

## บทที่ 2

### การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง

#### (Review or Related Literature)

การวิจัยในเรื่องการสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเกษตรได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

1. แนวคิดเรื่องการสื่อสารกับการพัฒนา (Development Communication)
2. แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)
3. คุณลักษณะของการสื่อสารชุมชน (Community communication)
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องการสื่อสารกับการพัฒนา - การสื่อสารเป็นสายใยของสังคมและเป็นส่วนประกอบที่แนบแน่นกับกระบวนการสังคมอย่างต่อเนื่อง การสื่อสารถูกใช้เพื่อส่งเสริมและขยายการพัฒนา ตลอดจนทำให้งานพัฒนาดำเนินไปได้โดยสะดวก การสื่อสารจะทำหน้าที่เป็นกลไกสังคมที่จะผลักดันให้สังคมพัฒนาไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องพัฒนาอาชีพ การพัฒนาการเกษตรกรรม จากวิธีดั้งเดิมมาใช้วิธีการสมัยใหม่หรือวิธีการที่เหมาะสม ตลอดจนถึงการวางแผนครอบครัวหรือการพัฒนาการสาธารณสุข การสื่อสารนับว่ามีบทบาทอย่างสำคัญในอันที่จะช่วยสำรวจสภาวะใหม่ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในสังคม ช่วยยกระดับความกระตือรือร้นของประชาชน ชี้นำและควบคุมกระบวนการเปลี่ยนแปลง สอนทักษะใหม่ๆแก่ ประชาชน สอนให้ประชาชนคุ้นเคยกับสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนทำให้ประชาชนเข้าร่วมในโครงการพัฒนา การสื่อสารในลักษณะนี้เรียกว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนา อย่างไรก็ตามการที่ประชาชนจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงในสิ่งต่างๆได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพนั้นจะต้องเกิดจากความสมัครใจของประชาชน เป็นความรู้สึกหรือความต้องการของประชาชนที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมของตน

แดเนียล เลอเนอร์ (Daniel Lerner) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการพัฒนาไว้ว่า " การพัฒนาประเทศหมายถึงการมีกิริยาสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างมีระบบ การรวบรวมมวลชนและการเข้ามีส่วนร่วมในกรณีของประเทศที่ส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย ทั้งสามประการนี้จะเกิดขึ้นได้ก็โดยผ่านการสื่อสารเท่านั้น กล่าวอีกนัยหนึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม ไม่สามารถดำเนินไปได้ถ้าไม่ได้รับการสนับสนุนอย่าง

เพียงพอจากเครือข่ายของการสื่อสาร ด้วยเหตุนี้ถ้าหากมีการนำการสื่อสารมาใช้ให้ถูกต้องและเพียงพอแล้ว ก็จะสามารถช่วยส่งเสริมการพัฒนาของประเทศได้อย่างมาก อาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารเป็นทั้งดัชนีของการพัฒนาและเครื่องมือหรือวิธีการของการพัฒนาสังคม"

เกศินี จุฑาวิจิตร (2542) ได้กล่าวถึงการสื่อสารที่เป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาอย่างแท้จริง ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. **ต้องให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้อง**ในกระบวนการสื่อสาร ประชาชนต้องเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งในฐานะผู้รับสารและผู้มีส่วนร่วมในการวางแผนและผลิตเนื้อหาของสื่อ จะเห็นได้ว่าในขณะนี้การเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการพัฒนาให้แก่ประชาชนในชนบทไม่ว่าโดยสื่อมวลชนใดๆ ผู้ทำหน้าที่ส่งสารคือผู้กำหนดกิจกรรมการสื่อสารว่า จะเกิดขึ้นที่ไหน อย่างไร เมื่อไร และด้วยความถี่เท่าใด โดยผู้รับสารไม่ได้เข้ามาเกี่ยวข้องแต่อย่างใดเลย นอกจากนี้ ผู้รับสารมีโอกาสน้อยมากที่จะได้รับสารซ้ำในจุดที่น่าสนใจหรือที่มีความสลับซับซ้อน แม้สื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งผู้รับสารสามารถอ่านซ้ำได้นั้น มักไม่เหมาะสมกับชาวชนบทที่มีระดับการอ่านเขียนต่ำ เพราะฉะนั้น จึงจำเป็นต้องเน้นเทคโนโลยีที่ผู้รับสารสามารถเข้าใจสารตามความต้องการและตามความสะดวกของตน ถ้าประชาชนสามารถเข้าใจสาร สามารถเลือกเวลา สถานที่ และความถี่ที่จะรับสารแล้ว ก็น่าเชื่อว่าการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. **ต้องเป็นการผลิตในท้องถิ่น** ปัจจัยที่สำคัญยิ่งอีกประการหนึ่ง ที่จะทำให้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาประสบความสำเร็จ คือ เนื้อหาของสื่อมวลชนได้รับการจัดทำขึ้นในท้องถิ่น เนื้อหาที่ผลิตในท้องถิ่นจะเป็นสิ่งที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เนื่องจากเกี่ยวข้องโดยตรงและเข้ากับสภาพของผู้รับสาร

