

สื่อบุคคลและเครือข่าย:ภาพรวมจากงานวิจัย
(2544-2547)

ดร.กาญจนา แก้วเทพ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
(สกว.)

2548

ตีพิมพ์ใน กาญจนา แก้วเทพและคณะ (2549)

ใต้พาดฟ้าแห่งการศึกษาสื่อบุคคลและเครือข่ายการสื่อสาร:ภาพรวมจากงานวิจัย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว)

สื่อบุคคลและเครือข่าย: ภาพรวมจากงานวิจัย (2544-2547)

สารบัญ

บทนำ

1. ทำไมจึงควรศึกษา 'สื่อบุคคล' และ 'เครือข่ายการสื่อสาร' ในเรื่องการพัฒนา
2. ภาพรวมของงานวิจัยทั้ง 5 กรณีศึกษา

ส่วนที่ 1 งานวิจัยเรื่อง 'สื่อบุคคล'

3. การจำแนกประเภทสื่อบุคคล
4. ทำความรู้จักกับคุณลักษณะ 'สื่อบุคคล' กันก่อน
5. แนวทางการศึกษาสื่อบุคคล
6. สื่อบุคคล : เขาเป็นใคร
7. การศึกษา 'ความสามารถด้านการสื่อสาร' ของสื่อบุคคล
8. การศึกษา 'บทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร' กับสื่อบุคคล
9. การศึกษา 'ผลที่เกิดขึ้น' จากการทำงานของสื่อบุคคล

ส่วนที่ 2 งานวิจัยเรื่อง 'เครือข่ายการสื่อสาร'

10. เครือข่ายคืออะไร
11. ภาพรวมงานเครือข่ายการสื่อสารในชุดโครงการฯ
12. เครือข่ายทุ่งขวาง : อีกก้าวยาว ๆ ของการศึกษาเรื่องเครือข่าย
13. การศึกษา 'การดำรงอยู่ของชุมชน'
14. การวิเคราะห์คุณลักษณะของ 'เครือข่ายการสื่อสาร'
15. การวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของเครือข่าย
16. เครือข่ายการสื่อสารกับการดำรงอยู่ของชุมชน
17. การวิเคราะห์เครือข่ายขบวนการตาสับปะรด
18. พัฒนาการของเครือข่ายตาสับปะรด
19. โฉมหน้าของเครือข่ายการสื่อสารของตาสับปะรด

สื่อบุคคลและเครือข่าย: ภาพรวมจากงานวิจัย (2544-2547)

กาญจนา แก้วเทพ

บทนำ

1. ทำไมจึงควรศึกษา 'สื่อบุคคล' และ 'เครือข่ายการสื่อสาร' ในเรื่องการพัฒนา

ผลจากการประมวลองค์ความรู้เรื่องการพัฒนาสื่อเพื่อการพัฒนาของ กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543) ได้ค้นพบว่า สื่อประเภทที่มีคุณภาพอย่างมาก เป็นสื่อที่ไว้วางใจได้ในแง่ประสิทธิผล เป็นสื่อที่ใช้ได้ง่าย ใช้ได้อย่างสะดวก มีค่าใช้จ่ายน้อย อยู่ติดกับชุมชน ฯลฯ ก็คือสื่อที่เรียกว่า 'สื่อบุคคล' อันได้แก่ บรรดาผู้นำชุมชนแบบต่าง ๆ ปราชญ์ชาวบ้าน พระภิกษุ ศิลปินพื้นบ้าน ครูในชุมชน ช่างฝีมือประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

และหากจะเปรียบเทียบอายุขัยกันแล้ว สื่อบุคคลเหล่านี้เป็นสื่อที่มีมาก่อนสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ฯลฯ จึงมีลักษณะเหมือนสื่อดั้งเดิม เช่น สื่อพื้นบ้าน ซึ่งมีความคุ้นเคยกับชุมชน มีความใกล้ชิดสนิทสนม เป็นที่ไว้วางใจ (trustworthiness) ไม่มีช่องว่างทางวัฒนธรรมกับประชาชนทั่วไป มีผลประโยชน์ร่วมกับชุมชน ฯลฯ

แต่ทว่า ในขณะที่คุณภาพของสื่อบุคคลนั้นมียู้อย่างมากมายนั้น แต่ในวงวิชาการการสื่อสารเพื่อพัฒนามักพบว่า มีงานศึกษาเรื่อง 'สื่อบุคคล' อย่างน้อยนิด ทั้งในด้านปริมาณ และคุณภาพ ในด้านปริมาณ มีงานศึกษาเรื่องสื่อบุคคลกับการพัฒนาอยู่เพียงไม่ถึงสิบเล่ม ในด้านคุณภาพ ประเภทของสื่อบุคคลที่นำมาศึกษาก็จำกัดอยู่เพียง 2-3 ประเภท เช่น ผู้นำชุมชน พระภิกษุ และศิลปินพื้นบ้าน รวมทั้งประเด็นที่ศึกษาก็มักจะมีอยู่เพียง 1-2 ประเด็นเท่านั้น คือ การศึกษา 'คุณลักษณะของสื่อบุคคล' ใน 2-3 มิติ คือ ความน่าเชื่อถือ (credibility) ความน่าไว้วางใจ (trustworthiness) และทักษะการสื่อสาร (communication skill)

นอกเหนือจากคุณสมบัติที่ดีเด่นสำหรับการทำงานพัฒนาอย่างได้ผล ซึ่งน่าจะเป็นเหตุผลที่ดีพอที่เราควรที่จะศึกษาสื่อบุคคลต่อไปแล้ว ก็ยังมีเหตุผลเพิ่มเติมความสำคัญของสื่อบุคคลอีกประการหนึ่งคือ สื่อบุคคลนั้นมีขีดความสามารถในการทำงานที่จะหาไม่ได้ในสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น เป็นการสื่อสารที่ใช้จัดการความขัดแย้งได้ ดังเช่นตัวอย่างงานวิจัยเรื่องสื่อบุคคลที่เป็นประธานชุมชนของอมรรัตน์และคณะ (2547) และงานวิจัยเรื่องสื่อบุคคลที่เป็นพระสงฆ์คือ พระพยอม ของทัศนีย์และคณะ (2547) ที่จะได้แสดงรายละเอียดให้เห็นต่อไปว่า การสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้งนั้นมีแง่มุมที่ละเอียดอ่อน ต้องใช้การจำแนกประเภทความขัดแย้ง ต้องวิเคราะห์สาเหตุและ

เลือกวิธีการจัดการแก้ไข ซึ่งสื่ออื่น ๆ จะทำไม่ได้ เพราะต้องใช้กลยุทธ์การสื่อสารอย่างรอบคอบมาก ซึ่งมีแต่สื่อบุคคลที่มีความสามารถสูงเท่านั้น จึงจะดำเนินการให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ต่อปรากฏการณ์ที่ว่า ทั้ง ๆ ที่สื่อบุคคลเป็นสื่อประเภทที่มีคุณภาพการสื่อสารสูงต่อการพัฒนาชุมชน แต่กลับมีการศึกษาวิจัยน้อยมากอย่างสวนทางกันนั้น อมรรัตน์และคณะ (2547) ได้ให้เหตุผลดังต่อไปนี้ว่า

(i) การศึกษา 'สื่อบุคคล' เป็นเรื่องยากลำบาก เนื่องจากเป็นการศึกษา 'มนุษย์' จึงจำเป็นต้องใช้ความละเอียดอ่อนอย่างมาก ตั้งแต่เริ่มเก็บข้อมูล เนื่องจากต้องเข้าไปรบกวนเวลาและเข้าไปในเรื่องส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างเป็นอย่างมาก (ยังไม่นับปัญหาเรื่องความไว้วางใจกันระหว่างนักวิจัยและกลุ่มตัวอย่าง) ดังนั้นจึงต้องอาศัยความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักวิจัยและกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งก็มักจะต้องเป็นกรณีของเครือข่าย เช่น อมรรัตน์เป็นลูกสะใภ้ของประธานชุมชนผู้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เป็นต้น

(ii) แต่ในกรณีที่เป็นเครือข่าย ก็กลับจะเกิดปัญหาในอีกทางหนึ่งขึ้นมาคือ เป็น**ปัญหาเรื่องอคติในการวิจัย** เมื่อผนวกผสมกับการมีงานศึกษาเรื่องสื่อบุคคลเพียงเล็กน้อย ปัญหาเรื่องอคตินั้นก็จะถูกยกขึ้นมาเป็นกำแพงขวางกั้นอยู่ตลอดเวลา

อมรรัตน์ระบุถึงข้อเด่น ข้อจำกัด และวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในงานศึกษาสื่อบุคคลที่เป็นพหุศาสตร์ครั้งนี้ว่า หากมิได้เป็นบุคคลในครอบครัวเดียวกันแล้ว นักวิจัยคงไม่มีโอกาสได้ข้อมูลเกี่ยวกับความอัดอั้นตันใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งเป็นประธานชุมชน และถูกชาวบ้านซุบซิบนินทาเรื่องผลประโยชน์และความโปร่งใสในการทำงาน แต่ในขณะเดียวกัน เนื่องจากความสัมพันธ์แบบเครือญาติกับกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ช่วงระยะแรก ๆ ผู้ให้ข้อมูลคนอื่น ๆ จึงไม่ค่อยกล้าแสดงความคิดเห็นอย่างตรงไปตรงมา และนักวิจัยได้แก้ปัญหานี้ด้วยการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ให้ข้อมูลถึงจริยธรรมของนักวิจัย กล่าวคือ นักวิจัยต้องยอมรับว่า 'มีกำแพงขวางกั้น' แต่ก็ 'สามารถจะฝ่าข้ามไปได้'

ส่วนปัญหาเรื่องอคติในการวิจัยนั้น นักวิจัยได้ใช้วิธีเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลจาก 2 จุดยืนคือ มุมมองแบบ**คนวงใน (emic)** และ **คนวงนอก (etic)** ในขั้นตอนการก็คือการเตือนตัวเองว่ามีหลากหลายบทบาท และในช่วงเวลาใด ควรแสดงบทบาทอะไร รวมทั้งหมั่นใช้วิธีการตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูลที่เรียกว่า 'การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า' (triangulation) คือ เก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน

(iii) **ความเข้าใจต่อเรื่อง 'กรณีศึกษา' (case study)** เนื่องจากงานศึกษาสื่อบุคคลอย่างละเอียดลึกซึ้งนั้น ทำให้ต้องออกแบบงานวิจัยแบบกรณีศึกษา คือ เลือกรับศึกษาเพียง 1 กรณี เช่น ประธานชุมชนคลองเจริญ จ.อุดรธานี ของอมรรัตน์และคณะ หรือศึกษาพระพยอม กัลยาโณ เพียง

1 รูป ของทัศนีย์และคณะ จึงเกิดมีคำถามว่า สำหรับความสามารถของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษานี้ เป็นความสามารถเฉพาะตัว เมื่อศึกษาแล้ว จะนำไปขยายผล/ใช้งานต่อในที่อื่น ๆ ได้หรือ

คณะวิจัยสี่บุคคลในชุดโครงการ ‘การสื่อสารเพื่อชุมชน’ (ซึ่งต่อไปจะเรียกว่า ‘โครงการฯ’) ได้ให้คำอธิบายว่า สี่บุคคลนั้น มีลักษณะทวิลักษณ์/สองด้าน ในด้านหนึ่ง ความสามารถต่าง ๆ ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ก็มีลักษณะเป็น*ความสามารถเฉพาะตัว*จริง ๆ แต่ในอีกด้านหนึ่ง ก็จะมีคุณสมบัติ/หลักการอีกหลายด้านที่เป็น ‘*คุณสมบัติร่วม/ลักษณะทั่วไป*’ เหมือนคนอื่น ๆ และใน ส่วนหลังนี้เองที่งานวิจัยสามารถจะสกัดนำเอามาใช้ขยายผลได้

อมรรัตน์และคณะ ได้พิสูจน์ให้เห็นว่า สิ่งทีกล่าวมาข้างต้นนั้นสามารถจะปฏิบัติได้จริง ดังนั้น คณะวิจัยจึงได้ออกแบบให้มีขั้นตอนหนึ่งในการวิจัยคือ ‘*การคืนข้อมูลการวิจัยให้ชุมชน*’ โดยที่หลังจากที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีตำแหน่งเป็นประธานชุมชน 1 ท่าน ในประเด็นเรื่อง ความสามารถด้านการสื่อสารเรียบร้อยแล้ว คณะวิจัยได้นำเอาข้อมูลดังกล่าวไปคืนให้แก่ ‘ประธานชุมชน’ ซึ่งมีอยู่ 50 ท่าน ในเขตเทศบาลเมือง จ.อุดรธานี และพบว่า ข้อมูลที่คืนพบจากการวิจัยสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกในการเสริมศักยภาพ (empower) แก่ประธานชุมชนท่านอื่น ๆ ได้ (แต่แน่นอนว่า นักวิจัยก็ต้องมีกลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อการคืนข้อมูลเช่นเดียวกัน)

และเพื่อแก้ไขข้อจำกัดในเรื่องแง่มุมและประเด็นที่คับแคบของการศึกษาเรื่องสี่บุคคลที่เคยมีมา ในงานวิจัยเรื่องสี่บุคคล 3 ชั้น ในโครงการฯนี้ จึงได้ขยายแง่มุม/ประเด็นในการศึกษาสี่บุคคลให้กว้างขวางขึ้น โดยใช้แนวคิดเรื่อง ‘*ความสามารถ/สมรรถนะด้านการสื่อสาร*’ (communication competency) และ ‘*บทบาทของการสื่อสารในการเสริมพลัง*’ (communication for empowerment) มาทดลองใช้ในการศึกษาวิเคราะห์ ดังรายละเอียดในตอนต่อไป

ส่วนสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ต่อเนื่องและเชื่อมโยงจาก ‘สี่บุคคล’ คือเรื่อง ‘*เครือข่ายการสื่อสาร*’ ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่กำลังอยู่ในความสนใจของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา อันที่จริงแนวคิดเรื่อง ‘*เครือข่ายการสื่อสาร*’ นี้ จะกระจายอยู่ในงานวิจัยชิ้นต่าง ๆ ของชุดโครงการฯนี้ เช่น งานวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม แต่สำหรับในที่นี้ จะเป็นงานวิจัยที่เน้นหนักเรื่องวิธีการศึกษาเครือข่ายการสื่อสารเป็นการเฉพาะ

2.ภาพรวมของงานวิจัยทั้ง 5 กรณีศึกษา

ในชุดโครงการ ‘การสื่อสารเพื่อชุมชน’ นี้ มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง ‘สี่บุคคลและเครือข่าย’ อยู่ 5 ชิ้น ดังนี้

1. โครงการ ‘*สมรรถนะด้านการสื่อสารของสี่บุคคลกับการระดมพลังการพัฒนา*’ โดยอมรรัตน์ ทิพย์เลิศ และคณะ (2547) (จากนี้จะเรียกว่า ‘งานวิจัยประธานชุมชน’)

2. โครงการ 'ความสามารถด้านการสื่อสารของพระพิศาลธรรมพาที (พระพยอม กัลยาโณ) กับการระดมพลังการพัฒนาชุมชน' โดย ศศินีย์ เจนวิถีสุข และคณะ (2547) (จากนี้จะเรียกว่า 'งานวิจัยพระพยอม')
3. โครงการ 'บทบาทการสื่อสารในการเสริมพลังความเข้มแข็งของผู้หญิงในการปกครองท้องถิ่น' โดย อ้อมทิพย์ เมฆรักชาวนิซ แค้มป์ และคณะ (2547) (จากนี้จะเรียกว่า 'งานวิจัยผู้นำหญิง')
4. โครงการ 'เครือข่ายการสื่อสารกับศักยภาพการดำรงอยู่ของชุมชน: ศึกษากรณีบ้านทุ่งขวาง อ.พนัสนิคม จ.ชลบุรี' โดย สมสุข หินวิมาน และคณะ (2547) (จากนี้จะเรียกว่า 'งานวิจัยทุ่งขวาง')
5. โครงการ 'เครือข่ายและกระบวนการทำข่าวของสำนักข่าวเด็กและเยาวชน "ขบวนการตาส์บะรด"' โดย รณชาติ บุตรแสนคม และคณะ (2547) (จากนี้จะเรียกว่า 'งานวิจัยตาส์บะรด')

งานวิจัยชิ้นที่ 1-3 นั้น เป็นงานที่เน้นการศึกษาเรื่อง 'สื่อบุคคล' ในขณะที่งานวิจัยชิ้นที่ 4-5 นั้น จะเน้นเรื่องการศึกษา 'เครือข่าย'

ในส่วนของ 1 นี้ จะกล่าวถึงรายละเอียดของการวิจัยเรื่องสื่อบุคคลก่อน โดยอาจจะเชื่อมโยงเรื่องเครือข่ายเข้ามาในประเด็นที่เกี่ยวข้อง และในส่วนของ 2 จะกล่าวถึงรายละเอียดของการวิจัยเรื่องเครือข่ายต่อไป

ส่วนที่ 1 : งานวิจัยเรื่อง 'สื่อบุคคล'

3. การจำแนกประเภทสื่อบุคคล

สำหรับงานวิจัยทั้ง 3 ชิ้นนี้ หากเราแยกประเภทโดยใช้เกณฑ์เรื่องความสามารถของสื่อบุคคลเป็นเกณฑ์ จะสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ

(ก) กลุ่มสื่อบุคคลที่มีความสามารถด้านการสื่อสารสูง ได้แก่ งานวิจัยประธานชุมชนจังหวัดอุดรธานี และงานวิจัยพระพยอม ซึ่งทั้งสองท่านนั้นถือเป็นกรณีของสื่อบุคคลที่มีความสามารถสูงในด้านการสื่อสาร และอาจจะมีผู้นำหญิงระดับท้องถิ่นบางท่านที่อยู่ในกลุ่มนี้

(ข) กลุ่มสื่อบุคคลที่มีความสามารถด้านการสื่อสารน้อย ได้แก่ กลุ่มผู้นำหญิงส่วนใหญ่ในระดับท้องถิ่น (เช่น ผู้ใหญ่บ้านหญิง หรือ อบต.หญิง) และบรรดาผู้หญิงทั่ว ๆ ไปในชุมชน ทั้งที่เป็นสมาชิกกลุ่มพัฒนาต่าง ๆ และไม่ได้เป็น

และหากจะแยกประเภทของสื่อบุคคลในงานวิจัยทั้ง 3 ชิ้นนี้ โดยใช้เกณฑ์เรื่อง 'สถานภาพทางสังคม' มาแบ่ง เนื่องจาก "สถานภาพ" เป็นตัวแปรสำคัญที่จะกำหนด 'ตำแหน่งแห่งที่' ของสื่อ

บุคคล และมีผลมาถึงรูปแบบการสื่อสารที่จะใช้ ก็อาจจะแบ่งสื่อบุคคลทั้งหมดออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

(ก) สื่อบุคคลที่มีสถานภาพเป็นนักบวช/สังกัดสถาบันทางธรรม อันได้แก่ กรณีของพระพยอม กัลยาโณ ซึ่งเป็นพระภิกษุสงฆ์ในพุทธศาสนา พระพยอมมีบริบททางการสื่อสารที่กินอาณาเขตกว้างขวาง เพราะรับกิจนิมนต์ไปเทศน์ตามสถานที่ต่าง ๆ รวมทั้งมีการเผยแพร่ผ่านสื่อทุกชนิด ทั้งเทปธรรมะ วิทยูทูปกระจายเสียง และโทรทัศน์ ด้วยรูปแบบการสื่อสารที่มีลักษณะแปลกใหม่ เป็นนวัตกรรมด้านการสื่อสารของสงฆ์ อย่างไรก็ตาม ในสถานะของความเป็นสงฆ์ ทำให้การสื่อสารของท่าน ทั้งการสื่อสารแบบขาเข้า (เปิดรับการสื่อสารเข้ามา) และการสื่อสารขาออก (ส่งสารออกไป) ย่อมถูกตีกรอบ/ถูกกำหนดด้วยสถานะแห่งความเป็นสงฆ์

(ข) สื่อบุคคลที่มีสังกัดสถาบันทางโลก อันได้แก่ กรณีของประธานชุมชน จ.อุดรธานี ผู้นำหญิงในการปกครองท้องถิ่น และผู้นำหญิงในชุมชน ต.ริมดอย (ชื่อสมมติ) จ.เชียงใหม่ สื่อบุคคลในกลุ่มนี้ จะมีฐานะเป็นบุคคลทางโลก อาณาเขตของการสื่อสารจะอยู่ในระดับชุมชนหรือท้องถิ่น ในกรณีของบางท่าน (เช่น ประธานชุมชน) ก็มีการสร้างนวัตกรรมด้านการสื่อสารขึ้นมาบ้าง แต่ไม่มากนัก และสำหรับสื่อบุคคลที่มีสถานะเป็นผู้นำ เช่น ประธานชุมชน ผู้ใหญ่บ้านหญิง หรือ อบต.หญิง ตามหลักแนวคิดเรื่องความเป็นผู้นำกับการสื่อสารแล้ว บุคคลเหล่านี้ย่อมมีรูปแบบการสื่อสารที่พิเศษกว่าชาวบ้านธรรมดาทั่วไป

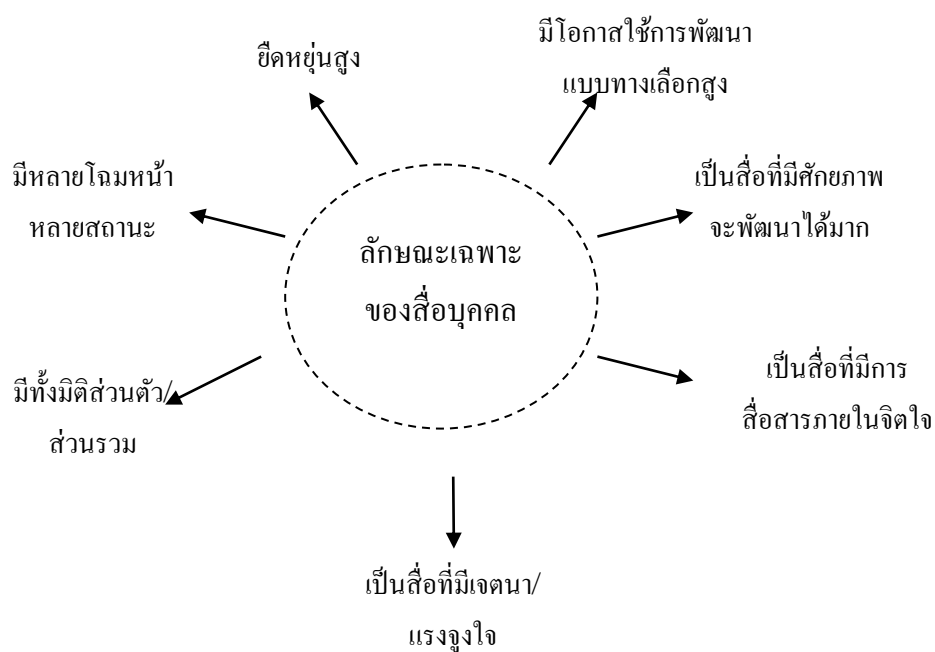
สำหรับกลุ่มผู้หญิงทั่ว ๆ ไปนั้น ในบริบทของการเมืองการปกครองท้องถิ่น ต้องถือว่า กลุ่มผู้หญิงยังเป็น 'ผู้ด้อยโอกาสด้านการสื่อสารทางการเมือง' แนวทางการศึกษาเรื่องการสื่อสารทางการเมืองกับกลุ่มผู้หญิงหรือ 'กลุ่มผู้มาทีหลังทางการเมือง' จึงมุ่งประเด็นที่ว่า การสื่อสารจะเข้าไปมีบทบาทในการเสริมสร้างความเข้มแข็งหรือพลังทางการเมืองให้แก่กลุ่มผู้หญิงได้อย่างไร

และหากเปรียบเทียบสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลทั่วไปกับบุคคลที่เป็นผู้นำแล้ว เราก็จะพบดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า บุคคลที่เป็นผู้นำนั้นจะมีการสื่อสารทั้งขาเข้าและขาออก ทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพมากกว่าบุคคลทั่วไป และคงจะเป็นการสรุปที่ไม่เกินเลยไปนักที่จะกล่าวว่า การที่ผู้นำจะสามารถดำรงสถานภาพแห่งความเป็นผู้นำเอาไว้ได้นั้น ผู้นำนั้นก็ต้องมีการสื่อสารขาเข้า เช่น การเปิดรับข่าวสารมากกว่า จากแหล่งข่าวสารที่หลากหลายกว่า ด้วยความถี่ในการเปิดรับที่มากกว่า ฯลฯ และมีการสื่อสารขาออก คือมีโอกาสจะถ่ายทอดข่าวสารให้ผู้อื่นได้มากกว่า มีความสามารถในการโน้มน้าวที่สูงกว่า เป็นต้น

4. ทำความรู้จักกับคุณลักษณะของ 'สื่อบุคคล' กันก่อน

ตามหลักการใช้สรรพสิ่งใด ๆ ก็ตาม เราจำเป็นต้องทำความรู้จักกับ 'คุณลักษณะ' (attribute) ของสิ่งนั้นให้กระจ่าง เช่น จะใช้น้ำ ก็ต้องรู้จักธรรมชาติและคุณลักษณะของน้ำ (เช่น เป็นของเหลว ประคองตัวไม่ได้ต้องมีภาชนะรองรับ กลายเป็นไอได้เมื่อได้รับความร้อน ฯลฯ) ในเรื่องเกี่ยวกับสื่อบุคคลก็เช่นเดียวกัน

ในฐานะที่เป็น 'สื่อ' ชนิดหนึ่ง 'สื่อบุคคล' ย่อมมีคุณลักษณะร่วมกับสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น เป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งกับผู้รับสาร เป็นสิ่งที่แบกรับเนื้อหาและความหมาย ฯลฯ อย่างไรก็ตาม เนื่องจาก 'สื่อบุคคล' เป็นสื่อที่เป็นมนุษย์ ดังนั้น สื่อบุคคลจึงมีคุณลักษณะบางอย่างที่เฉพาะตัว ดังนี้



ภาพที่ 1 : ลักษณะเฉพาะของสื่อบุคคล

ภาพที่ 1

(1) **สื่อบุคคลมีลักษณะที่ยืดหยุ่นสูงมาก** คุณลักษณะข้อนี้ยืนยันได้จากผลการวิจัยเรื่องประธานชุมชนและงานวิจัยพระพยอม ซึ่งคณะวิจัยพบว่า เมื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของสื่อบุคคล เช่น ประธานชุมชน คณะวิจัยพบว่า มีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารถึง 9 กลยุทธ์ เช่น กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อบริหารจัดการ จัดการกับความขัดแย้ง สร้างความเป็นหนึ่งเดียวของชุมชน ไปจนกระทั่งถึงการสร้างความศรัทธา

ทัศนีย์และคณะ ก็พบเช่นเดียวกันในกรณีของสื่อบุคคล เช่น พระพยอม ซึ่งมีลักษณะการเลือกใช้กลยุทธ์ที่ยืดหยุ่นพลิกแพลงไปตามช่วงเวลา เช่น ในช่วงแรกที่เรียกว่า **ช่วงหอมดอกพยอม** (พ.ศ.2523-2525) ช่วงนี้ท่านจะวางเป้าหมายไว้ว่า ทำงานโดย ‘จะเอาคนก่อน’ โดยกำหนดผู้รับสารว่าเป็นเด็ก/วัยรุ่น/คนทั่วไปที่เป็นชนชั้นกลางถึงล่าง และการสื่อสารที่ท่านใช้ก็คือ “สื่อการเทศน์” ที่มีเนื้อหาเป็นหลักธรรมคำสอนต่าง ๆ

แต่ในช่วงที่ 2 หรือ **ช่วงน้อมจิตช่วยคนยาก** (พ.ศ.2530-2542) เมื่อท่านตระเวนไปเทศน์ตามที่ต่าง ๆ และพบว่า กลุ่มเป้าหมายนั้นยังมีปัญหาด้านเศรษฐกิจและชีวิตรุ่มเร้าอยู่รอบด้าน จนไม่มีจิตใจที่จะฟังหลักธรรมคำสอน พระพยอมจึงปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การสื่อสาร โดยเริ่มเปลี่ยนตั้งแต่เป้าหมายเป็นการสังเคราะห์เพื่อแก้ปัญหาสังคม ส่วนกลุ่มเป้าหมายก็เปลี่ยนเป็นผู้ด้อยโอกาส ผู้ตกทุกข์ได้ยาก การสื่อสารที่ใช้ก็กลายเป็น “สื่อกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ” “อันเป็นการนำเอาหลักธรรมไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันอย่างเป็นรูปธรรม โดยเน้นหลักธรรมเรื่องการพัฒนาตนเองด้วยการทำงานและการอยู่ร่วมกัน

ส่วนในช่วงที่ 3 (พ.ศ.2542-2545) นั้น เป็น **ช่วงขยายรากฐานการพัฒนา** ซึ่งเป็นงานที่ต่อยอดมาจากช่วงที่ 2 แต่ท่านพยอมต้องการให้ผลจากการพัฒนานั้นมีความยั่งยืน และได้เลือกกลุ่มผู้รับสารเฉพาะบุคคลที่อยู่ในมูลนิธิสวนแก้วให้สามารถพึ่งตนเองได้ ท่านจึงเลือก ‘สื่อกิจกรรม’ ที่มีลักษณะระยะยาวต่อเนื่องขึ้นมา คือ การทำสวนร่วมกัน เป็นต้น

(2) **สื่อบุคคลมีโอกาสที่จะใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบกระบวนทัศน์การแก้ปัญหาแบบทางเลือก** (alternative paradigm) และใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมได้สูงกว่าสื่อแบบอื่น ๆ งานวิจัยประธานชุมชนของอมรรัตน์และคณะพบว่า ในขณะที่แบบจำลองการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น แต่เดิมเคยเป็นแบบจำลองที่เน้นความทันสมัย และถือว่าผู้ส่งสาร (เช่น เจ้าหน้าที่รัฐ ผู้นำการพัฒนา) เท่านั้นที่มีลักษณะทันสมัย บุคคลเหล่านี้จะสร้างสารเรื่องการพัฒนาและเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับสารที่ว่างเปล่า

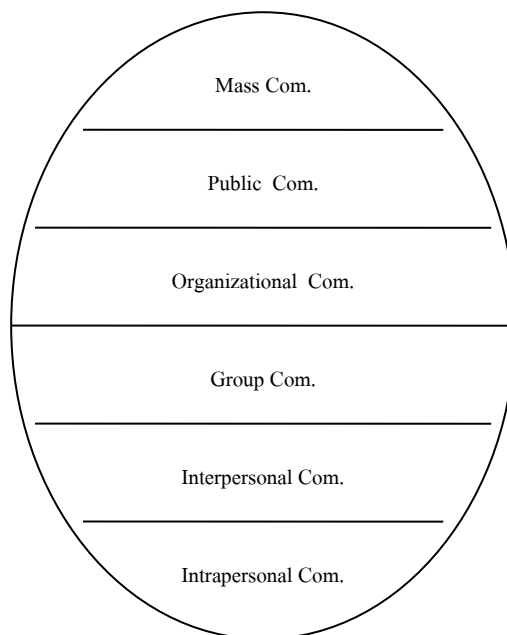
แต่ทว่า ในการศึกษาสื่อบุคคลอย่างประธานชุมชน ซึ่งเป็นตำแหน่งที่เข้ามาแทนที่ตำแหน่งผู้ใหญ่บ้านในเขตตัวเมืองเทศบาล และเป็นตำแหน่งที่เกิดมาจากแนวคิดการพัฒนาศูนย์ใหม่ ที่เรียกว่า **กระบวนทัศน์การพัฒนาแบบทางเลือก** ที่ต้องการให้ประชาชนมีการจัดตั้งรวมตัวกันเพื่อพัฒนาชุมชนของตนเอง จากแนวคิดการพัฒนาระบบทางเลือกดังกล่าว ทำให้การสื่อสารที่

นำมาใช้มีลักษณะสอดคล้องตามไปด้วย กล่าวคือ ถึงแม้ว่าประชานชุมชนนั้นจะยังคงใช้รูปแบบการสื่อสารแบบสั่งการอยู่บ้างในการระดมพลังการพัฒนา แต่ก็มีจำนวนน้อย ส่วนใหญ่แล้วรูปแบบการสื่อสารที่ใช้จะเป็นลักษณะการขอความร่วมมือ การปรึกษาหารือ หรือที่เรียกว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ลักษณะการไหลของข่าวสารมีแบบรอบทิศทาง ทั้งจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบน และการสื่อสารแนวนอน ซึ่งทำให้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาตอบโต้กัน (interactive) ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการตลอดเวลา ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนซึ่งเป็นสื่อแบบทางเดียวแล้วหรือแม้แต่สื่อเฉพาะกิจ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ วิดีทัศน์ ฯลฯ ก็มีโอกาสน้อยกว่าสื่อบุคคลที่จะได้ใช้แบบจำลองการสื่อสารแบบทางเลือกที่เป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

