

เมื่อคนตุกกลายเป็นผู้ผลิต: คนในชุมชนเลือกเรียนรู้และเล่าเรื่องอะไร

ภัทรา บุรารักษ์* และณัฏฐา นันทันติ
คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

วันที่รับบทความ 13 กรกฎาคม พ.ศ. 2567

วันที่แก้ไขบทความ 7 ตุลาคม พ.ศ. 2567

วันที่ตอบรับบทความ 16 ตุลาคม พ.ศ. 2567

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาอำนาจการกำหนดความรู้และอำนาจการผลิตเรื่องเล่าของคนธรรมดาที่ผ่านการเสริมศักยภาพด้านการสื่อสารจากศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลโดยการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในกระบวนการจัดการฝึกอบรมและการวิเคราะห์เนื้อหาที่จัดการฝึกอบรมให้กับผู้เข้าอบรมและวิเคราะห์เนื้อหาจากชิ้นงานสื่อที่พวกเขาผลิตขึ้นเอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้และทักษะด้านการผลิตสื่อและเพื่อทำความเข้าใจประเด็นที่คนในชุมชนต้องการสื่อสารที่สะท้อนผ่านเนื้อหาที่พวกเขาผลิต ผลการศึกษาพบว่าความรู้และทักษะที่ผู้เข้าอบรมเลือกรับเน้นหลักการสื่อสารของพลเมือง และทักษะด้านการผลิตสื่อด้วยโทรศัพท์มือถือ และเล่าเรื่องเกี่ยวกับเหตุการณ์กิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชนมากที่สุด ซึ่งสะท้อนว่าการเปลี่ยนสถานะจากผู้ชมมาเป็นผู้ผลิตเองนั้น กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญกับความรู้และทักษะด้านการผลิตเรื่องเล่าที่มีลักษณะของวารสารศาสตร์ชุมชนโดยใช้เครื่องมือที่พวกเขาเป็นเจ้าของและเข้าถึงได้ง่าย

คำสำคัญ: สื่อชุมชน; วารสารศาสตร์พลเมือง; เนื้อหาท้องถิ่น; การเสริมพลังพลเมือง; การฝึกอบรมด้านสื่อ

* ผู้รับผิดชอบบทความ: phattar.bu@up.ac.th

When Audiences Become Producers: What are Community Members’ Learning Preferences and Narrative Choices

Phattar Burarak* and Nattha Nantanthi

School of Business and Communication Arts, University of Phayao

Received 13 July 2024

Received in revised 7 October 2024

Accepted 16 October 2024

Abstract

This study examines the power of knowledge determination and narrative production by ordinary citizens empowered through communication training at the Community Media Learning Center, University of Phayao. Utilizing qualitative research methodology, data were collected via participant observation during training processes and content analysis of both training materials and participants’ media productions content. The research aims to investigate the knowledge and skills acquired in media production and understand the community issues participants choose to communicate through their content. Findings reveal that participants predominantly focused on the principles of citizen communication and mobile phone-based media production skills, with narratives primarily centered on local community happenings and activities. This reflects a shift from audience to producer, where target groups prioritize knowledge and skills aligned with community journalism characteristics, utilizing tools they own and can easily access.

Keywords: community media; citizen journalism; local content; citizen empowerment; media training

* Corresponding author: phattar.bu@up.ac.th

DOI: 10.14456/tujournal.2025.23

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารและการใช้สื่อ ถือเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับเพิ่มพลังอำนาจการสื่อสารให้กับประชาชนหรือพลเมือง ได้รับความสนใจจากวิชาการด้านการสื่อสารและก่อตัวเป็นแนวคิดที่อธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดเรื่องการสื่อสารชุมชน การสื่อสารภาคพลเมือง หรือสื่อพลเมือง หรือวารสารศาสตร์พลเมือง (Gerson et al., 2016, Rainie, 2016, Robinsion, 2014, ภุทธา บุรารักษ์, 2562) เน้นการอธิบายการสื่อสารของชนธรรมดาทั่วไปที่ไม่ใช่สื่อวิชาชีพได้เข้าถึงและใช้เครื่องมือการสื่อสารเพื่อพัฒนาและเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในชีวิตของตนเองและชุมชนที่อาศัย โดยเป้าหมายของการเสริมพลังการสื่อสารมักมุ่งเน้นไปยังกลุ่มผู้คนในชนบท ชายขอบ หรือผู้ที่ด้อยอำนาจในสังคม เปรียบเสมือนการสร้างสะพานหรือโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปโภคให้กับผู้คนที่ได้อำนาจจาก ไม่มี มาเป็น มี ก้าวจากความไม่รู้ มาเป็น รู้ เปลี่ยนสถานะจากผู้รับสารมาสู่ผู้กำหนดและส่งสารเอง การติดตั้งความรู้และทักษะด้านสื่อและการสื่อสาร ตลอดจนเทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัลนั้นให้สามารถเป็นผู้กำหนดเรื่องเล่าและผลิตสื่อเพื่อเล่าเรื่องด้วยตนเอง สามารถนำไปสู่การสร้างตัวตน และเสียงของพวกเขาจะดังขึ้นในสังคมจากเดิมที่อาจถูกเพิกเฉยหรือสื่อภายนอกเข้าไม่ถึง นอกจากนั้นสื่อและเรื่องเล่าของพวกเขายังเป็นปัจจัยเชื่อมโยงชุมชนที่กำลังเผชิญหน้ากับปัญหา ความขัดแย้ง หรือการขาดความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันของผู้มาอยู่อาศัยที่แตกต่างหลากหลายมากขึ้น และนับวันจะเหินห่างและไกลจากชีวิตสาธารณะและความรู้สึกเป็นคนในชุมชนร่วมกันลดน้อยลงไป ปัจจัยที่จะแก้ไขและสามารถกระตุ้นให้ความรู้สึกดังกล่าวเกิดขึ้นได้ก็คือการสื่อสาร งานวิจัยหลายเรื่องเสนอว่าการเสริมพลังให้คนในชุมชนได้มีโอกาสเข้าถึง ฟัง เรียนรู้ตลอดจนได้ลงมือทำสื่อและสร้างเรื่องเล่าของชุมชนท้องถิ่นของตนด้วยตัวเอง และเผยแพร่และผลิตเรื่องเล่าหรือสื่อดังกล่าวอย่างต่อเนื่องมากเท่าไร มีแนวโน้มทำให้การตัดสินใจเข้าไปร่วมชีวิตสาธารณะในชุมชน หรือรู้สึกสัมพันธ์กับชุมชนจะเพิ่มมากขึ้น (Gerson et al., 2016, Chen et al., 2012)

