

อีกครั้งกับเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม*

กาญจนา แก้วเทพ

เหลือบแลดูเรื่อง “การมีส่วนร่วม” (Participation)

สำหรับในแวดวงการพัฒนาทั้งของไทยและทั่วโลกนั้น เมื่อมาถึงวันนี้แล้ว ก็แทบจะไม่ต้องมีการถกเถียงให้คำอธิบายกันแล้วว่า หลักการ “มีส่วนร่วมของประชาชน” นั้นจะเป็นเครื่องรับประกันอย่างดีที่สุดของการพัฒนา การยอมรับกันโดยปริยายดังกล่าวนี้มิได้มีที่มาจาก การโต้แย้งอภิปรายกันทางทฤษฎีเท่านั้น หากทว่าเกิดมาจากข้อเท็จจริงในสภาพความเป็นจริงด้วย ตัวอย่างที่ใกล้ตัวและที่ข้อเขียนชิ้นนี้จะใช้เป็นกรณีศึกษา ก็คือ เรื่องของหอกระจายข่าว อันเป็นสื่อชุมชนที่ตั้งอยู่ใกล้ชิดติดตัวชุมชนในแง่กายภาพ แต่ทว่ากลับห่างเหินในแง่จิตใจ ดังนั้น เมื่อชาวบ้านไม่รู้สึกรู้สมไม่รู้สึกร่วมมีส่วนร่วมในหอกระจายข่าว ชาวบ้านก็มีอาการไม่ดูคำดูดี ไม่บำรุงรักษา หรือไม่สนใจมาใช้สื่อชุมชนตัวนี้

คำอธิบายปรากฏการณ์ข้างบนนั้นมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า ความรู้สึกเรื่อง “การมีส่วนร่วม” นั้นจะผูกโยงอยู่กับความรู้สึก “เป็นเจ้าของ” (sense of belonging) ซึ่งเป็นเสมือนเหรียญ 2 ด้าน ในด้านหนึ่ง ความรู้สึกเป็นเจ้าของจะนำมาซึ่งความสนใจห่วงใยดูแลรักษา ดังคำกล่าวง่ายๆ ที่ว่า “ของของใคร ของใครก็ห่วง ของใครใครก็ต้องหวง” แต่ในอีกด้านหนึ่ง ความรู้สึกการเป็นเจ้าของ จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้เป็นเจ้าของมีอำนาจที่สามารถจะเข้าไป “จัดการ” กับสิ่งของหรือเรื่องราว นั้นได้ ซึ่งก็คือการเข้ามามีส่วนร่วมได้นั่นเอง

ในขณะที่แนวคิดเรื่อง “การมีส่วนร่วม” ได้กลายเป็นหัวใจหลักของการพัฒนานั้น ในทางปฏิบัติและในการขบคิดต่อทางวิชาการ ก็ยังคงมีคำถามที่ต้องการคำตอบอีกหลายข้อ เช่น

◎ การมีส่วนร่วม นั้น เป็นการให้มาร่วมในเรื่องอะไร และไม่ได้ร่วมในเรื่องอะไร ในสภาพความเป็นจริงมีอาการผัดผัดตัวเกิดอยู่บ่อยครั้ง เช่น เมื่อองค์กรนาชาติตัดสินใจส่งจรวดขึ้นไปในอวกาศนั้น ประชาชนไทยไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจว่าจะส่งหรือไม่ส่งเลย แต่ทว่าเมื่อยานอวกาศตกกลับมายังผิวโลกและยังเผาไหม้ไม่หมด ประชาชนไทยกลับต้องมีส่วนร่วมในการรับผล

* เอกสารประกอบการบรรยายโครงการศึกษาดูงานด้านการวางแผนและประเมินผลโครงการสื่อสารเพื่อการพัฒนา หอกระจายข่าว อ.ประทีพ จ.ชุมพร วันที่ 14-16 มี.ค. 2546

ตีพิมพ์ใน กาญจนา แก้วเทพ สื่อเล็กๆ ที่นำไปในงานพัฒนา 2552 โครงการเมธีวิจัยอาวุโส สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

จากซากของยานอวกาศนั้นด้วย การตัดสินใจครั้งสำคัญๆ ในประเด็นสาธารณะก็มักเป็นไปในการทำงานเดียวกัน กล่าวคือ คนส่วนใหญ่ไม่ได้เข้าร่วมในการตัดสินใจดำเนินการ แต่กลับต้องมีส่วนร่วมในการรับผลที่เกิดขึ้น

◎ มีใครบ้างที่ได้เข้าร่วม (stakeholder) และได้เข้าร่วมในขั้นตอนใดบ้าง ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาหอกระจายข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน” ของ ผศ.ดวงพร คำคุณวัฒน์ และคณะ (2545) นั้น ได้แสดงให้เห็นการคลี่คลายของ “ผู้ที่ได้เข้าไปร่วมงาน” หอกระจายข่าว ตั้งแต่ขั้นแรกที่หอกระจายข่าวเป็นเรื่องของผู้ใหญ่บ้านคนเดียว จนกระทั่งมาถึงเรื่องของคณะกรรมการหอกระจายข่าวและชาวบ้านทั้งชุมชน และคนแต่ละกลุ่มที่กล่าวมานี้จะเข้าไปร่วมวงไขว่คว้าในขั้นตอนใดบ้าง (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

◎ ในขณะเรื่อง “การมีส่วนร่วม” เป็นเรื่องดังกล่าวนั้น แต่ปัญหาก็คือ หากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียมองไม่เห็นดีเห็นงามไปด้วย จะมีเคล็ดลับอะไรหรือทำอย่างไรให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามาร่วม ซึ่งปัญหาเรื่อง “อย่างไร” (How) นี้เป็นปัญหาการวิจัยของ ผศ.ดวงพร ที่ได้กล่าวมาแล้ว

คิดคำนึงเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม”

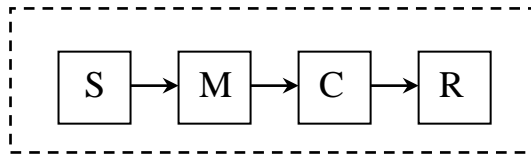
เมื่อนำแนวคิดเรื่อง “การมีส่วนร่วม” ที่กล่าวมาข้างต้นมาผูกโยงเข้ากับแนวคิดเรื่อง “การสื่อสาร” ผลลัพธ์ที่ออกมาจะมียุ 2 รูปแบบ คือ

(ก) การสื่อสารจะเป็นวิถีทาง (means) หรือเป็น “เครื่องมือ” (tool) ในการนำประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะของสังคม ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนในระบบประชาธิปไตย ก็คือ การใช้การสื่อสารเพื่อรณรงค์ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเลือกตั้ง

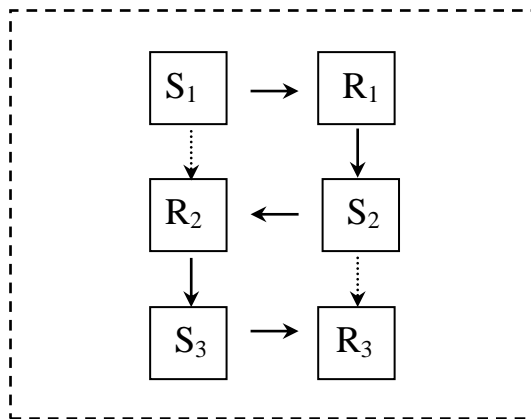
(ข) การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไป “มีส่วนร่วม” ในระบบ “การสื่อสาร” เอง ที่มีชื่อเรียกเฉพาะว่า “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” (participatory communication) เช่น เนื้อหาของงานวิจัยของ อ.ดวงพรที่จะได้กล่าวถึงในตอนต่อไป

ส่วนข้อคิดคำนึงเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นั้น มีดังนี้

(1) ข้อคิดคำนึงประการแรกเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นั้นเกี่ยวข้องกับคำถามที่ว่า การสื่อสารแบบไหนกันเล่าที่จะเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมได้มาก โดยทั่วไปในวงการนิเทศศาสตร์จะแบ่งประเภทของการสื่อสารออกเป็น 2 แบบจำลองใหญ่ๆ คือ แบบจำลองเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร (Transmission) และแบบจำลองเชิงพิธีกรรม (Ritualistic) ตามภาพข้างล่างนี้



Transmission Model



Ritualistic Model

สำหรับแบบจำลองเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร (Transmission) นั้น จะมีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียว (one-way communication) คือ มีการถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยบทบาทของผู้ส่งและผู้รับจะตายตัว และหลังจากสื่อสารผ่านช่องทาง/สื่อต่างๆ แล้ว ผู้รับสารก็จะรับรู้/คิดตามที่ผู้ส่งต้องการ ในแง่นี้ ผู้ส่งสารจึงเป็นผู้ที่ควบคุมกระบวนการสื่อสารเป็นส่วนใหญ่ ส่วนผู้รับสารนั้นจะมีบทบาทและส่วนร่วมเพียงเป็นผู้รองรับข่าวสารที่ถูกถ่ายทอดไปเท่านั้น (ตัวอย่างเช่น การรับชมรายการต่างๆ ในโทรทัศน์)

ส่วนแบบจำลองเชิงพิธีกรรม (Ritualistic) นั้น มีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง (two-way communication) โดยที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้นจะมีการสลับบทบาทกันไปมา (ตัวอย่างเช่น การนั่งสนทนากัน) หลังจากสื่อสารกันแล้ว คู่การสื่อสารทั้งสองฝ่ายก็จะเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารของกันและกันแบบพบกันครึ่งทาง (shared meaning) ดังนั้นในแบบจำลองเชิงพิธีกรรมนี้จึงเปิดโอกาสให้คู่การสื่อสารทั้งสองฝ่ายมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารได้มากกว่าแบบจำลองเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร

(2) ศักยภาพของการสื่อสารในการเชื่อมโยงปัจเจกบุคคลเข้ากับประเด็น

หากเราใช้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาที่อธิบายว่า สรรพสิ่งทุกอย่างในโลกแห่งความเป็นจริงล้วนโยงใยเกาะเกี่ยวกันเป็นระบบสายใยแห่งชีวิต ดังบทสรุปที่ว่า “เด็ดดอกไม้ดอกหนึ่งสะเทือนไปถึงดวงดาว” แต่ก็มีข้อน่าสังเกตว่า ทั้งๆ ที่ในโลกแห่งความเป็นจริง สรรพสิ่งล้วนสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน แต่เพราะเหตุใด ในโลกแห่งความคิดคำนึงของบุคคลจึงมีความเข้าใจว่า “เรื่องนี้เราไม่เกี่ยวข้องไม่ใช่เรื่องของเรา” ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างง่ายๆ ที่สุดก็เช่น เมื่อมีปัญหาการตัดไม้ทำลายป่าต้นน้ำที่ทางภาคเหนือ คนที่อยู่ที่กรุงเทพฯ ก็จะมีปัญหานี้เฉพาะภาคเหนือ เราคนอยู่กรุงเทพฯ ไม่เกี่ยวข้องอะไร” แม้ว่าในความเป็นจริง เมื่อป่าไม้หมดก็ย่อมส่งผลให้น้ำในแม่น้ำปิงเหือดแห้งไป และเมื่อแม่น้ำปิงมีน้ำน้อยลง แม่น้ำเจ้าพระยาของคนกรุงเทพฯ (ซึ่งเกิดจากการรวมตัวของ ปิง วัง ยม น่าน) จะหลีกเลี่ยงปัญหาได้อย่างไร

เพราะเหตุใดจึงเกิดช่องว่างหรือความไม่สอดคล้องกันระหว่าง “โลกแห่งความเป็นจริงที่โยงใยและโลกแห่งความคิดที่แตกแยก” เราอาจอธิบายปรากฏการณ์ช่องว่างดังกล่าวได้จากแนวคิดเรื่องการสื่อสารดังนี้คือ

เหตุผลประการแรก เราอาจเปรียบเทียบ “ระบบวิถีคิด” ของมนุษย์เราว่าเป็นตัวโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และโปรแกรมของคนที่คิดว่า “เรื่องของป่าไม้เชียงใหม่ คนกรุงเทพฯ ไม่เกี่ยวข้องนั้น” ก็คือ โปรแกรมที่มีชื่อว่า “ความคิดแบบแตกแยกหรือแบบแยกส่วน” วิถีคิดแบบนี้ถูกติดตั้งหรือป้อนเข้าสู่สมองของคนเราโดยผ่านทั้งประสบการณ์ในชีวิตประจำวันทุกๆ วันที่แตกแยก เช่น ชีวิตที่ถูกกักขังอยู่แต่ในเขตกรุงเทพฯ ทำให้เรามองไม่เห็นเชียงใหม่ หรือผ่านวิธีการให้ข่าวสารที่แตกแยก เช่น เวลาเราฟังข่าวการลักลอบทำลายป่าไม้ที่เชียงใหม่ ซึ่งมีผลทำให้แม่น้ำปิงแห้งเหือด แต่ในรายงานข่าวก็จบลงเพียงแค่นั้น โดยไม่มีการโยงใยมาให้เห็นความเชื่อมโยงถึงชีวิตของผู้รับสารที่กรุงเทพฯ การตัดถนนทางความคิดเชื่อมต่อระหว่าง “ข้อมูลข่าวสาร” กับ “ชีวิตของผู้รับสาร” นี้เองเป็นความแตกต่างระหว่างคำว่า “การรับรู้ข่าวสาร” (information) เฉยๆ กับ “ความรู้/ความเข้าใจ” (understanding / knowledge) และเราคงจะเคยพบเห็น คนที่มี “ข้อมูลท่วมหัว” แต่เอา “ตัวความรู้ไม่รอด” หรือ “รู้ข้อมูลข่าวสารมากมาย แต่ไม่มีความเข้าใจ” ก็เนื่องจากไม่มีถนนเชื่อมต่อสายดังกล่าว

เหตุผลประการที่สอง เป็นแนวคิดของสำนักคิด “ประกอบสร้างนิยม” (Constructionism) ที่เชื่อว่า “ความเป็นจริง” (reality) นั้นไม่ให้เกิดขึ้นมาเองตามธรรมชาติ หากแต่มาถูกประกอบสร้างขึ้น (construct) เช่น ถึงแม้ว่าพระอาทิตย์จะเป็นสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ แต่ความเป็นจริง

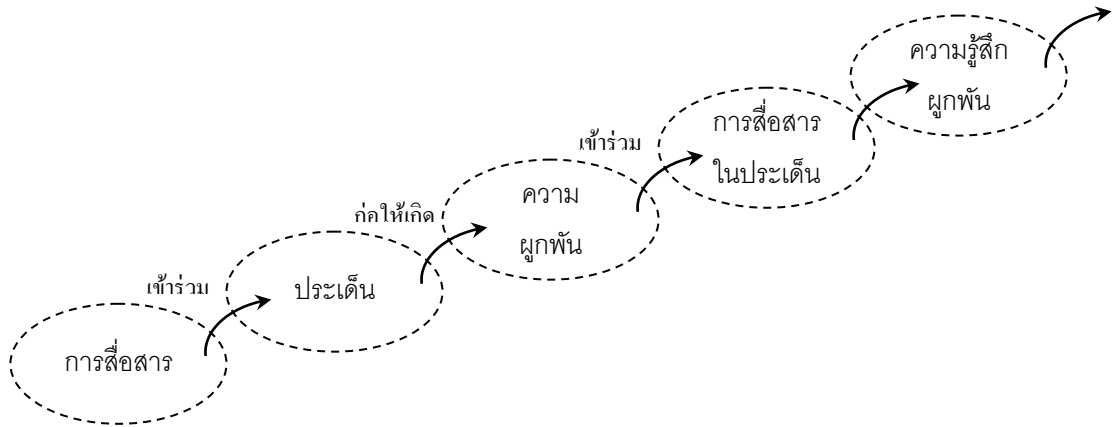
เกี่ยวกับพระอาทิตย์ เช่น พระอาทิตย์มีความหมายเป็นอะไรบ้าง เช่น เป็นเทพเจ้าของคนญี่ปุ่น เป็นเทพเจ้าขับรถทรงแบบรามเกียรติ์ เป็นดวงไฟศักดิ์สิทธิ์ตามทัศนะของมนุษยยุคหิน ฯลฯ ก็ย่อมแล้วแต่ว่า คนในแต่ละสังคมจะถูกประกอบสร้างให้รับรู้ความเป็นจริงเกี่ยวกับพระอาทิตย์อย่างไร และเครื่องมือที่ใช้ประกอบสร้างนั้นก็คือการสื่อสารนั่นเอง ดังนั้นเมื่อครูหยุดพูดว่า “เราจะเลี้ยงลูกของเราให้เป็นคนดีอยู่คนเดียว ท่ามกลางเด็กเร่ร่อนที่มีปัญหานั้น เป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้ เพราะการเป็นน้ำดีหยดเดียวท่ามกลางดงน้ำค่านั้นเป็นเรื่องเพ้อฝัน” ข้อความดังกล่าวนั้นก็จะเป็นประกอบสร้างความเข้าใจใหม่เรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง “ลูกของเรากับลูกของคนอื่น” ขึ้นมา

กรณีตัวอย่างที่แสดงให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรมมากที่สุดว่า การสื่อสารสามารถจะประกอบสร้างการผูกโยงปัจเจกให้เข้ามาเกาะติดกับประเด็นเรื่องราวต่างๆ ได้อย่างไร ก็คือตัวอย่างเรื่องป่าไม้ทางภาคเหนือกับคนกรุงเทพฯ ที่ได้ยกไปแล้ว ในรายการโทรทัศน์รายการหนึ่งได้นำเอาแผนที่ประเทศไทยมาวาง แล้วชี้ให้เห็นเส้นทางของแม่น้ำสายต่างๆ โดยมีเส้นเชื่อมโยงระหว่างแม่น้ำปิงกับแม่น้ำเจ้าพระยา ตัวเลขข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณของป่าไม้กับปริมาณน้ำในแม่น้ำ การให้ข้อมูลข่าวสารแบบนี้ก็คือการติดตั้งโปรแกรมวิถีคิดรวมทั้งประกอบสร้าง “ความเป็นจริง” เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของปัญหาป่าไม้ของชาวเขาบนดอยกับน้ำของคนที่อยู่กรุงเทพฯ นั้นเอง และการสื่อสารแบบนี้เองที่ประกอบสร้าง “ความรู้สึกมีส่วนร่วม” ในเรื่องราวต่างๆ ขึ้นมา อย่างไรก็ตามในภาคปฏิบัติ ก็มีเชื่อว่าทุกครั้งที่มีการสื่อสารในลักษณะนี้ จะสามารถสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมขึ้นมาได้โดยอัตโนมัติ เพราะยังมีกลไกการเหนี่ยวนำความรู้สึกไม่รู้สึกมีส่วนร่วมอีกหลายประการที่ต้องการศึกษาค้นคว้าต่อไป

(3) กระบวนการรับส่งระหว่างการสื่อสารกับการสร้างความรู้สึกผูกพัน (Engagement) นับตั้งแต่ยุคสมัยของอริสโตเติลได้มีการตั้งข้อสังเกตแล้วว่า คำว่า “การสื่อสาร” เองนั้น ก็มีคุณสมบัติที่สำคัญคือ เป็นประจักษ์ “กาวใจ” ที่โยงใยระหว่างฝ่ายผู้ส่งและผู้รับเข้ามาหากัน ดังที่ปรากฏร่องรอยอย่างชัดเจนในคำว่า “แม่สื่อแม่ชัก” ของไทย และนอกเหนือไปจากการชักใยให้ผู้ส่งสารและผู้รับเข้ามาผูกติดกันได้ครั้งหนึ่งแล้ว ตัวการสื่อสารก็ยังมีอำนาจที่จะชักทอความรู้สึกผูกพันต่อผู้คน สิ่งของ หรือเรื่องราวให้เกิดขึ้นได้ ดังตัวอย่างที่พบเห็นอยู่ในชีวิตประจำวันทุกวันว่า หลังจากดูรายการ “วงเวียนชีวิต” ที่นำเอาเรื่องราวคนแก่ที่นำส่งสารมาเสนอ ผู้ชมที่บ้านก็จะโทรศัพท์เข้าไปให้ความช่วยเหลือ เป็นต้น

การสื่อสารกับการมีส่วนร่วมและความรู้สึกผูกพันนั้น เป็นกระบวนการที่รับส่งซึ่งกันและกัน กล่าวคือ เมื่อเริ่มต้นด้วยการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร เช่น การเดินทางไปทำข่าว เรื่องการล่องละเมียดทางเพศเด็กๆ ของนักข่าว หลังจากได้รู้ข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ก็จะทำให้เกิด

การเปลี่ยนแปลงทั้งระดับความเข้าใจ ระดับอารมณ์ และอาจถึงระดับการกระทำ ซึ่งจะแปรเปลี่ยนไปเป็นความรู้สึกผูกพันต่อประเด็นหรือตัวบุคคล และเมื่อเกิดความรู้สึกผูกพันก็จะกลายเป็นแรงจูงใจให้เพิ่มการมีส่วนร่วมในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น เช่น ยิ่งผูกพัน ก็ยิ่งค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม เป็นกระบวนการรับส่งที่เพิ่มทั้งปริมาณและคุณภาพมากขึ้นทุกที



