

มอง“ค่าย”ให้เป็น“สื่อ”

กาญจนา แก้วเทพ

อธินันท์ ธรรมเสนา

สารบัญ

1. มอง “ค่าย” ให้เป็น “สื่อ” “สาร” และ “การสื่อสาร”
2. “ค่าย” เป็นสื่อประเภท “สื่อกิจกรรม”
3. ประวัติความเป็นมาของค่าย
4. คุณลักษณะพื้นฐานที่สำคัญของ “สื่อค่าย”
5. ประเภทของค่าย
6. สื่อกิจกรรมค่ายกับธรรมชาติของเด็ก/เยาวชน
7. ทำ “ค่าย” ให้เป็น “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม”
8. ประสิทธิภาพผลของสื่อกิจกรรมค่าย

ข้อเขียนนี้พัฒนามาจากเอกสารประกอบการฝึกอบรมโครงการวิจัยเมธีวิจัยอาวุโส “การสังเคราะห์องค์ความรู้เรื่อง การใช้และการเสริมความเข้มแข็งแก่การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.) 23 กันยายน 2551

ตีพิมพ์ใน กาญจนา แก้วเทพ สื่อเล็กๆที่นำไปใช้ในงานพัฒนา โครงการเมธีวิจัยอาวุโส สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) 2552

1. มอง “ค่าย” ให้เป็น “สื่อ” “สาร” และ “การสื่อสาร”

สำหรับงานวิจัยในชุดโครงการ “การมีส่วนร่วมของเครือข่ายวัฒนธรรมและชุมชนในการบริหารจัดการวัฒนธรรม” (พศ.2551) อันเป็นชุดโครงการที่ประกอบด้วย 11 โครงการวิจัยย่อย และได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) กระทรวงวัฒนธรรม และเป็นโครงการหนึ่งในชุดโครงการเมธีวิจัยอาวุโส “การสังเคราะห์องค์ความรู้เรื่องการใช้และการเสริมความเข้มแข็งแก่การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน” ผู้เขียนจึงได้เข้าไปมีส่วนร่วมในฐานะที่ปรึกษาของโครงการวิจัยนี้ งานวิจัยชุดนี้เป็นการวิจัยแบบถอดบทเรียน คือ การย้อนกลับไปดูกิจกรรมพัฒนาที่ได้ดำเนินการมาแล้วของชุดโครงการพัฒนา “การสื่อสารเพื่อสุขภาพ” (Communication for Health จากนี้ไป จะเรียกว่า C4H) ซึ่งดำเนินงานในช่วงพ.ศ.2547-2549 และได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.)

ในชุดโครงการพัฒนา “ การสื่อสารเพื่อสุขภาพ” นี้ประกอบไปด้วย 2 โครงการย่อย โครงการแรก "จำกัดประเภทสื่อว่าต้องเป็นสื่อพื้นบ้าน แต่ไม่จำกัดแนวคิดที่ใช้" คือ โครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส.) ภายในโครงการแรกนี้มีโครงการสื่อพื้นบ้านย่อยๆรวมอยู่ทั่วทุกภูมิภาคถึง 70 โครงการ ส่วนโครงการที่สอง "จำกัดแนวคิดที่ใช้ว่าต้องเป็นเรื่อง “รู้ทันตนเอง รู้เก่งใช้สื่อ” แต่ไม่จำกัดประเภทสื่อ" คือโครงการสื่อสร้างสรรค์สุขภาพ (สสสส.) โดยที่กลุ่มเป้าหมายของทั้งสองโครงการย่อยนี้กลุ่มหนึ่งคือเด็กและเยาวชน

ด้วยเหตุนี้ จึงมีข้อสงสัยว่า เครื่องมือหลักที่ชุดโครงการC4H ใช้ในการทำงานกับเด็กและเยาวชนนั้น จะเป็น”สื่อกิจกรรมค่าย” ดังที่พบว่า ตลอดช่วงเวลา 3 ปีของการทำโครงการ มีการทำกิจกรรมค่ายถึงเกือบ 20 ครั้ง

ดังนั้น คุณอภิรักษ์ ธรรมเสนาและคณะวิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำวิจัยถอดบทเรียนการใช้สื่อกิจกรรมค่ายในการพัฒนาดังที่ปรากฏเนื้อหาอยู่ในงานวิจัยเรื่อง “กระบวนการใช้สื่อกิจกรรมค่าย” เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน:กรณีศึกษาชุดโครงการการสื่อสารเพื่อสุขภาพ” (C4H)(2551) ในงานเขียนชิ้นนี้จึงจะใช้ข้อค้นพบของงานวิจัยดังกล่าวเป็นพื้นฐานร่วมกับงานวิจัยเรื่องสื่อกิจกรรมค่ายชิ้นอื่นๆเพื่อให้ได้ภาพที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

อนึ่ง สืบเนื่องมาจากการสรุปประสบการณ์ของผู้เขียนเองในงานวิจัยเรื่อง”พัฒนาการของงานศึกษาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาของไทยในช่วง2ทศวรรษ” (ดูบทความเรื่อง “4 จังหวะก้าวฯ” โดยกาญจนา ,2551) ที่มีข้อค้นพบประการหนึ่งว่า ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา(พ.ศ. 2520-2540) แนวทางการศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อพัฒนาของไทยนั้น ยังเน้นหนักในเรื่อง “ตัวสื่อ” เป็นหลักและมองข้ามความสนใจในเรื่อง “ตัวสาร” โดยเฉพาะในเรื่อง “การคัดเลือกและการออกแบบสาร” (Message selection and design) ในแง่นี้ สื่อค่ายซึ่งเป็นสื่อกิจกรรมประเภทหนึ่งที่มีลักษณะเปิดปลาย(Open text)กล่าวคือ เป็นสื่อที่มีแต่ “รูปแบบของสื่อ” และสามารถนำเอา”สารใดๆมาใส่ก็ได้”

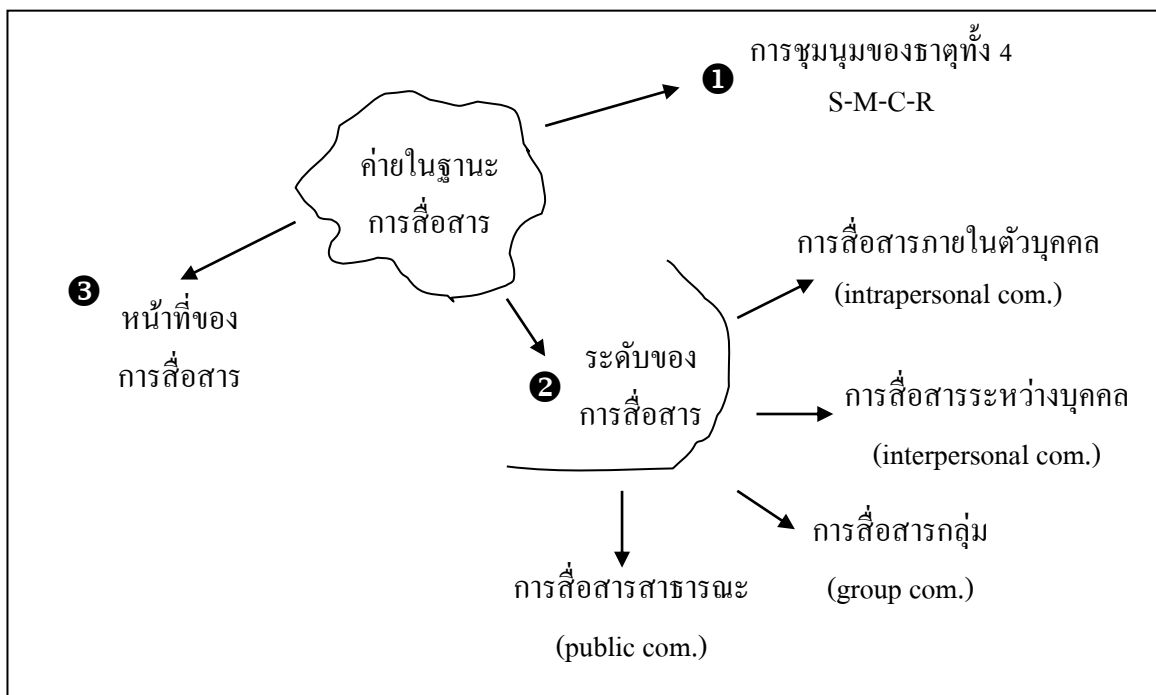
(ดูคำอธิบายในตอนต่อไป) ด้วยเหตุนี้ สื่อกิจกรรมค่ายจึงเป็นสื่อที่เหมาะสมอย่างยิ่งที่จะนำมาใช้ศึกษาเพื่อสะกັตบทเรียนที่ว่าด้วยเรื่อง “การคัดเลือกและการออกแบบสาร” อันเป็นชุดความรู้ที่ยังขาดหายไป

และเนื่องจากงานวิจัยเรื่อง “กระบวนการใช้สื่อกิจกรรม “ค่าย” เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน” นี้เป็นโครงการที่วางกรอบแนวคิดอยู่ในสาขาวิชาการสื่อสาร ดังนั้น ทักษะที่ผู้เขียนจะใช้พิจารณา “ค่าย” จึงจะมาจากมุมมองของการสื่อสารเป็นหลัก

หลักการสำคัญของสาขาวิชานิเทศศาสตร์การสื่อสารก็คือ ไม่ว่าจะเป็เหตุการณ์ ตัวบุคคล วัสดุอุปกรณ์ สถานที่ ฯลฯ กล่าวคือ สรรพสิ่งทั้งหลายในโลกนั้น เมื่อโคจรเข้ามาอยู่ใน “สายตาของนักนิเทศศาสตร์” แล้ว เราย่อมถือว่า สรรพสิ่งทั้งหลายนั้นสามารถจะถูก “แปลงร่าง” ให้กลายเป็นเรื่อง “สื่อ” “สาร” และ “การสื่อสาร” ได้ หากว่า สรรพสิ่งเหล่านั้นมีองค์ประกอบ มีคุณสมบัติ มีระดับ หรือถูกมอบหมายบทบาทหน้าที่ให้เป็นแบบ “สื่อ” หรือ “สาร”

ตัวอย่างเช่น ขวดน้ำที่เคยใส่น้ำดื่มเฉยๆนั้น จะยังมีสภาพที่ไม่มีการสื่อสารเกิดขึ้น แต่หากเมื่อใดก็ตามที่คนที่เรืออับปางนั้นใช้ขวดนั้นใส่จดหมายลอยน้ำมาขอความช่วยเหลือ ขวดน้ำใบนั้นก็ จะ “กลายสภาพ” มาเป็นสื่อที่แบกรับ “ข่าวสาร” จาก “ผู้ส่ง” (คนที่เรืออับปาง) ไปยัง “ผู้รับ” (ผู้ที่เก็บขวดน้ำได้) เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ ในการจัดค่ายแบบต่างๆนั้น นักนิเทศศาสตร์จึงสามารถพิจารณาได้ว่า “ค่าย” นั้นก็สามารถรับรู้ให้เป็น “สื่อ” เป็น “สาร” และเป็น “การสื่อสาร” ได้แบบหนึ่ง และเมื่อพิจารณาค่ายในฐานะ “การสื่อสารประเภทหนึ่ง” เราก็สามารถจะมองเห็นคุณสมบัติอื่นๆของกระบวนการสื่อสารของค่ายได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 : “ค่าย” ในฐานะการสื่อสาร

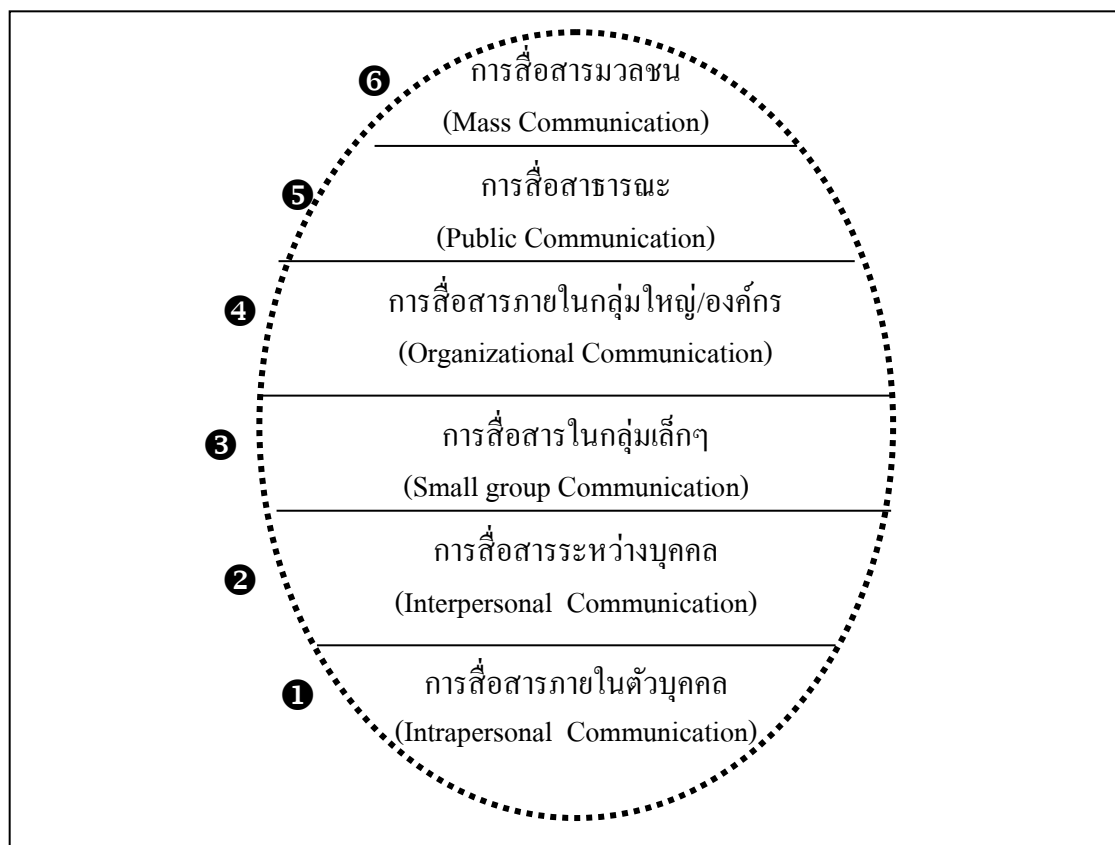
(1.1) การชุมนุมของธาตุทั้ง 4 ในทางนิเทศศาสตร์ถือว่า เมื่อใด/สถานที่ใดที่มีการชุมนุมกันขององค์ประกอบ/ธาตุทั้งสี่อย่างครบถ้วน คือ ผู้ส่งสาร (Sender-S) / เนื้อหาสาร (Message - M) ช่องทาง/สื่อ (Channel-media - C) และผู้รับสาร (Receiver - R) ที่รู้จักในชื่อย่อว่า S-M-C-R เมื่อนั้น/สถานที่นั้น ก็จะเกิดการสื่อสารขึ้นมา

เมื่อนำเอาคุณสมบัติดังกล่าวมาแยกแยะดูกิจกรรมการจัดค่ายก็จะพบว่ามี การชุมนุมกันของธาตุทั้ง 4 ดังนี้คือ

- S (Sender) ก็คือ ทีมงานที่จัดค่าย
- R (Receiver) ก็คือ เด็ก-เยาวชนที่เข้ามาเป็นสมาชิกชาวค่าย
- M (Message) ก็คือ เนื้อหากิจกรรมต่างๆของค่าย หรืออาจจะหมายถึงเนื้อหาความรู้ที่วิทยากรของแต่ละค่ายนำมาบรรยาย
- C (Channel) ก็คือ สถานที่จัดค่าย เวลาที่จัดค่าย รวมทั้งสื่อประเภทต่างๆ เช่น บอร์ดนิทรรศการ ฐานความรู้ฐานต่างๆ

จากการที่การจัดกิจกรรมค่ายในแต่ละครั้งมีองค์ประกอบของการสื่อสารทั้ง 4 อย่างมาชุมนุมกันอย่างครบครัน เราจึงอาจถือได้ว่า การจัดกิจกรรมค่ายก็เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสาร

(1.2) ระดับของการสื่อสาร ในทางนิเทศศาสตร์ได้จัดแบ่งระดับที่กระบวนการสื่อสารได้เกิดขึ้นออกเป็นอย่างน้อย 6 ระดับ (ดังแสดงในภาพที่ 2)



ภาพที่ 2: ระดับของการสื่อสาร

สำหรับการสื่อสารในแต่ละระดับจะมีคุณลักษณะที่เฉพาะตัวแตกต่างกันไป ซึ่งในการจัดกิจกรรมค่ายนั้นจะเกิดการสื่อสารในหลายระดับ เช่น

(ก) **ระดับการสื่อสารภายในตนเอง (intrapersonal communication)** การสื่อสารในระดับนี้ “ผู้ส่งสาร” และ “ผู้รับสาร” จะเป็นคนๆ เดียวกัน ตัวอย่างของการสื่อสารประเภทนี้ก็เช่น การคิดในใจ การพูดกับตัวเอง การเขียนบันทึกประจำวัน การเขียนไดอารีออนไลน์ของเด็กวัยรุ่น การทำสมาธิ การเดินจงกรม การมีทัศนคติต่อตนเอง (self-concept) เป็นต้น สำหรับการสื่อสารแบบนี้จะมีอิสระดีมาก เพราะเราอาจจะคิดอะไรแผลงๆ แหกแนวได้มากมาย และเรารู้อยู่คนเดียว แต่ปัญหาปัจจุบันก็คือ เด็กๆ ยุคใหม่ไม่ค่อยมีเวลาจะทำการสื่อสารกับตนเอง เพราะตลอดเวลาของการใช้ชีวิตประจำวัน จะถูกกำหนดให้ทำการสื่อสารแบบอื่นๆ อยู่ตลอดเวลา เช่น การใช้โทรศัพท์มือถือคุยกับเพื่อนตลอดเวลา (การสื่อสารระหว่างบุคคล) การเล่นเกมอินเทอร์เน็ต การดูหนังฟังเพลง (การสื่อสารมวลชน) ฯลฯ การขาดการสื่อสารภายในตนเองจะมีผลต่อบุคลิกภาพของเด็กๆ เช่น เป็นโรคสมาธิสั้น ไม่สามารถควบคุมความสนใจให้จดจ่ออยู่กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้นานๆ ไม่รู้จักคิดหน้าคิดหลัง ไม่รู้จักตั้งสติมีสมาธิ เป็นต้น ส่งผลให้ทำงานที่ต้องใช้ความพยายามอย่างต่อเนื่องยาวนานไม่ได้ (สนใจประเด็นปัญหาเด็กสมาธิสั้นที่สามารถแก้ไขได้ด้วยสื่อพื้นบ้าน โปรดดู มโณรส จันทรพิทักษ์, 2551)

ในแง่นี้ การเข้าร่วมกิจกรรมค่ายจะสามารถจัดบรรยากาศให้เด็กและเยาวชนเกิดการสื่อสารภายในตนเองได้ สมบัติ กาญจนกิจ (2536) กล่าวว่า ค่ายพักแรมที่ดีควรจะต้องสร้างบรรยากาศให้เด็กกล้าที่จะผจญกับทั้งความล้มเหลวและความสำเร็จ โดยมีคำแนะนำอย่างฉลาดและเหมาะสมจากผู้นำ/พี่เลี้ยงค่ายพักแรม ประสบการณ์ดังกล่าวจะช่วยให้เด็กที่เข้าค่ายได้มีความเจริญเติบโตในด้านการรู้จักและทำความเข้าใจตนเอง (self-understanding) และในค่ายบางประเภทก็จัดกิจกรรมประเภทที่ก่อให้เกิดการสื่อสารภายในตนเองเอาไว้เลย เช่น การจัดค่ายจริยธรรมที่มีกิจกรรมการทำสมาธิและเดินจงกรมโดยมีพระภิกษุเป็นพี่เลี้ยง เป็นต้น (ณัฐศ ผาจวง, 2542)

นอกเหนือจากการสื่อสารระดับภายในตนเองจะช่วยให้เด็ก/เยาวชนได้เข้าใจ “ตัวเอง” ในฐานะปัจเจกบุคคลแล้ว การสื่อสารแบบนี้ยังช่วยให้เข้าใจตนเองในฐานะที่เป็น “ส่วนหนึ่งของกลุ่ม/ของวัฒนธรรม” หรือของ “โลกธรรมชาติแวดล้อม” ได้อีกด้วย เช่น การจัดค่ายสื่อพื้นบ้านของโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส.) นั้น ก็ได้ช่วยให้เด็กๆ ได้หวนกลับไปเห็นคุณค่าของสื่อพื้นบ้านพื้นถิ่นที่เป็นของบรรพบุรุษของตนเอง (ปรารถนา, หัวแก้วหัวแหวน, 2549) ตัวอย่างเช่น คำกล่าวของเยาวชนจากชนเผ่าที่ได้มาเข้าค่ายของโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุขดังนี้

“ผมภูมิใจมากที่ได้มีส่วนร่วมในการเผยแพร่วัฒนธรรมของชนเผ่าตนเอง ให้เพื่อนๆ ภาคอื่นๆ ได้รับรู้ ขณะเดียวกันผมก็ได้เรียนรู้ความเป็นพื้นบ้านของแต่ละชนเผ่า วิธีการขั้นตอนในการทำงานที่ถูกวิธี

และเจ้าของวัฒนธรรมเป็นผู้สาคิตให้” (อภินันท์, 2551 หน้า 174)

หรือค่ายประเภทพักแรมตามธรรมชาติก็ได้ช่วยให้เด็กๆ โดยเฉพาะเด็กๆที่อยู่ในชุมชนเมืองได้มีโอกาสสัมผัสกับธรรมชาติและรู้จักพัฒนาความรู้สึกรับรู้ซึ่งในความวิเวก (appreciation of solitude) (สมบัติ กาญจนกิจ, 2536)

(ข) การสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) สำหรับการสื่อสารระดับนี้ ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะเริ่มแยกเป็นคนละคนกัน แต่ทว่าปริมาณผู้ส่งสารและผู้รับสารยังมีน้อย ทำให้ควบคุมการสื่อสารได้ง่าย รูปแบบการสื่อสารเช่นนี้ก็คือเช่น การพูดคุยสนทนากัน การโทรศัพท์พูดคุยกัน เป็นต้น

สำหรับในกิจกรรมการไปค่าย เนื่องจากกิจกรรมค่ายเป็นกิจกรรมรวมหมู่ที่มีผู้คนไปอยู่ร่วมกันภายในช่วงเวลาหนึ่งๆ ดังนั้น จึงเกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งเป็นรูปแบบพื้นฐานที่สุดในชีวิตประจำวันของผู้คนได้อยู่แล้ว อย่างไรก็ตาม ในกิจกรรมค่ายก็อาจจะมีสื่อสารระหว่างบุคคลที่ผิดแผกแตกต่างไปจากชีวิตประจำวันในบางลักษณะ เช่น ในชีวิตประจำวันของเด็กๆ มักจะเป็นการพูดคุยสื่อสารกับคนที่คุ้นเคย เช่น พ่อแม่พี่น้องในครอบครัว เพื่อนๆ ในโรงเรียนเดียวกัน หรือคุณครูในห้องเรียน แต่เมื่อไปค่าย เด็กๆจะได้มีโอกาสมากขึ้นที่จะได้พบปะสื่อสารกับผู้คนที่แปลกหน้าออกไป ดังนั้น พวกเขาจึงต้องพัฒนาทักษะความสามารถในการสื่อสารกับผู้คนที่แปลกหน้าขึ้นมา

นอกเหนือไปจากการพูดคุยสนทนากันอย่างเป็นทางการ (เช่น การพูดคุยกันระหว่างรับประทานอาหาร) ในกิจกรรมบางกิจกรรมของค่าย ยังได้จัดให้มีการสื่อสารระหว่างบุคคลอย่างเป็นระบบ (organized) เช่น ในการเล่นเกมละลายพฤติกรรมด้วยการซักถามข้อมูลจากเพื่อนใหม่ (เป็นเกมประเภท “รู้จักฉันรู้จักเธอ” - Getting to know you) ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างไปจากการสื่อสารระหว่างบุคคลในชีวิตประจำวัน กิจกรรมดังกล่าวถือเป็นการเพิ่มขยายทักษะความสามารถในการสื่อสารระหว่างบุคคลของเด็กๆให้เพิ่มพูนมากขึ้น

เมื่อเปรียบเทียบการสื่อสาร 2 ระดับคือ ระหว่างการสื่อสารภายในตนเองกับการสื่อสารระหว่างบุคคลแล้ว จะพบว่า ลักษณะของความเป็นอิสระหรือความยากง่ายในการสื่อสารจะเริ่มเปลี่ยนไป เช่น ในการพูดกับตัวเองนั้น เด็กๆอาจจะพูดอะไรก็ได้ แต่ในการพูดกับเพื่อนหรือคนแปลกหน้า เด็กๆจะต้องเริ่มวางแผนการสื่อสารให้ดีขึ้น รู้ว่าควรพูด/ไม่ควรพูดอะไรกับใคร หรือควรพูดในโอกาสไหน หรือจะมีวิธีพูดอย่างไร เป็นต้น ประสบการณ์ในการไปค่ายจึงช่วยขยายขีดความสามารถในการสื่อสารดังกล่าวให้แก่สมาชิกค่าย

(ค) การสื่อสารระดับกลุ่ม (Group communication) เนื่องจากการจัดกิจกรรมค่ายในแต่ละครั้ง มักจะมีจำนวนสมาชิกอย่างน้อยประมาณ 10 คนขึ้นไป ดังนั้น จึงเป็นวาระโอกาสที่จะทำให้เกิดการสื่อสารระดับกลุ่มได้มากขึ้น สำหรับการสื่อสารระดับกลุ่มนี้ จะมีปริมาณทั้งผู้ส่งสารและ

ผู้รับสารมากขึ้น การจะสื่อสารให้เข้าใจได้ตรงกันอย่างถ้วนหน้าจึงยากขึ้น (ตัวอย่างเช่น เวลาที่พี่เลี้ยงค่ายจะอธิบายกติกาการเล่นเกมส์ต่างๆให้เด็กฟัง) รวมทั้งต้องมีกฎระเบียบในการสื่อสารมากขึ้น เช่น จะพูดพร้อมๆกันทีละหลายๆคนไม่ได้ หรือห้ามคุยเล่นเสียงดังในยามวิกาลที่เพื่อนๆเข้านอนแล้ว เป็นต้น

และเช่นเดียวกับเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคล ในการเข้ามามีประสบการณ์ในชีวิตค่าย นอกจากสมาชิกค่ายจะได้มีโอกาสสื่อสารระดับกลุ่มกับคนที่คุ้นเคยแล้ว สมาชิกในค่ายก็ยังมีโอกาสจะได้สื่อสารระดับกลุ่มกับคนแปลกหน้า หรือสื่อสารระดับกลุ่มที่มีการจัดระบบ(organized group communication) เช่น การเล่นเกมที่ต้องการการทำงานร่วมกันเป็นทีมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายแน่นอนว่า กิจกรรมทั้งหลายนี้จะเพิ่มขีดความสามารถในการสื่อสารระดับกลุ่มให้กับสมาชิกค่ายได้อย่างดี

ส่วนการสื่อสารระดับอื่นๆที่สูงขึ้นไปกว่า 3 ระดับแรกนี้ คือ การสื่อสารระดับองค์กร หรือการสื่อสารสาธารณะ (Public Communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารที่มีผู้เข้าร่วมการสื่อสารในปริมาณมาก เช่น การปราศรัยทางการเมือง การแสดงการละเล่นพื้นบ้าน/คอนเสิร์ต ฯลฯ ซึ่งการสื่อสารระดับสูงนี้จำเป็นที่ผู้ส่งสารจะต้องมีการจัดระบบอย่างดี จึงจะสามารถสื่อสารได้อย่างบรรลุเป้าหมาย เช่น ต้องมีการเขียนสคริปต์ ต้องมีการซ้อมการแสดง ฯลฯ ซึ่งกิจกรรมค่ายบางแห่งที่มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมากนับร้อยคน ก็อาจจะเปิดโอกาสให้เกิดการสื่อสารในระดับนี้ขึ้นมา

ดังตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรมค่ายครั้งสุดท้ายของโครงการการสื่อสารเพื่อสุขภาพชื่อ ค่ายเยาวชน “รู้ทันตนเอง รู้เก่งใช้สื่อ” (วันที่ 4-20 ตุลาคม2549 หาดเพชรริสอร์ท จ.เพชรบุรี)ซึ่งทางโครงการได้นำเอาเด็กกลุ่มเป้าหมายจากทั้งสองโครงการย่อย (สื่อสร้างสรรค์ฯและ สพส.)มาเข้าค่ายร่วมกัน มีเยาวชนจากทั่วประเทศเข้าร่วมประมาณ 300 กว่าคน ใช้เวลาถึงกว่า 2 อาทิตย์ โดยมีการจัดกิจกรรมให้แต่ละชมรมนำเอาการแสดงของตนเองมานำเสนอต่อเพื่อนสมาชิกชาวค่ายทั้งหมด (อภิรักษ์,2551 หน้า 156-157) การจัดกิจกรรมดังกล่าวถือเป็นการสื่อสารสาธารณะแบบหนึ่ง

ส่วนการสื่อสารมวลชนนั้นก็มีคุณลักษณะที่แตกต่างจากการสื่อสารประเภทอื่นๆ เพราะการสื่อสารทั้ง 5 ระดับที่กล่าวนั้นเป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าเห็นตากัน (face-to-face communication) แต่การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารผ่าน “ตัวสื่อกลาง” (mediated communication) เช่น ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ผ่านแผ่นป้าย ผ่านการจัดรายการวิทยุ ฯลฯ และผู้ที่เข้าร่วมการสื่อสารก็มีปริมาณมากเช่นเดียวกับการสื่อสารสาธารณะ ในกิจกรรมค่ายบางค่ายสามารถจะจัดกิจกรรมการสื่อสารมวลชนได้เช่นเดียวกัน เช่น ค่ายของชมรม สพส. ได้จัดฝึกอบรมการทำหนังสือพิมพ์ การทำป้ายโปสเตอร์/บอร์ดนิทรรศการ หรือการจัดรายการวิทยุชุมชน ฯลฯ (อภิรักษ์,2551) ซึ่งเปิดโอกาสให้สมาชิกค่ายได้ฝึกทักษะการสื่อสารในระดับสูงที่สุด ทั้งนี้ เพราะการสื่อสารมวลชนเป็นรูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ (public sphere) ที่มีปริมาณผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งทำให้ยากที่จะสร้างความเข้าใจให้ทุกคนได้อย่างทั่วถึงและตรงกัน และต้องเป็นการ

สื่อสารที่มีระเบียบกฎเกณฑ์ต่างๆ (เช่น มารยาทในการเป็น D.J. จัดรายการวิทยุ) การจัดค่ายของโครงการ “การสื่อสารเพื่อสุขภาพ” เป็นตัวอย่างของโครงการหนึ่งที่ได้พัฒนาความสามารถของสมาชิกให้ได้ทดลองประสบการณ์การสื่อสารในระดับสูงๆ ดังกล่าวนี้

(1.3) บทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร เมื่อพิจารณาว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นการสื่อสารแล้ว แง่มุมหนึ่งที่จะติดตามมาก็คือ การสื่อสารนั้นเกิดขึ้นเพื่อทำบทบาทหน้าที่อะไรบางอย่าง อันที่จริงบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารนั้นมีได้มากมายแล้วแต่ทัศนะของนักวิชาการ ในที่นี้ จะลองเทียบเคียงบทบาทหน้าที่ของ “สื่อค่าย” กับ “สื่อมวลชน” ซึ่งโดยทั่วไป นักวิชาการได้ระบุว่า สื่อมวลชนนั้นสามารถจะทำหน้าที่พื้นฐานได้ 5-6 ประการ ดังนี้

(i) ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในแง่นี้ สมาชิกที่ไปค่ายก็จะได้รับทราบข่าวสารข้อมูลต่างๆ ผ่านกิจกรรมของค่ายแต่ละประเภท โดยอาจจะผ่านการรับฟังบรรยายของวิทยากร การอ่านบอร์ดนิทรรศการ ฯลฯ

(ii) ให้ความรู้ในด้านต่างๆ เนื่องจากการจัดค่ายส่วนใหญ่ได้ผนวกเอาวัตถุประสงค์ของการเสริมสร้างความรู้ให้แก่สมาชิกค่ายเอาไว้อยู่เสมอไม่มากก็น้อย เช่น ค่ายวิทยาศาสตร์ ค่ายสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ค่ายจึงทำหน้าที่ให้ความรู้แก่สมาชิกได้ อยากรู้ก็ตาม การเรียนรู้จากการไปค่ายก็เป็นรูปแบบการเรียนรู้ชนิดพิเศษที่จะได้กล่าวถึงในลำดับต่อไป

(iii) ได้สานสายสัมพันธ์กับเพื่อนจากที่ต่างๆ หรือหากเป็นกรณีเพื่อนเก่า ก็ได้กระชับมิตรภาพให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น ทั้งนี้ เป้าหมายของการสร้างสายสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกนั้นก็มักจะ เป็นวัตถุประสงค์ข้อหนึ่งของการจัดกิจกรรมค่ายอยู่เสมอ

(iv) ได้สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม ในการจัดค่ายบางประเภท เช่น ค่ายจริยธรรม ค่ายอนุรักษ์ธรรมชาติ หรือค่ายของโครงการสพส. ที่มีเป้าหมายอย่างชัดเจนว่า จะมุ่งให้เยาวชนในแต่ละท้องถิ่นเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมพื้นบ้านของตนเอง บรรดาค่ายเหล่านี้ย่อมทำหน้าที่ในการเป็น “สื่อกลาง” ที่สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม/ศาสนา จิตสำนึกวิถีชีวิต ความเป็นไทย ความเป็นไทย ฯลฯ จากคนรุ่นก่อน ไปยังคนรุ่นใหม่

(v) หน้าที่ให้ความสนุกสนาน หน้าที่นี้ก็เป็นหน้าที่พื้นฐานประการหนึ่งของการจัดค่าย โดยเฉพาะหากเป็นค่ายที่มีสมาชิกเป็นเด็กและเยาวชน

สำหรับหน้าที่การสร้างการเรียนรู้จากกิจกรรมค่ายนั้นจะมีลักษณะเฉพาะและแตกต่างไปจากการเรียนรู้ที่เกิดจากห้องเรียน/โรงเรียน สุพรรณิ เอี่ยมพงษ์ไพบูลย์ (2546) ได้ประมวลลักษณะพิเศษของการเรียนรู้ที่สื่อค่ายสามารถทำหน้าที่ไว้ดังนี้คือ

- เป็นการเรียนรู้ในสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ มิใช่เกิดในห้องสี่เหลี่ยมเช่นห้องเรียน ทั้งนี้เพราะสถานที่จัดค่ายนั้นมักจะเป็นพื้นที่กลางแจ้ง (outdoor activity)
- เป็นการเรียนรู้ที่มีมิใช่เกิดจากการถ่ายทอดของผู้รู้ไปยังผู้เรียน (เช่น ครูสอน

นักเรียน) ซึ่งทำให้ผู้เรียนมีลักษณะตั้งรับ (passive) แต่ทว่าเป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนต้อง active ต้องพัฒนาตนเอง (โดยอาจจะมีการพยากรณ์และสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ/หรือกิจกรรมที่ผู้จัดค่ายทำขึ้นเป็นตัวกระตุ้น) เช่น หากมีการเรียนรู้เรื่องป่าชุมชน เด็กๆก็ต้องเดินไปเข้าป่าจริงๆ ต้องหัดสังเกต ต้องหัดจดบันทึก ต้องหัดคิดตั้งคำถามเอง เป็นต้น

- เป็นการเรียนรู้เพื่อการอยู่ร่วมกับเพื่อนมนุษย์คนอื่นๆ ที่เรียกว่า “มนุษย์สัมพันธ์” เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า แม้ว่ามนุษย์เราจะเป็น “สัตว์สังคม” กล่าวคือไม่สามารถจะเอาชีวิตอยู่รอดได้ตามลำพัง แต่ทว่า ความสามารถที่จะอยู่ร่วมกับมนุษย์คนอื่นๆนั้นก็มิได้เกิดขึ้นจากสัญชาตญาณหรือธรรมชาติ หากทว่าจะต้องมีการฝึกฝนอบรม โดยเฉพาะสำหรับเด็กๆที่ยังมีประสบการณ์การอยู่ร่วมกับคนอื่นอย่างจำกัด การมาใช้ชีวิตร่วมกับคนหมู่มากที่ไม่คุ้นเคยในค่ายสักช่วงระยะเวลาหนึ่งจะเป็น “สื่อกลาง” สำหรับการฝึกฝน “ทักษะแห่งความเป็นมนุษย์” ได้เป็นอย่างดี

- ค่ายจะมีกระบวนการฝึก “คุณธรรมระดับลึกซึ้ง” (virtue) หลายอย่างสำหรับการอยู่กันเป็นหมู่คณะ เช่น ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ ความกล้าหาญ การเสียสละ การรู้จักอดทน การรู้แพ้รู้ชนะ การช่วยเหลือกัน การมีน้ำใจนักกีฬา ฯลฯ ซึ่งผลการวิจัยเกี่ยวกับสื่อค่ายมักจะให้ผลการค้นพบที่ตรงกันว่า ค่ายเป็นสื่อที่ช่วยให้เด็กๆได้เรียนรู้ทั้งในแง่หลักการ/แนวคิด/ทฤษฎี และที่สำคัญคือการได้ลงมือปฏิบัติอย่างเป็นจริงโดยเปิดโอกาสให้เด็กได้ทดลองทำบทเรียนทั้งที่ถูกต้องและผิดพลาดได้

