

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบ 4 ภูมิภาคในโครงการ 'สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม'

PARTICIPATORY COMMUNICATION OF 4 PROTOTYPE COMMUNITIES OF 'MEDIA AS SOCIAL SCHOOL' PROJECT

กัญยิกา ชอว์*

Kanyika Shaw*

คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Faculty of Communication Arts, Panyapiwat Institute of Management

Received: August 31, 2024 / Revised: November 13, 2024 / Accepted: November 19, 2024

บทคัดย่อ

การศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบ 4 ภูมิภาคในโครงการ 'สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม' เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้จัดการแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรม ในฐานะผู้ผลักดันนโยบายและคัดเลือกพื้นที่ต้นแบบ วิทยากรประจำโครงการ และผู้ดูแลเฟซบุ๊กสื่อเป็นโรงเรียนของสังคม จำนวน 3 ท่าน ผู้รับผิดชอบโครงการพื้นที่ จำนวน 4 ท่าน ประชาชนและเยาวชนในชุมชนที่เข้าร่วมโครงการสื่อเป็นโรงเรียนของสังคม ดังนี้ ชุมชนกงไกรลาส จังหวัดสุโขทัย 101 คน ชุมชนบ้านตีนตก จังหวัดกาญจนบุรี 1,300 คน ชุมชนท่าพระ จังหวัดขอนแก่น 150 คน ชุมชนบ้านทุ่งหยีเพ็ง และชุมชนบ้านสังกาอู๋ จังหวัดกระบี่ 180 คน โดยใช้การเก็บข้อมูล 5 ขั้นตอน ได้แก่ การสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน และชาวบ้านในด้านผู้ส่งสาร เนื้อหา สื่อ และผู้รับสาร การสำรวจบริบทชุมชน การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร การสังเกตการณ์ การดำเนินงานตามแผน และการประชุมถอดบทเรียน ระหว่างปี 2559-2562

ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนมีกลยุทธ์การสื่อสารด้านผู้ส่งสาร เนื้อหาสาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร และผลการสื่อสาร โดยกลยุทธ์ด้านผู้ส่งสารพบว่า มีผู้ส่งสารทั้งที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการประกอบด้วยบุคคลในและนอกชุมชน ซึ่งกลยุทธ์ผู้ส่งสารที่สำคัญคือ การให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลที่มีความสามารถ ทักษะแรงจูงใจ และเป็นต้นแบบให้ผู้อื่นได้ โดยสื่อบุคคลนี้ต้องมีความน่าเชื่อถือ เข้าถึงง่าย และมีคุณสมบัติพิเศษ คือมีความคุ้นเคยกับผู้รับสาร กลยุทธ์ด้านเนื้อหา พบว่า มีเนื้อหาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยชุมชนเป็นผู้สำรวจปัญหา เลือกประเด็นที่ต้องการสื่อสารและร่วมออกแบบ และผลิตเนื้อหา ซึ่งทำให้เนื้อหาสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน และมีลักษณะยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนได้ สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน ส่วนกลยุทธ์ด้านเนื้อหาสารในเฟซบุ๊กใช้เนื้อหาตามกระแส เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และกระตุ้นให้เกิดการแชร์ ด้านกลยุทธ์ ด้านการใช้สื่อ/ช่องทางการสื่อสารของชุมชน พบว่า มีการใช้สื่อและช่องทางที่หลากหลายโดยเน้นการประชุมมากที่สุด เพราะก่อให้เกิดการรวมตัวกันของประชาชนในชุมชน ด้านผู้รับสารคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ด้านของผู้รับสาร คือ ทักษะในด้านการสื่อสาร ทศนคติต่อตนเองต่อผู้ส่งสาร และเนื้อหาสารและระดับความรู้ มีการเสริมศักยภาพผู้รับสารผ่านกิจกรรมชุมชนมีระดับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม 3 ระดับ คือ การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร

*Corresponding Author

E-mail: kanyikas@gmail.com

ผู้ส่งสาร และผู้วางแผน นวัตกรรมการสื่อสารที่สรุปได้จากพื้นที่ต้นแบบทั้ง 4 ภูมิภาค ได้แก่ การปรับฐานความคิด และการสื่อสารด้วยหลักการ 5C's ได้แก่ Create, Curate, Contribute, Cross Community และ Consistent

คำสำคัญ: โครงการสื่อเป็นโรงเรียนของสังคม การสื่อสารชุมชน การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นวัตกรรมการสื่อสาร

Abstract

A study of participatory communication of 4 prototype communities under the 'Media as Social School (MASS)' Project deployed the participatory action research. It aimed to investigate participatory community communication strategies of 4 communities. Key research informants were three persons including the Art and Culture Plan manager as the mobilizer of the policy and the selector of the prototype communities, the resource person of the Project, and the person in charge of Facebook media of 'Media as Social School (MASS)' Project, 4 persons in charge of local areas of the Project, and the following people and youths in the local communities participating in the Project: 101 people and youths from Kong Krailat community, Sukhothai province; 1,300 people and youths from Ban Tin Tok community, Kanchanaburi province; 150 people and youths from Tha Phra community, Khon Kaen province; and 180 people and youths from Ban Thung Yee Pheng community and Ban Langka U community, Krabi province. The data collection process consisted of five steps: Interviewing of community leaders and community members in the aspects of message sending, contents, media, and message receiving; a survey of the community context; a workshop training for strategic planning on communication; the observation of the operation in accordance with the strategic plan; and the meetings for studying of the lessons learned during the B.E. 2559-2562 years.

The findings of this study revealed that the communities carried out the communication strategies in the aspects of Sender (S), Message (M), Channel (C), Receiver (R), and Effect (E) as follows: For the communication strategy in the aspect of Sender (S), it was found that the senders consisted of the formal and informal groups each of which consisted of both inside and outside community people. The important sender strategy was the giving of importance to personal media who had the ability, skills, inspiration, and could be the prototype for the others. The personal media had to be trustworthy, accessible, and had special characteristic of being familiar with the message receivers. For the communication strategy in the aspect of message (M), it was found that there was the participatory communication message. Community members were involved in all processes of message strategy, starting from surveying the community problems, selecting the issues that they wanted to communicate, and participating in joint-designing and production of the message contents. This would result in the message being relevant to the needs of the community, with flexibility, adjustability, and reflexive of the community identity. For the communication strategy in the aspect of Facebook Channel (C),

it was found that real time contents were used in circulating messages on Facebook ‘MASS’ to capture public attention and encourage the sharing of messages. As for the strategy of using the media and communication channels of the community, it was found that there were the uses of diversified channels with the meetings or public forum being the most used method because it enabled the community members to get together. For the communication strategy in the aspect of Receiver (R), it was found that the receiver strategy took into account the three components of the receiver, namely, the communication skills of the receiver, the attitudes towards oneself, towards the sender, and toward the message contents, and the knowledge level of the receiver. There was also the enhancement of the potential of the receivers via the activities. For the communication strategy in the aspect of Effect (E), it was found that all 4 designated communities participated in the Project at all 3 levels as the receiver, as the sender and as the planner. The communication innovation resulted from the ‘Media as Social School’ Project in the prototype areas of all four regions were the paradigm shift technique and the communication with the 5C’s principles of communication: Create, Curate, Contribute, Cross Community, and Consistent.

Keywords: Media as Social School Project, Community Communication, Participatory Communication, Communication Innovation

บทนำ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (ฉบับชั่วคราว) พ.ศ. 2557 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 1) พ.ศ. 2558 ได้กำหนดให้มีสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (สปท.) ซึ่งคณะกรรมการปฏิรูปการสื่อสารมวลชนและเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะกรรมการปฏิรูปการศึกษาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ คณะกรรมการปฏิรูปค่านิยม ศิลปะ วัฒนธรรม จริยธรรมและการศาสนา สสส. และเครือข่ายต่าง ๆ ได้ร่วมกันผลักดันการปฏิรูปการเรียนรู้และสื่อภายใต้แนวคิด ‘สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม’ มุ่งยกระดับการทำงานของสื่อให้กลายเป็นโรงเรียนของสังคมผ่านการพัฒนาศักยภาพของสื่อให้ทำหน้าที่ได้มากกว่าการให้ข้อมูลข่าวสาร เน้นบทบาทให้การศึกษาในด้านที่เป็นความรู้ แนวคิด หลักการ ให้ปัญญากระตุ้นให้เกิดการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ สร้างสรรค์ และนอกกรอบ จุดเริ่มต้นของการขับเคลื่อน ‘สื่อเป็นโรงเรียนของสังคม’ จึงเป็นการพัฒนาศักยภาพ

นักสื่อสารสร้างสรรค์ ในพื้นที่ทำงานทดลองโมเดลต้นแบบ 4 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ-สุโขทัย ภาคกลาง-กาญจนบุรี ภาคตะวันออก-ฉะเชิงเทนา-ชลบุรี-ภาคใต้-กระบี่ ซึ่งมีความหลากหลายทั้งในรูปแบบเมือง ท้องถิ่น ผู้สูงอายุ เยาวชน กลุ่มผู้ขาดโอกาสในการใช้สื่อ โดยทั้ง 4 โครงการได้รับคัดเลือกจากแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรม สสส.