(3) เป็นสื่อที่พัฒนาได้อย่างมีศักยภาพ อมรรัตน์และคณะพบว่า สื่อบุคคลในตำแหน่งประชานชุมชนนั้น เป็นสื่อขนาดเล็ก แต่มากไปด้วยพลังการพัฒนา อย่างไรก็ตาม คำอธิบายก็อาจจะไม่ได้อยู่ที่ 'ตัวสื่อ' เท่านั้น หากแต่อยู่ที่ 'วิธีการใช้สื่อ' และ 'ศักยภาพของสื่อ'

และแม้ 'สื่อบุคคล' จะมีลักษณะร่วมกับสื่อประเภทอื่น ๆ คือ มีทั้งข้อเด่นและข้อจำกัด แต่สื่อบุคคลก็เป็นสื่อที่มีคุณลักษณะเฉพาะในความเป็น 'มนุษย์' ที่ไม่เหมือนสื่อประเภทอื่น ๆ ที่เป็นวัตถุสิ่งของที่ 'เสียแล้วซ่อมได้' หรือ 'ใช้แล้วไม่พอใจโยนทิ้งได้' แต่ข้อเหมือนที่สื่อบุคคลมีส่วนร่วมกับสื่อประเภทอื่น ๆ ก็คือ 'สามารถพัฒนาได้' และศักยภาพในฐานะมนุษย์ก็ทำให้สามารถพัฒนาได้อย่างแทบไม่รู้จบ

(4) เป็นสื่อที่มีการสื่อสารภายในจิตใจ ในการจัดแบ่งระดับของการสื่อสารนั้น จะเริ่มไล่ไปตามลำดับขั้นดังนี้



ภาพที่ 2 : ระดับของการสื่อสาร

สำหรับการสื่อสารแต่ละระดับนั้น บรรดาสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น สื่อเฉพาะกิจ (โปสเตอร์ แผ่นพับ) และสื่อมวลชน สามารถทำงานได้ทุกระดับ ยกเว้น การสื่อสารระดับภายในใจ (intrapersonal communication) ซึ่งทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นคน ๆ เดียวกัน ตัวอย่างรูปแบบ การสื่อสารนี้ก็เช่น การขบคิด การทบทวนไตร่ตรอง การทำสมาธิ การเขียนไดอารี่ การพูดกับตัวเอง การลงมือทำงานศิลปะ การเล่นเกมกีฬา ฯลฯ ซึ่งรูปแบบการสื่อสารระดับนี้ มีแต่ สื่อบุคคล เท่านั้นที่สามารถจะทำได้

ในกรณีที่สื่อบุคคลต้องดำรงตำแหน่งเป็นผู้นำชุมชน เป็นผู้ริเริ่มนำนวัตกรรมทางความคิด และการปฏิบัติมาสู่ชุมชน สถานภาพเช่นนี้ย่อมทำให้สื่อบุคคลเหล่านี้ต้องเผชิญหน้ากับความกดดันนานาประเภท เช่น พระพยอม เมื่อเริ่มการเทศน์แบบใหม่ที่ใช้ถ้อยคำหรือหยาบ ก็จะถูกโจมตีจากรอบทิศ ในท่ามกลางสภาวะเช่นนี้ สื่อบุคคลจะต้องมีระบบการสื่อสารกับตนเองอย่างดีเยี่ยม จึงจะสามารถประคองจิตใจไม่ให้ตก สามารถต้านทานแรงกดดันเสียตายนต่าง ๆ ไปได้

(5) สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีเจตนา/แรงจูงใจ ด้วยคุณสมบัติที่เป็น ‘มนุษย์’ คนหนึ่ง ทำให้ สื่อบุคคล แตกต่างไปจากกล้องถ่ายรูปตัวหนึ่ง กล่าวคือ ในการสื่อสารนั้น สื่อบุคคลจะไม่ทำหน้าที่เป็นเพียง ‘สะพานที่ไร้เจตจำนง’ เท่านั้น หากทว่า ใน สื่อบุคคล นั้น จะมีเจตนา/แรงจูงใจ (motive) ในการส่งสารอยู่เสมอ

ดังนั้น ในการนำเอา ‘กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคม’ (social marketing) ของพระพยอมมาใช้ในงานการสื่อสารเพื่อระดมทรัพยากรนั้น แม้ว่าพระพยอมจะใช้ท่าทีแบบการตลาดเพื่อขายสินค้า แต่ทว่าเจตนารมณ์ที่แท้จริงของท่านนั้น ต้องการจะ ‘ขายหลักธรรมะที่ว่าด้วยการรู้จักให้ การทาน การบริจาค’ และผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นนั้นก็จะเป็นไปเพื่อผู้อื่น มิใช่ตัวท่านเอง ที่อาจเรียกว่า เป็น ‘การตลาดเพื่อธรรมะ’ เป็นต้น

(6) สื่อบุคคลมีทั้งมิติที่เป็น ‘เรื่องส่วนตัว’ และ ‘เรื่องการทำงาน/ส่วนรวม’ เนื่องจากลักษณะที่เป็น ‘มนุษย์’ นี้เอง ทำให้สื่อบุคคลมีลักษณะพิเศษมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ คือ เป็นสื่อที่มีเรื่องส่วนตัว มีชีวิตครอบครัว และมีเรื่องชีวิตการทำงานควบคู่ไปพร้อม ๆ กัน โดยมีติเหล่านี้จะเข้ามาพัวพันเกี่ยวโยงอยู่กับเรื่องการสื่อสารอย่างแยกกันไม่ออกตลอดเวลา

ดังที่อมรรัตน์และคณะพบว่า ในการศึกษาสื่อบุคคลเช่นประธานชุมชน ซึ่งเป็นตำแหน่งผู้นำที่ไม่เป็นทางการ ไม่มีอำนาจตามกฎหมาย ไม่มีคำตอบแทนนั้น วิธีการทำงานของประธานชุมชนที่สำคัญที่สุดก็คือ ต้องใช้เครือข่ายการสื่อสาร และในบรรดาเครือข่ายทั้งหลายเหล่านั้น เครือข่ายที่ซึ่ขาดมากที่สุดก็คือ เครือข่ายในครอบครัว

เนื่องจากชุมชนที่ศึกษาคือชุมชนคลองเจริญ เป็นชุมชนกึ่งชนบทกึ่งเมืองแบบสมัยใหม่ ผู้คนเน้นหนักการทำมาหากิน ดังนั้น คนในชุมชนจึงให้ความร่วมมือเรื่องกิจสาธารณะได้อย่างจำกัด ประธานชุมชนจึงต้องใช้แรงงานของบุคคลในครอบครัวเป็นส่วนใหญ่ในการริเริ่มทำกิจกรรม

สาธารณะต่าง ๆ เช่น การจัดสถานที่ประชุม การจัดหาอาหารการกิน การรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน เช่น การทำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นตุ๊กตาเปลือกข้าวโพด ก็ต้องอาศัยลูกสาวที่ยังไม่ได้ประกอบอาชีพใด ๆ เป็นผู้ริเริ่ม เป็นต้น

บุคคลที่ประธานชุมชนทำการสื่อสารเรื่องราวของชุมชนด้วยมากที่สุดก็คือ ภรรยา ซึ่งมีตำแหน่งเป็นประธานกลุ่มสตรี ดังนั้น ภรรยาจึงทำหน้าที่เป็น ‘ช่องทางผ่านข่าวสารเข้า’ ที่เกี่ยวกับชุมชนอย่างมากที่สุด และในเวลาเดียวกัน ประธานชุมชนก็ใช้รูปแบบการสื่อสารแบบสองทางและมีทิศทางแน่นอน คือ รูปแบบการปรึกษาหารือ โดยจะพูดคุยทั้งปรึกษาหารือ หรือใช้ภรรยาเป็นช่องทางช่วยกระจายข่าวสารไปยังกลุ่มสตรีในชุมชน ภรรยาประธานชุมชนจึงมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการส่งเสริม สนับสนุน และช่วยงานของประธานชุมชนอย่างที่เราเรียกว่า ‘เคียงบ่าเคียงไหล่’ อันเป็นความสัมพันธ์แบบเกื้อกูลกัน

ผลการวิจัยที่ยกมานี้ แสดงให้เห็นว่า สำหรับสื่อบุคคลนั้น มิติของเนื้อหาในเรื่องส่วนตัวและส่วนรวม/การทำงานนั้น จะแยกจากกันไม่ออก โดยที่แต่ละมิติอาจจะทำหน้าที่เป็นปัจจัยทั้งเป็นอุปสรรค หรือเป็นปัจจัยสนับสนุน เช่น กรณีประธานชุมชนที่ยกมากล่าวถึง ส่วนในงานวิจัยเรื่องผู้นำหญิงระดับการปกครองท้องถิ่นของอ้อมทิพย์และคณะ ก็ยังสามารถพิสูจน์ให้เห็นได้อย่างชัดเจน เนื่องจากสำหรับสื่อบุคคลที่เป็นผู้หญิงแล้ว มิติเรื่องส่วนตัวและการทำงานก็ยิ่งจะขมวดเกลียวเป็นเนื้อเดียวกันเลย ผู้หญิงจึงจะดำรงตำแหน่งผู้ใหญ่บ้านหรือ อบต.หญิงไม่ได้เลย หากขาดการสนับสนุนหรือขาดการหนุนช่วยจากสามี พ่อแม่ และครอบครัว ในบางกรณีคณะวิจัยถึงกับพบว่าครอบครัวเป็นมูลเหตุสำคัญในการเข้าสู่ตำแหน่งการเมืองท้องถิ่นด้วยซ้ำไป เช่น เนื่องจากสามีไม่สามารถจะสมัครตำแหน่ง อบต./ผู้ใหญ่บ้านได้ จึงให้ภรรยาลงสมัครรับเลือกตั้งแทน เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ ในการขยายบทเรียนให้แก่ประธานชุมชนแห่งอื่น ๆ อมรรัตน์และคณะจึงให้ข้อเสนอแนะว่า สำหรับผู้ที่เข้ามาดำรงตำแหน่งประธานชุมชนนั้น ไม่ว่าจะเป็นผู้ชายหรือผู้หญิงก็ตาม คุณสมบัติประการหนึ่งที่ต้องอยู่ในดุลยพินิจก็คือ ต้องมีการสนับสนุนอย่างเต็มที่จากครอบครัว มิฉะนั้นการทำงานในตำแหน่งดังกล่าว จะไม่มีวันราบรื่นและสำเร็จไปได้เลย และในเวลาเดียวกัน จำเป็นต้องมีการจัดการสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจกับครอบครัวของประธานชุมชนอย่างเป็นระบบด้วย เพื่อพัฒนาขึ้นมาเป็น ‘หน่วยสนับสนุนทางสังคม’ (social support) แก่ประธานชุมชน

(7) **สื่อบุคคลมีลักษณะหลายใจหน้า/หลายสถานะ (multi-faceted media)** หากเรามีเครื่องรับโทรทัศน์อยู่เครื่องหนึ่ง เราก็จะมองเห็นได้โดยง่ายว่า เครื่องรับโทรทัศน์นั้นก็เป็น ‘สื่อประเภทเทเลทรอนิกส์’ ประเภทหนึ่ง มีเสียงและภาพ ฯลฯ ในทางตรงกันข้าม ถ้าเรามี ‘สื่อบุคคล’ อยู่ท่านหนึ่ง ไม่ว่าจะป็นพระพยอม ประธานชุมชนบ้านคลองเจริญ จ.อุดรธานี หรือ อบต.หญิงที่ ต.ริมดอย จ.เชียงใหม่ บรรดาสื่อบุคคลเหล่านี้ต่างก็มีหลากหลายใจหน้าและหลายสถานะอย่างยิ่ง

เริ่มตั้งแต่ในแง่**โฉมหน้าของการสื่อสาร** สื่อบุคคลเหล่านี้มีฐานะเป็นได้ทั้ง 'ผู้ส่งสาร' (sender) 'ช่องทาง/สื่อ' (channel) และเป็นได้ทั้ง 'ตัวเนื้อหาเอง' (message)

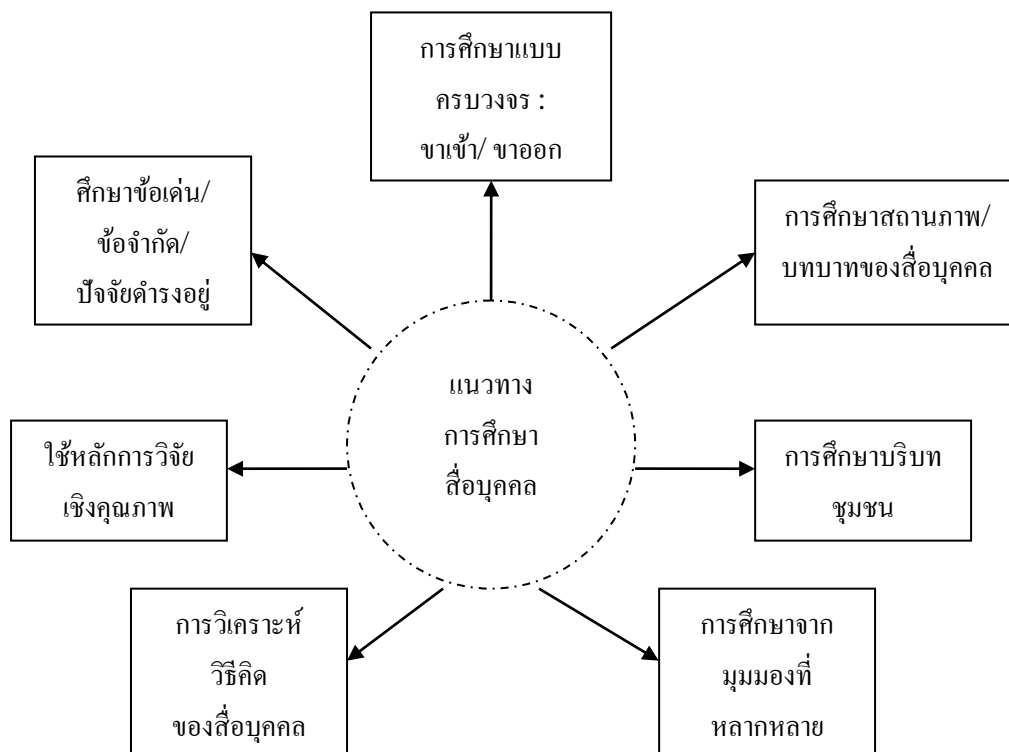
ใน**มิติทางสังคม** สื่อบุคคลเหล่านี้ต่างก็มีคุณลักษณะทางสังคมติดมาด้วย เช่น เป็นพระภิกษุหรือเป็นบุคคลธรรมดา เป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย เป็นผู้มีการศึกษาระดับใด เป็นลูกเต้าเหล่าใคร มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารหรือสมาชิกธรรมดา มีความอาวุโสมากน้อยแค่ไหน เป็นต้น

ใน**มิติทางประวัติศาสตร์** สื่อบุคคลนั้นทำงานอยู่คู่กับชุมชน/สาธารณะมาไม่น้อย เพียงใดแล้ว มิตินี้เป็นที่มาของแนวคิดเรื่อง 'ความน่าไว้วางใจ' อันเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของสื่อบุคคล

ด้วยเหตุที่สื่อบุคคลมีหลากหลายโฉมหน้า/หลายลักษณะดังกล่าวนี้ ในลำดับต่อไป ในการศึกษาสื่อบุคคลจึงต้องคำนึงถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะ/มิติต่าง ๆ ของสื่อบุคคลอยู่เสมอ

5. แนวทางการศึกษาสื่อบุคคล

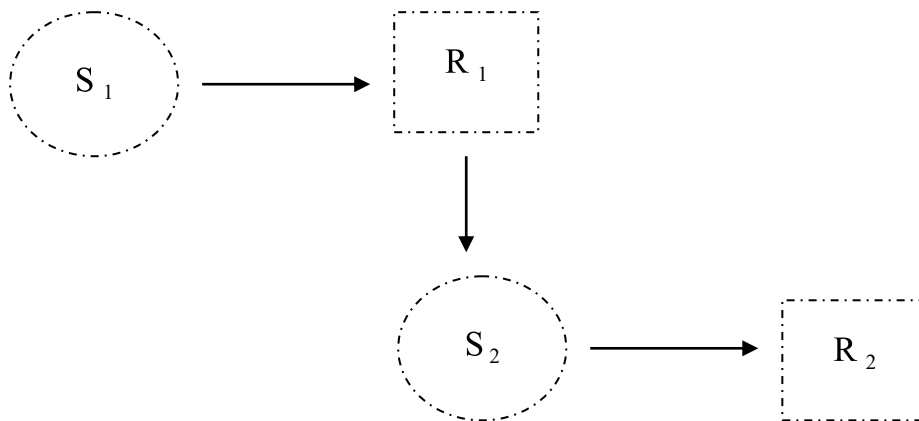
เมื่อเปรียบเทียบกับแนวทางการศึกษาสื่อบุคคลที่เคยมีมาแล้ว ในงานวิจัย 3 ชิ้นในชุดโครงการนี้ จะมีวิธีการศึกษาสื่อบุคคล ทั้งที่ลักษณะร่วมกับวิธีการเดิมที่เคยมีมา และมีส่วนเพิ่มเติมวิธีการศึกษาแบบใหม่ ๆ ดังนี้



ภาพที่ 3 : แนวทางการศึกษาสื่อบุคคล

(1) การศึกษาแบบครบวงจร : ขาเข้าและขาออก

ประวัติศาสตร์ความสนใจเรื่องสื่อบุคคลในแวดวงนิเทศศาสตร์นั้น เริ่มต้นจากงานของ P. Lazarsfeld ที่สนใจสื่อบุคคลในแบบจำลองการไหลสองจังหวะของข่าวสาร ซึ่งสื่อบุคคลจะทำหน้าที่เป็น 'ผู้นำทางความคิด' (opinion leader)



ภาพที่ 4 : แบบจำลองการไหล 2 จังหวะของข่าวสาร

ตัวอย่างเช่น เมื่อสื่อมวลชน เช่น โททท์ศน์ วิฑู (S₁) ได้ถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้ใหญ่บ้าน/กำนันในชนบท (R₁) หลังจากที่ยกานัน/ผู้ใหญ่บ้านกลับไปหมู่บ้าน ก็จะเปลี่ยนฐานะเป็นผู้ส่งสารระดับที่ 2 (S₂) ถ่ายทอดข่าวสารที่ได้รับมาไปยังชาวบ้าน (R₂) สถานะของสื่อบุคคล เช่น กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน ในแบบจำลองนี้ คือ **ผู้นำทางความคิด**

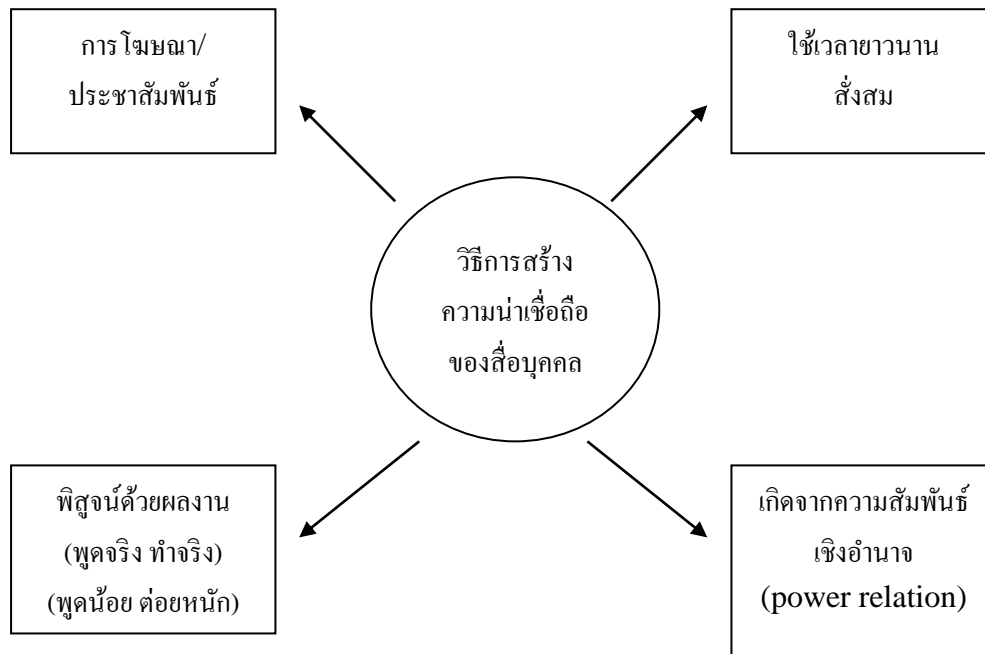
เป็นที่น่าสังเกตว่า จากแบบจำลองนี้ สื่อบุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิดนั้น จะมีบทบาทสำคัญที่สุดในการชี้ขาดเรื่องการสื่อสารตามหลักการของกระบวนการสื่อสารที่ว่า **ผู้ส่งสารคนสุดท้ายที่อยู่ติดกับผู้รับสารคือผู้ที่ยึดกุมเนื้อหาและความหมายทั้งหมด**

แต่อย่างไรก็ตาม ในงานศึกษายุคแรกๆของสื่อบุคคลนั้น ก็มักจะสนใจอยู่ที่ 'การสื่อสารขาออก' (output communication) กล่าวคือ จะสนใจแต่ว่าสื่อบุคคลนั้นจะมีวิธีการถ่ายทอดข่าวสารอย่างไร จะมีกลยุทธ์ในการโน้มน้าวอย่างไร โดยยังไม่ได้ให้ความสนใจกับ 'การสื่อสารขาเข้า' (input communication) อันได้แก่ การตอบคำถามว่า สื่อบุคคลนั้นมีวิธีการเปิดรับข่าวสารอย่างไร มีกระบวนการคิดในการตีความข่าวสารอย่างไร

ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วตอนข้างต้นว่า โดยส่วนใหญ่แล้ว การตอบคำถามเรื่องการสื่อสารขาออกของสื่อบุคคลนั้น ก็มักจะได้อำตอบโดยการวัดตัวแปร/เกณฑ์ที่คาดว่า จะเป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของสื่อบุคคล คือ **ตัวลักษณะของสื่อบุคคล** (ที่สร้างผลกระทบในเชิงความสัมพันธ์กับผู้รับสาร) เกณฑ์ที่นิยมวัดมากที่สุดก็คือ

(ก) ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร/สื่อบุคคล (credibility) คุณสมบัติข้อนี้ได้มาจาก ความรู้/ความสามารถ/และความเชี่ยวชาญของสื่อบุคคล เช่น ชาวบ้านจะรับรู้ว่าจะเกิดมีปัญหาระงการไข้/ยาฆ่าแมลง/โรคพืช จะต้องไปหาเกษตรตำบล/เกษตรอำเภอ เพราะเป็นผู้ที่มีความรู้/ความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าว

สำหรับในมิติเรื่องความน่าเชื่อถือของสื่อบุคคลนี้ ในงานวิจัยครั้งนี้มีข้อค้นพบที่น่าสนใจว่า เส้นทางสำหรับการสร้างความน่าเชื่อถือนั้น มีได้หลายเส้นทาง ดังแสดงในภาพที่ 5



ภาพที่ 5 : วิธีการสร้างความน่าเชื่อถือของสื่อบุคคล

ในกรณีของสื่อบุคคลที่เป็นผู้นำอยู่ในชนบทนั้น เส้นทางที่ใช้สร้าง 'ความน่าเชื่อถือ' มักจะมากจากการพิสูจน์ด้วยผลงาน (เช่น ประธานชุมชนไม่ใช่คนพูดเก่งเลย แต่พูดจริงทำจริง) หรือมาจากการใช้เวลาสั่งสมยาวนาน (เช่น กรณีของพระพยอมที่ทำงานมานานนับปีสิบกว่าปี) เป็นต้น

(ข) ความน่าไว้วางใจของสื่อบุคคล (trustworthiness) คุณสมบัติข้อนี้เกิดมาจากลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างสื่อบุคคลกับผู้รับสาร โดยที่ผู้รับสารจะมีประสบการณ์อันยาวนานมาว่า สื่อบุคคลนั้นเป็นผู้ที่มีเจตนาดีต่อตน เป็นผู้พร้อมให้ความช่วยเหลือ เป็นผู้มีความซื่อสัตย์เสียสละเพื่อส่วนรวม ฯลฯ เช่น บรรดาผู้นำตามธรรมชาติของชุมชน ปราชญ์พื้นบ้าน ศิลปินพื้นบ้าน พระภิกษุ หมอพื้นบ้าน ฯลฯ

(ค) ความเป็นผู้ทันสมัย (modern man) เมื่อครั้งที่แบบจำลองเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาตั้งอยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาว่า เป็นกระบวนการทำให้สังคมทันสมัย (modernized society) ในขั้นตอนของการลงมือปฏิบัติ ก็ต้องมองหาส่วนเสี้ยวที่ 'ทันสมัยที่สุด' เพื่อจะได้ถ่ายทอดความทันสมัยนั้นให้ไหลลงไปสู่ส่วนอื่น ๆ ของชุมชน/สังคม ในแง่นี้ การวัดคุณลักษณะของ 'สื่อบุคคล'

จึงใช้เกณฑ์ 'ความทันสมัย' มาเป็นตัวแปรวัดประสิทธิภาพของสื่อบุคคล องค์ประกอบของความ เป็นคนที่ทันสมัยก็ถูกนำมาใช้วัด เช่น ลักษณะการติดต่อกับโลกภายนอก (cosmopolitan) การ เป็นบุคคลที่กว้างขวางเป็นที่รู้จัก (sociable) การเป็นผู้ที่รู้จักปรับตัว ฯลฯ

(ง) ทักษะทางการสื่อสาร (communication skill) เป็นคุณสมบัติอีกประการหนึ่งของ สื่อบุคคลที่มักจะถูกนำมาใช้วัด ตัวอย่างเช่น งานชุดที่ศึกษาสื่อบุคคลที่เป็นพระสงฆ์นักพัฒนา ซึ่ง ให้ข้อสรุปตรงกันว่า คุณสมบัติ 3 ประการที่ทำให้พระสงฆ์เป็นสื่อบุคคลเพื่อการพัฒนาได้ก็คือ มีความน่าไว้วางใจ มีความน่าเชื่อถือ และทำสุดคือ มีทักษะในการสื่อสาร (ดู กาญจนนา, สื่อเพื่อ ชุมชน, 2543)

สำหรับในชุดโครงการนี้ ในการศึกษาสื่อบุคคลนั้น คณะวิจัยจะใช้วิธีการศึกษาที่ค่อนข้าง ครอบคลุม กล่าวคือ แทนที่จะศึกษาแต่การสื่อสารขาออก เช่น ศึกษาทักษะและกลยุทธ์การ สื่อสารของสื่อบุคคล ทั้งเพื่อการโน้มน้าว การจัดการกับความขัดแย้ง การให้คำปรึกษาหารือ ฯลฯ งานวิจัยทั้ง 3 ชิ้น ก็ยังสนใจกับการศึกษาการสื่อสารขาเข้าด้วย เช่น จะสนใจตั้งแต่วิธีการเปิดรับ สาร การจัดการกับเนื้อหาข่าวสาร การสื่อสารภายในตนเอง และอาจจะย้อนถอยไปดูตั้งแต่การก่อ รูปของแบบแผนวิธีคิดเรื่องการสื่อสาร

การศึกษาอย่างครอบคลุม โดยเฉพาะการเน้นเรื่อง 'การสื่อสารขาเข้า' นั้น มีนัยสำคัญต่อ แนวคิดแบบ 'ดาบสองคม' หรือ 'ระบบคู่ขนาน' ของเรื่องการสื่อสารกับการพัฒนา กล่าวคือ หาก เราคิดถึงแต่เรื่องการสื่อสารขาออกของสื่อบุคคล ความสนใจของเราก็จะเป็นแต่เรื่อง 'การนำเอา สื่อบุคคลมาใช้เพื่อการพัฒนาชุมชน' แต่หากเราละเลยการศึกษาการสื่อสารขาเข้า ก็เท่ากับเรา มองข้ามผ่านเลยคำถามที่ว่า 'แล้วเราจะพัฒนาตัวสื่อบุคคลได้อย่างไร'

ดังที่ได้เกริ่นมาแล้วข้างต้นว่า บรรดาสื่อเล็ก ๆ เช่น สื่อบุคคลหรือสื่อพื้นบ้าน เป็นสื่อที่ต้อง ใช้เท่าที่ 'ทั้งใช้ทั้งพัฒนา' เช่นเดียวกับการใช้ป่า เพราะมิฉะนั้น สื่อเล็ก ๆ เหล่านี้ก็จะเกิดข้อจำกัด เมื่อนำมาใช้อย่างเดียว ใช้อย่างมาก ๆ และใช้อย่างปราศจากความเข้าใจ โดยไม่มีการพัฒนา และ ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วข้างต้นว่า ในฐานะที่เป็นมนุษย์ สื่อบุคคลเหล่านี้จึงมีโอกาที่จะพัฒนา ศักยภาพไปได้อย่างแทบจะไม่สิ้นสุด หากได้มีเงื่อนไขและปัจจัยเอื้ออำนวย

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่องผู้นำท้องถิ่นสตรีของอ้อมทิพย์และคณะ ที่ได้ศึกษาการสื่อสาร ทั้งขาเข้าและขาออกของกลุ่มผู้นำท้องถิ่นสตรีโดยวัดมิติต่าง ๆ ดังนี้คือ

- ปริมาณข้อมูลขาเข้าและขาออก
- การจัดการข่าวสาร (มีแหล่งข้อมูล/ตรวจสอบ/ย่อย)
- การเป็นแหล่งข่าวสารให้แก่ชุมชน (ซึ่งหมายความว่า มีสถานภาพและเป็นที่ยอมรับ ของชุมชน)
- ทิศทางการสื่อสาร (แบบแนวตั้งและแนวนอน)

- พื้นที่การสื่อสาร (หมายถึง ปริมาณทล/พื้นที่ที่ได้ไปสื่อสารทั้งขาเข้าและขาออก)
- การนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้นำหญิง 3 ใน 7 คนที่ศึกษา มีศักยภาพการสื่อสารมาก กล่าวคือ มีการจัดการข่าวสาร ทั้งการแสวงหาข้อมูล การตรวจสอบข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ โดยไม่รอรับข้อมูลจากช่องทางปกติ (เช่น การประชุมสภาตำบล) มีการวิเคราะห์ข้อมูลที่รับและนำมาประยุกต์ใช้ในการทำตามที่เหมาะสมสอดคล้องกับหมู่บ้านตนเอง ส่วนอีก 4 คนที่เหลือ มีศักยภาพการสื่อสารน้อย เช่น มีปริมาณการสื่อสารขาเข้ามากแต่การสื่อสารขาออกน้อย หลายคนมีน้อยทั้งขาเข้าและขาออก ทิศทางข่าวสารมีลักษณะทางเดียว และยังไม่สามารถเป็นแหล่งข่าวสารที่น่าเชื่อถือของชุมชนได้

จากผลการวิจัยที่ใช้วิธีการศึกษาแบบครบวงจรดังกล่าว ช่วยให้คณะวิจัยสามารถให้ข้อเสนอแนะหรือวางแผนกิจกรรมเพื่อเสริมศักยภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ถือว่า เป็นผู้ด้อยโอกาสทางการสื่อสารได้สอดคล้องกับปัญหาที่เป็นจริง เช่น คณะวิจัยเสนอให้มีการเพิ่มเติมศักยภาพการสื่อสารทั้งขาเข้าและขาออกของกลุ่มผู้นำสตรี เช่น พัฒนากลไกการสื่อสารแบบใหม่ที่เรียกว่า 'เวทีหมูนเวียน' โดยให้ผู้นำท้องถิ่นหญิงมีการจัดประชุมแลกเปลี่ยนกัน โดยหมูนเวียนไปในแต่ละหมู่บ้าน เพื่อให้เกิดการถ่ายโอนความรู้/ความสามารถ/บทเรียนและประสบการณ์ทางการสื่อสารภายในกลุ่มผู้นำท้องถิ่นหญิงนั่นเอง

ส่วนงานวิจัยสี่บุคคลที่มีความสามารถทางการสื่อสารสูง เช่น ประธานชุมชนนั้น อมรรัตน์และคณะพบว่า สี่บุคคลมีระบบการสื่อสารขาเข้าที่เรียกว่า การแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง โดยมีการสื่อสารขาเข้าถึง 4 ช่องทาง



ภาพที่ 6 : การสื่อสารขาเข้าของประธานชุมชน

(2) การศึกษาสถานภาพและบทบาทของสื่อบุคคล

ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วข้างต้นว่า สื่อบุคคลนั้นมีลักษณะพิเศษกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ กล่าวคือ มีสถานภาพและบทบาทหน้าที่ที่ติดมากับตัวสื่อด้วย และสถานภาพ/บทบาทหน้าที่เหล่านี้ จะเข้ามามีส่วนอย่างมากในการกำหนดรูปแบบการสื่อสาร รวมทั้งประสิทธิภาพของการสื่อสาร