2. ค่ายเป็นสื่อประเภท “สื่อกิจกรรม”

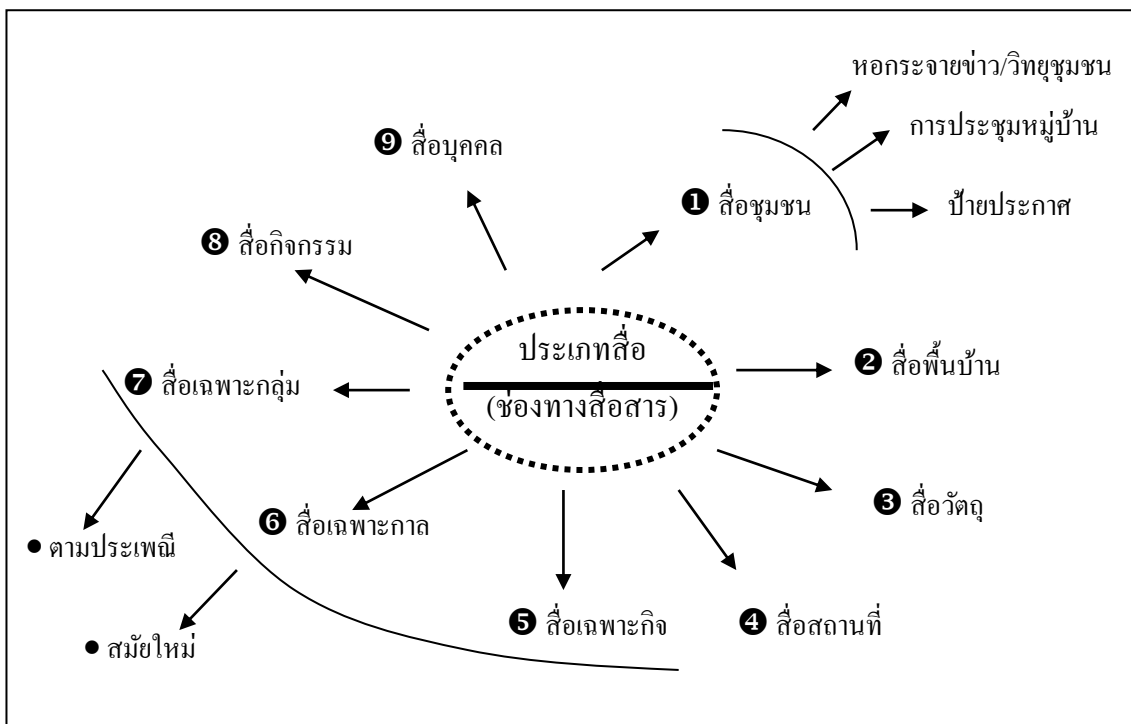
โดยทั่วไป ความเข้าใจของผู้คนที่อยู่นอกเหนือแวดวงการศึกษาจะเข้าใจว่า “สื่อ” นั้นหมายถึงเพียงแต่ “สื่อมวลชน” เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ ฯลฯ เท่านั้น แต่โดยหลักการแล้ว ขอบเขตของสื่อที่น้อมอยู่มาหลายชนิด หรือหากกล่าวอย่างถึงที่สุด ทุกสิ่งทุกอย่างสามารถจะ “กลายเป็นสื่อได้ทั้งนั้น” หากผู้ใช้ “รู้วิธีการเสก”

สำหรับเหตุผลที่อยู่เบื้องหลังว่า เหตุใด “การมองอะไรๆให้กลายเป็นสื่อ”จึงมีความสำคัญนั้นก็เนื่องจากว่า หากเรามอง “สรรพสิ่งต่างๆ”ให้ “กลายเป็นสื่อ”ได้ เราก็จะสามารถ “ใช้ประโยชน์”จากสิ่งนั้นๆได้อย่างหลากหลายแพร่พรามากยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่นข้อสรุปของป้าพรพรรณ เจียวพันธ์ ภาคิจจากชมรมอนุรักษ์จักรยาน จ.ลำพูน ซึ่งได้เข้าร่วมงานค่ายของโครงการสื่อสร้างสรรค์ฯที่ได้คิดตั้งความเข้าใจเรื่อง “การมองจักรยานให้เป็นสื่อ” ป้าพรพรรณกล่าวว่า

“ตอนแรกทางเราก็ไม่รู้ไ้ ว่าจักรยานมันก็เป็นสื่อได้ ทีนี้พอหลังจากที่เราเข้าร่วมกิจกรรมกับทางโครงการฯ บ่อยๆ ก็รู้ว่าจักรยานมันเป็นสื่อพาเด็กไปสวรรค์ได้ เราก็เอาอันนี้เลยมาสอนเด็ก ว่าไม่ใช่แค่ปั่นจักรยานออกกำลังกายเท่านั้นนะ แต่ให้เห็นว่าตัวเด็กเองก็เป็นสื่อ

เพราะฉะนั้นเดี๋ยวนี้เวลาปั่นจักรยานอย่างน้อยที่สุดเราก็จะให้เด็กแต่งตัวเรียบร้อยแล้วบอกกับเขาว่า หนูเป็นสื่อนะ เวลาปั่นไปที่ไหน คนอื่นๆเขาก็จะรู้ว่าเด็กชมรมเรียบร้อย ตัวหนูเป็นสื่อที่คนเห็น เพราะฉะนั้นก็ต้องเรียบร้อย คนอื่นจะได้ว่าชมรมเราไม่ได้ แบบนี้จริงๆ ก็อย่างที่เคยคุยกันว่า การไปร่วมกิจกรรมกับโครงการๆ ก็ทำให้คุณป้ารู้มากขึ้นว่า อ้อจักรยานนี้ก็มองเป็นสื่อได้ ก็ทำให้เห็นประโยชน์ของจักรยานมากขึ้น” (อภิรักษ์, 2551 หน้า 180)

ด้วยเหตุนี้ ในการออกแบบเนื้อหากิจกรรม (Message selection & design) ของค่าย C4H ทั้งหมด จึงต้องมีการขยายความเข้าใจเรื่อง “สื่อ” เป็นเนื้อหาหลักของทุกค่าย เพื่อให้สมาชิกค่ายเกิดความเข้าใจว่า นอกเหนือจากสื่อมวลชนแล้ว อย่างน้อยแม้แต่สื่อที่ใช้กันอยู่ในชุมชนที่เรียกว่า “สื่อชุมชน” ก็มีอยู่ถึง 8-9 ชนิด ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 3: ความหลากหลายของประเภทสื่อชุมชน

หากพิจารณาจากกรอบข้างบนนี้ “ค่าย” สามารถจะจัดได้ว่าเป็นสื่อประเภท “สื่อกิจกรรม” และในขณะที่สื่อกิจกรรมนั้นสามารถจัดทำได้หลายรูปแบบ เช่น การจัด events ของห้างร้านบริษัท การเดินขบวนแรลลี่ ฯลฯ สื่อค่ายก็จะเป็นสื่อกิจกรรมที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัว ดังนี้



ภาพที่ 4: “ถ่าย” เป็น “สื่อกิจกรรม” แบบพิเศษ

(2.1) ถ่ายเป็นสื่อกิจกรรมที่มีได้เกิดขึ้นตามยถากรรม หากแต่เป็นสื่อกิจกรรมที่ต้องมีการวางแผนองค์ประกอบทุกส่วนเอาไว้ล่วงหน้า (planned activities) องค์ประกอบที่สำคัญๆของถ่ายทุกประเภท ก็ได้แก่ เป้าหมาย/วัตถุประสงค์ของถ่ายซึ่งเป็นที่ผู้จัดคาดหวังให้ผู้เข้าร่วมได้รับหลังจากการเข้าร่วมถ่ายพักแรม ซึ่งจะส่งผลมาถึงการระดมกลุ่มเป้าหมาย/กลุ่มผู้รับผิดชอบถ่าย จากนั้นก็เป็นองค์ประกอบเรื่องเวลาและสถานที่ การวางแผนเรื่องรูปแบบ/ประเภทและลำดับขั้นตอนของกิจกรรมที่จะใช้ การวางกฎระเบียบและมาตรการ/กลไกเพื่อรักษาความปลอดภัยในการอยู่ร่วมกัน วิธีการติดตามประเมินผล เป็นต้น ซึ่งกล่าวโดยสรุปก็คือ สื่อกิจกรรมถ่ายเป็นสื่อที่ต้องการการบริหารจัดการ (management) องค์ประกอบที่กล่าวมาข้างต้น

ยิ่งหากเป็นถ่ายที่มีขนาดใหญ่เช่นถ่ายสุดท้ายของโครงการC4H คือ “ถ่ายรู้ทันตนเอง รู้เก่งใช้สื่อ” ที่ได้กล่าวถึงมาแล้ว อภินันท์รายงานว่าเป็นต้องมีการประชุมเพื่อเตรียมการทั้งจากภายในคณะทำงานและเครือข่ายที่เกี่ยวข้องถึง 20 กว่าครั้ง(อภินันท์,2551 หน้า178)

(2.2) การระบุเป้าหมายของการจัดถ่ายเป็นธงชัยนำทางขององค์ประกอบอื่นๆ เนื่องจากสื่อกิจกรรมถ่ายเป็นสื่อที่มีได้เกิดขึ้นตามยถากรรมหรือตามธรรมชาติ หากทว่าในการจัดถ่ายแต่ละครั้งจะต้องมีเป้าหมายที่แน่ชัด หากเปรียบเทียบกับการเดินทางก็เป็นเสมือนการเดินทางที่รู้จุดหมายปลายทาง ดังนั้น ความชัดเจนของเป้าหมายของการทำถ่ายจึงเป็นหัวใจที่สำคัญที่สุด และตามหลักการของการสื่อสารแล้ว อย่างน้อยในทีมงานที่รับผิดชอบจะต้องมีความเข้าใจร่วมกัน (shared understanding) ว่าเป้าหมายของการจัดกิจกรรมถ่ายในครั้งนั้นๆคืออะไร

เนื่องจากการถ่ายเป็นสื่อกิจกรรมประเภทเปิดปลาย (open text) ซึ่งหมายความว่า ถ่ายจะมีเพียง “รูปแบบ” (form) ที่วางเอาไว้ให้ แต่ทว่าสำหรับ “เนื้อหา” (content) ที่จะนำมาใส่นั้นสามารถแปรเปลี่ยนไปได้ เปรียบเสมือน “ขวดน้ำ” (form) ที่สามารถเปลี่ยน “น้ำ” (content) ที่อยู่ในขวดได้ เป้าหมาย/วัตถุประสงค์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาถ่ายจึงสามารถแปรเปลี่ยนไปได้ตามความประสงค์ของผู้จัดทำถ่าย

ดังนั้น เป้าหมาย/วัตถุประสงค์ของการจัดถ่ายจึงสามารถตั้งไว้ได้อย่างหลากหลาย ตัวอย่างเช่น

- **ถ่ายสร้างคน** เช่น ค่าบบางค่าจะตั้งเป้าหมายเอาไว้ว่า จะสร้าง “คนที่สามารถเป็นแกนนำ/เป็นที่เลี้ยงค่า” เป้าหมายเช่นนี้ ส่งผลต่อการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายว่า ต้องเป็นคนที่ผ่านประสบการณ์ถ่ายมาพอสมควรและมีใจรักงานถ่าย รวมทั้งการคัดเลือกและออกแบบเนื้อหา กิจกรรมก็ต้องเป็นกิจกรรมประเภท “การเป็นวิทยากร/ที่เลี้ยง” การออกแบบกิจกรรม การนำเกม เป็นต้น

ตัวอย่างจากประสบการณ์ของถ่ายโครงการC4H เมื่อต้องการจะสร้าง “นักสื่อสารสุขภาพระดับแกนนำ” ซึ่งมีประสบการณ์การทำงานมาบ้างแล้ว(ในภาษานิเทศศาสตร์อาจเรียกว่าActive audience) เนื้อหาที่จะใช้อบรมกลุ่มแกนนำเยาวชนนั้น ก็ต้องออกแบบเนื้อหาเพิ่มเติมในส่วนของกรณีศึกษาให้รู้จักวิเคราะห์ชุมชน เพื่อศึกษาปัญหาสุขภาพของชุมชน และรู้จักแสวงหาต้นทุนการสื่อสารในชุมชนมาเป็นเครื่องมือในการสร้างเสริมสุขภาพชุมชน เนื่องจากเนื้อหาดังกล่าวจำเป็นสำหรับการทำงานในชุมชนของแกนนำเยาวชนหลังจากจบจากค่าไป (อภิรักษ์,2551 หน้า111)

- **ถ่ายสร้างกิจกรรม** เช่น ค่าที่เน้นการสร้างสรรค่นวัตกรรมใหม่ๆ ตัวอย่างเช่น ค่าของชมรม สพส. ที่ต้องการแสวงหากิจกรรมให้คนรุ่นใหม่หันมาสนใจสื่อพื้นบ้าน ดังนั้น นอกจากจะเปลี่ยนเยาวชนที่เคยเป็นเพียง “ผู้ชมสื่อพื้นบ้าน” และได้ลองให้เยาวชนมาสวมบทบาท “เป็นผู้แสดง”ไปบ้างแล้ว ก็ยังมีกิจกรรมสร้างสรรค์ประเภทที่พาเยาวชนมุดม่านหน้าเวทีมาดู “เบื้องหลังการถ่ายทำ/การจัดฉาก/การทำเครื่องแต่งกาย” ดูบ้าง เช่น กิจกรรมการร้อยลูกปัดโนรา หรือลองมาแต่งชุดโนราเพื่อถ่ายรูป เป็นต้น

● **ถ่ายสร้างเครือข่าย**เป็นตัวอย่างที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว เช่น โครงการการสื่อสารเพื่อสุขภาพได้นำอาสาสมัครค่ายที่ผ่านกิจกรรมทั้งค่ายของโครงการสื่อสร้างสรรค์ฯ (สสสส.) และโครงการสพส. ในขอบเขตทั่วประเทศมาพบกันเป็นครั้งใหญ่ เป็นประเภทงาน “รวมพลคนค่ายฯ” ที่มีเป้าหมายจะให้เด็ก/เยาวชนได้สร้างเครือข่ายกันต่อไปในอนาคต

● **ถ่ายสร้างความรู้** เช่น ภาวดี สิทธิฑูรย์ (2549) ได้ศึกษาการจัดค่ายวิทยานิพนธ์สำหรับนักศึกษาปริญญาโทที่มีปัญหาการเขียนวิทยานิพนธ์เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว เป้าหมายเฉพาะของค่ายเช่นนี้จะส่งผลต่อเนื่องไปถึงการคัดเลือกสมาชิก การออกแบบกิจกรรม ฯลฯ ต่อไป

(2.3) **ความสำคัญและประโยชน์ของการวางแผน** เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า การจัดค่ายนั้นมิใช่กิจกรรมที่เกิดขึ้นตามยถากรรม หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีการวางแผนล่วงหน้ามาก่อนอย่างมีหลักการ มีเหตุผล มีข้อมูลพื้นฐานซึ่งเป็นขั้นตอนแรกที่ต้องจัดทำก่อนจะวางแผน การวางแผนและการเตรียมการล่วงหน้าจึงมีความสำคัญและมีประโยชน์อย่างยิ่ง รวมทั้งเป็นหลักประกันความสำเร็จของการจัดค่ายด้วย ดังที่อาจจะสรุปได้ว่า “วางแผนดีมีชัยไปกว่าครึ่ง” วิพงษ์ชัย ร้องขันแก้ว (2549) ได้สรุปความสำคัญและประโยชน์ของการวางแผนงานค่ายเอาไว้ 4 ประการ คือ

(i) การวางแผนจะช่วยกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์การดำเนินงานให้ชัดเจน ดังตัวอย่างเรื่องการจัดค่ายที่ได้อ้างอิงไปแล้ว และสำหรับในสาขาของนักนิเทศศาสตร์ ในกระบวนการวางแผนเพื่อกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์นี้จะต้องมีรูปแบบการสื่อสารที่ใช้การประชุมทำความเข้าใจในระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด รวมทั้งต้องมีการจัดทำเอกสารในรูปแบบของการทำโครงการเป็นลายลักษณ์อักษร รวมทั้งยึดถือเอกสารที่จัดทำนั้นเป็นแนวทางในการดำเนินงาน

(ii) การวางแผนจะช่วยกำหนดแนวทางและขั้นตอนในการดำเนินงาน เนื่องจากการวางแผนจะเป็นการตอบโต้ของหลัก 5W 1H

Who	What	Why	Where	When	How
-----	------	-----	-------	------	-----

- Who → ใครคือผู้เข้าร่วมค่ายพักแรม
- What → จะจัดเนื้อหาและกิจกรรมอะไรบ้าง
- Why → เพราะเหตุใดจึงต้องจัดค่ายนี้ ซึ่งเป็นการย้อนกลับไปทบทวนที่มาและเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ของค่าย
- Where → จะจัดที่ไหน เพราะอะไร
- When → จะจัดเมื่อใด ใช้เวลายาวนานเท่าใด เพราะอะไร
- How → จะจัดค่ายพักแรมในรูปแบบไหน ซึ่งหมายถึงประเภทต่างๆของค่ายพักแรม (ดูรายละเอียดตอนต่อไป)

สำหรับการวางแผนเพื่อช่วยกำหนดแนวทางและขั้นตอนในการดำเนินงาน จากประสบการณ์ของโครงการสื่อสารเพื่อสุขภาพได้พบว่า จำเป็นต้องขยาย “หน่วยของการวางแผน” ให้กว้างขวางออกไปตามสภาพความเป็นจริงและเป้าหมายของโครงการ กล่าวคือ ถึงแม้กิจกรรมจัดค่ายจะมีกลุ่มเป้าหมายหลักอยู่ที่เด็กและเยาวชน แต่ทางโครงการก็เรียนรู้ว่า หากต้องการให้ประสิทธิผลที่เกิดจากการเข้าค่ายของเด็กมีความยั่งยืนต่อไปในอนาคต ก็จำเป็นต้องระดมความร่วมมือจากกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับเด็ก (stakeholder) ไม่ว่าจะเป็นครู/โรงเรียน ครอบครัว ชุมชน องค์กรปกครองท้องถิ่น วัด สถานีนอมาชัย ฯลฯ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมค่ายด้วย

และจากประสบการณ์ของโครงการ สพส.เอง ทางโครงการก็ได้เรียนรู้จากความผิดพลาดในเรื่องการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการจัดกิจกรรมชมรมค่ายสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข(สพส.) ซึ่งเป็นกิจกรรมของกลุ่มชมรมนักเรียนในสถาบันการศึกษาที่มีความสนใจในสื่อพื้นบ้าน ชมรมเหล่านี้จะมีกลุ่มครูและอาจารย์ที่ปรึกษาของชมรมอยู่แล้ว หากแต่ในการจัดค่ายของ สพส.ระยะแรกๆ ทางโครงการ สพส.ได้มุ่งแต่จะทำกิจกรรมแต่กับเด็กและเยาวชนเท่านั้น โดยไม่ได้เปิดโอกาสให้กลุ่มที่ปรึกษาชมรมได้เข้ามามีส่วนร่วมกันกิจกรรมมากนัก นอกจากการเป็นผู้สังเกตการณ์ แต่ต่อมาทาง สพส.พิจารณาเห็นว่ากลุ่มที่ปรึกษาชมรมถือเป็นอีกกลุ่มเป้าหมายหนึ่งที่สำคัญ ที่จะมีส่วนช่วยให้การดำเนินงานกิจกรรมของชมรมมีความยั่งยืนต่อไป ดังนั้นในกิจกรรมครั้งหลังๆจึงเปิดโอกาสให้กลุ่มที่ปรึกษาชมรมได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วม โดยทางโครงการ สพส. ได้ออกแบบกิจกรรมสำหรับกลุ่มที่ปรึกษาชมรมไว้เป็นการเฉพาะ โดยผนวกรวมให้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมภายในค่าย(อภินันท์,2551 หน้า148)

เช่นเดียวกับบทเรียนของโครงการสื่อสารสร้างสรรค์(สสสส.)ในการจัดค่าย”วัยมันส์ เท้าทันสื่อ” ในระยะเริ่มแรก ทางโครงการฯก็มองข้ามบทบาทของกลุ่มครูในโรงเรียนเช่นเดียวกัน จนในระยะต่อมา เมื่อมีการสรุปบทเรียน จึงได้มีการจัดกิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการของกลุ่มครูร่วมเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมของค่ายทั้งหมดด้วย(อภินันท์,2551 หน้า114)

ดังนั้น หน่วยของการวางแผนเรื่องแนวทางและขั้นตอนในการดำเนินงานจึงขยายเป็น 3 หน่วยคือ

- หน่วยที่ 1 การวางแผนภายในทีมงานกันเอง ในกรณีของโครงการC4H นั้น การเตรียมของคณะทำงานนั้น อย่างน้อยต้องประกอบด้วย 2 ประเด็น คือ การเตรียมตัวด้านเนื้อหา (เช่น จะต้องให้วิทยากรพูดเรื่องอะไร ทำไมจึงเลือกเนื้อหาเช่นนั้น) และการเตรียมตัวด้านกระบวนการค่ายแบบทั่วไป

- หน่วยที่ 2 การวางแผนระหว่างทีมงานผู้จัดกับกลุ่มเป้าหมาย
- หน่วยที่ 3 การวางแผนระหว่างทีมงานผู้จัดกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเด็ก

(iii) การวางแผนจะช่วยกำหนดมาตรฐานในการดำเนินงาน เช่น มาตรฐานเรื่องความปลอดภัยของสถานที่พัก จำนวนที่เตียงต่อจำนวนสมาชิก ช่วงเวลาของการจัดกิจกรรมและการพักผ่อน เป็นต้น

(iv) การวางแผนจะช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และลดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงานเนื่องจากสามารถมองเห็น “พิมพ์เขียว” ได้ล่วงหน้าก่อนลงมือกระทำการจริง เสมือนการมีแบบพิมพ์เขียวของบ้านก่อนจะลงมือก่อสร้างจริงๆ

(2.4) ประเภทของการวางแผน การวางแผนของสื่อกิจกรรมค่ายพักแรมจะมี 2 ลักษณะคือ

(2.4.1) การวางแผนค่ายพักแรมโดยรวม ที่มักเรียกแผนประเภทนี้ว่า “แผนกลยุทธ์” (Strategic Plan) องค์ประกอบในแผนกลยุทธ์จะประกอบด้วย การกำหนดเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ ขอบข่ายของการดำเนินงาน การแบ่งสายงาน งบประมาณ เนื้อหา และกิจกรรมในค่ายพักแรมโดยรวม

(2.4.2) การวางแผนดำเนินงาน (Operational Plan) เป็นแผนย่อยสำหรับในแต่ละฝ่ายหรือในแต่ละกิจกรรมในค่ายพักแรม โดยแผนประเภทนี้จะให้รายละเอียดและขั้นตอนการดำเนินงาน

(2.5) ขั้นตอนพื้นฐานของสื่อกิจกรรมค่าย หากเปรียบเทียบการไปค่ายว่าเป็นกิจกรรมเหมือนการสร้างละครโทรทัศน์สักเรื่องหนึ่งก็จะพบว่าขั้นตอนที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ในการผลิตละครโทรทัศน์หรือถ่ายทำภาพยนตร์สักเรื่องหนึ่ง จะต้องประกอบด้วยขั้นตอนพื้นฐาน 3 ขั้นตอน คือ

- ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre- production stage)
- ขั้นตอนการผลิต (Production stage)
- ขั้นตอนหลังการผลิต (Post- production stage)

สำหรับข้อคิดที่เกี่ยวกับขั้นตอนทั้ง 3 นี้ก็คือ ในขั้นตอนแรกคือ **ขั้นตอนการผลิตหรือขั้นเตรียมการนั้น** ถือได้ว่าเป็นหัวใจและเป็นหลักประกันความสำเร็จในขั้นต่อมา หากจะเป็นไปไม่ได้เลยแม้จะมีการเตรียมการผลิตที่ไม่พร้อม/ไม่เรียบร้อย แล้วจะสามารถผลิตงานออกมาได้อย่างดีนั้นได้ก็ฉันนั้น การเตรียมค่ายก็ถือเป็นหัวใจและเป็นหลักประกันความสำเร็จของการดำเนินกิจกรรมค่ายเช่นกัน

มีวิธีการแบ่งขั้นตอนและกิจกรรมในแต่ละขั้นตอนของค่ายได้หลายวิธี ในที่นี้จะยกตัวอย่างสัก 2 วิธี

วิงษ์ชัย รื่องขันแก้ว (2549) ให้ตัวอย่างขั้นตอนการดำเนินงานค่ายพักแรมอย่างคร่าวๆ ดังนี้

1. ขั้นเตรียมการ

1. วางแผนการจัดค่ายพักแรม
2. แบ่งสายงานและคัดเลือกทีมงาน
3. สำรวจสถานที่จัดค่ายพักแรม
4. วางแผนและเตรียมงบประมาณ โครงการ
5. วางแผนโปรแกรมค่ายพักแรมและมอบหมายงาน
6. แต่ละฝ่ายเตรียมงานและติดต่อประสานงานให้เสร็จตามกำหนดเวลาพร้อมทั้ง

รายงานเป็นลายลักษณ์อักษร

7. ประชุมครั้งสุดท้าย

2. ขั้นดำเนินการในค่ายพักแรม

1. เดินทางไปค่ายพักแรม
2. พิธีเปิดค่ายพักแรมและปฐมนิเทศ
3. ทุกฝ่ายดำเนินการตามขั้นตอนในโปรแกรมค่ายพักแรม
4. ประชุมประเมินผลรายวันเพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง อาจมีการเรียกประชุม

พิเศษหากมีเรื่องเร่งด่วน

5. พิธีปิดค่ายพักแรมที่สร้างความประทับใจ

3. ขั้นประเมินผล

1. ประเมินผลผู้เข้าร่วมจากแบบสอบถามหลังเสร็จสิ้นการอบรม
2. ประเมินผลภาพรวมของการจัดค่ายพักแรม
3. ประเมินผล โดยการสังเกตผู้เข้าร่วมค่ายพักแรม
4. ประเมินผลด้านการเงิน
5. ติดตามผล โดยใช้แบบสอบถาม หลังจากผ่านการเข้าร่วมค่ายพักแรมไปแล้ว 3 เดือน

ส่วนสุพรรณิ เอี่ยมพงษ์ไพบูลย์ (2546) ให้ตัวอย่างขั้นตอนในภาพรวมของการจัดค่ายพักแรมในสถาบันผลิตครูพลศึกษาในประเทศไทยว่า ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่

(1) การเตรียมการก่อนการจัดค่ายพักแรม ประกอบด้วย การเตรียมการด้านเอกสาร สถานที่ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ กิจกรรม งบประมาณ พาหนะ และการรักษาความปลอดภัย

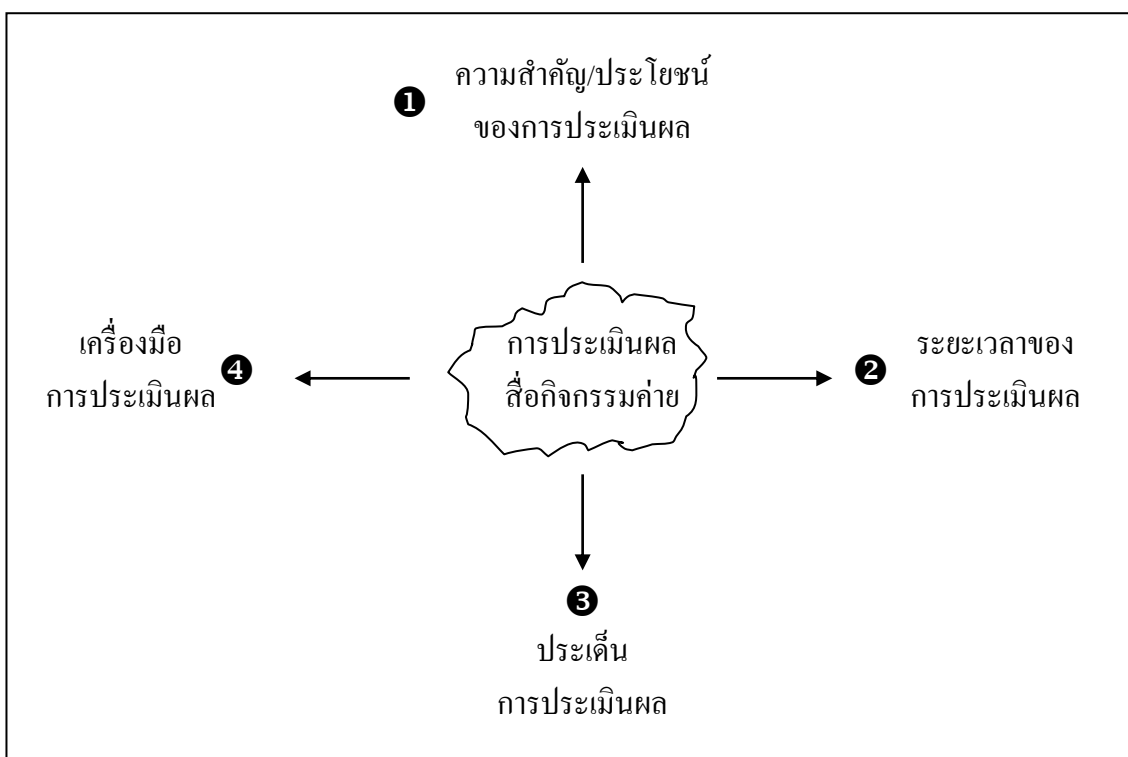
(2) การดำเนินการระหว่างการอยู่ค่ายพักแรม ประกอบด้วย ระยะเวลาการอยู่ค่าย พิธีเปิด การสร้างค่ายและสุขภาพในค่าย กิจกรรมประจำวัน กิจกรรมในค่าย กิจกรรมนอกค่าย การประเมินผลกิจกรรม การประเมินผลการจัดค่ายและพิธีปิด

(3) การกำกับติดตามหลังการอยู่ค่ายพักแรม ประกอบด้วย การติดตามผลระยะสั้น (ก่อนจบการศึกษา) และการติดตามผลระยะยาว (หลังจบการศึกษา)

(4) กระบวนการพัฒนาการจัดค่ายพักแรม ประกอบด้วย การจัดเก็บข้อมูล การวิเคราะห์อุปสรรคปัญหาและแนวทางแก้ไข การเผยแพร่ผลงาน การประชุมระหว่างสถาบันและการพัฒนาการจัดค่ายพักแรม

(2.6) การประเมินผลสื่อกิจกรรมค่าย

มีข้อที่น่าสังเกตว่า ค่ายส่วนใหญ่จะมีการทุ่มเทความพยายามในขั้นตอนของการเตรียมการอย่างเต็มที่ รวมทั้งทุ่มเทอย่างสุดตัวในขั้นตอนดำเนินงาน แต่แล้วมักจะไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการติดตามประเมินผล ซึ่งอันที่จริง การประเมินผลถือเป็น “ฉากสุดท้าย” ของสื่อกิจกรรมค่ายซึ่งมีความสำคัญไม่แพ้ฉากอื่นๆ (ดูรายละเอียดใน วิพงษ์ชัย, 2549)



ภาพที่ 5: การประเมินผลของสื่อกิจกรรมค่าย

(2.6.1) ความสำคัญและประโยชน์ของการประเมินผลสื่อค่าย การประเมินผลนั้นให้คุณประโยชน์หลายประการแก่การจัดสื่อกิจกรรมค่าย ซึ่งเป็นสื่อที่ต้องลงทุนลงแรงอย่างมากมาย ดังนี้เช่น

- ช่วยให้ทราบว่าการดำเนินการบรรลุเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ที่ตั้งเอาไว้หรือไม่
- ช่วยให้ทราบถึงผลต่างๆอันจะเกิดขึ้นต่อสมาชิกที่มาเข้าค่าย ตัวอย่างเช่น หลังจากการจัดค่ายพัฒนาแกนนำเยาวชน “นักสื่อสารสุขภาพ” ของโครงการC4H ในปี 2549 เนื่องจากทางโครงการได้ตั้งเป้าหมายการฝึกอบรมเอาไว้ว่าแกนนำเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมค่ายน่าจะสามารถ

นำความรู้ที่ได้ไปขยายผลในชุมชนของตนเอง ซึ่งในการติดตามประเมินผล ทางโครงการฯ ได้พบว่ากลุ่มแกนนำเยาวชนสามารถที่จะนำเอาองค์ความรู้ไปขยายผลในชุมชนได้จริง ผ่านการทำกิจกรรมรณรงค์โหนดกระแส “เยาวชนหัวใส รู้สื่อ รู้รักสุขภาพ ภาคใต้” โดยเป็นกิจกรรมที่เกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มเยาวชนแกนนำที่ผ่านการอบรมของทางโครงการฯ ร่วมกับชุมชนจัดกิจกรรมการเดินรณรงค์ให้เห็นถึงพิษภัยของแอลกอฮอล์ และบุหรี รวมทั้งรณรงค์ให้งดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ (เมษายน 2549) และมีการแสดงละครเวทีที่บอกถึงพิษภัยของเหล้าและบุหรีด้วย นอกจากนี้ยังมีการจัดชุมนุมกิจกรรมเกี่ยวกับการให้ความรู้เรื่องรู้ทันสื่อและเรื่องของสุขภาพตามกระบวนการทัศน์ใหม่อีกด้วย(อภินันท์,2551 หน้า117)

- ช่วยให้ทราบว่า การดำเนินงานนั้นมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงไร และควรปรับปรุงอะไรต่อไปในอนาคต
- ช่วยให้ทราบว่ากิจกรรมดังกล่าวมีความคุ้มค่าต่อสิ่งต่างๆที่ได้ลงทุนลงแรงลงเวลาไปหรือไม่
- ช่วยให้บทเรียนสำหรับการจัดค่ายครั้งต่อไป (จะกล่าวถึงในตอนต่อไป)

(2.6.2) **ระยะเวลาในการประเมินผล** ในแบบจำลองการสื่อสารจะมีอยู่ 2 แบบ คือ แบบจำลองการสื่อสารแบบทางเดียวและแบบสองทาง การประเมินผลนั้นจะอยู่ในแบบจำลองแบบสองทางโดยมีฐานะเป็นเสมือน feedback ของการดำเนินงาน ดังนั้น การประเมินผลจึงน่าจะเป็น “กระบวนการคู่ขนาน” ไปกับการ “ดำเนินงาน” โดยอาจจะจัดทำในรูปแบบง่ายๆ ไม่เป็นทางการ หรือจัดทำอย่างเป็นระบบเป็นทางการซึ่งขึ้นอยู่กับเงื่อนไขที่เอื้ออำนวย แต่ทว่า อย่างน้อย ระยะเวลาในการประเมินผลก็สามารถจัดทำได้ใน 3 ช่วงระยะเวลา คือ

(ก) **ช่วงก่อนจัดค่ายพักแรม** เป็นการประเมินเมื่อได้เก็บข้อมูลพื้นฐานต่างๆที่เกี่ยวข้องมาแล้วเพื่อตั้งคำถามเกี่ยวกับความจำเป็น/ความเหมาะสมที่จะจัดค่าย ความเป็นไปได้ หรือรูปแบบที่ควรจะเป็นของค่าย เป็นต้น

(ข) **ช่วงระหว่างดำเนินงานในค่าย** ในช่วงนี้ควรมีการประเมินผล 2 ประเด็นควบคู่กันไป คือ การประเมินสัมฤทธิ์ผลที่เกิดต่อตัวสมาชิกค่าย (เช่น ความเข้าใจในกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้น) และการประเมินผลการดำเนินงานของคณะผู้จัดค่ายเพื่อการแก้ไขปรับปรุง

(ค) **ช่วงหลังการจัดค่าย** เป็นการประเมินผลความสำเร็จโดยรวมของการจัดค่าย และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นตามเป้าหมายที่วางเอาไว้

(2.6.3) **ประเด็นในการประเมินผลการจัดค่ายพักแรม** เพื่อให้การประเมินผลมีความครอบคลุม น่าจะมีการประเมินผลใน 5 ด้านต่อไปนี้

(i) **ด้านกระบวนการจัดค่ายพักแรม** ซึ่งครอบคลุมทุกองค์ประกอบที่เกี่ยวกับการดำเนินงาน เช่น วิทยากร ระยะเวลา สถานที่ อุปกรณ์ ความปลอดภัย การรักษาพยาบาล ฯลฯ

(ii) ด้านบุคลากร เช่น การปฏิบัติหน้าที่ของทีมงาน อخصาศัยไมตรี ฯลฯ

(iii) ด้านโปรแกรมของค่ายพักแรม เป็นการประเมินผลที่เจาะตรงลงไปที่ตัวกิจกรรมย่อยๆของค่าย

(iv) ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นประเด็นที่เจาะลึกลงไปในเรื่องความเหมาะสม ความพอเพียงในเชิงปริมาณ คุณภาพของสถานที่และวัสดุอุปกรณ์

(v) ด้านผลของการจัดค่าย คือ การวัดผลตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ซึ่งอาจจะดำเนินการใน 2 ระดับ คือ หลังจากทีจบกิจกรรมย่อยๆ หรือหลังเสร็จสิ้นภารกิจในแต่ละวัน และในวันสุดท้ายของการจัดค่ายพักแรม

ตัวอย่างของการประเมินผลในการจัดกิจกรรมค่ายเด็กและเยาวชนของโครงการ ลือพื้นบ้านสื่อสารสุขในแต่ละครั้งนั้น ได้มีการวางกรอบในการประเมินผลการกิจกรรมค่ายแต่ละครั้งไว้ 3 มิติ ดังนี้

