

บุคคลที่มีจิตสาธารณะ (ชอบทำกิจการเพื่อส่วนรวม) และมีจิตใจรัก/สนใจงานวิทยุ เป็นต้น แต่ควร มีการกำหนดคุณสมบัติเฉพาะตัวของผู้ที่ จะได้รับการอบรมทุกครั้งเพื่อให้เกิด "การถูกฝ่าถูกตัว"

ตัวอย่างของคุณสมบัติของคนที่จะได้รับการฝึกอบรม "การเป็นผู้จัดรายการ" เช่น ต้อง พุดจาชัดเจน/ฉะฉาน/มีไหวพริบ/มีทักษะการฟังที่ดี/สุขภาพ เป็นต้น

งานวิจัยเรื่องกระบวนการเตรียมกลุ่มวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีของชาลีสาได้ให้บทเรียนอย่าง ละเอียดเกี่ยวกับเรื่องการฝึกอบรม ในที่นี้ จึงจะขอยกเป็นตัวอย่างว่า ผู้วิจัยได้แยกเกณฑ์ในการ ระบุตัวบุคคลที่จะเข้ามาฝึกอบรมหลายๆแบบ เช่น

(ก) ใช้เกณฑ์เรื่องขั้นตอนของการก่อตั้งกลุ่มวิทยุชุมชน ซึ่งทำให้แยกตัวบุคคลที่มา เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแกนนำและกลุ่มสมาชิกทั่วไป ซึ่งผู้วิจัยมี ความเห็นว่า

สำหรับกลุ่มแกนนำนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า การให้ข้อมูลคือสิ่งที่จำเป็น แต่คำถามคือ ข้อมูล ที่ให้ควรรอยู่ในระดับใดและเป็นเรื่องใดบ้าง ซึ่งผู้วิจัยใช้การพิจารณาถึงผลที่ต้องการให้เกิด หรือ วัตถุประสงค์ของการให้ข้อมูลว่าหวังผลอันใด ดังนี้

1. ระยะแรกเริ่มให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การปฏิรูปสื่อ เพื่อโน้มน้าวให้สมาชิก สนใจเข้าร่วมกิจกรรม เห็นความสำคัญของการปฏิรูปสื่อและความจำเป็นที่ภาคประชาชนต้องเข้า ร่วมในกระบวนการขับเคลื่อน เป็นการให้ข้อมูลเชิงโน้มน้าวใจให้ประจักษ์ถึงความสำคัญ

2. ระยะต่อมา เริ่มให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและปรัชญาวิทยุชุมชน ประโยชน์ของวิทยุ ชุมชน เพื่อตอกย้ำความสำคัญของสื่อวิทยุชุมชนต่อการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อย้ำให้สมาชิกมั่นใจใน คุณค่าของกิจกรรมที่ตนเสียสละเวลา แรงกาย และแรงใจมาร่วมทำ

3. ป้อนข้อมูลด้านกฎหมาย เพื่อให้สมาชิกสามารถทำความเข้าใจต่อสถานการณ์การ ปฏิรูปสื่อ และสามารถเชื่อมโยงความคิดเกี่ยวกับกิจกรรมสื่อที่ตนกำลังขับเคลื่อนกับการ เคลื่อนไหวในแวดวงสื่อสารมวลชนไทย ทั้งในส่วนกลางและในส่วนภูมิภาค

4. ให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตรายการวิทยุ เพื่อทำให้สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจสื่อ วิทยุกระจายเสียงมากขึ้น จนสามารถอธิบายงานวิทยุแก่ผู้อื่นได้อย่างชัดเจนขึ้น นอกจากนี้ยังได้ เน้นให้เข้าใจว่าวิทยุชุมชนนั้นแตกต่างจากวิทยุทั่วไป ที่นอกจากจะมีรูปแบบการกระจายเสียง จำกัดในระยะแคบคือ ครอบคลุมในพื้นที่ไม่กี่หมู่บ้านแล้ว วิทยุชุมชนยังเป็นสื่อของชุมชน จัดทำ โดยคนในชุมชน และทำเพื่อชุมชน ดังนั้นเนื้อหารายการจึงควรเน้นเรื่องราวของชุมชนด้วย

(ข) ใช้เกณฑ์เรื่องลักษณะกิจกรรมที่บุคคลต้องรับผิดชอบ

ชาลีสาผู้วิจัยพบว่า การให้ข้อมูลนี้ยังแบ่งตามลักษณะกิจกรรมด้วยดังนี้

1) **กรรมการบริหาร** ต้องให้ความรู้ความเข้าใจในแนวคิดวิทยุชุมชน และเสริมความเข้าใจเรื่องการบริหารจัดการ การวางแผนงาน และการทำงานเป็นหมู่คณะในลักษณะประชาธิปไตย

2) **นักจัดรายการ** ต้องให้ความรู้ด้านการผลิตรายการ และความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาที่ควรนำเสนอต่อผู้ฟัง ปรัชญาวิทยุชุมชน เหตุผลและความสำคัญของสื่อวิทยุชุมชน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะทำให้ นักจัดรายการตระหนักในความแตกต่างระหว่างวิทยุชุมชนและวิทยุทั่วไป รวมทั้งให้แนวทางการประเมินผลผู้ฟังอย่างง่าย เช่น การเชิญชวนผู้ฟังให้เขียนจดหมายหรือไปรษณียบัตร หรือการแจกรางวัลแก่ผู้สะท้อนความคิดเห็นกับทางรายการ เป็นต้น

3) **สมาชิกทั่วไป** ให้ความรู้ว่าวิทยุชุมชนคืออะไร วิทยุชุมชนจะอยู่ได้ต้องได้รับการสนับสนุนจากประชาชน และจากสมาชิกทั้งในรูปของการอาสาสมัคร การช่วยเหลือ และการระดมทุน

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่าวิธีการการให้ความรู้ในลักษณะการบอกกล่าวที่เน้นรูปแบบการสื่อสารแบบทางเดียว เป็นวิธีการที่ให้ผลลัพธ์ค่อนข้างต่ำ กรรมการและสมาชิกเรียนรู้ค่อนข้างช้า ดังนั้นกระบวนการให้ความรู้จึงต้องปรับเปลี่ยนเป็นการทดลองทำ เพื่อให้สมาชิกเกิดประสบการณ์เกิดการมีส่วนร่วม ได้ทำงานในลักษณะลองผิดลองถูก และร่วมกันคิดแก้ไขปัญหา ซึ่งหลังจากเปิดให้มีการริเริ่มทำงานเชิงปฏิบัติการแล้ว ผู้วิจัยพบว่ากิจกรรมต่าง ๆ ที่กรรมการและสมาชิกได้ทดลองทำ ได้สร้างความเข้มแข็งทั้งด้านความรู้และด้านปฏิบัติการแก่กลุ่มมากขึ้น เกิดบรรยากาศการทำงานแบบมีส่วนร่วม กรรมการและสมาชิกพูดคุยกันมากขึ้น รูปแบบการสื่อสารเปลี่ยนไป เป็นการสื่อสารแบบสองทางที่ทุกคนมีโอกาสได้แลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นกันมากขึ้น การได้รับความรู้ที่เพียงพอ ส่งผลให้กิจกรรมของกลุ่มดำเนินไปได้ดี อย่างไรก็ตาม การทำกิจกรรมต่าง ๆ ก็ได้สะท้อนให้เห็นเช่นกันว่า กรรมการและสมาชิกในกลุ่มต่างมีปัญหาเรื่องการขาดทักษะในการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นเนื้อหาที่ต้องใส่เพิ่มในโอกาสต่อไป

3. จะฝึกอบรมเรื่องอะไร/เนื้อหาอะไร

สำหรับการตอบคำถามว่า "จะฝึกอบรมเรื่องอะไร คือใช้เนื้อหาอะไรในการฝึกอบรม" นั้น ดูเหมือนว่า จะยังไม่มีข้อสรุปที่แน่นอนตายตัวจากงานวิจัยทั้ง 4 กรณี โดยที่ยังคงอยู่ในกระบวนการแสวงหาค้นคว้าอยู่ อย่างไรก็ตาม ก็มีบทเรียนบางประการที่จะเป็นบันไดขั้นแรกสำหรับการก้าวขึ้นไปในขั้นต่อไป

(i) เนื้อหาขึ้นอยู่กับเป้าหมายการทำงาน

การกำหนดเนื้อหาที่จะใช้ฝึกอบมนั้นต้องขึ้นอยู่กับเป้าหมายและภาระงานของผู้ที่เข้าร่วมการอบมนั้นจะไปปฏิบัติหน้าที่ต่อ เช่น

- ไปเป็นผู้ฟังที่เอาการเอางาน
- เป็นผู้สื่อข่าวท้องถิ่น
- เป็นผู้ดำเนินรายการ
- เป็นผู้ผลิตรายการ
- เป็นผู้บริหาร/คณะกรรมการวิทยุชุมชน

แต่ไม่ว่ากลุ่มบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนในบทบาทที่แตกต่างกัน และภาระหน้าที่หลากหลายอย่างใดก็ตาม ก็คงน่าจะมี**ความรู้พื้นฐาน**อยู่ชุดหนึ่งที่ทุกคนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนจะต้องรับรู้ และ**ความรู้**อีกชุดหนึ่งเป็น**ความรู้เฉพาะแต่ละบทบาทหน้าที่**

(ii) หมวดหมู่ของเนื้อหาที่ฝึกอบรม

จากที่กล่าวมาข้างต้น เราอาจจะแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหาออกเป็น 3 หมวดหมู่ใหญ่ ดังนี้

(ก) หมวดที่เกี่ยวกับความรู้/ความเข้าใจทั่วไปเรื่องวิทยุชุมชน ชุดความรู้ในหมวดนี้ก็คือความรู้พื้นฐานที่คนทุกคนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชนจะต้องได้รับการฝึกอบรมเนื้อหาในหมวดนี้น่าจะได้แก่ตัวอย่างเหล่านี้

- แนวคิด/ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุชุมชน (หัวข้อนี้ ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับทุกคนกับวิทยุชุมชนควรจะผ่านการอบรมมา)

- พัฒนาการของวิทยุชุมชนในต่างประเทศ/ประเทศไทย
 - สถานการณ์การปฏิรูปสื่อในสังคมไทย
 - บทบาทหน้าที่ประโยชน์ของวิทยุชุมชนกับสังคมไทย
 - การเตรียมประชาชนเพื่อการปฏิรูปสื่อและวิทยุชุมชน
- ฯลฯ

สำหรับการฝึกอบรมให้ความรู้แบบทั่วไป ซาลิสพบบทเรียนว่า หากมีตัวอย่างรูปธรรมประกอบหลักการแบบนามธรรมจะช่วยให้ผู้เข้าร่วมการอบรมเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว อย่างเช่นในเรื่องหน้าที่และประโยชน์ของวิทยุชุมชนนั้น ในการอบรมครั้งแรก วิทยากรซึ่งเป็นนักวิจัยก็ได้บรรยายประโยชน์ด้านต่างๆของวิทยุชุมชน แต่ในระยะหลังๆ เมื่อเริ่มมีการใช้ประโยชน์จากวิทยุชุมชนจริงๆ เช่น วิทยากรชุมชนได้เล่าถึงประสบการณ์ของตนเองในการขอความช่วยเหลือผ่านวิทยุชุมชน และได้ผลดีอย่างแท้จริง การเล่าประสบการณ์จริงดังกล่าวทำให้ประชาชนสนใจมาก

(ข) หมวดที่เกี่ยวกับความรู้เชิงเทคนิคการผลิตรายการ ความรู้ในหมวดนี้เป็นความรู้ที่กลุ่มวิทยุชุมชนในประเทศไทยมีการฝึกอบรมมากที่สุด และเป็นเหตุผลให้เกิดการรับรู้ว่าการเข้ามามีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนก็คือ การมาจัดรายการวิทยุ

เนื้อหาที่เกี่ยวกับความรู้ในหมวดเทคนิคการผลิตรายการมักจะประกอบด้วย

- หลักการผลิต/พัฒนา/วิจัยรายการ
- การเป็นผู้ผลิตรายการ
- วิธีการดำเนินรายการ
- การเป็นผู้จัดรายการวิทยุ (หลักการพูดในที่สาธารณะ)
- การเป็นผู้สื่อข่าวท้องถิ่น (เทคนิคการหาข่าว/การสัมภาษณ์)
- การเรียงข่าว และการเขียนข่าวให้กระชับ
- วิธีการรายงานข่าว
- การใช้อุปกรณ์และเครื่องมือ

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในการฝึกอบรมทางเทคนิคนี้ ปัญหาที่ประชาชนที่เข้ามาจัดรายการมักจะมีกังวลหรือความกลัวเทคโนโลยี เช่น ไมโครโฟน อุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งอันที่จริงปัญหาความหวาดกลัวเทคโนโลยีนั้นเป็นเพียง "สภาวะชั่วคราว" เพราะเมื่อเกิดความคุ้นเคยแล้ว ปัญหาเหล่านี้ก็จะหายไป

แต่สิ่งที่น่าจะเป็น "ปัญหาถาวร" น่าจะได้แก่ปัญหาความเข้าใจเรื่อง "การสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ" เนื่องจาก "การพูดผ่านวิทยุ" นั้น เป็น "การพูดในที่สาธารณะ" ซึ่งอาจจะไม่ต้องกังวลกับ "เรื่องการออกเสียง" "แบบแผนในการขึ้นต้นลงท้าย" (จึงค่อนข้างเป็นเรื่องคอขาดบาดตายของวิทยุสาธารณะ) หรือวิธีการพูดแบบเป็นทางการ (ซึ่งผลจากการสำรวจความพึงพอใจของประชาชนพบว่า ผู้ฟังมักจะไม่ชอบวิธีการพูดแบบดังกล่าว) แต่ทว่าสิ่งที่น่าจะเป็นห่วงน่าจะได้แก่เรื่องจรรยาบรรณของการพูดในที่สาธารณะ เช่นต้องพูดสิ่งที่เป็นข้อเท็จจริงซึ่งผ่านการตรวจสอบกลั่นกรองพอสมควร ต้องระมัดระวังในเรื่องการละเมิดสิทธิของผู้อื่น เป็นต้น

(ค) หมวดที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการวิทยุชุมชน น่าจะได้แก่เนื้อหาต่อไปนี้ เช่น

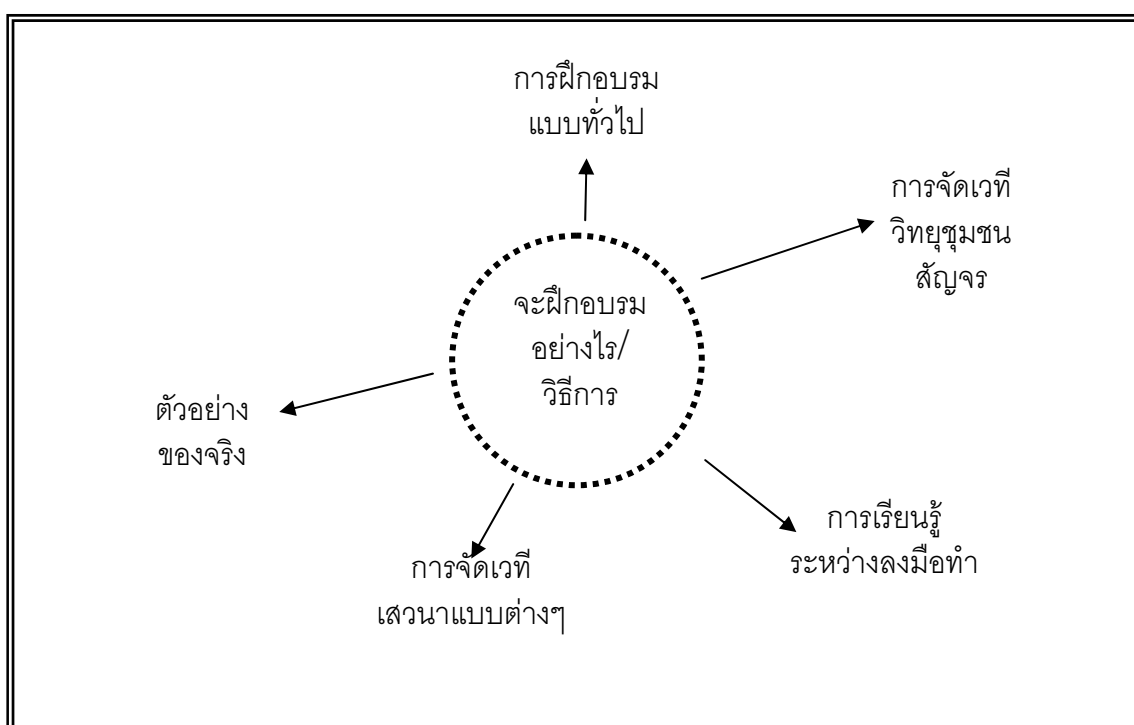
- โครงสร้างการจําดงค์กร/กลุ่ม
- โครงสร้างการบริหารจัดการวิทยุชุมชน
- การบริหารงานกลุ่ม/การแจกจ่ายงาน
- เทคนิคและวิธีการทำงานร่วมกัน
- การบริหารจัดการงบประมาณ

- หลักการวางเป้าหมาย/นโยบาย/แผนงาน
 - หลักการวางแผนกิจกรรมต่างๆ
 - ภาวะการเป็นผู้นำ
 - การระดมทุนแบบต่างๆ
 - การระดมทรัพยากรบุคคล ได้แก่ อาสาสมัคร
 - การประเมินผลการทำงาน
- ฯลฯ

เป็นที่น่าสังเกตว่า เนื้อหาด้านการบริหารจัดการวิทยุชุมชนนี้ยังเป็นเนื้อหาการฝึกอบรมที่มีการดำเนินการน้อย และอาจเป็นผลให้งานด้านการบริหารจัดการของวิทยุชุมชนเกิดปัญหา เนื่องจากธรรมชาติและลักษณะของวิทยุชุมชนมีความแตกต่างจากวิทยุสาธารณะ/ธุรกิจ จึงไม่อาจจะถ่ายโอนความรู้เรื่องการบริหารจัดการจากเดิมมาใช้ในกรณีของวิทยุชุมชนได้อย่างลงตัวทั้งหมด องค์ความรู้เรื่องการบริหารจัดการวิทยุชุมชนให้มีประสิทธิภาพนี้ยังคงน่าจะต้องมีการแสวงหาศึกษาค้นคว้ากันต่อไป

4. จะฝึกอบรมอย่างไร/ด้วยวิธีการอะไร

สำหรับรูปแบบการฝึกอบรมนั้น ผลจากงานวิจัยทั้ง 4 กรณีพบว่า สามารถทำได้หลากหลาย และยังสามารถคิดริเริ่มสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมาย ดังที่จะยกตัวอย่างเพียงบางรูปแบบในที่นี้



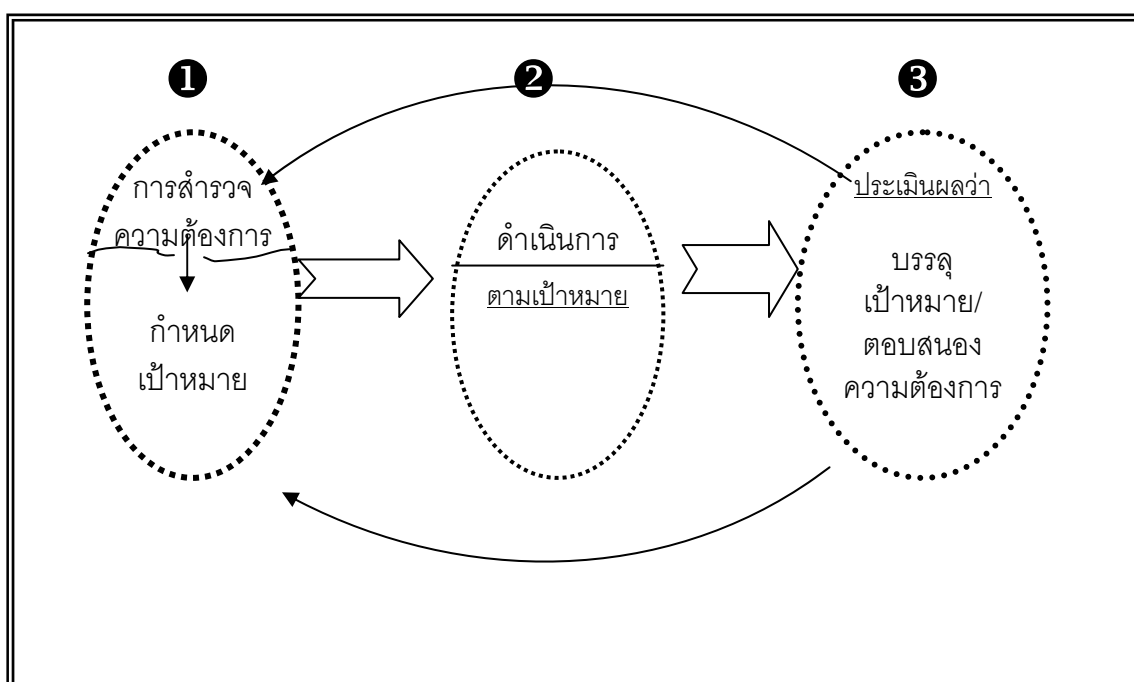
ภาพที่ 52 : วิธีการฝึกอบรม

(1) การฝึกอบรมแบบทั่วไป ลักษณะการจัดการฝึกอบรมแบบนี้ ผู้จัดจะต้องมีการเตรียมการไว้ล่วงหน้าก่อน กล่าวคือต้องมีการเตรียมสถานที่ฝึกอบรม เนื้อหา วิธีการ กระบวนการ อุปกรณ์เอาไว้ให้เรียบร้อย (จะเตรียมมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับวิธีการฝึกอบรมนั้นมีลักษณะเป็นทางการมากหรือน้อย)

ในส่วนผู้เข้ารับการอบรมนั้น ก็ต้องมีการคัดเลือกผู้เข้ารับการอบรมมาเรียนรู้ตามหลักสูตรที่เตรียมเอาไว้ เช่น หากเป็นหลักสูตรการผลิต/การจัดรายการเบื้องต้น ผู้เข้ารับการอบรมก็อาจจะเป็นผู้ที่ไม่มีประสบการณ์เลย แต่ถ้าเป็นหลักสูตรการจัดรายการวิทยุหลายๆ รูปแบบ ซึ่งเป็นความรู้ระดับที่สูงขึ้น ผู้เข้ารับการอบรมก็ต้องมีความรู้มาบ้างแล้ว หรือหลักสูตรเรื่องการบริหารจัดการวิทยุชุมชน ผู้เข้ารับการอบรมก็น่าจะเป็นคณะกรรมการ/คณะทำงานของกลุ่ม

วิธีการฝึกอบรมนั้นก็ขึ้นอยู่กับลักษณะของเนื้อหา เช่น การอบรมผลิตรายการวิทยุชุมชนแบบ BBC ที่วิทยุชุมชนจ.ปัตตานีได้รับความร่วมมือจากทางBBC มาฝึกอบรมให้สมาชิกกลุ่มนั้น มีเนื้อหาที่ครอบคลุมเกี่ยวกับวิธีการผลิตรายการวิทยุและการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ในการจัดรายการวิทยุ การฝึกอบรมแบบนี้ มักต้องเตรียมสถานที่ที่เป็นสถานีวิจัยจริง ๆ เพื่อให้ผู้รับการอบรมรู้จักและคุ้นเคยกับเครื่องมือ วิธีการอบรมมักจะใช้การบรรยายประกอบกับการลงมือปฏิบัติจริง เพราะมีเนื้อหาเชิงเทคนิค

วิธีการฝึกอบรมให้มีประสิทธิภาพที่ดีนั้นก็มีการเหมือนกับการกระบวนการเรียนรู้โดยทั่ว ๆ ไปคือ ควรประกอบด้วย 3 กระบวนการย่อย ดังนี้



ภาพที่ 53: 3 ขั้นตอนของหลักการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ

ตัวอย่างเช่นเมื่อสมาชิกวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีได้มีประสบการณ์จัดรายการวิทยุมาสักช่วงเวลานึง ผู้วิจัยได้จัดการอบรมการผลิตรายการเสริมให้แก่สมาชิกเพื่อเพิ่มพูนทักษะการจัดรายการ ซึ่งผลจากการจัดรายการทำให้สมาชิกได้ทราบจุดบกพร่องและจุดเด่นของตน และสามารถระบุความต้องการได้ หลังจากสำรวจความต้องการของสมาชิกแล้ว ผู้วิจัยจึงได้สร้างหลักสูตรการฝึกอบรมตามความต้องการนั้น และเพื่อความมั่นใจ หลังจบการฝึกอบรมแล้วก็ได้มีการประเมินว่าได้ตอบสนองความต้องการของสมาชิกและ "เข้าเป้า" ที่ตั้งไว้หรือไม่

2. การจัดเวทีวิทยุชุมชนสัญจร

การจัดเวทีวิทยุชุมชนสัญจรนั้นถือได้ว่าเป็นรูปแบบการฝึกอบรมที่มีลักษณะเฉพาะตัวของงานวิทยุชุมชน หลักการเบื้องต้นเลยก็คือ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบจากการที่เคยจัดรายการวิทยุอยู่ที่สถานีในห้องส่ง เป็นการย้ายสถานที่จัดการในชุมชนเพื่อให้ชุมชนได้มองเห็นกระบวนการผลิตรายการ/รวมทั้งสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนการผลิต

อย่างไรก็ตาม สำหรับเป้าหมายของการจัดเวทีสัญจรนี้ก็ไม่ได้มากมาย นับตั้งแต่การประชาสัมพันธ์วิทยุชุมชน ไปจนกระทั่งถึงการฝึกอบรมให้กลุ่มผู้รับผิดชอบวิทยุชุมชนได้ปฏิบัติงานจริง รวมทั้งฝึกอบรมความเข้าใจให้แก่ชุมชนที่ลงไป

เมื่อเป้าหมายของเวทีสัญจรนี้ได้หลายวัตถุประสงค์ ผลที่จะเกิดตามมาก็คือ วิธีการและเนื้อหาของการจัดเวทีสัญจรจึงแตกต่างกันออกไปด้วย แต่ทว่าหลักการพื้นฐานก็คือ เป็นวิธีการจัดอบรมที่ทีมผู้จัดจะสัญจรไปใช้สถานที่จัดในชุมชนเพื่อให้แกนนำชุมชนหรือคนในชุมชนได้มีโอกาสเข้าร่วมมากที่สุด

สำหรับเนื้อหาการอบรมมักจะเป็นเรื่องแนวคิด/ความเข้าใจเกี่ยวกับวิทยุชุมชนหรือการบริหารจัดการวิทยุชุมชน

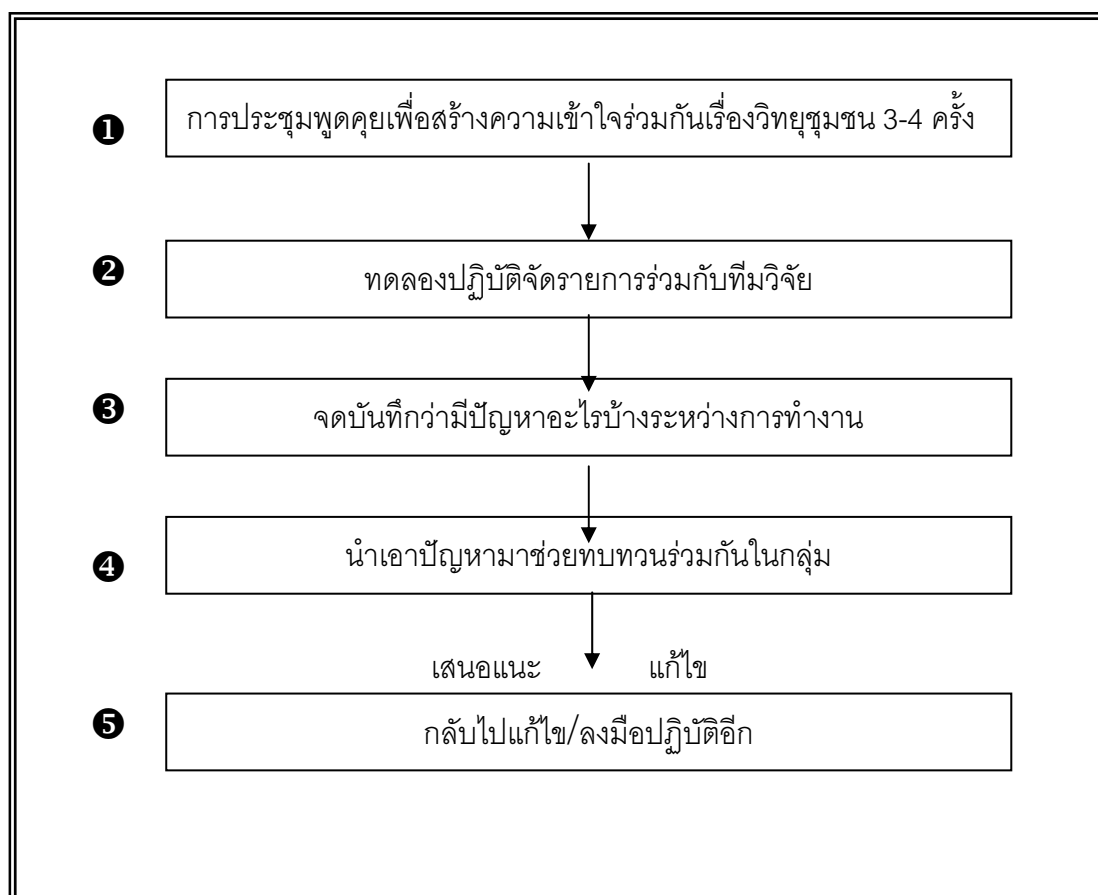
ส่วนวิธีการจัดนั้น จะใช้หลายวิธีร่วมกัน เช่น วิทยุชุมชนจ.ปัตตานีใช้วิธีให้คนในชุมชนเล่าประวัติของหมู่บ้าน และรูปแบบการสื่อสารของชุมชน มีการบรรยายแนวคิด และมีการแบ่งกลุ่มย่อยให้ระดมสมอง เป็นต้น

กระบวนการดำเนินการฝึกอบรมในรูปแบบของเวทีวิทยุชุมชนสัญจรยังคงเป็นหลักการเดียวกับการฝึกอบรมทั่วไป จากข้อค้นพบของงานวิจัยวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีซึ่งเน้นเรื่องการฝึกอบรมอันเป็นเสมือนเครื่องมือสำคัญในการเตรียมกลุ่มนั้นได้ยืนยันว่า การจัดเวทีวิทยุชุมชนสัญจรให้ได้ผลอย่างแท้จริงจะต้องมี 3 ขั้นตอนคือ มีการเตรียมการทั้งด้านทีมผู้จัดและฝ่ายพื้นที่ชุมชน ต้องมีการดำเนินการให้เป็นไปตามแผนงานที่วางเอาไว้ และต้องมีการประเมินผลหลังจากที่ทำกิจกรรมไปแล้ว หากขาด "กระบวนการสามขา" ดังกล่าวแล้ว กิจกรรมการฝึกอบรมที่

ค่อนข้างใช้ทรัพยากรทุกอย่างสูง (เวลา/กำลังคน กำลังแรงงาน เงิน ฯลฯ)เช่นเวทีสัญจรนี้ก็อาจจะไม่คุ้มค่าของการลงทุน

3. การเรียนรู้ระหว่างลงมือทำจริง (On-the-job-training) เนื่องจากงานวิทยุชุมชนเป็นงานที่ผสมผสานระหว่างแนวคิดกับการปฏิบัติ ระหว่างความเข้าใจกับการลงมือทำ ดังนั้นข้อสรุปจากงานวิจัยวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีข้อหนึ่งที่ชัดเจนอย่างยิ่งก็คือ รูปแบบการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด (และอาจจะจำเป็นในระดับที่ขาดเสียมิได้) คือการเรียนรู้ระหว่างลงมือปฏิบัติจริง

จากกรณีตัวอย่างของวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี ได้สรุปขั้นตอนของการเรียนรู้ระหว่างลงมือทำจริงออกเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้คือ



ภาพที่ 54: 5 ขั้นตอนของการเรียนรู้แบบลงมือทำจริงของวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี

ใน **ขั้นตอนที่ 1** เป็นการประชุมพูดคุยระหว่างกลุ่มคนทำงานวิทยุชุมชนเพื่อวางพื้นฐานความเข้าใจร่วมกัน (สัมมาทิสฺส) เนื้อหาก็คจะเป็นความรู้ที่อยู่ในหมวดความรู้/ความเข้าใจทั่วไปเรื่องวิทยุชุมชน

ใน **ขั้นตอนที่ 2** เป็นการลงมือทดลองปฏิบัติจัดรายการร่วมกับคณะวิจัย โดยมีการแนะนำให้รู้จักอุปกรณ์เครื่องมือและวิธีการใช้แบบพื้นฐาน และเริ่มลงมือทำ

ใน **ขั้นตอนที่ 3** ในระหว่างที่กำลังฝึกทำงานนั้น ให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนจดบันทึกว่ามีปัญหาอะไรบ้างในระหว่างการทำงาน

ใน **ขั้นตอนที่ 4** จัดประชุมสรุปปัญหาด้วยการนำเอาปัญหาของแต่ละคนมา ทบทวนร่วมกันและช่วยกันหาทางแก้ไข ตัวอย่างเช่นการประชุมสรุปปัญหาของกลุ่มวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี ในวันที่ 3 มิ.ย. 2544 มีดังนี้

- เนื้อหารายการ พบปัญหาคือไม่มีข้อมูลหรือบางครั้งมีมาก แต่ย่อยไม่เป็น
- กลุ่มคนฟังและผลที่ได้รับ พบว่าสมาชิกไม่ทราบว่ากลุ่มผู้ฟังที่แท้จริงเป็นใคร แต่คาดว่าเป็นบุคคล 2 กลุ่มคือช่วงเวลา 19.35-20.00 น. เป็นชาวบ้านทั่วไป และเวลา 13.05 - 13.30 น. เป็นกลุ่มแม่บ้าน
- เวลาที่ออกอากาศ สมาชิกกล่าวว่าเป็นช่วงเวลาที่ ไม่เหมาะสม เพราะเป็นช่วงเวลาที่ต้องละหมาด (เป็นวิทยุในชุมชนมุสลิม)
- ความยาวของรายการ คิดว่าเหมาะสมดีแล้ว
- รูปแบบรายการ ส่วนใหญ่รายการที่จัดมาเป็นรายการสดใช้รูปแบบพูดคุยและสัมภาษณ์ แต่ปัญหาที่ประสบคือ บางครั้งผู้จัดหาวิทยากรมาร่วมรายการไม่ได้ หรือมีการเชิญชวนให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็น แต่เท่าที่ผ่านมายังไม่มีผู้ฟังติดต่อเข้ามา

ใน **ขั้นตอนที่ 5** หลังจากได้แนวทางการแก้ไขปัญหบางประการจากขั้นตอนที่ 4 แล้ว ขั้นตอนที่ 5 ก็เป็นการนำข้อเสนอแนะนั้นมาทดลองปฏิบัติ เช่นข้อเสนอแนะเหล่านี้

- ทางกลุ่มควรจัดกิจกรรมการพัฒนาทักษะการจัดรายการ
 - ควรจัดหาวิทยุเทปกระเป๋าสีขนาดเล็กที่สามารถบันทึกเสียงหรือทำรายการสัมภาษณ์นอกสถานที่ได้ เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว
 - ควรหาคนจัดรายการเพิ่มเพื่อหมุนเวียนแบ่งเบาภาระของคนทำงาน
- ผลจากการฝึกอบรมแบบลงมือปฏิบัติงานจริงพร้อมทั้งมีกระบวนการทบทวนอย่างครบครันดังนี้มีประโยชน์หลายประการ เช่น ข้อเสนอของสมาชิกกลุ่มวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี สรุปว่า
- (i) ช่วยให้ผู้จัดรายการเกิดความมั่นใจในการจัดรายการมากขึ้น
 - (ii) เกิดการพัฒนาคุณภาพรายการ
 - (iii) ได้รูปแบบและวิธีการจัดรายการแบบใหม่ๆ
 - (iv) ได้ทบทวนคุณภาพรายการและทราบปัญหาการจัดรายการของกลุ่ม

(v) ได้ขยายกลุ่มโดยเปิดโอกาสให้บุคคลอื่นๆ ได้มาร่วมกิจกรรมการฝึกอบรม สัมผัส เป็นสมาชิกและร่วมจัดรายการวิทยุ

4. การจัดเวทีเสวนารูปแบบต่างๆ

การจัดเวทีเสวนาหรือเวทีสัมมนาก็มีลักษณะเหมือนการฝึกอบรมเพื่อการเรียนรู้แบบการจัดเวทีวิทยุชุมชนสัญจร กล่าวคือสามารถทำได้เพื่อตอบวัตถุประสงค์เป้าหมายหลายๆอย่าง ตั้งแต่การสรุปบทเรียน การเผยแพร่แนวคิดใหม่ การประกาศเปิดตัว การระดมพลังเพื่อการขับเคลื่อน ฯลฯ ซึ่งเป้าหมายที่แตกต่างกันนั้นก็จะมีผลไปถึงการคัดเลือกผู้เข้าร่วมเสวนาทั้งในเชิงปริมาณ/จำนวนคน และทั้งในแง่คุณภาพของคน และท้ายที่สุด เป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ก็จะมาเป็นตัวกำหนดเนื้อหาและรูปแบบของการจัดเวทีเสวนา

แต่ไม่ว่าจะมีความแตกต่างหลากหลายอย่างไรก็ตาม การจัดการอบรมในรูปแบบของเวทีเสวนาก็จะมีลักษณะร่วมกันเป็นพื้นฐาน คือ เป็นการสื่อสารระดับกลุ่มแบบเห็นหน้าเห็นตากัน ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดการถ่ายทอดหรือ/ระดมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นใดประเด็นหนึ่งที่มีการเตรียมเอาไว้ก่อน ทั้งนี้โดยทีมผู้จัดต้องทำการบ้านมาก่อนทั้งในเรื่องประเด็น/ผู้เข้าร่วม/วิทยากร(ถ้ามี)/สถานที่/กระบวนการ

ตัวอย่างเช่นการจัดเวทีเสวนา/สัมมนาของวิทยุชุมชน/จุดปฏิบัติการเรียนรู้ของจ.มหาสารคาม ซึ่งในช่วงปีพ.ศ.2545 มีจำนวน 39 สถานี การเสวนา/สัมมนาครั้งนี้มีเป้าหมายเพื่อแสวงหาทิศทางและแนวทางของวิทยุชุมชนภาคอีสานร่วมกัน คณะผู้จัดประกอบด้วยสมาพันธ์วิทยุชุมชนคนอีสานและคณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสารคาม มีผู้เข้าร่วมประมาณ 250 คน

จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว ได้แตกตัวออกมาเป็นเนื้อหา 3 ส่วนโดยใช้เกณฑ์เรื่องช่วงเวลาเป็นตัวกำหนดคือ

- (i) การสรุปบทเรียนของวิทยุชุมชนในภาคอีสาน (ภาคอดีต)
- (ii) สถานการณ์วิทยุชุมชนในปัจจุบัน (ภาคปัจจุบัน)
- (iii) จังหวะก้าวและทิศทางวิทยุชุมชน (ภาคอนาคต)

ในขณะที่เวทีเสวนาของวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีนั่นได้นำไปออกแบบอย่างสร้างสรรค์ คือ ผนวกเป็น "การจัดเวทีเสวนาและการเดินรณรงค์ขู่สื่อ" โดยมีที่มาว่า หลังจากกลุ่มวิทยุชุมชนได้ทำงานมาระยะหนึ่งแล้ว พบว่า กลุ่มตนเองพอจะเป็นที่รู้จักในสังคมและรู้สึกภาคภูมิใจ จึงคิดว่า

น่าจะมีการประกาศตัวตนให้คนในจังหวัดได้รู้จักอย่างกว้างขวาง จึงได้จัดเสวนาเพื่อเป้าหมายดังกล่าว

สำหรับรูปแบบกิจกรรมนั้นได้แบ่งออกเป็น 2 ช่วงคือ

(1) ช่วงเช้าตรู่เป็นการเดินขบวนรณรงค์ชูธงสีส้ม เป็นกิจกรรมประกาศตัวตนของวิทยุชุมชน ผู้ร่วมขบวนมี 250 คน เป็นสมาชิกและเครือข่ายของวิทยุชุมชน

(2) ช่วงสายเป็นการจัดเวทีเสวนา ซึ่งเชิญผู้ว่าราชการจังหวัดมาให้เกียรติร่วมเสวนา โดยใช้ชื่อเวทีว่า "สิทธิและการมีส่วนร่วมในการใช้คลื่นของวิทยุภาคประชาชน"

เนื้อหาของการเสวนาบนเวทีมี 3 ประเด็นคือ สถานการณ์ของกฎหมายที่เกี่ยวกับการปฏิรูปสื่อ บทบาทของสื่อชุมชนต่อสังคม และการเตรียมพร้อมของภาคประชาชนเพื่อมาใช้สิทธิตามกฎหมาย

รูปแบบของการเสวนา จะเป็นการพูดอภิปรายของวิทยากรบนเวที และเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้แสดงความคิดเห็น

นอกเหนือจากตัวอย่างรูปแบบการฝึกอบรมที่ประมวลมาแล้วนั้น ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า การฝึกอบรมนั้นยังเป็นเรื่องที่สามารถจะสร้างสรรค์ต่อไปได้อีก และยังมีรูปแบบการฝึกอบรมอย่างอื่นที่น่าสนใจ เช่น รูปแบบการไปดูงานวิทยุชุมชนในที่อื่นๆ ซึ่งเป็นรูปแบบที่จะช่วยขยายฐานความรู้ เปิดโลกทัศน์ เกิดการเรียนรู้เปรียบเทียบระหว่างงานของคนอื่นกับตัวเราเอง อย่างไรก็ตาม รูปแบบการฝึกอบรมแบบดูงานก็จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรสูงมาก จึงต้องมีการออกแบบวางแผนอย่างรอบคอบให้คุ้มค่า เป็นต้น

5. ตัวอย่างของจริง

ถึงแม้เราจะทำการจัดประเภทแยกแยะการฝึกอบรมออกเป็นรูปแบบต่างๆ กลุ่มคนกลุ่มต่างๆ เนื้อหาแบบต่างๆ ฯลฯ ตามที่กล่าวมาข้างต้น แต่ผลจากการวิจัยกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณีก็พบว่า ในการลงมือทำงานจริงๆ นั้น มักจะมีการผสมผสานรูปแบบ/เนื้อหา/เป้าหมายของการฝึกอบรมเข้าด้วยกัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(5.1) การอบรมการจัดรายการวิทยุชุมชนคนเมืองน่าน

หลังจากก่อตั้งคณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชนและได้แสวงหาเงินทุนได้แล้ว คณะกรรมการฯ ได้ดำเนินการจัดอบรมผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชนเป็นเวลา 2 วัน

เป้าหมาย เพื่อขยายเครือข่ายสมาชิกและสรรหาผู้ดำเนินรายการให้กับรายการ

ผู้เข้าร่วม เป็นผู้สนใจที่มาจากตัวแทนชุมชนของ 10 อำเภอ (จ.น่าน มีเครือข่ายคนทำงานภาคประชาสังคมที่เข้มแข็ง จึงสามารถสรรหาผู้สนใจได้)

วัตถุประสงค์เฉพาะ เพื่อให้มีความรู้ด้านการจัดรายการและฝึกปฏิบัติ รวมทั้งคัดเลือกตัวแทน (ที่มีแววดี) มาร่วมทำรายการวิทยุ

เนื้อหาการอบรม

วันที่ 1: เสวนาโดยมีวิทยากรเรื่อง "แนวคิดการจัดรายการวิทยุภาคประชาชน"

: เจ้าหน้าที่สวท. บรรยายเรื่อง "หลักการทั่วไปของการจัดรายการวิทยุ"

วันที่ 2: แบ่งกลุ่มย่อยเพื่อลงมือฝึกปฏิบัติการจัดรายการจริงๆ ให้ครบทุกขั้นตอน

(5.2) การประชุมเชิงปฏิบัติการการผลิตรายการวิทยุชุมชน จ.มหาสารคาม

หลังจากที่กลุ่มปฏิบัติการวิทยุชุมชนได้ทดลองจัดรายการไปช่วงระยะเวลาหนึ่ง คณะวิจัยวิทยุชุมชน จ.มหาสารคามได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการโดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมฐานความเข้าใจและขยายทักษะการจัดรายการให้แก่สมาชิกกลุ่มวิทยุชุมชน

ผู้เข้าร่วม เป็นตัวแทนกลุ่มวิทยุชุมชนอุ้มชูสารคามจำนวน 10 คน และนิสิตสาขาการสื่อสารมวลชน 5 คน

ระยะเวลา 2 วัน

เนื้อหาการอบรม

วันที่ 1: วิทยากรบรรยายเรื่อง "หลักการและแนวคิดพื้นฐานของวิทยุชุมชน"

: วิทยากรที่เป็นนักวิจัยและเป็นผู้จัดรายการวิทยุชุมชนจาก จ.นครราชสีมาและจ.บุรีรัมย์ เล่าประสบการณ์ของตนเอง

: วิทยากรบรรยายเรื่อง "วิธีการผลิตรายการแบบต่างๆของวิทยุชุมชน"

วันที่ 2: แบ่งกลุ่มผู้เข้าร่วมเป็นกลุ่มย่อยๆ ให้ทดลองเลือกผลิตรายการรูปแบบใหม่ๆ ที่ฟังมาจากการบรรยายอย่างครบขั้นตอน

: การนำเสนอและอธิบายผลการทดลองการผลิตรายการร่วมกันในกลุ่มใหญ่

6. บทเรียนของการฝึกอบรมที่สำเร็จ/ล้มเหลว

ผลจากการวิจัยเรื่องวิทยุชุมชนที่ผ่านมาให้บทเรียนบางประการเกี่ยวกับการฝึกอบรมด้านวิทยุชุมชนดังนี้

● **ต้องระมัดระวังวิธีการให้เนื้อหาที่เป็นวิชาการมากเกินไป** ซึ่งมักจะเป็นข้อคิดเห็นอันดับแรกๆ เมื่อมีการประเมินผลผู้รับการอบรม ทั้งนี้เนื่องจากวิทยากรที่เชิญมามักเป็นนักวิชาการหรือนักวิชาชีพสื่อสารมวลชน ดังนั้นจึงต้องมีการแปลง "ภาษาวิชาชีพ" ให้เป็น "ภาษาที่ชาวบ้านฟังเข้าใจได้"

- **รูปแบบการสื่อสารแบบสองทางจะให้ผลดีมากกว่าการสื่อสารแบบทางเดียว**
 ดังนั้นการฝึกอบรมจึงไม่ควรมีแต่ช่วงที่วิทยากรมาพูดแล้วผู้รับการอบรมนั่งฟังตลอดทั้งรายการ
 เน้นอนว่า การรับฟังความรู้จากวิทยากรเป็นรูปแบบที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ควรจัดรูปแบบการอบรม
 ให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การประชุมกลุ่มย่อย การซักถามข้อข้องใจ การระดมสมอง ฯลฯ
 ผสมผสานด้วย

- **จัดอบรมต้องประกอบด้วยกิจกรรม** ไม่ว่าจะเป็นการอบรมด้วยเนื้อหาแบบใดก็ตาม
 ควรจะมีการมอบหมายให้ผู้เข้าอบรมไปทดลองทำกิจกรรมจริงๆ หลังจบแล้ว เช่น ไปทดลอง
 จัดวิทยุจริง ๆ ไปลองประชาสัมพันธ์วิทยุชุมชน ไปขยายเครือข่าย ฯลฯ แล้วนำผลการทำกิจกรรม
 มาทบทวนอีกครั้ง

- การจัดอบรมจะได้ผลดีอย่างมาก หากชุมชน/ผู้เข้าอบรม**มีความต้องการการอบรม**
 อย่างแท้จริง เช่น มีการเรียกร้องให้อบรม และหากมีการ "ตัดเย็บ" หลักสูตรการอบรมให้เข้ากับ
 ลักษณะของชุมชนก็จะยิ่งได้ผลดียิ่งขึ้น

- **บรรยากาศในการอบรม** ก็เป็นส่วนประกอบให้การอบรมได้ผลดีหรือล้มเหลว การ
 ลงไปจัดเวทีสัญจรในหมู่บ้าน จะทำให้ได้บรรยากาศที่เป็นกันเอง เกื้อหนุนให้มีการพูดคุย
 แลกเปลี่ยนอย่างเป็นกันเอง

- มีข้อควรคำนึงว่า การจัดฝึกอบรมนั้น จะทำเพียงครั้งเดียวแล้วก็เลิกกันนั้น มักจะไม่
 ได้ผล จึงควรมีการวางแผนการฝึกอบรมเอาไว้เป็น "ชุด" หรือมีการชุมนุมพิเศษเพื่อย้อนกลับ
 มาทบทวนความหลังเป็นระยะๆ โดยใช้สูตร action/reflection (คิด-ทำ-คิด-ทำ...) สลับกันไป
 ไป

6.2 การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของประชาชนในวิทยุชุมชน

หากย้อนกลับไปพิจารณาภาพที่ 7 องค์ประกอบของวิทยุชุมชนแล้วก็จะเห็นว่า ปัจจัยเรื่อง
 "การมีส่วนร่วมของชุมชนในวิทยุชุมชน" นั้น ถือได้ว่าเป็นรากแก้วรากหนึ่งของต้นไม้ที่ชื่อวิทยุชุมชน
 ที่เดียว ซึ่งหมายความว่า ต้นไม้ดังกล่าวจะแข็งแรงหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับความแข็งแรงของรากแก้ว
 รากนี้

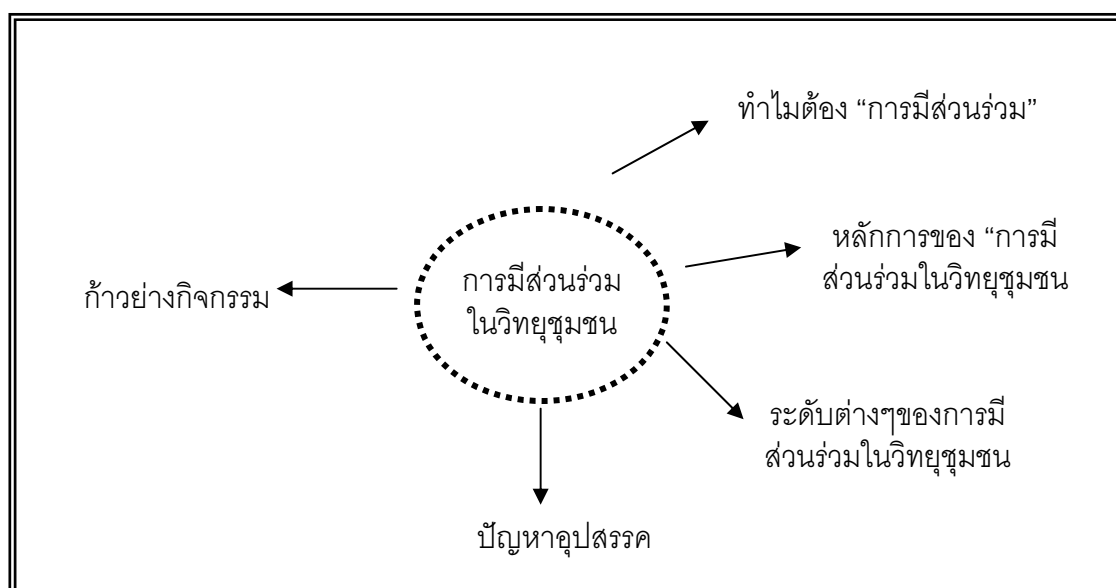
สำหรับแนวคิดเรื่อง "การมีส่วนร่วม" กับ "วิทยุชุมชน" นั้น สามารถพิจารณาได้ 2 แก่นมุม คือ

(1) การใช้วิทยุชุมชนเป็นเครื่องมือให้ประชาชนได้เข้าไปมีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ รวมทั้ง
 มีส่วนในการตัดสินใจดำเนินการในระดับนโยบาย ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในเรื่องบทบาท/หน้าที่และ
 ประโยชน์ของวิทยุชุมชน

(2) การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในตัววิทยุชุมชนเอง ซึ่งเป็นประเด็นที่เรา กำลังจะพิจารณากันต่อไปในที่นี้

ทั้งสองแง่มุมนั้นต่างมีความเกี่ยวข้องรับส่งกัน กล่าวคือหากประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ในวิทยุชุมชนอย่างเข้มแข็ง ก็สามารถใช้วิทยุชุมชนเป็นเส้นทางเสริมพลังเข้าไปสู่ชีวิตสาธารณะ ได้อย่างดี

สำหรับประเด็นที่น่าจะพิจารณาเกี่ยวกับเรื่องการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนมีดังนี้



ภาพที่ 55 : การมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชน

1. ทำไมต้อง "การมีส่วนร่วม"

เมื่อเราทบทวนความหมายและความสำคัญกันอีกครั้งหนึ่งเพื่อความแน่ใจว่า "ทำไมเรื่อง วิทยุชุมชน" ต้องมีรากแก้วเป็นเรื่องการมีส่วนร่วม เราก็จะพบคำตอบจาก 3 ทิศทางคือ

(1.1) คำตอบเชิงปรัชญาของวิทยุชุมชน

หากเรากำหนดระบุนี้ให้มีคำตอบเดียวต่อคำถามที่ว่า "วิทยุชุมชนนั้นคืออะไร มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากวิทยุสาธารณะ/ธุรกิจอย่างไร" คำตอบที่ดูเหมือนจะต้องเลือก ก็คือ วิทยุชุมชนนั้นเป็นวิทยุที่เปิดกว้างต่อ "การมีส่วนร่วมของผู้คนมากที่สุด" เนื่องจากเป็นวิทยุที่ดำเนินงาน โดยชุมชน ของชุมชน และเพื่อชุมชน

อย่างไรก็ตาม จากหลักปรัชญาดังกล่าวนี้นี้ เมื่อยามแปรลงไปเป็นภาคปฏิบัติก็ จำเป็นต้องระมัดระวังการผิดเพี้ยน ดังที่ไวท์ (1994:17) ชี้ว่า แม้ว่าในเรื่องของการมีส่วนร่วมในสื่อ

ชุมชนนั้นจะมีได้หลายระดับ หลายรูปแบบ แต่ทว่า ก็อาจจะแยกประเภทออกมาได้เป็น 2 แบบใหญ่ๆ คือการมีส่วนร่วมแท้และการมีส่วนร่วมเทียม โดยการมีส่วนร่วมแท้จริงคือการที่ภาคประชาชนได้ร่วมกันเป็นเจ้าของ (ownership) และสามารถควบคุม (control) กิจกรรมนั้นๆ ได้ ในขณะที่การมีส่วนร่วมเทียม คือการที่ภาคประชาชนได้โอกาสเข้ามาร่วมกิจกรรมในระดับปฏิบัติตาม แต่ทว่าไม่มีผู้ออกแบบแนวคิดเอาไว้แล้ว ประชาชนเพียงแต่มาร่วมเอาแนวคิดนั้นไปปฏิบัติในระดับชุมชนของตนเท่านั้น

(1.2) คำตอบเชิงหลักการของวิทยุชุมชน

ดังได้กล่าวมาแล้วว่า เป้าหมายสูงสุดประการหนึ่งของวิทยุชุมชนก็คือการผลิตเนื้อหารายการเพื่อตอบสนองความต้องการในงานพัฒนาของชุมชน การตอบสนองความต้องการนั้นจะเป็นไปไม่ได้เลยหากชุมชนไม่เข้ามามีส่วนร่วม มาร่วมสะท้อนความต้องการ มาบอกเล่าเก็บลืว่าชุมชนคาดหวังอะไร รวมทั้งมาคอยช่วยประเมินผลวิทยุชุมชนด้วย

(1.3) คำตอบภาคปฏิบัติ

นอกเหนือจากเหตุผลเชิงหลักการ/ปรัชญาที่ว่า "วิทยุชุมชนเป็นวิทยุของทุกคน จึงต้องให้ทุกคนมีส่วนร่วมแล้ว" แม้แต่เหตุผลในทางปฏิบัติก็ต้องการหลักการมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่ดี ดังตัวอย่างงานวิจัยวิทยุชุมชนหลายแห่งที่มีอาการเหมือนผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ แปลกๆ ของไทย คือจะครึกครื้นเฟื่องฟูในระยะเริ่มแรก แล้วก็ค่อยๆ ชบเซาในระยะต่อมา จนกระทั่งพุบหายไปในตอนท้าย ชะตากรรมของวิทยุชุมชนก็อาจจะเป็นเช่นนั้น

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในตอนต้นว่า งานวิทยุเป็นงานที่ต้องทำทุกวัน ทำอย่างต่อเนื่องยาวนาน ในการจัดทำต้องมีการเตรียมตัว มีการประสานผู้คน ค้นหาข้อมูล ฯลฯ ซึ่งล้วนแต่ต้องใช้แรงงานคน แรงงานสมอง กำลังกาย และเวลาทั้งนั้น ดังนั้น หากงานวิทยุชุมชนรวมศูนย์อยู่ในกลุ่มคนเพียงไม่กี่คน ในไม่ช้า คนกลุ่มนั้นก็จะต้องหมดแรงที่จะยืนหยัดต่อไปได้ ทางออกทางเดียวก็คือต้องมีกลุ่มอาสาสมัครกลุ่มใหญ่ที่จะมีการหมุนเวียนผลัดเปลี่ยนกันมาแบกรับความรับผิดชอบ (ดูกรณีศึกษาของอาสาสมัครได้จากวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์)

ปัญหาการขาดทรัพยากรกำลังคนในการดำเนินงานวิทยุชุมชนจึงแก้ไขได้ด้วยการใช้กระบวนการขยายการมีส่วนร่วมของเครือข่าย/อาสาสมัครเท่านั้น **แผนการขยายเพื่อนร่วมงาน** จึงเป็นหลักประกันอันหนึ่งของอายุอันยืนยาวของวิทยุชุมชน

การมีส่วนร่วมของประชาชนในวิทยุชุมชนจึงเป็นทั้งความจำเป็นอันจะขาดเสียมิได้ในอันดับแรก และเป็นหลักประกันการเป็นวิทยุชุมชนที่แท้จริงในลำดับต่อมา และคงต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชนในวิทยุชุมชนอย่างแท้จริงนี่เอง ที่จะทำให้วิทยุชุมชนสามารถแสดงบทบาทหน้าที่และคุณประโยชน์นานัปการวนคืนกลับไปสู่ชุมชนดังที่กล่าวมาข้างต้น

2. หลักการของ "การมีส่วนร่วมในวิถุชุมชน"

นอกเหนือจากหลักการพื้นฐานเรื่อง "การมีส่วนร่วมของแท้และของเทียม" ที่กล่าวมาแล้ว ผลการวิจัยเรื่อง วิถุชุมชนทั้ง 4 กรณี ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับหลักการของ "การมีส่วนร่วมในวิถุชุมชน" ดังนี้คือ

(i) ต้องมีส่วนร่วมทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับชุมชน

จากบทเรียนจากวิถุชุมชน จ.ปัตตานี ซึ่งเป็นวิถุระดับรากหญ้าอย่างจริงจัง ซาลิสา ให้ข้อสรุปว่า ภาวะการสร้างการมีส่วนร่วมนั้นจะต้องมี 3 ระดับดังนี้

(ก) การสร้างความมีส่วนร่วมระดับภายในกลุ่ม เป็นเรื่องของการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มคนที่มีความสนใจและเข้าใจในเรื่องเดียวกัน เช่น กลุ่มวิถุชุมชน การสื่อสารในระดับนี้จะเป็นแนวนอนเพื่อขยายหรือสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกให้เหนียวแน่นเพื่อเกาะกลุ่มกันทำงานร่วมกันต่อไป การมีส่วนร่วมในระดับนี้เกิดขึ้นได้ง่าย เพราะการมีเจตนารมณ์และความเข้าใจร่วมกันเป็นพื้นฐาน

(ข) การสร้างการมีส่วนร่วมในระดับชุมชน เป็นการสร้างบรรยากาศการมีส่วนร่วมรับรู้ในแนวคิดวิถุชุมชนและการปฏิรูปสื่อ การสื่อสารนั้นคงจะต้องผ่านตัวแทนที่เป็นแกนนำหรือเป็นสมาชิกในกลุ่มวิถุชุมชน (ทำหน้าที่คล้ายๆ เป็น "ผู้นำทางความคิด" (opinion leader) รูปแบบการสื่อสารที่ใช้คือ การสื่อสารสองทางที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและซักถามได้

(ค) การสร้างความมีส่วนร่วมกับผู้ปกครอง ทั้งระดับจังหวัดและระดับท้องถิ่น รวมทั้งกลุ่ม/องค์กรภายนอก ทั้งนี้เนื่องจากแนวคิดและแนวปฏิบัติของวิถุชุมชนเป็นเรื่องใหม่ของสังคมไทย จึงจำเป็นต้องสร้างภาวะการมีส่วนร่วมปฏิรูปสื่อระหว่างผู้ปกครองกับประชาชนในท้องถิ่นเพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น ลดความหวาดระแวงหรือความสงสัยในเจตนารมณ์ของภาคประชาชน ในอีกด้านหนึ่งก็เพื่อระดมความร่วมมือ/ช่วยเหลือ/การสนับสนุนจากภายนอก (external support)

จากกรณีของวิถุชุมชนจ.น่าน และ จ.ปัตตานี ได้แสดงให้เห็นว่า หากกลุ่มวิถุชุมชนสามารถระดมความร่วมมือในระดับที่ 3 คือจากภาครัฐ/องค์กรภายนอกได้ จะมีส่วนหนุนช่วยการพัฒนา/เติบโตของวิถุชุมชนอย่างดี

สำหรับรูปแบบการสื่อสารที่ทางกลุ่มวิทยุชุมชนได้ใช้ก็คือ การแสวงหาโอกาสไปนำเสนอข่าวสารเรื่องวิทยุชุมชนต่อผู้ปกครองและองค์กรภายนอกโดยผ่านเวทีประชุมต่างๆ ที่ทางจังหวัดจัดขึ้น หรือกลยุทธ์เชิงรุก คือการเชิญตัวแทนรัฐมาร่วมในงานวิทยุชุมชน หรือการติดต่อผู้แทนหน่วยราชการมาร่วมใช้สื่อวิทยุชุมชนด้วย เป็นต้น

ในทางตรงข้าม มีงานศึกษาวิทยุชุมชนจ.แม่ฮ่องสอน ซึ่งนักวิจัยพบว่า เนื่องจากในระยะเริ่มแรก การทำงานวิทยุชุมชนต้องอาศัยความพร้อมและร่วมใจทั้งจากฝ่ายประชาชนและเจ้าหน้าที่ แต่ทว่าปัญหาของเจ้าหน้าที่ก็คือ เมื่อรับนโยบายมาก็ต้องดำเนินกิจกรรมทันที ทำให้ขาดความเข้าใจทั้งในตัวเนื้อหา/ปรัชญา/ธรรมชาติของวิทยุชุมชน และทั้งวิธีการที่จะ "ทำงานกับชาวบ้าน" (จิระวรรณ, 2545) ซึ่งสภาพการณ์ดังนี้ วีรพงษ์และคณะก็พบเช่นเดียวกันว่าในกรณีของวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมา นั้น ไม่เพียงแต่ด้านฝ่ายประชาชนเท่านั้นที่ไม่เข้าใจเรื่องวิทยุชุมชน แม้แต่เจ้าหน้าที่รัฐเองก็ยังขาดความเข้าใจที่ชัดเจนเช่นเดียวกัน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการติดตั้งความเข้าใจให้กับเจ้าหน้าที่ด้วย คือ ต้องเตรียมความเข้าใจของเจ้าหน้าที่ทั้งในเรื่อง "แนวคิดวิทยุชุมชน" และ "วิธีการทำวิทยุร่วมกับชาวบ้าน" รวมทั้งต้องให้เวลาในขั้นตอนการเตรียมประชาชน การประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ซึ่งเราอาจคิดเปรียบเทียบกับการทำงานหรือปลูกพืชได้ว่า หากเตรียมดินไม่ดีก็เสียแล้ว โอกาสที่จะได้ผลผลิตสมบูรณ์ย่อมมีน้อย

(ii) ภายในชุมชนต้องระดมการมีส่วนร่วมจากทุกกลุ่มอย่างกว้างขวาง

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในสภาพความเป็นจริงของการเคลื่อนไหวของวิทยุชุมชนในสังคมไทยปัจจุบัน ยังคงเลื่อนจากระดับ "หัว" มาสู่ "ลำคอ" เท่านั้น กล่าวคือ กลุ่มคนที่เข้าไปมีบทบาทในวิทยุ ส่วนใหญ่ยังคงเป็นกลุ่มชนชั้นกลางที่มีการศึกษาดี มีความเข้าใจเรื่องสิทธิการสื่อสาร หรือเป็นผู้นำชุมชน ดังนั้นก้าวต่อไปของวิทยุชุมชนจึงควรเป็นการผลักดันให้การเคลื่อนไหวลงไปสู่ลำตัวซึ่งเป็นฐานรากเพื่ออนาคตอันมั่นคงของวิทยุชุมชนในสังคมไทย

และแม้แต่ในระดับชุมชน เนื่องจากชุมชนเองก็มีกลุ่มคนแยกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ด้วย เกณฑ์ต่างๆ เช่น เพศ วัย อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจสังคม ฯลฯ เช่น กลุ่มเด็ก เยาวชน กลุ่มผู้หญิง กลุ่มผู้ป่วย กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มพระสงฆ์ ฯลฯ ในทางหลักการแล้ว วิทยุชุมชนจะต้องเปิดพื้นที่ให้คนทุกกลุ่มได้เข้ามามีส่วนร่วมในหลายๆระดับ เช่น ต้องมีตัวแทนกลุ่มแม่บ้าน เยาวชน ผู้สูงอายุ พระสงฆ์ ฯลฯ เข้ามาเป็นคณะกรรมการวิทยุชุมชน ต้องมีเนื้อหาสำหรับคนทุกกลุ่มในชุมชน เป็นต้น

ในระดับของชุมชนทั้งหมดนั้น หากการระดมการมีส่วนร่วมเป็นไปอย่างไม่กว้างขวาง โฉมหน้าของวิทยุชุมชนก็จะเป็น "เครื่องมือของคนบางกลุ่ม" เท่านั้น จากประวัติศาสตร์การพัฒนาของวิทยุชุมชนจ.น่านในยุคแรก ๆ ที่มีเพียง "กลุ่มฮักเมื่อน่าน" เท่านั้นที่เป็นกลุ่มผู้รับผิดชอบ ผลที่เกิดขึ้นก็ได้แสดงให้เห็นแล้วว่า ทรัพยากรกำลังคนและเวลาไม่เพียงพอสำหรับการดำเนินงานอย่าง

ยืนยาว ดังนั้น ในยุคสุดท้าย ทางสวท.จ.น่านจึงต้องเปิดกว้างให้คณะผู้รับผิดชอบวิทยุชุมชนมาจากตัวแทนของกลุ่มต่างๆ หลายสิบกลุ่ม พร้อมทั้งยังมีแผนงานที่จะเปิดขยายการมีส่วนร่วมออกไปอีกในอนาคต

(3) ระดับต่าง ๆ ของการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชน

(3.1) ตามหลักการ

สำหรับงานวิชาการที่ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนนั้น มักจะแบ่งระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนเอาไว้ 3 ระดับดังนี้คือ

- (ก) การมีส่วนร่วมในระดับผู้ฟัง
- (ข) การมีส่วนร่วมในระดับผู้ผลิตรายการ
- (ค) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้บริหาร/ผู้วางแผน/นโยบาย

อย่างไรก็ตาม ในแต่ละระดับนั้น ยังคงเปิดกว้างต่อการริเริ่มสร้างสรรค์ของวิทยุชุมชนในแต่ละอย่างว่าจะสามารถพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมในแต่ละระดับออกมาได้อย่างไร จากกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณีนั้น มีตัวอย่างการสร้างสรรคการมีส่วนร่วมที่หลากหลายมากดังนี้

(i) การมีส่วนร่วมในระดับผู้ฟัง

ผู้ฟังวิทยุชุมชนจะไม่เป็นเพียง "ผู้ฟังเฉยๆ" แต่สามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างหลากหลาย ตั้งแต่

- รับฟังอย่างสม่ำเสมอ
- รายงานผลการฟังให้ทางผู้จัดรายการทราบ
- ดิชม/เสนอแนะ/ประเมินผลรายการ
- โทรศัพท์เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการ
- จดหมายมาเสนอแนะหัวข้อ/ประเด็นเนื้อหา/ประเด็นปัญหา
- เป็นตัวแทนส่งข่าวสาร/ร่วมแจ้งข่าวสาร/ตรวจสอบข่าวสารกับพื้นที่
- ร้องทุกข์/ร้องเรียนปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในชุมชน
- ร่วมงานเวทีสัญจร/กิจกรรมต่างๆของวิทยุชุมชน/ช่วยจัดหาทุนสนับสนุน
- เสนอแนะรูปแบบรายการ
- ช่วยประชาสัมพันธ์วิทยุชุมชน

ฯลฯ

(ii) การมีส่วนร่วมในระดับผู้ผลิตรายการ/ผู้ดำเนินรายการ

เป็นระดับการมีส่วนร่วมที่สูงขึ้นมา ซึ่งมีได้หลายรูปแบบตามความสนใจและโอกาสเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยของประชาชน เช่น

- เป็นอาสาสมัครทำหน้าที่เป็นผู้สื่อข่าวท้องถิ่น ส่งข่าวสาร (แบบวิทยุส.100) โดยคัดเลือกเนื้อหาข่าวสารที่น่าสนใจมาให้

- ช่วยเป็นแหล่งข้อมูลประจำสำหรับการแนะนำวิทยากร/แขกรับเชิญในพื้นที่
- ทำหน้าที่เป็นแขกรับเชิญ/วิทยากร/ผู้ให้สัมภาษณ์แบบบางโอกาสหรือแบบประจำ

- เข้ามาเป็นผู้ร่วมผลิตรายการ ในแง่ของการช่วยเลือกประเด็น เลือกแง่มุมช่วยรวบรวมข้อเท็จจริง ซึ่งจะมีบทบาททั้งในขั้นตอนก่อน/ระหว่าง/หลังการผลิต ซึ่งอาจอยู่ในฐานะอนุกรรมการ/คณะกรรมการผลิตเนื้อหารายการ

- หากมีความถนัด/มีความสนใจ/มีประสบการณ์และมีเวลาเอื้ออำนวยก็อาจจะเข้ามาเป็นผู้ดำเนินรายการได้เลย

ฯลฯ

(iii) การมีส่วนร่วมในระดับบริหารงาน

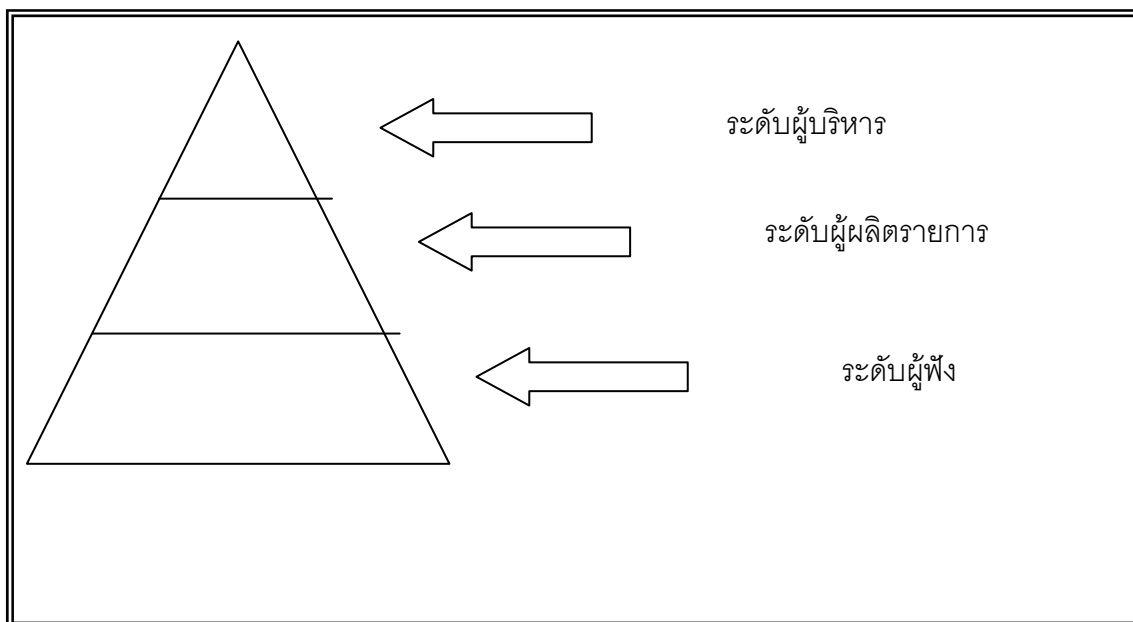
การมีส่วนร่วมในระดับนี้ถือเป็นขั้นสูงสุดของการมีส่วนร่วม ตัวอย่างเช่น การเข้ามาเป็นคณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชน ซึ่งมีบทบาทหลากหลายอย่างที่ได้อธิบายมาแล้วข้างต้น เช่น

- เป็นผู้วางแผนและนโยบายเกี่ยวกับวิทยุชุมชน
- เป็นผู้ตัดสินใจเกี่ยวกับการแต่งตั้งคณะทำงานฝ่ายต่างๆ
- เป็นผู้ตัดสินใจเกี่ยวกับการเพิ่ม/ลดช่วงเวลาออกอากาศ/เนื้อหา
- เป็นผู้วางแผนกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการพัฒนาวิทยุชุมชน

ฯลฯ

มีข้อเสนอที่น่าสังเกตเกี่ยวกับระดับการมีส่วนร่วมทั้ง 3 ระดับนี้ดังนี้

- รูปแบบของการเข้ามามีส่วนร่วมในแต่ละระดับขั้นจะมีลักษณะเป็นรูปสามเหลี่ยมปิรามิด กล่าวคือ จำนวนคนที่เข้าไปร่วมในระดับผู้ฟังจะมีได้มาก ในระดับผู้ผลิตรายการจะมีได้น้อย และในระดับผู้บริหารจะมีคนกลุ่มเล็กๆเท่านั้น



ภาพที่ 56 : รูปแบบการมีส่วนร่วมในระดับต่างๆ

(3.2) การมีส่วนร่วมในโลกที่เกิดขึ้นจริง

ในผลการวิจัยที่เกิดขึ้นจริงจะพบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในวิทยุชุมชนนั้นมีรูปแบบที่ละเอียดมากกว่าตามหลักการ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(i) **การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ฟัง/ผู้รับสาร** ซึ่งถือว่าเป็นบทบาทระดับแรกสุดและตามหลักการก็เห็นได้ว่า แม้แต่ในฐานะผู้รับสาร หากเป็นผู้รับสารที่มีความสนใจ/กระตือรือร้น (active audience) ก็สามารถจะแสดงบทบาทการมีส่วนร่วมได้อย่างมากมายตามที่ระบุนอยู่ข้างหน้า เช่น ผู้รับสารของวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมา หลังจากที่ได้ฟังบทวิทยุที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิทยุชุมชน กลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งให้ทัศนะว่า ตนเองสามารถจะเล่นบทบาทได้มากกว่าเป็นผู้ฟังเฉยๆ แต่กลับมีความต้องการที่จะเข้ามามีส่วนร่วม เช่น เป็นตัวแทนเพื่อส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ชุมชน และเพื่อร้องเรียนปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชน

(ii) **การมีส่วนร่วมในรายการ** จากรายงานวิจัยวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมา และ จ.บุรีรัมย์ พบว่า ประชาชนมีรูปแบบการมีส่วนร่วมในรายการใน 3 รูปแบบคือ

- การมีส่วนร่วมในรายการโดยการโทรศัพท์ ซึ่งเป็นรูปแบบที่มากที่สุดโดยโทรศัพท์เข้ามาในส่วนของการรายการข่าว การแจ้งข่าว การพูดคุยทางโทรศัพท์ การขอเพลง ฯลฯ
- การมีส่วนร่วมในรายการที่สถานีในฐานะผู้ให้สัมภาษณ์ เช่น เป็นแขกรับเชิญในรายการ
- การมีส่วนร่วมในรายการโดยผ่านทางจดหมายและไปรษณีย์บัตร

(iii) **การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตรายการ** ในการผลิตวิทยุที่แบ่งขั้นตอนการผลิตออกเป็น 3 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนเตรียมการก่อนการผลิต (pre-production) ขั้นตอนการผลิต (production) และขั้นตอนหลังการผลิต (post-production)

กลุ่มอาสาสมัครที่เข้ามาช่วยผลิตรายการสามารถจะเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนทั้ง 3 ได้ดังนี้

- **ขั้นก่อนการผลิตรายการ** อาสาสมัครสามารถมีส่วนร่วมด้วย
 - เลือกประเด็นหัวข้อในการนำเสนอ
 - เลือกแง่มุมที่จะนำเสนอ
 - รวบรวมข้อเท็จจริงที่จะใช้เป็นวัตถุดิบ
- **ขั้นการผลิตรายการ** อาสาสมัครสามารถจะมีบทบาททั้งเป็นผู้ดำเนินรายการหรือเป็นแขกรับเชิญ
- **ขั้นหลังการผลิต** เช่น ในการสัมภาษณ์นอกสถานที่ อาสาสมัครอาจจะช่วยในการติดต่อเทป เป็นต้น

(iv) **การมีส่วนร่วมในฐานะแหล่งข้อมูล** ในการผลิตเนื้อหาวิทยุที่ การมีแหล่งข้อมูลเป็นทรัพยากรที่สำคัญ ดังนั้นอาสาสมัครสามารถจะเข้ามามีส่วนร่วมด้วยการเป็นแหล่งข้อมูลในชุมชน ทั้งในแง่การส่งข่าวสาร และทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของข่าวสารในฐานะผู้ที่อยู่ในพื้นที่

ในเวลาเดียวกัน ทางผู้รับผิดชอบวิทยุชุมชนควรจะมีการทำฐานข้อมูลที่เป็นรายชื่อและวิธีติดต่อแหล่งข้อมูลเหล่านี้ให้เป็นระบบ

(v) **การเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานวิทยุชุมชน** ในแง่นี้ ประชาชนอาจจะเข้ามาทั้งในรูปแบบของคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ คณะทำงาน ตัวแทนชมรมอาสาสมัคร ฯลฯ ซึ่งมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานวิทยุชุมชน เช่น การจัดทำผังรายการ การเปลี่ยนแปลงรายการ การออกสัณฐานของวิทยุชุมชน เป็นต้น

(vi) **การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย** เป็นการมีส่วนร่วมในระดับสูงสุด คือการเข้ามาเป็นตัวแทนของคณะกรรมการชุดต่างๆ

มีข้อสังเกตจากการมีส่วนร่วมในระดับต่างๆที่เกิดขึ้นในโลกแห่งความเป็นจริง ดังนี้คือ

(1) จากกรณีของวิทยุชุมชนแม่ฮ่องสอน นักวิจัยได้สำรวจทัศนคติของผู้ฟังและพบว่า ประชาชนก็มีความต้องการที่จะเข้ามามีส่วนร่วมกับวิทยุชุมชน แต่ติดขัดอยู่ตรงที่ว่า ยังไม่เข้าใจว่าจะมีส่วนร่วมได้อย่างไร ในรูปแบบใดบ้าง รูปแบบการมีส่วนร่วมที่ประชาชนเข้าใจมีอยู่

เพียงรูปแบบเดียว คือการเข้ามาเป็นผู้จัดรายการ (DJ) แต่ทว่ารูปแบบนี้มีข้อจำกัดมาก เพราะเปิดโอกาสให้คนเพียงไม่กี่คนเข้ามาร่วมได้ ชาวบ้านจึงอยากจะเรียนรู้รูปแบบอื่นๆ ของการมีส่วนร่วม

ผลการวิจัยของวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีก็พบผลเช่นเดียวกันว่า ประชาชนกลุ่มที่เข้ามาทำงานวิทยุชุมชนจะสนใจแต่การเป็นนักจัดรายการ และสนใจความรู้/ทักษะที่จะผลิตรายการ โดยไม่เห็นความสำคัญหรือไม่เข้าใจงานด้านอื่นๆ ของวิทยุชุมชน เช่น งานด้านการบริหารจัดการกลุ่ม

(2) สำหรับการมีส่วนร่วมในระดับนโยบายและการจัดรายการ คือรูปแบบของการเข้ามาเป็นคณะกรรมการและผู้จัดรายการ ชาวบ้านมีความยินดีให้ความร่วมมือ แต่ทว่าต้องมีเงื่อนไขบางประการ เช่น ชาวบ้านยังขาดความเข้าใจเรื่องวิทยุชุมชน ดังนั้น ถ้าจะให้เข้าไปบริหารจัดการ ก็ต้องมีการติดตามหาทางความคิดให้ชาวบ้านด้วยการจัดอบรมเสียก่อน

(จิระวรรณ ,2545)

(3) เมื่อนำแนวคิดเรื่อง "การมีส่วนร่วม" ไปประกอบกับแนวคิดเรื่อง "การฝึกอบรม" ก็จะมีแนวคิดอีก 2 แนวคิดพ่วงเข้ามาในการบริหารจัดการคือ "การหมุนเวียนผลัดเปลี่ยนกัน" เนื่องจากในชีวิตชาวบ้านเองก็มีการะต่างๆ เต็มมืออยู่แล้ว ในขณะที่งานวิทยุเป็นงานที่ต้องการความต่อเนื่องสม่ำเสมอ ดังนั้น รูปแบบการบริหารจัดการจึงควรเป็น **การหมุนเวียน (Rotation)** ทั้งการเป็นคณะกรรมการและการมาเป็นผู้จัดรายการ ด้วยเหตุนี้หากมีการฝึกอบรมอย่างกว้างขวาง ก็จะทำให้วิทยุชุมชนที่กองทัพอากาศสมัครจำนวนมหาศาลที่มีความสามารถที่จะกระจายหมุนเวียนกันเข้าไปรับภารกิจของวิทยุชุมชนได้อย่างยาวนาน และเมื่อนั้นวิทยุชุมชนก็จะเป็นเพียง "ของเล่นชั่วคราว" แต่จะเป็น "ปากเสียงของชุมชนตลอดไป" วิทยุชุมชนจึงเป็นวิทยุของอาสาสมัครดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น

(4) และเมื่อกองทัพอากาศสมัครจำนวนมากที่เข้ามามีส่วนร่วมในงานวิทยุ ในพื้นที่ที่มีความพร้อม รูปแบบระดับสูงของวิทยุชุมชนที่มีชุมชนเป็นเจ้าของสถานีหรือเป็นเจ้าของคลื่นก็มีใช้เรื่องไกลเกินฝัน

4. ปัญหาอุปสรรคของการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชน

สำหรับปัญหาอุปสรรคของการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนนั้น จะแปรเปลี่ยนไปตามประเภทของวิทยุชุมชนที่ได้จัดแบ่งมาตั้งแต่ต้น ดังนี้

(ก) สำหรับรูปแบบวิทยุชุมชนที่ยังอยู่ภายใต้กรอบของรัฐ เช่น วิทยุชุมชนจ. นครราชสีมา จ.บุรีรัมย์ จ.น่าน ปัญหาอุปสรรคสำคัญก็คือ "ลักษณะของความเป็นราชการ" ดังจะได้กล่าวรายละเอียดในตอนต่อไป

(ข) สำหรับรูปแบบวิทยุชุมชนที่ประชาชนเป็นผู้บริหารจัดการเอง ในรูปแบบของศูนย์เรียนรู้หรือจุดปฏิบัติการวิทยุชุมชน เช่น ในกรณีของวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี หรือจ.มหาสารคาม

ปัญหาของการมีส่วนร่วมก็จะเนื่องมาจากข้อจำกัดใหญ่ๆ 2-3 ประการคือ ความรู้ความเข้าใจ/ทักษะของประชาชนในเรื่องวิทยุชุมชน ซึ่งเป็นเรื่องใหม่สำหรับประชาชน และเรื่องวิถีชีวิตประจำวันที่มีภาระงานด้านอื่นๆ จนไม่เอื้ออำนวยให้เข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างเต็มที่ รวมทั้งความไม่ชัดเจนในเรื่องปัจจัยภายนอก เช่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิทยุชุมชน

(ก) ปัญหาอุปสรรคของการมีส่วนร่วมของวิทยุชุมชนที่อยู่ใต้กรอบของรัฐ

วีรพงษ์และคณะประมวลปัญหา/อุปสรรคของการมีส่วนร่วมของประชาชนในกรณีของวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมาและบุรีรัมย์เอาไว้ดังนี้คือ

(i) **ที่มาของความต้องการ** เริ่มตั้งแต่วิทยุชุมชนเกิดมาจากความต้องการของภาครัฐมิได้เกิดมาจากความต้องการของภาคประชาชน เมื่อไม่ใช่สิ่งที่ตนเองต้องการ ก็ไม่ยากให้ความร่วมมือหรือเข้ามามีส่วนร่วม

แต่อันที่จริง หากวิทยุชุมชนเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างแท้จริงแล้ว ถึงแม้จะไม่ได้เริ่มต้นมาจากความต้องการของประชาชน แต่หากมีกระบวนการให้ **ความรู้ความเข้าใจ** แก่ประชาชน ก็สามารที่จะสร้างหรือเพิ่มความต้องการได้ เช่น เมื่อคณะวิจัยได้ทดลองเผยแพร่ความรู้เรื่องวิทยุชุมชนผ่านรายการวิทยุชุมชนเองต่อเนื่องกันเป็นเวลา 20 ตอน ผู้ฟังก็จะเริ่มมองเห็นความสำคัญและมองเห็นบทบาทของภาคประชาชนว่าจะเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างไร ซึ่งเป็นการตอบคำถามที่ประชาชนในจ.แม่ฮ่องสอนได้ตั้งคำถามไว้ว่า ยังขาดความเข้าใจว่าจะเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบไหน (จิระวรรณ, 2545)

ดังนั้น จุดกำเนิดของวิทยุชุมชนที่ควรจะมาจก **ความต้องการของประชาชน** นั้น อาจจะไม่ใช่ "เงื่อนไขเบื้องต้นที่ต้องมีก่อน" (precondition) ซึ่งหากมีเงื่อนไขนี้ก็จะดี แต่ถ้าไม่มี ก็น่าจะมีกระบวนการสร้าง/กระตุ้นความต้องการได้

ข้อเสนอแนะ จากผลการวิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่าในระยะเริ่มแรก เนื้อหารายการประเภทหนึ่งที่ต้องมี คือการให้ความรู้ความเข้าใจว่าวิทยุชุมชนคืออะไร โดยใช้ตัววิทยุชุมชนเองเป็นช่องทางเผยแพร่ความเข้าใจนั้น เช่น คณะวิจัยวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมาได้ทดลองทำบทวิทยุชุด "วิทยุชุมชนของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน" ความยาวตอนละ 5-7 นาที จำนวน 14 ตอน เผยแพร่ในรายการวิทยุชุมชน และพบว่า หลังจากได้รับฟังแล้ว ประชาชนมีความเข้าใจดีขึ้นและต้องการจะมีส่วนร่วมมากขึ้น

(ii) **นโยบายและแนวทางในการแสวงหาคณะกรรมการ** ลักษณะโครงสร้างของวิธีการทำงานของราชการนั้น จะมอบหมายให้ผู้มีอำนาจเป็นผู้แต่งตั้งตัวบุคคลเข้ามาเป็นคณะกรรมการชุดต่าง ๆ โครงสร้างการทำงานเช่นนี้เป็นการปิดกั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนทุก ๆ กลุ่ม

ข้อเสนอแนะ นโยบายและแนวทางในการแสวงหาคณะกรรมการนั้น ต้องปรับเปลี่ยนจาก**วิธีการแต่งตั้ง** มาเป็น **วิธีการแสวงหา** โดยมีการกำหนด "คุณลักษณะที่ต้องการ" (สเปกของคณะกรรมการ) เอาไว้อย่างชัดเจนและเหมาะสมกับภาระงานที่จะทำ (ดูรายละเอียดข้างหน้า) รวมทั้งให้มีการกระจายตัวคือเป็นตัวแทนมาจากกลุ่มทุกกลุ่ม (ให้มากที่สุด) ตามหลักการของวิเทศชุมชน

(iii) **กลไกการควบคุม** ถึงแม้จะเป็นวิเทศชุมชน แต่เมื่อมาอยู่ภายใต้กรอบของรัฐ ก็ยังคงใช้รูปแบบการควบคุมของรัฐอยู่ เช่น ใช้กฎระเบียบเดิมของการเป็นผู้จัดรายการว่าต้องมีใบประกาศ (ซึ่งต้องสอบ) หรือต้องใช้ภาษากลาง ฯลฯ กลไกการควบคุมเช่นนี้เป็นกำแพงขวางกั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับของการเข้ามาเป็นผู้จัดรายการไปโดยปริยาย

ข้อเสนอแนะ เน้นอนว่าการจัดรายการวิเทศชุมชนก็เป็นรูปแบบของการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งจำเป็นต้องมี "กลไกการควบคุม" แบบใดแบบหนึ่ง แต่เนื่องจากวิเทศชุมชนมีปรัชญา/ธรรมชาติ/ภารกิจ/บทบาทหน้าที่ที่แตกต่างไปจากวิทยุสาธารณะ/ธุรกิจ ดังนั้นจึงควรมีกำหนดกฎระเบียบการควบคุม มีระบบการตรวจสอบภายใน/ภายนอกของตัวเองขึ้นมา เช่น อาจจะต้องมีการสอบใบประกาศ หากแต่เป็นการสอบภาษาท้องถิ่น มีกฎระเบียบที่ว่าด้วยการโฆษณา รวมทั้งมีการออกกฎระเบียบเกี่ยวกับการทำงานของคณะกรรมการ หลักการทำงาน ฯลฯ โดยกลไกการควบคุม/กฎระเบียบการควบคุมเหล่านี้ควรจะก่อตัวมาจากปรัชญาและคุณลักษณะของวิเทศชุมชนเอง

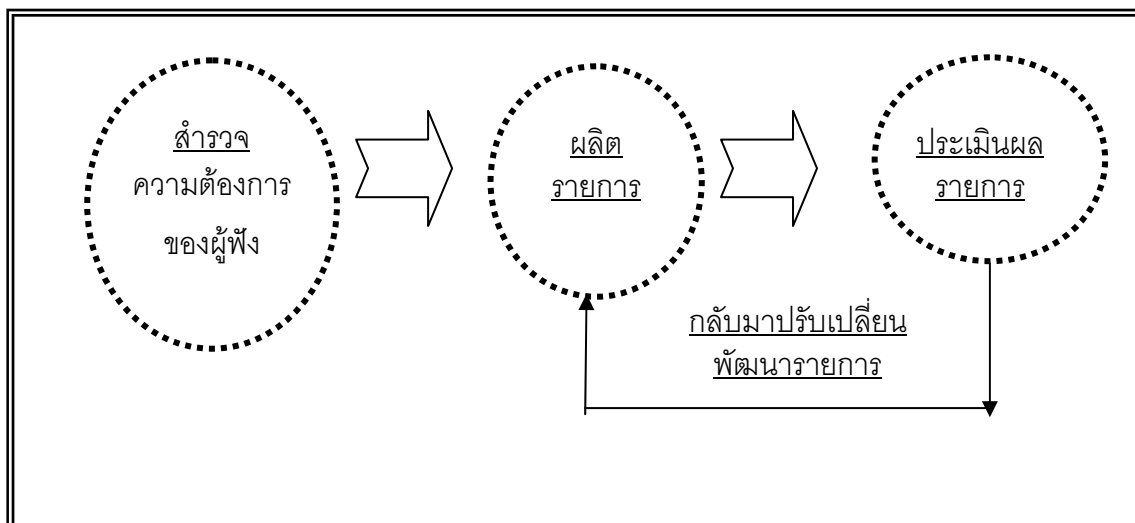
(iv) **วิธีดำเนินงาน** สำหรับวิธีการทำงานแบบ "ราชการ" นั้น จะใช้วิธีการ "สั่งการ" จากหัวหน้ามาสู่เจ้าหน้าที่ ซึ่งวิธีการทำงานแบบดังกล่าวก็ถูกนำมาใช้ในการทำงานวิเทศชุมชนด้วย วิธีการทำงานแบบดังกล่าวเป็นอุปสรรคปิดกั้นการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น (และต่อโยงไปถึงขั้นตอนการลงมือทำงาน) ของตัวแทนประชาชนที่เข้ามาทำงานในรูปแบบคณะกรรมการชุดต่างๆ

ข้อเสนอแนะ ต้องปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานจากแบบ "สั่งการ" มาเป็นรูปแบบของ "การปรึกษาหารือ" เพื่อระดมการมีส่วนร่วมของคนทำงานเนื่องจากการทำงานวิเทศชุมชนมิใช่การทำงานแบบวิทยุสาธารณะ