พื้นที่ปฏิบัติการต้นแบบในภาคเหนือ อำเภอองเกรลาส จังหวัดสุโขทัย ประสบปัญหาเรื่องน้ำมาเป็นเวลานาน ทั้งน้ำท่วมในหน้าฝนและแล้งน้ำในหน้าร้อน ทั้ง ๆ ที่มีแม่น้ำไหลผ่าน แนวทางปฏิบัติของผู้เกี่ยวข้องเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของชาวสุโขทัยคือ การนำของจำเป็นไปแจกจ่าย แต่คำถามคือทำไมถึงแก้ปัญหา น้ำที่เกิดทุกปีไม่ได้

ส่วนพื้นที่ปฏิบัติการต้นแบบในภาคกลาง บ้านตีนตก จังหวัดกาญจนบุรี เป็นชุมชนกะเหรี่ยงขนาดใหญ่ราว 100 หลังคาเรือน พื้นที่เป็นป่าเขาและ

ลำน้ำอยู่ห่างไกลจากที่ทำการอำเภอ ฐานะยากจน ส่วนใหญ่อ่านเขียนภาษาไทยไม่ได้ มีวัฒนธรรม การเชื่อฟังผู้นำชุมชนชาวกระเหรี่ยง และมีทัศนคติ ด้านลบกับเจ้าหน้าที่ป่าไม้ การสื่อสารไม่สะดวก ไม่มี สัญญาณอินเทอร์เน็ต ส่วนปัญหาที่พบ คือ ปัญหาขยะ เพราะเป็นทางผ่านของนักท่องเที่ยว

ด้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตำบลท่าพระ จังหวัดขอนแก่น มีปัญหาเมื่อภาครัฐต้องการสร้าง ทางรถไฟคู่และรื้อถอนสถานีรถไฟเดิมที่มีเรื่องราว ทางประวัติศาสตร์ การเจรจาต่อรองระหว่างชุมชนกับ การทางรถไฟไม่เป็นผล

ส่วนพื้นที่ภาคใต้ เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ เป็น ช่วงที่มีปัญหาการต่อต้านการสร้างท่อแก๊ส รวมถึง การสร้างสะพานข้ามเกาะสะพานที่สอง ทำให้เรือปูน เดินทางเข้าออกบ่อยครั้ง และใช้เป็นที่หลบพายุคลื่นลม การต่อต้านด้วยการประท้วงในกลุ่มอื่น ๆ ไม่เป็นผล โครงการในภาคใต้จึงหาวิธีการสื่อสารกับชุมชน และคนภายนอกให้ตระหนักถึงการพัฒนาที่ไม่คำนึงถึง สิ่งแวดล้อม

สภาพปัญหาจากพื้นที่ต้นแบบทั้ง 4 ไม่ใช่ ปัญหาใหม่ แต่เกิดมานานแล้ว และมีความพยายาม ในการสื่อสารข้อมูล แต่การสื่อสารหลายครั้งไม่ได้ให้ ชุมชนและผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีส่วนร่วม เป็นการบอก ข่าวสาร ให้ความรู้ ที่ผู้ส่งสารคิดว่าสำคัญ เป็นการชี้จุด ให้ทำการสื่อสารหลายครั้งจึงประสบความสำเร็จล้มเหลว

แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในสังคมไทยมี มานาน Sthapitanonda (2006) เขียนไว้ว่าย้อนกลับ หลายทศวรรษ สังคมไทยเชื่อมั่นว่าการมีส่วนร่วมของ กลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาจะทำให้การ ดำเนินโครงการพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกัน นักวิชาการมากมาย (Kaewthep et al., 2000; Kumnoonwan, 2012) ต่างชี้ว่าการสื่อสาร เป็นเครื่องมือในการสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนา และการสื่อสารเพื่อพัฒนาได้เปลี่ยนรูปแบบไปจากเดิม จากการสื่อสารที่เน้นจากบนลงล่างจากผู้มีอำนาจ ลงไปยังประชาชนไปสู่การสื่อสารเพื่อพัฒนาแบบ

มีส่วนร่วม ที่เน้นให้สมาชิกมีส่วนร่วมผ่านการสื่อสาร ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดการระดมความคิด แลกเปลี่ยนตัดสินใจ วางแผนทำงาน และตรวจสอบหรือ ประเมินผลการดำเนินงานร่วมกัน เป็นกระบวนการ ทำงานร่วมกันบนพื้นฐานของข้อมูลที่ผ่านการสืบค้น วิเคราะห์ เป็นที่ยอมรับของสมาชิก สะท้อนเสียง ของคนทุกกลุ่มในสังคม ตอบสนองความต้องการของ กลุ่มอย่างเหมาะสม และมีบทบาททำให้การพัฒนา ประสบความสำเร็จ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาโครงการ สื่อเป็นโรงเรียนของสังคมแต่ละภูมิภาคว่ามีการ ดำเนินการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมอย่างไร ตั้งแต่ต้นน้ำ คือการสืบหาปัญหา การวางแผนแก้ปัญหาด้วย การใช้ สื่อสร้างสรรค์ กระบวนการกลางน้ำ คือ ระหว่าง การผลิตและเผยแพร่ข้อมูล และปลายน้ำคือการ เชื่อมประสานระหว่างคนในและนอกชุมชน โดยมุ่งหา นวัตกรรม หรือแบบแผนการสื่อสารของโครงการ สื่อเป็นโรงเรียนของสังคมที่สามารถนำไปประยุกต์ ใช้ต่อได้ง่ายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของ ชุมชนต้นแบบ 4 ภูมิภาคในโครงการสื่อเป็นโรงเรียน ของสังคม ได้แก่ ชุมชนงกลาส จังหวัดสุโขทัย ชุมชนบ้านตีนตก จังหวัดกาญจนบุรี ชุมชนท่าพระ จังหวัดขอนแก่น ชุมชนบ้านทุ่งเหย่งและชุมชนบ้าน สังกาอู่ จังหวัดกระบี่

บททบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการสื่อสารชุมชน (Community Communication)

นักวิชาการจำนวนมากได้ศึกษาเรื่องการ สื่อสารชุมชน (Jutavijit, 2005; Louiyapong, 2014; Pattananurak, 2016; Surasonti, 2017) อธิบาย แนวคิดไว้ดังนี้ การสื่อสารชุมชนเป็นกระบวนการ ถ่ายทอดรับรู้ข่าวสารระหว่างกันของกลุ่มคนในชุมชน

ผ่านช่องทางการสื่อสารที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้ทั้งพื้นที่ทางกายภาพ และพื้นที่ทางจิตใจ มีการปฏิสัมพันธ์เกิดขึ้นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

การสื่อสารชุมชนมีองค์ประกอบ 6 ประการ ได้แก่ 1) กระบวนการ มีการดำเนินงานตามขั้นตอนเป็นพลวัตหรือต่อเนื่อง 2) กลุ่มคน เป็นบุคคลในชุมชนที่สามารถเป็นได้ทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารในคนเดียวกัน 3) สารเป็นเรื่องราวที่สื่อความหมายและความรู้สึกนึกคิด ถ่ายทอดสภาพจริงของชุมชน และสามารถตีความหรือถอดความหมายได้ตรงกัน โดยชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของ 4) ช่องทางการสื่อสาร คือ สื่อหรือสิ่งที่เป็นตัวกลางในการนำพาสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารที่คนในชุมชนเข้าถึงได้ 5) แหล่งพื้นที่ คือ สภาพพื้นที่ อาณาเขตที่ตั้ง หรือการรวมตัวของกลุ่มที่มีความสนใจร่วมกัน อาศัยอยู่ร่วมกัน และสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง 6) เชื่อมโยงผูกพันกัน คือ การสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นในชุมชน มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่ชุมชนพึงประสงค์ผ่านกระบวนการสื่อสาร

องค์ประกอบของการสื่อสารชุมชนจึงได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง/สื่อ ผู้รับสาร การป้อนกลับและผลของการสื่อสาร หรือ SMCR(F)E ซึ่งเป็นการขยายรูปแบบการสื่อสารตามแบบจำลองการสื่อสาร SMCR ของ Berlo (1960) หรือ Berlo's SMCR Model ซึ่งมีจุดเด่นอยู่ที่การคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการสื่อสาร ซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารทั้งกระบวนการ

แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสาร(Communication Strategy)

หากนำ Berlo's SMCR Model เป็นแนวคิดตั้งต้น การวางกลยุทธ์การสื่อสารจึงประกอบด้วย การวิเคราะห์กลยุทธ์ด้านผู้ส่งสาร กลยุทธ์ด้านเนื้อหา กลยุทธ์ด้านสื่อ และกลยุทธ์ด้านผู้รับสาร ซึ่ง Berlo (1960) ยังขยายรวมถึงปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ นั่นคือ ต้องให้ความสำคัญกับระบบ