(i) การประเมินประสิทธิผล โดยวัดจากผลของกิจกรรมว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ คือ (1) เพื่อพัฒนาชมรมให้มีความรู้ด้านการสื่อสารกับสุขภาพในฐานะที่เป็น ‘คนรุ่นใหม่’ ผู้สืบทอดลือพื้นบ้านจากคนรุ่นก่อน (2) เพื่อเสริมสร้างศักดิ์ศรีความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนและในตนเองที่จะทำกิจกรรมด้านลือพื้นบ้านสื่อสารสุข (3) เพื่อสร้างเครือข่ายชมรม และขยายแนวคิดเรื่อง ลือพื้นบ้านสื่อสารสุข ไปยังเยาวชนกลุ่มอื่น ๆ และ (4) เพื่อยกระดับชมรมจากการเป็นผู้สืบทอดลือพื้นบ้านเปลี่ยนมาเป็นผู้ส่งต่อให้กับคนรุ่นต่อไปและไม่เพียงแต่การถ่ายทอดเรื่องลือพื้นบ้านเท่านั้น หากแต่ยังเป็นผู้ถ่ายทอดแนวคิดด้านสุขภาพตามกระบวนการที่ศันใหม่คือ “สร้างนำซ่อม” อีกด้วย

(ii) การประเมินประสิทธิภาพ เป็นการประเมินผลความคุ้มค่าจากงบประมาณที่ตั้งไว้ ซึ่งผลจากการติดตามพบว่า โดยส่วนใหญ่ โครงการ สพส.มีการใช้งบประมาณที่จำกัด แต่สามารถทำกิจกรรมได้ตรงตามวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้ สามารถจัดกิจกรรมได้หลายกิจกรรม และดำเนินงานได้ในระยะเวลาที่ยาวนานพอสมควร ในบางกิจกรรมสามารถใช้งบประมาณได้อย่างเกิดประโยชน์ได้สูงสุดเกินกว่าที่ตั้งไว้ อย่างไรก็ตาม ก็มีบางกิจกรรมที่ใช้งบประมาณมากเมื่อเทียบกับตัวงาน สาเหตุเนื่องมาจากขาดความพร้อมในการเตรียมงาน

(iii) การประเมินกระบวนการ เป็นการประเมินผลการทำงานโดยในการจัดกิจกรรมแต่ละครั้ง ทางคณะทำงานจะมีการถอดบทเรียน และนำมาปรับใช้กับกิจกรรมในครั้งต่อไป โดยพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก แล้วจึงค่อยๆวางกระบวนการ ตัวอย่างเช่น เนื้อหากิจกรรมในการจัดค่ายครั้งแรกๆจะมีหลากหลายและมีปริมาณค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับระยะเวลา ผลที่เกิดขึ้นก็คือกลุ่มเป้าหมายสามารถรับได้แต่เพียงผิวเผินและไม่สามารถเรียนรู้ได้ทั้งหมด ในครั้งต่อๆมา จึงได้มี

การปรับเปลี่ยนการให้เนื้อหาที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ทั้งในแง่ปริมาณและประเภทเนื้อหา และพยายามหาช่องทางอื่น ๆ มาเสริม นอกเหนือไปจากการแจกเอกสารและการบรรยาย

(อภิสิทธิ์, 2551 หน้า 152)

(2.6.4) เครื่องมือในการประเมินผล ก็คือเครื่องมือทุกประเภทที่ใช้ในงานวิจัย เช่น

- แบบสอบถาม
- แบบสังเกต
- แบบสัมภาษณ์
- แบบทดสอบ
- แบบรายงานผลด้วยตนเอง (self report)/การเขียนไดอารี่
- บอร์ดแสดงความคิดเห็น

(2.7) กิจกรรมย่อยและความสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมย่อย เนื่องจากค่ายเป็นสื่อกิจกรรมประเภท “รวมพลกิจกรรมย่อย” ซึ่งหากเปรียบเทียบกับละครโทรทัศน์ สื่อคำย่อก็เป็น “ละครโทรทัศน์ทั้งเรื่อง” ซึ่งต้องประกอบด้วยฉาก/ตอนย่อยๆ หลายสิบตอนขึ้นไป รวมทั้งต้องมีตัวละครหลายตัว/หลายประเภทที่เล่นในหลายบทบาท ดังนั้น ผลจากการทำงานกิจกรรมย่อยของค่ายจะประสบความสำเร็จหรือไม่นั้น นอกจากจะขึ้นอยู่กับความโดดเด่นของตัวกิจกรรมย่อยแล้ว (part/activities) ก็ยังขึ้นอยู่กับการจัด “ความสัมพันธ์/การวางลำดับขั้นตอน” ระหว่างกิจกรรมย่อย (relation of parts/activities) อีกด้วย

ตัวอย่างเช่น หากทีมผู้จัดจัดเอากิจกรรมการทำสมาธิไปไว้ในช่วงบ่าย หลังจากที่ช่วงเช้าได้จัดให้เด็กทำกิจกรรมกลางแจ้งอย่างหนักหน่วงมากเกินไป ก็อาจจะพบว่า กิจกรรมการตั้งสติทำสมาธินั้นจะกลายเป็นกิจกรรมกล่อมนิทรานี้เด็กไปได้โดยง่าย เป็นต้น ในการวางแผนกิจกรรม ทีมผู้จัดจึงต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมย่อยด้วย

หรือตัวอย่างของการจัดค่าย”รู้ทันตนเอง รู้เก่งใช้สื่อ”ของโครงการสื่อสร้างสรรค์ที่เลือกทำงานกับการฝึกอบรมเยาวชนเพื่อการผลิตสื่อวิทยุชุมชน ทางโครงการฯ ได้จัดเตรียมเนื้อหาเอาไว้ 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นเนื้อหาภาคแนวคิด/หลักการ/ความรู้เรื่องวิทยุชุมชน ส่วนที่สอง เป็นภาคปฏิบัติเพื่อเป็นเปิดโอกาสให้เด็ก/เยาวชนที่เข้าร่วม โครงการฯ ได้ลงมือทดลองฝึกปฏิบัติจริง ดังนั้น การจัดลำดับของกิจกรรม (Series of activities) ก็ต้องเป็นไปตามหลักตรรกะ คือ ต้องติดตั้งความรู้ภาคทฤษฎีก่อน แล้วจึงให้ลงมือปฏิบัติทีหลัง รวมทั้งต้องกำหนด “ความยาวของแต่ละช่วงเวลา” ให้เหมาะสมด้วย (อภิสิทธิ์, 2551 หน้า 123)

(2.8) เจเนอรัลของการใช้สื่อกิจกรรมค่าย ถึงแม้ผลการวิจัยจำนวนมากจะให้ข้อค้นพบว่า การใช้สื่อกิจกรรมค่ายในการพัฒนาหรือปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมนั้นจะให้ผลลัพธ์ที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ก็ตาม (ดูในหัวข้อ “ประสิทธิผลของสื่อกิจกรรมค่าย”) ซึ่ง

คุณลักษณะเด่นข้อนี้เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อประเภทอื่นๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ การฟังเทศน์ฟังธรรม การดูหนัง ฯลฯ แล้ว เราอาจสร้างข้อสรุปได้อย่างมั่นใจว่า สื่อกิจกรรมค่ายสามารถจะดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมายของการใช้สื่อได้ดีกว่าสื่อประเภทอื่นๆ

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้สื่อกิจกรรมค่ายจะมีศักยภาพสูงในการใช้ แต่ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นถึง “ธรรมชาติเฉพาะตัว” ของสื่อกิจกรรมค่ายว่า **มิใช่สื่อที่สามารถดำเนินงานได้ตามยถากรรมและศักยภาพของสื่อประเภทนี้จะสามารถแสดงออกได้ก็ต่อเมื่อ “รู้จักวิธีใช้และใช้ตามกรรมวิธีหรือเงื่อนไขเบื้องต้นของสื่อ” เท่านั้น (Basic requirement)**

และดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า **เงื่อนไขเบื้องต้นของการใช้สื่อกิจกรรมค่ายก็คือ ต้องมีการวางแผนล่วงหน้า และต้องมีการบริหารจัดการในองค์ประกอบทุกส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง** เริ่มตั้งแต่องค์ประกอบของ**ทีมผู้จัดค่าย** ก็ต้องเริ่มมีเงื่อนไขว่า ทีมจัดค่ายนั้นต้องเป็นผู้ที่มีใจรักค่าย มีความเชื่อมั่นในศักยภาพของสื่อค่าย รวมทั้งยังต้องมีความรู้และประสบการณ์ในการจัดค่าย ต่อจากนั้นทีมผู้จัดค่ายก็ต้องมีการวางแผนและบริหารจัดการองค์ประกอบส่วนย่อยอื่นๆ ของสื่อกิจกรรมค่าย เช่น การบริหารจัดการกลุ่มคน (ทั้งพี่เลี้ยง เจ้าหน้าที่ และสมาชิกค่าย) การบริหารจัดการงบประมาณ การบริหารจัดการสถานที่/วัสดุอุปกรณ์ การบริหารจัดการกิจกรรมและอื่นๆ เป็นต้น ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ก็คือ **เงื่อนไขของการใช้สื่อกิจกรรมค่ายที่จำเป็นต้องมี** ดังนั้น เราจึงพบว่า แม้ว่าจะตระหนักดีถึงพลังและศักยภาพของสื่อกิจกรรมค่าย แต่หากขาดเงื่อนไขหรือความพร้อม เราก็ไม่อาจจะนำเอาสื่อกิจกรรมค่ายมาใช้ได้โดยง่ายหรือใช้อย่างเต็มประสิทธิภาพได้

(2.9) สื่อกิจกรรมค่ายเป็นการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (Ritual Communication)

สำหรับประเภทของการสื่อสารนั้นสามารถจะจัดแบ่งได้เป็นหลายประเภท เช่น การสื่อสารเพื่อใช้เป็นเครื่องมือกระทำบางอย่าง (Instrumental communication) การสื่อสารเพื่อบริโภคความพึงพอใจ (Consummatory communication) และหนึ่งในประเภทต่าง ๆ นั้น ก็มีการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (Ritual Communication)

การสื่อสารเชิงพิธีกรรมเป็นรูปแบบการสื่อสารชนิดพิเศษอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นใน “พิธีกรรม” สำหรับคำว่า “พิธีกรรม” ในสาขานิติศาสตร์นั้น จะใช้ในความหมายที่กว้างขวางนับตั้งแต่พิธีกรรมทางศาสนา ไปจนกระทั่งถึงการลงมือทำกิจกรรมใดๆ/ปฏิบัติการใดๆที่มีแบบแผนที่แน่นอนหรือเป็นทางการ เช่น การแต่งชุด/ทาหน้าทาตาของบรรดาแฟนคลับฟุตบอลเมื่อจะเข้าไปชมการแข่งขัน (เช่น แฟนคลับทีมฟุตบอลชลบุรี “ฉลามชล” จะต้องใส่เสื้อสีน้ำเงินเท่านั้น เป็นต้น) (สนใจโปรดดู Rothenbuhler, 1998)

และหากใช้ความหมายของ “พิธีกรรม” ในความหมายที่กว้างขวาง เราก็อาจจะพิจารณาได้ว่า สื่อกิจกรรมค่ายนั้นเป็นการสื่อสารเชิงพิธีกรรมเนื่องจากมี “คุณลักษณะ” (attribute) ที่สอดคล้องกับการสื่อสารเชิงพิธีกรรม ดังนี้

คุณลักษณะของการสื่อสารเชิงพิธีกรรม	คุณลักษณะสื่อกิจกรรมค่าย
1. เป็นรูปแบบของวัตรปฏิบัติที่แยกตัวและแตกต่างออกไปจากกิจกรรมปกติในชีวิตประจำวัน	1. กิจกรรมในค่ายจะเป็นกิจกรรมที่แตกต่างจากการใช้ชีวิตประจำวัน และการไปค่ายจะแยกออกไปจากชีวิตประจำวัน
2. การลงมือทำกิจกรรมจะมีแบบแผน/ขั้นตอนที่ค่อนข้างแน่นอน/เป็นทางการ (formalized)	2. การใช้ชีวิตในค่ายจะถูกกำหนดจังหวะชีวิตที่แน่นอน (มีตารางกิจกรรม)
3. กิจกรรมส่วนใหญ่ที่ทำจะเป็น “สัญญาะ” ที่มีความหมายอยู่ข้างหลัง	3. กิจกรรมต่างๆในค่าย นับตั้งแต่พิธีเปิด/ปิด การมอบวุฒิบัตร การเล่นรอบกองไฟ การเล่นเกมประเภทต่างๆ มักมีความหมายอยู่เบื้องหลัง
4. กิจกรรมส่วนใหญ่มักเกี่ยวเนื่องกับการใช้อารมณ์ความรู้สึก (sensational)	4. กิจกรรมค่ายจะสร้างอารมณ์ความรู้สึกแบบต่างๆ เช่น ผจญภัย ตื่นเต้น สนุกสนาน การใช้ความพยายาม ดีใจ เสียใจ ฯลฯ
5. มีการกำหนดตัวบุคคล บทบาท เวลา สถานที่ กิจกรรมที่จะทำอย่างแน่นอน	5. สื่อค่ายมีการวางแผนและแบ่งบทบาทกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องไว้อย่างแน่นอน
6. เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าอันลึกซึ้งบางอย่างที่อาจจะสัมผัสได้ยากในชีวิตประจำวัน เช่น ความเสียสละ ความกล้าหาญ ความสามัคคีน้ำหนึ่งใจเดียวกัน	6. กิจกรรมต่างๆภายในค่าย รวมทั้งการสร้างบรรยากาศ มักจะโน้มนำไปสู่การกระตุ้นให้บุคคลได้แสดงคุณค่าอันลึกซึ้งออกมา

หากทีมงานผู้จัดค่ายมีความเข้าใจว่า สื่อกิจกรรมค่ายนั้นเป็นการสื่อสารเชิงพิธีกรรม ความเข้าใจดังกล่าวก็จะช่วยให้ทีมผู้รับผิดชอบสามารถที่จะวางแผนให้การสื่อสารที่จะเกิดขึ้นภายในค่ายสอดคล้องไปกับลักษณะของการสื่อสารเชิงพิธีกรรมเพื่อได้ใช้ศักยภาพ/ประสิทธิภาพสูงสุดของการสื่อสารแบบนี้ เช่น หากทราบเรื่องความหมายและอารมณ์ความรู้สึกของสื่อกิจกรรมค่าย การจัดพิธีเปิดและปิดค่ายก็จำเป็นต้องมีและดำเนินการให้มีความหมายและเติมเต็มไปด้วยความรู้สึกของผู้เข้าร่วม เป็นต้น

(2.10) “ค่าย” สามารถเป็น “สื่อกิจกรรมแบบบูรณาการ” ในขณะที่โดยพื้นฐานแล้ว เราสามารถถือได้ว่า ค่ายนั้นเป็นสื่อกิจกรรมประเภทหนึ่ง แต่ในเวลาเดียวกัน ค่ายก็สามารถจะทำหน้าที่เป็นการสื่อสารแบบบูรณาการ (integrated communication) ได้อีกด้วย หมายความว่าในพื้นที่/เวลา/และกิจกรรมของสื่อค่ายนั้น สามารถจะนำเอาสื่อประเภทอื่นๆมาใช้ร่วมด้วยได้ เช่น สื่อบุคคล (วิทยากร/พี่เลี้ยง) สื่อพื้นบ้าน โปสเตอร์ การจัดรายการวิทยุ คอมพิวเตอร์ เทปเสียง ฯลฯ ดังตัวอย่างค่ายของโครงการการสื่อสารเพื่อสุขภาพ

ตัวอย่างเช่น เมื่อโครงการก่อสร้างสรรค์ฯกำลังจะจัดกิจกรรมค่ายผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อฝึกฝนให้เยาวชน ใน จ.อุบลราชธานีให้สามารถนำเอาสื่อสมัยใหม่ไปใช้ในการรักษาป่าชุมชนของตน (มิถุนายน 2549)ทางโครงการฯได้ วิเคราะห์หากลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายแล้วพบว่าพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีสถานีวิทยุชุมชนอยู่ด้วย ประกอบกับเครือข่ายเด็กและเยาวชนกลุ่มนี้ยังไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมค่ายวิทยุชุมชนเลย ทางโครงการฯ จึงเห็นว่าควรจัดฝึกอบรมเรื่องวิทยุชุมชนบูรณาการร่วมไปด้วยในกิจกรรมครั้งนี้ โครงการฯจึงได้ประสานไปยังมูลนิธิประชาสังคมจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเคยเข้าร่วมกิจกรรมวิทยุชุมชนพระกับทางโครงการฯ ให้มาเป็นผู้อบรมการผลิตรายการวิทยุ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นเครือข่ายของโครงการฯที่อยู่ในภาคอีสาน และมีประสบการณ์ในการทำรายการวิทยุชุมชนมาอย่างต่อเนื่องในจังหวัดอุบลราชธานี ดังนั้นกิจกรรมค่ายผลิตสื่อวีดิทัศน์ฯ ในครั้งนี้จึงเพิ่มประเด็นเรื่องของการผลิตสื่อวิทยุชุมชนมาด้วย (อภิรักษ์ 2551,หน้า129)

เช่นเดียวกับการจัดกิจกรรมค่ายครั้งสุดท้ายของโครงการการสื่อสารเพื่อสุขภาพ(ตุลาคม 2549) ซึ่งรวมเอากลุ่มเด็กและเยาวชนจาก 2โครงการย่อยที่เล่นเรื่องสื่อพื้นบ้านและสื่อสมัยใหม่ทางโครงการฯจึงได้บูรณาการเอาสื่อหลายประเภท ทั้งการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อละครและสื่อพื้นบ้านเข้ามาอยู่ในค่ายเดียวกัน (อภิรักษ์ ,2551หน้า157-160)

(2.11) ข้อจำกัดของสื่อกิจกรรมค่าย เท่าที่ผ่านมา เราได้กล่าวถึงคุณประโยชน์หลายประการ (contribution) ของสื่อกิจกรรม อย่างไรก็ตาม สื่อกิจกรรมค่ายก็มีสภาพเหมือนสื่อประเภทอื่นๆ คือมีทั้งคุณูปการ(contribution) และมีทั้งข้อจำกัด (limit) ในการใช้ ตัวอย่างของข้อจำกัดของสื่อกิจกรรมค่าย ก็เช่น

- สื่อประเภทนี้จะให้ผลอย่างดีที่สุดก็ต่อเมื่อสามารถดำเนินการตามข้อเรียกร้อง/เงื่อนไขที่ได้กล่าวมาแล้วเท่านั้น หากขาดเงื่อนไขดังกล่าว ก็ไม่สามารถที่จะใช้ได้หรือใช้ได้ไม่เต็มศักยภาพ ตัวอย่างง่ายๆก็เช่น หากขาดสถานที่จัดค่ายที่เหมาะสม หากสมาชิกค่ายไม่มีเวลาที่จะมาเข้าค่ายหรือมาเข้าค่ายได้ไม่ครบถ้วน ก็จะไม่เกิดผล

- ค่ายเป็นสื่อกิจกรรมที่ต้องมีการลงทุน เริ่มตั้งแต่การลงทุนเป็นตัวแทนทั้งจากฝ่ายผู้จัดและสมาชิกค่าย ดังนั้น หากเป็นค่ายที่เรียกเก็บเงินจากผู้มาเข้าร่วม เด็กที่ยากจนย่อมไม่สามารถเข้าถึงได้ นอกจากนี้ก็ยังต้องมีการลงแรง ลงเวลาของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างมาก ด้วยการที่เป็นสื่อที่ต้องมีการลงทุนอย่างมาก สื่อกิจกรรมค่ายจึงเป็นสื่อที่ใช้งานบ่อยๆไม่ได้ และเป็นสื่อที่ “เข้าถึง” (accessibility) ไม่ได้ง่ายนัก

- สถานการณ์ที่อยู่ในค่ายเป็นเพียง “สถานการณ์จำลอง” (simulation) ซึ่งไม่มีอยู่ในสภาพการณ์ที่เป็นจริง และดำรงอยู่เพียงชั่วขณะหนึ่ง ดังนั้น จึงไม่มีหลักประกันว่า ความสำเร็จ/บรรยากาศ/อารมณ์ความรู้สึก/ความเข้าใจที่เกิดขึ้นภายในค่ายจะถ่ายโอนออกไปสู่โลกที่เป็นจริงได้

หรือไม่เช่นเดียวกับลักษณะของสื่อพิธีกรรมโดยทั่วไป (สนใจโปรดดู กาญจนานา “เมื่อสื่อพิธีกรรมฯ, 2549)

3. ประวัติความเป็นมาของค่าย

(3.1) ประวัติของค่ายในต่างประเทศ (คูวิงษ์ชัย, 2549)

เนื่องจากสื่อกิจกรรมค่ายเป็นสื่อที่ประเทศไทยเรารับเข้ามาจากโลกตะวันตกซึ่งเป็นต้นคิดของการใช้สื่อประเภทนี้ ดังนั้น เราจึงได้เห็นผลงานการค้นคว้าเรื่องประวัติความเป็นมาของสื่อกิจกรรมค่ายจากโลกตะวันตกเป็นจุดเริ่มต้น

จากการศึกษาค้นคว้าพระคัมภีร์ไบเบิลได้ค้นพบว่า การเดินทางของชาวอิสราเอลจากอียิปต์ไปยังแผ่นดินคานาอันก็มีการตั้งค่ายค้างแรมตามที่พักต่างๆ และมีการทำกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน เช่น การนมัสการพระเจ้า เป็นต้น และอันที่จริงค่ายพักแรมมีประวัติความเป็นมาอันยาวนาน ในอดีต การจัดค่ายพักแรมเป็นไปในลักษณะของการตั้งค่ายเพื่อหยุดพักเดินทางและค้างแรมตามป่าเขาของนักล่าสัตว์ มีการสร้างที่พักอาศัยชั่วคราวพร้อมทั้งมีการประกอบอาหาร ตอนกลางคืนจะมีการก่อกองไฟเพื่อสร้างความสว่าง ความอบอุ่นและเพื่อป้องกันสัตว์ร้ายไม่ให้เข้ามาทำอันตราย ในระหว่างก่อกองไฟจะมีการละเล่นต่างๆ เช่น ร้องรำทำเพลง สร้างความสนุกสนาน ฯลฯ รูปแบบดังกล่าวนี้ยังทิ้งร่องรอยเอาไว้ในค่ายปัจจุบันที่มักมีกิจกรรมการละเล่นรอบกองไฟเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมค่าย อย่างไรก็ตาม กิจกรรมทั้งหมดนี้ดำเนินไปเองโดยมิได้มีการจัดระบบรูปแบบค่ายในอดีตจึงจัดว่าเป็น “ค่ายแบบไม่มีระบบแบบแผน” (Unorganized Camps)

จนกระทั่งในปีค.ศ. 1861 เฟรเดอริก วิลเลียม กันน์ (Ferdinand William Gunn) ได้ริเริ่มแปรเปลี่ยนค่ายพักแรมแบบไม่มีระบบให้กลายเป็น “ค่ายพักแรมชนิดมีระบบแบบแผน” (Organized Camps) โดยได้นำนักเรียนของโรงเรียน Gunnery มาอยู่ค่ายพักแรมเป็นเวลา 2 สัปดาห์เพื่อฝึกฝนการใช้ชีวิตนอกเมือง เป็นการเรียนรู้นอกเหนือระบบโรงเรียน โดยได้เรียกค่ายพักแรมชนิดนี้ว่า “ค่ายพักแรมโรงเรียน” ซึ่งเป็นต้นแบบของค่ายพักแรมในปัจจุบัน ชาวอเมริกันจึงยกย่องให้ เฟรเดอริก วิลเลียม กันน์ เป็น “บิดาแห่งการจัดค่ายพักแรมระบบแบบแผน” และหลังจากนั้นสหรัฐอเมริกาได้มีการพัฒนารูปแบบการจัดค่ายพักแรมออกมาอีกมากมายหลายประเภท และความหมายของการไปค่ายพักแรมก็ได้แปรเปลี่ยนจากความหมายเดิมที่เป็นเพียงการเปลี่ยนสถานที่พักแรมนอกสถานที่ มาเป็นสิ่งที่มีความหมายอย่างยิ่งสำหรับมนุษย์เราโดยเฉพาะกับกลุ่มเด็กและเยาวชน เพราะค่ายพักแรมได้กลายเป็นรูปแบบหนึ่งของความสนุกสนานและการพักผ่อนหย่อนใจโดยใช้ชีวิตแบบง่ายๆ (ใกล้เคียงกับรูปแบบชีวิตยุคแรกของมนุษย์ที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ) อยู่นอกสถานที่โดยมีการจัดบรรยากาศและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ในหลายๆด้าน (นี่เป็นเหตุผลว่าทำไมเด็กๆจึงชอบการเข้าค่าย)

ในช่วงหนึ่งศตวรรษที่ผ่านมา (คือศตวรรษที่ 20) H.S. Dimock (1950, อ้างในสุพรรณิ,

2546) ระบุว่า ค่ายพักแรมได้มีวิวัฒนาการที่สามารถจะแบ่งได้เป็น 3 ยุค คือ

(ก) ยุคสันทนาการ (The recreational stage) ในยุคนี้ถือว่าการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ เกี่ยวกับค่ายพักแรมเป็นเป้าหมายและเนื้อหาพื้นฐานของสันทนาการ หรือพูดได้ว่า จะเน้นความสนุกสนานหรือการพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก (Entertainment) โดยเน้นเกี่ยวกับประสบการณ์ การศึกษานอกสถานที่เพื่อวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ สร้างเสริมสุขภาพ คุณลักษณะต่างๆ และการปรับตัวด้านสังคม

(ข) ยุคส่งเสริมการศึกษา (The educational stage) ในยุคนี้ได้เริ่มมีการตีพิมพ์บทความ เอกสารต่างๆ เกี่ยวกับค่ายพักแรมออกมามากมายเพื่อชี้แนะให้มีการใช้ค่ายพักแรมให้เป็นแหล่ง การจัดการศึกษาอีกรูปแบบหนึ่ง หรืออาจกล่าวได้ว่า ทำให้ค่ายพักแรมมีคุณลักษณะของ “สาระ- บันเทิง” (Edu-entertainment) นักวิชาการจึงเริ่มให้ความสนใจที่จะเข้ามาใช้ค่ายเป็นแหล่งเรียนรู้ มากขึ้น และได้มีการจัดโปรแกรมวิธีการสอนและมีผู้นำกิจกรรมที่ผ่านการอบรมอย่างดี จุดมุ่งหมายในค่ายพักแรมยุคนี้จึงขยายออกไปสู่การเรียนรู้อย่างเพลิดเพลินในเรื่องต่างๆ เพื่อเสริม การเรียนรู้ในระบบโรงเรียน เช่น ค่ายวิทยาศาสตร์ ค่ายดูดาว ค่ายคุณก ค่ายศึกษาป่า ฯลฯ โดยที่ กลุ่มสมาชิกค่ายก็เริ่มเปลี่ยนจากผู้ใหญ่มาเป็นกลุ่มเด็กและเยาวชนมากขึ้น

(ค) ยุคสร้างเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม (the stage of social orientation and responsibility) ในระยะที่ลัทธิฟาสซิสต์ได้ก่อตัวและแพร่กระจายเข้าไปยังยุโรปและตะวันออก เป็น ช่วงเวลาที่บรรดาประเทศประชาธิปไตยทั้งหลายเริ่มกังวลต่อเรื่องการอยู่ร่วมกันแบบประชาธิปไตย และการสร้างเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น รูปแบบของค่ายพักแรมจึงได้มีการปรับเปลี่ยนอีก ครั้งหนึ่ง กล่าวคือได้มีการผนวกเอาแนวคิดเรื่องการอยู่ร่วมกันแบบประชาธิปไตย การรู้จักบทบาท และความรับผิดชอบต่อผู้นำ/ผู้ตาม การเคารพต่อกฎระเบียบต่างๆ เข้าไปในโปรแกรมการ บริหารและการจัดกิจกรรมของค่ายด้วย

(3.2) ประวัติของค่ายในประเทศไทย (ดูในจรินทร์ ธานีรัตน์, 2513)

ค่ายพักแรมในประเทศไทยเริ่มต้นในปีพ.ศ.2454 (ค.ศ.1911) พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ได้สถาปนา “กองลูกเสือป่า” ขึ้น โดยมีพระราชประสงค์ที่จะฝึกอบรมให้ คนไทยรักชาติ รู้จักการป้องกันประเทศ เป็นคนมีมนุษยธรรม รู้จักเสียสละประโยชน์เพื่อส่วนรวม และประเทศชาติ และกองลูกเสือป่านี้นี้จะต้องออกค่ายพักแรมปีละ 1 ครั้งเป็นอย่างน้อย และนับเป็น ค่ายพักแรมที่มีการจัดระเบียบแบบแผนค่ายแรกของประเทศไทย

ในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน สมาคม YMCA (Young Men's Christian Association) ได้มีการ จัดค่ายพักแรมเยาวชนที่ ต.หนองปรือ อ.บางละมุง จ.ชลบุรี และได้จัดอย่างต่อเนื่องจนถึงปี พ.ศ.2502 จึงจัดเป็นค่ายพักแรมแบบถาวร โดยนำเยาวชนหญิงชายมาเข้าค่ายพักแรมฤดูร้อน (Summer Camp) รุ่นละ 10 วัน ค่ายพักแรมของสมาคม YMCA ถือว่าเป็นค่ายพักแรมที่จัดขึ้นโดย องค์การค่ายแรกในประเทศไทย และยังคงดำเนินกิจการนี้มาจนถึงปัจจุบัน

ส่วนการจัดกิจกรรมค่ายพักแรมในสถานศึกษานั้น เริ่มขึ้นในปีพ.ศ.2497 เมื่อวิทยาลัยพลศึกษา (แต่เดิมคือโรงเรียนฝึกหัดครูพลศึกษา) ได้จัดให้มีการสอนความรู้วิชานันทนาการ (Recreation) และนำเอาวิชาค่ายพักแรมมาสอนในระดับต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่ายพักแรมแบบลูกเสือ ต่อมาได้มีคณาจารย์ที่จบการศึกษาด้านนี้กลับมาจากต่างประเทศ เนื้อหาวิชาที่สอนจึงค่อยๆ พัฒนาไปสู่ค่ายนันทนาการ (Recreational camp) มากขึ้น โดยนักศึกษาที่เรียนวิชานี้ นอกจากจะเรียนภาคหลักการทฤษฎีแล้ว ก็ต้องเรียนภาคปฏิบัติด้วยการเข้าค่ายพักแรมเป็นเวลา 5-7 วัน

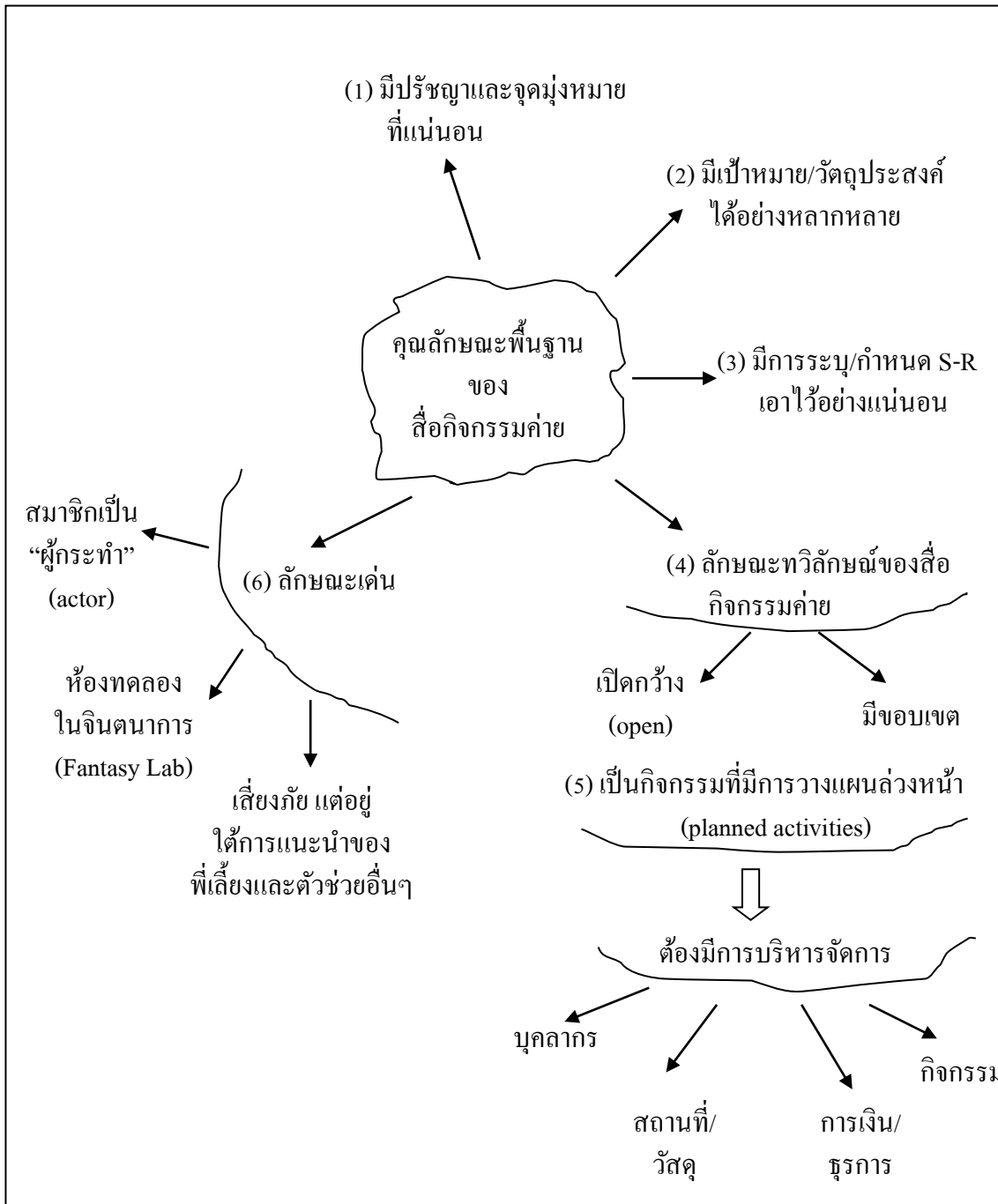
ในปีพ.ศ.2502 คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้เปิดสอนวิชาพลศึกษา และได้บรรจุวิชาค่ายพักแรมเอาไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอน หลังจากนั้น สถาบันการศึกษาอื่นๆ ก็เปิดสอนทางด้านพลศึกษาและนันทนาการก็ได้บรรจุวิชาการจัดค่ายพักแรมไว้ในหลักสูตรด้วย การมีสถาบันการศึกษาหลายแห่งที่ผลิตบุคลากรที่มีความรู้เรื่องการจัดค่ายพักแรมอย่างเป็นระบบส่งผลต่อความนิยมในการใช้สื่อกิจกรรมค่ายเพื่อเป้าหมายต่างๆ ให้ขยายตัวกว้างขวางขึ้น

ในส่วนของหน่วยงานราชการ ในปีพ.ศ.2506 กรมประชาสงเคราะห์ได้จัดค่ายพักแรมสำหรับเด็กและเยาวชนภาคฤดูร้อนขึ้นเป็นครั้งแรก เพื่อศึกษาความต้องการและท่าทีของเด็ก/เยาวชนที่มีต่อการจัดกิจกรรมประเภทนี้ โดยผลของการทดลองจัดค่ายในครั้งนั้น ได้รับการตอบรับที่ดี

ปัจจุบันนี้ค่ายพักแรมเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมอย่างมากมายทั้งในสถาบันการศึกษา หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ บริษัท องค์กรเอกชน และองค์กรศาสนา จึงทำให้เริ่มมีการพัฒนา คลื่นคล้ายเป้าหมาย รูปแบบ เนื้อหา กิจกรรมค่ายออกไปอย่างมากมาย เช่น ในช่วงปีพ.ศ.2550 กระทรวงสาธารณสุข ได้มีการจัดค่ายผู้ป่วยโรคเบาหวานเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ป่วยได้มีโอกาสเรียนรู้ ร่วมกันจากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย รวมทั้งเห็นต้นแบบของตัวอย่างที่ดีที่จะปรับพฤติกรรมทาง สุขอนามัยเสียใหม่ เป็นต้น

4. คุณลักษณะพื้นฐานที่สำคัญของ “สื่อค่าย”

อันที่จริง เราได้กล่าวถึงเรื่องของ “สื่อกิจกรรมค่าย” มามากพอสมควรแล้ว โดยถือเสมือนว่าผู้อ่านนั้นรู้จักและเข้าใจค่ายพักแรมมาในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ตามหลักการของการใช้สื่อ นั้นมีอยู่ว่า หากจะใช้สื่อประเภทใดให้ได้ผลอย่างเต็มที่ ก็ต้องทำความรู้จักกับธรรมชาติ/คุณลักษณะ ของสื่อนั้นให้ถ่องแท้เสียก่อน ดังที่เราได้ทำความรู้จักเบื้องต้นมาแล้วว่า ค่ายพักแรมนั้นถือได้ว่าเป็น “สื่อกิจกรรมประเภทหนึ่ง” รวมทั้งเราได้ทำความเข้าใจเพิ่มเติมมากขึ้นว่า สื่อกิจกรรมค่ายนั้นมีความแตกต่างจากสื่อกิจกรรมประเภทอื่นๆ อย่างไร และเราได้กล่าวมาแล้วว่า จากจุดเริ่มต้นของ “ค่าย” ที่มีเป้าหมายเพียงเพื่อการพักแรมนั้น ปัจจุบันนี้ ด้วยคุณลักษณะที่ค่ายเป็น “ตัวบทเปิดปลาย” (open text) ค่ายจึงได้พัฒนาตนเองให้มีเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาและรูปแบบที่หลากหลาย อย่างยิ่ง อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางความหลากหลายดังกล่าวนี้ ค่ายทุกประเภทก็จำเป็นต้องมี คุณลักษณะพื้นฐานสำคัญๆ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 6: คุณลักษณะพื้นฐานของสื่อกิจกรรมค่าย