การผลิตสื่อ ต้องเริ่มจากสภาพความเป็นจริงที่มีอยู่และต้องมีลักษณะสอดคล้องกับสิ่งที่ชุมชนมี และสอดคล้องกับความเป็นจริงและความต้องการของชุมชน เป็นเหมือนวัคซีนป้องกันปัญหาการพึ่งพาและการครอบงำจากภายนอก นอกจากนี้ การกระทำดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นถึงการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารของประชาชนในท้องถิ่น

3. **ต้องสนับสนุนบทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือนักพัฒนา** ปัจจุบันในสังคมไทยมีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมในชนบทน้อยมาก และคงไม่สามารถเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่เหล่านี้ได้มากนัก เนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณ วิธีเดียวที่จะแก้ปัญหานี้ได้ คือ การให้เจ้าหน้าที่เหล่านี้ทำงานให้หนักขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ก็คือ การนำเทคนิคและเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมวลชนมาใช้สนับสนุนเจ้าหน้าที่ส่งเสริม

4. **ด้านมนุษยธรรม** การสื่อสารต้องมีมนุษยธรรม หมายความว่า การสื่อสารและการใช้สื่อต้องถือเอาคน เป็นเป้าหมาย มิใช่เอาเทคโนโลยีหรือผลกำไรเป็นเป้าหมาย

5. **ด้านคุณค่า** การสื่อสารและการใช้สื่อ ต้องช่วยให้ประชาชนเชื่อมั่นในระบบคุณค่าดั้งเดิมอันตั้งงามที่ตนมีอยู่ หากจะมีการเปลี่ยนแปลงอันใด การเปลี่ยนแปลงนั้นต้องสอดคล้องกับคุณค่าเดิม

6. **ด้านการสร้างความเข้าใจ** การใช้สื่อต้องช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจปัญหาและสภาพแวดล้อมของตนเอง เช่นคนในชุมชนจำเป็นต้องรู้ว่าเหตุใดหมู่บ้านของตนจึงแห้งแล้ง ทั้งที่ในอดีตเคยอุดมสมบูรณ์ การรู้สาเหตุที่แท้จริงนั้นเป็นก้าวสั้นๆ ก้าวหนึ่ง แต่เป็นก้าวที่สำคัญที่จะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง

7. **ด้านความเป็นชุมชนการใช้สื่อ** จะต้องเป็นหนทางให้ประชาชนเข้าใจความหมายของ "ความเป็นชุมชน" อย่างแท้จริงและในขอบเขตที่กว้างขึ้น แต่ก่อนเรามีธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ที่มุ่งส่งเสริมบำรุงให้สมานฉันท์ทั้งภายในชุมชนและระหว่างชุมชน ให้มีความมั่นคงเป็นปึกแผ่น เช่น งานบุญพระเวส งานเส็งกลอง งานแข่งเรือ ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อการเอื้อเพื่อเกื้อกูลกัน ในยามที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งประสบความทุกข์ยาก ปัจจุบันเมื่อเรามีการสื่อสารมวลชนที่ทันสมัยแล้ว การสื่อสารนั้นก็ควรจะถูกนำมาใช้เพื่อเสริมสร้างสมานฉันท์ในหมู่ประชาชนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

ดังนั้นสรุปได้ว่า หลักการที่สำคัญของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ก็คือ การที่ประชาชนต้องเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารทุกขั้นตอน โดยมีใช้เป็นแต่เพียงผู้รับสารเท่านั้น และที่สำคัญที่สุด การสื่อสารต่างๆ เหล่านี้จะต้องยึด คน เป็นเป้าหมาย

## 2. แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

สุชาติ จักรพิสุทธิ์ 2548 ได้กล่าวถึง หลักการและกระบวนการของ "การมีส่วนร่วม" ไว้ดังนี้

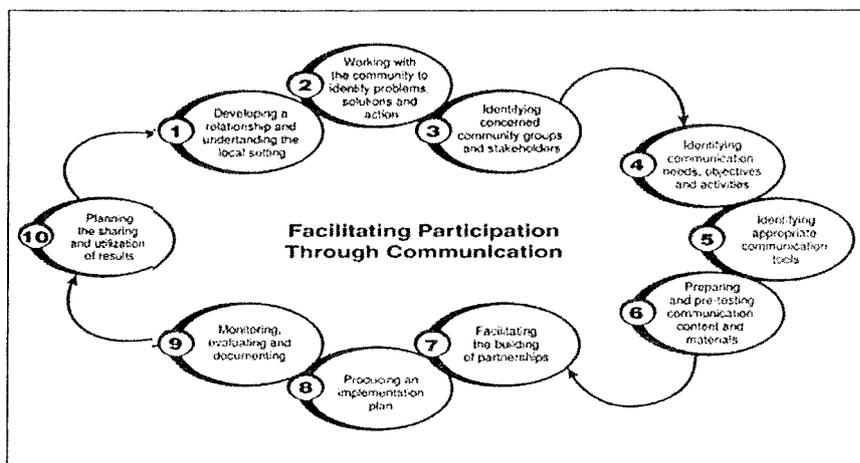
1. **การระดมความคิด** คือ การคิดค้นและวิเคราะห์ปัญหาร่วมกัน ในลักษณะของการร่วมคิด มิใช่จากฝ่ายหนึ่งฝ่ายเดียว บนพื้นฐานความศรัทธาว่าทุกคนที่เข้ามามีส่วนร่วมนั้นมีศักยภาพ

2. **การวางแผน** คือ นำสิ่งที่ร่วมกันคิดมากำหนดเป็นแผนปฏิบัติการร่วมกัน ด้วยการระดมทรัพยากรจากทุกฝ่าย (คน สิ่งของ งบประมาณ เวลา ฯลฯ)

3. **การลงมือทำ** คือ การนำแผนงานที่ได้ ไปร่วมกันทำหรือแบ่งงานกันรับผิดชอบเพื่อให้เป็นไปตามแผนหรือเป้าหมายที่วางไว้

4. **การติดตามประเมินผล** คือ ร่วมกันติดตามผลงานที่ทำ และแก้ปัญหาคที่เกิดขึ้นระหว่างการทำงาน ร่วมกันคิดพัฒนาปรับปรุงให้งานดีขึ้น

5. การรับประโยชน์ร่วมกัน มีทั้งผลประโยชน์ทางรูปธรรมที่ต้องการให้เกิดตามกิจกรรมที่ทำนั้น และผลประโยชน์โดยอ้อม แต่มีความสำคัญมาก คือ การเรียนรู้จากการร่วมคิดร่วมทำ และความสัมพันธ์ระหว่างภาคีที่พัฒนาไปสู่การมีส่วนร่วมที่สมานฉันท์ เสมอภาค และเอื้ออาทรกันมากขึ้นเป็นลำดับ



ภาพที่ 1 : The participatory development communication model.

ที่มา : How to plan a participatory development communication strategy.

<http://www.transcape.org/cms/index.php/Involving-the-Community.html>

สำหรับแนวคิดเชิงเปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม (Participatory vs Non-participatory Communications) ปาวิชาติ สถาปิตานนท์ 2549 ได้เปรียบเทียบแนวคิดของ Dagrón (2000) , Singhal (2001), Sthapitanonda (2004) เอาไว้ดังนี้

1. การสื่อสารแนวระนาบ (Horizontal) กับการสื่อสารแนวตั้ง (Vertical) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารของบุคคลที่กระตือรือร้น ในลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆร่วมกันบนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน และความเคารพซึ่งกันและกัน ในขณะที่การสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการสั่งการของบุคคลที่มีสถานภาพสูงกว่าไปยังบุคคลที่มีสถานภาพต่ำกว่า

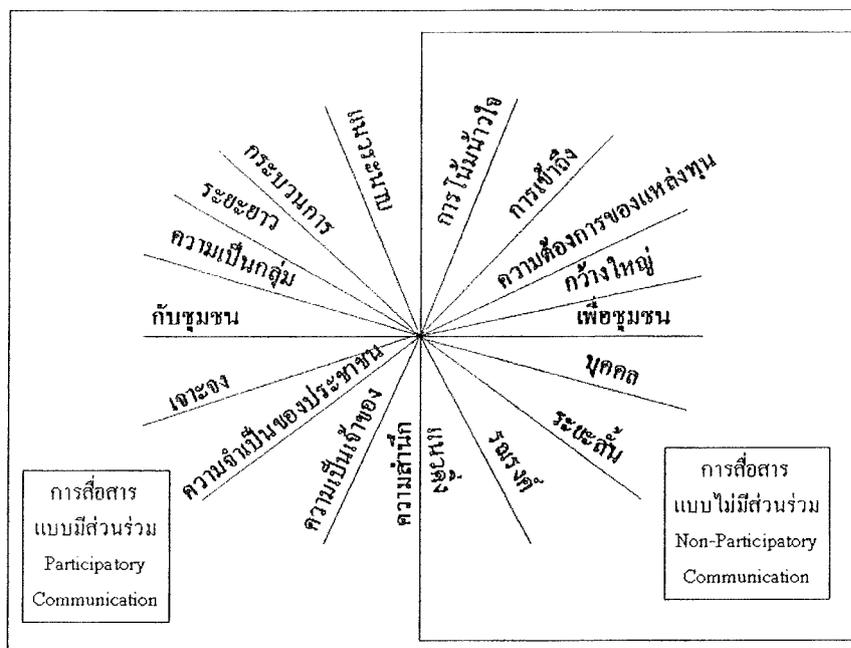
2. กระบวนการ (Process) กับ การรณรงค์ (Campaign) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เน้นหนักเกี่ยวกับกระบวนการเชิงปรึกษาหารือในทุกขั้นตอน นับตั้งแต่การรับรู้ การทำความเข้าใจ ร่วมกัน การตัดสินใจและการดำเนินการร่วมกัน ไปจนถึงการรับผลต่างๆที่เกิดขึ้นร่วมกัน ในขณะที่ การสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วมให้ความสำคัญกับการรณรงค์เพื่อการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมต่างๆอย่างรวดเร็ว และเป็นไปในทิศทางที่ผู้ริเริ่มการรณรงค์ตั้งเป้าหมายไว้ล่วงหน้า

