรื่องการจัดการข่าวสารของธุรกิจชุมชนด้วยการเปิดหลักสูตรอบรมในสถาบันการศึกษา แต่เนื่องจากหลักสูตรนั้นตัดเย็บสร้างโดยยังไม่ได้ "วัดตัว" ชุมชนเลยเวลาใช้ จึงไม่ได้ผล ในงานวิจัยครั้งนี้ คณะวิจัยจึงหวังที่จะสร้างหลักสูตรหรือพัฒนาแบบจำลองการฝึกอบรมที่สร้างขึ้นมาจากสภาพการณ์ที่เป็นจริงของชุมชน

คณะวิจัยได้เริ่มต้นด้วยการประมวลปัญหาต่าง ๆ ในเรื่องการจัดการข่าวสารของธุรกิจชุมชนที่มีหลากหลายประเภทเพื่อให้ได้ภาพรวมของปัญหาและตัวแปร/ปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้อง การประมวลดังกล่าวนั้น คณะวิจัยได้อาศัยกรอบแนวคิดทฤษฎีเรื่องการจัดการข่าวสารข้อมูลเป็นตัวตั้ง ท่ามกลางปัญหาต่าง ๆ ที่พบนั้น จุดเริ่มต้นอยู่ที่ปมแรกของสายโซ่ของการจัดการข่าวสารคือความตระหนักถึงความสำคัญของข่าวสารในการดำเนินกิจกรรม และปมใหญ่ที่สุดอีกปมหนึ่งก็คือ ไม่มีระบบจัดการข่าวสารที่ครบวงจรทั้ง 4 function ของวงจรธุรกิจ

ผลจากการวัดตัวชุมชนที่ศึกษา คณะวิจัยก็ได้ทดลองร่างแบบจำลองขึ้นมาหลายๆแบบสำหรับใช้กับธุรกิจชุมชนแต่ละประเภท และจะได้นำแบบจำลองดังกล่าวไปทดสอบใน

งานวิจัยระยะที่ 2 ต่อไป

(iv) **เพิ่มความสนใจเรื่อง "สื่อพื้นบ้าน"** หลังจากที่วงการพัฒนาต้องเผชิญหน้ากับข้อจำกัดของสื่อมวลชนก็ได้มีการหวนกลับมาใช้ "สื่อพื้นบ้าน" เพื่อการพัฒนา และเนื่องจากสื่อประเภทนี้ได้เกิดขึ้นและคงอยู่เป็นคู่ขวัญของชาวบ้านมานานแล้ว เมื่อหยิบมาใช้งานจึงย่อมได้ผลสมดังใจทุกครั้ง แต่ทว่าทิศทางของการใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อพัฒนานั้น มีแต่ทิศทาง "การเอามาใช้" เพียงอย่างเดียว และมองข้าม "ทิศทางการพัฒนาสื่อพื้นบ้าน" เช่นเดียวกับแบบแผนของการใช้ป่าจึงน่าสงสัยว่าถ้ามีแต่การใช้โดยไม่ทำนุบำรุงรักษา/พัฒนา สังคมไทยจะมีสื่อพื้นบ้านให้เหลือใช้ในอนาคตอีกสักมากน้อยเท่าใด ดังนั้น แนวโน้มในอนาคตต่อความสนใจเรื่องสื่อพื้นบ้านจึงต้องใช้ระบบคู่ขนาน คือทั้งใช้และทั้งพัฒนา โดยต้องยึดหลักการเคารพในสิทธิของเจ้าของวัฒนธรรมเป็นสำคัญ

ในโครงการ "การสื่อสารเพื่อชุมชน" นี้มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกับสื่อพื้นบ้านอยู่ 4 ชิ้น ซึ่งแต่ละชิ้นเป็นสื่อพื้นบ้านที่มีสถานภาพ มีอายุ มีขนาดแตกต่างกัน เริ่มตั้งแต่

- สื่อที่มีขนาดใหญ่และมีอายุยาวนานมาพอสมควร เช่น หมอลำและโนรา เนื่องจากคุณสมบัติที่มีขนาดใหญ่และอยู่ร่วมกับชุมชนมาเป็นเวลายาวนานดังกล่าว สถานภาพของสื่อพื้นบ้านประเภทนี้ จึงไม่สูญหายไป (ดังเช่นที่เรามักจะได้ยินชะตากรรมของสื่อพื้นบ้านชนิดอื่นๆ) แต่ในขณะที่ "ไม่ตาย" นั้น ก็อาจจะ "กลายเป็นพันธุ์" กล่าวคือ มีการคัดเลือกเอาแต่เฉพาะบางประเภทของสื่อมาส่งเสริม เช่น หมอลำธรรมที่เน้นเนื้อหาสาระมากกว่ารูปแบบก็จะได้ไม่ได้รับการเลือกมาส่งเสริมจากภาคธุรกิจเพลงและคอนเสิร์ตมากเท่ากับหมอลำซึ่งที่เน้นรูปแบบความบันเทิงมากกว่าสาระ

นอกจากปัญหาในเรื่อง "สื่อเกรดดีมักไม่ได้รับการคัดเลือกการสืบทอด ส่วนที่เลือกมาสืบทอดเป็นสื่อระดับปลายแถว" แล้ว ปัญหาด้านการสื่อสารของบรรดาสื่อขนาดใหญ่นี้ก็คือ **คุณภาพของผู้รับสาร** ที่มีเสถียรภาพต่ำลง เช่น บรรดาผู้ชมโนราในสมัยก่อนนั้นจะเป็น "ผู้ชมตามคม" (smart audience) คือเป็นผู้ชมที่มีความรู้ความเข้าใจและตีความในศิลปะสุนทรียะของโนรา แต่ทว่า ผู้ชมในยุคปัจจุบันเริ่มจะไม่มีฐานความรู้ว่า รำโนราแบบไหนจึงจะถือว่างดงาม สุนทรียะของโนราอยู่ที่ไหน เป็นต้น เมื่อคุณภาพของผู้ชมลดต่ำลง ก็จะส่งผลสะท้อนมาถึงการดึงคุณค่าของตัวสื่อและผู้ส่งสารให้ตกต่ำตามลงมาด้วยเช่นกัน

สำหรับสื่อที่มีขนาดใหญ่และมีอายุยาวนานบางประเภทที่มีลักษณะเป็นสื่อแบบพิธีกรรม อาจสูญสลายหายไปแล้ว เช่น งานวิจัยเรื่อง "แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาชุมชน" ของอดุลย์ ดวงดีวีรัตน์ (2547) ซึ่งได้ร่วมกับชุมชนทำการสำรวจว่าสื่อพื้นบ้านในชุมชน ต.วอแก้ว จ.ลำปางนั้นมีอะไรบ้าง แล้ววัดระดับสถานภาพว่ามีสื่อประเภทใดที่

ยังอยู่ดีมีสุข แบบใดที่เริ่มป่วยกระเสาะกระแสะ แบบใดที่ล้มหายตายจากไปแล้ว

งานวิจัยของอดุลย์และคณะเรื่องสื่อพื้นบ้านชิ้นนี้ถือได้ว่าเป็นการเปิดม่านฟ้าใหม่ของการวิจัยเรื่องสื่อพื้นบ้านออกไปอีกก้าวหนึ่ง เพราะนอกจากจะศึกษาว่ามีสื่ออะไรที่สูญหายตายไปแล้ว คณะวิจัยยังได้ให้ชุมชนได้ใช้ "สิทธิทางวัฒนธรรม" ด้วยการร่วมกันตัดสินใจว่า จะรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านตัวใดขึ้นมาบ้าง และชุมชนได้ตัดสินใจที่จะเลือก "ปลุกชีพผีปู้ยา" ซึ่งเป็นผีที่ดีมีคุณูปการต่อชุมชนอย่างมากมาย คณะวิจัยได้ร่วมเคียงบ่าเคียงไหล่กับชุมชนในการรื้อฟื้นประเพณีผีปู้ยาขึ้นมาในรูปแบบและเนื้อหาที่ตอบรับกับความต้องการของชุมชนในยุคสมัยปัจจุบันได้เป็นผลสำเร็จ และยังขยายบทเรียนออกไปอย่างไม่หยุดยั้ง

- สื่อพื้นบ้านประเภทที่สาม มีสถานภาพเป็นสื่อพื้นบ้านที่ประกอบสร้างขึ้นใหม่ ซึ่งปรากฏอยู่ในงานวิจัยเรื่อง "การสื่อสารความหมายการพัฒนาของชาวบ้าน: กรณีกองทุนชุมชนเครือข่ายกองทุนข้าว" ของ อริยา เสวตามร์ และคณะ (2547) ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว ประเพณีกองทุนข้าวนั้นเป็นประเพณีที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ โดยมีจุดเริ่มต้นจากกิจกรรมการพัฒนา คือ การทำธนาคารข้าวเพื่อแก้ปัญหาการไม่มีข้าวพอกินในหมู่ชาวเขาเผ่าปกากะญอ แต่หลังจากที่ตัวเองมีข้าวพอกินแล้วอันสืบเนื่องมาจาก "การช่วยเหลือของผู้อื่น" ซึ่งมีฐานะชุมชนเป็นฝ่ายรับงานพัฒนามนุษย์ที่แท้นั้นก็ต้องเพิ่มพูนศักยภาพอีกด้านหนึ่งคือ "การรู้จักเป็นผู้ให้" ดังนั้น จึงมีการแบ่งข้าวให้แก่ผู้ที่ยังขาดแคลนโดยนำเอารูปแบบของพิธีกรรมในหลายๆศาสนา (ทั้งพุทธ คริสต์ และการนับถือผี) บวกผสมกับมรดกทางวัฒนธรรมของชนเผ่าปกากะญอ (คือตำนานและเรื่องเล่าเกี่ยวกับข้าว) มาใช้ประกอบสร้างวัฒนธรรมใหม่นี้

และเนื่องจากประเพณีกองทุนข้าวเป็นสื่อพื้นบ้านแบบใหม่ที่เพิ่งเริ่มมีอายุก่อตัวมาได้เพียงยี่สิบกว่าปี ดังนั้น สถานภาพของสื่อตัวนี้จึงยังไม่ตกผลึก (crystalization) และคณะวิจัยได้สาธิตให้เห็นว่า ในกระบวนการสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมนั้น (cultural production) เนื่องจากวัฒนธรรมที่มีคุณสมบัติเป็น**มรดกร่วมกันของทั้งชุมชน** ดังนั้น จึงมีกลุ่มคนหลายกลุ่มที่มีจุดยืนทางความคิดและผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน ความแตกต่างนั้นได้มาปรากฏอยู่ในกระบวนการให้ความหมาย (Signification process) ของการทำประเพณีกองทุนข้าว และแต่ละกลุ่มต่างก็ต่อสู้เพื่อช่วงชิงให้ความหมายชุดของตนได้ขึ้นเป็นความหมายหลัก ผู้เขียนเข้าใจว่ากระบวนการสร้างสรรค์สื่อและวัฒนธรรมทุกอย่างก็ล้วนดำเนินมาในแบบฉบับเดียวกับข้อค้นพบในงานวิจัยของอริยาและคณะ

นอกเหนือจากการศึกษาเรื่อง**สถานภาพ**ของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดแล้ว **แนวคิดอื่น ๆ** ที่นำมาใช้ในการวิจัยสื่อพื้นบ้านก็มี แนวคิดเรื่องการวัด "ศักยภาพของสื่อพื้นบ้าน" เพื่อตอบคำถามว่าสื่อพื้นบ้านนั้นจะทำอะไรไปได้แค่ไหน เจริญชัย อิศรเดช และคณะ (2547) ที่ศึกษาเรื่อง

โนราได้วัดมิติของศักยภาพโนราใน 3 แง่มุม คือ (ก) ศักยภาพในการสืบทอด อันได้แก่ ความสามารถที่จะสืบทอดทั้งผู้ส่งสาร (ศิลปิน) ผู้รับสาร (ผู้ชม) เนื้อหาสาร และช่องทาง/สื่อ (ข) ศักยภาพในการปรับตัว เช่น สื่อโนราประเภทบันเทิงได้นำเอาการร้องเพลงลูกทุ่งเข้าไป ผสมผสานด้วย (ค) ศักยภาพในการแก้ไขปัญหาของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านเศรษฐกิจ ปัญหาการเมือง/การปกครอง ปัญหาสังคม/วัฒนธรรมของชุมชน

แนวคิดสำคัญอีกแนวคิดหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์สื่อพื้นบ้านก็คือ แนวคิดเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้าน ซึ่งเป็นแนวคิดที่แตกตัวมาจากทฤษฎีหน้าที่นิยาม นั่นเอง แนวคิดนี้มีคำอธิบายพื้นฐานว่า สื่อพื้นบ้านนั้นก็เปรียบเสมือนสถาบันสังคมหรืออวัยวะ ส่วนย่อยๆ ของร่างกาย การดำรงอยู่ของส่วนย่อยๆ เหล่านี้จะเป็นไปไม่ได้หากมิได้มีบทบาทหรือทำหน้าที่ต่อส่วนรวมทั้งหมด

เมื่อนำแนวคิดดังกล่าวมาตรวจสอบสื่อพื้นบ้าน งานวิจัยเรื่องโนราก็ได้แสดงให้เห็นว่า ในอดีตนั้นสื่อพื้นบ้านเช่นโนรานั้นมีหน้าที่อย่างหลากหลายต่อชุมชนและมีหน้าที่ในหลายระดับ เริ่มตั้งแต่หน้าที่ในการหล่อหลอมบุคลิกภาพระดับปัจเจก หน้าที่ในการสานสายสัมพันธ์ในครอบครัวผ่านพิธีกรรมโนราโรงครู หน้าที่ในการระดมพลังป้องกันตนเองของชุมชน หน้าที่ในการสร้างสำนึกด้านนิเวศ เป็นต้น แต่ทว่าปัจจุบันนี้ เหลี่ยมมุ่มอันแพรวพราวของหน้าที่ดังกล่าวนี้ได้ ถูกลบล้างไปเสียแล้ว ในบางชุมชนจึงรับรู้โนราแต่เฉพาะหน้าที่ของการแสดงเพื่อความบันเทิงเท่านั้น

ในขณะที่เดียวกัน งานวิจัยของอดุลย์และคณะก็ได้พิสูจน์ให้เห็นว่า เมื่อสื่อพื้นบ้าน เช่นประเพณีเลี้ยงผีปู่ย่าที่เคยมีหน้าที่อันมากมายหลากหลายนั้นสูญสลายไป ในวันที่ไม่มีผีปู่ย่า นั้น ชุมชนเองจึงขาดกลไกทางวัฒนธรรมที่จะเผชิญหน้ากับปัญหาและวิกฤติการณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาโรคเอดส์ ปัญหาเยาวชนกำพร้า ปัญหาการทอดทิ้งคนเฒ่าคนแก่ ฯลฯ ดังนั้นเป้าหมายของงานวิจัยเรื่องสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาในแง่มุมของทฤษฎีหน้าที่นิยามจึงมุ่งที่จะแสวงหาแนวทางที่จะ "พลิกเหลี่ยมมุ่ม" หรือ "เพิ่มพูนหน้าที่" ของสื่อพื้นบ้านให้มากขึ้น เช่น กรณีของโนรา ได้พลิกแง่มุมของการเป็นสื่อเพื่อออกกกำลังกายเสริมสุขภาพ เช่นเดียวกับการรื้อฟื้นประเพณีผีปู่ย่า ในต.วอแก้วขึ้นมาใหม่ โดยมีเป้าหมายเพื่อออกมทรัพย์เป็นสวัสดิการให้ลูกหลาน เป็นต้น

(v) **เพิ่มความสนใจเรื่อง "สื่อบุคคล"** ทั้งๆ ที่ผลการวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้พิสูจน์แล้วว่า สื่อที่มีขนาดเล็กเช่นสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีคุณภาพอย่างยิ่งต่อเรื่องการพัฒนา แต่ในทางตรงกันข้าม งานศึกษาเรื่องสื่อบุคคลกลับมีน้อยอย่างเหลือเชื่อ และวิธีการใช้ศึกษาก็จำกัดอยู่กับการวัดคุณสมบัติ 2-3 อย่างของผู้นำการสื่อสารเท่านั้น

เหตุผลเบื้องหลังของความอืดครัดในการศึกษาสื่อบุคคลนั้นน่าจะเกิดมาจากเหตุ

ปัจจัยหลายๆ ประการ เริ่มตั้งแต่ความยากลำบากที่จะได้รับความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่าง (เพราะการศึกษาแบบเจาะลึกนั้น ต้องก้าวล่วงเข้าไปในชีวิตของกลุ่มตัวอย่างอย่างล้ำลึก) วัฒนธรรมของสังคมไทยที่ถ้าเคารพบูชาแล้วก็จะไม่วิพากษ์วิจารณ์ ความเชื่อที่ว่า "ความสามารถของบุคคลนั้นเป็นเรื่องเฉพาะตัวไม่สามารถเลียนแบบหรือทำซ้ำได้" ฯลฯ ทั้งหมดนี้คือ กำแพงขวางกั้นการศึกษาสื่อบุคคล

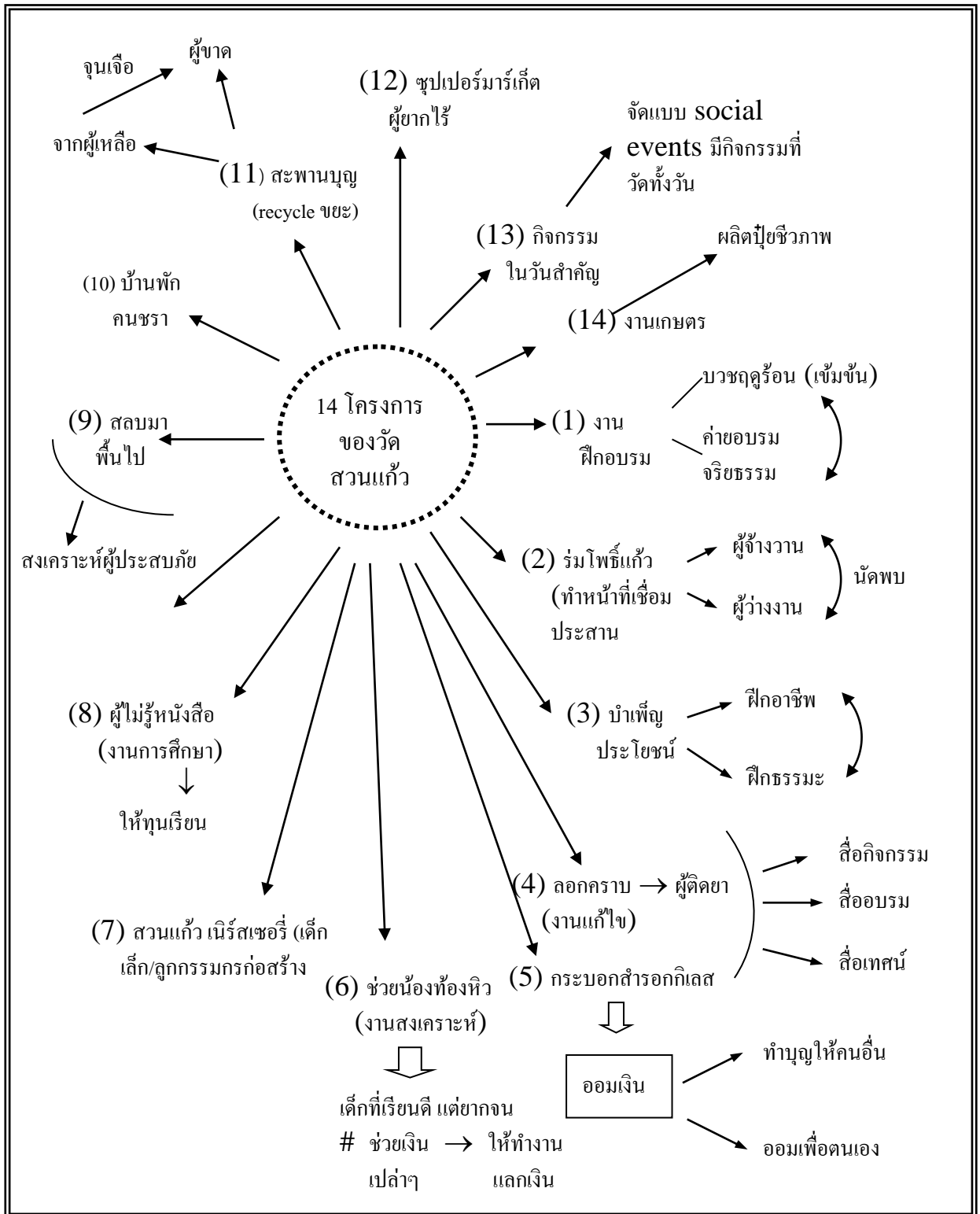
ในงานวิจัยเรื่อง "สื่อบุคคล" ของอมรรัตน์ ทิพย์เลิศ และคณะ (2547) ที่ได้ยกตัวอย่างมาในเรื่องการ "คืนข้อมูลให้ชุมชน" นั้นได้สาธิตให้เห็นแล้วว่า การศึกษาเรื่อง "สื่อบุคคล" นั้นมีลักษณะเป็นวิลักษณะของเหรียญ 2 ด้าน ในด้านหนึ่ง บุคคลทุกคนย่อมมีลักษณะอันเป็น **เอกลักษณ์** เฉพาะตัวที่ผู้อื่นไม่อาจจะทำซ้ำหรือเลียนแบบได้ แต่ในอีกด้านหนึ่ง คนทุกคนก็ย่อมมีลักษณะอันเป็น **"จุดร่วม"** กับคนอื่นๆ ที่เราสามารถจะถอดเป็นบทเรียน/หลักการเพื่อการเรียนรู้สืบทอดต่อไป

ดังนั้น หากแวดวงนิเทศศาสตร์พัฒนาการตระหนักแน่แกใจว่า ความเข้าใจในสื่อประเภทนี้จะช่วยให้มีการ "ทั้งใช้ ทั้งพัฒนาสื่อบุคคล" ให้มีประโยชน์ต่องานพัฒนาอย่างแท้จริงแล้ว ก็คงต้องเริ่มต้นป็นข้ามกำแพงและบุกเบิกเปิดเส้นทางวิถีวิทยาใหม่ในการศึกษาสื่อบุคคลกันต่อไป