(4.1) ค่ายเป็นสื่อกิจกรรมที่มีปรัชญาและจุดมุ่งหมายบางประการที่แน่นอน คำว่า “ปรัชญา” ในที่นี้ หมายถึงประมวลความเชื่อของบุคคลซึ่งเป็นแนวทางในการปฏิบัติการต่างๆ หรือเป็นแนวอุดมคติในการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

ดังนั้น สำหรับบุคคลหรือหน่วยงานองค์กรที่จะเข้ามาใช้สื่อกิจกรรมค่ายเพื่อประโยชน์อันใดอันหนึ่ง พวกเขาก็ต้องมีความเชื่อใน “ปรัชญาค่ายพักแรม” บางประการเป็นอันดับแรก มีผู้

กล่าวถึงปรัชญาค่ายพักแรมไว้หลายแนวทาง แต่ที่จตุรร่วมที่สามารถสรุปได้ก็คือ

“ปรัชญาการอยู่ค่ายพักแรม” หมายถึงกระบวนการพัฒนาชาวค่าย/สมาชิกค่าย ทางด้านต่างๆตามเป้าหมายที่ต้องการด้วยการจัดกิจกรรมและสภาพแวดล้อมของ ค่ายพักแรมที่เหมาะสม โดยการทำงานเป็นกลุ่ม ภายใต้การแนะแนวทางจากผู้ ทำงานกับกลุ่มที่ได้รับการฝึกฝนอบรมมาแล้วเป็นอย่างดี” (เกื้อ แก้วเกต, 2531)

จากปรัชญาข้างต้นนี้จะเห็นว่า องค์ประกอบของปรัชญาในส่วนที่เป็นข้อความที่ขีดเส้น ใต้นั้นโยงใยอยู่กับความเชื่อเบื้องต้นหลายประการ เช่น

- ความเชื่อที่ว่ามนุษย์เราทุกคนสามารถพัฒนาเปลี่ยนแปลงได้
- ความเชื่อที่ว่า วิธีการเปลี่ยนแปลงนั้นมีใช่การลงโทษ การควบคุม หรือการอบรมพร่ำ สอน หากแต่เกิดจากการจัดกิจกรรมและสิ่งแวดล้อมให้
- ความเชื่อที่ว่า การเรียนรู้เป็นกลุ่มเป็นวิธีการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ
- ความเชื่อที่ว่า การมี “ผู้แนะแนวทาง” (mentor) ไม่ใช่ “ผู้พร่ำสอน” เป็นสิ่งสำคัญ และ ผู้แนะแนวทางนี้ควรผ่านการฝึกอบรมมา

จะเห็นได้ว่า ปรัชญาความเชื่อดังกล่าวจะเป็นเครื่องชี้นำแนวทางในการปฏิบัติของผู้ที่ รับผิดชอบงานค่าย

(4.2) ค่ายเป็นสื่อกิจกรรมที่มีเป้าหมายได้อย่างหลากหลายมาก ทั้งในแง่ความกว้างขวาง ครอบคลุมของเป้าหมาย (เช่นเป้าหมายทั่วไป และเป้าหมายเฉพาะ) และมีติของกลยุทธ์ของการ พัฒนาในเป้าหมาย (เช่น เป้าหมายที่จะป้องกัน ที่จะรักษาแก้ไข ที่จะส่งเสริมเด็กและเยาวชน)

ตัวอย่างของเป้าหมายที่มีลักษณะต่างๆไปของสื่อกิจกรรมค่ายก็เช่นข้อเสนอของ Domick (1950) ที่กล่าวถึงวัตถุประสงค์โดยทั่วไปของค่ายพักแรมว่า

1. เพื่อพัฒนาความรู้สึกลัทธิสังคมสัมพันธธรรมชาติและศิลปปะการใช้ชีวิตกลางแจ้ง
2. เพื่อศึกษาและเรียนรู้การใช้ชีวิตอย่างถูกลักษณะและมีความปลอดภัย
3. เพื่อเรียนรู้การสร้างสรรค์สิ่งมีประโยชน์ในเวลาว่าง
4. เพื่อส่งเสริมการพัฒนาบุคลิกภาพ
5. เพื่อเรียนรู้การอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มและวิถีทางประชาธิปไตย
6. เพื่อพัฒนาคุณธรรมของจิตใจ

ส่วนตัวอย่างของเป้าหมายเฉพาะของสื่อกิจกรรมค่ายก็เช่น งานศึกษาของ ภารดี สิทธิ ชูรัมย์ (2549) ซึ่งวิจัยการทดลองสร้างยุทธศาสตร์การจัดค่ายวิทยานิพนธ์สำหรับนักศึกษาระดับ ปริญญาโท ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี โดยตั้งเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงของค่ายว่า ต้องการจะ แก้ปัญหาที่นักศึกษาระดับปริญญาโทไม่เข้าใจเรื่องระเบียบวิธีวิจัย และเพื่อช่วยแก้ปัญหาอื่นๆที่เกี่ยวข้อง กับการเขียนและการสอบ โครงร่างวิทยานิพนธ์ให้นักศึกษา เป็นต้น

ส่วนตัวอย่างของโครงการ สพส.ที่ได้จัดกิจกรรมค่ายชมรมสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุขस्थ्यก็ว่าได้ ตั้งแต่ถึงวัตถุประสงค์เฉพาะของการจัดกิจกรรมค่ายชมรมสื่อพื้นบ้านสัญจร ที่จัดขึ้นในสองครั้งหลัง (กุมภาพันธ์-มีนาคม 2549)ว่ามีวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรม 4 ประการ คือ *ประการแรก* ศึกษ วิเคราะห์คุณลักษณะของชมรมโดยสมาชิกของชมรมเอง *ประการที่สอง* เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างชมรม *ประการที่สาม* ต่อย้ำซ้ำทวนแนวคิดในการทำงานชมรม และ*ประการที่สี่* ร่วมกันวางแผนแนวทางการทำกิจกรรมชมรมในปีต่อไป (อภิรักษ์, 2551 หน้า143)

สำหรับเป้าหมายที่เป็นมิติของการพัฒนาซึ่งมี 3 กลยุทธ์ คือ **กลยุทธ์การป้องกันปัญหา** ตั้งแต่ยังไม่เกิดขึ้น ก็เช่น ตัวอย่างงานวิจัยของมานพ คณะโต (2548) ซึ่งได้ทำการวิจัยประเมินผล โครงการศึกษาอบรมเยาวชนด้านยาเสพติด “ค่ายเติมจิตให้เข้มแข็ง” โดยประเมินผลจากกลุ่มเด็ก และเยาวชนเครือข่ายพหุภาคี จ.หนองบัวลำภู เป้าหมายของการจัดค่ายดังกล่าวก็เพื่อเปลี่ยนแปลง ความเข้าใจและทัศนคติของเยาวชนต่อเรื่องยาเสพติดเพื่อป้องกันมิให้เยาวชนเข้าไปใช้ยาเสพติด หรือการตั้งเป้าหมายของสื่อค่ายที่ใช้**กลยุทธ์การรักษาเยียวยาปัญหา** ก็เช่น ตัวอย่างงานวิจัยของ นรินทร์ แจ่มจรัส (2527) ที่ศึกษาการจัดค่ายพักแรมของสมาคม YMCA ให้แก่เด็กชายหญิงวัย 9-14 ปีที่อยู่ในชุมชนแออัด เด็กเหล่านี้จะมีมโนภาพเกี่ยวกับตนเอง (self-concept) ไปในทางลบ ไม่ว่าจะ เป็นมิติเกี่ยวกับการมุ่งความสำเร็จในชีวิต ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การปรับตัวทางอารมณ์ ดังนั้น เป้าหมายของค่ายจึงต้องการเปลี่ยนแปลงมโนภาพเกี่ยวกับตนเองของกลุ่มเด็กดังกล่าว

(4.3) ค่ายเป็นสื่อกิจกรรมที่ต้องมีการระบุกำหนดฝ่ายผู้ส่งสาร (Sender)-ผู้รับสาร (Receiver) เอาไว้อย่างแน่นอน ผู้ส่งสารในกรณีของสื่อกิจกรรมค่ายก็คือฝ่ายผู้จัดค่าย ผู้รับสารก็คือ สมาชิกที่ เข้าร่วมกิจกรรมค่าย

หากเปรียบเทียบสื่อกิจกรรมค่ายกับสื่อกิจกรรมประเภทงานจัดแสดงนิทรรศการ หรือ การจัดแสดงคอนเสิร์ต ก็จะเห็นทั้งจุดร่วมและจุดต่างๆ สำหรับจุดร่วมก็คือ สื่อกิจกรรมที่กล่าวมานี้ จำเป็นจะต้องมีระบบ/กำหนดฝ่ายผู้จัด/ผู้ส่งสารเอาไว้อย่างแน่นอนว่า ใครจะเป็นผู้รับผิดชอบ แต่ ทว่าในขณะที่การจัดนิทรรศการหรือการแสดงคอนเสิร์ตนั้นไม่สามารถจะระบุหรือกำหนดฝ่ายผู้รับ สารได้ แต่กิจกรรมค่ายจะต้องมีการระบุผู้รับสารด้วย

ดังนั้น โดยทั่วไปแล้ว สำหรับผู้ที่จะสมัครไปค่ายประเภทต่าง ๆ นั้น โดยส่วนใหญ่อยู่แล้ว ทางฝ่ายผู้จัดจะต้องมีกระบวนการ “คัดเลือกหรือกลั่นกรอง” สมาชิกของค่ายโดยอาจจะมีการ กำหนดเกณฑ์ขึ้นมาตามวัตถุประสงค์ของการจัดค่าย เช่น ต้องเป็นผู้ที่รักและมีความสนใจที่จะ เรียนรู้ (มิใช่มีความคาดหวังเพียงแค่ว่าจะมาเที่ยวเล่น หรือมาพักผ่อนหย่อนใจ) ต้องมีการยอมรับ กฎเกณฑ์ต่างๆของการใช้ชีวิตรวมกลุ่มกัน เป็นต้น

ตัวอย่างของโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข(สพส.)ซึ่งต้องการการจัดค่ายที่มีเป้าหมายเพื่อ

การให้เยาวชนรุ่นใหม่มารับการสืบทอดสื่อพื้นบ้านซึ่งเป็นมรดกของบรรพบุรุษ ทางโครงการ สพส.ก็ได้ตั้งเกณฑ์คัดเลือกสมาชิกค่ายเอาไว้ 2 เกณฑ์ ซึ่งเท่ากับเป็นการเปิดประตูไว้ 2 บาน กลุ่มแรก เรียกว่า “ลูกในไส้” คือกลุ่มเด็กที่เป็นลูกหลานของศิลปินโดยตรงซึ่งกลุ่มนี้จะมีความรู้สึกผูกพันกับ สื่อพื้นบ้านมาก ดังนั้นการทำงานกับกลุ่มนี้จึงเป็นการผลักดันให้เกิดการฝึกฝนอย่างค่อนข้างจริงจัง เพราะเด็กกลุ่มนี้จะมีความประทับใจในสื่อพื้นบ้านแบบอยู่ในสายเลือด เพราะฉะนั้นการดึงเข้ามา ใกล้เคียงกับสื่อพื้นบ้าน เด็กกลุ่มนี้จะมีโอกาสพัฒนาตัวเองไปเป็นศิลปินในอนาคต ส่วนกลุ่มที่สอง คือกลุ่ม “ลูกนอกไส้” เป็นกลุ่มเด็กที่อยู่ในสถาบันการศึกษา เด็กกลุ่มนี้ได้เริ่มต้นทำงานกับสื่อ พื้นบ้านด้วยการลงไปเก็บข้อมูลชุมชน โดยรับรู้ว่า ชาวบ้านเป็นแหล่งความรู้ของเขา แม้ว่าจะไม่ได้มี เชื้อสายมาจากศิลปินสื่อพื้นบ้าน แต่การที่ได้ลงไปเก็บข้อมูลก็ทำให้เกิดความสนใจในเบื้องต้นและ ติดตามมาด้วยความประทับใจในขั้นต่อมา จึงเริ่มหันมาอยากใกล้ชิดกับสื่อพื้นบ้าน ดังนั้นการ ทำงานกับเด็กกลุ่มนี้จึงเป็นการพัฒนาให้เป็น “ผู้ชมตาม” ที่ดูสื่อพื้นบ้านเป็น (smart audience) ไม่ เหยียดหยามไม่ดูถูกสื่อพื้นบ้าน เด็กกลุ่มนี้จะกลายเป็นผู้ชมที่คุณค่าในอนาคต นอกจากนี้ เนื่องจากเด็กบางคนยังได้ลงมือฝึกแสดงสื่อพื้นบ้านบ้าง จึงได้เรียนรู้ว่าไม่ใช่เรื่องง่าย ไม่ใช่เรื่องเขย स्ताชิกค่ายกลุ่มนี้จะกลายเป็นผู้สนับสนุนสื่อพื้นบ้าน (supporter) ในอนาคต ซึ่งจะเป็นกำลังสำคัญ ส่วนหนึ่งในการที่จะร่วมสืบทอดสื่อพื้นบ้านให้คงอยู่ต่อไป (อภิรักษ์, 2551 หน้า 89)

หรือในกรณีของ โครงการสื่อสร้างสรรค์ที่ร่วมงานกับกลุ่มมะขามป้อมเพื่อจัดค่าย “วัย มั่นสื เท่าทันสื่อ ” เนื่องจากทางกลุ่มละครมะขามป้อมเห็นว่า เด็กในเขตกรุงเทพและปริมณฑลนั้น เป็นเด็กที่อยู่ในเมือง จึงมีโอกาที่จะเปิดรับสื่อได้มาก ดังนั้นจึงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ควรจะได้รับ การพัฒนากระบวนการรู้เท่าทันสื่อก่อนเพื่อติดตั้งกระบวนการคิดแบบวิเคราะห์ซึ่งเท่ากับเป็นการ เตรียมเด็กและเยาวชนในกลุ่มนี้ในการเปิดรับสื่อต่างๆ (อภิรักษ์, 2551 หน้า 113)

และหากผู้จัดค่ายมีแนวคิดเรื่องการสร้างความยั่งยืน หลังจากเด็กมาเข้าค่ายแล้ว ก็ต้อง ผนวกแนวคิดนั้นเข้าไปพิจารณาในเรื่องการตั้งเกณฑ์การคัดเลือกสมาชิกด้วย เช่นหลักเกณฑ์ในการ เลือเด็ก/เยาวชนจากเครือข่ายที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมกับทาง โครงการฯ มาแล้ว ซึ่งจะมีความรู้ใน ประเด็นเรื่องการวิเคราะห์สื่อและสาร อันจะเป็นประโยชน์ในการที่จะได้นำเอาความรู้ที่ได้รับจาก โครงการฯ ไปร่วมแลกเปลี่ยนกับกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ นอกจากนั้นหากเป้าหมายของค่ายเป็นเรื่อง สิ่งแวดล้อมก็น่าจะเลือกเด็กและเยาวชนซึ่งจะต้องมีพื้นที่หรือกำลังดำเนินกิจกรรมในพื้นที่เกี่ยวกับ การอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในชุมชนด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้แน่ใจว่า ความรู้เรื่องการผลิตสื่อ ประเภทต่างๆที่เรียนรู้ไปจากการเข้าค่ายจะได้มีโอกาสถูกนำไปใช้ในชุมชนอย่างแท้จริง

(อภิรักษ์, 2551 หน้า 130)

และหากกระบวนการคัดเลือกครั้งกรองสมาชิกค่ายทำงานได้ไม่ดี ก็ส่งผลถึง ประสิทธิภาพโดยรวมของทั้งกระบวนการ ตัวอย่างเช่น สนธยา พลรัตน์ (2542) พบว่า ในการจัด

กิจกรรมค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของสถานี่พัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าห้วย
 กุ่ม จ.ชัยภูมิ เยาวชนส่วนใหญ่ที่มาเข้าค่ายยังไม่เคยผ่านการอบรมหลักสูตรกิจกรรมค่ายอนุรักษ์มา
 ก่อน ทำให้เข้ามาใช้ชีวิตในป่าอย่างไม่ถูกต้องเช่น มีการใช้เสียงดังเกินไป/ใช้เครื่องขยายเสียงในป่า
 ธรรมชาติ เป็นต้น

(4.4) ลักษณะ “ทวีลักษณ์” ของสื่อกิจกรรมค่าย สื่อกิจกรรมค่ายจะมีลักษณะ 2 ด้านอยู่ใน
 ตัวเอง กล่าวคือ ในด้านหนึ่ง ก็เป็นสื่อที่มีลักษณะเปิดกว้าง (Open) และหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น
 เรื่องเป้าหมาย/วัตถุประสงค์ รูปแบบและเนื้อหาของค่าย สมาชิกที่มาเข้าร่วม สถานที่และระยะเวลา
 ฯลฯ แต่ในอีกด้านหนึ่งก็เป็นสื่อกิจกรรมที่มีการกำหนดขอบเขตอยู่ในระดับหนึ่ง เช่น แม้จะมี
 สถานที่ให้เลือกได้หลากหลาย แต่ทว่าก็มีเงื่อนไขขอบเขตว่า ควรจะเป็นสถานที่ที่แตกต่างไปจาก
 ชีวิตประจำวัน หรือมีช่วงเวลาให้เลือกได้หลายแบบ ตั้งแต่ 1 วัน-1 เดือน แต่ทว่าก็จะมีช่วงเวลา
 ยาวนานนับเป็นหลายๆปี เป็นต้น

(4.5) สื่อกิจกรรมค่ายเป็นรูปแบบของการดำเนินการที่ต้องมีการวางแผนงานล่วงหน้ามาก่อน
 (Planned activities) ดังที่ได้กล่าวมาข้างแล้วในข้างต้นว่า การจัดค่ายพักแรมนั้นไม่สามารถกระทำ
 ได้ตามอำเภอใจหรือทำอย่างเรื่อยเปื่อยตามยถากรรม ดังนั้น การดำเนินการของสื่อกิจกรรมค่ายจึง
 จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการ (Management) ซึ่งอย่างน้อยก็ต้องมีการบริหารจัดการใน 4 ด้าน คือ
 (สุรพล, 2527)

(4.5.1) การบริหารบุคลากร ทั้งในส่วนของทีมผู้จัดซึ่งจะต้องมีการจำแนกตำแหน่ง/
 บทบาท/ภารกิจและความรับผิดชอบอย่างชัดเจน เช่น ผู้อำนวยการ เลขานุการ เภรัญญิก ฝ่าย
 กิจกรรม ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายดูแลความปลอดภัย ฯลฯ และในส่วนที่เกี่ยวกับการบริหารสมาชิก
 ค่าย เช่น การมีกฎระเบียบของค่ายซึ่งจะต้องชี้แจงทำความเข้าใจให้ทราบทั่วกัน

(4.5.2) การบริหารสถานที่/วัสดุและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เนื่องจากการทำกิจกรรม
 ค่ายจะเกิดขึ้นในพื้นที่ซึ่งผิดแปลกไปจากพื้นที่ที่ทุกคนคุ้นเคยอยู่ในชีวิตประจำวัน (ไม่ใช่บ้าน
 โรงเรียน ที่ทำงาน) ดังนั้น จึงต้องมีการบริหารสถานที่รวมทั้งวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ

ตัวอย่างเช่น ในการจัดค่ายฝึกอบรมการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการรักษาป่าชุมชนของ
 โครงการสื่อสร้างสรรค์ฯ ให้แก่เยาวชนในชุมชน(ช่วงปี พ.ศ.2548-2549) เนื่องจากการจัดค่าย
 ประเภทนี้ ทางโครงการฯมักจะไปจัดในพื้นที่ของชุมชน และค่ายประเภทนี้จำเป็นต้องมีการใช้
 อุปกรณ์และเครื่องมือการผลิตสื่อวีดิทัศน์ เช่น กล้องวิดีโอ คอมพิวเตอร์ กล้องถ่ายรูป ฯลฯ การ
 จัดค่ายประเภทนี้จึงต้องให้ความสำคัญใส่ใจกับการบริหารวัสดุอุปกรณ์อย่างมาก เริ่มตั้งแต่ต้องเตรียม
 อุปกรณ์ให้เพียงพอ การรักษาอุปกรณ์ให้ปลอดภัย รวมทั้งยังต้องรู้จักสภาพโครงสร้างพื้นฐานของ
 พื้นที่ (เช่น เรื่องระบบไฟฟ้า รั้วซ่อม/จำหน่ายอุปกรณ์ ฯลฯ) เพราะแม้แต่การขาดสายไฟไปเส้น
 เดียวก็สามารถจะทำให้กิจกรรมทั้งหมดที่วางแผนไว้สะดุดหยุดชะงักไปได้ (อภิรักษ์, 2551)

หน้า 130)

(4.5.3) การบริหารการเงินและธุรการ เนื่องจากกิจกรรมค้าขายมีลักษณะเช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ คือต้องมีค่าใช้จ่ายในการลงมือผลิต ดังนั้นจึงต้องมีการบริหารการเงินและธุรการ และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากการใช้สื่อกิจกรรมค้าขายดำเนินงานโดยองค์กรที่มุ่งหวังผลกำไรบ้าง การบริหารการเงินและธุรการก็จะยิ่งมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น แต่ถึงแม้การใช้สื่อกิจกรรมค้าขายจะเป็นไปเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมโดยไม่หวังผลกำไร ก็ยังคงต้องมีการจัดตั้งฝ่ายที่รับผิดชอบด้านการเงินและธุรการ ขึ้นมาอย่างเป็นระบบอยู่ดี

(4.5.4) การบริหารกิจกรรม เนื่องจากค้าขายเป็น “สื่อประเภทสื่อกิจกรรม” ดังนั้น “การวางแผน การออกแบบ และการดำเนินการเรื่องกิจกรรม” จึงเป็นหัวใจหลักของสื่อค้าขายเลยก็ว่าได้

เมื่อเปรียบเทียบกับสูตรองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร S-M-C-R ตัวกิจกรรมในสื่อค้าขายนั้นจะเปรียบเสมือนกับ “ตัวเนื้อหา” (Message) ซึ่งเนื้อหาในสื่อค้าขายนั้นจะมีได้หลากหลายเช่นเดียวกับประเภทของกิจกรรมในค้าขายที่มีอยู่หลายประเภท และจากระดับของ “ตัวเนื้อหา” หากวิเคราะห์เจาะลึกลงไปก็จะเห็นถึงระดับของ “ความหมาย” (meaning) ในกิจกรรมแต่ละประเภทของค้าขายจึงมี “ความหมาย” บรรจุอยู่ข้างหลัง ในการบริหารกิจกรรม ผู้รับผิดชอบด้านนี้จึงต้องมองทะลุจากประเภทเนื้อหาของกิจกรรมลงไปให้ถึงระดับ “ความหมาย” ที่แฝงอยู่ในแต่ละกิจกรรม จึงจะสามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างเต็มศักยภาพ มิใช่ “การทำกิจกรรมเพียงเพื่อทำกิจกรรมเท่านั้น” การควบคุมความหมายของแต่ละกิจกรรม (Meaning control) นี้จะพบได้หลังจากที่เล่นเกมหรือทำกิจกรรมแต่ละชนิดเสร็จสิ้นแล้ว พี่เลี้ยงได้ให้ “บทสรุปของการเล่นเกมหรือของกิจกรรม” แต่ละประเภทแก่สมาชิกหรือไม่/ให้อย่างไร

ตัวอย่างเช่น ในค้าขายของโครงการ สพส. แม้แต่ในกิจกรรมที่ดูง่าย ๆ เน้นความสนุกสนาน เช่น เกมละลายพฤติกรรม ซึ่งมีออกแบบให้พี่เลี้ยงผู้นำเกมส์เป็นคนออกคำสั่งแล้วให้สมาชิกปฏิบัติตาม เมื่อจบเกมส์แล้ว พี่เลี้ยงก็จะให้เด็กสรุปบทเรียนว่า เพราะเหตุใด เด็กๆ จึงปฏิบัติตามได้บ้าง / ไม่ได้บ้าง และได้ข้อสรุปสุดท้ายว่า “การมีสติ มีสมาธิในสิ่งที่ฟัง” เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับความสำเร็จ ดังนั้น ในชีวิตประจำวัน จึงควรพกพาสติติดตัวไปตลอด เป็นต้น

ในค้าขายของโครงการสื่อสร้างสรรค์ก็เช่นเดียวกัน เด็ก/เยาวชนที่เข้าค่ายฝึกอบรมการผลิตสื่อวิทยุทัศน์จะได้เข้าใจความหมายของการผลิตสื่อวิทยุทัศน์ของตนเองว่า มีความแตกต่าง/ที่เฉพาะตัวไปจากการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ที่ถ่ายทำโดยบุคคลภายนอกอย่างไร

ในเรื่องประเภทของกิจกรรมที่จะนำมาบริหารจัดการนั้น อเนก หงษ์ทองคำ (2525 อ้างจากสุพรรณิ, 2546) ได้แบ่งประเภทกิจกรรมพื้นฐานของการจัดค่ายพักแรมเอาไว้ดังนี้

(ก) กลุ่มกิจกรรมพื้นฐาน อาจประกอบด้วยกลุ่มกิจกรรมย่อยๆ เหล่านี้

(i) กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมที่มีเนื้อหาความหมายเกี่ยวกับการสานสายสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกค้าขาย ในกรณีที่ผู้มาเข้าค่ายมาจากสถานที่ต่างกัน ดังนั้น ในช่วงแรกผู้นำ

กลุ่มจึงมักใช้กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อการละลายพฤติกรรม (ice breaking) เพื่อลดกำแพงแห่งความแปลกหน้า สร้างการรู้จักและคุ้นเคยในท่ามกลางบรรยากาศที่สนุกสนานผ่อนคลาย

(ii) **กิจกรรมธรรมชาติศิลป์** มักเป็นกิจกรรมทางด้านศิลปะและการประดิษฐ์ด้วยการนำวัสดุง่ายๆ วัสดุเหลือใช้มาประดิษฐ์ใช้งาน เป็นกิจกรรมที่มุ่งพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของสมาชิก รวมทั้งฟื้นฟูศักยภาพแห่ง “ความเป็นมนุษย์ผู้ผลิตและสร้างสรรค์” (Creative producer) ซึ่งเด็กๆ ในยุคปัจจุบันจะขาดโอกาสอย่างมาก เนื่องจากเด็กๆ ถูกมอบหมายให้รับบทบาทเป็นเพียง “ผู้บริโภค” (Consumer) เท่านั้น

ตัวอย่างเช่นค่ายของชมรมสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุขที่ฝึกให้เด็ก/เยาวชนที่มาเข้าค่ายได้หัดร้อยลูกปัดชุดโนรา หรือเด็กจากชมรมค่ายเพชรบุรีก็ได้หัดแทงหยวกจำหลักลายกล้วยเพื่อประดิษฐ์เป็นเครื่องตกแต่งต่างๆ กิจกรรมในการประดิษฐ์เหล่านี้ช่วยให้เด็ก/เยาวชนเกิดความภาคภูมิใจที่ตนเองก็สามารถจะ “ลงมือทำ” (Do it yourself) โดยผลิตและสร้างสรรค์สิ่งของต่างๆ ที่เคยเห็นได้ด้วยตนเอง

(iii) **กิจกรรมการแสดง** กิจกรรมนี้จะเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกค่ายได้แสดงออกซึ่งความคิดเห็น อารมณ์ความรู้สึก และความสามารถของตนเอง นอกจากนี้ เนื่องจากกิจกรรมในค่ายนั้นจะเป็น “กิจกรรมรวมหมู่” (Collective activity) ดังนั้น ความหมายของกิจกรรมนี้จึงเป็นการฝึกฝนการรู้จักทำงานร่วมกันเป็นทีม การรู้จักแบ่งบทบาท การประสานงานกัน ฯลฯ ไปพร้อมๆ กัน

(iv) **กิจกรรมธรรมชาติศึกษา** เนื่องจากประวัติความเป็นมาของค่ายนั้นมักเกิดใน “สถานที่ที่เป็นธรรมชาติ” (natural setting) เช่น การพักผ่อนในป่า ซึ่งถอดถอนมนุษย์ออกไปจากสิ่งที่มีมนุษย์ประดิษฐ์ขึ้น (Cultural setting) เช่น อาคารบ้านเรือน ดังนั้น ในค่ายบางประเภท เช่น ค่ายป่าชุมชน ค่ายคูดาว ค่ายคูนก ค่ายสำรวจแม่น้ำ ฯลฯ จึงได้ลงรหัสความหมายเรื่อง “การจัดวางความสัมพันธ์แบบเอื้อเพื่อเกื้อกูลกันระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ” เอาไว้ กิจกรรมประเภทนี้จึงเป็นกิจกรรมหลักของสื่อค่ายประเภทอนุรักษ์ธรรมชาติ

(v) **กิจกรรมพลศึกษาและนันทนาการ** เนื่องจากประวัติความเป็นมาของค่ายที่เกี่ยวข้องกับการใช้เวลาว่างเพื่อการพักผ่อนของคนในอดีต เช่น การออกไปล่าสัตว์ การฝึกยิงธนู การโยนตัวจากที่สูง การปีนป่ายต้นไม้ ฯลฯ โดยที่กิจกรรมเหล่านี้สำหรับมนุษย์ในอดีตที่มีวิถีชีวิตอยู่กับการเข้าป่าล่าสัตว์เป็นอาหาร กิจกรรมที่ทำในเวลาว่างจึงเท่ากับเป็นการฝึกซ้อมให้เกิดความชำนาญเพื่อนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน รวมทั้งกิจกรรมดังกล่าวก็ยังให้ความเพลิดเพลินทางจิตใจผ่อนคลายด้านอารมณ์อีกด้วย ปัจจุบันนี้ แม้ว่าวิถีการทำมาหากินของมนุษย์ยุคปัจจุบันอาจไม่จำเป็นต้องอาศัยทักษะเหล่านั้นแล้ว แต่ทว่ากิจกรรมประเภทนี้ก็ยังสามารถให้คุณประโยชน์ในแง่การออกกำลังกาย การส่งเสริมสุขภาพพลานามัย และการบำรุงจิตใจให้สดชื่น ในค่ายทุกประเภทจึงมักผนวกเอากิจกรรมประเภทนี้ไว้ด้วย

(ข) **กลุ่มกิจกรรมประจำวัน** เนื่องจากชาวค่ายพักแรมจะมีการมาอยู่ร่วมกันตลอดเวลาเป็นเวลาหลายวัน ดังนั้น จึงต้องมีกลุ่มกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมประจำวันอยู่กลุ่มหนึ่ง และถึงแม้ว่า คนแต่ละคนอาจจะมีกิจกรรมประจำวันที่แตกต่างกันเมื่อก่อนมาเข้าค่าย แต่ทว่าเมื่อมาใช้ชีวิตร่วมกันในค่ายแล้ว กิจกรรมในชีวิตประจำวันนั้นจะต้องกลายเป็น “แบบแผนเดียวกัน/ทำเหมือนกัน” (Collective pattern) รวมทั้งกิจกรรมประจำวันนี้บางประเภทก็ยังคง “ออกแบบ” ให้แตกต่างไปจากกิจกรรมในชีวิตประจำวันจริงๆ อีกด้วย

การบริหารจัดการกลุ่มกิจกรรมประจำวันนี้มักจะเป็นการมอบหมายบทบาทและความรับผิดชอบให้สมาชิกค่ายได้หมุนเวียนกันมาปฏิบัติ ซึ่งเป็นรหัสความหมายหลายประการ เช่น “ชุมชนและสังคมต้องการความร่วมมือและความรับผิดชอบจากคนทุกคนที่เป็นสมาชิก เราไม่อาจจะสะกดคำว่า “Success” ได้โดยปราศจากตัว U” เป็นต้น

ตัวอย่างของกลุ่มกิจกรรมประจำวันก็เช่น เป็นผู้รักษาเวรประจำวัน เป็นผู้พยากรณ์อากาศประจำวัน เป็นผู้ให้ข้อคิดประจำวัน เป็นผู้เสนอบทกลอนก่อนอาหาร เป็นผู้ดูแลความสะอาดของที่พัก เป็นผู้จัดเวรอาหารประจำวัน เป็นผู้เล่านิทานสอนใจก่อนนอน นำสวดมนต์เจริญชง กล่าวต้อนรับผู้เยี่ยมชมค่าย กล่าวแนะนำ/กล่าวขอบคุณวิทยากร เป็นต้น

(ค) **กลุ่มกิจกรรมพิเศษอื่นๆ** เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นตามจังหวะและโอกาสต่างๆ เช่น การจัดงานปาร์ตี้ งานวันเกิดของสมาชิกค่าย งานออกร้าน งานตลาดนัดสี่พันบ้าน งานทำบุญตักบาตร วันเทศกาลต่างๆ กิจกรรมพิเศษนี้มีเป้าหมายเพื่อกระตุ้นความสนใจและความกระตือรือร้นของสมาชิกค่ายด้วยการจัดกิจกรรมที่มีความเข้มข้น (intensive activity) เช่นเดียวกับแนวคิดเรื่องงานประเพณีต่างๆ โดยที่เหตุการณ์พิเศษนั้นจะเป็นเหตุการณ์จริงๆ หรือเป็นการสร้างเหตุการณ์/วันสมมติขึ้นมาก็ได้ เช่น วันน้ำมันหมดโลก วันที่ทุกคนพูดภาษาเดียวกันทั้งโลก เป็นต้น

ถ้าหากวิธีการแบ่งประเภทของกิจกรรมของค่ายนั้นอาจจะมีวิธีการแบ่งได้อีกหลายแบบตามคุณลักษณะของเป้าหมายของแต่ละแห่ง ตัวอย่างเช่น ค่าย”วัยมันส์ เท้าทันสื่อ”ของโครงการสื่อสร้างสรรค์ฯ ซึ่งมีเป้าหมายที่จะฝึกเด็ก/เยาวชนให้เป็นที่ “ผู้รับสารที่ชาญฉลาด”(smart audience) และเป็น “ผู้ผลิตสื่อที่สร้างสรรค์” ดังนั้น กิจกรรมภายในค่ายจึงแบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามวัตถุประสงค์ คือ กิจกรรมการอ่าน ดู ฟังอย่างรู้เท่าสื่อ และกิจกรรมการผลิตสื่อได้ เป็นต้น (อภิสิทธิ์, 2551 หน้า 114)

หรือในกรณีของโครงการ สพส. หลังจากที่ได้อัดกิจกรรมชมรมค่ายในแต่ละภูมิภาคผ่านมาแล้วตลอดทั้งปี 2547 ดังนั้นในปี 2548 ทางโครงการฯ จึงได้จัดกิจกรรมค่ายชมรมชมรม สพส. ทั่วประเทศ ให้มาพบกันหมด และในวาระโอกาสเช่นนี้ ทางโครงการฯ จึงได้ออกแบบเนื้อหา กิจกรรมแบบ “ตลาดนัดสี่พันบ้าน” เพื่อเปิดโอกาสให้เด็ก/เยาวชนจากทุกชมรมนำเอาผลงานของตนเองมาแสดงและแลกเปลี่ยนกับเพื่อนในที่ต่างๆ เพื่อขยายประสบการณ์การรู้จักและเห็นคุณค่า

สื่อพื้นบ้านทั่วประเทศไทยให้แก่สมาชิกค่าย (อภิรักษ์, 2551 หน้า 147)

(4.6) ลักษณะเด่นของการจัดกิจกรรมค่าย ดังที่ได้กล่าวมาข้างแล้วว่า การเข้าร่วมกิจกรรมค่ายนั้น สมาชิกค่ายจะต้องเป็น “ผู้กระทำ” (actor) มิใช่เป็น “ผู้รอคอยตั้งรับ” (passive) ดังนั้น ในค่ายจึงจะไม่มีวิธีการสื่อสารแบบที่เป็นอยู่ในชีวิตประจำวัน คือ การให้สมาชิกนั่งๆนอนๆ ดูโทรทัศน์กินข้าวแล้วก็นอน ในทางตรงกันข้าม กิจกรรมทุกอย่างนั้น สมาชิกค่ายจะต้องเป็นผู้ลงมือทำเอง (เช่น การเก็บที่นอน การทำความสะอาดที่พัก ฯลฯ)

แม้แต่กิจกรรมเพื่อสร้างการเรียนรู้ ก็จะมีแบบแผนที่แตกต่างไปจากการเรียนรู้ในห้องเรียน เพราะจะไม่มี “การป้อนความรู้” ให้แก่ผู้เรียน หากทว่าผู้เรียนรู้จะต้องไป “เสาะแสวงหา คืบเขี่ยหากินเอาเอง” ซึ่งการลงมือเรียนรู้ด้วยการลงมือทำกิจกรรมต่างๆด้วยตนเองนี้ Corey and Michael (1973, อ้างในนรินทร์, 2527) ทำวิจัยพบว่าจะมีผลการเรียนรู้ที่คงทนยาวนานกว่าการเรียนรู้ในห้องเรียน