3. ระยะยาว (Long Term) กับ ระยะสั้น (Short Term) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เน้น การแสวงหาการเปลี่ยนแปลงในระยะยาวและยั่งยืนทั้งในระดับบุคคล ชุมชน และสังคม ส่วนการ สื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม เน้นการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้นในระยะสั้นและภายใต้ระยะเวลาที่ เร่งด่วน

4. ความเป็นกลุ่ม (Collective) กับ ความเป็นบุคคล (Individual) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เน้นการเชิญชวนกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจและดำเนินการต่างๆใน ลักษณะของกลุ่มบุคคล ส่วนการสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม เน้นการดำเนินการต่างๆที่จะกระตุ้นแต่ ละบุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรม

5. กับชุมชน (With Community) กับ เพื่อชุมชน (For Community) การสื่อสารแบบมี ส่วนร่วม เน้นการทำงานร่วมกันระหว่างบุคคลภายนอกกับสมาชิกในชุมชนโดยสมาชิกในชุมชนทำ หน้าที่เป็นผู้ริเริ่ม วางแผน และดำเนินการต่างๆ ในขณะที่บุคคลภายนอกอาจทำหน้าที่เป็น ผู้สนับสนุน ส่วนการสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม เน้นการริเริ่มต่างๆโดยบุคคลภายนอกเป็นหลักโดย เชื่อมั่นว่าการกระทำดังกล่าวจะนำพาชุมชนไปสู่การเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น

6. ความเจาะจง (Specific) กับ ความกว้างใหญ่ (Mass) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมให้ ความสำคัญกับแต่ละชุมชนเป็นการเจาะจง โดยสนับสนุนให้ชุมชนเกิดการปรับตัวในเชิงเนื้อหา สาร ภาววัฒนธรรม และช่องทางการสื่อสารกันเอง ในขณะที่การสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม เน้น การนำเสนอประเด็นปัญหาระดับใหญ่เข้าสู่ชุมชน โดยอาจมองข้ามความแตกต่างเชิงภาษาหรือ วัฒนธรรมต่างๆของสมาชิกในชุมชน



ภาพที่ 2 : การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม

ที่มา : การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน 2549

7. ความจำเป็นของประชาชน (People's Need) กับ ความต้องการของแหล่งทุน (Donors' musts) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมให้ความสำคัญกับการหารือร่วมกันของชุมชนและการพัฒนาเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อช่วยกระตุ้นให้สมาชิกในชุมชนสามารถระบุประเด็นปัญหาต่างๆได้ด้วยตนเอง ในขณะที่การสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วมให้ความสำคัญกับการดำเนินโครงการต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการของแหล่งทุนเป็นหลัก

8. ความสำนึก (Consciousness) กับ การโน้มน้าวใจ (Persuasion) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมให้ความสำคัญกับการยกระดับความสำนึกและความเข้าใจของสาธารณชนที่มีต่อความจริงทางสังคม และประเด็นปัญหาต่างๆ ตลอดจนทางออกต่างๆ ในขณะที่การสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วมเน้นหนักในด้านการโน้มน้าวใจให้สาธารณชนเกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงพฤติกรรมไปในทิศทางที่พึงประสงค์ของผู้กำหนดนโยบายเท่านั้น

นอกจากนี้ องค์การ UNESCO ได้ให้ความหมายกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) ไว้เมื่อปี 1977 ว่าการสื่อสารในแนวนอนได้เน้นหลักการที่สำคัญ 3 ประการ คือ (อ้างในโน จุมพล รอดคำดี, 2542)

1. การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง การเข้าถึงสื่อที่ให้บริการแก่ชุมชน สื่อยอมเปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกรายการ หรือเข้าไปจัดทำในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์แก่ตัวเองได้ทราบ

เท่าที่ไม่ได้ขัดกับกฎหมาย นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางที่จะทำให้ประชาชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นหรือแสดงความต้องการเปลี่ยนแปลงต่างๆ รวมทั้งการเสนอให้มีการปรับเปลี่ยนได้ แม้แต่คณะดำเนินงานหรือผู้ควบคุมการทำงานของสื่อนั้นก็ยังสามารถเปลี่ยนได้

**2. การมีส่วนร่วม (Participation)** หมายถึง การมีส่วนร่วมในทุกๆ ระดับในกระบวนการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการสื่อสารภายในชุมชน ตั้งแต่เริ่มคิดไปจนกระทั่งการผลิตการจัดการ การใช้สื่อชุมชนต่างๆ ประชาชนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมหรือมีโอกาสเข้าร่วมได้ทุกขั้นตอน ซึ่งสามารถแบ่งระดับการมีส่วนร่วมได้ 3 ระดับ ดังนี้

**2.1 การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร / ผู้ใช้สาร (Audience / Receiver / Users)** เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับล่างที่สุด กล่าวคือ ในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ต้นยังอยู่ในการกำหนดของผู้ส่งสาร ไม่ว่าจะเป็นการเลือกประเด็นเนื้อหา การเลือกวิธีการนำเสนอ ไปจนกระทั่งเลือกช่องทางสื่อที่จะใช้เผยแพร่ และผู้รับสารก็ยังคงมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารแต่เพียงอย่างเดียว

**2.2 การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร / ผู้ผลิต (Sender / Producer)** เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งการเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตนั้น แบ่งได้หลายขั้นตอนตามหลักแนวคิดของการผลิตสื่อ ได้แก่ ขั้นตอนการผลิต (Pre-production Stage) ขั้นตอนการผลิต (Production Stage) และขั้นหลังการผลิต (Post-production Stage)

**2.3 การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (Policy Maker / Planner)** เป็นรูปแบบสูงสุดของการมีส่วนร่วม ในระดับกว้าง หมายถึง การวางแผนและกำหนดนโยบายดำเนินการใช้สื่อเป็นการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างสื่อแต่ละประเภท เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้ ส่วนในระดับแคบลงมา อาจจะหมายถึงการมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดนโยบายของสื่อบางประเภทที่จะเข้ามาในชุมชน ซึ่งในการมีส่วนร่วมนี้ ชุมชนเองจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบการดำเนินงานของสื่อ ซึ่งรวมทั้งด้านงบประมาณ อุปกรณ์ บุคลากร ส่วนสื่อนั้นก็ตอบสนองความต้องการของชุมชนซึ่งสังเกตได้ว่า ยิ่งระดับของการมีส่วนร่วมสูงมากขึ้นเท่าใด สัดส่วนของชุมชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมได้ก็จะเล็กลง กล่าวคือ ในระดับผู้รับสาร คนในชุมชนทุกคนสามารถมีส่วนร่วมได้ แต่เมื่อขึ้นมาถึงขั้นตอนการผลิต ก็อาจจะมีคนบางกลุ่มในชุมชนเท่านั้นที่จะเข้ามามีส่วนร่วมจนกระทั่งถึงขั้นตอนสุดท้าย คือ ระดับการวางแผนนโยบายนี้ ก็คงมีตัวแทนบางคนเท่านั้นจากชุมชนที่จะเข้ามาดำเนินกิจกรรมในระดับนี้

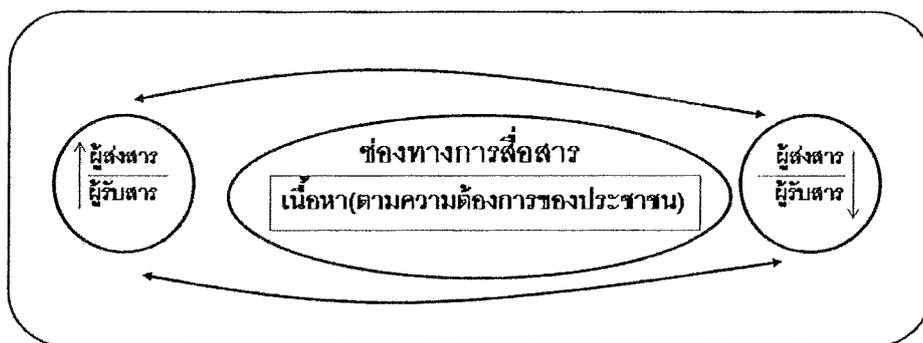
**3. การจัดการด้วยตนเอง (Self-management)** การมีส่วนร่วมที่สำคัญยิ่งกว่าสิ่งใดก็คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยตนเองตามวิถีทางกระบวนการประชาธิปไตย

และการตัดสินใจนั้นประชาชนในชุมชนมีอำนาจตัดสินใจตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน ไปจนกระทั่งการกำหนดนโยบายการบริหารและการลงมือผลิตสื่อด้วยตนเอง ยูเนสโกยอมรับการจัดการด้วยตนเองจะต้องกระทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป ส่วนการเข้าถึงสื่อ และการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร มีความเป็นไปได้มากและสามารถทำได้ง่ายกว่า

### 3. คุณลักษณะของการสื่อสารชุมชน (Community communication)

กาญจนา แก้วเทพ 2543 ได้กล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารแบบสองทางว่ามีดังนี้

1. เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาโต้ตอบ (interactive) กันอยู่ตลอดเวลาทั้งในลักษณะเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ การสื่อสารแบบสองทางทำให้สถานะของผู้ส่งและผู้รับไม่ตายตัว แต่จะมีการผลัดเปลี่ยนบทบาทอยู่ตลอดเวลา



ภาพที่ 3: การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication)

ที่มา : สื่อเพื่อชุมชนการประมวลองค์ความรู้ 2543

2. ทิศทางการไหลของข่าวสาร (Flow of Information) ในขณะที่กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบกระแสหลักนั้นทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นไปอย่างจำกัด คือมีการไหลของข่าวสารอย่างจำกัดคือไหลจากเบื้องบน (เจ้าหน้าที่รัฐ) ไปสู่เบื้องล่าง(ประชาชน) เท่านั้นแต่การสื่อสารชุมชนนั้นการหลังไหลของสารจะมีทิศทางที่หลากหลายทั้งจากบนลงล่าง(Top-down) แบบล่างสู่บน(Bottom-up)และแบบแนวนอน (Horizontal) ดังนั้นข่าวสารจึงอาจไหลจากนักวางแผนพัฒนาไปสู่ชาวบ้าน จากสื่อมวลชนไปสู่ผู้รับสารในชนบทในเวลาเดียวกัน ชาวบ้านอาจ

ส่งสารขึ้นไปยังเจ้าหน้าที่รัฐหรือมีการแลกเปลี่ยนติดต่อข่าวสารระหว่างกลุ่มชาวบ้านด้วยกัน (การสร้างเครือข่ายชุมชนหรือการศึกษาดูงานจากกลุ่มชาวบ้าน)

ในเรื่องทิศทางการไหลของข่าวสารนั้นนอกจากจะใช้มิติ (dimension) เรื่องทิศทางเป็นเกณฑ์พิจารณาเช่น Pavelka (1978) ใช้เกณฑ์เรื่องขอบเขตของชุมชนเป็นตัวแบ่งเป็น “ขอบเขตภายในชุมชน” และ “ขอบเขตภายนอกชุมชน” ในเกณฑ์นี้ทำให้มองเห็นทิศทางการไหลของข่าวสารใน 3 ทิศทางคือการไหลของข่าวสารจากสื่อภายนอกเข้ามาสู่ชุมชน การใช้สื่อเพื่อส่งสารเรื่องราวชุมชนออกไปยังบุคคลภายนอก และการใช้การสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารในชุมชนกันเอง เพื่อช่วยยกระดับความตระหนักเกี่ยวกับความต้องการและการแสดงออกซึ่งการเป็นตัวของตัวเองของชุมชน

อีกทั้งจุมพล รอดคำดี, 2527(อ้างใน จำเริญ ไยชิดและคณะ, 2547)ยังได้กล่าวถึงรูปแบบของสื่อชุมชน มีดังนี้

1. **สื่อบุคคล (Human Media or Personal Media)** เป็นสื่อพื้นฐานดั้งเดิมของมนุษย์ และเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารระหว่างบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อกลไกการเปลี่ยนแปลงทางสังคมมาทุกยุคทุกสมัย โดยมี “คำพูด” เป็นพาหนะที่สำคัญ แม้ในยุคที่มีการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างกว้างไกลเช่นปัจจุบัน โดยเฉพาะการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคลหนึ่งกับบุคคลอีกคนหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตา (Face-to-Face Communication) เช่น การพูดคุย ยิ้ม โบกมือทักทาย ฯลฯ หรืออาจจะเป็นการสื่อสารแบบไม่เห็นหน้าค่าตา (Interposed Communication) เช่น การคุยกันทางโทรศัพท์ การใช้โทรเลขหรือจดหมาย การสื่อสารผ่านทางระบบอินเตอร์เน็ต ฯลฯ รวมถึงการสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างผู้สื่อสารกลุ่มเล็กๆ ที่ทุกคนสามารถพูดคุยกันได้อย่างทั่วถึง เช่น การสัมมนากลุ่ม การประชุมระดมความคิดเห็น เป็นต้น การสื่อสารดังกล่าวเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) นั่นคือ ผู้สื่อสารทั้งคู่จะผลัดกันทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร นอกจากนี้การสื่อสารแบบสองทางนี้ยังมีบทบาทสำคัญต่อการโน้มน้าวใจและชักจูงใจ เพราะเมื่อผู้รับสารเกิดความไม่เข้าใจหรือไม่แน่ใจก็สามารถจะซักถาม หรือขอคำยืนยันจากแหล่งสารได้อย่างทันทีในระยะเวลาอันรวดเร็ว

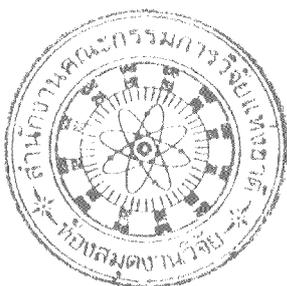
2. **สื่อมวลชน (Mass Media)** เป็นสื่อที่มีอิทธิพลและมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนา เนื่องจากมีลักษณะเฉพาะที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาหลายๆ ประการ เช่น มีความกว้างไกลในการกระจายไปยังพื้นที่ต่างๆ มีความรวดเร็วในการถ่ายทอดข่าวสารได้อย่างถูกต้อง แม่นยำตรงกับ

วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและมีประสิทธิภาพในการให้ความรู้ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุและสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร)

บทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนานั้น อาจกล่าวได้ว่า สื่อมวลชน มีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับปัจเจกชน และการเปลี่ยนแปลงในระดับสังคม เช่น การทำให้ประชาชนมีโลกทัศน์ที่กว้างไกลและลึกซึ้งมากขึ้น มองเห็นประโยชน์ของการพัฒนา เกิดจิตสำนึกในความเป็นชาติ จิตสำนึกในการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมทางสังคม เกิดการเรียนรู้เพื่อที่จะปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ หรือสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ

3. **สื่อเฉพาะกิจ** หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และมีเป้าหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ในรูปแบบสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ โบปลิว จดหมายข่าว คู่มือ วีดีทัศน์ เทป นิทรรศการ เป็นต้น นอกจากนี้สื่อเฉพาะกิจยังเป็นสื่อที่สามารถควบคุมได้ ทั้งในแง่ความถูกต้องของเนื้อหาตาม ข้อเท็จจริงและแนวคิด อีกทั้งเป็นสื่อที่ค่อนข้างมั่นใจได้ว่าจะสามารถเข้าถึงตัวผู้รับสารได้เป็นอย่างดี ซึ่งโครงการพัฒนาโครงการใดโครงการหนึ่ง อาจจะมีการผลิตสื่อเฉพาะกิจขึ้นมา เพื่อเป้าหมายเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป เช่น โครงการรณรงค์เรื่องโรคเอดส์ มีการผลิตวีดีทัศน์และสไลด์สำหรับหญิงบริการ เพื่อให้มีความรู้ในการป้องกันตัวเอง ผลิตคู่มือสำหรับบุคลากรด้านสาธารณสุขและนักสังคมสงเคราะห์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการให้ความปรึกษาแก่ผู้ติดเชื้อเอดส์และครอบครัว ผลิตโปสเตอร์ แผ่นพับ ให้ความรู้ที่ถูกต้องสำหรับเยาวชน เป็นต้น จะเห็นได้ว่าสิ่งสำคัญที่ผู้ผลิตสื่อต้องมีและตระหนัก ก็คือ การเลือกชนิดของสื่อ เนื้อหา และวิธีการนำเสนออย่างพิถีพิถันให้สอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย

4. **สื่อพื้นบ้าน (Folk Media)** เป็นสื่อที่เกิดขึ้นพร้อมกับมนุษย์ โดยได้รับการถ่ายทอดจากบรรพชนรุ่นก่อนๆ สืบต่อมาจนถึงประชาชนรุ่นปัจจุบัน สื่อพื้นบ้านนับว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพและมีความสำคัญต่อการสร้างสรรค์สังคมอย่างยิ่ง รวมทั้งเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญของมนุษย์มาหลายยุคหลายสมัยและมนุษย์ทุกคนมีการสื่อสารนี้กันอย่างเท่าเทียมและเสมอภาคกัน แต่การที่จะนำสื่อดังกล่าวมาใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาสังคมหรือพัฒนาท้องถิ่นอย่างจริงจังนั้นยังมีอยู่น้อยมาก จากแนวคิดซึ่งยอมรับกันว่า การสื่อสารและวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด และการสื่อสารมีบทบาทในการถ่ายทอดวัฒนธรรมนั้น จึงส่งผลให้เกิดการยอมรับว่าวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ เช่น ประเพณี พิธีกรรม การละเล่น ดนตรี ฯลฯ ก็คือ "สื่อ" อีกรูปแบบหนึ่งนั่นเอง ซึ่งอาจมีชื่อเรียกต่างกันไป เช่น สื่อพื้นบ้าน สื่อประเพณี สื่อวัฒนธรรม สื่อพื้นเมืองหรือสื่อท้องถิ่น เป็นต้น



สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
ห้องสมุดงานวิจัย
วันที่..... 1.1. 2555
เลขทะเบียน..... 243132
เลขเรียกหนังสือ.....

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าอิทธิพลที่เด่นชัดของสื่อพื้นบ้าน คือ การทำให้ชาวบ้านรู้สึกถึงความ เป็นพวกเดียวกัน หรือกลุ่มเดียวกัน มีความภาคภูมิใจ นำมาซึ่งความกลมกลืนกับวิถีชีวิตไม่ ก่อให้เกิดความแปลกแยกและสับสน เช่น เรารู้สึกว่าภาษาไทยเป็นภาษาที่ไพเราะมากที่สุด เพลง ไทยเป็นเพลงที่ไพเราะที่สุด หรือคนภาคเหนือรู้สึกว่า การได้พูดภาษาถิ่นของตนสามารถสื่อ ความรู้สึกได้ดีและมากกว่าการพูดภาษากลาง เป็นต้น

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**ดวงพร คำบุญวัฒน์ (2548)** ศึกษาเรื่องชุมชนชีวิตหออกระจายข่าวสารด้วยการสื่อสารแบบมี ส่วนร่วม ได้ศึกษาถึงวิธีการดำเนินงานหออกระจายข่าวที่สนองต่อความต้องการของชุมชนอย่าง ยั่งยืน ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของหออกระจายข่าวในเขตพื้นที่ 7 หมู่บ้านของอำเภอประทิว จังหวัดชุมพร พบว่าวิธีการดำเนินงานหออกระจายข่าวที่สนองต่อความต้องการของชุมชน อย่างยั่งยืนประกอบด้วยกลุ่มผู้ปฏิบัติงานหออกระจายข่าว สารปฏิบัติงานหออกระจายข่าว โดยเฉลี่ย 3-4 คนที่มีคุณสมบัติมีใจรัก มีเวลา และมีประสบการณ์ คนกลุ่มนี้มีผู้นำชุมชน เป็นกลุ่มคนมีความรู้ ความเข้าใจและรับผิดชอบ ในการบริหารงานและการจัดการกระจายเสียงรวมทั้งสามารถถ่ายทอด ความรู้ให้กับคนรุ่นใหม่ การประชุมหมู่บ้านเป็นช่องทางสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดการกระจายเสียงมีความสม่ำเสมอ เนื่องจากมีผู้ร่วมงานหลายคน การจัดเป็นไปตามความ สะดวกของผู้จัดจึงมักไม่ได้จัดตามผังรายการมีการนำเสนอเนื้อหาภายในชุมชน และมีการ เลือกสรรเนื้อหาภายนอกชุมชนมากขึ้นด้วยวิธีการที่หลากหลาย ชาวบ้านเป็นผู้รับฟังที่มีส่วนร่วม กำหนดการดำเนินงาน อีกทั้งมีการจัดกิจกรรมเสริมเพื่อให้หออกระจายข่าวมีบทบาทมากขึ้นใน ชุมชนประการสำคัญมีเครือข่ายผู้ปฏิบัติที่สนับสนุนซึ่งกันและกันสำหรับปัจจัยที่ทำให้การ ดำเนินงานหออกระจายข่าวมีความยั่งยืนคือผู้นำชุมชนมีทัศนคติที่ดี ผู้ปฏิบัติงานมีปริมาณและ คุณภาพที่เหมาะสม ชุมชนมีส่วนร่วมในงานการมีเครือข่ายเข้มแข็ง ตลอดจนความจริงจังและ ความสม่ำเสมอในการสนับสนุนของบุคคลและหน่วยงานภายนอก

**ศิวพร ศรีสมัย (2547)** ศึกษาเรื่องอินเทอร์เน็ตตำบล:กรณีศึกษาจังหวัดสุรินทร์โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการใช้อินเทอร์เน็ตตำบล และลักษณะการบริหารจัดการ อินเทอร์เน็ตตำบลสำหรับชุมชน พบว่าอินเทอร์เน็ตตำบลยังเป็นเทคโนโลยีที่อยู่ในระยะเริ่มต้นของ การแพร่กระจายสู่ชุมชนชนบทสมาชิกชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่รับรู้ถึงโครงการอินเทอร์เน็ตตำบล การ รับรู้ของสมาชิกชุมชนอยู่ในระดับผิวเผินอาจรับรู้ในหลักการและประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแต่ยังไม่ มีโอกาสเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและปัญหาของชุมชน การนำนวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศสู่ชุมชน โดยเฉพาะชุมชนชนบทต้องการระยะเวลาและการศึกษาพัฒนาอย่างต่อเนื่องก่อนที่สื่ออินเทอร์เน็ต

ตำบลจะได้รับการพัฒนาสู่ฐานะ สื่อเพื่อชุมชน ดังนั้นแนวคิดการพัฒนาสื่ออินเทอร์เน็ตให้เป็นสื่อเพื่อชุมชนต้องผ่านหลายขั้นตอนและพัฒนาอย่างเป็นองค์รวม ทั้งระบบเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ความรู้ความเข้าใจของประชาชนในการใช้เทคโนโลยี และที่สำคัญที่สุดความเข้าใจในหลักการของสื่อเพื่อชุมชนของ อบต.และสมาชิกชุมชน

ดวงเดือน จุลกรานต์ (2548) ศึกษาการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนในการดำเนินงานการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในชุมชนเมือง : กรณีศึกษาแขวงหิรัญรูจี เขตธนบุรี กรุงเทพมหานครพบว่าการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานการป้องกัน และแก้ไขปัญหายาเสพติดในชุมชนเมือง ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ด้านการมีส่วนร่วมในการประชุม ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล พบว่าการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการมีส่วนร่วมพบว่าคณะกรรมการชุมชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีส่วนร่วมในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดแตกต่างกัน คณะกรรมการชุมชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีส่วนร่วมในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดแตกต่างกัน คณะกรรมการชุมชนที่ได้รับความรู้จากการอบรมเกี่ยวกับการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดแตกต่างกัน คณะกรรมการชุมชนที่ได้รับความรู้จากการอบรมเกี่ยวกับการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดอยู่ในระดับมาก จะมีส่วนร่วมมากกว่าคณะกรรมการชุมชนที่ได้รับความรู้จากการอบรมต่ำ คณะกรรมการที่รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดอยู่ในระดับมาก จะมีส่วนร่วมในการป้องกันและแก้ไขยาเสพติดมากกว่าคณะกรรมการชุมชนที่รับข้อมูลข่าวสารน้อย ภาครัฐควรเปิดโอกาสให้คณะกรรมการชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน และควรจัดระบบการรับแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับยาเสพติด พร้อมทั้งต้องปกปิดและให้ความปลอดภัยกับผู้แจ้งเบาะแส ควรมีการรณรงค์ชักชวนให้ประชาชนในชุมชนเข้ามาร่วมเป็นคณะกรรมการชุมชน เพื่อนำความรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน