

“การสื่อสารเพื่อการพัฒนาและการพัฒนาการสื่อสารของไทย :
อดีต ปัจจุบัน อนาคต”

รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ
คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง “ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อนำไปสู่สังคมแห่งการ
เรียนรู้ : บทเรียนจาก IPDC – UNESCO คู่สังคมไทย”
วันที่ 16 กันยายน 2545

“การสื่อสารเพื่อการพัฒนาและการพัฒนาการสื่อสารของไทย :

อดีต ปัจจุบัน และอนาคต”

ดร.กาญจนา แก้วเทพ

ความนำ

ข้อเขียนชิ้นนี้จะเป็นรายการ “เล่าสู่กันฟัง” ถึงประสบการณ์ทางวิชาการของผู้เขียนที่ได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับกรวิจัยตามหัวข้อที่จั่วหัวเอาไว้ คือ เรื่อง “การสื่อสารเพื่อการพัฒนาและการพัฒนาการสื่อสารของไทย” ในระหว่างช่วงปี พ.ศ.2542-2545 (และยังมีต่อเนื่องไปถึงอนาคต)

เรื่องที่จะเล่านี้มีอยู่ 2 ตอน และยังไม่จบ ตอนแรกขงเรื่องเริ่มต้นเมื่อปี พ.ศ. 2542 เมื่อ ดร.สิลาภรณ์ บัวสาย จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) มาทาบทามผู้เขียนให้ทำวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อชุมชน” ในช่วงปีนี้ ผู้เขียนและลูกศิษย์อีก 3 คน ได้ช่วยกันทำวิจัยที่เรียกว่า “การประมวลองค์ความรู้เรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา” งานวิจัยระยะแรกนี้เสร็จสิ้นไปแล้ว และมีรายงานการวิจัย ซึ่งสกว.ได้ตีพิมพ์เป็นหนังสือเล่มกระทัดรัดชื่อ **“สื่อเพื่อชุมชน : การประมวลองค์ความรู้”** (2543) และหลังจากสำรวจวิจัยว่า งานวิจัยการสื่อสารเพื่อพัฒนาชุมชนมีอะไรบ้างแล้ว ผู้เขียนและเพื่อนอาจารย์อีก 2 ท่าน คือ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และ ดร.กิตติ กันภัย ก็ได้เดินทางไปในหัวข้อดังกล่าว นับตั้งแต่ปี 2543-ปัจจุบัน โครงการวิจัยในตอนที 2 นี้ มีอยู่ทั่วประเทศ และกำลังดำเนินการอยู่ประมาณ 30 กว่าโครงการ ดังนั้น ในขณะที่เนื้อหาบางส่วนที่เป็นช่วงตอนแรกของการวิจัยจะเป็น “อดีต” ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ในตอนที่สอง (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นไป) ก็อาจถือได้ว่าเป็น “ปัจจุบันและอนาคต” ของเรื่องนี้ ผู้เขียนจะได้ยกตัวอย่างชื่องานวิจัยในระยะที่ 2 ซึ่งกำลังดำเนินการอยู่เพื่อแสดงให้เห็นว่า เส้นทางเดินของการสื่อสารเพื่อพัฒนาสำหรับอนาคตนั้นจะเป็นอย่างไรได้บ้าง

มูลเหตุจูงใจการวิจัย

ตามปกติการลงแรงและใช้ทรัพยากรอื่น ๆ ในการทำวิจัยสักเรื่องหนึ่งนั้น นับว่าเป็นเรื่องยากลำบากพอสมควร และน่าจะคิดไตร่ตรองอย่างรอบคอบถึงผลประโยชน์อันจะเกิดขึ้น ยิ่งเป็นงานวิจัยในลักษณะของ “การประมวลองค์ความรู้” ซึ่งต้องใช้ความพยายาม” ตามล่าหางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง “ใช้” “ความอดทนในการอ่านเอกสาร” และใช้ “ฝีมือในการปะติดปะต่อชิ้นส่วนย่อย ๆ ให้เป็นภาพรวม” ก็ยิ่งน่าจะต้องคิดหนักขึ้นเป็นพิเศษ อย่างไรก็ตาม เมื่อตั้งคำถามกันในหมู่วิจัยว่า จะทำวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน” ในหัวข้ออะไรดี ทีมวิจัยเราต่างก็พากันหนีวไปดูลอบ ๆ ตัว ทั้งในโลกแห่งวิชาการและโลกแห่งความเป็นจริง พร้อมกับตั้งคำถามซึ่งเป็นเสมือนลูกบิดที่จะนำไปสู่การเปิดประตูการวิจัย ดังนี้

(1) หลักสูตรปริญญาโทของสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนด้านการสื่อสารซึ่งเริ่มเปิดทำการมาตั้งแต่ประมาณปี พ.ศ. 2525 ในแต่ละปี นิสิตนักศึกษาในระดับนี้จะต้องทำงานวิจัยที่เรียกว่า “วิทยานิพนธ์” เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ซึ่งนับจำนวนรวมทั้งสิ้นเพียงแค่ 2 สถาบัน เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ก็น่าจะมีปริมาณไม่น้อยกว่า 2-300 เล่มต่อปี และเมื่อรวบรวมสะสมตั้งแต่อดีตมา ขณะนี้เราก็คงมีองค์ความรู้เรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาของไทยนับเป็น 4-5000 เล่ม ผลงานวิจัยเหล่านี้ให้คำตอบอะไรได้บ้างในทางวิชาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาของไทย และได้ช่วยชี้แนวทางในการนำไปใช้ในภาคปฏิบัติอะไรได้บ้าง

(2) เนื่องจากวิชาการสาขา “นิเทศศาสตร์พัฒนาการ” หรือ “การสื่อสารเพื่อการพัฒนา” นั้น เป็นลูกผสมระหว่างตัวพ่อ คือ “การพัฒนา” และตัวแม่ คือ “การสื่อสาร” นับตั้งแต่ทศวรรษ 1970 เป็นต้นมา แนวคิดเรื่องการพัฒนาที่มีการเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าอย่างน่าตื่นตาตื่นใจ (ดูรายละเอียดตอนต่อไป) ทีมวิจัยจึงเกิดข้อกังขาว่า แล้วตัวลูกคือการสื่อสารเพื่อพัฒนาจะมีการปรับเปลี่ยนตามบรรพบุรุษไปบ้างหรือไม่ คำตอบนั้นส่วนหนึ่งคงอยู่ในการเสี้ยวหลังไปดูงานวิจัยที่ผ่านมาในช่วง 2-3 ทศวรรษนี้

(3) ในขณะที่ข้อสงสัย 2 ประการแรกนั้น เป็นเรื่องภายในแวดวงวิชาการ ส่วนในโลกแห่งความเป็นจริง โดยเฉพาะเมื่อมองลงมาให้แคบเฉพาะ โลกแห่งการสื่อสารของเมืองไทย เราจะพบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีการเปลี่ยนแปลงอย่างน่าจับตามองและไม่

ขาดสายในวงการสื่อสารของไทย เริ่มตั้งแต่เหตุการณ์พฤษภาทมิฬ 2535 ที่มีสื่อมวลชนเป็นทั้งสาเหตุและผลลัพธ์ ผลพวงจากเหตุการณ์นี้ นอกจากจะได้สถานีโทรทัศน์เสรีมาอีกหนึ่งช่องแล้ว ก็ยังมีการเปลี่ยนแปลงระดับโครงสร้างคือรัฐธรรมนูญระเรื่อยมาจนกระทั่งถึงกฎหมายปฏิรูปสื่อ การขยายตัวของกระแสวิทยุชุมชน พรบ.สิทธิในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล ประชาพิจารณ์ รวมทั้งในระดับชุมชน ก็มีรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ ๆ สไตส์แปลก ๆ เช่น เวทีเสวนา เวทีชาวบ้าน ฯลฯ เกิดขึ้นอย่างมากมาย ต่อหน้าปรากฏการณ์อันหลากหลายเหล่านั้นนี้ ทีมวิจัยเราตั้งข้อสงสัยว่า ระลอกคลื่นแห่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้เข้ามากระทบฝั่งวิชาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาบ้างหรือเปล่าหนอ วิธีการแก้ข้อสงสัยก็ยังคงเป็นคำตอบเดิมคือ ต้องลองทำวิจัยดู

ขอบเขตการวิจัย

ทีมวิจัยได้สำรวจงานวิจัยทั้งของคณาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษาระดับปริญญาโทจากสถาบันการศึกษาและหน่วยงานวิจัยในประเทศไทยที่ครอบคลุมช่วงเวลาตั้งแต่ประมาณปี พ.ศ. 2520-2540 โดยใช้ keywords สำหรับคัดเลือกเอกสาร เช่น คำว่า "การสื่อสารกับการพัฒนาชนบท/ท้องถิ่น" ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารรูปแบบใด เช่น สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ (ทั้งแบบประเพณี/แบบใหม่) และสื่อพื้นบ้าน ที่ครอบคลุมการวิจัยในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็ด้านเกษตร อาชีพ สาธารณสุข การศึกษา การเมือง เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ฯลฯ และไม่ว่าจะเป็นงานวิจัยที่ศึกษาจากแง่มุมใดของการสื่อสารนับตั้งแต่ด้านผู้ส่งสาร (sender) ตัวสาร (message) ตัวสื่อ/ช่องทาง (channel) และผู้รับสาร (receiver/audience) หลังจากคัดเลือกเอาเฉพาะตัวแทนของกลุ่มงานวิจัยประเภทต่าง ๆ แล้วได้ชิ้นงานวิจัยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 180 เล่มครอบคลุมสื่อประเภทต่างๆ ดังตารางนี้

สื่อบุคคล	สื่อเฉพาะกิจ	สื่อพื้นบ้าน	สื่อมวลชน
<ul style="list-style-type: none"> ● คน ในชุมชน / คนนอกชุมชน ● ฅ ร า ว า ส / พระสงฆ์ ● ผู้นำแบบต่าง ๆ ของชุมชน 	<p style="text-align: center;">สมัยใหม่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● เทป ● สไลด์ ● หอกระจายข่าว ● วิดีโอ ● แ ผ่ น พื บ / โปสเตอร์ <p style="text-align: center;">แบบประเพณี</p> <ul style="list-style-type: none"> ● งานประเพณี ● งานวัด ● สภาคาเฟ่ 	ของทุกภาค	<ul style="list-style-type: none"> ● หนังสือพิมพ์ ● นิตยสาร ● วิทยุ ● โทรทัศน์

วัตถุประสงค์/กรอบแนวคิด

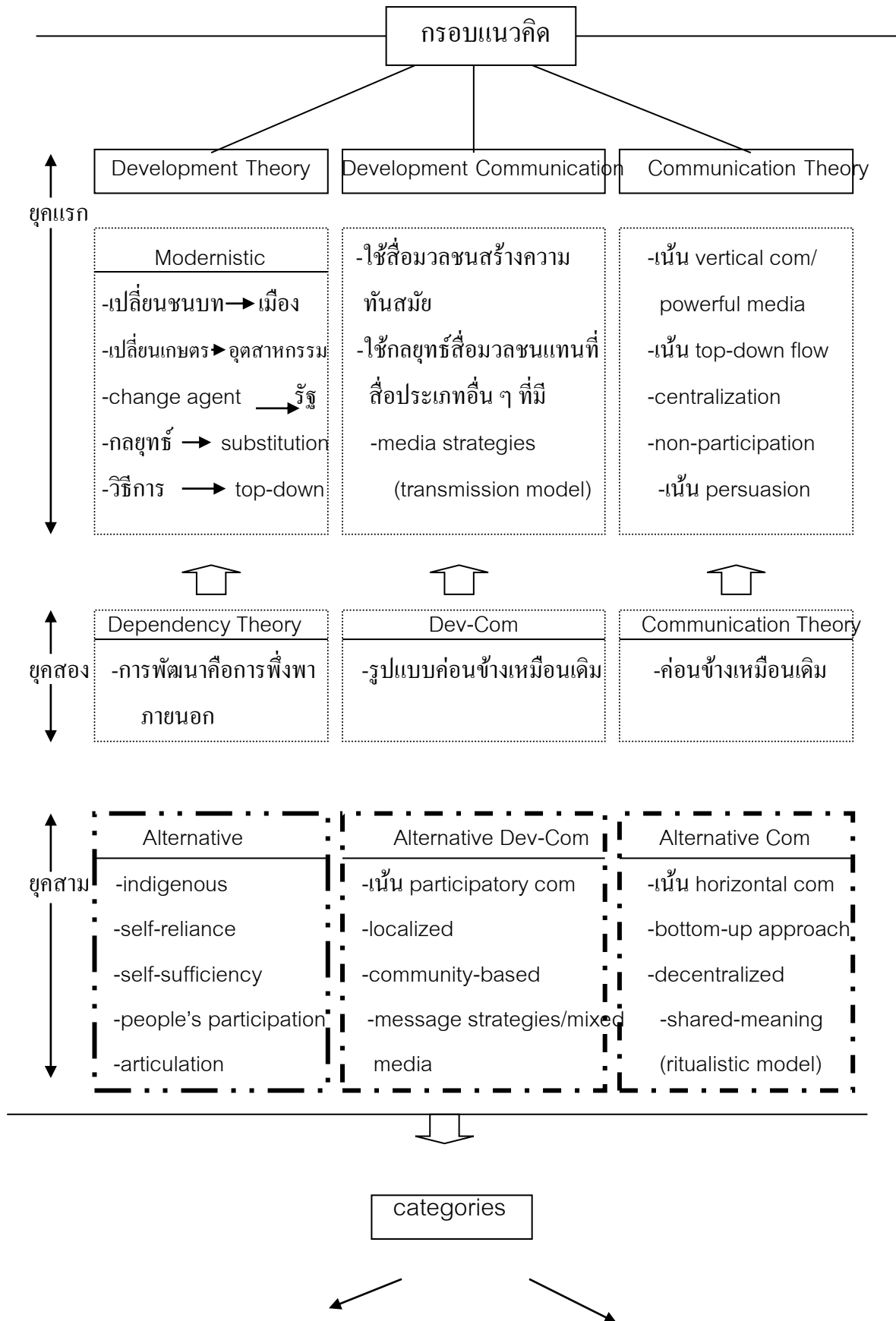
สำหรับงานวิจัยในช่วงแรกคือ “การประมวลองค์ความรู้” นั้น ทีมวิจัยได้วางวัตถุประสงค์เอาไว้ 3 ประการคือ

- (1) เพื่อประมวลผลการวิจัยการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (เน้นหนักโดยเฉพาะชนบท)
- (2) เพื่อแสวงหากรอบแนวคิดใหม่ ๆ ด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา
- (3) เพื่อเสนอแนะหัวข้อการวิจัยสำหรับอนาคต

และหลังจากเสร็จสิ้นภารกิจการวิจัยในระยะที่หนึ่ง ทีมวิจัยก็ได้้นำข้อเสนอแนะในวัตถุประสงค์ข้อ 3 นำเสนอต่อ สกว. เพื่อดำเนินการต่อไปในระยะที่ 2 คือการสนับสนุนให้มีการทำวิจัยในหัวข้อที่ยังขาดหายหรืองานวิจัยที่คาดว่าจะประโยชน์อย่างแท้จริงต่อการพัฒนาชุมชน ดังที่ผู้เขียนจะได้ยกตัวอย่างงานวิจัยที่กำลังดำเนินการอยู่ในระยะที่สองให้เห็นเป็นหน้าตัวอย่าง

ส่วนในวัตถุประสงค์ข้อ 2 คือ การทบทวนกรอบแนวคิดเดิมของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาและการแสวงหากรอบแนวคิดใหม่ เนื่องจากความสำคัญของกรอบแนวคิดที่

ทำหน้าที่ประจักษ์เชิงทิศทางการเดินทาง ดังนั้น ผู้เขียนจะนำเสนอกรอบแนวคิดด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ดังนี้



Modernistic	Alt.Com
-media exposure	-participatory com
-impact/effect study	-ความเป็นสื่อท้องถิ่น
-mass media's role	-การดำรงอยู่ของสื่อทุกประเภท