นอกจากนั้น ประสบการณ์ที่อยู่ในค่ายยังเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกค่ายได้ “ทดลอง ทำสิ่งแปลกๆใหม่ๆ” ที่ไม่เคยทำหรือทำไม่ได้ในชีวิตประจำวัน เช่น บรรดาประเภทกิจกรรมที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้น ค่ายจึงเป็นเสมือน “ห้องทดลองในจินตนาการ” (Fantasy Lab) เช่นเดียวกับภาพยนตร์ประเภท Sci-Fi หรือเกมคอมพิวเตอร์ สำหรับสมาชิกค่าย พื้นที่การสื่อสารเช่นนี้จะสามารถให้กำเนิด (generate) วิธีการมองปัญหาแบบใหม่ๆ (เช่น ค่าย “รู้ทันตนเอง รู้เก่งใช้สื่อ” ของโครงการสื่อสร้างสรรค์ฯ ที่พลิกมุมมองปัญหาของสื่อมวลชนเสียใหม่) วิธีแก้ปัญหามาแบบใหม่ๆ ทักษะใหม่ๆต่อตนเอง (เช่น ได้ค้นพบความสามารถของตนเองว่าสามารถเป็นดีเจจัดรายการวิทยุได้) เป็นต้น

เนื่องจากความแปลกใหม่ (innovative) และความแตกต่างไปจากชีวิตประจำวันของกิจกรรม/ประสบการณ์ภายในค่าย (อาจจะเริ่มตั้งแต่มาอยู่ร่วมกินร่วมนอนกับคนแปลกหน้า) ทำให้ประสบการณ์ของค่ายนั้นมีความหมายเดียวกับ “ประสบการณ์ผจญภัย” (Adventurous experience) ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ทั่วไป และจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับเด็ก/เยาวชน เนื่องจากประสบการณ์ดังกล่าวจะช่วยเพิ่มขยายขีดความสามารถในการจัดการกับ “ภาวะความเสี่ยง” (risk) อันเกิดจากการผจญภัยนั้นๆ ด้วยเหตุนี้ เด็กๆจึงชอบนิทานประเภทที่ตัวเอกต้องออกไปผจญภัย นานัปการ ต้องเผชิญกับแม่มด ยักษ์คู่ร้าย มังกรไฟ หุบผากินคน ฯลฯ แต่ในขณะที่นิทานผจญภัยนั้นเป็นเพียงการสื่อสารในจินตนาการ แต่ทว่าประสบการณ์ในค่ายนั้นจะเป็นการสื่อสารที่เป็นจริง เด็กๆจะต้องจัดการตั้งสติ มีสมาธิ และใช้ปัญญาในการจัดการกับภาวะความเสี่ยงที่กำลังเผชิญหน้าอยู่

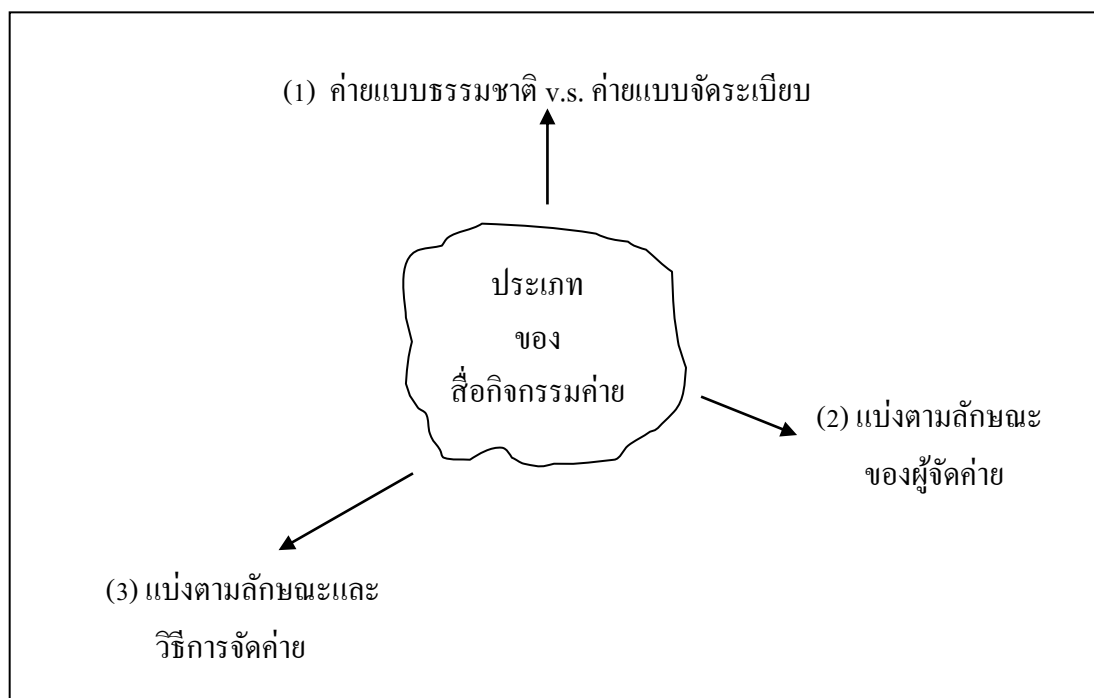
อย่างไรก็ตาม ในขณะที่ด้านหนึ่ง เด็กและเยาวชนจะต้องออกไปผจญภัยและเผชิญหน้ากับความเสี่ยนานาชนิด แต่ในอีกด้านหนึ่ง กิจกรรมค่ายก็ได้จัด “กลไกต่างๆ” ในการทำหน้าที่ ประคองเป็น “เข็มขัดนิรภัย” คาครัศสมาชิกค่ายเอาไว้ ตัวอย่างที่สำคัญของกลไกดังกล่าวก็เช่น การ

ติดตั้งคำแนะนำต่างๆ การให้วัสดุอุปกรณ์ป้องกัน และที่สำคัญคือการมีพี่เลี้ยงที่มีประสบการณ์อันสอดคล้องกับปรัชญาของค่ายที่ได้กล่าวมาข้างต้น

เราจึงอาจสรุปได้ว่า ลักษณะเด่นประการหนึ่งของสื่อกิจกรรมค่ายก็คือ เป็น “การสื่อสารที่เสี่ยงภัยแต่อยู่ใต้การมีพี่เลี้ยงและตัวช่วยอื่นๆ” ซึ่งช่วยให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ดังกล่าวเดินไปในด้านที่ดีมีการเรียนรู้มากกว่าจะเป็นโศกนาฏกรรม

5. ประเภทของค่าย

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า สื่อกิจกรรมค่ายนั้นมีลักษณะเป็น “ตัวบทเปิดปลาย” (open text) ดังนั้นจึงสามารถจะขยายขอบข่ายองค์ประกอบส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้องได้อย่างมากมาย และเป็นผลให้รูปแบบของสื่อกิจกรรมค่ายมีอยู่มากมายหลายประเภท ในที่นี้จะแสดงวิธีการจัดแบ่งประเภทของค่ายตามเกณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป และความสนใจในเรื่อง “ประเภทของค่าย” นั้นก็เนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า “ประเภทของค่าย” จะเป็นตัวแปรต้นตัวหนึ่งในการอธิบายตัวแปรตามอื่นๆที่จะติดตามมา เช่น การวางแผนออกแบบกิจกรรม ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นต่อสมาชิกค่าย เป็นต้น



ภาพที่ 7: ประเภทของสื่อกิจกรรมค่าย

(5.1) ค่ายแบบธรรมชาติ v.s. ค่ายแบบจัดระเบียบ จากประวัติความเป็นมาของค่าย จะเห็นได้ว่าสื่อกิจกรรมค่ายได้พัฒนาจากการเป็นค่ายที่เป็นไปตามธรรมชาติ เช่น ค่ายพักแรม ค่ายล่าสัตว์ ฯลฯ มาจนกระทั่งถึงค่ายที่มีการจัดระเบียบเช่นในปัจจุบัน คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ (2532) ระบุว่า ค่ายพักแรมที่มีการจัดระเบียบเต็มรูปแบบนั้น ควรมีลักษณะสำคัญ 5 ประการนี้คือ

- (i) มีการจัดประสบการณ์ในการสร้างสรรค์และในทางการศึกษา
- (ii) มีการใช้ชีวิตร่วมกันเป็นหมู่คณะไม่ใช่คนเดียวหรือรายบุคคล
- (iii) มีการใช้ชีวิตร่วมกันนอกสถานที่หรือนอกเมือง
- (iv) มีการศึกษาและการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรอื่น ๆ มาใช้ให้เกิด

ประโยชน์ต่อการพัฒนาสติปัญญา ร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และการอยู่ร่วมกันในสังคมประชาธิปไตย

- (v) การดำเนินการจะต้องอยู่ภายใต้การดูแลช่วยเหลือของผู้นำที่ได้รับการฝึกฝนอบรมมา โดยเฉพาะ

แต่ถึงแม้จะมีการแบ่งค่ายแบบธรรมชาติและค่ายแบบจัดระเบียบออกเป็นสองปลายข้าว แต่ในทางปฏิบัติ ก็อาจจะมีค่ายรูปแบบกลางๆ ที่ผสมผสานระหว่างแบบธรรมชาติกับแบบจัดระเบียบก็ได้

(5.2) การแบ่งประเภทตามลักษณะของผู้จัดค่าย

การแบ่งประเภทค่ายพักแรม โดยยึดถือผู้จัดดำเนินการหรือผู้สนับสนุนค่ายสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท โดยแต่ละประเภทจะมีผลต่อโฉมหน้าของค่ายที่ออกมา ดังนี้

(i) ค่ายพักแรมขององค์กร สโมสรหรือสมาคม (Organization camps) ได้แก่ ค่ายพักแรมซึ่งดำเนินการและได้รับการสนับสนุนในด้านการเงินและด้านอื่นๆ จากองค์กร สโมสรหรือสมาคม ค่ายพักแรมประเภทนี้มักตั้งวัตถุประสงค์ไปตามเป้าหมายเฉพาะขององค์กร/หน่วยงานนั้น เช่น ค่ายพักแรม YMCA ค่ายสมาคมผู้บำเพ็ญประโยชน์ ฯลฯ โดยที่มักจะเป็นค่ายที่ทำเพื่อสาธารณประโยชน์โดยไม่หวังผลกำไร แม้ว่าอาจจะมีการเก็บเงินจากสมาชิกค่ายบ้างก็ตาม ค่ายของโครงการการสื่อสารเพื่อสุขภาพน่าจะจัดอยู่ในประเภทแรกนี้

(ii) ค่ายพักแรมธุรกิจเอกชน (Private camps) ได้แก่ ค่ายพักแรมที่จัดดำเนินการและเป็นเจ้าของโดยเอกชน บุคคลหรือคณะบุคคล เพื่อหวังผลประโยชน์ทางกำไรเป็นวัตถุประสงค์สำคัญ จึงอาจเรียกว่าเป็น “ค่ายพักแรมแบบการค้า” (commercial camp) ค่ายแบบนี้จะปิดกั้นโอกาสของสมาชิกค่ายที่ไม่สามารถจะจ่ายค่าเข้าค่ายได้ แต่ค่ายประเภทนี้มีข้อเด่นคือ สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีเงินทุนหมุนเวียน และผู้จัดได้สัมผัสประสบการณ์ความชำนาญ

(iii) ค่ายพักแรมหน่วยงานรัฐ (Public camps) ได้แก่ ค่ายพักแรมที่ดำเนินงานโดยองค์กรหรือหน่วยงานรัฐ ซึ่งได้รับเงินสนับสนุนจากงบประมาณแผ่นดินหรือภาษีอากรของรัฐ ตัวอย่างของค่ายเหล่านี้ก็เช่น ค่ายโรงเรียน ค่ายเทศบาล ค่ายพักแรมอุทยานแห่งชาติ ค่ายของกรมพัฒนาชุมชน ฯลฯ เป็นต้น

(5.3) การแบ่งประเภทของค่ายตามลักษณะและวิธีการจัดค่าย

เมื่อใช้เกณฑ์ “ลักษณะและวิธีการจัด” มาจัดแบ่งประเภทของค่าย ก็อาจจะแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่และประเภทย่อยๆ ได้ดังนี้

(5.3.1) ค่ายพักแรมแบบเดินทาง (Trip camps) ลักษณะที่สำคัญของค่ายพักแรมเดินทาง

คือ การใช้ชีวิตแรมคืนในธรรมชาติเพื่อทัศนอาจร โดยมีวางแผนว่าจะเดินทางไปพักที่ใด ส่วนใหญ่มุ่งศึกษาธรรมชาติและภูมิประเทศ ลักษณะการตั้งค่ายพักแรมจะเป็นแบบชั่วคราว โดยอาศัยรณนอนหรือนอนบนแพล่องแก่ง ประโยชน์ของการอยู่ค่ายพักแรมแบบนี้ก็คือการฝึกหัดตนในการใช้ชีวิตกลางแจ้ง รู้จักช่วยตนเอง และปรับตัวให้เข้ากับธรรมชาติ

(5.3.2) **ค่ายพักแรมแบบถาวร (residential camps)** หมายถึงค่ายพักแรมที่มีที่ทำการทุกอย่างถาวร มีคณะดำเนินการของค่ายประจำ มีการจัดค่ายเป็นประจำ มีการจัดค่ายเป็นระบบ มีสถานที่และเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ ตัวอย่างค่ายพักแรมถาวรในประเทศไทย ก็เช่น ค่ายวชิราวุธ ค่ายลูกเสือแห่งชาติ ฯลฯ การเข้าไปใช้ประโยชน์จากค่ายพักแรมถาวรนี้สามารถจะแตกแยกออกไปได้อย่างหลากหลาย เช่น

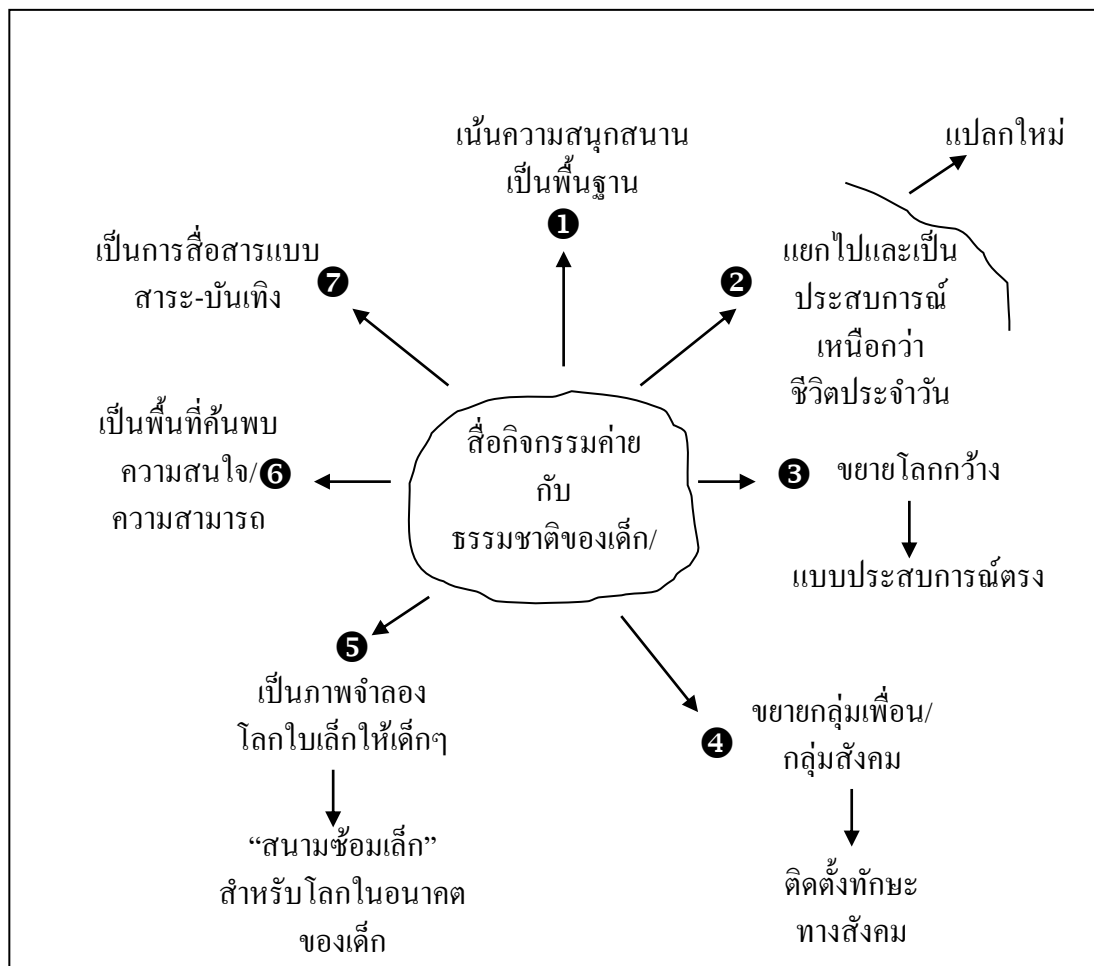
- ค่ายพักแรมระยะสั้น อาจใช้เวลาประมาณ 1-2 สัปดาห์
- ค่ายพักแรมระยะยาว อาจใช้เวลาประมาณ 1 เดือนขึ้นไป
- ค่ายพักแรมสหศึกษา มีเป้าหมายเพื่อฝึกการใช้ชีวิตร่วมและมีกิจกรรมร่วมกันระหว่างเด็กหญิง/ชาย เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อกัน
- ค่ายพักแรมแบบครอบครัว มีเป้าหมายเพื่อแก้ปัญหาปัจจุบันที่ครอบครัวไม่ค่อยมีเวลาให้กัน ไม่มีเวลาใช้ชีวิตร่วมกัน
- ค่ายพักแรมแบบอนุรักษ์ธรรมชาติ
- ค่ายพักแรมสุขภาพ ซึ่งอาจจะครอบคลุมเป้าหมายตั้งแต่การสอนให้เด็กสนใจรักษาสุขภาพไปจนกระทั่งค่ายของผู้ป่วยโรคต่างๆ ที่จะมาเรียนรู้การดูแลตนเองอย่างถูกต้อง (เช่น ผู้ป่วยเบาหวาน ความดัน โรคหัวใจ ฯลฯ)
- ค่ายพักแรมสุดสัปดาห์ เป็นค่ายสำหรับผู้ที่ต้องทำงานประจำในวันธรรมดา
- ค่ายพักแรมในเวลากลางวัน (Day Camp) เป็นค่ายที่สมาชิกจะมาทำกิจกรรมร่วมกันในเวลากลางวัน แต่กลางคืนจะกลับไปพักผ่อนที่บ้าน ค่ายแบบนี้ น่าจะเหมาะสำหรับเด็กที่ยังไม่สามารถช่วยตัวเองได้หรือเด็กๆที่ไม่สามารถจะเคลื่อนย้ายสถานที่ไปที่ไกลๆ ตัวอย่างเช่นค่าย “วัยมันส์ เท้าทันสมัย” ของโครงการสื่อสร้างสรรค์ฯ ก็ได้จัดค่ายในลักษณะพักแรมกลางวันเช่นนี้ (อภิสิทธิ์, 2551 หน้า 106)
- ค่ายพักแรมอาสาสมัคร เป็นค่ายสำหรับนักเรียนนักศึกษาที่อยู่ในเมือง และต้องการออกไปช่วยงานอาสาสมัครพัฒนาชนบทหรือถิ่นทุรกันดารในด้านต่างๆ เช่น ไปสร้างถนน อ่างเก็บน้ำ ศาลาประชาคม ฯลฯ ค่ายแบบนี้เหมาะสำหรับฝึกฝนปัญญาชนให้เรียนรู้ปัญหาของสังคมและทบทวนบทบาทและจิตสำนึกของนักเรียนนักศึกษาเอง
- ค่ายพักแรมสำหรับคนพิการ เป็นค่ายที่เปิดโอกาสให้แก่ผู้พิการที่ด้อยโอกาสได้รับความเพลิดเพลินเจริญใจบ้าง

- ค่ายพักแรมวิชาการ (Academic camp) เป็นค่ายที่จัดขึ้นเพื่อเป้าหมายทางวิชาการโดยเฉพาะ เช่น ค่ายวิทยาศาสตร์ ค่ายวิทยานิพนธ์ ฯลฯ
- ค่ายสัมมนาและอบรม (Seminar & Training camp) เป็นค่ายที่องค์กร/หน่วยงานมักจัดขึ้นเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และทัศนคติต่อการทำงานในองค์กร
- ค่ายอบรมคุณธรรมและจริยธรรม (Virtue or Moral camp) เป็นค่ายที่มีเป้าหมายเฉพาะที่มุ่งให้สมาชิกค่ายได้ตระหนักถึงคุณค่าของคุณธรรมและจริยธรรมในการดำเนินชีวิต ตัวอย่างของไทยก็เช่น ค่ายคุณธรรมวัดอุโมงค์ จ.เชียงใหม่ ซึ่งได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปีพ.ศ.2534 จนถึงปัจจุบัน (ประสาธ สุขเกษม, 2542)
- ค่ายพักแรมลูกเสือ เนตรนารี และนักศึกษาวิชาทหาร อันที่จริงค่ายประเภทนี้เป็นค่ายประเภทแรกๆ ที่สาธารณชนทั่วไปรู้จัก เนื่องจากถูกบรรจุอยู่เป็นหลักสูตรการเรียนรู้เป้าหมายของค่ายเหล่านี้ก็คือ การเรียนรู้วิธีการใช้ชีวิตท่ามกลางธรรมชาติ

นอกจากนั้นก็ยังมีวิธีการจัดแบ่งค่ายด้วยเกณฑ์ปลีกย่อยอย่างอื่นๆ เช่น ขนาดของค่าย (ซึ่งมักวัดจากจำนวนผู้เข้าร่วม) ซึ่งประเภทของค่ายชนิดต่างๆนั้นก็จะเป็นตัวกำหนดรูปแบบของกิจกรรมหรือการคัดเลือกสมาชิกดังที่ได้กล่าวมาแล้ว และเนื่องจากสื่อกิจกรรมค่ายเป็นตัวแทนที่เปิดปลาย ดังนั้น การปรับเปลี่ยนประเภทของค่ายแบบใหม่ๆ สไตส์แปลกๆ ก็ยังเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา เช่น ในช่วงเดือนกันยายน 2551 มีรายงานข่าวในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ (15 ก.ย. 2551) ว่าคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) จะจัดตั้งค่ายเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงแบบถาวรให้แก่เยาวชนทั่วประเทศขึ้นที่ อ.มวกเหล็ก จ.สระบุรี เป็นต้น

6. สื่อกิจกรรมค่ายกับธรรมชาติของเด็ก/เยาวชน

ทั้งๆที่ประวัติความเป็นมาของสื่อกิจกรรมค่ายนั้นเริ่มต้นมาจากกลุ่มคนที่เป็นผู้ใหญ่ และดำเนินภารกิจที่เป็นการเป็นงาน (Serious activity) เช่น การเดินทาง การล่าสัตว์ ฯลฯ โดยมีมิติของความสนุกสนานเป็นเพียงส่วนประกอบ แต่ทว่าในยุคปัจจุบัน สื่อกิจกรรมค่ายได้คลี่คลายตัวเองมาเป็นสื่อที่ใช้กับเด็กและเยาวชนเป็นส่วนใหญ่ โดยมีมิติของความสนุกสนานเป็นส่วนประกอบหลัก สำหรับการเรียนรู้นั้นเป็นส่วนที่สอดแทรกเข้ามา การปรับเปลี่ยนคุณลักษณะของสื่อกิจกรรมค่ายจนกระทั่งมาเป็นรูปแบบค่ายส่วนใหญ่ในปัจจุบันนั้น ทำให้สื่อกิจกรรมค่ายกลายเป็นสื่อที่มีคุณลักษณะที่สอดคล้องกับธรรมชาติของเด็กและเยาวชน ดังที่จะแสดงเหตุผลต่อไปนี้



ภาพที่ 8: สื่อกิจกรรมค่ายกับธรรมชาติของเด็ก/เยาวชน

(6.1) ธรรมชาติของสื่อกิจกรรมค่ายที่เน้นความสนุกสนานเป็นพื้นฐาน ชูชีพ เยาวพัฒน์ (2543) ได้อธิบายถึงพัฒนาการของการแสวงหาความเพลิดเพลินเจริญใจ หรือที่เรียกเป็นศัพท์วิชาการว่า “นันทนาการ” (recreation) ว่า ในอดีตนั้น คนโตๆที่เป็นผู้ใหญ่หรือหนุ่มสาวจะต้องประกอบกิจกรรมต่างๆเพื่อให้ดำรงชีพอยู่ได้ เช่น การล่าสัตว์ หาปลา ปลูกบ้าน ฯลฯ และเมื่อว่างจากการกิจการงาน กิจกรรมที่มนุษย์ในอดีตจัดทำเพื่อการใช้เวลาว่างนั้น จะมีความเกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิต เช่น การทำอาวุธเพื่อล่าสัตว์และต่อสู้กับศัตรู และในเวลาเดียวกัน เด็กๆของชนเผ่าโบราณก็จะทำกิจกรรมเลียนแบบผู้ใหญ่ แต่ทว่าด้วยจุดประสงค์ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ใหญ่ทำกิจกรรมในยามว่างโดยจุดประสงค์ก็เพื่อการดำรงชีพ แต่เด็กๆจะประกอบกิจกรรมเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น เนื่องจากชีวิตในวัยเยาว์นั้นยังห่างไกลจากเรื่องความรับผิดชอบและเรื่องหนักๆทั้งปวง (ยังไม่มีภาระ) วัยเยาว์จึงเป็น “วันคืนแห่งความสำราญ” อย่างเต็มที่ กิจกรรมที่จะดึงดูดเด็กๆ/เยาวชนได้ จึงต้องมียุทธวิธีประกอบของความสนุกสนานเป็นหลัก ซึ่งกิจกรรมค่ายก็เป็นไปตามหลักการนั้น

สำหรับรูปแบบของนันทนาการหรือการแสวงหาความเพลิดเพลินนั้นประกอบด้วย 3 รูปแบบหลักๆ คือ

- **การเคลื่อนไหวร่างกาย** เช่น การเล่นกีฬา วิ่ง มวยปล้ำ ฯลฯ รูปแบบดังกล่าวนี้จะแปลงโฉมออกมาเป็นกิจกรรมการเล่นเกมที่ประเภทต่างๆ ในค่ายที่เด็กๆ ต้องมีการเคลื่อนไหวร่างกายส่วนต่างๆ การเคลื่อนไหวร่างกายนี้ นอกจากจะให้ความสนุกสนานแล้ว ยังสามารถฝึกทักษะหลายๆ อย่างให้กับเด็กๆ เช่น การทรงตัวไม่ให้ล้ม ฝึกการฟัง (การให้สัญญาณจากกรรมการ) การพูด การมีสมาธิ ฯลฯ พร้อมกันนั้นก็เป็นการออกกำลังกายให้ร่างกายแข็งแรงด้วย (น่าสังเกตว่าเด็กๆ ที่ไปค่ายจะใช้ชีวิตที่มีการเคลื่อนไหวร่างกายมากกว่าเวลาปกติในชีวิตประจำวัน)

- **รูปแบบของการประกอบพิธีกรรม การละเล่น และการร้องรำ** ซึ่งรูปแบบดังกล่าวนี้ก็จะแปลงโฉมไปเป็นกิจกรรมพวกการแสดงที่อยู่ในค่าย

- **รูปแบบของการเล่าเรื่อง/นิทาน** การเล่าเรื่องหรือการเล่านิทานนั้นสามารถจะนำมาดัดแปลงเข้ากับกิจกรรมใหม่ๆ เช่น การแสดงละคร การทำบทพากย์วิดีโอตัดต่อ เป็นต้น

ในงานวิจัยของคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ (2532) ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว ได้สรุปผลการวิจัยจากการศึกษากลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับค่ายในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับผู้บริหารจนถึงตัวเยาวชนที่เคยเข้าค่ายเองจำนวน 107 คน ข้อเสนอที่เด่นชัดก็คือ ลักษณะกิจกรรมในค่ายนั้นจะต้องใช้กิจกรรมนันทนาการเสริมกับความรู้ (Edutainment) จึงจะได้ผลดีที่สุด เพราะกิจกรรมนันทนาการจะทำให้เด็ก/เยาวชนสนใจและตั้งใจ แม้เมื่อผนวกความรู้เข้าไปด้วย เด็กๆ ก็จะไม่เบื่อหน่าย แต่กลับจะได้ทั้งความเพลิดเพลินและความรู้ไปพร้อมๆ กัน

(6.2) กิจกรรมหรือค่ายนั้นเป็นกิจกรรมที่แยกออกไป และแตกต่างจากกิจกรรมที่เคยทำในชีวิตประจำวัน ความแตกต่างนั้นส่งผลขั้นต้นคือสามารถจุดประกายความสนใจและความตื่นตัวให้แก่เด็ก/เยาวชนได้เนื่องจากเด็ก/เยาวชนเป็นกลุ่มคนที่ยังมีประสบการณ์ในชีวิตที่จำกัด ดังนั้นเพียงแค่การไปจัดค่ายที่พักริมชายทะเลจึงเป็นประสบการณ์แปลกใหม่ล่าสุดแล้วสำหรับเด็กๆ ชาวเขาที่ไม่เคยเห็นทะเล ความแปลกใหม่ดังกล่าวจะทำให้พวกเขาเกิดคำถาม (inquiry) ได้อย่างมากมาย เช่น น้ำทะเลเค็มจริงหรือไม่ เค็มได้อย่างไร ใครเอากลือมาใส่ไว้ เป็นต้น ปริศนาดังกล่าวจะกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้นที่จะแสวงหาคำตอบ

และนอกเหนือจากความแปลกใหม่ที่ทำให้ตื่นตัวแล้ว ลักษณะของกิจกรรมในชีวิตค่ายนั้นยังเป็น “ประสบการณ์ที่อยู่เหนือกว่าประสบการณ์ชีวิตปกติ” (extra-daily life experience) ตัวอย่างเช่น ในค่ายสื่อสร้างสรรค์สุขภาพ (สสสส.) เด็กๆ จะได้มีโอกาสเป็น DJ. นักจัดรายการวิทยุ ได้จับกล้องถ่ายวิดีโอ ได้ตัดต่อภาพวิดีโอ แล้วอัดเสียงออกมาเป็นเรื่องราวแบบที่เด็กๆ เคยดูจากโทรทัศน์ เป็นต้น ประสบการณ์ที่เหนือกว่าชีวิตปกตินี้เป็นการขยายขอบฟ้าแห่งประสบการณ์ (horizon of experience) ของเด็กให้ขยายออกไป (อภิรักษ์, 2551)

(6.3) สื่อกิจกรรมค่ายนั้นมีลักษณะเป็นกิจกรรมที่ขยาย/ท่องไปในโลกกว้างให้แก่เด็ก/เยาวชน ซึ่งตอบสนองความต้องการผจญภัยของเด็กๆ ดังเช่นที่ได้กล่าวแล้ว และการผจญภัยนี้มีไว้

เป็นเพียง “ประสบการณ์ผ่านสื่อกลาง” (mediated experience) ดังเช่นเวลาที่เด็กอ่านการ์ตูนหรือนิยาย (เช่นเรื่อง แฮรี่ พ็อตเตอร์) หากทว่าเป็น “ประสบการณ์ตรง” (direct experience) เลยจริงๆ และการเผชิญหน้ากับประสบการณ์ตรงนั้นน่าจะได้สัมผัสกับมิติอารมณ์ความรู้สึกที่ลึกซึ้งกว่า ประสบการณ์ผ่านสื่อ ตัวอย่างง่ายๆก็เช่น ความกลัวที่เกิดจากการดูหนังผีกับการเจอผีจริงๆนั้นน่าจะแตกต่างกันราวฟ้ากับดิน เด็กๆจึงต้องเรียนรู้และปรับตัวอย่างสูง

จากลักษณะประสบการณ์ที่แปลกใหม่/ผจญภัยนั้น การเรียนรู้ที่จะเผชิญหน้านั้นอาจจะ เป็น “ทั้งการลองผิดและลองถูก” ซึ่งในชีวิตจริง เด็กๆอาจจะเผชิญกับปัญหาดังกล่าวอยู่แล้ว รายงานการวิจัยหลายชิ้นระบุว่า เด็กๆที่ทดลองอธิบาย (เช่น การทดลองดื่มเหล้าสุบุนุหรี) การใช้ยาเสพติด การเล่นเกมพนัน ฯลฯ ส่วนหนึ่งนั้นเกิดมาจากความต้องการอยากผจญภัย/อยากทดลอง ประสบการณ์แปลกๆใหม่ๆ นั่นเอง หากแต่การลองผิดลองถูกดังกล่าวนี้เป็นไปอย่างธรรมชาติ และขาด “พี่เลี้ยงนำทางที่ถูกต้อง” (เด็กๆอาจจะมี “เพื่อน” เป็นไกด์นำทางที่กำลังหลงทางอยู่เหมือนกัน) แต่ทว่าประสบการณ์ในค่านั้นจะเป็นไปดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า “ผจญภัย/เสี่ยงภัย ภายใต้อาณัติของพี่เลี้ยงและตัวช่วย” จึงมีโอกาสดังกล่าวได้มากกว่าลองผิด (หรือถึงแม้จะลองแล้วผิด ก็ไม่ส่งผลเสียหายต่อชีวิต)

(6.4) สื่อกิจกรรมค่ายช่วยขยายแวดวงกลุ่มสังคม/กลุ่มเพื่อนให้กับเด็ก เนื่องจากเด็กๆจะมีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่และประสบการณ์ ด้วยลักษณะของการเป็นผู้เยาว์ กลุ่มสังคมในชีวิตของเด็กๆจึงจำกัดอยู่เพียงในครอบครัว เพื่อนๆและครูที่โรงเรียนเท่านั้น ดังนั้น การเข้าค่ายจึงเป็นช่วงเวลาที่เด็กๆจะได้รู้จัก “เพื่อนใหม่จากแดนไกล” รวมทั้งบุคคลอื่นๆที่อยู่ในค่าย เช่น พี่เลี้ยงซึ่งมักจะกลายเป็น “ต้นแบบ” (Role model) หรือขวัญใจของเด็กๆไปโดยปริยาย

การพบปะกับบุคคลที่แปลกแตกต่างไปจากที่เคยพบเห็นเป็นประจำ ทำให้เด็กๆต้องพัฒนา “ทักษะทางสังคม” (Social skill) ให้มากขึ้น ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว และในการนี้ ผู้จัดค่ายสามารถจะออกแบบกิจกรรมเพื่อการขัดเกลาให้เด็กรู้จักอยู่ร่วมกับคนที่มีความคิดเห็นที่แตกต่าง รู้จักฝึกการอดทน และรู้จักกระบวนการตัดสินใจร่วมแบบประชาธิปไตย ไม่แก้ปัญหาคำด้วยการใช้กำลังตัดสิน เป็นต้น ตัวอย่างเช่น กิจกรรมที่มีการโหวตออกเสียงทุกครั้งที่ต้องมีการตัดสินใจภายในค่าย เป็นต้น

(6.5) สื่อค่ายเป็นภาพจำลองโลกใบเล็กๆของสังคมที่เป็นจริง ก่อนที่เด็กๆจะเติบโตออกไปพบกับโลกที่เป็นจริง หากเขาได้มีประสบการณ์มาเข้าค่าย เขาก็จะได้สัมผัสกับภาพจำลองของโลกใบเล็ก เช่น เขาจะได้สัมผัสกับการรู้จักบทบาท/ความรับผิดชอบไม่ว่าจะในฐานะของผู้นำ/ผู้ตามก็ตาม ปัจจุบันนี้ในห้องเรียนของเรามักจะเน้นการทำงานเป็นรายบุคคล ความสำเร็จ/ความล้มเหลวจึงเป็นเรื่องเฉพาะตัว แต่ทว่ากิจกรรมในค่ายจะสอนให้เด็กๆได้เรียนรู้ว่า ความล้มเหลวของเราคือความล้มเหลวของกลุ่ม ความสำเร็จก็เช่นเดียวกัน

นอกจากนั้น ในโลกปัจจุบัน ความสัมพันธ์แบบแข่งขันก็เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้อยู่แล้ว

เพราะในโลกแห่งความเป็นจริง ไม่ว่าจะเป็ระบบธุรกิจ การเมือง กีฬา การศึกษา ฯลฯ ล้วนแต่ต้องมีการแข่งขันทั้งสิ้น เพียงแต่มีคำถามว่า จะแข่งกับใคร (ตัวเอง/คนอื่น) จะแข่งขันอย่างยุติธรรม จะรู้แพ้รู้ชนะรู้อภัย มีน้ำใจนักกีฬา ฯลฯ หรือเปล่า ซึ่งบรรดากิจกรรมหลายๆประเภทในค่าย หรือวิธีการจัดแบ่งกลุ่มสมาชิกออกเป็นกลุ่มย่อยๆ แล้วก็จัดให้มีการแข่งขันกันนั้น ในด้านหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ก็เปรียบเสมือน “สนามซ้อมเล็ก” ที่จัดเวลาฝึกฝนให้เด็กรู้จักกับการแข่งขันเพื่อเตรียมตัวออกไปอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง

(6.6) สื่อกิจกรรมค่ายเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้เด็กได้ค้นพบความสนใจและความสามารถของตนเอง และยังมีโอกาสได้พัฒนาความสามารถดังกล่าวอีกด้วย เนื่องจากในชีวิตจริง เด็กๆมักจะถูกชักนำให้ต้องพัฒนาความสามารถไปตามที่ “ผู้อื่น” ต้องการ เช่น ต้องเก่งคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาอังกฤษ ฯลฯ จนเด็กๆไม่มีพื้นที่ที่จะแสวงหาว่า เขามีความสนใจและความสามารถที่แท้จริงในแง่มุมใด หากทว่า กิจกรรมในค่ายนั้นจะมีลักษณะเป็น “กิจกรรมเปิดปลาย” (open-ended activity) และให้โอกาสเด็กในการเลือก (choice/option) ดังนั้น เด็กๆจึงมีอิสระที่จะแสวงหาว่า เขาสนใจในกิจกรรมอะไรและมีความสามารถในด้านไหน จากลักษณะของพื้นที่ที่มีอิสระเช่นในสื่อกิจกรรมค่ายนี้เองจึงมีผลการวิจัยเกี่ยวกับประสิทธิผลของค่ายว่า เป็นช่วงเวลาและพื้นที่ที่เด็กจะได้ใช้และพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ได้มากที่สุด รวมทั้งมีการพัฒนาตนเองในด้านต่างๆ (Self-development) ได้มากที่สุด (อ้างในสุพรรณิ, 2546)