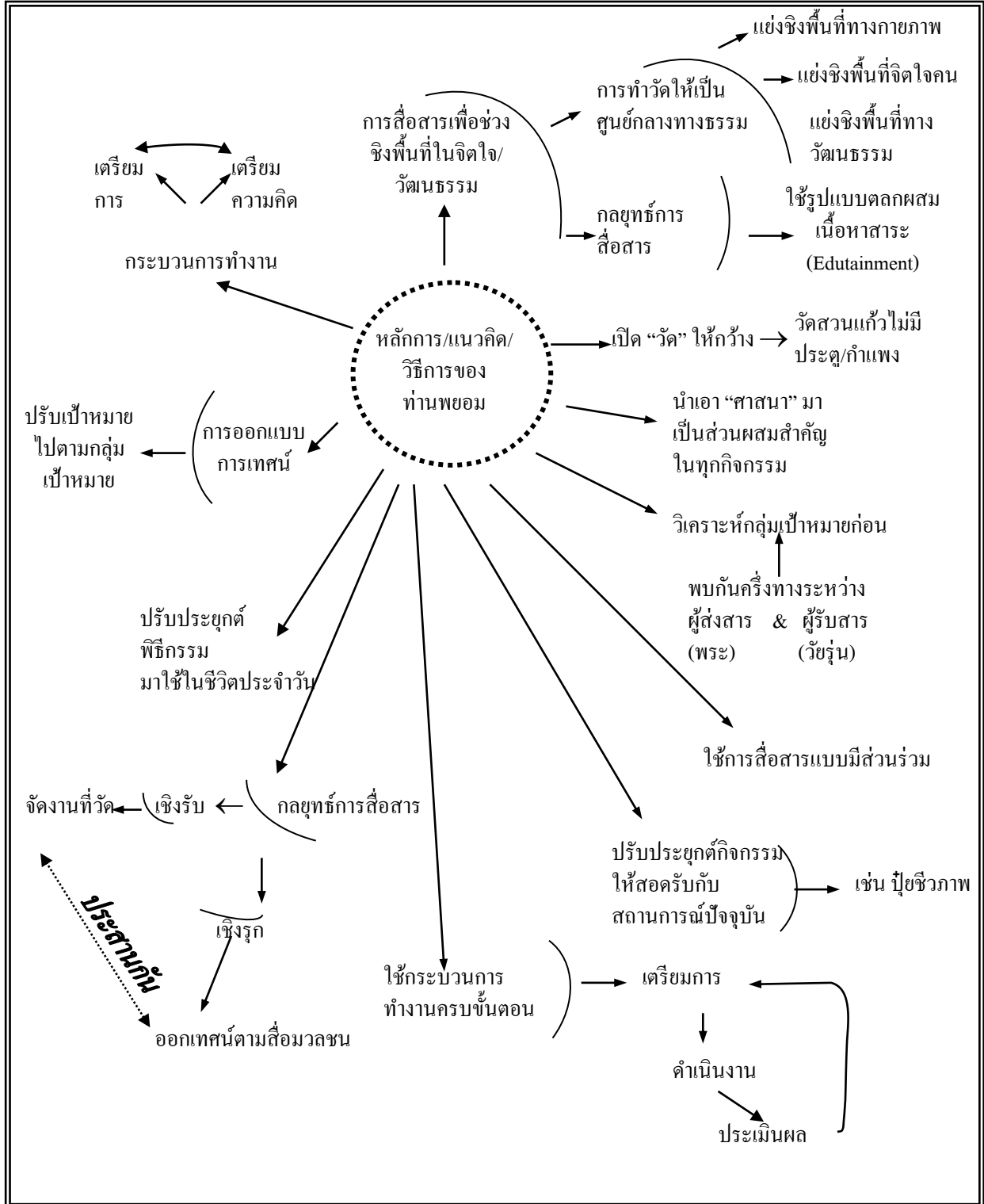
ตัวอย่างเช่นงานวิจัยเรื่อง "ความสามารถด้านการสื่อสารของพระพิศาลธรรมพาที (พระพยอม กัลยาโณ) กับกระบวนการระดมพลังการพัฒนาชุมชน" ของทัศนีย์ เจนวิถีสุข และคณะ (2547) ซึ่งเป็นงานวิจัยสื่อบุคคลทางธรรม (ในขณะที่งานอมรรัตน์ (2547) ที่ได้กล่าวถึงไปแล้วนั้นเป็นงานศึกษาสื่อบุคคลทางโลก) งานศึกษาชิ้นนี้ต้องการที่จะแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรเรื่อง "ความสามารถด้านการสื่อสาร" นั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ "สื่อบุคคล" แบบพระพยอมสามารถที่จะระดมพลังการพัฒนาชุมชนโดยผ่านการใช้รูปแบบการสื่อสารทุกชนิดได้เป็นผลสำเร็จ

และในขณะที่คณะวิจัยได้หยิบเอาสื่อกิจกรรมต่าง ๆ ของพระพยอมขึ้นมาศึกษา คณะวิจัยก็ได้แสดงให้เห็นว่า เบื้องหลังของการทำกิจกรรมดังกล่าวนั้นมีหลักการ/แนวคิด/วิธีการบางอย่างกำกับอยู่ ซึ่งเป็นประจักษ์ส่วนที่เป็น software และส่วนที่เป็น software นี้เองที่สื่อบุคคลอื่นๆ สามารถจะนำไปเรียนรู้เพื่อขยายผลได้

ภาพที่ 19 14 โครงการซึ่งพระพยอมได้ริเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปีพ.ศ 2521



จากกิจกรรมทั้ง 14 โครงการนั้น คณะวิจัยได้วิเคราะห์ว่า หลักการ/แนวคิด/วิธีการที่แสดงให้เห็นความสามารถด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลนั้นเป็นอย่างไรบ้าง

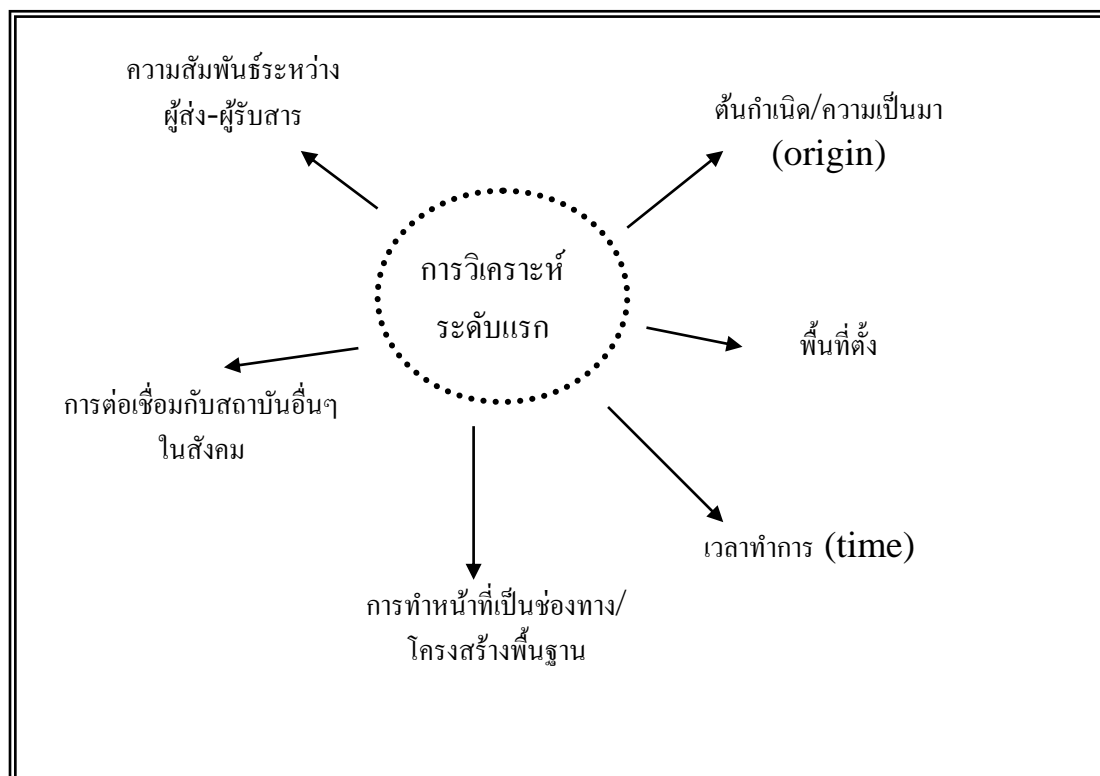


ภาพที่ 20: หลักการ/แนวคิด/วิธีการทำกิจกรรม

(vi) **เพิ่มความสนใจใน "สื่อเฉพาะกิจ"** จากข้อเสนอที่กล่าวมาข้างต้นถึงการเปิดเสรีใน คำนิยามของคำว่า "สื่อ" เราอาจจะเริ่มต้นกันที่ประเภทของ "สื่อเฉพาะกิจ" และ "สื่อเฉพาะกาล" รวมทั้ง "สื่อเฉพาะกลุ่ม" กล่าวคือ ต้องขยายคำว่า "สื่อ" ออกไปให้แตะกับคำว่า "ช่องทาง" และต้อง ไม่จำกัดตัวอย่างอยู่แต่ที่ "สื่อเฉพาะกิจสมัยใหม่" เช่น แพนพับ โปสเตอร์ วิดีโอ สไลด์ เท่านั้น หากแต่จะต้องขยายไปถึงบรรดางานเทศกาลต่าง ๆ สภากาแฟ การรวมกลุ่มแบบต่าง ๆ บน หน้าจอคอมพิวเตอร์ ฯลฯ รวมทั้งต้องแสวงหาวิธีการที่จะศึกษาสื่อเฉพาะกิจ/กลุ่ม/กาลเหล่านี้ด้วย

มีตัวอย่างงานวิจัยในโครงการ "การสื่อสารเพื่อชุมชน" ที่ได้สาธิตวิธีการศึกษาบรรดาสื่อ เฉพาะกิจ/เฉพาะกลุ่ม/เฉพาะกาลได้อย่างน่าสนใจคืองานวิจัยเรื่อง "เครือข่ายการสื่อสารกับ ศักยภาพการดำรงอยู่ของชุมชน: ศึกษากรณีต.ทุ่งขวาง อ.พนัสนิคม จ.ชลบุรี" ของสมสุข พิณวิมาน และคณะ (2547) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า คณะวิจัยได้เลือกศึกษาหน่วยพื้นที่ของการสื่อสาร 3 หน่วยคือ ร้านกาแฟ กลุ่มจักสาน และวัด ในที่นี้จะเลือกกรณีการวิเคราะห์ "ร้านกาแฟ" ซึ่งถือเป็น สื่อเฉพาะกลุ่ม ดังนี้

ภาพข้างล่างนี้จะแสดง "เกณฑ์" (categories) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ระดับแรกของร้าน กาแฟ



ภาพที่ 21 : การวิเคราะห์ระดับแรกของร้านกาแฟ

(i) **ต้นกำเนิด/ความเป็นมาของร้านกาแฟ** คณะวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าที่มาของร้านกาแฟนั้นถือกำเนิดมาได้อย่างไร ในอดีตนั้น พื้นที่การสื่อสารแบบรวมกลุ่มของชุมชนนั้นจะอยู่ในวิธีการผลิตคือ การทำนาเกี่ยวข้าวรวมกันบนลานนวดข้าว ซึ่งเป็นเวทีรวมของคนทุกรุ่นทุกเพศทุกวัย แต่เมื่อวิธีการผลิตเปลี่ยนจากการใช้แรงงานคนมาเป็นใช้รถไถนา พื้นที่การสื่อสารแบบรวมกลุ่มอย่างเดิมาก็สูญสลายไป แต่ชุมชนก็ได้ "ประกอบสร้าง" พื้นที่ใหม่ขึ้นทดแทน คือร้านกาแฟของชุมชน แม้ว่าจะทดแทนไม่ได้ทั้งหมด เพราะร้านกาแฟนั้นจะเป็นพื้นที่การสื่อสารของผู้ใหญ่ที่เป็นผู้ชายเท่านั้น

(ii) **พื้นที่ตั้ง** ร้านกาแฟที่ตั้งขึ้นใหม่ ดำเนินการโดย "เจ็รูน" ตั้งอยู่ตรงปากทางเข้าของหมู่บ้านเลย ดังนั้น จึงทำหน้าที่เสมือนเป็นด่านแรกที่เปิดชุมชนสู่โลกภายนอก และก็เป็นรอยต่อที่โลกภายนอกจะเข้ามาสู่ชุมชน เพราะฉะนั้น แยกทุกคนที่เข้าสู่ทุ่งขวาง จะต้องผ่านด่านหน้านี้

(iii) **เวลาทำการ** ระยะเวลาทำการตามปกติของร้านกาแฟมีช่วงเวลายาวนานมากตั้งแต่ 6 โมงเช้าถึงช่วงเย็นๆ (และอาจเปิดพิเศษด้วย แม้จะปิดร้านแล้วก็ยังไปเคาะเรียกได้) และเปิดทุกวันไม่เคยมีวันหยุดเลยตั้งแต่ตั้งมา โดยเจ้าของร้านจะมีการจัดระบบเวรหมุนเวียน

(iv) **การเป็นช่องทางของการสื่อสารแบบอื่นๆ** จากโครงสร้างพื้นฐานของร้านกาแฟ ได้เกิดรูปแบบการสื่อสารแบบอื่นๆ ขึ้นมาบนโครงข่ายนี้อีกหลายอย่างเช่น

