

การใช้และการเสริมความเข้มแข็งให้แก่การสื่อสารเพื่อชุมชน:
โอกาสและความเป็นจริง

ดร.กาญจนา แก้วเทพ

เอกสารประกอบการประชุมวิชาการโครงการเมธีวิจัยอาวุโส

"การสื่อสารเพื่อชุมชน: โอกาสและความเป็นจริง"

วันที่ 8 กรกฎาคม 2550

ห้องสารนิเทศ 2 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ตีพิมพ์ใน กาญจนา แก้วเทพ การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่องการสื่อสารชุมชน โครงการเมธีวิจัย
อาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย 2551.

สารบัญ

หน้า

● ที่เห็นและที่เป็นมา : หลายวงเกลียวแห่งปัญญา	1
(1) การหมุนรอบของเกลียววงแรก (พ.ศ.2542)	3
(2) การหมุนรอบของวงเกลียววงที่สอง (พ.ศ.2543-2548)	8
(3) การหมุนรอบของวงเกลียววงที่สาม (พ.ศ.2548-2550)	15
(4) การหมุนรอบของวงเกลียววงที่สี่ (พ.ศ.2550-)	16
● KM: ไฟฉายกระบอกใหม่ในการเดินทาง	19
ส่วนที่ 1: การทำความรู้จักกับ KM	21
(1) ความสำคัญของ KM	21
(2) ธรรมชาติของ KM/KMคืออะไร	23
(3) โครงสร้างของ KM	27
(4) กลไกกำกับโครงสร้างKM : 3 แกนของ KM	31
ส่วนที่ 2: การนำ KM มาใช้ในโครงการ SC4C	34
(5) ต้นทุนความรู้ของ SC4C	35
(6) ต้นทุนความรู้ของชุมชน	47
(7) โจทย์การวิจัยของ SC4C	53

การใช้และการเสริมความเข้มแข็งให้แก่การสื่อสารเพื่อชุมชน: โอกาสและความเป็นจริง

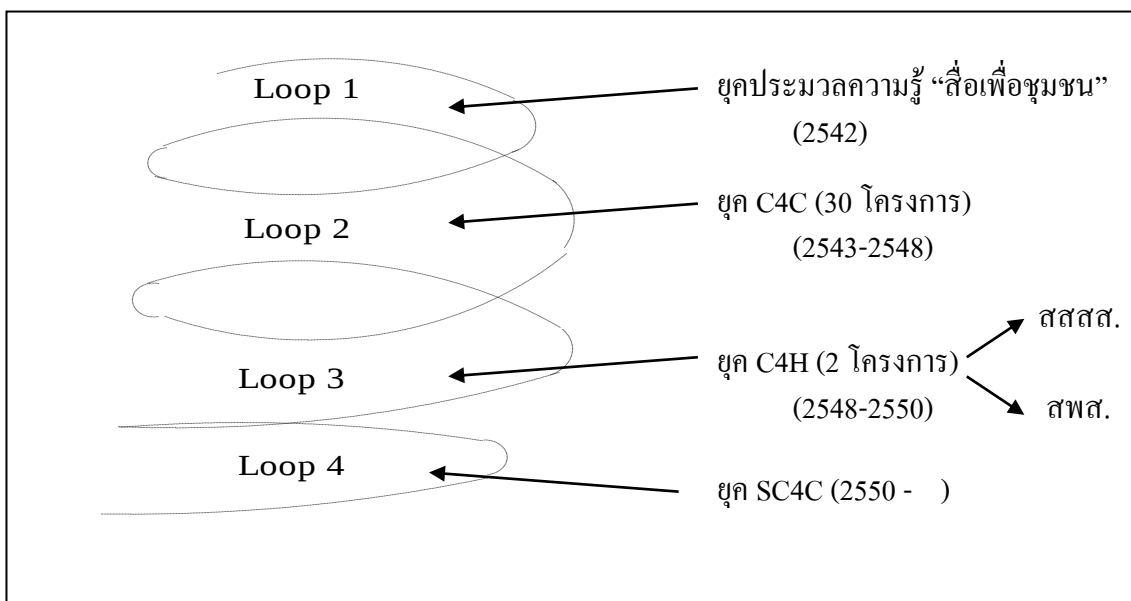
ดร.กาญจนา แก้วเทพ

ที่เห็นและที่เป็นมา: หลายวงเกลียวแห่งปัญญา

ข้อเขียนชิ้นนี้มีเป้าหมายที่ผู้เขียนต้องการจะทบทวนตนเองในงานเรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชนที่ได้เข้าไปเกี่ยวข้องร่วมเกือบหนึ่งทศวรรษ (พ.ศ.2540-2550) รวมทั้งมุ่งหมายที่จะแนะนำโครงการวิจัย "การสังเคราะห์องค์ความรู้เรื่องการ ใช้และการเสริมความเข้มแข็งแก่การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน" (พ.ศ.2549-2551) (จากนี้ไปจะเรียกว่าโครงการ SC4C) ซึ่งเป็น "ตัวละครปัจจุบัน" ของเส้นทางเดินของผู้เขียน

สำหรับท่วงทำนองเพลงในการนำเสนอ นั้น ผู้เขียนจะใช้เพลงที่ชื่อว่า "การบริหารจัดการความรู้" (Knowledge Management - KM) เป็นเพลงประกอบ โดยที่ในช่วงของการทบทวนตัวเองนี้จะเลือกท่อนแนวคิดเรื่อง "วงเกลียวแห่งปัญญา" (Spiral of Wisdom) ที่กล่าวว่า เมื่อบุคคลและองค์กรลงมือปฏิบัติงานและสร้างการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และยกระดับความรู้แล้ว ทั้งความรู้และทักษะ/ความสามารถในการทำงานของทั้งระดับบุคคลและองค์กร/โครงการก็จะค่อยๆ สัมบูรณ์เวียนเป็นวงเกลียวที่กว้างใหญ่มากขึ้นทุกที

ภาพที่ 1: วงเกลียวแห่งปัญญา (Spiral of Wisdom)



จากภาพวงเกลียวดังกล่าวนี้ ผู้เขียนจะขอแบ่งยุคสมัยของเส้นทางเดินในการแสวงหาองค์ความรู้เรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชนจากประสบการณ์ของผู้เขียนร่วมกับเพื่อนพ้องนักวิชาการ นักพัฒนา ปรารักษ์พื้นบ้าน เยาวชน กลุ่มพระสงฆ์เพื่อการพัฒนา ฯลฯ (ที่มาร่วมตัวกันในแบบชุมชนแนวปฏิบัติ - Community of Practice) ออกเป็นวงเกลียวใหญ่ 4 ยุคสมัย ดังจะได้กล่าวรายละเอียดในตอนต่อไป

สำหรับบริบทที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวของวงเกลียวนี้เป็นบรรยากาศของการเคลื่อนไหวของแนวคิดและแนวทางปฏิบัติในเรื่อง "การพัฒนาสังคม" (Social Development) และในเรื่อง "การสื่อสารเพื่อการพัฒนา" (Development Communication) ทั้งกระแสทางสากลและในสังคมไทย ในราวทศวรรษ 1970 ในระดับโลก เริ่มมีการวิพากษ์วิจารณ์กระบวนการพัฒนาโลกที่สามด้วยแนวคิดความทันสมัย (Modernization) รวมทั้งการใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาความทันสมัยที่เป็นแบบ "จากบนลงล่าง" (Top-down Approach) และมีลักษณะรวมศูนย์ (Centralization) พร้อมทั้งมีการนำเสนอกระบวนการทัศน์ใหม่แบบทางเลือกทั้งเรื่องการพัฒนาและการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Alternative Paradigm) (ดู Melkote, 2001)

สำหรับสังคมไทยมีกระแสการขานรับกระบวนการทัศน์ใหม่ของการพัฒนาตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 2530 (หรือระหว่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนที่ 5-6 เป็นต้นมา) เริ่มเกิดแนวคิดใหม่ๆ ในการพัฒนา เช่น การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการนำเสนอยุทธศาสตร์ใหม่เรื่องการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน (People participation)

อย่างไรก็ตาม มีข้อน่าสังเกตว่า หากเป็นแวดวงนักวิชาการและนักพัฒนาที่อยู่นอกสายนิเทศศาสตร์แล้ว แม้จะมีการระบุปัจจัยสำคัญๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ใหม่ของการพัฒนา แต่ก็มักจะไม่ค่อยมีการกล่าวหาพิงมาถึงเรื่อง "บทบาทของการสื่อสารที่จะมีต่อกระบวนการทัศน์ใหม่ของการพัฒนา" มากนัก (ดูตัวอย่างงานของอภิชัย, 2539)

ปรากฏการณ์เช่นนี้ดูเหมือนจะตรงกันข้ามกับยุคสมัยก่อนหน้านี้ นั่นคือช่วงของการทำประเทศ/สังคมให้ทันสมัยที่มีการอ้างอิงถึงบทบาทของการสื่อสารอย่างชัดเจนว่า จะเป็นทั้งตัวบ่งชี้ (indicator) และกลไก/เครื่องมือของการพัฒนา (tool) รวมทั้งมีการระบุอย่างมั่นใจว่า การสื่อสารที่วาดหวังนั้นก็คือ การสื่อสารมวลชน

ส่วนในยุคสมัยของการขานรับกระบวนการทัศน์ใหม่นั้น ในแวดวงของนักนิเทศศาสตร์พัฒนาการบางส่วนก็ได้เริ่มมีการก้าวตามการเปลี่ยนแปลงของกระแสการพัฒนาระลอกใหม่แน่นอนว่าจากจุดยืนของนักนิเทศศาสตร์ เรื่อย่อมธำรงรักษาความเชื่อที่ว่า ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาแบบไหน/อย่างไร การสื่อสารของเราย่อมต้องมีบทบาทเข้าไปร่วมอยู่ด้วยเสมอ แต่ที่ว่า "การสื่อสารนั้นจะมีบทบาทอย่างไร/อย่างน้อยแค่ไหน เป็นสื่อประเภทใด เป็นสารแบบไหน ฯลฯ" คำถามเหล่านี้ยังไม่มีคำตอบที่แน่ชัด และเรียกร้องการศึกษาค้นคว้าใหม่ๆ

การเปลี่ยนแปลงจากสถานะที่ "มั่นใจเต็มร้อยในพยานภาพ" ของสื่อมวลชนในยุคเริ่มแรกของทศวรรษ 1960 มาสู่ "สถานะที่ไม่รู้จะหันหน้าไปหาการสื่อสารแบบไหน" ในทศวรรษ 1980 นั้นเกิดขึ้นเนื่องจากสภาพความเป็นจริงเองที่งานศึกษาวิจัยประเมินผลบทบาทของการสื่อสารมวลชนที่มีต่อการพัฒนาชุมชนและสังคมในโลกที่สามค่ายเสรีนิยมนั้น มักจะมีข้อค้นพบว่าไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้มากนัก (แต่ผลลัพธ์นี้ก็กลับไปสมหวังในประเทศค่ายสังคมนิยมแทน) สื่อมวลชนที่ถูกคาดหวังว่าจะเป็น "กลไกเร่งการเปลี่ยนแปลง" นั้นไม่สามารถจะทำหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายมาได้

แน่นอนว่า ในเชิงเทคนิคของตัวสื่อ ย่อมไม่มีใครปฏิเสธอำนาจอันมหาศาลของสื่อมวลชนที่มีลักษณะครอบคลุมอย่างกว้างขวาง มาได้อย่างมีความถี่บ่อยครั้ง สร้างผลกระทบได้รุนแรง และเป็นสื่อเชิงรุก แต่ท่ามกลางศักยภาพอันมโหฬารนี้ ในอีกด้านหนึ่ง สื่อมวลชนเช่นหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ในประเทศที่มีระบบเศรษฐกิจการเมืองแบบทุนนิยม และมีรัฐเป็นเจ้าของสื่อมวลชนนั้น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ/การเมืองดังกล่าวก็ได้กลายมาเป็น "เครื่องเหนี่ยวรั้ง" (constraint) ศักยภาพดังกล่าว เช่น ลักษณะทางธุรกิจของสื่อมวลชนที่ให้นำมาใช้เพื่อสาธารณประโยชน์ได้เพียงเล็กน้อย ลักษณะการเป็นสื่อของรัฐทำให้ขาดประสิทธิภาพและเป็นการสื่อสารแบบแนวตั้ง/ทางเดียว รวมทั้งเวลาและพื้นที่ที่จำกัดแบบรวมศูนย์ (Centralized) ของสื่อมวลชนเอง เป็นต้น

เมื่อการใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาสังคมและชุมชนไม่ได้ผลตามที่คาดหวัง จึงได้มีการแสวงหาการสื่อสารรูปแบบอื่นๆ ที่รู้จักกันในนามของ "การสื่อสารแบบทางเลือก" (Alternative Communication) ที่ปรากฏในหลายรูปแบบเช่น สื่อชุมชน (Community media) สื่อประเพณี (Traditional/Folk media) สื่อบุคคล (Personal media) ฯลฯ ซึ่งอาจจะนำมาใช้ตามลำพัง หรือนำมาใช้ในรูปแบบของ "สื่อผสม" (Mixed media) กับสื่อมวลชน

สำหรับประสบการณ์ตรงของผู้เขียนเอง ซึ่งก็ได้เป็นผู้หนึ่งที่เกาะกระแสคลื่นของความสนใจเรื่องการแสวงหาบทบาทของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน/สังคมดังกล่าว เส้นทางเดินชีวิตของผู้เขียนร่วมกับเพื่อนพ้องจึงได้เริ่มก้าวเข้าสู่วงเกลียวแห่งปัญญาที่มีจังหวะการหมุนรอบดังนี้

(1) การหมุนรอบของวงเกลียววงแรก (พ.ศ.2542)

ในช่วงปีพ.ศ.2540 ผู้เขียนและเพื่อนพ้องได้เริ่มมารวมตัวกันเป็นสมาชิกในชุมชนแนวปฏิบัติ (Community of practice) ที่เป็นนักวิชาการสาขานิเทศศาสตร์ประมาณ 20 คน กิจกรรมของชุมชนนี้คือการจัดประชุมแบบไม่เป็นทางการเกือบทุกเดือนเพื่อนำเสนอผลงานการค้นคว้าของสมาชิกแต่ละคน และก็ช่วยกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในลักษณะของการ "ลับสมองประลองปัญญา" เสร็จแล้วก็กินข้าวร่วมกันแล้วแชร์ค่าใช้จ่ายกัน กลุ่มใช้ชื่อว่า "กลุ่มริมสวน" ตามชื่อห้องอาหารที่นัดประชุมโดยเริ่มกิจกรรมมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2540 หลังจากทำกิจกรรมการเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการชักชวนกันมาได้ 2-3 ปี กลุ่มก็เห็นว่าควรจะมีการลงมือเรียนรู้ร่วมกันในรูปแบบของ

การทำงานวิจัยร่วมกันเป็นชุดโครงการเพื่อหมวดประเด็นความสนใจให้เข้ามาร่วมกัน และได้กำหนดประเด็นการศึกษาให้เจาะจงมากขึ้น คือ "การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน" เป็นการตอบรับกับปณิธานของสมาชิกที่ได้กล่าวถึงมาข้างต้น

ผู้เขียนและเพื่อนสมาชิกในกลุ่มริเริ่มบางคนได้นำเสนอโครงการวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชนนี้กับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยฝ่าย 4 (ฝ่ายชุมชน) ซึ่งกำลังมีความประสงค์จะแสวงหาคำความรู้ในด้านต่างๆเกี่ยวกับชุมชน แต่เนื่องจากในแต่ละปี ในประเทศไทยมีการทำวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในรูปแบบของวิทยานิพนธ์จากสถาบันการศึกษาด้านการสื่อสารปีละนับเป็นร้อยๆเรื่อง และทำมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2525 แล้ว ฉะนั้นจึงน่าจะมีปริมาณงานวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชนนับเป็นพันๆเล่มแล้ว

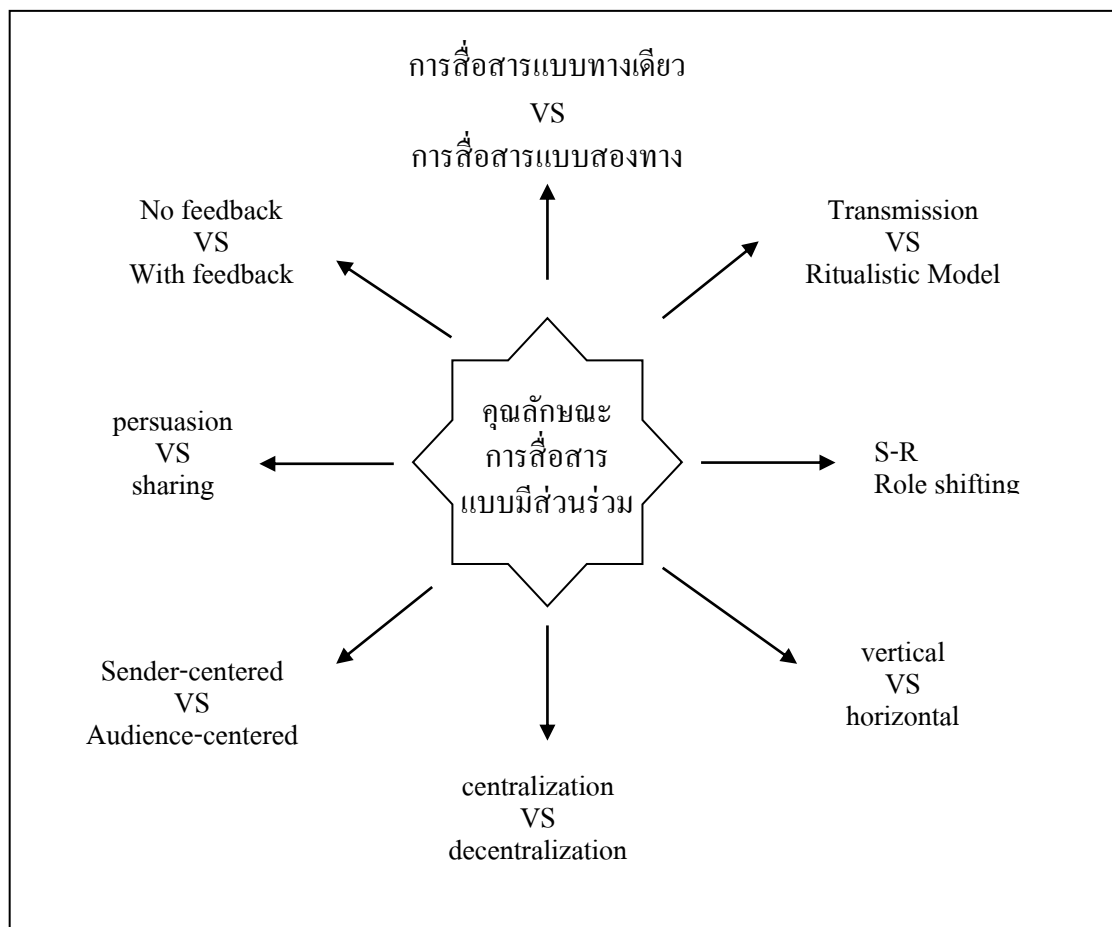
ด้วยเหตุนี้ ในโครงการวิจัย "การสื่อสารเพื่อชุมชน" (C4C) ที่ขอรับการสนับสนุนจากสกว. จึงได้แบ่งขั้นตอนออกเป็น 3 ช่วงคือ

- ช่วงแรก พ.ศ.2542 : การประมวลองค์ความรู้จากงานศึกษาที่มีมาแล้ว
- ช่วงที่สอง พ.ศ.2543-2548 : ช่วงการลงมือทำการวิจัยตามกระบวนการทัศน์ใหม่
- ช่วงที่สาม พ.ศ.2548-2550 : ช่วงการตอกย้ำ (Confirmation) และการขยายผลของชุดความรู้ใหม่ที่ได้พบ

สำหรับวงเกลียววงแรกนี้ ผู้เขียนและเพื่อนๆคิดว่า รูปแบบการบริหารจัดการความรู้ที่น่าจะนำมาใช้น่าจะเป็นรูปแบบงานวิจัยในลักษณะของการประมวลองค์ความรู้งานวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่มีมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2520-2540 (รวมสองทศวรรษ) คณะวิจัยได้คัดเลือกตัวแทนงานวิจัย 180 เล่มมาหาข้อสรุปภาพรวม เนื้อหาของงานวิจัยนี้นำเสนออยู่ในหนังสือชื่อ **สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้, 2543**

ข้อค้นพบจากการประมวลองค์ความรู้ครั้งนี้ตอกย้ำความมั่นใจให้แก่คณะวิจัยว่าข้อสังเกตทั่วไปเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนต่อการพัฒนาชุมชน/สังคมที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น มีหลักฐานจากงานวิจัยในสภาพความเป็นจริงของสังคมไทยจากอดีตจนถึงปัจจุบันรองรับอยู่นอกจากนั้น ผลจากการวิจัยยังบ่งบอกนัยยะต่อไปถึงอนาคตด้วยว่า ถ้าพึงรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนแบบที่มีอยู่ คือการสื่อสารแบบทางเดียวผ่านสื่อมวลชนที่รวมศูนย์เป็นแนวดังนั้น จะไม่สามารถมีบทบาทที่เป็นจริงเป็นจังกับการพัฒนากระบวนการทัศน์ใหม่ที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนได้เลย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยน "กระบวนการทัศน์ใหม่ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา" ลักษณะสำคัญประการหนึ่งของกระบวนการทัศน์ใหม่นี้ก็คือ ต้องเป็น "การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม" (Participatory communication) ที่มีคุณลักษณะ (attribute) ที่แสดงให้เห็นอย่างเปรียบเทียบกับกระบวนการทัศน์เดิมของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ได้ใช้มาในอดีตดังในภาพ

ภาพที่ 2: คุณลักษณะการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม



สำหรับชุดความรู้เรื่อง "คุณลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม" นี้ ชุมชนแนวปฏิบัติในโครงการวิจัย C4C ได้ศึกษาค้นคว้ามาจากหลายๆแหล่งโดยเฉพาะอย่างยิ่ง จากผลงานศึกษาของ UNESCO ที่ได้มีการริเริ่มให้มีการศึกษาวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาของประเทศโลกที่ 3 ในภูมิภาคต่างๆ เอกสารที่เป็นที่รู้จักกันคืออย่างยิ่งคือ รายงานของคณะกรรมการ MacBride ชื่อ **Many Voices, One World** (1978) ที่มีข้อเสนอแนะให้แสวงหาโครงสร้างและรูปแบบใหม่ของการสื่อสารถึง 82 ข้อ (ดู Stevenson, 1988) รวมทั้งประสบการณ์รูปธรรมของจริงจากชาติต่างๆในละตินอเมริกาที่ได้รับอิทธิพลจากแนวคิดของนักการศึกษาชื่อ Paulo Freire ผู้เขียนเรื่อง **Pedagogy of the Oppressed** (แปลไทยชื่อ **การศึกษาสำหรับผู้ถูกกดขี่**, 2549) เป็นต้น

แนวคิดหลักๆที่อยู่เบื้องหลังคุณลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมีดังนี้

(1)การเปลี่ยนแปลงแบบจำลองการสื่อสาร สำหรับกระบวนการทัศน์ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจำเป็นต้องมีการขยายแบบจำลองของการสื่อสารจากแต่เดิมที่ใช้แบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร (Transmission Model) ในแบบจำลองนี้ การสื่อสารจะถูกรับรู้

เป็นเพียงกระบวนการ "ส่ง/ถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ส่งมายังผู้รับ" เท่านั้น แต่แบบจำลองนี้ยังไม่เพียงพอสำหรับกระบวนการทัศน์ใหม่ ดังนั้น จึงต้องเปลี่ยนมาใช้แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (Ritualistic Model) ที่พิจารณาความหมายของการสื่อสารว่าเป็นกระบวนการสร้าง "ความร่วมกัน/ความเป็นหนึ่งเดียวกัน" ระหว่างคู่การสื่อสาร (Communicator) ไม่ว่าจะเป็นหนึ่งเดียวกันด้านความเข้าใจ (shared understanding) ความรู้สึกร่วมกัน (shared feeling) และความรับรู้ประสบการณ์ร่วมกัน (shared experience) (ดู Melkote, 2001)

(2) การขยายมุมมองต่อ "การสื่อสาร" นอกจากนั้น ทักษะที่เคยมอง "การสื่อสาร" เป็นเพียงแค่ "กระบวนการสื่อสาร" เป็นเรื่องของข้อมูลข่าวสารเท่านั้น ทักษะดังกล่าวก็ยังไม่เพียงพอ Melkote (2001) ได้เสนอว่า ในกระบวนการทัศน์ใหม่นี้ เราจำเป็นต้องขยายมุมมองเกี่ยวกับการสื่อสารให้กว้างขวางขึ้น โดยมองว่า "การสื่อสารเป็นเรื่องของเศรษฐกิจ เป็นเรื่องของอำนาจ/การเมือง และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เป็นเรื่องของวัฒนธรรม"

โดยเฉพาะแง่มุมที่ถือว่า "การสื่อสารเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอำนาจ" นั้นเป็นมุมมองที่สอดคล้องกับบริบทใหม่ของสังคมข่าวสาร/สังคมความรู้เป็นอย่างยิ่ง และแนวคิดเกี่ยวกับ "อำนาจ" ที่ว่านี้ก็เป็นแนวคิดใหม่ที่มีต้นเค้ามาจาก M. Foucault ที่ถือว่า อำนาจนั้นดำรงอยู่ในความสัมพันธ์ทางสังคมเสมอ (Social Relationship) ไม่มีผู้ใดหลุดพ้นหรือหลีกเลี่ยงไปจากเรื่องอำนาจเช่นเดียวกับการสื่อสารได้ หากไม่ดำรงอยู่ในฐานะ "ผู้ใช้อำนาจ" ก็จะดำรงอยู่ในฐานะ "ผู้ถูกใช้อำนาจ"

ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดในเรื่อง "อำนาจ" ที่ดำรงอยู่ใน "ความสัมพันธ์ของการสื่อสาร" ก็คือ อำนาจของ "ผู้ส่งสาร" นั้น ย่อมมีอยู่เหนือ "ผู้รับสาร" และยิ่งหากเป็น "การสื่อสารแบบทางเดียว" หรือการสื่อสารมวลชน" ผู้ส่งสารก็จะยิ่งมีอำนาจเหนือกว่าผู้รับสารมากกว่าในการสื่อสารแบบสองทางหรือการสื่อสารระหว่างบุคคล

Rowlands (1998, อ้างใน Melkote, 2001) ได้ขยายแนวคิดดังกล่าวโดยได้แยกแยะประเภทของ "อำนาจ" ที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับการสื่อสารประเภทและระดับต่างๆว่ามีอยู่ 4 ประเภทคือ

- (1) Power **over** เป็นอำนาจการควบคุมที่ฝ่ายหนึ่งมีเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง
- (2) Power **to** เป็นรูปแบบใหม่ของอำนาจที่ปราศจากการครอบงำกดขี่ (อาจจะเป็นแนวคิดเรื่อง "บารมี" ของไทย)
- (3) Power **with** เป็นอำนาจที่เกิดจากการรวมกลุ่ม เกิดจากกระบวนการกลุ่ม
- (4) Power **from within** เป็นอำนาจที่เกิดจากความเข้มแข็งฝ่ายจิตวิญญาณ และสามารถเป็นพลังจิตพลังใจให้แก่ผู้อื่น เช่น อำนาจที่เกิดในระหว่างประกอบพิธีกรรม/ทำสมาธิ เป็นต้น

จากแนวคิดเรื่อง "อำนาจ" และ "การสื่อสาร" นี้เองที่ P. Freire ได้นำมาอธิบายว่า รูปแบบการสื่อสารนั้นมีอยู่ 2 แบบ **รูปแบบหนึ่งมีเป้าหมายเพื่อการครอบงำ** เช่น รูปแบบการสอนในโรงเรียน การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน อีกรูปแบบหนึ่งเป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อความเป็นอิสระ ปลอดภัยจากการครอบงำ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน ที่ Freire เรียกว่าเป็น "การเสวนา" (Dialogue) ซึ่งส่วนใหญ่มักเกิดขึ้นในการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นกลยุทธ์ของการสื่อสารในกลุ่มเล็กๆ (จากข้อเสนอแนะของ P. Freire นี้เองที่ทำให้โครงการ C4C ในรุ่นหลังๆ เริ่มให้ความสนใจกับการสื่อสารชุมชนที่ใช้สื่อเล็กสื่อน้อย เช่น สื่อบุคคล หอกระจายข่าว เวทีเสวนา ฯลฯ หรือสื่อพื้นที่บ้านที่เปิดโอกาสให้มีการเสวนาได้ง่ายกว่าสื่อขนาดใหญ่)

(3) **การปรับทัศนะมุมมองที่มีต่อ "ผู้รับสาร"** จากแบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสารนั้นจะค่อนข้างมีข้อดกหลงหรือความเชื่อเบื้องต้นว่า "ผู้รับสารคือผู้ที่ตั้งรับ/รอรับข่าวสาร" (Passive audience) และการแสดงบทบาทเป็นผู้ส่ง/ผู้รับนั้นจะถูกกำหนดไว้อย่างตายตัว เช่นในกรณีของสื่อสารมวลชน

แต่ในแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรมนั้นจะมีการปรับเปลี่ยนไป 2 ประการ ประการแรกคือ การกำหนดบทบาทของผู้ส่งและผู้รับสารนั้นจะไม่ตายตัว แต่จะ**ผลัดเปลี่ยนบทบาท**ไปมาได้ (Role shifting) ดังนั้น ในแบบจำลองนี้จึงมักใช้คำว่า "คู่การสื่อสาร" (Communicator) และ ประการที่สองแบบจำลองนี้เชื่อว่าคนทุกคนสามารถจะเป็นได้ทั้ง passive audience และ active audience รวมทั้งยังสามารถก้าวขึ้นมาเป็น active sender/producer ได้อีกด้วย