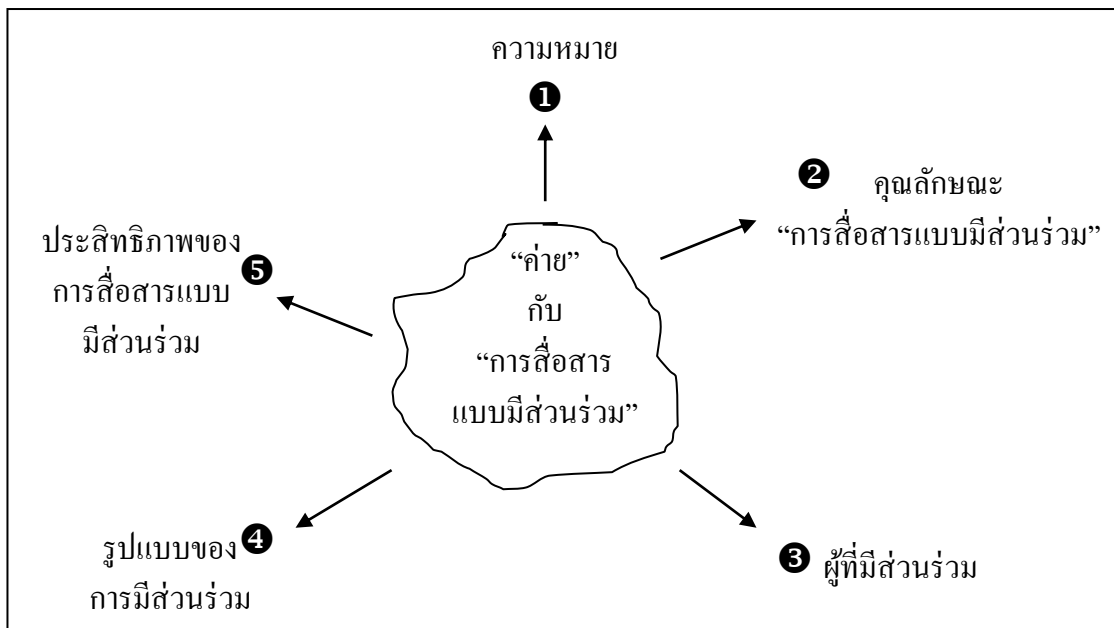
ตัวอย่างเช่นในค่ายสุดท้ายของโครงการC4H คือค่าย “รู้ทันตนเอง รู้เก่งใช้สื่อ” ที่ได้กล่าวมาแล้ว เป้าหมายของค่ายนี้ต้องการที่จะติดตั้งความรู้ในการผลิตสื่อประเภทต่างๆให้แก่สมาชิกค่าย แต่เนื่องจากทางโครงการฯตระหนักดีว่า เด็กแต่ละคนมีความสนใจ มีความถนัดในการใช้สื่อแต่ละประเภทแตกต่างกัน ดังนั้น ทางโครงการฯจึงได้จัดฐานการผลิตสื่อประเภทต่างๆเอาไว้หลายๆฐาน เช่น ฐานการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุชุมชน สื่อการแสดง เพื่อให้เด็กได้เลือกตามความสนใจของตน(อภิสิทธิ์,2551 หน้า158-160)

(6.7) สื่อกิจกรรมค่ายเป็นรูปแบบที่เป็นรูปธรรมที่สุดของแนวคิดเรื่อง “สาระ-บันเทิง” (Edutainment) ปัจจุบันนี้ในแวดวงนิเทศศาสตร์กำลังมีความสนใจรูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิผลมากที่สุดต่อความรู้ ทักษะ และ การกระทำ (Knowledge-Attitude-Performance) ของบุคคลโดยเฉพาะกับเด็กๆ และได้มีข้อเสนอว่า รูปแบบการสื่อสารที่เป็นลูกผสมระหว่าง “การให้ความรู้” กับ “ความสนุกสนาน” (Education-Entertainment ---- Edutainment) นั้น เป็นรูปแบบที่มีประสิทธิภาพที่สุด และเราได้กล่าวมาแล้วว่า สื่อกิจกรรมค่ายนั้นถือได้ว่าเป็นรูปแบบที่ชัดเจนที่สุดของการสื่อสารแบบสาระ-บันเทิง นั่นเอง

อย่างไรก็ตาม การจะใช้รูปแบบการสื่อสารแบบสาระ-บันเทิงนั้น ก็มีใช้การใช้อย่างตามยถากรรม หากทว่าจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในการใช้การสื่อสารแบบสาระ-บันเทิง

พอสมควร (สนใจ โปรดดูปาริชาต สถาปิตานนท์, 2543) เช่น ต้องรู้สัดส่วนที่พอเหมาะของ “สาระ” และ “บันเทิง” มิฉะนั้น ก็อาจจะไม่ได้ผลตามที่คาดหวังไว้ ตัวอย่างเช่น ในการติดตามผลของการจัดค่ายสพส. เด็กบางคนแสดงความคิดเห็นว่า ผู้จัดค่ายเน้นหนักวิชาการมากเกินไปทำให้เกิดความตึงเครียด (อภิรักษ์, 2551)

7. ทำ “ค่าย” ให้เป็น “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม”



ภาพที่ 9: ค่ายกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ในหัวข้อต่อจากนี้ เราจะกล่าวถึง “ประสิทธิผลของสื่อกิจกรรมค่าย” ซึ่งการที่จะจัดค่ายให้บรรลุเป้าหมายได้มากหรือน้อยนั้น ตัวแปรตัวหนึ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องก็คือ เรื่อง “การมีส่วนร่วม” และ “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” ในที่นี้จึงจะขอศึกษาตัวแปรเรื่องการมีส่วนร่วมนี้เสียก่อน

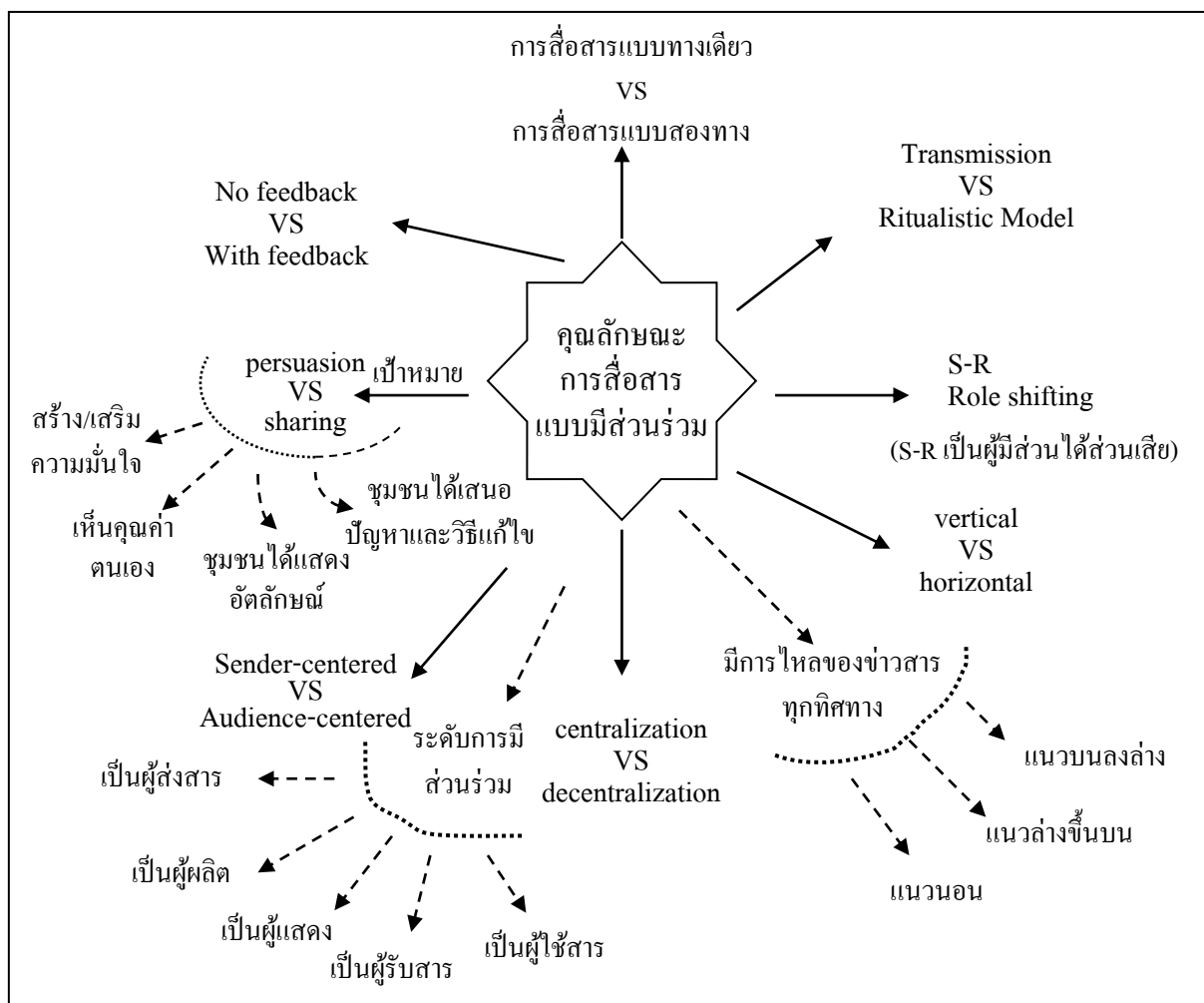
(7.1) ความหมายของ “การมีส่วนร่วม” และ “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม”

(7.1.1) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของค่าย ถึงแม้ค่ายพักแรมจะมีรูปแบบที่หลากหลาย แต่ในการจัดค่ายไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใด ก็จะมีหลักการบางอย่างที่เป็นหลักของการจัดค่ายที่ดีร่วมกันบางประการ Dimock (1950) ได้เสนอหลักการการจัดค่ายพักแรมที่ดีเอาไว้ 15 ประการ เช่น ควรมีข้อกำหนดในการจัดรูปแบบที่จำเป็นของค่ายพักแรม ความรับผิดชอบควรเหมาะสมกับความสามารถของบุคคลหรือกลุ่ม จัดให้มีการติดตามและประเมินผล ฯลฯ และหนึ่งในหลักการที่ดีนั้น ก็คือ เรื่องการมีส่วนร่วมของสมาชิกค่ายดังที่ได้ระบุเอาไว้ “สมาชิกชาวค่ายควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาการจัดค่ายพักแรมเพื่อเป็นการเป็นประชาธิปไตยและการเรียนรู้ปัญหา”

(7.1.2) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในสื่อกิจกรรมค่าย และหากเราพิจารณาว่า “ค่ายเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารคือสื่อกิจกรรม” ในด้านนิเทศศาสตร์ก็ได้มีแนวคิดเฉพาะสำหรับเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” (participatory communication) และหากผู้จัดค่ายต้องการจะส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมค่ายแล้ว การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมก็เป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่จะช่วยให้บรรลุผลได้

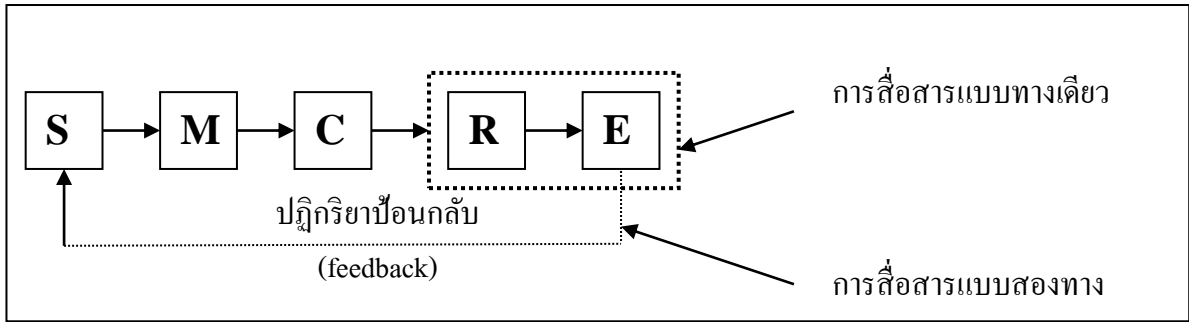
(7.2) คุณลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีคุณลักษณะที่ตรงกันข้ามกับการสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม ดังจะแสดงในภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 10 : คุณลักษณะการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

(7.2.1) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นการสื่อสารแบบสองทางในขณะที่การสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วมจะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 11: การสื่อสารแบบทางเดียวและสองทาง

ตัวอย่างเช่น หากมีการจัดกิจกรรมให้มีวิทยากรบรรยายให้เด็กๆ ฟัง หลังจากบรรยายเสร็จแล้วก็ไม่ถามความคิดเห็นใดๆ เลยว่า รู้สึกอย่างไร/เข้าใจไหม/มีประโยชน์ไหม นี่เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว ในทางตรงกันข้าม หากมีการเปิดโอกาสให้เด็กได้ซักถามหรือได้แสดงความคิดเห็น ก็ถือว่าเป็นการสื่อสารสองทาง

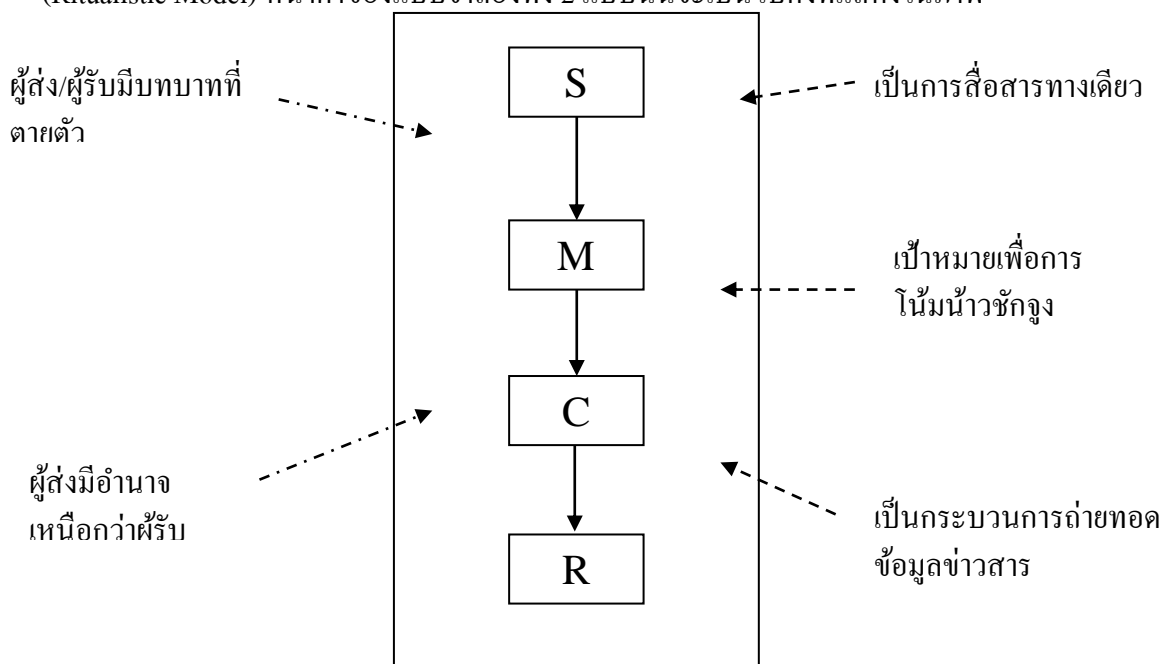
การจัดรูปแบบการสื่อสารแบบสองทางในค่ายนั้นจะทำได้หลายรูปแบบ เช่น มีการตั้งกล่องรับความคิดเห็นเอาไว้ให้สมาชิกค่ายเขียนจดหมายส่งมา หรือการจัดบอร์ดแสดงทัศนะประจำวันของชาวค่าย เป็นต้น

การสื่อสารสองทางเป็นการสื่อสารที่มี “ปฏิกิริยาป้อนกลับ” (feedback) ซึ่งสามารถทำให้ผู้ส่งสาร (ในที่นี้คือผู้จัดค่าย) สามารถนำข้อคิดเห็น/การประเมินผลมาปรับปรุงการทำงานได้ทันเวลา

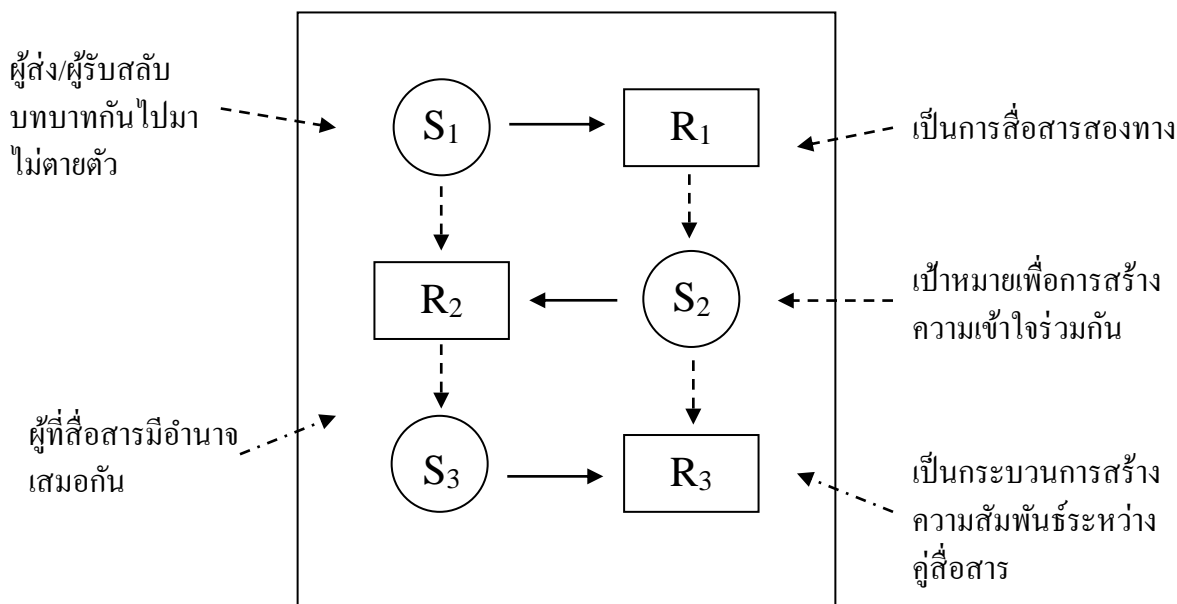
(7.2.2) การสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วมมาจากแบบจำลองเชิงถ่ายทอดข่าวสาร

(Transmission model) แต่การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นจะมาจากแบบจำลองเชิงพิธีกรรม

(Ritualistic Model) หน้าตาของแบบจำลองทั้ง 2 แบบนั้นจะเป็นไปดังที่แสดงในภาพ



ภาพที่ 12: Transmission Model



ภาพที่ 13: Ritualistic Model

จากภาพที่แสดงจะเห็นได้โดยง่ายว่า แบบจำลองเชิงการถ่ายทอดข่าวสารนั้นจะเป็นการสื่อสารทางเดียวอยู่แล้ว คือ การส่งสารจากผู้ส่งสารมายังผู้รับสารทางเดียว และการกำหนดบทบาทของผู้ส่งสาร/ผู้รับสารก็จะตายตัว เช่น พิธีเลี้ยงค่ำจะเป็นผู้พูดฝ่ายเดียว เด็กๆ ก็จะเป็นเพียงผู้ฟัง

ในขณะที่แบบจำลองเชิงพิธีกรรมนั้น จะเป็นการสื่อสารสองทาง และการเป็นผู้ส่งสาร/ผู้รับสารจะมีการสลับบทบาท (Role shifting) กันอยู่ตลอดเวลา รูปแบบที่เราคุ้นเคยก็คือ การพูดคุยสนทนาที่ผู้สนทนาต่างผลัดกันเป็นผู้พูดและผู้ฟัง

(7.2.3) การสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วมจะเน้นการสื่อสารแนวตั้ง (Vertical) แต่การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะเปิดโอกาสให้มีการสื่อสารแนวระนาบ ตัวอย่างของการสื่อสารแนวตั้งก็เช่น การสื่อสารภายในคุก จะมีแต่ผู้คุมที่พูดกับนักโทษเท่านั้น แต่ในหมู่นักโทษกันเองจะห้ามมีการพูดคุยกัน

สำหรับกิจกรรมส่วนใหญ่ในค่ายจะมีการสื่อสารทั้ง 2 รูปแบบ คือ มีทั้งการสื่อสารจากทีมผู้จัดหรือผู้นำกลุ่มไปยังสมาชิกค่าย แต่ในเวลาเดียวกัน ในกิจกรรมค่ายหรือเกมการละเล่นหลายอย่างก็จะมีข้อกำหนดว่าภายในหมู่มสมาชิกค่ายต้องมีการสื่อสารกันด้วย

(7.2.4) ระดับของการมีส่วนร่วม ในแผนภาพที่แสดงนั้นเป็นต้นแบบของกระบวนการสื่อสารที่ผู้ที่เข้าร่วมการสื่อสารจะมีระดับการเข้าร่วมจากน้อยไปหามาก ซึ่งเราอาจจะนำมาประยุกต์ใช้กับระดับการมีส่วนร่วมในสื่อกิจกรรมค่ายได้

ในระดับของการมีส่วนร่วมที่น้อยที่สุดคือ การเป็นผู้รับสาร ซึ่งตามปกติในการเข้า

ร่วมกิจกรรมต่างๆของค่าย จะเปิดโอกาสให้สมาชิกค่ายได้มีส่วนร่วมในระดับนี้อยู่แล้ว เช่น การรับฟังโอวาท การรับฟังคำบรรยายจากวิทยากร การรับรู้กฎกติกาของค่าย เป็นต้น

ในระดับที่สูงขึ้นมาคือการมีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิต/ผู้แสดงในกระบวนการสื่อสารซึ่งโดยส่วนใหญ่ ในสื่อกิจกรรมค่ายก็มักจะเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในระดับนี้ เช่น การแสดงการละเล่นรอบกองไฟ การส่งผลงานของกลุ่มเข้าประกวด การนำเอาเรียงความ/ผลการสำรวจป่าของสมาชิกมาติดแสดงไว้ที่บอร์ด เป็นต้น

ส่วนการมีส่วนร่วมที่มีระดับสูงขึ้นไปอีก คือ การมีส่วนร่วมในการออกกระเปียบกฎเกณฑ์ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับสื่อกิจกรรมค่ายโดยตรง เนื่องจากค่ายเป็นกิจกรรมที่มีคนมาอยู่ร่วมกันเป็นจำนวนมาก ดังนั้นจึงต้องมีการทำข้อตกลงร่วมกันที่เรียกว่า “กฎระเบียบของค่าย” เช่น ห้ามออกนอกค่ายตั้งแต่เวลาเท่าใด หากเราใช้การสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม การออกกฎระเบียบต่างๆ ก็จะทำจากทีมผู้จัดค่าย/พี่เลี้ยงเพียงฝ่ายเดียว แต่หากใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ก็อาจจะจัดให้มีตัวแทนของสมาชิกค่ายเข้ามามีส่วนร่วมในการออกกฎระเบียบ และร่วมเป็นกลไกควบคุมด้วย

สำหรับการมีส่วนร่วมในรูปแบบสูงสุดก็คือ การมีส่วนร่วมในระดับนโยบายหรือการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจจะใช้รูปแบบการมีส่วนร่วมแบบเดียวกับระดับของการวางระเบียบกฎเกณฑ์

ในประสบการณ์ของโครงการก่อสร้างสรรค์ฯ คณะทำงานได้ค้นพบพัฒนาการในแง่ของการยกระดับการมีส่วนร่วมที่น่าสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นแกนนำเยาวชนภาคใต้ที่เรียกตัวเองว่า “กลุ่มสมัชชชาวก๊วย” กล่าวคือ ในกิจกรรมครั้งแรก กลุ่มเป้าหมายจะเข้ามามีส่วนร่วมเพียงในระดับของผู้เข้าร่วมกิจกรรมเท่านั้น แต่ในกิจกรรมครั้งที่สองกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มสมัชชชาวก๊วยได้เข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่ในขั้นตอนของการเตรียมการ ซึ่งถือเป็นการพัฒนาการของการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมมาเป็นผู้มีส่วนร่วมในการวางแผนการทำกิจกรรม(อภินันท์,2551 หน้า113)

หรือแม้แต่ในเรื่องการออกกฎระเบียบการอยู่ร่วมกันในค่าย บทเรียนของโครงการ C4H ก็ได้เรียนรู้ว่า สามารถที่จะให้ “ตัวแทนของสมาชิกค่าย” เข้ามามีส่วนร่วมในการออกกฎระเบียบได้ อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมในขั้นตอนต่างๆ และในระดับต่างๆนั้น ก็ย่อมขึ้นอยู่กับความพร้อมของกลุ่มเป้าหมายที่ฝ่ายผู้จัดค่ายจะต้องทำการวิเคราะห์ให้ดีและเปิดโอกาสการมีส่วนร่วมในระดับที่เหมาะสม

(7.3) ผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมในสื่อกิจกรรมค่าย ตามปกติในการจัดค่ายให้แก่กลุ่มเด็กและเยาวชนนั้น ฝ่ายผู้จัดมักจะคิดถึงแต่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชนเท่านั้น แต่อันที่จริงแล้ว หากเราหวังที่จะให้ผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเด็ก/เยาวชนมีความต่อเนื่องยิ่งขึ้นต่อไป เด็ก/เยาวชนก็จำเป็นต้องได้รับการหนุนช่วยจาก “ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องคนอื่นๆ” (stakeholder) ที่อยู่

แวดล้อมชีวิตเด็ก/เยาวชน ดังนั้น ในการตอบคำถามว่า การจัดค่ายนั้นควรจะระดมการมีส่วนร่วมจากใครบ้างนั้น เราอาจจะแยกกลุ่มเป้าหมายออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

(ก) กลุ่มเด็ก/เยาวชน

(ข) กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเด็ก/เยาวชน เริ่มตั้งแต่ระดับใกล้ชิดตัว เช่น ผู้ปกครอง ครู พระภิกษุ ผู้ใหญ่บ้าน อบต. คณะกรรมการพัฒนาชุมชน อสม. เจ้าหน้าที่สถานีอนามัย ฯลฯ

ในประวัติการทำงานค่ายของโครงการการสื่อสารเพื่อสุขภาพ ดังที่ได้เกริ่นไปข้างแล้วว่า ทางโครงการฯ ได้เคยมีบทเรียนเกี่ยวกับการมองข้ามการระดมการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเด็ก/เยาวชนมาแล้ว เช่น การจัดค่ายสื่อพื้นบ้านให้กลุ่มนักเรียน คณะผู้จัดค่ายจะทำงานกับเด็กนักเรียนเท่านั้น โดยไม่ได้เชิญชวนครูให้เข้าร่วมกิจกรรมด้วย ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นก็คือ เมื่อเด็กเรียนจบการศึกษาไป กิจกรรมเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้านก็จะหยุดไป ในขั้นต่อมา โครงการค่ายสพส. จึงได้เริ่มเชิญครูเข้าร่วมในการจัดค่าย แต่ที่เชิญมา “นั่งดูเด็กๆ” ทำกิจกรรมเท่านั้น โดยครูไม่มีบทบาทอะไร จนในท้ายที่สุด เมื่อมีการสรุปบทเรียน ในการจัดค่ายครั้งต่อมา ทางโครงการฯ จึงได้ผนวกเอาบทบาทของครูประจำชมรมให้เข้ามาเป็นวิทยากรและมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในกิจกรรมค่าย (อภิสิทธิ์, 2551 หน้า 148)

เช่นเดียวกับค่ายละคร “วัยมันส์ เท้าทันสื่อ” ของโครงการสื่อสร้างสรรค์ฯ ที่แม้จะจัดกิจกรรมในโรงเรียน แต่ก็ได้มองข้ามการมีส่วนร่วมของคณะครู โดยมุ่งแต่ที่ตัวเด็ก/เยาวชน จนกระทั่งในท้ายที่สุด ทีมงานก็ได้เรียนรู้ว่า หากมุ่งหวังความยั่งยืน ก็ต้องระดมการมีส่วนร่วมกับครูด้วย ดังนั้น จึงได้มีการจัดกิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการกับครูร่วมไปเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมค่าย (อภิสิทธิ์, 2551 หน้า 114)

ประสบการณ์เหล่านี้ให้บทเรียนแก่โครงการฯ ว่า ในขณะที่เด็กนักเรียนในแต่ละรุ่นนั้นเป็นเรื่องชั่วคราว (เพราะเด็กเรียนจบแล้วก็จะออกจากโรงเรียน) แต่ทว่า “ครู” นั้นเป็นกลไกแห่งความยั่งยืนที่ไม่ควรจะมองข้ามไป

(7.4) รูปแบบของการมีส่วนร่วม เมื่อตอบโจทย์ได้แล้วว่า ผู้จัดค่ายควรที่จะระดมความร่วมมือจากคนกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชนมาด้วยเพื่อหวังผลแห่งความยั่งยืน คำถามต่อไปก็คือ แล้วรูปแบบการร่วมมือกันนั้นจะมีอะไรได้บ้าง ในที่นี้ จะขอแบ่งประเภทของทรัพยากรที่คนกลุ่มต่างๆ จะนำมามีส่วนร่วม ดังนี้

(ก) ทรัพยากรที่เป็นรูปธรรม เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมที่เรามักจะคุ้นเคย เช่น การให้เงินทุนสนับสนุน การบริจาควัสดุอุปกรณ์ อาหาร สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ

(ข) ทรัพยากรที่เป็นนามธรรม เช่น การให้กำลังใจ การเห็นความสำคัญ การให้ความร่วมมือ การอำนวยความสะดวก ฯลฯ

(ค) ทรัพยากรที่เป็นกึ่งรูปกึ่งนามธรรม เช่น ความรู้ ข่าวสาร ข้อมูล

ตัวอย่างเช่น การระดมความร่วมมือจากฝ่ายต่างๆของโครงการค่าของการสื่อสารสุขภาพ

1. อบต. → มาสังเกตการณ์ และดูผลงานเด็ก นำเอาวัสดุอุปกรณ์เช่นกล้องถ่ายวิดีโอมาช่วยงานค่าย
2. ครูในโรงเรียน → มาสังเกตการณ์ และร่วมกิจกรรม มาเป็นพี่เลี้ยงนำเกมส์ เป็นวิทยากร
3. ผู้อำนวยการโรงเรียน → อนุญาตให้เด็กร่วมกิจกรรม อนุญาตให้ใช้โรงเรียนเป็นสถานที่จัดค่าย
4. ปราชญ์ชาวบ้าน → มาให้ความรู้เรื่องสมุนไพร
5. เจ้าอาวาส → มาฝึกเด็กให้เกิดสมาธิ มาร่วมงานเป็นเกียรติ
6. พระ → มาฝึกเด็กให้เกิดสมาธิ มาร่วมงานเป็นเกียรติ
7. ผู้ใหญ่บ้าน → มาให้เกียรติร่วมเปิดกิจกรรม
8. เจ้าหน้าที่สถานีวิทยุชุมชน → ดูแลควบคุมอุปกรณ์วิทยุชุมชน ให้เวลาออกอากาศ
9. เด็ก → ร่วมทำกิจกรรม เพื่อให้กิจกรรมบรรลุไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

จากการมีส่วนร่วมของกลุ่ม องค์กร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนี้ โครงการC4Hได้บทรียนว่า หากมีการเตรียมงาน เตรียมความคิดกับกลุ่มเหล่านี้ให้ดีแล้ว จะสามารถระดมทรัพยากรได้อย่างมาก ช่วยประหยัดงบประมาณของคณะผู้จัด และยังเปิดโอกาสให้เด็กที่ขาดทุนทรัพย์สามารถเข้าร่วมกิจกรรมค่ายได้ นอกจากนี้ ยังมีผลต่อเรื่องความต่อเนื่องที่เด็ก/เยาวชน ชุมชน หรือหน่วยเหล่านี้จะสามารถจัดค่ายได้เองในอนาคต

(7.5) ประสิทธิภาพของการสื่อสารแบบสองทางและแบบมีส่วนร่วม

ในงานวิจัยด้านนิเทศศาสตร์จำนวนมากได้ให้ข้อยืนยันว่า การสื่อสารแบบสองทางและมีส่วนร่วมนั้นเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพดีกว่าการสื่อสารแบบทางเดียวและไม่มีส่วนร่วม ข้อค้นพบดังกล่าวสามารถนำมาใช้ในเรื่องของสื่อกิจกรรมค่ายได้เช่นกัน ดังตัวอย่างงานวิจัยเรื่องการสื่อสารที่ใช้ในค่ายต่อไปนี้

ณัฐยศ ผาจง (2542) ทำการศึกษาเปรียบเทียบการเข้าค่ายจริยธรรมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชุมชนบ้านธาตุ อ.เพ็ญ จ.อุดรธานี ซึ่งมีค่ายจริยธรรม 2 ประเภท คือ ค่ายจริยธรรมแนวพุทธศาสนา และค่ายจริยธรรมตามทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบกลุ่ม ระยะเวลาที่ใช้สั้นเท่ากันคือ 3 วัน โดยผู้วิจัยจะทำการเปรียบเทียบผลของการเข้าค่ายที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทางจริยธรรมในด้านต่างๆของเด็กนักเรียน

หากเรานำเอากิจกรรมในค่ายจริยธรรมทั้ง 2 แบบมาวางเปรียบเทียบกันแล้วใช้เกณฑ์เรื่องการสื่อสารแบบทางเดียว/ไม่มีส่วนร่วม v.s. การสื่อสารแบบสองทาง/มีส่วนร่วม ก็จะเห็นภาพดังนี้

ค่ายจริยธรรมแบบพุทธศาสนา	ค่ายจริยธรรมตามทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบกลุ่ม
1. พระสงฆ์บรรยาย นักเรียนรับฟัง	1. เข้ากลุ่มย่อย เล่นเกมพัฒนาจริยธรรมด้านต่างๆที่ต้องการฝึก (ความรับผิดชอบ ความมีวินัย/ความซื่อสัตย์ ฯลฯ)
2. พระสงฆ์นำฝึกสมาธิ	2. กิจกรรมนันทนาการ
3. พระสงฆ์ฝึกเดินจงกรม	3. เข้าสู่กลุ่มย่อยทำกิจกรรมและสนทนาซักถาม
4. ร่วมประเมินผลประจำวัน (พระสงฆ์-นักเรียน)	4. กิจวัตรประจำวัน
5. กิจวัตรประจำวัน	

ผลการวิจัยพบว่า แม้ว่าโดยภาพรวม ภายหลังจากเข้าค่ายแล้ว เด็กนักเรียนที่เข้าค่ายจริยธรรมทั้งสองกลุ่มจะมีระดับการเปลี่ยนแปลงจริยธรรมในทุกด้าน (นักวิจัยเก็บข้อมูลทั้งจากการทำแบบทดสอบและการสังเกตพฤติกรรมภายในค่าย) และมีระดับจริยธรรมสูงกว่าก่อนเข้าค่ายอย่างชัดเจน ซึ่งหมายความว่า สื่อกิจกรรมค่ายไม่ว่าจะเป็นแบบใดสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงทางจริยธรรมด้านต่างๆให้แก่เด็กได้อย่างจริงจัง รวมทั้งผลของการเปลี่ยนแปลงนี้ก็ยังมีความคงทนถาวรในระดับหนึ่ง เนื่องจากเมื่อเวลาผ่านไป 3 เดือน เมื่อมีการทดสอบซ้ำ ผลของคะแนนจริยธรรมก็ไม่ได้ลดลงไป

อย่างไรก็ตาม เมื่อทำการเปรียบเทียบระดับคะแนนระหว่างเด็กนักเรียนในทั้งสองค่าย ก็ได้พบว่า เด็กนักเรียนจากค่ายจริยธรรมตามแบบทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบกลุ่มจะมีระดับคะแนนจริยธรรมสูงกว่าเด็กจากค่ายจริยธรรมแนวพุทธศาสนาในทุกๆด้าน ซึ่งผู้วิจัยได้อภิปรายว่า น่าจะเป็นเพราะลักษณะกิจกรรมในค่ายจริยธรรมตามทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบกลุ่มนั้นมีการจัดกิจกรรมให้เด็กได้ระบายความรู้สึก ได้แสดงความคิดเห็น ได้ซักถามโต้ตอบมากกว่า ซึ่งหากวิเคราะห์ด้วยแนวคิดด้านนิเทศศาสตร์แล้ว ก็จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า รูปแบบการสื่อสารในกิจกรรมของค่ายจริยธรรมแบบพุทธศาสนาเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว และไม่มีส่วนร่วมเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ค่ายจริยธรรมแบบทฤษฎีการให้คำปรึกษาเป็นกลุ่ม มีกิจกรรมที่มีรูปแบบการสื่อสารแบบสองทางและมีส่วนร่วมแทบทุกกิจกรรม ซึ่งเป็นข้อพิสูจน์ว่า การใช้การสื่อสารแบบสองทางและมีส่วนร่วมจะช่วยให้ประสิทธิผลของการทำกิจกรรมค่ายบรรลุเป้าหมายได้ดีกว่าการใช้การสื่อสารแบบทางเดียวและไม่มีส่วนร่วม