- **สื่อบุคคล** ได้แก่ เจ็รูน ซึ่งทำหน้าที่เป็น "ผู้เฝ้าประตู" (gatekeeper) เนื่องจากเป็นผู้ออกไปจ่ายตลาดในอำเภอ และนำเอาข่าวสารต่าง ๆ เข้ามาสู่ชุมชน เป็นผู้คัดเลือกซื้อสินค้า "สื่อวัตถุ" เข้ามาสู่ชุมชน รวมทั้งนำเอาข่าวสารในชุมชนออกไปสู่โลกภายนอก

- **สื่อมวลชน** ทางร้านจะซื้อหนังสือพิมพ์มาไว้ให้สมาชิกที่มากินกาแฟได้อ่าน และข่าวคราวจากหนังสือพิมพ์ก็จะเป็นเนื้อหาส่วนหนึ่งที่ชุมชนจะพูดคุย วิเคราะห์ อภิปราย

- **มีป้ายประกาศ** ที่มุมหนึ่งของร้านกาแฟจะมีป้ายกระดานสำหรับติดประกาศต่าง ๆ เช่น ประกาศของทางอำเภอ กระทรวงทบวงกรม ป้ายรณรงค์ต่างๆ

- **ตู้โทรศัพท์** เช่นเดียวกันอีกมุมหนึ่งของร้านจะมีตู้โทรศัพท์ซึ่งเป็นสื่อที่วัยรุ่นมาใช้กันอย่างมาก

วิธีการจัดรูปแบบของการใช้พื้นที่ในร้านกาแฟนั้นจะเป็นเงื่อนไขให้เกิดการสื่อสารได้โดยง่าย เนื่องจากทางร้านจะจัดให้มีโต๊ะกินกาแฟอยู่โต๊ะเดียว แล้วมีม้ายาวและเก้าอี้วางล้อมอยู่รอบๆ (โดยอยู่ใกล้ๆ โต๊ะชงกาแฟด้วย เจ็รูนจึงสามารถติดตามเนื้อหาการพูดคุยกันได้ตลอด)

นอกจากนั้นทางร้านก็ยังมีมุมหนึ่งเป็นจุดขายน้ำมันรถที่อยู่ข้าง ๆ ลานจอดมอเตอร์ไซด์ มีโต๊ะขายกับข้าวและแผงขายก๋วยเตี๋ยว ซึ่งเปิดช่องทางให้ผู้หญิงได้เข้ามาร่วมเวทีการสื่อสารได้เป็นครั้งคราว

(v) **ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสาร-ผู้รับสาร** เจ้รุนมีวิธีการสร้างสายสัมพันธ์กับผู้ที่มากินกาแฟในหลายรูปแบบ โดยที่แต่ละรูปแบบนั้นมีเนื้อหาความหมายบรรจุอยู่ เช่น การวางปาท์องโกเอาไว้กลางโต๊ะ ลูกค้าจะกินเท่าไรก็ได้ แล้วไปจ่ายสตางค์เอง โดยเจ้าของร้านจะใช้ความไว้วางใจคิดราคาตามที่ลูกค้าบอก หรือเจ้รุนจะจดจำรสนิยมการกินกาแฟของลูกค้าแต่ละคนไว้ และจะชงกาแฟให้ตรงกับรสนิยมดังกล่าว เป็นต้น

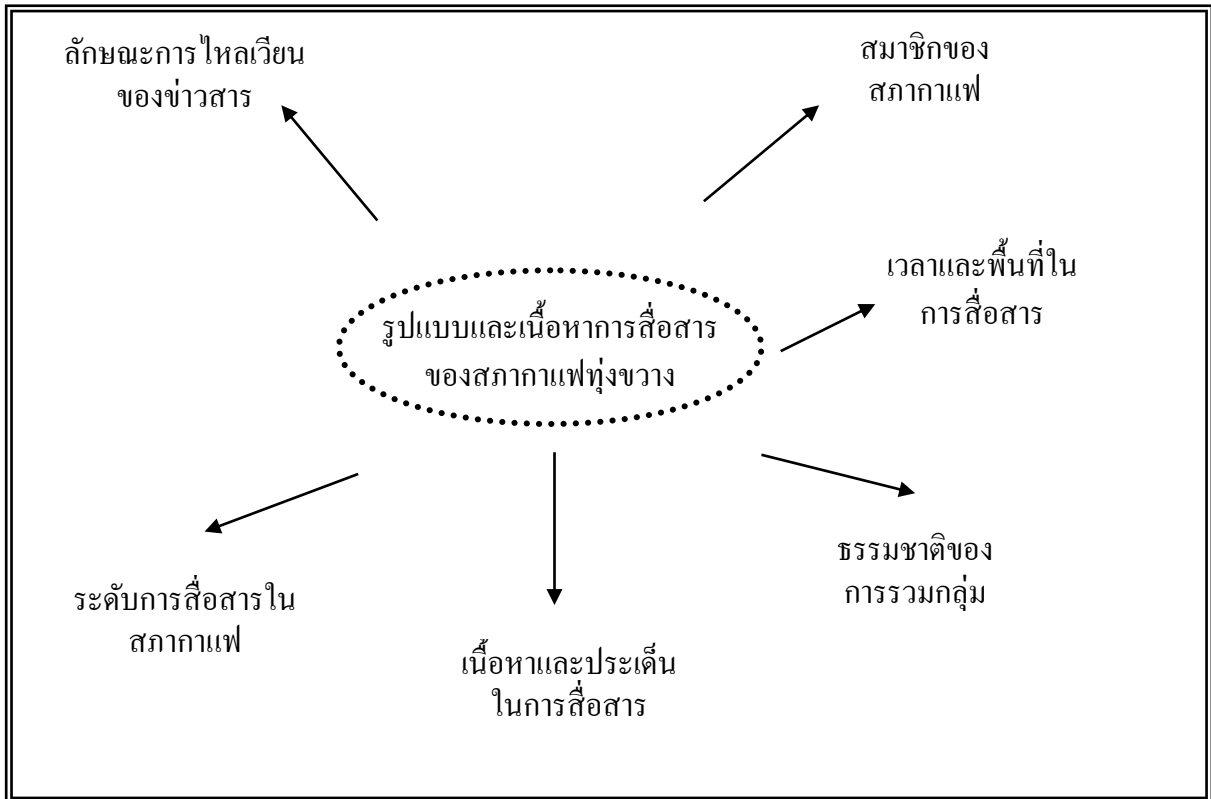
(vi) **การเชื่อมพื้นที่การสื่อสารเข้ากับสถาบันอื่น ๆ ของชุมชน** เป็นหลักการโดยทั่วไปว่า หากกิ่งตอหนึ่งใดจะต่อดิตกับตัวลำต้น ก็ต้องสร้าง "การเชื่อมต่อที่ประสานเป็นเนื้อเดียวกัน" ฉนั้นใดก็ฉนั้น เมื่อร้านกาแฟซึ่งเป็นพื้นที่การสื่อสารใหม่ที่เกิดขึ้นเมื่อราวๆปีพ.ศ.2525 จะอยู่ยืนยาวคู่กับชุมชนมาได้ พื้นที่แห่งนี้ก็ต้องเชื่อมต่อกันกับสถาบันอื่น ๆ ในชุมชนด้วยรูปแบบต่างๆ

- การตอบสนองความต้องการสินค้าของชุมชน ทั้งจากโต๊ะชายกับข้าว โต๊ะชงกาแฟ โต๊ะชายถ้วยเดี่ยว จุดขายน้ำมัน ก็ให้เห็นได้ว่า ร้านกาแฟแห่งนี้ได้เชื่อมต่อกับสมาชิกในชุมชนด้วยการทำหน้าที่เป็นแหล่งบริการสินค้าที่อุปโภค/บริโภคที่จำเป็นของชุมชน

- สินค้าที่นำมาขายนั้นมีส่วนหนึ่งที่เป็นสินค้าที่ใช้กับวัด/ศาสนา เช่น ดอกไม้ ธูปเทียน นอกจากนั้น ทางร้านยังใส่บาตรพระเป็นประจำ ในช่วงเวลาแห่งการใส่บาตร ก็มีการสื่อสารระหว่างทางวัดกับทางร้านเกิดขึ้น

- ระบบการซื้อเชื้อของทางร้านสำหรับลูกค้าที่มีความเดือดร้อนทางการเงินก็ถือได้ว่าพื้นที่แห่งนี้เป็นตาข่ายทางสวัสดิการของชุมชนอย่างหนึ่ง (Social safety net)

นอกเหนือจากการวิเคราะห์ระดับแรกแล้ว เมื่อจับภาพเจาะเข้าไปที่เรื่อง "การสื่อสาร" โดยเฉพาะ คณะวิจัยก็ได้ใช้เกณฑ์เรื่ององค์ประกอบของการสื่อสารมาวิเคราะห์เป็นระดับที่สอง ตัวอย่างของเกณฑ์การสื่อสารจะเป็นไปที่แสดงในภาพข้างล่างนี้



ภาพที่ 22: เกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์การสื่อสารของร้านกาแฟ

(vii) ประเด็นความสนใจเรื่อง "เครือข่ายการสื่อสาร" เมื่อเทียบกับสื่อเล็กสื่อน้อยประเภทอื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้ว นับว่า "เครือข่ายการสื่อสาร" นั้นดูจะมีชะตากรรมที่ดีกว่าสื่อแบบอื่นๆ เนื่องจากเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ได้รับความนิยมจากวงวิชาการมากที่สุด ทั้งนี้อาจจะมาจากเหตุผลที่ว่า รูปแบบของเครือข่ายการสื่อสารนั้นขึ้นอยู่กับรูปแบบการสื่อสารที่ใช้กันมาก่อน เช่น เป็นการสื่อสารที่เปลี่ยนแกนจากแนวตั้ง (vertical) มาเป็นแนวราบ (horizontal) เปลี่ยนจากการรวมศูนย์ (centralized) เป็นเป็นกระจายตัว (decentralized) ฯลฯ รวมทั้งข้อเท็จจริงที่ว่าในสภาพความเป็นจริงสังคมไทยเป็นสังคมที่อุดมสมบูรณ์ในเรื่องรูปแบบความสัมพันธ์แบบเครือข่ายอยู่แล้ว ที่ปรากฏในชื่อเรียกต่าง ๆ เช่น พรรคพวก พวกพ้อง เส้นสาย เพื่อนฝูง เครือญาติ เกล็ด เสี่ยว คนรู้จัก ฯลฯ ดังนั้น ในอนาคตจึงควรมีการศึกษาทำความเข้าใจและนำเอาเรื่องเครือข่ายการสื่อสารมาใช้ประโยชน์ในงานพัฒนาให้ได้มากที่สุด

ในเรื่องของเครือข่ายการสื่อสารนั้น ประเด็นเรื่องเครือข่ายการจัดการสิ่งแวดล้อมดูจะเป็นหัวข้อที่น่าสนใจอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะทางนิเวศนั้น มักจะไม่ถูกแบ่งแยกด้วยเกณฑ์ที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่นการแบ่งเขตการปกครองหรือการแบ่งแยกชนชาติเชื้อชาติ ดังนั้น การจัดการ

สื่อสารเพื่อสิ่งแวดล้อมนั้นจึงต้องดำเนินการในลักษณะของเครือข่ายการสื่อสาร

ดังเช่นตัวอย่างงานวิจัยของจางง์ บัวเนียว และคณะ (2547) เรื่อง "การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสารชุมชนเพื่อปกป้องคลองอู่ตะเภา" ซึ่งได้ให้ความสนใจที่จะวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงของเครือข่ายการสื่อสารที่อยู่ตลอดลำคลองอู่ตะเภาที่เป็นคลองซึ่งมีความยาวถึง 130 กิโลเมตร มีอายุนับเป็นร้อยๆปี เป็นลุ่มน้ำที่ใหญ่ที่สุดของจ.สงขลา และมีชุมชนตั้งอยู่เรียงรายตลอดสองฝั่งคลองถึง 60 ชุมชน

