



บทสังเคราะห์ภาพรวมองค์ความรู้
ที่ได้จากงานวิจัยในโครงการชุดการสื่อสารเพื่อชุมชน

โดย ทีมประสานงาน
โครงการวิจัยชุด “การสื่อสารเพื่อชุมชน”

รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ

รศ.ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์

น.ส.จารุณี สุวรรณรัมย์

น.ส.จันทิมา สระทองพูล

15 เมษายน 2548

คำนำ

เอกสาร “บทสังเคราะห์ภาพรวมองค์ความรู้” ฉบับนี้ เป็นประมวลชุดความรู้ที่ได้จากงานวิจัย 30 ชิ้นในชุดโครงการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อชุมชน” ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ได้ดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ. 2547 โดยจัดทำขึ้นจากทีมประสานงานของโครงการ ที่มี รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ รศ.ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ น.ส.จารุณี สุวรรณรัมย์ และ น.ส.จันทิมา สระทองพล เป็นผู้รับผิดชอบ

บทสังเคราะห์ทั้งหมดประกอบด้วยเอกสารย่อย 8 ชุด ซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

กลุ่มที่ 1 คือ เอกสารชุดที่ 1 เป็นบทสังเคราะห์ภาพรวมของงานวิจัยทั้ง 30 โครงการ ซึ่งทำหน้าที่เสมือนเป็นเอกสารนำทางเบื้องต้นสำหรับผู้ที่ต้องการรู้จักงานวิจัยในชุดโครงการนี้อย่างพอสังเขป

กลุ่มที่ 2 ประกอบด้วยเอกสารย่อย 7 ชุด ซึ่งจัดแบ่งตามหมวดหมู่ของงานวิจัย (ดูรายละเอียดคำอธิบายว่าด้วยการจัดหมวดหมู่ในเอกสารชิ้นที่ 1) ออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

2.1 กลุ่มสื่อและชุมชน ได้แก่เอกสารชุดที่ 2 (สื่อพื้นบ้าน) ชุดที่ 3 (สื่อบุคคล) และชุดที่ 4 (สื่อกระจายเสียงวิทยุชุมชน)

2.2 กลุ่มการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ได้แก่เอกสารชุดที่ 5 ซึ่งประกอบด้วยงานวิจัยที่เน้นแนวคิด เรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมอันเป็นแนวคิดหลักของชุดโครงการ

2.3 กลุ่มการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ ได้แก่ เอกสารชุดที่ 6 (การจัดการสิ่งแวดล้อม) ชุดที่ 7 (การจัดการทรัพยากร) และชุดที่ 8 (การจัดการการเกษตร)

เป้าหมายของการสังเคราะห์งานวิจัยชุดนี้นั้น ประการสำคัญก็คือ การแสดงให้เห็น “การก้าวไปอีกก้าวหนึ่ง” ของการวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่อยู่ภายใต้แนวคิดและกระบวนการทัศน์ใหม่ของการพัฒนา รวมทั้งกระบวนการทัศน์ใหม่เช่นเดียวกันของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา โดยเฉพาะแนวคิดหลักเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” ดังที่ปรากฏในเนื้อหาของเอกสารนำ ชุดที่ 1 ส่วนเป้าหมายรองๆ ที่ปรากฏในงานเอกสารย่อยตั้งแต่ชุดที่ 2-8 นั้นมีอยู่ 3 ประการใหญ่ๆ คือ

เป้าหมายแรกนั้น ก็คือ “การจัดตำแหน่งแห่งที่” (positioning) ของงานวิจัยที่ดูเหมือนจะกระจัดกระจายให้เข้ามามีเรียงกันอย่างมีความหมายมากขึ้น

เป้าหมายที่สอง ก็เพื่อเชื่อมโยงตั้งแต่โจทย์การวิจัยไปจนถึงข้อค้นพบของงานวิจัยในแต่ละชิ้น ทั้งในแง่จุดร่วม จุดต่าง ๆ หรือการสอดรับ/ ขัดแย้งกัน รวมทั้งการเติมเต็มแง่มุมต่าง ๆ ให้แก่กันและกัน

เป้าหมายที่สาม เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการการแสวงหา “วิธีวิทยาใหม่” ในการศึกษา ทั้งนี้ เนื่องจากทีมประสานมีความเชื่อเบื้องต้นว่า การแสวงหาองค์ความรู้นั้น ก็ต้องมีการพัฒนา “เครื่องมือที่จะใช้แสวงหา” อยู่ตลอดเวลา ดังนั้น ทีมประสานจึงได้นำเสนอวิธีวิทยาใหม่ ๆ ในการวิจัยที่ปรากฏในงานวิจัยบางชิ้น

แม้ว่า งานวิจัยแต่ละชิ้นอาจจะมีความสนใจประเด็นที่แตกต่างกัน ศึกษาปรากฏการณ์ต่างกัน เก็บข้อมูลจากพื้นที่ที่แตกต่างกัน ฯลฯ แต่ทว่า เส้นด้ายที่นำมาสอดร้อยงานวิจัยทั้ง 30 ชุดนี้ก็คือ โจทย์ใหญ่ของชุดโครงการที่มีอยู่ 3-4 ประการ ซึ่งงานวิจัยทุกชิ้นล้วนมุ่งหน้าหาคำตอบให้คือ จะนำเอาการสื่อสารทุกชนิดมาใช้ในการพัฒนาชุมชนในแง่มุมต่าง ๆ ได้อย่างไร ต้องมีเงื่อนไขอะไรในการใช้ เมื่อใช้แล้วจะได้ผลอะไรเกิดขึ้นมาบ้าง และในทางกลับกัน เมื่อใช้การสื่อสารไปพัฒนาสิ่งอื่น ๆ แล้ว จะมีวิธีการพัฒนาตัวการสื่อสารไปพร้อม ๆ กันได้อย่างไร ตามหลักการ “ทั้งใช้ทั้งพัฒนา” อันเป็นหลักสำคัญของการ “รู้จักใช้อย่างมีปัญญา รู้จักรักษาอย่างเห็นค่าแท้จริง”

คุณูปการของงานวิจัยในชุดโครงการ “การสื่อสารเพื่อชุมชน” นี้ นอกจากจะมีคุณค่าในแง่ของ “การก้าวไปข้างหน้าอีกก้าวหนึ่งทางวิชาการแล้ว” คุณค่าที่สำคัญในเชิงปฏิบัติก็คืองานวิจัยทุกชิ้นได้ใช้วิธีการ “วิจัยแบบปฏิบัติการ” กล่าวคือ หลังจากสำรวจสภาพการณ์ที่เป็นอยู่แล้ว ก็ได้มีการทดลองเสริมกิจกรรมการสื่อสารต่าง ๆ เข้าไปและดูผลที่เกิดขึ้น และส่วนใหญ่แล้ว ได้เกิดผลอันดีงามขึ้นมาหลายประการ ดังนั้น การวิจัยเชิงปฏิบัติเช่นนี้ จึงมีลักษณะที่ “รู้แล้ว ก็ทำได้จริงด้วย”

และสิ่งที่ทีมประสานรู้สึกภาคภูมิใจมากที่สุดในการประสานงานทั้งด้านการบริหารและทางวิชาการครั้งนี้ก็คือ นักวิจัยส่วนใหญ่ (รวมทั้งกลุ่มตัวอย่าง) ล้วนได้ “พัฒนาเติบโตทางปัญญา” จากกระบวนการทำงานร่วมกันอันทำให้งานวิจัยในชุดโครงการนี้มีสถานะเป็น “การวิจัยสร้างคน”

งานสังเคราะห์นั้น เป็นเสมือนการจัดแจกันดอกไม้ ซึ่งจะออกมาได้สวยงามเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับคุณภาพความงดงามของดอกไม้เป็นเบื้องต้น

ทีมประสานงาน
ชุดโครงการ “การสื่อสารเพื่อชุมชน”
เมษายน 2548

บทคัดย่อ

บทสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยในชุดโครงการ”การสื่อสารเพื่อชุมชน”นี้ ซึ่งประกอบด้วยงานวิจัยย่อยอยู่ 30 โครงการ จัดทำขึ้นโดยทีมประสานงานซึ่งวางเป้าหมายของการสังเคราะห์ไว้ 3 ประการคือ เพื่อจัดวางตำแหน่งของงานวิจัยแต่ละชิ้น เพื่อเชื่อมโยงภาพรวมของงานวิจัย และเพื่อถอดบทเรียนเกี่ยวกับวิธีการวิจัยแนวใหม่

สำหรับโจทย์หลักการวิจัยของชุดโครงการนี้มีอยู่ 4 ข้อคือ (1) จะนำการสื่อสารไปพัฒนาชุมชน/ท้องถิ่นได้อย่างไร (2) จะต้องมีการเชื่อมโยงอะไรบ้าง (3) เมื่อใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนแล้ว ได้เกิดผลอะไรบ้าง และ (4) จะต้องช่วยพัฒนาการสื่อสารได้อย่างไร

งานวิจัยทั้ง 30 โครงการนั้นกระจายอยู่ในทุกภูมิภาค และมีการใช้การสื่อสารทุกรูปแบบเพื่อเป้าหมายที่จะพัฒนาชุมชนในหลายมิติ เช่น ด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และในหลายระดับ คือระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่ม ระดับชุมชน และระดับประชาสังคม

แม้งานวิจัยแต่ละชิ้นจะมีปัญหาคำถามการวิจัยที่แตกต่างกัน แต่ทว่าทั้งหมดต่างก็ดำเนินการศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดเดียวกัน คือ ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบทางเลือก(Alternative Development Communication) ซึ่งในภาคปฏิบัติ หมายถึงการใช้แนวคิดหลักที่สำคัญๆ 3 แนวคิดคือ (1) การขยายคำนิยามของคำว่า”การสื่อสาร”ออกไปอย่างกว้างขวาง ครอบคลุมการสื่อสารทุกประเภท (2) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งมีความหมาย 2 นัยยะ คือการใช้การสื่อสารเพื่อเป็นเส้นทางการก้าวเข้ามาส่วนร่วมในพื้นที่สาธารณะ และการเข้ามามีส่วนร่วมในตัวการสื่อสารเอง (3) ลักษณะทวิลักษณะของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา คือทั้งใช้และทั้งพัฒนาสื่อไปพร้อมๆกัน

ส่วนแนวทางศึกษาของทฤษฎีการสื่อสารแบบทางเลือกนั้น จะเน้นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม การศึกษาการสื่อสารท่ามกลางบริบทของชุมชน/สังคม และการวางแนวทางปฏิบัติจากผลของการวิจัย (action based on research)

จากงานวิจัยทั้ง 30 ชิ้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆตามเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้
กลุ่มแรก คือกลุ่มสื่อและชุมชน อันประกอบด้วยกลุ่มย่อยอีก 3 กลุ่ม คือ สื่อดั้งเดิม/สื่อประเพณี สื่อบุคคลและเครือข่าย สื่อกระจายเสียงชุมชน (ซึ่งหมายถึงวิทยุชุมชน)

ผลการวิจัยพบว่า สื่อกลุ่มนี้มีคุณูปการอย่างสูงต่อการพัฒนาชุมชนในทุกด้านและทุกระดับ แต่ทว่า งานศึกษาสื่อกลุ่มนี้ยังมีอยู่น้อยและแนวทางการศึกษาไม่กว้างขวางครอบคลุม เงื่อนไขสำคัญในการใช้สื่อกลุ่มนี้ก็คือ ต้องทั้งใช้และทั้งพัฒนาการสื่อสารไปพร้อมๆกัน

กลุ่มที่สอง เป็นการจัดกลุ่มโดยใช้แนวคิดหลักเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยงานวิจัยทั้ง 5 ชิ้นในกลุ่มนี้จะเน้นการเข้ามาส่วนร่วมในตัวการสื่อสารเอง

ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารทุกประเภททั้งขนาดเล็ก(เช่นหอกระจายข่าว)และขนาดใหญ่ (เช่นโทรทัศน์) สามารถสร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสารได้ทั้งสิ้น หากทว่าระดับความยากง่ายในการเข้ามาส่วนร่วมจะแตกต่างกัน นอกจากนั้น งานวิจัยยังได้ค้นพบคุณลักษณะ (attribute) กระบวนการ และขั้นตอนของการเข้ามาส่วนร่วมในการสื่อสารแบบต่างๆ รวมทั้งมีข้อยืนยันว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นสามารถสร้างผลสำเร็จในการพัฒนาชุมชนในทุกด้านทุกระดับ

กลุ่มที่สาม เป็นเรื่องการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่มย่อย คือ การสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม การสื่อสารเพื่อการจัดการชุมชน (ทั้งภายในและภายนอก) และการสื่อสารเพื่อการเกษตร

ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการนั้นจะมีลักษณะแปรไปตามประเด็น/เรื่องที่จะจัดการ เช่น การสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมจะต้องเน้นการสื่อสารแบบเครือข่าย หรือการสื่อสารการเกษตรต้องเน้นการสื่อสารที่สามารถผลักดันได้จากชั้นความรู้ถึงการลงมือปฏิบัติ และการใช้การสื่อสารเพื่อการจัดการนั้น ส่วนใหญ่แล้วจะต้องใช้รูปแบบการผสมผสานการสื่อสารหลายๆประเภท ที่ผลสำเร็จนั้นเกิดมาความสามารถของผู้สื่อสารในการประสานอย่างได้ความสมดุล

Abstract

This paper aims to synthesize the 30 research projects on communication for the community. We, as the coordination team, seek to reposition the status of each research project, to make a concept mapping for all of the projects as a whole framework, and to explain the lesson learned on the new research methodology.

These 30 research projects aim to answer four research questions : (1) how can communication play roles in community/rural development? (2) what are the conditions that support the role of communication in community/rural development? (3) what are the results of using communication for community/rural development? (4) how can we support the development of a community communication system?

These research projects were implemented in every region of Thailand. In our study, we have applied various kinds of communications that can help the community reach their goals in economic, political, social and cultural aspects. We also used the unit of analysis at the levels of the individual, group, community and civil society.

Although each research project has its own research questions, all of these projects are shaped by the same framework – alternative development communication. In practical terms, it includes three basic concepts: (1) the extension of the definition of “communication” to all communication styles; (2) the participatory communication, which include the uses of all communication systems in the community to encourage public participation in public space, and the participation process in using the media; (3) the dual characteristics of developmental communication, which include using communication for development, and developing the communication system for the community.

In terms of research methodology, all research projects in these series have applied the participatory research, the communication approach in various community/ social contexts, and action-based research.

In term of analysis, we divide these projects into three groups. The result are as follows:

(1) Media and the community. It includes three areas: traditional/ folk media, personal media and the network, and broadcasting media at the community level (community radio)

The research results reveal these media have been devoted to the community development, in every aspect and every step. However, the study in this area is still limited and not able to be generalized. In order to use the media, the important condition is that it requires us using and developing them at the same time.

(2) Participatory communication. These research projects focus on public participation in the media. The research results show that various media, including the small-size media like community broadcasting units and the big-size media like television, can mobilize public participation in the communication process. However, it varies in terms of the degree of difficulty in the participation process. In addition, these research projects help identify the process and steps of the participation in various kinds of media. It also confirms that participatory media can lead the community to achievements in many areas of the community development.

(3) Communication for management. This includes communication in environmental management, communication for community management (inside and outside the community), and communication for agriculture.

The research results show that communication for management is dependant on the issues/ topics. For example, in terms of environmental management, we need the communication network. However, in terms of agricultural communication, we need communication that can motivate people from knowledge to practices. In addition, communication for management needs to be intergrated from various forms. And usually, the potential of each communitor in the balancing coordination process lead the achievement.

บทสังเคราะห์ภาพรวมขององค์ความรู้ (ส่วนหนึ่ง)
ของงานวิจัยเรื่องการศึกษาสื่อบุคคลและเครือข่าย
(2544-2547)

โดย
ดร.กาญจนา แก้วเทพ

เอกสารฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการสังเคราะห์ภาพรวมของงานวิจัยใน
โครงการวิจัยชุด”การสื่อสารเพื่อชุมชน”

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
(สกว.)

เมษายน 2548

เอกสารชุดที่ 1

บทสังเคราะห์ภาพรวมองค์ความรู้(ส่วนหนึ่ง)
เรื่อง 'สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา' (2544-2547)

สารบัญ

ตอนที่ 1 บทนำ

1. ที่มาของความสนใจในสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา
2. แนวทาง/ประเด็นสำหรับการศึกษาวิจัย
3. ภาพรวมของงานวิจัยสื่อพื้นบ้านในโครงการ

ตอนที่ 2 แนวทางการวิเคราะห์พื้นฐาน

4. การสำรวจสถานภาพของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิด
5. การวิเคราะห์คุณลักษณะของสื่อพื้นบ้านแต่ละประเภท

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ศักยภาพในด้านต่าง ๆ ของสื่อพื้นบ้าน

6. การศึกษาศักยภาพในการสืบทอดของสื่อพื้นบ้าน
7. การศึกษาศักยภาพในการปรับตัวของสื่อพื้นบ้าน
8. การวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้าน
9. การวิเคราะห์กระบวนการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้าน
10. การวิเคราะห์ศักยภาพของการสื่อสารในสื่อพื้นบ้านที่สร้างใหม่

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์สื่อพื้นบ้านในด้านการสื่อสาร

11. การวิเคราะห์สื่อพื้นบ้านด้วยแนวคิดสาระ-บันเทิง
12. ข้อเสนอแนะสำหรับการใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาชุมชน

บทสังเคราะห์ภาพรวมองค์ความรู้(ส่วนหนึ่ง) เรื่อง 'สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา' (2544-2547)

กาญจนา แก้วเทพ

ตอนที่ 1 บทนำ

1. ที่มาของความสนใจในสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา: ทบทวนของสื่อพื้นบ้าน

เมื่อเริ่มเปิดฉากแรกของการนำเอาการสื่อสารมาใช้ในงานพัฒนาเมื่อทศวรรษ 1950 นั้น ประเภทของสื่อที่ได้รับการคาดหมายและฝากความหวังเอาไว้อย่างสูงสุดว่าจะเป็น 'พระเอกในการพัฒนา' ก็คือ สื่อมวลชน อย่างไรก็ตาม หลังจากหนึ่งหรือสองทศวรรษผ่านไป นักการสื่อสารเพื่อการพัฒนาก็ต้องประสบกับความจริงว่า การใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในบริบทสังคมที่มีการปกครองระบบเสรีนิยมประชาธิปไตยและมีระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมนั้น มักจะไม่ค่อยได้ผลตามที่คาดหวังเอาไว้ เหตุผลที่สำคัญนั้นไม่ได้เนื่องมาจากปัญหาเชิงเทคนิคหรือศักยภาพของสื่อมวลชนแต่อย่างใด หากแต่เป็นมิติด้านธุรกิจ/การเมืองที่เข้ามาเหนี่ยวรั้งอำนาจของสื่อมวลชนเอาไว้

จากความผิดหวังดังกล่าว จึงได้เริ่มมีการหันมาหา 'สื่อนอกสายตา' ของนักสื่อสารเพื่อการพัฒนา (หากแต่เป็นสื่อที่อยู่ในดวงใจของประชาชน โดยเฉพาะในท้องถิ่นชนบท) คือ สื่อพื้นบ้าน ด้วยเหตุนี้ เมื่อราว ๆ ปี พ.ศ.2520 หลังจากมีการใช้สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ในการพัฒนาชนบทในมิติต่าง ๆ มาได้สักสองทศวรรษ แม้สื่อมวลชนจะเป็นน้องใหม่ไฟแรง แต่ไฟดังกล่าวก็ค่อนข้างจะริบหรี่ในเรื่องของการพัฒนาสังคม ด้วยเหตุดังกล่าว องค์กระระดับสากล เช่น ยูเนสโก จึงเริ่มทบทวนให้มีการหันหน้ามามหาน้ำพริกถ้วยเก่า คือ สื่อพื้นบ้าน ที่เคยอยู่คู่มากับประเพณีของสังคม และในชั้นแรกนั้น ดูเหมือนการใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อพัฒนานั้น ดูจะมีความรอบคอบและระมัดระวังพอสมควร ดังที่ยูเนสโกได้จัดประชุมสัมมนาหลายครั้งถึงวิธีการใช้สื่อพื้นบ้านให้เหมาะสมว่าจะเป็นไปได้อย่างไร จะระมัดระวังลักษณะเฉพาะของสื่อพื้นบ้านแต่ละประเภทได้อย่างไร รวมทั้งจะแสวงหาวิธีการใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อภารกิจใหม่คือการพัฒนาให้เหมาะสมสมควรได้อย่างไร

อย่างไรก็ตาม สุ่มเสี่ยงที่พูดถึงวิธีการสื่อพื้นบ้านเพื่อพัฒนาอย่างระมัดระวังและอย่างเหมาะสม เน้นวิธีการใช้แบบระวังมิให้ชอกช้ำ หรือหาวิธีการทำให้ยั่งยืนมีใช้อยู่กันไปอีกนาน ๆ จนชั่วลูกชั่วหลานดังกล่าวนั้น ก็มีอยู่เพียงช่วงโหมโรงเท่านั้น เนื่องจากในลำดับต่อมา บรรดานักค้นคว้าศึกษาวิจัยด้านสื่อพื้นบ้านเพื่อพัฒนาล้วนแล้วแต่มุ่งหน้าตั้งคำถามวิจัยไปในทางเดียวกันหมดว่า 'จะใช้สื่อพื้นบ้านให้บรรลุเป้าหมายของการพัฒนาได้อย่างไร' ส่วนที่ว่าเมื่อบรรลุแล้ว สื่อพื้นบ้านจะมีสภาพบอบช้ำอย่างไร หรือชะตากรรมของสื่อพื้นบ้านแต่ละประเภทจะดีจะร้ายประการใดนั้น ดูเหมือนจะไม่ได้อยู่ในสารบบความคิดของการวิจัย ตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่น คำถามนำการวิจัยที่ว่า จะ

ทำอย่างไรให้ช่างซ่อมเมืองเหนือมีความตระหนักที่จะเข้ามาช่วยงานพัฒนา หากแต่ไม่มีคำถามแบบตระหนักว่า แล้วช่างซ่อมเมืองเหนือจะดำรงอยู่ต่อไปได้อีกนานสักเท่าไร

ปัญหาดังกล่าวจะทวีความรุนแรงขึ้น เมื่อในสภาพความเป็นจริง สังคมส่วนรวมไม่ได้ผนวกเอา ‘สื่อพื้นบ้าน’ เข้ามาเป็น ‘สถาบันหลักที่สำคัญ’ ในสังคม ซึ่งหมายความว่า สังคมส่วนรวมไม่ได้ใช้ทรัพยากรส่วนกลางของสังคมในการทำนุบำรุงเลี้ยงดู/สืบทอดสื่อพื้นบ้าน บรรดาสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนด้านการสื่อสารนั้น ล้วนแล้วแต่ใช้ทรัพยากรของสังคมเพื่อ ‘ผลิตคนไปป้อนการสื่อสารสมัยใหม่คือสื่อมวลชนเพียงระบบเดียวเท่านั้น’ ดังนั้น สถานะที่อยู่นอกเส้นทางการโอบอุ้มของสังคม จึงทำให้ระบบสื่อพื้นบ้านทั้งระบบต้องเจริญเติบโตไปเองตามยถากรรม ต้องหาเลี้ยงตัวเองให้อยู่รอด ต้องตะเกียกตะกายสืบทอดตัวเอง ดังที่ปรากฏในผลการสำรวจสถานภาพของสื่อพื้นบ้าน 3-4 ชั้นในโครงการวิจัย ‘การสื่อสารเพื่อชุมชน’ นี้ (จากนี้จะเรียกว่า ‘โครงการฯ’)

แต่ในทางตรงกันข้าม เมื่อสังคมมีงานพัฒนาที่ต้องอาศัยให้ว่วานสื่อพื้นบ้านดังเช่นที่เกริ่นมาข้างต้น สังคมก็จะเข้าไปขอความช่วยเหลือจากศิลปินพื้นบ้านให้เข้ามาช่วยงานพัฒนาในแง่มุมต่าง ๆ เช่น ให้หมอลำรณรงค์เรื่องสาธารณสุข ไม่กินอาหารดิบป้องกันพยาธิใบไม้ในตับ ขอให้หนังตะลุงเล่นเรื่องการใช้ถุงยางอนามัยเพื่อวางแผนประชากร ฯลฯ (สนใจโปรดดู กาญจนา, 2543) หากทว่า ลักษณะการเข้ามาใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อพัฒนานั้น เป็นไปในแบบเดียวกันการใช้ป่า คือ มีแต่การใช้ แต่ไม่ทำนุบำรุงรักษา มีอาการแบบ ‘ยามดีก็ใช้ ยามไข้ก็ไม่รักษา เมื่อม้วยมรณาก็ปล่อยไปตามยถากรรม’ หรือในบางแห่ง อาจจะมีวิธีการแบบ ‘จิกหัวใช้’ ด้วยซ้ำไป

จากปรากฏการณ์การใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาด้วยแนวทางดังกล่าว ได้สร้างปัญหาให้เกิดขึ้นตามมาหลายประการ โดยมีปัญหาหลักอยู่ 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นปัญหาเรื่องวิธีการใช้สื่อพื้นบ้านที่ไม่เหมาะสม

ส่วนที่ 2 เป็นปัญหาเฉพาะของตัวสื่อพื้นบ้านเอง

ในที่นี้จะกล่าวถึงส่วนที่ 1 เพียงคร่าว ๆ โดยในส่วนที่ 2 นั้นจะปรากฏอยู่ในผลการวิจัยเรื่องสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาในโครงการวิจัย ‘การสื่อสารเพื่อชุมชน’ ซึ่งจะได้ให้ข้อยืนยันข้อสังเกตข้างต้นนี้ในรายละเอียดต่อไป

ส่วนที่ 1: ปัญหาเรื่องวิธีการใช้สื่อพื้นบ้านที่ไม่เหมาะสม

(1) ข้อคับข้องใจประการแรกเกิดขึ้นมาจากตัวธรรมชาติของสื่อพื้นบ้านเอง ที่แตกต่างจากสื่อประเภทอื่น ๆ ฉะนั้น เวลาที่ต้องมาร่วมวงกับคนอื่น หรือต้องมาแสดงในพื้นที่ของคนอื่น จึงจำเป็นต้องปรับตัว ประยุทธ์ วรรณอุดม (2540) ศึกษาพบว่า ในช่วงแรก เมื่อนำเอาหมอลำที่เคยแสดงในเวทีเปิดกลางแจ้งและมีผู้ชมมาห้อมล้อม เข้ามาเล่นในห้องส่งโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่เรื่องอย่า

กินปลาดิบ ศิลปินหมอลำจะรู้สึกอึดอัดกับห้องแบบปิด (พาลทำให้ร้องกลอนไม่ออกไปด้วย) และการเล่นแบบแห้ง ๆ ไม่มีผู้ชมมาคอยช่วยสอย (ร้องรับ) ก็ทำให้หมดความสนุกสนานไปอย่างมาก เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ: ในการหยิบสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดมาใช้ ต้องวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะตัวของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิด ที่เรียกว่า ‘การวิเคราะห์คุณลักษณะ’ (attribute analysis) และต้องคำนึงถึงลักษณะดังกล่าว (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

(2) **การไม่ค่อยพบกันครึ่งทาง** ในขณะที่สื่อพื้นบ้านและสื่ออื่น ๆ เช่น สื่อมวลชน เข้ามาช่วยด้วยช่วยกันเพื่อทำงานพัฒนาสังคมนั้น ในการพบกันครั้งนี้ เนื่องจากสื่อแต่ละชนิดมี ‘วัฒนธรรม’ ที่แตกต่างกัน จึงมีปัญหาว่า จะใช้หลักการ ‘พบกันแบบครึ่งทาง’ หรือถือหลัก ‘ถือเอาใจตัวเป็นใหญ่’ ตัวอย่างเช่น หน่วยเวลาของการเล่นหนังตะลุงนั้น ยาวนานเป็น 5-6 ชั่วโมง หรือเล่นตลอดคืน แต่เมื่อมาเล่นในโทรทัศน์ ซึ่งมีหน่วยเวลายาวที่สุดคือ 1 ชั่วโมง ก็ต้องมีการตัดทอนการแสดงออกไปบ้าง แต่การจะตัดอะไรออกไปนั้น ทางโทรทัศน์มักทำตามอำเภอใจ เช่น ตัดบทให้ครูออกไป โดยถือตามธรรมเนียมของโทรทัศน์ว่า ‘ที่นี่ไม่มีครู’ แต่สำหรับหนังตะลุงนั้น การตัดบทให้ครูออกไป ก็เท่ากับตัดคอให้ขาดเสียแล้ว ต่อไปจะทำอะไรได้

(3) **สถานะของผู้ส่งสารเปลี่ยนไป** สำหรับสมัยก่อน สถานะของศิลปินพื้นบ้านทุกแขนงไม่ว่าจะเป็นนายหนัง โนรา หมอลำ ช่างซอ ฯลฯ ล้วนแล้วแต่อยู่ในตำแหน่งผู้รู้ผู้ทรงภูมิปัญญา เป็นปัญญาชนศักดิ์สิทธิ์ของชุมชน เนื่องจากมีโอกาสได้เรียนรู้มากกว่าคนอื่น มีประสบการณ์กว้างขวางกว่าเพราะได้ตระเวนไปเจ็ดย่านน้ำ ดังนั้นจึงเป็น**ผู้ส่งสาร**ที่มีความน่าเชื่อถือศรัทธา (credibility) และตัวศิลปินเองก็มีความมั่นใจในตนเอง มีอหังการในความรอบรู้ ทั้งเนื้อหาสาระและวิธีการนำเสนอ/การแสดง

แต่ปัจจุบันนี้ สถานการณ์ได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว ผู้คนในชุมชนมีช่องทางการแสวงหาความรู้จากหลายทาง จึงอาจจะมีความรู้ทัดเทียมหรืออาจจะมากกว่าศิลปินด้วยซ้ำไป ดังนั้น เมื่อชวนศิลปินมาช่วยรณรงค์เรื่องโรคเอดส์ ปัญหาสิ่งแวดล้อม ฯลฯ ศิลปินจึงไม่แน่ใจว่า ความรู้ที่ตนเองมีนั้นเพียงพอหรือไม่ หรือผู้ชมอาจจะมีความรอบรู้มากกว่าตัวศิลปินก็เป็นได้ ดังนั้น ความมั่นใจในตนเองจึงลดลง หากไม่มีมาตรการเสริมพลังให้แก่ศิลปิน

ข้อเสนอแนะ: การเสริมพลังให้แก่ศิลปิน โดยเฉพาะพลังทางปัญญานั้น จะปล่อยให้เป็นเรื่องของศิลปินแต่ละรายดิ้นรนหาหนทางไปเองเช่นในอดีตไม่ได้แล้ว หน่วยงานของรัฐ/องค์กรทางสังคม/สถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นจำเป็นต้องเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบ มีนโยบาย มีการจัดตั้งองค์กร มีการจัดสรรงบประมาณ มีการประมวลองค์ความรู้เพื่อดำเนินภารกิจนี้ โดยจุดหมายปลายทางนั้น สื่อพื้นบ้านจะได้มีชีวิตรอดและเจริญเติบโตอย่างเข้มแข็งเพื่อช่วยงานพัฒนาชุมชน/ท้องถิ่นต่อไป

(4) **ศักดิ์ศรีของสื่อพื้นบ้าน** ควบคู่ไปกับ ‘ตัวศิลปินพื้นบ้าน/ผู้ส่งสาร’ หากพิจารณาสื่อพื้นบ้านให้เป็นทั้งตัวระบบ ประเด็นเรื่องศักดิ์ศรีของสื่อพื้นบ้านดูจะเป็นหัวใจสำคัญที่สุดของสื่อพื้นบ้าน ในอดีตนั้น สื่อพื้นบ้านเช่นโนรานั้นมีศักดิ์ศรีสูงส่งขนาดว่า เป็นหนึ่งในคุณสมบัติที่พ่อจะยกลูกสาวให้ผู้ชายที่รำนโนราเป็น เพราะแน่ใจในความสามารถว่าจะเลี้ยงดูลูกสาวตนเองได้ แต่ปัจจุบันนี้โนราถูกลดสถานภาพลงมากกลายเป็นเรื่อง ‘เดินกินรำกิน’ ที่พ่อแม่หลายคนไม่อยากจะให้ลูกหลานมาหัดร้องรำ ในขณะที่สถานภาพของสื่อพื้นบ้านถูกลดระดับลง ศักดิ์ศรีของศิลปินก็ค่อย ๆ หดตามไปด้วย และหากวิธีการที่หน่วยงานพัฒนาต่าง ๆ เข้าไปใช้สื่อพื้นบ้านอย่างไม่เคารพถึงศักดิ์ศรีของสื่อพื้นบ้านเช่นตัวอย่างที่ยกมากล่าวข้างต้นว่า มีลักษณะแบบ ‘จิกหัวใช้’ ไม่สอบถามความถนัดหรือให้อิสระแก่ศิลปินในการสร้างสรรค์เอง ก็ยิ่งเท่ากับไปซ้ำเติมลดค่าศักดิ์ศรีของสื่อพื้นบ้านให้ต่ำเตี้ยลงติดดินมากยิ่งขึ้น

สื่อพื้นบ้านกับการพัฒนา: ต้องใช้กลยุทธ์دابสองคม

จากปัญหาเรื่องการใช้สื่อพื้นบ้านอย่างขาดความเข้าใจที่ถ่องแท้และขาดความเหมาะสม ในที่นี้จึงจำเป็นต้องขีดเส้นได้ว่า ในเรื่องของสื่อพื้นบ้านกับการพัฒนานั้น จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์دابสองคมหรือระบบคู่ขนาน กล่าวคือ จะต้องทั้งใช้และทั้งพัฒนา รวมทั้งทำนุบำรุงรักษาเอาไว้ในเวลาเดียวกัน

สำหรับเหตุผลที่จะสนับสนุนว่า เพราะเหตุใดต้องพัฒนา/ทำนุบำรุงรักษาสื่อพื้นบ้านเอาไว้ นั้น ก็มีทั้งเหตุผลที่มาจากตัวสื่อ / วิธีการใช้ และสถานการณ์ปัจจุบันของวงวิชาการเอง ดังนี้

(1) **คุณค่าด้านการพัฒนา** งานวิจัยทุกชิ้นที่ได้เข้าไปนำเอาสื่อพื้นบ้านทุกชนิดมาใช้เพื่อพัฒนานั้นได้ให้คำตอบที่เป็นเอกฉันท์ตรงกันว่า ‘หยิบมาใช้ที่ไรก็ไม่เคยผิดหวัง เพราะใช้ได้ผลทุกครั้ง’ เมื่อสื่อพื้นบ้านมีคุณค่าต่อเรื่องการพัฒนา หากคิดในแง่การลงทุนแล้ว ก็น่าจะคุ้มค่าสำหรับการอนุรักษ์ พัฒนา และทำนุบำรุงรักษาสื่อประเภทนี้

(2) **คุณค่าอันไม่ทดแทนได้** หากพิจารณา ‘สื่อพื้นบ้าน’ แต่เฉพาะในแง่มุมของการสื่อสาร ถึงแม้ว่า ปัจจุบันนี้ สังคมจะมีสื่อสมัยใหม่ตาหน้ากันเข้ามาให้ใช้กันอย่างเหลือเฟือ แต่ทว่า ในแง่ของการแสดงบทบาทหน้าที่ต่าง ๆ ของสื่อพื้นบ้าน ก็อาจจะกล่าวได้ว่า ยังมีบทบาทหน้าที่บางอย่างซึ่งสื่อชนิดอื่นไม่สามารถจะมาแสดงแทนที่ได้ เช่น บทบาทด้านการสร้างอัตลักษณ์ การสร้างความเข้มแข็งด้านจิตวิญญาณ การรักษาศักดิ์ศรี ฯลฯ (ดูรายละเอียดเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านจากงานวิจัยในตอนต่อไป)

(3) **สื่อพื้นบ้านเป็นสื่อตัวจริงเสียงจริงของชุมชน** ในการเฟื่องฟูพยายามหาสื่อของชุมชนโดยชุมชน และเพื่อชุมชนนั้น เมื่อสำรวจตรวจดู ‘คุณลักษณะ’ ของความเป็นสื่อชุมชนตามหลักการทฤษฎีแล้ว เช่น เป็นสื่อขนาดเล็ก ใช้งานได้ง่าย มีอยู่ในท้องถิ่น ชาวบ้านมีความคุ้นเคยและผูกพันมี

ความใกล้ชิดทางวัฒนธรรม เป็นประโยชน์ต่อชุมชน ฯลฯ คุณลักษณะเหล่านี้ล้วนมีอยู่อย่างครบถ้วนในสื่อพื้นบ้าน ดังเช่นผลการวิจัยเรื่องศักยภาพของหมอลำ (ประยุทธ์และคณะ, 2547) ที่จะได้กล่าวถึงต่อไป

และเนื่องจากสื่อพื้นบ้านเป็นสื่อตัวจริงเสียงจริงของชุมชนมาเป็นเวลาช้านาน จนกระทั่งได้งอกรากออกมาเกาะเกี่ยวกับส่วนเสี้ยวต่าง ๆ ของชีวิตชุมชนไว้ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นระบบความเชื่อ ภาษา วิถีบุรุษ ความบันเทิง ฯลฯ ดังนั้น หากสื่อพื้นบ้านล้มหายตายจากไป ก็เหมือนกับการพรากประวัติศาสตร์และตัวตนส่วนอื่น ๆ ของชุมชนไปด้วยส่วนหนึ่ง ทำให้ชุมชนเกิดอาการพิกลพิการได้

(4) **สื่อพื้นบ้านถูกทอดทิ้งตามยถากรรม** ดังที่ได้เกริ่นมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า แต่เดิมนั้น ผู้ที่อุปถัมภ์คำขวัญอุ้มสื่อพื้นบ้านก็คือตัวชุมชนนั่นเอง แต่ปัจจุบันนี้ ได้มีสื่อประเภทอื่น ๆ นำเสนอตัวเข้าไปให้แทนที่สื่อพื้นบ้าน ชุมชนบางส่วน เช่น กลุ่มคนรุ่นใหม่จึงจะเริ่มจะทอดทิ้งไม่เหลียวแลสื่อพื้นบ้าน ในแง่สถาบันสังคมโดยรวมก็มิได้จัดสรรทรัพยากรเพื่อการต่อลมหายใจ เมื่อทั้งชุมชนและสังคมวางมือ เมื่อนั้นเส้นทางชีวิตของสื่อพื้นบ้านแต่ละประเภทจึงเหลือแต่ศิลปินที่ต้องดิ้นรนไปตามยถากรรม สถานภาพของสื่อพื้นบ้านในปัจจุบันจึงมีถนนสองสายให้เลือกเท่านั้น สายแรกคือล้มหายตายจากไป สายที่สอง แม้จะมีชีวิตอยู่ได้ แต่ก็กลายพันธุ์หรือมีอยู่แต่มีได้ทำหน้าที่อย่างเดิม

(5) **ข้อจำกัดของวงวิชาการ** ในแวดวงวิชาการการสื่อสารนั้น เมื่อมีการศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสารนั้น ก็จะหมายถึง ‘สื่อมวลชน’ ทั้งสิ้น การศึกษาสื่อพื้นบ้านมีสถานะเป็นเพียงวิชาเลือก 1 วิชาที่มีเนื้อหาอันน่าเบื่อหน่าย และไม่มีองค์ความรู้ หรือวิธีการศึกษาที่เป็นแบบฉบับเฉพาะตัวเอง จนดูเหมือนว่า การศึกษาสื่อประเภทที่มีลมหายใจวายนั่น ก็พลอยทำให้วิชาการศึกษาลงใจตามไปด้วย ในแง่นี้เราจึงต้องการการบุกเบิกวิธีการศึกษาสื่อพื้นบ้านเพื่อพัฒนากันอีกหลายหมื่นลี้ และขอเตือนใจข้อสุดท้ายที่จะต้องเรียกร้องให้มีทั้งการใช้และการพัฒนาสื่อพื้นบ้านไปพร้อม ๆ กันก็คือ

“เป็นการง่ายสำหรับ ‘คนวงนอก’ ที่จะคิดและมองเห็นแต่แง่มุมที่จะนำเอาสื่อพื้นบ้านมาใช้เพื่อการพัฒนา แต่เป็น ‘มุขอัป’ อย่างเหลือเกินที่จะมองเห็น ‘ความจำเป็น’ ที่จะต้องพัฒนา/รักษาสื่อพื้นบ้าน และนั่นก็ทำให้กลายเป็นความยากลำบากอย่างสุดแสนสำหรับ ‘คนวงในเช่นศิลปินพื้นบ้าน’ ที่จะต่อชีวิตและลมหายใจของสื่อพื้นบ้านให้ยาวนานต่อไป”

2. แนวทาง/ประเด็นสำหรับการศึกษาค้นคว้า

จากสถานการณ์ของการใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่กล่าวมานี้ จึงเป็นแนวทางสำหรับงานวิจัยเรื่องสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาในโครงการ ‘การสื่อสารเพื่อชุมชน’ ที่จะต้องให้ความสนใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ คือ

(1) การสำรวจ**สถานการณ์ภาพของสื่อพื้นบ้าน**ประเภทนั้น ๆ ว่าอยู่ในอาการอย่างไร เช่น อยู่ในสภาพสมบูรณ์ล้ำต้นแข็งแรง หรือมีอาการป่วยกระเสาะกระแสะ หรือว่ากำลังอยู่ในสภาพมีแต่ทรงกับทรุด หรือว่าได้สูญสลายไปแล้ว ดังตัวอย่างงานวิจัยที่จะได้แสดงต่อไป

(2) การศึกษา**ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง** เป็นประเด็นที่สืบเนื่องจากประเด็นแรก กล่าวคือ การที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งจะดำรงสถานภาพอยู่ได้นั้น จะเนื่องมาจากปัจจัย 2 ประการ ปัจจัยแรกเป็น**ปัจจัยภายใน**ของสิ่งนั้น ๆ เอง คือ ‘ศักยภาพ’ ของสิ่งนั้น กล่าวเฉพาะในกรณีของสื่อพื้นบ้านก็คือ การตั้งคำถามว่า **สื่อพื้นบ้านนั้นมีศักยภาพที่จะทำอะไรได้บ้าง** การศึกษาศักยภาพในงานวิจัยในชุดโครงการนี้ มีอยู่หลายแง่มุม

(3) ส่วนอีกปัจจัยหนึ่ง เป็นปัจจัยที่**สิ่งนั้น ๆ จะมีความสัมพันธ์กับสิ่งอื่น ๆ** คือ การศึกษา**บทบาทหน้าที่** กล่าวในกรณีของสื่อพื้นบ้านก็คือ การศึกษาว่าสื่อพื้นบ้านแต่ละประเภทได้เล่นบทบาทหน้าที่อะไร อย่างไร ต่อใครบ้าง สื่อใดที่ทำหน้าที่อย่างมาก มีบทบาทที่หลากหลาย ก็ย่อมมีสถานภาพที่สูงส่งในสังคมนั้น นี่เป็นคำถามเรื่องบทบาทของสื่อพื้นบ้านในการพัฒนาชุมชน

(4) การใช้กรอบแนวคิดเรื่อง **องค์ประกอบของการสื่อสาร** มาเป็นเกณฑ์วิเคราะห์ เนื่องจากสื่อพื้นบ้านก็เป็นรูปแบบการสื่อสารชนิดหนึ่ง ที่ประกอบด้วยธาตุทั้งสี่ คือ ผู้ส่งสาร / เนื้อหาสาร / ช่องทาง(สื่อ) และผู้รับสาร (S-M-C-R) ที่ทำงานอยู่ภายใต้บริบทต่าง ๆ (context) ฉะนั้น ในขั้นตอนของการให้ข้อเสนอแนะสำหรับภาคปฏิบัติที่เป็นจริง เราก็จะต้องเจาะส่องลงไป ในรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบเพื่อให้ครบวงจรของการสื่อสาร

(5) **ต้องใช้ระบบคู่ขนาน** ดังที่ได้เกริ่นถึงสภาพการณ์ของการนำเอาสื่อพื้นบ้านมาใช้เพื่อการพัฒนาแล้วว่า มีลักษณะการใช้แบบ ‘ดาบคมเดียว’ คือ สนใจแต่นำเอาสื่อพื้นบ้าน ‘มาใช้เพื่อการพัฒนา’ หากแต่ยังขาดความสนใจหรือมองข้าม ‘การพัฒนาสื่อพื้นบ้านที่ถูกนำมาใช้’ ดังนั้น ผลกรรมประการแรกก็ตามมาในปัจจุบันนี้ก็คือ ยิ่งนับวัน เราก็ยิ่งเหลือสื่อพื้นบ้านให้ใช้น้อยลงไปทุกที ดังขวามรณกรรมของสื่อพื้นบ้านตัวเล็กตัวน้อยที่ได้ยินอยู่เป็นประจำ ประการที่สองก็คือ ปัจจุบันนี้ เรายังขาดองค์ความรู้ในเรื่องการใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาอย่างเหมาะสม และประการที่สาม เรายังขาดวิธีการที่จะพัฒนาตัวสื่อพื้นบ้านไปพร้อม ๆ กัน

ข้อเสนอแนะ: ดังนั้น ทางโครงการฯจึงขอเสนอแนะแนวทางในการวิจัยเรื่องสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาว่า ให้**ใช้ระบบคู่ขนานหรือระบบดาบสองคม** กล่าวคือ ให้ค้นคว้าเรื่องการนำเอาสื่อพื้นบ้านมาใช้เพื่อการพัฒนา แต่ในเวลาเดียวกัน ก็ให้แสวงหาวิธีการพัฒนาตัวสื่อพื้นบ้านไปพร้อม ๆ กันด้วย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (action research) และการวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนเป็นเครื่องมือ

(6) ยึดมั่นหลักการ **‘สิทธิของเจ้าของวัฒนธรรม’** ในขณะที่สื่อพื้นบ้านมีคุณลักษณะสำคัญคือ เป็นสื่อประจำของแต่ละชุมชน แต่ละท้องถิ่น แต่ละชาติพันธุ์ หรืออาจกล่าวได้ว่า เป็น

‘มรดกร่วมกันของท้องถิ่น’ นั้น ๆ ดังนั้น การจะนำเอามาใช้ การจะเอามาพัฒนา / ปรับเปลี่ยน / ประยุกต์อย่างไรวินั้น จะต้องให้เป็นไปตามหลักการ ‘สิทธิของเจ้าของวัฒนธรรม’ ซึ่งเป็นหลักการที่โครงการวิจัยสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นในชุดโครงการนี้ยึดมั่นไว้อย่างเหนียวแน่น เนื่องจากเหตุผลที่อดุลย์ ดวงดีทวีรัตน์ (2547) นักวิจัยในโครงการหนึ่งของชุดโครงการนี้ กล่าวว่า ‘เจ้าของวัฒนธรรมจะเป็นผู้ที่รู้ เข้าใจ และเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมของตนเองดีกว่าคนนอกวัฒนธรรม พวกเขาเพียงแต่ขาดโอกาสและกระบวนการบางอย่างเท่านั้น’

ในภาคปฏิบัติ งานศึกษาวิจัยก็ต้องพยายามตอบคำถามให้ได้ว่า จะแปร ‘หลักการ’ ดังกล่าวให้มาเป็นจริงเป็นจังใน ‘ภาคปฏิบัติ’ ได้อย่างไร

ประเด็นการศึกษาวิจัยแบบกว้าง ๆ ที่นำเสนอมานี้ จะเป็นฐานความรู้ที่สำคัญในภาคปฏิบัติที่จะช่วยให้การนำเอาสื่อพื้นบ้านมาใช้เพื่อพัฒนานั้นเป็นไปตามหลักการที่ว่า ‘รู้จัก รู้ใจ รู้ใช้ รู้รักษา รู้คุณค่า’ ได้อย่างแท้จริง

3. ภาพรวมของงานวิจัยสื่อพื้นบ้านในโครงการฯ

ในโครงการ ‘การสื่อสารเพื่อชุมชน’ นี้มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อพื้นบ้านอยู่ 4 ชิ้น ซึ่งแต่ละชิ้นเป็นสื่อพื้นบ้านที่มีสถานภาพ มีอายุ และมีขนาดแตกต่างกัน ดังนี้

1. การวิจัยเรื่อง ‘ศักยภาพและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นแบบสภาวะบันเทิงของหมอลำ’ โดย ประยุทธ์ วรรณอุดม และคณะ (2547) (จากนี้จะอ้างว่า ‘งานวิจัยหมอลำ’)
2. การวิจัยเรื่อง ‘ศักยภาพโนราในการพัฒนาท้องถิ่น’ โดย เขียวชัย อิศรเดช และคณะ (2547) (จากนี้จะอ้างว่า ‘งานวิจัยโนรา’)
3. การวิจัยเรื่อง ‘แนวทางการเสริมสร้างและพัฒนาบทบาทของสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาชุมชน’ โดย อดุลย์ ดวงดีทวีรัตน์ และคณะ (2547) (เนื่องจากกรณีที่ชุมชนเลือกมาพัฒนา คือ พิธีผีป่วน่า ต่อไปจึงจะอ้างถึงว่า ‘งานวิจัยผีป่วน่า’)
4. การวิจัยเรื่อง ‘การสื่อสารความหมายการพัฒนาระหว่างชาวบ้าน: กรณีศึกษากองทุนชุมชน “เครือข่ายกองทุนข้าว”’ โดย อริยา เสวตามร์ และคณะ (2547) (จากนี้จะอ้างว่า ‘งานวิจัยกองทุนข้าว’)

หากให้เรียงลำดับของสื่อพื้นบ้านทั้ง 4 ประเภทตามเกณฑ์เรื่อง **สถานภาพของสื่อ** แล้ว อาจสรุปได้คร่าว ๆ ดังนี้

- (1) **สื่อพื้นบ้านประเภทหมอลำ** เป็นสื่อพื้นบ้านที่มีขนาดใหญ่และมีอายุยาวนานมากพอสมควร เนื่องจากมีคุณสมบัติที่ขนาดใหญ่และอยู่ร่วมกับชุมชนมาเป็นเวลาช้านานดังกล่าว สถานภาพของสื่อประเภทนี้ จึงมักไม่สูญหายไป (อันเป็นชะตากรรมของสื่อขนาดเล็กที่เรามักได้ยินข่าวมรดกกรรมอยู่ตลอดเวลา) แต่ในขณะที่ ‘ไม่ตาย’ นั้น ก็อาจจะ “กลายพันธุ์” กล่าวคือ มีการ

คัดเลือก เอาแต่เฉพาะบางประเภทของสื่อมาส่งเสริม เช่น หมอลำทรงที่เน้นเนื้อหาสาระมากกว่ารูปแบบ ก็จะไม่ได้รับการคัดเลือกมาส่งเสริมจากภาคธุรกิจเทปเพลงและคอนเสิร์ต มากเท่ากับหมอลำซึ่งที่เน้นรูปแบบความบันเทิงมากกว่าสาระ

เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อพื้นบ้านโนราที่จะกล่าวถึงต่อไปแล้ว สื่อหมอลำได้ผ่านร้อนผ่านหนาวผ่านการปรับตัวมามากกว่าโนรา การปรับตัวอย่างมายนั่นทำให้คุณลักษณะแบบ ‘พิธีกรรม’ ที่เคยเป็นส่วนสำคัญของสื่อพื้นบ้านเลือนหายไปจนเกือบหมด คงเหลือแต่ลักษณะ ‘การแสดงเพื่อความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่’

(2) **สื่อพื้นบ้านประเภทโนรา** เป็นสื่อพื้นบ้านที่มีขนาดใหญ่และมีอายุยาวนานมาก เช่นเดียวกัน และเช่นเดียวกับหมอลำคือ เนื่องจากเป็นสื่อที่มีขนาดใหญ่ และยังมีฐานะเป็นมากกว่า ‘สื่อ’ คือเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้าน เป็นวิถีชีวิต เป็นศิลปะการแสดง เป็นระบบความเชื่อ ฯลฯ จึงทำให้สถานภาพของสื่อประเภทนี้ ‘ไม่ถึงแก่กาลดับสูญ’ อย่างแน่นอน และแม้รูปแบบที่เป็น ‘พิธีกรรม’ ก็ยังหนาแน่นพอ ๆ กับรูปแบบ ‘ความบันเทิง/การแสดง’ และเนื่องจากเป็นสื่อขนาดใหญ่ที่มีองค์ประกอบย่อยภายในอย่างหลากหลาย ดังนั้น เมื่อต้องเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงบริบทแวดล้อม ในสถานการณ์ปัจจุบันจึงมีการปรับตัวอย่างมาก (เช่นเดียวกับที่เคยได้ปรับตัวมาตั้งแต่อดีต) และแตกตัวออกมาเป็นประเภทแยกย่อยต่าง ๆ มากมาย เช่น โนราทางเครื่อง โนรา วค. (เล่นในวิทยาลัย) โนราบิก (เอามาออกกำลังกาย) ฯลฯ ในช่วงเวลาปัจจุบัน จึงเป็นช่วงเวลาของการทบทวนแสวงหาแนวทางครั้งใหญ่ของสื่อพื้นบ้านประเภทนี้

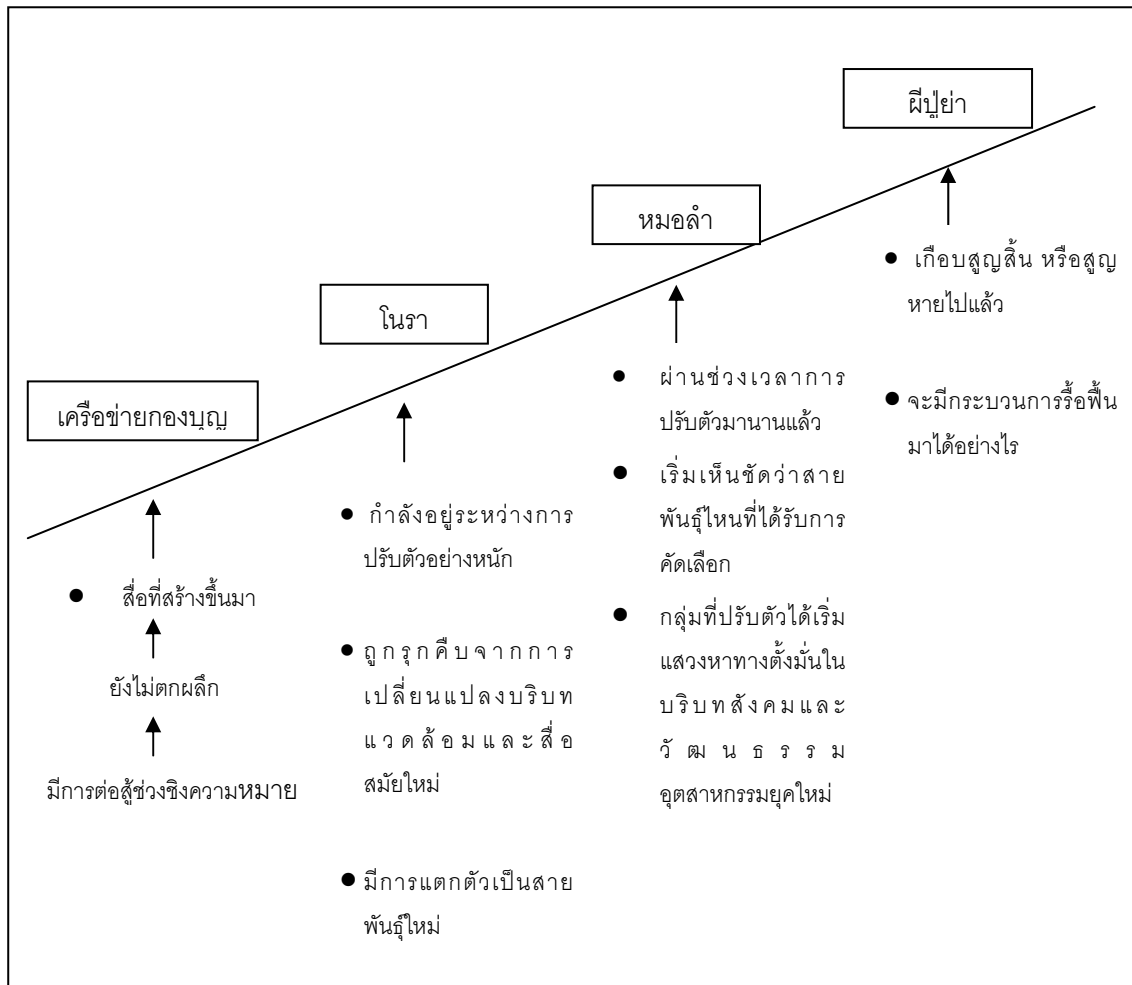
(3) **สื่อพื้นบ้านประเภทพิธีกรรม เช่น พิธีไหว้ผีปูง่า** สำหรับสื่อที่มีขนาดพอประมาณ และมีอายุยาวนานพอสมควร แต่เนื่องจากขนาดที่จำกัดแวดวงอยู่เฉพาะในหมู่เครือญาติ และมีองค์ประกอบแต่ด้าน ‘พิธีกรรม’ เป็นหลัก ไม่ค่อยมีส่วนของความบันเทิงแบบโนราหรือหมอลำ จึงทำให้สื่อพื้นบ้านประเภทนี้ เช่น พิธีไหว้ผีปูง่าในภาคเหนือได้สูญหายไป หรือคงเหลืออยู่แต่ ‘รูปแบบพิธีกรรม’ หากแต่ปราศจาก ‘เนื้อหา/ความหมาย’ แบบของเดิม (หรือมีฉะนั้นก็มีเนื้อหาใหม่ที่เพี้ยนไปจากเดิม เช่น การไหว้ผีปูง่าเปลี่ยนจากเนื้อหาการรวมกลุ่มเพื่อสามัคคีในหมู่เครือญาติเพื่อช่วยเหลือเกื้อกูล มาเป็นช่วงเวลาของการขอเลขเด็ดจากผีปูง่าแทน)

ในงานวิจัยของ อุดุลย์และคณะ (2547) เรื่องสื่อพื้นบ้านขึ้นนี้ ถือได้ว่าเป็นการเปิดม่านฟ้าใหม่ของการวิจัยเรื่องสื่อพื้นบ้านออกไปอีกก้าวหนึ่ง กล่าวคือ นอกจากจะศึกษาอย่างละเอียดลออแล้วว่า ได้มีสื่อประเภทไหนที่ถึงแก่ภรรณกรรมไปบ้างแล้ว และยังมีรายละเอียดเพิ่มเติมว่า ได้สิ้นชีพไปได้อย่างไร ในการวิจัยครั้งนี้ คณะวิจัยยังได้ให้ชุมชนใช้ ‘สิทธิทางวัฒนธรรม’ ด้วยการร่วมตัดสินใจว่า จะรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านตัวใดขึ้นมาบ้าง และชุมชนได้ตัดสินใจที่จะเลือก ‘ปลุกชีพผีปูง่า’ ซึ่งเป็นผีที่ตีมีคุณูปการต่อชุมชนอย่างมากมาย คณะวิจัยได้ร่วมเคียงบ่าเคียงไหล่กับชุมชนในการรื้อฟื้นประเพณีผีปูง่าขึ้นมาในรูปแบบและเนื้อหาที่ตอบรับกับความต้องการของชุมชนในยุคปัจจุบันได้เป็น

ผลสำเร็จ และยังขยายบทเรียนออกไปยังหมู่บ้านกลุ่มอื่น ๆ รวมทั้งก้าวเข้าสู่งานระดับนโยบายของ สภาวัฒนธรรมอีกด้วย

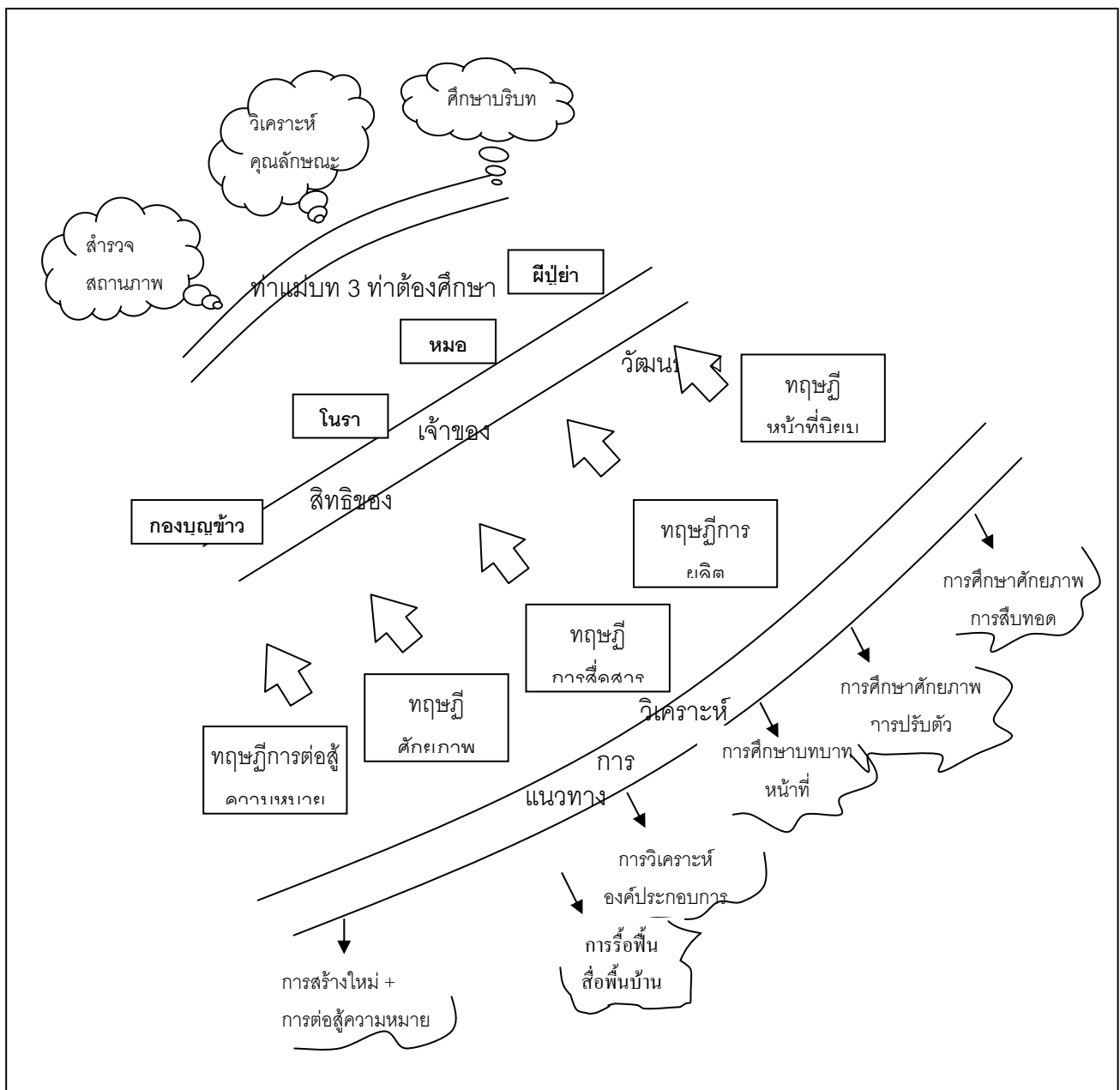
(4) **สื่อพื้นบ้านประเภทที่ประกอบสร้างขึ้นใหม่** ซึ่งปรากฏอยู่ในงานวิจัยเรื่อง ‘การ สื่อสารความหมายการพัฒนาของชาวบ้าน: กรณีกองทุนชุมชนเครือข่ายกองบุญข้าว’ ของ อริยา เศว ตามร์ และคณะ (2547) ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว ประเพณีกองบุญข้าวนั้นเป็นประเพณีที่ถูกสร้างสรรค์ ขึ้นมาใหม่ โดยมีจุดเริ่มต้นจากกิจกรรมการพัฒนา คือ การทำนาकारข้าวเพื่อแก้ปัญหาการไม่มีข้าว พอกินในหมู่บ้านเขาเผ่าปกากะญอ แต่หลังจากที่ตัวเองมีข้าวพอกินแล้วอันสืบเนื่องมาจาก ‘การ ช่วยเหลือของผู้อื่น’ ซึ่งชุมชนมีฐานะ”เป็นฝ่ายรับ” ตามหลักการงานพัฒนามนุษย์ที่แท้นั้นก็ต้อง เพิ่มพูนศักยภาพอีกด้านหนึ่งคือ ‘การรู้จักเป็นผู้ให้’ ดังนั้น จึงมีการแบ่งข้าวให้แก่ผู้ที่ยังขาดแคลนโดย นำเอารูปแบบของพิธีกรรมในทุก ๆ ศาสนา (ทั้งพุทธ คริสต์ และการนับถือผี) บวกผสมกับมรดกทาง วัฒนธรรมของชนเผ่าปกากะญอ (คือตำนานและเรื่องเล่าเกี่ยวกับข้าว) มาใช้ประกอบสร้าง วัฒนธรรมใหม่นี้

และเนื่องจากประเพณีกองบุญข้าวเป็นสื่อพื้นบ้านแบบใหม่ที่เพิ่งเริ่มมีอายุก่อตัวมาได้เพียง ยี่สิบปี ดังนั้น สถานภาพของสื่อตัวนี้จึงยังไม่ตกผลึก (crystallization) และคณะวิจัยได้สาธิตให้เห็น ว่า ในกระบวนการสร้างสรรค์วัฒนธรรม (cultural production) นั้น เนื่องจากวัฒนธรรมมีคุณสมบัติ ที่เป็น **มรดกร่วมกันของทั้งชุมชน** ดังนั้น จึงมีกลุ่มคนหลายกลุ่มที่มีจุดยืนทางความคิดและ ผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน ความแตกต่างนั้นได้มาปรากฏอยู่ในกระบวนการให้ความหมาย (signification process) ของประเพณีกองบุญข้าว และแต่ละกลุ่มต่างก็ต้องต่อสู้ช่วงชิงให้ ความหมายชุดของตนให้ได้ขึ้นเป็นยืนเป็นความหมายหลัก ผู้เขียนเข้าใจว่า กระบวนการสร้างสรรค์ สื่อและวัฒนธรรมทุกอย่าง ก็ล้วนดำเนินมาในแบบฉบับเดียวกับข้อค้นพบในงานวิจัยของอริยาและ คณะ



ภาพที่ 1 สรุปภาพรวมของงานวิจัยสื่อพื้นบ้านทั้ง 4 ชั้น

จากขั้นตอนพัฒนาการที่แตกต่างกันของสื่อพื้นบ้านแต่ละประเภท ทำให้โจทย์การวิจัยของโครงการวิจัยทั้งสี่ มีวิธีการเข้าสู่ปัญหาแตกต่างกันไปด้วย ดังรายละเอียดในตอนต่อไป



ภาพที่ 2 ภาพรวม / ทฤษฎี / แนวทางการวิเคราะห์สื่อบ้านเพื่อการพัฒนา

ตอนที่ 2 : แนวทางการวิเคราะห์พื้นฐาน

4. การสำรวจสถานภาพของสื่อบ้านแต่ละชนิด

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในงานวิจัยสื่อบ้านเพื่อการพัฒนาทั้ง 4 ชิ้นในชุดโครงการนี้ ประเด็นแรกที่งานวิจัยทุกชนิดได้เปิดกว้างออก ก็คือ การสำรวจสถานภาพของประเภทสื่อบ้านที่นักวิจัยกำลังศึกษาอยู่ ตัวอย่างเช่น ในงานวิจัยโนราของเอียร์ชัยและคณะ (2547) วัตถุประสงค์ข้อแรกที่ทางโครงการวิจัยได้ระบุเอาไว้ก็คือ

.....เพื่อสำรวจสถานภาพและสภาพการณ์ปัจจุบันของสื่อพื้นบ้าน
 'โนรา' ทั้งในฐานะ 'พิธีกรรม' 'สื่อพื้นบ้าน' และ 'ศิลปะการแสดง
 ของชาวบ้าน'.....

เหตุผลเบื้องหลังความจำเป็นที่ต้องมีการสำรวจสถานภาพของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดนั้น ก็สืบเนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า สื่อพื้นบ้านในประเทศไทยมีอยู่อย่างมากมาย หลากหลาย มีทั้งที่แตกต่างและคล้ายคลึงกัน อันนับว่าเป็นความมั่งคั่งร่ำรวยทางวัฒนธรรมอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตาม ความหลากหลายดังกล่าวก็นำมาสู่ข้อเท็จจริงที่ว่า เราไม่อาจจะ**เหมารวมแบบทั่วไปว่า** สื่อพื้นบ้านทุกประเภทจะมีลักษณะ มีการปรับตัว มีศักยภาพ มีคุณูปการ ฯลฯ เป็นแบบอย่างเดียวกัน หากว่า เราจะต้องสร้าง**ข้อสรุปในแบบเฉพาะ**ของสื่อพื้นบ้านแต่ละประเภท ดังนั้น จึงต้องเริ่มต้นด้วยการดู 'ตำแหน่งแห่งที่' หรือการสำรวจสถานภาพของสื่อพื้นบ้านนั้นเป็นอันดับแรก

แม้แต่ในสื่อพื้นบ้านประเภทเดียวกัน งานวิจัยเรื่องหมอลำโดยประยูรและคณะ (2547) ก็ยังพบว่า หมอลำในแต่ละ**ประเภท** มีสถานภาพที่ต่างกันอย่างมากมาย ดังนั้น 'ประเภท' จึงกลายเป็นตัวแปรสำคัญในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ไปยังตัวแปรอื่น ๆ หรือเป็นยาดำในการตอบโจทย์การวิจัยเกือบจะทุกข้อ

เมื่อทำการสำรวจสถานภาพโดยใช้แนวคิดเรื่อง 'ความชัดเจนและความคลุมเครือ' ของสถานภาพมาเป็นเกณฑ์วัด เราอาจจัดประเภทของสื่อพื้นบ้านได้เป็น 2 สถานภาพ คือ

(1) ในกรณีที่เห็นได้อย่างชัดเจน : สื่อพื้นบ้านที่สูญสลายไปแล้ว

สำหรับสื่อพื้นบ้านบางชนิดอาจจะมองเห็นได้อย่างชัดเจนแล้วว่า ได้ล้มหายตายจากกันไปแล้ว เช่น เมื่ออดุลย์และคณะ (2547) ร่วมสำรวจกับชาวบ้านถึงสื่อพื้นบ้านที่เคยมีมาใน ต.วอแก้ว แล้วให้จัดระดับสถานภาพของการดำรงอยู่ ชาวบ้านก็สามารถจะระบุได้เลยว่า บรรดาสื่อพื้นบ้าน เช่น พิธีไหว้ขวัญควาย พิธีไหว้ผีปู่ย่า ค่าวซอ นั้น ได้สูญหายไปแล้วจากชุมชน

อย่างไรก็ตาม ก็มีข้อพึงระวังเล็กน้อยสำหรับปัญหาเรื่องการสูญสลายของสื่อพื้นบ้านว่า เนื่องจากในยุคสมัยปัจจุบัน สังคมไทยกำลังมีเลี้ยวโค้งย้อนกลับมาแสวงหาภูมิปัญญาพื้นบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้น จึงอาจจะเกิดภาพมายาลวงตาที่สะท้อนให้เห็นความรุ่งโรจน์ของสื่อพื้นบ้าน เช่น เห็นไชยา มิตรชัย ลิเกเงินล้าน เห็นเอกชัย ศรีวิชัย ข่ายเทปโนราเป็นแสนตลับ ฯลฯ แต่สำหรับภาพรวมที่เป็นจริงก็คือ อาจจะมีบางส่วนเลี้ยวของสื่อพื้นบ้าน (อันมักจะเป็นส่วนเลี้ยวที่เป็นข้อยกเว้น) ซึ่งเจริญรุ่งโรจน์ แต่ทว่า ส่วนเลี้ยวใหญ่ของสื่อพื้นบ้านกำลังมีอาการอ่อนแอแบบสามวันดีสี่วันไข้ หรือมีฉะนั้นก็ถึงแก่อสัญกรรมไปแล้วมากมายหลายชนิด จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า เนื่องจากสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปไม่ได้โอบอุ้มหรือสืบชะตาสื่อพื้นบ้านเหล่านั้น วาทกรรมซ้ำซากที่เราจะได้ยินเมื่อมีรายการสารคดีแนะนำสื่อพื้นบ้านจึงมักจบท้ายว่า '...แต่เป็นที่น่าเสียดายว่า สื่อ

พื้นบ้านประเภทนี้กำลังจะสูญหายไปจากสังคมไทย...' เป็นประจักษ์พยานยืนยันได้อย่างดี และก็น่าสงสัยว่า ทำไมพลังในการรักษามรดกท้องถิ่นของไทยจึงมีตกเช่นนี้

เราอาจจะขีดเส้นใต้การสูญเสียของสื่อพื้นบ้านให้มีความสลักสำคัญมากยิ่งขึ้น หากเราตระหนักว่า 'สื่อพื้นบ้านนั้นมักมีสถานะที่เป็นมากกว่าตัวสื่อ' ดังเช่นที่ เจริญชัยและคณะ (2547) ระบุว่า โนรา นั้นเป็นทั้งสื่อพื้นบ้าน เป็นทั้งวิถีชีวิต เป็นทั้งศิลปะ เป็นทั้งระบบความเชื่อ ดังนั้น เมื่อมีการสูญหายไปของสื่อพื้นบ้าน จึงสร้างความสูญเสียมากกว่าที่เห็น อุดุลย์และคณะ (2547) ทบทวนข้อมูลย้อนหลังร่วมกับกลุ่มชาวบ้าน ต.วอแก้ว ด้วยคำถามที่ว่า 'ในวันนี้ที่ไม่มีผีป่วนแล้ว เกิดอะไรขึ้นบ้างกับชุมชน' และพบว่า บรรดาปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับชุมชน ไม่ว่าจะเป็นปัญหาโรคเอดส์ ปัญหายาเสพติด ปัญหาเด็กกำพร้าขาดคนเลี้ยงดู ปัญหาคนเฒ่าคนแก่ถูกทอดทิ้ง ฯลฯ เมื่อสาวไยไล่ขึ้นไปดูแล้ว จะพบว่า บรรดาปัญหาปลายธารเหล่านั้นล้วนสืบเนื่องมาจากสาเหตุต้นธารคือการสูญหายไปของผีป่วนทั้งสิ้น (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

ขอย้อนกลับมาที่ประเด็นเรื่อง 'ความชัดเจน' อีกครั้งหนึ่ง มีสื่อพื้นบ้านจำนวนมาก (ส่วนใหญ่เป็นสื่อเล็กสื่อน้อย เช่น การละเล่นพื้นบ้านใน จ.พัทลุง ของเล่นพื้นบ้านทางภาคเหนือ ฯลฯ) ซึ่งมีสถานภาพที่แน่นอนว่า ได้สูญหายไปแล้ว สำหรับในกรณีนี้ โจทย์การวิจัยของเราก็คือ **เราจะสามารถรื้อฟื้นสื่อเหล่านี้ขึ้นมาได้ไหม รื้อแล้วจะฟื้นไหม จะรื้อได้อย่างไร ฟื้นมาแล้วจะครบเครื่องเหมือนเดิมไหม ใครจะเป็นคนรื้อ รื้อขึ้นมาเพื่อจะทำอะไร มีหลักการอย่างไรในการรื้อ** ฯลฯ ซึ่งจะเป็นกรณีงานศึกษาวิจัยเรื่องผีป่วน ของ อุดุลย์และคณะ (2547)

(2) กรณีที่มีสถานภาพคลุมเครือ : สื่อพื้นบ้านเฟื่องฟูหรือตกต่ำ

ในขณะที่สื่อพื้นบ้านกรณีแรกนั้น มีความชัดเจนว่าได้สูญหายไปแล้ว แต่ทว่า ยังมีสื่อพื้นบ้านอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งมักเป็นสื่อพื้นบ้านขนาดใหญ่ มีอายุยืนยาวอยู่เป็นขวัญใจชุมชนมาแสนนานจนคุ้นเคยกัน มีขอบเขตแพร่หลายอย่างกว้างขวาง มีองค์ประกอบภายในที่หลากหลายมาก เช่น หมอลำ โนรา หนังตะลุง ฯลฯ หากตั้งคำถามเกี่ยวกับสถานภาพของสื่อประเภทนี้ว่าเป็นอย่างไรบ้าง ก็เป็นการยากที่จะได้คำตอบสุดท้ายเพียงคำตอบเดียว

ตัวอย่างเช่น สื่อพื้นบ้านหมอลำที่มีอยู่หลายประเภท ตามที่ ประยูทธและคณะ (2547) ได้แบ่งเอาไว้อย่างน้อยเป็น 4 ประเภท คือ หมอลำกลอน หมอลำกลอนซิ่ง หมอลำซิ่ง และหมอลำเรีงต่อกลอน (และอันที่จริงยังมีหมอลำชนิดอื่น ๆ เช่น หมอลำทรง) ในทั้ง 4 ประเภทนี้ มีความเฟื่องฟูและความตกต่ำที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องสำรวจสถานภาพของสื่อพื้นบ้านแต่ละประเภทอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม

ข้อสรุปในขั้นต้นเกี่ยวกับการศึกษาสื่อพื้นบ้านที่มีขนาดใหญ่และมีอายุยาวนาน เช่น หมอลำและโนรา นั้น นักวิจัยจากทั้งสองโครงการให้ข้อสรุปร่วมกันว่า เนื่องจากสื่อพื้นบ้านขนาดใหญ่นี้มี

ลักษณะที่หลากหลาย (diversity) ไม่ได้มีลักษณะเป็นเนื้อเดียวกันทั้งหมด (heterogeneity) ดังนั้นจึงต้องมีการจำแนกประเภท (genres) ของสื่อพื้นบ้านเหล่านี้ เนื่องจากเป็น**ตัวแปรที่สำคัญ**ของการวิจัย เช่น เจริญชัยและคณะ (2547) ได้แบ่งประเภทของโนราอย่างน้อยออกเป็น 3 ประเภท คือ โนราพิธีกรรม (ได้แก่ โนราโรงครู) โนราการแสดงเพื่อความบันเทิง และโนราที่สืบทอดอยู่ในสถาบันการศึกษา (หรือที่ชาวบ้านเรียกว่า 'โนรา วค.')

เมื่อตระหนักถึง 'ประเภท/ชนิดต่าง ๆ' ที่แบ่งเป็นกลุ่มย่อย ๆ ในสื่อพื้นบ้านเหล่านี้แล้ว งานวิจัยสื่อพื้นบ้านที่มีลักษณะคลุมเครือกลุ่มนี้ก็ได้ตั้งข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับบทสรุปเรื่อง

สถานภาพของสื่อพื้นบ้าน ในกลุ่มที่สองนี้ ดังนี้

(i) **การลดน้อยถอยลงของสื่อพื้นบ้านที่มีประโยชน์** ประเภทของสื่อที่มี

สถานภาพเฟื่องฟูมักจะเป็นสื่อพื้นบ้านที่มีประโยชน์ในการพัฒนาชุมชน/บุคคล/สังคม เพียงเล็กน้อย ในขณะที่สื่อที่มีคุณภาพสูงกลับมีสถานภาพที่ทรุดโทรม เช่น ในกรณีของหมอลำ ซึ่งประยูทธและคณะ (2547) พบว่า หมอลำแบบดั้งเดิมที่รักษาจิตวิญญาณความเป็นหมอลำเอาไว้อย่างเต็มที่ และเป็นหมอลำประเภทที่ให้สาระประโยชน์แก่สังคม/ชุมชนอย่างมาคนั้น ปัจจุบันหมอลำประเภทนี้กำลังมีวิกฤติเรื่องไม่สามารถหาผู้สืบทอดได้ ส่วนหมอลำประเภทที่เฟื่องฟูนั้นกลับเป็นหมอลำที่ให้ความบันเทิงอย่างฉาบฉวยเท่านั้น ปรากฏการณ์เช่นนี้จะเป็นการลดมูลค่า/คุณค่าของสื่อพื้นบ้านในแง่เชิงประโยชน์หน้าที่ที่จะได้กล่าวต่อไป

(ii) **สื่อชั้นดีเยี่ยมมักสูญหาย เหลือไว้แต่สื่อระดับปลายแถว** เป็นปัญหาที่ต่อ

เนื่องมาจากข้อแรก โดยส่วนใหญ่แล้ว สื่อพื้นบ้านแต่ละประเภทมักจะมีหลากหลายในตัวเอง และมีทั้งที่มุ่งเป้าหมายด้าน**พิธีกรรม** ให้ความศักดิ์สิทธิ์ ให้การอบรมสั่งสอน กับที่มีเป้าหมายหลักคือ**ให้ความบันเทิง** ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว สถานะของสื่อพิธีกรรมมักจะอยู่สูงกว่าสื่อบันเทิง เนื่องจากต้องการการอบรมบ่มเพาะที่ยาวนานกว่า ต้องการความลึกซึ้งของศิลปินมากกว่า เป็นต้น หรืออาจจะแบ่งเป็นสื่อพื้นบ้านประเภทเกรด A คือต้องมีการฝึกฝนบ่มเพาะอย่างยาวนานจึงจะสร้างสรรค์ได้ กับแบบเกรด Z คือเรียกร้องการฝึกอบรมแต่เพียงเล็กน้อยก็กระทำได้แล้ว

จากประเภทที่หลากหลายมีระดับ แนวทางการเลือกสรรสื่อพื้นบ้านของสังคม (tradition of selection) ที่เป็นไปตามยถากรรม มักจะเลือกเอาสื่อที่ให้ความบันเทิงไว้เป็นหลัก ปล่อยให้สื่อพิธีกรรมสูญหายไป เช่น หมอลำทรง หมอลำสอง มักจะหายไป เหลือแต่หมอลำชิง หรือมีการเลือกเอาแต่หมอลำที่หน้าตาหล่อเหลาแต่ร้องกลอนลำไม่ได้ หรือแต่งกลอนลำไม่ได้ นอกจากร้องกลอนที่ท่องเอาไว้อย่างซ้ำซาก (แบบเกรด Z) แต่ทอดทิ้งบรรดาหมอลำอาวุโสที่เป็นประดุจเทพเจ้าแห่งการลำกลอน เป็นต้น

ในกรณีของโนรา เจริญชัยและคณะ (2547) พบว่า แม้ว่าจะมีการเลือกสืบทอดการรำโนราในสถาบันการศึกษา ซึ่งช่วยให้เพิ่มปริมาณลูกหลานคนได้ที่สามารถรำโนราได้ในจำนวนมหาศาล แต่

เนื่องจากลักษณะของ ‘กระบวนการสืบทอด’ ในสถาบันการศึกษานั้น กระทำเพียงเป็นวิชาเรียนวิชาหนึ่ง หรืออย่างมากที่สุดก็มีการรวมตัวกันเป็นชมรมที่เพิ่มเวลาการฝึกฝนได้มากขึ้น หากทว่า การก้าวขึ้นสู่จุดสุดยอดของความเป็นศิลปินนั้น จำเป็นต้องอาศัยการทุ่มเททั้งร่างกาย แรงใจ โมงยาม แบบที่เรียกว่า ‘ฝึกฝนแบบเอาชีวิตเข้าแลก’ ดังนั้น ในบริบทสังคมปัจจุบัน จึงอาจกล่าวได้ว่า สังคมปัจจุบัน अबจนที่จะสร้างเงื่อนไขสำหรับบ่มเพาะโนราในระดับสุดยอดเสียแล้ว

ปรากฏการณ์ดังกล่าวมานั้น ในภาพรวมจึงเท่ากับเรากำลังสูญเสีย ‘ความล้ำค่าของมรดกสื่อพื้นบ้าน’ ซึ่งหากไม่มีการดำเนินอะไรเพื่อแก้ไขปัญหานี้ และหากสถานการณ์มีแต่ปลายที่เรียวลงดังกล่าว มรดกตกทอดที่หลงเหลือของสื่อพื้นบ้านที่จะไปถึงมือลูกหลาน ก็คงเป็นสื่อพื้นบ้านชั้นปลายแถวเท่านั้น

(iii) **สื่อที่เหลืออยู่ก็กลายพันธุ์** ถึงแม้จะเป็นหลักการพื้นฐานที่ว่า หากวัฒนธรรมทุกประเภทจะดำรงอยู่ต่อไปได้ จำต้องมีการปรับเปลี่ยน (adaptive) แต่คำถามที่ต้องทวงถามกันต่อไปก็คือ ในการปรับเปลี่ยนนั้น **ใครเป็นผู้มีอำนาจในการเลือกการปรับเปลี่ยนนั้น** ผู้ที่ปรับเปลี่ยนนั้นเป็นเจ้าของวัฒนธรรมเอง หรือเป็นพลังจากภายนอก เช่น กระแสธุรกิจ และ **เป้าหมายของการปรับเปลี่ยนนั้นเป็นไปเพื่อใคร/เพื่ออะไร** หรือเป็นการปรับเปลี่ยนที่ฉันทัดใจฉันทามติของเจ้าของวัฒนธรรมหรือเปล่า

ทั้งนี้ หากคำตอบออกมาเป็นว่า การปรับเปลี่ยนนั้นเกิดมาจากพลังผลักดันจากภายนอก เช่น กระแสธุรกิจ เกิดมาจากมูลเหตุจูงใจเรื่องการแสวงหาผลกำไรเชิงธุรกิจ และเป็นการปรับเปลี่ยนที่ฉันทัดใจฉันทามติของเจ้าของวัฒนธรรม ก็ต้องถือว่า สื่อพื้นบ้านนั้นได้กลายพันธุ์/ได้กลายเป็นสื่อแปลกหน้าสำหรับพื้นบ้านพื้นถิ่นไปเสียแล้ว ดังเช่น กรณีของหมอลำซึ่งที่ได้ก้าวล่วงเข้ามาในอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมแบบสมัยใหม่ (culture industry) คือ การอัดเทปเสียง ถ่ายวิดีโอ อัดลงแผ่นซีดี เดินสายวงคอนเสิร์ต ฯลฯ ก็พบว่า หมอลำซึ่งบางวงนั้นแทบจะไม่มีกล่าเลย คงมีแต่การชิง จนนแทบจะดูไม่ออกว่าเป็นหมอลำ หรือในกรณีของโนราที่กำลังไล่หลังตามมามากมาย ดังเช่นที่ โนรายก ชูบัว ศิลปินแห่งชาติ บ่นว่า โนราสมัยใหม่นั้นเอาแต่ร้องเพลงลูกทุ่งเป็นหลัก ไม่ค่อยรำหรือทำบทร้อง จึงน่าจะมีการจัดระเบียบโนรากันเสียใหม่ เป็นต้น ปรากฏการณ์เหล่านี้คือ การกลายพันธุ์ของสื่อพื้นบ้านขนาดใหญ่โดยทั่วไป

(iv) **ปัญหาเรื่องปริมาณและคุณภาพของผู้ชม** ในขณะที่กรณีของสื่อพื้นบ้านประเภทแรกนั้น ในส่วนเดียวของผู้ชมซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญราวกับมือซ้าย (ในขณะที่ศิลปิน/ผู้ส่งสารนั้นเป็นประดุมือขวา) มูลเหตุสำคัญที่ทำให้สื่อพื้นบ้านสูญหายไปนั้น ก็สืบเนื่องมาจากการขาด ‘ปริมาณของผู้ชม’ ดังที่มีงานวิจัยหลายชิ้นพบว่า บรรดาสื่อพื้นบ้าน เช่น คำวซอ บรรดาผู้ชมที่เป็นแฟนประจำนั้น มักจะได้แก่กลุ่มคนที่มีอายุเกิน 30 ปีขึ้นไป แต่เด็กวัยรุ่นกับสื่อพื้นบ้านนั้น ดูจะมีความสัมพันธ์แบบแปลกหน้าต่อกัน สื่อพื้นบ้านจึงกลายเป็น ‘สื่อของผู้อาวุโส’ ไปเสียแล้ว

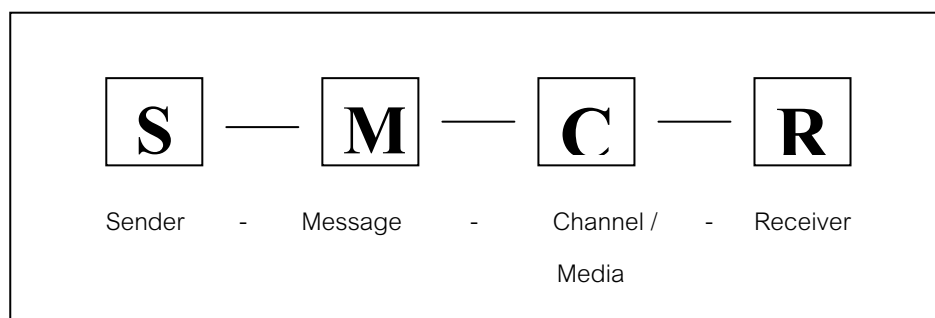
แต่สำหรับสื่อพื้นบ้านขนาดใหญ่เช่นในกรณีที่สอง เนื่องจากลักษณะที่แพร่หลายมาแต่ครั้งอดีตและครอบคลุมคนวงกว้าง ดังนั้น ปัญหาเรื่อง ‘ปริมาณของผู้ชม’ จึงอาจจะยังไม่เข้าขั้นวิกฤติงานวิจัยโนราพบว่า แม้แต่โนราพิธีกรรม เช่น โนราโรงครู ที่ทำการสำรวจในปี พ.ศ.2545-46 ก็ยังมีอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์ ฉะนั้น ในกรณีของโนราบันเทิงก็ยังไม่น่าเป็นห่วง

อย่างไรก็ตาม **ปัญหาเรื่องผู้ชม**สำหรับสื่อพื้นบ้านขนาดใหญ่ก็คือ เรื่อง ‘คุณภาพของผู้ชม’ ในอดีตนั้นจะมีกระบวนการอบรมบ่มเพาะไม่เพียงแต่ปากฝั่งของศิลปินเท่านั้น เพราะแม้แต่ในส่วนของผู้ชมเอง ผู้ชมโนราสมัยก่อนจะเป็น ‘ผู้ชมตามคม’ (smart audience) คือ เป็นผู้ชมที่มีความรู้ความเข้าใจและดื่มด่ำในศิลปะสุนทรียะของโนรา โดยสามารถจะจดจำทั้งท่ารำ ท่วงกลอนว่า บทของโนราได้ ฯลฯ แต่ทว่าในปัจจุบัน คุณภาพของผู้รับสารของสื่อพื้นบ้านนั้น มีอาการ ‘มึนตึ๊ง ตา ต่ำ หู เตี้ย’ ลง เช่น เริ่มไม่มีความรู้ว่ามี รำโนราแบบไหนจึงจะถือว่างดงาม สุนทรียะความคมคายอยู่ที่ตรงไหน เป็นต้น เนื่องจาก**ปัจจัยด้านผู้ชม**เป็นกลไกหนึ่งในการรักษามาตรฐานและคุณภาพของสื่อพื้นบ้านเอาไว้ แต่เมื่อกลไกนี้ไม่ทำงาน ก็ส่งผลสะท้อนถึงตัวสื่อและผู้ส่งสารให้ตกต่ำตามลงมาด้วย

ข้อเสนอแนะ : ปัจจุบันนี้ มีการสืบทอดสื่อพื้นบ้าน เช่น โนรา หนังตะลุง หมอลำ ผ่านสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏ โรงเรียนในท้องถิ่น (ผ่านหลักสูตรท้องถิ่น) อย่างไรก็ตาม เป้าหมายของการศึกษานั้น มักจะมุ่งไปที่การสร้าง ‘ผู้ส่งสาร/ศิลปิน’ แต่ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า เจื่อนไขและกระบวนการสืบทอดศิลปินในสถาบันการศึกษานั้น ไม่น่าจะเป็นไปได้ แต่การสืบทอดดังกล่าวก็จำเป็น หากทว่าควรจะมีมุ่งมาที่เป้าหมายของการสร้าง**ผู้ชม** ทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพมากกว่า (ดูรายละเอียดในตอนต่อไปของเอกสารชิ้นนี้)

(v) **ปัญหาเรื่องการสืบทอด/ปรับตัว และเครือข่ายของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับสื่อพื้นบ้าน** ในส่วนปัญหาเรื่องการสืบทอดของสื่อพื้นบ้านนั้น หากดูจากองค์ประกอบด้านการสื่อสาร ที่มี 4 องค์ประกอบดังนี้ คือ

ภาพที่ 3 องค์ประกอบของการสื่อสาร



ในองค์ประกอบทั้ง 4 นี้ จะมีปัจจัยที่เป็นมนุษย์อยู่สองส่วน คือ ส่วนของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอดนั้น จะมีอยู่สองส่วนคือ **การสืบทอดฝ่ายผู้ส่งสาร** เช่น ศิลปิน และที่ดูจะสำคัญไม่น้อยไปกว่าฝ่ายผู้ส่งสาร ในสายตาของนักการสื่อสารคือ **การสืบทอดผู้รับสาร** เพราะหากปราศจากผู้ชมแล้ว กระบวนการสื่อสารทั้งหมดก็จะดำเนินไปไม่ได้ และโดยเฉพาะในกรณีของสื่อพื้นบ้านนั้น ดูเหมือนว่า **ปัญหาการสืบทอดผู้รับสารจะเป็นปัญหาที่เข้าขั้นวิกฤติ** โดยเฉพาะการสูญเสียผู้ชมที่เป็นวัยรุ่นและเด็กดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น เราจะพิจารณาประเด็นนี้ในหัวข้อ ‘ศักยภาพในการสืบทอด’ ของงานวิจัยแต่ละชิ้น

ส่วนประเด็นเรื่อง **การปรับตัว** นั้น ก็จะเป็นอีกหัวข้อหนึ่งในเรื่องการศึกษาศักยภาพเช่นกัน ในที่นี้เพียงแต่จะเกริ่นว่า มักมีความเข้าใจว่า สื่อพื้นบ้านนั้นมีลักษณะอนุรักษ์ มีลักษณะคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง (แม้แต่ในความคิดของชาวบ้านเจ้าของวัฒนธรรมก็มักจะคิดเช่นนั้น ดังที่อดุลย์และคณะพบว่า เมื่อเสนอให้มีการปรับเปลี่ยนการทำพิธีกรรมผีป่วน ชาวบ้านก็จะยืนกรานตายตาเดียวว่า ‘ปรับไม่ได้’ จนกระทั่งเมื่อมีการสาวดูประวัติศาสตร์ที่ผ่านมา จึงพบว่า พิธีกรรมนี้มีการปรับเปลี่ยนมาโดยตลอด) แต่แท้ที่จริงแล้ว สื่อพื้นบ้านนั้นมีการปรับเปลี่ยนมาโดยตลอด ซึ่งเป็นลักษณะทวิลักษณ์ของสื่อพื้นบ้าน คือมีทั้งด้านที่พยายามจะอนุรักษ์ให้เหมือนเดิม และด้านที่พยายามจะปรับเปลี่ยน เมื่อพลิกหงายด้านใดขึ้นมา อีกด้านหนึ่งก็จะพยายามคัด้าง เป็นดุลยภาพคู่ขนานกันไป หากทว่าปัญหาก็คงเป็นดังที่ได้ตั้งคำถามไว้แต่แรกว่า การปรับเปลี่ยนนั้นเป็นที่พึงปรารถนาหรือไม่ ใครปรับ และเพื่อผลประโยชน์ของใคร

สำหรับที่จะกล่าวถึงในประเด็นสุดท้ายนี้คือเรื่อง **เครือข่ายของผู้ที่เกี่ยวข้องกับสื่อพื้นบ้าน** ซึ่งหมายถึงรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคนกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อพื้นบ้าน เช่น เครือข่ายระหว่างศิลปินกับศิลปินด้วยกันเอง เครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินกับผู้ชม ปัจจัยเรื่อง ‘เครือข่าย’ นี้ จะเป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับเรื่องศักยภาพในการสืบทอดและปรับตัว ดังเช่นที่ เรียร์ชัยและคณะ (2547) พบว่า ในกรณีของโนรา แม้ว่าจะมีโนราอยู่หลายประเภท เช่น โนราพิธีกรรม โนราการแสดง/บันเทิง โนราในสถาบันการศึกษา ฯลฯ หากทว่า รูปแบบความสัมพันธ์ในลักษณะเครือข่ายระหว่างโนราประเภทต่าง ๆ นั้น ต่างมีลักษณะหนุนช่วยกัน ในขณะที่ประยูทธและคณะ (2547) พบว่า ในกรณีของหมอลำนั้น รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินหมอลำมักจะแข่งขันกันเอง ตัวแปรเรื่องรูปแบบเครือข่ายดังกล่าวจะเข้ามาตอบคำถามเรื่องความอยู่รอดและความยั่งยืนของสื่อพื้นบ้านที่เราจะดูรายละเอียดในตอนต่อไป

กล่าวโดยสรุป ผลจากการสำรวจสถานการณ์ของสื่อพื้นบ้านแต่ละประเภทเพื่อให้รู้ ‘ตำแหน่งแห่งที่’ และสภาพที่เป็นจริงของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิด ดูจะเป็นเงื่อนไขเบื้องต้นแรกในการศึกษาวิจัยเรื่องสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิด เนื่องจากลักษณะที่แตกต่าง/หลากหลายและตกอยู่ในสภาพที่อาจจะต่างกันราวฟ้ากับดินของสื่อพื้นบ้านแต่ละประเภท

ตัวอย่างเช่น ข้อสรุปเรื่องการสำรวจสถานภาพของสื่อโนราจากงานวิจัยของเอียร์ชัยและคณะ (2547) ที่ระบุว่า นับตั้งแต่ครั้งอดีตมา สื่อโนราก็ได้มีการปรับตัวมาเป็นระยะ ๆ แต่เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมในอดีตเป็นไปอย่างช้า ๆ ทำให้ศักยภาพของสื่อพื้นบ้านเช่นโนรา มีเวลาที่จะค่อย ๆ ปรับตัว

หากทว่า ในช่วง 3-4 ทศวรรษที่ผ่านมา กระแสการเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างมีการวางแผนขนาดใหญ่ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การถาโถมเข้ามาของสื่อสมัยใหม่ เช่น สื่อมวลชน ที่มาเบียดขับสื่อพื้นบ้านทั่วทุกหัวระแหง ฉะนั้น ในช่วง 40 ปีที่ผ่านมา สื่อโนราจึงได้รับผลกระทบอย่างสูงมาก เช่น โนราชั้นครูนับวันแต่จะร่อยหรอลงไปทุกที ในขณะที่โนรารุ่นใหม่ที่มีความสามารถ ก็ดูเหมือนจะขาดช่วงในการขึ้นมาเป็นตัวตายตัวแทน เนื่องจากกระแสโนราที่ตกต่ำไปเกือบชั่วอายุคน จึงเกิดช่องว่างที่ต้องเร่งสานต่อในชั่วลมหายใจของครูโนรารุ่นเก่าที่ยังเหลืออยู่

ในช่วงเวลาแห่งยุคที่ศิลปะพื้นบ้านตกขอบไปนอกกระแส คนในสังคมมุ่งแต่การพัฒนาเศรษฐกิจ และส่งลูกเข้าสู่โรงเรียนอันเป็นเป้าหมายใหม่ของสังคมท้องถิ่น เด็กที่เรียนจบจากโรงเรียนจึงเริ่มแปลกหน้ากับสื่อพื้นบ้าน ด้านครูโนราเองก็ต้องเร่งทำมาหากินเพื่อความอยู่รอด ลูกหลานที่จะสืบทอดก็หมดความภาคภูมิใจในสายตระกูลของตนเอง โนราจึงเริ่มกลายเป็นเรื่องของคนในโลกเก่า การสืบทอดแบบเดิมก็หมดไป จนกระทั่งเมื่อทศวรรษที่ผ่านมาที่สังคมพบทางตันในการเดินไปข้างหน้า และเริ่มพลิกย้อนกลับมาหาวัฒนธรรมท้องถิ่น คนที่เคยสัมผัสโนราและมีใจรัก จึงเริ่มหัดตั้งโรงเรียนรำโนราตามหมู่บ้านและในที่ต่าง ๆ ซึ่งเป็นสถานภาพของการขยายตัวในเชิงปริมาณที่มองเห็นได้ในปัจจุบัน เป็นต้น

เมื่อทราบสถานภาพของสื่อแต่ละประเภทแล้ว เราจึงจะสามารถตั้งคำถามเพื่อการศึกษาวิจัยจากตำแหน่งแห่งที่ที่เป็นจริงนั้น เช่น หากเป็นกรณีของสื่อพื้นบ้านที่สูญสลายไปแล้ว เช่น ฝัปปูย่า ก็ต้องนำเอาทฤษฎีการผลิตทางวัฒนธรรม (cultural production) มาส่องดู เพื่อจะตั้งคำถามว่า ทำอย่างไรจึงจะสามารถรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านดังกล่าวให้ขึ้นมาทำหน้าที่ดั้งเดิม หากเป็นกรณีของหมอลำธรรมที่อยู่ในสถานะร่วงโรย ก็ต้องตั้งคำถามว่า เป็นเพราะปัจจัยอะไรที่ทำให้ทรุดโทรม และจะพัฒนาขึ้นมาให้สมบูรณ์ดังเดิมได้ไหม ส่วนสื่อพื้นบ้านที่กำลังฟูฟองอยู่นั้น ก็ต้องตั้งคำถามว่า เมื่อเฟื่องฟูแล้วยังคงทำหน้าที่ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน/สังคมหรือเปล่า หรืออยู่ในลักษณะที่สวยแต่รูปจวบไม่หอม กินก็ไม่ได้ เป็นต้น

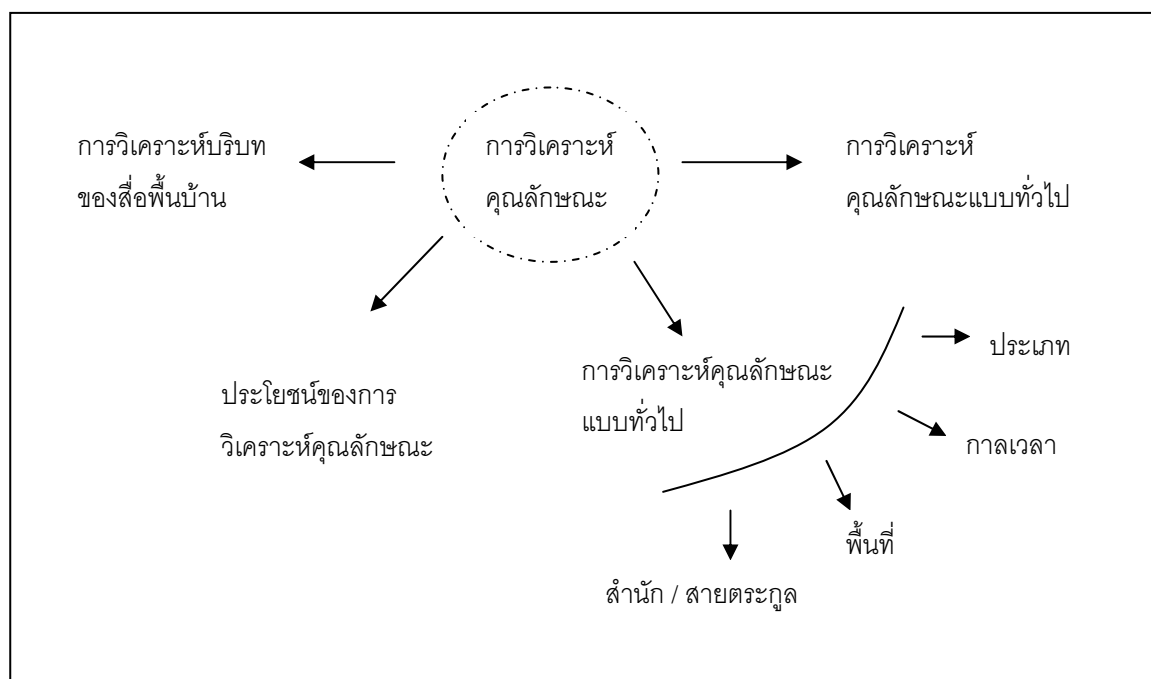
เราจะพิจารณาฉายละเอียดเหล่านี้จากกรณีศึกษาสื่อพื้นบ้านทั้ง 4 กรณีในโครงการนี้ต่อไป

5.การวิเคราะห์คุณลักษณะของสื่อพื้นบ้านแต่ละประเภท

ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้วว่าสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดนั้นมีองค์ประกอบเฉพาะตัว มีการออกแบบโครงร่างมาเป็นแบบเฉพาะๆ หากเปรียบกับต้นไม้ก็เสมือนมีรูปทรง เปลือก กระจ่ แก่น รากแก้ว รากฝอย ใบเลี้ยง ดอก ผล เมล็ด ฯลฯ ที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นการนำเอาสื่อพื้นบ้านมาใช้ในการพัฒนานั้น ในขั้นตอนแรกก็คือ การตรวจสอบภาพ / สถานภาพ ของต้นไม้นั้นเสียก่อนว่าเป็นอย่างไร ดังเช่น ในขั้นตอนการวิจัยเรื่อง “แนวทางการเสริมสร้างและพัฒนาบทบาทสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาชุมชน” ของอดุลย์และคณะ (2547)

ส่วนขั้นตอนที่สองก็คือ การศึกษาองค์ประกอบของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิด แต่ละประเภท (genres) อย่างละเอียดละออ เพื่อการ “ถอนมาใช้งาน” นั้น จะได้ใช้ประโยชน์ในแต่ละส่วนได้อย่างเต็มศักยภาพ และในเวลาเดียวกันก็ไม่สร้างความเสียหายบอบช้ำให้แก่สื่อพื้นบ้านนั้น วิธีการศึกษาองค์ประกอบของสื่อพื้นบ้านเรียกว่า “การวิเคราะห์องค์ประกอบ” (Attribute Analysis) ซึ่งนอกจากจะมี “ท่าแม่บท” พื้นฐานแล้ว ก็ยังมี “ลีลา” แยกย่อยต่อไปอีก ดังจะได้แสดงให้เห็นจากตัวอย่างงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น

การวิเคราะห์คุณลักษณะสามารถทำได้ในแง่มุมเหล่านี้คือ



ภาพที่ 4 : การวิเคราะห์คุณลักษณะ

(2) การวิเคราะห์คุณลักษณะแบบเฉพาะ

จากลักษณะองค์ประกอบของสื่อพื้นบ้านแบบทั่ว ๆ ไปนั้น จะช่วยให้เข้าใจ “รูปแบบ / เนื้อหาของสื่อพื้นบ้านประเภทนั้นแบบหลักการทั่ว ๆ ไป แต่ทว่าเมื่อลงมือทำงานในภาคปฏิบัติ นักวิจัย / ผู้ปฏิบัติงานทางวัฒนธรรมจำเป็นต้องเพิ่ม “ลักษณะเฉพาะ” (ในภาษาคอมพิวเตอร์อาจ

เรียกว่า “พารามิเตอร์” เข้าไป) ซึ่งจะทำให้หน้าตาขององค์ประกอบรวมเหล่านี้มีความแตกต่างกันออกไปในรายละเอียด

เกณฑ์สำหรับลักษณะเฉพาะ (categories) ที่จะนำมาใส่ในที่นี้มีตัวอย่างเช่น

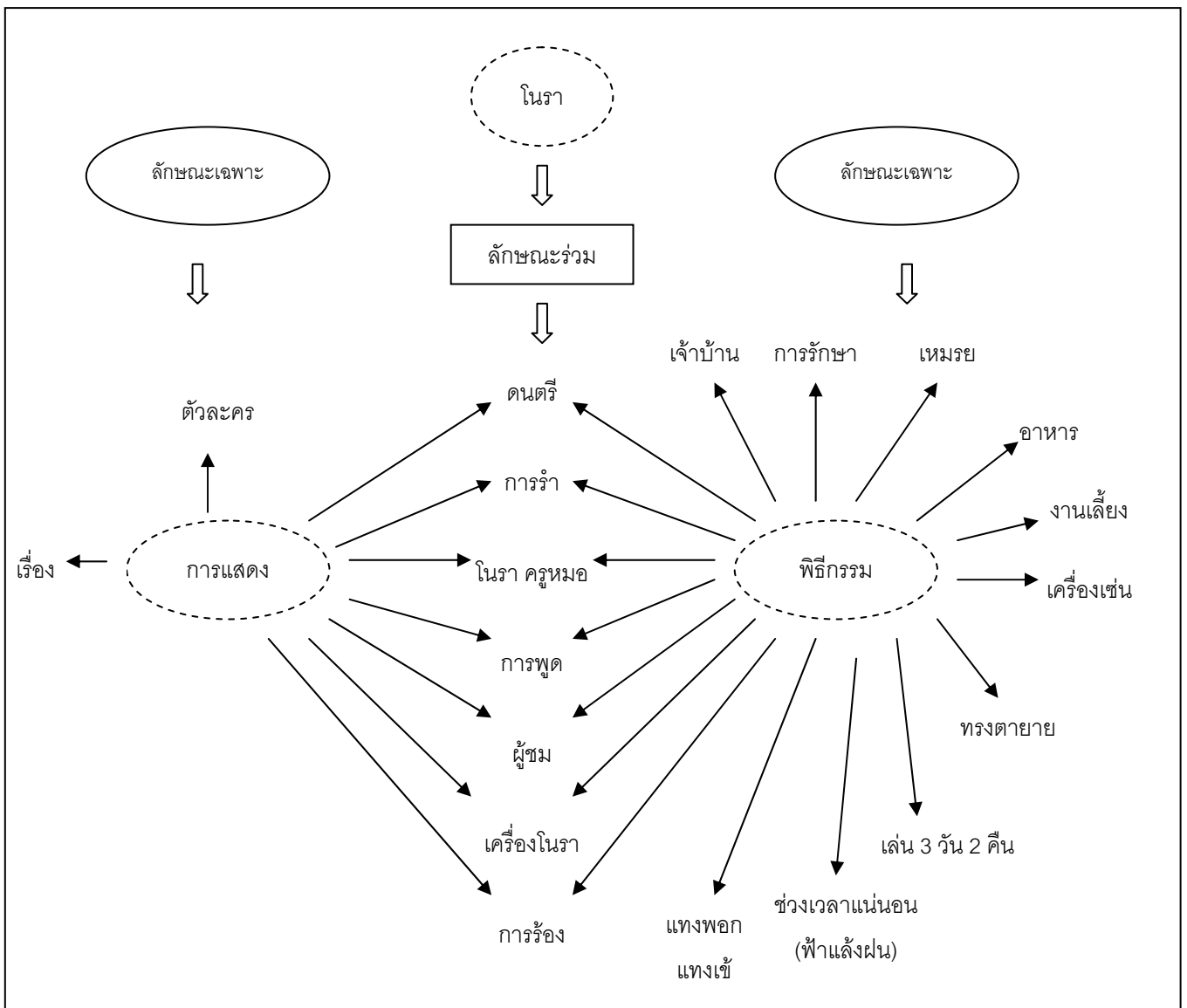
(2.1) ประเภท (genres) ของสื่อพื้นบ้าน

(2.2) กาลเวลา (time)

