

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องการสื่อสารภาคประชาชน เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่เขตเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน ในพื้นที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้มีการศึกษาถึงแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารชุมชน
2. แนวคิดวิทยุชุมชน
3. แนวคิดสื่อบุคคลท้องถิ่น
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
5. แนวคิดการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารชุมชน

จากกระบวนทัศน์ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบ Alternative Paradigm ที่องค์ประกอบและรูปแบบของการสื่อสารได้มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งในด้านของข้อมูลข่าวสารที่มาจากคนทุกกลุ่มในสังคม สื่อมีรูปแบบที่หลากหลายรวมถึงลักษณะการเป็นเจ้าของก็มีหลายรูปแบบ โครงสร้างการสื่อสารเปลี่ยนจากแบบลำดับชั้นกลายเป็นแบบเสมอภาค (แบบสื่อสารแนวนอน) ผู้ผลิตมีเสรีภาพและใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ได้เต็มที่ รวมถึงขอบเขตของการพัฒนาที่แต่เดิมเป็นหน่วยใหญ่ "ระดับชาติ" มาเป็นการผสมผสานระหว่างหลายๆ หน่วย รวมถึงหน่วยย่อยอย่าง

ระดับชุมชน ระดับหมู่บ้าน ซึ่งหนึ่งรูปแบบของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ก็คือ การสื่อสารชุมชน โดยสามารถพิจารณาการสื่อสารชุมชนในด้านต่างๆ ดังนี้

คุณลักษณะของการสื่อสารชุมชน (Community Communication)

คุณลักษณะสำคัญๆ ของการสื่อสารชุมชน มีดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543: 48-52)

- 1) เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิกริยาโต้ตอบ (Interactivity) กันอยู่ตลอดเวลาทั้งในลักษณะเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ ลักษณะการสื่อสารแบบสองทางทำให้สถานะของผู้ส่งและผู้รับไม่ตายตัว แต่จะมีการผลัดเปลี่ยนบทบาทอยู่ตลอดเวลา
- 2) ทิศทางการไหลของข่าวสาร (Flow of Information) ในขณะที่กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบกระแสหลักนั้น ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นอย่างจำกัด คือมีการไหลจากเบื้องบน (เจ้าหน้าที่รัฐ) ไปสู่เบื้องล่าง (ประชาชน) เท่านั้น แต่การสื่อสารชุมชนนั้น การหลังไหลของข่าวสารจะมีทิศทางที่หลากหลาย มาจากทุกทิศทุกทาง ทั้งจากบนลงล่าง (Top-down) แบบล่างสู่บน (Bottom-up) และแบบแนวนอน (Horizontal) ดังนั้นข่าวสารจึงอาจจะไหลจากนักวางแผนพัฒนาไปสู่ชาวบ้าน จากสื่อมวลชนไปสู่ผู้รับสารในชนบทในเวลาเดียวกัน ชาวบ้านอาจจะส่งข่าวสารขึ้นไปยังเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือมีการแลกเปลี่ยนติดต่อส่งข่าวสารระหว่างกลุ่มชาวบ้านด้วยกัน (ในวงการพัฒนาชุมชนของไทยในปัจจุบัน เริ่มคุ้นเคยกับแนวทางการปฏิบัติที่เรียกว่า "การสร้างเครือข่ายชุมชน" การศึกษาดูงานจากกลุ่มชาวบ้านด้วยตนเอง)

ในเรื่องทิศทางการไหลของข่าวสารนั้น นอกจากจะใช้มิติ (Dimension) เรื่องทิศทางเป็นเกณฑ์พิจารณาแล้ว ยังมีนักวิชาการบางท่าน เช่น Pavelka (1978) ใช้เกณฑ์เรื่องขอบเขตของชุมชนเป็นตัวแบ่งเป็น "ขอบเขตภายในชุมชน" และ "ขอบเขตภายนอกชุมชน" จากเกณฑ์นี้ ทำให้เห็นทิศทางการไหลของข่าวสารใน 3 ทิศทางคือ การไหลของข่าวสารจากสื่อภายนอกเข้ามาสู่

ชุมชน การใช้สื่อเพื่อส่งสารเรื่องราวของชุมชนออกไปยังบุคคลภายนอก และการใช้การสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารภายในชุมชนกันเอง เพื่อช่วยยกระดับความตระหนักเกี่ยวกับความต้องการและการแสดงออกซึ่งความเป็นตัวของตัวเองของชุมชน

3) เป้าหมายของการสื่อสารชุมชน

มีวิธีการและแง่มุมหลายแง่มุมที่จะกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อชุมชน ตัวอย่างเช่น

ก. การกำหนดเป้าหมายโดยการใช้ระดับผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นเกณฑ์

การสื่อสารชุมชนจะมีเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในระดับต่างๆ ดังนี้

- : ระดับชุมชน เป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน
- : ระดับหน่วยงานนอกชุมชน เป็นการสื่อสารที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงองค์กร หรือหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับด้านการพัฒนาและการสื่อสาร
- : ระดับสังคมส่วนรวม เป็นการสื่อสารที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรมในระดับกว้าง

ข. การกำหนดเป้าหมายโดยสอดคล้องกับทิศทางภารกิจของข่าวสาร

ในแง่มุมนี้ อาจกำหนดเป็นเป้าหมายของการสื่อสารชุมชนได้ 3 เป้าหมายย่อย คือ

- (1) เพื่อทำการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลและโน้มน้าวชักจูงใจ อันมักได้แก่ ทิศทางการไหลของข่าวสารจากบนลงล่าง (อย่างไรก็ตาม ทิศทางการไหลแบบอื่นๆ ก็ใช้เป้าหมายนี้ได้เช่นกัน)
- (2) เพื่อเป็นช่องทางแสดงออกซึ่งตัวตนของชุมชน (Community Self-expression) อันอาจจะหมายรวมถึงตั้งแต่การแสดงออกซึ่งความต้องการของชุมชนไปจนถึงกระทั่งถึงการแสดงออกซึ่งสิทธิ์ ศักดิ์ศรี ภูมิปัญญาของชุมชนด้วย

- (3) เพื่อพัฒนาความเป็นตัวเองของบุคคล (Development of the Individual's self) ในหน่วยที่เล็กลงมากกว่าชุมชน การสื่อสารชุมชนจะทำหน้าที่คล้ายๆ เป็นเวทีแห่งการศึกษาเรียนรู้ ที่ช่วยให้ศักยภาพของปัจเจกบุคคลได้พัฒนาสร้างสรรค์อย่างเต็มที่
- 4) เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นและดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน (Need-oriented) ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะประการสำคัญของกระบวนการทัศนการพัฒนาแนวใหม่แทนการพัฒนาที่แต่เดิมเคยตอบสนองความต้องการของรัฐเป็นหลัก
- 5) หน้าที่ของการสื่อสาร วินดาห์และคณะ (Windahl et al, 1992) ระบุว่าหน้าที่ของการสื่อสารชุมชนน่าจะประกอบด้วย
- (1) หน้าที่ในการแสดงออก (Expressive Function) คือทั้งบุคคลและกลุ่มสามารถแสดงความเป็นตัวของตัวเองออกมาเพื่อที่จะสร้างเอกลักษณ์ของตนเองได้
 - (2) หน้าที่ทางสังคม (Social Function) คือการเข้ามีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อจะสร้างความรู้สึกร่วมเป็นชุมชนเดียวกัน
 - (3) หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information Function) อันเป็นหน้าที่พื้นฐานของการสื่อสารโดยทั่วไป หากทว่าในการสื่อสารชุมชนนั้นทิศทางการไหลของข่าวสารต้องเป็นไปอย่างรอบด้านดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้น ผู้เข้าร่วมกระบวนการสื่อสารทุกคนจึงได้แลกเปลี่ยนข้อมูล และความรู้เพื่อยกระดับความเข้าใจและความรู้ในเรื่องการสื่อสารและทักษะการถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชน
 - (4) หน้าที่ในการควบคุมปฏิบัติการ (Control Activation Function) การสื่อสารจะเป็นช่องทางนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของบุคคลและชุมชนได้ เนื่องจากการสื่อสารชุมชนมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่มีขั้นตอนของปฏิกริยาป้อนกลับ (feedback)

เนื่องจากคุณลักษณะที่กล่าวมาแล้วนี้ Berrigan F.J. (1979) ได้เพิ่มเติมคุณสมบัติบางประการที่การสื่อสารชุมชนน่าจะมี คือ

- 1) สื่อของชุมชนเน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสมสำหรับประโยชน์การใช้งานของชุมชนไม่ว่าชุมชนจะตั้งวัตถุประสงค์การใช้เอาไว้เช่นใดก็ตาม
- 2) สื่อชุมชนจะต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึง (Access) ได้ตลอดเวลา เพื่อนำไปใช้เพื่อหาข่าวสาร เพื่อความรู้หรือเพื่อความบันเทิง
- 3) สื่อชุมชนเป็นสื่อที่ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วม (Participates) ในหลายๆ บทบาท ไม่ว่าจะเป็นผู้วางแผนการใช้สื่อ ผู้ผลิต ผู้แสดง ฯลฯ
- 4) สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่แสดงออกของชุมชน มิใช่เป็นสื่อเพื่อชุมชน ซึ่งหมายความว่าตัวตนของชุมชนที่จะแสดงออกไปนั้นต้องมาจากการกำหนดของชุมชนเอง มิใช่เป็นผู้อื่นมาทำให้ชุมชนสื่อชุมชนจะปรับเปลี่ยนลักษณะของการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งมาเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนข่าวสารและทัศนะของคนทุกคน

ในกรณีของไทยมีนักวิชาการไทยได้รวบรวมคุณลักษณะที่สำคัญๆ ที่ครอบคลุมองค์ประกอบย่อยของการสื่อสารทั้ง 4 ลักษณะ คือ S-M-C-R ว่าควรมีลักษณะดังนี้ คือ

- 1) ระดับความยาก-ง่ายของสื่อ ต้องเหมาะสมกับระดับและความสามารถในการรับสารของชาวบ้าน โดยเฉพาะในกรณีที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ต้องคำนึงความสามารถในการอ่านของชาวบ้าน
- 2) ประเภทของเนื้อหาของสื่อ ต้องเป็นเรื่องที่เน้นหนักลงไปปัญหาเร่งด่วนหรือปัญหาในชีวิตประจำวันของคนในสังคมนั้นๆ
- 3) กลุ่มเป้าหมาย สื่อแต่ละชนิดควรจัดทำขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

- 4) วิธีการนำเสนอ สื่อควรนำเสนอสิ่งที่เป็นปัญหา หรือสภาพที่ก่อให้เกิดปัญหา แล้วเสนอแนะหรือกระตุ้นให้ผู้รับสารช่วยกันคิดแก้ไขปัญหาดังกล่าว
- 5) ความเกี่ยวข้องกับเนื้อหา เนื้อหาของสื่อควรเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์และชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน
- 6) บทบาทของสื่อ สื่อจะต้องมีส่วนช่วยผลักดันให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ และมีการทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง
- 7) ความน่าสนใจ สื่อต้องมีลักษณะง่ายๆ แต่น่าสนใจ และดึงดูดความสนใจโดยอาศัยภาพและเสียง เป็นตัวดึงดูดความน่าสนใจ
- 8) ความเกี่ยวข้องกับผู้รับ สื่อควรมีส่วนช่วยให้ผู้รับสารสามารถประเมินตนเองได้ ตัวอย่างเช่น หลังจากที่น่าเสนอปัญหาและสาเหตุของปัญหาแล้ว อาจจะมีส่วนของเนื้อหาที่ตั้งคำถามว่า ผู้รับสารเป็นส่วนใดของสาเหตุของปัญหา เป็นต้น