อมรรัตน์และคณะกล่าวว่า งานวิจัยเรื่องสื่อบุคคล/ผู้นำชุมชนเท่าที่ผ่านมานั้น มักจะศึกษา บทบาทหน้าที่ของผู้นำชุมชนในด้านการปกครองและด้านสังคมเป็นส่วนใหญ่ แต่บทบาทที่ยังขาดหายไป โดยเฉพาะในสังคมยุคใหม่นี้ คือ บทบาทด้านการสื่อสาร

ตัวอย่างเช่น ตำแหน่งของประธานชุมชน ซึ่งเป็นตำแหน่งผู้นำแบบไม่เป็นทางการ กล่าวคือ ไม่ได้เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ ไม่มีอำนาจทางกฎหมายที่จะเรียกประชุม หรือใช้อำนาจทางกฎหมายมาบริหาร/ปกครอง ดังนั้น อำนาจประการเดียวที่ประธานชุมชนยังคงมีอยู่ก็คือ อำนาจจากการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับบุคคลกรด้านศาสนา เช่น พระพยอม ซึ่งเป็นผู้นำตามธรรมชาติ และไม่มีอำนาจอื่น ๆ จะใช้บีบบังคับผู้คนให้มาร่วมมือ/สละทรัพย์ากร/หรืออื่น ๆ จึงต้องพึ่งพาความสามารถในการสื่อสารแต่เพียงอย่างเดียว ดังนั้น ในการศึกษากลุ่มสื่อบุคคลเหล่านี้จึงจำเป็นต้องศึกษาบทบาทหน้าที่เพิ่มเติม คือ บทบาทด้านการสื่อสาร

ข้อค้นพบประการแรกของงานวิจัยทั้ง 3 ชิ้น ก็คือ บทบาทของสื่อบุคคลนั้นมีอย่างหลากหลาย เช่น บรรดาผู้นำท้องถิ่นหญิงนั้น มักจะมีภูมิหลังด้านการทำงานเพื่อชุมชนอย่างอื่น ๆ มาก่อน เช่น เป็นประธานกลุ่มแม่บ้าน เป็น ผสส./อสม./เป็นประธานกลุ่มออมทรัพย์ ฯลฯ เช่นเดียวกับที่ทัศนีย์และคณะพบว่า พระพยอมต้องเล่นบทบาทเป็นตัวละครหลายตัวมาก เช่น เป็นนักพูดที่เชี่ยวชาญ เป็นพระสงฆ์จอมโปรเจกต์ (ทำโครงการมากมาย) เป็นนักประชาสัมพันธ์ เป็นนักบวช เป็นนักสังคมสงเคราะห์ (ที่มีผู้ล้อเลียนว่า ‘กรมพยอมสงเคราะห์’) เป็นผู้ปกป้องพุทธศาสนา เป็นพระขวัญใจวัยรุ่น เป็นต้น

ในงานวิจัยของอมรรัตน์และคณะพบว่า ประธานชุมชนนั้นมีบทบาทใหญ่ ๆ อยู่ 3 ด้าน คือ

- บทบาทด้านการเมืองการปกครอง ซึ่งประกอบด้วยบทบาทย่อย ๆ คือ บทบาทผู้นำการบริหารจัดการ บทบาทผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย บทบาทผู้รับผิดชอบกิจกรรมสาธารณะของชุมชน ผู้นำในฐานะพ่อของชุมชน และผู้นำในฐานะฐานเสียงของนักการเมืองท้องถิ่น
- บทบาทด้านสังคม เป็นบทบาทที่ต้องใช้ความสามารถเฉพาะด้านเป็นหลัก และเป็นบทบาทที่ดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์ทางจิตใจและความเป็นหนึ่งเดียวของชุมชน อันประกอบไปด้วยบทบาทย่อย ๆ อีก 5 บทบาท ได้แก่ บทบาทของผู้ชำนาญการ (รู้เรื่องของสังคมชุมชน) บทบาทของการเป็นบุคคลตัวอย่าง (role model เช่น ด้านการ

เสียสละ) บทบาทในการเป็นผู้ให้บริการชุมชน บทบาทในการเป็นพ่อพระเพื่อส่วนรวม บทบาทในการเป็นผู้ประสานวัฒนธรรมกลุ่มย่อยในชุมชน

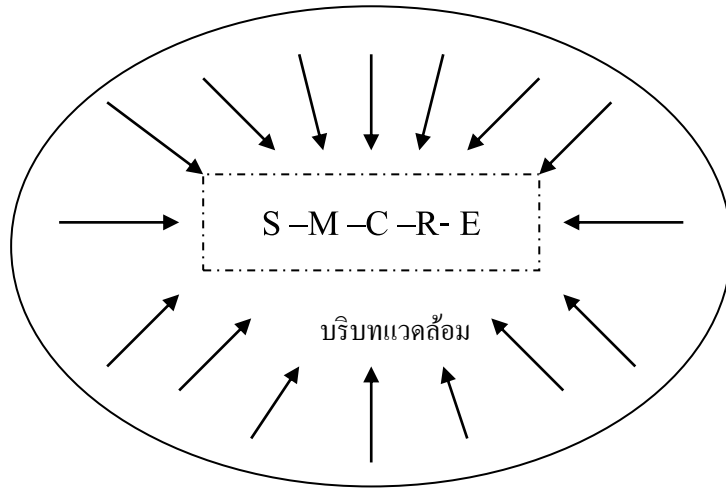
- บทบาทด้านการสื่อสาร เป็นบทบาทที่เพิ่มเติมเข้ามาเมื่อเป็นงานศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ และในเวลาเดียวกันก็เพิ่มเติมจากงานวิจัยด้านการสื่อสารแบบเดิม ๆ ที่มักมองสื่อบุคคลเป็นเพียงผู้นำพาและถ่ายทอดข่าวสาร การบริการข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์จากรัฐ และการให้ความรู้แก่เพื่อนบ้านโดยรับถ่ายทอดความรู้มาจากรัฐ อันเป็นแนวคิดที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า เป็นแนวคิดที่อยู่ภายใต้กรอบการพัฒนาแบบกระบวนทัศน์ความทันสมัย (modernistic development paradigm) และแบบจำลองการสื่อสารเชิงถ่ายทอด (transmission model) ตัวอย่างที่ได้ยกมา กล่าวถึงข้างต้นก็คือ แบบจำลองการไหลของข่าวสารแบบสองจังหวะ และการเป็นผู้นำทางความคิดของสื่อบุคคล

แต่ในงานวิจัยของอมรรัตน์และคณะนั้น ได้ใช้แบบจำลองการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่แตกต่างออกไป คือ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบทางเลือก และแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (ritualistic model) ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน (shared understanding) และเป็นการสื่อสารสองทาง คณะวิจัยได้พบว่า รูปแบบการสื่อสารของสื่อบุคคลในตำแหน่งประธานชุมชนนั้น จะมีบทบาทการสื่อสารที่แตกต่างไปจากแบบจำลองเดิมที่ใช้ โดยพบบทบาทด้านการสื่อสาร 5 บทบาท ดังนี้

- บทบาทของผู้ประสานงานระหว่างเทศบาลและชุมชน
- บทบาทในการเป็นผู้ตัดสินประนีประนอม
- บทบาทในการเป็นครูผู้สอนเพื่อให้ความรู้
- บทบาทในการเป็นผู้ให้คำปรึกษาแบบ one-stop service คือให้บริการปรึกษาทุกเรื่องอยู่ที่จุดเดียว
- บทบาทในการเป็นตัวแทนชุมชนในการติดต่อกับบุคคลภายนอก
(จะดูรายละเอียดเหล่านี้ต่อไป)

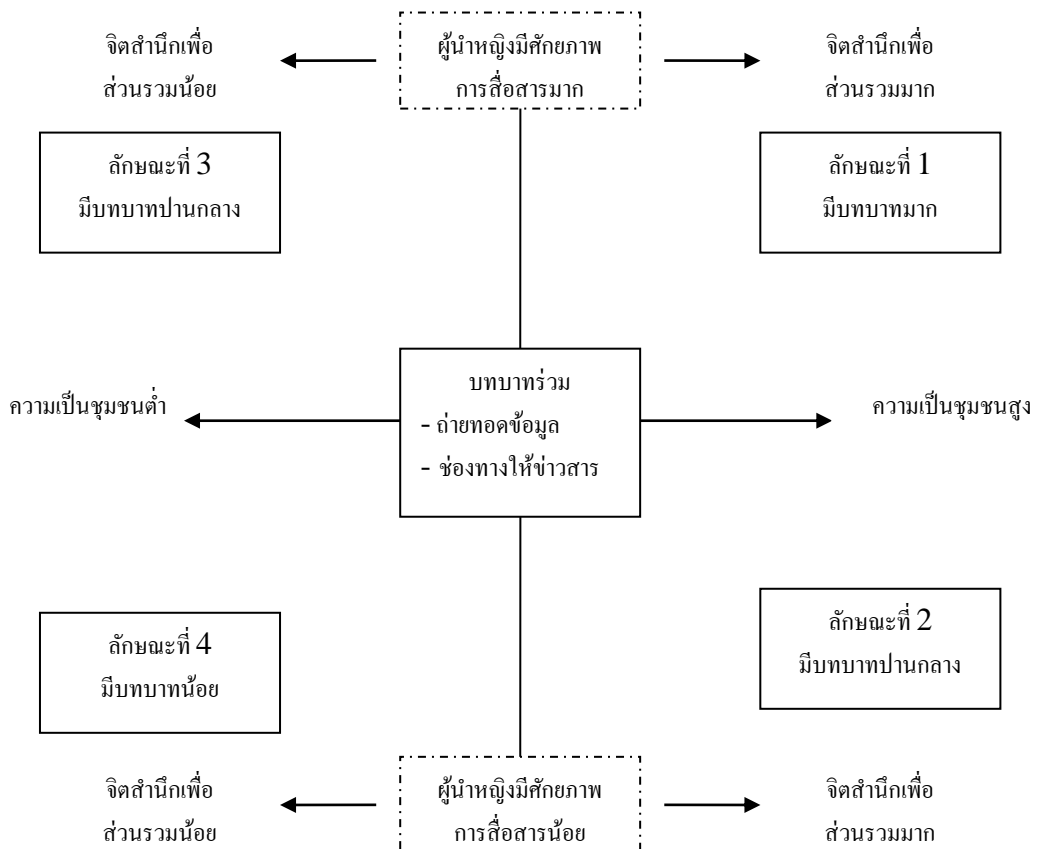
(3) การศึกษาบริบทของชุมชน

งานศึกษาแบบจำลองด้านการสื่อสารมักมีจุดร่วมประการหนึ่ง คือ ดูกระบวนการสื่อสาร (S-M-C-R-E) แบบไร้บริบท (contextless) หรือมิได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการสื่อสารกับบริบทแวดล้อม หากแต่ในสภาพความเป็นจริงแล้ว การสื่อสารนั้นจะต้องเกิดขึ้นภายใต้บริบทใดบริบทหนึ่งเสมอ (contextual) และความสัมพันธ์ระหว่าง 'กระบวนการสื่อสาร' กับ 'บริบทแวดล้อม' ก็จะมีลักษณะซึ่งกันและกัน กล่าวคือ บริบทแวดล้อมจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบการสื่อสาร และในทางกลับกัน การสื่อสารก็จะย้อนกลับไปเปลี่ยนแปลงบริบท



ภาพที่ 7 : บริบทแวดล้อมกระบวนการสื่อสาร

งานวิจัยทั้ง 3 ชิ้นเรื่องสื่อบุคคลนี้ ได้จัดวางบริบทของชุมชน/สังคมที่สื่อบุคคลดำเนินการสื่อสารอยู่ และได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ปัจจัยเอาไว้อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น อ้อมทิพย์ และคณะ ได้บทสรุปจากงานวิจัยว่า เงื่อนไขปัจจัยที่จะทำให้ผู้นำท้องถิ่นสตรีจาก 7 หมู่บ้าน ได้ใช้บทบาทจากการสื่อสารมากขึ้นน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับตัวแปรตัวหนึ่งคือ บริบทของมิติ 'ความเป็นชุมชน' ของหมู่บ้านที่ศึกษา (นอกเหนือจากตัวแปรด้านตัวผู้นำ) ดังแสดงในภาพที่ 8



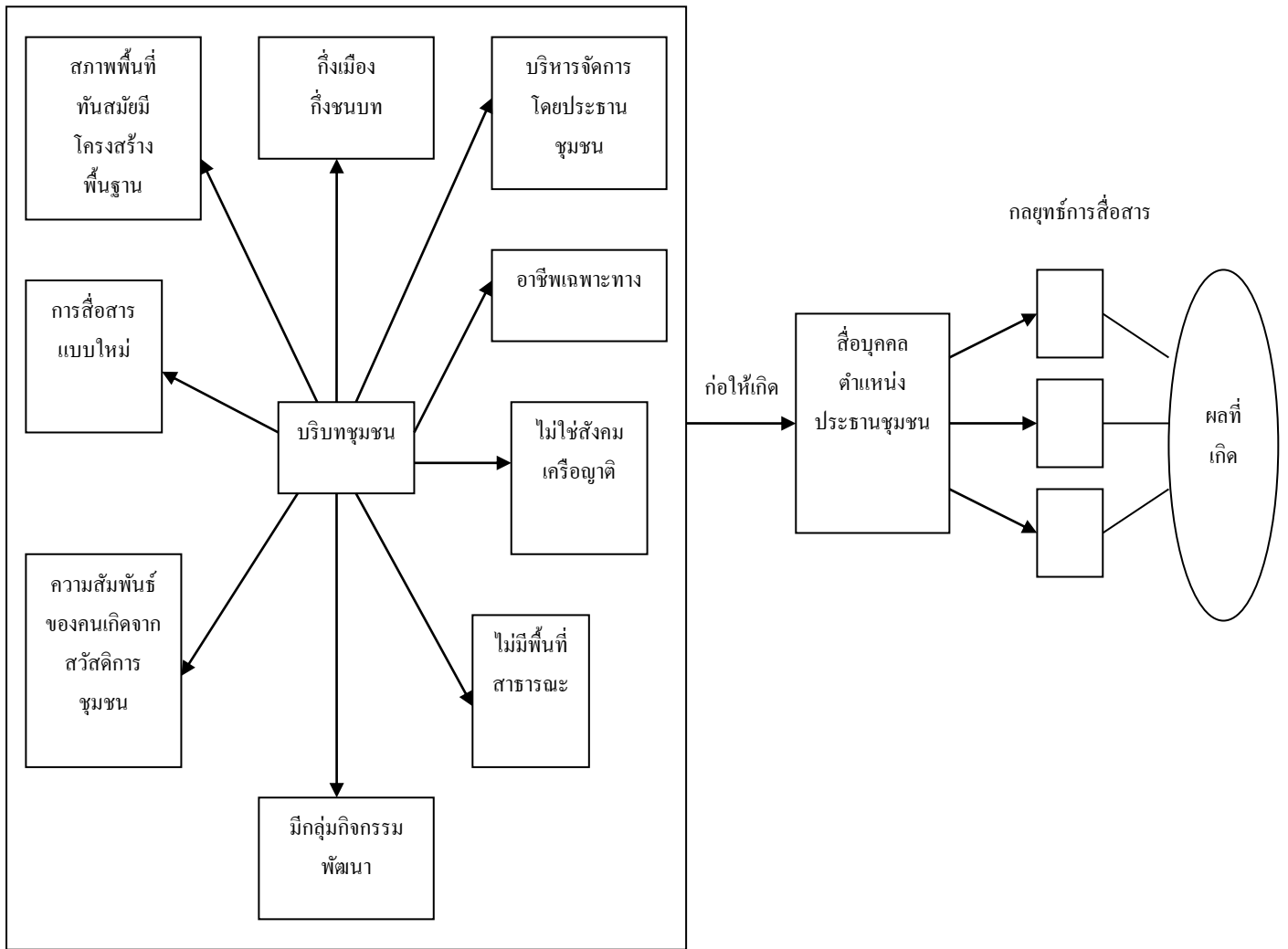
ภาพที่ 8 : บริบทชุมชนกับบทบาทของข่าวสารต่อผู้นำท้องถิ่นสตรี

เช่นเดียวกับงานวิจัยประธานชุมชนของอมรรัตน์และคณะซึ่งเป็นตำแหน่งที่เกิดขึ้นเมื่อชุมชนชนบทที่ได้เปลี่ยนมาเป็นเมือง ดังนั้น ชุมชนคลองเจริญจึงมีสถานะเป็น 'ชุมชนกึ่งชนบทกึ่งเมือง' รูปแบบการทำงานและการสื่อสารจึงต้องสอดคล้องกับลักษณะบริบทของชุมชนดังกล่าว เช่น คุณสมบัติของประธานชุมชนต้องเป็นลูกผสมแบบกึ่งชนบทกึ่งเมือง กล่าวคือ ต้องมีความเสียสละ/เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม อันเป็นลักษณะแบบชุมชนชนบท หากทว่า จะต้องมีความสามารถด้านการสื่อสารแบบลายลักษณ์อักษรหรือการจัดระบบข้อมูล/การวางแผนการทำงานแบบลักษณะสมัยใหม่แบบเมือง

และในบริบทของชุมชนคลองเจริญ ซึ่งเป็นชุมชนสมัยใหม่จริง ๆ ที่ไม่มีสถาบันดั้งเดิมที่จะทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะในการสร้างชีวิตรวมหมู่ของชุมชน เช่น ไม่มีสถาบันวัด ไม่มีโรงเรียน ไม่มีที่ประชุมหมู่บ้าน (ศาลากลางบ้าน) ไม่มีสนามเด็กเล่น ฯลฯ ในกรณีนี้ ประธานชุมชนจึงต้อง 'ประกอบสร้าง' (construct) พื้นที่สาธารณะขึ้นมา โดยการ 'เปิดบ้าน' ให้ทำหน้าที่เป็น ช่องทางของพื้นที่สาธารณะทุกอย่าง เช่น ใช้บ้านเป็นสถานที่จัดประชุม จัดกิจกรรมสาธารณะ เช่น จัดงานวันผู้สูงอายุ ฯลฯ

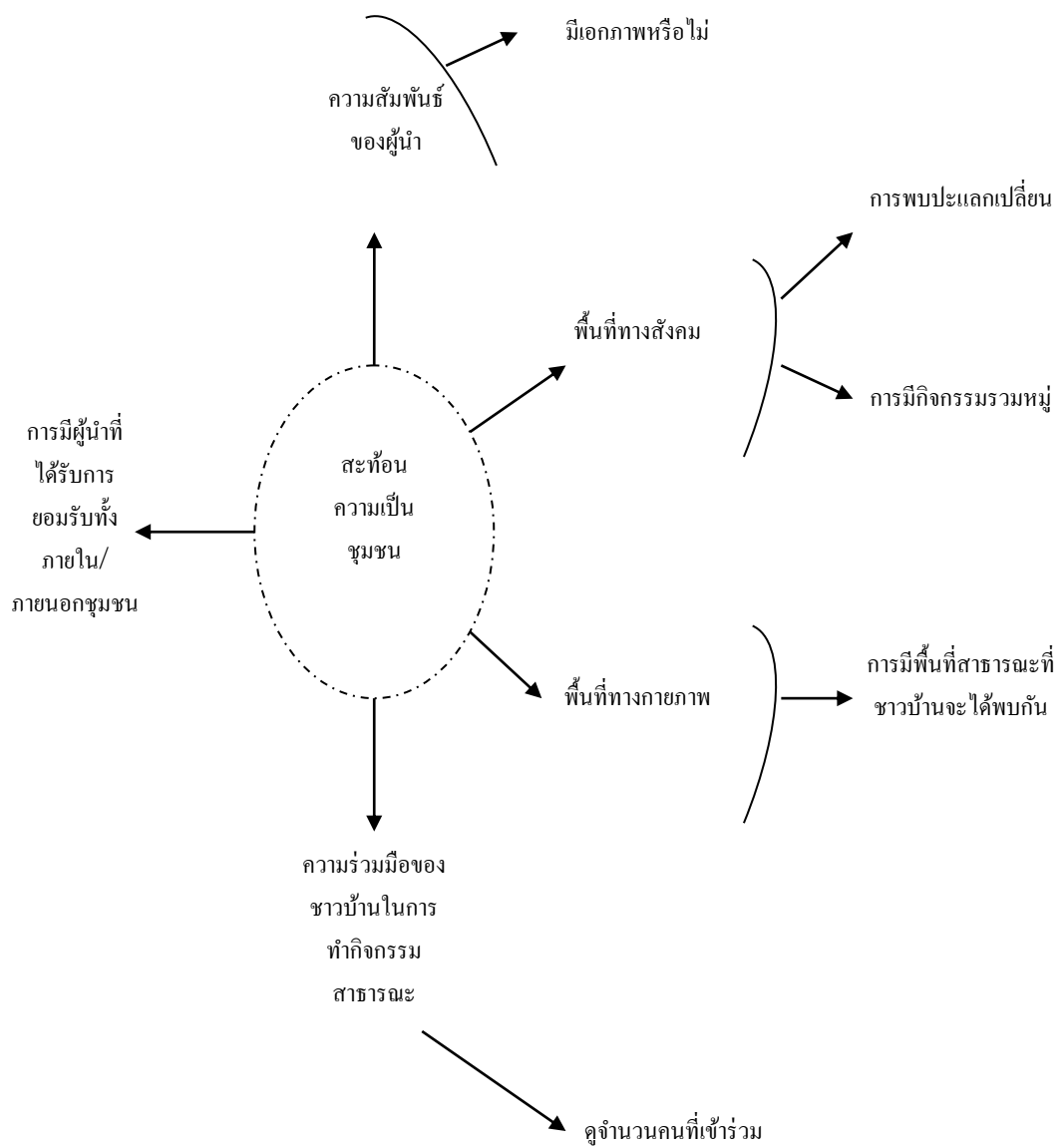
ในกรณีของพระพยอมก็เช่นกัน พระพยอมเป็นพระภิกษุที่ทำงานอยู่ในเขตชุมชนเมืองกรุงเทพฯ ที่ศาสนาไม่ใช่ศูนย์กลางทางสังคมอีกต่อไปแล้ว และกลับมีคู่แข่งที่เข้ามาเบียดขับอย่างสำคัญคือ สื่อมวลชน กลุ่มบุคคลที่หลุดออกจากวงโคจรของศาสนาออกไปมากที่สุดคือ กลุ่มเด็กและเยาวชน ด้วยบริบทชุมชนดังกล่าวนี้ พระพยอมจึงต้องวางกลยุทธ์การสื่อสารด้วยการประสานกับสื่อมวลชนทุกประเภท ต้องปรับวิธีการนำเสนอให้สนุกสนานเพื่อให้ 'โดนใจ' วัยรุ่น เป็นต้น

สำหรับวิธีการวัด 'บริบทชุมชน' นั้น มีได้หลายวิธี เช่น อมรรัตน์และคณะวัดบริบทชุมชนในมิติต่าง ๆ ดังนี้



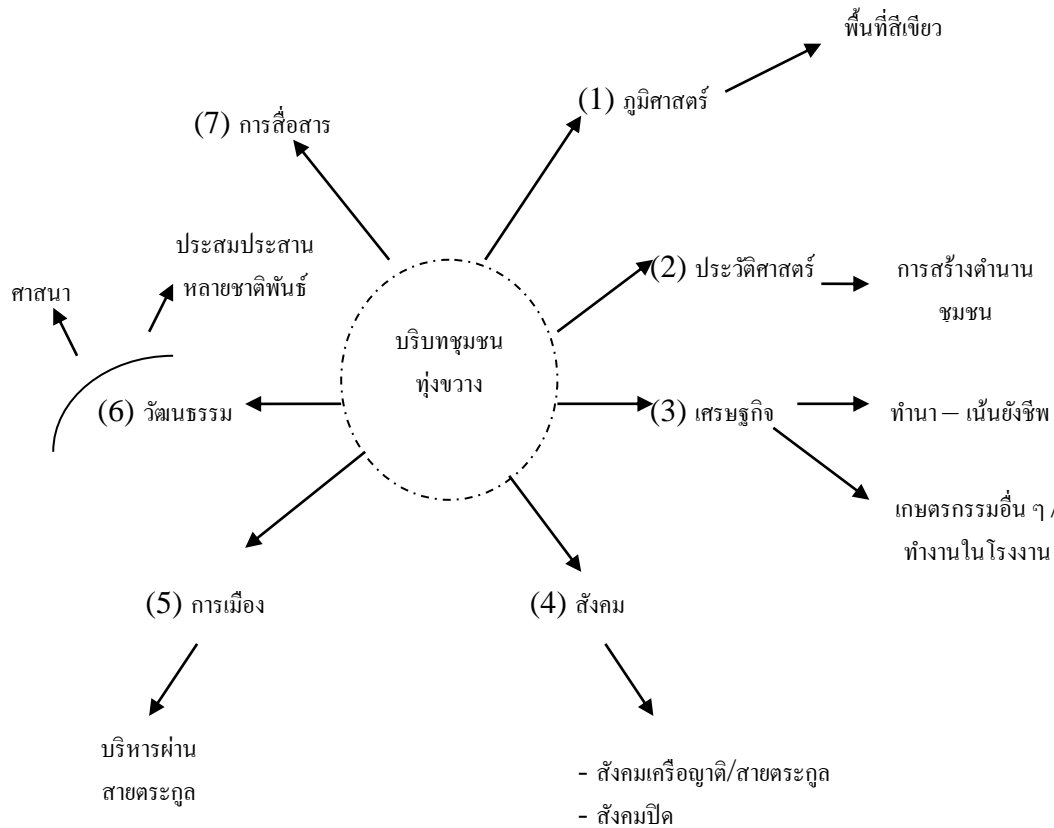
ภาพที่ 9 : การวัดมิติบริหารชุมชนในงานวิจัยประธานชุมชน

ในขณะที่ข้อสมมติและคณะวัดบริหารของชุมชนโดยใช้เกณฑ์เรื่อง 'ระดับความเป็นชุมชน' ที่มีมิติแสดงอยู่ในภาพที่ 10



ภาพที่ 10 : การวัดบริบทชุมชนในงานวิจัยผู้นำท้องถิ่นสตรี

ในงานศึกษาเครือข่ายการสื่อสารของบ้านทุ่งขวาง จ.ชลบุรี สมสุขและคณะ (2547) ก็ได้
 วัดมิติของบริบทชุมชนเช่นเดียวกัน ดังแสดงในภาพที่ 11



ภาพที่ 11 : การวัดบริบทชุมชนในงานวิจัยเครือข่ายการสื่อสารบ้านทุ่งขวาง

(4) การศึกษาการรับรู้จากมุมมองที่หลากหลาย

ในการศึกษาเรื่องคุณสมบัติของสื่อบุคคลนั้น งานวิจัยที่ผ่านมา มักจะศึกษาจาก
 มุมมองเพียงมุมใดมุมหนึ่ง เช่น จากมุมมองของนักวิจัย แต่ทว่า ในงานวิจัยสื่อบุคคลในโครงการนี้
 จะใช้วิธีการศึกษาจากหลายมุมมอง

ตัวอย่างเช่น อมรรัตน์และคณะได้สำรวจทัศนะเกี่ยวกับคุณสมบัติของ 'ผู้ที่สมควรจะมา
 เป็นประธานชุมชน' จาก 3 มุมมอง คือ มุมมองของชาวบ้าน มุมมองจากตัวประธานชุมชนเอง และ
 มุมมองจากเจ้าหน้าที่เทศบาล และนำเอาทั้ง 3 มุมมองมาเปรียบเทียบจุดร่วม/จุดต่าง

คณะวิจัยพบว่า คุณสมบัติที่ถูกระบุว่าผู้ที่เป็นประธานชุมชนควรมีที่ตรงกันทั้ง 3 มุมมอง มี 4 ประการ คือ เป็นคุณสมบัติที่พบในผู้นำเก่าในสังคมชนบท ได้แก่ ความเสียสละ การเป็นที่ ยอมรับ ความรู้ความสามารถ และการมีเวลาให้กับชุมชน

ส่วนคุณสมบัติประการอื่น ๆ ที่พบในมุมมองที่แตกต่างกันออกไป เช่น ในมุมมองของ ชาวบ้านและตัวประธานชุมชนมองว่า ควรมีคุณสมบัติในเรื่องความเป็นผู้นำ และมีฐานะดี ในขณะที่ ในมุมมองของเทศบาล จะมองว่า ควรมีคุณสมบัติเรื่องความหนักแน่น เป็นผู้รู้ข้อมูลข่าวสาร และ จัดการข้อมูลได้ เข้าใจในระบบการทำงานของเทศบาล เข้าใจบทบาทหน้าที่ของประธานชุมชน และครอบครัวให้การสนับสนุน เป็นต้น

สำหรับวิธีการศึกษาจากมุมมองที่หลากหลายนี้ จะมีประโยชน์อย่างมากสำหรับใน ภาคปฏิบัติการ ทั้งนี้ เนื่องจากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม คือ ชาวบ้าน เทศบาล และประธานชุมชน ต้องทำงานร่วมกัน ต้องประสานงานกัน ดังนั้น หากแต่ละส่วนเสียจะมีการรับรู้คุณสมบัติของ ประธานชุมชนที่ไม่ตรงกันมากเท่าใด การดำเนินงานร่วมกันย่อมเกิดปัญหามากขึ้นเท่านั้น และใน การนี้ ตามแบบจำลองของการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (ritualistic model) ที่ได้วางเป้าหมายหลักของ การสื่อสารว่า คือ ‘การสร้างความเข้าใจร่วมกัน’ (shared understanding) จะสามารถนำมา วางแผนปฏิบัติงานได้ เช่น จัดให้มีเวทีเสวนาระหว่างกลุ่มคน 3 ฝ่ายนี้ เพื่อตกลงร่วมกัน

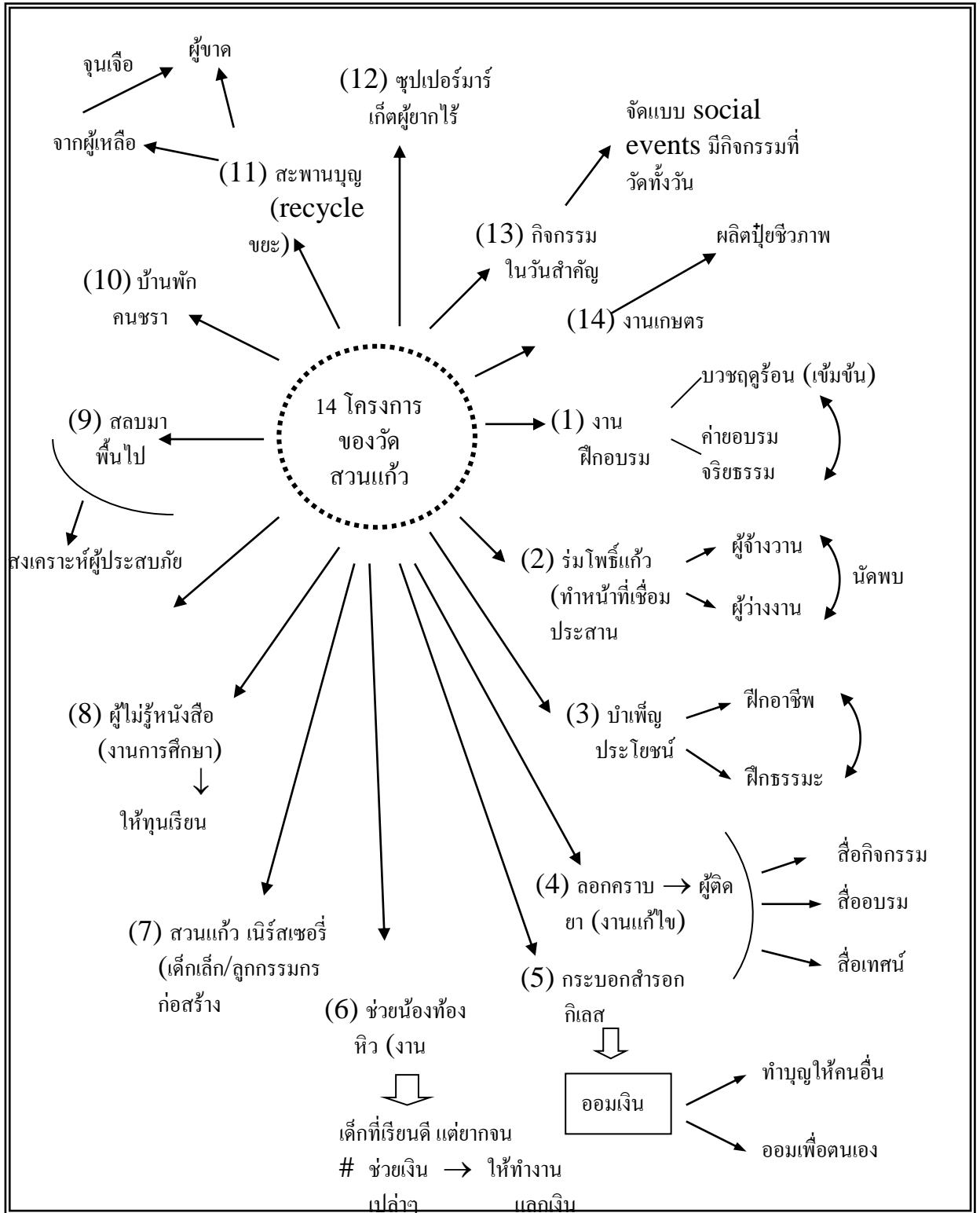
(5) การวิเคราะห์วิถีคิดที่อยู่เบื้องหลังสื่อบุคคล