ในอดีต คลองอู่ตะเภาเคยทำหน้าที่เป็นช่องทางนันทนาการของชุมชน เริ่มตั้งแต่เป็นช่องทางในการทำมาหากินที่สำคัญของชุมชน ทั้งด้านการเกษตร การประมง การค้าขาย ฯลฯ เป็นช่องทางทางการดำรงชีพคือการใช้น้ำทั้งอุปโภคและบริโภค เป็นช่องทางเชื่อมโยงความสัมพันธ์กันระหว่างบ้านต้นคลองจนจรดปลายคลอง รวมทั้งเป็นช่องทางคมนาคมที่สำคัญคือการมีเรือบรรทุกสินค้าและเรือโดยสารวิ่งรับส่ง

จากการเป็นโครงสร้างพื้นฐานของเครือข่ายดังกล่าว จึงได้มีการสร้างเครือข่ายการสื่อสารแบบอื่นๆ ขึ้นมาบนเครือข่ายลำคลอง เช่น ในเรือบรรทุกสินค้าได้สร้างอุปกรณ์การสื่อสารที่เป็นแตรเป่าเสียงที่เรียกว่า "ตรุด" เป็นสัญญาณบ่งบอกที่รู้กันภายในเครือข่าย หรือมีการสร้างสื่อพื้นบ้าน เช่น โนรา เพลงบอก ลิเกอูถู ฯลฯ ที่เล่นเพื่อเชื่อมสายสัมพันธ์ระหว่างชุมชนต่าง ๆ การสื่อสารบางรูปแบบสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนว่ามีเป้าหมายเพื่อการเชื่อมโยงเครือข่าย โดยเฉพาะ เช่น การแข่งพายเรือประจำปี ซึ่งผู้เข้าแข่งจะมาจากทุกชุมชน

หน้าที่ที่สำคัญๆของเครือข่ายการสื่อสารเหล่านั้นมีทั้งใน**ยามปกติ**ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว เช่น เป็นช่องทางเชื่อมโยงการค้าขาย การพักผ่อนรื่นเริงสันตนาการ และทั้งใน**ยามวิกฤติ** เช่น การระมัดระวังเตือนภัยทั้งจากธรรมชาติและใจผู้ร้าย เช่น เมื่อเวลามีน้ำท่วมหลากที่บ้านต้นคลองชาวบ้านก็จะไปตีกลองที่วัดรับต่อกันไปเป็นทอดๆ เพื่อเตือนให้บ้านกลางน้ำและปลายน้ำเตรียมอพยพข้าวของหนีน้ำ

แต่ทว่า เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงที่จุดหนึ่งในระบบเครือข่าย จุดอื่นๆ ก็ได้รับความกระทบกระเทือนไปหมด เมื่อมีการสร้างถนนเลียบลำคลอง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงช่องทางติดต่อค้าขายจากการใช้คลองมาเป็นการใช้ถนน เครือข่ายการสื่อสารทั้งหมดที่วางอยู่บนโครงสร้างพื้นฐานคือลำคลองจึงพังทลายไปหมด รวมทั้งหน้าที่ต่าง ๆ ที่เครือข่ายดังกล่าวเคยมีบทบาท วัฏจักรดังกล่าวเพิ่มความเสียหายมากขึ้น เพราะเมื่อไม่มีการใช้คลองในการคมนาคม การดูแลรักษาคลองก็ลดน้อยถอยลงไป จนกระทั่งเกิดภาวะเน่าเสีย และในท้ายที่สุดก็มีช่วงเวลาที่ทำให้ชุมชนได้ตระหนักถึงความสูญเสียของเครือข่ายการสื่อสาร เมื่อเกิดน้ำท่วมใหญ่ในปี พ.ศ.2543 โดยชุมชนกลางน้ำและท้ายน้ำไม่มีสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้า และเป็นจุดเริ่มต้นที่

ก่อให้เกิดการทบทวนเพื่อหวนกลับมาสร้างเครือข่ายการสื่อสารผ่านคลองอุต๊ะเกากันอีกครั้งหนึ่ง

(viii) **ประเด็นความสนใจใน "สื่อสมัยใหม่" เพื่อการพัฒนา** เนื่องจากปัจจุบัน แนวคิดเรื่องการพัฒนาไม่ได้จำกัดตัวอย่างอยู่ในแง่ "พื้นที่" คือชนบท และไม่ได้เกาะติดอยู่กับภารกิจ "แปลงโฉมชนบทให้เป็นเมือง" อีกต่อไปแล้ว หากแต่มีแนวคิดใหม่ว่า คนในทุกพื้นที่ (ทั้งชนบทและเมือง) คนในทุกกลุ่ม ทุกกลุ่มล้วนต้องการการพัฒนาในด้านใดด้านหนึ่ง (หรืออาจต้องการแก้ปัญหาที่การพัฒนาอื่นพื้มาไม่ถึง) เช่น ปัญหาอาชญากรรม ศิลธรรมตกต่ำ ครอบครัวยุติธรรม ยาเสพติด โรคเอดส์) และหากกลุ่มคนที่จะพัฒนานั้นเป็นคนรุ่นใหม่ วงการการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ก็ต้องตามไปทำความเข้าใจกับสื่อสมัยใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ มือถือ เครื่องเล่นดีวีดี ฯลฯ ซึ่งเป็นสื่อประจำชีวิตของคนรุ่นใหม่

สำหรับประสิทธิภาพในการพัฒนาของสื่อตัวใหม่ๆ ที่ได้กล่าวมาเช่น คอมพิวเตอร์ มือถือ ฯลฯ นั้น คงจะไม่มีข้อกังขาใด ๆ ในแง่ศักยภาพอันวิเศษสุดของสื่อเหล่านี้ในแง่มุ่งเชิงเทคนิค เช่น การแสวงหาข่าวสารข้อมูลที่ต้องการ ขอบข่ายของการติดต่อสื่อสาร ฯลฯ แต่อย่างไรก็ตาม ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า "สื่อที่มีได้เป็นเพียงแค่อุปกรณ์" หากแต่เป็นมากกว่าสื่อ ดังนั้น บรรดาปัจจัยด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม จึงมักจะเข้ามาพัวพันกับสื่อสมัยใหม่เหล่านี้อยู่เสมอ และหากไม่เป็นไปในด้านปัจจัยเอื้ออำนวย ก็เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม คือเป็นอุปสรรคที่ทำให้ศักยภาพของสื่อสมัยใหม่ไม่สามารถสำแดงฤทธาภาพได้อย่างเต็มที่

ตัวอย่างรูปธรรมที่สุดได้แก่ โครงการอินเทอร์เน็ตเปิดตำบลที่ศิวพร ศรีสมัย และคณะ (2547) ได้ศึกษากรณีจ.สุรินทร์ คณะวิจัยสำรวจภาพว่าก่อนหน้าที่จะลงมือวิจัยนั้น คณะวิจัยต่างคาดหวังในคุณประโยชน์อันมหาศาลของการใช้สื่อใหม่ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ในการพัฒนาชนบท แต่ทว่าหลังจากที่มีการนำเอาเครื่องคอมพิวเตอร์เข้าไปเพื่อใช้เป็นระบบอินเทอร์เน็ตระดับตำบล นับตั้งแต่ปี.ศ.2544 ในองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เกือบ 7,000 แห่ง จนกระทั่งผ่านมาเป็นเวลา 2 ปี (2546) คณะวิจัยก็พบว่า โครงการอินเทอร์เน็ตตำบลยังไม่เป็นที่รับรู้กันอย่างแพร่หลายนักในหมู่สมาชิกของชุมชน เมื่อการแพร่กระจายนวัตกรรมยังไม่เป็นที่รับรู้ ก็ปวยการที่จะไปวัดการใช้ประโยชน์และประสิทธิภาพของนวัตกรรมในการพัฒนาชนบท

คณะวิจัยจึงต้องถอยหลังมาตั้งหลักใหม่ตั้งแต่นั้นได้ขึ้นแรกคือ การแสวงหาแนวทางในการกระตุ้นให้ชุมชนเกิดความตระหนักรู้ ได้ทดลองใช้ และนอกจากการฝ่าข้ามด้านกำแพง **ความรู้ทางเทคนิค** แล้ว กำแพงสูงระดับแห่งนคตตั้งเป้าอีกชั้นหนึ่งที่คณะวิจัยได้ค้นพบก็คือ **ความรู้ในการบริหารจัดการการใช้สื่อสมัยใหม่** ซึ่งคณะวิจัยต้องอาศัยความรู้ร่วมแรงร่วมใจจากตัวแทนจากฝ่ายรัฐ (เจ้าหน้าที่อบต.) และสมาชิกของชุมชนในการป็นฝ่ายฝ่าข้ามขุนเขาแห่งอุปสรรคดังกล่าว เพราะหากขาดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเรื่องการใช้สื่อสมัยใหม่เพื่อการพัฒนาชุมชนแล้ว

บรรดาโครงการอินเทอร์เน็ตตำบลอาจจะต้องเผชิญชะตากรรมเช่นเดียวกับหอกระจายข่าว (ซึ่งมีความซับซ้อนเชิงเทคนิคและการบริหารจัดการน้อยกว่าอินเทอร์เน็ตอย่างมาก) ซึ่งกลายเป็นหอรักรหรือร้างประจำหมู่บ้านอยู่นับหมื่นๆแห่งดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

งานศึกษาค้นคว้าการใช้สื่อสมัยใหม่เพื่อการพัฒนาที่ยังรอคอยการวิจัยเพื่อนำไปใช้อย่างสร้างสรรค์อีกมากมาย ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง "การสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมจัดการป่าชุมชนของชาวบ้านห้วยแก้ว กิ่งอำเภอแม่อน จ.เชียงใหม่ โดยศรัทธา โรจนสุพจน์ และคณะ (2547) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า แม้ว่าโดยหลักการทั่วไป สื่อเพื่อชุมชนนั้นควรจะเป็นสื่อที่อยู่กันมาช้านานกับชุมชน เป็นสื่อขนาดเล็กที่เปิดโอกาสให้ทุกคนเข้ามีส่วนร่วม เป็นสื่อที่ทำให้ใช้ได้ง่ายในชุมชน แต่ทว่าในบางกรณี หลักการทั่วไปดังกล่าวนั้นก็ต้องหลีกเลี่ยงให้แก่ข้อยกเว้นสำหรับชุมชนป่าห้วยแก้วที่คณะวิจัยได้ปรึกษากับชาวบ้านว่า จะนำสื่ออะไรมาใช้ในการจัดการป่าชุมชน ประเภทของสื่อที่ชาวบ้านเลือกกลับมีใช่หอกระจายข่าว สื่อพื้นบ้าน หรือสื่อบุคคลตามหลักทฤษฎี หากแต่กลับเป็นสื่อสไลด์ สื่อวิทยุทัศน์ และการจัดรายการวิทยุชุมชนซึ่งล้วนแล้วแต่มีคุณสมบัติที่ตรงกันข้ามกับ "ความเป็นสื่อชุมชน" ที่ได้กล่าวมา

หากพิจารณาโดยผิวเผิน เราอาจจะคิดว่า การตัดสินใจเลือกใช้สื่อของชุมชนห้วยแก้วนั้นได้เดินออกนอกกรอบนอกทางของหลักทฤษฎีเสียแล้ว อย่างไรก็ตาม เมื่อคณะวิจัยได้ทำการสำรวจประวัติศาสตร์และบริบทของชุมชนที่ผ่านเหตุการณ์ความขัดแย้งในเรื่องป่าชุมชนอย่างรุนแรงถึงระดับเลือดตกยางออก และผลสะท้อนแห่งความขัดแย้งนั้นได้ทำให้เกิดรอยฉีกขาดในชุมชนขึ้นมา รอยฉีกขาดนี้ไม่อาจจะใช้สื่อชุมชนทุกประเภทที่มีอยู่มาเยียวยาสมานแผลได้ ดังนั้น ชุมชนจึงตัดสินใจที่จะเลือกสื่อสมัยใหม่จากภายนอกที่เป็นกลางและไม่มีส่วนร่วมในประวัติศาสตร์แห่งความบาดหมางดังกล่าว