(4) **ความสำคัญของบริบทของการสื่อสารกับการมีส่วนร่วม** ในวงการนิเทศศาสตร์ยุคใหม่มีความสนใจในเรื่อง**บริบทของการสื่อสาร** (communication context) ในฐานะตัวแปรที่จะมีผลต่อการรับรู้ การตีความ และปฏิกิริยาต่อเนื้อหาข่าวสารทั้งในด้านความเข้าใจ (cognition) อารมณ์ความรู้สึก (affection) และการกระทำ (behavior / performance) คำว่า “บริบทของการสื่อสาร” นี้อาจจะหมายรวมถึงตั้งแต่เวลา (time) สถานที่ (space / place) เหตุการณ์ (event) และผู้คนที่อยู่ด้วย ตัวอย่างเช่น การศึกษา**อารมณ์ความรู้สึก**ของผู้สื่อสารที่เป็นแฟนรายการฟุตบอลเมื่อเวลานั่งดู**คนเดียวในบ้าน** (individual / private / domestic) กับการออกไปนั่งอยู่ร่วมกับ**เพื่อน คนอื่นตามศูนย์การค้า** (collective / public) ผลการศึกษาจะพบอย่างแน่นอนว่า ในแง่ “อารมณ์มันส์สะใจ” นั้นย่อมแตกต่างกันไม่ติด

นอกเหนือจากอารมณ์ “มันส์สะใจ” แบบที่กล่าวมาแล้ว บริบทการสื่อสารแบบเปิดรับสารอยู่คนเดียว กับแบบเป็นกลุ่มยังมีผลต่อ**ความเข้าใจและการกระทำ** รวมทั้ง**อารมณ์ความรู้สึก** อื่นๆอีกด้วย ตัวอย่างเช่น เวลาที่เรารับฟังข่าวร้ายที่เกิดขึ้นกับตัวเราตามลำพังคนเดียว เรามักจะเกิด**ความรู้สึกหดหู่** หมดหวัง แต่หากเราได้รับฟังข่าวร้ายแบบเดียวกันที่เกิดขึ้นกับคนอื่นด้วย อันเนื่องจากเราจัดบริบทของการสื่อสารให้เกิดการรับรู้ข่าวสารร่วมกัน (collective viewing behavior) เราจะพบว่า ผู้สื่อสารสามารถจะแปรเปลี่ยน**อารมณ์ความรู้สึก**หดหู่หมดหวังมาเป็นการหันหน้ามาสู้กับปัญหาหรืออย่างน้อยก็รู้สึกผ่อนคลาย ตัวอย่างที่เห็นอยู่ในชีวิตประจำวัน ก็เช่น การรายงานรถติดของ จส.100 ซึ่งแม้ว่าปัญหาจราจรจะยังแก้ไขไม่ได้ แต่ “ปัญหาในใจ” ก็ได้คลี่คลาย

ไประดับหนึ่ง เนื่องจากความรู้จากข่าวสารที่ว่า “เราไม่ได้ทุกซักระหมดซักร้ายอยู่เพียงคนเดียว” จากข้อเท็จจริงดังกล่าวนี้ ในการใช้การสื่อสารเพื่อกระตุ้นความหวังและพลังใจของบรรดากลุ่มคนที่ ท้อแท้ จึงจัดรูปแบบให้มีรายการ “เล่าสู่กันฟัง” แบบเป็นการสื่อสารร่วมกัน

นอกเหนือจากมิติด้านอารมณ์ความรู้สึกแล้ว แม้แต่มิติด้าน **ความรู้** **ความเข้าใจ** ก็เป็นไปในลักษณะการเดียวกัน มีตัวอย่างของจริงที่แสดงให้เห็นว่า การเห็นภาพรวมของข้อมูลข่าวสารนั้น มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความเข้าใจอย่างยิ่ง เช่น หากเรารู้ข้อมูลว่า ถ้าเราดับไฟคนเดียวสัก 1 นาที เราอาจจะประหยัดไฟไปได้ 20 สตางค์ แต่หากทุกครัวเรือนในประเทศไทยดับไฟพร้อมๆ กัน ใน 1 นาที จะประหยัดไฟไปได้หลายสิบล้านบาท(วิธีการสื่อสารแบบนี้ รายการ “ครองสถานการณ์” เคยทดลองใช้แล้วครั้งหนึ่ง) และหากผู้รับสารทุกคนได้รับทราบข้อมูลแบบหลังด้วยการสร้างปริบท การสื่อสารแบบร่วมกัน ก็จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความเข้าใจและการกระทำมากทีเดียว

ในวงการพัฒนาได้นำเอาวิธีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนี้มาใช้ โดยจัดให้มีบริบทของการรับ สารแบบร่วมกัน เพื่อสร้างการสื่อสารที่มีเป้าหมายจะสร้างความตระหนักร่วมกัน (communication for consensus) เช่น การจัดให้ชาวบ้านทุกคนของหมู่บ้านเอาข้อมูลรายได้และรายจ่ายมานำเสนอต่อ ที่ประชุมร่วมกัน นำเอาตัวเลขของประเภทรายการใช้จ่ายมาแสดงให้เห็นตัวเลขรวมว่า ในแต่ละ เดือน ชาวบ้านได้ใช้จ่ายในรายการอะไรมากที่สุด (ที่น่าสนใจ คือ บรรดาค่าใช้จ่ายเพื่ออบายมุข เช่น กินเหล้า เล่นการพนัน จะสูงมาก) เราจะพบว่า เมื่อเราเห็นข้อมูลแบบแตกแยกเป็นส่วนๆ เช่น รายจ่ายของเราเพียงคนเดียวในแต่ละวัน หรือรายจ่ายทั้งเดือนของคนเพียงคนเดียว กับการ เห็นภาพรวมของข้อมูล เช่น รายจ่ายของเราคนเดียวแต่รวมเป็นเดือน/ปี หรือรายจ่ายทั้งเดือน ของคนทั้งหมู่บ้าน ข้อมูลแบบหลังจะทำให้ความเข้าใจของผู้สื่อสารแตกต่างจากข้อมูลแบบแรก อย่างมาก และในการนำเสนอข้อมูลแบบหลังนั้นต้องกระทำในบริบทของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเท่านั้น

การสื่อสารกับการมีส่วนร่วม : แบบจำลองกระบวนการสื่อสาร

สำหรับในแบบจำลอง S-M-C-R นั้น เราอาจจะมีวิธีแยกองค์ประกอบทั้ง 4 ของ แบบจำลองนี้ โดยใช้เกณฑ์เรื่อง “ปัจจัยที่เป็นมนุษย์/ไม่ใช่มนุษย์” มาแบ่ง เราก็จะแบ่ง องค์ประกอบทั้ง 4 ได้เป็น 2 กลุ่ม คือ **กลุ่มปัจจัยมนุษย์** อันได้แก่ ผู้ส่งสาร (S) และผู้รับสาร (R) และ**กลุ่มที่ไม่ใช่ปัจจัยมนุษย์** คือ ตัวสาร/ช่องทาง (C) และตัวสาร (M) จากนี้จะตั้งข้อสังเกต เกี่ยวกับกลุ่มทั้งสองกับเรื่องการมีส่วนร่วมดังนี้คือ

(1) กลุ่มผู้ส่งสารและกลุ่มผู้รับสาร

ดังที่ได้กล่าวไปบ้างแล้วในตอนต้นว่า ในเรื่องการมีส่วนร่วมนั้น ประเด็นแรกๆ ที่ต้องพิจารณาก็คือ **ใครบ้างที่มีส่วนได้/ส่วนเสีย** (stakeholder) กับเรื่องดังกล่าว และผู้ที่มีเอียนั้นได้เข้ามาร่วมในกระบวนการหรือไม่ เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับเรื่องการสื่อสาร ก็คือการระบุอย่างชัดเจนว่า ในเรื่องดังกล่าวนั้น ใครบ้างจะได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารทั้งในฐานะผู้ส่งสาร และ ผู้รับสาร และเนื่องจากเราได้กล่าวมาแล้วว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นจะต้องใช้แบบจำลองเชิงพิธีกรรม ซึ่งจะไม่แยกบทบาทผู้ส่งและผู้รับออกจากกันอย่างเด็ดขาด แต่จะต้องสลับกันแสดงบทบาททั้งสอง

ด้วยเหตุนี้ ในการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการมีส่วนร่วมในหอกระจายข่าวของ อ.ดวงพร จึงได้เริ่มต้นกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมด้วยการเปิดโอกาสให้ทุกคนในชุมชนเข้ามาร่วมในกระบวนการสื่อสาร โดยอาศัยรูปแบบการสื่อสารที่เรียกว่า “การเสวนาชุมชน” หลักการสำคัญของการเสวนาชุมชน ก็คือ **การเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนได้เสียได้เข้ามาร่วมในกระบวนการสื่อสารอย่างเต็มที่ทั้งในฐานะผู้ส่งสารและผู้รับสาร** และในเวทีของการเสวนาชุมชนนี้เอง ผู้วิจัยได้ใช้การสื่อสารที่มีเนื้อหาสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับเรื่องบทบาทหน้าที่ของหอกระจายข่าวบ้างเกี่ยวกับปัญหาและสภาพปัจจุบันของหอกระจายข่าวบ้าง รวมทั้งเนื้อหาที่กระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมตระหนักในคุณค่าของตนเองในฐานะผู้ที่แก้ไขปัญหาของหอกระจายข่าวในหมู่บ้านของตน (แทนที่จะรอคอยพึ่งพาคนข้างนอก)

ในแบบจำลองการสื่อสารนั้น ถึงแม้ว่าหลายครั้งจะมีการระบุเอาไว้ลอยๆ ว่า มีคนอยู่ 2 บทบาทที่เข้ามาร่วมการสื่อสาร คือ **ฝ่ายผู้ส่งสารและฝ่ายผู้รับสาร** แต่เบื้องหลังของบทบาททั้งสองนั้น มีลักษณะของอำนาจ / ลักษณะ active / หรือลักษณะการมีส่วนร่วมที่ไม่เท่าเทียมกัน กล่าวคือ การเล่นบทบาทผู้ส่งสารย่อมมีอำนาจมากกว่า active มากกว่า และมีส่วนร่วมมากกว่าผู้รับสาร ฉะนั้น การสลับบทบาทให้ผู้รับสารเปลี่ยนมาแสดงบทบาทผู้ส่งสาร จึงเป็นช่วงผ่านที่สำคัญของการเพิ่มความรู้ซึ่งมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้ ในกระแสของเรื่องสิทธิมนุษยชนในเรื่องการสื่อสารจึงได้ขยายจาก “สิทธิที่จะรู้” (right to know) ซึ่งยังคงอยู่ในฐานะผู้รับสาร มาเป็น “สิทธิที่จะส่งสาร” (right to inform) ซึ่งเป็นบทบาทของผู้ส่ง