สังคมและวัฒนธรรมที่ผู้ส่งและผู้รับสารเป็นสมาชิกอยู่ ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผู้ส่งสาร (Sender Strategy) กลยุทธ์ด้านผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับสื่อบุคคล (Personal Media) ซึ่งมีบทบาทมาก สามารถสื่อสารได้ทั้งความรู้ ทักษะ แรงจูงใจ และเป็นต้นแบบให้ผู้อื่นได้ด้วย สื่อบุคคลต้องมีความน่าเชื่อถือ เข้าถึงง่าย และมีคุณลักษณะพิเศษคือ มีความคุ้นเคยกับผู้รับสาร กลยุทธ์ผู้ส่งสารในการสื่อสารชุมชนจึงมีข้อได้เปรียบของผู้ส่งสาร คือ การเป็นที่รู้จักของคนในชุมชน Berlo (1960) ได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับผู้ส่งสารไว้ว่า ผู้ส่งสารที่ดีมีลักษณะ 3 ประการ กล่าวคือ มีทักษะในการสื่อสาร คือ สามารถวิเคราะห์จุดประสงค์ในการสื่อสาร เลือกใช้สื่อและภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสาร ประการที่สองคือ ต้องมีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง ต่อเนื้อหาสาร และต่อผู้รับสาร และประการที่สามคือ มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสาร

2. กลยุทธ์ด้านสาร (Message Strategy) เป็นการออกแบบเนื้อหาสาร การเลือกใช้ภาษา และสไตล์การสื่อสารที่ตรงกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการคำนึงถึงลักษณะทางจิตวิทยาที่ซ่อนอยู่ในเนื้อหาสารด้วย อาทิ การสร้างความภาคภูมิใจ การสร้าง Role Model และอาจรวมถึงการนำแนวคิดจุดจับใจในงานโฆษณา (Advertising Appeals) มาใช้ในการผลิตเนื้อหาด้วย เพราะเน้นการใช้สิ่งดึงดูดมากระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจในตัวผลิตภัณฑ์และบริการ (Belch & Belch, 2012; Rizwan et al., 2013) เนื้อหาของการสื่อสารชุมชนต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่จะสื่อสารออกไปยังชุมชนผู้รับสาร ความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหาสาร วิธีการนำเสนอและความเข้ากันได้กับชุมชนเป็นสิ่งที่สร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้น

3. กลยุทธ์ด้านสื่อ (Media Strategy) เป็นการสร้างช่องทางการสื่อสารที่ผู้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในระดับต่าง ๆ เช่น เปิดโอกาสให้ได้กำหนดกระบวนการสื่อสาร แสดงความคิดเห็น ชักถาม เสริมข้อมูล และ

สลับเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นการเลือกช่องทาง การสื่อสารหรือสื่อที่เหมาะสมกับผู้ส่งสารและชุมชน ผู้รับสาร รวมถึงการพิจารณาการใช้สื่อผสม (Mixed Media) เพื่อให้การสื่อสารครอบคลุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการใช้สื่อบุคคลร่วมกับสื่อชุมชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อกิจกรรม สื่อสังคม สื่อมวลชน ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารเพราะช่องทางการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับผู้รับสารในการเลือกจดจำ

4. กลยุทธ์ด้านผู้รับสาร (Receiver Strategy) เน้นการเสริมแรงให้ผู้รับสาร (Empowerment) อาจเป็นการเสริมความรู้ กำลังใจ แรงบันดาลใจ การวิเคราะห์ความแตกต่างของผู้รับสารควรมองว่า ผู้รับสารมีความแตกต่างกันไปด้วยตัวแปรที่หลากหลาย ซึ่งจะส่งผลต่อการสื่อสารที่ไม่เหมือนกัน การสื่อสารชุมชนจึงต้องให้ความสำคัญในเรื่องการวิเคราะห์ ความเชื่อ พฤติกรรม และความต้องการของชุมชนเป็นอันดับแรก เนื่องจากมีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับสาร และการยอมรับสารจากผู้ส่งสาร โดยมีองค์ประกอบ 3 ด้านเช่นเดียวกับผู้ส่งสารได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะการคิดของผู้รับสาร และระดับความรู้ของผู้รับสาร (Berlo, 1960)

5. การวิเคราะห์บริบทการสื่อสาร ระบบสังคม และวัฒนธรรม (Socio-culture Systems) หมายถึง การวิเคราะห์ผู้เกี่ยวข้องว่าเป็นใคร รวมถึงการวิเคราะห์บริบทชุมชน เพื่อให้เข้าใจ สภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ลักษณะชุมชน วิถีคิด ทักษะการคิด (Roonka-seam & Pankhao, 2018; Shaw, 2023)

แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

นักวิชาการจำนวนมาก (Nair & White, 1993; Kaewthep et al., 2000; Kumnoonwan, 2012; Louiyapong, 2014; Vejjanukroh, 2015; Chutjaraskul & Yodying, 2018; Shaw, 2023) กล่าวถึงการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมว่าเป็นกระบวนการตัดสินใจของชุมชนในการกำหนดความต้องการ การวางแผน การดำเนินงาน การจัดองค์กร การบริหาร

จัดการ การระดมทรัพยากร การรับผลประโยชน์และการประเมินผล ซึ่งจะนำไปสู่การดูแลครอบครัว ชุมชน และพึ่งตนเองได้

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมีการวางกลยุทธ์ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทำการสื่อสารกันในลักษณะการปรึกษาหารือ (Dialogue) (Nair & White, 1993) เน้นการเข้าร่วม (Involvement) ของผู้มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารทุกระดับทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน หรือการสื่อสารผ่านประเพณี (Issacs, 1994) โดยตั้งอยู่บนฐานของความไว้วางใจ (Trust) การปรึกษาหารือกันจะไม่มีฝ่ายผู้ขาดบทบาท ไม่เน้นการแพ้ชนะ แต่ทุกฝ่ายได้เรียนรู้ข้อมูลข่าวสารของกันและกันแบบพบกันครึ่งทางบนพื้นฐานของการสร้างความเข้าใจร่วมกัน และการไหลเวียนของข่าวสารแบบสองทาง (Sthapitanonda, 2006)

กล่าวอีกนัยหนึ่ง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายในการสร้างความรู้ ความผูกพัน อัตลักษณ์ และความหมายร่วมกัน (Shared Meaning) มีการสลับบทบาทระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ก่อให้เกิดความเสมอภาคและความเท่าเทียมกัน โดยมีทิศทางการไหลของสารรอบทิศทาง เปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมในทุกระดับทั้งระดับการผลิต การเผยแพร่ และการวางนโยบาย มีเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวข้องกับชุมชน สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน เพื่อเสริมพลังให้กับกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาชุมชนของตนเอง มีการใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย และผลของการสื่อสารทำให้ชุมชนตระหนักถึงความเป็นเจ้าของร่วมและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง (Kaewthep et al., 2000)

จากแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารชุมชน กลยุทธ์การสื่อสารและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมข้างต้น ผู้วิจัยนำแนวคิดนี้มาใช้เป็นกรอบการวิเคราะห์ กลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนพื้นที่ต้นแบบทั้ง 4 ภูมิภาค ภายใต้กรอบ SMCRE และบริบทชุมชน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Changrua (2017) วิเคราะห์กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนจากกลุ่มผู้นำและคนในชุมชน และกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชนท่าพรุ อ่าวท่าเลน จังหวัดกระบี่ พบว่าชุมชนใช้กลยุทธ์ 4 ขั้นตอนคือ ให้ความรู้ด้านปัญหาทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน จัดตั้งกลุ่มเพื่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติจากความต้องการของประชาชน ออกข้อบัญญัติท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควบคุม และตั้งหน่วยงานรับผิดชอบส่วนกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนพบว่า ชุมชนให้ความสำคัญในทุกองค์ประกอบในการสื่อสาร ได้แก่ 1) ผู้ส่งสาร คือ ผู้นำชุมชน และกลุ่มแกนนำชุมชนเป็นผู้ส่งสารหลัก 2) เนื้อหาสารเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัญหาของชุมชน 3) สื่อ/ช่องทาง เน้นการประชุมแบบเป็นทางการ ได้แก่ การประชุมประชาคม และการประชุมแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่ สภากาแฟ โดยใช้สื่อบุคคลเพื่อโน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม 4) ผู้รับสาร ได้แก่ คนในชุมชน โดยคำนึงถึงทักษะ ทักษะคิด และระดับความรู้ทั้งนี้ชุมชนมีส่วนร่วมกับการสื่อสารในฐานะผู้รับสาร ผู้ส่งสาร และผู้วางแผน และรับผลประโยชน์ของชุมชนจากการท่องเที่ยว

Chutjaraskul และ Yodying (2018) ศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนในพื้นที่ ตำบลหนองเม็ก อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผู้นำชุมชนเป็นผู้ส่งสารหลักแบบไม่เป็นทางการ มีทิศทางทางการสื่อสารแบบทางเดียวคือ บนลงล่าง และคนในชุมชนมีบทบาทเป็นผู้รับสาร มีชาวบ้านส่วนน้อยที่เป็นผู้ส่งสารเนื่องจากได้รับมอบหมายจากผู้นำชุมชนมาอีกที สื่อที่ใช้เป็นสื่อที่ชุมชนมีอยู่ อาทิ สื่อบุคคล สื่อสังคม การประชุม สื่อมวลชนท้องถิ่น มีการเสริมศักยภาพชุมชนโดยการฝึกฝนวิธีการและเทคนิคการสื่อสาร การจัดการ

ทรัพยากรและการแก้ปัญหาาร่วมกัน มีการใช้สื่อประเพณี โดยปราชญ์ชาวบ้านและวัดในการสร้างแหล่งเรียนรู้ของชุมชนเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาในการจัดการทรัพยากร

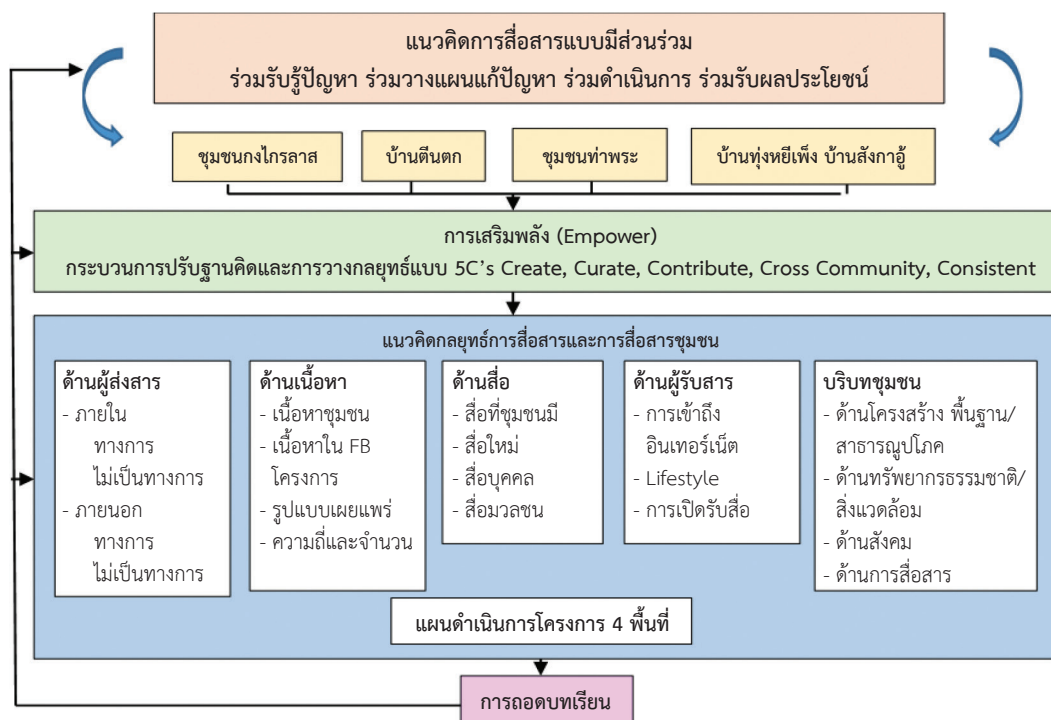
Ut-Inkaew และ Pothipairatana (2023) ศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่มีต่อการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจการรายงานบัญชีสหกรณ์การเกษตรบนพื้นที่สูงในชุมชนต้นแบบของโครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงอำเภอพบพระ จังหวัดตาก พบว่าการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการรายงานบัญชีสหกรณ์การเกษตรบนพื้นที่สูงของชุมชนเป็นการสื่อสารแบบสองทาง มีการไหลของข่าวสารที่หลากหลายโดยมาจากสมาชิกสหกรณ์แต่ละคน ซึ่งมีบทบาทในการแลกเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ และสื่อบุคคลเป็นประเภทของสื่อที่ชุมชนยอมรับ และถูกนำมาใช้ในการสื่อสาร ปัจจัยความสำเร็จเกิดจากการที่ชุมชนได้รับการกระตุ้นให้เห็นคุณค่าของตนเองผ่านกิจกรรม ได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมผ้าไหมกัญชมาเผยแพร่สร้างมูลค่าชาวบ้านเชื่อมั่นที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมเพราะเห็นคุณค่าของความคิดของตนเอง และการใช้ LINE เป็นช่องทางการสื่อสาร เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้สึก ร่วมกันหาวิธีการแก้ปัญหาจากทัศนะของสมาชิกสหกรณ์ และหน่วยงานส่วนกลาง รวมถึงเกิดการชักจูงผู้อื่นเข้าร่วมเกิดเป็นเครือข่าย

สิ่งที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 เรื่อง คือ ในการพัฒนา หรือแก้ปัญหาชุมชนจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ที่เปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนในการจัดการชุมชนของตนตั้งแต่ขั้นการสำรวจปัญหา ระบุปัญหาที่ต้องการแก้ไข ระดมความคิดเกี่ยวกับแนวทางแก้ไข การใช้สื่อ ช่องทางการสื่อสาร เนื้อหาที่ต้องการเผยแพร่ รวมถึง การร่วมรับผลของการดำเนินการ นอกจากนั้นข้อค้นพบที่สำคัญคือ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมทำให้รูปแบบการสื่อสารของคนในชุมชนเปลี่ยนแปลงไป ทุกคนทำหน้าที่

ทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร ทิศทางการสื่อสารและการไหลของข้อมูลข่าวสารมีหลายทิศทาง นอกจากนี้ชุมชนยังได้รับการพัฒนาทั้งทางตรงและทางอ้อมจาก

ผู้เชี่ยวชาญภายนอก ทั้งในด้านที่ชุมชนต้องการและด้านอื่นที่จำเป็นต่อการพัฒนา

กรอบแนวคิด



วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ ผู้จัดการแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรม ในฐานะผู้ผลักดันนโยบาย พิจารณาคัดเลือกพื้นที่ต้นแบบ 1 ตำบล วิทยากรและผู้ดูแลเฟซบุ๊กสื่อเป็นโรงเรียนของสังคม 3 ท่าน ผู้รับผิดชอบโครงการแต่ละพื้นที่ 4 ท่าน ประชาชนและเยาวชนในชุมชนที่เข้าร่วมโครงการภาคเหนือ 101 คน ภาคกลาง 1,300 คน ภาคอีสาน 150 คน ภาคใต้ 180 คน เข้าร่วมตามความสมัครใจ โดยมีขั้นตอนและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างในการรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้นำชุมชน ชาวบ้าน ในประเด็นด้านผู้ส่งสาร ด้านเนื้อหา ด้านสื่อ ด้านผู้รับสารตามกรอบแนวคิดกลยุทธ์การสื่อสาร และการสื่อสารชุมชน

2. การเก็บข้อมูลชุมชนโดยใช้แบบสำรวจชุมชนร่วมกับชาวบ้าน ผู้รับผิดชอบโครงการ และทีมวิจัยจากมหาวิทยาลัยใกล้เคียงชุมชนร่วมกันศึกษา ในประเด็นบริบทชุมชนด้านโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค ด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ด้านสังคม ด้านการสื่อสาร

3. ประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างเสริมศักยภาพด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมให้กับผู้รับผิดชอบโครงการทั้ง 4 พื้นที่และวางแผนปฏิบัติการสื่อสารตามกรอบแนวคิดกลยุทธ์การสื่อสาร

4. การเก็บข้อมูลการดำเนินการตามแผนกลยุทธ์การสื่อสารแต่ละชุมชน โดยใช้แบบบันทึกการสังเกตการณ์ ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมของชุมชน

5. การเก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเพื่อถอดบทเรียน

คณะกรรมการที่ปรึกษาการขับเคลื่อนแนวคิดสื่อเป็นโรงเรียนของสังคม ได้แก่ ผู้แทนจากคณะกรรมการการปฏิรูปการสื่อสารมวลชน และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะกรรมการการศึกษา และคณะกรรมการด้านศิลปะ วัฒนธรรม และศาสนา ผู้จัดการแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรม สสส. ผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับเชิญเป็นวิทยากร และพี่เลี้ยงชุมชน รวม 15 ท่าน ซึ่งประกอบด้วยนักวิชาการและวิชาชีพ ประชุมเพื่อประเมินความครบถ้วนถูกต้องของเนื้อหาและโครงสร้างของข้อคำถาม (Content Validity)

ผลการวิจัย

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบ 4 ชุมชน ผ่านองค์ประกอบการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร (S) เนื้อหาสาร (M) สื่อ/ช่องทาง (C) ผู้รับสาร (R) และผลของการสื่อสาร (E) ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (S) จากการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของภาคีพื้นที่ต้นแบบทั้ง 4 พบว่า ผู้ส่งสารมีความหลากหลาย และสลับบทบาทการเป็นผู้ส่งสารร่วมกันภายในชุมชน ทั้งในลักษณะของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลภายในชุมชน ได้แก่ ผู้นำชุมชน กลุ่มแกนนำชุมชน และประชาชนในชุมชน กลุ่มหรือหน่วยงานภายนอกชุมชนก็มีความหลากหลาย ทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา สถาบันทางศาสนา

กลุ่มผู้นำชุมชนมีทั้งกลุ่มที่เป็นทางการ อาทิ ผู้ใหญ่บ้าน และกลุ่มที่ไม่เป็นทางการ อาทิ เครือข่ายสมาคมสื่อ กลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ปราชญ์ชาวบ้าน ซึ่งทำงานให้ชุมชนมานาน เป็นบุคคลที่ใกล้ชิดกับชุมชน ชาวบ้านมักพึ่งพาอาศัย มีความใกล้ชิด ทำให้ชาวบ้านยินดีให้ความร่วมมือเมื่อร้องขอ

2. เนื้อหาสาร (M) จากการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในภาพรวม สรุปได้ว่า เนื้อหาสารจะมีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับบริบทสถานการณ์ปัญหาของชุมชนในแต่ละพื้นที่ ในพื้นที่กองกลาง ที่มีปัญหาน้ำท่วมน้ำแล้ง ชุมชนจึงสร้าง