ดังที่กล่าวมาข้างแล้วข้างต้นว่า วิชาการสาขาการสื่อสารเพื่อการพัฒนา นั้น เป็นลูกผสมระหว่างทฤษฎีการพัฒนาและทฤษฎีการสื่อสาร ซึ่งอาจจะแบ่งได้เป็น 3 ยุคใหญ่ ยุคแรก (ช่วงทศวรรษ 1950) ทฤษฎีการพัฒนาเปิดตัวมาด้วยกระบวนการทำสังคมนให้ทันสมัย (Modernistic paradigm) อันได้แก่การเปลี่ยนชนบทให้เป็นเมือง (urbanization) การเปลี่ยนเกษตรให้เป็นอุตสาหกรรม (industrialization) โดยใช้กลยุทธ์แบบกวาดล้างสิ่งเก่า ๆ ที่สังคมด้อยพัฒนามีอยู่ให้หมดไป และแทนที่ด้วยสิ่งใหม่ ๆ (substitution) ในกรณีนี้ “หน่วยงานรัฐ” จะเป็นตัวนำการเปลี่ยนแปลง

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

เมื่อผสมผสานกรอบแนวคิดการพัฒนาและการสื่อสารเข้าด้วยกัน โฉมหน้าของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจึงมุ่งเน้นการใช้สื่อสมัยใหม่ (อันได้แก่สื่อมวลชน) มาช่วยทำให้สังคมไทยทันสมัยและเนื่องจากความเชื่อในพลังอำนาจของสื่อ (Powerful media) จึงมีการมุ่งเน้นศึกษาค้นคว้ากลยุทธ์การใช้สื่อ (Media strategy)

ยุคที่สอง (ช่วงทศวรรษที่ 1970) หลังจากการพัฒนาด้วยกระบวนการทัศนคติความทันสมัยผ่านพ้นไปได้สองทศวรรษ บรรดาประเทศในลาตินอเมริกาเริ่มสัมผัสกับความเจ็บปวดของผลพวงแห่งการพัฒนา นักวิชาการในประเทศดังกล่าวจึงนำเสนอกระบวนการ

ทศน์ใหม่ที่คัดค้านกระบวนทศน์เดิมคือทฤษฎีการพึ่งพา (Dependency theory) ซึ่งมีใจความหลักว่า การพัฒนาแบบที่ผ่านมาเป็นตัวการสำคัญทำให้ประเทศด้อยพัฒนาต้องไปพึ่งพาขึ้นต่อประเทศที่พัฒนาแล้ว อย่างไรก็ตาม กระบวนทศน์นี้ก็ไม่แพร่หลายนักในสังคมไทย

ยุคที่สาม (ช่วงทศวรรษที่ 1980) หลังจากผลลัพธ์ของการพัฒนาที่ผ่านมาในช่วง 3 ทศวรรษได้แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดว่า สามารถก่อให้เกิดผลดีเพียงเล็กน้อย แต่กลับสร้างผลเสียอย่างไม่คุ้มค่ากัน ดังนั้น บรรดาประเทศโลกที่สาม รวมทั้ง ประเทศไทยก็ได้เริ่มนำเสนอแนวคิดใหม่ของการพัฒนาที่มาจากรากฐานของตนเอง (Indigeneous theory) แทนที่จะต้องเดินตามคำแนะนำของตะวันตก โดยมุ่งเน้นหลักเรื่องการพึ่งตนเอง (แทนที่จะต้องพึ่งการลงทุนจากต่างประเทศ) เน้นการพัฒนาแบบพอเพียงให้เหมาะสมกับตนเอง และที่สำคัญที่สุดก็คือต้องเป็นการพัฒนาแบบประชาชนมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในทุกขั้นตอน และเสนอให้มีการใช้กลยุทธ์ “ประสานส่วนดีทั้งของเดิมและของใหม่” (ที่เรียกว่า articulation) แทนกลยุทธ์ substitution ที่เคยใช้มา

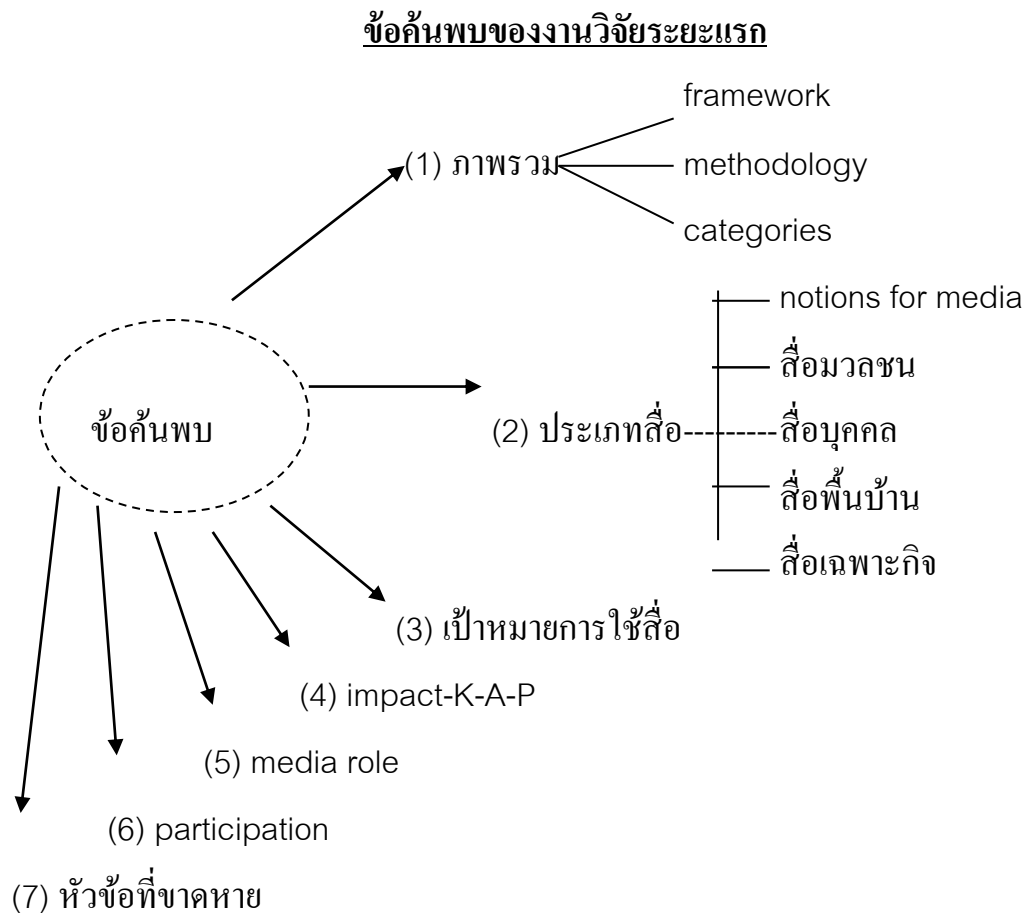
ในส่วนของทฤษฎีการสื่อสารก็มีการพลิกกลับจากเดิมเช่นกัน สำหรับ alternative communication นั้น จะเน้นการสื่อสารในแนวระนาบ (horizontal communication) อันได้แก่การสื่อสารระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้าน เน้นรูปแบบการกระจายอำนาจ และที่สำคัญคือการเปลี่ยนแปลงเป้าหมายของการสื่อสารที่เคยมุ่งเน้นการโน้มน้าวชักชวน มาเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน (shared meaning) ที่มีรากฐานมาจาก Ritualistic model

ดังนั้น ลูกผสมที่เป็นการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจึงมีการเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าไปจากเดิม alternative dev.com ให้ความสำคัญสูงสุดกับ “ประชาธิปไตยทางการสื่อสาร” คือ การมีส่วนร่วมของประชาชนในการสื่อสาร เป็นการสื่อสารที่ถือเอาการตอบสนองความต้องการของชุมชนเป็นเป้าหมายหลัก ในเรื่ององค์ประกอบของการสื่อสารนั้น หากยังคงสนใจเรื่อง “ตัวสื่อ” ก็น่าจะเป็น “สื่อผสมผสาน” (mixed media) แต่ที่ควรศึกษาค้นคว้าให้มากขึ้นก็คือ กลยุทธ์ด้านเนื้อหาสาร (message strategies)

ในขณะที่ตัวกรอบแนวคิดนั้นเป็นเสมือนฐานราก เมื่อยามลงมือทำวิจัยจริง ๆ สิ่งที่น่าวิจัยจะกลั่นออกมาจากกรอบแนวคิดก็คือ “เกณฑ์ในการวิเคราะห์” (categories)

ดังนั้น หากใช้กรอบแนวคิดแบบ Modernistic paradigm เกณฑ์ที่ใช้วิเคราะห์ก็จะเป็นประเด็นที่มักพบเห็นในงานวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อพัฒนาที่ผ่านมา เช่น การเปิดรับสื่อ ผลกระทบที่เกิดจากสื่อ บทบาทของสื่อมวลชน ฯลฯ

แต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงกรอบแนวคิดมาเป็น alternative paradigm เกณฑ์ที่จะใช้ศึกษาวิจัยก็จะแปรเปลี่ยนตามไปด้วย เกณฑ์หน้าตาใหม่ ๆ จากกระบวนการนี้ก็เช่น การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ความเป็นสื่อท้องถิ่น การผสมผสานสื่อ การดำรงอยู่และสืบทอดของสื่อประเภทต่าง ๆ บทบาทของการสื่อสารในการเสริมพลังของชุมชน การบริหารจัดการข่าวสาร/การสื่อสารเพื่อการพัฒนาประเภทต่าง ๆ เป็นต้น



1. ภาพรวมที่ค้นพบจากการวิจัย

ในที่นี้จะกล่าวถึงภาพรวมของการประมวลองค์ความรู้เรื่อง “การสื่อสารเพื่อชุมชน” ใน 3 ประเด็น คือ (1) กรอบแนวคิด (2) วิธีการวิจัย (3) เกณฑ์การวิเคราะห์

(1) ข้อจำกัดของกรอบแนวคิด แม้ว่างานวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะมีปริมาณมากมาย แต่ทว่า ยังขาดความหลากหลายอย่างมากในแง่กรอบแนวคิด งานวิจัยเกือบทั้งหมดจะขึ้นอยู่กับธรรมเนียมของ Modernistic paradigm แทบทั้งสิ้น ทำให้มุ่งความสนใจไปที่การสื่อสารแบบทางเดียวที่มีทิศทางการไหลจากบนลงล่างเท่านั้น (top-down)

นอกจากนั้น ยังมีข้อน่าสังเกตเกี่ยวกับหน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์ว่า จะใช้ unit of analysis เป็นระดับปัจเจกบุคคลเท่านั้น รวมทั้งความเชื่อที่ว่า “หน่วยงานของรัฐเป็นตัวนำการเปลี่ยนแปลง” ทำให้งานวิจัยส่วนใหญ่สนใจแต่จะเข้มนมองการทำงานของเจ้าหน้าที่รัฐ เช่น เกษตรอำเภอ อสม. กำนันผู้ใหญ่บ้าน ฯลฯ โดยที่ลืมไปว่า ในชีวิตของชาวบ้านนั้น มีแหล่งข่าวสารที่หลากหลายมาก เช่น เกษตรกรอาจจะพบหน้าเกษตรตำบลเพียงปีละ 3-4 ครั้ง แต่ทว่าจะไปชุมนุมกันที่ร้านขายของชำในตลาดเกือบทุกเดือน ดังนั้น ข่าวสารการเกษตรจึงมากจากร้านชำเป็นส่วนใหญ่ เป็นต้น

ดังนั้น ทีมวิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในส่วนที่เกี่ยวกับกรอบแนวคิด ดังนี้

(ก) ควร มีการ ขยับ ขยาย มา ใช้ กรอบ แนวคิด แบบ alternative development communication ให้มากขึ้น ภายใต้กรอบนี้ การวิจัยจะมุ่งความสนใจไปที่การสื่อสารแบบสองทางในแนวระนาบ (two-way/horizontal communication) เช่น การพบปะกันของชาวบ้าน โดยเฉพาะแนวคิดเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสาร” (communication network) ที่กำลังเป็นดาวรุ่งพุ่งแรงอยู่ในปัจจุบัน ในโครงการวิจัยระยะที่สองของ “การสื่อสารเพื่อชุมชน” มีงานวิจัยที่เกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสารอยู่หลายโครงการ เช่น การศึกษาเพื่อพัฒนาเครือข่ายการสื่อสารชุมชนเพื่อปกป้องคลองอู่ตะเภา จ.สงขลา โดยคุณจำนงค์ บัวเนียว หรือการพัฒนาเครือข่ายการสื่อสารเพื่อการจัดการป่าชุมชน ะมะแกง จ. กาญจนบุรี ของ อ.วราพร ศรีสุพรรณ เป็นต้น

(ข) ดังที่กล่าวมาแล้วว่า กรอบแนวคิดเดิมนั้น ไม่เน้นบทบาทการมีส่วนร่วม ร่วมของประชาชน ทั้งในการพัฒนาและในกระบวนการสื่อสาร ด้วยเหตุนี้ ชาวบ้านจึงไม่เกิดความรู้สึกว่า เป็นเจ้าของงานพัฒนาและเจ้าของการสื่อสาร ตัวอย่างรูปธรรมที่เห็นชัดเจนก็คือ แม้แต่สื่อหอกระจายข่าวที่ตั้งอยู่ในชุมชนแท้ๆ ชาวบ้านก็ยังไม่รู้สึกคุณค่าเมื่อเครื่องเสีย ส่วนในกรอบแนวคิดใหม่เรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา นั้น จะชูธงเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” เป็นสำคัญ ด้วยเหตุนี้ ในทุกชุดโครงการวิจัยของ “การสื่อสารเพื่อชุมชน” ระยะที่ 2 จึงมีทำบั้งค้ำว่า จะต้องตอบโจทย์ปัญหาให้ได้ว่า จะต้องทำอะไรจึงจะให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร เช่น โครงการวิจัยเรื่องวิทยุชุมชนทั้ง 4 โครงการ (ดูรายละเอียดในหัวข้อต่อ ๆ ไป)

(ค) การเปลี่ยนแปลงหน่วยการวิเคราะห์ (unit of analysis) เนื่องจากการวิเคราะห์ผลกระทบจากการใช้สื่อเพื่อสร้างความทันสมัยหรือแม้แต่แนวทางการศึกษาแบบ “uses and gratification approach” ยังคงใช้หน่วยการวิเคราะห์เป็นปัจเจกบุคคล ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่กลุ่มและชุมชน จึงมีข้อเสนอแนะให้มีการขยายหน่วยที่จะศึกษาเป็น “ชุมชน” เช่นงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแบบจำลองการจัดการกับข้อมูลข่าวสารของชุมชน โดยชุมชน และเพื่อชุมชน จ.พิษณุโลก” ของอ.อัจฉริยา ชูวงศ์เลิศ (2544-2546) เป็นต้น

นอกจากนั้น เพื่อให้งานพัฒนาและงานสื่อสารสามารถครอบคลุมชีวิตที่เป็นจริงมากกว่ากรอบแนวคิดเดิม จำเป็นต้องมีการขยายหน่วยการวิเคราะห์ซึ่งแต่เดิมจับจองอยู่แต่กับหน่วยงานรัฐ (เนื่องจากฐานความเชื่อว่ารัฐเป็นตัวนำการเปลี่ยนแปลง) ไปสู่หน่วยการวิเคราะห์อื่น ๆ ในกรณีการศึกษาเรื่อง “รูปแบบและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาของศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีระดับตำบล” ของ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์ (2544-2546) นักวิจัยจึงได้เลือกกรณีศึกษาให้ครอบคลุม 4 กรณี คือ กรณีที่มีรัฐ องค์กรชาวบ้าน องค์กรธุรกิจ และองค์กรพัฒนาเอกชน เป็นตัวนำที่เข้มแข็ง หรือการศึกษา