นอกจากนั้นการเข้าไปมีส่วนร่วมในการสื่อสาร ผลิตเนื้อหาหรือเล่าเรื่องภายในชุมชนด้วยตัวเองสามารถทำให้ความรู้สึกของผู้อาศัยเปลี่ยนแปลงเป็นความรู้สึกของการเป็นสมาชิกของชุมชนได้ (Liu et al., 2016) เพราะสื่อโดยเฉพาะสื่อที่เห็นภาพและเสียงที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับชุมชนนั้นมีศักยภาพสูงจะนำไปสู่การได้มองเห็นตัวเอง เห็นปัญหา และวิธีการแก้ไข รวมทั้งยังเป็นพื้นที่ที่ทำให้เกิดการสนทนา ถกอภิปรายเพื่อแก้ไขปัญหาเป็นฉันทามติร่วมกันของคนในชุมชนเอง เนื่องจากสื่อภาพและเสียง เป็นสื่อของการสร้างความเท่าเทียมทางอำนาจ (equalization power) ทำให้คนใช้สามารถนิยามตนเองและสร้างความเชื่อมั่นให้ตนเองและเข้าถึงหรือชักถามแลกเปลี่ยนกับผู้มีอำนาจได้และยังเป็นสื่อที่ทำให้เสียงของคนไร้ตัวตนในสังคมได้รับการนำเสนอและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีได้ (Bary, 2003) การใช้สื่อภาพและเสียงของประชาชนควรมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรมทางสังคม การเข้าถึงผู้กำหนดนโยบายและการเพิ่มพลังอำนาจของผู้ใช้สื่อเพื่อแลกเปลี่ยนเรื่องเล่าในการปกป้องวัฒนธรรมและมรดกของชุมชนของคนยากจนและคนพื้นเมือง (Balit, 2002) อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนสถานะจากคนดูเป็นคนทำดังกล่าวข้างต้นนั้น ประชาชนยังจำเป็นต้องได้รับการฝึกฝนและ

ได้รับการแนะนำ เพื่อก้าวข้ามจากสถานะหนึ่งไปสู่อีกสถานะหนึ่งอย่างมีเป้าหมายและทิศทางที่จะใช้สื่อเพื่อการเปลี่ยนแปลงชีวิตให้ดีขึ้น ซึ่งสะพานที่จะช่วยให้พวกเขาก้าวข้ามได้นั้นการเสริมศักยภาพดังกล่าวด้วยเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้เป้าหมายดังกล่าวบรรลุผลได้เป็นอย่างดีก็คือการฝึกอบรมด้านสื่อ (media training) (Bangladesh NGOs Network for Radio and Communication (BNNRC), 2021, Community Media Network, 2001 และ ภัทรา บุรารักษ์, 2563)

จากแนวคิดและเป้าหมายที่เชื่อว่า ประชาชน หรือชุมชนควรมีส่วนร่วมในการกำหนดการสื่อสาร กำหนดวาระของพวกเขา เพื่อแสดงออกถึงความต้องการและการมีอยู่ของพวกเขาให้ปรากฏในสังคมและสาธารณะได้เข้าใจได้ด้วยตัวพวกเขาเองนั้น ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา จึงได้จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการวิชาการด้านสื่อชุมชนแก่สังคมอย่างเป็นรูปธรรมที่พัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมขึ้นเอง มีทีมจัดการฝึกอบรม และให้บริหารห้องสตูดิโอและเครื่องมือการผลิตสื่อที่จำเป็นสำหรับคนในชุมชน เป็นแห่งแรกในภาคเหนือ นอกจากนั้นยังเป็นศูนย์ที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนวิจัยและพัฒนาโครงการกระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์ และกิจกรรมโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะที่มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มศักยภาพประชาชนด้านสื่อและการสื่อสาร ให้ประชาชนเข้าใจถึงแนวคิดเรื่องของการสื่อสารพลเมือง สื่อชุมชน และทักษะด้านการผลิตสื่อ เล่าเรื่องราวของชุมชนด้วยตัวของพวกเขาเอง ผ่านการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม อย่างไรก็ตามการจัดการฝึกอบรมด้านการสื่อสารส่วนมากมุ่งเน้นศึกษาถึงวิธีการส่งมอบความรู้และทักษะ การแสวงหาวิธีการบ่มเพาะพลเมืองให้สามารถสื่อสารได้ รวมทั้งการสร้างพื้นที่สื่อและการจัดการพื้นที่สื่อชุมชน ขณะที่การศึกษาถึงความต้องการเนื้อหาและทักษะของผู้เข้าอบรมที่แท้จริงที่พวกเขาสามารถออกแบบและเลือกได้นั้น รวมทั้งการศึกษาเรื่องเล่าจากเนื้อหาสื่อที่พวกเขาผลิตขึ้นยังพบน้อย หากจะพบมักเป็นการศึกษาความคาดหวังหรือความต้องการที่จะได้รับจากสื่อหรือช่องทางของชุมชนในฐานะเป็นผู้รับสารมากกว่าที่จะศึกษาเนื้อหาจากสื่อที่ประชาชนผลิตเอง (Chen et al., 2012) ดังนั้นบทความนี้จึงมุ่งศึกษาประเด็นดังกล่าวเพื่อเติมเต็มช่องว่างทางความรู้เพื่อให้เข้าใจถึงเรื่องเล่าหรือประเด็นที่คนในชุมชนต้องการสื่อสารเมื่อพวกเขามีอำนาจกำหนดความรู้และทักษะด้านสื่อและเป็นผู้ผลิตเอง โดยใช้การเก็บข้อมูลด้วยการสังเกตการณ์การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการของศูนย์ฯ แบบมีส่วนร่วม การวิเคราะห์หัวข้อที่ประชาชนเลือกฝึกอบรมฯ และวิเคราะห์เนื้อหาจากชิ้นงาน ที่เปรียบเสมือน “เสียง” ของคนในชุมชนหรือผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้านสื่อของศูนย์ฯ ผลิตขึ้นเอง

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความรู้และทักษะด้านการผลิตสื่อที่คนในชุมชนต้องการเรียนรู้และเพื่อทำความเข้าใจประเด็นที่ คนในชุมชนต้องการสื่อสารที่สะท้อนผ่านเนื้อหาที่พวกเขาผลิตขึ้นเอง

งานวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดประชาชนเป็นผู้ผลิตสื่อ

การใช้เครื่องมือสื่อภาพและเสียงมาใช้ในการพัฒนา เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างการพัฒนาและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ที่เน้นการยกระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนให้ไปถึงการมีส่วนร่วมใน