เนื้อหาสารที่เกี่ยวกับข้อมูลน้ำ การจัดการน้ำ และการอยู่ร่วมกับน้ำ เช่น อาชีพที่เกิดขึ้นเมื่อน้ำหลาก ส่วนที่ บ้านดินตกขาวบ้านต้องการแก้ไขเรื่องปัญหาขยะมูลฝอยที่นักท่องเที่ยวทิ้งไว้ระหว่างเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวในกาญจนบุรีเป็นอันดับแรก เพราะมีผลกระทบต่อสภาพภูมิทัศน์โดยรอบของชุมชน สภาพอนามัยของประชาชน และภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ชาวท่าพระต้องการระดมทุนซื้อสถานีรถไฟบางส่วน เพื่อจัดทำเป็นสถานที่การเรียนรู้ต่อไป เนื้อหาสารจึงเป็นการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมของท่าพระ ทางด้านภาคใต้พบวาทะเกาหลันตาและชาวชุมชนสังกะอู้กำลังเปลี่ยนไปพร้อมกับความเจริญจากการท่องเที่ยว ชาวชนไม่รู้ว่าที่มาของชาติพันธุ์ ไม่ภาคภูมิใจ ไม่เรียนรู้ภาษาถิ่น นอกจากนี้การสร้างสะพานข้ามเกาะ และการเป็นท่าเรือทำให้ทะเลถูกทำลาย เนื้อหาที่ผลิตจึงเป็นเรื่อง ภาษา ประวัติศาสตร์ ปัญหาของแพข้ามเกาะ และปูแกมดาบ ซึ่งแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของป่าโกงกาง

ส่วนกลยุทธ์เนื้อหาสารที่ใช้ในเฟซบุ๊กสื่อเป็นโรงเรียนของสังคม จะมีเนื้อหาทุกโครงการภายใต้การทำงานของแผนสื่อศิลปวัฒนธรรม ไม่ได้มุ่งนำเสนอเพียงเนื้อหาจากพื้นที่ต้นแบบ 4 ภูมิภาคเท่านั้น โดยใช้แฮชแท็ก #FeedDD #MASS สำหรับเนื้อหาโครงการสื่อเป็นโรงเรียนของสังคมจะมี 3 โพสต์ต่อเดือนต่อพื้นที่ ลงสม่ำเสมอเป็นระยะเวลา 2 เดือน เนื้อหาในรูปแบบทั้ง VDO Clip, Infographic และ Vox Pop Mini Survey ซึ่งหลังจากการทดลองเผยแพร่เนื้อหาแล้วพบว่า การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับข้อมูลที่ประโยชน์และเรื่องเกี่ยวกับดารามีโอกาสที่จะได้รับการเข้าถึง (Reach) มากกว่าเนื้อหาอื่น

3. สื่อ/ช่องทาง (C) งานวิจัยพบว่า ชุมชนทุกพื้นที่มีการใช้สื่อและช่องทางที่หลากหลายในการสื่อสาร ได้แก่ การประชุม ซึ่งมีทั้งการประชุมกลุ่มย่อย การประชุมประชาคมทั้งหมู่บ้าน การประชุมในลักษณะสภากาแฟ การใช้สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม

สื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึง วิทยุสื่อสาร การเลือกใช้สื่อคำนึงถึงบริบทชุมชน สอดคล้องกับคุณลักษณะของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทั้งนี้ การประชุม จัดเป็นสื่อและช่องทางที่มีบทบาทที่สุด และเป็นช่องทางที่แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรม สสส. เน้นย้ำ เพราะจะสามารถทำความเข้าใจในเรื่องที่จะสื่อสาร เป็นการปรับช่องว่างระหว่างความรู้ระหว่างวัย และช่องว่างระหว่างภาครัฐกับชุมชน ถือเป็นหัวใจสำคัญในการเริ่มต้นการขับเคลื่อนสื่อเป็นโรงเรียนของสังคม รูปแบบการประชุมสามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 การประชุมอย่างเป็นทางการ เป็นการจัดประชุมประชาคมหมู่บ้าน ผู้นำการประชุมมักเป็นแกนนำผู้รับผิดชอบโครงการ และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ เนื้อหามักเป็นการชี้แจงโครงการ รวมถึงการฟังความเห็นของชุมชน จากพื้นที่ทั้ง 4 ชุมชน พบว่า มีการประชุมประชาคม ในช่วงเปิดโครงการ และช่วงปิดโครงการ เพื่อคืนข้อมูลสู่ชุมชน

3.2 การพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ มักเป็นการพูดคุยเฉพาะกลุ่ม มีคู่สนทนาหลายแบบ ได้แก่ ผู้นำชุมชนกับผู้ดำเนินโครงการ ผู้ดำเนินโครงการหลักกับแกนนำกิจกรรมย่อย ผู้ดำเนินโครงการกับเจ้าหน้าที่รัฐ หรือหน่วยงานภายนอกที่เข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้ เนื้อหาจึงขึ้นกับกิจกรรมที่จัดทำ และความเกี่ยวข้องของคู่สนทนา นอกจากนี้ ยังมีการพูดคุยในลักษณะสภากาแฟในภาคเหนือ มักใช้ร้านอาหารเป็นที่พบปะเป็นประจำ ในภาคใต้ใช้พื้นที่ของโรงเรียนเป็นที่รวมคู่สนทนา อย่างไรก็ตามผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารที่บ้านดินตกใช้การออกไปเยี่ยมตามบ้าน เนื่องจากชุมชนเป็นพื้นที่ห่างไกล การเดินทางมาพบปะกันเป็นเรื่องยาก ซึ่งการศึกษาพบว่า การพูดคุยแบบไม่เป็นทางการสามารถทำความเข้าใจ และโน้มน้าวใจชุมชนได้ดี รวมถึงสามารถสร้างความใกล้ชิด ความน่าเชื่อถือ ความจริงใจได้

3.3 สื่อบุคคลมีบทบาทอย่างมากทุกช่วงของการดำเนินโครงการ ในช่วงเริ่มโครงการแม้จะมีการประชุมประชาคม แต่เมื่อเริ่มโครงการพบว่า

จำนวนประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมมีน้อย ทั้งนี้เกิดจากวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ ในภาคเหนือ ชาวบ้านเข้าใจว่าตนเป็นผู้รับสารอย่างเดียว จึงไม่มีการเสนอความคิดเห็นทางภาคกลาง เนื่องจากมี วัฒนธรรมชาวกระเหรี่ยงที่เชื่อผู้นำชุมชน เยาวชนไม่กล้าแสดงออก ผู้ใหญ่ไม่เชื่อกฎภาพของเยาวชน ดังนั้นการใช้สื่อบุคคลในการพูดคุยกับชาวบ้านทำให้เกิดความเข้าใจและโน้มน้าวใจได้

3.4 สื่อกิจกรรมเป็นสื่อที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง อาทิ ‘กิจกรรมสำรวจพื้นที่’ ทำให้ผู้เข้าร่วมเกิดความเข้าใจในปัญหาของพื้นที่ตนเอง โดยเกิดจากประสบการณ์จริง ทำให้เกิดความต้องการที่จะเข้าร่วมแก้ไข ส่วน ‘กิจกรรมการอบรมในการผลิตสื่อ’ พบว่า เยาวชนเกิดความต้องการเป็นผู้ส่งสารและสร้างเนื้อหาสาระที่ดี เป็นที่น่าสังเกตว่าหากกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชุมชนเข้าร่วม เกิดประโยชน์ทั้งภาพรวมต่อชุมชนคือแก้ปัญหาได้ และเกิดประโยชน์ส่วนตัวคือ การสร้างรายได้ จะทำให้ชุมชนให้ความร่วมมือ ทั้งในแง่ผู้รับสาร ผู้ส่งสาร ผู้ร่วมวางแผน ลงมือกระทำและแก้ไขปัญหาไปด้วยกัน อาทิ ในภาคกลาง มีการจัดการขยะโดยการนำมาผลิตเป็นของใช้ไว้นขาย เช่น กระเป๋า ผลิตภัณฑ์หมักไว้ใช้ สามารถลดค่าใช้จ่ายเรื่องปุ๋ยได้ และมีเหลือขายเป็นการสร้างรายได้ ภาคเหนือ เกิดการแลกเปลี่ยนการสร้างอาชีพที่เกี่ยวกับน้ำ ภาคตะวันออกเลี้ยงเห็ดมีการต่อยอดภาพวาด ภาพถ่ายของเยาวชนเป็นโปสการ์ด รูป พิมพ์บนแก้วกาแฟ ผ้าพันคอ เกิดอาชีพมากขึ้น เช่นเดียวกับภาคใต้ที่มีทีมไกด์เยาวชน รวมถึงการขายการท่องเที่ยว นอกจากนี้การศึกษายังพบว่า การสร้างพื้นที่ให้เยาวชนได้แสดงออก ก็เป็นการเปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมกับชุมชน และบุคคลภายนอกมากขึ้น

3.5 สื่อเฉพาะกิจที่เกิดขึ้นในโครงการ จะเป็นอุปกรณ์สื่อสาร เช่น วิทยุสื่อสาร เสาส่งคลื่นวิทยุ โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคกลางที่บ้านดินตก ซึ่งพื้นที่ส่วนใหญ่ไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต ประกอบกับชาวบ้านมีความรู้ค่อนข้างน้อย ยากจน ไม่มีอุปกรณ์สื่อสาร ดังนั้น วิทยุสื่อสาร และโทรศัพท์มือถือจึงเป็นทั้งสื่อ