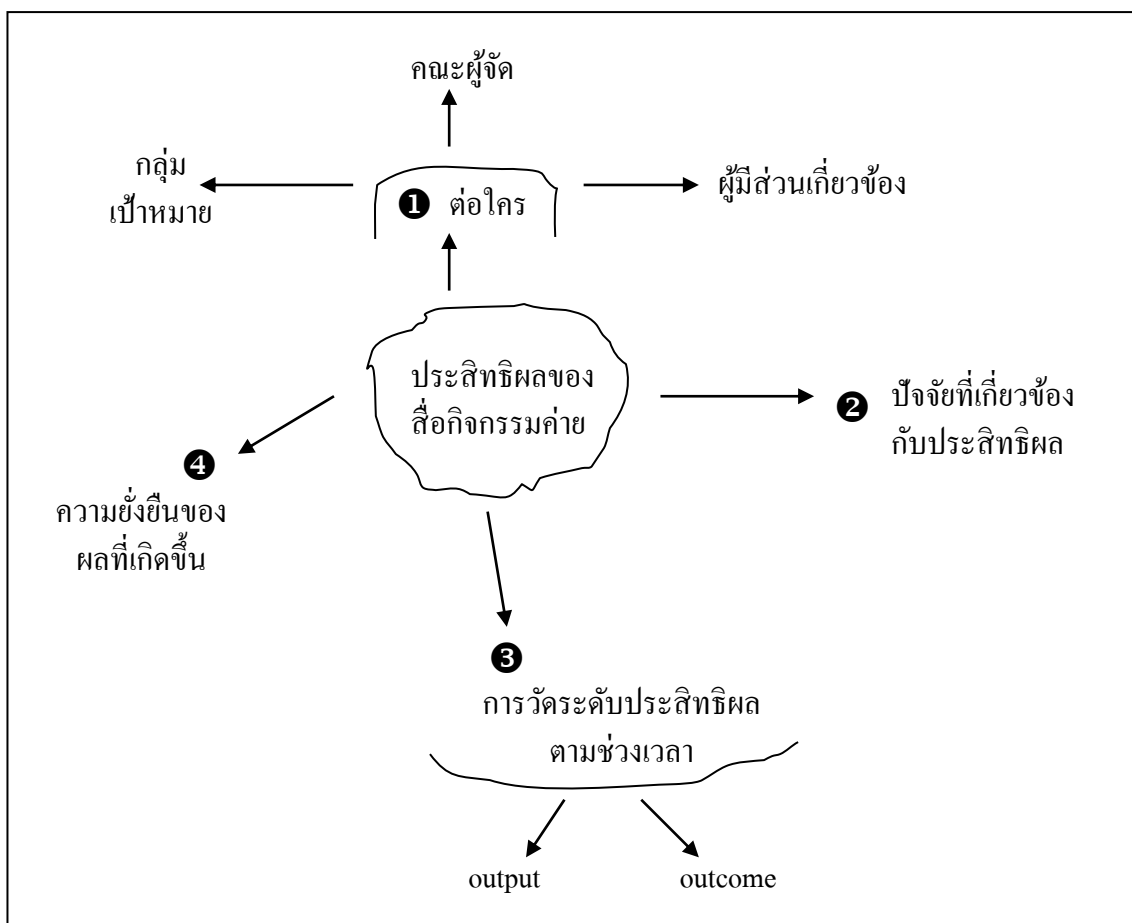
จากประสบการณ์ของโครงการC4H ได้เรียนรู้ว่า การมีส่วนร่วมของสมาชิกค่ายนั้น สามารถจะดำเนินการได้ทุกระดับและในทุกๆขั้นตอน แม้แต่ขั้นตอนของการประเมินผล เช่น

ในค่ายสื่อพื้นบ้านของ สพส.แม้ว่าในครั้งแรกๆ จะยังใช้การประเมินผลจากฝ่ายผู้จัดฝ่ายเดียว แต่ในครั้งหลังๆ จะเป็นการประเมินผลการทำงานอย่างมีส่วนร่วม คือให้เด็กและเยาวชนของทุกชมรมมานั่งประชุมร่วมกันคิดและประเมินผลร่วมกัน(อภิสิทธิ์,2551 หน้า 151)

8. ประสิทธิภาพของสื่อกิจกรรมค่าย

ในแบบจำลองการสื่อสารนั้น ในส่วนที่เกี่ยวกับผู้รับสารนั้น เราจะเห็นตัวแปรข้างเคียงอีกตัวหนึ่งคือ “ผลที่เกิดจากการสื่อสาร” (Effect) ซึ่งเป็นเป้าหมายที่ผู้ส่งสารได้ตั้งใจเอาไว้ว่าจะให้เกิดอะไรขึ้นกับผู้รับสารบ้าง เช่น สื่อสารเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ เพื่อเปลี่ยนทัศนคติ เพื่อเปลี่ยนการกระทำ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน ฯลฯ ในฐานะที่ “ค่าย” ก็เป็นสื่อกิจกรรมประเภทหนึ่ง ดังนั้น จึงมีงานวิจัยจำนวนมากที่ทำการวัด “ผลที่เกิดขึ้นหรือประสิทธิผลของสื่อกิจกรรมค่าย”

ในที่นี้ จะจำแนกประเภทของผลที่เกิดขึ้นจากสื่อกิจกรรมค่ายให้เป็นหมวดหมู่ ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 14: ประสิทธิภาพของสื่อกิจกรรมค่าย

(8.1) ประสิทธิภาพ/คุณประโยชน์ของค่ายที่เกิดขึ้นต่อกลุ่มคน สำหรับกลุ่มคนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับค่ายนั้น สามารถจะแยกแยะได้เป็น 3 กลุ่มตามแนวคิดที่ได้กล่าวมาในข้างต้น คือ

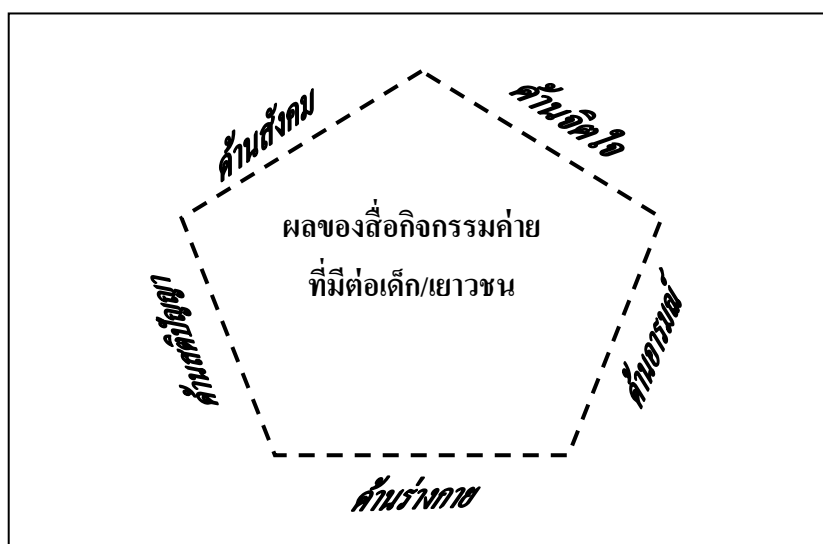
8.1.1 กลุ่มเด็ก/เยาวชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

8.1.2 กลุ่มทีมงาน/คณะผู้จัด

8.1.3 กลุ่มบุคคลอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (stakeholder) เช่น ผู้ปกครอง ครู พระ อบต./ อบท.เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐท้องถิ่น ฯลฯ

(8.1.1) ผลที่เกิดต่อกลุ่มเด็ก/เยาวชน-กลุ่มเป้าหมาย มีงานวิจัยจำนวนมากมาที่ศึกษาในเรื่องนี้ และมักได้ข้อสรุปว่าสื่อกิจกรรมค่ายสามารถจะให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นต่อตัวเด็กในหลายๆด้าน

(ก) การวัดผลตามมิติของนันทนาการศึกษา ตามหลักการสาขาวิชาด้านนันทนาการ มักจะแบ่งมิติผลที่เกิดขึ้นต่อเด็กใน 5 ด้าน ดังนี้ (ดูรายละเอียดใน วิพงษ์ชัย, 2549)



ภาพที่ 15: มิติทั้ง 5 ของผลของสื่อกิจกรรมค่าย

(i) ด้านร่างกาย ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า กิจกรรมส่วนใหญ่ในค่ายนั้นจะประกอบด้วย การเคลื่อนไหวร่างกายทุกส่วน และสมาชิกค่ายจะได้รับความสนุกสนานมาจากการเคลื่อนไหวร่างกายนี้เอง นอกจากนี้ ในค่ายยังมีการจัดตารางเวลาตามหลักสุขนิสัยประจำวัน เช่น การรับประทานอาหารที่ตรงต่อเวลา การตื่นนอนและการเข้านอนตรงต่อเวลา ซึ่งเป็นการส่งเสริมสุขนิสัยที่ดีและช่วยให้มีร่างกายที่แข็งแรง

ดังนั้น จึงมีรายงานการวิจัยจำนวนมากที่พิสูจน์ได้ว่า ค่ายพักแรมสามารถพัฒนาด้านร่างกายได้ เช่น Coren (1971, อ้างในวิพงษ์ชัย, 2549) พบว่า หลังจากเข้าค่ายของเด็กหญิงชายอายุ 9-12 ปี ในค่ายรัฐเพนซิลวาเนีย เด็กมีร่างกายที่สมบูรณ์มากขึ้น นอกจากนี้ Rohrbacher (1971, อ้างในวิพงษ์ชัย, 2549) ยังพบว่า เด็กที่มีน้ำหนักมากเกินไป หลังจากเข้าค่ายพักแรมแล้ว จะมีน้ำหนักตัวลดลง

(ii) **ด้านอารมณ์** เนื่องจากเป็นหลักการว่า การจัดบรรยากาศในค่ายนั้นจะต้องประกอบไปด้วยความเป็นกันเอง ความรัก ความอบอุ่น ความห่วงใย การให้อภัย มิตรไมตรี ความสนุกสนานเพลิดเพลิน แม้จะจัดให้มีการแข่งขันกัน แต่จะเป็นการแข่งขันเพื่อสร้างมิตรภาพ ท่ามกลางบรรยากาศที่ส่งเสริมความสามัคคี (ในหลักการสื่อสารคือตัวช่องทางการสื่อสาร - channel) ดังนั้น สื่อกิจกรรมค่ายจึงสามารถช่วยพัฒนาอารมณ์ความรู้สึกด้านต่างๆของเด็ก/เยาวชนได้เป็นอย่างดี ดังเช่นงานวิจัยของกุฟ้า เสวกพันธ์ (2543, อ้างใน วิพงษ์ชัย, 2549) พบว่า นิสิตมหาวิทยาลัยที่เข้าโปรแกรมค่ายพักแรมจะมีคะแนนเฉลี่ยของเขาว์อารมณ์ดีกว่าก่อนเข้าค่ายในหลายๆด้าน เช่น ด้านการควบคุมตนเอง ด้านการรู้จักเห็นใจผู้อื่น ด้านความรับผิดชอบ ด้านการมีแรงจูงใจในการมีชีวิตและทำงาน ด้านการตัดสินใจและแก้ปัญหา ด้านสัมพันธภาพกับผู้อื่น ด้านความภูมิใจในตนเอง และด้านการพอใจในชีวิต

(iii) **ด้านจิตใจ** มีกิจกรรมย่อยหลายประเภทของสื่อกิจกรรมค่ายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาจิตใจ เช่น การสวดมนต์ไหว้พระ การทำสมาธิ ฯลฯ และหากยังเป็นค่ายคุณธรรมและจริยธรรมแล้ว ก็จะมีกิจกรรมย่อยที่เกี่ยวข้องมากขึ้น วิพงษ์ชัย (2549) ศึกษาพบว่า ในการจัดค่ายพักแรมด้านคุณธรรมและจริยธรรม สมาชิกที่เป็นเด็ก/เยาวชน 125 คน ที่เข้าค่ายมีการพัฒนาการในด้านจิตใจที่อยู่ในระดับดีมากวก่อนเข้าค่ายในหลายๆด้าน เช่น ทำให้ตัดสินใจที่จะดำเนินชีวิตไปในทางที่ดี เปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อการดำเนินชีวิต ตัดสินใจเปลี่ยนพฤติกรรม อยากทำดีเพื่อผู้อื่น/เพื่อสังคมมากขึ้น มีกำลังใจในการทำดีมากขึ้น เป็นต้น

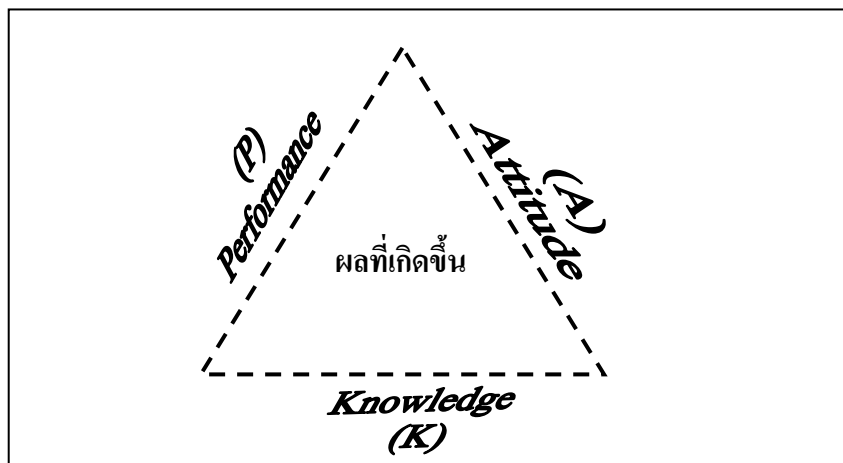
(iv) **ด้านสังคม** ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า คุณลักษณะสำคัญของสื่อกิจกรรมค่ายก็คือ มิใช่การออกไปปลีกวิเวกในธรรมชาติ หากแต่เป็นกิจกรรมการใช้ชีวิตรวมหมู่ การทำกิจกรรมเพื่อบรรลุเป้าหมายอย่างรวมหมู่ (collective activity) กิจกรรมเหล่านี้จึงส่งผลต่อการพัฒนา “ทักษะทางสังคม” (social skill) ของสมาชิกค่ายอย่างแน่นอน (แม้ว่าในท่ามกลางกระบวนการดังกล่าว อาจจะมีการตีความเกิดขึ้นบ้าง) ดังเช่น งานวิจัยของ Rosen (1974, อ้างในวิพงษ์ชัย, 2549) ศึกษาการจัดค่ายพักแรมที่นำเอาเด็กวัยรุ่นที่มีปัญหาและเด็กวัยรุ่นปกติมาอยู่ร่วมกันเป็นเวลา 8 สัปดาห์ และพบว่า เด็กทั้งสองกลุ่มมีความสามารถทางสังคมเพิ่มขึ้น เป็นต้น

(v) **ด้านสติปัญญา** ในกิจกรรมย่อยหลายประเภทของสื่อค่ายจะมีเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนาสติปัญญาโดยตรง เช่น การบรรยาย การอบรม การสัมมนาเชิงปฏิบัติ (workshop) การมอบหมายให้ทำงานแก้ปัญหาพร้อมกันเป็นกลุ่ม ฯลฯ กิจกรรมเหล่านี้จึงมีส่วนในการพัฒนาความสามารถทางปัญญาของเด็กโดยตรง ดังตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ สุชิน เล้าอรุณ (2532, อ้างในวิพงษ์ชัย, 2549) พบว่า เด็กนักเรียนชั้นมัธยมปีที่ 2 ที่เข้าค่ายวิทยาศาสตร์มีความสามารถในการใช้กระบวนการทางวิทยาศาสตร์สูงกว่าเด็กที่ไม่ได้เข้าค่าย เป็นต้น

(ข) การวัดผลตามมิติของสื่อการศึกษา

ในขณะที่สาขาวิชาด้านนันทนาการจะมีเกณฑ์วัดการเปลี่ยนแปลงของเด็ก/เยาวชน

ใน 5 ด้านที่กล่าวมานี้ ในสาขานิเทศศาสตร์ก็มักจะมีวิธีการวัดประสิทธิผลของการสื่อสารใน 3 มิติ คือ ด้านความรู้/ความเข้าใจ (Knowledge) ด้านทัศนคติ/ความรู้สึก (Attitude) และการกระทำ/พฤติกรรม (Performance) ซึ่งสามารถจะนำมาใช้ศึกษาผลที่เกิดขึ้นจากทำงานของสื่อกิจกรรมค่ายได้เช่นกัน



ภาพที่ 16: ผลที่เกิดตามมิติของการสื่อสาร

ตัวอย่างเช่น เมื่อค่ายของโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุขจัดกิจกรรมต่างๆในค่ายให้เด็ก/เยาวชน ซึ่งเป็นลูกหลานของศิลปินพื้นบ้านหรือมีภูมิลำเนาอยู่ในชนบท การวัดผลจากกิจกรรมย่อยต่างๆอาจจะแยกได้ ดังนี้

(i) **ด้านความรู้ความเข้าใจ (Knowledge)** เด็กๆจะได้ความรู้เรื่องสื่อมีหลากหลายประเภท คุณลักษณะของสื่อพื้นบ้าน คุณประโยชน์และบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน คุณค่าและความหมายของสื่อพื้นบ้าน แนวทางการสืบทอดสื่อพื้นบ้าน เป็นต้น

(ii) **ด้านทัศนคติ (Attitude)** เด็ก/เยาวชนจะเปลี่ยนทัศนคติจากที่เคยมองว่าสื่อพื้นบ้านเป็นเรื่องของความเชย ล้าสมัย งามาย เป็นเรื่องของคนเฒ่าคนแก่ ฯลฯ มามองเห็นคุณค่าและคุณประโยชน์ รวมทั้งบังเกิดความชื่นชมและซาบซึ้งในคุณค่า (Appreciation) ในสื่อพื้นบ้านที่เป็นอัตลักษณ์ของตน

(iii) **ด้านการลงมือปฏิบัติ (Performance)** เด็ก/เยาวชนจะได้มีโอกาสลงมือปฏิบัติการต่างๆเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้าน เช่น หัดแทงหยวกจำหลักลาย หัดร้อยลูกปัดโนรา หัดตีกลองสะบัดไชย เป็นต้น

หรือในกรณีของค่ายผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการรักษาป่าชุมชนของโครงการสื่อสารสร้างสรรค์ก็สามารถก่อให้เกิดผลดังที่สะท้อนออกมาจากข้อเขียนของกลุ่มเยาวชนที่เข้าร่วมค่ายของโครงการฯในครั้งที่จัดขึ้นในพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี(กรกฎาคม 2549) ดังนี้

“ ก่อนมาค่าย มีความรู้สึกกับป่าแบบเฉยๆ ไม่ลึกซึ้ง ไม่

ประทับใจ แต่หลังจากได้ไปลงพื้นที่ พบปะชาวบ้าน มีการทำงาน
ร่วมกัน.....ทำให้เกิดความรู้สึกอยากปกป้องผืนป่าให้คงอยู่ตลอดไป
โดยการนำความรู้ไปถ่ายทอดให้กับชุมชนอื่นได้รับทราบ และอยาก
ให้ทุกหมู่บ้านมีป่าชุมชน เพื่อที่คนในชุมชนจะรักและหวงแหนป่า
ชุมชนของตน และเป็นนักรักษ์ที่ดี และถ้าชุมชนทั่วประเทศมี
จิตสำนึกที่ดีเกี่ยวกับป่าก็จะทำให้ ป่าไม้ในประเทศไทยอุดมสมบูรณ์
และมีไว้ให้ลูกหลานได้ใช้ประโยชน์ในภายภาคหน้า”

(วินา ดาบเงิน, เครือข่ายเพื่อนห้วยขาแข้ง
อ้างในอภิธานท์, 2551 หน้า 172)

(8.1.2) ผลที่เกิดต่อทีม/คณะผู้จัดค่าย นอกจากสื่อกิจกรรมค่ายจะมีผลต่อ “ผู้รับสาร” คือ
เด็ก/เยาวชนกลุ่มเป้าหมายแล้ว ในกรณีที่ “ผู้ส่งสาร” คือผู้จัดค่ายได้ดำเนินงานค่ายอย่างต่อเนื่อง
ผลที่เกิดขึ้นก็จะเป็นการเรียนรู้ของผู้ส่งสารคือคณะผู้จัดงานค่ายได้อีกด้วย อย่างไรก็ตาม ผลต่อ
คณะผู้จัดนี้ก็จะเกิดขึ้นได้ก็ต้องมีเงื่อนไข/กลไก/กระบวนการ คือ การติดตามประเมินผล การสรุป
บทเรียน การถอดบทเรียน และการนำบทเรียนนั้นไปใช้แก้ตัวในงานครั้งต่อไป

ดังตัวอย่างจากประสบการณ์ของโครงการสื่อสร้างสรรค์ฯ ในช่วงปี พ.ศ. 2547
ทางโครงการฯยังวางเป้าหมายการจัดค่าย “รู้ทันตนเอง รู้เก่งใช้สื่อ” อยู่ในระดับ “ปัจเจก” เท่านั้น คือ
มุ่งติดตั้งอาวุธทางความคิดให้เด็กแต่ละคนสามารถวิเคราะห์สื่อที่ตนเองเปิดรับได้ แต่ในปี พ.ศ.
2549 ทางโครงการฯได้เรียนรู้ว่า “แนวคิดสร้างนำซ่อมทางสุขภาพ” นั้น จะทำเพียงระดับปัจเจก
ไม่ได้ แต่จะต้องสร้าง “สิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีสุขภาพที่ดี” ด้วย ดังนั้น การออกแบบเนื้อหา/
กิจกรรมของค่ายจึงต้องมุ่งที่จะพัฒนาให้เด็กและเยาวชนสามารถวิเคราะห์และนำเสนอข้อดีของสื่อไป
ใช้ในการสร้างเสริมสุขภาพชุมชนให้ได้ด้วย อันเป็นการยกระดับการพัฒนาเด็กและเยาวชนให้
ขึ้นมาเป็นแกนนำนักสื่อสารสุขภาพในการสร้างเสริมสุขภาพชุมชน ซึ่งถือเป็นการยกระดับการ
พัฒนาจากระดับปัจเจกไปสู่ระดับชุมชน (อภิธานท์, 2551 หน้า 109)

(8.1.3) ผลที่เกิดต่อกลุ่มบุคคลอื่นๆที่เกี่ยวข้อง นอกเหนือผลที่เกิดต่อบุคคล 2 กลุ่มที่ได้
กล่าวมาแล้ว เนื่องจากในการดำเนินสื่อกิจกรรมค่ายนั้น ยังมีกลุ่มบุคคลประเภทที่ 3 ที่มีส่วน
เกี่ยวข้องในการให้ความร่วมมือ/สนับสนุน ดังนั้น จึงอาจจะมีผลบางประการเกิดขึ้นต่อบุคคลกลุ่มที่
สามนี้ เช่น ผู้ปกครองมีความเข้าใจลูกหลานมากขึ้น ครัวมีความเข้าใจในประโยชน์ของสื่อค่าย อบรม
เห็นความสำคัญของกิจกรรมค่าย ฯลฯ

ตัวอย่างของกรณีการเรียนรู้ของกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง ก็เช่น อ.สมศรี ชอบกิจ
อาจารย์โรงเรียนควนโดนวิทยา จ.สตูล อาจารย์ผู้ดูแลกลุ่มเด็กชุมชนมื่อพื้นบ้านการแสดงคาระ
ของโรงเรียนที่เคยพาเด็กมาร่วมกิจกรรมค่ายของโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข อ.สมศรีอธิบายถึง

ผลที่เกิดขึ้นกับตัวเองว่า

“จากเดิมที่ไม่เคยสนใจกิจกรรมเลยเนื่องจากโดยพื้นฐานเป็นครุฑกรรม ก็จะไม่ค่อยรู้เรื่องการจัดค่ายและเห็นประโยชน์ของการจัดค่าย แต่เมื่อได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมค่ายกับทางโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุขแล้ว ก็เห็นว่าค่ายนั้นมีประโยชน์อย่างมากและสอดคล้องกับความต้องการของเด็กๆ ดังนั้นหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมจึงนำเอารูปแบบและกระบวนการค่ายของ สพส. มาลองจัดกับเด็กในพื้นที่ โดยมีการขอทุนสนับสนุนจากคนในชุมชน” (อภิรักษ์, 2551 หน้า 181)

และเช่นเดียวกับกลุ่มคณะผู้จัด การที่จะทราบผลที่เกิดขึ้นกับกลุ่มบุคคลอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ก็ต้องมีการติดตามผลจากคนกลุ่มนี้ รวมทั้งในขั้นตอนดำเนินงาน ก็ต้องคำนึงถึงการวางแผนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งที่ได้กล่าวแล้ว จึงจะเกิดผลตามที่มุ่งหวังไว้

(8.2) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลของสื่อกิจกรรมค่าย มีงานศึกษาวิจัยอยู่กลุ่มหนึ่งที่พยายามวิเคราะห์ว่า ประสิทธิภาพของกิจกรรมค่ายนั้นจะมีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับตัวแปร/ปัจจัยอะไรบ้าง ในที่นี้อาจสรุปได้คร่าวๆก่อนว่า ปัจจัยดังกล่าวนั้น อาจจะมาจากฟากฝั่งของ **ตัวกลุ่มเป้าหมาย** เช่น เด็ก/เยาวชนจะทำให้ภารกิจของสื่อกิจกรรมค่ายนั้นทำงานได้ยากหรือง่าย ดังตัวอย่างในการจัดค่ายสื่อวิทยุชุมชนของโครงการสื่อสร้างสรรค์ฯ ทางโครงการฯ ได้สรุปความสำเร็จของการจัดค่ายว่า ปัจจัยที่ทำให้ค่ายนี้ประสบความสำเร็จเกี่ยวข้องกับการคัดเลือกสมาชิกค่ายคือการได้ตัวเด็กที่มีความสนใจและมีประสบการณ์ต่อประเด็นสื่ออยู่แล้ว ทั้งนี้เพราะกลุ่มเด็กที่เข้าร่วมกิจกรรมเป็นกลุ่มที่ทำงานด้านวิทยุชุมชนอยู่แล้ว จึงมีความสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมค่ายของโครงการฯ (อภิรักษ์, 2551 หน้า 193)

ส่วนในอีกด้านหนึ่งก็คือ **ความพร้อมและความสามารถของคณะผู้จัดค่ายเอง** ดังตัวอย่างงานวิจัยที่จะได้นำมากล่าวถึง

นรินทร์ แจ่มจำรัส (2527) ศึกษาผลของการเข้าร่วมกิจกรรมค่ายพักแรมที่มีต่อมโนภาพเกี่ยวกับตน (self concept) ของเด็กจากชุมชนแออัด ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า การตั้งเป้าหมายของสื่อกิจกรรมค่ายนั้นสามารถทำได้อย่างกว้างขวางนับตั้งแต่การ **ป้องกันปัญหา** (preventive) การ **ส่งเสริม** (promotional) และที่ยากที่สุดน่าจะเป็นการ **แก้ไขปัญหา** (Curative) ซึ่งระดับความยากง่ายของ **ปัญหา/ภารกิจ** ดังกล่าวจะเป็นตัวแปรตัวหนึ่งที่กำหนดความสำเร็จของสื่อกิจกรรมค่ายดังเช่นในกรณีของงานวิจัยชิ้นนี้ เด็กๆจากชุมชนแออัดย่อมถูกสร้างมโนภาพเกี่ยวกับตนเองไปในทางลบอยู่แล้ว เช่น เด็กสลัมเป็นเด็กสกปรก บ้านอยู่ในน้ำครำ ขี้ขโมย ดิฉลาดี ดิฉลาดี มั่วเพศ ฯลฯ ดังนั้นภารกิจของสื่อกิจกรรมค่ายครั้งนี้จึงถือว่าเป็น “งานซ่อมแซมแก้ไขเยียวยา” ทักษะที่มีต่อตนเองของเด็กๆ ซึ่งเป็นงานที่ยากพอสมควร

ผู้วิจัยได้พบว่า ความสำเร็จของสื่อกิจกรรมค่ายที่จัดนั้นเกิดมาจากตัวแปร 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มแรก เป็นตัวแปรที่เกี่ยวกับตัวเด็ก/เยาวชนที่มาเข้าค่าย เช่น ภูมิหลังของครอบครัว (วัดจากการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตยจากพ่อ) ความเป็นผู้นำของเด็ก แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่จะกระทำการให้สำเร็จลุล่วง ความสามารถในการปรับตัว ทักษะติดต่อค่ายพักแรม และมโนภาพที่เด็กมีต่อตัวเอง

กลุ่มที่สอง เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับคณะผู้จัดค่าย อันได้แก่ ความสามารถที่จะค้นคิด/ออกแบบกิจกรรมต่างๆให้ออกมาอย่างเหมาะสม ซึ่งกิจกรรมที่ค่ายดังกล่าวได้จัดนั้นมี 15 กิจกรรม ซึ่งนักวิจัยได้แยกออกมาเป็น 3 กลุ่มกิจกรรม จำแนกโดยใช้เกณฑ์เรื่อง “ขนาด” และ “เป้าหมายของกิจกรรม” คือ

- กิจกรรมที่มีขนาดกลาง (Unit program) มีสมาชิกเข้าร่วมประมาณ 10-20 คน เนื้อหาจะเป็นด้านการรู้จักและใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ จึงเรียกว่า “กลุ่มกลางดำรงชีพตามธรรมชาติ” เช่น กรรเชียงเรือ คูดาว เป็นต้น

- กิจกรรมที่มีขนาดเล็ก (Cabin program) มีสมาชิกเข้าร่วมน้อยกว่า 10 คน เนื้อหา กิจกรรมจะเป็นการแสดงความสามารถส่วนบุคคลเป็นส่วนใหญ่ และมีแนวโน้มของการเพิ่มทักษะด้านการผจญภัย จึงเรียกว่า “กลุ่มเล็กผจญภัย” เช่น กิจกรรมรอก-โรยตัว ยิงธนู เป็นต้น

- กิจกรรมขนาดใหญ่ (All Camp program) มีสมาชิกเข้าร่วมทั้งค่าย เนื้อหาเป็นไปด้านการแสดงออกทางกรีกิฬา เพลง การแสดงละครย่อย ผสมผสานกัน จึงเรียกว่า “กลุ่มใหญ่สัมพันธ์”

ผลจากการวิจัยครั้งนี้พบว่า แม้ว่าโดยภาพรวม เด็กที่ได้เข้าร่วมสื่อกิจกรรมค่ายจะมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงมโนภาพเกี่ยวกับตนเองไปในทางบวกมากกว่าเด็กที่ไม่ไปค่าย แต่ทว่าความแตกต่างระหว่างเด็กทั้งสองกลุ่มก็ยังไม่มากพอที่จะสรุปได้ในทางสถิติ ซึ่งหมายความว่า สำหรับภารกิจที่ค่อนข้างยากเช่นการเปลี่ยนแปลงทักษะเกี่ยวกับตนเองซึ่งค่อยๆถูกสั่งสมปลูกฝังมาเป็นเวลาช้านานหลายปี การมาใช้สื่อกิจกรรมค่ายที่มีระยะเวลาสั้นๆเพียง 7 วันเท่านั้น คงจะยังไม่สามารถสร้างอิทธิพลให้เปลี่ยนแปลงไปได้ในชั่วพริบตา (มีงานวิจัยในต่างประเทศที่ใช้เวลาให้เด็กเข้าค่ายถึง 6-8 สัปดาห์ แต่ก็ยังพบผลที่เป็นเพียงแนวโน้มเท่านั้น)

แต่ทว่าเมื่อเจาะลงศึกษารายละเอียดเฉพาะด้านของมโนภาพ ผลการวิจัยก็พบว่า การเปลี่ยนแปลงที่มีผลอย่างแตกต่างในเชิงสถิติก็คือ มโนภาพเกี่ยวกับตนเองในเรื่องการปรับตัวทางอารมณ์ ซึ่งเด็กที่มาค่ายจะคิดว่าตนเองมีการปรับตัวทางอารมณ์ดีขึ้น

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ให้ข้อคิดว่า ในการตั้งเป้าหมายที่จะทำภารกิจที่ยากนั้น คณะผู้รับผิดชอบอาจจะหันกลับมาทบทวนการออกแบบกิจกรรม (activity design) ให้มีความคมชัด เข้าเป้าได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการจัดบรรยากาศต่างๆที่ช่วยเสริมการดำเนินการกิจด้วย

ส่วนในประสบการณ์ของโครงการสื่อสร้างสรรค์ฯซึ่งได้ตั้งเป้าหมายการจัดค่ายรู้เท่าทันสื่อไว้ว่า ต้องการจะเปลี่ยนกรอบแนวคิดของเด็กที่เคยมีต่อสื่อ เริ่มจากกรอบแนวคิดที่เชื่อทุกอย่าง

และทำตามสิ่งที่สื่อบอก มาเป็นการรู้จักพิจารณาไตร่ตรองวิเคราะห์ให้มากขึ้น ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดค่ายดังกล่าวนี้ ได้เป็นไปตามตัวอย่างคำกล่าวของสมาชิกค่ายจำนวนหนึ่งดังนี้

“ของผมนแต่ก่อนดูโฆษณา ก็ดูผ่านๆ แต่ตอนนี้ดูแล้ว ได้คิดบ้างแล้วว่าอะ โฆษณาที่ออกมามันมีเจตนาแอบแฝงอะไรรีปาว คือ ได้คิดมากขึ้น เกิดคำถาม แบบสร้างภูมิคุ้มกันให้ตัวเองได้ด้วย คิดเป็นมากขึ้น”

(นักเรียนชั้น ม.6 โรงเรียนอัสสัมชัญสมุทรปราการ

อ้างในอภิธานท์, 2551 หน้า191

“อย่างตอนแรกเห็นโฆษณาอย่างหนึ่ง อยากรู้ จะเอาๆ เมื่อพออบรมเสร็จเนี่ยะ มันเหมือนงูใจมาหลอกเราอย่างนี้ แต่พออบรมก็รู้สึกว่าไม่เอาก็ได้ แต่ถ้าเป็นแต่ก่อนจะเอาอย่างเดียว เช่น อย่างมือถือรุ่นใหม่ออกบ่อยมาก รุ่นใหม่ออกมาอยากได้อีกแล้ว แต่ตอนนี้รุ่นใหม่ออกมาเก็บไว้ก่อนรอไว้ทีเดียวนะ”

(นักเรียนชั้นม. 6 โรงเรียนอัสสัมชัญ สมุทรปราการ

อ้างในอภิธานท์, 2551 หน้า173

“ประมาณว่าเวลาที่เรารู้ โฆษณาในทีวี สิ่งพิมพ์ บางที่เราดูไปเราไม่ได้ตั้งใจคิดว่ามันมีแรงงูใจอะไรที่ทำให้เราซื้อสินค้าหรือบริโภค แต่หลังจากที่เราเข้าอบรมแล้ว มันเหมือนเป็นนิสัยติดตัว ดูปุ๊บสมองคิดตามไปเลยว่า สิ่งนี้ มีแรงงูใจอะไรที่ทำให้เราใช้สินค้าหรือบริการของเขา บางทีก็คิด บางทีก็ไม่คิด เหมือนเป็นนิสัยติดตัวเราไปเลย”

(นักเรียนชั้นม. 6 โรงเรียนอัสสัมชัญ สมุทรปราการ,อ้างในอภิธานท์, 2551หน้า173)

อย่างไรก็ตาม การที่จะสามารถสร้างผลที่เกิดจากการเข้าร่วมสื่อกิจกรรมค่าย ได้ดังที่ยกมากล่าวอ้างนี้ ทางฝ่ายผู้จัดค่ายก็ต้องสังสมบทเรียนและความเชี่ยวชาญในการคัดเลือกและออกแบบเนื้อหาด้าน “รู้ทันตนเอง รู้เก่งใช้สื่อ” มาเป็นเวลายาวนานพอสมควร จึงจะสามารถออกแบบเนื้อหาให้บรรลุเป้าหมายเช่นนี้ได้

งานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งแสดงให้เห็นถึงตัวแปร/ปัจจัยที่เกี่ยวกับด้านความพร้อมและความสามารถของด้านผู้รับผิดชอบค่าย โดยเฉพาะ สนธยา พลรัตน์ (2542) สำนวญความคิดเห็นของเยาวชนต่อการจัดกิจกรรมค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของสถานพัฒนาและส่งเสริมอนุรักษ์สัตว์ป่าห้วยกุ่ม อ.ชัยภูมิ โดยที่สถานีดังกล่าวได้มีประสบการณ์จากการจัดค่ายอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลา 18 ปีแล้ว ขอบเขตของค่ายที่ศึกษานั้นแบ่งเป็น 3 ค่าย คือ ค่ายของระดับนักศึกษามหาวิทยาลัย ค่ายวิทยาศาสตร์ระดับโรงเรียน และค่ายเยาวชนระดับโรงเรียน

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาและนักเรียนในค่ายวิทยาศาสตร์มีความเห็นว่า ผลที่เกิดจากการจัดค่ายนั้นได้ผลเพียงในระดับปานกลางเท่านั้น คงมีเพียงนักเรียนจากค่ายเยาวชนเท่านั้นที่เห็นว่าผลที่ได้รับจากค่ายนั้นอยู่ในระดับมาก

นักวิจัยได้พบปัญหาจากผู้รับผิดชอบที่ทำให้ผลจากการจัดค่ายไม่ได้ผลมากเท่าที่คาดไว้ คือ