ดังที่ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของสื่อบุคคลไว้แล้วว่า เนื่องจากความเป็นมนุษย์ทำให้สื่อ บุคคลมีเจตนาอารมณ์/ความตั้งใจ/แรงจูงใจ และนอกเหนือจากมิติด้านจิตใจแล้ว สื่อบุคคลก็ยังมีมิติ ด้านความรู้/ความเข้าใจ หรือที่เรียกว่า มี ‘กรอบวิถีคิด’ อยู่เบื้องหลังการกระทำทุกอย่าง

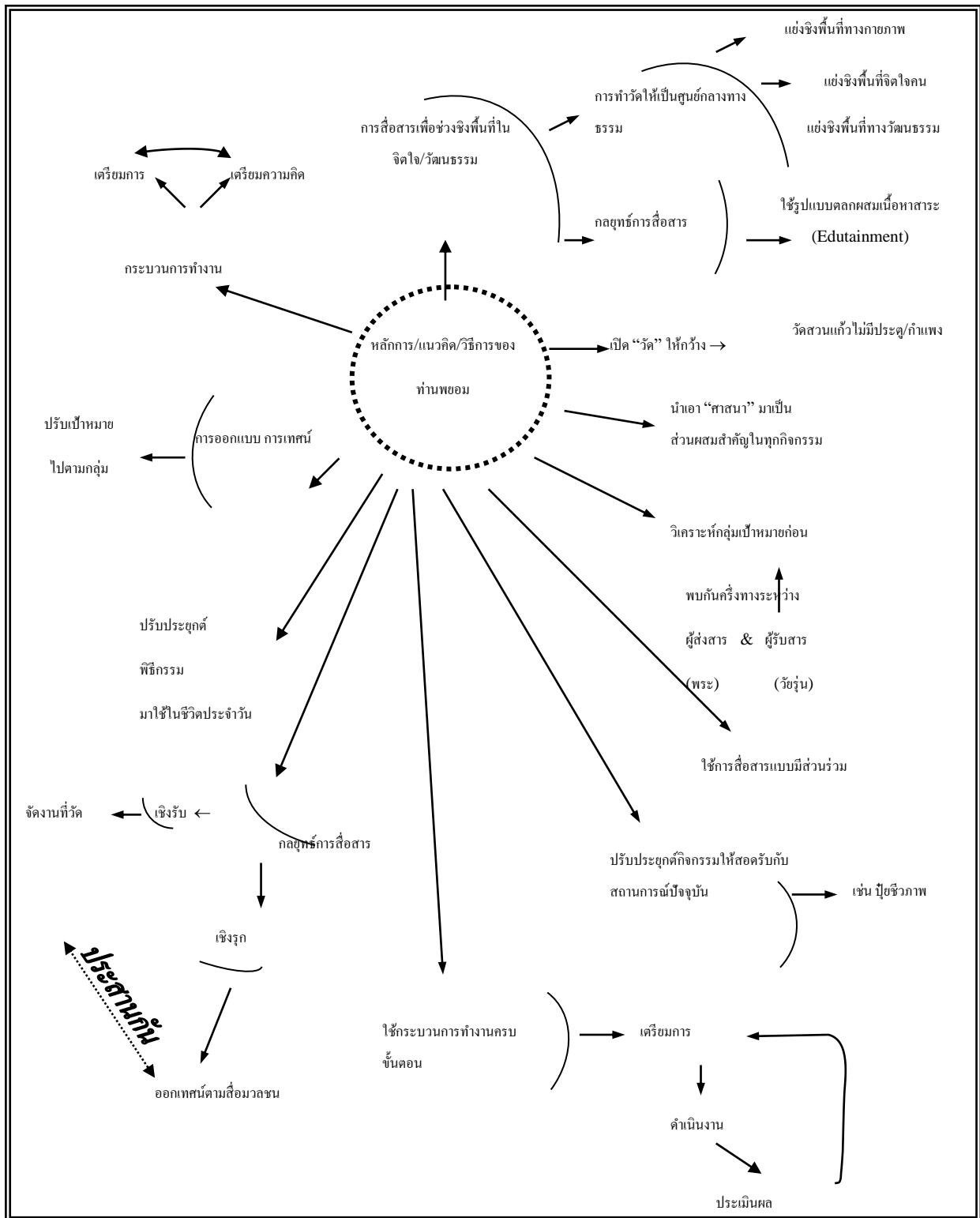
ดังนั้น ในการศึกษาการกระทำของสื่อบุคคล เราจึงสามารถจะมองเจาะทะลุเข้าไปถึงวิถี คิด ซึ่งหากเปรียบเทียบกับ ‘การกระทำ’ ที่อยู่ข้างหน้าเป็นเสมือนงานพิมพ์ที่ขึ้นมาหน้า จอคอมพิวเตอร์ ส่วนที่เป็น ‘กรอบวิถีคิด’ ก็เปรียบเสมือน software ที่อยู่ข้างหลังนั่นเอง

การวิเคราะห์ ‘หลักการ/กรอบความคิด/วิถีคิด’ ซึ่งเป็นส่วนของ software นี้เป็นเรื่องที่ สำคัญ เพราะในการขยายผลหรือนำบทเรียนไปใช้สู่สื่อบุคคลอื่น ๆ จำเป็นจะต้องใช้ส่วนที่เป็น software นี้เอง

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่องพระพยอม ซึ่งทัศนีย์และคณะได้ประมวลว่า ว่า นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2521-2545 พระพยอมได้ลงมือทำโครงการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องกันถึง 14 โครงการ และ หลังจากนั้น คณะวิจัยได้เจาะลึกลงไปดูเบื้องหลังว่า กรอบวิถีคิดที่อยู่เบื้องหลังของการทำโครงการ ต่าง ๆ นั้น เป็นอย่างไรบ้าง ดังแสดงในภาพที่ 12 และ 13



ภาพที่ 12: โครงการซึ่งพระพยอมได้ริเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2521



ภาพที่ 13: หลักการ/แนวคิด/วิธีการทำกิจกรรม

(6) ใช้หลักวิธีการของการวิจัยเชิงคุณภาพ

ดังได้กล่าวมาแล้วว่า การศึกษาสื่อบุคคลนั้น เป็นเรื่องที่ทำได้ค่อนข้างยาก เพราะเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน ต้องก้าวเข้าไปในชีวิตของผู้อื่น และต้องใช้เวลา ดังนั้น ในการศึกษา คณะวิจัยจึงมักจะใช้วิธีการ 'ศึกษาเฉพาะกรณี' (case study) คือการเลือกศึกษาเป็นตัวอย่างบุคคลเพียง 1-2 คน เช่น งานวิจัยเรื่องประธานชุมชนและพระพยอม ก็ศึกษาสื่อบุคคลเพียงกรณีละ 1 ท่าน (อย่างไรก็ตาม ตามที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นว่า แม้จะศึกษาเพียงกรณีเดียว แต่ก็สามารถจะสกัดจุดร่วมไปขยายผลยังที่อื่น ๆ ได้)

ถึงแม้ว่าการศึกษาสื่อบุคคลนั้นจะเลือก 'กลุ่มตัวอย่าง' เพียง 1 กรณี แต่ทว่าในแง่วิธีการศึกษาแล้ว เพื่อจะชดเชย 'ความน้อยในเชิงปริมาณ' ก็จะมีการทดแทนด้วย 'ความหลากหลายในเชิงคุณภาพ' กล่าวคือ จะใช้วิธีการเก็บข้อมูลหลากหลายวิธี จะใช้แหล่งข้อมูลจำนวนมาก จะเก็บในหลาย ๆ สภาพการณ์ (setting) เป็นต้น

ดังนั้น งานวิจัยของอมรรัตน์และคณะ จึงใช้วิธีการเก็บข้อมูลดังนี้

(1) แบบสอบถามเพื่อสำรวจบริบทชุมชนในวงกว้าง เช่น ข้อมูลประชากร วิธีการดำเนินชีวิต แบบแผนการสื่อสาร ความคิดเห็นต่อกิจกรรมการดำเนินงานของประธานชุมชน ใช้แบบสอบถาม 400 ชุด (จากจำนวนประชากรประมาณ 1,500 คน)

(2) การเข้าร่วมสังเกตการณ์ในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น พิธีเปิดธนาคารขยะ ร่วมประชุมคณะกรรมการบริหารชุมชน เป็นต้น

(3) สัมภาษณ์เจาะลึกประธานชุมชนประมาณ 30 ครั้ง

(4) สัมภาษณ์ชาวบ้านในชุมชนที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักประมาณ 20 ท่าน เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชน การดำเนินงานของประธานชุมชน การทำกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน ฯลฯ

(5) สัมภาษณ์กลุ่มบุคคลที่ทำงานในเทศบาล เช่น นายกเทศมนตรี เจ้าหน้าที่เทศบาล เรื่องเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของประธานชุมชน ลักษณะการทำงานประสานกันระหว่างเทศบาลกับประธานชุมชน ฯลฯ

(6) สัมภาษณ์ประธานชุมชนอื่น ๆ

(7) การวิเคราะห์เอกสารต่าง ๆ เช่น เอกสารของเทศบาล เอกสารของประธานชุมชน บันทึกรายงานการประชุมหมู่บ้าน ฯลฯ

(7) การศึกษาข้อเด่น/ข้อจำกัด/ปัจจัยสำหรับการดำรงอยู่และการสูญหาย

วิธีการศึกษาในแบบสุดท้าย ก็เป็นวิธีการเดียวกับการศึกษาสื่อประเภทอื่น ๆ กล่าวคือ จะต้องมีการแยกแยะทั้งข้อเด่นและข้อจำกัดของสื่อบุคคลว่า ทำหน้าที่ได้ดีในด้านใด และด้อยในด้านใด ตัวอย่างเช่น งานวิจัยประธานชุมชนโดยอมรรัตน์และคณะนั้น พบว่า ในขณะที่ประธานชุมชนมีข้อเด่นมากในการเล่นบทบาทเป็นผู้ประสานงานระหว่างเทศบาลกับชุมชนได้อย่างดี และ

สามารถรวมพลังการพัฒนาท่ามกลางบริบทของชุมชนที่มี 'ความเป็นชุมชน' หลงเหลืออยู่ไม่มากนัก แต่ทว่า ข้อจำกัดของวิธีการทำงานและการสื่อสารของประธานชุมชนก็คือ ไม่สามารถจะกระจายการทำงานออกไปให้แก่คณะกรรมการคนอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดลักษณะการทำงานแบบ 'ประธานต้องแบกรับภาระทั้งหมดเอาไว้คนเดียว' ซึ่งวิธีการทำงานเช่นนี้ จะมีผลถึงเรื่องการสืบทอดผู้นำรุ่นต่อไปในอนาคต

เช่นเดียวกับข้อเด่นของพระพยอม ซึ่งมีอยู่มากมายดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น กล่าวคือ พระพยอมมีความสามารถสูงในการเลือกใช้สื่อต่าง ๆ และสามารถใช้กลยุทธ์การประสมประสาน (hybridization) ระหว่างของเก่า-ของใหม่ ทางโลก-ทางธรรม สื่อใหม่-สื่อเก่า เนื้อหาใหม่-เนื้อหาเก่า ได้อย่างดีเยี่ยม แต่ข้อจำกัดของพระพยอมอาจจะเป็นเรื่อง "ระดับของเนื้อหาธรรมะ" ดังที่มีผู้วิจารณ์ว่า ข้อหลักธรรมที่ท่านนำมาเผยแพร่เป็นหลักการขั้นเบื้องต้นพื้นฐานเท่านั้น ฉะนั้น จึงไม่อาจจะดึงดูดใจกลุ่มผู้รู้ทางศาสนาได้ อย่างไรก็ตาม พระพยอมก็มีความชัดเจนว่า ด้วยระดับของเนื้อหาเช่นนี้ก็เหมาะสม/เพียงพอกับกลุ่มเป้าหมายที่ท่านได้เลือกเอาไว้แล้ว คือ กลุ่มคนยากจน/กลุ่มวัยรุ่น/กลุ่มคนชั้นล่าง ซึ่งท่านมีเป้าหมายที่จะให้ผู้รับสารนำเอาธรรมะไปใช้ในการดำเนินชีวิตมากกว่าจะให้เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านศาสนา

ในกรณีของผู้นำท้องถิ่นสตรีและกลุ่มสตรีทั่ว ๆ ไปนั้น ซึ่งได้กล่าวไว้แล้วว่า เป็นกลุ่มผู้ที่ด้อยโอกาสด้านการสื่อสารทางการเมือง อ้อมทิพย์และคณะจึงพบว่า การสื่อสารจะมีบทบาทในการสร้างเสริมพลังของสตรีเฉพาะที่เป็น "ผู้นำ" มากกว่า "สตรีโดยทั่ว ๆ ไป" (ทั้งที่เป็นสมาชิกกลุ่มพัฒนาต่างๆและไม่เป็น) กล่าวคือ มีอาการ 'หัวกระดิกแต่หางไม่ส่าย' ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ร่วมของกลุ่มงานพัฒนาโดยทั่วไป เช่น กลุ่มสหกรณ์ออมทรัพย์ ที่ความเข้าใจหลักการเรื่องสหกรณ์นั้นมีอยู่แต่ในคณะกรรมการเท่านั้น แต่สมาชิกทั่วไปไม่รู้เรื่องอะไร และแม้แต่ในกลุ่มผู้นำสตรีจากจำนวน 7 คน ก็มีเพียง 2 ท่านเท่านั้นที่เป็นสื่อบุคคลที่มีศักยภาพสูงด้านการสื่อสาร ซึ่งส่งผลให้สามารถแสดงบทบาทในพื้นที่ทางการเมืองท้องถิ่น ทั้งในระดับหมู่บ้านและในระดับตำบลได้

ส่วนสตรีทั่ว ๆ ไปที่การสื่อสารยังไม่มีบทบาทในการเสริมพลังอำนาจนั้น ก็จะทำให้สตรีเหล่านี้ขาดโอกาสที่จะได้เข้าถึงทรัพยากรต่าง ๆ เช่น การใช้งบประมาณของ อบต. การเรียกร้องสวัสดิการต่าง ๆ สำหรับผู้หญิง หรือสำหรับสตรีที่มีการรวมกลุ่ม เช่น กลุ่มแม่บ้าน การไม่มีศักยภาพด้านการสื่อสารของกลุ่ม ก็ยังส่งผลให้การบริหารงานของกลุ่มไม่เข้มแข็ง การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย รวมทั้งขาดช่องทางที่จะเรียนรู้จากกันและกัน

นอกเหนือจากการศึกษาเรื่องข้อเด่น/ข้อจำกัดของสื่อบุคคลแล้ว ในงานวิจัยเรื่องประธานชุมชน ซึ่งเป็นตำแหน่งใหม่ที่ทางราชการริเริ่มให้มีขึ้น เพื่อทดลองแนวคิดใหม่ในเรื่องการบริหารจัดการท้องถิ่นตามหลักการให้ประชาชนบริหารจัดการกันเองนั้น เนื่องจากการแปรแนวคิดใหม่ให้

มาเป็นการปฏิบัตินั้น อาจจะไม่ลงตัว ดังนั้น คณะวิจัยจึงได้วิเคราะห์ลึกกลงไปถึงปัจจัย/เงื่อนไขต่าง ๆ ที่จะรักษาสื่อบุคคลเหล่านี้ให้ดำรงอยู่ต่อไปในอนาคต

ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วว่า สื่อบุคคลประเภท 'ประธานชุมชน' นั้น ถูกออกแบบมาให้มีส่วนผสมของ 'ผู้นำแบบเก่าในชนบท' คือ มีความเสียสละ มีจิตสำนึกสาธารณะ กับส่วนผสมของ 'ผู้นำแบบใหม่' คือ มีความรู้และทักษะในการบริหารจัดการ มีทักษะใหม่ ๆ ด้านการสื่อสาร (เช่น การสื่อสารแบบเป็นทางการ แบบเป็นลายลักษณ์อักษร) ซึ่งส่วนผสมดังกล่าวนี้ เป็นคุณสมบัติที่หาได้ยาก โดยที่ผู้นำที่มีอยู่ทั่วไปนั้น อาจจะมีคุณสมบัติหนักไปทางด้านใดด้านหนึ่ง

แต่ในขณะที่เรียกร่อง 'คุณสมบัติ' ที่ผู้นำต้องมีสูงมาก ในทางกลับกัน การให้ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้นำแบบสูตรผสมเหล่านี้กลับมีเพียงน้อยนิด เริ่มตั้งแต่สถานภาพทางกฎหมาย ประธานชุมชนมิใช่เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ จึงไม่มีสิทธิรับสวัสดิการแบบเจ้าหน้าที่รัฐ เป็นตำแหน่งที่ไม่มีค่าตอบแทน (ทั้ง ๆ ที่มีค่าใช้จ่ายในการทำงานอย่างรอบด้าน) และไม่มีอำนาจใด ๆ ในการบริหารจัดการ

ด้วยเงื่อนไขทั้ง 2 ด้านที่กล่าวมานี้ คณะวิจัยจึงสงสัยว่า ในอนาคตจะมีสื่อบุคคลประเภทนี้หลงเหลืออีกมากน้อยเพียงใด (หากไม่มีแรงจูงใจแอบแฝงอย่างอื่น ๆ เช่น การเป็นหัวหน้าให้แก่ นักการเมืองท้องถิ่น หรือการสถาปนาตัวเองเป็นเจ้าพ่อชุมชน)

ดังนั้น คณะวิจัยจึงนำเสนอปัจจัยที่ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องว่า ปัจจัยที่จะรักษาสื่อบุคคลประเภทนี้ จะต้องมีจากหลายส่วน คือ

(1) จำเป็นต้องมีกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างเทศบาล/ประธานชุมชน/และคนในชุมชนถึงตำแหน่งและบทบาทหน้าที่ของประธานชุมชนดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ทั้งนี้ เพื่อป้องกันปัญหาเรื่องการรับรู้กันอย่างผิดพลาด อันนำไปสู่การดำเนินงานร่วมกันที่ 'ต่างพายกันคนละที่'

(2) จำเป็นต้องมีกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างสำนึกเรื่อง 'ความเสียสละ' ให้เกิดขึ้นทั้งชุมชน เพราะหากชุมชนมีความเสียสละน้อย ความเสียสละทั้งหมดก็ต้องมาตกที่หลังไหล่ของประธานชุมชนเพียงคนเดียว ซึ่งจะแบกรับไม่ไหว

(3) จำเป็นต้องมีกระบวนการพัฒนาความสามารถด้านการสื่อสารให้แก่ประธานชุมชน เนื่องจากเครื่องมือเดียวที่ประธานชุมชนจะมีใช้ในการทำงานก็คือ เครื่องมือที่ชื่อว่า 'การสื่อสาร' นั่นเอง

(4) อาจต้องมีการทบทวนเรื่องการให้ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ประธานชุมชน ซึ่งเป็นตำแหน่งใหม่กันอีกครั้ง หลังจากที่ได้ทดลองใช้รูปแบบการบริหารจัดการท้องถิ่นแบบนี้มาระยะหนึ่งแล้ว เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่าง 'ความเสียสละ/จิตสาธารณะกับสภาพความเป็นจริงของบุคคล'

6. สื่อบุคคล : เขาเป็นใคร

หลังจากที่ได้กล่าวถึงคุณลักษณะพิเศษของสื่อบุคคล รวมทั้งวิธีการศึกษาสื่อบุคคลแล้ว เมื่อลงมือในภาคปฏิบัติ ดังที่ได้กล่าวแล้วว่า สื่อบุคคลนั้นมีความเป็นมนุษย์ ดังนั้น การก่อรูปมาเป็นสื่อบุคคลจึงมีเส้นทางเฉพาะตัวอย่างยิ่ง ในการศึกษาสื่อบุคคลจึงจำเป็นต้องมีวิธีการพิเศษ คือ การย้อนกลับไปดูภูมิหลัง/บ้านหลอม ทั้งด้านชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงาน เพื่อตอบคำถามหลัก ๆ เช่น คำถามว่า สื่อบุคคล:เขาเป็นใคร ทำไมเขาจึงมาเป็นอย่างที่เห็นในวันนี้ ทำไมและอย่างไรที่ทำให้เขามีความสามารถเป็นสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

จากงานวิจัยทั้ง 3 ชิ้น ในที่นี้จะแสดงให้เห็นการตอบคำถามที่กล่าวมาข้างต้น

(1) **ภูมิลาเนาและฐานะทางเศรษฐกิจของสื่อบุคคล** ตามหลักของนิเทศศาสตร์ หากผู้ส่งสารกับผู้รับสารมีลักษณะที่คล้ายคลึงใกล้เคียงกัน (ที่เรียกว่า homophily) ก็จะสามารถสื่อสารกันได้ง่าย ง่ายที่รับรู้กันในสามัญสำนึกทั่ว ๆ ไปว่า ‘พูดภาษาเดียวกัน’ ‘หัวอกเดียวกัน’

ด้วยเหตุนี้ **ภูมิลาเนา** ของสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญในการสื่อสาร โดยเฉพาะการสื่อสารในอาณาบริเวณที่เฉพาะ เช่น ในชุมชน จากงานวิจัยจะเห็นได้ว่า ประธานชุมชนคลองเจริญ จ.อุตรธานีนั้น เป็นคนอีสานเหมือนกัน (เกิดที่ จ.ศรีสะเกษ) เช่นเดียวกับผู้นำท้องถิ่นสตรีทั้ง 7 ท่านล้วนเป็นคนในชุมชนทั้งสิ้น ดังนั้น ช่องว่างทางวัฒนธรรมระหว่างสื่อบุคคลกับคนอื่น ๆ จึงไม่มี

อีกคุณลักษณะหนึ่งของสื่อบุคคลที่ทำให้มีความใกล้ชิดทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมกับคนส่วนใหญ่ในชุมชนก็คือ **ภูมิหลังทางด้านเศรษฐกิจ** กล่าวคือ เป็นบุคคลที่มาจากครอบครัวที่มีฐานะยากจน เช่น ครอบครัวพระพยอมมีฐานะยากจนมาก ท่านจึงได้เรียนหนังสือเพียงแค่ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 และต้องออกมาทำงาน ประธานชุมชนและผู้นำท้องถิ่นสตรีก็เช่นเดียวกัน ฐานะอันยากจนดังกล่าวนี้ นอกจากจะปลูกฝังสื่อบุคคลให้มีความเข้าใจ ‘คนยากจนด้วยกัน’ เพราะ ‘เคยยากจนมาแล้ว’ ก็ยังก่อสร้างจิตสำนึกที่มีความเมตตาเห็นใจคนยากจน ดังเช่นที่พระพยอมได้มีทั้งความเข้าใจและมีจิตเมตตาว่า การสั่งสอนอบรมธรรมะที่คนท้องหิว นั้น จะไม่เป็นผล แต่จะต้องหาโครงการ/กิจกรรมช่วยเหลือทางวัตถุเสียก่อน และในอีกด้านหนึ่ง ความยากจนก็เป็นบ้านหลอมที่ดีสำหรับการเพาะสร้างอุปนิสัยขยันหมั่นเพียร นักเอาเบาสู้ของสื่อบุคคล ซึ่งในการทำงานพัฒนาชุมชนนั้น ต้องอาศัยคุณสมบัติประจำตัวข้อนี้เป็นอย่างมาก

(2) **ระดับการเรียนรู้** ประสบการณ์การเรียนรู้จะช่วยอธิบายมิติด้าน ‘ความสามารถ/ความรู้/ความเชี่ยวชาญ’ ของสื่อบุคคล ตัวอย่างเช่น ประธานชุมชนคลองเจริญนั้น มีประวัติการศึกษาที่เรียนจบครู และมีประสบการณ์การสอน นี้จึงสามารถอธิบายความสามารถของประธานชุมชนที่จะเป็น ‘ครูของชุมชน’ ได้ นอกจากนั้น ยังได้เข้าไปเป็นทหารในหน่วยต่าง ๆ คือ ทหารช่าง ทหารการข่าว หน่วยลาดตระเวน ซึ่งล้วนเป็นงานที่ต้องเกี่ยวข้องกับการแสวงหาข่าวสาร/จัดการ/ตรวจสอบข่าวสาร นำเอาข่าวสารมาใช้ จัดเก็บระบบข่าวสาร ดัดแปลงเนื้อหา

ข่าวสาร ฯลฯ นี่จึงช่วยให้เข้าใจว่า เพราะเหตุใดประธานชุมชนจึงมีความสามารถด้านการสื่อสารที่สูงมาก

สำหรับกรณีของพระพยอมฉัน ถึงแม้ท่านจะเรียนจบทางโลกมาน้อย เพียงแค่ระดับประถมศึกษาปีที่ 4 แต่ท่านก็ได้มาศึกษาทางธรรมอย่างแตกฉานถึงระดับนักธรรมเอก ซึ่งถือเป็นขั้นสูงสุดของแผนกธรรม หลังจากนั้น ท่านได้เดินทางไปเรียนรู้ด้วยการลงมือปฏิบัติจริงที่สวนโมกข์ของท่านพุทธทาส เบ้าหลอมดังกล่าวนี้ทำให้สามารถเข้าใจแนวทางด้านการทำงานของท่านพยอมว่า มาจากสายของท่านพุทธทาสที่สนใจบทบาทของศาสนาในชีวิตการทำงานที่เป็นจริงของบุคคล และแม้ว่าท่านจะเรียนรู้ทางโลกมาน้อย แต่ก็เป็นผู้ที่ขวนขวาย และมีสติปัญญา/ความทรงจำดี ทำให้เป็นผู้ที่มีความรอบรู้เรื่องราวทางโลกอย่างมากมาย จนนำมาเป็นเนื้อหาการเทศนาสั่งสอนและการวางแผนกิจกรรมได้

ส่วนกลุ่มผู้นำท้องถิ่นสตรีในเขตบริบทของชุมชนเมืองที่ทันสมัย เช่น ต.ริมดอย จ.เชียงใหม่ นั้น คุณสมบัติประการหนึ่งของสตรีที่จะได้ก้าวมาเป็นผู้นำนั้น ก็คือ ระดับการศึกษา ผู้นำหญิง 4 ใน 7 คน จบการศึกษาระดับมัธยมปลาย 2 คนจบมัธยมต้น และ 1 คนจบปริญญาตรี และ 6 คนเป็นผู้ที่เคยมีประสบการณ์การทำงานกลุ่มพัฒนาหมู่บ้านมาแล้วทั้งสิ้น ไม่ว่าจะอยู่ในตำแหน่งประธาน เลขาธิการ หรือกรรมการกลุ่มแม่บ้าน อสม. และคณะกรรมการหมู่บ้าน

(3) **วิธีการสั่งสมต้นทุนชีวิต** ผลการวิจัยต่อบุคคลที่เป็นผู้นำชุมชนในทุก ๆ ชัย จะให้ข้อสรุปที่ตรงกันว่า การที่บุคคลใดจะเป็นผู้นำได้นั้น จำเป็นที่บุคคลผู้นั้นจะต้องเป็นผู้ที่มี **ประสบการณ์กว้างขวางกว่าระดับชุมชน** ซึ่งหมายความว่า ในช่วงจังหวะหนึ่งของชีวิต บุคคลนั้นจะต้องออกไปเก็บเกี่ยวความรู้/ประสบการณ์เพื่อเป็นต้นทุนชีวิตจากภายนอกชุมชน

ข้อสรุปดังกล่าวนี้ สามารถนำมาใช้กับต่อบุคคลทุกท่านที่อยู่ในโครงการวิจัยชุดนี้ได้ กล่าวคือ จากการศึกษาประวัติของผู้นำทุกคนจะพบว่า มีประสบการณ์มากกว่าชุมชนที่ตนเองมีอยู่ เช่น พระพยอมได้มีประสบการณ์ออกจาก จ.นนทบุรี บ้านเกิดของท่าน ไปทำงานอยู่ที่สวนโมกข์ จ.สุราษฎร์ธานี ในกรณีของประธานชุมชนคลองเจริญนั้น นอกเหนือจากประสบการณ์การออกไปรับราชการทหารในหน่วยงานต่าง ๆ แล้ว ก็ยังได้ไปทำงานอยู่ในประเทศซาอุดีอาระเบียถึง 20 ปี ก่อนจะกลับมาทำงานให้ชุมชน

ในกรณีของผู้นำท้องถิ่นสตรีก็ยิ่งจะเห็นได้ชัดว่า สำหรับผู้นำสตรีที่มีศักยภาพด้านการสื่อสารในระดับสูง เช่น สอ.บต.บานชื่นนั้น มักจะได้เข้ารับการอบรมสัมมนาบ่อยครั้งมาก เช่น การอบรมสัมมนาของกลุ่มพัฒนาสตรี อ.เมือง หรือศูนย์สตรีล้านนา ซึ่ง สอ.บต.บานชื่นกล่าวว่า ‘จากแต่ก่อนที่เป็นคนไม่ค่อยมีความกล้า เมื่อไปอบรม เขาก็สอนว่าเวลาประชุมจะพูดอย่างไร ตอนหลังๆ ก็เลยพูดได้’ นอกจากนั้น ก็ยังเป็นการเพิ่มช่องทางในการรับความรู้ เช่น ทางศูนย์สตรี

ล้านนาได้จัดส่งวารสาร เอกสารการอบรมสตรีกับการเมือง สิทธิสตรี และการเพิ่มศักยภาพของหญิงไทยมาให้อ่านเป็นประจำ

การมีประสบการณ์ออกไปนอกเหนือจากชุมชนนี้ เป็นเพียงเงื่อนไขเบื้องต้น แต่ปัจจัยที่ขาดที่สื่อบุคคลแต่ละท่านจะต้องมีวิธีการเก็บเกี่ยวสั่งสมต้นทุนชีวิตในด้านต่าง ๆ ด้วยตนเอง ได้แก่

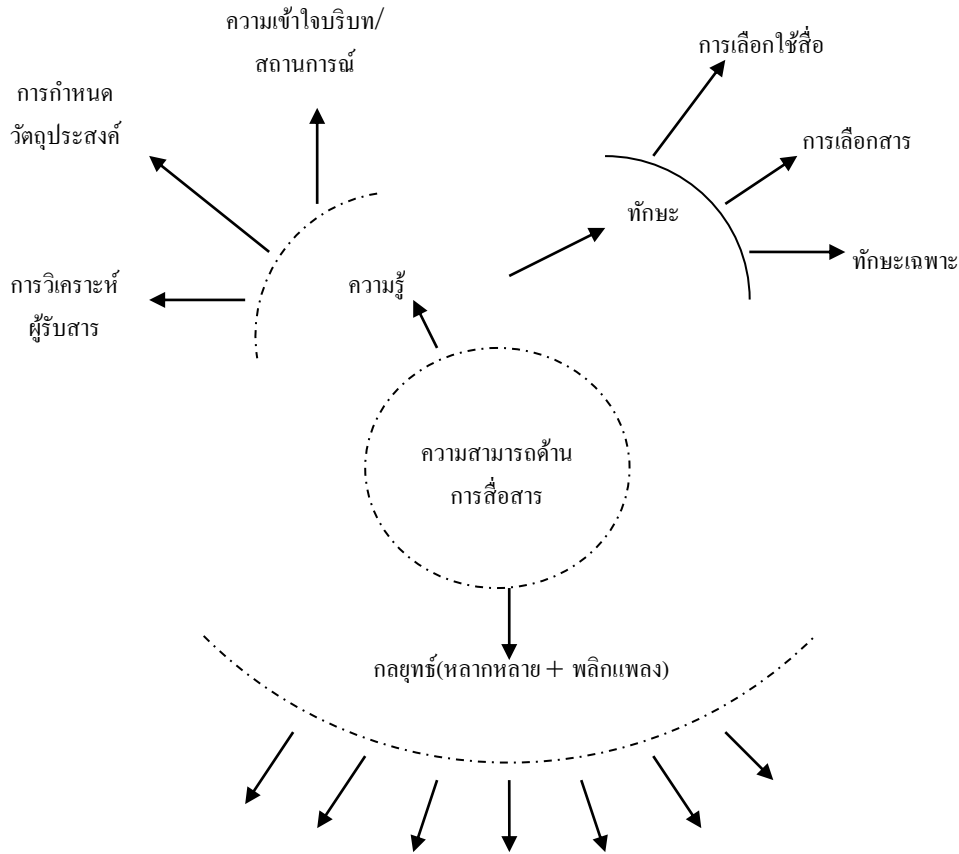
- การสั่งสมเรื่องแบบอย่างในชีวิต อันที่จริง บริบทแวดล้อมในครอบครัวของท่านพยอม นั้น จะมีทั้งสองด้านคือ ตัวอย่างด้านบวกและด้านลบ เช่น บิดาของท่านติดการพนัน และติดเหล้ามาก ในขณะที่มารดาเป็นคนขยันมาก พระพยอมจะมีวิธีการเลือกเอาแบบอย่างที่ดีจากมารดา และเอากรณีของบิดามาเป็นตัวอย่างของเนื้อหาอบรมเทศน์สั่งสอน เช่นเดียวกับปู่ของท่าน เป็นนักเลงเก่าที่มีอาชีพปล้นสะดมชาวบ้าน ชำนาญเรื่องการใช้วิชาของขลังแต่ใช้ประโยชน์ไปในทางมิชอบ ตรงข้ามกับย่า ซึ่งเป็นคนใจบุญสุนทาน ทำบุญเข้าวัดอยู่เสมอ พระพยอมก็จะเลือกเลียนแบบย่าและใช้กรณีของปู่เป็นข้อเตือนใจ
- การสั่งสมต้นทุนทางเศรษฐกิจ ตัวอย่างเช่น ท่านประธานชุมชนคลองเจริญ ซึ่งไปทำงานอยู่ประเทศซาอุดีอาระเบียเป็นเวลาถึง 20 ปี ในช่วงเวลาดังกล่าวได้เก็บหอมรอมริบเงินเอาไว้ ดังนั้น เมื่อมารับตำแหน่งประธานชุมชน จึงมิได้ประกอบอาชีพใด ๆ เลย และได้ช่วยงานชุมชนอย่างเต็มตัวตลอด 3 ปี