เงื่อนไขและอุปสรรคของการสื่อสารชุมชน

การสร้างระบบการสื่อสารชุมชนขึ้นมานั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกันทั้งด้านแนวทาง (Approach) และด้านเทคนิค (การสื่อสารประเภทนี้น่าจะให้ได้กับสื่อทุกประเภท แต่ทว่ามีรูปแบบและความยากง่ายแตกต่างกันออกไปดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้ว) ในการดำเนินงานในภาคปฏิบัติให้มีผลอย่างจริงจัง เงื่อนไขที่จะเอื้ออำนวยให้บรรลุเป้าหมายนั้น จะมีดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543: 62-67)

1. การสนับสนุนทางการเมือง (Political Back-up)

จากการกล่าวถึงแนวคิดต้นแบบเรื่อง "การพัฒนา" ที่โยงใยมาจนถึงเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้แสดงให้เห็นแล้วว่า เรื่องการพัฒนาและการสื่อสารนั้น เป็นเรื่องที่จะหลีกเลี่ยงมิติทางการเมืองไปไม่ได้เลย ทั้งนี้เริ่มต้นตั้งแต่ข้อเท็จจริงง่ายๆ ว่า รัฐและเจ้าหน้าที่เป็นผู้อำหนดค่านิยมและดำเนินโครงการพัฒนาต่างๆ ดังนั้น กล่าวเฉพาะในเรื่องการสื่อสารชุมชน หากขาดเสียซึ่งเจตนาธรรมและการเห็นคุณค่าของการสื่อสารชุมชนจากบรรดาผู้นำทางการเมืองแล้ว ก็คงจะเป็นไปได้ยากที่จะเกิดระบบการสื่อสารดังกล่าวขึ้นมา ในภาคปฏิบัติ การสนับสนุนทางการเมืองจะมีบทบาท 2 ประการสำคัญๆ ของการสื่อสารทางการเมือง คือ ประการแรก ก็คือเมื่อประชาชนได้มีหลักประกันว่า ข้อเสนอแนะ ข้อวิจารณ์และข้อข้องใจของพวกเขาจะได้รับฟังอย่างจริงจังจากผู้มีอำนาจ มิฉะนั้น ประชาชนก็จะไม่เห็นความจำเป็นของการสื่อสารของตนเพราะ "พูดไปแล้วก็ไม่เกิดอะไรขึ้น" ประการที่สอง เนื่องจากเมื่อมีการเปิดเวทีให้แสดงทัศนะแล้ว อาจจะมีผู้ที่ได้รับผลกระทบกระเทือนจากข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้น มิฉะนั้นจะเกิดสถานการณ์ที่ว่า "รู้ๆ กันอยู่แต่ไม่มีใครกล้าพูด"

หลักประกันทั้งสองประการที่กล่าวมานี้ จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนทางการเมืองจึงจะมีความเป็นไปได้

2. แนวคิดที่ถูกต้องของ "การพัฒนา"

ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่เริ่มแรกแล้วว่า แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อพัฒนาแนวใหม่นั้นจะเกิดควบคู่กับแนวคิดการพัฒนาระบวนทัศน์ใหม่เท่านั้น ฉะนั้น หากในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่รัฐหรือชาวบ้านเองยังคงทัศนะการพัฒนาแบบเดิมที่เน้นความมั่นคงเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมก็จะเป็นไปได้ ปัญหาที่เกิดขึ้นโดยส่วนใหญ่ มักจะเกิดมาจากแนวคิดต่อการพัฒนาที่แตกต่างกันระหว่างเจ้าหน้าที่พัฒนาและชาวบ้านและหากไม่มีการเปิดเวทีให้มีการพูดคุยสนทนาแลกเปลี่ยนระหว่างสองฝ่ายความแตกต่างนั้นก็ไม่ได้รับการแก้ไข

3. ต้องมีการยึดหยุ่น

ถึงแม้ในทางอุดมคติ การดำเนินงานโครงการพัฒนาตามแนว Alternative Development นั้น ควรจะต้องเปิดโอกาสให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มแรก แต่ในทางปฏิบัติที่เป็นจริงแล้ว เจ้าหน้าที่รัฐมักจะเป็นผู้วางแผนงานพัฒนาทั้งหมดเอาไว้ก่อนล่วงหน้า และชาวบ้านจะได้เข้ามามีส่วนร่วมก็เมื่อถึงขั้นตอนของการลงมือปฏิบัติแล้วเท่านั้น และในสถานการณ์เช่นนี้ หากได้ใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมแล้ว ในการดำเนินโครงการจำเป็นต้องมีการยึดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง มิฉะนั้นประชาชนก็จะไม่เห็นประโยชน์เลยของการสื่อสาร เพราะไม่มีผลที่เป็นจริงเป็นจังเกิดขึ้น เนื่องจากโครงการได้ถูกออกแบบมาอย่างตายตัว แก้อะไรไม่ได้เลย

4. ต้องมีการสนับสนุนจากท้องถิ่น

ในขณะที่เป้าหมายของการสื่อสารชุมชนนั้นเพื่อสนับสนุนการริเริ่มของชุมชน การเป็นตัวของตัวเอง และถูกกระตุ้นให้มีการพึ่งตนเอง แต่ในขั้นตอนของการลงมือกระทำนั้น ก็จำเป็นต้องมีการสนับสนุนจากท้องถิ่นก่อนในระยะของการตั้งตัว การสนับสนุนจากท้องถิ่น ซึ่งหมายถึงระดับของเจ้าหน้าที่รัฐ หรือองค์กรพัฒนาเอกชนที่จะให้การสนับสนุนด้านต่างๆ นั้น ทั้งการเงิน อุปกรณ์ คำแนะนำ ข้อมูลข่าวสารและกำลังใจ อย่างไรก็ตามเพื่อมิให้การสนับสนุนนั้นกลับกลายเป็นการทำลายเป้าหมายการพึ่งตนเองที่วางเอาไว้ จำเป็นต้องมีการฝึกฝนเจ้าหน้าที่พัฒนาให้รู้จัก “วิธีการให้” เพื่อการพึ่งตนเองของชุมชน

5. การฝึกอบรม

เจ้าหน้าที่ที่จะทำการสื่อสารชุมชนนั้น จะมีความรู้เพียงด้านสื่อเท่านั้นยังไม่พอ พวกเขาจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมด้านงานพัฒนาชุมชน ทักษะในการทำงานกลุ่ม ความรู้เรื่องชุมชน ฯลฯ และแน่นอนว่าเทคนิคและทักษะในงานพัฒนาต้องเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ได้กล่าวมานั้น

6. ต้องมีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

คงจะไม่มีประโยชน์อะไรที่จะกระตุ้นให้ประชาชนพูดแสดงความคิดเห็นของคนออกมาแล้วก็ไม่มีช่องทางที่จะนำความคิดเห็นนั้นไปถ่ายทอดให้ผู้อื่นได้รับฟัง ดังนั้นปัจจัยแห่งความสำเร็จในเรื่องการสื่อสารชุมชนก็คงจะไม่แตกต่างจากเรื่องการสื่อสารโดยทั่วไป กล่าวคือ ต้องมีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเป็นตัวรองรับ ในแง่หนึ่งอาจจะหมายถึงการมีอุปกรณ์เครื่องมือการสื่อสารในปริมาณที่มากพอและใช้งานได้จริง หากเราต้องการนำเอาทัศนคติของชาวบ้านไปออกวิทยุชุมชน ก็จำเป็นต้องมีเครื่องอัดเทปบันทึกเสียงจำนวนมากพอสมควรอยู่ในชุมชน นอกจากเครื่องมืออุปกรณ์แล้ว ระบบการสื่อสารดังกล่าวยังอาจจะหมายถึงการมีเครือข่ายการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเช่น มีตำแหน่งผู้ติดต่อเรื่องข่าวสารอยู่ในกลุ่มพัฒนา เป็นต้น

7. การมีเทคโนโลยีที่เหมาะสม

การเลือกใช้เทคโนโลยีแต่ละชนิดแต่ละระดับต้องเหมาะสมกับลักษณะของงานพัฒนา หากในตัวจังหวัดนั้นไม่มีร้านล้างฟิล์มหนังเลย การใช้ภาพยนตร์เป็นสื่อกลางกระตุ้นให้ชาวบ้านพูดคุยอภิปรายกันก็คงจะไม่เหมาะสมทันกาลและไม่สะดวก หากไม่มีกล้องวิดีโอบันทึกการแสดงทัศนคติของชาวบ้านการใช้สไลด์ประกอบเสียงแทนฟิล์มหนังและใช้เครื่องบันทึกเสียงก็น่าจะเป็นอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับชุมชน และหากชุมชนไม่มีกล้องฉายภาพสไลด์ การวาดภาพบนกระดานโดยนักพัฒนาหรือชาวบ้านก็ใช้ทดแทนได้ การเลือกเทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารชุมชนนั้น จะหลีกเลี่ยงหลักการ 2 แบบคือ แบบมืออาชีพที่ต้องใช้สื่อที่ดีที่สุด มีประสิทธิภาพมากที่สุดในทางเทคนิค แม้จะมีราคาแพงอย่างมาก หรือในทางตรงกันข้าม ต้องเลือกสื่อที่เรียบง่ายที่สุด ราคาถูกที่สุด แม้จะไม่มีคุณภาพเลยก็ตาม โดยที่หลักการเลือกเทคโนโลยีนั่นก็คือต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับระดับของงาน และสภาพความเป็นจริงของชุมชน แม้ว่าประสิทธิภาพในเชิงเทคนิคจะเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสื่อสารโดยทั่วไป แต่สำหรับเรื่องการสื่อสารชุมชนแล้ว เราจะไม่อาจให้ความสำคัญแก่ปัจจัยดังกล่าวเพียงประการเดียว เนื่องจากยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสำคัญใกล้เคียงกัน เช่น โอกาสในการเข้าถึงสื่อ (Accessibility) ความรวดเร็ว (Immediacy) และความ

ยืดหยุ่น (Flexibility) และการวัดประสิทธิภาพของการสื่อสารก็มีได้อยู่ที่ “ตัวสื่อ” เท่านั้น หากแต่อยู่ที่ “คุณภาพที่สื่อสามารถกระตุ้น” ให้เกิดการแสดงความคิดเห็นของชาวบ้านได้

8. ความต่อเนื่อง

เป้าหมายของการใช้สื่อชุมชนนั้นก็เพื่อช่วยให้ประชาชนเชื่อมโยงความเข้าใจต่างๆ เข้าด้วยกัน ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ กระตุ้นการพึ่งตนเอง และสร้างความคาดหวังใหม่ๆ โดยการนำเอาเทคโนโลยีทางการสื่อสารแบบต่างๆ เข้ามาในชุมชน อย่างไรก็ตามเพื่อมิให้กระบวนการดังกล่าวเป็นเพียงปรากฏการณ์ของไฟไหม้ฟาง อุปกรณ์ต่างๆ เหล่านั้นจะต้องมีใช้อย่างต่อเนื่องในชุมชน แม้ว่านักสื่อสารจากหน่วยงานพัฒนาจะออกจากหมู่บ้านไปแล้ว (การมีอยู่ของอุปกรณ์นั้น หมายความว่า มีชาวบ้านบางคนที่สามารถใช้อุปกรณ์เหล่านั้นได้ด้วย) ระบบการสื่อสารของชุมชนจะต้องเปิดใช้ได้อยู่เสมอเมื่อชุมชนมีความต้องการ