(v) **การผลิตเนื้อหา/รูปแบบรายการ/ช่วงเวลานำเสนอ** ตามหลักการที่สำคัญของวิเทศชุมชนนั้น จะต้องมีการที่ที่สำคัญ 3 ขั้นตอนของกระบวนการผลิตเนื้อหา/รูปแบบ/และเลือกช่วงเวลานำเสนอรายการดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นคือ

- มีการสำรวจความต้องการของประชาชนก่อนจะลงมือผลิต
- มีการประเมินผลหลังการเผยแพร่รายการออกไปแล้ว

- มีการนำผลการประเมินมาปรับเปลี่ยน/พัฒนารายการ



ภาพที่ 57 : ความสัมพันธ์ระหว่างการสำรวจความต้องการผู้ฟัง/
การผลิตรายการและการประเมินผลรายการ

ผลจากการวิจัยทั้ง 4 กรณียังไม่ได้แสดงให้เห็นว่า มีกระบวนการผลิตเนื้อหา รายการตามหลักการที่ควรจะเป็นของวิทยุชุมชนยังไม่ได้มีการดำเนินการเลยหรือมีอย่าง ไม่สมบูรณ์ โดยเฉพาะขั้นตอนแรกคือการสำรวจความต้องการของผู้ฟัง ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหา รายการที่ ต้องการ รูปแบบรายการที่พอใจ ช่วงเวลาที่สะดวกสำหรับกลุ่มผู้ฟัง ดังนั้นจึงเป็นไปตามหลักที่ว่า "เมื่อไม่ได้สำรวจที่ค้นก็ยากที่จะหาให้ถูกที่ได้"

และเนื่องจากเนื้อหารายการเป็น "สะพานเชื่อม" ที่จะดึงการมีส่วนร่วมของ ประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมกับวิทยุชุมชนในฐานะผู้ฟัง แต่เนื้อหาที่จะเป็นสะพานเชื่อมได้นั้น ต้องผ่านกระบวนการสร้างแบบ 3 ขั้นตอนที่กำลังมาข้างต้น นี่จึงเป็นเรื่องไม่น่าแปลกใจเลยว่า เมื่อมีการสำรวจผลการรับฟังวิทยุชุมชน จึงพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ไม่รู้จักร ไม่ได้รับฟัง (ซึ่งเป็น รูปแบบการมีส่วนร่วมในระดับพื้นฐานที่สุดคือ passive audience) ฉะนั้นก็คงไม่ต้องไปพูดถึงการ เข้ามามีส่วนร่วมในระดับที่สูงๆขึ้นมา เช่น active audience (เช่นโทรศัพท์เข้ามาในรายการ) หรือ การให้ความร่วมมือในแบบอื่นๆ ตามหลักการที่ได้กล่าวมา

ข้อเสนอแนะ

- **เนื้อหารายการ** ในแง่กระบวนการผลิตเนื้อหารายการ ต้องเคร่งครัดต่อหลักการ 3 ขั้นตอนของการผลิตเนื้อหาแบบวิทยุชุมชน
- **รูปแบบเนื้อหา** สำหรับตัวแทนภาคประชาชนที่เข้ามาจัดการรายการวิทยุแบบ "มีใจรักสมัครมาช่วย" อาจจะมีความรู้จำกัดในเรื่องรูปแบบรายการ และดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า รูปแบบรายการแต่ละชนิดเปิดโอกาสให้ประชาชน/คนฟังมีส่วนร่วมได้มากน้อยต่างกัน ดังนั้นจึงต้องมีเปิดการฝึกอบรมเรื่องการจัดรายการรูปแบบต่างๆ ให้กับคณะทำงานวิทยุชุมชนอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอโดยถือเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนารายการ
- **ช่วงเวลา** หากทางสถานีวิทยุของรัฐถือว่าเรื่องวิทยุชุมชนเป็นเรื่องสำคัญและเป็นบทบาทของภาครัฐที่ต้องให้การสนับสนุน ต้องทำหน้าที่เป็น "พี่เลี้ยง/สถานเพาะชำ" วิทยุชุมชนให้เจริญเติบโตทางสถานีก็ต้องมีนโยบายเกี่ยวกับเรื่องการจัดสรรช่วงเวลาชัดเจน แน่นนอน และเป็นไปตามความต้องการของชุมชนเป็นอันดับแรก

(vi) **ความพร้อมเรื่องโครงสร้างพื้นฐานสำหรับเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน** สำหรับรูปแบบการมีส่วนร่วมที่เป็นพื้นฐานที่สุดและง่ายที่สุดที่จะเข้าถึงวิทยุชุมชน ก็คือ รูปแบบของการเป็นผู้ฟังที่เอาใจใส่วิทยุชุมชน (active audience) การแสดงออกที่เห็นได้ชัดก็คือ คอยดูแลความเป็นไปของวิทยุชุมชน โดยเฉพาะในส่วน**เนื้อหารายการ** ซึ่งในทางหลักการได้วางเอาไว้ว่า การเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในฐานะผู้ฟังนั้น จะต้องใช้**การสื่อสารแบบสองทาง** (ซึ่งเป็นรูปแบบที่ตรงข้ามกับลักษณะของวิทยุซึ่งเป็นสื่อมวลชนอันเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว) กล่าวคือจะต้องมี "ปฏิกริยาป้อนกลับ" (feedback) จากประชาชนผู้ฟัง

การมีปฏิกริยาป้อนกลับนี้โดยส่วนใหญ่จะมาใน 3 รูปแบบคือ

- การมาเยี่ยมเยียนที่สถานี ซึ่งต้องใช้ทรัพยากรสูงมาก คือทั้งเวลาและค่าเดินทางอันเป็นปัญหาอุปสรรคด้านระยะทาง
- การเขียนจดหมายส่งทางไปรษณีย์ ซึ่งอาจจะมีปัญหาอุปสรรคด้านวัฒนธรรมคือคนชนบทอาจจะไม่คุ้นชินกับวัฒนธรรมการเขียน
- การโทรศัพท์เข้ามาในรายการ ซึ่งเป็นรูปแบบที่สะดวกที่สุดและรวดเร็วที่สุด หากทว่างานวิจัยทั้ง 4 กรณีก็แสดงให้เห็นความไม่พร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน คือจำนวนโทรศัพท์ที่ใช้ในรายการมีเพียง 1-2 เครื่อง ซึ่งไม่เอื้ออำนวยต่อการโทรศัพท์เข้ามา

นอกจากนั้นก็ยังมีอุปสรรคด้านการเข้าถึงทางวัฒนธรรม เช่น จิระวรรณ(2545) พบว่าในกรณีที่บ้านจ.แม่ฮ่องสอนโทรเข้ามาแล้วก็ไม่กล้าแสดงความคิดเห็นออกอากาศเนื่องจากพูดภาษาไทยกลางไม่ชัด เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

- (i) การเอาชนะอุปสรรคเรื่องระยะทาง ตามหลักการแล้ว วิทย์ชุมชนจะเป็นวิทย์ที่ส่งกระจายเสียงในขอบเขตที่ไม่กว้างมากนักคือ 1 กิโลเมตรครอบคลุมระยะทางประมาณ 10 กิโลเมตรเท่านั้น ดังนั้นในอนาคต หากมีการดำเนินการรูปแบบวิทย์ชุมชนที่แท้จริงแล้ว อุปสรรคเรื่องระยะทางน่าจะหายไป
- (ii) สำหรับการมีส่วนร่วมในรูปแบบของจดหมายหรือโทรศัพท์นั้น หากมีกลไกการกระตุ้นการมีส่วนร่วมแบบนี้ เช่น การนำเอาจดหมายหรือเสียงโทรศัพท์มาออกในรายการ เป็นการประเมินค่าว่าความคิดเห็นเหล่านี้มีคุณค่าแก่วิทย์ ก็น่าจะทำให้อุปสรรคดังกล่าวลดน้อยลง
- (iii) สำหรับอุปสรรคด้านวัฒนธรรม เช่น การใช้ภาษา ควรมีการวางหลักการว่า ขอให้ผู้ฟังได้ใช้ภาษาท้องถิ่นตามที่ผู้ฟังจะสะดวก
- (iv) ใช้ระบบการสื่อสาร 2 จังหวะ (Two-step Flow of Information) หากทว่าระยะทางเป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงวิทย์ชุมชน รวมทั้งการไม่มีโครงสร้างพื้นฐานเช่นไปรษณีย์หรือโทรศัพท์ที่สะดวก ก็อาจจะเปลี่ยนมาใช้ "สื่อบุคคล" อันได้แก่บรรดาอาสาสมัครที่อยู่ในชุมชนที่จะทำหน้าที่เป็น "สถานีแรก" รับความคิดเห็นของคนในชุมชน แล้วส่งต่อมายังสถานีวิทยุอีกทอดหนึ่ง
- (v) วีรพงษ์และคณะได้แนะนำให้ใช้กลยุทธ์เชิงรุกคือ การจัดวิทยุสัญจรในรูปแบบของการบันทึกเทป (ไม่ใช่จัดสด) โดยทางวิทยุจะสัญจรเข้าพื้นที่และนำเทปบันทึกมาออกอากาศ ซึ่งนอกจากจะเป็นการเปิดรับฟังปฏิกิริยาตอบสนองกลับจากประชาชนแล้ว ยังสามารถเพิ่มบทบาทการเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนได้อีกด้วย (ดูรายละเอียดในหัวข้อวิทยุสัญจร)

(5) ตัวอย่างกิจกรรมเพื่อเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

(1) ตัวอย่างกิจกรรมเพื่อเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

จากบทเรียนการทำวิทย์ที่ผ่านมา มีการค้นคว้าสร้างสรรค์กิจกรรมหลายรูปแบบ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนดังตัวอย่างต่อไปนี้

● กิจกรรมการเปิดตัววิทย์ชุมชน

เมื่อปีพ.ศ.2544 วิทย์ชุมชนของคนโคราชได้จัดงานเปิดตัวโครงการวิทย์ชุมชนของคนโคราชอย่างเป็นทางการ เพื่อแนะนำรายการให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนชาวโคราชทั่วไป ตลอดจนขยายเครือข่ายผู้ฟังและผู้ร่วมผลิตรายการให้มากยิ่งขึ้น ณ สนามศาลากลาง จ.นครราชสีมา ซึ่งมีกิจกรรมให้ความรู้ในรูปของการจัดนิทรรศการด้านต่างๆ เช่น ความรู้สมุนไพรเพื่อสุขภาพ ฯลฯ กิจกรรมด้านบันเทิง มีทั้งการแสดงดนตรี ขบวนกลองยาว ฯลฯ การ

ให้บริการ อาทิ การตรวจสอบสุขภาพฟรี ซ่อมอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า และกิจกรรมออกร้านและจำหน่ายผลผลิตกลุ่มแม่บ้านเกษตร

ผลของการจัดงานเปิดตัวดังกล่าวประสบผลสำเร็จในระดับที่น่าพอใจ เนื่องจากมีคนเข้าร่วมกิจกรรมและร่วมชมงานเป็นจำนวนมาก กิจกรรมดังกล่าวทำให้สาธารณชนมีโอกาสรู้จักกับวิทย์ชุมชน

- **กิจกรรมวิทย์สัญจร** (ดูรายละเอียดในตอนที่ผ่านมา)

อีกกิจกรรมหนึ่งที่น่าสนใจคือการประชาสัมพันธ์และเปิดโอกาสให้คนมาเข้าร่วมกิจกรรมของวิทย์ชุมชน รวมทั้งเป็นการขยายเครือข่ายผู้สนใจออกไป คือการจัดวิทย์ชุมชนสัญจร อันเป็นการจัดรายการนอกสถานที่ของวิทย์ชุมชน โดยมีการนำอุปกรณ์สำหรับการส่งกระจายเสียงไปติดตั้งชั่วคราว ณ สถานที่จัดกิจกรรม อาทิ หมู่บ้าน ตำบล โรงเรียนต่างๆ เพื่อถ่ายทอดรายการออกอากาศในเวลาของวิทย์ชุมชน

กิจกรรมของวิทย์สัญจรนี้เท่ากับได้เปิดโอกาสให้ประชาชนผู้สนใจงานวิทย์ได้สัมผัสกับวิธีการจัดทำวิทยุอย่างใกล้ชิด เพราะได้เห็น "เบื้องหลังการถ่ายทำ" ของงานวิทย์

- **กิจกรรมขยายเครือข่ายผ่านงานประชาสัมพันธ์**

ข้อเสนอแนะของกลุ่มวิทย์ชุมชนปัตตานีเกี่ยวกับการขยายการมีส่วนร่วมของประชาชนก็คือ การขยายเครือข่ายโดยใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบต่าง ๆ เช่น รถแห่ สปอตประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และใบปลิว รวมทั้งอาจมีการใส่หมายเลขเอาไว้ที่แผ่นพับ เพื่อจับสลากชิงรางวัล ซึ่งเป็นการดึงดูดความสนใจด้วยวิธีการแบบของชาวบ้าน

- **กิจกรรมการจัดนิทรรศการ**

ก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่จะขยายความเข้าใจ และดึงดูดความสนใจให้คนทั่วไปเข้ามาร่วมในงานวิทย์ชุมชน การจัดนิทรรศการนั้นอาจจะถือโอกาสเข้าไปร่วมจัดในงานประเพณีต่างๆ ของจังหวัดหรือชุมชน เช่น งานกาชาดจังหวัด งานเทศกาลต่างๆ ซึ่งการจัดนิทรรศการดังกล่าวนี้สามารถจะสร้างสรรค์เนื้อหาที่น่าสนใจ ทั้งที่เป็นเนื้อหาแบบนิ่งๆ เช่น การจัดบอร์ดนิทรรศการ แนะนำว่าวิทย์ชุมชนอะไร รวมทั้งเนื้อหาที่วิ่งได้เคลื่อนไหวเช่น การเปิดโอกาสให้เยาวชนได้มาทดลองจัดรายการร่วมกับผู้จัดรายการจริงๆ เป็นต้น

- **การใช้สื่อวิทยุชุมชนเป็นช่องทางระดมการมีส่วนร่วม**

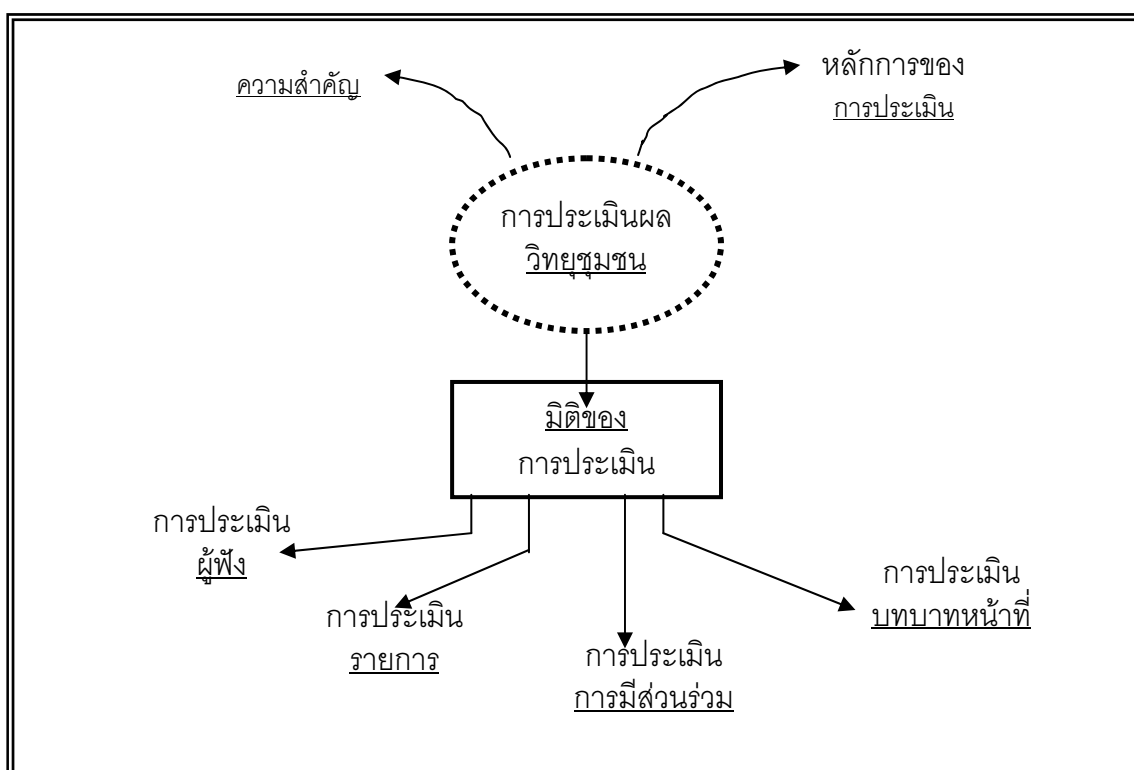
ชาลีสาได้ประมวลบทเรียนจากวิทย์ชุมชนจ.ปัตตานีว่า กลุ่มผู้รับผิดชอบวิทยุชุมชนได้ใช้ช่องทางวิทยุชุมชนนั่นเองเป็นเครื่องมือในการระดมการมีส่วนร่วมของผู้ฟัง โดยได้เปิด "เส้นทาง" หลายๆ เส้นทางในการเข้ามามีส่วนคือ

(i) การชักชวนให้ผู้ฟังเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆในสังคม ซึ่งเป็นหน้าที่พื้นฐานของสื่อชุมชนที่จะเป็นเส้นทางให้ผู้คนได้เข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

(ii) การชักชวนให้ผู้ฟังเข้ามาร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ กับกลุ่มวิทยุชุมชนเอง รวมทั้งการเข้ามาร่วมสมัครเป็นสมาชิก/อาสาสมัครของกลุ่ม ซึ่งเป็นแนวทางในการเปิดกว้างหรือขยายโอกาสแก่เพื่อนประชาชนคนอื่นๆ รูปแบบการมีส่วนร่วมเช่นนี้ค่อนข้างมีความเข้มข้น (intensive) มีระยะเวลาต่อเนื่องยาวนานพอสมควร

(iii) การชักชวนให้ผู้ฟังร่วมติดตามรับฟัง ดิชมหรือแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาหรือรายการที่ได้รับฟัง อันเป็นการมีส่วนร่วมในขั้นพื้นฐานของวิทยุชุมชน

6.3 การติดตั้งการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 58 : การประเมินผลวิทยุชุมชน

(1) ความสำคัญของการประเมินผลในงานวิทยุชุมชน

เมื่อใดที่เรายิงธนูออกจากแหล่งแล้วไม่มีการติดตามไปดูผล เราก็ไม่มีทางทราบว่าลูกธนู นั้นเข้าเป้าหรือไม่ และเมื่อไม่ทราบว่ากำลังยิงไปนั้นถูกเป้าหรือเปล่า เราก็ไม่มีทางรู้อีกต่อไปว่า จะต้องย้อนกลับมาปรับปรุงการยิงหรือไม่ อย่างไร

ที่กล่าวมานี้ดูเหมือนการประเมินผลนั้นเป็นหัวใจหนึ่งของการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม มีข้อที่น่าสังเกตเกี่ยวกับวิธีคิด/วิธีการดำเนินงานโครงการต่างๆของสังคมไทยประการหนึ่งว่า จะมีการทุ่มเทจัดสรรทรัพยากรทั้งคน เงิน เวลา สิ่งของอย่างมากมายในขั้นตอนของการวางแผน แต่พอถึงขั้นลงมือทำก็ชักจะเริ่มแผ่วๆ และหลังจากที่โครงการเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว ก็เงียบเสียงไปเลยสำหรับการประเมินผล (เช่น หน่วยงานจำนวนมากมักไม่จัดสรรงบประมาณเอาไว้สำหรับการประเมินผล) หรือมีจะนั้นก็จัดการประเมินผลให้มีเอาไว้พอเป็นวิธี แต่ไม่นำเอามาเป็นแนวทางการปรับปรุงงาน

วิธีคิด/วิธีการทำงานดังกล่าวจะนำมาใช้กับการดำเนินงานวิทยุชุมชนไม่ได้เลย เพราะมีแต่รูปแบบของการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) เท่านั้น ที่จะเป็นหลักประกันของความสำเร็จของวิทยุชุมชน การสื่อสารสองทางดังกล่าวก็คือ การติดตั้งกลไกการประเมินผลให้เป็นส่วนหนึ่งที่จะขาดเสียมิได้ของการทำงานนั่นเอง

ในทางปฏิบัติก็หมายความว่า จะต้องมีการกำหนดทั้งตัวบุคคล กิจกรรม ระยะเวลาที่แน่นอนสำหรับการประเมินผล เพื่อให้หลักประกันว่าจะมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง แบบอย่างที่ดีในเรื่องการประเมินผลนี้มีเกิดขึ้นแล้ว เช่น ในกรณีของวิทยุชุมชน จ.บุรีรัมย์ ซึ่งได้จัดให้มีการประเมินผลการทำงานภายหลังจากที่ออกอากาศไปได้ 3 เดือนแรก เพื่อนำผลการประเมินมาปรับปรุงและพัฒนาระบบการทำงาน

(2) หลักการของการประเมินผลในงานวิทยุชุมชน

จากที่กล่าวมาข้างต้นนำมาสู่ข้อสรุปว่า การประเมินผลงานจึงเป็นกลไกสำคัญส่วนหนึ่งในการพัฒนางาน สำหรับงานวิทยุชุมชนนั้น ควรมีหลักการเกี่ยวกับการประเมินผลดังนี้

- มีการติดตั้งกลไกประเมินผลเอาไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนงาน โดยมีการกำหนดทั้งตัวบุคคล กิจกรรม และระยะเวลาที่แน่นอน เพื่อเป็นหลักประกันว่า จะมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างที่ดีก็เช่น วิทยุชุมชนบุรีรัมย์ที่ได้กล่าวถึงมาแล้ว

- ใช้รูปแบบการประเมินผลอย่างหลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์ผู้ฟัง การใช้แบบสอบถาม/สำรวจขนาดกว้าง ฯลฯ ดังจะได้แสดงรายละเอียดในตอนต่อไป

- วางแผนให้มีทั้งรูปแบบการประเมินผลแบบเป็นประจำและแบบตามโอกาส เป็นการประเมินทั้งจากภายในองค์กรเองและจากหน่วยงาน/บุคคลภายนอก เพื่อตรวจสอบกัน รูปแบบการประเมินผลแบบเป็นประจำก็เช่น การวางแผนงานเอาไว้ว่า จะต้องมีการประเมินผลการรับฟังทุก 3 เดือน 6 เดือน เป็นการดำเนินการขององค์กรเอง และในบางโอกาสอาจจะจัดให้มีหน่วยงานภายนอกมาประเมินผลภาพโดยรวม ตัวอย่างเช่น วิทยุชุมชนจังหวัดสงขลาที่ได้ดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 7 ปี ก็ได้มีการวิจัยประเมินผลการทำงานที่ผ่านมาจากบุคคลภายนอก เป็นต้น

● การประเมินผลวิทยุชุมชนนั้นไม่ควรมีเป้าหมายที่จะจับผิดหรือโจมตีใคร รวมทั้งไม่ควรมุ่งเน้นแต่เรื่องความสำเร็จ/ความล้มเหลวจนหน้ามืดตามัว เราควรมีข้อคิดว่า "ที่ได้มีการทำงาน ที่นั้นย่อมมีการล้มเหลว/ผิดพลาด และอาจจะเป็นใครก็ได้ที่ทำผิดเช่นนั้น" การประเมินผลนั้น ควรมีมุ่งอยู่ที่ "กระบวนการเรียนรู้" และนำมาสู่ "การแก้ไขปรับปรุง/หรือพัฒนาให้ดีขึ้นไปเรื่อยๆ" เนื่องจากงานวิทยุชุมชนเป็นงานใหม่และเป็นงานใหญ่ที่ยังต้องการการเรียนรู้เพื่อสร้างสรรค์และพัฒนาต่อไปในภายภาคหน้า การประเมินผลจึงจะเป็นเครื่องมือประการหนึ่งในการป้องกันองค์ความรู้เข้าสู่ขบวนการแห่งการเรียนรู้ของภาคประชาชน

ถึงแม้ว่า โดยหลักการแล้ว การประเมินผลดูเหมือนจะเป็น "เครื่องมือที่มีคุณทุกอย่างไป" แต่ทว่าในภาคปฏิบัติ ในสภาพความเป็นจริงก็คงเป็นดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นว่า การประเมินผลเป็นข้อข้อที่อ่อนที่สุดของการทำงานแบบไทยๆ เนื่องจากมักจะไม่ค่อยมีการประเมินผล (อันอาจจะเนื่องมาจากความเข้าใจว่า การประเมินผลก็คือกระบวนการจับผิดนั่นเอง)

และแม้จะได้ริเริ่มให้มีการติดตั้งการประเมินผลขึ้นมา ประสบการณ์จากกรณีวิทยุชุมชนจ.ปัตตานีที่ใช้ชื่อกระบวนการประเมินผลว่า "การถอดบทเรียน/สรุปบทเรียน" ก็ยังพบว่า กระบวนการดังกล่าวได้สร้างความกดดันและตึงเครียดแก่กลุ่มอยู่ไม่น้อย ดังนั้น การที่จะใช้เครื่องมือการประเมินผลที่เป็นประจักษ์ตาสองคมนี้ จึงอาจต้องมีการตั้งคำถาม "วัดใจ" เสียก่อน เช่น

1. จะประเมินผลไปเพื่ออะไร (เป้าหมาย)
2. จะประเมินอะไร(ประเด็น)
3. จะประเมินใครโดยใครเป็นผู้ประเมิน
4. จะใช้วิธีการอะไร
5. จะนำเอาผลการประเมินไปใช้งานอะไร

(3) มิติของการประเมินผล

เป็นการตอบคำถามว่า เราจะประเมินผลในแง่มุมใดบ้าง สำหรับกรณีวิทยุชุมชนนั้น จากประสบการณ์งานวิทยุชุมชนที่ผ่านมาของไทย พบว่า หากต้องการให้ "ครบเครื่องเรื่องการประเมิน" ควรมีการประเมินผลใน 4 แง่มุมด้วยกันคือ

- (i) การประเมินผลการเข้าถึงและความสนใจในการรับฟังของผู้ฟัง
- (ii) การประเมินผลรายการ
- (iii) การประเมินมิติการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนในระดับต่างๆ
- (iv) การประเมินผลการทำบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน

(i) การประเมินการเข้าถึงและความสนใจในการรับฟังของผู้ฟัง ซึ่งเป็นมิติของการประเมินผลการรับฟังโดยทั่วไปว่า คลื่นวิทยุนั้นเปิดรับฟังได้ไหม ชัดเจนไหม ชอบฟังรายการอะไรบ้าง ติดตามฟังอย่างสม่ำเสมอหรือไม่ เป็นต้น

(ii) การประเมินผลรายการ เป็นการเจาะจงลงไปที่ตัวรายการว่าเคยฟังรายการอะไร เพราะเหตุใดจึงชอบฟัง แม่เหล็กดึงดูดใจอยู่ที่องค์ประกอบตัวไหนของรายการ

(iii) การประเมินมิติการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนในระดับต่างๆ การประเมินมิตินี้เป็นเอกลักษณ์พิเศษของวิทยุชุมชนซึ่งต้องติดตามดูการมีส่วนร่วมของชุมชนว่ามีมากน้อยเพียงใด เริ่มตั้งแต่เป็นผู้ฟังที่ active หรือเปล่า เคยมี feedback กลับมาที่สถานีไหม เคยมาเยี่ยมสถานีไหม เข้ามาช่วยงานเป็นอาสาสมัครหรือเปล่า เข้ามาร่วมจัดรายการหรือเปล่า จนกระทั่งคิดจะเข้ามาช่วยบริหารจัดการรายการหรือไม่ เป็นต้น

(iv) การประเมินผลการทำบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน ในขณะที่วิทยุธุรกิจอาจจะประเมินความสำเร็จของรายการจากอัตรากำไร วิทยุสาธารณะก็อาจจะวัดดูจากพื้นที่ครอบคลุมของรายการ แต่ทว่าวิทยุชุมชนนั้นเกิดขึ้นมาโดยถูกคาดหวังว่าจะมีภาระหน้าที่บางประการ เช่น เป็นวิทยุที่ส่งเสริมให้มีการสื่อสารแนวนอน (horizontal communication) ระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้านให้เพิ่มมากขึ้นจากที่เคยมีแต่การสื่อสารแนวตั้ง (vertical communication) คือการสื่อสารจากรัฐถึงประชาชน หรือการประเมินบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชนในฐานะสื่อของชุมชนที่จะช่วยในการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ เป็นต้น

จากนี้จะพิจารณาต่อการประเมินในแต่ละมิติในรายละเอียด

(3.1) การประเมินการเข้าถึงและความสนใจของผู้ฟัง

มิติแรกของการประเมินผลของวิทยุชุมชนคือ การประเมินผลของผู้ฟัง เนื่องจากผู้ฟังในวิทยุชุมชนนั้นถือได้ว่า "เป็นทั้งจุดเริ่มต้นและเป็นจุดหมายปลายทางของวิทยุชุมชนเลยทีเดียว" กล่าวคือ ผลผลิตของวิทยุชุมชนต้องเกิดมาจากความต้องการของผู้ฟัง (จุดเริ่มต้น) และก็เป็นผู้ฟังที่จะเป็นผู้ชี้ขาดว่า ความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองหรือไม่ (จุดหมายปลายทาง)

การประเมินผลจากผู้ฟังนั้นสามารถดูได้จากหลายประเด็นและสามารถจะทำการประเมินทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพดังตัวอย่างต่อไปนี้

(i) การประเมินผลเข้าถึง เป็นด่านแรกจากการประเมิน เพราะหากผู้ฟังไม่สามารถเปิดรับฟังวิทยุชุมชนได้ (เช่นรัศมีการส่งไปไม่ถึง หรือสัญญาณเสียงไม่ชัดเจน ซึ่งเป็นเหตุผลทางเทคนิค) มิติอื่นๆก็จะเป็นอันว่าไม่ต้องพูดถึง

ในบางกรณี แม้จะไม่มีกำแพงอุปสรรคด้านเทคนิค แต่ผู้ฟังก็อาจจะไม่เปิดรับฟังวิทยุชุมชนเนื่องจากความไม่น่าสนใจชวนให้ติดตามรับฟัง และในขณะที่ความเป็นจริง สื่อวิทยุเป็นสื่อที่มีคู่แข่งมากมาย ผู้ฟังจึงมีทางเลือกทางอื่นๆ

วิธีการประเมินผลการรับฟังนี้เป็นวิธีการที่ทั้งวิทยุสาธารณะ/ธุรกิจมักจะมีการสำรวจในเชิงปริมาณอยู่เสมอ ในงานวิจัยที่เป็นกรณีศึกษา งานวิจัยวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมา และจ.บุรีรัมย์ ก็ได้ทำการสำรวจผลรับฟังวิทยุชุมชนด้วย

(ii) **การประเมินผลรับฟัง** ได้แก่การสำรวจพฤติกรรมการรับฟัง ซึ่งมักจะมีประเด็นคำถามดังนี้คือ

- มีการเปิดรับฟังหรือไม่
- ฟังแบบใด
- ช่วงเวลาไหน
- รายการอะไร
- แรงจูงใจที่เปิดรับฟัง

(iii) **การประเมินความพึงพอใจ** ตัวอย่างประเด็นคำถามได้แก่

- ความพึงพอใจโดยรวม
- ส่วนที่ชอบในรายการ (เช่น เนื้อหา รูปแบบ ผู้ดำเนินรายการ ฯลฯ)
- เนื้อหาที่ชอบ
- รูปแบบที่ชอบ
- ส่วนที่ไม่ชอบ

(iv) **การประเมินประโยชน์** ตัวอย่างประเด็นคำถามได้แก่ประโยชน์จากการใช้วิทยุชุมชนมีดังนี้

- ได้ข่าวสารท้องถิ่นมากขึ้น
- ได้ความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์
- ได้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ในการแก้ปัญหา
- ได้รับการแก้ปัญหาในเรื่องที่ร้องทุกข์
- ได้ความบันเทิง
- ฯลฯ

(ดูประเด็นจากหัวข้อ "ประโยชน์ของวิทยุชุมชน")

(v) **การประเมินความต้องการ** คณะวิจัยวิทยุชุมชนคนเมืองน่านได้ตั้งประเด็นที่จะศึกษาความต้องการเกี่ยวกับวิทยุชุมชนจากชุมชนต่างๆในจ.น่าน ตามประเด็นดังนี้

- ความต้องการด้านรูปแบบรายการ (อยากได้รูปแบบรายการแบบใดบ้าง)
- ความต้องการด้านเนื้อหารายการ
- ความต้องการด้านเทคนิคการนำเสนอ (เช่น ภาษาที่ใช้)
- ความต้องการช่วงเวลาการรับฟัง
- ความต้องการด้านวิธีดำเนินงานซึ่งรวมหลายประเด็น เช่น การฝึกอบรม

วิธีการตั้งคณะกรรมการ การจัดหางบประมาณ สถานที่ตั้ง การประเมินผล

สำหรับการประเมินผลด้านผู้ฟังนี้ ผลการวิจัยวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี ซึ่งกลุ่มผู้รับผิดชอบเป็นประชาชนระดับรากหญ้า ผู้วิจัยพบว่า ในระยะเริ่มแรกของการดำเนินงาน คณะผู้รับผิดชอบวิทยุชุมชนไม่มีความสนใจที่จะมีการประเมินผู้ฟังเลย โดยยังไม่มีแนวคิดเรื่องการวัดความนิยมเพื่อจะได้ทราบว่าผู้ฟังรายการมากน้อยเพียงใด เป็นใครและอยู่ที่ใด ความไม่สนใจดังกล่าวนับว่าเป็นปัญหาใหญ่ของวิทยุชุมชนซึ่งมีหลักการว่า จะต้องมึลักษณะ "ตอบสนองความต้องการของชุมชน" เป็นหลัก

สำหรับวิธีการประเมินผู้ฟังนี้ หากต้องการผลในเชิงปริมาณ ก็คงต้องใช้วิธีการสำรวจแบบสอบถามหรือแบบสัมภาษณ์ แต่หากต้องการผลในเชิงคุณภาพก็อาจจะใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus group interview) เพื่อการจัดเวทีเสวนา

(3.2) การประเมินผลรายการ

ในขณะที่การประเมินผลการเข้าถึงและความสนใจรับฟังนั้น เป็นการประเมินภาพโดยรวมของวิทยุชุมชนทั้งหมด แต่ในกรณีที่วิทยุชุมชนนั้นมีหลายรายการ ก็อาจจะมีการประเมินผลเจาะลงไปที่รายการแต่ละรายการเป็นพิเศษ โดยอาจมีเป้าหมายที่จะเพิ่ม/ลด/ตัดรายการหรือมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนารายการ

ประเด็น/หัวข้อที่จะประเมินรายการอาจจะครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

- ความเหมาะสมของช่วงเวลา
- ความสั้นยาว/ความพอดีของเวลารายการ
- รูปแบบรายการ/วิธีการนำเสนอ
- เนื้อหารายการ/ประโยชน์/ความน่าสนใจ/ความเหมาะสม/ง่าย ๆ ฯลฯ
- ผู้ดำเนินรายการ (การพูด/ความเป็นกันเอง/ภาษาที่ใช้/ฯลฯ)
- แกรับเชิญ/วิทยากร
- จังหวะในการนำเสนอเนื้อหา
- เพลงที่ใช้ในรายการ

ฯลฯ

สำหรับวิธีการประเมินผลรายการก็ยังคงจะใช้วิธีการสำรวจด้วยการสัมภาษณ์
หรือใช้แบบสอบถาม และหากต้องการข้อมูลที่ลึกซึ้งหลากหลายมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีการ
 สทนากลุ่มด้วยการจัดสถานการณ์ให้ผู้ฟังหลายๆคนมานั่งสนทนากันตามหัวข้อที่ผู้ประเมินตั้ง
 เอาไว้

สำหรับการประเมินผลรายการนี้ ผลจากการวิจัยกรณีศึกษา 2 กรณีให้ข้อค้นพบที่
 น่าสนใจเกี่ยวกับวิธีการนำเสนอ โดยที่ตามปกติ ผู้จัดรายการวิทยุชุมชนมักจะมีแนวคิดว่าการจัด
 รายการวิทยุชุมชนนั้นควรจะมีเนื้อหาในรูปแบบรายการ และวิธีการนำเสนอที่เป็นสาระมากกว่าให้
 ความบันเทิง เพื่อให้แตกต่างหรือเพื่อเพิ่มสาระให้แก่สื่อวิทยุให้มากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ผลจากการสำรวจความต้องการและความชื่นชอบของกลุ่มผู้ฟังวิทยุ
 ชุมชนจ.น่าน และจ.ปัตตานี ก็พบว่า ผู้ฟังจำนวนไม่น้อยชอบที่จะให้มีการนำเสนอรายการเพลง
 เพื่อความผ่อนคลาย ดังนั้นประเด็นที่ยังท้าทายวิธีการนำเสนอในอนาคตก็คือ วิทยุชุมชนอาจจะไม่
 ต้องแยกประเภทรายการออกเป็น "รายการที่ให้สาระล้วน" หรือ "มีแต่บันเทิงอย่างเดียว" หากเป็น
 รายการแบบผสมผสาน "สาระ/บันเทิง" (Edutainment) ไปพร้อมๆกัน เช่น การเปิดเพลงลูกทุ่งแล้ว
 นำเอาเนื้อเพลงมาพูดสนทนาให้ข้อคิดต่อ เป็นต้น

(3.3) การประเมินมิติการมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนในระดับต่างๆ

เนื่องจากหัวใจสำคัญของวิทยุชุมชนคือ การมีส่วนร่วมของชุมชนในระดับต่างๆ
 ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว จึงต้องมีการประเมินผลการมีส่วนร่วมในระดับต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว
 ตัวอย่างเช่น

● **การประเมินผลการมีส่วนร่วมในระดับผู้ฟัง** หัวข้อคำถามที่ใช้จะเป็นไปตาม
 เรื่องการมีส่วนร่วมที่ได้กล่าวมาแล้ว เช่น

- ร่วมฟังอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ
- ร่วมแจ้งข่าวสาร
- ร่วมเสนอประเด็น
- ร่วมร้องทุกข์
- ร่วมเวทีสัญจร
- ร่วมโทรศัพท์เข้ามาในรายการ/วัตถุประสงค์ของการโทรเข้ามา
- ร่วมเขียนจดหมายติชม/เสนอรายการ

ฯลฯ

● **การประเมินผลการมีส่วนร่วมในระดับผู้ผลิต** หัวข้อคำถามก็เช่น

- เคยเข้ามาเป็นผู้ร่วมจัดรายการ
- เคยเข้ามาเป็นแขกรับเชิญ
- เคยเป็นแหล่งข้อมูล

ฯลฯ

● **การประเมินผลการมีส่วนร่วมในระดับผู้บริหาร** หัวข้อคำถามก็เช่น

- ความกระตือรือร้นในการทำงาน
- ความรับผิดชอบในการทำงาน
- ความสม่ำเสมอในการเข้าประชุม

ฯลฯ

วิธีการใช้ในการเก็บข้อมูลจะใช้หลายๆวิธีประกอบกัน เช่น

- การใช้แบบสำรวจ/แบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์
- การดูบันทึกเอกสาร เช่น อัตราการโทรศัพท์เข้ามา บันทึกรายงานผลประชุม

ของคณะกรรมการบริหาร

- การสังเกตการณ์ เช่น เข้าสังเกตการณ์การจัดรายการ การประชุมของคณะทำงาน เป็นต้น

นอกเหนือจากการประเมินผล "การมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชน" ดังที่กล่าวมาแล้ว นักวิจัยจากโครงการวิทยุชุมชนจ.ปัตตานี ยังได้ขยายมิติของการวัดการประเมินผลการมีส่วนร่วมออกเป็น 3 มิติ (ดูหัวข้อ "การมีส่วนร่วม") โดยนักวิจัยได้วัดจากการวิเคราะห์เนื้อหารายการวิทยุว่ามีสัดส่วนของการสร้างบรรยากาศการมีส่วนร่วม 3 ลักษณะ คือ

(1) การชักชวนให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งถือได้ว่าเป็นการใช้สื่อเป็นเครื่องมือเข้าไปสร้างการมีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ

(2) การชักชวนให้ผู้ฟังเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมกับกลุ่มวิทยุชุมชน

(3) การชักชวนให้ผู้ฟังร่วมติดตามรับฟัง ร่วมติชมหรือแสดงความคิดเห็นต่างๆ ต่อเนื้อหาและรูปแบบรายการ อันเป็นบทบาทของการมีส่วนร่วมแบบผู้ฟังรายการ

(3.4) การประเมินผลการทำบทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า วิทยุชุมชนนั้นเกิดขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่หลัก 2 ประการคือ การเป็นสื่อประชาธิปไตยเพื่อสร้างสรรค์ประชาธิปไตยในสังคม และการเป็นเครื่องมือหนุนช่วยการพัฒนาสังคมในมิติต่างๆ ดังนั้นจึงต้องมีการประเมินผลการทำหน้าที่บทบาทของวิทยุชุมชนว่าเป็นไปตามหลักการหรือไม่

ในงานวิจัยวิทยุชุมชนจ.นครราชสีมาและบุรีรัมย์ได้มีการประเมินบทบาทของวิทยุชุมชนเอาไว้อย่างละเอียด โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหารายการที่ออกอากาศไปแล้ว และตั้งเกณฑ์การแสดงบทบาทเอาไว้ (ดูรายละเอียดในหัวข้อ "หน้าที่และประโยชน์ของวิทยุชุมชน") เช่น

● **บทบาทตามทิศทางการไหลของข่าวสาร**

(ก) ในแนวดิ่ง มีทิศทางคือ

- จากบนลงล่าง เป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากรัฐไปสู่ประชาชน
 - จากล่างขึ้นบน เป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากประชาชนไปสู่รัฐ
- (ข) ในแนวนอน คือการติดต่อส่งข่าวสารระหว่างประชาชนด้วยกัน

- บทบาทการพัฒนาชุมชนในด้านต่างๆ
- บทบาทเสริมพลังทางเศรษฐกิจ
- บทบาทในการจับตาดูการเมืองระดับท้องถิ่น
- บทบาทในการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม

ฯลฯ

ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหารายการได้ให้ภาพที่ชัดเจนอย่างมากว่า วิद्यุชุมชนยังคงเล่นบทบาทหนักไปทางด้านการส่งข่าวสารแนวตั้งจากบนลงล่าง โดยมีสัดส่วนรายการประเภทนี้ถึงเกือบครึ่งหนึ่ง 42% และมีเพียง 3% เท่านั้นที่เป็นการสื่อสารแนวนอนระหว่างประชาชน ซึ่งเท่ากับว่าวิद्यุชุมชนยังไม่ได้เล่นบทบาทที่โดดเด่นแตกต่างไปจากวิทยุสาธารณะที่เคยมีมา การรับทราบผลจากการประเมินเช่นนี้ ช่วยให้ทิศทางการหันกลับมาปรับปรุงพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบรายการได้อย่างดี

นอกเหนือจากวิธีการวิเคราะห์เนื้อหารายการ ซึ่งเป็นวิธีการที่ให้ผลอย่างแน่นอนในการประเมินผลเรื่องบทบาทหน้าที่แล้ว อาจจะใช้วิธีการสำรวจ/สัมภาษณ์/ซักถามผู้ฟัง-ผู้ผลิตรายการ/คณะผู้บริหารวิद्यุชุมชนประกอบด้วยก็ได้

เอกสารงานวิจัยที่ใช้สังเคราะห์

1. ชาคิริต สุดสายเนตรและคณะ (2547)

"การใช้สื่อวิทยุท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมประชาคม จ.มหาสารคาม", รายงานการวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

2. ชาลิสา มากแผ่นทอง (2547)

"การวิจัยเพื่อสรุปบทเรียน : กระบวนการเตรียมกลุ่มวิทยุชุมชน จ.ปัตตานี", สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

3. วีรพงษ์ พลนิกรกิจ, เสกสรร พรหมพิทักษ์ และนิภากร กำจรเมฆกุล (2545)

"แนวทางการพัฒนาวิทยุชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน จ.นครราชสีมา และ จ.บุรีรัมย์", สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

4. วีระวรรณ ยังกิจการ และคณะ(2547)

"การมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบ เนื้อหา และวิธีดำเนินงานรายการวิทยุเพื่อชุมชนของ จ.น่าน", สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ (2543)
“สื่อเพื่อชุมชน : การประมวลองค์ความรู้”, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- กาญจนา แก้วเทพ (2545)
“วิทยุชุมชน : กระบวนการคลี่คลายและกลายเป็น”, **นิเทศศาสตร์ปริทัศน์** ปีที่6-7 (2545-46) มหาวิทยาลัยรังสิต.
- จตุรภัทร ชัยสุวรรณ (2543)
“การศึกษารูปแบบและกลวิธีในการจัดรายการวิทยุชุมชนคนโคราช จ.นครราชสีมา”, โครงการเฉพาะบุคคล คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิระวรรณ ตันกูรอนันท์ (2545)
“การมีส่วนร่วมและบทบาทผู้นำชุมชนชาวไทยภูเขาในการจัดการวิทยุชุมชน จ.แม่ฮ่องสอน” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุมพล รอดคำดี (2542)
วิทยุชุมชน : การปฏิรูปสื่อเพื่อสังคม, กรุงเทพมหานคร: ครอบคลุม 1 ปีการดำเนินงานโครงการวิทยุชุมชนของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 2 สวท. อุบลราชธานี
- ทิภาพร แสงเมืองชิน (2543)
“การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชากรโดยผ่านรายการวิทยุชุมชนสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จ.นครราชสีมา”, วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประภากร ดลกิจ (2544)
“การวิเคราะห์การจัดรายการวิทยุชุมชน “สร้างสรรค์จันทร์”, วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภาพรณ์ อัจฉริยะกุล (2531)
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-7 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สิริพร สงบธรรม (2544)
“บทบาทของรายการวิทยุชุมชนในการเสริมสร้างประชาคมสงขลาด้านปัญหาสิ่งแวดล้อม” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรินทร์ แปลงประสพโชค (2533)
“การทดลองจัดวิทยุกระจายเสียงชุมชนสำหรับชุมชนชนบทในเขตชานเมือง จ.จันทบุรี” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วีรพงษ์ พลนิกรกิจ (2542)
“ปัจจัยเชิงโครงสร้างของสถานีวิจัยท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่กำหนดรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุ” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรพรรณ ปิณฑนโหวาท (2544)
“การสื่อสาร การมีส่วนร่วม และความพึงพอใจของประชาชนในวิทยุชุมชน จ.อุบลราชธานี และจ.ระยอง” สภาวิจัยแห่งชาติ.
- เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2543)
แผนแม่บทและกฎหมายประกอบกิจการ จากเวทีปฏิรูปสื่อภาคประชาชน, เอกสารอัดสำเนา.
- เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2546)
วิทยุชุมชน : การดำเนินงานและบทบาทเชิงคุณค่า เอกสารประกอบการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ
“วิทยุชุมชน : จากชุมชนสู่สังคมประเทศ, 18-20 ก.ย. 2546 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ
สร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน: จากแนวคิดในต่างประเทศสู่บทเรียนจากการวิจัยในสังคมไทย

ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์

I. การพัฒนาและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดที่สะท้อนให้เห็นถึงเจตนารมณ์ของนักนิเทศศาสตร์ในการค้นคว้าวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ในศาสตร์ของตนเพื่อสนับสนุนให้เกิดกระบวนการสื่อสารที่เหมาะสมในการพัฒนาสังคมไปสู่สภาพที่ดีขึ้น

นักนิเทศศาสตร์ที่ให้ความสนใจกับการนำกระบวนการสื่อสารไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสังคม เชื่อว่า การสื่อสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกิจกรรมต่างๆ ในสังคม โดยเฉพาะกิจกรรมด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสื่อสารเป็นเสมือนยุทธศาสตร์สำคัญของ การทำให้การพัฒนาสังคมบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่านักนิเทศศาสตร์จะเชื่อว่าการสื่อสารสำคัญต่อการพัฒนาก็ตาม แต่ความเชื่อดังกล่าว ก็มีได้ดำเนินการบนพื้นฐานของการกำหนดให้การสื่อสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ชี้นำทิศทางของการพัฒนา ในทางกลับกันนักนิเทศศาสตร์พร้อมที่จะดำเนินการต่างๆ ที่สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาไปในทิศทางที่เหมาะสม

กาญจนา แก้วเทพ (2543) ได้เปรียบเทียบบทบาทของนักนิเทศศาสตร์ และนักพัฒนาไว้ อย่างชัดเจนในฐานะ “ลูกน้องกับลูกพี่” กล่าวคือ พวกเขาจะมองบทบาทของตนเองในฐานะ “ลูกน้อง” ซึ่งพร้อมจะปรับเปลี่ยนแนวทางและเป้าหมายในการสื่อสารได้อย่างยืดหยุ่นและคล่องตัว เมื่อ “ลูกพี่” อย่างนักพัฒนาได้ปรับเปลี่ยนแนวทางและเป้าหมายในการพัฒนา

ทิศทางของการพัฒนาชุมชนและสังคมในอดีตมุ่งเน้นการสร้างสังคมที่ทันสมัย สะดวกสบาย ภายใต้การชี้นำทิศทางของการพัฒนาโดยผู้มีอำนาจในสังคม นักการสื่อสารก็ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนากระบวนการสื่อสารในลักษณะต่างๆ ที่จะช่วยให้สมาชิกในสังคมสามารถจินตนาการถึงบรรยากาศแห่ง “สังคมทันสมัย” ในขณะเดียวกันก็กำหนดให้เครื่องมือการสื่อสารขนาดใหญ่ อาทิ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นดัชนีในการชี้วัดความทันสมัยของสังคม ตลอดจนใช้เครื่องมือต่างๆ ในทางการสื่อสารสนับสนุนให้ผู้มีอำนาจและผู้เชี่ยวชาญสามารถแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร และชี้นำทิศทางการพัฒนาในสังคมของตน โดยที่ประชาชนเล่นบทบาทเป็นผู้รับข่าวสาร และปฏิบัติตามข้อมูลข่าวสาร

ในปัจจุบัน ทิศทางของการพัฒนาชุมชนและสังคม มุ่งเน้นการพัฒนาสังคมไปสู่สภาพที่ดีขึ้น (betterment) หรือสภาวะแวดล้อมทางสังคมที่ดี (social well-being) ในขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนบทบาทระหว่างผู้มีอำนาจและประชาชนที่แตกต่างไปจากเดิม โดยมุ่งเน้นให้ผู้มีอำนาจเล่นบทบาทในเชิงการสนับสนุน (facilitation) ให้ชุมชนพัฒนาไปในทิศทางที่สมาชิกในชุมชนเห็นพ้องต้องกัน มากกว่าการสั่งการ หรือกำหนดทิศทางในการพัฒนาชุมชนอย่างที่มีอำนาจพึงปรารถนาเฉกเช่นในอดีตที่ผ่านมา

เราอาจสรุปได้ว่า การพัฒนาชุมชนและสังคมแบบร่วมสมัย เน้นการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน (public participation) โดยเฉพาะการระดมพลังความร่วมมือ (mobilization) จากบุคคลกลุ่มต่างๆ ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนและสังคม (stakeholders)

ดังนั้น กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาภายใต้กระบวนการพัฒนาเชิงทางเลือก (alternative development paradigm) จึงมีการปรับเปลี่ยนทิศทางไปจากกระบวนการพัฒนาเชิงทางเลือกครอบงำทิศทางของสังคมมายาวนาน (dominant development paradigm) หรือที่บางกลุ่มเรียกว่า เป็นกระบวนการแห่งความทันสมัยนิยม (modernization paradigm)

II. หลักการสำคัญในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

นักวิชาการด้านการสื่อสารจากลาตินอเมริกา ยุโรป และสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความสำคัญกับอธิบายความหมายของการสื่อสารในลักษณะใหม่ภายใต้กระบวนการพัฒนา ในที่นี้ผู้เขียนใคร่ขอหยิบยกแนวคิดในเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชน การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และฐานคิดในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และการพัฒนาสื่อแบบมีส่วนร่วม มาใช้ประกอบการชี้ให้เห็นหลักการสำคัญต่างๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชน¹

นับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1970 เป็นต้นมา การเคลื่อนไหวเพื่อเรียกร้องเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนกลุ่มต่างๆ ในงานพัฒนาเป็นสิ่งที่ปรากฏชัดเจนในมุมต่างๆ ของโลก Arnstein (1969) ได้นำเสนอกรอบคิดเกี่ยวกับบันไดแห่งการมีส่วนร่วมของบุคคล (A Ladder of Citizen

¹ เรียบเรียงจาก ชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์ และปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2547). การประชุมอย่างสร้างสรรค์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สถาบันการเรียนรู้และการพัฒนาประชาสังคม

Participation) และได้รับการนำไปประยุกต์ใช้ในงานเขียนอื่นๆ ที่ต้องการสะท้อนให้เห็นถึงระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนในยุคต่อมา อาทิ Deshler & Sock (1985) และ McKee (1992) เป็นต้น

บันไดแห่งการมีส่วนร่วมของบุคคลในทัศนะของ Arnstein มีจำนวน 8 ขั้น ดังแผนภาพต่อไปนี้



บันไดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นลำดับขั้นของอำนาจในการตัดสินใจของประชาชน ดังนี้

ขั้นที่หนึ่ง: การจัดการแบบเบ็ดเสร็จ หน่วยงานต่างๆ ทำหน้าที่จัดการเรื่องราวต่างๆ แบบเบ็ดเสร็จโดยตรง โดยไม่จำเป็นต้องให้ประชาชนรับรู้เรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตน ใน

ขั้นที่สอง: การร่วมรับทราบข้อมูล หน่วยงานต่างๆ มักเชิญประชาชนให้มาร่วมรับทราบข้อมูลต่างๆ และการตัดสินใจต่างๆ แต่มิได้ถามข้อมูลหรือความคิดเห็นต่างๆ จากประชาชน

ขั้นที่สาม: การร่วมให้ข้อมูลข่าวสาร ประชาชนทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ แต่ไม่ได้แสดงความรู้สึก หรือความคิดเห็นต่างๆ โดยหน่วยงานทำหน้าที่นำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ในการตัดสินใจของตน

ขั้นที่สี่: การร่วมให้คำปรึกษา ประชาชนทำหน้าที่ให้ข้อคิดเห็นต่างๆ ตามที่หน่วยงานร้องขอ และหน่วยงานยังคงมีอำนาจในการตัดสินใจ

ขั้นที่ห้า: การร่วมแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น ประชาชนเริ่มมีโอกาสแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นและนำเสนอข้อมูลต่างๆ จากมุมมองและจุดยืนของตน และในประเด็นที่ตนต้องการนำเสนอ แต่หน่วยงานต่างๆ ยังคงสงวนสิทธิในการตัดสินใจอยู่

ขั้นที่หก: การร่วมเป็นพันธมิตร ประชาชนเริ่มทำงานใกล้ชิดกับหน่วยงาน และเริ่มมีอำนาจในการเสนอข้อคิดเห็นหรือข้อโต้แย้งต่างๆ ตลอดจนกระตุ้นให้หน่วยงานตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่ประชาชนนำเสนอให้

ขั้นที่เจ็ด: การส่งตัวแทนเข้าร่วมใช้สิทธิในการตัดสินใจ ประชาชนส่วนหนึ่งได้รับคัดเลือกเข้าไปเป็นตัวแทนทำหน้าที่ในการออกความเห็น เสนอข้อโต้แย้ง และมีสิทธิโดยชอบธรรมในการตัดสินใจ

ขั้นที่แปด: การควบคุมการตัดสินใจโดยพลเมือง เป็นขั้นที่ประชาชนทำหน้าที่เป็นพลเมืองโดยสมบูรณ์ กล่าวคือ อำนาจในการตัดสินใจทั้งหมดอยู่ในมือประชาชน โดยที่หน่วยงานต่างๆ ทำหน้าที่ให้การสนับสนุนการตัดสินใจของประชาชน

สำหรับในประเทศไทย สถาบันวิจัยสังคม และสถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2545) ได้แบ่งกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ การร่วมในการวางแผน การร่วมในการดำเนินกิจกรรม การร่วมในการใช้ประโยชน์ การร่วมในการได้รับผลประโยชน์ การร่วมในการประเมินผล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การร่วมในการวางแผน (Participation in Planning) ซึ่งประกอบด้วย การมีส่วนร่วมนับตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา การกำหนดลำดับความสำคัญของปัญหา การกำหนดเป้าหมาย การกำหนดแนวทางในการดำเนินงาน การกำหนดแนวทางในการติดตามและประเมินผล
2. การร่วมในการดำเนินกิจกรรม (Participation in Implementation) ซึ่งประกอบด้วย การสนับสนุนด้านทรัพยากรและการประสานความร่วมมือ
3. การร่วมในการใช้ประโยชน์ (Participation in Utilization) ซึ่งประกอบด้วย การนำเอากิจกรรมเหล่านั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยเฉพาะในด้านการเพิ่มระดับการพึ่งตนเอง และการควบคุมทางสังคม

4. การร่วมในการได้รับผลประโยชน์ (Participation in Benefit Sharing) ซึ่งประกอบด้วย การแจกจ่ายประโยชน์การพัฒนาอย่างยุติธรรม
5. การร่วมในการประเมินผล (Participating in Evaluation) ซึ่งประกอบด้วย การให้ประชาชนได้รับทราบถึงสภาพปัญหา และอุปสรรคต่างๆ เพื่อร่วมกันหาทางแก้ไขต่อไป

ในเชิงกฎหมายเกี่ยวกับด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน สถาบันวิจัยสังคม (2545) ได้ระบุว่า รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ปีพุทธศักราช 2540 ได้มีบทบัญญัติที่สำคัญที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการรับรู้ และให้ความเห็นประกอบการทำโครงการที่สำคัญๆ ที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ในเชิงปฏิบัติในบริบทของงานด้านสิ่งแวดล้อม ผลจากการศึกษาโครงการพัฒนาการดำเนินงานการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมยังอยู่ในระดับแค่การร่วมรับรู้ข้อมูลข่าวสารเท่านั้น ในขณะที่ต่างประเทศได้พัฒนาไปถึงขั้นการที่ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจได้

2. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

นักวิชาการกลุ่มหนึ่ง อาทิ Servaes, Jacobson, และ White (1996), Dragon (2001) Singhal (2004) Sthapitanonda (2004) ได้ให้ความสำคัญกับการชี้ให้เห็นถึงจุดเด่นของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม อันเป็นการสื่อสารเพื่อการพัฒนาภายใต้กระบวนการทัศน์ใหม่ โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบเกี่ยวกับความแตกต่างในเชิงทิศทางการสื่อสารและคุณลักษณะของสื่อที่ใช้ในการสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม ซึ่งปรากฏในกระบวนการทัศน์เดิมที่ครอบงำสังคม ดังสรุปได้ในตารางที่ 1

หากพิจารณาจากตารางดังกล่าว เราจะเห็นว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการสื่อสารซึ่งมุ่งการดำเนินการไปสู่เป้าหมายในเชิงการเปลี่ยนแปลงแบบยั่งยืน การดำเนินการดังกล่าวใช้ระยะเวลายาวนาน และให้ความสำคัญกับการสร้างจิตสำนึกซึ่งอยู่ภายในบุคคล ควบคู่ไปกับการร่วมมือกันตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ที่สำคัญต่อการพัฒนาชุมชนและสังคม

หากพิจารณาภาพของบุคคลที่สื่อสารกัน เราอาจอธิบายได้ว่า เป็นการสื่อสารในแนวระนาบ (horizontal) และการสื่อสารแบบสองทาง (two-way) ระหว่างบุคคล โดยที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมิได้แสดงออกซึ่งอำนาจที่เหนือกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง หรือการสั่งการเพื่อให้อีกฝ่ายหนึ่งปฏิบัติตาม แต่เป็นการสื่อสารในลักษณะของกระบวนการหารือร่วมกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและ

ความหมายร่วมกัน ตลอดจนการร่วมรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน บนพื้นฐานของหลักการประชาธิปไตย

นอกจากนั้น การดำเนินการดังกล่าวยังคำนึงถึงความจำเป็นของประชาชนเป็นหลัก โดยเลือกสรรเนื้อหาในการสื่อสาร และการใช้ภาษาต่างๆ บนพื้นฐานของการเคารพวัฒนธรรมของชุมชน และการคำนึงถึงความเท่าเทียมกันเป็นสำคัญ ในกรณีนี้ บุคคลภายนอกมักดำเนินบทบาทเป็นผู้สนับสนุนการพัฒนา ในขณะที่ให้สมาชิกในชุมชนได้ร่วมกันตัดสินใจในเรื่องต่างๆ อันก่อให้เกิดการรับรู้ถึงอำนาจร่วมกันในการตัดสินใจ ความเข้าใจร่วมกัน และการร่วมกันรับผิดชอบต่อกิจกรรมและผลพวงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายหลัง

ตารางที่ 1 : การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และการสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม	การสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม
การสื่อสารในแนวนอน (horizontal) ของคู่สื่อสาร ในทิศทางของการแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน (two-way communication)	การสื่อสารในแนวตั้ง (vertical/top-down) จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารในทิศทางเดียว (one-way communication)
กระบวนการหารือและการมีส่วนร่วมบนพื้นฐานของหลักการประชาธิปไตย	การรณรงค์เพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมในระยะสั้น โดยไม่เน้นการสร้างศักยภาพบุคคล
กระบวนการเปลี่ยนแปลงแบบยั่งยืนซึ่งใช้ระยะเวลายาว	กระบวนการวางแผนในระยะสั้นและเน้นการค้นหาทางออกให้เสร็จอย่างรวดเร็ว
การพัฒนาพลังอำนาจร่วมและการตัดสินใจร่วมกัน	การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมระดับบุคคล
การเน้นความร่วมมือของชุมชน	การเน้นดำเนินการเพื่อชุมชน
การเน้นเนื้อหา ภาษา โดยเคารพวัฒนธรรมเฉพาะถิ่น	การดำเนินการในระดับมหภาคและวงกว้าง โดยไม่คำนึงถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม
คำนึงถึงความจำเป็นของประชาชนเป็นหลัก	คำนึงถึงความต้องการของกลุ่มผู้สนับสนุนงบประมาณเป็นหลัก

บุคคลภายนอกชุมชนทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนการพัฒนา (facilitator)	บุคคลภายนอกชุมชนทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดทิศทางในการพัฒนา (authoritarian)
ชุมชนเป็นเจ้าของกิจกรรมและผลผลิต	ชุมชนสามารถเข้าถึงกิจกรรมและผลผลิตภายใต้องค์ประกอบทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม แต่ไม่มีบทบาทในการตัดสินใจ
เน้นการสร้างจิตสำนึกภายในตัวบุคคล	เน้นการโน้มน้าวใจระยะสั้น

เรียบเรียงและปรับปรุงจาก Dragon (2001), Singhal (2004), Sthapitanonda (2004)

อย่างไรก็ตาม กระบวนการด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมปฏิเสหกิจกรรมและกระบวนการสื่อสารในลักษณะต่างๆ ที่ดำเนินการโดยมิได้คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยเฉพาะการสื่อสารในลักษณะการสั่งการจากผู้มีอำนาจในเบื้องบน ซึ่งอ้างว่าตนเป็นผู้กำหนดทิศทางที่เหมาะสมลงสู่ประชาชนผู้รับสารในด้านล่าง (top-down/ vertical) และการอ้างว่าการดำเนินการดังกล่าวกระทำขึ้นเพื่อชุมชน หรือการดำเนินการต่างๆ ที่ชุมชนสามารถเข้าถึงกิจกรรมและผลผลิตภายใต้องค์ประกอบทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม โดยปราศจากการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมรับผิดชอบ

ในทางปฏิบัติ ภาพของการสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วมมักปรากฏในลักษณะการดำเนินการระดับมหภาคและวงกว้าง โดยเฉพาะในเชิงการวางแผนในระยะสั้นและเน้นการค้นหาทางออกอย่างรวดเร็ว ซึ่งมักปรากฏในลักษณะของการรณรงค์เพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมในระยะสั้นโดยเน้นการโน้มน้าวใจระยะสั้น แต่ไม่เน้นการสร้างศักยภาพบุคคล ในขณะเดียวกันก็มีการดำเนินการติดตาม/ประเมินผลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคลที่เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนว่าเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีอำนาจ โดยเฉพาะกลุ่มผู้สนับสนุนงบประมาณเพียงใด

3. ฐานคิดสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

แนวคิดเชิงการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์มิได้พัฒนาการขึ้นโดยคำนึงถึงแนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารเท่านั้น แต่แนวคิดต่างๆ ข้างต้นพัฒนาขึ้นบนพื้นฐานของแนวคิดด้านพัฒนาในบริบทของสังคมประชาธิปไตย โดยเฉพาะในมุมมองของ Freire

(1970, 1998), Habermas (1984, 1987, 1989) และแนวคิดด้านการบริหารจัดการในมุมมองของ Issacs (1993, 1994)

Freire เป็นนักวิชาการชาวบราซิลด้านการศึกษาและการพัฒนาเป็นบุคคลหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อการพัฒนาฐานคิดในเชิงการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

แนวคิดของ Freire ซึ่งมีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ได้แก่ การพัฒนาจิตสำนึก (conscientization) ของกลุ่มผู้คัดค้าน Freire เชื่อว่า กระบวนการดังกล่าวจะดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพในกรณีที่การสื่อสารเป็นไปในลักษณะของการเผชิญหน้ากัน (face-to-face) ซึ่งอาจปรากฏในลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคล หรือการสื่อสารในกลุ่มเน้นให้เห็นถึงกระบวนการที่ฝ่ายค้านเกิดสำนึก ซึ่งมักเกิดแบบเผชิญหน้าทั้งในระดับบุคคลและระดับกลุ่ม.

Freire ชี้ให้เห็นว่า กระบวนการพัฒนาจิตสำนึกมักเกิดขึ้นในขณะที่กำลังสื่อสาร หรือสมาชิกในกลุ่มสนทนา ผลัดกันเล่นบทบาทเป็นทั้งครูและนักเรียนในเวลาเดียวกัน โดยที่ประเด็นในการสื่อสารนั้นเป็นประเด็นที่ต่างฝ่ายต่างมีประสบการณ์ และมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับประเด็นนั้นๆ กันตนเอง การหารือร่วมกันในลักษณะดังกล่าวจะก่อให้เกิดการสะท้อนในเชิงการวิพากษ์กัน และความตระหนักเกี่ยวกับประเด็นปัญหาต่างๆ ที่เชื่อมโยงกันจนนำไปสู่การกระทำต่างๆ หรือการปฏิบัติการ ในเชิงที่เป็นผลสะท้อนจากมุมมองต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการสนทนา

แนวคิดของ Freire มีบทบาทสำคัญต่อนักคิดและนักวิชาการด้านการสื่อสารในสังคมลาตินอเมริกัน สังคมอเมริกัน ยุโรป และเอเชียในการร่วมมือกันพัฒนาแนวคิดด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยเฉพาะในด้านที่เกี่ยวข้องกับบทบาท ประเด็น และวิธีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

Habermas เป็นนักคิดและนักวิชาการด้านสังคมศาสตร์ชาวเยอรมัน แนวคิดของ Habermas ในเชิงการสื่อสาร สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของการสื่อสารในลักษณะต่างๆ และความ เป็นประชาธิปไตย

แนวคิดของ Habermas สะท้อนให้เห็นว่า กระบวนการหารือกัน (dialogue process) มีบทบาทต่อการสร้างสังคมประชาธิปไตย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เขาเชื่อว่า การหารือกันจะทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ต่างๆ ในเชิงการกระจายอำนาจ (decentralized identities) อันนำไปสู่การพัฒนาความสามารถในการมีส่วนร่วมของบุคคล บนพื้นฐานของจริยธรรมเชิงประชาธิปไตย เขา เชื่อว่า การหารือร่วมกันจะนำไปสู่การปฏิบัติการด้านการสื่อสาร (communicative action) อันส่งผลให้เกิดความสามารถในการมีส่วนร่วมของฝ่ายต่างๆ บนพื้นฐานของจริยธรรมแบบเปี่ยมไปด้วยหลักการประชาธิปไตย (democratic ethics)

นอกจากนั้น Habermas ยังมองว่า การกระบวนการณ์หารือกันยังจะนำไปสู่การปฏิบัติการด้านการสื่อสาร (communicative action) เขาอธิบายไว้อย่างชัดเจนว่า การปฏิบัติการด้านการสื่อสารของกลุ่มตัวแทนต่างๆ มักเกี่ยวข้องกับการประสานความร่วมมือแบบต่างๆ ที่มีได้ผ่านการคิดคำนวณผลสำเร็จแบบที่อิงศูนย์อยู่ที่อัตตา (egocentric) ของบุคคลหนึ่งๆ แต่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ที่มุ่งเน้นการบรรลุความเข้าใจร่วมกัน

ยิ่งไปกว่านั้น แรงผลักดันต่างๆ (forces) ที่ก่อให้เกิดการปฏิบัติการด้านการสื่อสารยังไม่ใช่แรงผลักดันในเชิงพลังอำนาจ (power) แต่เป็นแรงผลักดันในเชิงการค้นหา (inquires) แนวคิดที่ดีกว่าโดยคำนึงถึงสิทธิ (rights) ในการสื่อสารของบุคคลต่างๆ โดยเฉพาะบุคคลที่ด้อยอำนาจ

ถึงแม้ว่า Habermas จะมีได้ระบุว่า แนวคิดดังกล่าวข้างต้นของเขาเกี่ยวข้องกับแนวคิดด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม แต่นักวิชาการชาวอเมริกัน อย่าง Storey และ Jacobson (2004) เชื่อว่า แนวคิดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นหลักการสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม Storey และ Jacobson มองว่า แนวคิดเรื่องการปฏิบัติการสื่อสารของ Habermas และแนวคิดด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมต่างมุ่งเน้นไปที่ “กระบวนการณ์ซึ่งบุคคลที่เข้าร่วมในกระบวนการณ์ได้ก้าวเข้าสู่การกระทำกิจกรรมต่างๆ ในทิศทางที่ก่อให้เกิดความเข้าใจกัน (understanding)” (หน้า 423) โดยที่บุคคลเหล่านั้นอาจดำเนินการพบปะหารือกันในเวทีสาธารณะรูปแบบต่างๆ และพูดคุยกันเกี่ยวกับเรื่องราวที่มีความสำคัญต่อสาธารณชน

แนวคิดเชิงการบริหารจัดการด้านธุรกิจ เป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีบทบาทต่อการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม Issacs (1993, 1994) นักวิชาการด้านการบริหารธุรกิจชาวอเมริกัน เป็นอีกบุคคลหนึ่งที่ทำให้ความสนใจกับวิธีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ในลักษณะของการหารือกัน (dialogue) เขาเชื่อว่าการหารือกันมีบทบาทสำคัญในการพัฒนากระบวนการณ์คิดร่วมกัน (collective thinking) และกระบวนการณ์พัฒนาการเรียนรู้ขององค์กร

ยิ่งไปกว่านั้น Issacs ยังมองว่า การหารือกันเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างการเรียนรู้ของทีมงาน (team learning)

Issacs ได้เริ่มต้นสนใจแนวคิดด้านการหารือกัน หลังจากที่เขาได้รับแรงบันดาลใจจากนักปรัชญาอย่าง Martin Burber (1988) นักจิตวิทยาอย่าง Patrick DeMare (1991) และนักฟิสิกส์อย่าง Bohm (1989) ซึ่งอุทิศตนในช่วงสุดท้ายของชีวิตกับกระบวนการณ์ศึกษาเรื่องการหารือกัน

ด้วยความเชื่อมั่นในคำนิยามเรื่องการหารือกันตามทัศนะของ Bohm ซึ่งพยายามชี้ให้เห็นว่าเป็นการไหลเวียนผ่านไปมาของความหมายต่างๆ Issacs จึงอธิบายว่า การหารือกันเป็นกระบวนการณ์แสวงหาร่วมกันอย่างยั่งยืนในอันที่จะพัฒนากระบวนการณ์ ข้อสันนิษฐาน และการ

กลั่นกรองสิ่งต่างๆ ที่เป็นประสบการณ์ในชีวิตประจำวัน เขามองว่า มนุษย์ที่ต้องการหารือกัน จำเป็นต้องประยุกต์หลักการสำคัญหกประการในชีวิตประจำวัน ซึ่งได้แก่ การแขวนข้อสันนิษฐาน การสังเกตผู้สังเกตการณ์ การรับฟังบุคคลที่นั่งฟังพวกเขาอยู่ก่อน และการชะลอการแสวงหาให้ช้าลง ในขณะที่ตระหนักถึงแนวคิดต่างๆ และติดตามแนวคิดเชิงสุดขั้วอย่างใกล้ชิด

ดังนั้น หากสรุปให้เห็นถึงแนวคิดและหลักการสำคัญของนักวิชาการที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เราอาจกล่าวได้ว่า Freire และ Habermas ได้พยายามสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาการคิดเชิงปรัชญาให้กับแนวคิดด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ในขณะที่แนวคิดของ Issacs เน้นการพยายามประยุกต์หลักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมลงสู่การปฏิบัติการอย่างเป็นรูปธรรมในชีวิตประจำวันของบุคคลซึ่งสนใจทำให้กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นจริง

4. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมกับการพัฒนาสื่อแบบต่างๆ

Singhal (2004) เป็นนักวิชาการชาวอินเดียในสหรัฐอเมริกา ที่พยายามชี้ให้เห็นว่า แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไม่จำเป็นที่จะต้องเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ของการสื่อสารแบบซึ่งหน้ากันของบุคคลฝ่ายต่างๆ แต่การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมสามารถเป็นกรอบคิดหลักในการพัฒนาสื่อแบบต่างๆ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน

Singhal ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาสื่อชุมชนแบบมีส่วนร่วม (participatory community media) เป็นการดำเนินการต่างๆ ที่เชื่อมั่นว่า สื่อมวลชนในระดับใหญ่และระดับเล็กเป็นสิ่งที่ทรงพลัง เขาย้ำว่า การมีส่วนร่วมในระดับต้นจะเกิดขึ้นหากสาธารณชนมีโอกาสเข้าถึงสื่อประเภทต่างๆ โดยเฉพาะสื่อที่เหมาะสม นอกจากนั้นการมีส่วนร่วมในระดับก้าวหน้าจะเกิดขึ้น หากประชาชนได้มีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบสื่อ การดำเนินการผลิตสื่อ ตลอดจนการประกอบกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร โดยเน้นการจัดการด้วยตนเอง (self-management) หรือการจัดการสื่อโดยชุมชน-เพื่อชุมชน-ของชุมชนนั่นเอง

III. กรณีศึกษา: การวิจัยด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมระดับชุมชน ในประเทศไทย

ในระหว่างปี พ.ศ. 2543-2547 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ได้สนับสนุนให้มีการพัฒนาชุดการวิจัยด้านที่เกี่ยวข้องกับ “การสื่อสารและชุมชน” เป็นจำนวนรวม 30 โครงการทั่วประเทศ

ในเอกสารส่วนนี้ ผู้เขียนได้สรุปภาพรวมงานในวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการพัฒนาสื่อแบบต่างๆ โดยคำนึงถึงหลักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจำนวน 5 เรื่อง คือ สื่อหอกระจายข่าว สื่อรณรงค์ การใช้สื่อละครเพื่อการพัฒนาชุมชนของกลุ่มละครมะขามป้อม สื่อโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อใช้ประกอบการสังเคราะห์ให้เห็นภาพของแนวคิดด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมทั้งในเชิงกว้างและเชิงลึก

1. กรณีสื่อหอกระจายข่าว

หอกระจายข่าวเป็นสื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ซึ่งได้รับการติดตั้งอยู่ในหมู่บ้านต่างๆ ในประเทศไทยมาเป็นเวลาหลายสิบปี

อย่างไรก็ตาม บุคคลต่างๆ มักมองว่าหอกระจายข่าวเป็นเครื่องมือในการสื่อสารของภาครัฐ เนื่องจากเจตนารมณ์ของหอกระจายข่าวมุ่งเน้นไปที่การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของภาครัฐไปสู่สมาชิกในชุมชน อันส่งผลให้หอกระจายข่าวมีสภาพเป็นสื่อในชุมชน ที่ห่างเหินจากความเป็นชุมชน

รองศาสตราจารย์ ดวงพร คำบุญวัฒน์ และคณะ ได้พัฒนาโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาหอกระจายข่าวเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน” (2545) และ “การดำเนินงานหอกระจายข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนอย่างยั่งยืน” (2547) โดยประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการในหมู่บ้านต่างๆ ของอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร

งานวิจัยเรื่องนี้มุ่งเน้นการค้นหาวិธีการดำเนินการหอกระจายข่าวที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนอย่างยั่งยืน ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ผลที่เกิดขึ้น ตลอดจนการเสริมศักยภาพให้แก่ชุมชนในการดำเนินงาน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการ “ชูชีวิตให้กับหอกระจายข่าว” ให้เป็นสื่อเพื่อชุมชน-โดยชุมชน-ของชุมชน

ผลของการดำเนินการวิจัยเรื่องนี้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในหลายระดับ ในระดับบุคคล กลุ่มผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ของหอกระจายข่าวในชุมชน ตลอดจนมีความมั่นใจในการดำเนินการเพื่อให้หอกระจายข่าวเป็นสื่อของชุมชน มีทักษะและวิธีการแสวงหาข้อมูล และจัดรายการผ่านหอกระจายข่าวอย่างเหมาะสม ตลอดจนมีทักษะในการถ่ายทอดประสบการณ์สู่กลุ่มบุคคลภายนอก

ในระดับเนื้อหา หอกระจายข่าวได้ทำหน้าที่ในการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับภายในชุมชนมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็สามารถดำเนินการประสานความร่วมมือกับสื่อมวลชนอื่นๆ ทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับภูมิภาคในการสนับสนุนข้อมูลของกันและกันมากขึ้น

ในระดับชุมชน พบว่า สมาชิกในชุมชนมีความพึงพอใจหอกระจายข่าวมากขึ้น รับรู้เรื่องราวต่างๆ และมีโอกาสแสดงความคิดเห็นผ่านหอกระจายข่าว นอกจากนั้นสมาชิกในชุมชนได้ให้ความสนใจกับการพูดคุยเกี่ยวกับหอกระจายในการประชุมหมู่บ้าน และใช้งานหอกระจายข่าวในทุกกิจกรรมของชุมชน ตลอดจนสมาชิกส่วนหนึ่งในชุมชนได้มีส่วนร่วมในเชิงการบริจาคเงินแรงงาน และวัสดุอุปกรณ์สำคัญต่างๆ ที่สนับสนุนให้เกิดการบริหารหอกระจายข่าวได้อย่างคล่องตัว

ในระดับระหว่างชุมชน เกิดการพัฒนาข่ายผู้ปฏิบัติงานด้านหอกระจายข่าว ซึ่งมีการพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ให้กำลังใจกัน การจัดตั้งกองทุนเพื่อช่วยเหลือกัน ตลอดจนผลิตสื่อสัญลักษณ์ เช่น เสื้อ เพื่อแสดงความรู้สึกถึงความเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน

ท้ายที่สุดหอกระจายข่าวก็ได้รับการชุบชีวิตใหม่ก้าวสู่ความเป็น “สื่อของชุมชน” อย่างงดงาม

2. กรณีสื่อรณรงค์

การรณรงค์เป็นกิจกรรมที่มักนิยมดำเนินการในระดับมหภาค โดยองค์กรขนาดใหญ่ เพื่อกระจายข้อมูลข่าวสาร และกระตุ้นพฤติกรรมของประชาชนในวงกว้าง

จำเริญ ไยชิต และคณะ (2547) เชื่อมั่นว่า การรณรงค์สามารถพัฒนาขึ้นในระดับชุมชนได้ โดยเฉพาะหากประเด็นที่รณรงค์เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับชุมชนโดยตรง ดังเช่นประเด็นเรื่อง “เอดส์” ทั้งนี้เนื่องจากการดำเนินการดังกล่าวจะนำไปสู่การสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนของการคิด การตัดสินใจ การลงมือผลิต และการรับผิดชอบต่อผลที่เกิดขึ้นได้อย่างเต็มที่

แนวคิดดังกล่าวนำไปสู่การพัฒนาโครงการ “การสื่อสารในระดับชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาเอดส์ในจังหวัดเชียงราย” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาลักษณะการสื่อสารในชุมชนที่สัมพันธ์กับการแก้ไขปัญหาเอดส์ การศึกษาศักยภาพของชุมชนในการรณรงค์แก้ไขปัญหาเอดส์ และพัฒนากระบวนการสื่อสารรณรงค์แบบบูรณาการเพื่อจัดการกับปัญหาเอดส์ในชุมชน

หลังจากการดำเนินการวิจัยในพื้นที่บ้านเวียงกลาง อ. เมือง บ้านดอยงาม อ. พาน และ บ้านป่าแดงหลวง อ. แม่สาย ผลของงานวิจัยเรื่องนี้ได้พิสูจน์ให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในระดับต่างๆ กล่าวคือ ในระดับบุคคล สมาชิกในชุมชนเกิดความรักและความหวงแหนชุมชน โดยเฉพาะการไม่ต้องการให้ชุมชนของตนมีปัญหา ความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น

ในส่วนของบุคคลที่ได้มีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต ยังได้มีโอกาสพัฒนาทักษะในการเลือกสื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน ความรู้สึกพอใจในผลงานของตน และการสามารถนำประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ได้เป็นอย่างดี ตลอดจนปรับเปลี่ยนบทบาทของตนไปสู่การพัฒนาศักยภาพในการกำหนดประเด็น ชื่องาน และการพัฒนาขั้นตอนในการผลิตสื่อรณรงค์เพื่อชุมชน

นอกจากนั้น งานวิจัยเรื่องนี้ยังส่งผลต่อระดับชุมชนและระหว่างชุมชน กล่าวคือ ในระดับชุมชนเกิดการพัฒนาสัมพันธภาพและสายสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของชุมชน ส่วนในระดับระหว่างชุมชนเกิดเครือข่ายบุคคลที่คิด และร่วมมือกันทำงานรณรงค์เพื่อชุมชนขึ้น

3. กรณีสื่อละคร

งานวิจัยเรื่อง “การใช้สื่อละครเพื่อการพัฒนาชุมชนของกลุ่มละครมะขามป้อม” ซึ่งจะกล่าวถึงในเอกสารฉบับนี้แบบสั้นๆ ว่า “สื่อละคร” มีเป้าหมายเพื่ออธิบายเกี่ยวกับพัฒนาการของกระบวนการละคร กลยุทธ์ ผลกระทบ และปัจจัยที่มีผลต่อการนำสื่อละครมาใช้ในการพัฒนา

การดำเนินงานเน้นการสนับสนุนให้สมาชิกของกลุ่มละครมะขามป้อม นำโดย บัวแข บัว ประโคน และคณะ (2547) ได้ดำเนินการค้นคว้าวิจัยตนเอง เพื่อให้เกิดการ “แปลงสัญชาติญาณ (การทำงาน) ที่มีอยู่ให้กลายเป็นชุดความรู้” (หน้า 4)

กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มมะขามป้อมเริ่มปรากฏอย่างชัดเจนขึ้น นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-ปัจจุบัน เมื่อกลุ่มมะขามป้อมได้เน้นการศึกษาข้อมูลจากชุมชน แล้วนำมาผลิตเป็นผลงาน ในขณะเดียวกันก็นำสื่อพื้นบ้านและสื่อวัฒนธรรมมาผสมผสานกับสื่อละครใหม่ จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของละครมะขามป้อม ตลอดจนการเน้นให้ผู้ชมใช้ความคิดวิเคราะห์จากข้อมูลเพื่อสร้างทางเลือกของตนเอง แทนการใช้สื่อละครในการโน้มน้าวใจให้เชื่อตาม

ยิ่งไปกว่านั้น กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในกระบวนการละครของมะขามป้อมยังมีความโดดเด่น เมื่อกลุ่มมะขามป้อมพยายามสนับสนุนให้เกิดกลุ่มละครเยาวชนในพื้นที่ เพื่อให้

เยาวชนได้พัฒนาศักยภาพของตน และสามารถรวมกลุ่มกันในการทำงานละครเพื่อการพัฒนาภายในชุมชนตนเองได้ด้วยตนเอง และสามารถดำรงอยู่เป็นกลุ่มละครชุมชนได้อย่างยั่งยืน

การออกแบบกระบวนการวิจัย ให้ความสำคัญกับกิจกรรมต่างๆ ทั้งการศึกษาข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ (historical research) โดยนำหลักฐานจากเอกสารต่างๆ (document) มาวิเคราะห์ควบคู่ไปกับการดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (interviewing with key informants) และการจัดสนทนากลุ่ม (focus group) ตลอดจนการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) เพื่อนำข้อมูลด้านผลจากกระบวนการละครมาใช้ประกอบการยืนยันความตรง (validity) ในงานวิจัยเรื่องนี้

ผลจากการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในระดับต่างๆ กล่าวคือ ในระดับบุคคล กลุ่มเยาวชนเกิดการเปลี่ยนแปลงในตนเอง โดยเฉพาะการรู้และเข้าใจพฤติกรรมของตน ตลอดจนมีทักษะในการสนับสนุนให้บุคคลกลุ่มอื่นๆ เกิดการเปลี่ยนแปลง

ในระดับชุมชน เกิดการเปิดพื้นที่ใหม่ๆ สำหรับสื่อละคร โดยเฉพาะในการใช้กระบวนการละครเพื่อสนับสนุนการพัฒนาชุมชน ตลอดจนเกิดมุมมองใหม่ๆ ต่อเยาวชน โดยเฉพาะในเชิงความภาคภูมิใจที่มีต่อเยาวชน การเห็นประโยชน์ และการกระตุ้นการมีส่วนร่วม ตลอดจนการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของบุคคล

4. กรณีสื่อโทรทัศน์

โทรทัศน์เป็นสื่อขนาดใหญ่ สามารถเข้าถึงผู้คนได้ในวงกว้าง ภายในเวลาสั้นๆ อันก่อให้เกิดการรับรู้ในเรื่องต่างๆ ผ่านภาพและเสียง

หุทัย ชัดนาค และคณะ (2547) ได้พัฒนาโครงการวิจัย “สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พิษณุโลก ในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน” หรือที่เรียกสั้นๆ ในเอกสารฉบับนี้ว่า สื่อโทรทัศน์

การดำเนินงานเริ่มต้นจากการสำรวจสถานการณ์และบทบาทของโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน และปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์ สสท. 11 ในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน ตลอดจนทดลองพัฒนารายการโทรทัศน์โดยอิงหลักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยเฉพาะในเชิงการเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการนำเสนอประเด็นชุมชนของตนเอง และติดตามผลผลที่เกิดขึ้นในเขตภาคเหนือตอนล่าง

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นอุปสรรคในการที่โทรทัศน์ท้องถิ่นจะเป็นโทรทัศน์ “เพื่อชุมชน-โดยชุมชน-ของชุมชน” อาทิ โทรทัศน์ท้องถิ่นยังคงติดภาพลักษณะความเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารของทางราชการ และมีเนื้อหาค่อนข้างไกลตัว ในขณะที่ผังของรายการประจำวันมีความไม่ต่อเนื่องและไม่แน่นอน อันส่งผลให้ผู้ชมไม่สามารถติดตามได้ ส่วนบุคคลที่นิยมรายการโทรทัศน์ท้องถิ่น มักได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชน และเจ้าหน้าที่ของรัฐ เนื่องจากเนื้อหา มีลักษณะเอื้อประโยชน์และตอบสนองความต้องการได้ (หน้า 7)

ส่วนรายการท้องถิ่นที่มีศักยภาพต่อการก้าวเข้าสู่การเป็นรายการเพื่อชุมชน ได้แก่ รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับท้องถิ่นโดยตรง ทั้งในเชิงการนำเสนอข่าวท้องถิ่น หรือเรื่องราวที่ส่งมีประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในท้องถิ่น ตลอดจนเรื่องราวที่สะท้อนให้เห็นศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังเช่นรายการข่าวท้องถิ่น รายการส่งเสริมศิลปินไทย และรายการเก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน

อย่างไรก็ตาม การก้าวเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในรายการท้องถิ่นยังมีความเป็นไปได้น้อย พบว่า ประชาชนมักมีส่วนร่วมในระดับการแสดงความคิดเห็นในรายการ การแนะนำติชมรายการ หรือการขอข้อมูลเพิ่มเติมในรายการสดมากกว่ารายการที่บันทึกเทป นอกจากนั้นอาจเป็นไปได้ในลักษณะเข้าร่วมรายการ แจ้งเบาะแสด หรือเรื่องราวร้องทุกข์ ในขณะที่การก้าวเข้าสู่ระดับการผลิต หรือการวางแผนเชิงนโยบายยังมีอาจเป็นไปได้

คณะวิจัยได้สรุปให้เห็นว่า ปัญหา/อุปสรรคหลัก ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานของสถานี โดยเฉพาะในด้านการตัดสินใจเชิงนโยบายต่างๆ ปัญหาเชิงการแข่งขันในด้านธุรกิจการผลิตรายการ และปัญหาด้านแหล่งทุนสนับสนุนการผลิตรายการ

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ความเป็นรายการโทรทัศน์เพื่อชุมชน โดยชุมชน และของชุมชน ยังเป็นสิ่งที่ไกลตัว トラบได้ที่กลุ่มผู้มีอำนาจในการกำหนดนโยบายและงบประมาณยังไม่เป็นภาพใหญ่เกี่ยวกับความสำคัญของสื่อโทรทัศน์ต่อชุมชนร่วมกัน นอกจากนั้นงานวิจัยเรื่องนี้ยังชี้ให้เห็นปัญหาเชิงกระบวนการทำงาน โดยเฉพาะในเชิงปริมาณบุคคลกรที่มีอยู่จำกัด ปัญหาในเชิงประเด็นซึ่งเน้นการประชาสัมพันธ์บุคคลบางกลุ่ม ตลอดจนปัญหาในเชิงขาดการออกแบบระบบสะท้อนกลับที่ไม่เหมาะสม อันทำให้งานวิจัยเรื่องนี้สามารถกระตุ้นให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบบางประการในระดับรายการเท่านั้น

5. กรณีสื่ออินเทอร์เน็ต

หากพิจารณาด้านทิศทางการสื่อสาร เราจะพบว่า สื่ออินเทอร์เน็ตมีศักยภาพในเชิงการสื่อสารสองทางระหว่างแบบมีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง (two-way interactive communication) โดยเฉพาะปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มบุคคลต่างๆ ที่เข้าใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ถึงแม้ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมักถูกขนานนามว่า เป็นสื่อใหม่จากภายนอกชุมชน ซึ่งเหมาะกับสมาชิกในสังคมเมือง หรือบุคคลที่มีระดับความชื่นชมเทคโนโลยีสมัยใหม่สูง แต่สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ผู้กำหนดนโยบายของประเทศได้ให้ความสำคัญในการดำเนินการติดตั้งระบบให้กับองค์กรบริหารส่วนตำบล หรือที่รู้จักกันในชื่อของ อินเทอร์เน็ตตำบล

อ. ศิวพร ศรีสมัย และคณะ (2547) ได้พัฒนาโครงการวิจัยเรื่อง “อินเทอร์เน็ตตำบล: กรณีศึกษาจังหวัดสุรินทร์” หรือที่เรียกในเอกสารฉบับนี้ว่า “สื่ออินเทอร์เน็ต” โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสภาพและปัญหาของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับโครงการอินเทอร์เน็ตตำบล กระบวนการใช้งาน และการบริหารจัดการอินเทอร์เน็ตตำบลของชุมชน

กิจกรรมสำคัญประการหนึ่งในงานวิจัยเรื่องนี้ที่สะท้อนให้เห็นความพยายามในการทดลองพัฒนาระบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือ การแนะนำสื่ออินเทอร์เน็ตให้แก่ชุมชน โดยดำเนินการในลักษณะของการบรรยาย การฝึกอบรม การศึกษาดูงาน ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นให้เกิดความตระหนักเกี่ยวกับคุณค่าของสื่ออินเทอร์เน็ต และการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน

ผลการวิจัย พบว่า การยอมรับสื่ออินเทอร์เน็ตในฐานะสื่อใหม่ของชุมชน เป็นไปได้ยาก ทั้งนี้เนื่องจาก สื่ออินเทอร์เน็ตไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งนิยมการพูดคุยกัน หรือการรับรู้ข้อมูลผ่านสายตา หรือหู โดยมีได้นิยมการขีดเขียน