กระบวนการสื่อสารเพื่อขยายผลของการทำเกษตรโดยไม่ใช้สารเคมีที่ จ. พิจิตร “(2544-2546) คุณจรัส เสือดี นักวิจัยก็เลือกกรณีศึกษาขององค์กรพัฒนาเอกชนที่กำลังทำงานอยู่ในพื้นที่ เป็นต้น

(2) ข้อจำกัดวิธีการวิจัย วิธีการวิจัยเปรียบเสมือนหนทางที่นำไปสู่เป้าหมาย คือคำตอบที่งานวิจัยแต่ละชิ้นจะค้นพบ ผลการประมวลงานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่พบว่าเส้นทางที่นักวิจัยใช้เดินนั้นมีอยู่เส้นทางเดียวคือการวิจัยเชิงปริมาณ ในทุกหัวข้อวิจัยตั้งแต่การเปิดรับสื่อ การวัดผลกระทบ ระบุรายชื่อไปจนแม่กระทั่ง การศึกษาเรื่องสื่อบุคคล เช่น พระภิกษุที่เข้ามาทำงานพัฒนา หรือสื่อพื้นบ้าน เช่น หนังสือนิตยสาร ก็ล้วนแล้วแต่ใช้การสำรวจแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวนมาก ๆ แล้วใช้สถิติคำนวณ

อันที่จริง คุณูปการของการวิจัยเชิงปริมาณนั้น ก็มีอยู่อย่างสูงส่งกล่าวคือ สามารถให้คำตอบเรื่องแบบแผนหลักหรือข้อสรุปรวมได้ แต่ทว่า ในเรื่องความเข้าใจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ “กระบวนการ” (process) ที่เป็นหัวใจของการสื่อสารหรือการเรียนรู้ การวิจัยเชิงปริมาณไม่สามารถจะใช้เป็นเส้นทางที่นักวิจัยจะเดินไปให้ถึงจุดหมายปลายทางได้

ดังนั้น ข้อเสนอแนะสำหรับเรื่องวิธีการวิจัยเพื่อที่จะก้าวต่อไปให้ลึกซึ้งและต่อเนื่องจากงานวิจัยเชิงปริมาณที่ทำมาแล้ว วิธีการวิจัยในอนาคตจึงควรจะเป็นการผสมผสานทั้ง 2 วิธี หรือเพิ่มวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่อาจจะมีกลุ่มตัวอย่างไม่มากนัก เช่น ชุมชน 2-3 แห่ง แต่ใช้วิธีการสังเกตอย่างมีหรือไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เจาะลึก การสนทนากลุ่ม อันเป็นวิธีการศึกษากระบวนการ (process study) สำหรับงานวิจัยในโครงการ “การสื่อสารเพื่อชุมชน” ระยะที่ 2 นั้น จะเน้นหนักวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นวิธีการหลัก

และเนื่องจากการวิจัยภายใต้กรอบการทำงานของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) นั้น มีจุดมุ่งหมายให้เป็นการวิจัยเพื่อนำเอาผลไปใช้ได้จริงในการพัฒนา ฉะนั้น วิธีการวิจัยที่มุ่งหมายเพียงแต่จะศึกษา “สภาพการณ์ที่เป็นอยู่” เท่านั้น จึงไม่น่าจะเพียงพอ หากแต่ควรจะเป็น “การวิจัยเชิงปฏิบัติการ” (action research) กล่าวคือ ในระหว่างกระบวนการวิจัยนั่นเองก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงสภาพการณ์ที่เป็นอยู่โดยใช้การวิจัยเป็นเครื่องมือ เพื่อตรวจสอบให้มั่นใจว่า ผลการวิจัยดังกล่าวจะใช้งานได้ผลจริงหรือไม่

(3) ข้อจำกัดเรื่องเกณฑ์การวิเคราะห์ เกณฑ์การวิเคราะห์นั้นทำหน้าที่เป็นเสมือน กล้องจุลทรรศน์ที่จะส่องดูข้อมูลที่เก็บมาได้ให้มีความหมายมากไปกว่าที่มองเห็น คือ การมองเห็นด้วยปัญญาที่เรียกว่า “การวิเคราะห์สังเคราะห์” เกณฑ์การวิเคราะห์นี้ก็แตกตัวมาจากกรอบแนวคิดที่นำมาใช้นั่นเอง ดังนั้น เกณฑ์การวิเคราะห์ที่พบในงานวิจัย 180 ชิ้นที่ผ่านมา จึงเป็นเกณฑ์ของทฤษฎีความทันสมัย (เช่น การวัดลักษณะที่ทันสมัยของผู้นำ) และทฤษฎีที่เชื่อในพลังอำนาจของการสร้างผลกระทบของสื่อ (powerful media) ตัวอย่างเกณฑ์การศึกษาที่มีมากที่สุดจะเป็น 2-3 เกณฑ์นี้ คือ การสำรวจพฤติกรรม เปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ (media exposure) ของประชาชน (เนื่องจากความเชื่อที่ว่า “เปิดรับสื่อมาก ๆ ก็จะเชื่อสื่อ นั้นไปเอง”) เช่น การเปิดรับสื่อสามารถสร้างความทันสมัยทางการเมือง การใช้นวัตกรรมทางการเกษตร การสร้างพฤติกรรมใหม่ ๆ ด้านสาธารณสุข การศึกษา หรือ สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

อีกเกณฑ์หนึ่งที่นิยมก็คือ “บทบาทของสื่อ” ซึ่งมักจะจำกัดอยู่เพียง “บทบาทที่ควรจะเป็นไปตามหลักการ” หรือทฤษฎีของ H.Lasswell โดยเฉพาะบทบาทด้านการโน้มน้าวให้เห็นคล้อยตามผู้ส่งสาร (ดูรายละเอียดและข้อเสนอแนะในตอนต่อไป)

ในอนาคต เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงกรอบแนวคิดที่ใช้ เกณฑ์ในการวิเคราะห์ก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนไปด้วย ในที่นี้ ขอเสนอแนะเกณฑ์การวิเคราะห์ที่แตกตัวมาจากกรอบแนวคิด alternative dev.com ดังนี้

- (ก) เกณฑ์เรื่อง “สื่อ” หากยังคงมีความสนใจที่จะเดินหน้าศึกษาเรื่องตัวสื่อต่อไป ผู้เขียนจะเสนอแนะให้พลิกมุมมองด้านอื่น ๆ ของ “ตัวสื่อ” ที่แหวกไปจากเรื่องผลกระทบข้าง เช่น เรื่อง กระบวนการเข้ามามีส่วนร่วมในสื่อ เพราะในสภาพความเป็นจริง มีกรณีมากมายที่เกิดอาการ “สื่อเป็นหมัน” ใ้ใช้การอะไรไม่ได้ ดังนั้นเรื่องการสร้างผลกระทบก็คงไม่ต้องพูดถึง เช่น กรณีหอกระจายข่าว ซึ่งเป็นสื่อขนาดเล็กตั้งอยู่ในชุมชนแท้ ๆ แต่ อ.ดวงพร คำคุณวัฒน์ ก็ยังพบว่า ทั้ง 7 หมู่บ้าน ใน จ.ชุมพร ที่ลงไปวิจัยนั้น ไม่มีการใช้หอกระจายข่าวอย่างเต็มศักยภาพ (และการสำรวจภาพรวมทั่วประเทศก็เป็นไปในทำนองเดียวกัน) จนกระทั่ง เมื่อ อ.ดวงพร และทีมวิจัย ได้สอดใส่

“กระบวนการมีส่วนร่วม” เข้าไปในขั้นตอนการวิจัย (“การพัฒนาหอกระจายข่าวเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน”, 2544-2545) และพบว่า มีความเป็นไปได้ที่จะใช้สื่อหอกระจายข่าวดังกล่าวให้ตอบสนองชุมชนอย่างแท้จริง

- (ข) ยุคนี้เป็นยุคของ “สาร” นับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1980 ที่ประเทศตะวันตก เริ่มก้าวเข้าสู่สังคมยุคสารสนเทศ ความสนใจในเรื่องการสื่อสาร ก็เริ่มเคลื่อนย้ายจุดหนักจากเรื่อง “ตัวสื่อล้วน ๆ” มาสู่การให้ความสนใจเรื่อง “ตัวสาร” บ้าง ในแวดวงวิชาการสื่อสารได้เริ่มพลิกมุมมองเกี่ยวกับผู้รับสารว่า มิใช่เป็นผู้รับสารที่ passive ซึ่งรอคอยการไหลของข่าวสารจากผู้ส่ง/สื่อมวลชน หากแต่ผู้รับสารมีลักษณะกระตือรือร้น (active) ในการออกไปแสวงหาข่าวสารที่ต้องการ (information seeking) และเมื่อข่าวสารในสังคมมีมากมายจนท่วมท้น ก็จำเป็นต้องมีกระบวนการและความรู้ในการจัดการข่าวสาร ข้อมูล ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง การจัดการข่าวสารเพื่อธุรกิจชุมชน ชุมชนบ้านพร้าวหมี จ. พิษณุโลก ของ อ. อัจฉริยา ชูวงศ์เลิศ ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว หรือ “การวิเคราะห์แบบแผนการรับรู้และการตีความเนื้อหาแนวคิดเรื่อง “ทฤษฎีใหม่” ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในกลุ่มเกษตรกร” ของ อ. พรทิพย์ เข็นจะบก (2544-46)

2. ประเภทของสื่อ

(1) ข้อสังเกตเรื่องตัวสื่อ เนื่องจากงานวิจัยด้านนิเทศศาสตร์มักจะใช้ “สื่อ” เป็นตัวตั้ง ดังนั้น ประเภทของสื่อรวมทั้ง “กลยุทธ์การใช้สื่อ” (media strategies) จึงเป็นตัวแปรที่สำคัญ ผลจากการประมวลงานวิจัยที่ผ่านมา มีข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับเรื่อง “ตัวสื่อ” ดังนี้ คือ

(1.1) ขนาดของสื่อกับคุณภาพการของสื่อ สำหรับงานวิจัยที่ทำการเปรียบเทียบประสิทธิภาพและคุณภาพการของสื่อทั้ง 4 ประเภทที่มีต่อการพัฒนานั้น ให้ข้อสรุปคร่าว ๆ ว่า “ยิ่งสื่อมีขนาดเล็ก ก็ยิ่งมีคุณภาพต่อการพัฒนามากกว่าสื่อที่มีขนาดใหญ่” ซึ่ง

หมายความว่า คุณประโยชน์ของสื่อจะเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ คือ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อพื้นฐาน รั้งท้ายด้วยสื่อมวลชน เหตุผลที่อยู่เบื้องหลังปรากฏการณ์นี้มีได้มาจากปัจจัยเรื่อง “คุณวิเศษของตัวสื่อ” หากแต่เป็นเพราะปัจจัยแวดล้อมอย่างอื่น ๆ รอบตัวสื่อ เช่น เป้าหมายและนโยบายในการใช้สื่อ ธรรมชาติด้านเศรษฐกิจการเมืองของสื่อ อันส่งผลมาถึงเรื่องการบริหารจัดการสื่อมากกว่า เช่น ข้อเท็จจริงที่ว่า สื่อมวลชนนั้นมักถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ปกครองประเทศไปสู่ประชาชนแบบรถเดินทางเดียว สื่อมวลชนมีพื้นที่/เวลาจำกัด ดังนั้น การทำหน้าที่ทางการให้คำอธิบายเกี่ยวกับเรื่องที่ซับซ้อนต่อการศึกษาทำความเข้าใจจึงมักทำไม่ได้เต็มที่ (เพราะหมดเวลาและ “ต้องติดตามตอนต่อไป”) หรือการเข้าไปใช้สื่อที่ดำเนินการอยู่ในระบบทุนนิยมเสรี ก็ต้องเป็นเรื่อง “ผลประโยชน์มาก่อนและอย่างมาก” (จึงเป็นความจริงที่น่าเจ็บปวดว่า แนวคิดเรื่องการใช้สื่อเพื่อการพัฒนา นั้น มีต้นกำเนิดมาจากประเทศทุนนิยม แต่กลับไม่ค่อยใช้การได้ดีเลยในประเทศแบบนี้ การใช้สื่อเพื่อพัฒนาสังคมกลับไปเบิกบานเติบโตได้ผลจริงจังในประเทศสังคมนิยมมากกว่า) และลักษณะการรวมศูนย์สื่ออยู่ที่ส่วนกลางทำให้มีพื้นที่/เนื้อหาสำหรับกรุงเทพฯมากกว่าเรื่องราวในท้องถิ่น เป็นต้น กล่าวโดยสรุปก็คือ “เรื่องของสื่อ นั้น เป็นมากกว่าเรื่องของสื่อ” เท่านั้น

จากข้อสรุปที่ได้มากจากผลการวิจัยดังกล่าว จึงมีข้อเสนอแนะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อ ดังนี้

(ก) ต้องศึกษาตัวสื่อให้มากกว่าตัวสื่อ และเพื่อสร้างมาตรการความปลอดภัยสองชั้นในการศึกษา ควรศึกษา “ผู้รับสาร” ควบคู่ไปด้วย ในการศึกษา “ตัวสื่อ” นั้น ต้องคำนึงถึงมิติด้านเศรษฐกิจ/การเมือง/วัฒนธรรม/ประสบการณ์ในการใช้สื่อของชุมชนและของตัวสื่อเอง เช่น งานวิจัยเรื่อง “อินเทอร์เน็ตตำบลใน จ. สุรินทร์” ของ อ.ศิวพร ศรีสมัย (กำลังอยู่ในขั้นการพิจารณาโครงการ) ที่ตั้งเป้าหมายจะศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อความสำเร็จของโครงการอินเทอร์เน็ตตำบล

นอกจากนั้น ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ “ผู้รับสาร/ผู้ใช้” อ.ศิวพร ได้กล่าวอย่างชัดเจนว่า เรื่องอินเทอร์เน็ตนั้น มิใช่เป็นเรื่อง “เทคโนโลยี” หากแต่เป็น “เรื่องคน” ดังนั้น การศึกษา “ตัวผู้ใช้/ชุมชนที่กำลังจะใช้” เทคโนโลยีจึงเป็นความจำเป็นเบื้องต้น การศึกษาผู้ใช้ผู้รับสารนั้น อาจจะเริ่มตั้งแต่มิติของ “แบบแผนการใช้สื่อ” ดังตัวอย่างที่

ผู้เขียนได้พบกับตัวเองว่า ชุมชนผาร์งหมี จ. พิษณุโลกนั้น ได้สร้างระบบเชื่อมต่อระหว่างโทรศัพท์มือถือที่มีอยู่เครื่องเดียวในหมู่บ้าน เข้ากับระบบมอเตอร์ไซค์ตามตัวถึงบ้าน ระบบบริหารจัดการแบบนี้ ทำให้ทั้งหมู่บ้านสามารถใช้โทรศัพท์เบอร์เดียวทั้งรับและส่งได้ (use pattern)

และข้อเท็จจริงที่ไม่ควรลืมก็คือ ในชีวิตประจำวันของชาวบ้านนั้น มิได้เกาะติดอยู่กับสื่อเพียงประเภทใดประเภทหนึ่ง (ส่วนใหญ่นักวิจัยมักคิดว่า ชาวบ้านจะใช้แต่สื่อตัวที่เรากำลังวิจัยเท่านั้น) หากแต่ชาวบ้านจะเลือกใช้สื่อหลายประเภท และสื่อเหล่านั้นต่างประชันขันแข่งกัน (competing source) ในการมีอิทธิพลต่อชาวบ้าน ดังนั้น ในขณะที่นาน ๆ ครั้ง เกษตรตำบลจะได้พบหน้ากับเกษตรกร แต่เจ้าของร้านชำหรือสมาชิกสภาฯ จะพบปะกันอย่างสม่ำเสมอ เป็นต้น