ระดับการเป็นผู้ผลิตที่สามารถกำหนดเนื้อหา เรื่องเล่าที่ต้องการนำเสนอผ่านสื่อภาพและเสียง เพราะสื่อดังกล่าวมีคุณสมบัติและศักยภาพในการสร้างความเท่าเทียมทางอำนาจ (equalization power) ทำให้คนใช้เกิดความเชื่อมั่นให้ตนเอง ทำให้เสียงของคนไร้ตัวตนหรือคนไร้อำนาจในสังคมได้รับการนำเสนอและจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีได้ และมักถูกนำไปใช้เพื่อเป้าหมายเช่น การยกระดับประเด็นของชุมชนให้ไปถึงผู้กำหนดนโยบาย เพิ่มพลังอำนาจของผู้ใช้หรือผู้ผลิตสื่อ และสร้างพื้นที่การแลกเปลี่ยนแบ่งปันเรื่องราวและประสบการณ์ทางวัฒนธรรมและมรดกของชุมชนจากมุมมองของคนในชุมชนด้วยตนเอง ผลจากการวิจัยพบว่าการใช้สื่อภาพและเสียงแบบมีส่วนร่วมดังกล่าวสามารถลดความขัดแย้งในชุมชน เกิดการสร้างฉันทามติร่วมกันและหาข้อตกลงร่วมของกลุ่มได้ นอกจากนี้ยังเป็นสื่อที่นำเสนอความไม่ยุติธรรมในสังคมและเป็นพื้นที่ให้เสียงให้ตัวตนคนไร้อำนาจในสังคม รวมทั้งท้าทายต่อรองกับภาพตายตัวจากสังคมภายนอก (Balit, 2002) โดยแนวคิดที่นำมาใช้เพื่ออธิบายปรากฏการณ์การทำสื่อของคนธรรมดาได้ก็คือแนวคิดเรื่องสื่อพลเมือง หรือวารสารศาสตร์ภาคพลเมือง แนวคิดดังกล่าวนี้ขยายตัวตามการพัฒนาของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ และนโยบายของรัฐที่ต้องการลดความเหลื่อมล้ำทางด้านดิจิทัลระหว่างผู้มีและไม่มีของรัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึงทำให้ประชาชนมีโอกาสเข้าถึงความรู้และทักษะด้านสื่อและการสื่อสารมากขึ้น ส่งผลทำให้โลกของสื่อที่เคยมีเส้นแบ่งระหว่างคนดูและคนทำพร่าเลือนและทับซ้อนสลับบทบาทกัน เช่นองค์กรสื่อหลายแห่งเปิดโอกาสให้ผู้ชมหรือคนธรรมดาเข้าถึงช่องทางการนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ทั้งเนื้อหาที่เป็นข่าว และไม่เป็นข่าว (Scott, 2009)

แนวคิดการเสริมศักยภาพการสื่อสารด้วยการฝึกอบรม

การฝึกอบรมด้านการสื่อสารคือเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ผู้คนเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการสื่อสาร โดยเฉพาะผู้คนที่อยู่ในชนบทหรือด้อยโอกาสสามารถยกระดับความสามารถในการสื่อสารเพื่อสร้างเงื่อนไขให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นและทำให้เสียงหรือการแสดงออกของพวกเขาดังขึ้นในสังคม นอกจากนั้นการเสริมพลังให้กับคนที่อยู่ร่วมกันในพื้นที่ทางกายภาพได้เล่าเรื่องราวชุมชนจากมุมมองของคนที่เป็นเจ้าของพื้นที่นั้น ส่งผลต่อการรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับชุมชน ในฐานะสมาชิกของชุมชนมากกว่าเป็นเพียงผู้อาศัย อีกทั้งยังช่วยบ่มเพาะความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชน ซึ่งจะนำไปสู่การเข้าไปร่วมในการตัดสินใจหรือกำหนดแนวทางการจัดการชุมชนของตนได้มากขึ้น งานวิจัยหลายเรื่องได้ชี้ให้เห็นว่าสมาชิกของชุมชนที่มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อและเล่าเรื่องของชุมชนของตนเองนั้นมีแนวโน้มที่จะเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในการพัฒนาชุมชนมากขึ้น (Chen et al., 2012) และการฝึกอบรมด้านสื่อจะช่วยให้ผู้คนเข้าใจและเกิดความเชื่อมั่นตัวเองและมีแนวโน้มที่จะเข้าร่วมในชีวิตสาธารณะในชุมชนของพวกเขามากขึ้นเช่นกัน (Liu et al., 2016) ตัวอย่างการใช้การฝึกอบรมเป็นเครื่องมือการเพิ่มพลังด้านการสื่อสารให้กับผู้คนในชนบทหรือด้อยอำนาจได้เข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เช่นประเทศบังคลาเทศ ได้จัดตั้งหน่วยงานระดับชาติขึ้นให้ทำหน้าที่พัฒนาสื่อชุมชน ประชากรชายขอบ ที่มีความสนใจ โดยจัดการฝึกอบรมร่วมกับสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น มีหลักสูตรที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเขียนและการรายงานข่าว วิธีการและเทคนิคในการติดต่อข่าว (BNNRC, 2015) หรือ

กรณีศึกษา เครือข่ายสื่อชุมชน ประเทศไอร์แลนด์ ก่อตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการพัฒนาชุมชนโดยใช้การจัดการฝึกอบรมเรื่องสื่อชุมชน มีหลักสูตรครอบคลุมตั้งแต่ความรู้ความเข้าใจด้านสื่อชุมชน การผลิตไปจนถึงการจัดตั้งสื่อชุมชน (COMMUNITY MEDIA NETWORK (CMN), 2001) หรือกรณีของชุมชนที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ที่แตกต่างกันหลายอยู่ร่วมกัน มีการศึกษาโดยจัดตั้งสื่อชุมชนขึ้นในชุมชนเพื่อสร้างความรู้สึกผูกพันกับชุมชนในฐานะสมาชิกชุมชนมากกว่าเป็นผู้อาศัย โดยเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างคนในชุมชน นักวิชาชีพและนักวิชาการด้านสื่อ ใช้การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับข่าวท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนบทบาทจากผู้ผลิตหรือผู้เล่าเรื่องเกี่ยวกับชุมชนให้กับผู้เข้าร่วมโครงการนั้น ส่งผลต่อความรู้สึกผูกพันกับชุมชนมากขึ้นได้ (Chen et al., 2012)

วิธีการวิจัย

บทความนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมระหว่างศูนย์ฯ กับผู้รับการฝึกอบรมฯ ใช้เครื่องมือการวิจัยคือการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมตั้งแต่ร่วมกำหนดเนื้อหาการฝึกอบรม การร่วมในการจัดการ การจัดเตรียมด้านผู้เข้าอบรม สถานที่จัดการฝึกอบรมฯ การร่วมจ่ายทั้งที่เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงินในการฝึกอบรม การจัดการฝึกอบรมฯ จัดขึ้นจำนวนทั้งหมด 31 ครั้ง ในช่วงเวลาระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2564 ถึงวันที่ 31 พฤษภาคม 2565 รวม 17 เดือน เก็บข้อมูลด้วยการสังเกตการณ์การฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วม 31 ครั้ง การวิเคราะห์เนื้อหาจากหัวข้อของหลักสูตรที่ผู้เข้าฝึกอบรมเลือก และวิเคราะห์เนื้อหาจากชิ้นงานสื่อ (คลิปวิดีโอ) ของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมฯ จำนวน 228 ชิ้นงาน จากนั้น จึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์และตีความหมายเพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์ของบทความนี้

การเลือกกลุ่มประชากร

วิธีการเลือกกลุ่มประชากรใช้แบบเจาะจงเลือก โดยเลือกจากผู้เข้ารับการอบรมที่สมัครเข้ามายังศูนย์ฯ จำนวนทั้งสิ้น 697 คน ผ่านวิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 4 วิธีของศูนย์ฯ ได้แก่ 1) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ของศูนย์ฯ และสื่อชุมชนออนไลน์ในท้องถิ่น 2) การประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มที่คาดว่าจะสนใจโดยตรง 3) การแนะนำสัญญาณร่วมกับกิจกรรมของเครือข่ายสื่อชุมชนในท้องถิ่น และ 4) ผู้ที่ผ่านการฝึกอบรมเป็นผู้บอกต่อไปยังกลุ่มเพื่อนหรือเครือข่ายของพวกเขาเอง