คณะวิจัยได้แสดงให้เห็นการพัฒนาหลักทฤษฎีด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาออกไปอีกก้าวหนึ่งว่า "ไม่ว่าจะเป็นสื่ออะไร ใหม่หรือเก่า **ประเภทของสื่อ**อาจจะไม่สำคัญเท่ากับ**วิธีการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์**" ดังที่คณะวิจัยได้สาธิตว่า การใช้สื่ออย่างมีส่วนร่วมของชุมชนตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตไปจนกระทั่งการเปิดรับชม การเลือกประสานระหว่าง "รูปแบบสื่อใหม่" กับ "เนื้อหาเก่าของชุมชน" (ชุดความรู้เรื่องป่า) สามารถจะทำให้บรรดาสื่อใหม่ๆ หน้าตาจุ่มจิมเช่น สไลด์ วิทยุทัศน์ สามารถเล่นบทบาทเป็น "ยาสมานแผลรอยฉีกขาด" ของชุมชนได้อย่างยอดเยี่ยม และเป็นการหวนคืนกลับไปสู่ปฐมบทแห่งคำนิยามของคำว่า "สื่อ" ซึ่งทำหน้าที่สานสายสัมพันธ์ระหว่างผู้คนได้อย่างแท้จริง

สำหรับการใช้สื่อสมัยใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ มือถือ ฯลฯ เพื่อการพัฒนาที่ยังคงต้องการปรับเปลี่ยนความเข้าใจเสียใหม่ว่าสื่อสมัยใหม่เหล่านี้ไม่ได้จำกัดตัวเองอยู่ที่คนรุ่นใหม่ในเมือง

เท่านั้น เพราะเพียงผ่านช่วงแรกของการเริ่มต้น สื่อเหล่านี้ก็ได้เริ่มแพร่หลายไปทั่ว (popularize) ตัวอย่างประเด็นเช่น จะใช้มือถือเพื่อการพัฒนาได้อย่างไร (เช่นการเป็น support group) ซึ่งยังรอคอยการศึกษาของนักนิเทศศาสตร์พัฒนาการอยู่

(ix) ประเด็นความสนใจเรื่อง "สื่อนอกสายตา" เพื่อการพัฒนา

เป็นที่น่าสังเกตว่า เวลาเราพูดถึงเรื่อง "สื่อเพื่อการพัฒนา" นั้น โฉมหน้าของประเภทของสื่อที่เลือกมาใช้มันมักจะมีหน้าตาเอาจริงเอาจัง เคร่งเครียด ชิงชัง เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ เอกสารให้ความรู้ ฯลฯ (แต่งานวิจัยหลายชิ้นค้นพบว่า ชาวบ้านชอบดูรูปวาดการ์ตูนมากกว่าตัวอักษร) เบื้องหลังปรากฏการณ์ดังกล่าวอาจจะเป็นคำอธิบายที่ว่า ในด้านนิเทศศาสตร์นั้น เราได้มีการแบ่งแยกระหว่าง "สื่อสาระกับสื่อบันเทิง" ออกจากกันอย่างค่อนข้างจะเด็ดขาดไม่ให้ปะปนกัน สื่อที่จะถูกคาดหวังว่า จะนำมาใช้เพื่อการพัฒนา จึงตกอยู่ในสายของกลุ่มสื่อสาระทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วข้างต้นว่า ปัจจุบันนี้ แม่น้ำสองสายที่ชื่อสาระและบันเทิงได้ไหลมารวมกันแล้ว ดังนั้น จึงเป็นเรื่องที่ทำทนายแวดวงวิชาการว่า จะสามารถพัฒนาองค์ความรู้ในการนำเอาสื่อสาระ/บันเทิงมาใช้เพื่อการพัฒนาได้อย่างไร

ในกลุ่มสื่อสาระ/บันเทิงนี้ มีสื่ออยู่หลายประเภทที่ผู้เขียนอยากเรียกว่า เป็น "สื่อนอกสายตา" กล่าวคือ ยืนอยู่นอกสายตานักนิเทศศาสตร์พัฒนาการ เช่น สื่อละคร ที่ถูกมองว่า "ดูกันเล่นๆ เย็นๆ ใจ" หรือสื่อบางประเภทที่แทบจะมองไม่เห็นเหลี่ยมมุมว่าเป็นสื่อ เช่น ของเล่นของเด็กๆ (สนใจโปรดดู กาญจนา, **มองของเล่นให้เป็นสื่อ**, 2547) บรรดาสื่อเหล่านี้มีคุณสมบัติที่แตกต่างไปจากสื่อเพื่อการพัฒนาที่เราคุ้นเคย เนื่องจากเป็นสื่อที่เล่นกับเรื่องอารมณ์/ความรู้สึก มีสุนทรีย์ะ ฯลฯ แต่ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า สื่อเหล่านี้น่าจะมีศักยภาพที่จะนำมาใช้เพื่อการพัฒนาภายใต้แนวคิด "สาระ/บันเทิง" (Edutainment) ที่ได้กล่าวไปแล้ว

การขยายลงมาให้ความสนใจศึกษาสื่อนอกสายตาเหล่านี้ น่าจะสร้างความกระชุ่มกระชวยให้แก่แวดวงนิเทศศาสตร์พัฒนาการได้ไม่มากนักน้อย

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยในโครงการ "การสื่อสารเพื่อชุมชน" เรื่อง "การใช้ละครเพื่อการพัฒนาชุมชนของกลุ่มละครมะขามป้อม" โดย ดวงแข บัวประโคน และคณะ (2547) ที่ศึกษาเส้นทางเดินอันยาวนานนับ 20 ปีของกลุ่มละครมะขามป้อม ที่เริ่มตั้งแต่ยุคเล่นละครเร่โดยกลุ่มนักแสดงละครเที่ยวเร่ไปเล่นตามชุมชนต่าง ๆ จนกระทั่งมาถึงยุคปัจจุบันที่เรียกว่า "ละครเพื่อชุมชน" ซึ่งนักแสดงละครของกลุ่มมะขามป้อมไม่ลงไปเล่นเองแล้ว แต่ได้ฝึกหัดเด็กๆ ในชุมชนผ่าน "กระบวนการละคร" เพื่อปั้นแต่งเด็กและเยาวชนเหล่านั้นให้กลายเป็นสื่อของชุมชนแบบ "ตัวจริงเสียงจริง" ต่อไป

จากหลักการเบื้องต้นในเรื่องศักยภาพของสื่อละครที่ว่า "เมื่อดูละครแล้ว" สามารถทำให้ "ย้อนดูตัว" ได้ กล่าวคือ ละครสามารถจะทำหน้าที่เป็น "กระจกส่อง" ให้เห็นตัวตน และ "กระจก" ให้

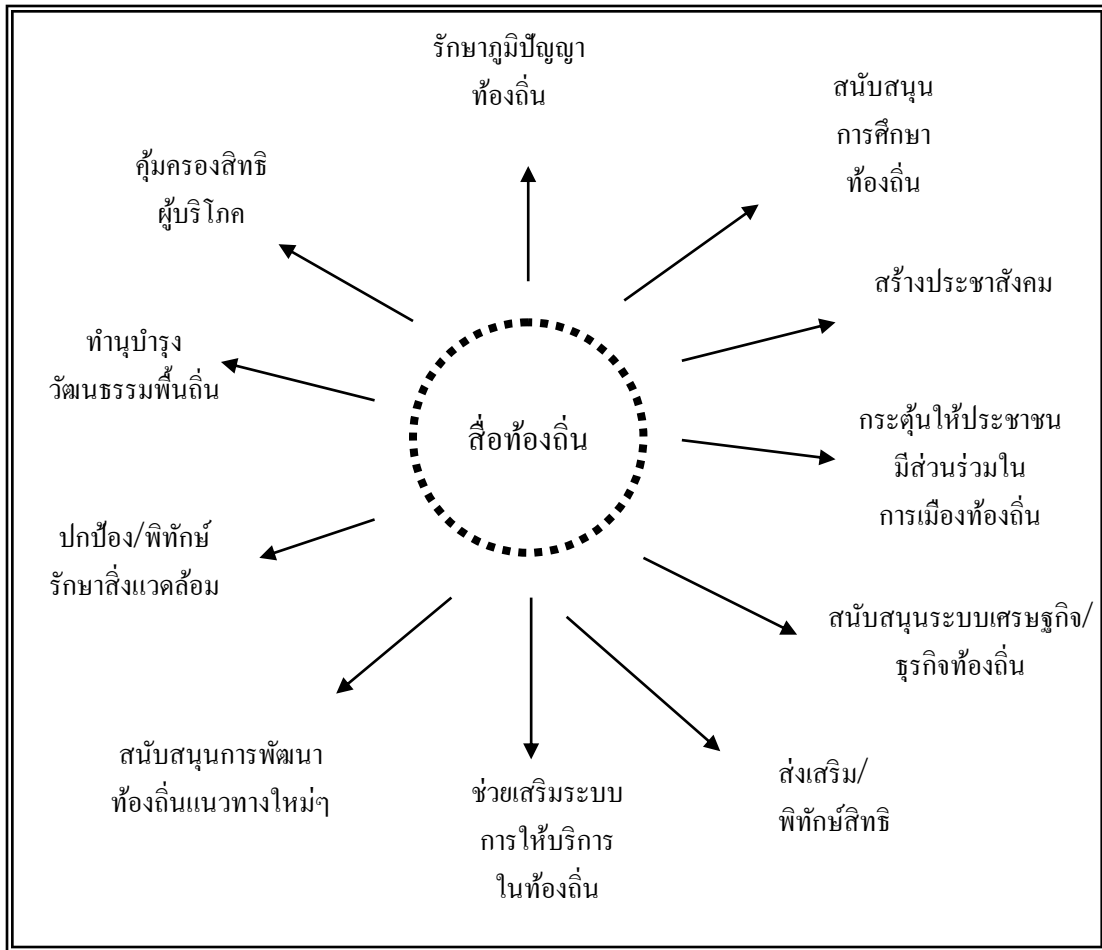
เรา/ชุมชนนึกคิดได้ โดยเฉพาะกระบวนการของละครเพื่อการพัฒนา นั้น จะมีลำดับขั้นตอนที่แน่นอนว่า เนื้อหาของละครนั้นต้องมาจากการสำรวจสภาพความเป็นจริงของชุมชน (เด็ก/เยาวชนที่มาแสดงละครจึงต้องออกไปศึกษาสภาพความเป็นจริงของชุมชนตนเอง) แล้วนำความเป็นจริงนั้นมาประกอบสร้างเป็นเรื่องราวของละคร แล้วแสดง/ส่งกลับคืนเนื้อหาให้กับชุมชนอีกครั้งหนึ่ง ตบท้ายด้วยการพูดคุยทบทวนไตร่ตรองเกี่ยวกับภาพของชุมชนที่ฉายผ่านละครนั้น

จากการใช้กระบวนการของละครเพื่อพัฒนาดังกล่าว ในการฝึกหัดเด็กให้มาแสดงละครจาก 4 พื้นที่ ทั้งเด็กชนบท เด็กชาวเขา เด็กในสถานพินิจฯ คณะวิจัยได้พบว่าศักยภาพของสื่อออกสายนี้นั้นไม่อาจจะมองข้ามไปได้เลย ทั้งนี้ เพราะสื่อละครสามารถสร้างผลลัพธ์ให้เกิดขึ้นในหลายระดับ

เริ่มตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล อาจกล่าวได้ว่า ละครเป็นสื่อที่ปั้นแต่งเด็กๆ ได้ ละครสร้างให้เด็กเห็นคุณค่าของตัวเอง ได้พัฒนาทักษะต่าง ๆ ในการแสดงออก นอกจากนั้น เมื่อผ่านกระบวนการสำรวจปัญหาชุมชน ก็เป็นวาระโอกาสที่เด็ก/เยาวชนจะได้สัมผัสกับแง่มุมต่าง ๆ ของชีวิตชุมชน