(i) ความสามารถด้านการสื่อสารถ่ายทอดของวิทยากร แม้ว่าเจ้าหน้าที่ของสถานที่จะมีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เช่น เรื่องดาราศาสตร์ แต่ทว่ายังไม่สามารถอธิบายให้นักเรียนเข้าใจได้ ทำให้เยาวชนสะท้อนว่า เนื้อหาที่ให้นั้นยากเกินไป เน้นความเป็นวิชาการมากเกินไป

(ii) ปัญหาเรื่องความพร้อมในเรื่องการเตรียมหลักสูตร วัสดุ อุปกรณ์และบุคลากร เช่น อุปกรณ์สำหรับเดินป่าไม่พร้อมและเพียงพอสำหรับสมาชิก ซึ่งอาจต้องแก้ปัญหามาโดยเจ้้งให้นักเรียนแต่ละคนนำมาเอง

(iii) ปัญหาการขาดความร่วมมือจากฝ่ายผู้เข้าร่วมกิจกรรม เช่น ใช้เสียงดังมากเกินไปในธรรมชาติ ทิ้งขยะไม่เป็นที่ หรือจำนวนสมาชิกมีมากเกินไปกว่าความรับผิดชอบของพี่เลี้ยงแต่ละคน เป็นต้น

(8.3) การวัดระดับของประสิทธิผลตามช่วงระยะเวลา ปัจจุบันได้มีแนวคิดใหม่ๆ ในการวัดระดับของประสิทธิผลตามช่วงระยะเวลาและความตั้งใจของผู้จัดกิจกรรม โดยแบ่งผลที่เกิดขึ้นออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

(i) ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นทันที และผู้จัดตั้งใจ (output)

(ii) ผลสืบเนื่องที่ตามมาภายหลังและผู้จัดตั้งใจ (outcome)

(iii) ผลกระทบที่ตามมาในระยะยาวและวงกว้าง และผู้จัดอาจจะไม่ได้ตั้งใจ (Impact)

ในที่นี้จะกล่าวถึงระดับของผลที่เกิดขึ้นในระดับผลลัพธ์ และผลสืบเนื่องของสื่อกิจกรรมค่าย

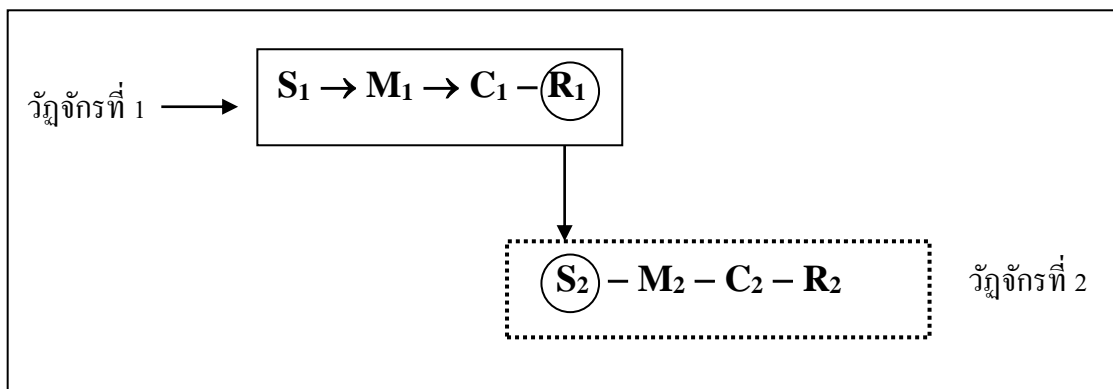
(i) **ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นทันที** ดังได้กล่าวมาแล้วว่า จากผลการวิจัยหลายๆชิ้นได้ให้ข้อสรุปที่ตรงกันว่า สื่อกิจกรรมค่ายนั้นสามารถให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นทันที (output) อย่างค่อนข้างแน่นอน ตัวอย่างเช่น ค่ายสอนการผลิตสื่อประเภทต่างๆให้แก่สมาชิกค่ายของโครงการ “การสื่อสารเพื่อ

สุขภาพ” จะสามารถเห็นได้ภายในระยะเวลาของการจัดค่ายเลยว่า เด็กๆได้เปลี่ยนแปลงทักษะความสามารถทางการผลิตสื่อ จากที่ “ไม่เคยทำได้” มาเป็น “สามารถทำได้” และยังเป็นผลงานรูปธรรมที่จับต้องได้ (tangible) คือสามารถมีผลงานสื่อประเภทต่างๆมาแสดงได้จริงๆ ซึ่งทางผู้รับผิดชอบได้จัดกิจกรรมให้มีการเปิดแสดงผลงานเหล่านั้น (Display) มีการให้ข้อคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์ผลงาน ซึ่งส่งผลย้อนกลับไปสร้างความภาคภูมิใจ การพัฒนาปรับปรุง การเรียนรู้ที่สูงขึ้นอีกด้วยดังตัวอย่างที่ได้กล่าวมาแล้ว

ผลลัพธ์ที่สามารถเกิดขึ้นได้อย่างทันทีนี้ น่าจะเนื่องมาจากคุณลักษณะเฉพาะตัวของสื่อกิจกรรมค่ายเองที่เป็นสื่อที่ต้องมีการวางแผนทุกอย่างล่วงหน้ามาก่อน (planned) ต้องมีการวางแผนเป้าหมายให้ชัดเจน มีการออกแบบกิจกรรม เป็นกิจกรรมที่ดำเนินไปอย่างเข้มข้น (intensive) ภายในระยะเวลาที่แน่นอน (คล้ายๆการสื่อสารณรงค์) และมีชุดของกิจกรรมที่ร้อยเชื่อมกันตามหลักเหตุผล (Series of activities) ซึ่งน่าจะเป็นเหตุผลที่ทำให้สื่อกิจกรรมค่ายเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสำหรับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นอย่างทันที

(ii) ผลสืบเนื่องที่ตามมา (outcome) สำหรับผลสืบเนื่องนี้หมายถึงผลที่เกิดขึ้นตามมาหลังจากที่กิจกรรมค่ายได้จบสิ้นไปแล้ว ปัจจุบันนี้ยังไม่มีการศึกษาวิจัยในเรื่องผลสืบเนื่องที่ตามมามากนัก หากทว่า ผู้เขียนจะขอเสนอแนวคิดว่า การศึกษาผลสืบเนื่องของสื่อกิจกรรมค่ายนั้น อาจจะพิจารณาในแง่ไหนได้บ้าง ดังนี้

- การสร้าง “ผู้นำทางความคิด” (opinion leader) จากแนวคิดด้านนิเทศศาสตร์ ผู้นำทางความคิด คือผู้ที่เคยเป็นผู้รับสารในวัฏจักร/จังหวะแรกของการสื่อสาร แล้วได้พลิกบทบาทกลับมาเป็น “ผู้ส่งสาร” ในวัฏจักร/จังหวะที่ 2 ซึ่งหากอธิบายแบบง่ายๆก็คือ ผู้ที่เคยได้รับฟัง/ได้เห็นได้ยิน หรือได้มีประสบการณ์แล้ว ก็นำเอาเรื่องราวดังกล่าว “มาบอกต่อ”



ภาพที่ 17: 2 จังหวะของการสื่อสาร

ตัวอย่างรูปธรรมก็เช่น การที่ครูได้จัดให้เด็กๆที่ได้มีโอกาสไปเข้าค่ายมาแล้ว กลับมาเล่าประสบการณ์ นำเอาสื่อที่เคยผลิตในค่าย เอรูปภาพจากค่ายมาเล่าให้เพื่อนๆในห้องเรียนฟัง เด็ก

ที่มาเล่านั้นก็กลายเป็น “ผู้นำทางความคิด” ที่ถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจให้กับเพื่อนคนอื่นๆ ซึ่งไม่ได้ไปร่วมกิจกรรมค่ายได้สัมผัสกับเรื่องราวของสื่อกิจกรรมค่าย

หรือตัวอย่างการติดตามความต่อเนื่องของชมรมค่ายสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุขที่พบว่า “จากการจัดกิจกรรมค่ายอย่างต่อเนื่องของชมรมสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข ที่หลังจากแกนนำชมรมเข้าร่วมกิจกรรมค่ายแล้ว ก็ได้นำเอาความรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมค่ายไปขยายผลต่อกับชมรมของตนเองต่อไป” (อ้างใน อภินันท์ 2551 หน้า 186)

- การสืบทอด “คนค่าย/ชาวค่าย/คนรักค่าย” สำหรับค่ายที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะ เช่น “ค่ายสร้างคน” นอกจากผู้ที่เข้าค่ายจะได้ประสบการณ์ต่างๆ ติดตัวจากค่ายออกไปแล้ว สมาชิกค่ายบางคนก็อาจจะยังอยากจะขยับขึ้นมาเป็น “ผู้จัดค่าย” เสียเอง ซึ่งหากกล่าวในภาษาของนิเทศศาสตร์แล้ว ก็คือ การเปลี่ยนแปลงจากสภาพของ “ผู้รับสาร” มาเป็น “ผู้ส่งสาร” ตัวอย่างเช่น กลุ่มเยาวชนในจังหวัดอุทัยธานีที่ผ่านค่ายผลิตสื่อวิถีทัศน์มาแล้ว ได้ริเริ่มจัดกิจกรรมค่ายผลิตสื่อวิถีทัศน์กันเอง โดยให้เยาวชนที่เคยผ่านกิจกรรมค่ายกับทางโครงการสื่อสร้างสรรค์สุขภาพมาเป็นผู้สอนวิธีการตัดต่อกับเด็กคนอื่นที่เข้าร่วมกิจกรรม โดยการจัดเป็นค่ายเล็กๆ ในพื้นที่ ดังคำให้สัมภาษณ์ของสมาชิกค่ายดังต่อไปนี้

“เมื่อกลับมาจากค่าย สสส. แล้วสิ่งที่สานต่อ คือ กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพมากขึ้น ค้นหาสิ่งที่เรามีอยู่ในจังหวัดของเรา มีการจัดค่ายระดมหาสื่อที่เรามีอยู่ในท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ การหาเอกลักษณ์ของจังหวัดเราเอง รวมถึงเรื่องการจัดค่ายตัดต่อสื่อ ที่นำคนที่ไปเข้าค่ายมาถ่ายทอดความรู้สู่เพื่อนๆ ที่ไม่ได้ไปมา เป็นการจัดค่ายเล็กๆ ที่มีเด็กสอนเด็กด้วยกันเอง คอมฯ ก็ไปขอยืมของสำนักงานวัด สุดท้ายที่เราได้คือ มิตรภาพที่ดีขึ้น และสื่อที่เป็นของเราเอง สามารถเผยแพร่สู่ชุมชนและสังคมอื่นได้ และได้นำแนวทางหรือรูปแบบการจัดค่ายบางอย่างมาจากพี่ๆ โครงการ สสส. ด้วย

(พิชชนันท์ รงค์ทอง, เยาวชนอาสาพัฒนาบ้านเกิด จ.อุทัยธานี,

อ้างใน อภินันท์, 2551 หน้า 186)

ในกรณีเช่นนี้ หากมีสื่อกิจกรรมค่ายแบบใหม่ๆ มารองรับเช่น การจัดค่ายฝึกแกนนำ/ผู้นำ (Training of the Trainer - TOT) ก็จะสามารถสืบทอด “คณะผู้จัดค่าย” ได้ต่อไป

- การสร้างกิจกรรมแบบ “พี่ช่วยน้อง” ผลสืบเนื่องแบบที่ 3 นี้ อาจจะมีลักษณะคล้ายๆ ผลสืบเนื่องแบบที่ 2 แต่ทว่าเป็นสเกลที่เล็กกว่า กล่าวคือ ถึงแม้สมาชิกที่เคยผ่านกิจกรรมค่ายมาแล้ว จะยังไม่สามารถยกระดับขึ้นมาเป็น “ผู้จัดค่าย” ได้เอง แต่ก็สามารถจะไปช่วยแสดงบทบาทบางส่วนในค่ายที่จัดใหม่ เช่น ไปเป็นที่เลี้ยงกลุ่ม เป็นผู้นำเกม เป็นวิทยากร ฯลฯ ที่เรียกว่าเป็นผล

สืบเนื่องแบบ “ที่ช่วยน้อง” ผลสืบเนื่องแบบนี้อาจจะเกิดขึ้น “โดยธรรมชาติ” (by nature) หรือคณะผู้รับผิดชอบอาจจะ “วางแผน” ให้เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานเลยก็ได้ (planned) เช่น ในค่ายของ “โครงการการสื่อสารเพื่อสุขภาพ” มักจะวางแผนให้รุ่นพี่จากค่ายเดิมเข้ามาช่วยงานในค่ายใหม่อยู่เสมอ ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของผู้จัดค่ายสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุขดังต่อไปนี้

“กิจกรรมค่ายชมรมลัญจกร ครั้งที่สองที่จัดที่ภาคใต้ เราก็ดึงเด็กที่เคยผ่านค่ายชมรมมาแล้วมาเป็นวิทยากร เพราะเขาเคยผ่านงานมาแล้ว ก็มีความรู้แล้ว เป็นรุ่นพี่ที่โตมาจากชมรมก็จะทำให้เข้าใจตัวชมรมมากขึ้น เราจึงให้คนที่โตมาจากชมรมมาเป็นวิทยากร ก็อย่างอาร์ต (กนก คำอติตสมาชิกชมรมสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข มรภ.เชียงใหม่ และผู้ประสานงานในพื้นที่ภาคเหนือโครงการ สพส. – อภินันท์ ผู้วิจัย) เราก็ให้เขาเป็นวิทยากรในส่วนของเด็ก ส่วนพีดี (วรวิทย์ สิริวัฒนสกุล เจ้าหน้าที่ประสานงานชมรมสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข – อภินันท์ ผู้วิจัย) ก็ให้ไปเป็นวิทยากรในส่วนของครู...”

(ปรารณา จันทรุพันธ์, อดิทธกรรมโครงการสื่อสารสุข, อ้างใน อภินันท์ 2551 หน้า 146)

● ผลสืบเนื่องที่เกี่ยวกับ “กลุ่มบุคคลอื่นๆที่เกี่ยวข้อง” ดังได้กล่าวไปแล้วว่า นอกจากกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นเด็กและเยาวชนแล้ว การจัดกิจกรรมค่ายก็ยังมีกลุ่มเป้าหมายรองที่เป็นกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องซึ่งอาจจะเกิดผลสืบเนื่องจากกลุ่มบุคคลเหล่านี้ในรูปแบบต่างๆ เช่น การจัดสรรงบประมาณให้แก่การจัดค่ายครั้งต่อไป การมาช่วยเป็นวิทยากร การอำนวยความสะดวกด้านพื้นที่หรือแม้แต่การเป็นผู้จัดค่ายเองในครั้งต่อไป ฯลฯ

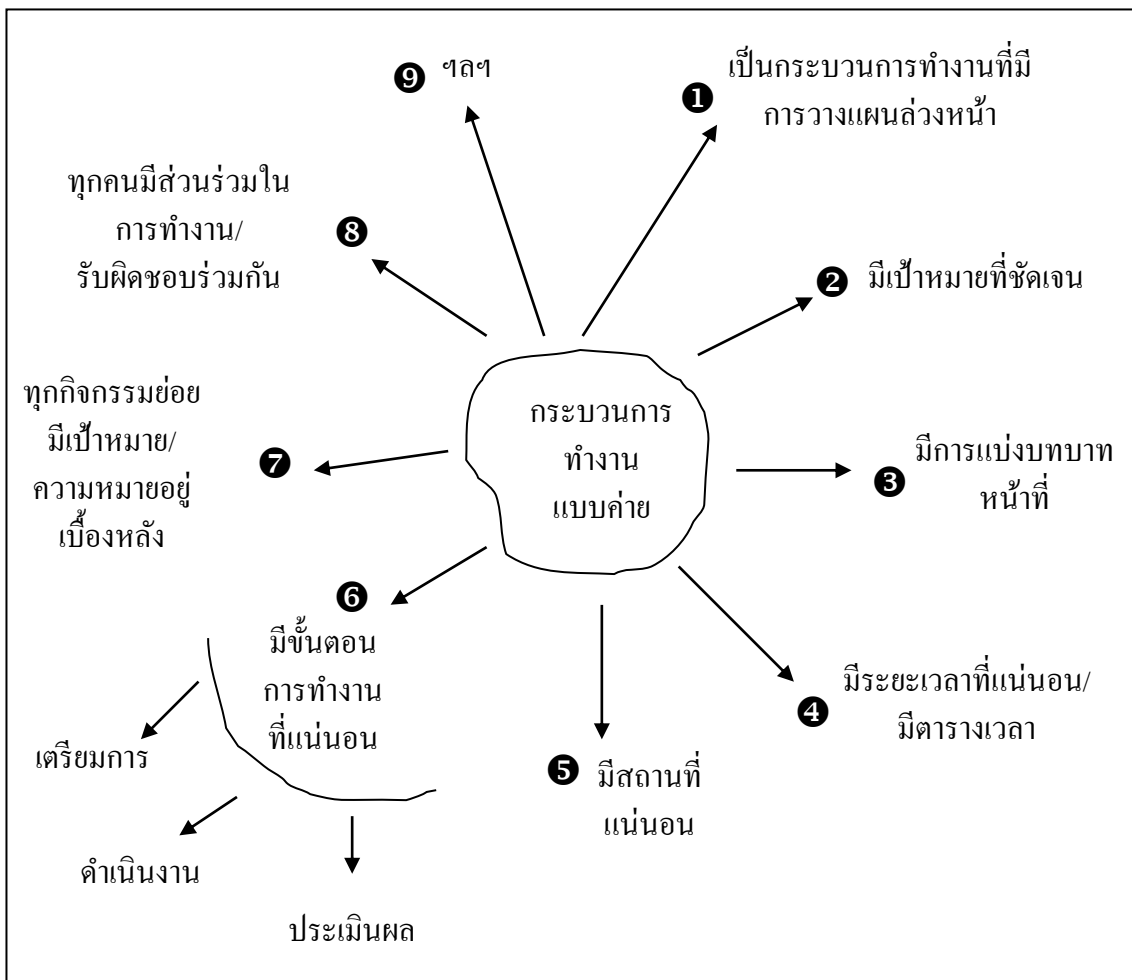
ตัวอย่างเช่นกรณีของอาจารย์เชิรชัย วงศ์เลิศ อาจารย์โรงเรียนบ้าน อีเซ ต.เสียวกิ่งอำเภอศรีสุวรรณ จ. ศรีสะเกษ ซึ่งเคยนำนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมการผลิตสื่อวีดิทัศน์ ร่วมกับทางโครงการสื่อสารสร้างสรรค์สุขภาพมาหลายครั้ง รวมถึงครั้งที่จัดขึ้นในพื้นที่ป่าชุมชนบ้านโนนใหญ่ จ.ศรีสะเกษ ซึ่งเป็นพื้นที่ชุมชนของอาจารย์เชิรชัยเอง อ.เชิรชัยได้เล่าถึงผลสืบเนื่องจากการเข้าร่วมกิจกรรมกับทางโครงการไว้ดังนี้

“หลังจากที่เข้าร่วมกิจกรรมกับทาง สสส. หลายครั้ง รวมถึงตอนที่มาจัดที่อีเซ ครูก็ได้นำเอาความรู้ไปเผยแพร่ต่อให้กับเด็กที่โรงเรียนบ้านเสียว คือ ให้เด็กที่มาเข้าร่วมกิจกรรมไปสอนรุ่นน้อง ให้มีการติดต่อ และนำไปใช้กับโครงการลูกโลกสีเขียวของ ปตท. เพราะหลังจากที่ทาง สสส. ออกไป เราก็ได้รับทุนจากปตท. หรือลูกโลกสีเขียว เด็กได้

มีโอกาสนำความรู้เรื่องสื่อ คือวาทศิลป์เพื่อนำไปใช้กับกิจกรรมการนำเสนอผลงานเกี่ยวกับป้าไอเซ ซึ่งเป็นกิจกรรมของลูกโลกสีเขียวที่จัดขึ้นที่เมืองทองธานี ตอนทำกิจกรรม ครูก็ใช้วิธีเดียวกันที่ทีม สสสส. เคยทำ คือให้เด็กไปถามปราชญ์ชาวบ้าน แล้วนำเอาความรู้มาผลิตเป็นสื่อนำเสนอ แล้วสำหรับครูเองก็เอาความรู้ที่ได้หลังจากที่เข้าร่วมกิจกรรม ทั้งความรู้เรื่องสื่อ และสุขภาพสิ่งแวดล้อม มาสอนเด็กเหมือนกัน เพราะหลังจากที่เข้าร่วมกิจกรรมเราเองก็รู้มากขึ้น ก็สอนได้มากขึ้น มีอะไรใหม่ๆ ("อ้างใน อภินันท์,2551 หน้า187)

● **ผลสืบเนื่องเรื่อง “การติดตั้งกระบวนการทำงานแบบสื่อกิจกรรมค่าย”** อันที่จริงในขณะที่เด็ก/เยาวชนมาร่วมสื่อกิจกรรมค่ายนั้น เราอาจจะมองเห็นสิ่งที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้หลายอย่าง เช่น สถานที่ ตัวบุคคล วัสดุ กิจกรรม ฯลฯ แต่ทว่า สิ่งที่อยู่เบื้องหลังเป็นนามธรรมที่อาจจะมองเห็นจับต้องไม่ได้ คือสิ่งที่เรียกว่า **“กระบวนการทำงานแบบสื่อกิจกรรมค่าย”** ซึ่งเป็นเสมือน software ที่กำกับการทำงานทุกอย่างที่อยู่ในสื่อกิจกรรมค่าย

“กระบวนการทำงานแบบสื่อกิจกรรมค่าย” เป็นชุดกระบวนการทำงานที่มี **คุณลักษณะเฉพาะเจาะจงอย่างหนึ่ง** อันเกิดขึ้นเนื่องมาจากคุณสมบัติของสื่อกิจกรรมที่ได้กล่าวมาข้างต้น คือ



ภาพที่ 18: คุณลักษณะของ “กระบวนการทำงานแบบค่าย”

คุณลักษณะที่ระบุมาข้างต้นเป็นตัวอย่างของ “กระบวนการทำงานแบบสื่อกิจกรรมค่าย” ซึ่งเป็นกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ/มีประสิทธิผลดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ดังนั้นเมื่อเด็ก/เยาวชนได้เข้ามาสัมผัส/มีประสบการณ์ตรงกับงานค่าย ถึงแม้ว่าหลังจากเสร็จสิ้นโครงการไปแล้ว เขาอาจจะไม่สามารถไปทำค่ายใหม่ได้ แต่หากพวกเขาได้ “ติดตั้ง” (install) กระบวนการทำงานแบบสื่อกิจกรรมค่ายออกไป ก็ถือได้ว่า เป็นผลสืบเนื่องที่สำคัญอย่างยิ่งที่สื่อกิจกรรมค่ายสามารถ “ปั้นแต่ง” คนที่มีกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพให้แก่ชุมชนและสังคม ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ของอ.สมศรี ชอบกิจที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว

“จากเดิมที่ไม่เคยสนใจกิจกรรมเลยเนื่องจากโดยพื้นฐานเป็นครู

คหกรรม ก็จะไม่ค่อยรู้เรื่องการจัดค่ายและเห็นประโยชน์ของการจัดค่าย แต่เมื่อได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมค่ายกับทางโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุขแล้ว ก็เห็นว่าค่ายนั้นมีประโยชน์อย่างมากและสอดคล้องกับความต้องการของเด็กๆ ดังนั้นหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมจึงนำารูปแบบและกระบวนการค่ายของ สพส. มาลองจัดกับเด็กในพื้นที่โดยมีการขอทุนสนับสนุนจากคนในชุมชน” (อภิธานท์2551หน้า181)

- คำถามเรื่อง “ผลสืบเนื่อง” จาก “ค่าย” สู่อะไร “ชีวิตจริง” ดังที่ได้กล่าวถึงคุณลักษณะบางประการของสื่อกิจกรรมค่ายว่า มีลักษณะเป็นเสมือน “สื่อพิธีกรรม/สื่อเฉพาะกิจ” ที่แยกตัวออกไปและแตกต่างจาก “ชีวิตจริง/โลกที่เป็นจริง” ในขณะที่ผลอันดีงามต่างๆเกิดขึ้นภายในค่ายภายในช่วงเวลาและสถานที่อันจำกัด ก็มีคำถามว่า แล้วผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นนั้นจะสามารถ “ไหลซึม” (fluidity) จาก “ค่าย” มาสู่อะไร “ชีวิตจริง” ได้หรือไม่ ในที่นี้ เราดูเหมือนจะยังไม่มีคำตอบที่ฟันธงลงไปได้ชัดเจน และยังคงต้องการการศึกษาค้นคว้าต่อไป อย่างไรก็ตาม จากการติดตามประเมินผลของโครงการสื่อสารเพื่อสุขภาพ ก็ได้พบว่า มีผลสืบเนื่องที่ไหลจากกิจกรรมค่ายไปสู่ชีวิตที่เป็นจริงของเด็ก/เยาวชน หลังจากที่จบจากค่ายของโครงการฯ แล้ว เช่น

- เด็กๆที่ได้แนวคิด/ความรู้เรื่อง “การสื่อสารคืออะไร สื่อเป็นอะไรได้บ้าง สื่อมีประโยชน์อย่างไร เด็กๆได้ใช้ความรู้นี้ไปจัดค่ายระดมหาสื่อที่มีอยู่ในท้องถิ่นของชุมชนเอง ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ของเยาวชนที่ผ่านค่ายของโครงการC4H ดังนี้

“ เป็นประสบการณ์ชีวิตที่ครั้งหนึ่งได้ไปเข้าค่ายกับเพื่อนๆ และได้ปั่นจักรยานเพื่อสุขภาพ และร่างกายแข็งแรง ได้เห็นสิ่งแวดล้อมต่างๆตามข้างถนน ได้สูดอากาศที่บริสุทธิ์ ทำให้ร่างกายแจ่มใสสุขภาพดี และมีสมาธิในการปั่นจักรยาน ถ้าเราไม่มีสมาธิในการปั่นจักรยาน เรา

ก็จะมีอันตรายเกิดขึ้นบนถนน ได้รู้จักกฎจราจรและได้รู้ว่าสื่อคืออะไร อะไรคือสื่อ อะไรก็เป็นสื่อได้ เช่น ดอกไม้ก็เป็นสื่อ ลีก็เป็นสื่อ เช่น ลีขาว คือ ความบริสุทธิ์..”

(วัฒนพงศ์ จอมขันเงิน,สมาชิกชมรมหนูรักนักรยาน จ.ลำพูน, บันทึกความประทับใจค่ายปั่นจักรยานสรรค์สร้างของเล่นเพื่อสุขภาพ อ่างในอินันท์,2551หน้า 173)

- เด็กๆได้นำทักษะ/ความรู้เรื่องการผลิตสื่อไปใช้ในกิจกรรมของโรงเรียนและของชุมชน เป็นต้น

“เรียนรู้การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การใช้สื่อเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมว่ามีการจัดการได้อย่างไร เพราะสิ่งแวดล้อมที่ดีก็จะทำให้กาย จิตวิญญาณ จิตใจ และทำให้มีจิตวิญญาณในการอนุรักษ์มากขึ้น โดยการนำเอาสื่อเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อสร้างเป็นสื่ออาจจะเป็น วิชชุชุมชน สิ่งตีพิมพ์ วารสาร หรือ VCD ต่างๆ นอกจากจะมองเห็นเสียงและภาพแล้วยังทำให้ผู้ที่ยังไม่เคยมีจิตใจในการอนุรักษ์ป่าหันมาให้ความสนใจ และมองเห็นคุณค่าของป่า”

(นิภาพร รักความเชื่อ, มุลินธิสืบนาคะเสถียร, บันทึกความประทับใจค่ายผลิตสื่อเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมฯ อ่างในอินันท์, 2551หน้า 174)

(8.4) คำถามเรื่อง “ความยั่งยืนของผลที่เกิดขึ้น” เนื่องจากสื่อกิจกรรมค่ายเป็นสื่อเฉพาะกิจ ดังนั้นผลที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมประเภทนี้ แม้ว่าจะเป็น “ผลสำเร็จ” แต่ก็จะถูกตั้งคำถามเสมอว่า “ผลสำเร็จนั้นจะมีความยั่งยืนยาวนานเพียงใด” ซึ่งการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ยังมีไม่มากนัก ผู้เขียนจึงจะขอเสนอข้อมูลและข้อคิดบางประการสำหรับเป็นแนวทางของการศึกษาต่อไป

สำหรับเรื่องความยั่งยืนของผลที่เกิดขึ้นนั้น อาจจะพิจารณาได้ใน 2 แง่มุม คือความยั่งยืนที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติกับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นโดยการวางแผน

ตัวอย่างความยั่งยืนที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติเป็นกรณีตัวอย่างจากงานวิจัยของนรินทร์ แจ่มจรัส (2527) ที่ได้กล่าวไปแล้ว ซึ่งศึกษาเรื่องการจัดการค่ายเพื่อการปรับเปลี่ยนมโนภาพต่อตัวเองของเด็กจากชุมชนแออัด นักวิจัยได้ทำการวัดผลอีกครั้งหนึ่งหลังจากเวลาผ่านไปอีก 3 เดือนหลังจากจัดกิจกรรมค่าย และก็ยังได้ผลผลเช่นเดิม คือเด็กที่เข้าค่ายมีมโนภาพต่อตนเองสูงกว่าเด็กที่ไม่ไปค่าย ซึ่งน่าจะนำมาสู่ข้อสรุปได้ว่า ผลที่เกิดขึ้นนั้นมีความยั่งยืนพอสมควร

ในขณะที่งานวิจัยในต่างประเทศ เช่น Doone (1995, อ้างจากสุพรรณณี, 2546) พบว่า

เยาวชนอายุระหว่าง 8-10 ปีที่ไปเข้าค่ายมาแล้ว และพบว่านิสัยเดิมของตนเองเปลี่ยนไปอันเนื่องมาจากประสบการณ์ของชีวิตในค่าย อย่างไรก็ตาม ถึงแม้เด็กทั้งหมดจะมีปฏิกริยาในด้านบวกต่อการไปค่าย แต่ทว่า พวกเขาก็ไม่แน่ใจว่า การกลับมาใช้ชีวิตอยู่ที่บ้านแบบเดิมที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมเลย จะทำให้พวกเขาไม่หวนกลับไปมีพฤติกรรมเดิมแบบก่อนไปค่ายหรือไม่ ในขณะที่ผู้หญิงที่โตแล้วสามารถนำเอาบทเรียนจากชีวิตในค่ายมาใช้ในชีวิตที่เป็นจริงได้ ผลการวิจัยนี้ให้แง่คิดว่า นอกจากจะจัดค่ายเพื่อเปลี่ยนแปลงตัวเด็ก/เยาวชนแล้ว คงต้อง “ทำงานกับบุคคลแวดล้อมเด็ก” เพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับการประทับระครองอุปนิสัยอันดี/จริยธรรม-คุณธรรมต่างๆ ที่เด็กซึมซับมาจากสื่อกิจกรรมค่ายด้วย

ส่วนกรณีของการวางแผนเพื่อการสร้างผลลัพธ์อย่างยั่งยืนนั้น อาจจะดำเนินการจากทางด้านผู้รับผิดชอบค่าย โดยใช้หลักการ “ตอก ย่ำ ซ้ำ ทวน” (frequency) ซึ่งเป็นหลักการของการขัดเกลา/อบรมบ่มเพาะบุคคล เช่น ในกรณีของค่ายโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส.) ที่ทำงานกับชมรมค่ายสื่อพื้นบ้านของสถาบันการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ทางโครงการฯ ก็ได้พยายามเปิดโอกาสให้เด็ก/เยาวชนจากชมรมเดิมให้เข้าค่ายอย่างต่อเนื่องหลายต่อหลายครั้ง หรือมีขณะนั้นก็คัดเลือก “พี่เก่า” จากค่ายแรกๆ ไปทำงานกับค่ายใหม่ในฐานะพี่เลี้ยงเพื่อเสริมความเข้มแข็งของประสบการณ์รวมทั้งการใช้กลยุทธ์ “การสร้างเครือข่าย” ระหว่างค่ายต่างๆ เพื่อเป็น “กลไกสำหรับธำรงรักษา” ความยั่งยืนของผลสำเร็จของค่าย เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- 1.กาญจนา แก้วเทพ (2549)

“เมื่อสื่อพิธีกรรมเป็นผู้นำแห่งความสุข”. ยึดหลักปักแน่นกับงานสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุขภาวะ กาญจนา แก้วเทพ และคณะ โครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ
- 2.กาญจนา แก้วเทพ (2551)

" 4 จังหวะก้าวเรื่อง"การสื่อสารชุมชน:องค์ความรู้และประสบการณ์จากบริบทสังคมไทย" เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเรื่อง "การสื่อสารชุมชน: องค์ความรู้และประสบการณ์จากงานวิจัยในบริบทของไทย" วันที่ 21-22 กรกฎาคม 2551 ศูนย์ทรัพยากรการเรียนรู้สิรินธร มหาวิทยาลัยพายัพ จ.เชียงใหม่
3. เกื้อ แก้วเกต (2531)

“กิจกรรมเยาวชนสัมพันธ์”, เอกสารประกอบการสอนชุดวิชากิจกรรมและประสบการณ์เยาวชน, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
4. คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ (2532)

รายงานการวิจัยการศึกษารูปแบบการจัดค่ายพักแรมสำหรับเด็กและเยาวชน, กรุงเทพมหานคร.
5. จรินทร์ ธานีรัตน์ (2513)

การจัดค่ายพักแรม, กรุงเทพมหานคร, บางกระแสการพิมพ์.
6. ชูชีพ เยาวพัฒน์ (2543)

นันทนาการ, กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
7. ธีรยศ ผาจวง (2542)

“ศึกษาเปรียบเทียบการเข้าค่ายจริยธรรมตามแนวพุทธศาสตร์กับการเข้าค่ายจริยธรรมตามทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบกลุ่มของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชุมชนบ้านธาตุ อ.เพ็ญ จ.อุดรธานี” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการให้คำปรึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
8. ดนู จีระเดชากุล (2541)

นันทนาการสำหรับเด็ก, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชจำกัด.
9. นรินทร์ แจ่มจำรัส (2527)

“ผลของการเข้าร่วมกิจกรรมค่ายพักแรมที่มีต่อมโนภาพเกี่ยวกับตนเองของเด็กจากชุมชนแออัด” วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

10. ประสาท สุขเกษม (2542)
“บทบาทของพระภิกษุสงฆ์ในการขัดเกลาทางสังคมแก่เยาวชน: ศึกษากรณีค่ายคุณธรรมวัดอุโมงค์ จ.เชียงใหม่” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
11. ประรณนา จันทรุพันธ์ (2549) (บรรณาธิการ)
หัวแก้วหัวแหวน, กรุงเทพมหานคร. โครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข.
12. ปาริชาติ สถาปัตตานนท์ (2543)
“เอดูเทนเมนต์: สื่อสาระบันเทิงเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม” ใน มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่
กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
13. ภารดี สิทธิชูชัย (2549)
“การวิจัยทดสอบสร้างยุทธศาสตร์การจัดค่ายวิทยานิพนธ์สำหรับนักศึกษาบัณฑิตศึกษา:
กรณีศึกษานักศึกษาเทียบโอนหน่วยกิต หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
ยุทธศาสตร์การพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
14. มโนรส จันทรพิทักษ์ (2551)
“ การสื่อสารเพื่อการรื้อฟื้นและสืบทอดการสวดสรภัญญะ ของบ้านใหม่สมบูรณ์
อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา” วารสารนิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีที่26 ฉบับที่4 2551
15. มานพ คณะโต (2548)
การประเมินผลโครงการฝึกอบรมเยาวชนด้านยาเสพติด “ค่ายเติมจิตใจให้เข้มแข็ง” เครือข่าย
พัฒนาวิชาการและข้อมูลสารเสพติดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
16. วิพงษ์ชัย รื่องขันแก้ว (2549)
การจัดการค่ายพักแรม, กรุงเทพมหานคร: จินดาสาส์นการพิมพ์.
17. สนธยา พลรัตน์ (2542)
“ความคิดเห็นของเยาวชนต่อการจัดกิจกรรมค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของ
สถานพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าห้วยกุ่ม อ.เกษตรสมบูรณ์ จ.ชัยภูมิ”
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
18. สมบัติ กาญจนกิจ (2536)
เอกสารประกอบคำบรรยาย การจัดค่ายและบริหารค่ายพักแรม, โครงการศึกษาต่อเนื่อง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
19. สุพรรณิ เอี่ยมพงษ์ไพบูลย์ (2546)
“การศึกษาประสบการณ์ค่ายพักแรมที่มีต่อการสร้างเสริมคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนิสิต

สาขาวิชาพลศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

20. สุภรัฐ ผ่องพินิจงาม (2538)

การพัฒนารูปแบบการจัดค่ายเยาวชนอนุรักษ์ธรรมชาติ” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

21. สุรพล มั่นนั๊ก (2527)

“ความคิดเห็นของคณะกรรมการจัดค่ายพักแรมในสถาบันผลิตครูพลศึกษาเกี่ยวกับปัญหา
การจัดดำเนินการค่ายพักแรม” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

22. อภินันท์ ธรรมเสนา สายทอง บุญปัญญา และสุรางค์ ศิริมหาวรรณ (2551)

“กระบวนการใช้สื่อกิจกรรม “ค่าย” เพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน:กรณีศึกษาชุดโครงการการ
สื่อสารเพื่อสุขภาพ” รายงานการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.)
กระทรวงวัฒนธรรม

23. Dimock, H.S. (1950)

Administration of The Modern Camp. (3rded), New York: Association Press.

24. Rothenbuhler, E.W. (1998)

Ritual Communication, Sage Publications