ผลการศึกษา

ใครคือผู้เข้ากระบวนการเปลี่ยนคนดูเป็นคนทำ

จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของศูนย์ฯ มีจำนวนทั้งสิ้น 697 คน สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตามเป้าหมายการเข้าถึงและใช้สื่อของผู้เข้าอบรม ดังนี้ 1) กลุ่มประชาชนที่ใช้สื่อเพื่อขับเคลื่อนประเด็น เป็นกลุ่มผู้ที่มีเป้าหมายใช้สื่อเพื่อสื่อสารและขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะในชุมชนของตนเองไปสู่สาธารณะ จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 43.04 2) กลุ่มประชาชนที่มีเป้าหมายเพื่อต้องการพัฒนาความรู้และทักษะด้านสื่อเพื่อเสริมสร้างความรู้และวิถีด้านสื่อสารและทักษะด้าน

การผลิตสื่อของตนเอง จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 32.14 และ 3) กลุ่มภาครัฐ เอกชนหรือธุรกิจ ในท้องถิ่นที่มีเป้าหมาย ใช้สื่อเพื่อสื่อสารองค์กรของตนไปสู่ภายนอกตามเป้าหมายขององค์กร จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 24.82 จากข้อมูลดังกล่าวได้แสดงให้เห็นว่ากลุ่มที่ต้องการความรู้และทักษะด้านสื่อ ส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 75 เป็นกลุ่มประชาชนที่ต้องการขับเคลื่อนประเด็นชุมชนและกลุ่มประชาชนที่ต้องการความรู้และทักษะด้านสื่อสำหรับตนเอง ล้วนแต่ถือเป็นคนธรรมดาทั่วไปมากกว่ากลุ่มที่มีเป้าหมายเฉพาะเพื่อองค์กรหรือธุรกิจของตนเอง ซึ่งกลุ่มคนดังกล่าวนี้จะเข้าสู่กระบวนการเปลี่ยน ให้เป็นผู้สามารถผลิตสื่อผ่านการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้เนื้อหาการฝึกอบรมตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้เข้าอบรมฯ และสร้างความรู้สึกว่าการเข้ามาฝึกอบรมนั้นเป็นประโยชน์ สำหรับพวกเขาที่เลือกด้วยตัวเอง ตั้งแต่การค้นหาความต้องการของกลุ่มที่จะเข้ารับการอบรมร่วมกัน รวมถึงการวิเคราะห์ความต้องการความรู้และทักษะ ประเมินเครื่องมือหรืออุปกรณ์ พื้นฐานความรู้และ ทักษะของกลุ่มเป้าหมายและแบ่งบทบาทตามหลักการ “ร่วมจ่าย” (ทั้งเงินและไม่ใช้เงิน) ระหว่างศูนย์ฯ และเมื่อวิเคราะห์ร่วมกันเสร็จแล้วกลุ่มชุมชนที่จะเข้ารับฝึกอบรมจะร่วมกันกำหนดและออกแบบเนื้อหา และวิธีการฝึกอบรม โดยทางศูนย์ฯ นำข้อมูลจากขั้นตอนแรก ไปออกแบบเนื้อหา วิธีการทดลองจน กิจกรรมที่เหมาะสมเสนอให้กับตัวแทนผู้เข้าฝึกอบรมพิจารณาเพิ่มเติมและยืนยันเนื้อหา วิธีการและ การจัดการฝึกอบรม และร่วมประเมินผลการฝึกอบรมเพื่อให้ทางศูนย์ฯ นำไปพัฒนาและหาแนวทาง ปรับปรุงการทำงาน รวมถึงการเสริมพลังให้พวกเขาสามารถเป็นผู้ผลิตสื่อของชุมชนได้หลังจากการฝึกอบรม โดยศูนย์ฯ ได้ติดตามผลงานและเสริมพลังผู้เข้าอบรมทั้งด้านการผลิตผลงาน ซึ่งการให้คำแนะนำด้าน การผลิตสื่อและการชี้แนะหรือนำผลงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่ผลิตต่อเนื่องไปเผยแพร่ในช่องทาง ของศูนย์ฯ หรือของเครือข่ายภายนอกอื่น ๆ การเสริมพลังกลุ่มหรือบุคคลที่ผ่านการฝึกอบรม ทำให้ เกิดความภาคภูมิใจ สร้างตัวตน และเป็นแรงผลักดันให้สื่อสารต่อเนื่องซึ่งถือว่าการเสริมพลังหลังการ ฝึกอบรม คือเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถผลิตชิ้นงานได้ต่อเนื่องหรือพัฒนา ไปสู่สื่อชุมชนในพื้นที่ของพวกเขา

ความรู้และทักษะที่ผู้เข้าฝึกอบรมเลือกเรียนรู้

ด้วยกระบวนการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมดังกล่าว กล่าวได้ว่า การเลือกหัวข้อการฝึกอบรมฯ จึงมาจากความต้องการของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นหลักนั้น ทำให้ทราบถึงความต้องการความรู้และ ทักษะด้านการผลิตสื่อของผู้เข้ารับการฝึกอบรม โดยผลการวิจัย พบว่าผู้เข้าฝึกอบรมเลือกหัวข้อการ ฝึกอบรมอยู่ในกรอบของ 3 หลักสูตร (จาก 6 หลักสูตรของศูนย์ฯ ที่จัดไว้เพื่อบริการเป็นการทั่วไป) ได้แก่หลักสูตรการผลิตสื่อชุมชนบนมือถือ การสร้างสรรค์เนื้อหาและการเล่าเรื่องสำหรับสื่อชุมชน และ นักข่าวพลเมือง ส่วนหลักสูตรที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมฯ ไม่เลือก ประกอบด้วยหลักสูตรสื่อชุมชนใน ภูมิทัศน์สื่อ หลักสูตรการผลิตรายการสำหรับสื่อชุมชน และหลักสูตรการจัดการสื่อชุมชนบนสื่อสังคม ออนไลน์ ตามรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความรู้และทักษะที่ผู้รับการฝึกอบรมเลือกเรียนรู้

ประเภท กลุ่ม ประชาชน หลักสูตร	ความรู้ (บรรยาย)	ทักษะ (ฝึกปฏิบัติ)	กลุ่มใช้สื่อ เพื่อขับ เคลื่อน		กลุ่มที่ ต้องการ ความรู้และ ทักษะด้าน สื่อ		กลุ่มรัฐ เอกชน ธุรกิจ ชุมชน		รวม	
			ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%
หลักสูตร การผลิตสื่อ ชุมชนบน มือถือ	-แนวคิดการสื่อสาร กับการสร้างความ เป็นพลเมือง -แนวคิดและหลัก การสื่อชุมชน -หลักการถ่ายภาพ และวิดีโอด้วย มือถือ	-การถ่ายภาพและ ตัดต่อวิดีโอด้วยมือ ถือ -การลงพื้นที่ผลิต คลิปวิดีโอ	17	54.84	5	50.00	7	53.85	29	53.70
หลักสูตร การ สร้างสรรค์ เนื้อหาและ การเล่าเรื่อง สำหรับสื่อ ชุมชน	-การสร้างสรรค์ เรื่องเล่าจากสิ่ง รอบตัว -การวิเคราะห์ผู้ชม เพื่อออกแบบสื่อ -ประเภทเนื้อหา และวิธีการเล่าเรื่อง ชุมชน -หลักจริยธรรม สำหรับนักสื่อสาร ชุมชน	-การออกแบบ สร้างสรรค์เรื่องเล่า -การวางโครงเรื่อง -การเขียนบท -การทดลองหาภาพ ตามบทที่กำหนด	8	25.81	3	30	5	38.46	16	29.63