ตัวอย่างรูปธรรมที่แสดงออกอย่างชัดเจนที่สุดของแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรมก็คือ การสื่อสารของวิทยุชุมชนที่ทั้งผู้ฟังและผู้จัดรายการต่างผลัดเปลี่ยนบทบาทกัน หรือโครงการสื่อสารสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) (ที่อยู่ในช่วงขยายผลของ C4C) ได้ทำกิจกรรมเพื่อการเปลี่ยนบทบาทของเด็กๆที่เคยแต่เป็นผู้ดู/ผู้ชมโทรทัศน์ให้กลายเป็น**ผู้ผลิตวิดีโอ**เสียเอง อันเป็นกลยุทธ์การสื่อสารของการรู้เท่าทันสื่อ/สารที่เรียกว่า "กลยุทธ์การมาเป็นผู้ผลิตเอง" (Production approach) (สนใจโปรดดูคุณาโลม, ใน **เปิดประตูการรู้เท่าทันสื่อ**, 2549)

จากแนวคิดหลักๆทั้ง 3 ประการจะเป็นเป้าหมายใหม่สำหรับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่มีคุณลักษณะสำคัญๆ ดังนี้

- (1) เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) กล่าวคือ มีการส่งสารทั้งไปและกลับระหว่างผู้ส่งและผู้รับสาร
- (2) เป็นการสื่อสารในแบบจำลองเชิงพิธีกรรมที่มีเป้าหมายดังที่กล่าวมาข้างต้น
- (3) มีการสลับบทบาทการเป็นผู้ส่ง/ผู้รับสารกันไปมา
- (4) เป็นการสื่อสารเชิงแนวนอนที่มีความเสมอภาคเคียงบ่าเคียงไหล่ระหว่างคู่สื่อสาร
- (5) มีลักษณะการกระจายศูนย์ เช่น สื่อพื้นที่บ้านซึ่งมีศิลปินพื้นบ้านกระจายตัวอยู่ทุกทั่ว

หวัระแหง มิใช่มีการกระจุกตัวอยู่กับค่ายเพลงไม่กี่ค่าย หรือคณะละครโทรทัศน์ไม่กี่คณะ

(6) เป็นการสื่อสารที่ถือเอาผู้รับสารเป็นตัวตั้ง คุณลักษณะนี้เป็นความแตกต่างระหว่าง วิทยุรัฐ/วิทยุธุรกิจซึ่งจัดตามใจผู้ส่ง กับวิทยุชุมชนซึ่งต้องเลือกเนื้อหารายการตามใจผู้ฟัง

(7) เป้าหมายของการสื่อสารเป็นไปตามแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม คือมุ่งการสร้าง ความเข้าใจร่วมกัน การพบกันครึ่งทาง การเอาใจเขามาใส่ใจเรา มากกว่าจะเป็นการโน้มน้าว ชักจูงให้ผู้รับเห็นคล้อยตามผู้ส่ง

(8) ควบคู่ไปกับคุณลักษณะของการสื่อสารสองทาง ในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนี้ นอกจากเปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารได้สลับบทบาทกันแล้ว แม้แต่ในฐานะของ "ผู้รับสาร" การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมก็ยังให้ความสนใจที่จะติดตั้ง "กลไกการป้อนกลับ" (feedback) ให้เป็นส่วนหนึ่งของวงจรการสื่อสาร (S-M-C-R) อยู่เสมอ

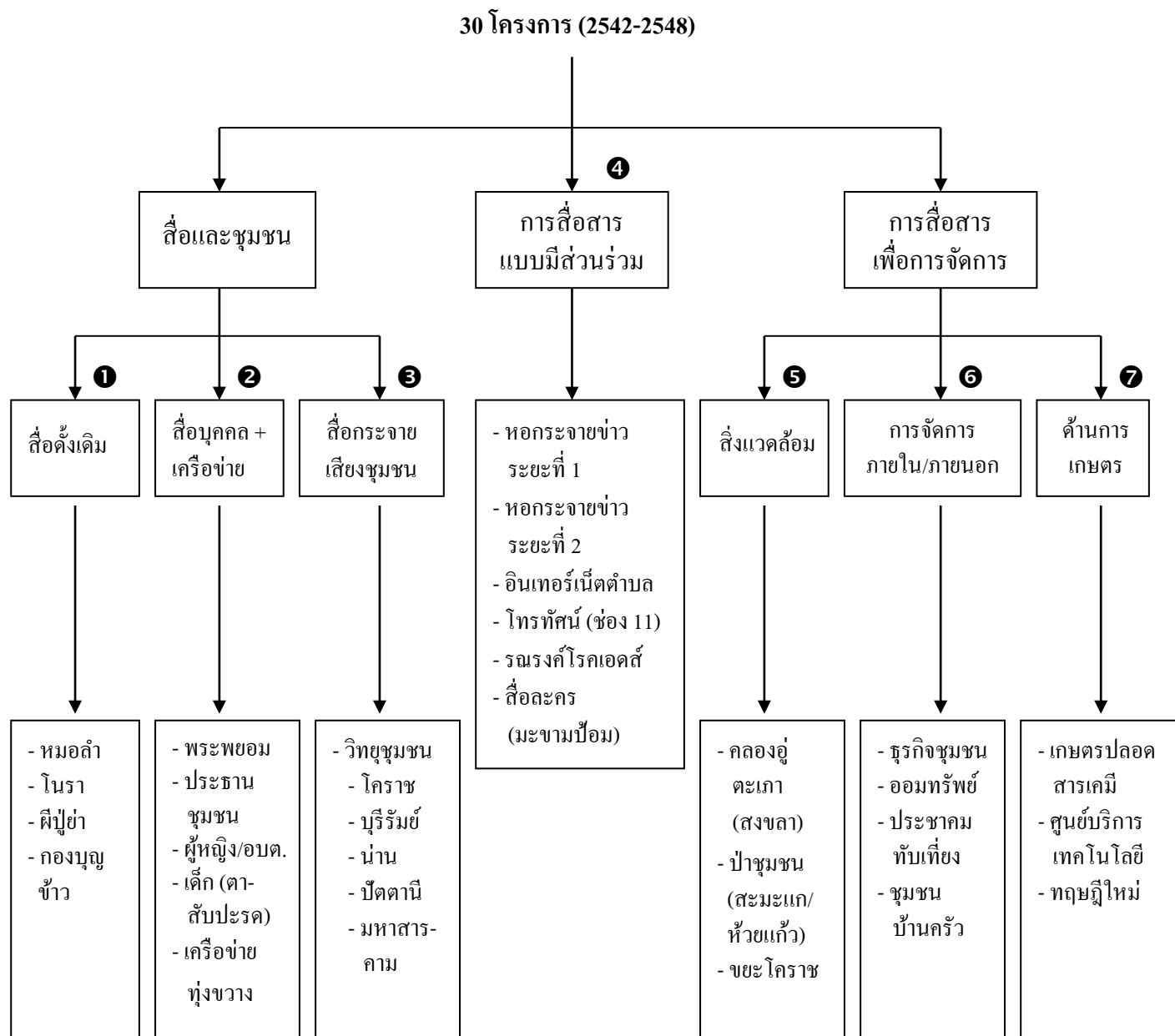
(2) การหมุนรอบของวงเกลียวที่สอง (พ.ศ.2543-2548)

เมื่อผ่านวงเกลียวแรกมาแล้ว ผู้เขียนและกลุ่มเพื่อนๆ ก็เริ่มมองเห็นแสงสว่างรำไรของ กระบวนทัศน์ใหม่ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาขึ้นมาบ้าง แต่ทว่าแสงสว่างนี้ยังอยู่ในระดับของ "แนวคิด" ที่มาจากการอ่านหนังสือและศึกษาจากประสบการณ์ในอดีตของไทยและปัจจุบันของ สังคมอื่นๆ หากทว่าเมื่อจะแปรแนวคิดเช่น "การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม" ให้มาเป็นปัจจุบันและ อนาคตของสังคมไทยนั้น จะต้องดำเนินการอย่างไรเล่า

ผู้เขียนและเพื่อนพ้องจึงได้มุ่งหน้ามาแสวงหาชุดความรู้ใหม่โดยเข้าสู่วงเกลียวรอบที่สอง การเดินทางครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่จากพันธมิตรที่แสนจะอบอุ่นและไว้ใจได้เสมอ คือ สกว.(เจ้าเก่า) ในการดำเนินงานวิจัยในลักษณะ "ชุดโครงการ" ที่ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อยๆ (ที่ ผ่านเข้ารอบสุดท้าย) 30 โครงการ ในพื้นที่ทั่วประเทศไทย มีนักวิจัยเข้าร่วมบุกเบิกประมาณ 120 คน

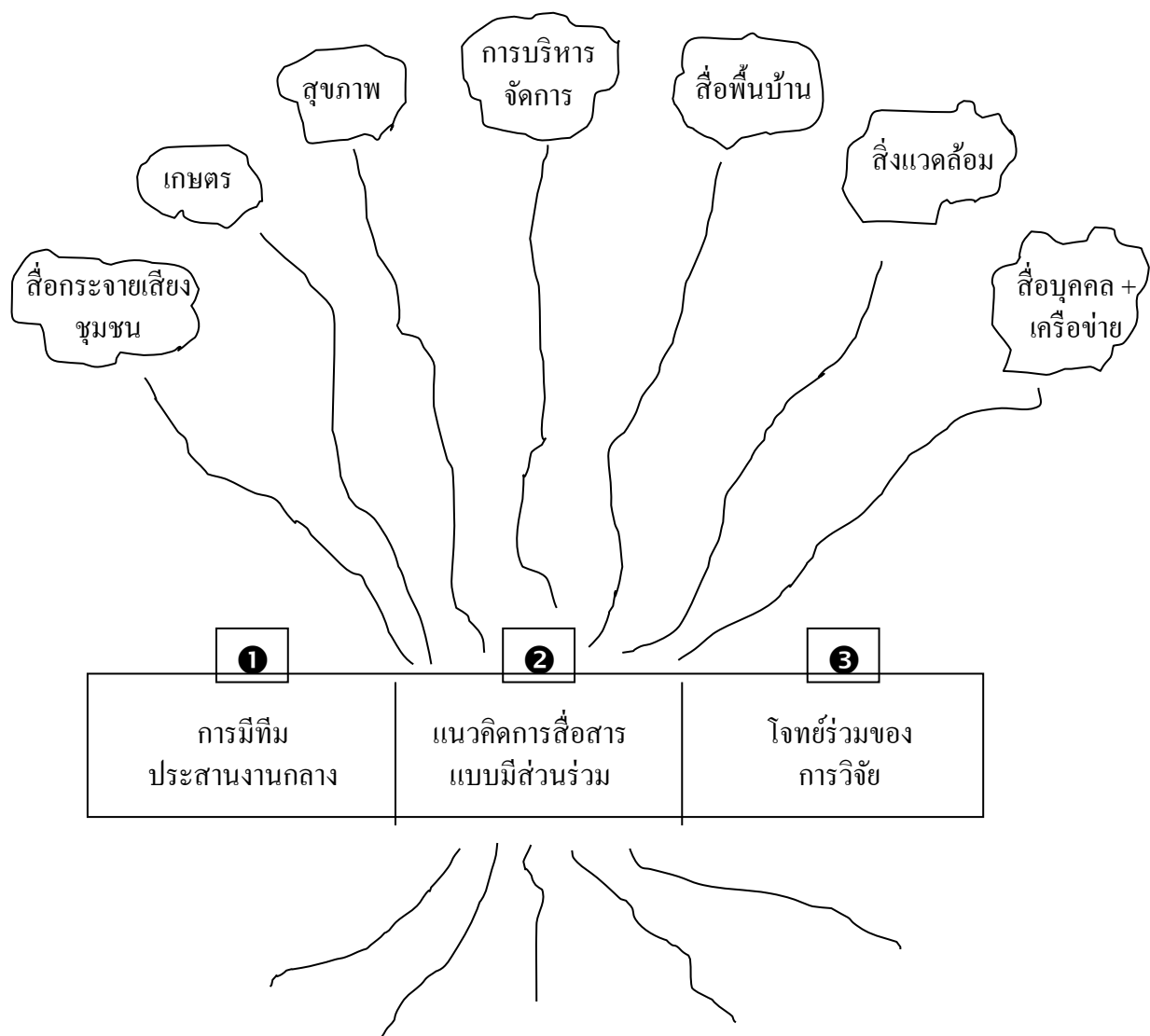
เนื่องจากเป็นย่างก้าวแรกของการแก้ปมปริศนาเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาตาม กระบวนทัศน์ใหม่ โครงการ C4C จึงมีลักษณะที่เปิดกว้าง (แบบเอาแหใหญ่ไปจับปลา) กล่าวคือ **ไม่ จำกัดประเภทของสื่อ** (มีตั้งแต่สื่อพื้นบ้าน สื่อบุคคล วิทยุโทรทัศน์ ไปจนถึงอินเทอร์เน็ต) รวมทั้ง เปิดกว้างในแง่สาร/ประเด็น (ครอบคลุมตั้งแต่เรื่องโรคเอดส์ เกษตรปลอดสารพิษ สิ่งแวดล้อม ฯลฯ) ดังแสดงในภาพที่ 3 ซึ่งได้จัดกลุ่มงานวิจัยทั้งหมดออกเป็น 3 กลุ่ม โดยใช้เกณฑ์ต่างๆกัน คือ ประเภทของสื่อชุมชน แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และลักษณะพิเศษเรื่องการสื่อสาร เพื่อการจัดการ

ภาพที่ 3: โครงการวิจัยชุด "การสื่อสารเพื่อชุมชน"



แต่ในขณะที่มีการเปิดกว้างในเรื่องของประเภทสื่อและประเด็นเนื้อหาสาร ซึ่งก่อให้เกิดลักษณะกระจายเพราะความแตกต่างหลากหลาย (diversity) โครงการ C4C ก็ได้หา "จุดร่วม" หรือเชื่อมมาผู้รื้องานวิจัยทั้ง 30 ชุดเอาไว้เพื่อเป็นการสร้าง "เอกภาพท่ามกลางความหลากหลาย" (Unity among diversity) เชือกที่นำมาให้ผู้รื้อโครงการวิจัยทั้ง 30 ชุดนั้นมีอยู่ 3 เส้นคือ

ภาพที่ 4: เชือก 3 เส้นที่ผู้รื้อโครงการวิจัย C4C



(1) การมีทีมประสานงานกลาง

(2) แนวคิดเรื่อง "การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม" ซึ่งเป็นแนวคิดแกนกลางของชุดโครงการ C4C และชุดความรู้ที่คณะผู้วิจัยมีอยู่ใน "หม้อแห่งความรู้" ในเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นั้น มีอยู่ 2 นัยยะ คือ

(ก) บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารต่อสังคม/ชุมชน เนื่องจาก "ที่มา"ของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นก่อเกิดมาจากบริบทของชุมชน/สังคมแบบประชาธิปไตย ดังนั้น การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจึงต้องมี "ที่ไป" แบบส่งเสริมประชาธิปไตยเช่นเดียวกัน กล่าวคือ มีบทบาทหน้าที่เป็นสะพานทอดเชื่อมให้ประชาชนได้ใช้เดินเข้าไปร่วมกับชีวิตสาธารณะ (Public life) ตัวอย่างที่ชัดเจนก็เช่น การไปออกโทรทัศน์ของยายไฮที่ทำให้ปัญหาส่วนตัวของบุคคลกลายเป็นปัญหาร่วมของสังคม การดำรงอยู่ของการสื่อสารชุมชนนั้น พื้นฐานที่สุดแล้วก็เพื่อการทำหน้าที่ดังกล่าวนี้

(ข) คุณลักษณะสำคัญของตัวการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ในขณะที่การสื่อสารนั้นมุ่งหน้าจะไปเป็นกลไกในการสร้างสังคมแบบ "โดยประชาชน ของประชาชน และเพื่อประชาชน" นั้น แต่ตามหลักการแล้ว "ก็คงไม่มีใครสามารถทำอะไรในสิ่งที่เราไม่มีได้" ดังนั้น เมื่อการสื่อสารจะเป็นเครื่องมือนำไปสู่การมีส่วนร่วมในสังคมประชาธิปไตย ตัวการสื่อสารเองก็ต้องมีประชาธิปไตยเสียก่อน ดังนั้น การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจึงต้องเป็นการสื่อสารโดยประชาชน (Self-management) ของประชาชน และเพื่อประชาชน

สำหรับลำดับที่ของ keywords "โดย/ของ/เพื่อ" นี้ คณะวิจัย C4C ยังได้ค้นพบอีกว่า จะต้องเรียงลำดับใหญ่เป็นสูตร "โดย/ของ/เพื่อ" อีกด้วย กล่าวคือต้องให้ประชาชน/ชุมชนเข้ามา "บริหารจัดการ" การสื่อสารด้วยตนเองเสียก่อน ความรู้สึกเป็นเจ้าของการสื่อสารจึงจะบังเกิดขึ้นตามมา และท้ายที่สุดจึงจะสามารถควบคุมกำกับกับการสื่อสารนั้นให้เป็นไปเพื่อประโยชน์ของชุมชนได้ ชุดความรู้นี้ได้รับการต่อยอดขยายคิดค้นได้อย่างมากในกรณีของสื่อวิทยุชุมชนที่เส้นแบ่งระหว่าง "วิทยุโดย/ของชุมชน" กับ "วิทยุเพื่อชุมชน" นั้นอาจจะบางจนแทบมองไม่เห็น

(3) โจทย์การวิจัยร่วมของชุดโครงการ C4C

1. จะเอาการสื่อสารไปพัฒนาชุมชน/ท้องถิ่นได้อย่างไร
2. ต้องมีเงื่อนไขอะไรบ้าง
3. เมื่อใช้การสื่อสารแล้วเกิดผลอะไรบ้าง / ทำไม
4. ต้องช่วย “พัฒนา” การสื่อสารอย่างไร (ทั้งใช้/ทั้งพัฒนา)

ภาพที่ 5: โจทย์การวิจัยร่วมของชุดโครงการ C4C

สำหรับโจทย์ใหญ่ของการวิจัยซึ่งชุดโครงการวิจัย C4C ต้องการจะค้นหาชุดความรู้ที่เป็นคำตอบนั้นมีข้อที่น่าสังเกตว่า ในขณะที่โจทย์ข้อ 1/2/3 จะสามารถจัดรวมอยู่ในกลุ่มเดียวกันคือเป็นโจทย์การวิจัยที่มุ่งเน้น "การใช้ประโยชน์จากการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน/ท้องถิ่น" โดยต้องการรู้ว่าจะใช้ได้อย่างไร ภายใต้เงื่อนไขไหน และใช้แล้วเกิดผลอะไร กับใคร ในระดับไหน ซึ่งการตั้งโจทย์นี้จะอยู่ภายใต้ร่มธงของ "ทฤษฎีหน้าที่นิยม" (Functionalism) และเป็นโจทย์ที่มองมาจาก "มุมมองของคนวงนอก" (Outsider's standpoint) คือคนวงนอกต่างๆที่จะเข้ามาใช้ประโยชน์จากการสื่อสาร

แต่สำหรับโจทย์ข้อ 4 นั้น จะเป็นโจทย์ในอีกกลุ่มหนึ่ง เพราะเป็นโจทย์ที่มุ่ง "การช่วยกันพัฒนา" ตัวการสื่อสารเอง ซึ่งโจทย์ข้อนี้จะยืนอยู่ใต้ร่มธงทฤษฎีอีกค่ายหนึ่ง เช่น ทฤษฎีการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดทางวัฒนธรรม (Cultural Reproduction) และเป็นโจทย์ที่มองมาจาก "มุมมองของคนวงใน (สื่อเอง) (Insider's standpoint) คือคนที่อยู่ในแวดวงการสื่อสารเอง

ท่วงทำนองของโครงการ C4C (และโครงการรุ่นลูกรุ่นหลานที่จะตามมา) จะใช้ระบบ "เส้นด้ายคู่" (Double Knit) คือทำที่ทั้ง "ใช้" และทั้ง "พัฒนา" การสื่อสารชุมชนดังที่ปรากฏตัวอย่างในโจทย์การวิจัยทั้ง 4 ข้อนี้อยู่เสมอ ทั้งนี้เนื่องจากหลักการ "ทั้งใช้ทั้งอนุรักษ์/พัฒนา" (ซึ่งเป็นหลักการเดียวกับเรื่องการใช้และการอนุรักษ์/พัฒนาสิ่งแวดล้อม) เป็นหลักการเบื้องต้นของ "การใช้สรรพสิ่งต่างๆอย่างยั่งยืน" (Sustainable)

อีกประการหนึ่ง เมื่อย้อนกลับมาดู "สภาพที่เป็นจริง" ของสื่อชุมชนที่ทางโครงการ C4C มีอยู่ในมือ ก็จะพบว่า สื่อชุมชนหลายประเภทยังอยู่ในลักษณะ "ไม่พร้อมใช้" เช่น วิทยูชุมชนที่มีอาการสามวันดีสี่วันไข้ สื่อชุมชนหลายอย่างอยู่ในสภาพ "มีแต่ทรงกับทรุด" เช่น สื่อพื้นบ้านหรือสื่อบุคคลที่ขยายตัวไม่ทันใช้ (มีการใช้ปราชญ์ชาวบ้านซ้ำๆจนซ้ำไปหมดหรือเกิดสภาวะผู้นำหัวขาด) ดังนั้น กลยุทธ์การทำงานด้วยระบบเส้นด้ายคู่จึงยังมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

เอกลักษณ์เด่นของโครงการวิจัย C4C ที่พอสรุปได้มีดังนี้

(1) **พุดแบบไหน ปฏิบัติแบบนั้น** ในขณะที่ทางโครงการฯใช้แนวคิดแกนกลางคือ "การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม" ที่ทางโครงการฯได้พุดเอาไว้ ในการดำเนินการวิจัย งานวิจัยทั้ง 30 ชุดก็ได้ใช้ "วิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วม" (Participatory Research) ในระดับต่างๆเช่นเดียวกัน อย่างน้อยก็เริ่มตั้งแต่ชุมชนเต็มใจจะวิจัย แต่ละส่วนเรื่องของชุมชนเข้ามามีบทบาทร่วมในกระบวนการวิจัยตามที่เงื่อนไขความเป็นจริงจะเอื้ออำนวย ต้องมีการคืนข้อมูลให้ชุมชน เป็นต้น

(2) **เป็นการวิจัยเพื่อการพัฒนา/เปลี่ยนแปลง/แก้ไขสภาพความเป็นจริง** เนื่องจากจุดยืนทางวิชาการของทางโครงการฯก็คือ เราจะไม่ทำวิจัยเพียงเพื่อจะเข้าใจชุมชนเท่านั้น แต่เราอยากจะเป็นส่วนหนึ่งที่เข้าร่วมในการเปลี่ยนแปลงชุมชนด้วย ดังนั้น หลังจากที่ได้สำรวจปัญหาแล้ววิเคราะห์สาเหตุของปัญหาร่วมกับชุมชนแล้ว โครงการวิจัย C4C ก็จะค้นคิดวิธีการและกิจกรรมเพื่อแก้ไข/พัฒนาชุมชนร่วมไปกับชุมชน ที่เรียกว่า "การค้นคิดกิจกรรมบนฐานงานวิจัย" (Action based-

on research) กลยุทธ์การออกแบบกิจกรรมบนฐานงานวิจัยนี้ได้รับการพิสูจน์จากงานวิจัยหลายสิบโครงการในชุด C4C นี้ว่า เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้การแสดงบทบาทของการสื่อสารต่อการแก้ปัญหา/พัฒนาชุมชนเป็นไปได้อย่างจริงจัง ดังนั้น ในขั้นตอนของการขยายชุดความรู้ โครงการ C4C จึงได้ถ่ายโอนเอากลยุทธ์ "Action based-on research" (ที่เรียกในภาษาชาวบ้านว่า "กลยุทธ์วัดตัวก่อนค่อยตัดเสื้อ") ไปใช้ในการทำโครงการพัฒนาทั้งหลาย (ดู กาญจนา, "ขับเคลื่อนโครงการบนฐานความรู้" ใน เริ่มคิดใหม่ สู้ทำใหม่, 2549)

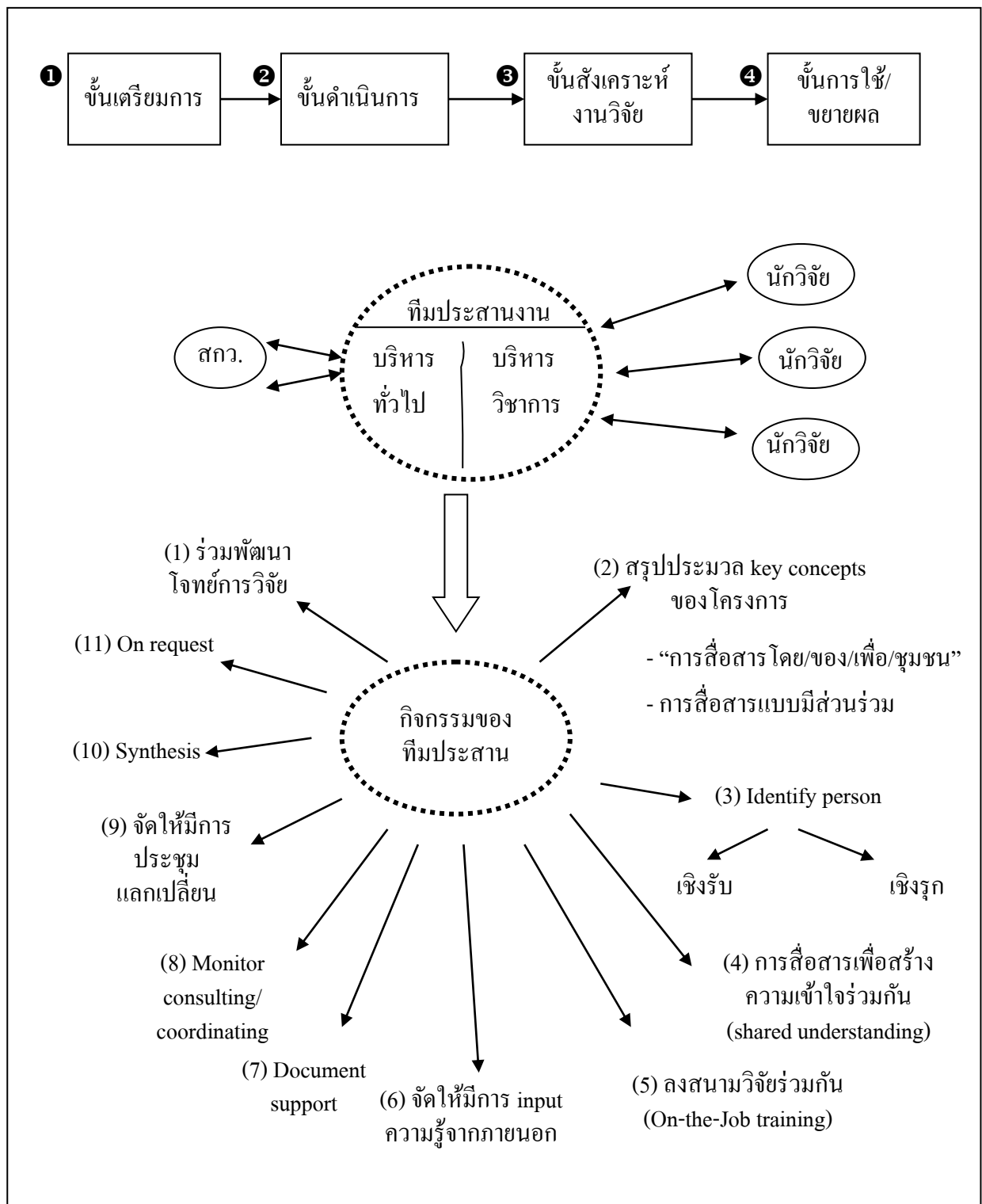
(3) การออกแบบชุดโครงการ เพื่อสร้างสรรค์ให้พื้นที่และช่วงเวลาของการเข้ามาทำงานร่วมกันของชุดโครงการ C4C เป็นประจักษ์ "ชุมชนแนวปฏิบัติ" แบบหนึ่ง ทางโครงการฯ จึงได้ตกลงกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง คือ ทั้งสกว. และนักวิจัยว่า ผลลัพธ์สุดท้ายที่ทางโครงการ C4C ตั้งเป้าเอาไว้ นั่น จะเป็นแบบ "Three in one" คือ

- ได้ผลงานวิจัยที่เป็นชุดความรู้ เรื่อง "การสื่อสารเพื่อชุมชน" ที่ปรากฏโฉมหน้าออกเป็นรายงานวิจัยชุดต่างๆ
- ได้พัฒนาความสามารถด้านการวิจัยของนักวิจัย (Capacity building)
- ได้พัฒนาเครือข่ายชุมชนนักวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาตามกระบวนการทัศน์ใหม่ขึ้นมา (Network building)

ผลลัพธ์ทั้ง 3 ประการคือ "ได้งาน ได้คน ได้เพื่อน" ซึ่งหากเทียบกับทฤษฎีปลาของ KM แล้ว ส่วนนี้ก็คือ "หางปลา" ที่เรียกว่า "Knowledge Asset" (KA) และเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ทั้ง 3 ประการดังที่วาดหวังไว้ ชุดโครงการวิจัยฯ จึงได้มีการออกแบบโครงสร้างให้มีทีมประสานงานกลาง (ซึ่งผู้เขียนรับผิดชอบ) ทำงานบริหารจัดการและการประสานระหว่างสกว. และนักวิจัยตลอดทั้ง 4 ขั้นตอนของการดำเนินงาน การจัดการบริหารจัดการนี้จะมี 2 ด้านคือ บริหารจัดการทั่วไป และที่สำคัญคือ การบริหารจัดการด้านวิชาการ