(2.3) พื้นที่ (area)

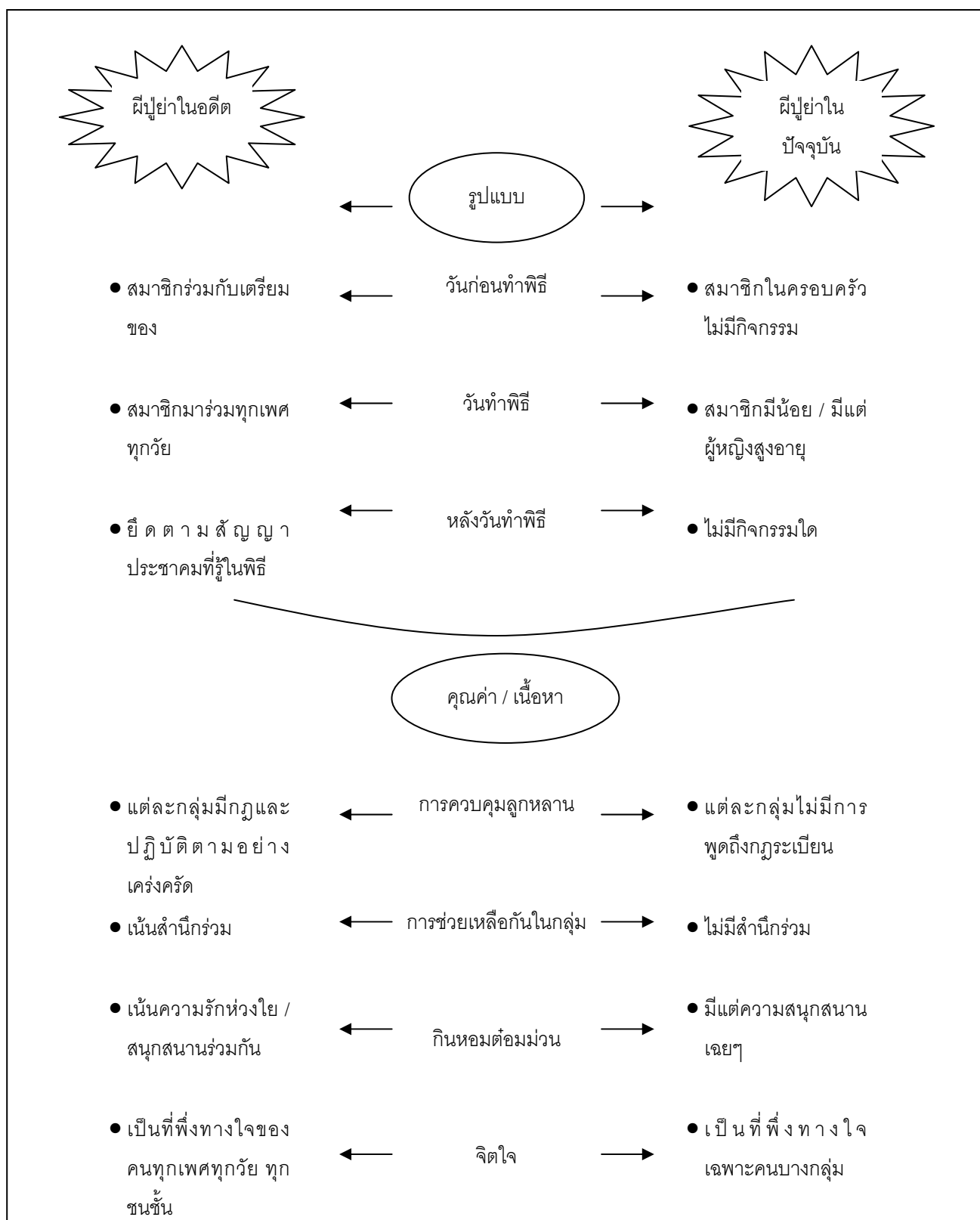
(2.4) สำนัก/สายตระกูล/ สายสกุล (school)

(2.1) ตัวอย่างการวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของสื่อพื้นบ้านแต่ละประเภท เที่ยรชัย และคณะได้วิเคราะห์ลักษณะร่วม /ลักษณะเฉพาะของโนราพิธีกรรมและโนราการแสดงเอาไว้ดังนี้



ภาพที่ 6 คุณลักษณะเฉพาะของโนราแต่ละประเภท

(2.2) ตัวอย่างการวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของสื่อพื้นบ้านตามเกณฑ์เรื่องกาลเวลา
 อดุลย์และคณะเปรียบเทียบลักษณะเฉพาะที่เป็นรูปแบบและเนื้อหา/คุณค่า/ความหมายของพิธีเลี้ยง
 ผีปู่ย่าระหว่างอดีตกับปัจจุบัน ซึ่งแสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงไปของคุณลักษณะของพิธีกรรมนี้



ภาพที่ 7 : การเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะตามกาลเวลาของผีป่วน

(2.3) การวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะตามเกณฑ์เรื่องพื้นที่

เป็นที่รับรู้กันอยู่ว่าสื่อพื้นบ้านในแต่ละท้องถิ่นก็จะมีลักษณะเฉพาะตัวของตนเองที่กลายมาเป็นอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่น เจกเช่นเดียวกับ “ความเหนือ” ที่ปรากฏอยู่ในทางเสียงของภาษาของคนในแต่ละจังหวัด ตัวอย่างเช่น หมอลำ ซึ่งมีอยู่ในทุกจังหวัดในภาคอีสาน แต่ทว่าหมอลำในแต่ละท้องถิ่น แต่ละจังหวัดก็จะมีจุดเด่นเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง

(2.4) การวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะตามเกณฑ์เรื่องสำนัก / สายตระกูล

เกียรติยศและคณะสรุปผลการสำรวจสถานภาพของโนราว่า โนราเป็นสื่อที่นิยมเล่นกันในจังหวัดรอบทะเลสาบอย่างพัทลุง สงขลา นครศรีธรรมราชและจังหวัดใกล้เคียงอย่างตรัง กระบี่ สุราษฎร์ธานี จนถึงชุมพร แต่ทว่า “จังหวัด” ไม่ได้เป็นตัวแบ่งกันสายโนรา หากทว่าความแตกต่างของโนราในแต่ละถิ่นนั้นจะเป็นเรื่องของสายครูที่นำศาสตร์และศิลป์ไปพัฒนา แยกไปตามภูมิลำเนาแล้วได้รับอิทธิพลผสมผสานจารณนิยมทางศิลปะอื่น ๆ ดังนั้นโนราบางสายจึงเป็นการร่ำแบบตัวแข็ง / เครื่องครัด บางสายเน้นการร่ำแบบสนุกสนาน บางสายเน้นการทำบท เป็นต้น

(3) ประโยชน์ของการวิเคราะห์คุณลักษณะ

การวิเคราะห์คุณลักษณะของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดจากกรอบธรรมของจริงนั้นจะให้คุณประโยชน์ทั้งในแง่ผู้นำมาใช้ประโยชน์และทั้งตัวสื่อพื้นบ้านเองดังนี้

(3.1) สำหรับผู้ที่นำเอาสื่อพื้นบ้านมาใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น การวิเคราะห์

คุณลักษณะจะทำให้สามารถนำเอาศักยภาพสูงสุดของสื่อพื้นบ้านในแต่ละชนิดมาใช้ได้ ตัวอย่างเช่น หากทราบว่าโนราสายตระกูลโนรายก ชูบัว มีความโดดเด่นด้านการร่ำทำบท การใช้ภาษาเมื่อสื่อสารตามบทร้อง ดังนั้นหากจะนำมาใช้ในการแต่งเนื้อหาเพื่อรณรงค์ประเด็นทางสังคมก็จะมีเสน่ห์ชวนฟังและชวนมอง ในขณะที่โนราสายท่านขุนอุปถัมภ์ภานุการมีความสุดยอดในเรื่องการทำท่ารำที่ใช้ร่างกายอย่างแข็งแรง หากจะนำเอามาใช้ในเรื่องการฝึกการควบคุมตนเอง การขัดเกลาบุคลิกภาพในเรื่องความอดทน หรือพัฒนาไปสู่การใช้เพื่อการออกกำลังกายก็น่าจะเหมาะสม เป็นต้น

การขาดความรู้ในเรื่องลักษณะเฉพาะของสื่อพื้นบ้านในแต่ละชนิด แต่ละสายสกุล/สายตระกูล แต่ละพื้นที่ ทำให้ผู้ใช้สื่อพื้นบ้านมองข้ามรายละเอียดและมีลักษณะการใช้แบบตีขลุ่ยโดยลืมนพิจารณาถึงมิติเรื่องเอกลักษณ์และสุนทรียะของสื่อพื้นบ้าน ตัวอย่างเช่น ในการสัมภาษณ์หมอลำจากงานวิจัยของประยุทธ์และคณะ (2547) ก็ได้พบว่า เมื่อทางราชการได้ขอให้หมอลำทุกประเภทเอา

เนื้อหาเรื่องการพัฒนาไปรณรังค์นั้น หมอลำบางชนิดหรือบางพื้นที่จะมี”ทางลำ/วาดลำ”ที่ไม่สอดคล้องกับเนื้อหาดังกล่าว แต่ต้องจำใจทำทั้งที่”ไม่ใช่ทางของตน” เป็นต้น

(3.2) ในทางกลับกัน การวิเคราะห์คุณลักษณะของสื่อพื้นบ้านนั้น จะให้คุณประโยชน์เมื่อจะทำงานพัฒนาตัวสื่อพื้นบ้านเอง เช่น ในการรื้อฟื้นหรือสืบทอดสื่อพื้นบ้าน จะได้เป็นไปตามสูตรของ “การครบเครื่องเรื่องการรื้อฟื้น / สืบทอด เช่น การอุปมาอุปมัยเปรียบเทียบสื่อพื้นบ้านกับต้นไม้ที่มีทั้งส่วนที่เป็นราก / ลำต้น / ดอก ผล ใบ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับภาพที่ 5 แสดงองค์ประกอบของโนราก็จะเห็นว่าโนรามีได้มีแต่ทำรำ การร้อง ดนตรี เท่านั้น หากแต่มีความเชื่อกำกับอยู่ด้วย

(3.3) คุณประโยชน์ที่มีต่อตัวสื่อพื้นบ้านอีกแง่มุมหนึ่งก็คือการปรับเปลี่ยน(ดูรายละเอียดต่อไป) แน่นนอนว่าสื่อพื้นบ้านซึ่งเป็นวัฒนธรรมแบบหนึ่งย่อมต้องมีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสภาพบริบทปัจจุบัน แต่จะปรับเปลี่ยนอย่างไรจึงจะเป็นไปตามหลัก “เปลี่ยนแปลง ปรับกระพี้ แต่ต้องรักษาแก่นเอาไว้อย่างสุดชีวิต” การแยกแยะคุณลักษณะจะช่วยให้เจ้าของวัฒนธรรมตระหนักว่าคุณลักษณะใดเป็นเปลือก กระพี้ แก่น เพื่อการหลีกเลี่ยงปัญหาการปรับประยุกต์อย่างผิดฝาผิดตัว คือเปลี่ยนแก่น ปรับกระพี้ และรักษาเปลือกเอาไว้

(3.4) ในทางปฏิบัติ เมื่อมีการวิเคราะห์คุณลักษณะของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดอย่างละเอียดรอบคอบแล้ว เมื่อจะดำเนินการใดที่เกี่ยวข้องกับสื่อพื้นบ้านนั้นไม่ว่าจะเป็นการลงมือกระทำกิจกรรม การเชิญชวนผู้ที่เกี่ยวข้อง การตระเตรียมวัสดุอุปกรณ์ การเลือกเวลา / สถานที่ ฯลฯ ก็จะทำให้ได้อย่างครบถ้วน ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่องผีป่วนของอดุลย์และคณะพบว่าผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานไหว้ผีป่วนนั้นมีตั้งแต่ เก้าผี(ต้นตระกูล) ผู้ทำพิธี กำลั้งผี(แกนนำหลัก) ลูกเล่าลูกแบ่ง (สมาชิก) ลูกขึ้น (ลูกเขย) เมื่อมีการระดมพลสร้างความเข้าใจและสร้างการมีส่วนร่วมก็จะทราบว่าต้องทำอะไรกับใครบ้าง

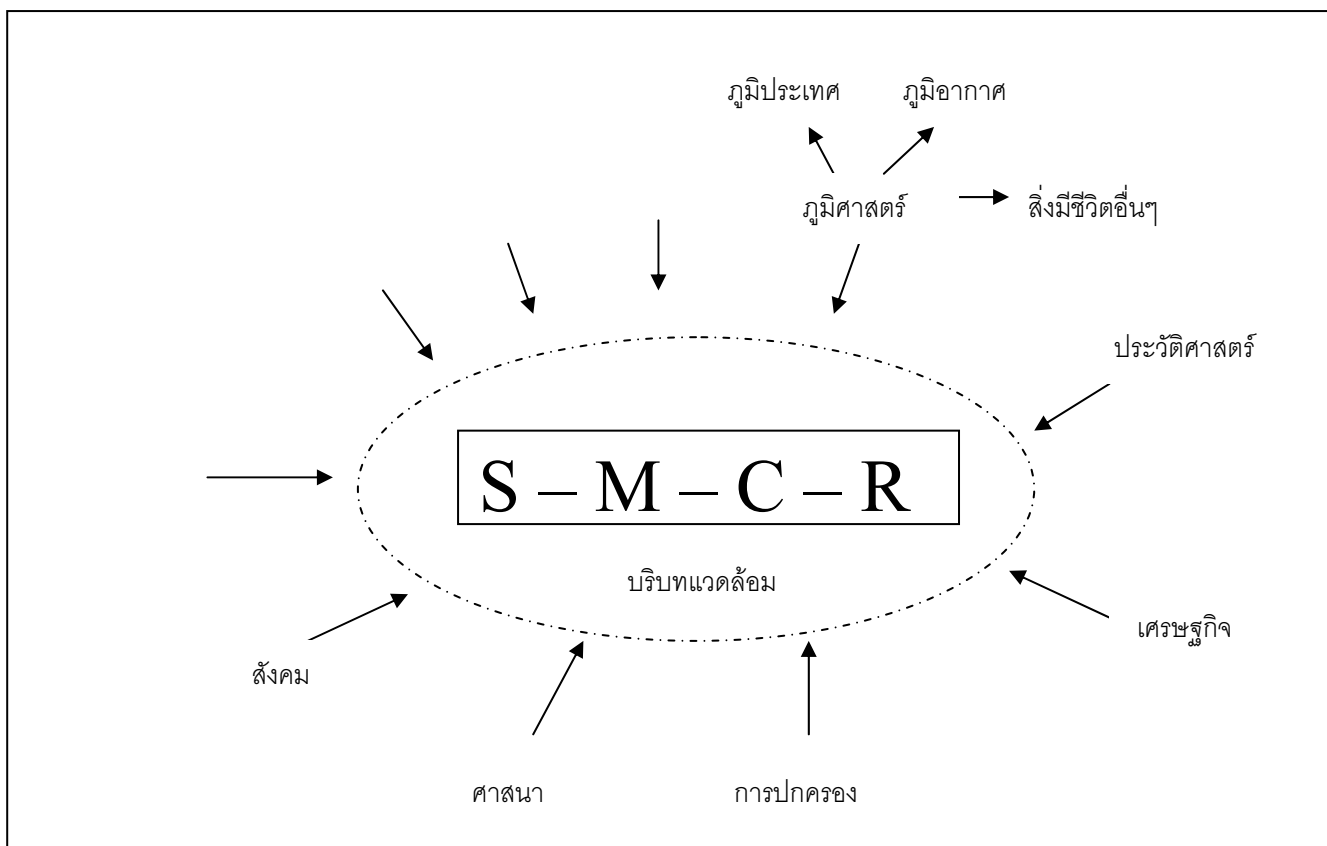
ในขณะที่การวิเคราะห์คุณลักษณะเป็นวิธีการที่มีคุณประโยชน์มากมายหลายประการที่กล่าวมา ก็อาจจะมีคำถามว่าแล้วเราจะได้คุณลักษณะดังกล่าวมาอย่างไร อดุลย์และคณะได้ประมวลวิธีการที่จะได้คุณลักษณะของสื่อพื้นบ้านที่ศึกษาว่ามาได้หลายเส้นทาง เช่น

- การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร
- การลงไปในพื้นที่ที่จะทำกิจกรรมเพื่อสำรวจ/สังเกต/เข้าร่วมกิจกรรม
- การจัดเวทีเสวนาระดับต่ำ งๆ เช่น ภายในกลุ่มผู้รู้ ทั้งหมู่บ้านระดับตำบล
- การสัมภาษณ์เจาะลึก

เป็นต้น

4.การวิเคราะห์บริบทของสื่อพื้นบ้าน

ควบคู่ไปกับการวิเคราะห์คุณลักษณะนั้น ในวิชาการด้านนิเทศศาสตร์จากแบบจำลององค์ประกอบของการสื่อสารคือ S- M – C –R ที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น เนื่องจากการสื่อสารทุกชนิดไม่ได้เกิดขึ้นในสุญญากาศ แต่จะต้องมีบริบทแวดล้อมรองรับอยู่เสมอ ดังนั้น ภาพที่ครบถ้วนขององค์ประกอบของการสื่อสารจึงเป็นดังนี้



ภาพที่ 8 : บริบทแวดล้อมของสื่อพื้นบ้าน

การศึกษาบริบทแวดล้อมของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดนั้น จะทำให้เข้าใจสถานการณ์ภาพของสื่อพื้นบ้านใน 3 มิติ คือ

(1) มิติที่เป็นมา (อดีต) คือ เข้าใจการก่อตัวของสื่อพื้นบ้านนั้นว่ามีที่มาอย่างไร เช่น เพราะเหตุใด การประกอบพิธีกรรมในราโรงครู จึงต้องใช้กำลังแรงคนอย่างมากมาย ซึ่งเข็รชัยและคณะอธิบายว่า เนื่องจากบริบทแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ทางสังคมชาวไต้หวันเป็นชายฝั่งทะเลที่เปิดกว้าง ซึ่งหมายความว่า มีความเสี่ยงสูงต่อภัยอันตรายต่างๆ นานา เช่น ปัญหาโจรสลัดในอดีต ดังนั้น การรวบรวมสมัครพรรคพวกจึงเป็นเรื่องสำคัญ และกิจกรรมการประกอบพิธีกรรมในราโรงครูก็เป็นเสมือน “การขานชื่อ” หมู่พวกของเรา

(2) มิติที่กำลังเป็นอยู่ (ปัจจุบัน) จากงานวิจัยในรากอื่นเช่นเดียวกันที่ช่วยให้เข้าใจได้ว่า เพราะเหตุใดในยุคสมัยปัจจุบันทั้งๆ ที่เป็นยุคสมัยแห่งความเชื่อทางวิทยาศาสตร์แล้ว และทั้งๆ ที่สังคมมีการจัดสถาบันสวัสดิการต่างๆ ให้แก่ชีวิตผู้คน แต่ทว่าการประกอบพิธีกรรมในรากอื่นในช่วงปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ก็ยังเฟื่องฟูอยู่มาก เขียวชัยและคณะอธิบายว่า เนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงปีพ.ศ.2540 ประการหนึ่ง และเนื่องจากความล้มเหลวของสถาบันสวัสดิการแบบใหม่ๆ เช่น การรักษาพยาบาล การแข่งขันเข้าเรียนต่อหรือทำงาน ฯลฯ ซึ่งระบบสมัยใหม่ไม่อาจให้หลักประกันทางจิตใจแก่ผู้คนได้ ดังนั้น สถาบันดั้งเดิมเช่นสี่พันบ้านโนราพิธีกรรมเช่นโรงโนราโรงครูจึงยังถูกรื้อฟื้นมาให้บริการแก่ชุมชนอีกครั้งหนึ่ง

(3) มิติที่กำลังจะเป็นไป (อนาคต) การเข้าใจบริบทแวดล้อมนั้นจะช่วยให้ทิศทางการปรับเปลี่ยน / การพัฒนาสี่พันบ้านซึ่งเป็นสื่อที่ก่อตัวมาจากบริบทแวดล้อมในอดีตซึ่งในปัจจุบันสภาพความเป็นจริงได้เปลี่ยนแปลงไป สื่อสี่พันบ้านแต่ละชนิดจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนตามไปด้วย (เพียงแต่ต้องตอกย้ำซ้ำทวนครั้งแล้วครั้งเล่าว่า การปรับเปลี่ยนนั้นเป็นไปตามยถากรรมหรือมีการวางแผน เป็นการเปลี่ยนแปลงจากพลังผลักดันอะไร ใครได้ใครเสียในการเปลี่ยนแปลงนั้นบ้าง ฯลฯ) นี่น่าจะเป็นโจทย์การศึกษาขนาดใหญ่ คือ การส่งมอบมรดกสื่อสี่พันบ้านจากคนรุ่นก่อนมายังมือผู้รับที่เป็นคนรุ่นใหม่

อดุลย์และคณะค้นพบคำตอบจากภาคปฏิบัติว่าการรื้อฟื้นการประกอบพิธีกรรมไหว้ผีปู่ย่าร่วมกับ **แก้ผีเช่นแม่เกียงคำว่า** แต่เดิมนั้น หน้าที่ของผีปู่ย่านั้นมีหลายอย่าง เช่น ควบคุมความประพฤติและพฤติกรรมทางเพศของบุตรหลาน เชื่อมความสัมพันธ์ในหมู่เครือญาติ ฯลฯ แต่ทว่าหน้าที่หลักที่สมาชิกในชุมชนรับรู้กันก็คือ หน้าที่การควบคุมความประพฤติทางเพศของบุตรหลาน แต่ทว่าเมื่อมีการรื้อฟื้นผีปู่ย่าขึ้นมาในปี ค.ศ. 2004 นี้ หากพลิกเอาเหลี่ยมมุมเรื่องหน้าที่ควบคุมบุตรหลานขึ้นมาเป็นจุดขาย กลุ่มผู้รื้อฟื้นก็เห็นว่า หน้าที่หลักนี้น่าจะขายไม่ออก ทั้งนี้เพราะเด็กรุ่นใหม่เบื่อหน่ายต่อการถูกควบคุมโดยพ่อแม่ โรงเรียน และอื่นๆ มากพออยู่แล้ว ดังนั้น กลุ่มผีปู่ย่าทั้งหมดจึงพลิกเหลี่ยมมุมใหม่ของหน้าที่ผีปู่ย่า คือ รื้อฟื้นขึ้นมาเพื่อจัดสวัสดิการต่างๆ ให้แก่ลูกหลาน เช่น ด้านเศรษฐกิจ (ทำกองทุนเพื่อการศึกษาของลูกหลาน) ด้านสิ่งแวดล้อม (เช่น ทำเกษตรปลอดสารพิษเพื่อลูกหลาน) เป็นต้น

เขียวชัยและคณะเสนอตัวอย่างการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสี่พันบ้านโนรากับการเปลี่ยนแปลงบริบทแวดล้อมที่ส่งผลกระทบถึงกันและกัน ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันดังนี้

อดีต		ปัจจุบัน		ผลกระทบ
จากสังคมมุขปาฐะ	⇒	สังคมลายลักษณ์	⇒	โนรมีการจดบันทึก (แต่อาจขาดการสร้างสรรค์ / ความหลากหลาย)
สังคมเกษตร	⇒	สังคมอุตสาหกรรม	⇒	ความต้องการกำลังคนน้อยลง
			⇒	การเอาแรงช่วยเหลือเปลี่ยนเป็นการว่าจ้าง (เช่นการปลูกโรงโนรา)
สังคมที่มีศาสนา / ความเชื่อเป็นศูนย์กลาง	⇒	สังคมที่มีเศรษฐกิจเป็นศูนย์กลาง	⇒	โนรากลายเป็นสื่อพื้นบ้านราคาแพง
สังคมที่มีกระบวนการทัศน์แบบความเชื่อไสยศาสตร์ (จิตวิญญาณ / ตายาย)	⇒	สังคมที่มีกระบวนการทัศน์แบบวิทยาศาสตร์	⇒	เด็กรุ่นใหม่ผ่านระบบโรงเรียนจะมองพิธีกรรมเข้าทรงเป็นเรื่องเหลวไหล
สังคมที่มีระบบป้องกันภัย / ศาสตร์การของท้องถิ่น (localized so safety net) เช่น เครื่องญาติ / เกล	⇒	สังคมที่มีระบบป้องกันภัย / ศาสตร์การระดับชาติ เช่น ตำรวจ ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน	⇒	สายสัมพันธ์แบบดั้งเดิม
สังคมที่มีผู้สูงอายุเป็นแหล่งสะสมความรู้	⇒	สังคมที่สถาบันสังคมอื่น ๆ เช่น โรงเรียน / ธุรกิจ / สื่อมวลชน เป็นแหล่งสะสมความรู้	⇒	อำนาจของคนเฒ่าคนแก่หมดไป พิธีกรรมที่มีผู้อาวุโสเป็นศูนย์กลางหมดความหมาย
ระบบนิเวศที่เป็นสิ่งสร้างตามธรรมชาติ (natural enviroment) เช่น ทะเลสาบ / จระเข้ / นกน้ำ	⇒	ระบบนิเวศที่เป็นสิ่งสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้น (man – made	⇒	เนื้อหาในสื่อพื้นบ้านเริ่มไม่มีสภาพความเป็นจริงรองรับเช่นบทเพลงเข้

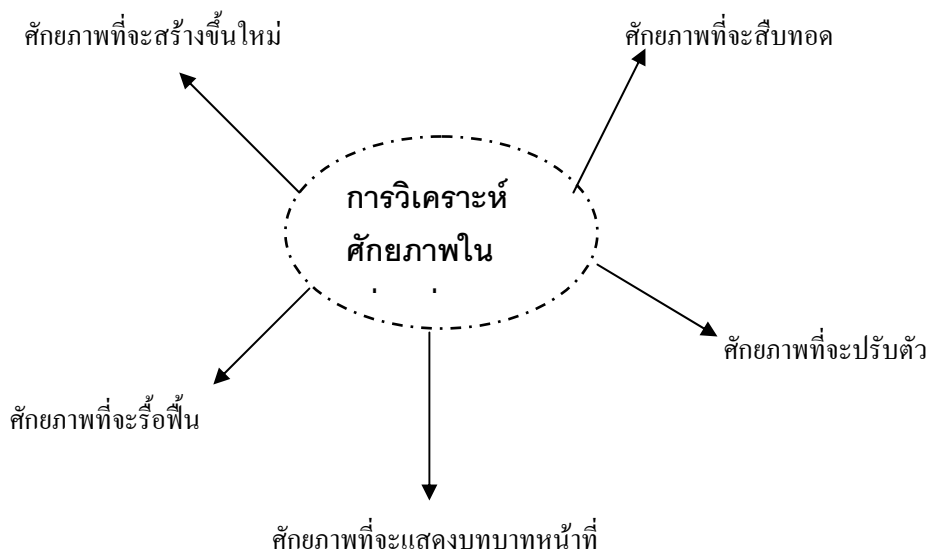
ตอนที่ 3 :การวิเคราะห์ศักยภาพของสื่อพื้นบ้าน

การศึกษา “ศักยภาพ” ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นเปรียบเสมือนการดึงหนังสือดีกให้ยืด เพื่อจะดูว่าหนังสือดีสามารถที่จะยืดออกไปได้อย่างมากที่สุดแค่ไหนจึงจะไม่ขาด (ไม่มากเกินไปแต่ก็ไม่น้อยเกินไป) อุปมาอุปมัยดังกล่าวก็สามารถนำมาใช้กับการศึกษา “ศักยภาพของสื่อพื้นบ้าน” เพื่อที่จะนำมาใช้แบบ “ไม่ให้น้อยเกินไป แต่ก็ไม่ให้มากเกินไป” (จนสูญเสีย)

เรียร์ชัยและคณะให้นิยามคำว่า “ศักยภาพของสื่อพื้นบ้าน “เอาไว้ว่า หมายถึงความเป็นไปได้ในมิติความสามารถของสื่ออื่นๆ ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องมาจาก**ปัจจัยภายใน**คือเรื่องคุณลักษณะของ “ตัวสื่อ” และเรื่องคุณลักษณะของ “ชุมชนท้องถิ่น” ผู้เป็นเจ้าของสื่อ (บริบทแวดล้อม) เพื่อการดำรงอยู่ท่ามกลาง**ปัจจัยภายนอก**ทั้งที่เข้ามาส่งเสริมหรือกีดเซาะ(เทียบกับการยืดหนังสือดี) เช่น กระแสสังคมและการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ดังที่ได้ยกตัวอย่างมาข้างต้น

การศึกษา “ศักยภาพ” นั้นเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน และการดำรงอยู่ของสื่อพื้นบ้าน กล่าวคือ หากสื่อพื้นบ้านขาดศักยภาพในด้านการสืบทอด (คือเป็นหมัน) ก็แน่นอนว่าการไม่มีทายาทก็คือการสูญสิ้นไปนั่นเอง หรือหากสื่อพื้นบ้านขาดความสามารถที่ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ใหม่ ๆ ก็คงไม่สามารถดำรงอยู่ได้ หรือหากสื่อพื้นบ้านไม่อาจทำหน้าที่อย่างที่เคยทำหรืออย่างที่ควรทำในปัจจุบัน ก็คงจะหมดเหตุผลที่จะดำรงอยู่เช่นเดียวกัน

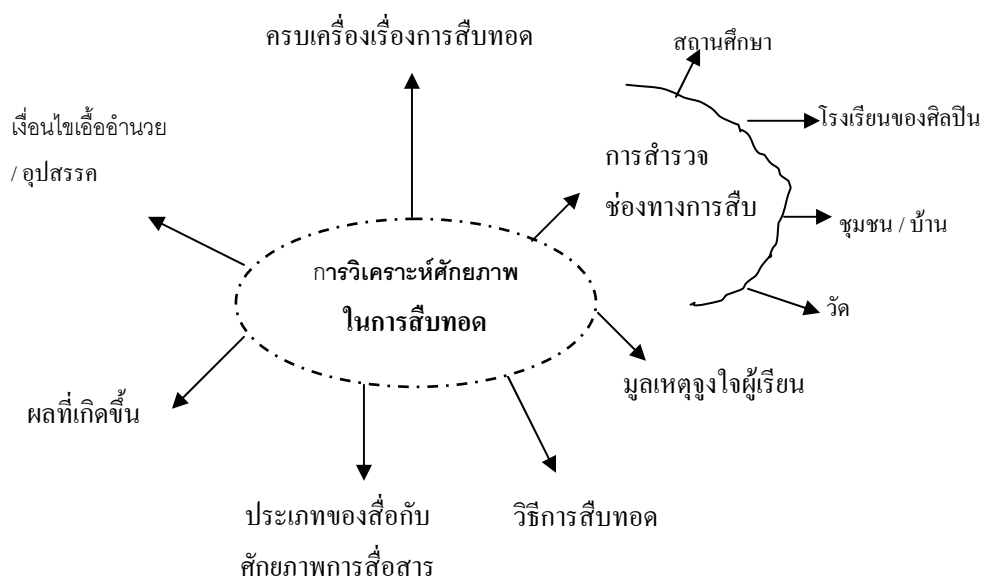
สำหรับการศึกษา “ศักยภาพของสื่อพื้นบ้านในงานวิจัยใน 4 เรื่องนี้ ได้เปิดมิติมุมมองด้านศักยภาพที่แตกต่างและหลากหลาย (รวมทั้งยังสามารถจะเป็นมิติอื่น ๆ อีกต่อไปได้)



ภาพที่ 9 : การวิเคราะห์ศักยภาพในแง่มุมต่างๆ

6. ศักยภาพในการสืบทอด

ข้อเด่นประการแรกของการศึกษาเรื่องศักยภาพในการสืบทอดของงานวิจัยสื่อพื้นบ้าน เช่น งานวิจัยโนรานั้นก็คือ การวิเคราะห์ศักยภาพการสืบทอดไม่จำกัดอยู่แต่เฉพาะในกลุ่มผู้สงสาร คือ ศิลปิน(ซึ่งเป็นแง่มุมที่เข้าใจ / รับรู้กันโดยทั่วไป) หากทว่าคณะวิจัยได้ใช้กรอบขององค์ประกอบการสื่อสาร คือ S-M-C-R มาวาง และศึกษาทั้ง 4 องค์ประกอบ โดยเอาตัว “ช่องทางการสืบทอด” (Channel) เป็นตัวตั้งและส่งผลสะท้อนไปถึงองค์ประกอบอีก 3 ตัวคือ S-M-R และนอกจากนั้นยังทำการเปรียบเทียบศักยภาพการสืบทอดจากอดีตถึงปัจจุบัน เพื่อวิเคราะห์การปรับเปลี่ยนที่เกิดขึ้น อันจะช่วยฉายส่องให้เห็นแนวทางที่จะเดินต่อไปในอนาคต



ภาพที่ 10 : การวิเคราะห์ศักยภาพในกรณีสืบทอด

6.1 การสำรวจช่องทางการสืบทอดในปัจจุบัน เมื่อพิจารณาโดยเอา ตัว “ช่องทาง” เป็นตัวตั้ง จะพบว่าช่องทางการสืบทอดในอดีตนั้น จะเป็นสายตระกูล ดังนั้นผู้รับการสืบทอดจึงจำกัดอยู่ในหมู่ลูกหลานเครือญาติ กระบวนการ/วิธีการเรียนรู้จะไม่แยกจากการใช้ชีวิต ความสัมพันธ์ระหว่างครู – ศิษย์ มีหลายชั้น ทั้งเป็นเครือญาติ ทั้งเป็นครู – ศิษย์ ทั้งเป็นผู้ร่วมแสดง ฯลฯ

ในปัจจุบัน การสืบทอดในช่องทางแบบสายตระกูลเริ่มลดน้อยหายไปเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพการณ์โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของสถาบันการศึกษาที่ดึงเอาเด็กไปเรียนรู้ใน

โรงเรียน ประกอบกับสภาพการณ์ที่ตกต่ำของโนรา การเกิดขึ้นของสถาบันอื่น ๆ ที่ได้วิเคราะห์ไปข้างต้น

แต่ท่ามกลางการลดน้อยถอยหลังของช่องทางการสืบทอดแบบสายตระกูล สื่อพื้นบ้านโนราที่มีฐานะเป็นมากกว่าสื่อและอยู่คู่กับจิตใจและสังคมชาวใต้มานานแสนนาน ก็ได้สำแดงศักยภาพที่ปรับเปลี่ยนกระบวนการและช่องทางในการสืบทอดโดยได้สร้างสรรค์ช่องทางใหม่ ๆ ในการสืบทอดซึ่งผลจากการวิจัยได้แยกเป็น 4 ช่องทางคือ

(ก) **การสืบทอดผ่านสถาบันการศึกษา** เช่น สถาบันอุดมศึกษาท้องถิ่น โรงเรียนในท้องถิ่น รูปแบบของการสืบทอดนั้นมี 2 รูปแบบ คือ การฝึกหัดในแบบชมรม ซึ่งสามารถจะตั้งเป้าหมายได้ว่า จะสร้างผู้ส่งสารรุ่นใหม่ที่มีระดับใกล้เคียงกับศิลปินรุ่นเก่า ทั้งนี้เนื่องจากการใช้เวลาได้มาก มีความต่อเนื่อง ผู้เรียนเข้ามาเรียนด้วยใจรัก และสามารถจะจำลองรูปแบบความสัมพันธ์อย่างครู – ศิษย์มาใช้ได้ ในบางแห่งมีการจัดรูปแบบการเรียนแบบ “อาศรมศึกษา” คือศิษย์ไปนอนบ้านครูก็ได้

อาจกล่าวได้ว่ารูปแบบฝึกหัดในชมรมนั้น คือการพยายามผลิตซ้ำ (reproduction) ของกระบวนการสืบทอดจากสายตระกูลมาสู่บริบทใหม่ โดยยังคงคุณลักษณะดั้งเดิมเอาไว้บ้าง แต่ก็ได้ปรับเปลี่ยนบางคุณลักษณะย่อยให้เข้ากับสภาพการณ์แบบใหม่ (เช่น คุณสมบัติของผู้เรียนไม่จำเป็นต้องเป็นลูกหลานเท่านั้น)

อีกรูปแบบหนึ่งคือการสืบทอดในรูปแบบของวิชาเลือก เป้าหมายของการสืบทอดแบบนี้แม้ว่าจะมีการสอนให้เด็กรำ/ร้อง แต่ทว่าเนื่องจากเวลาที่ใช้บ่มเพาะและความไม่ต่อเนื่องจึงน่าจะทำให้วางเป้าหมายได้เพียงแค่ว่า “รำพอเป็นเท่านั้น” แต่ส่วนที่น่าติดตามหลักของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมก็คือ “ต้องเคยเรียนรำโนราหรือรำพอเป็น จึงจะเป็นผู้ชมโนราที่ตาคม (คือเห็นคุณค่าและดูอย่างรู้จักเข้าใจ) แต่ข้อเด่นก็คือ การสืบทอดในรูปแบบของวิชาเลือกนี้จะทำให้ได้ผู้เรียนปริมาณมาก และสมควรจะพัฒนาศักยภาพของรูปแบบการสืบทอดนี้ให้เป็นการสร้าง ตลาดผู้ชมสื่อพื้นบ้านที่มีคุณภาพในอนาคต

ในสองรูปแบบของการสืบทอดในสถาบันการศึกษานี้มีการดำเนินการในเรื่องสื่อพื้นบ้านขนาดใหญ่ทุกประเภท เนื่องจากสื่อพื้นบ้านขนาดใหญ่และมีอายุอันยาวนานนั้น ยังเป็นที่ต้องการของคนในสังคม ประยุทธ์และคณะ (2547) พบเช่นเดียวกับในกรณีของหมอลำว่า มีการเรียนการสอนตั้งแต่ในระดับชั้นประถมศึกษาไปจนถึงระดับอุดมศึกษา และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อหมอลำได้ก้าวเข้าสู่ระบบธุรกิจเรื่องเงิน ๆ ทอง ๆ อย่างเต็มตัวแล้ว ก็ทำให้นักเรียนที่เรียนสามารถใช้การเรียนรู้สื่อพื้นบ้านเป็นช่องทางก้าวไปสู่วิชาชีพได้

การสืบทอดในสถาบันการศึกษานี้ สำหรับผู้สืบทอดอาจจะมีการโยกทรัพยากร /ทั้งตัวบุคคล /ฐานความรู้หรือการไขว่การทำงานระหว่างสถาบันเก่าคือ สื่อพื้นบ้านกับสถาบันใหม่คือโรงเรียน/

มหาวิทยาลัย เช่นมีการนำเอาศิลปินโนราหรือหมอลำมาเป็นครูผู้สอนในสถาบันการศึกษา ซึ่งในการนี้ ศิลปินก็จำเป็นต้องปรับตัวด้วยการเพิ่มทักษะการสื่อสารจากเดิมที่เป็นแบบ “ศิลปิน”(เน้น mode of expression)มาเป็นการสื่อสารแบบ”ครู” (เน้น mode of explanation) และจำเป็นต้องมีกระบวนการคัดเลือกเนื้อหาสาร(Message selection) และวิธีการนำเสนอที่โยกฐานความรู้จาก “เวทีการแสดง”มาสู่ “เวทีห้องเรียน” กระบวนการโยกทรัพยากร/การไขว่การทำงานร่วมกันในการสืบทอดนี้ยังมีปัญหาอุปสรรคอีกมากมายที่ยังรอคอยการศึกษาวิจัยเพื่อหาทางแก้ไข เช่นการขาดความต่อเนื่องทางงบประมาณที่จะจ้างตัวศิลปิน กระบวนการคัดเลือกเนื้อหา การรักษাজิตสำนึกต่อสื่อพื้นบ้านของผู้เรียน ความชัดเจนต่อเป้าหมายของการเรียนการสอนสื่อพื้นบ้านในสถาบันการศึกษา เป็นต้น

(ข) การสืบทอดผ่านช่องทางช่องทางแหล่งเรียนรู้ของศิลปิน สำหรับกรณีของสื่อพื้นบ้าน เช่นหมอลำซึ่งได้พัฒนามาสู่ระบบสื่อมวลชนสมัยใหม่ที่มีลักษณะทางธุรกิจและเป็นวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) ซึ่งทำให้ความต้องการสื่อพื้นบ้านประเภทนี้มีมากขึ้นอยู่ตลอดเวลา และส่งผลไปถึงช่องทางการสืบทอด คณะวิจัยหมอลำจึงพบว่า มีช่องทางการสืบทอด 5 ประเภทที่เคยมีมาและผ่านการพัฒนามาเป็นลำดับ คือ

- การสืบทอดด้านสายตระกูล
- การเรียนแบบแสวงหาครู – ศิษย์แบบเดิม
- การเรียนแบบครูพักลักจำ
- การเรียนจากตำราและสื่อโสตทัศน์
- การเรียนแบบลงมือทำคือการสมัครเข้าไปทำงานอยู่ในคณะหมอลำและเรียนรู้ไป
- พร้อม ๆ กัน

ช่องทางแบบล่าสุดของการสืบทอดคือการที่หมอลำที่มีประสบการณ์และอาวุโสจะเปิดเป็นสำนักหมอลำ และดำเนินการในลักษณะธุรกิจ ซึ่งอาจจะคล้ายกับรูปแบบการเรียนแบบแสวงหาครู – ศิษย์แบบเดิม แต่ทว่าโดยเนื้อหาแล้ว คณะวิจัยพบว่ามีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก เพราะลักษณะความเป็นธุรกิจทำให้เกิดการเร่งผลิตหมอลำออกไปป้อนตลาดโดยไม่ได้สนใจวัดชั้นคุณภาพจากลูกศิษย์ตนเอง ส่วนเรื่องความสัมพันธ์ครู – ศิษย์นั้น ก็ไม่ต้องพูดถึงเพราะลูกศิษย์ได้แปรสภาพไปเป็นลูกค้าเสียแล้ว

และเมื่อสื่อพื้นบ้านเช่นหมอลำได้ลดสถานะภาพจากการเป็นคู่ขวัญของชุมชน / เป็นวัฒนธรรมพื้นบ้าน / เป็นแก่นแกน / เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ลงไปเป็นแค่ “เครื่องมือประกอบอาชีพ / หนทางทำมาหากิน “เท่านั้น คณะวิจัยก็พบว่าแรงจูงใจของผู้มาเรียนหมอลำรุ่นใหม่นั้นก็เปลี่ยนแปลงไป กลายเป็นเพียงการอยากมาเรียนเพราะรักสนุก หรือหารายได้เท่านั้น

(ค) การสืบทอดผ่านช่องทาง“บ้าน” / ชุมชน จากผลการสำรวจสถานการณ์ภาพของสื่อพื้นบ้านที่ได้กล่าวมาข้างต้นว่า ได้พบเขาเหงาหงอยเมื่อพบกับกระแสพัฒนาสังคมให้ทันสมัยและชื่นชมสื่อสมัยใหม่ คือสื่อมวลชน แต่ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา สังคมไทยเริ่มพบวิกฤตกับการก้าวพัฒนาไปข้างหน้าและเติบโต จึงได้หันหลังกลับมาตั้งหลักใหม่ กระแสการเหลียวมาหาภูมิปัญญาพื้นบ้านและสื่อท้องถิ่นก็เริ่มกระตือรือร้น ในการนี้ กลุ่มผู้ชมที่มีใจรักภักดีกับสื่อพื้นบ้าน เช่นกลุ่มผู้ชมโนราแบบเดิมจึงเริ่มรู้สึกโหยหาสื่อพื้นบ้าน แต่ในบางพื้นที่ การสืบทอดโนราแบบเดิมจากส่วนของศิลปินและและสายตระกูลได้สูญหายไป ดังนั้น กลุ่มผู้ชมเหล่านี้จึงได้รวบรวมความกล้าหาญ หัดโนราขึ้นในชายคาบ้านตน แม้ว่าตนเองจะไม่ได้สืบทอดโนราในฐานะศิลปินก็ตาม

และหากบรรดาผู้มีใจรักสื่อพื้นบ้านไปตกฟากอยู่ที่ตำแหน่งแห่งที่ใด ก็มักจะใช้ที่ยืนของตนเองให้เป็นประโยชน์ต่อการฟื้นฟูสื่อพื้นบ้าน เช่น อบต. ที่มีใจรักโนราก็จะเริ่มฟื้นฟูให้มีการจัดค่ายหัดรำโนรา หรือสมาชิกสภาวัฒนธรรม ฯลฯ การสืบทอดในลักษณะที่เป็นช่องทาง” บ้าน/ ชุมชน”นี้ พิสูจน์ให้เห็นว่า สื่อพื้นบ้านนั้นอยู่ในการโอบอุ้มของชุมชนอย่างแท้จริง และด้วยรากฐานที่มีใจรักเป็นรากแก้วเช่นนี้ ก็น่าจะมีการศึกษาค้นคว้าว่า จะช่วยกันงอกกล้าต้นและผลิดอกออกไปให้แก่ช่องทางการสืบทอดในรูปแบบนี้ต่อไปได้อย่างไร

(ง) การสืบทอดผ่านช่องทาง “วัด” อันสืบเนื่องมาจากข้อเท็จจริงในข้อ (ค) คือหากผู้มีใจรักสื่อพื้นบ้านนั้นมีฐานะเป็นพระภิกษุสงฆ์ โอกาสที่สื่อพื้นบ้านจะได้ไปตกฟากการสืบทอดในสถาบันศาสนาก็มีมากขึ้น ดังที่คณะวิจัยโนราได้ค้นพบว่ามียอดหลายแห่งที่เปิดสอนรำโนราให้แก่เด็กๆ ควบคู่ไปกับการสอนพุทธศาสนา และสอนการภาษาอังกฤษในวันอาทิตย์ เนื่องมาจากเจ้าอาวาสมีใจรักโนราอยู่ในสายเลือด

คณะวิจัยโนราวิเคราะห์ว่าการที่สถาบันสืบทอดสื่อพื้นบ้านมาอยู่ในวัดนั้นมีข้อดีเด่นหลายประการแรก เมื่อเทียบกับการสืบทอดผ่าน “บ้าน” ซึ่งมักจะเป็นภายในบริเวณชายคาบ้านของชาวบ้าน พื้นที่ดังกล่าวนี้ยังมีลักษณะเป็น “ส่วนตัว” (private) แต่ทว่าพื้นที่ในวัดนั้นเป็น “พื้นที่สาธารณะ” (public sphere) ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของสื่อพื้นบ้าน

ประการที่สอง วัดเป็นสถาบันศาสนาที่ลดเหลี่ยมมิติเรื่องธุรกิจ / เงินทองลงไปได้ และพลิกเหลี่ยมมุมมองเรื่อง “ความศรัทธา” ซึ่งช่วยให้ศิลปะไม่ถูกตีค่าเป็นเม็ดเงินและสามารถระดมการร่วมแรงร่วมใจได้โดยไม่ต้องตอบคำถามเรื่อง “ผลประโยชน์ของใคร” เนื่องจาก “วัด” ถูกรับรู้ว่าเป็น “สถาบันของส่วนรวม/ชุมชน”

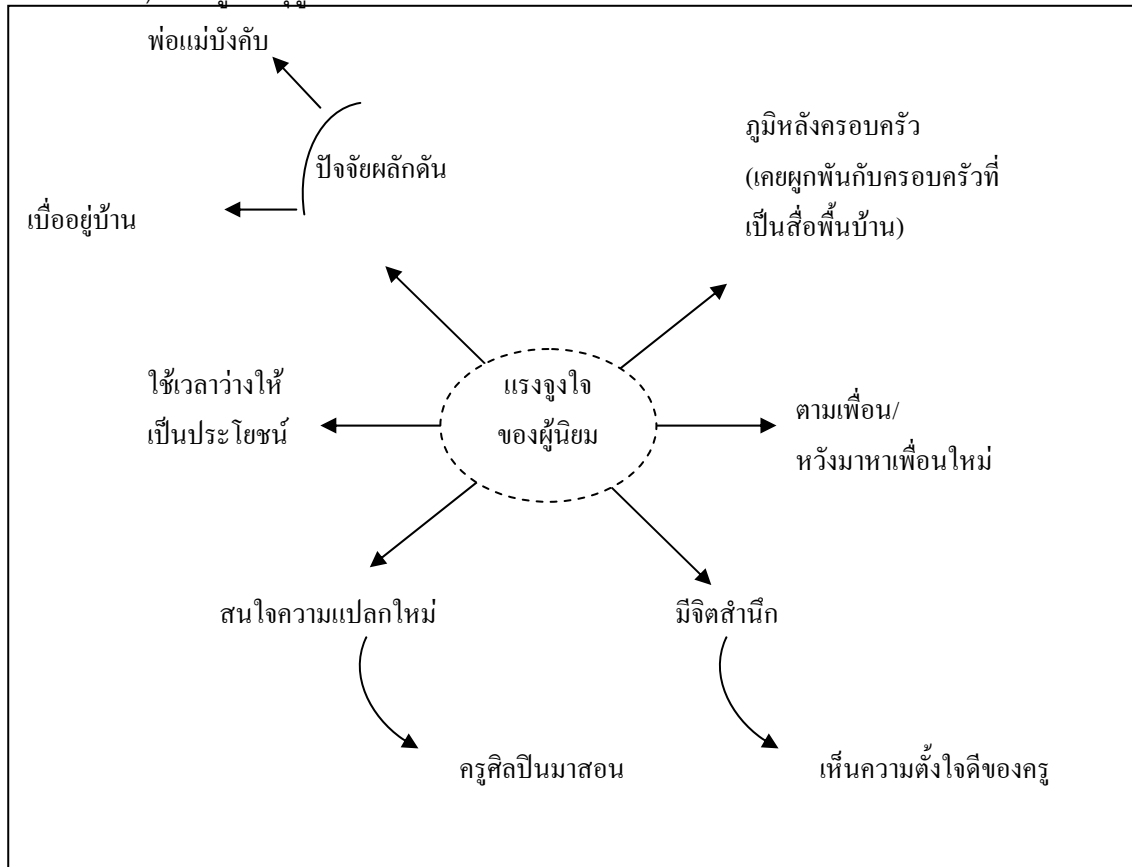
และประการสุดท้ายเนื่องจากวัดเป็นโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ของการสร้างกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน เช่น งานวัด งานบวช งานศพ ฯลฯ ดังนั้นวัดจึงเป็นช่องทางสำคัญสำหรับ”การแสดงของสื่อพื้นบ้าน” ทั้งนี้เนื่องจากธรรมชาติของการสืบทอดฝึกฝนศิลปินนั้น หากหัดเล่นหัดซ้อมไปแล้ว แต่

หากไม่มีโอกาส/ช่องทางได้แสดง ก็จะกลายเป็นหมั่น และเมื่อได้แสดงก็มีผลสืบเนื่องติดตามาคือ เป็นช่องทางหารายได้ให้แก่เด็ก ๆ

ด้วยความเหมาะสมทั้งหลายทั้งปวงนี้ จึงมีข้อน่าคิดที่น่าจะนำเอาการสืบทอดสื่อพื้นบ้าน เข้าไปไว้ในกรอบอ้อมอนุเคราะห์ของ “ชายผ้าเหลือง” ซึ่งนอกจากจะดีต่อสื่อพื้นบ้านแล้ว ก็ยังหวังกลับไปเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ต่อสถาบันศาสนาเองในการเปิดประตูต้อนรับชักชวนคนรุ่นใหม่ให้หันหน้าเข้าวัดอีกด้วย

6.2 การศึกษามูลเหตุจูงใจของผู้รับการสืบทอด ในส่วนที่เป็นปัจเจกมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับสื่อพื้นบ้านนั้นมีอยู่ 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็น **ผู้ส่งสาร / ศิลปิน** ซึ่งในส่วนนี้อาจจะเปลี่ยนแปลงไปไม่มากนัก เพราะศิลปินมีกรอบความคิด / ความเชื่อและอื่น ๆ ให้ประกอบจิตวิญญาณของสื่อพื้นบ้านเอาไว้อย่างมากในฐานะ “คนวงใน / ผู้สร้างสรรค์วัฒนธรรม” (cultural producer) แต่ทว่าส่วนที่เป็น **ผู้รับสาร / ผู้ดูผู้ชม** ซึ่งเป็น “คนวงถัดไป” นั้นอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก

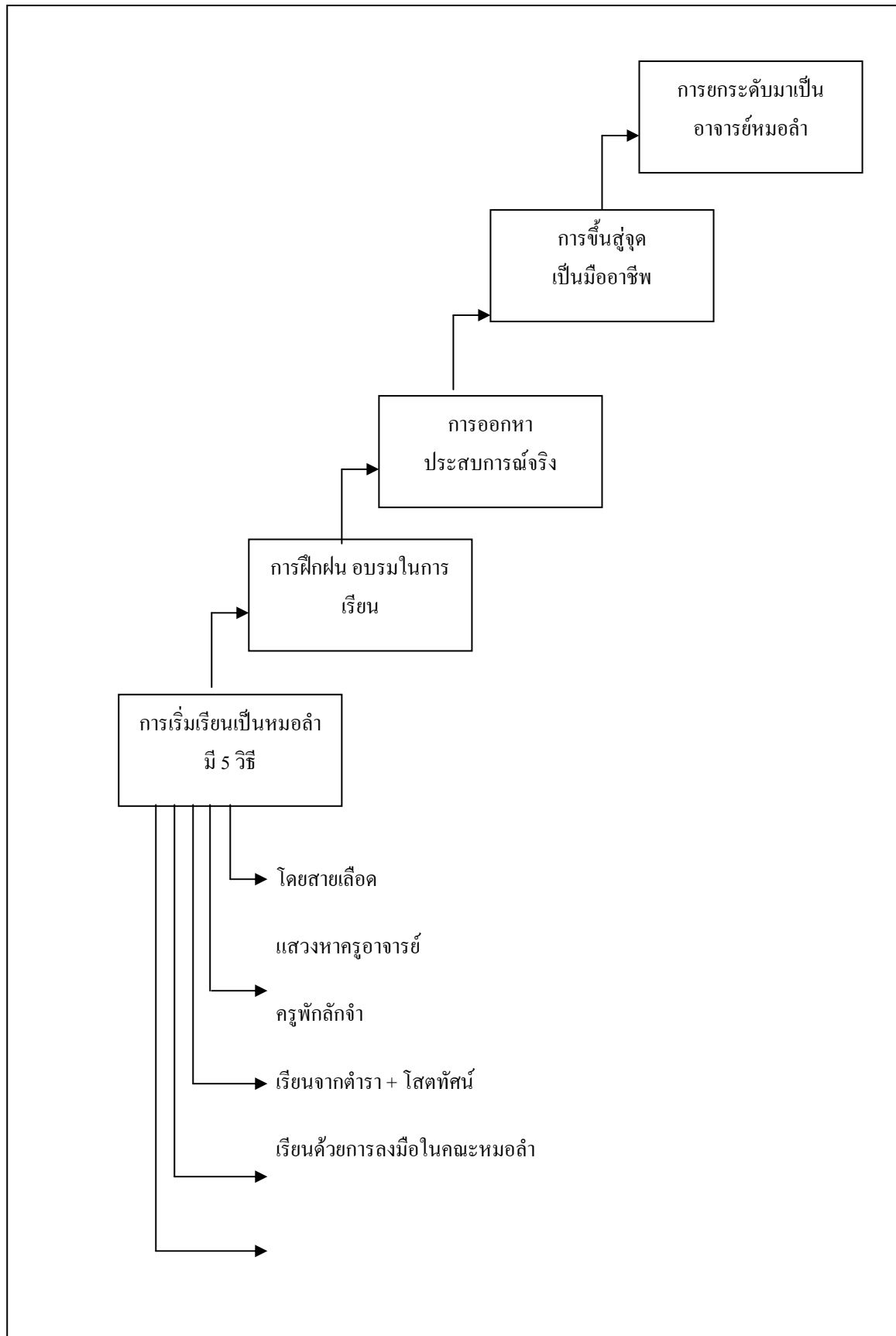
กล่าวเฉพาะในเรื่องของ **การมารับสืบทอดสื่อ** พื้นบ้านนั้น ดังที่ได้กล่าวตะๆไปข้างต้นเล็กน้อยแล้วว่า ในกรณีของหมอลำนั้น แรงจูงใจที่จะมาเรียนหมอลำของคนรุ่นก่อนกับคนรุ่นใหม่ นั้นแตกต่างกันอย่างมาก ดังนั้น คณะวิจัยโนราจึงเสนอให้ต้องมีการสำรวจมูลเหตุจูงใจของผู้รับการสืบทอดอยู่เสมอ และได้สาธิตด้วยการสัมภาษณ์นักเรียนที่มาเข้าค่ายฤดูร้อนดนตรีพื้นบ้านภาคใต้ (27 เม.ย.2545) และมูลเหตุจูงใจที่หลากหลายดังนี้



ภาพที่ 11 : แรงจูงใจของผู้เรียน

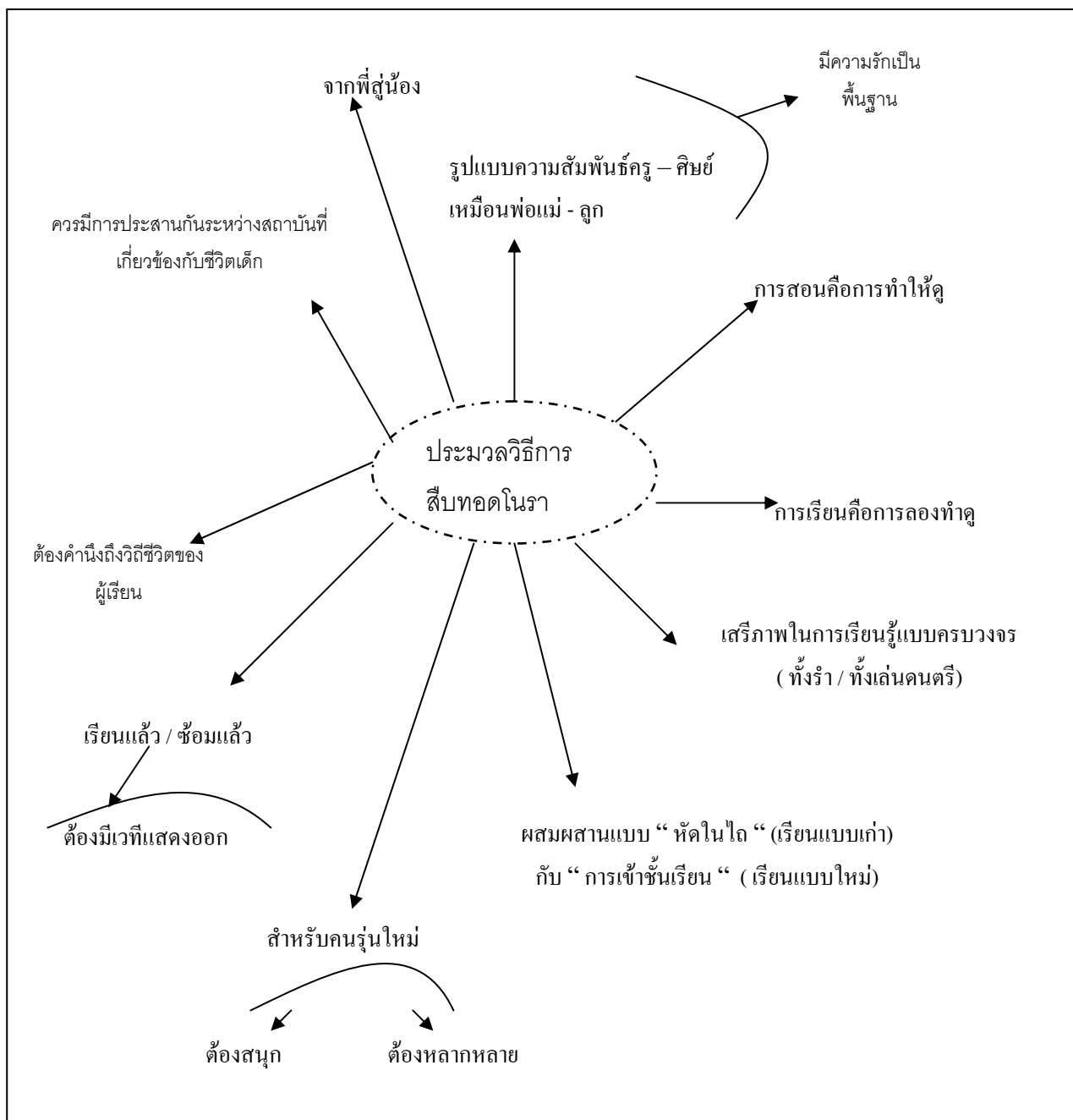
มีข้อน่าสังเกตว่า แรงจูงใจเข้าสู่สื่อพื้นบ้านของคนรุ่นใหม่ (ซึ่งไม่ใช่รุ่นวัยที่เป็นเจ้าของสื่อพื้นบ้านโดยตรงและมีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไปจากยุคสมัยการก่อตัวของสื่อพื้นบ้านดังที่ได้กล่าวมาแล้ว) มีอย่างหลากหลาย ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้สืบทอดต้องเรียนรู้และยอมรับก่อนในขั้นแรก และจากนั้นต้องแสวงหาหนทาง/กระบวนการที่จะแปลง “แรงจูงใจที่เข้ามาอย่างหลากหลาย” ในช่วงขาเข้า แต่เมื่อขาออก แรงจูงใจที่จะออกไปนั้นควรจะเป็นแรงจูงใจแบบ “รวมใจภักดิ์รักสื่อพื้นบ้าน” อย่างเดียวเท่านั้นและนี่ยังรอคอยการศึกษาวิจัยในขั้นต่อไป

6.3 การศึกษามิติของวิธีการของการสืบทอดงานศึกษาในส่วนนี้กระทำได้หลายวิธี เช่น
งานวิจัยหมอลำได้สาธิตขั้นตอนของการเรียนรู้เป็นหมอลำเป็นลำดับขั้นดังนี้ (คล้ายแนวคิดเรื่อง career path)



ภาพที่ 12 : ขั้นตอนวิธีการเรียนรู้การเป็นหมอลำ

ส่วนงานวิจัยโนราได้ประมวลวิธีการสืบทอดโนราจากหลายช่องทางการสืบทอดดังนี้



ภาพที่ 13 ประมวลวิธีการสืบทอดโนรา

6.4 ตัวแปร “ประเภท” กับ ศักยภาพการสืบทอด สำหรับสื่อพื้นบ้านเช่นหมอลำที่มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนตัวเองอย่างมากจนมีขอบเขตของประเภทที่กว้างขวางและแตกต่างหลากหลายอย่างมาก ดังนั้นตัวแปร “ประเภท” จึงเข้ามาเป็นตัวกำหนดศักยภาพในการสืบทอดของหมอลำแต่ละประเภท ดังที่ผลวิจัยเรื่องหมอลำได้ค้นพบตัวอย่างดังนี้

(ก) **หมอลำกลอน** เป็นหมอลำดั้งเดิมที่มีความเป็นมายาวนานที่สุด การบ่มเพาะนั้นต้องใช้ช่วงเวลายาวนาน ต้องมีความเพียรทน ผู้เรียนต้องมีฐานความรู้กว้างขวาง เป็นหมอลำที่มีลักษณะทางธุรกิจน้อยเพราะไม่สามารถเปิดการแสดงแบบล้อมผ้าได้ ปัจจุบันหมอลำประเภทนี้หาผู้สืบทอดได้ยากมากเพราะผู้เรียนต้องมีคุณสมบัติครบถ้วนดังที่กล่าวมา

(ข) **หมอลำกลอนชิง** ปกติมักเคยเป็นหมอลำกลอนมาก่อน แต่เนื่องจากไม่ต้องเล่นเป็นเรื่องราว จึงไม่ต้องอาศัยฐานความรู้มากเท่าหมอลำกลอน และได้ปรับประยุกต์เอาดนตรีสากลมาเล่นประกอบการลำทำให้เหนื่อยน้อยลง ปัจจุบันก็ยังคงมีผู้มาสืบทอดน้อย เพราะมีหมอลำประเภทอื่นที่เป็นได้ง่ายกว่าให้คนรุ่นใหม่ได้เลือก

(ค) **หมอลำชิง** เป็นหมอลำที่มีประวัติสั้นที่สุดและอายุน้อยที่สุด การบ่มเพาะไม่ต้องใช้เวลายาวนานเท่าหมอลำกลอนและหมอลำกลอนชิง ไม่เรียกร้องฐานความรู้กว้างขวางนักเพราะใช้การเดินและดนตรีมาช่วยมากกว่าการลำกลอน จึงมีคนรุ่นใหม่มาสนใจสืบทอดมาก

(ง) **หมอลำหมู่** เป็นหมอลำที่มีการผสมผสานระหว่างการแสดงแบบเก่าและแบบใหม่ได้ลงตัว คือมีทั้งลำเรื่องต่อกลอนแบบเก่าและแบบใหม่คือการร้องเพลงประกอบการเดิน เป็นหมอลำที่ภาคธุรกิจให้ความสนใจมากที่สุด การสืบทอดจึงมักทำในสายตระกูลโดยเฉพาะคณะที่มีชื่อเสียงโดยทำเป็นธุรกิจของครอบครัว เป็นหมอลำที่มีศักยภาพในการสืบทอดสูงแต่จำกัดอยู่ในหมู่เครือญาติ เป็นต้น

6.5 ผลที่เกิดขึ้นจากศักยภาพการสืบทอดของสื่อพื้นบ้าน ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ศักยภาพในการสืบทอดนั้นเป็นปัจจัยชี้ขาดการดำรงอยู่หรือการสูญสิ้นของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิด ไม่ว่าจะเป็นศักยภาพในการสืบทอดศิลปิน/ผู้ชม/เนื้อหาหรือช่องทางการสื่อสารก็ตาม ดังนั้นในกรณีของการสืบทอดสื่อพื้นบ้านผ่านช่องทางทั้ง 4 ช่องทางที่ได้กล่าวมาแล้ว จึงสามารถก่อให้เกิดผลดีแก่ส่วนที่เกี่ยวข้องในทุก ๆ ฝ่ายดังนี้คือ

(ก) **ช่องทางของสถาบันการศึกษา** มีผลดีอย่างยิ่งต่อการสร้างและสืบทอดตัวบุคคลทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ เช่นสืบทอดตัวบุคคลที่เป็นศิลปินที่แม้จะมีจำนวนน้อยและมีคุณภาพหรือสืบทอดตัวบุคคลที่เป็นผู้ชมซึ่งมีปริมาณมาก ซึ่งเท่ากับเป็นการสืบสานองค์ประกอบสำคัญที่เป็นตัวบุคคลของสื่อพื้นบ้านให้ทอดยาวต่อไป

ในอีกด้านหนึ่ง เมื่อสถาบันการศึกษาท้องถิ่นเข้าไปแบกรับภารกิจการสืบทอดมรดกของชุมชน/ท้องถิ่น ก็เท่ากับได้กระชับความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันการศึกษาและสถาบันชุมชนให้ใกล้ชิด/พึ่งพาอาศัย/เกื้อกูลกัน โดยอาศัยสื่อพื้นบ้านเป็นสะพาน

(ข) **ช่องทางแหล่งเรียนรู้ของศิลปิน** ก็มีผลดีอย่างเต็มที่ในการเพิ่มผู้ส่งสารรุ่นใหม่โดยตรง และหากในการดำเนินการของช่องทางนี้มีรายการ “ร่วมด้วยช่วยกัน” ระหว่างศิลปินกลุ่ม

ต่าง ๆ (ตัวอย่างรูปธรรมก็เช่น สหพันธ์ศิลปินพื้นบ้านศรีวิชัย) ก็อย่างยิ่งเสริมความแข็งแกร่งให้กับกระบวนการสืบทอดทั้งกระบวนการ (ดังแนวคิดเรื่องเครือข่าย ที่จะได้กล่าวดังต่อไปนี้)

(ค) **ช่องทางการสืบทอดผ่าน “บ้าน/ชุมชน”** เมื่อกลุ่มผู้ชมลุกขึ้นมาเป็นผู้สืบทอดโนราเองนั้น ได้สร้างผลดีให้เกิดขึ้นตามมาอย่างมากมายเช่น

- นอกจากจะเป็นการฟื้นฟูโนราให้กลับคืนมาแล้ว ยังเป็นการสร้าง “ความหลากหลาย” ให้แก่สื่อพื้นบ้านอีกด้วย เพราะชุมชนแต่ละแห่งมีการกระจายตัวกันออกไป ทำให้เกิดความมั่งคั่งต่อสื่อพื้นบ้าน
- เป็นการรื้อฟื้นธรรมเนียมประเพณีที่ชุมชนจะเข้ามาเป็นผู้อุ้มชูสนับสนุนสื่อพื้นบ้านซึ่งเป็นหลักประกันที่มั่นคงสำหรับการดำรงอยู่ของสื่อพื้นบ้าน
- เมื่อผู้ใหญ่ที่สนใจโนราเปิดบ้านตนเองเพื่อฝึกหัดโนรานั้น กลุ่มชาวบ้านเหล่านี้มักจะโยกความสัมพันธ์แบบครู – ศิษย์ พ่อแม่ – ลูก มายังเด็ก ๆ ด้วย เช่น มีการหาข้าวหาปลาเลี้ยงดูเด็ก ช่วยดูแลการใช้ชีวิตของเด็ก ๆ อย่างรอบด้าน (เช่น เรื่องเพศสัมพันธ์ ยาเสพติด ฯลฯ) ซึ่งเท่ากับ “โรงเรียนสอนหัตถ์โนรา” เหล่านี้ก็คือสถาบันที่ดูแลเฝ้าระวังเด็ก ๆ นั้นเอง
- มีผลดีต่อการใช้เวลาว่างของเด็ก ๆ คณะวิจัยโนรากล่าวว่า เนื่องจากสภาพชีวิตในปัจจุบันมีเครื่องทุ่นแรงมากมาย ภายในบ้านจึงไม่ค่อยมีการใช้แรงงานเด็กทำงานบ้าน (เช่น ตักน้ำ / ต้มน้ำ/ ถูบ้าน/ ผ่าฟัน ฯลฯ) เด็ก ๆ จึงมีเวลาว่างจากการเรียนหนังสือ จึงเป็นภาระหน้าที่ของสังคมสมัยใหม่ที่จะต้องหา “กิจกรรมมาให้เด็กทำในยามว่าง” ซึ่งเท่าที่มีก็คือ กีฬา ดนตรี ฯลฯ แต่กิจกรรมเหล่านี้เมื่อเทียบกับการฝึกหัดสื่อพื้นบ้านแล้ว สื่อพื้นบ้านจะมีคุณค่าที่เหนือกว่าในด้านการสร้าง “อัตลักษณ์ / ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรม” ได้ดีกว่า

(ง) **ช่องทางการสืบทอดผ่าน “วัด”** ก็มีข้อดีหลายประการทั้งต่อตัววัดเอง ต่อตัวสื่อพื้นบ้านและตัวเด็กดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

6.6 เงื่อนไขเอื้ออำนวย / อุปสรรค หากเราจะกล่าวว่าเส้นทางของการสืบทอดสื่อพื้นบ้านนั้นมีได้ง่ายดายราวกับรอยด้วยกลีบกุหลาบ ผู้เขียนคิดว่า เส้นทางนี้นั้น นอกจากจะไม่รอยด้วยกลีบกุหลาบแล้ว ยังเต็มไปด้วยขวากหนามแถมกับระเบิดอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางความยากลำบากของปัญหาอุปสรรค ก็มีเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยอยู่หลายประการเช่นเดียวกัน

6.6.1 เงื่อนไขที่เอื้ออำนวย

คณะวิจัยทั้งโนราและหมอลำวิเคราะห์ปัจจัยเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยให้การสืบทอดสื่อพื้นบ้านเป็นไปด้วยดีว่า มาจากทั้งปัจจัยภายในตัวสื่อเอง และปัจจัยภายนอกดังนี้คือ

(ก) ปัจจัยภายใน

- ในกรณีของโนราซึ่งเป็นสื่อที่มีตัวความเชื่อกำกับอยู่เบื้องหลังนั้น ทำให้ชาวบ้านไม่กล้าลบหลู่ เช่นการประกอบพิธีกรรมโนราโรงครู เมื่อถึงเวลาก็ต้องกระทำ ในกลุ่มศิลปินเอง ความเชื่อเรื่อง”ครูหมอนโนรา”เป็นพลังความเชื่อที่ควบคุม ดูแลและบังคับการสืบทอดอยู่ในตัวเอง

- ในกรณีของหมอลำ คณะวิจัยพบว่ามิติทางด้านเศรษฐกิจนั้นมีความเกี่ยวข้องกับหมอลำมากที่สุด โดยที่การตั้งคณะหมอลำนั้นถือได้ว่าเป็น “กิจการ” อย่างหนึ่งของครอบครัวที่ต้องมีการสืบทอดและปรับปรุงให้ก้าวหน้ามากขึ้น ในส่วนของด้านอุปสงค์ (demand) ของหมอลำนั้น จากการวิจัยสำรวจแม้แต่ในช่วงปี พ.ศ.2540 นี้ก็ยังพบว่า มีความต้องการมหรสพเป็นหมอลำมากขึ้นทุกทีและรายได้ของหมอลำก็มีมากอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตาม เมื่อหมอลำเป็นธุรกิจประเภทหนึ่งที่ทำรายได้ดี ก็ย่อมมีการแข่งขันกันสูง ทำให้มีแต่หมอลำคณะใหญ่ ๆ ที่มีเงินลงทุนมากสำหรับการดำรงอยู่ได้ แต่หมอลำคณะเล็ก ๆ ที่ไม่มีเงินลงทุนนับวันจะทยอยยุบลงไป

ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการสืบทอดสื่อพื้นบ้านบางประเภทก็คือ คุณลักษณะอันเป็นเสน่ห์เฉพาะตัวของสื่อพื้นบ้านกับชนดินนั้น ๆ เช่น ความสนุกสนานของหมอลำ ความตื่นเต้นเร้าใจของการรำโนรา การคมคายทางความคิดของหนังตะลุง ฯลฯ รวมทั้งความคุ้นเคย / ใกล้ชิดของสื่อพื้นบ้านกับชีวิตของประชาชน

(ข) ปัจจัยภายนอก

- ความสามารถในการตอบสนองของสื่อพื้นบ้านที่สถาบันแบบใหม่ ยังไม่สามารถเข้ามาทดแทนได้ ดังตัวอย่างที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ถึงอย่างไรโนราโรงครูก็ยังมิบทบาทในการเป็นที่พึ่งทางจิตใจของคนได้อยู่เสมอ
- การที่มีหน่วยงาน / องค์กรต่าง ๆ ให้การสนับสนุน สืบเนื่องมาจากกระแสการหวนกลับมาทบทวนค้นหาภูมิปัญญาพื้นบ้านดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ทำให้หน่วยงานรัฐเช่น โรงเรียน สภาวัฒนธรรม อบต. ฯลฯ พากันหันหน้ามาหาสื่อพื้นบ้านและหันมาหนุนช่วยในการสืบทอดภูมิปัญญาดังกล่าว

6.6.2 ปัญหาและอุปสรรค

ปัญหาและอุปสรรคของการสืบทอดนั้นจะแตกต่างกันไปตามสภาพเงื่อนไข แต่อาจกล่าวได้โดยรวม ๆ ว่ามีปัญหาอุปสรรคหลัก ๆ อยู่ 3 ประการที่เกิดเนื่องมาจากการขาดแคลนในเชิงปริมาณ และขาดความต่อเนื่องหรือการบริหารจัดการในเชิงคุณภาพในส่วนที่เกี่ยวข้องคือ

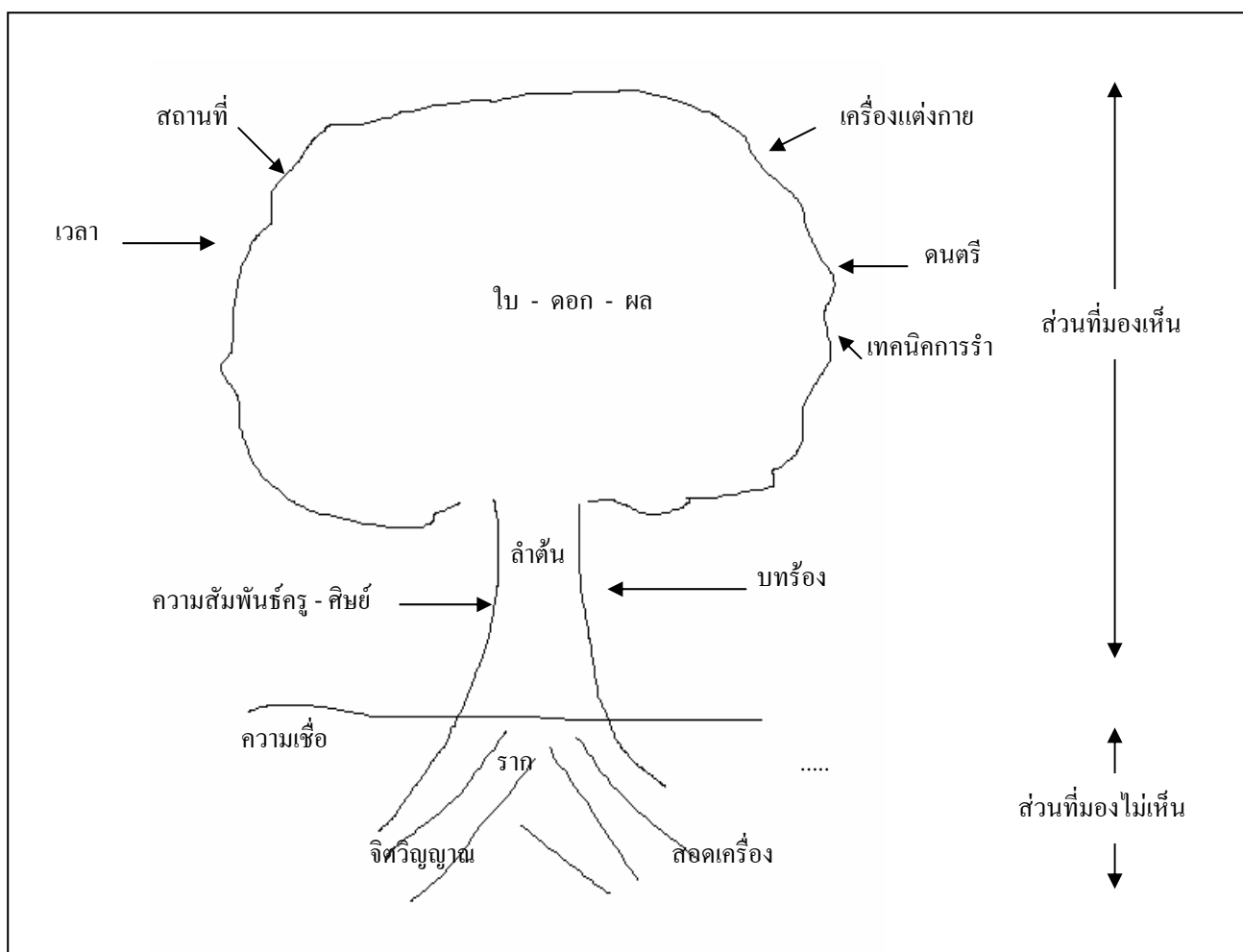
- (1.) การขาดแคลนตัวบุคคล เช่นตัวศิลปินที่จะมาสอนในโรงเรียน พระสงฆ์ที่รักและสนใจสื่อพื้นบ้าน เป็นต้น

(2.) การขาดแคลนทรัพยากร ที่สำคัญคือการขาดแคลนงบประมาณที่จะจ้างศิลปิน ขาดแคลนสถานที่ที่ใช้ฝึกฝนอบรม หรือแม้จะมีก็ไม่มีอย่างต่อเนื่อง

(3.) การขาดแคลนความรู้ความเข้าใจที่จะพัฒนาสืบทอดให้เป็นไปอย่างถูกต้อง เช่น สำนักหมอลำที่เปิดสอนหมอลำนั้น อาจจะยังขาดการสืบทอดจิตวิญญาณของความเป็นศิลปินหมอลำที่ทรงคุณค่าอย่างแท้จริงเช่นครั้งอดีต เป็นต้น

6.7. ประเด็นเพื่อการพิจารณา : ครอบครองเรื่องราวการสืบทอด

ดังที่ได้เกริ่นมาบ้างแล้วข้างต้นว่าหากเรานำเอาคุณลักษณะทั้งหมดของสื่อพื้นบ้านมาจัดเรียงลำดับตาม**แนวตั้งของต้นไม้** เราก็จะได้กลุ่มของคุณลักษณะเป็นระดับต่าง ๆ (ดังเช่นตัวอย่างงานวิจัยในวรา) เป็นภาพดังนี้



ภาพที่ 14 : ส่วนประกอบตามแนวตั้งของสื่อพื้นบ้านเทียบกับส่วนของต้นไม้

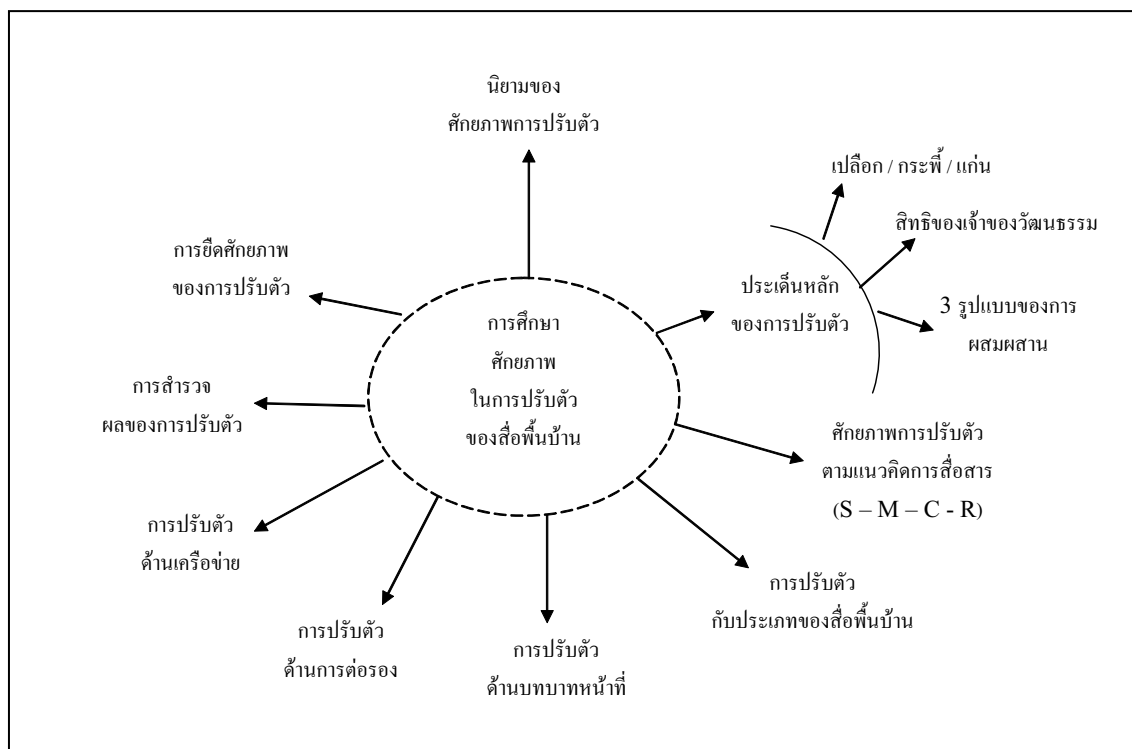
หากเปรียบเทียบกับต้นไม้ เราอาจจะจัดหมวดหมู่ของคุณลักษณะวัฒนธรรมออกเป็น 3 กลุ่ม (การจัดนี้ต้องเกิดจากข้อตกลงของเจ้าของวัฒนธรรมตามหลักสิทธิของเจ้าของวัฒนธรรม)

1. **กลุ่มใบ – ดอก- ผล** ในกรณีของโนรา อาจจะได้แก่เครื่องแต่งกาย เทคนิคการรำ เครื่องดนตรี ฯลฯ
2. **กลุ่มที่เป็นลำต้น** อาจจะได้แก่ส่วนที่เป็นบทร้อง ความสัมพันธ์ ครู – ศิษย์ เป็นต้น
3. **กลุ่มที่เป็นรากเหง้า** ได้แก่ความเชื่อตายาย จิตวิญญาณ การทำพิธีสวดเครื่อง/ผูกผ้า เป็นต้น

ประเด็นในการสืบทอดก็คือ การสืบทอดครั้งนั้นๆเป็นไปอย่าง"ครบเครื่องทั้ง 3 ส่วน"หรือไม่ ปัญหาที่มักจะเกิดขึ้น คือมักจะได้เพียง 1 หรือ 2 ส่วน เช่น ส่วนที่สืบทอดง่ายที่สุด คือการเรียนรู้เพียงอย่างเดียว ส่วนในยุคปัจจุบันที่ผู้คนเริ่มหันมาหลงใหลได้ปลื้ม(ลิ้มตัว)ด้านพิธีกรรม ก็อาจจะเกิดขึ้นไม่ประหลาด คือมีการเรียนรำ (ใบ – ดอก – ผล) แล้วก็มีพิธีไหว้ครู(ซึ่งเป็นส่วนของราก) แต่ตลอดกระบวนการสืบทอด ไม่มีความสัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้นระหว่างครูกับศิษย์เลย หรือผู้เล่นโนราก็มิได้เข้าใจ / ซาบซึ้งในบทร้องโนราเลย หรือไม่รู้จักประวัติความเป็นมาของท่ารำ ฯลฯ ต้นไม้ที่มีแต่ดอก ใบผลแล้วก็ถึงรากเลย แต่ขาดลำต้นประคองเอาไว้ ก็ถือเป็นการไม่ครบเครื่องเรื่องการรื้อฟื้นเช่นกัน

7. การศึกษาศักยภาพในการปรับตัวของสื่อพื้นบ้าน

ศักยภาพในการปรับตัวของสื่อพื้นบ้านนั้นถือได้ว่าเป็นปัจจัยชี้ขาดตัวหนึ่งในการอธิบายการเอาชีวิตรอดของสื่อพื้นบ้านแต่ละประเภท มิติของการศึกษาศักยภาพในการปรับตัวในงานวิจัยสื่อพื้นบ้านในโครงการนี้มีหลากหลายแง่มุม ดังนี้



ภาพที่ 15 : การศึกษาศักยภาพในการปรับตัวของสื่อพื้นบ้าน

7.1 คำนิยามของ “ศักยภาพ” ในการปรับตัว

ในคำนิยามของคำว่า “วัฒนธรรม” นั้น จะมีคำคุณศัพท์คำหนึ่งเป็นองค์ประกอบร่วมอยู่ด้วย คือ คำว่า “วัฒนธรรมทุกชนิดเมื่อสร้างสรรค์ตัวเองขึ้นมาแล้ว ก็จำเป็นต้องมีการปรับตัว (adaptive) เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพของบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป มีแต่วัฒนธรรมที่สามารถปรับตัวให้สำเร็จเท่านั้นจึงจะดำรงอยู่ต่อไปได้ เปรียบเสมือนต้นกล้วยซึ่งเมื่อตัวแม่จะล้มหายตายจากไป แต่ก็สามารถแทงหน่อใหม่ออกมาโดยที่ยังมีรากเหง้าที่อยู่เดิม หากกระทำได้นั้น ก็คือ ศักยภาพในการปรับตัวของสื่อพื้นบ้านชนิดนั้น

สำหรับคำนิยามของศักยภาพในการปรับตัว ของสื่อพื้นบ้านนั้น เขียวชัยและคณะให้นิยามไว้ว่า “...เป็นความสามารถของสื่อที่จะดำรงอยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงโดยการประยุกต์หรือพลิกผันคุณลักษณะ (Attribute) เก่าบางประการให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นของบริบทใหม่ที่รองรับสื่อ โดยดำรงอัตลักษณ์เดิมไว้ได้เป็นส่วนใหญ่ แต่อาจยอมลดทอนหรือถอดรื้อตลอดจนสร้างสรรค์องค์ประกอบบางประการในสื่อใหม่ เพื่อให้อยู่รอดต่อไป”

จากคำนิยามดังกล่าว ประยุทธ์และคณะได้นำมาจัดระบบเพื่อใช้ในการวัด/ประเมินสภาพการณ์ปรับตัว โดยแบ่งมิติการวัดการปรับตัวเป็น 3 มิติ คือ

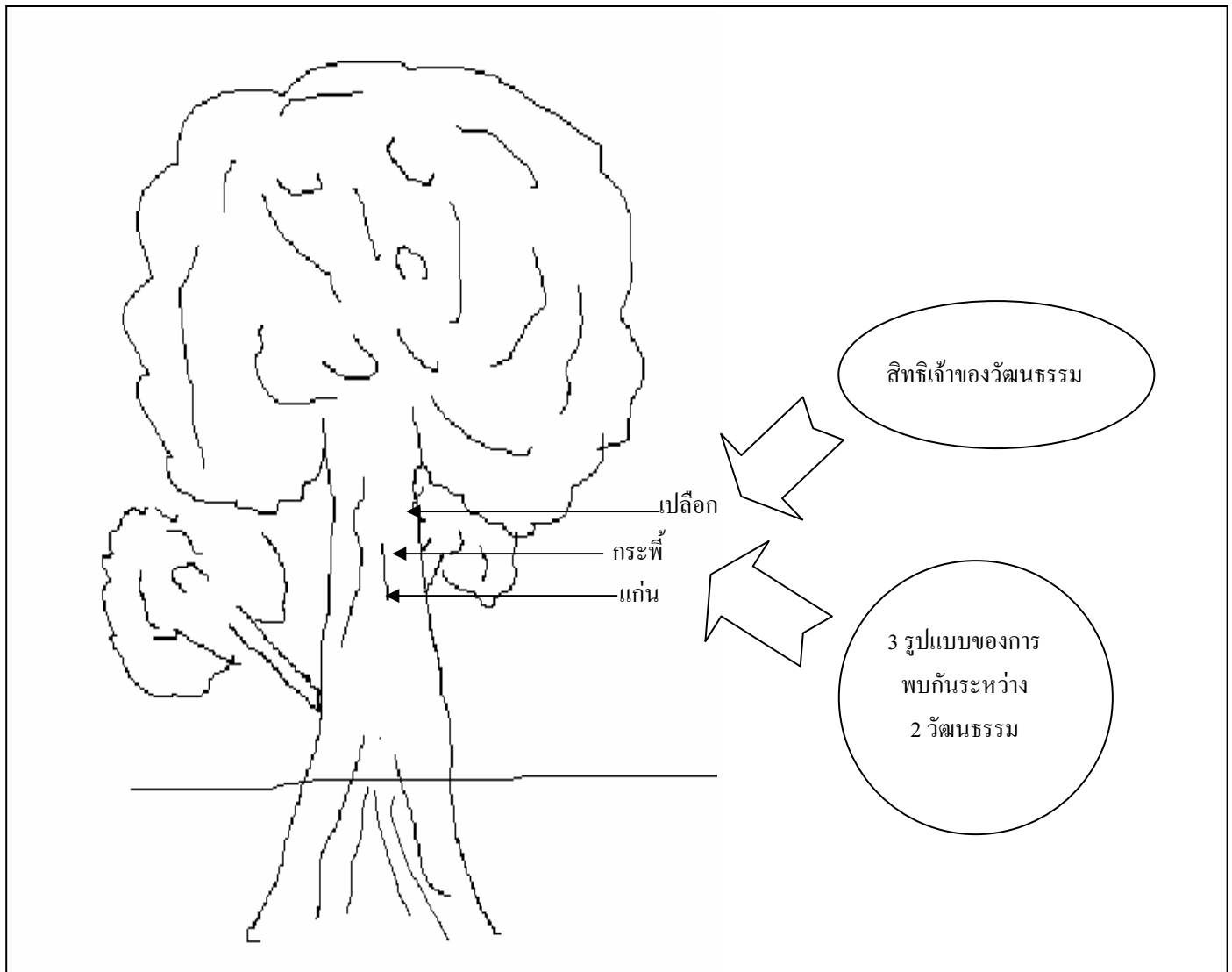
1. การคงไว้เหมือนเดิม คือ คุณลักษณะเดิมที่ถูกเก็บไว้
2. การปรับเปลี่ยน คือ คุณลักษณะเดิมที่ถูกเปลี่ยนแปลงไป
3. การสร้างใหม่ คือ คุณลักษณะใหม่ที่ถูกใส่เพิ่มเติมเข้ามา

เราจะพิจารณาการใช้เกณฑ์ 3 มิตินี้ในตอนต่อไป

7.2 ประเด็นหลักการของการปรับตัว

ในขณะที่การปรับตัวนั้นเป็นคุณสมบัติประจำตัวและเป็นความจำเป็นของสื่อพื้นบ้านและวัฒนธรรมทุกชนิด แต่ก็ใช้ว่า “ความจำเป็น” ดังกล่าวนี้อาจให้ผลดีเสมอไป ดังนั้นจึงต้องตั้งเกณฑ์หรือการวางหลักการเพื่อพิจารณาศักยภาพในการปรับตัวที่ปรากฏอยู่งานวิจัยในชุดโครงการฯ นี้ดังนี้

(7.2.1) หลักเกณฑ์เรื่องเปลือก / กระพี้ / แก่น ในประเด็นเรื่องการสืบทอดทางวัฒนธรรมนั้น เราได้จัดลำดับคุณลักษณะของสื่อพื้นบ้านในแนวตั้ง ทำให้แบ่งได้เป็นส่วนของ ราก/ ลำต้น/ ดอก-ใบ-ผล คราวนี้เราจะจัดคุณลักษณะของสื่อพื้นบ้านตามแนวนอน ซึ่งทำให้แบ่งระดับของสื่อพื้นบ้านออกได้เป็น 3 ชั้น ดังนี้



ภาพที่ 16 : องค์ประกอบตามแนวนอนของสื่อพื้นบ้านเทียบกับต้นไม้

การแบ่งระดับชั้นของวัฒนธรรมตามแกนแนวนอนนี้ กระทำไปเพื่อจะเอามาใช้ตอบคำถามว่า ในการปรับเปลี่ยนนั้น อะไรบ้างที่สามารถจะปรับได้มาก อะไรที่ปรับได้ปานกลาง และอะไรบ้างที่ต้องรักษาเอาไว้ให้มัน โดยอุปมาอุปมัยกับส่วนต่างๆ ของต้นไม้ที่"เปลี่ยนเปลือก ปรับกระจัง และรักษาแก่น"เอาไว้

จากหลักการวิเคราะห์ดังกล่าว ประยุทธ์และคณะได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์คุณลักษณะที่เป็นแก่นและเปลือกในงานวิจัยหมอลำดังนี้

แก่นของหมอลำ เป็นส่วนที่เป็นจิตวิญญาณของหมอลำ คือ การลำ ที่รักษาความเป็นหมอลำเอาไว้ด้วยใจที่สมบูรณ์ที่สุด ต้องลำอย่างตั้งใจและทุ่มเท ลำอย่างมีสมาธิ รักษาคุณภาพของ

น้ำเสียงและทำนอง ต้องเข้าใจทั้งทำนองและเนื้อหาที่เล่า และพยายามถ่ายทอดให้ตรงกับความรู้สึกให้มากที่สุด

เปลือกของหมอลำ คือ องค์ประกอบอื่นๆ ที่จะเรียกร้องความสนใจจากผู้ชม เช่น การแสดงท่าทางประกอบ การใช้ดนตรี การร้องเพลง แสงสีเสียงประกอบ ฯลฯ

จากลักษณะแก่นและเปลือกนี้ คณะวิจัยได้นำมาวิเคราะห์การปรับเปลี่ยนของหมอลำแต่ละประเภทและพบผลดังนี้

(i) แบบรักษาแก่น ปรับเปลือก ได้แก่ประเภทของหมอลำกลอนที่ยังคงรักษาความเป็นหมอลำดั้งเดิมเอาไว้ให้ทั้งรูปแบบและเนื้อหาการแสดง โดยถือหลัก 4 ไม่ คือ ไม่มีส่วนเกิน 4 อย่างในการแสดง อันได้แก่ **หางเครื่องไม่ต้อง นักร้องไม่มี เวทีไม่ใหญ่ ปราศจากไฟแสงสี เครื่องดนตรีชิ้นเดียว (คือ แคน)**

(ii) แบบรักษาแก่น แต่เปลี่ยนเปลือก ได้แก่หมอลำกลอนซึ่งยังคงรักษาเนื้อหาที่เป็นกลอนลำเอาไว้ แต่เปลี่ยนรูปแบบดนตรีโดยเอาดนตรีสากลมาใส่ให้คึกคักทันสมัยขึ้น

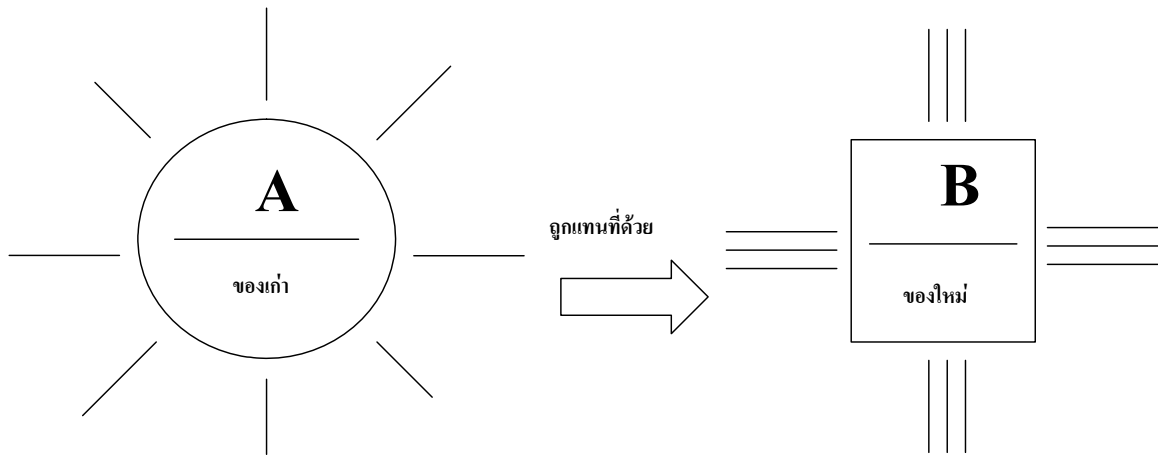
(iii) แบบทิ้งแก่น รักษาเปลือก ได้แก่ประเภทหมอลำซึ่ง ซึ่งได้ทิ้งการลำกลอนไปหมดโดยเอาการร้องเพลงลูกทุ่งมาแทน แล้วให้ความสำคัญกับรูปแบบการแสดงที่เป็นเปลือกมาแทน

(iv) แบบรักษาเปลือก เปลี่ยนแก่น ได้แก่ประเภทหมอลำหมู่หรือหมอลำเรื่องต่อกลอน เป็นหมอลำประเภททุ่มเท/รักษาเปลือกอย่างมาก คือทุ่มเทเรื่องการวางรูปแบบการแสดง แสง สีเสียง แต่ไปลดความสำคัญของการลำลงไป

ตัวอย่างการปรับเปลี่ยนของหมอลำทั้ง 4 ประเภทนี้ เป็นการปรับเปลี่ยนที่เกิดขึ้นตามยุทธกรรม คือ มิได้มีการวางแผน เป็นการปรับเปลี่ยนตามแรงเหวี่ยงของกระแสปัจจัยภายนอก มิใช่จากตัวเจ้าของวัฒนธรรมเอง อันจะเป็นแนวคิดของหลักเกณฑ์ในข้อต่อไป

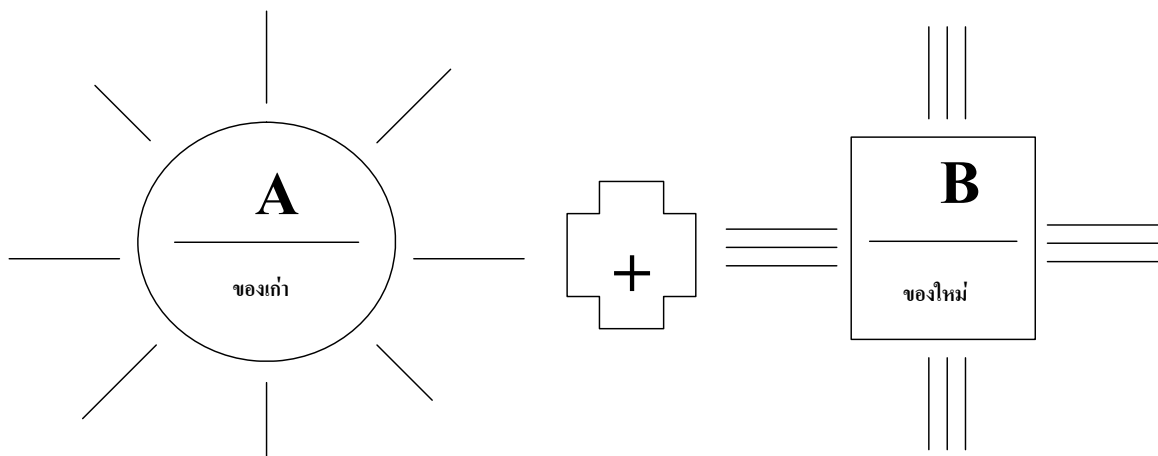
(7.2.2) หลักเกณฑ์เรื่องสิทธิของเจ้าของวัฒนธรรม ในการเปลี่ยนแปลงของสื่อพื้นบ้านวัฒนธรรมพื้นบ้านนั้น หลายครั้งที่การเปลี่ยนแปลงเกิดจากความต้องการและแรงผลักดันของ “คนภายนอก” ที่มิใช่เจ้าของวัฒนธรรม จึงอาจสร้างความสูญเสียให้แก่สื่อพื้นบ้าน (เพราะความไม่รู้จักหรือไม่เข้าใจอย่างถ่องแท้ดังที่ได้ยกตัวอย่างมาจากงานวิจัยของประยูร, 2543) หรือมิฉะนั้นก็สร้างความเข้าใจให้แก่เจ้าของวัฒนธรรม ดังนั้นหลักการสำคัญที่คณะวิจัยสื่อพื้นบ้านทั้ง 4 คณะในชุดโครงการนี้ถือเป็นหลักปฏิบัติที่สำคัญคือ “หลักการเรื่องสิทธิของเจ้าของวัฒนธรรม” ในการที่จะเลือกคุณลักษณะใดเพื่อคงเอาไว้ เลือกปรับเปลี่ยนคุณลักษณะใด รวมทั้งเลือกสร้างใหม่ในคุณลักษณะใด ดังเช่นงานวิจัยผีป่วนของอดุลย์และคณะที่ได้ยึดหลักการดังกล่าวอย่างเคร่งครัด

(7.2.3) หลักเกณฑ์เรื่อง 3 รูปแบบของการผสมผสาน การปรับประยุกต์วัฒนธรรมแบบหนึ่ง มักจะมีการผสมผสานระหว่างสิ่งเก่า/วัฒนธรรมเดิมที่มีอยู่ กับสิ่งใหม่/วัฒนธรรมใหม่ที่เข้ามา การพบกันระหว่างสิ่งเก่ากับสิ่งใหม่นี้มีอยู่ 3 แบบแผน



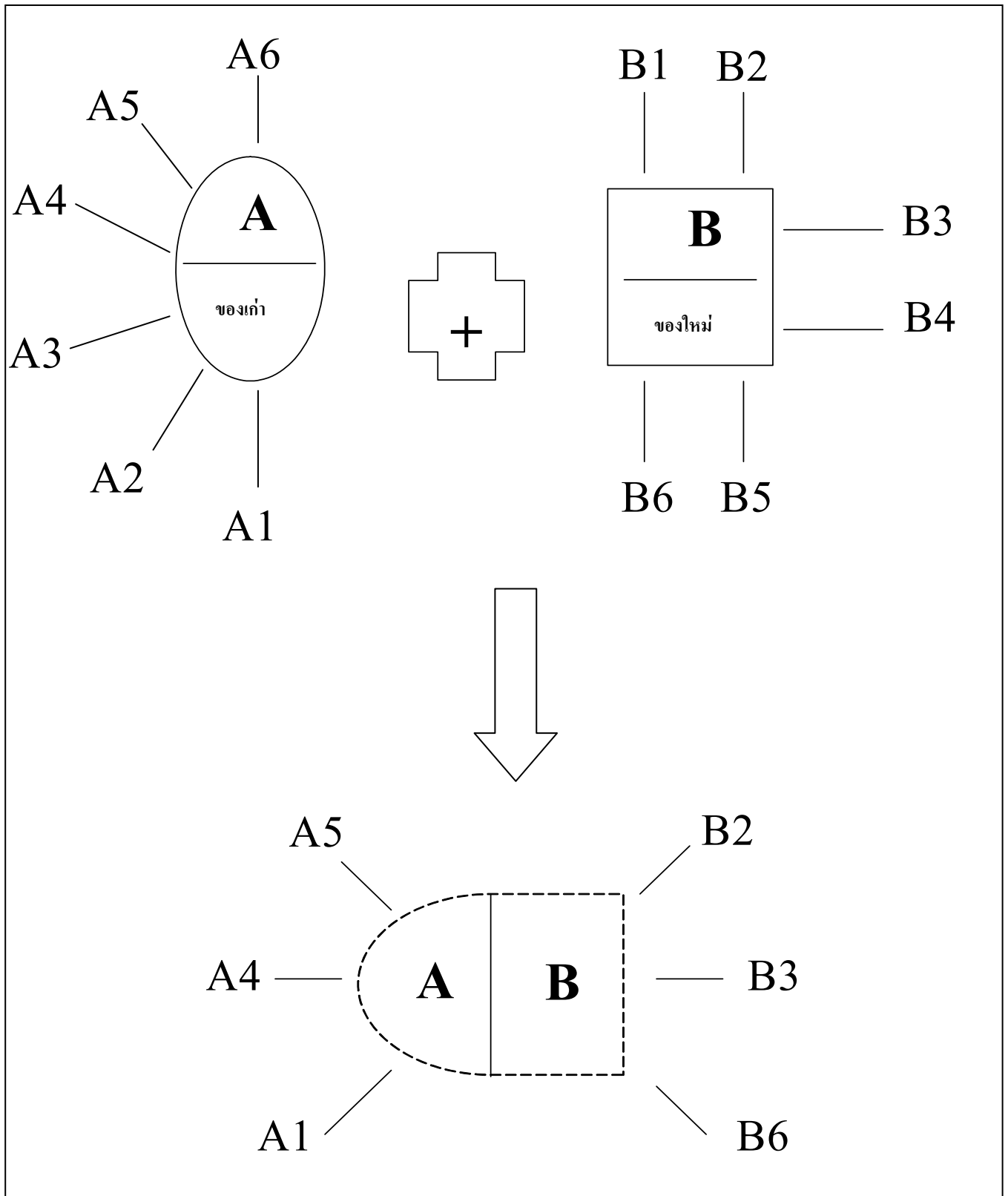
ภาพที่ 17 : แบบแผนที่ 1 : การแทนที่ (Substitution)

ในแบบแผนนี้ ของเก่า A จะถูกแทนที่ด้วยของใหม่ B ทั้งหมด แบบแผนนี้เป็นยุทธศาสตร์หลักของการพัฒนาสังคมไทยที่ผ่านมา ในกรณีของสื่อพื้นบ้านที่ศึกษา ก็เช่น การนำเอาความบันเทิงด้วยโนรา/หนังตะลุงออกไป แล้วนำเอาการฉายภาพยนตร์/ การแสดงคอนเสิร์ตเข้ามาแทน



ภาพที่ 18 : แบบแผนที่ 2 : การเพิ่มเข้ามาแทน (Addition)

เป็นแบบแผนที่ “เด็ดทั้งบัวตูมบัวบาน” คือเก็บทั้งของใหม่และของเก่าเอาไว้ด้วยกัน เช่น งานวิจัยโนราพบว่า ในงานเทศกาลหรืองานบุญต่าง ๆ ก็มักจะมีทั้งสื่อพื้นบ้านแบบเก่า เช่น โนราหนังตะลุง พร้อม ๆ กับสื่อสมัยใหม่ เช่น ภาพยนตร์ การแสดงดนตรีลูกทุ่ง/ลูกกรุง ประชันกันไป แบบแผนการเอาของเก่า/ของใหม่มาไว้ทั้งคู่นี้ จะใช้ได้ภายใต้เงื่อนไขที่ต้องมีทรัพยากรมากพอที่จะใช้ได้ทั้งของเก่าและของใหม่ควบคู่กันไป



ภาพที่ 9 : แบบแผนที่ 3 : การปรับประสาน (Articulation / Hybridization)

แบบแผนที่ 3 นี้มีลักษณะเป็นลูกผสมด้วยการนำเอาคุณลักษณะบางอย่างจากของเก่า(A) มาบวกผสมกับคุณลักษณะบางอย่างจากของใหม่ (B) แล้วผสมผสานกันออกมาเป็นลูกผสม (AB) ตัวอย่างที่ยกมาให้ดูแล้วก็เช่น การปรับเปลี่ยนของหมอลำบางประเภท เช่น หมอลำกลอนซึ่ง ที่นำเอาลักษณะการลำกลอนแบบเดิม มาประสานกับเครื่องดนตรีสมัยใหม่ เป็นต้น

