

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่องการสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน: กรณีศึกษา ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีในการวางกรอบการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Communication for Development)
2. แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)
3. แนวคิดการสื่อสารชุมชน (Community Communication)
4. แนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Communication for Development)

แนวคิด “การสื่อสารเพื่อการพัฒนา” ถือเป็นลูกผสมระหว่างแนวคิด “การสื่อสาร” กับ “การพัฒนา”

เมื่อพูดถึงการพัฒนา คมสัน หุตะแพทย์ (2535, น. 17-19) เสนอว่า เราอาจต้องเริ่มด้วยการตอบคำถาม 3 ข้อ คือ

- 1) ใครพัฒนาใคร
- 2) ทำไมต้องพัฒนา
- 3) พัฒนาไปเพื่ออะไร

สำหรับคำถามว่า “ใครพัฒนาใคร?” ก็ได้แก่ คนที่เกี่ยวข้องกับงานพัฒนา โดยแบ่งเป็นสองฝ่าย โดยทั่วไปหากเป็นงานพัฒนาตามนโยบายของรัฐ ฝ่ายหนึ่งก็คือคนที่ไปพัฒนา ได้แก่ หน่วยงานพัฒนาหรือนักพัฒนา และนักพัฒนานี้หากไปเกี่ยวข้องกับสาขาใดสาขาหนึ่งก็อาจเรียกชื่อตามสาขาเฉพาะนั้น เช่น นักการเกษตร หรือโภชนากร เป็นต้น ส่วนอีกฝ่ายหนึ่งก็คือคนที่ได้รับการพัฒนา ได้แก่ ชาวบ้านหรือประชาชนนั่นเอง

สำหรับคำถามที่ว่า “ทำไมต้องพัฒนา?” นั้น แต่ละคนอาจมีคำตอบที่หลากหลายตามแต่ประสบการณ์ เช่น บางคนทำตามหน้าที่หรือนโยบาย บางคนทำเพราะต้องการช่วยเหลือผู้อื่น แต่ที่สุดแล้ว เหตุที่ต้องพัฒนามาก็มาจากจุดเดียวกันคือเพราะมีปัญหา อาจเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นหรือคนที่มีปัญหาอยู่ จึงต้องมีการพัฒนา ปัญหาส่วนใหญ่ก็ได้แก่ ชาชนบทส่วนใหญ่ในประเทศ

ไทยที่ยังคงอยู่ในสภาพอดอยากยากจน ประสบกับปัญหาเศรษฐกิจและสังคม ดังนั้น หน่วยงานพัฒนาต่าง ๆ จึงต้องเข้าไปช่วยเหลือแก้ไข เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

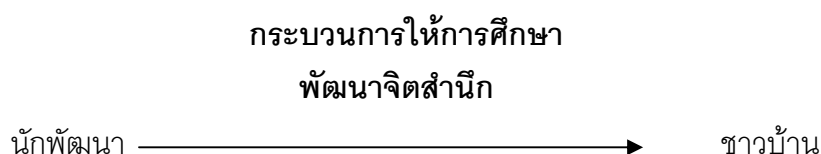
และสุดท้าย “พัฒนาเพื่ออะไร และไปสู่จุดไหน?” สำหรับคำถามนี้ อาจไม่มีคำตอบที่ถูกต้องที่สุด ว่าเราจะต้องพัฒนาไปถึงจุดใดจึงจะไม่ต้องพัฒนาต่อไปอีก แต่ก็คงต้องมีเกณฑ์ที่พอจะบอกได้ว่า การพัฒนานั้น ๆ เริ่มสัมฤทธิ์ผลแล้ว ตามที่เราตั้งวัตถุประสงค์ไว้ สิ่งที่น่าพัฒนามุ่งหวังคือการที่ประชาชนส่วนใหญ่พ้นจากความยากจน โรคภัยไข้เจ็บ และมีชีวิตที่สุขสมบูรณ์ตามอัตภาพ จึงมาสู่วิธีการว่าจะต้องทำอะไร เราไม่อาจใช้วิธีการทางสังคมสงเคราะห์ เช่น การบริจาคเงิน สร้างโรงเรียน โรงพยาบาล ฯลฯ เพียงอย่างเดียวตลอดไป เพราะการทำเช่นนั้นก็เท่ากับให้ประชาชนรอคอยแต่ความช่วยเหลือจากรัฐหรือหน่วยงานต่าง ๆ โดยไม่สามารถยืนหยัดได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ งบประมาณของหน่วยงานต่าง ๆ ก็มีอยู่อย่างจำกัด หากต้องให้ชาวบ้านพึ่งพิงหน่วยงานพัฒนาตลอดไป การพัฒนาก็คงไม่ยั่งยืน

ดังนั้น สิ่งสำคัญคือต้องให้ชาวบ้านเกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถมองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นในลักษณะวิเคราะห์วิจารณ์ และหาแนวทางแก้ไขได้ด้วยตนเอง โดยช่วยเหลือกันเองระหว่างชาวบ้านในชุมชนเดียวกัน แก้ปัญหาโดยการให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมวางแผนและดำเนินการเป็นหลักแล้วให้นักพัฒนาเป็นผู้สนับสนุน ความรู้ ความเข้าใจและความสามารถที่เกิดขึ้นในตัวชาวบ้านเองนี้ อาจเรียกว่า “สำนึก” อันจะเป็นภูมิคุ้มกันทำให้ชาวบ้านมีศักยภาพในการแก้ปัญหาและพัฒนาความเป็นอยู่ของตนเองให้ดีขึ้นได้ในระยะยาว

จึงอาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาที่แท้จริงก็คือกระบวนการให้การศึกษาระหว่างนักพัฒนาและชาวบ้าน เพื่อนำไปสู่การเกิดจิตสำนึกของชาวบ้านที่จะแก้ปัญหาและพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองให้ดีขึ้น ดังภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1

กระบวนการให้การศึกษาระหว่างนักพัฒนาและชาวบ้าน



ที่มา: การสื่อสารเพื่องานพัฒนาชุมชน (น. 19), โดย คมสัน หุตะแพทย์, 2535, กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

กระบวนการให้การศึกษา^{นี้}คือกระบวนการในการให้ความรู้ ให้ข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนกับชาวบ้านเพื่อให้ชาวบ้านเกิดสำนึกในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมของตนเองและชุมชน เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติที่จะสร้างสรรค์กิจกรรมทางสังคมและ กิจกรรมการพัฒนาที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ชุมชน และสังคมต่อไป ดังนั้น ในแง่^{นี้} “การสื่อสาร จึงเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาในการที่จะเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยน ข้อมูลข่าวสาร” ที่จะ^{เป็น}ประโยชน์เพื่อการพัฒนาชุมชนและยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของชาว ชุมชนให้ดียิ่งขึ้นเพราะการสื่อสาร (Communication) หมายถึง การสร้างความหมายร่วมกัน ความคล้ายคลึงกันให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งทั้งสองฝ่ายจะต้องมีวัตถุประสงค์ใน การสื่อสารที่สอดคล้องคล่องต้องกัน การสื่อสารจึงจะประสบผลสำเร็จ (กิติมา สุรสนธิ, 2548, น. 1)

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า การสื่อสารถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนา ซึ่งมีเป้าหมาย ในการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทศนคติและพฤติกรรมของประชาชนในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อันจะนำไปสู่ การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ดังนั้น เมื่อกระบวนการ^{นี้}เกี่ยวกับการพัฒนาเปลี่ยน การสื่อสารเพื่อการ พัฒนาก็ย่อมต้องมีการปรับเปลี่ยนตามไปด้วย (กาญจนา แก้วเทพ, 2543, น. 16-42)

หากพิจารณาพัฒนาการแนวคิดและแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการพัฒนานับตั้งแต่ราว ทศวรรษ 1960 จนถึงปัจจุบัน จะเห็นได้ว่า เราอาจแบ่งยุคสมัยของการพัฒนาได้เป็น 3 ยุคหลัก ๆ ตามลักษณะกระบวนการทัศน์ (Paradigm) คือ กระบวนทัศน์กระแสหลักหรือการทำให้ทันสมัย (Dominant/Modernization Paradigm) (ค.ศ.1960-1970) กระบวนทัศน์การพึ่งพา (Dependency Paradigm) (ค.ศ.1980) และกระบวนทัศน์ทางเลือก (Alternative / Multiplicity Paradigm)

ในยุคแรก ๆ ของการพัฒนา ประเทศไทยเองก็ได้รับอิทธิพลจากกระบวนทัศน์กระแส หลักซึ่งมุ่งพัฒนาโดยอาศัยปัจจัยภายนอก ได้แก่ เงินลงทุนและเทคโนโลยีใหม่เข้ามาสนับสนุน ความก้าวหน้าของสังคม นอกจากนี้ การพัฒนาส่วนใหญ่ยังเริ่มต้นมาจากภาครัฐซึ่งเป็นผู้วางแผน และกำหนดนโยบายในการพัฒนาจากส่วนกลาง (Centralized planning) เห็นได้จากแผนพัฒนา เศรษฐกิจแห่งชาติในช่วงแรกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 เป็นต้นมานั้น จะเน้นการพัฒนาประเทศด้วยการ สร้างสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเป็นหลัก เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา เป็นต้น และมีตัวชี้วัดความ เจริญเติบโตเป็นผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) และ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross National Product: GNP) เรียกได้ว่าเป็น การพัฒนาที่เน้น เศรษฐกิจเป็นศูนย์กลาง (Economic-oriented development) โดยมีเป้าหมายในการเพิ่มรายได้ ประชาชาติต่อหัว

เมื่อการพัฒนาเน้นการสร้างความทันสมัย เทคโนโลยี การสื่อสารซึ่งเป็นเครื่องมือในการพัฒนาจึงมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แนวคิดและนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาสู่สังคม และมักมีลักษณะเป็น “การสื่อสารทางเดียว (One-way communication)” แบบ “บนลงล่าง (Top-down approach)” กล่าวคือ เป็นการพัฒนาตามนโยบายรัฐ จากเจ้าหน้าที่ของรัฐมาสู่ประชาชนระดับล่าง เป็นการวางแผนจากส่วนกลางแล้วถ่ายทอดไปยังประชาชนผู้รับสาร มีลักษณะเป็น “การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ (Persuasive communication)” เพื่อให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้ (Knowledge) ทศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Performance) ตามที่รัฐต้องการ ส่วนสื่อที่มักเป็นสื่อมวลชน เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้าง

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาตามกระบวนทัศน์กระแสหลักก็ถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นการยึดเอากรอบข้อเท็จจริงจากชาติใดชาติหนึ่งเป็นศูนย์กลาง (Ethnocentric) ทั้งยังให้ความสนใจในมิติเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในเชิงปริมาณเพียงด้านเดียว และละเลยมิติอื่น ๆ ของสังคม กล่าวคือ มุ่งเน้นการเพิ่มรายได้ประชาชาติแต่ละเลยคุณภาพชีวิตและเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของผู้คน รวมทั้งยังก่อให้เกิดปัญหาสังคมอื่นๆ ตามมา โดยเฉพาะสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรมเพราะความพยายามที่จะหักล้างถางพงและสร้างสาธารณูปโภคต่าง ๆ และวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่ช่วยเหลือเกื้อกูลกันเริ่มสูญหายไป

แม้ในเวลาต่อมาจะเกิดกระบวนทัศน์การพึ่งพาเกิดขึ้นมาเพื่อต่อต้าน แต่ก็ยังมีผู้เสนอว่า กระบวนทัศน์ที่พึ่งพานั้นวิพากษ์วิจารณ์กระบวนทัศน์กระแสหลักมากกว่าจะเสนอวิธีการปฏิบัติ อีกทั้งยังมองข้ามปัจจัยภายในที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาซึ่งมีความสำคัญไม่แพ้กันกับปัจจัยภายนอก เช่น การคอร์รัปชันและความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง เป็นต้น ดังนั้น ในความเป็นจริง กระบวนทัศน์กระแสหลักและกระบวนทัศน์การพึ่งพาจึงแทบไม่แตกต่างกันเลย เพียงแต่ทั้งสองกระบวนทัศน์มองอุปสรรคของปัญหาในมุมที่กลับกันเท่านั้น แต่ในการวางแผนนโยบายและการสื่อสารเพื่อการพัฒนาตามกระบวนทัศน์การพึ่งพาก็ยังเป็นลักษณะที่มาจากส่วนกลางหรือรัฐ ในลักษณะการสื่อสารทางเดียว (One-way communication) แบบบนลงล่าง (Top-down approach) อยู่

ในภายหลัง จึงเกิด “กระบวนทัศน์ทางเลือก (Alternative / Multiplicity Paradigm)” ซึ่งนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่แตกต่างไปจากกระบวนทัศน์การพึ่งพาโดยสิ้นเชิง มีผู้เสนอแนวคิดตามกระบวนทัศน์นี้อย่างหลากหลาย แต่ทุกแนวคิดก็มาจากพื้นฐานเดียวกันที่มองว่า ไม่มีสูตรสำเร็จตายตัวเพียงสูตรเดียวในการพัฒนา กล่าวคือ แต่ละสังคมจะต้องกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาของสังคมของตน และสร้างสรรค์วิธีการที่จะบรรลุเป้าหมายที่เหมาะสมกับสังคมของ

ตนเอง เช่น บางสังคมอาจถือเอา “ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ” เป็นเป้าหมาย แต่บางสังคมอาจกำหนดเอา “เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นเป้าหมาย ซึ่งเมื่อตั้งเป้าหมายที่แตกต่างกันแล้ว วิธีการที่จะไปสู่เป้าหมายก็ย่อมแตกต่างกัน และถึงแม้ว่าแต่ละสังคมจะมีเป้าหมายในการพัฒนาเช่นเดียวกัน แต่ก็ไม่จำเป็นต้องใช้วิธีการเดียวกันเสมอไป

จึงกล่าวได้ว่า กระบวนทัศน์ใหม่นี้มีลักษณะลดความเป็นสากล (Universalistic) ของแนวคิดการพัฒนาให้น้อยลง และเพิ่มสัดส่วนของลักษณะที่เป็นท้องถิ่น (Localistic) มากขึ้น จากแนวคิดดังกล่าว สะท้อนมายังวิธีการในการพัฒนาที่เริ่มให้ชุมชนหรือท้องถิ่นต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วม (Participation) ในกระบวนการพัฒนาชุมชนของตนเองมากขึ้น นับตั้งแต่การวางแผนตัดสินใจและดำเนินการตลอดกระบวนการ

มาร์ค นีฟิน (Marc Neefin, 1977, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2543, น. 32) ได้นำเสนอคุณลักษณะสำคัญของกระบวนทัศน์ทางเลือก ซึ่งเขาเรียกว่า Another Development ไว้ดังนี้

1) Need-oriented เป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนเป็นหลัก ซึ่งอาจเป็นทั้งความต้องการด้านวัตถุ ปัจจัยพื้นฐานภายนอกและความต้องการที่นอกเหนือจากวัตถุ ซึ่งเป็นปัจจัยภายใน เช่น ความต้องการความรักความอบอุ่น การได้รับการยอมรับในสังคม และความภาคภูมิใจในตนเอง

2) Endogenous คือ เป็นการพัฒนาที่มาจากแกนกลางของแต่ละสังคม โดยเกิดมาจากเอกลักษณ์ ค่านิยมและวิถีทัศน์ของสังคมนั้น ๆ ไม่ใช่เป็นการพัฒนาที่นำเข้ามาจากสังคมอื่น

3) Self-reliance คือ เป็นการพัฒนาที่พึ่งพาความแข็งแกร่ง อาศัยทรัพยากร ทั้งเงินทุน แรงงานและภูมิปัญญาของสังคมนั้น ๆ เอง เป็นการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันในชุมชน

4) Ecologically sound คือ เป็นการพัฒนาที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีเหตุมีผล คำนึงถึงศักยภาพของชุมชนที่จะจัดการกับการพัฒนานั้น รวมทั้งต้องคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนยาวนานถึงคนรุ่นต่อไปด้วย เปิดโอกาสให้ทุกคนมีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรอย่างเท่าเทียมกัน การพัฒนาหรือนำเทคโนโลยีมาใช้ ต้องดำเนินการอย่างระมัดระวังให้สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพสังคมและระดับวัฒนธรรมของท้องถิ่น

5) Based on structural transformations คือ เป้าหมายของการพัฒนาต้องเน้นการพัฒนาที่ครอบคลุมมิติทุกด้านของสังคม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความสัมพันธ์ทางสังคม กิจกรรมเศรษฐกิจ การแบ่งพื้นที่ใช้สอยของสังคม รวมทั้งโครงสร้างอำนาจโดยการจัดระบบให้ประชาชนได้รับผลกระทบจากการพัฒนาเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และสามารถดำเนินการบริหาร

จัดการได้ด้วยตนเอง (Self-management) เช่น การให้ชุมชนจัดการบริหารทรัพยากรธรรมชาติด้วยตนเอง เป็นต้น

ในส่วนของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาตามกระบวนทัศน์ทางเลือกนี้ จึงมีการปรับเปลี่ยนตามไปด้วย คือมีลักษณะของ “การสื่อสารสองทาง (Two-way communication)” มากขึ้น เพื่อรับฟังความต้องการของชุมชนที่แท้จริง สร้าง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory communication)” ให้ชุมชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น ต่อปัญหาในชุมชนของตน แสดงปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) ต่อนโยบายจากหน่วยงานของรัฐและนำไปสู่การวางนโยบายในการพัฒนาที่แก้ปัญหาอย่างตรงจุด