เมื่อสิ้นสุดโครงการวิจัยในปี.ศ.2549 ทีมประสานงานกลางนี้ก็ได้รับชุดความรู้ชุดใหญ่เกี่ยวกับกิจกรรมอันพึงกระทำของทีมประสานงานของชุดโครงการวิจัย ดังแสดงในภาพ

ภาพที่ 6: ภาระหน้าที่และกิจกรรมของทีมประสานงานโครงการ C4C



(3) การหมุนรอบของวงเกลียววงที่สาม (พ.ศ.2548-2550)

ในขณะที่ชุดโครงการวิจัย C4C ของสกว. ทำกิจกรรมที่เน้นหนักไปทางการวิจัย ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาริบท การทำความเข้าใจกับธรรมชาติของสื่อ การสังเคราะห์วิเคราะห์องค์ความรู้ ฯลฯ และยังเบามือในเรื่องการ**ทำกิจกรรม**เพื่อการใช้และการขยายผลขององค์ความรู้ใหม่ที่ได้พบ (เนื่องจากธรรมชาติของโครงการและกรอบเงื่อนไข) ดังนั้น หลังจากจบโครงการวิจัยแล้ว ผู้เขียนและเพื่อนนักวิจัยกลุ่มหนึ่งก็มีความสนใจที่จะทดลองผลการค้นพบซ้ำอีก รวมทั้งขยายผลความรู้ที่มี โดยพูดคุยกันว่า น่าจะมีการทำโครงการพัฒนาต่อยอดมาจากโครงการวิจัย C4C และควรจะชี้ดวงประเด็นให้แคบเข้า จึงได้เลือกเอาประเด็น "สุขภาพ" ตามกระบวนทัศน์ใหม่ที่มีนิยามที่กว้างขวาง และครอบคลุมทั้งสุขภาพกาย จิตใจ-อารมณ์ สิ่งแวดล้อมทั้งกายภาพและสังคม (ความสัมพันธ์ทางสังคม) และจิตวิญญาณ รวมทั้งมีการทำงานในหลายระดับ ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่มแกนชุมชน และสังคมวงกว้าง มาเป็นเนื้อหาการทำงานในโครงการพัฒนาในวงเกลียวที่ 3 นี้

ดังนั้น ผู้เขียนและนักวิจัยจากชุดโครงการ C4C จึงได้ตัดสินใจออกเดินทางทางวิชาการร่วมกันอีกครั้งหนึ่ง แต่ครั้งนี้จะเน้นหนักการทำกิจกรรมเพื่อการใช้และการขยายผลของชุดความรู้ในชุดโครงการ "การสื่อสารเพื่อสุขภาพ" (C4H) ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

ดังที่ได้เกริ่นมาบ้างแล้วว่า การทำโครงการ C4H ซึ่งเริ่มเป็นโครงการรุ่นลูกนี้ ทีมงานไม่ได้เริ่มต้นจากศูนย์ หากแต่ได้รับมรดกองค์ความรู้ทั้งในแง่เนื้อหา (Substance) และทั้งในเรื่อง "กระบวนการ**ทำกิจกรรมพัฒนาบนฐานงานวิจัย**" (Action based-on research process) จากโครงการ C4C มาใช้เป็นแนวทาง

ชุดโครงการ C4H ออกแบบมาให้มี 2 โครงการใหญ่ (การออกแบบนี้เป็นไปตามความถนัด ความสนใจ และความเชี่ยวชาญของคนทำงาน) โครงการแรกคือ โครงการ**สื่อสารสร้างสรรค์สุขภาพ (สสสส.)** (เดิมชื่อโครงการรู้เท่าทันสื่อ แต่พบปัญหาว่า แนวคิดที่ใช้ขยายเกินแนวคิดเรื่อง "การรู้เท่าทันสื่อ" ที่มีตามตำรา จึงตัดสินใจเปลี่ยนชื่อใหม่) ในโครงการนี้จะ**ไม่มีการจำกัดประเภทของสื่อ**ที่นำมาใช้ในการพัฒนาคนและชุมชน แต่ส่วนใหญ่แล้ว สื่อที่ถูกเลือกมาใช้ก็มักจะเป็นสื่อเล็กสื่อน้อย เช่น ของเล่นพื้นบ้าน จักรยาน วิดีโอ สื่อบุคคล วิทยุชุมชน ฯลฯ) และในขณะที่ประเภทของสื่ออาจจะเปิดกว้างหลากหลาย แต่การใช้สื่อทุกประเภท (Media use) จะดำเนินการอยู่ได้**มี**รขเดียวกันคือ แนวคิดเรื่อง "การเสริมสร้างสมรรถนะของการสื่อสารแบบวิถีตะวันออก: รู้ทันตนเอง รู้เก่งใช้สื่อ"

อีกโครงการหนึ่งขีดเส้นรอบวงเข้ามาที่เฉพาะ "สื่อพื้นบ้าน" ทุกประเภท (ซึ่งมีความแตกต่างหลากหลายอย่างมาก) คือโครงการ**สื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส.)** เพื่อดำเนินการตามหลักแนวคิดที่ได้กล่าวมาข้างต้นคือ "หลักการทั้งใช้และทั้งพัฒนาสื่อพื้นบ้านด้วยกระบวนการ

ทำงานวัฒนธรรมเชิงรุก" ทั้งนี้เพื่อปรับแก้สถานการณ์ของสื่อพื้นบ้านที่มีคุณภาพการอย่างสูงต่อชุมชนไทย หากทว่าเป็นสื่อที่กำลังตกอยู่ใน "ภาวะเสี่ยงหรือภาวะวิกฤติ" ในรูปแบบต่างๆ เริ่มตั้งแต่สูญหายไปแล้วในแง่กายภาพ หรือกำลังเลือนหายไปจากใจของลูกหลานเจ้าของวัฒนธรรม มิฉะนั้นก็กำลังเพี้ยนออกนอกแถวของต้นฉบับเดิมทางวัฒนธรรม หรือการถูกอนุรักษ์/ปรับประยุกต์จากคนวงนอกที่ไม่เข้าใจและไม่เคารพสิทธิทางวัฒนธรรมของเจ้าของวัฒนธรรมเอง

โครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส.) นี้ เปิดกว้างให้บรรดาภาคีที่เป็น "ตัวจริงเสียงจริง" เช่นศิลปินพื้นบ้าน ปราชญ์ชาวบ้าน ครูในท้องถิ่น อบต. พระภิกษุ ฯลฯ เข้ามาทำโครงการเองทั่วประเทศ โดยมีจำนวนภาคีทั้งสิ้น 70 โครงการ มีผู้คนเข้าร่วมกิจกรรมนับเป็นพันๆคน

ผลจากการนำเอาความรู้ที่ได้จากงานวิจัยมาใช้ซ้ำ/ขยายผลในโครงการ C4H นั้น สามารถทั้งตอกย้ำความมั่นใจให้แก่ผู้เขียนและเพื่อนร่วมทางว่า กระบวนทัศน์ใหม่ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ทำหน้าที่ประจักษ์ตามาทางการทำงานของเรานั้น ได้พาเราเข้ามาสู่เส้นทางที่ถูกต้องแล้ว และในเวลาเดียวกัน จากกลุ่มคนที่ขยายเพิ่มออกไปทั้งในแง่ปริมาณ และคุณภาพของผู้คนที่เข้าร่วมงาน (เช่น แม่ครูบัวซอน ศิลปินคำสอนนั้นทำงานกับคำวชมาเกือบครึ่งศตวรรษ ผู้ใหญ่เส้นจากโครงการชีละ ก็ใช้ทั้งชีวิตอยู่กับชีละ) ก็ทำให้ฐานความรู้แบบใหม่ๆของโครงการฯผลิดอกออกผลอย่างอุดมสมบูรณ์อย่างยิ่ง

(4) การหมุนรอบของวงเกลียวครั้งที่สี่ (พ.ศ.2550-)

หลังจากจบโครงการ C4H เมื่อช่วงปี 2549 ในปีพ.ศ.2550 ผู้เขียนและผู้ร่วมเดินทางชุดเดิมที่ออกสตาร์ทมาด้วยกันก็ได้เริ่มหมุนรอบเข้ามาสู่วงเกลียวที่ 4 คือการทำโครงการวิจัย"การสังเคราะห์องค์ความรู้เรื่องการรู้และการเสริมความเข้มแข็งแก่การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน" (SC4C) ซึ่งเป็นการหวนกลับไปเน้นหนักการทำกิจกรรมวิจัยอีกครั้งหนึ่งในแบบวงเกลียวที่ 2 (คือการทำวิจัย C4C) ทั้งนี้เพราะช่วงเวลาอันจำกัดของการทำชุดโครงการ C4H (แต่ละโครงการมีระยะเวลาประมาณ 9 เดือน-1 ปี) จึงเป็นไปได้ที่จะค้นคว้าศึกษาทุกอย่างให้กระจ่างแจ้ง

แม้ว่าวงเกลียวที่ 4 นี้จะมีลักษณะร่วมกับวงเกลียวที่ 2 คือเป็นการทำงานวิจัยเหมือนกัน แต่ทว่าข้อแตกต่างก็มีอยู่หลายประการ เช่น

(i) การจัดประเภทของสื่อ ในขณะที่เมื่อเริ่มทำ C4C นั้น คณะทำงานยังกวาดเอาสื่อทุกประเภทเข้ามาแบบกว้างๆ เนื่องจากความรู้เรื่องประเภทของสื่อ นั้นยังไม่ได้ที่ แต่ทว่าในวงเกลียวที่ 4 นี้ ชุดความรู้ที่ผ่านมาได้ส่องสว่างให้เห็นคำตอบบางอย่างที่ชัดเจนว่า สื่อประเภทใดบ้างที่น่าจะมีศักยภาพดีที่สุดในการเป็นเครื่องมือสร้างและเสริมพลังของชุมชน

ถึงแม้ว่าในแง่หลักการ Rennie (2006) จะพบว่า ประเภทของสื่อที่จะนำมาใช้ในงานสื่อชุมชน (Community media) นั้น จะไม่มีการเจาะจงว่าต้องเป็นสื่อประเภทใด รวมทั้งได้ให้ตัวอย่างของจริงที่สื่อสิ่งพิมพ์จนถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ก็สามารถจะผันตัวเองมาเป็น "สื่อชุมชน" ได้

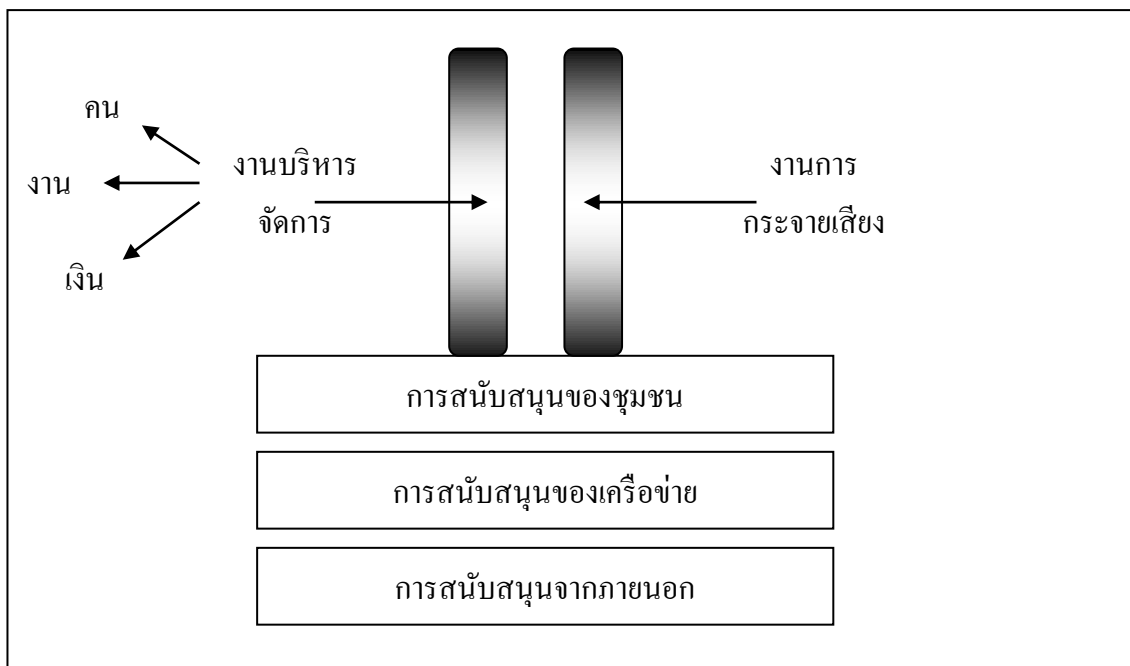
ทั้งสิ้น แต่ทว่าในสภาพความเป็นจริงของสังคมไทย คณะนักวิจัยและคนทำงานในชุดโครงการ C4C และ C4H ได้พูดคุยกันว่า สังคมไทยมีมรดก "สื่อชุมชนบางอย่างที่มั่งคั่ง คือสื่อพื้นบ้านและสื่อบุคคล" และในเวลาเดียวกัน สื่อสมัยใหม่เช่นสื่อวิทยุชุมชนก็เป็นสื่อที่มีสภาพเหมาะสมที่สุดสำหรับชุมชน เนื่องจากกระบวนการผลิตไม่ยุ่งยากซับซ้อนนัก แต่กระจายข่าวสารได้กว้างขวาง ง่ายในแง่การเข้าถึง ฯลฯ

ดังนั้น คณะผู้วิจัย SC4C จึงเป็นพ้องต้องกันว่า ควรจะเลือกประเภทของสื่อชุมชนที่มีศักยภาพสูงสุด ทำงานได้ง่ายที่สุด สอดรับกับขีดความสามารถในการใช้และการพัฒนาของชุมชน (ตามแนวคิดของ D. McQuail, 1983) ซึ่งผลจากการคัดเลือกตามเกณฑ์ดังกล่าว ทำให้ได้ประเภทของสื่อที่จะศึกษาวิจัย 3 สื่อ คือ สื่อพื้นบ้าน สื่อบุคคล และสื่อการกระจายเสียงชุมชน (เน้นหนักวิทยุชุมชน)

(ii) **โจทย์การวิจัยคมชัดขึ้น** นอกจากคณะผู้วิจัยจะได้เจาะจงประเภทของสื่อแล้ว ทางทีมงานก็ยังได้พบปัญหาที่ขมวดงวดเข้ามามากกว่าโจทย์การวิจัยเมื่อช่วงปีพ.ศ.2542 กล่าวคือ ชุดความรู้จากโครงการ C4C และ C4H ได้ให้คำตอบว่า สื่อชุมชนแต่ละประเภทมีปัญหาเฉพาะตัวที่การวิจัยจะต้องไปปริศนาอะไรบ้าง เช่น

- **สื่อวิทยุชุมชน** ซึ่งต้องการชุดความรู้ในการใช้และการพัฒนาที่ครบถ้วน 3 ชั้น และ 2 เสาเจดีย์ดังแสดงในภาพ

ภาพที่ 7: องค์ประกอบของสื่อกระจายเสียงชุมชน



ผลจากงานวิจัยในชุดโครงการ C4C และประสบการณ์การทำงานร่วมกันพร้อมการฝึกอบรมวิทยุชุมชนของโครงการ C4H ได้ข้อค้นพบว่า ชุดความรู้ที่ชุมชนใช้ทำงานวิทยุชุมชน

นั้นมีลักษณะ "ไม่ครบถ้วน" ตามชุดความรู้ต้นฉบับ เช่น มักจะมีเสาเพียงเสาเดียว คือ มีชุดความรู้เรื่องการกระจายเสียง (การผลิตรายการ) แต่ยังมักขาดองค์ความรู้เรื่องการบริหารจัดการวิทยุชุมชน ผลที่เกิดจากการมีชุดความรู้ที่ขาดวัน ทำให้วิทยุชุมชนเหล่านี้มีอายุสั้นหรือมีละนั้นก็กระแสรณไม่เจริญเติบโต

- **สื่อบุคคล** คณะผู้วิจัยได้เกาะแนวคิดเรื่อง "ความสามารถ/สมรรถนะทางการสื่อสาร" (Communication Competency) ซึ่งเป็นแนวคิดที่นักวิจัยในโครงการ C4C ใช้เป็นแนวคิดนำ และโครงการ C4H ได้นำมาขยายผลต่อในการทำกิจกรรมเพื่อยกระดับความสามารถทางการสื่อสารของบรรดาผู้รับสาร จากที่เคยเป็น passive audience ให้กลายมาเป็น active audience (เช่น การสร้างเสริมความสามารถของคนดูหนังให้เห็นมิติสุขภาพในหนัง) จาก active audience สามารถจะยกระดับมาเป็น active sender/producer ได้ (เช่น การฝึกอบรมการตัดต่อวิดีโอเพื่อรักษาป่าชุมชนให้แก่เยาวชน)

อย่างไรก็ตาม ผลจากงานวิจัยเรื่องสื่อบุคคลของโครงการ C4C ซึ่งได้คัดเลือก "กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ" (Best case study) เช่น พระพยอม ประธานชุมชนบ้านคลองเจริญ จ.อุตรธานี มาเป็นตัวอย่าง งานวิจัยได้พบว่า สื่อบุคคลนั้นยังมีศักยภาพที่สูงขึ้นไปกว่าขั้นการเป็น active audience หรือ active sender เสียอีก เช่น สามารถจะยกระดับขึ้นเป็น "ผู้นำทางความคิด" (opinion leader) หรือเป็น "ผู้สร้าง/สานงานเครือข่าย" (Network coordinator) หากทว่า การยกระดับความสามารถด้านการสื่อสารดังกล่าวยังเป็นไปแบบธรรมชาติ (by nature) และต้องใช้เวลาสั่งสมอย่างยาวนาน

โจทย์การวิจัยของทีมสื่อบุคคลจึงอยู่ที่ว่าจะสามารถแสวงหากระบวนการที่จะยกระดับสมรรถนะทางการสื่อสารของสื่อบุคคลให้สูงขึ้น เช่นถึงระดับผู้นำทางความคิดโดยมีการดำเนินการอย่างเป็นระบบ (by planned) และยื่นยอระยะเวลาให้สั้นเข้าได้หรือไม่/อย่างไร

- **สื่อพื้นบ้าน** ความแตกต่างระหว่างงานวิจัยเรื่องสื่อพื้นบ้านในโครงการ C4C และโครงการกิจกรรมของสพส. ก็คือ **ขนาดของสื่อ** ในโครงการวิจัย C4C นั้นมักจะวิจัยกับสื่อขนาดใหญ่ที่มีขอบเขตกว้างขวาง เช่น โนรา ที่เป็นสื่อพื้นบ้านของภาคใต้เกือบทั้งหมด หมอลำที่เป็นสื่อพื้นบ้านของภูมิภาคอีสาน แต่ทว่าในโครงการสพส.นั้น จะทำงานกับสื่อพื้นบ้านที่เป็นสื่อเล็กๆ เฉพาะถิ่นเป็นส่วนใหญ่ เช่น อาโยไนจ.จันทบุรี ดาระไนจ.สตูล ถวดแทน (ถิ่นของชาวส่วยใน จ.พิจิตร) สื่อเล็กสื่อน้อยเช่นนี้มีอยู่อย่างมากมายในพื้นที่ชนบทไทย

ดังนั้น บทเรียนอันมีค่าจากโครงการสพส. จึงได้ให้กำเนิดแก่ "ตัวแปร" หลายชนิดที่งานวิจัยจะต้องศึกษาต่อ เช่น ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับ "ประเภทของสื่อ" เช่น เป็นสื่อพิธีกรรม สื่อการแสดง สื่อวัตถุ ฯลฯ เนื่องจากประเภทของสื่อแต่ละชนิดจะมีวิธีการใช้และวิธีการพัฒนาที่แตกต่างกันออกไป

นอกจากนั้นก็ยังมีความแปรเรื่อง "สถานภาพปัจจุบันของสื่อพื้นบ้าน" แต่ละชนิดว่าเป็นเช่นไร เช่น กำลังจะสูญหาย กำลังจะกลายพันธุ์ หรือยังสมบูรณ์แข็งแรงอยู่ ฯลฯ สถานภาพดังกล่าวก็จะเป็นตัวกำหนดวิธีการใช้และการพัฒนาสื่อพื้นบ้านแต่ละประเภทเช่นเดียวกัน

และตัวแปรอีกตัวหนึ่งซึ่งเป็นตัวแปรเดิม แต่ได้มาผัดหน้าทาแป้งเสียใหม่ คือ ตัวแปรเรื่อง "บทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านที่มีต่อการพัฒนาชุมชน" ผลจากงานศึกษาวิจัยที่ผ่านมาให้ได้ชุดความรู้ที่เป็นการแตกกิ่งก้านสาขาของการศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ให้มีพลวัตและมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น รวมทั้งตัวแปรที่มักจะหลุดเฟรมกรอบสายตาของนักวิจัยด้านสื่อสารไปคือตัวแปรเรื่อง "การเปลี่ยนแปลงของบริบทชุมชน คุณลักษณะของผู้ส่งสารและผู้รับสารรุ่นใหม่ รวมทั้งการสร้างหรือสืบทอดตลาดผู้รับสาร เป็นต้น

(iii) การสืบทอดนักวิจัยรุ่นใหม่ เนื่องจากการหมุนรอบของวงเกลียวที่ 4 นี้ ผู้เขียนได้รับผิดชอบทำวิจัยภายใต้โครงการ "เมธีวิจัยอาวุโส" ของฝ่ายวิชาการ สกว. ซึ่งมีเป้าหมายสำคัญประการหนึ่งคือการสืบทอดความรู้ ทักษะ และประสบการณ์จากนักวิจัยรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง ดังนั้น ในการเดินทางครั้งที่ 4 นี้ จึงมีสมาชิกหน้าใหม่ (บรรดา New kids in town) ที่เป็นนิสิตนักศึกษาระดับปริญญาเอก-โท ครูท้องถิ่น ศิลปินพื้นบ้าน พระภิกษุสงฆ์ นักพัฒนา ฯลฯ ที่เข้ามาร่วมสมทบ

อันที่จริง การกิจการสืบทอดนักวิจัยรุ่นใหม่นั้นก็มีอยู่บ้างแล้วตั้งแต่แรกเริ่มในโครงการ C4C แต่ทว่าในโครงการ "เมธีวิจัยอาวุโส" นี้ เป้าหมายเรื่องการสืบทอดนี้จะได้รับการขีดเส้นใต้ให้เห็นเด่นชัดมากขึ้น และมีผลมาถึงการออกแบบกิจกรรมของโครงการที่จะต้องคำนึงถึงบรรดาน้องใหม่เหล่านี้อยู่ตลอดเวลา

KM: ไฟฉายกระบอกใหม่ในการเดินทาง

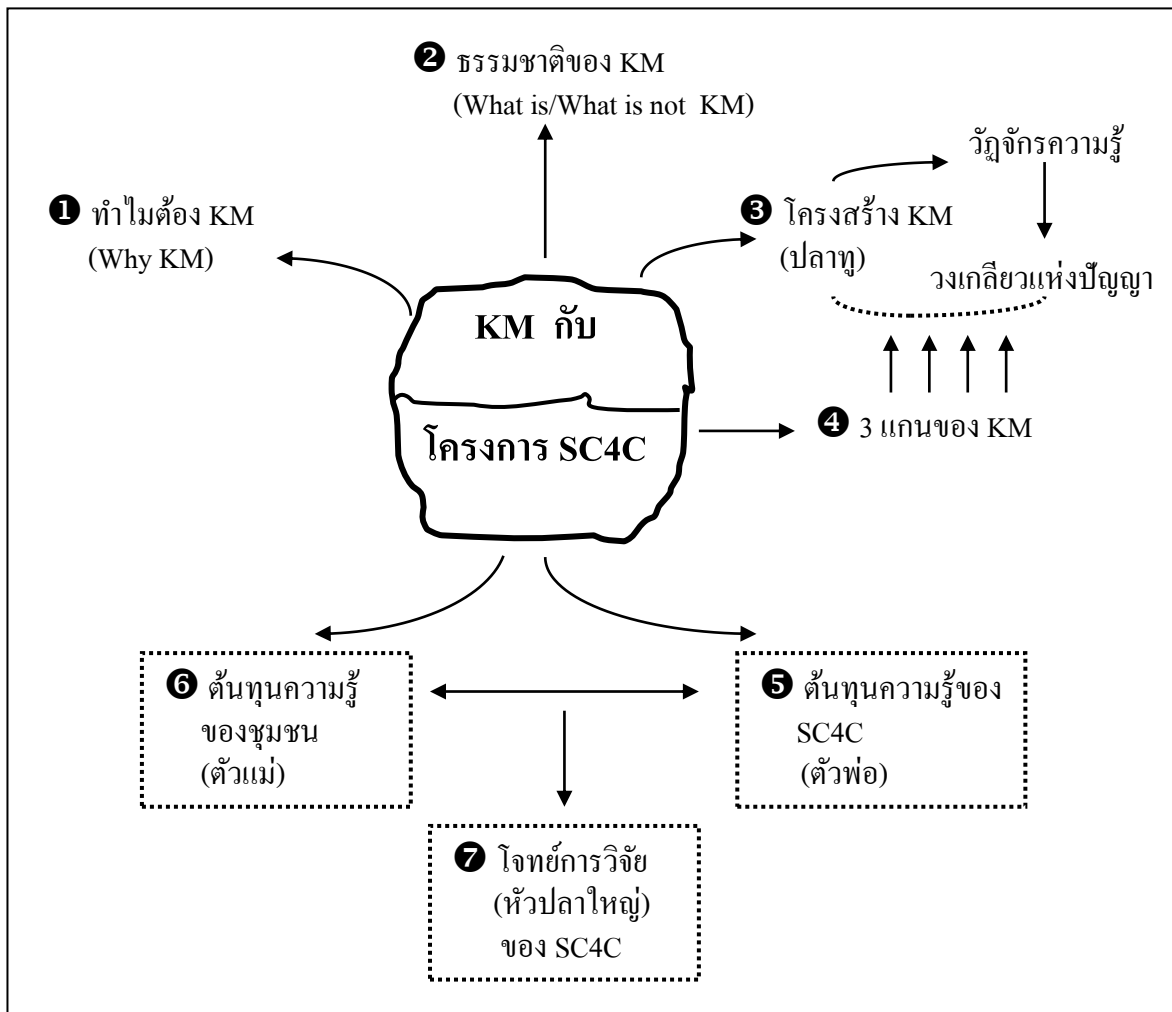
ในการเดินทางวิชาการของวงเกลียวที่ 4 นี้ นอกเหนือจากแนวคิดหลักเดิมๆที่ทางคณะผู้วิจัยได้เก็บสะสมต้นทุนความรู้มาตั้งแต่โครงการ C4C ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ทางคณะผู้วิจัยในชุดโครงการ SC4C ก็ยังได้แนวคิดใหม่คือ เรื่องการบริหารจัดการความรู้ (KM) มาเป็นไฟฉายกระบอกใหม่ในการส่องเส้นทางเดินให้สว่างไสว (หรือตาย) มากขึ้น

สำหรับจุดยืนของคณะผู้วิจัยในโครงการ SC4C นั้น ถือว่า "งานวิจัยบางประเภท (เช่น การวิจัยแบบมีส่วนร่วม/การวิจัยเชิงปฏิบัติการ ฯลฯ) เป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดการความรู้/ซึ่งอาจจะมีหลายรูปแบบ) เนื่องจากงานวิจัยมีลักษณะเป็นกิจกรรมที่จะสร้าง (create/generate) ความรู้ใหม่จากฐานความรู้เดิมอยู่แล้ว (ผู้เขียนจะแสดงกระบวนการนี้เพิ่มเติมในตอนต่อไป)

กล่าวอุปมาอุปมัยได้ว่า หาก KM เป็นแนวคิดเรื่องของ "ปลา" แล้ว ก็น่าจะมี "ปลา" ที่เป็นตัวเป็นๆอยู่หลายชนิด เช่น ปลาทุ ปลากระพง ปลาวาฬ ปลาฉลาม ปลาสร้อย ฯลฯ แต่ในทางกลางหมู่ปลาเหล่านี้ งานวิจัยบางประเภทก็น่าจะเป็น "ปลาประเภทหนึ่ง"

แต่เนื่องจาก KM เป็นแนวคิดใหม่อายุได้เพียง 2-3 ทศวรรษ และยังเป็นแนวคิดที่มีความหลากหลายอีกด้วย ดังนั้นในชุดโครงการวิจัย SC4C จึงได้คัดเลือกแนวคิด KM ที่สอดคล้องกับธรรมชาติของโครงการ และได้ดำเนินการศึกษาและทำความรู้จักกับแนวคิด KM แบบต่างๆ ไปร่วมกันในหมวดหมู่สมาชิก รวมทั้งตั้งโจทย์ต่อยอดต่อไปว่า "แล้วโครงการ SC4C จะเอาเรื่อง KM เข้ามาใช้ได้อย่างไร"

ภาพที่ 8: KM กับโครงการ SC4C



แผนภาพข้างบนนี้จะแบ่งเนื้อหาออกได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ

ส่วนที่ 1: การทำความรู้จักว่า KM นั้นคืออะไร

- (1) ความสำคัญของ KM หรือทำไมจึงต้อง KM
- (2) KM คืออะไร/อะไรที่ไม่ใช่ KM
- (3) โครงสร้างของ KM/วัฏจักรความรู้/วงเกลียวแห่งปัญญา
- (4) กลไกกำกับโครงสร้าง KM: 3 แกนของ KM

เนื้อหาในส่วนที่ 1 ทั้งหมดนี้ ผู้เขียนสรุปมาจากหนังสือเรื่อง KM ที่ดีเยี่ยมและอ่านง่ายของ

- ประพนธ์ ผาสุขยืด, **การจัดการความรู้** (พิมพ์ครั้งที่ 8), สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.), พ.ย. 2549