ปัญหาและอุปสรรค

ในการดำเนินงานการสื่อสารชุมชนนั้น ทุกอย่างคงจะไม่สวยสดงดงามและราบเรียบราวกับการเดินบนถนนที่โรยด้วยกลีบกุหลาบ เราอาจจะคาดเดาได้ล่วงหน้าว่า อาจจะมีปัญหาติดตามมาจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น

1. ยิ่งเป็นการมีส่วนร่วมในระดับยิ่งสูงเท่าไร ความซับซ้อนของปัญหาก็จะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น เช่นการให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในระดับวางแผนนโยบาย ซึ่งจะต้องมีการตัดสินใจ เรื่องการจัดลำดับความสำคัญของแผนงานการจัดสรรงบประมาณ การควบคุมติดตาม การดำเนินงาน ฯลฯ และเนื่องจากเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างตัวแทนชาวบ้านกับเจ้าหน้าที่รัฐ/เจ้าหน้าที่องค์กรพัฒนาเอกชนที่มีภูมิหลังและวิถีคิดที่แตกต่างกัน ดังนั้นความขัดแย้งจึงย่อมเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ และภายในกลุ่มต้องมีทักษะในการแสวงหาข้อตกลงร่วมกันท่ามกลางความแตกต่างให้ได้

2. ในส่วนของชุมชนเอง ก็มีปัญหาในเรื่องขีดความสามารถที่จะดำเนินภารกิจใหม่ๆ ดังกล่าวได้ ดังนั้นตัวแทนชาวบ้านอาจจะมีความรู้ไม่พอหรือเลือกลำดับความสำคัญของกิจกรรมไม่ถูกต้อง ในกรณีดังกล่าวปัญหาที่อาจจะตามมาก็คือการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น จะมีฐานะเป็นเพียงไม้ประดับเท่านั้น (บทเรียนจากการบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นตัวอย่างที่ดี) ฉะนั้นข้อเท็จจริงประการหนึ่งที่ต้องยอมรับก็คือ ในชุมชนเดียวกัน ความสามารถของชาวบ้านแต่ละคนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในระดับต่างๆ จะไม่เท่ากัน และในระดับของแต่ละชุมชนก็มีขีดความสามารถที่จะเข้าร่วมได้แตกต่างกันเช่นกัน
3. ในกลุ่มของเจ้าหน้าที่พัฒนาทั้งภาครัฐและเอกชนเอง อาจจะมีความเข้าใจผิดว่า เมื่อใช้แนวทางการพัฒนาแบบล่างขึ้นบน (Bottom-up Approach) หรือการพัฒนาแบบชาวบ้านมีส่วนร่วมแล้ว บทบาทของนักพัฒนา นักวางแผน เช่นเดียวกับนักการสื่อสารมวลชนก็ไม่จำเป็นต้องทำอะไรเลย อันที่จริงแล้ว ยิ่งมีการพัฒนาแบบใหม่หรือการสื่อสารแนวใหม่ บทบาทของนักพัฒนาและนักสื่อสารก็ยิ่งต้องมีเพิ่มมากขึ้น เพราะมิฉะนั้นการปล่อยให้ชาวบ้านทำงานไปตามลำพังก็เท่ากับปล่อยให้เกิดสภาวะวุ่นวายสับสนอย่างมาก อย่างไรก็ตามทักษะและความเข้าใจของนักพัฒนา และนักสื่อสารที่จะแสดงบทบาทในสถานการณ์ใหม่นี้ก็แตกต่างไปจากรูปแบบการพัฒนาและการสื่อสารแบบเดิมที่เคยเป็นมา
4. ในส่วนที่เกี่ยวกับผู้ที่เคยมีอำนาจในการพัฒนามาก่อน เช่น นักวางแผน ผู้กำหนดนโยบาย เมื่อมีการเปิดให้มีการอภิปราย การทำประชาพิจารณ์ แผนงานโครงการที่เจ้าหน้าที่ระดับสูงนี้เป็นคนรับผิดชอบ นอกเหนือไปจากปัญหาเรื่องผลประโยชน์ทางธุรกิจที่อาจจะแอบแฝงเข้ามาในโครงการแล้ว แม้จะไม่มีประเด็นผลประโยชน์ดังกล่าว แต่ผู้วางแผนงาน และกำหนดนโยบายก็อาจจะรู้สึกเสียหน้า รู้สึกเสียกำลังใจ และมีไหว้วาคำวิจารณ์ทั้งหมดนั้นจะถูกต้องไปเสียทั้งหมดภายใต้สถานการณ์เช่นนี้ มีข้อเสนอแนะว่า ให้บรรดาผู้ที่มีความรับผิดชอบระดับสูงเหล่านี้ สร้างความเข้าใจว่า การเปิดโอกาสให้มีการพูดอย่างเปิดเผยนั้นดีกว่าสร้างการปิดกั้นการสื่อสาร (ให้เงียบ) แล้วปะทุออกมาเป็นการต่อต้านประท้วงโครงการในชั้นหลัง นอกจากนั้น เวทีการสื่อสารดังกล่าวก็เป็นโอกาสที่จะแก้ไขข้อข้องใจและให้ข้อมูลเพิ่มเติมได้

จากแนวคิดการสื่อสารชุมชนนั้นจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยการสื่อสารภาคประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สายจังหวัดเชียงราย กับการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่เขตเศรษฐกิจเสรีอาเซียน ปี 2558 ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้สนใจที่จะศึกษาการสื่อสารภาคประชาชนที่เป็น การสื่อสารชุมชนในพื้นที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย โดยเฉพาะสื่อชุมชนที่เป็นสื่อบุคคลท้องถิ่น และวิทยุชุมชน

2. แนวคิดเกี่ยวกับวิทยุชุมชน (Community Radio)

นับตั้งแต่ภายหลังการประกาศใช้รัฐธรรมนูญฉบับ 2540 ซึ่งได้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในวง การสื่อสารมวลชนครั้งยิ่งใหญ่ โดยรัฐธรรมนูญฉบับนี้ได้กล่าวถึงการประกันเสรีภาพของสื่อมวลชน ในมาตราที่ 39 และ 41 และการจัดสรรคลื่นความถี่ของวิทยุกระจายเสียงโทรทัศน์และวิทยุโทรคมนาคม ในมาตราที่ 40 ที่กล่าวถึงคลื่นความถี่ที่จะนำไปใช้ โดยระบุว่าคลื่นความถี่เป็นของ รัฐ เป็นทรัพยากรของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะ การจัดสรรคลื่นความถี่จะต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนทั้งในระดับชาติและท้องถิ่น ให้มีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม โดยทั้งนี้จะอยู่ภายใต้การกำกับดูแลขององค์กรอิสระ ที่ไม่ขึ้นกับรัฐบาล และจากรัฐธรรมนูญฉบับนี้ จึงเป็นที่มาของการตีความว่า ต่อจากนี้การจัดสรรคลื่นความถี่จะต้องจัดสรรให้เป็นคลื่นความถี่ของสถานีวิทยุกระจายเสียง และสถานีวิทยุโทรทัศน์ของชุมชนในท้องถิ่น

จุมพล รอดคำดี (2542: 23-30) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับวิทยุชุมชนว่า เริ่มต้นในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ. 1948 โดยกลุ่มผู้รักสันติ (Pacifists) และกลุ่มผู้ที่ไม่ชอบอยู่ในกฎระเบียบ (Anarchists) ได้สนับสนุนการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อท้องถิ่นในรูปแบบสถานีที่ไม่มุ่งแสวงกำไร (Non Profit Station) ขึ้นเป็นครั้งแรกที่เมืองเบอร์คเลย์ (Berkeley) มลรัฐแคลิฟอร์เนีย ต่อมาความคิดนี้ได้ขยายออกไปอย่างกว้างขวาง มีสถานีเกิดขึ้นอีกหลายแห่ง หลังจากนั้นไม่นานประชาชนได้มองเห็นความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างสถานีเพื่อธุรกิจ (Commercial Broadcasting) โดยมีรายได้หลักมาจากโฆษณา และสถานีเพื่อสาธารณะ (Public Broadcasting) จะมีรายได้มาจากรัฐ ซึ่งจะออกกฎหมายสนับสนุนโดยเฉพาะ ส่วนสถานีที่ไม่มุ่ง

แสวงกำไร (Non-Profit Broadcasting) จะมีรายได้หลักมาจากสมาชิกในชุมชนเป็นส่วนใหญ่ที่เหลืออาจมาจากมูลนิธิ หรือองค์กรการกุศลต่างๆ ส่วนรายการที่ออกอากาศจ้บริการเฉพาะชุมชนเท่านั้น

จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1975 กลุ่มนักจัดรายการวิทยุของสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ไม่มุ่งแสวงกำไรได้รวมกันตั้งสมาพันธ์นักวิทยุชุมชนแห่งชาติขึ้น (The National Federation of Community Broadcasting) ซึ่งมีสมาชิกที่เป็นสถานีที่ไม่แสวงกำไรอยู่ถึงกว่า 60 สถานีเอกลักษณ์ของสถานีกลุ่มนี้คือ ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสถานีอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะป็นในฐานะเจ้าหน้าที่ของสถานี ผู้จัดรายการหรือผู้ร่วมจัดรายการ ผู้อำนวยการสถานีก็จะเป็นอาสาสมัครแต่ทำงานแบบประจำ (Fulltime) เกือบทั้งหมด และการดำเนินงานจะอยู่ภายใต้แนวนโยบายของคณะกรรมการวิทยุชุมชน (Board's Guidelines) คณะกรรมการชุดนี้ครึ่งหนึ่งจะมาจากคนในชุมชน อีกครึ่งหนึ่งมาจากเจ้าหน้าที่ของสถานี สถานีจะเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนสามารถใช้สิทธิเสรีภาพแสดงความคิดเห็นต่างๆ ได้ตามที่รัฐธรรมนูญให้หลักประกันเอาไว้ ซึ่งในขณะเดียวกันแนวคิดนี้ได้เกิดขึ้นในประเทศอื่นๆ อีกหลายประเทศ เช่น ออสเตรเลีย สวีเดน อังกฤษ เป็นต้น

เมื่อปี 1977 เทเรซ่า คลิฟฟอร์ด (Thereosa Clifford) ได้เสนอรายงานการดำเนินงานวิทยุชุมชนในนามสมาพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติของสหรัฐอเมริกาแก่ที่ประชุมใหญ่องค์การยูเนสโก (UNESCO) ที่กรุงเบลเกรด ประเทศยูโกสลาเวียในขณะนั้นว่า

.... ในขณะที่สถานีวิทยุชุมชนได้เพิ่มจำนวนขึ้นอยู่เรื่อยๆ วิทยุชุมชนได้แสดงบทบาทที่สำคัญยิ่งในด้านการให้บริการตอบสนองแก่ชุมชนถึงความจำเป็นต่างๆ ตลอดจนผลประโยชน์ของผู้ฟังที่อยู่บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะคนกลุ่มนั้นจะเป็นคนกลุ่มใหญ่หรือจะเป็นคนกลุ่มเล็ก ทุกคนต่างก็ทำงานเพื่อจุดมุ่งหมายของสถานีวิทยุชุมชนร่วมกัน ...