แมคควิล (McQuail, 1983 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2543, น. 34) ได้ประมวลคุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารที่จะเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาแนวใหม่ ดังนี้

- 1) มีลักษณะหลากหลาย (Multiplicity)
- 2) เป็นการสื่อสารขนาดเล็ก (Smallness of Scale)
- 3) สร้างและใช้อยู่ในท้องถิ่นเอง (Locality)
- 4) ไม่มีลักษณะแข็งตัว ยืดหยุ่นได้ ไม่เป็นสถาบัน (Deinstitutionalisation)
- 5) มีการแลกเปลี่ยนบทบาทระหว่างผู้ส่งสาร-ผู้รับสาร (Interchange of sender-receiver roles)

- 6) เน้นการสื่อสารแนวนอนในทุกระดับของสังคม (Horizontality of Communication)

โดยสรุปแล้ว จะเห็นได้ว่า การพัฒนาในปัจจุบันมีการนำแนวคิดกระบวนทัศน์ทางเลือกมาปฏิบัติมากขึ้น ดังนั้น การสื่อสารเพื่อการพัฒนาจึงมีลักษณะเป็นการสื่อสารที่มีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน (Goal-oriented) รูปแบบการสื่อสารที่ใช้มีความหลากหลาย โดยมักเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ (Persuasive communication) เพื่อให้ประชาชนผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมตามเป้าหมายของการพัฒนา คือ การยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น นอกจากนี้ ยังเน้นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Human communication) เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นและผู้มีส่วนรับผิดชอบในการพัฒนาได้แสดงปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) ซึ่งกันและกัน อันเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory communication) ซึ่งจะทำให้ทราบความต้องการและปัญหาที่แท้จริงของชุมชนได้ นำไปสู่แนวทางการแก้ปัญหาที่เหมาะสมและสามารถป้องกันปัญหาได้ในที่สุด

แชรรมม์ (Schramm, 1964, อ้างถึงใน ประมว สตะเวทิน, 2546, น. 150) เสนอว่าหน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนาสังคม โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา ประกอบด้วย

1. **หน้าที่ในการให้ข่าวสาร (Informative Function)** ในลักษณะที่เป็นการสร้างบรรยากาศแห่งการพัฒนา (create a climate for development) ด้วยการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาแก่ประชาชนให้มาก ๆ สารของข่าวสารที่นำเสนอได้แก่ วิถีชีวิตของสังคมที่พัฒนา โครงการพัฒนาต่าง ๆ ระบบการเมือง สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของประเทศตนเองและประเทศที่พัฒนา เป้าหมายและปัญหาของการพัฒนา ฯลฯ การเสนอข่าวสารในลักษณะนี้ ทำให้ประชาชนได้รับรู้เกี่ยวกับสังคมอื่น สามารถเปรียบเทียบตนเอง กับสังคมของตนและคนในสังคมอื่นได้

2. **หน้าที่ในการชักจูงใจ (Persuasive Function)** ให้ประชาชนเปลี่ยนวิถีชีวิตของตนและเข้าร่วมโครงการพัฒนาอย่างจริงจัง (active participation) ด้วยการแสดงความคิดเห็น สนับสนุนโครงการพัฒนาของรัฐบาลและชี้แนะการตัดสินใจของประชาชน ตลอดจนชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่ประชาชนและสังคมโดยรวมจะได้รับจากการพัฒนา เพื่อให้ประชาชนเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อและพฤติกรรมของตนให้สอดคล้องกับการพัฒนาสังคมนั้น ๆ

3. **หน้าที่ในการให้ความรู้ (Educational Function)** ที่จำเป็นสำหรับการปรับตัวของประชาชนให้เข้ากับการพัฒนาสังคมได้ ให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของตน โดยการให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งในเรื่องการอ่านออกเขียนได้ การปรับปรุงการกินอยู่และการประกอบอาชีพ

นอกจากนี้ จุ่มพล รอดคำดี (2532, น. 19-25) ยังได้เสนอประเด็นเกี่ยวกับการใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาว่า นักวิชาการหลายสาขาต่างมีความเห็นแตกต่างกัน บางกลุ่มมองว่าสื่อมวลชนทำให้เกิดความทันสมัย แต่บางกลุ่มมองว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารความรู้และกระตุ้นให้เกิดความคิดเห็นบางอย่างกับประชาชนเท่านั้น หากต้องการให้ได้ผลในเชิงของการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจหรือให้เกิดผลถึงขั้นเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งก็ควรกระทำการสื่อสารร่วมกับสื่อบุคคลด้วย โดยสื่อมวลชนหลัก ๆ ที่นำมาใช้ในการพัฒนาได้แก่วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและภาพยนตร์

การที่จะเลือกใช้สื่อใดนั้น จำเป็นต้องพิจารณาปัจจัยหลายประการ เช่น ความแตกต่างของสภาพสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมในแต่ละสังคมหรือชุมชน งบประมาณ ระบบการสื่อสารมวลชนของประเทศ เนื้อหาข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ เป็นต้น ทั้งนี้ การใช้สื่อมวลชนใน

การพัฒนาจำเป็นต้องมีการวางแผนอย่างชัดเจนและมุ่งนำเสนอเนื้อหาข่าวสารที่ให้ความรู้แก่ประชาชนมากกว่าจะเสนอแต่ความบันเทิงมากเกินไปด้วย

แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

ในการพัฒนาชุมชนตามกระบวนการทัศนทางเลือกนั้น มีความเชื่อว่า การพัฒนาจะต้องมาจากความต้องการของประชาชนในชุมชนนั้น ๆ เป็นเบื้องต้น เพื่อให้โครงการพัฒนานั้นประสบความสำเร็จ กล่าวคือ สามารถตอบสนองความต้องการและแก้ปัญหาให้แก่ชุมชนได้อย่างแท้จริง ทำให้ประชาชนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน และการที่จะทราบความต้องการของประชาชนได้ก็ต้องอาศัยเครื่องมือที่เรียกว่า “การมีส่วนร่วมของประชาชน”

จายปัน (Caayapan) ได้นิยามการมีส่วนร่วมของประชาชน (Popular participation) ว่า คือกระบวนการที่ผู้ได้รับประโยชน์จากการพัฒนามีโอกาสและใช้โอกาสในการมีส่วนร่วมแสดงความรู้สึก บ่งบอกความต้องการและประสานสิ่งเหล่านี้ทั้งหมด เพื่อวางแผนดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย ตามสถานที่และวิธีที่ผู้ได้รับประโยชน์คิดไว้ โดยได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานพัฒนาน้อยที่สุด (ชินรัตน์ สมสืบ, 2539, น. 22)

นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมยังเป็นการรวมกลุ่มคนมาร่วมกันทำงาน บนพื้นฐานของความเชื่อที่ว่า โครงการเป็นของพวกเขา เพื่อพวกเขาและโดยพวกเขา เป็นการแสดงพฤติกรรมร่วมที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันถึงความต้องการและปัญหาของชุมชน การมีส่วนร่วมจึงถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการบริหารและพัฒนาชุมชน ทั้งยังเป็นเครื่องชี้วัดประการหนึ่งของการพัฒนาชุมชนด้วย

จะเห็นได้ว่า ป้อยครั้งที่การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนก็จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากรัฐ บุคคลและหน่วยงานภายนอกต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในด้านปัจจัยต่าง ๆ ด้วย แต่ในแง่ของการแก้ปัญหา วางแผน ตัดสินใจ ดำเนินการ ใช้ประโยชน์และประเมินผลโครงการ จำเป็นต้องพิจารณาความต้องการและความเหมาะสมของชุมชนนั้น ๆ เป็นหลัก เพราะคนในชุมชนจะทราบและเข้าใจปัญหาในชุมชนของตนได้ดีที่สุด ทั้งนี้ เพื่อให้แผนงานพัฒนานั้นตอบสนองความต้องการและสามารถแก้ปัญหาให้ชุมชนได้อย่างยั่งยืน โดยมุ่งที่การพัฒนาคน ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า “การมีส่วนร่วมจึงเป็นทั้งวิธีการและเป้าหมายของการพัฒนาเพื่อให้ความต้องการของประชาชนได้รับการตอบสนองอย่างแท้จริงและเป็นธรรม”

วันรัตน์ มิ่งมณีนาคิน (2531, อ้างถึงใน ชินรัตน์ สมสืบ, 2539) เสนอว่า “การมีส่วนร่วม

ส่วนร่วมนั้นแตกต่างจากการร่วมมือ” โดยระบุว่า การมีส่วนร่วมจะต้องคู่กับความรู้สึกเป็นเจ้าของ

คนอื่นที่เข้ามามีส่วนร่วมนั้นถือว่าการให้ความร่วมมือ การมีส่วนร่วมที่แท้จริงต้องมาจากการที่

ประชาชนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกระบวนการพัฒนาชุมชน อันได้แก่ การศึกษาและวิเคราะห์

ชุมชน การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาและจัดลำดับความสำคัญของปัญหา การเลือกวิธีและ

วางแผนในการแก้ปัญหา การดำเนินงานตามแผน และขั้นสุดท้ายคือการติดตามและประเมินผล

ในความหมายที่กว้าง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน หมายถึง การให้ประชาชน

เป็นผู้ตัดสินใจในกิจกรรมของโครงการดำเนินงานพัฒนาทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การ

ดำเนินงาน การใช้ประโยชน์และการประเมินผล ทั้งนี้ โดยมีนักพัฒนา หรือนักวิชาการจาก

ภายนอกเป็นผู้ส่งเสริมและสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เช่น ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยี ฯลฯ

โคเฮน และอัพฮอฟฟ์ (Cohen and Uphoff, 1980, อ้างถึงใน ปาริชาติ วัลย์เสถียร และคณะ, 2543) ได้แบ่งการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 แบบคือ

- 1) การมีส่วนร่วมตัดสินใจ (Decision Making) ประกอบด้วยการริเริ่มตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจ และตัดสินใจปฏิบัติการ
- 2) การมีส่วนร่วมปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบด้วยการสนับสนุน ทรัพยากร การบริหาร การประสานความร่วมมือ
- 3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ประกอบด้วยผลประโยชน์ด้านวัสดุ ด้านสังคม และส่วนบุคคล
- 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation)

ในทางปฏิบัติ กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการดำเนินกิจกรรมพัฒนา

ต่าง ๆ นั้น ประชาชนอาจไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ด้วยข้อจำกัดหลายประการ แต่อย่าง

น้อยที่สุด ในขั้นตอนการตัดสินใจ (Decision making) ก็ถือเป็นส่วนสำคัญที่นักพัฒนาจะต้องเปิด

โอกาสให้ประชาชนได้ตัดสินใจเลือกวิธีการดำเนินกิจกรรมพัฒนาและเป็นฝ่ายกำหนดความ

ต้องการในการแก้ปัญหาของชุมชนเอง จึงจะถือได้ว่าเป็นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

อาจกล่าวได้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนไม่ว่าจะเป็นทั้งทางตรงหรือทางอ้อม ก็

ถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการติดต่อสื่อสาร กล่าวคือ การมีส่วนร่วมเป็นวิธีการเปิดโอกาส

ให้สมาชิกทุกคนในชุมชนได้ทำการสื่อสารเกี่ยวกับความหมายรวมถึงความเข้าใจข้อมูลและเหตุ

ผลได้เป็นอย่างดี ทำให้ชุมชนสามารถแยกแยะความต้องการและพัฒนาความสนใจร่วมกัน อันจะ

นำไปสู่การร่วมดำเนินการหรือกิจกรรมใด ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ดังนั้น การส่งเสริมการมีส่วน

ร่วม ในอีกแง่มุมหนึ่งจึงเป็นการพัฒนาวิธีการสื่อสารระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และการกระตุ้นจากภายนอก การพัฒนาที่ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมจะเกิดขึ้นได้ เมื่อมีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้เข้าร่วมในกระบวนการคิดและตัดสินใจอนาคต (อรพินท์ สฟโชคชัย, 2538, อ้างถึงใน ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ, 2543)

จุมพล รอดคำดี (2542, ใน สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล, 2550) กล่าวถึงหลักการสำคัญในกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมคือ

1) การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง การเข้าถึงสื่อที่ให้บริการแก่ชุมชน สื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานนั้น เช่น การดำเนินงานวิทยุชุมชน สื่อย่อมเปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกรายการ หรือเข้าไปจัดรายการที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองและชุมชนได้โดยไม่ขัดกฎหมาย การที่ประชาชนเข้าร่วมในงานวิทยุชุมชน จึงเป็นช่องทางให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นต่อรายการ แสดงความต้องการเปลี่ยนแปลงรายการ และเสนอให้มีการปรับเปลี่ยนได้ แม้แต่คณะผู้ผลิตรายการหรือผู้ควบคุมการทำงานของสื่อนั้นก็สามารถเปลี่ยนได้

2) การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึงการมีส่วนร่วมทุกระดับในกระบวนการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการสื่อสารภายในชุมชนตั้งแต่เริ่มคิดไปจนกระทั่งการผลิต การจัดการ ตลอดจนการใช้สื่อ คนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมหรือมีโอกาสเข้าร่วมทุกขั้นตอน

3) การจัดการด้วยตนเอง (Self-management) กล่าวคือ การมีส่วนร่วมที่มีความสำคัญยิ่งกว่าสิ่งใด คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยตนเองตามกระบวนการประชาธิปไตย ประชาชนในชุมชนมีอำนาจตัดสินใจตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน กำหนดนโยบายการบริหารและลงมือผลิตสื่อด้วยตนเอง โดยการจัดการด้วยตนเองนี้จะต้องกระทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป

ในส่วนของคุณลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม กาญจนา แก้วเทพ (2543, น. 55) เสนอว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นมีหลายระดับแตกต่างกันไป โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่มีส่วนกำหนดความมากน้อยของการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร ดังนี้

1) เป้าหมายของการสื่อสาร ได้กำหนดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในระดับใด เช่น ในระดับเข้ามาร่วมแสดง ระดับเป็นผู้รับสารที่คอยป้อนปฏิกิริยาย้อนกลับ (Feedback) ระดับวางนโยบาย ฯลฯ

2) ลักษณะสองทางและ Interactivity ของการสื่อสาร ยิ่งการสื่อสารเอื้ออำนวยให้มีลักษณะตอบโต้กันอยู่ตลอดเวลามากขึ้นเท่าใด โอกาสที่ชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น

3) ผู้ส่งสาร ในชุมชนเอง โอกาสที่คนส่วนใหญ่จะได้เข้ามาเป็นผู้ส่งสารมีมากน้อย และทั่วถึงหรือไม่ หรือเมื่อเปรียบเทียบระหว่างนักสื่อสารมวลชนอาชีพ เจ้าหน้าที่รัฐและชาวบ้าน สัดส่วนที่จะได้เป็นผู้ส่งสารเป็นอย่างไรบ้าง

4) ประเภทของเนื้อหาสาร เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชนหรือไม่ มีโอกาสที่ประเด็นท้องถิ่นจะได้เข้าไปเป็นเนื้อหาในสื่อมวลชนหรือไม่ นอกจากนั้น ในส่วนวิธีการนำเสนอเนื้อหา หากมีลักษณะของการสนทนาแลกเปลี่ยนทัศนะซึ่งกันและกัน (Dialogue) แสวงหาความร่วมมือจากหลายฝ่าย (Collaboration) และก่อให้เกิดการตัดสินใจโดยกลุ่ม (Group Decision-making) ก็ยิ่งทำให้เกิดการมีส่วนร่วมมากขึ้น

5) ประเภทของช่องทาง / สื่อ โดยหลักการทั่วไปแล้ว สื่อขนาดเล็ก เช่น สื่อเฉพาะกิจ จะเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมได้มากกว่าสื่อมวลชน สื่อที่ชาวบ้านคุ้นเคย เช่น สื่อประเพณีก็จะเอื้ออำนวยให้ชาวบ้านเข้าร่วมได้ง่ายกว่าสื่อสมัยแปลกหน้า แต่สื่อสมัยใหม่หรือสื่อขนาดใหญ่ เช่น สื่อมวลชนก็ยังมีโอกาส เพียงแต่คำนึงถึงความยากง่ายในการเข้าร่วมของสื่อประเภทต่าง ๆ และการค้นคิดสร้างสรรค์กิจกรรมและช่องทางแบบใหม่ที่จะอำนวยความสะดวกในการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน

6) ผู้รับสารและการมีปฏิกริยาป้อนกลับ (Feedback) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเชื่อว่า ผู้รับสารไม่ใช่ผู้ที่ว่างเปล่าและไม่รู้อะไรเลยเกี่ยวกับเนื้อหาสารที่จะสื่อไป หากแต่ความรู้ที่ผู้รับสารมีนั้น อาจจะเป็นความรู้คนละชุดที่แตกต่างจากที่ผู้ส่งคาดคิดเอาไว้ อีกทั้งวิธีการรับสารของประชาชนก็เป็นไปอย่างกระตือรือร้น (Active) มักจะมีปฏิกริยาป้อนกลับ (Feedback) ทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมในการสื่อสารของชุมชนยังแบ่งได้เป็น 3 ระดับ ดังนี้

1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร ต้องขยายแนวคิดของผู้รับสารให้ตระหนักถึงสิทธิที่ตนพึงรู้ (Right to Know / Right to be Informed) สิทธิในการบอกเล่าข้อมูลข่าวสารของตนต่อสาธารณะ (Right to Inform) และสร้างหลักประกันในการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร รวมทั้งการมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสารจะต้องมีการสำรวจว่า มีช่องทางอะไรบ้างที่จะทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารอย่างทั่วถึง