- วิจารย์ พานิช, **การจัดการความรู้แบบปฏิบัติ** (พิมพ์ครั้งที่ 3), สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.), พ.ย. 2549

ส่วนที่ 2: การนำ KM มาใช้ในโครงการ SC4C

(5) ดันทุนความรู้ของ SC4C

(6) ดันทุนความรู้ของชุมชน

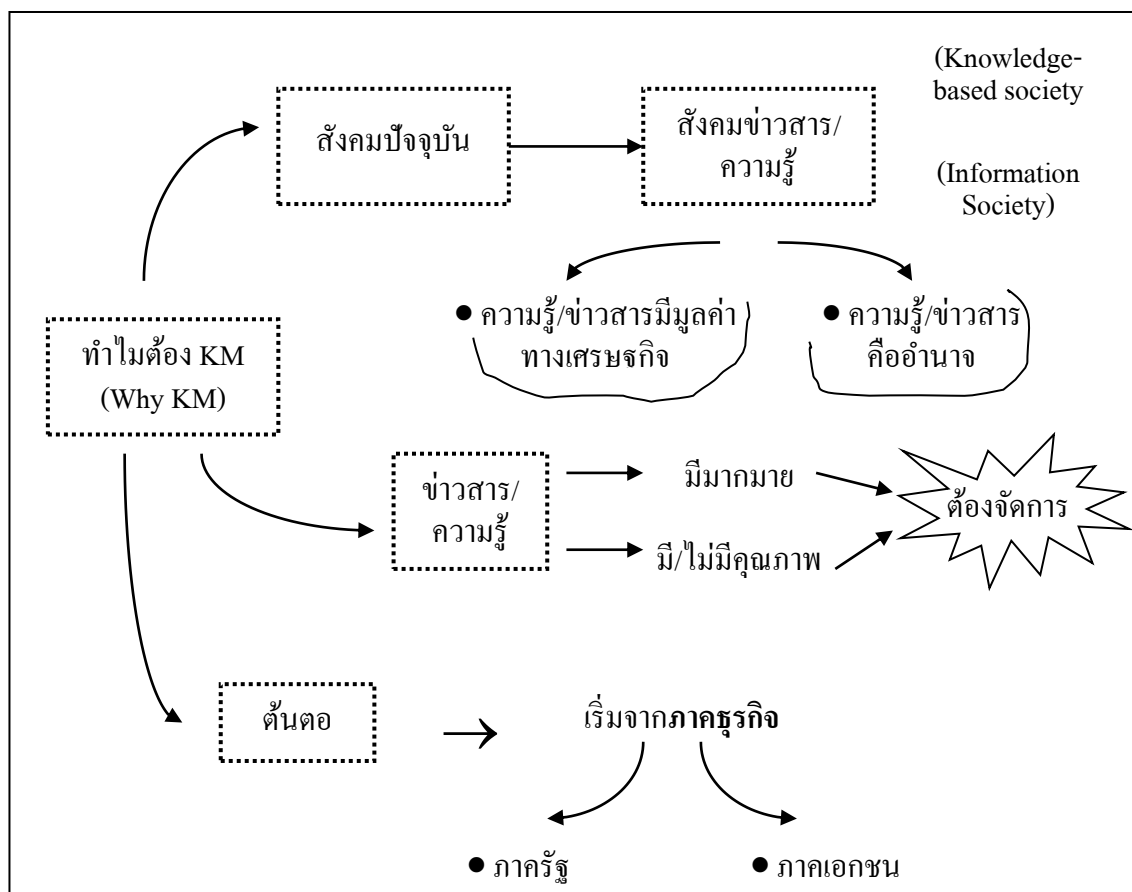
(7) โจทย์การวิจัยของ SC4C

จากนี้จะได้กล่าวถึงรายละเอียดของแต่ละหัวข้อ

ส่วนที่ 1: ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ KM

(1) ความสำคัญของ KM

ภาพที่ 9: ความสำคัญของ KM ในสังคมปัจจุบัน



สำหรับคำถามที่ว่า ทำไมเราจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจ/ให้ความสำคัญกับเรื่อง KM นั้น

คำตอบหนึ่งก็คือ สภาพของสังคมในปัจจุบันที่ได้พัฒนามาเป็นสังคมสารสนเทศ (Information society) หรือสังคมแห่งความรู้ (Knowledge-based society)

อันที่จริง การรับรู้หรือสำนึกว่า "ความรู้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญ" นั้น ดำรงอยู่แล้วตั้งแต่อดีต ดังเช่นคำกล่าวที่ว่า "มีวิชาเหมือนมีทรัพย์อยู่นับแสน" แต่ทว่าสำนึกดังกล่าวก็ได้นำมาเป็นจริง (concretized) อย่างแจ่มชัดในสังคมสารสนเทศหรือสังคมแห่งความรู้

ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะสำคัญของสังคมสารสนเทศหรือสังคมแห่งความรู้ นอกเหนือจากปริมาณของข่าวสาร และความรู้จะเปลี่ยนแปลงด้วยการเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาลแล้ว ในเชิงคุณภาพ ข่าวสารและรู้อย่างได้ปรับเปลี่ยนสภาพของตัวเองไปอีกด้วย กล่าวคือ ข่าวสาร/ความรู้ได้กลายมาเป็นบ่อเกิดของ 2 สิ่งคือ มูลค่าทางเศรษฐกิจ และมูลค่าของอำนาจ

ตัวอย่างที่สร้างผลกระทบถึงระดับของสื่อพื้นบ้านก็เช่น แต่เดิมนั้น บรรดาครูของสื่อพื้นบ้าน เช่น พ่อครูแม่ครูคำขอ ครูหมอลำ ฯลฯ จะแต่งเพลงหรือแต่งกลอนลำไว้แจกลูกศิษย์ ลูกหาแบบให้เปล่า แต่ปัจจุบันนี้บรรดาเพลงหรือกลอนลำนั้นได้แปรสภาพไปเป็น "สินค้า" ที่มีราคาค่างวดไปเสียแล้ว

ในส่วนที่ข่าวสาร/ความรู้ได้กลายมาเป็น "บ่อเกิดแห่งอำนาจ" นั้น ก็เป็นแนวคิดที่มีมาตั้งแต่อดีตแล้วเช่นเดียวกัน ดังปรากฏอยู่ในเรื่องของเวทมนต์ คัมภีร์วิเศษ ความรู้วิทยายุทธ ฯลฯ และได้กลายมาเป็นจริงเป็นจังมากยิ่งขึ้นในโลกปัจจุบัน เช่น ความรู้ด้านเทคโนโลยีข่าวสาร ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ (แม้แต่เรื่องการแข่งขันกีฬา ชัยชนะหรือความพ่ายแพ้ก็ขึ้นอยู่กับความก้าวหน้า/รอบรู้ของวิทยาศาสตร์การกีฬาของผู้แข่งขัน) ความรู้ด้านการทหาร/การทูต เป็นต้น

ส่วนแนวคิดที่เน้นให้เห็นความจำเป็นของ "การบริหารจัดการ" กับความรู้ นั้น เป็นผลพวงมาจากสภาพของสังคมสารสนเทศ/สังคมความรู้เช่นกัน เนื่องจากในสังคมเช่นนี้ ปริมาณความรู้/ข่าวสารจะมีอยู่มากมาย ซึ่งหากไม่มีวิธีการจัดการ อาจเกิดภาวะ "ความรู้/ข่าวสารท่วมหัว เอาตัวไม่รอด" ดังเช่นตัวอย่างที่เวนเกอร์ (2002) ได้เล่าเอาไว้ว่า ในยุคแรกเริ่มของ KM ที่องค์กร/บริษัท เน้นการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารทำการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ในรูปแบบของฐานข้อมูล แต่คนทำงานย่อมไม่มีเวลาที่จะกลั่นกรองข้อมูลทั้งหมด ฐานข้อมูลจึงดูไร้ประโยชน์ และเมื่อพนักงานคิดว่าฐานข้อมูลไร้ประโยชน์ ก็ไม่เข้ามา update ข้อมูล แล้ววัฏจักรชั่วร้ายก็ดำเนินต่อไป เช่นเดียวกับวิธีการค้นหา "Keywords" จากบรรดา Search Engineทั้งหลาย ซึ่งหากไม่รู้จักวิธีการเลือกค้น ก็จะได้ข้อมูลมาท่วมทับตัวผู้ค้นจนแทบจะวางวาย

อีกประการหนึ่ง ในแง่คุณภาพของข่าวสาร/ความรู้ ก็ย่อมมีทั้ง "ข่าวสาร/ความรู้ที่มีและไม่มีความหมาย" ในปีพ.ศ.2550 นี้ หัวข้อวิทยานิพนธ์ที่ผู้เขียนดูเลวมากที่สุดจะเป็นเรื่องการใช้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต/หน้าเว็บไซต์ต่างๆ ไปในทางที่ไม่ถูกต้อง ไม่เป็นประโยชน์แทบจะทั้งสิ้น ดังนั้นผู้คนในสังคมปัจจุบันนี้จึงต้องคิดตั้งกลไกที่สามารถจะแยกแยะข่าวสาร/ความรู้ได้ 2 ประเภท คือ

- ต้องรู้ว่า "อะไรเป็นความรู้ที่เราจำเป็นต้องการมาใช้งาน" (needed knowledge) เพื่อ

ป้องกันอาการแหวกว่ายอยู่ในทะเลความรู้อย่างมองไม่เป็นฝั่ง (พระพุทธเจ้าเคยแสดงแนวคิดนี้เอาไว้ในเรื่องใบไม้ในป่าทั้งหมดกับใบไม้ที่อยู่ในกำมือ)

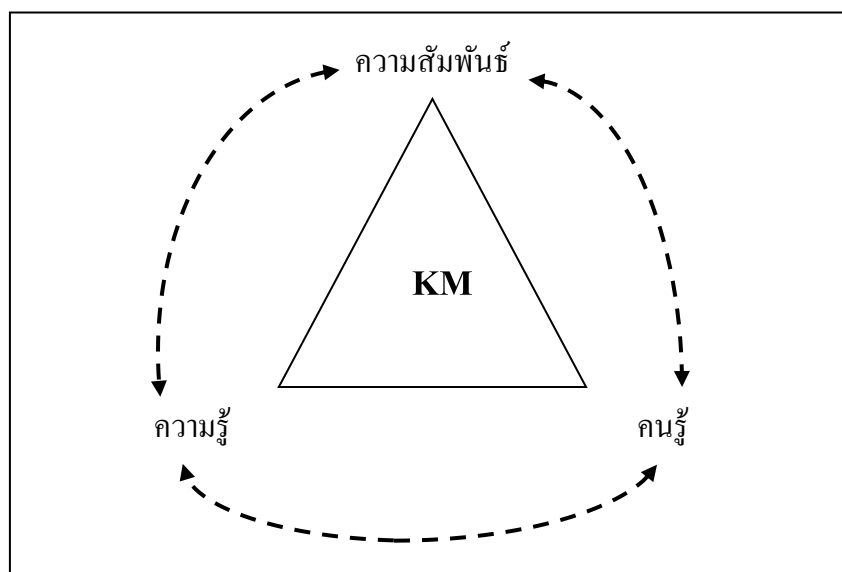
- ต้องสามารถแยกแยะข่าวสาร/ความรู้ที่มีคุณภาพ/ไร้คุณภาพออกจากกันได้

ส่วนภาคส่วนของสังคมที่ตื่นตัวเรื่อง KM เป็นภาคส่วนแรกนั้น เวนเกอร์ (2002) ได้ระบุว่า เป็นภาคธุรกิจซึ่งต้องทำงานบนหลักของการแข่งขันกัน และข้อมูล/ความรู้ นั้นเป็นประจักษ์อาวุธลับสำคัญสำหรับสนามประลองยุทธ์ ต่อมา ภาคราชการ/สถาบันการศึกษา ก็ได้เริ่มมีกระแสตอบรับ และภาคส่วนสุดท้ายที่โคดเข้ามาร่วมกระแสดความสนใจ KM ก็คือ ภาคของประชาชน ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่า KM ในฐานะที่เป็นศาสตร์ชนิดหนึ่ง น่าจะมีคุณประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนของสังคม และสามารถนำไปใช้ได้ทั้งเป้าหมายของระดับกลุ่ม องค์กร ชุมชน และสังคมส่วนรวม

(2) ธรรมชาติของ KM

ผู้เขียนมีความเห็นส่วนตัวว่า เรื่องของการบริหารจัดการความรู้ นั้นเป็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง 3 ปัจจัยคือ

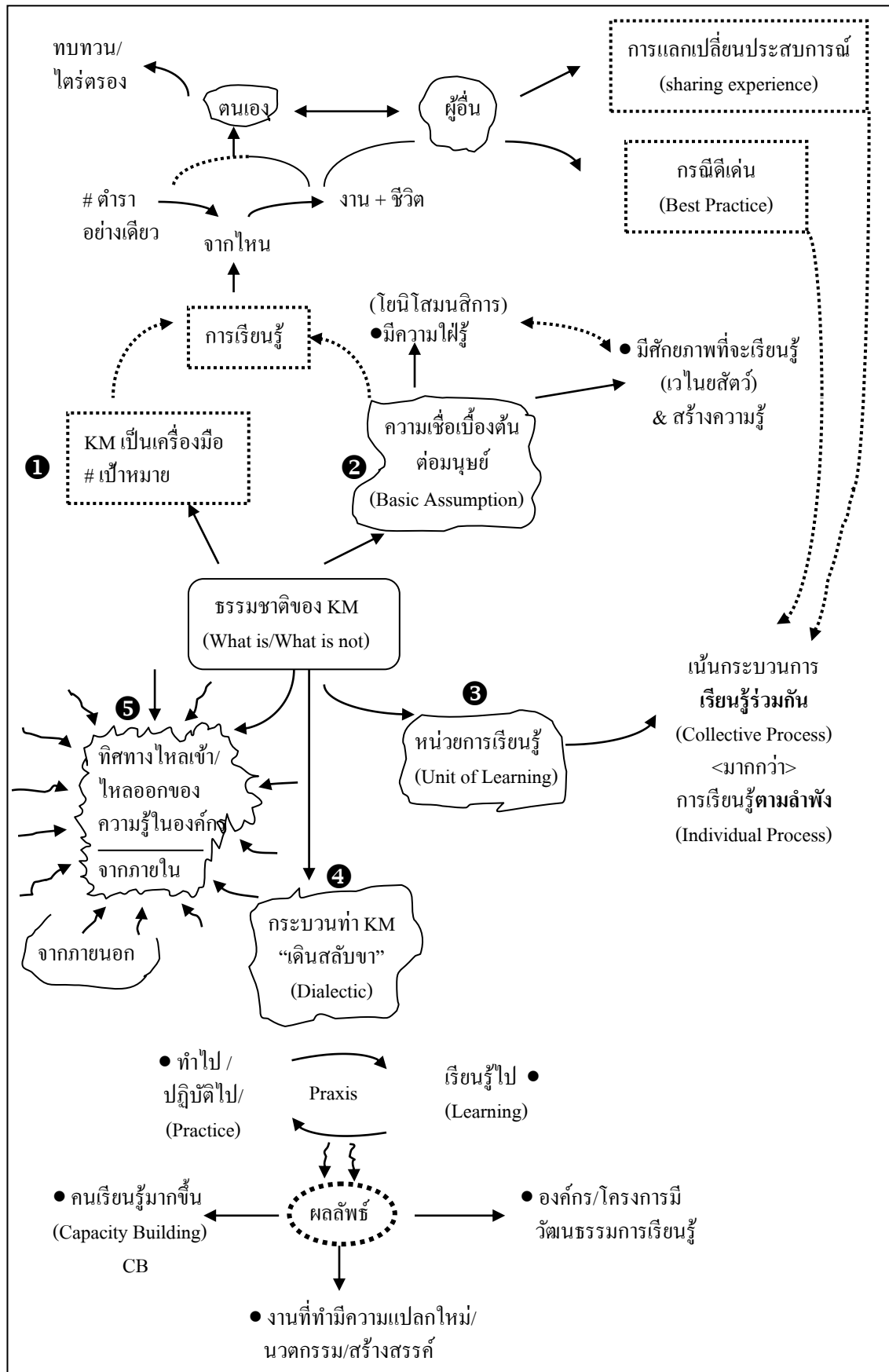
ภาพที่ 10: 3 ปัจจัยของ KM



- เป็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับความรู้ เช่น ระหว่างความรู้เก่ากับความรู้ใหม่ที่ถูกรสร้างขึ้น
- เป็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคนรู้กับความรู้ เช่น คนรู้จะซึมซับความรู้เก่าเข้าไปแล้วก็จะสร้างสรรค์ความรู้ใหม่ออกมา
- เป็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคนรู้กับคนรู้ด้วยกัน เช่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนรู้ด้วยกัน จะเพิ่มพูนความรู้ได้อย่างรวดเร็ว

จากความสัมพันธ์แบบ 3 เส้นนั้น เป็นบ่อเกิดของเรื่องธรรมชาติของ KM ดังนี้

ภาพที่ 11: ธรรมชาติของ KM



(2.1) สถานะของ KM นั้นเป็นเพียงเครื่องมือมีใช้เป้าหมายในตนเอง

นพ.วิจารณ์ พานิช (2549) ได้ตอบย้ำในเรื่องสถานะของ KM อย่างมากว่า ในองค์กร/หน่วยงานของเราต้องไม่จัดการให้มี KM ก็เพื่อ KM หรืออยู่อย่างก็เลยมีเรื่อง KM เพราะ KM นั้นจะเป็น "วิถีทาง/เป็นเครื่องมือ/เป็นสะพาน" ไปสู่เป้าหมายอื่นๆ กล่าวคือ เมื่อเรากำลังจะทำงานอะไร กำลังจะปฏิบัติงานอะไร จึงนำเอา KM มาช่วยการทำงาน สถานะดังกล่าวของ KM จึงเป็นข้อแตกต่างระหว่างการเรียนรู้ในสถานศึกษาที่อาจจะเรียนไปก็เพื่อรู้เฉยๆ แต่ยังมีได้มีเป้าหมายว่าจะเอาความรู้ไปจัดการใช้งานอะไร

เพราะฉะนั้น KM จึงจะเกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน ในการลงมือทำกิจการต่างๆ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต้องการ "เอาความรู้มาจัดการใช้งาน"

(2.2) ความเชื่อเบื้องต้นต่อมนุษย์

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า เรื่องของการจัดการความรู้ นั้น นอกจากจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ "ความรู้" แล้ว ก็ยังเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ "คนที่รู้" อีกด้วย และการที่เราจะจัดการบริหารความรู้ในหน่วยงาน/องค์กรได้นั้น เราจำเป็นต้องมีความเชื่อเบื้องต้นเกี่ยวกับมนุษย์อยู่ 2 ประการคือ ประการแรก เชื่อว่ามนุษย์มีความใฝ่รู้ อยากเรียนรู้ (ที่ภาษาพระเรียกว่า มีโยนิโสมนสิการ) และประการที่สอง เชื่อว่ามนุษย์นั้นมีศักยภาพที่จะเรียนรู้ได้ (ไม่เชื่อว่ามิใคร่งมงายตั้งแต่กำเนิดและจะโง่งมไปจนวันตาย) คุณสมบัตินี้ ทางพุทธศาสนาเรียกว่า มนุษย์เราเป็นเวไนยสัตว์ คือสามารถสั่งสอนให้เรียนรู้ได้

นอกจากความเชื่อเกี่ยวกับ "มนุษย์กับความรู้" ที่เคยมีมาตั้งแต่ดั้งเดิมว่า มนุษย์เรามีความใฝ่รู้และมีความสามารถที่จะเรียนรู้ได้แล้วนั้น ในยุคสมัยของ KM Baumard (1999) ยังแสดงให้เห็นว่า KM ได้มีการขยายเพิ่มเติมความเชื่อบางอย่างเกี่ยวกับ "มนุษย์และความรู้" ออกไปอีกด้วย

Baumard กล่าวว่า แต่เดิมนั้น เรามีความเชื่อว่า ความรู้ นั้นเป็น "ของนอกกายคน" และจำเป็นต้องออกไปค้นหา (เป็นสำนักคิดทางปรัชญาสำนักหนึ่ง) ดังเช่นที่ปรากฏในนิทานพื้นบ้านและเรื่องจักรวาลต่างๆ ที่ตัวพระเอกต้องออกเดินทางจากเมืองไปหาความรู้กับพระฤๅษีในป่า จนกระทั่งเมื่อ Nonaka & Kenney (1991 อ้างใน Baumard, 1999) มาสร้างแนวคิดใหม่ใน KM ว่า มนุษย์เราไม่เพียงแต่จะมีความสามารถในการ "รับความรู้เข้าตัว" เท่านั้น หากแต่มนุษย์ยังสามารถเป็น "ผู้สร้างสรรค์ความรู้ใหม่ๆ จากฐานความรู้เดิมได้อีกด้วย" (ความรู้แบบนี้ส่วนมากตกผลึกอยู่ในตัวบุคคล ที่เรียกว่า Tacit knowledge ซึ่ง Baumard เห็นว่ามีความสำคัญมาก) ดังนั้นในกลุ่ม/หน่วยงาน/องค์กรที่มีสถานะแวดล้อมที่เหมาะสมและเอื้ออำนวย จึงสามารถเป็นพื้นที่แห่ง "การผลิตและสร้างสรรค์ความรู้" ได้อย่างดี (Sphere of knowledge generating & creating)

และเมื่อมนุษย์มาพบกับความรู้ มนุษย์ก็จะเกิด "การเรียนรู้" ขึ้น แต่ทว่าในกระบวนการบริหารจัดการความรู้ นั้น จะเห็นได้ว่า แหล่งของการเรียนรู้จะมาจากหนังสือและตำรา

อย่างเฉียดเท่านั้นไม่ได้ แต่จะต้องมาจาก "การทำงานและการใช้ชีวิตที่เป็นจริง" ประกอบด้วย (ดังที่กล่าวถึงสถานะของ KM ในข้อ 1) KM จึงมีคุณสมบัติที่เพิ่มเติมไปจากการเรียนหนังสือในโรงเรียน ในแง่ที่เราอาจจะสรุปได้ว่า KM เป็นการประสานระหว่างวิธีการเรียนรู้แบบโบราณ ซึ่งเป็นการเรียนจากงานและชีวิตกับการเรียนหนังสือในโรงเรียนให้เข้ามาบรรจบกันอีกครั้งหนึ่ง

และการเรียนรู้จากงานและชีวิตนั้น เริ่มต้นก็ต้องเรียนรู้จาก "งานและชีวิตของตนเอง" เป็นปฐม แต่เนื่องจากชีวิตของมนุษย์แต่ละคนมีข้อจำกัด ดังนั้น KM จึงต้องขยายการเรียนรู้ไปสู่การเรียนจากงานและชีวิตของคนอื่นๆ ด้วย โดยเฉพาะชีวิตและงานของคนอื่นที่ประสบความสำเร็จ แนวคิดดังกล่าวจึงกลายมาเป็นรูปแบบกิจกรรม 2 แบบของ KM คือ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ (Experiential sharing) และการเรียนรู้จากกรณีดีเด่น (Best Practice)

(2.3) หน่วยของการเรียนรู้ ถึงแม้ KM จะไม่ปฏิเสธการเรียนรู้ที่เป็นไปตามลำพัง (Individual process) ว่าเป็นกระบวนการเรียนรู้แบบหนึ่ง แต่จากหลักการที่กล่าวมาในข้อ 2 ก็ทำให้ KM เป็นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน (Collective process) มากกว่า และคุณลักษณะนี้ก็ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างการเรียนรู้แบบ KM กับการเรียนรู้ส่วนใหญ่ที่เกิดในโรงเรียนซึ่งมักเป็นการเรียนรู้ตามลำพัง

(2.4) กระบวนการ "เดินสลับขา" ของ KM

จากสถานะของ KM ที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ข้อ 1 เป็นตัวกำหนดกระบวนการ (กระบวนการท่า) ของ KM ว่า KM จะต้องเดินสลับขาซ้าย/ขวาตลอดไปทั้งกระบวนการ ขาซ้ายก็คือ การลงมือปฏิบัติ (Practice) ขาขวาก็คือการเรียนรู้ (learning) แบบ "วิภาษวิธี" (Dialectic) กล่าวคือ เวลาลงมือทำไปแล้ว ก็ได้เรียนรู้ หลังจากเรียนรู้แล้ว ก็เอาไปลงมือทำใหม่ ที่เรียกเป็นภาษาวิชาการว่า "Praxis" คือการประสานระหว่างแนวคิด(การเรียนรู้)กับการลงมือปฏิบัติ

ผลลัพธ์ที่จะบังเกิดขึ้นจากการใช้กระบวนการแบบเดินสลับขาของ KM นี้ ก็จะได้ผลลัพธ์แบบ Three in one เช่นเดียวกันคือ

- คนที่มาทำงานได้เรียนรู้มากขึ้น (ขาขวาแข็งแรงขึ้น) ซึ่งเป็นแนวคิดเรื่องการเสริมสร้างสมรรถนะของคนทำงาน (Capacity Building - CB)
- งานที่ทำก็มีความแปลกใหม่/มีนวัตกรรม/มีการสร้างสรรค์ (Innovation) ซึ่งเป็นการใช้คุณสมบัติของมนุษย์ในการทำงานอย่างเต็มที่ เพราะในขณะที่เครื่องจักรเพียงแต่ผลิตผลงานได้อย่างเหมือนกัน มนุษย์เราจะสามารถทำงานได้อย่างสร้างสรรค์เสมอเมื่อฐานความรู้ในการทำงานรอบใหม่ยกระดับสูงขึ้นกว่าเดิม
- ในตัวองค์กร/โครงการเองก็จะค่อยๆ ตกผลึกสิ่งที่เรียกว่า "วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้" (Culture of Learning) และแปรสภาพไปห้ององค์กร/โครงการกลายเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ซึ่ง Baumard (1999) ระบุว่า องค์กรแบบนี้จะมีวัฒนธรรมในการทำงานอยู่

3 อย่างคือ มีการสร้าง (create) มีการเก็บรักษา (preserve) และมีการปกป้อง (protect) ความรู้ขององค์กร และองค์กรเช่นนี้จะต้องการสมาชิก/คนทำงานที่มีคุณสมบัติสำคัญ 2 ประการคือ มีความสำนึกสูงเรื่อง KM (Awareness) และมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร/ของกระบวนการ KM (Sense of belonging) อย่างสูงเช่นกัน

(2.5) การสร้างสมดุลในเรื่องทิศทางการไหลของความรู้

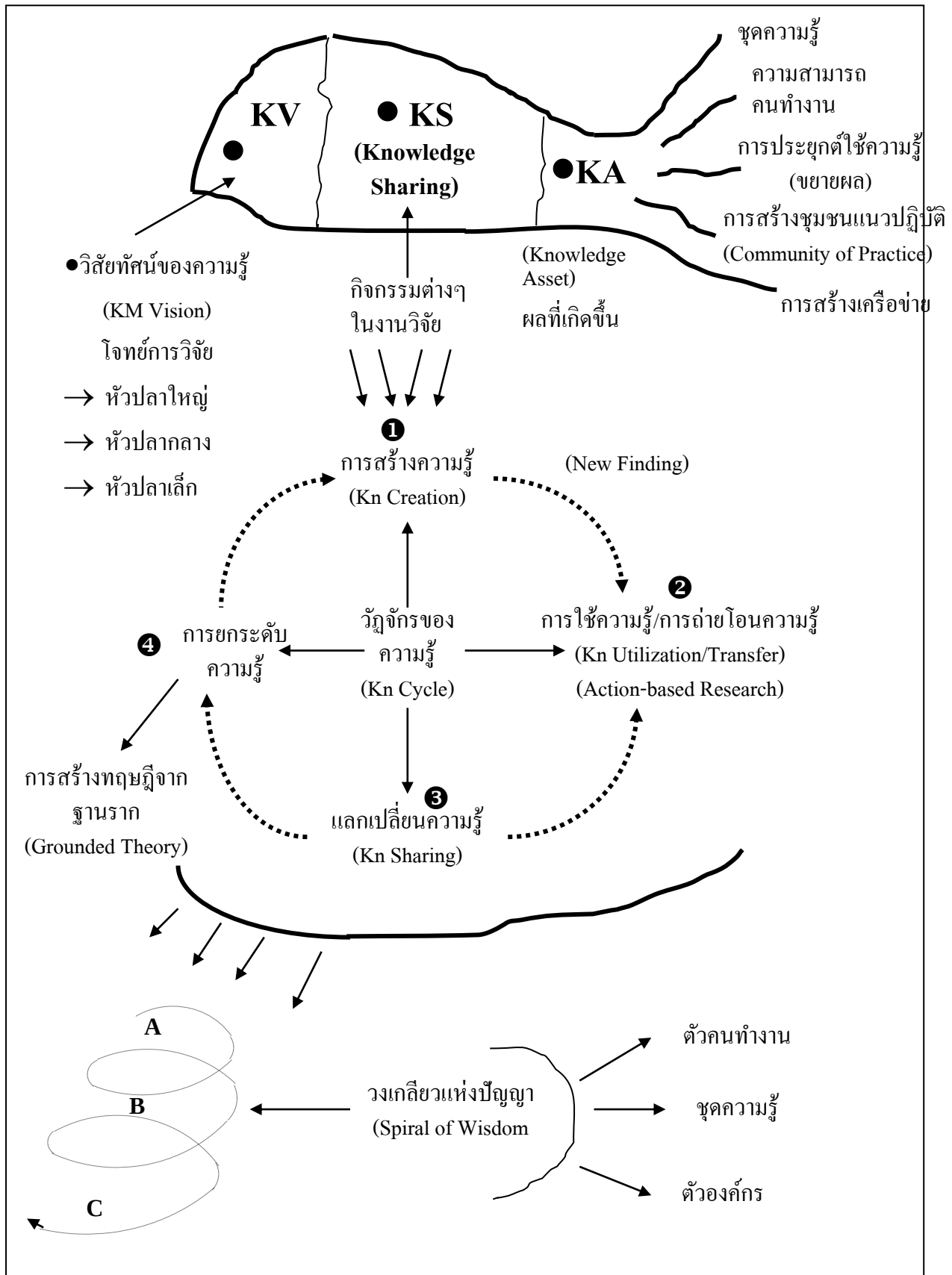
มีแนวโน้มที่สุดโต่งอยู่ 2 แบบสำหรับแต่ละองค์กรในการเปิดช่องทางของการไหลของความรู้เข้าสู่ภายในองค์กร องค์กรปิดบางแห่งจะเน้นหนักการสร้างความรู้จากภายในองค์กรมาใช้งานเองโดยไม่เปิดรับความรู้จากภายนอก แต่บางองค์กรก็จะเน้นการรับความรู้ที่มาจากข้างนอกเพียงอย่างเดียว (เราอาจจะประยุกต์เอาแนวคิดนี้ไปเป็น "เกณฑ์วินิจฉัยชุมชน" แต่ละแห่งที่ศึกษาในมิติของ "ทิศทางการไหลของความรู้" ได้)