ในที่สุดการประชุมครั้งนั้น องค์การยูเนสโกสรุปว่า การใช้สื่อวิทยุชุมชนถือเป็นส่วนหนึ่งที่อยู่ใ้กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) การสื่อสารในแนวนี้ได้เน้นหลักการที่สำคัญ 3 ประการคือ

1. **การเข้าถึงสื่อ (Access)** หมายถึงการเข้าถึงสื่อที่ให้บริการแก่ชุมชน สื่อย่อมเปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกรายการหรือเข้าไปจัดทำในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์แก่ตัวเองได้ทราบเท่าที่ไม่ขัดกับกฎหมาย นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางที่จะทำให้ประชาชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นต่อรายการหรือแสดงความต้องการการเปลี่ยนแปลงรายการรายการ รวมทั้งเสนอให้มีการปรับเปลี่ยนได้แม้แต่คณะผู้ผลิตรายการ หรือผู้ควบคุมการทำงานของสื่อนั้นก็ สามารถเปลี่ยนได้
2. **การมีส่วนร่วม (Participation)** หมายถึงการมีส่วนร่วมในทุกๆระดับในระบบการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นเรื่องการวางแผนการสื่อสารภายในชุมชน ตั้งแต่เริ่มคิดไปจนกระทั่งการผลิต การจัดการ การใช้สื่อในชุมชนต่างๆ ประชาชนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมหรือมีโอกาสเข้าร่วมได้ทุกขั้นตอน
3. **การจัดการด้วยตนเอง (Self-management)** การมีส่วนร่วมที่สำคัญยิ่งกว่าสิ่งใดก็คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยตนเองตามวิถีทางกระบวนการประชาธิปไตย และการตัดสินใจนั้นประชาชนในชุมชนมีอำนาจตัดสินใจตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน ไปจนกระทั่งการกำหนดนโยบาย การบริหารและการลงมือผลิตสื่อด้วยตนเอง ยูเนสโกยอมรับการจัดการด้วยตนเองจะต้องกระทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป ส่วนการเข้าถึงสื่อและการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร มีความเป็นไปได้มากและสามารถทำได้ง่ายกว่า

การศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมได้ยึดถือแนวคิดการสร้าง ความเข้าใจ การยอมรับ ความมีเกียรติมีศักดิ์ศรีของประชาชน การยอมรับอยู่บนพื้นฐานของความหลากหลาย (Diversity) ความไม่เป็นเพียงหนึ่งหรือความมีมากกว่าหนึ่ง (Plurality) ซึ่งหมายความว่ามนุษย์ย่อมมีความแตกต่างกันในด้านความเชื่อในสิ่งต่างๆ การยอมรับการมีความหลากหลายทางความคิด การใช้ชีวิตความเป็นอยู่ของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคลย่อมไม่เหมือนกัน การยอมรับว่าทุกคนบนโลกมีหลายเผ่าพันธุ์ หลายเชื้อชาติ ไม่จำเป็นต้องให้มีเพียงเผ่าพันธุ์เดียว เชื้อชาติเดียว หรือมีประเพณีเดียว วัฒนธรรมเดียวเท่านั้น เพราะฉะนั้น การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมย่อมต้องอยู่บนพื้นฐานการยอมรับในสิ่งเหล่านี้

วิธีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมุ่งเน้นที่สภาวะแวดล้อมผู้รับสารมากกว่าตัวผู้ส่งสาร หรือ การแสดงผลการสื่อสาร สิ่งสำคัญคือเน้นให้เห็นถึงการแสวงหาวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้รับ สารมากกว่าวิธีการสื่อสารเพียงเพื่อถ่ายทอดข่าวสารเท่านั้น

สรุปแนวคิดของวิทยุชุมชนจะมีหลักการดังนี้

1. ต้องเกิดจากความต้องการของชุมชน โดยถือหลักว่าคนส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นความต้องการร่วมกัน
2. วิทยุชุมชนต้องได้รับการยอมรับของกลุ่มต่างๆ ในชุมชน
3. วิทยุชุมชนย่อมไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรมของคนในชุมชน
4. วิทยุชุมชนต้องยึดถือแนวทางการเสนอรายการและข่าวสารของชุมชนเป็นหลัก ภายใต้แนวคิด ความเชื่อ วัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม และเหตุการณ์ในท้องถิ่นเป็นหัวใจของการนำเสนอข่าวสารและรายการ
5. วิทยุชุมชนจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนร่วมคิดร่วมวางแผน ร่วมจัดรายการ และสามารถเข้าไปบริหาร จัดการ หรือเป็นผู้ปฏิบัติในสถานีได้ ยูเนสโกได้เน้นว่า "Participatory radio means a radio station that self-managed by those participating in it" นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงใดๆ ในสื่อวิทยุชุมชนให้เป็นไปตามแนวคิดและความต้องการของประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักกระบวนการทางประชาธิปไตย
6. วิทยุชุมชนเป็นสถานีวิทยุที่มีรัศมีการออกอากาศครอบคลุมเฉพาะพื้นที่เท่านั้น (มีลักษณะเป็น narrowcasting ไม่ใช่ broadcasting) กำลังส่ง 1 กิโลวัตต์
7. วิทยุชุมชนเป็นสื่อมวลชนตามแนวคิดประชาธิปไตย (Democratic Media) เพื่อประชาชน โดยประชาชน ของประชาชน

สรุปวิทยุชุมชนมีแนวคิดที่สำคัญอย่างยิ่งคือ ประชาชนเป็นศูนย์กลางของความคิดและ เริ่มต้นมิใช่การคิดหรือการเริ่มต้นมาจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนผู้หนึ่งผู้ใด อย่างไรก็ตาม ในบางประเทศการเริ่มต้นมาจากหน่วยงานของรัฐเป็นผู้ริเริ่ม ภายใต้กรอบการเป็นพี่เลี้ยงให้กับประชาชน หรือให้ความช่วยเหลือในระยะเริ่มต้นและมีระยะเวลาที่แน่นอนสำหรับถอนตัวออก เพื่อให้ประชาชนได้เข้ามาดำเนินการเองตามหลักการ “เพื่อประชาชน โดยประชาชน ของประชาชน” ได้ อย่างเต็มที่

บทบาทหน้าที่ของวิทยุชุมชน

จากที่ได้กล่าวถึงลักษณะของวิทยุชุมชนที่เป็นสื่อของชุมชน โดยชุมชน และเพื่อชุมชน เป็นสื่อที่คนในชุมชนมีส่วนร่วมทั้งการจัดตั้งสถานี มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ อีกทั้งคนในชุมชนเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ฟัง ดังนั้นวิทยุชุมชนก็จะเป็นช่องทางการสื่อสารของชุมชน ที่จะทำหน้าที่ นำเสนอข้อมูลข่าวสาร บอกเล่า แจ้งข่าว เพื่อกระตุ้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชนแก่ชุมชน

ซึ่งหากพิจารณาในด้านหน้าที่ของวิทยุชุมชนแล้วจะสามารถพิจารณาได้ 2 ด้าน (จิรพร วิทย ศักดิ์พันธุ์, 2550) คือ

- **หน้าที่ของวิทยุชุมชนในฐานะสื่อมวลชน**

หน้าที่หลักของสื่อมวลชนที่วิทยุชุมชนต้องยึดถือเป็นภารกิจ ได้แก่

1. **ให้ข้อมูลข่าวสาร** โดยชุมชนต้องได้รับข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์ ความเป็นไปในชุมชน และเหตุการณ์ความเป็นไปในชุมชนและเหตุการณ์ระดับชาติที่มีผลกระทบต่อชุมชน
2. **ให้ความรู้** โดยชุมชนต้องมีโอกาสเรียนรู้พัฒนาตนเองผ่านวิทยุชุมชน เพื่อให้รู้เท่าทัน ฟังตนเองได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องสามารถสืบทอดความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นได้
3. **ให้ความบันเทิง** ชุมชนควรได้รับความบันเทิงเป็นการพักผ่อนจิตใจเพื่อฟื้นฟูพลังและจิตวิญญาณ โดยวิทยุชุมชนควรเน้นความบันเทิงที่เป็นศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และความ

บันเทิงอื่นๆ ที่สื่อกระแสหลักไม่ให้ความสำคัญ เพื่อดำรงไว้ซึ่งความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ท้องถิ่น

บางรายการอาจเน้นการทำหน้าที่ใดหน้าที่หนึ่งเป็นหลัก เช่น รายการข่าว เน้นการให้ข้อมูล ข่าวสารรายการสารคดีเน้นการให้ความรู้ ในขณะที่รายการเพลงสามารถให้ทั้งความรู้และความบันเทิง บางรายการ เช่น รายการอภิปราย และรายการสัมภาษณ์อาจให้ทั้งข้อมูล ความรู้ และความบันเทิง

- **หน้าที่ของวิทยุชุมชนในฐานะสื่อชุมชน**

สิ่งสำคัญที่สุดคือ ต้องยึดประโยชน์ของชุมชนเป็นที่ตั้ง ชุมชนต้องมีสุขภาพะ คือ กินดี อยู่ดี มีสุข วิทยุชุมชนควรทำหน้าที่เป็นสื่อของผู้ไร้สิทธิ ไร้เสียง เป็นกระบอกเสียงของผู้ถูกกดขี่ ไม่ว่าจะเป็นการกดขี่ทางเชื้อชาติ ทางชนชั้น การกดขี่ทางเพศ และการเอาใจเอาเปรียบในด้านต่างๆ และวิทยุชุมชนควรทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเพื่อการพัฒนา

- **บทบาทของวิทยุชุมชน**

1. **บทบาทในการเผยแพร่การไหลเวียนของข่าวสาร**

วิทยุชุมชนควรมีบทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างจากวิทยุกระแสหลักที่ให้ข้อมูลข่าวสารในแนวตั้ง (เช่น การถ่ายทอดและเผยแพร่ข่าวสารของฝ่ายราชการทั้งจากส่วนกลางและหน่วยงานท้องถิ่น การแจ้งข้อมูลข่าวสารให้รับรู้และปฏิบัติตาม ให้ความรู้จากหน่วยงานและสถาบันการศึกษา เป็นต้น) แต่ควรเผยแพร่ข้อมูลในแนวตั้งและแนวนอนเพื่อความสมดุลในการไหลเวียนของข่าวสาร (เช่น เป็นสื่อกลางของชุมชนในการสื่อสารระหว่างสมาชิกในชุมชน เป็นเวทีแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นปัญหาของชุมชน เพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหา เป็นเวทีประสานความช่วยเหลือระหว่างชุมชน ส่งข้อมูลข่าวสารจากชุมชนไปยังหน่วยงานราชการ เป็นช่องทางการร้องเรียน การร้องทุกข์ รวมถึงติดตามตรวจสอบการแก้ปัญหา รวมถึงเป็นช่องทางในการแสดงตัวตน อัตลักษณ์ และศักดิ์ศรีของชุมชน เป็นต้น)

2. บทบาทในการพัฒนาชุมชน

วิทย์ชุมชนสามารถเป็นพลังสำคัญในการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ในมิติต่างๆ ดังนี้