หากวิเคราะห์หัตถุแบบแผนทั้ง 3 แบบนี้ เราจะเห็นข้อแตกต่างที่เชื่อมโยงไปถึงแนวคิดที่เราได้กล่าวมาแล้ว คือ “การวิเคราะห์คุณลักษณะ” กล่าวคือ หากเราเลือกใช้แบบแผนที่ 1 และ 2 เราก็ไม่จำเป็นต้องทำการวิเคราะห์คุณลักษณะของสื่อทั้ง 2 ประเภทเลย เพราะไม่ว่าจะเป็น “การแทนที่” หรือ “การเพิ่มเข้ามา” เราก็ทำเพียงยกทิ้งหรือใส่เพิ่มเข้าไปทั้งกะบิ แต่หากเลือกใช้แบบแผนที่ 3 เราจำเป็นต้องแยกแยะคุณลักษณะของสื่อทั้งสองออกมา แล้วยังต้องตัดสินใจว่าจะเอาคุณลักษณะใดจากของเก่าและของใหม่มาผสมกัน ดังที่เราได้เห็นแบบแผนการปรับเปลี่ยนผสมผสานของหมอลำทั้ง 4 ประเภทมาแล้วเป็นอุทาหรณ์

(7.3) การวิเคราะห์ศักยภาพในการปรับเปลี่ยนตามเกณฑ์ของการสื่อสาร

ในที่นี้จะนำเอาเกณฑ์เรื่ององค์ประกอบของการสื่อสารคือ S - M - C - R มาวัดศักยภาพในการปรับตัวของสื่อพื้นบ้านตามที่ปรากฏข้อมูลในงานวิจัยดังนี้

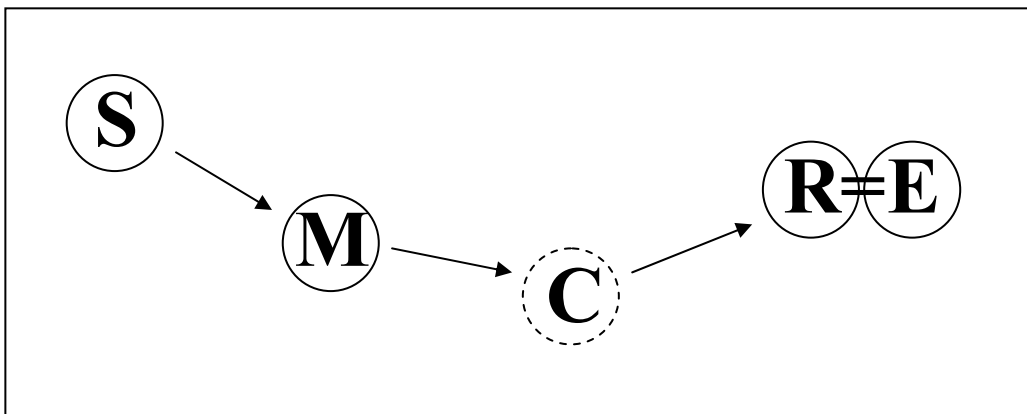
(ก) การปรับเปลี่ยนด้านตัวผู้ส่งสาร ในสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิด ได้มีความพยายามในการปรับตัวโดยเปลี่ยนแปลงเกณฑ์ทั้งในเรื่อง เพศ/อายุ-รุ่นวัย/ฯลฯ ตัวอย่างการปรับตัวผู้ส่งสารในด้านเพศก็เช่น กรณีของโนราโรงครู ซึ่งตามคติเดิมนั้น ธรรมเนียมของโนราโรงครู โนราที่จะประกอบพิธีกรรมได้จะต้องเป็นโนราชายที่ผ่านการผูกผ้าครอบเทริดแล้ว แต่ปัจจุบันผู้วิจัยพบว่า ในงานพิธีของโนราบางแห่ง มีโนราผู้หญิงเป็นผู้ประกอบพิธีแทน หรือในกรณีของหมอลำ อายุจะเข้ามาเกี่ยวข้อง คือหมอลำที่สูงอายุจะมีการปรับเปลี่ยนได้น้อยกว่าหมอลำรุ่นใหม่อายุเยาว์วัย

(ข) การปรับเปลี่ยนด้านเนื้อหา อันที่จริงคุณลักษณะสำคัญของสื่อพื้นบ้านทุกชนิดนั้น มีลักษณะเป็น “ตัวบทเปิด” (open text) อยู่แล้ว กล่าวคือ มีพื้นที่ว่างในเนื้อหาที่จะสามารถปรับเปลี่ยน/สอดแทรก/ตัดตอน/ฯลฯ อยู่เสมออยู่แล้ว และ ศักยภาพดังกล่าวก็ยังคงดำรงอยู่อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ดังนั้นทั้งในสื่อโนราและหมอลำ งานวิจัยจึงพบว่า หากประเด็นใดเป็นประเด็นร้อนหรืออยู่ในกระแสของสังคม สื่อพื้นบ้านทั้งหลายเหล่านี้ก็สามารถจะนำเอาไปสอดแทรกหรือใช้เป็นตัวเดินเรื่องได้อยู่เสมอ เช่น เรื่องเอดส์/ยาเสพติด/เมาไม่ขับ/สิ่งแวดล้อม ซึ่งปรับเปลี่ยนไปตามความสนใจและกระแสของสังคม

มิติของการปรับเปลี่ยนเนื้อหานั้นนอกจากจะเป็นปรับในแง่ “ตัวเนื้อหา/สาระ” (content) ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว คณะวิจัยยังพบว่าการปรับเปลี่ยนในแง่ “รสนิยม” (taste) อันเนื่องมาจากการ

ปะทะสังสรรค์กับสื่อประเภทอื่น ๆ เขียวชัยและคณะพบว่า ในโนราทางเครื่องและโนราคาเพ่นั้นมีการปรับเปลี่ยนรสนิยมบางอย่างไปจากเดิม เช่น **โนราคาเพ**จะเปลี่ยนรสนิยมของตัวตลกจาก”แบบดั้งเดิม”มาเป็น”แบบตลกคาเฟ่” หรือโนราทางเครื่องก็เป็นการปรับตัวมาจากการรำของโนราในอดีตแค่ได้ดัดแปลงมาเป็น “จินตลีลาประกอบการร้องเพลงลูกทุ่ง” หรือโนรามหรสพก็นำเอาเรื่องราวในละครโทรทัศน์ เช่น “ดาวพระศุภรี” มาเล่นเป็นเรื่อง โดยคณะวิจัยกล่าวว่า วิธีการปรับเปลี่ยนรสนิยมดังกล่าวนี้ มักจะใช้หลักการ “เพิ่มของใหม่แต่ตัดของเก่าทิ้งไม่ได้” (หลักการเสริมเพิ่มเติม “addition”)

(ค) การปรับเปลี่ยนเรื่องช่องทาง/ตัวสื่อ ในทัศนะของนักนิเทศศาสตร์นั้น องค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อความอยู่รอดอย่างสูงสุดของการสื่อสารนั้น น่าจะเป็นที่องค์ประกอบตัวช่องทาง/ตัวสื่อนี้ ดังที่แสดงในแผนภาพ



ภาพที่ 20 : ภาพแสดงความสำคัญของช่องทาง/สื่อในการสื่อสาร

จากแผนภาพนี้เราจะพบว่า เมื่อผู้ส่งสารสร้างเนื้อหาสารขึ้นมาแล้ว การที่เนื้อหา/สารนั้นจะเดินทางไปถึงผู้รับสารได้หรือไม่นั้น รอยต่อที่สำคัญที่สุดก็คือ ตัวช่องทาง/สื่อ (Channel/media)

คำว่า “ช่องทาง/สื่อ” นั้น กินความหมายกว้างขวางตั้งแต่ตัวสื่อต่าง ๆ (media) เช่น วิทยุ จดหมาย ม้าเร็ว นักพิราบ โทรศัพท์มือถือ ฯลฯ และบรรดาช่องทางต่าง ๆ ได้แก่พื้นที่ (เทศะ) และช่วงเวลา (กาละ) อันได้แก่โอกาส/สถานการณ์ เช่น ร้านกาแฟ งานบวช ผามเล่นซอ โรงโนรา เวทีการแสดงหมอลำ แผงชายเทป สถานีโทรทัศน์ ฯลฯ

สำหรับความสำคัญของช่องทาง/สื่อนั้น กลุ่มคนที่ซาบซึ้งมากที่สุดก็คงจะเป็นกลุ่มผู้สร้างละครโทรทัศน์หรือผู้สร้างภาพยนตร์ไทยที่ผลิตเนื้อหาออกมาแล้ว แต่ขาดช่องทาง/สถานี/หรือโรงหนังที่จะแพร่ภาพแก่ผู้ชม ซึ่งก็เท่ากับการสื่อสารนั้นไม่สามารถจะเกิดขึ้นได้

ผลจากการวิจัยเรื่องสื่อพื้นบ้านทั้ง 4 ชั้นนี้ได้พิสูจน์ให้เห็นว่า เหตุผลสำคัญของการดำรงอยู่ หรือสูญหายของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิดนั้น อาจไม่ได้เกิดมาจากปัจจัยองค์ประกอบอื่น ๆ ของการสื่อสาร กล่าวคือ มิใช่ว่าผู้ส่งสาร/ศิลปินพื้นบ้านนั้นหมดสิ้นฝีมือเสียแล้ว หรือว่ามนต์เสน่ห์ของเนื้อหาสื่อพื้นบ้านนั้นเหือดหายไปแล้ว รวมทั้งมิใช่ว่าความต้องการของผู้รับสารต่อสื่อพื้นบ้านก็เสื่อมสลายไป หากแต่สาเหตุหลักน่าจะเป็น “การหดตัวหรือการหายไปของช่องทางการสื่อสาร” มากกว่า

ด้วยเหตุนี้ คณะวิจัยสื่อพื้นบ้านจึงพบว่า สื่อพื้นบ้านที่ศึกษามีความพยายามที่จะใช้ ศักยภาพในการปรับตัวด้านสื่อ/ช่องทาง (วาระ/โอกาส) อย่างมาก เช่น

(ก) การรวมเอาองค์ประกอบของสื่ออื่น ๆ เข้ามาเสริม เป็นวิธีการปรับตัวด้านสื่อที่

แพร่หลายมากที่สุด และทำได้หลายรูปแบบมาก เริ่มตั้งแต่

- การนำเอาเครื่องดนตรีสมัยใหม่เข้ามาเสริม เช่น ในพิธีโนราโรงครู ก็อาจจะเสริมเครื่องดนตรีสมัยใหม่ เช่น อิเลคโทน หรือ ออร์แกน เข้ามาในวงดนตรีโนรา
- การขยายตัวของสื่อพื้นบ้านไปอยู่ในสื่อสมัยใหม่ ทั้งหมดลำและโนราต่างก็ขยายตัวไปปรากฏอยู่ใน เทป ซีดี วีซีดี ภาพยนตร์ และโทรทัศน์ ซึ่งทำให้โอกาสในการเข้าถึง (Accessibility) ตัวผู้รับมีมากขึ้น การขยายตัวแบบนี้บางครั้งก็เพิ่มเป็น 2 ทอด 3 ทอด เช่น เอาสื่อกลอนลำไปเปิดผ่านหอกระจายข่าวในช่วงเช้า โดยเป็นกลอนลำชักชวนให้ ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

(ข) การขยายช่องทางในการสื่อสารด้วยการเพิ่มวาระโอกาส เช่น กรณีของโนราหน้าศพ ซึ่งแต่เดิมนั้น มีความเชื่อว่า ห้ามเล่นโนราในงานอวมงคล เพราะเป็นการร่ำรำเกี่ยวกับวิญญาณผู้ตายคือตายายอยู่แล้ว จึงไม่เหมาะต่อการร่ำรำในงานศพที่วิญญาณเพิ่งออกไปจากร่าง แต่ในบางกรณีก็มีข้ออ้างที่จะทำให้เล่นโนราหน้าศพได้ เช่น ตามคำขอร้องของผู้ตายหรือเพราะโนราเป็นที่ชื่นชอบอย่างมากของผู้ตาย

(ค) การโยกย้ายปรับเปลี่ยนเวลา เช่น ปกติ ช่วงเวลาสำคัญของโนรา คือ ค่ำวันพฤหัสบดี เพราะเป็นคืนชุมนุมตายาย แต่ในสถานการณ์ปัจจุบัน การมานอนค้างของญาติพี่น้องอาจจะไม่สะดวก จึงได้มีการโยกย้ายช่วงเวลาสำคัญมาอยู่ในตอนกลางวันของวันพฤหัสบดี เป็นต้น

(ง) การเพิ่มพื้นที่ ตัวอย่างเช่นแต่เดิมนั้น การตั้งโรงครูเพื่อทำพิธีกรรมครอบครูนั่นจะต้องไปทำที่บ้านครูที่อยู่ในชุมชน แต่ในยุคปัจจุบัน มีการสอนโนราในสถาบันการศึกษามากขึ้น โดยที่ผู้เรียนล้วนมาจากคนละทิศละทาง ดังนั้นจึงต้องมีการปรับตัวด้วยการตั้งโรงพิธีในสถาบันการศึกษาแทน โดยถือว่าสถาบันการศึกษาก็เป็น “ชุมชน” อีกแบบหนึ่ง

(2) การปรับเปลี่ยนด้านผู้ชม ศักยภาพด้านนี้อาจจะเป็นศักยภาพที่เคยมีอยู่ในสื่อพื้นบ้านเกือบทุกชนิด คือการมีคุณลักษณะที่เป็นการแสดงสด เป็นการสื่อสารสองทางที่สามารถดึงดูดการมี

ส่วนร่วมจากผู้ชมให้เกาะความสนใจติดอยู่กับผู้ส่งสารตลอดเวลา (เช่น การร้องสอยของหมอลำ หรือการพูดเล่นหยอกล้อระหว่างโนรากับผู้ชม) ดังนั้นแม้ว่าสื่อพื้นบ้านหลายชนิดจะโยกตัวเองไปอาศัยสื่อมวลชน เช่น ไปอัดเทปเสียง ทำวีซีดี ฯลฯ แต่ทว่า สื่อพื้นบ้านส่วนใหญ่ก็ยังคงพยายามรักษารูปแบบการแสดงสดของตนเองควบคู่กันไป ทั้งนี้เพื่อการรักษาผู้ชมเอาไว้

ประยุทธ์และคณะพบว่า บรรดาหมอลำทั้งหลายล้วนพยายามรักษาศักยภาพในด้านการสร้างให้ผู้ชมมีส่วนร่วมใน 4 ระดับนี้ให้ได้อยู่เสมอ คือ

ระดับ 1 การมีส่วนร่วมในระดับร่วมความสนุกสนาน

ระดับ 2 การมีส่วนร่วมในระดับเกิดความผูกพัน เช่น การทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วมแบบแฟนคลับ เช่นบรรดาแม่ยกหรือผู้ที่เป็ “แม่ฮัก” “เอ้อยฮัก” “น้องฮัก”

ระดับ 3 การมีส่วนร่วมในระดับสร้างความรู้สึกร่วมเป็นกลุ่มนิยม (collectivism) คือสร้างความรู้สึกร่วมภาคภูมิใจที่ได้เป็นคนที่มีส่วนร่วมของวัฒนธรรมนั้น

ระดับ 4 การมีส่วนร่วมในระดับการเข้าถึงสาระ ในแง่นี้หมายความว่าตั้งแต่การสร้างผู้ชมให้มีทั้งความรู้ความเข้าใจจากเนื้อหาของสื่อพื้นบ้าน และยังเจาะลึกลงไปถึงการเข้าใจ “แก่นสาระ” ของเนื้อหานั้น เช่น บรรดาข้อคิดต่าง ๆ ซึ่งคณะวิจัยหมอลำพบว่า ได้ยินลุงป้าต๋ายายกล่าวถึงข้อความที่หมอลำลำอยู่เสมอ ซึ่งหมายความว่า “สาระที่อยู่ในปริบทของศิลปะการแสดง” ได้ไหลซึมผ่าน (fluidity) ไปสู่ “ปริบทที่เป็นชีวิตจริง” ของผู้รับสาร

สิ่งที่น่าสนใจและเป็นประเด็นในเรื่องการปรับเปลี่ยนด้านผู้ชมก็คือ ในปัจจุบันนี้การใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อพัฒนานั้น จะสามารถปรับเปลี่ยนตนเองในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้ชมให้เข้ามามีส่วนร่วมในระดับต่าง ๆ ได้มากน้อยเพียงใด

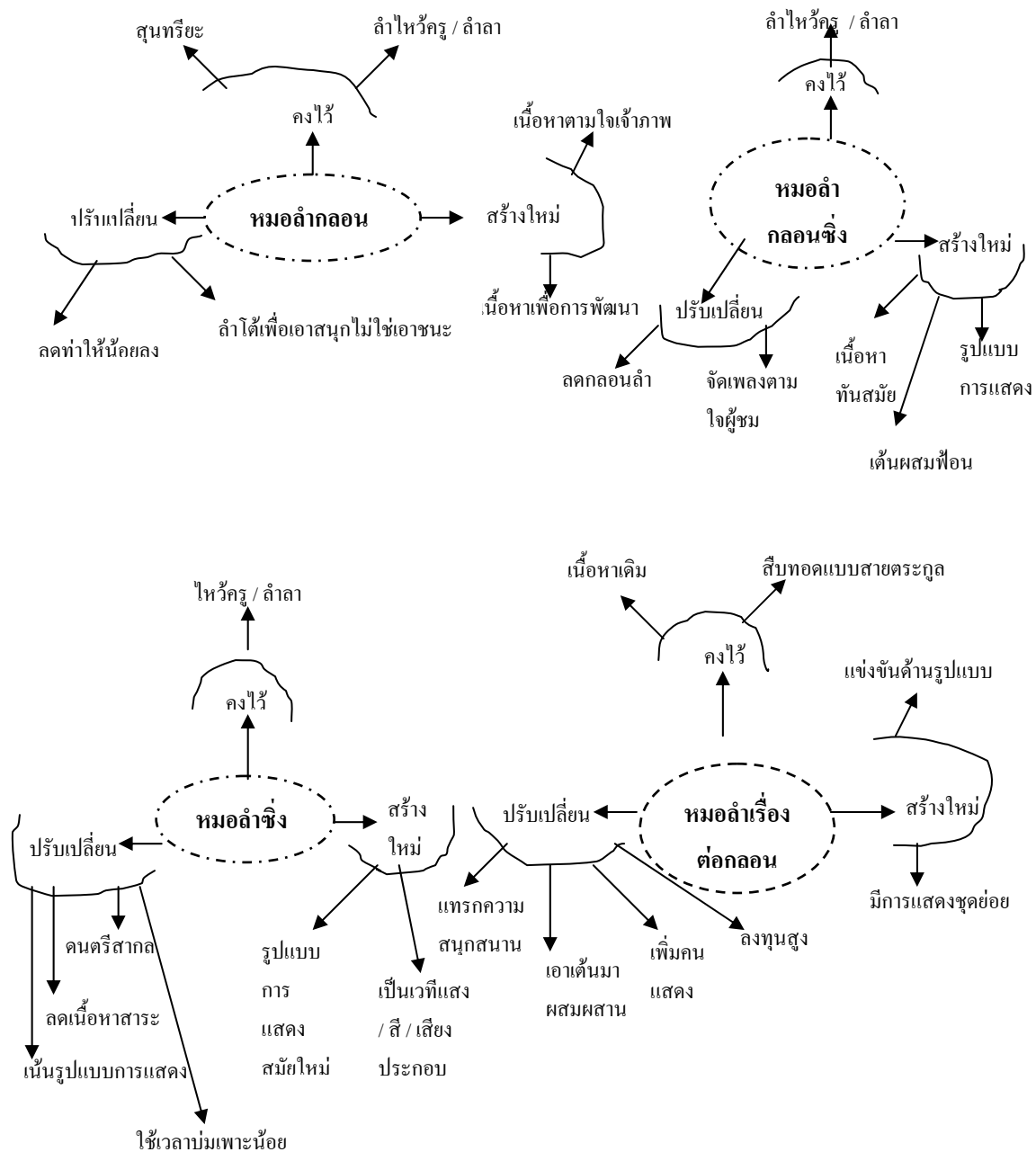
(7.4) การศึกษา “การปรับตัว” กับ “ประเภทของสื่อพื้นบ้าน”

ดังได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า สภาพที่เป็นจริงแท้แนที่สุดของสื่อพื้นบ้าน คือ ความหลากหลายในประเภทต่าง ๆ ของสื่อพื้นบ้าน ดังนั้น ตัวแปรเรื่อง “ประเภท” จึงเป็นตัวแปรต้นที่จะมากำหนด “ลักษณะของการปรับตัว” ของสื่อพื้นบ้านซึ่งเป็นตัวแปรตามนั้นอยู่เสมอ

ตัวอย่างเช่น ในกรณีของโนรา โนราประเภทบันเทิง ซึ่งมีตลาดคู่แข่งจากสื่อมวลชนซึ่งทำหน้าที่แบบเดียวกันอย่างสูง (เมื่อเทียบกับโนราประเภทพิธีกรรม/โนราการศึกษา) เมื่อลักษณะรูปแบบความบันเทิงแบบใหม่มักจะเน้นความยิ่งใหญ่อลังการ ความวูบวาบตื่นเต้น ทำให้โนราการแสดงต้องปรับตัวตาม จากที่เคยขายความบันเทิงด้วยความงามและความสนุก ก็ต้องเริ่มมาขายขนาด(เวทีกว้างใหญ่) การเปลี่ยนเวทีตั้งแต่เดิมคนดูกับคนเล่นอยู่ใกล้ชิดกัน มาเป็นการยกเวทีคนเล่นกับคนดูให้ห่างกัน ซึ่งอาจจะมีผลทำให้ศิลปะค่อย ๆ ถอยห่างออกไปจากชีวิตชาวบ้านมากขึ้นทุก

ที่ทั้งในทางกายภาพและความรู้สึก การใช้ดนตรีสากลทำให้ต้องลงทุนสูงและต้องมีสปอนเซอร์ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน เป็นต้น

ประยุทธ์และคณะได้ประมวลการปรับตัวทั้ง 3 มิติ (คงไว้/ปรับเปลี่ยน/สร้างใหม่) ของหมอลำ โดยแยกประเภทของหมอลำแต่ละชนิดเอาไว้อย่างชัดเจน เป็นตัวอย่างดังนี้



ภาพที่ 21 : ประเภทของหมอลำกับการปรับเปลี่ยน

คณะวิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่า การปรับเปลี่ยนแต่ละประเภทของหมอลำนั้น มีผลโดยตรงต่อศักยภาพบางด้านที่เคยมีอยู่ในเนื้อหาของหมอลำ คือ ศักยภาพการให้สาระ-บันเทิง ไปพร้อม ๆ กัน (Education-entertainment) กล่าวคือ หมอลำประเภทที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว มีการคงเดิมของเก่าเอาไว้แต่น้อย มีการสร้างใหม่มากขึ้น จะมีศักยภาพในการให้สาระบันเทิงน้อยกว่าหมอลำประเภทอื่น ๆ

นอกจากนั้น คณะวิจัยยังพบตัวแปรเรื่อง “อำนาจ” ที่จะเลือกปรับเปลี่ยนของหมอลำแต่ละประเภท ทั้งนี้เมื่อคำนึงถึงสถานภาพของสื่อพื้นบ้านประเภทหมอลำว่าได้ก้าวล่วงเข้าไปในบ่วงของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่มีลักษณะเป็นธุรกิจพาณิชย์ศิลป์อย่างเกินกว่าครึ่งตัวแล้ว คณะวิจัยพบว่า หมอลำบางประเภท เช่น หมอลำกลอน ที่ก้าวเข้าสู่ธุรกิจน้อยที่สุด (ด้วย “โล่ห์ป้องกันตัว 4 ไม่” ที่ได้กล่าวมาแล้ว) ในกรณีนี้ เจ้าของวัฒนธรรมจะเป็นผู้ตัดสินใจได้เองว่าจะปรับเปลี่ยนอะไร และเนื่องจากหมอลำกลอนนั้นเป็นหมอลำชั้นครูจึงมีต้นทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) คือความรู้ความสามารถและชื่อเสียงที่สั่งสมเอาไว้เป็นหน้าดัก และสามารถกำหนดทิศทาง / สัดส่วนการปรับเปลี่ยนได้

ส่วนหมอลำที่ก้าวล้ำเข้าไปในแวดวงธุรกิจมากขึ้น คือ หมอลำกลอนซึ่งนั้น บางอย่างก็เลือกตัดสินใจได้เอง เช่น เนื้อหาการแสดง แต่บางอย่างก็ต้องเอาหูฟังภาคธุรกิจ ในกรณีของหมอลำหมู่ หากเป็นคณะที่มีชื่อเสียงมากพอสมควรก็จะมีอำนาจตัดสินใจได้ เช่น การเลือกเนื้อหาและการดำเนินการแสดง

ส่วนหมอลำที่แทบจะหาความเป็นตัวของตัวเองไม่ได้เลย ต้องปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของคนอื่นตลอดเวลา เช่น หมอลำชิง ซึ่งต้องปรับเปลี่ยนไปตามการออกแบบและการชี้แนะของนายทุนผู้ผลิตทุกประการ

(7.5) การปรับตัวด้านบทบาทหน้าที่ (ดูรายละเอียดในหัวข้อต่อไป)

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า การที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งจะดำรงอยู่ต่อไปให้ยืนยาวในสังคมนั้น สิ่งนั้นจะต้องแสดงบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายมาให้บรรลุ นี่คือนิยามสำคัญของทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism)

และเมื่อพิจารณาแนวคิดเรื่องการทำหน้าที่ประสานกับแนวคิดเรื่อง “การปรับตัว” เราก็คงจะพบว่า ในการปรับเปลี่ยนนั้นนอกจากจะปรับเปลี่ยนในแง่ “คุณลักษณะ” ต่างๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ในหลายกรณี แม้ว่าจะไม่มี (หรือมีก็ได้) การปรับเปลี่ยนคุณลักษณะ แต่ก็อาจจะมี การปรับเปลี่ยนในแง่ “บทบาทหน้าที่” ตัวอย่างเช่น “วัด” ในสถาบันศาสนาซึ่งแต่เดิมอาจจะทำหน้าที่เป็น “ศาล / ที่ไกล่เกลี่ยกรณีพิพาทในชุมชน” แต่ปัจจุบันวัดอาจจะหมดยบทบาทหน้าที่เดิม แต่ได้เปลี่ยนมาทำหน้าที่ใหม่ เช่น “เป็นแหล่งท่องเที่ยว” เป็นต้น

ดังนั้นการศึกษการปรับตัวของสื่อพื้นบ้านในงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น จึงพบมิติของการปรับตัวในอีกมิติหนึ่ง คือการปรับตัวด้านบทบาทหน้าที่ เช่น ตัวอย่างต่อไปนี้

- การเพิ่มหน้าที่ด้านสุขภาพของสื่อพื้นบ้าน เนื่องจากในยุคปัจจุบัน ความคิดเรื่องการสร้างเสริมสุขภาพด้วยเจ้าของสุขภาพเองกำลังอยู่ในกระแสความสนใจ ในการนี้สื่อพื้นบ้านนานาชาติก็ได้เข้ามาร่วมขบวนด้วยการนำเสนอบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านว่า สามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้ ดังเช่นกรณีของหมอลำเพื่อการออกกำลังกายที่ได้ยกตัวอย่างไปแล้ว หรือในกรณีของโนรากายบริหารที่เป็นกิจกรรมประยุกต์เอาท่ารำของโนรามาใช้เพื่อการบริหารร่างกายในรูปแบบเดียวกับการเต้นแอโรบิกออกกำลังกาย

- การเพิ่มหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว เมื่อกระแสการท่องเที่ยวกลายเป็นนโยบายหลักของการพัฒนาประเทศ และกระแสดังกล่าวก็ต้องไหลจากส่วนกลางเข้าไปสู่ท้องถิ่นซึ่งเป็นแหล่งทรัพยากรของการท่องเที่ยว การแสวงหาวัฒนธรรมพื้นบ้านมาทำให้เป็นสินค้าจึงเป็นผลที่เกิดขึ้นตามมา โนราเป็นศิลปะพื้นบ้านภาคใต้ที่ถูกยกขึ้นมาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีคุณลักษณะหลายอย่างที่เหมาะต่อการปรับแต่ง การแสดงโนราประกอบการรับประทานอาหารในโรงแรมให้ความแปลกตาอิมอาร์มกับนักท่องเที่ยว เพราะโนราเป็นการรำรำที่มีความหลากหลายทั้งในทางดนตรีและกระบวนท่า ให้อารมณ์ความเป็นถิ่นใต้ที่ชัดเจนรุนแรงอันเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่น่าเสนอให้แก่คนภายนอกจนกลายเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจน

(7.6) การปรับตัวด้วยการต่อรอง

ในขณะที่ด้านหนึ่งความหมายของคำว่า “ปรับตัว” นั้นมีความหมายถึงการพยายามปรับเปลี่ยนตัวเองให้แปรไปตามสิ่งอื่นๆ แต่ในอีกด้านหนึ่ง ประยุทธ์และคณะก็พบว่า การปรับตัวของสื่อพื้นบ้านเช่นหมอลำนั้ยังมีอีกมิติหนึ่ง คือ “มิติของการต่อรอง” ซึ่งถือเป็นศักยภาพในการปรับเปลี่ยนได้อีกมิติหนึ่ง

เนื่องจากกลุ่มบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับหมอลำนั้มีอยู่ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มนายทุนอุตสาหกรรมบันเทิง กลุ่มผู้ชมและกลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐบาล คณะวิจัยพบว่าในการติดต่อกับกลุ่มทั้ง 3 นั้น หมอลำได้ใช้ศักยภาพในการต่อรองกับทั้ง 3 กลุ่มอยู่ตลอดเวลา

(ก) การต่อรองกับนายทุน จะต้องขึ้นอยู่กับ**ประเภทหมอลำ**กล่าวคือต้องเป็นหมอลำที่มีวัตถุประสงค์ที่จะขายได้ราคาเท่านั้น เช่น หมอลำเรื่องต่อกลอน ประเด็นของการต่อรองก็เป็นไปตามวัฏจักรของวงจรธุรกิจ ตั้งแต่การต่อรองในเรื่องที่จะขาย ราคา ลิขสิทธิ์ การร่วมลงทุน ฯลฯ

(ข) การต่อรองกับผู้ชม ผู้ชมในที่นี้หมายถึงบรรดาเจ้าภาพที่จะว่าจ้างหมอลำไปแสดง ในกรณีของหมอลำที่มีต้นทุนทางสังคมสูง เช่น ได้รางวัลจากการประกวดก็สามารถจะต่อรองเรื่องราคา ซึ่งเป็นมิติทางธุรกิจเช่นกัน

(ค) การต่อรองกับรัฐ คณะวิจัยพบว่าในกรณีนี้รัฐต้องการความช่วยเหลือจากหมอลำเช่น ให้มาช่วยงานรณรงค์ หมอลำอาจจะต่อรองด้วยการนำเอาข้อมูลมาจากหน่วยงานของรัฐ แต่ในการควบคุมการผลิตรูปแบบและเนื้อหานั้น หมอลำจะดำเนินการอย่างอิสระ อย่างไรก็ตาม คณะวิจัยเห็นว่าหมอลำ (รวมทั้งสื่อพื้นบ้านทุกประเภท) ยังไม่มีอำนาจมากพอที่จะต่อรองกับรัฐในการเรียกร้องผลประโยชน์ของอาชีพ เช่น การตั้งกองทุน หรือการขอรับการสนับสนุนอื่นๆ

ในกรณีของโนรา เขียรชัยและคณะไม่ได้มุ่งเน้นมิติการต่อรองในด้านเศรษฐกิจกับกลุ่มคน แต่ได้วิเคราะห์ในหน่วยของ “วัฒนธรรมท้องถิ่น” กับ “ปัจจัยผลักดันที่มาจากภายนอก” และได้ให้ข้อสรุปเช่นเดียวกันว่า สื่อพื้นบ้านเช่นโนรานั้นก็ได้ใช้วิธีการและเทคนิคต่างๆ ในการต่อรองกับเงื่อนไขปัจจัยจากภายนอกเช่นเดียวกัน โดยใช้หลักการเรื่อง “การพบกันครึ่งทาง” คือขอให้หมอลำของตนอยู่ส่วนหนึ่งและยอมให้มีของคนอื่นอีกส่วนหนึ่ง

(7.7) การปรับตัวด้านเครือข่าย

ดังได้เกริ่นมาบ้างแล้วว่าเครือข่ายนั้นเป็นองค์ประกอบย่อยอย่างหนึ่งของสื่อพื้นบ้านที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมาในรูปแบบความสัมพันธ์ที่เอื้อเพื่อเกื้อกูลกัน แลกเปลี่ยนผลประโยชน์ ถ้อยทีถ้อยอาศัย ที่เขาทีเรา ฯลฯ ตัวอย่างเช่นในกรณีของโนรา หากขาดคนเล่นปีในการแสดงครั้งหนึ่ง (เช่นนักดนตรีติดธุระ หรือเจ็บไข้ได้ป่วย) ก็จะมีการยืมตัวจากคณะอื่นๆ เครือข่ายจึงมีหน้าที่บทบาทสำคัญทั้งในการรักษาการดำรงอยู่และการปรับตัวของสื่อพื้นบ้าน

และในท่ามกลางการปรับตัวขององค์ประกอบทั้งหลาย งานวิจัยสื่อพื้นบ้านทั้ง 4 กรณีต่างก็ได้พบการปรับตัวของเครือข่ายเดิมที่มีอยู่ในกรณีของผีป่วนั้นพบว่าเมื่อหมดพิธีไหว้ ผีป่วนั้น บรรดาเครือข่ายในลักษณะเครือข่ายก็เจือจางไป ในกรณีของหมอลำนั้น นอกจากเครือข่ายเก่าจะหายไปแล้ว เนื่องจากการหลุดเข้าไปสู่วงโคจรของระบบทุนนิยมซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดรูปแบบความสัมพันธ์แบบตัวใครตัวมันแล้ว ก็ยังเพิ่มอัตราความรุนแรงด้วยการแข่งขันชิงดีชิงเด่นกันอีกด้วย ส่วนงานวิจัยกองบุญชาวนั้น เราก็ได้เห็นความพยายามที่จะสานเครือข่ายใหม่บนร่องของรอยทางเดินเก่าของชาวเขาเผ่าปกากะญอ โดยผ่านกิจกรรมการพัฒนารูปแบบต่างๆ

ในที่นี้จะนำเสนอการวิเคราะห์การปรับตัวของเครือข่ายในงานวิจัยโนราซึ่งคณะวิจัยได้ศึกษาเอาไว้โดยละเอียด เพื่อแสดงให้เห็นว่าจะมีวิธีการวิเคราะห์ได้อย่างไร

(1) ประเภทของเครือข่ายในอดีต เขียรชัยและคณะพบว่าในอดีตรูปแบบความสัมพันธ์แบบเครือข่ายรอบๆ โนรานั้นก่อตัวขึ้นมาอย่างอุดมสมบูรณ์และหลากหลายมาก เช่น เครือข่ายที่ผูกโยงผ่านพื้นที่ที่โนราตระเวนไปแสดง เครือข่ายครู-ศิษย์ ชาวบ้าน-ศิลปิน ศิลปิน-ศิลปิน ชาวบ้านกับชาวบ้าน คนกับผี(ตายาย) ผีกับผี เป็นต้น

คณะวิจัยอธิบายว่ารูปแบบอันหลากหลายของเครือข่ายดังกล่าวนี้เกิดมาจากบริบทความเป็นจริง 3-4 ประการของสังคมในอดีต คือ การให้ความสำคัญกับการนับญาติเนื่องจากเป็นแหล่งทรัพยากรและสถาบันสวัสดิการที่ไว้วางใจได้มากที่สุด การมีระดับเทคโนโลยีที่ไม่สูงนักทำให้การพึ่งพาความช่วยเหลือจากมนุษย์ด้วยกันมีความจำเป็น ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ภาคใต้ที่เปิดโล่งทำให้มีลักษณะเสี่ยงภัยสูง ปัจจัยพื้นฐานนี้เป็นรากฐานสำหรับการก่อตัวของค่านิยมแบบรักพวกพ้อง นิยมคนกว้างขวาง ใจคอนักเลง เป็นต้น

ดังนั้นบรรดากิจกรรมต่างๆ ที่อยู่แวดลอมในราชจึงเป็นกิจกรรมที่**ตรวจสอบความ**เข้มแข็งของเครือข่ายต่างๆ และในเวลาเดียวกันก็เป็นกิจกรรมที่**เสริมความแข็งแกร่ง** (Empower) เครือข่ายไปพร้อมๆ กัน

(2) การเปลี่ยนแปลงไปของบริบทสังคม ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในหัวข้อของการวิเคราะห์บริบทของสื่อพื้นบ้านว่าในช่วง 5 ทศวรรษที่ผ่านมา สังคมชนบทของไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก และการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ส่งผลกระทบกับเครือข่ายเก่าที่มีอยู่ ทั้งในรูปแบบของการล่มสลายและการปรับเปลี่ยน รวมทั้งการเกิดขึ้นของเครือข่ายใหม่ๆ เพื่อเป็นการปรับตัว

งานวิจัยในราชพบว่าการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญๆ ของบริบทสังคมก็คือการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำมาหากินของชุมชน (จากการเกษตรไปเป็นการค้า / อุตสาหกรรม) การเปลี่ยนกระบวนทัศน์แบบความเชื่อดั้งเดิมมาเป็นวิทยาศาสตร์ (ทำให้เรื่องตายายกลายเป็นเรื่องงมงายไร้สาระ) การเปลี่ยนแปลงปัจจัยเสี่ยงจากศัตรูโจรสลัดอย่างเดิมๆ มาเป็นความเสี่ยงภัยแบบใหม่ เช่น ราคาสินค้าขึ้น ถูกไล่ออกจากงาน เป็นต้น

(3) การเกิดขึ้นของเครือข่ายใหม่ๆ ในขณะที่เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ทำลายเครือข่ายแบบเก่า แต่ในเวลาเดียวกันก็มีเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างเครือข่ายใหม่ เช่น การพัดหวนคืนมาของกระแสวัฒนธรรมท้องถิ่น การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น รากฐานเก่าของชุมชนที่ยังหลงเหลืออยู่ รวมทั้งรสนิยมของชาวบ้านที่ไม่อาจลบทิ้งไปได้ง่ายๆ คณะวิจัยพบว่ามีรูปแบบเครือข่ายใหม่ๆ เกิดขึ้นหลายแบบเช่น

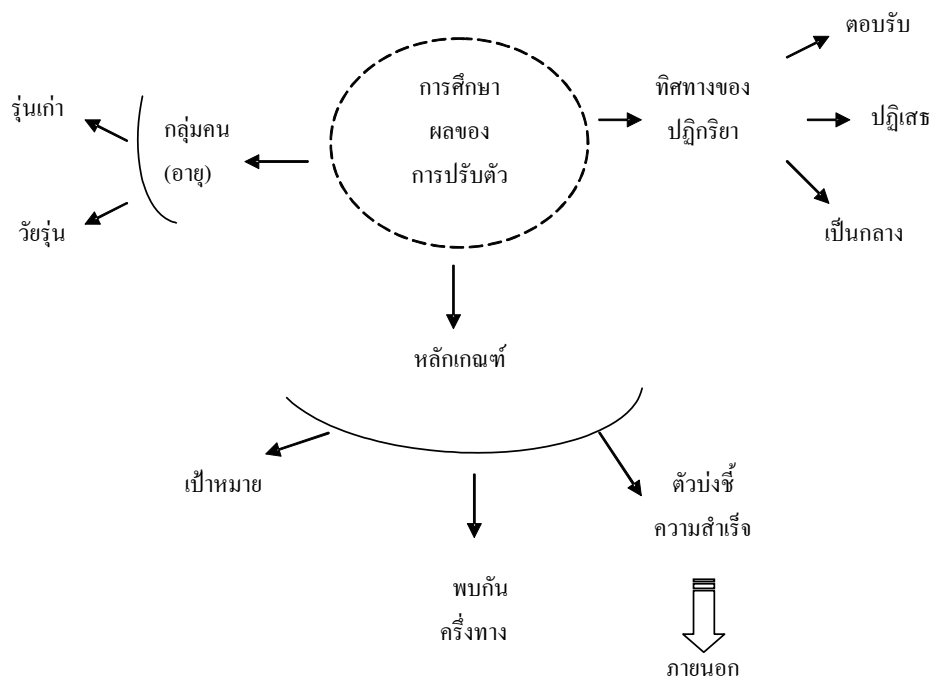
- เครือข่ายระหว่างสถาบันการศึกษา เช่น โรงเรียนที่หัดโนราห์จะมีการหยิบยืมชุด / เครื่องดนตรีของกันและกัน
- เครือข่ายครู-ศิษย์ร่วมสมัย ดังที่กล่าวเอาไว้ในหัวข้อเรื่องการสืบทอด
- เครือข่ายของโนราบันเทิงที่ช่วยกันรับงานแสดง ตามหลัก “แบ่งกันรวยช่วยกันดัง” เป็นต้น

ประเด็นนี้จึงเป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาวิจัยต่อไปว่า หากเครือข่ายเป็นกลไกสำคัญในการดำรงอยู่ของสื่อพื้นบ้านแล้ว เราจะมีแนวทางและวิธีการในการสร้างสรรค์และเสริมความแข็งแกร่งให้แก่กลไกตัวนี้ได้อย่างไร

(7.8) การสำรวจผลของการปรับตัว

เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่าสื่อพื้นบ้านนั้นเป็นมรดกร่วมของคนในชุมชน ดังนั้นเมื่อเกิดการปรับเปลี่ยนขึ้น จึงย่อมส่งผลกระทบต่อทั้งทางกายภาพ ทางอารมณ์จิตใจ ความรู้สึก ทางการกระทำ ทางสังคม / เศรษฐกิจ / อำนาจ และทางจิตวิญญาณของผู้คนในสังคม ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาสำรวจปฏิบัติการ / ความคิดเห็น / ความรู้สึกนึกคิดของเจ้าของวัฒนธรรมเอง

ในงานวิจัยโนรา คณะวิจัยได้หาวิธีการสำรวจปฏิบัติการของผู้คนต่อสภาพการปรับตัวของโนราตามแง่มุมเหล่านี้



ภาพที่ 22 การศึกษาผลของการปรับตัว

(ก) ทิศทางของปฏิบัติการ คณะวิจัยพบว่า มี 3 ทิศทางคือ **การตอบรับ** ซึ่งมักจะเป็นกลุ่มคนที่มีรสนิยมเดียวกับการปรับเปลี่ยน (มักเป็นวัยรุ่น) **การปฏิเสธ** มักเป็นท่าทีของคนรุ่นเก่า และกลุ่มที่เป็นกลางวางเฉย ต้องรอให้มีการทบทวนหลักการกันก่อน

(ข) ปฏิริยาของกลุ่มคน เป็นวิธีการแยกปฏิริยาตามเกณฑ์ของ “อายุ” เช่นกลุ่มผู้อาวุโสและกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มอาวุโสอยากให้มิตรตรวจสอบการปรับเปลี่ยนเปลือก กระพี้ แก่น ส่วนกลุ่มวัยรุ่นจะยินดีรับของโบราณถ้ามีของใหม่มาผสมด้วย

(ค) หลักเกณฑ์ของแนวคิดของเจ้าของวัฒนธรรม ตัวเจ้าของวัฒนธรรมจะตอบรับหรือปฏิเสธการปรับเปลี่ยนตามหลักเกณฑ์บางประการ เช่น

- เป้าหมายของการปรับเปลี่ยนนั้น เพื่ออะไร / เพื่อใคร
- พบกันครึ่งทาง เช่น ไม่ปฏิเสธของใหม่ แต่ขอสร้างอาณาเขตของเก่า หรืออาจกล่าวว่าไม่ยอมรับวิธีการแบบทดแทน แต่ยอมรับการเสริมเพิ่มเติมหรือการผสมผสาน
- ตัวบ่งชี้ความสำเร็จของการปรับเปลี่ยนก็คือ การสื่อสารความหมายที่แท้จริงกับคนภายนอกได้รู้เรื่อง

คณะวิจัยมีความเห็นว่าท่ามกลางความแตกต่างหลากหลายของปฏิริยาต่อการปรับเปลี่ยนดังกล่าว ในขณะที่สื่อพื้นบ้านนั้นมีศักยภาพแห่งการปรับตัวอย่างสูงมาก แต่เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นสมบัติร่วมของชุมชน การปรับเปลี่ยนนั้นจึงควรเกิดจากความเห็นพ้องต้องกันของคนส่วนใหญ่ ดังนั้น แนวทางหนึ่งของการพัฒนาสื่อพื้นบ้าน จึงควรมีการระดมความคิดเห็นเนื้อหาข้อสรุปร่วมกัน

(7.9) การทดลองเพื่อยืดศักยภาพการปรับเปลี่ยน

เนื่องจากการวิจัยเรื่องโนรา คณะวิจัยได้นำเอาการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) สอดใส่เข้าไปในการดำเนินงานวิจัย โดยมีเป้าหมายที่จะวัดศักยภาพของโนราในหลายแง่มุม เช่น วัดศักยภาพของโนราในการปรับตัวตามพื้นที่ (จากภาคใต้ไปเล่นภาคตะวันออก) ข้ามวัฒนธรรม (จากชุมชนชาวบ้านไปเล่นในชุมชนมหาวิทยาลัย) ข้ามภูมิภาค (จากที่เคยฝึกหัดสืบทอดเด็กได้มาหัดรำให้เด็กทั่วประเทศ) หรือการออกแบบการทำพิธีโนราโรงครูเพื่อจะทำหน้าที่แก้ไขปัญหาคัดแย้งของเครือญาติและตอบความต้องการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน เป็นต้น

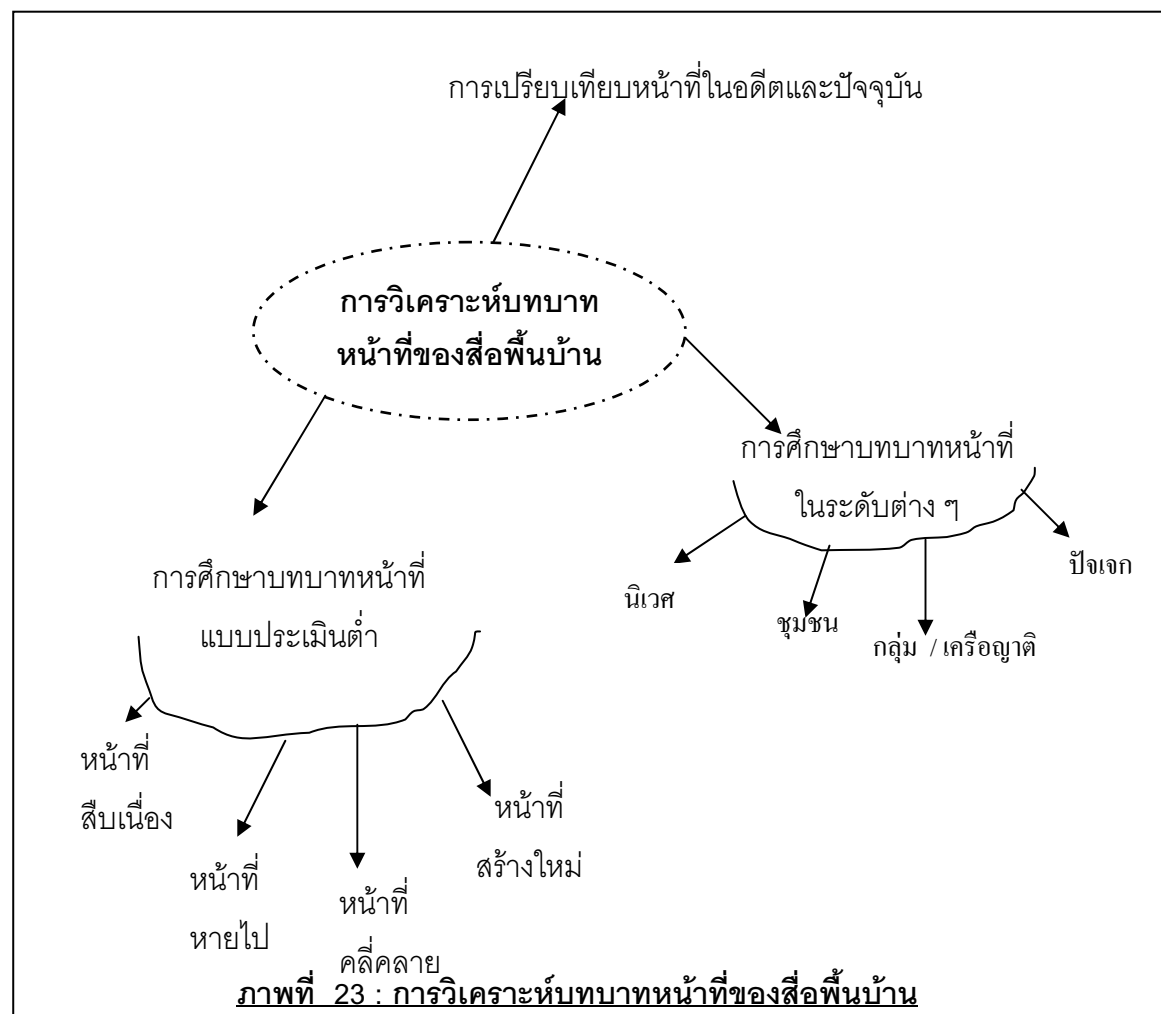
ผลจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการนี้ให้ข้อสรุปที่ชัดเจนว่าศักยภาพในการปรับตัวด้านต่างๆ ของสื่อพื้นบ้านเช่นโนรา ไม่ว่าจะเป็นการปรับตัวด้านการแสดง ด้านสืบทอดหรือด้านการแก้ปัญหาของชุมชนนั้น สื่อพื้นบ้านมีศักยภาพที่จะทำได้เต็มที่ เหลือเพียงความสามารถ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความตั้งใจจริง และความจริงใจของผู้ยืดศักยภาพเท่านั้นที่ยังรอคอยคำตอบอยู่

8. การวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้าน

สำหรับการตอบคำถามว่า “สื่อพื้นบ้านจะเข้ามาช่วยการพัฒนาชุมชน/และสังคมได้อย่างไร” ในด้านหนึ่ง ก็คือ การตอบคำถามโดยการศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ รอบตัวนั่นเอง

การศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านเป็นประเด็นที่มักเป็นที่นิยมในการศึกษา ทั้งนี้ เนื่องจากการศึกษาดังกล่าวดำเนินไปภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) ซึ่งเป็นทฤษฎีกระแสหลัก (Mainstream) ทฤษฎีหนึ่ง เนื้อหาโดยย่อ ๆ ของทฤษฎีนี้ก็คือ การอธิบายว่า การดำรงอยู่ของสื่อพื้นบ้าน ซึ่งเป็นประจักษ์อยู่ด้วย ๆ ส่วนหนึ่งนั้นจะยาวนานเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับว่า สื่อพื้นบ้านชนิดนั้นยังสามารถทำหน้าที่ได้อย่างดีหรือไม่ หากไม่ทำหน้าที่หรือหมดหน้าที่ ก็ย่อมสูญสลายไป (อาจเทียบเคียงได้กับไส้ติ่งที่เป็นอวัยวะที่หายไปของมนุษย์) รวมทั้งสถานการณ์ในแง่ความสำคัญสำคัญของสื่อพื้นบ้านนั้น ๆ จะมีมากหรือน้อยก็อยู่ที่ว่า ในเชิงปริมาณ สื่อนั้นทำหน้าที่มากน้อยแค่ไหน ในเชิงคุณภาพ หน้าที่ที่กระทำนั้น สำคัญระดับคอขาดบาดตายเพียงใด การศึกษาบทบาทหน้าที่จึงเป็นการศึกษาลักษณะความสัมพันธ์ระหว่าง “สื่อพื้นบ้าน” กับ “กลุ่ม/ชุมชน/สังคมโดยส่วนรวม”

เนื่องจากทฤษฎีหน้าที่นิยมนั้นเป็นทฤษฎีกระแสหลักดังที่กล่าวมาแล้ว ดังนั้นในงานวิจัยสื่อพื้นบ้านในชุดโครงการนี้ จึงผนวกเอาประเด็นการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านเอาไว้ทุกชั้น หากทว่า วิธีการศึกษา นั้น ก็ได้หลายแบบแตกต่างกันออกไปดังนี้



(8.1) การศึกษาโดยเปรียบเทียบหน้าที่ในอดีตและปัจจุบัน

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยหมอลำที่ประยูทธและคณะได้ศึกษาบทบาทหน้าที่ของหมอลำในยุคสมัยก่อน ซึ่งสถานภาพหลักของหมอลำค่อนข้างเน้นหนักไปในด้านพิธีกรรม และพบว่ามียุ 4 หน้าที่หลัก ๆ คือ

- (i) ทำหน้าที่สื่อสารเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจ เสริมความเข้มแข็งเป็นหนึ่งในทางจิตใจ โดยเฉพาะกับผู้ที่กำลังอ่อนแอ เช่น เจ็บไข้ได้ป่วย เช่นหมอลำผีฟ้า
- (ii) ทำหน้าที่สร้างความรู้สึกเป็นกลุ่มนิยมนิยม (Collectivism) ให้เกิดขึ้น ว่าเป็นคนกลุ่มเดียวกัน พวกเดียวกัน
- (iii) ทำหน้าที่เป็นที่ยึดเหนี่ยวและเป็นที่พักทางจิตใจ เช่น การบนบานศาลกล่าว หรือขอความช่วยเหลือในยามทุกข์ร้อน
- (iv) ทำหน้าที่ควบคุมความประพฤติปฏิบัติตัวของคนในสังคม เสมือนเป็นกฎระเบียบของชุมชน

ส่วนในยุคปัจจุบัน ซึ่งคณะวิจัยสรุปว่า เป็นยุคที่สถานภาพหลักของหมอลำจะโน้มเอียงมาทางด้าน “การให้สาระ/บันเทิง” เป็นหลัก เนื่องจาก **ภาวะ** เดิม ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความเจ็บไข้ได้ป่วยนั้น ได้มีสถาบันใหม่ เช่น โรงพยาบาล ยารักษาโรคแผนปัจจุบันมาแทนที่แล้ว หน้าที่ดังกล่าวจึงหมดความจำเป็นไป แต่คณะวิจัยพบว่า เนื่องจากในยุคปัจจุบันมีการแตกตัวของหมอลำอย่างหลากหลายมากกว่าครั้งอดีต ดังนั้น หน้าที่ของหมอลำในยุคปัจจุบันจึงมีเพิ่มมากขึ้นเป็นเงาตามตัวด้วย



ภาพที่ 24 : บทบาทหน้าที่ของหมอลำในยุคปัจจุบัน

(8.2) การศึกษาการทำหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านในระดับต่าง ๆ

ในงานวิจัยโนรา เขียวชัยและคณะได้แบ่งระดับของการทำหน้าที่ของสื่อโนราในครั้งอดีตออกเป็น 4 ระดับ และดูรายละเอียดของหน้าที่ในแต่ละระดับ คือ

- 8.2.1 ระดับปัจเจกบุคคล หมายถึง บทบาทของโนราที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลเป็นการส่วนตัว ที่อาจจะแตกต่างกันไปตามสภาพการณ์
- 8.2.2 ระดับกลุ่ม/หมู่คณะ/เครือข่าย หมายถึง บทบาทของโนราที่มีต่อรูปแบบความสัมพันธ์ในกลุ่มเล็ก ๆ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างสายเลือดเดียวกัน (ญาติพี่น้อง) ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ เป็นต้น
- 8.2.3 ระดับชุมชน หมายถึง บทบาทของโนราที่ส่งผลต่อกลุ่มคนที่มีขนาดใหญ่ขึ้นที่มีลักษณะเป็น “ชุมชน” หรือ “สังคม” ที่ร่วมเป็นเจ้าของสื่อนี้
- 8.2.4 ระดับระบบนิเวศ หมายถึง บทบาทของสื่อที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติอันเกี่ยวเนื่องกับบริบทที่สื่อถือกำเนิดมา

(8.2.1) ตัวอย่างของบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านในแต่ละระดับ ปัจเจกบุคคล (ในอดีต)



ภาพที่ 25 : บทบาทหน้าที่ของโนราต่อบุคคล

จากหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านที่มีต่อบุคคลนี้ได้แสดงให้เห็นว่า สื่อพื้นบ้าน เช่น โนรานั้น มีความสำคัญอย่างยิ่งใน “การพัฒนาคน” ซึ่งในครั้งอดีตนั้น แม้จะยังไม่มีสถาบันการศึกษา เช่น โรงเรียน แต่ทว่าหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านนี้ก็ทำหน้าที่เป็นประดุจเข้าหาลอมอันดีสำหรับหล่อรูป บุคลิกภาพของคนได้ คณะวิจัยได้พบว่า แม้ในปัจจุบัน ก็ยังสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนว่า เด็ก ๆ ในชุมชนที่มาเรียนรำโนราจะเป็นคนที่มีบุคลิกภาพทั้งกายและใจที่สมบูรณ์ เช่น มีความอ่อนน้อม ถ่อมตน มีจิตใจชอบช่วยเหลือผู้อื่น ไม่เหยียดหยามผู้อื่น มีความมั่นใจในตนเอง มีความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นต้น

ฉะนั้น จึงควรที่จะทบทวนบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านที่มีต่อการปั้นแต่งบุคลิกภาพของ บุคคลให้มากขึ้น

(8.2.2) ตัวอย่างของบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านในระดับกลุ่ม/หมู่คณะ/เครือญาติ (ในอดีต)



ภาพที่ 26 : บทบาทหน้าที่ของโนราต่อกลุ่ม

คณะวิจัยวิเคราะห์ว่า เนื่องจากสังคมในอดีต “ญาติสนิทและมิตรสหาย” เป็นแหล่งทรัพยากรที่สำคัญที่สุดของบุคคล ไม่ว่าจะเป็นแรงงานกาย วัตถุ/เงินทอง กำลังใจ ฯลฯ ดังนั้นบุคคลที่ “ไร้ญาติขาดมิตร” จึงเป็นบุคคลที่ยากไร้ที่สุดเพราะไม่มีแหล่งสวัสดิการหนุนช่วย

ด้วยเหตุที่ “ญาติสนิท/มิตรสหาย” มีความสำคัญถึงระดับซึ่งเป็นชีวิตผู้คน ดังนั้น สื่อพื้นบ้านเช่นโนราจึงถูกประกอบสร้าง (construct) ขึ้นมาเพื่อให้ทำหน้าที่พื้นฐานหลาย ๆ ประการเกี่ยวกับสถาบันสำคัญนี้ เริ่มตั้งแต่การใช้สื่อโนราโรงครูเป็นพิธีกรรมในการระดมพล โดยออกแบบให้การประกอบพิธีกรรมนี้ต้องใช้คนมาก และในวาระ/โอกาสของการประกอบพิธีกรรมนั่นเอง บรรดากิจกรรมย่อย ๆ ในพิธีโนราโรงครูก็ล้วนมีเป้าหมายเพื่อการสังสรรค์ในหมู่เครือญาติ ผู้เฒ่าผู้แก่มีการทอดลูกหลาน การจัดงานมีการแบ่งบทบาททั้งหญิงทั้งชาย ทั้งเด็ก/ผู้ใหญ่/ผู้อาวุโส

และเนื่องจากสายสัมพันธ์ทางสังคมเป็นสายที่มองไม่เห็น รวมทั้งมีพลวัตรปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นในช่วงเวลาของการทำพิธีกรรม จึงมีการupdateข้อมูลเกี่ยวกับเครือญาติ เช่น การนับญาติขานชื่อ แนะนำญาติพี่น้องให้รู้จักกัน เพื่อตอกย้ำความรู้สึกเป็นหมู่พวกเดียวกัน (we feeling) ซึ่งต้อง “ช่วยเหลือเอื้ออาทรกัน” ให้แน่นแฟ้นมั่นคง

ในสื่อพิธีกรรมพื้นบ้านแทบทุกชนิด มักจะทำหน้าที่พื้นฐานเช่นนี้เสมอ ดังเช่น งานวิจัยเรื่องผีป่วนของอดุลย์และคณะ ก็พบผลการวิจัยที่คล้ายคลึงกับพิธีโนราโรงครูว่า การประกอบพิธีไหว้ผีป่วนก็ล้วนทำหน้าที่ที่เกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ในหมู่เครือญาติให้มั่นคงยืนยาว

ดังนั้นจึงมีข้อชวนคิดว่า หากสื่อพื้นบ้านประเภทนี้สูญสลายไปซึ่งทำให้หมดบทบาทหน้าที่ที่มีอยู่/หรือแม้มีอยู่แต่ก็ไม่ทำหน้าที่ (Dysfunction) หรือทำหน้าที่เพี้ยนไป (Malfunction) เช่น ในพิธีไหว้ผีป่วน ผู้เข้าร่วมพิธีสนใจแต่จะมองหาเลขเด็ดจากผีป่วน นี่ก็เท่ากับว่าชาวบ้านไทยได้สูญเสียสถาบันที่เป็นสวัสดิการพื้นฐานสำคัญที่เคยมีมาแต่ครั้งอดีตไป ในขณะที่สถาบันบริการทางสังคมสมัยใหม่ยังไม่อาจจะเข้าถึงหรือทำหน้าที่ทดแทนได้อย่างเต็มที่ (เช่น การมีเครือญาติมาให้กำลังใจยามเจ็บป่วยนั้น น่าจะแตกต่างจากการไปนอนรับการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลอย่างโดดเดี่ยว) เป็นต้น

(8.2.3) ตัวอย่างของบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านระดับชุมชน

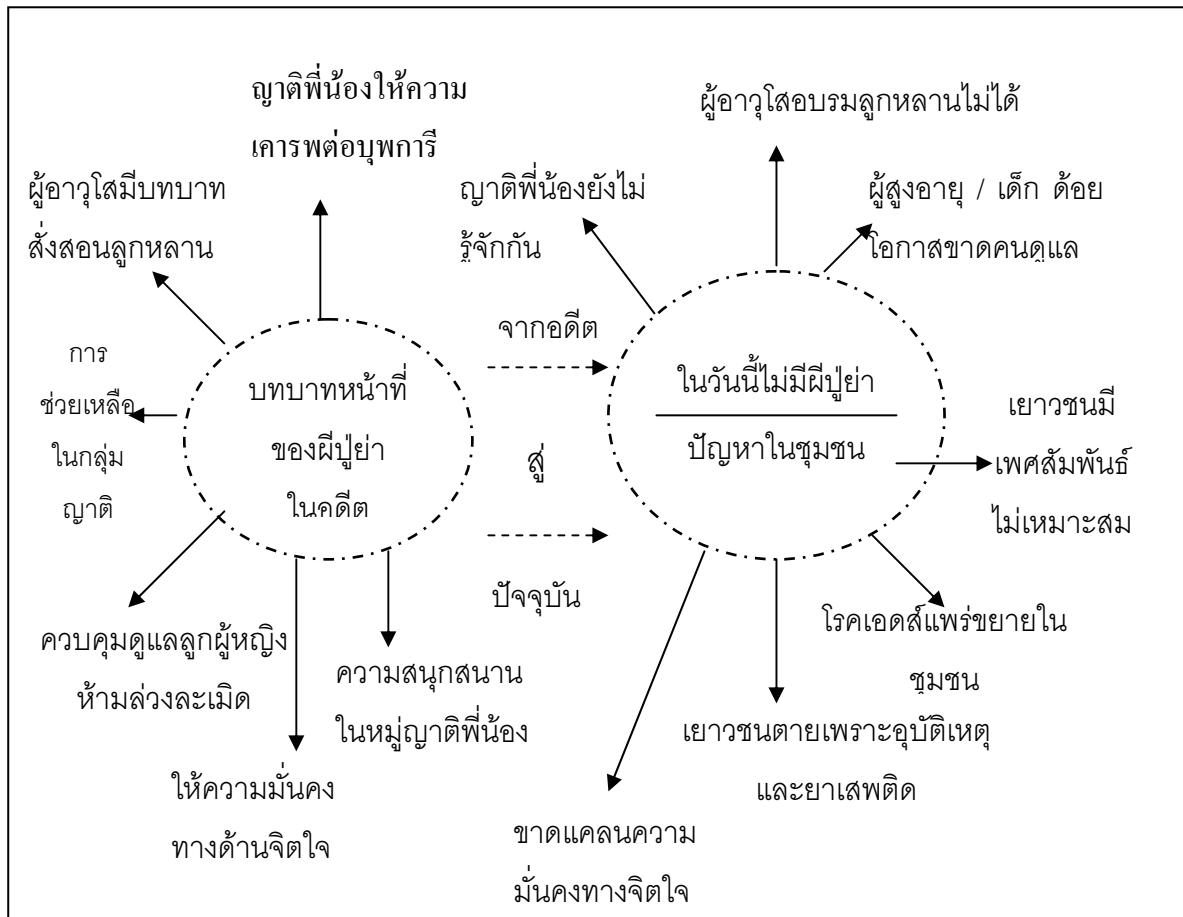
จากการวิเคราะห์สื่อพื้นบ้านโนรา เขียวชัยและคณะได้พบว่า สื่อพื้นบ้านนี้ได้ทำหน้าที่ต่อชุมชนทุกอย่างเท่าที่สื่อมวลชนกระทำได้ เช่น ทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสาร ให้ความรู้ ถ่ายทอดวัฒนธรรม สร้างความรู้สึกเป็นปึกแผ่น ฯลฯ และนอกจากนั้น สื่อพื้นบ้านประเภทนี้ก็ยังทำหน้าที่ “มากกว่าการเป็นสื่อ” กล่าวคือทำหน้าที่เป็นกลไกต่าง ๆ ของสถาบันทางสังคมของชุมชน เช่น กลไกทางเศรษฐกิจ การปกครอง กลไกการบริการสังคม และกลไกประสานความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างคนต่างเพศ ต่างรุ่นวัย ต่างศาสนา-ความเชื่อ



ภาพที่ 27 : บทบาทหน้าที่ของสื่อในราระดับชุมชน

จากการวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านที่มีต่อชุมชนนั้นได้แสดงให้เห็นว่า สื่อพื้นบ้านได้ทำหน้าที่มากกว่า “การเป็นสื่อ” หากทว่ายังมีบทบาทเป็น “กลไก(สถาบันอย่างหนึ่ง)” ในชุมชน ดังนั้นความคิดที่ว่า ปัจจุบันนี้ ถึงแม้จะไม่มีสื่อในราระดับชุมชน หอมล่ำ ค่าวซอให้ฟังเล่นแล้ว ก็ไม่น่าจะมีปัญหา เพราะมีสื่อสมัยใหม่ชนิดอื่น ๆ เช่น วิทยุ โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ เข้ามาทำหน้าที่แทนแล้ว แต่ประเด็นคำถามก็คือ สื่อสมัยใหม่นั้นทำหน้าที่ได้เพียงเป็น “สื่อ” เท่านั้น หากแต่ไม่สามารถทำหน้าที่เป็น “กลไก/สถาบันอย่างหนึ่ง” ของชุมชนได้

นี่จึงหมายความว่า การสูญเสียของสื่อพื้นบ้านนั้น มิได้สร้างความสูญเสียให้แก่ตัวสื่อพื้นบ้านเท่านั้น หากแต่ได้ส่งผลกระทบต่อกระบวนการสร้างปัญหาชุมชนด้วย ประจักษ์พยานที่ชัดเจนก็คือ บทสรุปจากงานวิจัยของอดุลย์และคณะ ที่พบว่า “เกิดอะไรขึ้นในชุมชนเมื่อวันนั้นไม่มีปี่พญา” ดังนี้



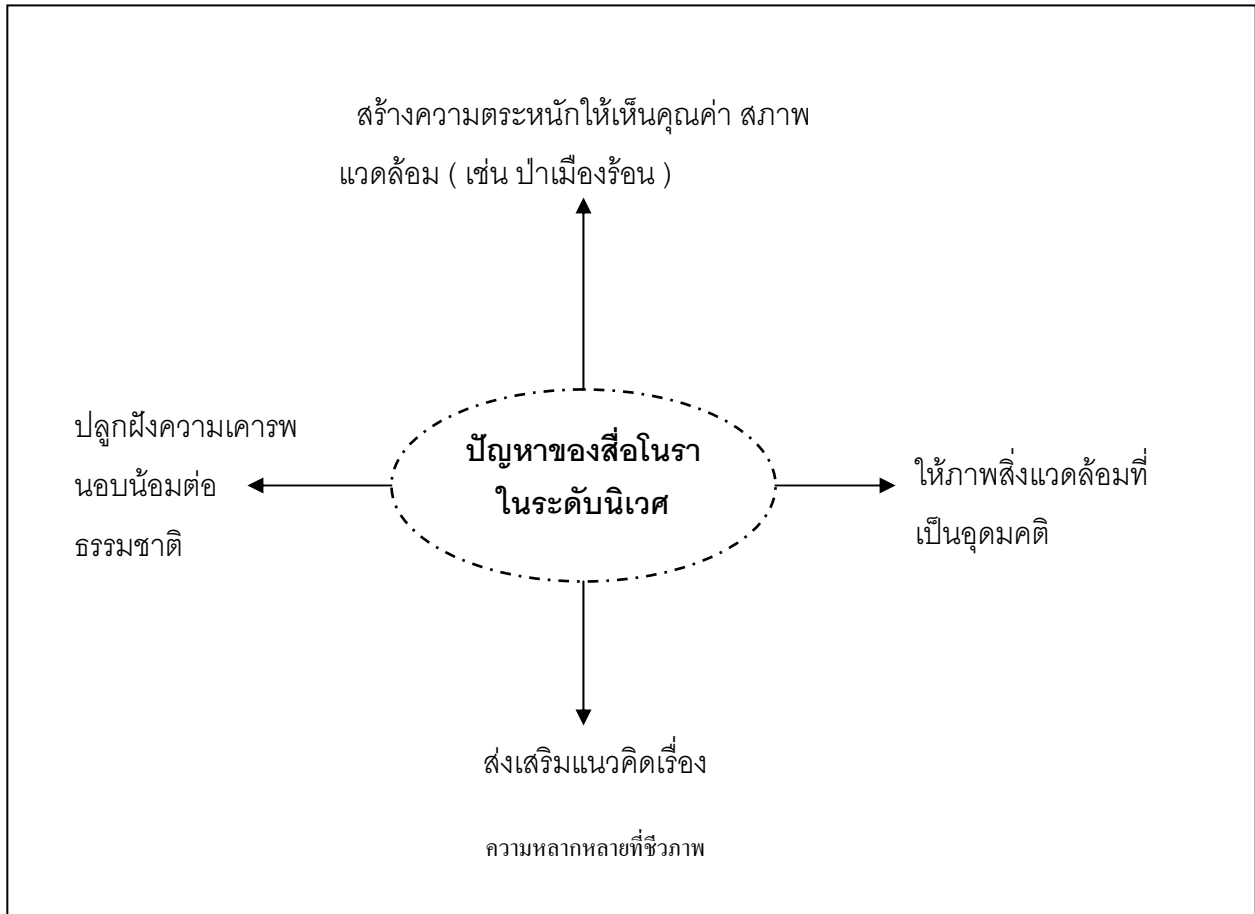
ภาพที่ 28 : การเปลี่ยนแปลงบทรบหน้าที่ของผีป่วนจากอดีตถึงปัจจุบัน

(8.2.4) ตัวอย่างของบทรบหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านระดับนิเวศ

เนื่องจากสื่อพื้นบ้านนั้น ถือกำเนิดก่อตัวมาในบริบทสังคม/ชุมชน/แบบเกษตร ซึ่งวิถีการดำรงชีพของผู้คนผูกพันโยงใยและอาศัยสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติอยู่มาก ดังนั้นเนื้อหาของตัวสื่อ รวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นสื่อพื้นบ้าน จึงทั้ง “สะท้อน” สภาพแวดล้อมธรรมชาติ และในเวลาเดียวกันก็เป็น “กลไกย้อนกลับไปบำรุงรักษา” สภาพแวดล้อมนั้น

ในปัจจุบันนี้มนุษย์เรา “ตระหนัก/รับรู้” ถึงความสำคัญและความผูกพันระหว่างการทำไร่ของตนกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติน้อยลง เนื่องจากถูกแวดล้อมด้วย “สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น (man-made environment)” “ทำให้ขาดจิตสำนึกในการเห็นคุณค่า/ดูแลและรักษาสภาพแวดล้อม ฉะนั้นจึงต้องมีกระบวนการสร้างสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อมขึ้นมาใหม่ ในการนี้ สื่อพื้นบ้านน่าจะเป็น

เครื่องมือที่ใช้งานได้ดี เนื่องจากเคยมีบทบาทหน้าที่ดังกล่าวแฝงฝังอยู่เนือใน ดังที่เธียรชัยและคณะพบว่า ในสื่อโนรานั้นมีบทบาทด้านนิเวศอยู่หลายประการดังนี้

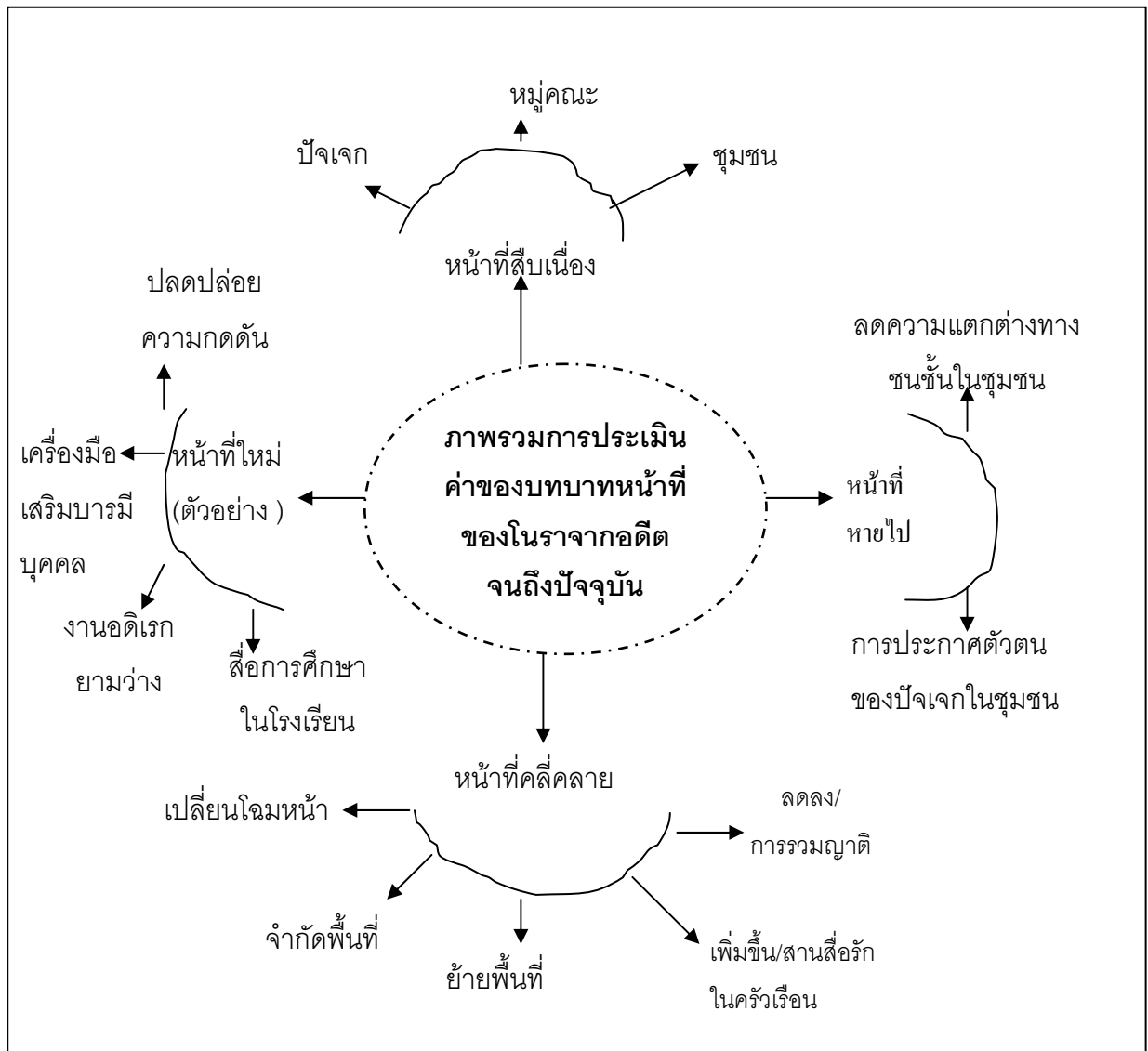


ภาพที่ 29 : บทบาทของโนราต่อระดับนิเวศ

(8.2) การศึกษาบทบาทหน้าที่แบบประเมินค่า

สำหรับการศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านแบบที่กล่าวมาแล้วนั้น จะค่อนข้างเป็นการศึกษาบทบาทหน้าที่ในลักษณะที่หยุดนิ่ง คือ การตอบคำถามว่า “สื่อพื้นบ้านมีบทบาทหน้าที่อะไรบ้าง” แต่ทว่ายังมีวิธีการศึกษาบทบาทหน้าที่ในลักษณะที่เคลื่อนไหว คือการเปรียบเทียบการทำหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านในมิติของกาลเวลา (เช่น เปรียบเทียบอดีตกับปัจจุบัน) หรือในมิติของพื้นที่ (เช่น ในเมืองกับชนบท) รวมทั้งการประเมินค่าบทบาทหน้าที่เหล่านี้

เรียบเรียงและคณะได้สาธิตวิธีการศึกษาบทบาทหน้าที่ในลักษณะที่เคลื่อนไหวดังที่กล่าวมานี้ ด้วยการเปรียบเทียบบทบาทหน้าที่ของสื่อโนราในอดีตเทียบกับปัจจุบัน และได้ประเมินภาพรวมของบทบาทหน้าที่ทั้งหมดเอาไว้เป็น 4 ประเภท ดังนี้



ภาพที่ 30 : การประเมินค่าบทบาทหน้าที่จากอดีตถึงปัจจุบัน

ในการประเมินค่าภาพรวมของการทำบทบาทหน้าที่นั้น คณะวิจัยได้จัดจำแนกบทบาทหน้าที่ออกเป็น 4 ประเภท คือ

(i) หน้าที่สืบเนื่อง ได้แก่หน้าที่ที่สืบต่อมาจากครั้งอดีตจนถึงปัจจุบัน เช่นในระดับปัจเจก โนรายังคงทำหน้าที่ช่วยการเผชิญหน้ากับปัญหาวิกฤต ระดับหมู่คณะยังปลูกฝังความรักความอบอุ่นในหมู่พวก ระดับชุมชนก็ยังสามารถสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนได้

(ii) หน้าที่หายไป เนื่องจากสังคมใหม่มีทั้งการเปลี่ยนแปลงในระดับ**กระบวนการทัศน์** **สถาบันทางสังคม** และ **วิถีชีวิต** ทำให้หน้าที่บางอย่างของสื่อโนราหายไป เช่นหน้าที่การลดความแตกต่างระหว่างชนชั้นที่แต่เดิมมีไม่มากนัก แต่ปัจจุบันความแตกต่างระหว่างชนชั้นมีกว้างมากจนเกินกำลังที่สื่อพื้นบ้านจะประสานได้ เป็นต้น

(iii) หน้าที่คลี่คลาย คือหน้าที่ที่สื่อพื้นบ้านคลายตัวหรือขยับตัวออกไปไม่เหมือนเดิมทั้งหมด เป็นการปรับประยุกต์ตนเองแต่ก็ยังมีบางส่วนที่อิงอยู่กับของเดิมหรือลดขนาดตนเองลงมา เช่น หน้าที่การควบคุมความประพฤติ ซึ่งแต่เดิมสื่อโนราสามารถทำได้ทั้งระดับชุมชน แต่ปัจจุบันอาจจะเหลือพื้นที่เข้มข้นอยู่ในกลุ่มศิลปินเท่านั้น เป็นต้น

(iv) หน้าที่เพิ่มใหม่ ซึ่งมีในทุกระดับ คือ **ระดับปัจเจก** เช่นการกลายมาเป็นเครื่องเสริมบารมีทางการเมืองของปัจเจกบุคคล **ระดับชุมชน** เช่น การเปิดพื้นที่สาธารณะในเมืองให้คนที่สนใจมารวมตัวกัน เช่น ลานวัฒนธรรม หรือ**ระดับนิเวศ** เช่นการนำเอาโนราไปใช้ในการรณรงค์รักษาสีงแวดล้อม

บทสรุป

ในการนำเอาทฤษฎีหน้าที่นิยมมาใช้ในการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านนั้น ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า การศึกษาดังกล่าวมีนัยยะเชื่อมโยงไปถึงเรื่องความอยู่รอดและการดำรงอยู่ของสื่อพื้นบ้าน เนื่องจากสื่อพื้นบ้านเป็นสถาบันย่อยของชุมชน/สังคม ดังนั้นการคงอยู่ได้ก็สืบเนื่องมาจากการมีบทบาทหน้าที่

และจากตัวอย่างที่งานวิจัยได้สาธิตให้เห็นก็คือ การศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่นั้นสามารถกระทำได้อย่างหลากหลาย สร้างสรรค์ และยังเปิดกว้างต่อการศึกษาค้นคว้าต่อไป โดยในระยะเริ่มแรก เราอาจจะตั้งคำถามแบบพื้นฐานว่า สื่อพื้นบ้านนั้นทำหน้าที่อะไร (well-function) ไม่ทำหน้าที่อะไร (dysfunction) หรือทำหน้าที่อะไรที่ผิดเพี้ยนไปบ้าง (mal-function)

ในระดับต่อมา เราอาจจะเจาะลึกลงไปในรายละเอียดว่า การทำหน้าที่ดังกล่าวนั้น เป็นการกระทำต่อใครในระดับไหน เช่น ระดับปัจเจก กลุ่ม ชุมชน ฯลฯ

รวมทั้งเราอาจจะประเมินค่าของการทำหน้าที่ออกเป็นประเภทต่าง ๆ เช่น หน้าที่สืบเนื่อง คลี่คลาย สร้างใหม่ ฯลฯ

และในฐานะที่สื่อพื้นบ้านเป็นสถาบันย่อยของสังคม ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันย่อยกับสังคมส่วนรวมจึงต้องมีลักษณะ “ซึ่งกันและกัน” และเมื่อเราได้ตั้งคำถามแล้วว่า “สื่อ

“พื้นบ้านสามารถทำบทบาทหน้าที่อะไรให้แก่สังคม” เราก็ต้องตั้งคำถามกลับกันว่า “แล้วสังคมได้จัดหาเงื่อนไข/ปัจจัยที่เหมาะสมให้แก่สื่อพื้นบ้านในการเล่นบทบาททำหน้าที่นั้นหรือไม่ อย่างไร” ทั้งนี้เพราะทำหน้าที่แสดงบทบาทนั้นจะเป็นไปไม่ได้เลยหากขาดเงื่อนไขปัจจัยที่เหมาะสมและเอื้ออำนวย

9. การวิเคราะห์กระบวนการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้าน

ในการศึกษาสื่อพื้นบ้านที่มีได้เป็นสื่อขนาดใหญ่ เช่น โนรา มิได้เป็นสื่อที่มีศักยภาพการปรับตัวสูงและมีอายุยืนยาวคู่กับชุมชนมาเช่นหมอลำ หากทว่าเป็นสื่อที่เน้นหนักไปด้านเดียว คือ ด้านพิธีกรรม หรือเป็นสื่อที่มีอาณาบริเวณครอบคลุมอย่างจำกัด เช่น สังข์ดออยู่แต่ในสายตระกูล ตัวอย่างเช่น ฝัปปูย่า เพลงบอก ซิละ ฯลฯ สื่อพื้นบ้านประเภทหลังนี้มักจะอยู่ในสถานภาพของ”สื่อที่เอาตัวไม่รอด” และเป็นสื่อประเภทที่เรามักได้รับฟังเรื่องราวรายละเอียดไปพร้อม ๆ กับการแจ้งข่าวมรณกรรมไปพร้อม ๆ กัน

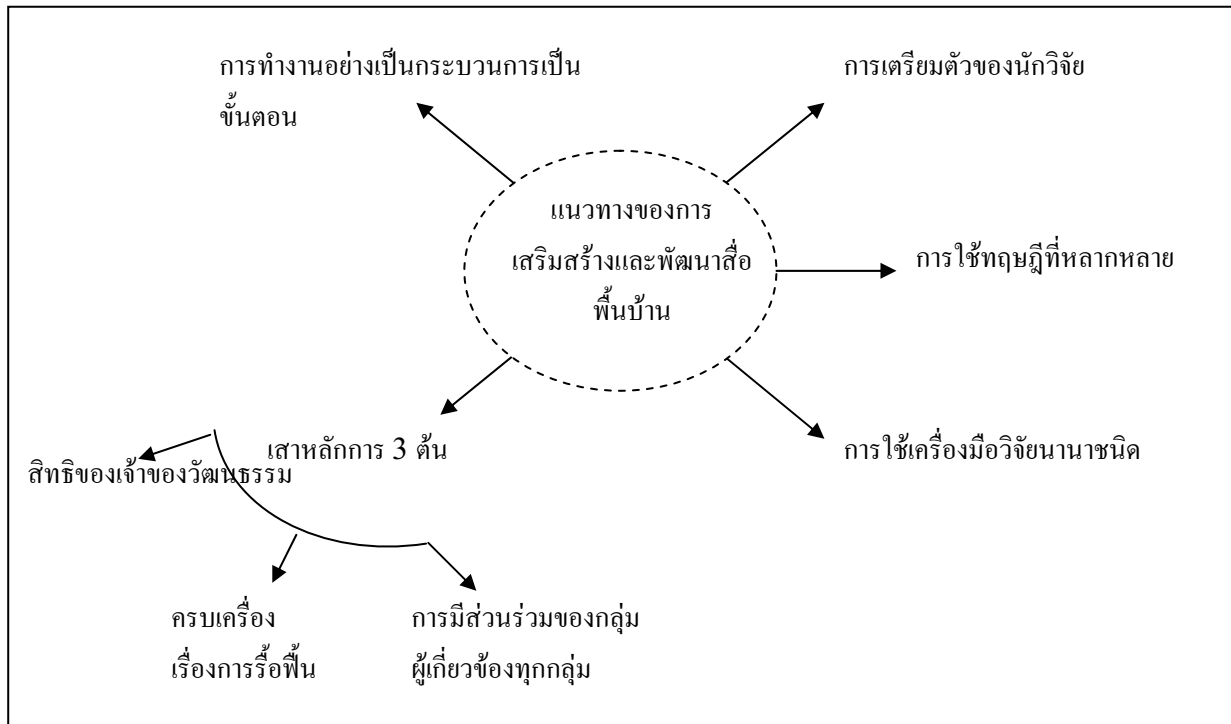
สำหรับในแวดวงการศึกษา มีข้อสังเกตว่า เมื่อมีการหยิบจับเอาเนื้อหาของสื่อพื้นบ้านประเภทเล็ก ๆ ดังกล่าวมาศึกษานั้น ท่วงทำนองในการศึกษามักจะศึกษาคุณลักษณะของสื่อพื้นบ้านนั้นอย่างละเอียด และอาจจะเกินเลยไปถึงการวิเคราะห์สาเหตุ/ปัจจัยที่ทำให้สื่อพื้นบ้านดังกล่าวสูญสลายไปว่าเพราะอะไรทำให้ป่วยหรือตายไปได้อย่างไร แต่ทว่ายังแทบจะหางานศึกษาที่เปิดเผยเคล็ดลับว่า สำหรับสื่อพื้นบ้านที่ล่มสลายไปแล้วนั้น จะสามารถชุบชีวิตขึ้นมาใหม่ได้หรือไม่/อย่างไร

เมื่อคำนึงถึงสภาพการณ์ที่เป็นบริบทปัจจุบันของงานศึกษาสื่อพื้นบ้านที่มีอยู่ก็ต้องนับว่างานวิจัยเรื่องฝัปปูย่าของอดุลย์และคณะ(2547)นั้นมีลักษณะเป็นการเปิดม่านฟ้าใหม่ของการศึกษางานวิจัยของการศึกษาวิจัยเรื่องสื่อพื้นบ้านที่สูญสิ้นไปแล้วทีเดียว เนื่องจากวัตถุประสงค์ของการวิจัยนั้นได้ระบุเอาไว้อย่างชัดเจน 2 ประการคือ

1. เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านจากอดีตถึงปัจจุบัน เนื้อหาและความหมายของตัวสื่อ ตลอดจนปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
2. เพื่อแสวงหาแนวทางการพัฒนาในการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านสำหรับสร้าง/หนุนเสริมความเข้มแข็งของชุมชน

จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า สำหรับวัตถุประสงค์ข้อ 1 นั้นเป็นการศึกษาสภาพการณ์ที่กำลังเป็นอยู่ แต่วัตถุประสงค์ข้อ 2 นั้น ได้ตั้งความมุ่งหวังที่จะเปลี่ยนแปลงสภาพการณ์ที่เป็นอยู่และในงานวิจัยชิ้นนี้ คณะวิจัยไม่เพียงแค่จัดเวทีพูดคุยเพื่อแสวงหาแนวทางเท่านั้น หากแต่ได้เข้าร่วมอย่างเคียงบ่าเคียงไหล่กับชุมชนในการดำเนินการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านที่ใกล้จะสูญสลายไปแล้วให้เกิดมีชีวิตชีวาขึ้นมาจริง ๆ

ในที่นี้จะขอประมวลแนวทางการเสริมสร้างและพัฒนาสื่อพื้นบ้านจากกรณีศึกษาวิจัยเรื่องผีปู้ย่า ซึ่งคณะวิจัยได้ระบุดองค์ประกอบย่อย ๆ ของแนวทางการเสริมสร้างและพัฒนาสื่อพื้นบ้านที่กำลังอยู่ในสถานภาพร่างรอยและเชื่อมต่อเอาไว้นี้ คือ



ภาพที่ 31 : แนวทางการเสริมสร้างและพัฒนาสื่อพื้นบ้าน

จากนี้เราจะไล่เรียงไปดูลองค์ประกอบย่อย ๆ ในภาพนี้ไปที่ละองค์ประกอบ

(1.) การเตรียมตัวนักวิจัย

เนื่องจากการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้าน “ผีปู้ย่า” ซึ่งเป็นสื่อที่ใกล้จะสูญหายไปแล้วนั้น เป็นการริเริ่มจาก “คนวงนอกวัฒนธรรม” คือ คณะนักวิจัยที่จะเข้าไปทำงานกับชุมชน ต.วอแก้ว จ.ลำปาง ซึ่งเป็น “คนวงใน/เจ้าของวัฒนธรรม” ดังนั้น ตัวกระบวนการวิจัยเองก็เป็น “การพบกันระหว่าง 2 วัฒนธรรม” อยู่แล้ว

ในการพบกันระหว่าง 2 วัฒนธรรมนี้ แน่นอนว่า อาจจะมีบางแง่มุมที่ทั้งคนวงนอกและคนวงในวัฒนธรรมมองเห็น/รับรู้ ติความร่วมกันได้/หรือเหมือนกันได้ แต่ก็แน่นอนว่าต้องมีหลายแง่มุมที่คนจาก 2 วัฒนธรรมนั้นมองเห็น (หรือมองไม่เห็น) รับรู้ และตีความต่างกัน และเมื่อเกิดความแตกต่างขึ้น หากไม่มีความเข้าใจมากกว่า ก็อาจจะนำไปสู่ความแตกแยกขัดแย้งได้

ดังนั้นในขั้นตอนแรกก่อนจะเข้าไปทำวิจัย คณะวิจัยจึงต้องมีการเตรียมตัวซึ่งครอบคลุมมิติหลายด้าน เช่น

- **การเตรียมความเข้าใจทางทฤษฎีวัฒนธรรม** เช่นทฤษฎีคนวงนอก/คนวงในที่กล่าวมาแล้ว แนวคิดเรื่องกับเรื่องบทบาทหน้าที่ เนื้อหาและความหมายของสื่อพื้นบ้าน เป็นต้น

- **การเตรียมทัศนคติต่อเรื่องวัฒนธรรม** ตามปกติ มนุษย์ทุกกลุ่มจะมีแนวโน้มที่เรียกว่า “เห็นวัฒนธรรมตนเองดีกว่าของผู้อื่น” (Ethnocentrism) ดังนั้นจึงต้องมีการตระเตรียมทัศนคติที่ให้การพบความแตกต่างของวัฒนธรรมของคนอื่น ซึ่งนักวิจัยเล่าว่า การตระเตรียมทัศนคติดังกล่าวเป็นกุญแจสำคัญในการไขประตูที่ปิดกั้นทางวัฒนธรรมเอาไว้ เนื่องจากในระยะแรก กลุ่มตัวอย่างที่เป็น **เก๊า** เองก็ไม่ยอมพูดเรื่องผีป่วนเอาเลย เนื่องจากเกรงจะถูกดูถูกจากคนที่มาจากสังคมที่มีระบบคิดแบบวิทยาศาสตร์ว่า ความเชื่อเรื่องผีเป็นเรื่องงมงาย

ในแง่หนึ่ง เนื่องจากวัฒนธรรมที่จะไปรื้อฟื้นนั้นถูกทอดถอนคุณค่าและความหมายโดยฝีมือของปัจจัยภายนอก ดังนั้นยาแก้ถอนพิษการดูถูกเหยียดหยามทางวัฒนธรรมก็ต้องมาจากคนภายนอกเช่นเดียวกัน

(2.) การใช้ทฤษฎีที่หลากหลาย

อันที่จริงคณะนักวิจัยคณะนี้เป็นนักพัฒนาทั้งคณะ ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว ในฐานะนักปฏิบัติ นักพัฒนามักจะมีอาการแพ้ทฤษฎีอยู่ไม่น้อย แต่จากประสบการณ์การรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านครั้งนี้ นักปฏิบัติเช่นทีมวิจัยได้ยืนยันอย่างเต็มปากเต็มคำว่า “ทฤษฎีมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการทะลุทะลวงความเข้าใจสู่การปฏิบัติ” และจำเป็นต้องใช้ทฤษฎีมากมายหลายทฤษฎี

ตัวอย่างทฤษฎีสำคัญ ๆ ที่คณะนักวิจัยต้องเตรียมตัวทำความเข้าใจทั้งขั้นตอนก่อนและตลอดระยะเวลาของการวิจัย เริ่มตั้งแต่ทฤษฎีที่รู้จักกันดี เช่น แนวคิดเรื่องสื่อพื้นบ้าน/การวิเคราะห์คุณลักษณะและองค์ประกอบ หน้าที่และประโยชน์ ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง แนวคิดเรื่องการสื่อสาร แนวคิดเรื่องรูปแบบ/เนื้อหา-คุณค่า-ความหมายของวัฒนธรรม ทฤษฎีการผลิตและผลิตซ้ำเพื่อสืบทอดวัฒนธรรม ไปจนกระทั่งถึงทฤษฎีรุ่นใหม่ล่าสุด เช่น ทฤษฎีสัญญาวิทยา แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ทฤษฎีเรื่องกระบวนการกลายเป็นโลกฆราวาส(Secularization) เป็นต้น

ประสบการณ์ของการใช้ทฤษฎีในงานวิจัยนั้น อุดุลย์และคณะสรุปว่า มิใช่ลักษณะการใช้แบบมั่ววนเดียวจบ หากแต่มีลักษณะย้อนกลับไปกลับมาระหว่างทฤษฎีกับภาคปฏิบัติการ (หากพูดเป็นภาษาวิชาการก็คือ Dialectic of Theory and Practice) เช่นในช่วงแรก จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 2 ข้อ ทำให้คณะวิจัยเขาได้จำเป็นต้องใช้ทฤษฎีหน้าที่นิยมและทฤษฎีกระบวนการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม เป็นต้น แต่เมื่อโครงการดำเนินไปได้ระยะหนึ่ง คณะวิจัยก็ได้พบปรากฏการณ์ใหม่ ๆ

ที่ไม่คาดคิด เช่น พบว่ากลุ่มผีป่วนได้นำเอากระดาดชาตที่มาจากการจัดเวทีเสวนาร่วมกันเรื่องหน้าที่ผีป่วนเข้าไปรวมเอาไว้ในกลุ่มเครื่องเช่นด้วย นักวิจัยก็ต้องวิ่งแจ้นมาหาทฤษฎีที่อธิบายปรากฏการณ์ เป็นต้น

(3.) การใช้เครื่องมือนานาชาติ

เนื่องจากโครงการนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และศึกษาในเรื่องสื่อพื้นบ้านซึ่งเป็นวัฒนธรรมชุมชน และเป็นประเภทวัฒนธรรมแบบพิธีกรรมที่มีความเชื่อเป็นแกน ดังนั้นจึงมีความซับซ้อนและมีความละเอียดอ่อนอย่างมาก คณะวิจัยจะต้องเลือกใช้เครื่องมือการวิจัยที่หลากหลายมาก โดยที่เครื่องมือแต่ละชิ้นนั้น ต่างก็มีเป้าหมายที่แน่นอน เช่น

- การสัมภาษณ์เจาะลึก จะสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นปราชญ์ชาวบ้านซึ่งมีความรอบรู้เรื่องสื่อพื้นบ้านอย่างกว้างขวางและลุ่มลึกเพื่อการดำเนินการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านจะได้ทำอย่างถูกต้องที่สุด
- การจัดเวทีเสวนากลุ่มย่อย เป็นวิธีการที่ใช้ในระยะเริ่มแรก เพื่อก่อให้เกิดการไหลเวียนขององค์ความรู้เรื่องสื่อพื้นบ้าน ซึ่งเป็น “ความรู้เฉพาะตัว” (Tacit Knowledge) อันหลงเหลือตกค้างอยู่ในตัวบุคคลคนละเล็กละน้อย
- การจัดเวทีระดับตำบล เพื่อยกระดับองค์ความรู้เรื่องสื่อพื้นบ้านให้สูงขึ้น อีกประการหนึ่งเพื่อเป็นกลยุทธ์การดึง “กลุ่มผู้เกี่ยวข้อง” (Stakeholder) เช่น สภาวัฒนธรรม อบต. ให้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการ
- การจัดเวทีวิเคราะห์สื่อพื้นบ้านส่วนที่เป็นรูปแบบและคุณค่า เพื่อวางพื้นฐานเรื่องความเข้าใจคุณลักษณะของสื่อพื้นบ้านให้ครบถ้วน เพื่อจะเป็นหลักประกันว่าในการรื้อฟื้นนั้นจะได้มีลักษณะ “ครบเครื่องเรื่องรื้อฟื้น” มิใช่ “การทำสักแต่พอเป็นพิธี” หรือ “รื้อมาแต่รูปแบบ แต่เนื้อหา/คุณค่า/ความหมาย ไม่ฟื้นตามมาด้วย”
- การวิเคราะห์คุณลักษณะของสื่อพื้นบ้าน เพื่อประโยชน์ในการจัดกิจกรรม ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น

เป็นต้น

วิธีการใช้เครื่องมือนั้นก็กันไปในลักษณะเดียวกับเรื่องการใช้ทฤษฎี กล่าวคือ เมื่อนำเอาเครื่องมือมาใช้แล้ว ก็ต้องมีการดัดแปลงในขั้นแรกให้เหมาะกับสภาพความเป็นจริง และหลังจากที่ใช้แล้วก็มีการทบทวนข้อดี/จุดด้อย เพื่อปรับปรุงวิธีการใช้ในครั้งต่อไป

(4.) เสาหลัก 3 ต้น

อันที่จริงงานรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านขึ้นมาใหม่นั้น มิใช่เรื่องราวที่แปลกใหม่นัก เพราะเรามักจะได้ยินข่าวคราวการฟื้นฟูธรรมเนียมประเพณีในที่ต่าง ๆ อยู่เสมอ อย่างไรก็ตามสำหรับการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านของคณะวิจัยนี้ปีล่าสุดนี้ ก็มีจุดขายที่แตกต่างจากการรื้อฟื้นของผู้อื่นด้วยการยึดหลักการสำคัญ 3 ประการดังนี้ คือ

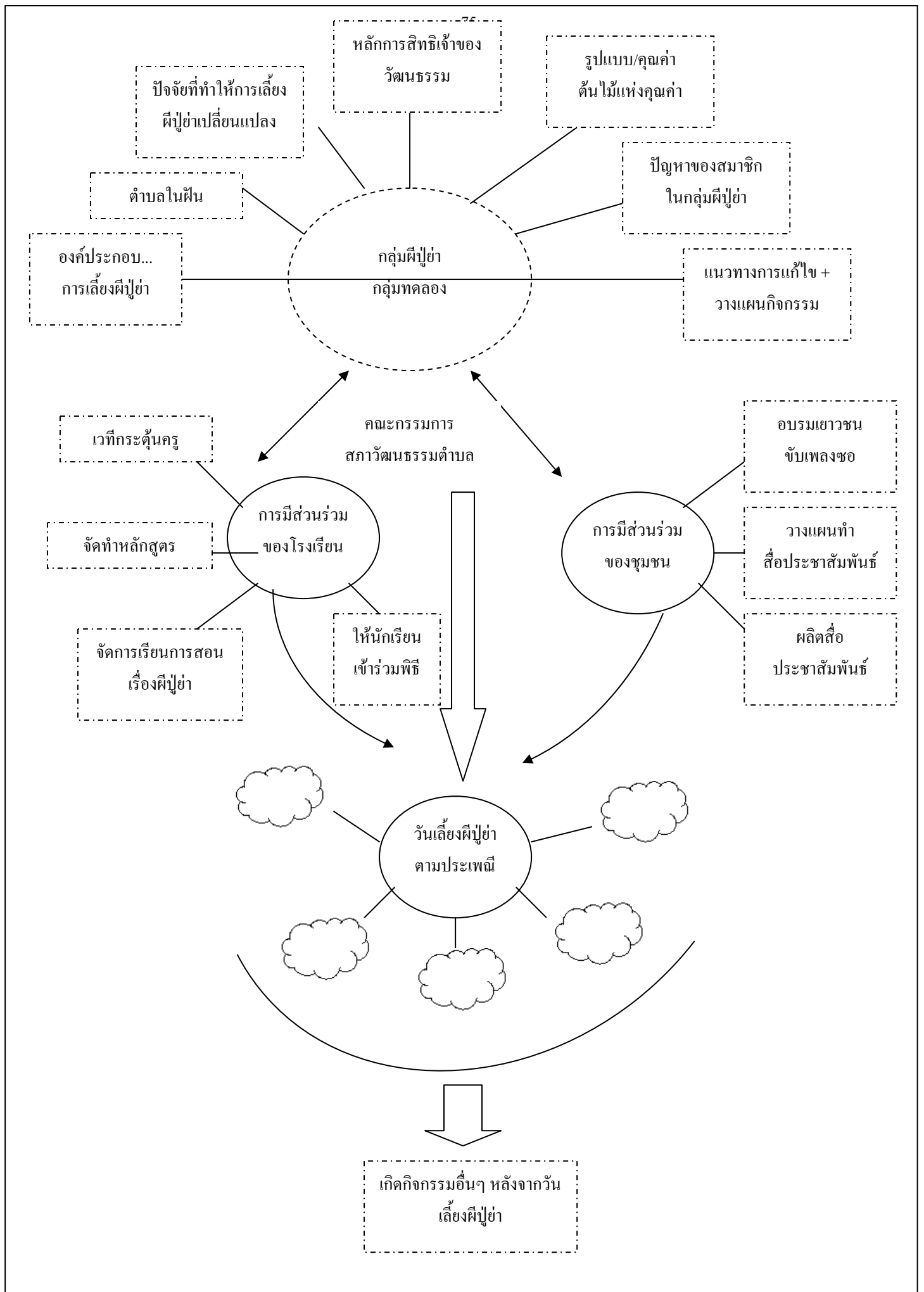
(i) **หลักการเรื่อง “สิทธิเจ้าของวัฒนธรรม”** ตลอดทั้งกระบวนการรื้อฟื้น คณะวิจัยได้ยึดหลัก “สิทธิเจ้าของวัฒนธรรม” เอาไว้อย่างเหนียวแน่น อันหมายความว่า สื่อพื้นบ้านนั้นเป็นสมบัติของชุมชน ดังนั้นชุมชนจึงรู้จักมากกว่าใคร ๆ และเมื่อเป็นสมบัติของชุมชน อำนาจในการตัดสินใจทั้งหมดก็ต้องเป็นสิทธิของชุมชน เพราะชุมชนเป็นผู้สร้างสรรค์และปรับใช้วัฒนธรรมของตนเองมาอย่างต่อเนื่อง

ตัวอย่างเช่น เมื่อผ่านขั้นตอนการสำรวจสื่อพื้นบ้านทุกชนิดที่มีในชุมชนมาแล้ว และชุมชนได้ร่วมกันจัดกลุ่มสถานภาพของสื่อพื้นบ้านทั้งหมดโดยแยกแยะเป็น 3 สถานะ คือ ประเภทที่ยังดำรงอยู่ ประเภทที่กึ่ง ๆ และประเภทที่สูญหายไปแล้ว หลังจากนั้น คณะวิจัยก็ให้ชาวบ้านเป็นผู้เลือกเองว่า ชาวบ้านต้องการจะเลือกสื่อประเภทใดมาศึกษาเจาะลึกเพื่อทดลองรื้อฟื้นต่อไป

(ii) **หลักการเรื่อง “ครบเครื่องเรื่องการรื้อฟื้น”** ดังที่ได้กล่าวมาแล้วตั้งแต่ข้างต้นในเรื่องการสืบทอดว่า สื่อ/วัฒนธรรมพื้นบ้านนั้นมีส่วนทั้งที่มองเห็น (เป็นส่วนของต้นไม้ที่อยู่เหนือพื้นดิน) คือ **รูปแบบ** และส่วนที่มองไม่เห็นคือ **เนื้อหา/คุณค่า/ความหมาย** (อยู่ใต้ดิน - คือส่วนของรากเหง้า) ในการรื้อฟื้นนั้น คณะวิจัยจะต้องทำงานทางความคิดกับชุมชนด้วยการจัดเวทีเสวนาวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของสื่อพื้นบ้าน เพื่อในขั้นตอนของการวางแผนทำกิจกรรมการรื้อฟื้น จะได้เป็นการรื้อฟื้นอย่างครบเครื่อง

(iii) **หลักการเรื่อง “การมีส่วนร่วมของทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง”** สื่อพื้นบ้านนั้น นอกจากจะเป็น “สมบัติของชุมชนแล้ว” ก็ยังมีลักษณะเป็น “สมบัติร่วมของทุกกลุ่มในชุมชน” ด้วย ดังนั้น การพัฒนา/ปรับปรุงยุค/หรือเปลี่ยนแปลง จึงจำเป็นต้องระดมความเห็นชอบ/ความคิดเห็นจากคนทุก ๆ กลุ่มในชุมชนเพื่อสร้างมติร่วมกัน (Consensus – Common Agreement)

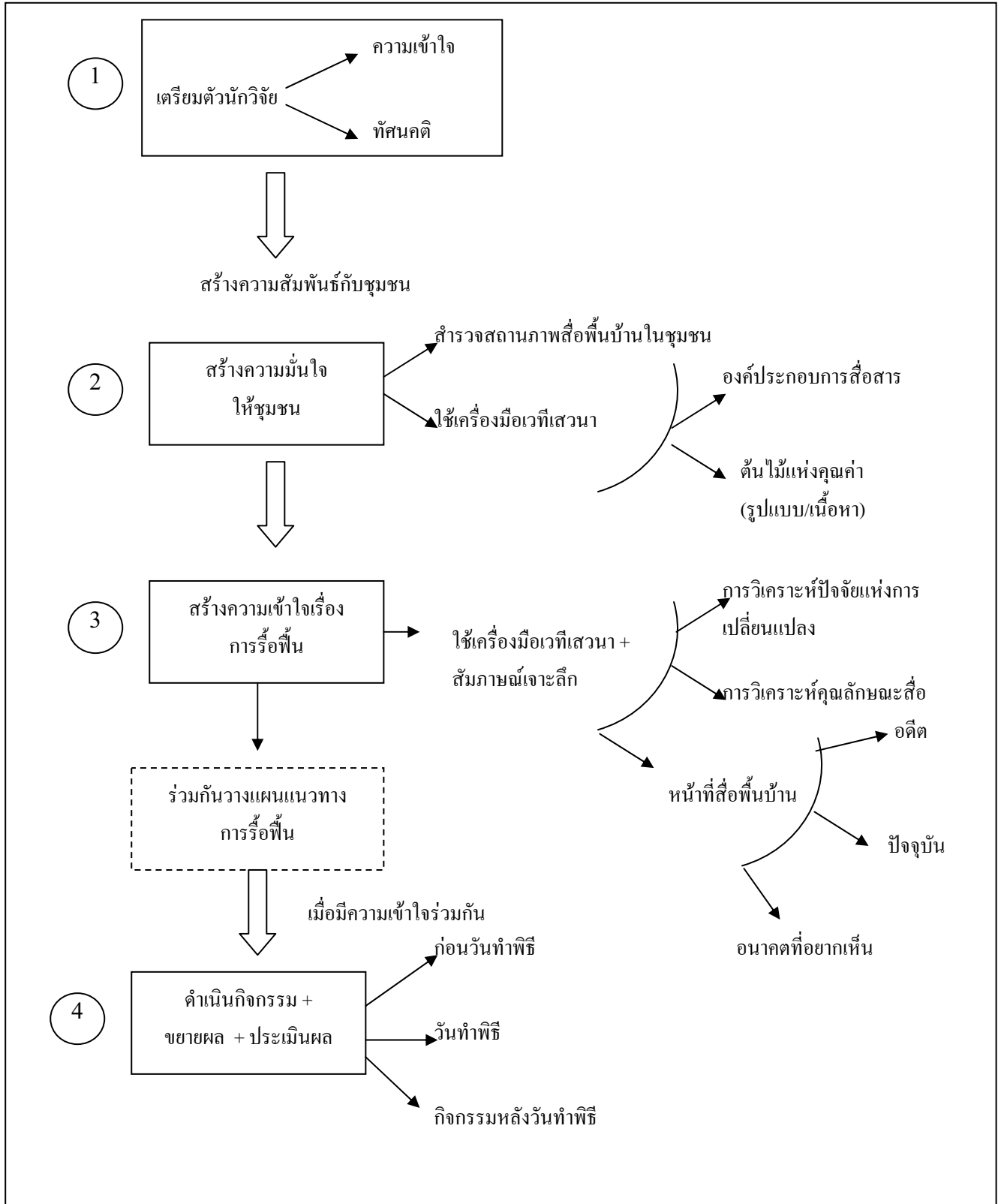
ดังนั้น กลุ่มบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องในงานวิจัยครั้งนี้ ทั้งในเรื่องของการสร้างความเข้าใจร่วมกัน และการร่วมด้วยช่วยกันทำกิจกรรมนั้นจึงมีหลายฝ่ายที่เข้ามาประสานกันดังนี้