นอกจากนั้นผลการวิจัยยังพบว่า อบต. แดลเป็นเพียงพื้นที่เดียวในการวิจัย (จาก 12 ตำบล) ซึ่งมีความพร้อมในการขยายงานอินเทอร์เน็ตตำบลสู่การใช้งานของสมาชิกกลุ่มต่างๆ ในชุมชน โดยมีการจัดสร้างห้องอินเทอร์เน็ตชุมชน และการจัดหาเครื่องคอมพิวเตอร์เพิ่มเติมให้กับสมาชิก ตลอดจนมีการจัดอบรม การศึกษาดูงาน/พูดคุยกับชุมชนอื่นๆ ที่มีประสบการณ์ด้านการจัดตั้งศูนย์สารสนเทศสำหรับชุมชน

อย่างไรก็ตาม การดำเนินการดังกล่าวนำไปสู่อุปสรรคในเชิงการบริหารจัดการโครงการให้เกิดความยั่งยืน ภายหลังจากที่โครงการวิจัยสิ้นสุด และมีการเปลี่ยนตัวผู้บริหารอบต. และปลัดอบต. อันทำให้เกิดช่องว่างในการการรับช่วงการดำเนินงานต่อในระยะถัดไป ซึ่งส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของโครงการในที่สุด

IV. การเปรียบเทียบจุดร่วมและจุดต่างในงานวิจัยด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับชุมชนในประเทศไทย

เอกสารในส่วนนี้ ผู้เขียนได้สังเคราะห์ข้อมูลโดยอิงหลักการเปรียบเทียบข้อมูลจากงานวิจัยทั้ง 5 เรื่อง ในประเด็นสำคัญ 8 ประการ คือ ระดับในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป้าหมายหลักในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ลักษณะการดำเนินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ลักษณะของสื่อ ลักษณะสาร กลยุทธ์การสื่อสารที่สำคัญ และผลที่เกิดขึ้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ระดับในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

หากพิจารณาในเชิงระดับของการดำเนินกิจกรรมด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับชุมชน พบว่า งานวิจัยทั้ง 5 เรื่อง ได้ให้นิยามคำว่า “ชุมชน” ในลักษณะที่แตกต่างกันไป ซึ่งส่งผลต่อการออกแบบกระบวนการมีส่วนร่วมในลักษณะที่แตกต่างกันไปด้วยเช่นกัน ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 : ภาพชุมชนในงานวิจัยด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชุมชน

งานวิจัย	ชุมชน คือ...
หอกระจายข่าว	หมู่บ้าน และกลุ่มบุคคล
รณรงค์เอดส์	หมู่บ้าน
โทรทัศน์	สื่อรายการโทรทัศน์
มะขามป้อม	กลุ่มละคร และกลุ่มเยาวชนเชิงชาติพันธุ์ เชิงกิจกรรม เชิงวัฒนธรรม และเชิงพฤติกรรม
อินเทอร์เน็ต	ตำบล

งานวิจัยเรื่องหอกระจายข่าว ให้นิยามชุมชนในเชิงพื้นที่กายภาพ และสัมพันธ์ภาพของกลุ่มบุคคล ในเชิงพื้นที่กายภาพ งานวิจัยเรื่องนี้อธิบายให้เห็นว่า ชุมชน ก็คือ พื้นที่ในระดับหมู่บ้าน ซึ่งคณะผู้วิจัยให้ความสนใจกับทดลองพัฒนาหอกระจายข่าวในระดับหมู่บ้าน จำนวน 7 หมู่บ้าน

ในเขตอำเภอประทิว ในขณะที่ในเชิงสัมพันธภาพของกลุ่มบุคคล งานวิจัยเรื่องนี้ทดลองสร้าง “ชุมชน” ของผู้จัดรายการหออกระจายข่าว เพื่อให้เกิดการสนับสนุนเกื้อกูลกัน โดยคำนึงถึงประสบการณ์ร่วมของบุคคลเป็นพื้นฐานในการพัฒนาสัมพันธภาพดังกล่าว

งานวิจัยเรื่องการสื่อสารในระดับชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาเอดส์ในจังหวัดเชียงราย ให้นิยามชุมชนในเชิงพื้นที่กายภาพ โดยกำหนดให้ชุมชนหมายถึง “หมู่บ้าน” เช่นเดียวกับงานวิจัยหออกระจายข่าว ในกรณีนี้ผู้วิจัยเลือกหมู่บ้านจำนวน 3 หมู่บ้าน จาก 3 อำเภอ คือ บ้านเวียงกลาง บ้านดอยงาม และบ้านป่าแดง และนำข้อมูลจาก 3 หมู่บ้านดังกล่าวมาหาข้อสรุปในเชิงการณรงค์ระดับชุมชน

งานวิจัยเรื่องละคร ให้ชี้ให้เห็นว่า ชุมชนสามารถอธิบายได้โดยดูสัมพันธภาพของบุคคล อาทิ สัมพันธภาพของบุคคลที่มีความสนใจเกี่ยวกับการทำละครชุมชน กลุ่มเยาวชนซึ่งมีสัมพันธภาพในเชิงชาติพันธุ์ อย่างเช่น กลุ่มเยาวชนมะขามแก้ว กลุ่มเยาวชนที่มีสัมพันธภาพในเชิงกิจกรรม อย่างเช่น กลุ่มละครเยาวชนเพื่อชุมชนดาวลูกไก่ กลุ่มเยาวชนที่มีสัมพันธภาพในเชิงวัฒนธรรม อย่างเช่น กลุ่มเยาวชนสืบสานวัฒนธรรมครองแครง และกลุ่มเยาวชนซึ่งมีสัมพันธภาพในเชิงพฤติกรรมร่วม อย่างเช่น กลุ่มผีนละไมวัยละมุน

งานวิจัยเรื่องสถานีวิทย์โทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พิษณุโลก ในฐานะโทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อชุมชน ให้ความสนใจกับความเป็นชุมชน ที่มีได้สะท้อนผ่านพื้นที่เชิงกายภาพ แต่สะท้อนผ่านรายการโทรทัศน์ซึ่งนำเสนอโดยสถานีวิทย์โทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พิษณุโลก จำนวน 3 รายการ และความพยายามในการพัฒนารายการทั้งสามรายการให้เกิดความเป็น “ชุมชน” บนพื้นฐานความร่วมมือระหว่างผู้กำหนดนโยบาย ผู้ผลิต และผู้ชม

งานวิจัยเรื่อง อินเทอร์เน็ตตำบล: กรณีศึกษาจังหวัดสุรินทร์ ให้นิยามชุมชนในเชิงกายภาพ โดยอธิบายให้เห็นถึงความเป็นชุมชนในระดับ “ตำบล” และการดำเนินการในการสัมผัสตัวอย่างจำนวน 4 ตำบล เพื่อดำเนินการศึกษาวิจัยตำบลดังกล่าวข้างต้นอย่างเป็นอิสระจากกัน ในฐานะที่หนึ่งตำบลมีความเป็นตัวแทนของหนึ่งชุมชนจากจังหวัดสุรินทร์

2. กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ในงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในทุกงานวิจัย ได้แก่ กลุ่มนักวิจัย และกลุ่มตัวแทนประชาชน (ดังรายละเอียดในตารางที่ 3)

นอกจากนั้น งานวิจัยแต่ละชิ้นให้ความสำคัญในการประสานความร่วมมือกับกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องแตกต่างกันไป โดยพบว่า กรณีหอกระจายข่าวได้ให้ความสำคัญกับการประสานความร่วมมือกับฝ่ายต่างๆ สูงสุด โดยเน้นการประสานความร่วมมือสมาชิกสภาองค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต) เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองในส่วนของภาครัฐ เจ้าหน้าที่ในส่วนกระจายเสียง/ส่วนประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ ผู้อาวุโส นักวิจัย และสมาชิกในชุมชน ส่วนกรณีรณรงค์เอดส์ และโทรทัศน์ให้ความสำคัญกับการประสานความร่วมมือกับกลุ่มต่างๆ น้อยที่สุด โดยกลุ่มเอดส์ให้ความสำคัญกับกลุ่มครู ตัวแทนประชาชนในพื้นที่วิจัย และนักวิจัย ส่วนกลุ่มสื่อโทรทัศน์ให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตสื่อภาครัฐ และตัวแทนประชาชน

ตารางที่ 3 : กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

กลุ่มบุคคล	หอกระจายข่าว	สื่อรณรงค์	สื่อละคร	สื่อโทรทัศน์	สื่ออินเทอร์เน็ต
สมาชิกสภาองค์กรบริหารส่วนตำบล		-	-	-	
ครู	-			-	-
นักเรียน	-	-		-	-
เจ้าหน้าที่สาธารณสุข		-	-	-	-
เจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองในส่วนของภาครัฐ		-	-	-	
เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตสื่อ/ฝ่ายประชาสัมพันธ์ในส่วนภาครัฐ		-	-		-
ผู้อาวุโส		-		-	-
ตัวแทนประชาชน					
นักวิจัย					

3. เป้าหมายหลักในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

หากวิเคราะห์เกี่ยวกับเป้าหมายหลักในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในงานวิจัยทั้ง 5 เรื่อง พบว่า งานวิจัยเหล่านี้มุ่งเน้นการให้ความสำคัญในเชิงเป้าหมายหลักเกี่ยวกับการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาชุมชน หรือการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการซ่อม/สร้างช่องทางการสื่อสารเพื่อชุมชน

งานวิจัยที่เน้นหนักในการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการแก้ไขปัญหา/พัฒนาชุมชน ได้แก่ งานวิจัยเรื่องสื่อรณรงค์เอ็ดส์ และสื่อละครชุมชน ส่วนงานวิจัยเรื่องหอกระจายข่าวโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ตมุ่งเน้นการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการซ่อม/สร้างช่องทางการสื่อสารในชุมชน

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาอย่างละเอียดแล้ว เราอาจพบว่า เป้าหมายปลายทางสุดของงานวิจัยซึ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการซ่อม/สร้างช่องทางการสื่อสารในชุมชนมิได้อยู่แค่การพัฒนาช่องทางการสื่อสารสำหรับชุมชนเท่านั้น เพียงแต่จุดเน้นในงานวิจัยครั้งนี้จำเป็นต้องให้น้ำหนักกับกิจกรรมดังกล่าว ทั้งนี้เนื่องจากความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนบทบาทของสื่อให้ชัดเจนหรือความจำเป็นที่จะต้องแนะนำให้ชุมชนรู้จักสื่อเหล่านั้น ก่อนที่จะนำไปผนวกกับการทำงานด้านอื่นๆ

ตารางที่ 4 : เป้าหมายหลักในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

งานการวิจัย	การกระตุ้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการแก้ปัญหา/พัฒนาชุมชน	การกระตุ้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการซ่อม/สร้างช่องทางการสื่อสารในชุมชน
หอกระจายข่าว	-	
สื่อรณรงค์		-
สื่อละคร		-
สื่อโทรทัศน์	-	
สื่ออินเทอร์เน็ต	-	

4. กระบวนการดำเนินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

หากพิจารณาในเชิงกระบวนการดำเนินการพัฒนาแนวทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในงานวิจัยทั้ง 5 เรื่อง พบว่า ขั้นตอนในการดำเนินงานที่พบในงานวิจัยทุกเรื่อง ได้แก่ การสำรวจชุมชน/โครงสร้างการสื่อสารในชุมชน การออกแบบ/พัฒนาระบบ และกฎกติกาในการสื่อสาร การลงมือปฏิบัติการ และการประเมินผลการดำเนินการ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวสะท้อนให้เห็นการประยุกต์ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) ในงานวิจัยทั้ง 5 เรื่อง

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในเชิงรายละเอียด พบว่า งานวิจัยเรื่องหอกระจายข่าว สื่อรณรงค์ ละครโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต ได้เน้นการสร้าง ความชัดเจนเกี่ยวกับบทบาทของบุคคลและสื่อในชุมชนกับการแสวงหาพันธสัญญาของผู้มีอำนาจในชุมชนอีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้นงานวิจัยเรื่องหอกระจายข่าว และสื่อละครยังให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างทักษะให้แก่บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อเพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอีกด้วย

ตารางที่ 5 : กระบวนการดำเนินงานสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

กระบวนการดำเนินงานสื่อสารแบบมีส่วนร่วม	หอกระจายข่าว	สื่อรณรงค์	สื่อละคร	สื่อโทรทัศน์	สื่ออินเทอร์เน็ต
สำรวจชุมชน/โครงสร้างการสื่อสารในชุมชน				(เฉพาะระดับรายการ)	
สร้างความชัดเจนเกี่ยวกับบทบาทบุคคลและสื่อในชุมชน	(เวที)	(เวที)	(พูดคุย)	-	(เวที)
แสวงหาพันธสัญญาของผู้มีอำนาจในชุมชน				-	

ออกแบบ/พัฒนาระบบการสื่อสาร		(เฉพาะ กลุ่ม)		(เฉพาะ กลุ่ม)	
ลงมือปฏิบัติการสื่อสาร					
เสริมสร้างทักษะ		-		-	
ประเมินผล					

5. ลักษณะของสื่อ

หากนำกรอบแนวคิดเรื่องทิศทางการสื่อสาร และคุณลักษณะเชิงข้อความในแต่ละสื่อ มาใช้ประกอบการวิเคราะห์ พบว่า งานวิจัยเรื่องหอกระจายข่าว โทรทัศน์ เป็นงานวิจัยที่สะท้อนถึงการพยายามพัฒนาระบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมผ่านสื่อซึ่งมีธรรมชาติในการสื่อสารเป็นแบบทางเดียว และเน้นการสื่อสารด้วยวาจา ส่วนงานวิจัยเรื่องละครชุมชนเน้นการพัฒนากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมผ่านสื่อละครซึ่งมีธรรมชาติในการสื่อสารแบบสองทาง และเน้นการใช้วาจา ในขณะที่งานวิจัยเรื่องอินเทอร์เน็ตตำบลก็เน้นการพัฒนาระบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งมีธรรมชาติในการสื่อสารแบบสองทาง เพียงแต่มีลักษณะของสื่อที่เน้นการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรเป็นสำคัญ

ส่วนกรณีของสื่อรณรงค์อาจมีความหลากหลายในเชิงลักษณะของสื่อที่ใช้มากกว่างานวิจัยอื่นๆ เนื่องจากมีการใช้สื่อที่นำเสนอผ่านช่องทางเชิงวาจา โดยการรณรงค์ผ่านเสียงตามสาย ในขณะที่เดียวกันก็มีการใช้สื่อที่นำเสนอผ่านลายลักษณ์อักษร ดังเช่นแผ่นป้ายรณรงค์ตลอดจนการใช้กิจกรรมเชิงสัญลักษณ์เช่น การเดินรณรงค์ประกอบการพัฒนาระบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ตารางที่ 6 : ลักษณะของสื่อ

ทิศทางการสื่อสาร คุณสมบัติของสื่อ	การสื่อสารทางเดียว	การสื่อสารสองทาง
การสื่อสารอิงเน้นวาจา (oral communication)	- หอกระจายข่าว - โทรศัพท์ - การรณรงค์ผ่านสื่อกระจายเสียง	- ละครชุมชน
การสื่อสารโดยอิงลายลักษณ์อักษร (written communication)	- การรณรงค์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์	- อินเทอร์เน็ต
การสื่อสารโดยอิงการกระทำกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์	การสื่อสารผ่านขบวนเดินรณรงค์	-

6. ลักษณะของสาร

จากการวิเคราะห์ลักษณะของสารต่างๆ ที่นำเสนอในงานวิจัยทั้ง 5 เรื่องพบว่า งานวิจัยแต่ละเรื่องเน้นหนักการนำเสนอสารที่หลากหลาย โดยพบว่า สารที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของบุคคลในชุมชน และการนำเสนอด้วยภาษาถิ่นเป็นประเด็นที่ได้รับความนิยมสูงสุด (หอกระจายข่าว สื่อรณรงค์ สื่อละคร และสื่อโทรศัพท์) รองลงมาได้แก่เรื่องปัญหา/สถานการณ์ต่างๆ ในชุมชน (หอกระจายข่าว สื่อรณรงค์ สื่อละคร) เรื่องภายนอกชุมชน (หอกระจายข่าว สื่อรณรงค์ สื่ออินเทอร์เน็ต) และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของสมาชิกในชุมชน (หอกระจายข่าว สื่อรณรงค์ สื่อละคร) ส่วนประเด็นเชิงวิชาการเฉพาะด้านเกี่ยวกับเอดส์ เป็นประเด็นที่พบเฉพาะในการวิจัยเรื่องสื่อรณรงค์เอดส์เท่านั้น

ตารางที่ 7 : ลักษณะของสาร

ลักษณะของสาร	หอ กระจาย ข่าว	สื่อ รณรงค์	สื่อละคร	สื่อ โทรทัศน์	สื่ออิน เตอร์ เน็ต
เรื่องปัญหา/สถานการณ์ต่างๆ ภายใน ชุมชน				-	-
ความรู้เชิงวิชาการเฉพาะด้าน	-		-	-	-
เรื่องภายนอกชุมชน			-	-	
เรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของบุคคลใน ชุมชน					-
การใช้ภาษาถิ่น					-
ข้อมูลเชิงประสบการณ์ของสมาชิกใน ชุมชน				-	-

7. กลยุทธ์การสื่อสารที่สำคัญ

จากการวิเคราะห์กลยุทธ์สำคัญต่างๆ ที่มีการใช้ในการดำเนินงานวิจัย ทั้งที่ระบุไว้ในงานวิจัย และจากการตีความของผู้เขียน พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารส่วนหนึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเป็น “กลยุทธ์ด้านสื่อ” โดยเฉพาะสื่อในระดับระหว่างบุคคล และระดับกลุ่ม อันได้แก่ การปรึกษาหารือ การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ การจัดเวทีเสวนา การนำเสนอผลการวิจัย การดูงาน ในกรณีของสื่อระดับชุมชน/มวลชน พบว่า เน้นการเลือกใช้สื่อสารพัดประโยชน์

นอกจากนี้ยังพบ “กลยุทธ์ด้านสาร” อาทิ การเน้นเกี่ยวกับเรื่องความสุข ความยืดหยุ่น ความหลากหลาย การเน้นเรื่องที่เจาะเฉพาะกลุ่ม และการเน้นความเป็นไทย ยิ่งไปกว่านั้นยังพบ “กลยุทธ์ด้านบุคคล” อาทิ การวางระบบคณะกรรมการ ระบบพี่เลี้ยง ระบบการคัดเลือกคนให้สอดคล้องกับงาน และระบบการกระตุ้นให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบ

ตารางที่ 8 : กลยุทธ์การสื่อสารที่สำคัญ

กลยุทธ์การสื่อสารที่สำคัญ	หอ กระจาย ข่าว	สื่อ รณรงค์	สื่อละคร	สื่อ โทรทัศน์	สื่ออิน เตอร์ เน็ต
การปรึกษาหารือ		-			
การจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ				-	
การจัดเวทีเสวนา			-	-	-
การนำเสนอผลการวิจัย		-	-		-
การดูงาน			-	-	
ระบบคณะกรรมการ		-	-	-	-
ระบบพี่เลี้ยง		-		-	-
การเลือกคนให้สอดคล้องกับงาน		-	-	-	-
การเลือกใช้สื่อที่สามารถจัดการได้เอง ในชุมชน				-	-
การเลือกสื่อที่สามารถเน้นได้สารพัด ประโยชน์	-	-		-	-
การมุ่งเน้นไปที่การสร้าง “สุข”	-	-		-	-
การต่อยอดความเป็นไทย	-	-			-
การเชื่อมั่นในความหลากหลาย				-	-
การให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมาย เฉพาะ	-	-		-	-

ความยืดหยุ่น	-	-		-	-
การกระตุ้นให้ชุมชนร่วมรับผิดชอบ		-			-

8. ผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

งานวิจัยทั้ง 5 เรื่อง ทำให้เกิดผลต่างๆ ต่อชุมชน ทั้งในระดับบุคคล ระดับกลุ่มบุคคล ระดับเนื้อหาสาร ระดับชุมชน และระดับระหว่างชุมชน ดังรายละเอียดในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 9 : ผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ผลที่เกิดขึ้น	หอกระจายข่าว	สื่อรณรงค์	สื่อละคร	สื่อโทรทัศน์	สื่ออินเทอร์เน็ต
ผลระดับบุคคล	ความเข้าใจบทบาทของสื่อ ผู้ปฏิบัติงานมีความมั่นใจ มีเครื่องมือ มีแหล่งข้อมูล และมีทักษะในการทำงาน	สมาชิกในชุมชนเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับสารสู่ผู้กำหนดประเด็น ผู้พัฒนาช่องทางและขั้นตอนในการสื่อสาร สมาชิกในชุมชนมีความรัก ห่วงแหนชุมชน และไม่ต้องการให้ชุมชนมี	(ความรู้ความเข้าใจทัศนคติ และพฤติกรรมที่เหมาะสม) ทักษะการสื่อสารต่อสาธารณชน ทักษะด้านกระบวนการละคร และการจัดการกระบวนการละครแบบมีส่วนร่วม	-	เกิดทักษะในการใช้อินเทอร์เน็ต

		ปัญหา สมาชิกที่ร่วมพัฒนาสื่อ รณรงค์มีทักษะในการเลือกสื่อให้สอดคล้องกับชุมชน ความรู้สึกเห็นใจผู้อื่น			
ผลระดับกลุ่มบุคคล	เกิดเครือข่ายผู้ปฏิบัติงานระหว่างชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับกลุ่มสื่อมวลชนอื่นๆ	กลุ่มผู้มีส่วนร่วมในการผลิตพอใจผลงานของกลุ่ม เกิดเครือข่ายกลุ่มบุคคลที่คิดและร่วมมือกันดำเนินงานด้านการรณรงค์	กระบวนการเรียนรู้ของกลุ่มเยาวชน	-	กลุ่มผู้กำหนดนโยบายในบางพื้นที่ให้ความสำคัญกับนโยบายด้านอินเทอร์เน็ตในชุมชน
ผลระดับสาร/สื่อ	ให้ความสำคัญกับเรื่องราวภายในชุมชนมากขึ้น และพิจารณาถ่วงถ่วง	-	เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับชุมชน	รูปแบบของรายการปรับเปลี่ยนไปในทิศทางที่สอดคล้องกับความต้องการของ	-

	เรื่องภายนอก ชุมชนมากขึ้น			ประชาชน มากขึ้น	
ผลระดับชุมชน	การเข้าถึง เรื่องราว ภายในชุมชน การมีช่องทาง แสดงความ คิดเห็น ความพึง พอใจ	สัมพันธภาพ/ สายสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล ในชุมชน	ครอบครัว และชุมชน ภาคภูมิใจ เยาวชน และ ชุมชน สมาชิก ชุมชนเห็น ประโยชน์ จาก กระบวนการ ละคร	-	-

V. บทเรียนสำคัญในเชิงกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับชุมชน

ในส่วนนี้ผู้เขียนได้นำเสนอบทเรียนต่างๆ ที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับชุมชน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการกำหนดทิศทางเชิงนโยบายและการปฏิบัติการด้านการสื่อสารในชุมชน

ผลจากการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับชุมชนเกี่ยวข้องกับภารกิจสำคัญของสมาชิกในชุมชนอย่างน้อย 2 ประการ คือ การกำหนดทิศทางเชิงนโยบายในชุมชน และการปฏิบัติการด้านการสื่อสารในชุมชน

การกำหนดทิศทางเชิงนโยบายในชุมชน อาจเกี่ยวข้องกับนโยบายด้านการพัฒนาชุมชน และนโยบายด้านสื่อในชุมชน ตัวอย่างเช่น กรณีละคร ละครชุมชนได้มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นให้บุคคลได้มีโอกาสคิดทบทวนเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ของชุมชน และทางออกเกี่ยวกับทิศทางที่เหมาะสม ส่วนกรณีอินเทอร์เน็ต พบว่า การสื่อสารในลักษณะของการหารือกัน การดูงาน และการ

ฝึกอบรม นำไปสู่การกำหนดทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจนเกี่ยวกับการสนับสนุน/ไม่สนับสนุนระบบอินเทอร์เน็ตตำบล เป็นต้น

ส่วนการปฏิบัติการด้านการสื่อสารในชุมชน เกี่ยวข้องกับการร่วมกันตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการใช้ประโยชน์จากสื่อที่อยู่ในชุมชนอย่างเต็มที่ และการลงมือดำเนินการต่างๆ ร่วมกันเพื่อนำเสนอสาระสำคัญผ่านสื่อเหล่านั้นโดยมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนตามที่คาดไว้ ตัวอย่างเช่น กรณีการรณรงค์ การพูดคุยกันระหว่างสมาชิกในชุมชน นำไปสู่การลงมือพัฒนาสื่อประเภทต่างๆ อาทิ การจัดทำป้ายรณรงค์ การจัดทำกิจกรรมเดินรณรงค์ โดยมีเนื้อหาสาระที่สำคัญเกี่ยวกับเอ็ดสัสะท้อนผ่านสื่อกลางดังกล่าว

2. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการแสวงหาความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่หลากหลายในชุมชน

ส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการขับเคลื่อนหออกระจายข่าวสะท้อนให้เห็นถึงการที่คณะผู้วิจัยพยายามประสานความร่วมมือในการเชิญชวนบุคคลหลากหลายกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับชุมชน และมีบทบาทแตกต่างกันไป นับตั้งแต่ สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองในส่วนของภาครัฐ เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิตสื่อ/ฝ่ายประชาสัมพันธ์ในส่วนภาครัฐ ผู้อาวุโส และตัวแทนประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมหออกระจายข่าวในบทบาทที่แตกต่างกันไป อาทิ การร่วมกำหนดทิศทางการดำเนินงานหออกระจายข่าว การแสวงหาหนทางในการใช้หออกระจายข่าวให้เกิดประโยชน์สูงสุด การเชื่อมต่อหออกระจายข่าวกับสื่ออื่นๆ หรือช่องทางการสื่อสารในชุมชน เป็นต้น

3. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมสามารถดำเนินการได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม

กรณีหออกระจายข่าว สะท้อนให้เห็นว่า ความร่วมมือของกลุ่มบุคคลที่หลากหลายเหล่านั้น มิได้หมายความว่า บุคคลทุกๆ คนจำเป็นต้องเข้าร่วมในทุกกิจกรรมแล้วถึงจะเรียกว่าเป็น “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม”

ในทางปฏิบัตินักวิจัยสามารถออกแบบให้สมาชิกในชุมชนสามารถสื่อสารแบบมีส่วนร่วมได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังเช่นกรณีหออกระจายข่าว ซึ่งสมาชิกในชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการบริหารหออกระจายข่าวแบบโดยตรงผ่านเวทีการประชุมหมู่บ้าน และโดยทางอ้อมผ่านคณะกรรมการบริหารหออกระจายข่าว หรือผ่านกลุ่มผู้จัดรายการต่างๆ การประสานความร่วมมือสามารถกระทำผ่านระบบคณะกรรมการหออกระจายข่าว หรือผ่านเวทีประชุมหมู่บ้าน

4. พันธผูกพัน (commitment) ของกลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเป็นสิ่งที่สำคัญในการริเริ่มกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ถึงแม้ว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะเน้นความร่วมมือจากทุกภาคส่วน บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน หรือการส่งเสริมให้คนที่ด้อยโอกาสมีโอกาสในการมีส่วนร่วมมากขึ้น แต่ธรรมเนียมไทยที่เน้นให้รู้จัก “เข้าหาผู้ใหญ่” ยังเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พบว่า โครงการวิจัยที่สามารถดำเนินการได้อย่างคล่องตัว อาทิ หอกระจายข่าว และละครสั้น กลุ่มผู้วิจัยได้เริ่มต้นโครงการโดยเข้าหากลุ่มผู้ใหญ่ที่มีอำนาจในเชิงการตัดสินใจ และแสวงหาแนวทางในการกระตุ้นให้กลุ่มผู้ใหญ่มีความเข้าใจ และยอมมีพันธผูกพันในการดำเนินการ

นอกจากนั้น ข้อมูลจากการวิจัย ยังสะท้อนให้เห็นว่า ในบางโครงการวิจัย ซึ่งแม้จะเข้าถึง “ผู้ใหญ่” แต่หากมิได้มีการสร้างพันธผูกพันในกลุ่มผู้ใหญ่ หรือมีการสนับสนุนให้เกิดการระบุไว้อย่างเป็นลายลักษณ์อักษร ในกรณีที่มีการเปลี่ยนตัวผู้ใหญ่เหล่านั้น หรือมีคำสั่งการจากผู้มีอำนาจในระดับที่สูงกว่าลงมา ก็สามารถเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาระบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในสื่อต่างๆ ได้เช่นกัน ดังกรณีของกรณีของสื่อโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ตตำบล เป็นต้น

5. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับชุมชนเกี่ยวข้องกับการประยุกต์หลักการประชาธิปไตยให้เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตในชุมชน

หากประชาธิปไตยมิได้กินความหมายสั้นๆ แค่การไปใช้สิทธิเลือกตั้ง แต่มีความหมายครอบคลุมถึงการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชนในการบริหารชุมชน โดยคำนึงถึงสิทธิ และความเท่าเทียมกัน และความรับผิดชอบร่วมกันของสมาชิกในชุมชน การตัดสินใจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อชุมชน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องหอกระจายข่าว สื่อรณรงค์ สื่อละคร สื่อโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต ล้วนเกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้หลักการเชิงประชาธิปไตยให้ใกล้ตัวบุคคลมากขึ้น และเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตในชุมชนทั้งสิ้น ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยการตัดสินใจร่วมกัน (collective decision making) บนพื้นฐานของการเคารพความคิดเห็นของผู้อื่น และการดำเนินการโดยยึดถือมติร่วมเป็นที่สำคัญ

6. เป้าหมายในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจำเป็นต้องสะท้อนให้เห็นถึง “ประโยชน์ต่อสาธารณชน”

การพัฒนากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจำเป็นต้องดำเนินการบนพื้นฐานของการที่บุคคลกลุ่มต่างๆ ให้ความสำคัญกับเป้าหมายเชิง “ประโยชน์ต่อสาธารณชน” เป็นหลัก มิใช่เป็น

การดำเนินการเพื่อสนับสนุนนโยบายใดนโยบายหนึ่งของกลุ่มผู้มีอำนาจ หรือเน้นการประชาสัมพันธ์ภาคส่วนใดเป็นสำคัญ ดังจะเห็นได้จากกรณีของอินเทอร์เน็ต ซึ่งหากเน้นไปที่การปฏิบัติตามนโยบายของผู้บริหารประเทศ สื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งมีธรรมชาติในการสื่อสารสองทาง ก็จะถูกใช้ประโยชน์เพียงแค่ทางเดียวในแง่ของการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐลงสู่ชุมชนเท่านั้น

7. การสนับสนุนให้สมาชิกในชุมชนได้เห็น “ภาพรวม” (the whole) ในเชิงความเชื่อมโยงของกิจกรรมด้านการสื่อสารกับกิจกรรมอื่นๆ ในชุมชนเป็นสิ่งสำคัญต่อกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ข้อมูลจากการวิจัย สะท้อนให้เห็นว่า กิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนได้เห็นภาพรวมของความเชื่อมโยงของกิจกรรมการสื่อสารและกิจกรรมอื่นๆ ในชุมชนเป็นสิ่งที่สำคัญ โดยเฉพาะในเชิงการกระตุ้นให้สมาชิกในชุมชนเห็นความเกี่ยวข้อง/ผลกระทบของกิจกรรมการสื่อสารดังกล่าวต่อตนเอง ครอบครัว และสมาชิกอื่นๆ ในชุมชน ตลอดจนเกิดความตื่นตัวในการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ มากขึ้น

นอกจากนั้น ยังพบว่า นักวิจัยได้พยายามออกแบบให้เกิดกิจกรรมต่างๆ ในการกระตุ้นกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการเห็นภาพรวมร่วมกัน อาทิ การจัดเวทีเสวนา การจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ การนำเสนอผลการวิจัย เป็นต้น โดยหากวิเคราะห์ให้ดีจะพบว่า กิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้บุคคลสามารถสื่อสารสองทางในเชิงการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และความคิดเห็นต่างๆ ร่วมกันได้อย่างเต็มที่ ตลอดจนเป็นช่องทางที่นำไปสู่ความเข้าใจต่างๆ ร่วมกันดังที่ Storey และ Jacobson ได้ระบุให้เห็นถึงความสำคัญของช่องทางการสื่อสารสองทางในด้านการสร้างความเข้าใจต่างๆ ร่วมกัน

8. การคำนึงถึงระบบการสื่อสารสองทางเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบระบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

การออกแบบระบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจำเป็นต้องคำนึงถึงการวางระบบการสื่อสารเพื่อให้เกิดระบบการสื่อสารสองทาง (two-way communication) โดยเฉพาะในเชิงการสนับสนุนให้เกิดการหารือ (dialogue) กันระหว่างสมาชิกในชุมชนดังที่ Habermas ได้ย้ำให้เห็นความสำคัญ

ในที่นี้ พบว่า ระบบการสื่อสารสองทางมีจำเป็นต้องดำเนินการภายใต้การคำนึงเฉพาะเชิงธรรมชาติของช่องทางการสื่อสารนั้นๆ ว่ามีคุณสมบัติเป็นสื่อสองทางหรือไม่ แต่จำเป็นต้องแสวงหาแนวทางในการพัฒนาระบบการสื่อสารที่ใหญ่กว่า โดยการวางระบบสื่อแบบผสมผสาน

(intergrated communication system) เพื่อให้เกิดระบบการสื่อสารสองทาง อันเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีโอกาสหารือกันเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ

ดังกรณีของหอกระจายข่าว พบว่า มีการให้ความสำคัญกับการวางระบบ “เวทีประชุม” คู่ขนานไปกับหอกระจายข่าว และการเชื่อมต่อหอกระจายข่าวกับกิจกรรมอื่นๆ ภายในชุมชน นับตั้งแต่ การพูดคุยกันในสภาาแพ ไปจนถึงการจัดกิจกรรมตามธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีปฏิบัติของสมาชิกชุมชน หรือการเชื่อมต่อกับสื่อมวลชนต่างๆ เป็นต้น

การออกแบบการสื่อสารสองทางในลักษณะดังกล่าวจะช่วยเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (access) ผ่านสื่อต่างๆ ได้หลากหลายขึ้น ทั้งในเชิงของความต่างในด้านพื้นที่ และช่วงเวลาในการสื่อสาร ตลอดจนเพิ่มโอกาสในการตรวจสอบความถูกต้องแม่นยำ (accuracy) ของข้อมูลข่าวสารต่างๆ อีกด้วย

9. การคำนึงถึงวิถีชีวิตด้านการสื่อสารในชุมชนก็เป็นอีกเรื่องสำคัญในการออกแบบระบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

กรณีของอินเทอร์เน็ตชุมชน สะท้อนให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า สื่อที่มีธรรมชาติในการสื่อสารเป็นแบบสองทางก็อาจล้มเหลวได้ หากไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิต หรือจริตของสมาชิกในชุมชน ซึ่งให้ความสำคัญกับการสื่อสารด้วยวาจา (oral communication) มากกว่าการสื่อสารผ่านตัวอักษร ตลอดจนขาดทักษะพื้นฐานในด้านของการอ่านและการเขียน หรือทักษะภาษาอังกฤษและคอมพิวเตอร์

10. คุณลักษณะของ “สาร” เป็นเงื่อนไขสำคัญของกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชุมชน

งานวิจัยดังกล่าวข้างต้น ได้ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชุมชนจะเกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี หากประเด็นที่สื่อสารเป็น เรื่องปัญหา/สถานการณ์ต่างๆ ภายในชุมชน หรือเป็นเรื่องภายนอกชุมชนที่ได้รับความสนใจในวงกว้าง (สื่อมวลชนเกาะติดเหตุการณ์ดังกล่าว) หรือเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตทั้งในด้านปากท้องและวัฒนธรรมของบุคคลในชุมชน หรือเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของสมาชิกในชุมชน นอกจากนั้นยังพบว่า หากมีการนำเสนอด้วยภาษาถิ่น ก็มีส่วนช่วยส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมได้เป็นอย่างดี

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ (2543). สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). อีกครั้งกับเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม. วารสารการวิจัยและพัฒนา , 1 (2). คณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่.
- จำเริญ ไยชิด, วิชาวี ธีรสุวรรณ, ปริญญา ไยชิด, ระเด่น สุริยะวงศ์. (2547). การสื่อสารในระดับชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาเอดส์ในจังหวัดเชียงราย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์ และปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2547). การประชุมอย่างสร้างสรรค์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สถาบันการเรียนรู้และการพัฒนาประชาสังคม
- ดวงแข บัวประโคน, สุคนธ์จิต วงษ์เผือก, สุพงศ์ จิตต์เมือง, สมศักดิ์ ศิริพันธุ์, ขวัญหทัย บุญลือ. (2547). การใช้สื่อละครเพื่อการพัฒนาชุมชนของกลุ่มมะขามป้อม. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ดวงพร คำณูณวัฒน์, วาสนา จันทร์สว่าง, มณฑา โมพี. (2545). การพัฒนาหอกระจายข่าวเพื่อตอบสนองความต้องการชุมชน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ดวงพร คำณูณวัฒน์, วาสนา จันทร์สว่าง, มณฑา โมพี. (2547). การดำเนินงานหอกระจายข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนอย่างยั่งยืน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ดวงพร คำณูณวัฒน์ และคณะ (2548). ชุมชีวิตหอกระจายข่าวสารด้วยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม. เอกสารชุดนโยบายสาธารณะ ลำดับที่ 12. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2546). การสื่อสารด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม. เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่องการสื่อสารด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม. ชุดโครงการวิจัยการสื่อสารเพื่อชุมชน 23-24 พฤษภาคม. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สถาบันวิจัยสังคม และสถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2545). โครงการพัฒนาการดำเนินงานการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศิริพร ศรีสมัย, ประชิต อินทะกนก. (2547). อินเทอร์เน็ตตำบล: กรณีศึกษา จ. สุรินทร์. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

หฤทัย ชัดนาค, ระดม คำสีสังข์, อ้อมจิต เป้นศรี, วพีพรรณ พุ่มพวง. (2547). สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พิษณุโลก ในฐานะโทรทัศน์เพื่อท้องถิ่น. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ภาษาอังกฤษ

Arnstein, S. R. (1969). A Ladder of Citizen Participation. *Journal of the American Institute of Planners*. 35(4).

Bohm, D. (1985). *Unfolding meaning*. Mickleton: Foundation House.

Bohm, D. (1991). *On dialogue*. London: Routledge.

Burber, M. (1988). *The knowledge of man*. Atlantic Highlands, N.J.: Humanities Press International.

DeMare, P., Piper, R., & Thompson, S. (1991). *Koinomia: From hate through dialogue to culture in the large group*. London: Karnac Books.

Deshner, D., & Sock, D. (July, 1985). Community Participation: A Concept Review of the International Literature. A paper presented at the International League for Social Commitment in Adult Education. Ljungkile, Sweden.

Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. NY: Continuum.

Freire, p. (1998). *Teachers as cultural workers: Letters to those who dare to teach*. Boulder, CO: Westview Press.

Gumucio Dagron, A. (2001). *Making waves: Stories of participatory communication for social change*. New York: Rockefeller Foundation.

Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action, Volume 1: Reason and the rationalization of society*. Boston: Beacon Press.

Habermas, J. (1987). *The theory of communicative action, Volume 2: A critique of functionalist reason*. Boston: Beacon Press.

Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MIT Press.

- Issacs, W. (1993). *Taking flight: Dialogue, collective thinking, and organizational learning*. American Management Association.
- Issacs, W. (1994). Dialogue. In P. Senge, *The fifth discipline fieldbook*. London: Nicolas Brealey.
- McKee, N. (1992). *Social Mobilization and Social Marketing in Developing Communities: Lessons for Communicators*. Penang: Southbound.
- Servaes, J., Jacobson, T.L., & White, S. A. (Eds.). (1996). *Participatory communication research for social change*. New Delhi: Sage.
- Singhal, A. (2004). Entertainment-education through participatory theatre: Freiean strategies for empowering the oppressed. In A. Singhal, M. J. Cody, E. M. Rogers, M. Sabido, *Entertainment-education and social change*, pp. 377-398. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sthapitanonda, P. (2004). Reconstructing the Thai Constitution: Lessons Learned of the Power of Participatory Communication in Thailand. Paper presented at the the IAMCR General Conference, Porto Allegre, Brazil, July 29, 2004
- Storey, J. D., & Jacobson, T. L. (2004). Entertainment-education and participation: Apply Habermas to a population program in Nepal. In A. Singhal, M. J. Cody, E. M. Rogers, M. Sabido, *Entertainment-education and social change*, pp. 417-434. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

บทสังเคราะห์ภาพรวมของงานวิจัย
เรื่อง การสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม
(2544-2547)

โดย
ดร.กาญจนา แก้วเทพ

เอกสารฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการสังเคราะห์ภาพรวมของงานวิจัยใน
โครงการวิจัยชุด"การสื่อสารเพื่อชุมชน"

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
(สกว.)

เมษายน 2548

เอกสารชุดที่6

บทสังเคราะห์ภาพรวมงานวิจัย
เรื่องการสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม
(2544-2547)

สารบัญ

1. จุดยืนทางวิชาการเรื่องการสื่อสารและสิ่งแวดล้อม
2. ภาพรวมของงานวิจัยใน 4 กรณี
3. ทำความรู้จักเรื่องสิ่งแวดล้อมกันสักเล็กน้อย
 1. การแบ่งประเภทสิ่งแวดล้อม
 2. เรื่อง “สิ่งแวดล้อม” ทำไมต้องให้ “ประชาชนมีส่วนร่วม”
4. แนวคิดและทฤษฎีและบทสรุปบางประการเรื่องการสื่อสารเพื่อจัดการสิ่งแวดล้อม
 1. กลุ่มทฤษฎีการสื่อสาร
 2. แนวคิดเรื่องการสื่อสารภายใน/ภายนอกชุมชน
 3. แนวคิดเรื่องเครือข่ายการสื่อสาร
 4. การสื่อสารในแต่ละช่วงเวลา
5. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
6. การวิเคราะห์องค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม
 1. การวิเคราะห์ผู้ส่ง-ผู้รับสาร
 2. การวิเคราะห์ช่องทาง/ สื่อ
 3. การวิเคราะห์เนื้อหาสาร

บทสังเคราะห์ภาพรวมงานวิจัย
เรื่องการสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม
 (2544-2547)

กาญจนา แก้วเทพ

1. จุดยืนทางวิชาการเรื่องการสื่อสารและสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากเรื่องสิ่งแวดล้อมและเรื่องการสื่อสารเป็นเรื่องที่มีจุดยืนทางวิชาการได้หลายแนวทาง ในที่นี้ ทีมสังเคราะห์งานวิจัยในชุดโครงการวิจัย “การสื่อสารเพื่อชุมชน” (ต่อจากนี้ จะเรียกว่า “โครงการฯ”) ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จึงขอระบุจุดยืนทางวิชาการในการวิจัยและสังเคราะห์เกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารและสิ่งแวดล้อม ดังนี้

(1.1) จุดยืนทางวิชาการด้านการสื่อสาร

- สื่อมวลชนหรือสื่ออะไร ก่อนหน้าที่จะมารับหน้าที่เป็นทีม

ประสานงานของชุดโครงการนี้ ทีมประสานได้ทำการประมวลองค์ความรู้เรื่อง “การสื่อสารกับสิ่งแวดล้อม” มาแล้ว และพบว่า “การสื่อสาร” ที่ถูกใช้เป็นหลักในงานศึกษาวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ในประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้น จะเน้นหนักในด้านสื่อสารมวลชนเกือบทั้งหมด

ในที่นี้ จึงจำเป็นต้องขยายคำจำกัดความของคำว่า “การสื่อสาร” ออกไปให้กว้างขวางขึ้น สำหรับคำว่า “การสื่อสาร” ในชุดโครงการฯ นี้ มิได้คับแคบอยู่แต่สื่อมวลชน (ดังที่นักวิจัยบางท่านที่มานอกสายนิเทศศาสตร์เองก็มักจะรับรู้ค่านิยมแบบคับแคบของการสื่อสาร) เราจึงต้องประกาศจุดยืนอย่างชัดเจนว่า “ที่ใดมีธาตุทั้งสี่มาประชุมกันครบถ้วนคือ S-M-C-R (ผู้รับสาร-เนื้อหาสาร-ช่องทางการสื่อสาร/สื่อ-ผู้รับสาร) ที่นั่น มีการสื่อสารเกิดขึ้นได้เสมอ”

และผลจากการประมวลองค์ความรู้เรื่อง “สื่อมวลชนกับสิ่งแวดล้อม” เพื่อจะตอบคำถามหลักว่า “สื่อมวลชนมีบทบาทอะไรและเล่นบทบาทได้ถึงไหนบ้างในเรื่องสิ่งแวดล้อม” คำตอบที่ค่อนข้างจะแน่นอนก็คือ

ในระดับสังคมส่วนรวม สื่อมวลชนสามารถแสดงบทบาทได้ในระดับพื้นฐานเท่านั้น เช่น บทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสาร บทบาทในการให้การศึกษา แต่สำหรับบทบาทระดับที่สูงขึ้นมา เช่น การเคลื่อนไหวเพื่อระดมพลังแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม (Mobilization) หรืองานเสนอแนะให้มีการปรับเปลี่ยนนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม งานยาก ๆ

ระดับขีดขึ้นคอบทางสิ่งแวดล้อมเช่นนี้ สื่อมวลชนไม่สามารถจะแสดงบทบาทได้อันเนื่องมาจากเหตุผลหลายแบบ เหตุผลอย่างแบบเบา ๆ ก็คือ สื่อมวลชนไม่มีกำลัง/พลังอำนาจที่พอจะผลักดันได้ ส่วนเหตุผลที่ดูเด็ดเด็ดพล่านกว่านั้นก็คือ ที่สื่อมวลชนไม่สามารถเล่นบทเป็น “ผู้แก้ไขปัญหาได้” ก็เพราะสื่อมวลชนเป็น “ต้นตอของปัญหา/หรือเป็นผู้สมรู้ร่วมคิดกับตัวปัญหาเสียเอง” (ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่องวิทยุท้องถิ่นกับการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมของ นาฎยา, 2541)

ในระดับปัจเจกบุคคล การแสดงบทบาทในแง่การสร้างผลกระทบต่อระดับปัจเจกบุคคลมักจะมีการวัดมิติ 3 ด้านคือ K (ความรู้ความเข้าใจ) A (ทัศนคติ) P (การกระทำ) ผลการวิจัยส่วนใหญ่ก็ให้ข้อสรุปตรงกันว่า พลานุภาพของสื่อมวลชนในการสร้างผลกระทบต่อบุคคลนั้นจะไปได้ถึงระดับให้ ความรู้/ความเข้าใจต่อเรื่องสิ่งแวดล้อม และที่อาจเขยิบมากขึ้นก็คือ การสร้างทัศนคติต่างๆต่อเรื่องสิ่งแวดล้อม แต่เมื่อถึงระดับการลงมือกระทำก็มักจะปรากฏว่า สื่อมวลชนมักจะมีอาการมือตกหรือไร้น้ำยา เหตุผลที่ใช้อธิบายระดับของผลกระทบดังกล่าวมักจะมาจากคุณลักษณะ/ธรรมชาติของสื่อมวลชน เช่น เป็นสื่อทางเดียว (one-way communication) หรือลักษณะการให้ข่าวสารมักจะบอกแต่ปัญหา แล้วไม่บอกวิธีการลงมือแก้ไข (ตัวอย่างเช่น งานจัดโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของพจนนา, 2536)

แต่ทว่าปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้น เป็นปัญหาของจริง ที่ไม่เปลี่ยนแปลงเพียงเพราะความรู้ / ความเข้าใจหรือทัศนคติเท่านั้น หากแต่จะต้อง “ลงมือทำอย่างจริงจัง” เท่านั้น (มีลักษณะแบบเดียวกับศาสนา)

(1.2) จุดยืนด้านนักสิ่งแวดล้อม

ในการสัมมนาเรื่อง “กระจกหกด้าน : สิ่งแวดล้อมไทย” ปี พ.ศ. 2528 มีการประมวลข้อจำกัดของนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไทยว่า มีอยู่ 3-4 ประการหลัก ๆ คือ

- นักสิ่งแวดล้อมยังไม่สามารถให้คำอธิบายเรื่องสิ่งแวดล้อมแก่สาธารณชนให้เข้าใจได้อย่างทะลุปรุโปร่งหรือได้อย่างครบถ้วน อันอาจจะเนื่องมาจากการแปลงแนวคิด/คำศัพท์จากด้านวิทยาศาสตร์มาสู่ความเข้าใจของมวลชนยังไม่ดีพอ
- นักสิ่งแวดล้อมไทยยังคิดถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมด้วยระบบคิดแบบตะวันตก ทำให้ไม่สามารถสื่อสารได้ดีกับมวลชนที่มีวิถีคิดแบบตะวันออก
- ในด้านการลงมือทำกิจกรรม ยังคงมุ่งเน้นแต่การสร้างและปลูกจิตสำนึกให้แก่ระดับบุคคล โดยลืมนักวิจัยมหาดด้านการเมือง/พลังอำนาจในสังคม (ซึ่งงานวิจัยในชุดโครงการฯ นี้ จะแสดงให้เห็นต่อไป)

- ในแง่กลยุทธ์ มักจะมุ่งเน้นการเยียวยา มากกว่าป้องกัน คือ ต้องรอให้เป็นปัญหาที่วิกฤติเสียก่อน

- ในแง่การจัดการ ยังมีความเชื่อมั่นในการจัดการด้วยเทคโนโลยี มากกว่าจะเน้นเรื่องกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อม

(แน่นอนว่า ปัจจุบันนี้ ในปี พ.ศ. 2548 สภาพความเป็นจริงหลายอย่างก็ได้เปลี่ยนแปลงไปจากข้อสรุปข้างต้นนี้ แต่หลายข้อก็ยังน่ารับฟังอยู่)

จากมุมมองด้านสิ่งแวดล้อมที่กล่าวมานี้ งานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น เรื่อง “การสื่อสารกับสิ่งแวดล้อม” ที่อยู่ในชุดโครงการฯ นี้ ได้พยายามก้าวข้ามให้พ้นข้อจำกัดของจุดยืนทั้งด้านการสื่อสารและด้านสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ

- ในด้านการสื่อสาร งานวิจัยในชุดโครงการฯ นี้ จะใช้การสื่อสารทุกรูปแบบ ใช้สื่อทุกชนิดอย่างหลากหลาย โดยการสื่อสารแต่ละชนิดล้วนมีเป้าหมายที่ต้องบรรลุแตกต่างกัน รวมทั้ง มีการดูการสื่อสารในหลาย บริบท เช่น การสื่อสารภายในชุมชน ระหว่างชุมชนกันเอง ระหว่างชุมชนกับภายนอก และเป็นการสื่อสารในหลายช่วงเวลา (period) เช่น ช่วงเวลาปกติ (normal period) ช่วงเวลาวิกฤติ (crisis period)

ในท่ามกลางความหลากหลายของการสื่อสารนานาประเภทนั้น จุดเน้นของงานวิจัยในชุดโครงการฯ นี้ จะมีจุดร่วมที่สำคัญ ๆ อยู่ 2 ประการคือ การสื่อสารเพื่อสิ่งแวดล้อมนั้น จะต้องเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชน (แก้ไขข้ออ่อนของนักสิ่งแวดล้อมที่กล่าวมาแล้ว) และจะต้องเป็นการสื่อสารแบบเครือข่ายตามลักษณะธรรมชาติของสิ่งแวดล้อมที่โยงใยถึงกันหมดแบบ “เด็ดดอกไม้สะเทือนถึงดวงดาว”

- ในส่วนของสิ่งแวดล้อมนั้น ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่งานวิจัยทั้ง 4 โครงการได้เข้าไปแตะต้องนั้น ล้วนแต่เป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องไปถึงเรื่องอำนาจและโครงสร้างเศรษฐกิจ / สังคม / การเมือง ดังนั้น การแก้ไขปัญหาก็ต้องใช้รูปแบบการสื่อสารเพื่อเสริมพลังของชุมชนในการเข้ามาตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมดังจะเห็นรายละเอียดในตอนต่อไป

2. ภาพรวมของงานวิจัยทั้ง 4 กรณี

โครงการวิจัยเรื่องการสื่อสารและสิ่งแวดล้อมในชุดโครงการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อชุมชน” มีอยู่ 4 โครงการคือ

1. การสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมจัดการป่าชุมชนของชาวบ้านห้วยแก้ว กิ่ง อ. แม่ฮอน จ. เชียงใหม่ (จากนี้จะอ้างว่า “งานวิจัยเรื่องป่าห้วยแก้ว”) โดย อ. ศิริธรณ์ ไรจนสุพจน์ และคณะ, 2547

2. การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการจัดการป่าชุมชน : กรณีศึกษาป่าชุมชนสะมะแก ต. นาสวน อ. ศรีสวัสดิ์ จ. กาญจนบุรี (จากนี้จะอ้างว่า “งานวิจัยเรื่องป่าสะมะแก”) โดย รศ. วราพร ศรีสุพรรณ และคณะ, 2547

3. การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสารชุมชนเพื่อปกป้องคลองอู่ตะเภา จ. สงขลา (จากนี้จะอ้างว่า “งานวิจัยเรื่องคลองอู่ตะเภา”) โดยจำนงค์ บัวเนียวและคณะ, 2547.

4. การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อจัดการปัญหาขยะของประชาชนในท้องถิ่น อ. ปากช่อง จ. นครราชสีมา (จากนี้จะอ้างว่า “งานวิจัยเรื่องขยะโคราช”) โดย ดร. สิทธิชัย เทวธีระรัตน์ และคณะ, 2547

จากงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้นนี้ สามารถจะจัดกลุ่มเป็นแบบต่าง ๆ ตามแต่เกณฑ์ที่ใช้ เช่น

(ก) ใช้แนวคิดเรื่องประเด็น”สิ่งแวดล้อม”เป็นเกณฑ์

งานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับประเด็นป่าชุมชน 2 เรื่อง คือ ป่าชุมชนห้วยแก้ว จ. เชียงใหม่ ซึ่งเป็นป่าชุมชนแห่งแรกของประเทศไทย ซึ่งแต่เดิมนั้น ชุมชนหมู่บ้านรอบ ๆ ป่า ล้วนทำมาหากินโดยอาศัยป่ายังชีพ ต่อมารัฐได้ให้สัมปทานแก่นายทุนข้างนอกทำให้ชาวบ้านเดือดร้อน และได้ใช้การต่อสู้และการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเรียกร้องเอาป่ากลับคืนมา ผลของการต่อสู้ทำให้เกิดความขัดแย้งขึ้นในชุมชนและรุนแรงถึงระดับมีการฆ่ากันตาย ในท้ายที่สุด แม้ชุมชนจะได้รับชัยชนะด้วยการได้ป่าชุมชน แต่ทว่าก็เกิดรอยร้าวขนาดใหญ่ขึ้นในชุมชน ทำให้การบริหารจัดการป่าชุมชนเริ่มหมดประสิทธิภาพ

ส่วนป่าชุมชนสะมะแกนั้น ก็ผ่านเหตุการณ์ที่คล้ายคลึงกับป่าชุมชนห้วยแก้ว แต่เนื่องจากความเข้มแข็งของสถาบันดั้งเดิมของชุมชน เช่น สถาบันศาสนาและพระสงฆ์ที่ได้ประสานและจัดการกับความขัดแย้งอย่างสันติ แต่แม้ว่า รัฐจะประกาศให้ป่าสะมะแกเป็นป่าชุมชน แต่ทว่า การขาดการบริหารจัดการที่ดีเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะหมู่บ้านหลาย ๆ หมู่บ้านรอบ ๆ ป่า ทำให้การธำรงรักษาป่าชุมชนเป็นไปไม่ได้

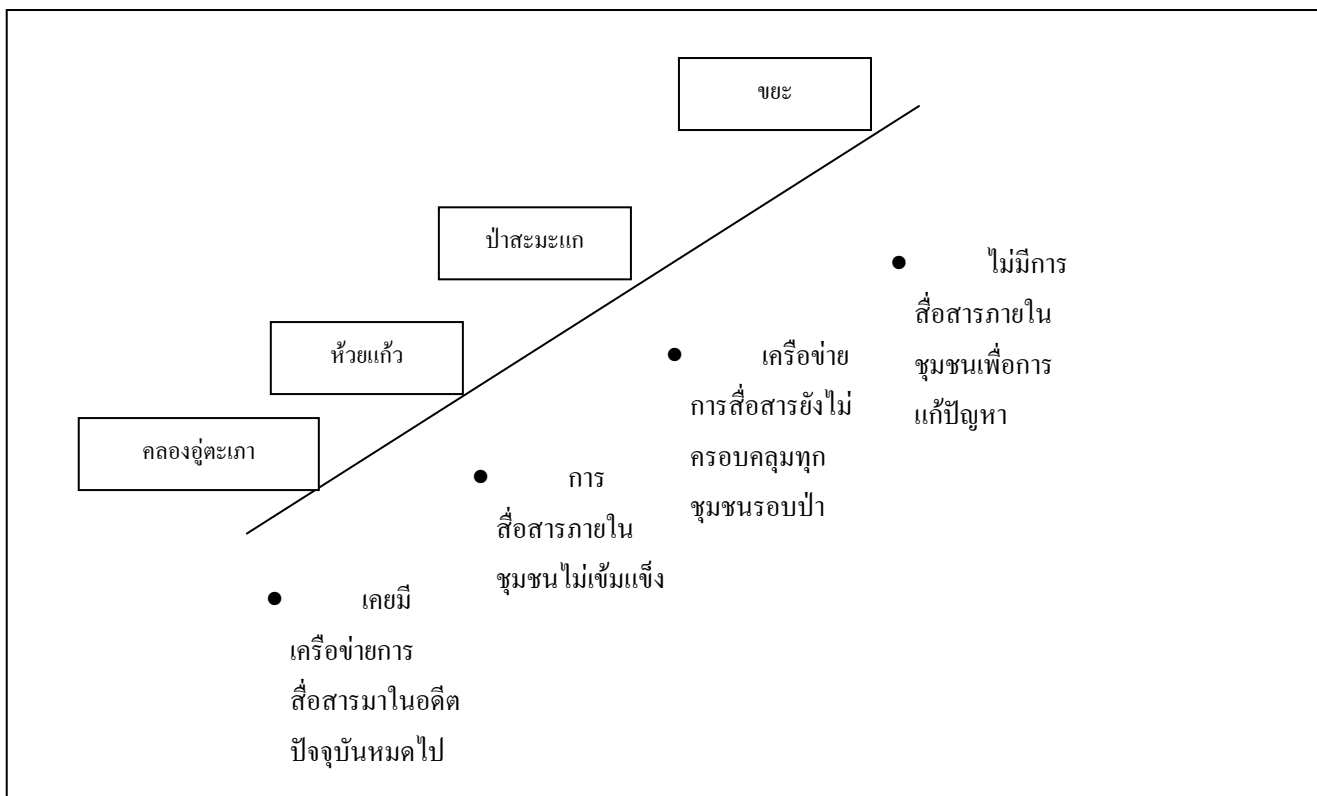
งานวิจัยชิ้นที่สามเป็นเรื่องการจัดการทรัพยากรทางน้ำ คือ คลองอู่ตะเภา จ. สงขลา ซึ่งเป็นคลองที่ยาวถึง 130 กิโลเมตร และมีหมู่บ้านเรียงรายอยู่ตลอด 2 ฝั่งคลองถึง 60 กว่าหมู่บ้าน ในอดีตเคยมีเครือข่ายระหว่างชุมชนในการใช้และรักษาคลอง แต่ปัจจุบัน

เมื่อคลองหมดหน้าที่ด้านการคมนาคมเนื่องจากมีถนนมาแทนที่ เครือข่ายระหว่างชุมชนก็หมดไป และทำให้น้ำในคลองเน่าเสีย รวมทั้งส่งผลเสียหาด้านนิเวศอื่น ๆ ติดตามมา

งานวิจัยชิ้นสุดท้ายเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเองคือ ปัญหาขยะที่หมู่บ้านโนนป่าติ้ว ต.หนองสาหร่าย จ. นครราชสีมา ซึ่งเป็นหมู่บ้านที่ทิ้งขยะจากทุกแห่งของ อ.ปากช่อง ท่ามกลางบริบทที่จังหวัดนครราชสีมาเป็นเมืองอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ถึงแม้ปัญหาขยะท่วมพื้นหมู่บ้านจะรุนแรง แต่เนื่องจากชาวบ้านไม่มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินอยู่อาศัย (เป็นพื้นที่ทหาร) ทำให้ชาวบ้านไม่กล้าลุกขึ้นมาแก้ไขปัญหานี้

และจากงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น หากพิจารณาในเรื่องของ**จุดเน้นด้านการสื่อสาร** อาจจะได้ว่า

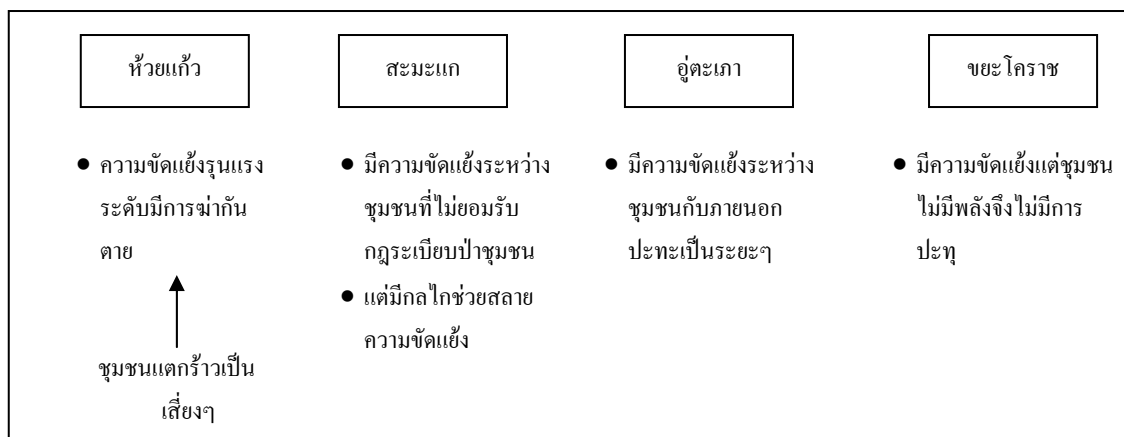
- เรื่องป่าห้วยแก้ว จะเป็นเรื่องการสื่อสารเพื่อสมานรอยร้าวในชุมชน
 - เรื่องขยะโคราช จะเน้นการสื่อสารเพื่อเสริมความแข็งแกร่งภายในชุมชน
- เพื่อออกไปเชื่อมต่อการสื่อสารกับภายนอก (แหล่งแก้ไขปัญหานี้ เช่น เทศบาล)
- เรื่องป่าชุมชนสะมะแก จะเป็นเรื่องการสร้างเครือข่ายการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพระหว่างหมู่บ้านที่อยู่รอบ ๆ ป่า
 - เรื่องคลองอู่ตะเภา จะเป็นเรื่องเครือข่ายการสื่อสารแบบต่าง ๆ ระหว่างชุมชนจำนวน 60 กว่าชุมชนที่เรียงรายอยู่บนสองฝั่งคลอง



ภาพที่ 1 : สถานภาพของปัญหาสิ่งแวดล้อมและปัญหาการสื่อสารของกรณีศึกษา 4 กรณี

(ข) การใช้เกณฑ์ “ความรุนแรง” อันเกิดจากปัญหาสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างคนกลุ่มต่าง ๆ ทั้งภายในชุมชนและระหว่างชุมชน และจำเป็นต้องใช้ “การสื่อสารเพื่อการจัดการกับความขัดแย้ง” (Communication for conflict resolution) เข้ามาแก้ไข แต่การแก้ปัญหาดังกล่าวจะยากหรือง่ายก็ขึ้นอยู่กับระดับความรุนแรงของความขัดแย้งนั้น ซึ่งอาจเรียงกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณีได้ดังนี้



ภาพที่ 2 : ระดับความขัดแย้งรุนแรงจากปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรณีศึกษา

(ค) จุดเน้นด้านการสื่อสารของแต่ละกรณี

ในขณะที่ในงานศึกษาทั้ง 4 กรณีนั้น มีจุดร่วมกันคือ คณะนักวิจัยซึ่งทำหน้าที่เป็น “ตัวกลาง/ผู้สนับสนุนจากภายนอก” (mediator) จะเข้าไปมีส่วนหนุนช่วย (intervention) ในการแก้ปัญหาของชุมชน แต่ทว่า วิธีการแก้ปัญหาของแต่ละทีมวิจัยก็จะแตกต่างกันออกไป เนื่องจากจุดเน้นด้านการสื่อสารของแต่ละกรณีมีความแตกต่างกันพอสมควร ดังนี้

(i) ป่าชุมชนห้วยแก้ว กรณีป่าชุมชนห้วยแก้วนั้น เป็นตัวอย่างแบบฉบับเรื่ององค์ความรู้ในการรักษาป่าได้อย่างดีว่า ในอดีตนั้น ชุมชนมีองค์ความรู้เรื่องการรักษาป่าเชิงชีวภาพก็เพียงพอแล้ว แต่ในปัจจุบัน เหตุปัจจัยในการทำลายป่ามิใช่เหตุปัจจัยด้านชีวภาพเท่านั้น หากแต่เป็นเงื่อนไข/ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ/การเมือง ดังนั้น ชุมชนจึงต้องประสานองค์ความรู้เดิม จากด้านชีวภาพเข้ากับฐานองค์ความรู้ใหม่ทั้งด้านรักษาป่าเชิงเศรษฐกิจ/การเมืองและชีวภาพแบบใหม่ และในการนี้ เนื่องมาจากบริบททางประวัติศาสตร์ของชุมชน กลุ่มผู้ริเริ่มงานจึงได้เลือกใช้กลยุทธ์ “เหล้าเก่าแต่ขวดใหม่” คือ ประสานสื่อใหม่ ประเภทต่าง ๆ (สไลด์/ วิดิทัศน์ / รายการวิทยุ) เข้ากับเนื้อหาความรู้แบบดั้งเดิมเรื่องการรักษาป่า โดยที่ต่อนั้นเน้นหนักเรื่องการสื่อสารภายในชุมชนที่มีรอยฉีกขาดให้สมานเข้าด้วยกัน

(ii) ป่าชุมชนสะมะแก ปัญหาของป่าชุมชนสะมะแกคือเป็นป่าที่มีขนาดกว้างใหญ่ มีชุมชนตั้งอยู่รอบ ๆ ป่าจำนวนมาก แต่กลุ่มผู้ทำงานป่าชุมชนยังไม่สามารถจะสร้างเครือข่ายการสื่อสารให้ครอบคลุมจนกระทั่งกลายเป็น “หลายชุมชน แต่ใจเดียวกัน” ในเรื่องป่าชุมชนได้

และเนื่องจากต้นทุนทางสังคมของคณะวิจัยที่เข้าไปศึกษาซึ่งทำงานอยู่กับสถาบันด้านสิ่งแวดล้อมศึกษา ดังนั้น คณะวิจัยจึงได้ทดลองใช้ “การนำเข้าการสื่อสารแบบต่าง ๆ” ทั้งที่รื้อฟื้นจากของเก่าเช่น การทำพิธีบวงสรวง ทั้งแบบใหม่ ๆ สไตล์แปลก เช่น การทำแปลงตัวอย่าง ฯลฯ เพื่อแสวงหารูปแบบการผสมผสาน (hybridization) ทั้งในเรื่องเนื้อหาองค์ความรู้และสื่อประเภทต่าง ๆ โดยเน้นที่การสื่อสารระดับระหว่างชุมชนและเครือข่าย

(iii) คลองอู่ตะเภา ดังที่เกริ่นมาบ้างแล้วว่า คลองอู่ตะเภาเป็นกรณีที่เคยมีเครือข่ายการสื่อสารที่เคยทำหน้าที่ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม และด้านอื่น ๆ (เศรษฐกิจ/ สังคม / วัฒนธรรม ฯลฯ) อีกมากมาย แต่ทว่า เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงที่จุดหนึ่ง (หน้าที่คมนาคมขนส่งหมดไป) ก็ส่งผลสะท้อนไปตลอดทั้งลำคลอง ชีวิต/กิจกรรมและความสัมพันธ์ของผู้คนที่วางอยู่บนโครงข่ายการสื่อสารของคลองก็พลอยล่มจมหายไปด้วย ภารกิจของคณะวิจัยร่วมกับชุมชนจึงมีอยู่ 2 ด้านใหญ่ ๆ คือ การซ่อมแซมเครือข่ายเก่าบางส่วนที่ยังพอจะปรับปรุงได้ให้ขึ้นมาใช้ใหม่ (เช่น กลุ่มที่เลี้ยงปลาในกระชังในคลอง) กับการสร้างเครือข่ายใหม่ ๆ ขึ้นมาเสริมเป็นระบบคู่ขนานกันไป

(iv) กรณีขยะโคราช เป็นกรณีที่มีปัญหาขยะท่วมท้น แต่ไม่มีการสื่อสารภายในชุมชนที่แข็งแกร่งที่จะออกไปต่อรองกับภายนอกได้ เพราะการสื่อสารที่มีอยู่เป็นแบบบนลงล่าง (top-down) ทางเดียว (one-way communication) ภารกิจของคณะวิจัยและกลุ่มแกนนำจึงเป็นการติดตั้งการสื่อสารรูปแบบใหม่ให้แก่ชุมชน คือ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารที่เพิ่มกำลังความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน

3. ทำความเข้าใจเรื่อง “สิ่งแวดล้อม” กับเล็กน้อย

เนื่องจากงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้นนี้ มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องอยู่กับเรื่องสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ในที่นี้จึงขอติดตั้งความเข้าใจเรื่องสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยในการอ่านบทสรุปของงานวิจัยในตอนต่อไป สักเล็กน้อย

(1) การแบ่งประเภทสิ่งแวดล้อม มีวิธีการแบ่งประเภทสิ่งแวดล้อมได้หลายแบบ เช่น

(1.1) ระดับของสิ่งแวดล้อม A. Dahlan (1994) ได้แบ่งระดับของสิ่งแวดล้อมออกเป็น 3 ระดับคือ

(ก) สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ (Natural environment) หรือระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่ประกอบด้วยทรัพยากรทั้งที่สร้างขึ้นใหม่ได้และไม่ได้ ทั้งสิ่งมีชีวิตและไร้ชีวิตทั้งปวง สรรพสิ่งเหล่านี้อยู่ร่วมกันอย่างมีหลักการ มีกระบวนการและมีวัฏจักร

(ข) สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made environment) เป็นสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเมื่อมนุษย์ได้สร้างสรรค์เปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ เช่น ถนน สะพาน ดึก ไฟฟ้า ซึ่งยังคงมีลักษณะทางกายภาพที่มองเห็นจับต้องได้อยู่

(ค) สิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social environment) ก็เป็นสิ่งแวดล้อมประเภทที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเช่นเดียวกัน หากแต่เป็นงานสร้างสรรค์ที่ไม่มีลักษณะทางกายภาพและมีมิติเชิงคุณภาพ อันได้แก่ ค่านิยม บรรทัดฐานของสังคม การรับรู้ ปรัชญา วัฒนธรรม เป็นต้น

สิ่งแวดล้อมทั้งสามระดับนี้ จะมีปฏิสัมพันธ์กันอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น ข้อสรุปของนักวิชาการแนวมนุษยนิยมจากลาตินอเมริกาสรุปว่า วิกฤติการณ์ทางสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (ระดับ ก.) ที่ทั่วโลกกำลังประสบอยู่ มิใช่เกิดขึ้นเพราะปัญหาประชากรมากขึ้น หากแต่เป็นเพราะผลผลิตของลัทธินิยมวัตถุนิยมตะวันตก (ระดับ ค.) ที่ส่งผลให้โลกทั้งโลกมีสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น (ระดับ ข.) และสิ่งแวดล้อมจากธรรมชาติเกิดเป็นอันตรายต่อทุก ๆ อย่างในโลกรวมทั้งตัวมนุษย์เองด้วย (อ้างจากปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์, 2539)

(1.2) สามส่วนของสิ่งแวดล้อม Tarzie Vittachi (อ้างใน K.Dixit, 1994) ได้ใช้แนวคิดที่คล้ายคลึงกันด้วยการแบ่งสิ่งแวดล้อมเป็น 3 ส่วน 2 ส่วนแรกเป็นระดับภายนอก คือ สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ (Natural environment) และ สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้นทุกอย่าง (Human environment) ส่วนระดับที่สามเป็นส่วนภายใน (Inner environment) ได้แก่ คุณค่าที่กำหนดแนวทางประพฤติปฏิบัติที่เรียกว่า invironment K.Dixit (1994) ได้โยงเข้าสู่เรื่องสื่อมวลชนหรือกลุ่มคนที่จะทำงานด้านสิ่งแวดล้อมว่า สำหรับนักสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่รายงานเรื่องสิ่งแวดล้อม จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง “invironment” ของตนเองเสียก่อน ทั้งนี้ เพราะระบบค่านิยม คุณลักษณะและตัวตนของนักสื่อมวลชนเองจะเป็นตัวกำหนดเนื้อหาและวิธีการนำเสนอผลงานของตนเอง

เป็นที่น่าสังเกตว่าในวิธีคิดของประชาชนในโลกที่สามซึ่งแม้ว่า อาจจะถูกทำลายสิ่งแวดล้อมภายนอก 2 ระดับแรกไปแล้ว แต่ทว่า สิ่งแวดล้อมในใจนั้นยังคงหลงเหลือมรดกวิธีคิดและระบบคุณค่าเก่า ๆ เอาไว้พอสมควร ตัวอย่างเช่น ในกรณีของพุทธศาสนาใน

สังคมไทย รักรอง (2534) วิเคราะห์ว่า “การที่ชาวพุทธคิดว่ามนุษย์เป็นเพียงหนึ่งในบรรดาชีวิตทั้งหลายที่ถือรูปแตกต่างกันออกไป ไม่มีใครเป็นศูนย์กลาง วายเวียนกันไปในวัฏสงสาร ซึ่งมนุษย์และสัตว์ก็ตกอยู่ในห้วงอำนาจของมันเท่า ๆ กัน ทัศนคติแบบนี้เอื้อต่อการอนุรักษ์ เพราะไม่ถือเอาประโยชน์ของมนุษย์เป็นที่ตั้ง ชีวิตในรูปอื่น ๆ จึงมีสิทธิ์จะอยู่บนโลกนี้เท่า ๆ กับมนุษย์” (น่าเสียดายที่คนที่คิดดี ๆ แบบนี้ไม่มีอำนาจ ส่วนคนที่มีอำนาจเขาไม่ค่อยคิดดี ๆ อย่างนี้)

สำหรับ “สิ่งแวดล้อมในใจ” (invironment) ซึ่งเป็นประเภทที่สามนี้ ต้องการรูปแบบการสื่อสารแบบเฉพาะ ๆ เช่น การสื่อสารภายในตนเอง (intrapersonal communication) หรือการสื่อสารในรูปแบบพิธีกรรม (ritual communication) ดังที่ปรากฏในงานวิจัยป่าชุมชนสะมะแกที่ต้อมมีการทำพิธีกรรมบวชป่า (หรือการสืบชะตาแม่น้ำ) ความสำคัญของเรื่องสิ่งแวดล้อมในใจนั้นอาจจะกล่าวได้ว่า เป็นประดุจ “แกนของต้นไม้” เลย์ทีเดียว ดังที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเคยรับสั่งว่า “ในเรื่องการปลูกป่านั้น จำเป็นจะต้องปลูก “ป่าในใจ” ให้ขึ้นมาเสียก่อน มิฉะนั้น ป่าข้างนอกก็ไม่มีวันจะเจริญเติบโตได้”

ในงานวิจัยป่าห้วยแก้ว คณะวิจัยพบว่า ในอดีต แม้ว่าจะไม่มีการวางกฎระเบียบออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน ไม่มีป้ายประกาศ ไม่มีการกั้นรั้วทำแนวกันไฟ แต่ทว่า เนื่องจาก “ป่าในใจ” ของชาวบ้านห้วยแก้วในอดีตมีความอุดมสมบูรณ์อยู่แล้ว ดังนั้น ป่าห้วยแก้วภายนอกจึงดำรงรักษาอยู่ได้

(1.3) ประเภทของขบวนการสิ่งแวดล้อม ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2534)

จัดแบ่งประเภทของขบวนการสิ่งแวดล้อมออกเป็น 3 ระดับ อันสะท้อนให้เห็นถึงวิธีการรับรู้และวิธีการวิเคราะห์ รวมทั้งความเข้าใจในปัญหาสิ่งแวดล้อมดังนี้

(ก) กลุ่มรณรงค์ทางสิ่งแวดล้อม (conservationist) หรืออาจเรียกว่า “กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” กลุ่มนี้วิเคราะห์ว่า สาเหตุของปัญหาสิ่งแวดล้อมมาจากพฤติกรรม ระดับบุคคล (individual level) ดังนั้น ต้องให้การศึกษาและปรับพฤติกรรมของปัจเจกบุคคลเสียใหม่ เช่น มีวินัยด้านสิ่งแวดล้อม (ไม่ทิ้งขยะ) บริโภคให้น้อยลง (ใช้น้ำอย่างประหยัด) ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ recycle ได้ เป็นต้น

(ข) กลุ่มปฏิรูป (reformist) กลุ่มนี้วิเคราะห์ว่า ปัญหาสิ่งแวดล้อมเกิดมาจาก นโยบายการผลิตของสังคม หรือนโยบายการพัฒนาประเทศ ที่ยังขาดมาตรการในการจัดการกับสิ่งแวดล้อม เช่น ขาดการวางแผนเรื่องที่อยู่อาศัย ขาดการวางแผนจัดการเรื่องการใช้น้ำ ดังนั้น จึงมีข้อเสนอให้ใช้มาตรการทางกฎหมาย และสร้างระบบจูงใจทาง

เศรษฐกิจการเมืองเพื่อสิ่งแวดล้อม (เช่น ลดภาชนะน้ำมันไร้สารตะกั่ว) ปรับปรุงยุทธศาสตร์และเพิ่มประสิทธิภาพระบบการจัดการกับปัญหาสิ่งแวดล้อม

(ค) กลุ่มเปลี่ยนระบบ (radical) ความแตกต่างระหว่างกลุ่มนี้กับกลุ่มปฏิรูปก็คือ กลุ่มเปลี่ยนระบบเห็นว่า トラบใดที่ประเทศยังพัฒนาตามแนวทางทุนนิยมหรืออุตสาหกรรมนิยม แนวทางนี้ย่อมก่อให้เกิดการผลิตที่เกินขีดจำกัดทางนิเวศอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น การแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมให้หายขาดอย่างถาวร จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจสังคมและการเมืองอย่างกว้างขวาง เช่น ต้องให้ “การใช้อำนาจ” แทนที่ด้วย “การบริการ” (เช่น องค์การข้าราชการ) “ความร่ำรวย” แทนที่ด้วย “การอดออม” “อาวุธ แทนที่ด้วย “สันติภาพ” ลัทธิ “อุดมการณ์” แทนที่ด้วย “ความประพฤติที่ดีงาม” เป็นต้น

ในปี 2539 ปรีชา ตั้งข้อสังเกตว่า ในขณะที่ความหลากหลายทางชีวภาพมีแนวโน้มลดน้อยลง แต่ความหลากหลายทางความคิดและอุดมการณ์ทางสิ่งแวดล้อมกลับมีมากขึ้นนับตั้งแต่สีเขียวแก่ ๆ แบบปรัชญานิเวศวิทยาแนวลึก (deep ecology) ทุนนิยมสีเขียว (green capitalism) ไปจนถึงสังคมนิยมแนวนิเวศ (eco-socialism)

(1.4) หลักการในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเรื่องสิ่งแวดล้อมมิใช่เรื่องที่ศึกษาเพื่อรู้เท่านั้น หากแต่เป็นการศึกษาเพื่อแก้ไขเปลี่ยนแปลง ดังนั้น ในท่วงทำนองของชาวพุทธ พระธรรมปิฎก (2538) ได้เสนอหลักการในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยใช้เกณฑ์เรื่อง “ผลประโยชน์” เป็นตัวตั้ง แต่จะเป็นผลประโยชน์ของใครในระดับไหน อาจจะแบ่งได้เป็น 3 ระดับคือ

(ก) ระดับผลประโยชน์ส่วนตัวแบบยังไม่มีการศึกษา ซึ่งถือหลักชอบ/ไม่ชอบเป็นที่ตั้ง (เช่น เลือกกินอาหารอร่อย)

(ข) ระดับผลประโยชน์ส่วนตัวแต่มีความเข้าใจประกอบว่า อะไรเป็นประโยชน์ที่แท้จริงแก่ชีวิต (เช่น เลือกกินอาหารที่มีประโยชน์)

(ค) ระดับผลประโยชน์ส่วนตัวแต่มีความเข้าใจอย่างกว้างขวางว่า ประโยชน์ของตนเกี่ยวเนื่องกับประโยชน์ของผู้อื่นกับสังคม

จากหลักความเข้าใจทั้ง 3 ระดับ ได้นำมาสู่แนวทางในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม 3 ระดับคือ

(ก) แก้ปัญหาในระดับพฤติกรรม ด้วยกติกาของสังคม ทั้งการออกกฎหมายและใช้กฎของวัฒนธรรมประเพณี หรือแก้ปัญหาในระดับพฤติกรรมด้วยการชว่งชิงสร้างความเคยชินที่ดีก่อนที่ความเคยชินที่ไม่ดีจะเกิดขึ้น

(ข) การแก้ปัญหาในระดับจิตใจ อันได้แก่ การปลูกฝังคุณธรรมสำคัญ ๆ 3 ประการ ที่เป็นเสาหลักของสิ่งแวดล้อม คือ เมตตากรุณา ความรู้สึกพอใจและเป็นสุข และจิตสำนึกในความรับผิดชอบด้วยกลวิธีต่างๆ ๆ

(ค) แก้ปัญหาในระดับปัญญา อันได้แก่ การปลูกฝังความเข้าใจเรื่องระบบความสัมพันธ์เชิงนิเวศและทำที่ที่จำเป็นต้องมีต่อสิ่งแวดล้อม

(1.5) การนิยามเชิงปฏิบัติการ จากเอกสารเรื่อง สถานการณ์สิ่งแวดล้อมไทย (2538) ได้มีวิธีการแบ่งประเภท/หัวข้อ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเหมาะสมกับการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมมากขึ้นดังนี้

(ก) แบ่งตามประเด็น เป็นเรื่อง น้ำ เชื้อปน ป่า พลังงาน มลพิษ (ภาวะความเสี่ยงต่าง ๆ) อุตสาหกรรม เมือง การพัฒนา การท่องเที่ยว ฯลฯ

(ข) แบ่งตามกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น รัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรประชาชน สตรี ชนกลุ่มน้อย เด็ก นักธุรกิจ สื่อมวลชน ฯลฯ

(ค) ทางเลือกใหม่ ๆ เช่น เกษตรทางเลือก พลังงานรูปแบบใหม่ แนวคิดใหม่ และจิตสำนึกใหม่

การนำเสนอความหมายที่หลากหลายของเรื่องสิ่งแวดล้อม ทั้งในแง่ระดับขอบเขต ประเด็นที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งกลวิธีในการแก้ปัญหา ที่กล่าวมานี้ จะช่วยเป็น “คอส่องทาง” ในการทำความเข้าใจกับจุดยืนด้านสิ่งแวดล้อมของงานวิจัยที่จะกล่าวถึงต่อไป

(2) เรื่อง “สิ่งแวดล้อม” ทำไม “ต้องจัดการแบบให้ประชาชนมีส่วนร่วม”

(2.1) ไม่มีส่วนร่วมจากประชาชนไม่ได้แล้ว

สำหรับผู้ที่ทำงานด้านสิ่งแวดล้อมย่อมจะเคยได้ยินประโยคที่ว่า จากประสบการณ์อันยาวนานของการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมได้ให้ข้อสรุปแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องว่า การจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมไม่อาจดำเนินการให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยภาครัฐหรือภาคธุรกิจเอกชนเท่านั้น (ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ป่า น้ำ อากาศ ดิน ต้นไม้ สัตว์ป่า ฯลฯ) หากจะต้องระดมความ

ร่วมมืออย่างกว้างขวางจากประชาชน เหตุผลประกอบเบื้องหลังข้อสรุปนี้มีอยู่หลายประการ เช่น

- เพื่อความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงาน เนื่องจากประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมมักมีขอบเขตกว้างขวาง มีลักษณะกระจายตัว เมื่อเกิดปัญหาก็มีลักษณะกระจายไม่ขึ้นอยู่กับขอบเขตพรมแดน (เช่น กรณีไฟไหม้ป่า) ดังนั้น วิธีการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพจึงต้องระดมทรัพยากรอย่างกว้างขวางและกระจายตัวเช่นกัน
- เรื่องผลกระทบที่เกิดขึ้น ความชอบธรรมประการหนึ่งที่ต้องเปิดทางให้ประชาชนเข้ามามีส่วนบริหารก็คือ เมื่อเกิดผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบจากสิ่งแวดล้อม ประชาชนจะต้องได้รับผลกระทบเป็นคนแรก เช่น ชาวบ้านโนนป่าดิวในหมู่บ้านที่ถูกนำขยะมาทิ้งนั้น ต้องถึงขั้นกางมุ้งกินข้าวเนื่องจากถูกรุมล้อมด้วยกองทัพแมลงวันจากกองขยะ ดังนั้น จึงต้องให้ผู้ได้รับผลกระทบมีส่วนร่วมในระดับเจ้าภาพ (ระดับการตัดสินใจ) ด้านสิ่งแวดล้อม
- มีข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมประการหนึ่งว่า ปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้น เป็นปัญหาที่ “คนทุกคน” มีส่วนร่วมสร้างขึ้นมาไม่โดยทางตรงก็โดยทางอ้อม ดังนั้น ในขั้นตอนของการแก้ไขก็จำเป็นต้องอาศัยการร่วมมือ ร่วมแรง ร่วมมือ และร่วมสมองจากทุกคนและทุกฝ่าย ในการระดมพลังทางสังคมนั้น การสื่อสารทุกประเภทจะเป็นเครื่องมือ/กลไกที่สำคัญ

สำหรับประเด็นเรื่องการบริหารจัดการแบบให้ประชาชนมีส่วนร่วม นั้น มีผลปรากฏอย่างชัดเจนในงานวิจัยกรณีศึกษาของชุดโครงการฯ นี้ เช่น งานวิจัยขยะโคราซพบว่า อันที่จริง ภาครัฐมีแผนการในการกำจัดขยะสำหรับประชาชนรองรับอยู่แล้ว แต่เนื่องจากรัฐขาดมิติการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ดังนั้น วิธีการกำจัดขยะแบบมากมายที่รัฐคิดขึ้นมา เช่น การขยายพื้นที่ทิ้งขยะให้มากขึ้น การตั้งโรงงานกำจัดขยะ หรือแม้แต่การจัดหารถบรรทุกขยะไปทิ้งตามที่ต่าง ๆ จึงล้นแล้วแต่เป็นวิธีการที่ใช้งบประมาณสูงและมีขั้นตอนมากมาย และไม่ “work” เนื่องจากการละเลยภาคประชาชนทำให้เกิดความไม่ไว้วางใจกัน และลุกลามกลายเป็นความขัดแย้งระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชน

ในกรณีของป่าชุมชนสะมะแก็กเช่นกัน การได้ป่าสะมะมาเป็นป่าชุมชนนั้น เกิดมาจากประกาศจัดตั้งของภาครัฐในปี พ.ศ. 2539 และจากนั้นรัฐก็เข้ามาดำเนินการบริหารจัดการแบบบนลงล่าง (top-down approach) เช่น การค้นคิดกิจกรรมต่าง ๆ ในการรักษาป่าชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการทำเขตแนวป่าชุมชน การปลูกป่า และการจัดทำแผนการ

ดำเนินงานป่าชุมชน ล้วนคิดค้นมาจากทางฝ่ายรัฐทั้งสิ้นโดยขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชน ตัวอย่างเช่น เมื่อคิดถึงเรื่อง “ป่าชุมชน” ราชการก็จะคิดถึงแต่เรื่อง “การปลูกป่า” เป็นหลัก เนื่องจากการปลูกป่าถูกรับรู้ว่าเป็นเสมือนสื่อชนิดหนึ่งที่สื่อความหมายเรื่องป่าชุมชนและแนวเขตป่าชุมชน แต่คณะวิจัยพบว่า ต้นไม้ที่นำมาปลูกเกือบทั้งหมดไม่รอดชีวิตเลย หรือการวางแผนการดำเนินงานป่าชุมชนก็ใช้การฝึกอบรมเป็นเครื่องมือในการทำแผน แต่แผนที่เกิดขึ้นเป็นแผนเฉพาะของแต่ละหมู่บ้าน ขาดพลังร่วมระหว่างชุมชน แต่ละบ้านจึงมีแนวทางกันไปคนละทิศละทาง แผนที่เกิดขึ้นเป็นแผนที่ทำขึ้นครั้งเดียวและสิ้นสุดไปเลยไม่เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง ขาดการสื่อสารกับประชาชน และไม่มีการสร้างกลไกที่จะนำไปสู่การปฏิบัติ จึงมีลักษณะแบบที่ล้อเลียนกันโดยทั่วไปกับแผนของทางราชการว่า เป็น “แผนที่” (planning) แผนที่เกิดขึ้นจึงมีความหมายน้อยต่อการจัดการป่าชุมชน

จาก 2 กรณีดังกล่าวพิสูจน์ให้เห็นจริงในภาคปฏิบัติว่า “เรื่องการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมนั้น ไม่มีส่วนร่วมจากประชาชนไม่ได้แล้ว”

และเมื่อการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม มีกฎเกณฑ์ความลับอยู่ที่มีการมีส่วนร่วมของประชาชน รูปแบบการสื่อสารที่จะนำมาเข้าคู่กับการบริหารจัดการแบบนี้ ก็ต้องเป็น “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” นั่นเอง

(2.2) การจัดการแบบชุมชนเป็นศูนย์กลาง บางครั้งก็ยังไม่ work

ในงานวิจัยเรื่องป่าชุมชนสะมะแก คณะวิจัยได้พบว่า หลังจากที่ทางราชการได้ประกาศป่าชุมชนสะมะแกแล้ว ทางราชการได้เข้ามาสนับสนุนชุมชนในการดำเนินงานเรื่องป่าเป็นเวลา 1 ปี ดังที่กล่าวมาแล้ว และหลังจากนั้น ก็จะเป็นการดำเนินการโดยคนท้องถิ่นดั้งเดิมตามลำพัง โดยมีการจัดตั้งเป็นคณะทำงานที่เรียกว่า “คณะทำงานรักษาพื้นที่ป่าชุมชนและต้นน้ำ” ซึ่งแนวทางดังกล่าว ดูเสมือนว่าจะนำไปในรูปแบบของการบริหาร/จัดการแบบมีชุมชนเป็นตัวตั้ง/ เป็นศูนย์กลาง

แต่ทว่า เมื่อคณะวิจัยเข้าไปสำรวจในระยะแรกก็พบว่า ยังมีปัญหาการบุกรุกและลักลอบตัดไม้ มีปัญหาความไม่พึงพอใจกันระหว่างชุมชนในเรื่องการเก็บหาของป่า และพบว่า กลไกในการจัดการป่าชุมชนยังไม่ชัดเจน คณะวิจัยจึงคิดว่า ต้องมีการแสวงหารูปแบบการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างองค์กร/เครือข่ายการจัดการปลูกป่าชุมชนให้เป็นรูปธรรม

เช่นเดียวกับกรณีของป่าชุมชนห้วยแก้วซึ่งดูเหมือนจะ “ยิ่งชุมชน” มากกว่าป่าสะมะแก เพราะเป็นการพยายามของชุมชนเองที่จะเรียกร้องให้ได้ป่าชุมชนมา และเมื่อได้มาแล้ว ก็มีการตั้งคณะทำงานตามหลักการทำงานแบบชุมชนเป็นศูนย์กลาง มีการประชุม

เพื่อค้นคิดกิจกรรม มีการดำเนินกิจกรรมอย่างกระชุ่มกระชวยในระยะแรก ๆ แต่ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในระยะต่อ ๆ มาก็คือ กิจกรรมเริ่มแผ่วเบาลง การประชุมเริ่มเหือดหาย คณะกรรมการเริ่มฝ่อลงทุกที นี่เป็นโจทย์การวิจัยของ อ.ศรีธรรมและคณะที่จะต้องค้นหาว่าทำไมและจะอย่างไร จึงจะฟื้นฟูสภาพการณดังกล่าวได้