K. Nair กล่าวถึงการวิเคราะห์ผู้รับสารในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมว่า เราจำเป็นต้องดู 2 กระบวนการที่เกิดควบคู่กัน คือ **กระบวนการสื่อสาร** (communication process) และ **กระบวนการมีส่วนร่วม** (participation process) ใน 2 กระบวนการนี้ เราจะต้องพิจารณาผู้รับสารใน 2 แง่มุม แง่มุมแรก ก็คือ ต้องดูว่าผู้รับสารมีการตัดสินใจที่เกิดมาจากการได้รับและได้ใช้ข้อมูลข่าวสารหรือไม่ ส่วนแง่มุมที่สอง ก็คือ มีการสร้างโอกาสที่จะได้มองเห็นความต้องการที่แท้จริงและได้ใช้ความรู้ของชาวบ้านมากำหนดทิศทางของการเปลี่ยนแปลงชุมชนหรือไม่

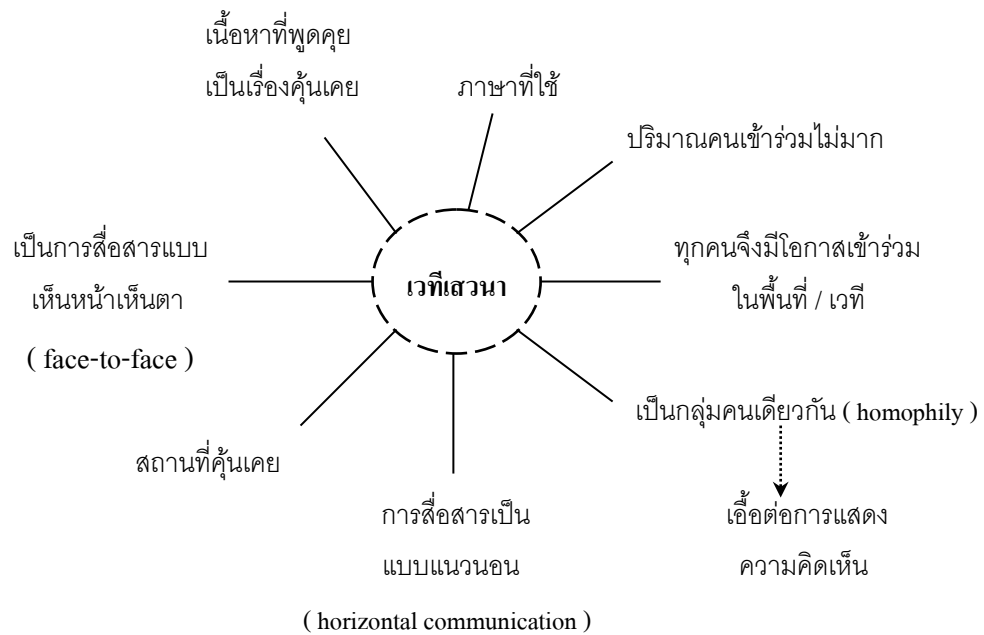
สำหรับการวิเคราะห์การทำงานเป็น**ทีมร่วมกัน** (teamwork) ซึ่งเป็นรูปแบบสำคัญของ การพัฒนาแบบประชาชนมีส่วนร่วม (ซึ่งแตกต่างจากการทำงานแบบ “เข้ามาคนเดียว” – one man show) Nair กล่าวว่า การทำงานเป็นทีมนั้นจะมี 2 มิติซ้อนอยู่เช่นเดียวกัน คือ **ทั้งกระบวนการ ทำงานร่วมกัน** (ซึ่งหมายรวมทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสาร) และ**ทั้งกระบวนการประสาน ความรู้ของทุกคนเข้าด้วยกัน** ซึ่งการที่ดำเนินการตามกระบวนการนั้นได้จำเป็นต้องใช้รูปแบบ การหารือ/แบบการเสวนา (**dialogue**) **ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร**อยู่ตลอดเวลา กระบวนการเสวนานี้ถือเป็นรูปแบบการสื่อสารเป็นหัวใจของการมีส่วนร่วมเลย

นอกจากกระบวนการเสวนาแล้ว Nair ยังกล่าวเพิ่มเติมอีกว่า ในท่ามกลางการทำงาน ร่วมกันเป็นทีมนี้ ยังอาจต้องมีการ**สลับสับเปลี่ยนบทบาทระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร** (role shifting) ด้วยเหตุนี้ ในงานวิจัยของ อ.ดวงพร หลังจากที่ทีมกระบวนการเสวนาชุมชนแล้ว ก็ได้ มีกระบวนการคัดเลือก “ผู้รับสาร” บางคนมาสลับเปลี่ยนบทบาทเป็นคนทำงาน/คนระดมการ หรือเป็นผู้ส่งสารของหอกระจายข่าว

ส่วนมิติของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเฉพาะในงานวิทยุชุมชนนั้น ตามหลักการโดยส่วน ใหญ่แล้ว มักจะพิจารณาการมีส่วนร่วมของประชาชนใน 3 บทบาท คือ ในฐานะคณะกรรมการ ใน ในฐานะผู้จัดรายการ และในฐานะผู้ฟังที่ active แต่ทว่าจากผลการวิจัยเรื่องวิทยุชุมชนหลายชิ้นใน ประเทศไทย พบว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น มีได้มากกว่าหลักการดังกล่าว เช่น การเป็นอาสาสมัครของวิทยุชุมชน ซึ่งสามารถจะทำหน้าที่ได้หลายอย่าง เช่น เป็นแหล่งข่าว เป็น ประชาสัมพันธ์ เป็นผู้ระดมทุน เป็นแหล่งข้อมูล เป็นต้น ข้อคิดในที่นี้ก็คือ **เราควรจัดช่องทางให้ หลากหลายเพื่อเกื้อหนุนให้คนกลุ่มต่าง ๆ หรือคนทุก ๆ คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วม ในกระบวนการสื่อสาร**

(2) การศึกษาเรื่องช่องทาง / ตัวสื่อ (channel / media)

ดังที่ได้กล่าวถึงแบบจำลองการสื่อสารทั้งสองแบบ คือ แบบจำลองเชิงการถ่ายทอด ข่าวสาร และแบบจำลองเชิงพิธีกรรม ซึ่งตามปกติแล้ว คนเราจะชื่นชอบการมีส่วนร่วมในการ สื่อสารอยู่แล้ว ดังเช่น เราจะชอบการพูดคุยสนทนามากกว่าการเป็นฝ่ายไปนั่งรับฟังคำบรรยายอยู่ ฝ่ายเดียว ดังนั้นในรูปแบบการสื่อสารแต่ละชนิดก็จะมีโอกาสมีส่วนร่วมแตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น



(2.1) ปัจจัยเอื้ออำนวย / อุปสรรค ตัวช่องทาง

ในการศึกษาเรื่อง “ช่องทาง/ตัวสื่อ” นั้น จะมีการแสวงหาคำตอบว่า **อะไรบ้างที่จะเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยหรือเป็นอุปสรรคต่อการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของสื่อ/ช่องทาง** ตัวอย่างเช่น คำกล่าวที่ว่า “สามวันจากนารีเป็นอื่น” ซึ่งหมายความว่า หากปราศจากการพบปะเห็นหน้าค่าตากัน ความรู้สึกผูกพันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันก็จะสูญสลายไป เนื่องจากเมื่อไม่มี **ช่องทาง** การพบปะกัน (ไม่ได้พบหน้าตากัน) ก็ขาดโอกาสที่จะ **สื่อสาร** กัน และส่งผลสะท้อนมาถึง **ความรู้สึกผูกพัน** ดังที่กล่าวมาแล้ว คนไทยจึงสร้างธรรมเนียมปฏิบัติ/ธรรมเนียมประเพณีมากมายที่จะจัด **ช่องทาง** การพบปะกันอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง เพื่อเอื้อให้เกิดการสื่อสาร เพื่อสืบสาน **ความรู้สึกผูกพัน** ให้มั่นคงเอาไว้ เช่น การไปเยี่ยมเยียนกัน อวยพรหน้าหายตา(หรือหายหัว) ไป ความหมายเบื้องหลังของการประกอบพิธีกรรมในประเพณีต่างๆ ก็คือ การจัดวางรูปแบบของ **ช่องทาง** การพบปะกันในเวลา/สถานที่ที่กำหนดเอาไว้อย่างแน่นอน เพื่อเป็นหลักประกันว่า จะมีการสื่อสารเกิดขึ้นอย่างแน่นอนนั่นเอง หรือหากกล่าวในภาษาการสื่อสารอาจเรียกว่า **เป็นการสร้างโอกาสในการเข้าถึง (accessibility)** ช่องทางการสื่อสารนั่นเอง

(2.2) โอกาสในการเข้าถึงช่องทาง

คำว่า “โอกาสในการเข้าถึง” ช่องทางการสื่อสาร ซึ่งเป็นด้านแรกของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นั้น มีอยู่หลายมิติ เริ่มตั้งแต่มิติที่เข้าใจกันง่ายที่สุดในด้านนิเทศศาสตร์ คือ **การเข้าถึง**

ด้านกายภาพ เช่น คลื่นวิทยุไม่สามารถจะเข้าถึงเขตพื้นที่บริเวณภูเขา หรือหนังสือพิมพ์ไม่สามารถจะเข้าถึง/ไปถึงหมู่บ้าน สำหรับในแง่กายภาพนี้ สื่อชุมชน เช่น หอกระจายข่าวนั้นถือว่าได้เปรียบอย่างยิ่ง เพราะหอกระจายข่าวตั้งอยู่ในหมู่บ้านเลย อย่างไรก็ตาม การเข้าถึงด้านกายภาพนั้นก็เพียง**เงื่อนไขที่เอื้ออำนวย/เงื่อนไขจำเป็น** (necessary factor) เท่านั้น หากแต่ยังไม่ใช่**เงื่อนไขที่พอเพียง** (sufficient factor) กล่าวคือ ยังไม่ใช่ปัจจัยที่จะนำไปสู่ความรู้สึกมีส่วนร่วมเสมอไป เพราะแม้ว่า เราอาจจะได้ยินคำกล่าวที่ว่า “รักแท้แพ้ใกล้ชิด” อันแสดงให้เห็นอุปสรรคของการเข้าถึงด้านกายภาพว่า ใครที่มีโอกาสเข้าถึงได้บ่อยกว่า มีความถี่สูงกว่า ย่อมสร้างความรู้สึกร่วมกันได้มากกว่าก็ตาม แต่ในบางกรณี เราก็น่าจะเคยได้ยินหลักการที่ตรงกันข้ามว่า “รักกันอยู่ขอบฟ้าเขาเขียว เสมือนอยู่หอแห่งเดียวร่วมห้อง” หรือในทางกลับกัน ถึงแม้จะ “ใกล้แสนใกล้ แต่กลับไกลแสนไกล” เป็นต้น