และช่องทางการสื่อสาร จึงนับว่าเป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจตามบริบทของชุมชน

3.6 สื่อใหม่และสื่อมวลชน เนื่องจากแนวคิดสื่อเป็นโรงเรียนของสังคมให้ความสำคัญกับสื่อใหม่ เนื่องจากเข้าถึงเยาวชนได้มาก ดังนั้นทุกพื้นที่ต้นแบบจึงมีการใช้สื่อใหม่หลากหลายแตกต่างกันไป ขึ้นกับบริบทชุมชน ได้แก่ เฟซบุ๊ก ยูทูบ วิทยุชุมชน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั้งที่เป็นกระดาษและออนไลน์

3.7 ถึงข่าว พบว่า เทคนิคหนึ่งในการรวบรวมจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ อยู่ในช่องทางที่ผู้มีส่วนได้เสียเข้าถึงข้อมูลได้ทั้งในฐานะผู้รับสารและผู้ส่งสาร ซึ่งการจัดเก็บข้อมูลจะทำในไลน์กลุ่ม อย่างไรก็ตามข้อมูลที่จัดเก็บยังเป็นข้อมูลดิบ ทำให้ผู้นำไปใช้ซึ่งอาจมีความรู้ไม่เท่ากัน ไม่เข้าใจ ไม่สามารถใช้ข้อมูลได้ ทำให้การจัดทำถึงข่าวไม่ประสบความสำเร็จ

4. ผู้รับสาร (R) พบว่า กลุ่มประชาชนในชุมชนเป็นผู้รับสารกลุ่มหลักที่โครงการให้ความสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วม ผู้ส่งสาร คำนึงถึงคุณสมบัติผู้รับสาร 3 ด้าน คือ ความรู้ของผู้รับสาร ทักษะ และเครื่องมือในการสื่อสารของผู้รับสาร และทัศนคติของผู้รับสารที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแก้ปัญหา การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นที่ต้นแบบทั้ง 4 พบว่า หากผู้รับสารเชื่อมั่นในตัวผู้ส่งสาร จะสร้างความไว้วางใจและก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมได้ ด้านระดับการมีส่วนร่วมในการสื่อสารโครงการในพื้นที่ทั้ง 4 พบว่า ผู้รับสารมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร ในฐานะผู้ส่งสาร และในฐานะผู้วางแผน

5. ผลของการสื่อสาร (E) การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมจากเวทีคืนข้อมูลสู่ชุมชน สรุปได้ว่า โครงการจากภาคเหนือและอีสาน เมื่อเริ่มต้นคิด พบว่าเยาวชนยังไม่มีส่วนร่วมมากนัก แต่เป็นลักษณะผู้ใหญ่ชี้เป้าว่าต้องทำอะไร ส่วนภาคใต้มีการประชุมร่วมกับเยาวชนตั้งแต่ต้น โดยเป็นกลุ่มที่ผูกพันกับโครงการดั้งเดิม ในภาคกลางเป็นพื้นที่ใหม่และเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ จึงมีการสำรวจชุมชน ทำให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการพา

พื้นที่ อธิบายเรื่องวัฒนธรรมและสิ่งที่เขายากเห็นในชุมชน (สิ่งดี) ในแง่ของการร่วมกันทำ ในภาคเหนือและภาคกลาง ปรากฏว่าเยาวชนยังขาดทักษะเรื่องการผลิตสื่อ รวมทั้งในภาคกลาง ยังไม่มีอุปกรณ์ด้านการผลิตแม้แต่มือถือ การผลิตผลงานส่วนใหญ่ จึงตกเป็นหน้าที่ของผู้จัดทำโครงการ (ภาคเหนือ) หรือ ทีมจิตอาสาที่เข้ามาช่วยอบรม (ภาคกลาง-ดีแทค กรมประชาสัมพันธ์) ด้านการช่วยกันดูแล ปรากฏว่าทุกพื้นที่จะมีกลุ่มผู้จัดทำโครงการเป็นผู้ดูแลถึงข่าว เนื้อหา หน้าเพจ

ด้านแนวทางพัฒนาการขับเคลื่อนการสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วม สรุปได้ว่า การเริ่มโครงการจากการสื่อสารเพื่อปรับฐานความคิด เป็นการช่วยลดช่องว่างในการสื่อสาร ระหว่างวัย ระหว่างวัฒนธรรม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความเข้าใจในประเด็นที่ต้องการสื่อสารตรงกัน สามารถสื่อสารวางแผนวิธีการทำงานและเป้าหมายร่วมกัน อย่างไรก็ตามการสื่อสารเพื่อปรับฐานความคิด จำเป็นต้องเกิดขึ้นตลอดเวลาที่ดำเนินโครงการ เพราะปัญหาการสื่อสารอาจเกิดขึ้นในช่วงใดก็ได้ การปรับฐานความคิดจะช่วยให้แต่ละบุคคลได้ประเมินตนเองว่ากำลังทำอะไรอยู่ กลุ่มมีเป้าหมายอย่างไร ทำให้เกิดการยอมรับและรับฟังกัน ส่วนในหลักการผลักดันโครงการต้องใช้การสร้างสารที่ตรงเป้าหมาย ชัดเจน เก็บรักษา และสืบค้นได้เป็นระบบ ผ่านเครื่องมือการสื่อสารต่าง ๆ มีการเผยแพร่ แลกเปลี่ยนกับชุมชนต่าง ๆ และทำอย่างสม่ำเสมอ พัฒนาให้กลายเป็นเรื่องเล่าหรือตำนานของชุมชน

อภิปรายผล

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่ชุมชนต้นแบบ 4 ภูมิภาค หากพิจารณากลยุทธ์ผู้ส่งสาร พบว่าชุมชนต้นแบบทั้ง 4 ภูมิภาค มีผู้ส่งสารทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีผู้ส่งสารที่เป็นบุคคลภายนอกซึ่งต้องมีคุณสมบัติคือ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ อาทิ ผู้เชี่ยวชาญไว้วางใจ อาทิ ผู้นำชุมชน เป็นคนที่สังคมยอมรับ อาทิ บุคคลที่มีหน้าที่ตำแหน่งงานที่เป็น

ที่รู้จักของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ Roonkaseam และ Pankhao (2018) และ Jutavijit (2005) กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์ผู้ส่งสารที่สำคัญคือ ต้องให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลที่มีความสามารถ ทักษะ แรงจูงใจ และเป็นต้นแบบให้ผู้อื่นได้ โดยสื่อบุคคลนี้ต้องมีความน่าเชื่อถือ เข้าถึงง่ายและมีคุณสมบัติพิเศษ คือ มีความคุ้นเคยกับผู้รับสาร อย่างไรก็ตามผลการศึกษพบว่า ในกรณีของผู้ส่งสารในชุมชน เช่น เจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้นำชุมชนที่ยังขาดความรู้ ทักษะในเรื่องที่จะสื่อสาร ชุมชนก็มีการนำผู้ส่งสารที่เป็นผู้เชี่ยวชาญภายนอกเข้ามา อาทิ ทีมวิจัยจากมหาวิทยาลัยมาร่วมลงพื้นที่สำรวจบริบทชุมชน การนำบริษัทสื่อสารมามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม การใช้สื่อบุคคลจะมีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจ ทักษะและพฤติกรรมของผู้รับสาร และยิ่งสอดคล้องกับ Sthapitanonda (2006) ที่ตั้งข้อสังเกตว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมต้องอาศัยระบบสนับสนุน (Facilitation System) เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมดำเนินการ ทั้งในเชิงโครงสร้าง เช่น นโยบายงบประมาณ การเสริมพลังจากองค์กรภายนอก เช่น สถาบันการศึกษาและองค์กรพัฒนาเอกชน

ส่วนกลยุทธ์ด้านเนื้อหาพบว่า ทั้ง 4 ภูมิภาคให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดเนื้อหาสาร โดยช่วงแรกเป็นการให้ความรู้ จากนั้นชุมชนร่วมตัดสินใจในเรื่องที่คิดว่าอยากมีส่วนร่วม และใช้กระบวนการสำรวจพื้นที่เกี่ยวกับปัญหานั้น ๆ ร่วมกับนักวิจัยภายนอก ชุมชนวางแผนประเด็นในการสื่อสาร วิธีและช่องทางการนำเสนอ อาทิ ในภาคเหนือจะเป็นการนำเสนอเรื่องราวดี ๆ ที่มากับน้ำ ภาคใต้เสนอปัญหาสิ่งแวดล้อมผ่านแง่มุมความสวยงามและความสำคัญของสิ่งแวดล้อมธรรมชาติที่ผูกพันกับวิถีชุมชน ที่มาของนามสกุลพระราชทาน (ทะเลลึก) โยงไปสู่ภาษาถิ่น การคัดเลือกเนื้อหาสาร การออกแบบสารที่สร้างความตระหนัก สามารถโน้มน้าวใจ และกระตุ้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมนี้ สอดคล้องกับแนวทางด้านเนื้อหา ที่ Sthapitanonda (2006) ขยายมาจากสารธรรมรงค์ คือ สารจะต้องกระตุ้น