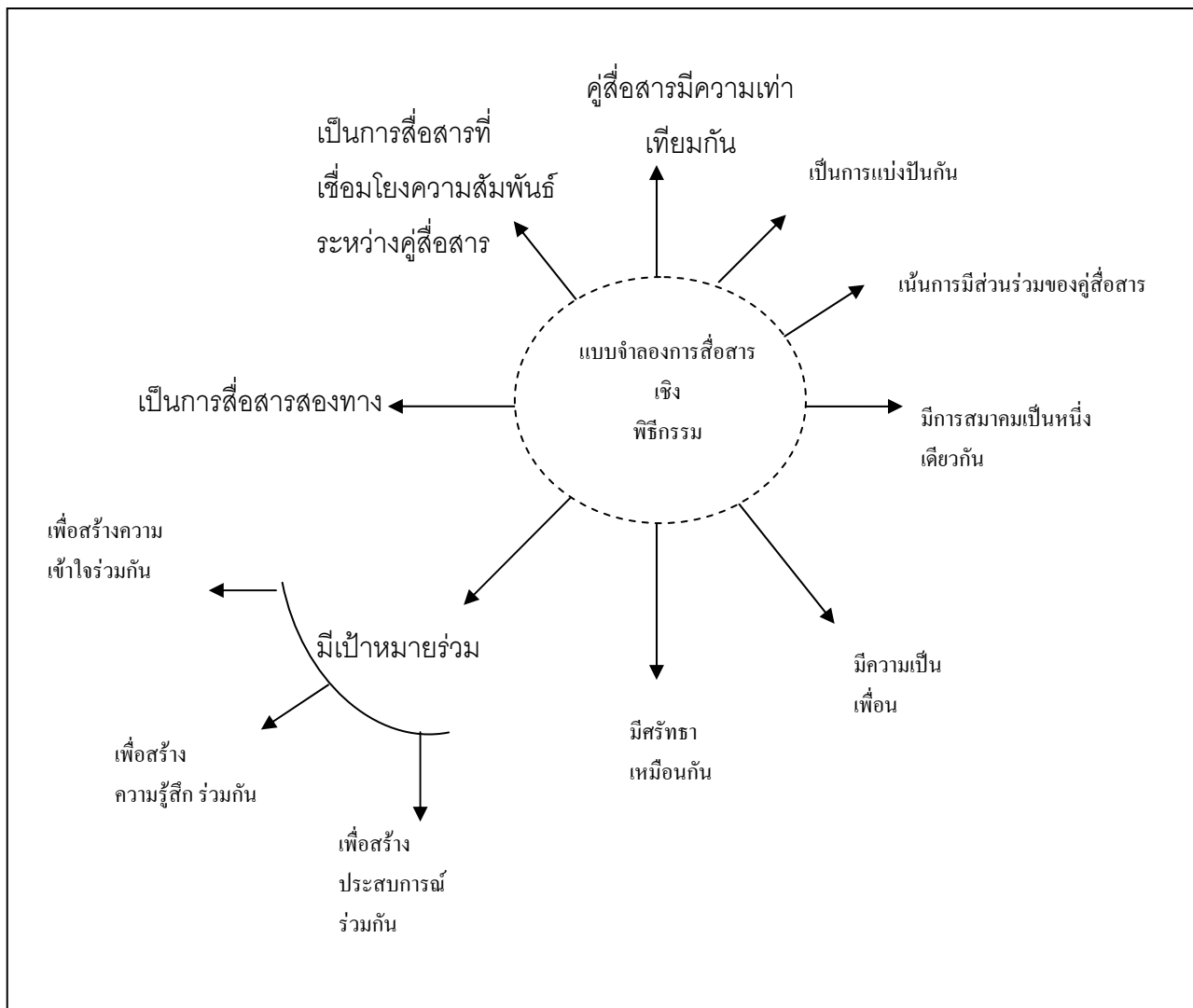
ในการนี้คณะวิจัยประชุมชนห้วยแก้วค้นพบว่า ยาที่จะมาใช้แก้ไขนั้นก็คือ ยาขนานเดิม คือ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมซึ่งต้องปักเขตแดนให้เห็นอย่างชัดเจนทั้งการสื่อสารภายในชุมชนและการสื่อสารระหว่างชุมชนกับภายนอก ดังที่เราจะดูรายละเอียดต่อไป

4. แนวคิด/ทฤษฎีและบทสรุปบางประการเรื่องการสื่อสารเพื่อจัดการสิ่งแวดล้อม

มีกลุ่มแนวคิดทฤษฎีด้านการสื่อสารที่สำคัญ ๆ ซึ่งงานวิจัยทั้ง 4 กรณี ได้นำมาใช้เป็นกรอบช่วยในการวิเคราะห์ / ทำความเข้าใจข้อมูล-ปรากฏการณ์ / และส่องทางให้เห็นกิจกรรมที่ควรจะดำเนินไปดังนี้

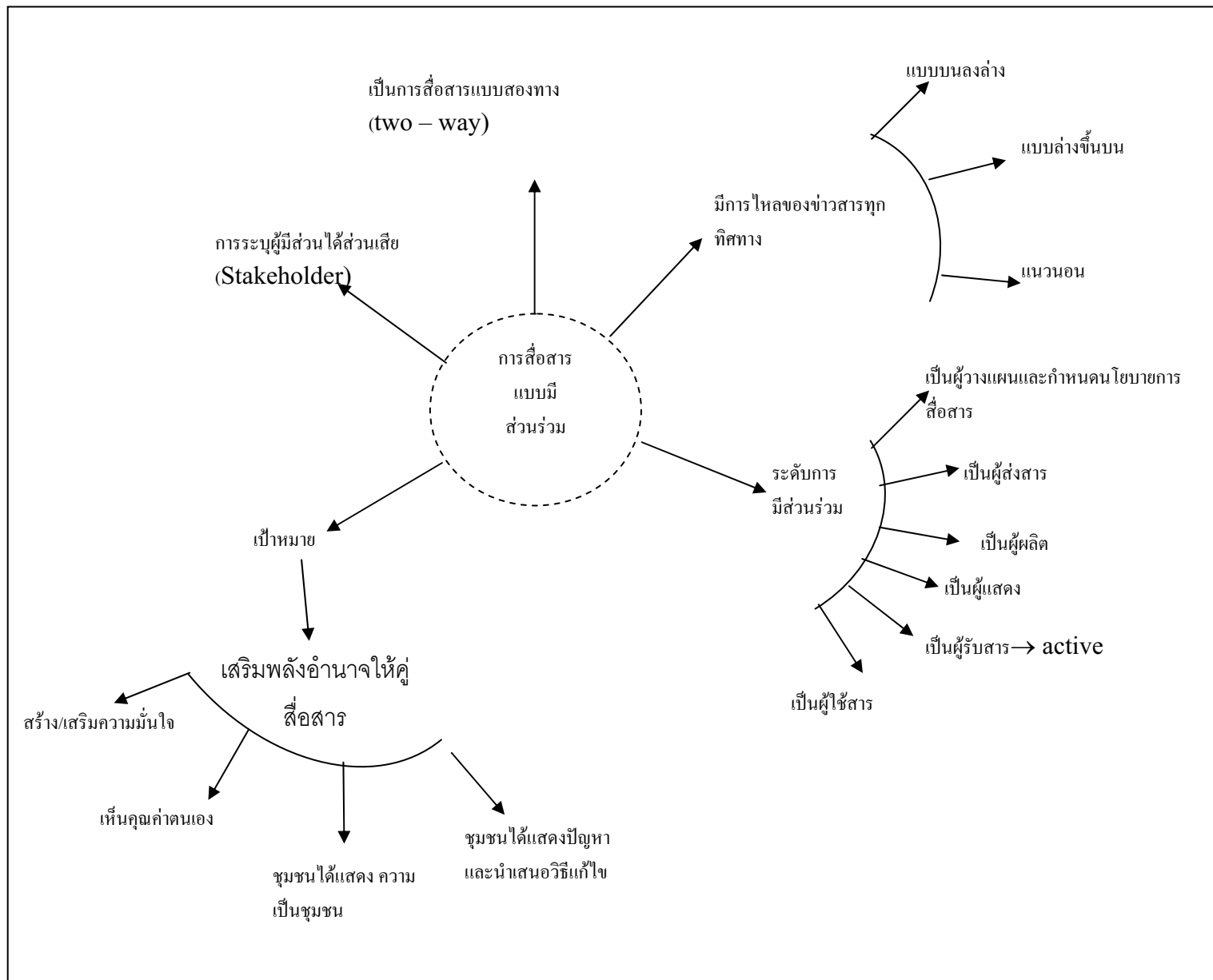
(1) กลุ่มทฤษฎีการสื่อสาร มีอยู่ 3 ทฤษฎีสำคัญ ๆ คือ

(1.1) แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (Ritualistic model of communication) ในขณะที่แบบจำลองการสื่อสารนั้น มีอยู่สองแบบใหญ่ ๆ คือ แบบจำลองการสื่อสารเชิงถ่ายทอด (Transmission model) และแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (Ritualistic model of communication) ซึ่งแบบจำลองทั้งสองนี้ต่างมีเป้าหมายและมีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน งานวิจัยทั้ง 4 กรณีศึกษาได้ใช้แบบจำลองชุดหลังอันเป็นแนวคิดพื้นฐานด้านการสื่อสารที่อธิบายว่า การสื่อสารคือการที่ผู้ทำการสื่อสารได้ร่วมกันสร้างการสื่อสารขึ้นมา โดยที่ผู้ทำการสื่อสาร / คู่สื่อสาร (Communicator ทั้ง Sender / Receiver) มีความเท่าเทียมกัน และสลับบทบาทกันเป็นผู้ส่งสาร / ผู้รับสาร ดังนั้น การสื่อสารจึงเป็นการแบ่งปัน (Sharing) การมีส่วนร่วม (participation) การสมาคมเป็นหนึ่งเดียวกัน (Associations) ความเป็นเพื่อน (Fellowship) และการมีศรัทธาเหมือนกัน (Possession of a common faith) ตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารที่แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดก็คือ การสื่อสารที่ใช้ในการประกอบพิธีกรรม (ซึ่งถูกนำมาใช้เป็นคุณสมบัติของชื่อแบบจำลอง)



ภาพที่ 3 : แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม

(1.2) ทฤษฎีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory communication) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนี้ จะเป็นส่วนตัวขยายมาจากแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรมที่ได้กล่าวมาข้างต้น คุณลักษณะที่สำคัญ ๆ ของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมีดังนี้



ภาพที่ 4 : คุณลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ในตอนต่อไปของงานวิจัยจะใช้กรอบการวิเคราะห์ดังกล่าวแสดงให้เห็นการมีส่วนร่วมด้านการสื่อสารของชุมชนต่อไป ในที่นี้ เพียงแต่จะกล่าวถึงรายละเอียดของบางคุณลักษณะดังนี้

(i) เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นั้น มีลักษณะที่พิเศษ

ดังนี้ คือ

- เป็นการสื่อสารที่สามารถเสริมความมั่นใจให้แก่ผู้ที่สื่อสารได้ เช่น กรณีของขยะโคราช ซึ่งชาวบ้านไม่กล้าต่อสู้เนื่องจากคิดว่าตนเองไม่มีกรรมสิทธิในที่ดิน แต่เมื่อคณะวิจัยได้เปิดเวทีเสวนาแลกเปลี่ยนกับชุมชน และแสดงให้เห็นตัวอย่างของชุมชนอื่น ๆ ที่มีสภาพเช่นเดียวกันแต่ก็เคลื่อนไหวได้ ชุมชนก็เริ่มสร้างความมั่นใจมากขึ้นจนถึงระดับที่เปิดเวทีเสวนากับทางเทศบาลได้

- เป็นการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้ชุมชนได้แสดงความเป็นชุมชน ซึ่งต้องมาจากการสร้างความรู้สึกร่วมกัน (shared meaning) เช่น หมู่บ้านโนนป่าดัว ซึ่งมีบริบททางสังคมและประวัติศาสตร์ว่า เป็นหมู่บ้านที่ผู้อาศัยอพยพมาจากคนละทิศละทาง จึงขาดสายสัมพันธ์ เช่น ความเป็นเครือญาติเพื่อเชื่อมจิตใจชุมชน แต่ทว่า เมื่อชุมชนเผชิญหน้ากับปัญหาขยะร่วมกัน อาศัยรูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมในเวทีเสวนาชุมชนร่วมกัน ก็ทำให้ชุมชนสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน (common vision) จัดการทรัพยากรที่มีของชุมชนร่วมกัน และสร้างกฎเกณฑ์ที่ต้องการร่วมกัน ซึ่งเป็นหนทางในการสร้างสรรค์ความรู้สึกร่วมเป็นชุมชนขึ้นมาท่ามกลางการแก้ไขปัญหา

(ii) การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ครบทุกกลุ่ม เป็นประเด็นที่เป็น

หัวใจของการมีส่วนร่วมในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมโดยเฉพาะ ที่จะนำมาใช้ในการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ในงานวิจัยคลองอู่ตะเภา คณะวิจัยจึงต้องทำการสำรวจกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องคลองอู่ตะเภา นับตั้งแต่กลุ่มแกนนำ กลุ่มผู้เฒ่าผู้แก่ กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มเยาวชน กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชน เช่นเดียวกับงานวิจัยป่าชุมชนสะมะแก ซึ่งพบว่า หมู่บ้านที่เป็นกลุ่มผู้อพยพมาจากภาคอีสานยังไม่ได้เข้าร่วมในงานเครือข่ายและทำให้เกิดความไม่เข้าใจกัน รวมทั้งตัวอย่างที่เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดก็คือ กรณีของป่าชุมชนห้วยแก้ว ที่คณะกรรมการป่าชุมชนจำกัดตัวอยู่ในคนกลุ่มเล็ก ๆ ไม่ก็สืบครอบครัว ทำให้การดำเนินงานรักษาป่าชุมชนเป็นไปไม่ได้ โดยเฉพาะการขาดการสืบทอดความรู้และสำนึกเรื่องป่าชุมชนไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่และกลุ่มเยาวชน

(1.3) ทฤษฎีการมีส่วนร่วมในสื่อแบบประชาธิปไตย (Democratic

participation media theory) เป็นชุดทฤษฎีที่ให้การสนับสนุน 2 ทฤษฎีแรกที่ได้กล่าวมา ลักษณะสำคัญของทฤษฎีนี้ได้แก่ ความเชื่อที่ว่า ประชาชนแต่ละคนแต่ละกลุ่มในสังคม มีสิทธิในการสื่อสาร ทั้งการเป็นผู้ส่งและผู้รับสาร มีสิทธิที่จะเข้าถึงตัวสื่อ มีสิทธิที่จะใช้

ประโยชน์จากสื่อตามความต้องการของคน ในส่วนที่เกี่ยวกับสื่อ นั้น ตามทฤษฎีสื่อนั้นต้องมีความเป็นอิสระ เป็นสื่อที่ดำรงอยู่และเป็นไปเพื่อประชาชน

ในแต่ละท้องถิ่น มีสื่อชุมชนเป็นของตนเอง ซึ่งมักเป็นสื่อขนาดเล็กที่เปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้าถึงและมีส่วนร่วมได้ง่าย เพราะมีลักษณะเป็นสื่อสองทาง

(2) แนวคิดเรื่องการสื่อสารภายใน / ภายนอกชุมชน

สำหรับการสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมนั้น จำเป็นที่จะต้องมีการระบุขอบเขตหรืออาณาบริเวณของการสื่อสารให้ชัดเจนว่า เป็นการสื่อสารภายในชุมชน หรือเป็นการสื่อสารระหว่างชุมชนกับภายนอก

เราอาจจะเข้าใจได้โดยง่ายว่า เพราะเหตุใดการบริหารจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมจึงต้องทำความเข้าใจกับคนภายในชุมชนให้ดี แต่อาจจะมองไม่เห็นอย่างชัดเจนว่า เพราะเหตุใดชุมชนจึงจำเป็นต้องดำเนินการกับการสื่อสารภายนอกให้ดียิ่งขึ้น ความจำเป็นของการสื่อสารกับภายนอกก็เกิดมาจากข้อเท็จจริงด้านสิ่งแวดล้อมสองประการที่ได้กล่าวถึงไปข้างแล้ว คือ

ประการแรก ปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้น มิใช่เป็นปัญหาด้านธรรมชาติ / ชีวภาพเท่านั้น หากแต่เป็นปัญหาด้านเศรษฐกิจ / การเมือง / สังคม-วัฒนธรรมระดับมหภาคด้วย ตัวอย่างเช่น การเกิดขึ้นของป่าชุมชนนั้นต้องมีกฎหมายรองรับ การตั้งโรงงานริมคลองก็เช่นเดียวกัน

ประการที่สอง ปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมภายในชุมชนนั้น มักจะมีสาเหตุหลักมาจาก ภายนอกชุมชน ตัวอย่างเช่น ป่าชุมชนห้วยแก้วนั้น ได้เกิดเป็นเรื่องราวใหญ่โตก็เมื่อรัฐได้ให้สัมปทานแก่นายทุนไปตัดต้นไม้ เช่นเดียวกับป่าชุมชนสะมะแก กรณีขยะที่บ้านโนนป่าตัว ผู้สร้างขยะก็ล้วนมาจากภายนอกชุมชนทั้งสิ้น

ดังนั้น การทำงานด้านการสื่อสารจึงต้องกำหนดอาณาเขต / ขอบเขตการสื่อสารทั้งสองระดับคือ ภายใน / ภายนอกให้ชัดเจน เนื่องจากการสื่อสารทั้งสองอาณาเขตนั้น มีกลยุทธ์ที่แตกต่างกันอันเนื่องมาจากเป้าหมายและผู้รับสารต่างกัน

(i) การตรวจสอบสถานการณ์ของการสื่อสาร 2 อาณาเขต

จากแนวคิดเรื่องอาณาเขต/ ขอบเขตของการสื่อสารดังกล่าว ในขั้นแรก คณะวิจัยจึงต้องทำการตรวจสอบสถานการณ์ของการสื่อสารในแต่ละระดับก่อน เช่น

- กรณีคลองอู่ตะเภา การสื่อสารภายในแต่ละชุมชนยังเข้มแข็งอยู่ แต่การสื่อสารระหว่างชุมชนเลือนหายไปจากเดิมที่เคยมีอย่างเหนียวแน่น

- กรณีป่าห้วยแก้ว การสื่อสารภายในชุมชนอ่อนแอมากในเรื่องป่าชุมชน เนื่องจากรอยร้าวของชุมชนเนื่องมาจากความขัดแย้ง ทำให้ชุมชนปิดปากเงียบเรื่องป่าชุมชน แกนนำชุมชนหันออกไปสื่อสารกับภายนอก เช่น เครือข่ายป่าชุมชนระดับจังหวัด (ระดับภาค) และยิ่งห่างเหินจากส่วนเสี้ยวอื่น ๆ ของชุมชน

- กรณีป่าสะมะแก การสื่อสารภายในชุมชนยังมีสภาพดี แต่การสื่อสารระหว่างชุมชนยังไม่เกิดขึ้น และแตกต่างจากกรณีคลองอู่ตะเภาตรงที่ไม่เคยมีร่องรอยเก่าในอดีตทำให้ “การสร้างใหม่” อาจจะยากกว่า “การซ่อมบำรุงเครือข่ายเก่าๆ”

- กรณีห้วยโคราช ชุมชนยังอ่อนแอทั้งการสื่อสารภายในและภายนอก เนื่องจากบริบทชุมชนยังไม่ได้หลอมรวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และแกนนำแบบเป็นทางการที่จะออกไปสร้างเครือข่ายกับชุมชนอื่น ๆ ที่แก้ปัญหาได้ก็ทำงานไม่เข้มแข็ง

(ii) ในกรณีที่มีการสื่อสารในอาณาเขตใดอาณาเขตหนึ่งล้มเหลว โดยเฉพาะการสื่อสารภายในชุมชน ซึ่งจะเป็นฐานรากให้กับการต่อยอดออกไปสู่การสื่อสารภายนอก จะส่งผลกระทบต่อหลายประการ เช่น

- ทางออกของผู้นำเช่น ป่าชุมชนห้วยแก้ว หรือกลุ่มผู้ที่ได้ผลกระทบอย่างรุนแรง 2-3 รายจากบ้านโนนป่าติ้วในปัญหาเรื่องห้วย กลุ่มเหล่านี้ก็จะหันออกไปทำการสื่อสารกับภายนอกแทน แต่เนื่องจากการสื่อสารในระดับฐานรากไม่เข้มแข็ง การต่อยอดจากภายนอกจึงพลอยอ่อนแอตามไปด้วย

- เมื่อขาดการสื่อสารภายในที่เข้มแข็ง ก็อาจจะส่งผลให้ชุมชนมีลักษณะเฉื่อยชา ก้มหน้าก้มตากรรมหรืออย่างมาก็ได้แต่พรับ่น เช่น ชาวบ้านโนนป่าติ้ว

- ปะทุออกมาเป็นความรุนแรง เช่น กรณีความขัดแย้งด้านสิ่งแวดล้อมที่ได้ยื่นข้อครหาอยู่บ่อยครั้ง เช่น โรงไฟฟ้าบ่อนอก หรือป่าชุมชนห้วยแก้วในระยะแรก

(iii) การทบทวนการสื่อสารในอดีตมาสู่ปัจจุบัน ในกรณีของคลองอู่ตะเภา ซึ่งในอดีตเคยมีเครือข่ายการสื่อสารระหว่างชุมชนอยู่นั้น ในกรณีนี้ คณะวิจัยได้ทำการสำรวจต้นทุนทางการสื่อสารด้วยการเก็บข้อมูลย้อนกลับไปในอดีต แล้วนำมาเปรียบเทียบกับปัจจุบัน ทั้งนี้เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารแบบระบบคู่ขนานที่กล่าวมาแล้ว คือทั้ง “ซ่อมของเก่า” และ “สร้างของใหม่” ไปพร้อม ๆ กัน หรือใช้กลยุทธ์ “สร้างถนนใหม่บนทางเกวียนรอยเก่า” เพื่อช่วยยืดระยะเวลาในการทำงานด้านการสื่อสาร

(3) แนวคิดเรื่องเครือข่ายการสื่อสาร

ลักษณะที่พิเศษประการหนึ่งของเรื่องการสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมคือ ต้องการรูปแบบของการสื่อสารในลักษณะเครือข่าย ความจำเป็นนี้เกิดเนื่องมาจากธรรมชาติของสิ่งแวดล้อมที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า มีลักษณะการขยายตัวแบบเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย ดังนั้น การสื่อสารก็ต้องมีรูปแบบอย่างเดียวกัน

ในงานวิจัยที่เป็นกรณีศึกษามีจำนวน 2 ชั้นที่ให้ความสนใจเรื่องเครือข่ายมากเป็นพิเศษ อันได้แก่ การวิจัยเรื่องคลองอู่ตะเภาที่แม้จะพบว่า การสื่อสารภายในชุมชนยังมีสภาพดีอยู่ และในแต่ละชุมชนก็อาจจะมีการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องคลองน้ำเน่า แต่ทว่าจากลักษณะที่ต่างคนต่างทำคนละที่ จึงทำให้ไม่สามารถจะแก้ปัญหาคคลองได้ ทั้งนี้ เพราะสายน้ำตลอดทั้งคลองนั้น มีลักษณะเชื่อมโยงถึงกันอยู่แล้ว ส่วนในกรณีของป่าชุมชนสะมะแกนั้น จำเป็นต้องสร้างเครือข่ายขึ้นมาใหม่ เพราะหมู่บ้านทั้งหมดที่อยู่รอบ ๆ ป่า หากไม่มีการรวมแรงร่วมใจ ไม่มีความเข้าใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแล้ว งานรักษาป่าจะไปไม่รอด

การสื่อสารในลักษณะเครือข่ายมีลักษณะพิเศษตามธรรมชาติของเครือข่ายเอง เครือข่ายเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ในแนวนอนที่มีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน จึงมีข้อดีในแง่ของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม แต่ในเวลาเดียวกัน เครือข่ายก็มีธรรมชาติที่ต้งง่ายแต่สลายเร็ว หากไม่มีการจัดรูปแบบความสัมพันธ์และการใช้การสื่อสารที่เหมาะสม

3.1 บทเรียนเรื่องเครือข่ายจากป่าสะมะแก

งานวิจัยป่าชุมชนสะมะแกให้บทเรียนเกี่ยวกับเรื่องการสร้างเครือข่ายที่ล้มลุกคลุกคลานเอาไว้หลายยุคสมัยดังนี้

- ยุคแรก พ.ศ. 2539 ทางราชการเข้ามาประกาศจัดตั้งป่าชุมชนแล้วก็จัดกิจกรรมฝึกอบรม แต่ไม่มีการจัดตั้งองค์กรคณะทำงาน
- ยุคที่สอง เริ่ม พ.ศ. 2540 แกนนำนานหนึ่งที่เป็นชาวบ้านได้ริเริ่มก่อตั้งเครือข่ายขึ้นมาชุดหนึ่งเป็นคณะทำงานบริหารป่าชุมชนและป่าต้นน้ำ โดยมีพื้นที่เป้าหมายครอบคลุม 3 ตำบล มีการเชิญตัวแทนชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มคนที่ร่วมชาติพันธุ์กัน (กลุ่มชาวเขาเผ่าปกากะญอ) มาพูดคุยกันเรื่องความสำคัญของป่าต้นน้ำ แต่การสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์ทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายยังดำเนินการโดยแกนนำหลักคนเดียว

ในยุคที่สองนี้ คณะวิจัยสรุปบทเรียนวิธีการก่อตั้งเครือข่ายเอาไว้ 5

ประการคือ

-การทำงานเชิงเครือข่ายที่เชื่อมโยงกับภายนอกนั้น เป็นเรื่องจำเป็นสำหรับการต่อสู้กับภายนอกที่เข้ามากระทบชุมชน แต่ในขณะเดียวกัน ก็ต้องอาศัยการหนุนเสริมจากสถาบันหลักในชุมชนเพื่อให้มีบทบาทเชื่อมโยงกับประชาชนในท้องถิ่น

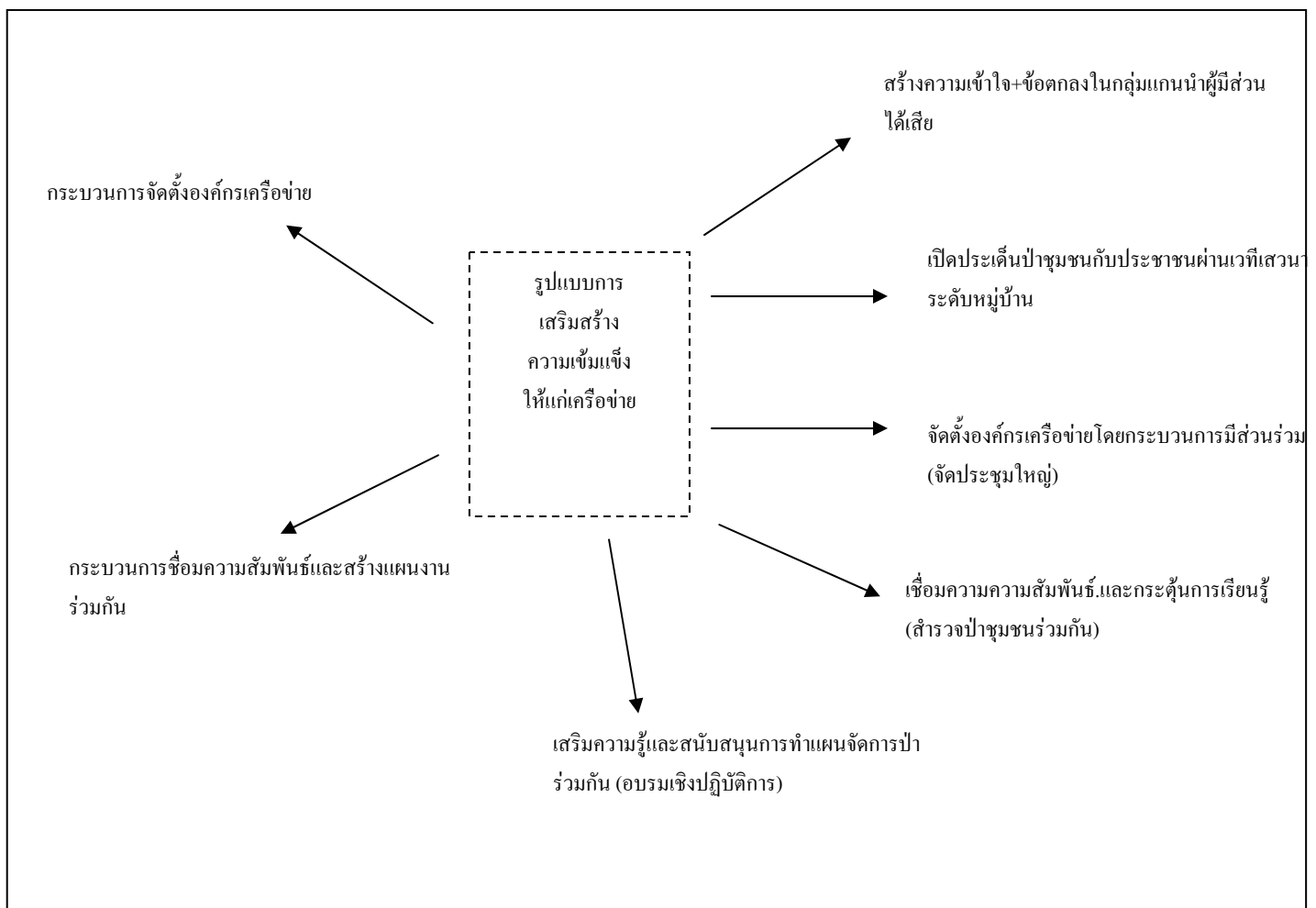
-ผู้นำที่เป็นทางการจะมีบทบาทจำกัดในการต่อสู้กับปัจจัยภายนอกที่อิงกับอำนาจรัฐหรือการเมืองท้องถิ่น

-การใช้ประเด็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมและใช้พื้นที่ทางวัฒนธรรม (เช่น สามัคคีชนเผ่า) เป็นฐานของการสร้างเครือข่ายมีพลังความร่วมมือภายในสูง แต่จะมีข้อจำกัดในการสร้างความร่วมมือกับกลุ่มวัฒนธรรมอื่น ๆ (เช่น หมู่บ้านชาวอีสานอพยพ)

-เครือข่ายที่เชื่อมเข้าสู่ศูนย์กลางที่มีแกนนำหลักแบบเดียว ๆ จะมีข้อจำกัดในการริเริ่มงานใหม่ ๆ เนื่องจากขาดการระดมความคิด และหากแกนนำหลักไม่อยู่ในพื้นที่ก็จะขาดคนประสานงาน

-การขาดเครือข่ายการสื่อสารระหว่างหมู่บ้านทำให้เกิดปัญหาความไม่ลงรอยกันในเรื่องการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์จากป่า

● ยุคที่สาม เริ่ม พ.ศ. 2544 ที่คณะวิจัยได้เข้าไปในชุมชนและได้พบกับสภาวะเครือข่ายที่จัดตั้งขึ้นในยุคที่สองไม่ทำงาน ดังนั้น คณะวิจัยจึงร่วมมือกับแกนนำแสวงหารูปแบบการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่เครือข่ายป่าชุมชน โดยใช้ 2 กระบวนการและผ่านกิจกรรม 5 กิจกรรมในภาพ



ภาพที่ 5 : รูปแบบการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่เครือข่าย

3.2 บทเรียนจากกรณีคลองอยู่ตะเภา

คณะวิจัยคลองอยู่ตะเภาได้นำแนวหลักการเบื้องต้นในการจัดตั้งเครือข่ายเพื่อรักษาคลองเอาไว้ว่า

(i) ต้องสอดคล้องกับศักยภาพของสื่อพื้นบ้าน (ซึ่งเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมดั้งเดิม) กลุ่มบุคคล และกลุ่มกิจกรรม หรืออีกนัยหนึ่ง คือการนำเอาศักยภาพขององค์ประกอบเหล่านี้มาเป็นพื้นฐาน

(ii) ต้องสอดคล้องกับกระบวนการสื่อสารทั้งระดับภายในชุมชนและระหว่างชุมชน

(iii) ต้องสอดคล้องกับข้อเสนอของชุมชน ซึ่งแม้จะมีอยู่อย่างหลากหลาย เนื่องจากชุมชนที่อยู่บนสองฝั่งคลองมีจำนวนมาก แต่โดยรวมก็มีจุดเชื่อมที่เป็นเอกภาพได้

และเนื่องจากมีชุมชน (ผู้มีส่วนได้เสีย) จำนวนมาก คณะวิจัยจึงมีข้อเสนอจากที่ทำงานร่วมกับชุมชนว่า ควรมีเครือข่ายถึง 3 ระดับชั้นเป็นอย่างน้อย กล่าวคือ

(ก) เครือข่ายปกป้องคลองอุต๊ะเกาะในภาพรวม เครือข่ายนี้จะเป็นพื้นที่การสื่อสารของคนทุกกลุ่มไม่ว่าจะภายในชุมชนหรือจากชุมชนอื่น ครอบคลุมทั้งกลุ่มบุคคล กลุ่มกิจกรรม กลุ่มสื่อพื้นบ้าน นักวิชาการ ประชาชน หรือผู้มีส่วนได้เสียทั้งหลาย โดยจะมีลักษณะเป็นเวทีร่วมกันเพื่อช่วยกันมองปัญหาหรือปกป้องคลองอุต๊ะเกาะในภาพรวม โดยให้การทำกิจกรรมเชิงปฏิบัติการเป็นเรื่องของเครือข่ายเชิงประเด็นต่อไป

(ข) เครือข่ายเชิงประเด็น ความจำเป็นที่ต้องมีเครือข่ายเชิงประเด็น เพราะจะทำให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ ง่ายต่อการสื่อสาร สร้างความสนใจ สร้างการมีส่วนร่วมได้ง่าย และสามารถเป็นช่องทางเข้ามาสู่สภาพปัญหาทั้งหมดได้ โดยในเครือข่ายหนึ่ง ๆ ต้องเปิดให้มีผู้สนใจหรือผู้มีส่วนได้เสียเข้าร่วมอย่างหลากหลาย แต่ต้องมี แกนนำ ซึ่งอาจเป็นคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

ตัวอย่างเครือข่ายเชิงประเด็นที่คณะวิจัยมองเห็นความเป็นไปได้จากการสำรวจข้อมูลพื้นฐานของชุมชนก็เช่น

-เครือข่ายรักษนกฟังก่า ซึ่งเป็นนกกินปลาที่มีอยู่ตลอดลำคลองและเป็นดัชนีบ่งชี้คุณภาพของน้ำได้ กลุ่มบุคคลที่อาจจะเข้ามารับผิดชอบน่าจะเป็นกลุ่มเยาวชน

-เครือข่ายล่องเรือรักษคลอง น่าจะเป็นกลุ่มที่ใช้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นกิจกรรมซึ่งสามารถดำเนินงานในแง่ธุรกิจการท่องเที่ยวได้

-เครือข่ายรักษปลาทก ปลาทกเคยเป็นปลาคู่คลองอุต๊ะเกาะ แต่ปัจจุบันเกือบสูญพันธุ์ไปแล้ว จึงควรรื้อฟื้นขึ้นมา กลุ่มคนที่น่าจะสนใจอาจจะเป็นกลุ่มคนเลี้ยงปลา คนหาปลา และนักวิชาการ

(ค) กลุ่มกิจกรรมในระดับชุมชน ซึ่งจะเป็นรากฐานให้กับเครือข่ายเชิงประเด็น โดยกลุ่มกิจกรรมนี้ อาจจะเป็นทั้งกลุ่มกิจกรรมใหม่ที่สร้างขึ้นมาเพื่อประเด็นรักษคลอง หรือเป็นกลุ่มกิจกรรมเก่าที่มีอยู่แล้วนำมาพร้อมกับเครือข่าย เช่น กลุ่มเลี้ยงปลาในคลอง เป็นต้น

และในขณะที่มีเครือข่ายหลาย ๆ รูปแบบ หลาย ๆ ชั้น และหลายกิจกรรมนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ ต้องมีการเชื่อมร้อยประสานงานระหว่างเครือข่ายต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ

(4) การสื่อสารในแต่ละช่วงเวลา (Periodisation)

เนื่องจากลักษณะปัญหาของสิ่งแวดล้อมนั้น มักจะมี “วัฏจักร” (cycle) อย่างน้อย 2 ช่วงเวลา คือ ช่วงเวลาปกติ (normal period) และช่วงเวลาวิกฤติ (crisis period) ดังนั้น การสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมก็มีลักษณะเดียวกัน คือ การสื่อสารในช่วงเวลาปกติ และการสื่อสารในช่วงเวลาวิกฤติ ซึ่งชุมชนจะต้องมีความสามารถที่จะพลิกแพลงกันไปมาระหว่างการสื่อสารใน 2 ช่วงระยะเวลานี้ได้

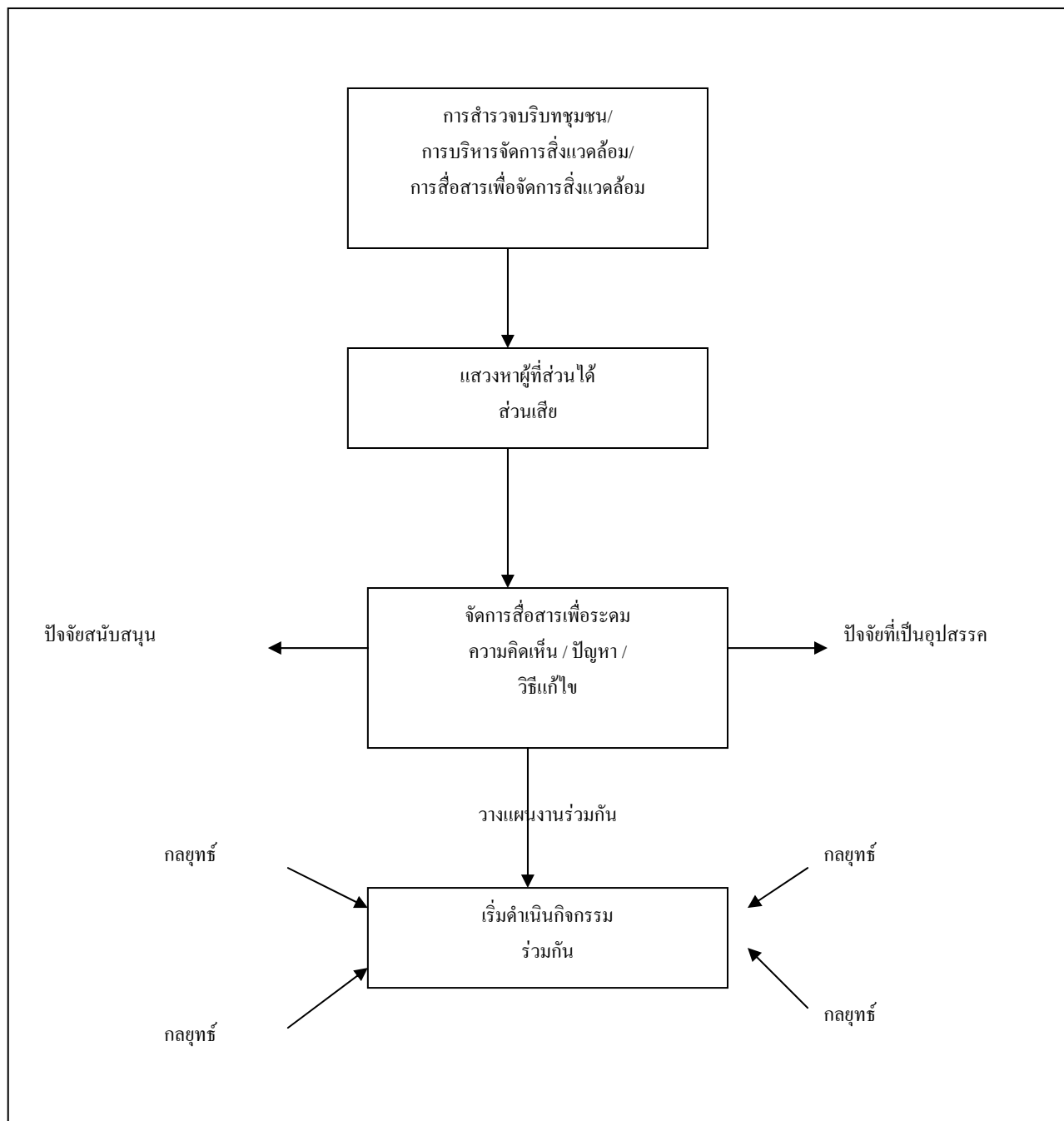
(4.1) บทเรียนจากกรณีชุมชนห้วยแก้ว คณะวิจัยพบว่า ในช่วงวิกฤติคือการต่อสู้ผลักดันเพื่อให้ได้ป่าชุมชนมานั้น กลุ่มผู้นำมีความชำนาญที่จะจัดองค์กร มีการบริหารจัดการ และมีการใช้การสื่อสารนานารูปแบบ เช่น การเขียนจดหมายเปิดผนึกยื่นต่อหน่วยงานรัฐระดับต่าง ๆ การประสานกับขบวนการนักศึกษา การติดต่อกับสื่อมวลชน ฯลฯ เพื่อต่อสู้ช่วงชิงสิทธิในการใช้ประโยชน์จากป่ามา แต่ทว่า เมื่อเข้าสู่สภาวะปกติ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่จะต้องธำรงรักษาป่าที่ได้มา รูปแบบการสื่อสารกับภายนอกแบบเดิมก็ไม่สามารถนำมาใช้ในช่วงเวลาปกติได้ รวมทั้ง ต้องมีการปรับทั้งองค์กรและรูปแบบการบริหารจัดการเสียใหม่

แต่เมื่อกลุ่มแกนนำป่าชุมชนไม่คล่องตัวในการพลิกหารูปแบบการสื่อสารภายในในช่วงเวลาปกติให้มีประสิทธิภาพ และกลับปล่อยให้กระบวนการสื่อสารเป็นไปตามธรรมชาติ กล่าวคือ เมื่อสื่อสารภายในล้มเหลว ก็ไม่สื่อสาร และหันไปสื่อสารกับภายนอกแทน การสื่อสารระหว่างภายใน-ภายนอกในช่วงเวลาปกติจึงเกิดการเสียสมดุล

(4.2) บทเรียนจากกรณีป่าชุมชนสะมะแก ก็เช่นเดียวกัน ชุมชนสะมะแกผ่านช่วงเวลาจัดตั้งเครือข่ายในช่วงยุคสมัยต่าง ๆ ในแต่ละยุคสมัยก็มีรูปแบบการสื่อสารที่ต้องให้มีลักษณะสอดคล้องกับแต่ละช่วงเวลา (ดังข้อมูลทีกล่าวมาข้างหน้า) ในยุคที่สามคือ ยุคสุดท้ายซึ่งต้องการการสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชน ก็จำเป็นต้องใช้รูปแบบเวทีเสวนาร่วมจากทุกชุมชน

5. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

เนื่องจากงานวิจัยชุด “การสื่อสารกับสิ่งแวดล้อม” นี้ มีจุดร่วมกับประการหนึ่ง คือ เป็นการวิจัยที่ไม่เพียงแต่สำรวจสภาพปัญหาที่เป็นอยู่เท่านั้น หากแต่คณะวิจัยยังได้ลงมือปฏิบัติการแก้ปัญหาร่วมกับชุมชนอีกด้วย โดยมีขั้นตอนหลัก ๆ ดังนี้



ภาพที่ 6: ขั้นตอนการทำงานร่วมของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ

ตัวอย่างเช่น กรณีของขยะโคราช

ขั้นตอนที่ 1 - สำรวจชุมชน คณะวิจัยได้เข้าไปสำรวจบริบทของชุมชน / สำรวจปัญหาของชุมชนว่ามีความรุนแรงในระดับใด

-คณะวิจัยได้สำรวจสภาพการณ์ด้านการสื่อสารโดยดูทั้งด้านที่เป็นปัญหาของการสื่อสาร เช่น พบว่า การสื่อสารที่มีอยู่เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว และการไหลของข่าวสารเป็นแบบบนลงล่าง มีแต่การไหลของข่าวสารจากภายนอกเข้ามาสู่ภายในชุมชน แต่ในชุมชนไม่มีออกไป

-แต่ในเวลาเดียวกัน คณะวิจัยก็ได้สำรวจศักยภาพด้านการสื่อสารที่ชุมชนมีอยู่ด้วย เช่น ชุมชนมีการยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ๆ ชุมชนมีผู้นำการสื่อสารที่เข้มแข็ง ชุมชนมีกลุ่มคนบางกลุ่มที่ตื่นตัวต่อปัญหา

ขั้นตอนที่ 2 - ระบุตัวผู้มีส่วนได้เสีย คณะวิจัยได้เริ่มแสวงหาผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับปัญหานั้น รวมทั้งกลุ่มคน / ตัวบุคคลที่มีความกระตือรือร้น ซึ่งจะรู้ได้จากประวัติการเคลื่อนไหวของชุมชนที่ผ่านมา

สำหรับ “จุดเปิด” (entry point) ที่คณะวิจัยได้ใช้นั้นก็คือ การหากลุ่มคนที่แสดงบทบาทการสื่อสารอย่างตื่นตัวมากที่สุด (ซึ่งโดยส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง)

หลังจากพบกลุ่มคนที่เอากำหนดงานที่สุดต่อปัญหาแล้ว คณะวิจัยจะให้การสื่อสารเพื่อเสริมพลัง (communication for empowerment) แก่กลุ่มแกนนำนี้ เพื่อให้สถานะของกลุ่มแกนนำนี้ ลอยตัวโดดเด่นขึ้นมาเป็นผู้นำการแก้ปัญหา

ขั้นตอนที่ 3 ติดตั้งรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม อันได้แก่รูปแบบเวทีเสวนาเพื่อระดมข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา การประเมินระดับความรุนแรงของปัญหา การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการแก้ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งแสวงหาวิธีการแก้ไข และประเมินความเป็นไปได้ของแต่ละวิธีการ และตบท้ายด้วยการวางแผนร่วมกัน

ในขั้นตอนนี้ จากตัวอย่างงานวิจัยคลองอู่ตะเภา คณะวิจัยได้จัดรูปแบบเวทีเสวนาระหว่างแกนนำชุมชนจากหลาย ๆ หมู่บ้าน โดยมีการใช้มิติ “กาลเวลา” เข้าไปร่วม โดยให้บทวนอดีตของคลองอู่ตะเภาและปัจจุบันของคลองนี้ รวมทั้งได้ใช้วิธีการให้ชุมชนประเมินศักยภาพในวิธีการแก้ไขปัญหาแต่ละวิธีร่วมกัน

ขั้นตอนที่ 4 เป็นขั้นตอนที่นำเอาข้อเสนอจากเวทีเสวนาซึ่งได้เรียงลำดับของการดำเนินการแก้ไข เอาเกณฑ์ “ความเป็นไปได้ที่จะลงมือ” ปฏิบัติการมาเริ่มดำเนินการ ในขั้นตอนนี้ คณะวิจัยทั้ง 4 ทีมได้ค้นพบกลยุทธ์ / บทเรียน / บทสรุปบางประการที่น่าสนใจดังนี้

(i) เริ่มจาก“ที่มีอยู่”แล้วมา”ยกระดับ” ในขั้นตอนของการสำรวจชุมชนนั้น ต้องสำรวจทั้ง “มือซ้าย” และ “มือขวา” กล่าวคือ ในขณะที่สำรวจปัญหาของชุมชน ก็ต้องสำรวจศักยภาพของชุมชนไปพร้อม ๆ กัน โดยเฉพาะศักยภาพในการแก้ปัญหาของชุมชนเอง ในทุกกรณีชาวบ้านได้พยายามที่จะแก้ไขปัญหาล้างแฉดล้อมด้วยตนเองมาทั้งนั้น เช่น ชุมชนริมคลองอู่ตะเภาเคยไปเรียกร้องโรงงานให้หยุดปล่อยน้ำเสีย ชาวบ้านโนนป่าติ้วบางคนเคยไปยื่นหนังสือร้องเรียนกับเทศบาล แขนงน้ำป่าสะมะแกก็พยายามตั้งเครือข่ายจนผ่านมาหลายยุค ฯลฯ ศักยภาพดังกล่าวนี้ เป็นเงื่อนไขเบื้องต้นที่จำเป็น (necessary factor) แต่อาจจะยังไม่เพียงพอ (sufficient factor) หากทว่า กลยุทธ์การทำงานก็ต้องเริ่มต้นจาก “สิ่งที่มีอยู่” แล้วมา “ยกระดับให้สูงขึ้น” เช่น ปรับการสื่อสารแบบเอาแต่พรวดเป็นกลุ่มเล็ก ๆ มาเป็นการจัดเวทีเสวนาเพื่อประมวลปัญหาวิเคราะห์สาเหตุและแสวงหาแนวทางแก้ไขร่วมกัน เป็นต้น

(ii) ปัจจัยสนับสนุนคือตัวกลาง (mediator) กระบวนการยกระดับจาก “สิ่งที่เป็นอยู่” ให้ขึ้นมาเป็น “สิ่งที่ควรจะเป็น” นั้น จะทำงานได้โดยมี “ตัวกลาง” ซึ่งในงานวิจัยทั้ง 4 กรณี ก็คือ คณะผู้วิจัย ซึ่งจะทำหน้าที่เป็น “ตัวกระตุ้นปฏิกิริยา” (catalyst)

ตัวอย่างเช่น ในงานวิจัยป่าชุมชนสะมะแก คณะวิจัยพบว่า ชาวบ้านยังขาดความรู้ในการจัดเวทีที่จะพูดคุยกันอย่างเป็นระบบและนำมาสู่ข้อสรุปในเรื่องป่าชุมชน เช่นเดียวกับงานวิจัยห้วยโคราชที่พบว่า ชาวบ้านยังไม่รู้จักเวทีเสวนา ส่วนงานวิจัยอู่ตะเภา นั้น แขนงน้ำชุมชนไม่มีโอกาสหรือขาดช่องทางที่จะได้พบปะพูดคุยกันในเรื่องคลอง ดังนั้น คณะวิจัยทั้ง 3 ทีม จึงทำหน้าที่เป็น “ผู้จัดหาพื้นที่เวทีการสื่อสารสาธารณะ” เพื่อแก้ปัญหาแบบต่าง ๆ รวมทั้ง จัดกระบวนการสื่อสารและเนื้อหาสำหรับรูปแบบการสื่อสารอย่างใหม่ ๆ นี้

ในงานวิจัยห้วยโคราชพบว่า เมื่อชุมชนมีประสบการณ์การจัดเสวนาระดมความคิดเห็นเรื่องปัญหาห้วย ในครั้งแรก ๆ นั้น จะมีคณะวิจัยเป็นผู้ดำเนินการให้ แต่ในระยะหลัง เมื่อชุมชนเริ่ม “เข้าใจและเป็นแล้ว” แม้คณะวิจัยจะไม่เข้าไปในชุมชน ชาวบ้านก็จะจัดเวทีเสวนากันเอง ซึ่งหมายความว่า กระบวนการติดตั้งรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ได้สำเร็จเรียบร้อยแล้ว

(iii) การค้นคิดการสื่อสารเพื่อเสริมศักยภาพชุมชน การค้นคิดนี้จะต้องมีพื้นฐานมาจากการสำรวจสภาพความเป็นจริงของชุมชนเสียก่อน กล่าวคือ ต้องสำรวจเสียก่อนว่า “ชุมชนคันทีไหน” จึงจะไป “เกาที่นั่น”

ตัวอย่างเช่น คณะวิจัยขยะโคราชได้ใช้การสื่อสารเพื่อเสริมศักยภาพชุมชนด้วย 5 กิจกรรม คือ

(1) การทัศนศึกษาหรือดูงานจากชุมชนอื่นที่ตกอยู่ในสภาพการณ์อย่างเดียวกันแต่สามารถแก้ไขจนสำเร็จลุล่วง เป้าหมายของกลยุทธ์นี้ทำเพื่อขยายฐานประสบการณ์และความรู้ในการแก้ปัญหา รวมทั้งเสริมขวัญและกำลังใจว่า “ความหวัง/ และชัยชนะยังคงมีอยู่”

(2) การมอบสื่อที่เป็นอุปกรณ์การศึกษาสำหรับทำความเข้าใจเรื่อง การสื่อสารแก่ชุมชน โดยผลงานสื่อชิ้นนั้นเป็นของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยที่คณะวิจัยเป็นผู้สอน ในด้านหนึ่ง สื่อดังกล่าวจะช่วยให้ชาวบ้านมีความรู้เรื่องการสื่อสารมากขึ้น และเป็น การเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับคณะวิจัย

(3) การปรับปรุงหอกระจายข่าว เพื่อให้เกิดช่องทางการสื่อสารภายในชุมชน

(4) การฝึกทักษะอาชีพให้แก่ชุมชน คณะวิจัยพบว่า หากใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพียงแต่ด้านลบ (negative strategy) คือ มีแต่การพูดถึงเรื่องปัญหาขยะ จะทำให้ชาวบ้านหดหู่ / ตึงเครียด จึงควรมีการสร้างสมดุลย์ด้วยการใช้กลยุทธ์การสื่อสาร ทางบวกบ้าง (positive strategy) เพื่อเป็นการเสริมขวัญและกำลังใจของชุมชนเพราะเรื่อง เช่นนั้นจะเกี่ยวข้องกับมิติเศรษฐกิจและยังทำให้ชาวบ้านมีโอกาสมาทำกิจกรรมร่วมกัน

(5) การจัดเวทีเสวนาระหว่างเทศบาลกับชุมชน หลังจากที่ชุมชนได้ทดลอง “ซ้อมสนามเล็ก” ด้วยการจัดเวทีเสวนากันเองภายในชุมชนแล้ว เมื่อถึงเวลาต้องระดมทรัพยากรเพื่อมาแก้ปัญหาชุมชนซึ่งต้องนำเข้ามาจากภายนอก (เพราะปัญหาก็นำเข้ามาจากภายนอกเหมือนกัน / คณะวิจัยก็ได้เล่นบทเป็น “ตัวกลาง / แม่สื่อแม่ชัก” จัดเวทีเสวนาให้มีการพบปะพูดคุยหาทางออกร่วมกันระหว่างเทศบาลกับชุมชน นี่ก็เป็นช่วงเวลา ที่ชุมชนได้ขึ้นเวทีใหญ่จริงๆ

ในงานวิจัยทั้ง 4 กรณีนี้ ต่างใช้กระบวนการทำงานร่วมมือแก้ไขปัญหาลิงแวดล้อมในชุมชนด้วยขั้นตอนที่กล่าวมานี้ แต่เนื่องจากสภาพบริบท สภาพปัญหา ต้นทุนทางสังคม / ศักยภาพของชุมชนมีแตกต่างกัน ดังนั้น การค้นคิดกิจกรรมเพื่อเสริมศักยภาพ

ของชุมชนจึงออกมาเป็นหน้าที่ที่แตกต่างหลากหลายไปตามความเป็นจริงของชุมชน อันเป็นแนวคิดที่สำคัญของการปฏิบัติการ / บนฐานงานวิจัยที่เรียกว่า action based on research แต่ไม่ว่าโฉมหน้าของกิจกรรมเพื่อการเสริมพลังชุมชนและแก้ไขปัญหาจะแตกต่างกันอย่างไร ทว่าหลักการเบื้องหลังนั้นก็ยังคงเป็นหลักการเดียวกัน คือ เป้าหมายของการเสริมศักยภาพการสื่อสารนั้นเป็นไปเพื่อปรับเปลี่ยนบทบาทของการสื่อสาร ปรับเปลี่ยนทิศทาง / การไหลและวิธีการสื่อสาร ดังนี้

• เปลี่ยนบทบาทจาก “ผู้รับสารแบบ passive”	→ “ผู้รับสารแบบ active”
• เปลี่ยนบทบาทจาก “ผู้รับสาร”	→ “ผู้ใช้สาร” “ผู้ส่งสาร”
• เปลี่ยนบทบาทจาก “ผู้ใช้/ผู้ส่งสาร”	→ “ผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย”
• ปรับทิศทางการสื่อสารจาก “แบบทางเดียว”	→ “แบบสองทาง”
• ปรับการไหลของข้อมูลข่าวสารจากแบบ “บนลงล่าง”	→ “ล่างขึ้นบน”
• ปรับการไหลของข้อมูลข่าวสารจาก “แนวตั้ง”	→ “แนวนอน”
• เปลี่ยนวิธีการสื่อสารแบบ “ผ่านสิ่งสกัดกั้น” (interposed)	→ การสื่อสารแบบพบปะเห็นหน้ากัน (face-to-face)

ภาพที่ 7 : หลักการเสริมพลังชุมชนด้วยการสื่อสาร

6. การวิเคราะห์องค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม

จากนี้ จะเจาะดูรายละเอียดของการสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมโดยใช้แนวคิดเรื่อง องค์ประกอบของการสื่อสารคือ S-M-C-R (ผู้ส่งสาร-เนื้อหา-ช่องทาง/สื่อ-ผู้รับสาร) ที่เป็นข้อค้นพบจากงานวิจัยทั้ง 4 กรณี

(1) การวิเคราะห์ผู้ส่ง-ผู้รับสาร (S-R) เนื่องจากในแบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นั้น จะไม่แยกบทบาทผู้ส่งและผู้รับออกจากกันอย่างเด็ดขาด กล่าวคือ “ผู้ที่เข้ามาทำการสื่อสาร” (communicator) จะผลัด / สลับบทบาทเป็น “ผู้ส่ง-ผู้รับ” กันไปกันมา (role shifting) เพื่อมิให้เกิดการผูกขาดการสื่อสาร ซึ่งเท่ากับผูกขาดอำนาจในการโน้มน้าว / ถ่ายทอดข้อมูล ดังนั้น ในแนวคิดของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจึงมักเรียกคนที่เข้ามาสื่อสาร

ว่า “ผู้ที่สื่อสาร / คู่การสื่อสาร” (communicator) ซึ่งในแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อมจะเรียกว่า “ผู้มีส่วนได้เสีย” (stake holder)

(1.1) ผู้มีส่วนได้เสียต้องครบองค์ประชุม

ผลจากการวิจัยทั้ง 4 กรณี ได้แสดงให้เห็นว่า สาเหตุประการหนึ่งที่ทำให้แก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมไม่ได้ถึงที่สุดก็เนื่องจาก บรรดาผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจแก้ไขปัญหา เช่น งานวิจัยป่าชุมชนสะมะแกบพบว่า คณะทำงานรักษาป่าในยุคที่ 2 จะรวมแต่หมู่บ้านที่เป็นชุมชนของชาวเขาเผ่าปกากะญอเท่านั้น แต่หมู่บ้านชาวอีสานอพยพไม่ได้เข้ามาเป็นสมาชิกในคณะทำงานด้วย และดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาของทุกคน ฉะนั้นทุกคนจึงต้องเข้ามามีส่วนร่วม

ด้วยเหตุนี้ การกำหนดขั้นตอนการทำงานที่สำคัญซึ่งได้กล่าวถึงไปแล้ว จึงมีขั้นตอนที่ 2 คือ การระบุผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด จากนั้น ก็ต้องมีตัวกลางที่จะทำหน้าที่เปิด “เวทีพื้นที่สาธารณะ” ให้ผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดได้เข้ามาใช้สิทธิการสื่อสาร ดังเช่น ในงานวิจัยคลองอู่ตะเภาที่คณะวิจัยได้จัดเวทีคนกลุ่มต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวมา

กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่มักจะถูกลืมไปมักจะ ได้แก่ “กลุ่มเยาวชน” เนื่องจากการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมมักจะถูกรับรู้ว่าเป็นเรื่องของผู้ใหญ่” แต่อันที่จริงแล้ว กลุ่มเยาวชนคือ ศักยภาพของการรักษาสิ่งแวดล้อมในอนาคตเลยทีเดียว ในงานวิจัยทั้ง 4 กรณีได้ถือเอากลุ่มเยาวชนเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ งานวิจัยป่าสะมะแก มีการจัดกิจกรรมให้เยาวชนเดินป่า ส่วนงานวิจัยป่าชุมชนห้วยแก้วนั้น เยาวชนเป็นตัวละครที่สำคัญมากที่สุดของเรื่องเลย เนื่องจากเป็นผู้ที่คณะวิจัยหมายตาให้เข้ามาเรียนรู้สื่อสมัยใหม่ (คอมพิวเตอร์) ที่ใช้รักษาป่า งานวิจัยอู่ตะเภาก็จัดเวทีเสวนาให้กลุ่มเยาวชนเป็นเวทีเฉพาะ และคิดเครือข่ายสำหรับเยาวชนเป็นการพิเศษ

(1.2) กลุ่มผู้มีจิตใจร้อนรน

ถึงแม้การทำงานการสื่อสารเพื่อจัดการสิ่งแวดล้อมจะต้องระดมพลผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม (กล่าวคือต้องกินข้าวให้หมดทั้งจาน) แต่เวลาลงมือทำงานจริง ๆ ก็คงต้องเริ่มจากกลุ่มคนที่ละกลุ่ม (ต้องกินข้าวไปที่ละคำ) และตรงจุดเปิดเข้า (entry point) ก็จำเป็นต้องหา “กลุ่มคนที่ร้อนรนที่สุด” ในเรื่องสิ่งแวดล้อม แต่คนกลุ่มนั้นจะเป็นใครกันละ

เราได้เรียนรู้คำตอบดังกล่าวจากงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมาซึ่งพบว่า การใช้คุณลักษณะของประชากรกลุ่มตัวอย่างตามแบบประเพณี เช่น อายุ เพศ รายได้ ฯลฯ เพื่อมาอธิบายเรื่องความตื่นตัว / ความรู้ / ทศนคติ / การลงมือปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมนั้น มักจะใช้

การไม่ได้เพราะตัวแปรดังกล่าว มีลักษณะกว้างขวางเกินไป และจำเป็นต้องสร้างสรรค์ตัวแปรใหม่ ๆ ด้านประชากรขึ้นมา ตัวอย่างงานวิจัยของสุพัตรา ผาสุย (2533) ที่พบว่า คุณลักษณะของประชากร 6 กลุ่มตัวอย่าง เรื่อง "ความจำเป็นในการใช้ถ่านและฟืน" จะใช้อธิบายทัศนคติต่อการอนุรักษ์ป่าได้ดีที่สุด เป็นต้น หากเป็นเรื่องการแยกขยะ ควรใช้ตัวแปรเรื่อง "การมีหน้าที่เป็นคนทิ้งขยะภายในบ้าน" หรือเปล่า เรื่องแหล่งน้ำนั้นควรแยกเพศเพราะตามปกติในชนบท ผู้หญิงจะเป็นคนจัดการเรื่องการใช้น้ำ ควรเปรียบเทียบคนงานที่ทำงานในโรงงานที่ต้องใช้สารเคมีกับคนทำงานในสำนักงานว่า มีความตระหนักรู้เรื่องมลพิษแตกต่างกันหรือไม่ เป็นต้น แน่นอนว่า ความสามารถที่จะสะกัดตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ออกมาได้ นักวิจัยก็ต้องทำการบ้านมาล่วงหน้ามาพอสมควร แต่ทว่า ผลการวิจัยที่ได้จะช่วยให้มีลู่ทางนำไปสู่การปฏิบัติได้มากขึ้น

ในภาคนักปฏิบัติการ คณะวิจัยจาก 4 โครงการได้ใช้รูปแบบการสื่อสารหลาย ๆ รูปแบบ เช่น วิธีการจัดเวทีเสวนาให้เป็นพื้นที่สำหรับรายการ "ค้นฟ้าหาดาว" (สิ่งแวดล้อม) หรือได้มาจากการสำรวจประวัติการต่อสู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของชุมชน การซักถามต่อกัน (snow-ball technique) เป็นต้น และคณะวิจัยมักพบว่า กลุ่มคนที่ได้รับผลกระทบมักจะเป็นกลุ่มคนที่มีใจร้อนรนด้านสิ่งแวดล้อม

(1.3) คุณสมบัติของผู้สื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม

ผลการวิจัยทั้ง 4 กรณีพบว่า สื่อบุคคล นั้น เป็นสื่อที่สำคัญมากในเรื่องการสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม หากได้ตัวบุคคลที่เล่นบทบาทเป็นสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพก็ถือได้ว่า รับประกันความสำเร็จไปได้ครึ่งหนึ่ง

ในการสำรวจบริบทชุมชน/ ศักยภาพชุมชนข้อหนึ่งที่ต้องดำเนินการให้บรรลุ จึงเป็นการค้นหา สื่อบุคคล ที่จะมาทำการสื่อสารเพื่อจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุที่สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีศักยภาพในการโน้มน้าวใจให้มีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารได้อย่างดี

ผลจากการวิจัยระยะโคราซก็ได้ยืนยันให้เห็นถึงความสำคัญของสื่อบุคคล 3 กลุ่มคือ ผู้นำการสื่อสารที่เข้มแข็ง บทบาทของตัวกลางที่เป็นบุคคลภายนอก และกลุ่มคนในชุมชนที่ตื่นตัวต่อปัญหาซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสื่อบุคคลที่มีส่วนต่อการโน้มน้าวและผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชน และด้วยความสำคัญของสื่อบุคคลที่เป็นปัจเจกมนุษย์ ทำให้มีลักษณะยืดหยุ่นสูงและเหมาะกับการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นปัญหาที่ละเอียดอ่อนเป็นขยายยที่กระทบกระเทือนถึงกัน ดังนั้น จึงต้องอาศัยลักษณะพิเศษของสื่อบุคคลในการดึงเอาความร่วมมือจากบุคคลที่ต่างจิตต่างใจให้มาจับจุดมุ่งหมายเดียวกัน

และผลจากงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น ได้ให้บทเรียนเกี่ยวกับ “คุณสมบัติ” (spec) ของสื่อบุคคลที่เหมาะสมจะเข้ามาทำการสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมว่า ควรมีคุณสมบัติอย่างน้อย 3 ข้อนี้คือ

- ต้องมีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งสำหรับวัฒนธรรมในชนบทแล้ว จิตสำนึกนี้ต้องพิสูจน์ด้วยการลงมือกระทำที่มีช่วงเวลายาวนาน (หนทางนี้พิสูจน์มา กาลเวลาพิสูจน์คน)
- ต้องมีฐานความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมในระดับหนึ่ง ดังข้อสรุปของ งานวิจัยโคราชที่ว่า “ความรู้คืออำนาจ” เช่น การที่ชาวบ้านโนนป่าตัวไม่มีความมั่นใจในการ แสดงความคิดเห็นหรือมีส่วนร่วมต่อการจัดการปัญหาขยะ ก็เพราะขาดความรู้และข่าวสาร ข้อมูล

และดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นว่า องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการจัดการ สิ่งแวดล้อมนั้นมีหลายชั้นเชิง ในอดีตความรู้ในเชิงชีวภาพอาจจะเป็นฐานพลังอำนาจที่ เพียงพอ แต่ในปัจจุบันผู้นำการสื่อสารต้องมีฐานความรู้ในเชิงเศรษฐกิจ / การเมืองด้วย จึงจะจัดการสิ่งแวดล้อมได้

- ต้องมีทักษะด้านการสื่อสาร โดยเฉพาะการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

(2) การวิเคราะห์ช่องทาง / สื่อ

(2.1) เปิดเสรีคำว่า “สื่อ” กันก่อน

ในแวดวงนิเทศศาสตร์นั้น เท่าที่ผ่านมามันในอดีต มักจะให้ความสำคัญกับ “ตัว สื่อ” ซึ่งเป็นหนึ่งในสี่ขององค์ประกอบการสื่อสารอย่างมาก และดังที่ได้เกริ่นมาบ้างแล้วใน ตอนต้นๆ ว่า “ตัวสื่อ” นั้น ก็หัดแคบเข้าจนเหลือเพียง “สื่อมวลชน” เท่านั้น แต่ในการวิจัยครั้งนี้ จะขอเปิดกว้างคำว่า “ช่องทาง / สื่อ” ออกไปให้มากที่สุด ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ที่ ไດมี “S-M-C-R” ธาตุทั้งสี่มาประชุมพร้อมกัน ที่นั่นมีการสื่อสารเกิดขึ้นไม่ว่าจะเกิดมาจากสื่อ อะไรก็ตาม

และอันที่จริงคำว่า “สื่อ” (media) นั้นก็ยังมีมาที่หลังเพราะคำว่า “C” ใน แบบจำลองนั้น ใช้แทนคำว่า “channel” ซึ่งแปลว่า “ช่องทาง” คำว่า “ช่องทาง” นี้ อาจจะ หมายถึง “วาระ/โอกาส/กาลเวลา” หรือ “พื้นที่/เวที”

(2.2) สำรวจการสื่อสาร/สื่อที่มีใช้อยู่ก่อน ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ใน ขั้นตอนการทำงานวิจัยเชิงปฏิบัติการนั้น โดยทั่วไปก็ต้องมีการสำรวจบริบทชุมชนอยู่เป็นท่า บังคับพื้นฐานอยู่แล้ว โดยจะต้องสำรวจทั้ง “ปัญหาและศักยภาพ” ฉะนั้นฉันนั้น นักนิเทศ

ศาสตร์ก็ต้องเพิ่มเติมมิติการสำรวจการสื่อสารทุกอย่างของชุมชน โดยดูทั้ง “ปัญหาและศักยภาพ” ทั้งนี้ ก็เพื่อเป็นไปตามหลักความประหยัด (ถ้ามีการสื่อสารได้อยู่แล้ว ก็ใช้สิ่งนั้น ไม่ต้องสร้างสรรค์ใหม่) และเป็นหลักประกันประสิทธิผลของการสื่อสารว่าจะใช้ได้อย่างบรรลุเป้าหมาย

(2.3) การสื่อสารกับความสัมพันธ์ของบุคคล การสื่อสารนั้นเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ 2 ทางกับ “ความสัมพันธ์ของบุคคล” (human relationship) กล่าวคือ ในด้านหนึ่ง การสื่อสารเป็นตัวบ่งชี้ระดับความสัมพันธ์ของบุคคล (indicator) เช่น ถ้าหันหลังให้กัน (ไม่มีการสื่อสาร) แสดงถึงระดับความสัมพันธ์ที่ห่างเหิน ในอีกด้านหนึ่ง การสื่อสารก็เป็น เครื่องมือ / กลไกในการประสานสัมพันธ์กัน เช่น หันหน้ามาปรับความเข้าใจกัน จับเข้าคุยกัน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองก็อาจจะซับซ้อนไปยิ่งกว่านั้น กล่าวคือ ในบางกรณี ชุมชนอาจจะเลือกใช้กลยุทธ์ “ต่างคนต่างอยู่ เส้นทางใคร เส้นทางมัน ไม่ยุ่งเกี่ยวกัน” คือ No communication, no conflict เนื่องจากมองเห็นศักยภาพด้านลบของการสื่อสารที่ว่า “มากหมอ มากความ” “พูดไปสองไพเบี้ย นิ่งเสียตำลึงทอง” ดังเช่น กรณีป่าชุมชนห้วยแก้วที่ชุมชนเคยขัดแย้งกันจนกระทั่งมีกรณีฆ่าครูใหญ่ตาย ทำให้ฝ่ายต่าง ๆ ในชุมชนมองหน้ากันไม่สนิท และชุมชนได้เลือกกลยุทธ์ “ไม่สื่อสารกัน ก็ไม่มีความขัดแย้ง” คนในชุมชนจึงเลือกที่จะปิดปากเงียบไม่พูดเรื่องป่าชุมชน

ในกรณีของป่าชุมชนสะมะแกก็เช่นเดียวกัน ดังที่กล่าวมาแล้วว่า หมู่บ้านรอบ ๆ ชุมชนมีความขัดแย้งกันเรื่องกฎระเบียบในการใช้ป่า แต่ก็ใช้กลยุทธ์ไม่พูดกัน เช่นเดียวกัน เมื่อคณะวิจัยเข้าไปจัดเวทีเสวนาโดยเชิญคู่กรณีให้มาพบกันในเวที คณะวิจัยก็ต้องออกแบบการสื่อสารให้รอบคอบเพราะเท่ากับเป็นรายการ “เปิดบาดแผล” ขึ้นมาซึ่งคงอีกเสบได้ง่าย ในการนี้ คณะวิจัยได้ใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่เป็นประจักษ์ตามานแผลความขัดแย้ง 2 ขนาน ขนานแรก คือ การทบทวนประวัติศาสตร์ครั้งอดีต เมื่อปลายยุคสมบูรณเพื่อสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันในอนาคต (กลยุทธ์เหลียวหลังเพื่อแลไปข้างหน้า) และขนานที่สองก็จะให้สื่อบุคคลที่อาวุโสเป็นผู้ประสานความขัดแย้ง (ตามวัฒนธรรมการแก้ไขความขัดแย้งของชุมชน)

ส่วนในกรณีของป่าชุมชนห้วยแก้วได้ใช้กลยุทธ์ที่กล่าวมาบ้างแล้ว คือ “เอาเหล้าเก่าไปใส่ในขวดใหม่” คือ เอาองค์ความรู้เรื่องป่าแบบประเพณีไปใส่ไว้ในสื่อคอมพิวเตอร์ (ทำวิดีโอทัศน์) และสไลด์ โดยฝ่ายที่นำ “เหล้าเก่า” มาคือ ผู้อาวุโส และผู้ที่ถือ

“ขวดใหม่” มาคือ เยาวชน ดังนั้น การมาทำงานการสื่อสารร่วมกัน คือ การผลิตสไลด์ และ วิดีทัศน์ ในด้านหนึ่ง ก็เป็นวาระ / โอกาส / ช่องทาง ในการเชื่อมประสานความสัมพันธ์ ระหว่างคนสองรุ่น

(2.4) การเปรียบเทียบการสื่อสารในมิติของกาลเวลา ดังที่กล่าวแล้วว่า คำว่า “ช่องทาง” นั้น หมายถึงมิติด้านกาลเวลาด้วย ในกรณีงานวิจัยคลองอู่ตะเภาเคยมี “วันวาน อันดิงามอยู่” แล้วมาสูญหายไปในวันนี้ ดังนั้น คณะวิจัยจึงใช้กลยุทธ์ “วิธีการเชิง ประวัติศาสตร์” คือ การเปรียบเทียบการสื่อสารในอดีต-ปัจจุบัน และวางแผนเพื่ออนาคต

(2.5) หลักเกณฑ์การเลือกใช้สื่อในชุมชน โดยหลักการแล้ว การเลือกใช้สื่อใน ชุมชนควรจะเป็นไปตามแนวคิด / ทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น เช่น เป็นสื่อขนาดเล็ก มีอยู่ใน ชุมชน เข้าถึงง่าย ประหยัด ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม ในภาคปฏิบัติที่เป็นจริง ก็อาจมีบางกรณีที่ต้อง “เลี้ยวบาลี” กันบ้าง คือ ออกนอกเส้นทางของหลักการดังกล่าว เช่น กรณีของป่าชุมชนห้วยแก้ว ที่นำเอา สื่อสมัยใหม่ เช่น สไลด์ / คอมพิวเตอร์ตัดต่อวิดีโอทัศน์เข้าไปใช้ในชุมชน เนื่องจากสื่อต่าง ๆ ที่มี อยู่ชุมชนล้วนปนเปื้อนประวัติศาสตร์แห่งความขัดแย้ง นี่จึงนำมาสู่ข้อสรุปที่ว่า “สื่อเก่าสื่อ ใหม่ก็ไม่เกี่ยว สำคัญแต่ที่เป้าหมายและวิธีการใช้”

(2.6) การใช้สื่อทุกชนิดต้องมีที่มาที่ไป หลักการสำคัญของการเลือกใช้สื่อ นั้น ก็คือ “จะไม่ใช้สื่อเพียงเพราะมีก็เลยใช้ แต่ต้องรู้ที่มาที่ไปของการใช้สื่อนั้น” ตัวอย่างเช่น การ ทำสื่อที่เป็นแปลงตัวอย่างขนาด 100 x 100 เมตร ที่อธิบายโครงสร้างป่าชุมชนสะมะแก ที่มา ของการหาสื่อนี้ให้แก่ชุมชนก็เกิดมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า “ป่าแต่ละแห่งล้วนมีเอกลักษณ์ของ ตัวเอง และคนอยู่กับป่าต้องรู้จักอัตลักษณ์ของป่านั้น ดังนั้น ชุมชนรอบ ๆ ป่าสะมะแก จึง ต้องสำรวจป่าสะมะแก แล้วนำเอาจัดทำเป็นแปลงตัวอย่างเพื่อถ่ายทอดให้แก่คนอื่น ๆ (เช่น เยาวชน คนที่มาจากป่า) และยังสามารถใช้โครงสร้างดังกล่าวเป็นตัวประเมินผลผลิตจาก ป่าชุมชนโดยวิธีการคาดคะเนได้อีกด้วย

(2.7) สื่อที่ใช้ควรเป็นสื่อผสม (Mixed media) เนื่องจากภารกิจด้าน สิ่งแวดล้อมมักเป็นงานที่มีหลายมิติ มีคนหลายกลุ่มเกี่ยวข้อง มีหลายเป้าหมาย ดังนั้น การ สื่อสารที่จะนำมาใช้ในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ก็จำเป็นต้องมีหลาย ๆ ประเภท เช่นเดียวกัน

งานวิจัยปทุมชนสละมะแกได้ลองประมวลประเภทของสื่อเฉพาะกิจที่ต้องใช้ในการจัดการปทุมชน ก็คือ ป้ายแนวเขตปทุมชน ป้ายกฎระเบียบปทุมชน แผ่นพับ รายงานผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการปทุมชน เป็นต้น

ส่วนงานวิจัยยะโคราชได้ประมวลเป้าหมายของการใช้การสื่อสารเพื่อการจัดการปัญหาขยะเอาไว้ว่ามีอย่างหลากหลายมาก เช่น

- การสื่อสารเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้
- การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ
- การสื่อสารเพื่อการประสานงาน
- การสื่อสารเพื่อการเฝ้าระวัง
- การสื่อสารเพื่อการตัดสินใจให้กับกลุ่ม
- การสื่อสารเพื่อปรึกษาหารือ
- การสื่อสารเพื่อควบคุมติดตามการทำกิจกรรม (communication for action control)
- การสื่อสารเพื่อการเจรจาต่อรอง

เป็นต้น

ในการผสมสื่อนี้มีหลักการสำคัญ ๆ ที่ควรคำนึงอยู่ 3 ประการคือ

- จะผสมอย่างไรให้ออกมาได้ดีที่สุด นอกจากการเลือกตัวสื่อมาแล้ว “วิธีการ/ กระบวนการผสม” นั้นก็สำคัญอย่างยิ่ง และต้องมีการค้นคิด / ประชุม / วางแผน ฯลฯ มิใช่การผสมตามยถากรรม
- ต้องมีการสำรวจศักยภาพและข้อจำกัดของสื่อแต่ละประเภทอย่างถูกต้องและรอบด้าน ตัวอย่างเช่น การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ติดต่อเพื่อการผลิตวิดิทัศน์ของงานวิจัยปทุมชนห้วยแก้วนั้น การเอาเครื่องคอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นสื่อที่มีความซับซ้อนอย่างยิ่งในเชิงเทคนิคเข้าไปไว้ในชุมชนที่ไม่มีระบบการสนับสนุน (เช่น ช่างซ่อม อุปกรณ์) นับว่าเป็นข้ออ่อนอย่างยิ่ง เป็นต้น
- การตัดสินใจจะเลือกใช้สื่ออะไรต้องมาจากการตัดสินใจของชุมชน

(2.8) การเลือกใช้การสื่อสารด้วยพิธีกรรม ดังได้กล่าวมาแล้วในเรื่องการนิยามของ “สิ่งแวดล้อม” ว่า นอกจากสิ่งแวดล้อมที่มีลักษณะกายภาพภายนอกแล้ว ยังมีสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ คือ สิ่งแวดล้อมในใจ (invironment) ซึ่งจะต้องปลูกสร้าง / อนุรักษ์ให้

มากพอ ๆ กับสิ่งแวดล้อมภายนอก เนื่องจากเป็นเงื่อนไขเบื้องต้น (precondition) ของงานสิ่งแวดล้อม

คณะวิจัยป่าชุมชนสะมะแกพบว่าการสื่อสารด้วยพิธีกรรมในป่าชุมชนเป็นการสื่อสารที่สำคัญ สามารถให้ความหมายลึกซึ้งได้ถึงระดับจิตวิญญาณ และสามารถสะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชน จึงเป็นการสื่อสารที่มีความหมายมากอย่างน้อยก็ไม่น้อยกว่าความรู้เชิงเทคนิคต่อการจัดการป่าชุมชน

(2.9) เนื้อหาสารแบบหนึ่งต้องการสื่อแบบหนึ่ง ในการจัดการสิ่งแวดล้อมนั้น จำเป็นต้องมีการทำข้อตกลงร่วมกัน เป็นกฎระเบียบในการใช้และทำนุบำรุงรักษาทรัพยากรสำหรับเนื้อหาที่เป็นกฎระเบียบ / ข้อบังคับเช่นนี้ ควรใช้การสื่อสารที่มีลักษณะเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษร มีการจัดวางในพื้นที่ที่เข้าถึงได้ง่าย ใช้ได้ในทุกกาลเวลา ดังนั้น เนื้อหาพวกกฎระเบียบข้อบังคับจึงควรเลือกใช้สื่อประเภทป้ายประกาศเขต ป้ายกฎระเบียบ แผ่นพับ เป็นต้น

(2.10) ความสำคัญของสื่อกิจกรรม ดังที่ได้กล่าวมาแล้วตั้งแต่ต้นว่า งานด้านสิ่งแวดล้อมนั้น จะไม่สามารถบรรลุได้ ถ้าเพียงแต่ “คิดและรู้สึก” แต่ “ไม่ลงมือกระทำ” ดังนั้น สื่อกิจกรรมซึ่งเป็นสื่อที่เรียกร้องการลงมือทำจึงเป็นสื่อที่จะขาดเสียไม่ได้ในการสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม แต่การลงมือทำนั้น” ก็ต้อง “มีความคิด / ความเข้าใจและความรู้สึก” ประกอบตามไปด้วย

งานวิจัยป่าชุมชนสะมะแกให้ข้อสรุปว่า บรรดาสื่อกิจกรรมเช่น การสำรวจร่องน้ำ เยาวชนเดินป่า การสร้างแปลงตัวอย่าง พิธีบายศรีสู่ขวัญ ฯลฯ ทั้งหมดนี้ล้วนส่งผลในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ทำให้จิตสำนึกของผู้ที่เกี่ยวข้องชัดเจนขึ้น
- ทำให้ความรู้มีมากขึ้นและแจ่มชัดขึ้นจากการลงมือทำ
- ทำให้เครือข่ายเข้มแข็งมากขึ้นเพราะได้ร่วมงานกัน
- ทำให้วางแผนและปรับปรุงแผนงานได้ดีขึ้น

(2.11) กฎแห่งความลับเรื่อง “สื่อ” คือ “การมีส่วนร่วม” ในงานวิจัยเรื่องป่าชุมชนห้วยแก้วนั้น กลุ่มแกนนำ และคณะวิจัยได้ตัดสินใจที่จะเลือกสื่อที่ใช้ 3 ประเภท คือ สไลด์ วีดิทัศน์ และการจัดรายการวิทยุชุมชน

อันที่จริง กระบวนการผลิตสไลด์ ซึ่งประกอบด้วยการถ่ายภาพนิ่ง การคัดเลือกภาพ การอัดเสียงประกอบ หรือการถ่ายภาพด้วยกล้องวิดีโอ นั้น มิใช่เรื่องแปลกหน้า

เลยสำหรับสังคมไทย ดังที่เราจะเห็นการถ่าย home video แพร่หลายอยู่ทั่วไป หากทว่า เมื่อนำสื่อประเภทนี้มาใช้ในการพัฒนา วิธีการใช้ก็จะเปลี่ยนแปลงไป

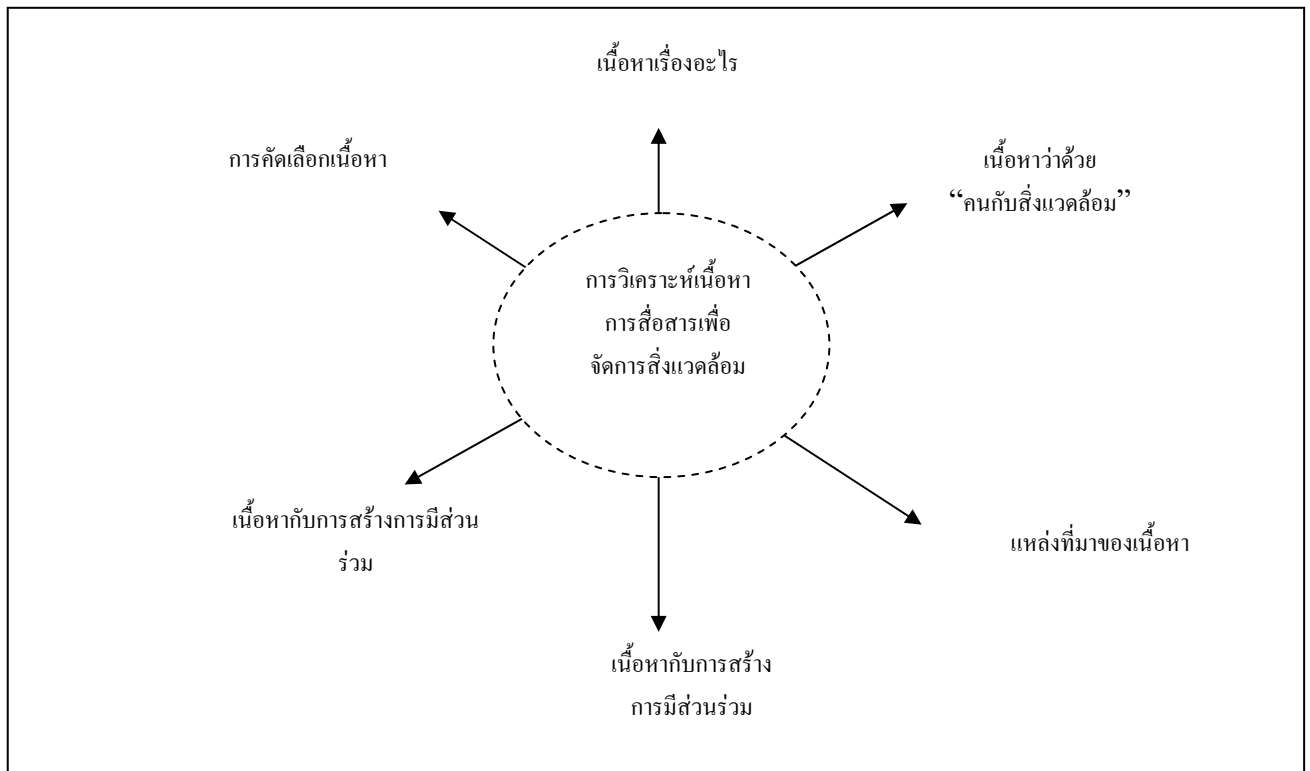
เริ่มตั้งแต่เป้าหมายและเนื้อหาที่ใช้ ในขณะที่ home video นั้น อาจจะมีเป้าหมายเพื่อการบันทึกความทรงจำเก็บเอาไว้ เพื่อความบันเทิง และเนื้อหาที่เป็นเรื่องส่วนตัว แต่ในกรณีประชุมชนห้วยแก้วนั้น เป้าหมายของการทำสไลด์ และวิดีโอ นั้น คือ เพื่อการทำความรู้จักกับประชุมชน และมีเนื้อหาเป็นเรื่องส่วนรวม

และจุดเปลี่ยนที่สำคัญที่สุดของการใช้สื่อ เช่น กล้องถ่ายรูป / กล้องถ่ายวิดีโอในงานวิจัยครั้งนี้ก็คือ คณะวิจัยได้ใช้รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมากกว่าการเน้นคุณภาพเชิงเทคนิค กล่าวคือ เป็นชาวบ้านเองที่เลือกจะถ่ายภาพอะไร จะถ่ายแง่มุมไหน จะใช้บทพูดอะไร จะเลือกรูปอะไร ฯลฯ มุมมองทั้งหมดจึงมาจากทัศนะของชาวบ้านที่ต้องการจะนำเสนอ “ประชุมชนของเรา” ให้แก่ผู้อื่น

นอกจากนั้น บทเรียนที่ได้จากการใช้สื่ออย่างมีส่วนร่วมนี้ก็คือ “สื่อ” นั้นสามารถใช้ให้ได้มากกว่าแค่เป็นสื่อ” กล่าวคือ มิใช่เป็นเพียง “เครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารข้อมูล” เท่านั้น แต่เป็นสื่อตามแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม นั่นคือเป็น “สื่อเพื่อประสานความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นวัย และเป็น “สะพานส่งทอดองค์ความรู้ / ความปรารถนาดี / ความใฝ่ฝัน “จากคนรุ่นบรรพบุรุษไปสู่คนรุ่นลูกหลาน

(3) การวิเคราะห์เนื้อหา

บทเรียนจากงานวิจัยทั้ง 4 ชั้น ในเรื่องของการวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องอยู่ในเรื่อง การสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมจะมีดังนี้



ภาพที่ 8 : การวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารเพื่อจัดการสิ่งแวดล้อม

(1) เนื้อหาเรื่องอะไร (what content)

ผลการวิจัยประมวลว่า เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้นจะมีอยู่ 3 เรื่องใหญ่ ๆ คือ

- เนื้อหาด้านจิตสำนึกสิ่งแวดล้อม เนื้อหาด้านสิ่งแวดล้อมนี้ จะเป็นทั้ง “ตัวบ่งชี้” ระดับจิตสำนึกและเป็นทั้ง “กลไก/เครื่องมือสร้างจิตสำนึก” ดังเช่นที่งานวิจัยคลองอยู่ ตะภาพพบว่า เมื่อระดับจิตสำนึกเกี่ยวกับคลองลดลง ภายในชุมชนก็ไม่ปรากฏว่า มีการพูดคุยกันเรื่องคลองเลย(ตัวบ่งชี้) และเมื่อคณะวิจัยไปจัดเวทีเสวนา ชุมชนก็มีโอกาสพูดคุยเรื่องคลองกันมากขึ้น (เป็นเครื่องมือ) เมื่อสำนึกเรื่องคลองเพิ่มมากขึ้น ก็ปรากฏเนื้อหาการพูดคุยเรื่องคลองก็เพิ่มมากขึ้น เช่นนี้

● องค์ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม งานวิจัยป่าห้วยแก้วประมวลเนื้อหาที่ไหลเวียนอยู่ในเครือข่ายป่าชุมชนระดับภาคฯ มีอยู่ 4 เรื่อง ซึ่งน่าจะเป็นองค์ความรู้เรื่องป่าชุมชนคือ

- ความรู้เรื่องการใช้สอยและรักษาป่า
- ความรู้เรื่องการจัดการป่าสมัยใหม่
- เนื้อหาที่เกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับป่า
- เนื้อหาที่เกี่ยวกับสิทธิและอำนาจในการจัดการป่าของชาวบ้าน (ที่สำคัญก็คือ คนในชุมชนมีความรู้เหล่านั้นหรือยัง)

● ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน เนื่องจากสถานการณ์ของสิ่งแวดล้อมนั้นมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น งานวิจัยป่าชุมชนสะมะแก จึงเห็นว่า ชุมชนต้องมีความรู้ที่จะ “update” ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน ตัวอย่างเช่น ชุมชนต้องมีวิธีการประเมินลักษณะของพืช สัตว์ ร่องน้ำ ธรรมชาติของดิน ผลผลิตจากป่า ฯลฯ เพื่อกำหนดแผนงานการใช้ประโยชน์

(2) เนื้อหาที่ว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งแวดล้อม ในอดีต วิธีการดำรงชีวิตของมนุษย์ขึ้นอยู่กับวิถีของธรรมชาติโดยตรง ดังนั้น ทั้งสำนึกและความรู้ในเรื่องการจัดการกับธรรมชาติจึงมีอยู่โดยตรงและชัดเจน เนื่องจากมองเห็นสายโยงใยได้ชัดเจน

แต่ทว่า ในปัจจุบัน วิธีการดำรงชีวิตของมนุษย์ดูเหมือนว่า เปลี่ยนจากการพึ่งพาสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ (natural environment) มาเป็น สิ่งแวดล้อมทางสังคม (social environment) จนทำให้เกิดสำนึกว่า ตนเองไม่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ (ทั้งๆ ที่สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ เป็นฐานรากของสิ่งแวดล้อมทางสังคม) ตัวอย่างเช่น ที่ป่าชุมชนห้วยแก้ว ปัจจุบันคนในชุมชนไปทำงานรับจ้างในเมือง หรือปลูกดอกไม้ขาย จึงไม่รู้สึกรู้ว่า ตนเองต้องพึ่งพาป่าแล้ว หรือคนที่อยู่ริมคลองอยู่ตะเภา ก็คิดว่าสามารถเดินทางโดยทางถนน และมีน้ำประปาใช้ จึงไม่ต้องรักษาคลอง

ฉะนั้น จึงจำเป็นต้องมีการค้นคิดเนื้อหาสาระที่จะสร้างจิตสำนึกและให้ความรู้แก่กลุ่มคนที่มีสายสัมพันธ์ทางอ้อมกับสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ

(3) เนื้อหาที่มาจากแหล่งไหน (where content come from) ในทางนิเทศศาสตร์นี้เป็นคำถามเรื่อง “การจัดส่งข่าวสาร” (message delivery) งานวิจัยป่าชุมชนสะมะแกให้บทเรียนว่า บริการจัดส่งข่าวสาร / เนื้อหานั้น หากมีทิศทางแบบจากบนลงล่าง (top-down) เนื้อหานั้น มักจะไม่ “โดนใจ / อยู่กับใจของชุมชน” เช่น ในช่วงระยะเวลาที่ป่าชุมชน

ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ รัฐจะจัดการอบรมให้ในเรื่อง การจัดการที่ดิน กฎหมาย และการปลูกป่า มากกว่าที่จะให้เนื้อหาเรื่องการเรียนรู้คุณค่าของผืนป่าที่ใช้ประโยชน์ร่วมกัน รวมทั้งไม่ได้เน้นการศึกษาเพื่อเข้าใจสถานะของป่าชุมชนของชาวบ้านตามที่เป็นจริง (เป็น “ป่าที่คิดเอาของราชการ”) เนื้อหาแบบนี้ไม่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนได้

ในทางกลับกัน คณะวิจัยได้ใช้วิธีการสื่อสารแบบสองทาง คือ เอามาจาก ชุมชน แล้วก็นำให้ชุมชนไป ที่เรียกว่าเป็น “เทคนิคการคืนข้อมูลให้ชุมชน” ซึ่งจะช่วยทำให้ชุมชน ได้ปรับเนื้อหาให้ตรงกับสภาพความเป็นจริง และสร้างความรู้สึกร่วมกันเนื่องจากชุมชนได้ เข้ามามีบทบาทใน “กระบวนการผลิตเนื้อหา” เช่นเดียวกับงานวิจัยป่าชุมชนห้วยแก้ว

(4) เนื้อหาแบบไหนสร้างการมีส่วนร่วมได้ดี งานวิจัยขยะโคราชตอบคำถาม นี้ได้ว่า เนื้อหาที่เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนนั้น จะมีภาวการณ์ดีกว่าในการสร้างการมีส่วนร่วม อย่างไรก็ตาม วิธีการนำเสนอเนื้อหา ก็ยังเข้ามามีส่วน เกี่ยวข้องว่า จะนำเสนออย่างไร ซึ่งคณะวิจัยพบว่า ต้องใช้รูปแบบการสนทนาแลกเปลี่ยน ทักษะซึ่งกันและกัน (dialogue) ต้องแสวงหาความร่วมมือจากหลาย ๆ ฝ่าย (collaboration) และเป็นข้อมูลที่ถูกนำมาใช้เพื่อก่อให้เกิดการตัดสินใจโดยกลุ่ม (group decision making)

(5) การพัฒนาเนื้อหา/ ความรู้ ดังที่ได้กล่าวมาข้างแล้ว ปกติชาวบ้านจะมีความรู้เพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมเชิงชีวภาพอยู่แล้ว หากพบว่า ปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน ได้ขยายตัวออกไปเป็นมิติเชิงเศรษฐกิจ / การเมือง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาเนื้อหา ความรู้เดิมของชุมชน

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยป่าชุมชนห้วยแก้วที่ต้องวิเคราะห์ปรากฏการณ์ที่เป็น ปัญหาว่า “เพราะเหตุใดคนในชุมชนจึงสนใจเรื่องป่าน้อยลง” (ถ้าคนสนใจน้อย อำนาจในการรักษาป่า และต่อรองกับภายนอกก็จะน้อยตามไปด้วย) และพบว่ามีสาเหตุมาจากหลาย ประการ เช่น

- วิถีชีวิตไม่ได้ขึ้นอยู่กับป่าโดยตรง เช่น อดีต
- กลัวความขัดแย้งที่เคยมีมาครั้งอดีต
- คนรุ่นใหม่ขาดช่องทางที่จะสื่อสารกับกลุ่มแกนนำรักษาป่า

จากการวิเคราะห์สภาพปัญหาที่เกิดขึ้น จะช่วยให้กลุ่มแกนนำค้นคิดพัฒนา เนื้อหาการสื่อสารว่าจะจัดการกับแต่ละสาเหตุได้อย่างไร

(6) การคัดเลือกเนื้อหา (message selection) ในขณะที่เนื้อหาความรู้มี อย่างมากมายก็มีปัญหาว่า จะเลือกเอาเนื้อหาอะไรมาสื่อสาร / จะมีกระบวนการคัดเลือก

อย่างไร คำตอบสำหรับคำถามที่สอง จะเป็นตัวกำหนดให้กับคำถามแรก คือ จะต้องใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการคัดเลือกเนื้อหา

ตัวอย่างเช่น จากงานวิจัยป่าชุมชนสะมะแก เมื่อจะมีการเตรียมองค์ความรู้เพื่อจัดสร้างศูนย์การเรียนรู้ชุมชนสะมะแก กระบวนการที่คณะวิจัยได้ใช้ก็คือ การรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับป่าชุมชนในด้านต่าง ๆ จากประชาชนทุกกลุ่มบ้านที่อยู่รอบป่า และหลังจากนั้น ก็จัดประชุมผู้บริหารโครงการศูนย์การเรียนรู้ซึ่งได้แก่คณะกรรมการป่าชุมชนศึกษานิเทศก์จากเขตการศึกษากาญจนบุรี อาจารย์ใหญ่และกลุ่มครูที่อยู่ในพื้นที่ เนื่องจากโครงการนี้เป็นความร่วมมือระหว่างคณะกรรมการป่าชุมชนและสถาบันการศึกษา

ผลการประชุมทำให้สามารถคัดเลือกเนื้อหาออกมาได้ดังนี้ คือ

- สิ่งที่มีอยู่และสิ่งที่ควรศึกษาในป่าชุมชน
- การเก็บของป่าและคุณค่าจากป่าชุมชน
- ปัญหาและแนวทางการจัดการป่าชุมชน
- แนวทางจัดกิจกรรมกับเยาวชน
- ข้อมูลด้านภาษาและวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับป่าชุมชน

การวัดผลที่เกิดจากการสื่อสารเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม

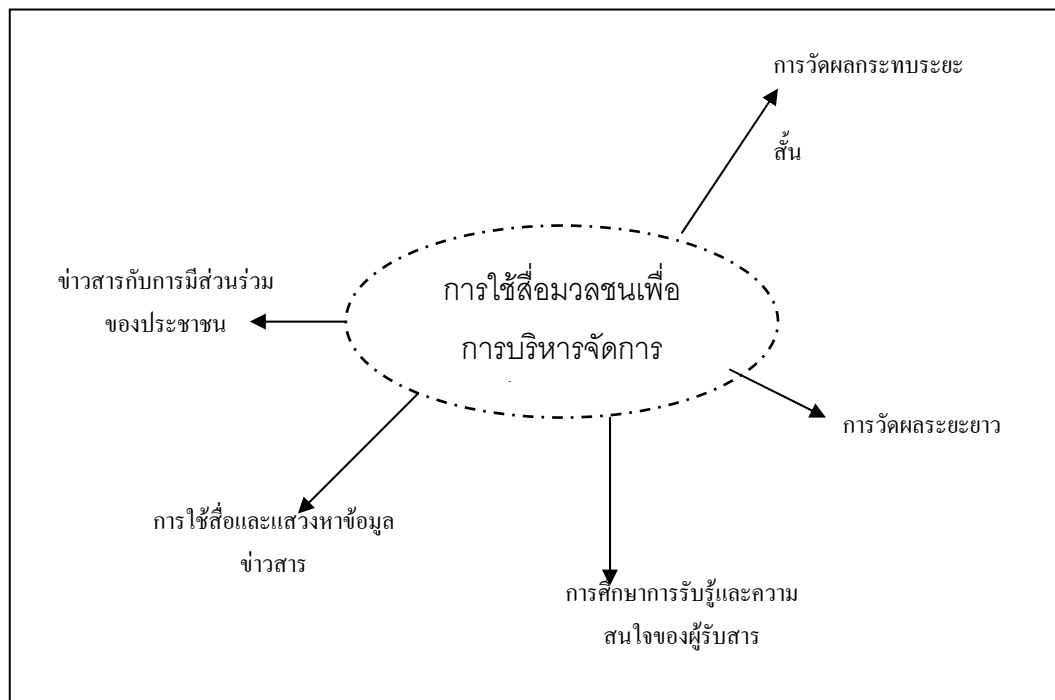
ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า การจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้นจะหยุดอยู่ตรงแค่ระดับความเข้าใจ จิตสำนึกและทัศนคติเท่านั้นยังไม่ เพราะงานสิ่งแวดล้อมมีแต่ “ต้องลงมือทำ” อย่างจริงจังเท่านั้น

ฉะนั้น การวัดผลเพื่อตอบคำถามว่า “การสื่อสาร” สามารถกระตุ้น / ขับเคลื่อนผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมหรือไม่ จึงต้องมา “ดูผลกันที่การลงมือ / ปฏิบัติการ “

และดังที่กล่าวมาแล้วว่า งานวิจัยทั้ง 4 ชิ้นในชุดโครงการนี้ล้วนเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมทั้งสิ้น กล่าวคือ ในท่ามกลางกระบวนการวิจัย คณะวิจัยและชุมชนจะต้องลงมือกระทำการอะไรบางอย่าง และมาวัดผลที่เกิดขึ้นว่าเป็นอย่างไร ในที่นี้จึงได้บทเรียนอยู่ชุดหนึ่งเกี่ยวกับมิติของการวัดผลของการสื่อสารเพื่อจัดการสิ่งแวดล้อม

แต่เพื่อให้การเรียนรู้เรื่องการวัดผลมีขอบเขตที่กว้างขวางขึ้น ทีมประสานงานชุดโครงการการสื่อสารเพื่อชุมชน จึงจะได้ประมวลวิธีการวัดผลจากการสื่อสารแบบเฉพาะแบบหนึ่ง คือ งานวิจัยเรื่องการใช้สื่อมวลชนเพื่อบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมมาวางเขียนให้ดู

เป็นการเปรียบเทียบเสียก่อน และเพื่อเป็นการย้อนกลับไปทีหน้าแรกของข้อเขียนชิ้นนี้ที่ได้กล่าวพาดพิงประเด็นนี้เอาไว้



ภาพที่ 9 : การใช้สื่อมวลชนเพื่อการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

(i) การวิจัยผลกระทบระยะสั้น การออกแบบการวิจัยเพื่อวัดผลกระทบระยะสั้นของสื่อต่อเรื่องสิ่งแวดล้อม มักจะต้องมีการจำกัดขอบเขตของตัวเนื้อหาและประเภทของสื่อเป็นอย่างมาก เพื่อให้ได้ข้อสรุปอย่างชัดเจนว่า ผลที่เกิดขึ้นนั้นเกิดมาจากตัวเนื้อหาและรูปแบบอะไร ดังนั้น ส่วนใหญ่แล้ว มักเป็นการวิจัยเพื่อประเมินประสิทธิผลของโครงการรณรงค์ใช้สื่อหรือรายการใดรายการหนึ่ง เช่น ประสิทธิภาพของรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” โดยรชนีดา ชำนาญมนต์ (2539) หรือโครงการริงค์เอิร์ธ ของ พจนา วาสีกรัตน์ (2536)

สำหรับระดับของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเป้าหมายของผลกระทบนั้น มักเป็นระดับปัจเจกบุคคล มิใช่ระดับสถาบันหรือระดับสังคม และมักจะมุ่งที่เด็ก ๆ เป็นหลัก โดยมีการออกแบบการวิจัยโดยใช้วิธีการทดลองหรือกึ่งทดลอง

(ii) การวิจัยผลกระทบระยะยาว J. Hester & W. Gonzenbach (1995) สนใจเรื่องผลกระทบระยะยาวของสื่อมวลชนในการทำหน้าที่เป็น “ผู้กำหนดวาระ” (Agenda Setter) ประเด็นความสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมให้แก่ประชาชนอเมริกัน โดยการทำการสำรวจหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 3 ตัว คือ Media Agenda (ศึกษาโดยการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อที่นำเสนอ) Public Agenda (ใช้การสัมภาษณ์ประชาชนว่า ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่รุนแรง

อันดับแรก ๆ มีอะไรบ้าง) และ Real World Indication (เป็นลำดับของความรุนแรงเรื่องสิ่งแวดล้อมที่เป็นจริง) โดยศึกษาตั้งแต่ช่วง ค.ศ. 1987 – 1991 ผลการวิจัยพบว่า ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 3 ตัว นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังพบว่า ทั้งสื่อมวลชนและสาธารณะได้รับรู้ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างจำกัดมาก ได้รู้เป็นช่วง ๆ และให้ความสนใจเป็นพัก ๆ เท่านั้น ปัญหาสิ่งแวดล้อมจึงดูเหมือนเป็น “วิกฤตการณ์เชิงสัญลักษณ์” เท่านั้น กล่าวคือ ปัญหานี้จะมากอยู่กับเราเพียงชั่วระยะเวลาหนึ่ง แล้วก็จะเลือนหายไป จนกว่าถึงวันไม่ดีคืนร้าย จึงจะหวนกลับมาหลอกหลอนใหม่ เป็นวัฏจักรเช่นนี้

(iii) การศึกษาเรื่องการรับรู้และความสนใจของผู้รับสาร จากแนวทฤษฎีหนึ่งที่ไม่เชื่อในพลังอำนาจของสื่อแบบทฤษฎี Impact / Effect หากแต่เชื่อว่า เมื่อส่งสารไปแต่ละครั้ง ผู้รับสารแต่ละกลุ่มย่อมรับรู้ ให้ความสนใจ และตีความแตกต่างกัน ดังนั้น จึงควรศึกษาการรับรู้ของผู้รับสารเป็นหลัก เช่น งานของ S. Keeter (1984) ได้สำรวจว่า เวลาที่พูดถึงคำว่า “สิ่งแวดล้อม” นั้น ประชาชนคิดถึงอะไร หมายความว่าอะไร ประชาชนคิดว่า สถานะแวดล้อมปัจจุบันดีขึ้นหรือเลวลงกว่าเมื่อปีที่แล้ว ประชาชนใช้เกณฑ์อะไรในการรับรู้ความรุนแรงของปัญหา ฯลฯ หรือการสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างตัวประชาชนกับปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น ประชาชนคิดว่า ตัวเองเป็นอะไร : นักอนุรักษ์ผู้ประหยัดพลังงาน ผู้ใช้ระบบ recycle ฯลฯ

(IV) การใช้สื่อและแสวงหาข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมของผู้รับสาร (Media Use & Information Seeking) แนวทางการศึกษานี้ ก็เชื่อว่า ประชาชนจะเป็นผู้เลือกเปิดรับ เลือกใช้ เลือกแสวงหาข่าวสารตามความต้องการของตนเอง K. Wilson (1995) ได้ตรวจสอบว่า ในเรื่องของโลกร้อนขึ้นนั้น ประชาชนได้อาศัยสื่อมวลชนเป็นช่องทางในการแสวงหาความรู้หรือเปล่า หรือใช้แหล่งข่าวอื่น ๆ

(V) การศึกษาทบทวนของข่าวสารกับการมีส่วนร่วมของประชาชน ผลการวิจัยจากเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชนนั้น มักจะให้ข้อสรุปโดยทั่วไปว่า อิทธิพลของสื่อ นั้น สามารถจะให้ผลดีในเรื่อง ความรู้ (Knowledge) สามารถก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยในเรื่องทัศนคติ (Attitude) แต่มักหวังผลไม่ได้ในเรื่องการเปลี่ยนพฤติกรรม (Performance) หากนำข้อสรุปนี้มาใช้อธิบายเรื่องสิ่งแวดล้อม ก็ชวนให้หน้าคิดว่า ถ้าเช่นนั้น สื่อมวลชนจะมีประโยชน์อะไรต่อเรื่องสิ่งแวดล้อมเพราะอาจเป็นเรื่องที่ “รู้ทั้งรู้ แต่ไม่ลงมือปฏิบัติ” แล้วการเปลี่ยนแปลงที่แท้จริงจะเกิดตามมาหรือไม่

ดังที่กล่าวมาแล้วตั้งแต่ต้นว่าในเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้น ต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม อันเนื่องมาจากเหตุผลทั้งด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพของการดำเนินงาน และเหตุผลด้านความชอบธรรม เนื่องจากเมื่อเกิดผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบจากเรื่องสิ่งแวดล้อม ประชาชนจะต้องได้รับผลกระทบเป็นคนแรก ในการนี้ข่าวสารจะมีบทบาทสำคัญ ดังเช่น งานวิจัยของพัชรมณี เย็นมั่นคง (2539) ในเรื่องการติดตามข่าวสารของประชาชนในเขตที่จะมีการสร้างโรงงานไฟฟ้าพลังความร้อนจากขยะในเขต จ. เชียงใหม่ ซึ่งได้แสดงให้เห็นว่า การที่ประชาชนจะมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างเต็มที่และถูกต้องนั้น ข้อเรียกร้องประการแรกของประชาชนก็คือ ขอมีข่าวสารที่เพียงพอและมีคุณภาพ

มีตัวอย่างงานวิจัยในเรื่องนี้ เช่น อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบุลย์ (2538) ได้วิเคราะห์แนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการขนาดใหญ่ของรัฐ เช่น เขื่อน หรืออ่างเก็บน้ำ ด้วยการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของกลุ่มบุคคล 4 กลุ่ม คือ นักวิชาการ เจ้าหน้าที่รัฐ เจ้าหน้าที่องค์กรพัฒนาเอกชน และผู้นำชาวบ้าน ประกอบด้วยการวิเคราะห์เอกสารผลการวิจัยพบว่า กรณีการสร้างเขื่อนที่ผ่านมาประชาชนยังมีส่วนร่วมอยู่น้อย ส่วนใหญ่จะเป็นพวกที่รับผลกระทบโดยตรงเท่านั้น งานวิจัยในลักษณะเช่นนี้ สมควรจะมีการสนับสนุนให้มีมากขึ้นในอนาคต

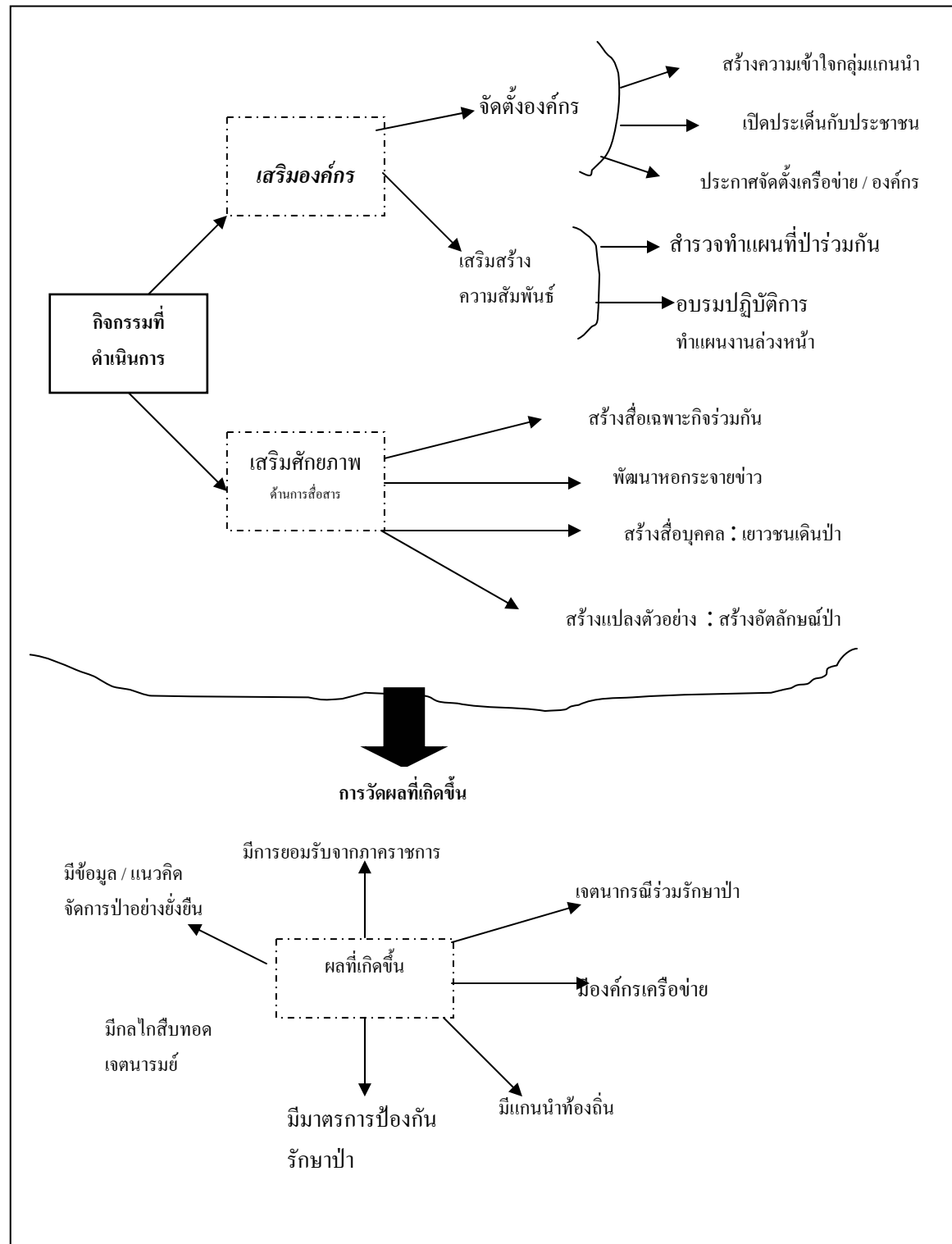
สำหรับการวัดผล ที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติด้านการสื่อสารในงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้นนี้ จะมีวิธีการวัดผลจากการปฏิบัติที่เดิม และจะมานำเสนอในที่นี้อยู่ 3 กรณี คือ

- (1) การวัดผลแบบภาพรวมที่เกิดจากกิจกรรมทั้งหมด : ได้แก่งานวิจัยป่าชุมชนสะมะแก
- (2) การวัดผลที่เกิดจากการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม : ได้แก่งานวิจัยป่าชุมชนห้วยแก้ว
- (3) การวัดผลการเปลี่ยนแปลงของระบบการสื่อสาร : ได้แก่งานวิจัยขยะโคราช

สำหรับงานวิจัยคลองอู่ตะเภา นั้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องมีจำนวนมาก ดังนั้นในช่วงเวลาที่วิจัย จึงยังไม่อาจวัดผลการดำเนินการได้ อย่างไรก็ตาม ก็ได้เห็นการเกิดขึ้นของรูปธรรมบางอย่าง เช่น การเกิดเครือข่าย คือ กลุ่มอนุรักษ์คลองอู่ตะเภา และมีข้อเสนอแนะแนวทางการทำกิจกรรมจากกลุ่มต่าง ๆ

- (1) การวัดผลแบบภาพรวมจากปฏิบัติการด้านการสื่อสาร : กรณีงานวิจัยป่าชุมชนสะมะแก

การวัดผลที่เกิดขึ้นในกรณีป่าชุมชนสะสมแก่นั้นก็เกิดมาจาก
 ดำเนินงาน
 และปฏิบัติการร่วมกับชุมชนรอบ ๆ ป่าดังนี้



ภาพที่ 10 : ผลที่เกิดจากการปฏิบัติการด้านการสื่อสารเพื่อเสริมศักยภาพ

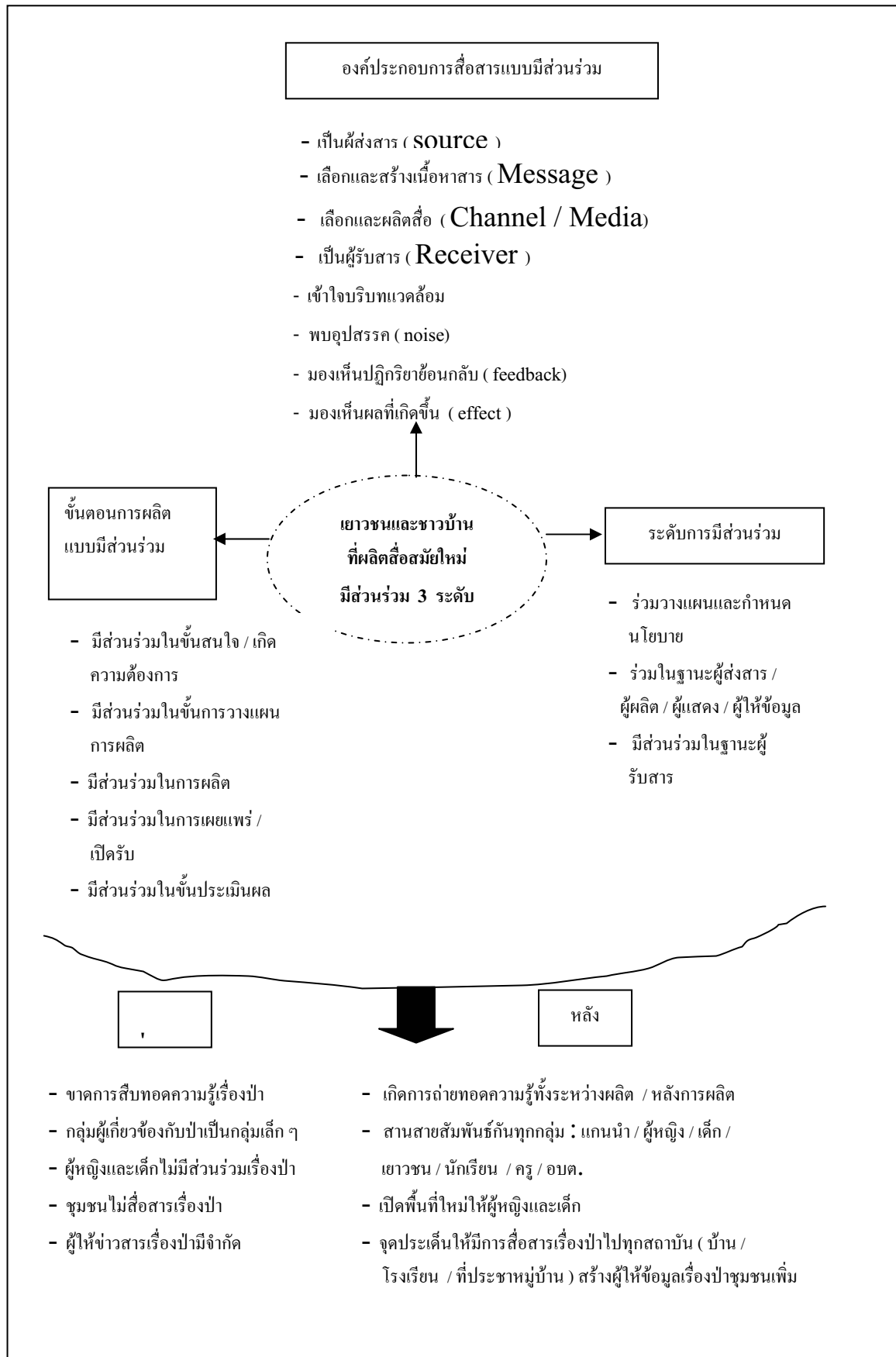
จากแผนภาพที่แสดงข้างต้นนี้จะเห็นได้ว่า เมื่อได้วางเป้าหมายและปฏิบัติการตามเป้าหมายนั้น ผลที่ได้รับออกมาก็จะเป็นไปตามเป้าหมาย คุณลักษณะของผลที่เกิดขึ้นนั้นเป็นองค์ประกอบสำคัญของการปฏิบัติงานด้านการรักษาป่าชุมชนให้ยั่งยืน

(2) การวัดผลเกิดจากการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม : ได้แก่ กรณีงานวิจัยป่าชุมชนห้วยแก้ว

คณะวิจัยป่าชุมชนห้วยแก้วได้ศึกษาบริบทของชุมชนและพบว่าในระดับ

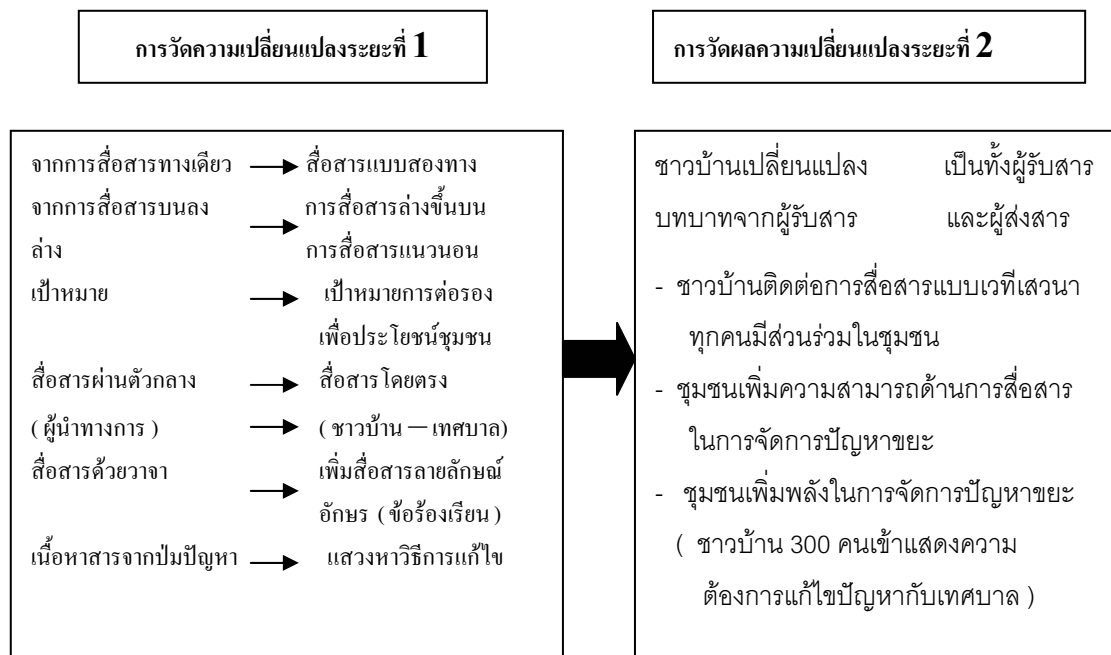
ความสัมพันธ์ของชุมชน มีความบาดหมางกันใจกันอยู่ และผลการสำรวจศักยภาพของสื่อของชุมชนที่อยู่ ก็พบว่าไม่สามารถนำมาใช้เป็นสื่อเพื่อการประสานความสัมพันธ์ได้ ดังนั้น คณะวิจัยและแกนนำชุมชนได้แสวงหา “ สื่อตัวใหม่ “ และทดลองใช้ภายใต้แนวคิดของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และได้วัดผลที่เกิดขึ้นจากการทำงานของกระบวนการสร้างและใช้สื่อใหม่ 3 ประเภท

(สไลด์ / วีดิทัศน์ / การจัดรายการวิทยุ) ดังนี้



3.การวัดผลที่เกิดจากการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม : กรณีงานวิจัยขยะโคราช

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า คณะวิจัยขยะโคราชได้ร่วมกับชุมชนค้นคิดกลไกเพื่อการเสริมศักยภาพการสื่อสารของชุมชน และได้พบว่า เกิดผลการเปลี่ยนแปลงในหลายระดับ ดังนี้



ภาพที่ 11 : ผลที่เกิดจากการเสริมศักยภาพด้านการสื่อสารกรณีขยะโคราช

จากวิธีการวัดผลที่เกิดขึ้นของกรณีวิจัยทั้ง 3 กรณีได้ยืนยันอีกครั้งหนึ่งว่า การสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมนั้น จำเป็นต้องใช้ “ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ” เท่านั้น และจำเป็นต้องใช้ “ การสื่อสารหลาย ๆ รูปแบบผสมผสานกัน ” (Mixed / Integrated communication) โดยมีกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการเลือกการสื่อสารในแต่ละขั้นตอน โดยเราจะหวังพึงผลจากการใช้สื่อมวลชนอย่างเดียวไม่ได้

อย่างไรก็ตาม นี่ก็ไม่ได้หมายความว่าสื่อมวลชนจะปราศจากความสำคัญ เนื่องจากกรณีงานวิจัยป่าชุมชนก็ได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ในช่วงวิกฤต / ช่วงที่ต้องการมีการผลักดันช่วงชิงทรัพยากร สื่อมวลชนมีความสำคัญอย่างยิ่ง แต่ในอีกด้านหนึ่งก็เป็นข้อเท็จจริงเช่นเดียวกันว่า “ สื่อเดียวจะรับเหมาทำไปทุกเรื่อง/ทุกช่วงเวลา “ คงจะไม่ได้ องค์ความรู้ในเรื่องการสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมจึงอยู่ที่การล่วงรู้ว่ เมื่อใด/สถานการณ์แบบไหน จะต้องใช้การสื่อสารรูปแบบใด

เอกสารงานวิจัยที่ประมวลวิเคราะห์(สื่อกับสิ่งแวดล้อม)

1. อ.ศรีธรรม โจรนสุพจน์ และคณะ, 2547

“ การสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมจัดการป่าชุมชนของชาวบ้านห้วยแก้ว กิ่ง อ. แม่อน จ. เชียงใหม่” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

2.รศ.วราพร ศรีสุพรรณ และคณะ, 2547

“ การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการจัดการป่าชุมชน : กรณีศึกษาป่าชุมชนสะมะแก ต. นาสวน อ.ศรีสวัสดิ์ จ. กาญจนบุรี” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

3. จำนงค์ บัวเนียวและคณะ, 2547.

การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสารชุมชนเพื่อปกป้องคลองอู่ตะเภา จ. สงขลา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

4. สิทธิชัย เทวธีระรัตน์ และคณะ, 2547

การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อจัดการปัญหาขยะของประชาชนในท้องถิ่น อ.ปากช่อง จ. นครราชสีมา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

เอกสารอ้างอิง

1.ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2534)

“ขบวนการเคลื่อนไหวทางสิ่งแวดล้อม การเมืองสีเขียว และความคิดแบบนิเวศวิทยา” ใน ผาสุก พงษ์ไพจิตร และสังคีต พิริยะรังสรรค์ (บ.ก.) พลวัตรไทย : มุมมองจากเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาฯ

2.ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2539)

เศรษฐศาสตร์สีเขียวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ, สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.นาฏยา เสวกแก้ว (2541)

บทบาทหน้าที่ของสื่อวิทยุท้องถิ่นต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ใน จ. ชลบุรี วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ

4.พระธรรมปิฎก (2538)

“ไทย : อนาคตกับป่า” ใน สิ่งแวดล้อมไทย : อนาคตไทย 2538 เครือข่ายองค์กรสิ่งแวดล้อม 38, กรุงเทพฯ

5.พัชรมณี เย็นมั่นคง (2539)

การสื่อสารในสภาวะความเสี่ยงของผู้รับสารในเขตที่จะมีการก่อสร้างโรงไฟฟ้าพลังความร้อนจากขยะ จ. เชียงใหม่ วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ

6.พจนา วาสีกรัตน์ (2536)

ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการอิงค์เอร์ธในการให้ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น กรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ

7.“รังรอง” (นามแฝง) (2534)

น้ำ ฟ้า ปลา ดาว , สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, กรุงเทพฯ

8.รัชนิดา ชำนาญมนต์ (2539)

ประสิทธิผลของรายการทุ่งแสงตะวันในด้านความรู้และทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเด็ก วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ

9.สุพัตรา ผาผุย (2533)

ประสิทธิผลของหน่วยงานประชาสัมพันธ์เคลื่อนไหวในการให้ความรู้และทัศนคติ
ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้แก่ประชาชนในหมู่บ้าน จ. เชียงใหม่
วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ

10. อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบุลย์ (2538)

แนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการขนาดใหญ่ของรัฐ วิทยานิพนธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ

11.Dahlan M. Alawi (1994)

Expanding The Role of Media in Environmental Protection , paper for AMIC
Annual Conference on Communications, Convergence and Development.
Bangkok, June 23-25, 1994

12.Dixit K. (1994)

The Greening of the Media , paper presented at AMIC Annual conference
“Communication, Convergence and Development”

13.Hester J. & W. Gonzenbach (1995)

“The Environment : TV News, Real-World Cues and Public Opinion Overtime” in
Mass Communication Review, 22 : 1-2, pp 5-20

14.Keeter S. (1984)

“Problematical Pollution Polls : Validity in the Measurement of Public Opinion on
Environment Issues”, Political Methodology 10: 3, pp 267-291

15.Wilson K. (1995)

Mass Media as Sources of Global Warming Knowledge , Mass Communication
Review 22 : 1-2 , 1995 , pp 75-89

บทสังเคราะห์ภาพรวมของงานวิจัย
เรื่อง การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชน
(2544-2547)

โดย
ดร.กาญจนา แก้วเทพ

เอกสารฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการสังเคราะห์ภาพรวมของงานวิจัยใน
โครงการวิจัยชุด”การสื่อสารเพื่อชุมชน”

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
(สกว.)

เมษายน 2548

เอกสารชุดที่ 7

บทสังเคราะห์ภาพรวมงานวิจัยเรื่อง
“การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชน”
(2544-2547)

สารบัญ

1. บทนำ : ประเด็นใหม่ด้านการสื่อสาร
2. ภาพรวมของงานวิจัยในโครงการฯ
3. การสำรวจบริบทของชุมชนและการสื่อสาร
4. การวิเคราะห์กิจกรรม
5. การวิเคราะห์ระดับของการสื่อสาร (พื้นที่)
 - 5.1 การสื่อสารภายในกลุ่ม / ชุมชน
 - 5.2 การสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ระหว่างชุมชน
 - 5.3 การสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ชุมชนกับภายนอก
6. การวิเคราะห์ช่วงเวลาของการสื่อสาร
7. การศึกษาบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร
8. การวิเคราะห์คุณลักษณะของการสื่อสาร
9. การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารบริหารจัดการ

บทสังเคราะห์ภาพรวมงานวิจัย
เรื่อง “การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชน”
(2544-2547)

กาญจนา แก้วเทพ

1. บทนำ : ประเด็นใหม่ด้านการสื่อสาร

สำหรับศาสตร์ด้านการสื่อสารที่มีมาในอดีตมักจะสนใจบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารโดยยึดเอาจากการระบุหน้าที่ของ “สื่อมวลชน” จากนักทฤษฎียุคแรก ๆ ด้านนิเทศศาสตร์เป็นหลัก เช่น เราคงคุ้นเคยกับหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสาร ให้ความรู้ สืบพหุคดีทางวัฒนธรรม และให้ความบันเทิง

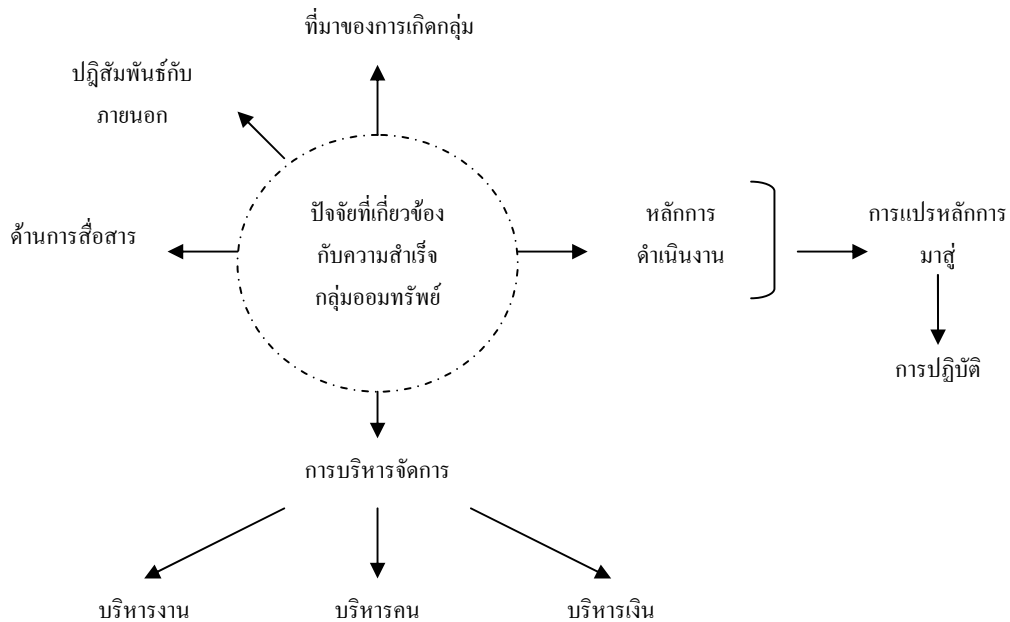
แต่ทว่านับตั้งแต่ทศวรรษ 1970 เป็นต้นมา ได้เริ่มมีศาสตร์แบบใหม่ ๆ ก่อตัวขึ้น คือ ศาสตร์แห่งการบริหารจัดการ (Science of Management) ซึ่งในระยะแรกอาจจะมุ่งเน้นอยู่ที่ระดับการบริหารจัดการภายในองค์กรและเน้นองค์กรด้านธุรกิจ แต่ทว่าในลำดับต่อมา ขอบเขตของการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการก็ได้ขยายตัวออกไประดับอื่น ๆ และกลุ่ม / หน่วยงาน / องค์กรที่มีเป้าหมายอย่างอื่น ๆ เช่น องค์กรที่ไม่หวังผลกำไร (non-profit organization)

ในส่วนด้านการสื่อสารเอง การเกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์และแบบจำลอง โดยเฉพาะในเรื่องของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ไม่อาจจำกัดขอบเขตอยู่ที่สื่อมวลชนได้เท่า นั้น หากแต่ได้ขยายแวดวงออกไปครอบคลุมสื่อทุกประเภท อันเป็นกระแสในทิศทางเดียวกับเรื่องการบริหารจัดการภายในองค์กรที่จำเป็นต้องใช้การสื่อสารทุกรูปแบบ / ทุกประเภท นับตั้งแต่การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารภายในกลุ่มย่อย เป็นต้น

จากพัฒนาการของกระแสความรู้ทั้ง 2 กระแส ที่ได้ไหลมาบรรจบกันและทำให้เกิดการแตกตัวของสาขาวิชาสาขาใหม่ คือ “การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ” (Communication management) ซึ่งเป็นการนำเอาศาสตร์ด้านการสื่อสารทั้งหมดเข้าไปผสมผสานกับเนื้อหาของการบริหารจัดการ เริ่มตั้งแต่การตอบคำถามว่า เป็นการบริหารจัดการอะไร (เช่น บริหารงาน บริหารเงิน บริหารสิ่งของ) ที่เป็นไปเพื่อเป้าหมายอะไร (หวังผลกำไร สร้างสำนึกร่วม จัดการความขัดแย้ง ผลักดันให้เกิดกิจกรรม ฯลฯ) มีใครเข้ามาเกี่ยวข้องบ้าง มีกระบวนการ / ขั้นตอนในการดำเนินงานอย่างไร และเกิดผลอะไรขึ้นมา เป็นต้น

ดังตัวอย่างเช่น งานวิจัยในชุดโครงการ “การสื่อสารเพื่อชุมชน” (จากนี้ไปจะเรียกว่า “โครงการฯ”) เรื่อง “กระบวนทัศน์ใหม่ในการสื่อสารเพื่อพัฒนากลุ่มออมทรัพย์ จ. สุรินทร์ โดย

ศุภางค์และคณะ (2547) ที่ได้ศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มออมทรัพย์จำนวน 14 กลุ่ม ใน จ.สุรินทร์ และพบว่า มีปัจจัย 6 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จและความล้มเหลวของกลุ่มออมทรัพย์ ดังนี้



ภาพที่ 1 : ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของกลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์

จากภาพที่แสดงมาข้างบนนี้ จะเห็นได้ว่า “ปัจจัยด้านการสื่อสาร” เป็นหนึ่งในปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จและความล้มเหลวของกลุ่มกิจกรรมเช่นกลุ่มออมทรัพย์

สำหรับงานวิจัยในชุดโครงการฯ นี้ มีอยู่ 4 ชุด ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการสื่อสารเพื่อการจัดการ โดยมีมิติเรื่องการสื่อสารเพื่อการจัดการนั้น จะมีอยู่ 2 มิติใหญ่ ๆ คือ

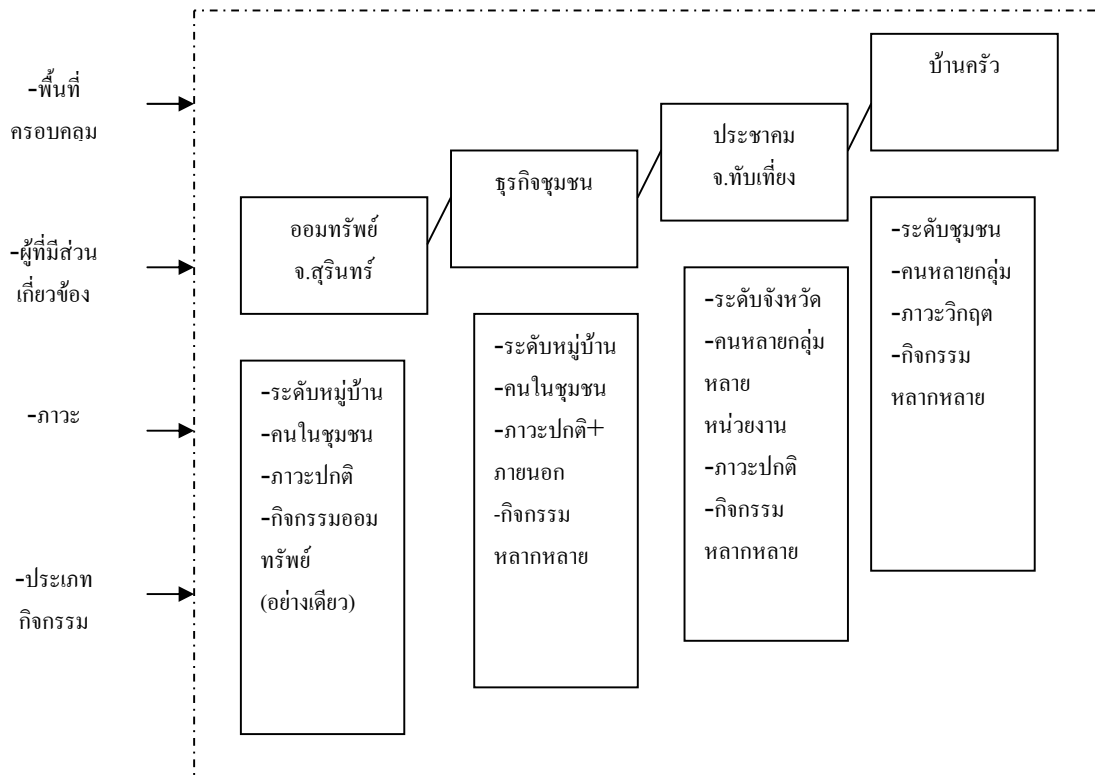
- (1) การใช้การสื่อสารไปจัดการกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กลุ่มออมทรัพย์ ธุรกิจชุมชน ประชาคม การต่อสู้เพื่อปกป้องสิทธิของชุมชน ฯลฯ
- (2) การจัดการตัวการสื่อสารเอง เช่น การจัดการข่าวสารข้อมูล

2. ภาพรวมของงานวิจัยในโครงการฯ

งานวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการของชุมชนในชุดโครงการ “การสื่อสารเพื่อการพัฒนา” นี้ มีอยู่ 4 ชิ้น ทั้งที่เป็นการสื่อสารเพื่อการจัดการภายในและภายนอก ทั้งที่เป็นมิตินำเอาการสื่อสารไปจัดการกิจกรรมอื่น ๆ และการจัดการตัวการสื่อสารเอง ดังนี้

1. โครงการวิจัยเรื่อง “กระบวนการทัศน์ใหม่ในการสื่อสารเพื่อพัฒนากลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์” (2547) (จากนี้จะเรียกว่า “งานวิจัยกลุ่มออมทรัพย์”) โดย ศุภางค์ นันทา และคณะ
2. โครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแบบจำลองการจัดการกับข้อมูลข่าวสารเพื่อการเสริมสร้างธุรกิจชุมชน” (2547) (จากนี้จะเรียกว่า “งานวิจัยธุรกิจชุมชน”) โดยอัจฉริยา เนตรเชยและคณะ
3. โครงการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารในการพัฒนาประชาคมทับเที่ยง” (2547) (จากนี้จะเรียกว่า “งานวิจัยประชาคม”) โดยอรุณีวรรณ นาศรีและคณะ
4. โครงการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารกับการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนบ้านควัวในกรณีพิพาทโครงการก่อสร้างถนนรวมและกระจายการจราจร” (2547) (จากนี้จะเรียกว่า “งานวิจัยบ้านควัว”) โดย ไชยจิวัฒน์ บุญประดิษฐ์ และคณะ

ในงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้นนี้ เมื่อเอามาวางเรียงเพื่อให้มีความตามเกณฑ์ของเรื่องการสื่อสารเพื่อการจัดการ จะช่วยให้เห็นคุณลักษณะต่าง ๆ ของงานวิจัยแต่ละชิ้นได้ดังนี้



ภาพที่ 2 : ภาพรวมของงานวิจัยชุดการสื่อสารเพื่อการจัดการ

จากคุณลักษณะของกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณี อันจะมีผลถึงเรื่องรูปแบบของการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการดังนี้

(1) **พื้นที่ครอบคลุม** งานวิจัยของศุภางค์และคณะในเรื่องกลุ่มออมทรัพย์ได้เลือกหน่วยที่วิเคราะห์เป็นกลุ่มออมทรัพย์จำนวน 14 กลุ่ม ซึ่งเป็นกลุ่มทั้งที่อยู่ในเมืองและชนบท มีทั้งกลุ่มที่สำเร็จและล้มเหลว เพื่อวิเคราะห์ว่า อะไรบ้างที่เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จและการสื่อสารได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไร

เช่นเดียวกับงานวิจัยธุรกิจชุมชนของอัจฉริยาและคณะ ที่ทำการศึกษาหมู่บ้านเพียงหมู่บ้านเดียว คือ บ้านโคกอีโด้ย (นามสมมุติ) ใน อ. เนินมะปราง จ. พิจิตรโลก แต่ทว่า หน่วยที่วิเคราะห์จะเป็นกลุ่มกิจกรรมที่หลากหลายในหมู่บ้านนั้น ในขณะที่พื้นที่ศึกษาของประชาชนทับเที่ยงนั้น จะครอบคลุมอยู่ในเขตเทศบาลเมือง จ. ตรัง ซึ่งนับว่าก็มีพื้นที่กว้างขวางมากขึ้น ส่วนชุมชนบ้านครัวนั้นเป็นพื้นที่ที่ชุมชนขนาดไม่กว้างขวางมากนัก หากทว่า อยู่ในใจกลางของกรุงเทพเลย

(2) **คนที่เข้ามาเกี่ยวข้อง** (Stakeholder) (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป) ในแต่ละกรณีจะมีกลุ่มคนที่มาเกี่ยวข้องที่แตกต่างกันไป ทั้งที่เป็นคนภายในกลุ่มและคนภายนอก เช่น ในกรณีของกลุ่มของกลุ่มออมทรัพย์ แม้แต่ภายในกลุ่มก็จะมีทั้งระดับแกนนำ / ผู้ที่เป็นคณะกรรมการ กับสมาชิกทั่วไป หรือการมีคนภายนอกกลุ่มนั้น ก็จะมีทั้งที่มีความสัมพันธ์แบบพันธมิตร เช่น งานธุรกิจชุมชน บ้านโคกอีโด้จะมีหน่วยราชการต่าง ๆ เป็นพันธมิตรคอยให้ความช่วยเหลือ ในขณะที่ชุมชนบ้านคร้วจะมีความสัมพันธ์ที่ขัดแย้งกับการทางพิเศษแห่งประเทศไทยที่จะมาตัดถนนผ่าชุมชนออกเป็นเสี่ยง ๆ

กลุ่มบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยผลประโยชน์และเป้าหมายที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลต่อรูปแบบของการสื่อสารที่นำมาใช้จัดการ

(3) **ภาวะของการสื่อสาร** (ดูรายละเอียดต่อไป) ตามหลักการของการบริหารจัดการ จะมีเกณฑ์แบบหนึ่งที่ใช้ในการจัดแบ่งช่วงเวลา คือ *ช่วงเวลาปกติ* (normal period) เช่น งานศึกษากลุ่มออมทรัพย์นั้น เป็นการวิเคราะห์การสื่อสารที่ใช้อยู่ในเวลาปกติ กับ *ช่วงเวลาวิกฤติ* เช่น งานวิจัยชุมชนบ้านคร้ว ซึ่งศึกษาช่วงเวลาที่ชุมชนกำลังมีปัญหาเกี่ยวกับการทางฯ รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในช่วงเวลาปกติกับช่วงเวลาวิกฤติจะมีความแตกต่างกัน รวมทั้งมีการเชื่อมร้อยกันระหว่าง 2 ช่วงด้วย

(4) **ประเภทของกิจกรรม** คำถามแรก ๆ ของการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการก็คือ จะใช้การสื่อสารไปเพื่อบริหารกิจกรรมอะไรบ้าง ปริมาณกิจกรรมมีมากน้อยเพียงใด และคุณภาพ (เช่น ความยาก / ง่าย) ของกิจกรรมนั้น เป็นอย่างไร

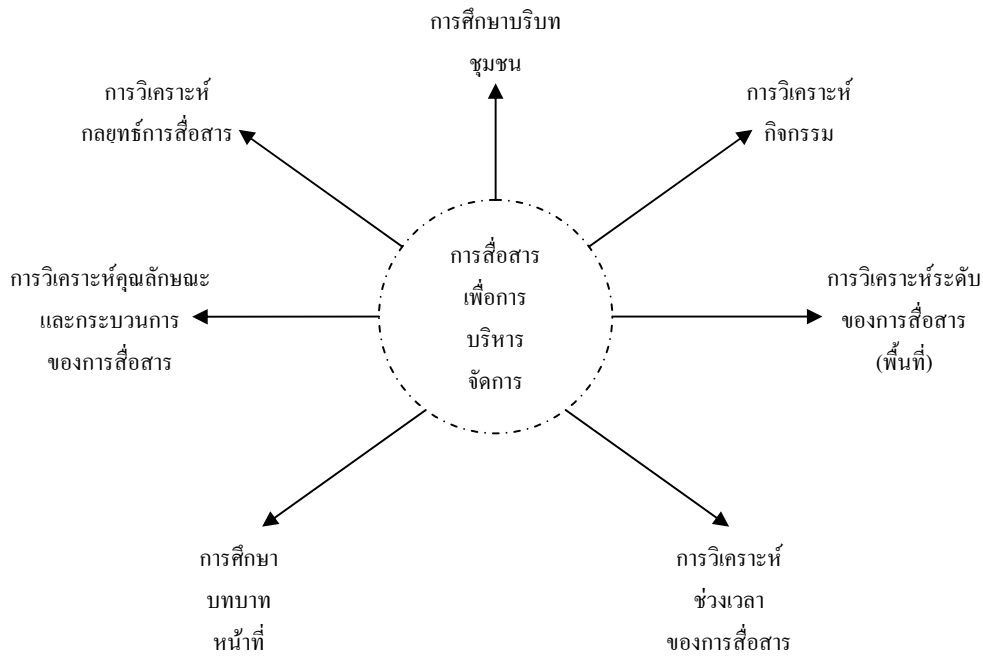
ในงานวิจัยกลุ่มออมทรัพย์นั้น แม้จะมีกิจกรรมของกลุ่มหลายกลุ่ม แต่ทว่า ก็จะมีลักษณะกิจกรรมแบบเดียวกัน คือ การออมทรัพย์ ซึ่งคณะวิจัยได้พยายามถอดบทเรียนออกมาเพื่อสร้างกิจกรรมสื่อสารเสริมเข้าไป ส่วนในงานวิจัยชุดธุรกิจชุมชนนั้น จะมีกลุ่มกิจกรรมอย่างหลากหลาย แม้ว่า ทุกกลุ่มจะทำ “ธุรกิจชุมชน” เหมือนกัน แต่ทว่า ประเภทของกิจกรรม ก็แตกต่างกัน ดังเช่น ที่คณะวิจัยได้เลือกมาศึกษา 4 กลุ่ม คือ โรงสีข้าว กลุ่มทอผ้า กลุ่มทอเสื่อ และกลุ่มชนไก่ และคณะวิจัยได้พยายามพัฒนาแบบจำลองขึ้นมาจากกรณีศึกษาอยู่เช่นเดียวกัน

ส่วนงานวิจัยประเด็นประชาคมทับเที่ยงนั้น มีกิจกรรมที่หลากหลายเพราะเป็นงานวิจัยประชาคม ซึ่งมีลักษณะเป็นเครือข่ายอันประกอบรวมกลุ่มกิจกรรมย่อย ๆ ที่เคยทำกิจกรรมอยู่แล้วให้เข้ามาร่วมกัน งานการสื่อสารเพื่อบริหารจัดการเครือข่ายนั้น จึงต้องมีประสิทธิภาพสูง จึงจะรักษาเครือข่ายประชาคมเอาไว้ได้

ส่วนงานวิจัยชุมชนบ้านคร้วนั้น เนื่องจากคนในชุมชนมีความแตกต่างกันมากพอสมควร ทั้งด้านเชื้อชาติ ศาสนา ความผูกพันกับชุมชน ความเป็นญาติพี่น้อง อาชีพ ฯลฯ ดังนั้น กิจกรรมที่

ดำเนินการในชุมชนจึงแตกต่างกันหลากหลายออกไป และเพื่อชุมชนต้อง “รวมพลังอย่างเต็มที่” เพื่อมา
ปะทะต่อรองกับภายนอก การสื่อสารเพื่อบริหารจัดการจึงต้องมีประสิทธิภาพในระดับสูงสุด

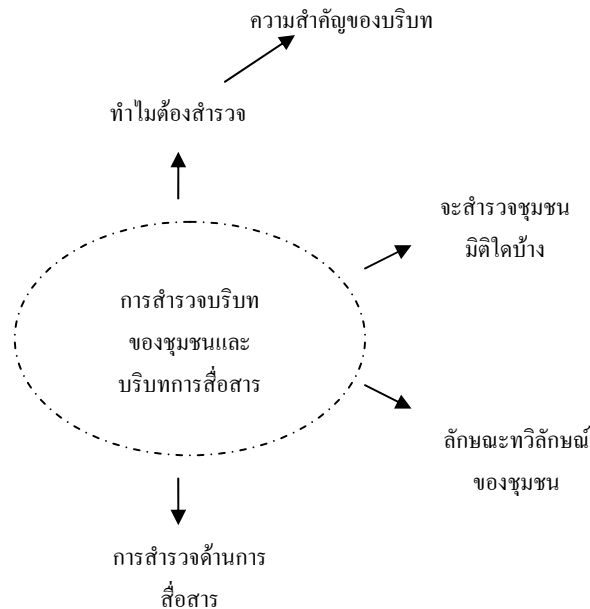
สำหรับการวิเคราะห์การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการกรณีศึกษาที่แตกต่างกันหลากหลายนี้
จะมีมิติของการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 : มิติของการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ

3. การสำรวจบริบทของชุมชนและการสื่อสาร

ประเด็นที่จะเกี่ยวข้องกับการสำรวจบริบทมีดังนี้



ภาพที่ 4 : การสำรวจบริบทของชุมชนและการสื่อสาร

(3.1) ความสำคัญของบริบท

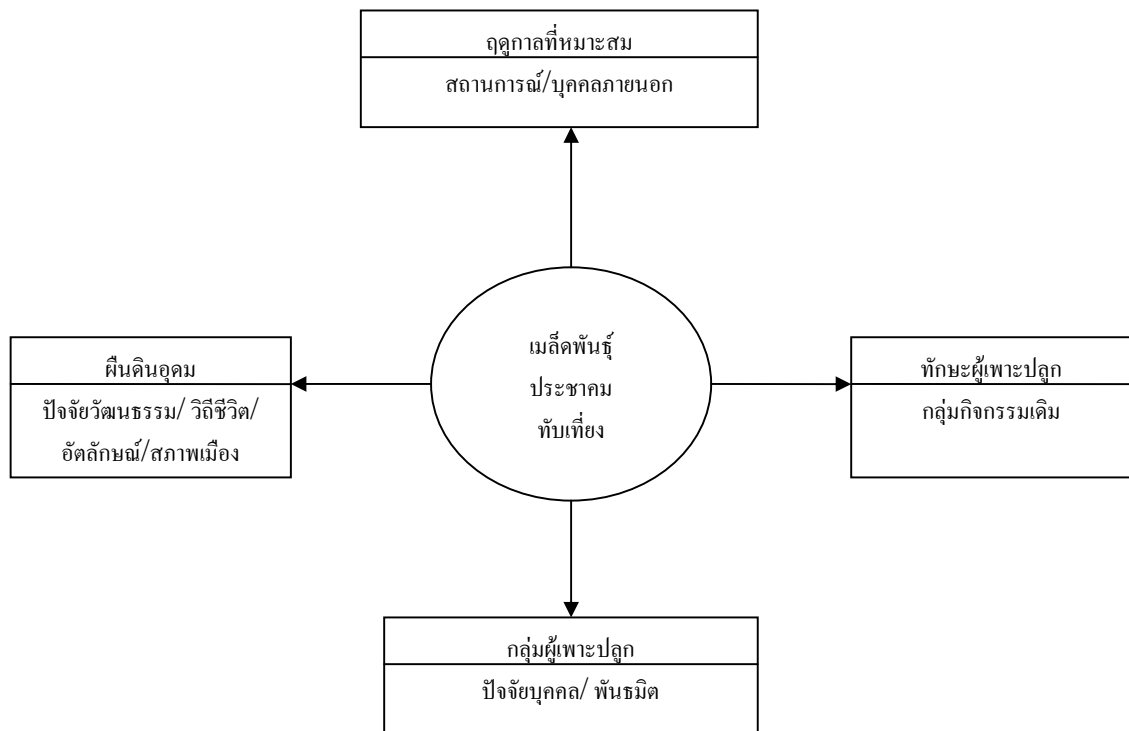
ในงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาชุมชน” และ “การสื่อสารเพื่อการพัฒนา” ที่ใช้กระบวนการทัศน์แบบใหม่ที่ว่า “ไม่มีสูตรสำเร็จในเรื่องการพัฒนาและการสื่อสาร” อันหมายความว่า กลยุทธ์ด้านการพัฒนาหรือการสื่อสารที่เคยใช้ได้ผล (หรือในทางตรงกันข้ามที่เคยล้มเหลว) ในที่หนึ่ง ๆ เมื่อนำมาใช้ในที่อีก “บริบท” หนึ่ง อาจจะให้ผลที่แตกต่างกันไป นี่หมายความว่า “ความสำคัญของการศึกษาบริบทของชุมชนและบริบทของการสื่อสาร”

ข้อความที่กล่าวมาข้างต้นมิได้เกินเลยไปจากความเป็นจริงเลย ดังหลักฐานงานวิจัยเรื่องธุรกิจชุมชนของอัจฉริยาและคณะ โดยที่คณะวิจัยนั้นมีภูมิหลังเป็นอาจารย์ที่สอนด้านเศรษฐศาสตร์ / ธุรกิจ ในมหาวิทยาลัยและมีประสบการณ์การทำงานพัฒนาอย่างโชกโชน โดยเฉพาะเรื่อง “ธุรกิจชุมชน” คณะวิจัยได้พยายามเข้าไปหนุนช่วยแก้ปัญหาเรื่องธุรกิจชุมชนของชาวบ้านซึ่งคณะวิจัยวิเคราะห์ว่า ปัญหาการขาดการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเป็นหัวใจหลักท่ามกลางปัญหาอย่างอื่น ๆ ดังนั้น

คณะวิจัยจึงได้จัดหลักสูตรการฝึกอบรม โดยเอาหลักวิชาที่เรียนมาถ่ายทอดให้แก่ชาวบ้าน แต่ทว่าเนื่องจากหลักสูตรการฝึกอบรมนั้น “ตึงเครียด” โดยยังไม่ได้ “วัดตัว” ชุมชนเลย ดังนั้น จึงปรากฏผลว่าการนำเอาไปใช้ไม่ได้ผล ด้วยเหตุนี้ ในงานวิจัยครั้งนี้ คณะวิจัยจึงมุ่งหวังที่จะสร้างหลักสูตรเพื่อพัฒนาแบบจำลองการฝึกอบรมที่สร้างขึ้นมาจากสภาพความเป็นจริงของชุมชน

นอกจากผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในทางปฏิบัติ คือ การออกแบบกิจกรรมเสริมที่มาจากฐานข้อมูลการสำรวจชุมชนที่เรียกว่า “action based on research” แล้ว ในแง่วิชาการ การสำรวจชุมชนก็ยังคงจะช่วยให้ นักวิชาการสามารถระบุ “ตัวแปร” “ปัจจัยที่น่าจะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน” ตัวอย่างเช่น งานวิจัยออมทรัพย์ ซึ่งจะพบว่า วิถีชีวิตของกลุ่มคนที่อยู่ในเมืองและชนบทจะมีความแตกต่างกันมากในด้านเศรษฐกิจ เช่น แหล่งที่มาของรายได้ อันเนื่องมาจากลักษณะการประกอบอาชีพ เช่น คนในเมืองมักจะประกอบอาชีพที่มีรายได้ประจำเป็นเดือน ดังนั้น การออมทรัพย์เป็นรายเดือนจึงเป็นไปได้ แต่ทว่าในชนบทที่ทำการเกษตรจะมีการขยายผลผลิตเป็นรายปี โฉมหน้าของการทำกิจกรรมกลุ่มออมทรัพย์จึงน่าจะแตกต่างออกไป ดังนั้น การสำรวจบริบทชุมชนแล้วกำหนดตัวแปรเพื่อทดสอบว่า มีความสำคัญจริงหรือไม่ มีความเกี่ยวข้องหรือไม่ หากพบว่า เป็นตัวแปรแท้จริง ก็จะส่งผลคืนกลับไปยังภาคปฏิบัติการในการออกแบบกิจกรรมดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น

ในงานวิจัยประชาคมทับเที่ยง คณะวิจัยให้บทสรุปอย่างชัดเจนว่า บริบทของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญตัวหนึ่งประคองผืนดินที่ให้คำอธิบายเรื่อง “การก่อกำเนิดของเมล็ดพันธุ์ประชาคมทับเที่ยง” ขึ้นมา ดังนี้

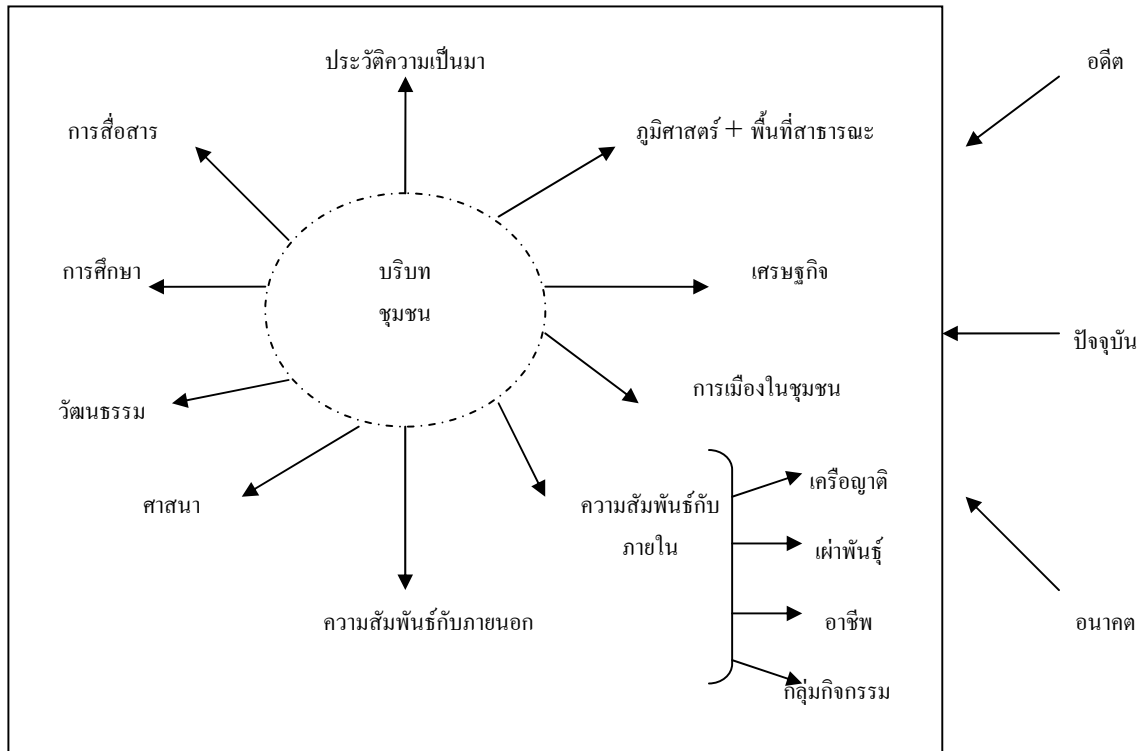


ภาพที่ 5 : ปัจจัยที่ให้นิยามประชาคมทับเที่ยง

(3.2) จะทำการสำรวจบริบทชุมชนด้านไหนบ้าง

หลังจากที่ทราบความสำคัญของการสำรวจบริบทชุมชนแล้ว ก็มีคำถามต่อไปว่า แล้วเราจะสำรวจมิติด้านใดของชุมชนบ้าง

ในงานวิจัยทั้ง 4 ขึ้นนั้น มีการสำรวจบริบทของชุมชนเอาไว้ตามมิติต่าง ๆ ดังที่แสดงภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 6 : การสำรวจบริบทชุมชน

ในการสำรวจบริบทชุมชนที่แสดงมาในภาพนั้น ก็เป็นหลักการทั่ว ๆ ไป แต่ทว่า ในการลงมือปฏิบัติจริงในแต่ละมิติของบริบทชุมชนนั้น สำหรับชุมชนแต่ละประเภทหรือประเด็นที่เราจะศึกษาจะเป็นตัวกำหนดว่า ผู้วิจัยควรจะให้น้ำหนักกับประเด็นใดมากเป็นพิเศษ

ในกรณีของงานวิจัยบ้านครัวที่ภายในชุมชนมีผู้นับถืออิสลามเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็มีผู้อพยพชาวอีสานที่นับถือพุทธเข้าไปร่วมอยู่ด้วย ในแง่นี้ก็ต้องมีข้อมูลเรื่องความสัมพันธ์ภายในระหว่างศาสนา รวมทั้งต้องศึกษาเรื่องความสัมพันธ์กับภายนอกอย่างละเอียด เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญของการรวมพลังปกป้องสิทธิของชุมชน

และนอกเหนือจากมิติต่าง ๆ ของชุมชนแล้ว ในการศึกษาบริบทของชุมชนนั้น ควรจะต้องพิจารณาในมิติของกาลเวลาคือ อดีต / ปัจจุบัน / อนาคต เพราะจะช่วยให้ทำความเข้าใจกับชุมชนได้อย่างแท้จริง ตัวอย่างเช่น หากไม่เข้าใจประวัติศาสตร์ของชุมชนบ้านครัว ก็จะไม่เข้าใจเลยว่า ทำไมชุมชนบ้านแห่งนี้จึงหาญกล้ามาต่อรองกับหน่วยงานราชการ หรือในกรณีของการวิเคราะห์แกนนำของประชาคมทับเที่ยง ผู้วิจัยจะเข้าใจจิตสำนึกต่อสาธารณะของแกนนำก็ต่อเมื่อได้สำรวจภูมิหลังความเป็นมาของแกนนำเหล่านั้น และในแง่มุมของการสื่อสารก็น่าสนใจอย่างยิ่งว่า การสื่อสารเพื่อสืบทอด

จิตสำนึกของประวัติศาสตร์อันเป็นความภาคภูมิใจ / ศักดิ์ศรีของชุมชน หรือการสื่อสารเพื่อธำรงรักษาจิตสำนึกสาธารณะนั้นเป็นอย่างไร

(3.3) ลักษณะทวิลักษณ์ของชุมชน

ในการสำรวจบริบทชุมชนนั้น นอกเหนือจากให้ข้อมูลเกี่ยวกับมิติต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้ว เมื่อถึงขั้นของการประเมินค่า เราก็จะมีวิธีการประเมินค่าของข้อมูลดังกล่าวใน 2 ลักษณะ

ลักษณะแรกคือ การกล่าวถึงปัญหาของชุมชน ซึ่งเป็นลักษณะที่นักวิจัยส่วนใหญ่จะคุ้นเคยซึ่งเปรียบเสมือนด้านหัวของของเหรียญ เช่น งานวิจัยประชาคมทับเที่ยงก็จะกล่าวถึงสภาพที่เป็นอยู่ของเมืองทับเที่ยง (จ. ตรัง) ในช่วงปี พ.ศ. 2540 ว่า สภาพแวดล้อมในตัวเมืองเริ่มเสื่อมโทรม และเพราะสภาพปัญหาจึงทำให้เกิดการรวมตัวกัน เช่นเดียวกับความล้มเหลวของธุรกิจชุมชนในบ้านโคกอีโด่ย หรือ ปัญหาหนี้สินของชาวบ้านใน จ. สุรินทร์ ก่อนที่จะนำมารวมตัวกันทำกิจกรรมกลุ่มออมทรัพย์

แต่ในอีกลักษณะหนึ่ง นอกเหนือจากด้านที่เป็นปัญหาของชุมชนแล้ว ชุมชนก็ยังมีลักษณะอีกด้านหนึ่งที่เป็นเสมือนด้านก้อยของเหรียญ นั่นคือ ด้านที่เป็นศักยภาพของชุมชน ตัวอย่างเช่น ชุมชนบ้านควรมีประวัติความเป็นมาอันยาวนานของชุมชนที่บรรพบุรุษได้ผ่านการต่อสู้มานับครั้งไม่ถ้วน อันเป็นความภาคภูมิใจของคนรุ่นหลัง ประชาคมทับเที่ยงมีกลุ่มแกนนำที่มีจิตสำนึกเสียสละต่อส่วนรวมเป็นทรัพยากรอันมีค่า กลุ่มชาวบ้านที่มาทำกิจกรรมออมทรัพย์ใน จ. สุรินทร์มีวัฒนธรรมพื้นบ้าน ประเพณี และธรรมเนียมต่าง ๆ เป็นพื้นที่สาธารณะให้ผู้คนหลากหลายได้มารวมตัวกัน ฯลฯ ศักยภาพที่กล่าวมานี้ เป็นประจักษ์ต่อนทุนทางสังคม-วัฒนธรรม-เศรษฐกิจ-การเมืองที่ชุมชนมีอยู่ และในการสำรวจนั้น จำเป็นต้องขุดคุ้ยแสวงหาด้านทุนทางสังคมเหล่านี้

นอกเหนือจากขุดคุ้ยหาต้นทุนด้านต่าง ๆ ของชุมชนแล้ว ก้าวต่อไปของการสำรวจชุมชนนั้น ก็ควรที่จะประเมิน “ขีดความสามารถของชุมชน” ในการแปรรูปต้นทุนที่มีอยู่ด้วย ตัวอย่างเช่น อัจฉริยาและคณะศึกษาพบว่า ก่อนหน้าที่จะมาทำ “ธุรกิจชุมชน” นั้น บ้านโคกอีโด่ยได้ผ่านการทำ “กิจกรรมพัฒนา” มาหลายรูปแบบ เช่น การรวมกลุ่มจัดสวัสดิการชุมชน ซึ่งเป็นสวัสดิการที่ถูกสร้างขึ้นมาจากฐานงานพัฒนาชุมชน เช่น กิจกรรมศูนย์สาธิตทางการตลาด ธนาคารข้าว กลุ่มฌาปนกิจ ฯลฯ ซึ่งกิจกรรมการพัฒนาเหล่านี้สะท้อนว่า ชุมชนมีความเข้าใจเรื่อง “งานพัฒนา” ที่มากกว่าการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า โดยรู้จักการรวมกลุ่มกันเพื่อดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม ในการโยกฐานความรู้จาก “งานพัฒนาแบบรวมกลุ่มชุมชน” มาเป็น “ธุรกิจชุมชน” ซึ่งเป็นงานที่ต้องการการบริหารจัดการระยะยาวที่มีความซับซ้อนขึ้น เพราะมีตัวแปรเข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้น เช่น การลงทุน การผลิต การตลาด วัตถุดิบ ฯลฯ และต้องการความรู้เรื่องการบริหารจัดการสมัยใหม่เข้ามาบวกผสมด้วย

ในระดับนี้ ชุมชนยังไม่สามารถถ่ายโอนแปรรูปต้นทุนความรู้ทั้งหมดจากของเดิม (ทักษะการผลิต การรวมกลุ่มแบบพัฒนา) มาประสานกับความรู้สมัยใหม่ได้อย่างลงตัว

(3.4) การสำรวจมิติด้านการสื่อสาร เนื่องจากความสนใจของชุดโครงการฯ นี้ อยู่ที่เรื่อง การสื่อสาร ดังนั้น ในการสำรวจบริบทของชุมชน มิติหนึ่งที่ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษคือ การสำรวจมิติด้านการสื่อสาร

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยธุรกิจชุมชนที่บ้านโคกอีโด้ย คณะผู้วิจัยพบว่า ในขณะที่วงการธุรกิจเอกชนนั้น จะถือว่า ข่าวสารข้อมูลนั้นเป็นประจักษ์พยานของการทำธุรกิจ แต่ดูเหมือนว่า ธุรกิจชุมชนที่บ้านโคกอีโด้ยนี้ จะมีโรค “หัวใจล้มเหลว” ดังปรากฏอาการ ดังนี้

(i) การไม่มีความรู้หรือไม่มีข่าวสารที่มีความจำเป็นต่อธุรกิจ ตัวอย่างเช่น ในการทำธุรกิจชุมชนด้านโรงสีข้าวและชาวนาจำเป็นต้องขายข้าวทุกปี อย่างน้อยปีละครั้ง แต่ชาวนาไม่มีความรู้เรื่องการชั่งข้าว การดูความชื้นของข้าว ซึ่งจะไปเกี่ยวพันกับการกำหนดราคาเลย ชาวนาไม่รู้ข้อมูลเรื่องการวัดปริมาณข้าวหัก ฯลฯ และแม้ว่าในกลุ่มที่ทำธุรกิจชุมชน อาจจะมี “คนบางคนที่ยกเว้นมีความรู้อยู่ 1-2 คน” แต่ก็ไม่มีการถ่ายโอนความรู้ดังกล่าวไปยังคนอื่น ๆ

(ii) การรับรู้ข่าวสารไม่ครบวงจรหรือไม่สมดุล คณะผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสื่อสารที่เกี่ยวกับความล้มเหลวของงานธุรกิจชุมชน ในขั้นตอนแรกของการวิเคราะห์ปัญหาค้นหาความต้องการของชุมชน สร้างความคุ้นเคย ข้อมูลข่าวสารในระยะที่ 1 นั้น จะได้รับความเอาใจใส่เป็นไปด้วยดี และเมื่อเข้าสู่ระยะที่ 2 คือ การเป็นกลุ่มศึกษาเรียนรู้ร่วมกัน วางแผนงานแก้ปัญหา ร่วมกันไปดำเนินงานตามที่ต่าง ๆ เพื่อขยายฐานความรู้ ในช่วงเวลานี้ ข้อมูลข่าวสารยังมีมากและเพียงพอ

แต่ทว่า เมื่อก้าวเข้าสู่ระยะที่ 3 คือ ขั้นลงมือปฏิบัติการ คณะผู้วิจัยพบว่า แทบจะไม่มี การกล่าวถึงบทบาทข้อมูลข่าวสารต่อการแก้ปัญหาและตัดสินใจดำเนินธุรกิจเลย ส่วนใหญ่มักจะมีเพียงข้อเสนอแนะว่า กลุ่มควรจะบริหารอย่างมืออาชีพ เชิญวิทยากรภายนอกมาให้ความรู้หรือเชิญไปอบรม ฯลฯ ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่า บุคคลภายนอกที่เข้าไปช่วยสนับสนุน (external support) ข้อมูลข่าวสารเรื่องธุรกิจชุมชนให้แก่ชาวนานั้น ยังทำงานไม่ครบวงจร รวมทั้ง ยังขาดการสนับสนุนข่าวสารใน “ช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อที่สำคัญ” อีกด้วย

หรือในกรณีของงานวิจัยประชาคมทับเที่ยง คณะผู้วิจัยได้สรุปข้อค้นพบที่สำคัญเกี่ยวกับการขาดความสมดุลด้านความรู้ในประชาคมว่า ประชาคมนี้องค์ความรู้ (ที่อยู่ในกลุ่มคนทำงาน) ที่เป็นนักคิดมากกว่าความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการ ซึ่งทำให้ภายในองค์กร / ประชาคมมีความรู้และข่าวสารข้อมูลมากมาย แต่ไม่มีการบริหารจัดการ

(iii) มีแต่“ข้อมูลข่าวสาร” แต่ยังไม่แปรสภาพไปเป็น“ความรู้ของชุมชน” คณะวิจัยธุรกิจชุมชนที่มีประสบการณ์การทำงานด้านธุรกิจชุมชนมาอย่างโชกโชน ตั้งข้อสังเกตว่า หน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบด้านธุรกิจชุมชนนั้น จะมีวิธีการดำเนินงานที่เป็นแบบแผนคือ ในช่วงแรก ๆ จะส่งเสริมให้ชาวบ้านรวมกลุ่ม ฝึกอบรม ให้เงินทุน และหาตลาดให้ (บางครั้ง) แต่ก็พบว่า วิธีการดังกล่าวให้ผลไม่ยั่งยืน

ในขั้นต่อมา หน่วยงานรัฐบางแห่งจึงได้เปลี่ยนวิธีการโดยจะแสวงหาแหล่งเงินทุนและตลาดมาให้ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารและความรู้ด้านการบริหารจัดการให้แก่ชาวบ้านโดยคาดหวังว่า เมื่อชุมชนมีความรู้แล้ว จะสามารถจัดการแก้ไขปัญหาได้ด้วย “ตนเอง”

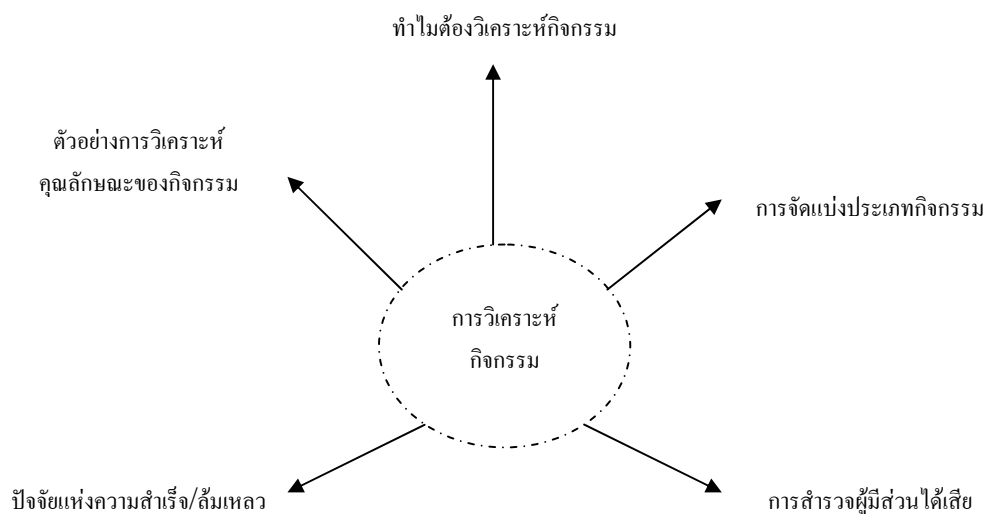
แต่คณะวิจัยพบว่า กลุ่มชาวบ้านที่เข้ามารับการอบรมหลายต่อหลายครั้งแล้ว ก็ยังสามารถแก้ไขได้แก้ปัญหาเฉพาะหน้า (ที่เอามาฝึกเป็นบทเรียนเท่านั้น) แต่เมื่อต้องเผชิญกับสภาพการณ์ใหม่ หรือปัญหาใหม่ ก็ไม่สามารถแก้ไขด้วยตนเอง ต้องวิ่งกลับมาพึ่งคนภายนอกอยู่ตลอดเวลา ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ คณะวิจัยสรุปว่า เนื่องจากข้อมูลข่าวสารหรือความรู้ที่สอดใส่ให้จากภายนอก (input) ยังไม่แปรสภาพไปเป็นความรู้ของชุมชน เนื่องจากยังไม่ใช้คำถามของชุมชน ยังไม่ผ่านกระบวนการหาข้อมูล คิดวิเคราะห์สังเคราะห์อย่างเป็นระบบที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ ซึ่ง “กระบวนการ / กรรมวิธีการแปรรูป” นี้ ยังไม่ค่อยมีการกล่าวถึงในการสำรวจบริบทชุมชนด้านการสื่อสาร

(iv) โครงสร้างวัฒนธรรมด้านการสื่อสารของชนบทไทยที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารเพื่อการจัดการ คณะวิจัยงานธุรกิจชุมชนพบว่า โครงสร้างวัฒนธรรมด้านการสื่อสารของชนบทไทยหลายอย่างเป็นอุปสรรคคือการบริหารจัดการด้านข่าวสาร เช่น วัฒนธรรมอุปถัมภ์และการปกครองที่รวมศูนย์กลางอำนาจตัดสินใจ ทำให้ชาวบ้านต้องหวังพึ่งผู้อื่น และเนื่องจากสังคมชนบทในอดีตไม่ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและซับซ้อน ชุมชนจึงไม่ค่อยให้ความสำคัญและกระตือรือร้นในการจัดหาและจัดการข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่จะคอยรับข้อมูลข่าวสารที่บุคคลภายนอกป้อนมาให้ รวมทั้ง มีบุคลิกที่เชื่อคนง่ายโดยเฉพาะเชื่อผู้นำหรือผู้ที่มีฐานะสูงกว่าจากภายนอก

นอกจากนั้น วัฒนธรรมความเกรงใจก็ปิดกั้นโอกาสที่จะมีการนำเอาปัญหาของกลุ่มมาคิดวิเคราะห์แก้ไขปัญหาร่วมกัน เพราะเกรงจะเป็นการทำลาย / หรือกระทบความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม ความเกรงอกเกรงใจไม่กล้าพูดกันตรง ๆ ในกลุ่มทำให้ปัญหาเกิดหมักหมมและทวีความรุนแรงขึ้นจนเกินกว่าจะแก้ไข

4. การวิเคราะห์กิจกรรม

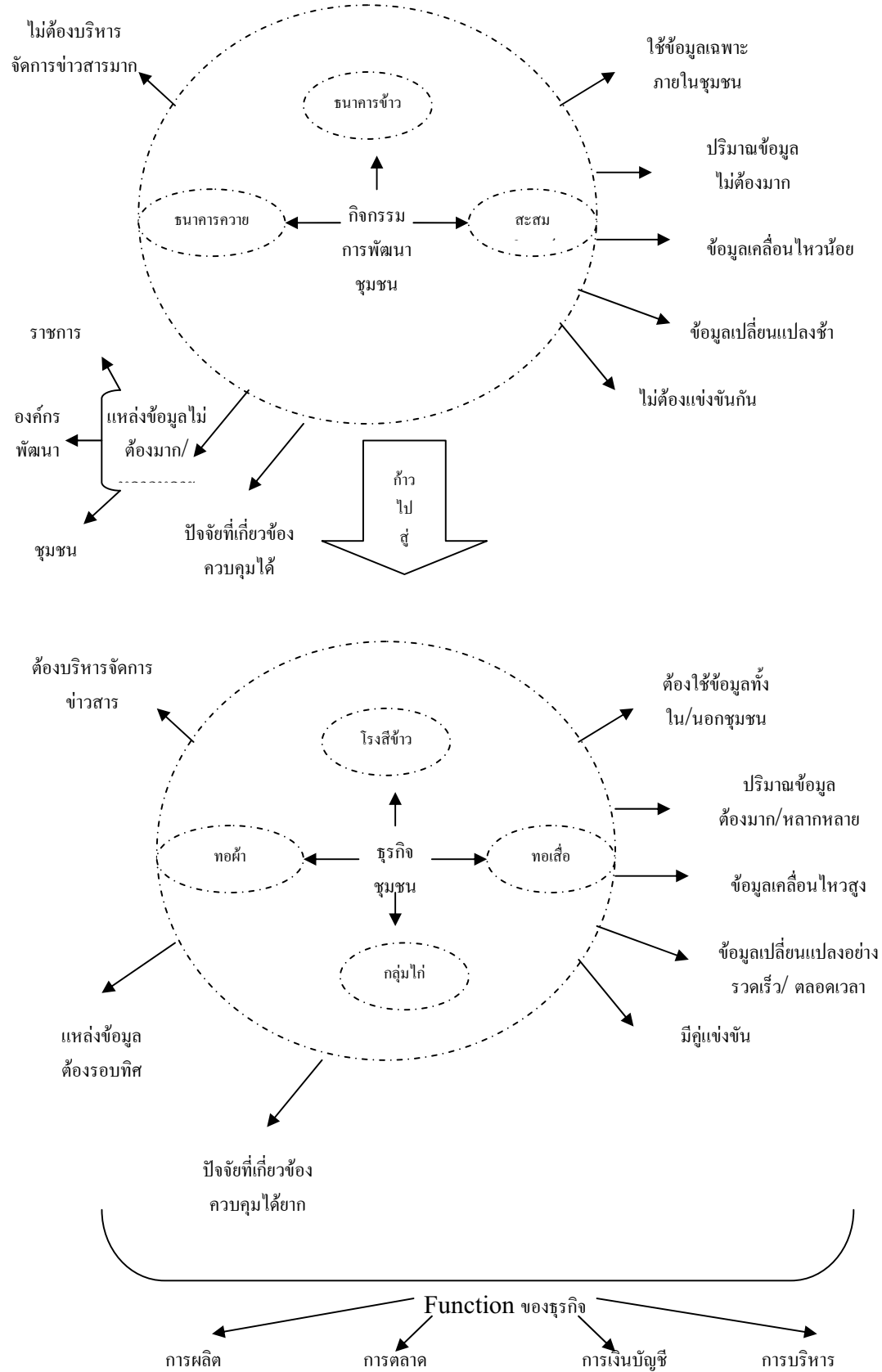
ดังที่กล่าวมาตั้งแต่แรกแล้วว่า ในการใช้การสื่อสารไปบริหารจัดการกิจกรรมการพัฒนาชุมชน นั้น คำถามแรก ๆ ที่เราจะต้องถามก็คือ จะใช้การสื่อสารไปบริหารจัดการกิจกรรมอะไรต้องการการสื่อสารในระดับไหน และเป็นช่วงเวลาอะไร ในที่นี้ เราจะพิจารณาที่คำถามแรก คือ การวิเคราะห์กิจกรรมกันก่อน



ภาพที่ 7 : มิติของการวิเคราะห์กิจกรรม

(4.1) ทำไมต้องวิเคราะห์กิจกรรม

สำหรับคำตอบต่อคำถามที่ว่า “ทำไมต้องวิเคราะห์กิจกรรม” นั้น ดูเหมือนว่า จะเป็นคำตอบแบบกำปั้นทุบดินที่ว่า เนื่องจากกิจกรรมการพัฒนาแต่ละประเภทย่อมมีความแตกต่างไม่เหมือนกัน ดังนั้น กระบวนการทำงานก็จำเป็นต้องแตกต่างกันไปด้วย ดังเช่นกรณีที่ได้ยกมากล่าวข้างต้นแล้ว คือ งานวิจัยธุรกิจชุมชนในหมู่บ้านโคกอีโด้ย ที่มีประสบการณ์ทำงานกิจกรรม “พัฒนาชุมชน” มาอย่างโชกโชน แต่ทว่า เมื่อชุมชนขยับมาทำ “ธุรกิจชุมชน” ก็ได้พบว่า กิจกรรม “พัฒนาชุมชน” และ “ธุรกิจชุมชน” นั้น แม้จะใช้คำร่วมกันคือ “ชุมชน” แต่ทว่า “ความแตกต่าง” นั้น ก็มีอย่างมากมายเกินกว่าจะคาดคิดโดยเฉพาะความแตกต่างในมิติของการสื่อสารดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 8 : มิติของการสื่อสารของกิจกรรมการพัฒนาชุมชน V.S. ธุรกิจชุมชน

การสำรวจประเภทของกิจกรรมจะเข้ามามีความเชื่อมโยงกับเรื่องรูปแบบของการสื่อสาร เนื่องจากกิจกรรมแต่ละประเภทจะต้องการสื่อสารที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น คณะวิจัยงานประชาคม ทับเที่ยงได้ทบทวนประวัติศาสตร์พัฒนาการของการก่อตัวของประชาคมทับเที่ยงมาแต่เริ่มต้น (ปี พ.ศ. 2538) จนถึงยุคปรับตัวเปลี่ยนแปลง (พ.ศ. 2545) เพื่อวิเคราะห์ว่าในแต่ละยุคสมัยนั้น ต้องมีการใช้ การสื่อสารรูปแบบใดบ้าง

ผลการวิจัยพบว่า ในยุคของการก่อตัวรวมตัวกันนั้น ประชาคมได้ใช้การสื่อสาร 2-3 รูปแบบคือ การสื่อสารมวลชน (ผ่านหนังสือพิมพ์แม่น้ำ) การสื่อสารที่เป็นวิถีชีวิตของชุมชนคือ สภาากาแฟและการ สื่อสารแบบกลุ่มย่อย เช่น เวทีพูดคุยตรึงเคเสวนา เนื้อหาการสื่อสารยังคงอยู่ในระดับการแลกเปลี่ยน ความคิดทัศนะ จนกระทั่งช่วงท้าย ๆ จึงเริ่มยกระดับไปสู่การแปลงความคิดให้เป็นการลงมือกระทำ

ในยุคต่อมาคือ ระยะเวลาพลบั้งแต่งสังคัม ช่วงนี้ประชาคมต้องการใช้การสื่อสารแบบระดม ความร่วมมือเพื่อลงมือดำเนินการ เช่น การประชุมใหญ่เพื่อสร้างความเข้าใจและมุ่งไปสู่เป้าหมาย ร่วมกัน การประชุมเตรียมงานของทีมงาน การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อความคาดหวังที่มี ต่อประเด็นที่ประชาคมนำเสนอ (เมืองน่าอยู่) หลังจากการประชุมใหญ่แล้ว ในขั้นตอนของการลงมือ ปฏิบัติ ประชาคมก็ได้แตกตัวออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ เพื่อดำเนินงานตามภารกิจออกเป็น 4 กลุ่มย่อย

ในยุคที่สามเป็นช่วงเติบโตแพร่พันธุ์ในช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาที่กลุ่มย่อยเริ่มดำเนินการและ ต้องใช้การสื่อสารแบบลายลักษณ์อักษรเพื่อระดมความสนับสนุนด้านงบประมาณจากภาครัฐ และใช้ รูปแบบสื่อกิจกรรมเพื่อทำกิจกรรม

ในยุคสุดท้าย เป็นช่วงปรับตัวเปลี่ยนแปลง เป็นช่วงที่มีปัจจัยอุปสรรคเข้ามาแทรกแซงความ เจริญเติบโตของประชาคม ทำให้กิจกรรมในรูปแบบร่วมกันของประชาคมเริ่มหยุดชะงักและสลายตัว ออกไปเป็นกิจกรรมของแต่ละกลุ่มย่อย ๆ และดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ คณะวิจัยได้วิเคราะห์ว่า ประชาคมทับเที่ยงยังขาดความสมดุลระหว่างนักคิดกับนักจัดการกล่าวคือ มี นักคิดที่ผลิตสารจำนวนมากหากแต่ขาดนักจัดการที่จะนำสารไปเชื่อมร้อย เนื่องจากในประชาคมยังให้ ความสำคัญกับคนที่มีลักษณะของการเป็นตัวเชื่อมประสานงานน้อยเกินไป

(4.2) การจัดแบ่งประเภทของกิจกรรม

ในงานวิจัยแต่ละชิ้น จะมีวิธีการจัดแบ่งประเภทกิจกรรมแบบต่าง ๆ กัน โดยเกณฑ์ที่นำมาใช้ จัดแบ่งนั้น จะแตกต่างกันไปตามเป้าหมาย และวิธีการจัดแบ่งประเภทนั้นจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับ รูปแบบบริหารจัดการการสื่อสารโดยตรง ตัวอย่างการจัดแบ่งประเภทกิจกรรมมีดังนี้

(i) ใช้เกณฑ์งานพัฒนาชุมชน คณะวิจัยธุรกิจชุมชนได้แบ่งประเภทกิจกรรมที่ทำในงานพัฒนาที่ผ่านมาของชุมชนออกเป็น 3 ประเภท คือ

- กิจกรรมเพื่อความอยู่รอดของชุมชน (survival) เป็นกิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อแก้ปัญหาพื้นฐานระดับความเป็นความตายของชุมชน เช่น กิจกรรมธนาคารข้าวที่ให้หลักประกันว่าชุมชนจะมีข้าวกินตลอดทั้งปี

- กิจกรรมสร้างสวัสดิการ (welfare) เมื่อมีชีวิตอยู่รอดแล้ว ในบางช่วงจังหวะของชีวิต ชาวบ้านจะมีความต้องการเฉพาะ ๆ เกิดขึ้น เช่น เจ็บไข้ได้ป่วย ลูกเข้าโรงเรียน ฯลฯ ก็จะมีกิจกรรมอีกชุดหนึ่งเกี่ยวกับสวัสดิการของชีวิต เช่น กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มฌาปนกิจ ทุนการศึกษา ฯลฯ

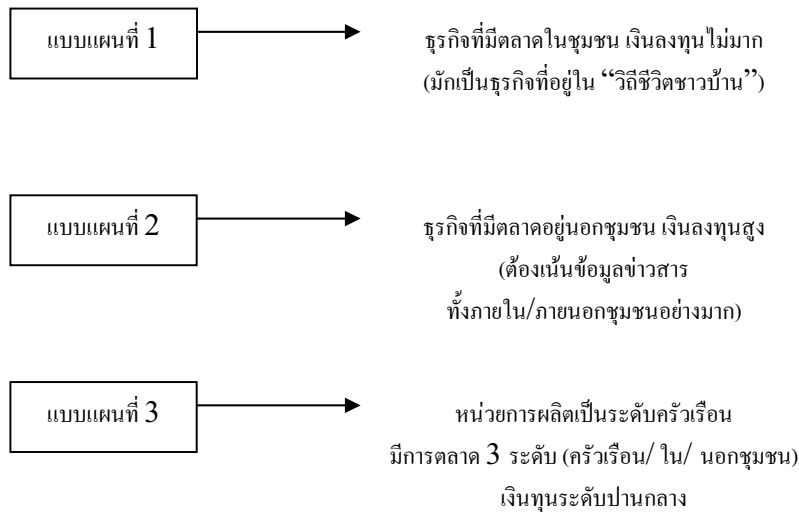
- กิจกรรมสร้างความมั่นคงในการผลิต เป็นกิจกรรมที่เสริมกระบวนการผลิตของชุมชน เช่น ธนาคารควายเพื่อสร้างหลักประกันที่จะมีความยู่ใช้ไถนา กลุ่มปุ๋ยชีวภาพ กลุ่มทำก๊ทอผ้า เป็นต้น

(ii) ใช้เกณฑ์เรื่อง “ธุรกิจชุมชน” คณะวิจัยธุรกิจชุมชนได้แบ่งประเภทกิจกรรมที่ถือว่าเป็นธุรกิจชุมชน โดยใช้เกณฑ์สำคัญ 2 เกณฑ์ในแง่ธุรกิจ คือ

(ก) ตลาดของธุรกิจอยู่ที่ไหน เป็นตลาดภายในชุมชนหรือนอกชุมชน

(ข) เงินทุนที่จะใช้มากหรือน้อย

จากเกณฑ์ทั้ง 2 นี้ คณะวิจัยได้เอามาจัดแบ่งแบบแผนธุรกิจชุมชนในหมู่บ้านได้เป็น 3 แบบแผน ซึ่งแต่ละแบบแผนมีความต้องการประเภทและคุณภาพของการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารที่ไม่เหมือนกัน



ภาพที่ 9 : แบบแผนของธุรกิจชุมชน

(iii) ใช้เกณฑ์สัดส่วน “ความเป็นธุรกิจ / ความเป็นชุมชน” โครงการแบบการทำธุรกิจชุมชนนั้น จะมีลักษณะเป็น “ลูกผสม” ระหว่าง “ความเป็นธุรกิจ” และ “ความเป็นชุมชน” แต่ทว่า สัดส่วนของทั้ง 2 มิตินี้ ในแต่ละกิจกรรมจะแตกต่างกันออกไป

บางกิจกรรมจะหนักมือไปทางธุรกิจและเบามือด้านชุมชน ตัวอย่างเช่น ในงานวิจัยธุรกิจชุมชนบ้านโคกอีโด้ย กิจกรรมโรงสีข้าวกลั่นนั้น จะมีเป้าหมายผลิตสินค้าเพื่อขายทำกำไรเป็นธุรกิจ แต่ไม่ค่อยมีลักษณะชุมชน เพราะผลผลิตเช่นข้าวกลั่นนั้น ชาวบ้านเองไม่ได้กินเอง

แต่ทว่า กิจกรรมประเภททอผ้า / ทอเสื่อกกนั้น จะมีมิติของ “ความเป็นชุมชน” อย่างสูง มีมิติด้านธุรกิจเพียงเล็กน้อย เนื่องจากชาวบ้านมีความคิดว่า “ขายได้ก็ขาย ขายไม่ได้ก็ดี” “เหลือขายก็แจก เหลือแจกก็ขาย” กิจกรรมที่มีลักษณะชุมชนสูง-ธุรกิจน้อยนี้ สมาชิกในกลุ่มจะไม่ค่อยสนใจข้อมูลข่าวสารเชิงธุรกิจ การมารวมกลุ่มกันนั้น จะเอาเงินกองทุนมาใช้หมุนเวียนกู้ยืมเป็นสวัสดิการแก่สมาชิกเพื่อรักษาความสัมพันธ์ของกลุ่มมากกว่าจะนำเอาไปทำเป็นต้นทุนเพื่อบริหารอย่างหวังผลกำไร

(iv) ใช้เกณฑ์เรื่องกิจกรรม “เชิงรับ vs. เชิงรุก” สำหรับชุมชนที่ต้องผ่านช่วงเวลาย่างยากลำบากและภาวะวิกฤติ การค้นคิดกิจกรรมก็ต้องให้สอดคล้องกับช่วงเวลาแต่ละช่วง เช่น งานวิจัยชุมชนบ้านครัวว่า ในช่วงเวลาปกตินั้น ชุมชนบ้านครัวก็มีการจัดกิจกรรมเชิงรับ เช่น กิจกรรมทางศาสนา (เฉพาะกลุ่มมุสลิม) และกิจกรรมการพัฒนาชุมชนที่อาศัยความร่วมมือของคนทุกคนในชุมชน เช่น การจัดงาน

วันเด็ก การฝึกอาสาสมัครป้องกันอัคคีภัย ฯลฯ กิจกรรมเชิงรับเหล่านี้ เป็นเสมือนเวทีการถกทอสายสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนได้เหนียวแน่นขึ้นเนื่องจากเป็นวาระโอกาสและเปิดพื้นที่ที่คนกลุ่มต่าง ๆ จะเข้ามาพบปะกัน หากเปรียบเทียบกับนิ้วมือทั้ง 5 นิ้วของเรา ก็เป็นเสมือนการเชื่อมกำนิ้วมือทั้ง 5 นิ้วเข้ามาให้เป็นรูปกำปั้น

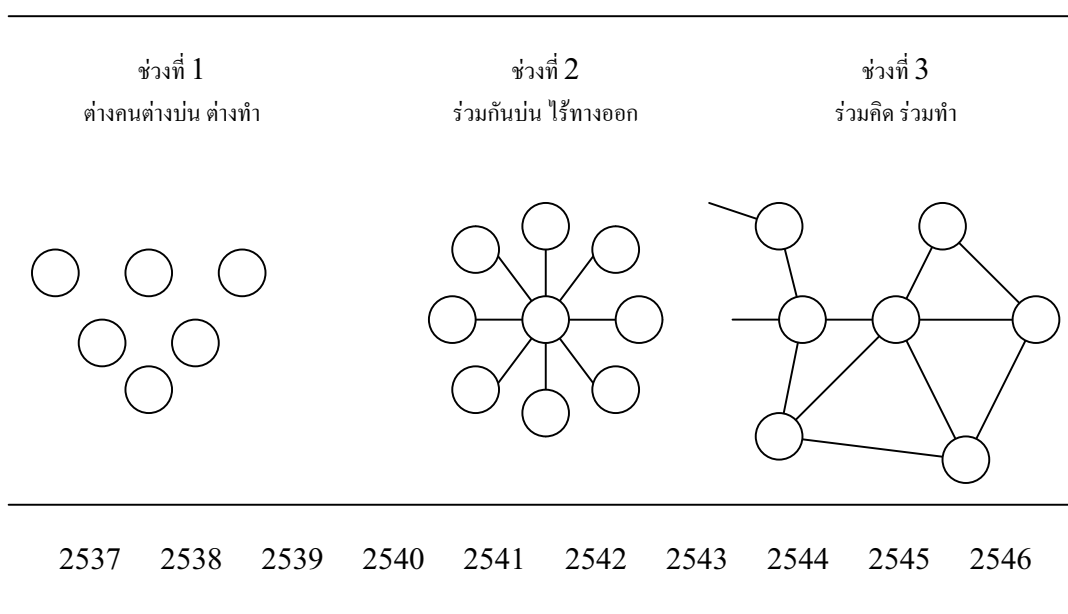
และในช่วงเผชิญหน้ากับวิกฤติเช่น เมื่อการทางพิเศษแห่งประเทศไทยประกาศจะตัดทางด่วนผ่านชุมชน ชุมชนก็ต้องเริ่มแปรเปลี่ยนจากกิจกรรมเชิงรับที่เคยทำอยู่ ให้เป็นกิจกรรมเชิงรุก การเทศน์ในมัสยิดจึงเริ่มนำเอาเนื้อหาที่ชุมชนกำลังเผชิญหน้าอยู่สอดแทรกเข้าไป กิจกรรมการตรวจตราบุคคลภายนอกที่จะเข้าไปในชุมชนถูกสร้างขึ้นมาเพื่อการรักษาความปลอดภัยของชุมชน ฯลฯ ซึ่งหากเปรียบกับอุปมาอุปไมยที่กล่าวมาแล้ว ในช่วงเวลานี้ก็คือ การเริ่มเอากำปั้นไปทุบดินที่ต้องใช้พลังแรงรูกนั่นเอง

(v) ใช้ลักษณะสำคัญ ๆ ของกิจกรรมเป็นเกณฑ์ ในการศึกษาพัฒนาการแห่งการก่อตัวของประชาคมทับเที่ยงตั้งแต่ พ.ศ. 2537-2546 อรุณีวรรณและคณะ ได้จัดแบ่งประเภทของกิจกรรมที่ประชาคมทับเที่ยงดำเนินอยู่ออกเป็น 3 แบบแผนดังในภาพ

ช่วงที่ 1 (2537-2539) เป็นช่วงต่างคนต่างบ่น ต่างทำ เป็นช่วงเวลาที่กลุ่มมองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นในเมือง แต่ละคนจึงพูดบ่นผ่านสภากาแฟ วงสนทนา และร้องทุกข์ผ่านหนังสือพิมพ์แม่น้ำ แม้อาจจะมีการทำกิจกรรมบ้าง แต่ก็ยังเป็นลักษณะเฉพาะกลุ่มเฉพาะบุคคล

ช่วงที่ 2 (2540-2542) เป็นช่วงบ่นร่วมกัน คิดร่วมกัน เมื่อกลุ่มแกนนำเห็นว่า การต่างคนต่างบ่น บ่นกันคนละที่ ไม่เป็นทางนำไปสู่การแก้ปัญหา จึงได้เริ่มมีการขับเคลื่อนรูปแบบกิจกรรมสาธารณะ เช่น จัดเวที “ตรังเคสนทนา” ให้เข้ามาเป็นการบ่นร่วมกัน ซึ่งจะมีผลต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด และประสบการณ์ ซึ่งเป็นการยกระดับปัญหา ความรู้ และฝึกให้รู้จักฟังความคิดเห็นของผู้อื่น สร้างมุมมองที่หลากหลายต่อการพิจารณาปัญหา

ช่วงที่ 3 (2542-2546) เป็นช่วงร่วมคิดร่วมทำ ในขณะที่ช่วงที่ 2 นั้น มีแต่กิจกรรมระดับการพูด / การคิด แต่ยังไม่มีการผลักดันไปสู่การปฏิบัติ ในช่วงที่ 3 นี้เกิดขึ้นเมื่อกลุ่มแกนนำได้เปิดรับแนวคิดเรื่อง “ประชาคม” จากบุคคลภายนอกที่แนะนำให้มีการสร้างเป้าหมายร่วม (เมืองน่าอยู่) เพื่อรวมศูนย์ความคิด ความสนใจ และก่อให้เกิดการลงมือปฏิบัติ



ภาพที่ 10 : พัฒนาการของประชาคมทับเที่ยง

(vi) ใช้ลักษณะ “กาลเวลา” เป็นเกณฑ์แบ่ง ในงานวิจัยประชาคมทับเที่ยง เนื่องจากการรวมกลุ่มต่าง ๆ มาเป็นเครือข่ายนั้น กลุ่มที่เข้ามารวมนั้น เป็นกลุ่มที่มีการทำกิจกรรมเดิมอยู่แล้ว และเมื่อมารวมตัวกันเป็นเครือข่ายประชาคม ก็มีการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ ๆ ขึ้นมา คณะวิจัยจึงแบ่งประเภทกิจกรรมออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

(ก) กิจกรรมเดิม หมายถึงกิจกรรมเดิมที่กลุ่มเคยจัดมาก่อนแล้วในพื้นที่ เช่น กิจกรรมการเดินทางชมชุมชน กิจกรรมการศึกษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

(ข) กิจกรรมใหม่ หมายถึง กิจกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ในพื้นที่และไม่เคยจัดมาก่อน เช่น กิจกรรมการตลาดนัดสีเขียวสำหรับผู้บริโภค เป็นต้น

(ค) กิจกรรมประสาน เมื่อกลุ่มต่าง ๆ เข้ามาประสานกันเป็นเครือข่ายประชาคม ก็มีความจำเป็นที่จะต้องมีการมีกิจกรรมใหม่ที่มีลักษณะประสานเพื่อสอดร้อยกลุ่มเข้าด้วยกัน รวมทั้งเพื่อประชาสัมพันธ์ “ประชาคม” ให้บุคคลภายนอกได้รู้จัก

จากการแยกประเภทกิจกรรมดังกล่าว ซึ่งมีกลุ่มผู้ปฏิบัติการอยู่ 4 กลุ่ม คณะวิจัยได้นำมาวิเคราะห์ต่อว่า วิธีการดำเนินการของกลุ่มปฏิบัติการกับกิจกรรม 3 ประเภทนั้น จะมีลักษณะแยกส่วน กล่าวคือ บางกลุ่มจะจัดแต่เฉพาะกิจกรรมเดิม ในขณะที่บางกลุ่มก็มุ่งจะจัดกิจกรรมที่สร้างขึ้นใหม่

ส่วนกิจกรรมประสานก็เป็นหน้าที่ของทีมกลางทีมเดียว เป็นต้น ลักษณะการดำเนินงานดังกล่าวทำให้เกิดการทำงานในลักษณะแยกส่วน แยกความรับผิดชอบ ยิ่งในภายหลัง เมื่อกลุ่มปฏิบัติการทั้ง 4 สื่อสารกันน้อยลง (ซึ่งน่าจะเนื่องมาจากทีมกลางที่ทำกิจกรรมประสานด้วย) งานประสานภายในก็เลือนหาย และส่งผลถึงการประชาสัมพันธ์กับภายนอกในลำดับต่อไป

จากตัวอย่างการแบ่งประเภทกิจกรรมที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ยังคงเปิดกว้างต่อการสร้างสรรค์วิธีการจัดแบ่งประเภทกิจกรรมแบบใหม่ ๆ มีสไตล์แปลก ๆ ได้อยู่เสมอ ทั้งนี้ ย่อมขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ / เป้าหมายในการจัดแบ่งประเภทกิจกรรมว่า ผู้จัดแบ่งจะเอามาใช้งานอะไร

อย่างไรก็ตาม ข้อเท็จจริงประการหนึ่งเกี่ยวกับประเภทของกิจกรรมก็คือมิติเชิงปริมาณของกิจกรรม กล่าวคือ ในการบริหารจัดการนั้น หากมีการขยายปริมาณกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น ก็จำเป็นต้องมีการแสวงหา “ทรัพยากร” เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะทรัพยากรที่เป็น “แรงงาน/ ตัวบุคคล” เช่น งานของประชาคมนั้น เมื่อกลุ่มแกนนำขยายกิจกรรมออกไปมาก ๆ การออกไปทำงานขยายเครือข่าย / กลุ่มข้างนอก ก็จะทำให้แกนนำไม่มีเวลาที่จะมาทำงานประสานกันภายใน ปัญหานี้จะแก้ไขให้ลุล่วงไปได้ก็ต่อเมื่อผู้นำ / แกนนำได้ใช้กลไกการ “สร้างมีอวางอันดับสอง” (second liner) ขึ้นมาทดแทน

(4.3) การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย (stakeholder)

เมื่อมีการวิเคราะห์กิจกรรม ตัวแปรตัวหนึ่งที่จะติดตามมาก็คือ กิจกรรมนั้นจะมีใครเข้ามาเกี่ยวข้องบ้าง ซึ่งผู้เกี่ยวข้องนี้ อาจจะมีลักษณะเรียบง่ายไม่ซับซ้อน เช่น กลุ่มออมทรัพย์ ซึ่งแบ่งเป็นคน 2 กลุ่ม คือ คณะกรรมการและสมาชิก หรืออาจจะมีกลุ่มคนหลากหลายเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น เครือข่ายประชาคม กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ จะเป็นตัวกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการการสื่อสารต่อไป

ตัวอย่างของกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับประชาคมทับเที่ยงมีดังนี้

(i) กลุ่มแกนนำ คือ กลุ่มนักกิจกรรมทางสังคมใน จ.ตรัง ที่สนใจแนวคิดประชาคมมาตั้งแต่เริ่มแรก (2539) จนกระทั่งได้มาเป็นแกนนำการจัดเวทีวิสัยทัศน์เมืองน่าอยู่ในปี พ.ศ. 2542

(ii) กลุ่มสมาชิก หมายถึง คนที่เข้าร่วมกับประชาคมทับเที่ยงตั้งแต่เวทีวิสัยทัศน์เมืองน่าอยู่

(iii) กลุ่มพันธมิตร คือ องค์กร / หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของประชาคม เช่น กรมอนามัย สถาบันเรียนรู้และพัฒนาประชาธิปไตย ฯลฯ

(iv) กลุ่มภาคี หมายถึง กลุ่มที่ทำกิจกรรมอยู่แล้ว และกิจกรรมของกลุ่มมีลักษณะสอดคล้องกับบางกิจกรรมของประชาคม จึงเข้าร่วมงานกับประชาคมเป็นครั้งคราว เช่น ภาคีสี่เกลอนำสินค้าจากป่าเขาและทะเลมาขายในงานตลาดนัดสีเขียวเพื่อผู้บริโภค เป็นต้น

(v) กลุ่มประชาชน คือ กลุ่มคนที่อาศัยกันอยู่ในเมืองทับเที่ยงและได้รับรู้การก่อตัวของประชาคม

ในการแยกแยะกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องนี้ คณะวิจัยได้ใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์การใช้การสื่อสารเพื่อจัดการเชื่อมโยงกลุ่มบุคคลเหล่านี้ให้เข้ามาร่วมกิจกรรมดังที่ได้กล่าวถึงในเรื่องการสำรวจบริบทชุมชนแล้วว่า ทับเที่ยงมีต้นทุนทางวัฒนธรรมและสังคมอยู่สูงมาก กล่าวคือ มีคนที่มีคุณภาพ มีจิตสำนึกสาธารณะอยู่สูง และมีสายสัมพันธ์ระหว่างคนหลายเชื้อชาติศาสนาที่รู้จักกันในนาม “หมัด ไช่เส็ง” (คนมุสลิม / คนใต้ / คนจีน) แต่ทว่า เมื่อมีการมารวมตัวกันเป็นประชาคมเครือข่ายนั้น คณะวิจัยตั้งข้อสังเกตว่า แกนนำและคณะทำงานเน้น “การสร้างความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ” มากกว่าจะพยายาม “ทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย” กล่าวคือ แกนนำมีความคิดว่า “ประชาคม” เป็นนวัตกรรมใหม่ที่ทุกคนต้องเรียนรู้ มากกว่าจะมองว่า “ของเดิมมีอะไรบ้างที่สอดคล้องกับประชาคมและจะเชื่อมโยงผสมผสานกันได้อย่างไร

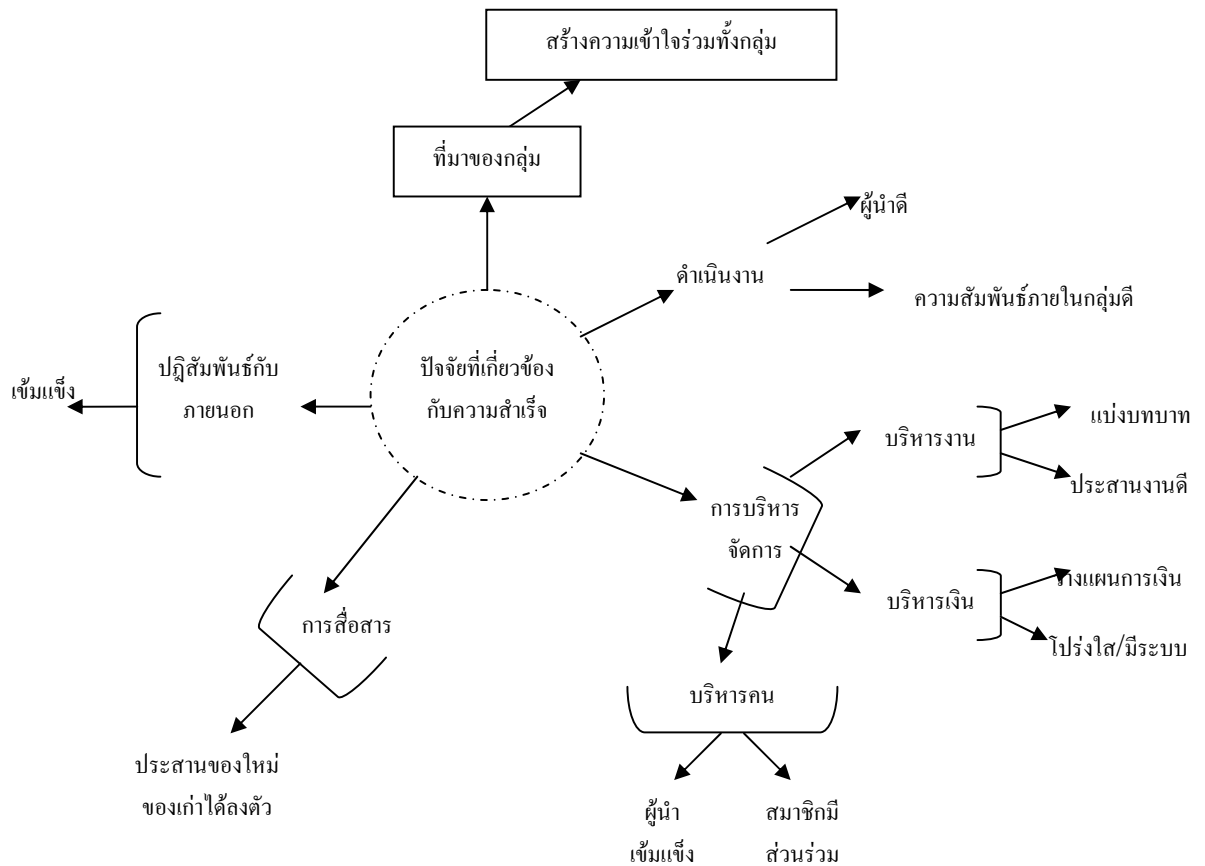
หรือพูดง่าย ๆ ว่า แกนนำใช้วิธีการเริ่มต้นปลูกมะม่วงโดยใช้ “การเพาะเมล็ด” ซึ่งต้องใช้เวลานานและมีโอกาสเติบโตได้ยาก แทนที่จะใช้วิธีการ “ทาบกิ่งต่อตา” ซึ่งจะให้ผลได้เร็วกว่า

และในการสื่อสารเพื่อเกี่ยวร้อยกลุ่มต่างๆ เข้ามาร่วมงานนั้น คณะวิจัยพบว่า แม้ว่าแกนนำจะพยายามคัดเลือกให้มีการกระจายไปอยู่ทุกส่วนของสังคมตามหลักการของการสร้างประชาคมก็ตาม หากทว่า แกนนำจะเลือกเกี่ยวเป็น “ตัวบุคคล” แต่ไม่ได้เน้น “การเอาตัวกลุ่มหรือตัวกิจกรรมของกลุ่ม” เข้ามาด้วย คงปล่อยให้ไปไปตามธรรมชาติหรือแล้วแต่ตัวบุคคลแต่ละคนว่าจะพากันกลุ่มตัวเองมาได้มากน้อยเพียงใด โดยไม่มีกลยุทธ์หรือวิธีการรองรับเป็นการเฉพาะ ซึ่งคณะวิจัยวิเคราะห์ว่า เป็นจุดอ่อนของการเริ่มต้นทำงานกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในประชาคม เพราะเท่ากับเป็นการ “ทิ้งทุนกิจกรรมเดิมที่มีอยู่” โดยหยิบเอามาแต่ “ตัวทุนที่เป็นปัจเจกบุคคล” เท่านั้น เมื่อการออกแบบประชาคมให้ความสำคัญกับทุนเดิมที่เป็นกิจกรรม / กลุ่มน้อยเกินไป โดยมุ่งเน้นเอาแต่ตัวปัจเจก “มาสร้างสิ่งใหม่” ก็ทำให้มีความจำเป็นต้อง “ลงทุนสูง” และทำให้ต้องหันไปพึ่งพากันมากกว่าพึ่งกลุ่มสมาชิกนั่นเอง

(4.4) การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของกิจกรรม

ในงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น เมื่อศึกษากิจกรรมการพัฒนาแล้วนั้น คณะวิจัยมักจะวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ / ความล้มเหลวของกลุ่มกิจกรรม ตัวอย่างเห็นได้ชัดเจนที่สุดก็คือ งานวิจัยกลุ่มออมทรัพย์ใน จ.สุรินทร์ ซึ่งคณะวิจัยพบว่า มีปริมาณอย่างมากมายที่ก่อตั้งกลุ่มขึ้นมา แต่ทว่า มี

ส่วนน้อยเท่านั้นที่สามารถดำรงอยู่ได้ และยิ่งน้อยมากที่จะประสบความสำเร็จ คณะวิจัยได้ระบุปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ / ความล้มเหลวจากกลุ่มออมทรัพย์เอาไว้ดังนี้

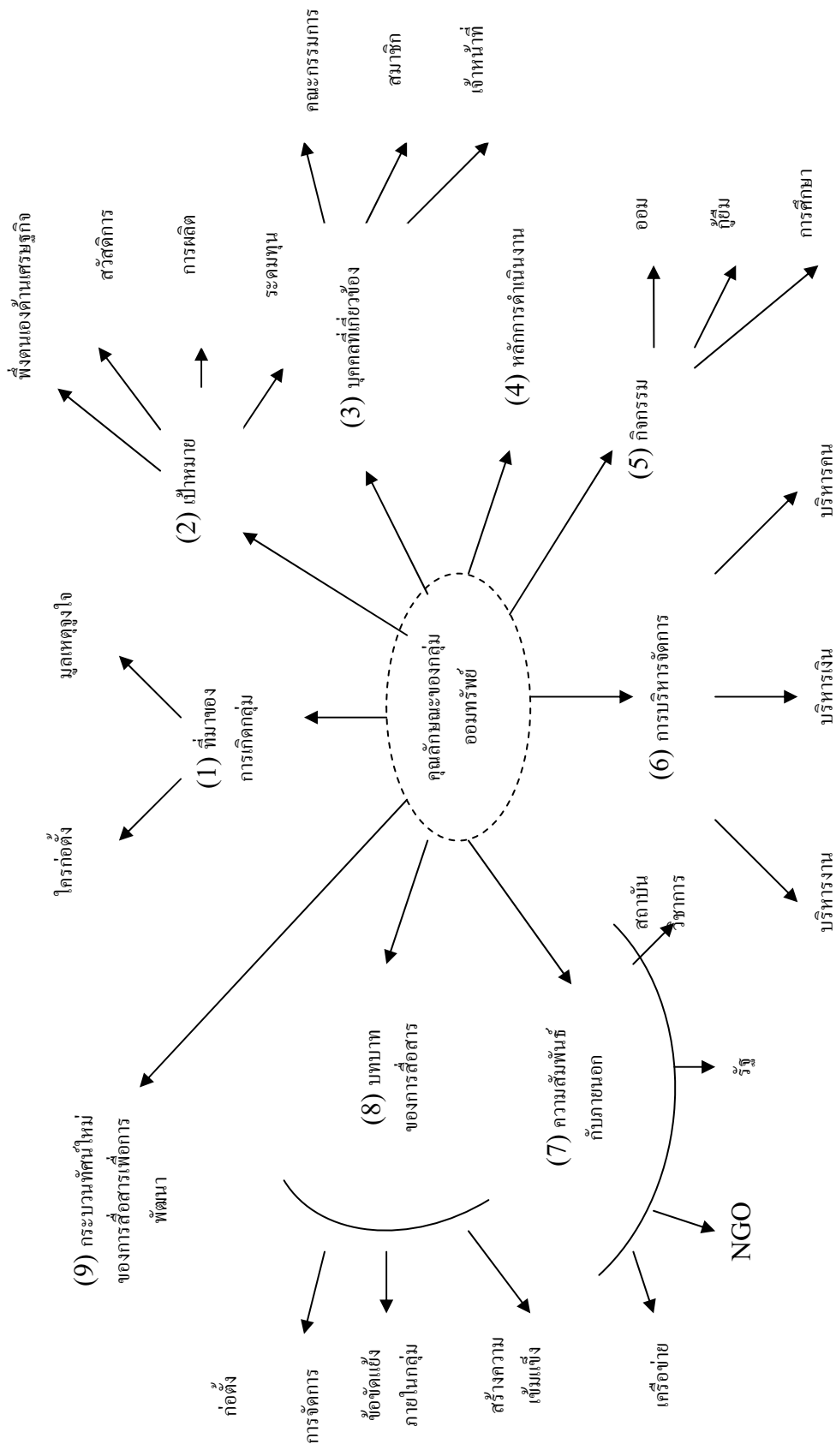


ภาพที่ 11 : ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความเข้มแข็งของกลุ่มออมทรัพย์

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จออกมาได้ ก็หมายความว่า กลุ่มที่ล้มเหลวก็คือกลุ่มที่ขาดปัจจัยต่าง ๆ ที่ระบุนั้น

(4.5) ตัวอย่างการวิเคราะห์กิจกรรม

เครื่องมือที่มีประโยชน์ชิ้นหนึ่งในการวิเคราะห์กิจกรรม ก็คือ การวิเคราะห์คุณลักษณะที่ทำให้ภาพของกิจกรรมนั้น (attribute analysis) ดังตัวอย่าง การวิเคราะห์คุณลักษณะของกิจกรรมออมทรัพย์ที่แสดงในภาพ



ภาพที่ 12 : คุณลักษณะของกลุ่มออมทรัพย์

5. การวิเคราะห์ระดับของการสื่อสาร

ในเรื่องการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการหรือในทางตรงกันข้าม การบริหารจัดการสื่อสารนั้น จะมีตัวแปรตัวหนึ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องโดยตรง คือ “ระดับ / ขอบเขตของการสื่อสาร” ในที่นี้ อาจจะแบ่งระดับของการสื่อสารโดยใช้ “กลุ่ม / ชุมชน” เป็นเส้นลากกั้นอาณาเขต ซึ่งจะแบ่งได้เป็น 3 ระดับดังนี้

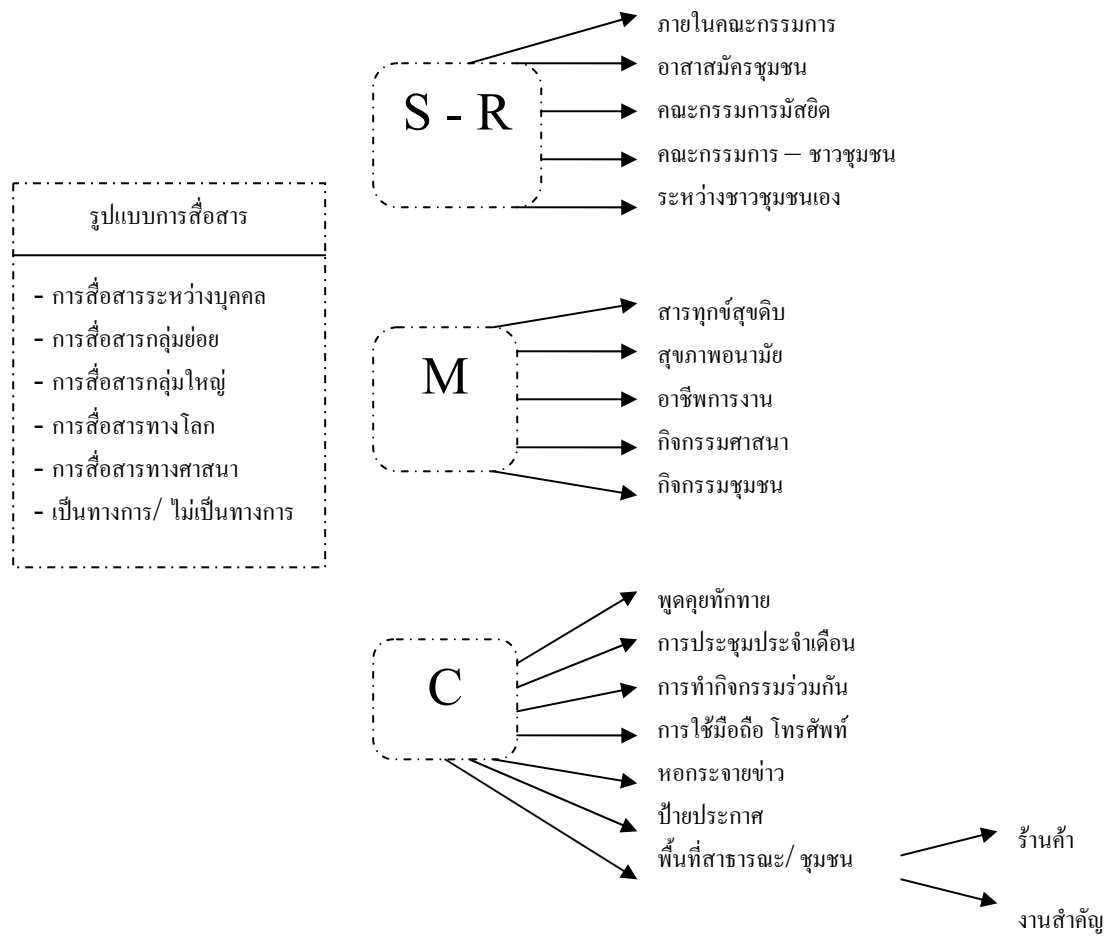
(5.1) การสื่อสารภายในกลุ่ม / ชุมชน

(5.2) การสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ระหว่างชุมชน

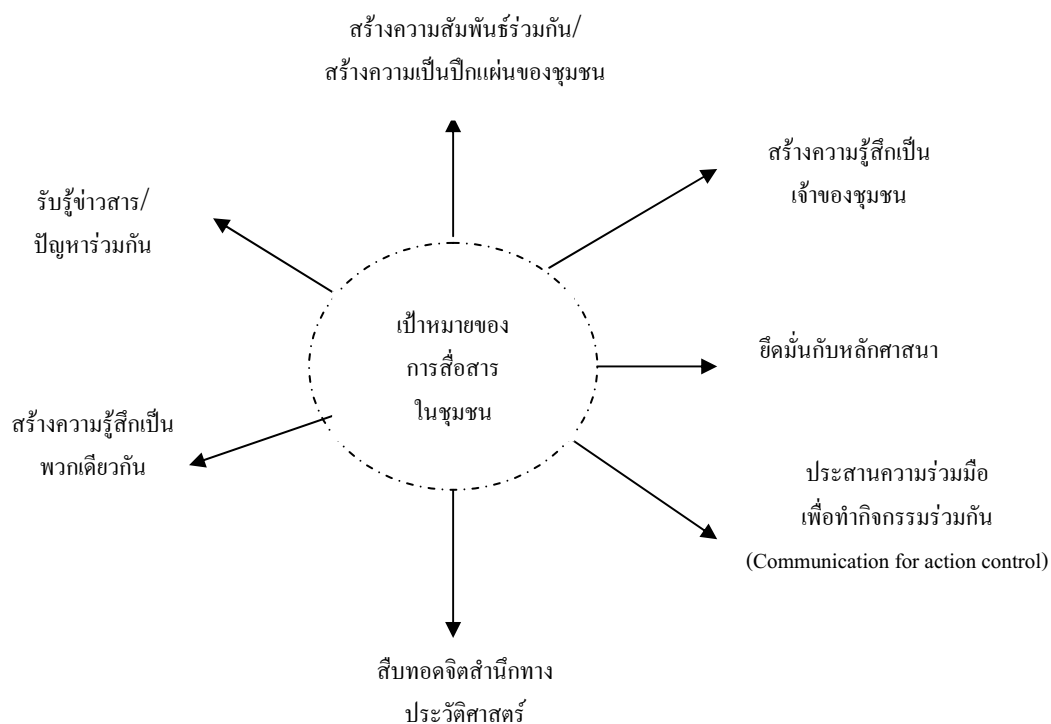
(5.3) การสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ชุมชนกับภายนอก

(5.1) การสื่อสารภายในกลุ่ม / ชุมชน

ตัวอย่างงานวิจัยที่ชัดเจนที่สุดคือ การศึกษาเรื่องการสื่อสารภายในชุมชนของงานวิจัยบ้านครัว ซึ่งพบว่า ชุมชนมีการสื่อสารในหลายรูปแบบและหลากหลายเป้าหมายดังนี้



ภาพที่ 13 : การสื่อสารภายในของชุมชนบ้านครัว



ภาพที่ 14 : เป้าหมายของการสื่อสารในชุมชนในชุมชนบ้านครัว

(5.2) การสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ชุมชน

การสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ชุมชน จะมีความสำคัญถึงระดับขั้นเป็นชี้ตายในการรวมกลุ่มแบบเครือข่าย ซึ่งการสื่อสารจะเป็นตัวเชื่อมโยงประสานความสัมพันธ์/การติดต่อระหว่างกลุ่มต่าง ๆ อรุณีวรรณ และคณะ สังเกตการสื่อสารระหว่างกลุ่มกิจกรรมของประชาชนทับเที่ยงและได้พบองค์ประกอบของการสื่อสารระหว่างกลุ่มดังนี้

ผู้ส่งสาร	เนื้อหา	ช่องทางการสื่อสาร	ผู้รับสาร	ผลกระทบ
-แกนนำกลุ่มกิจกรรมและแกนนำประชาคม	-ความคับหน้าและปัญหาอุปสรรคของการทำงาน	-โทรศัพท์นัดหมาย -ไปหากัน -มีศูนย์กลางพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการที่บ้านแกนนำ	-แกนนำกลุ่มกิจกรรมและแกนนำประชาคม	-เกิดกระบวนการปรึกษาหารือ -รับทราบความคับหน้า -ช่วยกันแก้ปัญหา

ภาพที่ 15 : การสื่อสารระหว่างกลุ่มในชุมชนบ้านครัว

คณะวิจัยได้ประเมินว่า การสื่อสารระหว่างกลุ่มกิจกรรมนี้เป็นปัญหาของประชาคมทับเที่ยง กล่าวคือ หลังจากที่แต่ละกลุ่มแยกย้ายไปปฏิบัติงาน เมื่อเสร็จงานประชุมเวทีวิสัยทัศน์ร่วมกันแล้ว การแยกนั้น มิได้มีการทำข้อตกลงที่จะมีการสื่อสารระหว่างกลุ่มอย่างเป็นรูปแบบที่แน่นอน ถ้าจะมีการสื่อสารก็เป็นลักษณะไม่เป็นทางการเนื่องจากกลุ่มประชาคมทับเที่ยงมิได้กำหนดให้กลุ่มกิจกรรมที่ติดต่อสื่อสารอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม นอกจากนั้น การทำงานของประชาคมยังไม่มีกระบวนการประเมินผลในลักษณะการกลับมาทบทวนได้ตรง (reflection) จากกลุ่มปฏิบัติทั้ง 4 กลุ่ม “แบบล่างขึ้นบน” (bottom-up) ทำให้ไม่เกิดการสรุปบทเรียนอย่างเป็นรูปธรรมที่จะนำไปปรับใช้ การขาดการสื่อสารระหว่างกลุ่มเป็นตัวอธิบายความซับซ้อนของประชาคม

(5.3) การสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ชุมชนกับภายนอก

สำหรับการสื่อสารในระดับที่ 3 นี้ เป็นการสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ชุมชนกับภายนอก ซึ่งมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการสื่อสารภายนอก สำหรับการสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ชุมชนกับภายนอกนี้จะแปรไปตามลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่ม / ชุมชนกับภายนอกซึ่งมี 2 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ

(ก) การสื่อสารเพื่อประสาน / สร้างความสัมพันธ์อันดีเพื่อร่วมมือหรือขอรับการสนับสนุนจากภายนอก

(ข) การสื่อสารเพื่อการต่อสู้ / ต่อรองความคิดหรือผลประโยชน์กับภายนอก

ในงานวิจัยทั้ง 4 ชัย จะปรากฏรูปแบบการสื่อสารกับภายนอกในทั้ง 2 ประเภท แต่อาจจะมีสัดส่วนหรือความเด่นชัดแตกต่างกันออกไป

(ก) การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับภายนอก เช่น ในงานวิจัยกลุ่มออมทรัพย์ คณะกรรมการต้องขอรับการสนับสนุนทั้งด้านแนวคิดและงบประมาณจากหน่วยงานของรัฐ (เช่น พัฒนาชุมชน) หรือองค์กรพัฒนาเอกชน เช่นเดียวกับงานวิจัยธุรกิจชุมชนบ้านโคกอีโด้ยที่คณะวิจัยพบว่า ชุมชนใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของชุมชนว่าเป็น “หมู่บ้านพัฒนาดีเด่น” เพื่อจะใช้ “ตักเงินงบประมาณ” ช่วยเหลือธุรกิจชุมชนของกลุ่มต่าง ๆ

ในงานวิจัยประชาคมทับเที่ยง เราได้เห็นแล้วว่า ในการจำแนกประเภทของผู้มีส่วนได้เสีย นั้น มีทั้งกลุ่มพันธมิตร (เช่น เทศบาล) กลุ่มภาคี และกลุ่มประชาชนทั่วไป และดังที่คณะวิจัยได้พบว่า การทำงานของแกนนำนั้นเกิดการเสียดุลระหว่างการพึ่งพาทรัพยากรภายในกลุ่ม โดยโน้มเอียงไปพึ่งพาความช่วยเหลือจากกลุ่มพันธมิตร เช่น ในการทำโครงการนั้น จะวางน้ำหนักการสนับสนุนเงินงบประมาณไว้ที่การขอจากเทศบาล เมื่อการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติงานของเทศบาลไม่ได้ผล จึงส่งผลสะท้อนถึงกิจกรรมของเครือข่ายทั้งหมด

ส่วนงานวิจัยที่อยู่ในบรรยากาศสู้รบแบบชุมชนบ้านครว้นั้น คณะวิจัยได้ค้นพบเลยว่า ในช่วงเวลาวิกฤติที่ต้องเผชิญหน้ากับปัญหาจากภายนอก ชุมชนจะต้องติดตามข่าวสารหรือสามารถสืบค้นข้อมูลมาใช้เพื่อวางแผน ข้อมูลนั้นต้องมาจากแหล่งข่าวหลาย ๆ แหล่ง และมีบางแหล่งที่ชุมชนรู้ว่ามีค่าน่าเชื่อถือ ซึ่งหมายถึงความถึงการมีพันธมิตรภายนอกที่ดี ไว้วางใจเป็นหลังพิงที่พร้อมให้การสนับสนุน ซึ่งได้แก่นักวิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน สื่อมวลชน ชุมชนอื่น ๆ รวมทั้งนักการเมือง ฯลฯ ซึ่งกลุ่มแกนนำจากบ้านครว้นให้ข้อสรุปว่า ปัญหาของชุมชนที่มาจากภายนอกนั้นต้องใช้การสื่อสารเพื่อระดมพลังจากภายนอกมาช่วยแก้ไขจึงจะบรรลุได้

(ข) การสื่อสารเพื่อการต่อสู้ / ต่อรองความคิดหรือผลประโยชน์จากภายนอก อีกด้านหนึ่งของภายนอกที่เข้ามากระทบกลุ่ม / ชุมชนนั้น ก็จะเป็นภายนอกที่มีผลประโยชน์หรือแนวคิดที่ขัดแย้งกับกลุ่ม/ชุมชน ซึ่งจำเป็นต้องใช้การสื่อสารเพื่อการต่อสู้ / ต่อรอง ระดับของความขัดแย้งนั้นอาจจะมีตั้งแต่เบา ๆ จนถึงขั้นรุนแรง ในระดับที่เบา ๆ ก็เช่น กิจกรรมของกลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์เมื่อมีโครงการกองทุนขนาดใหญ่ ๆ เช่น กองทุนเงินล้านเข้าไปในหมู่บ้าน ซึ่งสามารถจะเป็นแหล่งกักเก็บที่ง่ายกว่า สะดวกกว่า วงเงินมากกว่า สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ก็เริ่มจะถอนตัวออกจากกลุ่ม ทำให้คณะกรรมการต้องใช้อการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวและชี้แจงให้สมาชิกเห็นความจำเป็นของการมีกลุ่มออมทรัพย์

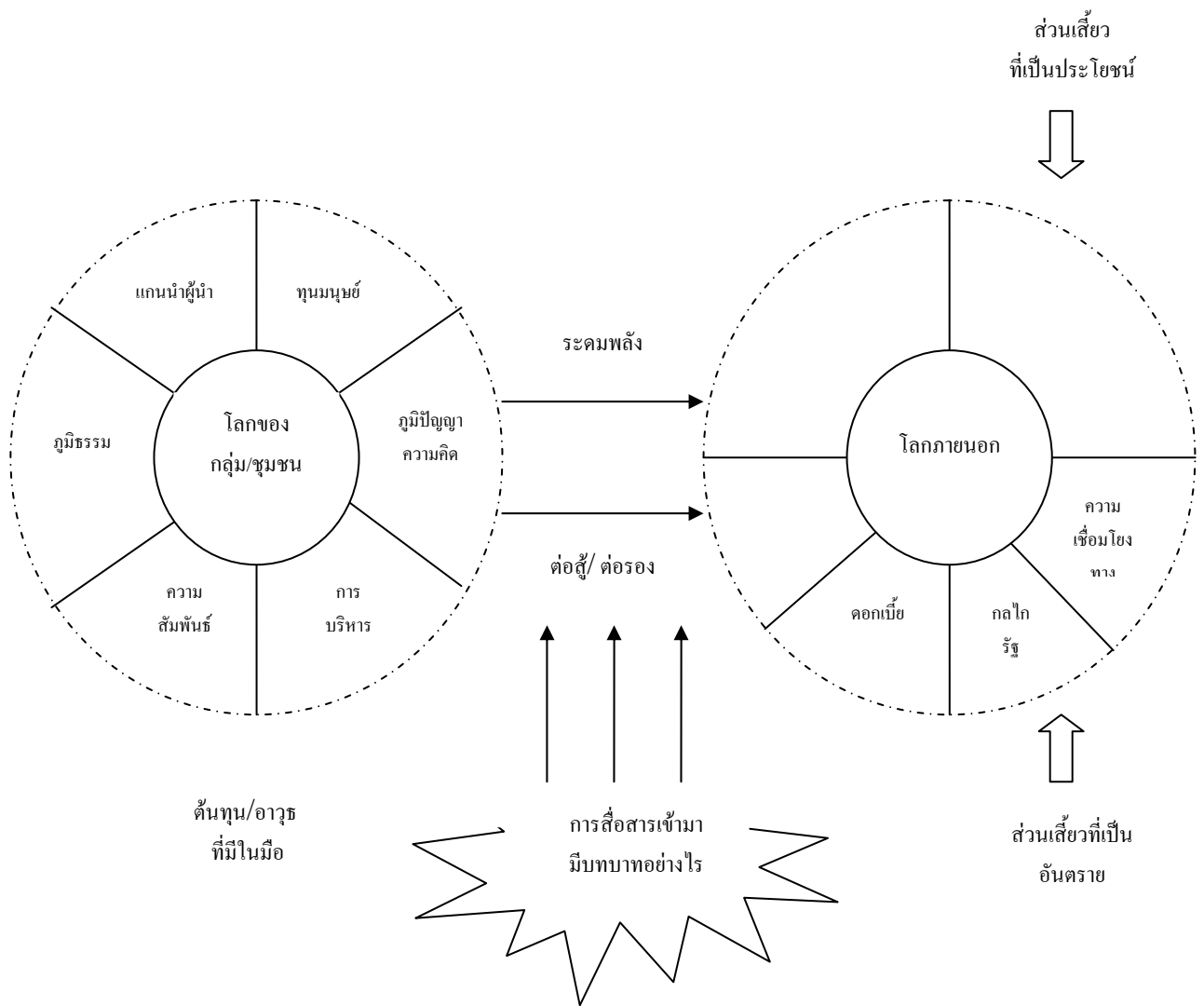
ส่วนในการทำธุรกิจชุมชนของบ้านโคกอีโด้ยนั้น การทำธุรกิจก็ย่อมมีคู่แข่งขันในตลาดอยู่แล้ว หรือมิฉะนั้นก็เป็นคู่ค้าที่ต้องต่อรอง เช่น การนำข้าวไปขายที่โรงสี ทางกลุ่มก็ต้องเจรจาต่อรองเรื่องราคากับทางโรงสี

ในกรณีี่รุนแรง ก็เช่นในงานวิจัยเรื่องชุมชนบ้านครว้น ที่ทางชุมชนต้องใช้อการสื่อสารทุกรูปแบบเพื่อระดมพลังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐที่คณะรัฐมนตรี มีมติให้เวนคืนพื้นที่ชุมชนบ้านครว้นซึ่งครอบคลุมบริเวณมัสยิดและสุสานอันเป็นศาสนสถานของศาสนาอิสลาม ตลอดจนบ้านเรือนอีกหลายร้อย

หลัง เพื่อสร้างทางด่วนตามข้อเสนอของการทางพิเศษแห่งประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2531 ชุมชนต้องใช้การสื่อสารกับนักการเมืองเพื่อเจรจาต่อรองโดยใช้ทั้งรูปแบบที่เป็นทางการ เช่น การขอเข้าพบ และไม่เป็นทางการ เช่น การดักพบตามสถานที่ต่าง ๆ การสื่อสารกับสาธารณชนภายนอก รูปแบบการเดินทาง การไต่สวนสาธารณะ เป็นต้น

มีข้อที่น่าสังเกตว่า ในการระดมพลังจากภายนอกเพื่อไปสู่ / ต่อรองกับฝ่ายตรงข้ามที่มาจากภายนอกนั้น ในกลุ่ม / ชุมชนจะต้องมีบุคคลที่ทำหน้าที่ต่อเชื่อมระหว่าง “ภายใน” กับ “ภายนอก” ที่เรียกในภาษา “เครือข่าย” ว่า “รหัสวิดน้ำ”(Spinning boundary) บุคคลที่อยู่ในตำแหน่ง “รหัสวิดน้ำ” นี้ จะพัดพาข่าวสาร / ความรู้จากภายนอกเข้ามาสู่ภายในและพัดพาข่าวสารความรู้จากภายในออกไปสู่ภายนอกพร้อม ๆ กัน ในภาวะปกติ บุคคลที่อยู่ในตำแหน่งนี้จึงจะมีบทบาทสำคัญในระดับหนึ่ง แต่ในช่วงภาวะวิกฤติ บุคคลเหล่านี้จะมีความสำคัญระดับคอขาดบาดตายเลยทีเดียว

กล่าวโดยสรุป ในขณะที่มีการแบ่งระดับของการสื่อสารออกเป็น 3 ระดับดังกล่าวนั้น ในสภาพที่เป็นจริง การสื่อสารทั้ง 3 ระดับนั้น มีเส้นสายโยงใยสัมพันธ์กัน กล่าวคือ หากการสื่อสารภายในกลุ่มหรือการสื่อสารระหว่างกลุ่มเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะเพิ่มพลังในการติดต่อสื่อสารกับภายนอกไม่ว่าจะเป็นด้านบวกหรือด้านลบก็ตาม เปรียบเสมือนว่า หากมีการกำปั่นที่เหนียวแน่นดี ก็ย่อมทำให้น้ำหนักหมัดนั้นทรงพลัง

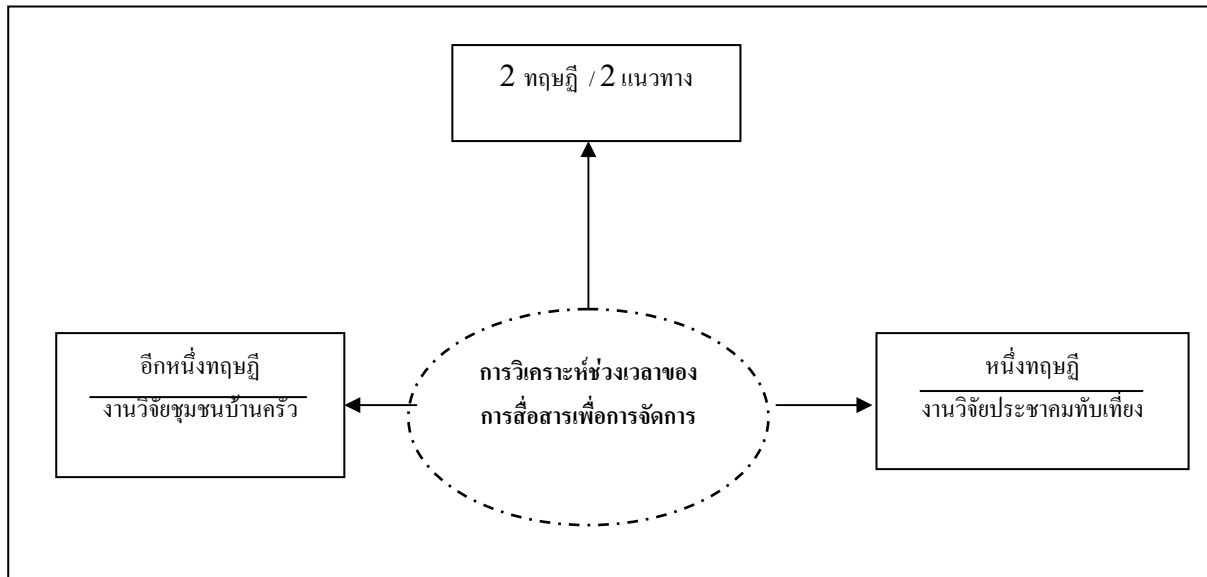


ภาพที่ 16 : บทบาทของการสื่อสารที่มีต่อกลุ่ม/ชุมชนเพื่อเผชิญกับโลกภายนอก

6. การวิเคราะห์ช่วงเวลาของการสื่อสาร

ในขณะที่เรื่อง “ระดับของการสื่อสาร” นั้น เป็นเรื่องของ “พื้นที่” ในอีกแง่มุมของการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการจะมีเรื่องของ “เวลา” เข้ามาเกี่ยวข้อง

ในชุดงานวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการนี้ มีอยู่ 2 ชั้นที่ได้แสดงให้เห็นมิติของเรื่อง “กาลเวลา” อย่างชัดเจนคือ งานวิจัยประชาคมทับเที่ยง และงานวิจัยชุมชนบ้านควรว



ภาพที่ 17 : การวิเคราะห์ช่วงเวลาของการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ

(6.1) 2 ทฤษฎี 2 แนวทาง ในเรื่องการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการนั้น จะมีทฤษฎีที่อธิบายอยู่ 2 ทฤษฎี คือ

(ก) ทฤษฎีแม่นยำหวังตั้งสงบ จงเตรียมรบให้พร้อมสรรพ ทฤษฎีนี้จะกล่าวว่า ในสภาวะปกติ ชุมชนควรจะมี ความเข้มแข็ง มีการเตรียมพร้อม มีความสามัคคีของคนในชุมชน และเมื่อกล่าวในแง่มุมของการสื่อสารก็คือ การสื่อสารควรมีประสิทธิภาพที่ดี และทำหน้าที่เสริมสร้างสมานฉันท์ของคนภายในชุมชน

หากเมื่อใดที่ชุมชน/สังคมถูกผลักดันเข้าสู่ สภาวะวิกฤติ ชุมชนก็จะได้โยกความเข้มแข็งดังกล่าวออกมาใช้งาน เพราะ ‘สามัคคีคือพลัง’ กล่าวสำหรับการสื่อสาร ก็จะมีการ ‘จัดกระบวนทัพใหม่’ โดยอาศัยพื้นฐานจากของเดิมเป็นหลัก ในงานวิจัยเรื่องชุมชนบ้านควรว จะค่อนข้างใช้แนวคิดทฤษฎีนี้เป็นหลัก

(ข) ทฤษฎี ‘ชุมชนที่เกิดจากการออกแบบ’ (community by design) ในทิศทางตรงกันข้ามกับทฤษฎีแรก Scott Peck เจ้าของทฤษฎี ‘ชุมชนที่เกิดจากการออกแบบ’ เริ่มต้นเสนอทฤษฎีที่มาจาก การสังเกตว่า ‘ภาวะวิกฤติ’ ที่คนเรามักจะสยดสยองเมื่อเกิดขึ้นนั้น แท้จริงแล้ว วิกฤติก็เหมือนทุกสิ่งทุกอย่างในโลก คือ มี 2 ด้าน ทั้งบวกและลบ และในขณะที่ด้านลบนั้น เราจะมองเห็นได้อย่างชัดเจน แต่ Peck สังเกตว่า วิกฤตินั้นมีด้านบวก คือเป็น ‘ตัวสร้างชุมชน’ เช่น เวลาเกิดแผ่นดินไหว คนจะเข้ามาช่วยกัน

อย่างที่ไม่เคยเกิดมาก่อนในภาวะปกติ และ Peck ยังสังเกตอีกว่า เวลาที่มนุษย์ต้องเผชิญหน้ากับปัญหาที่แท้จริงของธรรมชาติ มนุษย์มักจะ ‘ถอด’ บรรดาเครื่องเคราทางสังคม เช่น เพศ วัย ชนชั้น สลายออกจนหมด และมาหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกัน

สภาวะที่คนมาหลอมรวมเข้าด้วยกันเป็นชุมชนนี้ Peck เรียกว่า ‘ชุมชนโดยอุบัติเหตุ’ (community by accident) ซึ่งแม้จะมีข้อเด่นตรงที่ช่วยกันแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ แต่ก็ยังมีข้อจำกัดตรงที่ ‘เมื่อมาด้วยวิกฤติ ก็ไปด้วยวิกฤติ’ คือ เมื่อวิกฤติผ่านไป ชุมชนก็สลายตัว มีอายุสั้นเพียงชั่วครู่ชั่วยาม

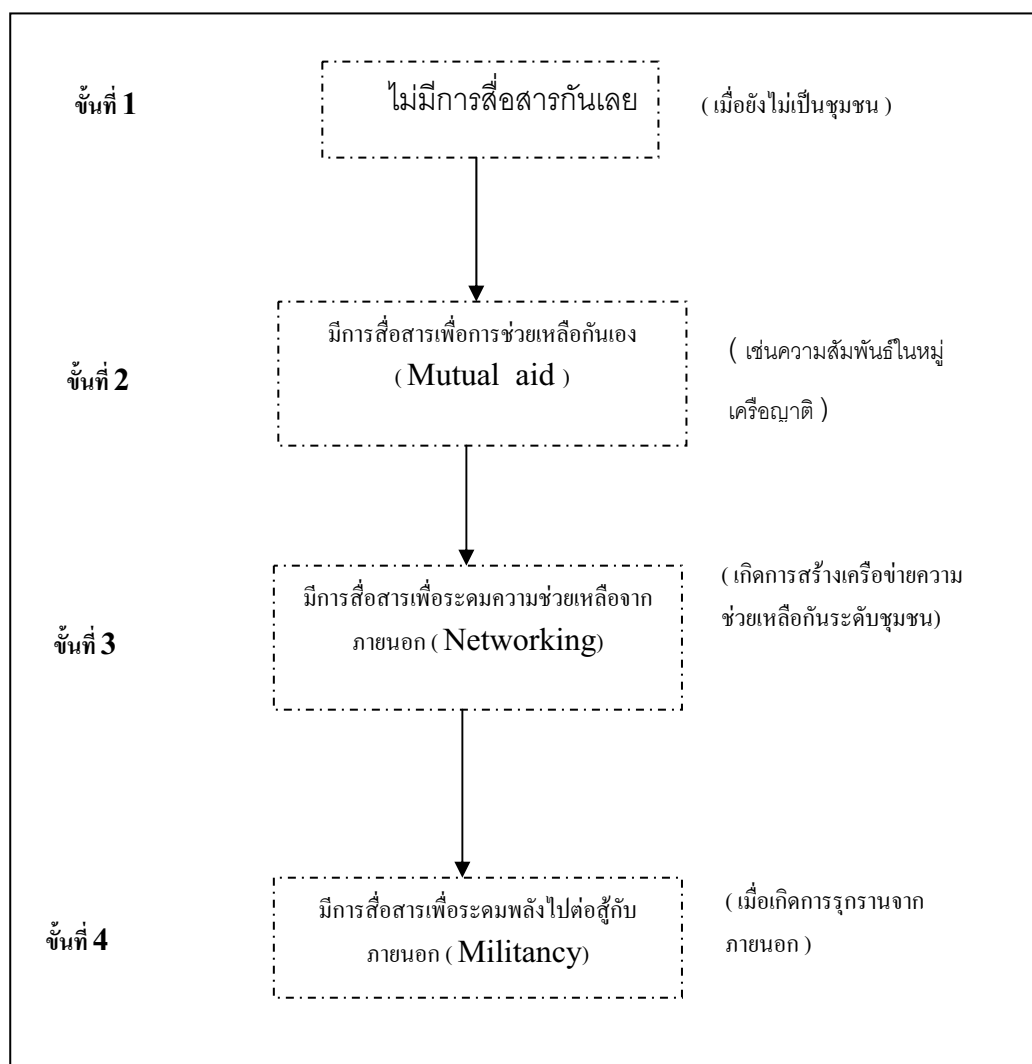
จากลักษณะ 2 ด้านของ ‘วิกฤติ’ ซึ่ง Peck อ้างว่า ในวัฒนธรรมจีนได้มองเห็นลักษณะ 2 ด้านนี้แล้ว ในตัวอักษรจีนคำว่า ‘วิกฤติ’ จึงประกอบด้วยคำว่า ‘อันตราย’ และ ‘โอกาส’

และจากข้อเท็จจริงที่ ‘ชุมชนถือกำเนิดมาด้วยวิกฤติ’ นี้เอง จึงทำให้กลายเป็นกลยุทธ์ด้านหนึ่งในการประคับประคอง ‘ความเป็นชุมชน’ เอาไว้ ด้วยการหมั่นสร้างวิกฤติ โดยเฉพาะวิกฤติจากภายนอก เช่น การอ้างว่ามีศัตรูจากภายนอก ภายในจึงต้องสามัคคีเพื่อสร้างความเข้มแข็งเอาไว้ ที่อาจจะเรียกว่าเป็น ‘กลยุทธ์ด้านลบ’ ซึ่ง S. Peck เห็นว่า เราน่าจะแสวงหา ‘กลยุทธ์ด้านบวก’ ที่มีการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะประคอง ‘ความเป็นชุมชน’ เอาไว้ และการก่อร่างสร้างชุมชนแบบนี้ Peck เรียกว่า ‘ชุมชนที่เกิดจากการออกแบบ’ ซึ่งในงานวิจัยประชาคมทับเที่ยงคอนข้างจะโน้มเอียงมาบนฐานทฤษฎีนี้

อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติ กรณีหนึ่ง ๆ ก็อาจจะใช้อธิบายได้ทั้ง 2 ทฤษฎี แล้วแต่ว่า เราจะหยิบเอาแง่มุมไหน หรือช่วงเวลาไหนมาพิจารณา

(6.2) งานวิจัยชุมชนบ้านควน เนื่องจากสภาพความเป็นจริงของชุมชนบ้านควนนี้ ได้ผ่านช่วงเวลาทั้ง 2 ช่วง คือ ช่วงปกติและช่วงวิกฤติ ดังนั้น คณะวิจัยจึงได้วางเป้าหมายการวิจัยเอาไว้อย่างชัดเจนเลยว่า จะศึกษาระบบการสื่อสารในช่วงเวลาปกติ การสื่อสารในช่วงเวลาวิกฤติ รวมทั้งจะวิเคราะห์กระบวนการ ‘แปรรูปกระบวนการ’ จากช่วงภาวะปกติมาสู่ช่วงภาวะวิกฤติด้วย

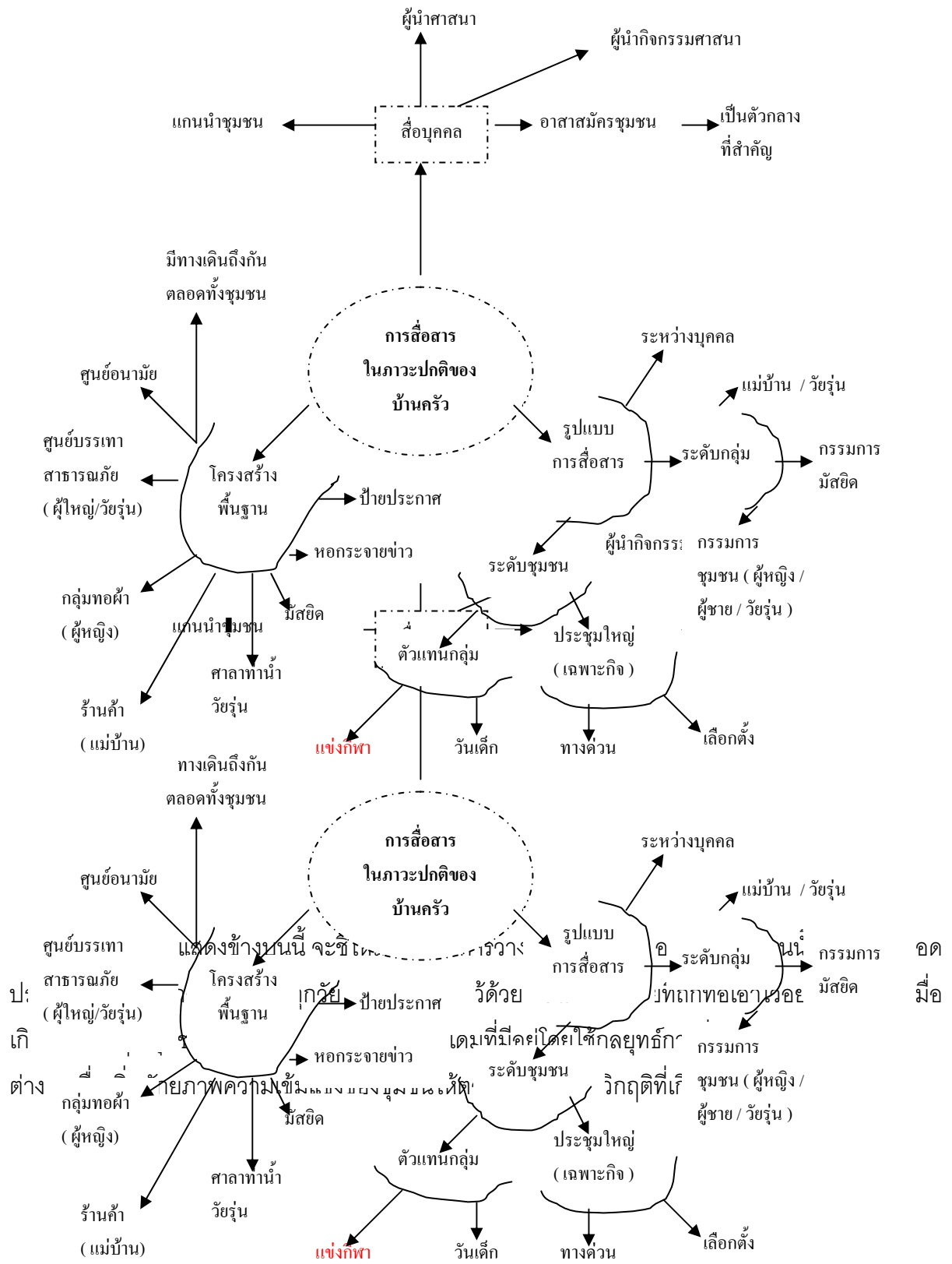
ขั้นตอนการสื่อสารเพื่อจัดการกับความขัดแย้งนั้น โดยทั่วไปจะมี 4 ขั้นตอน ดังนี้

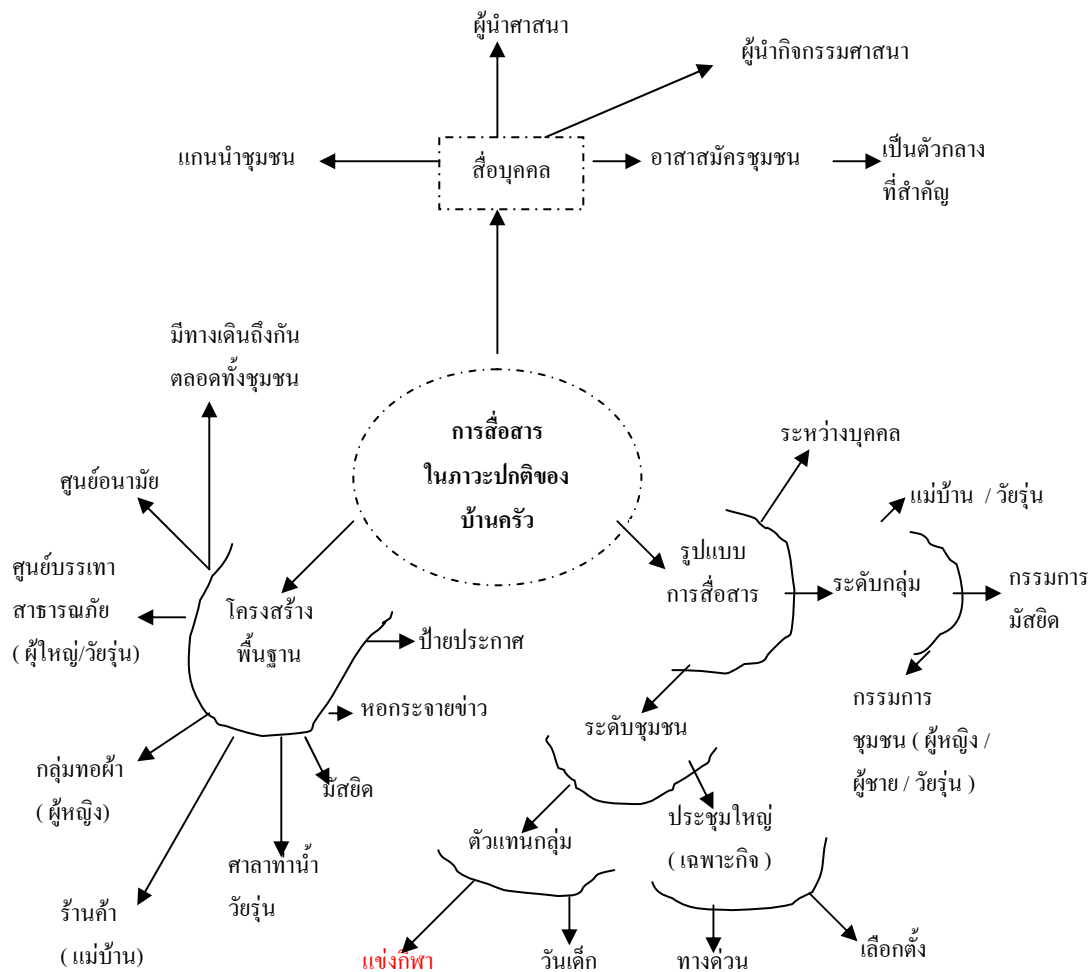


ภาพที่ 18 : พัฒนาการของการสื่อสารเพื่อการจัดการความขัดแย้งของชุมชน

จากภาพขั้นตอนข้างบนนี้ มีความเชื่อประกอบอยู่ข้างหลังว่า การที่ชุมชนจะสามารถก้าวมาสู่ขั้นที่ 4 ได้นั้น ชุมชนจะต้องสร้างฐานการสื่อสารที่เข้มแข็งตั้งแต่ขั้นแรก ๆ มาเสียก่อน โดยเฉพาะในขั้นที่ 2 และ 3

สำหรับงานวิจัยชุมชนบ้านควั่นนั้น คณะวิจัยได้พบว่า ในช่วงเวลาปกตินั้น มีการวางระบบการสื่อสารเอาไว้เป็นอย่างดีเยี่ยม เช่น มีการวางโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการสื่อสารเอาไว้อย่างหลากหลาย ครอบคลุมทุกพื้นที่ เปิดโอกาสให้คนทุกกลุ่มได้เข้าถึง ดังที่แสดงตัวอย่างในภาพ

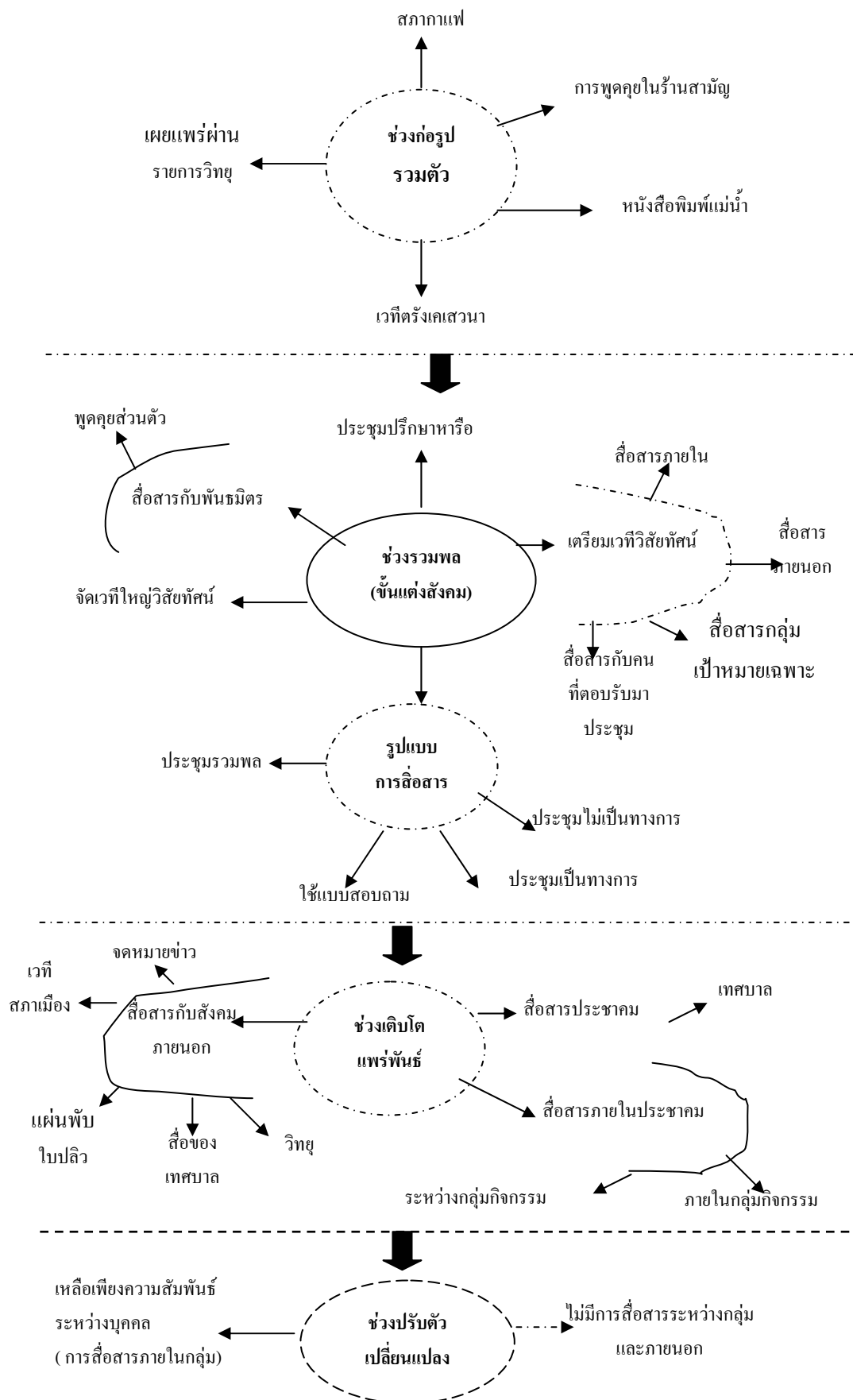




ภาพที่ 20 : การสื่อสารในภาวะวิกฤตของบ้านครัว

คณะวิจัยได้สรุปว่า เนื่องจากการประสบความสำเร็จในการจัดแปรรูปกระบวนการสื่อสารจากฐานเดิมที่เข้มแข็ง มาเป็นระบบการสื่อสารใหม่ที่มีศักยภาพในการตอบโต้กับวิกฤติ จึงทำให้การต่อสู้ของชุมชนบ้านครัว ซึ่งเป็นชุมชนเล็ก ๆ แต่ทว่ามีความประวัติดการต่อสู้ของบรรพบุรุษที่ยาวนาน และได้สืบทอดจิตสำนึกในการรักษาสิทธิของตนเองมาอย่างต่อเนื่องไม่ขาดสาย ความสามารถด้านการสื่อสารดังกล่าว เป็นปัจจัยสำคัญที่อธิบายชัยชนะของชุมชนแห่งนี้ได้

(6.3) งานวิจัยประชาคมทับเที่ยง ในกรณีของประชาคมทับเที่ยงนั้น ต้นกำเนิดของประชาคมเกิดมาจากความรู้สึกรู้ว่า ‘เห็นปัญหาที่เป็นวิกฤติ’ ร่วมกันของทับเที่ยง ดังนั้น จึงได้มีการใช้การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเผชิญหน้ากับวิกฤติดังกล่าว โดยที่รูปแบบการสื่อสารนั้น ได้เปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการของประชาคม ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 21 : รูปแบบการสื่อสารในช่วงพัฒนาการของประชาคมตำบลเที่ยง

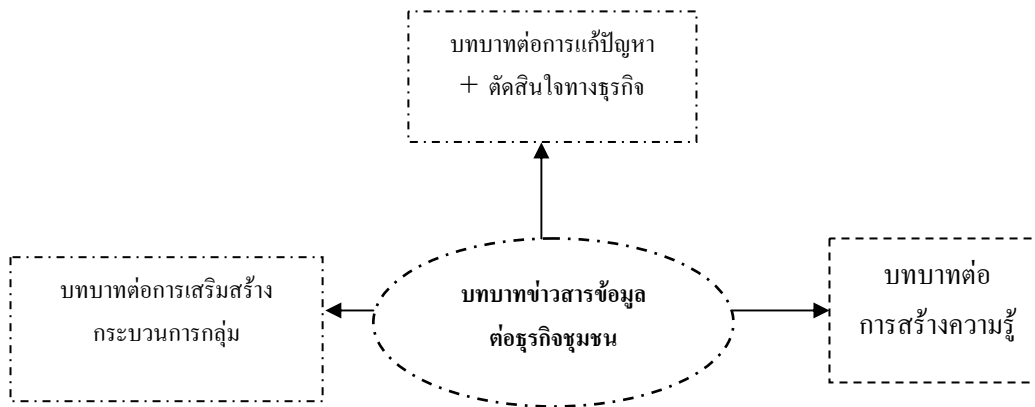
จากภาพที่แสดงมา คณะวิจัยได้วิเคราะห์ว่า จากระยะแรกจนถึงระยะสุดท้ายนี้ ประชาคม ทับเที่ยงเปรียบเสมือนต้นไม้ที่แตกกิ่งก้านสาขายาวอย่างรวดเร็ว เพราะในช่วงแรก ตัวต้นมีกาว (การ สื่อสาร) ที่ดี ทำหน้าที่ยึดเกาะไว้ แต่ในระยะหลัง เมื่อการสื่อสารเริ่มมีปัญหาทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ทั้งการสื่อสารภายในและภายนอก เป็นผลให้ความสัมพันธ์ในนาม ‘ประชาคมทับเที่ยง’ ที่ร่วมกันจัดตั้ง ขึ้นมา ค่อย ๆ ลดบทบาทลงไปในการทำที่สุด

7. การศึกษาบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร

(7.1) ความสนใจของการศึกษาบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร

การศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการนั้น เป็นแนวคิดที่อยู่ภายใต้ ทฤษฎีหน้าที่นิยม (functionalism) และมักจะถูกผนวกเป็นมิติหนึ่งเสมอในงานศึกษาเรื่องการสื่อสาร แต่ ทว่า ประเด็นที่งานวิจัยแต่ละชิ้น จะให้ความสนใจหรือให้น้ำหนักต่อการศึกษารolesของการสื่อสาร มากหรือน้อยนั้นจะแตกต่างกันไปตามประเด็น ดังเช่น ในงานวิจัย 4 ชิ้นในชุดโครงการนี้ ต่างก็มีหัวข้อเรื่อง บทบาทของการสื่อสารต่อการบริหารจัดการทั้งสิ้น แต่ในเชิงปริมาณ การให้น้ำหนักที่ศึกษาจะแตกต่างกัน เช่น งานวิจัยประชาคมทับเที่ยงตอบคำถามเพียงสั้น ๆ ว่า ในพัฒนาการขั้นสุดท้ายของประชาคมนั้น ประชาคมได้สูญเสียสถานภาพทั้งการเป็นกลไกและเป็นเวทีกลางตามที่ได้กำหนดเอาไว้ กล่าวคือ สถานภาพการเป็นกลไก เมื่อไม่สามารถเป็นช่องทางนำงบประมาณมาสู่กลุ่มกิจกรรม กลไกที่วางเอาไว้ก็ ทำงานไม่ได้หรือเท่ากับหยุดหรือเลิกไป ส่วนการเป็นเวทีกลางนั้น เมื่อต่างกลุ่มต่างเคลื่อนกิจกรรมอย่าง เป็นอิสระ และไม่ได้รับใช้เป้าหมายวิสัยทัศน์ ‘เมืองน่าอยู่’ การเป็นเวทีกลางก็ไม่เกิดขึ้น ซึ่งสถานภาพของ การเป็นกลไกและเวทีกลางนั้น ล้วนเป็นบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารทั้งสิ้น

สิ่งที่น่าสนใจของทฤษฎีหน้าที่นิยมที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในเรื่องบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร คือ ในมิติเชิงคุณภาพ ในงานวิจัยแต่ละชิ้น สามารถที่จะ ‘ตัดเย็บ’ การวัดมิติของการทำหน้าที่/บทบาทของการ สื่อสารให้เข้ากับประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการจะศึกษาได้ ตัวอย่างเช่น ในงานวิจัยธุรกิจชุมชนของอัคริยาและ คณะ ซึ่งคณะวิจัยสนใจเรื่องการจัดการข่าวสารข้อมูลเพื่อเสริมสร้างธุรกิจชุมชน ในการวัดบทบาทหน้าที่ ของการสื่อสารนั้น คณะวิจัยได้ออกแบบศึกษาการวัดเป็น 3 มิติ คือ



ภาพที่ 22 : บทบาทของข่าวสารต่อธุรกิจชุมชน

คำถามหลัก ๆ ในการศึกษาบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารนั้น ได้แก่ (1) มีบทบาทอะไรบ้าง (2) แสดงบทบาทนั้นได้อย่างไร (3) แสดงบทบาทนั้นในขั้นตอนไหนของกิจกรรม (4) การแสดงบทบาทนั้นจะต้องมีเงื่อนไขอะไรบ้าง (5) เกิดผลลัพธ์อย่างไรจากการแสดงบทบาทดังกล่าว

(7.2) การศึกษาบทบาทของการสื่อสารต่อการจัดการกิจกรรมกลุ่มออมทรัพย์

ในงานวิจัยเรื่องกลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์นั้น คณะวิจัยได้ถือเอาประเด็นเรื่องบทบาทของการสื่อสารว่า เป็นปัจจัยสำคัญตัวหนึ่งในการอธิบายความสำเร็จและความล้มเหลวของกิจกรรมกลุ่มออมทรัพย์

คณะวิจัยจึงได้วิเคราะห์บทบาทของการสื่อสารที่มีต่อมิติต่าง ๆ ของการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มออมทรัพย์ ซึ่งสามารถจะสรุปอย่างคร่าว ๆ ได้ว่า ท่ามกลางปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มที่เข้มแข็งและกลุ่มที่อ่อนแอ นั้น ปัจจัยที่สำคัญส่วนหนึ่งก็คือ ความสามารถของกลุ่มในอันที่จะใช้การสื่อสารให้มีบทบาทในกิจกรรมออมทรัพย์ได้มากหรือน้อย แสดงบทบาทได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่นั่นเอง

บทบาทพื้นฐานของการสื่อสารที่มีต่อกลุ่มออมทรัพย์ที่สำคัญมีอยู่ 4 บทบาท คือ

- (1) การสื่อสารในการก่อตั้งกลุ่มออมทรัพย์ ซึ่งมีรายละเอียดแยกย่อยออกเป็นหลายแง่มุม เช่น
 - (1.1) การสื่อสารเป็นช่องทางในการให้ข้อมูลจากหน่วยงานภายนอกในเนื้อหาที่เกี่ยวกับการตั้งกลุ่มออมทรัพย์ (เช่น กลุ่มออมทรัพย์คืออะไร มีประโยชน์อย่างไร ดำเนินการอย่างไร ฯลฯ)
 - (1.2) การสื่อสารจะมีบทบาทในกระบวนการตัดสินใจเพื่อก่อตั้งกลุ่ม เช่น แกนนำจะมาปรึกษาหารือกันและทำความตกลงร่วมกัน
 - (1.3) การสื่อสารจะช่วยในการหาแนวร่วม/หาสมาชิกกลุ่ม

(1.4) การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้เรื่องความหมายของกลุ่มออมทรัพย์ ซึ่งเป็นบทบาทหน้าที่สำคัญอย่างยิ่งต่อความมั่นคงและยั่งยืนของกลุ่ม ในขณะที่กลุ่มที่เข้มแข็งจะให้ความสำคัญกับบทบาทนี้อย่างมาก กลุ่มที่อ่อนแอมักจะมองข้ามไป

(2) การสื่อสารในระบบบริหารจัดการ ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นบ้างแล้ว และเนื่องจากกลุ่มออมทรัพย์ที่ศึกษา มีทั้งกลุ่มชุมชนเมืองและชนบท ในบางแง่มุมคณะวิจัยจึงได้พบรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกันบ้างในการแสดงบทบาทนี้ เช่น

(2.1) การสื่อสารในการบริหารจัดการระบบงาน ชุมชนเมืองมักจะใช้รูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ ๆ เช่น การจัดเวทีชุมชน เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างบุคคลภายใน/ภายนอกกลุ่ม การศึกษาดูงาน และการรวมกลุ่มทำกิจกรรมสาธารณะของชุมชน การประชุม การใช้สื่อลายลักษณ์อักษร (เช่น จดหมาย) เพื่อต่อยอดข้อมูล

ในขณะที่ชุมชนชนบทที่ยังมีรูปแบบการสื่อสารของสื่อประเพณีพื้นบ้าน เช่น วัฒนธรรม แชนโดนดา การร้องเพลงกันตรึม สารทเขมร ฯลฯ อยู่อุดมสมบูรณ์ ดังนั้น กลุ่มออมทรัพย์ในเขตชนบทจึงใช้สื่อประเพณีพื้นบ้านเหล่านี้ เป็นพื้นที่สาธารณะในการสื่อสารเรื่องกิจกรรมของกลุ่มออมทรัพย์ได้อย่างมาก และได้ใช้การสื่อสารในกลุ่มย่อยเป็นเวทีพื้นฐาน

(2.2) การสื่อสารในการจัดการระบบเงิน ดังที่กล่าวมาแล้วว่า การสื่อสารมีบทบาทอย่างมากในการสร้างความโปร่งใส เพื่อรักษาความน่าเชื่อถือของกลุ่ม รวมทั้งการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวสำหรับการระดมทุน ในเรื่องของการสื่อสารเพื่อการบริหารการเงินนี้ ก็มีความแตกต่างต่างระหว่างชุมชนเมืองและชนบทบ้าง กล่าวคือ ชุมชนเมืองจะเน้นการสื่อสารที่สร้างความโปร่งใส ใช้อาศัยสื่อลายลักษณ์อักษร ควบคู่กับการแสดงให้เห็นศักยภาพของการบริหารเงินของทีมงานแก่สมาชิก ในขณะที่ชุมชนชนบทนั้นมักจะใช้ ‘สัญญาใจ’ เป็นพื้นฐานมากกว่าลายลักษณ์อักษร ซึ่งกลุ่มสมาชิกเห็นว่ายุ่งยาก รวมทั้งกรรมการก็ยังไม่มีความรู้เรื่องการจัดทำบัญชีหรือการรายงานผลการดำเนินงานอย่างถูกต้อง

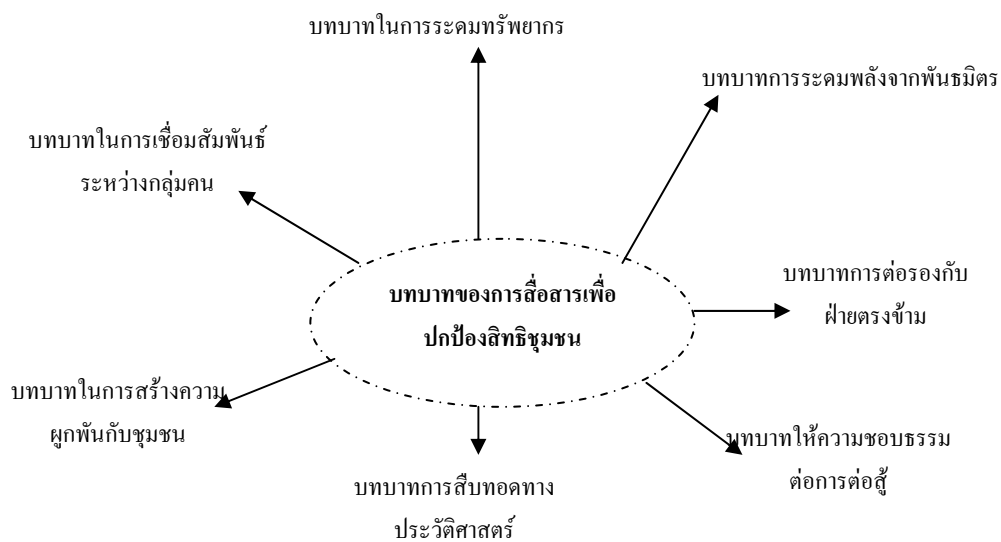
(2.3) การสื่อสารเพื่อการบริหารบุคคล อันได้แก่ การสื่อสารเพื่อระดมความร่วมมือจากสมาชิก/กรรมการ/ผู้นำ

(3) การสื่อสารเพื่อบริหารความขัดแย้ง ดังได้กล่าวมาแล้วตั้งแต่ข้างต้นว่า กิจกรรมออมทรัพย์เป็นเรื่องของเงิน ๆ ทอง ๆ ซึ่งเป็นของบาดใจได้ง่าย ดังนั้น การเกิดความขัดแย้งจึงเป็นปรากฏการณ์ธรรมดาที่สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งในหมู่กรรมการ ความขัดแย้งระหว่างกรรมการกับสมาชิก หรือความขัดแย้งในท่ามกลางหมู่สมาชิกเอง ซึ่งกลุ่มที่เข้มแข็งสามารถใช้การสื่อสารเพื่อบริหารความขัดแย้งได้ดีกว่ากลุ่มที่อ่อนแอ

(4) การสื่อสารเพื่อสนับสนุนความเข้มแข็ง/อ่อนแอของกลุ่ม ซึ่งในประเด็นนี้ คณะวิจัยได้พิจารณาแนวคิดที่ได้นำเสนอมาตั้งแต่แรก คือ การใช้รูปแบบการสื่อสารกระบวนทัศน์เดิมและกระบวนทัศน์ใหม่ควบคู่กันไป

(7.3) มิติใหม่ ๆ ของการศึกษาบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร

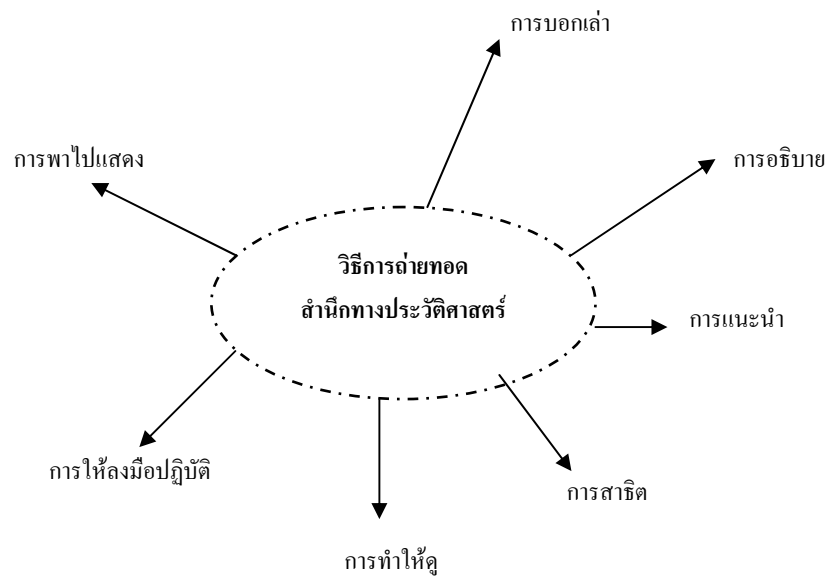
ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ทฤษฎีหน้าที่นิยมนั้นเป็นพื้นที่ที่ยังคงเปิดกว้างต่อการสร้างสรรค์บทบาทใหม่ ๆ สไตล์แปลก ๆ ของการสื่อสารอยู่เสมอ ดังเช่น ในงานวิจัยเรื่องชุมชนบ้านครัว คณะวิจัยได้พบว่าการสื่อสารในหลาย ๆ ระดับ หลายรูปลักษณะ หลายเป้าหมายของชุมชนบ้านครัวนั้น ได้ทำหน้าที่อย่างหลากหลายมาก โดยเฉพาะบทบาทหน้าที่ที่น่าสนใจอย่างมากคือ **บทบาทหน้าที่ในการสืบทอดสำนึกทางประวัติศาสตร์** เพื่อนำมาใช้ในการปกป้องสิทธิของชุมชน



ภาพที่ 23 : บทบาทของการสื่อสารเพื่อปกป้องสิทธิชุมชน

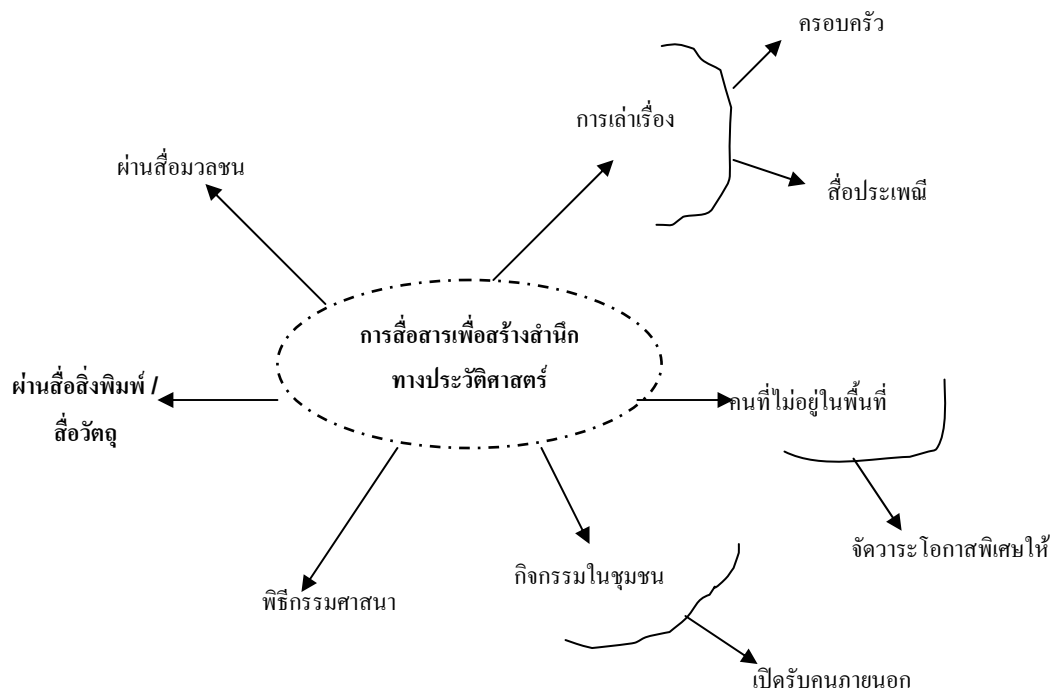
ในที่นี้จะพิจารณาดูบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารในการสืบทอดประวัติศาสตร์ของชุมชน เนื่องจากชุมชนบ้านครัวมีอายุเก่าแก่ถึง 200 ปี เนื้อหาของประวัติชุมชนนั้นได้เล่าถึงความยากลำบากของบรรพบุรุษที่อพยพมาตั้งรกราก และประวัติความกล้าหาญของบรรพบุรุษในการเข้าร่วมสงครามเพื่อปกป้องแผ่นดินและผืนแผ่นดินที่กำลังอาศัยอยู่นี้มิใช่ได้มาด้วยการซื้อขาย หากแต่ได้มาจากการพระราชทานของพระเจ้าแผ่นดินจากความดีความชอบที่ได้เอาชีวิตเข้าแลก ลักษณะเนื้อหาเช่นนี้ให้ทั้งความชอบธรรมในการต่อสู้และปลุกเร้าให้คนรุ่นหลังรักษามรดกที่ดินของบรรพบุรุษเอาไว้

หากทว่า ปัญหาสำคัญก็คือ การแสดงบทบาทของการสื่อสารนั้นกระทำได้อย่างไร ตามหลักแนวคิดทฤษฎีแล้ว รูปแบบการถ่ายทอดการสื่อสารเพื่อสร้างสำนึกทางประวัติศาสตร์นั้น จะดำเนินการในหลายระดับของการสื่อสาร เช่น ในระดับครอบครัว ระดับกลุ่ม ระดับชุมชน (เช่น ผ่านพิธีกรรม) โดยมีการถ่ายทอดหลาย ๆ แบบ เช่น



ภาพที่ 24 : วิธีการถ่ายทอดสำนักทางประวัติศาสตร์

ในกรณีของชุมชนบ้านควั่นนั้น คณะวิจัยพบว่า มีวิธีการสื่อสารเพื่อสืบทอดสำนักทางประวัติศาสตร์ให้แก่คนหลายกลุ่มดังนี้



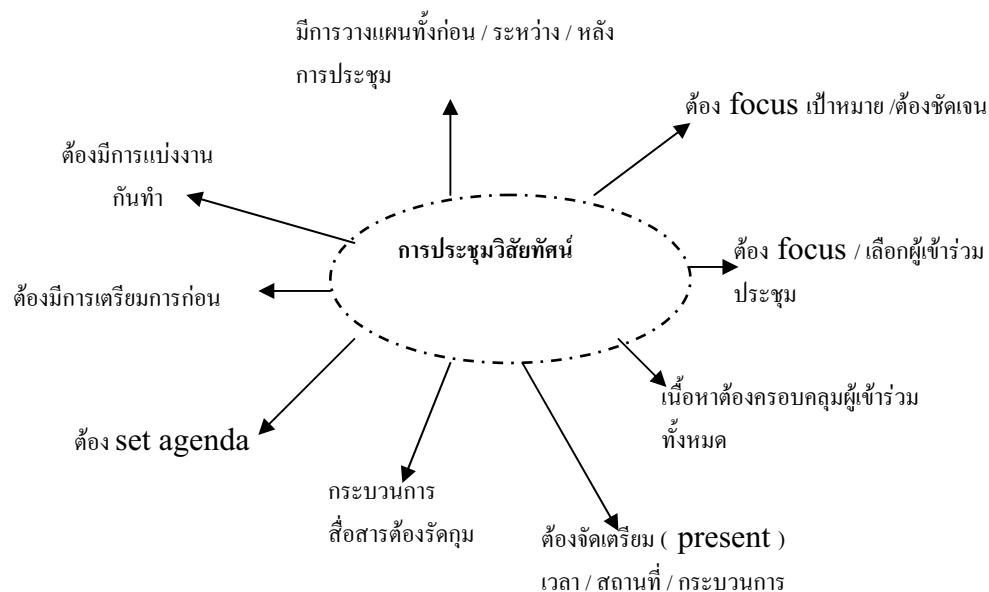
ภาพที่ 25 : การสื่อสารเพื่อสร้างสำนึกทางประวัติศาสตร์

8. การวิเคราะห์คุณลักษณะและกระบวนการของการสื่อสาร

จากเนื้อหาที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่า การใช้การสื่อสารเพื่อบริหารจัดการนั้น ในด้านหนึ่ง ผู้ที่ใช้การสื่อสารจะต้องทำความเข้าใจกับ ‘สิ่งที่จะถูกใช้บริหารจัดการ’ เช่น เป็นกิจกรรมอะไร มีคุณลักษณะอะไรบ้าง เช่น การจัดการกลุ่มออมทรัพย์จะแตกต่างจากการจัดการธุรกิจชุมชน และในเวลาเดียวกัน การจัดการประชาคมทับเที่ยงก็ย่อมแตกต่างจากการจัดการชุมชนบ้านควัวในช่วงเวลาวิกฤติ

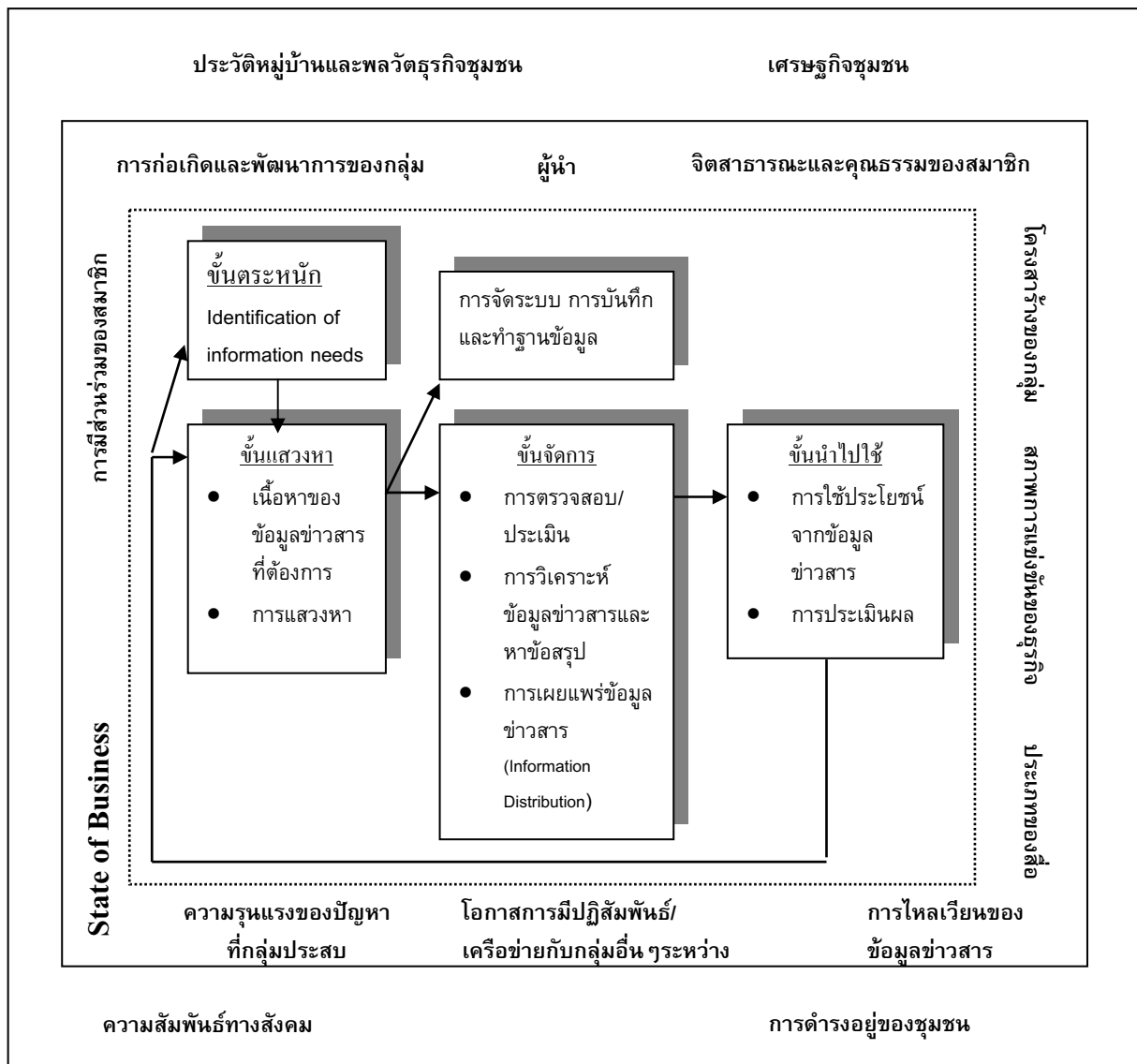
นอกเหนือจากความเข้าใจในคุณลักษณะของ ‘สิ่งที่จะถูกใช้บริหารจัดการ’ แล้ว ในอีกด้านหนึ่ง ผู้ใช้การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ ก็ต้องทำความเข้าใจกับ ‘คุณลักษณะและกระบวนการของการสื่อสาร’ ทั้งนี้ เนื่องจากรูปแบบของการสื่อสารแต่ละชนิด มีคุณลักษณะเฉพาะตัว ทำงานรับใช้เป้าหมายได้คนละแบบ จึงต้องเลือกมาใช้ให้เหมาะสมกับภารกิจ ช่วงเวลา และพื้นที่ ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น

ตัวอย่างเช่น คณะวิจัยเรื่องประชาคมทับเที่ยง ได้วิเคราะห์คุณลักษณะของการจัดรูปแบบการประชุมใหญ่เรื่องวิสัยทัศน์เมืองน่าอยู่ว่าเป็นดังนี้



ภาพที่ 26 : คุณลักษณะของการประชุมวิสัยทัศน์ “ เมืองน่าอยู่ ”

ส่วนเรื่องกระบวนการสื่อสารนั้น ตัวอย่างที่เห็นลำดับขั้นตอนของกระบวนการสื่อสารอย่างชัดเจนคือ กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องการจัดการข้อมูลข่าวสารธุรกิจชุมชนของอัคริยาและคณะ



ภาพที่ 27 : กรอบแนวคิดทางการวิจัยของการจัดการข้อมูลข่าวสาร

(1) ขั้นตระหนัก (identification of information needs) เป็นขั้นตอนของการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่อการทำความเข้าใจกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จนกระทั่งเห็นขนาดและความรุนแรงของปัญหาตั้งแต่การเริ่มต้นธุรกิจ

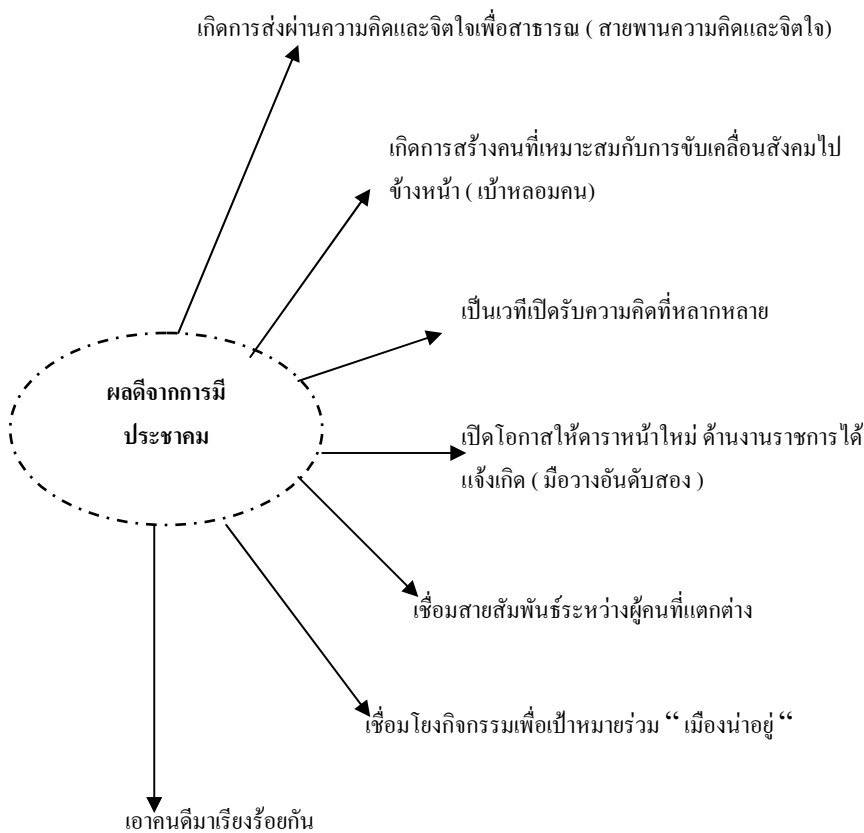
(2) ขั้นแสวงหา ประกอบไปด้วย (1) การแสวงหาเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร (2) การรวบรวมข้อมูลข่าวสาร

(3) ขั้นจัดการ ประกอบด้วย (1) การตรวจสอบและการประเมินข้อมูลข่าวสาร (2) การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและหาข้อสรุป (3) การจัดระบบ การบันทึก และการทำฐานข้อมูล (4) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (information distribution)

(4) ขั้นนำไปใช้ ประกอบไปด้วย (1) การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร และ (2) การประเมินผล

สำหรับกระบวนการของการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการนี้ มักเป็นปรากฏการณ์เสมอว่า การดำเนินงานตามกระบวนการนั้นมีลักษณะไม่ครบวงจร โดยส่วนเสียของวงจรที่มักขาดหายไปมากที่สุดก็คือ ส่วนท้ายสุดของกระบวนการได้แก่ **การประเมินผล** ดังที่คณะวิจัยประชาคมทับเที่ยงพบว่า ตลอดการดำเนินงานของประชาคมทับเที่ยง ไม่เคยมีการประเมินผลงานตามเป้าหมายเลย ไม่ว่าจะเป็นแผนงาน 1 ปี หรือแผนงาน 5 ปีก็ตาม ดังนั้น ถึงแม้การดำเนินงานจะมีปัญหาและทำให้ประชาคมไม่เติบโตตามที่คาดหวังเอาไว้ (ซึ่งก็แปลว่า ‘ก็รู้ผลอยู่แล้ว’) แต่เมื่อการขาดการประเมินผล ก็ทำให้ไม่ทราบว่ ‘เพราะเหตุใดจึงไม่ได้ผลตามที่คาด’

คณะวิจัยได้ทดลองประเมินผล โดยเล็งดูผลดี ๆ ที่เกิดขึ้นจากการมีประชาคม ดังนี้



ภาพที่ 28 : การประเมินผลดีจากการมีประชาคม

9. การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ

ในการวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการนั้น ในงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น ได้ค้นพบว่า เรื่องการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ มิใช่สิ่งแปลกใหม่เอี่ยมถอดด้ามสำหรับกลุ่ม/ชุมชน กล่าวคือ ในทุกกลุ่มทุกชุมชนมีการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการอยู่แล้ว เพียงแต่อาจจะเป็น ‘แบบเก่า’ หรือ ‘แบบใหม่’ เท่านั้น

ด้วยเหตุนี้ กลยุทธ์ที่สำคัญที่งานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น สนใจศึกษาก็คือ กลยุทธ์การผสมผสาน (hybridization) ซึ่งมีอยู่หลายสูตรผสม เช่น ในกรณีชุมชนบ้านครัวได้ผสมการสื่อสารในช่วงภาวะปกติมาสู่ภาวะวิกฤติ ส่วนงานวิจัยกลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์ ได้ถือเอาเองกลยุทธ์การผสมผสานนี้เป็นโจทย์การวิจัยเลยทีเดียว (ดูรายละเอียดต่อไป) ส่วนงานวิจัยประชาคมทับเที่ยงนั้น ก็ได้ข้อสรุปว่า ความล้มเหลวของประชามนั้น ส่วนหนึ่งก็เป็นเพราะในการผสมการสื่อสารนั้น กลุ่มแกนนำประชาคมหยิบเอาส่วนผสมของการสื่อสารแบบเดิมที่มีอยู่มาใช้น้อยเกินไป ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

ในที่นี้จะดูรายละเอียดของกลยุทธ์การผสมผสานจากงานวิจัยเรื่องกลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์ อย่างละเอียด

ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า ในยุคสมัยปัจจุบันของการพัฒนานั้น จะสนใจการนำเอา ‘ของเดิมที่มีอยู่’ มาผสมผสานกับ ‘ของใหม่ที่นำเข้ามา’ สำหรับตัวอย่างในเรื่องของการสื่อสารนั้น แต่เดิมนั้นชาวบ้านมักจะมีรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การพูดบอกกันปากต่อปาก หรือการบอกฝากต่อ ๆ กัน การสื่อสารในกลุ่มย่อย ฯลฯ แม้ว่ารูปแบบเหล่านี้ จะเป็นรูปแบบที่ชุมชนคุ้นเคย ใช้อย่างคล่องแคล่ว แต่ก็อาจมีข้อจำกัดบ้างเมื่อนำมาใช้กับกิจกรรมการพัฒนา เช่น กลุ่มออมทรัพย์ ตัวอย่างเช่น การพูดตัวเลขนั้น อาจจะคลาดเคลื่อนหรือผิดพลาดไป

ส่วนรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ ๆ เช่น การจัดเวทีชุมชน การศึกษาดูงาน การประชุม ฯลฯ รูปแบบเหล่านี้ มีประสิทธิภาพดีสำหรับกิจกรรมงานพัฒนาเช่นกลุ่มออมทรัพย์ แต่ทว่าก็เป็นรูปแบบที่ชุมชนไม่คุ้นเคย อาจจะเคอะเขินในการปฏิบัติ

ดังนั้น คณะวิจัยจึงมีข้อเสนอในการผสมผสานการสื่อสารทั้งแบบเก่าและแบบใหม่เข้ากัน โดยพิจารณาจากสภาพความเป็นจริงของแต่ละชุมชน เช่น ชุมชนชนบทหรือชุมชนเมือง ดังนี้

ชุมชนเมือง		ชุมชนชนบท(ตำบลเจนีง)	
การสื่อสาร กระบวนทัศน์เดิม	การสื่อสารกระบวน ทัศน์ใหม่	การสื่อสาร กระบวนทัศน์เดิม	การสื่อสาร กระบวนทัศน์ใหม่
1.ปากต่อปาก 2. ฝากบอกต่อ 3. เสียงตามสาย 4. ลายลักษณ์อักษร 5. การติดประกาศ 6. โทรศัพท์ 7. การสื่อสารกลุ่ม ย่อย (เน้นผู้ส่งสารเป็น หลัก) 8. การแจ้งข่าวจาก ผู้นำ/ เจ้าหน้าที่รัฐ	1. เวทีชุมชน 2. การรวมกลุ่ม กิจกรรม 3. การอบรมสัมมนา 4. การประชุม 5. การดูงาน 6. เครือข่ายกลุ่มออม ทรัพย์ชุมชนเมือง 7. การปฏิสัมพันธ์กับ หน่วยงานภายนอก 8. การสื่อสารกลุ่ม ย่อย (เน้นผู้ส่งสาร ผู้รับสารเท่ากัน)	1. ปากต่อปาก 2. ผู้นำความคิด/ ผู้นำ กลุ่มแจ้ง 3. หอกระจายข่าว 4. การประชุม (เน้นผู้ ส่งสารเป็นหลัก) 5. ลายลักษณ์อักษร 6. สื่อกิจกรรม ประเพณี 7. การสื่อสารกลุ่ม ย่อย (เน้นผู้ส่งสารเป็น หลัก)	1. ศึกษาดูงาน 2. เวทีชาวบ้าน 3. การเยี่ยมเยียนกัน 4. การประชุม (เน้น การมีส่วนร่วม) 5. การสื่อสารกลุ่ม ย่อย (เน้นผู้ส่งสารผู้รับ สารเท่ากัน) 6. การสร้างเครือข่าย

ภาพที่ 29 : เปรียบเทียบการสื่อสารแบบเดิมและแบบกระบวนทัศน์ใหม่

หากพิจารณาจากตารางข้างบนนี้ จะเห็นได้ว่า รูปแบบการสื่อสารแบบเดิมที่กลุ่มออมทรัพย์ชุมชนเมืองและตำบลเจนีงใช้เหมือนกัน ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารแบบปากต่อปาก ลายลักษณ์อักษร เสียงตามสาย หรือหอกระจายข่าว การสื่อสารกลุ่มย่อย (เน้นผู้ส่งสารเป็นหลัก) และการสื่อสารผ่านผู้นำกลุ่มหรือผ่านเจ้าหน้าที่รัฐ ส่วนการสื่อสารตามแบบกระบวนทัศน์ใหม่ที่กลุ่มออมทรัพย์ชุมชนเมืองและตำบลเจนีงใช้เหมือนกัน ได้แก่ เวทีชาวบ้าน หรือเวทีชุมชน การสื่อสารกลุ่มย่อย (เน้นผู้ส่งสารผู้รับสารเท่ากัน) ศึกษาดูงาน และการสร้างเครือข่าย

นอกจากนี้ คณะวิจัยพบว่า ชุมชนเมืองมีความหลากหลายในการใช้การสื่อสารตามกระบวนทัศน์ใหม่ มากกว่าชุมชนชนบท/ตำบลเจนีง ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาดูงาน การอบรมสัมมนาให้ความรู้ การปฏิสัมพันธ์และความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ตลอดจนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในระดับชุมชนเมืองที่สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสการพัฒนาในเชิงการบริหารจัดการที่มีรูปแบบและความพร้อมมากกว่า ในขณะที่ตำบลเจนีงมีความโดดเด่น และให้ความสำคัญกับสื่อกิจกรรมประเพณีที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่น ผสมกับการเยี่ยมเยียนและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน จึงกลายเป็นสื่อกลางในการผสมผสานความ

ร่วมมือของสมาชิกกลุ่มได้ อย่างไรก็ตาม กลุ่มออมทรัพย์ตำบลเจียงยังขาดการสื่อสารในรูปแบบของการส่งเสริมให้ความรู้อบรม หรือโอกาสในการศึกษาดูงาน รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือเกี่ยวกับการบริหารจัดการยังคงมีน้อย การพัฒนากลุ่มออมทรัพย์ตำบลเจียงจึงแสดงศักยภาพให้เห็นในลักษณะชาวบ้านคิดเอง ทำเอง บริหารจัดการด้วยสิ่งที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นตนเอง จากบทบาทการสื่อสารทั้ง 2 ชุมชน สามารถจำลองภาพให้เห็นกระบวนการทัศน์ใหม่ของการสื่อสารที่นำมาใช้ในการพัฒนากลุ่มออมทรัพย์ ดังรูปต่อไปนี้

กลุ่ม 1	บุคคล	ระดมสมอง แשרความคิด	แลกเปลี่ยนประสบการณ์	รู้เขา รู้เรา	กลุ่มออมทรัพย์/ ศูนย์สาธิต ต้นแบบ
			การจัดเวทีเรียนรู้		
กลุ่ม 2	บุคคล	การเชื่อมโยงเขียนกัน	Comm. กลุ่มย่อย/ สื่อ ลายลักษณ์อักษร	การศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนเรียนรู้	แบบอย่าง การดำเนินงาน
			รูปแบบ Comm. ใหม่ ของกลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์		
กลุ่ม	บุคคล	การสร้างเครือข่าย		การถอดประสบการณ์ และสรุปบทเรียน	การปฏิบัติปรับใช้ ประยุกต์บทเรียน
บุคคล	บุคคล				รู้ทางสมาชิก
กลุ่ม 2	กลุ่ม				ศึกษาดูงาน

ภาพที่ 30 : แผนภาพการสื่อสารตามแบบกระบวนทัศน์ใหม่

ตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารตามกระบวนการทัศน์ใหม่ มีดังนี้

(1) การเยี่ยมเยียนกันแบบกระบวนการทัศน์ใหม่ แต่เดิมนั้น ชุมชนเคยมีการเยี่ยมเยียนไปมาหาสู่กันอยู่ แล้ว แต่ทว่าอาจจะเป็นหน่วยระดับบุคคลต่อบุคคล หรือเป็นขอบเขตระหว่างเครือญาติ/คนรู้จักกัน และเนื้อหา ก็เป็นเรื่องส่วนตัว/เรื่องครอบครัว/การถามข่าวคราวสารทุกข์สุขดิบ/การขอความช่วยเหลือในระดับบุคคลและครอบครัว

จากรูปแบบการสื่อสารแบบดั้งเดิมนี้ กลุ่มออมทรัพย์ได้ยกระดับรูปแบบการสื่อสารดังกล่าว โดยปรับเปลี่ยนองค์ประกอบของการสื่อสารให้มารองรับกับกิจกรรมของกลุ่มออมทรัพย์ เช่น หน่วยของผู้เยี่ยมเยียนอาจจะขยายเป็นการเยี่ยมเยียนระหว่างกลุ่มต่อกลุ่ม การขยายขอบเขตจาก 'เครือญาติทางสายเลือด/หรือดอกร่วม' ก็ขยายขอบเขตเป็น 'เครือญาติด้านอุดมการณ์กลุ่มออมทรัพย์' ด้วยกัน และจากเนื้อหาที่เคยเป็น 'การพูดคุยเรื่องส่วนตัว/ครอบครัว' ก็ปรับเปลี่ยนมาเป็น 'การถามไถ่สารทุกข์สุขดิบ' เรื่องกิจกรรมการออมทรัพย์ และการให้ความช่วยเหลือกันในเรื่องการออมทรัพย์ระหว่างกลุ่มต่อกลุ่ม

(2) การจัดเวทีการเรียนรู้แบบกระบวนการทัศน์ใหม่ แต่เดิมนั้น การสื่อสารภายในกลุ่มออมทรัพย์จะมีรูปแบบการสื่อสารกลุ่มย่อยที่ผู้เข้าร่วมการสื่อสาร (communicator) มักจะเป็นแต่ผู้นำกรรมการเท่านั้น แม้ว่าการสื่อสารแบบเดิมนี้จะมีข้อเด่นตรงที่มีการจัดทำอย่างเป็นระบบ/เป็นทางการ เช่น มีการสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร (เช่น หนังสือเชิญประชุม การชี้แจงผลการดำเนินงานผ่านตัวหนังสือ) แต่ทว่าก็ยังมิจุดอ่อนอยู่หลายประการ เช่น

- ผู้ที่เข้าร่วมการสื่อสารยังจำกัดวงอยู่ในกลุ่มผู้นำ/กรรมการเท่านั้น
- การไหลเวียนของข่าวสารเป็นแบบทางเดียว คือ มีผู้นำแจ้งข่าวสารเท่านั้น
- เป็นการสื่อสารที่เน้นตัวผู้ส่งสารเป็นหลัก

จากรูปแบบการสื่อสารแบบเดิมดังกล่าว กลุ่มออมทรัพย์ได้ร่วมกันพัฒนารูปแบบการสื่อสารให้ยกระดับขึ้นมา โดยนำเอาการสื่อสารรูปแบบใหม่ เช่น การจัดเวทีการเรียนรู้ต่อยอดสวมเข้าไปให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

- ผู้ที่เข้าร่วมการสื่อสารจะมีทั้งผู้นำ/กรรมการ/และสมาชิก
- การไหลเวียนของข่าวสารจะเป็นแบบสองทาง
- เป็นการสื่อสารที่เน้นการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น/ระดมสมองจากผู้สื่อสารทุกคนที่เรียกว่า 'การจัดเวทีการเรียนรู้'

(3) การศึกษาดูงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยปกติชาวบ้านจะมีธรรมเนียมการท่องเที่ยวกันอยู่แล้ว จากการท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงบวกผสมกับการเปิดหูเปิดตารู้จักโลกกว้าง กลุ่มออมทรัพย์ได้ขยายรูปแบบการสื่อสารเพื่อความบันเทิงของการท่องเที่ยวมาเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบสาระ-บันเทิง ในรูปแบบของ

การศึกษาดูงานแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยกำหนดเป้าหมายปลายทางที่จะไปเที่ยวเป็นกลุ่มออมทรัพย์หรือศูนย์
สาธิตการตลาดที่ประสบความสำเร็จแล้วในหมู่บ้านหรือชุมชนอื่น ๆ

ในการยกระดับการสื่อสารจากการท่องเที่ยวมาเป็น 'ท่องเที่ยว/ดูงาน' นี้ จำเป็นต้องมีการปรับแต่ง
'กระบวนการสื่อสาร' ให้สอดคล้องกับกระบวนการทัศน์ใหม่ด้านการสื่อสารให้มากขึ้น เช่น ต้องแบ่งขั้นตอนการดู
งาน/ท่องเที่ยวออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ

- การเตรียมตัวก่อนไป ต้องมีการพูดคุยกันว่า เป้าหมายที่จะไปคืออะไร มีการทำความรู้จักพื้นที่ที่จะ
ไป มีการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น
- ขั้นระหว่างการเยี่ยมชม มีการซักถามข้อมูล แสวงหาการเรียนรู้เพื่อนำมาปรับใช้กับงานของกลุ่ม
คน
- ขั้นหลังการไป ต้องมีการมาพูดคุยสื่อสารกันว่า ได้มีการเรียนรู้อะไรบ้าง มีการประเมินผลว่า บรรลุ
เป้าหมายไหม มีการนำเอาการเรียนรู้มาปรับปรุงการทำงาน เป็นต้น

(4) การถอดประสบการณ์และสรุปบทเรียน ในธรรมเนียมของชุมชนนั้น หลังจากที่ได้ไป
เที่ยวชมสถานที่อื่น ๆ หรือหลังจากมีการจัดกิจกรรมแล้ว ก็มักจะมีธรรมเนียมมาพูดคุยเล่าสู่กันฟังแบบปากต่อ
ปาก แบบไม่เป็นทางการ แบบไม่เป็นประจำสม่ำเสมอ (มีเวลาก็จะทำ)

จากรูปแบบการสื่อสารดั้งเดิมนี้ กลุ่มออมทรัพย์ได้นำมายกระดับ โดยผสมเข้ากับรูปแบบการสื่อสาร
แนวใหม่ของการพัฒนา คือ 'การถอดประสบการณ์และสรุปบทเรียน' ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีความชัดเจน/
รัดกุมมากยิ่งขึ้น เช่น เป็น รูปแบบการสื่อสาร ของกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้สื่อสารจะเป็นสมาชิกที่ไปดูงานมา
กับสมาชิกกลุ่มที่ไม่ได้ไป เนื้อหาการสื่อสาร จะมีการระบุอย่างแน่นอนว่า จะจำกัดแต่เฉพาะเรื่องที่จะถอด
ประสบการณ์หรือสรุปบทเรียน มี หัวข้อประเด็นคำถาม ที่จะพูดคุยกันอย่างแน่นอน มีการกำหนด วาระ/
โอกาส ที่จะทำอย่างเป็นระบบ เป็นต้น

(5) การสร้างเครือข่าย อันที่จริงในแต่ละชุมชน จะมีการสร้างเครือข่ายกันอยู่แล้วระหว่างชุมชนต่อ
ชุมชน เช่น เครือข่ายของเครือญาติ มิตรสหาย ฯลฯ และเนื้อหาของเครือข่ายก็จะมีขอบเขตกว้างขวาง ตั้งแต่
เรื่องส่วนตัว การงาน เศรษฐกิจการทำมาหากิน สวัสดิการต่าง ๆ ฯลฯ

จากรูปแบบเครือข่ายอันเป็นรูปแบบการสื่อสารดั้งเดิมนั้น กลุ่มออมทรัพย์ได้ยกระดับขึ้นมาเป็น
'เครือข่ายในทัศนะใหม่' คือ เครือข่ายที่มีเนื้อหา/เป้าหมายแบบกลุ่มออมทรัพย์ โดยเริ่มตั้งแต่การสร้างเครือข่าย
ระดับผู้นำกลุ่มของแต่ละกลุ่ม ไปจนกระทั่งถึงระดับสมาชิกของกลุ่ม เพื่อมาเป็น 'ญาติกันทางการออมทรัพย์'
ซึ่งกลยุทธ์การยกระดับการสื่อสารในรูปแบบเครือข่ายนี้ กลุ่มออมทรัพย์ชุมชนเมืองที่มักจะมีปัญหาเรื่องการ
ขาดโครงข่ายสายสัมพันธ์แบบชนบทจะนำมาใช้อย่างมาก

จากการใช้กระบวนการใหม่ในการสื่อสารที่เกิดมาจากกลยุทธ์การปรับประสานระหว่างรูปแบบการสื่อสารแบบดั้งเดิมกับแบบใหม่ในลักษณะของ ‘การพบกันครึ่งทาง’ คณะวิจัยได้พบว่า รูปแบบการสื่อสารที่เกิดจากกระบวนการใหม่นี้ สามารถมีบทบาทในการเกื้อหนุนให้กิจกรรมงานพัฒนาของกลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์ ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์ได้มากยิ่งขึ้น และกระบวนการใหม่ด้านการสื่อสารนี้ สามารถจะนำไปประยุกต์ใช้ในกิจกรรมการพัฒนาอย่างอื่น ๆ ต่อไป

เอกสารงานวิจัยที่ประมวลวิเคราะห์(การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ)

1.ศุภางค์ นันตา และคณะ (2547)

“กระบวนการทัศน์ใหม่ในการสื่อสารเพื่อพัฒนากลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

2. โดยอัจฉริยา เนตรชัย และคณะ (2547)

“การพัฒนาแบบจำลองการจัดการกับข้อมูลข่าวสารเพื่อเสริมสร้างธุรกิจชุมชน” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

3. โดยอรุณีวรรณ นาศรีและคณะ (2547)

“การสื่อสารในการพัฒนาประชาคมตำบลเที่ยง” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

4.โคจิวัจน์ บุญประดิษฐ์ และคณะ (2547)

“การสื่อสารกับการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนบ้านครัวในกรณีพิพาทโครงการก่อสร้างถนนรวมและกระจายการจราจร” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

เอกสารอ้างอิง

- 1.กาญจนา แก้วเทพ กิตติ กันภัย ปาริชาติ สถาปิตานนท์(2543)
มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 2.ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร (2540)
ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรุ่นใหม่ ศูนย์วิจัยและผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก
- 3.นพ.บุชัย ศุภวงศ์ & ยุวดี คาคการณ์ไกล (บก.) (2540)
ประชาสังคม : ทรรศนะนักคิดในสังคมไทย , สำนักพิมพ์มติชน กทม.
- 4.ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2543)
รายงานการสำรวจสถานะความรู้เกี่ยวกับธุรกิจชุมชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- 5.Peck,M,S. (1987)
The Different Drum: Community - making and Peace ,NewYork : Simon & Schuster.

**บทสังเคราะห์ภาพรวมขององค์ความรู้ (ส่วนหนึ่ง)
ของงานวิจัยเรื่องการสื่อสารการเกษตรในประเทศไทย
(2544-2547)**

โดย
ดร.กาญจนา แก้วเทพ

เอกสารฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการสังเคราะห์ภาพรวมของงานวิจัยใน
โครงการวิจัยชุด”การสื่อสารเพื่อชุมชน”

**สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
(สกว.)**

เมษายน 2548

เอกสารชุดที่ 8

บทสังเคราะห์ภาพรวมการวิจัยเรื่องการสื่อสารการเกษตร
2544-2547

สารบัญ

1. บทนำ : ที่มาของงานวิจัยในชุดโครงการ
2. การวิเคราะห์การสื่อสารการเกษตรตามองค์ประกอบการสื่อสาร
 - 2.1 การวิเคราะห์ผู้ส่งสาร
 - 2.2 การวิเคราะห์ผู้รับสาร
 - 2.3 การวิเคราะห์ประเด็นเรื่องสื่อ
 - 2.4 การวิเคราะห์เนื้อหาสาร
3. การวิจัยหน่วยงานรัฐด้านการสื่อสารการเกษตร
 - 3.1 เอกลักษณ์ของงานวิจัย
 - 3.2 ที่มาของงานวิจัย
 - 3.3 ความจำเป็นของการศึกษาบริบทชุมชน
 - 3.4 เรียนรู้จากศูนย์เรียนรู้ของชุมชน
 - 3.5 การสำรวจความต้องการและการตอบสนองความต้องการของชุมชนจากศูนย์บริการ

บทสังเคราะห์ภาพรวมงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารการเกษตร
2544-2547

กาญจนา แก้วเทพ

1. บทนำ : ที่ทางของงานวิจัยในชุดโครงการฯ

เพื่อการที่จะเข้าใจสถานภาพของงานวิจัยชุด “การสื่อสารเพื่อการเกษตร” ในชุดโครงการวิจัย “การสื่อสารเพื่อชุมชน” (จากนี้จะเรียกว่า “โครงการฯ”) ให้ดีขึ้น จำเป็นต้องมีการลองทาบงานวิจัยชุดนี้ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 3 ชิ้น เข้ากับงานวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อการเกษตรที่เคยมีมาก่อน ทั้งนี้เพื่อให้เห็นจุดร่วมที่งานวิจัยในชุดโครงการฯ นี้มีอยู่เช่นเดียวกับงานวิจัยที่มีมา แต่ในเวลาเดียวกัน ก็เพื่อให้เห็นรอยแยก ของงานวิจัยในชุดโครงการฯ นี้ที่แตกต่างไปจากงานวิจัยการสื่อสารการเกษตรในอดีต

ในชุดโครงการนี้มีงานวิจัยที่เกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารการเกษตรอยู่ 3 ชิ้นคือ

1. โครงการวิจัยเรื่องกระบวนการสื่อสารเพื่อขยายผลของการทำเกษตรโดยไม่ใช้สารเคมี โดยจำรัส เสือดีและคณะ ซึ่งทำงานอยู่ในมูลนิธิร่วมพิจิตร จ. พิจิตร (2547) (จากนี้จะเรียกว่างานวิจัยการเกษตรไม่ใช้สารเคมี)

2. โครงการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อพัฒนาการเกษตรทฤษฎีใหม่ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช” โดยพรทิพย์ เย็นจะบกและคณะ (2547) ซึ่งศึกษากลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมในโครงการทำการเกษตรตามแผนพระราชดำริใน 2 จังหวัดคือ ชลบุรี และเพชรบุรี (2547) (จากนี้จะเรียกว่า “งานวิจัยทฤษฎีใหม่”)

3. โครงการวิจัยเรื่อง “รูปแบบและกลยุทธการสื่อสารเพื่อพัฒนาแบบมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีฯ ศูนย์เรียนรู้ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง” โดยกมลรัตน์ อิศรทัศน์และคณะ(2547) ที่ศึกษาหน่วยงานรัฐรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีฯ” ใน 4 จังหวัดคือ จันทบุรี ระยอง เพชรบุรี และชัยนาท (จากนี้จะเรียกว่า “งานวิจัยศูนย์บริการฯ”)

จุดร่วมและจุดต่างระหว่างงานวิจัยทั้ง 3 ชิ้นกับงานวิจัยที่มีมาในอดีตมีดังนี้

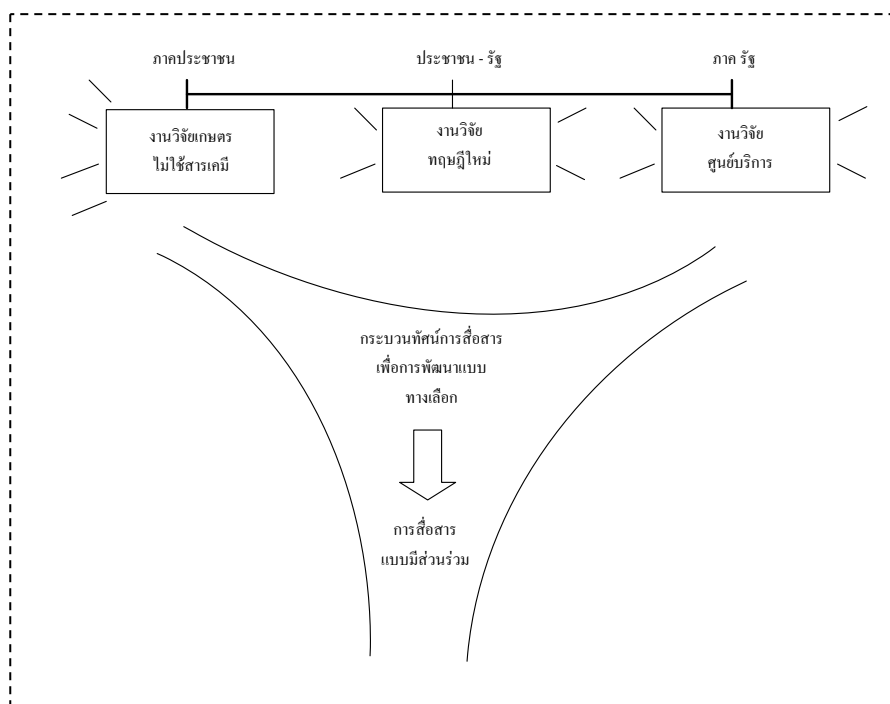
(1) **หน่วยที่ศึกษา** (unit of analysis) งานวิจัยไม่ใช้สารเคมีโดยจำรัสและคณะซึ่งนักวิจัยบางท่านทำงานเป็นเจ้าหน้าที่ในองค์กรเอกชนคือมูลนิธิร่วมพิจิตรและบางท่านทำงานเป็นอบต.ในระดับท้องถิ่นนั้น ได้ใช้หน่วยทำการศึกษเป็นภาคเกษตรกรโดยตรง

ส่วนงานวิจัยศูนย์บริการฯ โดยกมลรัฐและคณะนั้น ได้ทำการศึกษานักเรียนของโรงเรียนที่ปรับเปลี่ยนมาจากหน่วยงานเดิมคือ เกษตรตำบล ในขณะที่งานวิจัยทฤษฎีใหม่โดยพรทิพย์และคณะนั้น

ศึกษาการไหลของข้อมูลข่าวสารตั้งแต่หน่วยงานของรัฐเชื่อมต่อลงมาถึงกลุ่มของประชาชน (เครือข่ายเกษตรกร)

การเลือกหน่วยที่ศึกษาเป็นภาครัฐ ภาคประชาชน ภาครัฐ – ประชาชน เช่นนี้อาจจะไม่ใช่วิธีใหม่ด้านการสื่อสารทางการเกษตร หากทว่าเพราะว่าจุดที่อาจจะเปลี่ยนไปจากวิธีการศึกษาแบบเดิมก็คือ การปรับเปลี่ยนทัศนะมุมมอง อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ใหม่ในเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ซึ่งแต่เดิมนั้น เมื่อใช้กระบวนทัศน์การทำประเทศ (สังคมนิยม) ให้ทันสมัย (Modernistic Paradigm) สังคมชนบท / ภาคเกษตรกร – ประชาชนจะถูกมองว่าเป็นภาคที่ล้าหลัง ส่วนรัฐนั้นจะเป็น “ภาคที่ทันสมัยและเป็นผู้นำในการพัฒนา” (change agent) ดังนั้นความรู้ / ความเข้าใจเรื่องการพัฒนาจึงจะไหลจากภาครัฐไปสู่ภาคประชาชน

แต่ในงานวิจัยทั้ง 3 ชิ้นนี้ได้ใช้กระบวนทัศน์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาอีกแบบหนึ่งที่เรียกว่า กระบวนทัศน์แบบทางเลือก (Alternative Paradigm) ในกระบวนทัศน์นี้เชื่อว่าในกลุ่มเกษตรกรนั้นมีภูมิปัญญา มีความรู้การพัฒนาอยู่ในแบบของเขา ดังนั้นรัฐจึงต้องเปลี่ยนบทบาทจากผู้นำมาเป็นผู้สนับสนุน (external support) หรือเป็นผู้ช่วยอำนวยความสะดวกในการพัฒนา (facilitator) และจะต้องศึกษาเรียนรู้จากประชาชนเสียก่อน (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป) รวมทั้งต้องสร้างความสัมพันธ์แบบเสมอภาคเคียงบ่าเคียงไหล่ ผลัดเปลี่ยนกันเรียนรู้ระหว่างรัฐกับประชาชน



ภาพที่ 1 : ภาพรวมของงานวิจัยชุดการสื่อสารเกษตร

(2) ประเด็นที่ศึกษา : นวัตกรรม ในช่วงเวลาที่ผ่านมาแห่งยุคสมัยของการพัฒนาการเกษตรนั้น ทฤษฎีที่นับเป็นธงชัยที่บอกชะบัตอยู่ในเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ก็คือ ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation) ถึงแม้คำว่า “นวัตกรรม” จะกินความกว้างขวางว่า หมายรวมถึงตั้งแต่ แนวความคิดใหม่, วัตถุแบบใหม่, วิธีการปฏิบัติแบบใหม่, ทั้งที่อาจจะเกิดขึ้นมาจากภายในสังคมนั้น หรือนำมาจากภายนอก แต่ทว่า ในภาคปฏิบัติแล้ว นวัตกรรมที่เข้ามาสู่ภาคการเกษตรของไทยในช่วงทศวรรษ 1950-1970 ก็ล้วนแล้วแต่เป็นนวัตกรรมที่นำมาจาก ภายนอก เป็นส่วนใหญ่ เช่น การใช้เครื่องจักรกลในการเกษตรแทนการใช้แรงงานสัตว์ การใช้สารเคมีแทนสารสมุนไพรกำจัดแมลง การใช้ปุ๋ยเคมีแทนปุ๋ยหมัก ฯลฯ

หากทว่าในงานวิจัยทั้ง 3 ชิ้นนี้ นวัตกรรมที่นำมาใช้นั้น เริ่มตั้งแต่แนวคิดทฤษฎีใหม่ซึ่งเป็นพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวไปจนกระทั่งถึงวิธีการค้นคิดการดำเนินงานโดยไม่ใช้สารเคมี และการปรับปรุงศูนย์บริการ ฯ ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐให้กลายเป็น “จุดบริการจุดเดียว” (one stop service) นั้น ล้วนแล้วแต่เป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นมาจาก ภายใน คือ “ทำขึ้นในประเทศไทย” (Made in Thailand) ทั้งสิ้น

กระบวนการสร้างนวัตกรรมใหม่ที่เป็นทั้งแนวคิดและแนวปฏิบัติแบบ “ทำขึ้นในประเทศไทย” นั้น ใช้กลยุทธ์ที่สำคัญ คือ “การผสมผสาน” (Hybridization) ตัวอย่างเช่น นวัตกรรมเรื่องทฤษฎีใหม่นั้น มีรากฐานที่ลึกซึ้งคือ เศรษฐกิจพอเพียงที่เป็นฐานความคิดเก่าของไทยที่ก่อร่างวิถีคิดด้านเศรษฐกิจมาจากปรัชญาพุทธศาสนา คือ “การรู้จักพอ” บวกผสมกับองค์ความรู้เชิงเทคนิคแบบใหม่ด้านการเกษตร คือ การจัดการพื้นที่ดิน (land / field management) ในเรื่องการแบ่งสัดส่วนว่า พื้นที่เท่าใด ควรใช้ทำการเกษตรแบบใดบ้าง

เช่นเดียวกับนวัตกรรมเรื่องการทำงานเกษตรโดยไม่ใช้สารเคมีที่คณะวิจัยพบว่า เนื้อหาที่ใช้ในการฝึกอบรมแกนนำที่เรียกว่า โรงเรียน วปอ. ภาคประชาชน จะประกอบด้วยการทบทวนไตร่ตรองชีวิตให้รู้จักการทำงานเกษตรแบบพอเพียง ซึ่งเคยเป็นวิถีชีวิตแบบเดิมของเกษตรกร แต่ในเวลาเดียวกัน สำหรับองค์ความรู้เชิงเทคนิคแบบใหม่เกี่ยวกับการทำสารทดแทนสารเคมีป้องกันแมลงนั้น หรือการทำปุ๋ยชีวภาพโดยใช้กากน้ำตาล กลุ่มเกษตรกรแกนนำก็ได้นำความรู้การทดลองแบบใหม่เข้าไปใช้

ในส่วนนวัตกรรมการปฏิรูประบบและวิธีการปฏิบัติของหน่วยงานรัฐ ที่เรียกว่า ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีนั้น กมลรัตน์และคณะพบว่า นวัตกรรมทั้งด้านแนวคิดและแนวปฏิบัติ นั้น อาจถือเป็นการ “พลิกกลับอีกข้างหนึ่ง” (Turn-upside down) ของการทำงานพัฒนาแบบรัฐเคย กล่าวคือ

ของเดิม	→	ของใหม่
● สูตรเดียวกันทั่วประเทศ ● วิธีการทำงานจากบน ⇨ ลงล่าง ● เอารัฐเป็นตัวตั้ง / ศูนย์กลาง	→	● สูตรใครสูตรมัน แล้วแต่ท้องถิ่น ● จากล่าง ⇨ ขึ้นบน ● ไหลตามแนวนอน ● ผลัดกันเรียนรู้แลกเปลี่ยน ● เอาชุมชนเป็นตัวตั้ง / ศูนย์กลาง

ภาพที่ 2 : การพลิกกลับด้านแนวคิดในงานวิจัยศูนย์บริการ

เราจะกล่าวถึงรายละเอียดของข้อค้นพบเกี่ยวกับรูปลักษณะของหน่วยงานรัฐโฉมหน้าใหม่ในตอนต่อไป แต่ที่จะระบุในที่นี้ก็คือ การทำศัลยกรรมตกแต่งโฉมหน้าใหม่ของรัฐดังกล่าว นั้น คณะวิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ให้ดูต้นแบบมาจากศูนย์เรียนรู้ที่ประชาชนในชุมชนจัดตั้งขึ้นมาแล้ว มาดัดแปลงให้เข้ากับกรอบของหน่วยงานรัฐ

(3) การแพร่กระจายนวัตกรรม : เส้นทางแบบไทย ๆ (Diffusion of Innovation) ในอดีตที่ผ่านมา นักวิจัยการสื่อสารการเกษตรของไทยจะถือเอาแนวคิดทฤษฎีเรื่องการแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นตัวตั้ง ซึ่งเนื้อหาหลักของทฤษฎีนี้ก็คือ การระบุขั้นตอนของการแพร่กระจายและบทบาทของสื่อแต่ละประเภทที่จะเข้ามามีส่วนสำคัญในแต่ละขั้นตอน ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 3 : ขั้นตอนของการแพร่กระจายและบทบาทของสื่อแต่ละประเภท

ข้อค้นพบที่สำคัญของพรทิพย์และคณะในการดำเนินงานวิจัยเรื่องทฤษฎีใหม่นี้คือ เนื่องจากเนื้อหาข่าวสารของทฤษฎีใหม่นั้น ผู้ส่งสารคือ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวนั้น ทรงเป็นที่รักและศรัทธาของพสกนิกรไทยอย่างถ้วนหน้า ดังนั้น เมื่อพระองค์มีพระราชดำรัสเกี่ยวกับทฤษฎีใหม่และเผยแพร่ให้ประชาชน/เกษตรกรไทยได้รับรู้ ด้วยความศรัทธาและไว้วางใจในผู้ส่งสาร (credibility and trustworthiness) คณะวิจัยจึงพบว่าขั้นตอนที่ 1 /2 /3 ซึ่งตามปกติ จะเป็นขั้นตอนที่ผู้ส่งสารต้องใช้เวลามากกว่าจะแพร่กระจาย โฉม่น้าว และทำให้ยอมรับ แต่ในงานวิจัยทฤษฎีใหม่นี้ ขั้นตอนทั้ง 3 ขั้นตอนนั้น ต่างยุบตัวรวมกันเป็นขั้นตอนเดียวเลย กล่าวคือ เมื่อได้รับรู้ข่าวสาร / ข้อมูล เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์ก็ระบุว่า พวกตนยินดีที่จะปฏิบัติตามกระแสพระราชดำรัสเลย

ข้อค้นพบนี้หมายความว่า ในวัฒนธรรมการสื่อสารของไทยนั้น ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ความศรัทธาของผู้รับสาร ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งกับผู้รับสาร อาจจะมีค่าสำคัญมากกว่าหรืออย่างน้อยก็พอ ๆ กันกับ “ตัวสื่อ” และ “ตัวสาร” หรืออาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยมนุษย์และความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ (sender-receiver) เป็นตัวแปรที่ต้องพิจารณาให้มากพอ ๆ กับปัจจัยที่ไม่ใช่มนุษย์ (message-channel-media)

นอกจากนั้น ในเรื่องแหล่งข่าวสารที่เป็นสื่อที่จะมีบทบาทในแต่ละขั้นตอน คณะวิจัยงานเรื่องทฤษฎีใหม่นี้ยังพบอีกว่า ในสังคมชนบทของไทยนั้น แหล่งข่าวสารมีได้ค้อย ๆ มาที่ละประเภทอย่างเป็นลำดับขั้นตามแบบจำลอง (เริ่มด้วยสื่อมวลชนแล้วจึงค่อยถึงสื่อบุคคล) แต่ทว่าในกรณีของเกษตรกรไทย จะเปิดรับและแสวงหาข่าวสารจากทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไปพร้อม ๆ กัน โดยเฉพาะสื่อบุคคลที่ใกล้ชิด เช่น เพื่อนบ้าน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็นว่า ลักษณะความสัมพันธ์ของเกษตรกรไทยในชนบทนั้นยังเหนียวแน่นอยู่ ชาวนาไทยมิได้แตกแยกเป็นปัจเจกชนที่โดดเดี่ยว

ในปี พ.ศ. 2532 กิตติพลเคยวิจัยเรื่องบทบาทของสื่อแต่ละประเภทที่มีบทบาทในขั้นตอนของการตัดสินใจปลูกถั่วเหลืองของเกษตรกร อ. แมริม จ. เชียงใหม่ และพบว่าใน 4 ขั้นตอนของการตัดสินใจนั้น เกษตรกรมีการเปลี่ยนแปลงแหล่งข่าวสารอย่างมีเหตุมีผลรองรับ เช่น

-ขั้นตอนตื่นตัวและสนใจ แหล่งข่าวสำคัญ คือ เพื่อนบ้านและญาติพี่น้อง เนื่องจากเพื่อนบ้านเคยมีประสบการณ์มาก่อนแล้ว สามารถสื่อสารสองทางซักถามข้อข้องใจได้ มีความเป็นกันเอง และมีสถานภาพเดียวกัน (homophily)

-ขั้นตอนของการชั่งใจ (ประเมินผล) ว่าจะลงมือทำตามหรือไม่ แหล่งข่าวสารที่สำคัญคือการให้เยี่ยมชมแปลงสาธิตหรือแปลงปลูกของเพื่อนบ้าน ด้วยเหตุผลว่า สามารถนำผลการปฏิบัติหรือผลการใช้ของแต่ละคนมาเปรียบเทียบกัน ได้เห็นขั้นตอนการปฏิบัติ วิธีการใช้ การ

ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย จึงต้องเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสาร “จากการพูดคุย” ไปเป็น “การดูให้เห็นกับตา” เพราะเป็นเนื้อหาสาระที่เกี่ยวกับ “กระบวนการ” (process)

-ขั้นตอนกำลัง/ลงมือทดลอง แหล่งข่าวสารที่สำคัญ คือ พ่อค้าผลิตภัณฑ์เคมีและวัสดุอุปกรณ์เพื่อการเกษตร เนื่องจากมีความรู้ความเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ สามารถให้คำแนะนำวิธีการใช้หรือข้อปฏิบัติที่เข้าใจได้ง่าย

-ขั้นตอนการยอมรับสุดท้าย แหล่งข่าวสารที่สำคัญคือ ผลจากการลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง และการเปรียบเทียบกับประสบการณ์ของคนอื่น ๆ

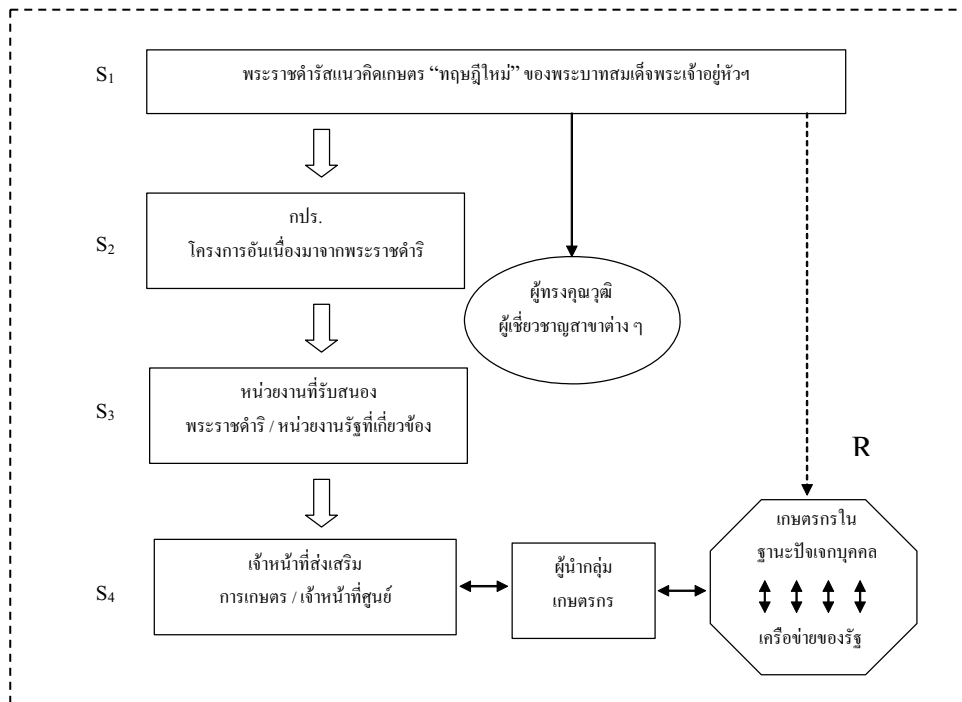
ในงานวิจัยทฤษฎีใหม่ของพรทิพย์และคณะก็พบผลที่คล้ายคลึงกันว่า เกษตรกรมีการเลือกเปลี่ยนแหล่งข่าวสารให้สอดคล้องกับเนื้อหาสาระที่พัฒนาไปในแต่ละขั้นตอน คือ

-ขั้นตอนที่ 1 ขั้นรับรู้ / โน้มน้าว / ยอมรับ สื่อที่เข้ามามีบทบาทคือ สื่อมวลชน (โทรทัศน์) และสื่อบุคคล อันได้แก่เกษตรตำบลและเจ้าหน้าที่ทั้งในโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ (ซึ่งน่าจะเป็นเพราะว่า เนื้อหาเรื่องทฤษฎีใหม่เป็นเนื้อหาใหม่และเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็น “ผู้รับสารแถวหน้าแรกสุด” ของนวัตกรรมนี้)

-ขั้นตอนที่ 2 : ขั้นลงมือปฏิบัติและแสวงหาความรู้ สื่อที่เข้ามามีบทบาทมากที่สุดได้แก่สื่อเฉพาะกิจ อันได้แก่ การอบรมและเครือข่ายการสื่อสารของเกษตรกรเอง ซึ่งเครือข่ายการสื่อสารนี้จะมีบทบาทอย่างมากในการเสริมสร้างศักยภาพการเรียนรู้ การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม เช่น กระบวนการทบทวนตนเอง (ปรัชญาเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง) ซึ่งเป็นเนื้อหาเชิงลึกมิใช่เป็นด้านเทคนิคเท่านั้น หรือการสื่อสารเพื่อกิจกรรมทางสังคม ซึ่งความสำคัญของเครือข่ายนี้จะส่งผลโดยตรงถึงการเปิดรับข่าวสาร การแสวงหาข่าวสาร และการสื่อสารเพื่อการยอมรับนวัตกรรม

-ขั้นตอนที่ 3 คือขั้นตอนการยืนยันกับการใช้นวัตกรรมที่รับมา ในขั้นตอนนี้เครือข่ายการสื่อสารก็ยังมีบทบาทสำคัญที่สุด

งานวิจัยเรื่องทฤษฎีใหม่นี้ได้แสดงให้เห็นกระบวนการไหลของข่าวสารที่เดินทางผ่านรอยต่อระหว่างสื่อประเภทต่าง ๆ โดยที่สื่อต้นทางของข่าวสารนั้นจะเป็นสื่อของหน่วยงานรัฐระดับต่าง ๆ และค่อย ๆ ไหลไปสู่ที่เป็นของภาคประชาชน (เครือข่ายการสื่อสาร) ซึ่งแสดงให้เห็นโครงข่ายการเชื่อมต่อที่เป็นแบบจำลองที่น่าพิจารณาใช้สำหรับการสื่อสารด้านการเกษตรของไทย



ภาพที่ 4 : การไหลของข่าวสารในแนวทฤษฎีใหม่

จากแผนภาพที่แสดงมาข้างต้นนี้ เมื่อใช้แนวคิดด้านการสื่อสารในเรื่องช่องทางการไหลของข่าวสารและเนื้อหาสารที่กล่าวเอาไว้ว่า ยิ่งข่าวสารที่ไหลจากผู้ส่งสารรายแรก (S1) ผ่านช่องทางการไหล (S2-S3-S4) มากเท่าใดกว่าจะถึงผู้รับ ก็เกิดปัญหาว่า จะมีกระบวนการควบคุมเนื้อหาและความหมายของข่าวสารได้อย่างไร (Message and Meaning Control) เพราะยิ่งผ่านปริมาณช่องทางจำนวนมาก โอกาสที่ข่าวสารจะตกหล่น ถูกต่อเติม หรือผิดเพี้ยนก็จะมีมากยิ่งขึ้น (อันเป็นแนวคิดเรื่องทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงสาร) และนี่เป็นโจทย์การวิจัยที่สำคัญข้อหนึ่งของงานวิจัยเรื่องทฤษฎีใหม่

ในท้ายที่สุด งานวิจัยเรื่องการแพร่กระจายนวัตกรรมด้านการเกษตรที่ผ่านมาในอดีตก็ให้ข้อสังเกตว่า การที่เกษตรกรจะนำเอาความรู้ไปใช้ปฏิบัติได้จริงนั้น จำเป็นต้องมีเงื่อนไขปัจจัยที่เอื้ออำนวยด้วย เช่น การปลูกข้าวพันธุ์ใหม่จะต้องมีเงินลงทุนซื้อปุ๋ย จะต้องมีที่ดิน จะต้องมีความรู้มากพอสำหรับการดูแล เป็นต้น สำหรับในงานวิจัยในชุดโครงการนี้ พรทิพย์และคณะได้วิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารและส่งผลต่อการยอมรับแนวคิดเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากปัจจัยที่มีผลมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด คือ

- (1) ปัจจัยด้านหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน เช่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริม การเกษตร
น้ำพรี ฯลฯ

- (2) ปัจจัยด้านฐานะทางเศรษฐกิจของเกษตรกรเอง
- (3) ปัจจัยด้านบุคคล เช่น ความเคารพศรัทธาต่อผู้ส่งสาร
- (4) ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์และผลผลิตในท้องถิ่น เช่น พื้นที่มีแหล่งน้ำให้ขุดได้
- (5) ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังที่ได้กล่าวแล้วว่า แนวคิดทฤษฎีใหม่นั้น มีส่วนผสมของแนวคิดเดิมอยู่ ดังนั้น หากเกษตรกรมีภูมิปัญญาดั้งเดิมหลงเหลืออยู่มาก ก็จะตอบรับได้โดยง่าย

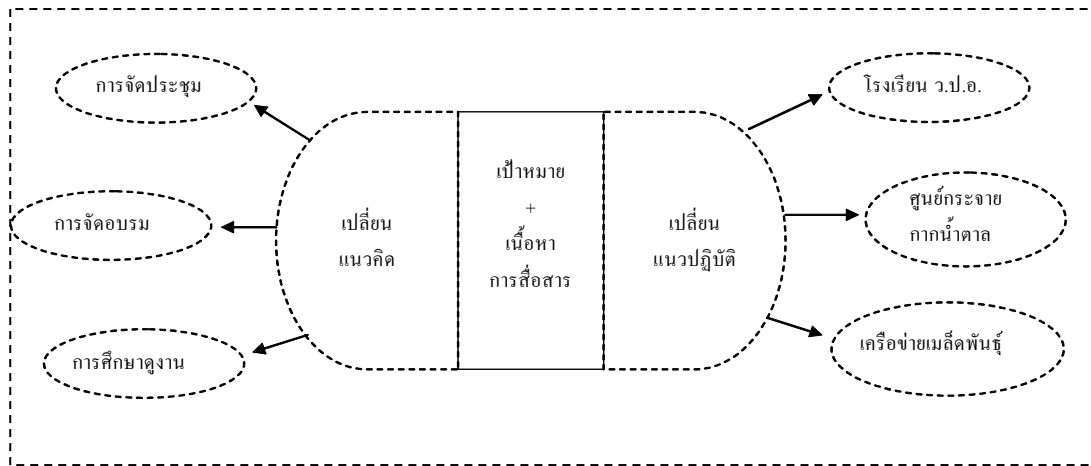
(4) **ลักษณะเฉพาะของการสื่อสารการเกษตร** เมื่อเปรียบเทียบเรื่องการสื่อสารการเกษตรกับการสื่อสารในประเด็นอื่น ๆ เช่น การสื่อสารการเมือง เราจะพบว่า เนื้อหาของการสื่อสารการเกษตรนั้น จะมีลักษณะเฉพาะตัวหลายประการ เช่น

- เป็นเนื้อหาที่มีทั้งระดับแนวคิดและแนวทางการลงมือปฏิบัติ เนื่องจากการเกษตรเป็นเรื่องของการทำมาหากิน เป็นเรื่องของวิถีชีวิต ความเป็นความตายของผู้สื่อสาร ดังนั้น ความรู้ด้านการเกษตรจึงมิใช่ความรู้ที่มีไว้ประดับตัวเฉย ๆ หรือมีแต่ “ความรู้ท่วมตัว ปฏิบัติจริงไม่ได้ ก็เอาตัวไม่รอด” ด้วยเหตุนี้ รูปแบบการสื่อสารเรื่องการเกษตรจึงต้องมีเป็น “ระบบรากคู้ขนาน” อยู่เสมอ คือ ทั้งการเปลี่ยนแปลงแนวคิดและการให้แนวทางการปฏิบัติ

ในงานวิจัยการเกษตรไม่ใช้สารเคมี จำรัสและคณะฯ จึงพบว่า การสื่อสารที่กลุ่มแกนนำในชมรมเกษตรธรรมชาติและอาหารปลอดภัยพิษคันคิดขึ้นมานั้น จะมีอยู่ 6 กิจกรรมคือ

1. การจัดประชุม
2. การจัดอบรม
3. การศึกษาดูงานในที่ต่าง ๆ
4. โรงเรียน วปอ. ภาคประชาชน (เป็นการเข้าอบรมทบทวนชีวิตอย่างเข้มข้น)
5. ศูนย์กระจายกากน้ำตาล (สำหรับทำปุ๋ยและสารชีวภาพป้องกันแมลง)
6. เครือข่ายเมล็ดพันธุ์

หากแยกประเภทของกิจกรรมทั้ง 6 นี้ จะเห็นว่า 3 กิจกรรมแรกจะมีเป้าหมายและเนื้อหาที่ปรับเปลี่ยนระดับแนวคิด และ 3 กิจกรรมหลังจะมีเป้าหมายและเนื้อหาที่นำไปสู่การลงมือปฏิบัติ และใน 3 หัวข้อหลังนี้ก็มีกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัฏจักรหรือองค์ประกอบของการเกษตรคือ เปลี่ยนคน / เปลี่ยนปุ๋ย / เปลี่ยนเมล็ดพันธุ์พืช



ภาพที่ 5 : กิจกรรมในงานวิจัยเกษตรกรไม่ใช้สาร

2. การวิเคราะห์การสื่อสารการเกษตรตามองค์ประกอบการสื่อสาร

เพื่อให้ง่ายแก่การติดตามทำความเข้าใจ ในที่นี้จะแยกแยะการนำเสนอเรื่องการสื่อสารการเกษตรตามองค์ประกอบ 5 ส่วนของการสื่อสารคือ S-M-C-R-E ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ผู้ส่งสาร

เป็นที่น่าสังเกตว่า งานวิจัยการสื่อสารการเกษตรในอดีตนั้น มักจะศึกษา**สื่อบุคคล**ที่เป็นแหล่งข่าวจำกัดอยู่ไม่กี่ประเภท เช่น เกษตรอำเภอ เกษตรตำบล (เจ้าหน้าที่รัฐ) ในช่วงเวลาที่เชื่อว่าการรู้ด้านการเกษตรอันทันสมัยจะอยู่ในภาครัฐ หรือจะศึกษาปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำตามธรรมชาติ ในยุคสมัยที่เชื่อว่า ความรู้ภูมิปัญญาแท้จริงจะอยู่ในท้องถิ่น ในระหว่างปลายทั้ง 2 ข้างนี้มี “แหล่งข่าวสารที่หลุดรอดสายตานักวิจัยไปได้อย่างลอยนวล”

ในปี พ.ศ. 2527 สุมาลีพบว่า ในขณะที่เกษตรกร อ. บ้านแพ้ว จ.สมุทรสาคร เปิดรับข่าวสารจากเอกสารเผยแพร่ของทางการในระดับปานกลางเท่านั้น แต่ 3 ใน 4 ของเกษตรกรทั้งหมดได้รับข่าวสารเรื่องการใช้สารเคมีจากเจ้าของร้านยาและตัวแทนจำหน่ายยา เช่นเดียวกับที่นิคม (2532) ที่ศึกษาการใช้สารเคมีของชาวนาสวนส้ม จ.ปทุมธานี และพบว่า เกษตรกรระบุว่าไม่มีเวลาจะไปพบปะเจ้าหน้าที่ทางการเกษตรหรือไปร่วมประชุม แต่ทว่าในสัปดาห์หนึ่ง ๆ สถานที่ที่เกษตรกรต้องไปเป็นประจำก็คือ ร้านขายยาปราบศัตรูพืชและตลาด สถานที่เหล่านี้คือแหล่งช่องทางข่าวสารที่สำคัญและต่อเนื่องซึ่งไม่ค่อยมีงานวิจัยศึกษา

ด้วยเหตุนี้ จึงมีข้อเตือนใจนักการสื่อสารเพื่อการพัฒนาโดยเฉพาะนักวางแผนสื่อว่า เราจำเป็นต้องตระหนักถึงข้อเท็จจริงประการหนึ่งที่ว่า **เรามีผู้ผูกขาดเพียงรายเดียวในเรื่องการสื่อสารการเกษตร** ในสภาพความเป็นจริงมีแหล่งข่าวสารมากมายหลายแหล่งที่ชาวบ้านกำลังใช้อยู่ และทิศทางของข้อมูลข่าวสารก็อาจจะขัดแย้งกัน กล่าวคือ ในพื้นที่แห่งความคิดของเกษตรกร

นั้นไม่ว่างเปล่ากว้างอย่างแน่นอน และบางที่แหล่งข่าวสารจากเราอาจจะเป็นเพียงเศษเสี้ยวเล็ก ๆ เมื่อเทียบกับแหล่งข่าวสารอื่น ๆ อันเนื่องมาจากเหตุผลที่กมลรัฐและคณะระบุว่า กำลังเจ้าหน้าที่ของศูนย์บริการฯ นั้นมีน้อยอย่างไม่อาจจะเปรียบเทียบกับร้านขายของชำและร้านขายยาปราบศัตรูพืช

ฉะนั้น ในแง่แหล่งข่าวสาร / ผู้ส่งสาร เราจึงกำลังอยู่ในโลกของ “หลายแหล่งข่าวสาร ประชันกัน” (Competing source) และเราจะรู้จักแต่ “แหล่งข่าวสารของเรา” อย่างดีเท่านั้นยังไม่เพียงพอ หากทว่า เราจะต้อง “รู้ทั้งเขา และรู้ทั้งเรา”

คณะวิจัยเรื่องการเกษตรไม่ใช้สารเคมีไม่ได้หลงลืมข้อเท็จจริงที่กล่าวมาข้างต้นนั้นเลย และถึงแม้จะอยากลืมก็คงลืมไม่ลง เพราะ จ.พิจิตร มีการใช้สารเคมีมากเป็นอันดับ 5 ของประเทศ ซึ่งหมายความว่า ต้องมีร้านและตัวแทนจำหน่ายสารเคมีแบบปูพรมกระจายไปทั่วทั้งจังหวัด

คณะวิจัยได้ทำการตรวจสอบแบบ “รู้เขารู้เรา” ในเรื่องการสื่อสารเพื่อการใช้ / ไม่ใช้สารเคมีอย่างครบถ้วนกระจ่างนี้ (ก่อนระยะวิจัย)

ขั้นตอนการส่งสาร	เกษตรเคมี	เกษตรไม่ใช้สารเคมี
ผู้ส่งสาร	มีจำนวนมาก ครอบคลุมระดับตำบล อำเภอ หมู่บ้าน ขยายผลเป็นอาชีพ (คนขาย) / มีแรงจูงใจเรื่องผลประโยชน์ / มีทุนสูง / ทำสม่ำเสมอต่อเนื่อง	มีจำนวนน้อย / กระจุกอยู่ระดับจังหวัด / อำเภอ / เป็นองค์กรรัฐ และ องค์กร สาธารณประโยชน์ / ทำตามนโยบายหรืองบประมาณ / ทำเฉพาะกิจไม่ต่อเนื่อง
เนื้อหาสาร	เห็นภาพ เช่น หญ้ารายตายเรียบ ใช้แล้ว รวย	นามธรรม เช่น สุขภาพดี ลดต้นทุน
ช่องทาง/ และกล ยุทธ์	มีการส่งเสริมการใช้อย่างต่อเนื่อง / ใช้ช่องทางส่งเสริมที่หลากหลาย / และมีช่องทางติดต่อที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ที่ต่อเนื่อง	มีการส่งเสริมการใช้ไม่ต่อเนื่อง / ไม่มีช่องทางติดต่อที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ที่ต่อเนื่อง
ผู้รับสาร	มีการคัดเลือกผู้รับสาร / สร้างเงื่อนไขให้เกิดการบอกต่อผู้อื่นและผู้มีมิตรระยะยาว / มีรายได้เป็นสิ่งจูงใจ	มีการคัดเลือกผู้รับสารโดยใช้ความสมัครใจในการเข้าร่วม / ไม่มีอะไรเป็นข้อผูกมัด

ภาพที่ 6 กระบวนการสื่อสารของเกษตรสารเคมีและเกษตรไม่ใช้สาร

หลังจากที่ได้วิเคราะห์จุดแข็ง / จุดอ่อนของทั้งฝ่ายเราและฝ่ายเขาแล้ว กลุ่มแกนนำในชมรมเกษตรกรรมธรรมชาติที่ร่วมกับคณะวิจัยจึงได้วางแผนในส่วนที่เกี่ยวกับ “ผู้ส่งสาร” เพื่อจะปิด

จุดอ่อนต่าง ๆ ที่ได้วิเคราะห์มา กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้ส่งสารจึงได้เกิดขึ้นคือ การสร้างผู้ส่งสารทั้งในมิติเชิงปริมาณและคุณภาพดังนี้

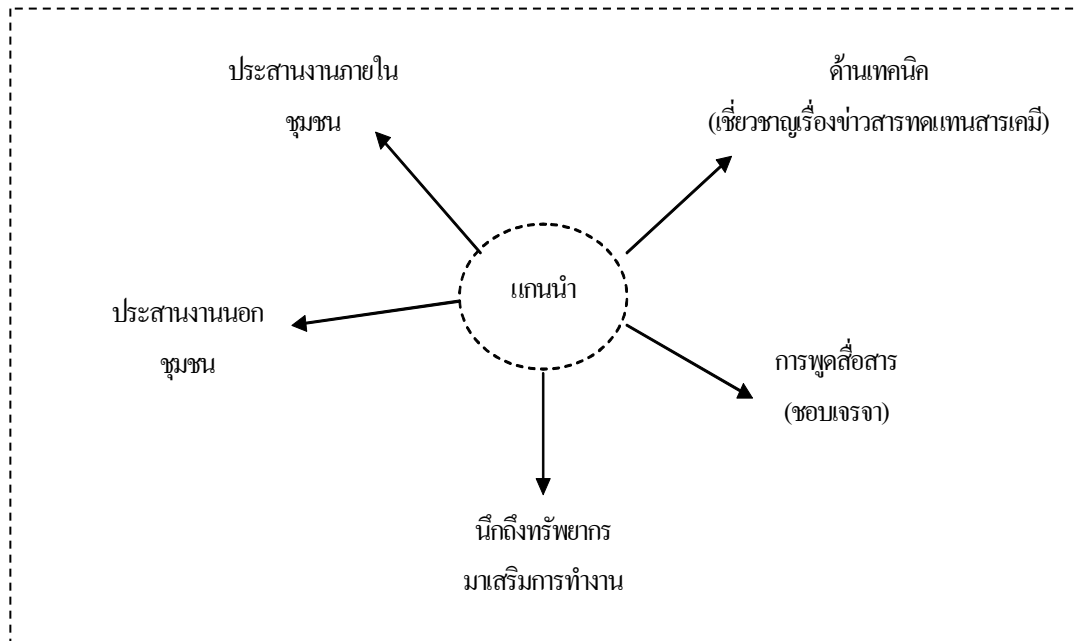
(1) สร้างผู้ส่งสารให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ส่งสารที่อยู่ในพื้นที่ระดับหมู่บ้าน / ตำบล (เริ่มที่หมู่บ้านทดลองก่อน) และจัดระบบให้มีการกระจายตัว

(2) สร้างคุณภาพของผู้ส่งสาร คือ ทำการเสริมความรู้ เรื่องการเกษตรไม่ใช้สารเคมี ด้วยการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริงและแลกเปลี่ยนกับสมาชิกในกลุ่มในลักษณะเครือข่ายความรู้ ผ่านแปลงสาธิต จากนั้น กระตุ้นให้เกิดการขยายผลในลักษณะ “ใช้ดีแล้วบอกต่อ” โดยให้ทั้งเหตุผลความจำเป็นทางธรรมชาติ (เกษตรไม่ใช้สารจะทำอย่างโดดเดี่ยวแปลงเดียวไม่ได้ผล) ใช้ทั้งเหตุผลทางสังคม เช่น ความเป็นเครือญาติ / เพื่อนบ้าน

(3) เสริมพลังของผู้ส่งสาร (empowerment) ด้วยการตั้งกลุ่มที่เป็นทางการ เป็นการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการยอมรับและความชอบธรรม คือ เครือข่ายเกษตรกรรมตำบล มีกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้าง “ตัวตน / อัตลักษณ์” ของกลุ่ม เช่น มีสื่อประจำกลุ่ม มีที่ทำการกลุ่มอย่างชัดเจน มีการประชุมอย่างต่อเนื่อง สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึง “การมีสังกัด” ทำให้เกิดความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ ส่งผลต่อการขยายผลการเกษตรไม่ใช้สารเคมีว่า “เป็นภารกิจ / หน้าที่ที่ต้องทำ” เพราะเป็น “ชื่อเสียงและนำมาซึ่งผลประโยชน์ของกลุ่ม โดยเฉพาะเรื่องราวได้จากการขายสารหมัก” (ซึ่งสมาชิกลงหุ้นกัน) ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการส่งสารอย่างต่อเนื่องในทุกเวลาและสถานที่ โดยไม่จำเป็นต้องรอคำสั่งจากใครในการขยายผล

คณะวิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่า เมื่อเปรียบเทียบเรื่องแรงจูงใจในการส่งสารของผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารของสารเคมีกับไม่ใช้สารเคมีแล้ว จะพบว่า ทั้ง 2 ระบบต่างมีการใช้ผลประโยชน์เรื่องราวได้เป็นแรงจูงใจเหมือนกัน แต่ทว่า มีข้อแตกต่างกันใน 2 ส่วน ส่วนแรกคือ ผู้ส่งสารในการใช้สารเคมีนั้น มีแรงจูงใจเป็นผลประโยชน์ทางวัตถุล้วน ๆ (material benefit) แต่ทว่าผู้ส่งสารในระบบไม่ใช้สารเคมีนั้น มีทั้งแรงจูงใจทางวัตถุบวกผสมกับชื่อเสียงของกลุ่มซึ่งเป็นศักดิ์ศรีของกลุ่ม ดังที่กลุ่มตัวอย่างได้ให้สัมภาษณ์ว่ามีความภาคภูมิใจที่ได้ไปบอกต่อผู้อื่นและได้ไปเป็นวิทยากรในพื้นที่ต่าง ๆ ความแตกต่างประการที่สอง ก็คือ ในระบบการใช้สารเคมีนั้น ผลประโยชน์ทางวัตถุจะมีลักษณะเป็น “ผลประโยชน์ส่วนตัวล้วนๆ” แต่ในระบบไม่ใช้สารเคมีจะเป็น “ผลประโยชน์ส่วนตัวรวมไปกับผลประโยชน์ของกลุ่ม”

(4) การกำหนดบทบาทของผู้ส่งสารที่เป็นแกนนำ ในการใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนนั้น ในกลุ่มผู้ส่งสารเอง จำเป็นต้องนำเอาภารกิจที่จะดำเนินการมาแยกแยะคุณลักษณะว่ามีอะไรบ้าง เพื่อจะกำหนดบทบาทของแกนนำให้สามารถทำหน้าที่ได้อย่างครบถ้วน คณะวิจัยพบว่าในตำบลที่ทดลองและทำงานอย่างได้ผลนั้น ต้องการแกนนำหลาย ๆ ท่านที่มีบทบาทแตกต่างกันไป เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารอย่างน้อยๆ ใน 5 บทบาทดังนี้



ภาพที่ 7 : บทบาทแกนนำผู้ส่งสารของเกษตรไม่ใช้สาร

2.2 การวิเคราะห์ผู้รับสาร

(1) สายตาใหม่ต่อผู้รับสาร ในการทบทวนงานวิจัยเรื่องการสื่อสารการเกษตรที่อ่านมาในอดีต มักจะพบว่า ส่วนใหญ่แล้ว วิธีการศึกษาผู้รับสารนั้น จะใช้แนวคิดหลักคือ **การวัดผลกระทบหรือผลที่เกิดต่อผู้รับสาร** (Impact / effect study) ว่าเป็นไปตามที่ผู้ส่งต้องการหรือไม่ ไม่ว่าจะเป็นการวัดผลในประเด็นอะไร เช่น น้ำ ปุ๋ย พันธุ์พืช สารเคมี เครื่องจักรกล ฯลฯ หรือวัดในมิติไหน เช่น ความรู้ ทักษะ และ การลงมือปฏิบัติ (ที่รู้จักกันในนามของ Knowledge – Attitude – Performance) เน้นอนว่า วิธีการวิจัยดังกล่าววางอยู่บนแนวคิดต่อผู้รับสารที่ว่า ผู้รับสารนั้นมีลักษณะที่รับ (passive) โดยคอยรองรับสารจากผู้ส่ง

ตัวอย่างรูปธรรมที่เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุด ก็คือ การวัดการเปิดรับสื่อ (Media exposure) ที่มีความเชื่อเบื้องหลังว่า ยิ่งผู้รับสารเปิดรับสื่อประเภทใดมากเท่าใด ก็จะได้รับอิทธิพล / ผลกระทบการโน้มน้าวจากสื่อประเภทนั้น

กล่าวสำหรับในแง่นี้ งานวิจัยทั้ง 3 ชิ้นนี้ ได้เปิดม่านฟ้าใหม่ต่อการศึกษาผู้รับสารในระดับหนึ่ง ในงานวิจัยเรื่องเกษตรไม่ใช้สารเคมีนั้น คณะวิจัยพบเลยว่า ในช่วงเวลาที่มูลนิธิร่วมพัฒนาพิจิตรริเริ่มงานการสื่อสารเพื่อการเกษตรไม่ใช้สารเคมีระยะแรก (พ.ศ. 2541) ทางมูลนิธิได้ใช้ **รูปแบบการสื่อสารแบบรวมศูนย์** คือ มีการจัดการประชุมผ่านเวทีอำเภอ เป็นวิธีการแบบบนลงล่าง คือ ใช้ผู้ส่งสารเป็นวิทยากรที่เป็นนักวิชาการ / เจ้าหน้าที่รัฐ ส่วนเนื้อหา นั้น กำหนดมาจากความสนใจของผู้จัด ผลที่เกิดขึ้นจากการใช้รูปแบบการสื่อสารดังกล่าวก็คือ แม้ว่าการะบวนการ

ดังกล่าวจะทำให้ได้ “พบผู้นำ” ที่สนใจเรื่องการเกษตรไม่ใช่สารเคมีในแต่ละพื้นที่ แต่ทว่าเกษตรกรเหล่านี้ก็ได้แต่ “สนใจและเข้าใจ” เท่านั้น แต่ไม่ส่งผลในด้านการลงมือปฏิบัติ ทั้งนี้ ก็ไม่ต้องพูดถึงเลยไปถึงเรื่องการขยายผลออกไป ข้อเท็จจริงดังกล่าวได้แสดงให้เห็น “ความหัวแข็งดื้อรั้น” ของผู้รับสารได้ในระดับหนึ่ง (obstinate audience)

ดังนั้น ในงานวิจัยเรื่องทฤษฎีใหม่ของพรทิพย์และคณะ คณะวิจัยจึงได้ออกแบบการวิจัยแบบ “พบกันครึ่งทาง” ในส่วนที่เกี่ยวกับการศึกษาผู้รับสาร กล่าวคือ ในครั้งหนึ่ง คณะวิจัยก็ได้ทำการสำรวจว่า เกษตรกรนั้นมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องทฤษฎีใหม่จากสื่อประเภทใดบ้าง (มองดูผู้รับสาร passive) แต่ทว่า ในอีกครึ่งหนึ่ง คณะวิจัยก็ได้สำรวจพฤติกรรมเชิงรุกของผู้รับสารว่า หลังจากที่ได้รับรู้ข่าวสารเรื่องทฤษฎีใหม่บ้างแล้วจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างได้พยายามแสวงหาข่าวสารเกษตรทฤษฎีใหม่เพิ่มเติมอย่างไรและจากที่ไหน ซึ่งก็ได้พบคำตอบว่า เกษตรกรได้ใช้หลายสื่อ / หลายช่องทาง เช่น จากโทรทัศน์ในประเภทสื่อมวลชน / จากการฝึกอบรมและการเยี่ยมชม-สาธิตในประเภทสื่อเฉพาะกิจ และจากเกษตรตำบล เกษตรอำเภอ และเจ้าหน้าที่ศูนย์ในประเภทสื่อบุคคล

อันที่จริง แนวคิดที่ว่า ผู้รับสารนั้นเป็นผู้ที่ active เอาการเอางานและแสวงหาข่าวสารนั้นก็มียุ่บ้างแล้วในประวัติศาสตร์ของการวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ แม้จะกล่าวช้ากว่าแนวคิดเรื่องผลกระทบต่อผู้รับสาร เช่น ในปี พ.ศ. 2539 วิภาดา ได้ศึกษาพัฒนาการของการรับข่าวสารและการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารของประชาชนใน จ. เชียงใหม่ โดยเปรียบเทียบอดีตกับปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมามักจะแยกมุมมองการศึกษาไปคนละด้าน งานใดที่ศึกษาผู้รับสารอย่าง passive ก็จะไม่มองดูด้าน active และในทางตรงกันข้ามกัน หากทว่างานวิจัยทฤษฎีใหม่นั้นน่าจะออกแบบการวิจัยได้ใกล้เคียงกับสภาพความเป็นจริงของผู้รับสาร กล่าวคือ มีทั้งด้านที่ active และ passive ไปพร้อม ๆ กัน เพียงแต่ว่า จะเป็นใน “ช่วงเวลา / ขั้นตอนใด” เท่านั้น

(2) มีผู้รับสารมาก แต่ใครจะเดินไปจนครบ 5 ขั้นตอนของการเผยแพร่นวัตกรรม ในกรณีของงานวิจัยเรื่องการเกษตรไม่ใช่สารเคมีนั้น คณะวิจัยได้ผ่านบทเรียนเรื่องการใช้การสื่อสารเพื่อจะแสวงหา “ตัวจริงเสียงจริง” ที่ยืนหยัดอย่างถึงที่สุดจนครบ 5 ขั้นตอนของการเผยแพร่นวัตกรรม ซึ่งคณะวิจัยพบว่าเป็นเรื่องไม่่ง่ายนัก เพราะตลอดเส้นทางที่เดินไป จากจุดสตาร์ทนั้นจะมีปริมาณคนเข้าร่วมจำนวนมาก แต่เมื่อถึงจุดหมายปลายทางก็จะเหลือคนไม่มากนัก

ดังได้กล่าวมาแล้วว่า กระบวนการสื่อสารของมูลนิธิรวมพิจิตรและชมรมเกษตรธรรมชาติ นั้น อาจแบ่งได้เป็น 2 ช่วงระยะเวลา ช่วงแรก รูปแบบการสื่อสารนั้น มีลักษณะรวมศูนย์อยู่ส่วนกลาง ใช้แต่รูปแบบการจัดประชุมอย่างเดียว เนื้อหากำหนดจากวิทยากรผู้จัด ซึ่งอาจเรียกว่าเป็นการสื่อสารแบบไม่ค่อยมีส่วนร่วม ผลที่เกิดขึ้นจากรูปแบบการสื่อสารดังกล่าวก็คือ “ทำให้ได้พบผู้นำที่สนใจในประเด็นเกษตรไม่ใช่สารเคมี” (identify person)

ในช่วงที่สอง ทางมูลนิธิฯ และชมรมฯ ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารโดยทดลองเจาะลงในพื้นที่ที่ทำงานได้ยากที่สุด ใช้การสื่อสารแบบกระจายตัว และหลากหลายรูปแบบ โดยวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารแบบ “มาไม่ไหนไปไม่นั้น” ของกระบวนการสื่อสารที่ใช้สารเคมี จึงพบว่า ได้ผลดีมากขึ้น

ในทั้ง 2 ช่วงระยะเวลาี้ หากวิเคราะห์ผู้รับสารตามขั้นตอนของการเผยแพร่ข่าวสารจะพบผลดังที่ได้เกริ่นไว้ข้างต้นคือ

ขั้นที่ 1 ให้ความรู้ เป็นช่วงเวลาที่ทางมูลนิธิจัดการอบรมในรูปแบบต่าง ๆ โดยเน้นเนื้อหา ด้านสาธารณสุข (เกษตรเคมีส่งผลต่อสุขภาพของเกษตรกรอย่างไร) แล้วเสริมสร้างความรู้เชิงเทคนิคเพื่อการลงมือปฏิบัติ คือ การทำสารหมักชีวภาพ จำนวนคนที่รับรู้ข่าวสารนั้นมีหลายร้อยคนจากเวทีประชุมเวทีต่าง ๆ แต่มีคนลงมือทำมีเพียงไม่กี่สิบคน

ขั้นที่ 2 โน้มน้าวใจ ขั้นนี้มีการใช้กลยุทธ์ผู้ส่งสารที่มีลีลาการโน้มน้าวที่น่าสนใจ มีทั้งรูปแบบการอบรม การจัด “คาราวาน” ตระเวนไปทำโน้มน้าวใจ การพาดูงานในพื้นที่ ปริมาณผู้รับสารที่เข้าร่วมก็มีเป็นจำนวนนับร้อยเช่นเดียวกัน

ขั้นที่ 3 : ขั้นตัดสินใจลงมือทำ ขั้นนี้จะประกอบด้วยผู้รับสารที่เคยทำอยู่แล้ว และกลุ่มคนที่ตัดสินใจใหม่ซึ่งมีอยู่น้อยมาก เช่น ในตำบลที่เป็นตัวอย่างมีเพียง 64 คน สาเหตุที่คนจำนวนมากหลุดหายไปในช่วงขั้นตอนการลงมือทำก็คือ ความรู้เชิงเทคนิคนั้นไม่ได้ให้ผลตามที่คาดหวัง (เอาสมุนไพรทางไหนมาใช้แล้วเกิดหนอนและมีกลิ่นเหม็น แต่ทว่า ไม่มีแหล่งข้อมูลที่จะไขข้อข้องใจให้ได้ว่าจะแก้ไขอย่างไรต่อไป) อีกเหตุผลหนึ่งก็เป็นไปตามที่งานวิจัยรุ่นก่อน ๆ เคยเสนอมา คือ ขาดเงื่อนไขสนับสนุน เช่น หาทรัพยากรไม่ได้ (ไม่มีสมุนไพรที่จะมาใช้ทดแทน)

ขั้นที่ 4 : ขั้นดำเนินการ ในขั้นตอนนี้มีเกษตรกรยกเลิกดำเนินการไปเป็นจำนวนมาก เนื่องจากไม่มีผู้ตอบคำถามเกี่ยวกับข้อสงสัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ (ซึ่งตรงกันข้ามกับกระบวนการสื่อสารของร้านขายสารเคมีซึ่งจะมีผู้เชี่ยวชาญประจำร้านเอาไว้ตอบปัญหาข้อสงสัยของเกษตรกร) รวมทั้ง ผู้รู้จากภายนอกก็ไม่ได้เฝ้าติดตามหรือตอบข้อสงสัยข้อสงสัยที่เกิดขึ้น กลุ่มคนที่กำลังใช้สารหมักชีวภาพก็ไม่ค่อยมั่นใจ “กลัวคนอื่นจะหาว่าบ้า” จึงแอบทำเฉพาะบุคคลและไม่ขยายให้เพื่อนบ้านรู้

ขั้นที่ 5 : ขั้นการยืนยัน จำนวนผู้ที่ดำเนินการยังลดน้อยลงไป เนื่องจากบางคนเปลี่ยนมาใช้สารหมักชีวภาพแล้วเห็นว่ายุ่งยากไม่ทันใจเมื่อเปรียบเทียบกับการใช้สารเคมี (ตามหลักการประโยชน์เชิงเปรียบเทียบของนวัตกรรม) จึงเหลือคนในตำบลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างไม่ถึง 30 คน พวกที่เหลืออยู่นี้ สาเหตุหลักมาจากการเจ็บป่วยเนื่องจากสารเคมี จึงไม่สามารถกลับไปใช้สารเคมีได้ และอีกส่วนหนึ่งก็มาจากแรงจูงใจทางเศรษฐกิจ คือ การลดต้นทุน

จากกรณีตัวอย่างที่แสดงมานี้ สาริตให้เห็นกระบวนการของผู้รับสารที่เดินผ่านขั้นตอน

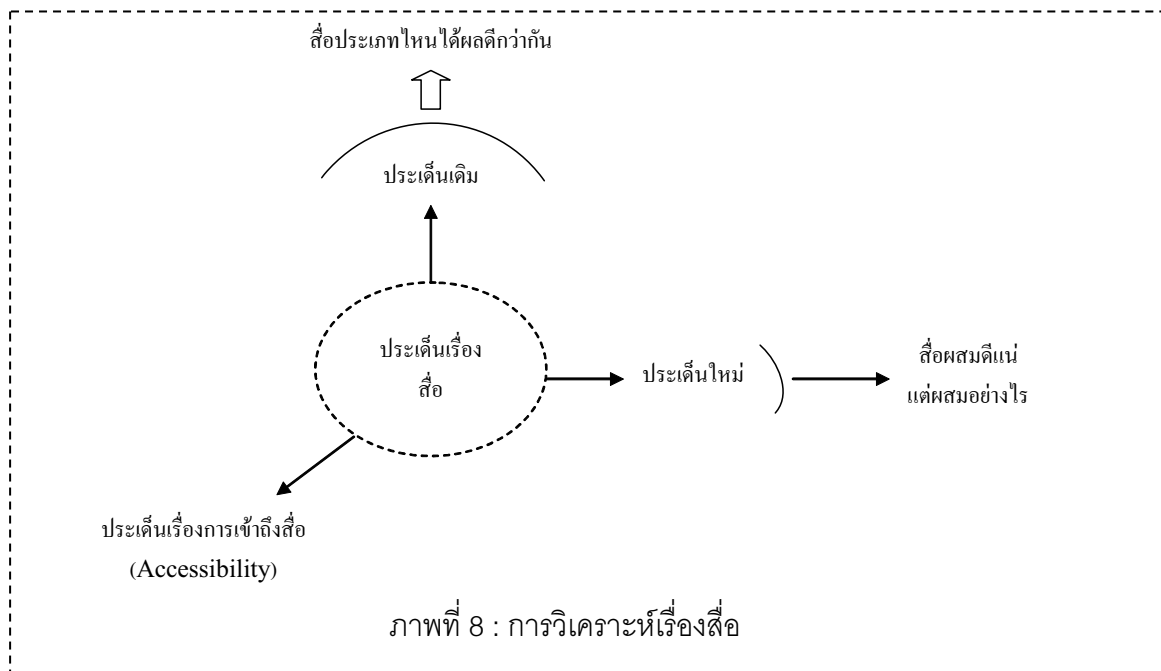
ต่างๆ ของการเผยแพร่ข่าวสารที่เกิดขึ้นในสภาพความเป็นจริง ซึ่งกลุ่มแกนนำและคณะผู้วิจัยจะต้องวิเคราะห์กระบวนการของปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อแสวงหากลยุทธ์ในการแก้ไข

และจากข้อมูลที่แสดงมานี้ จะฉายภาพให้เห็นเรื่อง “แรงจูงใจ” (Motive) ของผู้รับสารในการเปลี่ยนแปลงความคิด และการกระทำ ซึ่งมีที่มาจาก 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยผลักดัน (pushing factor) เช่น กลุ่มที่เจ็บป่วยเพราะสารเคมี กับ ปัจจัยดึงดูด (pulling factor) เช่น การแสดงให้เห็นต้นทุนที่ต่ำกว่าของการใช้สารหมักชีวภาพ ซึ่งจำเป็นต้องเลือกใช้ “กลยุทธ์แรงจูงใจ” ให้ถูกฝาถูกตัว

2.3 การวิเคราะห์ประเด็นเรื่องสื่อ

การวิเคราะห์สื่อเป็นประเด็นหลักในการวิจัยด้านการสื่อสารการเกษตรในอดีต (และในการสื่อสารแทบจะทุกเรื่อง) ทั้งนี้ เนื่องจากแนวคิดที่เชื่อถือใน “อำนาจอันทรงพลังของสื่อ” (Powerful media) ดังนั้น ในงานวิจัยในชุดโครงการฯ นี้ก็ยังหนีไม่พ้นประเด็นการวิเคราะห์สื่อ

แต่ทว่า ก็ได้มีคำตอบบางประการที่เกิดมาจากการตั้งคำถามใหม่ ๆ ดังนี้



(2.3.1) ประเด็นเดิมเรื่องสื่อ

(ก) เริ่มจากสื่อมวลชน งานวิจัยด้านการสื่อสารการเกษตรนั้น โดยส่วนใหญ่จะตั้งคำถามเป็นแบบฉบับว่า “สื่อประเภทไหนจะให้ผลกระทบหรือมีประสิทธิภาพ” มากกว่ากัน โดยที่ในยุคแรก ๆ ของการพัฒนานั้น มักจะมีการฝากความคาดหวังเอาไว้ที่สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ นับตั้งแต่หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ และโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม เมื่อ 2 ทศวรรษผ่าน คำตอบก็ได้เฉลยแล้วว่า สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ นั้น ไม่อาจทำหน้าที่เพื่อการพัฒนาได้อย่างที่คาดหวังเอาไว้ คำตอบเบื้องหลังนั้นมาจากหลายเหตุผล เช่น เหตุผลที่ว่า เนื่องจากสื่อมวลชนในโลกเสรี

นิยม-ทุนนิยมนั้น มีลักษณะทางธุรกิจสูง จึงยากที่จะนำเอามาใช้เพื่อเป้าหมายทางสังคมที่ไม่มีผลตอบแทนเป็นกำไร

ส่วนอีกเหตุผลหนึ่งนั้น Bordenave (1977) ระบุว่า ด้วยลักษณะทางด้านการสื่อสารของสื่อมวลชนน่าจะเป็นคำตอบสำคัญ ทั้งนี้ เนื่องจากเป้าหมายและวิธีการสื่อสารของสื่อมวลชนนั้น เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (one-way communication) ทำให้การถ่ายทอดเนื้อหาข่าวสารแบบใหม่ ๆ ไม่สามารถเอาชนะความเชื่อและธรรมเนียมปฏิบัติของชาวบ้านที่เคยมีมาอย่างยาวนานได้ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบกระบวนทัศน์ความทันสมัยนั้นมิได้เปิดโอกาสให้บุคคลได้ตั้งคำถาม ได้แสดงข้อสงสัยข้อใจของตน ดังนั้น เมื่อเนื้อหาข่าวสารจาก 2 ระบบขัดแย้งกัน และจำเป็นต้องตัดสินใจเลือกเพียงอย่างเดียว ประชาชนจึงมักเลือกอยู่กับความคิดเก่าที่คุ้นเคยมาช้านานมากกว่าจะเผลอเข้ามาหาแนวคิดใหม่ ๆ ที่แปลกหน้า (แม้ว่าจะได้รับการสื่อสารโน้มน้าวอย่างหนักก็ตาม) ดังนั้น การใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาจึงเปลี่ยนสภาพจากการเป็นความหวังแรกไปสู่ความหวังร่วงไปโดยปริยาย

อย่างไรก็ตาม จากโจทย์คำถามที่ตั้งเอาไว้เมื่อหลายทศวรรษก่อนว่า สื่อประเภทใดจะดีกว่ากันนั้น มาถึงวันนี้ โจทย์การวิจัยในเรื่องสื่อเพื่อการพัฒนาด้านเกษตรก็ได้เปลี่ยนไปอีกด้านหนึ่งที่ว่า สื่อแต่ละประเภทยานั้นจะแสดงบทบาทได้อย่างไรในขั้นตอนใดของการพัฒนา และแสดงบทบาทได้มากน้อยเพียงใด ดังเช่นที่ พรทิพย์และคณะพบว่า เกษตรกรเปิดรับข่าวสารเรื่องทฤษฎีใหม่จากสื่อโทรทัศน์ถึง 90% เนื่องจากการครอบคลุมพื้นที่อย่างกว้างขวาง และข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น มาอย่างเป็นประจำต่อเนื่อง ดังที่คณะวิจัยรายงานคำสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างว่า ได้พบเห็นข่าวทฤษฎีใหม่จากโทรทัศน์ (ในช่วงเวลาศึกษา) เป็นประจำ เมื่อได้รู้ ก็รู้สึกว่ามีเกษตรกรจากที่ต่าง ๆ ทำเกษตรทฤษฎีใหม่กันมากและได้เห็นตัวอย่างอย่างชัดเจน แต่ทว่าข้อจำกัดของสื่อโทรทัศน์ก็คือ เนื่องจากมีพื้นที่และเวลาอันจำกัด ทำให้การถ่ายทอดเนื้อหาทำได้ไม่ลึกซึ้ง (เช่นให้เนื้อหาได้แต่ขั้นตอนการสร้างความสนใจเท่านั้น หรือบอกได้แค่แก่นหลักการทั่ว ๆ ไปเท่านั้น แต่ไม่อาจลงไปถึงขั้นการให้ความรู้เพื่อการปฏิบัติได้) และโทรทัศน์ยังไม่บอก”แหล่งข้อมูลเพิ่มเติม”ที่เกษตรกรจะตามไปแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมได้อีกด้วย

ส่วนสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารนั้น มีบทบาทน้อยในเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา เช่น เรื่องทฤษฎีใหม่ ตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวกับบทบาทของหนังสือพิมพ์ในเรื่องทฤษฎีใหม่ เนื่องจากธรรมชาติของหนังสือพิมพ์คือ การเผยแพร่ข่าวสาร ดังนั้น เนื้อหาที่ปรากฏเกี่ยวกับทฤษฎีใหม่ จึงเป็นเรื่องของการรายงานผล การขยายผล การศึกษาและดูงาน การเยี่ยมชมแปลงสาธิต การจัดงบประมาณและการจัดการประกวดต่าง ๆ ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้มีเป้าหมาย “เพื่อแจ้งให้ทราบ” แต่ไม่เพียงพอที่จะนำไปปฏิบัติตามได้

(ข) สื่อบุคคล จากงานวิจัยเรื่องทฤษฎีใหม่ก็มีผลที่ยืนยันงานสำรวจประเภทของสื่อที่ใช้ในด้านการเกษตรว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อประเภทที่มีการใช้มากควบคู่มาับสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ ผลจากการศึกษาเรื่องสื่อบุคคลที่มีมาในอดีตนั้น ได้แบ่งประเภทของสื่อบุคคลออกเป็น 2 ชนิดย่อย คือ สื่อบุคคลภายนอกชุมชน อันได้แก่เจ้าหน้าที่การเกษตร และ สื่อบุคคลภายในชุมชน เช่น ผู้นำหมู่บ้าน/ กำนัน เพื่อนบ้าน

สื่อบุคคลทั้งสองประเภทนี้มีข้อเด่นและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน แน่นอนว่า ในแง่ความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการเกษตร สื่อบุคคลภายนอกย่อมมีมากกว่า ดังที่มีรายงานวิจัยว่า เมื่อเกิดกรณีโรคระบาด เกษตรกรจะหวังความช่วยเหลือจากเกษตรตำบล / เกษตรอำเภอมากที่สุด แต่ทว่า สื่อบุคคลภายนอกก็มีปัญหาเรื่องการเข้าถึง เนื่องจากมีปริมาณน้อยมาก มีรายงานว่า ก่อนหน้าปี 2520 ทางราชการมีแต่เจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอและจังหวัดเท่านั้น และเพิ่งจะมีเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลในปี พ.ศ. 2520 มานี้เอง รายงานการวิจัยของกรมการรัฐและคณะในเรื่องศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีระดับตำบล (ซึ่งก็คือสำนักงานของเกษตรตำบล) ในปี พ.ศ. 2547 ก็ยังคงระบุปัญหาเชิงโครงสร้างของศูนย์บริการฯ ว่า มีกำลังคนจำกัดมาก ทำให้ไม่สามารถให้บริการได้อย่างที่ตั้งเป้าหมายเอาไว้

นอกเหนือจากอุปสรรคในเรื่องปริมาณแล้ว ในตัวรูปแบบการสื่อสารเองก็ยังเป็นอุปสรรคในเรื่องการสื่อสารของสื่อบุคคลภายนอกอีกปัจจัยหนึ่ง เนื่องจากรูปแบบการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่เกษตรกับชาวบ้านมักจะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว ในรูปที่พนักงานส่งเสริมจะมาเยี่ยมเยียนหรือเรียกประชุมเกษตรกร ผู้ที่กำหนดความถี่บ่อยจากการสื่อสารก็เป็นฝ่ายเจ้าพนักงาน นอกจากนั้น เจ้าพนักงานยังมีแนวโน้มจะเลือกสื่อสารข่าวสารเกษตรและเทคโนโลยีใหม่ ๆ กับเกษตรกรที่ร่ำรวยหรือเกษตรกรขนาดใหญ่ (ซึ่งมีโอกาสสูงในการทดลองแนวคิดใหม่ ๆ) และที่สำคัญที่สุดก็คือ ผลประโยชน์ของเกษตรกรและเจ้าหน้าที่นั้นไม่ไปอย่างร่วมกัน ดังที่เกษตรกรมักจะมีปัญหา เกษตรตำบลมาส่งเสริมให้ปลูกพืชชนิดต่าง ๆ แต่เมื่อไม่มีตลาดหรือราคาตก ก็เป็นภาระของเกษตรกรฝ่ายเดียว

สำหรับข้อจำกัด ทั้งเรื่องสื่อมวลชนและสื่อบุคคลที่กล่าวมานี้ พรทิพย์และคณะได้พบรูปแบบการสื่อสารอีกประเภทหนึ่งที่ได้เข้ามาเสริมข้อจำกัดของสื่อ 2 ประเภทที่กล่าวมา คือ เครือข่ายการสื่อสาร

(ค) เครือข่ายการสื่อสาร ในงานวิจัยเรื่องทฤษฎีใหม่ คณะวิจัยได้พบว่า มีเครือข่ายการสื่อสารซึ่งเป็นการรวมตัวของเกษตรกรภายในชุมชนอย่างมีแบบแผนในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกษตรทฤษฎีใหม่ และยังรวมไปถึงการลงมือทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเกษตรทฤษฎีใหม่อีกด้วย รูปแบบของเครือข่ายนั้น อาจจะมีหลายลักษณะทั้งเชิงเดี่ยวและเชิงซ้อน (มีหลายศูนย์กลาง) ตามความต้องการของชุมชน โดยที่เครือข่ายดังกล่าวมิได้มีความสัมพันธ์กันเส้นเดียว

ด้วยเรื่องทฤษฎีใหม่เท่านั้น หากแต่มีเส้นสายสัมพันธ์หลาย ๆ เส้น เช่น พบปะสังสรรค์ ทำบุญ งาน บวชบ้านสมาชิก กล่าวคือ เป็นทั้งเครือข่ายอาชีพการงาน (Task oriented) และเป็นเครือข่ายทางสังคม (Social oriented) ไปพร้อม ๆ กัน

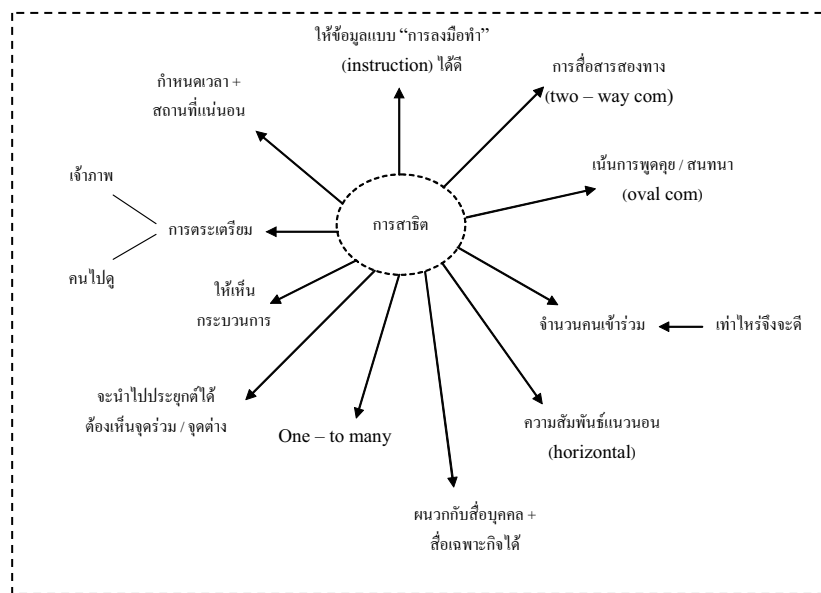
คณะวิจัยพบว่า ในขณะที่ระดับเนื้อหาของทฤษฎีใหม่นั้น มีความลึกซึ้งหลายชั้น หากเทียบกับต้นไม้ ก็จะมีส่วนของกิ่งก้านที่อาจจะเป็นเรื่องเทคนิค เช่น หลักการในการจัดพื้นที่ดิน การจัดการน้ำ การจัดการพืช กับส่วนที่เป็นลำต้น ก็เช่น การบริหารจัดการต้นทุน การวางแผนงาน ฯลฯ และส่วนที่เป็นรากเหง้าอันได้แก่ปรัชญาที่อยู่เบื้องหลัง เช่น หลักเศรษฐกิจพอเพียง จริยธรรมในเรื่องความสมณะ อดทน ขยันหมั่นเพียร สำหรับเนื้อหาในส่วนที่เป็นรากเหง้า นั้น จำเป็นต้องใช้รูปแบบของเครือข่ายการสื่อสารในการ “ทบทวนตัวเองของเกษตรกร”

เมื่อเครือข่ายการสื่อสารตามแบบฉบับของชาวบ้านได้มาประสานกับสื่อการจัดประชุม รูปแบบต่าง ๆ ของนักพัฒนาที่เข้าไปทำงาน เช่น ใช้ประชุมอย่างมีส่วนร่วม ใช้เทคนิคใหม่ ๆ เช่น AIC / FSC ในการประชุมอย่างต่อเนื่องทุกครั้ง การช่วยกันทำผังหมู่บ้านหรือแผนที่คนเดินบน กระดาษ Flip Chart การจดประเด็นทำ Mindmap ฯลฯ ก็จะทำให้ศักยภาพของรูปแบบการสื่อสารแบบเครือข่ายมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

(ง) รูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ ๆ ในงานการสื่อสารด้านการเกษตรนั้น ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าเป็นปริมณฑลที่ต้องมีเนื้อหาทั้งด้านแนวคิดและด้านแนวทางการปฏิบัติ ดังนั้น จึงมีรูปแบบที่เป็นทำบังคับบางรูปแบบ เช่น การดูงาน การทำแปลงสาธิต เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ ๆ เหล่านี้ มีคุณลักษณะที่ละเอียดอย่างมาก และหากไม่พิจารณาในรายละเอียดแล้ว เพียงดูแค่ชื่อว่า “การดูงาน” หรือ “การทำแปลงสาธิต” ก็อาจจะเข้าใจไม่ได้ว่า เพราะเหตุใดบางครั้งการดูงานจึงประสบความสำเร็จ แต่บางครั้งก็ไม่ได้เพียงแค่ “พาเกษตรกรไปเที่ยว” เท่านั้น

ตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์คุณลักษณะของการสื่อสารแบบสาธิตอาจจะมีรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 9 : คุณลักษณะของการสื่อสาร

จากแผนผังคุณลักษณะของรูปแบบการสื่อสารแบบสาธิต เราอาจจะตั้งคำถามที่เกี่ยวข้องได้มากมายเช่น

- เป้าหมายของการใช้สื่อเป็นแปลงสาธิตคืออะไร
- มีกระบวนการช่วยกันพิจารณาความเหมาะสมของสื่อแปลงสาธิตอย่างไร เช่น การกำหนดเกณฑ์ในการเลือกพื้นที่ของแปลงสาธิต
- กระบวนการตัดสินใจเลือกแปลงสาธิต
- การเลือกพื้นที่ในการติดตั้งข้อมูลเกี่ยวกับแปลงสาธิต
- การเลือกเขียนข้อความในป้าย
- สื่อดังกล่าวส่งผลกระทบบ้าง

ในงานวิจัยเรื่องเกษตรไม่ใช้สารเคมีได้พบทวนการตั้งคำถาม ที่กล่าวมาข้างบนนี้อย่างละเอียด

จากที่กล่าวมาข้างต้นอาจนำมาสู่ข้อสรุปเกี่ยวกับเรื่องการเลือกประเภทของสื่อได้ว่าคำถามเกี่ยวกับประเภทของสื่อ อาจจะมีคามสำคัญน้อยลงไปเมื่อเทียบกับคำถามเรื่อง“วิธีการใช้สื่อ” ซึ่งหลักการในเรื่อง “วิธีการใช้สื่อ” นั้น สื่อแต่ละประเภทอาจจะไม่ได้มีข้อเด่นหรือข้อจำกัดในตัวเองอยู่ตลอดเวลา หากแต่ขึ้นอยู่กับว่า

- สื่อ่นั้นเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหรือเปล่า

- สื่อนั้นถูกนำมาใช้ในเวลาใด (ก่อน/หลังสื่ออะไร)
- สื่อนั้นถูกนำไปใช้ในสภาพแบบใด

(2.3.2) สื่อผสมดีแน่แต่ผสมแบบไหน

เป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่อเริ่มมีแนวคิดเรื่องการนำเอาการสื่อสารมาใช้ในการพัฒนานั้น แม้ว่าในทางทฤษฎีแล้ว เราจะฝากความหวังไว้ที่สื่อมวลชนเป็นหลัก หากทว่า ในภาคปฏิบัติแล้ว โดยเฉพาะในเรื่องการสื่อสารการเกษตร งานวิจัยมักจะพบว่า มีการใช้สื่อผสม (Mixed Media) ระหว่างสื่อต่าง ๆ มากมาย เช่น ใช้สื่อภาพพลิกบวกผสมกับการบรรยาย ใช้การสาธิตประกอบกับ สไลด์ ฯลฯ ซึ่งเหตุผลเบื้องหลังปรากฏการณ์นี้อาจจะเนื่องมาจาก ความขาดแคลนสื่อมวลชนที่จะนำมาใช้ หรือความที่ยังไม่ไว้วางใจสื่อมวลชนเพียงประเภทเดียว บรรดานักปฏิบัติจึงใช้หลักการว่า “หลายสื่อเข้าไว้ ปลอดภัยกว่า”

นอกจากนั้น กล่าวโดยเฉพาะในเรื่องการสื่อสารการเกษตร ก็ยังมีงานวิจัยอยู่ชุดหนึ่งที่นำเสนอเรื่อง “การใช้สื่อผสม” โดยเหตุผลเบื้องหลังการผสมผสานนั้น ก็เพื่อลดข้อจำกัดของสื่อแต่ละชนิด เช่น รัตนาวดี (2535) ให้ข้อเสนอแนะในเรื่องการปรับเปลี่ยนพันธุ์ข้าวว่า การแจกสื่อเอกสารสิ่งพิมพ์นั้น มีข้อดี คือ เกษตรกรสามารถนำกลับไปใช้ที่บ้านได้ มีรายละเอียดมาก สามารถนำกลับมาทบทวนขณะลงมือปฏิบัติได้ แต่ก็มักมีปัญหาเรื่องการทำความเข้าใจเนื้อหา ดังนั้น จึงควรประสานการประชุมอบรมเกษตรกรเข้าไปกับการให้เอกสาร กล่าวคือ นำเอกสารไปแจกขณะกำลังให้ความรู้ จะทำให้เกษตรกรได้เปิดดูเอกสารและได้ศึกษาไปพร้อม ๆ กับการอธิบายของเจ้าหน้าที่อย่างละเอียด และหากไม่เข้าใจตอนใดก็ซักถามได้ โดยเนื้อหาในเอกสารนั้น ควรเป็นอันเดียวกับคำอธิบายของเจ้าหน้าที่ เป็นต้น

ดูเหมือนข้อสรุปที่ว่า การสื่อสารการเกษตรซึ่งมีเนื้อหาในหลายแง่หลายมุม มีกระบวนการสื่อสารในหลายขั้นตอน ตั้งแต่การทำความเข้าใจ ละเอียดไปจนถึงขั้นลงมือปฏิบัติ นั้น การสื่อสารที่เหมาะสมที่สุดนั้น น่าจะเป็นการใช้สื่อผสม ถึงแม้ว่า การใช้สื่อผสม จะเป็นคำตอบที่ลงตัว แต่คำถามที่สำคัญต่อมาก็คือ “แต่จะมีวิธีการผสมอย่างไรเล่า” ซึ่งน่าสังเกตว่าในแวดวงธุรกิจเอกชนนั้น กลยุทธ์การวางแผนการใช้สื่ออย่างผสมผสานนั้น ดูจะเป็นหัวใจสำคัญและมีการดำเนินการอย่างเป็นกิจจะลักษณะ แต่ในแวดวงงานพัฒนา ดูเหมือนเรื่องวิธีการผสมสื่อจะยังเป็นเรื่องสมัครเล่นอยู่

ในงานวิจัยเรื่องการเกษตรไม่ใช้สารเคมีนั้น วิธีการผสมสื่อของกลุ่มแกนนำชมรมเกษตรธรรมชาติ นั้น ได้ใช้วิธีการเจริญรอยตามการสื่อสารธุรกิจสารเคมี หรืออาจกล่าวได้ว่า ใช้กลยุทธ์การผสมสื่อแบบ “มาไม่ไหน ไปไม่นั้น” โดยต้องวิเคราะห์จุดแข็ง/จุดอ่อนแบบรู้เขารู้เรา ก่อน ดังที่แสดงในตัวอย่างดังนี้

ขั้นตอนการใช้สื่อ นั้น มีเป้าหมายหลัก ๆ อยู่ 2 จังหวะคือ

จังหวะที่ 1 : แนะนำให้รู้จัก

จังหวะที่ 2 : เกิดการใช้อย่างต่อเนื่อง

แนะนำให้รู้จัก		เกิดการใช้อย่างต่อเนื่อง	
ธุรกิจสารเคมี	เกษตรกรไม่ใช้สาร	ธุรกิจสารเคมี	เกษตรกรไม่ใช้สาร
● ขยาย ● เวทีประชุม / คอนเสิร์ต / โต๊ะจีน ● ปากต่อปาก วิทย์/โทรทัศน์ ● แปลงสาธิต	● เวทีประชุม ● วิทย์ ● จัดบรรยาย ● ดูงาน ● อบรมสารหมัก	● ร้านขายสารเคมี ● สื่อ บุ ค ค ล ใน ลักษณะการขายตรง ● ก า ร ส่ ง เสี รีม ลักษณะครบวงจร (ลด/แลก/แจก/แถม) ● การส่งเสริมผ่าน กลไก ธกส.	● เรียนหลัก IPM ● ตั้งกลุ่มระดับตำบล ● ●

ภาพที่ 10: แสดงการเปรียบเทียบการสื่อสารของ 2 ระบบก่อนมีกระบวนการเสริมศักยภาพ

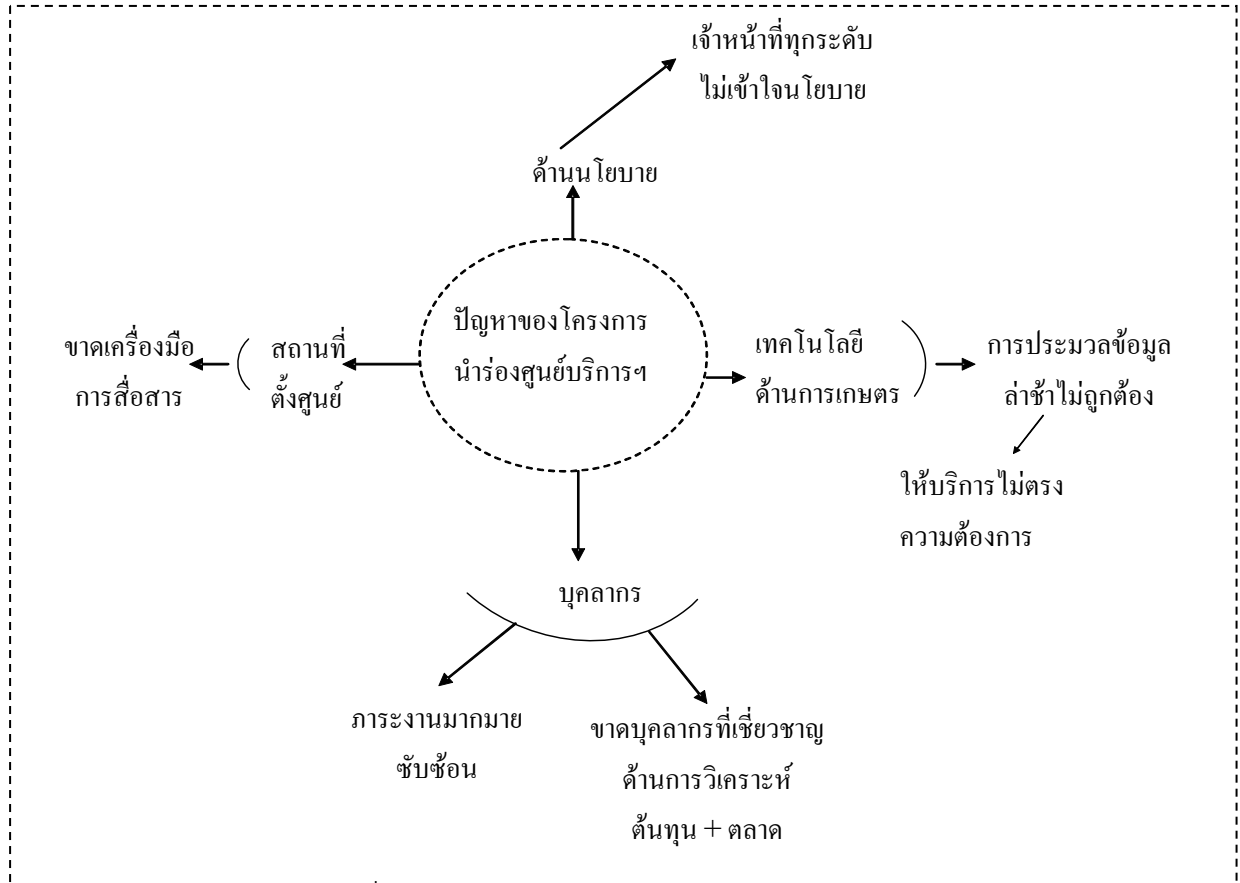
(2.3.3) ประเด็นเรื่องการเข้าถึงสื่อ

สภาพความเป็นจริงอีกประการหนึ่งของการสื่อสารการเกษตรก็คือ เป็นการสื่อสารที่มีพื้นที่ครอบคลุมอย่างกว้างขวางมาก ดังนั้น เมื่อเกิดมีนวัตกรรมทั้งด้านแนวคิด วัตถุหรือการปฏิบัติเกิดขึ้น ปัญหาเรื่องการแพร่กระจายที่ต้องฝ่ากำแพงด่านแรกก็คือ ทำอย่างไรจึงจะให้ข่าวสารได้เข้าถึงตัวเกษตรกรก่อน (โดยยังไม่ต้องพูดถึงเรื่องการโน้มน้าว)

ตามปกติแล้วโครงสร้างที่รองรับการไหลแพร่กระจายของข่าวสารไปยังท้องถิ่นชนบทไทย นั้น มีโครงสร้างใหญ่ คือ กลไกของระบบราชการ โดยเริ่มตั้งแต่กระทรวงทบวงกรมที่อยู่ในส่วนกลาง กระจายออกไปยังต่างจังหวัด แล้วไล่ตามระบบการปกครองลงไปจนถึงระดับตำบล/หมู่บ้าน

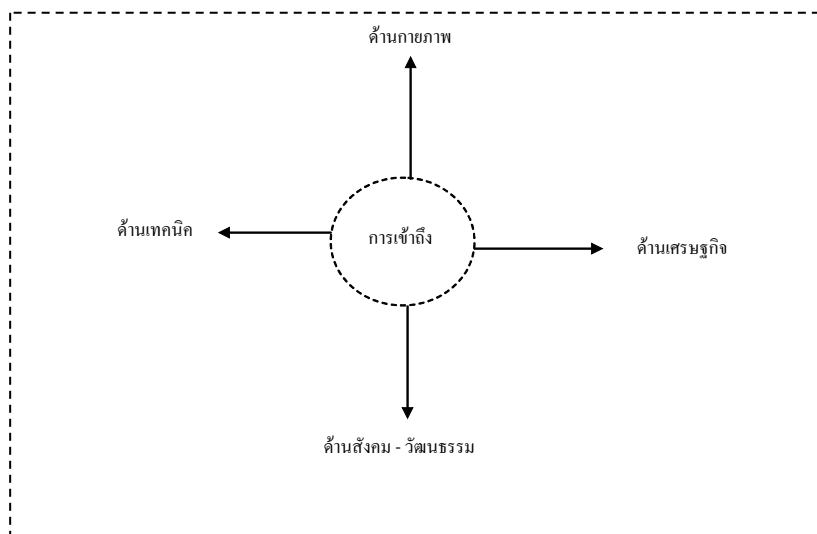
อย่างไรก็ตาม โครงสร้างของระบบราชการดังกล่าวก็อาจทำหน้าที่ที่ไม่ได้สมบูรณ์เสมอไป ดังเช่น ในกรณีโครงการนำร่องของศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรระดับตำบลที่ใช้

โครงสร้างของระบบราชการที่เริ่มโครงการนำร่องจังหวัดละ 1 ตำบลในภาคเหนือ เมื่อปี พ.ศ. 2542 เมื่อเวลาผ่านไป 2 ปี ในปี 2544 คณะผู้เชี่ยวชาญของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ก็ได้ประเมินผลโครงการนำร่องดังกล่าวและพบสภาพปัญหาหลักใน 4 ปัจจัย



ภาพที่ 11 : ปัญหาของโครงการนำร่องศูนย์บริการ

ในการวัดตัวแปรเรื่อง “การเข้าถึง” นั้น มีหลายมิติ คือ



ภาพที่ 12 : มิติจัดการเข้าถึง

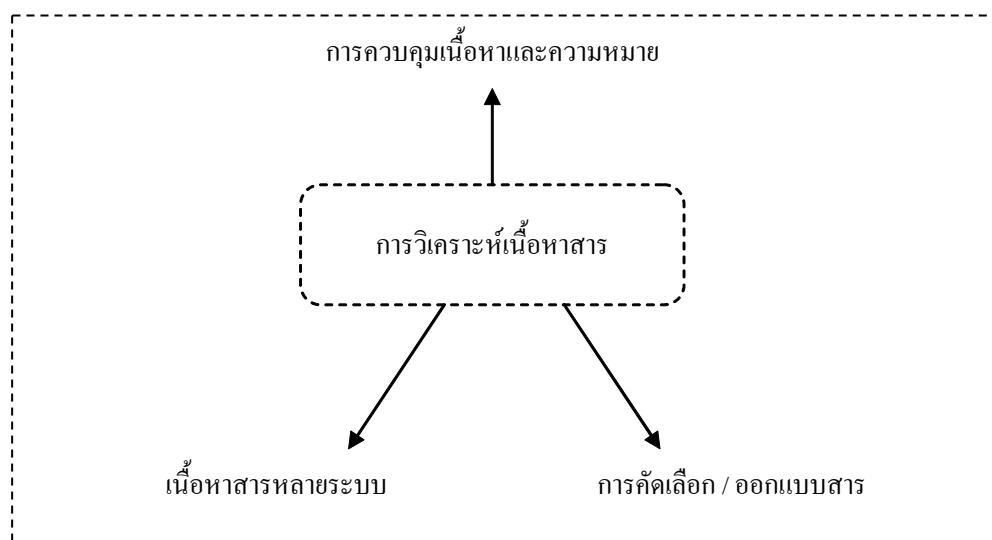
(i) การเข้าถึงด้านกายภาพ เป็นมิติที่มองเห็นได้ง่ายที่สุด เนื่องจากเป็นเรื่องของพื้นที่และระยะทาง เช่น ปัญหาของมูลนิธิร่วมพัฒนาพิจิตรในระยะแรกก็คือ ปัญหาที่เกษตรกรไม่สามารถเข้าถึงผู้ที่มีความรู้ด้านการทำสารหมักชีวภาพ หรือในกรณีศูนย์บริการฯ สำหรับหมู่บ้านที่ศูนย์ฯ ไม่ได้ตั้งอยู่ในพื้นที่ก็มักจะไม่ได้ไปใช้บริการ

(ii) การเข้าถึงด้านเศรษฐกิจ ได้แก่บรรดาพวกสื่อทั้งหลายที่ต้องมีค่าใช้จ่ายที่ชาวบ้านไม่สามารถจะซื้อหามาได้

(iii) การเข้าถึงทางวัฒนธรรม-สังคม ได้แก่บรรดาเครื่องกีดขวางทางสังคม-วัฒนธรรม ที่ปิดกั้นโอกาสในการเข้าถึง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดที่สุดคือ ช่องว่างทางภาษา จีนตนา (2530) ให้ข้อเสนอแนะว่า ในการอบรมเกษตรกรเรื่องสารเคมีนั้น เจ้าหน้าที่มักใช้ศัพท์ที่มีลักษณะวิชาการเกินความสามารถที่เกษตรกรจะจดจำได้ เช่น คำว่า ระดับเศรษฐกิจ ศัตรูธรรมชาติ และชื่อสารเคมีด้วยเหตุนี้ ชาวบ้านจึงมักจะชอบซักถามเพื่อนบ้าน เนื่องจากมีความเป็นกันเอง หรือชาวบ้านอาจจะไม่กล้าลุกขึ้นมาถามถ้าไปประชุมที่อำเภอ แต่จะพูดคุยกันมากในวงเครือข่ายการสื่อสารในชุมชน

2.4 การวิเคราะห์เนื้อหาสาร

การวิเคราะห์เนื้อหาสารในการสื่อสารการเกษตรในอดีตที่ผ่านมาเป็นประเด็นที่มักจะถูกมองข้ามไปเนื่องจากการตกอยู่ภายใต้กรอบแนวคิดที่เชื่อใน “พลังของตัวสื่อ” (ดังนั้น เนื้อหาอะไรก็ไม่สำคัญ) แต่ทว่า ในปัจจุบันนี้ เริ่มจะมีความสนใจในเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาสารเพิ่มมากขึ้นในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้



ภาพที่ 13: การวิเคราะห์เนื้อหาสาร

(2.4.1) การควบคุมเนื้อหาและความหมายของสาร

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นบ้างแล้วว่า ในงานวิจัยเรื่องทฤษฎีใหม่นั้น เนื่องจากการไหลของข่าวสารได้ผ่านช่องทาง / สื่อบุคคล / ผู้ส่งสารหลายขั้นตอนมากกว่าจะมาถึงผู้รับสารรายสุดท้าย คือ เกษตรกร ดังนั้น คณะวิจัยจึงพบว่า ในเชิงปริมาณของเนื้อหาสารย่อมมีการตกหล่น ลดทอน หรืออาจจะเพิ่มเติมขึ้นมา ส่วนในเชิงคุณภาพ ความหมายของเนื้อหาสารอาจจะมีทั้งที่เหมือนและแตกต่างไปจากผู้ส่งที่เป็นต้นฉบับ หรือมีการวางน้ำหนักจุดเน้นที่แตกต่างกัน

คณะวิจัยได้พบว่า ในการตีความหมายจากผู้รับสารหลาย ๆ กลุ่ม เนื้อหาส่วนที่ดีความได้เหมือนกันมากที่สุด คือ หลักการทฤษฎีใหม่ ในส่วนของวิธีการปฏิบัติเรื่องการแบ่งจัดสรรการใช้พื้นที่ดิน การปลูกพืชที่หลากหลายตามแบบเกษตรผสมผสาน การจัดการแหล่งน้ำ ซึ่งเนื้อหาส่วนนี้เป็นส่วนที่เป็นนัยตรงที่บ่งบอกถึงรูปแบบ (form) และหน้าที่ (function) ของการเกษตรทฤษฎีใหม่ แต่ทว่านัยที่แฝงอย่างลึกซึ้งในเชิงปรัชญาหรือข้อปฏิบัติที่ควรคำนึง เช่น ความเข้าใจที่ว่า “เศรษฐกิจพอเพียง” และ “เกษตรทฤษฎีใหม่” นั้น มีความเกี่ยวข้องกันอย่างไรนั้น เนื้อหาส่วนนี้มีการรับรู้และตีความน้อยในผู้รับปลายทางสุดท้ายเนื่องจากเนื้อหาดังกล่าวได้ตกหล่นไประหว่างกลางทาง

(2.4.2) การคัดเลือกและออกแบบสาร (Message Selection and Design)

ในงานวิจัยเรื่องเกษตรไม่ใช้สารเคมี คณะวิจัยได้แสดงให้เห็นผลลัพธ์สุดท้ายของเนื้อหาสารที่เกษตรกรใช้สารเคมีคัดเลือกและนำมาออกแบบ แล้วเปรียบเทียบกับกลุ่มเกษตรไม่ใช้สารเคมี ในช่วงระยะก่อนจะมีการเสริมศักยภาพและช่วงหลังดังนี้

	เกษตรกรเคมี	เกษตรไม่ใช้สารช่วงก่อน	เกษตรไม่ใช้สารช่วงหลัง
เนื้อหาสาร	เห็นภาพ : เช่น หญ้าร้ายตาย เรียบ ใช้แล้วรวย	นามธรรม : สุขภาพดี ลด ต้นทุน	เห็นภาพ : เช่น ปลูก ต้นแข็ง ดินหล่มขึ้น ลดต้นทุนครั้งต่อ ครั้ง ข้าวไม่ค่อยเป็นโรค

ภาพที่ 14 : การคัดเลือกและออกแบบสาร

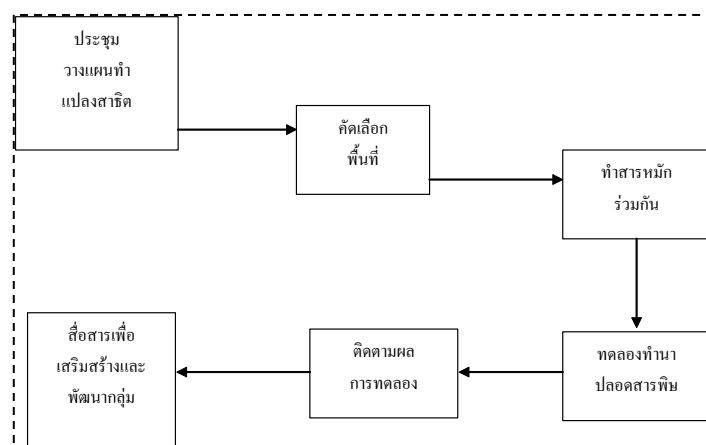
แน่นอนว่า กระบวนการคัดเลือกและออกแบบสารนั้น จะมีที่มาจาก 2 ทิศทาง คือ เอาผู้ส่งเป็นตัวตั้ง (sender centered) หรือเอาผู้รับสารเป็นตัวตั้ง (receiver-centered) ในการสื่อสารที่หวังผลจะให้ “เตะตา ถูกหู โดนใจ” ผู้รับสารก็จะต้องใช้ทิศทางแบบหลัง และคงต้องมีการทดสอบสาร (message testing) จากผู้รับสาร เช่น เรื่องเนื้อหาเรื่องสุขภาพหรือเรื่องลดต้นทุนจะจับใจเกษตรกรกลุ่มไหน เพราะเหตุใด เป็นต้น

(2.4.3) เนื้อหาข่าวสารหลายระบบ ดังได้กล่าวมาข้างแล้วว่า ในพื้นที่ความคิดของเกษตรกรหรือในเรื่ององค์ความรู้ทางการเกษตรนั้น มิใช่พื้นที่ว่างเปล่า หากแต่ได้มีชุดความรู้ต่าง ๆ จับจอบเอาไว้แล้ว และผลการวิจัยเรื่องการสื่อสารก็ให้ข้อสรุปที่แน่นอนว่า ข่าวสารใหม่ที่มีลักษณะสอดคล้องกับข่าวสารเดิมนั้น จะถูกรับรู้เข้าไปโดยง่าย เช่น การรณรงค์เรื่องการเลี้ยงลูกด้วยนมในกลุ่มแม่ที่สูงอายุจะรับรู้ได้ง่าย แต่หากเป็นข่าวสารใหม่ที่มีลักษณะขัดแย้งกับข่าวสารเดิม ก็ต้องมีรายการ “วัดใจผู้รับสาร” กันบ้างว่า จะเลือกฝ่ายไหน

ในชุดความรู้ของเกษตรกรไทยเรื่องการใช้สารเคมีและยาฆ่าแมลงนั้น เคยผ่านช่วงพัฒนาการมาเป็นยุค ๆ แต่เดิมนั้น ชาวนาไทยจะมีความรู้เรื่องการบำรุงรักษาพืชโดยวิธีธรรมชาติอยู่แล้ว เช่น ใช้สมุนไพรป้องกันแมลง ปลูกพืชหลายชนิดปะปนกัน ฯลฯ แต่ต่อมาฐานความรู้ใหม่เรื่องการใช้ปุ๋ยและยาฆ่าแมลงก็แพร่กระจายเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการเกษตรแผนใหม่ แหล่งความรู้ที่แพร่กระจายก็คือทางราชการและภาคธุรกิจ ในยุคปัจจุบัน ได้เริ่มมีแนวคิดใหม่ ๆ แพร่เข้ามาเป็นระลอกที่สาม คือ การชี้ให้เห็นอันตรายของการใช้สารเคมีและยาฆ่าแมลง และหันกลับมาใช้วิธีการควบคุมตามธรรมชาติที่ได้รับการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น

แต่เนื่องจากการผูกพันของฐานความรู้ชุดธรรมชาติที่ถูกเขาสกัดกร่อนมาเป็นเวลาหลายทศวรรษ ดังนั้น จึงต้องมีกระบวนการใช้เวลาซ่อมแซมฐานชุดความรู้เก่า ในงานวิจัยการเกษตรไม่ใช้สารเคมี จึงต้องสร้างสื่อกิจกรรมที่มีเป้าหมาย 2 อย่างคู่ขนานกันไปคือ **การสื่อสารเพื่อสร้างคน และการสื่อสารเพื่อสร้างองค์ความรู้** เนื่องจากฐานความรู้เรื่องเกษตรธรรมชาติยังไม่ตกผลึกอย่างได้ผลแน่นอน รูปแบบการสื่อสารที่นำมาใช้นั้น มี 2 ขั้นตอน ขั้นตอนแรก เป็นขั้นพัฒนาองค์ความรู้และสร้างกลุ่ม ขั้นที่สอง เป็นขั้นขยายผลหลังจากมีความมั่นใจแล้ว ในแต่ละขั้นตอน มีสื่อกิจกรรมต่าง ๆ กัน ดังนี้

ขั้นตอนแรก : พัฒนาองค์ความรู้และสร้างกลุ่มใช้สื่อกิจกรรม 6 กิจกรรม



ภาพที่ 15 : สื่อกิจกรรมในขั้นพัฒนาองค์ความรู้และสร้างกลุ่ม

ขั้นตอนที่สอง : ขั้นการขยายผลหลังจากมั่นใจในองค์ความรู้แล้ว ใช้กลยุทธ์การสื่อสารหลายกลยุทธ์ เช่น

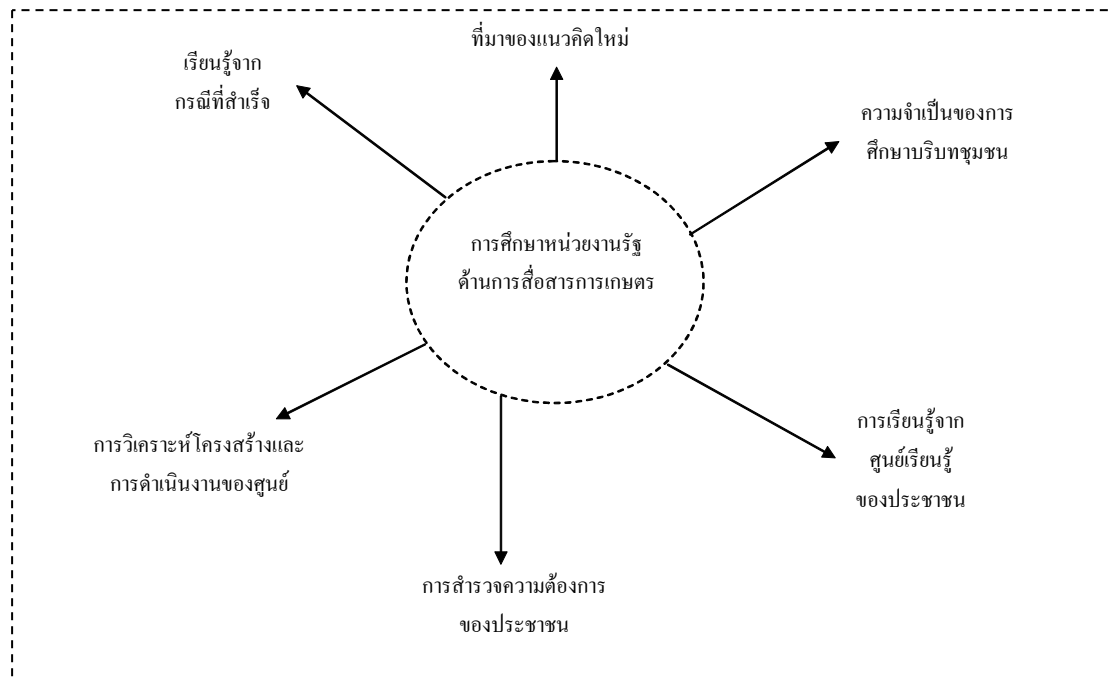
- กลยุทธ์สร้างสื่อบุคคล ระดมสมอง วางแผนขยายผล
- กลยุทธ์สร้างแรงจูงใจให้สมาชิก เช่น ให้สิทธิพิเศษจากกองทุนน้ำมัน
- ใช้สื่อเฉพาะกิจหลาย ๆ แบบ เช่น สื่อเอกสารแนะนำเครือข่าย ป้ายต่าง ๆ ในแปลงสาธิต
- กลยุทธ์การถ่ายทอดข้อมูลโดยเลือกรูปแบบ ช่วงเวลา เนื้อหาให้สอดคล้องกับสถานการณ์
- กระจายแกนนำและผู้รู้ด้านเกษตรกรรมชาติไปเป็นสื่อบุคคลตามพื้นที่ต่าง ๆ
- สร้างลักษณะตัวตนของกลุ่ม เช่น มีเสื้อทีม มีที่ทำการกลุ่ม

คณะวิจัยติดตามผลการใช้การสื่อสารผสมผสานหลาย ๆ รูปแบบ และพบว่าได้ผลเป็นที่น่าพอใจอย่างยิ่ง

3. การวิจัยหน่วยงานรัฐด้านการสื่อสารการเกษตร

3.1. เอกลักษณ์ของงานวิจัย

งานวิจัยศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรระดับตำบลของกรมการสัตว์และคณะ มีจุดเด่นตรงที่ศึกษาตัวองค์กร / หน่วยงานระดับล่างสุดที่อยู่ติดกับประชาชน ซึ่งงานวิจัยในอดีตนั้นมักจะศึกษาเป็นระดับตัวบุคคล / สื่อบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอและตำบล และดังที่ได้กล่าวมาแล้วตั้งแต่ต้นว่า งานวิจัยชุดการสื่อสารการเกษตรทั้ง 3 ชุดนี้ มีรากฐานร่วมกันคือการปรับเปลี่ยนมาใช้กระบวนการใหม่ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ดังนั้น แนวคิดหลักที่นำมาใช้ศึกษาจึงเป็นเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” อันมีคุณลักษณะต่าง ๆ เช่น เป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน การไหลของข่าวสารเป็นแนวนอนและสองทาง มีการสลับบทบาทผู้ส่งสาร/ผู้รับสาร (role shifting) ฯลฯ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ขัดแย้งกับธรรมชาติของหน่วยงานหรือองค์กรรัฐเป็นอย่างยิ่ง จึงน่าที่จะลุ้นระทึกว่า ผลลัพธ์ของงานวิจัยจะออกมาเป็นอย่างไร



ภาพที่ 16: การศึกษานโยบายของรัฐด้านการสื่อสารการเกษตร

3.2 ที่มาของงานวิจัย

เรามักได้รับฟังคำบ่นอยู่เสมอว่า องค์กร / หน่วยงานรัฐ ทำงานแยกกันเป็นส่วน ๆ แบ่งเป็นท่อเล็กท่อน้อย แต่ทว่า วิถีชีวิตของชาวบ้านนั้น เขาเป็น “บูรณาการ” ดังนั้น เมื่อชาวบ้านมีปัญหาเรื่องน้ำ เรื่องที่ดิน เรื่องแมลง ฯลฯ ชาวบ้านจึงต้องตระเวนไปตามกรม กอง แผนกต่าง ๆ ซึ่งทำให้เสียทั้งเวลาและทั้งทรัพยากรอื่นๆอย่างมาก และเนื่องจากหน่วยงานของรัฐไม่ค่อยมีการประสานงานกันตั้งแต่ระดับหัวจรดหาง คือ ตั้งแต่ระดับการวางแผน / นโยบายจนถึงการปฏิบัติ จึงทำให้เกิดทั้งความซ้ำซ้อนบ้าง ความตกหล่นบ้าง (ตัวอย่างรูปธรรมคือ การขุดถนนกันคนละทีในกรุงเทพของหน่วยงานไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ฯ)

ดังนั้น แนวคิดแรกที่ถูกนำมาใช้จึงเป็นแนวคิดเรื่อง “จุดบริการจุดเดียว” (one-stop service) ที่จะประสานเอาหน่วยงานทุกหน่วยที่ต้องเกี่ยวข้องกับงานการเกษตรเข้ามาวางแผนร่วมกันและดำเนินการให้บริการแก่ประชาชนร่วมกัน โดยการรวมเอาท่อของทางราชการทั้งหมดมาผูกมัดรวมกันไว้ที่หน่วยงานรัฐด้านการเกษตรที่อยู่ติดกับประชาชนมากที่สุดคือ เกษตรตำบล ซึ่งได้ปฏิรูปโครงสร้างและวิธีการดำเนินงานเป็นหน่วยงานใหม่ที่เรียกว่าศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรระดับตำบล อันมีภารกิจอยู่ 2 ประการคือ

- การเผยแพร่ข่าวสารด้านการเกษตร

- การให้บริการด้านข่าวสารและเทคโนโลยีการเกษตร

ส่วนอีกแนวคิดหนึ่งที่มาพร้อมกับทิศทางการพัฒนาที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคมไทยทั้งขบวนการ คือ แนวคิดเรื่องการกระจายอำนาจการตัดสินใจและการดำเนินงาน (decentralized) ทั้งการกระจายอำนาจในตัวหน่วยราชการเองและการกระจายอำนาจให้แก่ภาคประชาชน ดังนั้นหน่วยงานรัฐ เช่น ศูนย์บริการฯ นั้น จึงต้องทำงานร่วมมือ / ร่วมประสานไปกับกลุ่ม / องค์กรต่าง ๆ ของภาคประชาชน / ภาคธุรกิจที่มีอยู่แล้ว และต้องไม่จัดวางตัวเองเป็นศูนย์กลาง หรืออยู่เหนือกว่ากลุ่มอื่น ๆ ในการดำเนินงานพัฒนา หากแต่จะต้องแทรกตัวเองเข้าไปเป็นหนึ่งในสถาบัน / องค์กรเพื่อการพัฒนาด้านการเกษตร

ทั้งสองแนวคิดนี้ จึงเป็นที่มาของการวางโครงสร้างและการดำเนินงานแบบใหม่ของศูนย์บริการ และหากพิจารณาจากสายตาศาสตร์แล้ว เราก็คงตั้งคำถามว่า การเปลี่ยนแปลงทั้งแนวคิดและแนวทางปฏิบัติของหน่วยราชการหน่วยนี้ได้มีกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันทั้งภายในหน่วยงานรัฐหลายหน่วยที่เกี่ยวข้องเป็นอันดับแรก (การสื่อสารภายในองค์กร) เนื่องจากจะต้องมีการนำเอาหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องมาวางแผน / นโยบาย และปฏิบัติงานร่วมกัน และในลำดับถัดมา ก็คือ มีกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจและการรับรู้ร่วมกันระหว่างประชาชนกับศูนย์บริการอย่างไร

ก่อนหน้าที่จะมีงานวิจัยเรื่องศูนย์บริการของกรมหลวงและคณะ (ปี 2547) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ในปี พ.ศ. 2544 คณะผู้เชี่ยวชาญสาขาต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้ทำการวิจัยประเมินผลกระทบการทำงานของศูนย์บริการฯ ในโครงการนำร่องมาก่อนแล้ว และพบว่าการทำงานยังล้มเหลวอยู่ อันเนื่องมาจากปัจจัยแวดล้อมทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านนโยบาย ด้านการรวบรวมข้อมูลเทคโนโลยีการเกษตร ด้านบุคลากร และด้านสถานที่ตั้ง ซึ่งหมายความว่า งานปฏิรูปหน่วยงานราชการนั้น มิใช่เรื่องที่จะทำได้ง่าย ๆ และอาศัยแต่พลังจากภายใน ดังนั้นเมื่อบวกผสมกับแนวคิดเรื่องมีส่วนร่วมของประชาชน คณะวิจัยจึงได้ออกแบบงานวิจัยโดยการเลือกชุมชนที่มีความเข้มแข็ง 4 ชุมชน โดยมีตัวชี้วัดหลัก ๆ เช่น เป็นชุมชนที่สามารถพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจ เป็นชุมชนที่มีการพัฒนาตนเอง เป็นชุมชนที่มีแรงเกาะเกี่ยวความสัมพันธ์อันดี และเป็นชุมชนที่มีกระบวนการสื่อสารอย่างดี ในชุมชนเหล่านี้ จะมีกลไกการเรียนรู้ที่สำคัญคือ ศูนย์การเรียนรู้แบบต่าง ๆ ซึ่งทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น คณะวิจัยจึงคาดหวังว่า จะศึกษาวิธีการดำเนินงานของศูนย์เรียนรู้เพื่อเป็นแนวทางสำหรับศูนย์บริการฯ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีเป้าหมายเดียวกัน รวมทั้ง แสวงหาวิธีการร่วมมือและร่วมประสานกับศูนย์เรียนรู้ของชุมชน เพื่อให้ภารกิจที่ศูนย์บริการจะเข้าไปผนวกรวมเป็นหนึ่งในสถาบันการเรียนรู้และการให้บริการแก่ชุมชนเป็นไปตามที่คาดหวังเอาไว้

3.3 ความจำเป็นของการศึกษาบริบทชุมชน

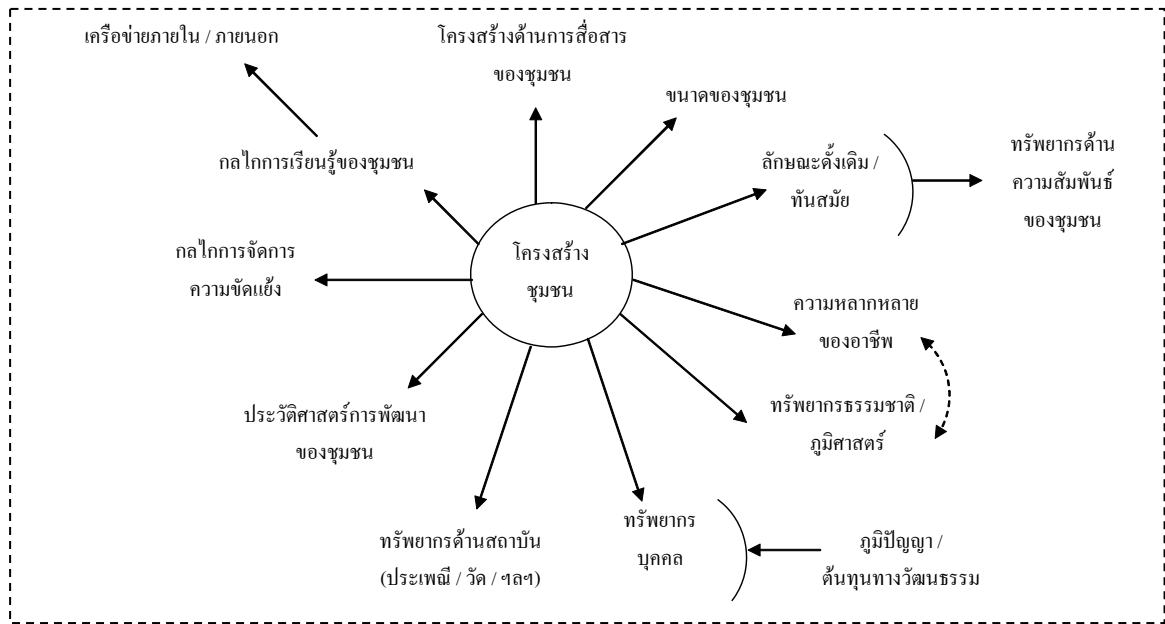
มีข้อที่น่าสนใจประการแรกว่า ในการศึกษาเรื่องการสื่อสารนั้น มักจะดูแต่กระบวนการสื่อสาร S-M-C-R-E โดยขาดการพิจารณาบริบทแวดล้อมที่เกิดการสื่อสารนั้น (context) ซึ่งอาจทำให้อธิบายไม่ได้ว่า เพราะเหตุใด เมื่อใช้การสื่อสารแบบเดียวกัน จึงได้ผลในที่หนึ่ง แต่ไม่ได้ผลในที่อื่น ทั้งนี้ เพราะกระบวนการสื่อสารนั้นย่อมมีส่วนสัมพันธ์กับบริบทหนึ่งในแง่พื้นที่ วาระโอกาส สถานการณ์ เหตุการณ์ ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สภาพทางจิตใจ ฯลฯ อยู่เสมอ

ในอีกด้านหนึ่ง การทำงานของหน่วยราชการเอง ก็มักจะมีลักษณะ “สูตรเดียวกันทั่วประเทศ” อันเป็นแนวคิดเรื่อง “ความเป็นมาตรฐานแบบเดียวกัน” แต่ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ในกระบวนการพัฒนาแบบใหม่นั้น การพัฒนาจะต้องมีลักษณะ “สูตรใครสูตรมัน” จากเหตุผลทั้งสองด้านคือ ทั้งการสื่อสารและการทำงานของหน่วยราชการ ทำให้งานการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตร / หรือ ชนบท มักจะขาดการสำรวจ / ศึกษาโครงสร้างบริบทของชุมชน

Flynn-Thapalia (1996) ให้ข้อสรุปในการศึกษาสื่อบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่รัฐ หรือ นักวิจัยจากภายนอกเอาไว้ว่า ไม่ว่าสื่อบุคคลจากภายนอกเหล่านี้จะไปเรียนรู้เทคนิคต่าง ๆ ในการทำงานไปอย่างมากมาย แต่ทว่า ถ้าเจ้าหน้าที่เหล่านั้นขาดความรู้พื้นฐานเรื่องปัญหาของชุมชน โครงสร้างชุมชน เทคนิคเหล่านั้นก็จะไร้ประโยชน์โดยสิ้นเชิง **การศึกษาชุมชนจึงเป็นองค์ประกอบที่จะขาดเสียมิได้ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา**

งานวิจัยเรื่องศูนย์บริการของกมลรัฐและคณะก็นำมาสู่ข้อสรุปเช่นเดียวกับ Flynn-Thapalia กล่าวคือ การศึกษาชุมชนเท่านั้นที่จะเป็นหลักประกันความสำเร็จในขั้นแรกของการสื่อสารการเกษตร ทั้งนี้ เพื่อนำมาตัดเย็บหน้าตาของศูนย์บริการให้สอดคล้องกับรูปโฉมของชุมชน แต่คำถามต่อไปก็คือ เมื่อจะศึกษาบริบทจริง ๆ นั้น จะต้องศึกษาในแง่มุมไหน และศึกษาอย่างไร

กมลรัฐและคณะนำเสนอวิธีการศึกษาโครงสร้างชุมชนเอาไว้ดังนี้คือ



ภาพที่ 17 : การศึกษาโครงสร้าง/บริบทของชุมชน

จากกรณีตัวอย่างทั้ง 4 ชุมชน ที่คณะวิจัยได้เลือกมาศึกษานั้น คณะวิจัยได้พบว่าตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของโครงสร้างชุมชนที่ระบุมาข้างต้นนี้ จะเป็นตัวกำหนดออกแบบโครงสร้าง / วิธีการดำเนินงานร่วมกับชุมชน ตัวอย่างเช่น

(1) **เรื่องขนาดของชุมชน** ชุมชนที่มีขนาดเล็กและมีขนาดปานกลางจะมีส่วนทำให้วิธีการวางแผนร่วมมือทำงานของศูนย์บริการฯ กับชุมชนมีความแตกต่างกัน ชุมชนขนาดเล็กอาจจะทำงานผ่านแกนนำเพียงไม่กี่คน แต่ชุมชนที่มีขนาดใหญ่หรือปานกลางต้องทำงานผ่านระบบคณะกรรมการ

(2) **เรื่องความหลากหลายของอาชีพ** ซึ่งจะถูกกำหนดจากสภาพภูมิศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน จะมีผลต่อการเตรียมข้อมูลข่าวสารของศูนย์บริการและการจัดหาผู้เชี่ยวชาญ เช่น ชุมชนที่มีอาชีพทำสวนแต่เพียงอย่างเดียว ความรู้เกี่ยวกับพืชสวนอย่างเดียวก็อาจจะเพียงพอ แต่ถ้าชุมชนมีอาชีพที่หลากหลาย ทางศูนย์บริการก็ต้องขยายฐานการเรียนรู้ออกไป

(3) **ประวัติศาสตร์การพัฒนาชุมชน** ชุมชนที่เคยมีประสบการณ์การทำงานพัฒนากับหน่วยงานภายนอกมามาก เป็นชุมชนที่ทันสมัย รู้จักใช้กลยุทธ์เชิงรุกกับหน่วยงานภายนอก มีทิศทางการทำธุรกิจชุมชน ชุมชนแบบนี้ ศูนย์บริการจำเป็นต้องมีผู้เชี่ยวชาญด้านการวิเคราะห์การตลาดเอาไว้

3.4 เรียนรู้จากศูนย์เรียนรู้ของชุมชน

การออกแบบงานวิจัยของคณะวิจัยศูนย์บริการฯ แสดงให้เห็นการกลับหัวกลับหางในเรื่องทัศนคติที่มีต่อประชาชน ดังที่ Bordenave (1977) เคยตั้งคำถามเกี่ยวกับเป้าหมายและความเชื่อเบื้องต้น (basic assumption) ของกระบวนการทัศนคติหลักของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาว่าแนวคิดนี้มีความเชื่อว่าการกระทำและพฤติกรรมที่ประชาชนผู้รับสารกำลังกระทำอยู่นั้นเป็นพฤติกรรมที่ผิดและด้อยพัฒนา ดังนั้น ผู้ส่งสาร (เจ้าหน้าที่รัฐ / นักพัฒนา) จึงต้องมีเป้าหมายที่จะใช้การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวชักชวนให้ผู้รับสารปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

แต่ทว่า ในงานวิจัยศูนย์บริการนี้ คณะวิจัยกลับเชื่อว่า แม้จะยังไม่มีศูนย์บริการฯ (หรือมีแล้ว แต่ยังไม่ได้ทำงาน / ทำหน้าที่) แต่ประชาชนก็ได้พยายามช่วยเหลือตนเองด้วยการตั้งศูนย์เรียนรู้ประเภทต่าง ๆ ขึ้นมาแล้ว และเนื่องจากคณะวิจัยได้คัดเลือกหมู่บ้านที่เข้มแข็งซึ่งหมายความว่าศูนย์เรียนรู้ของชุมชนนั้นทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใจหายการวิจัยข้อหนึ่งจึงเสนอว่า “ไปเรียนรู้จากศูนย์เรียนรู้ของประชาชนว่า เขาทำงานได้อย่างไร เรียนเขาเพื่อเอามาเป็นแบบอย่าง” และใจหายข้อต่อไปก็คือ “แล้วศูนย์บริการจะไปต่อยอดจากศูนย์เรียนรู้ที่ตั้งต้นมาแล้วได้อย่างไร” หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ศูนย์บริการ (ในกรณีของชุมชนที่เข้มแข็งเหล่านี้) จะไม่ใช่ “ผู้ริเริ่ม” (initiator) หากแต่จะเล่นบทบาทเป็น “ผู้ร่วมสมทบทุน”

มีบทเรียนหลาย ๆ บทเรียนของศูนย์เรียนรู้ของชุมชนที่ศูนย์บริการสามารถจะนำเอามาเป็น “แนวทาง” เพื่อเลียนแบบอย่างสร้างสรรค์ตามกรอบที่เป็นไปได้ของศูนย์บริการ (ซึ่งเป็นหน่วยงานราชการ)

(1) ศูนย์เรียนรู้จะถูกออกแบบให้สอดคล้องกับโฉมหน้าของชุมชนดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ดังนั้น ศูนย์เรียนรู้จึงไม่มีลักษณะเป็นแบบสูตรเดียวกันทั่วประเทศ หากทว่าจะมีหน้าตาที่แตกต่างกันหลากหลายตามโฉมหน้าของชุมชน เช่น ชุมชนที่มีขนาดกลาง มีความทันสมัย มีการทำธุรกิจ ในชุมชนแบบนี้ จะมีศูนย์เรียนรู้อยู่อย่างหลากหลาย แต่ละศูนย์จะมีการแบ่งบทบาทการทำงาน (division of labour) อย่างชัดเจน ชาวสารบริการที่ให้อะไรเรื่องการผลิตเท่านั้น แต่ต้องเป็นเรื่องทุน / การตลาด / ธุรกิจ / ระบบการจัดการผลประโยชน์ต้องชัดเจนและโปร่งใส มีการใช้สื่อสมัยใหม่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แสวงหาข้อมูล (เช่น คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต) ซึ่งลักษณะที่กล่าวมานี้ ไม่เหมือนศูนย์เรียนรู้ในชุมชนขนาดเล็ก มีลักษณะแบบดั้งเดิม มีสายสัมพันธ์แน่นแฟ้นเป็นแบบแบบเครือญาติ เป็นต้น

(2) คณะวิจัยได้พบว่า ปัจจัยสำคัญ ๆ ที่ช่วยให้ศูนย์เรียนรู้ของชุมชนเหล่านี้ประสบความสำเร็จ ก็มีเช่น

(ก) ศูนย์การเรียนรู้ดังกล่าวเกิดมาจากความต้องการของชุมชนเอง (need responsive) เช่น ชุมชนใน จ. เพชรบุรี ที่ตั้งอยู่บนยอดเขาทำให้มีอาชีพที่สัมพันธ์กับ

ทรัพยากรธรรมชาติ อากาศที่ค่อนข้างชื้นทำให้เกิดอาชีพเพาะเห็ดแบบต่าง ๆ ขยาย ดังนั้น ศูนย์เรียนรู้ของชุมชนก็คือ กลุ่มต่าง ๆ ที่พยายามค้นคว้าทดลองใช้วัสดุต่าง ๆ มาทดลองเพาะเห็ด เช่น ฟางข้าว แกลบ ขี้เลื่อย ฯลฯ ในกรณีนี้แน่นอนว่า ถ้ามีศูนย์บริการเกิดขึ้น ก็ต้องส่งเสริมความรู้ความชำนาญในเรื่องเห็ดทุกประเภท จึงจะบริการชุมชนได้

(ข) การมีผู้นำที่ดีมีความสามารถ มีความเสียสละ มีความชัดเจนต่อบทบาทที่ทำ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักของความเข้มแข็งของชุมชนอยู่แล้ว และศูนย์เรียนรู้ต้องผนวกประสานเอาผู้นำดังกล่าวเข้ามาในสถาบันของตน ในกรณีของศูนย์บริการที่ต้องการบริหารงานแบบมีส่วนร่วมของประชาชน ก็ต้องมีกลไกในการแสวงหา “ตัวจริงเสียงจริง” (identify person) และมีกลยุทธ์การสื่อสารที่จะผนวกเอาสื่อบุคคลที่ดีเหล่านี้มาร่วมงาน

(ค) การมีความสามารถการประสานงานเพื่อระดมทรัพยากรทั้งในและนอกชุมชน ทรัพยากรที่สำคัญที่สุดของศูนย์เรียนรู้ก็น่าจะเป็น “ตัวความรู้” นั่นเอง ที่นอกเหนือไปจากทรัพยากรด้านตัวบุคคล / วัสดุอุปกรณ์ / สถานที่ /) และความรู้นี้ก็ยกรวมเรื่องฐานข้อมูล ซึ่งจำเป็นต้องเป็นปัจจุบัน (เช่นข้อมูลทางธุรกิจ)

3.5 การสำรวจความต้องการและการตอบสนองความต้องการของชุมชนจากศูนย์บริการฯ

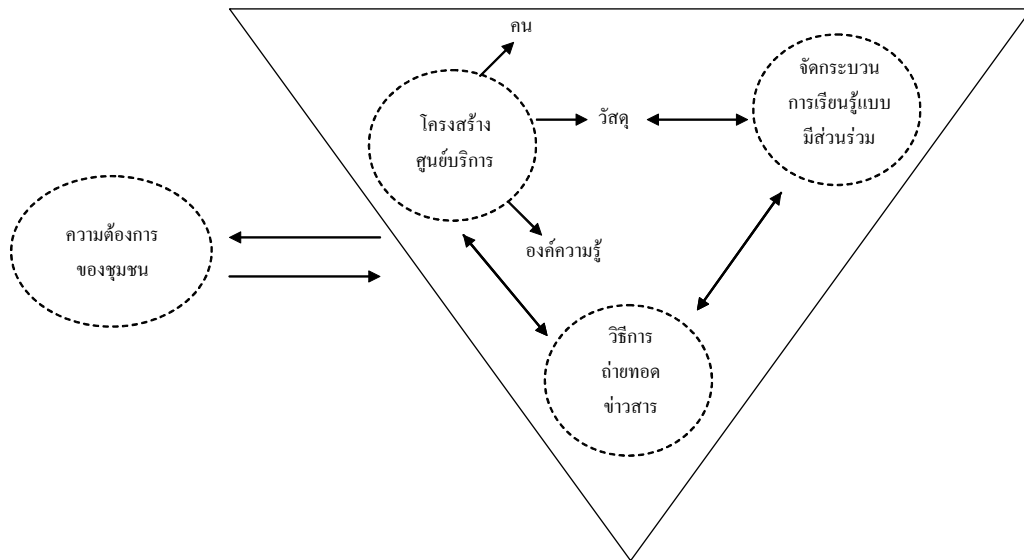
จากการประมวลงานวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ผ่านมาในอดีต ทั้งในและต่างประเทศ Ejembi E.P et al (1996) ตั้งข้อสังเกตว่า การพัฒนาด้านการเกษตรของประเทศโลกที่สามนั้น มักจะมีการใช้สื่อบุคคลภายนอกโดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรของรัฐเป็นจำนวนมาก และก็มีงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อบุคคลเหล่านี้มากพอสมควร แต่อย่างไรก็ตาม ในการออกแบบการวิจัยนั้น มักจะไม่ค่อยมีการรับฟังการประเมินผล (feedback) จากชาวนาที่เคยมีประสบการณ์กับสื่อบุคคลของรัฐเท่าใดนัก

ในงานวิจัยศูนย์บริการของกมลรัฐและคณะได้แก้ไขข้อบกพร่องหลักที่กล่าวมาข้างต้น โดยคณะวิจัยได้เริ่มสำรวจความต้องการของชุมชนว่า ต้องการหน่วยงานหรือองค์กรแบบศูนย์เรียนรู้ / ศูนย์บริการหรือไม่ คำตอบที่ได้รับก็เป็นเอกฉันท์ คือ มีความต้องการอย่างยิ่ง ทั้งนี้ เพราะทุกชุมชนต้องเผชิญหน้ากับการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงที่เข้ามาที่ชุมชนตลอดเวลา เช่น เรื่องอาชีพ กองทุนเงินล้าน หนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล ฯลฯ ดังนั้น ชุมชนจึงต้องการช่องทางที่จะเข้าถึงข่าวสารข้อมูล เข้าถึงทรัพยากร เพื่อนำมาใช้ตัดสินใจเผชิญหน้ากับความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้

ด้วยความจำเป็นอย่างยิ่งดังกล่าว ทุกชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจึงตื่นรณรงค์สร้างศูนย์เรียนรู้ขึ้นมา แม้จะยังไม่มีหน่วยงานของรัฐที่ตั้งขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการดังกล่าว และหากจะมีหน่วยงานของรัฐ เช่น ศูนย์บริการมา “ร่วมด้วยช่วยกัน” เชื่อมต่อระหว่างศูนย์เรียนรู้ของประชาชนกับของรัฐก็จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนมากยิ่งขึ้น

ปัญหาจึงอยู่ที่ว่า หน่วยงานของรัฐ เช่น ศูนย์บริการจะออกแบบอย่างไรให้สามารถ “เกาะให้ถูกที่คัน” ของชุมชนได้

ในการนี้ คณะวิจัยได้นำเสนอโฉมหน้าของโครงสร้างของศูนย์บริการ / การจัดกระบวนการทำงาน / เรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม และวิธีการถ่ายทอดข่าวสาร-บริการแก่ชุมชนพอสังเขป ดังนี้



ภาพที่ 18 : ความต้องการและตอบสนองของศูนย์บริการ

(1) **โครงสร้างของศูนย์บริการ** มีองค์ประกอบ 3 ส่วนที่สำคัญคือ ตัวบุคคล / วัสดุ และ องค์ความรู้ ซึ่งใน 3 ส่วนนี้ **องค์ประกอบตัวบุคคล**เป็นตัวเคลื่อนไหวตัวแรก (first mover) และใน ตัวบุคคลที่สำคัญที่สุด ก็คือ ตัวผู้อำนวยการศูนย์ฯ

คณะวิจัยพบว่า คุณสมบัติ (spec) ของผู้อำนวยการศูนย์ฯ นั้น จะมีแต่ความรู้เชิงเนื้อหา และเทคนิคไม่ได้ เนื่องจากธรรมชาติของศูนย์บริการนั้นจะต้องมีการทำงาน/ภารกิจในลักษณะของการประสานงาน ดังนั้น คุณสมบัติการเป็น “ตัวประสานสิบทิศ” จึงเป็นส่วนสำคัญของ ผู้อำนวยการศูนย์ฯ

ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนาความสามารถและทักษะด้านการประสานงานให้แก่ ผู้อำนวยการศูนย์ฯ เจ้าหน้าที่ร่วมกับแกนนำของชุมชน ในส่วนเรื่องปริมาณของเจ้าหน้าที่นั้น ควร จะต้องพิจารณาจากขนาดและโครงสร้างอื่น ๆ ของชุมชนที่ได้กล่าวมาข้างต้น

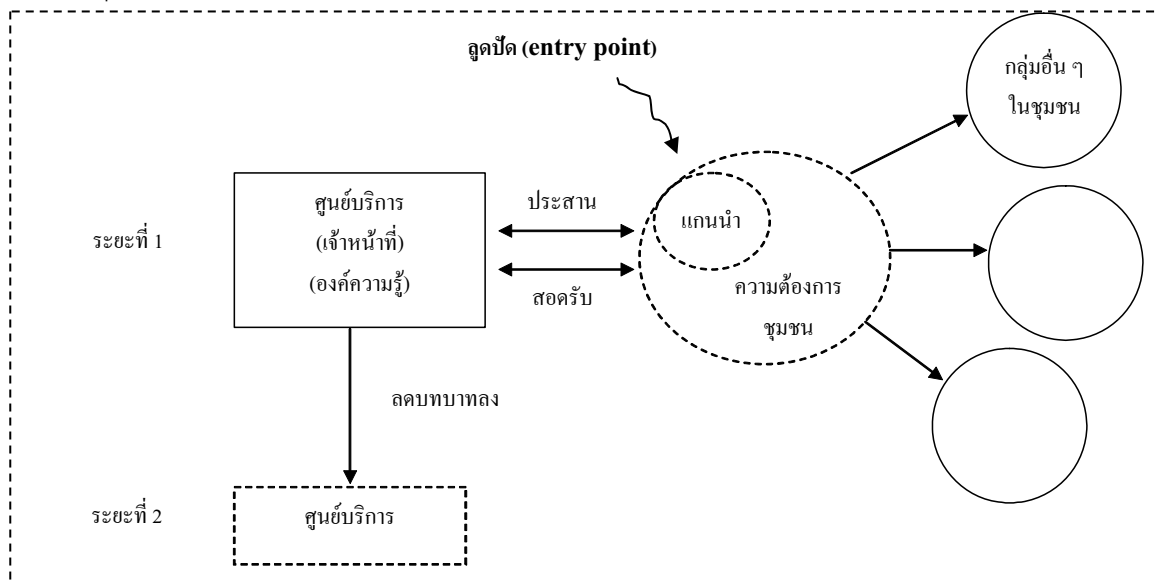
(2) **การจัดกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม** ผลจากการสำรวจสถานะที่กำลังเป็นอยู่ ของศูนย์บริการซึ่งก็มีปัญหาหลักอยู่ 3 ปัญหาที่อาจนำเอากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมา แก้ไขได้ ดังนี้

- ชุมชนยังไม่มีนโยบาย แผนงาน และการดำเนินงานศูนย์บริการที่ปรับเปลี่ยนไปจากการเป็นสำนักงานเกษตรตำบล

- ชุมชนยังไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์บริการ
- การประสานงานระหว่างภาครัฐกับประชาชนยังไม่มีวางแผนให้เป็นระบบ

แน่นอนว่า ในเรื่องการมีส่วนร่วม เราคงไม่อาจจะคาดหวังว่า คนทุกคนในชุมชนนั้นจะเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน แต่คงต้องมีการวางแผนให้เป็นขั้นตอนและวางแผนจากสภาพความเป็นจริงของชุมชน ที่สำคัญก็คือ “เมื่อเราจะเปิดประตูนั้น เราก็ต้องมองหาลูกบิด” เป็นอันดับแรกเสียก่อน ที่เรียกว่า entry point ซึ่งในทั้ง 4 ชุมชน ตัวบุคคล / กลุ่มแกนที่เป็น “ลูกบิด” ก็แตกต่างกันออกไป

คณะวิจัยได้ให้ตัวอย่างกรณีที่เกิดขึ้นว่าเป็น “กรณีความสำเร็จ” (success case) ของศูนย์บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อสาธิตให้เห็นกระบวนการทำงานที่อาจถือได้ว่าเป็นแบบแผนหนึ่งดังนี้



ภาพที่ 19: กระบวนการทำงานของศูนย์บริการ

ในระยะเริ่มแรก เจ้าหน้าที่จากศูนย์บริการ ซึ่งมีทั้งความเชี่ยวชาญ (credibility) และความน่าไว้วางใจ (trustworthiness) รวมทั้ง ตัวศูนย์บริการเองก็มีองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน เจ้าหน้าที่ศูนย์ฯ ได้เข้าไปสำรวจหา “ลูกบิด” ประตุที่จะทำงานด้วยและพบว่า เป็น “กลุ่มแกนนำ” ของชุมชน ในระยะเริ่มแรก เจ้าหน้าที่ได้ร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ กับกลุ่มแกนนำ เช่น การสาธิต การทดลอง การพาไปดูงาน ฯลฯ โดยที่เจ้าหน้าที่ศูนย์ฯ อาจจะมีบทบาทเป็นหลักพอสมควร แต่เมื่อก้าวเข้าสู่ระยะที่สอง ทางศูนย์บริการก็เริ่มลดบทบาทลง โดยบทบาทของกลุ่มแกนนำให้สูงเด่นขึ้น

มีข้อที่น่าสนใจว่า ในขณะที่ศูนย์บริการฯ นั้นมีจำนวนมากมายหลายพันแห่งทุกตำบล ซึ่งแน่นอนว่า ท่ามกลางปริมาณที่มากมายนี้ ย่อมมีทั้งกรณีที่ดีล้มเหลวและกรณีที่สำเร็จ ในการออกแบบกระบวนการวิจัยนั้น ควรจะเริ่มจากกรณีที่ดีสำเร็จหรือทำได้ดี (best practice) เพื่อนำมาวิเคราะห์หาปัจจัยเงื่อนไข เพื่อจัดให้มีการถ่ายโอนความรู้ไปยังกรณีอื่น ๆ ที่อาจจะมีสถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไปบ้าง แต่ก็น่าจะมีหลักการบางอย่างที่เรียนรู้ร่วมกันได้

(3) วิธีการถ่ายทอดข่าวสาร ในเรื่ององค์ประกอบของการสื่อสารทั้ง S-M-C-R นั้น คงจะถูกกำหนดมาจากการศึกษาบริบท / โครงสร้างของชุมชน โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างการสื่อสารของชุมชน และใช้หลักการว่า “วางแผนการสื่อสารบนผลงานการสำรวจวิจัย” ทั้งในเรื่องการใช้ช่องทาง / สื่อ หรือเนื้อหาที่ชุมชนต้องการนั่นเอง