2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมแสดง การมีส่วนร่วมในระดับนี้ สามารถแบ่งตามขั้นตอนการผลิตสื่อ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการผลิต (Pre-production Stage) ได้แก่ การเลือกประเด็นหัวข้อ การเลือกแง่มุมที่จะเสนอ การรวบรวมข้อเท็จจริงที่จะนำมาใช้เป็นวัตถุดิบ ส่วนขั้นที่สองคือ ขั้นตอนการผลิต (Production Stage) ได้แก่ การลงมือผลิต เช่น การเข้าห้องจัดรายการ

วิทยุชุมชน การลงมือถ่ายทำวีดิทัศน์ โทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ และในขั้นตอนสุดท้ายคือ ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-production Stage) ได้แก่ การตัดต่อ อัดเสียงประกอบ และเพิ่มเติมด้านเทคนิคหลังถ่ายทำเสร็จแล้ว

3) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย หมายถึง การวางแผนและกำหนดนโยบายในการสื่อสารชุมชนเพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างสื่อแต่ละประเภทในการสื่อสารชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เช่น การเลือกประเภทของสื่อ เช่น สื่อมวลชน (วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง) สื่อเฉพาะกิจ (วีดิทัศน์ โปสเตอร์ หอกระจายข่าวหรือเสียงตามสาย) สื่อประเพณี สื่อพื้นบ้านต่าง ๆ รวมถึงสื่อบุคคล

แนวคิดการสื่อสารชุมชน (Community Communication)

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารชุมชนและสื่อที่ใช้ในชุมชน เพื่อประโยชน์ในการพิจารณาการสื่อสารของชุมชนคลองลาดมะยม โดยประกอบด้วยสองส่วน คือ แนวคิดการสื่อสารชุมชนจากการทบทวนวรรณกรรมและการค้นคว้า รวมถึงการสังเกตการณ์เกี่ยวกับสื่อต่าง ๆ ที่มักพบและ/หรือสามารถนำมาใช้ในชุมชนท่องเที่ยวได้ ซึ่งไม่ได้มีการรวบรวมเป็นแนวคิดทฤษฎีโดยตรง

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543, น. 48) เสนอว่า การสื่อสารชุมชนมีคุณลักษณะสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาโต้ตอบ (Interactivity) กันอยู่ตลอดเวลา ทั้งในลักษณะเป็นทางการและไม่เป็นทางการก็ได้ ลักษณะการสื่อสารสองทางทำให้สถานะของผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่ตายตัว มีการผลัดเปลี่ยนบทบาทอยู่ตลอดเวลา

2. ทิศทางการไหลของข่าวสาร (Flow of Information) จะมีทิศทางที่หลากหลาย มาจากทุกทิศทาง ทั้งจากบนลงล่าง (Top-down) ล่างสู่บน (Bottom-up) และแบบแนวนอน (Horizontal) ดังนั้น ข่าวสารจึงอาจจะไหลจากนักวางแผนพัฒนาไปสู่ชาวบ้าน จากสื่อมวลชนไปยังผู้รับสารในชนบท ในเวลาเดียวกัน ชาวบ้านก็อาจจะส่งข่าวสารขึ้นไปยังเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือมีการแลกเปลี่ยนติดต่อส่งข่าวสารระหว่างกลุ่มชาวบ้านด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติที่เริ่มคุ้นเคยกันในวงการพัฒนาชุมชนของไทยปัจจุบัน ได้แก่ การสร้างเครือข่ายชุมชน และการศึกษาดูงานจากกลุ่มชาวบ้านด้วยกันเอง

ในแง่ของทิศทางการไหลของข่าวสารนั้น นอกจากจะพิจารณาโดยใช้มิติ (Dimension) เป็นเกณฑ์แบ่งแล้ว (Pavelka, 1978) ยังเสนอว่า อาจใช้เกณฑ์เรื่องขอบเขตของชุมชนเป็นตัวแบ่งได้เช่นกัน โดยแบ่งเป็นขอบเขตภายในชุมชนและขอบเขตภายนอกชุมชน ซึ่งจะช่วยให้มองเห็นทิศทางการไหลของข่าวสารเป็น 3 ทิศทาง ได้แก่ การไหลของข่าวสารจากสื่อภายนอกเข้ามาสู่ชุมชน การใช้สื่อเพื่อส่งสารเรื่องราวของชุมชนไปยังบุคคลภายนอก และการใช้การสื่อสารกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารภายในชุมชนกันเอง เพื่อช่วยยกระดับความตระหนักเกี่ยวกับความต้องการและการแสดงออกซึ่งความเป็นตัวตนของชุมชน

3. การกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อชุมชนมีวิธีการและแง่มุมที่หลากหลาย หากเรากำหนดเป้าหมายโดยใช้เกณฑ์ระดับผู้ที่เกี่ยวข้อง อาจแบ่งเป้าหมายได้เป็น 3 ระดับ คือ

- 1) ระดับชุมชน มีเป้าหมายในการสื่อสารเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน
- 2) ระดับหน่วยงานภายนอกชุมชน เป็นการสื่อสารที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงองค์กร หรือหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับด้านการพัฒนาและการสื่อสาร
- 3) ระดับสังคมส่วนรวม เป็นการสื่อสารที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรมในระดับกว้าง

แต่หากเรากำหนดเป้าหมายในการสื่อสารให้สอดคล้องกับทิศทางการไหลของข่าวสาร ก็อาจแบ่งเป้าหมายได้ 3 ระดับ ดังนี้

- 1) เพื่อถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารและโน้มน้าวชักจูงใจ
- 2) เพื่อเป็นช่องทางแสดงออกซึ่งตัวตนของชุมชน รวมถึงความต้องการสิทธิศักดิ์ศรีและภูมิปัญญาของชุมชนด้วย
- 3) เพื่อพัฒนาความเป็นตัวเองของบุคคล (Individual's self) เนื่องจากการสื่อสารชุมชนจะทำหน้าที่คล้ายเป็นเวทีแห่งการศึกษาเรียนรู้ที่ช่วยให้ศักยภาพของปัจเจกบุคคลได้พัฒนาสร้างสรรค์อย่างเต็มที่

4. เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นและดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน (Need-oriented)

5. หน้าที่ของการสื่อสารชุมชน ประกอบด้วย (Windahl et al, 1992, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพและคณะ, 2543, น. 50)

- 1) หน้าที่ในการแสดงออก (Expressive Function) คือทั้งบุคคลและกลุ่มสามารถแสดงความเป็นตัวของตัวเองออกมาเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของตนเองได้

2) หน้าที่ทางสังคม (Social Function) คือการเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมเป็นชุมชนเดียวกัน

3) หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information Function) อันเป็นหน้าที่พื้นฐานของการสื่อสารโดยทั่วไป แต่การสื่อสารชุมชนนั้น ต้องมีทิศทางทางไหลของข่าวสารอย่างรอบด้าน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกระบวนการสื่อสารทุกคนได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้เพื่อยกระดับความเข้าใจและความรู้ในเรื่องการสื่อสาร ตลอดจนทักษะในการถ่ายทอดสารไปยังบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชน

4) หน้าที่ในการควบคุมการปฏิบัติการ (Control Activation Function) กล่าวคือการสื่อสารสองทางเป็นช่องทางนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของบุคคลและชุมชนได้

นอกจากนี้ เบอริกัน เอฟ เจ (Berrigan F.J.) ยังได้เสนอคุณสมบัติบางประการเพิ่มเติมที่การสื่อสารชุมชนควรมี โดยเน้นในเรื่องสื่อของชุมชน ได้แก่

1. สื่อของชุมชน ควรเน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสมสำหรับประโยชน์การใช้งานของชุมชน ไม่ว่าชุมชนจะตั้งวัตถุประสงค์การใช้เอาไว้เช่นใดก็ตาม

2. สื่อของชุมชนต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึง (Access) ได้ตลอดเวลาเพื่อนำไปใช้ในการหาข่าวสาร เพื่อความรู้ หรือเพื่อความบันเทิง

3. สื่อชุมชนเป็นสื่อที่ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในหลาย ๆ บทบาท ไม่ว่าจะเป็นผู้วางแผนการใช้สื่อ ผู้ผลิต ผู้แสดง ฯลฯ

4. สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่แสดงออกถึงตัวตนของชุมชน ซึ่งเป็นตัวตนที่มาจากการกำหนดของชุมชนเอง มิใช่ผู้อื่นมาทำให้ชุมชน

5. สื่อชุมชนจะปรับเปลี่ยนลักษณะของการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง มาเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนข่าวสารและทัศนะของคนในชุมชน

ในประเด็นของสื่อของชุมชน เจนคอฟสกี (Jankowski, 2002, ใน กาญจนา แก้วเทพ, 2552, น. 53) ยังได้เสนอว่า คุณลักษณะที่สำคัญของสื่อชุมชน น่าจะมีดังนี้

1. การขยายแนวคิดเรื่อง “สื่อ” มอว์ลานา (Mowlana, 2001) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า ผลพวงจากการเน้นใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาอย่างมาก ตามกระบวนการทำให้ทันสมัย ทำให้เกิดการสร้างความเข้าใจแก่คนทั่วไปว่า “สื่อ” เท่ากับ “สื่อมวลชน” ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เท่านั้น แต่อันที่จริงแล้ว “สื่อคืออะไร” มีความหมายกว้างกว่านั้น เพราะสื่อมวลชนสมัยใหม่เหล่านี้ เพิ่งเกิดขึ้นเมื่อประมาณ 200 ปีที่ผ่านมา และก่อนหน้านั้นยุคสื่อมวลชน ประชาชนก็

มีสื่ออื่น ๆ ใช้กันอยู่แล้ว ดังนั้น สื่ออื่น ๆ ที่นอกเหนือจากสื่อมวลชนก็สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาได้เช่นกัน

2. เป้าหมายหรือบทบาทหน้าที่ของสื่อชุมชน (Objectives) เป้าหมายขั้นพื้นฐานที่สุดก็คือการจัดการข่าวสารหรือความรู้ที่ตอบสนองความต้องการของชุมชน รวมทั้งเพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารสาธารณะของชุมชน (Public communication) และท้ายที่สุดคือการเสริมเพิ่มพลังความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน

3. การเป็นเจ้าของและการควบคุม (Ownership and Control) เนื่องจากสถานะการเป็นเจ้าของนั้น มีนัยยะบ่งบอกไปถึงการมีอำนาจควบคุมด้วย ดังนั้น สื่อชุมชนประเภทที่ชาวบ้านเป็นเจ้าของได้อย่างมาก เช่น สื่อพื้นบ้าน สื่อประเพณี ฯลฯ ชุมชนจะควบคุมได้มาก แต่ในกรณีของโทรทัศน์ท้องถิ่นหรือวิทยุชุมชนที่รัฐยังเป็นเจ้าของ อำนาจในการควบคุมเพื่อใช้ประโยชน์ของชาวบ้านก็จะน้อยลง

4. เนื้อหา (Context) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและดำเนินการผลิตโดยชุมชน ตัวอย่างเช่น ชาวบ้านจะรับรู้ได้ว่า ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตรเป็นสื่อของชุมชนก็ต่อเมื่อเนื้อหาความรู้ที่มีในศูนย์ฯ นั้น เกี่ยวข้องกับพืชผลที่ชุมชนปลูกอยู่ เป็นต้น

5. กระบวนการผลิตสื่อ (Media production) ดำเนินงานโดยอาสาสมัครที่ไม่จำเป็นต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญหรือมืออาชีพ ตัวอย่างเช่น ในโครงการวิจัยเรื่องการจัดทำสื่อรณรงค์โรคเอดส์ จังหวัดเชียงราย (จำเริญ ไยชิด และคณะ, 2547) ที่เด็กและเยาวชนรวมทั้งชาวบ้านเป็นผู้ผลิตสื่อรณรงค์เองเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของชุมชน เช่นการทำสื่อภาพพลิกพร้อมมีผู้บรรยายประกอบ เนื่องจากชาวบ้านอ่านหนังสือไม่ออก

6. การแพร่กระจาย (Distribution) หลักการที่สำคัญที่สุดของการแพร่กระจายของสื่อชุมชนคือ ต้องให้ทุกคน ทุกกลุ่มสามารถเข้าถึง (Accessibility) สื่อได้ โดยไม่ใช่เพียงในฐานะผู้รับสารเท่านั้น แต่อาจรวมไปถึงในฐานะผู้ร่วมผลิตหรือมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและนโยบายด้วย ตามหลักการของการมีส่วนร่วม

7. ผู้รับสาร ตามปกติจะมีขนาดของผู้รับสารไม่ใหญ่มากนัก เป็นคนที่อยู่ในชุมชน และรู้ได้อย่างชัดเจนว่าเป็นใครบ้าง ต่างกับผู้รับสารของสื่อมวลชนที่มีกลุ่มเป้าหมายไม่เป็นที่รู้จัก

8. การบริหารการเงินและงบประมาณ ต้องมีลักษณะไม่ใช่เชิงพาณิชย์ ถึงแม้ว่าจะมีรายได้จากการโฆษณา ผู้สนับสนุนรายการ หรือการสนับสนุนจากรัฐ แต่การดำเนินการทางการเงินก็มีเป้าหมายเพื่อรักษากิจการของการผลิตสื่อเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อหวังผลกำไร

จากข้างต้น แสดงให้เห็นว่า สิ่งที่จะนำมาใช้เป็นสื่อของชุมชนนั้น จึงไม่จำกัดอยู่เฉพาะ สื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ เท่านั้น แต่มีได้มากมายหลากหลายประเภท เช่น

- 1) **สื่อบุคคล** เช่น พระสงฆ์ ปราชญ์ชาวบ้าน หรือผู้นำชุมชน
- 2) **สื่อพื้นบ้าน / สื่อประเพณี** ซึ่งมีอยู่ทุกภาคทั่วประเทศ และหมายรวมถึงตั้งแต่สื่อการแสดงไปจนถึงประเพณีและพิธีกรรมต่าง ๆ
- 3) **สื่อเฉพาะกิจ / สื่อเฉพาะกาล / สื่อเฉพาะกลุ่ม** หมายถึงสื่อที่มีลักษณะเฉพาะในแง่มุมใดแง่มุมหนึ่ง เช่น หอกระจายข่าว เป็นสื่อเฉพาะกิจของชุมชน ป้ายโฆษณาเป็นสื่อเฉพาะกาลในเวลาหนึ่ง ๆ
- 4) **สื่อวัตถุ / สื่อสถานที่** เช่น สื่อวัตถุหรือสถานที่ทางพุทธศาสนา ได้แก่ พระพุทธรูป โบสถ์ วิหาร เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีสื่อเล็ก ๆ ย่อย ๆ อีกหลายประเภทที่สามารถนำมาใช้ในงานพัฒนาชุมชนได้และมักพบเห็นกันอยู่เสมอ เช่น สื่อค่าย ละคร ของเล่น รวมถึงเครือข่ายการสื่อสารต่าง ๆ เพราะนิยามของคำว่า “สื่อ” นั้น กินอาณาเขตกว้างขวางมาก

จากการศึกษาเพิ่มเติม ผู้วิจัยพบว่า ชุมชนต่าง ๆ โดยเฉพาะชุมชนท่องเที่ยวหลายแห่งในปัจจุบัน มีการใช้สื่อที่หลากหลาย ทั้งในการสื่อสารภายในชุมชนและการสื่อสารภายนอกชุมชน พร้อมทั้งผลิตสื่อของตนเองได้ ด้วยวิธีการที่ไม่ยุ่งยาก ซึ่งช่วยให้ชุมชนสามารถควบคุมเนื้อหาสาระและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับชุมชนได้ในวงกว้าง ตลอดจนสามารถรับปฏิกิริยาตอบกลับจากผู้รับสารได้มากยิ่งขึ้น สื่อหลัก ๆ ที่มักพบและ/หรือสามารถนำมาใช้เป็นสื่อของชุมชน ได้แก่

1. สื่อบุคคล

กาญจนา แก้วเทพ (2551, น. 314-325) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะเฉพาะของสื่อบุคคลที่ทำให้สื่อดังกล่าวเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาอย่างมาก พอสรุปได้ดังนี้

1) **สื่อบุคคลมีลักษณะที่ยืดหยุ่น/สร้างสรรค์/ปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ได้สูงมาก (Flexibility)** คุณสมบัตินี้ เป็นคุณสมบัติที่โดดเด่นที่สุดของสื่อบุคคลเนื่องจากธรรมชาติของความเป็นมนุษย์ ตัวอย่างเช่น เมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ที่เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หากไฟฟ้าขัดข้อง ก็ไม่สามารถใช้งานได้ แต่ถ้าเป็นสื่อบุคคล แม้จะไม่มีเสียงพูด ก็สามารถเขียนหรือทำทางได้ และความยืดหยุ่นของสื่อบุคคลนี้เองก็เป็นคุณสมบัติสำคัญของความสามารถทางการสื่อสารด้วย

2) **สื่อบุคคลมีลักษณะที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาตามกระบวนทัศน์ทางเลือก (Alternative Paradigm)** โดยงานวิจัยทางวิชาการจำนวนมากพบและยืนยันว่า

สื่อบุคคลมีประสิทธิภาพอย่างสูงในการพัฒนาคน ตั้งแต่การสร้างเปลี่ยนแปลงในระดับความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Attitude) และพฤติกรรม (Performance) ตามทฤษฎีทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (KAP Theory)

นอกจากนี้ สื่อบุคคลยังสนับสนุนให้เกิดการสื่อสารในการพัฒนาตามกระบวนการทัศนียภาพซึ่งเน้นแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมด้วย โดยเห็นได้จากการที่สื่อบุคคลเป็นสื่อที่เปิดโอกาสสูงที่สุดในการเข้าถึง (Accessibility) และมีการสื่อสารแบบสองทาง เช่น บ้านแกนนำชุมชนต่าง ๆ ก็อยู่ในชุมชน ชาวบ้านสามารถมาปรึกษาปรับทุกข์ได้ตลอดเวลา

3) สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาได้อย่างไม่รู้จบ เพราะมีความเป็นมนุษย์ และพัฒนาศักยภาพขีดความสามารถไปได้เรื่อย ๆ เนื่องจากสื่อบุคคลเองมีศักยภาพในระดับของการสื่อสารที่ลึกกว่าสื่ออื่น ๆ กล่าวคือ สื่อบุคคลมีการสื่อสารระดับภายในใจ (Intrapersonal communication) เช่น การขบคิด ทบทวนไตร่ตรองภายในใจ การทำสมาธิ พุดกับตัวเอง หรือสร้างสรรค์งานศิลปะ เป็นต้น ทำให้สื่อบุคคลสามารถเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ในคนคนเดียว รวมทั้งมีการจัดการภายในหรือปรับตัวตามสถานการณ์เมื่ออยู่ในภาวะกดดันได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง เมื่อสื่อบุคคลประสบความสำเร็จในการเพิ่มขีดความสามารถในตัวสื่อของตนเองแล้ว เช่น สามารถคิดวิเคราะห์เพื่อใช้ศักยภาพ “ตัวเอง” ในฐานะสื่อได้ดีแล้ว ก็จะสามารถขยายไปยกระดับความสามารถในการสร้างและใช้สื่อประเภทอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย ตัวอย่างเช่น ครูที่พัฒนาความรู้และทักษะด้านการสื่อสารของตนเองแล้วสามารถสร้างสื่อหลากหลายเพื่อสนับสนุนให้การเรียนการสอนบรรลุวัตถุประสงค์และน่าสนใจมากขึ้น

4) สื่อบุคคลเป็นสื่อที่ทำงานได้อยู่ในทุกระดับของการสื่อสาร ตั้งแต่ระดับการสื่อสารภายในตนเอง การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารในกลุ่ม ไปจนถึงการสื่อสารองค์การ การสื่อสารสาธารณะ และการสื่อสารมวลชน โดยยิ่งการสื่อสารมีระดับสูงขึ้นมากเท่าไร ก็ยิ่งมีความหลากหลายมากขึ้นทั้งในแง่ของปริมาณ เช่น จำนวนผู้รับสารที่มากขึ้น และในแง่ของคุณภาพ เช่น เนื้อหาที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น หรืออาจจะต้องมีความรู้ในเชิงกลยุทธ์และเทคนิคมากขึ้น จึงเรียกร้องให้สื่อบุคคลมีความสามารถทางการสื่อสารมากขึ้นตามไปด้วย แต่ด้วยความที่สื่อบุคคลนั้นสามารถเรียนรู้และเพิ่มพูนทักษะความสามารถทางการสื่อสารของตนเองได้ จึงสามารถพัฒนาให้มีความเชี่ยวชาญในการจัดการการสื่อสารในแต่ละระดับได้เป็นอย่างดี

5) สื่อบุคคลมีลักษณะที่มีเจตนาหรือแรงจูงใจ (Motive/Motivation) ในขณะที่ใช้สื่อประเภทอื่น ๆ ซึ่งเป็นสื่อที่ไม่มีชีวิต ลักษณะการใช้งานจะถูกกำหนดวัตถุประสงค์ไปตาม

มนุษย์ที่เข้าไปใช้ จึงมีแต่ function แต่สื่อบุคคลที่เป็นมนุษย์นอกจากจะมี function แล้ว ยังมีเจตนาหรือแรงจูงใจที่มีความหลากหลายซับซ้อนด้วย

เบอร์โก และคณะ (Berko et al, 1997) ถือว่า เจตนาหรือแรงจูงใจนั้น เป็น 1 ใน 3 ของคุณลักษณะหลักของความสามารถทางการสื่อสารเลยทีเดียว (ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ และแรงจูงใจ) เพราะแรงจูงใจของสื่อบุคคลจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับการสื่อสารใน 2 ลักษณะ คือ

(1) หากผู้ส่งสารมีความเชื่อหรือเข้าใจในเนื้อหาสารที่จะสื่ออย่างชัดเจน ก็มีแนวโน้มที่จะสามารถสื่อสารได้ตามที่ตนต้องการ

(2) หากผู้ส่งสารสามารถแสดง “เจตนาที่แท้จริง” ของตนให้ผู้รับสารเข้าใจได้ ก็จะมีประสิทธิภาพในการสื่อสาร

ตัวอย่างเช่น ผู้นำที่ทำงานเพื่อประโยชน์ของชุมชนส่วนรวม จะต้องมีความเจตนาที่ดีและมีความสามารถในการสื่อสารที่สามารถอธิบายเจตนารมณ์ของตนให้ผู้อื่นเข้าใจได้ว่า ตนมาทำงานพัฒนาชุมชนก็เพราะต้องการเห็นชุมชนเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ไม่ใช่เพียงเพื่อหาประโยชน์ส่วนตน

6) สื่อบุคคลมีทั้ง “ชีวิตส่วนตัว” และ “ชีวิตการทำงาน” ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ อาจเป็นได้ทั้งปัจจัยหนุนเสริมหรือปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร

7) สื่อบุคคลมีลักษณะหลากหลายโฉมหน้า (Multifaceted Media) ในขณะที่เราสามารถจัดประเภทหมวดหมู่ของสื่ออื่น ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ได้ง่ายว่า เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ แต่สำหรับกรณีของสื่อบุคคลนั้น กลับมีโฉมหน้าหลากหลายและมองได้ในหลายมิติ ดังนี้

7.1) มิติด้านการสื่อสาร สื่อบุคคลคนหนึ่ง สามารถสลับบทบาทไปมาในองค์ประกอบของการสื่อสารและเป็นที่ทุกบทบาท ทั้ง ผู้ส่งสาร – สาร – ช่องทางการสื่อสาร – และผู้รับสาร (S-M-C-R)

7.2) มิติด้านสังคม สื่อบุคคลทุกประเภทจะผนวกเอาคุณลักษณะทางสังคมติดตัวมาด้วยเสมอ เช่น เพศ อายุ การศึกษา เชื้อชาติ ฐานะทางเศรษฐกิจ อาชีพ ตำแหน่งในชุมชน ฯลฯ เหล่านี้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถและประสิทธิภาพทางการสื่อสารของสื่อบุคคลด้วย

7.3) มิติทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ ภูมิหลังความเป็นมาของสื่อบุคคลนั้น ซึ่งผ่านร้อนผ่านหนาว เก็บเกี่ยวประสบการณ์ สังคมเป็นต้นทุนความรู้ ต้นทุนชีวิตและต้นทุนทรัพย์ ฯลฯ

8) **สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีสายใยเชื่อมร้อยอยู่กับชุมชน** คุณสมบัตินี้ เป็นคุณสมบัติเฉพาะสื่อบุคคลที่อยู่ในชุมชน ซึ่งการมีสายใยเชื่อมร้อยอยู่กับชุมชน ก่อให้เกิดผลลัพธ์ตามหลายประการ เช่น

8.1) ความใกล้ชิดกับชุมชน ทำให้รับรู้ปัญหาและความต้องการของชุมชนได้อย่างเป็นปัจจุบัน

8.2) ความคุ้นเคย ทำให้มีรสนิยมเดียวกับชุมชน เวลาออกแบบทำกิจกรรมจึงทำให้ง่ายที่ชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วม

8.3) ความน่าไว้วางใจ เนื่องจากมีประวัติความเป็นมาและความผูกพันที่มีระยะเวลาเป็นเครื่องพิสูจน์

8.4) มีผลประโยชน์ร่วมกับชุมชน
ซึ่งผลลัพธ์ดังกล่าวทั้งหมดนี้ ล้วนเป็นต้นทุนที่ช่วยปูทางให้การสื่อสารประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมายได้ทั้งสิ้น

จากคุณลักษณะเฉพาะของสื่อบุคคลทั้ง 8 ประการ ก่อให้เกิดผลพวงทั้งด้านที่เป็นคุณและด้านที่เป็นข้อจำกัด คือ

1) **ด้านที่เป็นคุณูปการ (Contribution)** ดังจะเห็นได้ว่า สื่อบุคคลนั้นสามารถทำภารกิจที่สื่ออื่น ๆ อาจทำได้ แต่การใช้สื่อบุคคลจะให้ผลที่แน่นอนกว่า เช่น การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมต่าง ๆ นอกจากนั้น ศักยภาพของสื่อบุคคลยังอาจจะขยายไปถึงการทำภารกิจที่สื่อประเภทอื่น ๆ ไม่สามารถกระทำได้ เช่นการสื่อสารเพื่อขจัดความขัดแย้ง

2) **ด้านที่เป็นข้อจำกัด (Limitation)** ในอีกด้านหนึ่ง คุณลักษณะทั้ง 8 ประการ ที่กล่าวมานั้น ก็อาจกลายเป็นข้อจำกัดของตัวสื่อบุคคลเอง เช่น การที่เป็นสื่ออยู่ในชุมชน ก็อาจจะเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่กว้างขวางไม่ได้ ในการวางแผนกิจกรรมพัฒนาจึงมักมีกิจกรรมการพาไปดูงาน การจัดเวทีเสวนาแลกเปลี่ยน ฯลฯ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เป็นรูปแบบการสื่อสารที่มุ่งลดทอนข้อจำกัดของสื่อบุคคลลงทั้งสิ้น

ในส่วนของการศึกษาเกี่ยวกับสื่อบุคคล ความสนใจเรื่องสื่อบุคคลในแวดวงนิเทศศาสตร์ เริ่มต้นจากงานของพี ลาซาร์เฟลด์ (P. Lazarsfeld) ที่สนใจสื่อบุคคลในแบบจำลองการไหลสองทอดของข่าวสาร (Two-step flow of information) ซึ่งสื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชนผู้รับสารโดยตรง หากแต่สื่อที่มีอิทธิพลมากกว่าคือ สื่อบุคคลที่ทำหน้าที่เป็น “ผู้นำทางความคิด” (Opinion leader) จากแบบจำลองดังกล่าว สื่อบุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิดนั้น จะมีบทบาทสำคัญในการชี้ขาดเรื่องการสื่อสารตาม

หลักการของกระบวนการสื่อสารที่ว่า ผู้ส่งสารคนสุดท้ายที่อยู่ติดกับผู้รับสาร คือผู้ที่ยึดกุมเนื้อหาและความหมายทั้งหมด (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2549, น. 25)

ในงานศึกษายุคแรกของผู้บุคคลมักสนใจที่ “การสื่อสารขาออก” (Output communication) คือสนใจศึกษาแต่วิธีการถ่ายทอดข่าวสาร และกลยุทธ์ในการสื่อสารของผู้บุคคล ทั้งเพื่อการโน้มน้าวใจ จัดการกับความขัดแย้งและให้คำปรึกษา ดังนั้น ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของผู้บุคคล ก็คือ ตัวลักษณะของผู้บุคคลเอง และเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการวัดมากที่สุด ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร / ผู้บุคคล (Credibility) ความน่าไว้วางใจของผู้ส่งสาร / ผู้บุคคล (Trustworthiness) ความเป็นผู้ทันสมัย (Modern man) และทักษะทางด้านการสื่อสาร (Communication skills)

อย่างไรก็ตาม ในโครงการวิจัย “การสื่อสารเพื่อชุมชน” (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2549) ได้มองการศึกษาผู้บุคคลแบบค่อนข้างครบวงจร คือนอกเหนือจากที่ศึกษาการสื่อสารขาออกแล้ว ยังได้ศึกษา “การสื่อสารขาเข้า” (Input communication) ได้แก่ วิธีการเปิดรับสาร การจัดการกับเนื้อหาข่าวสาร การสื่อสารภายในตนเอง และอาจย้อนถอยไปดูตั้งแต่การก่อรูปของแบบแผนวิธีคิดเรื่องการสื่อสารด้วย เนื่องจากการศึกษาเรื่องการสื่อสารขาออก จะตอบคำถามแต่เพียงว่า เราจะนำเอาผู้บุคคลมาใช้ในการพัฒนาชุมชนอย่างไร แต่การสื่อสารขาเข้า จะช่วยตอบคำถามที่ว่า เราจะพัฒนาตัวผู้บุคคลนั้นได้อย่างไร เพื่อนำไปสู่การสร้างผู้บุคคลและใช้ผู้บุคคลเพื่อการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

ในงานวิจัยเรื่อง “สมรรถนะด้านการสื่อสารของผู้บุคคลกับการระดมพลังการพัฒนา” ของ อมรรรัตน์ ทัพย์เลิศ และคณะ (2547, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2549) พบว่าผู้บุคคลมีระบบการสื่อสารขาเข้าที่เรียกว่า การแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง โดยมีการสื่อสารขาเข้าถึง 4 ช่องทาง ได้แก่

- 1) ลักษณะการรับหรือเปิดรับข้อมูลข่าวสาร
- 2) การเฝ้าหาข้อมูลข่าวสาร เช่น การเข้าร่วมประชุม อบรมต่าง ๆ
- 3) การมีปฏิสัมพันธ์เพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสาร โดยอาจมาจากประสบการณ์ตรง หรือการทดลองเอง
- 4) การสร้างข้อมูลด้วยตนเอง ได้แก่ การคิดค้น ไตร่ตรอง

อาจกล่าวได้ว่า ในระดับชุมชน ผู้บุคคลที่มีบทบาทในการนำการเปลี่ยนแปลงมาสู่ชุมชนนั้น ก็มักจะเป็นผู้นำชุมชนนั่นเอง

จิตจำนงค์ กิติกิริติ (2532, อ้างถึงใน ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ, 2543) เสนอว่า ผู้นำท้องถิ่น คือ บุคคลที่ช่วยให้ผู้อื่นหรือชุมชนได้มีการตกลงกันและพยายามหาทางให้ประสบผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้ พฤติกรรมของผู้นำท้องถิ่นจะมีอิทธิพลเหนือประชาชนในท้องถิ่นนั้น อันจะก่อให้เกิดการร่วมมือกันทำงาน โดยมุ่งความสำเร็จของชุมชนเป็นสำคัญ จึงอาจสรุปได้ว่า ผู้นำท้องถิ่นคือผู้มีอำนาจหรืออิทธิพลสามารถชักจูงคนในชุมชนได้

นอกจากนี้ พัฒน์ บุญรัตนพันธ์ (2517, อ้างถึงใน อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ, 2548, น. 25) ยังได้แบ่งลักษณะผู้นำเป็น 2 ลักษณะหลัก ๆ คือ

1) **ผู้นำแบบเป็นทางการ** ได้แก่ผู้นำที่มีอำนาจหน้าที่ (Authority) โดยได้รับการคัดเลือกและแต่งตั้งจากทางราชการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน อบต. ผู้นำประเภทนี้ มีตำแหน่งตำแหน่งอยู่ ประชาชนตระหนักในฐานะผู้นำเพราะมีการเลือกตั้งหรือแต่งตั้งและประกาศอย่างเป็นทางการให้ทราบทั่วกัน

2) **ผู้นำแบบไม่เป็นทางการหรือผู้นำทางธรรมชาติ** ได้แก่ ผู้ที่มีอิทธิพลหรือมีความรู้ความสามารถ ไม่ได้รับมอบหมายอำนาจหน้าที่ใด ๆ จากทางราชการ แต่ได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จในการทำงานของหมู่บ้าน เมื่อประชาชนเดือดร้อนก็สามารถอาศัยพึ่งพิงได้

อาจกล่าวได้ว่า ผู้นำชุมชนมีบทบาทในการพัฒนาชุมชนอย่างมาก ดังที่ ชูศักดิ์ ชูช่วย (2533, อ้างถึงใน นพรัตน์ มุนีรัตน์, 2541, น. 39) เสนอว่า ผู้นำท้องถิ่นเป็นบุคคลสำคัญกลุ่มหนึ่งที่จะเป็นผู้นำในการพัฒนาชุมชน ทั้งนี้เพราะผู้นำท้องถิ่น เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องใกล้ชิดกับประชาชน จึงสามารถเข้าใจสภาพชุมชนได้อย่างแท้จริง มีบทบาทหน้าที่พัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งบทบาทของผู้นำท้องถิ่นในการพัฒนาชุมชนนั้นก็เพื่อพัฒนาคุณภาพของประชาชนในชุมชนด้านการศึกษา เศรษฐกิจ อาชีพ การสาธารณสุข สังคม วัฒนธรรม และการเมืองการปกครองให้สูงขึ้น

บทบาทผู้นำในงานพัฒนานั้น อาจแบ่งได้เป็น 2 บทบาทหลัก ๆ (ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ, 2543, น. 251) คือ

1) บทบาทภายนอกชุมชน หมายถึง บทบาทในการประสานภายนอกชุมชน ได้แก่ การศึกษาแนะนำเอาความรู้ใหม่ ๆ โครงการใหม่ ๆ มาเสนอแนะให้ชาวบ้านเพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ของชาวบ้านให้ดีขึ้น เป็นผู้ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ภายนอก และบุคคลภายนอกเพื่อดึงความช่วยเหลือเข้ามาในชุมชน