ให้เกิดความสนใจในการแสวงหาข้อมูล ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความสามารถ ทักษะ เปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรม และ Kaewthep et al. (2000) ที่กล่าวว่า ต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบสาร เพราะจะทำให้ชุมชนรู้สึกว่าเป็นเจ้าของ มีความคุ้นเคย มีความผูกพัน มีประโยชน์หรือผลกระทบที่จะตามมา ส่วนการออกแบบเนื้อหาสาร ยังสอดคล้องกับ Atkin และ Rice (2012) ที่ว่า การออกแบบสารก็ขึ้นกับเป้าประสงค์ในการนำเสนอว่า ต้องการให้เห็นเรื่องราวด้านเดียวหรือทั้งด้านดีด้านเสีย เช่น เรื่อง ‘ทะเลปูน’ ‘ปูก้ามดาบ’ ในพื้นที่ภาคใต้ ต้องการให้ใช้จุดจับใจสารกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ เช่น การวาดภาพสิ่งดี ๆ ของท่าพระ การวาดภาพทะเลในฝันของภาคใต้ หรือต้องการเล่าเรื่องแบบให้ข้อสรุปที่ชัดเจน เช่น อาชีพที่มากับน้ำของภาคเหนือ

ส่วนกลยุทธ์ด้านเนื้อหาสารในเฟซบุ๊กสื่อเป็นโรงเรียนของสังคมพบว่า นอกจากจะเป็นเนื้อหาจากชุมชนต้นแบบทั้ง 4 แล้ว ยังมีการนำเสนอเนื้อหาประเภท Real Time Content ที่นำเรื่องที่เป็นกระแสมาใช้ เช่น การบอกต่อเรื่องดาราทำความดี ทำให้สารเข้าใจได้ง่าย เกิดกระแสการกดติดตามหรือแบ่งปัน นำสู่การรับสารของชุมชน สอดคล้องกับ Puntavanun (อ้างถึงใน Roonkaseam, 2017) ที่อธิบายว่า รูปแบบการนำเสนอสารแบบพื้น ๆ ทั่วไป อาจจะไม่ค่อยดึงดูดใจ และตรงกับงานของ Belch และ Belch (2012) และ Rahman et al. (2020) ที่ใช้จุดจับใจในการโฆษณา มาดึงดูดความสนใจผู้บริโภค และ Surasonti (2017) กล่าวว่า สารที่ดีจะต้องมีความเด่น มีสาระ มีความต่อเนื่อง มีความง่าย เหมาะกับผู้รับสารและช่องทางการสื่อสาร ซึ่งในที่นี้ผู้รับสารของโครงการ นอกจากเป็นชุมชนแล้วยังเป็นสาธารณชนทั่วไป กลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการเน้นที่เยาวชน ซึ่งมีการรับสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หากนำเสนอเนื้อหาจากชุมชน อาจไม่เกิดความสม่ำเสมอ ความถี่น้อย เพราะเป็นการเล่าความคืบหน้าของโครงการชุมชน จึงจำเป็นต้องใช้เนื้อหา และ ช่องทางที่สามารถสร้าง

ความสนใจให้กลุ่มผู้รับสารเป้าหมายได้ด้วย นอกจากนี้ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น โครงการนักสื่อสารข้อมูลน้ำ ได้ปรับการนำเสนอที่เต็มไปด้วยตัวเลข สถิติ มาเป็นวิถีชีวิตที่อยู่กับน้ำ สอดคล้องกับ Kaewthep et al. (2000) ที่อธิบายว่าเนื้อหาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ต้องให้ชุมชนสามารถนำเนื้อหาไปเป็นความรู้ทักษะในการดำเนินชีวิต เนื้อหาจะต้องมีลักษณะยืดหยุ่น สุดท้ายแสดงถึงอัตลักษณ์หรือตัวตนของชุมชน หรือที่เรียกว่า ลิเบอร์เรทีฟ คอนเท้นท์ (Liberative Content)

หากพิจารณากลยุทธ์ด้านการใช้สื่อ/ช่องทางการสื่อสารของชุมชน ชุมชนมีการใช้สื่อ และช่องทางที่หลากหลายโดยเน้นการใช้สื่อการประชุมมากที่สุด เพราะเป็นสื่อ/ช่องทางที่ก่อให้เกิดการรวมตัวกันของประชาชนในชุมชน เปิดโอกาสให้มีการสื่อสารแบบสองทาง สอดคล้องกับ Sthapitanonda (2006) ที่ว่าการสื่อสารในลักษณะเวทีประชุมจะเป็นช่องทางที่เปิดโอกาสให้เกิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เน้นย้ำถึงการที่ทุกฝ่ายเข้าร่วมปรึกษาหารือกัน โดยไม่มีการผูกขาดบทบาท และไม่ได้มุ่งเน้นการแพะชนในความคิด แต่เป็นการสื่อสารที่ทุกฝ่ายได้เรียนรู้ข้อมูลข่าวสารของกันและกันแบบพบกันครึ่งทาง เป็นส่วนที่ทำให้เกิด ‘คู่การสื่อสาร’ ที่ปรับให้ชุมชนกลายเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารในคนเดียวกัน ตามคำอธิบายของ Pattananurak (2016) และทุกคนต่างส่งสิ่งเราเพื่อให้อีกฝ่ายตอบสนองวัตถุประสงค์ที่ตนเองตั้งไว้ ตาม แนวคิดของ Surasonti (2017) ปรากฏการณ์ที่น่าสนใจคือ การใช้สื่อบุคคลในการ ‘เจรจาแบบบ้านต่อบ้าน’ ของโครงการเปิดถึงข้าวปิดถึงขยะของชุมชนบ้านตีนตก จังหวัดกาญจนบุรี ทำให้แก้ปัญหาช่องว่างระหว่างผู้นำชุมชนกับเยาวชนเจ้าหน้าที่รัฐกับชาวกระเหรี่ยง และการสื่อสารที่ยากลำบากเพราะภูมิประเทศเป็นป่าเขาไม่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ต นอกเหนือจากสื่อบุคคลและการประชุมแล้ว ยังใช้สื่อชุมชน สื่อกิจกรรม ภาพวาด ภาพถ่าย ขั้วร้อง โกลด์ ใบปลิว สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชนทั้งท้องถิ่นและสื่อมวลชนระดับชาติ และสื่อใหม่

โดยการวางแผนให้เหมาะกับบริบทชุมชน ผู้รับสารเนื้อหาสาร สภาพแวดล้อม หรือปัจจัยด้านเงินทุน สอดคล้องกับ Surasonti (2017) ที่อธิบายว่าลักษณะการใช้สื่อหรือช่องทางการสื่อสารในชุมชน จะต้องใช้สื่อหลายลักษณะ เข้าถึงผู้รับสารได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจใช้สื่อหลายอย่างพร้อมกันในลักษณะสื่อผสม

ด้านผู้รับสารพบว่า ผู้รับสารทั้งภายในและภายนอกชุมชนเกิดการตอบสนองและเปิดรับสารได้นั้น เกิดจากการที่ทุกชุมชนคำนึงถึงผู้รับสารในหลายลักษณะ กล่าวคือ ผู้รับผิดชอบโครงการให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ความเชื่อ พฤติกรรม และความต้องการของชุมชนเป็นอันดับแรก แม้ว่าผู้รับผิดชอบโครงการอาจมีธงในใจตั้งแต่ขั้นตอนการขอทุนสนับสนุนแล้วว่าการสื่อสารเรื่องใด แต่การที่ทุกโครงการมีกิจกรรมปรับฐานคิด ทำให้เข้าใจทักษะด้านการสื่อสารของคนในชุมชน เข้าใจทัศนคติของชุมชน รวมถึงทราบระดับความรู้ที่แตกต่างกันของคนในชุมชน สอดคล้องกับ Louiyapong (2017) ที่กล่าวว่า การสื่อสารชุมชนต้องให้ความสำคัญกับความเชื่อ พฤติกรรม และความต้องการของชุมชนเป็นอันดับแรก เพราะมีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับสารและการยอมรับสารจากผู้ส่งสาร จะส่งผลถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Berlo (1960) ที่อธิบายว่าผู้ส่งสารต้องเข้าใจองค์ประกอบ 3 ด้าน ของประชาชนผู้รับสาร คือ ทักษะในด้านการสื่อสารของผู้รับสาร ทัศนคติของผู้รับสารทั้งต่อตนเองต่อผู้ส่งสารและเนื้อหาสาร และระดับความรู้ของผู้รับสาร สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Changrua (2017) ที่พบว่า ประชาชนจะมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติได้นั้น ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงทักษะทัศนคติและระดับความรู้ประชาชนเป็นหลัก จึงจะเปลี่ยนทัศนคติเรื่องการประมงได้ นอกจากนี้ยังน่าสังเกตว่าหากกิจกรรมที่ชุมชนเข้าร่วมสร้างประโยชน์ทั้งภาพรวมต่อชุมชน คือ แก้ปัญหาได้ และเกิดประโยชน์ส่วนตัว คือ การสร้างรายได้หรือลดรายจ่าย จะทำให้ชุมชนมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน ทั้งในแง่

ผู้รับสาร ผู้ส่งสาร ผู้ร่วมวางแผน ลงมือกระทำแก้ไขปัญหา และรับผล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ut-Inkaew และ Pothipairatana (2023) ที่นำผ้าใยัญชมาสร้างมูลค่าให้กับชุมชน