ภาพที่ 32 : กลุ่มบุคคล/สถาบันที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วย

(5.) การทำงานอย่างเป็น “กระบวนการ” และมี “ขั้นตอน”

การทำงานรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านนั้น มีลักษณะเป็น “กระบวนการ” ซึ่งหมายความว่า เป็นการ
ทำงานที่ประกอบ**กิจกรรมย่อย ๆ** ที่ร้อยต่อส่งทอดรับกันเป็นสายโซ่ และมีขั้นตอนที่กำหนดไว้อย่าง
แน่นอน อดุลย์และคณะได้ประมวลภาพขั้นตอนของกระบวนการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้านเอาไว้เป็น 4
ขั้นตอนดังนี้



ภาพที่ 33 : ขั้นตอน/กระบวนการรื้อฟื้นแบบครบวงจร

จากภาพขั้นตอนที่แสดงมานี้จะสถิติให้เห็น “จุดหมุน” (Moment) ต่าง ๆ ของการรื้อฟื้นสื่อพื้นบ้าน โดยต้องเริ่มต้นจากการเตรียม “ผู้เข้าไปรื้อฟื้น” เสียก่อน ส่วนในระดับของชุมชนนั้นก็จะมียุทธศาสตร์อยู่ 3 จุด คือ การเสริมพลังความมั่นใจ ต่อด้วยการเสริมพลังปัญญาความเข้าใจ และจบท้ายด้วยการร่วมแรงร่วมมือนำดำเนินการ

เป็นที่น่าสังเกตว่า แม้ว่าการรื้อฟื้นพิธีไหว้ผีป่วนั้นจะเป็นกิจกรรมที่ “ทำในวันเดียว” แต่ทว่าขั้นตอน “ก่อน” และ “หลัง” นั้นมีความสำคัญพอ ๆ กับกิจกรรมในวันพิธี กิจกรรมในส่วน “ก่อน” นั้น นอกจากจะเป็น “การเตรียมงาน/เตรียมสถานที่-วัสดุสิ่งของต่าง ๆ” แล้ว การเตรียมที่สำคัญอย่างยิ่ง ก็คือ “การเตรียมความเข้าใจของผู้คนที่เข้าร่วมพิธี” ดังนั้น เนื้อหาที่คณะวิจัยร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนกับชุมชนในเวทีต่าง ๆ นั้น ก็คือ ฐานความรู้ที่ถูกเขย่ากระวนกระวายใจไป ด้วยกระบวนการเตรียมความคิด (ที่ผู้มีส่วนร่วมทุกคนต้องทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร) ทำให้การทำกิจกรรมไหว้ผีป่วนั้น “ขับเคลื่อนกิจกรรมไปบนฐานความรู้ความเข้าใจ”

และในขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินการเพื่อให้ครบวงจร คณะวิจัยได้ทำการประเมินผลร่วมกับชุมชนว่า หลังจากการรื้อฟื้นพิธีกรรมนี้ขึ้นมาแล้ว ได้ก่อให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงอะไรบ้างดังนี้

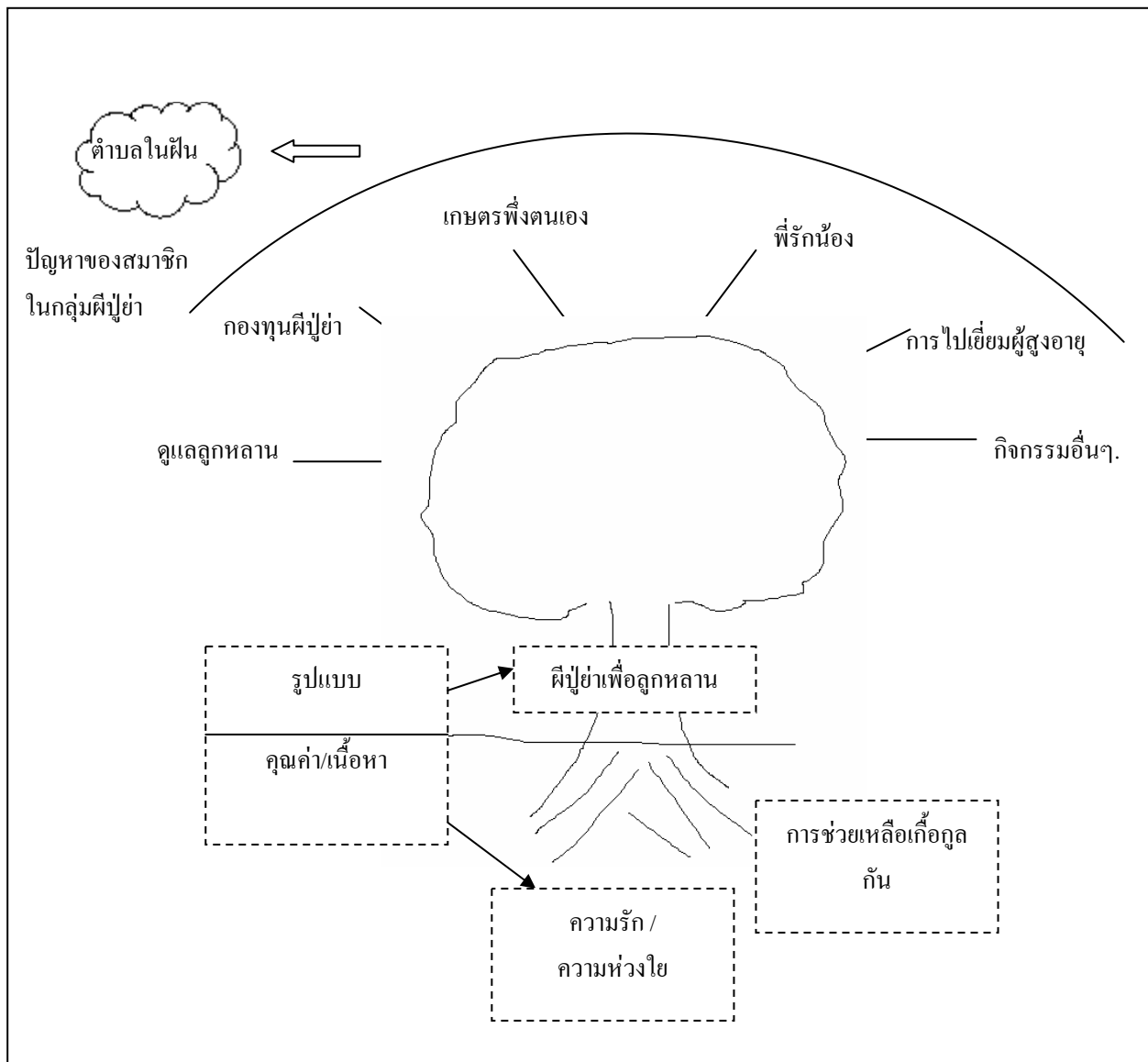
(1.) จำนวนของสมาชิกในกลุ่มทดลองผีป่วนั้น 5 กลุ่มที่มาเข้าร่วมงานมีจำนวนเกือบครบจำนวนสมาชิกทั้งหมด ซึ่งแตกต่างจากปีที่ผ่าน ๆ มา ซึ่งเหลือจำนวนสมาชิกเพียง 4-5 คน ที่มาร่วมพิธีจากจำนวนสมาชิกทั้งหมดหลายสิบหรือนับเป็นร้อยคน

(2.) การมาเข้าร่วมงานนั้น ในเชิงคุณภาพสมาชิกมีความเข้าใจทั้งความหมายและรูปแบบของการทำพิธีกรรมมากขึ้น อันเนื่องมาจากการเตรียมความคิดความเข้าใจก่อนวันงาน

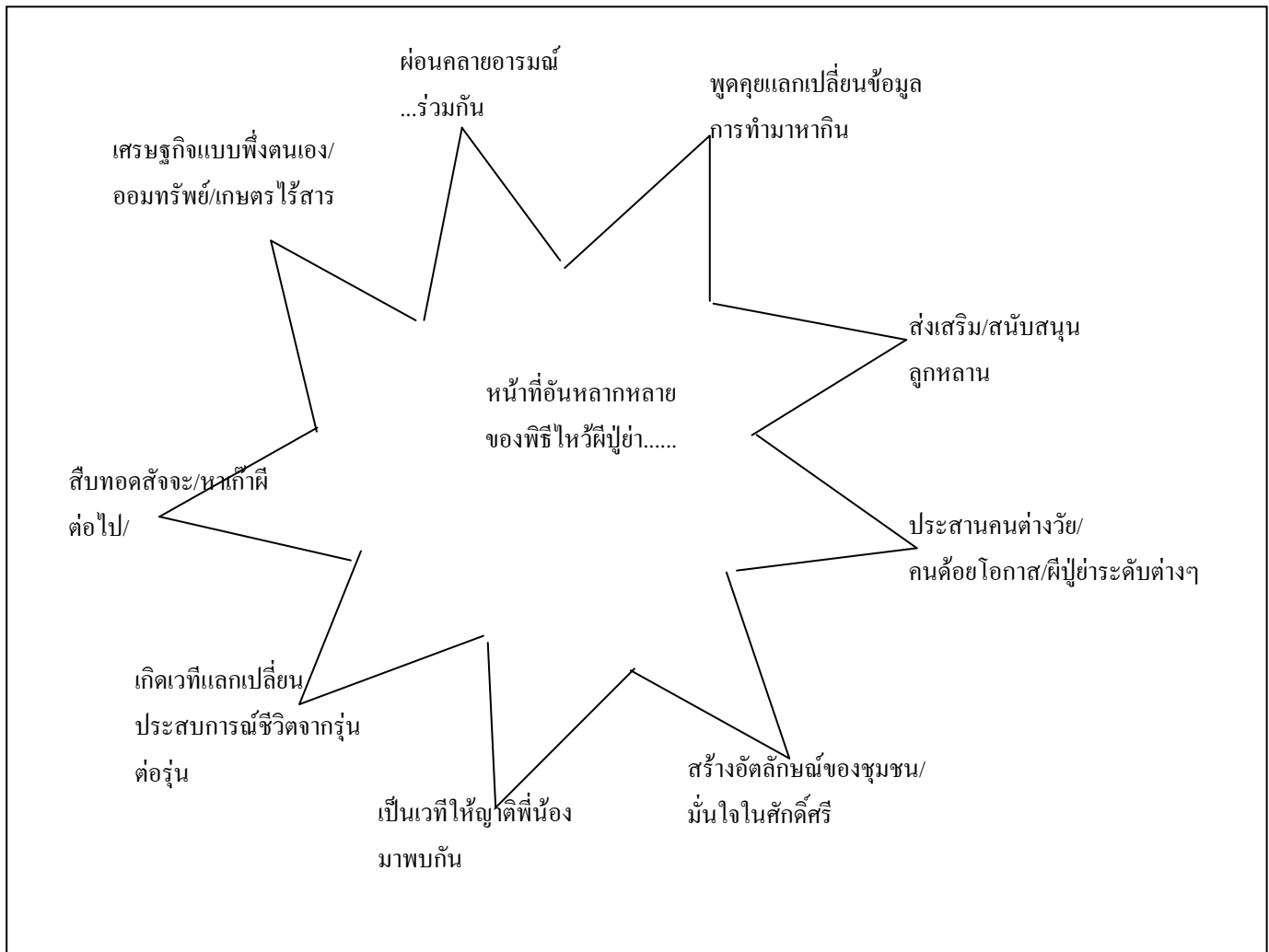
(3.) การขยายกิจกรรม ตัวบ่งชี้ความเข้มแข็งมีพลังชีวิตชีวาของกลุ่ม ก็คือความสามารถค้นคิดสร้างสรรค์กิจกรรมออกมาอย่างไม่ขาดสาย ดังนั้นจากกลุ่มทดลอง 5 กลุ่ม ได้สร้างสรรค์กิจกรรมของแต่ละกลุ่มออกมาอย่างหลากหลาย ตั้งแต่กองทุนผีป่วนั้น การดูแลลูกหลาน การเกษตรพึ่งตนเอง กลุ่มเยี่ยมเยียนผู้สูงอายุ กลุ่มคนเฒ่าสอนการจักสานให้ลูกหลาน ฯลฯ ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนสอดคล้องกับแนวทางการแก้ปัญหาที่ชุมชนประสบอยู่

(4.) การเพิ่มบทบาทหน้าที่ของผีป่วนั้น ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในเรื่องของบทบาทหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านซึ่งเป็น “ตัวชี้วัด” สถานภาพของสื่อพื้นบ้านนั้น ๆ คณะวิจัยได้พบว่า หลังจากมีการรื้อฟื้นพิธีไหว้ผีป่วนั้นขึ้นมาในกลุ่มทดลอง กิจกรรมดังกล่าวก็ได้เพิ่มพูนหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านดังกล่าวให้ขงเงยขึ้นมาได้อย่างเห็นได้ชัดเจน

(5.) การเพิ่มบทบาทและความสำคัญให้กับผู้อาวุโสและผู้หญิง เนื่องจากพิธีกรรมไหว้ผีป่วนั้นเป็นพื้นที่สาธารณะที่จะเปิดโอกาสให้ “ผู้อาวุโส” และ “ผู้หญิง” (แก๊งค์ต้องเป็นผู้หญิง) ได้แสดงพลังอำนาจในทางดีของตน ทั้งการควบคุมกฎระเบียบต่าง ๆ ทั้งการให้สวัสดิการ ให้ความมั่นใจแก่ผู้อื่น การรื้อฟื้นพิธีกรรมดังกล่าวจึงเป็นการสร้างสรรค์พื้นที่สาธารณะนี้ขึ้นมาใหม่



ภาพที่ 34 : องค์ประกอบการทำงานของพี่อย่างครบเครื่องของผู้ป่วย

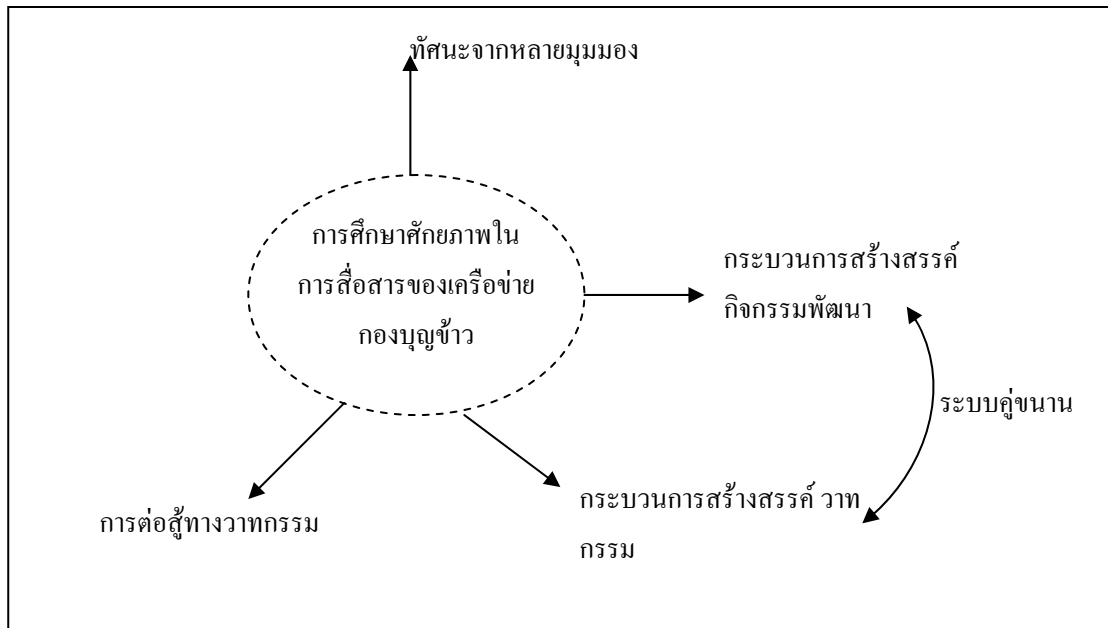


ภาพที่ 35 : หน้าที่อันหลากหลายของพิธีไหว้ผีปู่ย่า

10. การวิเคราะห์ศักยภาพของการสื่อสารในสื่อพื้นบ้านที่สร้างขึ้นใหม่

สำหรับงานวิจัยชิ้นหนึ่งจาก 4 ชิ้นในโครงการนี้ งานวิจัยเรื่องเครือข่ายกองบุญข้าวโดยอริยา และคณะ (2547) ถือเป็นงานวิจัยที่มีความแปลกแตกต่างจากงานวิจัยอีก 3 ชิ้นคือ เป็นการศึกษาสื่อพื้นบ้านที่ชุมชนได้ประกอบสร้างขึ้นในช่วงเวลาเพียงไม่กี่สิบปีที่ผ่านมา อันสื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการสร้างสรรค์ชุมชนที่จะสร้างสื่อสารมาใช้เอง และในอีกด้านหนึ่งก็ฉายภาพให้เห็น “กระบวนการสร้างสรรค์สื่อพื้นบ้าน” ได้อย่างชัดเจน

มิติในการศึกษาศักยภาพของการสื่อสารในสื่อพื้นบ้านที่สร้างขึ้นใหม่จะมีดังนี้



ภาพที่ 36 : ศักยภาพในการสื่อสารของเครือข่ายกองบุญข้าว

(10.1) ทักษะจากหลายมุมมอง

(ก.) จากมุมมองของสื่อพื้นบ้าน ในกรณีทั่วไปเมื่อศึกษาสื่อพื้นบ้านนั้น เรามักจะศึกษาขั้นตอนที่สื่อนั้นได้ก่อตัวมาเป็นเวลานานแล้วจนกลายมาเป็น “มรดก” ให้เราศึกษา แต่ทว่าหากเรายึดถือเอาทฤษฎีเรื่องกระบวนการผลิตทางวัฒนธรรม (Cultural Production) เป็นตัวตั้ง เราก็จะเห็นว่า ในทุกๆ วันสื่อพื้นบ้านนั้นมีสื่อที่ถูกผลิตมาตั้งแต่ใน **ครั้งอดีต** เท่านั้น แต่ทว่าใน **ยุคปัจจุบัน** สื่อพื้นบ้านประเภทต่างๆ ก็ยังถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาอยู่ตลอดเวลา และงานวิจัยกองบุญข้าวของอริยาและคณะได้แสดงให้เห็นข้อเท็จจริงของคำที่กล่าวมานั้น

(ข.) จากมุมมองด้านนิเทศศาสตร์ โดยปกติงานวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นมักให้ความสนใจกับ “แฝดผู้พี่” คือ “ตัวสื่อ” เพราะความเชื่อมั่นในพละานุภาพของตัวสื่อ และมักจะ

มองข้ามความสำคัญของ “เผด็จการ” คือ “ตัวสาร” (ทั้งๆที่ในประวัติศาสตร์ความนึกคิดของคนไทยนั้นเคยให้ความสนใจกับสารอยู่ไม่น้อย เช่น แนวคิดเรื่องฤาษีแปลงสาร)

แต่งงานวิจัยของอริยาและคณะในเรื่องเครือข่ายกองบุญข้าวนี้ได้หันมาให้ความสนใจ ตัวเนื้อหาสาร แต่การศึกษาเนื้อหาสารนั้น แต่ก็มิได้ใช้วิธีการเชิงปริมาณ คือ การเน้นว่ามีข้อความใดหรือถ้อยคำใดถูกกล่าวซ้ำมากที่สุด แต่ได้เจาะลึกลงไปในระดับ “ความหมาย” ของเนื้อหาสาร โดยเฉพาะความหมายที่บรรจุอยู่ในรูปแบบต่างๆ ทั้งวาจา สัญลักษณ์ หรือกิจกรรม

และที่ดูน่าจะเข้าใจมากที่สุดของงานวิจัยชิ้นนี้ก็คือการนำทฤษฎีใหม่เอี่ยมอย่างด้านการศึกษาคือเนื้อหาสารมาใช้ คือทฤษฎีการวิเคราะห์วาทกรรมของมิเชล ฟูกูเกต์ ซึ่งเสนอว่าความหมายที่อยู่ในเนื้อหานั้นมิได้มีความหมายเดียว มิได้มีกลุ่มผู้สร้างเพียงกลุ่มเดียว มิได้มีการตีความอย่างยอมรับเสมอไป รวมทั้งความหมายหลายๆชุดซึ่งต่างก็ต้องต่อสู้ชิงเพื่อสถาปนา “ความเป็นเจ้า / ความหมายหลัก” (Dominant Discourse)

การวิเคราะห์วาทกรรมจึงหมายถึงการวิเคราะห์กระบวนการผลิต การแพร่กระจายและการบริโภคความหมายของวาทกรรมหนึ่งๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับคำถามว่า คนกลุ่มใดมีอำนาจ (Power) ในการควบคุมกระบวนการดังกล่าว และปิดกั้นกระบวนการจากกลุ่มอื่นๆ

(ค.) จุดยืนของงานวิจัย จากแนวคิดที่ประมวลมาข้างต้น งานวิจัยเครือข่ายกองบุญข้าวจึงจับตาดูกระบวนการสองกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างคู่ขนาน คือ **กระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมการพัฒนาชุมชนรูปแบบใหม่ๆ** คือ เครือข่ายกองบุญข้าว และ**กระบวนการสร้างสรรค์วาทกรรมชุดต่างๆ** ที่เกิดขึ้นควบคู่กัน รวมทั้งศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่าง 2 กระบวนการนี้

วาทกรรมที่ไหลเวียนอยู่ในสื่อพื้นบ้านที่สร้างใหม่เช่นเครือข่ายกองบุญข้าวนี้ยังไม่ได้รอบคอบรัดกุมรอบคอบสุดท้าย กล่าวคือยังไม่ตกลึก ดังนั้นจึงมีการผลักดันกันผลักดันกันชนระหว่างกลุ่มต่างๆ ผู้เขียนเข้าใจว่ากระบวนการสร้างสรรค์สื่อพื้นบ้านทุกชนิดก็ต้องเคยผ่านขั้นตอนเช่นนี้มาก่อน งานวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นการตัดภาพย้อนกลับไป (Flash Back) ให้เห็นช่วงยุคต้นของการก่อตัวของสื่อพื้นบ้านประเภทต่างๆ และแม้ทุกวันนี้ สงครามแห่งความหมายก็ยังคงดำเนินอยู่เป็นระยะๆ

(10.2) กระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมพัฒนา : กระบวนการที่ 1

อริยาและคณะได้ทบทวนประวัติความเป็นมาของ “รูปแบบสื่อพื้นบ้าน” อย่างหนึ่งคือเครือข่ายกองบุญข้าวว่าเกิดขึ้นตั้งแต่ประมาณ 20 ปีมาแล้ว (พ.ศ. 2520) ในบริบทของกลุ่มชาวเขาเผ่าปกาเกอะญอในจังหวัดเชียงใหม่และแม่ฮ่องสอน ซึ่งมีที่ดินทำกินน้อย (ตามไหล่เขา) ส่งผลมาถึงปัญหาการขาดข้าวกินตลอดทั้งปี (ปีหนึ่งๆ มีข้าวกินเพียง 6 เดือน)

ในเขตงานนี้มีหน่วยงานองค์กรพัฒนาเอกชนของศาสนาคริสต์ คือ ศูนย์สังคมพัฒนาฯ เข้าไปทำงาน แต่เนื่องจากศูนย์ฯ ใช้กระบวนการทัศน์ใหม่ด้านการพัฒนาที่ไม่เพียงแต่นำเอา “วัตถุปัจจัย”

เข้าไปให้ชาวบ้านเท่านั้น หากแต่ได้นำเอา “แนวคิด” เข้าไปด้วยโดยเฉพาะแนวคิดเรื่องการทำงาน พัฒนาบนพื้นฐานศาสนาหรือวัฒนธรรมของชุมชน

ขอบเขตงานของศูนย์นั้นครอบคลุมถึง 383 หมู่บ้าน (หมู่บ้านชาวเขาเป็นหย่อมเล็กๆ) ใน 2 จังหวัด คือ เชียงใหม่และแม่ฮ่องสอน ซึ่งศูนย์ได้จัดแบ่งเป็น 8 เขต

กิจกรรมแรกๆ ที่ชาวบ้านมาร่วมด้วยช่วยกันทำคือ การตั้งธนาคารข้าวที่ศูนย์ช่วยเหลือให้ ชาวต้นทุน แล้วให้ชาวบ้านบริหารจัดการเรื่องการกู้ยืมกันเอง ดอกเบี้ยก็เข้ากลุ่ม เมื่อแก้ปัญหาเรื่อง ดอกเบี้ยกู้ข้าวอัตราสูงจากนายทุนภายนอกได้ ในไม่ช้าชาวบ้านในกลุ่มธนาคารข้าวก็มีข้าวพอกิน

จากแนวคิดการพัฒนาคนตามหลักศาสนาหรือวัฒนธรรมที่กล่าวว่า การเป็นมนุษย์ที่ถึงพร้อมนั้น ต้องเป็นผู้ที่ทั้ง “รู้จักรับและรู้จักให้” เมื่อชาวบ้านขาดแคลนนั้น มีศูนย์มาช่วยเหลือ ดังนั้น เมื่อชาวบ้านกลุ่มธนาคารข้าว (มาเปลี่ยนชื่อให้เป็นมงคลยิ่งขึ้นในชั้นหลังว่า “กลุ่มกองทุนข้าว”) มีกินพอแล้ว ก็ควรจะเอาส่วนที่เกินเหลือไปช่วยผู้อื่นบ้าง นี่จึงเป็นต้นกำเนิดของการสร้างประเพณีใหม่ คือการทำบุญด้วยกองทุนข้าว (ที่ระดมมาจากข้าวในกลุ่มพัฒนา) ที่เป็นทั้ง “งานพัฒนา” และ “งานบุญ” ประสานกัน โดยมีการจัดทำอย่างเป็นระบบ คือหมุนเวียนไปตามหมู่บ้านที่ขาดแคลนและจะใช้ ข้าวและเงินที่นำมาช่วยเหลือนั้นก่อตั้งกองทุนข้าวของชุมชนใหม่ต่อไป

เนื่องจากในเผ่าปกากะญอมีความเชื่อหรือศาสนาอยู่หลากหลาย เช่น ศาสนาคริสต์ พุทธ รวมทั้งถือลัทธิความเชื่อดั้งเดิม แต่ประเพณีกองทุนข้าวนี้จะรวมคนทุกศาสนาเข้ามาด้วยกัน โดยใช้จุดเชื่อมคือ “สำนึกของการเป็นชนเผ่าปกากะญอ”

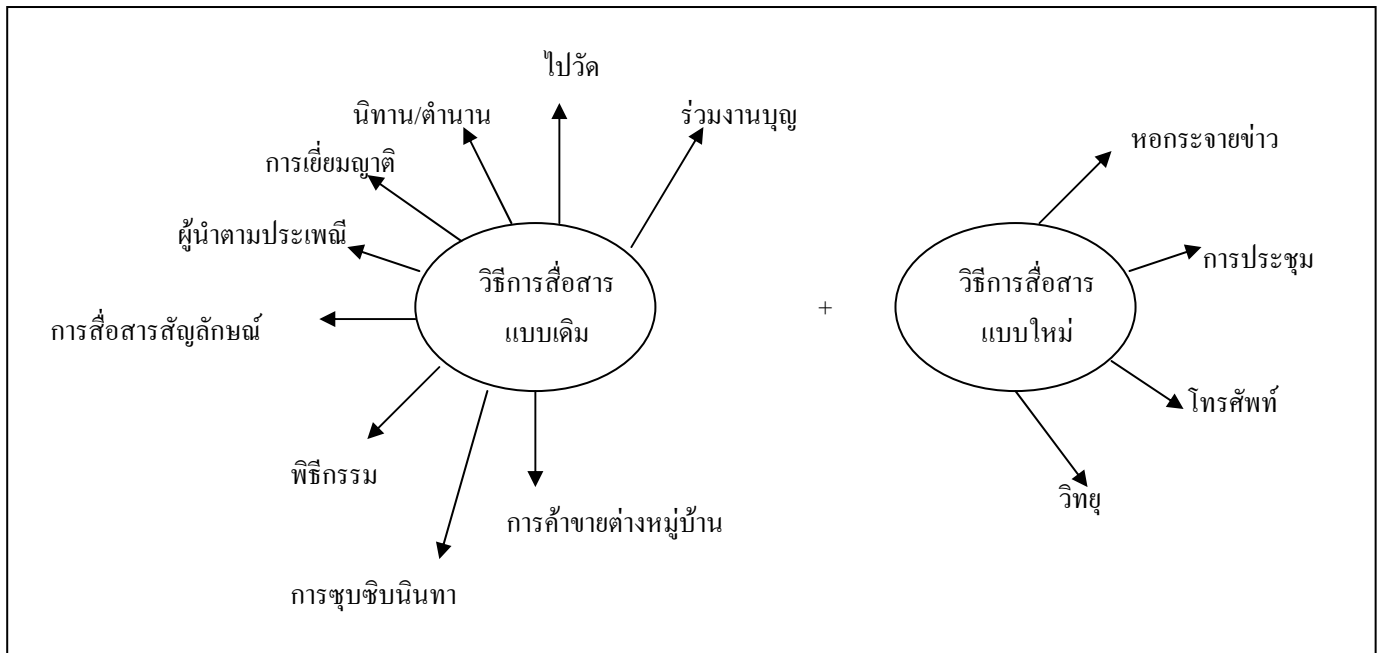
(10.3) กระบวนการสร้างสรรค์วาทกรรม : คู่ขนานของกระบวนการที่ 2

ในท่ามกลางการสร้างสรรคกิจกรรมพัฒนาแบบใหม่ขึ้นมานั้น ก็มีกระบวนการสร้างสรรค์ วาทกรรมจากกลุ่มต่างๆ คู่ขนานมาพร้อมๆ กัน ดังที่ปรากฏทั้งในการถกเถียงประชุมกลุ่มย่อย วิธีการจัดแบ่งงบประมาณการทำกิจกรรม วิธีการบริหารจัดการเงิน การใช้สัญลักษณ์ ฯลฯ ซึ่งการ วิเคราะห์จะกระทำใน 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนผลิต การกระจาย และการบริโภควาทกรรม

ในขั้นตอนของการผลิตนั้น อริยาและคณะได้พบผลการวิจัยดังนี้

1. วัตถุดิบ ที่ใช้ผลิตวาทกรรมนั้น ใช้ทั้งวัตถุดิบที่เป็นทุนเดิมทางสังคมที่มีอยู่ในวัฒนธรรม ปกากะญอ เช่น นิทาน ตำนาน เรื่องเล่า ฯลฯ บวกผสมกับทุนใหม่ที่น่าเอามาจากภายนอก เช่น แนวคิดเรื่องเครือข่าย การสร้างสัญลักษณ์แบบใหม่ๆ เช่น logo ในงาน เป็นต้น

2. กลยุทธ์ในการสร้าง ใช้การประสมประสาน (Hybridization) ระหว่างของเดิมที่มีอยู่กับ ของใหม่ ตัวอย่างเช่น ทุนเดิมกับทุนใหม่ด้านการสื่อสาร



ภาพที่ 37 : กลยุทธ์การประสมประสานระหว่างของใหม่กับของเดิม

3. กลยุทธ์การต่อสู้ทางวาทกรรม วิธีการหนึ่งที่สำคัญในการต่อสู้ทางวาทกรรมโดยเฉพาะการต่อสู้ด้านอุดมการณ์ที่อยู่ในวาทกรรม (ideological struggle) คือวิธีการที่เรียกว่า “กลยุทธ์การแบ่งขั้วเป็นคู่ตรงกันข้าม” (Binary Opposition) ซึ่งอริยาและคณะก็ได้พบว่าในการต่อสู้ทางวาทกรรมของเครือข่ายกองบุญชาวนี ก็ได้ใช้กลยุทธ์แบบ “พระเอก – ผู้ร้าย” คือได้มีการสร้างให้ “ข้าว” เป็นสัญลักษณ์แทนฝ่ายพระเอก คือเป็นความดีงามต่างๆ ที่เคยมีอยู่ในชุมชนไม่ว่าเป็นการช่วยเหลือเกื้อกูล การเสียสละเพื่อผู้อื่น ความมีน้ำใจ ความมีชีวิต ฯลฯ ในขณะที่ “เงิน” ถูกปั้นให้เป็นสัญลักษณ์แบบฝ่ายผู้ร้ายที่มาจากภายนอกที่เป็นตัวแทนของการเห็นแก่ตัว การแข่งขันชิงดีชิงเด่น ความโลภ ฯลฯ

4. การวิเคราะห์สัญลักษณ์ อันที่จริงการวิเคราะห์สัญลักษณ์ตามหลักทฤษฎีสัญลักษณ์วิทยานั้นมีอยู่ในงานวิจัยสื่อพื้นบ้านทุกชิ้นไม่ว่าจะเป็นเรื่องโนรา หมอลำ หรือผีป่วน แต่ทว่าในงานวิจัยเรื่องกองบุญชาวนี การวิเคราะห์สัญลักษณ์จะมองเห็นได้อย่างชัดเจนที่สุด

อริยาและคณะได้พบว่าในวันจัดงานกองบุญชาวนั้น กลุ่มกองบุญข้าวได้สร้างสรรค์สัญลักษณ์ใหม่ ๆ ขึ้นมาใช้งานโดยนำเอาแนวคิด **เนื้อหาเก่า** มาจากวัฒนธรรมเดิม เช่น แนวคิดมาจากนิทาน ตำนาน บทกลอน มาสร้างใน **รูปแบบใหม่** คือ โลกใบประจำวัน โดยทำเป็นรูปเทียนไขผึ้ง (เป็นตัวแทนธรรมะ) ตอข้าว และรูปคน และใช้คำขวัญว่า “ข้าวอร่อย คนดี มีคุณธรรม” และมีการนำรูปกระดังซึ่งเป็นสัญลักษณ์ในวัฒนธรรมเดิมที่มีการให้ความหมายลายในแต่ละด้านของกระดังต่างกัน ลายด้านในหมายถึงชีวิต หรือการร่วมมือและช่วยเหลือกัน เนื่องจากसानเป็นลายคู่ ส่วนลายด้านนอกसानเป็นลายขัดจึงหมายถึงการแข่งขันและความตาย เป็นต้น

หลังจากสร้างสัญญาขึ้นมาแล้ว การแพร่กระจายสัญญานั้นก็คือการนำสัญญาดังกล่าวไปจัดวางไว้ในวาระโอกาส หรือพื้นที่ หรือช่องทาง เช่น วันจัดงานกิจกรรม ในเรื่อง**การบริโภค** ความหมายของสัญญานั้น ในระหว่างวันจัดงานก็จะมีประชาชนชาวบ้านมาอธิบายความหมายของสัญญาต่างๆ ให้ผู้ร่วมงานได้เข้าใจตรงกัน

(10.4) การต่อสู้ทางวาทกรรม

ดังกล่าวมาแล้วว่าในสื่อพื้นบ้าน เช่น กองบุญข้าวที่สร้างขึ้นมาใหม่นี้ เป็นการประกอบสร้างวาทกรรมซึ่งมีใช้ประโยค / ถ้อยคำ / การกระทำ / สัญญาแบบธรรมดา หากแต่เป็นถ้อยคำ / ประโยค / กิจกรรม ที่ถูกผลิตขึ้นจากคนกลุ่มหนึ่งๆ ที่ใช้อำนาจเพื่อสถาปนาตัวเองให้เป็นหลัก (ในกรณีที่มีอำนาจมากเป็นต่อ) หรือเพื่อต่อต้าน / คัดค้าน / ปฏิเสธวาทกรรมหลัก (ในกรณีที่มีอำนาจน้อยเป็นรอง)

ผลของการวิจัยกองบุญข้าว คณะวิจัยได้พบว่าการต่อสู้ด้านวาทกรรมใน 2 ระดับคือ

- (1) การต่อสู้กับวาทกรรมหลักจากภายนอก
- (2) การต่อสู้กับวาทกรรมชุดอื่นๆ ในกลุ่มเดียวกัน

(1) การต่อสู้กับวาทกรรมหลักจากภายนอก

มีวาทกรรมที่ต่อสู้กับวาทกรรมหลักจากภายนอกอยู่ 2 ชุดที่ปรากฏในกิจกรรมของเครือข่ายกองบุญข้าว คือ

➤ วาทกรรมชุด “การพัฒนาคืออะไร” บรรดาถ้อยคำ กิจกรรม ข้อความ ฯลฯ ที่ไหลเวียนอยู่ในกิจกรรมกองบุญข้าวนั้นจะตอกย้ำว่า ในขณะที่วาทกรรมหลักจากภายนอกอธิบายว่า “การพัฒนานั้นหมายถึงความเป็นปัจเจกชนนิยม หมายถึงการบริโภคนิยม และหมายถึงความสุขแบบวัตถุนิยม แต่”การพัฒนา”ในความหมายของชนเผ่าปกากะญอนั้น กลับมีความหมายตรงกันข้าม กล่าวคือหมายถึงการรวมกลุ่มช่วยเหลือเกื้อกูลกัน (เช่น บทกลอนที่ว่า “ข้าวเม็ดเดียวทำเหล้าไม่ได้”) หมายถึงการรู้จักพอเพียง หมายถึงความมีศีลธรรม

➤ วาทกรรมชุด “ชาวเขาคือใคร” ในขณะที่เรามักจะได้ยินวาทกรรมหลักที่พูดว่า “ชาวเขาคือคนที่ตัดไม้ทำลายป่า” แต่กลุ่มกองบุญข้าวจะขยายกิจกรรมของตนออกไปเป็นเครือข่ายต่างๆ เช่น เครือข่ายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เครือข่ายเกษตรปลอดสารเคมี เป็นต้น

เวทีที่จะมีการประมือกันระหว่างวาทกรรมหรือเวทีที่จะเปิดตัววาทกรรมต่อสู้นี้ก็เช่นในวันจัดงานกองบุญข้าวในระดับต่างๆ โดยเฉพาะการจัดงานประจำปีระดับจังหวัดซึ่งจะมีการเชิญแขกจากภายนอกทั้งที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ นายอำเภอ องค์กรต่างๆ มาร่วมงาน ในกรณีเช่นนี้

จะมีการจัดกิจกรรมที่ต้องมีการทำธง มีชบวนแห่ มีการแต่งกายชุดประจำเผ่าอย่างพร้อมเพรียง เนื่องจากเป็นเวทีใหญ่ของการประมือทางวาทกรรมนั่นเอง

(2) การต่อสู้กับวาทกรรมชุดอื่นๆ ภายในกลุ่มเดียวกัน

เนื่องจากภายในกลุ่มชาวปกาเกอะญอเองก็มีกลุ่มที่มีความแตกต่างกันในด้านฐานะทางเศรษฐกิจ – สังคม รวมทั้งในกลุ่มพัฒนามีทั้งที่มีฐานะเป็นผู้นำและเป็นสมาชิกทั่วไปซึ่งมีความเข้าใจที่แตกต่างกัน ดังนั้นแม้แต่ภายในกลุ่มชาวเขาด้วยกันก็ยังมี การต่อสู้ทางวาทกรรมกันเอง

คณะวิจัยพบว่าแม้ว่าคนทุกกลุ่มในชุมชนจะให้ความหมายร่วมกันว่า “งานกองบุญข้าว” เป็น “การทำบุญ” และ “การระลึกถึงบุญคุณของข้าว” แต่ก็มีการให้ความหมายที่ได้แย้งกันด้วย เช่น ชาวบ้านหมู่บ้านที่อยู่ใกล้เมืองและเข้าสู่การผลิตแบบสมัยใหม่จะเน้นหนักความหมายว่า “การทำบุญนั้นเป็นการแลกเปลี่ยนตอบแทนที่เป็นผลประโยชน์” ในขณะที่ชาวบ้านที่อยู่ห่างเมืองออกไปและยังมีวิถีการผลิตแบบดั้งเดิมจะเน้นความหมายการทำบุญแบบอุดมคติ (ทำบุญแบบไม่หวังผลตอบแทนในชาตินี้)

เช่นเดียวกับกลุ่มคนจนจะเน้นว่า “กองบุญข้าว” ต้องเป็นการทำบุญเพื่อช่วยเหลือคนจนเป็นหลัก แต่คนที่มีความดีและปานกลางจะมองว่า “งานกองบุญข้าว” เป็นเครื่องมือเพื่อขยายเครือข่ายให้กว้างขวางมากกว่า

และในขณะที่กลุ่มผู้นำมองเห็น “งานกองบุญข้าว” เป็นงาน “สำแดงพลังของชนเผ่า” ให้บุคคลภายนอกได้ตระหนัก อันเป็นมิติการแสดงอำนาจทางการเมือง แต่กลุ่มสมาชิกทั่วไปกลับมองเห็นกองบุญข้าวในมิติของศาสนา – วัฒนธรรม การช่วยเหลือเกื้อกูลกันมากกว่า

การต่อสู้ทางวาทกรรมเหล่านี้ไหลเวียนอยู่ในทุกกิจกรรมของกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นการประชุม การพูดคุยสนทนา การตัดสินใจ การวางกฎระเบียบ ฯลฯ

ผลแพ้ชนะของการต่อสู้วาทกรรมชุดต่างๆ นั้น มิได้จำกัดขอบเขตอยู่ในเวทีเสวนาหรือหรือห้องประชุมเท่านั้น หากทว่าได้ส่งผลไปถึงการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาอย่างแท้จริง และนี่คือรอยต่อระหว่าง 2 กระบวนการ คือ กระบวนการสร้างสรรค์กิจกรรมและสร้างสรรค์วาทกรรมที่ได้กล่าวมาข้างต้น ดังที่คณะวิจัยได้สาธิตให้เห็นรูปแบบการจัดงานกองบุญข้าวในปีเดียวกัน (พ.ศ. 2546) แต่คนละจังหวัด ในกรณีนี้ล้มเหลวเนื่องจากการต่อสู้วาทกรรมช่วยเหลือคนจนพ่ายแพ้ วาทกรรมที่เน้นการสำแดงพลังต่อภายนอกได้ใช้ชัยชนะ ดังนั้นงบประมาณส่วนใหญ่จึงถูกใช้ไปในการทำพิธีจัดงานให้ยิ่งใหญ่เพื่อต้อนรับแขกจากภายนอกจนแทบไม่เหลืองบประมาณจัดสรรให้กลุ่มคนจนที่ต้องการความช่วยเหลือ รวมทั้งไม่ได้แพร่กระจายแนวคิดเรื่องเครือข่ายกองบุญข้าวให้แก่สมาชิก ซึ่งตรงกันข้ามกับการจัดงานในอีกจังหวัดหนึ่งที่มุ่งเน้นวาทกรรมช่วยเหลือกันเองมากกว่ามุ่งที่ภายนอก

ด้วยเหตุนี้บทบาทของการต่อสู้ด้านวาทกรรมจึงมีความสำคัญที่ไม่สิ้นสุดในตัวเอง ทั้งนี้ เพราะแนวทางการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งนั้นจะเดินไปในทิศทางใด ก็ขึ้นอยู่กับว่ากลุ่มที่สังกัดวาทกรรมชุดต่างๆ นั้นมีอำนาจมากพอที่จะช่วงชิงให้วาทกรรมของตนเป็นธงชัยนำทัพการพัฒนาไปในทิศทางใด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องรูปแบบและวิธีการบริหารจัดการ การคั่นคิดกิจกรรม การแบ่งปันกระจายผลประโยชน์อย่างยุติธรรม ความเข้าใจว่างานพัฒนาคืออะไร การสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้ง เป็นต้น

กลวิธีการสื่อสารที่แต่ละกลุ่มใช้ในการช่วงชิงความหมายที่คณะวิจัยได้พบมีดังนี้

- (1) กลวิธีการรื้อสร้าง (Deconstruction) คือการถอดความหมายของเก่าออกและใส่ความหมายใหม่เข้าไป เช่น จาก“เงินคือพระเจ้า” กลายเป็น“เงินคือความตาย”
- (2) กลวิธีการผสมผสาน (Articulation) ได้แก่การประสานแนวคิด / วิธีการแบบใหม่เข้ากับแบบเดิม เช่นเรื่องวิธีการสื่อสารที่ได้ยกมาข้างต้น
- (3) กลวิธีการทำให้ศักดิ์สิทธิ์ เช่น การทำวัตถุในงานพัฒนา เช่น ข้าว / เงิน ให้เกิดความศักดิ์สิทธิ์โดยการผ่านพิธีกรรม / การให้คำอธิบาย เพื่อก่อให้เกิดกลไกการควบคุม / บริหารจัดการด้านจริยธรรม / ศีลธรรม (Moral management)
- (4) กลวิธีการสร้างคำใหม่ๆ เช่น ชาวบ้านสร้างคำว่า “กองบุญข้าว” มาใช้แทนธนาकरข้าว หรือการเรียกข้าวที่มีผู้มาช่วยเหลือจากภายนอกว่า “ข้าวสงเคราะห์”
- (5) กลวิธีการสร้างความเป็นพวกเดียวกัน (Inclusion) เช่น ชาวบ้านมักพูดว่ากองบุญข้าว เป็นการสร้างความเป็นพี่เป็นน้อง การแต่งชุดประจำเผ่าในวันจัดงาน เป็นต้น
- (6) กลวิธีการกันคนที่ไม่พวกออกไป (Exclusion) เป็นกลวิธีที่ควบคู่กับการสร้างความเป็นพวกเดียวกัน

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์สื่อพื้นบ้านในด้านการสื่อสาร

เนื่องจากสื่อพื้นบ้านเป็นสื่อประเภทหนึ่งในระบบการสื่อสารทั้งหมด ดังนั้นเราจึงสามารถที่จะนำเอาแนวคิดทฤษฎีต่างๆทางด้านการสื่อสารและการสื่อสารเพื่อพัฒนามาใช้ในการศึกษาสื่อพื้นบ้านด้วยอยู่

และในงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้นต่างก็ได้้นำเอาแนวคิดเรื่ององค์ประกอบการสื่อสารคือ S – M – C – R มาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ เช่น ในงานวิจัยโนรา เจริญชัยและคณะได้นำเอาแนวคิดเรื่อง “ผู้ส่งสาร” มาประเมินเปรียบเทียบกับสถานภาพของโนราตั้งแต่ครั้งอดีตมาจนถึงปัจจุบันว่า โนราได้ถูกลดทอนจากการเป็นปัญญาชน เป็นผู้รู้ เป็นผู้ทรงภูมิปัญญา มีศักดิ์ศรี มาเป็นเพียง “ผู้ให้ความบันเทิง” เท่านั้น

หรือในกรณีของงานวิจัยเรื่องผีป่วน ก็ได้ใช้แนวคิดเรื่ององค์ประกอบด้านตัวเนื้อหาสาระ (Message) มาใช้วิเคราะห์เรื่องรูปแบบและเนื้อหา คุณค่า ความหมายของตัวพิธีกรรม เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากการนำเอาแนวคิดพื้นฐาน เช่น เรื่ององค์ประกอบของการสื่อสารมาใช้เป็นแบบทำแม่บทพื้นฐานดังกล่าวมาแล้ว ก็ยังมีงานวิจัยบางชิ้น เช่น งานวิจัยหมอลำ ที่คณะวิจัยได้นำเอา แนวคิดใหม่ ๆ ด้านการสื่อสารมาใช้วิเคราะห์เรื่องสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา ในที่นี้จึงจะยกตัวอย่างรายละเอียดของงานวิจัยหมอลำพอเป็นสังเขป

11. การนำแนวคิดเรื่อง “สาระ – บันเทิง” มาใช้วิเคราะห์

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ในวงการการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเริ่มหันมาจับตามองกลยุทธ์ใหม่ด้านการสื่อสาร คือ การผสมผสานเนื้อหาที่เป็น “สาระ” และ “บันเทิง” เข้าด้วยกัน ที่กล่าวว่าแนวคิดดังกล่าวเป็นกลยุทธ์ใหม่ก็เนื่องจากว่า เท้าที่ผ่านมา แวดวงนิเทศศาสตร์มักจะแยกประเภทของรายการหรือเนื้อหาสาระออกเป็น 2 ส่วนอย่างขาดจากกัน คือ **เนื้อหาประเภทเรื่องจริงที่มุ่งให้สาระ** เช่น รายการข่าว เนื้อหาสารคดี ฯลฯ กับ **เนื้อหาประเภทเรื่องแต่งที่ให้ความบันเทิง** เช่น รายการละคร นิทาน ดนตรี ฯลฯ และแน่นอนว่าประเภทของเนื้อหาที่มักจะถูกนำมาใช้ในงานพัฒนามักจะเป็นเนื้อหาประเภทเรื่องจริงที่ให้สาระ (ซึ่งมีผลทำให้งานสื่อสารเพื่อพัฒนามีหน้าตาขึงขัง เอาจริงเอาจังและดูเคร่งเครียดพอสมควร)

แต่ทว่าในโลกแห่งความเป็นจริงก็ได้เกิดปรากฏการณ์ที่รายการบันเทิงบางประเภท เช่น ละครโทรทัศน์ สามารถสร้างผลกระทบด้านการพัฒนาได้อย่างมหาศาล ในแวดวงวิชาการจึงได้เริ่มมีการทบทวนแนวคิดเรื่องสาระ – บันเทิงในการพัฒนากันเสียใหม่

แม้ว่าแนวคิดเรื่อง “สาระ – บันเทิง” จะเป็นแนวคิดใหม่ในวงวิชาการด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา หากทว่าแนวคิดนี้ก็ดูจะไม่แปลกหน้าเลยสำหรับสื่อพื้นบ้านของไทยที่ได้ใช้ระบบ “Two in one” นี้มาแต่ไหนแต่ไร และดังที่เป็นข้อยืนยันอีกครั้งหนึ่งจากงานวิจัยเรื่องหมอลำโดยประยูทธและคณะ

ในการวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นแบบ สาระ – บันเทิง ของหมอลำนี้ คณะวิจัยได้พัฒนาการศึกษา “กลยุทธ์การสื่อสาร” ออกไปอีกก้าวหนึ่ง กล่าวคือโดยทั่วไปแล้ว การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสาร” นั้นมักจะเจาะดูแต่เฉพาะที่ตัว “เนื้อหา” (Message) เพียงตัวเดียว แต่ในงานวิจัยหมอลำครั้งนี้ ประยูทธและคณะได้ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารแบบ สาระ – บันเทิง อย่างครบวงจร คือ S – M – C – R

ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

(1) กลยุทธ์แบบสาระ – บันเทิงในส่วนของผู้ส่งสาร งานวิจัยเรื่องหมอลำนั้นยังคงให้ข้อสรุปแบบคงเส้นคงวว่า เราไม่สามารถจะสรุปพันธะอย่างใดอย่างหนึ่งกับหมอลำแบบรวมๆทั้งหมดได้ ทั้งนี้เพราะตัวแปรเรื่อง “ประเภท” ของหมอลำจะเข้ามาเกี่ยวพันเป็นยาดำในข้อสรุปทุกอย่าง

ในส่วนของผู้ส่งสารนั้น คณะวิจัยได้สรุปเป็นแบบแผนว่า กลยุทธ์สาระ – บันเทิง นั้นจะเกี่ยวข้องกับ ประเภทของผู้ส่งสาร ในหมอลำแต่ละชนิด หมอลำประเภทที่ยิ่งเก่า (เช่น หมอลำกลอน) จะมีสัดส่วนของการให้สาระสูงกว่าบันเทิง ส่วนหมอลำที่ยิ่งเป็นประเภทใหม่ๆก็จะมีสัดส่วนของสาระให้น้อยลงและเพิ่มสัดส่วนบันเทิงมากขึ้น

(2) กลยุทธ์แบบสาระ – บันเทิงในส่วนเนื้อหาของสาระรูปแบบการแสดง เป็นข้อสรุปที่ยังต่อเนื่องมาจากปัจจัยด้านผู้ส่งสาร (รวมทั้งวิธีการก่อร่างสร้างตัวของหมอลำ) แบบแผนข้อสรุปก็เป็นไปในลักษณะเดียวกัน คือ หมอลำกลอนที่เป็นประเภทดั้งเดิมจะยึดมั่นอยู่กับการให้เนื้อหาที่เป็นสาระแฝงคติธรรม เป็นประโยชน์ทั้งทางโลกและทางธรรม วิธีการให้ความบันเทิงก็เป็นแบบดั้งเดิม

ส่วนเนื้อหาของหมอลำแบบลูกผสมกลางเก่า – กลางใหม่ หมอลำกลอนซึ่งหรือหมอลำเรื่องต่อกลอน จะเพิ่มความบันเทิงมากขึ้นในส่วนของ รูปแบบ แต่ทว่ายังคงรักษา เนื้อหาของสาระ ที่มีประโยชน์เอาไว้แต่ทว่าอาจปรับให้สั้นลง กระชับมากขึ้นหรือเล่นเรื่องสมัยใหม่

ส่วนหมอลำซึ่งเป็นหมอลำพันธุ์ใหม่ล่าสุดนั้น เนื่องจากลักษณะการบ่มเพาะนั้นใช้เวลาเติบโตอย่างรวดเร็ว ความสามารถในการแต่งกลอนเองยังทำไม่ได้ จึงต้องให้การท่องจำตามหลักสูตร ลักษณะเนื้อหาการแสดงจึงเน้นหนักที่ รูปแบบ เป็นหลัก

(3) กลยุทธ์สาระ – บันเทิงในส่วนช่องทาง คณะวิจัยพบว่า เนื่องจากในตัวหมอลำเองทั้งผู้ส่งสารและส่วนของเนื้อหานั้น มีส่วนผสมทั้ง “สาระ” และ “บันเทิง” อยู่รวมกัน ดังนั้นปัจจัยทั้ง 2 ที่มีมาก่อนล่วงหน้าจึงช่วยเอื้ออำนวยอย่างยิ่งในการช่วยให้หมอลำสามารถพลิกแพลงยืดหยุ่นการเลือกช่องทางได้หลายๆแบบนับตั้งแต่

- ใช้ช่องทางเก่าทดแทนช่องทางใหม่ เช่น ไปอัดเทปวีซีดีแทนการแสดงสด หรือทำในทางกลับกัน (ถ้าการใช้สื่อสมัยใหม่ยุ่งยาก)
- แสวงหาช่องทางใหม่ๆเพื่อสร้างพลังสำรอง เช่น สร้างภาพลักษณ์ที่ดี เช่น การไปช่วยงานราชการ โดยพลิกเอามิติด้านสาระออกมาเป็นหลัก
- แสวงหาช่องทางพิเศษเพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น การเข้าประกวด
- การประสานกันระหว่างหลายช่องทาง เช่น ทั้งออกวิทยุทั้งสอนนักเรียนตามสถานศึกษา
- การปรับตัวให้เข้ากับช่องทางใหม่ๆ เช่น การไปแสดงในห้องส่งโทรทัศน์นั้นซึ่งทำให้มีลักษณะแห่งแล้งไร้ความบันเทิง หมอลำส่วนใหญ่จึงใช้วิธีการบันทึกเทปการแสดงสดมาใช้แทน เป็นต้น

(4) กลยุทธ์สาระ – บันทึกลงในส่วนผู้รับสาร ซึ่งหมอลำได้พลิกใช้มิติทั้งด้านสาระและบันเทิงต่อผู้รับสารหลายๆกลยุทธ์ เช่น

- สร้างความรู้สึกใกล้ชิดให้เป็นแบบเครือญาติ
- วิเคราะห์ผู้รับสารแต่ละกลุ่มซึ่งมีความแตกต่างหลากหลาย (heterogeneous) และออกแบบสารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมแต่ละกลุ่ม
- ใช้การสื่อสารแบบสองทางและมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นต้นทุนเดิมของหมอลำอยู่แล้ว และได้พัฒนารูปแบบใหม่ๆเข้าไป เช่นการพูดคุยกับผู้ชม การมอบดอกไม้พวงมาลัย การเปิดโอกาสให้ขอเพลง
- การทำให้ผู้รับสารเลื่อมใสศรัทธาซึ่งเป็นกลยุทธ์เดิม
- การทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าได้ประโยชน์ในแง่มุมต่างๆจากหมอลำ ไม่ว่าจะเป็นให้ความบันเทิงหรือให้ข้อคิด
- การสร้างความผูกพันทางใจเพื่อสร้างผู้ชมที่เป็น “แฟนประจำ” (loyalty audience)

12. ข้อเสนอแนะสำหรับการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาชุมชน

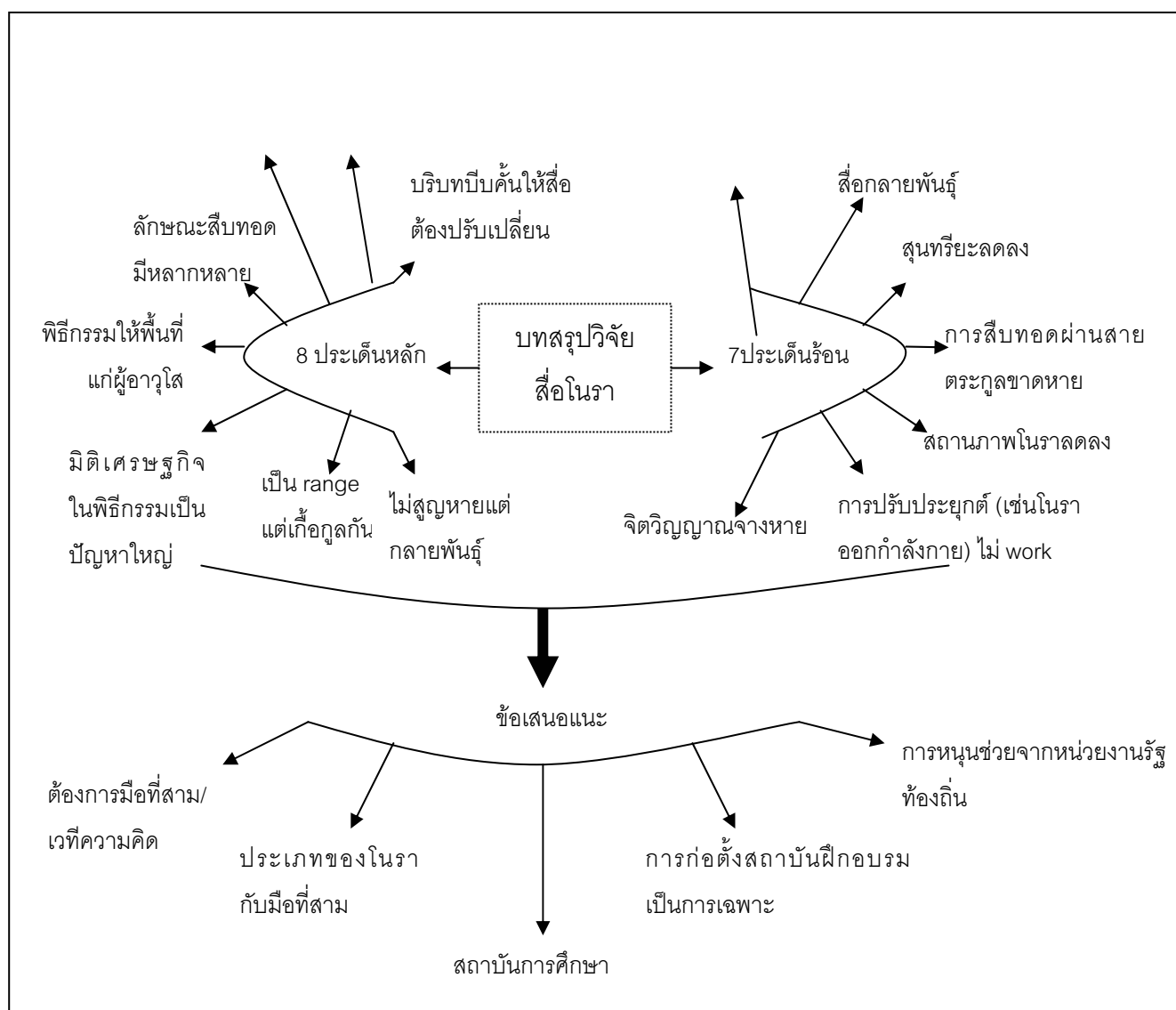
มีข้อสรุปบางประการที่เกี่ยวกับการให้ข้อเสนอแนะสำหรับการใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา ดังนี้

1. จากข้อเท็จจริงที่ว่า สื่อพื้นบ้านนั้นมีความหลากหลายแตกต่างกันอย่างมาก นี่จึงส่งผลมายังบรรดาข้อเสนอแนะทั้งหลายว่า เราไม่สามารถใช้สูตรเดียวกันได้ทั่วประเทศ/ทุกประเภท แต่จะต้องเป็นข้อเสนอแนะเฉพาะของสื่อพื้นบ้านแต่ละชนิด
2. จากหลักการที่ได้เปิดจากไว้ตั้งแต่แรกแล้วว่า ข้อเสนอแนะในเรื่องสื่อพื้นบ้านกับการพัฒนาชุมชนนั้นต้องมีลักษณะ “ดาบสองคม” กล่าวคือ ต้องมีทั้งลักษณะ/วิธีการ ของสื่อพื้นบ้านมาใช้ และ “ต้องมีการพัฒนาสื่อพื้นบ้าน” ไปในเวลาเดียวกัน
3. การสร้างข้อเสนอแนะนั้นต้องผ่านขั้นตอนการศึกษาวิจัยที่เป็นจริงและสร้างมาจากสภาพความเป็นจริงที่ได้จากการวิจัย เช่น ต้องมีการประเมินสถานการณ์ วิเคราะห์คุณลักษณะตรวจสอบศักยภาพด้านต่างๆ วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่ ใช้แนวคิดด้านการสื่อสารเข้าไปช่วยการวิเคราะห์ เป็นต้น
4. องค์ประกอบที่จะขาดไม่ได้ของการสร้างข้อเสนอแนะ คือ การวิเคราะห์กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับสื่อพื้นบ้าน เพื่อจะตอบคำถามในเรื่องข้อเสนอแนะว่า

ใครต้องทำอะไร / ทำอย่างไร / ทำไมจึงทำอย่างนั้นและทำแล้วได้ผลอะไร

ในที่นี้จะลองเสนอตัวอย่างสรุปข้อเสนอแนะของงานวิจัยสื่อพื้นบ้านทั้ง 4 ชิ้น ดังนี้ (สนใจโปรดดูรายละเอียดในตัวเล่มงานวิจัย)

1. กรณีงานวิจัยโนรา



ภาพที่38 : ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยโนรา

ข้อเสนอแนะ

(1) เวทีความคิด เนื่องจากสื่อโนรากำลังอยู่ในระยะหัวเลี้ยวหัวต่อของการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นจึงต้องการเวทีความคิดจากผู้ที่เกี่ยวข้องหลายๆฝ่าย หลายเวทีเพื่อพูดคุย ย่อยเนื้อหา ขบคิด ไตร่ตรองเพื่อหาข้อสรุปร่วมกัน

และเนื่องจากโนรามีทั้งกลุ่ม “คนวงในวัฒนธรรม” และ “กลุ่มคนวงนอกวัฒนธรรม” เช่น หน่วยงานรัฐหรือสถาบันการศึกษา ในขณะที่ “คนวงใน” อาจจะคลุกวงในมากเกินไปหรืออาจจะอ่อนพลังลงไป ดังนั้น การจัดเวทีทางความคิดจึงน่าจะต้องการ “มือที่สาม” ซึ่งเป็นคนวงนอกมาช่วยเปิดเวทีให้

(2) ประเภทของโนรากับมือที่สาม เนื่องจากโนราแต่ละประเภทมีสถานภาพและลักษณะปัญหาเฉพาะตัวเองดังที่ได้กล่าวแล้ว ดังนั้นมือที่สามที่จะเข้ามาหนุนช่วยก็ต้องมีความหลากหลายไปด้วย

(3) ข้อเสนอจากสถาบันศึกษา ในขณะที่ปัจจุบันทั้งโรงเรียนและสถาบันอุดมศึกษาในท้องถิ่นเริ่มให้การสนับสนุนสื่อโนรามากในแง่การสืบทอด หากแต่ต้องมีการเสริมใน 3 – 4 ประเด็น คือ การให้งบประมาณอย่างต่อเนื่อง การจัดฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ การต่อเชื่อมระหว่างโนราในสถาบันการศึกษากับโนราในชุมชนเพื่อหนุนช่วยกันและกัน

(4) การก่อตั้งสถาบันการศึกษาสื่อโนร่าอย่างลุ่มลึก จากปัญหาเรื่องการสืบทอดโนราที่ไม่สามารถบรรลุถึงขั้นสุดยอดได้ เนื่องจากขาดสถาบันการฝึกฝนอบรมอย่างเข้มข้น / เป็นการเฉพาะ ดังนั้นกระทรวงวัฒนธรรมควรร่วมมือกับกระทรวงศึกษาธิการและกระทรวงอื่นๆ จัดตั้งสถาบันการฝึกอบรมโนราเป็นการเฉพาะ

(5) การหนุนช่วยจากหน่วยรัฐท้องถิ่น หน่วยงานรัฐท้องถิ่น เช่น สภาวัฒนธรรมและอบต. ควรมีการวางนโยบายในการบริหารจัดการสื่อโนราในชุมชนทั้งในด้านการสืบทอด / ปรับประยุกต์ / ส่งเสริมเผยแพร่ ฯลฯ โดยมีการอุดหนุนด้านการฝึกอบรมงานสื่อพื้นบ้านแก่บุคลากร / ศิลปิน เสริมด้วยงบประมาณและการจัดช่องทางให้แสดงออก รวมทั้งการเสริมพลังของเครือข่ายรูปแบบต่างๆ

2. กรณีงานวิจัยหมอลำ

สำหรับสถานภาพและคุณลักษณะของหมอลำนั้ันได้ผ่านระยะหัวเลี้ยวหัวต่อมาเป็นระยะเวลานานพอสมควรแล้ว หมอลำเป็นสื่อพื้นบ้านที่ก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมการผลิตวัฒนธรรม

อย่างเป็นล่ำเป็นสัน ดังนั้นข้อเสนอแนะต่อหมอลำจึงเกี่ยวโยงกับคำถามที่ว่า **หมอลำจะเป็นสื่อพื้นบ้านที่อยู่ในอุตสาหกรรมดังกล่าวได้อย่างไร**

คณะวิจัยได้ใช้กรอบองค์ประกอบของการสื่อสาร คือ S – M – C – R มาสร้างข้อเสนอแนะโดยเรียงลำดับความวิกฤติของปัญหาว่า มีมากที่สุดในกลุ่มผู้รับสาร ต่อด้วยฝ่ายผู้ส่ง / ศิลปิน ตบท้ายด้วยเรื่องช่องทาง โดยที่เรื่องเนื้อหานี้ไม่ลู่จะมีปัญหามากนัก

ข้อเสนอแนะ

(1) ด้านผู้รับสาร คณะผู้วิจัยมองเห็นว่าปัจจุบันคุณภาพของผู้ชมหมอลำตกต่ำลงมาก ดังนั้นจึงต้องมีกระบวนการยกระดับคุณภาพของผู้ชมหมอลำให้สูงขึ้น ซึ่งอาจทำได้ดังข้อเสนอแนะที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ในสถาบันการศึกษาควรมุ่งที่จะผลิตผู้ชมที่มีคุณภาพ โดยวิธีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือ ได้ลองเรียนหมอลำดู รวมทั้งควรได้มีโอกาสสัมผัสกับหมอลำแบบดั้งเดิมเพื่อเปรียบเทียบสุนทรีย์

(2) ด้านผู้ส่งสาร / ศิลปิน ก็เป็นปัญหาเดียวกับผู้รับสาร คือ การขาดศิลปินที่มีคุณภาพ ดังนั้น คณะวิจัยจึงมีข้อเสนอแนะให้มีการเปิดตัว / การสร้างเครือข่ายหมอลำแบบขนานแท้และดั้งเดิม และเรียกร้องเรื่องแก่นแท้ / จิตวิญญาณของความเป็นหมอลำจากกลุ่มศิลปิน

(3) ด้านช่องทาง ที่คณะผู้วิจัยเน้น คือ การเปิดพื้นที่ให้หมอลำแบบขนานแท้ได้มีโอกาสเปิดตัว

นอกจากนั้นในแง่ช่องทางการสืบทอด แม้จะมีศิลปินมาร่วมกันเปิดโรงเรียนหมอลำ แต่ก็ยังขาดการสนับสนุน จึงควรใช้ข้อเสนอแนะเรื่องการจัดตั้งสถาบันฝึกฝนหมอลำแบบของแท้ เช่นเดียวกับเรื่องโนรา

สำหรับหน่วยงานรัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องวัฒนธรรม ทั้งระดับชาติและท้องถิ่น ควรมีนโยบายและมาตรการที่เป็นรูปธรรมในการส่งเสริม และสร้างคุณค่าให้กับศิลปินพื้นบ้าน หรือจัดสรรงบประมาณสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

(4) การสร้างเครือข่ายระหว่างศิลปิน ดังที่กล่าวมาแล้วว่า เครือข่ายเป็นกลไกสำคัญของการธำรงรักษาสื่อพื้นบ้าน ในกรณีของหมอลำควรมีการเสริมสร้างความเข้มแข็งระหว่างเครือข่ายให้มากขึ้น

(5) ด้านสังคม ควรมีการทั้งเรียกร้องและทั้งยกย่องหมอลำที่มีอุดมการณ์ เป็นผู้รู้จักการให้รู้จักคืนให้สังคม เช่น หมอลำที่ทำตัวเป็นประโยชน์ต่อสังคม ทั้งนี้เพื่อสร้าง “ต้นแบบ” ที่ดีงามแก่หมอลำรุ่นหลังๆ

3. กรณีผีป่วน

ผลจากการสามารถรื้อฟื้นผีป่วนใน ต. วอแก้วให้ลุกขึ้นมาทำหน้าที่พัฒนาชุมชนอย่างได้ผลจริงจัง คณะวิจัยจึงได้มีข้อเสนอแนะต่อระดับต่างๆ เพื่อทั้งรักษาผลสำเร็จในพื้นที่ดั้งเดิมให้ต่อเนื่องยาวนาน และทั้งขยายผลไปยังที่อื่นๆดังนี้

(1) ต่อพื้นที่ศึกษา ขอให้หน่วยงานรัฐท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น สภาวัฒนธรรมในทุกระดับนำเอาประสบการณ์การวิจัยไปดำเนินการในพื้นที่อื่นๆ พร้อมทั้งจัดสรรงบประมาณสนับสนุน

(2) ต่อพื้นที่อื่นๆ ต้องไม่ลอกเลียนแบบในส่วนที่เป็น “ผลผลิต” (ต้องรื้อฟื้นแต่ผีป่วนเท่านั้น) แต่ให้นำเอา “กระบวนการ / หลักการ / ขั้นตอน” ต่างๆ ที่สรุปบทเรียนออกมาจากงานวิจัยไปใช้

(3) คณะกรรมการสภาวัฒนธรรม ในทุกระดับควรจัดการถ่ายทอดบทเรียนเพื่อฝึกอบรม / ติดตั้งความรู้ความเข้าใจให้แก่บุคลากร เช่น เจ้าหน้าที่วิชาการวัฒนธรรมระดับต่างๆ เพื่อเตรียมตัวหนุนช่วยชุมชน

(4) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อกระทรวงวัฒนธรรม ควรมีนโยบายและแผนงานทั้งการบริหารจัดการเพื่อการรื้อฟื้น การสืบทอด การปรับปรุงยุค และส่งเสริมเผยแพร่ ที่อาศัยบทเรียนจากงานวิจัยเหล่านี้โดยอาจจัดเป็นโครงการนำร่องในพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงและขยายผล/เครือข่ายการเรียนรู้ออกไป

(5) ข้อเสนอแนะต่อกระทรวงศึกษาธิการ ควรจัดทำหลักสูตรท้องถิ่นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อพื้นบ้าน โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของโรงเรียน / ครู / ผู้บริหารโรงเรียนตามแนวทางที่อยู่ในงานวิจัย

(6) ข้อเสนอแนะต่อกลุ่มองค์กรด้านการพัฒนา ควรนำเอาประเด็นเรื่องสื่อพื้นบ้านเข้าไปเป็นเครื่องมือในการทำกิจกรรมพัฒนา โดยประสานกับกิจกรรมที่ทำอยู่แล้ว

4. กรณีกองทุนข้าว

เนื่องจากงานวิจัยกองทุนข้าวได้เจาะลึกลงไปในเรื่องความหมาย การต่อสู้ และอำนาจในเรื่องของความหมายของสื่อพื้นบ้าน ดังนั้น คณะวิจัยจึงเห็นว่า ในการทำกิจกรรมการพัฒนาเพื่อการสร้างเครือข่ายทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับวิถีคิดที่อยู่เบื้องหลัง วาทกรรมที่เป็นกระบวนการที่เกิดควบคู่ไปกับการทำกิจกรรมให้เพิ่มมากขึ้น

เอกสารงานวิจัยที่ประมวลวิเคราะห์

1. เรือราชย์ อิศรเดช และคณะ (2547)

ศักยภาพในวาทในการพัฒนาท้องถิ่น, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

2. ประยุทธ์ วรรณอุดม และคณะ (2547)

ศักยภาพและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นแบบสละบันเทิงของหมอลำ,
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

3. อริยา เศรษฐามร์ และคณะ (2547)

การสื่อสารความหมายการพัฒนาระหว่างชาวบ้าน : กรณีศึกษากองทุนชุมชน “เครือข่าย
กองทุนข้าว”, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

4. อุดลย์ ดวงดีวีรัตน์ (2547)

แนวทางการเสริมสร้างและพัฒนาบทบาทของสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนาชุมชน, สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

เอกสารอ้างอิง

1. กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543)

สื่อเพื่อชุมชน : การประมวลองค์ความรู้, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

2. กาญจนา แก้วเทพ (2544)

ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา, กรุงเทพฯ : เอดิชั่นเพรสโปรดักส์ จำกัด

3. เกียรติชัย อิศรเดช (2543)

“นัยทางสังคมของโนราโรงครุบ้านบ่อแดง”, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชามานุษยวิทยา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร

4. ประยุทธ์ วรรณอุดม (2540) บทบาทของสื่อมวลชนในการส่งเสริมและสนับสนุนหมอลำ”, วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทสังเคราะห์ภาพรวมขององค์ความรู้ (ส่วนหนึ่ง)
งานวิจัย"วิทยุชุมชนในประเทศไทย" (พ.ศ.2544 - 2547)

กาญจนา แก้วเทพ

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกรณีศึกษา 4 กรณี

1. บทนำ

(1.1) ความเหมาะสมเพื่อเป็นสื่อชุมชนของวิทยุชุมชน

โครงการวิจัยชุด การสื่อสารเพื่อชุมชน ซึ่งได้รับการสนับสนุนในทุกด้านจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ตั้งแต่ปีพ.ศ.2544-2548 นั้น มีเป้าหมายแบบดาบสองคม คมหนึ่งนั้น ทางโครงการฯ ต้องการที่จะนำเอาการสื่อสาร/ทุกประเภทมาสร้างเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน แต่ในอีกด้านหนึ่ง ทางโครงการฯ ก็ตระหนักดีในหลักการที่ว่า "ไม่มีใครสามารถจะให้ในสิ่งที่ตนเองไม่มีได้" ดังนั้น เมื่อจะเอากการสื่อสารไปสร้างความเข้มแข็ง ตัวสื่อเองก็ต้องมีความแข็งแกร่งเสียก่อนหรืออย่างน้อยก็พร้อมๆกัน อีกคมหนึ่งของโครงการฯ จึงเป็นการศึกษาวิจัยเพื่อแสวงหาหนทางในการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่การสื่อสาร โดยพิจารณาทั้งตัวโครงสร้างและองค์ประกอบของการสื่อสาร รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่อาจมีบทบาทสนับสนุนหรือเป็นอุปสรรคด้วย

ในบรรดาสื่อเพื่อชุมชนทั้งหลายนั้น สื่อวิทยุนับเป็นสื่อที่มีทั้งข้อเด่นและข้อจำกัดในการรับใช้ชุมชน สำหรับข้อเด่นนั้น เมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์หรือสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดต่าง ๆ วิทยุเป็นสื่อที่ไม่มีเรื่องการอ่านออกเขียนได้เป็นกำแพงขวางกั้น และยังเป็นสื่อที่ไม่ต้องจ่ายเงินซื้อทุกครั้งที่ต้องการข่าวสาร

เมื่อเทียบกับโทรทัศน์ สื่อวิทยุซึ่งเป็นเพียงสื่อกระจายเสียงมีความซับซ้อนเรื่องเทคนิคการผลิตน้อยกว่าโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อกระจายภาพและเสียง แต่ทว่าสื่อวิทยุยังคงรักษาคุณสมบัติที่ดีเยี่ยมในการทะลุทะลวงเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากๆในพื้นที่ที่ห่างไกลได้ทุกหนทุกแห่ง แต่ในเวลาเดียวกัน การเป็นสื่อที่ใช้ฟังแต่เสียงนั้น ก็อาจทำให้การทำความเข้าใจกับข่าวสารความรู้มีชัดเจน/แจ่มชัดสู้โทรทัศน์ไม่ได้

เมื่อพิจารณาข้อเด่นทั้งหมดที่กล่าวมา อาจได้ข้อสรุปว่า สื่อวิทยุเป็นสื่อที่มีธรรมชาติที่เหมาะสมสำหรับการเป็น "สื่อโดยชุมชน ของชุมชน และเพื่อชุมชน" มากพอสมควร อย่างไรก็ตามเนื่องจากหลักข้อเท็จจริงที่ว่า "สื่อเป็นสิ่งที่มากกว่าสื่อ" ดังนั้นแม้ว่าธรรมชาติความเป็นสื่อของวิทยุจะเหมาะสมในการเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชน แต่ทว่ามิติด้านเศรษฐกิจ-การเมือง-สังคม-วัฒนธรรม ก็ได้สร้างข้อจำกัดหลายประการให้เกิดขึ้นกับสื่อวิทยุ เช่น วิธีการที่สื่อวิทยุถูกนำเข้ามา

ในสังคมอย่างไร (เข้ามาแบบจากบนลงล่างหรือล่างขึ้นบน) ใครมีกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของสื่อวิทยุ วิทยุถูกกำหนดภารกิจให้ทำอะไร/รับใช้ใคร ใครมีอำนาจในการเข้าใช้ประโยชน์จากวิทยุ วิทยุถูกออกแบบให้มีโครงสร้างการบริหารจัดการอย่างไร เป็นต้น

(1.2) ขอบเขตของกรณีศึกษา

สำหรับองค์ความรู้เรื่องวิทยุชุมชนที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้จะประมวลมาจากการวิจัยเรื่องวิทยุชุมชน 4 ชิ้นในโครงการวิจัยเรื่อง "การสื่อสารเพื่อชุมชน" คือ

1. แนวทางการพัฒนาวิทยุชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน จ.นครราชสีมา และจ.บุรีรัมย์ โดย วีรพงษ์ พลนิกรกิจ และคณะ (พ.ศ.2545) (ต่อไปนี้จะอ้างถึงว่า "วีรพงษ์")
2. การมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบ เนื้อหาและวิธีดำเนินงานรายการวิทยุเพื่อชุมชนของ จ.น่าน โดย วีระวรรณ ยังกิจการ และคณะ (พ.ศ.2547) (ต่อจากนี้จะอ้างถึงว่า "วีระวรรณ")
3. การใช้สื่อวิทยุท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมประชาคม จ.มหาสารคาม โดย ชาศริต สุดสายเนตร และคณะ (ศ.ศ.2547) (ต่อจากนี้จะอ้างถึงว่า "ศาสริต")
4. การวิจัยเพื่อสรุปบทเรียน : กระบวนการเตรียมกลุ่มวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี โดย ซาลิสา บทแผ่นทอง (ก.ย. 2547) (ต่อจากนี้จะอ้างถึงว่า "ซาลิสา")

โดยที่งานวิจัยทั้ง 4 เรื่องเป็นกรณีศึกษาที่ดำเนินการวิจัยในพื้นที่ที่แตกต่างกัน สถานะของวิทยุชุมชนแต่ละแห่งก็แตกต่างกัน รวมทั้งประเด็นปัญหาที่งานวิจัยแต่ละชิ้นนำมาศึกษาก็แตกต่างกันเช่นกัน ท่างกลางความหลากหลายเหล่านี้นำมาสู่ข้อสรุปที่ว่า **วิทยุชุมชนนั้นคงจะไม่ได้มีสูตรสำเร็จและเป็นแบบเดียวกันทั่วประเทศ** หากแต่คงมีวิทยุชุมชนในหลายแบบ หลายระดับ หลายสถานภาพ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ร่วมของวิทยุชุมชนทั่วโลก ดังนั้น ทิศทางของการสังเคราะห์องค์ความรู้จึงมุ่งไปสู่การแสวงหาคำตอบว่า ในแต่ละสายพันธุ์ของวิทยุชุมชนนั้น จะทำหน้าที่พัฒนาชุมชนให้ได้อย่างดีที่สุด เต็มศักยภาพที่สุดได้อย่างไร

1.3 สถานภาพของวิทยุชุมชนใน 4 กรณีศึกษา

ในการทำความเข้าใจกับ "สถานภาพ/โฉมหน้า" ของวิทยุชุมชนในกรณีศึกษาทั้ง 4 นั้น มีมิติที่น่าจะพิจารณาอยู่ 2 มิติ มิติแรกคือ**บริบทของสังคมที่วิทยุชุมชนนั้นก่อตั้งอยู่** มิติที่สองคือ**ระดับของการเป็นวิทยุชุมชน** ซึ่งมีอยู่ 6 ระดับคือ (จุมล, 2542)

1. **ระดับรายการ "เพื่อชุมชน"** ที่มีผู้จัด/เจ้าของรายการ/เจ้าของสถานีเป็นผู้ยื่นแต่จัดรายการที่มีเนื้อหาเพื่อบริการชุมชน เช่น ประกาศของหาย ประชาสัมพันธ์งานของชุมชน ฯลฯ
2. **ระดับที่มีประชาชนเข้ามาเป็นผู้ร่วมรายการ** เช่น รายการของจส.100 ร่วมด้วยช่วยกัน ฯลฯ โดยทางสถานี/ผู้จัดรายการยังเป็นผู้ควบคุมหรือเป็นเจ้าของรายการอยู่

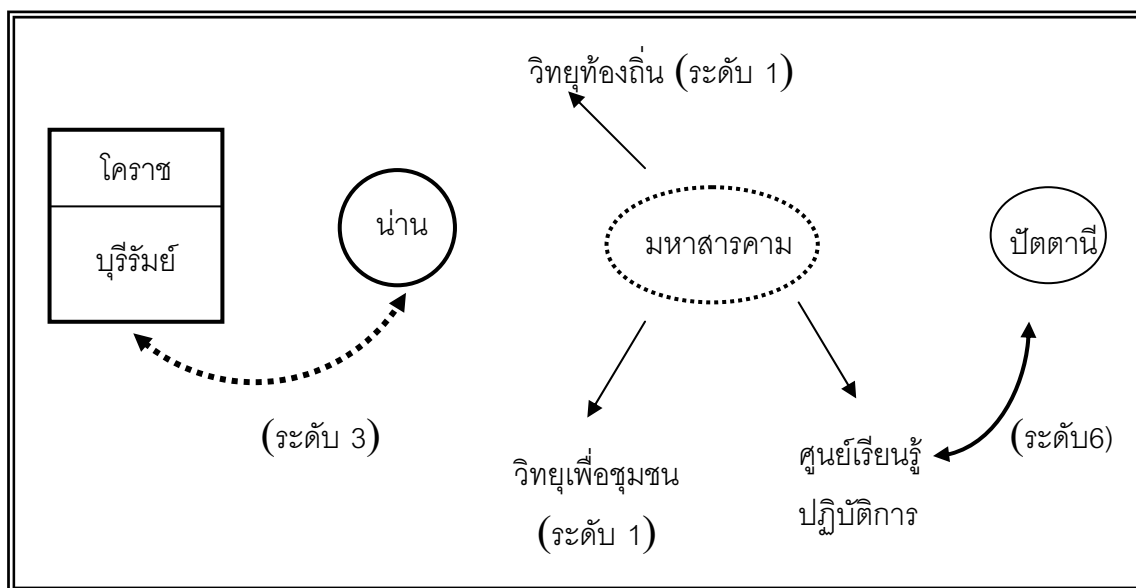
3. ระดับ "รายการโดยชุมชน" ได้แก่รูปแบบที่เจ้าของสถานี่แบ่งช่วงเวลาให้ตัวแทนของประชาชนที่ได้รับเลือกมาเป็น "คณะกรรมการวิทยุชุมชน" มาจัดรายการ โครงการของกรมประชาสัมพันธ์จะจัดเป็นวิทยุชุมชนในระดับนี้

4. ระดับสถานี ในระดับนี้จะอาศัยอาสาสมัครที่เป็นตัวแทนเข้ามาปฏิบัติงานและบริหารรายการทั้งหมด แต่สถานียังเป็นของหน่วยงานของรัฐ

5. ระดับชุมชนเป็นเจ้าของสถานี ในระดับนี้ประชาชนในชุมชนจะรวมตัวกันขอคลื่นความถี่จากรัฐ และลงทุนตั้งสถานีวิทยุ โดยชุมชนจะวางแผนนโยบายแต่อาจจะจ้างเจ้าหน้าที่หรืออาสาสมัครมาดำเนินงาน

6. ระดับชุมชนเป็นเจ้าของสถานีและมีใบอนุญาตเป็นเจ้าของคลื่น ในระดับนี้จะคล้ายคลึงกับระดับที่ 5 แต่ทว่าชุมชนจะเข้ามาเป็นทั้ง "เจ้าของ" (ownership) และเข้ามา "ปฏิบัติการ" (operation) ด้วย

จากกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณี ซึ่งมี 5 พื้นที่ หากพิจารณาจากมิติทั้งสองข้างต้นนี้ อาจได้ภาพดังนี้



ภาพที่ 1: สถานภาพของวิทยุชุมชนจาก 4 กรณีศึกษา

(1) วิทยุชุมชนคนโคราช

บริบทชุมชน : นครราชสีมาเป็นจังหวัดใหญ่ เป็นเมืองธุรกิจ ส่งผลให้วิทยุที่มีอยู่ไม่สามารถจะหลีกเลี่ยงการเป็นกลไกด้านธุรกิจได้

สถานะของวิทยุชุมชน : เป็นโครงการทดลองนำร่องของกรมประชาสัมพันธ์ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการวิทยุชุมชน จัดเป็นระดับ (3) "รายการโดยชุมชน"

(2) วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์

บริบทชุมชน : เมื่อเทียบกับจ.นครราชสีมาแล้ว จ.บุรีรัมย์ถือได้ว่าเป็นเมืองที่มีขนาดเล็กกว่ามาก สภาพความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ-ธุรกิจไม่อาจเทียบเท่ากับเมืองโคราชที่มีลักษณะเป็นเมืองการค้า/หน้าด่านระหว่างภาคกลางกับภาคอีสาน โครงสร้างบริบทสังคมที่แวดล้อมดังกล่าวจึงทำให้ลักษณะของวิทยุโดยทั่วไปยังไม่เป็นเครื่องมือด้านธุรกิจการค้ามากนัก และมีที่ว่างมากพอสมควรสำหรับ "วิทยุชุมชน"

สถานภาพของวิทยุชุมชน : วิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์มีสถานะเป็นโครงการทดลองนำร่องของกรมประชาสัมพันธ์เช่นเดียวกับวิทยุชุมชนคนโคราช จึงมีการแต่งตั้งคณะกรรมการวิทยุชุมชนมาดำเนินงาน และมีสถานะเป็นวิทยุชุมชนระดับ (3) "รายการโดยชุมชน" เช่นเดียวกัน แต่ทว่าส่วนของโครงสร้างที่มีมากกว่าวิทยุชุมชนคนโคราชคือ การมีชมรมอาสาสมัครนักวิทยุชุมชนบุรีรัมย์ จำนวน 200 กว่าคน ซึ่งเป็นเหตุผลที่อธิบายว่า สามารถจะจัดรายการวิทยุชุมชนได้ถึง 10 รายการตลอดทั้งวัน

(3) วิทยุชุมชนจ.น่าน

บริบทชุมชน : โดยสภาพภูมิศาสตร์ จ.น่านเป็นเมืองที่ปิดล้อมด้วยภูเขา ทำให้ถูกตัดขาดจากภายนอกและอิทธิพลความทันสมัยจากภายนอกเข้าไปถึงช้า ทำให้สามารถธำรงรักษาวัฒนธรรมเอาไว้ได้มาก และมีการรวมกลุ่มของประชาชนที่เข้มแข็งจำนวนมากมาย กลุ่มเหล่านี้ได้เข้ามามีส่วนสำคัญในงานวิทยุชุมชน ซึ่ง Reyes (1981) กล่าวว่า ประชาชนที่รวมกันเป็นกลุ่มก้อนที่เข้มแข็งจะมีโอกาสเข้าร่วมในวิทยุชุมชนได้สูง

สถานภาพของวิทยุชุมชน : มีสถานภาพเดียวกับวิทยุชุมชนโคราชและบุรีรัมย์ คือเป็นระดับ "รายการโดยชุมชน" แต่มีโครงสร้างการบริหารที่ภาคประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้น (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

(4) วิทยุจ.มหาสารคาม

บริบทชุมชน : จ.มหาสารคามเป็นเมืองในภาคอีสานที่มีความสนใจในด้านการศึกษามากจนกล่าวขานกันว่าเป็นเมืองนักปราชญ์ ถึงแม้จะมีการรวมกลุ่มประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย แต่ทว่ากลุ่มประชาชนก็ยังอ่อนแอและต้องพึ่งพารัฐ (เมื่อเทียบกับกลุ่มประชาชนในจ.น่าน)

สถานภาพของวิทยุ : งานวิจัยเรื่องวิทยุในจ.มหาสารคามได้ศึกษาเปรียบเทียบวิทยุ 3 แบบ คือ

(4.1) **วิทยุท้องถิ่น** ได้แก่ บรรดาวิทยุสาธารณะของหน่วยงานรัฐ และวิทยุการค้าที่มีเป้าหมายแสวงหากำไรที่มีที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่น

(4.2) **วิทยุเพื่อชุมชน** ได้แก่ รายการวิทยุของสถานีวิทยุในท้องถิ่นที่หน่วยงานรัฐเป็นเจ้าของ แต่ได้กำหนดให้บางรายการมีเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์กับท้องถิ่น ถือเป็นวิทยุชุมชนระดับ 1

(4.3) **จุดปฏิบัติการเรียนรู้/สถานีวิทยุชุมชน** ที่ก่อตั้งขึ้นตามเจตนารมณ์ของมาตรา 40 รัฐธรรมนูญ พ.ศ.2540 เพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสถานีวิทยุโดยไม่แสวงหากำไร ซึ่งจัดเป็นวิทยุชุมชนระดับ 6

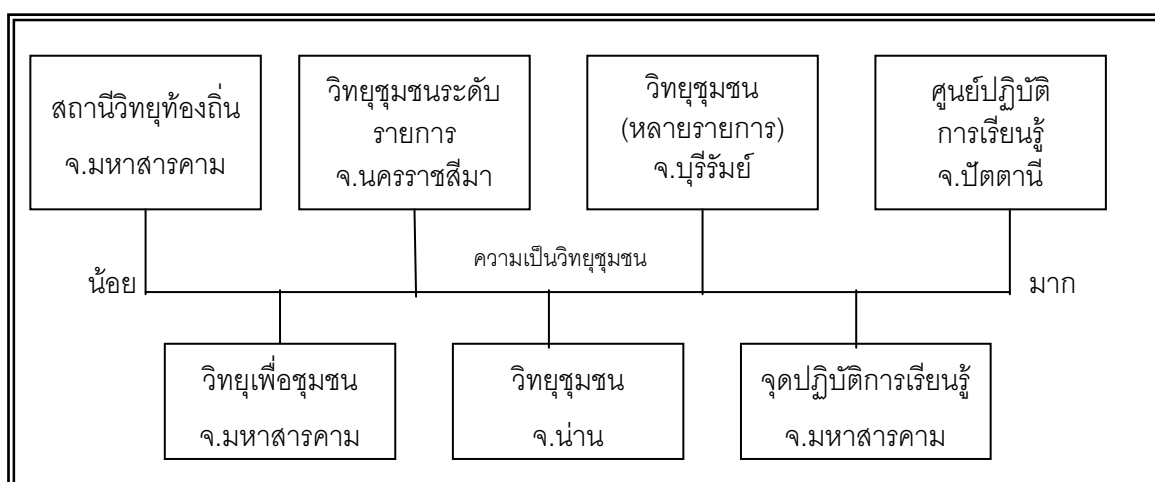
(5) วิทยุจ.ปัตตานี

บริบทชุมชน : ปัตตานีเป็นหนึ่งในจ.ชายแดนภาคใต้ที่มีลักษณะอันเป็นเอกลักษณ์ในด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันสืบเนื่องมาจากการนับถือศาสนาอิสลามของประชาชนส่วนใหญ่ และภาคประชาชนมีความตื่นตัวในการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและสังคม

สถานภาพของวิทยุชุมชน : คณะวิจัยได้ศึกษาพัฒนาการของการเตรียมกลุ่มประชาชนระดับรากหญ้าที่เข้ามาดำเนินงานวิทยุชุมชนในช่วงเวลา 3 ปี (พ.ศ.2543-2546) ตั้งแต่กลุ่มวิทยุชุมชนยังไปทดลองจัดรายการในสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัย จนกระทั่งออกมาจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนของตนเอง ซึ่งเป็นการเลื่อนระดับวิทยุชุมชนจากระดับ 3 มาระดับ 6

(1.4) การวิเคราะห์ระดับความเป็นวิทยุชุมชน

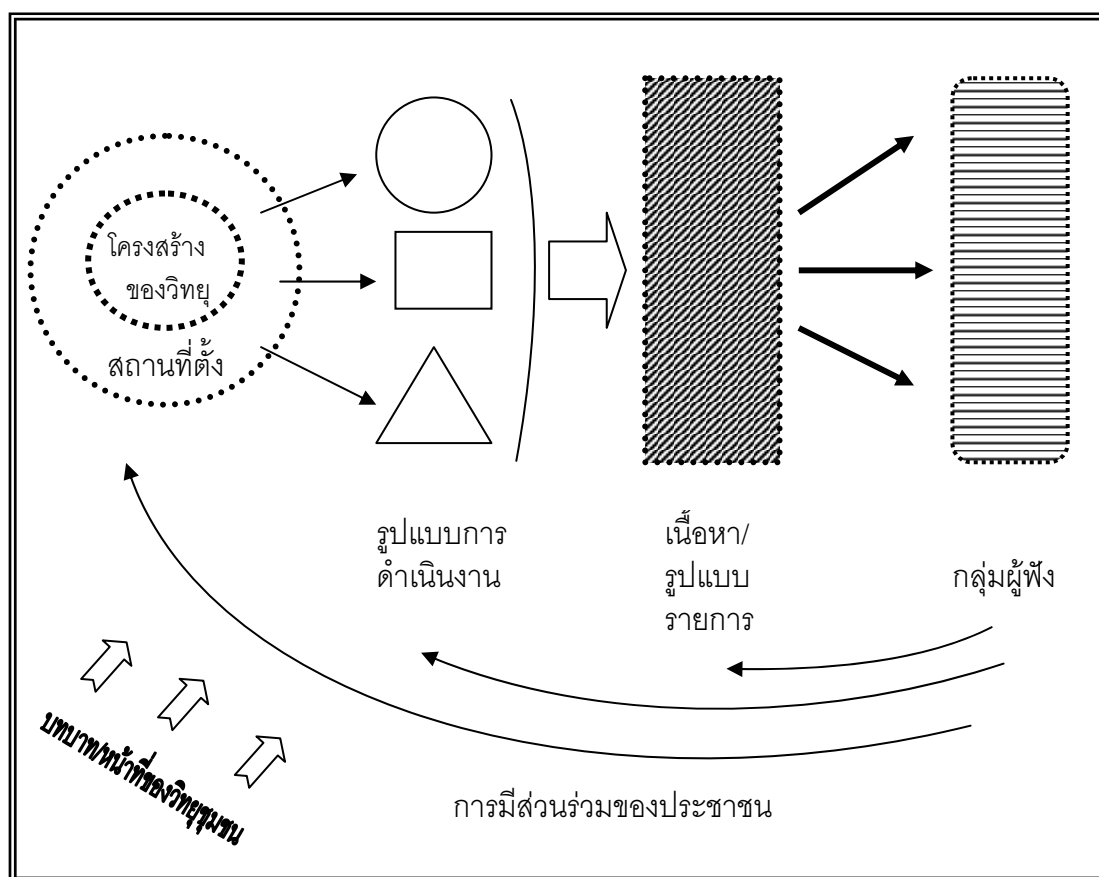
หากเรานำวิทยุชุมชนทั้งหมดที่รวมอยู่ในกรณีศึกษามาเรียงตัวเสียใหม่ตามระดับของความเป็นวิทยุชุมชนจากมากไปหาน้อย เราอาจจะได้ภาพดังนี้คือ



ภาพที่ 2 : การจัดระดับ "ความเป็นวิทยุชุมชน" ของ 4 กรณีศึกษา

การจัดวางระดับ "ความเป็นวิทยุชุมชน" ของกรณีศึกษานั้นเป็นไปตามเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

1. สถานที่ตั้งของวิทยุ อยู่ในพื้นที่ใด
2. โครงสร้างของวิทยุ อันได้แก่ ความเป็นเจ้าของ
3. รูปแบบการดำเนินงาน การบริหารจัดการ
4. เนื้อหา/รูปแบบรายการ มีสัดส่วนอย่างไร มีเนื้อหารายการแบบใดบ้าง เป็นเรื่องราวของท้องถิ่นหรือไม่ มีกระบวนการผลิตเนื้อหาอย่างไร ฯลฯ
5. กลุ่มผู้ฟัง ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพของผู้ฟัง ความสนใจเปิดรับ การนำไปใช้ประโยชน์
6. การมีส่วนร่วมของผู้ฟัง ซึ่งถือเป็นหัวใจของวิทยุชุมชน เนื่องจากเป็นวิทยุ "โดยประชาชน" รูปแบบและระดับของการมีส่วนร่วม
7. บทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน ซึ่งมีอย่างแตกต่างและหลากหลาย และมีลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่เหมือนวิทยุประเภทอื่นๆ



ภาพที่ 3 : เกณฑ์ที่ใช้จัดแบ่งระดับความเป็นวิทยุชุมชน

จากภาพที่ 3 แสดงให้เห็นว่า เกณฑ์ตัวแปรที่จะใช้จัดแบ่งระดับความเป็นวิทยุชุมชนนั้นจะเรียงตัวอย่างมีความสัมพันธ์ก่อน/หลังกันดังนี้คือ

เริ่มจากตัวแปร 2 ตัวแปรคือ **สถานที่ตั้งและโครงสร้างของวิทยุชุมชน**ที่จะไปเป็นตัวกำหนดตัวแปรที่สาม คือ **รูปแบบการดำเนินงานวิทยุชุมชน** และหลังจากนั้น ตัวผลผลิตของวิทยุชุมชนก็จะมาปรากฏเป็นตัวแปรที่สี่ คือ **เนื้อหา/รูปแบบรายการ** ซึ่งจะส่งต่อเชื่อมจากวิทยุ (ผู้ส่ง) ไปยังตัวแปรตัวที่ห้า คือ **กลุ่มผู้ฟัง**

และสำหรับลักษณะพิเศษเฉพาะที่จะวัดระดับ "ความเป็นวิทยุชุมชน" นั้น จะมีตัวแปรเข้ามาเกี่ยวข้องอีก 2 ตัว คือ "การมีส่วนร่วมของประชาชน" และ "บทบาท/หน้าที่ของวิทยุชุมชน" ที่แตกต่างไปจากวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจ

เมื่อนำตัวแปร/เกณฑ์ทั้ง 7 ตัวนี้มาวัดกรณีศึกษา ก็จะพบผลดังนี้

1. **ระดับสถานวิทยุท้องถิ่น** เช่น กรณีตัวอย่างวิทยุท้องถิ่นในจ.มหาสารคาม จะมีคุณลักษณะดังนี้

- **ที่ตั้งสถานี** อยู่ในท้องถิ่น
- **โครงสร้างของวิทยุ** รัฐเป็นเจ้าของคลื่น/เจ้าของสถานี/ดำเนินรายการ หรือให้เอกชนมาเช่าดำเนินรายการ
- **รูปแบบการดำเนินการ** เป็นแบบข้าราชการ บวกผสมกับแบบธุรกิจแสวงหากำไร
- **เนื้อหา/รูปแบบรายการ** เป็นการโน้มน้าวเพื่อผลประโยชน์ด้านอุดมการณ์หรือด้านธุรกิจของผู้ส่งสาร/การสื่อสารเป็นแบบทางเดียว
- **กลุ่มผู้ฟัง** มีลักษณะตั้งรับ passive
- **การมีส่วนร่วมของประชาชน** เป็นเพียงแค่ผู้ฟัง อาจจะมีปฏิริยาการติชมรายการบ้าง
- **บทบาท/หน้าที่ของวิทยุ** เป็นไปตามเป้าประสงค์ของคนกลุ่มที่ได้เข้ามาใช้ประโยชน์จากวิทยุในฐานะผู้ส่งสาร (ซึ่งเป็นคนกลุ่มเล็กๆบางกลุ่ม) เช่น หน่วยงานราชการ นักการเมือง นักวิชาชีพ ฯลฯ

2. **ระดับวิทยุเพื่อชุมชน** เช่น กรณีรายการวิทยุบางรายการในสถานวิทยุของรัฐที่พยายามปรับตัวให้มีลักษณะทำเพื่อประโยชน์สาธารณะให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดของสถานวิทยุเอง เช่น กรณีวิทยุ อสมท.จ.มหาสารคาม ซึ่งจำเป็นต้องปรับตัวให้ทำประโยชน์แก่ท้องถิ่นเพื่อรักษาคคลื่นเอาไว้ตามมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญปี 2540 (ชาคริต, หน้า 81-82) ด้วยการปรับผังรายการ **เนื้อหาให้เป็นประโยชน์ต่อชุมชนมากขึ้น** เช่น มีข่าวบริการท้องถิ่น แต่ทว่าองค์ประกอบในส่วนอื่นๆยังคงเหมือนเดิม

- **เนื้อหา/รูปแบบรายการ** พยายามเพิ่มสัดส่วนรายการที่เป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่นมากขึ้น

ปัจจุบันนี้มีการปรับตัวของวิทยุท้องถิ่นในระดับที่ 1 มาเป็นระดับที่ 2 นี้เป็นจำนวนมาก คือเป็นระดับวิทยุเพื่อชุมชน แต่ทว่าได้ใช้คำว่า "วิทยุชุมชน" ซึ่งสร้างความสับสนให้แก่การรับรู้ของประชาชนมากยิ่งขึ้น

3. ระดับวิทยุชุมชนภายใต้โครงสร้างเดิม ในระดับนี้ ได้แก่ บรรดาวิทยุชุมชนที่มีลักษณะเป็นรายการต่าง ๆ ในโครงการนำร่องของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งรวมกรณีศึกษา 3 กรณี คือ วิทยุชุมชนจ.นครราชสีมา วิทยุชุมชนจ.น่าน และวิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์

สำหรับวิทยุชุมชนทั้ง 3 แห่งนี้ แม้ว่าจะอยู่ภายใต้โครงสร้างกรอบใหญ่ๆ แบบเดียวกัน แต่ในขั้นตอนการดำเนินการนั้นก็แตกต่างกัน ทำให้มีผลสืบเนื่องไปถึงปัจจัยอื่นๆ ที่ตามมาคือ เนื้อหา/รูปแบบรายการ กลุ่มผู้ฟัง การมีส่วนร่วมของประชาชน และบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

- **ที่ตั้งสถานี** อยู่ในท้องถิ่น
- **โครงสร้างของวิทยุ** รัฐยังคงเป็นเจ้าของคลื่น/เจ้าของสถานี แต่ได้แบ่งช่วงเวลาบางช่วงให้เป็น "รายการของวิทยุชุมชน"

- **รูปแบบการดำเนินการ** มีการแต่งตั้ง (จากทางฝ่ายรัฐ) ให้มีคณะกรรมการบริหาร และกรรมการผลิตรายการเพื่อรับผิดชอบการดำเนินงานวิทยุชุมชน โดยรัฐให้การสนับสนุนด้านบุคลากร/อุปกรณ์/เทคโนโลยี/สถานีและงบประมาณ

- **เนื้อหา/รูปแบบรายการ** มีปริมาณรายการ รูปแบบรายการ และเนื้อหารายการหลากหลายอันแปรไปตามรูปแบบการดำเนินการ แต่ลักษณะร่วมก็คือเป็นเนื้อหา/รายการที่ตอบสนองต่อความสนใจและความต้องการของท้องถิ่นมากขึ้น

- **กลุ่มผู้ฟัง** มีลักษณะ active เข้ามามีบทบาทร่วมมากขึ้น
- **การมีส่วนร่วมของประชาชน** เมื่อเทียบกับวิทยุท้องถิ่นและวิทยุเพื่อชุมชนแล้ว การมีส่วนร่วมของประชาชนก็จะมีมากขึ้น ในหลากหลายบทบาทมากขึ้น กล่าวคือเป็นทั้งผู้ฟังที่กระตือรือร้น เป็นผู้เข้ามาร่วมผลิตรายการในระดับต่าง ๆ เป็นตัวแทนเข้ามาบริหารวิทยุ เป็นต้น

- **บทบาท/หน้าที่ของวิทยุ** ก็เริ่มเพิ่มบทบาทหน้าที่พัฒนาและตอบสนองความต้องการของชุมชนมากขึ้น

4. ระดับจุดปฏิบัติการ/ศูนย์การเรียนรู้วิทยุชุมชน ในระดับนี้ ได้แก่ กรณีศึกษาจุดปฏิบัติการวิทยุชุมชน จ.มหาสารคาม (ชาคริต,2547) และศูนย์การเรียนรู้วิทยุชุมชน จ.ปัตตานี (ชาลีสา,2547) วิทยุชุมชนในระดับนี้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของวิทยุที่แตกต่างไปจาก 3 ระดับที่

กล่าวมาแล้วโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ เป็นวิเทศชุมชนที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงตามหลักการวิเทศชุมชนอย่างแท้จริง

- **ที่ตั้งสถานี่** : อยู่ในท้องถิ่น
- **โครงสร้างของวิเทศ** : เป็นวิเทศที่กลุ่มประชาชนเป็นเจ้าของสถานี่
- **รูปแบบการดำเนินงาน** : กลุ่มประชาชนได้จัดตั้งเป็นคณะกรรมการดำเนินงานทั้งการบริหารและการผลิตรายการในลักษณะของอาสาสมัคร มีวิธีการดำเนินงานที่เป็นประชาธิปไตย และเป็นอิสระ แต่มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนว่าเป็นการดำเนินงานวิเทศเพื่อสาธารณะประโยชน์ของท้องถิ่น
- **เนื้อหา/รูปแบบรายการ** มีความหลากหลาย เป็นไปตามความต้องการของชุมชน
- **กลุ่มผู้ฟัง** มีลักษณะ active อย่างสูง มีการสลับบทบาทเป็นทั้งผู้ฟังและผู้ส่งสาร (Role shifting)

- **การมีส่วนร่วมของประชาชน** เนื่องจากวิเทศชุมชนเป็นวิเทศของอาสาสมัคร จึงต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างสูงสุด ในรูปแบบที่หลากหลาย

- **บทบาท/หน้าที่ของวิเทศ** เป็นวิเทศโดยประชาชน ของประชาชน และเพื่อประชาชน มีหน้าที่หลักคือการสร้างประชาธิปไตยในชุมชน และเข้าร่วมในการพัฒนาชุมชนในทุกๆด้าน ด้วยการเชื่อมประสานการสื่อสารระหว่างประชาชนเพื่อระดมพลังในการพัฒนาท้องถิ่น

การที่เราต้องตอบคำถามประการแรกเลยว่า วิเทศชุมชนที่เรา กำลังทำงานอยู่ด้วยนั้นมี "ความเป็นวิเทศชุมชน" อยู่ในระดับใด ก็เนื่องจากระดับของความเป็นวิเทศชุมชนนั้นจะส่งผลสืบเนื่องต่อมาอีกหลายประการคือ

(1) **ส่งผลถึงเรื่องเสถียรภาพของวิเทศชุมชนนั้น** ตัวอย่างเช่นเสถียรภาพของวิเทศชุมชน จ.จันทบุรี ที่ต้องหยุดดำเนินการไปหลังจากดำเนินรายการมาได้ถึง 5 ปี ก็เพราะ**ทางสถานี่** ไม่สนับสนุนด้วยการลดเวลาออกอากาศลงเรื่อยๆ เจ้าหน้าที่ของสถานี่ก็ไม่เป็นพี่เลี้ยงให้ (เช่นในระยะเริ่มแรก) ทางสถานี่ไม่มีงบประมาณให้ คณะกรรมการที่ตั้งขึ้นมาไม่เข้าร่วมประชุม เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ลักษณะของวิเทศชุมชนในแบบที่ 1-3 คือรัฐเป็นเจ้าของสถานี่นั้น การดำรงอยู่ของวิเทศชุมชนก็จะไปขึ้นต่อการสนับสนุนของรัฐ แทนที่จะเป็นตัวแปรเรื่อง**ความต้องการของชุมชน** (ประภากร, 2544) เราจึงอาจกล่าวได้ว่า **การก่อตั้งวิเทศชุมชนนั้นอาจจะไม่ยาก แต่การรักษาวินัยชุมชนให้ยั่งยืนนั้นเป็นเรื่องที่ลำบากอย่างยิ่ง**

(2) จากแผนภาพที่ 3 จะเห็นได้ว่า ความเป็นวิเทศชุมชนนั้นจะถูกกำหนดจากตัวแปรตัวแรกคือ**โครงสร้างของวิเทศชุมชน** ซึ่งจะมีผลมาถึงตัวแปรอื่นๆ ที่ตามมา เริ่มตั้งแต่ปัญหายากๆว่า หากรัฐยังเป็นเจ้าของคลื่นและสถานี่ รัฐก็จะเป็นผู้กำหนด**ช่วงเวลา**ให้แก่วิเทศชุมชน ซึ่งช่วงเวลา