2) บทบาทภายในชุมชน หมายถึง บทบาทในการประสานภายในชุมชน คือการชักจูงชาวบ้านให้มาร่วมมือกันในการทำงานพัฒนาหมู่บ้าน การสร้างสาธารณประโยชน์ การ

รับผิดชอบงานในหมู่บ้านและทำงานร่วมกับชาวบ้าน เป็นแบบอย่างที่ดีแก่ชาวบ้านทั้งในด้านความประพฤติส่วนตัว และการทำงาน แนะนำ ตักเตือนให้ชาวบ้านทำความดี และเป็นผู้ประกอบพิธีทางศาสนาหรือพิธีกรรมและประเพณีต่าง ๆ ในชุมชน

อาจกล่าวได้ว่า สื่อบุคคลประเภทผู้นำหรือประธานชุมชนนั้น มีลักษณะเป็นส่วนผสมของ “ผู้นำแบบเก่าในชนบท” คือ มีความเสียสละ มีจิตสำนึกสาธารณะ กับ “ผู้นำแบบใหม่” คือ มีความรู้ ทักษะในการบริหารจัดการ มีทักษะใหม่ ๆ ด้านการสื่อสาร ซึ่งส่วนผสมดังกล่าวเป็นคุณสมบัติที่หาได้ยาก โดยที่ผู้นำที่มีอยู่ทั่วไปนั้น อาจจะมีคุณสมบัติหนักไปทางด้านใดด้านหนึ่ง

ในแง่ของการสื่อสาร ผู้นำชุมชนจึงถือได้ว่าเป็นสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพค่อนข้างสูงในการพัฒนาชุมชน (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2549, น. 19) เนื่องจากมีคุณลักษณะเฉพาะหลายประการ คือ มีความยืดหยุ่นสูง สามารถปรับตามสถานการณ์ได้ อีกทั้งผู้นำชุมชนหรือประธานชุมชนยังเป็นที่เกิดจากแนวคิดการพัฒนาสมัยใหม่ ตามกระบวนการพัฒนาแบบทางเลือก ที่ต้องการให้ประชาชนมีการจัดตั้งรวมตัวกันเพื่อพัฒนาชุมชนตนเอง ทำให้การสื่อสารที่นำมาใช้ต้องปรับให้มีลักษณะสอดคล้องกันด้วย กล่าวคือ แม้ว่าประธานชุมชนจะยังใช้การสื่อสารในรูปแบบสั่งการอยู่บ้าง แต่ส่วนใหญ่รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ก็จะเป็นลักษณะการขอความร่วมมือ การปรึกษาหารือหรือที่เรียกว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นการสื่อสารสองทาง ลักษณะการไหลของข่าวสารมีแบบรอบทิศทาง ทั้งจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบนและการสื่อสารในแนวระนาบ (Horizontal communication) ทำให้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาตอบโต้กัน (Interactive) ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการตลอดเวลา ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่น ๆ ได้แก่ สื่อเฉพาะกิจและสื่อมวลชน เช่น แผ่นพับ วิดีทัศน์ ฯลฯ ก็ถือได้ว่าสื่อบุคคลมีโอกาที่จะใช้แบบจำลองการสื่อสารแบบทางเลือกที่เป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมได้มากกว่า

2. สื่อสิ่งพิมพ์ชุมชน

คาสูมะ (Kasoma, 1994, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543, น. 86) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ชนบทแบบประชาชนมีส่วนร่วม (Participatory Rural Newspaper: PRN) ในประเทศแอฟริกา เช่น แซมเบีย เซียร์ราลีโอน ฯลฯ พร้อมทั้งเสนอแนวคิดว่า หากสามารถทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนการผลิตได้ ประชาชนก็จะสามารถเป็นผู้กำหนดสาระข่าวสารของชุมชนได้ (Agenda setter) โดยการเข้ามามีส่วนร่วมนั้น อาจเป็นได้หลายรูปแบบ เช่น ในด้านเงินทุน โดยการร่วมด้วยช่วยกันบริจาคอุปกรณ์ กระดาษ หมึก หรือร่วม

ถือหุ้นในสื่อสิ่งพิมพ์ หรืออาจให้ประชาชนเล่นบทบาทเป็นผู้ส่งสารและรับสาร หรือให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตบางขั้นตอน เช่น ในการรวบรวมข่าวสาร เลือกข่าวสารที่จะนำเสนอ และรายงานข่าวสาร คือให้ประชาชนผู้ให้ข่าวได้ลงชื่อเป็นผู้รายงานข่าวด้วย เป็นต้น

ทั้งนี้ สื่อสิ่งพิมพ์แบบ PRN จะต้องมีการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะบางประการที่แตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นสื่อมวลชนโดยทั่วไป ทั้งในแง่ของรูปแบบ ที่จะต้องปรับเปลี่ยนให้มีรูปแบบอย่างง่าย เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการผลิตและประหยัดต้นทุน รวมถึงเนื้อหาข่าวสาร อาจต้องมีการขยับขยายออกไป โดยรวมเรื่องราวทุกอย่างที่อยู่ในความสนใจของประชาชน กล่าวคือ ข่าวในทีนี้ อาจจะไม่จำเป็นต้อง “สด” เสมอไป และหากข่าวที่ประชาชนส่งมาให้ยังไม่สามารถนำเสนอได้ทันทีก็อาจจะเก็บไว้นำเสนอในโอกาสต่อไป

ตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์ชุมชน เช่น นิตยสาร “มนตร์รักแม่กลอง” ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน สะท้อนความคิดความเห็นต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาท้องถิ่นในแนวทางที่ยั่งยืนและพอเพียง โดยนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ทั้งภูมิหลัง สารคดี ท่องเที่ยว บุคคลที่น่าสนใจ กิจกรรมพัฒนาของกลุ่มต่าง ๆ ในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม

ภาพที่ 2.2

ตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์ชุมชน : นิตยสาร “มนตร์รักแม่กลอง”



3. สื่อหออกระจ่ายข่าวหรือเสียงตามสาย

สื่อทางเสียงนั้น ถือเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพชนิดหนึ่งในการให้ข้อมูลข่าวสาร (คมสัน หุตะแพทย์, 2535, น. 85) แก่ประชาชน โดยเฉพาะประชาชนในเขตชนบท วิทยุกระจายเสียงเคยเป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวชนบท ก่อนที่โทรทัศน์จะเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น แต่ในปัจจุบัน สื่อวิทยุกระจายเสียงส่วนใหญ่ถูกนำไปใช้ประโยชน์ทางธุรกิจ ทำให้ค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อชนิดนี้มีราคาสูงขึ้น โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการซื้อเวลา ซึ่งถูกจับจองโดยวงการธุรกิจจนทำให้ไม่สามารถนำสื่อชนิดนี้มาใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านได้มากนัก

ดังนั้น คุณสมบัติของสื่อทางเสียงเช่นเดียวกับวิทยุกระจายเสียงที่ชาวบ้านคุ้นชิน ประกอบกับข้อจำกัดในการใช้วิทยุกระจายเสียงเพื่อการพัฒนา จึงทำให้สื่อ “หออกระจ่ายข่าว” ในหมู่บ้านเป็นสื่อที่มีความน่าสนใจที่จะนำมาใช้ในการให้ข้อมูลข่าวสารความรู้ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตได้ ตัวอย่างเช่น ในการวิจัยของสถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล ภายใต้โครงการวิจัยทางการสื่อสารเพื่อปรับปรุงส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการกินของชาวชนบทอีสานตอนล่าง (โครงการแวงกินเพื่อชีวิต) พ.ศ. 2529 - 2531 ก็ได้ใช้ประโยชน์จากสื่อหออกระจ่ายข่าว และพบว่าสื่อดังกล่าวสามารถสร้างความน่าสนใจและให้ความรู้แก่ชาวชนบทได้เป็นอย่างมาก โดยช่วงทำโครงการ คณะวิจัยก็ได้เปิดโอกาสให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ รวมถึงให้ข้อมูลความรู้ที่สามารถนำมาพูดผ่านหออกระจ่ายข่าวได้ด้วย

หออกระจ่ายข่าว หรือบางคนเรียกว่า “เสียงตามสาย” เป็นการพูดหรือเปิดเทปกระจายเสียงผ่านเครื่องขยายเสียงออกทางลำโพงที่ติดตั้งไว้ในจุดต่าง ๆ ในหมู่บ้าน เพื่อให้ชาวบ้านได้ยินกันทั้งหมู่บ้านหรือเกือบทั้งหมู่บ้าน ข้อดีของสื่อชนิดนี้คือ ในเวลาที่เปิด คนที่อยู่ในหมู่บ้านหรือบริเวณใกล้เคียงจะได้ยินพร้อม ๆ กันหมด ไม่ว่าจะอยากฟังหรือไม่อยากฟัง ตั้งใจหรือไม่ตั้งใจฟัง ก็จะได้ยินข้อความเดียวกันพร้อม ๆ กัน การใช้หออกระจ่ายข่าวก็ใช้ได้ง่าย ไม่ซับซ้อน สะดวกและราคาถูก โดยเฉพาะในปัจจุบันไฟฟ้าไปถึงทุกหมู่บ้าน ราคาเครื่องมือและอุปกรณ์ก็ไม่แพงมากนักสื่อเสียงตามสายจึงอาจนำมาใช้ประโยชน์ในชุมชนได้ ทั้งในการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างคนในชุมชนและในการประชาสัมพันธ์เรื่องราวเกี่ยวกับชุมชนไปยังบุคคลภายนอกหรือนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนด้วย

อย่างไรก็ตาม สื่อดังกล่าวยังคงมีข้อด้อยอยู่บ้าง ได้แก่ ความดังเบา และความชัดเจนของเสียงที่กระจายออกไปซึ่งอาจจะไม่เท่ากันหรือไม่สม่ำเสมอ ผู้ที่อยู่ใกล้หออกระจ่ายข่าว ก็จะได้ยินชัดเจน หรือบางที่อาจดังเกินไปจนหนวกหู ในขณะที่คนที่อยู่ไกลออกไปอาจจะไม่ค่อยได้ยิน

ดังนั้น ประสิทธิภาพของสื่อชนิดนี้ จึงขึ้นอยู่กับทำเล ตำแหน่งที่ตั้ง ทิศทางการติดตั้งลำโพง รวมถึงกำลังการส่งของเครื่องขยายเสียงและลำโพงด้วย นอกจากนี้ เวลาปิด-เปิดก็ต้องเลือกให้เหมาะสมกับการอยู่หรือไม่อยู่ของกลุ่มเป้าหมายในหมู่บ้าน ตลอดจนข้อมูลเนื้อหาที่จะเสนอผ่านสื่อชนิดนี้ก็ไม่ควรยาวเกินไป ควรสั้น กระชับและชัดเจน

4. สื่อเฉพาะกิจอื่น ๆ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีเป้าหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (ปรมะ สตะเวทิน, 2532, น. 99, อ้างถึงใน เกศินี จุฑาวิจิตร, 2542, น. 159) ดังนั้น สื่อเฉพาะกิจจึงเป็นได้ทั้ง สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ใบปลิว จดหมายข่าว คู่มือ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิดีทัศน์ เทป ภาพยนตร์ สปอตวิทยุและโทรทัศน์ รวมถึงอาจเป็นสื่อกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การจัดงานสัปดาห์วันพิเศษ นิทรรศการ การประกวด ขบวนแห่ เป็นต้น โดยที่สื่อต่าง ๆ เหล่านี้ ต้องมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ

ตัวอย่างเช่น โครงการพัฒนาโครงการใดโครงการหนึ่ง อาจจะมีผลิตสื่อเฉพาะกิจขึ้นมาหลายสื่อ เพื่อเป้าหมายเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป เช่น โครงการรณรงค์เรื่องโรคเอดส์ มีการผลิตวีดิทัศน์และสไลด์สำหรับหญิงบริการ เพื่อให้ความรู้ในการป้องกันตนเอง ผลิตคู่มือสำหรับบุคลากรด้านสาธารณสุข และนักสังคมสงเคราะห์ เพื่อเป็นแนวทางในการให้คำปรึกษาแก่ผู้ติดเชื้อเอดส์และครอบครัว รวมทั้งผลิตโปสเตอร์ แผ่นพับ ให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่เยาวชน เป็นต้น

เหตุผลประการหนึ่งที่ทำให้สื่อเฉพาะกิจมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากสื่อดังกล่าวเป็นสื่อที่ควบคุมได้ ทั้งในแง่ความถูกต้องของเนื้อหาตามข้อเท็จจริงและแนวคิด ทั้งยังเป็นสื่อที่ค่อนข้างมั่นใจได้ว่าเข้าถึงตัวผู้รับสาร (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2542, น. 167-168) ดังนั้น การใช้สื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนา จึงช่วยให้ผู้ใช้สามารถสื่อสารข้อมูลของการพัฒนาหรือเผยแพร่รณรงค์เรื่องใดเรื่องหนึ่งไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจงและเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ประชาชนเป้าหมายได้รับทราบข่าวสารความรู้โดยตรงและถูกต้อง ช่วยให้เกิดการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติ หรือมีพฤติกรรมตามความคาดหวังของผู้ส่งสาร

5. สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet)

อินเทอร์เน็ต (Internet) หรือ เน็ต (Net) เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ถึงกันทั่วโลก เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1969 เมื่อประเทศสหรัฐอเมริกาเริ่มทำโครงการพัฒนาเครือข่ายคอมพิวเตอร์สากลที่มีชื่อว่า อาร์พาเน็ต (ARPANET) หรือ เครือข่ายสำนักงานโครงการวิจัยขั้นสูง (Advanced Research Project Agency Network) ส่วนเว็บ (Web) หรือ

เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web: WWW) เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1992 ที่ศูนย์วิจัยนิวเคลียร์ยุโรป (Center for European Nuclear Research; CERN) ประเทศสวิตเซอร์แลนด์

อินเทอร์เน็ตและเว็บแตกต่างกันตรงที่ อินเทอร์เน็ตเป็นลักษณะของเครือข่ายทางกายภาพที่เกิดจากการนำสัญญาณ สายเคเบิลและดาวเทียมเชื่อมต่อเข้าด้วยกัน ขณะที่กำลังเชื่อมต่อจะเรียกว่า การออนไลน์ (Online) อินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงคอมพิวเตอร์นับล้าน ๆ เครื่องและทรัพยากรต่าง ๆ ทั่วโลกให้ผู้ใช้สามารถทำงานร่วมกันได้ ส่วนเว็บมีลักษณะเป็นส่วนที่ติดต่อกับผู้ใช้ ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตในระยะแรก มีลักษณะเป็นข้อความล้วน ไม่มีกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียงและวิดีโอ แต่ต่อมาก็ได้มีผู้พัฒนาเว็บให้มีส่วนที่ติดต่อกับผู้ใช้งานในลักษณะของสื่อมัลติมีเดีย ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงทรัพยากรที่มีอยู่บนอินเทอร์เน็ตได้ ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตและเว็บจึงกลายเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพอย่างมาก มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและเว็บนับพันล้านคนจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยส่วนใหญ่มักใช้ในงานที่หลากหลาย ได้แก่ การสื่อสาร การเลือกซื้อสินค้า การค้นคว้าหาข้อมูล การศึกษาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-learning) ความบันเทิง ฯลฯ

ในปัจจุบัน การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารถือเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว สามารถร่วมสนทนา อภิปราย แสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ กับครอบครัว หรือเพื่อนที่แม้จะอยู่ต่างสถานที่ ไม่ว่าใกล้หรือไกล ก็สามารถโต้ตอบกันได้ในเวลาเดียวกันผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น อีเมล (e-mail) ห้องสนทนา กระดานข่าวหรือเว็บบอร์ด (Web board) และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ต่าง ๆ รวมทั้งผู้ใช้อย่างยังสามารถสร้างเว็บเพจส่วนบุคคล เพื่อนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ และให้ผู้อื่นเข้ามาเยี่ยมชมได้ด้วย เช่น เว็บล็อกต่าง ๆ (Weblog) ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจึงสามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในคนเดียวกัน

ในแง่มุมมองของการท่องเที่ยว ปัจจุบันจะเห็นได้ว่า สื่ออินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมาก เนื่องจากสื่อดังกล่าวมีคุณสมบัติของสื่อใหม่ที่เพิ่มความสามารถในการเข้าถึงและแพร่กระจายได้ในวงกว้าง ประหยัดต้นทุนงบประมาณ พร้อมกับมีคุณสมบัติที่เอื้อให้เกิดการสื่อสารสองทาง โดยผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถโต้ตอบกันได้ (Interactivity) ผ่านพื้นที่สื่อสารที่กำหนดไว้ ทำให้ผู้ประกอบการหรือชุมชนซึ่งรับผิดชอบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง เลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของตน พร้อมทั้งมีพื้นที่สำหรับรับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงบริการได้ด้วย

อย่างไรก็ตาม ในการเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ของชุมชน ก็ควรพิจารณาความเหมาะสมในแง่ต่าง ๆ ทั้งกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ สถานการณ์ และงบประมาณในการสื่อสารนั้น ๆ ด้วย อีกทั้งสื่อที่ต่างกัน ก็มักมีคุณลักษณะ หรือข้อดีและข้อด้อยที่แตกต่างกัน คุณลักษณะของสื่อที่แตกต่างกันจึงย่อมมีผลทำให้การรับรู้ของผู้รับสารแตกต่างกันด้วย (กิตติมา สุรสนธิ, 2548, น. 120) ดังนั้น เราจึงควรพิจารณาใช้สื่อชนิดต่าง ๆ โดยนำสื่อแต่ละชนิดมาเปรียบเทียบกับคุณลักษณะในด้านต่าง ๆ เช่น รูปแบบการรับรู้จากสื่อ การไหลของข่าวสาร ความรวดเร็ว ความคงทนถาวร ปฏิกริยาตอบกลับ การเข้าถึงผู้รับสาร ฯลฯ การพิจารณาถึงสิ่งเหล่านี้ จะทำให้สามารถเลือกใช้สื่อได้เหมาะสมถูกต้องตามสภาพการณ์และทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น หากต้องการปฏิกริยาตอบกลับอย่างรวดเร็ว การสื่อสารระหว่างบุคคลจะดีกว่า สื่อมวลชน แต่หากต้องการความรวดเร็วและเข้าถึงผู้รับจำนวนมาก การใช้สื่อมวลชนก็ย่อมดีกว่า หรือถ้าต้องการให้ผลของการสื่อสารนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลได้ การใช้สื่อบุคคลก็ย่อมเหมาะสมและใช้ได้ผลมากกว่า

สำหรับสื่อมวลชนก็อาจแบ่งเป็นประเภทหลัก ๆ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed media) กับ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic media) ได้แก่ วิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว จะเห็นได้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์มีความรวดเร็วในการส่งข่าวสารน้อยกว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในขณะที่สื่ออิเล็กทรอนิกส์ แม้จะมีสีสันและภาพเคลื่อนไหวที่น่าสนใจ แต่ก็มีข้อจำกัดในเรื่องราคาและสถานที่ อันมีผลต่อการเลือกเปิดรับ กล่าวคือ สื่อสิ่งพิมพ์สามารถเปิดรับได้ทุกที่ สามารถเก็บรักษาไว้ได้ และมีความคงทนถาวรมากกว่า รวมทั้งในประเด็นของความจุของข่าวสาร สื่อสิ่งพิมพ์ก็มีพื้นที่ในการนำเสนอได้ไม่จำกัด ในขณะที่สื่ออิเล็กทรอนิกส์มีข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาในการส่งหรือถ่ายทอดสาร เป็นต้น

ในการพัฒนาตามกระบวนการทัศนกระแสนเลือกซึ่งมุ่งให้เกิดการสื่อสารทุกทิศทาง จึงมักมีการใช้สื่อที่หลากหลายเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นสื่อดั้งเดิมอย่าง สื่อบุคคล และสื่อมวลชน นอกจากนี้ ปัจจุบัน เทคโนโลยีการสื่อสารก็ได้มีการพัฒนาไปอย่างมาก และมีการนำสื่อชนิดใหม่ ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บบอร์ด เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ฯลฯ เข้ามาในสังคมอย่างแพร่หลาย สื่อชนิดใหม่นี้มักมีคุณลักษณะที่สำคัญคือ การผนวกเข้าหากันระหว่างการใช้คุณลักษณะความกว้างขวาง รวดเร็วของสื่อมวลชนกับสื่อระหว่างบุคคล ซึ่งได้แก่การโต้ตอบกลับได้ทันทีทันใด (กิตติมา สุรสนธิ, 2548, น. 125) ทำให้ปัจจุบันสื่อใหม่เหล่านี้ถูกนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิผลในการสื่อสารได้เป็นอย่างมาก

นอกจากนี้ เกตินี จุฑาวิจิตร (2542, น. 169) ยังได้เสนอว่า การเลือกใช้สื่อ หรือการเลือกช่องทางในการส่งสารนั้นเป็นเสมือนกุญแจดอกหนึ่งที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของการสื่อสาร สื่อ

ที่ดีสำหรับการสื่อสารครั้งหนึ่ง ๆ จะต้องเป็นสื่อที่เข้าถึงตัวผู้รับสาร และเป็นสื่อที่สามารถนำเสนอสารได้อย่างชัดเจน ตรงประเด็น ในอดีตที่ผ่านมา ปัญหาในการเลือกใช้สื่อที่มักพบอยู่เสมอคือ การเลือกใช้สื่อเดียวและพยายามพิสูจน์ว่าสื่อชิ้นนั้นเป็นสื่อที่ดีที่สุดหรือมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งในช่วงเวลาต่อมา ก็เป็นที่ยอมรับว่า สื่อแต่ละสื่อต่างมีข้อดีข้อด้อยแตกต่างกันไป ดังนั้น สิ่งที่เราควรทำความเข้าใจในเบื้องต้นให้ตรงกันคือ ตัวสื่อไม่ใช่ตัวกำหนดประสิทธิภาพของการสื่อสาร แต่การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ส่งสารในการเลือกใช้สื่อได้อย่างเหมาะสม

ตัวอย่างเช่น ในงานวิจัยของอมรา จันทมานะ (2548) เรื่อง “กระบวนการติดต่อสื่อสารภายในชุมชนเข้มแข็ง : กรณีศึกษา ชุมชนตลาดสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี” พบว่า การติดต่อสื่อสารระหว่างคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกกับชาวตลาดมีอยู่ 2 รูปแบบ คือการติดต่อสื่อสารแบบทางเดียวอย่างเป็นทางการ โดยใช้สื่อเสียงตามสาย ใบปลิว ป้ายผ้า ฯลฯ และการติดต่อสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ คือ การประชุมแบบมีส่วนร่วม การจัดเวทีประชาคม รวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม เช่น กิจกรรมทำความสะอาดตลาด การจัดนิทรรศการภาพเก่าเล่าขาน เป็นต้น ทั้งนี้ ชุมชนได้ใช้สื่อที่หลากหลาย ทั้งสื่อบุคคล ผสมผสานกับสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อเฉพาะกิจอื่น ๆ ด้วยเพื่อสร้างการรับรู้และปลูกจิตสำนึกของชาวชุมชนให้รักท้องถิ่น ร่วมกันรับรู้และแก้ไขปัญหาเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

นอกจากนี้ ในงานวิจัยของ กฤษฎา สุริยวงศ์ (2549) เรื่อง “การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านทรงไทยปลายโพพวง” ก็พบว่ามีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ประกอบด้วย 4 สื่อหลัก ๆ ที่สำคัญ คือ

1. สื่อบุคคล ได้แก่ ผู้นำชุมชนและชาวบ้านในหมู่บ้านท่องเที่ยว เพื่อนฝูงและญาติพี่น้องของนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยว เจ้าหน้าที่ของบริษัทนำเที่ยว และเจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นพับ ป้ายบอกทาง หนังสือคู่มือการท่องเที่ยว เอกสารทางวิชาการและสินค้าของที่ระลึก
3. สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร/วารสาร
4. สื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ บริการข้อมูลบนกระดานข่าวที่มีการโพสต์กันในกระดานของเว็บไซต์และบริการข้อมูลทางเว็บไซต์ (WWW) ซึ่งประกอบด้วย บริการข้อมูลทางเว็บไซต์ที่หน่วยงานภายนอกจัดทำให้ และบริการข้อมูลทางเว็บไซต์ที่ทางหมู่บ้านท่องเที่ยวจัดทำขึ้นเอง

จากแนวคิดเกี่ยวกับสื่อของชุมชนที่กล่าวมาข้างต้น เป็นแนวทางในการที่ผู้วิจัยจะได้ศึกษารูปแบบและบทบาทของการสื่อสารของชุมชน โดยพิจารณาตามคุณลักษณะและบทบาทของสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในชุมชนคลองลัดมะยมด้วย ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคลได้แก่ ผู้นำชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมหรือนายชวน ชูจันทร์ ผู้ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้ริเริ่มบุกเบิกพัฒนาตลาดน้ำ และประสานส่วนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษา องค์กรอิสระและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมและชาวชุมชนหรือผู้ค้าในตลาด เพื่อให้การพัฒนาตลาดน้ำคลองลัดมะยมเป็นไปอย่างราบรื่นและตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และด้วยความที่นายชวนจบการศึกษาระดับปริญญาโท เคยทำงานด้านการเมืองมาก่อน จึงทำให้มีประสบการณ์ในการทำงานกับมวลชน มีทักษะในการสื่อสารพอสมควร ทั้งยังเป็นคนในท้องถิ่นมาแต่เดิม ทำให้คนในชุมชนส่วนใหญ่ยอมรับนับถือและเชื่อตามสิ่งที่นายชวนคิดและตัดสินใจมาโดยตลอด นอกจากนี้ ในการศึกษาเบื้องต้น ยังพบว่า ชุมชนเองก็ได้มีการใช้สื่ออื่น ๆ ที่ผลิตขึ้นเองอย่างง่ายในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับชุมชน ทั้งในการสื่อสารไปยังชาวชุมชนและบุคคลภายนอกชุมชน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนด้วย เช่น ใบปลิว เสียงตามสาย เป็นต้น

แนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism)

แนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการกำหนดแผนเพื่อพัฒนาตลาดน้ำคลองลัดมะยมโดยมองในภาพรวมของกองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร ภายใต้โครงการชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน ที่ทำการสำรวจ วิจัย และพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครในพื้นที่ชุมชน 7 แห่ง รวมทั้งยังสอดคล้องกับการดำเนินงานของคณะกรรมการตลาดน้ำคลองลัดมะยมด้วย

อาจกล่าวได้ว่า แนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้นมีความเกี่ยวข้องอย่างมากกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ซึ่งเป็นแนวทางที่มองหาวิธีการในการพัฒนาที่สร้างความสมดุลระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม เป็นการพัฒนาควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ที่ก่อให้เกิดความเจริญเติบโตทั้งในแง่เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การรักษาสิ่งแวดล้อมที่ดีรวมทั้งเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนด้วย

ศูนย์เพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวและการแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งเอเชีย (2549) ได้เสนอว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนนั้นจำเป็นต้องประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. **ด้านเศรษฐกิจ** ได้แก่ การผลิตสินค้าและบริการ เกณฑ์การบรรลุความสำเร็จ อยู่ที่ความมีประสิทธิภาพ

2. **ด้านสิ่งแวดล้อม** ได้แก่ การอนุรักษ์และการบริหารทรัพยากรธรรมชาติอย่างจริงจัง เกณฑ์การบรรลุความสำเร็จอยู่ที่การรักษาความหลากหลายทางชีวภาพและทำนุบำรุงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

3. **ด้านสังคม** ได้แก่ การรักษาและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน เกณฑ์พิจารณาการบรรลุวัตถุประสงค์คือความเสมอภาค ซึ่งรวมถึงความเสมอภาคในการกระจายความมั่งคั่งทั้งภายในรุ่นคนและระหว่างต่างรุ่นคนด้วย

โดยมีแนวทางที่จำเป็นในการส่งเสริมวิสัยทัศน์ในการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนี้

- 1) การใช้ทรัพยากรอย่างระมัดระวัง ภายใต้ขีดความสามารถในการรองรับของโลก
- 2) การถ่ายอำนาจและความรับผิดชอบในการตัดสินใจจากส่วนกลางลงไปยังท้องถิ่นและไปสู่ผู้มีส่วนได้-เสียประโยชน์ในท้องถิ่นนั้นๆ อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น
- 3) บรรเทาปัญหาความยากจนและความไม่เท่าเทียมกันทางเพศ ตลอดจนการให้ความเคารพในสิทธิขั้นพื้นฐานของความเป็นมนุษย์
- 4) ยกระดับคุณภาพชีวิตโดยการปรับปรุงบริการด้านสุขภาพอนามัย ที่อยู่อาศัย โภชนาการ การศึกษาและการฝึกทักษะทางอาชีพเพื่อสร้างรายได้
- 5) อนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ และระบบการสนับสนุนการดำรงอยู่ของสิ่งมีชีวิตทางธรรมชาติ
- 6) อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิต ตลอดจนเคารพในจิตวิญญาณและขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมของประชาชนที่มีความแตกต่างกัน

หลายปีที่ผ่านมา ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกต่างก็เริ่มตระหนักและให้ความสำคัญกับการปกป้องและรักษาสีงแวดล้อมโลกมากขึ้น ดังนั้นในการดำเนินกิจการทุกอย่าง ทุกฝ่ายจึงต้องให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทั้งสิ้น ประกอบกับการท่องเที่ยวนั้นก็ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาของหลายประเทศทั่วโลกด้วย จึงจำเป็นต้องมีการปรับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่นำไปสู่ความห่วงใยในสิ่งแวดล้อม โดยเน้นไปที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (คณะกรรมการการท่องเที่ยวและการกีฬา วุฒิสภา, 2540)

อาจกล่าวได้ว่า แนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) นั้นเกิดมาจากการที่แนวโน้ม 2 ประการมาบรรจบกันคือ แนวโน้มเกี่ยวกับการอนุรักษ์และแนวโน้มเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงเรื่องอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ยุวดี นิรัตน์ตระกูล, 2538, อ้างถึงใน กฤษฎา

สุริยวงศ์, 2549, น. 15-16) กล่าวคือ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาได้พยายามผลักดันเรื่องของการอนุรักษ์เข้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ที่มีอยู่แล้ว เช่น อุทยานแห่งชาติต่าง ๆ ทั้งนี้ โดยเชื่อว่าการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์ธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติเป็นทางเลือกหนึ่งที่เปิดโอกาสให้เกิดการจ้างงานสร้างรายได้จำนวนมาก ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ซึ่งเท่ากับเป็นการสร้างแรงจูงใจทางเศรษฐกิจให้ราษฎรในชนบทได้ตระหนักถึงความสำคัญและหันมาช่วยกันสนับสนุนการสงวนรักษาพื้นที่อนุรักษ์ทางธรรมชาติ มีการวางแผนและพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่ดี เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติ และพื้นที่อนุรักษ์ประเภทอื่น ๆ ต่อไป

จากแนวโน้มทั้งสองประการดังกล่าว เป็นผลให้เกิดกระแสเรียกร้องการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรงและต่อเนื่อง มีการโจมตีการท่องเที่ยวมากขึ้นว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ส่งผลเสียต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว กระแสเรียกร้องข้างต้น ได้รับการตอบสนองจากองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งตระหนักในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยเฉพาะในหลายประเทศก็มีการตื่นตัวต่อเรื่องนี้อย่างมาก เป็นผลให้เกิดการประชุมครั้งสำคัญระดับโลก ได้แก่ การประชุม Globe '90 Conference ซึ่งเป็นการประชุมนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาแบบยั่งยืน ณ เมืองแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา เมื่อเดือนมีนาคม ค.ศ. 1990 (พ.ศ. 2533) ในการประชุมดังกล่าวได้มีการให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า คือ “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่น ในขณะเดียวกันก็ปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลัง จึงมีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคมและสุนทรียภาพ พร้อมกับรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศได้ด้วย” โดยคำจำกัดความข้างต้นเป็นแนวคิดสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อการวางหลักการพื้นฐาน และสร้างกรอบนโยบายตลอดจนแนวทางปฏิบัติสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต่อไป (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

หลังจากนั้น จึงได้มีการจัดประชุมครั้งสำคัญอีกครั้งหนึ่ง คือการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (The United Nations Conference on Environment and Development) หรือที่เรียกว่า การประชุม Earth Summit ณ กรุงริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน ค.ศ. 1992 (พ.ศ. 2535) หรือเรียกโดยย่อว่า Rio Summit ระหว่างผู้นำประเทศสมาชิกองค์การสหประชาชาติ 179 ประเทศจัดกลุ่มว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาด้วย

ภายหลังการประชุมครั้งนั้น ก็ได้มีการประกาศ “แผนปฏิบัติการ 21” (Agenda 21) ซึ่งเป็นแผนแม่บทของโลกสำหรับการดำเนินงานที่จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งในด้าน