(ข) media production/management ข้อเท็จจริงที่ค้นพบเกี่ยวกับ “สื่อ” อีกประการหนึ่งก็คือ ในขั้นตอนของการผลิตสื่อ (media production) ที่แม้เมื่อพิจารณาโดยผิวเผิน อาจจะคิดว่าเป็นขั้นตอนที่มีปัญหามากนั้น แต่ผลการวิจัยแสดงว่าในการผลิตสื่อ นั้น บ้านเรามีศักยภาพในระดับที่น่าพอใจ แต่ในขั้นตอนของการบริหารจัดการและการประสานงานด้านการเผยแพร่และการใช้สื่อ เพื่อเป้าหมายของการพัฒนานั้น (media management) ยังมีปัญหาอยู่อย่างมาก และต้องการการค้นคว้าวิจัยอย่างยิ่ง (ในขณะที่ภาคธุรกิจสื่อ มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพที่น่าพอใจ) ตัวอย่างเช่น การจัดการผลิตเพื่อป้อนให้แก่หอกระจายข่าว นั้น เป็นผลงานจากหลายหน่วยงานของรัฐ โดยที่ต่างฝ่ายต่างผลิตและไม่มีการแลกเปลี่ยนหมุนเวียนใช้งานกัน ดังนั้น จึงน่าจะมีการวิจัยหัวข้อเช่นว่า จะเป็นไปได้ไหมที่จะมีศูนย์ประสานงานระดับชาติหรือระดับภูมิภาคที่เก็บรวบรวมหรือทำสำเนาเทปเสียง วิดีโอที่อัดรายการดี ๆ จากโทรทัศน์ และส่งไปตามศูนย์ชมโทรทัศน์ร่วมกันที่อยู่ตามหมู่บ้านหรือหอกระจายข่าว เป็นต้น ตัวอย่างงานวิจัย เรื่อง การสื่อสารของศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรตำบลของ ดร. กมลรัฐ อินทรทัศน์ ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว เป็นตัวอย่างงานวิจัยที่แสดงให้เห็นมิติของการบริหารจัดการเรื่องการสื่อสารได้ตัวอย่างหนึ่ง

(ค) อย่าทำให้ “channel” ไปเหลือแค่ “media” ในแบบจำลองดั้งเดิมของนิเทศศาสตร์นั้น จะกล่าวถึง S-M-C-R โดยที่ตัว “C” นั้น หมายความว่า “channel”

หรือ “ช่องทาง” ในภาษาไทย อย่างไรก็ตาม ในขั้นต่อมา คำว่า channel ก็ค่อย ๆ ถูกลดความหมายลงไปเหลือแค่ “สื่อ” (media) และมาหดตัวครั้งสุดท้ายเมื่อพูดถึง “สื่อ” ก็หมายความว่า “สื่อมวลชน” เท่านั้น การหดตัวของความหมายดังกล่าวสร้างข้อจำกัดให้แก่การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้น ผู้เขียนจึงขอเสนอแนะให้มีการเปิดเสรี และเปิดกว้างต่อคำว่า “channel” เริ่มตั้งแต่ประเภทของสื่อที่จะเป็นช่องทางนั้น จะต้องขยายขอบเขตให้ครอบคลุมสื่อทั้ง 4 ประเภทที่กล่าวมาข้างต้น และเมื่อนั้นคำว่า “ช่องทาง” ก็จะขยายความหมายออกไปกินอาณาเขตกว้างขวางนับตั้งแต่วาระโอกาส สถานที่ และกิจกรรมที่หลากหลาย

เมื่อคำว่า “ช่องทาง” มีความหมายที่กว้างขวาง เราก็สามารถจะนำรวบรวมเอา รูปแบบการพบปะเยี่ยมเยียน การไปมาหาสู่ การเดินป่า การมีเครือข่าย การทำกิจกรรม ตามประเพณี ฯลฯ เข้ามาไว้ในกระบวนการสื่อสาร ดังตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรมการเดินป่าเพื่อสร้างสำนึกปลูกฝังทัศนคติและให้ความรู้แก่ชุมชนเรื่องการรักษาป่า ในงานวิจัยเรื่องป่าชุมชนของ อ.วราพร ที่ได้กล่าวมาแล้ว หรือการรวมกลุ่มจักสานของ แม่บ้านใน ต.ทุ่งขวาง จ.ชลบุรี ซึ่ง ดร.สมสุข หินวิมาน (2544-46) กำลังทำวิจัยอยู่ว่า การสื่อสารที่เกิดขึ้นในช่องทางแบบนี้ มีส่วนสัมพันธ์กับการดำรงรักษาอัตลักษณ์และ ศักดิ์ศรีของชุมชนอยู่ได้อย่างไร

เนื่องจากการสื่อสารเป็นรูปแบบหนึ่งของวัฒนธรรมอันมีคุณสมบัติ พื้นฐานว่า หากจะดำรงอยู่และสืบทอดยืนยาวต่อไปได้ ก็จำเป็นต้องมีการปรับตัว ตามปกติ เรามักได้ยินข่าวการล่มสลายของรูปแบบการสื่อสารแบบเดิม ๆ เช่น การไปมาหาสู่กันที่สูญหายไปเมื่อความทันสมัยไหลทะลักเข้ามา ธรรมเนียมการเอื้อเฟื้อกันแบบ “ข้าวหม้อ แกงหม้อ” ที่เพื่อนบ้านใกล้เคียงเคยปฏิบัติเพื่อรักษาเครือข่าย “บ้านเรือนเคียงกัน” ที่หมดไปแล้วในชุมชนเมือง และหากงานวิจัยที่มีวัตถุประสงค์จะสร้างเสริม การดำรงอยู่ของรูปแบบการสื่อสารแบบเดิมนี้อาจมีอยู่ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ก็คงต้อง นำเอารูปแบบการสื่อสารใหม่ ๆ เข้ามาผสมผสานที่เรียกว่า เป็นการใช้กลยุทธ์แบบผสมผสาน (articulation) ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางเลือกใหม่ (alternative communication) กับการพัฒนาเครือข่ายกลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์” ของ อ.สุภาวค์ นันตา (กำลังอยู่ในขั้นพิจารณาโครงการ) ที่วางเป้าหมายจะผสมผสานรูปแบบ

การสื่อสารแบบเดิม ๆ ของชาวบ้าน เช่น การพบปะเยี่ยมเยียน การสังสรรค์ การบอกเล่า ต่อ ๆ กัน ฯลฯ เข้ากับรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ ๆ เช่น การจัดประชุม การอบรม สัมมนา ฯลฯ เพื่อให้ได้รูปแบบการสื่อสารลูกผสม (ทั้งแบบใหม่และแบบเก่า) ที่ถูก นำมาใช้ในงานพัฒนากองทุนหมู่บ้านอย่างได้ผล หรือในกรณีของการจัดการเรื่องป่า ชุมชนที่ห้วยแก้ว จ.เชียงใหม่(2544-2546) อ.ศิริธรรม โจรจน์สุพจน์ นักวิจัยที่สนใจที่จะ ประสานการใช้สื่อสมัยใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงด้านการสื่อสาร ที่มีอยู่ของชาวบ้านให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

(2) สื่อมวลชน

แม้ว่าตามหลักการทฤษฎีในระยะแรก ๆ สื่อมวลชนจะเป็นคาราเนื้อหอมที่ถูก คาดหวังว่าจะเป็นสื่อที่โดดเด่นในวงการพัฒนา แต่ก็มีข้อน่าสังเกตว่า คาราเนื้อหอมที่ ใคร ๆ ก็รุมตอมมาใช้งานนั้นจำเป็นต้องถูกทดสอบความสามารถเช่นกัน เนื่องจากยังเป็น “คาราหน้าใหม่” ของวงการ และอาจจะเนื่องมาจากข้อจำกัดของน้องใหม่มาแรงคน นี้สามารถมองเห็นอย่างชัดเจนในหลายประการ เช่น การมีพื้นที่/เวลาอันจำกัด มีลักษณะ เป็นธุรกิจเกี่ยวข้องกับเรื่องเงิน ๆ ทอง ๆ อยู่มาก ฯลฯ ดังนั้น ผลการวิจัยเรื่องการใช้สื่อ เพื่อพัฒนา โดยส่วนใหญ่ (53 ชิ้น จาก 180 ชิ้น) จึงมักจะเน้นศึกษาสื่อหลาย ๆ ประเภท รวม ๆ กันไป มากกว่าจะเจาะจงสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งเป็นการเฉพาะ ทีมวิจัย วิเคราะห์ปรากฏการณ์ดังกล่าวว่า อาจจะเนื่องมาจากสถานภาพองค์ความรู้ในเรื่อง ประเภทของการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาของเรายังมีไม่มากพอ ดังนั้น ในภาคปฏิบัติของการ ใช้งานจริง ผู้ใช้สื่อจึงยึดหลักการว่า “มากเข้าไปปลอดภัยกว่า” หรือมีฉะนั้น อาจเป็นไปได้ว่า ในความเป็นจริง เนื่องจากสื่อแต่ละประเภทต่างมีทั้งข้อเด่นและข้อด้อย เช่น สื่อมวลชนจะมีบทบาทน้อยในเรื่องการพัฒนาการเกษตร สื่อบุคคลจากภายนอก เช่น เกษตรอำเภอนั้นมีความรู้มากแต่เข้าถึงได้น้อย (accessibility) ส่วนสื่อบุคคลท้องถิ่น เป็นที่พึ่งของชาวบ้านได้มากที่สุด เข้าถึงได้ง่ายที่สุด แต่มีปัญหาเรื่องขอบเขตของความรู้ เช่น เวลาเมื่อเปลี่ยนสีน้ำตาลระบาคในนาข้าว ผู้นำชุมชนมักจะให้คำแนะนำไม่ได้เพราะ ฐานความรู้เดิมไม่เพียงพอ ดังนั้น ผู้ปฏิบัติงานจึงต้องนำเอาสื่อหลายชนิดมาใช้ร่วมกัน เพื่อจัดข้อด้อยของสื่อแต่ละชนิด ที่เรียกว่า “กลยุทธ์การประสานสื่อ” (mixed media strategy) ทำให้งานวิจัยต้องศึกษาสื่อหลายประเภทไปพร้อม ๆ กัน

สำหรับเรื่องการประสานหรือผสมสื่ออื่น มีทั้งมิติเชิงปริมาณและคุณภาพแน่นอนว่า ในเชิงปริมาณ การประสานสื่อก็คือการที่ต้องนำสื่อที่มากกว่า 1 ประเภทมาผสมกันและเป็นคำถามว่า ควรจะใช้สื่อสักกี่ประเภทดี และควรเป็นสื่อประเภทไหนสำหรับมิติในเชิงคุณภาพ ซึ่งคุณจะมีควมสำคัญมากเพราะการประสานสื่อจำเป็นต้องดำเนินการอย่างมีกลยุทธ์ มิใช่จับสื่อหลาย ๆ ชนิดมารวมกันเท่านั้น แต่จำเป็นต้องวางแผนว่า จะใช้สื่อประเภทใด ในขั้นตอนไหน ยาวนานเพียงใด ฯลฯ เป็นที่น่าสังเกตว่าฐานความรู้ของการประสานสื่อที่ใช้ในการพัฒนานั้น ยังไม่ค่อยมีประสิทธิภาพมากนัก โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับภาคธุรกิจซึ่งก้าวไปไกลกว่าหลายช่วงตัว จึงน่าจะมีการศึกษากลยุทธ์การประสานสื่อจากภาคเอกชน เพื่อนำมาปรับใช้ในงานพัฒนาบ้าง

(3) สื่อบุคคล

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า สื่อเล็ก ๆ เช่น สื่อบุคคลนั้น มีคุณูปการอย่างมากต่องานพัฒนาชุมชน ข้อเท็จจริงนี้สะท้อนให้เห็นโครงสร้างสังคมในชนบทที่ยังคงมีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและรักษาสายสัมพันธ์ภายในกลุ่มแบบต่าง ๆ เอาไว้ แต่ในขณะที่สื่อบุคคลมีคุณูปการอย่างมากต่อการพัฒนา งานศึกษาสื่อบุคคลกลับมีน้อยมากและเท่าที่มีอยู่นั้น ก็ใช้วิธีการวิจัยที่จำกัดมาก กล่าวคือ มักใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาคุณสมบัติของสื่อบุคคล หรือมีจะนั้นก็ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้นำชุมชน เป็นต้น ปริมาณอันจำกัดของงานศึกษาสื่อบุคคล รวมทั้งวิธีการศึกษาที่ค่อนข้างผิวเผินนั้น อาจสะท้อนให้เห็นข้อเท็จจริงของการวิจัยเรื่องตัวบุคคลว่า การศึกษา “ตัวคน” นั้น เป็นเรื่องที่ค่อนข้างยากลำบาก เพราะต้องรบกวนเวลาและความสนใจของผู้ให้ศึกษาอย่างมาก รวมทั้งผู้ให้ศึกษายังต้องมีความไว้วางใจแก่นักวิจัยเป็นอย่างมากอีกด้วย

สำหรับประเภทของสื่อบุคคลที่ศึกษานั้น สามารถแยกย่อยออกไปได้หลายประเภท เช่น

- (1) สื่อบุคคลนอกชุมชน เช่น เกษตรตำบล พนักงานอนามัย ครู กับสื่อ บุคคลในชุมชน เช่น พระ ผู้นำชุมชน หมอตำแย หมอธรรม หัวหน้าเหมืองฝาย ฯลฯ
- (2) สื่อบุคคลที่เป็นฆราวาส และที่เป็นพระสงฆ์

(3) สื่อบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นรอยต่อเชื่อมระหว่างโลกใหม่กับโลกเก่า หรือ โลกภายนอกกับโลกในชุมชน เช่น หมอเสนาณรงค์ คนที่ออกไปเคยกออกจากหมู่บ้านไปหางานทำข้างนอก ฯลฯ

(4) ผู้นำที่เป็น “ชุมพลึงทางปัญญา” ด้านต่าง ๆ ของชุมชน

ข้อสังเกตอีกประการหนึ่งเกี่ยวกับการศึกษาสื่อบุคคล ก็คือ มักจะสนใจสื่อบุคคลในฐานะผู้นำทางความคิด (opinion leader) ทิศทางการศึกษาจึงพุ่งไปสู่การสื่อสารขาออก (output) ว่า สื่อบุคคลจะชักจูงโน้มน้าวอะไรได้บ้าง แต่ยังขาดมิติความสนใจในการสื่อสารขาเข้า (input) คือการศึกษาว่า ผู้นำชุมชนได้ใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาตนเองอย่างไร



จากข้อจำกัดทั้งหมดเกี่ยวกับการศึกษาสื่อบุคคลที่ผ่านมา ผู้เขียนจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

(ก) ควรมีการศึกษาสื่อบุคคลให้มากขึ้น โดยใช้วิธีการศึกษาที่ละเอียดลึกซึ้งกว่าที่เคยเป็นมา เช่น เมื่อทราบว่าคุณสมบัติเรื่อง “ความน่าเชื่อถือ” (credibility) และความไว้วางใจ (trustworthiness) เป็นคุณสมบัติที่สำคัญของผู้นำ ก็ควรที่จะศึกษาเจาะลึกว่า กระบวนการสร้างคุณสมบัติดังกล่าวขึ้นมานั้น เกิดขึ้นมาได้อย่างไร ในกระบวนการนั้น การสื่อสารมีบทบาทอย่างไร เป็นต้น

(ข) ศึกษาสื่อบุคคลหลาย ๆ ประเภทให้รอบด้าน ตัวอย่างในโครงการวิจัยระยะที่ 2 ของ “การสื่อสารเพื่อชุมชน” มีงานศึกษาสื่อบุคคลอยู่หลายชิ้น เช่น อ.ทัศนีย์ เจนวิถีสุข ศึกษาเรื่อง “ความสามารถด้านการสื่อสารของพระพยอมกับการระดมพลังการพัฒนาชุมชน” (2544-2546) อ.อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ ศึกษา “สมรรถนะด้านการสื่อสารของผู้นำชุมชนใน จ.อุครธานี กับการระดมการพัฒนาชุมชน” (2544-2546)

(ค) ควรศึกษามิติการสื่อสารทั้งด้าน input และ output ให้สมดุลย์กัน เช่น งานวิจัยเรื่อง “บทบาทการสื่อสารในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้หญิง