สำหรับกลุ่ม/หน่วยงาน/องค์กร/ชุมชน ที่มีการบริหารจัดการความรู้ที่ดีนั้น ควรจะจัดสมดุลเรื่องทิศทางการไหลของความรู้ให้ดี โดยน่าจะเปิดช่องทางการไหลของความรู้แบบรอบทิศ ทั้งการสร้างความรู้จากภายในองค์กรเอง และการเปิดรับความรู้จากภายนอก แต่ให้ความรู้ทั้ง 2 ส่วนได้คู่กัน

(3) โครงสร้างของ KM

ในขณะที่เรื่อง "ธรรมชาติของ KM" นั้นมีลักษณะเป็นแนวคิดเชิงนามธรรม เมื่อแปลงมาเป็นรูปธรรมคือคำตอบที่ว่า รูปร่างหน้าตาของ KM จะเป็นอย่างไรนั้น ประพนธ์ (2549) ได้วาดรูปร่างหน้าตาของ KM ออกมาเป็นโครงสร้างที่เรียกว่า "ทฤษฎีปลา" ดังแสดงในภาพ

ภาพที่ 12: โครงสร้างของ KM (ทฤษฎีปลา)



จากแผนภาพนี้จะอธิบายได้ว่า โครงสร้างของ KM มีส่วนประกอบย่อยแบบตัวปลาที่แบ่งได้เป็น 3 ส่วน คือ

(3.1) ส่วนของหัวปลา ที่เรียกว่า "วิสัยทัศน์ของความรู้" (Knowledge Vision - KV) อันได้แก่ การตอบคำถามว่า เราต้องการความรู้เรื่องอะไร (Needed Knowledge) เพื่อเอาไปใช้งานอะไร

วิสัยทัศน์ของความรู้ (KV) นี้ หากวางเทียบกับโครงการวิจัย SC4C แล้วก็คือ ส่วนที่เป็นโจทย์การวิจัยของโครงการ ซึ่งแบ่งออกได้เป็นชั้นๆ คือ

- **หัวปลาใหญ่** ได้แก่ โจทย์การวิจัยใหญ่ของชุดโครงการ SC4C
- **หัวปลากลาง** ได้แก่ โจทย์การวิจัยของสื่อทั้ง 3 ประเภท คือสื่อพื้นบ้าน/สื่อวิทยุชุมชน และสื่อบุคคล (ที่ได้ยกตัวอย่างมาข้างต้น)

- **หัวปลาเล็ก** ได้แก่ โจทย์การวิจัยของโครงการวิจัยแต่ละเรื่อง

นอกจากการแบ่งระดับแล้ว มิติที่สำคัญก็คือ "เส้นด้ายเชื่อมร้อย" ระหว่างระดับทั้ง 3 เพื่อให้ปลาทั้ง 3 ระดับนั้นร้อยกันเป็น "พวงแบบพวงปลาตะเพียน" มิใช่เป็นปลาหลายๆขนาดที่อัดแน่นอยู่ในถังใส่ปลา

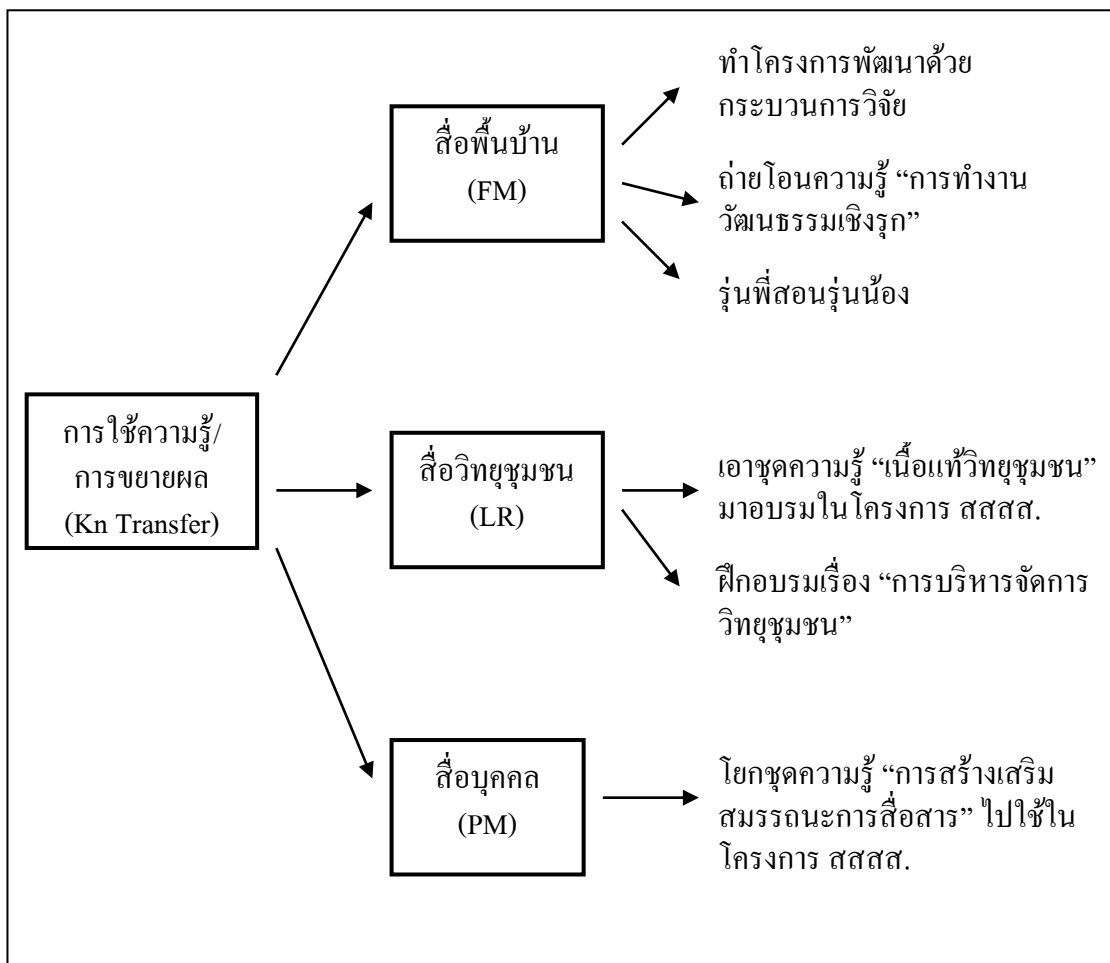
(3.2) ส่วนของตัวปลา คือกิจกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing - KS) ซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติของ KM ที่ได้กล่าวถึงมาข้างต้นว่า หน่วยการเรียนรู้ของ KM นั้นเป็นการเรียนรู้แบบรวมกลุ่มมากกว่าเรียนรู้ตามลำพัง

ในส่วนของตัวปลานี้ เมื่อเทียบในโครงการวิจัย SC4C แล้วก็คือ บรรดากิจกรรมต่างๆที่ทำในกระบวนการวิจัย เริ่มตั้งแต่การพัฒนาโครงการวิจัย การเขียนโครงร่าง.... ไปจนกระทั่งถึงการเขียนรายงานการวิจัย ในท่ามกลางบรรดากิจกรรมรูปธรรมเหล่านี้ หากนำมาถอดดูโครงสร้างโดยใช้แนวคิดเรื่อง "วัฏจักรของความรู้" (Knowledge cycle) มาจับ ก็จะเห็นว่ากิจกรรมทั้งหมดจะวนเวียนอยู่ใน 4 ช่วงตอนของวัฏจักรของความรู้ ดังนี้

(ก) ขั้นตอนของการสร้างความรู้ใหม่ (Knowledge Creation) เนื่องจากเป้าหมายสูงสุดของงานวิจัยนั้นคือ การสร้างความรู้ใหม่ (New Finding) จากฐานความรู้เดิม (การทบทวนวรรณกรรม - Review Literature)

(ข) ขั้นตอนของการใช้ความรู้/การถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Utilization/Transfer) อันเป็นกิจกรรมที่ตอบสนองธรรมชาติของ KM คือมิใช่มีความรู้ไว้หุ่หรืหุ่ระดับกายเท่านั้น หากแต่มีความรู้เอาไว้ใช้งานหรือถ่ายโอน ในโครงการ C4C ที่ผ่านมานั้น ซึ่งได้กล่าวแล้วว่า จะมีลักษณะเป็น "การวิจัยเชิงปฏิบัติการ" (Action research) เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปแก้ไขสภาพปัญหาที่เผชิญอยู่ ส่วนกรณีการถ่ายโอนความรู้ก็คือการนำเอาความรู้จากโครงการวิจัย C4C ไปใช้ในโครงการพัฒนา C4H ทั้งหมดดังแสดงในภาพ

ภาพที่ 13: การใช้ความรู้จากโครงการ C4H



(ค) ขั้นตอนการแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) กิจกรรมนี้ก็สอดคล้องกับธรรมชาติของ KM ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ดังนั้น จากประสบการณ์ของชุดโครงการ C4C นักวิจัยในโครงการจึงคุ้นเคยอยู่เสมอที่จะมีการจัดประชุมแลกเปลี่ยนระหว่างทางของช่วงเวลาของการทำวิจัย ไม่ว่าจะเป็นการประชุมแบบทวิภาคี ไตรภาคี แบบพบกันหมดทุกรุ่น ฯลฯ และทั้งนี้ ทางโครงการ C4C ก็ได้รับการหนุนช่วยอย่างเข้าใจเต็มที่ของทางสกว. ที่ได้อุดหนุนทรัพยากรทุกอย่างเพื่อการสนับสนุนกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

(ง) การยกระดับความรู้ (Theory Building) ในขณะที่ขั้นตอนแรกของวัฏจักรของความรู้นั้นจะเริ่มต้นด้วยการแสวงหาความรู้ใหม่ และเมื่อผ่านขั้นตอนการใช้ การถ่ายโอน และการแลกเปลี่ยนแล้ว ความรู้ใหม่นั้นจะเริ่มตกผลึกมากขึ้น จนกระทั่งบางส่วนเลี้ยวอาจจะสามารถยกระดับขึ้นมาเป็นทฤษฎีได้ นี่คือนวนคิดเรื่อง "การสร้างทฤษฎีจากฐานราก" (Grounded Theory Building) นั่นเอง

เพื่อเป็นหลักประกันว่า วัฏจักรของความรู้จะเดินทางมาจนถึงขั้นสุดท้ายนี้ ในโครงการ C4C สกว.จึงได้บรรจุเอาขั้นตอนช่วงสุดท้ายของการวิจัยให้ทีมประสานงานกลางมีบทบาทเป็นผู้สังเคราะห์/วิเคราะห์องค์ความรู้เรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชนเอาไว้เลย (ดูตัวอย่างจากกาญจนา, ก้าวต่อไปของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน, 2541)

และสำหรับในโครงการ SC4C นี้ก็ได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้ว่าจะดำเนินกิจกรรมมาให้อถึงขั้นตอนของการยกระดับชุดความรู้เรื่องการใช้และการพัฒนาสื่อชุมชนประเภทต่างๆเช่นเดียวกัน

(3.3) ส่วนของหางปลา ส่วนนี้ก็คือ ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นจาก KM ที่เรียกว่า "คลังสมบัติของความรู้" (Knowledge Asset - KA) ซึ่งเป็นเสมือนการโบกสะบัดของหางปลา ตัวอย่างของผลลัพธ์ (KA) ที่อาจจะเกิดจากการบริหารจัดการความรู้ก็เช่น

- ได้ชุดความรู้ตามโจทย์ที่ตั้งเอาไว้
- ได้พัฒนาขีดความสามารถของคนทำงาน/นักวิจัย (CB)
- ได้ประยุกต์ใช้ความรู้ไปสู่กรณีอื่นๆ เป็นการขยายผล
- ได้สร้างชุมชนแนวปฏิบัติ (CoP) ตามที่กล่าวมา
- ได้สร้างเครือข่ายประเภทต่างๆ เช่น เครือข่ายความรู้ เครือข่ายการณรงค์ เครือข่ายการเมือง เครือข่ายทุน ฯลฯ

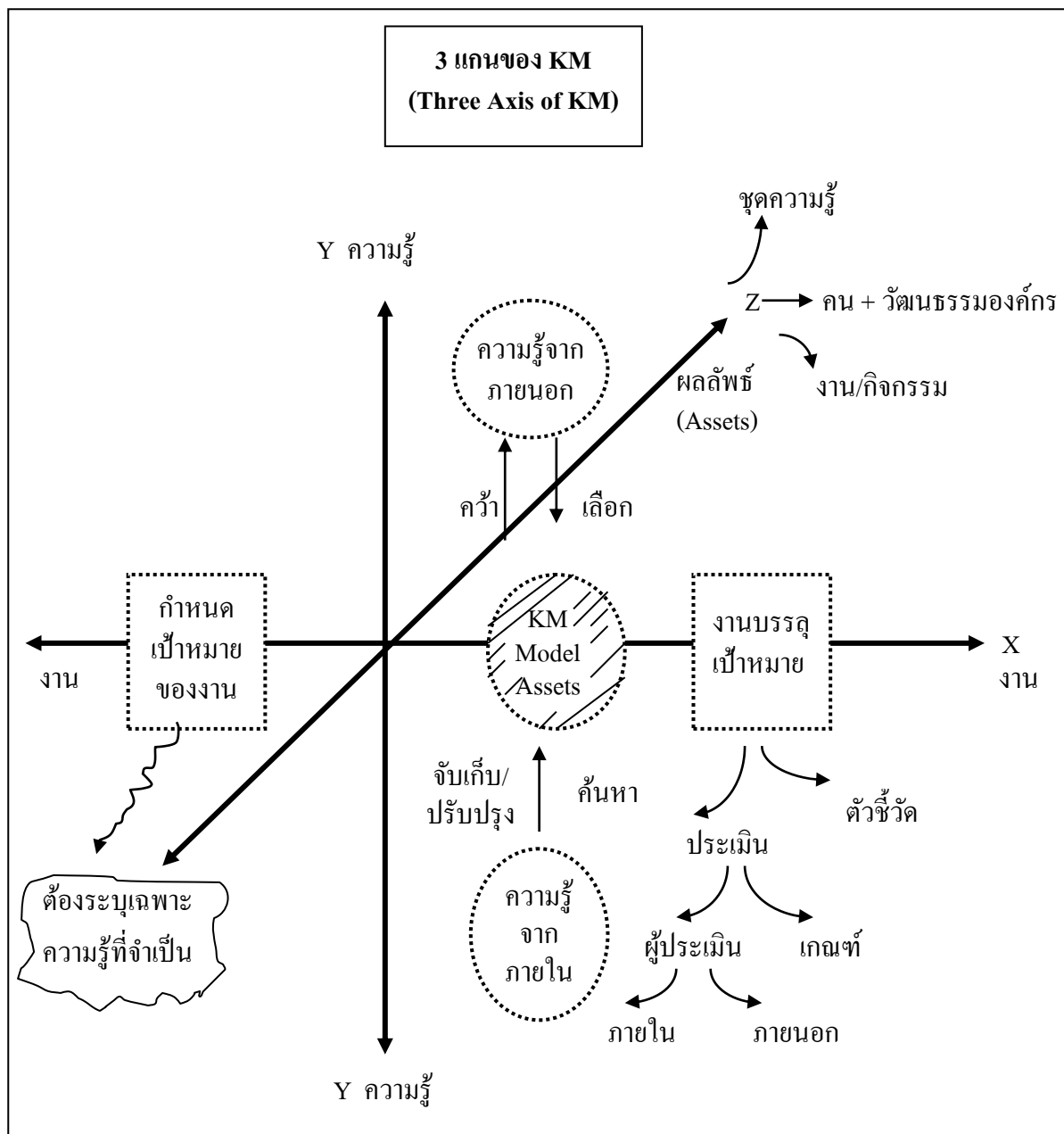
และเมื่อโครงสร้างของปลาทั้งตัวได้เริ่มแหวกว่ายได้ระยะทางเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ก็เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า "วงเกลียวแห่งปัญญา" (Spiral of wisdom) ซึ่งหมายถึงความถึงการเพิ่มพูนทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพของความรู้ที่จะปรากฏรูปอยู่ใน 3 สิ่ง คือ ในตัวคนทำงาน ในชุดความรู้ และในตัวองค์กรเอง

(4) 3 แกนของ KM (Three Axis of KM)

ในหัวข้อที่แล้วนั้น ผู้เขียนได้กล่าวถึงโครงสร้างของ KM ที่เป็นเสมือนตัวปลา และเมื่อโครงสร้างนี้เริ่มเคลื่อนไหวมีพลวัต ก็จำเป็นจะต้อง "กลไกกำกับการทำงาน" เพื่อให้มั่นใจว่าโครงสร้างดังกล่าวจะใช้การได้จริงๆ (work จริงๆ) กลไกกำกับการทำงาน (เปรียบเสมือนเทอร์โมสแตต) ของโครงสร้าง KM นั้น คือสิ่งที่เรียกว่า "3 แกนของ KM" อันประกอบไปด้วย

- แกน X คือ งาน
- แกน Y คือ ความรู้
- แกน Z คือ ผลลัพธ์

ภาพที่ 14 3 แกนของ KM



การที่แกนทั้ง 3 มาบรรจบกัน ณ จุดตัดตรงกลางนั้นมีความหมายว่า ทั้ง 3 มิติคือ X/Y/Z นั้นจะต้องสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเสมอ

(4.1) แกน X - งาน จากธรรมชาติของ KM ที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ความรู้แบบ KM นั้นเป็นความรู้ที่พวยพุ่งมาจากพื้นดินแห่งการทำงาน ดังนั้น จึงต้องมี "งาน" เป็นแกนนอนของความรู้ แต่อย่างไรก็ตาม "งาน" ที่จะเข้ามาเป็นแกน X ได้นี้ ก็ต้องมีแกน Y และแกน Z คอยประกอบอยู่ กล่าวคือเป็นการทำงานที่ต้องมี "ความรู้" เป็นตัวชี้แนะ และมีผลลัพธ์เป็นเป้าหมายสุดท้าย

ตัวอย่างเช่นในโครงการสพส.ซึ่งทำงานกับภาคีที่เคยกำลังทำงานอยู่กับสื่อพื้นบ้านมา

อยู่แล้ว ทั้งในรูปแบบโครงการพัฒนาหรือเป็นความพยายามของกลุ่มหรือส่วนบุคคล แต่การทำงานนั้นอาจจะไม่ได้ตั้งอยู่บนฐานความรู้ที่เพียงพอ ด้วยเหตุนี้ สพส.จึงได้มีคำขวัญขึ้นนำทิศทางการทำงานว่า "ขับเคลื่อนโครงการ บนฐานความรู้"

เมื่อพิจารณารายละเอียดของแกน X โดยแบ่งแกน X ออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงก่อนและช่วงหลังลงมือทำงาน

ในช่วงก่อนทำงาน ต้องมีกำหนดเป้าหมายของงานให้ชัดเจน เช่นในกรณีของการทำโครงการวิจัยก็ต้องระบุโจทย์การวิจัยให้ชัดเจน และเนื่องจากการทำงานใน Mode ของ KM ในขั้นตอนนี้จึงต้องระบุว่า "ความรู้อะไรบ้างที่จำเป็นสำหรับการทำงานนั้น" (Needed Knowledge) ในกรณีของงานวิจัย ก็ต้องรู้ว่าแนวคิดทฤษฎีที่จะนำมาใช้นั้นคืออะไร งานวิจัยอะไรที่ควรไปอ่าน (เทียบได้กับต้องรู้ว่า บทที่ 2 ของงานวิจัยควรมีอะไรบ้าง)

ส่วนในช่วงหลังจากลงมือทำงานไปแล้ว ก็จำเป็นต้องมีการประเมินผลว่างานได้บรรลุเป้าหมายหรือไม่/อย่างไร องค์ประกอบย่อยของการประเมินนั้นจะมีอยู่ 3 ส่วน คือผู้ประเมินซึ่งอาจจะแยกเป็น ผู้ประเมินภายใน และผู้ประเมินภายนอก เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน และบรรดาตัวชี้วัดต่างๆ

สำหรับสมาชิก/นักวิจัยในโครงการ SC4C นี้ ส่วนใหญ่แล้วได้เคยผ่านงานของ C4C และ C4H ซึ่งได้รับการสนับสนุนจาก สกว. และสสส. ซึ่งเป็นองค์กรที่มีกระบวนการทำงานแบบสมัยใหม่ จึงมีความคุ้นเคยกับกระบวนการทำงานตามแบบแกน X เป็นอย่างดี

(4.2) แกน Y - ความรู้ ผู้เขียนขอขีดเส้นใต้แนวคิดเรื่อง "ใบไม้ที่อยู่ใต้น้ำ" กับ "ใบไม้ที่อยู่ในกำมือ" อีกครั้งหนึ่งว่า ในส่วนที่เกี่ยวกับ "ความรู้ใน Mode ของ KM" นั้น ก็เช่นเดียวกับ "เรื่องการทำงาน" กล่าวคือมิใช่ความรู้แบบไหนก็ได้ หากทว่าต้องเป็น "ความรู้ที่จำเป็นต้องการใช้งาน" เท่านั้น

และเนื่องจาก KM ได้เปิดช่องทางให้ความรู้ที่ไหลเข้ามาในองค์กร/หน่วยงานมีทิศทางทั้งจากภายนอกและภายใน ดังนั้น เพื่อให้มีหลักประกันว่า เราจะได้ "ความรู้ที่ต้องการ" จึงต้องมีการสร้าง "กลไกกลั่นกรอง" (เปรียบเสมือนประตูกันน้ำในเขื่อน) ความรู้ที่ไหลเข้ามาทั้งจากแหล่งภายนอกและแหล่งภายใน

สำหรับความรู้ที่มาจากแหล่งภายนอกนั้น แต่เดิมเรามักจะถูกสอนในเรื่องของ "การ(สืบ)ค้น" แล้วก็ "คว่ำ" แต่กลไกตัวที่สามที่ต้องติดตั้งใน KM คือ "การรู้จักเลือก" ในขณะที่ 2 กลไกเดิม คือ "ค้น" กับ "คว่ำ" นั้น อาจจะจำเป็นมากในบริบทของสังคมที่ข้อมูลมีน้อยและหา/เข้าถึงได้ยาก (Underloaded Information) แต่ปัจจุบันนี้ บริบทของสังคมปัจจุบันนั้นเป็นสังคมที่มีข้อมูลมากมายและเข้าถึงได้ง่าย (Overloaded Information) กลไกตัวที่ 3 คือ "การรู้จักคัดเลือกรื้อหา" จึงยังมีความจำเป็นเพิ่มมากขึ้น

ผู้เขียนมีประสบการณ์กับการดูแลวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา และพบว่า ปัญหาใหญ่ประการหนึ่งก็คือ นักศึกษาไม่รู้จะจัดการอย่างไรกับกองข้อมูลขนาดมหึมา (เช่น บทแนวคิตฤษฎีที่มีเป็นจำนวนร้อยๆหน้า) ไม่รู้จะคัดเลือกรายการทิ้งไป ไม่รู้จะเลือกรายการเก็บไว้ ไม่รู้จะใช้เกณฑ์อะไร (ในกรณีของพระพุทธรูปเจ้านั้น ท่านมีเกณฑ์ที่ชัดเจนเลยว่า ความรู้ที่เป็นใบไม้ในกำมือนั้นต้องเป็นความรู้ที่นำไปสู่การดับทุกข์ของมนุษย์เท่านั้น)

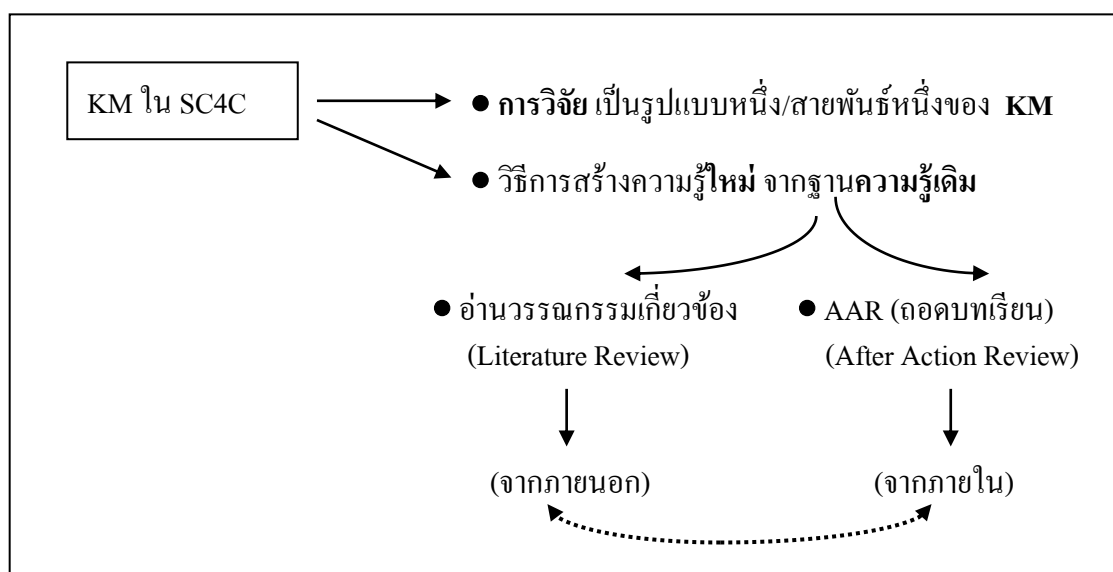
ส่วนความรู้ที่มาจากแหล่งภายในองค์กรเอง ก็ต้องมีกลไก 2 อย่างที่ทำงานประสานกัน คือมีระบบการจัดเก็บและมีการปรับปรุงความรู้ให้ทันสมัย (update) และมีระบบค้นหาเรียกมาใช้ได้เมื่อต้องการ (เพื่อแก้ไขโรค "file not found") ความรู้ในเรื่องนี้นั้น องค์กรธุรกิจที่ริเริ่มเรื่อง KM ได้กล่าวถึงเอาไว้อย่างมาก โดยเฉพาะเรื่องการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในเรื่องการจัดทำฐานข้อมูล/ความรู้ในองค์กร

(4.3) แกน Z - ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ตามปกติแล้ว แกน Z อาจจะเป็นแกนที่เรามองไม่ค่อยเห็นในแผ่นกระดาษที่มีเพียง 2 มิติ คือ ความกว้างและความยาว แต่แกน Z เป็นความลึก แต่แม้จะมองไม่เห็น หากทว่าผลลัพธ์ในแกน Z ก็เป็นสิ่งที่ KM ต้องตระหนักถึงอย่างจะลืมเสียมิได้ตลอดเวลา

ส่วนที่ 2: การนำ KM มาใช้ในโครงการ SC4C

สำหรับจุดยืนของโครงการวิจัย SC4C นั้นจะถือว่า "การวิจัยแบบที่โครงการฯจะใช้นั้นเป็นรูปแบบหนึ่งเป็นสายพันธุ์หนึ่งของ KM" ทั้งนี้เพราะโดยลักษณะของการวิจัยที่โครงการฯจะใช้นั้น มีคุณสมบัติร่วมกับ KM คือเป็นการสร้างความรู้ใหม่จากฐานความรู้เดิม

ภาพที่ 15: การวิจัยจัดเป็น KM แบบหนึ่ง



อย่างไรก็ตาม ข้อที่อาจทำให้โครงการวิจัย SC4C แตกต่างไปจากงานวิจัยแบบอื่นๆ หรืองานวิจัยในรูปแบบวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา ก็คือ **เส้นทางที่มาของฐานความรู้เดิม**ของ SC4C นั้นมีอยู่ 2 สาย สายหนึ่ง เป็นทางสายเก่า คือ การอ่านทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature review) เส้นทางนี้ แหล่งความรู้ที่จะเปิดเข้ามาเป็นแหล่งความรู้จากภายนอก

ส่วนอีกเส้นทางหนึ่งที่จะใช้ควบคู่กันไปโดยตลอด เป็นเส้นทางสายใหม่ ที่เรียกว่า การแสวงหาความรู้เดิมด้วยการถอดบทเรียน (After Action Review - AAR) จากกิจกรรมที่ได้ทำไปแล้ว ดังข้อมูลเรื่องวงเกลียวแห่งปัญญาที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นว่า บรรพบุรุษของโครงการ SC4C คือ ประกอบไปด้วยโครงการ C4C และ C4H ซึ่งมีมรดกตกทอดมาทั้งในรูปแบบงานวิจัย (C4C) และรูปแบบเรื่องเล่าจากงานโครงการ (C4H) ดังนั้น ในการถนอมฐานความรู้เดิมของนักวิจัย จึงต้องใช้ทั้ง 2 เส้นทางควบคู่กัน กิจกรรมหนึ่งในโครงการวิจัย SC4C จึงเป็นการจัดให้ภาคีในโครงการ C4H มาเล่าทบทวนประสบการณ์การทำงานให้นักวิจัยฟัง ฐานความรู้เดิมแบบที่สองนี้มีแหล่งความรู้มาจากภายในองค์กรเอง