ตารางที่ 1 ความรู้และทักษะที่ผู้รับการฝึกอบรมเลือกเรียนรู้ (ต่อ)

ประเภท กลุ่ม ประชาชน	ความรู้ (บรรยาย)	ทักษะ (ฝึกปฏิบัติ)	กลุ่มใช้สื่อ เพื่อขับ เคลื่อน		กลุ่มที่ ต้องการ ความรู้และ ทักษะด้าน สื่อ		กลุ่มรัฐ เอกชน ธุรกิจ ชุมชน		รวม	
			ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%
หลักสูตร นักข่าว พลเมือง	-แนวคิด วารสารศาสตร์ พลเมือง -หลักการของ ข่าว พลเมือง -จริยธรรมการ ผลิตสื่อสำหรับนัก สื่อสารชุมชนและ นักข่าวพลเมือง -กระบวนการทำ ข่าวแบบพลเมือง และสื่อชุมชน -เครื่องมือสำหรับ การเผยแพร่ข่าว พลเมือง	-การกำหนด ประเด็นข่าว พลเมือง -การลงพื้นที่ทำข่าว พลเมืองในพื้นที่ -การผลิต ถ่าย ทำ ตัดต่อ ลงเสียง และเผยแพร่ ข่าว พลเมือง	6	19.35	2	20	1	7.69	9	16.67
รวม(ครั้ง)			31	100	10	100	13	100	54	100

*หมายเหตุ: การฝึกอบรมแต่ละครั้งมีจำนวนหัวเรื่องที่ฝึกมากกว่า 1

ที่มา: ผู้วิจัย

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าหลักสูตรที่ผู้เข้าอบรมทั้งสามกลุ่มเลือกมากที่สุดคือหลักสูตรการผลิตสื่อชุมชนบนมือถือ ที่เกี่ยวกับความรู้ด้านการสื่อสารของพลเมือง และหลักการของสื่อชุมชน และทักษะด้านการใช้โทรศัพท์มือถือ ในการผลิตสื่อหรือคลิปวิดีโอ ทั้งด้านการถ่ายภาพ และการตัดต่อจำนวน 29 ครั้ง จากทั้งหมด 54 ครั้ง คิดเป็นสัดส่วน 53.70 ตามด้วยหลักสูตรการสร้างสรรค์เนื้อหาและการเล่าเรื่องสำหรับสื่อชุมชน ที่เน้นความรู้ด้านการสร้างสรรค์และวิธีการเล่าเรื่องเรื่องเล่าจากชุมชนใกล้ตัวและหลักจริยธรรมสำหรับนักสื่อสารชุมชน ส่วนทักษะเน้นด้านการออกแบบเรื่องเล่าและการเขียนบท ตลอดจนการนำบทไปผลิตชิ้นงานวิดีโอที่สมบูรณ์ จำนวน 16 ครั้ง คิดเป็นสัดส่วน 29.63 และหลักสูตรนักข่าวพลเมือง ที่เน้นความรู้ด้านแนวคิดวารสารศาสตร์พลเมืองและข่าวพลเมือง กระบวนการทำข่าวพลเมือง เครื่องมือการเผยแพร่ ตลอดจนจริยธรรมของนักข่าวพลเมือง ส่วนทักษะเน้นทางด้าน

การกำหนดประเด็นข่าว การผลิตและการเผยแพร่ข่าวพลเมือง จำนวน 9 ครั้ง คิดเป็นสัดส่วน 16.67 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มผู้เข้าอบรมแล้วพบว่าจำนวนความถี่ในการเลือกหลักสูตรเพื่อฝึกอบรมไม่แตกต่างกัน โดยหลักสูตรการผลิตสื่อชุมชนบนมือถือมีจำนวนและสัดส่วนมากที่สุดในทุกกลุ่ม ตามด้วยหลักสูตรการสร้างสรรค์เนื้อหาและการเล่าเรื่องสำหรับสื่อชุมชนและหลักสูตรนักข่าวพลเมือง ตามลำดับ ส่วนการไม่เลือกฝึกอบรมในหลักสูตรอื่น ๆ นั้นอาจเป็นเพราะเห็นว่ากลุ่มผู้เข้าอบรมยังไม่มี ความจำเป็นที่จะผลิตรายการในรูปแบบของสื่อชุมชนเพราะการทำงานในรูปแบบสื่อชุมชนนั้นมีการ บริหารจัดการที่เื้อนใจและความซับซ้อน ส่วนความรู้และทักษะเกี่ยวกับการจัดการการใช้สื่อออนไลน์ เป็นได้ทั้งสองทางคือมองว่าเป็นทั้งเรื่องตนเองยังทำได้เองหรือมองว่าเป็นเรื่องไกลตัวเกินไปที่จะเรียนรู้ ถึงการจัดการแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตที่ไม่ครอบคลุมที่จะอธิบายถึงเหตุผล ดังกล่าวได้

เรื่องเล่าที่ผลิตเองสะท้อนประเด็นที่พวกเขาอยากบอก

สำหรับการทำความเข้าใจถึงประเด็นที่คนในชุมชนที่เข้ารับการฝึกอบรมต้องการสื่อสารนั้น บทความนี้ได้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาจากชิ้นงานคลิปวิดีโอที่กลุ่มผู้เข้าฝึกอบรมผลิตขึ้นทั้งระหว่างและ หลังการฝึกอบรมฯ ในช่วง 25 มกราคม 2564-31 พฤษภาคม 2565 จำนวน 228 ชิ้น พบว่ากลุ่ม ผู้เข้าอบรมที่ผลิตชิ้นงานมากที่สุดได้แก่ กลุ่มใช้สื่อเพื่อขับเคลื่อนและแก้ไขปัญหา (56.58) รองลงมาคือ กลุ่มภาครัฐ เอกชน และธุรกิจชุมชน (33.33) และกลุ่มประชาชน ที่ต้องการความรู้และทักษะด้านสื่อ (10.09) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนชิ้นงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรมฯ แยกตามกลุ่ม

จำนวนคนและผลงาน กลุ่มผู้เข้าฝึกอบรม	จำนวน คนอบรม	%	จำนวน ชิ้นงาน	%	ความยาว (นาที)	%
กลุ่มใช้สื่อเพื่อขับเคลื่อนชุมชน	300	43.04	129	56.58	11,189.50	98.04
กลุ่มประชาชนที่ต้องการความรู้และ ทักษะด้านสื่อ	224	32.14	23	10.09	53.81	0.47
กลุ่มรัฐ เอกชน และธุรกิจชุมชน	173	24.82	76	33.33	169.44	1.49
รวม	697	100	228	100	11,412.75	100

ที่มา: ผู้วิจัย

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มที่มีเป้าหมายการสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนประเด็น เป็นกลุ่มที่ผลิตชิ้นงานมากที่สุด ขณะที่กลุ่มประชาชนที่ต้องการความรู้และทักษะด้านสื่อ แม้จะมีจำนวน ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมมากเป็นลำดับที่สอง (224 คน) แต่จำนวนชิ้นงาน (23 ชิ้นงาน) กลับมีน้อยกว่ากลุ่มรัฐ

เอกชนและธุรกิจชุมชน (173 คน) แต่มีจำนวนชิ้นงานเป็นอันดับสอง (76 ชิ้นงาน) ซึ่งแสดงถึงว่าการมีเป้าหมายการสื่อสารที่ชัดเจนไม่ว่าจะเพื่อขับเคลื่อนประเด็นหรือเพื่อองค์กรธุรกิจนั้นน่าจะเป็นปัจจัยผลักดันให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเรียนรู้และฝึกฝนทักษะจนสามารถผลิตชิ้นงานสื่อได้และทำอย่างต่อเนื่องแม้จะเสร็จสิ้นการฝึกอบรมไปแล้วก็ตาม

เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาจากชิ้นงานจำนวน 228 ชิ้นงานจากผู้เข้ารับการฝึกอบรม พบว่าประเด็นที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องการสื่อสารได้ออกเป็นสองกลุ่มใหญ่ ได้แก่ประเด็นเนื้อหาที่จัดอยู่ในกลุ่มวารสารศาสตร์พลเมือง (Citizen Journalistic Content Based) และเนื้อหากลุ่มศิลปะและวัฒนธรรมชุมชน (Community Art and Cultural content based) โดยพบว่าชิ้นงานที่ผลิตเองของกลุ่มผู้เข้ารับการฝึกอบรมนำเสนอเนื้อหากลุ่มวารสารศาสตร์พลเมืองมากที่สุด ชุมชน ในสัดส่วนร้อยละ 61.46:38.54 หรือ 185:116 ครั้ง รายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 วิเคราะห์เนื้อหาชิ้นงานของประชาชนผู้เข้าฝึกอบรมของศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา

กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเนื้อหา	กลุ่มใช้สื่อเพื่อขับเคลื่อนประเด็น		กลุ่มประชาชนที่ต้องการความรู้และทักษะด้านสื่อ		กลุ่มหน่วยงานรัฐ เอกชน ธุรกิจชุมชน		รวม	
	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%
กลุ่มศิลปวัฒนธรรมชุมชน								
วิถีชีวิตประจำวันของคนในชุมชนและการประกอบอาชีพของคนในชุมชน	6	3.26	2	8	36	39.13	44	14.62
ประวัติศาสตร์ชุมชน ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน	6	3.26	11	44	25	27.18	42	13.95
การเปลี่ยนแปลงและความทันสมัยของชุมชน	-	-	2	8	-	-	2	0.67
การพัฒนาทักษะความรู้ด้าน ต่าง ๆ สำหรับคนในชุมชน	2	1.09	1	4	19	20.65	22	7.31
การประชาสัมพันธ์/ภาพลักษณ์หน่วยงาน	-		-	-	6	6.52	6	1.99
รวมกลุ่มศิลปวัฒนธรรมชุมชน	14	7.61	16	64	86	93.48	116	38.54

ตารางที่ 3 วิเคราะห์เนื้อหาชิ้นงานของประชาชนผู้เข้าฝึกอบรมของศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา (ต่อ)

กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเนื้อหา	กลุ่มใช้สื่อเพื่อ ขับเคลื่อน ประเด็น		กลุ่มประชาชน ที่ต้องการ ความรู้และ ทักษะด้านสื่อ		กลุ่มหน่วย งานรัฐ เอกชน ธุรกิจชุมชน		รวม	
	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%	ครั้ง	%
กลุ่มวารสารศาสตร์ชุมชน								
ข่าว เหตุการณ์กิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชน	103	55.98	9	36	4	4.35	116	38.54
เรื่องเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ความปลอดภัย หรือการเตือนภัยให้กับคนในชุมชน	67	36.41	-	-	2	2.17	69	22.92
รวมกลุ่มวารสารศาสตร์พลเมือง	170	92.39	9	36	6	6.52	185	61.46
รวมทั้งสิ้น	184	100	25	100	92	100	301	100

ที่มา: ผู้วิจัย

จากตารางข้างต้นพบว่ากลุ่มเนื้อหาวารสารศาสตร์พลเมืองนั้นนำเสนอเนื้อหาประเภทข่าว เหตุการณ์ กิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชนมากที่สุด ในสัดส่วนร้อยละ 38.54 ความปลอดภัย รองลงมาคือเนื้อหาเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต หรือการแจ้งเตือนภัยให้กับคนในชุมชนในสัดส่วนร้อยละ 22.92 ตามลำดับ



ภาพประกอบ 1 ตัวอย่างผลงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่นำเสนอเนื้อหาในกลุ่มวารสารศาสตร์ชุมชน ด้านข่าว เหตุการณ์กิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชนและคุณภาพชีวิต ความปลอดภัย หรือการเตือนภัยให้กับคนในชุมชน

ที่มา: เพจศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา

<https://www.facebook.com/DustStationTH/videos/449588330247870>



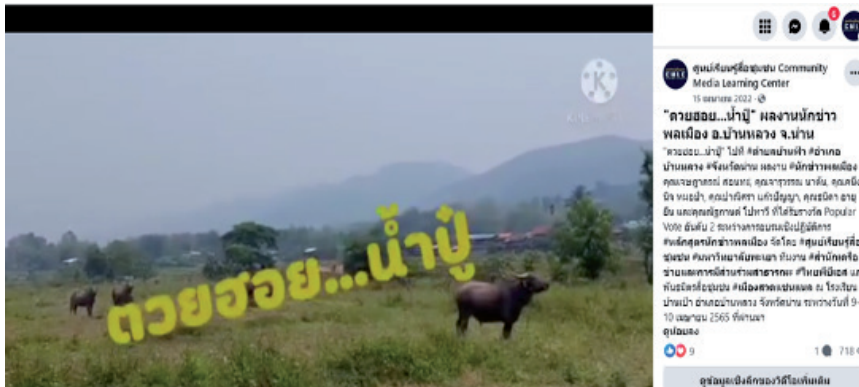
ภาพประกอบ 2 ตัวอย่างผลงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่นำเสนอเนื้อหา
ในกลุ่มวารสารศาสตร์ชุมชน ด้านข่าว เหตุการณ์กิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชน
ที่มา: เพจศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา

<https://www.facebook.com/CMLCUP/videos/447878386242605>



ภาพประกอบ 3 ภาพตัวอย่างชิ้นงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่นำเสนอเนื้อหา
ในกลุ่มศิลปวัฒนธรรมชุมชน ด้านประวัติศาสตร์ชุมชน
ที่มา: เพจศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา

<https://www.facebook.com/CMLCUP/videos/696646071565185>



ภาพประกอบ 4 ภาพตัวอย่างชิ้นงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่นำเสนอเนื้อหา
ในกลุ่มศิลปวัฒนธรรมชุมชน ด้านวิถีชีวิตประจำวันของคนในชุมชน

และการประกอบอาชีพของคนในชุมชน

ที่มา: เพจ ศูนย์เรียนรู้สื่อชุมชน มหาวิทยาลัยพะเยา

<https://www.facebook.com/CMLCUP/videos/514811109997207>

เมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มผู้เข้าฝึกอบรมพบว่าชิ้นงานของกลุ่มที่ใช้สื่อเพื่อขับเคลื่อนประเด็น
ผลิตชิ้นนำเสนอเนื้อหาที่จัดอยู่ในกลุ่มวารสารศาสตร์พลเมืองมากกว่าเนื้อหาในกลุ่มศิลปวัฒนธรรม โดย
นำเสนอเนื้อหาที่เป็นข่าวเหตุการณ์ กิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชนมากที่สุด ซึ่งต่างจากสองกลุ่มที่เหลือที่
ชิ้นงานที่ผลิตเองนั้นนำเสนอเนื้อหาที่จัดอยู่ในกลุ่มศิลปวัฒนธรรมชุมชนมากกว่ากลุ่มวารสารศาสตร์
พลเมือง โดยกลุ่มประชาชนที่ต้องการความรู้และทักษะด้านสื่อ นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์
ชุมชน ศิลปวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนมากที่สุด ส่วนกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ เอกชน หรือธุรกิจ
ชุมชนนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิตประจำวัน การประกอบอาชีพของคนในชุมชนมากที่สุด

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

ความรู้และทักษะด้านการสื่อสารที่คนในชุมชนต้องการเรียนรู้

การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการของศูนย์ฯ ครั้งนี้ สอดคล้องกับเป้าหมายการเปลี่ยนคนดูให้เป็น
คนทำ ซึ่งถือเป็นการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มพลังด้านการสื่อสารให้กับประชาชนหรือพลเมือง (Gerson
et al., 2016, Rainie, 2016, ภัทรา บุรารักษ์, 2562 และภัทรา บุรารักษ์, 2563) ถือเป็นการสร้างสะพานเชื่อม
ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถก้าวข้ามสถานะจากคนดูมาเป็นผู้ผลิตสื่อเพื่อต้องการเปลี่ยนแปลงชีวิต
ของพวกเขาให้ดีขึ้น หรือต้องการเล่าเรื่องราวของชุมชนให้คนในและคนนอกชุมชนได้ยินหรือรับรู้ตลอด
จนสร้างเอกลักษณ์ชุมชนของตนเองเพื่อให้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่ง
ของชุมชนร่วมกัน (Bangladesh NGOs Network for Radio and Communication (BNNRC), 2021,
Community Media Network, 2001 และภัทรา บุรารักษ์, 2563)

สำหรับความรู้และทักษะด้านการผลิตสื่อที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเล็งเห็นว่ามีความรู้ด้านการสื่อสารชุมชน วารสารศาสตร์พลเมือง การสร้างสรรค์เรื่องเล่ารอบตัวประเภทต่าง ๆ ตลอดจนหลักจริยธรรมของนักสื่อสารชุมชนและพลเมือง ส่วนทักษะจะเกี่ยวข้องกับการประกอบชิ้นงานคลิปวิดีโอเป็นหลัก เช่นทักษะในการถ่ายภาพ ลำดับภาพ เล่าเรื่องชุมชนการผลิตสื่อโดยใช้โทรศัพท์มือถือ ทั้งกระบวนการจากที่ค้นพบในการศึกษาครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าคนที่ไม่ใช่นักสื่อสารมืออาชีพนั้นต้องการความรู้และทักษะด้านสื่อเพื่อประโยชน์ของสาธารณะโดยเฉพาะเพื่อผลิตเรื่องเล่าของชุมชนรอบตัวของพวกเขาทั้งในรูปแบบข่าวและไม่ใช่ข่าว ไม่แตกต่างกันทั้งสามกลุ่มที่เข้ารับการฝึกอบรม ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้เข้ารับการฝึกอบรมกลุ่มตัวอย่างนี้ ต้องการพื้นฐานความรู้ด้านการสื่อสารในฐานะพลเมืองที่สื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับชุมชนของตนเองโดยใช้เครื่องมือที่พวกเขาเป็นเจ้าของ จัดการได้เอง เข้าถึงง่าย และมีต้นทุนต่ำนั่นก็คือการใช้โทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ตโฟนเป็นเครื่องมือการนำเสนอเรื่องเล่าจากในชุมชนทั้งในรูปแบบของการเล่าเรื่องและการเล่าข่าวที่เกิดขึ้นในชุมชนของตนเอง และผลิตสื่อในรูปแบบสื่อภาพและเสียงหรือวิดีโอเพื่อนำเสนอข่าวสารเรื่องราวที่เกิดขึ้นในชุมชนและแจ้งเตือน เตือนภัยกับคนในชุมชน ตามศักยภาพของสื่อรูปแบบดังกล่าว ซึ่งเป็นสื่อที่สร้างพลังสามารถกระตุ้นให้คนสนใจเรื่องราวสาธารณะในชุมชนและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงชุมชนในทางที่ดีขึ้นได้ (Bary, 2003) ขณะเดียวกันยังใช้สื่อภาพและเสียงบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม คุณค่า วิถีของชุมชนเพื่อให้คนในและนอกชุมชนได้รู้จักและร่วมรักษาคุณค่าที่มีอยู่ในชุมชนได้เป็นอย่างดี (Balit, 2002)

ประเด็นที่คนในชุมชนอยากบอก : การสะท้อนถึงการเป็นสมาชิกชุมชนมากกว่าเป็นผู้อยู่อาศัย

ผลการศึกษาด้านเนื้อหาของสมาชิกชุมชนที่ผลิตขึ้นเองอันเป็นผลผลิตจากการฝึกอบรมจากศูนย์ฯ ได้แสดงให้เห็นว่าพวกเขาให้ความสำคัญกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือกำลังเกิดขึ้นในชุมชนท้องถิ่นของเขา (What happening in the community) เพื่อบอกเล่าไปยังคนในและคนนอกชุมชน และเนื้อหาที่เกี่ยวกับการเฝ้าระวัง เตือนภัยให้กับคนในชุมชนได้เฝ้าระวังและรับมือ ซึ่งเป็นเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับแนวคิดวารสารศาสตร์พลเมืองมากกว่า แม้ว่าความถี่ของหัวข้อการฝึกอบรมด้านนักข่าวพลเมืองถูกเลือกน้อยกว่าหัวข้ออื่น ๆ ก็ตาม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้เข้าฝึกอบรมที่เลือกหัวข้อนักข่าวพลเมืองอยู่ในกลุ่มผู้ต้องการใช้สื่อเพื่อขับเคลื่อน ซึ่งเป็นกลุ่มที่ผลิตชิ้นงานสื่อหลังจากการฝึกอบรมไปแล้วอย่างต่อเนื่อง และถือว่ากลุ่มที่มีเป้าหมายในการใช้สื่อเพื่อขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงชุมชน เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการผลิตเนื้อหาที่เป็นข่าวหรือเชิงวารสารศาสตร์พลเมืองสูงกว่ากลุ่มอื่น อย่างไรก็ตามผลการศึกษาในภาพรวมแล้วจึงอาจกล่าวได้ว่าเนื้อหาหรือเรื่องเล่าที่คนในชุมชนต้องการสื่อสารนั้นส่วนใหญ่สะท้อนถึงความสัมพันธ์ของผู้ผลิตเนื้อหาที่มีต่อชุมชนในฐานะผู้รายงานเหตุการณ์ เฝ้าระวัง แจ้งเตือนเพื่อรักษาความปลอดภัยให้กับคนในชุมชน (community watchdog) ซึ่งเรื่องเล่าของพวกเขาล้วนเป็นประเด็นเพื่อสาธารณะที่ต้องการเห็นชุมชนได้รับการพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น ปลอดภัยขึ้นและน่าอยู่มากขึ้น สะท้อนถึงว่าเนื้อหาที่พวกเขาผลิตหรือเสียงที่พวกเขาต้องการสื่อสารออกไปนั้น มีแนวโน้มที่จะสะท้อนถึงความผูกพันกับชุมชนของพวกเขาในฐานะที่เป็นสมาชิกของชุมชนที่รู้สึกรู้ร้อนรู้หนาวมากกว่าเป็นเพียงผู้อาศัยเท่านั้น

(Gerson et al., 2016) ที่น่าสนใจคือเนื้อหาที่พวกเขาทั้งสามกลุ่มผลิตขึ้นเองส่วนใหญ่ นั้น แทบไม่มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับการช้อปปิ้งหรือความบันเทิงหรือเชิงพาณิชย์ ต่างจากการศึกษาความต้องการของต่างประเทศที่ต้องการเนื้อหาด้านการช้อปปิ้ง และความบันเทิงในแพลตฟอร์มของสื่อชุมชนนอกเหนือไปจากข่าว (Chen et al., 2012) ซึ่งทั้งนี้อาจเป็นการศึกษาจากต่างประเทศนั้นศึกษาคนในชุมชนที่ยังคงอยู่ในบทบาทการเป็นผู้ชมมากกว่าเป็นผู้ผลิต

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่สนใจสื่อชุมชนและกลุ่มที่ทำสื่อชุมชน ควรพิจารณาว่าแม้สื่อชุมชนควรนำเสนอเนื้อหาที่มีประเด็นที่หลากหลายแต่ควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่จำเป็นสำหรับชุมชนก็คือเนื้อหาประเภทข่าวหรือการรายงานสถานการณ์ภายในชุมชน และเนื้อหาที่แสดงถึงอัตลักษณ์เฉพาะชุมชน ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของคนทำสื่อชุมชนที่ควรกำหนดสัดส่วนเนื้อหาให้เหมาะสม และเพื่อรับประกันการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ควรใช้หลักการการบริหารที่ให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการหรือการผลิตเนื้อหา หรือสร้างเครือข่ายผู้ผลิตเนื้อหาพร้อมให้ความหลากหลายกลุ่ม ทั้งกลุ่มที่ขับเคลื่อนประเด็นที่ต้องการการเปลี่ยนแปลง เข้าร่วมกับกลุ่มอื่น ๆ เช่นภาครัฐ ภาคชุมชน และกลุ่มเยาวชน เพราะจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่าคนในชุมชนแต่ละกลุ่มมีศักยภาพและความสนใจในการผลิตเนื้อหาที่แตกต่างกัน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาศักยภาพและโอกาสการยกระดับจากสื่อบุคคลเป็นสื่อชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มที่ผลิตเนื้อหาจากท้องถิ่นเฉพาะพื้นที่ในแพลตฟอร์มออนไลน์ (Hyperlocal media) เพื่อให้เกิดความเข้าใจรูปแบบการทำงานของสื่อชุมชนในรูปแบบอื่น ๆ ที่หลากหลายมากขึ้นนำไปสู่แนวทางการส่งเสริม สนับสนุนอย่างเหมาะสม

เอกสารจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

งานวิจัยนี้ได้รับการอนุมัติและดำเนินการตามหลักการที่กำหนดโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา รหัสโครงการวิจัย B62-1-(1)-020 หนังสือรับรองเลขที่ 2.2/044/63

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2546). อีกครั้งกับเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม. *วารสารวิจัยสังคม*, 26(2), 101-35.
- ภัทรา บุรารักษ์. (2563). *ทีวีในมือคนธรรมดา ทีวีชุมชนท่ามกลางการมอดใหม่ของ การปฏิรูปสื่อและการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของไทย*. พิษณุโลก: ตอทคอม.
- ภัทรา บุรารักษ์. (2562). *สื่อภาคพลเมือง* สำนักพิมพ์ Protext.com บริษัทแดเน็กซ์ อินเตอร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด.

ภาษาอังกฤษ

- Bangladesh NGOs Network for Radio and Communication (BNNRC). (2015). Annual Report (2015). [Website]. Retrieved from https://ungc-production.s3.us-west-2.amazonaws.com/attachments/cop_2016/324441/original/Annual_Report_2015_Completed.pdf?1476263292
- Balit, S. (2002). Foreword. In White, S.A. (Eds.), *Participatory video images that transform and empower*, (pp. 8-12). Sage Publication India Pvt Ltd.
- Bary, R. (2003). Participatory video that empowers. In White, S.A. (Eds.), *Participatory video images that transform and empower*, (pp. 102-121). Sage Publication India Pvt Ltd.
- Carpentier, N. (2011). *Media and participation a site of ideological-democratic struggle*. The University of Chicago Press.
- Community Media Network. (2001). *community media training a guidebook for community organisations and trainer*. Community Media Network.
- Chen, N., Dong, F., Ball-Rokeach SJ., Parks, M., & Huang, J. (2012). Building a new media platform for local storytelling and civic engagement in Ethnically diverse neighborhoods. *New Media & Society*, 14(6), 931-950. <https://doi.org/10.1177/1461444811435640>.
- Gerson, D., Chen, N N., Wenzel A., Ball-Rokeach SJ. & Parks, M. (2016). From audience to reporter. *Journalism Practice*, 11(2-3), 336-354. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1216800>
- Liu, W., Chen, N N., Ognyanova, K., Ball-Rokeach, SJ. & Parks, M. (2016). Paths of influence between a hyperlocal news website and civic engagement in a multiethnic community. Paper presented at the Annual Conference of the International Communication Association, 9-13 June 2016 Fukuoka: Japan.

- Rennie, E. (2016). Community media: Institutions, trust and groups. *Journal of Alternative and Community Media*, 1, 33-35. <https://doi.org/>
- Robinson, S. (2014). Introduction: Community journalism MIDS media revolution. *Journalism Practice*, 8(2), 113-120. <https://doi.org/>
- Scott, M. (2009). Guidelines for broadcasters on promoting user-generated content and media and information. Literacy. Commonwealth Broadcasting Association.
- White, S.A. (2003). Involving people in a participatory process. In White, S.A. (Eds.), *Participatory Video Images that Transform and Empower*, (pp. 33-62). Sage Publication India Pvt Ltd.