ส่วนในระดับชุมชน สื่อละครดังกล่าวได้เปิดพื้นที่การสื่อสารแบบใหม่ๆ ขึ้นมาภายในชุมชนไม่ว่าจะเป็นงานแต่งงาน งานบวช งานสงกรานต์ ฯลฯ ของชุมชน ก็จะมีหรสพแบบใหม่เกิดขึ้นมา คือการแสดงละคร และเนื่องจากเยาวชนเป็นผู้แต่งเรื่องและแสดงเอง จึงนับเป็นโอกาสให้ครอบครัวและชุมชนได้เปิดมุมมองใหม่ๆ ต่อเยาวชน และเข้าใจปัญหาของชุมชนไปพร้อมๆ กัน และทำที่สื่อละครก็ยังได้สานสายสัมพันธ์ในทุกระดับไม่ว่าจะเป็นภายในครอบครัว ภายในชุมชน หรือระหว่างชุมชนกับสถาบันการศึกษา

(x) ประเด็นความสนใจ "บทบาทหน้าที่ใหม่ๆ ของการสื่อสาร" ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ประเด็นเรื่องบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารที่มีต่อการพัฒนานั้น นับเป็น "ประเด็นยอดฮิตติดอันดับ" ในวงการนิเทศศาสตร์พัฒนาการ แต่ที่ว่าแง่มุมที่จะศึกษาบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารนั้น ยังเกาะติดอยู่บนกรอบแนวคิดที่ยังไม่กว้างขวางเพียงพอ อย่างน้อยก็ไม่กว้างพอที่จะครอบคลุมอธิบายปรากฏการณ์ในสังคมไทยที่มีการใช้หรือมีการเรียกร้องให้การสื่อสารเพิ่มขยายบทบาทมากขึ้น เราจึงน่าจะยกเครื่องเรื่องบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารที่มีต่อการพัฒนาสื่อใหม่ เช่น อาจจะมีเริ่มต้นจากข้อเสนอแนะของ พิเศษฐ์ ขวาลาวัช (2537) ในเรื่องหน้าที่ของสื่อท้องถิ่นในการส่งเสริมเปลี่ยนแปลง สืบทอด อนุรักษ์มิติต่างๆ ของชีวิตชุมชนท้องถิ่นดังในภาพ



ภาพที่ 23: หน้าที่ของสื่อท้องถิ่นต่อการพัฒนาชุมชน

ในที่นี้จะยกตัวอย่างงานวิจัยหลายชิ้นในโครงการ "การสื่อสารเพื่อชุมชน" ที่ได้เปิดมิติเรื่องบทบาทหน้าที่ใหม่ๆ ของการสื่อสารท้องถิ่นดังนี้

(1) **การสื่อสารเพื่อการสร้างประชาคม/ประชาสังคม** แนวคิดเรื่องประชาคม/ประชาสังคมเป็นแนวคิดใหม่ที่ถูกนำมาใช้ในการขับเคลื่อนการพัฒนาของสังคมไทยตั้งแต่วาระปี พ.ศ.2540 เหตุผลเบื้องหลังแนวคิดนี้ก็คือในยุคปัจจุบัน สภาพปัญหาสังคมนั้นผูกโยงยิสลับซับซ้อนเกินกว่าที่คนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เช่น ภาครัฐ ภาคธุรกิจ หรือแม้แต่ภาคประชาชนจะลุกขึ้นมาแก้ไขเพียงฝ่ายเดียว ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการฉันทามติระหว่างภาคต่าง ๆ ในรูปแบบความสัมพันธ์ที่เสมอภาคกัน และมีสมานฉันท์ต่อกัน ที่เรียกว่า "หุ้นส่วน" โดยที่สมาชิกในทุกภาคนั้นล้วนมีจิตสำนึกสาธารณะที่จะร่วมกันลงมือกระทำการบางอย่างให้บรรลุวัตถุประสงค์ ภายใต้ระบบการจัดการให้มีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย

ในโครงการวิจัยเรื่อง "การสื่อสารในการพัฒนาประชาคมทับเที่ยง" โดยอรุณีวรรณ นา ศรี และคณะ (2547) ซึ่งศึกษาประชาคมทับเที่ยง จ.ตรัง อันมีลักษณะเป็นประชาคมที่ค่อนข้าง สมบูรณ์แบบ กล่าวคือ มีการร่วมแรงร่วมใจระหว่างภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชนอย่างครบ ครัน โดยที่ในอดีตนั้น ทับเที่ยงเป็นพื้นที่ที่มีเครือข่ายที่เสมือนประชาคมแบบดั้งเดิมมาก่อน คือมี การอยู่ร่วมกันระหว่างคนมุสลิม คนไทย และคนจีน ที่เรียกว่า "หมัด ไข่ เล็ง"

คณะวิจัยได้ทบทวนประวัติศาสตร์พัฒนาการของการก่อตัวของประชาคมทับเที่ยงมา แต่เริ่มต้น (ปีพ.ศ.2538) จนถึงยุคปรับตัวเปลี่ยนแปลง (พ.ศ.2545) เพื่อวิเคราะห์ว่าในแต่ละยุค สมัยนั้น ต้องมีการใช้การสื่อสารรูปแบบใดบ้าง

ผลการวิจัยพบว่า ในยุคของการก่อรูปรวมตัวกันนั้น ประชาคมได้ใช้การสื่อสาร 2-3 รูปแบบคือ การสื่อสารมวลชน (ผ่านหนังสือพิมพ์แม่น้ำ) การสื่อสารที่เป็นวิถีชีวิตของชุมชนคือ สภากาแฟและการสื่อสารแบบกลุ่มย่อย เช่น เวทีพูดคุยตรงเคเสวนา เนื้อหาการสื่อสารยังคงอยู่ใน ระดับการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทัศนนะ จนกระทั่งช่วงท้าย ๆ จึงเริ่มยกระดับไปสู่การแปลงความคิด ให้เป็นการลงมือกระทำ

ในยุคต่อมาคือระยะรวมพลปั้นแต่งสังคม ช่วงนี้ประชาคมต้องการใช้การสื่อสาร แบบระดมความร่วมมือเพื่อลงมือดำเนินการ เช่น การประชุมใหญ่เพื่อสร้างความเข้าใจและมุ่งไปสู่ เป้าหมายร่วมกัน การประชุมเตรียมงานของทีมงาน การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อ ความคาดหวังที่มีต่อประเด็นที่ประชาคมนำเสนอ (เมืองน่าอยู่) หลังจากการประชุมใหญ่แล้ว ใน ขั้นตอนของการลงมือปฏิบัติ ประชาคมก็ให้แตกตัวออกเป็นกลุ่มย่อยๆ เพื่อดำเนินงานตาม ภารกิจจออกเป็น 4 กลุ่มย่อย

ในยุคที่สามเป็นช่วงเติบโตแพร่พันธุ์ ในช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาที่กลุ่มย่อยเริ่ม ดำเนินการและต้องใช้การสื่อสารแบบลายลักษณ์อักษรเพื่อระดมความสนับสนุนด้านงบประมาณ จากภาครัฐ และใช้รูปแบบสื่อกิจกรรมเพื่อทำกิจกรรม

ในยุคสุดท้าย เป็นช่วงปรับตัวเปลี่ยนแปลง เป็นช่วงที่มีปัจจัยอุปสรรคเข้ามา แทรกแซงความเจริญเติบโตของประชาคม ทำให้กิจกรรมในรูปแบบร่วมกันของประชาคมเริ่ม หยุตชะงักและสลายตัวออกไปเป็นกิจกรรมของแต่ละกลุ่มย่อยๆ ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ คณะวิจัยได้วิเคราะห์ว่าประชาคมทับเที่ยงยังขาดความสมดุลระหว่างนักคิดกับนักจัดการ กล่าวคือมีนักคิดที่ผลิตสารจำนวนมากหากแต่ขาดนักจัดการที่จะนำสารไปเชื่อมร้อย เนื่องจากใน ประชาคมยังให้ความสำคัญกับคนที่มีลักษณะของการเป็นตัวเชื่อมประสานงานน้อยเกินไป

(2) การใช้สื่อมวลชนเพื่อประชาคม มีงานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งที่สนใจที่จะเจาะลงไปทีสื่อ เพียงตัวเดียวคือ สื่อวิทยุ และศึกษาบทบาทของสื่อวิทยุในการสร้างประชาคม คืองานวิจัยเรื่อง

"การใช้สื่อวิทยุท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมประชาคม จ.มหาสารคาม "ของ ชาศรีต สูดสายเนตร และคณะ (2547)

คณะวิจัยได้ใช้แนวคิดบทบาทหน้าที่ของสื่อท้องถิ่นที่มีต่อการพัฒนาชุมชนของพิศิษฐ์ ชาวลาวัณย์ ที่กล่าวมาถึงข้างต้นเป็นกรอบ และได้นำเอาเนื้อหาของรายการวิทยุท้องถิ่นในจ.มหาสารคาม 3 รายการคือ รายการเสียงจากชุมชนคนสารคาม รายการวิทยุชุมชน อสมท. และรายการตลาดชุมชนคนรักบ้านเกิด มาวิเคราะห์ว่าเนื้อหาเหล่านั้นได้มีบทบาทในการส่งเสริมประชาคม จ.มหาสารคาม อย่างไร

ผลการวิจัยพบว่า รายการวิทยุทั้ง 3 รายการนั้นได้มีบทบาทส่งเสริมประชาคมใน 5 ด้านด้วยกันคือ **ด้านการเมือง/การปกครองท้องถิ่น** โดยทำหน้าที่ตรวจสอบการทำงานที่ของหน่วยงานรัฐ **ด้านเศรษฐกิจชุมชน** โดยนำเอากรณีของกลุ่มชาวบ้านที่ประสบความสำเร็จด้านการทำมาหากินมาเผยแพร่ **ด้านศิลปวัฒนธรรม** โดยการนำเรื่องราวของศิลปวัฒนธรรมมาเผยแพร่เพื่อการสืบทอด **ด้านสังคม**โดยวิทยุได้นำเสนอสภาพปัญหาของสังคมและกระตุ้นผู้ฟังให้ร่วมกันแก้ไข และ**ด้านการศึกษา** ได้แก่ การนำเสนอข่าวคราวในแวดวงการศึกษา

(3) การใช้สื่อเพื่อส่งเสริมและพิทักษ์สิทธิมนุษยชน

ตัวอย่างงานวิจัยในโครงการ "การสื่อสารเพื่อชุมชน" ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมและพิทักษ์สิทธิมนุษยชนได้แก่งานวิจัยเรื่อง "การสื่อสารกับการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนบ้านควัวในกรณีพิพาทโครงการก่อสร้างถนนรวมและกระจายการจราจร" โดย ไชยวัฒน์ บุญประดิษฐ์ และคณะ (2547) ชุมชนบ้านควัวเป็นหนึ่งในชุมชนดั้งเดิมที่มีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ที่ยาวนานและมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ มีวิถีชีวิตที่สืบทอดกันมาอย่างต่อเนื่อง มีรกรากทางวัฒนธรรมที่ฝังแน่น และมีอัตลักษณ์ของตนเอง เมื่อชุมชนได้รับผลกระทบจากโครงการใหญ่ของรัฐในปี.ศ.2531 ที่คณะรัฐมนตรีมีมติให้เวนคืนพื้นที่ของชุมชนซึ่งครอบคลุมบริเวณมัสยิดและสุสานอันเป็นศาสนสถานของศาสนาอิสลาม เพื่อสร้างทางด่วนตามข้อเสนอของทางการพิเศษแห่งประเทศไทย ซึ่งขัดต่อหลักคำสอนของศาสนาอิสลามที่ "ชุมชน มัสยิดและสุสานเป็นเรือนร่างเดียวกัน จะแยกกันไม่ได้" กระบวนการต่อสู้ของชุมชนจึงเกิดขึ้นบนรากฐานทางวัฒนธรรมอันแข็งแกร่ง