ปรากฏการณ์ข้างต้นบ่งบอกว่า นอกเหนือจากการเข้าถึงด้านกายภาพแล้ว มิติการเข้าถึงนั้นก็ยังมิต้านอื่นๆ คือ **การเข้าถึงด้านจิตใจ** ซึ่งอาจจะแปรไปตามการเข้าถึงด้านกายภาพ เช่น บทสรุปเรื่องรักแท้แพ้ใกล้ชิด แต่ก็อาจจะแปรอย่างผกผัน เช่น กรณีของ “รักกันอยู่ขอบฟ้าเขาเขียว” ได้ ดังนั้นเราจึงพบว่า ในกรณีของหอกระจายข่าวที่อยู่ใกล้ชิดติดตัวชุมชน แต่ชุมชนกลับไม่รู้จักรักดูคำดูดี ในขณะที่ทีมฟุตบอลแมนยู นั้น แม้จะอยู่ไกลแสนไกล แต่บรรดาสาวกแมนยู กลับรู้สึกผูกพันอย่างใจจดใจจ่อเป็นอย่างยิ่ง

นอกเหนือจากการเข้าถึงด้านกายภาพและด้านจิตใจ ซึ่งมักรับรู้กันโดยง่าย เพราะเป็นการพิจารณาในระดับปัจเจกบุคคล มิติของการเข้าถึงที่มองเห็นได้ยากขึ้น คือ การเข้าถึงในมิติระดับสังคม เช่น **การเข้าถึงเชิงเศรษฐกิจ** ตัวอย่างเช่น เรื่องการไปชมภาพยนตร์ ซึ่งกลุ่มคนยากจนที่บ้านอยู่ติดกับโรงหนัง (การเข้าถึงด้านกายภาพเอื้ออำนวย) และมีความต้องการอยากดูหนังอย่างยิ่ง เพราะมีดารานำแสดงที่ชื่นชอบ (การเข้าถึงด้านจิตใจ) แต่ก็ดูไม่ได้เพราะไม่มีสตางค์ (ขาดโอกาสการเข้าถึงด้านเศรษฐกิจ) หรือ**การเข้าถึงเชิงวัฒนธรรม** เช่น ความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ ซึ่งเป็นคุณสมบัติเบื้องต้นที่ต้องการสำหรับการใช้สื่อสิ่งพิมพ์

(2.3) process V.S. product

ประเด็นเรื่อง process หรือ product ในเรื่องช่องทางการสื่อสารและการมีส่วนร่วมนี้ มีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับเรื่อง “กระบวนการ” (process) และ “ผลลัพธ์” (product) ตัวอย่างเช่น เมื่อทางราชการใช้กระบวนการจัดทำแผนพัฒนาตำบล 2 แบบ แบบแรก เป็นการจัดการให้กลุ่มผู้นำ เช่น กำนันและผู้ใหญ่บ้านเท่านั้นมาร่างแผน แบบที่สอง จัดให้ชาวบ้านทั้งหมู่บ้านมาร่วมกันร่างแผน จากทั้งสองกระบวนการนี้ จะปรากฏผลว่า ในท้ายที่สุด **ตัวผลลัพธ์** (product) คือ แผนที่

ออกมาจากกระบวนการทั้ง 2 กระบวนการนั้นก็จะมีรูปร่างหน้าตาเหมือนกัน (เพราะชาวบ้านก็คิดเหมือนหรือคล้ายๆ ผู้นำ) แต่ทว่าสิ่งที่แตกต่างกันอย่างมากระหว่างกระบวนการทั้งสอง ก็คือ **ความรู้สึกมีส่วนร่วม** ความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของแผนของชาวบ้านจะแตกต่างกันอย่างมาก นิทานเรื่องนี้สอนให้ระลึกว่า **เรื่องการสื่อสารและการมีส่วนร่วม** นั้นเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาเรื่อง **กระบวนการมากกว่าตัวผลลัพธ์**

และประเด็นสุดท้ายที่ควรระวังก็คือ เรื่อง “รูปแบบลวงตา เนื้อหาลวงใจ” ของเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ตัวอย่างเช่น **รูปแบบของการเลือกตั้ง** ในสังคมปัจจุบันของไทย ซึ่งโดย **รูปแบบแล้ว** จะสร้างความรู้สึกให้คนไทยว่า “ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดชีวิตทางสังคม” แล้ว ทั้งๆ ที่รูปแบบดังกล่าวนั้น **หาบมีเนื้อหา**ของการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงไม่ ในทางตรงกันข้าม สำหรับ **รูปแบบการมาเดินขบวนประท้วงหรือล่ารายชื่อ** ซึ่งมี **เนื้อหา**เป็นการแสดงออกซึ่งความรู้สึกมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง แต่ทว่ากลับมีการรับรู้รูปแบบดังกล่าวว่า ไม่เป็นประชาธิปไตย เป็นต้น

(2.4) การแสวงหา “ช่องทางประจำ” กับการสร้างสรรค์ “ช่องทางเฉพาะกิจ”

เนื่องจากช่องทาง/สื่อเป็นประดุจพาหะหรือกล่องบรรจุเนื้อหาข่าวสาร ถ้าปราศจากช่องทาง/สื่อ เนื้อหาข่าวสารจะเดินทางจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารแบบตัวเปล่าเล่าเปลือยไม่ได้ เช่น ถ้าปราศจากแผ่นกระดาษ ข้อความในจดหมายจะเดินทางไปไม่ได้ หากไม่มีสถานที่และการกำหนดระยะเวลา ความหมายต่างๆ ในการประกอบพิธีกรรมก็คงจะเกิดขึ้นไม่ได้ ดังนั้น “ช่องทาง” จึงเป็นหัวใจอีกห้องหนึ่งของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ในการศึกษาเรื่อง “ช่องทาง/สื่อ” นั้น นอกเหนือจากคุณลักษณะ (attribute) ต่างๆ ของช่องทาง/สื่อที่ได้กล่าวมาแล้ว ในการดำเนินงานการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนนั้น คุณลักษณะประการหนึ่งที่ต้องมีการสำรวจ/วิเคราะห์อย่างยิ่งในเรื่องช่องทาง/สื่อ ก็คือ เรื่องลักษณะ “ประจำ” หรือ “เฉพาะกิจ” ของช่องทางนั้นๆ ที่จะมมีผลสืบเนื่องมาถึงเรื่องหลักประกันความยั่งยืนของงานพัฒนาหรือของการสื่อสารเอง ยกตัวอย่างเช่น จากงานวิจัยของ อ.ดวงพร ที่ได้กล่าวถึงแล้ว การสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ระหว่างที่มวิจัยกับชาวบ้านนั้น ไม่ว่าจะเป็นการจัดเสวนาชุมชน การฝึกอบรม การติดตามประเมินผล ฯลฯ นั้นล้วนแล้วแต่เป็นเรื่อง “ชั่วคราว/เฉพาะกิจ” ทั้งสิ้น เพราะสักวันหนึ่ง คู่ของการสื่อสาร คือ ที่มวิจัยก็ต้องโบกมืออำลาหมู่บ้านไป แต่เหล่าบรรดารูปแบบการสื่อสาร เช่น การประชุมหมู่บ้านนั้นเป็น “เรื่องถาวร /ประจำ” เพราะตราบไคที่ยังคงมีหมู่บ้าน ก็คงจะมีการประชุมหมู่บ้านเคียงคู่กันไป

แต่ที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ก็มีได้หมายความว่า ช่องทางทั้งสองแบบนี้จะดีเด่นกว่ากันในทุกๆ เรื่อง หากทว่าในช่องทางแต่ละแบบต่างก็มีจุดเด่น/จุดด้อยของตัวเอง ช่องทางเฉพาะกิจนั้นมี

อายุสั้น ไม่คงทนถาวร แต่ก็มีผลระยะสั้นได้ แผลก็ใหม่ สร้างความกระชุ่มกระชวยให้แก่ชุมชนได้ ในขณะที่การประชุมหมู่บ้านนั้น เมื่อทำอย่างเป็นประจำสม่ำเสมอ ก็อาจจะเฉื่อยเฉื่อยไปได้ ดังนั้น ในการวางแผนเรื่องการใช้ช่องทาง จึงควรมีการ**ประสานข้อเด่น ลดข้อด้อย ของทั้งสองช่องทาง** ดังเช่นที่ทีมวิจัยของ อ.ดวงพร ได้ดำเนินการ คือ การสร้างสะพานเชื่อมต่อระหว่าง 2 ช่องทาง เช่น เมื่อมีการประชุมเสวนาชุมชนเรื่องหอกระจายข่าวเสร็จสิ้นแล้ว ก็ได้มีการวางแผนให้มีการโอนย้ายประเด็นเรื่องหอกระจายข่าวเข้าไปเป็นวาระ (agenda setting) ของการประชุมประจำเดือนของหมู่บ้าน ซึ่งทำให้มีหลักประกันเรื่องความต่อเนื่องยิ่งขึ้น เป็นต้น

(3) การศึกษาเรื่องเนื้อหา (message)