ในการปกครองท้องถิ่นของ อ.อ้อมทิพย์ เมษรัชชาวนิช (2544-46) ซึ่งสนใจที่จะแสวงหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของสตรีทั้งที่เป็น อบต. สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มอาสาสมัครต่าง ๆ โดยอาศัยกระบวนการสื่อสารเนื่องจากกลุ่มบุคคลกลุ่มนี้เป็น “ผู้มาทีหลัง” (late comer) ในเรื่องการปกครองท้องถิ่น เป็นต้น

- (ง) ควรให้ความสนใจและคัดเลือกสื่อบุคคลที่เป็น “ตัวจริงเสียงจริง” ในสภาพความเป็นจริงของระบบการสื่อสารมากกว่าจะยึดติดอยู่กับทฤษฎี ดังที่ได้กล่าวมาข้างแล้วว่า ในความเป็นจริง “หัวคะแนน” อาจจะเป็นทั้งแหล่งข่าวสารทางการเมือง ผู้สร้างจิตสำนึกทางการเมืองในเรื่องพฤติกรรมทางการเมืองของชาวชนบท ซึ่งหล่นหายจากกรอบทฤษฎีไป

(4) สื่อพื้นบ้าน

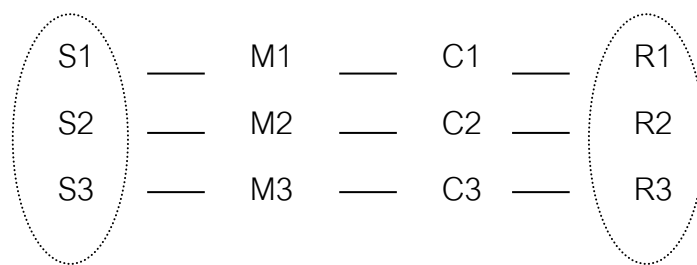
สื่อพื้นบ้านเป็นสื่อที่อยู่คู่กับสังคมไทยมายาวนานจนชาวบ้านมีความคุ้นเคยไว้วางใจ และไม่มีช่องว่างทางการสื่อสารระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ นอกจากนั้น สื่อพื้นบ้านก็ยังเป็นหลังพิงที่ไว้ใจได้เสมอของการพัฒนา ดังจะพบว่า หลังจากเปิดตัวและพบกับความล้มเหลว (หรือความสำเร็จที่ไม่แน่นอน) ของสื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาไปได้สักระยะหนึ่ง ก็ได้มีแนวคิดเรื่องการนำสื่อพื้นบ้านมาใช้เพื่องานพัฒนา เช่น เอาหมอลำมาบรรเลงให้เลิกกินปลาดิบในภาคอีสาน เอาหนังตะลุงมาบรรเลงให้ใช้ถุงยางอนามัยทางภาคใต้ ผลจากการวิจัยทุกชิ้นให้ข้อสรุปตรงกันว่า เมื่อประยุกต์เอาสื่อพื้นบ้านมาใช้ในงานพัฒนาด้านต่าง ๆ มักจะได้ผลสมดังใจหวังทุกครั้งไป

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่มีมาเป็นส่วนใหญ่ก็ยังไม่ได้จะต้องปัญหาที่ว่า ในการนำเอาสื่อพื้นบ้านมาใช้งานนั้น เป็นการใช้อย่างทะนุถนอมหรือใช้อย่างทิ้งขว้าง ใช้อย่างให้เกียรติและศักดิ์ศรีแก่สื่อประเภทนี้หรือไม่ รวมทั้ง ปัญหาที่ก้าวเลยไปกว่านั้นก็คือ “มีแต่การนำเอามาใช้ แต่ไม่มีการพัฒนา/ทำนุบำรุงรักษาสื่อประเภทนี้เลย” ทั้ง ๆ ที่สภาพความเป็นจริงของสื่อพื้นบ้านนั้น กำลังล้มหายตายจากไปทีละอย่างสองอย่าง จนเกือบจะกล่าวได้ว่า หากมีการหยิบสื่อพื้นบ้านประเภทใดมาศึกษา ก็เตรียมตัวแต่งชุดดำไปรดน้ำศพสื่อประเภทนั้นได้เลย ส่วนที่เหลือรอดชีวิตมาได้ก็แทบจะไม่เหลือเค้าเดิมหรือรักษาจิตวิญญาณที่แท้จริงเอาไว้ได้ เช่น การแสดงลิเกที่ทั้งรำและร้องคั้นไม่เป็น เป็นแต่ร้องเพลงลูกทุ่งเป็นต้น การสูญสลายของสื่อประเภทนี้นั้น ก็เกิดมาจากปัจจัยแวดล้อมหลาย ๆ

อย่าง เริ่มตั้งแต่สถานะของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป การถูกเบียดดันจากสื่อสมัยใหม่ ศักยภาพในการปรับตัวที่แตกต่างกันไปของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิด เป็นต้น ดังนั้น หัวข้อการวิจัยที่ควรจะมีอย่างยิ่งสำหรับสื่อพื้นบ้านก็คือ นอกเหนือจากการที่สังคมได้นำเอาสื่อพื้นบ้านไปใช้ประโยชน์แล้ว ก็มีคำถามว่า สังคมจะทำนุบำรุงและสืบทอดสื่อของเดิมเหล่านี้ได้อย่างไร มิฉะนั้นแล้ว สื่อพื้นบ้านไทยก็คงมีชะตากรรมเดียวกับป่าไม้ของไทยที่มีแต่การตัดมาใช้ แต่ไม่มีกระบวนการบำรุงรักษาและสืบทอดให้ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

สำหรับมิติเรื่องการสืบทอดนั้น โดยส่วนใหญ่แล้ว มักมีความเข้าใจกันว่า เป็นปัญหาสำคัญในด้านผู้ผลิต/ศิลปิน/ผู้ส่งสาร (sender) แต่ความจริงแล้ว การสืบทอดที่สำคัญกว่านั้น คือ การสืบทอดกลุ่มผู้ชม/ผู้รับสาร โดยเฉพาะกลุ่มผู้ชมในอนาคตอันได้แก่เด็กและเยาวชน ทั้งนี้ เนื่องจากคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่หลุดจากวงโคจรของสื่อพื้นบ้านไปเข้าสู่อ้อมอกของสื่อสมัยใหม่ได้ง่ายที่สุด ดังผลการวิจัยสำรวจกลุ่มผู้ชมสื่อพื้นบ้านทุกประเภทจะพบว่า เป็นคนที่มีอายุ 30 กว่าปี ขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่

ข้อเสนอแนะสำหรับการสืบทอดกลุ่มผู้ชมในอนาคตของสื่อพื้นบ้านนั้น ก็คือ อาจจะต้องสร้างความหลากหลายในองค์ประกอบทุกตัวของการสื่อสาร นับตั้งแต่ S (sender) – M (message) และ C (channel) เนื่องจากตัว R (receiver) นั้น มีหลากหลายมากขึ้น ดังกรณีตัวอย่างของวงดนตรีหมอลำบางวงที่มีกลุ่มนักแสดงหลายรุ่นหลาย



วัยที่สามารถสร้างเนื้อหาสื่อสารกับผู้ชมที่มีหลากหลายได้ แต่ที่สำคัญก็คือ ต้องแสวงหา “ช่องทาง/โอกาส” ให้สื่อพื้นบ้านได้เปิดตัวให้มากที่สุด ทั้งนี้ เพราะเหตุแห่งความสูญสลายของสื่อพื้นบ้านมักเริ่มมาจากการขาดช่องทางที่จะส่งสาร

ในโครงการวิจัยระยะที่ 2 นี้ มีชุดงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้านอยู่ 3 ชิ้นที่กำลังดำเนินการอยู่ โดยงานวิจัยสื่อพื้นบ้านทุกชิ้นล้วนมีจุดยืนร่วมกันคือ มีเป้าหมายแบบ

ระบบ two in one กล่าวคือ ทั้งมีการพัฒนาตัวสื่อและนำสื่อมาใช้เพื่อการพัฒนาไปพร้อม ๆ กัน และในขณะที่มุ่งแสวงหากระบวนการสืบทอดสื่อพื้นบ้านนั้น จุดยืนที่แน่นอนของนักวิจัยก็คือ การสืบทอดนี้ดำเนินการ โดยตัวเจ้าของวัฒนธรรมเองมิใช่จากบุคคลภายนอก

งานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์เชิงรุกเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของหมอลำ” ของ อ.ประยุทธ วรรณอุดม (2544-46) และงานวิจัยเรื่อง “ศักยภาพของโนราในการพัฒนาท้องถิ่น” ของ อ.เชียรชัย อิศรเดช (กำลังอยู่ในขั้นพิจารณาโครงการ) เป็นงานศึกษาสื่อพื้นบ้านอย่างครบวงจรของการสื่อสาร คือ ทั้ง S-M-C-R (จากแต่เดิมที่งานวิจัยมักศึกษาแต่ตัว message) และที่น่าจับตามองเป็นพิเศษคือ การศึกษาตัว sender / ที่เรียกว่า “ศิลปิน” หรือผู้รังสรรค์วัฒนธรรม (cultural producer) โดยที่ อ.ประยุทธจะศึกษากลยุทธ์แบบ edutainment ที่หมอลำใช้เพื่อให้ทั้งความบันเทิงและสาระประโยชน์แก่ผู้ชม ในขณะที่ อ.เชียรชัย มุ่งให้ความสนใจกับการทำหน้าที่ของ “เครือข่ายศิลปิน” ซึ่งมีบทบาทเกี่ยวข้องกับความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงานศิลปะ

ส่วนงานของคุณอคุศลย์ ดวงดีวิรัตน์ ที่เลือกศึกษาสื่อพื้นบ้านภาคเหนือ นั้น ได้เลือกเอาตำบลวอแก้ว จ.ลำปาง เป็นเขตพื้นที่ศึกษา(2545-2547) โดยตั้งวัตถุประสงค์ที่จะแสวงหากระบวนการสืบทอดสื่อพื้นบ้านจากตัวเจ้าของวัฒนธรรมเองเลย คุณอคุศลย์ สร้างสรรค์วิธีการวิจัยแบบใหม่ ๆ ด้วยการจัดเวทีเสวนาให้ศิลปินและปราชญ์พื้นบ้านวิเคราะห์การดำรงอยู่และการสูญสลายของสื่อพื้นบ้านประเภทต่างๆ และลงมือให้เจ้าของวัฒนธรรมคัดเลือกสื่อพื้นบ้านที่จะนำมาทดลองสืบทอดกันเอง หากผลการวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ก็คงเป็นก้าวยาว ๆ อีกก้าวหนึ่งของงานสืบทอดสื่อพื้นบ้านสำหรับอนาคต

(5) สื่อเฉพาะกิจ

ดังที่ได้แสดงเอาไว้ในตารางข้างหน้าที่ว่า เมื่อเวลาที่เรานึกถึง “สื่อเฉพาะกิจ” นั้น เรามักจะนึกถึงแต่สื่อสมัยใหม่ เช่น แผ่นพับโปสเตอร์ เทป วีดีโอ สไลด์ หอกระจายข่าว แต่อันที่จริงแล้ว สื่อเฉพาะกิจตามแบบประเพณีนั้น มีมานานแล้ว และควรที่จะต้องผนวกรวมเอามาในการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

สำหรับสื่อเฉพาะกิจแบบสมัยใหม่นั้น เป็นสื่อที่เข้าตานักวิจัยค่อนข้างมาก เนื่องจากมีการวิจัยใช้สื่อเฉพาะกิจสมัยใหม่หลายอย่าง โดยเฉพาะงานด้านสาธารณสุข

ซึ่งไม่แปลกหน้าเลยกับบรรดาแผ่นพับโปสเตอร์ เทป ฯลฯ ผลการวิจัยส่วนใหญ่พบว่า บรรดาสื่อขนาดเล็กเหล่านี้ล้วนมีคุณภาพการสูงต่องานพัฒนา(อย่างน้อยก็โดยเปรียบเทียบกับสื่อมวลชน) แต่เนื่องจากสื่อเหล่านี้เป็นสื่อเฉพาะกิจ ซึ่ง “ซื้อ” ก็บ่งบอกอยู่แล้วว่า เป็นสื่อที่ใช้ชั่วคราวชั่วคราว ผลในเชิงถาวรยั่งยืนจึงมีน้อย

มีสื่อเฉพาะกิจประเภทหนึ่ง ซึ่งน่าจะเรียกว่าเป็น “สื่อชุมชน” เนื่องจากตั้งอยู่ในชุมชน และสามารถนำมาใช้ได้อย่างต่อเนื่อง คือ หอกระจายข่าว มีงานศึกษาวิจัยเกี่ยวกับหอกระจายข่าวอยู่หลายสิบชิ้น ทั้งนี้ ก็คงเนื่องมาจากปริมาณของหอกระจายข่าวที่มีทั่วประเทศ 35,000 แห่ง (สำรวจปี 2536) หอกระจายข่าวนั้น ในแง่ตัวสื่อแล้ว จะเรียกได้ว่า “อุดมคติ” เพราะเป็นสื่อที่ตั้งอยู่ในชุมชน ทำให้ไม่มีปัญหาด้านการเข้าถึง เป็นสื่อกระจายเสียง ทำให้ไม่มีปัญหาเรื่องการอ่านออกเขียนได้ ผู้ใช้รับฟังได้ฟรี ซึ่งแก้ปัญหาเรื่องการเข้าถึงด้านเศรษฐกิจและน่าจะเกิดมาจากความต้องการของชุมชนเอง เนื่องจากมีถึง 85% ที่ชาวบ้านก่อตั้งเอง แต่ทว่าผลการวิจัยส่วนใหญ่ก็ระบุว่า หอกระจายข่าวไม่ได้ถูกนำมาใช้อย่างเต็มศักยภาพไม่ว่าจะเป็นสาเหตุมาจากปัจจัยภายนอก เช่น การขาดนโยบายและการประสานงานที่ดีระหว่างหน่วยงานที่รับผิดชอบ หรือมาจากปัจจัยภายใน คือการขาดความรู้สึกเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมของชุมชน

ในโครงการวิจัยระยะที่ 2 อ.ดวงพร คำคุณญวัฒน์ และคณะให้ความสนใจกับการพัฒนาปัจจัยภายใน คือ การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาหอกระจายข่าวให้ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน โดยเลือกหมู่บ้าน 7 แห่ง ใน จ.ชุมพร งานวิจัยนี้ได้เริ่มต้นเมื่อเดือนเมษายน 2544 และได้เสร็จสิ้นไปเมื่อเดือนมีนาคม 2545 ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดว่า การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมนั้นเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ และเป็นปัจจัยหลักในการพัฒนาสื่อชุมชนตัวนี้ อ.ดวงพร และทีมงานได้ดำเนินการวิจัยในระยะต่อมาเพื่อพัฒนาให้ผลลัพธ์อันดีที่เกิดขึ้นนั้นมีความยั่งยืนต่อไป

ในทิศทางที่ตรงกันข้ามกับหอกระจายข่าว งานศึกษาเรื่องสื่อวิดีโอที่นำมาใช้ในงานพัฒนากลับมีอยู่น้อยมาก ทั้ง ๆ ที่สื่อวิดีโอมีธรรมชาติที่เหมาะสมกับงานพัฒนาดังที่มีการนำมาใช้อย่างมากในประเทศศรีลังกา และเป็นที่น่าสังเกตว่า สื่อวิดีโอเป็นสื่อที่มีการเจริญเติบโตอย่างมากในประเทศไทย ดังจะเห็นได้ว่า ร้านเช่าวิดีโอมีอยู่แทบทุกหัวระแหง แต่เส้นทางการเติบโตนี้ เป็นเรื่องของการใช้สื่อวิดีโอเพื่อความบันเทิงและเป็น

เรื่องธุรกิจการค้าเป็นส่วนใหญ่ การศึกษาวิจัยเพื่อแสวงหาช่องทางในการนำสื่อวิดีโอมาใช้ในทางสังคมและเพื่อการพัฒนาจึงเป็นที่ต้องการอย่างยิ่ง