คณะวิจัยได้ศึกษารูปแบบการสื่อสารใน 2 ช่วงระยะเวลา คือช่วงเวลาปกติ และช่วงเวลาวิกฤติ ผลการวิจัยพบว่า ในสภาวะปกติ การสื่อสารของชุมชนจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นพื้นฐานโดยมีสื่อบุคคลหลายๆ กลุ่ม ได้แก่คณะกรรมการชุมชน คณะกรรมการอิสลามประจำมัสยิด เป็นตัวเชื่อมระบบการสื่อสาร นอกจากนี้ก็ยังมีช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย เช่น หอกระจายข่าว สื่อบุคคล บ้ายประกาศ โทรศัพทบ้าน โทรศัพทมือถือ วิทยุสื่อสาร

และการประชุม ช่องทางเหล่านี้ได้ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างความผูกพันและความร่วมมือต่าง ๆ ในชุมชน โดยมีการทำ "กิจกรรม" นานาชนิดเป็นพื้นที่/เวทีเชื่อมความผูกพันดังกล่าว

และที่สำคัญ ชุมชนยังมีการสื่อสารเพื่อสร้างสำนึกทางประวัติศาสตร์ของชุมชนผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น การบอกเล่าโดยสื่อบุคคล (ปู่ย่าตายาย) กิจกรรมศาสนา สื่อมวลชน การเสวนาชุมชน และหนังสือของชุมชน

เมื่อชุมชนถูกผลักดันเข้ามาสู่วิกฤติ ก็เกิดการปรับตัวด้านการสื่อสาร ชุมชนมีการจัดตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจ 7 ชั้น โดยใช้ฐานเดิมคือระบบกรรมการชุมชน เพื่อเชื่อมประสานเครือข่ายองค์กรต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกชุมชน ช่องทางการสื่อสารเดิม เช่น ศาสนาถูกนำมาสอดใส่เนื้อหาใหม่ กลยุทธ์การสื่อสารทั้งหมดนี้เป็นความพยายามที่จะแก้ไขปัญหาอย่างสันติวิธี และชุมชนสามารถยืนหยัดได้เพราะความสามารถของแกนนำ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และการหนุนช่วยที่เข้มแข็งของเครือข่ายพันธมิตรภายนอก

จากตัวอย่างเรื่องบทบาทหน้าที่ที่ยกมากล่าวนี้ ยังสามารถจะขยายขยายออกไปได้อย่างกว้างขวางอีกมากมาย ตามความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของผู้ที่ใช้การสื่อสารเพื่อชุมชน และบางที มรดกทางภูมิปัญญาในเรื่องดังกล่าวอาจจะมีอยู่แล้วในเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้าน (ดูตัวอย่างงานวิจัยเรื่อง "ศักยภาพโนราในการพัฒนาท้องถิ่น", เถียรชัย อิศรเดช, 2542) ซึ่งเราอาจจะหวนกลับไปตั้งต้นต่อจากจุดที่บรรพบุรุษด้านการสื่อสารของไทยได้เดินลวงหน้ามาแล้ว

เอกสารอ้างอิง

รายชื่องานวิจัย 30 ชิ้นในโครงการชุดการวิจัยเรื่อง "การสื่อสารเพื่อชุมชน"

1. โครงการเรื่อง “แนวทางการพัฒนาวิทยุชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน จ.นครราชสีมา และจ.บุรีรัมย์ “วีรพงษ์ พลนิกรกิจ, เสกสรร พรหมพิทักษ์, นิภากร กำจรเมฆกุล, 2545.
2. โครงการเรื่อง “การพัฒนาหอกระจายข่าวเพื่อตอบสนองความต้องการชุมชน”, ดวงพร คำณูวัฒน์, วาสนา จันทร์สว่าง, มณฑา โมพี, 2545.
3. โครงการเรื่อง “การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการจัดการป่าชุมชน: กรณีศึกษาป่าชุมชนสะมะแก ต.นาสวน อ.ศรีสวัสดิ์ จ.กาญจนบุรี”, วราพร ศรีสุพรรณ, อรสา ประยูรพงษ์, นุชจรี ท้าวไทยชนะ, เกษม กุลประดิษฐ์, 2547.
4. โครงการเรื่อง “รูปแบบและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยี”, กมลรัฐ อินทรทัศน์, เซาวลักษณ์ ชัยวิรัตน์, มณฑา วดี ครุทมิชัย, ธนากร เทียงน้อย, 2547.
5. โครงการเรื่อง “ศักยภาพและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นแบบสาระบันเทิงของหมอลำ”, ประยุทธ์ วรรณอุดม, มงคล คำดวง, 2547.
6. โครงการเรื่อง “การพัฒนาแบบจำลองของการจัดการข้อมูลข่าวสารของชุมชนโดยชุมชนเพื่อชุมชน, อัจฉริยา เนตรเชย, รุจน์ โกมลบุตร, กาญจนา เขียววิทย์การ, พิระพล แก้วศักดิ์ศิริ, เพ็ญพร ประไพพิณ, 2547.
7. โครงการเรื่อง “การวิจัยเพื่อสรุปบทเรียน: กระบวนการเตรียมกลุ่มวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี”, ชาวีสา มากแผ่นทอง, 2547.
8. โครงการเรื่อง “ความสามารถด้านการสื่อสารของพระพิศาลธรรมพาทิ (พระพยอมกัลยาโณ) กับกระบวนการระดมพลังการพัฒนาชุมชน”, ทศนีย์ เจนวิถีสุข และคณะ, 2547.
9. โครงการเรื่อง “กระบวนการสื่อสารเพื่อขยายผลของการทำเกษตรโดยไม่ใช้สารเคมี”, จำรัส เสือดี, สุนทร ตูตะพะ, ประภาศิต แจ่มจำรัส, เพ็ญศรี แจ่มจำรัส, นพดล พึ่งวัฒน์, 2547.
10. โครงการเรื่อง “การสื่อสารเพื่อพัฒนาการเกษตร “ทฤษฎีใหม่” ของพระบาทสมเด็จพระ

เจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช”, พรทิพย์ เย็นจะบก และคณะ, 2547.

11. โครงการเรื่อง “สมรรถนะด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลกับการระดมพลังการพัฒนา, อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ, วีรวัฒน์ อำพันสุข, จรส ศิริพนิช, รัตนา รัตนภาสุร, ประภัสสร รัตนภาสุร, 2547.
12. โครงการเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสารกับศักยภาพการดำรงอยู่ของชุมชน ศึกษากรณี ต.ทุ่งขวาง อ.พนัสนิคม จ.ชลบุรี”, สมสุข หินวิมาน, กำจร หลุยยะพงศ์, เขียวชัย อิศรเดช, 2547.
13. โครงการเรื่อง “การใช้สื่อละครเพื่อการพัฒนาชุมชนของกลุ่มมะขามป้อม, ดวงแข บัวประโคน, สุนทรจิต วงษ์เผือก, สุพงศ์ จิตต์เมือง, สมศักดิ์ ศิริพันธุ์, ขวัญหทัย บุญลือ, 2547.
14. โครงการเรื่อง “การมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุเพื่อชุมชน”, วีระวรรณ ยังกิจการ, อรวรรณ ศรีสวัสดิ์, ศิริพร เสรีกิตติกุล, 2547.
15. โครงการเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อจัดการปัญหาขยะของประชาชนท้องถิ่น อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา”, สิทธิชัย เทวธีระรัตน์, เสาวนีย์ โคตรพันธ์, จตุรภัทร ชัยสุวรรณ, ประสิทธิ์ เcheidจินดา, รักจิต มั่นพลศรี, 2547.
16. โครงการเรื่อง “การสื่อสารกับการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนบ้านครัว ในกรณีพิพาทโครงการก่อสร้างถนนรวมและกระบวนกรจราจร”, ไศวิวัฒน์ บุญประดิษฐ์, ลัดดาวัลย์ วัฒนเสถียร, พตท.(หญิง) วันเพ็ญ ปรีติยาธร, 2547.
17. โครงการเรื่อง “บทบาทการสื่อสารในการเสริมสร้างพลังความเข้มแข็งของผู้หญิงในการปกครองท้องถิ่น”, อ้อมทิพย์ เมฆรักษาวนิช แค่มป์, นเรศ สังเคราะห์สุข, 2547.
18. โครงการเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมจัดการป่าชุมชนของชาวบ้านห้วยแก้ว กิ่งอำเภอแม่ฮ่องสอน จ.เชียงใหม่”, ศรีธรรม โรจน์สุพจน์, ภัทมัย อินทจักร, นิคม ชัยขุนพล, 2547.
19. โครงการเรื่อง “การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสารชุมชนเพื่อปกป้องคลองอยู่ตะเภา, จำนงค์ บัวเนียว, มนทิรา วิโรจน์อนันต์, สมยศ ทองคำ, วิชิต แก้วมณี, หนองรัฐ บัวเนียว, 2547.
20. โครงการเรื่อง “การใช้สื่อวิทยุท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมประชาคม จ.มหาสารคาม”, ชาคกริต สูดสายเนตร, ธีรพล อันมัย, ชัชวีร์ภรณ์ เวฬุวนารักษ์, 2547.
21. โครงการเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมสร้างและพัฒนาบทบาทของสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาชุมชน”, อุดลย์ ดวงดีวีรัตน์, ศักดิ์ รัตนชัย, สุพรรณ ไชยลังกา, 2547.

22. โครงการเรื่อง “ศักยภาพของโนราในการพัฒนาท้องถิ่น”, เขียวชัย อิศรเดช, มาณพ อิศรเดช, ธรรมนิตย์ นิคมรัตน์, ธีรพจน์ นามอินทราภรณ์, ปราบธนา จันทรุพันธ์, 2547.
23. โครงการเรื่อง “กระบวนการทัศน์ใหม่ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาของกลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์”, ศุภาง นันตา, ภาวดี เลิศพงษ์, กัณตินันท์ ลับโกษา, 2547.
24. โครงการเรื่อง “โครงการอินเทอร์เน็ตตำบล: กรณีศึกษา จ.สุรินทร์”, ศิวพร ศรีสมัย, ประชิต อินทะกนก, 2547.
25. โครงการเรื่อง “การสื่อสารในระดับชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาเอดส์ใน จ.เชียงราย”, จำเริญ ไยชิด, วิภาวี รวิสุวรรณ, ปรียานุช ไยชิด, ระเด่น สุริยะวงค์, 2547.
26. โครงการเรื่อง “การวิเคราะห์กระบวนการทำข่าวของสำนักข่าวเด็กและเยาวชน ขบวนการตา สับปะรด”, รัชชาติ บุตรแสนคม, ฝนิตา คงสุข, วีรพันธ์ วิบูลย์พันธ์, 2547.
27. โครงการเรื่อง “การดำเนินงานหอกระจายข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนอย่างยั่งยืน”, ดวงพร คำบุญวัฒน์, วาสนา จันทรสว่าง, มณฑา โมพี, ปิยะนันท์ สำเภาเงิน, 2547.
28. โครงการเรื่อง “การสื่อสารความหมายการพัฒนาระหว่างชาวบ้าน: กรณีศึกษากองทุนชุมชน “เครือข่ายกองทุนข่าว”, อริยา เสวตามาร์, สุนทร วงศ์จอมพร, นัยนา วิจิตรพร, 2547.
29. โครงการเรื่อง “การสื่อสารในการพัฒนาประชาคมทับเที่ยง”, อรุณีวรรณ นาศรี และคณะ, 2547.
30. โครงการเรื่อง “สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พิษณุโลก ในฐานะโทรทัศน์เพื่อท้องถิ่น”, ฤทัย ชัดนาค และคณะ, 2547.

เอกสารอ้างอิง

1. กาญจนา แก้วเทพ, (2543)
สื่อเพื่อชุมชน : การประมวลองค์ความรู้, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
2. กาญจนา แก้วเทพ, (2547)
“อีกครั้งกับเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม”, **วารสารการวิจัยและพัฒนา**, ปีที่ 1:2 (ม.ค.-มิ.ย. 2547), คณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่.

3. กาญจนา แก้วเทพ, (2547)

"มองของเล่นให้เป็นสื่อ, เอกสารประกอบการบรรยาย, สถาบันวิจัยและพัฒนาภาษาและวัฒนธรรม, มหาวิทยาลัยมหิดล (16 ส.ค. 2547).