1. เกื้อหนุนระบอบประชาธิปไตยโดยการติดตาม ตรวจสอบการเมืองระดับท้องถิ่น วิพากษ์วิจารณ์นโยบายและการทำงานของการเมืองในท้องถิ่น
2. เสริมสร้างพลังของเศรษฐกิจชุมชน แนะนำอาชีพ เผยแพร่สินค้าชุมชน
3. ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม สืบสานวิถีชุมชน และสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. บ่มเพาะและหล่อหลอมค่านิยมที่ช่วยพัฒนาชุมชน เช่น ความขยันหมั่นเพียร ความซื่อสัตย์สุจริต ความเสียสละ และจิตสาธารณะ
5. ระดมความร่วมมือเกี่ยวกับกิจกรรมสาธารณะ เช่น การลดขยะ การรักษาสิ่งแวดล้อม
6. ช่วยเตือนภัยให้ชุมชน เช่น ภัยจากน้ำท่วม ไฟป่า โรคระบาด ภัยพิบัติต่างๆ
7. ประสานสามัคคีด้วยการเป็นสื่อกลางในการคลี่คลายความขัดแย้ง เป็นพื้นที่ให้ทุกฝ่ายเจรจายุติข้อพิพาทด้วยเหตุผล
8. เป็นเวทีฝึกฝน เรียนรู้กระบวนการประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ปัญหา

3. แนวคิดสื่อบุคคลท้องถิ่น

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2551) ได้กล่าวถึงคำนิยามของ “สื่อบุคคล” ไว้ดังนี้

1. คำนิยามของ “สื่อบุคคล” จากนักวิชาการว่า ในทางทฤษฎีจะใช้คำนิยามของ “สื่อบุคคล” ในความหมายที่เฉพาะเจาะจงและเน้นหนักไปที่แง่มุมของ “ความเป็นสื่อ” อันได้แก่ “ตัว C-Channel” ในแบบจำลอง S-M-C-R ดังนั้น “สื่อบุคคล” จึงถูกถือว่าเป็น “สื่อประเภทหนึ่ง” ที่มีตำแหน่ง/จุดยืนในแบบจำลอง S-M-C-R อยู่ตรงตัว C ที่ทำหน้าที่เหมือนสื่อประเภทอื่นๆ (ไม่ว่าจะเป็น จดหมาย โทรศัพท์มือถือ วิทยุ ฯลฯ) คือทำหน้าที่ต่างๆ ตามที่ “สื่อถูกมอบหมายให้” เช่น ทำหน้าที่เป็นตัวนำเรื่องราวข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ หรือทำหน้าที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ เป็นต้น ความแตกต่างประการเดียวระหว่าง “สื่อบุคคล” กับสื่อประเภทอื่นๆ ก็คือ สื่อแบบนี้เป็นมนุษย์เท่านั้น

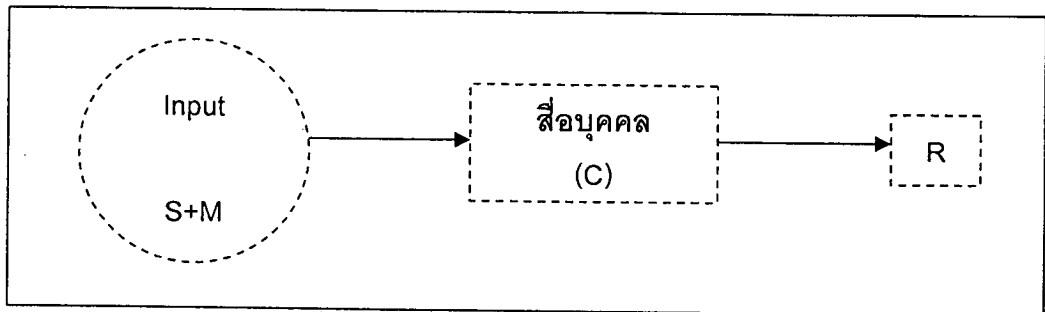
ฉะนั้นในคำนิยามทางวิชาการจึงมีการแยก “สื่อบุคคล” ซึ่งเป็นตัว Channel กับ Media ออกจาก “ผู้ส่งสาร” อย่างชัดเจนเพราะ “สื่อบุคคล” จะทำหน้าที่เป็น “ตัวกลาง” (Mediator) ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร

2. คำนิยามของ “สื่อบุคคล” จากภาคปฏิบัติการ

(2.1) “ตัวบุคคล” เป็นไปได้มากกว่า “สื่อบุคคล” ในขณะที่คำนิยามจากโลกวิชาการนั้นจะมุ่งที่ “ความเป็นสื่อ” ของ “ตัวบุคคล” แต่ทว่าในโลกแห่งการปฏิบัติการที่เป็นจริง ได้ว่า จะต้องใช้ “หน่วยการทำงาน/วิเคราะห์” เป็น “ตัวบุคคล” มากกว่า และเมื่อพิจารณาที่ “ตัวบุคคล” เป็นหลักจะพบว่าเพียงแค่ “ตัวบุคคล” เพียงคนเดียวก็สามารถจะแสดงบทบาทในแบบจำลองการสื่อสารได้ทั้ง 4 บทบาท คือตัวบุคคลสามารถจะเป็นได้ทั้งผู้ส่งสาร (Sender) ตัวเนื้อหาสาร (Message) ตัวสื่อบุคคล (Personal Media/Channel) และผู้รับสาร

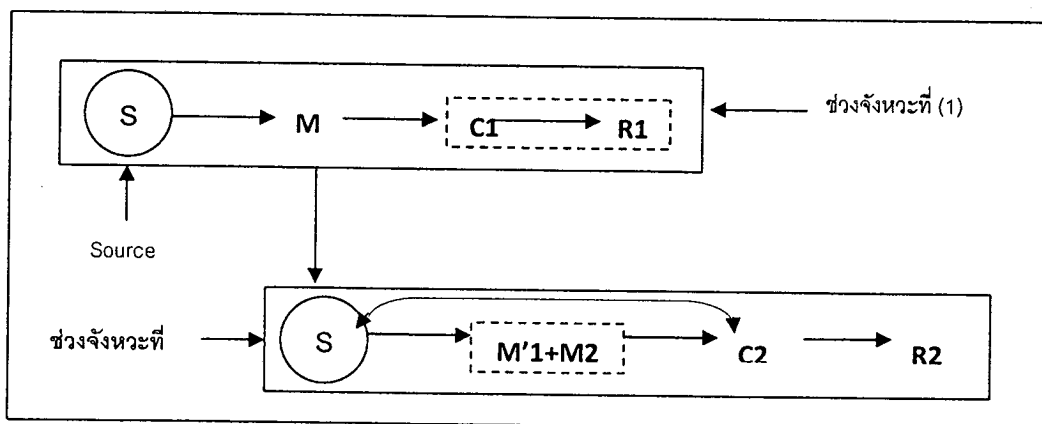
(2.2) สื่อบุคคลแสดงบทบาทไปตามรูปแบบการไหลของข่าวสาร หากเราแยกรูปแบบการไหลของข่าวสาร (Flow of information) ออกเป็น 2 รูปแบบหลักๆ เราจะเห็น "บทบาทของสื่อบุคคล" ที่แตกต่างกัน ดังนี้

- แบบ One-Step Flow of Information



ตัวอย่างแบบจำลองนี้ "สื่อบุคคล" จะทำหน้าที่เป็น "สื่อ" เท่านั้น โดยจะไม่มีส่วนเข้าไปเปลี่ยนแปลง "ตัวเนื้อหาสาร" เลย

- แบบ Two-Step Flow of Information



ในการไหลของข่าวสารแบบ 2 จังหวะนี้ในช่วงแรก "สื่อบุคคล" จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร (R1) แต่ในช่วงจังหวะที่ 2 "สื่อบุคคล" จะเป็นทั้ง "ผู้ส่งสาร" (S2) และ "สื่อบุคคล" (C2)

สิ่งที่สำคัญในช่วงจังหวะที่สองก็คือ “ตัวเนื้อหาข่าวสารใหม่” นั้น จะประกอบด้วย “เนื้อหาข่าวสารเดิมที่ถูกดัดแปลง” (จาก $M_1 \rightarrow M'_1$) และยังคงผสมกับ “เนื้อหาใหม่ที่ S_2 ผสมเข้าไปด้วย (M_2)”

คุณลักษณะเฉพาะของสื่อบุคคล

1. สื่อบุคคลมีลักษณะที่ยืดหยุ่น/สร้างสรรค์/ปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ได้สูงมาก (Flexibility) โดยคุณสมบัติข้อนี้เป็นคุณสมบัติที่โดดเด่นที่สุดของสื่อบุคคลเนื่องจากธรรมชาติของ “ความเป็นมนุษย์” ซึ่งตัวอย่างที่ง่ายที่สุดเมื่อคิดเทียบกับสื่อประเภทอื่นๆ ที่เป็นวัตถุ เช่น วิทยุ หรือ โทรทัศน์ สื่อเหล่านี้หากไฟฟ้าขัดข้องก็จะใช้งานไม่ได้เลย แต่สำหรับสื่อบุคคลนั้นแม้ว่าเสียงพูดจะหมดก็ยังสมารถที่จะเขียนหรือทำท่าทางได้
2. สื่อบุคคลมีลักษณะที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาตามแบบกระบวนการทางเลือก (Alternative Paradigm) เนื่องจากว่าศักยภาพของสื่อที่จะสามารถเปลี่ยนแปลงระดับ K-A-P โดยสามารถบรรลุถึงขั้นพฤติกรรมนั้น (Performance) และสำหรับกระบวนการทัศน์ใหม่ด้านการสื่อสารที่เน้นแนวคิดเรื่อง “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” นั้น สื่อบุคคลก็เป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้สูงที่สุดทั้งในแง่ของการเข้าถึง (Accessibility) และทั้งการสื่อสารแบบสองทาง (การพูดคุยสนทนา) ฯลฯ
3. สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาได้อย่างไม่รู้จบ แม้ว่าสื่อบุคคลจะมีคุณสมบัติร่วมกับสื่อประเภทอื่นๆ เช่น คอมพิวเตอร์ ที่สามารถที่จะ Upgrade/ ยกระดับขีดความสามารถได้ แต่ทว่าจุดเด่นเฉพาะตัวของสื่อบุคคลก็คือ สามารถที่จะ Upgrade ต่อไปได้เรื่อยๆ/อย่างไม่สิ้นสุด/ไม่รู้จบ ด้วยคุณสมบัติของความเป็นมนุษย์นั่นเอง
4. สื่อบุคคลเป็นสื่อที่ทำงานได้อยู่ในทุกๆระดับของการสื่อสาร โดยสื่อบุคคลสามารถทำงานได้ทุกระดับระดับการสื่อสาร เช่น ระดับการสื่อสารภายในตนเอง (Intrapersonal Communication) เช่น การคิด การไตร่ตรอง ระดับการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ในการพัฒนาชุมชน สื่อบุคคลจะทำงานพื้นฐานใน ระดับการสื่อสารระหว่างบุคคลอย่างมากที่สุด ก่อนที่จะก้าวไปในระดับที่สูงขึ้น ระดับการสื่อสารในกลุ่ม (Group Communication) ระดับการสื่อสารในองค์กร/ในเครือข่าย

(Organization/Network Communication) ระดับการสื่อสารสาธารณะ (Public Communication) ซึ่งยังเป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าเห็นตากัน (Face-to-Face Communication) เช่น การพูดปราศรัยของนักการเมือง การแสดงศิลปะพื้นบ้าน ฯลฯ และระดับการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) การสื่อสารในระดับนี้มีลักษณะร่วมกับการสื่อสารสาธารณะ (Public Communication) แต่เป็นการสื่อสารผ่านสื่อกลาง (Mass-Mediated) เช่น กรณีของวิทยุชุมชน เป็นต้น โดยการสื่อสารระดับนี้ สื่อบุคคลจะต้องมีความรู้/ทักษะ และกลยุทธ์เพิ่มขึ้นในหลายๆ ด้าน เริ่มตั้งแต่ต้องมีความรู้และทักษะเชิงเทคนิค (เช่น ต้องรู้จักใช้อุปกรณ์กระจายเสียง) ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบต่างๆ ของการสื่อสารในที่สาธารณะ ฯลฯ