และนอกเหนือจากสื่อเฉพาะกิจสมัยใหม่แล้ว ผู้เขียนใคร่ขอเสนอให้มีการศึกษาค้นคว้ารูปแบบการสื่อสารที่เป็นสื่อเฉพาะกิจตามแบบประเพณีที่มีอยู่อย่างหลากหลายในวิถีชีวิตของชาวบ้านและชุมชน ตัวอย่างเช่น ดร.สมสุข หินวิมาน สนใจที่จะวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารตามแบบของชุมชน เช่น กลุ่มสภากาแฟ กลุ่มทำงานจักสาน รวมทั้งกลุ่มที่รวมตัวกันที่วัดของหมู่บ้านใน ต.ทุ่งขวาง จ.ชลบุรี (2544-2546) เช่นเดียวกับงานวิจัยเรื่อง "การสื่อสารในระดับชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาเอดส์ใน จ.เชียงราย" ของคุณจำเริญ ไยชิด (กำลังอยู่ในระหว่างพิจารณาโครงการ) ที่มุ่งความสนใจในการสื่อสารรณรงค์แบบบูรณาการของชุมชน อันมีการนำเอาสื่อเฉพาะกิจทั้งแบบสมัยใหม่และแบบประเพณีมาประสานกัน เป็นต้น

3. ข้อค้นพบเรื่องเป้าหมายการใช้สื่อ

ผลการวิจัยในเรื่องเป้าหมายของการใช้สื่อ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้คือ (1) เป้าหมายของการใช้สื่อ นั้น ยังมีลักษณะที่ค่อนข้างจำกัด กล่าวคือ มุ่งเน้นแต่การนำมาสร้างผลกระทบตามที่ต้องการ (impact/effect study) และในกระบวนการสร้างผลกระทบนั้น ผู้ส่งสารจะเล่นบทบาทเป็นเจ้าของการสื่อสาร กล่าวคือเป็นการสื่อสารแบบ "เอาผู้ส่งสารเป็นตัวตั้ง" (sender-centered)

ลักษณะทั้งสองประการข้างต้นนั้น ก่อให้เกิดผลลัพธ์ตามมา 2 ประการเช่นกัน คือ

- ทำให้ประชาชนไม่รู้สึกรู้ว่าตนเองมีส่วนร่วมในการสื่อสาร (people participation) การสื่อสารนั้นไม่ใช่ของประชาชน ดังนั้น สื่อสำหรับชนบท/ท้องถิ่นหลายประเภทจึงมีข้าราชการเป็นคนคิดเป็นคนทำ แล้วให้ชาวบ้านเป็นคนอ่าน เป็นคนดู เป็นคนฟัง ตัวอย่างเช่น หอกระจายข่าวที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว
- ผลลัพธ์ในแง่ "การคัดเลือกและออกแบบสาร" (message selection and design) การคัดเลือกและออกแบบสารจึงเป็นไปตามความสนใจและรสนิยม

ของผู้ส่ง เมื่อมีงานวิจัยประเมินผล ชาวบ้านจึงบอกว่า หนังสือข่าวเกษตรมีความรู้ด้านเกษตรน้อย มีแต่ข่าวผู้ว่าหรือข้าราชการชั้นผู้ใหญ่มาก รายการเกษตรทางโทรทัศน์นั้นเร็วเกินไป ดูไม่ทัน เป็นต้น

(2) ข้อค้นพบอีกประการหนึ่งเกี่ยวกับเป้าหมายของการใช้สื่อก็คือ สื่อขนาดใหญ่เช่น สื่อมวลชนที่มีฤทธิฐานภาพมหาศาลนั้น สื่อเหล่านี้มักจะถูกนำไปใช้เพื่อเป้าหมายทางด้านธุรกิจ (commercial) มากกว่าเพื่อประโยชน์สาธารณะ (public interest) และไม่สอดคล้องกับเป้าหมายการนำสื่อไปใช้เพื่อการพัฒนา ดังนั้น จึงควรมีการวิจัยเพื่อแสวงหาช่องทางผลักดันนโยบายให้มีการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อพัฒนาส่วนรวมให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

(3) สำหรับผลการวิจัยในเรื่องเป้าหมายของการใช้สื่อเพื่อท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการรักษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น ฯลฯ งานวิจัยส่วนใหญ่พบว่าเป้าหมายดังกล่าวยังไม่บรรลุผลเท่าที่ควร หรือในกรณีที่มีผลสำเร็จก็ไม่มีอย่างต่อเนื่องยาวนาน เช่น บรรดางานวิจัยเรื่องรายการโทรทัศน์เพื่อท้องถิ่นแทบทุกฉบับจะชี้ให้เห็นอาการสามวันดีสี่วันไข้ และการล้มหายตายจากของบรรดารายการดังกล่าว

ไม่เพียงแต่เป้าหมายของการใช้สื่อเพื่อท้องถิ่นจะมีอย่างจำกัดเท่านั้น แม้แต่การวิจัยเรื่องสื่อท้องถิ่นประเภทต่าง ๆ ก็ยังมีปริมาณน้อยเมื่อเทียบกับขนาดของท้องถิ่น ดังนั้น จึงควรมีการวิจัยเรื่องสื่อท้องถิ่นให้มากขึ้น โดยควรสนับสนุนให้สถาบันการศึกษาในท้องถิ่นเป็นผู้วิจัย (โดยอาจร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในส่วนกลาง เพื่อลดข้อจำกัดของทั้งสองฝ่าย ในโครงการวิจัย “การสื่อสารเพื่อชุมชน” ระยะที่ 2 นี้ ได้พยายามตอบสนองข้อเสนอแนะดังกล่าว เนื่องจากงานวิจัยแทบทุกชิ้นเป็นการวิจัยเรื่องสื่อในท้องถิ่น

4. ข้อค้นพบเรื่องผลกระทบของสื่อ

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า แนวทางการวิจัยส่วนใหญ่ได้ใช้ทฤษฎีเรื่องประสิทธิภาพของการสื่อสารในการสร้างผลกระทบต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นแก่ประชาชน โดยเฉพาะสื่อที่ศึกษาอย่างมากคือ สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ มีข้อน่าสังเกตเกี่ยวกับงานวิจัยว่าด้วยผลกระทบของสื่อ ดังนี้

(1) หน่วยที่ใช้ในการศึกษาผลกระทบนั้น มักจะเป็นหน่วยระดับปัจเจกบุคคล อันเป็นไปตามข้อตกลงของตัวทฤษฎีที่เชื่อว่า ถ้าค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงตัวคนไปที่ละคน ในท้ายที่สุด ทัวทั้งสังคมก็จะเปลี่ยนแปลงไปเอง และสอดคล้องกับปรัชญาแบบ “ปัจเจกชนนิยม” (individualism) อย่างไรก็ตาม แนวคิดนี้ไม่อาจจะยืนยันได้ในความเป็นจริง เพราะเมืองไทยมีคนดี ๆ มากมาย แต่ทว่าสังคมไทยก็ยังไม่มียะไรดีขึ้นมากนัก ซึ่งอาจจะเป็นเพราะสังคมมีเงื่อนไขน้อยเหลือเกินที่จะเอื้ออำนวยให้คนดีได้ทำความดี นอกจากนั้น กระแสการพัฒนาแนวทางเลือกที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ ได้แสดงให้เห็นว่า ในงานวิจัยควรมีการเปลี่ยนแปลงหน่วยในการวิเคราะห์เป็นระดับ “ชุมชน” มากกว่า จะเน้นระดับ “ปัจเจก” ดังตัวอย่าง แนวคิดเรื่อง “ชุมชนเข้มแข็ง” ที่ปรากฏแม้แต่ในแผนพัฒนาประเทศฉบับที่ผ่านมา (ฉบับที่ 8)

ตัวอย่างงานวิจัยที่ใช้หน่วยการวิเคราะห์เป็นระดับชุมชนในโครงการวิจัยระยะที่ 2 เช่น งานของคุณอรียา เสวตามร์ (กำลังอยู่ในขั้นพิจารณาโครงการ) ที่เลือกศึกษา กรณีการทำกองทุนชุมชนแบบชาวบ้าน ที่เรียกว่า “เครือข่ายกองทุนข้าว” ที่ประสบความสำเร็จเนื่องจากทั้งแก้ปัญหาของชุมชนได้และยังมีลักษณะยั่งยืน แต่เนื่องจากชุมชนนั้น ประกอบด้วยผู้คนหลากหลายกลุ่ม ดังนั้น การรับรู้และการตีความหมายของบรรดาแนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานพัฒนา เช่น ข้าว เงิน กองทุน ฯลฯ จึงแตกต่างกันออกไป และต้องมีการต่อสู้ช่วงชิงความหมาย การรับรู้และการตีความหมาย “กองทุนข้าว” “กองทุนชุมชน” ที่เป็นตัวกำหนดทิศทางการพัฒนาและเป็นหลักประกันความเข้มแข็งของกิจกรรมพัฒนานี้

(2) สำหรับมิติที่เกิดผลกระทบ รูปแบบต้นฉบับของการศึกษาเรื่องผลกระทบที่มาจากฐานความรู้ด้านจิตวิทยาที่แบ่งมิติแวดล้อมตัวบุคคลออกเป็น 3 มิติ คือ ด้านความรู้ความเข้าใจ (knowledge) ด้านอารมณ์ความรู้สึก ทัศนคติ (affection) และด้านการกระทำ (performance) ที่รู้จักกันในนามของ KAP

ผลการวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อสร้างผลกระทบในทั้งสามมิตินั้น มักจะมีแบบแผนหลัก ๆ คือ ในแง่ของความรู้ความเข้าใจนั้น (K) สื่อแทบทุกประเภทมักจะสร้างผลกระทบได้ กล่าวคือ หลังจกเปิดรับสื่อแล้ว ชาวบ้านมักจะมีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เพิ่มขึ้น แต่ทว่า เมื่อก้าวเข้ามาสู่เรื่องทัศนคติ (A) ผลกระทบที่เกิดจากสื่อมวลชนมัก

ได้ผลไม่ค่อยแน่นอนอนสมำเสมอ และเมื่อถึงมิติสุดท้ายคือด้านลงมือกระทำนั้น (P) ก็ปรากฏว่า สื่อประเภทสื่อมวลชนนั้นแทบจะไม่สามารถสร้างผลกระทบได้เลย คงมีแต่สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน หรือสื่อเฉพาะกิจ (ในบางกรณี) เท่านั้นที่สามารถเปลี่ยนแปลงการกระทำของคนได้

นอกจากนั้น ในทางทฤษฎีเรื่องผลกระทบนั้นเคยมีความเชื่อเรื่อง “ลำดับชั้นของผลกระทบ” (hierarchy of effect) กล่าวว่า ให้เราเริ่มต้นด้วย “K” เสียก่อนต่อไปก็จะมีผลกระทบถึง “A” และท้ายที่สุดก็จะถึง “P” ไปตามลำดับ กล่าวคือ ถ้าอยากให้คุณเปลี่ยนแปลงก็ต้องเริ่มด้วยการให้ความรู้ความเข้าใจแล้วคนก็จะมีทัศนคติที่ดี และท้ายที่สุดก็จะเปลี่ยนการกระทำ อย่างไรก็ตาม ในการพิสูจน์ลำดับชั้นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง 3 มิติดังกล่าว งานวิจัยส่วนใหญ่พบว่า ไม่ได้เป็นไปตามทฤษฎีที่กล่าวมา ตัวอย่างเช่น เรื่องการเมืองแม้ว่าชาวบ้านจะไม่ได้มีความเข้าใจมากมาทางการเมือง (K) แต่ชาวบ้านก็กระตือรือร้นที่จะไปเลือกตั้ง (A) และจำนวนคนที่ไปออกเสียงเลือกตั้งในต่างจังหวัดก็มีสูงกว่าคนกรุงเทพฯที่มีความรู้ความเข้าใจทางการเมืองมาก (P) หรือในกรณีของเรื่องสิ่งแวดล้อม หลังจากใช้สื่อทุกประเภทณรงค์โน้มน้าวประชาชนแล้ว เมื่อวัดมิติผลกระทบ ก็มักจะได้คะแนนนำโด่งในเรื่องความรู้ แต่เมื่อถามถึงขั้นตอนลงมือปฏิบัติก็มักจะไม่ได้ผลทุกครั้งไป เป็นต้น

(3) ส่วนในกรณีของเรื่องสาธารณสุขก็มีข้อสังเกตว่า ในขณะที่การใช้สื่อเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของชาวบ้านในเรื่องสุขอนามัยที่เป็นเรื่องส่วนรวมนั้น มักจะไม่ค่อยได้ผล แต่หากเป็นเรื่องการเปลี่ยนแปลงชาวบ้านในเรื่องสุขภาพอนามัยที่มาจากภาคธุรกิจการค้า เช่น การโฆษณาขายยาประเภทต่าง ๆ ก็มักจะได้อย่างเด็ดขาด ซึ่งก็แน่นอนว่า การลงทุนในการสร้างสื่อเพื่อโน้มน้าวระหว่างภาคสาธารณสุขประโยชน์กับภาคธุรกิจนั้น มีปริมาณที่ไม่อาจจะเปรียบเทียบกันได้ อันเป็นการตอกย้ำอีกครั้งหนึ่งว่า “เรื่องสื่อไม่ใช่เรื่องสื่อเท่านั้น”

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยเพื่อสร้างผลกระทบนี้ นอกเหนือจากข้อเสนอแนะที่ให้ขยายหน่วยการศึกษาจากระดับ “ปัจเจกบุคคล” มาเป็นระดับ “กลุ่มหรือชุมชน” ที่ได้กล่าวมาแล้ว มิติของการศึกษาผลกระทบก็น่าจะขยายจากด้านจิตวิทยาออกไปสู่ด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น การใช้สื่อเพื่อสร้างผลกระทบใน

แง่ที่ชุมชนสามารถเปิดพื้นที่สาธารณะ (public sphere) ที่ส่งข่าวสารต่อสังคมในรูปแบบของการทำประชาพิจารณ์ การนำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ ต่อสังคม เช่น ชุมชนเข้มแข็ง ภูมิปัญญาพื้นบ้าน เป็นต้น

มีตัวอย่างงานวิจัยในโครงการ “การสื่อเพื่อชุมชน” ระยะที่ 2 ที่ขยายแนวคิดเรื่องการสร้างผลกระทบออกไปมากมาย เช่น คุณ โสจิวัฒน์ บุญประดิษฐ์ ศึกษาพัฒนาการของการสื่อสารที่สามารถสืบทอดจิตสำนึกทางประวัติศาสตร์ของชุมชนบ้านครัวได้ตั้งแต่ครั้งอดีตมาจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2544-46) หรือคุณอรุณีวรรณ นาศรี ศึกษาผลกระทบของการสื่อสารในการช่วยพัฒนาประชาคมทับเที่ยงตั้งแต่ขั้นตอนที่ยังล้มลุกคลุกคลานมาจนถึงขั้นที่ยืนขึ้นอย่างมั่นคงในปัจจุบัน (กำลังอยู่ในขั้นตอนการพิจารณาโครงการ) รวมทั้ง กรณีการศึกษาการรณรงค์แบบ community-based approach เพื่อแก้ไขปัญหาเอดส์ใน จ. เชียงรายของคุณจำเริญ ไยชิด ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว เป็นต้น

5. ข้อค้นพบเรื่องบทบาทของสื่อ

(1) แนวทางการศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนในงานวิจัยส่วนใหญ่ยังถูกตีกรอบอยู่ในทฤษฎีของสำนักหน้าที่นิยม (Functionalism) ที่เน้นด้าน การรักษาระบบที่เป็นอยู่ มากกว่าจะพิจารณาการเปลี่ยนแปลงสังคม เช่น หน้าที่ในการสอดส่อง (surveillance) สิ่งที่จะมาก่ออันตรายระบบที่เป็นอยู่ (ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับว่า การนิยามสิ่งที่จะมาก่ออันตรายนั้นมีขอบเขตกว้างขวางเพียงใด เช่น การประท้วงการประชุมระดับโลกก็มักจะถูกนิยามว่าเป็นสิ่งที่จะมาสร้างความอับอายขายหน้าทำลายภาพลักษณ์ของประเทศ การหยุดงานของกรรมกรก็สร้างความระคายเคืองให้กับบรรยากาศการลงทุน) หน้าที่ในการสร้างความสัมพันธ์ (correlation) ซึ่งบางครั้งก็เป็นการเรียกร้องความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่เอาเปรียบกับผู้ที่ถูกเปรียบ โดยเรียกร้องจากฝ่ายที่เสียเปรียบฝ่ายเดียว และ หน้าที่ในการถ่ายทอดทางวัฒนธรรม (cultural transmission) ที่ถูกตีความว่าคนทุกจังหวัดต้องพูดภาษาไทยแบบเดียวกัน เป็นต้น