สรุปผล

การสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วมโครงการสื่อเป็นโรงเรียนของสังคมที่ได้จากการถอดบทเรียนโครงการพื้นที่ต้นแบบทั้ง 4 ภูมิภาค เน้นการให้ความสำคัญการปรับฐานความคิดและการสื่อสารด้วยหลักการ 5C's ได้แก่ Create Curate Contribute Cross Community และ Consistent ซึ่งเมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบกับกลยุทธ์การสื่อสารชุมชน หรือหลักการสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วมแล้ว การปรับฐานความคิดก็คือ ขั้นตอนการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนที่มุ่งให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ร่วมโครงการและชุมชนได้สะท้อนปัญหาและมองศักยภาพตนเอง ส่วนในขั้น Create เป็นการเน้นการสะท้อนข้อมูลของทุกฝ่ายทำความเข้าใจข้อมูลร่วมกัน เลือกเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร และพิจารณาวางแผนการสื่อสาร ซึ่งตรงกับขั้นตอนการปรึกษาหารือและการร่วมตัดสินใจซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนการทำงาน หลักการ Curate เป็นการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ พิจารณาวิธีการจัดเก็บและแหล่งจัดเก็บเพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องสามารถส่งสารและรับสารจากแหล่งข้อมูลได้ สำหรับในโครงการพื้นที่ 4 ภูมิภาคใช้คำว่า ‘ถึงข่าว’ ในแนวคิดการสื่อสารชุมชน การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม หรือกลยุทธ์การสื่อสารไม่ได้กล่าวถึงการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบไว้ ส่วนขั้น Contribute เป็นการเผยแพร่เนื้อหาผ่านสื่อต่าง ๆ ในโครงการสื่อเป็นโรงเรียนของสังคมจะมีวิธีการถอดบทเรียน และการคืนข้อมูลสู่ชุมชนไกระบวนการเผยแพร่ข้อมูลชุมชนด้วย โดยใช้วิธีการนี้เป็นเสมือนการประเมินผลการทำงาน รับฟังเสียงสะท้อนกลับ ซึ่งสามารถนำไปปรับปรุง หรือต่อยอดกระบวนการสื่อสารของชุมชนได้ในขั้นนี้

เปรียบเสมือนองค์ประกอบการสื่อสาร SMCR(F)E การ Cross Community เป็นหลักการการขยายเครือข่าย โดยสามารถนำแนวคิด วิธีการ หรือทรัพยากรของเครือข่ายมาใช้ได้ ส่วนขั้นสุดท้ายคือ Consistent เป็นหลักการที่เน้นให้มีการทำงานต่อเนื่อง เป็นพลวัต อาจมีการปรับเปลี่ยน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความชำนาญกลายเป็นต้นแบบในแบบฉบับของตน และพัฒนาไปสู่จุดสูงสุดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นขั้นตอนการจัดการความรู้ในรูปแบบกระบวนการที่ตกลึกเป็นแบบตนเอง ซึ่งจะสร้างความรู้สึกรับรู้เป็นเจ้าของเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับประเด็นในชุมชน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษามีประเด็นที่น่าสนใจต่อยอดงานวิจัยเรื่องนี้ต่อไปคือ

1. ผู้สนใจอาจศึกษาเปรียบเทียบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นลักษณะที่เหมือนหรือต่างกัน อาจเป็นการศึกษาในกรอบประเด็น กรอบพื้นที่ กรอบวัฒนธรรม ซึ่งจะนำมาสู่หลักการ วิธีการในการจัดการสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วมที่ชัดเจนและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้
2. ผู้สนใจอาจศึกษาการใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วม โดยนอกจากศึกษาด้านการสร้างสื่อ ควรพิจารณาแนวทางการสร้างสารเพื่อให้เกิดการเข้าถึง (Reach) ในวงกว้าง
3. ผู้สนใจอาจศึกษาแนวทางการสร้างเครือข่ายของการสื่อสารชุมชนแบบมีส่วนร่วม

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ควรมีการนำนวัตกรรมการสื่อสารโครงการสื่อเป็นโรงเรียนของสังคมที่ได้จากการถอดบทเรียนโครงการพื้นที่ต้นแบบทั้ง 4 ภูมิภาค ได้แก่ การปรับฐานความคิดและการสื่อสารด้วยหลักการ 5C's ได้แก่ Create Curate Contribute Cross Community

และ Consistent ไปทดลองใช้ หรือพัฒนาต่อยอดงานวิจัยให้เกิดการพัฒนาและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในพื้นที่ได้จริง

2. การสื่อสารเพื่อปรับฐานความคิด จะช่วยให้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมประสบความสำเร็จ เพราะช่วยลดช่องว่างในการสื่อสาร ระหว่างวัย ระหว่างวัฒนธรรม ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความเข้าใจในประเด็นที่ต้องการสื่อสาร และต้องเกิดขึ้นตลอดเวลาที่ดำเนินโครงการ เพราะปัญหาการสื่อสาร

อาจเกิดขึ้นในช่วงใดก็ได้ การปรับฐานความคิดจะช่วยให้แต่ละบุคคลได้ประเมินตนเองว่ากำลังทำอะไรอยู่ กลุ่มมีเป้าหมายอย่างไร ทำให้เกิดการยอมรับและรับฟังกัน

3. กิจกรรมที่เกิดในชุมชนนอกจากเกิดคุณประโยชน์ต่อชุมชนในด้านการแก้ปัญหา หรือการพัฒนาแล้ว กิจกรรมที่ส่งผลให้เกิดรายได้ หรือลดรายจ่ายของปัจเจกชนจะสามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของชุมชนทุกชั้นตอนได้

References

- Atkin, C., & Rice, R. (2012). *Advances in public communication campaigns*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781444361506.wbiems129>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2012). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. McGraw-Hill.
- Berlo, D. K. (1960). *The process of communication: An introduction to theory and practice*. Holt, Rinehart and Winston.
- Changruea, T. (2017). *The usage of communication to create community participation in natural resource management toward sustainable tourism: Tha Phru-Ao Tha Lane Community, Krabi* [Masters' s thesis]. National Institute of Development Administration.
- Chutjaraskul, V., & Yodying, P. (2018). *Communications contribute to sustainable community development in Nong Mek Sub-district, Na Chueak District, Maha Sarakham Province*. <https://fulltext.rmu.ac.th/fulltext/2561/M126947/Chutjaraskul%20Vutpol.pdf>
- Issacs, W. (1994). *Dialougue: In Senge, P. the fifth discipline fieldbook*. Nicolas Brealey.
- Jutavijit, K. (2005). *Comunication in rural development* (3rd ed.). Ratchapat Nakornpathom Press.
- Kaewthep, K., Louiyapong, K., Supasa, R., & Polnigongit, W. (2000). *Media for community*. Thailand Research Fund.
- Kumnoonwan, D. (2012). *Community communication*. Research Institute for Languages and Cultures of Asia.
- Louiyapong, K. (2014). *Teaching publication module: Philosophy and theory of communication, Principle of community communication and community study*. Sukhothai Thammathirat Open University Press.
- Louiyapong, K. (2017). *Teaching publication module: Knowledge and skill for communication for community, knowledge and skill for participatory communication for community*. Sukhothai Thammathirat Open University Press.

- Nair, K. S., & White, S. (1993). *The development communication process: A reconceptualization, perspective in development communication*. Sage.
- Pattananurak, P. (2016). *Teaching publication module: Introduction to community communication*. Sukhothai Thammathirat Open University Press.
- Rahman, M. T., & Pial, T. (2020). Influence of rational and emotional appeals on purchasing through online: The case on social media. *International Journal of Financial Research*, 11(1), 34-42. <https://www.sciedupress.com/journal/index.php/ijfr/article/view/16222>
- Roonkaseam, N. (2017). *Teaching publication module: Unit 4 message selection and creation for communication for community*. Sukhothai Thammathirat Open University Press.
- Roonkaseam, N., & Pankhao, O. (2018). *Communication and health development, unit 10 in communication and development*. Sukhothai Thammathirat Open University Press.
- Shaw, K. (2023). Community health communication: Case studies of subdistrict health promotion hospital in Suphan Buri, Ubon Ratchathani and Kalasin Provinces. *Panyapiwat Journal*, 15(2), 235-253.
- Sthapitanonda, P. (2006). *Participatory communication and community development: From concept to research in Thai society*. Thailand Research Fund.
- Surasonti, K. (2017). *Teaching publication module: Knowledge and skill for communication for community, Skill development for communication for community*. Sukhothai Thammathirat Open University Press.
- Ut-Inkaew, K., & Pothipairatana, S. (2023). Participatory communication for developing knowledge and comprehension in accounting report of highland agricultural cooperatives development in the highland development project using royal project system in Salawin Basin, Pobpra District, Tak Province. *Journal of Education Academic Chiang Rai Rajabhat University*, 8(1), 123-153.
- Vejjanukroh, K. (2015). *Communication for developing social participation: The study of eco-tourism management of Khlongkhon, Samutsongkhram*. MA Journalism and Mass Communication, Thammasat University Press.



Name and Surname: Kanyika Shaw

Highest Education: Ph.D. Communication Studies, University of Leicester, U.K.

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Convergence Journalism, Media Research and Evaluation, and Community Communication