5. **สื่อบุคคลมีลักษณะที่มีเจตนา/มีแรงจูงใจ (Motive/Motivation)** ในขณะที่สื่อประเภทอื่นๆ ซึ่งเป็นสื่อที่ไม่มีชีวิตนั้น ลักษณะการใช้งานจะถูกกำหนดวัตถุประสงค์ไปตามตัวมนุษย์ที่เข้าไปใช้ สื่อที่เป็นวิทยุโทรทัศน์คอมพิวเตอร์จึงมีแต่ Function แต่ทว่าสื่อบุคคลที่เป็นมนุษย์นั้น นอกจากจะมี function แล้ว ก็ยังมีเจตนา/แรงจูงใจ (Motive) ซึ่งมีทั้งความหลากหลายและความซับซ้อนอีกด้วย

ในมิติที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร Berko et al (1997) ถือว่า เจตนา/แรงจูงใจ เป็น 1 ใน 3 ของคุณลักษณะหลักของความสามารถทางการสื่อสารเลยทีเดียว (ความรู้/ทักษะ/แรงจูงใจ) แรงจูงใจของสื่อบุคคลนี้จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับการสื่อสารใน 2 ลักษณะคือ (1) หากผู้ส่งสารเองมีความเชื่อหรือมีความเข้าใจในเนื้อหาที่จะสื่อสารอย่างชัดเจน ก็มีแนวโน้มว่าจะสามารถสื่อสารได้ตามที่ต้องการ (2) หากผู้ส่งสารสามารถแสดง "เจตนาที่แท้จริง" ของตนให้ผู้รับสารเข้าใจ ก็จะมีประสิทธิภาพในการสื่อสาร

6. **สื่อบุคคลมีทั้ง "ชีวิตส่วนตัว" และ "ชีวิตการทำงาน"** ในขณะที่เครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งๆ อาจจะมี "อุปกรณ์เสริม/Accessory ต่างๆ" แต่สื่อบุคคลที่เป็นมนุษย์นั้นจะมีทั้งส่วนเลี้ยวที่เป็น "ชีวิตการทำงาน" และ "ชีวิตส่วนตัว" มีทั้งตัวเองและครอบครัว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ อาจจะเป็นทั้ง "ปัจจัยหนุนเสริม/หรือปัจจัยที่เป็นอุปสรรค"

7. **สื่อบุคคลมีลักษณะหลากหลายโฉมหน้า (Multi-faceted Media)** ในขณะที่เราอาจจะจัดประเภทของสื่ออื่นๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือ ฯลฯ โดยใส่ลงกล่องๆ หนึ่งได้อย่างง่ายๆ เพราะว่าเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อภาพและเสียง ฯลฯ แต่ทว่าในกรณีของสื่อบุคคลนั้น จะมีโฉมหน้าที่หลากหลายทั้งมิติด้านการสื่อสาร ที่สื่อบุคคลสามารถสลับไปมาระหว่างตำแหน่งต่างๆ ที่อยู่ใน S-M-C-R คือสามารถเป็นได้ทั้ง 4 บทบาทขององค์ประกอบการสื่อสาร มิติทางสังคม โดยสื่อบุคคลทุกประเภทจะผนวกติดเอา "คุณลักษณะทางสังคม" ติดตัวมาด้วยเสมอ ไม่ว่าจะเป็น อายุ เพศ การศึกษา เชื้อชาติ ฐานะทางเศรษฐกิจ ตำแหน่งในชุมชน ฯลฯ มิติทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ ภูมิหลังความเป็นมาของสื่อบุคคลนั้น ที่ได้สั่งสมประสบการณ์ ต้นทุนความรู้ ต้นทุนชีวิต ต้นทุนทรัพย์ ฯลฯ มาแล้ว
8. **สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีสายใยเชื่อมร้อยอยู่กับชุมชน** โดยคุณสมบัติของสื่อบุคคลที่มีสายใยเชื่อมอยู่กับชุมชนนี้จะก่อให้เกิดผลลัพธ์ตามมาอีกหลายประการ เช่น ความใกล้ชิดกับชุมชน ที่ทำให้รับรู้ปัญหา รวมทั้งความต้องการของชุมชนได้อย่างปัจจุบัน ความคุ้นเคย ทำให้มีรสนิยมเดียวกับชุมชน เวลาออกแบบกิจกรรมจึงทำให้ง่ายที่ชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วม ความน่าไว้วางใจ เนื่องจากมีประวัติความเป็นมาและความผูกพันที่มีระยะเวลาเป็นเครื่องพิสูจน์ และมีผลประโยชน์ร่วมกับชุมชน ซึ่งผลลัพธ์เหล่านี้ล้วนเป็นต้นทุนที่จะช่วยปูทางให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมายได้ทั้งสิ้น

จากลักษณะพิเศษเฉพาะตัวทั้ง 8 ประการของสื่อบุคคลนั้นจะก่อให้เกิดผลพวงที่ตามมาใน 2 ด้านคือ

1. **ด้านที่เป็นคุณประการ (Contribution)** ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วว่า สื่อบุคคลนั้นสามารถที่จะทำภารกิจที่สื่ออื่นๆ ก็อาจจะทำได้ แต่ทว่าจะทำอย่างได้ผลที่แน่นอนกว่า
2. **ด้านที่เป็นข้อจำกัด (Limit)** ในอีกด้านหนึ่ง คุณลักษณะทั้ง 7-8 ประการที่กล่าวมานั้น ก็อาจจะกลายเป็นข้อจำกัดของตัวสื่อบุคคลเอง เช่น การที่เป็นสื่อที่อยู่ในชุมชนก็อาจจะทำให้เข้าถึงแหล่งข้อมูลที่กว้างขวางไม่ได้

ประเภทของสื่อบุคคลในท้องถิ่น

ในการศึกษาสื่อบุคคลท้องถิ่นนั้นสามารถใช้ขอบเขตของชุมชนเป็นเกณฑ์แบ่งแยกได้เป็น 2 ประเภท (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543)

1. สื่อบุคคลที่เป็นบุคคลภายนอก ได้แก่ เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานต่างๆ ของรัฐ เจ้าหน้าที่จากองค์กรพัฒนาเอกชน ตลอดจนไปถึงบรรดานักการตลาด พ่อค้าเร่จากภาคธุรกิจเอกชน ฯลฯ
2. สื่อบุคคลที่เป็นคนในชุมชนเอง ได้แก่ ผู้นำชุมชน พระสงฆ์ ผู้เฒ่าผู้แก่ ฯลฯ

อนึ่งเมื่อกล่าวถึงสื่อบุคคลในท้องถิ่นที่เป็นสื่อบุคคลที่เป็นคนในชุมชนเอง อย่าง “ผู้นำชุมชน” นั้น พัทธน์ บุญยรัตนพันธ์ (2517) (อ้างถึงในจันทร์ทิพย์ ปาละนันท์ 2545) กล่าวว่าผู้นำชุมชนโดยทั่วไปอาจจำแนกได้กว้างๆ 2 ประเภทคือ

1. ผู้นำแบบเป็นทางการ ได้แก่ ผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ (Authority) โดยได้รับการคัดเลือกและแต่งตั้งจากทางราชการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน แพทย์ประจำตำบล กรรมการหมู่บ้านและตำบล ตลอดจนข้าราชการประเภทต่างๆ รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ อบต. (องค์การบริหารส่วนตำบล) ด้วย ผู้นำประเภทนี้มีตำแหน่งหน้าที่ค้ำจุนอยู่และประชาชนก็ตระหนักในฐานะของผู้ว่า เพราะมีการเลือกตั้ง แต่งตั้ง และประกาศเป็นทางการให้ทราบ ด้วยเหตุนี้ตำแหน่งและความรับผิดชอบของผู้ว่าอย่างเป็นทางการจึงเป็นที่ทราบกันของสาธารณชนทั่วไป
2. ผู้นำทางธรรมชาติหรือแบบไม่เป็นทางการ (Local leader or Opinion leader) ได้แก่ ผู้มีอิทธิพล มีความสามารถความรู้ทันสมัย และรู้สถานการณ์ของหมู่บ้าน ไม่ได้รับมอบหมายอำนาจหน้าที่ใดๆ จากทางราชการ ชาวบ้านไม่ได้ตระหนักในความเป็นผู้นำ แต่ก็ยอมรับเป็นผู้ที่อยู่เบื้องหลังของความสำเร็จในการทำงานของหมู่บ้าน ประชาชนเดือดร้อนมีปัญหาก็จะอาศัยบุคคลนี้เป็นที่พึ่งได้

บทบาทและหน้าที่ของผู้นำชุมชน

โดยพื้นฐานของความเป็นผู้นำแล้ว ผู้นำมักใช้อำนาจหรืออิทธิพลที่จะนำทางให้สมาชิกในกลุ่มกระทำหรือไม่กระทำต่างๆ อย่างไรก็ตามการมีตำแหน่งทางการในชุมชนเพียงอย่างเดียวไม่ใช่สิ่งที่จะระบุดำเนินการได้ หากบุคคลนั้นไม่เข้าร่วมในการตัดสินใจและเข้าร่วมดำเนินกิจกรรมในชุมชน ดังนั้นประเด็นสำคัญที่จะใช้ระบุความเป็นผู้นำได้อย่างแท้จริง คือการเข้ามีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการวางแผนและดำเนินกิจกรรมของชุมชน(วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์, 2526) (อ้างถึงในจันทร์ทิพย์ ปาละนันท์,2545)

ดังนั้นผู้นำชุมชนหรือผู้นำท้องถิ่นจึงเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องและใกล้ชิดกับประชาชนที่สามารถเข้าใจสภาพชุมชนและมีบทบาทในการพัฒนาชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งวิรัตน์ สมต (2527) (อ้างถึงในจันทร์ทิพย์ ปาละนันท์ 2545) ได้กล่าวถึงบทบาทสำคัญของผู้นำท้องถิ่น ดังนี้

1. ให้ความรู้แก่เพื่อนบ้าน หรือการรับความรู้จากเจ้าหน้าที่และเป็นผู้ถ่ายทอดให้แก่ชาวบ้านช่วยให้เกิดการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาด้านสังคม ความเป็นอยู่ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
2. สร้างสามัคคีธรรมในหมู่บ้าน การประสานประโยชน์ระหว่างชาวบ้าน สร้างพลังกลุ่มขึ้นมาในการพัฒนา
3. ประสานงานพัฒนาเข้าด้วยกัน เชื่อมโยงความต้องการและความสนใจร่วมกัน วางแผนงานพัฒนาในหมู่บ้าน รูปคณะกรรมการที่เกิดจากการรวมตัวกันของผู้นำท้องถิ่น หรือเป็นการวางแผนร่วมกับเจ้าหน้าที่ทางราชการที่มีหน้าที่ในการพัฒนา
4. สร้างฐานรองรับการพัฒนาก็คือประชาชนที่อยู่ในหมู่บ้านนั่นเอง รวมทั้งการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ขึ้นมาแทนผู้นำรุ่นเก่า โดยเน้นที่เยาวชนในหมู่บ้าน
5. การแก้ปัญหาท้องถิ่น โดยระดมความคิดจากเพื่อนบ้าน
6. ทำหน้าที่บริการ โดยเน้นเป็นผู้กระจายข่าวสารให้ข้อมูลแก่ชาวบ้าน เป็นผู้ให้บริการชุมชน สร้างสื่อต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่