และสำหรับการ "สร้าง" ความรู้ครั้งใหม่ในการเดินทางเข้าสู่วงโคจรเกลียวที่ 4 นี้ ทางโครงการ SC4C จะอาศัยต้นทุนความรู้จาก 2 แหล่ง คือ **ต้นทุนความรู้ของโครงการฯเอง** และอีกส่วนหนึ่งคือ **ต้นทุนความรู้ของชุมชน**ที่งานวิจัยแต่ละแห่งจะลงไปทำงานด้วย จากต้นทุนความรู้ทั้ง 2 แหล่งนี้ จะถูกนำมาผสมผสานเป็นชุดความรู้ใหม่ของ SC4C

จากนี้ ผู้เขียนจึงจะขอทบทวนต้นทุนความรู้ทั้ง 2 แห่งอย่างย่อๆ เพื่อให้เห็นที่มาของโจทย์การวิจัยร่วมของโครงการวิจัย SC4C

(5) ต้นทุนความรู้ของโครงการ SC4C

ต้นทุนความรู้ของโครงการ SC4C ที่มาจากโครงการวิจัย C4C และโครงการพัฒนา C4H นั้น ได้ประมวลจัดเก็บเอาไว้ในรูปแบบของหนังสือ/ซีดีของโครงการฯแล้ว ในที่นี้ผู้เขียนจะสะกิดเอาแก่นแกนหลักของต้นทุนความรู้ที่จะดึงมาใช้ในงานในโครงการ SC4C ดังนี้

(5.1) ต้นทุนความรู้จากภายนอก จากการอ่านทบทวนงานวิจัยและข้อเสนอของนักวิชาการในต่างประเทศ โครงการ SC4C ได้ชุดความรู้ที่ว่าด้วย "ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับชุมชน" (Relationship between Communication and Community) หรือหากกล่าวให้เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้นก็คือเรื่องบทบาทของการสื่อสารที่มีต่อชุมชนนั่นเอง

Bellah et al (อ้างใน Calderwood, 2000) ได้ให้นิยามคำว่า "ความเป็นชุมชน" เอาไว้ว่า ต้องมีคุณสมบัติ 2 ประการที่สำคัญ ประการแรกคือ **มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน** (Interconnectedness) ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อมโยงระดับบุคคลกับบุคคล ระดับสถาบันกับสถาบัน ระดับอดีตกับปัจจุบัน ฯลฯ ประการที่สองคือ **มีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน** (Mutual dependency)

ในการบรรลุถึงพร้อมซึ่งคุณสมบัติทั้ง 2 ประการนี้ จะเห็นว่า จะขาดเสียซึ่งปัจจัย "การสื่อสาร" ไม่ได้เลย แต่ทว่าการสื่อสารที่จะช่วยให้บรรลุ "ความเป็นชุมชน" ดังกล่าวนั้น ก็ต้องมีลักษณะเป็น "การสื่อสารชุมชน" หรือ "สื่อชุมชน" (Community media)

Rennie (2006) ได้สรุปผลจากการประชุมของ UNESCO ในช่วงปีค.ศ.1976 ในส่วนที่ว่าด้วยเรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชนว่า การสื่อสารแบบนี้จะเกี่ยวข้องกับ keywords ที่สำคัญ 3 คำคือ คำว่า "การมีส่วนร่วม" (Participation) "การเข้าถึง" (Accessibility) และ "การบริหารจัดการด้วยตนเอง" (Self-management) เป็นที่น่าสังเกตว่าคำทั้ง 3 คำนี้มีรากฐานมาจาก keywords ของ "ประชาธิปไตย" คือ เป็นการสื่อสารโดยประชาชน (Self management) ของประชาชน (Participation) และเพื่อประชาชน (Accessibility) นั่นเอง

ผู้เขียนได้กล่าวถึงคำว่า "การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม" (Participatory Communication) ไปบ้างแล้วในตอนต้น ส่วน "การสื่อสารโดยการบริหารจัดการโดยประชาชน" นั้นก็จะมีอยู่ในรายละเอียดบางส่วนของงานวิจัยในชุดโครงการ C4C และการสรุปกิจกรรมของ C4H ในที่นี้ ผู้เขียนจึงจะขอกล่าวถึงแนวคิดเรื่อง "การเข้าถึง" (Accessibility) ที่มีการขยายความหมายในเชิงวิชาการมาเป็นลำดับ

แต่เดิมนั้น คำว่า "การเข้าถึง" ในกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบเดิมนั้น ในแวดวงนิเทศศาสตร์จะพูดถึงจากจุดยืนของ "สิทธิของผู้รับสาร" (Right to be informed) ดังนั้น จึงมีความสนใจศึกษาวิจัยว่า ประชาชนกลุ่มต่างๆในชนบทได้เข้าถึงสื่อมวลชนประเภทต่างๆอย่างถ้วนหน้าแล้วหรือยัง แต่เมื่อมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นแบบใหม่ คำว่า "การเข้าถึง" นี้ก็ขยายมาจากจุดยืนของ "สิทธิของการเป็นผู้ส่งสาร" (Right to inform)

การเกิดขึ้นของวิทยุชุมชนเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดในเรื่องการปรับเปลี่ยนแนวคิดเรื่องการ "เข้าถึง" เพราะวิทยุชุมชนเป็นวิทยุที่ไม่เพียงจะเปิดโอกาสให้ชาวบ้านได้เข้าถึงในแง่การรับฟังเท่านั้น หากทว่าชาวบ้านจะได้มีโอกาสมาเป็นผู้ส่งสารอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ บทบาทหน้าที่ที่สำคัญของสื่อชุมชนก็คือ การเป็นเวที/พื้นที่สาธารณะ (Platform) สำหรับการแสดงทัศนะ/แสดงตัวตน/แสดงอารมณ์ความรู้สึก/แสดงการกระทำของคนทุกคนทุกกลุ่มในชุมชน และหากปราศจากบทบาทหน้าที่นี้เสียแล้ว ถึงแม้ว่าสื่อประเภทนั้นจะตั้งอยู่ในพื้นที่ของชุมชน ก็ไม่อาจเรียกว่าเป็น "สื่อชุมชน" ตัวจริงเสียงจริงได้" เช่น กรณีหอกระจายข่าวที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสารจากภายนอกสู่ชุมชนเท่านั้น

อนึ่ง เป็นที่น่าสังเกตว่าในบรรดาสื่อพื้นบ้านหรือสื่อประเพณีทั้งหลายนั้น จะมีการรับรองและให้โอกาสในการใช้สิทธิของการเป็นผู้ส่งสารของชุมชนอยู่แล้ว เช่น ในการจัดฐินช่วยเหลือทดแทน จ.พิชิตที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว คนทุกกลุ่มจะได้มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในงานวัด/งานปอย/การละเล่นพื้นบ้านก็เช่นเดียวกัน

การเข้าถึงการสื่อสารในฐานะของผู้ส่งสารนี้เป็นการเพิ่มพลังอำนาจของการสื่อสารอย่างเห็นได้ชัดเจน แม้ว่าในหลายกรณี อาจจะต้องมีกระบวนการเพิ่มพลังอำนาจนี้เพิ่มเติมมากขึ้น (Empowerment) เช่น หากผู้ฟังต้องการจะขยับมาขึ้นมานักจัดรายการวิทยุชุมชน ก็ต้องเสริมความสามารถในการรู้จักพูดในสาธารณะ พูดต่อหน้าไมโครโฟน รู้จักควบคุมเครื่องมือการสื่อสารต่างๆ เป็นต้น

การเข้าถึงการสื่อสารทั้งในฐานะ Active audience และ Senders นี้ เป็นหนทางนำไปสู่การสร้าง "ความรู้สึกเป็นเจ้าของการสื่อสาร" นั้นให้เกิดขึ้น เพราะคำว่า "เป็นเจ้าของ" นี้ บ่งบอกถึง "อำนาจ/พลัง" ที่จะจัดการกับการสื่อสารได้ เช่น ถ้าวิทยุชุมชนไม่จัดรายการตอบสนองความต้องการของชุมชน ชุมชนก็สามารถจะเข้าไปจัดการได้

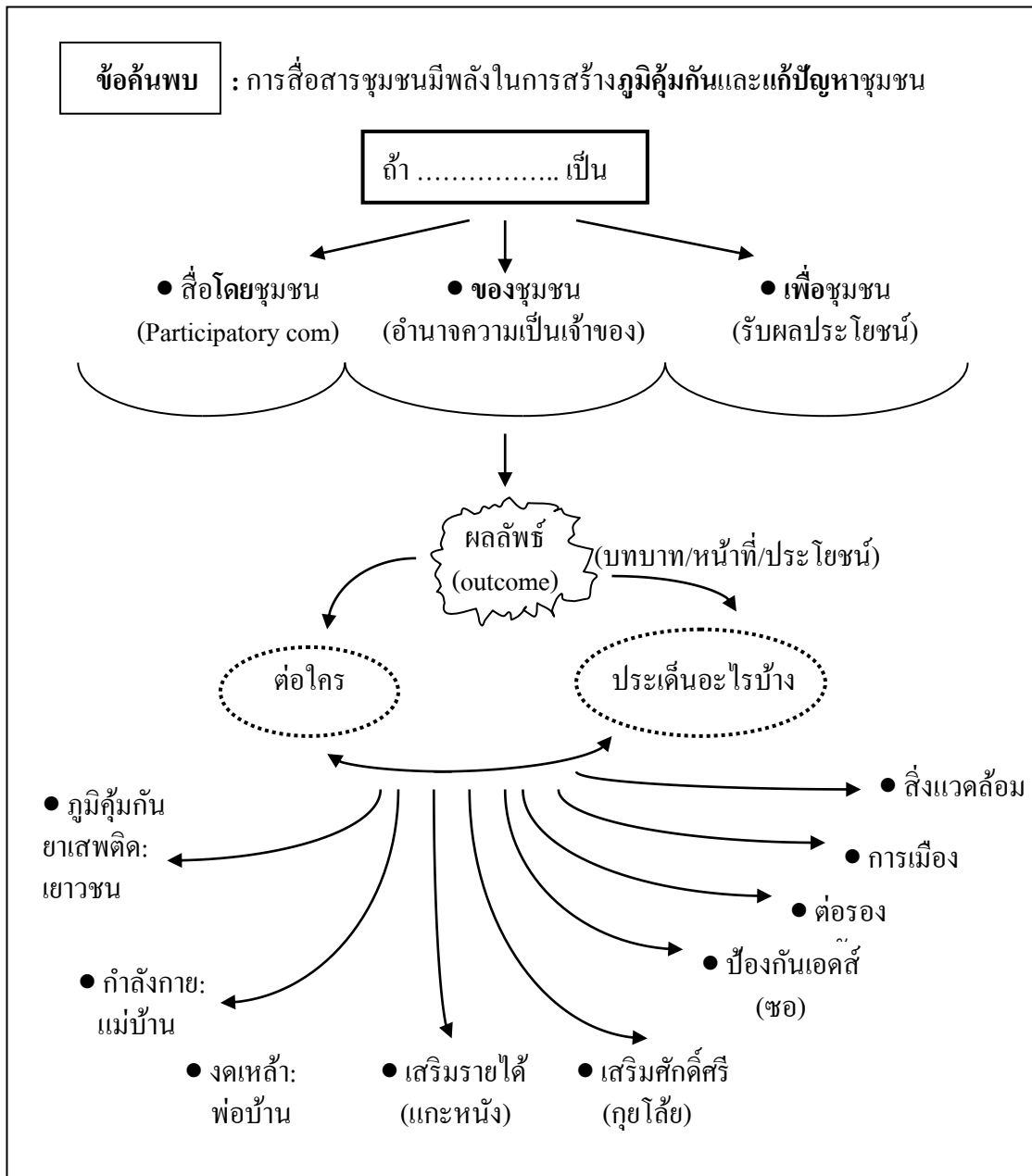
Rennie (2006) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีมีส่วนอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งเรื่องความสัมพันธ์ทางสังคม (Social relationship) และทั้งเรื่อง การเข้าถึงการสื่อสาร ตัวอย่างรูปธรรมก็เช่น ในโครงการ C4H ที่เยาวชนสามารถจะ "เข้าถึงการเป็นผู้ผลิตวิดีโอ" ได้ ก็เนื่องจากปัจจุบันมี software การตัดต่อวิดีโอที่ไม่ยากนักในการเรียนรู้ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีจะเป็น "ปัจจัยที่จำเป็น" (Necessary factor) ต่อเรื่องสิทธิการเข้าถึง แต่ก็ยังไม่ใช่ "ปัจจัยที่เพียงพอในตัวเอง" (Sufficient factor) จนกว่าจะมี "รูปแบบการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่เหมาะสม" มาเป็นตัวแปรผสม

ตัวอย่างจากงานวิจัยในต่างประเทศได้ค้นพบว่า ชุมชนสามารถใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น การใช้วิดีโอเพื่อการใช้สิทธิ์เป็นผู้ส่งสารของชุมชนออกสู่โลกภายนอกและทั้งสามารถใช้วิดีโอเป็นเครื่องมือการสื่อสารสำหรับทบทวน/วิเคราะห์ปัญหาของชุมชนภายในกลุ่มต่างๆของชุมชนเอง เช่น งานเรื่อง "Using Video in Rural Development" ของ V.K. Dubey & S.K. Bhanja (ใน Nair & White, 1993) ในกรณีของสังคมไทย ศรีธรรมและคณะ (2547) ได้พบเช่นเดียวกันว่า สามารถจะใช้การถ่ายทำและตัดต่อวิดีโอเพื่อการสร้างสมานฉันท์รอยร้าวในชุมชนได้ และยังขยายผลออกไปถึงการระดมพลังของชุมชนจากคนทุกรุ่นวัยเพื่อการรักษาป่าชุมชนทรัพยากรของท้องถิ่นได้อีกด้วย

(5.2) ต้นทุนความรู้จากภายใน

ข้อค้นพบของโครงการวิจัย C4C และโครงการพัฒนา C4H ของไทยก็ค้นพบข้อเท็จจริงเช่นเดียวกับในกรณีของต่างประเทศ กล่าวคือ การสื่อสารชุมชนนั้นสามารถต้านแรงพลังและมีบทบาทในการสร้างภูมิคุ้มกัน (ป้องกันปัญหา) และเป็นยาบรรเทา /แก้ปัญหาดังกล่าวของชุมชนได้ ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า "การสื่อสารชุมชน" ดังกล่าวนั้นจะต้องมีลักษณะเป็นการสื่อสารโดยชุมชนของชุมชน และเพื่อชุมชน

ภาพที่ 15: ชุดความรู้ของโครงการ SC4C



ส่วนการวัด "ผลลัพธ์" (outcome) ที่เกิดขึ้นจากการแสดงบทบาทหน้าที่/ประโยชน์ของการสื่อสารชุมชนในการสร้างสรรค์ภูมิคุ้มกันและแก้ไขปัญหาของชุมชนนั้น ในแต่ละโครงการวิจัยย่อยและโครงการพัฒนาที่ระบุลงรายละเอียดว่า การสื่อสารชุมชนนั้นสามารถจะสร้างประโยชน์ให้แก่คนกลุ่มใด/และในประเด็นอะไรบ้าง ตัวอย่างเช่น

- ในโครงการสื่อพื้นบ้าน เช่น การสอนขวัญ (เรียกขวัญ) การจ่ายพญา คำขอ โнора

๔๓๑ สามารถจะสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นอบรมสั่งสอนตักเตือนเยาวชนให้พ้นจากเรื่องยาเสพติด หรือการนำเยาวชนเข้ามาร่วมฝึกหัดกิจกรรมสื่อบ้าน เช่น การฝึกตีกลองสะบัดไชย ก็เป็นหนทาง โดยอ้อมให้เยาวชนเลิกสูบบุหรี่/กินเหล้า (เพราะจะไม่มีแรงตีกลอง) เป็นต้น

- ในโครงการศิลปะการรำราชของพี่น้องมุสลิมในจ.สตูล ได้ปรับประยุกต์มาเป็นท่าออกกำลังกายสำหรับกลุ่มแม่บ้าน

- ในโครงการที่เป็นสื่อประเพณีพิธีกรรมทุกชนิด เช่น สรงน้ำพระธาตุ ในจ.เชียงใหม่ บุญพะเวดเทศน์มหาชาติในภาคอีสาน สามารถใช้การรณรงค์ระดับชุมชนเพื่อสร้างสำนึกและลงมือปฏิบัติเรื่อง "การงดเหล้าในงานประเพณี"

- ในโครงการแกะตัวหนังตะลุงที่สืบทอดให้แก่คนรุ่นใหม่ สามารถจะสร้างเสริมเป็นอาชีพทั้งการแกะหนังเพื่อเล่นหนังตะลุง หรือทำเป็นสินค้าพื้นเมืองของที่ระลึก เป็นรายได้ให้แก่เยาวชน

- ในโครงการหมวกก๊วยโล้ย จ.นครปฐม ในชุมชนที่มีเชื้อสายชาวจีนที่บรรพบุรุษได้ใช้หมวกก๊วยโล้ยแสดงอัตลักษณ์ของกลุ่ม ได้มีการสืบทอดทั้งด้านการสานหมวก การดัดแปลงคุณค่าการใช้ (การนำหมวกมาทำโคมไฟประดับถวายเป็นพุทธบูชาในช่วงวันมาฆบูชา) มีผลทำให้คนรุ่นหลังมีความภาคภูมิใจในความเป็นมาของบรรพบุรุษ

- ในโครงการสืบทอดศิลปินคำขอสื่อพื้นบ้านในจ.เชียงใหม่ เนื่องจากคำขอเป็นสื่อพื้นบ้านที่มีรูปลักษณะของการสอนเรื่องเพศศึกษาในพื้นที่สาธารณะอย่างมีสุนทรียะ ศิลปินพื้นบ้านจึงได้ดัดแปลงสื่อประเภทนี้มาเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้เรื่องเพศศึกษาป้องกันโรคเอดส์แก่เยาวชนหนุ่มสาวได้อย่างเหมาะสม

เป็นต้น

ส่วนโจทย์ใหญ่ของโครงการวิจัย C4C ที่ว่า การสื่อสารเพื่อชุมชนจะช่วยการพัฒนาชุมชนได้อย่างไรนั้น คำตอบส่วนหนึ่งก็ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของการสื่อสารเพื่อชุมชนนั้น ดังนี้

- หากสื่อชุมชนของเดิมที่เคยทำหน้าที่ได้สูญสลายไป → ก็ต้องรื้อฟื้นสื่อชุมชนนั้นขึ้นมาใหม่ เช่น กรณีของพิธีไหว้ผีปู่ย่าของอ.ห้างฉัตร จ.ลำปาง

- หากสื่อชุมชนของเดิมยังมีอยู่ แต่ไม่เป็นไปตามหลักของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม → ก็ต้องผ่าดัดแปลงรูปให้กลายเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเสีย เช่นกรณีของหอกระจายข่าวใน จ.ชุมพร

- หากเป็นกรณีที่ไม่มีสื่อชุมชนเดิมอยู่ → ก็ต้องคิดตั้งรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมขึ้นมา เช่น กรณีของการจัดการปัญหาขยะของชุมชนในอ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา ซึ่งชุมชนไม่เคยมีรูปแบบการสื่อสารเพื่อการแก้ไขปัญหาดังกล่าว และคณะนักวิจัยได้เข้าไปคิดตั้งรูปแบบการสื่อสารแบบเวทีเสวนารวมพลังให้ชุมชนมีพื้นที่สาธารณะเพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชนเอง

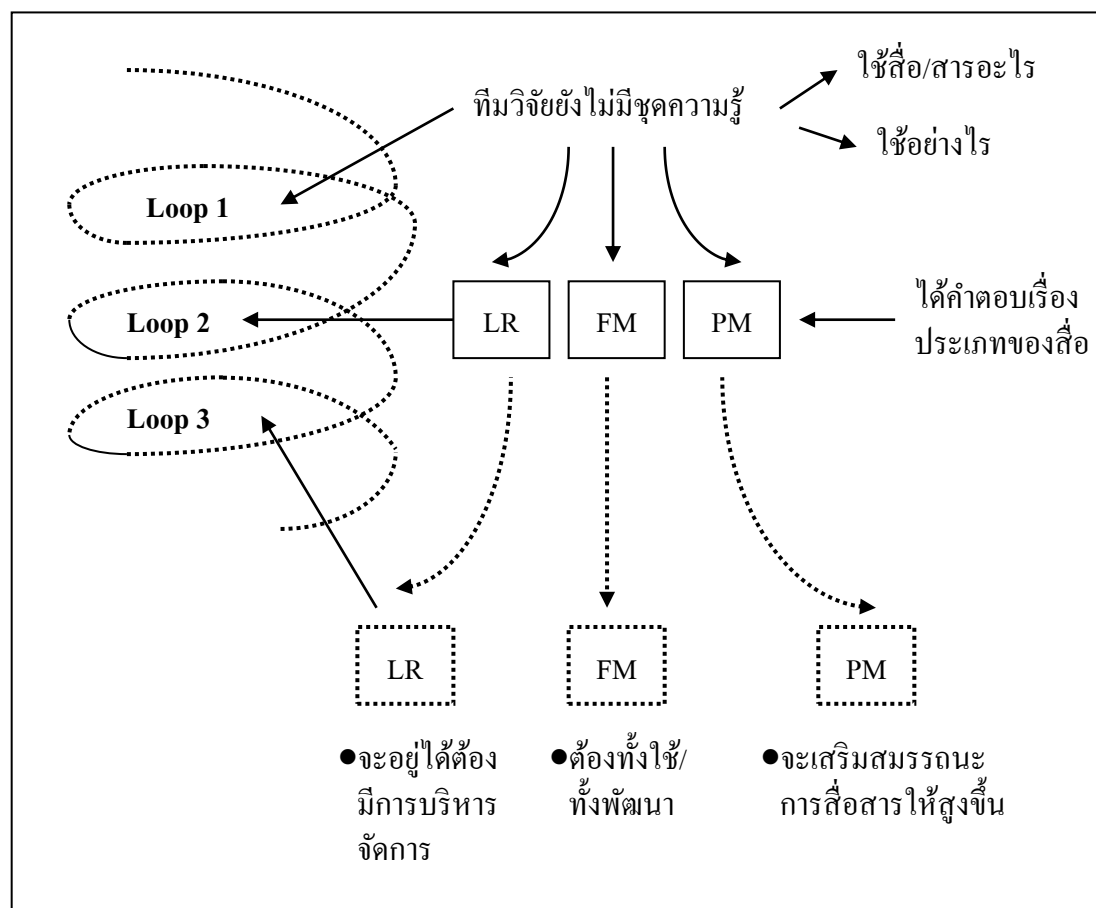
• หากเป็นกรณีที่สื่อชุมชนเดิมมีอยู่และใช้งานได้ดี → ก็หากกลยุทธ์เสริมความแข็งแรงของสื่อชุมชนให้มีต่อไปอย่างยั่งยืน หรือขยายสื่อชุมชนดังกล่าวให้เพิ่มมากขึ้น เช่น การถ่ายโอนความรู้ความสามารถทางการสื่อสารของประธานชุมชนบ้านคลองเจริญ จ.อุดรธานี ไปยังประธานชุมชนในเขตอื่นๆ

(สนใจโปรดคุณ กาญจนา, ก้าวต่อไปของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน, 2548)

(5.3) การนำต้นทุนความรู้เดิมมาส่งทางแก้ไขที่ยั่งยืนของโครงการฯ

เมื่อทบทวนพัฒนาการด้านต้นทุนความรู้ของโครงการ SC4C ที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า ในแต่ละช่วงเวลา ได้มีการตกตะกอนของชุดความรู้เป็นระยะๆ ดังนี้

ภาพที่ 16: พัฒนาการการสั่งสมชุดความรู้ของโครงการ SC4C



จากภาพข้างบนนี้ แสดงให้เห็นกระบวนการสั่งสมต้นทุนความรู้ของโครงการฯ ตั้งแต่ประมาณปีพ.ศ.2540-ปัจจุบัน ดังนี้

● **เริ่มตั้งแต่ Loop 1 ช่วงปีพ.ศ.2540-2542** ทางทีมวิจัยได้เริ่มต้นทำงานวิจัยประมวลองค์ความรู้งานศึกษาค้นคว้าที่มีในอดีต และได้คำตอบว่า การสื่อสารชุมชนแบบที่มีอยู่และใช้มาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน คงจะไม่เพียงพอสำหรับอนาคต แต่ทว่าชุดความรู้ดังกล่าวของทีมก็มีขอบเขตจำกัดตรงที่ยังไม่รู้คำตอบว่า แล้วในอนาคต เราควรจะใช้สื่อแบบไหน สารอะไร และควรจะมีการใช้การสื่อสารเพื่อชุมชนอย่างไร

● **Loop 2 ช่วงระหว่างปีพ.ศ.2543-2548** เป็นช่วงเวลาที่ทีมนักวิจัยได้เก็บสะสมความรู้ว่า การสื่อสารชุมชนประเภทต่างๆจะช่วยในงานพัฒนา/แก้ไขปัญหาต่างๆ ของชุมชนได้อย่างไร จากฐานความรู้ดังกล่าวช่วยให้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจของคณะนักวิจัยในชุดโครงการ SC4C ได้ว่า ควรจะเลือกสื่อชุมชน 3 ประเภทที่มีศักยภาพสูงสุด คือ สื่อพื้นบ้าน (Folk Media - FM) สื่อบุคคล (Personal Media - PM) และสื่อกระจายเสียงชุมชน/เน้นวิทยุชุมชน (Local Radio - LR) มาศึกษาค้นคว้า อย่างไรก็ตาม ก็มีได้หมายความว่า ทางคณะผู้วิจัยจะเสนอให้มีการใช้สื่อชุมชนเหล่านี้อย่างโดดเด่น เพราะในแนวคิดของการสื่อสารเพื่อชุมชนนั้น ก็จะเน้นระบบ "บูรณาการการสื่อสารชุมชน " หลายประเภทเข้ามาร่วมกัน (Integration of community communication) (สนใจโปรดดู Nair & White, 1993 โดยเฉพาะบท Introduction) เช่นในการทำงานกับสื่อบุคคล โครงการ SC4C ก็สนใจว่าสื่อบุคคลจะพัฒนาขีดความสามารถของตนเองให้เข้าไปใช้สื่อประเภทอื่นๆที่มีอยู่ในชุมชนให้มากขึ้นได้อย่างไร หรือแนวทางการประสานสื่อพื้นบ้าน (Folk media) เข้ากับสื่อสมัยใหม่ (Modern media) ตามที่ D.K Sujana (ใน Nair & White, 1993) นำเสนอเอาไว้

● **Loop 3 ช่วงปีพ.ศ.2549 เป็นต้นมา** ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นข้างแล้วว่า ชุดความรู้เดิมของโครงการ SC4C นั้น นอกจากจะฉายแสงในเรื่องประเภทของสื่อแล้ว ต้นทุนความรู้เดิมนี้ก็ยังคงรังสีให้คณะวิจัยได้มองเห็นโจทย์การวิจัยของสื่อแต่ละประเภท พร้อมกันนั้นก็เพื่อให้ "คู่มือทางความคิด" มาเป็นตัวช่วยสำหรับการเดินทางสายรุ้งเพื่อไปสู่จุดหมายปลายทาง

สำหรับโจทย์หลักของสื่อแต่ละประเภท และชุดความรู้ที่เป็น "คู่มือช่วยทางความคิด" นั้น มีพอสังเขปดังนี้

(ก) **สื่อวิทยุชุมชน (LR)** เนื่องจากวิทยุชุมชนเป็น "สื่ออิเล็กทรอนิกส์แบบใหม่" ที่ประชาชนอาจจะมีคามคุ้นเคยในฐานะ "ผู้รับฟัง" มาจากระบบวิทยุสาธารณะของรัฐและวิทยุธุรกิจ ซึ่งวิทยุทั้ง 2 ประเภทที่เคยมีมาก่อนนี้มีธรรมชาติที่แตกต่างไปจากวิทยุชุมชนอย่างมาก แต่ถึงแม้จะมีการกระจาย "สิทธิในการเข้าถึง" แบบเป็นเจ้าของสื่อให้แก่ชุมชน หากทว่ายังไม่มีการกระจาย "ความเข้าใจ" เกี่ยวกับการทำงานในระบบวิทยุชุมชนมากเท่าที่จำเป็นต้องใช้งาน

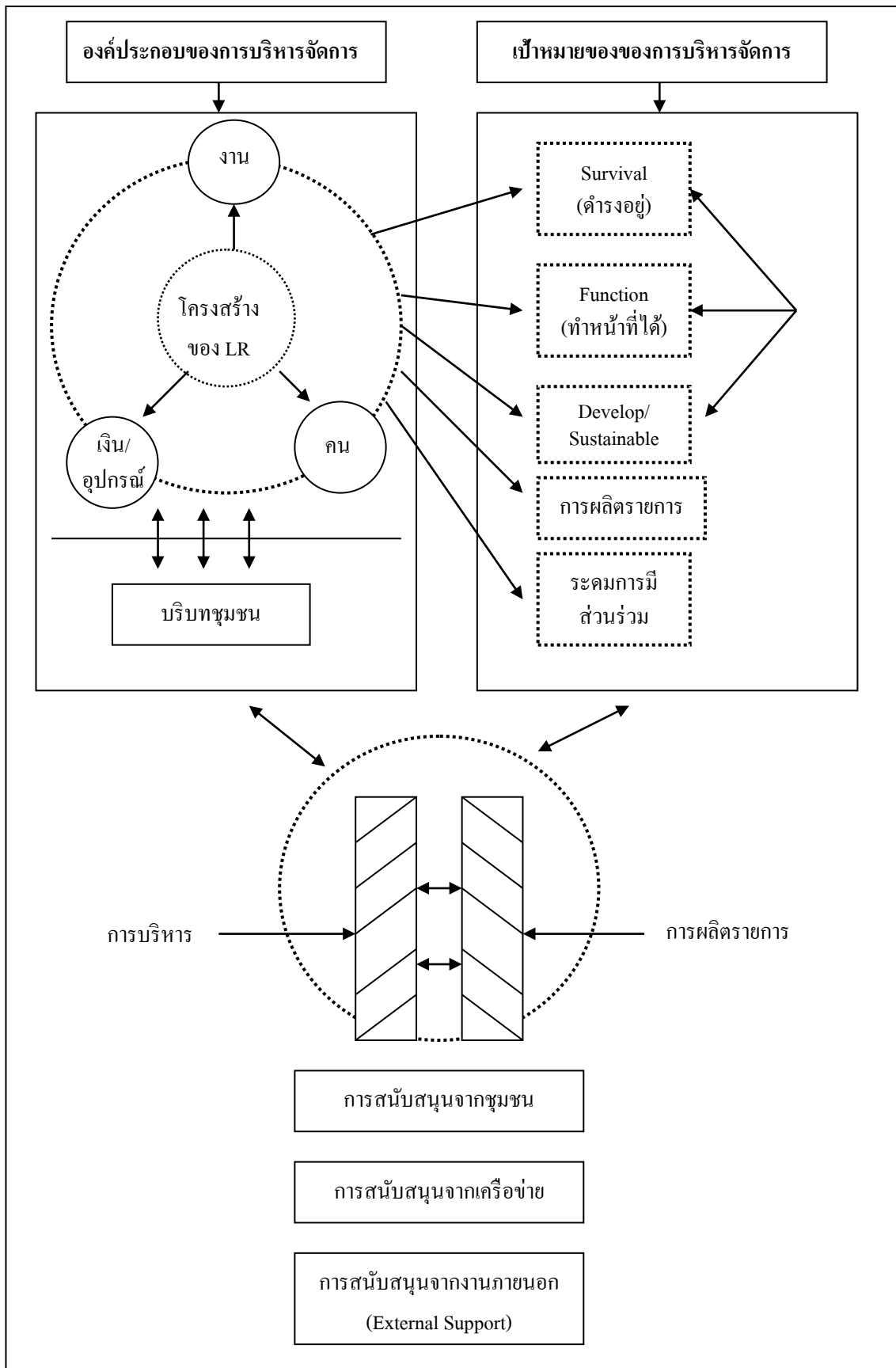
ดังนั้น ปรากฏการณ์ที่เป็นจริงในสังคมไทยหลังจากมีการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามาทำวิทยุชุมชนก็คือ ชุดความรู้ที่นำมาใช้นั้นยังไม่เพียงพอ ดังที่ได้ยกตัวอย่างไปบ้าง

แล้วในตอนต้น ผลลัพธ์ของการมีชุดความรู้ที่ไม่เพียงพอดังกล่าว ส่งผลถึงการดำรงอยู่และการปฏิบัติงานของวิเทศชุมชนในหลายประการ เริ่มตั้งแต่ปรากฏการณ์ที่วิเทศชุมชนจะเฟื่องฟูในระยะเริ่มแรกแล้วก็ค่อยแผ่หายไประลอกแล้วผู้ที่ยืนหยัดเพียงจำนวนเล็กน้อย วิเทศชุมชนที่เป็นของแท้ไม่สามารถจะดำรงอยู่ได้หรือไม่สามารถพัฒนาต่อไปได้ วิเทศชุมชนแบบของปลอมเกิดขึ้นอย่างมากมายและเข้ามาแทนที่วิเทศชุมชนแบบของแท้ เป็นต้น

ผลจากการทำวิจัยชุด C4C และการทำงานพัฒนาในชุด C4H ให้คำตอบอย่างชัดเจนว่า ชุดความรู้ที่ขาดหายไปและเป็นความรู้ที่ชี้เป็นชี้ตายแก่วิเทศชุมชน ก็คือ ชุดความรู้เรื่องการบริหารจัดการวิเทศชุมชน (แบบภาคประชาชนเต็มตัว) การตระหนักถึงความสำคัญของชุดความรู้เรื่องการบริหารจัดการวิเทศชุมชนนี้ นอกจากจะเป็นบทสรุปมาจากสภาพความเป็นจริงของสังคมไทยแล้ว ก็ยังมีแนวคิดทางทฤษฎีมารองรับด้วย เช่น Rennie (2006) ระบุว่า บรรดาการสื่อสารชุมชน (Community media) เช่น วิเทศชุมชนนั้น จะทำงานในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของส่วนเสี้ยวที่เรียกว่า "ประชาสังคม" (Civil society) มิใช่เป็น "ส่วนเสี้ยวของ "ภาครัฐ" (Political society) หรือภาคธุรกิจ ถึงแม้ว่าจะต้องมีความเกี่ยวข้องกับทั้ง 2 ภาคก็ตาม ดังนั้น การสื่อสารชุมชนจึงต้องพัฒนา "ระบบการบริหารจัดการ/การก่อตัว/ก่อตั้งสถาบัน/รวมทั้งกลุ่มคนที่เข้ามามีส่วนร่วมในภาคส่วนนี้ที่มีลักษณะที่แตกต่างไปจากทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ" ตัวอย่างเช่น ในแง่เป้าหมายของการทำวิเทศชุมชนต้องมีเป้าหมายที่จะไม่แสวงหากำไร ซึ่งแตกต่างไปจากเป้าหมายของภาคธุรกิจ ในแง่การบริหารบุคลากร วิเทศชุมชนจะต้องทำงานด้วยระบบอาสาสมัคร ซึ่งแตกต่างไปจากระบบเจ้าหน้าที่ประจำของภาครัฐ เป็นต้น ส่วนคำตอบที่ว่าการบริหารจัดการของวิเทศชุมชนจะเป็นอย่างไรนั้น เป็นโจทย์ที่โครงการ SC4C จะต้องแสวงหาต่อไป

สำหรับคู่มือช่วยทางความคิดในการค้นหาคำตอบเรื่องการบริหารจัดการวิเทศชุมชน ซึ่งเป็นมรดกความรู้ที่ได้มาจากบรรพบุรุษนั้น มีดังแสดงในภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 17: กรอบแนวคิดการศึกษาการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน

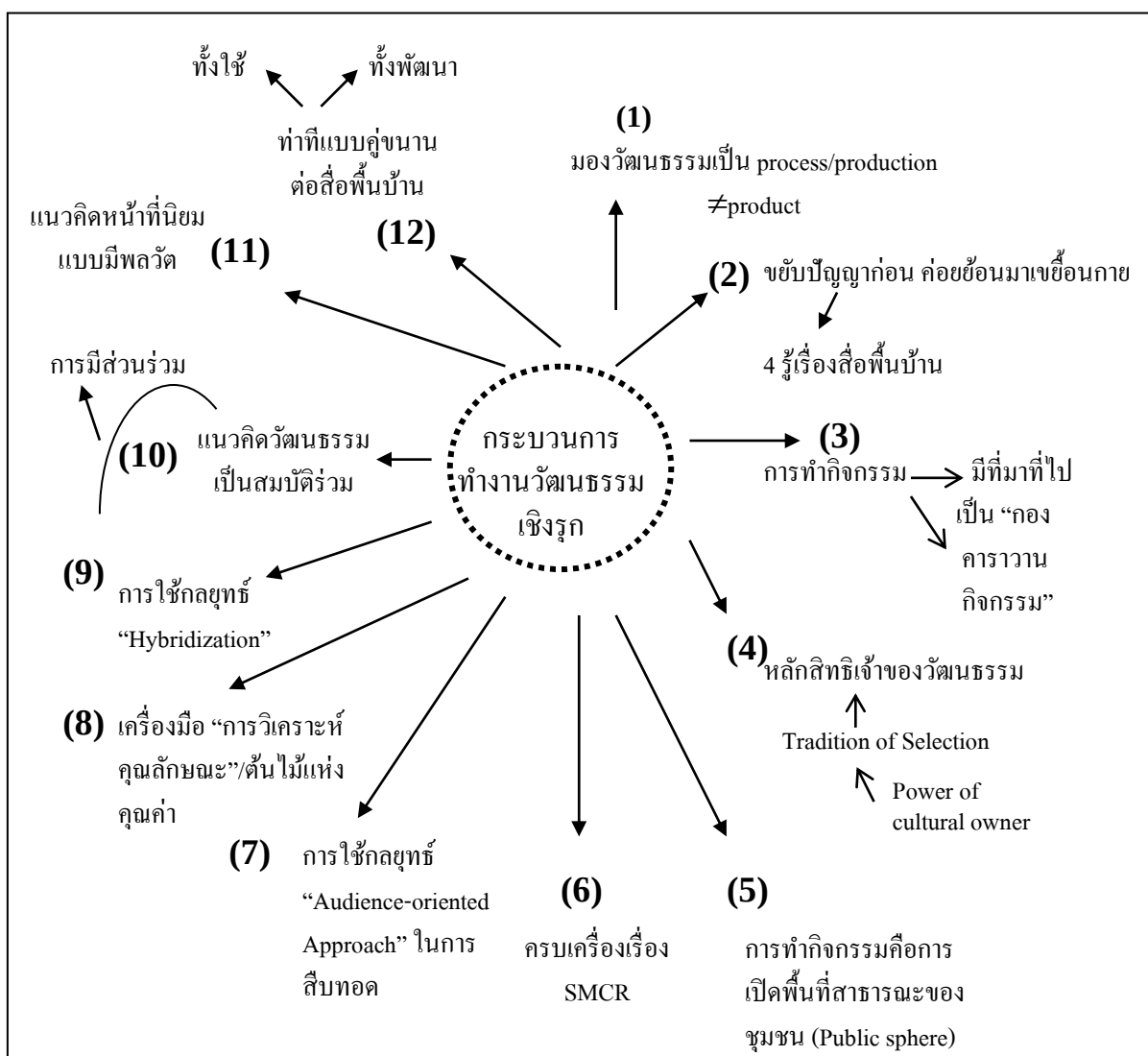


(สนใจรายละเอียดดูใน กาญจนา, ขั้วร่างทางความคิดแรกเรื่องการบริหารจัดการ วิทยุชุมชนแบบประชาชน, 2549)

(ข) สื่อพื้นบ้าน (FM) อันที่จริงโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส.) ที่ได้โยกชุดความรู้ทั้งหมดจากงานวิจัย C4C ไปใช้นั้น ได้รับบทพิสูจน์จากภาคี 70 โครงการทั่วประเทศแล้วจะสามารถนำเอาสื่อพื้นบ้านมาใช้ในการพัฒนาพลังชุมชนทั้งในแง่ป้องกันและการเยียวยาได้อย่างไร รวมทั้งยังได้ "ผลิตสร้าง" ชุดความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องออกมาอย่างมากมาย แต่แม้จะทำงานได้สำเร็จ หากทว่าทางคณะทำงานก็ยังไม่ได้มีเวลาที่จะประมวลชุดความรู้ต่างๆ ออกมาให้เป็นระบบเพื่อนำไปสู่การขยายผล/ขยายพื้นที่ ต่อไปนี้จึงจะเป็นโจทย์การทำงานของทีมสื่อพื้นบ้าน

ส่วนคู่มือช่วยความคิดของทีมสื่อพื้นบ้านก็คือชุดความรู้ที่เรียกว่า "กระบวนการทำงานวัฒนธรรมเชิงรุก" ที่มีรายละเอียดดังแสดงในภาพ

ภาพที่ 18: คุณลักษณะของกระบวนการทำงานวัฒนธรรมเชิงรุก



(สนใจรายละเอียด คู่มือ กาญจนนา, "โฟกัสแนวทางการวิจัยสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาชุมชนแบบเชิงรุก" 2550)

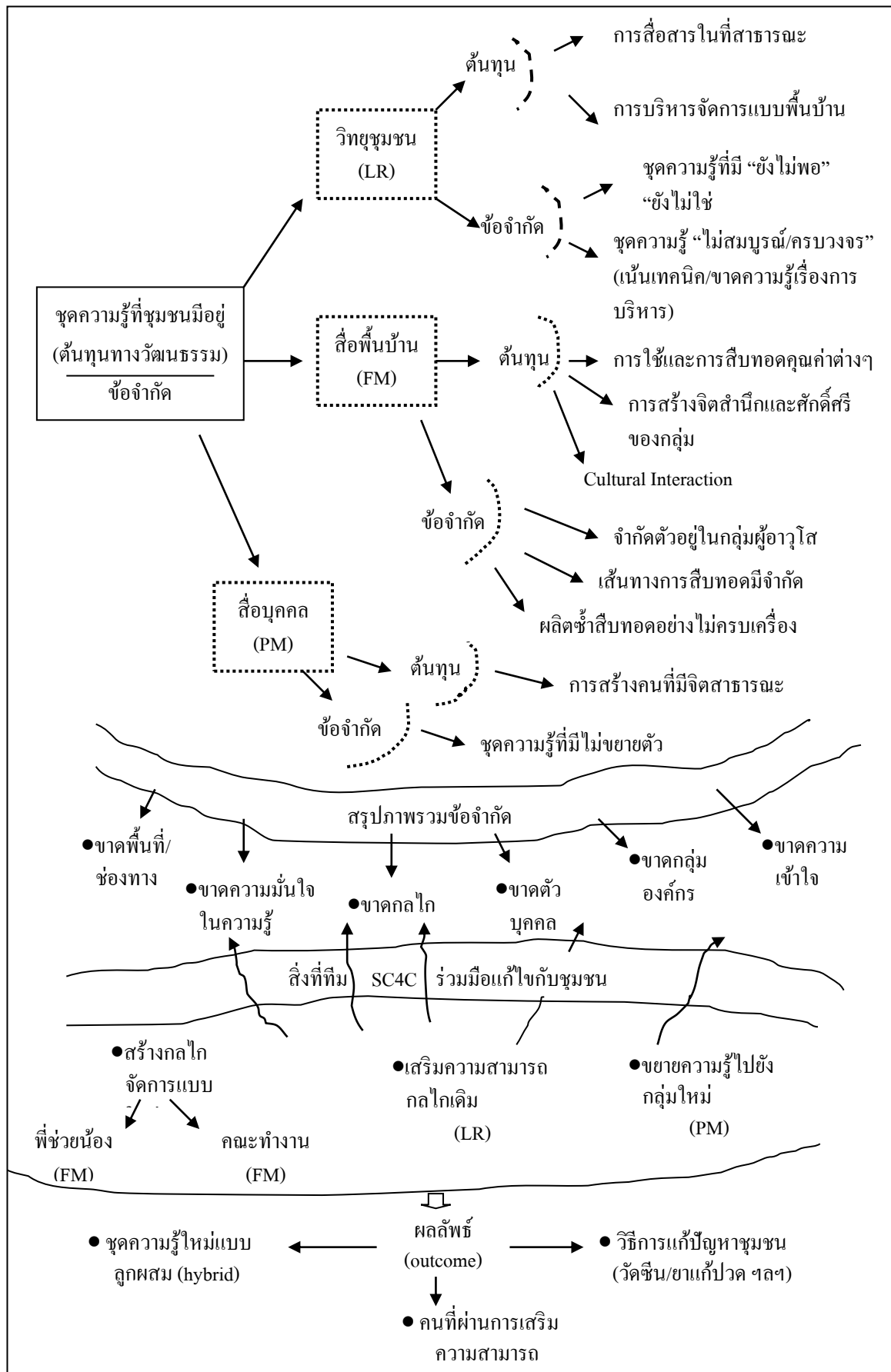
(ก) สื่อบุคคล (PM) ชุคความรู้เรื่อง "สื่อบุคคล" นั้น ได้นำความรู้มาจากแหล่งภายนอก (คือการอ่านงานวิชาการ) 2 แนวคิด ในระหว่างที่ทำวิจัย C4C แนวคิดหลักที่ใช้คือ "ความสามารถ/สมรรถนะทางการสื่อสารของสื่อบุคคล" และในระหว่างที่ลงไปทำงานในโครงการสื่อสารสร้างสรรค์สุขภาพ คณะทำงานก็ได้เพิ่มแนวคิดเรื่อง "การรู้เท่าทันสื่อ" (ตามแบบตะวันตก) ผลจากการทำงานในทั้ง 2 ช่วงนี้ ทำให้คณะทำงานได้ชุคความรู้ใหม่ขึ้นมาคือ "ความสามารถทางการสื่อสารแบบครบวงจรและการรู้เท่าทันการสื่อสารแบบวิถีตะวันออก" (สนใจโปรดดู กาญจนนา, เครื่องมือช่วยการทำงานโครงการ "ร่วมกันปั้นแตงนักสื่อสารสุขภาพ", 2550)

สำหรับโจทย์ของงานวิจัยสื่อบุคคลในโครงการ SC4C นี้ก็คือ จะเพิ่มสมรรถนะทางการสื่อสารของสื่อบุคคลให้มีระดับสูงกว่าการเป็น active audience และการเป็น sender (ซึ่งเป็นชุคความรู้เดิม) ให้ขึ้นมาเป็น "ผู้นำทางความคิด" และ "ผู้สร้าง/สานเครือข่าย" เพื่อให้เหมาะกับภารกิจที่ยากมากขึ้นของสื่อบุคคลได้อย่างไร

ส่วนคู่มือช่วยการทำงานของโครงการวิจัยสื่อบุคคลซึ่งได้ขีดวงประเด็นที่จะสนใจศึกษาเอาไว้ในเรื่องของ "สุขภาพ" โดยมุ่งหวังจะปั้นแตง "นักสื่อสารสุขภาพ" (นสส.) ซึ่งเป็นบุคลากรสายพันธุ์ใหม่ที่เป็นลูกผสมระหว่าง "นักสื่อสาร" กับ "นักสุขภาพ" โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นทั้งจากบุคลากรเดิมที่อยู่ในระบบบริการสุขภาพ (เช่นเจ้าหน้าที่อนามัย/อสม.) และกลุ่มคนที่อยู่นอกระบบบริการสุขภาพ (เช่น พระ ครู เยาวชน ฯลฯ) ตามแนวคิดของกระบวนการทัศน์ใหม่ด้านสุขภาพ คู่มือดังกล่าวมีกรอบแนวคิดดังแสดงในภาพ

(6) ต้นทุนความรู้ของชุมชน

ภาพที่ 20: ต้นทุน/ข้อจำกัดของความรู้ของชุมชน



หากพิจารณางานวิจัยด้วยแว่นของ KM แล้ว เราก็อาจจะกล่าวได้ว่า การทำงานวิจัยระหว่างนักวิจัยกับชุมชนนั้นก็เสมือนเป็น "การร่วมทุน (ความรู้)" (Joint project) ระหว่างทั้งสองฝ่าย ที่ต่างฝ่ายต่างจะนำเอาต้นทุนของตนเองมาวางเป็นหน้าตัด

ต้นทุนความรู้เรื่องการสื่อสารชุมชนของชุมชนนั้นก็ยังมีลักษณะ 2 ด้านเหมือนของโครงการ SC4C คือ มีทั้งส่วนที่รู้แล้ว (มีชุดความรู้) กับมีทั้งส่วนที่ยังไม่รู้ (เป็นข้อจำกัด) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(6.1) สื่อพื้นบ้าน

(6.1.1) หน้าตัดที่มีอยู่ เนื่องจากสื่อพื้นบ้านเป็นสื่อที่มีอยู่คู่กับชุมชนมาเป็นเวลานานแล้ว ดังนั้น ชุดความรู้เกี่ยวกับสื่อพื้นบ้านของชุมชนจึงอยู่อย่างมากมายมหาศาล และสอดคล้องกับผลการศึกษาของนักวิชาการหลายๆท่าน ตัวอย่างเช่น

- ชุมชนมีชุดความรู้เกี่ยวกับการสืบทอด การใช้ การปรับสื่อพื้นบ้านเพื่อนำมาใช้ทั้งด้านการสร้างภูมิคุ้มกัน การแก้ไขปัญหา และการพัฒนาพลังชุมชนแทบจะในทุกด้าน (เศรษฐกิจ การอยู่ร่วมกัน สิ่งแวดล้อม สาธารณสุข ฯลฯ) และในทุกระดับ (ปัจเจก/กลุ่ม/ชุมชน)

- Walzer (อ้างใน Rennie, 2006) ให้ข้อสรุปว่า สื่อพื้นบ้านมีคุณสมบัติบางประการที่ขาดหายไปในโลกมวลชนสมัยใหม่ และชุมชนมีชุดความรู้ที่จะธำรงรักษา"คุณสมบัติพิเศษ" เหล่านี้เอาไว้ได้เช่น

- คุณค่าเชิงสุนทรียะ (Aesthetic value) ตัวอย่างเช่น วิธีการพูดเรื่องเพศในที่สาธารณะอย่างมีสุนทรียะของบทเพลงคำวซอ รวมทั้งสื่อพื้นบ้านชนิดอื่นๆ

- คุณค่าเชิงจริยธรรม (Moral value) เนื่องจากค่านิยมของสื่อพื้นบ้านทุกชนิดมาจากมิติทางธรรม ดังนั้น จึงแทบจะไม่มีสื่อพื้นบ้านชนิดใดที่จะหล่นหายมิติเชิงจริยธรรม

- คุณค่าเชิงแรงบันดาลใจ (Inspiration value) ดังประจักษ์พยานที่ศิลปินพื้นบ้านทุกคนจะรักงานศิลปะของตนเองแบบเอาชีวิตเข้าแลก ความรักในศิลปะดังกล่าวเป็นแรงบันดาลใจให้เข้ามาผูกพันกับงานสื่อพื้นบ้าน ในหลายกรณี เช่น โนราของภาคใต้ ไม่เพียงแต่ฝ่ายผู้ส่งคือศิลปินเท่านั้นที่มีใจรักผูกพันกับสื่อพื้นบ้าน แม้แต่ในฝ่ายผู้รับสาร/ผู้ดูผู้ชมก็มีจิตเสนาหาในสื่อพื้นบ้านไม่แพ้กัน ดังจะเห็นได้ว่า ในช่วงทศวรรษ 2540 เป็นต้นมาที่เริ่มมี "กระแสลมภูมิปัญญาพื้นบ้านพัดหวนกลับ" ในท่ามกลางกระแสลมนี้ กลุ่มคนที่ลุกขึ้นมาถือพื้น/อนุรักษ์/พัฒนาโนราจะมาจากฝ่ายที่เป็นผู้ชมอยู่ไม่น้อย

- อิทธิฤทธิ์ของสำนึกชาติพันธุ์ ผลจากการทำงานของโครงการ สพส. ได้พบว่าสำนึกที่ฝังแน่นในชุมชนและทำหน้าที่เป็น "กาวใจ" ยึดโยงสายสัมพันธ์ของชุมชน รวมทั้งยังเป็นบ่อเกิดของพลังชุมชนในด้านต่างๆ ได้แก่ สำนึกชาติพันธุ์ที่บ่งบอกอัตลักษณ์ของชุมชน (Ethnic identity) เช่น ภาวักที่โครงการ สพส. ทำงานด้วยนั้น จะเป็นชาวลาวครั้ง ไทย/ลาวพวน ลาว ส่วย ไทโส

ชาวอง กนจันท์ ฯลฯ และชุมชนมีชุดความรู้ในการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดสำนักชาดิพันธ์เอาไว้ในองค์ประกอบย่อยๆของสื่อพื้นบ้าน เช่น การร้องเพลงตักต้องใช้ภาษาแบบคนเมืองจันทน์เท่านั้น การรำตักได้ในพิธีทอดกฐิน"ถวดแทน"แบบชาวส่วย เป็นต้น ข้อค้นพบนี้ตรงกับที่ Walzer (อ้างใน Rennie, 2006) สรุปว่า จิตสำนึกในชาติพันธุ์จะมีพลังในการรวมกลุ่มของชุมชนได้ดีกว่าจริงจังกว่าการทำงานของบรรดาหัวคะแนนทางการเมืองเสียอีก (หรือในหลายกรณีทั้ง 2 อย่างอาจจะทับซ้อนกันก็ได้)

- Rennie (2006) ตั้งข้อสังเกตว่าสื่อพื้นบ้านนั้นมีลักษณะที่เรียกว่า **"การสังสันทนัเชิงวัฒนธรรม"** (Cultural interaction) อยู่สูงมากซึ่งหมายถึงมีปฏิริยาตอบโต้กันไประหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารในเชิงวัฒนธรรมอยู่มาก คุณลักษณะนี้ย่อมสวมสอดได้โดยง่ายกับรูปแบบของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่กล่าวมาข้างต้น กล่าวคือไม่ใช่การสื่อสารแนวดิ่ง หากแต่เป็นแบบแนวนอน เน้นความเสมอภาคระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ ทำให้การบริโภครสื่อสารของผู้รับเป็นไปอย่างตื่นตัว (Active consumption) ฯลฯ ทั้งหมดนี้ช่วยอธิบายว่าเพราะเหตุใด ผู้ชมที่มีประสบการณ์กับสื่อพื้นบ้านมาอย่างเพียงพอจึงนิยมรักใคร่สื่อพื้นบ้านอย่างสุดซึ้ง และชุดความรู้เรื่องการเก็บรักษา "การสังสันทนัเชิงวัฒนธรรม" นี้มักเป็นความรู้ติดตัว (Tacit knowledge) ของบรรดาศิลปินพื้นบ้าน ดังเช่นที่ผู้เขียนพบว่า เมื่อพานอร่าอ้อมจิตรมาตระเวนแสดงให้นักศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างๆดูชม ภายในเวลาไม่ช้าไม่นาน(ไม่เกินหนึ่งชั่วโมง) นอร่าอ้อมจิตรก็สามารถจะพูดคุยหยอกล้อกับนักเรียนนักศึกษาโดยเฉพาะพวกที่เกาะอยู่แถวหน้าเวทีนั้น เรียกว่า ศิลปิน"เอาผู้ชมอยู่แบบอยู่หมัด" เลยทีเดียว

(6.1.2) **ข้อจำกัดด้านความรู้เรื่องสื่อพื้นบ้านของชุมชน** เนื่องจากสื่อพื้นบ้านเป็นสื่อที่ถูกสังคมปล่อยให้ดำรงอยู่/พัฒนาและปรับตัวไปด้วยลำแข้งของตนเอง ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อสารมวลชนที่สังคมได้จัดสรรทรัพยากรในการผลิตองค์ความรู้ สืบทอดตัวบุคคล และอื่นๆ แต่ทว่าสื่อพื้นบ้านนั้นมิได้รับการจัดสรรทรัพยากรจากสังคมเลย ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาและปรับตัวของสื่อพื้นบ้านจึงก้าวไปไม่ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม และเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดข้อจำกัดด้านความรู้เรื่องสื่อพื้นบ้านของชุมชน

จากประสบการณ์ของโครงการฟื้นฟูบ้านสื่อสารสุข (สพส.) ได้พบข้อจำกัดด้านต้นทุนความรู้ของสื่อพื้นบ้านอยู่หลายประการ เช่น

- ชุดความรู้ที่นั่นมักจะจำกัดตัวอยู่แต่ในกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเริ่มเจือจางในกลุ่มผู้ใหญ่และเลือนหายไปในกลุ่มคนรุ่นหนุ่มสาวรวมทั้งเด็กและเยาวชน
- **เส้นทางการสืบทอด**ของสื่อพื้นบ้านยังคงมีเพียง 1-2 เส้นทางที่เป็นเส้นทางในอดีต เช่น การอบรมสั่งสอนจากผู้ใหญ่สู่เด็ก หรือการให้เด็กลงมือปฏิบัติเลย วิธีการสืบทอดดังกล่าวอาจไม่ต้องการสนิยมและความคุ้นเคยของเด็กในปัจจุบัน

- กระบวนการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดสื่อพื้นบ้านเป็นไปอย่างไม่ครบเครื่อง เช่น มีแต่การสืบทอดการลงมือกระทำ/การปฏิบัติ แต่ไม่มีการเติมแต่งความรู้/ความเข้าใจ/ความหมาย/คุณค่า เป็นต้น

(6.2) สื่อวิทยุชุมชน

(6.2.1) **หน้าตัดที่มีอยู่** เนื่องจากวิทยุชุมชนเป็นสื่อสมัยใหม่ ดังนั้นชุมชนจึงมีหน้าตัดความรู้เพียงเล็กน้อยเกี่ยวกับสื่อประเภทนี้ (รวมทั้งยังไม่ได้มีการศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นเรื่องเป็นราว) อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนได้สังเกตเห็นร่องรอยชุดความรู้บางประการของชุมชนในเรื่องวิทยุชุมชน ดังนี้

- ชุมชนมี**ตัวบุคคลที่มีความรู้**ในเรื่อง "การสื่อสารด้วยการพูดในพื้นที่สาธารณะ" เช่น ผู้เป็นศิลปินพื้นบ้าน มรรคทายกตามวัด โฆษกพื้นบ้าน ฯลฯ บุคคลเหล่านี้ได้ผันตัวเองมาทำงานกระจายเสียงชุมชนได้โดยง่ายด้วยความรู้ติดตัว (Tacit knowledge) ที่มีอยู่

- ชุมชนมีความรู้แบบพื้นบ้านในการระดมทรัพยากรเพื่อ**อำนวยการวิทยุชุมชน** เช่น เจริญ เนตร (2549) พบว่า ชุมชนใช้การระดมแรงไปหาไม้หาเสามาสร้างตัวอาคารสถานีวิทยุชุมชนคอนกรีต จ.สงขลา หรือในหลายๆแห่งที่มีการทอดกฐินผ้าป่าเพื่อหาเงินมาใช้ในการกิจการงานวิทยุชุมชน เป็นต้น

(6.2.2) **ข้อจำกัดด้านความรู้เรื่องวิทยุชุมชนของชุมชน** ในขณะที่มีหน้าตัดความรู้เพียงไม่มากนัก แต่ทว่าข้อจำกัดด้านต้นทุนความรู้เรื่องวิทยุชุมชนของชุมชนจะมีอย่างมากมายดังที่ได้กล่าวถึงไปข้างแล้วว่า เนื่องจากขาดกระบวนการกระจายตัวของความรู้เรื่องวิทยุชุมชนอย่างสมบูรณ์และทั่วถึง ดังนั้น ชุดความรู้ที่ชุมชนมีอยู่จึง "ยังไม่เพียงพอ" สำหรับการทำงาน เช่น ทำให้การจัดรายการได้ด้วยรูปแบบรายการเพียง 2-3 แบบ แต่พัฒนารูปแบบรายการต่อไปไม่ได้ หรือมิฉะนั้น ชุดความรู้ที่มีอยู่ก็ "ยังไม่ใช่" เพราะมีวิทยุชุมชนจำนวนมากดำเนินงานด้วยความรู้ในการทำวิทยุสาธารณะหรือวิทยุธุรกิจ เช่น การที่ต้องเปิดกระจายเสียงตลอดเวลา ต้องใช้ภาษาที่เป็นทางการ ฯลฯ

และดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ชุดความรู้เรื่องวิทยุชุมชนที่ชุมชนได้รับการติดตั้งนั้นยังมีลักษณะไม่สมบูรณ์ เช่น มุ่งเน้นด้านเทคนิคการจัดรายการ แต่ละเลยความสำคัญของการบริหารจัดการกลุ่มวิทยุชุมชน (ดูตัวอย่างงานของชาลีสา, 2547) หรือยังขาดชุดความรู้ที่จะระดมพลัง 3 ฐานของวิทยุชุมชน คือ ฐานชุมชน ฐานเครือข่ายวิทยุชุมชน และฐานการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกเข้ามาช่วยงานพัฒนาวิทยุชุมชนให้ยั่งยืนต่อไปได้ เป็นต้น

(6.3) สื่อบุคคล

(6.3.1) **หน้าตัดที่มีอยู่** จากประสบการณ์ตรงของผู้เขียนที่ได้ร่วมทำงานกับผู้คนในชนบทตลอดช่วงเวลากว่า 2-3 ทศวรรษ ผู้เขียนมีความเห็นที่สอดคล้องกับข้อสังเกตของ R. Putnum (อ้าง

ใน Rennie, 2006) ที่ว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการธำรงรักษาความเป็นชุมชนเอาไว้ก็คือ **ลักษณะจิตสาธารณะ (Voluntarism)** ของบุคคลในชุมชนนั้นที่ทำให้มีตัวบุคคลที่เอาใจใส่เป็นธุระกับกิจการของส่วนรวม เป็นคนที่มีสำนึกแบบ "ชุมชนนิยม" (Communitarianism) บรรจู่ไว้ในจิตใจอย่างเต็มเปี่ยม Putnum กล่าวว่า ตัวบุคคลเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความปิติสุขของชุมชน

ความแตกต่างระหว่างชุมชนไทยกับข้อคิดเห็นของ Putnum (ซึ่งสรุปมาจากบรรยากาศของสังคมอเมริกัน) ก็อาจจะอยู่ที่ว่า จิตสาธารณะในชุมชนไทยนั้นส่วนใหญ่มีบ่อเกิดมาจากมิติด้านศาสนา ในขณะที่สังคมอเมริกันจะใช้ชุดความรู้ด้านสังคม-การเมืองเป็นเป้าหมายหลอม

ผู้เขียนพบว่า บรรดาตัวบุคคลที่อาสาสมัครเข้ามาแบกรับ "งานที่ต้องเสียสละความสุขส่วนตัว" ทั้งหลาย เช่น กรรมการกลุ่มออมทรัพย์ ปราชญ์ชาวบ้าน ประธานชุมชน ผู้นำรักษาสืบสวน กลุ่มผู้จัดงานประเพณี/พิธีกรรมของชุมชน ฯลฯ ผู้นำเหล่านี้จะอยู่ในช่วงอายุ 40 ปี ขึ้นมา ซึ่งเป็นช่วงอายุที่สถาบันศาสนายังคงเป็นแกนกลางของชุมชนไทย และมีอิทธิพลสำคัญในการหล่อหลอมจิตใจที่เป็นกุศลของสื่อบุคคล

นอกเหนือจากชุดความรู้เรื่องการสืบทอดสื่อบุคคลที่มีจิตสาธารณะของชุมชนแล้ว ชุดความรู้ที่ทีม SC4C ได้เรียนรู้อีกชุดหนึ่งก็คือเรื่อง**บทบาทของสื่อบุคคลที่มีต่อกระบวนการพัฒนาพลังของชุมชน** รวมทั้งลักษณะ/กลยุทธ์การสื่อสารที่สื่อบุคคลได้ใช้ในการแสดงบทบาทดังกล่าว (สนใจโปรดดู อมรรัตน์, 2547 และทัศนีย์, 2547)

(6.3.2) ข้อจำกัดด้านความรู้เรื่องสื่อบุคคล และเราก็ยังมีเครื่องหมายอันใหญ่ เช่นเดียวกับที่ Putnum ได้ตั้งคำถามกับสังคมอเมริกันว่า หากอิทธิพลของสถาบันศาสนาเสื่อมคลายลง และลักษณะของสังคมเพิ่ม "ความเป็นปัจเจกนิยม" (Individualism) ซึ่งผู้คนมีลักษณะมุ่งเน้น "สิทธิส่วนบุคคล" (Individual right) มากกว่าเรื่อง "ความรับผิดชอบต่อส่วนรวม" (Social responsibility) ชุมชนจะต้องแสวงหาชุดความรู้อย่างไรในการมาสืบทอดสื่อบุคคลรุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึกสาธารณะได้ต่อไป

(6.4) บทสรุปเรื่องข้อจำกัดของต้นทุนความรู้เรื่องสื่อชุมชนของชุมชน

(6.4.1) ข้อจำกัดด้านเศรษฐกิจ

จากประสบการณ์ของสื่อชุมชนสมัยใหม่เช่นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น งานศึกษาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในอังกฤษเมื่อปีค.ศ.1984 (อ้างใน Ronnie, 2006) พบว่า เมื่อหนังสือพิมพ์ดังกล่าวใช้โครงสร้างการทำงานที่ไม่เน้นลำดับชั้นสูงต่ำ (Non-hierarchical) เน้นการทำงานร่วมกันเป็นทีม มีเป้าหมายเพื่อการเมืองท้องถิ่น หนังสือพิมพ์นั้นก็จะไม่เคยสามารถเลี้ยงตัวเองให้อยู่รอดได้เลยทางเศรษฐกิจ บทสรุปนี้ก็จะอาจจะนำมาใช้เทียบเคียงกับข้อจำกัดของสื่อชุมชนทั้ง 3 ประเภทของไทยที่ได้กล่าวไปแล้วเช่นกัน และเมื่อไม่สามารถทรงตัวอยู่ได้ทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นมิตินิยามรูปธรรม/กายภาพ ก็ย่อมไม่สามารถดำรงอยู่ในมิติอื่นๆต่อไปได้

(6.4.2) ข้อจำกัดโดยทั่วไป

หากกล่าวโดยสรุป ข้อจำกัดโดยทั่วไปของต้นทุนความรู้เรื่องสื่อชุมชนของชุมชนนั้น มักจะมีดังนี้คือ

- ขาดพื้นที่/ช่องทางในการสืบทอด/เผยแพร่
- แม้จะมีความรู้ แต่ชุมชนเองก็ขาดความมั่นใจในความรู้ของตน
- ขาดกลไก/กระบวนการในการทำงาน เช่น ไม่รู้วิธีจะสื่อสารกับลูกหลาน
- ขาดตัวบุคคลที่เป็นต้นฉบับทางวัฒนธรรม เช่น สื่อพื้นบ้านจำนวนมาก ปราชญ์ผู้รู้ได้ล้มหายตายจากไปแล้ว
- ขาดการรวมกลุ่ม/องค์กร แม้จะมีความพยายามสร้างความรู้แต่ก็เป็นรายบุคคล
- ขาดความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคม/ชุมชนและสื่อชุมชน

(6.5) การปฏิบัติการร่วมระหว่างชุมชนกับคณะทำงาน

และดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า เมื่อโครงการวิจัย C4C และโครงการพัฒนา C4H ได้ลงทำงานวิจัย/พัฒนากับชุมชนนั้น เมื่อต้องเผชิญหน้ากับข้อจำกัดต่างๆของชุมชน ทั้งโครงการ C4C และ C4H ก็ได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของความพยายามของชุมชนเพื่อคลี่คลาย/บรรเทา/แก้ไขข้อจำกัดดังกล่าว กิจกรรมที่โครงการ C4C/C4H ได้ลงมือกระทำไปบ้างแล้ว ก็เช่น

(6.5.1) กับสื่อพื้นบ้าน โครงการสพส.ได้ดำเนินงานหลายอย่างเพื่อเพิ่มเติมชุดความรู้ให้แก่ชุมชนตามสภาพของปัญหาที่ได้ค้นพบ เช่น

- คิดตั้งกลไกการจัดการแบบใหม่ เช่น การถ่ายโอนความรู้/เรียนรู้จากกรณีดีเด่น (Best practice) ซึ่งในภาษาของ สพส.เรียกว่า "กระบวนการพี่ช่วยน้อง" (ตามแบบของสื่อพื้นบ้าน) เช่น การเรียนรู้วิธีการถ่ายทอดความรู้สื่อการแสดง เช่น การติกลองสะบัดไชยให้แก่คนรุ่นใหม่ เป็นต้น หรือการคิดตั้งชุดความรู้"กระบวนการ"แบบมี "คณะทำงาน" โดยขยับปัญหา/ความเข้าใจ คณะทำงานเสียก่อน แล้วจึงค่อยแพร่กระจายปัญหาไปเรื่อยๆ จนได้ที่พร้อมทั่วแล้ว จึงลงมือทำกิจกรรม เป็นต้น

(6.5.2) กับสื่อวิทยุชุมชนโครงการสื่อสร้างสรรค์สุขภาพ (สสสส.) ได้ทำการเสริมความสามารถด้านการสื่อสารให้แก่กลไกเดิมคือกลุ่มคณะทำงานวิทยุชุมชนเพื่อให้เข้าใจเนื้อแท้ของวิทยุชุมชน

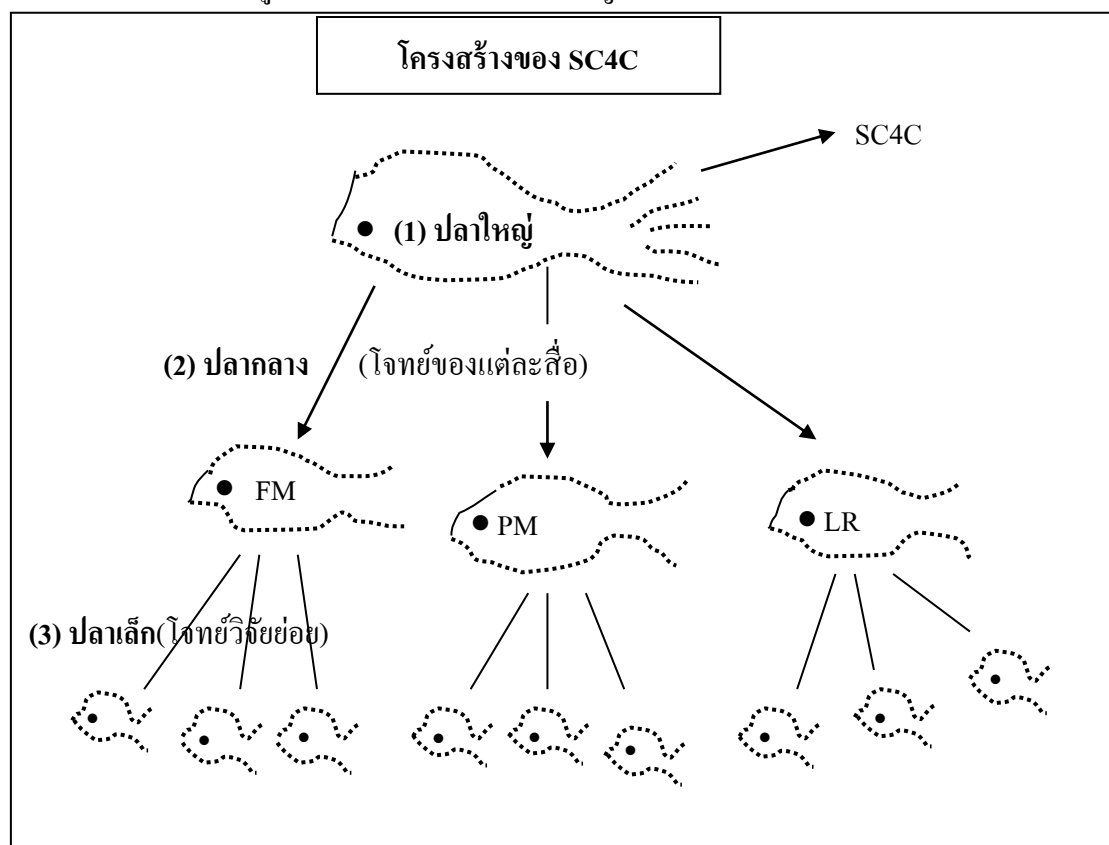
(6.5.3) กับสื่อบุคคล โครงการ สสสส. ได้จัดกิจกรรมฝึกอบรมสื่อบุคคลเพื่อเพิ่มพูนขีดความสามารถด้านการสื่อสาร และได้สร้าง "สื่อบุคคลหน้าใหม่" ในการสื่อสารสุขภาพขึ้นมาด้วยหลายๆกิจกรรม

(6.6) ผลลัพธ์จากการทำงานร่วมระหว่างชุมชนกับโครงการ C4C และ C4H นั้นก่อให้เกิดผลตามมาหลายประการ เช่น

- ได้ชุดความรู้ใหม่ที่เป็นการผสมผสานระหว่างการสื่อสารที่ชุมชนมีอยู่กับชุดความรู้ที่เสริมเพิ่มเติมเข้าไป
 - ได้ตัวบุคคลที่มีความรู้ติดตัว (Tacit knowledge) เพิ่มพูนมากขึ้น
 - ได้ชุดความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้การสื่อสารแบบต่างๆ เพื่อการแก้ไขปัญหาของชุมชน
- ประสบการณ์ชุดความรู้ที่มีมาแล้วนี้จะเป็นแนวทางสำหรับโครงการ SC4C ที่จะดำเนินการตามรอยที่ได้เดินมาแล้ว

(7) โจทย์การวิจัยของ SC4C

สำหรับชุดโครงการวิจัย SC4C นี้ได้ออกแบบการวิจัยในลักษณะของ "พวงปลาตะเพียน" คือ มีปลาตะเพียนวางอยู่ใน 3 ระดับ คือ ระดับปลาใหญ่ ปลากลาง และปลาเล็ก ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 21 : โครงสร้าง 3 ชั้นของโครงการ SC4C

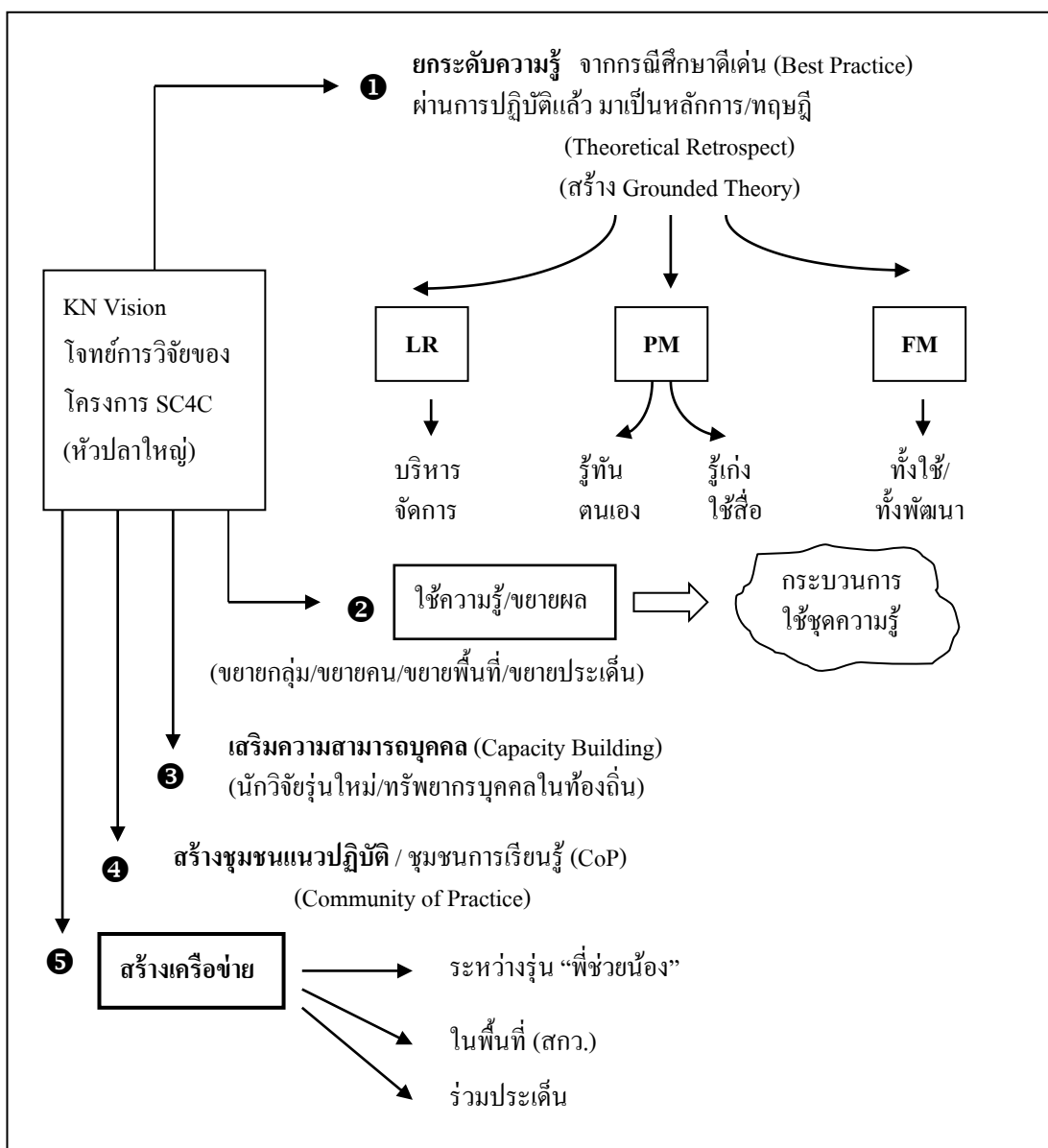
(ก) ระดับปลาใหญ่ คือตัวโครงการ SC4C ซึ่งต้องการจะแสวงหาชุดความรู้เกี่ยวกับการใช้และการเสริมความแข็งแกร่งการสื่อสารทั้ง 3 ประเภท คือสื่อพื้นบ้าน สื่อวิทยุชุมชน และสื่อบุคคลที่มีต่อการพัฒนาชุมชน

(ข) ระดับกลาง ได้แก่ โจทย์รวมการวิจัยของการสื่อสารแต่ละประเภท

(ค) ระดับเล็ก ได้แก่ โจทย์ของโครงการวิจัยย่อย

ความสัมพันธ์ระหว่างปลาทั้ง 3 ระดับนี้ก็คือในแง่ตัวโครงสร้างใหญ่ เช่น โจทย์การวิจัยวิธีวิทยาในการวิจัย เป้าหมายการวิจัย ฯลฯ นั้นน่าจะมี "จุดร่วมกัน" อุปมาอุปมัยเหมือนกับเป็นปลาสายพันธุ์เดียวกัน แต่ทว่าในส่วนรายละเอียดของแต่ละระดับก็อาจจะแตกต่างกันออกไป

ในที่นี้ผู้เขียนจะขอแนะนำส่วนที่เป็น "หัวปลาใหญ่" อันได้แก่ โจทย์การวิจัยของชุดโครงการ SC4C ทั้งหมด ส่วนระดับหัวปลากลางและหัวปลาขายนั้นจะอยู่ในเอกสารของแต่ละทีมย่อย



ภาพที่ 22: หัวปลาใหญ่/โจทย์การวิจัยรวมของโครงการ SC4C

จากภาพแสดงโจทยร่วมของโครงการ SC4C นี้จะเห็นได้ว่า คณะทำงานยังคงรักษาเจตนารมณ์ของทีมเอาไว้ตั้งแต่ครั้งโครงการ C4C ซึ่งได้วางเป้าหมายของการทำงานวิจัยเอาไว้ในรูปแบบ "Three in one" คือต้องการ "ได้งาน/ได้คน/ได้เพื่อน" เพียงแต่ได้ขยายรายละเอียดมากขึ้น กล่าวคือ

(1) การยกระดับความรู้จากประสบการณ์ของกรณีศึกษาดีเด่น (Best Practice) ซึ่งได้ผ่านการปฏิบัติมาบ้างแล้ว ขึ้นมาเป็นหลักการและทฤษฎี ตามแนวทางของการสร้างทฤษฎีจากฐานราก (Grounded Theory) เพื่อเป็นชุดความรู้ที่จะใช้สืบทอดนักสื่อสารเพื่อการพัฒนาตามกระบวนการทศน์ใหม่รุ่นต่อไปในอนาคต

(2) ตามนิยามและธรรมชาติของ KM การจัดการความรู้นั้นก็เกินไปเพื่อการใช้งาน ดังนั้นเป้าหมายลำดับต่อมา คือ แสวงหาชุดความรู้เกี่ยวกับกระบวนการใช้และการขยายผลความรู้ที่ได้มาแล้ว

การขยายผลนี้อาจกระทำใน 4 มิติ คือ การขยายกลุ่ม การขยายจำนวนคน การขยายพื้นที่ และการขยายประเด็น ตัวอย่างที่เกิดขึ้นแล้วก็คือ จากบรรดาสื่อพิธีกรรม เช่น ผีป่วน พิธีเหยา ได้ขยายขยายออกไปเป็นกลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มผักปลอดสารพิษ ฯลฯ ที่มีรากฐานต้นเค้ามาจากกลุ่มผู้ร่วมพิธีกรรมเดียวกัน

(3) การเสริมสร้างความสามารถของบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับงานวิจัย (Capacity Building) ตามหลักการของ KM ไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่เป็นนักวิจัย หรือบรรดาทรัพยากรบุคคลในท้องถิ่น

(4) การเสริมสร้างชุมชนแนวปฏิบัติ Calderwood (2000) ได้ให้คำนิยามของคำว่า "ชุมชนแนวปฏิบัติ" ว่าหมายถึงชุมชนที่มีความแตกต่างด้านความรู้และอำนาจในระหว่างมวลหมู่สมาชิกในชุมชน และมีการถ่ายโอน/เรียนรู้ระหว่างกันและกันเพื่อเป้าหมายที่จะรักษาการดำรงอยู่ของชุมชนนั้น

จากนิยามข้างต้นนี้ เนื่องจากโครงการวิจัย SC4C อยู่ภายใต้โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ซึ่งก็มีเป้าหมายที่สอดสอดคล้องกับนิยามของชุมชนแนวปฏิบัติที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ได้อย่างเหมาะสมอยู่แล้ว

(5) เพื่อการสร้างและเสริมความแข็งแกร่งแก่เครือข่ายในหลายๆรูปแบบ เช่น เครือข่ายนักวิจัยรุ่นพี่และรุ่นน้องในโครงการ เครือข่ายการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกของโครงการกับบุคคลภายนอกที่มีความสนใจในประเด็นใกล้เคียงกัน หรืออาจจะเป็นเครือข่ายระหว่างนักวิจัยในโครงการกับบุคคลอื่นๆที่อยู่ในบริเวณพื้นที่เดียวกัน

สำหรับเป้าหมายของการสร้างเครือข่ายนี้เป็นเป้าหมายสำคัญที่สอดคล้องกับธรรมชาติของการสื่อสารชุมชนตามแนวคิดที่ได้กล่าวมาแล้วตั้งแต่ต้นว่า การสื่อสารเพื่อชุมชนนั้นเป็น

รูปแบบการสื่อสารที่ทำงานอยู่ในปริณทณของ "ประชาสังคม" ในพื้นที่ดังกล่าวนี้ รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มและองค์กรต่างๆ ล้วนแล้วเป็นรูปแบบความสัมพันธ์แบบเสมอภาค แนวนอน แลกเปลี่ยน/หนุนช่วยซึ่งกันและกัน ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อพื้นบ้าน สื่อวิทยุชุมชน สื่อบุคคลก็ล้วนแล้วทำงานบนหลักการของเครือข่ายอยู่เป็นเบื้องต้นอยู่แล้ว

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

1. กาญจนา แก้วเทพ (2543)
สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
2. กาญจนา แก้วเทพ (2548)
ก้าวต่อไปของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
3. กาญจนา แก้วเทพ (2549)
"เริ่มคิดใหม่ ผู้ทำใหม่ กับสื่อพื้นบ้านเพื่องานสร้างเสริมสุขภาวะ, โครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สสส.), สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), มี.ค. 2549
4. กาญจนา แก้วเทพ (2549)
"ขกร่างทางความคิดแรกเรื่อง "การบริหารจัดการวิทยุชุมชนแบบประชาชน", เอกสารประกอบการประชุมทีย่อยวิทยุชุมชน โครงการเมธีวิจัยอาวุโส การสังเคราะห์องค์ความรู้เรื่อง "การใช้และการเสริมความเข้มแข็งแก่การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน"สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.) วันที่ 26 พฤศจิกายน 2549 ห้องประชุมคณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร จ.พิษณุโลก
5. กาญจนา แก้วเทพ (2550)
"โฟกัสแนวทางการวิจัยสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาชุมชนแบบเชิงรุก", เอกสารประกอบการฝึกอบรมนักวิจัยทีมสื่อพื้นบ้าน โครงการเมธีวิจัยอาวุโส การสังเคราะห์องค์ความรู้เรื่อง"การใช้และการเสริมความเข้มแข็งแก่การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน",สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.) มีนาคม 2550

6. กาญจนา แก้วเทพ (2550)
"เครื่องมือช่วยการทำงานโครงการร่วมกันบนแท่งนักร้องสื่อสารสุขภาพ(นศส.)" เอกสาร
ประกอบการฝึกอบรมโครงการเมธีวิจัยอาวุโส การสังเคราะห์องค์ความรู้เรื่อง "การใช้และ
การเสริมความเข้มแข็งแก่การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน", สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ
วิจัย(สกว.) เมษายน 2550
7. โครงการสื่อสารสร้างสรรค์สุขภาพ, (สสส.) 2549.
เปิดประตูความรู้เท่าทันสื่อ: แนวคิดทฤษฎีและประสบการณ์การรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
8. เจริญเนตร แสงดวงแข (2549)
"การบริหารงานวิทยุชุมชนควนเนียง อ.ควนเนียง จ.สงขลา และวิทยุชุมชนชาวทอง อ.จะนะ
จ.สงขลา" วิทยานิพนธ์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
9. ซาลิสมา มากแผ่นทอง (2547)
"การวิจัยเพื่อสรุปบทเรียน: กระบวนการเตรียมกลุ่มวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี" รายงานการวิจัย
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
10. ทศนีย์ เจนวิธิตูษ และคณะ (2547)
"ความสามารถด้านการสื่อสารของพระพิศาลธรรมพาที (พระพยอม กัลยาโณ) กับ
กระบวนการระดมพลังการพัฒนาชุมชน" รายงานการวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ
วิจัย (สกว.)
11. ประพนธ์ ผาสุยชิด (2549)
การจัดการความรู้ (พิมพ์ครั้งที่ 8), สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.) ,
กทม.
12. เปาโล แฟร์ (เขียน), ช.เจียวพุ่มพวง (แปล) (2549)
การศึกษาสำหรับผู้ถูกกดขี่, ศูนย์ปฏิบัติการร่วมเพื่อแก้ไขปัญหาประชาชนบนพื้นที่สูง (ศขส.)
13. วิจารย์ พานิช (2549)
การจัดการความรู้ฉบับปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 3), สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม
(สคส.), กทม.
14. เวนเกอร์ และคณะ (เขียน), พูลลาภ อุทัยเลิศอรุณ (แปล) (2002)
ชุมชนแนวปฏิบัติ: การจัดการความรู้สายพันธุ์ใหม่, สำนักพิมพ์วีเลิร์น, กทม.

15. ศิริธรณ์ โรจน์สุพจน์ และคณะ (2547)
"การสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมจัดการป่าชุมชนของชาวบ้านห้วยแก้ว ถึงอำเภอแม่ฮ่อง
จ.เชียงใหม่" รายงานการวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
16. อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ และคณะ (2547)
"สมรรถนะด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลกับการระดมพลังการพัฒนา" รายงานการวิจัย
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.)
17. อภิชัย พันธเสน (2539)
พัฒนาชนบทไทย สมุทัยและมรรค แนวคิดและทฤษฎี, กรุงเทพมหานคร

ภาษาอังกฤษ

1. Baumard P. (1992)
Tacit Knowledge in Organizations, Sage Publications.
2. Calderwood, P. (2000)
Learning Community: Finding Common Ground in Different, Teacher Colledge,
Columbia University.
3. McQuail, D. (1983)
Mass Communication Theory, Sage Publications.
4. Melkote S.R., & Steeves, H.L. (2001)
Communication for Development in the Third World, (2nd). Sage Publications.
5. Nair K.S. & White, S.A. (eds) (1993)
Perspectives on Development Communication, Sage Publications.
6. Rennie Ellie (2006)
Community Media: A Global Introduction, Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
7. Stevenson, R.L. (1988)
Communication, Development and the Thirdworld, Longman Inc.