(3.1) เนื้อหาแบบ liberative content

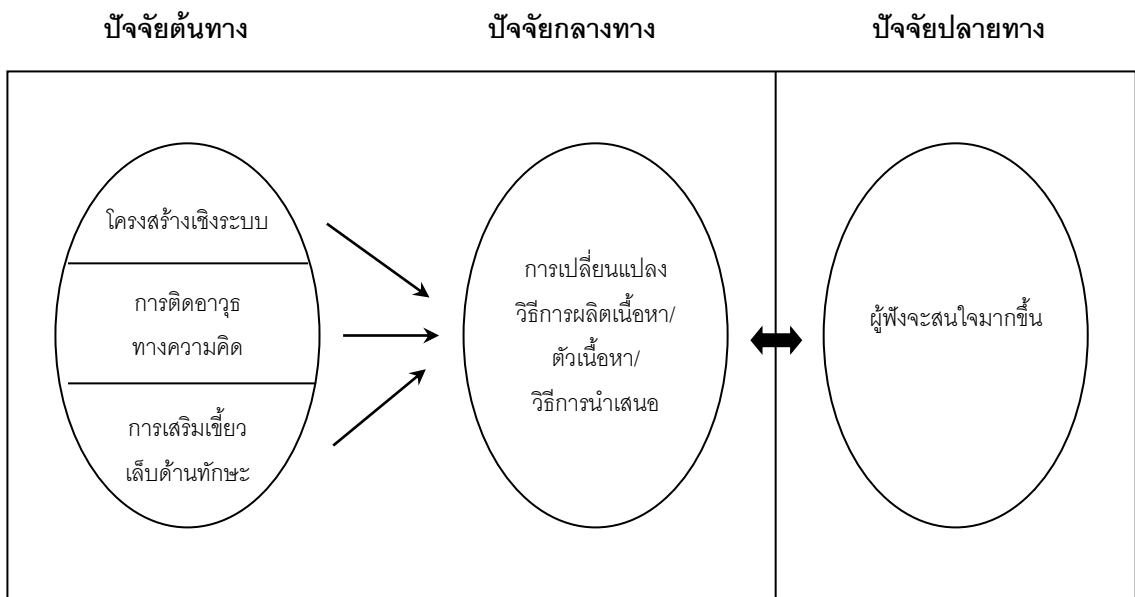
เนื่องจากการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นเป็นการสื่อสารที่สามารถเสริมพลังให้แก่ผู้สื่อสารได้ (empowerment) โดยที่เนื้อหาของสื่อสารแบบนี้จะต้องมีลักษณะเฉพาะที่เรียกว่า เป็น **liberative content** กล่าวคือ เป็นเนื้อหาสาระที่สอดคล้องทั้งในแง่ประเด็นและวิถีชีวิตของชุมชน สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชน และมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ชุมชนสามารถนำเนื้อหาดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นความรู้หรือทักษะต่างๆ มาจัดการกับชีวิตของตนเองได้

ตัวอย่างของเนื้อหาที่สอดคล้องกับจังหวะวิถีชีวิตของชุมชนในกรณีของหอกระจายข่าว ก็เช่น ช่วงเวลาของการนำเสนอจำเป็นต้องเป็นเวลาที่บ้านสามารถติดตามรับฟังได้ และใช้รูปแบบการนำเสนอที่ชาวบ้านคุ้นเคย เช่น การพูดคุยสนทนา หรือกรณีของเนื้อหาสาระที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน ก็เช่น หากหอกระจายข่าวนำเทปจากส่วนกลางมาเปิดให้ฟังอย่างเดียว เนื้อหา ก็จะเป็นแบบจากบนลงล่าง เป็นสิ่งที่ราชการต้องการจะบอกกล่าวหรืออบรมสั่งสอนชาวบ้าน ซึ่งไม่ค่อยทำให้ชาวบ้านเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมมากนัก แต่หากคนในชุมชนมาเป็นคนจัดรายการเองและตัดเย็บเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน เช่น ถ้าเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว เช่น พุงั่วแล่น ก็จะมีเนื้อหาที่เกี่ยวกับเรื่องการจัดการการท่องเที่ยว เนื้อหาแบบนี้จะช่วยให้ชาวบ้านนำเอาไปใช้เพื่อพัฒนาชีวิตให้ดีขึ้นได้

ในการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาหอกระจายข่าวฯ” ของ อ.ดวงพร ได้ค้นพบว่า หลังจากที่มีการเปลี่ยนแปลง**โครงสร้างเชิงระบบ** คือ เปลี่ยนแปลงคณะผู้ดำเนินงานหอกระจายข่าว จากเดิมที่มีเพียงผู้ใหญ่บ้านหรือผู้นำชุมชนคนเดียวรับผิดชอบมาเป็นคณะทำงาน/คณะกรรมการ มีการ**ติดต่ออูธทางความคิด**ให้แก่ผู้ทำงานว่า ศักยภาพของหอกระจายข่าวนั้นจะทำอะไรได้บ้าง มีการ**ฝึกอบรมเรื่องวิธีการดำเนินงาน**ของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของหอกระจายข่าว เช่น มีการ

สำรวจความต้องการของชุมชนก่อนจะผลิตเนื้อหา เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่บรรดา**ปัจจัยต้นทาง** เหล่านี้แล้ว ทีมวิจัยก็ได้ค้นพบว่า เกิดการเปลี่ยนแปลงที่**ปัจจัยกลางทาง** คือ ตัวเนื้อหา เช่น

- ◎ เนื้อหาสารมีลักษณะเป็นทางการน้อยลง มีวิธีการพูดที่เป็นกันเองมากขึ้น
- ◎ มีการใช้เพลงประกอบรายการมากขึ้น
- ◎ ใช้เนื้อหาที่เป็นการสนทนา มากกว่าการอบรมสั่งสอนมากขึ้น



(3.2) ลักษณะยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนของเนื้อหา

อาจกล่าวได้ว่า เส้นแบ่งเส้นหนึ่งระหว่างการผลิตแบบมี/ไม่มีส่วนร่วม ก็คือ ลักษณะหรือประเภทของเนื้อหาเอง โดยที่เนื้อหาสารของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะต้องยืดหยุ่น/ปรับเปลี่ยนได้ ลักษณะของเนื้อหาสารแบบมีส่วนร่วมนั้นจะต้องเป็นการสนทนาแลกเปลี่ยนทัศนะซึ่งกันและกัน (dialogue) ต้องแสวงหาความร่วมมือจากหลายๆ ฝ่าย (collaboration) และเป็นข้อมูลที่ถูกนำมาใช้เพื่อก่อให้เกิดการตัดสินใจโดยกลุ่ม (group decision-making) ซึ่งลักษณะเนื้อหาทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะต้องมีคุณสมบัติข้อหนึ่งผนวกเป็นยาตัวด้วยเสมอ คือ ลักษณะที่ปรับเปลี่ยนยืดหยุ่นได้ ซึ่งเป็นไปตามแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรมที่กล่าวมาข้างต้น

ลักษณะการปรับตัวของเนื้อหาข่าวสารในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นั้น จะเกิดในหลายลักษณะและมาจากหลายปัจจัย คือ

๑) เป็นการปรับเปลี่ยนของผู้ส่งสาร อันเนื่องมาจากการมีปฏิสัมพันธ์จากผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น การแสดงของศิลปินพื้นบ้านที่มีผู้มาเกาะอยู่หน้าเวที หากผู้ชมเรียกร้องให้ปรับเปลี่ยนเนื้อหาการแสดง ศิลปินก็มักจะทำตาม

๒) เป็นการปรับเปลี่ยนของผู้ส่งสาร อันเนื่องมาจากการมุ่งความสนใจไปที่ความต้องการของผู้รับสาร และเพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการดังกล่าว การปรับเปลี่ยนเนื้อหาในข้อนี้ อาจจะคล้ายคลึงกับข้อแรก เพียงแต่ว่าวิธีการปรับเปลี่ยนนั้น อาจจะไม่เกิดขึ้นมาจากปฏิกริยาโดยฉับพลันทันที แต่ทว่าได้มีการนำเอาการแสดงความคิดเห็นและความต้องการของชุมชนมาพิจารณา เช่น กรณีการทำวิทยุชุมชนโดยมีการสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของผู้ฟังเพื่อปรับเนื้อหาให้สอดคล้อง

๓) เป็นการปรับเปลี่ยนเนื้อหาอันเนื่องมาจากการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างทุกฝ่าย ตัวอย่างการปรับเปลี่ยนเช่นนี้เกิดขึ้นในระหว่างการประชุมแบบประชาธิปไตยหรือการประชุมกลุ่มย่อย ที่มีฝ่ายบริหารทำตุ๊กตาของข้อเสนอ/ทางเลือกแก้ไขปัญหามานำเสนอที่ประชุมของพนักงาน แล้วนำเอาความรู้ของพนักงานมาปรับปรุงตุ๊กตาที่นำเสนอมา หรือการประชุมระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐหรือนักพัฒนากับชาวบ้าน เพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้ในการดำเนินงานพัฒนา โดยประสานองค์ความรู้ของเจ้าหน้าที่/นักพัฒนากับองค์ความรู้ของชาวบ้านเข้าด้วยกัน เช่นกรณีการตั้งกฎระเบียบที่เกี่ยวกับป่าชุมชน เป็นต้น

(3.3) เนื้อหาที่เป็นแบบ “ของเรา” ก็คือ “อัตลักษณ์” ของเรา

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ผลลัพธ์ประการหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการใช้กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ก็คือ การเกิดความรู้สึก “ของของใคร ของใครก็หวง ของใครใครก็ต้องหวง” ความรู้สึกเช่นนี้ ในภาษาวិชาการเรียกว่าเป็น “อัตลักษณ์” (identity)

อัตลักษณ์ คือ ความรู้สึก/ความเข้าใจว่า เรารับรู้ “เราเป็นใคร” และคนอื่นคิด/รับรู้ “เราเป็นใคร” ด้วย ในท่ามกลางองค์ประกอบทั้ง 4 ของการสื่อสาร คือ S-M-C-R นั้น องค์ประกอบด้านตัวสื่อ/ช่องทาง (C) นั้น อาจจะมองเห็นอัตลักษณ์ได้ยาก เพราะตัวสื่อ/ช่องทางมักมีลักษณะร่วม เช่น วิทยุชุมชนก็จะมีตัวสื่ออันได้แก่ บรรดาอุปกรณ์ทางเทคนิค มีรูปแบบรายการซึ่งมีหน้าตาคล้ายคลึงกัน แต่ทว่าองค์ประกอบที่จะช่วยให้เห็น “อัตลักษณ์” ของผู้สื่อสารได้ง่ายที่สุดก็คือ “ตัวเนื้อหา” นี้เอง ดังเช่น ในสามัญสำนึกทั่วไปที่เราคุ้นเคยกับสำนวนเขียนของ “รงค์ วงษ์สวรรค์, ทมยันตี, กฤษณา อโศกสิน” ซึ่งเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของผู้ส่งสาร

ฉะนั้น เมื่อคู่ส่งสารทั้งผู้ส่งและผู้รับได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร เช่น เมื่อชาวบ้านเข้ามาจัดรายการหออกระจายข่าว หรือส่งเรื่องราวเข้ามาเป็นประเด็นเนื้อหาในการกระจายเสียง ก็จะทำให้ชาวบ้านที่ฟังเกิดความรู้สึกว่า “นี่แหละเป็นเรื่องของเรา” “นี่แหละเป็นเนื้อหาของเรา” “นี่แหละเป็นแบบของเรา” ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดก็คือ เนื้อหาของข่าวท้องถิ่น การเปิดเพลงลูกทุ่งในรายการ การมีเนื้อหาเรื่องผลไม้ การเจียรนัยพลอยสำหรับวิทยุชุมชน จ.จันทบุรี เป็นต้น

การวิเคราะห์ขั้นตอนการสร้างการมีส่วนร่วมผ่านการสื่อสาร

ในที่นี้จะลองใช้แนวคิดเรื่องกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมผ่านการสื่อสารมาวิเคราะห์ ข้อมูลจากงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาหออกระจายข่าวฯ” ของ ผศ.ดวงพร ที่ได้กล่าวถึงมาแล้วดังนี้

◎ **ขั้นตอนที่ 1** จากหลักการของเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ว่า “ความสัมพันธ์ระหว่างคู่การสื่อสารนั้นเป็นหัวใจสำคัญที่สุด โดยเฉพาะความสัมพันธ์แบบไว้วางใจกัน (trust worthiness) ดังนั้นนักวิจัยในฐานะบุคคลภายนอกที่เข้าไปในชุมชน ในท่ามกลางบริบทของสังคมปัจจุบันที่ยากจะเชื่อได้ว่า จะมีใครทำอะไรให้คนอื่นโดยไม่หวังผลประโยชน์ตอบแทน นักวิจัยจึงต้องใช้เวลาในการสร้างสานความสัมพันธ์ที่ไว้วางใจกันขึ้นมา

ในขั้นตอนนี้ นักวิจัยได้ใช้กลยุทธ์การสื่อสารหลายแบบผสมผสานกัน เช่น

ด้านกลยุทธ์สื่อ ผู้วิจัยได้เลือกผู้รับสารกลุ่มแรกเป็นกลุ่มผู้นำชุมชนระดับต่างๆ และกลุ่มคนที่ทำงานรับผิดชอบเรื่องหออกระจายข่าว และขยายไปกับชาวบ้านทุกๆ คนในลำดับต่อมา โดยได้ใช้ตัวนักวิจัยเองเป็นสื่อ ใช้การเดินทางไปพบ ใช้การส่งจดหมายและโทรศัพท์พูดคุย การเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน โดยเน้นการติดต่อสื่อสารอย่าง **สม่ำเสมอและต่อเนื่อง** รูปแบบของการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตาจะช่วยทุลทางให้ความรู้สึกไว้วางใจเกิดขึ้นได้ง่าย (เช่นเดียวกันกับความรู้สึกไว้วางใจคนอ่านข่าวในโทรทัศน์ เพราะเคยเห็นหน้าอยู่ทุกวัน)

ด้านกลยุทธ์สาร เนื่องจากประเด็นที่ทีมวิจัยต้องการจะทำงานนั้น คือ เรื่อง “หออกระจายข่าว” ดังนั้น เนื้อหาสารที่ใช้สื่อสารจึงเป็นเรื่องแง่มุมต่างๆ ของหออกระจายข่าว เริ่มตั้งแต่

◎ แนะนำตัวและแจ้งถึงเจตนารมณ์ของทีมวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาหออกระจายข่าว

◎ ผู้วิจัยแสดงท่าทีที่เชื่อมั่นว่า ชาวบ้านจะสามารถพัฒนาหออกระจายข่าวได้ แต่ทว่าทีมวิจัยจะกำหนดบทบาทว่า ทีมวิจัยเป็นเพียงผู้ให้การสนับสนุนภายนอกเท่านั้น โดยที่การแก้ปัญหาหออกระจายข่าวนั้นต้องมีชุมชนเป็นตัวหลัก

เนื่องจากทีมวิจัยต้องการใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นเครื่องมือ เพื่อแก้ไขปัญหาหออกระจ่ายข่าว ดังนั้น ในกระบวนการสื่อสารกับชุมชนเอง ทีมวิจัยก็ได้ใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมอยู่ตลอดเวลา ทีมวิจัยจึงต้องรับฟังความคิดเห็นต่างๆ ของชุมชนอย่างตั้งใจ เพื่อแสดงให้เห็นว่าเนื้อหาข้อมูลที่มาจากทุกๆ คนในชุมชนเป็นสิ่งมีคุณค่าสำหรับการพัฒนาหออกระจ่ายข่าว อันเป็นไปตามหลักการการทำงานเป็นทีมร่วมกันที่ต้องประสานความรู้ของทุกคนเข้ามา (shared message /knowledge) ที่ได้กล่าวมาข้างต้น

๑ ขั้นตอนที่ 2 การจัดเสวนาชุมชน

หากเราวิเคราะห์คุณลักษณะ (attribute) ของการสื่อสารในรูปแบบของการเสวนาชุมชน ดังที่ได้แสดงให้เห็นแล้วในตอนต้น เราจะพบว่า การเสวนาชุมชนเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบที่เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมสูง เมื่อประยุกต์รูปแบบแม่บทดังกล่าวมาพิจารณาในกรณีของงานวิจัยเรื่องหออกระจ่ายข่าวที่ จ.ชุมพร ก็จะมีลักษณะต่างๆ ดังนี้

- **ในแง่ปริมาณของคนที่เข้าร่วม** ในแต่ละหมู่บ้านจะมีผู้เข้าร่วมจำนวนประมาณ 50-70 คน ซึ่งนับว่าเป็นจำนวนที่ยังเอื้ออำนวยให้มีการไหลเวียนของข่าวสารได้ดีพอสมควร เปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็น

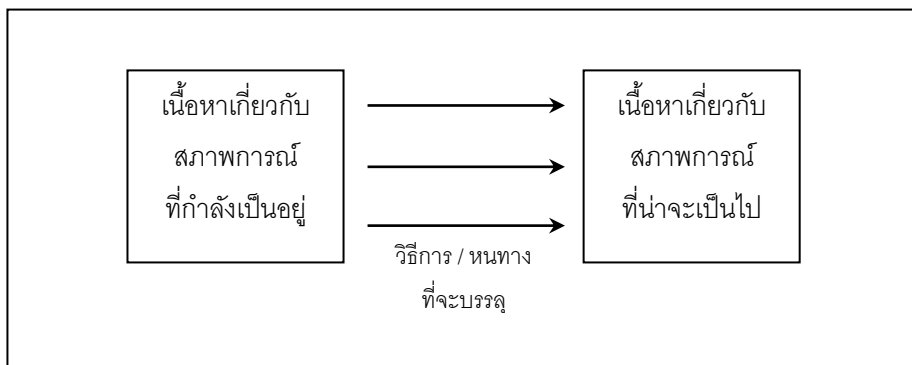
- **ในแง่คุณภาพของคนที่เข้าร่วม** คนที่เข้าร่วมนั้นเป็น “ผู้มีส่วนได้เสีย” กับเรื่องหออกระจ่ายข่าวอย่างแท้จริง คือ เป็นทั้งผู้ที่ได้รับผลกระทบจากปัญหา และเป็นผู้ที่มีแนวทางแก้ไขปัญหา อนึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่า การจัดเสวนาชุมชนนั้น ในด้านหนึ่งมีความหมายว่า ได้ขยายกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียจากคนกลุ่มเล็กๆ ที่เคยรับผิดชอบเรื่องหออกระจ่ายข่าว (เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน) มาเป็นคนทั้งหมดในชุมชน

- **รูปแบบการสื่อสาร** ทีมวิจัยได้วางแผนการสื่อสารให้มีลักษณะผสมผสานทั้งบรรยากาศที่เป็นการพูดคุยแบบธรรมชาติของชุมชน (natural) ประสานกับองค์ประกอบการสื่อสารที่มีการวางแผน (planned) คือ การมีผู้ดำเนินรายการ (moderator) อันเป็นรูปแบบเดียวกับเครื่องมือการวิจัยที่เรียกว่า “การสนทนากลุ่ม” (focus group interview) ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย 2 ประการที่วางเอาไว้ คือ การจัดบรรยากาศที่เป็นกันเองและชาวบ้านคุ้นเคย เพื่อให้มีการแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ แต่ในเวลาเดียวกัน ก็มีผู้ดำเนินรายการคอยตะล่อมเนื้อหา (focus) ให้เดินเข้าสู่เป้าหมายไม่ลัดเลี้ยวหลงไปทางอื่น

- **กลยุทธ์ด้านสาร 1 (message strategy)** หลังจากที่ได้ประมวลข้อมูลจากชุมชนซึ่งเป็นสภาพการณ์ปัจจุบันของการใช้หออกระจ่ายข่าวที่เป็นอยู่ (what is) (ซึ่งเป็นการรับรู้ร่วมกันของชุมชน อันเป็นบริบทการสื่อสารที่แตกต่างไปจากการรับรู้ที่ละคน) ทีมวิจัยได้นำเสนอข้อมูล

ชุดใหม่เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และประโยชน์ของหอกระจายข่าวที่**ควรจะเป็น** (what ought to be) หรือศักยภาพสูงสุดของหอกระจายข่าว อันเป็นไปตามหลักการที่ D. Lerner เรียกว่า การให้ข้อมูลเพื่อยกระดับความคาดหวังของชุมชน (raising expectation)

- **กลยุทธ์ด้านสาร 2** การยกระดับความคาดหวังของชุมชนนั้นเป็นการปักธงชัยด้านเป้าหมายปลายทางเอาไว้ให้ (end/goal) ซึ่งมีผลที่ตามมาก็คือ จะเกิดแรงผลักดัน (motive) ให้ผู้สื่อสารรู้สึกอยากเคลื่อนไหวขับเคลื่อนออกจากจุดปัจจุบันที่ยืนอยู่ไปสู่จุดหมายปลายทางที่คาดหวัง อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการนี้ หากปล่อยให้ให้มีแต่การใช้กลยุทธ์ด้านสารเพียงในระดับแรก ก็อาจกลายเป็นดาบสองคม เพราะมีแต่การสร้าง**เป้าหมายแห่งความใฝ่ฝัน**ขึ้นมาอย่างสูงส่ง หากแต่**ไม่มีวิธีการ/หนทาง (means)** ให้บรรลุ ก็อาจกลับกลายเป็นความรู้สึกคับข้องใจได้ (frustration) ดังนั้น จึงต้องมีการใช้กลยุทธ์สารระดับที่ 2 คือ การระดมความคิดเห็นว่า **จะมีวิธีการแปรความใฝ่ฝันให้กลายเป็นความจริงได้อย่างไรบ้าง** และเลือกทดลองใช้สักวิธีการหนึ่งผ่านการระดมความคิดเห็นตรวจสอบจากชุมชนแล้วว่า เป็นวิธีการ**ที่ดีที่สุดและมีทางเป็นไปได้มากที่สุด**



◎ **ขั้นตอนที่ 3 สร้างองค์กร/กลุ่มผู้สื่อสารกลุ่มใหม่**

ดังได้กล่าวมาแล้วในตอนต้นๆ ว่า หากเราต้องการปรับสภาพการณ์จากการสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วมมาเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม องค์กรประกอบที่สำคัญที่ต้องเริ่มปรับก็คือ **ปัจจัยด้านมนุษย์** โดยต้องเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในบทบาทหน้าที่ **active** ของการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นบทบาทผู้ส่งสารที่เป็นอิสระหรือบทบาทผู้รับสารที่ **active**

ในขั้นตอนของการเสวนาชุมชนนั้น เนื่องจากเป้าหมายของการสื่อสารจะเป็นไปเพื่อ**ระดมความคิดเห็น** ดังนั้นปริมาณคนที่เข้าร่วมจึงมีได้จำนวนค่อนข้างมาก เช่น 50-70 คน แต่ทว่าในขั้นตอนของการลงมือ**ทำอะไรใหม่ๆ** นั้น จะใช้กลุ่มคนขนาดใหญ่เช่นนั้นไม่ได้ ดังนั้น ใน

ขั้นตอนที่ 3 ซึ่งเป็นขั้นของการลงมือกระทำจริงต้องมีการเลือกตั้งคณะทำงาน/คณะกรรมการ ซึ่งเป็นไปตามหลักการของ K. Nair ที่ว่า การปรับเปลี่ยนจากการสื่อสารแบบที่รวมศูนย์อยู่ในมือคนๆ เดียว หรือคนกลุ่มเล็กๆ เช่น กรณีของหอกระจายข่าวที่อยู่ในการดำเนินงานของผู้ใหญ่บ้าน หรือผู้นำเพียง 2-3 คน มาเป็นคณะกรรมการหลายๆ คน กล่าวคือ เมื่อจะกระจายการมีส่วนร่วมก็ต้องเริ่มด้วยการกระจายการดำเนินงาน กล่าวคือ ต้องมีการสร้างองค์กรใหม่/กลุ่มแบบใหม่ขึ้นมา กลุ่มใหม่ที่สร้างขึ้นมาก็คัดเลือกมาจากกลุ่มผู้รับสารเดิมนั่นเอง ซึ่งเท่ากับเป็นการขยับบทบาทของผู้สื่อสารให้ยกระดับขึ้นจากการเป็นผู้รับสารมาเป็นผู้ส่งสาร

หลังจากมีการตั้งคณะกรรมการดำเนินงานหอกระจายข่าวขึ้นมา แต่เนื่องจากการขยับบทบาทใหม่เพื่อรองรับภารกิจแบบใหม่นั้น จำเป็นต้องมีการเสริมสร้างศักยภาพ (capacity building) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่คนกลุ่มใหม่ด้วย และเมื่อการเสริมสร้างดังกล่าวเป็นภารกิจที่เกินเลยกว่าที่ภายในชุมชนจะจัดการเองได้ ก็เป็นบทบาทของหน่วยงานหรือองค์กรภายนอกที่จะเข้าไปหนุนช่วย ในที่นี้ก็คือ ทีมวิจัยนั่นเองโดยหน่วยงานภายนอกต้องเกาะหลักให้แน่นว่า อะไรที่ชุมชนทำได้เอง ต้องให้ชุมชนลงมือทำเอง และต้องให้เป็นอะไรที่เหลือกำลัง(ชุมชน) ลาก จึงออกปากบอกแขก(หน่วยงานภายนอก)ให้แบกหาม

กระบวนการเสริมสร้างศักยภาพนี้มีทั้งหมด 6 กระบวนการ คือ การเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม และฝึกปฏิบัติ (training) การดำเนินงานโดยใช้ข้อตกลงร่วมเป็นแนวทาง (regulations) การให้การสนับสนุนด้านเครื่องมืออุปกรณ์ (technical support) การติดตามและให้คำปรึกษาโดยคณะผู้วิจัย (outsider support) การประชุมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ผู้จัดการกระจายเสียงในทุกพื้นที่ (networking) และการดูงานหอกระจายข่าวสารจากที่อื่นๆ (field experience) กระบวนการทั้ง 6 นี้ หากวิเคราะห์จากแง่มุมของการสื่อสาร ก็จะมีทั้งการสื่อสารจากแนวตั้ง (vertical communication) เช่น การติดตามให้คำปรึกษาหรือการสนับสนุนด้านอุปกรณ์ และการสื่อสารแนวนอน (horizontal communication) จากคนที่มีความคล้ายคลึงกัน (homophily) และทั้งการขยายฐานความรู้ ข้อมูล และประสบการณ์ให้กว้างขวาง เช่น การไปทัศนศึกษาดูงานหอกระจายข่าวในที่อื่นๆ การใช้รูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายเช่นนี้ล้วนมีเป้าหมายเดียวกัน คือ การเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่คณะทำงานหอกระจายข่าว ทั้งด้วยการสนับสนุนที่เป็นรูปธรรมของจริง (เช่น การจัดหาอุปกรณ์) การสนับสนุนด้านความรู้/ข้อมูล รวมทั้งการสนับสนุนด้านขวัญและกำลังใจ

◎ ขั้นตอนที่ 4 เป็นขั้นตอนที่กลุ่มผู้ส่งสารกลุ่มใหม่ลงมือปฏิบัติทำงานตามหลักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตามแนวความคิดใหม่ที่ได้รับมา เช่น การกำหนดให้มีการ

สอบถามความต้องการรับฟังของชุมชนเป็นอันดับแรก จากนั้นจึงนำผลจากการสอบถามนั้นมา ดำเนินงานการจัดการกระจายเสียง หรือการกำหนดให้คนจากกลุ่มต่างๆ ของชุมชนเข้ามามีส่วน ร่วมในการจัด หรือการพยายามหากิจกรรมเสริมเพื่อกระตุ้นให้คนรับฟังและสนใจการดำเนินงาน หอกระจายข่าวสารให้มากขึ้น

เป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบตัวแรกในกระบวนการสื่อสาร คือ กลุ่มผู้ส่งสาร (ตัว S) ก็จะส่งผลต่อเนื่องมาถึงการเปลี่ยนแปลงไปของตัวเนื้อหา วิธีการนำเสนอ (ตัว M และตัว C) และท้ายที่สุดก็ส่งผลกระทบต่อตัวผู้รับสาร (ตัว R) ดังแผนภาพเรื่องปัจจัย ต้นทาง กลางทาง และปลายทางที่ได้แสดงมาแล้ว

๑) ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผลโดยชุมชน

จากขั้นตอนที่ 2 อันเป็นขั้นคิดร่วมกันทั้งชุมชนในรูปแบบการสื่อสารของ “การจัดเสวนา ชุมชน” แล้วก็แยกให้คนกลุ่มเล็กๆ ได้ลงมือทดลองทำงาน ในขั้นตอนสุดท้ายนี้ ก็เป็นการหวน คคืนกลับมาสู่การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของคนทั้งชุมชนอีกครั้ง ในรูปแบบของการประเมินผล โดยชุมชน เพื่อพบปะพูดคุยติดตามงานที่ชุมชนได้ริเริ่มและดำเนินการไปแล้ว

เนื้อหาของการประเมินผลโดยชุมชนนั้น จะมีทั้งเนื้อหาตามแบบฉบับของการสำรวจ การเปิดรับสื่อ เช่น เปิดรับฟังมากขึ้นหรือเปล่า เนื้อหาที่ได้รับฟังตอบสนองความต้องการของชุมชน หรือไม่ และเนื้อหาแบบใหม่ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการมีส่วนร่วมโดยเฉพาะ เช่น

- ชุมชนมีส่วนรับทราบการดำเนินงาน ปัญหาและร่วมแก้ไขหรือไม่
- ชุมชนมีส่วนร่วมในการนำเสนอข้อมูล ดิชมการกระจายเสียง ร่วมรายการด้วยหรือไม่
- โดยภาพรวมแล้ว เกิดการเปลี่ยนแปลงกับหอกระจายข่าวในมิติต่างๆ บ้างหรือไม่ อย่างไร และการเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นไปตามความต้องการของชุมชนหรือไม่

จากกรณีศึกษาหมู่บ้านทั้ง 7 แห่งที่ได้ดำเนินการวิจัย ทีมวิจัยได้พบว่า ข้อมูลที่ยืนยัน หลักการเรื่องการสื่อสารกับการมีส่วนร่วมที่ได้กล่าวมาข้างต้น คือ การเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสีย เข้ามาร่วมในกระบวนการสื่อสารนั้นจะก่อให้เกิดผลตามมาที่การเปลี่ยนแปลงเนื้อหา / ช่องทาง สื่อสาร / และตัวผู้รับสาร โดยเฉพาะในส่วนของผู้รับสารนั้นได้เกิดอาการแบบ “ของของใคร ของใครก็หวง ของใครใครก็ต้องหวง” เช่นที่กล่าวมาข้างต้น ฉะนั้นสภาพการณ์ในระยะก่อนเริ่มมีการ วิจัย แม้ว่าหอกระจายข่าวจะตั้งอยู่ในชุมชน ซึ่งถือว่า “ใกล้ชิดมากทางกายภาพ” แต่กลับ “ห่าง เเหินในทางจิตใจ” เนื่องจากชาวบ้านไม่ได้รู้สึกกับรู้ว่า เป็น “สื่อของชุมชน” เลย ในยามเมื่อมีก็ใช้ แต่ถ้าวัดเสียไปก็ไม่รักษาสื่อชมแซม แต่หลังจากที่ทีมงานวิจัยได้ใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมก่อ

ร่างสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของให้เกิดขึ้น ชุมชนก็เริ่มพลิกหันกลับมาดูแลห่วงใย รวมทั้งหันมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากหอกระจายข่าว

บทเรียนจากงานวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นข้อยืนยันว่า **การสื่อสารสามารถสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วม** ให้เกิดขึ้นได้ และเมื่อความรู้สึกดังกล่าวเกิดขึ้นแล้ว ก็มีผลพวงอื่นๆ ตามติดมาอีกมากมาย ซึ่งสะท้อนให้เห็นคุณูปการของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่สามารถจะยึดศักยภาพสูงสุดของการสื่อสาร เช่น สื่อชุมชนหอกระจายข่าวให้ได้แสดงตัวออกมาได้อย่างเต็มที่

เอกสารประกอบ

1. ดวงพร คำบุญวัฒน์ และคณะ (2545)

“การพัฒนาหอกระจายข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

2. Nair, K. Sadananda, and White A.S. (eds), (1993)

Perspectives on Development Communication, Sage Publications

3. Servaes J. et al (eds), (1996)

Participatory Communication for Social Change, Sage Publications