(2) ส่วนหน้าที่ของสื่อมวลชนในการ เคลื่อนไหวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคม (mobilization) นั้น มักไม่ค่อยมีการศึกษาวิจัยมากนัก ดังนั้น ผลที่เกิดตามมาก็คือแทนที่สื่อมวลชนจะเป็นแถวหน้าของการเปลี่ยนแปลง สื่อมวลชนก็มักจะเล่นบทเป็นคนคอยยืนดูอยู่ข้าง ๆ หรือ

คอยเดินตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม ดังนั้น ข้อเสนอแนะสำหรับการเพิ่มเกียรติภูมิของสื่อมวลชนให้มากขึ้นในอนาคต คือการเพิ่มมิติของบทบาทของสื่อที่มีต่อสังคมให้มากขึ้น ซึ่งในภาคปฏิบัติหมายความว่า ต้องลดระดับบทบาทหน้าที่ของสื่อประเภทต่างๆ ในเรื่องการโน้มน้ำหนักลงไปบ้าง และหันไปดูบทบาทอื่น ๆ เช่น บทบาทของสื่อในการเป็นเวทีเสรีทางความคิดเห็นของคนทุกกลุ่มในสังคม (forum) บทบาทในการเป็นปากเป็นเสียงให้แก่ผู้ที่คือโอกาส (advocacy) การเป็นช่องทางส่งสารจากพลเมืองไปสู่รัฐบาล หรือบทบาทที่กำลังเป็นที่สนใจศึกษาในต่างประเทศ คือ การเล่นบทบาทเป็นตัวกลางช่วยการจัดการความขัดแย้งทางสังคม (conflict resolution) ให้เป็นไปอย่างสันติวิธี

(3) ในการศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ สิ่งที่ไม่ควรลืมเลือนหายไปในงานวิจัยก็คือ การศึกษาเรื่อง *ใจและกลไก* ที่จะช่วยให้ประเภทสื่อทุกประเภทสามารถเล่นบทบาทหรือทำหน้าที่ได้ตามที่พึงปรารถนา ตัวอย่างเช่น งานวิจัยในโครงการ “การสื่อสารเพื่อชุมชน” ระยะเวลาที่ 2 เรื่อง “แนวทางการพัฒนาวิทยุชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนของ จ. นครราชสีมาและจ.บุรีรัมย์” ของ อ.วีรพงษ์ พลนิกรกิจและคณะ (2544-45) ซึ่งได้ดำเนินการสำเร็จลุล่วงไปแล้วพบว่า การที่จะให้วิทยุชุมชนทำหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายนั้น หากมีปัจจัยด้านเงินทุนสนับสนุนเพียงปีละ 1-2 หมื่นบาทนั้น เป็นเรื่องที่ไม่ไกลเกินฝัน ส่วนงานวิจัยเรื่องวิทยุชุมชนอีกเรื่องหนึ่งของ อ.ชาลิสสา มากแผ่นทอง (2544-46) ที่เลือกศึกษากรณีวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ก็สรุปว่า การฝึกอบรมเพื่อเตรียมชาวบ้านให้มีทักษะความสามารถด้านการดำเนินงานวิทยุเป็นกลไกสำคัญสำหรับการทำหน้าที่อันพึงประสงค์ของวิทยุชุมชน ในขณะที่คุณวีระวรรณ ยังกิจการ (2544-46) พบว่า ความเข้มแข็งของประชาชนจ.น่าน เป็นปัจจัยเอื้ออำนวยสำหรับการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของรายการวิทยุชุมชน เป็นต้น

(4) สำหรับการบุกเบิกหน้าที่ใหม่ของสื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นนั้น ผู้เขียนขอเสนอแนะแนวคิดที่ปรากฏในหนังสือ “ปฏิรูปสื่อมวลชนท้องถิ่น” โดย รศ.พิศิษฐ์ ชวลาธวัช (2537) ซึ่งได้ประมวลหน้าที่ของสื่อท้องถิ่นในการส่งเสริม สนับสนุน สืบทอด อนุรักษ์ มิติต่าง ๆ ของชีวิตชุมชนท้องถิ่น ดังในภาพ



(6) ข้อค้นพบเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชน

ดังได้กล่าวมาตั้งแต่เริ่มแรกแล้วว่า สำหรับกระบวนการทัศน์ทางเลือกใหม่ของการพัฒนานั้น (alternative paradigm) จะมีแนวคิดที่เป็นหัวใจคือ เรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชน” ดังนั้น ในเรื่อง alternative development communication ก็เจริญรอยไปในทางเดียวกัน กล่าวคือ มีความเชื่อว่า ระบบการสื่อสารที่แท้จริงของชุมชนนั้น ต้องเป็นการสื่อสารที่มีองค์ประกอบครบทั้ง 3 คือ เป็นการสื่อสาร “เพื่อ” ประชาชน “ของ” ประชาชน และ “โดย” ประชาชน และจากบทเรียนด้านการสื่อสารที่ผ่านมาก็พบลำดับขั้นตอนที่สำคัญของ keywords ทั้ง 3 นี้ว่า จะต้องเป็นการสื่อสาร “โดย” ประชาชนเป็นเบื้องต้น แล้วจึงจะเป็นการสื่อสาร “ของ” ประชาชนในลำดับต่อมา จากนั้น จึงจะจบท้ายด้วยการสื่อสาร “เพื่อ” ประชาชน เนื่องจากการสื่อสาร “เพื่อ” ประชาชนนั้นอาจจะเกิดมาจากการทำงานของคนอื่นได้ แต่ทว่ามีแต่เงื่อนไขที่ว่า ประชาชนจะต้องดำเนินการสื่อสาร “โดย” ประชาชนเองเท่านั้น ความรู้สึกเป็นเจ้าของจึงจะบังเกิดขึ้น หรือกล่าวในภาคปฏิบัติก็คือ จะต้องเป็นการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของประชาชน

และหากเรามีผู้ใช้ที่มองโลกในแง่ดีจนเกินไปนัก เราก็คงต้องยอมรับว่า เรื่องการเข้ามามีส่วนร่วมในการใช้และสร้างสื่อ นั้น เส้นทางนี้มีได้ราบเรียบประดุจแพรไหม หากแต่คงจะมีข้อขัดข้อง ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งในส่วนของประชาชนเองและส่วนอื่น ๆ ดังนั้น เราจึงต้องการงานวิจัยอีกจำนวนมากที่จะเดินเคียงคู่ไปกับการทดลองแสวงหาช่องทางในการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในสื่อประเภทต่าง ๆ

การวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมในสื่อ นั้น สามารถวิจัยได้ 2 แนวทางคือ

(1) แนวทางแรก คือ การใช้สื่อเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ เช่น การทำประชาพิจารณ์ การล่ารายชื่อประชาชน 50,000 คน เพื่อถอดถอน สส. การใช้สิทธิตาม พรบ. ข่าวสารของทางราชการ ฯลฯ สำหรับแนวทางนี้ ในโครงการวิจัยระยะที่ 2 มีการดำเนินการอยู่หลายโครงการ เช่น อ.ชาคริต สูดสายเนตร ศึกษาเรื่องการใช้สื่อวิทยุท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมประชาชน จ.มหาสารคาม (2545-46) และ การสื่อสารในการพัฒนาประชาคมทับเที่ยง จ.ตรัง โดยคุณอรุณีวรรณ นาศรี (กำลังอยู่ในขั้นตอนพิจารณาโครงการ) เป็นต้น

(2) แนวทางที่สอง คือ การเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการของสื่อเอง ซึ่งสามารถทำได้ใน 3 ระดับ คือ

- ระดับแรก คือ การรับฟังเสียงสะท้อน (feedback) ของประชาชนในฐานะผู้รับสารที่ตื่นตัว (active audience) การมีส่วนร่วมในระดับนี้ จำเป็นมากสำหรับสื่อทุกประเภท เช่น วิทยุชุมชน ซึ่งจะขาดองค์ประกอบนี้ไม่ได้
- ระดับที่สอง คือ การมีส่วนร่วมในการผลิต โดยเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประชาชนกลุ่มใด ก็ควรให้เจ้าของเรื่องสร้างแง่มุมเนื้อหาที่จะนำเสนอเอง อันเป็นแนวคิดเรื่อง “สิทธิในการเป็นผู้ส่งสาร”
- ระดับที่สาม คือ การมีส่วนร่วมในระดับการวางนโยบายและการวางแผนใช้สื่อ ตัวอย่างที่พอเห็นเป็นรูปธรรมในปัจจุบันคือ หอกระจายข่าวและวิทยุชุมชน การมีส่วนร่วมในแต่ละระดับนี้จำเป็นต้องมีปัจจัยและเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยที่งานวิจัยสามารถจะช่วยค้นหาคำตอบให้ได้

มีข้อสังเกตว่า แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในสื่อในระดับต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้ เป็นจุดเปลี่ยนโค้ง (turning point) ด้านแนวคิดทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนา อีกครั้งหนึ่ง จากที่เคยคิดว่า ผู้ส่งสารนั้นจะเป็นคนภายนอก (เจ้าหน้าที่รัฐ/ผู้เชี่ยวชาญ) เป็นผู้ควบคุมและเป็นเจ้าของการสื่อสาร ส่วนประชาชนนั้นเป็นเพียงผู้รับสารที่คอยรองรับผลกระทบการสื่อสารที่จะเกิดขึ้น แต่แนวคิดจากกระบวนการทัศน์ใหม่ด้านการสื่อสารเพื่อพัฒนานี้กลับเห็นว่า ประชาชนเป็นผู้ที่ active ในกระบวนการสื่อสาร ไม่

ว่าจะอยู่ในฐานะใดก็ตาม เช่น เมื่อเป็น “ผู้รับสาร” ก็เป็น “ผู้รับสารที่ active” รวมทั้งยังมีสิทธิที่จะเป็น “ผู้ใช้สื่อเพื่อการส่งสาร” ซึ่งสิทธิดังกล่าวนี้เคยเป็นอภิสิทธิ์ของกลุ่มผู้นำสังคมเท่านั้น

เมื่อนำแนวคิดข้างต้นมาประเมินงานวิจัยจำนวน 180 เล่ม ที่ผ่านมา จะพบว่า มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสื่อสารกับการมีส่วนร่วมของประชาชนอยู่น้อยมาก ทั้งในแนวทางแรกคือ การใช้สื่อเพื่อเข้าไปมีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ และในแนวทางที่สองคือการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารเอง ซึ่งมีเพียง 1 เล่ม คือ งานวิจัยของ รุจิรา สุภษา (2542) เรื่อง “การสร้างสื่อแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมขององค์กรพัฒนาเอกชน” เหตุผลที่มีปริมาณงานวิจัยในหัวข้อนี้เพียงเล็กน้อยนั้น น่าจะเป็นเพราะกระบวนการที่สนใจการมีส่วนร่วมนั้น เป็นแนวคิดใหม่เพิ่งตกมาถึงหมด ๆ นั้นเอง

ในโครงการวิจัย “การสื่อสารเพื่อชุมชน” ระยะที่สองนี้ มีโครงการวิจัยหลายโครงการที่สนใจค้นคว้าเรื่องการมีส่วนร่วมในทั้งสองแนวทาง เช่น การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อจัดการปัญหาขยะของประชาชนท้องถิ่น อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา ของ ดร.สิทธิชัย เทวธีระรัตน์ (2544-46) ที่สนใจทั้งการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารและใช้การสื่อสารเป็นหนทางนำไปสู่การแก้ไขปัญหาของชุมชน หรืองานวิจัยที่มุ่งทดลองแนวคิดเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการส่งสาร โดยเฉพาะ เช่น งานศึกษาการมีส่วนร่วมในหอกระจายข่าวของ อ.ดวงพร คำณวัฒน์ ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว

สำหรับสื่อมวลชนที่มีขนาดใหญ่ มีกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนและยากต่อการเข้ามามีส่วนร่วม เช่น โทรทัศน์นั้น ในปัจจุบันนี้เราได้มองเห็นปรากฏการณ์ที่ทางฝ่ายผู้ผลิตโทรทัศน์พยายามเปิดช่องทางให้ผู้รับสารได้เข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบที่หลากหลายขึ้น เริ่มตั้งแต่รูปแบบการมีส่วนร่วมที่ง่าย ๆ ไปจนกระทั่งถึงรูปแบบที่ซับซ้อนมากขึ้น เช่น

- ส่งคำตอบไปทายปัญหาละคร
- โทรศัพท์เข้าไปในรายการประเภท talk
- ส่งชิ้นส่วนไปร่วมจับฉลากในรายการเกมส์โชว์

- ไปนั่งชมในห้องส่ง
- และรูปแบบสูงสุดคือ เข้าร่วมเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ เช่น รายการ”นี้แหละชีวิต “

และท่ามกลางการสร้างสรรค์รูปแบบที่หลากหลายนี้ คุณหญิง ขัดนาถ ก็สนใจที่จะทดลองแสวงหารูปแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับที่สูงขึ้นกว่าการเป็นผู้ชมที่ active คือ การเข้าร่วมในการผลิตและร่วมวางแผนนโยบายในรายการบางรายการของสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น ช่อง 11 พิษณุโลก และได้ส่งโครงการวิจัยเรื่องดังกล่าวเข้ามาเป็นโครงการย่อยในโครงการวิจัย “การสื่อสารเพื่อชุมชน” ระยะที่ 2 (โครงการวิจัยกำลังอยู่ในขั้นตอนการพิจารณาโครงการ) ผู้เขียนคาดหวังว่า ผลการวิจัยชิ้นนี้น่าจะเพิ่มพูนองค์ความรู้เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในสื่อมวลชนประเภทที่ “เล่นได้ยาก” เช่น โทรทัศน์ได้พอสมควร

และเพื่อให้ท่วงทำนองของงานวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วม” สอดคล้องและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับประเด็นที่ศึกษา ในโครงการวิจัยหลายโครงการของโครงการวิจัย “การสื่อสารเพื่อชุมชน” ระยะที่ 2 ได้สอดคล้อง “กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน” เข้ามาไว้ในงานวิจัยไปพร้อม ๆ กัน ดังนั้น จึงมีการนำเอานวัตกรรมด้านการวิจัยใหม่ ๆ มาใช้ เช่น หลังจากเก็บข้อมูลชุมชนมาแล้วก็จะมีการคืนข้อมูลให้ชุมชนได้ตรวจสอบ จัดเวทีวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับชุมชน จัดเวทีให้ชุมชนนำเสนอข้อเสนอแนะและแก้ปัญหาชุมชนด้วยตัวเอง เป็นต้น

(7) หัวข้อที่ขาดหายไป

ถึงแม้จะมีงานวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจำนวนมากมายังที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่เนื่องจากงานวิจัยส่วนใหญ่ยังมีลักษณะกระจุกตัวอยู่ภายใต้กรอบแนวคิด วิธีการศึกษา และประเด็นที่ศึกษาแบบเดียวกัน จึงทำให้มีหัวข้อการวิจัยบางเรื่องที่ตกหล่นจากความสนใจของนักวิจัยและควรที่จะมีการวิจัยในหัวข้อที่ขาดหายไปเหล่านี้ในอนาคต เพื่อเติมภาพของงานวิจัยให้รอบด้านมากขึ้น หัวข้อดังกล่าวได้แก่