7. การศึกษา 'ความสามารถด้านการสื่อสาร' ของสื่อบุคคล

ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้ว แนวคิดที่นำเอามาใช้ในการศึกษาสื่อบุคคลในชุดโครงการฯ นี้ ได้พัฒนาไปจากแนวคิดเดิม ๆ ที่เคยใช้ในการศึกษาสื่อบุคคล คือ การวัดมิติคุณลักษณะของ ความน่าเชื่อถือ (credibility) ความน่าไว้วางใจ (trustworthiness) และลักษณะความทันสมัย (modern man) เนื่องจากกรณีที่นำมาศึกษานี้ ถือได้ว่าเป็น 'กรณีความสำเร็จ' (success case) คือ เป็นสื่อบุคคลที่มีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น เมื่อจะถอด/สรุปบทเรียนจากกรณีความสำเร็จนี้ไป ที่อื่น ๆ แนวคิดที่ถูกนำมาใช้จึงเป็นเรื่อง "ความสามารถด้านการสื่อสาร" (communication competency)

งานวิจัยเรื่องประธานชุมชนและพระพยอมได้วัดความสามารถด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลที่เป็นกรณีศึกษาใน 3 มิติด้วยกัน คือ

1. ความรู้
2. ทักษะ
3. กลยุทธ์การสื่อสาร



ภาพที่ 14 : มิติของความสามารถด้านการสื่อสาร

1. การวิเคราะห์ความรู้ด้านการสื่อสาร มีมิติที่วัดอยู่ 3 มิติ คือ

(1.1) ความรู้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร การรู้จักผู้รับสารถือเป็นหัวใจของการสื่อสารในด้านนิเทศศาสตร์ เช่น ในกรณีของพระพยอมที่มีความชัดเจนว่า กลุ่มเป้าหมายของท่านเป็นใคร ทำไมท่านจึงเลือกเขา และเขามีลักษณะอย่างไร

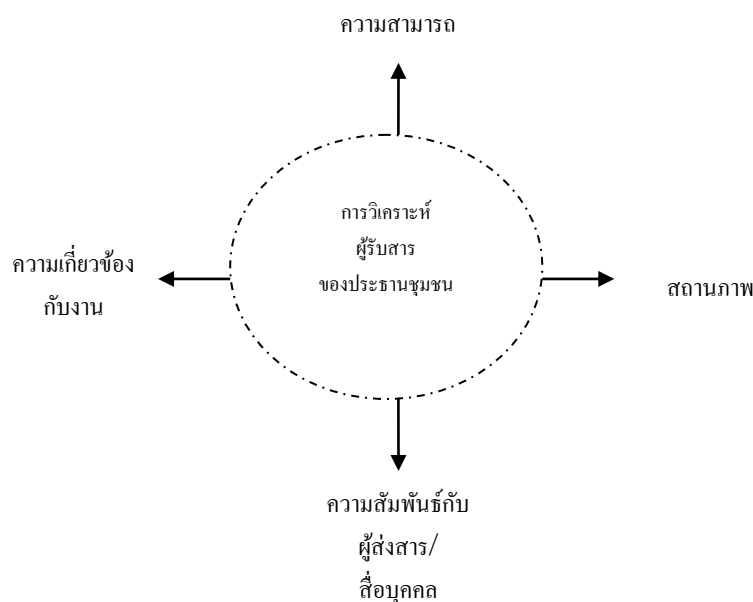
ตามปกติผู้ที่เข้าถึงข่าวสาร/เนื้อหาด้านศาสนานั้น มักจะเป็น ‘คนที่ธรรมะธรรมโม’ ‘คนแก่ที่เข้าวัดเข้าวาฟังเทศน์ฟังธรรมเป็นประจำ’ แต่ทว่า กลุ่มบุคคลเหล่านี้มิใช่กลุ่มเป้าหมายของพระพยอม พระพยอมคิดว่า บุคคลดังกล่าวเป็นคนดีอยู่แล้ว และมีความต้องการการอบรมสั่งสอนไม่มากนัก แต่ ‘กลุ่มคนที่ควรจะต้องการหลักธรรมะมาก ๆ’ ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่นซึ่งยังต้องมีชีวิต (ทำดี/ทำชั่ว) ต่อบุคคลที่ยาวนาน หรือ ‘กลุ่มคนที่เสียแล้ว’ เช่น คนติดยาเสพติด พวกท้อแท้ในชีวิต คนซึ่คุก ฯลฯ และกลุ่มบุคคลเหล่านี้จะไม่เข้ามาหาศาสนาอย่างแน่นอน ดังนั้นการใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบตั้งรับอยู่ที่วัด จึงไม่มีทางเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว และแม้จะเปลี่ยนมาใช้กลยุทธ์เชิงรุก กลุ่มบุคคลดังกล่าวนั้นก็ยังคงถือว่า ‘เป็นกลุ่มที่ยากจะเข้าถึง’

ด้วยเหตุผลที่ชัดเจนว่า กลุ่มเป้าหมายของตนเป็นใคร ทำไมจึงเป็นคนกลุ่มนั้น การวิเคราะห์ผู้รับสารก็จะมาเป็นตัวกำหนดในการเลือกเนื้อหาสาร (ต้องไม่ใช่หลักธรรมะที่ยากเกินไป)

การออกแบบสารและวิธีการนำเสนอ (ต้องให้สนุกสนานเพื่อเข้าถึงวัยรุ่น) การเลือกใช้สื่อ (ต้องใช้สื่อมวลชนเพราะวัยรุ่นเปิดรับอยู่) เป็นต้น

ในกรณีของประธานชุมชนก็เช่นเดียวกัน อมรรัตน์และคณะพบว่า เมื่อจะส่งสารนั้น ประธานชุมชนจะต้องวิเคราะห์ผู้รับสารใน 4 ประการคือ

- (1) วิเคราะห์ความสามารถผู้รับสาร เช่น ควรจะพูดมอบหมายงานอะไรให้กับใคร
- (2) วิเคราะห์สถานภาพผู้รับสาร เช่น ถ้าสถานภาพเท่ากัน ก็จะสื่อสารในลักษณะแนะนำ ไม่ใช่อบรมสั่งสอน
- (3) วิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ของผู้รับสารกับตนเองว่าอยู่ระดับใด
- (4) วิเคราะห์ความเกี่ยวข้องกับงาน

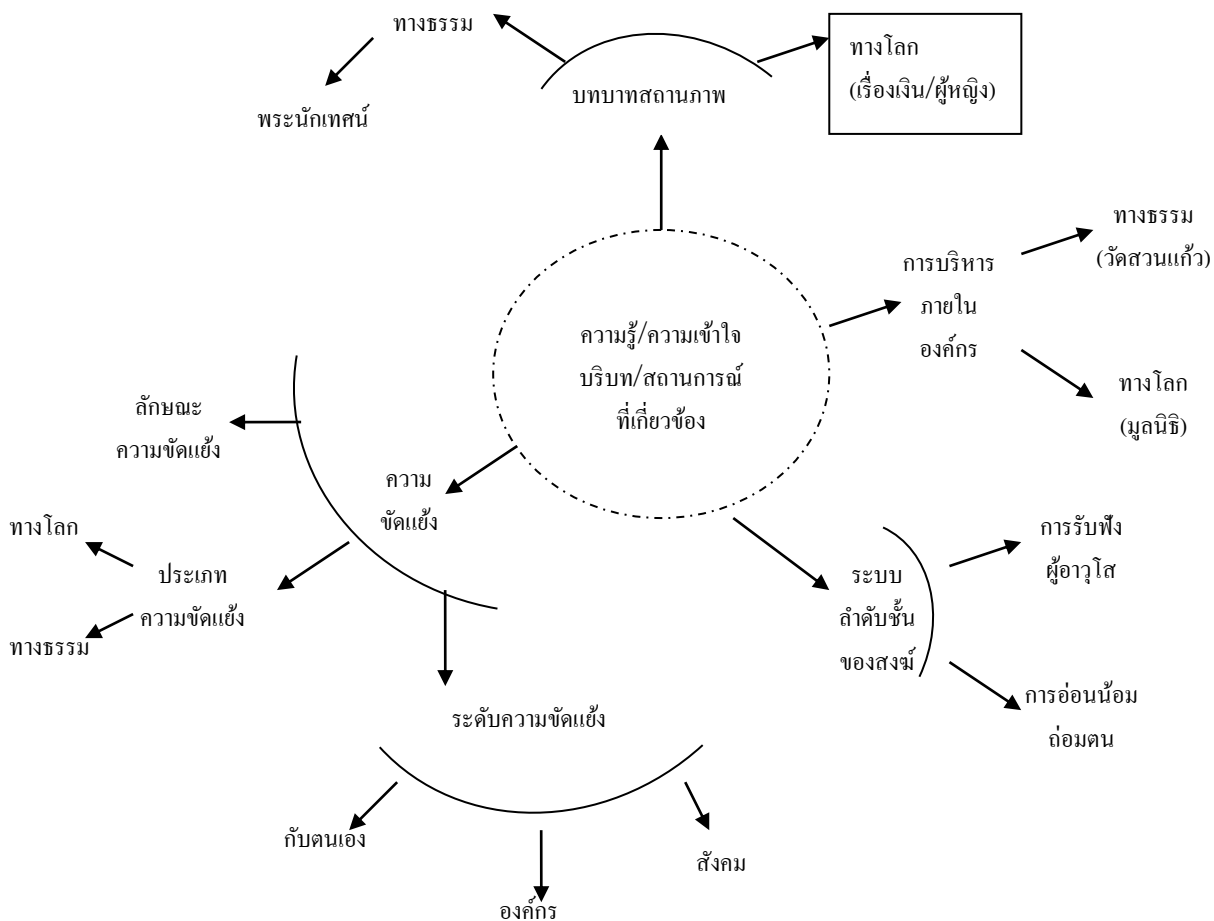


ภาพที่ 15 : การวิเคราะห์ผู้รับสารของประธานชุมชน

(1.2) ความรู้ในการกำหนดวัตถุประสงค์ ในการสื่อสารแต่ละครั้ง สื่อบุคคลที่มีความสามารถทางการสื่อสารจะตระหนักดีว่า มิได้มีเพียงวัตถุประสงค์แบบเดิม ๆ เท่านั้น และต้องชัดเจนว่า วัตถุประสงค์ในการสื่อสารแต่ละครั้งนั้นคืออะไร ตัวอย่างเช่น ในกรณีของพระพยอม ซึ่งได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า การทำงานด้านการสื่อสารของท่านนั้นได้แบ่งเป็นช่วงระยะเวลาต่าง ๆ 3 ช่วง ซึ่งในแต่ละช่วงนั้น จะมีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป เช่น

- ช่วงแรก : หอมดอกพยอม เป็นช่วงที่ท่านมีวัตถุประสงค์จะดึงดูดใจคนเพื่อเผยแพร่ธรรมะ ที่เรียกว่า 'เทศน์โอวาท' ช่วงเวลานี้ใช้รูปแบบการสื่อสารแบบดั้งเดิม คือ การเทศน์ แต่มุ่งเน้นไปที่เด็ก/วัยรุ่น และคนทั่วไป
- ช่วงที่สอง : น้อมจิตช่วยคนยาก ช่วงนี้ท่านกำหนดวัตถุประสงค์เอาไว้ จะมุ่งแก้ไขปัญหาล้างคมด้วยการสงเคราะห์-พัฒนาแก่กลุ่มผู้ยากไร้ ในช่วงเวลานี้ จึงใช้รูปแบบการสื่อสารเป็นการทำโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ และรูปแบบการสื่อสารเพื่อการระดมทรัพยากรทุน
- ช่วงที่สาม : ขยายรากฐานการพัฒนา ในช่วงนี้ ท่านจะมุ่งเน้นที่การรักษาผลพวงของการพัฒนาให้ยั่งยืนและมุ่งที่การพัฒนาคน ในช่วงเวลานี้จึงใช้รูปแบบการสื่อสารที่เป็นการทำโครงการที่มีลักษณะต่อเนื่องยาวนาน เช่น การทำสวนธรรมะที่วัดสวนแก้ว เป็นต้น

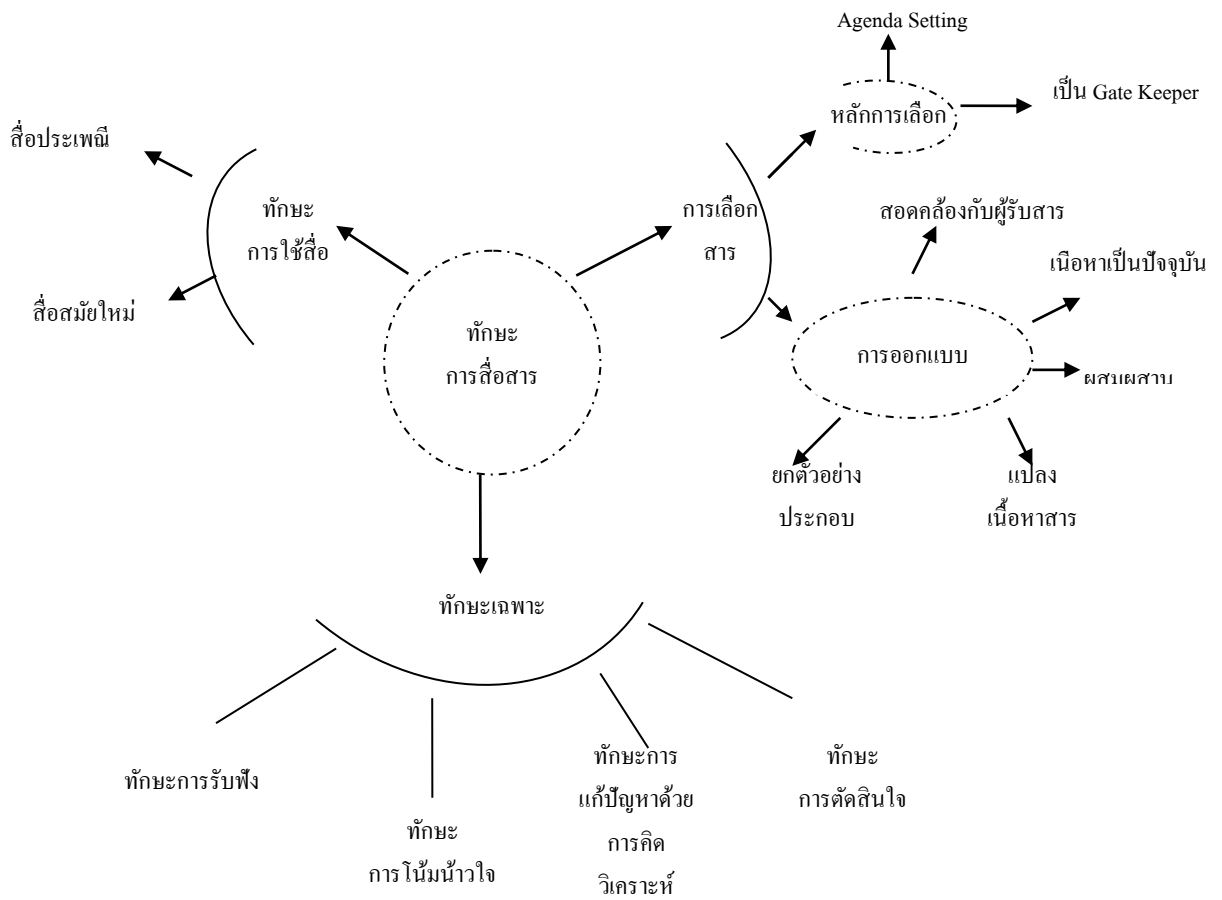
(1.3) ความรู้ในเรื่องบริบท/สภาพการณ์ทางสังคม ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า กระบวนการสื่อสารนั้นมีได้เกิดขึ้นในสุญญากาศ หากแต่ต้องมีบริบทรองรับ ดังนั้น ผู้ที่มีความสามารถด้านการสื่อสารจึงต้องมีความรู้ในเรื่องบริบท/สภาพการณ์ทางสังคม ซึ่งในกรณีของท่านพยอมนั้น ทศนีย์และคณะพบว่า นับเป็นจุดเด่นอย่างยิ่งของพระพยอมที่สามารถใช้การสื่อสารอย่างตระหนักรู้และสอดคล้องกับบริบทอยู่ตลอดเวลา ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 16 : ความรู้เกี่ยวกับบริบท/สถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

ผลของการสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยมีความรู้เรื่องบริบทแวดล้อมการสื่อสารนั้น มีผลต่อทั้งที่ไปและที่มา กล่าวคือ การมีความรู้เรื่องบริบทแวดล้อม จะทำให้สื่อบุคคลสามารถวางกลยุทธ์ให้เหมาะสมได้ เช่น ในเรื่องของเงินและผู้หญิง ซึ่งมักจะเป็นจุดอ่อนสำหรับการทุจริตในบทบาทของพระสงฆ์ พระพยอมก็ได้วางมาตรการป้องกันในเรื่องดังกล่าวอย่างเต็มที่ ในอีกด้านหนึ่ง การรู้บริบทแวดล้อมของสังคม ก็ทำให้การเลือกใช้สารและสื่อนั้นกลายเป็นเรื่องง่ายต่อการรับรู้และทำความเข้าใจของผู้รับสาร ดังเช่นที่พระพยอมจะค้นคิดโครงการที่สอดคล้องกับกระแสสังคม เช่น ในยุคสมัยที่นิยมกิจกรรมพัฒนาการออมทรัพย์ ท่านก็คิดเรื่อง 'กระบอกสำรอกกิเลส' หรือการเลือกสารที่สอดคล้องกับกระแสสังคม เช่น ในขณะที่โรคเอดส์ระบาด ท่านพยอมก็นำบทเทศน์เรื่อง 'โรคเอดส์ทางอารมณ์' มาเผยแพร่ เป็นต้น การสร้างระบบการสื่อสารที่สอดคล้องไปกับกระแสสังคม (current issues) ได้ช่วยย่อระยะทางที่จะต้องปูพื้นความเข้าใจของผู้รับสาร แต่ในเวลาเดียวกัน ท่านพยอมก็ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของสถานภาพ 'การเป็นนักบวช' ที่จะต้องผสม 'สูตรธรรมะ' ลงไปในการสื่อสารอยู่เสมอ

2. การวิเคราะห์ทักษะการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 3 หมวดใหญ่ ๆ คือ



ภาพที่ 17 : มิติของทักษะการสื่อสาร

(2.1) ทักษะการใช้สื่อ ซึ่งหมายถึง การเลือกประเภทของสื่อที่ต้องพิจารณาผู้รับสาร/ เนื้อหาสาร/และวัตถุประสงค์ของการใช้ รวมทั้งความสามารถของผู้ใช้สื่อด้วย เป็นที่น่าสังเกตว่า ในกรณีที่กลุ่มเป้าหมายมีความหลากหลายนั้น สื่อบุคคลที่มีความสามารถทางการสื่อสารสูงจะ เลือกใช้สื่ออย่างหลากหลายมาก เช่น ในกรณีของพระพยอม จะเลือกใช้ทั้งสื่อประเพณีและสื่อ สมัยใหม่นับเป็นสิบกว่าประเภท แต่สำหรับประชาชนชุมชน จะมีปริมาณพลของการสื่อสารไม่ กว้างขวางนัก คือ อยู่ในระดับชุมชนกับเทศบาล ก็จะใช้สื่อหลัก ๆ อยู่ 2 ประเภท คือ ผ่าน **ตัวคน** ที่มีหลายประเภท เช่น บุคคลในครอบครัว คนที่รักและศรัทธา และ **สื่อกิจกรรม** ซึ่งหลักการสำคัญ ในการใช้สื่อกิจกรรมนั้น ประชาชนชุมชนจะใช้วัฒนธรรมตามแบบสังคมชนบท คือ ‘พูดน้อยแต่ค่อย

หนัก' คือ จะเป็นผู้ลงมือกระทำเองให้ดูเป็นตัวอย่าง (พระพยอมก็ใช้หลักการนี้เช่นเดียวกัน) หรือใช้กลยุทธ์ 'ลองให้ไปทำดู' หรือ 'พาไปดูงาน'

(2.2) การเลือกสาร สำหรับสื่อบุคคลทั้ง 2 ท่านในงานวิจัย จะมีหลักการเลือกสารที่คล้ายคลึงกัน คือ สื่อบุคคลจะพิจารณาเนื้อหาสารให้เหมาะกับระดับของผู้รับสารเป็นสำคัญ ทั้งในแง่ระดับความยากง่าย ความเกี่ยวข้องกับผู้รับสาร เช่น ประธานชุมชนจะทำหน้าที่เหมือนเป็นผู้กรองและคัดเลือกข่าวสาร (gatekeeper) ว่า เรื่องใดชาวบ้านควรทราบ และบางครั้งก็ทำหน้าที่เป็น 'ผู้กำหนดวาระ' ของงานกิจกรรมที่ชุมชนควรทำ

จากขั้นตอนของการคัดเลือกสาร ก็ถึงขั้นตอนของการออกแบบสารเพื่อการนำเสนอ ซึ่งมีเทคนิคการออกแบบอย่างหลากหลาย อันเนื่องมาจากความสามารถด้านการสื่อสารของสื่อบุคคล เช่น พระพยอมจะมีความชำนาญอย่างมากในการค้นคิดคำขวัญใหม่ ๆ ที่นำเอาแนวคิดเก่ากับใหม่มาผสมผสานกัน หรือการยกตัวอย่างประกอบ

ในกรณีของประธานชุมชน เนื่องจากบทบาทของประธานชุมชนจะเป็นตัวกลางเชื่อมโยงระหว่าง 'ทางราชการ' กับ 'ชาวบ้าน' ดังนั้น ประธานชุมชนที่ศึกษาจะทำหน้าที่ 'แปลงสาร' เช่น การแปลงประกาศ/จดหมายที่มีข้อความแบบทางราชการให้ออกมาเป็นภาษาง่าย ๆ ที่ชาวบ้านเข้าใจ

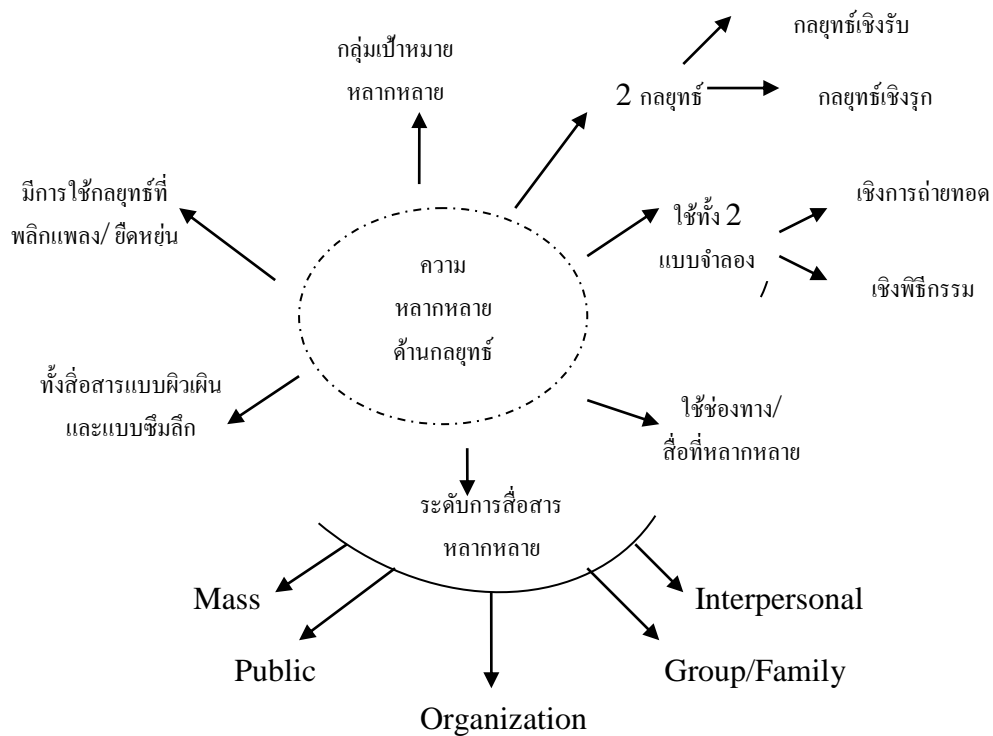
(2.3) ทักษะเฉพาะ ทักษะเฉพาะนี้เป็นคุณสมบัติที่ผู้นำโดยทั่วไปมักจะต้องมีอยู่แล้ว ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ก็มีตัวอย่างทักษะเฉพาะอยู่ 4-5 ทักษะ ทักษะที่น่าสนใจก็คือ ทักษะเรื่องการรับฟัง ซึ่งเป็นประเด็นที่ได้กล่าวมาแล้วว่า สำหรับผู้ที่จะมีความสามารถด้านการสื่อสารนั้นจะต้องมีทักษะการสื่อสารทั้งขาเข้าและขาออกเป็นอย่างดี (ตามแนวคิดโบราณของไทยในเรื่อง สุ จี ปุ ลิ)

อีก 2 ทักษะเฉพาะ คือ ทักษะการให้คำแนะนำ และ ทักษะการโน้มน้าวนั้น ถือเป็นทักษะเฉพาะของการสื่อสารขาออกที่เข้าใจกันอยู่โดยทั่วไป ส่วนอีก 2 ทักษะนั้น ทักษะแรกเป็น ทักษะที่เกี่ยวกับวิธีคิดแก้ปัญหา ซึ่งเป็นภารกิจของผู้ที่เป็นผู้นำ ซึ่งจะต้องมีวิธีการแก้ปัญหาแตกต่างจากบุคคลทั่วไป กล่าวคือ ไม่ใช่ใช้วิธีการแก้ปัญหาด้วยอารมณ์หรือสามัญสำนึก แต่เป็นการคิดแก้ปัญหาที่ผ่านการไตร่ตรองวิเคราะห์ปัญหา และประเมินวิธีแก้ปัญหามาอย่างรอบคอบแล้ว ด้วยเหตุนี้ผลการวิจัยจึงพบว่า ทั้งประธานชุมชนและพระพยอมมีวิธีการแก้ไขปัญหาคัดแย้งหลาย ๆ กรณีไม่เหมือนกัน เช่น ความขัดแย้งเพราะการโจมตีตัวบุคคล ความขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์ ความขัดแย้งเรื่องหลักธรรม เป็นต้น

ส่วนอีกทักษะหนึ่งก็เป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับสื่อบุคคลที่เป็นผู้นำ คือ ทักษะที่สามารถตัดสินใจได้ โดยอาศัยความรู้และฐานข้อมูลที่มีอยู่ ตัวอย่างเช่น ในการตัดสินใจเลือกว่า ในช่วงขยายรากฐานการพัฒนานั้น ควรจะทำโครงการอะไรเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืน ท่าน

พยอมได้เลือกโครงการทำสวนธรรมชาติ เนื่องจากตัวท่านเองเคยเป็นชาวสวน มีองค์ความรู้เรื่องการทำสวนเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) อย่างดี เช่นเดียวกับประธานชุมชนที่เลือกกิจกรรมการทำธนาคารขยะเพื่อการพัฒนาชุมชน แต่ก็มีฐานความรู้ว่า ถ้ามีเป้าหมายจะรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริงแล้ว ปริมาณขยะที่จะมาฝากธนาคารควรจะมีจำนวนลดน้อยลง ไม่ใช่มากขึ้น เป็นต้น

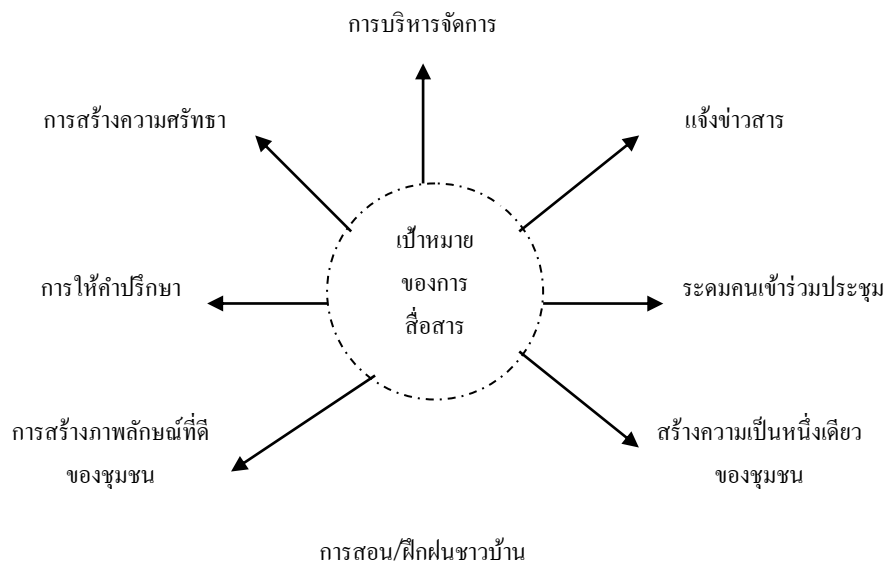
3. การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสาร มิติที่สามในการศึกษาความสามารถด้านการสื่อสารก็คือ การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารของสื่อบุคคล ผลจากการวิจัยสื่อบุคคลที่มีความสามารถสูงทั้ง 2 กรณี พบข้อสรุปที่สำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารคือ สื่อบุคคลที่มีความสามารถด้านการสื่อสารสูง จะมีการใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายมาก ความหลากหลายนี้มีในหลายมิติ ดังนี้



ภาพที่ 18 : ความหลากหลายด้านกลยุทธ์

(1) ความหลากหลายในแง่กลุ่มเป้าหมาย หากพิจารณาโครงการทั้ง 14 โครงการของท่านพยอม จะพบว่า มีกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายอย่างมาก

(2) ความหลากหลายในแง่เป้าหมายการสื่อสาร สำหรับกรณีประธานชุมชน อมรรัตน์และคณะพบว่า มีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารถึง 9 กลยุทธ์เพื่อเป้าหมายการสื่อสารที่แตกต่างกันดังนี้



ภาพที่ 19 : เป้าหมายของการสื่อสาร

ในขณะที่พระพยอมได้ใช้กลยุทธ์ทั้งเชิงรุกและเชิงรับ ตัวอย่างกลยุทธ์เชิงรับก็เช่น การจัดกิจกรรมวันสำคัญ ๆ ที่วัดสวนแก้ว การทำซูเปอร์มาร์เก็ตผู้ยากไร้ ส่วนกลยุทธ์เชิงรุกก็เช่น การทำกระบอกสารออกกิเลสให้คนเอาไปออมเงินเก็บที่บ้าน การทำค่ายธรรมะ เป็นต้น

(3) ความหลากหลายในเชิงแบบจำลองการสื่อสาร ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า แบบจำลองการสื่อสารนั้น มีทั้ง 2 แบบ คือ แบบจำลองการสื่อสารเชิงถ่ายทอดและเชิงพิธีกรรม ซึ่งสื่อบุคคลที่ศึกษาทั้ง 2 ท่านได้ใช้ทั้ง 2 แบบจำลอง

ในฐานะพระสงฆ์ เมื่อมีการเทศน์ ก็จำเป็นต้องอยู่ที่ท่านพยอมจะต้องใช้การสื่อสารแบบจำลองการถ่ายทอด ซึ่งมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว มีเป้าหมายเพื่อการโน้มน้าว เช่นเดียวกับประธานชุมชนที่ต้องใช้รูปแบบการสื่อสารแบบ 'สั่งการ' กับคณะกรรมการเมื่อเวลาทำกิจกรรม

แต่ในเวลาเดียวกัน สื่อบุคคลทั้งสองก็ใช้แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรมที่มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทางเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันด้วย ซึ่งประธานชุมชนจะใช้มาก เนื่องจากสถานภาพเอื้ออำนวยดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

ทัศนีย์และคณะ ตั้งข้อสังเกตว่า แม้จะมีสถานภาพเป็นพระภิกษุ ซึ่งโดยวัฒนธรรมการสื่อสารของสังคมไทยแล้ว จะไม่ค่อยเอื้ออำนวยให้มีการสื่อสารแบบสองทางมากนัก แต่ท่านพยอมก็จะใช้ระบบการสื่อสารแบบครบวงจรไซเบอร์นาติกส์ กล่าวคือ เมื่อเวลาจะไปเทศน์ (ส่งสารออกไป) ก็จะเปิดรับฟังปัญหาของประชาชนด้วย (รับสารเข้ามา) ด้วยเหตุนี้ ท่านจึงมีการปรับกิจกรรมอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากเปิดรับฟังปฏิกิริยาตอบกลับมา

(4) ความหลากหลายในแง่ช่องทาง/สื่อ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว โดยเฉพาะพระพยอมได้นำเอาสื่อหลาย ๆ ชนิดมาผสมผสานกัน เช่น นำเอาอุปกรณ์ประกอบการสอนแบบใหม่ (หุ่นชัก) มาใช้ในการสอนธรรมะ เป็นต้น

(5) ความหลากหลายในแง่ระดับของการสื่อสาร ดังได้กล่าวแล้วว่า ระดับของการสื่อสารนั้น มีอย่างน้อย 6 ระดับ สำหรับสื่อบุคคลเช่นพระพยอมนั้น ได้ทำการสื่อสารอย่างครบทุกระดับเลย กล่าวคือ

- ระดับ intrapersonal communication คือ การทำสมาธิ การตั้งสติ
- ระดับ interpersonal communication คือ การให้คำปรึกษาหารือ
- ระดับ group communication คือ การสื่อสารกับกลุ่มทำงานในวัดสวนแก้ว
- ระดับ organizational communication คือ การสื่อสารในระดับมูลนิธิวัดสวนแก้ว
- ระดับ public communication คือ การที่พระพยอมออกไปเทศน์ตามเวทีงานต่าง ๆ รวมทั้งเวทีคอนเสิร์ตด้วย
- ระดับ mass communication คือ การที่พระพยอมใช้สื่อมวลชนสมัยใหม่ทุกประเภท

(6) มีกลยุทธ์ทั้งระดับผิวเผินและระดับลึกซึ้ง ในการจัดค่ายธรรมะและการออกเทศน์ตามที่ต่าง ๆ นั้น พระพยอมสรุปว่า การไปเทศน์ตามสถานที่ต่าง ๆ นั้น เป็นเสมือนการให้เด็ก/เยาวชนได้ธรรมะในลักษณะ 'การจุ่มดูด' แต่การจัดค่ายธรรมะนั้น เป็นรูปธรรมการสื่อสารในลักษณะ 'การแช่อิ่ม' (intensive)

(7) มีกลยุทธ์พลิกแพลงและยืดหยุ่น ดังเช่นที่ทัศนีย์และคณะได้ศึกษากลยุทธ์การทำงานของพระพยอม และได้แบ่งเป็นช่วงเวลาต่าง ๆ ก็ได้พบว่า พระพยอมได้ใช้กลยุทธ์การสื่อสารอย่างพลิกแพลงไปตามสถานการณ์และยืดหยุ่น ในกรณีของประธานชุมชนก็เช่นเดียวกัน เช่น เมื่อต้องการจะจัดระดมพลให้มาลงคะแนนเลือกตั้งคณะกรรมการชุมชน ท่ามกลางบริบทที่ชุมชนไม่ค่อยสนใจกิจการสาธารณะ ประธานชุมชนก็ได้ใช้วิธีการจับสลากรางวัลชิงโชคแก่ชาวบ้านที่มาร่วมประชุม ซึ่งเป็นการนำกลยุทธ์ทางธุรกิจการตลาดมาใช้ในเรื่องงานพัฒนา เป็นต้น

(8) แก่นหลักของกลยุทธ์คือการผสมผสาน (hybridization) เนื่องจากสื่อบุคคลทั้ง 2 กรณีที่เลือกมาศึกษานั้น ทำการสื่อสารอยู่ท่ามกลางบริบทที่กำลังเป็นรอยต่อระหว่างบริบทแบบเดิมกับแบบใหม่ ดังนั้น กลยุทธ์การสื่อสารที่เป็นแก่นหลักที่สื่อบุคคลทั้งสองใช้ จึงเป็นการผสมผสาน (hybrid) ระหว่างของเก่ากับของใหม่ หรือระหว่างคู่ที่ตรงข้ามกัน (binary oppositions) เช่น ระหว่างทางโลกกับทางธรรม ระหว่างการสื่อสารด้วยวาจากับการสื่อสารแบบลายลักษณ์

ในกรณีของพระพยอม จะพบหลักการประสานกันระหว่างทางโลกกับทางธรรม ตามสภาพของตัวสื่อบุคคลที่เป็น ‘พระนักพัฒนา’ ตัวอย่างเช่น

- การประสานแนวคิด 2 แนวคิดที่ขัดแย้งกัน เช่น การทำโครงการซูเปอร์มาร์เก็ต(คู่มือฐานะดี)สำหรับผู้ยากไร้
- การประสานระหว่างทางธรรมกับทางโลก โดยใช้ทางธรรมเป็นฐานคิด ส่วนทางโลกเป็นรูปแบบ/วิธีการนำเสนอ เช่น การใช้สื่อการเทศน์ (ทางธรรม) แต่นำเสนอด้วยความสนุกสนาน (ทางโลก) หรือการทำโครงการ ‘กระบอก’ (สำหรับเก็บสะสมทรัพย์ในมิติทางโลก) แต่เป้าหมายเพื่อการทำทาน ‘สัรอกกิเลส’ (ทางธรรม)
- ในช่วงน้อมจิตช่วยคนยาก พระพยอมได้ใช้สื่อการเทศน์ประสานเข้ากับวิธีการนำเสนอแบบทางโลก คือ ใช้หลักการตลาดเพื่อขายสินค้า แต่ทว่า เป็นการทำตลาดเพื่อสังคม เนื่องจากเป็นการตลาดที่อยู่บนฐานคิดทางธรรม และเป้าหมายของการแสวงหากำไรนั้น ก็เพื่อนำมาใช้สงเคราะห์คนยากจน

8. การศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารกับสื่อบุคคล

การศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารนั้น เป็นหัวข้อที่นิยมกันมากที่สุด อันเนื่องมาจากเป็นแนวคิดหลักของสำนักทฤษฎีหน้าที่นิยม (functionalism) ที่นำเสนอว่า การที่สถาบันย่อย ๆ ใดจะดำรงอยู่ได้ สถาบันนั้นจำเป็นต้องกระทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายมา ‘สื่อบุคคล’ ก็เป็นกรณีที่ไม่ยกเว้นแต่อย่างใด

(1) วิธีการศึกษาบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร วิธีการศึกษาบทบาทหน้าที่นั้น อาจจะมีวิธีการศึกษาได้ 3 วิธีการ คือ

(i) ศึกษาจากตัวบท (text) หรือกิจกรรม (activities) ที่ได้เกิดขึ้น เช่น เมื่อต้องการจะศึกษาว่าหนังสือพิมพ์ได้ทำหน้าที่อะไรบ้าง ผู้ศึกษาก็อาจจะวิเคราะห์จากเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ วิธีการศึกษาแบบนี้เป็นแนวคิดของทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคม (social functionalism) แต่วิธีการศึกษาแบบนี้ไม่ปรากฏในงานวิจัยสื่อบุคคลในโครงการนี้

(ii) ศึกษาโดยการซักถามจากตัวบุคคล ซึ่งเป็นแนวคิดของทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงปัจเจกบุคคล (individual functionalism) อันหมายความว่า บุคคลได้ใช้การสื่อสารเพื่อประโยชน์อะไรบ้าง (ในทางนิเทศศาสตร์ เรียกบทบาทหน้าที่เช่นนี้ว่า ‘uses and gratifications approach’) งานวิจัยผู้นำท้องถิ่นสตรีของอ้อมทิพย์และคณะได้ใช้วิธีการศึกษานี้

(iii) ศึกษาโดยการซักถามตัวบุคคลจากหลาย ๆ จุดยืน วิธีการนี้สืบเนื่องจากความเชื่อที่ว่า การรับรู้เรื่องบทบาทหน้าที่เกิดมาจากส่วนเลี้ยวต่าง ๆ ของกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีจุดยืนที่ต่างกัน

โดยอาจจะมีบางบทบาทเป็นบทบาทที่ถูกระบุกำหนด (prescribed) และบางบทบาทที่ปฏิบัติจริง (enacted) ในงานศึกษาประชาชนชุมชน อมรรัตน์และคณะได้ใช้วิธีการศึกษาเช่นนี้

(2) **บทบาทการสื่อสารกับการเสริมพลังแก่สตรี** ผลจากการสัมภาษณ์สตรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ถึงเรื่องบทบาทของการสื่อสารที่ช่วยเสริมพลังความเข้มแข็งให้แก่ผู้หญิงใน 5 หมู่บ้าน อ้อมทิพย์และคณะได้พบว่า การสื่อสารมีบทบาททั้งหมด 13 บทบาท โดยมีปริมาณที่มาก/ปานกลาง/น้อย ดังนี้

บทบาทที่พบบ่อยมาก	1.เป็นช่องทางถ่ายทอดข่าวสาร (การสื่อสารขาออก) 2.เป็นช่องทางรับรู้ข่าวสาร(การสื่อสารขาเข้า)
บทบาทที่พบบานกลาง	3.ช่วยกลั่นกรองข้อมูลข่าวสาร 4.เป็นตัวเชื่อมต่อการสื่อสารในแนวนอน 5.ช่วยในกระบวนการตัดสินใจ 6.เป็นกลไกเร่งการพบปะแสดงความคิดเห็น
บทบาทที่พบน้อย	7.เป็นเครื่องมือสร้างความโปร่งใส 8.เป็นเวทีสื่อสารทางความคิด 9.สร้างการมีส่วนร่วม 10.แก้ไขปัญหาความขัดแย้ง 11.เป็นปากเป็นเสียงให้แก่กลุ่มและผู้ด้อยโอกาส 12.รายงานความคิดเห็น/ ความต้องการของประชาชน 13.บริหารความขัดแย้ง

ภาพที่ 20 : บทบาทของการสื่อสารกับการเสริมพลังแก่สตรี

จากข้อมูลภาพข้างบนนี้แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าการสื่อสารจะมีบทบาทมากถึง 13 บทบาท ในการเสริมพลังให้แก่สตรี แต่พบว่า เมื่อนำระดับความยากง่ายในการแสดงบทบาทเข้ามาวิเคราะห์ร่วมด้วยแล้ว จะปรากฏว่า บทบาทที่การสื่อสารแสดงได้มาก มักจะเป็นบทบาทที่แสดงได้ง่าย เช่น การรับ/การถ่ายทอดข่าวสาร ในขณะที่บทบาทที่แสดงได้ยาก ๆ เช่น บทบาทการแก้ไขความขัดแย้ง การเป็นปากเป็นเสียงให้แก่กลุ่มผู้ด้อยโอกาสนั้น การสื่อสารยังแสดงได้น้อยมาก (บทบาท

ที่พบได้น้อยนี้ มีผู้นำสตรีเพียง 1 ท่านเท่านั้นจากจำนวน 7 ท่านที่ได้ใช้การสื่อสารในบทบาทนี้) นี้ จึงนำมาสู่ข้อสรุปที่ว่า การสื่อสารยังมีบทบาทที่จำกัดในการเสริมพลังความเข้มแข็งให้แก่สตรี

นอกจากนั้น คณะวิจัยยังได้ประมวลบทบาทของการสื่อสาร โดยแบ่งเป็นมิติที่ผลของการ แสดงบทบาทนั้นออกได้เป็น 3 มิติ ดังนี้

- (i) มิติแรก การสื่อสารช่วยเสริมความสามารถในการคิดวิเคราะห์และตัดสินใจ (capacity building) ซึ่งเป็นผลลัพธ์ระดับปัจเจกบุคคล
- (ii) มิติที่สอง การสื่อสารได้ช่วยสร้างพื้นที่ของผู้หญิงให้เข้ามาร่วมในการพัฒนา ชุมชนและการเมืองการปกครองท้องถิ่น
- (iii) มิติที่สาม การสื่อสารช่วยเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงทรัพยากร โดยนำไปสู่การ พัฒนาโครงการเพื่อตอบสนองของผู้หญิงและกลุ่มอื่น ๆ ในหมู่บ้าน

มิติทั้งสามนี้ช่วยนำไปสู่การปรับเปลี่ยนทั้งตัวผู้หญิงเอง ทั้งความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ระหว่างหญิงกับชาย และทั้งระดับสถานภาพของผู้หญิงในชุมชนให้ได้รับการยอมรับมากขึ้น แม้ว่า จะยังจำกัดอยู่ในกลุ่มผู้หญิง (ที่เป็นผู้นำ) ส่วนน้อยก็ตาม

(3) การศึกษาบทบาทที่ถูกกำหนดและบทบาทที่ปฏิบัติจริง ในงานวิจัยสื่อบุคคลที่เป็น ประธานชุมชน คณะวิจัยได้ทำการเปรียบเทียบบทบาทของสื่อบุคคลในฐานะประธานชุมชนที่ ถูกกำหนด (prescribed role) มาจากระเบียบของเทศบาล กับบทบาทหน้าที่ประธานชุมชนที่ได้ ปฏิบัติจริง (enacted role) และพบผลดังนี้

บทบาทที่ถูกกำหนด มี 6 บทบาท ดังนี้

1. เป็นประธานในที่ประชุม เป็นตัวแทนชุมชน และเป็นแกนนำในการพัฒนา
2. บริหารงานภายในชุมชน
3. ประสานงานหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อนำบริการไปสู่ชุมชน
4. ประนีประนอมข้อพิพาทของราษฎรในชุมชน
5. วางกฎระเบียบในการบริการชุมชน
6. หน้าที่อื่น ๆ ที่ทางเทศบาลมอบหมาย

บทบาทที่ปฏิบัติงานจริง ๆ มี 15 บทบาท ดังนี้

บทบาทด้านการปกครอง	บทบาทด้านสังคม	บทบาทด้านการสื่อสาร
1. ผู้บริหารจัดการ	1. ผู้ชำนาญการ	1. ผู้ประสาน(ข้อมูล)
2. ผู้วางแผนและนโยบาย	2. บุคคลตัวอย่าง	2. ผู้ตัดสินใจประนีประนอม
3. ตัวแทนรับผิดชอบ	3. ผู้ให้บริการชุมชน	3. ครูผู้สอน
4. เป็นพ่อของชุมชน	4. พ่อพระผู้เสียสละ	4. ผู้ให้คำปรึกษา
5. สูญเสียพนักงานการเมือง	5. ผู้ปรับประสานวัฒนธรรม กลุ่ม	5. ตัวแทนติดต่อบุคคล ภายนอก

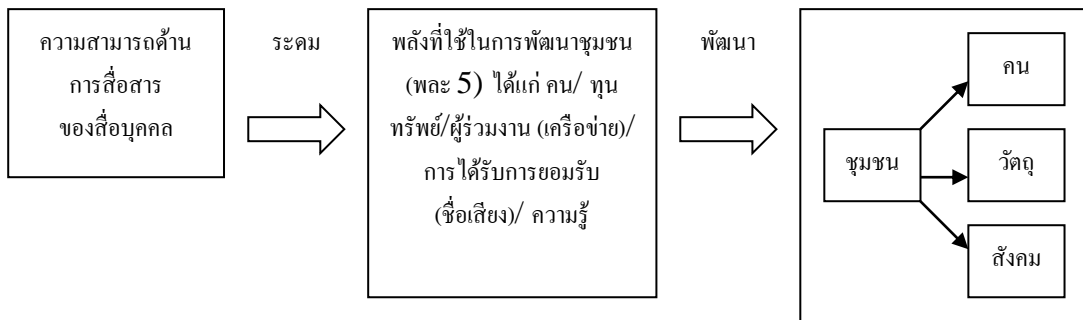
ภาพที่ 21 : บทบาทที่ปฏิบัติจริงของประธานชุมชน

จากตารางที่แสดงมาข้างบนนี้ บ่งชี้ให้เห็นว่า ในขณะที่บทบาทที่ถูกกำหนดมานั้นดูเสมือนจะมอบหมายให้สื่อบุคคลเป็น **ผู้นำสมัยใหม่** แต่ทว่า ในทางปฏิบัติแล้ว สื่อบุคคลต้องเล่นบทบาททั้งที่เป็น **ผู้นำแบบเดิม** (เช่น บุคคลตัวอย่าง พ่อพระ ครูผู้สอน ผู้ให้คำปรึกษา) ร่วมไปกับการเป็น **ผู้นำสมัยใหม่** (เช่น ผู้บริหาร ผู้วางแผน&นโยบาย) ควบคู่ไปด้วยซึ่งสอดคล้องกับบริบทของชุมชนที่เป็นชุมชนรอยต่อระหว่างสังคมเก่าและสังคมใหม่

9. การศึกษา ‘ผลที่เกิดขึ้น’ จากการทำงานของสื่อบุคคล

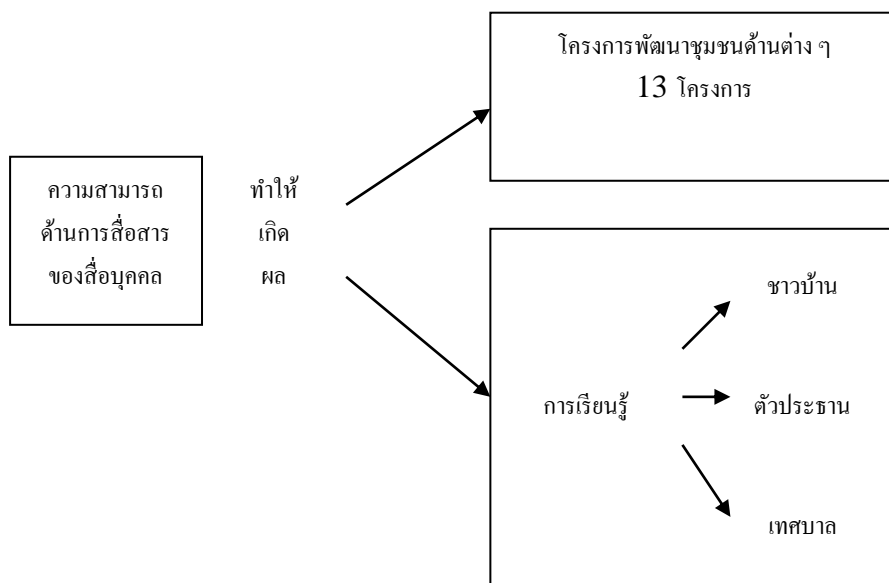
ในงานวิจัยสื่อบุคคลที่มีความสามารถทางการสื่อสารสูงทั้ง 2 กรณี คือ ประธานชุมชนและพระพยอม คณะวิจัยได้ทำการวัดผลที่เกิดขึ้นจากความสามารถดังกล่าว โดยทั้ง 2 กรณีมีวิธีการวัดผลที่คล้ายคลึงกัน คือ วัดทั้งผลที่เป็น **โครงการหรือกิจกรรม** ที่ช่วยให้ชุมชนพัฒนาดีขึ้น และวัดที่ **‘ตัวบุคคล’** ที่เข้าร่วมกิจกรรมด้วย

งานวิจัยของทัศนีย์และคณะนั้น เนื่องจากการศึกษาบุคลากรในสถาบันศาสนา คณะวิจัยจึงได้นำแนวคิดเรื่องพลังจากแง่มุมของศาสนา คือ พละ 5 มาใช้วัด ดังนี้



ภาพที่ 22 : ความสามารถด้านการสื่อสารของพระพยอมกับผลที่เกิดขึ้น

ส่วนงานวิจัยเรื่องประธานชุมชนของอมรรัตน์และคณะ ได้วัดผลที่เกิดขึ้นใน 2 มิติ คือ กิจกรรม/โครงการ และการเรียนรู้ของบุคคล ดังในภาพ



ภาพที่ 23 : ความสามารถด้านการสื่อสารของประธานชุมชนกับผลที่เกิดขึ้น

ส่วนที่ 2 : งานวิจัยเรื่องเครือข่ายการสื่อสาร

10 เครือข่ายคืออะไร

ในการวิเคราะห์ 'สื่อบุคคล' นั้น เราจะให้ความสนใจไปที่ 'องค์ประกอบคือตัวบุคคล' เป็นหลัก แต่ทว่า เมื่อบุคคลหลาย ๆ บุคคลเข้ามามีความสัมพันธ์ทางสังคมต่อกันและกัน เส้นใยสายใยสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้น เราเรียกว่า 'เครือข่าย' ซึ่งหากเป็นความสัมพันธ์ในด้านการสื่อสาร เราก็จะเรียกว่า 'เครือข่ายการสื่อสาร'

ความสนใจเรื่อง 'เครือข่าย' นั้น เกิดมาจากสาขาวิชาด้านสังคมศาสตร์ โดยเฉพาะด้านสังคมวิทยา-มานุษยวิทยา ซึ่งเริ่มได้รับความสนใจอย่างมากขึ้นในแวดวงวิชาการในช่วง 4-5 ทศวรรษที่ผ่านมา โดยที่ก่อนหน้านี้ วงวิชาการจะให้ความสนใจกับรูปแบบความสัมพันธ์แบบ 'ข้าราชการ' (bureaucracy) ซึ่งเป็นการจัดกลุ่ม/องค์กรที่มีลักษณะเป็นแนวดิ่ง (vertical) มีการรวมศูนย์อำนาจ (centralized) มีระบบการแบ่งสายงานอย่างชัดเจน ฯลฯ

แต่ทว่า 'เครือข่าย' นั้น เป็นรูปแบบการจัดการกลุ่มหรือองค์กรที่มีลักษณะที่ตรงกันข้ามกับรูปแบบของข้าราชการที่กล่าวมาข้างต้น เนื่องจากเครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ในแนวนอน (horizontal) มีลักษณะกระจายอำนาจ (decentralized) มีระบบการแบ่งงานกันกันอย่างยืดหยุ่น ฯลฯ

ม.ร.ว.อดิน รพีพัฒน์ (2536) อธิบายถึงลักษณะและความสำคัญของเครือข่ายทางสังคม (social network) เอาไว้ว่า

...สังคมมีลักษณะเป็นเครือข่ายคล้ายใยแมงมุม **บุคคล**คือจุดที่เส้นสายใยของเครือข่ายมาพบกัน กล่าวง่าย ๆ คือ บุคคลหนึ่งย่อมมี**ความสัมพันธ์**กับคนอื่น ๆ อีกเป็นจำนวนมากในหลายรูปลักษณะและสถานการณ์.....

...ข้อสันนิษฐานเบื้องต้นในการศึกษาประการหนึ่งมีว่า บุคคลที่มีเส้นใยความสัมพันธ์กว้างขวางทั้งในและนอกหมู่บ้าน ย่อมมี**ความสำคัญ**ในสังคมและการเปลี่ยนแปลงในหมู่บ้านมากกว่าคนอื่น ๆ ที่มีเส้นสายความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับคนอื่น ๆ จำนวนน้อย.....

ในสภาพความเป็นจริงของสังคมไทย เป็นสังคมที่อุดมสมบูรณ์ในเรื่องรูปแบบความสัมพันธ์แบบเครือข่ายเป็นอย่างยิ่ง ดังที่มีคำเรียกลักษณะความสัมพันธ์แบบเครือข่ายเอาไว้ อย่างมากมาย เช่น พรรคพวก พวกพ้อง เส้นสาย เพื่อนฝูง เครือญาติ เกล็ด เสี้ยว คนรู้จัก ศิษย์ สำนักเดียวกัน ฯลฯ ดังนั้น การให้ความสนใจในการศึกษาเรื่องเครือข่ายจึงนับว่าเหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงของสังคมของเรา



ภาพที่ 24 : คุณลักษณะของเครือข่าย

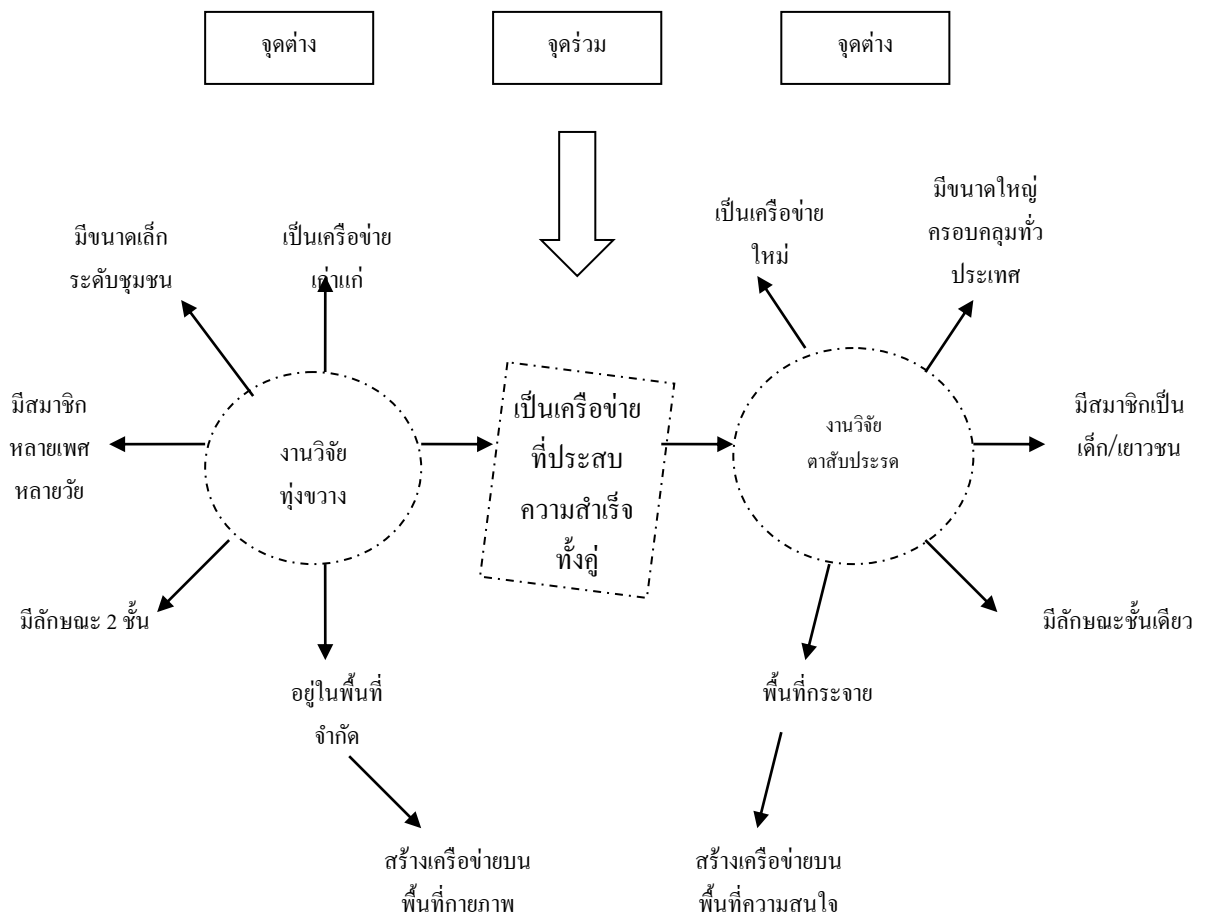
11. ภาพรวมของเครือข่ายการสื่อสารในชุดโครงการฯ

อันที่จริงแล้ว ในชุดโครงการ ‘การสื่อสารเพื่อชุมชน’ นี้ มีงานที่ศึกษาเกี่ยวข้องกับเรื่อง ‘เครือข่าย’ อยู่หลายชิ้น เช่น งานวิจัยชุดการสื่อสารกับสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อจัดการป่าชุมชนสะมะแก จ.กาญจนบุรี (วราพรและคณะ, 2547) ก็เน้นเรื่องการสร้างเครือข่ายรักษาป่าชุมชน ซึ่งยังไม่เกิดขึ้นก่อนมีงานวิจัย หรืองานวิจัยเรื่องเครือข่ายรักษาคลองคู่ตะเภา จ.สงขลา (จำนงค์และคณะ, 2547) ซึ่งเป็นกรณีของเครือข่ายเดิมที่มีอยู่แล้ว แต่สูญหายไป เพราะเกิดการเปลี่ยนแปลงหน้าที่ของคลอง งานวิจัยจึงมุ่งทั้ง ‘ซ่อมเครือข่ายเก่า’ และ ‘แสวงหาหนทางสร้างเครือข่ายใหม่’ อีกกรณีหนึ่งเป็นเครือข่ายระหว่างหมู่บ้าน ซึ่งถูกสร้างขึ้นใหม่ด้วยกิจกรรมการพัฒนาบวศวมกับต้นทุนเดิมทางวัฒนธรรม (คือ สำนึกเรื่องชนเผ่า) ซึ่งอยู่ในงานศึกษาเครือข่ายกองทุนข้าวของชาวเขาเผ่าปกากะญอ ใน จ.เชียงใหม่และแม่ฮ่องสอน (อริยาและคณะ, 2547)

อย่างไรก็ตาม ชุดงานวิจัยที่กล่าวมานั้น แม้จะมีการศึกษาเรื่องเครือข่ายเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย หากทว่าคณะวิจัยก็มีประเด็นอื่นเป็น ‘วัตถุของการศึกษา’ (object of study) มิใช่การศึกษาเรื่องเครือข่ายในตัวเอง เช่น คณะวิจัยจะสนใจเรื่องการรักษาป่า/คลอง หรือสนใจการต่อสู้ช่วงชิงความหมายในปฏิบัติการทางสังคม (social practice) ที่เพิ่งถูกประกอบสร้างขึ้นใหม่ (constructed) เช่น งานกองทุนข้าว

ดังนั้น ในที่นี้ ผู้สังเคราะห์จึงเลือกงานวิจัยทั้ง 2 ชิ้นที่มุ่งตรงมาที่เรื่องการวิเคราะห์เครือข่ายโดยตรง คือ งานวิจัยเรื่อง ‘เครือข่ายการสื่อสารกับศักยภาพการดำรงอยู่ของชุมชน: ศึกษากรณีบ้านทุ่งขวาง อ.พนัสนิคม จ.ชลบุรี’ โดย สมสุข หินวิมานและคณะ (ต่อไปนี้จะเรียกว่า ‘งานวิจัยทุ่งขวาง’) และงานวิจัยเรื่อง ‘เครือข่ายและกระบวนการทำข้าวของสำนักข้าวเด็กและเยาวชน “ขบวนการตาสับปะรด” โดย รณชาติ บุตรแสนคมและคณะ (ต่อไปนี้จะเรียกว่า ‘งานวิจัยตาสับปะรด’)

งานวิจัยทั้ง 2 ชิ้น มีจุดร่วมและจุดต่างกันดังนี้



ภาพที่ 25 : จุดร่วม/จุดต่างของเครือข่ายทุ่งขวางและตาสับประรด

จากแผนภาพจะอธิบายลักษณะทั้งจุดร่วมและจุดต่างของเครือข่ายทุ่งขวางและตาสับประรดได้พอสังเขปดังนี้ คือ

(ก) **ในแง่จุดร่วม** ทั้งสองเครือข่ายนั้นถือว่าเป็นกรณีที่ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ เนื่องจากสามารถเอาชนะข้อจำกัดของธรรมชาติเครือข่ายได้ประการหนึ่ง กล่าวคือ เครือข่ายนั้นเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่ประกอบสร้างขึ้นในแนวนอน ทำให้มีความเสมอภาคระหว่างสมาชิก รูปแบบความสัมพันธ์มักเป็นแบบไม่เป็นทางการ สมาชิกเข้ามาด้วยความสมัครใจ ความสัมพันธ์เป็นแบบหลวม ๆ จึงอาจจะก่อตัวได้ง่าย **แต่ก็สลายได้ในเวลาอันรวดเร็ว หากไม่มีกลไกที่มีประสิทธิภาพในการธำรงรักษาเครือข่ายเอาไว้** ซึ่งข้อความในตอนสุดท้ายนี้ คือ ข้อจำกัดของธรรมชาติเครือข่ายซึ่งทั้งสองเครือข่ายที่ศึกษาสามารถเอาชนะได้

ทั้งนี้ เนื่องจากชุมชนบ้านทุ่งขวางนั้น ได้ก่อตั้งมาเป็นเวลา 130 ปีแล้ว ในเส้นทางประวัติศาสตร์ของหมู่บ้าน ชุมชนได้ประกอบสร้างเครือข่ายรูปแบบต่าง ๆ ขึ้นมาในชุมชน เช่น เครือข่ายที่ลานนวดข้าว ซึ่งรวมคนทุกเพศทุกวัยเข้าไว้ด้วยกัน และถึงแม้สภาพความเป็นจริงของ

ชุมชนจะเปลี่ยนแปลงไป โดยเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงที่จุดหนึ่ง ก็จะกระทบไปถึงจุดอื่น ๆ เช่น เมื่อเปลี่ยนวิถีการผลิตจากการนวดข้าวด้วยคนมาใช้เครื่องจักร เครื่องข่ายที่ลานนวดข้าวก็หดหายไป แต่ทว่า ชุมชนก็มีศักยภาพที่จะ ‘แตกหน่อใหม่’ ทดแทนต้นเก่าที่หมดอายุ ร้านกาแฟของเจ้รุนจึงเกิดขึ้นมาเป็นเครือข่ายของชุมชนแทน

ในกรณีของขบวนการตาสับประรดก็เช่นเดียวกัน ตาสับประรดถือกำเนิดขึ้นในปี พ.ศ.2535 โดยเป็นขบวนการเฝ้าระวังรายงานข่าวเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและปัญหาเรื่องราวในชุมชน โดยสมาชิกที่เข้ามานั้นเป็นกลุ่มเด็กและเยาวชน จนถึงบัดนี้ อายุของขบวนการสืบทอดนับได้ 12 ปีแล้ว และยังมีอนาคตที่แจ่มใสต่อไป ทั้ง ๆ ที่สมาชิกเป็นเด็กและเยาวชน ซึ่งหมายความว่า มีสถานภาพชั่วคราวเท่านั้น

(ข) **ในแง่จุดต่าง** ทั้งสองเครือข่ายมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้การตั้งปัญหา นำการวิจัยแตกต่างกันไปด้วย กล่าวคือ

(1) **ความเก่าแก่** เครือข่ายชุมชนทุ่งขวางนั้น เป็นเครือข่ายที่เก่าแก่กว่าเพราะมีอายุมา 100 กว่าปี เท่าอายุของชุมชน ดังนั้น สายสัมพันธ์ที่วางรากฐานเอาไว้ยาวนาน เช่น สายเครือญาติจึงมีความคงตัวมากกว่า รวมทั้งมีการตกผลึกของธรรมเนียม/ประเพณี/แบบแผนต่าง ๆ เช่น การไม่มีรั้วกันระหว่างบ้าน หรือดังที่คณะวิจัยพบว่า วิธีการจัดการความขัดแย้งในชุมชนนั้น มักเป็นไปอย่างประนีประนอม เพราะ ‘ดูหน้าก็ปะจุมูก’

ในขณะที่เครือข่ายขบวนการตาสับประรดนั้น มีอายุเพียงแค่ 12 ปี ดังนั้น ความเข้มแข็งของสายสัมพันธ์จึงน้อยกว่า และยังไม่มีการตกผลึกในรูปแบบของธรรมเนียม/ประเพณี/แบบแผนที่เคยปฏิบัติต่อ ๆ กันมาเช่นที่บ้านทุ่งขวาง

(2) **ขนาดของเครือข่าย** บ้านทุ่งขวางที่ศึกษามีเพียง 94 ครัวเรือน ประชากร 555 คน ซึ่งจัดเป็นเครือข่ายขนาดเล็ก รวมทั้งยังอาศัยอยู่ร่วมกันในชุมชน ซึ่งมีพื้นที่จำกัด การติดต่อสัมพันธ์กันเป็นไปได้โดยง่ายและใกล้ชิด และเป็นรูปแบบความสัมพันธ์แบบเห็นหน้าเห็นตากัน มีข่าวสารแปลก ๆ ใหม่ ๆ ก็กระจายตัวได้อย่างรวดเร็ว ดังที่คณะวิจัยพบว่า เมื่อคณะวิจัยเข้าไปในหมู่บ้านเพียงไม่ถึงชั่วโมงเดียว ก็รู้กันหมดทั้งหมู่บ้านทำบ้าน

ในขณะที่เครือข่ายขบวนการตาสับประรดนั้น ประกอบด้วยสมาชิกถึง 3,000 คน กระจายอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งจัดว่าเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ และกินพื้นที่กว้างขวาง การติดต่อสัมพันธ์กันเกิดขึ้นได้ยากเพราะห่างไกล และส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ผ่านสื่อกลาง เช่น ผ่านจดหมายข่าว ‘พุทไธ่เอ๊ย’ ผ่านรายการวิทยุ ผ่านอินเทอร์เน็ต ผ่านโทรศัพท์มือถือ ทั้งขนาดของเครือข่าย พื้นที่การกระจาย และรูปแบบการติดต่อสัมพันธ์กันของเครือข่ายขบวนการตาสับประรด มีนัยยะว่า เครือข่ายนี้มีอัตราเสี่ยงสูงในแง่ของการแตกสลายมากกว่าเครือข่ายทุ่งขวาง

(3) ลักษณะของสมาชิก เครือข่ายทุ่งขวางนั้น มีสมาชิกที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่หลากหลาย เช่น มีอายุที่หลากหลาย รวมถึงตั้งแต่เด็ก/เยาวชน/ผู้ใหญ่/ผู้อาวุโส หลากหลายในแง่เพศ คือมีทั้งหญิงและชาย หลากหลายในแง่อาชีพ หลากหลายทั้งในแง่สถานภาพทางสังคม เช่น เป็นพระภิกษุ เป็นฆราวาส เนื่องจากความหลากหลายดังกล่าว จึงเกิดการแบ่งพื้นที่สาธารณะออกเป็นเครือข่ายเล็ก ๆ ในชุมชน เช่น เป็นเครือข่ายที่ร้านกาแฟเจริญ ซึ่งเป็นร้านกาแฟประจำชุมชน พื้นที่แห่งนี้เป็นเครือข่ายของกลุ่มผู้ใหญ่ผู้ชายที่ทำงานทำการแล้ว แต่มีอาชีพหลากหลาย กลุ่มจักสาน ซึ่งเป็นเครือข่ายของกลุ่มผู้หญิงผู้ใหญ่ที่มารวมตัวกัน ประกอบอาชีพอย่างเดียวกัน และ กลุ่มวัด ซึ่งเป็นเครือข่ายทางธรรม และรวมทั้งผู้หญิง/ผู้ชาย/เด็ก/วัยรุ่น/ผู้ใหญ่/คนเฒ่าคนแก่/คนจากทุกอาชีพ หรืออาจจะมีเครือข่ายเล็ก ๆ อื่น ๆ อีก เช่น กลุ่มเยาวชนที่เล่นฟุตบอล กลุ่มที่เล่นหอยจ๊อบยี่กี ฯลฯ โดยที่เครือข่ายเล็ก ๆ ทั้งหมดนี้ ได้สานร้อยเข้าด้วยกันเป็นเครือข่ายใหญ่ (supra-network)

ในส่วนของขบวนการตาสับปะรด ซึ่งก็มีความหลากหลายของสมาชิกเช่นเดียวกัน แต่อาจจะน้อยกว่าโดยเปรียบเทียบกับเครือข่ายทุ่งขวาง เช่น สมาชิกของขบวนการตาสับปะรดเป็นเด็กและเยาวชนที่มีอายุใกล้เคียงกัน (อยู่ระหว่าง 8-22 ปี) จึงมีลักษณะอาชีพคล้าย ๆ กัน คือ อยู่ในวัยเรียนหนังสือ ทำให้แบบแผนการใช้เวลา ความสนใจ และวิถีชีวิตใกล้เคียงกัน ในแง่เพศ สมาชิกมีทั้งชาย (37%) และหญิง (63%) ในแง่ภูมิลำเนา เป็นเด็กในกรุงเทพฯ (39%) และต่างจังหวัด (61%) ส่วนในแง่ความสนใจนั้น แม้ว่าเด็กและเยาวชนที่เป็นสมาชิกจะมีความสนใจที่แตกต่างกันไป เช่น บางคนสนใจสิ่งแวดล้อม บางคนสนใจศิลปะ บ้างก็สนใจกีฬา/ดนตรี ฯลฯ แต่ทว่า จุดที่ร้อยเชื่อมเด็กทั้ง 3,000 คนเข้ามาด้วยกัน ก็คือ คุณลักษณะที่มีความสนใจในการสื่อสาร/การทำข่าว/การรายงานข่าว ซึ่งเป็นเนื้อหาของขบวนการตาสับปะรด

ในแง่ของการจัดรูปแบบเครือข่ายนั้น อันที่จริง จากลักษณะที่กว้างขวางของขบวนการตาสับปะรด จึงน่าจะเข้าใจว่า จะต้องมีการแบ่งจัดเครือข่ายใหญ่ออกมาเป็นรูปแบบเครือข่ายย่อย ๆ ดังที่ปรากฏในการแบ่งการรวมตัวเพื่อจัดรายการวิทยุในต่างจังหวัดออกเป็นรายจังหวัดต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม ในการวิจัยนั้น คณะวิจัยมิได้พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายย่อย ๆ กับเครือข่ายใหญ่ทั้งหมด แต่ใช้วิธีการพิจารณาทั้งเครือข่ายเป็นภาพรวมเดียว

จากลักษณะความแตกต่างของเครือข่ายทั้งสอง ทำให้วิธีการตั้งปัญหำการวิจัยของงานวิจัยทั้ง 2 ชิ้น มีความแตกต่างกันไปด้วย กล่าวคือ

ในงานวิจัยทุ่งขวางนั้น จะสนใจว่า ชุมชนทุ่งขวางซึ่งเป็นชุมชนที่อยู่ใกล้ความเจริญของเมืองเป็นอย่างมาก (ห่างจาก จ.ชลบุรีเพียงประมาณ 30 กิโลเมตร) และในอดีต ประวัติของชุมชนก็ได้ผ่านแรงปะทะจากกระแสความเจริญภายนอกมาเป็นระยะ ๆ นับตั้งแต่การมีถนน การใช้เครื่องจักรในการทำนา การมีไฟฟ้า น้ำประปา ฯลฯ แต่เพราะเหตุใดชุมชนนี้จึงยังสามารถรักษาอัต

ลักษณะความเป็นตัวของตัวเอง คักดีศรี และพื้นที่ของตนเองอยู่ได้ เช่น ชุมชนยังคงปลูกข้าวกิน ทำ
จักสานใช้ ซึ่งหมายความว่า ชุมชนจะต้องมีการต่อรองกับโลกภายนอก คณะวิจัยมีความเชื่อว่า ใน
การต่อรองนี้ หน้าตักที่ชุมชนมีอยู่นั้น ก็คือ การมีเครือข่ายการสื่อสารที่ดีของชุมชน ซึ่งทำหน้าที่เป็น
แหล่งพลังของชุมชน คณะวิจัยจึงต้องการค้นหาว่า **เครือข่ายการสื่อสารดังกล่าวนี้มีหน้าตา
เป็นอย่างไร และทำหน้าที่ดำรงรักษาการดำรงอยู่ของชุมชนได้อย่างไร**

ในส่วนของขบวนการตาสับปะรด เนื่องจากเครือข่ายตาสับปะรดเป็นเครือข่ายที่ค่อย ๆ ก่อ
ตัวขึ้นมาจากกลุ่มบุคคลที่เป็นแกนกลางเพียงไม่กี่คน โดยเริ่มจากผู้ใหญ่ใจดีไม่กี่คนที่เป็นหลักยึด/
เป็นตัวประสานให้ พัฒนาการของขบวนการจึงค่อย ๆ เริ่มจาก **ขั้นก่อตัว** มาเป็น **ขั้นการขยายตัว**
และมาเป็น **ขั้นตอนพัฒนาขบวนการ** คณะวิจัยสนใจว่า ในแต่ละขั้นตอนของการเจริญเติบโต
ของเครือข่ายนั้น เครือข่ายได้ใช้รูปแบบการสื่อสารอะไรเข้าไปเป็น 'ก้าวใจ' ในการถักทอสาย
สัมพันธ์ระหว่างสมาชิกเครือข่ายบ้าง

จากนี้ เราจะให้คำตอบคร่าว ๆ ของปัญหานำการวิจัยในทั้งสองเครือข่าย

12. เครือข่ายทุ่งขวาง : อีกก้าวยาว ๆ ของการศึกษาเรื่องเครือข่าย

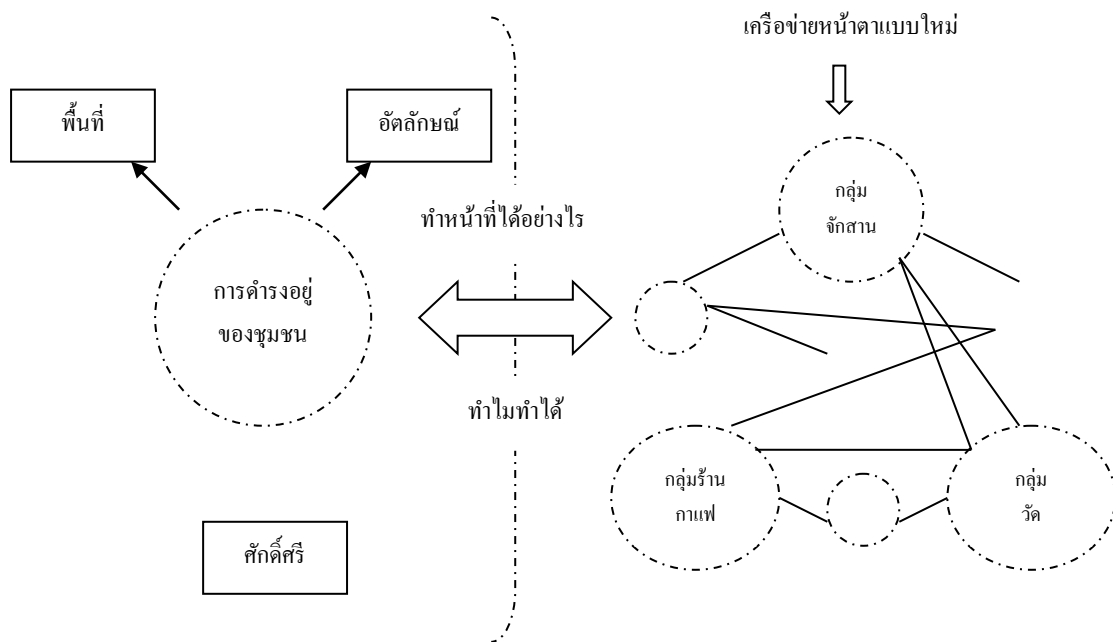
ดังที่กล่าวมาแล้วว่า ปัจจุบันนี้ การศึกษาเรื่องเครือข่ายเริ่มได้รับความสนใจมากขึ้นทุก
ที่จากวงวิชาการ จึงมีงานศึกษาวิจัยเรื่องเครือข่ายมากขึ้น ในวงวิชาการนิเทศศาสตร์ก็เช่นเดียวกัน
ได้มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ศึกษาเรื่องเครือข่ายการสื่อสาร

อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า การศึกษาเรื่องเครือข่ายการสื่อสารเท่าที่เป็นมานั้น
มักจะอยู่ในระดับของ 'การพรรณนา/บรรยาย' ว่า หน้าตาของเครือข่ายนั้นเป็นอย่างไร มีลักษณะ
เป็นเครือข่ายแบบไหน หากแต่ยังไม่มีลักษณะ 'การวิเคราะห์' เครือข่ายให้มากไปกว่าที่เห็น

ในแง่นี้ งานวิจัยทุ่งขวางของสมสุขและคณะ ได้ยกระดับการวิเคราะห์เครือข่ายขึ้นไปใน
หลายลักษณะ กล่าวคือ

- (i) ได้นำเอา **เกณฑ์ (categories)** ต่าง ๆ มาวิเคราะห์เครือข่าย เช่น ประวัติความเป็นมา ขนาด จุดมุ่งหมาย เวลาและพื้นที่ บริบท ระดับการสื่อสาร การไหลเวียนของข่าวสาร เป็นต้น
- (ii) ได้นำเอา **ทฤษฎีบทบาทหน้าที่ (function)** มาวิเคราะห์ด้วยการตอบคำถามว่า เครือข่ายได้ทำหน้าที่อะไรบ้าง
- (iii) เนื่องจากเครือข่ายที่ศึกษามีลักษณะเป็นเครือข่าย 2 ชั้น ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว คือ เป็นเครือข่ายที่ประกอบด้วยเครือข่ายย่อย ๆ ทั้งหมดที่คณะวิจัยได้เลือกมาศึกษา อย่างเจาะลึกสามเครือข่าย และคณะวิจัยได้สำรวจ 'การเจาะร้อย' ระหว่างเครือข่ายทั้งสามเข้าเป็นเครือข่ายรวม

- (iv) ประเด็นที่สำคัญที่สุดก็คือ การตอบโจทย์การวิจัยที่ได้กล่าวไปข้างต้นแล้วว่า คณะวิจัยคาดว่า **เครือข่ายการสื่อสาร** นั้นเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการดำรงอยู่ของชุมชนทุ่งขวาง ซึ่งเป็นชุมชนที่ขาด 'เงื่อนไขอันเหมาะสม' ที่จะดำรงอยู่ เช่น ไม่ได้มีแรงเกาะเกี่ยวเหนียวแน่น ไม่ได้มีผู้นำที่เสียสละและเข้มแข็ง ไม่ได้มีสถาบันหลักที่มั่นคง (เช่น ศาสนา ชาติพันธุ์) ฯลฯ ท่ามกลางบริบทชุมชนเช่นนี้ คำตอบสุดท้ายที่หลงเหลืออยู่ น่าจะเป็นเรื่อง **เครือข่ายการสื่อสาร** ซึ่งคณะวิจัยได้นำแนวคิด 2 แนวคิดมาหาความสัมพันธ์กันว่า เครือข่ายการสื่อสารได้ทำหน้าที่ช่วยในการธำรงรักษาการดำรงอยู่ของชุมชนได้อย่างไร ทำไมเครือข่ายการสื่อสารนั้นจึงทำได้ และเป็นเครือข่ายที่มีโฉมหน้าเป็นอย่างไร

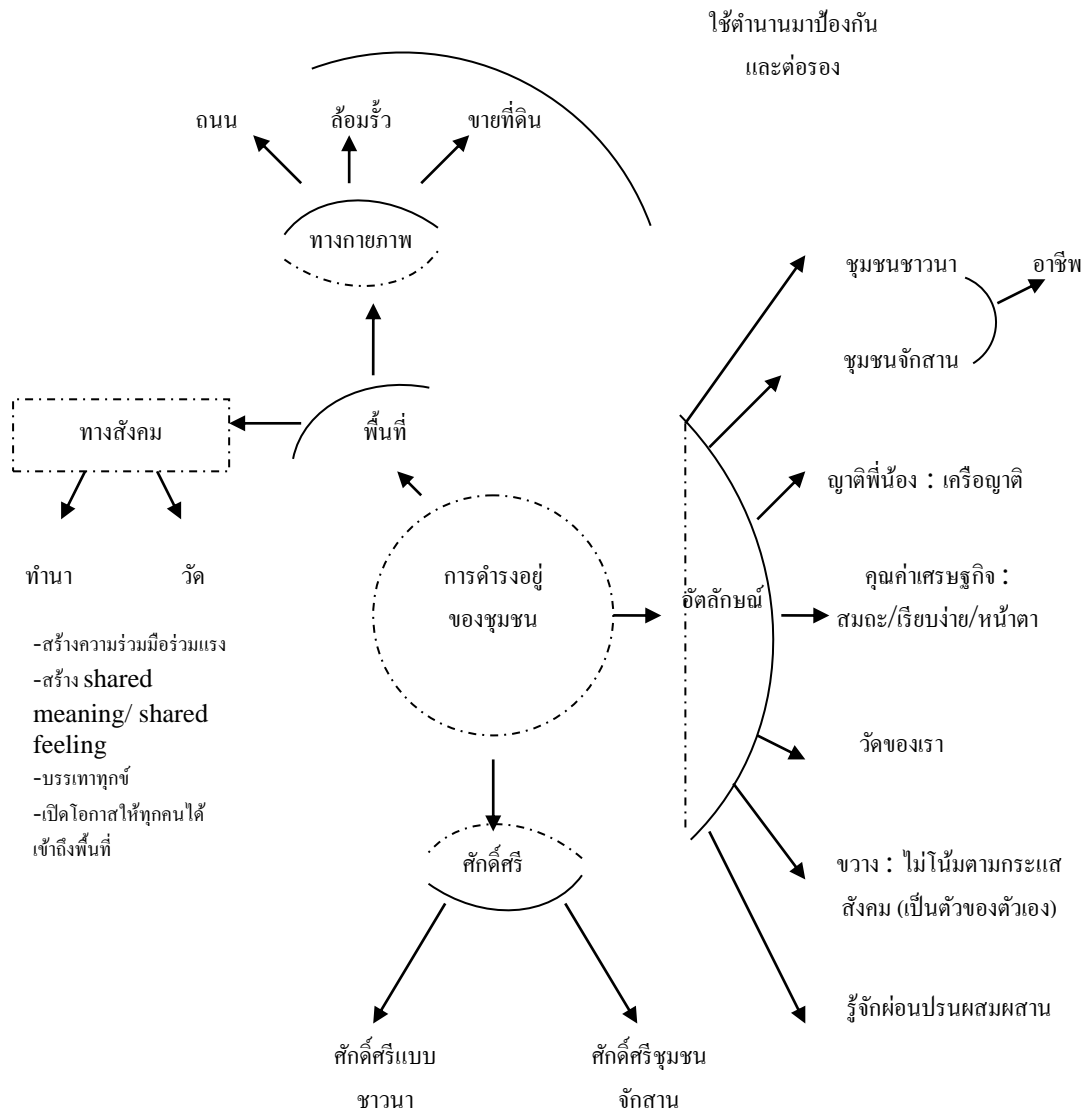


ภาพที่ 26 : เครือข่ายการสื่อสารกับการดำรงอยู่ของชุมชน

13. การศึกษา 'การดำรงอยู่ของชุมชน'

ในการวัดการดำรงอยู่ของชุมชนนั้น งานวิจัยแต่ละชิ้นอาจจะมีการวัดมิติที่แตกต่างกันออกไป สำหรับในงานวิจัยทุ่งขวางนั้น การวัดการดำรงอยู่ของชุมชนจะค่อนข้างเน้นหนักไปในเรื่อง 'ตัวตน' (ซึ่งหากใช้ภาษาของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง ก็คือ เป็นส่วนของ 'โครงสร้างส่วนบน' หรือ superstructure อันได้แก่ มิติด้านจิตสำนึก อุดมการณ์ วัฒนธรรม ประเพณี) ของชุมชน โดยเปิดมิติการดำรงอยู่ของชุมชนออกเป็น 3 มิติ และในแต่ละมิตินั้น จะเห็นบทบาทของการสื่อสารจากชุมพลังเครือข่ายที่เข้ามาเกี่ยวข้อง

และแน่นอนว่า การจะตัดสินใจว่า จะวัดมิติ 'การดำรงอยู่ของชุมชน' ในด้านใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับผลของการศึกษาบริบทของชุมชนนั้น ๆ (ดูรายละเอียดการศึกษาบริบทชุมชนที่ ขวางในข้างหน้าที่ผ่านมา)



ภาพที่ 27 : การวัดมิติการดำรงอยู่ของชุมชน

(1) การวัด 'พื้นที่' ตัวอย่างของการวัดพื้นที่ ซึ่งเป็นมิติพื้นฐานของการดำรงอยู่ของชุมชนเลย คณะวิจัยได้วัดพื้นที่ใน 2 ลักษณะ คือ พื้นที่ทางกายภาพ และ พื้นที่ทางสังคม

ในแง่พื้นที่ทางกายภาพ งานวิจัยได้แสดงให้เห็นว่า ทุกครั้งที่มีการรุกคืบเข้ามาในพื้นที่กายภาพ ชุมชนจะใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการต่อรองตลอดเวลา เช่น จำกัดพื้นที่ทำถนน ใช้ตำนาน/ธรรมเนียมต่อต้านคนที่เข้ามาปลูกบ้านอยู่ในชุมชนแล้วล้อมรั้ว หรือสร้างความคิดเรื่องการไม่ขายที่ดิน เป็นต้น

สำหรับพื้นที่ทางสังคมนั้น เป็นพื้นที่ที่ถูกประกอบสร้างด้วยความสัมพันธ์ทางสังคม เช่น การทำนาแบบร่วมแรงร่วมใจกัน การสร้างความรู้สึกร่วมในพื้นที่ของ 'วัด' ว่าเป็น"วัดของเรา" การสถาปนาพื้นที่ของวัดให้เป็นสถานบรรเทาทุกข์ (เช่น รดน้ำมนต์) และเปิดโอกาสให้คนทุกเพศทุกวัยทุกชนชั้นได้เข้ามาใช้พื้นที่นี้ ดังที่ปรากฏในเวลาที่มีกิจกรรมที่วัด เป็นต้น

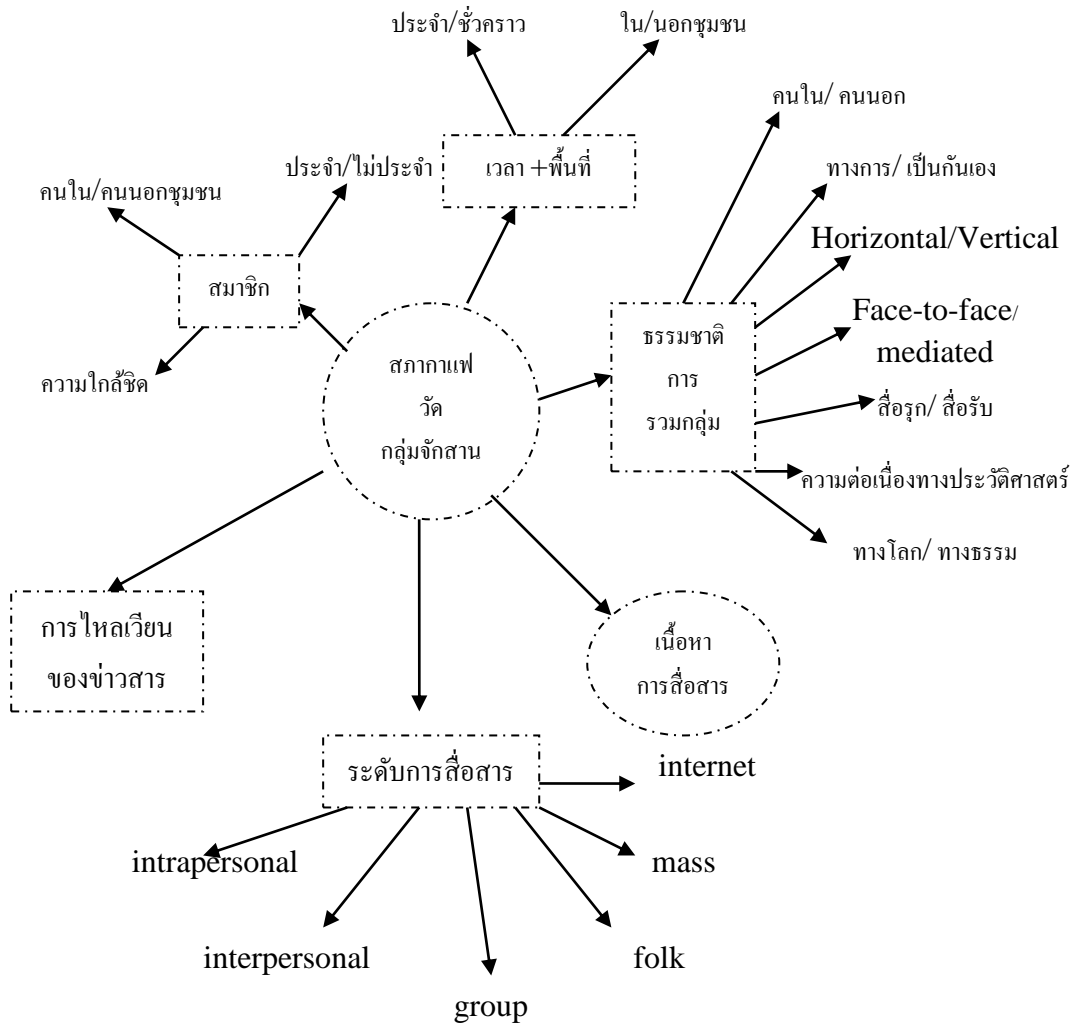
(2) การวัด 'อัตลักษณ์' ซึ่งหมายถึง การบอกกับตัวเองว่า 'เราเป็นใคร' และบอกให้คนอื่นรู้ว่า 'เราเป็นใคร' 'เรามีลักษณะอย่างไร' 'เราเป็นชุมชนแบบไหน' ซึ่งคณะวิจัยพบว่า ชุมชนทุ่งขวางเปิดอัตลักษณ์ของตนเองในหลาย ๆ ด้าน เช่น ด้านอาชีพ/การทำมาหากิน ทุ่งขวางบอกตัวเองและคนอื่นว่า เป็นชุมชนที่ปลูกข้าวกินและทำจักสานใช้และขาย ในแง่ทางสังคม ทุ่งขวางเป็นชุมชนเครือญาติ ดังเช่นที่คณะวิจัยได้สำรวจสายตระกูลของชุมชนและพบว่า มีการแต่งงานกันภายในชุมชนสูงมาก ในแง่คุณค่าของชุมชน ในด้านหนึ่งชุมชนมีคุณค่าเชิงป้องกัน คือ รักหน้าตา ไม่ชอบเป็นหนี้สินใคร พร้อมกับมีคุณค่าเชิงส่งเสริม คือ ความสมถะ/เรียบง่ายในวิถีชีวิต นอกจากนี้ ชุมชนนี้ก็ยังบอกกับโลกภายนอกว่า เราเป็นชุมชนที่เป็นตัวของตัวเอง ไม่ตื่นตูมไปตามกระแส (อยู่ในตำนานหนึ่งของหมู่บ้านคือ 'ขวางโลก') แต่ก็พร้อมจะผ่อนปรนผสมผสานอย่างเป็นตัวของตัวเอง เช่น การเลิกตัดสินใจขายการทำมาหากินของชุมชนออกไปจากต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ คือ การจักสาน เป็นการ 'เอาดีจากของดีที่ตนมีอยู่'

(3) การวัด 'ศักดิ์ศรี' ศักดิ์ศรีเป็นโครงสร้างส่วนบนของความเข้าใจ/อารมณ์ความรู้สึก/และสำนึกของชุมชนที่ต่อเนื่องมาจากเรื่องอัตลักษณ์ กล่าวคือ เมื่อเรารู้ตัวแล้วว่า 'เราเป็นใคร' ต่อจากนั้น ก็เป็นคำถามว่า "แล้วเราก็มีความรู้สึกอย่างไร เข้าใจแบบไหนต่ออัตลักษณ์ของเรา "มิติศักดิ์ศรีนี้จะชุมพลังที่สำคัญของการดำรงอยู่ของชุมชน เพราะหากมีความภาคภูมิใจในศักดิ์ศรีของตัวเอง ก็จะธำรงรักษาสิ่งนั้นเอาไว้

คณะวิจัยพบว่า แง่มุมที่โดดเด่นที่สุดของ 'ศักดิ์ศรีของชุมชน' นั้น อยู่ที่มิติการทำมาหากินในด้านแรกคือ ศักดิ์ศรีในชุมชน ชาวนาที่สามารถพึ่งตนเองได้ ปลูกข้าวกินได้เอง ไม่ต้องพึ่งใคร และด้านที่สองเป็นด้านที่ออกไปสัมผัสกับโลกภายนอก คือ การทำมาหากินด้วยการทำจักสานขาย แต่ทว่า จักสานที่ทำจากชุมชนนี้ก็ทรงคุณค่าแบบที่ไม่น้อยหน้าใคร

14. การวิเคราะห์คุณลักษณะของ 'เครือข่ายการสื่อสาร'

คณะวิจัยได้สร้างเกณฑ์ขึ้นมาในการวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารย่อย ๆ ทั้ง 3 ชุด เพื่อจะนำมาประมวลเป็นภาพรวม ดังนี้



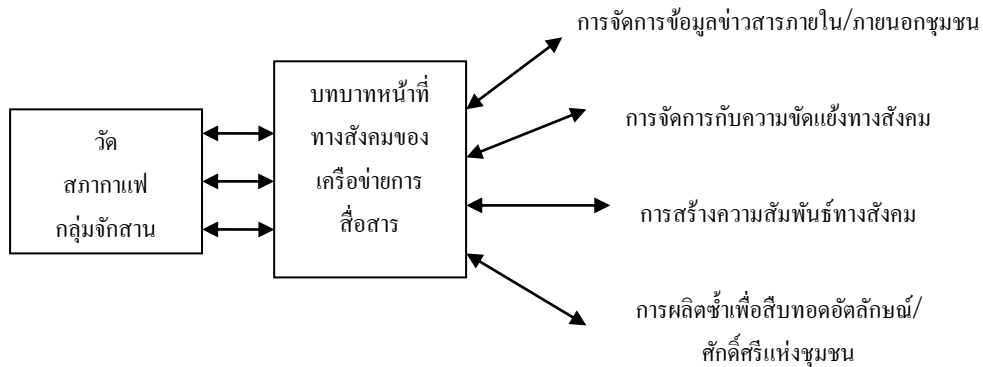
ภาพที่ 28 : คุณลักษณะของเครือข่ายย่อยบ้านทุ่งขวาง

จากการวิเคราะห์คุณลักษณะของเครือข่ายย่อยทั้ง 3 เครือข่าย จะช่วยตอบคำถามว่า หน้าตาของเครือข่ายในชุมชนนั้นเป็นอย่างไร และเมื่อมาประกอบร้อยเข้าเป็นเครือข่ายใหญ่ของทั้งชุมชนแล้วจะเป็นอย่างไร

15. การวิเคราะห์บทบาท/หน้าที่ของเครือข่าย

การเกิดขึ้นและการดำรงอยู่ของเครือข่าย หากวิเคราะห์ด้วยแนวคิดของทฤษฎีบทบาทหน้าที่แล้ว ตัวแปรที่กำหนดการก่อเกิดและการดำรงอยู่ของเครือข่ายก็คือ ความสามารถในการทำหน้าที่ของเครือข่ายนั่นเอง (นอกเหนือจากอีกปัจจัยหนึ่ง คือ การบริหารจัดการเครือข่าย) กล่าวคือ ตราบใดที่เครือข่ายหนึ่ง ๆ ยังคงทำหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากส่วนรวมมาได้อย่างดี ตราบนั้น เครือข่ายนั้นก็ยังมีที่ทางอยู่ แต่หากไม่ทำหน้าที่ ก็จะค่อย ๆ เลือนหายไป

จากงานวิจัยทุ่งขวาง คณะวิจัยได้พบว่า เครือข่ายทั้ง 3 เครือข่ายย่อยนั้น ต่างทำหน้าที่บทบาทมากมายในหลายด้าน ซึ่งเมื่อประมวลเข้าเป็นหมวดหมู่ใหญ่ ๆ ก็จะพบหน้าที่หลัก ๆ อยู่ 4 ประการ คือ



ภาพที่ 29 : บทบาทหน้าที่ทางสังคมของเครือข่ายการสื่อสาร

จากบทบาทหน้าที่ของเครือข่ายทั้งสามนั้น จะเห็นได้ว่า เป็นบทบาทหน้าที่ซึ่งนักทฤษฎีด้านการสื่อสาร เช่น Lasswell ได้คาดหวังเอาไว้ว่า การสื่อสารเช่นสื่อมวลชนจะทำหน้าที่พื้นฐานเหล่านี้ คือ

(1) การจัดการข้อมูลข่าวสารภายใน/ภายนอกชุมชน ซึ่งหมายรวมถึงตั้งแต่การเปิดรับ การวิเคราะห์จำแนกแยกแยะไตร่ตรอง และการนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจ ตัวอย่างพื้นที่เครือข่ายที่ชัดเจนที่สุดที่ทำหน้าที่นี้คือ ร้านกาแฟ

(2) การจัดการความขัดแย้งทางสังคม เป็นข้อเท็จจริงที่ว่า ในทุกชุมชนย่อมมีความขัดแย้งเกิดขึ้น แต่ที่สำคัญก็คือ ชุมชนจะต้องมีกลไกเพื่อการจัดการกับความขัดแย้งนั้นให้สมน้ำสมเนื้อกัน ซึ่งเครือข่ายทั้งสามได้ช่วยทำหน้าที่อย่างดี

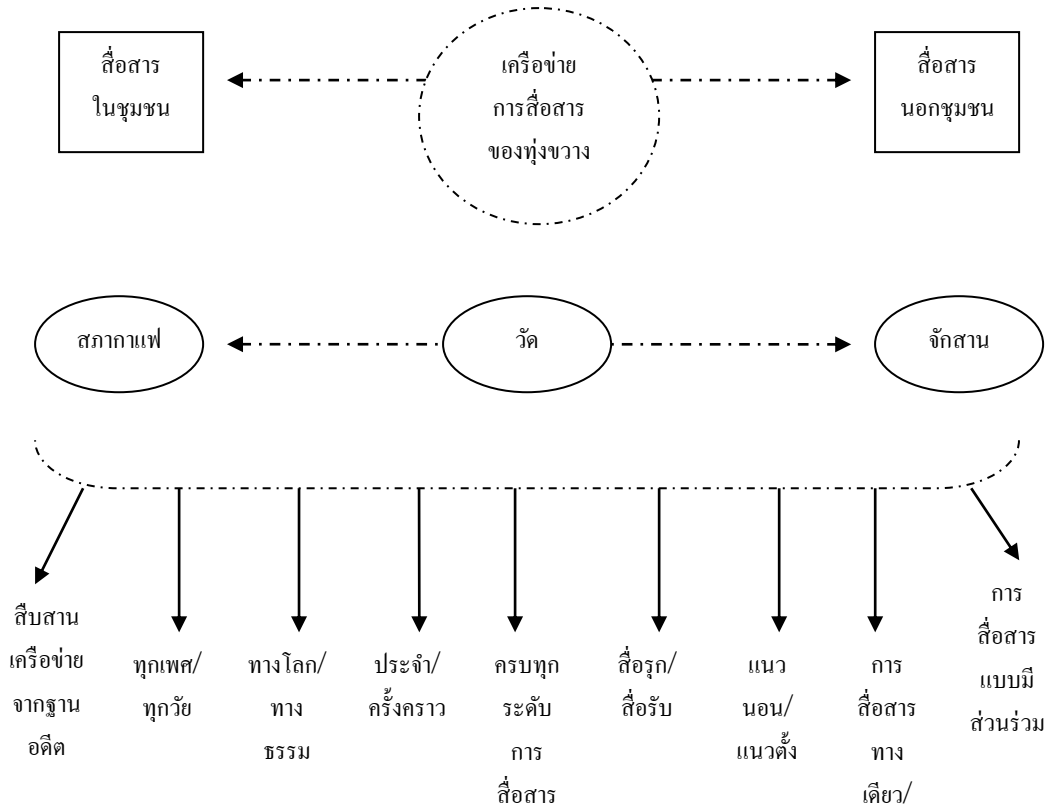
(3) การสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม หากช่วงเวลาที่มีความขัดแย้งนั้น เป็นเสมือนช่วงที่ร่างกายเจ็บป่วย ซึ่งต้องอาศัยเครือข่ายการสื่อสารที่เป็นตัวยารักษา แต่ทว่า ร่างกายนั้นมิได้

เจ็บป่วยอยู่ตลอดเวลา ในช่วงเวลาปกติ ร่างกายก็ต้องการการออกกำลังกายเพื่อสร้างเสริมสุขภาพให้เข้มแข็ง ดังนั้น เครือข่ายการสื่อสารจึงมีหน้าที่ที่ท่าอย่างเป็นประจำสม่ำเสมอ คือ การสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุยที่ร้านกาแฟ การตักบาตรทำบุญ การสนทนากันในกลุ่มจักสาน เป็นต้น

(4) การผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดอัตลักษณ์/ศักดิ์ศรีแห่งชุมชน เนื่องจากอัตลักษณ์/ศักดิ์ศรีเป็นสิ่งที่เป็นามธรรม และมีลักษณะเป็นพลวัต/เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น จึงต้องมีการผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดอยู่ตลอดเวลา (reproduction) ฉะนั้น กลุ่มจักสานที่มีอัตลักษณ์/ศักดิ์ศรีของการจักสานผ่านเส้นตอกและงานหัตถกรรม จึงต้องธำรงรักษาอัตลักษณ์/ศักดิ์ศรีดังกล่าวเอาไว้ในงานทุก ๆ ชิ้น

16. เครือข่ายการสื่อสารกับการดำรงอยู่ของชุมชน

หลังจากที่ได้คำตอบแล้วว่า โฉมหน้าของเครือข่ายการสื่อสารของชุมชนทุ่งขวางเป็นอย่างไร และมีวิธีการดำรงอยู่ของชุมชนนั้นมีแง่มุมอะไรบ้าง จากนั้นคณะวิจัยก็ได้ตอบคำถามว่าเนื่องจากเครือข่ายการสื่อสารดังกล่าวนี้ สามารถทำบทบาทหน้าที่ต่าง ๆ ให้แก่ชุมชนได้อย่างไร ด้วยเหตุนี้ จึงเกิดผลลัพธ์ 2 ประการคือ ในด้านหนึ่ง ทำให้เครือข่ายสามารถธำรงอยู่ได้เพราะมีบทบาทหน้าที่ และในอีกด้านหนึ่ง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากบทบาทหน้าที่นั่นเอง ก็ทำให้ชุมชนทุ่งขวางยังสามารถยืนหยัดด้วยการสร้าง สมานฉันท์ภายใน เพื่อพลังการ ต่อรองกับภายนอก ตามหลักการที่ว่า ‘เข้มแข็งภายในเพื่อไปต่อรองกับภายนอก’ โดยที่คณะวิจัยได้ให้ข้อสรุปว่า เนื่องจากการมี เครือข่ายย่อย ๆ ที่หลากหลาย ซึ่งเปิดโอกาสให้คนทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย ได้เข้ามามีส่วนร่วมในชุมชน และเครือข่ายย่อย ๆ เหล่านี้ได้เข้ามาเชื่อมร้อยกัน โดยแต่ละเครือข่ายต่างแสดงบทบาทหน้าที่โดดเด่นไปคนละอย่าง แต่เมื่อนำภาพรวมของทั้งหมดมาประมวลเข้าด้วยกันแล้ว เครือข่ายทั้งหมดก็สามารถทำหน้าที่ได้อย่างไม่ขาดตกบกพร่อง และเป็นคำตอบสำหรับการดำรงอยู่ของชุมชน ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 30 : การเชื่อมโยงของเครือข่ายการสื่อสารบ้านทุ่ขวาง

17. การวิเคราะห์เครือข่ายขบวนการตาสับปะรด

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ในขณะที่งานวิจัยทุ่ขวางนั้นสนใจที่จะตอบคำถามเรื่องการทำหน้าที่ของเครือข่ายต่อการดำรงอยู่ของชุมชน แต่งานวิจัยตาสับปะรดนั้น กลับสนใจเรื่องการดำรงอยู่ของตัวเครือข่ายเอง ทั้งนี้ เนื่องจากรูปโฉมโฉมพรรณของเครือข่ายตาสับปะรดนั้น ล้วนแต่มีจุดเสี่ยงต่อการแตกสลายอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็น **คุณสมบัติของตัวสมาชิก** ซึ่งเป็นเด็ก/เยาวชน อันเป็นสถานภาพชั่วคราว (เด็กต้องโตไปเป็นผู้ใหญ่) **ขนาด**ของเครือข่ายซึ่งใหญ่โต **พื้นที่**การกระจายตัวที่กว้างขวาง ฯลฯ และในการนี้ คณะวิจัยมีความเชื่อว่า ปัจจัยที่ช่วยธำรงรักษาเครือข่ายเอาไว้ นั่นก็คือ การเลือกใช้การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ให้เหมาะกับจังหวะชีวิตของเครือข่ายนั่นเอง

เนื่องจากเครือข่ายตาสับปะรด เป็นการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่เป็นเด็กและเยาวชน ดังนั้น ในที่นี้ จึงจะขอตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับ 'คุณสมบัติของสมาชิกคือความเป็นเด็ก' ในแง่มุมของการสื่อสารก่อนเป็นอันดับแรก

(1) เด็กคือใคร ตามปกติ เวลาที่คิดถึงเรื่อง 'เด็กกับการสื่อสาร' เรามักจะคิดว่า เด็กเป็นผู้ที่อ่อนแอ เด็กเป็นเหยื่อของปัญหา เด็กเป็นผู้ที่ผู้ใหญ่ต้องคอยให้การปกป้องช่วยเหลือ เด็กเป็นคนสร้างปัญหาและผู้ใหญ่เป็นคนแก้ เป็นต้น

แม้ว่าโดยทั่วไป ข้อเท็จจริงอาจจะเป็นดังที่กล่าวมา แต่ข้อเท็จจริงนี้ก็ไม่ใช่กรอบคลุมในกรณีของขบวนการตาส์บะรด เพราะเด็กในขบวนการนี้ไม่ใช่ผู้ที่อ่อนแอด้านการสื่อสาร พวกเขาไม่ใช่เหยื่อ และไม่ใช่ผู้ที่ต้องคอยให้ผู้ใหญ่ปกป้องคุ้มครอง ในทางตรงกันข้าม พวกเขาเป็นพวกที่ 'รู้เท่าทันการสื่อสาร' และพวกเขาคือผู้แก้ไขปัญหาที่ผู้ใหญ่ได้สร้างขึ้น (เราจะเห็นวิธีคิดแบบนี้ในการ์ตูนสำหรับเด็ก ภาพยนตร์เรื่อง ET หรือหนังสือชุดทางโทรทัศน์เรื่อง A-Team เป็นต้น)

(2) เด็กในกระบวนการสื่อสาร ในแบบจำลองการสื่อสาร S-M-C-R นั้น เมื่อเราคิดถึงเด็ก เรามักจะคิดถึง 'เด็กในแง่ของผู้รับสาร' เสมอ หากแต่เด็กในขบวนการตาส์บะรดนั้น พวกเขามีตำแหน่งเป็น 'ผู้ส่งสาร' ซึ่งเท่ากับเป็นการใช้สิทธิทางการสื่อสารอย่างครบวงจร คือ เป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งสาร

(3) เด็กกับระดับการสื่อสาร จากระดับการสื่อสารหลาย ๆ ระดับที่ได้กล่าวมา ตามปกติเมื่อคิดถึงการสื่อสารของเด็ก ๆ เรามักจะคิดถึงเด็กในการสื่อสารระดับระหว่างบุคคล หรืออย่างมากก็ระดับกลุ่ม (interpersonal/group communication) หากทว่า ปกติเด็กจะมีโอกาสน้อยมากที่จะได้สื่อสารในระดับสาธารณะหรือระดับสื่อมวลชน

แต่เด็กในขบวนการตาส์บะรด จะเป็นเด็กที่ทำการสื่อสารในระดับสาธารณะหรือสื่อมวลชน เนื่องจากพวกเขาจะทำ *จดหมายข่าว 'พุทโธเอ๊ย'* ที่เป็นสื่อเชื่อมโยงระหว่างสมาชิก พวกเขาจัดรายการวิทยุเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นสื่อสารมวลชน หรือผ่านเว็บไซต์ไทยแลนด์คิดดอทคอม ซึ่งก็เป็นกึ่ง ๆ พื้นที่สาธารณะเช่นเดียวกัน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า เครือข่ายการสื่อสารของขบวนการนี้ ทำหน้าที่เป็นช่องทางให้ 'เสียงเด็ก' ได้เข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ (public life) ของสังคม

(4) เครือข่ายเด็กแต่เหนียวแน่น ในด้านหนึ่ง ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ธรรมชาติของเครือข่ายนั้นเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่ 'สร้างง่ายแต่สลายเร็ว' ในอีกด้านหนึ่ง ธรรมชาติของเด็กก็มีความสนใจสั้น 'ชั่วคราว' ช่วยยาม และสถานะความเป็นเด็กก็เป็นเรื่องชั่วคราว จึงเป็นเรื่องที่น่าสงสัยว่า ขนาดเครือข่ายของผู้ใหญ่ที่ตั้งแล้วล้มหายตายจากไป ยังมีอยู่มากมาย แล้วเพราะเหตุใดเครือข่ายของเด็กจึงอยู่ยงคงกระพันมาได้ยาวนานนับสิบปี เด็ก ๆ เขาทำได้อย่างไร เขาใช้การสื่อสารแบบไหน

(5) เครือข่ายขบวนการตาส์บะรด หากกล่าวโดยสรุป เครือข่ายขบวนการตาส์บะรดก็คือ **เครือข่ายโดยเด็ก ของเด็ก และเพื่อเด็ก** ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มเด็กที่แม้จะมีความแตกต่างหลากหลายในคุณสมบัติข้ออื่น ๆ แต่ก็มีจุดร่วมกันประการหนึ่งคือ เป็นเด็กที่สนใจใน

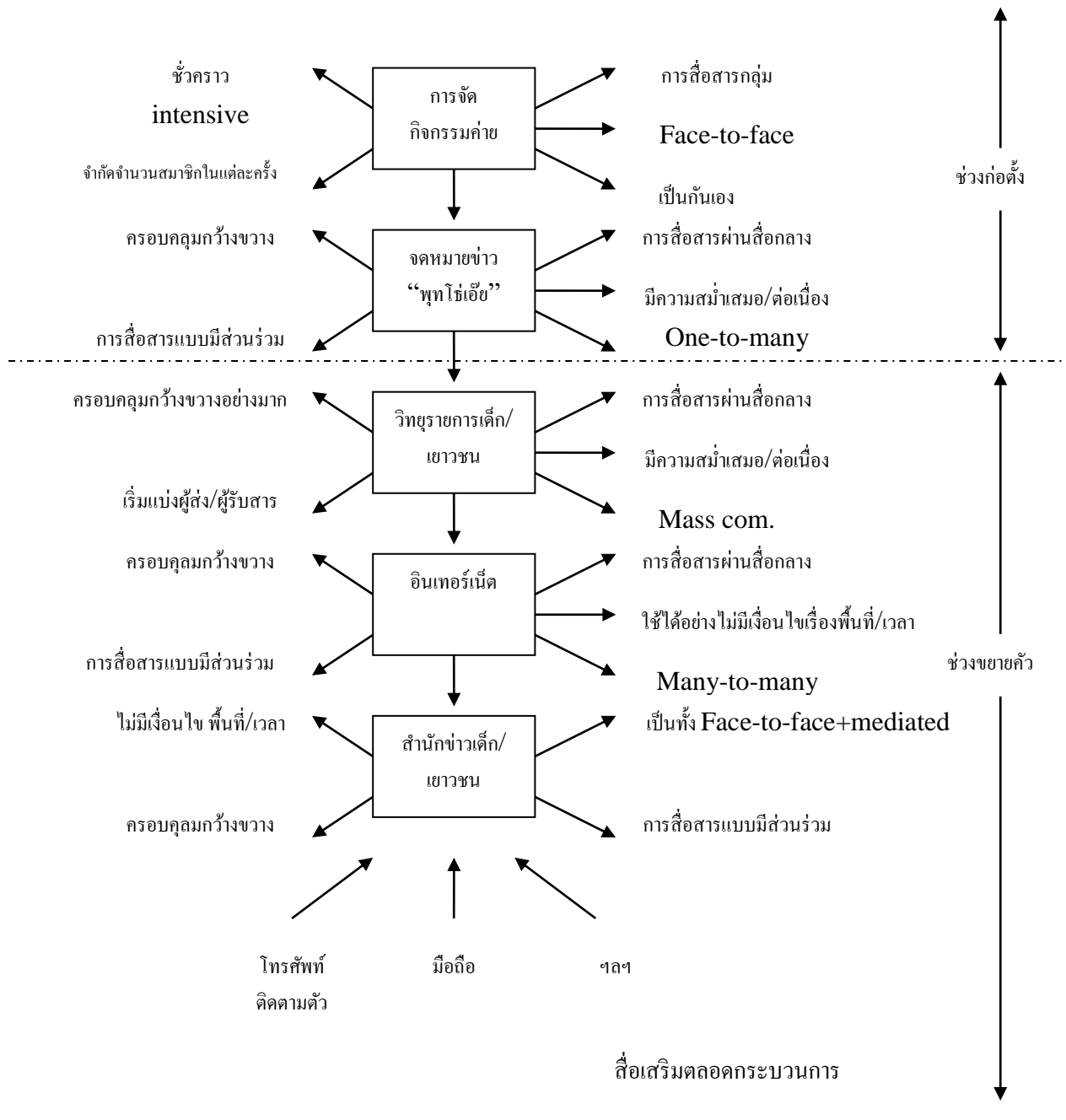
กิจกรรมการสื่อสารสู่สาธารณะ พื้นที่ของเครือข่ายนี้ได้เปิดโอกาสให้เด็กได้เข้ามา 'ทำข่าว' ในขั้นตอนต่าง ๆ ทั้งขั้นตอนการแสวงหา การเก็บรวบรวม การประมวล การรายงาน การนำเสนอ ฯลฯ ในเนื้อหา 2 ประเภท คือ เนื้อหาที่เป็นปัญหาเกี่ยวกับเด็กโดยตรง (เช่น ยาเสพติด การหลอกลวงเด็ก) และเนื้อหาที่เป็นสวัสดิการต่อเด็ก (เช่น แหล่งทุนการศึกษา ฯลฯ) โดยการดำเนินงานทั้งหมดนั้น มีสมาชิกเด็ก ๆ เป็นกลไกสำคัญ และมีผู้ใหญ่คอยสนับสนุนอยู่

18. พัฒนาการเครือข่ายตาสับปะรด

เนื่องจากเครือข่ายขบวนการตาสับปะรดเป็นเครือข่ายที่ค่อย ๆ ก่อตัวมาจากกลุ่มเล็ก ๆ แล้วค่อย ๆ ขยายตัวเติบโตใหญ่ขึ้นตามธรรมชาติ โดยที่ในแต่ละขั้นตอนของพัฒนาการนั้น จะมีการปรับเปลี่ยนการใช้สื่อที่เข้ามาสนับสนุน ธรรมชาติและคณะได้สำรวจพัฒนาการขั้นตอนของการก่อตัวและการเติบโตของเครือข่ายนี้ โดยแบ่งขั้นพัฒนาการเป็น 2 ช่วง คือ

(1) ช่วงก่อตัว ใช้การสื่อสาร 2 รูปแบบ คือ การจัดกิจกรรมค่าย และการทำจดหมายข่าว 'พุทโธ่เฮีย'

(2) ช่วงขยายตัว ใช้การสื่อสาร 3 รูปแบบ คือ รายการวิทยุเด็กและเยาวชน 'ขบวนการตาสับปะรด' อินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ไทยแลนด์คิดดอทคอม และสำนักข่าวเด็กและเยาวชน 'ขบวนการตาสับปะรด'

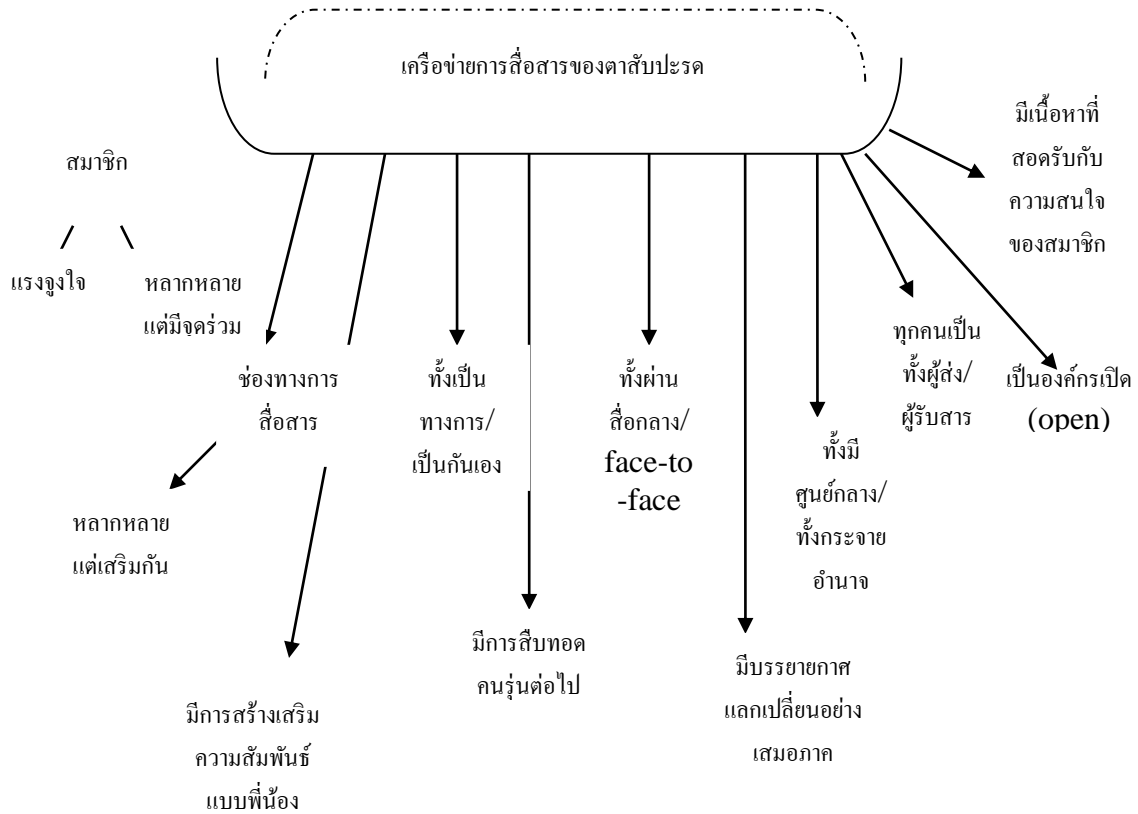


ภาพที่ 31 : พัฒนาการของเครือข่ายตาสับประรดกับรูปแบบการสื่อสารที่ใช้

จากแผนภาพพัฒนาการนี้ จะเห็นการใช้ช่องทางการสื่อสารอย่างหลากหลายและสอดคล้องกับขั้นพัฒนาการในแต่ละช่วง อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการสื่อสารในแต่ละรูปแบบต่างก็มีคุณูปการและข้อจำกัดในตัวเอง เช่น การจัดค่ายกิจกรรมนั้น สามารถสร้างความผูกพันใกล้ชิดได้ดี แต่ก็ทำได้เพียงชั่วคราวชั่วคราวและจำกัดจำนวนสมาชิก ในขณะที่จดหมายข่าวหรือวิทยุ นั้น อาจจะสามารถสร้างความผูกพันได้ไม่มาก เพราะเป็นการสื่อสารผ่านตัวสื่อกลาง แต่ก็มีข้อสมำเสมอ/ต่อเนื่องและสื่อสารได้ครั้งละมาก ๆ จากรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายและทุกรูปแบบซึ่งมีทั้งข้อเด่นและข้อจำกัดดังกล่าวนี้ คณะวิจัยค้นพบว่า กลยุทธ์ในการเลือกนำการสื่อสารแต่ละรูปแบบมาใช้ นั้น เครื่องขยายตาข่ายประรดมิได้ใช้กลยุทธ์แบบทดแทน (substitution) คือ เอาของใหม่ใส่แทนของเก่า หากแต่ได้ใช้ในลักษณะการเพิ่มเติม (addition) กล่าวคือ ของเก่าก็ยังเก็บเอาไว้ ของใหม่ก็ใส่เข้ามา เช่น เมื่อมีการทำจดหมายข่าว (การสื่อสารใหม่) การจัดกิจกรรมค่ายเยาวชนก็ยังคงมีอยู่ หรือเมื่อมีการจัดรายการวิทยุ การทำจดหมายข่าวก็ยังมีอยู่ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การที่จะเลือกใช้กลยุทธ์แบบเพิ่มเติมได้นี้ ก็ต้องหมายความว่า เครื่องขยายตาข่ายประรดจะต้องมีทรัพยากรและภาระงานที่เพิ่มมากขึ้น เช่น ต้องมีคนมารับผิดชอบการสื่อสารใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้นซึ่งทางเครื่องขยายตาข่ายจะต้องสามารถระดมทรัพยากรมาใช้ได้มากขึ้น (และเป็นที่น่าสังเกตว่า นอกเหนือจากการสื่อสารแบบหลัก ๆ แล้ว เด็ก ๆ ก็ยังมีการใช้เครื่องมือการสื่อสารแบบอื่น ๆ เช่น โทรศัพท์ติดตามตัว โทรศัพท์มือถือ ควบคู่ไปตลอดช่วงพัฒนาการดังกล่าว)

19. โฉมหน้าของเครื่องขยายการสื่อสารของขบวนการตาข่ายประรด

ในท้ายที่สุด คณะวิจัยได้ประมวลภาพรวมว่า โฉมหน้าของเครื่องขยายการสื่อสารของขบวนการตาข่ายประรดนั้น จะมีคุณลักษณะสำคัญ ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 32 : คุณลักษณะของเครือข่ายการสื่อสารของตาสับปะรด

จากภาพที่แสดงข้างบนนี้ จะสะท้อนให้เห็นว่า เมื่อเราตั้งคำถามว่า เพราะเหตุใดเครือข่ายขบวนการตาสับปะรด ซึ่งมีสมาชิกเป็นเด็ก มีขนาดใหญ่ถึง 3,000 คน มีพื้นที่กว้างขวางครอบคลุมทั่วประเทศ จึงสามารถดำรงคงอยู่ได้เป็นเวลายาวนานนับสิบปี คำตอบนั้นก็คงอยู่ที่คุณลักษณะต่าง ๆ ของการจัดรูปแบบเครือข่ายการสื่อสารดังที่แสดงในภาพ ซึ่งมีหลักการที่สำคัญ ๆ ว่า เครือข่ายตาสับปะรดใช้กลยุทธ์ในแง่ **ช่องทาง** คือ 'ความหลากหลายแต่ให้เสริมกัน' โดยเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารในทุกลักษณะ เช่น ทั้งแบบทางการและเป็นกันเอง ทั้งการสื่อสารแบบเห็นหน้าเห็นตากับการสื่อสารผ่านสื่อกลาง และได้ใช้หลักการสำคัญของการสื่อสารเพื่อชุมชน คือ **การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม** ซึ่งสมาชิกทุกคนเป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งสาร บรรยายภาคการแลกเปลี่ยนที่เสมอภาคกัน และเนื้อหาของเครือข่ายนั้นก็สอดคล้องกับความสนใจของสมาชิก ด้วยเหตุนี้ เมื่อ

อธิบายตามแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรมแล้ว การสื่อสารในเครือข่ายดังกล่าวจึงช่วยสร้าง
ความเข้าใจร่วมกัน อารมณ์ความรู้สึกร่วมกัน และประสบการณ์ร่วมกัน ซึ่งให้ผลลัพธ์สุดท้ายเป็น
ความสัมพันธ์ที่ผูกพันใกล้ชิด และความรู้สึกว่า ‘เครือข่ายนี้เป็นเครือข่ายของเรา’ (sense of
belonging) ดังที่มีสมาชิกกลุ่มที่ที่ยังคงเข้ามาช่วยเหลือสืบทอดรุ่นใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา

.....

เอกสารงานวิจัยที่ประมวลวิเคราะห์(สื่อบุคคล/เครือข่าย)

1.อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ และคณะ (2547)

“สมรรถนะด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลกับการระดมพลังการพัฒนา”
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

2.ทัศนีย์ เจนวิทีสุข และคณะ (2547)

“ความสามารถด้านการสื่อสารของพระพิศาลธรรมพาที (พระพยอม กัลยาโณ)
กับการระดมพลังการพัฒนาชุมชน” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

3.อ้อมทิพย์ เมฆรักชาวนิช แค่มปี และคณะ (2547)

“บทบาทการสื่อสารในการเสริมพลังความเข้มแข็งของผู้หญิงในการปกครอง
ท้องถิ่น” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

4.สมสุข หินวิมาน และคณะ (2547)

“เครือข่ายการสื่อสารกับศักยภาพการดำรงอยู่ของชุมชน: ศึกษากรณีบ้านทุ่ง
ขวาง
อ.พนัสนิคม จ.ชลบุรี” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

5.รณชาติ บุตรแสนคม และคณะ (2547)

“เครือข่ายและกระบวนการทำข่าวของสำนักข่าวเด็กและเยาวชน “ขบวนการตา
สับประรด”” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

เอกสารอ้างอิง

1. กาญจนนา แก้วเทพ และคณะ (2543)

สื่อเพื่อชุมชน : การประมวลองค์ความรู้, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
(สกว.)

2. กาญจนนา แก้วเทพ (2544)

ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา, กรุงเทพฯ : เอดิชั่นเพรสโปรดักส์ จำกัด

3. จันทร์ทิพย์ ปาละนันท์ (2545)

“ความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำชุมชน” วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. อคิน รพีพัฒน์ (2536)

“การศึกษาและการวิเคราะห์ชุมชนในกรวิจัยเชิงคุณภาพ” ในอุทัย ดุลยเกษม
คู่มือการวิจัยเชิงคุณภาพ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น

5. Brostrom ,R.B. (1984)

Competence in Communication, Sage Publications

6. Monge ,p. (1987)

“The Network Level of Analysis” in Berger,c. & Chaffee, S. (eds)
Handbook of Communication Science, Sage Publications