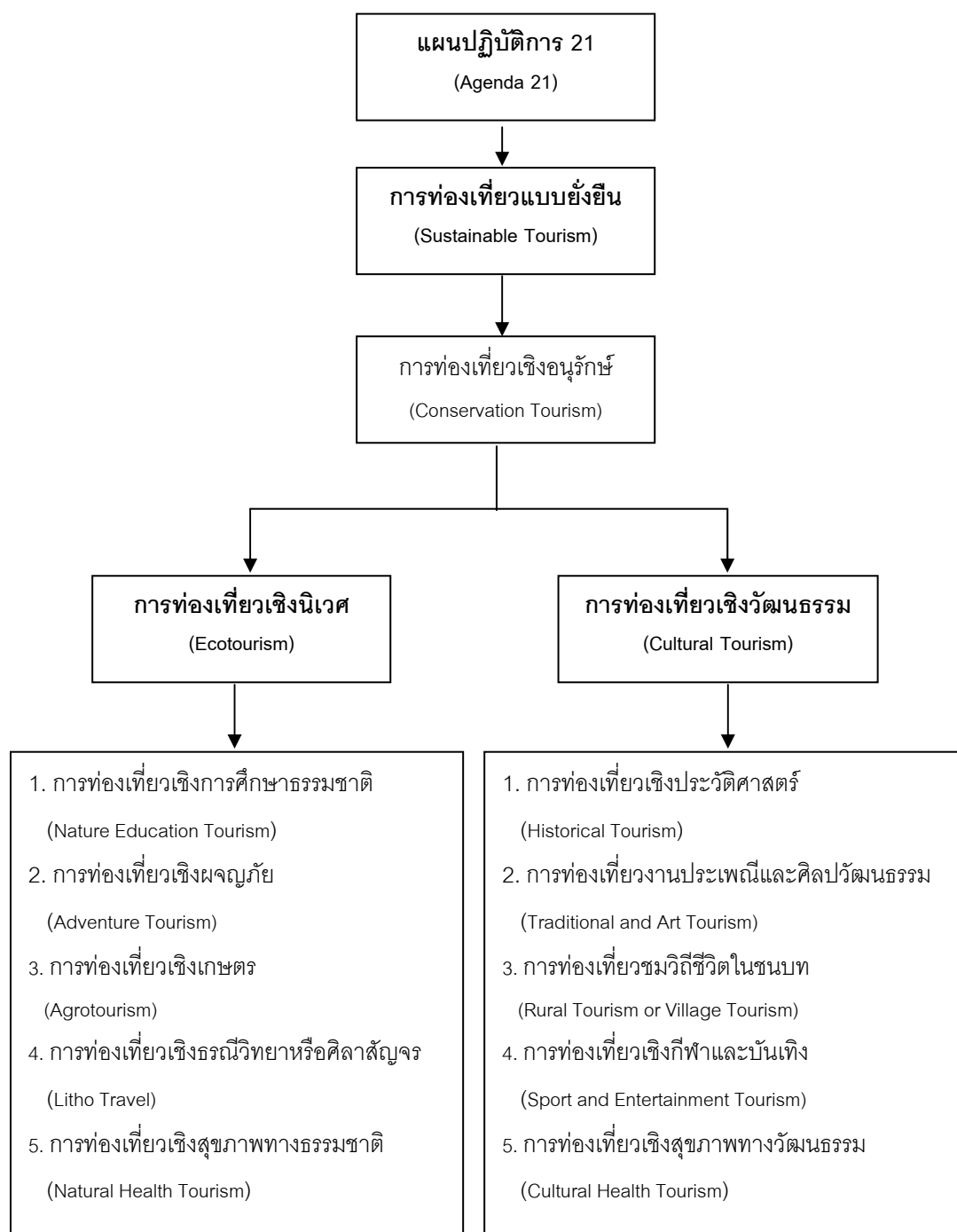
สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมต่อไป โดยแผนปฏิบัติการดังกล่าว เป็นแนวทางสำคัญเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยการกำหนดนโยบายของภาครัฐบาล เอกชนและสำหรับเป็นทางเลือกของบุคคลในศตวรรษที่ 21 ภายใต้แนวคิดที่ว่า ประชากร การบริโภคและเทคโนโลยีนับเป็นพลังงานผลักดันหลักที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม จึงควรมีการเสนอแนะนโยบายและแผนงานในการที่จะบรรลุถึงความสมดุลอย่างยั่งยืน ระหว่างการบริโภค ประชากรและสมรรถนะของโลกต่อการค้าสินค้ามีชีวิต รวมทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีและเทคนิคต่าง ๆ ที่จะต้องตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ในขณะเดียวกันก็จะต้องมีการจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างระมัดระวัง พร้อมทั้งได้ย้ำถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่จะเป็นหนทางเอาชนะความยากจนและการทำลายสิ่งแวดล้อม โดยความร่วมมือรับผิดชอบร่วมกันระดับโลก อันจะทำให้มั่นใจว่า นานาประเทศจะมีอนาคตที่มั่นคงและปลอดภัยร่วมกันมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ก่อนหน้านั้น นานาประเทศกำลังประสบปัญหาจากการประกอบอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ที่พยายามมุ่งพัฒนาให้ได้ผลผลิตจำนวนมาก เพื่อความเจริญทางเศรษฐกิจ มุ่งหาเงินตรารายได้จากต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ ให้มียอดรายได้อันดับสูงสุด ซึ่งถือเป็นการท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) โดยใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างฟุ่มเฟือย

จากแผนปฏิบัติการ 21 นี้เอง ทำให้การท่องเที่ยวของโลกต้องปรับตัวสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่ต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม นำไปสู่แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ 2 รูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ก็คือแนวทางในการพัฒนาอีกรูปแบบหนึ่งที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ โดยมุ่งให้เกิดความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ด้านสังคม เศรษฐกิจและการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม ซึ่งแตกต่างจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างไร้ขีดจำกัดที่ผ่านมาที่เน้นการเพิ่มปริมาณการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยสิ้นเชิง เพราะการวางแผนเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะมุ่งเน้นที่การพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในระยะยาวต่อไป จากข้างต้น การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) จึงมักเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ควบคู่กับการพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) มาโดยตลอด

ภาพที่ 2.4

รูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนตามแผนปฏิบัติการ 21 หรือ Agenda 21



ที่มา: การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (น. 13), โดย บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ในประเทศไทย การท่องเที่ยวก็เป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาประเทศเช่นกัน เห็นได้จากนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีความเจริญทางเศรษฐกิจมาโดยลำดับ สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศได้เป็นอันดับหนึ่ง มากกว่าสินค้าส่งออกอื่น ๆ ได้แก่ สินค้าประเภทสิ่งทอและสินค้าการเกษตร จนกระทั่งปี พ.ศ. 2530 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงได้ประกาศให้เป็นปีท่องเที่ยวไทย (Visit Thailand) เป็นครั้งแรก (จำไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2543, น. 9)

อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการท่องเที่ยวตั้งแต่ช่วงแรกมานั้น ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มักเน้นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วยการสร้างสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยขาดความตระหนักในปัญหาที่จะตามมา โดยเฉพาะผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ มีการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยและขาดจิตสำนึกความรับผิดชอบต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างผลกระทบ เห็นได้จากในช่วงประมาณปี พ.ศ. 2528 - 2529 เมืองท่องเที่ยวหลัก ๆ หลายแห่งของไทย เช่น พัทยาและเกาะเสม็ด เป็นต้น ต้องประสบปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อมหลายประการ ได้แก่ ปัญหาขยะและน้ำเน่าเสีย ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลกระทบที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับผลกระทบของการพัฒนาตามกระบวนการทุนที่เน้นซึ่งมุ่งเน้นที่การสร้างกำไรเชิงเติบโตทางเศรษฐกิจมากเกินไป จนละเลยคุณภาพชีวิตของประชาชนและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ในปี พ.ศ. 2530 ททท. ได้รับงบประมาณด้านการอนุรักษ์การท่องเที่ยว จึงได้มีการศึกษาวิจัยเพื่อวางแผนพัฒนาและอนุรักษ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไปพร้อมกันด้วย ประกอบกับการประกาศ Agenda 21 ในส่วนที่เกี่ยวกับ Travel and Tourism Industry ภายหลังการประชุม Earth Summit ที่ประเทศบราซิล เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2535 ก็มีส่วนสำคัญในการผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลกับภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในการจัดตั้งระบบและกระบวนการเพื่อการประสานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตั้งแต่ระดับการตัดสินใจและการระบุแนวทางการปฏิบัติที่จำเป็น โดยได้ก่อให้เกิดกระแสที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย 3 ด้าน คือ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540)

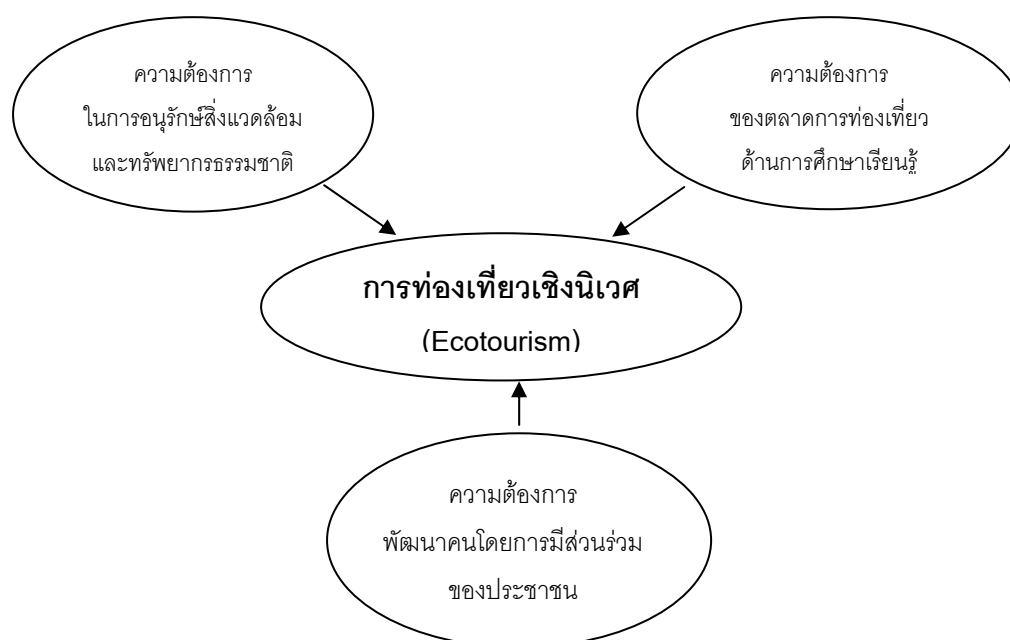
1. กระแสความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่มีขอบเขตกว้างขวางไปทั่วโลก ทั้งในแง่การอนุรักษ์ในระดับท้องถิ่น จนถึงการอนุรักษ์ ป้องกันและแก้ไขวิกฤตการณ์ของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การอนุรักษ์ระบบนิเวศ
2. กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาเรียนรู้หรือมีประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ เป็นความต้องการที่มีมากขึ้นในหมู่

นักท่องเที่ยวและในทุกส่วนของสังคม เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องมีความรู้และความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

3. กระแสความต้องการพัฒนาคน โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มาจากรากหญ้า (grass-root) อันจะเป็นหลักประกันที่จะมีการพัฒนาซึ่งมีทิศทางที่ถูกต้อง มีการกระจายรายได้ที่เหมาะสม เป็นไปตามความต้องการของผู้ที่อยู่ในท้องถิ่น

ภาพที่ 2.5

กระแส 3 ด้านที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย



ที่มา: รายงานขั้นสุดท้าย โครงการการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ (น. 2-2), โดย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540, กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

จากภาพที่ 2.5 พลังทั้ง 3 กระแสทำให้เกิดทางเลือกใหม่ในการท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ก็เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่มุ่งเน้นการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญและกำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เพราะถือเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) ที่ก่อให้เกิดความสมดุลแห่งกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวและกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวควบคู่กันไป (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) จึงอาจถือได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ พร้อมทั้งอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอันเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยว (Tourism resources) ที่สำคัญด้วย

ในการจัดทำแผนพัฒนาและอนุรักษ์การท่องเที่ยวในช่วงปี 2530 ททท. ได้จัดตั้งคณะทำงานเพื่อศึกษาเรื่อง Ecotourism โดยในระยะแรกคณะทำงานมีมติให้ใช้คำจำกัดความของคำว่า Ecotourism ในภาษาไทยว่า “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” (จำไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2543, น. 10-12) ทั้งนี้ โดยมีความประสงค์ที่จะสื่อความหมายให้ประชาชนทุกระดับเข้าใจว่า รูปแบบการท่องเที่ยวแบบ Ecotourism นั้น เป็นรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ต่อมาในปีพ.ศ. 2538-2540 ททท. ได้มอบหมายให้สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) ศึกษาวิจัยเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ ในเวลานั้น ราชบัณฑิตยสถานจึงได้กำหนดความหมายและคำจำกัดความของคำว่า Ecotourism ใหม่ โดยกำหนดให้ใช้คำว่า Ecotourism ในภาษาไทยว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” ซึ่งหมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

พร้อมกันนั้นก็ได้มีการศึกษาและปรับความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งเป็นที่รับรู้ในหมู่คนไทยก่อนแล้ว โดยกำหนดว่าเป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่รักษาคุณภาพ เป็นได้ทั้งการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural-based Tourism) และการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural-based Tourism) อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) และให้คำจำกัดความว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความดั้งเดิม มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งได้ความรู้ มีความเข้าใจต่อ

สภาพธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานของการมีจิตสำนึกต่อการรักษาคุณค่าของสภาพแวดล้อมและชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมจัดการต่อการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ก็มีผู้ให้นิยามคำว่า Ecotourism อื่น ๆ อีก (จุลสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ฉบับที่ 20, 2540, น. 2, อ้างถึงใน ศิริศักดิ์ สุนทรไชย และคนอื่น ๆ, 2547, น. 8-9) ได้แก่

เฮคเตอร์ เซบัลโลส ลาสซูเรียน (Hector Ceballos-Lascurain) แห่งสหภาพสากลว่าด้วยการอนุรักษ์ (International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources : IUCN) เสนอว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชม ศึกษา เรียนรู้และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น

อีลีซาเบธ บู (Elizabeth Boo) เสนอว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์อันเนื่องมาจากการมีรายได้สำหรับการดูแลรักษาพื้นที่ การสร้างงานให้ชุมชนหรือท้องถิ่นและการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

เราอาจสรุปหลักการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ดังนี้ (ศิริศักดิ์ สุนทรไชย และคนอื่น ๆ, 2547, น. 11-12)

1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศถือว่า การรักษาสภาพแวดล้อมและธรรมชาตินั้นเป็นสิ่งสำคัญ เพราะแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นปัจจัยพื้นฐานในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หากระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวถูกทำลาย ย่อมส่งผลกระทบต่อการสิ้นสุดการท่องเที่ยวและส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

2) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นเกิดจากการได้สัมผัส ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติตามสภาพดั้งเดิมมากกว่าความสะดวกสบายที่จะได้รับ กระบวนการในการสื่อสารความหมายเพื่อสร้างการเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญมากกว่าการบริการเพื่ออำนวยความสะดวกที่เกินพอดี

3) การท่องเที่ยวควรเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งภายในและภายนอกแหล่งท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวย่อมนำมาซึ่งการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจคือรายได้เป็นหลักซึ่งเป็นผลในทางรูปธรรม ในขณะที่เดียวกันก็สามารถสร้างประโยชน์ในเชิงสังคมต่อชุมชนท้องถิ่นได้ด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน

ในรายงานการวิจัย “การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสิ่งแวดล้อม” (2547) ได้เสนอนิยามคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ว่าหมายถึง การ

ท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นเจ้าของและมีการจัดการด้วยตนเอง โดยคำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติ รายได้ที่ได้รับจากการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวและการใช้รายได้เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ หรือโดยสรุปคือการเกี่ยวข้องกันระหว่างการอนุรักษ์ อนุรักษ์และการพัฒนาชุมชน

หลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนแบ่งออกได้เป็น 3 มิติ ได้แก่

(1) มิติทางด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญต่อทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งที่เป็นธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

(2) มิติทางด้านชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนนั้น จะต้องมาจากความต้องการของชุมชนท้องถิ่นที่ไม่ใช่ต้องการเพียงแค่ว่าเงินที่จะได้จากการท่องเที่ยว แต่เป็นความต้องการที่จะให้มีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นในชุมชน

(3) มิติทางด้านนักท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของตลาดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวควรได้รับประสบการณ์จากการเรียนรู้ธรรมชาติและวัฒนธรรม การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่ดีย่อมส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวควรได้รับการบริการที่เหมาะสม มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มุ่งเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมหรือชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นจัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและได้รับความรู้จากการศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม อันเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมควบคู่กันไป

มีผู้รู้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไว้อย่างหลากหลาย พอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง “การเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนจากสถานที่ที่อยู่ประจำไปยังท้องถิ่นอื่น เพื่อชื่นชมกับเอกลักษณ์ ความงดงามทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนอื่น ทั้งนี้จะต้องเคารพในวัฒนธรรมของกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจและความซาบซึ้งตรึงใจในวัฒนธรรมของชุมชนนั้น ๆ อีกทั้งต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อบุคคล วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในชุมชนนั้นให้น้อยที่สุด ในขณะเดียวกัน ชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในด้านการสร้างรายได้และการจ้างงาน อันนำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม”

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ อันประกอบ ด้วยการเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามของวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคม ไม่ว่าจะเป็นด้าน ศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจที่สำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อันเป็นการสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งมุ่งเน้นในเรื่องต่อไปนี้

- 1) มุ่งเน้นคุณค่าของวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น
- 2) มุ่งให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องดูแลรักษาให้คงไว้ซึ่งคุณภาพสิ่งแวดล้อมและคุณค่าของวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
- 3) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุด แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องเคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วย
- 4) เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์ตอบแทนอย่างเพียงพอ พร้อมทั้งปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นให้ดีขึ้น

เป็นที่สังเกตได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เพื่อประสานการท่องเที่ยวกับความพอใจในการเรียนรู้และสัมผัสระบบนิเวศ แตกต่างอย่างชัดเจนกับความสนใจในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อันเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) แม้ว่าจะมีการคาบเกี่ยวกันในเชิงพื้นที่ก็ตาม อย่างไรก็ตาม ในบางกรณี ก็มีการรวมลักษณะวัฒนธรรมที่มีวิถีชีวิตแบบธรรมชาติเข้าเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาตินั้น ดังนั้น การท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural Tourism) ก็อาจไม่ใช่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งหมด ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยว นั้น ๆ ด้วย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น. 270)

จึงอาจกล่าวได้ว่า ในภาพรวมแล้ว แนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น ถือได้ว่าเป็นแนวคิดที่ผนวกรวมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งเน้นในเรื่องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน จนบางครั้งไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ดังจะเห็นได้ว่า มีผู้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวยั่งยืน ในแง่มุมของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ด้วย ตัวอย่างเช่น ประเวศ วะสี (อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น. 6) เสนอความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า หมายถึง “การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีลักษณะของการถ่ายทอดวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมที่ดี ได้เข้าใจคุณค่าอันสูงส่งของวัฒนธรรมนั้น อันจะ

เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย ทำให้คนไทยมีความรู้มากขึ้น ได้รายได้จากความรู้และนักท่องเที่ยวได้อรรถประโยชน์จากพระพุทธศาสนา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้มีคุณภาพของการพัฒนาเกิดขึ้น”

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าแนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้นสอดคล้องกับการพัฒนาตลาดน้ำคลองลัดมะยมให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน โดยใช้การพัฒนาตามกระบวนการทางเลือก คือ มุ่งเน้นให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ตั้งแต่การวางแผนและดำเนินการเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของประชาชนและรักษาเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตในท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วย

นอกจากนี้ ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมยังใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนา ยกย่องความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตชาวสวน โดยมุ่งเน้นให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวทั้งสองรูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในแง่ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและแหล่งเรียนรู้ทางธรรมชาติ ผสมผสานกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในแง่ของการนำเสนอวิถีชีวิตชาวสวนริมคลอง การสร้างพิพิธภัณฑ์เรือให้เป็นแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ชุมชนและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น พายเรือชมคลองหรือล่องเรือไหว้พระ 9 วัด เป็นต้น เพื่อให้ชาวชุมชนและนักท่องเที่ยวที่มาเยือนตลาดน้ำคลองลัดมะยมเห็นคุณค่าและตระหนักในความสำคัญของการร่วมมือร่วมใจกันรักษาชุมชน ทั้งในเรื่องของความสะอาด วิถีชีวิตชุมชนริมคลองธรรมชาติที่สวยงามและพื้นที่ทางการเกษตรของชุมชนให้อยู่ในสภาพที่ดีต่อไป เหล่านี้ นอกจากจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยรักษาตลาดน้ำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทำรายได้พอเลี้ยงชีพแก่ชุมชนได้ในระยะยาวแล้ว ยังก่อให้เกิดความรู้สึกผูกพันและจิตสำนึกความเป็นเจ้าของชุมชนร่วมกันในหมู่ชาวชุมชนเองด้วย

งานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากตลาดคลองลัดมะยมเป็นตลาดริมน้ำที่เพิ่งเกิดขึ้นไม่นานมานี้ จึงยังไม่ค่อยมีผู้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับชุมชนแห่งนี้ในประเด็นต่าง ๆ มากนัก ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับชุมชนท่องเที่ยวซึ่งมีบริบทที่ใกล้เคียงกันและสามารถนำมาเป็นแนวทางในการพิจารณาการสื่อสารในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้ จากการค้นคว้าผู้วิจัยพบว่า สามารถแบ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามประเด็นหลัก ๆ ได้ดังนี้

1. งานวิจัยด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมการท่องเที่ยวในชุมชน

ได้แก่ งานวิจัยเรื่อง “ตลาดน้ำดอนหวาย : พื้นที่แห่งการท่องเที่ยวและการบริโภค” โดย สิริกมล ศรีเดช (2545) มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของตลาดดอนหวาย และพฤติกรรมการบริโภคของคนชนชั้นกลางที่เกิดขึ้นในตลาดดอนหวาย ผลการศึกษาพบว่า ตลาดดอนหวายเป็นพื้นที่อีกแห่งหนึ่งที่พ้นตัวจากอิทธิพลของการท่องเที่ยว โดยการสร้างภาพผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เน้น “จุดขาย” ของการสร้างภาพอดีตอันรุ่งเรืองผ่านอาหารที่มักเน้นว่าเป็นสูตรโบราณ ต้นตำรับ รวมถึงวิถีชีวิตโบราณเก่าแก่ พร้อมทั้งสร้างภาพบรรยากาศอันสุขสงบผ่านกิจกรรมการล่องเรือ เพื่อชมธรรมชาติและทำให้ผู้มาเยือนเห็นว่าสถานที่แห่งนี้เหมาะสำหรับการพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์ นอกจากนี้ การจัดสรรพื้นที่ จัดวางสินค้าให้สะดวกต่อการจับจ่ายเลือกซื้อ รวมถึงการที่นักท่องเที่ยวสามารถมาเยือนตลาดดอนหวายได้โดยใช้เวลาเพียงวันเดียวก็สะท้อนให้เห็นว่าตลาดแห่งนี้เกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองการบริโภคของคนชั้นกลางซึ่งเวลาปกติมักมีชีวิตที่แข่งขัน เร่งรีบ และไม่ค่อยมีเวลามากนัก จึงอาจกล่าวได้ว่า ตลาดดอนหวายในปัจจุบันก็คือพื้นที่แห่งการบริโภคของคนชนชั้นกลางในเมืองที่ไม่ต่างกับตลาดสดติดแอร์ในห้างสรรพสินค้าหรือตลาดสดกลางแจ้งอย่างจุตุ๊กต๋ร เพียงแต่ตลาดดอนหวายอาศัยมาภาพของบรรยากาศและวิถีชีวิตในอดีตมาเพิ่มคุณค่าให้กับพื้นที่เพื่อสนองต่อนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยนั่นเอง

2. งานวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน

2.1 งานวิจัยเรื่อง “ผลกระทบด้านสังคมวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวที่มีต่อวัดและชุมชน ศึกษาเฉพาะกรณีวัดไผ่โรงวัว ตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี” โดย พระมหาสุเทพ ผิวเผือก (2545) มีวัตถุประสงค์ในการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวภายในวัดและผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวที่มีต่อวัดและชุมชน ผลการศึกษาพบว่า ผลกระทบดังกล่าวมีทั้งด้านบวก เช่น วัดมีรายได้เพิ่มขึ้น คนในชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการจ้างแรงงานของวัดและประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เกิดตลาดที่เป็นแหล่งสร้างโอกาสในการซื้อขายสินค้าในชุมชนและพัฒนาอุตสาหกรรมในครัวเรือน เป็นต้น และด้านลบ เช่น มักก่อให้เกิดความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ระหว่างกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ กับกฎเกณฑ์ของวัดเสมอ และมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของพระภิกษุในด้านการศึกษาอบรมและปฏิบัติธรรม รวมถึงก่อให้เกิดปัญหาขยะด้วย

งานวิจัยนี้ เสนอให้มีการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น และพิจารณาบทบาทที่เหมาะสมของพระภิกษุในการปฏิบัติกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความถูกต้องตามพระธรรมวินัยเป็นสำคัญ

2.2 งานวิจัยเรื่อง “ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชน : กรณีศึกษา หมู่บ้านดอยปู่ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่” โดย สุนิสา ฉันทรัตนโยธิน (2546) เป็นงานศึกษาทางมานุษยวิทยามีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนม้งดอยปู่ต. โดยผลการวิจัยพบว่า เมื่อการท่องเที่ยวเข้าสู่หมู่บ้านดอยปู่ต ชาวบ้านก็ได้เรียนรู้ที่จะนำลักษณะทางวัฒนธรรมของตนหรือความเป็นม้งเฉพาะส่วนที่ขายได้ มาปรับเปลี่ยนเป็นสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในการบริโภควัฒนธรรมที่แปลกแตกต่างจากตนเอง ทั้งยังมีการจัดฉากนำเสนอความจริงแท้ของความเป็นม้งเพื่อสร้างจุดดึงดูดให้แก่แหล่งท่องเที่ยวด้วย ซึ่งการนำเสนอความจริงแท่นี้ก็ไม่ได้ถูกผูกขาดโดยคนม้งเท่านั้น ยังคงมีคนกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ ที่เข้ามาใช้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของม้งเพื่อวัตถุประสงค์ในการค้าขายด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ ในงานวิจัยยังพบว่า การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อชุมชนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งในด้านบวกและด้านลบ เช่น ก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้ชุมชน มีการขยายตัวด้านการลงทุน มีการสร้างประเพณีประเพณี มีการเปลี่ยนแปลงสภาพและบทบาทของหญิงและชาย รวมไปถึงก่อให้เกิดปัญหาสังคมต่าง ๆ เช่น ยาเสพติดและขยะตามมาด้วย

งานวิจัยนี้ เสนอว่า ควรมีการรวมตัวเป็นองค์กระระดับชุมชนเพื่อแสวงหาทางเลือกในการพัฒนาตนเอง โดยมีจุดมุ่งหมายในการอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ วิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น

3. งานวิจัยที่เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยว

3.1 งานวิจัยเรื่อง “การประเมินประสิทธิผลโครงการส่งเสริมท่องเที่ยวเกษตร ศึกษากรณีโครงการล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม” โดย รติวัฒน์ น้ำเงิน (2544) ผลการศึกษาพบว่า โครงการดังกล่าวมีประสิทธิผล โดยพิจารณาจากเกณฑ์สองประการ ได้แก่ ประการแรกคือ การบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ ในแง่ของการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ให้ความรู้วิถีเกษตรและสร้างรายได้ให้ชุมชน ประการที่สองคือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งก็พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มี

ความพึงพอใจต่อโครงการทั้งด้านการคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวก การให้ความรู้ การบริการ และความเหมาะสมของคุณภาพและราคาของสินค้าและบริการ

3.2 งานวิจัยเรื่อง “การจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดย ศมา ญ ระนอง (2545) มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาวิธีการจัดการการท่องเที่ยว ความคาดหวังประโยชน์และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว โดยผลการศึกษาพบว่า ชุมชนคีรีวงมีการจัดการที่ค่อนข้างเป็นระบบ มีการแบ่งกลุ่มทำงาน 3 กลุ่มหลัก ๆ คือ กลุ่มระดมทุน กลุ่มส่งเสริมอาชีพ และกลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งที่ทำให้การจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนประสบความสำเร็จได้ประการหนึ่งก็มาจากการที่กลุ่มมีบทบาทละมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม การประชาสัมพันธ์กลุ่มให้เป็นที่รู้จักของคนภายนอก สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชน รวมถึงเน้นการร่วมแรงร่วมใจทำงานร่วมกันของคนในชุมชนด้วย

4. งานวิจัยที่เกี่ยวกับการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนท่องเที่ยว

4.1 งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช” โดย นพรัตน์ มุณิรัตน์ (2541) มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนในชุมชนคีรีวง รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บทบาทของผู้นำชุมชน ตลอดจนปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไขปัญหาในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนในชุมชนคีรีวง

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในชุมชนคีรีวง มองว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) คือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมีความเข้าใจในมิติที่หลากหลายพอสรุปได้เป็น 3 ประเด็น คือ เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลาย เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตกับชาวบ้าน และเป็นการท่องเที่ยวที่ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการจัดการ

นอกจากนี้ ผู้นำในชุมชนคีรีวงทั้งผู้นำที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ ต่างก็มีบทบาทสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชน โดยกลุ่มผู้นำเหล่านี้ต่างมีบทบาทร่วมกันในฐานะคณะกรรมการชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวง ตั้งแต่การก่อตั้งชมรม การกำหนดแผนการจัดการ กฎ ระเบียบ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การดูแลและบริการนักท่องเที่ยว รวมทั้งการแก้ไขปัญหาต่างๆ ด้วย ซึ่งปัญหาเหล่านี้ เป็นได้ทั้งปัญหาเกิดจากปัจจัยภายในชุมชน เช่น ความสับสนด้านข้อมูล ความขัดแย้งระหว่างผู้นำ การประสานงานไม่ราบรื่น

ชาวบ้านให้ความสำคัญกับอาชีพทำสวน การปฏิบัติบางอย่างขัดแย้งกับแนวคิดการอนุรักษ์ เป็นต้น และปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายนอกชุมชน ได้แก่ การรุกรานจาก ททท. จนชุมชนตั้งรับไม่ทัน โดยในทัศนะของชาวศรีเวียงมองว่า ปัญหาเหล่านี้สามารถแก้ไขได้โดยใช้ความสัมพันธ์ในระบบเครือญาติ การเลือกตั้งคณะกรรมการชุดใหม่ เปลี่ยนแปลงแผนการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนใหม่ และให้ อบต. เข้ามามีบทบาทในการออกข้อบังคับ รวมทั้งกำหนดแผนการจัดการในเชิงนโยบายด้วย

4.2 งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านทรงไทยปลายโพงพาง” โดย กฤษฎา สุริยวงศ์ (2549) มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รูปแบบการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของบ้านทรงไทยปลายโพงพาง

ผลการวิจัยพบว่า การที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านทรงไทยปลายโพงพางให้ประสบความสำเร็จได้นั้น เป็นผลมาจาก ปัจจัยที่เกื้อหนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านซึ่งแบ่งเป็น 2 ปัจจัยคือ

1) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ บริบทแวดล้อมภายนอกชุมชน ประกอบด้วย นโยบายของกรมการพัฒนาชุมชน นโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและการส่งเสริมจากสื่อมวลชน

2) ปัจจัยภายใน ได้แก่ ปัจจัยที่เกิดขึ้นในหมู่บ้าน ประกอบด้วย สภาพแหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิตและประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นของหมู่บ้าน บทบาทของผู้นำชุมชนและผลประโยชน์ที่ได้รับ

นอกจากนี้ รูปแบบการสื่อสารที่ช่วยพัฒนาให้เกิดการมีส่วนร่วมและการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชนและสื่ออินเทอร์เน็ต ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนต่อไป

5. งานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทผู้นำชุมชนด้านการสื่อสาร

ได้แก่ งานวิจัยเรื่อง “ความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่นในการบริหารจัดการชุมชน กรณีศึกษา : ชุมชนตำบลบางเจ้าฉ่า อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง” โดย อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ

มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาถึงความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่นในการบริหารจัดการชุมชนตามที่ชุมชนเรียกร้อง ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงของบริบทชุมชนมาสู่ชุมชนที่มีเศรษฐกิจเป็นแกนนำ

ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่นในบริบทชุมชนที่มีมิติเศรษฐกิจเป็นแกนนำประกอบด้วย ความรู้ (Knowledge) ทักษะทางการสื่อสาร (Communication skills) และกลยุทธ์ในการสื่อสาร (Strategic communication)

จะเห็นได้ว่า งานวิจัยเกี่ยวกับชุมชนท่องเที่ยวมักเป็นการศึกษาในแง่มุมมองของสาขาสังคมวิทยา-มานุษยวิทยาและพัฒนาชุมชน ซึ่งมักจะมองในแง่ของประวัติศาสตร์ความเป็นมา การก่อตัวของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวและชุมชนท่องเที่ยว การประกอบสร้างความหมายของการท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสังคม วัฒนธรรมและความเป็นตัวตนของชุมชนนั้น ๆ

นอกจากนี้ ในแง่มุมมองของการนำการท่องเที่ยวมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน ก็มีผู้ให้ความสนใจในการศึกษาถึงศักยภาพและประสิทธิผลในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่จะทำให้ชุมชนท่องเที่ยวสามารถดำเนินกิจการได้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

ส่วนในสาขาของการสื่อสาร พบว่า มีการศึกษาเกี่ยวกับชุมชนท่องเที่ยวในสาขาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาด้วยเช่นกัน กล่าวคือ การศึกษาเกี่ยวกับการใช้การท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาและใช้การสื่อสารเป็นปัจจัยช่วยให้การจัดการการท่องเที่ยวนั้นให้ประสบผลสำเร็จ แต่งานวิจัยส่วนใหญ่ที่พบ มักเน้นไปในเรื่องของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ชุมชนใช้และบทบาทผู้นำชุมชนเฉพาะในด้านการประสานกับภายในชุมชนและภายนอกชุมชนเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนถือเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยทักษะความรู้ในลักษณะสหวิทยาการ คือ ต้องบูรณาการเอาความรู้ในสาขาต่าง ๆ มาประกอบกัน ทั้งสาขาโบราณคดี มานุษยวิทยา การบริหารจัดการและการสื่อสาร เพราะชุมชนแต่ละแห่งก็จะมีความเป็นมา การก่อร่างสร้างตัวและวัฒนธรรมเฉพาะในท้องถิ่น เมื่อมีการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนก็ต้องมีการปรับเปลี่ยน พัฒนาสินค้าและบริการต่าง ๆ ขึ้นมา แต่สิ่งสำคัญที่จะต้องพิจารณาให้มากคือจะต้องให้การพัฒนานั้นตอบสนองความต้องการของชุมชน พัฒนาคุณภาพชีวิตในขณะเดียวกันก็อนุรักษ์และรักษาความเป็นตัวตนของชุมชนไว้ด้วย

ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการสื่อสารของชุมชนท่องเที่ยว ในที่นี้คือชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ที่เป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

นำไปสู่การพัฒนาที่ควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรชุมชน โดยในเบื้องต้น พบว่า มีการสื่อสารสองส่วนหลัก ๆ คือ การสื่อสารของชุมชน กับการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชน ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ จึงได้นำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นมาพิจารณาประกอบกัน เพื่อศึกษารูปแบบ บทบาทและประสิทธิผลของการสื่อสารที่ส่งผลให้ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมสามารถพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนได้เป็นผลสำเร็จ อันจะสามารถเป็นแบบอย่างให้แก่ชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้ต่อไป