(1) **เรื่องสิทธิในการสื่อสาร** เนื่องจากเรื่องสิทธิในการสื่อสารยังเป็นเรื่องใหม่และในทางปฏิบัติก็คงต้องมีปัญหามากมาย ตัวอย่างเช่น การปะทะกันระหว่างแนวคิดเรื่อง “ความลับของทางราชการ” ที่เคยยึดพื้นที่ความคิดของผู้คนในสังคมไทยมาช้านาน

กับแนวคิดเรื่อง “พรบ. การรับรู้ข่าวสารของทางราชการ” ที่มีคำขวัญว่า “เปิดเผยเป็นหลัก ปกปิดเป็นรอง” ซึ่งงานวิจัยควรจะมีบทบาทในการผลักดันแนวคิดและการปฏิบัติทางสังคมให้เข้าไปในทิศทางใหม่ ๆ

สำหรับแนวคิดเรื่องสิทธิในการสื่อสารนั้น ในปัจจุบันมีการแยกแยะอย่างชัดเจนว่า มีอยู่ 2 หมวดหมู่ใหญ่ ๆ คือ *สิทธิในการเป็นผู้รับสาร* (right to know) ซึ่งค่อนข้างเป็นที่คุ้นเคยกันมาบ้าง เช่น โอกาสในการเข้าถึงข่าวสารอย่าเท่าเทียมและทั่วถึง แต่สิทธิที่ยังค่อนข้างเป็นเรื่องใหม่แปลกหูคือ *สิทธิในการเป็นผู้ส่งสาร* (right to inform) ซึ่งสิทธินี้เคยเป็นอภิสิทธิของกลุ่มผู้ส่งสารบางกลุ่มเท่านั้น แต่ในปัจจุบันนี้ได้เริ่มมีการให้ความสนใจกับโอกาสของคนทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย

ในโครงการวิจัย “การสื่อสารเพื่อชุมชน” ระยะที่ 2 มีโครงการวิจัยที่วางอยู่บนแนวคิดเรื่องสิทธิในการเป็นผู้ส่งข่าวสารของกลุ่มเด็กคือ งานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์กระบวนการทำข่าวของสำนักข่าวเด็กและเยาวชน : ขบวนการตาสับปะรด” ของคุณธรรชาติ บุตรแสนคม (กำลังอยู่ในขั้นตอนการพิจารณาโครงการ) ซึ่งเสนอว่า ตามปกติเด็ก ๆ จะมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารหรือเป็นเพียง “ผู้ที่ถูกพูดถึง” (อย่างหวังใย) ในข่าวสาร แต่ขบวนการตาสับปะรดเป็นเครือข่ายการสื่อสารที่มีเด็ก ๆ เป็นนักข่าว เป็นผู้คัดเลือกรายงานข่าวสารต่าง ๆ ข่าวสารที่ออกมาจึงเกิดจากมุมมองวิถีคิดและความสนใจของเด็ก ๆ และนับเป็นการใช้สิทธิในการเป็นผู้ส่งสารของกลุ่มเด็ก ๆ

(2) **การออกแบบสาร** (message design) ในขณะที่มีงานวิจัยเรื่อง “ประเภทของสื่อต่าง ๆ” อย่างมากมายที่กล่าวมาแล้ว แต่งานวิจัยที่ผ่านมา มักจะมองข้ามเรื่อง “เนื้อหาของสาร” ซึ่งน่าจะเป็นเพราะความเชื่อมั่นในฤทธานุภาพของ “ตัวสื่อ” (powerful media) ที่กล่าวมาแล้ว แต่ผลงานวิจัยที่ผ่านมาก็ได้ให้บทสรุปแล้วว่า ถ้าฟัง “ตัวสื่อ” เท่านั้นยังไม่เพียงพอ และเรื่อง “เนื้อหาของสาร” นั้น ก็เป็นอีกครั้งหนึ่งที่สำคัญไม่น้อยไปกว่า “ตัวสื่อ” และหากข่าวสารนั้นมีความสำคัญต่อผู้รับสารอย่างแท้จริงแล้ว บางทีกลยุทธ์ในการใช้สื่ออาจจะกลายเป็นสิ่งฟุ่มเฟือยไปก็ได้ (ตัวอย่างเช่น การไปหวยเลขเด็ดนั้น ไม่ต้องมีกลยุทธ์การใช้สื่อเลย) ในกระบวนการทัศน์ใหม่ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา เห็นว่า “กลยุทธ์สร้างเนื้อหาสาร” (message strategy) เป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของการสื่อสารชุมชน

ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตร “ทฤษฎีใหม่” ของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดย อ.พรทิพย์ เย็นจะบก (2544-46) จึงสนใจที่จะติดตาม การรับรู้และการตีความเนื้อหาของ “ทฤษฎีใหม่” เมื่อไหลผ่านผู้ส่งสารระยะต่าง ๆ ไปยัง ผู้รับสาร เพื่อตรวจสอบว่า ความรู้ ความเข้าใจ และการตีความเนื้อหาของทฤษฎีใหม่ ระหว่างสถานีต้นทางและปลายทาง ยังคงเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันหรือไม่ เนื่องจาก ความรู้ความเข้าใจดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อเรื่อง การยอมรับและการนำเอา ทฤษฎีใหม่ไปประยุกต์ใช้ของเกษตรกร ส่วนงานของคุณอรียา เสวตามร์ (กำลังอยู่ในขั้น พิจารณาโครงการ) ได้ก้าวไปไกลกว่านั้น ด้วยการวิเคราะห์ต่อการต่อสู้ด้านความหมาย ของบรรดาแนวคิดด้านการพัฒนา เช่น คำว่า “กองทุน เงิน ข้าว ฯลฯ” ที่เกิดในชาวบ้าน กลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอยู่กับ “เครือข่ายกองทุนข้าว” การฟ่ายแพ้หรือชัยชนะของแต่ละ ความหมายจะเป็นตัวกำหนดความเข้มแข็งของงานพัฒนาดังกล่าว

กล่าวเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับการคัดเลือกและออกแบบสาร อ.ประยูทธ วรรณ อุคม (2544-46) ให้ความสนใจกับกลยุทธ์แบบล่าสุดด้านนิเทศศาสตร์พัฒนาการคือ “edutainment” ซึ่งอาจจะกลายเป็นกลยุทธ์ “ของเก่ามานานแล้ว” ในสายตาของหมอลำ ภาคอีสานและสื่อพื้นบ้านประเภทอื่น ๆ งานวิจัยประเภทนี้ถือได้ว่าเป็นการสร้างสรรค์ องค์ความรู้เรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อพัฒนาจากเนื้อดินอันสมบูรณ์ของสังคมไทย เอง

(3) สนใจตัวสื่อใหม่ ๆ กันหน่อยจ้า ในยุคสมัยที่สังคมไทยมีนายกรัฐมนตรีที่มี นายนามว่า “อัศวินดิจิทัล” นั้น สะท้อนให้เห็นสภาพความเป็นจริงของสังคมไทยว่า กำลังเป็นยุคที่สื่อใหม่ ๆ กำลังทะยอยเดินเข้าแถวเดินเข้ามาสู่สังคมไทย โดยอาจจะ เริ่มต้นจากเขตตัวเมือง จากกลุ่มวัยรุ่นแล้วก็ค่อยแผ่กระจายขยายตัวออกไปสู่เขตชนบท และกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างไม่มีการจำกัดขอบเขต สื่อใหม่บางชนิด เช่น โทรศัพท์มือถือมี อัตราการขยายตัวอย่างรวดเร็วในสังคมไทยจนน่าจะแสวงหาคำตอบว่า วัฒนธรรมการ สื่อสารของไทยชอบอกชอบใจอะไรในสื่อใหม่ตัวนี้เป็นพิเศษ รวมทั้งสื่อที่มีหน้าตา ทันสมัยอย่างยิ่งเช่น อินเทอร์เน็ต

จนถึงวันนี้ เป็นเรื่องไม่ไกลเกินจริงแล้วว่า ชาวชนบทจะต้องได้สัมผัสกับ อินเทอร์เน็ตอย่างแน่นอน เมื่อโครงการอินเทอร์เน็ตตำบลเริ่มถูกทำเป็นโครงการนำร่อง ทดลองและจะต้องขยายไปทั่วประเทศในเวลาอันไม่ช้าไม่นานนี้ กล่าวเฉพาะในแง่ตัว

สื่อ อินเทอร์เน็ตก็มีลักษณะพิเศษเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนสื่อใดที่เคยมีมา รวมทั้งคุณประโยชน์อันอนันต์และโทษที่อาจจะมหันต์ไปพร้อม ๆ กัน จึงมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนที่จะต้องศึกษาสื่อตัวใหม่นี้ ภายในโครงการประมาณ 30 กว่าโครงการของโครงการวิจัย “การสื่อสารเพื่อชุมชน” มี 2 โครงการที่ตอบรับกระแสความต้องการดังกล่าวมา คืองานวิจัยเรื่อง “สื่ออินเทอร์เน็ตกับการพัฒนาธุรกิจชุมชน” ของคุณจิตติมา กาญจนนินทุ (2544-46) และการศึกษาโครงการอินเทอร์เน็ตตำบล ใน จ.สุรินทร์ ของ อ.ศิวพร ศรีสมัย (กำลังอยู่ในขั้นตอนพิจารณาโครงการ)

นอกเหนือจากความสนใจพิเศษในสื่อใหม่ ๆ ที่หน้าตาจุ่มจิ้มแล้ว แม้แต่ “สื่อเก่าบางตัว” ที่ยังไม่ขึ้นสนิม และถือเป็นสื่อทางเลือกที่ไม่ค่อยเข้าตากรรมการนักสื่อสารด้านการพัฒนาเท่าใดนัก เพราะสื่อตัวนี้มักจะถูกรับรู้ว่าเป็นเพียงแค่สื่อบันเทิงเท่านั้น สื่อเก่าๆ ที่เก่าแบบลายครามตัวนี้ก็คือ สื่อละคร ที่กลุ่มมะขามป้อม (2545-46) ได้นำเสนอโครงการวิจัยเข้าร่วมแจมกับโครงการวิจัย “การสื่อสารเพื่อชุมชน” เพื่อพิสูจน์ว่า สื่อละครสามารถทำหน้าที่เป็นเครื่องมือการพัฒนาชุมชนในแง่มุมที่สื่อเพื่อการพัฒนาตัวอื่นๆ อาจจะไม่เข้าถึง เนื่องจากละครเป็นสื่อชนิดพิเศษที่เล่นถึงระดับอารมณ์ ความรู้สึก จิตใจ และจิตวิญญาณของผู้รับสาร ละครของกลุ่มมะขามป้อม จึงน่าจะ สามารถ “พัฒนาคน” แบบชนิดที่คืนความเป็นมนุษย์ให้แก่ผู้ชมได้ ส่วนที่จะทำได้यरั้น “โปรดติดตามผลการวิจัยในตอนต่อไป”

(4) ควรให้ความสนใจกับกลุ่มประชาชนที่กำลังทำงานพัฒนาอยู่ ดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ในกระบวนทัศน์ใหม่นั้น จะเปลี่ยนหน่วยการวิเคราะห์ (unit of analysis) จากปัจเจกบุคคลมาเป็นกลุ่ม/ชุมชน รวมทั้งปรับแนวคิดเรื่อง การสร้างผลกระทบ (impact) มาเป็นเรื่องการศึกษาความต้องการและการใช้ข่าวสารของประชาชนในการเสริมพลังความเข้มแข็งของการทำงานเพื่อชุมชน (communication for empowerment) ดังนั้น จึงควรมีการสำรวจความต้องการข่าวสาร การจัดการข่าวสาร การใช้ข่าวสารของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ที่กำลังทำงานเคลื่อนไหวผลักดันการเปลี่ยนแปลงสังคม

ตัวอย่างงานวิจัยจำนวนมากมายของโครงการวิจัย “การสื่อสารเพื่อชุมชน” ระยะที่ 2 ส่วนดำเนินมาในทิศทางดังกล่าวแทบทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นเรื่องกลุ่ม อบต. (งานวิจัยของ อ.อ้อมทิพย์) กลุ่มป่าชุมชน (ของ อ.ศรีธรรม์และอ.วราพร) กลุ่มธุรกิจชุมชน (ของ อ.อัจฉริยา) ของกลุ่มศาสนาเพื่อการพัฒนา (งานศึกษาเครือข่ายการสื่อสารของสันติอโศก โดย อ.พจน์ โขทศวัตดีไพศาล กำลังอยู่ในขั้นพิจารณาโครงการ) กลุ่มเกษตรปลอดสารเคมี (โดยคุณจรัส) กลุ่มรักษาคลองอุตะเถา (โดยคุณจ่านงค์) เป็นต้น

(5) งานวิจัยที่ถือเอาชุมชนเป็นตัวตั้ง เท่าที่ผ่านมา เมื่อเราเป็นนักวิชาการหรือนักวิจัยในสาขาวิชาการใด เราก็มักจะถือเอาประเด็นของเราเป็นตัวตั้ง และเอาความรู้แบบอื่น ๆ เป็นตัวประกอบ เช่น หากเป็นนักนิเทศศาสตร์ เราก็มักจะเขม้นมองแต่ประเด็นเรื่องการสื่อสารเป็นหลัก และนี่ก็เป็นแนวทางหนึ่งในการศึกษาวิจัย

หากทว่า ยังมีวิธีการเข้าสู่ปัญหานำการวิจัยอีกแบบหนึ่ง ที่ถือเอา “เรื่องของคนอื่น” เป็นหลักเป็นตัวตั้ง และถือเอา “เรื่องของเรา” เป็นตัวประกอบ เช่น ในงานวิจัยเรื่องการสื่อสารนั้น เราอาจจะถือเอา “เรื่องของชุมชน” เป็นตัวตั้ง และเรื่องการสื่อสารจะเป็นตัวประกอบตัวหนึ่งที่เข้าไปทำงานร่วมกับปัจจัยตัวอื่น ๆ ในชุมชน งานวิจัยของคุณ โสจิ วัจน์ บุญประดิษฐ์ (2544-46) เป็นตัวอย่างงานวิจัยในลักษณะนี้ ที่มี “ความเข้มแข็งของชุมชนบ้านคร้ว” อันมีประวัติศาสตร์ยาวนานมาตั้งแต่ครั้งสมัยอยุธยา ชีวิตของชุมชนบ้านคร้วได้ผ่านร้อนผ่านหนาวมาเป็นระยะ ๆ และนักวิจัยต้องการที่จะศึกษาว่า ในท่ามกลางปัจจัยอันหลากหลายที่ช่วยประคองความแข็งแกร่งของชุมชนนั้น การสื่อสารในรูปแบบและเป้าหมายต่าง ๆ โดยเฉพาะการสื่อสารที่เรียกว่า “การสื่อสารเพื่อสืบทอดจิตสำนึกของชุมชน” นั้น มีบทบาทเกี่ยวข้องกับอย่างไรบ้าง เช่นเดียวกับงานของอ.สมสุข หินวิมาน (2544-46) ที่ถือเอาเรื่องการต่อสู้เพื่อปกป้องพื้นที่ เพื่อธำรงอัตลักษณ์ และเพื่อรักษาศักดิ์ศรีของชุมชนทุ่งขวางที่อยู่ห่างจากตัว จ.ชลบุรี ไปไม่กี่สิบกิโลเมตร แต่ยังคงปลูกข้าวกิน และจักสานใช้กันอยู่นั้น ในการต่อสู้ดังกล่าวนี้การสื่อสารทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการได้เล่นบทบาทเป็นผู้ช่วยนางเอกอย่างไรบ้าง

เอกสารอ้างอิง

- (1) กาญจนา แก้วเทพ, กำจร หลุยยะพงศ์, รุจิรา สุภษา,วีรพงษ์ พลนิกรกิจ (2543). สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย: กรุงเทพมหานคร.
- (2) พิศิษฐ์ ชวลาธวัช (2537) ปฏิรูปสื่อมวลชนท้องถิ่น, ดับเบิ้ลนายน พรินต์ติ้ง: กรุงเทพมหานคร.