ทั้งนี้ในงานวิจัยนี้ได้สนใจศึกษาเฉพาะหน้าที่ของผู้นำชุมชนในการให้ความรู้แก่คนในชุมชน หรือการรับความรู้จากเจ้าหน้าที่และเป็นผู้ถ่ายทอดต่อให้แก่ชาวบ้านในชุมชน ในเขตอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงรายในประเด็นที่เกี่ยวกับประชาคมอาเซียน 2558 ซึ่งจะช่วยเตรียมความพร้อมให้กับประชาชนก่อนการเข้าร่วมประชาคมอาเซียน และจะนำไปสู่การพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การพัฒนาด้านสังคม ความเป็นอยู่ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นต่อไป

4. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

การเปิดรับสื่อของมนุษย์นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เนื่องจากสื่อเป็นปัจจัยในการประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆของมนุษย์ และความต้องการสื่อจะมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือมีความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ยิ่งมีความไม่แน่ใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งมาก ก็จะมีความต้องการสื่อมากขึ้นด้วย แต่บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาทั้งหมด แต่จะเป็นผู้ที่เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ เอง โดยจะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้ของตน โดยมีกระบวนการเลือกสรรเป็นตัวกำหนด ซึ่งก็จะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน

ไรท์ และ แวปเปิลส์ (Merton, Wright and Wapples) (อ้างถึงใน ภณิตา สังขวิศิษฐ์, 2552) เห็นว่าผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพในสังคมของผู้รับและเหตุผลในการรับข่าวสาร

ในการเปิดรับสื่อ แคลปเปอร์ (Klapper, 1960) ได้แบ่งขั้นตอนการเปิดรับสื่อ ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ ไว้ดังนี้

1.1 การเลือกรับหรือเลือกใช้ (Selective Exposure)

บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตนเองซึ่งโดยทั่วไปในการเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อมักจะเลือกรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตนเสมอ นอกจากนี้การเลือกเปิดรับสื่อยังขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น ระดับการศึกษา อายุ อาชีพ รายได้ รวมทั้งศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรม

1.2 การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)

บุคคลจะเลือกให้ความสนใจต่อสื่อที่ได้รับซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติหรือและความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้นๆ ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับสื่อที่ขัดต่อทัศนคติหรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการรับสื่อที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกจะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจอันก่อให้เกิดภาวะไม่สมดุลทางจิตใจหรือมีความไม่สบายใจได้ (Cognitive Dissonance)

1.3 การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation)

บุคคลมีการเลือกรับรู้และตีความสื่อที่ได้รับตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล เพราะความหมายของสื่อที่ส่งไปถึงมิได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสื่อจะมีการตีความสื่อที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ สภาวะอารมณ์ และแรงจูงใจในขณะนั้น

1.4 การเลือกจดจำ (Selective Retention)

หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ ความสนใจ และความเชื่อของตนเอง แล้วบุคคลยังเลือกจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้ในประสบการณ์ ในขณะที่เดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความ

สนใจของตนเองซึ่งเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของผู้รับสารมั่นคงขึ้น

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ เหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมาจากปัจจัยหลายอย่างดังนี้ (อ้างถึงใน เพ็ญจันทร์, 2546)

- Individual Difference บุคคลแต่ละคนมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ เพื่อสนองความต้องการของตนเองที่แตกต่างกัน
- Social Categories บุคคลจะเลือกรับสื่อใดๆ หรือเลือกรับข้อมูลจากสื่อใดๆ นั้นย่อมเป็นไปตามสถานภาพและบทบาททางสังคม ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องหรือตรงตามสถานภาพและบทบาททางสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่
- Social Network ความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลแต่ละคน จะมีความเกี่ยวเนื่องกับพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่เกี่ยวข้องด้วยเสมอ กลุ่มบุคคลเป็นสมาชิกและมีความสัมพันธ์นั้น แบ่งเป็นกลุ่มปฐมภูมิและกลุ่มทุติยภูมิ โดยกลุ่มปฐมภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่บุคคลมีความใกล้ชิดด้วยมากเพราะเป็นกลุ่มของครอบครัว เพื่อนสนิทจะเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลในการเป็นตัวแทรกหรือตัวกำหนดมากกว่า กลุ่มทุติยภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า เช่นการที่บุคคลนั้นเชื่อในข้อมูลข่าวสารใดๆ หรือไม่นั้น มักจะได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือและการไต่ถามความคิดเห็นคนใกล้ชิดที่สนิทสนมซึ่งอิทธิพลที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เรียกว่า "อิทธิพลของบุคคล" (Personal influence)

ลักษณะการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร

พรทิพย์ วรวิจิโกคาทร (2535) ได้สรุปถึงการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้มาง่ายๆ มักไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนักมักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่นในชนบทประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น เป็นต้น
2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน เช่น นิสิตนักศึกษา และนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชนหรือสยามรัฐ มากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระความรู้ ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน
3. เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อๆ ได้ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อบุคคล แต่แต่ละคนจะมีพฤติกรรมเลือกรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่ตนสะดวก เช่นบางคนนิยมรับฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ
4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งในสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยฟังวิทยุเป็นประจำวัน
5. ลักษณะเฉพาะของสื่อจากที่กล่าวมาแล้วทั้ง 4 ข้อนั้นเป็นความต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก แต่ข้อนี้กลับเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือสามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดดีกว่า ราคากุ และสามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนทุกแห่ง

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อแสดงให้เห็นว่า บุคคลจะมีการเปิดรับสื่อตามความต้องการของแต่ละบุคคล และแตกต่างกันไปตามสถานภาพและบทบาททางสังคม ซึ่งในการศึกษาวิจัยเรื่องสื่อสารภาคประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ก็มีการเตรียมความ

พร้อมในการเข้าสู่เขตเศรษฐกิจเสรีอาเซียน 2558 นั้น จะนำแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมาใช้ในการอธิบายการเปิดรับสื่อของประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

5. แนวคิดการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร

Information seeking เป็นการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร โดยที่ผู้รับสารมีลักษณะ Active คือเป็นผู้หาข่าวสารนั่นเอง แต่ Information Processing จะมีผู้รับสารเป็น Passive คือไม่ค้นหาข้อมูลข่าวสารใดๆ แต่ข้อมูลเหล่านั้นเข้ามาหาโดยบังเอิญ เป็นการค้นพบข้อมูลข่าวสารโดยไม่ได้มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า ไม่มีพฤติกรรมในการแสวงหาข้อมูล แต่จะเกี่ยวข้องกับข้อมูลเหล่านั้น เมื่อพบหรือเปิดรับข้อมูลนั้นโดยบังเอิญ (เพ็ญจันทร์ จึงสมบุญนานนท์, 2546)

คริกิลาส (krikelas,1993) (อ้างถึงใน กุลพิพิทธิ์ มินตาชอ,2553) ได้อธิบายพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารว่า คือ กิจกรรมที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งสารนิเทศ ข้อมูลและข่าวสารที่จะสนองความต้องการของตนทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสนใจส่วนตัว หน้าที่การงาน และการเรียนรู้ พฤติกรรมนี้เริ่มขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องรู้ ศึกษา และวิเคราะห์เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งและพบว่า ความรู้ที่ตนมีอยู่นั้นไม่เพียงพอจึงต้องการความรู้เพิ่มเติม

ในการแสวงหาข่าวสารของบุคคล สิ่งจำเป็นในการค้นหาข่าวสารคือแหล่งของข่าวสาร ซึ่งประเภทของแหล่งข่าวสารแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มบุคคล ได้แก่ เพื่อน ญาติ หรือบุคคลใกล้ชิด เป็นต้น ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นจากความคิดและประสบการณ์ของแต่ละปัจเจกบุคคล
2. กลุ่มสถาบัน ได้แก่ โรงเรียน ห้องสมุด ศาสนา บริษัท ห้างร้านในวงธุรกิจ หรือรัฐบาล
3. สื่อ ได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือรูปแบบสื่ออื่นๆ เป็นต้น

แคลปเปอร์ (Klapper, 1960) ได้รวบรวมผลงานวิจัยเกี่ยวกับผลของสื่อและสรุปว่า ส่วนใหญ่แล้ว คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อ หรือเลือกใช้สื่อบางชนิดที่มีการเผยแพร่ข่าวสารตรงกับทัศนคติ หรือความสนใจในตัวผู้รับสารมากกว่าที่จะศึกษาผู้ส่ง หรือตัวสื่อ และตัวข่าวสารโดยตรง มีการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือก หรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารว่า มีสาเหตุหรือปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนดให้คนเราจึงต้องเลือกหรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสาร

แอตคิน (Atkin, 1973) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับหลักการต่างๆดังต่อไปนี้

1. การคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (reward value) กับการลงทุนลงแรง (expenditures) และพันธะผูกพัน (liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรงหรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (information seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์น้อยกว่า บุคคลอาจจะเฉยเมยต่อข่าวนั้น (information ignoring) หรือในกรณีที่บุคคลเห็นว่าสื่อ นั้นจะก่อให้เกิดภาวะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ หรือความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (information avoidance) และในบางครั้งถ้าหากความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลอาจจะต้องรับข่าวสารนั้นทั้งๆ ที่ไม่เต็มใจ (information yielding)
2. ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจ (uncertainty) ของปัจเจกบุคคล ที่มาจาก
 - การมองเห็นความไม่สอดคล้องระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (extrinsic uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้และมีความแน่ใจสูง

- การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งใด สิ่งหนึ่ง (intrinsic uncertainty)
3. ความต้องการที่ได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้นมาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างสภาวะความเป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ (intrinsic desire) ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (intrinsic uncertainty) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (intrinsic desire) นั้นเรียกว่าเป็น "ข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงบริภาค" (immediate consummately gratifications) ส่วนข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (extrinsic uncertainty) เรียกว่า "ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความคิดและแก้ปัญหาต่างๆ" (instrumental utilities) ในชีวิตประจำวัน ข่าวสารบางอย่างอาจจะให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิงในขณะเดียวกัน

แอตคิน (Atkin, 1973) (อ้างถึงใน เพ็ญจันทร์ จีงสมบูรณานนท์, 2546) กล่าวถึงพฤติกรรมการเลือกข่าวสารของบุคคล อาจมาจาก Information seeking หรือเป็น Information yielding ในบางครั้ง Information seeking นั้นจะมีประโยชน์ของการเปิดรับและการจัดการกับข่าวสาร (process message) ให้ผลตอบแทนหรือประโยชน์ที่มากกว่าการลงทุนลงแรงหรือการใช้ความพยายามที่จะเปิดรับหรือทำความเข้าใจกับข่าวสาร

Information seeking ถูกแบ่งเป็น 2 หมวดหมู่ได้แก่

1. Information search หมายถึงพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารอย่างมุ่งมั่นเพื่อตอบสนองความต้องการ โดยบุคคลนั้นๆ จะเข้าหาแหล่งของสื่อด้วยความตั้งใจที่จะเปิดรับแต่ละเนื้อหา ทั้งแบบทั่วไป และข่าวสารที่เฉพาะเจาะจง