ดังกล่าวอาจจะไม่สอดคล้องกับความสะดวกในการรับฟังของประชาชนเลย และเมื่อเริ่มตั้งแต่ไม่มีโอกาสได้รับฟังรายการเสียแล้ว การมีส่วนร่วมของประชาชนก็ไม่จำเป็นต้องไปพูดถึงตัวอย่างเช่น วิทยุชุมชนคนเมืองน่านซึ่งออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ในช่วงเวลา 13.00-15.00 น. แต่เมื่อคณะวิจัยสำรวจความต้องการของชุมชน 6 ชุมชนในเรื่องความสะดวกที่จะรับฟังก็พบว่า มีเพียง 2 ชุมชนเท่านั้นที่สามารถรับฟังในช่วงเวลาดังกล่าวได้ เป็นต้น

(3) เนื่องจากระดับความเป็นวิทยุชุมชนจะถูกกำหนดจากโครงสร้างของวิทยุ ดังนั้นหากโครงสร้างของวิทยุมีลักษณะที่รัฐเป็นผู้วางกรอบทั้งหมด เช่น การดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารงานและผลิตรายการโดยกลุ่มคนที่มีจำนวนเล็กๆกลุ่มหนึ่ง ก็จะมีผลสืบเนื่องมาถึง**ปริมาณของรายการ** ดังจะเห็นได้ว่า เมื่อเปรียบเทียบปริมาณวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา ซึ่งใช้รูปแบบการแต่งตั้งคณะกรรมการชุดต่าง ๆ โดยมีเจ้าหน้าที่ของรัฐเป็นผู้ดำเนินการและตัดสินใจเป็นส่วนใหญ่ จะสามารถผลิตรายการได้เพียง 3-4 รายการ ออกอากาศเพียงวันละ 3 ชั่วโมง และมีการเปลี่ยนแปลงช่วงเวลาออกอากาศอยู่ตลอดเวลา ในขณะที่วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ ซึ่งมีรูปแบบการบริหารงานที่ทางหน่วยงานรัฐให้อิสระแก่ภาคประชาชนที่เข้ามาร่วมงานอย่างมาก และเอาจริงเอาจังกับการมีอาสาสมัครนับร้อยคน ทำให้วิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์สามารถจัดรายการได้ทุกวันวันละ 10 รายการอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

และเมื่อมีรายการวิทยุชุมชนเพียง 1-2 รายการ **โอกาสที่ผู้ฟังจะได้เปิดรับฟัง**ก็น้อยลงไป ผลที่ตามมาก็คือ **การมีส่วนร่วมของผู้ฟัง**ก็จะน้อยตามไปด้วย ในทางตรงกันข้าม หากมีปริมาณรายการจำนวนมาก โอกาสที่ประชาชนจะได้รับฟังก็มีสูง ดังนั้นการศึกษาเปรียบเทียบวิทยุชุมชนโคราชที่มีเพียง 1 รายการ (ออกอากาศ 3 ช่วงเวลา ปีพ.ศ.2546) กับวิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์ที่ออกอากาศถึงวันละ 10 รายการ จึงพบว่า ผู้รับฟังวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมา 75% ไม่รู้จักวิทยุชุมชน แต่จ.บุรีรัมย์มีประชาชน 51% รู้จักวิทยุชุมชน ทั้งที่วิทยุทั้งสองแห่งเริ่มต้นมาในช่วงเวลาเดียวกัน

(4) **สำหรับระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชน** ซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับวิทยุชุมชนนั้น ชาลิสได้แสดงให้เห็นว่า ในขณะที่วิทยุชุมชนหลายๆแบบที่กล่าวถึงมาข้างต้นนั้นดูเหมือนว่าจะใช้วิธีการร่วมกันประการหนึ่งคือ ใช้วิธีการมีส่วนร่วมของประชาชน แต่ทว่าเมื่อเจาะลงไปดูในรายละเอียดแล้ว ก็จะมองเห็น**ความแตกต่างของรูปแบบการมีส่วนร่วม**เหล่านั้น เช่น

- **การมีส่วนร่วมแบบจัดตั้ง** เช่น กรณีที่หน่วยราชการแต่งตั้งคณะทำงานขึ้นมา เช่น ที่นครราชสีมาและบุรีรัมย์ ซึ่งรูปแบบการมีส่วนร่วมแบบนี้ต้องประสบปัญหาของความไม่กลมกลืนและการขาดอิสระ

- **การมีส่วนร่วมแบบประชาชนล้วนๆ** เช่นกรณีของวิเทศชุมชนปัตตานีที่กลุ่มบุคคลจากภายนอกเช่น ทีมอาจารย์ชาลิสา (นักวิจัย) ได้เปิดโอกาสให้กลุ่มประชาชนระดับรากหญ้า คิดค้นเรียนรู้ความเป็นวิเทศชุมชนด้วยตนเอง ปัญหาของการมีส่วนร่วมแบบนี้ก็คือ การหล่อเลี้ยงกลุ่มให้ทำงานให้เป็นและการจัดหางบประมาณมาสนับสนุน

- **การมีส่วนร่วมแบบผสมผสาน** คือ มีองค์กรประชาชนร่วมทำงานกับหน่วยราชการ เช่นที่จ.น่าน ซึ่งพบว่าสามารถทำงานได้คล่องตัวพอสมควร แต่ก็ยังประสบปัญหาการบริหารจัดการเช่นกัน เพราะสัดส่วนของภาคประชาชนมีน้อยกว่าภาครัฐ ทำให้ผลผลิตที่ออกมาคือเนื้อหา รายการยังไม่เป็นวิเทศชุมชนอย่างแท้จริง

(เราจะกล่าวถึงรายละเอียดเรื่อง "การมีส่วนร่วมของประชาชน" ในหัวข้อต่อไป และจากงานวิจัยของชาลิสาได้สรุป "กระบวนการสร้างความเป็นวิเทศชุมชน" เอาไว้ ดังจะได้กล่าวถึงต่อไป)

จากนี้ เราจะพิจารณาความสัมพันธ์โดยรวมระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ที่มีส่วนกำหนด "ความเป็นวิเทศชุมชน" อย่างไรก็ตาม เนื่องจากวิเทศชุมชนเป็นเรื่องที่ค่อนข้างใหม่ เพราะเป็นสื่อที่เพิ่งถือกำเนิดมาเพียง 60 กว่าปีในสหรัฐอเมริกา และเป็นแนวคิดที่เพิ่งถูกนำเข้ามาในสังคมไทย อย่างเป็นเรื่องเป็นราวเมื่อเกิดมาตรา 40 ในรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540 นี้เอง ฉะนั้นจึงจะขอทบทวนหลักการและแนวคิดเกี่ยวกับวิเทศชุมชนพอสังเขปเสียก่อน

ส่วนที่ 2: หลักการแนวคิดและสถานการณ์ที่เป็นจริง

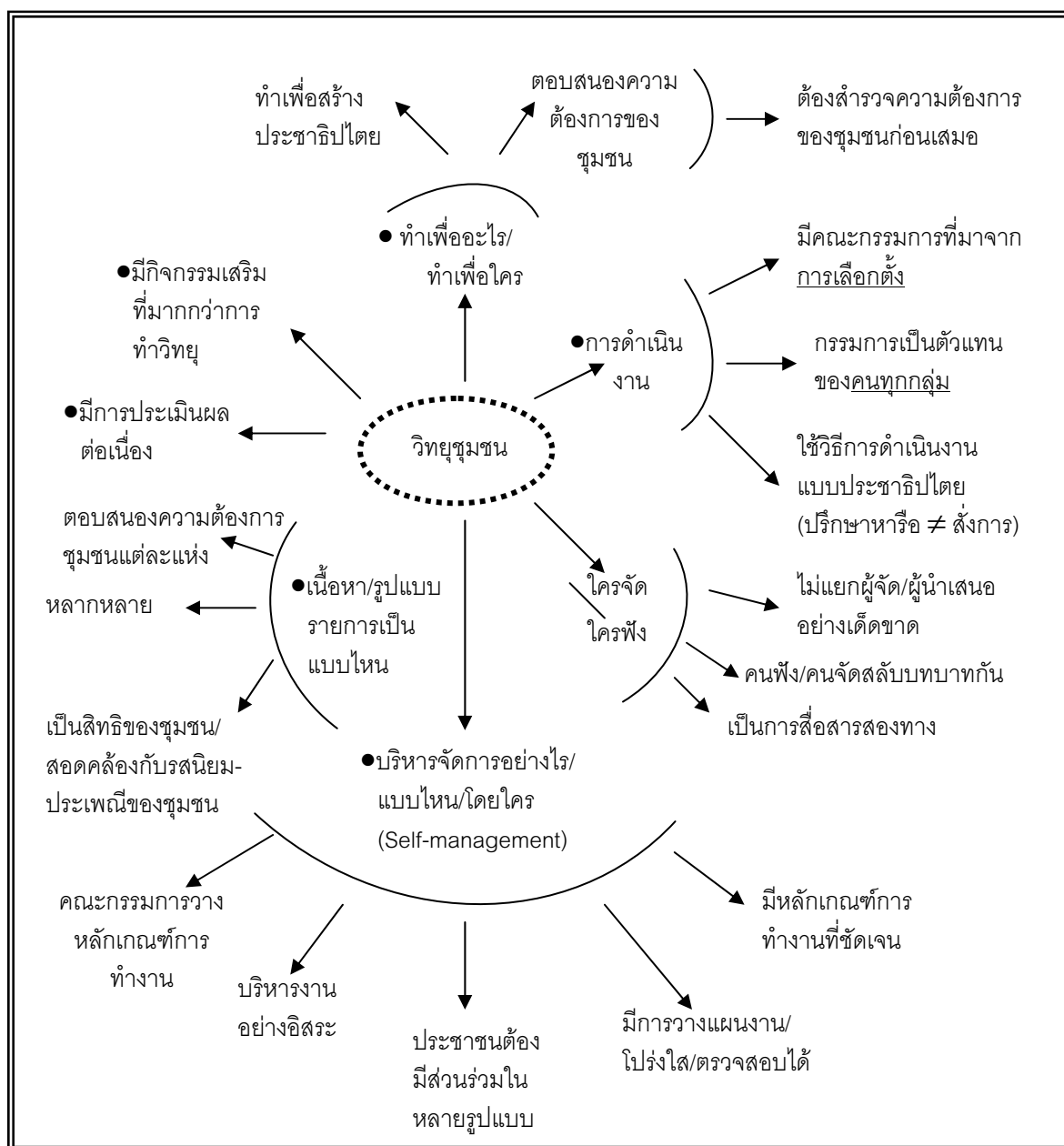
2.1 ทำความรู้จักกับวิทยุชุมชนตามหลักการ

เนื่องจากวิทยุชุมชนเป็นวิทยุประเภทที่เกิดขึ้นมาทีหลังวิทยุแบบอื่นๆที่มีมาก่อน คือวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจ (วิทยุชุมชนกำเนิดมาเมื่อประมาณ 60 ปีมาแล้วในประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อปีพ.ศ.1948) ดังนั้นวิธีที่จะทำความรู้จักกับวิทยุชุมชนได้ดีที่สุด ในที่นี้จึงจะขอเปรียบเทียบวิทยุ 2 แบบที่มีก่อนดังนี้

	เกณฑ์	วิทยุสาธารณะ	วิทยุชุมชน	วิทยุธุรกิจ
1.	การเป็นเจ้าของ	รัฐ	กลุ่มประชาชน	ธุรกิจ/เอกชนขอเช่าสัมปทานจากรัฐ
2.	พื้นที่ครอบคลุม	กว้างขวาง	กำลังส่งแค่ 1 กิโลวัตต์ ครอบคลุมประมาณ 10 กิโลเมตร	กว้างขวาง
3.	เป้าหมาย	เป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากรัฐไปสู่ประชาชน	เป็นสื่อกลางระหว่างประชาชน/มีเป้าหมายไม่แสวงกำไร	เป็นเครื่องมือทางธุรกิจ/หวังผลกำไร
4.	ปรัชญา/ธรรมชาติ	เป็นวิทยุของมืออาชีพที่เป็นข้าราชการเพื่อเป็นกลไกของรัฐ	เป็นวิทยุอาสาสมัครเพื่อสร้างระบบประชาธิปไตย	เป็นวิทยุของมืออาชีพที่เป็นเอกชน
5.	การไหลของข่าวสาร	ทางเดียว	หลายทาง	ทางเดียว
6.	บทบาทหน้าที่	เป็นช่องทางถ่ายทอดข่าวสารของรัฐไปสู่ประชาชน	เป็นสื่อโดยประชาชน/เพื่อ/ของประชาชน	ทำหน้าที่เป็นช่องทางดำเนินงานทางธุรกิจ
7.	การบริหารจัดการ	รูปแบบการบริหารแบบสั่งการแบบราชการ	เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน/ใช้ระบบบริหารด้วยตนเองแบบประชาธิปไตย	บริหารแบบธุรกิจโดยนักวิชาชีพ
8.	สถานะผู้ฟัง	ตั้งรับ (passive)	Active-เข้ามามีส่วนร่วมในหลายบทบาท	Passive
9.	แหล่งรายได้	งบประมาณจากรัฐ	มาจากหลายแหล่งแต่ไม่แสวงหากำไร	จากธุรกิจ/การค้า
10.	รูปแบบวิทยุ	เป็นวิทยุระดับชาติ	มีลักษณะหลากหลายแล้วแต่ความต้องการของประชาชนและสอดคล้องกับลักษณะของชุมชน	อาจเป็นระดับท้องถิ่น/ระดับชาติ

ภาพที่ 4: คุณลักษณะของวิทยุ 3 ประเภท

จากคุณลักษณะเฉพาะตัวเมื่อเปรียบเทียบกับวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจที่มีมา โฉมหน้าของวิทยุชุมชน (ที่นอกเหนือจาก 10 คุณลักษณะข้างต้น) จึงมีดังในภาพนี้



ภาพที่ 5: คุณลักษณะสำคัญของวิทยุชุมชน

คุณลักษณะที่กล่าวมานี้ จะสามารถใช้เป็นคู่มือในการศึกษาวิทยุชุมชนในกรณีศึกษาที่จะยกมากล่าวว่ามีคุณสมบัติข้อใดบ้าง และขาดข้อใดบ้าง

2.2 ทำไมต้อง "วิทยุชุมชน"

ดังที่กล่าวมาแล้ว วิทยุชุมชนนั้นเป็นประเภทของวิทยุที่เกิดที่หลังวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจ จึงย่อมมีคำถามว่า ในขณะที่มีวิทยุทั้ง 2 ประเภทนั้นแล้ว เพราะเหตุใดจึงต้องมีวิทยุประเภทที่ 3 นี้

มีคำตอบหลายคำตอบที่แสดงให้เห็น "ข้อจำกัด" ในแง่มุมต่างๆ ของวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจ จนต้องมีวิทยุชุมชนเกิดขึ้นมาคือ

(1) ในกรณีของประเทศไทย วิทยุที่มีรัฐเป็นเจ้าของคลื่นได้นำเอาวิทยุไปสร้างผลประโยชน์เชิงธุรกิจให้แก่ภาครัฐเป็นหลัก และสร้างผลประโยชน์เชิงชุมชนคือการกระจายข่าวสารของชุมชนให้แก่ท้องถิ่นเป็นส่วนน้อย ทำให้ประชาชนมองว่า สถานีวิทยุที่ตั้งอยู่ในชุมชนของตนมิได้พยายามเข้ามามีส่วนร่วมหรือช่วยเหลือชุมชนเท่าที่ควร กลับมุ่งเน้นแต่กอบโกยผลประโยชน์ (ชาลิสา, หน้า 9) ตัวอย่างเช่น ในปีพ.ศ.2536 กรมประชาสัมพันธ์เปิดประมูลสถานีวิทยุเอฟเอ็มทั่วประเทศ 37 แห่งพร้อมกัน มีบริษัทขนาดใหญ่เข้าร่วมประมูลหลายบริษัท สร้างบรรยากาศการแข่งขัน และทำให้อัตราค่าโฆษณาทางวิทยุสูงขึ้น (อุบลรัตน์, 2542:123)

(2) ในแง่ของกลุ่มคนที่เข้าถึงและได้ใช้ประโยชน์จากวิทยุ นอกเหนือจากภาครัฐแล้ว กลุ่มคนที่จะได้มีโอกาสเข้าถึงและได้ใช้ประโยชน์จากวิทยุที่นั่นก็มีอยู่อย่างจำกัดเพียงไม่กี่กลุ่ม ตัวอย่างของงานศึกษาวิทยุท้องถิ่นในจ.มหาสารคาม (ชาคริต, 2547) สามารถเป็นตัวแทนได้ดีว่า กลุ่มคนที่จะเข้าไปใช้วิทยุท้องถิ่นในจ.มหาสารคามนับตั้งแต่ก่อตั้งมานั้นมีอยู่เพียง 5 กลุ่มคือ

- กลุ่มข้าราชการ
- ชมรมผู้สื่อข่าว
- กลุ่มนักจัดรายการอิสระและนักการเมือง
- กลุ่มทุนสัมปทาน
- กลุ่มอาสาสมัคร ซึ่งเกิดขึ้นในยุคที่เริ่มจะมีการปฏิรูปสื่อ (ปีพ.ศ.2540) กลุ่มนี้จะเป็น

กลุ่มอาจารย์ นักวิชาชีพที่มุ่งใช้สื่อเพื่อประโยชน์สาธารณะ

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มคนที่ได้เข้าไปใช้ประโยชน์ในฐานะผู้ส่งข่าวสาร/ผู้แสดงความคิดเห็นข้างต้นนี้แล้ว จะเห็นได้ว่า กลุ่มประชาชนระดับรากหญ้า กลุ่มคนที่ด้อยโอกาสในสังคม กลุ่มคนที่มีอำนาจน้อย (เช่น กลุ่มเด็ก กลุ่มคนชายขอบ ฯลฯ) แทบจะไม่มีโอกาสได้เข้าถึงและใช้ประโยชน์จากวิทยุ 2 ประเภทที่มีอยู่เลย

(3) การทำหน้าที่ที่จำกัดของวิทยุ สืบเนื่องมาจากข้อเท็จจริงในข้อ 1 ที่รัฐเป็นเจ้าของคลื่น และข้อ 2 กลุ่มคนที่จะได้มีโอกาสเข้าไปใช้ประโยชน์จากวิทยุ นี่จึงส่งผลให้การทำหน้าที่ของวิทยุ 2 ประเภทที่มีอยู่เกิดขึ้นอย่างจำกัดอย่างยิ่ง ดังเช่น ผลการวิจัยวิทยุท้องถิ่นในจ.มหาสารคาม

ที่ก่อตั้งมาเป็นเวลายาวนานนับ 40 ปี และมีหลากหลายสถานี แต่ก็ทำหน้าที่จำกัดอยู่เพียง 4 ประการคือ

- เพื่อถ่ายทอดอุดมการณ์และความมั่นคงภายในชาติ
- เล่นบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างรัฐกับประชาชน
- เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและบริการ/สาธารณประโยชน์
- เพื่อความบันเทิง

(ชาคริต, 2547)

หน้าที่ที่จำกัดดังกล่าวนี้ ย่อมไม่สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนที่มีอยู่หลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น ดังข้อมูลการสำรวจความต้องการต่อวิทยุชุมชนของชุมชนทั้ง 6 แห่งในจ.น่าน ไม่ว่าจะเป็นด้านรูปแบบรายการ เนื้อหารายการ วิธีการนำเสนอ วิธีการดำเนินงาน ฯลฯ ซึ่งคณะวิจัยพบว่า ความต้องการดังกล่าวนี้มีอย่างหลากหลายมาก (วีระวรรณ, 2547)

(4) **วัฒนธรรมของวิทยุ** เหตุผลประการสุดท้ายก็คือ วิทยุ 2 รูปแบบที่เคยมีมาก่อนนั้นเป็นวิทยุที่ก่อตัวมาจากวัฒนธรรมแบบชนชั้นกลางและมีลักษณะเป็นวิทยุของมืออาชีพ ดังนั้นวิถีปฏิบัติ วิธีคิดต่างๆ ของวิทยุจึงคิดเอาวัฒนธรรมแบบชนชั้นกลางมาด้วย เช่น ต้องมีการวางแผนรายการให้แน่นอน ต้องมีกำหนดออกอย่างสม่ำเสมอ ต้องถ่ายทอดทุกวัน ต้องมีผู้รับผิดชอบเต็มเวลา ฯลฯ ลักษณะวัฒนธรรมของวิทยุดังกล่าวนี้อาจจะไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของชาวบ้าน ดังนั้นจึงต้องมี "วิทยุอีกแบบหนึ่ง" เช่นวิทยุชุมชนที่ก่อตัวมาจากวัฒนธรรมของชุมชน เช่นไม่ต้องเปิดแผ่นเสียงเพลงประกอบรายการ แต่ใช้การว่าหมอลำแบบสดๆเลย เพราะดีเจรายการเป็นหมอลำอยู่แล้ว เป็นต้น

2.3 ปัญหาเรื่องการรับรู้วิทยุชุมชนในประเทศไทย

(1) ช่องว่างระหว่างหลักการกับความเป็นจริง

จากหลักการที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า วิทยุชุมชนนั้นแม้จะได้ชื่อว่าเป็น "วิทยุ" เหมือนกัน มีการกระจายเสียงเหมือนกับวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจ แต่ทว่าวิทยุชุมชนก็มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากวิทยุทั้ง 2 ประเภทอย่างมาก

อย่างไรก็ตาม เมื่อมาพิจารณาในสภาพความเป็นจริงของสังคมไทย ก็ยังมีปัญหาว่าที่เรียกว่า "วิทยุชุมชน" นั้น มีความแตกต่างอย่างแท้จริงและมากน้อยจากวิทยุสาธารณะและธุรกิจอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากศึกษาการรับรู้ของประชาชนส่วนใหญ่ ผลการศึกษาส่วนใหญ่จะพบว่า ประชาชนยังไม่อาจแยกแยะความแตกต่างระหว่างวิทยุ 3 ประเภทออกจากกันได้

ตัวอย่างเช่น ในปีพ.ศ.2542 จิระวรรณ (2545) สำรวจการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการวิทยุชุมชน จ.แม่ฮ่องสอน ผู้วิจัยพบว่า

- การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ฟังนั้น ประชาชนจะไม่ค่อยคิดถึงการมีปฏิกิริยาป้อนกลับ (feedback) กลับมาที่วิทยุ
- มีกลุ่มผู้ฟังส่วนน้อยที่เข้ามาบ่นบาทเอาการเอางานในวิทยุ แต่ส่วนใหญ่แล้วเนื่องมาจากมูลเหตุจูงใจในเรื่องผลประโยชน์ส่วนตัว เช่น กำลังจะลงรับสมัครเลือกตั้ง
- เมื่อคิดถึงการมีส่วนร่วม ชาวบ้านมีความเข้าใจอยู่รูปแบบเดียวคือการเข้ามาเป็นดีเจผู้จัดรายการ ซึ่งรูปแบบนี้มีข้อจำกัดมากเพราะเปิดโอกาสให้คนเพียงไม่กี่คนเข้ามาได้
- การรับรู้ภาพลักษณ์ของการเป็น "ผู้จัดรายการ/ดีเจวิทยุ" คือเป็นแหล่งที่มาของชื่อเสียง รายได้ และอภิสิทธิ์ต่างๆ ในสังคม

ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่องกระบวนการเตรียมกลุ่มวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ของชาลิสา (2547) ซึ่งพบว่า แม้แต่ประชาชนระดับแกนนำที่เข้าร่วมทำงานเตรียมกลุ่มวิทยุชุมชน ก็ยังให้ความสนใจรูปแบบการเข้ามามีส่วนร่วมแต่เฉพาะ "การมาจัดรายการวิทยุ" เท่านั้น หากแต่ไม่ค่อยสนใจการพัฒนา "กลุ่มวิทยุชุมชน" ให้เข้มแข็งเพื่อการบริหารจัดการด้วยตนเอง

(2) ที่มาของช่องว่าง

หากเราตั้งคำถามต่อไปว่า เพราะเหตุใดประชาชนไทยจึงมีการรับรู้การเข้ามามีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนดังข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น ก็อาจจะมีคำตอบดังต่อไปนี้คือ

(2.1) เนื่องจากวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจเป็นประเภทของวิทยุที่มาเปิดตัวในสังคมไทยเอาไว้มาก่อน และได้วางพื้นฐานความเข้าใจเรื่องการใช้วิทยุเอาไว้ในแง่มุมมองที่ประชาชนรับรู้และเข้าใจ งานวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์จากวิทยุท้องถิ่นของคนกลุ่มต่างๆ ในจ.มหาสารคาม (ชาคริต, 2547) ก็ได้แสดงให้เห็นว่า นักจัดรายการส่วนใหญ่สามารถได้เข้าไปเป็นนักการเมืองด้วยเส้นทางการใช้วิทยุของตนเอง ประชาชนจึงเริ่มเข้าใจว่าวิทยุเป็นแหล่งในการแสวงหาผลประโยชน์และอำนาจแบบต่าง ๆ กล่าวโดยสรุปก็คือ สภาพความเป็นจริงของวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจได้วางศิลาฤกษ์แห่งความเข้าใจแก่ประชาชนไทยว่า วิทยุคืออะไร ใครมีสิทธิเข้าไปใช้เพื่อประโยชน์อะไร และวิทยุทำหน้าที่อะไรบ้าง

(2.2) เมื่อประสานกับข้อเท็จจริงที่ว่า ในเมืองไทยไม่เคยมีกฎหมายการแยกแยะวิทยุทั้ง 3 ประเภทออกจากกัน คือวิทยุสาธารณะสำหรับภาครัฐใช้เพื่อกิจการของรัฐ วิทยุธุรกิจใช้สำหรับภาคธุรกิจในการค้า (วิทยุ 2 ประเภทนี้พัวพันกันจนแยกออกได้ยาก) และวิทยุชุมชนสำหรับภาคประชาชนใช้เพื่อประโยชน์ของชุมชน จวบจนรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 ได้ประกาศใช้ จึงได้ริเริ่มการแบ่งประเภทวิทยุในลักษณะดังกล่าว

(2.3) แต่แม้ว่าจะมีการประกาศกฎหมายรัฐธรรมนูญใช้มาหลายปีแล้ว แต่กระบวนการทางกฎหมายก็ยังไม่สิ้นสุด (ในปีที่เขียนรายงานนี้ พ.ศ.2547 ยังไม่มีกฎหมายลูก ยังไม่มีองค์กรบังคับใช้) ทำให้สภาพการณ์ต่างๆ ยังไม่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ภาครัฐยังคงถือครองคลื่นความถี่แล้วแบ่งบางรายการมาให้ประชาชนทดลองทำวิทยุชุมชนภายใต้กรอบของรัฐ (อันได้แก่โครงการนำร่องของกรมประชาสัมพันธ์) ซึ่งอาจจะมีผลทำให้ประชาชนงงงวยและสับสนว่า "วิทยุชุมชนคืออะไรกันแน่" ในขณะที่ภาคธุรกิจยังคงดำเนินวิทยุธุรกิจภายใต้สัมปทานจากรัฐ แต่จัดรายการ "วิทยุเพื่อชุมชน" โดยใช้ชื่อว่า "วิทยุชุมชน" ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้นประชาชนส่วนใหญ่จึงยังไม่คุ้นเคยกับความคิดที่ว่า ประชาชนจะเข้ามาผลิตรายการด้วยตนเอง เข้ามาบริหารจัดการคลื่นความถี่ รวมทั้งสามารถเข้ามาเป็นเจ้าของสถานีวิทยุได้ ซึ่งดูเป็นเรื่องที่ไกลเกินความนึกคิดของประชาชน ซึ่งเคยถูกมอบหมายบทบาทให้เป็นเพียงแค่ "ผู้ฟังวิทยุ" เท่านั้น

(2.4) และเนื่องจากทั้งเรื่องกรรมสิทธิ์และการดำเนินงาน (ownership & operation) งานวิทยุเป็นสิทธิและอยู่ในความรับผิดชอบของภาครัฐและเจ้าหน้าที่รัฐมาตลอดช่วงประวัติศาสตร์ของวิทยุไทย และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเรื่องกรรมสิทธิ์และการดำเนินงาน ความรู้และความเข้าใจในเรื่องวิทยุชุมชนจึงไม่เพียงแต่เป็นเรื่องจำเป็นสำหรับฝ่ายประชาชนเท่านั้น หากแต่เป็นความจำเป็นอย่างยิ่งยวดสำหรับฝ่ายเจ้าหน้าที่รัฐด้วย ซึ่งผลการวิจัยเรื่องวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา ของวีรพงษ์ (2545) พบว่า ไม่เพียงแต่ฝ่ายประชาชนเท่านั้นที่จะไม่รู้จักและไม่เข้าใจว่า "วิทยุชุมชนคืออะไร" เพราะแม้แต่ในฝ่ายของเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องก็ยังขาดความเข้าใจที่ชัดเจนเช่นเดียวกัน เนื่องจากมีแต่การเปลี่ยนแปลงตัวบทกฎหมาย มีแต่การกำหนดนโยบาย หากแต่ไม่มีการฝึกอบรมให้คนทำงานตามนโยบายมีความเข้าใจที่ถูกต้องชัดเจน

เมื่อเจ้าหน้าที่รัฐขาดความเข้าใจที่ชัดเจน ปัญหาที่เกิดขึ้นในขั้นแรกเริ่มเลยก็คือ ปัญหาการทำงานร่วระหว่างข้าราชการกับประชาชน ดังนั้นในกรณีของวิทยุชุมชน จ.น่าน ที่เจ้าหน้าที่รัฐได้เข้าร่วมการอบรมเรื่องวิทยุชุมชนจากภาคประชาสังคม เมื่อเจ้าหน้าที่รัฐมีความเข้าใจที่กระจ่างชัด ปัญหาในการทำงานร่วมกับประชาชนก็น้อยลง

ส่วนปัญหาที่เกิดจากการขาดความเข้าใจของเจ้าหน้าที่ในลำดับต่อมาก็คือ เมื่อทำงานร่วมกับประชาชนไม่ได้ เจ้าหน้าที่รัฐก็ขาดโอกาสที่จะเล่นบทบาทเป็นปัจจัยสนับสนุน และเปลี่ยนบทบาทไปเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคแทน กล่าวคือ เจ้าหน้าที่รัฐขาดโอกาสที่ถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจในเรื่อง "การสื่อสารในพื้นที่สาธารณะผ่านสื่อวิทยุ" ให้แก่ภาคประชาชน

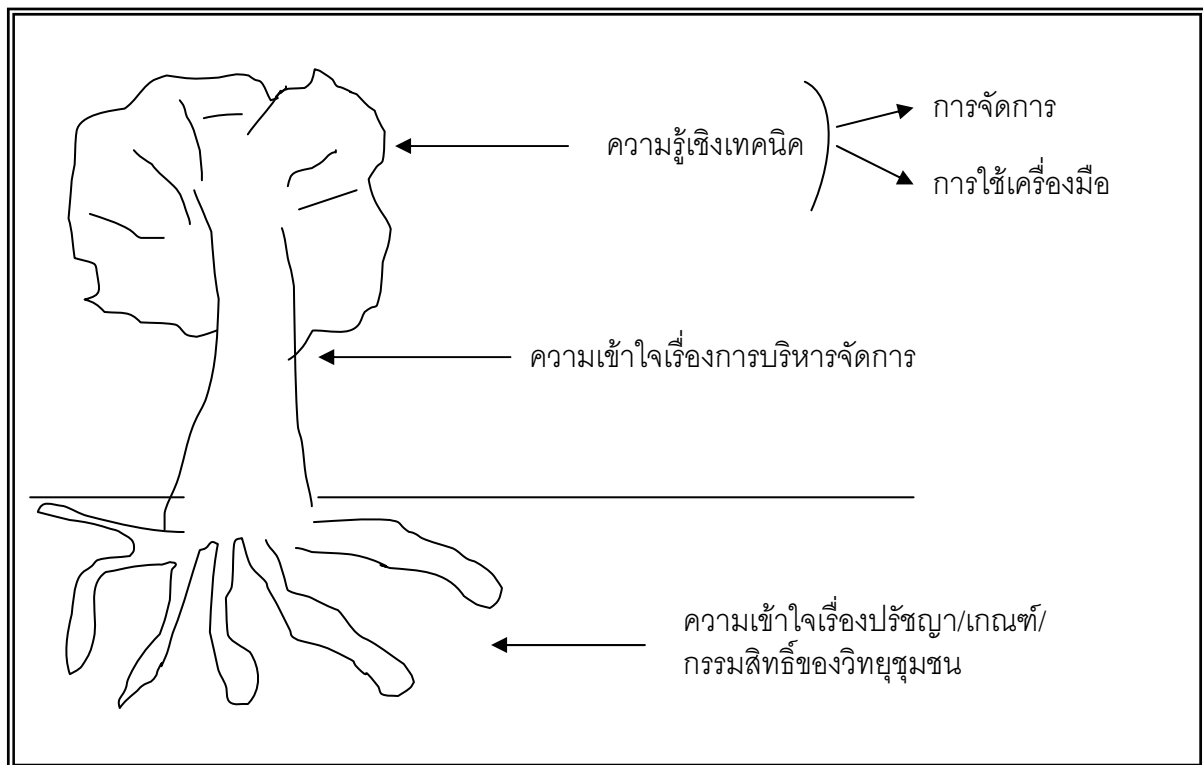
ด้วยเหตุนี้ คณะวิจัยวิทยุชุมชนโคราชจึงพบพบเห็นว่า ในขณะที่ต้องติดตั้งความรู้ความเข้าใจให้แก่ประชาชนผู้รับฟังนั้น ก็ต้องดำเนินการติดตั้งความรู้ดังกล่าวให้กับเจ้าหน้าที่ของสถานีวิทยุของรัฐไปพร้อมๆ กัน

(2.5) จากที่กล่าวมาข้างต้น ชาลิสาซึ่งทำวิจัยสรุปบทเรียนการเตรียมกลุ่มวิทย์ชุมชน จ.ปัตตานี จึงให้ข้อสรุปที่ชัดเจนว่า ถึงแม้ว่า แนวคิดเรื่อง "กรรมสิทธิ์/ความเป็นเจ้าของคลื่น" ที่ระบุอยู่ในมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญปี 2540 จะเป็น "ปัจจัยเบื้องต้นที่จำเป็น" (necessary factor) และเราอาจถือว่า ประชาชนได้รับปัจจัยแรกนี้มาในระดับหนึ่ง แต่สำหรับเรื่องวิทย์ชุมชนแล้ว เรื่องการเป็นเจ้าของคลื่นยังไม่เป็น "ปัจจัยเพียงพอ" (sufficiency factor)

ในกรณีของสังคมไทยปัจจุบัน ทั้งชาลิสาและชาคริตต่างได้ค้นพบจากผลการวิจัยว่า บรรดาองค์กร/หน่วยงานภาคประชาสังคมที่มีส่วนสนับสนุนเกี่ยวกับเรื่องวิทย์ชุมชน (external support) ได้มีความพยายามในเรื่องการรณรงค์และการสร้างความเข้าใจเรื่องสิทธิของประชาชนในการเป็นเจ้าของคลื่น ซึ่งนับว่าเป็นการวางพื้นฐาน**ปัจจัยเบื้องต้นที่จำเป็น**ในขั้นแรก แต่ทว่าองค์ความรู้ในเบื้องต้นนั้นจะยังไม่เพียงพอ และจำเป็นต้องมี**ปัจจัยตัวที่สอง** คือการสร้าง ความเข้าใจเรื่องปรัชญา ธรรมชาติ ความแตกต่างระหว่างวิทย์ชุมชนกับวิทย์อีก 2 ประเภท อันจะนำไปสู่ความเข้าใจอื่นๆ ที่ตามมาเป็นขบวน (เช่น การบริหารจัดการ กระบวนการผลิต แหล่งรายได้ ฯลฯ) และการสร้างความเข้าใจนี้ต้องมีลักษณะ "ฝนตกให้ทั่วฟ้า" กล่าวคือ ต้องเป็นบุคคลทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง เช่น เจ้าหน้าที่รัฐ เป็นต้น

(2.6) หากปราศจากความเข้าใจในเรื่องวิทย์ชุมชนแบบครบถ้วนแล้ว ชาลิสาได้พบจากการสรุปบทเรียนเรื่องการเตรียมกลุ่มวิทย์ชุมชนว่า ประชาชนจะเข้ามา "ทำวิทย์ชุมชน" ด้วย "ความเข้าใจแบบวิทย์สาธารณะ" (และอาจจะวิทย์ธุรกิจในอนาคตต่อไป) เช่น กลุ่มประชาชนที่ทำวิทย์ชุมชนจะสนใจแต่การจัดรายการ สนใจแต่การพัฒนาด้านเทคนิค หากแต่ไม่สนใจเรื่องการบริหารจัดการเป็นกลุ่ม เรื่องความรับผิดชอบต่องานวิทย์โดยรวม การบริหารจัดการเรื่องงบประมาณ กำลังคน ฯลฯ และที่สำคัญที่สุดคือเรื่องความเข้าใจเรื่องปรัชญา/เป้าหมายและธรรมชาติเฉพาะตัวของวิทย์ชุมชน

ดังนั้น หากเราเปรียบเทียบองค์ความรู้เรื่องวิทย์ชุมชนกับส่วนต่าง ๆ ของต้นไม้ ต้นไม้ที่มีองค์ประกอบครบถ้วนน่าจะมีดังนี้



ภาพที่ 6: องค์ความรู้ที่ครบถ้วนเรื่องวิถุชุมชน

(2.7) จากการสรุปบทเรียนการเตรียมกลุ่มวิถุชุมชนในจ.ปัตตานี ชาลีสาจึงข้อเสนอว่า

- (i) ต้องมีกระบวนการติดตั้งความเข้าใจเรื่องวิถุชุมชนแบบครบถ้วนกระบวนการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดสัมมาทิสู่ในเรื่องวิถุชุมชน
- (ii) ต้องมีกระบวนการฝึกหัดทักษะการบริหารจัดการไปพร้อมกับทักษะการผลิตรายการ
- (iii) ต้องมีการร่างกฎกติกาสำหรับงานวิถุชุมชนเป็นการเฉพาะที่แตกต่างจากงานวิถุสาธารณะและวิถุธุรกิจ
- (iv) ต้องมีการเปิดโอกาสให้ประชาชนจากทุกกลุ่ม/ทุกเพศ/ทุกวัย/ทุกชนชั้นได้เข้ามามีส่วนร่วมในงานวิถุชุมชนอย่างแท้จริง โดยเฉพาะประชาชนกลุ่มที่ "ขาดสิทธิขาดเสียง" เพื่อให้วิถุชุมชนได้ทำหน้าที่เป็น "ปากเสียงของผู้ที่ไร้ปากเสียง" (voice of the voiceless) ตามปรัชญาของวิถุชุมชนอย่างแท้จริง

2.4 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนในประเทศไทย

เนื่องจากวิทยุเป็นการดำเนินงานที่เกี่ยวกับกิจการสาธารณะ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเป็นการดำเนินการภายใต้กฎหมาย สำหรับวิทยุชุมชนในปัจจุบันนั้น เป็นแนวคิดที่เกิดจากการปฏิรูปทางการเมืองของไทยที่มีจุดเริ่มต้นตั้งแต่เหตุการณ์เดือนพฤษภาคม 2535 จนกระทั่งถึงการร่างรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 ในกฎหมายฉบับนี้มีมาตราที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับวิทยุชุมชนอยู่ 3 มาตรา คือ มาตรา 39, 40 และ 41 และมีอีกหลายมาตราที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อมเช่น มาตรา 37, มาตรา 58, 59, 60

(ก) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนโดยตรง ได้แก่ มาตราที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรคลื่นความถี่คือ

มาตรา 40 มีข้อความสำคัญ 3 ข้อคือ

(1) คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และวิทยุโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติ เพื่อประโยชน์สาธารณะ

(2) ให้มีองค์กรของรัฐที่เป็นอิสระทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ตามวรรคหนึ่ง และกำกับดูแลการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ

(3) การดำเนินการตามวรรคสองต้องคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับชาติ และระดับท้องถิ่นทั้งในด้านการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ และประโยชน์สาธารณะอื่น รวมทั้งการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม

จากข้อความในทั้ง 3 วรรคนี้ จะเห็นได้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงแนวคิดจากเดิม คือ เรื่องการเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ ซึ่งแต่เดิม "รัฐหรือรัฐบาล" เคยเป็นเจ้าของ ในมาตรา 40 นี้ได้ระบุอย่างชัดเจนว่า คลื่นความถี่นั้นเป็น "ของชาติ" ซึ่งหมายความว่า เป็นของประชาชนทุกคนนั่นเอง และยังกำหนดเป้าหมายของการใช้คลื่นความถี่เอาไว้อย่างชัดเจนว่า ต้องเป็นไปเพื่อ **ประโยชน์สูงสุดของประชาชน** ในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ซึ่งเราก็จะเห็นว่า ทั้งหมดนี้ก็คือเงื่อนไขเบื้องต้นของการถือกำเนิดของวิทยุชุมชนนั่นเอง

ทั้งนี้เนื่องจากวรรค 2 ของมาตรานี้ ทำให้เกิดพระราชบัญญัติ (พรบ.) องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ (ที่รู้จักกันในนามย่อว่า กสท.) และกิจการโทรคมนาคม (หรือ กทช.) ในปีพ.ศ.2543 ในพรบ.นี้มีมาตราที่สำคัญและชี้ได้ชัดเจนยิ่งขึ้นคือ มาตรา 26 วรรค 4 บัญญัติไว้ว่า

"การจัดทำแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ และการอนุญาตให้ประกอบกิจการดังกล่าวต้องคำนึงถึงสัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างผู้ประกอบการภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยจะต้องจัดให้ภาคประชาชนได้ใช้คลื่นความถี่ไม่น้อยกว่าร้อยละยี่สิบ" ซึ่งก็

เท่ากับว่าได้ระบุเอาไว้อย่างชัดเจนว่าต้องกันพื้นที่เอาไว้ 20% ให้เป็นวิทยุชุมชนที่ประชาชนเป็นเจ้าของของตนเอง เป็นเจ้าของสถานีเอง และเข้ามาดำเนินการเอง

มาตรา 39 ซึ่งเป็นกฎหมายที่รับรองเสรีภาพในการสื่อสาร มีข้อความสำคัญ 5 บรรทัด คือ

(1) บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น (ในมาตรานี้หมายความว่า ประชาชนมีสิทธิทั้งจะเป็นผู้รับสารและผู้ส่งข่าวสารได้)

(2) การจำกัดเสรีภาพตามวรรคหนึ่งจะกระทำไม่ได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบัญญัติแห่งกฎหมายเฉพาะเพื่อรักษาความมั่นคงแห่งรัฐ เพื่อคุ้มครองสิทธิ เสรีภาพ เกียรติยศ ชื่อเสียง สิทธิในครอบครัวหรือความเป็นอยู่ส่วนตัวของบุคคล เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันหรือระงับความเสื่อมทรามทางจิตใจหรือสุขภาพของประชาชน

(3) การสั่งปิดโรงพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ เพื่อรื้อถอนเสรีภาพตามมาตรานี้จะกระทำไม่ได้

(4) การให้นำข่าวหรือรายการไปให้เจ้าหน้าที่ตรวจก่อนจะไปโฆษณาในหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์วิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์ จะกระทำมิได้ เว้นแต่จะกระทำในระหว่างเวลาที่ประเทศอยู่ในภาวะสงครามหรือการรบ แต่ทั้งนี้จะต้องกระทำโดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายซึ่งได้ตราขึ้นตามความในวรรคสอง

(5) เจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นต้องเป็นบุคคลสัญชาติไทย ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ

(6) การให้เงินหรือทรัพย์สินอย่างอื่นอุดหนุนหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นของเอกชน รัฐจะกระทำมิได้

มาตรา 41 เป็นกฎหมายที่รับรองเสรีภาพของพนักงาน ลูกจ้างในกิจการสื่อมวลชนของรัฐและเอกชน อันมีข้อความสำคัญ ดังนี้

(1) พนักงานหรือลูกจ้างของเอกชนที่ประกอบกิจการหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ ย่อมมีเสรีภาพในการเสนอข่าวและแสดงความคิดเห็นภายใต้ข้อจำกัดตามรัฐธรรมนูญโดยไม่ตกอยู่ภายใต้อำนาจของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจหรือเจ้าของกิจการนั้น แต่ต้องไม่ผิดจรรยาบรรณแห่งการประกอบอาชีพ

(2) ข้าราชการ พนักงาน หรือลูกจ้างของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือรัฐวิสาหกิจในกิจการวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ย่อมมีเสรีภาพเช่นเดียวกับพนักงานหรือลูกจ้างของเอกชนตามวรรคหนึ่ง

(ข) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิเทศชนโดยทางอ้อม

นอกเหนือจากกฎหมายทั้ง 3 มาตราที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรคลื่น เสร็จภาพในการสื่อสารของประชาชนและเสร็จภาพของผู้ที่ทำงานด้านการสื่อสารแล้ว ยังมีกฎหมายฉบับอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสิทธิเสร็จภาพในการสื่อสารซึ่งเป็นพื้นฐานรองรับการทำงานวิเทศชน อันได้แก่

มาตรา 37 ได้รับรองให้บุคคลที่มีเสร็จภาพในการสื่อสารถึงกันโดยทางที่ชอบด้วยกฎหมายในทางปฏิบัติ หมายความว่า ประชาชนมีสิทธิที่จะส่งข่าวสารเพื่อเผยแพร่ให้คนอื่น ๆ ทั้งในและนอกชุมชนได้รู้โดยผ่านวิเทศชนหรือสื่อมวลชนอื่นๆ

มาตรา 58 ได้รับรองสิทธิของบุคคลในการรับทราบข้อมูล หรือข่าวสารสาธารณะของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่น มาตรานี้ช่วยให้ประชาชนสามารถแสวงหาข่าวสารสาธารณะที่เป็นของหน่วยราชการ เช่น งบประมาณพัฒนาตำบล แผนการสร้างสาธารณูปโภคของชุมชนได้

มาตรา 59 ได้รับรองสิทธิของบุคคลที่จะได้รับข้อมูล คำชี้แจง และเหตุผลจากหน่วยราชการ ฯลฯ ก่อนการอนุญาตหรือดำเนินโครงการหรือกิจกรรมที่อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สุขอนามัย คุณภาพชีวิต หรือส่วนได้ส่วนเสียสำคัญอื่นๆ และสิ่งที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในสังคม กฎหมายข้อนี้ทำให้ประชาชนมีสิทธิที่จะขอให้หน่วยราชการหรือธุรกิจเอกชนต้องเปิดเผยข้อมูลแก่ชุมชนที่เรารู้จักกันในนามของ "การทำประชาพิจารณ์" ในกรณีที่จะมีการก่อสร้างท่อก๊าซ โรงงานพลังไฟฟ้านิวเคลียร์ และอื่นๆ

มาตรา 60 ซึ่งได้รับรองสิทธิของบุคคลในการมีส่วนร่วมในกระบวนการพิจารณาของเจ้าหน้าที่ของรัฐในการปฏิบัติราชการทางการปกครองที่กระทบต่อสิทธิและเสร็จภาพ

จากข้อเท็จจริงในเรื่องกฎหมายหลายมาตราที่เกี่ยวข้องกับเรื่องวิเทศชนนั้น ในสภาพการณ์ปัจจุบัน (เดือนมีนาคม 2548 ช่วงเวลาที่เขียนบทสังเคราะห์นี้) สภาพการณ์เกี่ยวกับการดำเนินการตามขั้นตอนของกฎหมายนั้นยังไม่เสร็จสิ้นสมบูรณ์ เช่น ในมาตรา 40 ข้อ(2) ที่ให้สิทธิขององค์กรของรัฐที่เป็นอิสระนั้น ยังดำเนินการไม่เรียบร้อย ฉะนั้นการกำหนดแผนแม่บทกิจการการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์จึงยังไม่เกิดขึ้น

เนื่องจากสถานะที่กฎหมายและการดำเนินการตามขั้นตอนของกฎหมายยังไม่เสร็จสิ้นนี้เอง ทำให้เกิดปัญหาตามมาหลายประการ เช่น

(1) ประชาชนเกิดความสับสน ความไม่ชัดเจนในสถานภาพทางกฎหมายของวิเทศชน เช่น ประชาชนมีสิทธิขอคลื่นจัดตั้งวิเทศชนได้หรือยัง วิเทศชนที่จัดตั้งขึ้นเป็นวิเทศเถื่อนหรือไม่ หากยึดตามกฎหมายบางมาตรา อาจจะเถื่อน บางมาตราหรือตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญก็ไม่เถื่อน ความไม่ชัดเจนดังกล่าวนี้ส่งผลต่อความไม่มั่นใจของประชาชนที่จะเข้ามาช่วยงานวิเทศชนเนื่องจากเกรงกลัวว่าจะผิดกฎหมาย

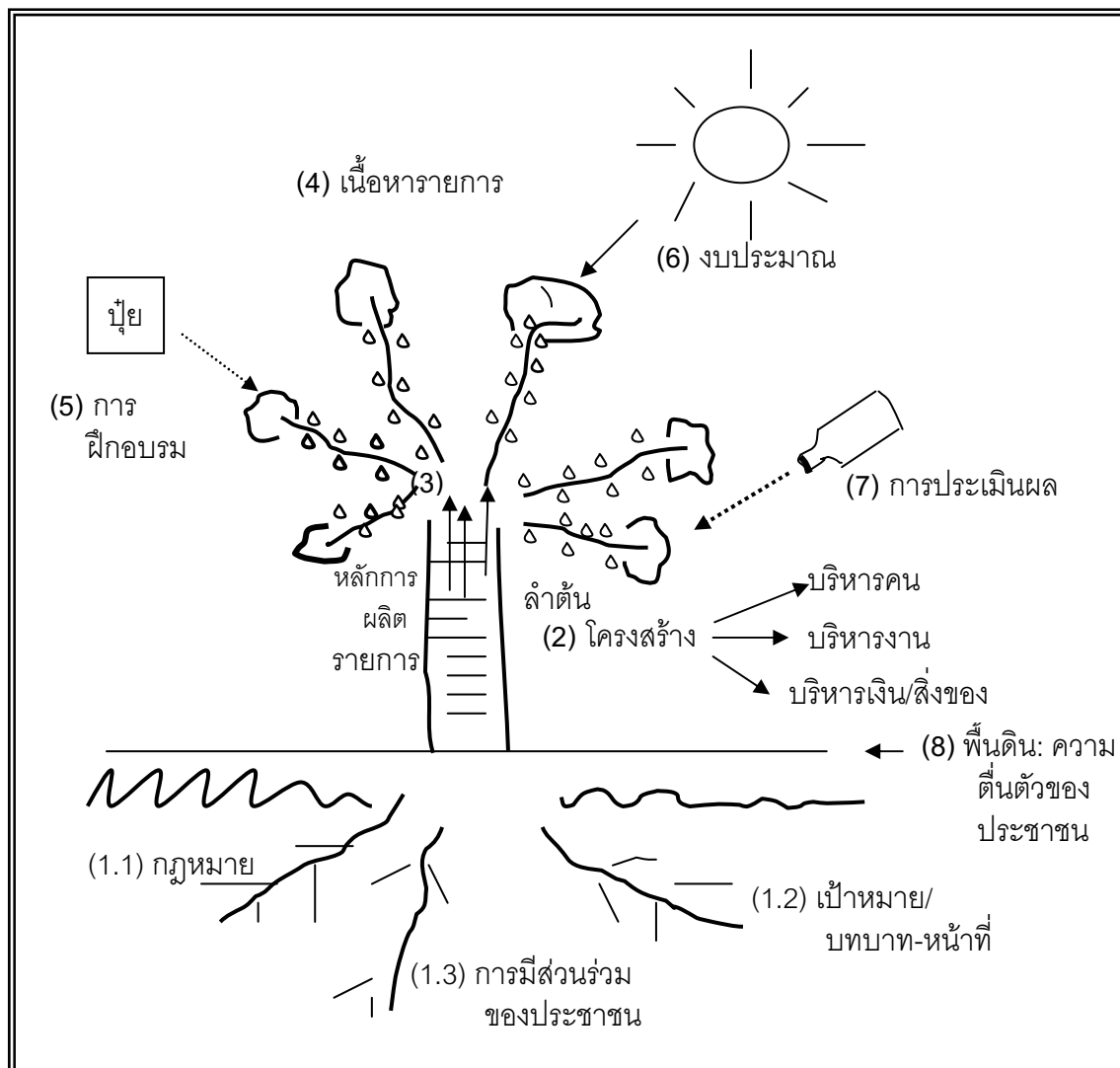
(2) ในเดือนมีนาคม ปีพ.ศ.2548 ขณะที่เกิดสภาวะคลุมเครือทางกฎหมาย ก็ได้เกิดมีการจัดตั้งวิทยุชุมชนถึงเกือบประมาณ 2,000 แห่ง (ทั่วประเทศ) ซึ่งมีวิทยุชุมชนจำนวนมากที่อาจจะไม่ได้ดำเนินการตามคุณลักษณะที่แท้จริงของวิทยุชุมชน

(3) สืบเนื่องจากข้อ 2 เนื่องจากวิทยุเป็นสื่อกระจายเสียงที่ใช้คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า เมื่อมีการจัดตั้งสถานีวิทยุจำนวนมาก จึงเกิดปัญหาเรื่องการส่งกระจายเสียงที่มีคลื่นทับซ้อนกัน ทำให้เกิดปัญหาในการรับฟังตามมา

อย่างไรก็ตาม เป็นที่คาดหวังว่า เมื่อการดำเนินการในขั้นตอนของกฎหมายทั้งการจัดตั้งองค์กรที่ทำหน้าที่ควบคุม/กำกับ/ดูแล และมีร่างกฎระเบียบต่างๆออกมา ปัญหาในเชิงกฎหมายก็น่าจะคลี่คลายไปได้ โดยที่ต้องมีกระบวนการสร้างความเข้าใจให้แก่ประชาชนควบคู่ไปด้วย

ส่วนที่ 3 : การวิเคราะห์องค์ประกอบของวิทย์ชุมชน

เนื่องจากวิทย์ชุมชนเป็นวิทย์ที่ทำงานโดยชุมชน ดังนั้น ในที่นี้จึงขออุปมาอุปมัยเปรียบเทียบกับองค์ประกอบวิทย์ชุมชนกับโครงสร้างของต้นไม้ดังในภาพ



ภาพที่ 7: องค์ประกอบของวิทย์ชุมชน

จากภาพข้างบนนี้ เราอาจจะอุปมาอุปมัยได้ว่า ความเจริญเติบโตของวิทย์ชุมชนนั้นจะต้องการปัจจัยเงื่อนไขดังนี้

(1) **สามรากแก้ว** สำหรับรากฐานของงานวิทย์ชุมชนที่จะดูแลและอาหารไปเลี้ยงลำต้น/ดอกใบผลนั้น น่าจะมีอยู่ 3 รากแก้ว คือ

(1.1) กฎหมายและกฎระเบียบต่างๆที่เกี่ยวข้องกับวิทย์ชุมชน (ดังรายละเอียดข้างหน้า)

(1.2) เป้าหมาย/บทบาทหน้าที่ของวิทย์ชุมชน เนื่องจากวิทย์ชุมชนจัดเป็นสื่อประเภทหนึ่งของชุมชน ดังนั้น เหตุผลการดำรงอยู่ของสื่อประเภทนี้จะยาวนานเพียงใด ดำรงอยู่ในสภาพการณ์ใด ย่อมขึ้นอยู่กับคำตอบคำถามว่า วิทย์ชุมชนได้ทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการต่าง ๆ แก่ชุมชนอย่างไร

(1.3) การมีส่วนร่วมของประชาชน ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ธรรมชาติที่สำคัญของวิทย์ชุมชนคือ การเป็นวิทย์ประชาธิปไตย (เพื่อไปสร้างประชาธิปไตยในสังคม) ดังนั้น การมีส่วนร่วมของประชาชนทุกกลุ่มที่มีขอบเขตกว้างขวางและหลากหลายรูปแบบจึงเป็นหลักประกัน "ความเป็นวิทย์ชุมชนที่แท้จริง"

(2) สามโครงสร้างของลำต้น ถัดจากรากแก้วขึ้นมาเหนือพื้นดินก็จะเป็นส่วนที่ค้ำยันให้ส่วนอื่นๆของต้นไม้มิทรึงตัวอยู่ได้ คือส่วนที่เป็นลำต้น ซึ่งในที่นี้น่าจะเป็นโครงสร้างการบริหารของวิทย์ชุมชนที่น่าจะประกอบด้วย 3 ส่วน

(2.1) การบริหารคน ดังได้กล่าวมาแล้วว่า เอกลักษณะเฉพาะตัวของวิทย์ชุมชนก็คือเป็นวิทย์อาสาสมัครของประชาชน มิใช่วิทย์ของรัฐหรือธุรกิจ ดังนั้น บุคลากรที่เข้ามาทำงานในวิทย์ชุมชนจึงน่าจะมีลักษณะที่แตกต่างไปจากเจ้าหน้าที่รัฐของวิทย์สาธารณะ หรือบรรดาคนทำงานมืออาชีพแบบวิทย์ธุรกิจทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพ

(2.2) การบริหารงาน ก็เช่นเดียวกับหลักเรื่องการบริหารคน การบริหารงานสำหรับวิทย์ชุมชนจะต้องมีลักษณะที่แตกต่างไปจากวิทย์ที่เคยมีมาตั้ง 2 แบบ และจากผลการวิจัยทั้ง 4 กรณีศึกษาได้ข้อสรุปที่คล้ายคลึงกันประการหนึ่งว่า เรื่องการบริหารงานของวิทย์ชุมชนยังคงเป็นปัญหาใหญ่ที่ต้องการการทดลอง เรียนรู้ พร้อมทำศึกษาวิจัยต่อไปอีกมาก

(2.3) การบริหารเงิน/สิ่งของ สำหรับทรัพยากรในเรื่องเงินและสิ่งของ (อุปกรณ์ต่างๆ) เป็นปัญหาที่สืบเนื่องมาจากการบริหารสองข้อแรกคือ คนและระบบการทำงาน และที่แน่นอนก็คือแหล่งรายได้ของวิทย์ชุมชนจะต้องมีความแตกต่างจากวิทย์สาธารณะและวิทย์ธุรกิจ รวมทั้งเป้าหมายของการบริหารเงินก็แตกต่างไปด้วย (เช่น ไม่ได้หวังผลกำไร) ดังนั้น หากขาดหลักการที่ชัดเจนในเรื่องการบริหารเงินและสิ่งของ ก็จะทำให้เกิดปัญหาในภาคปฏิบัติทันที เช่น คำถามที่ว่าวิทย์ชุมชนจะมีการโฆษณาสินค้าเพื่อหารายได้มาพัฒนารายการได้หรือไม่ เป็นต้น

(3) ท่อส่งอาหารและน้ำ ผลผลิตที่จะออกมาจากโครงสร้าง (ลำต้น) การบริหารจัดการก็คือ ส่วนที่เป็นตัวรายการวิทย์และกิจกรรมต่างๆ (ดอก/ผล/ใบ) แต่ทว่า ระหว่างโครงสร้างกับผลผลิตนั้นจะต้องมีส่วนที่เป็น "ท่อส่งอาหารและน้ำ" ซึ่งในกรณีของวิทย์ชุมชนน่าจะ ได้แก่ "หลักการผลิตรายการแบบวิทย์ชุมชน"

(4) **ดอก/ผล/ใบ** ส่วนนี้ก็คือ ตัวผลผลิตของวิทย์ชุมชน อันได้แก่ ตัวรายการวิทย์และกิจกรรมอื่นๆ

(5) **ปุ๋ย** ตามหลักธรรมชาติ การที่ต้นไม้จะสมบูรณ์แข็งแรง มีใบดก มีดอกและผลที่สมบูรณ์นั้น จะต้องมีการปุ๋ยที่ดี ซึ่งในกรณีของวิทย์ชุมชนนี้ ข้อสรุปจากงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้นให้ผลที่ตรงกันว่า **การฝึกอบรมในรูปแบบต่างๆ และเนื้อหาที่หลากหลายนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับการเจริญเติบโตของวิทย์ชุมชน**

(6) **แสงแดด** ปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ต้นไม้ยืนต้นอยู่ได้ก็คือแสงแดด ซึ่งในกรณีของวิทย์ชุมชนนี้ แสงแดดนั้นก็คือ **งบประมาณหรือทรัพยากรรูปแบบต่างๆ** ที่มาจากการสนับสนุนของหลายๆฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

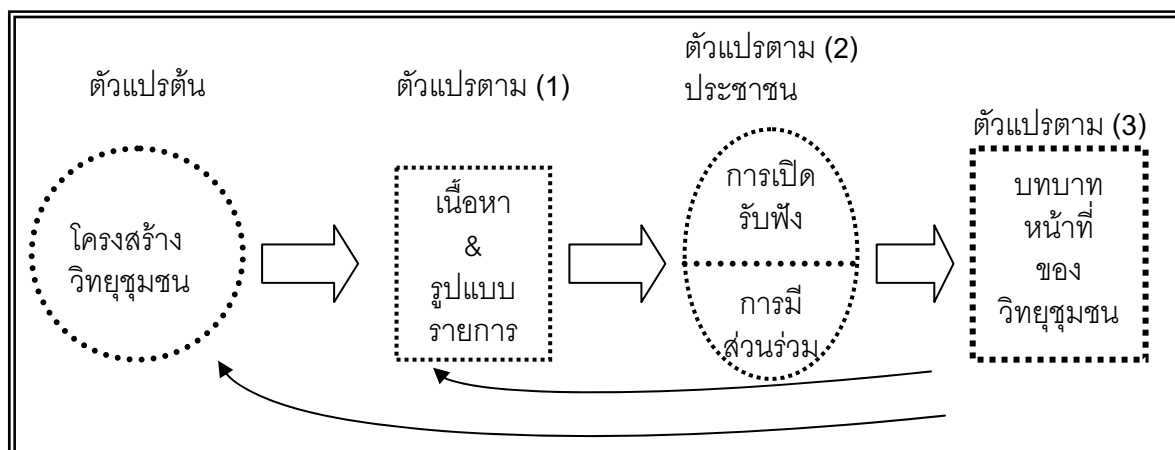
(7) **น้ำ** ในการปลูกพืชนั้น หากต้องการให้ต้นไม้เติบโตไม่แคระแกร็น เหี่ยวแห้ง ปัจจัยที่สำคัญน่าจะได้แก่ **น้ำ** ซึ่งในกรณีของวิทย์ชุมชน ปัจจัยที่จะสร้างความกระชุ่มกระชวยให้แก่วิทย์ชุมชนก็คือการ**ประเมินผลอย่างต่อเนื่อง**

(8) **พื้นดิน** ในขณะที่ต้นไม้ต้องมีพื้นดินรองรับฉันใด วิทย์ชุมชนจะดำรงอยู่ได้ก็จำเป็นต้องมีความตื่นตัวของประชาชนในเรื่องสิทธิของการสื่อสารโดยเฉพาะสิทธิที่จะเป็นผู้ส่งสารรองรับอยู่ฉันนั้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีกระบวนการพรนดินอย่างต่อเนื่อง/สม่ำเสมอ

ในตอนต่อไปนี้จะกล่าวถึงองค์ประกอบแต่ละอย่างที่ได้อุปมาอุปมาโดยอาศัยกรอบในภาพที่ 7 เป็นแนวทางโดยจะเลือกนำเสนอตามลำดับที่เหมาะสมของแต่ละองค์ประกอบ โดยจะเริ่มจากเรื่องกฎหมายและโครงสร้างของวิทย์ชุมชนเสียก่อน

(3.1)การวิเคราะห์โครงสร้างของวิทย์ชุมชนใน 3 กรณี

จากแผนภาพที่ 8 ข้างล่างนี้ได้แสดงให้เห็นแล้วว่า ลักษณะของโครงสร้างวิทย์ชุมชนนั้นจะเป็นตัวแปรต้นที่ส่งผลถึงตัวแปรตามที่ 1 คือเนื้อหาและรูปแบบรายการ และส่งผลต่อเนื่องไปถึงตัวแปรตามที่ 2 คือ การเปิดรับ/การมีส่วนร่วมของประชาชน และตัวแปรสุดท้าย คือบทบาทและการทำหน้าที่ของวิทย์ชุมชน

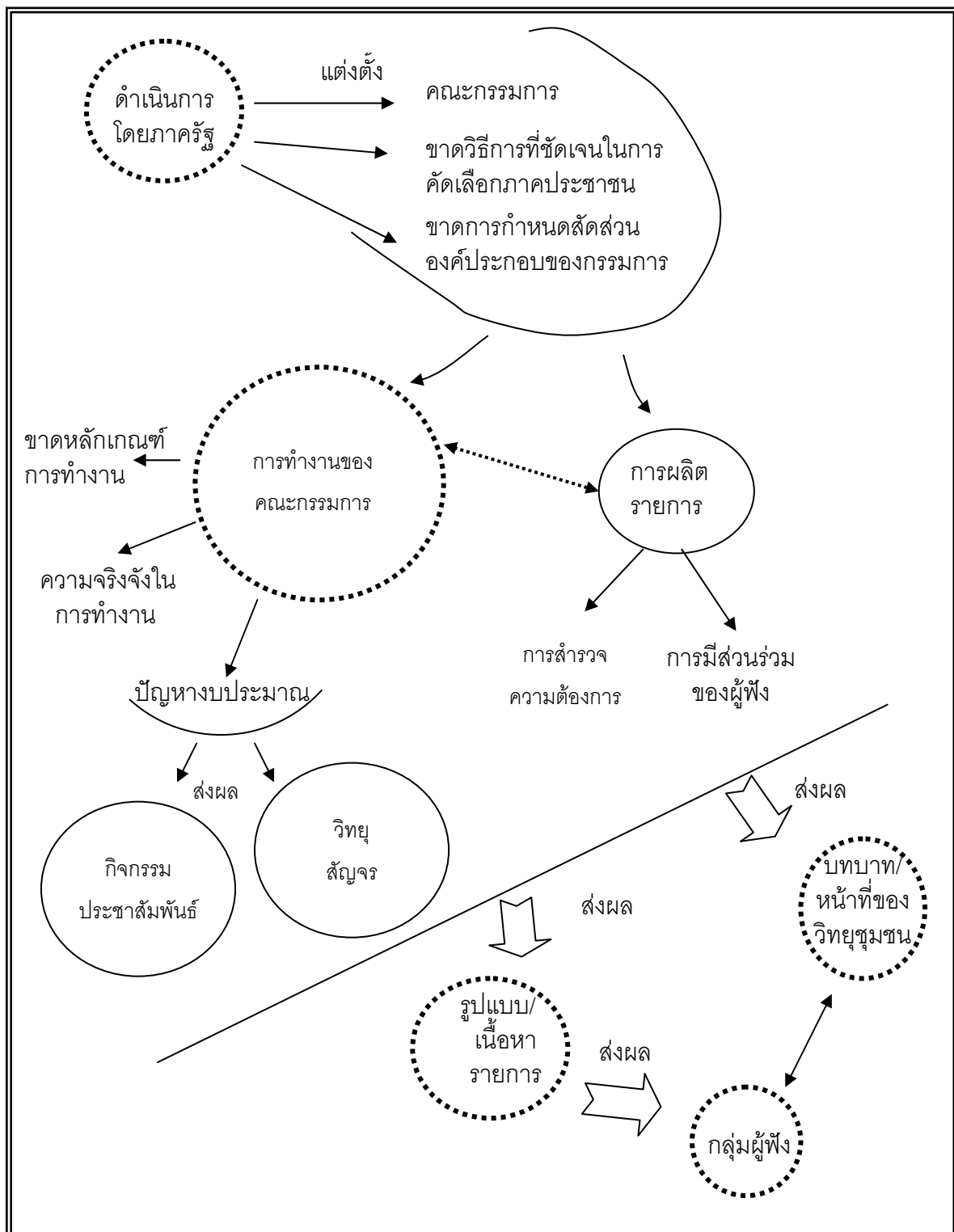


ภาพที่ 8 : โครงสร้างวิเทศชุมชนในฐานะตัวแปรต้น

จากงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น มีกรณีศึกษาที่ได้ศึกษาวิเคราะห์โครงสร้างของวิเทศชุมชนอย่างละเอียดมีอยู่ 3 กรณี ซึ่งทั้ง 3 กรณีนี้ล้วนเป็นกรณีของวิเทศชุมชนที่อยู่ในโครงการนำร่องของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น (เรายังขาดงานศึกษารูปแบบการจัดโครงสร้างของวิเทศชุมชนระดับอื่นๆ) ดังนั้น ในกรอบใหญ่ๆของโครงสร้างนั้นจึงไม่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ในขั้นของการลงมือดำเนินการ เราก็คงพบว่า เมื่อมีเรื่องของตัวบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้อง (เช่น บุคลิกของผู้อำนวยความสะดวก) หรือมีปัจจัยเรื่องบริบทของชุมชน/สังคมเข้ามาเกี่ยวข้อง (เช่น ความเข้มแข็งของภาคประชาสังคม) ปัจจัยเหล่านี้จึงทำให้เกิดความแตกต่างในขั้นตอนของการดำเนินงาน ซึ่งอาจจะแบ่งแบบแผนของโครงสร้างวิเทศชุมชนจากกรณีศึกษาออกเป็น 3 แบบแผน (ซึ่งแต่ละแบบแผนอาจจะใช้เป็นตัวแทนของวิเทศชุมชนที่อยู่ได้สถานะของรัฐในรูปแบบต่างๆ)

- **แบบแผน 1** เป็นรูปแบบโครงสร้างที่มีรัฐเป็นหลัก ชุมชนเป็นตัวประกอบเท่านั้น ได้แก่กรณีของวิเทศชุมชน จ.นครราชสีมา (มีชื่อเรียกว่า "วิเทศชุมชนของคนโคราช")
 - **แบบแผน 2** เป็นรูปแบบโครงสร้างที่มีรัฐเป็นหลักเช่นกัน แต่ชุมชนมีบทบาทมากขึ้นจนอาจจะพอกๆกันได้แก่กรณีของวิเทศชุมชน จ.บุรีรัมย์
 - **แบบแผนที่ 3** เป็นรูปแบบโครงสร้างที่ตัวแทนชุมชนค่อนข้างเป็นหลัก แต่ทว่ายังทำงานอยู่ในสถานะที่มีรัฐเป็นเจ้าของ ได้แก่กรณีของวิเทศชุมชน จ.น่าน
- จากนี้เราจะพิจารณาดูรายละเอียดของแต่ละแบบแผน

(3.1.1) แบบแผนที่ 1 : รูปแบบโครงสร้างที่มีรัฐเป็นหลัก ชุมชนเป็นตัวประกอบ
สำหรับรูปแบบโครงสร้างแบบที่ 1 นี้จะส่งผลต่อองค์ประกอบอื่นๆ ดังนี้



ภาพที่ 9: รูปแบบโครงสร้างวิทยุชุมชนของจ.นครราชสีมา

จากแผนภาพข้างบนนี้ จะอธิบายได้ว่า โครงสร้างของวิธีการทำงานของวิเทศชุมชน จ.นครราชสีมา นั้น จะเริ่มจาก

(1) การดำเนินการส่วนใหญ่เริ่มจากภาครัฐ โดยการใช้วิธีการแต่งตั้ง คณะกรรมการทุกชุดไม่ว่าจะเป็นคณะกรรมการที่ปรึกษา คณะกรรมการบริหารวิเทศฯ และ คณะอนุกรรมการผลิตรายการ

(2) การขาดหลักเกณฑ์ในเรื่องการกำหนดสัดส่วนขององค์ประกอบของ คณะกรรมการ เนื่องจากไม่ได้มีการวางหลักเกณฑ์เรื่องการกำหนดสัดส่วนขององค์ประกอบของ คณะกรรมการ ผลที่ออกมาจึงปรากฏว่าคนส่วนใหญ่ในคณะกรรมการทุกชุดมาจากภาครัฐ โดยมี ภาคประชาชนเป็นส่วนน้อยมาก เช่น คณะกรรมการบริหารมีตัวแทนประชาชนเพียง 2 คนจาก 15 คน คณะอนุกรรมการผลิตรายการมีประชาชน 8 คนจาก 25 คน เป็นต้น สัดส่วนเช่นนี้ไม่เป็นไปตามหลักการของวิเทศชุมชนที่ต้องเป็นตัวแทนของภาคประชาชนเป็นผู้บริหารจัดการ

จากสัดส่วนที่มีน้อยของภาคประชาชน จึงทำให้เป็นไปได้ที่ตัวแทนของภาค ประชาชนนั้นจะหลากหลาย และครอบคลุมกลุ่มประชาชนทุกกลุ่มตามหลักของวิเทศชุมชนที่ แท้จริง

(3) การขาดการกำหนดคุณสมบัติของคณะกรรมการ ผลจากการศึกษาพบว่า ไม่มีการระบุหลักเกณฑ์ที่แน่นอนว่า คุณสมบัติของคณะกรรมการชุดต่างๆนั้นต้องเป็นอย่างไรบ้าง และโดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้ที่มีอำนาจแต่งตั้งนั้นใช้วิธีคิดและกลไกแบบข้าราชการ (bureaucratic) คือเอาผู้ที่อยู่ในตำแหน่งงานปกครองมารับผิดชอบงานสื่อกระจายเสียง เช่น เอาผู้ใหญ่บ้าน/กำนัน มาเป็นคณะกรรมการ หรือแต่งตั้งคนที่รู้จัก ซึ่งอาจจะเกิดปัญหาความลึกลับไม่ลงตัวระหว่าง คุณสมบัติคนทำงานกับลักษณะงาน เช่น กำนันอาจจะไม่สนใจงานวิเทศชุมชน ผู้ใหญ่บ้านอาจจะ ไม่มีเวลารับผิดชอบงานวิเทศซึ่งเป็นงานที่ต้องทำทุกวันอย่างต่อเนื่อง

(4) การขาดกลไกการสรรหาบุคคลที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากผู้ที่มีอำนาจใน การแต่งตั้งคณะกรรมการชุดต่าง ๆ ไม่เคยมีประสบการณ์การทำงานร่วมกับภาคประชาชนมาก่อน จึงขาดกลไกในการสรรหาตัวบุคคลที่มีคุณสมบัติตรงกับงาน (Identify person) เช่น ไม่รู้ว่ามีใคร บ้างที่สนใจงานวิเทศชุมชน ใครบ้างที่มีความเข้าใจหรือมีความสามารถที่จะทำงาน นี่เป็นข้อ แตกต่างที่สำคัญระหว่างวิเทศชุมชนจ.นครราชสีมา กับวิเทศชุมชนจ.บุรีรัมย์ และจ.น่านที่จะกล่าว ต่อไป

เมื่อเริ่มต้นผลิตผลตั้งแต่ตัวแปรต้นคือโครงสร้างของการได้มาซึ่งคณะกรรมการ ชุดต่าง ๆ เสียแล้ว ปัญหาในขั้นตอนที่ตามมาก็เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น

(5) ปัญหาของการดำเนินงาน แม้จะมีการวางหลักเกณฑ์ต่างๆ ในการทำงาน เช่น การกำหนดให้มีการประชุมร่วมกัน แต่ในทางปฏิบัติก็ไม่มี การดำเนินการจริงๆ อนุกรรมการบาง

ท่านมีแต่ชื่ออยู่ในเอกสารแต่งตั้ง แต่ไม่เคยมาเข้าร่วมประชุมหรือทำงาน รวมทั้งยังมีปัญหาผู้ที่เข้ามาทำงานวิทยุชุมชนที่ใช้วิทยุเป็นเครื่องมือแสวงหาผลประโยชน์ เป็นต้น

(6) **ผลจากการดำเนินงานที่เป็นปัญหา** เมื่อวิธีการดำเนินงานไม่มีประสิทธิภาพ ก็ย่อมแน่นอนว่า ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นย่อมเป็นผลลัพธ์ที่เป็นปัญหาทั้งสิ้น วิทยุชุมชนจ.นครราชสีมาจึงมีปัญหาวรรคคือ การขาดทรัพยากรเงิน บุคคล และเทคนิคอุปกรณ์ต่างๆ

(7) **ผลที่สืบเนื่องต่อมาอีกถึงกิจกรรมเสริม** เมื่อขาดแคลนปัจจัยที่เป็นทรัพยากร ดังที่กล่าวมาแล้ว ก็จะส่งผลมาถึงกิจกรรมอื่นๆ เช่น เมื่อไม่มีงบประมาณ วิทยุชุมชนคนโคราชก็ไม่สามารถออกไปจัดกิจกรรมวิทยุสัญจรหรือการประชาสัมพันธ์วิทยุชุมชนได้ ทำให้ขาดโอกาสที่จะได้ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้เรื่องวิทยุชุมชนซึ่งเป็นเรื่องใหม่ให้ประชาชนได้เข้าใจ หรือเรื่องความไม่มั่นคงของงบประมาณ เนื่องจากงบประมาณที่ใช้นั้นมาจากการจัดสรรของกรมประชาสัมพันธ์เพียงแหล่งเดียว หากทางกรมฯไม่อนุมัติเงินให้ ก็หมายความว่า รายการวิทยุชุมชนคงต้องถึงแก่กาลอวสาน

(8) **ผลกระทบต่อการผลิตรายการ** ดังได้กล่าวมาแล้วว่า วิทยุชุมชนเป็นวิทยุอีกประเภทหนึ่งที่แตกต่างไปจากวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจที่เคยมี ซึ่งหมายความว่า ในแง่ของหลักการผลิตรายการ การคัดเลือกเนื้อหา การประเมินผลรายการ ฯลฯ จะต้องมีการ/หลักการที่แตกต่างไปจากวิทยุที่เคยมี ตัวอย่างเช่น วิธีการผลิตรายการนั้นจะต้องมีการสำรวจความต้องการของผู้ฟังเสียก่อน ต้องมีการประเมินผลรายการซึ่งจะขาดเสียมิได้ ฯลฯ แต่เนื่องจากตัวบุคคลที่ได้รับแต่งตั้งให้มาทำวิทยุชุมชนนั้น มิได้รับการติดตั้งความเข้าใจวิทยุชุมชนมาด้วย ดังนั้น วิธีการผลิตรายการวิทยุชุมชนจึงมิได้มีลักษณะที่แตกต่างไปจากวิทยุสาธารณะ เช่น มิได้มีการสำรวจความต้องการของผู้ฟังก่อนเลย รวมทั้งไม่มีการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้ฟัง จึงอาจสรุปได้ว่า วิทยุชุมชนแบบนี้เปลี่ยนแต่ "สลากปิด" เท่านั้น แต่ "ตัวผลิตภัณฑ์" ในกล่องยังคงเหมือนเดิม

ในขั้นตอนสุดท้ายคือผลผลิตที่ออกมาจากโครงสร้างและวิธีการทำงานวิทยุชุมชน ที่กล่าวมาข้างต้น ก็คือ รูปแบบและเนื้อหารายการที่จะส่งผลต่อการเปิดรับฟังของประชาชน และท้ายที่สุดก็คือ คำถามที่ว่า บทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนคืออะไร

(9) ดังได้กล่าวมาแล้วว่า วิทยุชุมชนคนโคราชมีการจัดรายการทุกวัน วันละ 3 ช่วงเวลา วีรพงษ์และคณะได้สรุปว่า **เนื้อหาและรูปแบบรายการของวิทยุชุมชนคนโคราชนั้น** แม้ว่าจะมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวภายในชุมชน แต่ทว่าแหล่งข้อมูลของข่าวสารนั้นก็**เป็นหน่วยงานของรัฐเป็นหลัก** คณะวิจัยจึงได้ให้ข้อเสนอแนะวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา ว่า ควรจะขยายขอบเขตของเนื้อหาที่มาจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ โดยเฉพาะเนื้อหาที่มาจากชุมชนต่าง ๆ ให้ครอบคลุมทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ อย่างไรก็ตาม ข้อเสนอแนะดังกล่าวจะเป็นจริงเป็นจังได้ก็ต้องย้อนทวนขึ้นไปดูที่โครงสร้างของวิทยุซึ่งเป็นต้นทาง ถ้ากลุ่มคนที่เข้ามาร่วมการผลิตเป็นเพียง

คนกลุ่มเล็กๆ ที่มีได้เป็นตัวแทนของกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน การใช้แหล่งข้อมูลที่หลากหลายก็เป็นไปได้ยาก

สำหรับ**ประเภทของเนื้อหา**นั้น คณะวิจัยได้สรุปว่า ประเภทของเนื้อหาที่มีนั้นยังไม่ได้ตอบสนองความต้องการของคนส่วนใหญ่ ซึ่งมีอาชีพหลักเป็นเกษตรกร เนื่องจากเนื้อหาที่เอื้ออำนวยประโยชน์ให้แก่เกษตรกรมีน้อยมาก (ประมาณ 3% ของเนื้อหาทั้งหมด)

ในแง่ความครอบคลุมกลุ่มบุคคลนั้น ที่เห็นได้อย่างเด่นชัดก็คือ ไม่มีรายการสำหรับกลุ่มเด็กและเยาวชน ซึ่งหมายความว่า วิทยุชุมชนนี้ยังไม่ได้ให้บริการแก่คนทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง

สำหรับวิธีการนำเสนอ นั้น จากกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณีนั้น ประเด็นที่เป็นประเด็นสำคัญสำหรับวิทยุชุมชนก็คือ**ประเด็นเรื่องภาษาที่ใช้ในรายการ** ทั้งนี้เนื่องจากวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจนั้นมักจะใช้ภาษาไทยกลางสำหรับการสื่อสาร แต่ทว่าคุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของวิทยุชุมชนก็คือ **ความสอดคล้องกับวัฒนธรรมและสเนียมของท้องถิ่น** ดังนั้นในการสำรวจความพึงพอใจของผู้ฟังในงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น จึงพบว่าลักษณะที่ทำให้ผู้ฟังพอใจวิทยุชุมชนก็คือการใช้ภาษาของท้องถิ่นหรือใช้ภาษาท้องถิ่นควบคู่กับภาษากลาง แต่สำหรับวิทยุชุมชนคนโคราชนั้นจะใช้ภาษากลางเป็นสื่อ

(10) **การเปิดรับฟังของประชาชน** จากลักษณะของโครงสร้างวิทยุที่ไม่ค่อยแตกต่างจากวิทยุสาธารณะส่งผลมาถึงวิธีการดำเนินงาน การผลิตรายการ และท้ายที่สุดคือรูปแบบ/เนื้อหาของรายการที่จะส่งผลต่อเนื่องไปถึงการรับฟังของประชาชน

ผลการสำรวจการรับฟังของประชาชนที่มีต่อวิทยุชุมชนคนโคราช ทีมวิจัยพบว่า

- จำนวนคนที่ไม่รู้จักวิทยุชุมชนมีถึงประมาณ 75%
- คนที่ฟังรายการวิทยุชุมชนคนโคราชมีเพียง 21% เท่านั้น
- ทั้งๆที่รายการวิทยุชุมชนดำเนินการมาได้ 3 ปีแล้ว แต่กลุ่มผู้ตอบส่วนใหญ่เพิ่ง

จะฟัง เมื่อประมาณครึ่งปีที่ผ่านมา

คณะวิจัยวิเคราะห์ว่า สาเหตุที่คนฟังวิทยุชุมชนมีจำนวนเพียงเล็กน้อยน่าจะเนื่องมาจากจำนวนช่วงเวลาของรายการที่ออกอากาศใน 3 ช่วงเวลา คือ 11-12 น. 13-14 น. และ 15-16 น. นั้นมีน้อยเกินไป และเป็นช่วงเวลาที่ ไม่สอดคล้องกับอาชีพเกษตรกรซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของชุมชน รวมทั้งเนื้อหาของรายการก็ไม่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนกลุ่มใหญ่นี้

(11) **สำหรับการศึกษาบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน** ซึ่งทีมวิจัยได้ศึกษามาจากตัวเนื้อหารายการของวิทยุ ทีมวิจัยได้แบ่งหมวดหมู่ของการศึกษาออกเป็น 3 ทิศทางการไหลของข่าวสารคือ

(ก) จากบนลงล่าง คือ เล่นบทบาทเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากภาครัฐไปสู่ประชาชน

(ข) จากล่างขึ้นบน คือ เล่นบทบาทเป็นเครื่องมือส่งข่าวสารจากประชาชนถึงหน่วยงานรัฐ เช่น การร้องเรียนหรือสอบถามข้อมูล

(ค) การแสดงบทบาทเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนกับประชาชน

ผลการวิจัยพบว่า วิทยุชุมชนคนโคราชยังแสดงบทบาทหลัก (42%) ในการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากบนลงล่าง มีบทบาทเพียง 3% ในการเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนกับประชาชน และมีบทบาทประมาณ 6% ในการส่งข่าวสารจากล่างขึ้นบน ในแง่นี้ก็หมายความว่า วิทยุชุมชนยังไม่ได้แสดงบทบาทที่แตกต่างไปจากวิทยุสาธารณะหรือวิทยุธุรกิจเลย

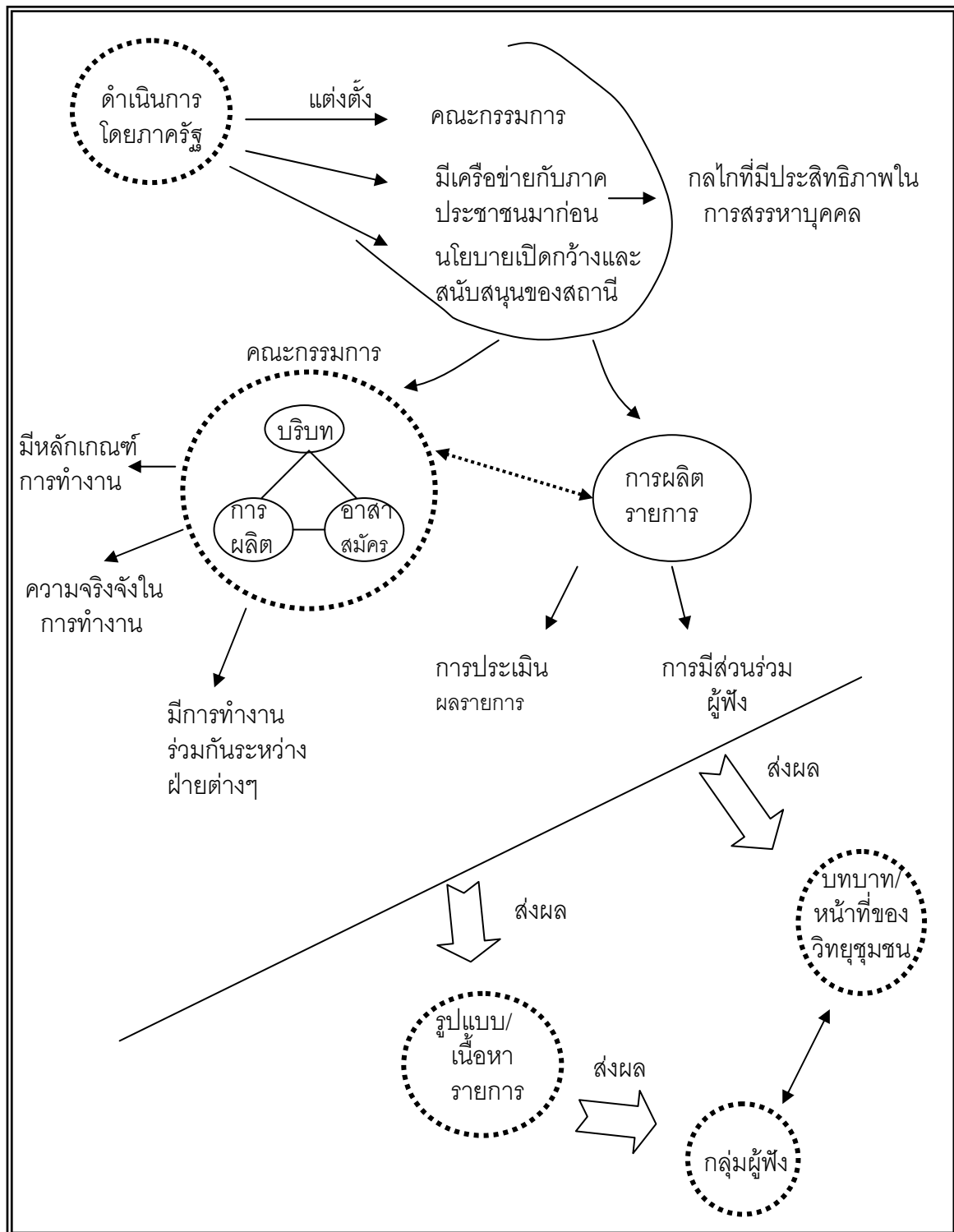
(ดูรายละเอียดในหัวข้อการใช้ประโยชน์และบทบาทหน้าที่ในตอนต่อไป)

ข้อเสนอแนะ

สำหรับรูปแบบโครงสร้างวิทยุชุมชนแบบแผนแรกนี้ ก็คงเป็นการทำงานของวิทยุชุมชนภายใต้กรอบของรัฐ การพัฒนาวิทยุชุมชนให้แสดงบทบาทหน้าที่อย่างแท้จริงให้มากขึ้นนั้น ก็คงต้องแก้ไขไปตามสาเหตุที่ระบุมาข้างต้น คือ

- (1) ควรปรับปรุงวิธีการได้มาซึ่งคณะกรรมการให้มีการประสานระหว่างวิธีการแสวงหาตัวบุคคล ที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับงานวิทยุชุมชน เข้ากับวิธีการแต่งตั้งแบบทางราชการ
- (2) มีการกำหนดสัดส่วนของคณะกรรมการจากภาคต่างๆ เอาไว้อย่างชัดเจน อย่างน้อยให้สัดส่วนของแต่ละภาคเท่าเทียมกัน
- (3) มีการระบุคุณสมบัติตัวบุคคลที่จะมาเป็นตัวแทนในแต่ละภาคเอาไว้อย่างเหมาะสม
- (4) มีการจัดหากลไกการแสวงหาตัวบุคคลให้ได้ตามคุณสมบัติที่ระบุเอาไว้ และควรเป็นกลไกที่เปิดกว้าง
- (5) มีการร่างกฎระเบียบของการทำงานร่วมกันอย่างชัดเจน
- (6) มีการวางระบบการบริหารงานที่ชัดเจน มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของแต่ละฝ่าย การกำหนดวาระการประชุม
- (7) มีวิธีการดำเนินงานที่เป็นไปหรือใกล้เคียงกับหลักการของวิทยุชุมชนให้มากที่สุด เช่น การสำรวจความต้องการของวิทยุ การประเมินผล

(3.1.2) แบบแผนที่ 2 : รูปแบบที่โครงสร้างรัฐเป็นหลัก แต่ชุมชนมีบทบาทมากขึ้น



ภาพที่ 10 : รูปแบบโครงสร้างวิทยุชุมชนของจ.บุรีรัมย์

จากแผนภาพข้างบนนี้จะเห็นได้ว่า โครงสร้างของวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์นั้น ในแง่กรอบใหญ่ๆ มิได้แตกต่างจาก จ.นครราชสีมา หากทว่าในขั้นตอนการปฏิบัตินั้น มีตัวแปรหลายประการที่เข้ามาเกี่ยวข้องทำให้เกิดความแตกต่างที่ปลายทางอย่างมาก ดังนี้

(1) **การดำเนินการเริ่มต้นจากภาครัฐ** มีวิธีการเดียวกับ จ.นครราชสีมา คือ ภาครัฐแต่งตั้งคณะกรรมการชุดต่างๆ คือ คณะกรรมการบริหารและคณะกรรมการผลิตรายการ อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบที่เพิ่มขึ้นมาในโครงสร้างก็คือ การมีชมรมอาสาสมัครวิทยุชุมชนที่ประกอบด้วยสมาชิกถึง 200 คน

(2) **สัดส่วนของภาคต่าง ๆ ในคณะกรรมการ** เป็นที่น่าสังเกตว่าถึงแม้จะไม่มีกำหนดหลักเกณฑ์ในการกำหนดสัดส่วนของภาคต่าง ๆ ในคณะกรรมการ แต่สัดส่วนของภาคประชาชนในคณะกรรมการชุดต่างๆ ของวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ ก็สูงกว่าวิทยุชุมชนคนโคราชอย่างเห็นได้ชัด กล่าวคือ ในคณะกรรมการบริหาร 16 ท่าน เป็นภาครัฐ 6 ท่าน ภาคประชาชน 4 ท่าน และเจ้าหน้าที่สถานี 4 ท่าน ในคณะกรรมการการผลิตรายการ 14 ท่าน เป็นภาครัฐ 6 ท่าน ภาคประชาชน 7 ท่าน ภาคเอกชน 1 ท่าน ซึ่งนับว่าสัดส่วนของภาคประชาชนมีใกล้เคียงกับภาครัฐในคณะกรรมการทั้ง 2 ชุด อันอาจนับได้ว่า โครงสร้างดังกล่าวเริ่มมีร่องรอยของการทำงานร่วมกันอย่างค่อนข้างเสมอภาคระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชนในงานวิทยุชุมชน

(3) **การมีกลไกที่มีประสิทธิภาพในการสรรหาบุคคล** ก่อนหน้าที่จะเกิดโครงการนำร่องวิทยุชุมชนของกรมประชาสัมพันธ์นั้น ทางสถานีฯ ได้จัดสรรเวลาบางส่วนให้ภาคประชาชนได้เข้ามาแสดงความคิดเห็นร่วมคิดร่วมคุยในประเด็นต่างๆ กล่าวคือ วิทยุสาธารณะเองได้ทำหน้าที่เป็นพื้นที่/เวทีสำหรับการแสดงความคิดเห็นของประชาชนอยู่แล้ว (ลักษณะดังกล่าวนี้จะมีบางส่วนที่คล้ายคลึงกับกรณีของวิทยุชุมชน จ.น่าน) ดังนั้น เมื่อเกิดโครงการวิทยุชุมชน จึงทำให้ทางสถานีสามารถดำเนินงานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และถูกฝาถูกตัวเพราะมีเครือข่ายอยู่แล้ว ทางสถานีสามารถระบุตัวบุคคลที่มีความสนใจ มีความสามารถและมีความจริงจังในการทำงานวิทยุได้อย่างถูกต้อง

นอกเหนือจากกลไกการสรรหาบุคคลที่เกิดมาจากเครือข่ายที่มีประสบการณ์การทำงานร่วมกันดังกล่าวมาแล้ว ทางสถานีวิทยุบุรีรัมย์ยังเปิดช่องทางการแสวงหาตัวบุคคลให้กว้างขวางไปมากยิ่งขึ้น ด้วยการประกาศรับสมัครผ่านทางรายการวิทยุกระจายเสียง โดยให้ผู้สนใจเขียนจดหมายสมัครมาหรือเดินทางมาสมัครที่สถานีโดยตรง การเปิดกว้างในการสรรหาบุคคลเช่นนี้ เป็นกลไกที่สำคัญในการเริ่มต้นวางศิลาฤกษ์ให้บรรดาผู้ที่มีความสนใจในกิจการวิทยุ สามารถ "เข้าถึง" วิทยุชุมชนได้ และเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้วิทยุชุมชนประกอบด้วยอาสาสมัครจำนวนมากสมดังคุณสมบัติ "การเป็นวิทยุอาสาสมัคร"

(4) มีการระบุหลักเกณฑ์ที่แน่นอนในการคัดเลือกบุคคล เนื่องจากกิจการวิทยุเป็นงานการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งสามารถจะนำมาใช้การได้ทั้งประโยชน์ส่วนรวมหรือประโยชน์ส่วนตัว ดังนั้น เมื่อได้ใช้ช่องทางที่เปิดกว้างสำหรับคนทุกคนในเวลาเดียวกัน ทางสถานีวิทยุบุรีรัมย์ก็ต้องมีความรอบคอบมากในการกำหนดหลักเกณฑ์ที่แน่นอนในการคัดเลือกตัวบุคคลที่จะมาร่วมงาน ในการนี้ ผู้อำนวยการสถานีวิทยุบุรีรัมย์ได้ระบุคุณสมบัติของผู้ที่จะมาร่วมงานไว้ว่า "ต้องเป็นบุคคลที่สนใจงานวิทยุ มีความกระตือรือร้น และพร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อชุมชน เพราะงานนี้ไม่มีค่าจ้าง" นอกจากนั้นก็ต้องไม่เป็นฐานเสียงหรือคนของพรรคการเมือง และทางวิทยุมีกลไกที่จะตรวจสอบได้เพราะมีเครือข่ายในพื้นที่ ทั้งนี้เพื่อให้การใช้สื่อเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่เป็นกลางเท่านั้น

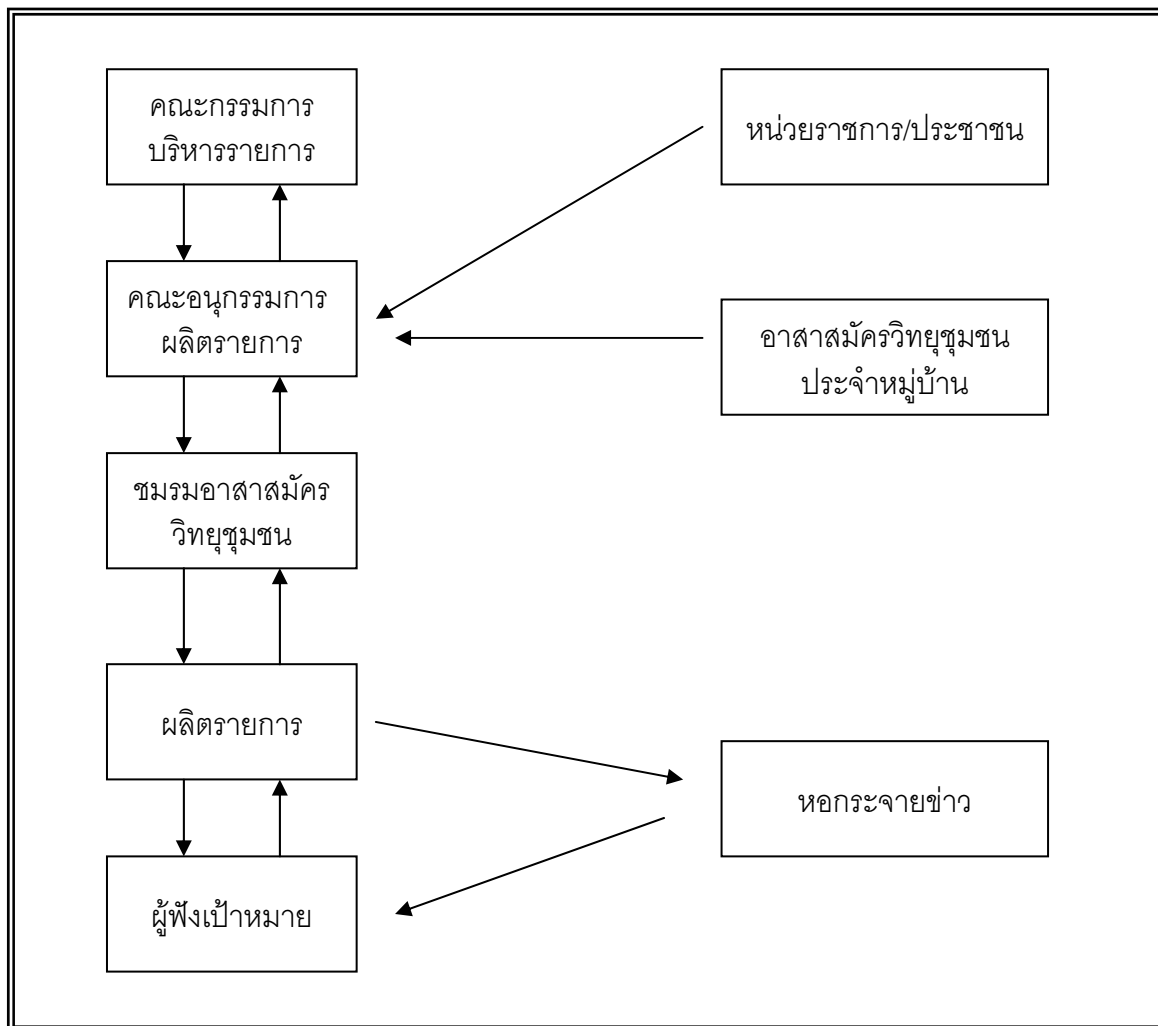
(5) ปัจจัยที่เอื้ออำนวยสำหรับวิทยุชุมชน : นโยบายที่เปิดกว้างและสนับสนุนของสถานี เมื่อเริ่มมีโครงการวิทยุชุมชนนั้น ทางผู้อำนวยการสถานีได้จัดสรรช่วงเวลาให้แก่วิทยุชุมชนถึง 5 รายการ และยกรวมเอารายการเดิมของสถานีเข้ามาไว้รวมทั้งสิ้นเป็น 10 รายการ โดยจัดตลอดเกือบทั้งวัน และมีความหลากหลายในตัวรายการ

หากวิเคราะห์ที่มาของปรากฏการณ์นี้ก็น่าจะเนื่องมาจากทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของวิทยุชุมชน ปัจจัยภายนอกน่าจะได้แก่บริบทของชุมชน คือ จ.บุรีรัมย์ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า จ.บุรีรัมย์เป็นเมืองเล็กๆ ไม่ใช่เมืองธุรกิจ ดังนั้น วิทยุจึงไม่ค่อยได้ถูกใช้เพื่อเป็นเครื่องมือทางการค้าและมีโอกาสสูงที่จะนำมาใช้เป็นกลไกการสื่อสารสาธารณะ

ส่วนปัจจัยภายในนั้น น่าจะได้แก่การเล็งเห็นความสำคัญของการใช้วิทยุเป็นพื้นที่สาธารณะสำหรับชุมชน ดังเช่นที่ทางสถานีได้เปิดโอกาสให้คนกลุ่มต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในสถานีตั้งแต่ช่วงก่อนยุควิทยุชุมชน และเมื่อก้าวเข้าสู่ยุควิทยุชุมชน ทางสถานีก็ได้มีนโยบายสนับสนุนอย่างเต็มที่ด้วยการจัดสรรเวลาให้ถึง 10 รายการ

เมื่อมีรายการที่หลากหลาย ก็ย่อมมีโอกาสนี้เนื้อหารายการจะตอบสนองคนกลุ่มต่าง ๆ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ ทุกความสนใจได้มากขึ้น และนอกจากนั้นการมีรายการบางรายการเช่น รายการ "พันธตรงประเด็น" ซึ่งเป็นรายการวิพากษ์วิจารณ์การให้บริการประชาชนของหน่วยงานของรัฐ การวิจารณ์การเมือง ฯลฯ ก็ยังแสดงให้เห็นถึงทัศนะและจิตใจที่เปิดกว้างของฝ่ายนโยบายของสถานีวิทยุของรัฐ

(6) โครงสร้างการดำเนินงานภายใน มีรูปแบบดังนี้



ภาพที่ 11: โครงสร้างการดำเนินงานภายในของวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์

เมื่อเปรียบเทียบกับวิทยุชุมชนคนโคราชแล้ว องค์ประกอบของโครงสร้างการดำเนินงานภายในจะมีส่วนที่คล้ายคลึงกัน คือ มีคณะกรรมการ 2 ชุด คือกรรมการบริหารและคณะกรรมการผลิตรายการ แต่ทว่าสิ่งที่แตกต่างออกไปคือ วิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์ มีชมรมอาสาสมัครฯ ซึ่งประกอบด้วยสมาชิกประมาณ 200 คน ที่มีการจัดตั้งเป็นเครือข่ายอย่างดี

การมีชมรมอาสาสมัครซึ่งเป็นช่องทางสำคัญให้ดำเนินการได้เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นนั้น ทำให้วิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์มีลักษณะที่ตรงกับคุณลักษณะของวิทยุชุมชน กล่าวคือ เป็นวิทยุของอาสาสมัคร ทรัพยากรทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านกำลังคน แรงงาน กำลังความคิด กำลังทรัพย์ จึงได้มาจากกองทัพอาสาสมัครเหล่านี้ และเป็นเหตุผลสำคัญที่อธิบายว่าเพราะเหตุใดวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์จึงสามารถจัดรายการได้ถึง 10 รายการทุกวัน

(ดูรายละเอียดเรื่องอาสาสมัครในตอนต่อไป)

(7) **การมีหลักเกณฑ์ที่แน่นอนในการทำงาน** หลังจากที่ได้ตัวบุคคลที่มีความเหมาะสมและเอาจริงเอาจังในการทำงานมาแล้ว รวมทั้งมีการออกแบบโครงสร้างการทำงานที่มีสัดส่วนภาครัฐ/ภาคประชาชนอย่างค่อนข้างเหมาะสมกับลักษณะวิทยุชุมชน ก็ยังมีปัจจัยตัวที่ 3 ที่ช่วยให้การทำงานวิทยุชุมชนบุรีรัมย์สามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างต่อเนื่องคือ การกำหนดหลักเกณฑ์ที่แน่นอนในการทำงาน เช่น การกำหนดอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการผลิตรายการ เอาไว้อย่างชัดเจนว่า

....1. ผลิตและจัดทำรายการ.....

....3. เชิญบุคคลหรือองค์กรมาให้ข้อมูลหรือร่วมรายการได้ตามความเหมาะสม...

การกำหนดหลักเกณฑ์การทำงานที่แน่นอนเอาไว้ จะเป็นเกราะป้องกันปัญหาเรื่องความขัดแย้งที่จะเกิดขึ้นในการทำงานร่วมกันระหว่างบุคคลที่มีภูมิหลังและวัฒนธรรมในการทำงานที่แตกต่างกัน และยังเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาเมื่อได้เกิดขึ้นแล้วอีกด้วย

8. วิธีการผลิตรายการ ตามหลักการแล้ว การผลิตรายการของวิทยุชุมชนนั้น จะต้องมีการสำรวจความต้องการของชุมชนเสียก่อน ดังเช่นตัวอย่างอุดมคติของวิทยุชุมชน จ.จันทบุรี (ดูสุรินทร์, 2533) และหลังจากที่ได้กระจายเสียงไปแล้ว ก็ต้องมีการประเมินผลเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนารายการให้ตรงตามความต้องการของชุมชน

สำหรับวิทยุชุมชนบุรีรัมย์นี้ ผลจากการวิจัยไม่ได้ระบุว่า ได้มีกระบวนการสำรวจความต้องการของชุมชนก่อนที่จะมีการออกแบบรูปแบบและเนื้อหารายการหรือไม่ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่แน่นอนได้ระบุว่า หลังจากออกอากาศไปได้ 3 เดือนแรก (ต.ค.-ธ.ค. 2541) คณะอนุกรรมการผลิตรายการได้ทำการติดตามและประเมินผล และได้นำผลการประเมินรวมทั้งความต้องการของประชาชนมากำหนดเป็นเนื้อหารายการซึ่งเป็นไปตามหลักการวิธีการผลิตรายการของวิทยุชุมชน

9. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการผลิตรายการ ก่อนหน้าที่จะเริ่มโครงการวิทยุชุมชนนั้น สถานีวิทยุ (สวท.บุรีรัมย์) ได้ทำโครงการวิทยุชุมชนกับ "คนอปม." (อาสาสมัครประชาสัมพันธ์หมู่บ้านประมาณ 142 คนจาก 21 อำเภอ กับ 2 กิ่งอำเภอ) ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้อปม.เหล่านี้ได้มีโอกาสเข้ามาร่วมในฐานะ "ผู้ส่งสาร" หรือการสื่อสารข่าวสาร เสนอผลงานแลกเปลี่ยนความเห็นและทัศนคติที่แตกต่างกัน เพื่อเพิ่มศักยภาพของอปม.ในการสื่อวิทยุ กลุ่มอปม.นี้ถือได้ว่าเป็น "กลุ่มประชาชนแถวหน้า" ที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการ

นอกจากกลุ่มอปม.นี้แล้ว วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ยังมีกลไกของ "กลุ่มอาสาสมัคร" ที่ได้กล่าวไปแล้ว ซึ่งทำหน้าที่หลายอย่าง (ดูรายละเอียดต่อไป) ดังนั้น **กลุ่มอาสาสมัครนี้จึงเป็นทั้งกลุ่มที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เป็นแหล่งข้อมูล และยังทำหน้าที่เป็นช่องทาง/เชื่อมต่อระหว่างวิทยุชุมชนกับผู้รับฟังคนอื่นๆ**

(10) **รูปแบบและเนื้อหารายการ** ผลสืบเนื่องจากการจัดวางโครงสร้างของวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับ "ความเป็นวิทยุชุมชน" ที่แท้จริง กล่าวคือ เป็นวิทยุระบบอาสาสมัคร ทั้งที่อยู่ใต้กรอบการทำงานของรัฐ หากแต่การมีปัจจัยด้าน "ตัวบุคคล" คือ ผู้มีอำนาจในหน่วยงานรัฐที่มีความเข้าใจในหลักการของวิทยุชุมชน และมีการลงมือทำงานตามความเข้าใจ (ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น) ทำให้ผลผลิตที่เป็นรูปแบบและเนื้อหารายการของวิทยุชุมชนปรากฏออกมาดังนี้

- ปริมาณของรายการวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ มีถึง 10 รายการและออกอากาศทุกวัน
- ช่วงเวลาที่ออกอากาศแบ่งเป็น 3 ภาค คือภาคเช้า กลางวัน และเย็น ซึ่งในแต่ละช่วงเวลานั้นได้จัดให้สอดคล้องกับลักษณะวิถีชีวิตประจำวันของคนแต่ละกลุ่ม เช่น

เวลา 05.00-05.15 น. เป็นรายการคติธรรมประจำวัน

เวลา 05.15-06.00 น. เป็นรายการทันข่าวเช้า

เวลา 18.00-19.00 น. เป็นรายการดีใจเยาวชน

การจัดตารางเวลาของวิทยุชุมชนให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตประจำวันของคนแต่ละกลุ่มทำให้โอกาสที่จะเข้าถึงผู้รับสารมีสูง กล่าวคือ ผู้ฟังมีโอกาสจะเปิดรับฟังได้

- สำหรับรูปแบบรายการนั้นก็มีความหลากหลายถึง 3 รูปแบบ คือนิตยสารทางอากาศ 5 รายการ พุดคุยกับผู้ฟัง 3 รายการ และพุดคุยสลับเพลง 2 รายการ ซึ่งรายการนิตยสารทางอากาศนั้นเป็นรูปแบบการนำเสนอที่ทีมงานผลิตต้องทำงานอย่างหนักในแง่การเตรียมคน/วัสดุอุปกรณ์เพื่อนำมาใช้ในการประกอบรายการ แต่ก็ยังเป็นรูปแบบที่ประชาชนให้ความสนใจมากที่สุด จึงนับว่าวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ได้ตอบสนองความต้องการด้านรูปแบบของประชาชนเป็นอย่างดี

- ในแง่เนื้อหาของรายการนั้น เมื่อแบ่งโดยใช้เกณฑ์เรื่อง "ภายใน/ภายนอกชุมชน" จะพบว่า วิทยุชุมชนบุรีรัมย์มีสัดส่วนเนื้อหาทั้ง 2 ประเภทใกล้เคียงกัน คือเนื้อหาในชุมชน 56% จึงถือได้ว่าเป็นไปตามหลักการของวิทยุชุมชนที่มีลักษณะเนื้อหาที่ควรจะเป็นเรื่องราวของชุมชน

- สำหรับประเภทของเนื้อหานั้น ทีมวิจัยได้แบ่งประเภทเนื้อหาออกเป็น 13 ประเภท และพบว่าสัดส่วนของเนื้อหาในแต่ละประเภทนั้นจะกระจายกันออกไป ไม่หนักไปที่เนื้อหาใดเนื้อหาหนึ่ง 5 อันดับแรกของเนื้อหาที่มีมากที่สุดคือ เรื่องสังคม เกษตร การเมือง เศรษฐกิจ และสุขภาพ และ 86% ของเนื้อหาทั้งหมดมีลักษณะเป็นข้อมูลข่าวสารโดยมีเนื้อหาประเภทบันเทิงเพียง 14% นี่ก็นับได้ว่า เนื้อหาของวิทยุชุมชนบุรีรัมย์มีลักษณะที่เหมาะสมกับความเป็นวิทยุชุมชน

- ในเรื่องภาษาที่ใช้นำเสนอ ซึ่งมักจะเป็นประเด็นปัญหาเสมอสำหรับวิทยุที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่นและมีวัฒนธรรมเฉพาะที่ สำหรับรายการที่ปรากฏในวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจนั้นมักจะไม่มีปัญหาคือเป็นการใช้ภาษาไทยกลางมาตรฐานโดยตลอด แต่สำหรับวิทยุชุมชนซึ่งมีหลักการว่าต้องให้สอดคล้องกับบริบทของท้องถิ่นนั้น ก็มักจะเป็นประเด็นว่า ควรจะใช้ภาษาใด

วิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์ใช้ภาษากลางเกือบทั้งหมดในทุกรายการ ยกเว้นรายการ**ภูมิปัญญาชาวบ้าน** ซึ่งใช้ภาษาอีสานผสมกับภาษากลาง และรายการ**ทันข่าวเช้า**นี้ก็ใช้ภาษาอีสานทุกวันศุกร์ในการประกาศแจ้งข่าวในรายการ ซึ่งก็นับว่าเป็นการก้าวเข้าสู่ "ความเป็นชุมชน" ในแง่มุมมองของวัฒนธรรมอีกก้าวหนึ่ง

- มีข้อที่น่าสังเกตเกี่ยวกับ "ความใจกว้าง" และ "ความเข้าใจ" ในหลักการและบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนในภาครัฐซึ่งแสดงออกมาในเรื่องรูปแบบและเนื้อหารายการของวิทยุชุมชน หนึ่งในสิบรายการของวิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์คือรายการ**พันธตรงประเด็น** ซึ่งมีเนื้อหารายการที่เป็นการวิพากษ์วิจารณ์การให้บริการประชาชนของหน่วยงานของรัฐ วิจารณ์การเมือง ฯลฯ การที่รายการเช่นนี้สามารถดำรงอยู่ได้ภายในสถานีวิทยุของรัฐเอง สะท้อนให้เห็นความเข้าใจอันดีอย่างยิ่งของภาครัฐเอง

(11) **การเปิดรับฟังของประชาชน** ผลจากการสำรวจตามชุมชนต่าง ๆ ของทีมวิจัยพบว่า จำนวนผู้ที่รู้จักวิทยุชุมชนบุรีรัมย์มีถึง 51%

- จำนวนผู้ฟังที่ฟังวิทยุชุมชนมีถึง 46% (ในขณะที่ในจ.บุรีรัมย์มีสถานีวิทยุถึง 5 สถานี)

- มีผู้ที่พอใจวิทยุชุมชนในระดับชอบ-ชอบมากถึง 40%

ตัวเลขการเปิดรับฟังของประชาชนนี้นับเป็นตัวเลขที่น่าพึงพอใจเมื่อคำนึงถึงว่าวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์เพิ่งดำเนินการมาได้เพียง 3 ปี และอยู่ท่ามกลางวิทยุสถานีอื่นๆ เหตุผลที่น่าจะเป็นคำอธิบายพฤติกรรมการรับฟังดังกล่าวนั้นก็น่าจะเริ่มมาจากโครงสร้างของวิทยุที่มีนโยบายสนับสนุนวิทยุชุมชนอย่างจริงจัง ส่งผลถึงการให้เวลาแก่รายการวิทยุชุมชนหลายช่วงเวลา ทำให้มีเนื้อหาที่หลากหลาย บวกผสมกับการสามารถดึงตัวบุคคลที่มีความสนใจในงานวิทยุเข้ามาร่วมทำงานกันอย่างจริงจัง รวมทั้งมีการติดตามประเมินผลเพื่อพัฒนารายการ และที่สำคัญที่สุดคือการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในงานวิทยุ

(12) **บทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน**

สำหรับปัจจัยตัวสุดท้ายคือบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนบุรีรัมย์นั้นจะเป็นเสมือนบทสรุปที่เกิดมาตั้งแต่การจัดออกแบบโครงสร้างของวิทยุ วิธีการดำเนินงาน จนกระทั่งถึงผลผลิตคือรูปแบบและเนื้อหารายการ ดังนั้น การศึกษาบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์อันเป็นผลจากการวิเคราะห์เนื้อหารายการจึงปรากฏดังนี้

หากแบ่งบทบาทหน้าที่ของวิद्यุชุมชนออกเป็น 3 ทิศทางของการสื่อสารจะพบผล ดังนี้

(1) บทบาทของการไหลของข่าวสารจากบนลงล่าง (Top-down) ก็ยังเป็นบทบาทที่ชัดเจน กล่าวคือ วิद्यุชุมชนยังมีบทบาทเป็นผู้ให้ข่าวสาร ให้การศึกษา และระดมความร่วมมือ (83%-95%)

(2) บทบาทของการไหลของข่าวสารในแนวนอน (horizontal) อันได้แก่ การสื่อสารระหว่างประชาชนกับประชาชนด้วยกัน ก็มีสัดส่วนใกล้เคียงกับบทบาทแรก (81%-85%)

(3) บทบาทของการไหลของข่าวสารจากล่างขึ้นบน (bottom-up) อันได้แก่ บทบาทในการเป็นช่องทางร้องเรียนและสอบถามข้อมูล บทบาทในการตรวจสอบปัญหาที่ประชาชนร้องเรียนก็มีสัดส่วนสูงเช่นเดียวกัน (72%-88%)

หากดูภาพรวมของทิศทางการไหลของข่าวสารแล้วจะเห็นว่า ทั้ง 3 ทิศทางนั้น มีลักษณะที่ค่อนข้างสมดุลย์ โดยที่บทบาทที่มีลักษณะเฉพาะของวิद्यุชุมชนเช่น การเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงระหว่างประชาชนกับประชาชน หรือการสื่อสารแบบจากล่างขึ้นบน (ซึ่งวิद्यุชุมชน จ.บุรีรัมย์ จัดเนื้อหาเอาไว้ในรายการของวิद्यุเลย) มีลักษณะเด่นชัดอย่างยิ่ง ซึ่งหมายความว่า วิद्यุชุมชน จ.บุรีรัมย์ที่อยู่ภายใต้โครงสร้างของรัฐก็ยังสามารถทำหน้าที่วิद्यุชุมชนได้อย่างใกล้เคียงกับหลักการเป็นอย่างยิ่ง

ข้อเสนอแนะ

การดำเนินงานของวิद्यุชุมชน จ.บุรีรัมย์นี้แม้จะเป็นการปฏิบัติงานของวิद्यุชุมชนที่อยู่ภายใต้กรอบของรัฐ แต่ทว่าก็มีบทเรียนมากมายที่แสดงให้เห็นว่า ภายใต้กรอบดังกล่าว จะสามารถดำเนินงานวิद्यุชุมชนให้ใกล้เคียงกับหลักการและแนวคิดได้อย่างไร

จึงมีข้อเสนอแนะว่า ให้วิद्यุชุมชนที่มีระดับ/สถานภาพเช่นเดียวกับวิद्यุชุมชน จ.บุรีรัมย์ ศึกษาวิธีการดำเนินงานของวิद्यุชุมชน จ.บุรีรัมย์นี้เพื่อใช้เป็นต้นแบบต่อไป

3.1.3 แบบแผนที่ 3 : รูปแบบที่ตัวแทนชุมชนค่อนข้างเป็นหลัก แม้จะอยู่ภายใต้สถานะของรัฐ

สำหรับรูปแบบวิเทศชุมชนในแบบแผนที่ 3 นี้เป็นกรณีตัวอย่างของวิเทศชุมชน จ.น่านที่วิระวรรณ (2547) ได้ทำการศึกษาโดยใช้วิธีการศึกษาที่แตกต่างจากกรณีของวิเทศชุมชนโคราชและบุรีรัมย์ที่ได้กล่าวถึงมาแล้ว ทั้งนี้เนื่องจากวิเทศชุมชน จ.น่านได้ผ่านช่วงเวลาของการแสวงหาวิเทศชุมชนมาหลายยุคสมัย รวมทั้งบริบทของสังคม จ.น่านมีการรวมกลุ่ม/องค์ประชาสังคมที่มีความเข้มแข็ง ดังนั้น กรณีของวิเทศชุมชน จ.น่านจึงมิได้มีลักษณะเป็นแบบ "ม้วนเดียวจบ" หรือเพิ่งเปิดบันทึกหน้าประวัติศาสตร์เมื่อมีมาตรา 40 และโครงการนำร่องของกรมประชาสัมพันธ์ หากว่าวิเทศชุมชนจ.น่านได้ค่อยๆ จูนดีกรี "ความเป็นวิเทศชุมชน" มาเป็นหลายระลอกผ่านยุคสมัยต่างๆ ดังนี้

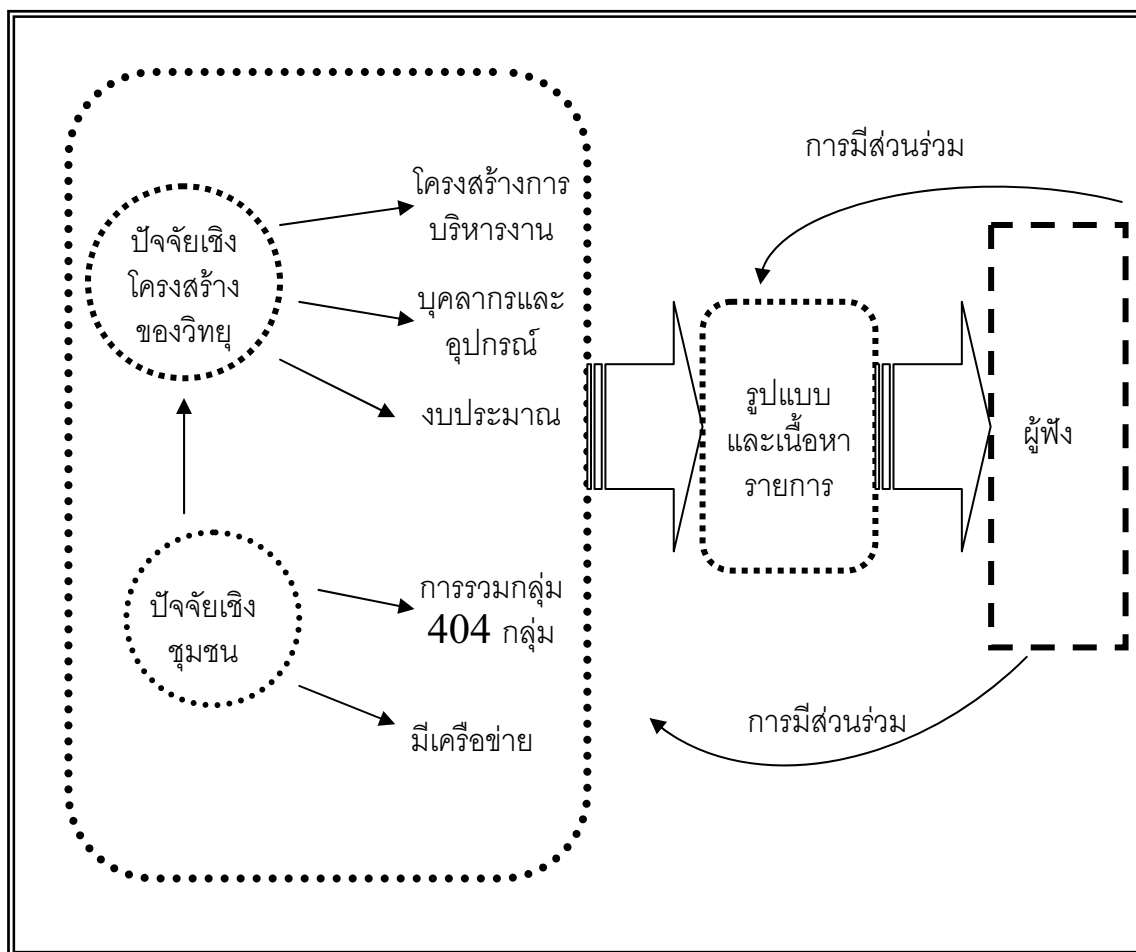
- ยุค 1 (2516-2536) ยุคนี้เริ่มตั้งแต่เปิดสถานีวิเทศ. จ.น่าน เมื่อปี 2516 มาจนถึงปี 2533 วิธีการจัดรายการก็จะเป็นแบบภาครัฐสื่อสารจากบนลงล่าง ประชาชนมีลักษณะเป็นเพียงผู้รับฟัง แต่ในช่วงปีพ.ศ.2534-36 ทางวิทยุได้เริ่มเปิดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ด้วยการมาร่วมในรายการ มาให้ข้อมูลหรือโทรศัพท์เข้ามาในรายการ

- ยุค 2 (2536-2538) ในภาคประชาชนเกิดการรวมตัวเป็นองค์กรขนาดใหญ่ชื่อกลุ่มฮักเมืองน่าน กลุ่มนี้ได้เข้ามาขอเป็นผู้จัดรายการวิทยุเพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แก่บรรดาเครือข่าย โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการทำงานพัฒนาของประชาชน กระบวนการทำงานนั้น กลุ่มฮักเมืองน่านมีอิสระในการเลือกประเด็นโดยมี สวท.กลั่นกรอง

- ยุค 3 (2538-2540) เนื่องจากงานวิทยุเป็นงานที่ต้องใช้ความต่อเนื่องสม่ำเสมอ แต่กลุ่มฮักเมืองน่านมีกิจกรรมอย่างอื่น ๆ และทำงานวิทยุเป็นงานประกอบ จึงไม่มีกำลังคนเพียงพอที่จะดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง และต้องหยุดการจัดรายการไป

- ยุค 4 (2540-2543) เมื่อเกิดมีมาตรา 40 สวท.น่านจึงได้ริเริ่มการดำเนินการวิทยุชุมชนขึ้นมาใหม่ โดยได้เชิญกลุ่มประชาชนหลายกลุ่มมาร่วมประชุมกัน เพื่อร่วมดำเนินงานจัดรายการวิทยุชื่อ "วิทยุชุมชนคนเมืองน่าน" ในช่วงเวลาดังกล่าวนั้น เป็นช่วงเวลาที่กลุ่มประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้ร่วมเรียนรู้วิธีการดำเนินงานวิทยุร่วมกับสวท.น่าน

- ยุค 5 (2543-2545) หลังจากทีประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้สะสมประสบการณ์เกี่ยวกับการดำเนินงานวิทยุมาไ้ระยะหนึ่ง ในเดือนกุมภาพันธ์ 2543 สวท.ได้เชิญตัวแทนของกลุ่มต่างๆ ที่ร่วมทำงานกับสวท. มาจัดตั้งเป็นคณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชน ซึ่งองค์ประกอบของคณะกรรมการจะเป็นตัวแทนจากชุมชน 13 คน ตัวแทนจากหน่วยราชการต่าง ๆ 9 คน เจ้าหน้าที่สวท. 6 คน ซึ่งอาจนับได้ว่าเป็นการทำงานของคณะกรรมการที่เป็นตัวแทนของกลุ่มต่าง ๆ พอสมควร



ภาพที่ 12 : โครงสร้างของวิทย์ชุมชน จ.น่าน

สำหรับงานศึกษาวิทย์ชุมชน จ.น่านนี้ได้เจาะลึกในยุคที่ 5 ซึ่งจัดได้ว่าเป็นยุคที่มีรูปแบบของวิทย์ชุมชนมากที่สุด

1. **ปัจจัยเชิงโครงสร้างที่สำคัญที่สุด**ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับรายการวิทย์ชุมชนคนเมืองน่านคือ ทางสถานีไม่ได้ดำเนินงานในเชิงธุรกิจที่ขายเวลาในลักษณะให้สัมปทานกับภาคธุรกิจเอกชน หากแต่ได้จัดสรรเวลาให้หน่วยราชการต่าง ๆ มานำเสนอรายการในลักษณะการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น ทางสถานีจึงสามารถพิจารณาจัดสรรเวลาตั้งแต่ 13.00-15.00 ทุกวันจันทร์-ศุกร์ ให้มีการดำเนินงานวิทย์ชุมชนได้

2. **สำหรับโครงสร้างการบริหารงาน**นั้น เนื่องจากเป็นรูปแบบที่อยู่ภายใต้กรมประชาสัมพันธ์ ดังนั้นกรอบใหญ่ๆของโครงสร้างการบริหารงานจึงมีลักษณะเหมือนวิทย์ชุมชนโคราชและบุรีรัมย์ คงมีแต่ความแตกต่างในระดับของการดำเนินการ

ที่มาของโครงสร้างการบริหารของวิเทศชนคนเมืองน่านได้มาจากการออก
จดหมายเชิญประชุมตัวแทนของกลุ่มประชาชนและหน่วยงานรัฐที่มีประสบการณ์ทำงานร่วมกับ
ทางสถานีมาเป็นเวลา 3 ปีตามที่ได้กล่าวมาแล้ว จากจดหมายเชิญ 50 ราย มีผู้มาเข้าร่วม 25 ราย
และผู้ที่มาประชุมทั้งหมดก็ได้จัดรูปองค์กรเป็น "คณะกรรมการวิเทศชนคน"

ต่อจากนั้น คณะกรรมการชุดนี้ก็ได้วางระบบการเลือกตั้งเพื่อสรรหาประธานชมรม
และจัดแบ่งฝ่ายต่าง ๆ 5 ฝ่าย คือ ฝ่ายบริหาร ฝ่ายประสานและสรรหาข้อมูล ฝ่ายวิชาการ ฝ่าย
รายการ และฝ่ายเทคนิค

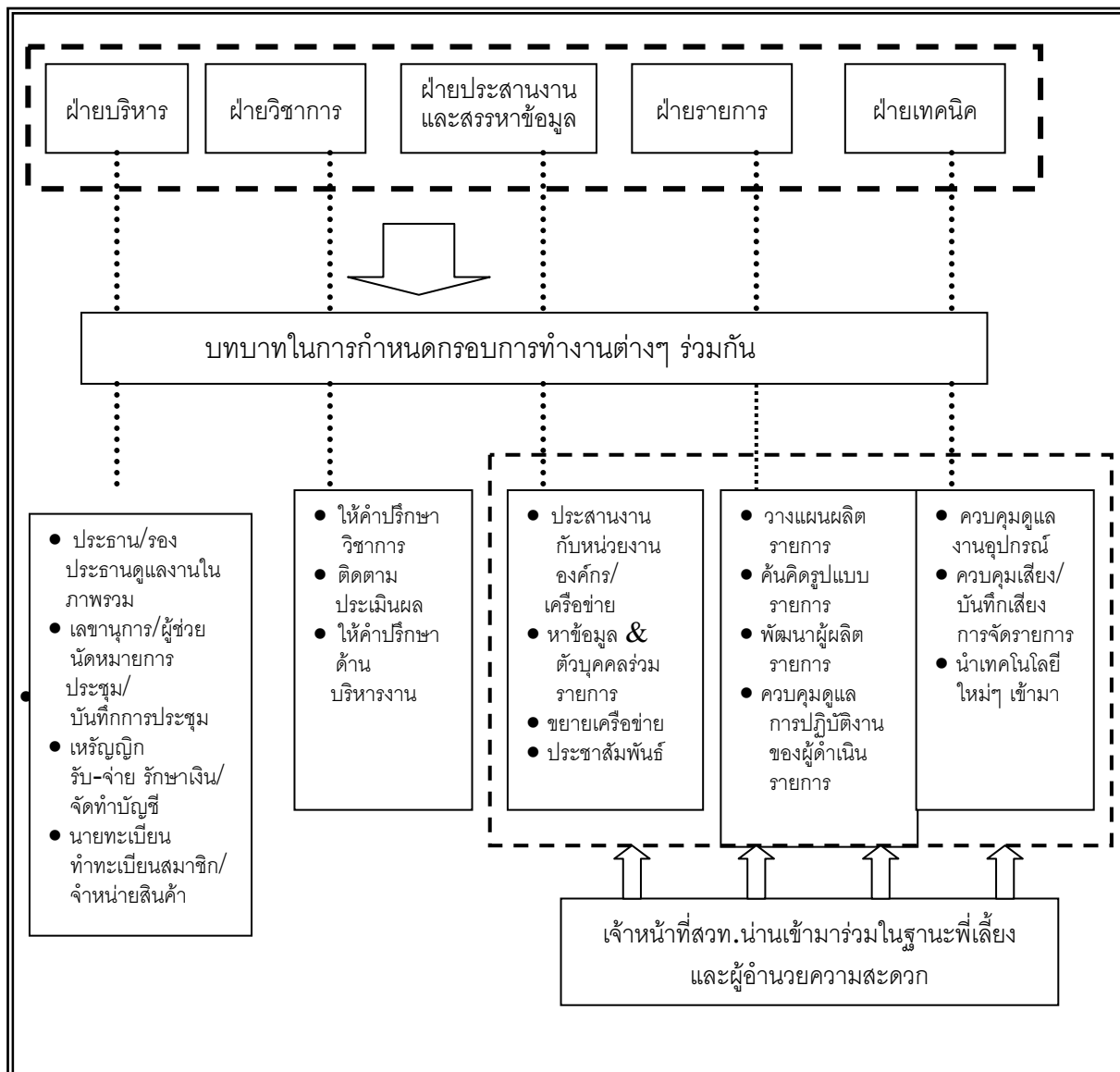
หากพิจารณาองค์ประกอบของคณะกรรมการโดยแบ่งด้วยเกณฑ์ "คนของภาค
ประชาชน" และ "ภาครัฐ" แล้ว ดังได้กล่าวมาแล้วว่าสัดส่วนของทั้งสองส่วนนั้นใกล้เคียงกัน แต่ที่
สำคัญก็คือ กลไกการที่มีประสบการณ์การทำงานวิเทศชนคนมาในช่วงเวลาหนึ่ง นับเป็นกลไกที่มี
ประสิทธิภาพในการสรรหาตัวบุคคลสำหรับภารกิจงาน (เช่นเดียวกับกรณีของวิเทศชนคนบุรีรัมย์)

ส่วนลักษณะของโครงสร้างองค์กรนั้น จะเห็นได้ว่า โครงสร้างขององค์กรทำงาน
ของวิเทศชนคนเมืองน่านมีลักษณะที่เป็น**ตัวของตัวเอง**มากกว่าวิเทศชนคนโคราชและ
บุรีรัมย์ ซึ่งออกแบบองค์กร "แบบราชการ" มาก คือมี "หน่วยงานบริหาร" ซึ่งมีอำนาจหน้าที่สูงกว่า
"ฝ่ายปฏิบัติการ" แต่คณะกรรมการของวิเทศชนคนเมืองน่าน ทุกหน่วยงานอยู่ในระนาบเดียวกัน
หมด และมีคณะกรรมการบริหารที่แยกตัวออกมาจากหน่วยงานรัฐ **รูปแบบโครงสร้างเช่นนี้จะ**
เป็นต้นแบบและมีลักษณะแบบเดียวกับวิเทศชนที่ภาคประชาชนเป็นฝ่ายจัดขึ้น (เช่นในงานวิจัย
วิเทศชน จ.ปัตตานีของชาลีสา)

3. การบริหารงาน ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า วิเทศชนคนเมืองน่านได้ออกแบบ
การบริหารงานที่มาจากสภาพความต้องการที่เป็นจริงของการดำเนินงานวิเทศชน เช่น มี**ฝ่าย**
บริหาร (ซึ่งอาจเทียบเคียงกับคณะกรรมการอำนวยการในวิเทศชนแบบกรมประชาสัมพันธ์) มี**ฝ่าย**
วิชาการซึ่งจากงานทดลองเรื่องวิเทศชนที่จ.จันทบุรี ของสุรินทร์ แปลงประสพโชค เมื่อปี
พ.ศ.2533 พบว่า งานด้านวิชาการเป็นภารกิจที่สำคัญของวิเทศชน ดังนั้นจึงต้องมีการจัดตั้งฝ่าย
ดังกล่าวขึ้นมา เช่นเดียวกับ "ฝ่ายประสานและสรรหาข้อมูล" ซึ่งก็เป็นงานที่สำคัญของวิเทศชน
อาสาสมัคร

และนอกจากนั้นในแต่ละฝ่ายยังมีการระบุอำนาจหน้าที่เอาไว้อย่างชัดเจนอีกด้วย
ซึ่งอาจประเมินได้ว่า ระบบการบริหารงานของวิเทศชนคนเมืองน่านนั้นเป็นระบบที่ออก
แบบอย่างมีประสิทธิภาพ มีความเป็นตัวของตัวเอง สอดรับกับสภาพความต้องการที่เป็นจริง ซึ่ง
ความสามารถดังกล่าวนั้นน่าจะเนื่องมาจากการสั่งสมประสบการณ์และบทเรียนของทางสถานีที่
ได้เปิดพื้นที่สำหรับการทำงานร่วมกับภาคประชาชนมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2536 เมื่อมาพบผลกับ

ความสามารถในการสรรหาตัวบุคคลที่สนใจและมีความสามารถในงานวิทยุชุมชนก็ทำให้เกิดระบบการบริหารและการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 13 : แผนภูมิสายงานการบริหารของคณะกรรมการวิทยุชุมชน จ.น่าน

4. การบริหารบุคคล บุคลากรที่เข้ามาทำงานในวิทยุชุมชนคนเมืองน่านนั้นจะมีอยู่

2 ประเภท

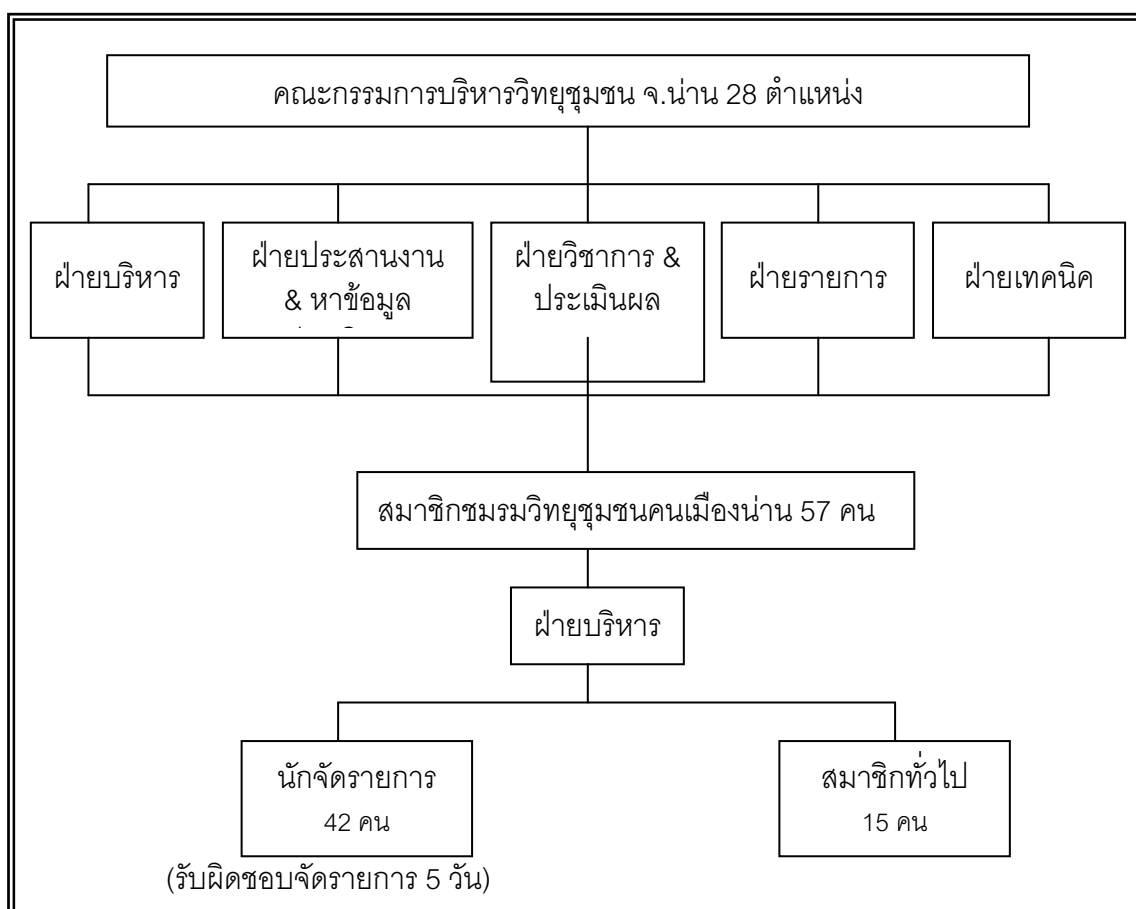
- กลุ่มแรกคือ คณะกรรมการบริหารรายการจำนวน 28 ตำแหน่ง
- กลุ่มที่สองคือ อาสาสมัครที่เป็นสมาชิกชมรมวิทยุชุมชนคนเมืองน่านจำนวน

57 คน

การมีบุคลากร 2 ประเภทนี้จะคล้ายคลึงกับวิद्यุชุมชน จ.บุรีรัมย์ และทำให้โฉมหน้าของวิद्यุชุมชนคนเมืองน่านเริ่มละม้ายคล้ายคลึงกับวิद्यุชุมชนที่แท้จริงซึ่งเป็นวิद्यุของอาสาสมัคร อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีความแตกต่างระหว่างวิद्यุชุมชนของทั้ง 2 แห่ง คือวิธีการ**ได้มาซึ่งอาสาสมัคร** (จะกล่าวรายละเอียดในตอนต่อไป) โดยที่วิद्यุชุมชน จ.บุรีรัมย์นั้นจะใช้ช่องทางที่หลากหลายในการ**เข้ามาเป็นอาสาสมัคร** โดยอาศัยคุณสมบัติเพียงไม่กี่ประการ เช่น เป็นผู้ที่สนใจงานวิद्यุ เป็นผู้ที่มีจิตใจเสียสละเพื่อส่วนรวม มีเวลา ฯลฯ

สำหรับวิद्यุชุมชนคนเมืองน่าน นอกจากจะใช้ช่องทางการแสวงหาอาสาสมัครแล้ว ยังได้เสริมความเข้าใจ (empower) อาสาสมัครเหล่านั้นด้วยการจัดการฝึกอบรมเพิ่มเติม ต่อจากนั้นก็จัดระบบจัดตั้งขึ้นเป็นกลุ่ม/องค์กรที่มีโครงสร้าง (ดูแผนภาพ) การกำหนดบทบาทของสมาชิก/อาสาสมัคร และได้มอบหมายให้อาสาสมัครบางท่านที่มีขีดความสามารถเข้ามาเป็นนักจัดรายการด้วย

ระบบทั้งบริหารและทั้งพัฒนาบุคลากรดังกล่าวน่าจะเป็นแนวทางและหลักการพื้นฐานของการดำเนินงานของวิद्यุชุมชนซึ่งนับว่าเป็นวิद्यุอาสาสมัครที่ถูกต้อง



ภาพที่ 14 : โครงสร้างการบริหารจัดการของชมรมวิद्यุชุมชนคนเมืองน่าน

5. การบริหารงบประมาณ เป็นที่น่าสังเกตว่า วิทยุชุมชน จ.นครราชสีมาและจ.บุรีรัมย์ ซึ่งเป็นองค์กรที่อยู่ภายใต้การอุปถัมภ์งบประมาณจากภาครัฐนั้น จะมีปัญหาในเรื่องงบประมาณในทุกด้าน ทั้งในเชิงปริมาณคืองบประมาณนั้นมีน้อยเกินไปจนไม่สามารถจัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ ทั้งในเชิงคุณภาพ คือความต่อเนื่องของงบประมาณ

และสำหรับวิทยุชุมชนที่ริเริ่มมาจากภาคประชาชนจริงๆ และมีภาคประชาชนเป็นทั้งเจ้าของและผู้ดำเนินงานเช่นวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ก็ไม่สามารถจะแก้ปัญหาเรื่องข้อจำกัดของงบประมาณได้เช่นกัน

แต่ทว่าสำหรับวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน ซึ่งเป็นองค์กรที่ภาคประชาชนค่อนข้างมีบทบาทหลักกลับไม่ค่อยมีปัญหาในเรื่องงบประมาณ เนื่องจากคณะกรรมการบริหารสามารถจะระดมเงินทุนสนับสนุนได้จากหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพ (สปรส.) หรือโครงการกองทุนเพื่อสังคม

เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างที่เกิดขึ้นระหว่างวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน และวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี ซึ่งล้วนแต่มีจุดร่วมกัน คือ มีภาคประชาชนที่มีบทบาทเข้มแข็ง แต่ทว่าข้อแตกต่างก็คือ กลุ่มประชาชนที่เข้ามาร่วมงานวิทยุชุมชน จ.น่านนั้น เป็นคนที่มีสถานภาพทางสังคมสูง (เช่น หัวหน้าฝ่ายประสานงานของวิทยุชุมชนเป็นกรรมการกองทุนเพื่อสังคมระดับจังหวัด) มีการศึกษาสูง มีเครือข่ายทางสังคมมาก ดังนั้น จึงมีขีดความสามารถที่จะเข้าถึงแหล่งเงินทุนต่าง ๆ แต่กลุ่มประชาชนในวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี เป็นประชาชนในระดับรากหญ้าซึ่งขาดต้นทุนทางสังคมที่จะเข้าถึงแหล่งทรัพยากรต่างๆ

ประเด็นเรื่อง “ภาคประชาชนที่เข้ามาร่วมงานวิทยุชุมชนนั้นเป็นประชาชนจากกลุ่มใด ชนชั้นใด” จึงยังคงน่าจะศึกษาค้นคว้ากันต่อไป แต่ทว่าจากบทเรียนที่ผ่านของทั้ง 4 กรณีนี้ น่าจะมีข้อสรุปชั่วคราวว่า ภาคประชาชนที่เข้ามาทำงานในวิทยุชุมชนนั้นน่าจะมีหลากหลายมาจากหลายกลุ่ม หลายชนชั้น เพื่อเอื้ออำนวยให้เกิดการประสานพลังในการเข้าถึงแหล่งทรัพยากรทั้งหลาย

6. วิธีการดำเนินงาน วิธีการทำงานของวิทยุชุมชน จ.น่านนั้นมีการจัดระบบระเบียบอย่างแน่นอน และเนื่องจากมีอาสาสมัครที่เป็นสมาชิกชมรมฯ จึงมีการกระจายงานและความรับผิดชอบออกไป เช่น การกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกชมรมว่ามี 3 บทบาทคือ

- การเป็นผู้กำหนดเนื้อหารายการประจำวันและผลิตรายการ
- การติดต่อประสานงานกับแหล่งข้อมูล (มีฝ่ายงานรับผิดชอบโดยเฉพาะ)
- การประชาสัมพันธ์รายการ

7. รูปแบบและเนื้อหารายการ

เริ่มจากในแง่ของเวลาที่นำเสนอรายการ วิทยุชุมชนจ.น่านนำเสนอรายการทุกวันจันทร์-ศุกร์ในช่วงเวลา 13.00-15.00 น. โดยที่ช่วงเวลาดังกล่าวไม่ใช่ช่วงเวลาที่เหมาะสมนักสำหรับการรับฟัง ซึ่งทางสถานีเองก็อยากจะได้ช่วงเวลา 17.00-18.00 น. ซึ่งเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับทุกคน แต่ทว่าช่วงเวลาดังกล่าวนั้นเป็นช่วงเวลาที่กรมประชาสัมพันธ์กำหนดว่าต้องออกอากาศรายการจากส่วนกลาง จึงเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านโครงสร้างของราชการส่วนกลางยังเป็นอุปสรรคต่อการเป็นวิทยุชุมชนของท้องถิ่นจริง ๆ

สำหรับรูปแบบรายการนั้น คณะวิจัยพบว่า มีอยู่ 4 รูปแบบ คือรูปแบบนิตยสารทางอากาศ (เป็นรายการลูกผสมของหลายรูปแบบคือ การพูดคุย รายการข่าว สัมภาษณ์ และสนทนา) รูปแบบรายการสัปดาห์ (การออกไปจัดรายการนอกสถานที่) รูปแบบรายการเพลง และรูปแบบของโฆษณาคลื่นรายการ

วิระวรรณและคณะได้วิเคราะห์ว่า รูปแบบรายการดังกล่าวนี้มีลักษณะที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน (ซึ่งแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมนี้เป็นหัวใจสำคัญของวิทยุชุมชน) เพราะรูปแบบการพูดคุย การสัมภาษณ์นั้น ผู้จัดรายการที่เป็นสมาชิกชมรมและคนในชุมชนเองย่อมเลือกเอาเรื่องใกล้ตัว (เรื่องในชุมชน) เรื่องที่เข้าใจง่ายและน่าสนใจมาผลิตรายการ หรือการกำหนดช่วงต่างๆของรายการเป็น "เรียนรู้กับชุมชน" "เสียงจากชุมชน" ก็เป็นรูปแบบที่เปิดพื้นที่ต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่แล้ว

เช่นเดียวกับช่วงของการสัมภาษณ์ ผู้ผลิตรายการที่เป็นสมาชิกชมรมจะให้ความสำคัญกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มที่มีอยู่ในชุมชน เช่น ผู้นำกลุ่ม ผู้นำชุมชน หัวหน้าหน่วยราชการ จึงทำให้เนื้อหาการสัมภาษณ์เน้นไปที่ลักษณะการดำเนินงานของกลุ่ม อย่างไรก็ตาม การจัดรายการในลักษณะนี้จะกระทำได้อีกก็ต้องมีปัจจัยเอื้ออำนวย คือบริบทของชุมชน/สังคมเองต้องมีภาคประชาสังคมที่เข้มแข็ง มีการรวมตัวของประชาชนเป็นกลุ่มก้อน เช่น ในจ.น่านมีถึง 404 กลุ่ม วิทยุชุมชนที่ทำงานภายใต้บริบทชุมชน/สังคมมีความเข้มแข็งจึงจะสามารถดำเนินงานโดยใช้ต้นทุนทางสังคมที่มีมากมายดังกล่าวได้

ในส่วนของเนื้อหารายการนั้น คณะวิจัยพบว่าประเภทของเนื้อหารายการอันดับแรกๆได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ/การส่งเสริมประกอบอาชีพ ต่อด้วยเนื้อหาด้านวัฒนธรรมและสุขภาพ (แต่เนื้อหาด้านการเกษตรยังคงมีอยู่น้อย) ซึ่งสะท้อนให้เห็นความต้องการของชุมชนได้ในระดับหนึ่ง และเมื่อวิเคราะห์โดยแยกแยะเป็นเนื้อหาของภาคประชาชนและภาครัฐแล้ว คณะวิจัยพบว่าวิทยุชุมชนจ.น่านมีเนื้อหาของชุมชนเพิ่มมากขึ้น แต่ทว่าเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์ภาครัฐก็ยังมีได้ลดลง ซึ่งน่าจะเป็นภาพสะท้อนให้เห็นสัดส่วนของโครงสร้างคณะกรรมการบริหารของวิทยุชุมชนจ.น่านได้ดี

8. บทบาทหน้าที่ของวิเทศชุมชน สำหรับงานวิจัยวิเทศชุมชน จ.น่านนี้ไม่ได้วางเป้าหมายที่จะศึกษาบทบาทหน้าที่ของวิเทศชุมชนเอาไว้โดยตรง เนื่องจากได้กำหนดประเด็นที่จะศึกษาเป็นเรื่อง "การมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดรูปแบบ เนื้อหาและวิธีการดำเนินงาน (ดูรายละเอียดในหัวข้อ "การมีส่วนร่วม" อย่างไรก็ตาม เราอาจจะอนุมานเอาได้จากข้อมูลที่ได้ศึกษาเอาไว้ทั้งในเรื่องพัฒนาการและรูปแบบรายการ

จากประวัติพัฒนาการของวิเทศชุมชนคนเมืองน่านในยุคที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มิกลุ่มฮักเมืองน่านเข้ามาเป็นผู้จัดรายการวิทยุนี้ กลุ่มฮักเมืองน่านได้ระบุเป้าหมายของการใช้ประโยชน์จากวิเทศชุมชนเอาไว้อย่างชัดเจน 2 ประการคือ จะใช้วิทยุเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานแก่บรรดาเครือข่าย และใช้วิทยุเป็นสื่อกลางในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายต่าง ๆ เป้าหมายดังกล่าวนั้นก็ยังคงน่าจะสืบทอดต่อเนื่องมาจนถึงยุคที่ 5 ที่แม้จะมีการเพิ่มปริมาณกลุ่มองค์กรทั้งภาครัฐและประชาชนที่เข้ามาเป็นคณะกรรมการและเป็นผู้ผลิตรายการมากขึ้น แต่จากเนื้อหาของรายการ ก็น่าจะสรุปได้ว่า วิเทศชุมชนก็ยังคงน่าจะแสดงบทบาทเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของกิจกรรมการพัฒนาทั้งภาครัฐและภาคประชาชน

9. ข้อเด่นและข้อจำกัดของวิเทศชุมชนคนเมืองน่าน ในกรณีของวิเทศชุมชนคนเมืองน่านซึ่งเป็นกรณีที่ตัวแทนชุมชนมีบทบาทค่อนข้างเป็นหลัก เนื่องจากการมีภาคประชาสังคมที่เข้มแข็ง แม้ว่าจะยังคงทำงานอยู่ภายใต้กรอบ/สถานะของรัฐนี้ ย่อมมีบทเรียนที่เป็นทั้งข้อเด่นและข้อจำกัดที่น่าจะเป็นข้อสังเกตดังนี้

- **การสร้างที่น่าเชื่อถือให้แก่วิเทศชุมชน** เนื่องจากวิเทศชุมชนเป็นสถาบันใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นมาในชุมชน โดยที่ก่อนหน้านี้เคยมีวิทยุ 2 ประเภทเกิดมาก่อนหน้าแล้ว คือ วิทยุสาธารณะที่ทำเพื่อประโยชน์ของรัฐ วิทยุการค้าที่ทำเพื่อประโยชน์ของธุรกิจ ดังนั้น ทำอย่างไรจึงจะให้ประชาชนมีการรับรู้วิทยุชุมชนให้แตกต่างไปจากเดิม โดยเฉพาะประเด็นที่ว่า กลุ่มคนที่เข้าไปใช้วิทยุชุมชนนี้มีใช่เป็นการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวในแง่มุมมองต่าง ๆ หากแต่เป็นการใช้เพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

ในการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่วิเทศชุมชนว่าเป็นเครื่องมือสำหรับส่วนรวมนั้นวิเทศชุมชน จ.น่าน มีหลายกลไก ดังนี้

(1) **การถ่ายโอนความเชื่อที่เดิมมีจาก "กลุ่มฮักเมืองน่าน"** ที่เป็นกลุ่มที่พิสูจน์ตัวเป็นเวลานานว่าเป็นภาคประชาสังคมที่มีจิตสำนึกสาธารณะ เมื่อกลุ่มฮักเมืองน่านเข้ามาช่วยงานเป็นสมาชิกของวิเทศชุมชน ก็ทำให้ผู้คนพลอยเชื่อถือวิทยุชุมชนไปด้วย

(2) **การมีกลไกการแสวงหาบุคคลที่มาร่วมงาน** เกณฑ์ที่สวท.น่านใช้คัดเลือกกลุ่มคนที่เข้ามาร่วมงานวิทยุชุมชนนั้น ได้คัดเลือกรายชื่อจากกลุ่มแกนนำ และเป็นที่รู้จัก

มักคุ้นกันในกลุ่ม ซึ่งมักจะเป็นคนที่ทำประโยชน์ต่างๆให้กับชุมชน และมีลักษณะกระจายตัวไปทุกอำเภอ

(3) **มีวิธีการดำเนินงานที่มีระบบ/ขั้นตอนที่ชัดเจน** สมาชิกที่เข้ามาเป็นผู้จัดรายการของวิทยุชุมชนนั้น ในเบื้องต้นจะได้รับการฝึกอบรมจากคณะกรรมการบริหารก่อนที่จะลงมือทำงาน และในขั้นตอนของการทำงานก็มีลักษณะการทำงานแบบมีอาชีพ คือมีการแบ่งกลุ่มผู้รับผิดชอบการจัดรายการในแต่ละวัน มีการร่วมประชุมกำหนดเนื้อหา/ร่วมกันดำเนินการ (เช่นร่วมกันคิดรูปแบบคำถามสำหรับสัมภาษณ์ เป็นต้น)

● สำหรับข้อดีของวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน โดยเฉพาะในประเด็นเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งในฐานะผู้ฟัง ผู้ร่วมรายการ ผู้จัดรายการ ฯลฯ จะมีอยู่ 2 ประการสำคัญๆ คือ

(1) สวท.น่านมีพื้นที่ออกอากาศครอบคลุมทั่วจังหวัด ซึ่งมีรัศมีกว้าง อันผิดไปจากหลักการของวิทยุชุมชนซึ่งเป็นวิทยุที่มีรัศมีการส่งไม่กว้างขวางนัก (ประมาณ 20-40 กม.) ดังนั้น เมื่อคณะวิจัยได้ทำการสำรวจความต้องการของชุมชนต่างๆในจังหวัด จึงพบว่ารูปแบบและเนื้อหารายการไม่อาจตอบสนองความต้องการของทุกชุมชนได้

(2) จากปัญหาในข้อ (1) ที่กล่าวมา เมื่อบวกผสมกับข้อเท็จจริงของสภาพภูมิประเทศของจ.น่านที่มีลักษณะเป็นภูเขาสลับซับซ้อนในแต่ละท้องที่/อำเภอเดินทางไปมาหาสู่กันได้ลำบาก สภาพดังกล่าวเป็นอุปสรรคต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนซึ่งมีที่ตั้งห่างไกลจากชุมชน หรือแม้แต่จะเปิดรับฟังอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น กลุ่มคนที่สามารถเข้ามามีส่วนร่วมกับวิทยุชุมชนได้อย่างเต็มที่จึงจำกัดเฉพาะบริเวณที่อยู่ใกล้ๆ สถานีเท่านั้น

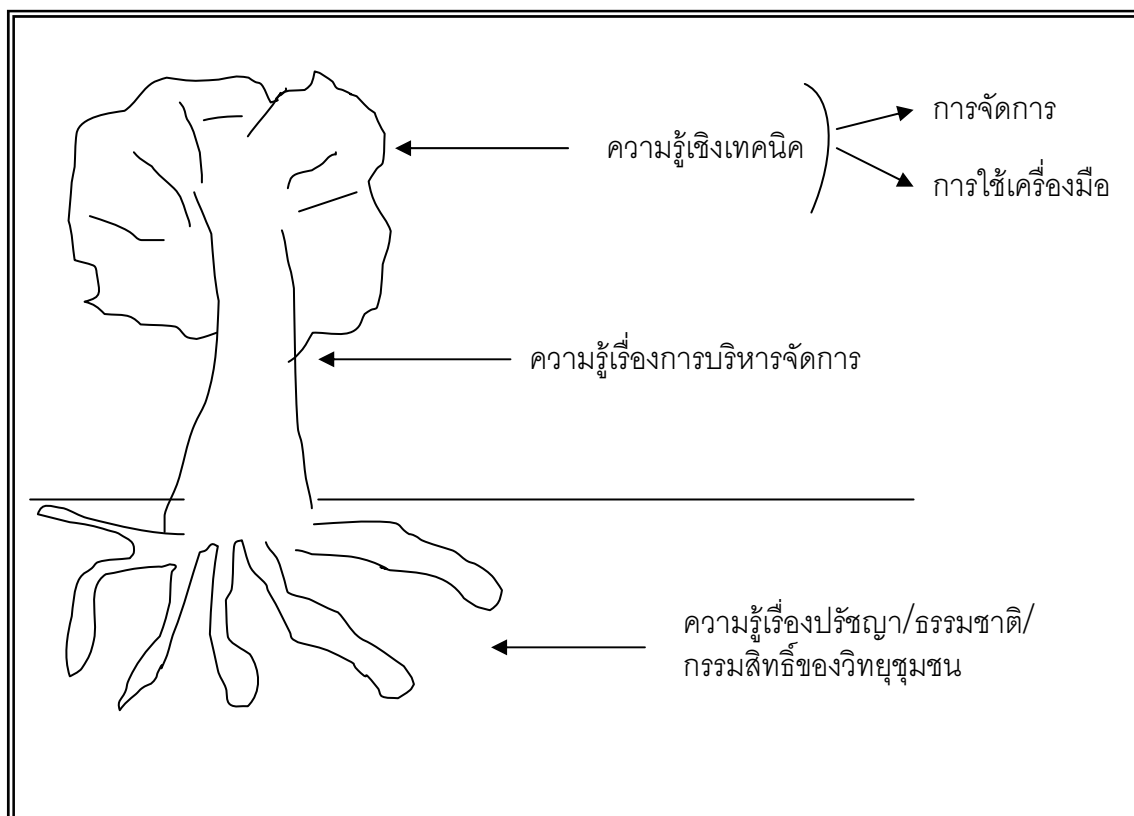
ข้อเสนอแนะ

ในกรณีของวิทยุชุมชน จ.น่านนี้ เป็นกรณีของวิทยุชุมชนที่มีเงื่อนไขข้อสำคัญ 2 ประการคือ ประการแรก บริบทสังคมมีภาคประชาสังคมที่เข้มแข็ง จึงสามารถเข้ามาหนุนช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แก่วิทยุชุมชน ประการที่สอง เจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีประสบการณ์การทำงานกับภาคประชาสังคมมาอย่างยาวนาน จึงมีความเข้าใจเรื่องการทำงานแบบ "ชุมชน/ประชาชนเป็นศูนย์กลาง" ซึ่งเป็นหัวใจของการทำงานวิทยุชุมชน และได้จัดวางบทบาทของ "หน่วยงานสนับสนุน" (social support) ขององค์กรรัฐได้อย่างเหมาะสม

จึงควรมีการโยก/ขยายบทเรียนเรื่องการทำงานร่วมระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชน โดยเฉพาะความเข้าใจจากภาครัฐไปยังหน่วยงานของรัฐ (เช่นสวท.) ในที่อื่นๆ

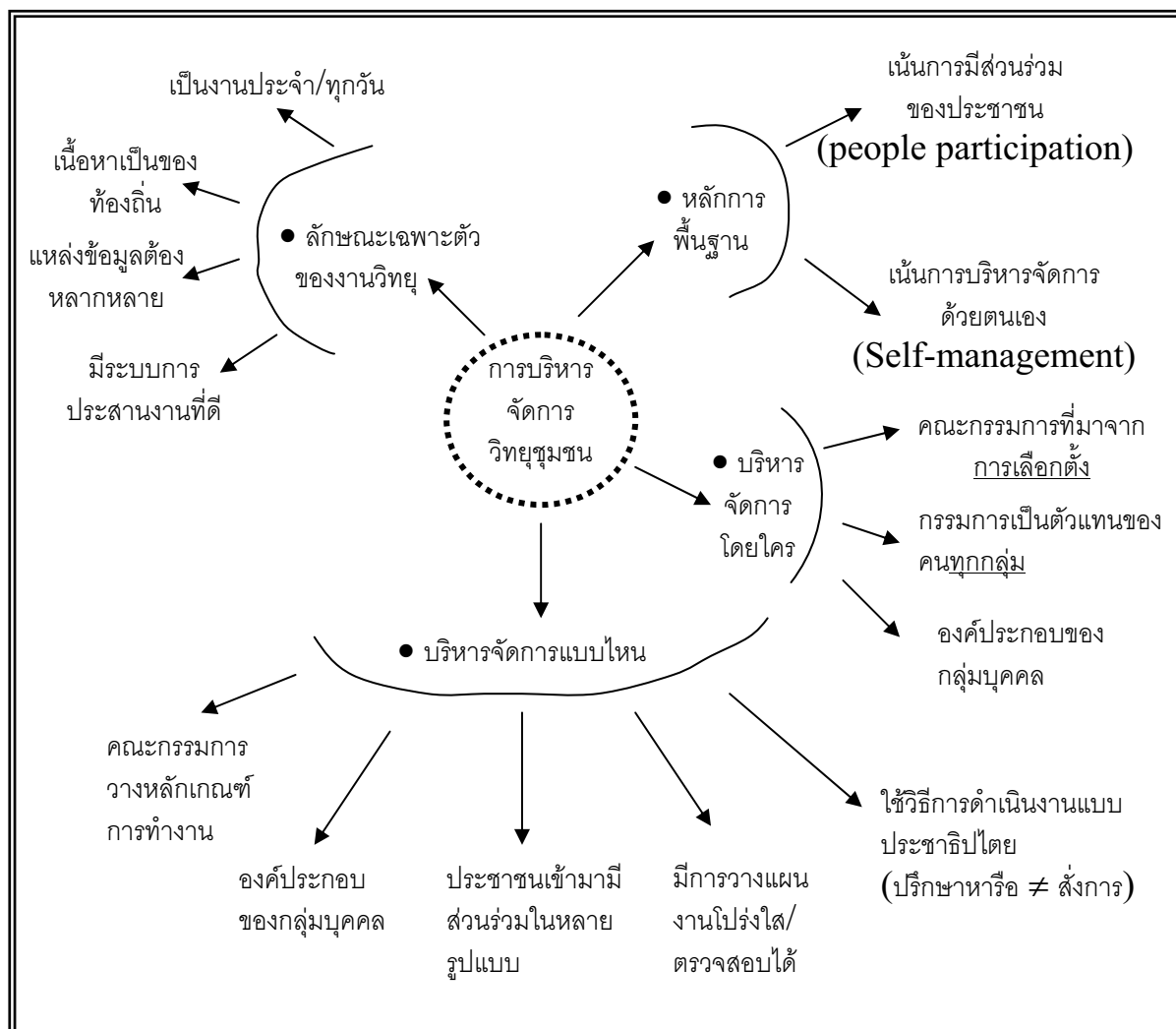
3.2 การวิเคราะห์การบริหารจัดการงานวิทยุชุมชน

จากที่ได้กล่าวมาถึงอัตลักษณ์ของวิทยุชุมชนที่แตกต่างจากวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจ ซึ่งจะมีนัยยะต่อเนื่องมาว่า ในเรื่องการบริหารจัดการวิทยุชุมชนนั้นก็จำเป็นต้องมีลักษณะที่แตกต่างไปจากวิทยุทั้ง 2 ประเภทเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ในที่นี้อาจจะสรุปประเมินคร่าวๆได้ก่อนว่า ทิศทางการทำงานด้านวิทยุชุมชนที่ผ่านมามีในประเทศไทยนั้น หากเปรียบเทียบการสังสมองค์ความรู้ 3 ระดับที่เกี่ยวข้องกับภาพต้นไม้ องค์ความรู้ที่วิทยุชุมชนในประเทศไทยได้เริ่มบุกเบิกมาในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาจะอยู่ในระดับราก คือเรื่องการมีกรรมสิทธิ์เป็นเจ้าของคลื่นและสถานี กับระดับดอก/ใบ/ผล คือเทคนิคการผลิตรายการ หากทว่ายังมีการบุกเบิกไม่มากนักในส่วนที่เป็นลำต้นคือ "การบริหารจัดการวิทยุชุมชน"



ภาพที่ 15: องค์ความรู้ 3 ส่วนที่เกี่ยวกับวิทยุชุมชน

ในที่นี้จะขอทบทวนหลักการของการบริหารจัดการวิทยุชุมชนตามที่ควรจะเป็นและข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยทั้ง 4 กรณีตามประเด็นเหล่านี้



ภาพที่ 16 : องค์ประกอบการบริหารจัดการในหลายรูปแบบ

จากแผนภาพที่ 16 นี้จะเห็นได้ว่า วิธีการบริหารจัดการวิทยุชุมชนนั้น ในเบื้องต้นการออกแบบการบริหารจำเป็นต้องคำนึงถึง

(1) **ลักษณะเฉพาะตัวของงานวิทยุชุมชน**เสียก่อน ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานหรือทำบังคับรูปแบบการบริหาร งานวิทยุเป็นงานประจำที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องทุกวัน ดังนั้น หากบุคลากรที่มาทำงานเป็นอาสาสมัคร ก็ต้องมีการวางระบบผลัดเปลี่ยนเวรกัน

เนื้อหาของรายการต้องเป็นเรื่องของท้องถิ่น ตอบสนองความสนใจและความต้องการของท้องถิ่น ดังนั้น จึงต้องมี**แหล่งข้อมูล**ที่อยู่ในท้องถิ่นที่จะ**ทั้งป้อนข้อมูลเข้า** (เช่น หาผู้ร่วมรายการ หาประเด็นในท้องถิ่น) และ**ส่งต่อข้อมูลออก** (เช่น งานประชาสัมพันธ์วิทยุชุมชน งานขยายเครือข่าย ฯลฯ) และต้องมีการจัดวางตำแหน่ง "ผู้ประสานงาน" ที่ชัดเจน และมีระบบการประสานงานที่มีประสิทธิภาพซึ่งเป็นลักษณะทั่วไปของการสื่อสารในสาธารณะ

(2) **หลักการพื้นฐานของการบริหารจัดการวิเทศชุมชน** ซึ่งก็เป็นหลักการเฉพาะตัวที่มีลักษณะสำคัญ 2 ประการคือ เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างกว้างขวางและหลากหลายรูปแบบ และเป็นการบริหารจัดการด้วยตนเอง คือ ปราศจากการควบคุม/บังคับจากพลังภายนอก (เช่น นักการเมือง นักธุรกิจ)

(3) **บริหารจัดการโดยใคร** โดยทั่วไป การบริหารจัดการวิเทศชุมชนจะดำเนินการโดยคณะกรรมการที่มาจากการเลือกตั้ง (แต่ทว่าองค์ประกอบของคณะกรรมการจะเป็นอย่างไรบ้างยังต้องศึกษากันต่อไป) และกรรมการนี้น่าจะเป็นตัวแทนของคนทุกกลุ่ม

นอกเหนือจากคณะกรรมการที่ทำหน้าที่เป็น "ตัวแทน" ของคนกลุ่มต่างๆ แล้ว ก็ยังมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลุ่มบุคคลที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการอีกด้วย

(4) **บริหารจัดการแบบไหน** หลักการพื้นฐานของวิธีการบริหารจัดการของวิเทศชุมชนก็คือ

- คณะกรรมการต้องวางหลักเกณฑ์การทำงานให้ชัดเจน
- ต้องบริหารงานอย่างเป็นอิสระ
- ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการอย่างกว้างขวางและหลากหลายรูปแบบ
- มีการวางแผนงาน
- การทำงานมีลักษณะโปร่งใส/ตรวจสอบได้

จากกรณีศึกษาวิจัยทั้ง 4 กรณีนั้น เฉพาะในส่วนเรื่องการบริหารจัดการนั้น อาจจะแบ่งได้เป็น 3 แบบแผนใหญ่ๆคือ (ตามเกณฑ์ที่อยู่ในภาพที่ 16)

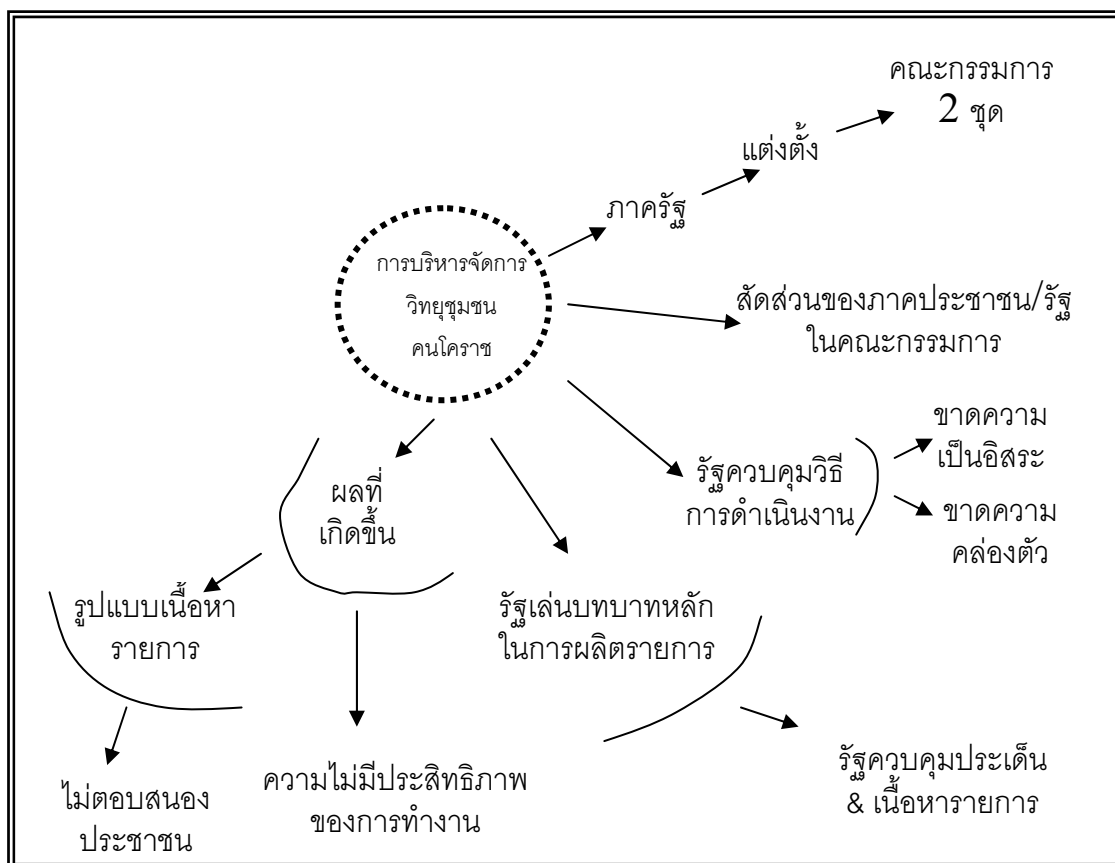
(3.2.1) การบริหารจัดการแบบรัฐ ได้แก่กรณีของวิเทศชุมชน จ.นครราชสีมา และจ.บุรีรัมย์

(3.2.2) การบริหารจัดการแบบคณะกรรมการร่วมรัฐ-ภาคประชาชน ได้แก่กรณีวิเทศชุมชน จ.น่าน

(3.2.3) การบริหารจัดการแบบวิเทศชุมชนภาคประชาชน ได้แก่กรณีของวิเทศชุมชน จ.ปัตตานี

(3.2.1) แบบแผนที่ 1 : การบริหารจัดการวิทยุชุมชนแบบรัฐ

สำหรับแบบแผนที่ 1 นี้ แม้ว่าภารกิจของงานวิทยุจะเป็นวิทยุชุมชน แต่ทว่าในแง่การบริหารจัดการแล้ว ยังมีการโยกวิธีการบริหารจัดการวิทยุแบบรัฐเข้ามาใช้ทั้งหมด ทิวพร แสงเมืองชิน (2543) ศึกษาพบว่า วิธีการบริหารจัดการแบบรัฐนั้นทำให้วิธีการดำเนินงานของวิทยุชุมชนมีปัญหารอบด้าน รวมทั้งผลผลิตที่ออกมาก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ตามหลักการวิทยุชุมชนที่แท้จริง



ภาพที่ 17 : การบริหารจัดการวิทยุชุมชนคนโคราช

(1) **ระดับโครงสร้าง** จุดเริ่มต้นของวิทยุชุมชนโคราชเกิดมาจากความต้องการของภาครัฐ (กรมประชาสัมพันธ์) ที่ต้องการทดลองจัดการผลิตรายการในลักษณะวิทยุชุมชนเพื่อตอบสนองแผนการพัฒนายุทธศาสตร์กระจายเสียง (ผู้สังเคราะห์ไม่แน่ใจว่า วัตถุประสงค์ข้อนี้ได้บรรลุหรือไม่ รัฐได้เรียนรู้หรือไม่ การผลิตรายการในลักษณะวิทยุชุมชนเป็นอย่างไร แตกต่างจากการผลิตรายการแบบที่เคยมีมาอย่างไร)

วิธีการจัดตั้งโครงสร้างได้ใช้วิธีการแบบราชการ คือทางสถานี (ภาครัฐ) ได้แต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อทำงานขึ้นมา 2 ชุด ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจว่าจะแต่งตั้งตัวบุคคลใดก็เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ

● **ไม่มีการกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะเข้ามาทำงานเป็นคณะกรรมการเอาไว้**
อย่างแน่นอน ดังนั้นวิธีการได้ตัวบุคคลมาจึงเป็นไปตามยถากรรม เช่น เจ้าหน้าที่รัฐเลือกผู้นำชุมชนที่เป็นทางการ (กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน) เลือกคนที่รู้จัก เลือกคนที่อยู่ใกล้สถานี (เพื่อความสะดวก)

● **ไม่มีขั้นตอนการสรรหาที่ผ่านการตัดสินใจของประชาชน** ตัวบุคคลที่ได้มาจึงมิใช่ตัวแทนของกลุ่มประชาชน อาจจะมีใช้คนที่สนใจ/มีความถนัดในงานวิทยุ อาจจะไม่มีความพร้อมด้านเวลาและอื่นๆ

● **ไม่มีการกำหนดสัดส่วนระหว่างตัวแทนภาครัฐ/ภาคประชาชนเอาไว้**
อย่างแน่นอน ทำให้ตัวแทนภาครัฐมีมากกว่า

(2) **ระดับการดำเนินงาน** ผลจากการศึกษาของวีรพงษ์ พบว่า วิธีการดำเนินงานของวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา นั้น เป็นการบริหารแบบราชการที่มีการบังคับบัญชาสั่งการให้คนทำงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายตามลำดับชั้น และมีการจัดการในลักษณะสั่งการจากบนลงล่าง ส่งผลให้การทำงานวิทยุชุมชนไม่มีอิสระเท่าที่ควร และไม่คล่องตัวในการทำงาน ตัวอย่างเช่น เรื่องการกำหนดเวลานั้น กรมประชาสัมพันธ์จะเป็นผู้กำหนด และสวท.นครราชสีมาที่กำหนดและดำเนินการต่อ ไม่ว่าช่วงเวลาที่วิทยุชุมชนได้มานั้นจะตรงกับความต้องการของชุมชนหรือไม่ก็ตาม

(3) **ระดับการผลิตรายการ** ทั้งผลการวิจัยของทิวพร (2543) และวีรพงษ์ (2542) ให้ข้อสรุปที่ตรงกันว่า ในระดับของการผลิตรายการนั้น ภาครัฐยังคงมีบทบาทเป็นตัวหลัก เนื่องจากรัฐยึดกฎระเบียบที่เคร่งครัดว่า ผู้จัดรายการวิทยุจะต้องมีคุณสมบัติตามกฎหมายของกระทรวง (รูปแบบการควบคุมระดับชาติ) ซึ่งรูปแบบดังกล่าวได้กลายมาเป็นปัจจัยจำกัดสำหรับวิทยุชุมชน เนื่องจากคณะกรรมการการผลิตและคณะทำงานที่เป็นภาคประชาชนไม่มีคุณสมบัติและใบรับรองดังกล่าว ภาคประชาชนจึงเป็นได้เพียงผู้ร่วมดำเนินรายการ เพราะไม่สามารถเป็นผู้ดำเนินรายการหลักหรือดำเนินรายการตามลำพังได้ (ในปี 2544 ภาคประชาชนที่เป็นตัวแทนอยู่ในคณะกรรมการการผลิตก็ลาออกจนเหลือเพียง 2 คนเท่านั้น)

นี่จึงหมายความว่า ภาครัฐสามารถจะลงมาควบคุมถึงระดับปฏิบัติการด้านการผลิต คือ การคัดเลือกประเด็น/เนื้อหา/วิธีการนำเสนอ/รูปแบบรายการได้ด้วยนั่นเอง

(4) **ผลที่เกิดขึ้น** จากรูปแบบการบริหารจัดการที่ยังมีลักษณะแบบ "ข้าราชการอย่างเต็มตัว" ในวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา ทำให้เกิดผลที่ตามมา 2 ประการคือ

● ระบบการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพและมีปัญหาต่างๆ ตามมากมาย ดังที่วีรพงษ์พบว่า ตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการมา คณะกรรมการบริหารฯ ไม่ได้มีการประชุมกันอย่างสม่ำเสมอตามที่วางแผนเอาไว้ คณะกรรมการที่มีรายชื่ออยู่ไม่เคยมาเข้าร่วมการประชุม

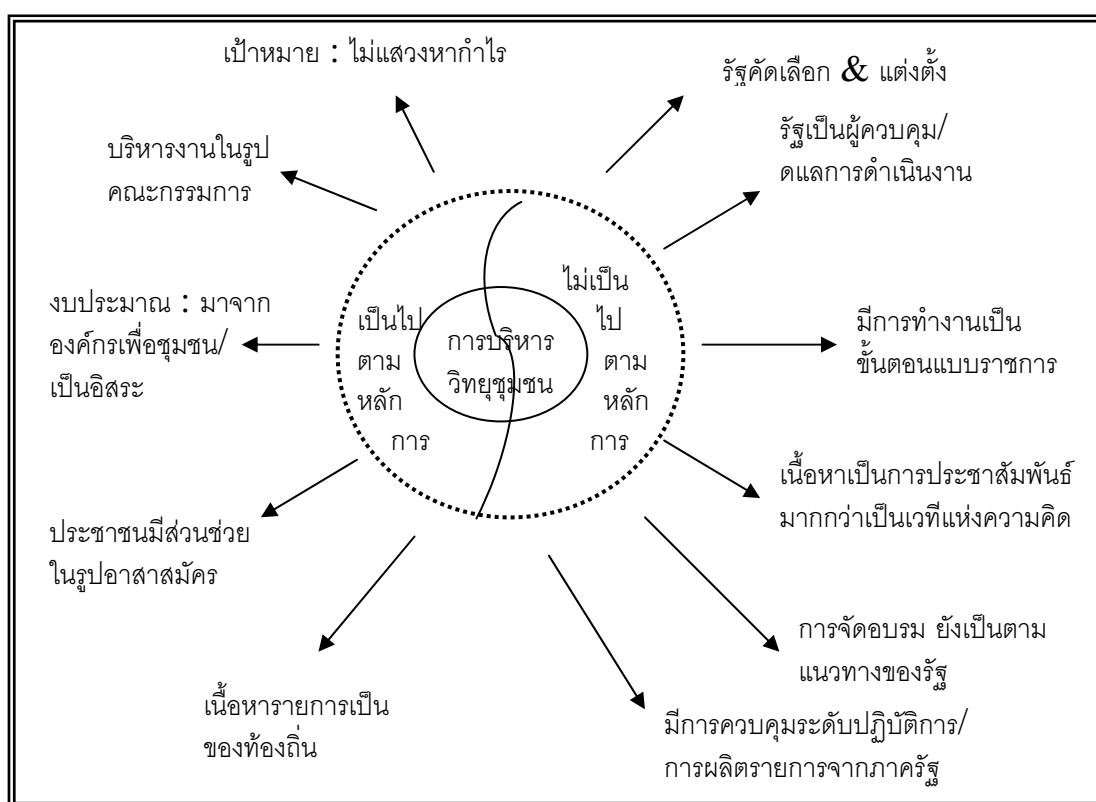
คณะกรรมการลาออกหลังจากเริ่มดำเนินการ มีการรวมบางคนเข้ามาเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว เป็นต้น

- ผลผลิตที่ออกมาคือ ตัวรายการไม่สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนได้ โดยเริ่มตั้งแต่ผลการสำรวจพบว่า การฝึกอบรมส่วนใหญ่ไม่ค่อยรู้จักวิทยุชุมชนเลย ดังนั้นวิทยุชุมชนจึงไม่สามารถจะแสดงบทบาทหน้าที่ตามที่ควรจะเป็นได้

(3.2.2) แบบแผนที่ 2 : การบริหารจัดการแบบคณะกรรมการร่วมรัฐ-ภาคประชาชน

สำหรับแบบแผนการบริหารจัดการที่ 2 นี้ เป็นกรณีของวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน ซึ่งได้แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าโดยโครงสร้างใหญ่ๆแล้ว วิทยุชุมชนคนเมืองน่านจะอยู่ภายใต้โครงสร้างของภาครัฐเช่นเดียวกับโคราชและบุรีรัมย์ แต่ทว่าเมื่อมีปัจจัยเสริมทั้งจากภายในและภายนอก เช่น ปัจจัยด้านบริบทชุมชนที่มีภาคประชาสังคมที่เข้มแข็ง ปัจจัยภายในคือความเข้าใจที่ชัดเจนต่อเรื่องวิทยุชุมชนของภาครัฐ และประสบการณ์การทำงานร่วมระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชนก็ก่อให้เกิดรูปแบบใหม่ของการบริหารจัดการเป็นแบบคณะกรรมการภาครัฐ-ภาคประชาชน

ในที่นี้จะแสดงให้เห็นรูปแบบการผสมผสานของการบริหารจัดการที่เป็นไปตามและไม่เป็นไปตามหลักการของวิทยุชุมชนดังนี้



ภาพที่ 18 : การบริหารจัดการวิทยุชุมชน จ.น่าน

วิระวรรณได้ให้ข้อสรุปแบบแผนการดำเนินงานของวิเทศชุมชนคนเมืองน่านโดยได้ประเมินไปพร้อมๆ กันว่า แบบแผนดังกล่าวมีลักษณะเป็นลูกผสมของการบริหารจัดการแบบรัฐกับแบบวิเทศชุมชนที่แท้จริง ดังนี้

(ก) คุณลักษณะที่เป็นไปตามหลักการของวิเทศชุมชน ก็คือ

- (i) เป้าหมายของการบริหารจัดการ ไม่ได้มุ่งเน้นการแสวงหากำไรแบบวิเทศธุรกิจ
- (ii) มีการบริหารจัดการในรูปแบบคณะกรรมการ ซึ่งแม้จะไม่มีกำหนดสัดส่วนออกมา แต่ก็มีสัดส่วนของตัวแทนภาคประชาชนและภาครัฐใกล้เคียงกัน (อาจเนื่องจากความเข้าใจของภาครัฐ)
- (iii) วิธีการแสวงหางบประมาณ ได้มาจากองค์กรเพื่อชุมชน ซึ่งทำให้การบริหารงานมีลักษณะเป็นอิสระ โปร่งใส ตรวจสอบได้
- (iv) เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ในรูปแบบของอาสาสมัคร ซึ่งนอกจากจะมีวิธีการสรรหาอาสาสมัครที่มีประสิทธิภาพแล้ว (ดูรายละเอียดต่อไป) ยังมี "กระบวนการเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านความเข้าใจ" ให้แก่อาสาสมัครด้วยการจัดการฝึกอบรม
- (v) มีการวางหลักเกณฑ์การผลิตอาหารรายการ ว่าจะต้องเป็นเนื้อหาในท้องถิ่นและเพื่อท้องถิ่น

(ข) ส่วนคุณลักษณะที่ยังไม่เป็นไปตามหลักการของวิเทศชุมชน ก็คือ

คุณลักษณะการบริหารแบบรัฐนั่นเอง

- (i) ในชั้นวางโครงสร้าง รัฐยังคงเป็นผู้มีอำนาจเต็มที่ในการคัดเลือก/สรรหา/และแต่งตั้งกรรมการ (แม้ว่ารัฐจะมีความเข้าใจดี เจตนาดี มีการกำหนดคุณสมบัติคร่าวๆเอาไว้ในใจ รวมทั้งมีกลไกที่มีประสิทธิภาพในการสรรหาตัวบุคคลก็ตาม)
- (ii) ในชั้นการดำเนินการ รัฐยังคงมีอำนาจควบคุมทั้งหมด เริ่มตั้งแต่การจัดสรรเวลา วิธีการทำงานแบบเป็นขั้นตอนแบบราชการ
- (iii) ในชั้นปฏิบัติการ ในขั้นตอนของการผลิต ภาครัฐยังมีอำนาจการจัดการควบคุมถึง 2 ชั้น

- **ขั้นแรก** คือการจัดการอบรมเป็นนักจัดรายการวิทยุให้กับตัวแทนชุมชน เนื้อหาการอบรมทั้งเรื่องรูปแบบ การเลือกเนื้อหา และลีลาในการพูดจัดรายการ ซึ่งได้กลายมาเป็นต้นแบบนั้น ก็เป็นต้นแบบที่มาจากวิทยุแบบรัฐ ทำให้ลักษณะเฉพาะและความเป็นตัวแทนของแต่ละชุมชนไม่ได้แสดงออกมา

- **ขั้นที่สอง** คือ การควบคุมการเขียนบท ซึ่งคณะวิจัยระบุว่า ผู้ที่รับหน้าที่ดำเนินรายการจะต้องส่งบทให้เจ้าหน้าที่ สวท.ตรวจสอบก่อนออกอากาศ

ด้วยคุณลักษณะที่ยังไม่เป็นไปตามหลักการของวิเทศชุมชน ทำให้การบริหารจัดการของวิเทศชุมชนคนเมืองน่ายังขาดความเป็นอิสระอย่างแท้จริง และที่มิวิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้รัฐต้องผ่อนคลายอำนาจการควบคุมให้น้อยลง

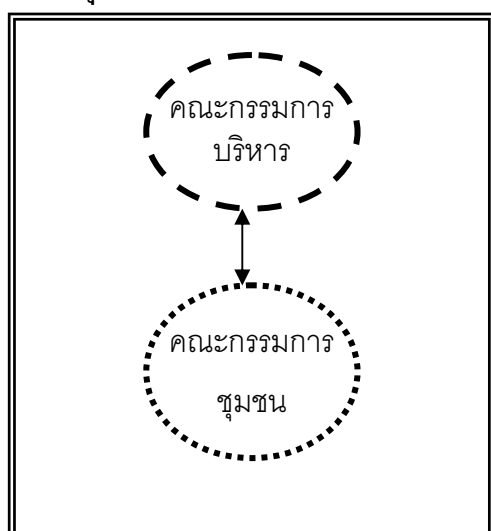
(3.2.3) แบบแผนที่ 3: การบริหารจัดการแบบวิเทศชุมชนภาคประชาชน

สำหรับแบบแผนที่ 3 นี้ คือกรณีของวิเทศชุมชน จ.ปัตตานี ซึ่งชาลีสาและคณะ (2547) ได้เข้าร่วมดำเนินการและได้วิจัยสรุปบทเรียนมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2542-2545 โดยลักษณะพิเศษของวิเทศชุมชน จ.ปัตตานีที่แตกต่างจาก 2 แบบแผนที่กล่าวมาแล้วก็คือ กลุ่มประชาชนที่เข้ามาดำเนินงานวิเทศชุมชนนั้นเป็นกลุ่มประชาชนที่มาจากหลากหลายทั้งหมด

จากช่วงปีพ.ศ.2542-2545 ทีมวิจัยได้พบว่าการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการวิเทศชุมชนถึง 4 ครั้ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ในกลุ่มประชาชนที่เข้ามาดำเนินงานเพื่อภารกิจใหม่ๆ เช่น วิเทศชุมชนนั้น ยังไม่มีบทเรียนสำเร็จรูปมาให้ แต่ต้องผ่านกระบวนการแสวงหาและลองผิดลองถูกสรุปบทเรียนของชุมชนเอง เช่น เริ่มตั้งแต่ระยะแรกก็ไม่มีผู้ประสานงาน ต่อมาก็ไม่มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของฝ่ายต่างๆ ในลำดับต่อมาก็ไม่มีกำหนดวาระการประชุม และในขั้นสุดท้ายก็ยังไม่มีการวางแผนกิจกรรม ฯลฯ ซึ่งปัญหา "ความไม่รู้" เหล่านี้วิเทศชุมชน จ.ปัตตานีได้ใช้วิธีการ "ลงมือทำ" (action) และก็ "ทบทวนไตร่ตรอง/ถอดบทเรียน" (reflection) สลับกันไป

ชาลีสาได้สรุปรูปแบบการบริหารจัดการของวิเทศชุมชน จ.ปัตตานีในทั้ง 4 ยุคดังนี้ โดยที่ทั้ง 4 ชุดต้องตอบคำถามหลัก 2 ประการคือ จะออกแบบโครงสร้างอย่างไร และจะหาคนมาทำงานในแต่ละโครงสร้างอย่างไร

ยุคที่ 1 : เริ่มใช้เดือนส.ค. 2543

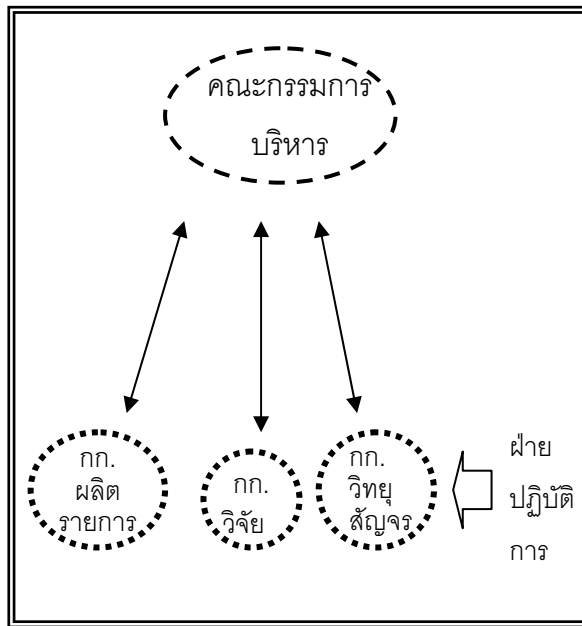


ในยุคแรกนี้ โครงสร้างการทำงานแบ่งออกเป็น 2 ระดับคือ คณะกรรมการบริหาร (ซึ่งไม่มีการแบ่งฝ่ายงาน) และคณะกรรมการชุมชน ซึ่งเป็นตัวแทนมาจากแต่ละตำบล

โครงสร้างชุดแรกนี้มีลักษณะเรียบง่าย แต่ก็ทำงานไม่ได้ เพราะคณะกรรมการทั้ง 2 ชุดต่างไม่ทำตามหน้าที่ที่ได้กำหนดเอาไว้ โดยเฉพาะตัวประธานซึ่งไม่ทำหน้าที่ แต่ด้วยวัฒนธรรมแบบชุมชนจึงไม่ใช้วิธีเปลี่ยนตัวบุคคล แต่ใช้วิธีการเปลี่ยนโครงสร้าง

ภาพที่ 19 : โครงสร้างการบริหารงาน
วิเทศชุมชน จ.ปัตตานี ยุคแรก

ยุคที่ 2 : พ.ศ.2544



ในยุคที่ 2 นี้ มีการยุบคณะกรรมการชุมชนออกไปเนื่องจากไม่มีบทบาทหน้าที่ และได้เพิ่มคณะกรรมการตามลักษณะงานของวิทยุชุมชนขึ้นมาแทนคือคณะกรรมการผลิตรายการ กรรมการฝ่ายวิจัยและกรรมการวิทยุสัญจร

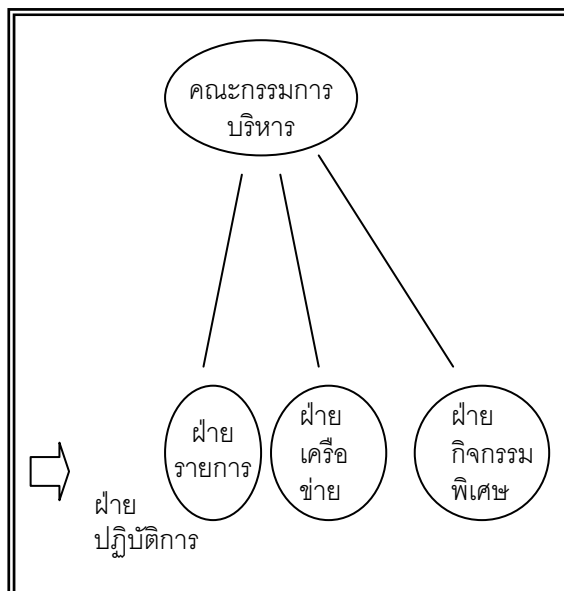
ส่วนคณะกรรมการบริหารนั้นยังคงเหมือนเดิม ผลจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง ก็ยังแก้ปัญหาเรื่องตัวบุคคลคือ ประธานไม่ทำงานไม่ได้

อย่างไรก็ตาม การเพิ่มโครงสร้างฝ่ายวิทยุสัญจรขึ้นมา ก็ทำให้การดำเนินกิจกรรมเสริมวิทยุชุมชนมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ภาพที่ 20 : โครงสร้างการบริหารวิทยุชุมชน

จ.ปัตตานี ยุค 2

ยุคที่ 3 : กุมภาพันธ์ 2545



ภาพที่ 21 : โครงสร้างการบริหารวิทยุชุมชน

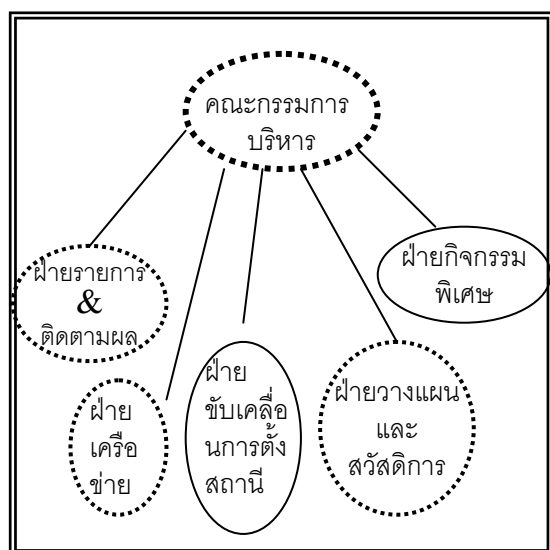
จ. ปัตตานี ยุค 3

ในยุคที่ 3 นี้ โดยโครงสร้างใหญ่ๆ ยังคงเหมือนยุคที่ 2 แต่ได้มีการเปลี่ยนแปลงในรายละเอียด คือ

- ในส่วนของคณะกรรมการบริหารได้เพิ่ม "ฝ่ายการเงิน" ขึ้นมา (ซึ่งไม่มีใน 2 ชุดแรก) ทั้งนี้เพราะคณะกรรมการเล็งเห็นว่า เรื่องงบประมาณนั้นเป็นปัญหาใหญ่ของคณะกรรมการ
- ในระดับปฏิบัติการนั้นได้ยุบฝ่ายวิจัยออกไป และได้เพิ่มฝ่ายเครือข่ายเนื่องจากวิทยุชุมชนต้องการจะขยายผลออกไป และได้เพิ่มฝ่ายเครือข่ายโดยขยายเป็นฝ่ายกิจกรรมพิเศษซึ่งรวมทั้งงานวิทยุสัญจร งานพัฒนามูลากร การจัดตั้งสถานีทดลองและอื่นๆ

ผลจากการปรับโครงสร้างในยุคที่ 3 นี้ ทำให้ชาลิสารู้สึกว่า คณะกรรมการเริ่มพัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการมากขึ้น กล่าวคือ สามารถเพิ่ม/ยุบ/ขยายหน่วยงาน/ฝ่ายต่าง ๆ ตามสภาพความต้องการที่เป็นจริงของการทำงาน นอกจากนั้น โครงสร้างในยุคที่ 3 ยังกระจายภาระงานออกไปให้สมาชิกมากขึ้น และเป็นงานที่มีความชัดเจนมากขึ้น

ยุคที่ 4 : ต.ค.2545



รูปที่ 22 : โครงสร้างการบริหารจัดการ
วิทย์ชุมชน จ.ปัตตานี ยุค 4

ในยุคที่ 4 นี้ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้นคือการแตกแยกย่อยกรรมการฝ่ายปฏิบัติการออกมามากยิ่งขึ้น ซึ่งคณะวิจัยประเมินว่า เนื่องจากการทำงานในสภาพการณ์เชิงรุก เช่น การแยกฝ่ายขับเคลื่อนการจัดตั้งสถานี ซึ่งแต่เดิมอยู่รวมกับฝ่ายกิจกรรมพิเศษออกมา และได้เพิ่มฝ่ายวางแผนและสวัสดิการขึ้นมา ซึ่งสะท้อนให้เห็นวิธีการบริหารจัดการที่เป็นระบบมากขึ้น นอกจากนั้นในฝ่ายรายการก็ยังได้เพิ่มภารกิจเป็น "ฝ่ายรายการและติดตามผล"

อย่างไรก็ตาม ชาลิสได้ประเมินว่า แม้จะมีการพัฒนาโครงสร้างการบริหารจัดการให้ดีขึ้นกว่าเดิมสักเพียงใด แต่วิทย์ชุมชน จ.ปัตตานีก็ยังคงแก้ปัญหาที่ผู้รื้อเอาไว้อีกเปลาะหนึ่งไม่ได้คือ "ตัวบุคคลที่ทำงาน" ซึ่งมีปัญหาทั้งในเชิงปริมาณ (คือจำนวนคนไม่มีเพียงพอ) และปัญหาในเชิงคุณภาพ (เช่นความรับผิดชอบของคนทำงาน) ดังนั้น คณะวิจัยจึงเสนอว่าในเรื่องการออกแบบการบริหารจัดการนั้น จะต้องพิจารณา ดู 2 ปัจจัยนั้นควบคู่กันไปเสมอ คือทั้งโครงสร้างการบริหารและตัวบุคคลที่จะเข้ามาปฏิบัติงาน

(3.2.4) บทเรียนบางประการเรื่องกลไกการควบคุม

เนื่องจากสถานภาพของงานวิจัยเรื่องวิทย์ชุมชนทั้ง 4 กรณีที่กล่าวมานี้ ยังคงอยู่ในระยะเริ่มต้นเช่นเดียวกับประวัติศาสตร์ของวิทย์ชุมชนที่เพิ่งเริ่มพลิกหน้าใหม่ขึ้นมา ดังนั้นในเนื้อหา งานวิจัยจึงยังเป็นการสำรวจคุณลักษณะโดยทั่วไป และยังมีลักษณะที่หลากหลายแบบกว้างๆ เนื่องจากรูปแบบนาชนิดของวิทย์ชุมชน ดังนั้น ประเด็นที่เป็นเรื่องเฉพาะเจาะลึก เช่น เรื่องการบริหารจัดการงานวิทย์ชุมชนนั้น จึงยังไม่มีการศึกษาในรายละเอียดอย่างแท้จริง และที่น่าจะเป็นหัวข้อการวิจัยเรื่องวิทย์ชุมชนต่อไปในอนาคต

และในเรื่องการบริหารงาน นอกเหนือจากเรื่องการออกแบบโครงสร้างรูปแบบต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้ว องค์ประกอบที่สำคัญก็คือ การมีกลไกการควบคุม เพื่อให้โครงสร้างดังกล่าวทำงานได้ ซึ่งผลการวิจัยทั้ง 4 กรณียังไม่เห็นประเด็นกลไกการควบคุมที่ชัดเจน

อย่างไรก็ตาม ในบทสรุปสังเคราะห์นี้ ก็ขอเสนอแนวคิดบางประการเกี่ยวกับกลไกการควบคุมพอสังเขปดังนี้

เป็นเรื่องแน่นอนว่า ในการบริหารจัดการทั้งหลายนั้น จำเป็นต้องมีระบบการควบคุมเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามที่วางเป้าหมายหรือวางแผนเอาไว้ ปัญหาที่อยู่ที่ว่า จะใช้ระบบการควบคุมแบบไหน อย่างไร มากกว่า สำหรับประสบการณ์การทำวิทยุชุมชนที่ผ่านมาของไทยได้ให้บทเรียนว่า กลไกในการควบคุมการทำงานวิทยุชุมชนนั้นต้องมีอย่างหลากหลาย และใช้การควบคุมเพื่อสร้างสมดุลระหว่าง "การบรรลุเป้าหมาย" กับ "การมีส่วนร่วมของคนทำงาน" ตัวอย่างกลไกการควบคุมที่หลากหลายนั้น ได้แก่

(1) **กฎระเบียบ** เป็นกลไกแบบเดิมๆ ที่พวกเราส่วนใหญ่คุ้นเคยกันดี เนื่องจากการทำงานกับคนหมู่มากจำเป็นต้องมีข้อตกลงร่วมกันในรูปของกฎระเบียบ เพื่อเป็นหลักประกันว่าวิทยุชุมชนจะทำประโยชน์ให้แก่ส่วนรวมอย่างแท้จริง ตัวอย่างกฎระเบียบที่ควรมีก็คือการกำหนดคุณสมบัติของผู้จัด/ผู้ดำเนินรายการ รายการที่จะออกอากาศ การควบคุมโฆษณาและบริการธุรกิจ ค่าตอบแทนของฝ่ายต่าง ๆ เป็นต้น

และเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย ที่มาของกฎระเบียบที่จะใช้นี้ควรมาจากการตกลงร่วมกันของกลุ่มผู้ทำงาน มิใช่ถูกกำหนดมาจากภายนอก และสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสภาพความเป็นจริง

(2) **การประชุม** ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า การประชุมเป็นวิธีการสำคัญในการดำเนินงานแบบประชาธิปไตย นอกจากนั้น การประชุมยังสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกการควบคุมความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานอีกด้วย

(3) **การประเมินผล** การประเมินผลก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการควบคุมเนื่องจากการได้มีการระบุระยะเวลาและเป้าหมายที่แน่นอนของการประเมินผลเอาไว้ อย่างไรก็ตาม การประเมินผลในงานวิทยุชุมชนก็ควรเน้นทำที่ที่วัดแต่ "ความสำเร็จ/ความล้มเหลว" มากจนเกินไป แต่ควรมุ่งที่ "การเรียนรู้ร่วมกัน" เพื่อมิให้ทำลายขวัญและกำลังใจของคนทำงาน

(4) **ระบบการตรวจสอบ** ในบางมิติของการบริหารจัดการเช่น การเงิน/บัญชี/งบประมาณ ควรมีระบบการตรวจสอบทั้งจากภายนอกและภายใน เพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการทำงาน

อนึ่ง มีข้อสังเกตจากผลการวิจัยที่ผ่านมาว่า เนื่องจากในช่วงระยะเปลี่ยนผ่านนี้ ยังมีกลไกการควบคุมหลายแบบที่นำเอากฎระเบียบของวิทยุแบบเดิมๆ มาใช้กับวิทยุชุมชน ซึ่ง

กฎระเบียบบางข้อนั้นเข้ากันไม่ได้ มีลักษณะลัทธิ หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อเป้าหมายของวิทยุชุมชนเลย ตัวอย่างเช่น กฎระเบียบเรื่องการสอบใบประกาศ ซึ่งหากในด้านหนึ่ง วิทยุชุมชนมีเป้าหมายที่จะเปิดกว้างให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม แต่ในอีกด้านหนึ่งก็กลับมีประเด็นเรื่องการสอบใบประกาศ ทำให้เกิดลักษณะการควบคุมที่ขัดแย้งกันเอง หรือกฎเกณฑ์ที่ต้องพูดภาษากลาง ไม่ให้พูดภาษาถิ่นในการจัดรายการ ก็ทำให้เป้าหมายเรื่องการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นไปไม่ได้

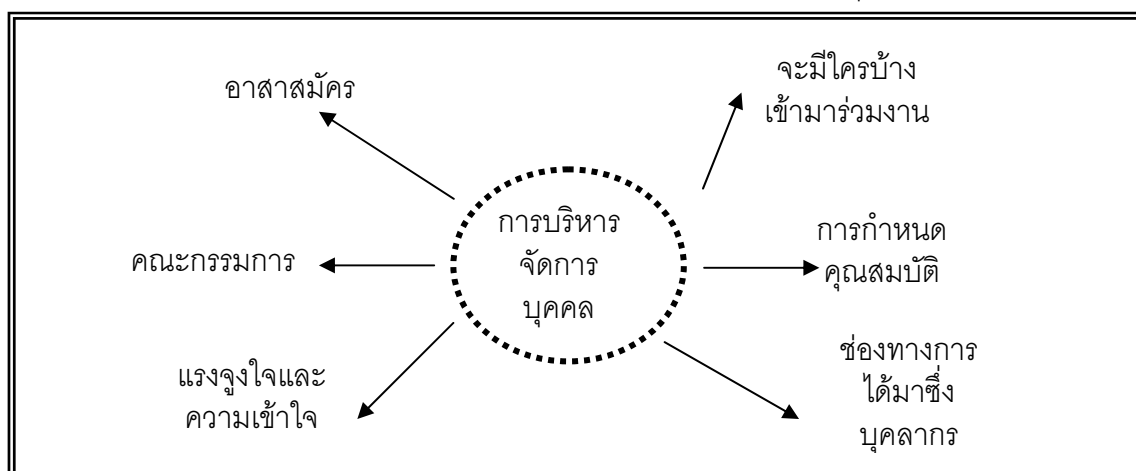
จึงมีข้อเสนอแนะให้มีการแก้ไขกลไกการควบคุมแบบเดิม หรือสร้างกลไกการควบคุมตามแบบของวิทยุชุมชนขึ้นมาใหม่โดยไม่ต้องหยิบยืมจากระบบวิทยุเดิม

3.3 การวิเคราะห์การบริหารจัดการบุคคล

แม้แต่นงานวิทยุแบบทั่วไป ประเด็นเรื่องการบริหารจัดการบุคคลก็ยังคงเป็นประเด็นที่สำคัญทั้งในเรื่องปริมาณและคุณภาพของบุคลากร เช่น งานวิทยุจะต้องการจำนวนคนที่มากพอที่จะใช้อุปกรณ์เครื่องมือและรับผิดชอบงานในขั้นตอนต่างๆ ในแง่คุณภาพ งานวิทยุต้องการคนที่ความเข้าใจในเรื่องการสื่อสารผ่านสื่อวิทยุ และมีทักษะความรู้ด้านเทคนิคการผลิตรายการ จำนวนไม่น้อย เนื่องจากงานวิทยุเป็นงานที่ต้องการความต่อเนื่อง ต้องการเวลาทำงานที่สม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน และเป็นงานสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ และเมื่อมาเป็นวิทยุชุมชนก็ยิ่งต้องการคนทำงานที่มีปริมาณมากพอและความเข้าใจเรื่องปรัชญา หลักการและแนวคิดของวิทยุชุมชน รวมทั้งต้องมีทักษะความสามารถในการทำงานประสานงานได้อย่างดี

จึงอาจกล่าวได้ว่า การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลถือเป็นหัวใจสำคัญที่สุดของงานวิทยุชุมชน

ประเด็นที่ควรต้องพิจารณาอย่างละเอียดในเรื่องการบริหารจัดการบุคคลจะมีดังนี้



ภาพที่ 23 : การบริหารจัดการบุคคล

(1) ควรจะมีใครบ้างที่เข้าร่วมงานวิทย์ชุมชน (Stakeholder)

(1.1) **ตัวแทนหลาย ๆ กลุ่ม** ตามหลักการแล้วเนื่องจากวิทย์ชุมชนเป็นวิทย์ของ "คนทุกกลุ่มในชุมชน" โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มคนที่ด้อยโอกาสด้านสิทธิการสื่อสาร เช่น กลุ่มผู้หญิง กลุ่มเยาวชน กลุ่มเด็ก กลุ่มผู้พิการ กลุ่มผู้อาวุโส กลุ่มผู้เจ็บป่วย ฯลฯ ดังนั้น จึงควรมีหลักประกันว่าวิทย์ชุมชนจะเป็นพื้นที่สาธารณะที่เปิดให้ตัวแทนจากทุกกลุ่มเข้าร่วมงาน

จากกรณีศึกษาวิจัยทั้ง 4 กรณีนั้น ยังไม่พบว่ามีการใดที่มีคุณลักษณะตรงตามหลักการที่กล่าวมาข้างต้น เนื่องจากโดยส่วนใหญ่แล้วพัฒนาการของวิทย์ชุมชนเพิ่งจะอยู่ในระยะแรกเริ่มเปิดหน้าประวัติศาสตร์ ดังนั้น วิธีการสรรหาตัวบุคคลเข้าไปทำงานวิทย์ชุมชนยังคงใช้เรื่องความสนใจเป็นสำคัญ

มีตัวอย่างรูปธรรมเล็กๆน้อยๆที่ส่อแววให้เห็นวิธีการสรรหาตัวแทนของกลุ่มต่างๆ ให้เข้าไปร่วมงานวิทย์ชุมชน เช่น วิทย์ชุมชนจ.ปัตตานีในระยะเริ่มแรกได้มีการจัดโครงสร้างให้มีตัวแทนจากทุกตำบล หรือในกรณีของวิทย์ชุมชน จ.บุรีรัมย์ ในประเภทรายการทั้ง 10 รายการนั้นก็มีความหลากหลาย เช่นมีรายการธรรมะที่จัดโดยพระสงฆ์ มีรายการของเยาวชนที่จัดโดยวัยรุ่น มีรายการจากกลุ่มวิชาชีพ เช่น กลุ่มช่าง เป็นต้น

(1.2) **ความหลากหลายของกลุ่มคน** จากกรณีศึกษาของงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น มีงานวิจัย 2 ชิ้นที่แสดงให้เห็นมิติเรื่องความหลากหลายของกลุ่มคน ในวิทย์ชุมชนคนเมืองน่าน กลุ่มคนที่เข้าไปร่วมงานวิทย์ชุมชนนั้นมักจะเป็นกลุ่มชนชั้นกลาง กลุ่มวิชาชีพและคนที่อยู่ในเมืองเป็นส่วนใหญ่ โดยมีตัวแทนจากประชาชนกลุ่มรากหญ้า กลุ่มเกษตรกรและผู้ใช้แรงงานไม่มากนัก กลุ่มชนชั้นกลางเช่นนี้จะสามารถดำเนินงานวิทย์ได้ดี แต่ทว่าจะขาดความทั่วถึงคนระดับล่าง

ในทางตรงกันข้าม วิทย์ชุมชน จ.ปัตตานีนั้น จะประกอบด้วยตัวแทนที่มาจากรากหญ้าเกือบทั้งหมด แม้ว่าเมื่อพิจารณาโดยรวมๆ แล้วจะพบว่าคุณลักษณะของตัวแทนที่มาทำงานวิทย์ชุมชนนั้นมีลักษณะอุดมคติอย่างมาก แต่ในสภาพความเป็นจริงแล้ว การที่คนทำงานเป็นกลุ่มประชาชนรากหญ้าทั้งหมดนั้นก็ก่อให้เกิดข้อจำกัดอย่างมากสำหรับการทำงาน

ดังนั้น จึงน่าจะเป็นประเด็นที่พิจารณาว่า กลุ่มที่ทำงานวิทย์ชุมชนนั้นน่าจะเป็นคนที่มาจากหลายชนชั้น หลากสถานภาพ (heterogeneous) มากกว่าเป็นคนจากชนชั้นเดียวหรือมีสถานภาพแบบเดียวกันทั้งหมด (homogeneous) ดังเช่นข้อสรุปของงานวิจัยเรื่องวิทย์ชุมชน จ.ปัตตานี

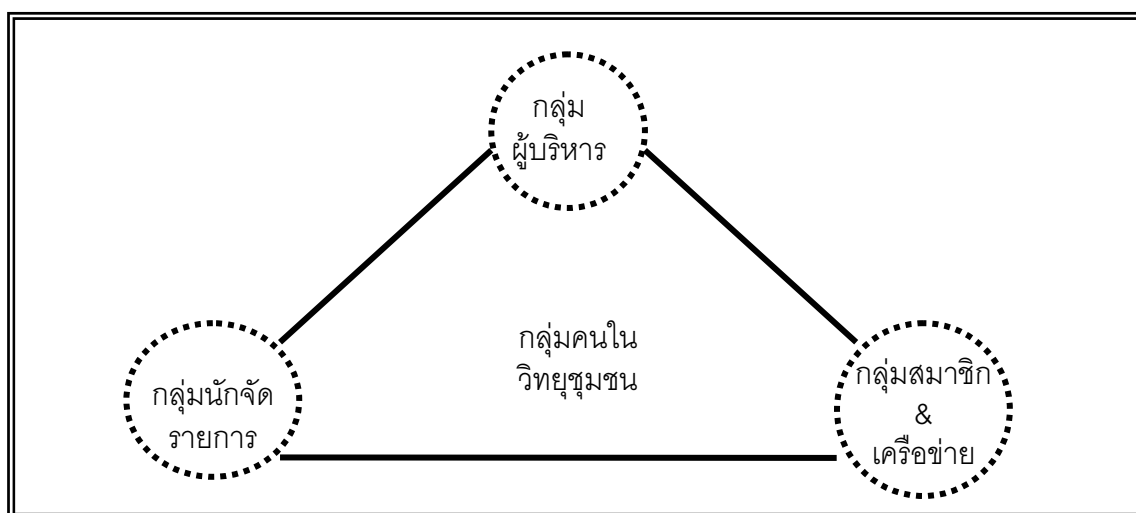
(1.3) **บุคคล 3 ประเภทที่เป็นที่ต้องการ** จากการสรุปบทเรียนของงานวิจัยเรื่องวิทย์ชุมชน จ.ปัตตานี ชาลีสาให้ข้อสรุปว่า กระบวนการทำงานวิทย์ชุมชนนั้นน่าจะต้องการบุคลากร 3 กลุ่ม พร้อมทั้งระบุคุณสมบัติเอาไว้ดังนี้คือ

(ก) **กลุ่มผู้บริหาร** ได้แก่กลุ่มบุคคลที่มีความสามารถในการบริหารจัดการ มีความสามารถในการปฏิบัติงานท้องที่ ซึ่งคนกลุ่มนี้จะทำหน้าที่ดูแลกลุ่มและสร้างเครือข่ายของกลุ่มให้เติบโต

(ข) **กลุ่มนักจัดรายการ** ได้แก่กลุ่มบุคคลที่มีความสามารถในการจัดรายการได้ ซึ่งบุคคลกลุ่มนี้สามารถสร้างขึ้นมาได้จากผู้ที่สนใจการจัดรายการวิทยุ เป็นผู้ที่มีความรู้หรือมีคุณสมบัติเฉพาะเพื่อมาจัดรายการ เช่น สนใจติดตามข่าวสาร มีความรอบรู้หรือรู้จักแสวงหาความรู้ มีทักษะการสื่อสารเบื้องต้นที่ดี ฯลฯ กล่าวคือมีคุณสมบัติแบบนักสื่อสาร

(ค) **กลุ่มสมาชิก** ได้แก่บุคคลทั่วไปที่สนใจกิจกรรมวิทยุชุมชนที่สามารถเข้ามาช่วยงานหรือสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของวิทยุชุมชน

โดยที่ทั้ง 3 กลุ่มนี้ต้องทำงานประสานร่วมมือกัน



ภาพที่ 24 : กลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับงานวิทยุชุมชน

(2) **การกำหนดคุณสมบัติของคนทำงาน** จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาถึงความสำเร็จของวิทยุชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาเช่น วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ จะเห็นได้ว่า ในการคัดเลือก/สรรหาตัวบุคคลเข้ามาทำงานวิทยุชุมชนนั้น จำเป็นต้องมีการกำหนดคุณสมบัติของคนทำงานบ้าง อันเป็นไปตามหลักการว่า "ใช้คนให้ถูกกับงาน" (put the right man to the right job)

ชาลีสาให้ข้อสรุปจากงานวิจัยวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ซึ่งผ่านข้อผิดพลาดในการคัดเลือกคนมาทำงานในระยะแรกๆ ว่า คุณสมบัติเบื้องต้นของคนทำงานวิทยุชุมชนควรมีดังนี้

(i) **ต้องเป็นผู้ที่มีเวลาว่างพอสมควร** ทั้งนี้เพราะงานวิทยุเป็นงานประจำที่ต้องทำต่อเนื่อง ดังนั้นเมื่อวิทยุ จ.ปัตตานีไปคัดเลือกเขาบรรดาแกนนำ/ผู้นำชุมชนมาทำวิทยุ จึงพบว่าผู้นำเหล่านั้นมีภาระงานอื่นรัดตัวจนไม่สามารถมาทำงานวิทยุได้

(ii) **ต้องเป็นผู้ที่มีจิตสาธารณะ** เนื่องจากงานวิทยุเป็นงานอาสาสมัครเพื่อประโยชน์ส่วนรวม

(iii) **ต้องเป็นผู้รัก/เข้าใจและเห็นคุณค่าของการสื่อสาร** เนื่องจากงานวิทยุจัดเป็นงานการใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน

(iv) **ต้องเป็นผู้รักความถูกต้องและมีจรรยาบรรณแบบนักวิชาชีพ** เนื่องจากงานวิทยุชุมชนเป็นการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ บรรดาข่าวสาร/ความรู้ที่จะเผยแพร่ออกไปจึงต้องมีคุณสมบัติของข่าวสาร/ความรู้ที่ดีคือมีความถูกต้อง

ส่วนการมีจรรยาบรรณแบบนักวิชาชีพ ก็คือผู้ที่ใส่ใจในการเตรียมเนื้อหาอย่างดีก่อนที่จะเผยแพร่สู่สาธารณะ ซึ่งหากขาดคุณสมบัติข้อนี้ก็จะทำให้ผลงานที่ออกไปไม่ได้มาตรฐาน ดังเช่น ผู้จัดรายการบางคนของวิทยุชุมชนจ.มหาสารคามถูกผู้ฟังวิจารณ์ว่า "จัดรายการโดยไม่ได้ทำการบ้านมาล่วงหน้า"

นอกเหนือจากคุณสมบัติพื้นฐานเหล่านี้แล้ว ในแต่ละท้องถิ่นอาจจะกำหนดคุณสมบัติเพิ่มเติมตามหลักเกณฑ์การทำงานของตนเอง เช่น วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ กำหนดคุณสมบัติว่า "ต้องไม่เป็นหัวคะแนน/สมาชิกของพรรคการเมือง" ทั้งนี้เพื่อรักษาความเป็นกลางทางการเมือง เป็นต้น (วีรพงษ์, หน้า 396)

ส่วนที่เพิ่มเติมไปมากกว่าคุณสมบัติพื้นฐานดังกล่าวนั้นก็ขึ้นอยู่กับบทบาท/หน้าที่ภาระงานที่จะเข้ามารับผิดชอบ เช่น ซาลิสพบว่า ในกรณีที่จะเข้ามาเป็นผู้นำกลุ่ม คุณสมบัติที่ควรมีคือ มีความรู้ทั้งด้านกระบวนการกลุ่ม คือสามารถขับเคลื่อนกลุ่มและวางแผนงานได้ ซึ่งต้องการผู้นำที่มีระดับการศึกษาปานกลางถึงสูง เนื่องจากผู้นำกลุ่มจะต้องติดตามสถานการณ์ใหม่ๆ ทางสังคม เรียนรู้ข้อมูลใหม่และทำความเข้าใจเรื่องต่างๆ ได้ดี

(3) **ช่องทางการได้มาซึ่งบุคลากร** จากงานวิจัยที่นำมาศึกษา มีบทเรียนเกี่ยวกับช่องทางการได้มาซึ่งบุคลากรที่จะมาทำงานวิทยุชุมชนอยู่หลายวิธีการดังนี้

(i) มาจากกลุ่มเครือข่ายที่เคยมาร่วมทำงานกับสถานีอยู่แล้ว เช่น กรณีวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน ช่องทางนี้จะได้ทั้งคนที่มีความสนใจ รวมทั้งมีความเข้าใจและมีประสบการณ์การทำงานร่วมกัน

(ii) ได้มาจากกลุ่มบุคคลที่ผ่านการอบรมแบบใดแบบหนึ่ง เช่น วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ ได้มาจากกลุ่มคนที่มารับการอบรมเป็นอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ (อปม.) ของกรมประชาสัมพันธ์ ส่วนวิทยุชุมชน จ.น่านได้มาจากสมาชิกที่มาเข้ารับการอบรมที่ทางคณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชนจัดขึ้น เป็นต้น

(iii) ได้มาจากการรับสมัครผ่านทางสื่อวิทยุเอง เช่น วิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์และจ.ปัตตานี

(iv) ทีมวิทยุเดินทางออกไปเผยแพร่แนวคิดในกลุ่มคนทำงานเพื่อสังคม เช่น วิทยุชุมชน จ.ปัตตานีได้ออกไปเผยแพร่แนวคิดวิทยุชุมชนในเวทีของภาคประชาชน

(v) ใช้กลุ่มคนที่เข้ามาร่วมงานวิทยุชุมชนแล้วเป็น "สื่อบุคคล" เพื่อชักชวนบอกต่อไปยังคนอื่น ๆ

(vi) ใช้ช่องทางการจัดวิทยุสัญจร ซึ่งเป็นกลยุทธ์เชิงรุกคือการออกไปสาธิตการจัดวิทยุชุมชนสัญจรในพื้นที่ของชุมชนเลย

(4) การตรวจสอบแรงจูงใจและความเข้าใจของบุคคลที่เข้ามาร่วมงาน หลังจากที่ได้ตัวบุคคลมาแล้ว ขั้นตอนที่ทางกลุ่มผู้บริหารวิทยุชุมชนจะต้องทำต่อไปก็คือการตรวจสอบแรงจูงใจและความเข้าใจของบุคคลที่สนใจมาร่วมงาน

สำหรับการตรวจสอบแรงจูงใจนั้นก็จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการใช้สื่อวิทยุเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัวหรือส่วนรวม เช่น วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์จะใช้การตรวจสอบจากกลุ่มเพื่อน ๆ/คนรู้จัก (peer review) เรื่องความเป็นกลางทางการเมืองของผู้สนใจ

ส่วนเรื่องความเข้าใจในการทำงานนั้น ในระยะเริ่มแรกนั้นคงไม่จำเป็นที่จะต้องเรียกร้องให้ทุกคนที่เข้ามาร่วมงานเข้าใจงานของวิทยุชุมชนอย่างสมบูรณ์ แต่การตรวจสอบการรับรู้/ความเข้าใจนั้นจะเป็นประโยชน์สำหรับการจัดเนื้อหาสำหรับการอบรมคนทำงาน (empower)

ชาลิสาแสดงให้เห็นปัญหาในเรื่องความเข้าใจอย่างไม่ครบถ้วนของสมาชิกที่เข้ามาเป็นอุปสรรคของการพัฒนาวิทยุชุมชน กล่าวคือ สมาชิกส่วนใหญ่เข้าใจว่า การมาทำงานวิทยุชุมชนก็คือการมาจัดรายการวิทยุเท่านั้น ส่วนงานสร้างกลุ่มหรือบริหารกลุ่มนั้น สมาชิกไม่ได้ให้ความสนใจ ซึ่งชาลิสาเห็นว่า ความเข้าใจที่ไม่สมบูรณ์เป็นอุปสรรคต่อการขยายแนวคิดวิทยุชุมชนสู่ระดับสูง (คงทำได้เพียงระดับรายการ แต่ไม่ใช่ระดับการเป็นเจ้าของสถานี)

คณะวิจัยวิทยุชุมชน จ.ปัตตานีให้ข้อเท็จจริงว่า สำหรับในระยะเริ่มต้นนั้น กลุ่มน่าจะต้องการสมาชิกที่มีคุณสมบัติด้านความเข้าใจพื้นฐาน 3 ประการคือ

- (i) มีความเข้าใจหรือตระหนักรู้ว่า ตนเองเข้ากลุ่มมาเพื่ออะไร
- (ii) มีความเข้าใจใน "ความเป็นวิทยุชุมชน" นั่นคือ เข้าใจชัดเจนว่าวิทยุชุมชนแตกต่างจากวิทยุแบบอื่นๆ อย่างไร
- (iii) เมื่อเข้ามาในกลุ่มแล้ว มีความเข้าใจ/ตระหนักรู้ว่า กลุ่มคาดหวังอะไรจากตน หรือตนมีบทบาทหน้าที่อะไรในกลุ่ม

(5) คณะกรรมการ

ดังได้กล่าวมาแล้วว่า เอกลักษณะที่สำคัญที่สุดของวิทยุชุมชนคือ การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของประชาชนในสื่อ ("โดย" "ประชาชน") ผ่านรูปแบบต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับอ่อนๆ ไปจนถึง

เข้มข้น เช่น เริ่มตั้งแต่เป็นผู้ฟังที่ active เข้ามาร่วมเป็นแหล่งข่าว เป็นผู้รายงานข่าว/ส่งข่าวสาร เป็นแขกรับเชิญจากรายการ เป็นผู้ร่วมดำเนินรายการ เป็นผู้บริหารจัดการ เป็นผู้วางนโยบาย เป็นผู้อุปถัมภ์รายการ ฯลฯ ซึ่งหากประมวลบทบาทของประชาชนที่จะเข้าร่วมในวิทยุชุมชนแล้ว อาจแบ่งได้เป็น 3 บทบาทใหญ่ๆ คือ

(ก) **เป็นผู้ฟังที่ active** ซึ่งในบทบาทนี้จะเปิดโอกาสให้ประชาชนจำนวนมากทุกคนสามารถเข้าร่วมแสดงบทบาทได้

(ข) **เป็นอาสาสมัคร** เป็นบทบาทที่เขยิบเข้ามาใกล้วิทยุชุมชนมากขึ้น มีภาระหน้าที่มากขึ้น เช่น เป็นแหล่งข่าว เป็นผู้รายงานข่าว เป็นฝ่ายประชาสัมพันธ์ในหมู่บ้าน เป็นตัวแทนวิทยุชุมชนในท้องถิ่น ฯลฯ และได้รับการฝึกอบรมเป็นพิเศษ เป็นต้น

(ค) **เป็นคณะกรรมการ** เป็นบทบาทที่อยู่ตรงหัวใจของวิทยุชุมชนเลย

ในที่นี้จะขอกล่าวถึงบทบาทของประชาชนในฐานะคณะกรรมการซึ่งเป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในวิทยุชุมชนที่เข้มข้นมากที่สุดเสียก่อน

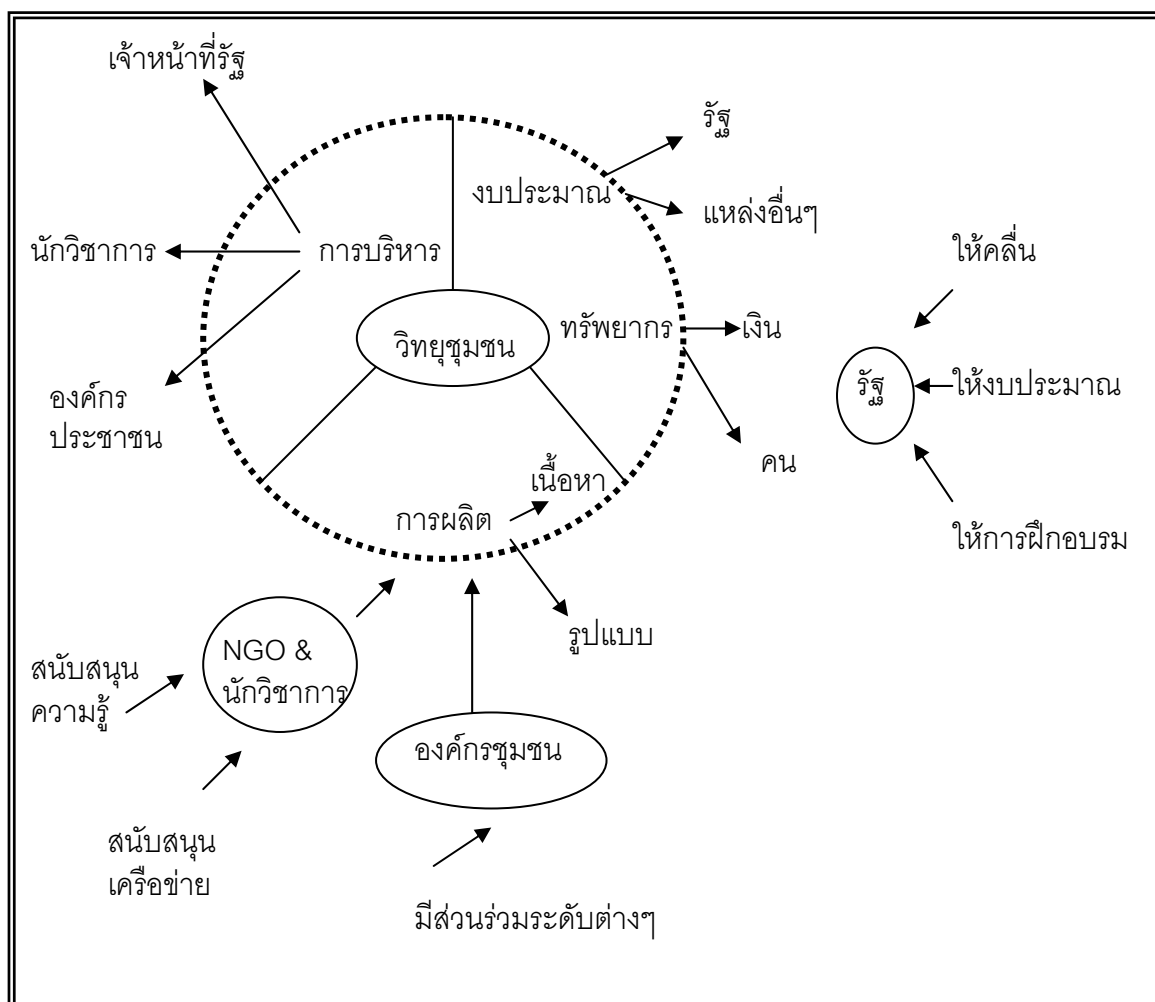
(5.1) **คุณสมบัติของคณะกรรมการวิทยุชุมชน** มีข้อสังเกตประการแรกเกี่ยวกับตัวแทนของภาคประชาชนที่จะเข้ามาเป็นคณะกรรมการชุมชนว่า ปัจจุบันนี้ สังคมไทยมักมีการตั้งคณะกรรมการชุดต่าง ๆ เพื่อรองรับภารกิจใหม่ๆ ของการพัฒนาชุมชน แต่ในขณะที่**ภารกิจนั้นใหม่นั้น** หากทว่าเรามักจะมอบหมาย**ตัวบุคคลเก่า**ให้มาทำหน้าที่ และตัวบุคคลเก่าๆ นั้นก็ถูกจัดตั้งมาจากองค์กรแบบข้าราชการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งมีภารกิจในแง่ของการปกครองชุมชน หากนำเอาตัวแทนชุมชนเหล่านี้มาทำงานด้านการสื่อสารเช่นวิทยุชุมชน ก็อาจจะเกิดรายการผิดพลาดได้ เนื่องจากบรรดากำนันผู้ใหญ่บ้านอาจจะไม่มีความสนใจหรือไม่มีความรู้ทักษะด้านการสื่อสาร ซึ่งบทเรียนจากหอคระจายข่าวในชุมชนหลาย ๆ แห่งได้เป็นประจักษ์พยานอย่างดี

ดังนั้น คณะกรรมการวิทยุชุมชนในส่วนของชาวบ้านนั้นควรจะต้องเปิดช่องทางแสวงหา**ตัวบุคคลใหม่** เพื่อให้ได้**คนที่สนใจในงานการสื่อสาร**เพื่อพัฒนาชุมชนอย่างแท้จริง

(5.2) **ความเป็นตัวแทนของคณะกรรมการ** นอกจากนั้นเพื่อให้วิทยุชุมชนนั้นมีลักษณะเป็นตัวแทนของคนทุกกลุ่มในชุมชน จำเป็นต้องมีการจัดสัดส่วนให้ตัวแทนของคนทุกกลุ่มในชุมชน เช่น กลุ่มสหกรณ์ กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มผู้อาวุโส กลุ่มเอดส์ ฯลฯ โดยเฉพาะกลุ่มคนที่ด้อยโอกาสได้เข้ามาใช้เวทีพื้นที่แห่งนี้ตามหลัก Pluralistic Democracy อย่างแท้จริง

(5.3) **องค์ประกอบของคณะกรรมการ** ในขณะที่ยังองค์ประกอบของคณะกรรมการวิทยุชุมชนนั้นจำเป็นต้องประกอบด้วยบุคคลจากหลายฝ่าย เนื่องจากงานของวิทยุชุมชนนั้นมีหลายแง่มุม ทั้งงานด้านเทคนิค งานด้านการสื่อสารมวลชน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการประสานงาน ฯลฯ ดังนั้น ในแผนผังข้างล่างจึงได้แสดงให้เห็นว่า คณะกรรมการวิทยุชุมชนนั้นคงจะไม่มีเพียง

ตัวแทนของชุมชนเท่านั้น แต่คงจะมีเจ้าหน้าที่เทคนิคของรัฐ นักวิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน เข้ามาทำงานด้วย ฯลฯ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้วิทยุชุมชนมีความหมายตรงกับชื่อจริง ๆ สัดส่วนของตัวแทนจากชุมชนก็ควรจะมีมากกว่าฝ่ายอื่นๆ



ภาพที่ 25 : องค์ประกอบของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชน

(5.4) **คุณสมบัติของคณะกรรมการ** ผลจากการวิจัยเรื่องวิทยุชุมชนในหลายๆ ที่ให้บทเรียนบางประการเกี่ยวกับคุณสมบัติของคณะกรรมการวิทยุชุมชนว่า ควรมี/ไม่ควรีคุณสมบัติอะไรบ้าง ดังนี้

- คณะกรรมการควรเป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้น เพราะงานวิทยุต้องการความคิดริเริ่มสร้างสรรค์แปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา

- เป็นผู้ที่รักและพร้อมที่จะอุทิศตนเองเพื่อชุมชน เพราะงานวิทยุชุมชนเป็นงานเพื่อส่วนรวมมิใช่ธุรกิจ ควรเป็นผู้ที่มีเวลาร่างพอสสมควรที่จะทำงานให้ส่วนรวมภายในช่วงเวลาที่กำหนดตำแหน่ง

- มีความบริสุทธิ์ใจในการเข้ามาทำงาน ไม่มีเป้าหมายเพื่อหวังผลประโยชน์แอบแฝงอยู่เบื้องหลัง สำหรับคุณสมบัติข้อนี้ จำเป็นต้องผ่านการตรวจสอบด้วยกระบวนการเลือกตั้งของชุมชนเท่านั้น เนื่องจากเป็นคุณสมบัติที่ต้องดูจากประวัติชีวิตที่ผ่านมา

- ไม่เป็นฐานเสียงของพรรคการเมืองพรรคใดพรรคหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อป้องกันการที่วิทยุชุมชนจะถูกครอบงำจากการเมืองท้องถิ่น

- คณะกรรมการวิทยุชุมชนนี้ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้นำของชุมชน เช่น กำนันหรือผู้ใหญ่บ้าน ขอให้เป็นผู้ที่รักและสนใจงานวิทยุเป็นใช้ได้

- ประสพการณ์จากงานวิทยุชุมชนบางแห่งพบว่า คณะกรรมการมีการเสนอบุคคลอื่นที่โดดเด่นหรือมีอิทธิพลในชุมชนที่ตนเห็นว่าเหมาะสมเป็นกรรมการเพื่อหวังผลการสนับสนุนรายการบางอย่าง เช่น การเงิน ความสะดวกในการทำงานหรือวิทยากร ซึ่งความคิดดังกล่าวมันได้พิสูจน์แล้วว่าไม่ถูกต้อง เพราะบุคคลที่เด่นหรือมีอิทธิพลอาจจะส่งผลเสียมากกว่าผลดีต่อการทำงานกลุ่ม เนื่องจากมีลักษณะที่ข่มกรรมการคนอื่น ๆ จนไม่มีการแสดงความคิดเห็นอย่างเสมอภาคเป็นประชาธิปไตย

- ปรากฏการณ์ที่ต่อเนื่องจากที่กล่าวมาแล้วก็คือ หากกรรมการมีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมแตกต่างกันอย่างมากเท่าไร ก็ยังเกิดความเกรงใจกันมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นการเลือกกรรมการที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกัน และมีลักษณะความเป็นตัวแทนของกลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้ทุกคนกล้าแสดงความคิดเห็นในที่ประชุม จึงเป็นข้อควรพิจารณาประกอบด้วย

(6) อาสาสมัคร

(6.1) ความสำคัญของอาสาสมัคร เป็นที่น่าสังเกตว่า ในขณะที่แนวคิดเรื่อง "คณะกรรมการ" ในฐานะตัวแทนประชาชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนนั้น มีความชัดเจนและรับรู้เข้าใจกันได้ทั่วไป แต่แนวคิดเรื่อง "อาสาสมัคร" กลับเป็นเรื่องมั่วนอกสายตา ยังเห็นความสำคัญกันน้อย หรือยังเข้าใจกันไม่ลึกนัก

แท้จริงแล้ว เราเกือบจะกล่าวได้เลยว่า **อาสาสมัครนั้นก็คือหัวใจของวิทยุชุมชน** ดังที่ได้กล่าวมาเบื้องต้นบ้างแล้วว่า วิทยุชุมชนนั้นมีชื่อเรียกอีกแบบหนึ่งว่า "วิทยุอาสาสมัคร" ความสำคัญและความจำเป็นของอาสาสมัครในวิทยุชุมชนนั้นมีที่มาดังนี้คือ

- เนื่องจากธรรมชาติของวิทยุชุมชนที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องทุกวัน และเป็นงานที่ต้องระดมพลังคนจำนวนมาก ไม่สามารถทำงานได้แบบ "one-man show"

- ในแง่ปรัชญา การมีอาสาสมัครเข้ามาเป็นพันธมิตรใหญ่ที่จะขับเคลื่อนให้งานวิทยุชุมชนดำเนินไปได้ นั่นก็เท่ากับเป็นความหมายที่แท้จริงของวิทยุชุมชนซึ่งเป็นวิทยุ "โดย" ชุมชน

- ในขณะที่ชุมชนสามารถจะเข้ามามีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนได้ในบทบาทต่าง ๆ เช่น เป็นผู้บริหาร เป็นผู้วางนโยบาย เป็นผู้จัดรายการ เป็นคณะกรรมการ แต่จะเห็นได้ว่า บทบาทเหล่านี้จะรองรับปริมาณคนได้เพียงกลุ่มเล็กๆกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ในอีกด้านหนึ่ง ประชาชนส่วนใหญ่ก็ต้องเล่นบทบาทเป็น "ผู้ฟังที่เอากาเอางาน/กระตือรือร้น" ซึ่งก็เป็นบทบาทที่มีส่วนร่วมน้อยเกินไป ดังนั้น "อาสาสมัคร" จึงเป็นการพบกันครึ่งทางระหว่างบทบาททั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งเป็นบทบาทที่เปิดโอกาสให้ "คนส่วนใหญ่" มีบทบาทและมีส่วนร่วมได้มากขึ้น แม้จะไม่มากที่สุดก็ตาม และเป็นเวทีที่เปิดกว้างมากขึ้นกว่าช่องทาง "การเป็นคณะกรรมการ"

- หากมีการพัฒนาระบบอาสาสมัครทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพแล้ว อาสาสมัครก็จะสามารถทำหน้าที่เป็นกลไกในการตัดสินใจร่วมเกี่ยวกับแนวทางและทิศทางในการดำเนินงานวิทยุชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(6.2) ปัญหาเรื่องความเข้าใจเกี่ยวกับ "อาสาสมัคร" ลักษณะการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ "อาสาสมัคร" ในระบบความนึกคิดของสังคมไทยนั้นดูเหมือนจะสร้างปัญหาให้แก่คำว่า "อาสาสมัคร" อยู่ไม่น้อย เพราะเมื่อใดที่มีการใช้คำว่า "อาสาสมัคร" ก็มักจะมีการนำไปเข้ากับคู่ตรงกันข้าม คือคำว่า "มืออาชีพ" ซึ่งพลอยทำให้มีนัยยะต่อไปว่า ใครใคร่สมัครเป็นอาสาสมัครก็เข้ามาได้เลย เข้ามาแล้วก็ทำงานได้เลย เป็นแล้วก็ไม่ต้องจ่ายค่าตอบแทน เป็นได้โดยไม่ต้องมีการฝึกอบรม อาสาแล้วจะทำงานมั่งไม่ทำมั่งก็ได้ ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดนี้ไม่น่าจะเป็นความหมายของ "อาสาสมัครวิทยุชุมชน" ทั้งนี้เพราะการเป็นอาสาสมัครวิทยุชุมชนนั้นน่าจะมีการกำหนดคุณสมบัติเบื้องต้นบ้าง (แม้ว่าจะไม่เข้มงวดมาก) ต้องมีการฝึกอบรม มีการจัดสรรงบประมาณให้บ้าง มีการจัดตั้งรวมกลุ่มเพื่อให้มีการทำงานที่มีระเบียบวินัยตามสมควร เป็นต้น

นอกเหนือจากปัญหาการรับรู้ "อาสาสมัคร" อย่างผิดๆ แล้ว ก็ยังมีปัญหาเรื่องความเข้าใจ/การรับรู้ "วิทยุชุมชน" อย่างผิดๆ ของตัวอาสาสมัครเอง เช่น ชาลีสาได้ประมวลเอาไว้ว่าอาสาสมัครจะขาดความเข้าใจว่าวิทยุชุมชนคืออะไร หรือรับรู้เฉพาะส่วนเสียเท่านั้นว่า งานวิทยุก็คือการผลิตรายการวิทยุ รวมทั้งยังขาดประสบการณ์ตรงว่า "วิทยุชุมชนคืออะไร" เนื่องจากวิทยุชุมชนเป็นสื่อใหม่ในสังคมไทย แต่เนื่องจากในความคิดประชาชนมิได้วางแปลนเรื่อง "วิทยุ" (แบบสาธารณะหรือการค้า) จึงเกิดปัญหาการรับรู้ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่แรก

จากปัญหาเรื่องความไม่เข้าใจ "วิทยุชุมชน" นี้เอง ทำให้การฝึกอบรมในเรื่องปรัชญา/ธรรมชาติ/อัตลักษณ์ของวิทยุชุมชนเป็นกิจกรรมที่จะขาดเสียมิได้ เพราะมิฉะนั้น วิทยุชุมชนก็จะเกิดปัญหาในการทำงานกับอาสาสมัครที่ไม่มีสัมมาทิฐิในเรื่องวิทยุชุมชนอยู่ตลอดเวลา

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า อาจมีปรากฏการณ์ "ทำงานวิทยุชุมชน ด้วยความเข้าใจในแบบวิทยุสาธารณะ/วิทยุธุรกิจ" และการประเมินผลความเข้าใจของอาสาสมัครทั้งก่อนและหลังจากการมาร่วมอบรมและทำงานกับวิทยุชุมชนก็สามารถจะใช้เป็นตัวชี้วัดความก้าวหน้าของวิทยุชุมชนได้อย่างหนึ่ง

(6.3) **กลยุทธ์การแสวงหาอาสาสมัคร** ในการทำงานอาสาสมัครนั้น คงจะต้องคิดถึงมิติทั้ง "ปริมาณและคุณภาพ" ควบคู่กันไปอยู่ตลอดเวลา เพราะหากมีแต่ปริมาณอาสาสมัครจำนวนมาก แต่ขาดคุณภาพ นอกจากจะทำงานวิทยุชุมชนไม่ได้ผลแล้ว ยังจะมีปัญหาเรื่องการบริหารจัดการตามมาตามหลักที่ว่า "คนเยอะก็เรื่องเยอะ" ในอีกด้านหนึ่ง หากมีคนที่มีคุณภาพดีแต่มีจำนวนน้อย ก็อาจจะไม่เพียงพอกับงานวิทยุชุมชนที่ต้องใช้ทรัพยากรบุคคลจำนวนมาก

ชาลิสามีบทเรียนในการขยายแนวคิดสู่กลุ่มบุคคลอื่นๆ (ทั้งเพื่อหาอาสาสมัครหรือเพื่อขยายผลการทำงาน) ว่า การคัดเลือก "ผู้นำสาร" นั้นมีความสำคัญมากที่สุด กล่าวคือ ผู้นำสารนั้นต้องเป็นคนที่มีความน่าเชื่อถือและมีความรอบรู้ (credibility & expertise) สามารถตอบคำถามหรือข้อสงสัยต่าง ๆ ได้ และในระยะเริ่มต้นนั้น เนื้อหาที่จะนำเสนอ นั้น ควรจะมีลักษณะทั้งที่ "คิดใหม่และทำได้จริง" คือควรมีแผนการทำงานที่ชัดเจนและแปลงเป็นขั้นตอนเชิงปฏิบัติการได้ ทั้งนี้ การเปิดตัววิทยุชุมชนครั้งแรกต่อกลุ่มผู้ที่จะมาเป็นอาสาสมัครนั้นเปรียบเสมือนการวางศิลาฤกษ์ด้านความเข้าใจต่อเรื่องวิทยุชุมชนเป็นครั้งแรกซึ่งมีความสำคัญต่อการสร้างฐานรากที่มั่นคง

(6.4) **ภารกิจ 3 ด้านต่ออาสาสมัคร** หลังจากที่ผ่านมาขั้นตอนในการแสวงหาและคัดสรรอาสาสมัครมาแล้ว ภารกิจที่วิทยุชุมชนพึงกระทำต่ออาสาสมัครนั้นจะมีอยู่ 3 ด้าน

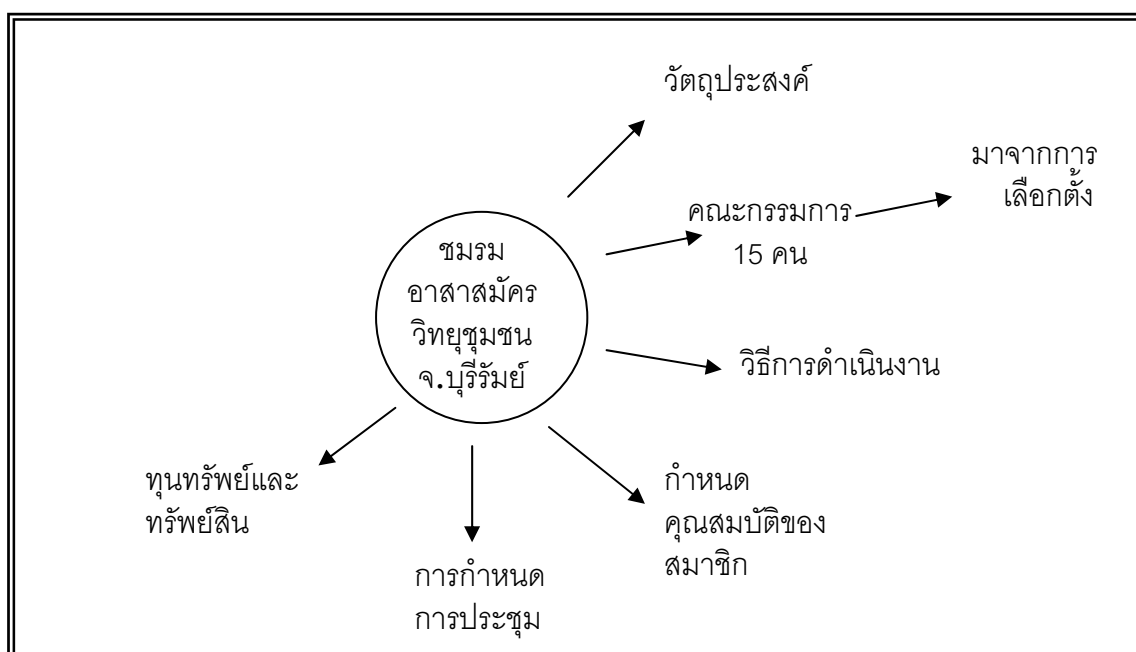
- (i) ต้องเสริมเชี่ยวชาญด้านปัญญา คือการจัดการฝึกอบรม
- (ii) ต้องมีการจัดระบบด้วยการตั้งเป็นกลุ่ม/ชมรม/เครือข่าย เพื่อการประสานงานหนุนเสริมกัน
- (iii) ต้องมีการกำหนดบทบาทหน้าที่เพื่อให้คนทำงานปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

(i) **สำหรับการฝึกอบรมให้แก่อาสาสมัครนั้น** (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป) ถือเป็นกิจกรรมสำคัญที่จะขาดเสียมิได้ ส่วนการที่จะฝึกอบรมเนื้อหาอะไรนั้น น่าจะขึ้นอยู่กับบทบาทหน้าที่ที่อาสาสมัครแต่ละประเภทจะรับผิดชอบ และควรมีการกำหนดคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับงานประเภทต่างๆของอาสาสมัคร เช่น วีรพงษ์พบว่า อาสาสมัครที่จะมาทำงานเป็นผู้ดำเนินรายการนั้น ควรมีคุณสมบัติดังนี้

- (1) ต้องเป็นคนในชุมชน และควรรู้ข้อมูลของท้องถิ่นอย่างดี
- (2) มีทักษะในการใช้ภาษา (ทั้งภาษากลางและภาษาท้องถิ่น)

- (3) รู้วิธีการถามคำถามให้ได้รายละเอียด
- (4) รู้วิธีและสามารถควบคุมประเด็นในการสนทนาในรายการได้
- (5) มีความเป็นกลาง ไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใดและเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็น
- (6) มีปฏิภาณไหวพริบ และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้
- (7) เป็นผู้ใฝ่ศึกษาหาความรู้ทั้งภายใน/ภายนอกชุมชนอย่างสม่ำเสมอ

(ii) **การจัดระบบของอาสาสมัคร** ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดในเรื่องนี้คือกรณีของวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ ซึ่งมีอาสาสมัครถึง 300 คน ดังนั้น จึงได้มีการจัดตั้งอาสาสมัครทั้งหมดขึ้นเป็น "ชมรมอาสาสมัครวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์" ที่มีโครงสร้างการทำงานที่แน่นอน ดังที่แสดงในภาพ



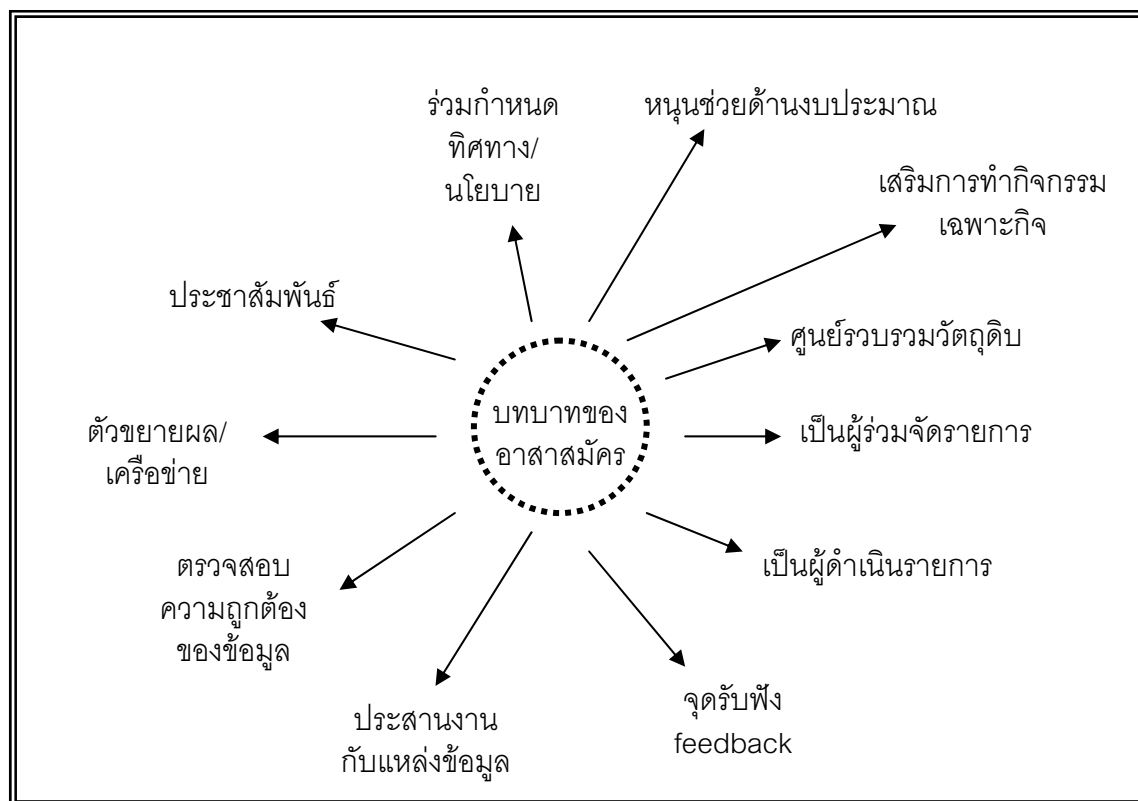
ภาพที่ 26 : ชมรมอาสาสมัครวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์

ประเด็นที่น่าสนใจก็คือ การมีกลไกของชุมชนนี้มีส่วนสำคัญในการพัฒนาความเข้าใจของสมาชิกวิทยุชุมชนได้เป็นอย่างดี ดังที่ผลงานวิจัยพบว่า เมื่อสำรวจมูลเหตุจูงใจที่ทำให้สมาชิกชมรมจำนวนหนึ่งเข้ามาทำงานวิทยุชุมชนจะได้คำตอบที่คล้ายคลึงกันว่า มูลเหตุของการเข้ามาทำงานวิทยุชุมชนนั้นก็คือ

(ก) ทุกคนศรัทธาใน "ความเป็นวิทยุชุมชน" ซึ่งเห็นว่าเป็นรายการที่มีประโยชน์ต่อคนในชุมชน สังคม และประเทศชาติ

(ข) ทุกคนศรัทธาใน "ตัวผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชน" ที่ทำการโดยไม่ได้ผลตอบแทน ถือว่าเป็นผู้เสียสละเพื่อส่วนรวม

(iii) การกำหนดบทบาทหน้าที่ของอาสาสมัคร จากกรณีศึกษาวิจัยทั้ง 4 กรณี จะพบว่า บทบาทหน้าที่ของอาสาสมัครนั้นมีได้หลากหลายและยังสามารถสร้างสรรค์ต่อไปได้อีกมากดังนี้



ภาพที่ 27 : บทบาทของอาสาสมัคร

(1) **ผู้รวบรวมวัตถุดิบ** อันได้แก่เรื่องราวต่าง ๆ ในชุมชน เนื่องจากเนื้อหาของวิทยุชุมชนนั้นจะเป็นเรื่องที่อยู่ในชุมชน ดังนั้น อาสาสมัครจึงเปรียบเสมือนนักข่าวท้องถิ่นที่จะป้อนวัตถุดิบให้กับสถานีแม่

(2) **ผู้แนะนำ/ประสานแหล่งข่าว** ในกรณีที่อาสาสมัครไม่ทราบเนื้อหาบางอย่างชัดเจน หากแต่รู้จักแหล่งข่าว อาสาสมัครก็อาจจะทำได้ทั้งเป็นผู้แนะนำแหล่งข่าวให้ทางรายการทราบ และเนื่องจากอาสาสมัครที่อยู่ในพื้นที่ โดยส่วนใหญ่แล้ว เช่น อาสาสมัครของวิทยุชุมชนคนเมื่อนานก็จะทำหน้าที่ประสานงานกับแหล่งข่าวไปด้วยเลย

(3) **เป็นผู้จัดรายการหลัก** ซึ่งเป็นพัฒนาการที่ต่อเนื่องมาจากข้อ (3) ในกรณีที่อาสาสมัครดังกล่าวมีความสนใจ มีเวลาว่าง มีความสามารถ ก็สามารถจะยกระดับขึ้นมาเป็นผู้จัดการได้เลย เช่น จากสมาชิกชมรมวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน 57 คนที่ได้รับการอบรม ก็จะมาแบ่งกลุ่มกันรับผิดชอบการผลิตรายการทุกวันเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 8-9 คน และในจำนวนนี้มีผู้ที่สามารถจัดรายการได้ถึง 42 คน ซึ่งสามารถหมุนเวียนผลัดเปลี่ยนกัน ทำให้เกิดความต่อเนื่องได้

(5) **เป็นจุดรับฟัง feedback ในชุมชน** เนื่องจากการสื่อสารในวิทยุชุมชนนั้นจะต้องเป็นการสื่อสารแบบสองทาง และเป้าหมายของวิทยุชุมชนนั้น จะต้องนำเสนอให้ตรงกันหรือตอบสนองความต้องการของชุมชน แต่โดยทั่วไป ผู้รับฟังทั่วไปอาจจะมีการกีดขวางการส่งปฏิกิริยาป้อนกลับมายังสถานี เช่น ระยะทางห่างไกลเกินไป ไม่มีโทรศัพท์ ฯลฯ ในแง่นี้อาสาสมัครซึ่งอยู่ในพื้นที่ที่สามารถจะเล่นบทบาทเป็น “จุดรับฟัง feedback” ที่อยู่ในชุมชน ว่าวิทยุชุมชนนั้นได้ “เกาะถูกที่คัน” หรือไม่ และว่า feedback มายังสถานี

(6) **ผู้ตรวจสอบความถูกต้องของข่าวสาร** ในขณะที่วิธีการผลิตเนื้อหาข่าวรายการของวิทยุชุมชนนั้น จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากทั่วทุกสารทิศเพื่อมาทำรายการนั้น ข้อมูลที่หลั่งไหลเข้ามาอย่างทั้ง “ข้อเท็จ” และ “ข้อจริง” และผู้ที่ช่วยตรวจสอบให้ได้ก็คือบรรดาอาสาสมัครที่เกาะติดอยู่กับพื้นที่นั่นเอง

(7) **ผู้ขยายผล/ขยายเครือข่าย** เพื่อขยายผลการรับฟังให้กว้างขวางออกไป จึงมักมีข้อเสนอให้มีการเชื่อมต่อระหว่างวิทยุชุมชนกับระบบการสื่อสารของชุมชน เช่น หอกระจายข่าว ซึ่งอาสาสมัครสามารถจะทำหน้าที่เป็นผู้ประสานเครือข่ายเชื่อมโยงนี้ได้

(8) **ผู้ประชาสัมพันธ์** เนื่องจากการวิทยุชุมชนเป็นของใหม่ ดังนั้นจึงต้องฝ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ใครเล่าจะทำหน้าที่นี้ได้เท่ากับอาสาสมัครที่อยู่ในชุมชน ประสบการณ์จากวิทยุชุมชนคนเมืองน่านได้แสดงให้เห็นว่า สมาชิกชมรมวิทยุชุมชนหลายคนทำหน้าที่เป็นประชาสัมพันธ์หมู่บ้านไปด้วย เมื่อมีการจัดงานขึ้นที่ในหมู่บ้าน สมาชิกก็สามารถจะประชาสัมพันธ์รายการให้ชาวบ้านได้ทราบ เป็นต้น

(9) **เป็นผู้ร่วมกำหนดทิศทาง/นโยบายของวิทยุชุมชน** ตัวอย่างเช่น วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์นั้น ชมรมอาสาสมัครวิทยุชุมชนถือเป็นหน่วยหนึ่งในโครงสร้างของวิทยุชุมชนทั้งหมด และเป็นตัวแทนขนาดใหญ่ของชุมชนที่จะร่วมกำหนดทิศทาง/นโยบายของวิทยุชุมชน (ทำหน้าที่คล้ายๆ สส.ในทางการเมือง)

(10) **หนุนช่วยด้านงบประมาณและช่วยกิจกรรมเสริมต่างๆ** ตามหลักการแล้วกิจกรรมของวิทยุชุมชนนั้นจะหยุดอยู่แค่การจัดรายการวิทยุเท่านั้นไม่ได้ หากแต่จะต้องมีทำกิจกรรมเสริมต่างๆ เช่น วิทยุสัญจร การระดมทุนทรัพย์ ฯลฯ กิจกรรมเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยกองทัพอาสาสมัครเข้ามาหนุนช่วย

เพียงแค่ว่าบทที่ 10 ประการที่กล่าวมานี้ก็น่าจะเพียงพอแล้วที่จะแสดงให้เห็นว่า อาสาสมัครเป็นปัจจัยที่จะขาดเสียมิได้สำหรับงานวิเทศชุมชน หากว่า “คณะกรรมการวิเทศชุมชน” เป็นประจักษ์มือขวา อาสาสมัครก็เป็นประจักษ์ “มือซ้าย” และมีแต่ต้องตบมือสองข้างเท่านั้น เสียงของวิเทศชุมชนจึงจะดังได้อย่างกึกก้อง

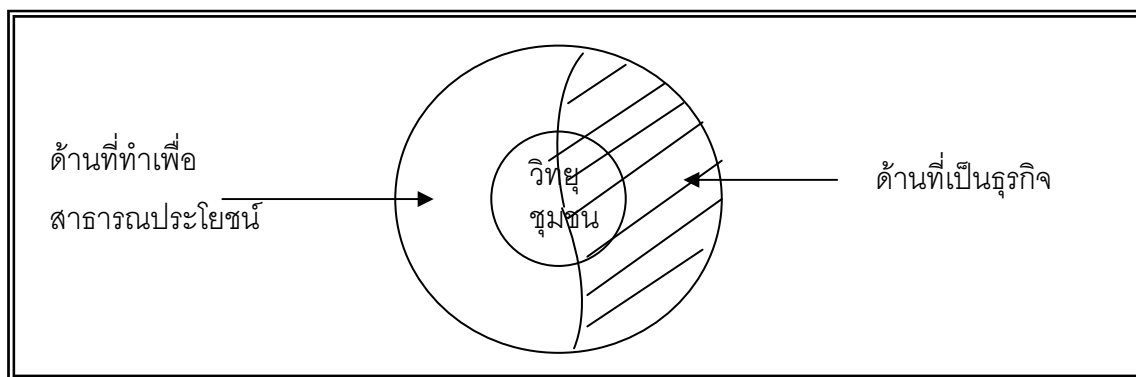
3.4 การวิเคราะห์การบริหารจัดการงบประมาณ

นอกจากทรัพยากรบุคคลที่เป็นหัวใจของการทำงานวิเทศชุมชนแล้ว “เมื่อมีคนทำงานแล้วก็ต้องหาอย่างอื่นมาส่งเสริมคนทำงาน” สำหรับทรัพยากรอื่นๆ ที่สำคัญของวิเทศชุมชน ก็คือ งบประมาณและงบความรู้ ในที่นี้จะกล่าวถึงเรื่องงบประมาณ

(1) **ความสำคัญของงบประมาณ** แม้ว่าวิเทศชุมชนจะมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างไปจากวิเทศธุรกิจตรงที่ไม่ได้หวังทำกำไรเป็นเป้าหมาย แต่มุ่งหวังที่จะทำประโยชน์แก่ชุมชนเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม เราก็ต้องยอมรับความจริงว่า ในการจัดทำสื่อกระจายเสียงซึ่งเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งนั้น จำเป็นจะต้องมีค่าใช้จ่าย ไม่ว่าจะเป็นค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าจัดทำรายการ ค่าเดินทาง ฯลฯ ดังนั้น การพิจารณาประการหนึ่งของผู้ที่รับผิดชอบงานวิเทศชุมชนก็จะต้องมีการวางแผนเรื่องการแสวงหา งบประมาณและการบริหารจัดการงบประมาณที่มีประสิทธิภาพ

(2) หลักการการบริหารงบประมาณของวิเทศชุมชน

(i) หลักการข้อแรกของการบริหารงบประมาณของวิเทศชุมชนก็ต้องเป็นไปตามปรัชญา และธรรมชาติของวิเทศชุมชน กล่าวคือต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่า มิใช่การบริหารจัดการเพื่อการแสวงหากำไรเป็นหลัก (แม้ว่าอาจจะมีการทำธุรกิจบ้างก็ตาม) การบริหารจัดการเรื่องงบประมาณนั้นกระทำไปเพียงเพื่อให้พอเลี้ยงตัวได้เท่านั้น มิใช่หวังกำไรเป็นตัวเงิน



ภาพที่ 28 : ลักษณะ 2 ด้านของวิทยุชุมชน

(ii) **ต้องกระจายแหล่งรายได้ให้มาจากหลายแหล่ง** ทั้งนี้ทั้งเพื่อป้องกันการพึ่งพาแหล่งรายได้เพียงอันใดอันหนึ่ง ซึ่งทำให้มีความเสี่ยงสูงต่อความอยู่รอด และในเวลาเดียวกันก็เพื่อรักษาความเป็นอิสระของวิเทศชุมชนในด้านเศรษฐกิจด้วย ดังเช่นกรณีตัวอย่างของวิเทศชุมชนในต่างประเทศเช่น สถาบัน HANU ในรัฐโคโลราโด สหรัฐอเมริกา มีการกระจายของแหล่งรายได้หลายๆแหล่งดังนี้

- จากเงินอุดหนุนของรัฐ 17%
- จากค่าธรรมเนียมรวมหักรายปีประมาณ 65%
- จากโฆษณา 10%
- ที่เหลือเป็นรายได้จากการระดมทุน

(iii) ในการรับเงินทุนสนับสนุน/งบประมาณจากแหล่งใดๆก็ตาม จะต้องเป็นการรับ **อย่างไม่มีเงื่อนไขแลกเปลี่ยน**ที่จะทำให้เบี่ยงเบนไปตามหลักการของวิเทศชุมชน และจำเป็นต้องมีการวางหลักเกณฑ์เพื่อควบคุมการปฏิบัติดังกล่าวเอาไว้อย่างชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร เช่น หลักเกณฑ์เรื่องการรับโฆษณาสินค้าจากบริษัทห้างร้าน สามารถทำได้ แต่ให้เป็นเพียงสปอตสั้นๆ เพียงกล่าวคำขอบคุณและระบุชื่อสินค้านั้นเพียง 1 ประโยค เป็นต้น

(iv) **ต้องมีการบริหารจัดการงบประมาณที่มีระบบระเบียบอย่างชัดเจน** โดยมีการจัดทำระบบบัญชีรับจ่าย มีระเบียบการเบิกจ่าย เป็นระบบงบประมาณที่มีประสิทธิภาพ มีการบันทึกโปร่งใสตรวจสอบได้ เป็นต้น

การดำเนินงานการบริหารจัดการที่มีระบบเช่นนี้เป็นเรื่องสำคัญ และจำเป็นมากยิ่งขึ้น เมื่อวิธีการหารายได้บางวิธีมาจากการบริจาค ซึ่งจำเป็นต้องสร้างความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ผู้บริจาคไว้วางใจว่า ได้ใช้เงินไปตามเจตนาของผู้อุปถัมภ์ และควรมีระบบการป้อนข้อมูลกลับ (feedback) เช่น การรายงานผลย้อนกลับไปสู่ผู้บริจาคว่า ได้ใช้จ่ายเงินดังกล่าวไปสำหรับกิจกรรมใดบ้าง

ตัวอย่างเช่น วีรพงษ์ได้เสนอแนะว่า การบริหารจัดการงบประมาณของวิเทศชุมชน อาจจัดตั้งในรูปแบบ "กองทุน" ที่คนในชุมชนร่วมกันถือหุ้น โดยมีกรรมการบริหารกองทุน ซึ่งเป็นตัวแทนที่คัดเลือกจากคนในชุมชนกันเอง เพื่อทำหน้าที่ในด้านต่าง ๆ เช่น หารายได้ บริหารกองทุน และจัดสรรรายได้ของกองทุนมาสนับสนุนวิเทศชุมชน เป็นต้น

(v) **การกำหนดหลักการเกี่ยวกับการโฆษณา** จากกรณีตัวอย่างของต่างประเทศได้มีการทดลองดำเนินการในการหารายได้จากการโฆษณาอย่างมีหลักการของวิเทศชุมชน เช่น วิธีการหาทุนของ Marty Dulin ผู้บริหารวิเทศชุมชนแห่งเมืองโปลเดอร์ รัฐโคโลราโด ใช้นโยบายหาทุนให้กับวิเทศชุมชนโดยการหาทุนจากการโฆษณาจากร้านค้าปลีกขนาดย่อม และให้พูดโฆษณาสั้นๆ เพียง 1-2 ประโยคเท่านั้น

ในกรณีของไทย วิทยุชุมชนน่าจะก็ได้ใช้การแสวงหารายได้จากการโฆษณาเพื่อนำมาใช้จ่ายค่าโทรศัพท์ โดยวางหลักการเอาไว้ว่า จะประกาศซื้อห้างร้าน/ธุรกิจที่สนับสนุน แต่จะไม่พูดถึงเนื้อหาของสินค้า ไม่พูดถึงรายละเอียดของผู้ให้การสนับสนุน

(vi) มีข้อเสนอแนะจากงานวิจัยวิทยุชุมชนทั้ง 4 กรณีว่า ควรมีการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์หรือเครือข่ายวิทยุชุมชนในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อที่จะช่วยกันระดมทุนจากองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร

(vii) ควรมีกฎหมายประกอบการมารองรับในการจัดสรรเงินทุนเพื่อให้ภาคประชาชนมีโอกาสเข้าร่วมในโครงการมากขึ้น

(3) แหล่งที่มาของรายได้

จากงานวิจัยทั้ง 4 กรณี จะเห็นได้ว่ามีความพยายามที่จะแสวงหารายได้เพื่อมาใช้ในกิจการของวิทยุชุมชนจากหลายๆแห่งดังนี้ (รวมทั้งมีข้อเสนอแนะจากบางแหล่งด้วย)

- **เงินอุดหนุนจากรัฐ** เนื่องจากวิทยุชุมชนเป็นกิจการเพื่อสาธารณะประโยชน์ ดังนั้นจึงควรได้รับการอุดหนุนส่วนหนึ่งจากรัฐอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งอาจจะออกมาในรูปของการยกเว้นค่าเช่าสถานีและอื่นๆ

ข้อเสนอแนะ

มีข้อเสนอแนะว่าเนื่องจากปัจจุบันได้แบ่งให้มีการจัดสรรคลื่น 40% ให้แก่ภาคเอกชนไปหารายได้ และจ่ายเงินในรูปสัมปทานหรือรูปแบบอื่นๆคืนให้แก่รัฐ รัฐจึงควรแบ่งรายได้ส่วนนี้มาอุดหนุนวิทยุชุมชนโดยอาจจัดตั้งเป็นกองทุนสวัสดิการวิทยุชุมชน เป็นต้น

- **จากค่าธรรมเนียมสมาชิกเป็นรายปี** ซึ่งวิธีการหารายได้เช่นนี้ยังไม่ค่อยมีการปฏิบัติ เพราะจะต้องอาศัยความเข้าใจและจิตสำนึกของสมาชิกอย่างสูง อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติก็คือ สมาชิกบางคนอาจจะออกค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเอง บางท่านอาจจะบริจาครายได้ส่วนตัวส่วนหนึ่ง เป็นต้น

- **การระดมทุนภายในชุมชนเป็นครั้งคราว** กิจกรรมที่มีการดำเนินการกันอย่างแพร่หลายโดยอาศัยกิจกรรมตามประเพณี/ศาสนา คือการจัดตั้งผ้าป่าเพื่อวิทยุชุมชน ฯลฯ หรือการขอการสนับสนุนจากองค์กรต่าง ๆ ภายในชุมชนทั้งภาครัฐ องค์กรปกครองท้องถิ่น และเอกชน เช่น อบต. กลุ่มแม่บ้าน ฯลฯ โดยอาจจะจัดช่วงรายการวิทยุให้ได้ไปนำเสนอผลงาน

- **การทำโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนจากองค์กรเงินทุนความช่วยเหลือที่ไม่หวังผลกำไร** เช่นกรณีของวิทยุชุมชนคนเมืองน่านที่ทำโครงการขอรับการสนับสนุนจากสำนักงานปฏิรูประบบสุขภาพ (สปรส.) และอื่นๆ

- **หาวิธีการหารายได้ด้วยตนเอง** โดยการพยายามจัดทำกิจกรรมเพื่อหาทุน เช่นในกรณีของวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี ที่สมาชิกได้ช่วยกันทำเสื้อยืด ทำไก่ทอดขายในงานเฉลิมฉลองใน

จังหวัด ฯลฯ อย่างไรก็ตาม การทำกิจกรรมที่ต้องมีทุนเช่นนี้ก็ต้องความสามารถเฉพาะด้านของสมาชิก

- การหารายได้จากการโฆษณาตั้งเช่นกรณีของวิฑูชุมชนคนเมืองน่านที่ได้กล่าวไปแล้ว

ตัวอย่างของวิธีการแสวงหารายได้ที่น่าเสนอนี้จะเกี่ยวโยงสัมพันธ์กับ "การมีส่วนร่วมของประชาชน" เช่น ในรูปแบบของคณะกรรมการหรืออาสาสมัครที่ได้กล่าวไปแล้ว กล่าวคือ หากสามารถดำเนินการเรื่องการระดมการมีส่วนร่วมของประชาชนได้สำเร็จมากเท่าใด ก็จะช่วยแก้ปัญหาเรื่องงบประมาณได้มากเท่านั้น

(4) ข้อเสนอแนะเรื่องการแสวงหางบประมาณจากกรณีศึกษาปัจจุบันนี้วิฑูชุมชนที่เป็นโครงการทดลองของกรมประชาสัมพันธ์เป็นส่วนใหญ่ ยังคงพึ่งพางบประมาณจากกรมฯ เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นงบประมาณที่ไม่เพียงพอและไม่สม่ำเสมอต่อเนื่อง ดังนั้น ในงานวิจัยเรื่องวิฑูชุมชนหลายชิ้นจึงให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับวิธีการแสวงหางบประมาณสำหรับวิฑูชุมชนดังนี้

(i) มาจากหน่วยงานรัฐส่วนกลางในหลายรูปแบบ เช่น

- ยกเว้นค่าเช่าสถานที่ให้แก่รายการวิฑูชุมชน
- เนื่องจากรัฐได้แบ่งให้มีการจัดสรรคลื่น 40% ให้แก่ภาคเอกชนนำไปหารายได้และจ่ายเงินในรูปของสัมปทานหรือรูปแบบอื่นๆ คืนให้แก่รัฐ รัฐจึงควรแบ่งรายได้ส่วนนี้มาอุดหนุนวิฑูชุมชนโดยอาจจัดตั้งเป็นกองทุนสวัสดิการวิฑูชุมชน เป็นต้น

(ii) มาจากหน่วยงานท้องถิ่น

ปัจจุบันมีการกระจายนโยบายการคลังและการจัดเก็บเงินรายได้ลงไปให้หน่วยงานในท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ดังนั้น ควรให้หน่วยงานเหล่านี้สนับสนุนงบประมาณแก่วิฑูชุมชน

(iii) มาจากการโฆษณาของภาคธุรกิจเอกชนโดยมีการกำหนดมาตรการและหลักเกณฑ์ดังที่ได้เสนอมานี้แล้ว

(iv) มาจากแหล่งเงินทุนขององค์กรความช่วยเหลือที่ไม่หวังผลกำไร ตัวอย่างเช่น วิฑูชุมชนจ.ปัตตานี ซึ่งเคยได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนทางสังคม (SIF) และวางแผนจะเขียนโครงการขอทุนจากรัฐบาลญี่ปุ่น และสหประชาชาติ เป็นต้น

(v) หาวิธีการหารายได้ด้วยตนเอง เช่นวิฑูชุมชนจ.ปัตตานีนำเสนอวิธีการหารายได้เข้ากลุ่ม เช่น

- จัดทำเสื้อกลุ่มและจัดขาย
- การขายสินค้าในงานเทศกาล
- การทำปากกาและของที่ระลึกในนามของกลุ่มออกขาย

(vi) ใช้รูปแบบทางประเพณีและวัฒนธรรมมาระดมทุนทางสังคม เช่น การจัดงานทอดกฐิน/ผ้าป่าเพื่อก่อตั้งกองทุนวิทยุชุมชน

ตัวอย่างของวิธีการแสวงหารายได้ที่น่าเสนอนานี้ จะเกี่ยวโยงสัมพันธ์กับ "การมีส่วนร่วมของประชาชน" กล่าวคือ หากสามารถดำเนินการเรื่องการระดมการมีส่วนร่วมของประชาชนได้สำเร็จมากเท่าใด ก็จะช่วยแก้ปัญหาเรื่องงบประมาณได้มากเท่านั้น

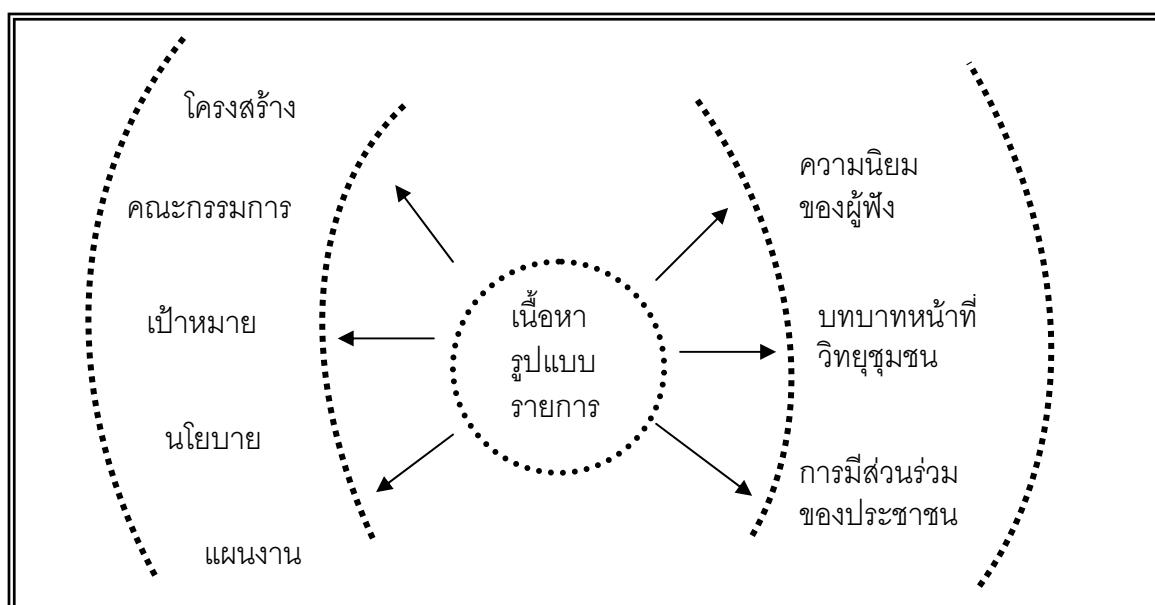
ส่วนที่ 4 : การวิเคราะห์การผลิตเนื้อหาและรูปแบบรายการ

(4.1) การวิเคราะห์กระบวนการผลิตรายการ

(4.1.1) หลักการผลิตเนื้อหาและรูปแบบรายการ

ผลงานที่เป็นรูปธรรมที่สุดของวิทยุชุมชนก็คือ ตัวเนื้อหาและรูปแบบรายการวิทยุชุมชน ซึ่งสามารถจะสะท้อนย้อนกลับไปให้เห็นถึงองค์ประกอบทุกอย่างของวิทยุชุมชน ไม่ว่าจะเป็นคณะกรรมการ เป้าหมาย/นโยบาย/แผนงาน ฯลฯ และก็ยังส่องมองไปข้างหน้าให้เห็นถึงความนิยมในการเปิดรับฟังของชาวบ้าน ประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชน การแสดงบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนตามที่คาดหวังไว้

และหลังจากได้วิเคราะห์ตัวแปรต้นคือ โครงสร้างของวิทยุชุมชนที่มากำหนดวิธีการดำเนินงานแล้ว ผลงานที่เป็นรูปธรรมที่สุดของวิทยุชุมชน ก็คือ ตัวเนื้อหาและรูปแบบรายการวิทยุชุมชน



ภาพที่ 29 : ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างและเนื้อหา/รูปแบบรายการวิทยุชุมชน

จากตัวเนื้อหาและรูปแบบรายการของวิทยุชุมชนนี้ เมื่อมอง "เหลียวไปข้างหลัง" ย้อนสะท้อนกลับไป ก็จะส่องให้เห็นองค์ประกอบด้านโครงสร้างทุกอย่างของวิทยุชุมชน (มองเห็นด้านผู้ส่งสาร) ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างของวิทยุ องค์ประกอบ/สัดส่วนคณะกรรมการ เป้าหมาย นโยบาย และแผนงาน

ในอีกทางหนึ่ง เนื้อหาและรูปแบบรายการของวิทยุชุมชนนี้ เมื่อ "แลไปข้างหน้า" ก็ยังสามารถส่องให้เห็นถึงความนิยมของผู้ฟัง การทำบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน และระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน

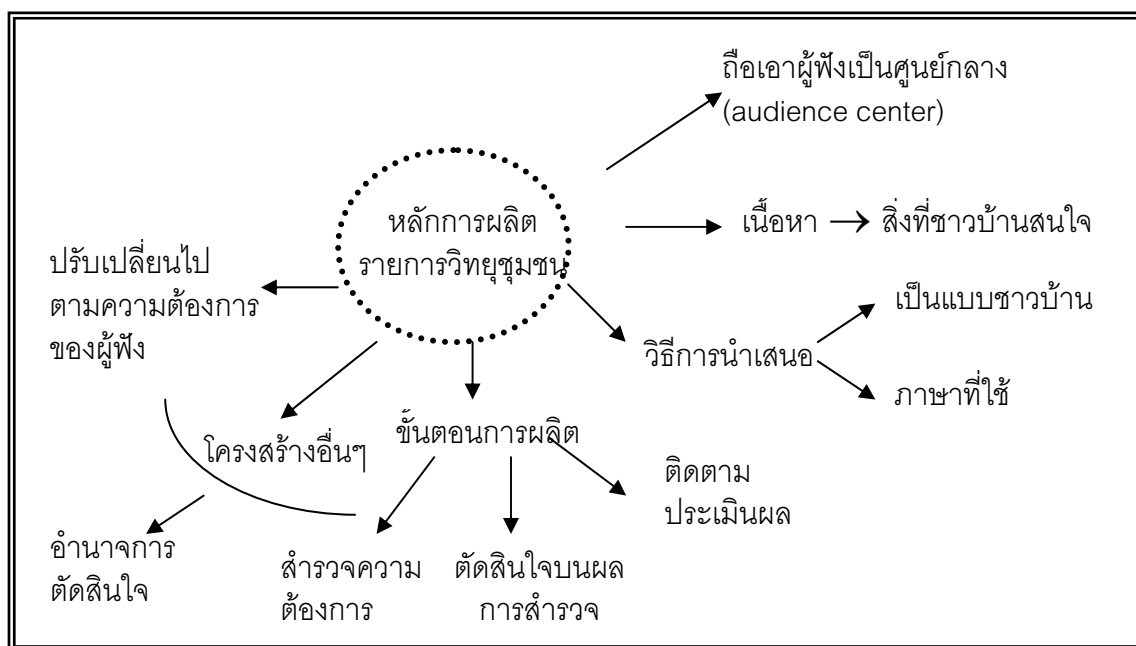
ในการวิเคราะห์เรื่องเนื้อหาและรูปแบบรายการนี้ ตามหลักการแล้วจะประกอบด้วย 2 แนวทางคือ

- (1) ศึกษากระบวนการผลิตเนื้อหาและรูปแบบรายการ (production)
- (2) วิเคราะห์ตัวผลผลิตเนื้อหาและรูปแบบรายการ (product)

เป็นที่น่าสังเกตว่าในงานศึกษาทั้ง 4 กรณีนั้น ส่วนใหญ่แล้วจะใช้แนวทางการศึกษาแบบที่ 2 คือ วิเคราะห์ตัวผลผลิตเนื้อหารายการ (มีกรณียกเว้นคือกรณีวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน ซึ่งสนใจประเด็นการมีส่วนร่วมในการผลิตรายการ) ซึ่งทีมสังเคราะห์คาดเดาว่าข้อจำกัดของการศึกษากระบวนการผลิตนั้นอาจจะเนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่านักวิจัยที่จะเข้าไปศึกษากระบวนการผลิตรายการนั้น จะต้องมีความรู้เรื่องการผลิตรายการวิทยุพอสมควร หรืออาจจะต้องเป็น "คนวงใน/คนในองค์กรวิทยุ" นั้น

อย่างไรก็ตาม แนวทางการศึกษา "กระบวนการผลิตรายการวิทยุชุมชน" ก็เป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากและควรมีการศึกษาวิจัยอย่างละเอียดในโอกาสต่อไป ในที่นี้จึงจะขอถอดบทเรียนจากงานวิจัยที่ศึกษาเรื่อง "กระบวนการผลิตรายการวิทยุชุมชน" ของสุรินทร์ แปลงประสพโชค ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงทดลองสำหรับวิทยุชุมชน จ.จันทบุรี (2533) มานำเสนอให้เห็นเป็นตัวอย่าง

โดยหลักการ กระบวนการผลิตเนื้อหารายการสำหรับวิทยุชุมชนคงจะเป็นเรื่องใหม่สำหรับทุกคนที่เกี่ยวข้อง แม้แต่กับเจ้าหน้าที่รัฐที่เคยผลิตรายการอยู่ในระบบวิทยุสาธารณะ เนื่องจากองค์ประกอบสำคัญของการผลิตรายการวิทยุชุมชนจะต้องมีดังนี้



ภาพที่ 30 : หลักการผลิตรายการวิทยุชุมชน

หลักการสำคัญของการผลิตรายการวิทยุชุมชนนั้นจะมีองค์ประกอบดังในภาพข้างบนคือ

- ต้องถือเอา "ผู้ฟังเป็นศูนย์กลาง" ทั้งในแง่ของเนื้อหา รูปแบบรายการ/วิธีการนำเสนอ กล่าวคือในแง่เนื้อหานั้นจะต้องเป็นเรื่องราวที่ชาวบ้านสนใจเป็นสำคัญ (ซึ่งจะทราบได้โดยการสำรวจความต้องการของชุมชน) ต้องเอาความเชื่อวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาชาวบ้านมาเป็นเนื้อหาเพื่อให้มีเอกลักษณ์ของชุมชน ซึ่งตามหลักการดังกล่าวนี้ อาจกล่าวได้ว่า ผลจากการวิจัยวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน และวิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์ ได้ดำเนินการตามหลักการดังกล่าวพอสมควร

- ส่วนวิธีการนำเสนอนั้นก็ต้องเป็น"แบบชาวบ้าน"และ"อย่างที่ชาวบ้านต้องการ" ประเด็นเรื่องวิธีการนำเสนอจะมีเรื่องสำคัญๆ อยู่ 2 เรื่องคือ **ช่วงเวลาและภาษาที่ใช้**

ในเรื่อง**ช่วงเวลานั้น** จะเห็นได้ว่าวิทยุชุมชนที่ยังอยู่ภายใต้โครงสร้างของรัฐจะมีปัญหาเรื่องกำหนดช่วงเวลาเป็นอย่างมาก เพราะอำนาจในการตัดสินใจจะออกอากาศช่วงเวลาใดนั้น มิได้ถือเอาความต้องการของชุมชนเป็นหลัก แต่กลับเป็นนโยบายและข้อกำหนดจากทางสถานี เช่น หน่วยงานรัฐจากส่วนกลางเป็นตัวกำหนด นโยบายของสถานีที่นำเอาเวลาช่วง

ดีๆไปขายให้ภาคธุรกิจ แต่หากสถานีใดมีนโยบายที่จะไม่ขายเวลาให้ภาคธุรกิจ ก็สามารถจะเลือกเวลาที่เหมาะสมกับความต้องการของชุมชนได้

ส่วนเรื่องภาษาที่ใช้นั้น โดยทั่วไปแล้ว วิทยุสาธารณะของทางราชการนั้นจะใช้ภาษาไทยกลางแบบเดียวกันทั่วประเทศ แต่เอกลักษณ์ของวิทยุชุมชนก็คือมีการใช้ภาษาท้องถิ่น และผลการสำรวจผู้ฟังก็มักจะพบว่า การใช้ภาษาท้องถิ่นนั้นเป็นประเด็นที่ชาวบ้านชื่นชอบ อย่างไรก็ตาม การใช้ภาษาใดในรายการแบบใดก็ยังคงน่าจะยึดหลักความต้องการของผู้ฟังเป็นแนวทาง

ในเรื่องประเด็นของภาษาที่ใช้นั้นอาจจะกลายเป็นปัญหามากยิ่งขึ้นสำหรับในบางบริบทของชุมชนที่มีคนหลายๆเชื้อชาติอยู่ร่วมกัน เช่น กรณีของวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี ซึ่งคณะวิจัยพบว่า เนื่องจากปัตตานีเป็นจังหวัดที่ประกอบด้วยชนชาติ 2 เชื้อสาย คือ มลายูและไทย ส่งผลให้จังหวัดนี้มีการใช้ภาษาหลากหลายคือใช้ภาษาไทยภาคกลาง ภาษาไทยภาคใต้ และภาษามลายู (ยาวี) แต่ปัจจุบัน กรมประชาสัมพันธ์กำหนดให้สถานีวิทยุทุกแห่งต้องใช้ภาษาไทยกลางเป็นหลักในการประกาศและจัดรายการ นอกจากนี้ยังมีกฎเกณฑ์ว่า ผู้จัดรายการและผู้ประกาศสถานีจะต้องผ่านการทดสอบเสียงและการอ่านจากกรมประชาสัมพันธ์ และต้องมีใบอนุญาตเป็นผู้ประกาศสถานี

จากสภาพดังกล่าว กฎเกณฑ์เหล่านี้นอกจากจะเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ฟังชาวมุสลิมที่ไม่เข้าใจภาษาไทยภาคกลางแล้ว ยังเป็นอุปสรรคต่อกลุ่มประชาชนผู้สนใจจัดรายการวิทยุด้วย เพราะโดยส่วนใหญ่อาสาสมัครและสมาชิกกลุ่มไม่สามารถพูดภาษาไทยกลางได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง แต่เมื่อพิจารณาเป้าประสงค์ของสื่อวิทยุชุมชนแล้ว การเลือกใช้ภาษาถิ่นน่าจะเป็นเรื่องบ่งบอกและส่งเสริมเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ

ข้อเสนอแนะในเรื่องภาษา

- (1) ควรมีการอนุญาตให้วิทยุชุมชนมีการใช้ภาษาของแต่ละท้องถิ่น
- (2) สำหรับการออกใบอนุญาตเป็นผู้ประกาศสถานีนั้น ให้มีการเพิ่มการทดสอบเสียงและการอ่านโดยใช้ภาษาท้องถิ่นเพิ่มเติมเข้าไปด้วย

● **ขั้นตอนการผลิต** จากตัวอย่าง?สาธิตให้เห็นวิธีการผลิตรายการวิทยุชุมชนที่ถูกตามหลักการในงานวิจัยวิทยุชุมชน จ.จันทบุรี ในรายการชื่อ "รายการสร้างสรรค์จันทบุรี" คณะกรรมการวิทยุชุมชนได้ดำเนินการดังนี้คือ

(i) **ก่อนการผลิต: การสำรวจชุมชน** คณะกรรมการได้สำรวจชุมชนใน 4 ด้าน คือ

- **สำรวจโครงสร้าง/สภาพของชุมชน** ปัญหาของชุมชน เพื่อนำมาเป็นเนื้อหารายการ

- **สำรวจแบบแผนการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆของชุมชนว่า** ชาวบ้านเปิดรับสื่ออะไรบ้าง ในเวลาใด เนื้อหาอะไร เพื่อนำข้อมูลส่วนนี้มาวางแผนประชาสัมพันธ์ รวมทั้งตัดสินใจในเรื่องเวลาออกอากาศ

- **สำรวจความต้องการ**ในการรับฟังวิทยุชุมชนของประชาชนว่า มีความต้องการมากน้อยเพียงใด อยากฟังเรื่องอะไร

- **สำรวจแบบแผนชีวิตประจำวันของประชาชนกลุ่มต่างๆ** โดยเฉพาะช่วงเวลาต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อจัดรายการวิทยุให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตประจำวันของประชาชนกลุ่มต่างๆ

(ii) **ขั้นตอนการตัดสินใจ** คณะกรรมการวิทยุชุมชนได้นำเอาข้อมูลจากการสำรวจทั้ง 4 ประการ มาเป็นฐานข้อมูลในการตัดสินใจดังนี้

- **ช่วงเวลาออกอากาศ** ควรเป็นเวลา 11.30-12.30 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายพักเที่ยง

- **เนื้อหารายการ** ควรเป็นเรื่องการดูแลสวนผลไม้ การทำนาทำไร่ และปัญหาต่าง ๆ ในชุมชน

- **รูปแบบรายการ** ควรเป็นรูปแบบนิยายสารทางอากาศ (เนื่องจากมีช่วงเวลาเพียง 1 ชั่วโมง) ที่ประกอบด้วยเนื้อหาหลายๆ ประเภท คือ

- ข่าวท้องถิ่น
- ความรู้โดยเฉพาะทางด้านการเกษตร
- ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาท้องถิ่น
- เพลงลูกทุ่งเก่าๆ ที่เคยได้รับความนิยม
- สปอตต่างๆ

(iii) **ขั้นการประเมินผล** เพื่อให้การทำงานวิทยุชุมชนครบวงจร หลังจากที่เกิดผลรายการและออกอากาศไปแล้ว ก็จำเป็นต้องมีการประเมินผลเพื่อตอบคำถาม 2 ประการว่า เนื้อหาที่ผลิตไปแล้วนั้นได้ตอบสนองความต้องการของผู้ฟังหรือไม่ และจะต้องปรับปรุงแก้ไขอะไรบ้างต่อไปในอนาคต (ดูรายละเอียดเรื่องการประเมินผลในตอนต่อไป)

สำหรับการวิจัยทดลองครั้งนี้ได้ให้ความสำคัญกับการ**ประเมินผลผู้ฟัง** และพบว่าในแง่**ปริมาณ** จำนวนผู้ฟังรายการ "สร้างสรรค์จันทร์" มีเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมประมาณ 20% และในแง่**คุณภาพ** กลุ่มผู้ฟังส่วนใหญ่ต้องการจะให้มีการจัดรายการวิทยุชุมชนแบบนี้ต่อไป โดยให้

เหตุผลว่า เนื้อหารายการมีประโยชน์ สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ดี กล่าวโดยสรุปคือ สามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนได้

● **โครงสร้างของวิทยุ** หากเราย้อนถอยกลับไปดูว่า เพราะเหตุใดรายการสร้างสรรค์ จันทบุรีจึงสามารถมีกระบวนการผลิตที่เป็นไปตามหลักการของวิทยุชุมชนได้ดังนี้ คำตอบนั้นก็ น่าจะอยู่ที่**ตัวแปรต้น**ที่เราเหลียวหลังไปดู คือโครงสร้างของคณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชน ซึ่งมี โครงสร้างที่ประกอบด้วย 3 ฝ่ายคือ ตัวแทนชุมชน (เป็นส่วนใหญ่) ตัวแทนของสถานี (เพื่อช่วยด้าน เทคนิค) และตัวแทนฝ่ายวิชาการ (เพื่อช่วยงานด้านวิชาการ) ซึ่งโครงสร้างดังกล่าวนี้จะคล้ายคลึง กับฝ่ายต่างๆของโครงสร้างกลุ่มของวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี

ถึงแม้ว่ากลไกการสรรหาและวิธีการได้มาซึ่งคณะกรรมการชุดนี้จะไม่ค่อย ถูกต้องตามหลักการนัก เนื่องจากเกิดมาจาก "การแต่งตั้ง" ของหน่วยงานราชการ (เนื่องจากเป็น โครงการทดลองวิจัยของมหาวิทยาลัย) แต่ทว่าก็ได้มี**กลไกที่มีประสิทธิภาพ**อื่นๆมาแก้ไข คือ การมีเกณฑ์ระบุคุณสมบัติของกรรมการเอาไว้คือ

- เป็นกรรมการ**อาสาสมัคร** ไม่มีรายได้หรือผลประโยชน์อื่นใดจากวิทยุชุมชน
- เป็นผู้**ที่สนใจ**ในหลักการทำงานของวิทยุชุมชน
- เป็นผู้ที่มี**จิตสาธารณะ/เสียสละ** ทำงานเพื่อส่วนรวม
- กรรมการเกือบทั้งหมดเป็น**ผู้นำชุมชน** เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน มีอาสาสมัคร ชาวบ้านเพียง 1 คน

(4.1.2) กระบวนการและหลักเกณฑ์การคัดเลือกเนื้อหาเพื่อผลิตรายการ

ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า เนื้อหารายการนั้นก็คือตัวบ่งชี้ที่เป็นรูปธรรมว่า วิทยุชุมชนได้ดำเนินการบรรลุเป้าหมายสูงสุดคือ การตอบสนองความต้องการของชุมชนและการเป็น เครื่องมือพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง และเพื่อให้ได้มาซึ่งเนื้อหารายการที่พึงประสงค์นั้น จะมีกลไก และกระบวนการ 2 อย่างที่ต้องใช้ควบคู่กัน คือ **กระบวนการได้มาซึ่งเนื้อหา** และ**เกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหา**

(ก) **กระบวนการได้มาซึ่งเนื้อหา** สำหรับกระบวนการได้มาซึ่งเนื้อหานี้มี 2 ขั้นตอนที่สำคัญ ขั้นตอนแรกเป็นหลักสามัญสำนึกอย่างง่าย ๆ ว่า หากเราต้องการที่จะ "เกา" ให้ถูกที่ "คัน" เราก็ต้องไปสำรวจดูเสียก่อนว่า "ที่คัน" นั้นอยู่ที่ตรงไหน ดังนั้น ในการจัดทำเนื้อหารายการของวิทยุชุมชนนั้น จึงต้องมีการ**สำรวจความต้องการ**ของผู้ฟังเสียก่อนว่า ต้องการจะฟังเรื่องอะไร (ดูตัวอย่างจากกรณีศึกษาของวิทยุชุมชนทดลองที่จังหวัดจันทบุรี)

สำหรับขั้นตอนที่สองก็ยังคงเป็นสามัญสำนึก (แต่ก็คงไม่ค่อยได้ทำในทางปฏิบัติ) คือหลังจากที่เราได้ลงมือ "เกา" ไปแล้ว เราก็ต้องไปติดตามประเมินผลว่า "แล้วหายคันหรือเปล่า" ดังนั้น การประเมินผลรายการหลังจากที่ออกอากาศไปแล้วจึงเป็นงานที่จำเป็นต้องทำเพื่อจะนำมาประกอบการตัดสินใจในอนาคตว่า จะเก็บรักษาเนื้อหาอะไรเอาไว้ จะเพิ่มเติมหรือลดทอน หรือตัดออกเนื้อหาอะไร

(ข) เกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหา เกณฑ์ต่อไปนี้ก็เกิดมาจากปรัชญา/ธรรมชาติ/ลักษณะสำคัญของวิทยุชุมชนนั่นเอง กล่าวคือ

- **ควรเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องหรือใกล้ชิดท้องถิ่นเป็นหลัก** เกณฑ์ข้อนี้ซึ่งทำให้วิทยุชุมชนแตกต่างจากวิทยุสาธารณะ ซึ่งจะรายงานข่าวสารหรือมีเรื่องราวจากส่วนกลางเป็นส่วนใหญ่ แต่วิทยุชุมชนจะเป็นข่าวสารในท้องถิ่น ความรู้ที่อยู่ใกล้ตัว ศิลปะวัฒนธรรมที่ชื่นชอบตามรสนิยมของชุมชน ซึ่งการจัดทำเนื้อหาให้บรรลุหลักเกณฑ์ข้อนี้ได้ จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากสมาชิกชุมชนอย่างกว้างขวาง เช่น การเป็นอาสาสมัครรายงานข่าวในท้องถิ่น การเป็นแหล่งข้อมูลด้านความรู้ในท้องถิ่น

แต่ถึงแม้จะกำหนดสัดส่วนให้มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องหรือใกล้ชิดท้องถิ่นเป็นหลักก็ได้หมายความว่า วิทยุชุมชนจะปิดตัวจากโลกภายนอก ในทางตรงกันข้าม วิทยุชุมชนยังต้องแสดงบทบาทเป็นช่องทางหนึ่งในการพัฒนาเอาข่าวสารและความรู้จากโลกภายนอกเข้ามาในชุมชนเพื่อให้ก้าวไปให้ทันกับโลก

- **วิทยุชุมชนควรมีเนื้อหา รวมทั้งผู้จัดรายการที่หลากหลาย** ประสบการณ์จากวิทยุชุมชนที่เมือง Freiburg ประเทศเยอรมัน เคยพบว่า เมื่อทั้งคนฟังและคนจัดรายการวิทยุชุมชนเป็นคนกลุ่มเดียวกันที่ผลัดบทบาทเล่นไปมา ก็เกิดความต้องการที่ขัดแย้งกัน กล่าวคือเวลาเป็น**คนฟัง**ก็อยากจะให้มีรายการที่ชัดเจนเฉพาะเจาะจงไปเลย แต่เวลาเป็น**คนจัด**ก็อยากจะให้มีคนหลายๆกลุ่มมาฟัง ถ้ามีเพียงรายการเดียวก็ต้องจัดให้เป็นแบบกว้างๆ เอาใจคนฟังทุกกลุ่ม ทางแก้ปัญหาสำหรับความขัดแย้งนี้ก็คือ การจัดให้มีหลาย ๆ รายการ แต่ละรายการมุ่งเฉพาะสำหรับกลุ่มผู้ฟังแต่ละกลุ่ม และต้องมีการตรวจสอบติดตามให้แน่ใจว่า วิทยุชุมชนนั้นมีรายการสำหรับคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ

สำหรับเงื่อนไขที่จะทำให้หลักเกณฑ์การคัดเลือกเนื้อหาข้อนี้เป็นไปได้จริงก็คือ ต้องมีช่วงเวลาการออกอากาศที่มากพอสมควร ตัวอย่างเช่น รายการวิทยุชุมชนของจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งมีถึง 10 รายการ

รายการ	เวลาออกอากาศ	วัน	เนื้อหา
1. คติธรรมประจำวัน	05.00 – 05.15	ทุกวัน	ธรรมะ
2. ท้นข่าวเช้าวันนี้	05.15 – 06.00	ทุกวัน	ข่าวทั่วไป
3. บอกกล่าวเล่าแจ้ง	06.30 – 07.00	ทุกวัน	ข่าวท้องถิ่น
4. ร่วมคิดร่วมคุย	10.00 – 11.00	ทุกวัน	เวทีพูดคุยประเด็นต่างๆ
5. ฟันธงตรงประเด็น	11.00 – 12.00	จ.- ศ.	วิจารณ์การเมือง
6. ระฆังใจ	13.00 - 14.00	จ.- ศ.	เพลง
7. พูดจาภาษาช่าง	14.00 – 14.30	จ.- ศ.	ช่าง/อาชีพ
8. เสียงจากชุมชน	17.00 – 18.00	ทุกวัน	ร้องทุกข์
9. ดีใจเยาวชน	18.00 - 19.00	ทุกวัน	เยาวชน
10. ภูมิปัญญาชาวบ้าน	21.00 – 22.00	ทุกวัน	ความรู้ของชาวบ้าน

● **จัดสรรช่วงเวลาให้เหมาะกับวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมาย** จากตัวอย่างรายการวิทยุชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ที่ยกมาแสดงให้เห็นจะชี้ให้เห็นว่า การจัดสรรช่วงเวลานั้นเหมาะสมกับวิถีชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ รายการข่าวจะเป็นช่วงเวลาเช้าก่อนที่กลุ่มผู้ใหญ่จะออกจากบ้านไปทำงาน

ในส่วนที่เกี่ยวกับช่วงเวลาออกอากาศนี้ยังมีข้อควรพิจารณาอีก 2 ประการคือการจัดช่วงเวลาโดยดูสื่อคู่แข่งอื่นๆ เช่น ผลการวิจัยผู้รับฟังกลุ่มวิทยุชุมชนจังหวัดระยองเสนอว่ารายการที่ดีๆของวิทยุชุมชนไม่ควรไปยุชนกับเวลาของละครโทรทัศน์ เป็นต้น

นอกจากนั้น เนื้อหารายการจะเป็นที่น่าสนใจเมื่อมีลักษณะสอดคล้องกับกาลเวลาหรือฤดูกาล เช่น เมื่อถึงฤดูร้อน รายการความรู้เพื่อสุขภาพก็ควรเป็นโรคที่มักเป็นในฤดูร้อน เป็นต้น

การคัดเลือกเนื้อหาให้เหมาะสมกับช่วงเวลานั้น จำเป็นต้องมีการสำรวจวิถีชีวิตของคนแต่ละกลุ่มในชุมชน รวมทั้งสอบถามความต้องการของผู้ฟังในเรื่องช่วงเวลาออกอากาศประกอบไปด้วย

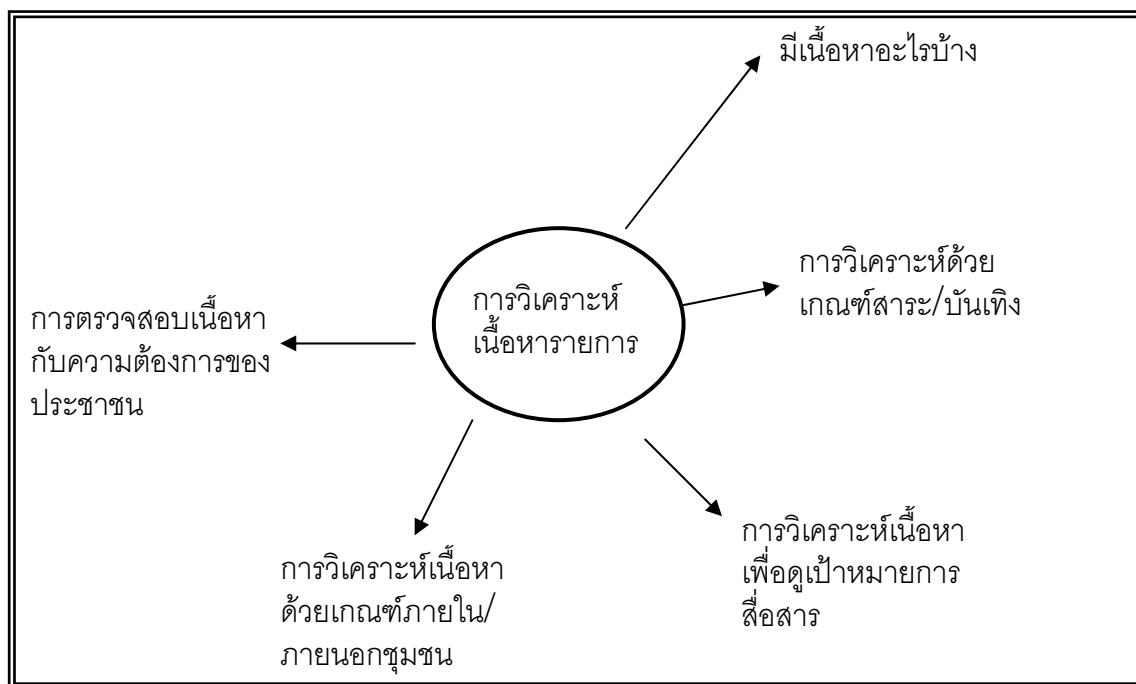
● **ควรคัดเลือกเนื้อหาให้สอดคล้องหรือแสดงออกซึ่งความเชื่อ/ภูมิปัญญา/วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น** ประเด็นที่เป็นปัญหามากที่เกี่ยวข้องกับหลักเกณฑ์ข้อนี้ก็คือ ควรใช้ภาษากลางหรือภาษาท้องถิ่นในการนำเสนอเนื้อหา รายการการวิจัยบางชิ้นระบุว่า ผู้ฟังมีความเห็นว่าจะมีการใช้ภาษาท้องถิ่น เพราะจะทำให้ฟังง่าย รู้สึกใกล้ชิด และไม่เป็นการมากเกินไป อย่างไรก็ตาม ก็ยังไม่มีข้อสรุปที่แน่นอนตายตัว และคงต้องสำรวจความชื่นชอบในแต่ละท้องถิ่น ในแต่ละประเภทรายการดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

สำหรับเนื้อหาที่แสดงออกซึ่งภูมิปัญญาหรือวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นนั้น จะทำให้วิทยุชุมชนในแต่ละแห่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น ในทางภาคใต้ ก็คงมีรายการโน้ราห์ ในขณะที่ทางภาคเหนือก็คงจะมีรายการคำซอ หลักเกณฑ์ข้อนี้จะเอื้ออำนวยให้วิทยุชุมชนเป็นช่องทางในการแสดงออกซึ่งตัวตนของแต่ละท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

● **หลักเรื่อง "ความสมดุล"** ดูเหมือนจะเป็นหลักการสำคัญประการหนึ่งในการพิจารณาคัดเลือกเนื้อหา กล่าวคือ ไม่ควรให้มีแต่เนื้อหาที่ "สะท้อนปัญหา" แต่ควรมีเนื้อหาที่มีวิธีการ "แก้ปัญหา" ด้วย อย่าให้มีแต่เนื้อหาที่ "จับผิดหน่วยงานราชการต่างๆ" แต่ควรมีเนื้อหาที่ "ชมเชยและสร้างสรรค์" อย่าให้มีแต่เนื้อหาเรื่อง "การเมือง" เท่านั้น แต่ควรมีเรื่องผ่อนคลาย เช่น ศิลปวัฒนธรรมและศีลธรรมศาสนาด้วย เป็นต้น

4.2 การวิเคราะห์เนื้อหารายการ

มีวิธีการหลายวิธีการ และการเลือกใช้เกณฑ์หลายเกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหารายการ โดยที่วิธีการและเกณฑ์แต่ละอย่างที่ใช้กันต่างก็มุ่งตอบคำถามแต่ละอย่าง ในที่นี้จะประมวลวิธีการศึกษาเนื้อหารายการที่ปรากฏอยู่ในงานวิจัยวิทยุชุมชนทั้ง 4 กรณี



ภาพที่ 31 : การวิเคราะห์เนื้อหารายการ

(4.2.1) มีเนื้อหาอะไรบ้างในรายการวิทยุชุมชน

การวิเคราะห์แบบนี้เป็นการตอบคำถามง่ายๆ ว่า "มีเนื้อหาประเภทอะไรบ้างในรายการ" ซึ่งวิธีการแบ่งประเภทของเนื้อหานั้น อาจจะแตกต่างกันไปในงานวิจัยแต่ละชิ้น

การตรวจสอบประเภทของเนื้อหา มักเป็นบันไดขั้นแรกที่จะก้าวต่อไป เช่น นำเอาเนื้อหาดังกล่าวไปตรวจสอบกับความต้องการ/ความคาดหวังของชุมชนว่าสอดคล้องกันหรือไม่ ตัวอย่างเช่น ผลจากการตรวจสอบเปรียบเทียบเนื้อหารายการด้านเกษตรที่สอดคล้องกับอาชีพของชุมชนนั้น วิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์มีสัดส่วนสูงกว่า จ.นครราชสีมา เป็นต้น (ดูกรณีตัวอย่างวิทยุชุมชนคนเมืองน่านในอันดับต่อไป)

ตัวอย่างการสำรวจประเภทของเนื้อหาวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา และบุรีรัมย์ พบว่า มีเนื้อหาประเภทต่างๆ ดังนี้

- เนื้อหาที่เกี่ยวกับการทำมาหากิน เช่น การเกษตร แรงงานเศรษฐกิจ
- เนื้อหาด้านการปกครอง เช่น กฎหมาย การเมือง
- เนื้อหาด้านสังคม-วัฒนธรรม-ศาสนา เช่น ปัญหาสังคม
- เนื้อหาด้านการศึกษา เช่น ความรู้ต่างๆ วิทยาการทันโลก
- เนื้อหาด้านสุขภาพอนามัย
- เนื้อหาด้านศิลปะ/ความบันเทิง

- เนื้อหาด้านสิ่งแวดล้อม
- เนื้อหาด้านการท่องเที่ยว
- เนื้อหาอื่นๆ เช่น พยากรณ์อากาศ

ในขณะที่วิทยุชุมชนจ.ปัตตานี มีการแบ่งประเภทของเนื้อหาออกเป็นถึง 14 หัวข้อย่อย และมีหลายหัวข้อที่ไม่ปรากฏในวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา และบุรีรัมย์ เช่น เนื้อหาเกี่ยวกับวิทยุชุมชน บทบาทสตรี เยาวชน สื่อศิลปะพื้นบ้าน บุคคลสำคัญ ฯลฯ

ความหลากหลายของประเภทเนื้อหานี้สะท้อนให้เห็น "ความเป็นตัวตน" และ "ความต้องการ" ที่แตกต่างหลากหลายของแต่ละท้องถิ่นได้อย่างดี

(4.2.2) การแบ่งประเภทเนื้อหาตามเกณฑ์สาระ/บันเทิง

ด้านหลักการทฤษฎีของ "การสื่อสารเพื่อชุมชน" เนื่องจากสื่อวิทยุส่วนใหญ่ได้กลายเป็นสื่อเพื่อการค้าและธุรกิจ ส่งผลให้ประเภทของเนื้อหาการรายนั้นหันไปทางด้าน "การให้ความบันเทิง" และมีสัดส่วนของรายการ "ที่มีสาระประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชน" น้อยกว่าที่ควร ดังนั้นหน้าที่ประการหนึ่งของ "การสื่อสารเพื่อชุมชน" เช่น วิทยุชุมชนจึงควรเป็นการเพิ่มสัดส่วนของรายการที่ให้สาระประโยชน์มากขึ้น

นี่จึงเป็นที่มาของการตั้งเกณฑ์ในการตรวจสอบว่าสัดส่วนของเนื้อหาการรายการประเภทสาระ/บันเทิง มีมากน้อยเพียงใด

● **เนื้อหาประเภทที่มุ่งให้สาระ** ได้แก่ เนื้อหาที่เป็นข้อมูลข่าวสารเป็นเรื่องราวที่เป็นจริง เป็นเนื้อหาที่ให้ความรู้แบบต่างๆ ตัวอย่างเช่น รายการข่าว รายการสารคดี ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

● **เนื้อหาประเภทให้ความบันเทิง** ได้แก่ เนื้อหาที่เกี่ยวกับเรื่องราวที่สนุกสนานรื่นเริง สร้างความรู้สึกผ่อนคลายหรือเฝ้าอารมณ์ความรู้สึก เช่น เนื้อหาที่เป็นเพลง กีฬา เป็นต้น

เป็นที่น่าสังเกตว่า จากผลการวิเคราะห์เนื้อหาการรายการวิทยุชุมชนโดยเกณฑ์เรื่อง "สาระ/บันเทิง" นี้ จากกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณี จะพบว่า สัดส่วนของเนื้อหาที่เป็นข้อมูลข่าวสารจะมากกว่าความบันเทิงอย่างชัดเจน เช่น

วิทยุชุมชน	เนื้อหาข้อมูล/ข่าวสาร	เนื้อหาบันเทิง
จ.นครราชสีมา	95.71	4.29
จ.บุรีรัมย์	86.00	14.00

ภาพที่ 32 : สัดส่วนเนื้อหาประเภทต่างๆของวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา และ จ.บุรีรัมย์

สัดส่วนดังกล่าวน่าจะมีนัยยะว่า บรรดาผู้รับผิดชอบวิทยุชุมชนได้เข้าใจถึงภาระหน้าที่ของวิทยุชุมชนในด้านที่จะคานสัดส่วนของข่าวสารข้อมูลที่เป็นสาระให้เพิ่มมากขึ้น

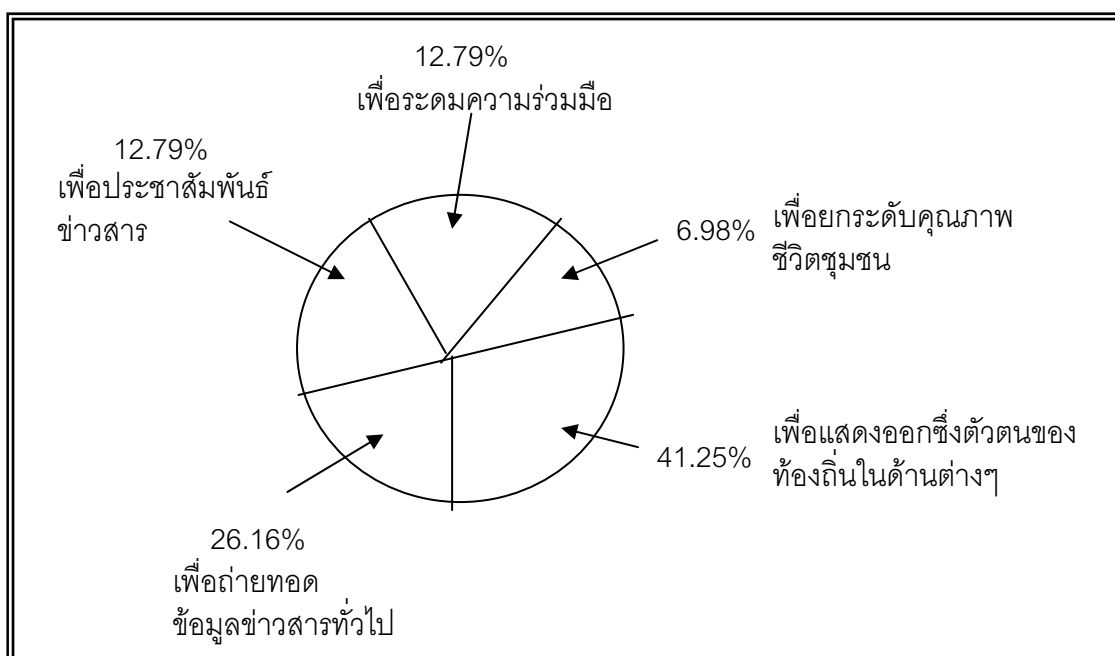
(4.2.3) การวิเคราะห์เนื้อหารายการเพื่อดูเป้าหมายของการสื่อสาร

จากหลักการของ "การสื่อสารเพื่อชุมชน" ที่ระบุเอาไว้ว่า เป้าหมายการสื่อสารเพื่อชุมชนนั้นนอกจากจะมีเป้าหมายระบบการสื่อสารโดยทั่วไป เช่น เพื่อการถ่ายทอดข่าวสาร เพื่อให้ความรู้ ฯลฯ แล้ว การสื่อสารเพื่อชุมชนก็ยังมีเป้าหมายเฉพาะตัวอีกหลายประการเช่น

- การกระตุ้นให้ชุมชนเห็นคุณค่าของตนเอง ด้วยการเปิดโอกาสในพื้นที่สาธารณะให้ชุมชนได้พูดถึงท้องถิ่นของตนเอง/กิจกรรมของตนเอง และได้แสดงออกซึ่งตัวตนของตัวเอง
- สร้างความมั่นใจให้ชุมชน
- ยกกระดับความคิด/ความรับผิดชอบต่อชุมชน
- เปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความรู้สึก ความต้องการ ชี้อปัญหาและเสนอแนวทางแก้ไข

เป็นต้น

จากหลักการดังกล่าวนี้ ชาลีสาได้ศึกษาเป้าหมายของการสื่อสารของวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหารายการ และพบว่าเป้าหมาย 5 ประการที่ปรากฏในรายการ



ภาพที่ 33 : เป้าหมายที่ปรากฏในเนื้อหาประเภทต่างๆ

จากสัดส่วนในภาพที่ 33 ชาลิสได้วิเคราะห์ว่า จากตัวเลขที่สูงมากกว่า 41.28% ที่เนื้อหารายการได้สะท้อนเป้าหมายของการแสดงออกซึ่งตัวตนของท้องถิ่นในด้านต่าง ๆ สะท้อนให้เห็นในกรณีที่ทำให้ภาคประชาชนได้เข้ามาจัดรายการด้วยตนเอง ประชาชนจะใช้วิทยุเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนตนเองในด้านต่าง ๆ ได้อย่างดี ซึ่งนับว่าเป็นประโยชน์ที่ประมาณค่ามิได้

(4.2.4) การวิเคราะห์เนื้อหารายการโดยใช้เกณฑ์ภายใน/ภายนอกชุมชน

แนวคิดที่อยู่เบื้องหลังเกณฑ์การวิเคราะห์เนื้อหาว่า เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับ "ภายใน" หรือ "ภายนอก" ชุมชนนั้น ก็มาจากหลักการเรื่องการไหลของข่าวสารของการสื่อสารมวลชน (กระแสหลัก) และการสื่อสารเพื่อชุมชน กล่าวคือ

- การไหลของข่าวสารของการสื่อสารมวลชนนั้น จะมีทิศทางของการไหลแบบทางเดียว และเป็นการไหลของข่าวสารจากภายนอกชุมชนเข้าไปสู่ชุมชนเป็นส่วนใหญ่ๆ แม้ว่าทิศทางการไหลเช่นนั้นจะช่วยให้ประชาชนรับรู้ความเป็นไปของสังคมและโลกภายนอก พร้อมปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น แต่ปัญหาก็คือ ชุมชนได้แค่รู้จักคนอื่นอย่างดีแต่กลับไม่รู้จักตัวเอง

- ดังนั้น คุณลักษณะประการหนึ่งของการสื่อสารเพื่อชุมชนจึงต้องเป็นเนื้อหาที่เป็นข่าวสารของท้องถิ่นเอง เพื่อให้มีทิศทางการไหลของข่าวสารในเส้นทางอื่น เพื่อส่งข่าวสารจากภายในชุมชนสู่สังคมภายนอก เป็นการใช้สื่อเพื่อส่งสารเกี่ยวกับท้องถิ่นไปยังบุคคลอื่นๆ ในสังคม เพื่อกระจายอัตลักษณ์ของตนเองสู่สังคมหรือเป็นการไหลของข่าวสารในแนวระนาบ เพื่อใช้สื่อกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารภายในชุมชน

ดังนั้น วิทยุชุมชนจึงมีความแตกต่างจากวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจตรงที่มีเนื้อหาเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชุมชนเป็นหลัก โดยงานวิจัยที่เป็นกรณีศึกษาได้แบ่งประเภทของเนื้อหาจากเกณฑ์ภายใน/ภายนอก ดังนี้

- เนื้อหาภายในชุมชน ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ด้านการทำมาหากิน ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ประวัติความเป็นมา บุคคลสำคัญ ปัญหาของชุมชน ฯลฯ

- เนื้อหาภายนอกชุมชน ได้แก่ เนื้อหาทุกประเภทที่มีต้นตอมาจากภายนอกชุมชน

ตัวอย่างผลการศึกษาเนื้อหาโดยเกณฑ์ภายใน/ภายนอกชุมชนของวิทยุชุมชนจ.

นครราชสีมาและจ.บุรีรัมย์ มีดังนี้

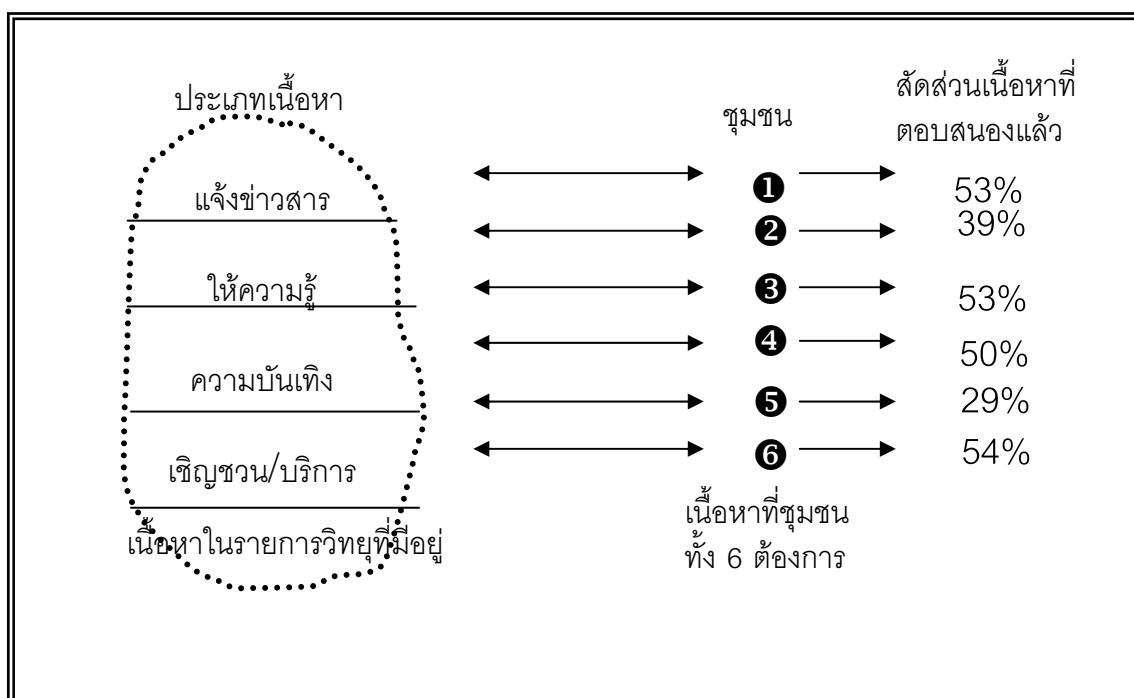
วิทยุชุมชน	เนื้อหาภายนอก (%)	เนื้อหาภายใน (%)
จ.นครราชสีมา	9.94	90.06
จ.บุรีรัมย์	44.00	56.00

ภาพที่ 34 : สัดส่วนของเนื้อหาภายนอก/ภายในของวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา/บุรีรัมย์

ในการตีความข้อมูลสัดส่วนเรื่องประเภทเนื้อหาภายใน/ภายนอกชุมชนนี้มีข้อพึงระวังว่า สัดส่วนที่เนื้อหาภายในมีมากกว่าภายนอกนั้น ยังไม่น่าจะหมายความว่า วิทยุชุมชนนั้นได้ทำหน้าที่สื่อเพื่อชุมชนที่ดีแล้วเสมอไป ทั้งนี้เนื่องจากข้อเท็จจริงว่า ชุมชนเองก็น่าจะมีความต้องการที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากโลกภายนอกเพื่อการรู้เท่าทันด้วย แนวทางการศึกษาต่อไปในอนาคตจึงน่าจะอยู่ตรงประเด็นเหล่านี้คือ "ชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจมากพอหรือไม่" จะให้มีสัดส่วนของเนื้อหาจากภายนอก/ภายในสักเท่าใด เนื้อหาจากภายนอกแบบไหนที่ชุมชนต้องการ เนื้อหาจากภายนอกเหล่านั้นมีความเกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อชุมชนอย่างไร เป็นต้น

(4.2.5) การตรวจสอบเนื้อหากับความต้องการของประชาชน

อีกมิติหนึ่งที่เป็นการตรวจสอบสถานภาพของ "ความเป็นวิทยุชุมชน" อย่างตรงไปตรงมาเลยก็คือ การตรวจสอบว่า "เนื้อหาที่มีอยู่นั้น" ตรงกับ "ความต้องการของประชาชน" หรือไม่ ดังตัวอย่างเช่น การออกแบบงานวิจัยของวีระวรรณและคณะในกรณีของวิทยุชุมชน จ.น่าน โดยวีระวรรณได้ซักถามประชาชนที่อยู่ในชุมชน 6 แห่งของ จ.น่านว่า มีความต้องการเนื้อหาในรายการวิทยุชุมชนอะไรบ้าง แล้วก็นำมาตรวจสอบกับ "เนื้อหาที่มีอยู่จริง" ในรายการวิทยุ



ภาพที่ 35 : ประเภทเนื้อหาและการตอบสนองความต้องการของชุมชน

จากสัดส่วนเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนทั้ง 6 คณะวิจัยคิดว่ามีไม่สูงมากนัก (ที่สูงสุดประมาณครึ่งเดียว) และจะตอบสนองได้มากน้อยแตกต่างกัน ชุมชนที่อยู่ในเขตเทศบาลจะตอบสนองได้สูงกว่าอำเภอรอบนอกและห่างไกล คณะวิจัยวิเคราะห์ว่าเนื่องจากรายการวิทยุชุมชนมีเพียงรายการเดียว และกระจายเสียงในรัศมีวงกว้างเกินกว่าขอบเขตของวิทยุชุมชน (ประมาณ 10 กิโลเมตร) ดังนั้น เมื่อชุมชนมีลักษณะที่หลากหลาย ความต้องการของชุมชนก็ย่อมแตกต่างกันออกไป รายการวิทยุชุมชนรายการเดียวจึง "เอาใจ" ชุมชนทุกชุมชนไม่ได้

นอกเหนือจากการวิเคราะห์เนื้อหาตามเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว การวิเคราะห์เนื้อหาที่นั้นยังมักถูกนำไปใช้ในการศึกษา "บทบาทและหน้าที่ของวิทยุชุมชน" (ดูรายละเอียดในหัวข้อต่อไป) และสำหรับวิทยุชุมชนที่มีหลักการสำคัญคือเรื่อง "การมีส่วนร่วมของประชาชน" ก็ยังสามารถวิเคราะห์กระบวนการเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิต/คัดเลือก/นำเสนอเนื้อหาได้ด้วย (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

4.3 การวิเคราะห์รูปแบบรายการ

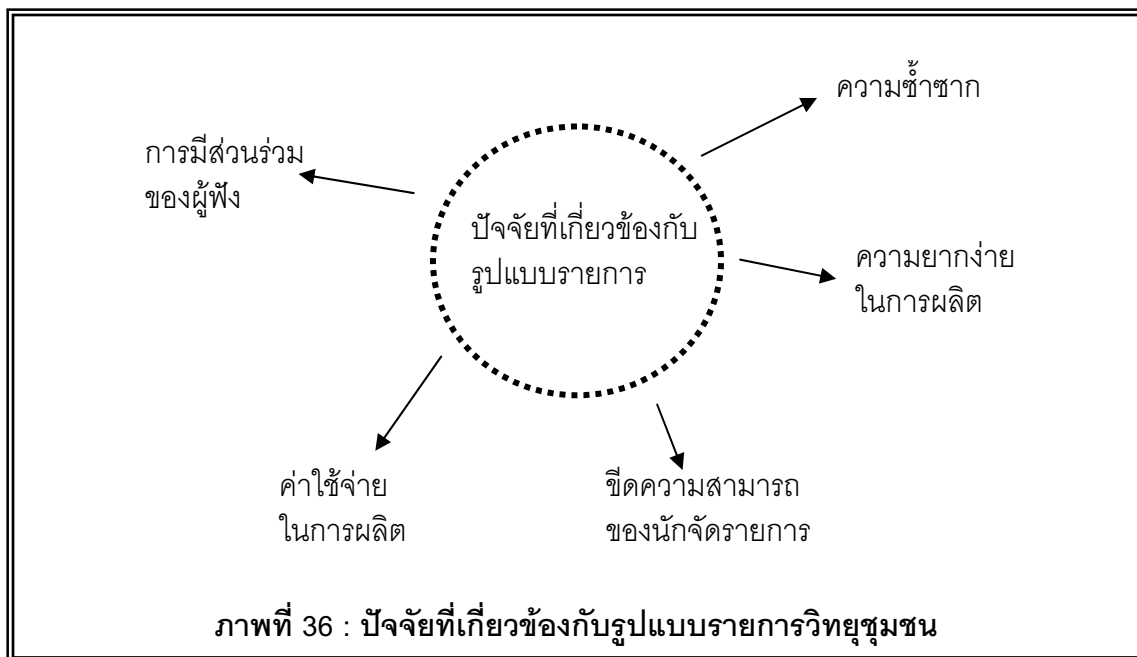
(4.3.1) แนวคิดเรื่อง "รูปแบบรายการ"

หากเปรียบเทียบตัวเนื้อหารายการเป็น "สิ่งของ" แล้ว ตัวรูปแบบรายการ ก็น่าจะเปรียบเสมือนกล่องที่บรรจุสิ่งของนั้น

ในขณะที่เนื้อหารายการหมายถึงประเด็นของสารที่ปรากฏในรายการวิทยุดังที่ได้กล่าวไปแล้วรูปแบบรายการ ก็จะหมายถึงลักษณะการนำเสนอรายการในรูปแบบต่างๆ

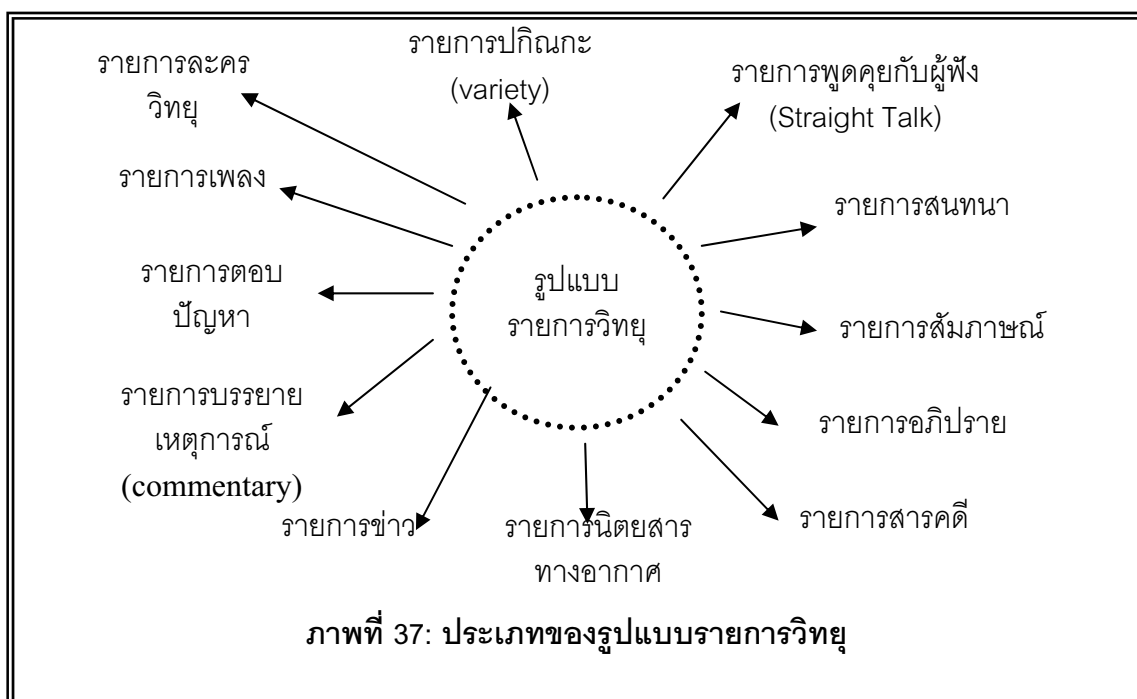
ในวิชาการเรื่องการผลิตรายการวิทยุได้แบ่งประเภทของรูปแบบรายการวิทยุออกเป็นหลายสิบประเภท ทั้งนี้เนื่องจากวิทยุเป็นสื่อที่ส่งกระจายเสียงเป็นช่วงเวลายาวนานในแต่ละวันและออกอากาศทุกวัน ดังนั้น หากมีเพียงรูปแบบรายการเดียวหรือเพียง 2-3 รูปแบบ ก็จะทำให้เกิดความซ้ำซากน่าเบื่อหน่าย

อย่างไรก็ตาม เมื่อนำแนวคิดเรื่อง "รูปแบบรายการ" มาใช้ในกรณีของวิทยุชุมชน นอกจากตัวแปรเรื่อง "ความซ้ำซาก" แล้ว ในเรื่องของวิทยุชุมชนยังมีตัวแปรอื่นๆเข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องรูปแบบรายการด้วย เช่น ความยากง่ายในการผลิต ขีดความสามารถของนักจัดรายการ ค่าใช้จ่ายในการผลิต การมีส่วนร่วมของประชาชน/ผู้ฟัง



(4.3.2) ทำความรู้จักกับรูปแบบรายการ

มีวิธีการหลายวิธีที่จะแบ่งประเภทของรูปแบบรายการ ในที่นี้จะขอใช้วิธีการของนาถกรณ์ อัจฉริยะกุล (2531) ที่ได้แบ่งรูปแบบรายการออกเป็น 12 ประเภท



จากประเภทของรูปแบบรายการทั้งหมดนี้ จากกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณี มีข้อค้นพบในเรื่องรูปแบบรายการดังนี้

(i) ความหลากหลายของรูปแบบรายการ

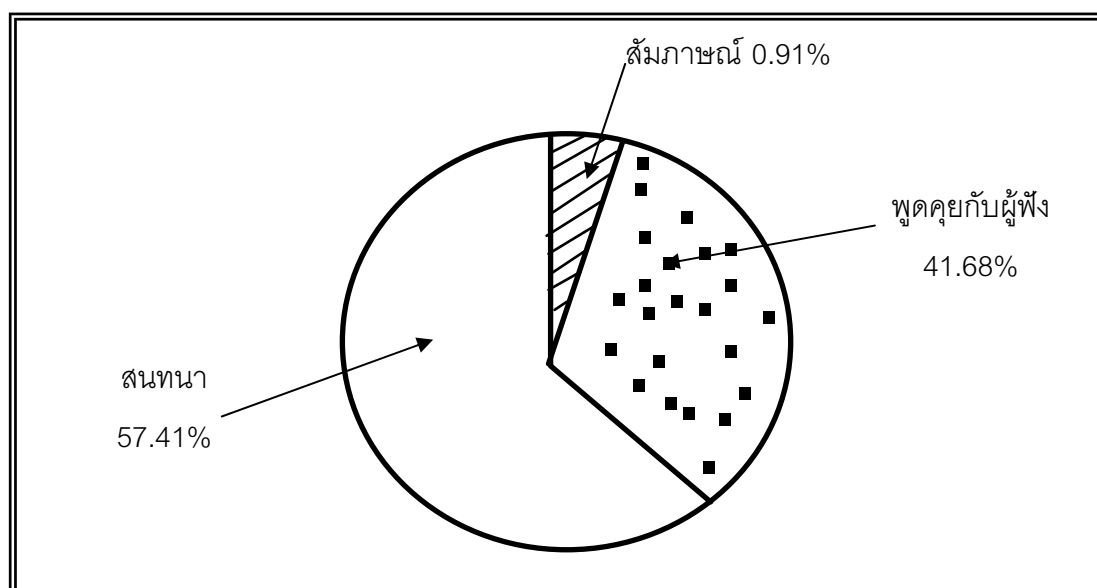
วิธีพึงทำการเปรียบเทียบความหลากหลายของรูปแบบรายการของวิทยุชุมชน จ. นครราชสีมา และจ.บุรีรัมย์ และพบผลดังนี้

รูปแบบรายการวิทยุชุมชน น.นครราชสีมา	ร้อยละ	รูปแบบรายการวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์	ร้อยละ
1. นิตยสารทางอากาศ	73.31	1. นิตยสารทางอากาศ	60.00
2. รายการสัมภาษณ์	13.88		
3. รายการข่าวสลับเพลง	6.76		
4. รายการพูดคุยกับผู้นำ	4.27	2. พูดคุยกับผู้นำ	20.00
5. สันทนา	1.07		
6. พูดคุยสลับเพลง	0.36		
7. อภิปราย	0.36	3. พูดคุยสลับเพลง	20.00

ภาพที่ 38 : เปรียบเทียบความหลากหลายของรูปแบบรายการ

จากตารางในภาพที่ 38 ได้แสดงให้เห็นว่าวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมา มีการใช้รูปแบบรายการที่หลากหลายกว่าวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่า กลุ่มผู้จัดรายการของจ.นครราชสีมา เป็นกลุ่มเจ้าหน้าที่ของสถานีมากกว่าเป็นชาวบ้านทั่วไป (ดูหัวข้อ "โครงสร้างของวิทยุชุมชน") ดังนั้น จึงมีความรู้ความสามารถในการเลือกใช้รูปแบบรายการได้มากกว่า

ดังนั้นสำหรับรายการวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีที่ผู้จัดรายการทั้งหมดเป็นชาวบ้าน ชาลิสาจึงพบว่าประเภทของรูปแบบรายการมีเพียง 3 ประเภทเท่านั้น ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 39 : สัดส่วนของรูปแบบรายการของวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี

(ii) ความยากง่ายในการผลิต

จากข้อมูลรูปแบบรายการของวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ซึ่งคณะวิจัยพบว่ามีเพียง 3 รูปแบบคือ การสนทนา การพูดคุยกับผู้ฟัง และการสัมภาษณ์นั้น ทั้ง 3 รูปแบบนี้มีลักษณะเรียบง่ายไม่ซับซ้อนทั้งในด้านการผลิตและการสร้างสรรค์รูปแบบรายการ เนื่องจากการสนทนาและการพูดคุยนั้นเป็นเพียงการถ่ายทอดความรู้ที่ชาวบ้านใช้กันอยู่ในชีวิตประจำวันเข้ามาใช้ในการจัดรายการวิทยุเท่านั้น

หากเป็นรายการประเภทสัมภาษณ์ ก็จะเริ่มเรียกร้องผู้จัดให้ต้องมีความสามารถมากขึ้น เช่น ต้องรู้จักตั้งคำถามสำหรับสัมภาษณ์ ต้องมีความรู้ในเรื่องที่จะสัมภาษณ์ ต้องกะระยะเวลาให้ลงตัวกับเนื้อหา ต้องเตรียมตัวพร้อมกับผู้ให้สัมภาษณ์ ฯลฯ

หรือรายการประเภทข่าวสลับเพลงหรือพูดคุยสลับเพลง นักจัดรายการก็ต้องทำการบ้านด้วยการจัดหาข้อมูลที่เป็นเนื้อหาข่าว ต้องเตรียมแผ่นเสียงเพื่อเปิดเพลง ต้องมีทักษะในการใช้และควบคุมอุปกรณ์ เป็นต้น

(iii) ค่าใช้จ่ายในการผลิต

ขालิสาดังข้อสังเกตว่า สัดส่วนของรูปแบบรายการสัมภาษณ์ของวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี มีเพียง 0.91% เช่นเดียวกับที่วีรพงษ์พบว่า วิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์ไม่มีรายการประเภทสนทนาและอภิปรายเลย คณะวิจัยทั้งสองคณะวิเคราะห์ว่า เนื่องจากรายการประเภทสัมภาษณ์สนทนา และอภิปรายนั้นต้องอาศัยผู้ร่วมรายการจำนวน 2 คนขึ้นไป ต้องมีการเชิญแขกรับเชิญมาร่วมรายการ ซึ่งทั้งหมดนี้จะต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เช่น ค่าเดินทาง ค่าตอบแทน ฯลฯ ซึ่งปัญหาเรื่องงบประมาณของวิทยุชุมชนไม่เอื้ออำนวยให้เลือกรูปแบบรายการดังกล่าวได้

(iv) ขีดความสามารถของนักจัดรายการ

ขาลิสาดังข้อสังเกตว่า ประเภทรายการที่จำกัดเพียง 2-3 รูปแบบ และเป็นประเภทรายการที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อนของวิทยุชุมชน จ.ปัตตานีนั้น น่าจะเกิดเนื่องจากขีดความสามารถของนักจัดรายการที่มาจากประชาชนรากหญ้า และได้รับการฝึกอบรมในเรื่องการจัดรายการวิทยุในระดับพื้นฐานเท่านั้น ดังนั้น หากประชาชนได้รับการอบรมการผลิตรายการที่หลากหลายและมีระดับสูงขึ้น ก็คาดว่าผู้จัดจะสามารถผลิตรายการที่ซับซ้อนขึ้น และหากได้มีโอกาสใช้เครื่องมือหรือมีเครื่องมือเป็นของตนเอง ก็คาดว่ารูปแบบรายการจะพัฒนาไปมากกว่านี้

(v) การมีส่วนร่วมของผู้ฟัง

ในการออกแบบรูปแบบรายการแต่ละรายการนั้น จะมีมิติของการมีส่วนร่วมของประชาชน/หรือผู้ฟังเอาไว้ ตัวอย่างเช่น การศึกษารูปแบบรายการของวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน ซึ่งมี 4 รูปแบบ

1. **รูปแบบนิตยสาร** ผู้ดำเนินรายการเป็นสมาชิกชมรมวิทยุชุมชนฯ แบ่งเป็น 4 ช่วง
 - 1.1 พูดคุย
 - 1.2 ผู้ดำเนินรายการ 2 คน อ่านข่าวสลับกัน
 - 1.3 สัมภาษณ์
 - 1.4 สนทนา โดยให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามายังรายการ
2. **รายการสัญจร** ผู้ดำเนินรายการหลักคือเจ้าหน้าที่สวท. 1 คน แบ่งเป็น 4 ช่วง
 - 2.1 พูดคุย
 - 2.2 สนทนาระหว่างผู้ดำเนินรายการกับตัวแทนชุมชน
 - 2.3 พูดคุยสนทนาระหว่างผู้ดำเนินรายการกับตัวแทนฝ่ายราชการในท้องถิ่น
 - 2.4 สนทนาระหว่างผู้ดำเนินรายการ/ตัวแทนชุมชน/เจ้าหน้าที่ราชการ
3. **เพลงคั่นรายการ**
4. **สปรอต**

ภาพที่ 40 : รูปแบบรายการในวิทยุชุมชน จ.น่าน

จากรูปแบบรายการที่แสดงมาข้างบนนี้จะเห็นได้ว่า

(ก) รูปแบบรายการสัมภาษณ์ (1.3) รูปแบบสนทนากับตัวแทนชุมชน (2.2) จะเป็นรูปแบบที่เปิดโอกาสให้ประชาชนบางคนได้เข้ามามีส่วนร่วมในฐานะแหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข่าวสาร

(ข) รูปแบบ (1.4) สนทนาโดยให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามานั้น หรือรูปแบบที่เปิดกว้างให้ประชาชนทั่วไปได้เข้ามามีส่วนร่วม

(vi) **การตรวจสอบความต้องการของผู้ฟังในเรื่องรูปแบบรายการ**

วิระวรรณและคณะได้สร้างเครื่องมือเพื่อเปรียบเทียบรูปแบบรายการวิทยุชุมชนที่ออกอากาศอยู่จริงๆ กับรูปแบบวิทยุชุมชนที่ผู้ฟังต้องการ โดยตั้งประเด็นคำถามเป็น 3 แนวทางคือ

- (1) รูปแบบรายการที่ตอบสนองความต้องการแล้ว
- (2) รูปแบบรายการที่ไม่ตอบสนองความต้องการ
- (3) รูปแบบรายการที่ต้องการให้เพิ่มขึ้นมา

ในทางปฏิบัติ สามารถจะนำเอาประเด็นเรื่องความต้องการเนื้อหาและรูปแบบรายการดังกล่าวมาเป็นหัวข้อหนึ่งของการประเมินผลผู้ฟัง และนำผลที่ได้จากการประเมินมาพัฒนาปรับปรุงรูปแบบรายการ รวมทั้งมาเพิ่มพูนทักษะการจัดรายการของนักจัดรายการวิทยุชุมชนให้มากขึ้น

5. การวิเคราะห์บทบาท/หน้าที่และประโยชน์ของวิทยุชุมชน

(5.1) แนวคิดเรื่องบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน

แนวคิดที่อยู่เบื้องหลังการศึกษาบทบาท/หน้าที่และประโยชน์ของวิทยุชุมชนนั้นเกิดมาจาก ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) ซึ่งได้อุปมาอุปไมยว่า ชุมชน/สังคมโดยรวมเปรียบเสมือน ร่างกายของมนุษย์ บรรดาสถาบันย่อยต่างๆก็เป็นประจักษ์อวัยวะส่วนย่อยที่มาประกอบกันเข้าและต่างมีหน้าที่/บทบาทที่เป็นประโยชน์ต่อการดำรงรักษาร่างกาย/ส่วนรวมทั้งหมด

ในแง่นี้ วิทยุชุมชนซึ่งเป็นเสมือนอวัยวะ/ส่วนย่อยของชุมชน/ส่วนรวม การเล่นบทบาทหรือ ทำหน้าที่นั้นจะมองเห็นได้เมื่อเกิด "สภาวะความขาด" อันนำไปสู่ความต้องการ (Need) เช่นเมื่อ ร่างกายขาดน้ำ อวัยวะส่วนต่าง ๆ ก็จะทำหน้าที่/เล่นบทบาทเป็นผู้ไปจัดหา น้ำมาตอบสนอง ความ ต้องการ หากอวัยวะส่วนย่อยทั้งหมดทำหน้าที่อย่างประสานกลมกลืนกัน ก็สามารถจะตอบสนอง ความต้องการของส่วนรวมได้

ในการพิจารณาบทบาท/หน้าที่/ประโยชน์ของวิทยุชุมชนก็เป็นไปในลักษณะเดียวกัน คือ การศึกษาผลที่เกิดขึ้นจากการแสดงบทบาท/ทำหน้าที่ของวิทยุชุมชนว่าเราสามารถจะตอบสนอง ความต้องการในด้านต่าง ๆ ที่ชุมชนยังขาดแคลนอยู่ได้อย่างไร

การศึกษารoles of radio community ในงานวิจัยที่เป็นกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณีนี้มีแนวทาง การศึกษาวิทยุชุมชนใน 2 ลักษณะด้วยกันคือ

(1) การพิจารณาวิทยุชุมชนในฐานะเครื่องมือการสื่อสารชนิดหนึ่ง หากพิจารณาวิทยุ ชุมชนในแง่นี้ การทำบทบาทหน้าที่หรือเป้าหมายใช้ประโยชน์ของวิทยุชุมชนก็จะ เป็นไปตาม หลักการสื่อสาร เช่น งานวิจัยวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีนั้นต้องการจะตรวจสอบเป้าหมายของวิทยุ ชุมชนว่าทำหน้าที่อย่างไร

- การทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสาร
 - การทำหน้าที่ให้ความรู้
 - การทำหน้าที่เพื่อแสดงออกซึ่งความเป็นตัวตนของผู้จัดรายการ/ตัวตนของท้องถิ่น
- เป็นต้น

(2) การพิจารณาวิทยุชุมชนในฐานะกลไกการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้แก่หรือเพื่อการ พัฒนาชุมชน ดังเช่นข้อสรุปของสถาบันการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคมและสถาบันชุมชน ท้องถิ่นพัฒนาที่ได้มีการประชุมเวทีสื่อภาคประชาชนขึ้นเมื่อปีพ.ศ.2543 และได้นำเสนอพันธกิจ

ของสื่อภาคประชาชนอันหมายถึงวิทยุชุมชนว่าจะต้องมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างไปจากพันธกิจของวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจดังนี้ (เอื้อจิต, 2546)

(i) เป็นเวทีแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดเห็น และเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงการเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายหรือชุมชน

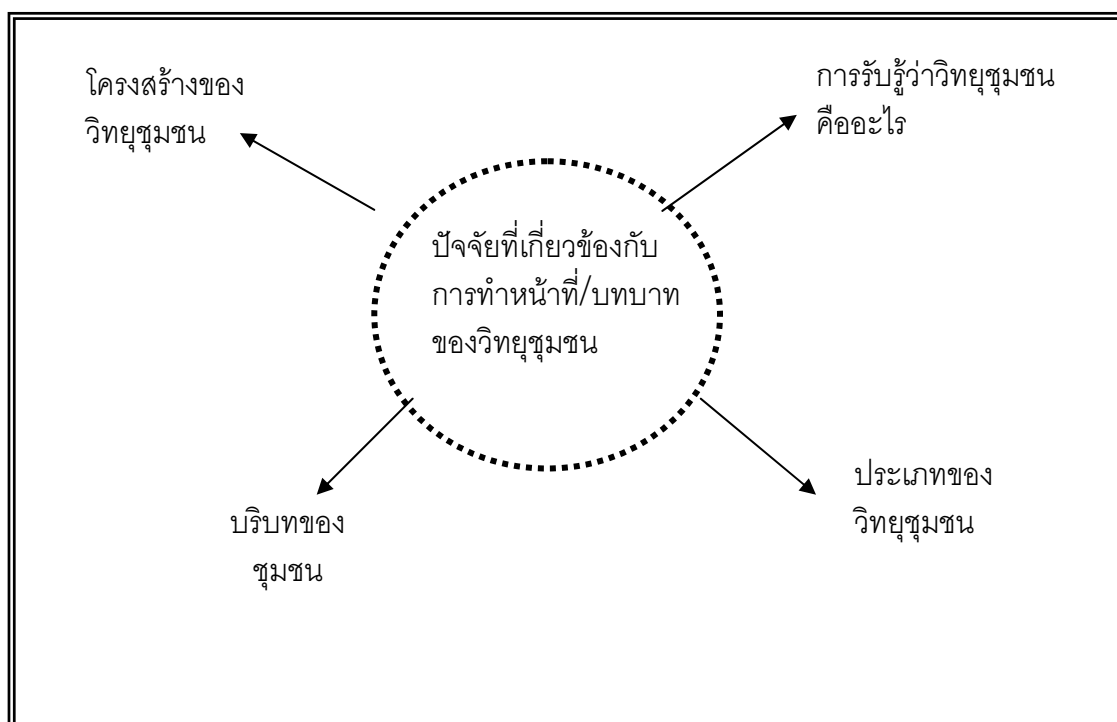
(ii) เป็นศูนย์กลางประสานความร่วมมือในการแก้ปัญหาและพัฒนาท้องถิ่นในด้านต่างๆ เช่น สาธารณสุข สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ เป็นต้น

(iii) อนุรักษ์คุณค่าและเอกลักษณ์ท้องถิ่น เผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่น

(iv) เป็นเวทีให้ผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มพิเศษทางสังคม

(v) เป็นเครื่องมือในการสร้างความเชื่อมั่นในการพึ่งตนเอง

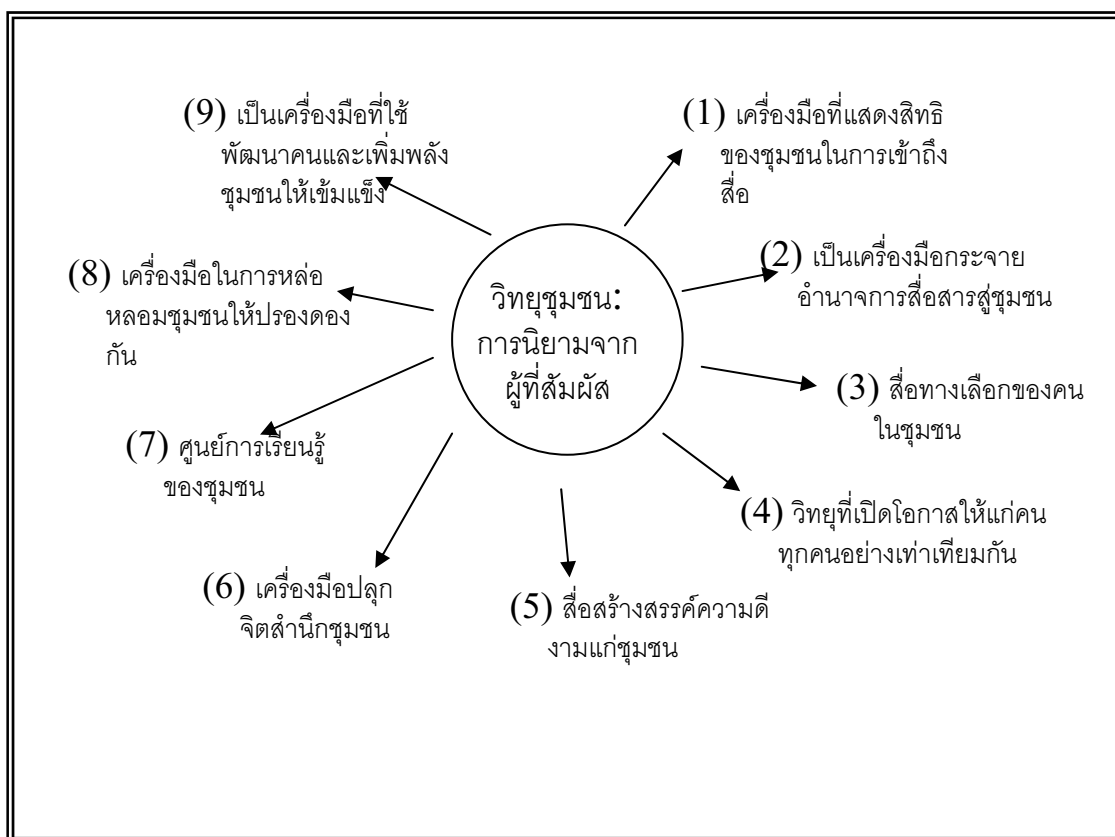
การที่วิทยุชุมชนที่มีอยู่มากมายหลายแบบจะทำหน้าที่และแสดงบทบาทให้มีประโยชน์ตามที่กล่าวไปข้างต้นนั้น น่าจะมีปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้องกันอยู่หลายๆ ประการดังนี้



ภาพที่ 41 : ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำหน้าที่ของวิทยุชุมชน

(1) การรับรู้ว่ามีวิทยุชุมชนคืออะไร ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่เริ่มแรกแล้วว่า วิทยุชุมชนเป็นวิทยุที่เกิดขึ้นมาหลังวิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจ ดังนั้น การแยกแยะให้เห็นความแตกต่างในการรับรู้ "วิทยุชุมชนคืออะไร" จึงเป็นเสมือนลูกบิดที่จะเปิดประตูไปสู่เรื่องอื่นๆ เอื้อจิต (2546) ได้ประมวลนิยามของวิทยุชุมชนจากผู้คนที่ได้สัมผัสกับวิทยุชุมชนจริงๆ ไม่ว่าจะเป็นในฐานะผู้ฟังหรือผู้ที่

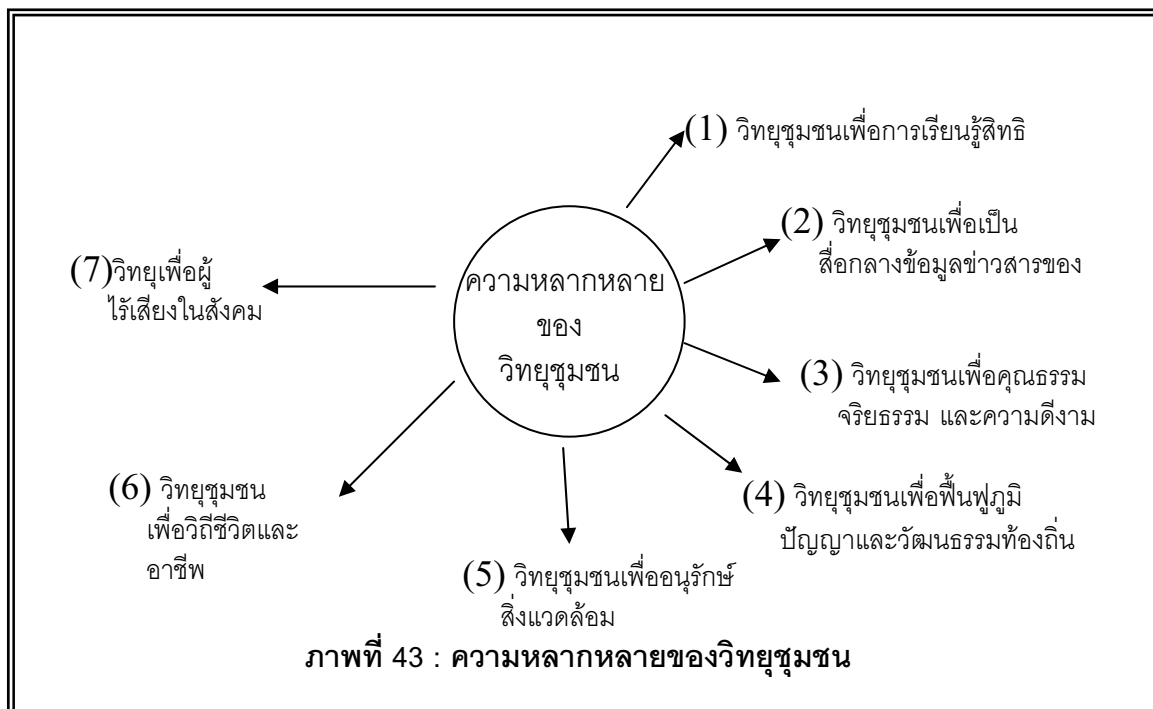
ดำเนินการที่ลงมือปฏิบัติ และพบว่าความหมายทั้ง 9 นี้ น่าจะเป็นตัวแทนการรับรู้วิทยุชุมชนที่แท้จริง



ภาพที่ 42 : ความหมายของวิทยุชุมชนจากนানাทัศนะ

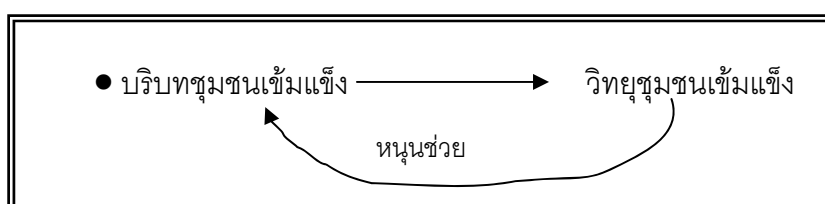
(2) **ประเภทของวิทยุชุมชน** ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า เนื่องจากวิทยุชุมชนเป็นวิทยุของชุมชนโดยที่ชุมชนในแต่ละแห่งนั้นล้วนมีความแตกต่างเฉพาะตัว ดังนั้นวิทยุของชุมชนจึงมีความหลากหลายตามไปด้วย ทั้งนี้เพื่อให้สามารถทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการในแต่ละที่ของชุมชนได้ (ลักษณะเฉพาะที่แตกต่างดังกล่าวนี้เป็นจุดเด่นที่วิทยุสาธารณะและวิทยุธุรกิจไม่สามารถจะมาทดแทนได้)

เอื้อจิต (2546) ได้ประมวลประเภทของวิทยุชุมชนเท่าที่ปรากฏในปีพ.ศ.2546 ว่า มีจุดเน้นที่แตกต่างกันไปหลายแบบดังนี้



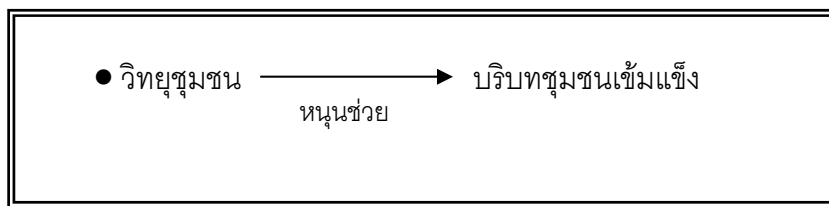
สำหรับประเภทของวิทย์ชุมชนแต่ละชนิดก็จะแสดงบทบาทหลักและทำหน้าที่สำคัญๆแตกต่างกันออกไป และน่าสังเกตว่า ประเภทดังกล่าวนี้ย่อมขึ้นอยู่กับการรับรู้ความหมายของวิทย์ชุมชนดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นด้วย (จากภาพที่ 42)

(3) **บริบทของชุมชน** ความสัมพันธ์ระหว่างวิทย์ชุมชนกับบริบทชุมชนนั้นต่างมีส่วนหนุนช่วยซึ่งกันและกัน และส่งผลมาถึงการทำหน้าที่ของวิทย์ชุมชนเอง เช่น



ภาพที่ 44 : ความสัมพันธ์ระหว่างวิทย์ชุมชนเข้มแข็งกับวิทย์ชุมชน

ในกรณีแรกนี้ เช่นกรณีของวิทย์ชุมชน จ.น่าน ซึ่งมีบริบทชุมชนที่เข้มแข็ง มีการรวมกลุ่มประชาชนเป็นภาคประชาสังคมที่เข้มแข็ง เช่นกลุ่มฮักเมืองน่าน เมื่อกลุ่มเหล่านี้เข้าไปทำงานวิทย์ชุมชนก็ทำให้วิทย์ชุมชนมีความเข้มแข็งตามไปด้วย และไปย้อนกลับมาเสริมความเข้มแข็งแกร่งของชุมชนให้มากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 45 : การหนุนช่วยของวิทยุชุมชนต่อบริบทชุมชน

ในบางกรณี เช่น กรณีของบริบทสังคม จ.มหาสารคาม ซึ่งชาคริตและคณะวิจัยระบุว่า จ.มหาสารคามแม้จะมีกลุ่มต่าง ๆ อยู่มาก แต่ก็ยังเป็นกลุ่มที่ต้องพึ่งพารัฐและทำงานในลักษณะสงเคราะห์เท่านั้น ดังนั้นภาคประชาสังคมจึงยังไม่เข้มแข็ง และคณะวิจัยได้พยายามศึกษาว่า วิทยุชุมชนจะเข้าไปช่วยหนุนช่วยเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนในด้านต่าง ๆ ได้อย่างไรบ้าง

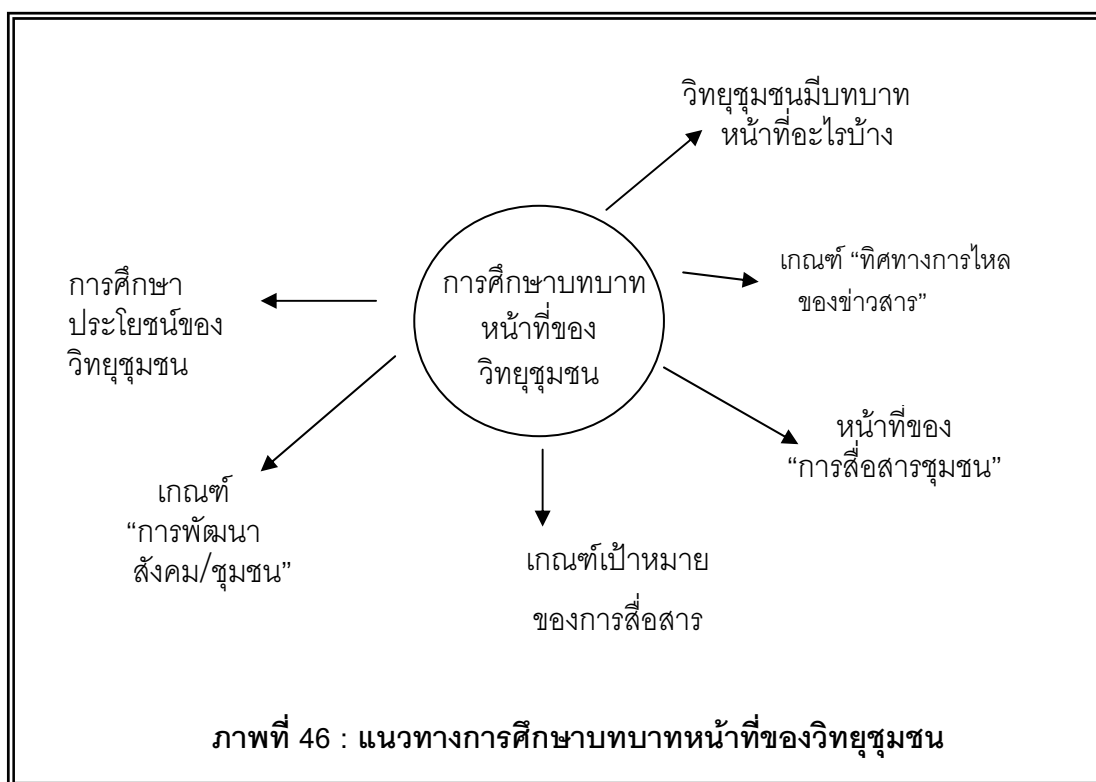
(4) โครงสร้างของวิทยุชุมชน นอกเหนือจากปัจจัยภายนอก คือการรับรู้ของประชาชนต่อวิทยุชุมชน ความเข้มแข็งของบริบทชุมชน และประเภทของวิทยุชุมชนแล้ว ปัจจัยตัวสุดท้ายที่เป็นปัจจัยภายในของวิทยุชุมชนเองที่จะเข้ามากำหนดบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนก็คือ ปัจจัยเชิงโครงสร้างของวิทยุชุมชน อันได้แก่ สถานภาพการเป็นเจ้าของ คณะกรรมการและกลุ่มอาสาสมัคร นโยบายและแผนงาน วิธีการดำเนินงาน ฯลฯ ดังที่ได้แสดงมาตั้งแต่เริ่มต้น

5.2 วิธีการศึกษาบทบาทและหน้าที่ของวิทยุชุมชน

จากงานวิจัยที่เป็นกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณี จะพบว่าวิธีการศึกษาบทบาท/หน้าที่ของวิทยุชุมชนนั้นเมื่อแยกแยะด้วย "แหล่งข้อมูลที่ศึกษาแล้ว" จะแบ่งได้เป็น 2 วิธีการใหญ่ๆ คือ

- (1) การใช้ผลผลิตที่เป็นตัวรายการวิทยุชุมชนเป็นแหล่งข้อมูลในการวิเคราะห์
- (2) การใช้กลุ่มผู้ฟังเป็นผู้ประเมินบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน

จากวิธีการใหญ่ๆ ที่ใช้แหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันนี้ การศึกษาเรื่องบทบาท/หน้าที่ก็จะแตกต่างกันออกไปอย่างหลากหลายแล้วแต่วัตถุประสงค์ของผู้ศึกษา ในที่นี้จะได้ประมวลผลการศึกษารoles/หน้าที่ของวิทยุชุมชนจากกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณี



(5.2.1) วิद्यุชุมชนมีบทบาทหน้าที่อะไรบ้าง

เป็นวิธีการศึกษาบทบาทหน้าที่ขั้นพื้นฐานที่สุดคือ การตอบคำถามว่า วิद्यุชุมชนได้แสดงบทบาทหน้าที่อะไรบ้าง และแสดงบทบาทอะไรมาน้อยเพียงใด ตัวอย่างเช่น วีรพงษ์ ประมวลการแสดงบทบาทของวิद्यุชุมชน จ.นครราชสีมาและบุรีรัมย์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหารายการและได้ผลดังนี้

บทบาทหน้าที่ของวิเทศชุมชน

1. เป็นเครื่องมือถ่ายทอดบอกข่าวสารของหน่วยงานท้องถิ่น
 2. ให้ข้อมูลข่าวสาร
 3. ให้การศึกษา
 4. เป็นเครื่องมือทางการเมือง
 5. เป็นช่องทางการร้องเรียนและสอบถามข้อมูล
 6. การให้ความบันเทิง
 7. เป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนกับประชาชน
 8. ดำรงรักษาไว้ซึ่งสถาบันพระมหากษัตริย์
 9. สะท้อนปัญหาสังคม
 10. เวทีแสดงความคิดเห็น
 11. เตือนภัย
 12. ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและธรรมเนียมประเพณี
 13. จัดเทศกาลทางสังคม
 14. ระดมความร่วมมือ
 15. เป็นพลังทางเศรษฐกิจ
 16. เป็นสื่อกลางประสานงาน
 17. เป็นช่องทางติดตามตรวจสอบปัญหาที่ประชาชนร้องเรียน
 18. ประสานสามัคคี
 19. วิพากษ์วิจารณ์การเมือง
 20. ปลุกจิตสำนึกให้รักมาตุภูมิ
 21. เผยแพร่หลักธรรมคำสอน
 22. เสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีของสมาชิกในครอบครัว
-

ภาพที่ 47 : ตารางแสดงบทบาทหน้าที่ของวิเทศชุมชน

จากตารางในภาพที่ 47 นั้น วีรพงษ์ได้นำมาตีความเพื่อตอบคำถามต่างๆ ดังนี้

(1) **บทบาทที่ปรากฏและบทบาทที่ขาดหาย** วีรพงษ์ตั้งข้อสังเกตว่า ในขณะที่วิทยุชุมชนของทั้ง 2 จังหวัดนั้น จะมีบทบาทบางอย่างที่เป็นปรากฏการณ์ร่วมกัน เช่น เป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสาร บทบาทด้านให้การศึกษา บทบาทให้ความบันเทิง ฯลฯ แต่ในเวลาเดียวกันก็จะมีบทบาทบางอย่างที่ปรากฏเฉพาะในวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์แต่กลับขาดหายในวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมา เช่น บทบาทในการวิพากษ์วิจารณ์การเมือง บทบาทในการเผยแพร่คำสั่งสอนของพุทธศาสนา บทบาทในการปลุกจิตสำนึกให้ห่วงหาอาตมภูมิของตน และบทบาทในการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีของสมาชิกในครอบครัว วีรพงษ์วิเคราะห์ว่า บทบาทบางบทบาทเช่น การวิพากษ์วิจารณ์การเมือง ซึ่งมีเนื้อหาเป็นการวิจารณ์ระบบการเมืองท้องถิ่นและระดับประเทศ เช่น การทำงานของราชการท้องถิ่น การที่วิทยุชุมชนสามารถแสดงบทบาทดังกล่าวได้นั้น น่าจะเนื่องมาจากปัจจัยด้านโครงสร้างและตัวบุคคลทั้งระดับสถานี (คือตัวผู้อำนวยการสถานี) และระดับวิทยุชุมชน (เช่นการมีชมรมอาสาสมัครจ.บุรีรัมย์) เนื่องจากบทบาทการวิพากษ์วิจารณ์การเมืองนั้นเป็นการแสดงบทบาทที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริหารของรัฐทั้งในระดับท้องถิ่นและประเทศ ซึ่งหากไม่มีข้อมูลที่นำเชื่อถือมากพอ ไม่มีความชัดเจนในการจัดรายการของผู้ดำเนินรายการ หรือไม่มีความไว้วางใจของผู้บริหารสถานี วิทยุชุมชนก็คงจะไม่สามารถเล่นบทบาทดังกล่าวได้

(2) **บทบาทที่มากและบทบาทที่น้อย** จากกรณีตัวอย่างของวีรพงษ์ คณะวิจัยได้วิเคราะห์ต่อไปว่า ท่ามกลางบทบาทที่ปรากฏออกมานั้น มีบทบาทอะไรบ้างที่วิทยุชุมชนในแต่ละแห่งได้แสดงมากและน้อย

ผลการวิเคราะห์สรุปว่า บทบาทที่วิทยุชุมชนทั้งจ.นครราชสีมาและจ.บุรีรัมย์ได้แสดงออกอย่างมาเหมือนกัน บทบาทในการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารของหน่วยงานท้องถิ่น และบทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งน่าสังเกตว่า บทบาททั้งสองนี้ก็ไม่แตกต่างจากวิทยุสาธารณะแต่อย่างใด

ส่วนบทบาทที่แสดงได้น้อยนั้น ในกรณีของวิทยุชุมชนคนโคราช คือบทบาทในการเป็นช่องทางติดตามตรวจสอบ (Monitor) ปัญหาที่ประชาชนร้องเรียนและบทบาทในการประสานสามัคคีในชุมชน ซึ่งทั้งสองบทบาทเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของวิทยุชุมชนที่นิยามจากผู้ที่สัมผัส/มีประสบการณ์จากวิทยุชุมชนที่ได้กล่าวมาข้างหน้า

และเช่นเดียวกับวิทยุชุมชนจ.บุรีรัมย์ บทบาทที่วิทยุชุมชนแสดงได้น้อยคือบทบาทในการประสานสามัคคี การสร้างความสัมพันธ์อันดีของสมาชิกภายในครอบครัว และบทบาทในการเตือนภัย

จากข้อมูลเรื่องการแสดงบทบาทที่ยังไม่สามารถเผยแพร่ "คุณลักษณะพิเศษ/เฉพาะตัว" ของวิทยุชุมชนออกมาได้ของวิทยุชุมชนทั้ง 2 แห่ง ในด้านหนึ่งก็ได้สะท้อนให้เห็น

ข้อจำกัดของการเป็นวิทยุชุมชนที่อยู่ภายใต้โครงสร้างแบบเดิมของรัฐได้ในระดับหนึ่ง แต่ในอีกด้านหนึ่ง เราก็อาจจะมองโลกในแง่ดีได้ว่าขนาดเป็นวิทยุชุมชนที่อยู่ภายใต้กรอบเดิม แต่วิทยุชุมชนก็ยังสามารถแสดงบทบาทได้อย่างหลากหลายมากมายที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน

(5.2.3) การวิเคราะห์บทบาทตามเกณฑ์ "ทิศทางการไหลของข่าวสาร" (Information Flow)

เมื่อนำเอาบทบาทประเภทต่าง ๆ ที่ปรากฏมาจัดหมวดหมู่โดยใช้แนวคิดเรื่อง "ทิศทางการไหลของข่าวสาร" เป็นเกณฑ์ ก็จะทำให้การศึกษาเรื่องบทบาท/หน้าที่ก้าวเขยิบขึ้นไปอีกขั้นหนึ่ง

แนวคิดเรื่อง "ทิศทางการไหลของข่าวสาร" นั้นก็มีที่มาจากแนวคิดเรื่องการสื่อสาร กระแสหลักและการสื่อสารชุมชนนั่นเอง จากแนวคิดเรื่องคุณลักษณะวิทยุชุมชนที่ได้กล่าวมาในแรกเริ่มว่า เนื่องจากวิทยุสาธารณะและธุรกิจต่างมีทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นแบบแผนเดียวกัน คือมีแต่ทิศทางการไหลทางเดียวแบบแนวดิ่ง (Vertical Flow) จากบนลงล่าง (top-down flow) โดยขาดทิศทางการไหลจากล่างขึ้นบน (bottom-up flow) และที่สำคัญยังขาดทิศทางการไหลในแนวนอน (horizontal flow) ดังนั้นบทบาทประการหนึ่งของวิทยุชุมชนจึงเป็นการปรับสมดุลย์ของการไหลของข่าวสาร คือการเพิ่มทิศทางการไหลจากล่างขึ้นบน และทิศทางการไหลในแนวนอนให้เพิ่มมากขึ้น

การแสดงบทบาทของวิทยุชุมชนตามทิศทางการไหลของข่าวสารแบ่งได้เป็น 2 ทิศทาง คือ

(1) ในแนวดิ่ง

(1.1) การไหลของข่าวสารจากบนลงล่าง (top-down flow) มักเป็นบทบาทเดิมที่วิทยุสาธารณะ/วิทยุส่วนกลาง/วิทยุแห่งชาติแสดงอยู่ คือ

- บทบาทเป็นเครื่องถ่ายทอดข่าวสารของหน่วยงานราชการไม่ว่าจะเป็นส่วนกลางหรือหน่วยงานท้องถิ่นสู่ประชาชน
- บทบาทในการแจ้งข้อมูลข่าวสารทั่วไป เช่น ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ข่าวสังคม
- บทบาทในการให้การศึกษา/ให้ความรู้จากหน่วยงาน-สถาบันการศึกษา
- บทบาทในการเป็นเครื่องมือทางการเมืองระดับชาติ เช่น การให้ความรู้เรื่องการเลือกตั้ง
- บทบาทในการธำรงรักษาวัฒนธรรมหลักของสังคม เช่น ความจงรักภักดีต่อสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์

(1.2) การไหลของข่าวสารจากล่างขึ้นบน (bottom-up flow) เป็นทิศทางการไหลที่ตรงกันข้ามกับบทบาทเดิมที่วิทยุเคยแสดงอยู่เช่น

- บทบาทในการเป็นช่องทางการร้องเรียนและสอบถามข้อมูล เช่น ที่เราอาจคุ้นเคยในรายการ "ร้องทุกข์ชาวบ้าน" ของสถานีโทรทัศน์
- บทบาทในการเป็นช่องทางติดตามตรวจสอบปัญหาของประชาชน ในขณะที่บทบาทแรกทีกล่าวถึงนั้นเป็นเพียงครึ่งทางเท่านั้น ซึ่งหากมีปรากฏการณ์ว่า "ร้องเรียนแล้ว แต่ก็เงียบหายไป หรือไม่เห็นมีอะไรเกิดขึ้น" การร้องเรียนที่เป็นหมันย่อมทำให้ประชาชนเบื่อหน่ายต่อการส่งข่าวสารจากล่างขึ้นบน เพื่อให้แก้ปัญหาที่มีลักษณะครบวงจร วิทยุชุมชนจะต้องแสดงบทบาทในการติดตามตรวจสอบการแก้ปัญหาไปจนสุดเส้นทาง
- การนำเสนออัตลักษณ์ ศักดิ์ศรี และความภาคภูมิใจของชุมชนออกสู่โลกภายนอก เช่น บรรดารายการ "ของดีบ้านเฮา" หรือ "ภูมิปัญญาท้องถิ่น" ทั้งหมด

(2) ในแนวนอน การเล่นบทบาทเป็นช่องทางให้มีการติดต่อสื่อสารในแนวนอนระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้านด้วยกันเองนั้น ถือได้ว่าเป็นมิติใหม่ของวิทยุชุมชนทีเดียว การแสดงบทบาทในเชิงแนวนอนมีกระทำได้หลายรูปแบบเช่น

- การเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนกับประชาชนกันเอง เช่น เป็นจุดนัดพบระหว่างชาวบ้านที่เป็นวิทยากรกับเป็นผู้ฟังที่สนใจ
- บทบาทในการเป็นเวทีแสดงความคิดเห็น ทั้งความคิดเห็นต่อเรื่องราวทั่วไป (เช่น เพศที่สาม รักในวัยเรียน ฯลฯ) และความคิดเห็นต่อปัญหาของชุมชน รวมทั้งเป็นพื้นที่รวบรวมข้อเสนอแนะต่อการแก้ปัญหาอันเป็นไปตามหลักการที่ว่า "หลายหัวดีกว่าหัวเดียว"
- เป็นจุดประสานความช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างชุมชนในประเด็นดั้งเดิมของไทยมีคำว่า "พริกอยู่บ้านเหนือ เกลืออยู่บ้านใต้ หัวตะไคร้อยู่บ้านเพื่อน" อันหมายถึงการช่วยเหลือเอื้ออาทรระหว่างชุมชนเมื่อเกิดเหตุพิพาทกับชุมชนใกล้เคียง ซึ่งในปัจจุบันนี้วิทยุชุมชนจะสามารถแสดงบทบาทเป็นตัวต่อสายความช่วยเหลือให้ถึงกันได้

งานศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนจึงต้องตรวจสอบว่า วิทยุชุมชนได้แสดงบทบาทนี้ตามที่คาดหวังเอาไว้หรือไม่ วีรพงษ์และคณะได้ศึกษาการแสดงบทบาทดังกล่าวของวิทยุชุมชนทั้ง 2 จังหวัด และพบว่า ในทั้งสองกรณีวิทยุชุมชน จ.นครราชสีมาและจ.บุรีรัมย์ ยังคงแสดงบทบาทที่มีทิศทางการไหลของข่าวสารจากบนลงล่างเป็นหลัก โดยมีบทบาทของทิศทางการไหลของข่าวสารตามแนวนอนและทิศทางการไหลของข่าวสารจากล่างขึ้นบนเป็นเพียงบทบาทเสริมเท่านั้น

ดังนั้น คณะวิจัยจึงได้ให้ข้อเสนอแนะว่า จะต้องเพิ่มบทบาทของทิศทางการไหลของข่าวสารตามแนวนอน และจากล่างขึ้นบนให้เพิ่มมากขึ้น ด้วยการเพิ่มประเภทของบทบาทเหล่านี้ เช่น

(i) **บทบาทในการเป็นเวทีแสดงความคิดเห็น** โดยกำหนดให้มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเด็นปัญหาต่างๆของสังคมในท้องถิ่นหรือระดับประเทศ เช่น โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค กองทุนหมู่บ้าน ปัญหาที่ทิ้งขยะในเทศบาล ฯลฯ เพื่อให้ชุมชนได้แสดงความคิดเห็น

(ii) **บทบาทในการเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนกับประชาชน** โดยนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการถ่ายทอดความรู้/ประสบการณ์/กิจกรรมระหว่างประชาชนกลุ่มต่างๆ (เช่น กรณีของวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน)

(iii) **บทบาทในการเป็นช่องทางกรรเรียนและสอบถามข้อมูล** รวมทั้งบทบาทในการเป็นช่องทางติดตามตรวจสอบปัญหาที่ประชาชนร้องเรียน เพื่อให้ครบวงจรและส่งผลถึงการลงมือปฏิบัติให้ได้ผล

(5.2.3) การวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ตามเกณฑ์ "หน้าที่ของการสื่อสารชุมชน"

ในกรณีของงานวิจัยเรื่องวิทยุชุมชน จ.น่าน วีระวรรณได้นำเอามุมมองของ Windahl et al (1992) ที่นำเสนอว่า การสื่อสารชุมชนต้องมีหน้าที่ 4 ประการคือ

- (i) หน้าที่ในการแสดงออก (Expressive Function)
- (ii) หน้าที่ทางสังคม (Social Function)
- (iii) หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information Function)
- (iv) หน้าที่ในการควบคุมปฏิบัติการ (Control Activation Function)

คณะวิจัยได้พบผลการวิเคราะห์จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการของวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน ดังนี้คือ

(i) **หน้าที่ในการแสดงออก** ถึงแม้ว่าบุคคลในชุมชนจะได้มีโอกาสเข้าไปเป็นผู้จัดรายการวิทยุเอง แต่เนื่องจากกลุ่มบุคคลเหล่านี้ได้ผ่านการอบรมจากสวท.น่าน และยังผ่านการควบคุมตรวจสอบจากทางสถานี คณะวิจัยจึงพบว่า ในตัวรายการจึงยังไม่ค่อยปรากฏความเป็นตัวของตัวเองอันเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม/ชุมชนได้มากที่ควร คณะวิจัยเห็นว่า การอบรมมีผลต่อการจัดรายการเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงต้องเปลี่ยนแปลงทิศทางและเนื้อหาการอบรมให้ประชาชนเข้าใจเรื่อง "อัตลักษณ์ของชุมชน" ให้มากขึ้น

(ii) **หน้าที่ทางสังคม** หมายถึงการนำเอาสื่อเพื่อชุมชนมาสร้างความรู้สึกร่วมว่าเป็นชุมชนเดียวกัน ซึ่งคณะวิจัยวิเคราะห์ว่า เนื่องจากการก่อเกิดของวิทยุชุมชนนั้นมาจาก "การริเริ่มจากภาครัฐที่ต้องการตอบสนองกระแสสังคม/และกฎหมายมาตรา 40" แต่มิได้มีเจตนามุ่งหมายจะ

ให้เกิดวิทยุชุมชนเพื่อทำหน้าที่ทางสังคม ดังนั้น วิธีการหรือแนวทางในการส่งเสริมรายการจึงยังไม่มีทิศทาง และทำให้วิทยุชุมชนคนเมืองน่านยังทำหน้าที่ทางสังคมได้ไม่เต็มที่

สำหรับในปีภาคประชาชนที่เข้ามาร่วมดำเนินงานกับรัฐนั้น หากวิเคราะห์มูลเหตุจูงใจแล้ว ก็พบว่า ต้องการให้วิทยุชุมชนเพื่อทำหน้าที่ทางสังคมให้มากกว่ารายการท้องถิ่นแบบเดิม และอาจจะทำได้ไม่เต็มที่เพราะขาดปัจจัยผลักดันจากภาครัฐ

(iii) **หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร** สำหรับหน้าที่พื้นฐานด้านการสื่อสารนี้ วิทยุชุมชนคนเมืองน่านได้แสดงบทบาทตั้งแต่แรกเริ่มที่ได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้ว่า "จะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์" อย่างไรก็ตาม คณะวิจัยเห็นว่า ทิศทางการไหลของข่าวสารยังมีลักษณะไม่สมดุลย์/รอบด้าน กล่าวคือ เป็นแบบแผนเดียวกับวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมาและบุรีรัมย์คือ การไหลของข่าวสารจากภาครัฐไปสู่ประชาชนยังคงเป็นหลักและมากกว่าการไหลจากประชาชนมาสู่ภาครัฐหรือการไหลของข่าวสารระหว่างประชาชนด้วยกันเอง

(iv) **หน้าที่ในการควบคุมปฏิบัติการ** การที่วิทยุชุมชนจะทำหน้าที่นี้ได้นั้น วิทยุชุมชนจะต้องเป็นช่องทางให้ชุมชนใช้สื่อสารระหว่างกัน เพื่อปรับปรุงและแก้ไขปัญหของบุคคล/ชุมชน แต่เมื่อหน้าที่ทั้ง 3 ประการที่กล่าวมาข้างต้นยังไม่สมบูรณ์ ก็ทำให้วิทยุชุมชนจ.น่านไม่สามารถทำหน้าที่ประการสุดท้ายนี้ได้

(5.2.4) การวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ตามเกณฑ์ "เป้าหมายของการสื่อสาร"

ชาลีสาได้ใช้การวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนโดยใช้เกณฑ์เรื่อง "เป้าหมายของการสื่อสาร" เป็นตัวประเมินว่า วิทยุชุมชนได้แสดงบทบาทได้อย่างที่ควรจะเป็นหรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหารายการ ผู้วิจัยได้พบผลดังนี้

เป้าหมายของการสื่อสารที่ปรากฏในรายการมี 5 ประเภท เรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

(1) **เพื่อแสดงออกซึ่งตัวตนของท้องถิ่นในด้านต่าง ๆ** ซึ่งมีนโยบายเกือบครึ่งหนึ่งของเนื้อหาทั้งหมด (41.28%) การแสดงบทบาทดังกล่าวนี้จะสะท้อนย้อนไปที่บริบทของชุมชนในจ.ปัตตานี ซึ่งเป็นจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีลักษณะอันเป็นเอกลักษณ์ในด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอันสืบเนื่องมาจากการนับถือศาสนาอิสลามที่เป็นเอกลักษณ์อันแตกต่างไปจากประชาชนไทยส่วนใหญ่ ดังนั้น วิทยุชุมชนซึ่งมีภาคประชาชนเข้ามาเป็นผู้บริหารจัดการจึงแสดงออกซึ่งความต้องการที่จะนำเสนอตัวตนของท้องถิ่นเป็นอันดับแรก

(2) **เพื่อถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารโดยทั่วไป** เป็นบทบาทอันดับที่ 2 ซึ่งเมื่อวิเคราะห์รายละเอียดของเนื้อหาแล้ว ก็พบว่า เป็นข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองกับความเป็นอยู่และ

ชีวิตประจำวันของประชาชนในท้องถิ่น เช่น การดูแลสุขภาพอย่างง่าย ๆ ปัญหาประมงอวนรุน เป็นต้น

(3) **เพื่อระดมความร่วมมือ** เป็นหน้าที่อันดับที่ 3 ซึ่งผู้จัดรายการได้หยิบยกปัญหาของชุมชนขึ้นมาพูดถึง และชักชวนให้ผู้นำมาร่วมกันแก้ไข

(4) **หน้าที่เพื่อการประชาสัมพันธ์** หน้าที่นี้สามารถดำเนินการได้ เนื่องจากผู้จัดรายการของวิทยุเป็นตัวแทนของกลุ่มกิจกรรมสังคมต่างๆในจังหวัด จึงใช้วิทยุชุมชนเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์

(5) **หน้าที่ยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน** ซึ่งขอบเขตของเนื้อหาที่ตั้งแต่การแนะนำอาชีพต่าง ๆ ไปจนกระทั่งการกระตุ้นจิตสำนึกสาธารณะต่อสังคม เช่น ร่วมกันดูแลบุตรหลานเพื่อต่อต้านยาเสพติด เป็นต้น

ผู้วิจัยเห็นว่า ผลการศึกษาหน้าที่เป้าหมายของวิทยุชุมชนนั้นได้สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่า วิทยุชุมชนเป็นสื่อที่มีประโยชน์มาก บนเงื่อนไขที่ชุมชนได้เข้ามาเป็นผู้ดำเนินการอย่างแท้จริง เพราะสามารถจะเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน สร้างพลังให้แก่สังคมถ่ายทอดความรักและความห่วงใยในสังคมและชุมชน และเป็นเครื่องมือที่เสริมพลังการแสดงออกของประชาชนระดับรากหญ้าได้

(5.2.5) การวิเคราะห์บทบาทหน้าที่โดยใช้เกณฑ์เรื่อง "การพัฒนาสังคม/ชุมชน"

จากหลักการแนวคิดที่ว่า ในกระแสการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งและพึ่งตนเองให้ได้ในปัจจุบันนี้ วิทยุชุมชนสามารถจะเป็นกลไกที่สำคัญกลไกหนึ่งในการเข้าร่วมกันการพัฒนาชุมชนในมิติต่าง ๆ ดังนี้เช่น

(1) บทบาทในการเสริมพลังทางเศรษฐกิจ เช่น การเผยแพร่สินค้าของชุมชน การแนะนำอาชีพ ฯลฯ

(2) บทบาทในการติดตาม/จับตา/วิพากษ์วิจารณ์การเมืองระดับท้องถิ่น เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบแนวทาง/นโยบาย/การปฏิบัติงานของการเมืองในชุมชน เช่น กองทุนหมู่บ้าน ฯลฯ

(3) บทบาทในการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การแสดงเพลงโคราช ลิเก ประเพณีแข่งเรือ ฯลฯ

(4) บทบาทในการขัดเกลาทางสังคม เช่น การส่งเสริมค่านิยมเรื่องความขยันขันแข็ง รักถิ่นกำเนิด รักษาสิ่งแวดล้อม ฯลฯ

(5) บทบาทในการระดมความร่วมมือ (Mobilization) เช่น ในช่วงเวลาที่ต้องการการร่วมมือร่วมแรงร่วมใจทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การรณรงค์ป้องกันพิษสุนัขบ้า โรคเอดส์ ฯลฯ

(6) บทบาทในการเตือนภัย วิทยุชุมชนสามารถทำหน้าที่เป็นยามป้องกันชุมชนให้รู้ตัวล่วงหน้าจากภัยอันตรายต่าง ๆ การที่วิทยุชุมชนจะแสดงบทบาทนี้ได้ก็ต้องหมายความว่าแม้ว่าเนื้อหาของวิทยุชุมชนจะเป็นเรื่องราวในชุมชน แต่ผู้รับผิดชอบวิทยุชุมชนก็ต้องเปิดตัวเปิดรับข่าวสารจากโลกภายนอกเพื่อจะได้เป็น "แถวหน้าของการรับรู้ข่าวสาร" และนำมาบอกต่อให้แก่ชุมชน เช่น ภัยจากน้ำท่วม ไฟป่า โรคระบาด ฯลฯ

(7) บทบาทในการประสานความสามัคคี (integration) หรือเป็นสื่อกลางในการจัดการกับความขัดแย้ง แน่นอนว่า ในทุกชุมชนย่อมไม่อาจหลีกเลี่ยงความขัดแย้งทั้งที่มาจากภายในชุมชนเอง หรือความขัดแย้งที่เกิดมาจากภายนอก ในท่ามกลางความขัดแย้งดังกล่าว วิทยุชุมชนอาจจะเล่นบทเป็น "พื้นที่เจรจา" ให้ทุกฝ่ายได้เข้ามาเจรจาตกลงต่อรองกัน

(8) บทบาทในการสร้างบุคลิกภาพแบบใหม่ให้แก่คนในชุมชน เมื่อวิทยุชุมชนได้เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วม ได้เข้ามามีปากมีเสียงในพื้นที่สาธารณะก็เท่ากับว่าวิทยุชุมชนได้เป็นเวทีสำหรับฝึกซ้อมให้ประชาชนรู้จักแสดงความคิดเห็นต่อสาธารณะ

อย่างไรก็ตาม จากหลักการดังกล่าวนี้ ในภาคปฏิบัติที่เป็นจริง วิทยุชุมชนแต่ละแห่งจะสามารถแสดงบทบาทการพัฒนาชุมชน/สังคมได้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับตัวแปร/ปัจจัยหลายประการ เช่น ปัจจัยที่ว่า วิทยุชุมชนนั้นมีสถานภาพแบบใด มีความเป็นวิทยุชุมชนระดับไหน ชีตความสามารถของผู้ดำเนินงานมีมากน้อยเพียงใด เป็นต้น

ตัวอย่างเช่นงานศึกษา "บรรดาวิทยุชุมชน" ในจ.มหาสารคามของชาคริตและคณะ ซึ่งพบว่า "วิทยุชุมชน" หลายสายพันธุ์มาก ซึ่งคณะผู้วิจัยได้แยกประเภทของวิทยุชุมชนทั้งหมดออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่คือ

(ก) **วิทยุเพื่อชุมชน** ซึ่งหมายถึงรายการของสถานีวิทยุท้องถิ่นในจ.มหาสารคามที่หน่วยงานรัฐยังเป็นเจ้าของ แต่ได้กำหนดให้บางรายการนำเสนอเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะมีอยู่ 3 ตัวอย่างคือ

- รายการเสียงจากชุมชนคนมหาสารคาม สวท.จ.มหาสารคาม
- รายการวิทยุชุมชน อสมท. จ.มหาสารคาม
- รายการตลาดชุมชนคนรักบ้านเกิด สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

มหาสารคาม

(ข) **วิทยุชุมชน** หมายถึงจุดปฏิบัติการเรียนรู้หรือสถานีวิทยุชุมชนที่ก่อตั้งขึ้นตามเจตนารมณ์ของมาตรา 40 รัฐธรรมนูญ พ.ศ.2540 เป็นวิทยุไม่แสวงหากำไรที่บริหารจัดการโดยภาคประชาชนตามปรัชญาวิทยุเพื่อประชาธิปไตยว่า "วิทยุชุมชน โดยชุมชน ของชุมชน และเพื่อชุมชน" มีอยู่ 2 ตัวอย่างคือ

- สถานีวิทยุชุมชนของกลุ่มอัครธรรมศาสตร์ ต.แวงบัว จ.มหาสารคาม
- สถานีวิทยุกลุ่มเกษตรกรทำนนาทอง ต.นาทอง จ.มหาสารคาม

ในวิทยุแต่ละประเภทนี้ สามารถแสดงบทบาทหน้าที่ได้อย่างแตกต่างกันอันเนื่องมาจากปัจจัยเรื่องโครงสร้างของวิทยุที่ได้กล่าวมาแล้ว

(ก) รายการวิทยุเพื่อชุมชน ทั้ง 3 รายการมีลักษณะโครงสร้างดังนี้

รายการ	แนวคิดและความเป็นมา	เป้าหมาย	การบริหารจัดการ
1. รายการเสียงจากชุมชนสารคาม	1. รัฐธรรมนูญ พ.ศ.2540 2. ความต้องการผลิตรายการเพื่อชุมชนของอาสาสมัคร	1. ผลิตรายการเพื่อชุมชน 2. เป็นเวทีสื่อกลางของคนท้องถิ่น	คณะกรรมการ (แบบโครงการนำร่องของกรมประชาสัมพันธ์)
2. วิทยุชุมชน อสมท.	1. รัฐธรรมนูญ 2540	1. ผลิตรายการเพื่อสาธารณะประโยชน์ 2. ปรับตัวเพื่อความชอบธรรมในการเป็นเจ้าของคลื่น	1. สถานี (เหมือนเดิมทุกอย่าง)
3. ตลาดชุมชนคนรักบ้านเกิด	1. สนองแนวคิดเศรษฐกิจชุมชน	1. สร้างสัดส่วนที่สมดุลระหว่างรายการสาระและบันเทิงของสถานี	1. สถานีและผู้สนับสนุนรายการ

ภาพที่ 48 : โครงสร้างของ 3 รายการในวิทยุชุมชน จ.มหาสารคาม

จากรายการทั้ง 3 รายการนั้น คณะผู้วิจัยได้สรุปบทบาทหน้าที่ของวิทยุเพื่อชุมชนทั้ง 3 รายการว่า

(1) รายการเสียงจากชุมชนคนสารคาม แม้จะวางกรอบเนื้อหาให้ครอบคลุมทุกเรื่องตั้งแต่การเมืองเศรษฐกิจ สุขภาพ สิ่งแวดล้อม ฯลฯ แต่ทว่า บทบาทที่เป็นจริงและเด่นชัดของรายการก็คือ นำเสนอเนื้อหาด้านการเมืองท้องถิ่น และการตรวจสอบการทำหน้าที่ของหน่วยงานรัฐเป็นหลักตามความสนใจของผู้ดำเนินรายการ ซึ่งเท่ากับเป็นวิทยุที่ถือเอาความสนใจของผู้ส่งเป็นหลัก (sender-centered) มิใช่ถือเอาความต้องการของผู้รับเป็นหลัก

(2) รายการวิทยุชุมชนอสมท. เนื่องจากใช้ผู้จัดรายการเป็นหน่วยงานของรัฐ ดังนั้นเนื้อหาที่ปรากฏออกมาก็ต้องเป็นไปตามกระทรวงทบวงกรมต่าง ๆ นั้นเอง ซึ่งก็มีลักษณะการทำบทบาทหน้าที่ที่ถือเอาผู้ส่งสารเป็นหลักเช่นกัน

(3) รายการตลาดชุมชนคนรักบ้านเกิด อาจถือได้ว่าเป็นวิทยุชุมชนที่เน้นหนักไปในด้านเศรษฐกิจชุมชน การกำหนดเป้าหมายดังกล่าวเป็นตัวบังคับให้ทางรายการต้องออก

ค้นหากลุ่ม/องค์กรชุมชนต้นแบบและนำมานำเสนอ นอกจากนั้นก็ยังเปิดการมีส่วนร่วมของผู้ฟัง โดยให้โทรศัพท์เข้ามา ดังนั้นบทบาทที่ชัดเจนของรายการจึงเป็นการนำเสนอข่าวสารที่เป็นทางเลือกด้านอาชีพให้แก่ชุมชน

(ข) **วิทยุชุมชน** สำหรับสถานีวิทยุชุมชนทั้ง 2 แห่งที่เพิ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อปีพ.ศ.2544 ท่ามกลางความไม่แน่นอนด้านกฎหมายที่เกี่ยวกับการกระจายเสียงของไทย (มีแต่กฎหมายรัฐธรรมนูญปี 2540 แต่ยังไม่มียกกฎหมายลูกที่เกี่ยวข้องโดยตรง) ในกรณีของวิทยุชุมชนของภาคประชาชนนั้น คณะวิจัยได้ตั้งเกณฑ์ในการวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ใหม่ โดยแยกเป็น "บทบาทที่คาดหวัง" โดยวิเคราะห์จากตารางการออกอากาศ กับ "บทบาทที่เป็นจริง โดยดูจากตัวเนื้อหา รายการที่ออกอากาศไปจริง ๆ ทั้งนี้เพื่อประเมินขีดความสามารถของวิทยุชุมชนว่าจะสามารถแสดงบทบาทตามที่คาดหวังเอาไว้ได้มากน้อยเพียงใด

ผลการวิจัยมีดังแสดงในภาพนี้

จุดปฏิบัติการเรียนรู้	บทบาทที่คาดหวัง	บทบาทที่เป็นจริง
กลุ่มเกษตรทำนนานาทอง	1. ด้านสังคมและวัฒนธรรม 2. ด้านการศึกษา 3. ด้านศิลปวัฒนธรรม	1. เสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวของท้องถิ่น ข่าวประกาศราชการ ข่าวงานบุญของชุมชน 2. ให้เกิดความรู้และความบันเทิง
กลุ่มอุ้มชูสารคาม	1. ด้านเศรษฐกิจชุมชน 2. ด้านการศึกษา 3. ด้านสิ่งแวดล้อม 4. ด้านกฎหมาย 5. ด้านศิลปวัฒนธรรม	1. ด้านส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน 2. ด้านศิลปวัฒนธรรม-บันเทิง 3. ข่าวประชาสัมพันธ์

ภาพที่ 49 : การเปรียบเทียบบทบาทที่คาดหวังและที่เป็นจริง
ของศูนย์ปฏิบัติเรียนรู้วิทยุชุมชน จ.มหาสารคาม

คณะวิจัยวิเคราะห์ว่า สำหรับวิทยุชุมชนกลุ่มเกษตรทำนนานาทอง ได้วางบทบาทเอาไว้ทั้งด้านสังคม-วัฒนธรรม/ด้านการศึกษาและด้านศิลปวัฒนธรรม-บันเทิง แต่บทบาทที่เป็นจริงกลับเป็นเรื่องการรายงานข่าวสารความเคลื่อนไหวของท้องถิ่น ข่าวงานบุญ งานกิจกรรมกลุ่ม การให้เกิดความรู้และความบันเทิง ทั้งนี้ เนื่องจากผังรายการนั้นกำหนดโดยคณะกรรมการ และในทางปฏิบัติ คนจัดรายการกลับเป็นคนที่มียุทธศาสตร์สำคัญในการกำหนดเนื้อหา ซึ่งก็หมายความว่า ฝ่ายปฏิบัติงานมิได้ดำเนินการตามที่ฝ่ายนโยบายได้วางเอาไว้ และอีกปัจจัยหนึ่ง เนื่องจากผู้จัด

รายการเองก็มีขีดจำกัดด้านการเข้าถึงข่าวสารข้อมูล (บทบาทที่คาดหวังเอาไว้ต้องใช้ทั้งทรัพยากรบุคคล เวลา และงบประมาณในการจัดทำ) ผู้จัดรายการจึงได้ใช้ประสบการณ์ส่วนตัวเป็นตัวกำหนดเนื้อหา

สำหรับวิทยุชุมชนกลุ่มอุ้มชูสารคาม ได้วางแผนรายการเอาไว้ครอบคลุมบทบาทของสื่อชุมชนในการพัฒนาประชาคมท้องถิ่นอย่างครอบคลุมทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ การศึกษา กฎหมาย วัฒนธรรม ฯลฯ แต่ในทางปฏิบัติที่เป็นจริง กลุ่มก็สามารถทำหน้าที่ให้ได้แต่ความบันเทิง ข้อมูลที่เป็นการประชาสัมพันธ์และความรู้ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเท่านั้น ทั้งไม่สามารถออกอากาศได้อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้สาเหตุหลักคือการขาดการมีส่วนร่วมจากสมาชิก ซึ่งหากเปรียบเทียบกับวิทยุชุมชนของจ.บุรีรัมย์แล้ว จะเห็นได้ว่าสามารถทำหน้าที่บทบาทที่คาดหวังไว้ได้อย่างมากกว่า

(5.2.6) การศึกษาประโยชน์ของวิทยุชุมชนจากทัศนะของผู้ฟัง

สำหรับวิธีการศึกษาบทบาทหน้าที่ในแบบสุดท้ายนี้ก็คือการซักถามผู้ฟังโดยตรงถึงประโยชน์ของวิทยุชุมชน เป็นงานศึกษาของวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ซึ่งคณะวิจัยได้พบว่า ประชาชนผู้ฟังเห็นว่าวิทยุชุมชนมีประโยชน์ถึง 22 ข้อ ดังนี้

- (1) เปิดโอกาสให้ประชาชนนำเอาสิ่งที่มีในชุมชนมาพูดให้ชุมชนด้วยกันรู้และเข้าใจกัน
- (2) เป็นสื่อโฆษณาเผยแพร่ข้อมูลดีของชุมชน
- (3) สามารถช่วยเหลือชุมชนที่อ่อนแอกว่าได้
- (4) ช่วยเชื่อมโยงชุมชนกับรัฐบาล
- (5) เป็นเครื่องมือสำหรับการสื่อสาร/สำหรับประชาชนทุกคนในฐานะผู้ส่งสาร
- (6) สร้างโอกาสที่เท่าเทียมสำหรับประชาชนในการสื่อสาร
- (7) ถ้าวิทยุชุมชนมีประสิทธิภาพ จะสามารถเป็นจุดศูนย์กลางของชุมชน
- (8) ช่วยให้ชุมชนได้รับรู้ปัญหาของชุมชนที่ไม่เคยเปิดเผย
- (9) กระตุ้นจิตสำนึกของคนในสังคม
- (10) จะมีประโยชน์มากหากสื่อมีความเป็นกลาง
- (11) เป็นสื่อช่วยเชื่อมโยงมิติทุกด้านของชุมชนเข้าด้วยกัน
- (12) เป็นตัวกระตุ้นรัฐให้รับผิดชอบต่อชุมชน
- (13) เป็นสื่อระดมพลังความร่วมมือจากชุมชน
- (14) เป็นเครื่องมือช่วยรัฐบาลทำงานในชุมชน
- (15) เป็นสื่อที่ช่วยกระจายเสียงได้ในวงกว้าง
- (16) เป็นสื่อที่ช่วยแก้ไขความเข้าใจผิดต่อชุมชน

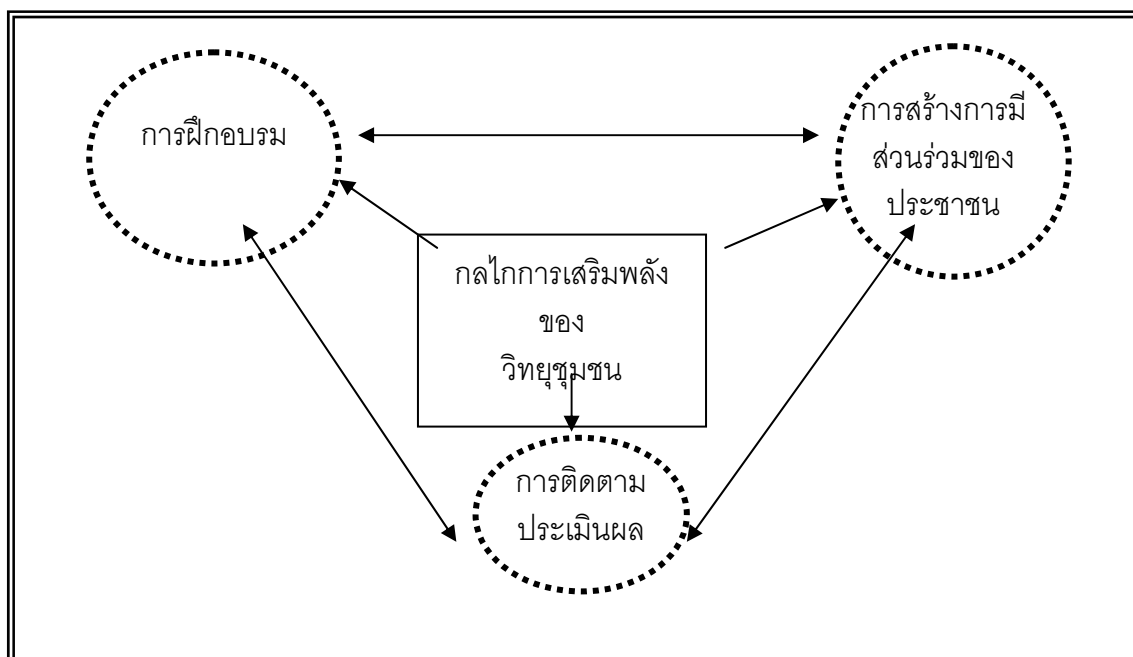
- (17) เป็นเครื่องมือสื่อสารความคิดเห็นต่าง ๆ ของชุมชน
- (18) จะเป็นสื่อที่มีประโยชน์มาก หากมีการจัดการบริหารให้ดี
- (19) สามารถนำข่าวสารที่ดีๆ มาบอกเล่าสู่กันฟัง
- (20) ชุมชนสามารถประชาสัมพันธ์ศักยภาพของตนให้ชุมชนอื่นได้รู้
- (21) ช่วยเป็นเครื่องมือขยายเครือข่ายชุมชนให้กว้างขวางออกไป
- (22) ช่วยสร้างความเป็นหนึ่งเดียวกันในสังคมให้มากขึ้น

ส่วนที่ 6: กลไกการเสริมพลังของวิทยุชุมชน

ดูเหมือนว่า "การก่อตั้งวิทยุชุมชน" ขึ้นมาให้ได้นั้น อาจจะเป็นภารกิจที่ไม่ยากลำบากเท่าใดนัก แต่การจะทำให้วิทยุชุมชนที่ถือกำเนิดขึ้นมาแล้ว**มีการเจริญเติบโตและมีสุขภาพอนามัยที่แข็งแรง**นั้น อาจะยากยิ่งกว่า รวมทั้งการจะทำให้วิทยุชุมชนนั้นมีอายุที่ยืนยาวนานต่อไปได้ ก็ดูเหมือนจะเป็นภารกิจที่ยากเย็นแสนเข็ญเลยทีเดียว

ดังนั้น เมื่อมีการก่อตั้งวิทยุชุมชนขึ้นมาแล้ว ภารกิจที่ทำทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนก็เห็นจะเป็นการแสวงหาและติดตั้งกลไกการเสริมพลังของวิทยุชุมชน แนวคิดที่สำคัญของ "วิทยุชุมชน" อีกประการหนึ่งก็คือ การทำวิทยุชุมชนนั้นต้องเป็น**วิทยุที่มากกว่าที่สถานี** กล่าวคือต้องมีกิจกรรมอื่นๆมาเสริมเรื่องการจัดรายการ ซึ่งกิจกรรมต่างๆนี้ยังเปิดกว้างต่อความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของประชาชนที่เข้ามาร่วมกันดำเนินงาน

กล่าวเฉพาะในที่นี้ ผลจากการวิจัยเรื่องวิทยุชุมชนที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า ข้อที่อ่อนที่สุดของวิทยุชุมชนก็คือ **การขาดแคลนทรัพยากร**ที่เป็นเสมือนท่อน้ำที่ จะนำมาใส่ในวิทยุชุมชนให้ลูกไหลต่อไป ทรัพยากรที่สำคัญคือ ทรัพยากรบุคคล และทรัพยากรงบประมาณ ซึ่งทรัพยากรทั้งสองอย่างนี้จะแก้ไขได้ด้วยการเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนและการฝึกอบรม และจุดอ่อนอีกประการหนึ่งก็คือ **การขาดการติดตามประเมินผล** ดังนั้น ในที่นี้จึงขอเสนอตัวอย่างของกลไก 3 ประเภทที่จะแก้ไขปัญหาที่กล่าวมานี้



ภาพที่ 50 : กลไกเสริมพลังของวิสาหกิจชุมชน

6.1 การวิเคราะห์การฝึกอบรมในงานวิสาหกิจชุมชน

เมื่อกล่าวถึงทรัพยากรบุคคลที่จะเข้ามาเป็นส่วนประกอบในวิสาหกิจชุมชนนั้น ความแตกต่างระหว่างวิสาหกิจชุมชนกับวิสาหกิจสาธารณะ/วิสาหกิจธุรกิจโดยทั่วไปก็คือ ในขณะที่วิสาหกิจสาธารณะ/ธุรกิจจะมี **คนกลุ่มเล็ก ๆ** ที่มีลักษณะเป็น **มืออาชีพ** เข้ามาเป็นผู้บริหารจัดการวิสาหกิจ แต่ทว่าในวิสาหกิจชุมชนนั้น ผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมในกิจการวิสาหกิจจะเป็น **คนกลุ่มใหญ่** ที่มีลักษณะเป็น **อาสาสมัคร** ที่มาทำวิสาหกิจ เพราะใจรักและเข้าใจในเจตนารมณ์ของวิสาหกิจชุมชน

อย่างไรก็ตาม แม้กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนจะเป็นอาสาสมัคร แต่เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนไม่ใช่เรื่อง "ที่ใครๆทำได้หรือเกิดมาก็ทำเป็นเลยตามธรรมชาติ/หรือเพียงแค่มีใจรักก็ทำได้แล้ว" หากทว่าเป็นเรื่องที่ต้องมี **การฝึกอบรม** เป็นการเฉพาะ

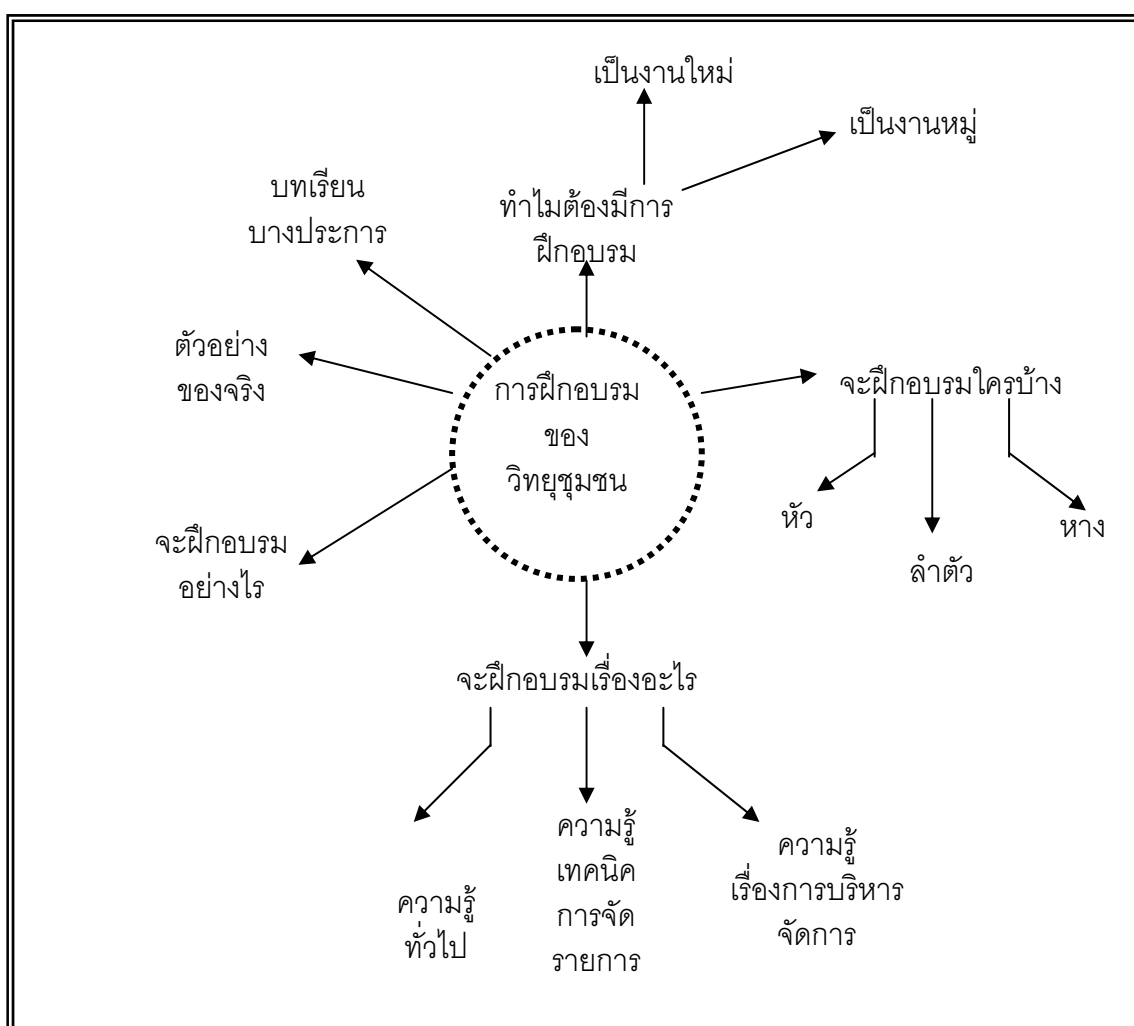
ดังเช่นที่ชาลิสานักวิจัยที่ศึกษาเรื่องการสรุปบทเรียนของการเตรียมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จ.ปัตตานี ยืนยันว่า การสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องวิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นโครงสร้างที่จำเป็นของวิสาหกิจแก่ภาคประชาชนนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะเป็นปรากฏการณ์ที่ยังไม่เคยมีในสังคมไทย ดังนั้นประชาชนไทยส่วนใหญ่จึงยังไม่คุ้นเคยกับความคิดที่ว่าภาคประชาชนจะสามารถเข้ามาผลิตรายการวิสาหกิจได้ด้วยตนเอง (ชาลิสานัก, 2544)

อีกประการหนึ่ง รูปแบบวิทยุที่มีอยู่ในสังคมไทยนั้นคือวิทยุสาธารณะและธุรกิจนั้นก็แตกต่างจากวิทยุชุมชน จึงไม่สามารถโยกองค์ความรู้ในทุกเรื่องมาใช้งานได้ หากทว่าจะต้องมีการสร้างสรรค์องค์ความรู้เฉพาะตัววิทยุชุมชนขึ้นมาใหม่

ซาลิสจึงเห็นว่า จำเป็นต้องมีการฝึกอบรมจนกระทั่งให้ประชาชนบังเกิดเข้าใจความคิดว่าประชาชนสามารถผลิตรายการวิทยุด้วยตนเองได้ บริหารจัดการคลื่นความถี่ ตลอดจนจนสามารถเป็นเจ้าของสถานีวิทยุได้ ในการนี้ ประชาชนต้องการการติดตั้งและจัดการความรู้หลายๆประการไม่ว่าจะเป็นการขอใช้คลื่นความถี่ การใช้อุปกรณ์กระจายเสียง ขนาดกำลังส่ง พื้นที่กระจายเสียง สถานที่ตั้งของสถานี การออกแบบผังรายการ การกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย การระดมทุน การออกแบบโครงสร้างการบริหารจัดการ การหาอาสาสมัคร และการดูแลด้านเทคนิค เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ จึงน่าจะเป็นการสรุปที่ไม่เกินเลยไปนักว่าการฝึกอบรมน่าจะเป็นกลไกหลักตัวหนึ่งที่ไม่อาจจะขาดเสียได้ในการเสริมพลังความเข้มแข็งให้แก่วิทยุชุมชน

สำหรับแง่มุมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการฝึกอบรมจะมีดังนี้



ภาพที่ 51 : มิติของการฝึกอบรมของวิทยุชุมชน

(1) ทำไมต้องมีการฝึกอบรม

มีคำตอบหลากหลายประการต่อคำถามที่ว่า "ทำไมต้องมีการฝึกอบรม" ให้แก่อาสาสมัคร/คนที่จะเข้าไปทำงานเกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชน แต่ท่ามกลางคำตอบที่หลากหลายนั้น จะตกผลึกอยู่ในธรรมชาติของวิทยุชุมชนว่า "วิทยุชุมชนเป็นงานใหม่และเป็นงานใหญ่" กล่าวคือ

(i) เมื่อกระจายอำนาจแล้วต้องกระจายความรู้ด้วย แม้ว่าแนวคิดเรื่อง "วิทยุชุมชน" จะมีความเป็นมาจากเรื่องการกระจายอำนาจและสิทธิด้านการสื่อสารให้แก่กลุ่มประชาชน แต่การกระจายอำนาจและสิทธินั้นก็คงจะเป็นหมันหรือกลับส่งผลในทางลบ หากไม่มีกระบวนการกระจายความรู้ควบคู่ตามไปด้วย ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในเบื้องต้นถึงโครงสร้างที่เหมาะสมประการหนึ่งของวิทยุชุมชนก็คือ ความเข้าใจในสิทธิการสื่อสารของประชาชน แต่เนื่องจากสิทธิการสื่อสารโดยเฉพาะในฐานะ "ผู้ส่งข่าวสาร" เป็นเรื่องใหม่ จึงต้องมีกลไกการฝึกอบรมมาเสริมเพิ่มเติม

Reyes Meta (1981) ตั้งข้อสังเกตในเรื่องการกระจายความรู้เรื่องวิทยุซึ่งเป็นผู้ส่งข่าวสารชนิดหนึ่งว่า สำหรับระบบการฝึกอบรมการสื่อสารที่เคยเป็นมานั้น มักจะมีการจัดการฝึกอบรมให้แก่ฝ่ายผู้ส่งสารเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นการฝึกอบรมทักษะในการใช้เครื่องมือการสื่อสาร ทักษะในการถ่ายทอดข่าวสารและโน้มน้าวชักชวนอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ทว่าในฝ่ายของผู้รับสารนั้น จะไม่มีการฝึกอบรมเพื่อรับข่าวสารเลย กระบวนการเช่นนี้ทำให้ช่องว่างด้านความรู้ในการสื่อสารระหว่างผู้ส่ง/ผู้รับสารขยายกว้างและไม่เท่าเทียมกัน ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการสื่อสารที่จะทำการฝึกอบรมให้แก่ผู้รับสารบ้าง และสำหรับในกรณีของวิทยุชุมชนที่ต้องการ "ผู้รับสารที่กระตือรือร้น/เอาการเอางาน" ผู้รับสารเช่นนี้ก็คงไม่เกิดขึ้นมาเองตามธรรมชาติ หากทว่าจะต้องมีการจัดฝึกอบรมให้เกิดขึ้น

(ii) งานวิทยุเป็นงานการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ การพูดคุยทางวิทยุชุมชนไม่เหมือนกับการพูดคุยแบบธรรมดาท่ามกลางหมู่ญาติมิตร เนื่องจากต้องมีความระมัดระวัง ต้องมีการตรวจสอบข้อมูล เพราะเป็นการพูดให้คนหมู่มากฟังและมีผลกระทบสูงกว่าการพูดแบบธรรมดา ดังนั้นจึงต้องอบรมให้ชาวบ้านรู้จักกฎเกณฑ์และขอบเขตในการพูดในพื้นที่สาธารณะ

(iii) งานวิทยุเป็นงานที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องทุกวันสม่ำเสมอ จึงต้องการทรัพยากรบุคคลจำนวนมากเข้ามาร่วมด้วยช่วยกัน และหากงานวิทยุชุมชนไปตกอยู่ในมือของคณะกรรมการ/อาสาสมัครกลุ่มเล็กๆ ผลงานวิจัยเรื่องวิทยุชุมชนในหลายแห่งได้พิสูจน์แล้วว่าอนาคตของวิทยุชุมชนนั้นมักจะมีอาการ "ไม่ตายก็เลี้ยวไม่โต" เพราะกรรมการ/อาสาสมัครกลุ่มเล็ก

มักจะหมดแรงไปก่อนจะถึงเป้าหมาย การฝึกอบรมจึงเป็นกลไกการสร้างขยายทรัพยากรบุคคล เพื่อนำมาใช้จัดระบบผลัดเปลี่ยนหมุนเวียน และกระจายความรับผิดชอบให้เกิดขึ้นในระดับที่ชีวิตชาวบ้านธรรมดาพอจะรองรับไหว

(iv) การเคลื่อนไหวจาก "หัว" สู่ "ลำคอ" เพื่อจะลง "ลำตัว" ในความเป็นจริง คงต้องยอมรับว่าทิศทางการไหลของอำนาจ/ความรับผิดชอบ/หน้าที่สิทธิของวิทยุกระจายเสียงนั้นเริ่มจากส่วนหัว คือ "หน่วยงานราชการ" และในขั้นต่อมาเมื่อมีการเปิดฉากยกแรกเรื่อง "วิทยุชุมชน" นั้น กลุ่มคนที่เข้ามาสนใจและดำเนินการวิทยุชุมชนยังมักจะเป็น "ส่วนลำคอ" คือกลุ่มชนชั้นกลางหรือกลุ่มแกนนำในชุมชนที่มีความเข้าใจเรื่องสิทธิหน้าที่ บทบาท/ความสำคัญของวิทยุ รวมทั้งอาจมีความคุ้นเคยกับงานวิทยุในหลาย ๆ แห่ง กลุ่มคนที่ทำวิทยุชุมชนจึงยังคงจำกัดอยู่ในกลุ่มชนชั้นกลางหรือผู้นำชุมชนเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม เป้าหมายสุดท้ายของวิทยุชุมชนที่จะสามารถทรงตัวได้อย่างมั่นคงก็จะต้องขยับเขยื้อนให้มีการไหลจาก "ส่วนลำคอ" ลงสู่ "ส่วนลำตัว" ต่อไป ในการนี้ การฝึกอบรมจะเป็นพลังลดปรมาณในการขับเคลื่อนการไหลได้ส่วนหนึ่ง การฝึกอบรมจะเป็นเวทีเงื่อนไขให้ชาวบ้านได้ทำความรู้จัก/คุ้นเคยกับวิทยุชุมชน และสามารถบริหารจัดการกลังงานวิทยุसारพัดชนิดให้หายขาดได้

(v) **ผูกประสานความเข้าใจร่วมกัน** ดังได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า "ความเข้าใจร่วมกัน" ระหว่างฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชน (โดยเฉพาะในช่วงเปลี่ยนผ่านจากมือรัฐมาสู่มือประชาชน) จะเป็นประจักษ์เชื่อกมัดคนทำงานให้อยู่ร่วมกัน หากเมื่อใดที่เจ้าหน้าที่รัฐยังมองว่า "วิทยุชุมชนคือแหล่งที่จับผิดข้าราชการ" หรือชาวบ้านรับรู้ว่า "วิทยุชุมชนเป็นพื้นที่ที่ด่าคนได้โดยเสรี" เมื่อนั้นวิทยุชุมชนก็ไม่มีทางไปได้ตลอดรอดฝั่ง

มีข้อน่าสังเกตว่า ทั้งที่เรื่อง "การฝึกอบรม" เป็นกลไกสำคัญอย่างยิ่งที่รับประกันการคงอยู่ของงานวิทยุชุมชน แต่สังคมไทยเกือบทุกส่วนยังมักมองข้ามการดำเนินการเรื่องการฝึกอบรมไปอย่างมาก ในหมู่ข้าราชการมักมีแต่การมอบหมายนโยบายให้รับไปปฏิบัติ แต่ไม่มีการเสริมอบรมความเข้าใจโดยมีความเชื่อว่า ข้าราชการจะเข้าใจทุกๆ เรื่องโดยอัตโนมัติ ในหมู่ประชาชนมักมีการระดมพลังให้เข้ามาช่วยแบกรับงาน แต่ก็ไม่มีการติดเขี้ยวเล็บทางความคิดให้เช่นกัน กล่าวโดยสรุปก็คือ สังคมไทยยังเอาใจใส่/และทำการบ้านน้อยมากในเรื่องใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น เรื่องการฝึกอบรมวิทยุชุมชน

(vi) **การใช้การฝึกอบรมเป็นเครื่องมือในการสร้างกลุ่มคนทำงาน** อันที่จริงสำหรับวิทยุสาธารณะ/ธุรกิจนั้นมีกลไกและกระบวนการที่เห็นได้อย่างชัดเจนว่า จำเป็นต้องมีการมีสถาบันการศึกษาที่ทำงานฝึกอบรมอย่างเป็นระบบ มีเป้าหมายของการฝึกอบรมที่แน่นอน มีขอบเขตของเนื้อหาที่จำเป็นสำหรับการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ (มิใช่เพียงความรู้ด้านเทคนิคการ

ใช้เครื่องมือเท่านั้น) ฉะนั้นก็ฉะนั้น การสื่อสารสาธารณะในรูปแบบของวิทยุชุมชนก็จำเป็นต้องมีการฝึกอบรมเพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างกลุ่มคนทำงาน

ผลงานวิจัยเพื่อสรุปบทเรียนเรื่องกระบวนการเตรียมกลุ่มวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ชาลีสาได้สรุปอย่างชัดเจนว่า การฝึกอบรมในรูปแบบต่าง ๆ ที่หลากหลายเป็นสิ่งที่จำเป็นในการกระตุ้นให้ภาคประชาชนเห็นความเป็นไปได้ว่า ตนเองสามารถเข้ามาใช้สื่อในฐานะผู้ส่งสาร และยังสามารถถึงระดับบริหารจัดการสื่อชนิดนี้ได้ ดังนั้น งานเบื้องต้นของงานวิทยุชุมชนจึงเป็น "การเตรียมกลุ่มหรือการสร้างคนทำสื่อ" ขึ้นมาเพื่อเรียนรู้งานวิทยุอย่างเป็นขั้นตอน นับตั้งแต่การปลูกสร้าง**แนวคิดวิทยุชุมชน** การทำความเข้าใจหัวใจของวิทยุชุมชนและประโยชน์ของวิทยุชุมชนต่อการพัฒนาท้องถิ่น จากนั้นจึงก้าวมาสู่การเรียนรู้**ด้านการผลิตรายการ**เพื่อบอกข่าวสารแก่ชุมชน และสุดท้ายคือการสร้าง**ทักษะการบริหาร**เพื่อเตรียมพร้อมเป็นเจ้าของสถานีในโอกาสต่อไป

กิจกรรมการฝึกอบรมเพื่อสร้าง "กลุ่มคนทำงาน" นี้ ต้องกระทำไปพร้อมๆ กับการประชาสัมพันธ์แนวคิดวิทยุชุมชนให้แพร่หลายแก่ประชาชนทั่วไป เพื่อมุ่งหวังให้ประชาชนในท้องถิ่นให้การสนับสนุนแก่การดำเนินกิจการวิทยุชุมชน

(vii) **การฝึกอบรมเป็นเครื่องมือในการขยายเครือข่าย** ลักษณะที่คล้ายคลึงประการหนึ่งของวิทยุชุมชนกับวิทยุสาธารณะ/ธุรกิจก็คือ ลักษณะของการเป็นเครือข่ายวิทยุ ทั้งนี้เนื่องจากงานวิทยุเป็นงานข่าวสาร ซึ่งจำเป็นต้องมีการแลกเปลี่ยนเพื่อขยายฐานความรู้ รวมทั้งเครือข่ายนั้นจะเป็นกลไกในการช่วยเสริมความยั่งยืนของสื่อชุมชนทุกประเภทเนื่องจากสามารถระดมพลัง/ทรัพยากร/ความช่วยเหลือจากเครือข่ายได้

ชาลีสารายงานว่ หลังจากทีกลุ่มวิทยุชุมชน จ.ปัตตานีได้เดินสายจัดเวทีสัญจรหลายครั้ง สมาชิกในกลุ่มก็ได้บทสรุปว่า แม้ว่าเวทีสัญจรจะให้ผลในด้านการให้ความเข้าใจแก่ชาวบ้านในพื้นที่ต่าง ๆ แต่หลังจากจบกิจกรรมแล้ว ชาวบ้านที่เข้าใจก็มีได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี เนื่องจากอุปสรรคด้านระยะทางห่างไกล ดังนั้น จึงควรเปลี่ยนกลยุทธ์การส่งเสริมเผยแพร่ให้มีการจัดตั้งกลุ่มวิทยุชุมชนแห่งใหม่เกิดขึ้นคือการตั้ง"จุดเชื่อมต่อ"(node)หลายๆจุด ซึ่งเป็นไปตามลักษณะของวิทยุชุมชนที่ครอบคลุมพื้นที่ไม่กว้างขวางนัก

ชาลีสาพบว่า ในการขยาย"จุดเชื่อมต่อ"วิทยุชุมชนกลุ่มใหม่นี้ กลุ่มวิทยุชุมชนกลุ่มเดิมต้องเล่นบทบาทเป็นพี่เลี้ยงด้วยการให้ความรู้เกี่ยวกับวิทยุชุมชน แนะนำการสร้างกลุ่มและการระดมคนในชุมชนมาทำกิจกรรมสื่อ ต้องเป็นวิทยากร ต้องเข้าร่วมการวางแผน ฯลฯ การปรับเปลี่ยนบทบาทจากที่เคยเป็น "นักเรียน" (โดยมีทีมวิจัยเป็นครู) มาเป็น "ครู" บ้างนั้น ทำให้กระบวนการสั่งสมความรู้เป็นไปอย่างสมบูรณ์/ครบวงจร ดังนั้นการสร้างหรือขยาย"จุดเชื่อมต่อ"ใหม่ ๆ ด้วยกระบวนการฝึกอบรมนั้นจึงไม่เพียงจะได้ "ผลลัพธ์" ออกมาเป็นกลุ่มใหม่ๆเท่านั้น

หากแต่ยังเป็นการเสริมความแข็งแกร่งด้านปัญญาและทักษะในการทำงานให้แก่กลุ่มเก่าไปพร้อม ๆ กันด้วย

2. จะฝึกอบรมใครบ้าง

คำถามที่ว่า จะฝึกใครบ้างนั้น ควรเป็นคำถามแรกเลยสำหรับการจัดการฝึกอบรม ทั้งนี้ เพราะการตอบคำถามได้ว่าผู้ที่จะมาเข้ารับการฝึกอบรมเป็นใครนั้น จะสะท้อนกลับไปให้เป็นเป้าหมายของการฝึกอบรม และจะเป็นตัวไปกำหนดเนื้อหาและวิธีการฝึกอบรมในขั้นต่อไป

ดังนั้นในการวางแผนงานการฝึกอบรม ผู้ที่รับผิดชอบจึงต้องย้อนกลับไปดูเนื้อหาในเรื่อง วิทยุชุมชนจะมีใครบ้างที่เข้ามาเกี่ยวข้อง แล้วจึงค่อยกำหนดเป้าหมาย คัดเลือกเนื้อหา และวิธีการฝึกอบรมเป็นลำดับต่อไป

อย่างไรก็ตาม มีหลักการที่เป็นข้อค้นพบจากงานวิจัยในส่วนที่เกี่ยวกับการคัดเลือกบุคคลเพื่อฝึกอบรมดังนี้คือ

(i) การที่จะคัดเลือก "ใคร" เข้ามาเป็นผู้รับการอบรมนั้นก็ขึ้นอยู่กับว่างานวิทยุชุมชนกำลังต้องการระดมทรัพยากรบุคคลในระดับไหน/แบบไหน เช่น ถ้าเป็นช่วงที่กำลังมีการก่อตัวของคณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชน ก็คงต้องฝึกอบรมกลุ่มตัวแทนที่จะเข้ามาเป็นกรรมการ หากต้องการขยายอาสาสมัครผู้สื่อข่าวท้องถิ่น ก็คงต้องฝึกอบรมกลุ่มประชาชนที่สนใจจะมาเป็นผู้สื่อข่าว เป็นต้น

(ii) แต่ในขั้นตอนการปฏิบัติที่แท้จริง การฝึกอบรมนั้นก็ควรมีลักษณะ "กินหัว กินกลาง แล้วค่อยกินหาง" หมายความว่า ควรจะเริ่มต้นจากกลุ่มแกนนำชุมชนระดับหัวๆ เสียก่อน แล้วค่อยขยายลงไปสู่แกนนำกลุ่มย่อยๆ และประชาชนทั่วไป

(iii) อย่างไรก็ตาม หลักการเรื่องความหลากหลายและสมดุลที่เป็นหลักยึดสำคัญของวิทยุชุมชนก็ยังคงคำนึงถึงตลอดเวลา การเลือกตัวบุคคลมารับการฝึกอบรมนั้นจึงต้องให้ครอบคลุมคนหลายวัย หลายเพศ หลายอาชีพ ทั้งกลุ่มวัยรุ่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มพระสงฆ์ กลุ่มหัตถกรรม กลุ่มช่างตัดผม ฯลฯ

(iv) ส่วนกลุ่มบุคคลกลุ่มหนึ่งที่มีกฎมอ่งเข้ามาคือ กลุ่มข้าราชการ เพราะความเข้าใจว่า "เป็นข้าราชการแล้วต้องเข้าใจเรื่องใหม่ ๆ ได้ทุกเรื่องที่มีนโยบายสั่งมา" ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ฉะนั้น จึงควรมีการฝึกอบรมเรื่องวิทยุชุมชนให้แก่ข้าราชการด้วย

(v) การกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่เข้ารับการฝึกอบรม คุณสมบัตินี้ควรจะต้องสอดคล้องกับเป้าหมาย/ภารกิจของผู้เข้าอบรม โดยอาจมีคุณสมบัติพื้นฐานบางอย่างร่วมกัน เช่น การเป็น