2. Information receptivity หมายถึงการเปิดใจสู่ผลลัพธ์ที่เป็นระบบของคำถามจากการพบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อนั้นๆ ในขณะที่บุคคลกำลังตรวจสอบข่าวสารต่างๆ ตามกิจวัตร ซึ่งการเลือกเกิดจากการตอบคำถามที่ไปกระตุ้นความไม่แน่ใจเกี่ยวกับการรับรู้

สรุปวัตถุประสงค์ของการแสวงหาข่าวสาร (Information seeking) ของผู้รับสาร เพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาข่าวสารเพื่อประโยชน์ในด้านอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้นำไปใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมถึงสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิงด้วย นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร (Information seeking) การเฉยเมยต่อข่าวสาร (Information ignoring) หรือการหลีกเลี่ยงที่จะเปิดรับข่าวสารนั้น (Information avoidance) นั้นขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบผลตอบแทน (reward value) ที่จะได้รับจากการรับรู้ข่าวสารนั้นของผู้รับสารด้วย

ชแรมม์ (Shramm, 1973) (อ้างถึงใน กุลพิพิทธิ์ มินตาชอ, 2553) ที่ได้กล่าวถึงหลักทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสารว่า ขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (least effort) และผลที่จะได้สามารถบรรลุเป้าหมาย (promise of reward) เช่น ข่าวสารต่างๆ ที่อยู่ใกล้ตัวข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อตนเองและแสวงหาได้ง่าย โดยมีสูตรของการเลือกรับข่าวสารดังนี้

$$\text{การเลือกรับข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง (Expectation for Reward)}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้ (Effort Required)}}$$

อย่างไรก็ตาม สูตรดังกล่าวเป็นเพียงหลักการเบื้องต้น หรือเป็นไปได้เฉพาะการเลือกรับข่าวสารบางครั้งเท่านั้น อาจมีสาเหตุอื่นที่ควรพิจารณาอีกหลายประการเช่น การมีประสบการณ์ต่างกันของผู้รับสาร ความสามารถในการประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ภูมิหลัง สถานภาพ ตลอดจนจิตสภาวะทางสังคมและจิตใจของแต่ละคนด้วย ซึ่งเป็นเรื่องให้ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญต่อผู้รับสารในสิ่งต่างๆ เหล่านี้ ถ้าจะพิจารณาเฉพาะจากสูตรนี้จะเห็นได้ว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่างๆ ที่อยู่ใกล้ตัว สามารถแสวงหาได้ง่าย และเป็นข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อตนเอง

ทฤษฎีแสวงหาข่าวสารสามารถนำไปวิเคราะห์ผู้รับสารได้ว่าผู้รับสารมีบทบาทในการกระทำการสื่อสารเพื่อแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเองเพื่อให้มีความรู้สามารถนำไปใช้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้ โดยเน้นบทบาทของผู้รับสารในฐานะผู้ทำการสื่อสาร เช่น เมื่อต้องการข้อมูลข่าวสารก็จะแสวงหาข่าวสารนั้นด้วยตนเอง และชี้ให้เห็นถึงความต้องการต่างๆ ของผู้รับสารจากพฤติกรรมทางด้านการสื่อสาร ซึ่งความต้องการดังกล่าวทำให้บุคคลมีพฤติกรรมแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกันไป ทฤษฎีนี้จึงถือเป็นทฤษฎีพื้นฐานที่จะใช้ในการวิจัยว่า สื่อวิทยุชุมชนและสื่อบุคคลในพื้นที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงรายมีการแสวงหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจากสื่อใดบ้าง

จากการแนวคิดการแสวงหาข่าวสาร ที่ผู้รับสารจะแสวงหาข้อมูลและข่าวสารที่จะสนองความต้องการของตนทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสนใจส่วนตัว หน้าที่การงานและการเรียนรู้ และเนื่องด้วยความรู้ที่ตนมีอยู่นั้นไม่เพียงพอจึงต้องการความรู้เพิ่มเติม ซึ่งในศึกษาวิจัยเรื่องสื่อสารภาคประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย กับการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่เขตเศรษฐกิจเสรีอาเซียน 2558 นั้น จะนำแนวคิดการแสวงหาข่าวสารมาใช้ในการอธิบายการแสวงหาข่าวสารของสื่อบุคคลท้องถิ่น สื่อวิทยุชุมชน และประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิมพ์พรณ อินทรพิมล (2548) ได้ศึกษาวิธีการสื่อสารของสถานีวิทยชุมชนและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการพัฒนาชุมชนบ้านจำรุง อำเภอแกลง จังหวัดระยองวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ เพื่อศึกษาถึงวิธีการสื่อสารของผู้ดำเนินรายการสถานีวิทยชุมชนบ้านจำรุงศึกษาถึงการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของผู้ฟังรายการของสถานีวิทยชุมชนบ้านจำรุงและศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถานีวิทยชุมชนที่ส่งผลต่อการฟังและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะต่างๆ ที่เผยแพร่ผ่านทางสถานีวิทยชุมชนบ้านจำรุงโดยผลการศึกษาถึงวิธีการสื่อสารของผู้ดำเนินรายการพบว่า วิธีการสื่อสารของผู้ดำเนินรายการจะประกอบด้วยรูปแบบการสื่อสารได้แก่ การสื่อสารสองทาง และลักษณะการใช้ภาษาแบบกึ่งทางการ ภาษาที่ใช้ได้แก่ ภาษาระยอง, ภาษากลาง และภาษาอีสานและความน่าสนใจของการนำเสนอ ได้แก่ การพูดไปเรื่อยๆ, เพลงพื้นบ้าน, กลอน, สปอตประกอบรายการ, การสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ และความตลกขบขัน ผลการศึกษาถึงการมีส่วนร่วมของผู้ฟังรายการ พบว่าผู้ฟังมีส่วนร่วม โดยการใช้โทรศัพท์เข้าไปพูดคุยในขณะออกอากาศและการบอกผ่านผู้ดำเนินรายการ ผู้ฟังจะมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง/ ผู้ผลิต/ ผู้ร่วมผลิต/ผู้ดำเนินรายการซึ่งการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านทางวิทยุชุมชนบ้านจำรุงได้แก่ การมีส่วนร่วมในชั้นช่วยงานทั่วไป และการมีส่วนร่วมในชั้นวางแผนกำหนดรูปแบบกิจกรรม และผลการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถานีวิทยชุมชนที่ส่งผลต่อการฟังวิทยุชุมชนบ้านจำรุง ได้แก่ ความรู้สึกเป็นเจ้าของ การเป็นสื่อกลางในชุมชน การได้รับประโยชน์ วิทยุชุมชนเป็นเรื่องใกล้ตัว ผู้ดำเนินรายการเป็นคนในชุมชน ประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อวิทยุชุมชน และรายการของสถานีวิทยชุมชนสอดคล้องกับอาชีพและวิถีชีวิตของคนในชุมชน และปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านทางวิทยุชุมชนบ้านจำรุง ได้แก่ ความรู้สึกที่วิทยุชุมชน เป็นของคนในชุมชน อยากช่วยเหลือเป็นการตอบแทนความสามัคคีในชุมชน ผู้นำชุมชน และความต้องการให้สถานีวิทยชุมชนบ้านจำรุง และชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น

จันทร์ทิพย์ ปาละนันท์ (2545) ได้ศึกษา ความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกระบวนการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การจัดการข้อมูลข่าวสาร และกลวิธีการสื่อสารของผู้นำชุมชนที่เอื้อต่อการนำไปสู่การเป็นผู้นำชุมชนที่ประสบความสำเร็จ โดยผลการวิจัยพบว่า การบวนการแสวงหาข้อมูลของผู้นำชุมชนนั้นเริ่มจากความต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อตอบสนองความสนใจหรือเพื่อใช้ประโยชน์ ซึ่งนำไปสู่การกำหนดวัตถุประสงค์ในการแสวงหาเพื่อนำข้อมูลไปใช้อย่างมีจุดมุ่งหมายและผู้นำชุมชนจะมีวิธีการเลือกแสวงหาประเภทหรือข้อมูลของข่าวสาร และพบว่าผู้นำชุมชนต้องการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อไปใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติการกิจงานพัฒนาชุมชนเป็นสำคัญ ซึ่งแหล่งข่าวสารที่ผู้นำเลือกใช้คือ "สื่อบุคคล" ได้แก่ ชาวบ้าน เจ้าหน้าที่ บุคคลที่มีความรู้และประสบการณ์ หรือดูงานกิจกรรม/โครงการในพื้นที่ต่างๆ และเอกสาร ผ่านช่องทางการสื่อสารอันได้แก่ การสอบถาม การพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการอ่าน โดยผู้นำชุมชนจะมีขั้นตอนในการจัดการข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ พิจารณาความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร โดยสารนั้นสอดคล้องกับความรู้เดิม ผู้นำชุมชนจะวิเคราะห์และสร้างความเข้าใจ จัดลำดับความสำคัญและนำไปใช้ โดยที่ผู้นำชุมชนจะมีวิธีการการถ่ายทอดสาร ซึ่งประกอบด้วย การเทศน์ไปคุยไป การส่งสารผ่านหอกระจายข่าว การสร้างสารดึงดูดใจ การใช้ "กลุ่ม" เป็นสื่อ การเลือก "ปัญหา" พร้อมหาทางออก และการทำตัวเป็นแบบอย่าง

จิรวรรณ ตันกูรานุรักษ์ (2542) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมและบทบาทผู้นำชุมชนชาวไทยภูเขาในการจัดการวิทยุชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดการมีส่วนร่วม บทบาท รวมทั้งปัญหา อุปสรรคและแนวทางการแก้ไขปัญหาการจัดการวิทยุชุมชน จ.แม่ฮ่องสอน ของผู้นำชุมชนชาวไทยภูเขา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการศึกษาเอกสาร และสัมภาษณ์เจาะลึกผู้นำชุมชนชาวไทยภูเขา 4 เเผ่า (กะเหรี่ยง มูเซอ ลีซอ แม้ว) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ และเก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่มสมาชิกชุมชนชาวไทยภูเขารวม 4 เเผ่า ข้อค้นพบในประเด็นบทบาทผู้นำชุมชนชาวไทยภูเขาในพบว่าผู้นำชุมชนมีบทบาทอย่างมากทั้งในด้านการให้ความรู้ และระดมความคิดเห็นจากสมาชิกชุมชน รวมทั้งการวางแผนจัดการวิทยุชุมชน

กัญญา สุนทรารักษ์ (2526) ได้ศึกษาบทบาทการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์โคนมหนองโพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของการ

สื่อสารระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับเข้าเป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมหนองโพ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสมาชิกสหกรณ์โคนมซึ่งพบว่าสมาชิกมีการเปิดรับสื่อมากกว่า 1 ประเภท และการรับสารเกี่ยวกับสหกรณ์โคนมผ่านสื่อบุคคลมีผลต่อการตกลงใจยอมรับเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์มากกว่าสื่อมวลชน และสื่อวิทยุก็เป็นสื่ออีกอย่างหนึ่งที่มีผลต่อการยอมรับเช่นเดียวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าสื่อบุคคล(ผู้นำชุมชน)และวิทยุชุมชนมีบทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสารและให้ความรู้แก่ชุมชน ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการกำหนดเกณฑ์ในการเลือกสื่อภาคประชาชนในงานศึกษาวิจัยนี้ อันได้แก่ สื่อบุคคลท้องถิ่นและวิทยุชุมชนในพื้นที่อำเภอแม่สาย และเป็นแนวทางในการศึกษาการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนแก่ประชาชนในพื้นที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย