



# วารสารวิจัยสังคม

**Journal of Social Research**

**วัตถุประสงค์:**

เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยของสถาบัน วิทยานิพนธ์ งานวิจัย หรือบทความ  
ที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาด้านสังคมศาสตร์ และรายงานข่าวจากสถาบันฯ ทั้งนี้  
เพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้แก่คณาจารย์ นักวิชาการ นิสิตนักศึกษาหรือ  
ผู้ที่มีความสนใจเกี่ยวกับการวิจัย

**ที่ปรึกษา:**

รศ.ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์

**บรรณาธิการ:**

รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ

**กองบรรณาธิการ:**

คณะกรรมการบริการวิชาการ

**กองจัดการ:**

สุดธิดา วงศ์สถาพรพัฒน์ ปาริชาติ ชิตนุกูล จินตนา วิทย์

กำหนดออก: ปีละ 2 ฉบับ

**สถานที่ติดต่อ:**

สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อาคารวิศิษฐ์ ประจวบเหมาะ ชั้น 5 ถนนพญาไท กรุงเทพฯ 10330

Chulalongkorn University Social Research Institute

Thanon Phayathai, Bangkok 10330 Thailand

Tel. 0-2218-7385 , 0-2218-7396, 0-2218-7401

Fax 0-2215-5523, 0-2255-2353

E-mail: [cusri@chula.ac.th](mailto:cusri@chula.ac.th) <http://www.cusri.chula.ac.th>

พิมพ์ที่: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทบรรณาธิการ

### มุ่งหน้าต่อไปในเส้นทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาในสังคมไทยนั้นได้เริ่มต้นมาพร้อม ๆ กับการวางแผนพัฒนาแผนแรกเลย แต่ทว่า จากวันนั้นมาจนถึงวันนี้ แนวคิดเรื่องการพัฒนาได้ผ่านร้อนผ่านหนาว ผ่านการเปลี่ยนแปลงมาอย่างมากมาย มหาศาล การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาก็สับัดร้อนสับัดหนาวไปในทิศทางเดียวกัน

บทความบทแรกในวารสารเล่มนี้ "ทบทวน หวนคิดฯ" จะพาผู้อ่านไปเสี้ยวหลังแลและแลไปข้างหน้ากับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในสังคมไทย และเมื่อแลไปข้างหน้าแล้ว ก็จะมองเห็น "หลักกิโลของวัฒนธรรมศึกษา" ได้จากบทความของกำจร หลุยยะพงศ์ที่ปักอยู่ในระยะที่สายตาพอมองเห็นได้

เป็นที่น่าสังเกตว่าในขณะที่ยุคสมัยแรกของการพัฒนานั้น เรามักจะเขม้นมองไปที่การใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาในมิติเศรษฐกิจและการเมืองเป็นสำคัญ ดังตัวอย่างคำขวัญการรณรงค์ยุคแรกที่ส่งผ่านสื่อมวลชนทุกประเภทที่ว่า งานคืองาน เงินคืองาน บันดาลสุข ฯลฯ แต่ทว่า ในเส้นทางที่เรากำลังจะมุ่งหน้าต่อไปนี้ มิติวัฒนธรรมกลับกลายเป็นลูกบิดประตู่ของการพัฒนา อย่างไรก็ตาม ในรอบหน้านี้ มิติวัฒนธรรมดังกล่าวก็มีได้มาแบบฉายเดี่ยวอย่างถูกต้องขาดจากเศรษฐกิจ-การเมืองโดยสิ้นเชิง ในทางตรงกันข้าม ทั้งสามมิติกลับผูกพันกัน อย่างแนบแน่นและแฝงเร้น

ดังนั้น บทความเรื่อง "การสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ถนนข้าวสาร" จึงได้เปิดเผยให้เห็นว่า ในเรื่องวัฒนธรรมแบบอัตลักษณ์นั้น ใครมีส่วนได้ส่วนเสียอย่างไรบ้าง ใครมีอำนาจสร้างอัตลักษณ์ให้ใครบ้าง ฉะนั้น หน้าทีแบบใหม่ ๆ สไตส์แปลก ๆ ของการสื่อสารที่เข้ามาข้องแวะกับวัฒนธรรมคือ การสร้าง การสถาปนา การต่อรอง การต่อสู้ด้านอัตลักษณ์จึงเป็นตัวอย่างรูปธรรมหนึ่งของแนวคิดวัฒนธรรมศึกษา

ป้ายสัญลักษณ์อีก 2 ป้ายที่เราจะมองเห็นในระยะใกล้ ๆ คือ แนวคิดเรื่อง"การมีส่วนร่วม" ซึ่งบทความเรื่อง "อีกครั้งของการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร" ได้ถอดบทเรียนมาจากกรณีการวิจัยเรื่องหอกระจายข่าว ที่ จ.ชุมพร ซึ่งทีมวิจัยไม่เพียงแต่จะวิจัย สภาพที่ดำรงอยู่เท่านั้น หากแต่ยังทดลองปฏิบัติการเพื่อพิสูจน์ให้เห็นกันจะตาว่า ด้วยการสร้างความรู้สึกการมีส่วนร่วมในการสื่อสารเท่านั้น ที่จะแปลงสถานะของหอกระจายข่าวที่เคยเป็นเพียงสื่อที่ "ตั้งอยู่" ในชุมชนให้กลายเป็น "สื่อโดยชุมชน เพื่อชุมชน และของชุมชน" ไปได้อย่างแท้จริง

การปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศนด้านการสื่อสารได้เจาะลึกเข้าสู่เนื้อหาของรูปแบบการสื่อสารที่นิยมกันมากในแวดวงการสื่อสารเพื่อการพัฒนา คือ การรณรงค์ บทความของกิตติ กันภัยได้แสดงให้เห็นจุดเปลี่ยนไต่จากกระบวนการทัศนหนึ่งไปสู่อีกกระบวนการทัศนหนึ่งในรูปแบบการสื่อสารเรื่องการรณรงค์

บทความทั้ง 5 เรื่องนี้เป็นเพียงหนึ่งตัวอย่างของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ฉายภาพที่น่าจะเกิดขึ้นในสังคมไทย เมื่ออ่านแล้ว หวังว่า ผู้อ่านจะได้อารมณ์ความรู้สึกว่า เส้นทางสื่อสารเพื่อการพัฒนาในสังคมไทยในวันพรุ่งนี้นั้นช่างน่าระทึกใจเสียนี้กระไร

บรรณาธิการ

วารสารวิจัยสังคม  
**Journal of Social Research**

ปีที่ 26 ฉบับที่ 2 2546

Vol. 26 No. 2 2003

สารบัญ

หน้า

ทบทวนทวนคิดและเฟ่งพินิจไปข้างหน้า การสื่อสารเพื่อการพัฒนาในสังคมไทย กาญจนา แก้วเทพ	1
1-2-3 หลักกิโลการศึกษา "สื่อและวัฒนธรรมศึกษา" ของไทย กำจร หลุยยะพงศ์	35
การสื่อสารกับอัตลักษณ์ถนนข้าวสาร กรองแก้ว วัฒนมงคลรัตน์	72
อีกครั้งกับเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม กาญจนา แก้วเทพ	101
กลยุทธ์การรณรงค์แนวใหม่ ดร.กิตติ กันภัย	136

# ทบทวนหวนคิดและ เพ่งพินิจไปข้างหน้า การสื่อสารเพื่อการพัฒนาในสังคมไทย \*

กาญจนา แก้วเทพ

---

\* เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง "นิเทศศาสตร์เพื่อการพัฒนา" คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วันที่ 20 สิงหาคม 2547

## เกริ่นนำ

ข้อเขียนชิ้นนี้จะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

- ส่วนแรก เป็นกรอบแนวคิดเรื่อง "การสื่อสารเพื่อการพัฒนา" เพื่อที่จะช่วยให้ผู้อ่านได้มี software สำหรับทำความเข้าใจเนื้อหาในตอนต่อ ๆ ไป

- ส่วนที่สอง จะเป็นทั้ง "การทบทวนทฤษฎี" และ "การเฟ้นพิเคราะห์ไปข้างหน้า" ในเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในสังคมไทย

อนึ่ง เอกสารชิ้นนี้มีข้อจำกัดในแง่พื้นที่ที่มีเพียงไม่กี่หน้า ดังนั้นจึงมีเนื้อหาที่เป็นเพียงภาพร่างเท่านั้น แต่มิได้มีรายละเอียดทุกแง่มุมอย่างแน่นอน

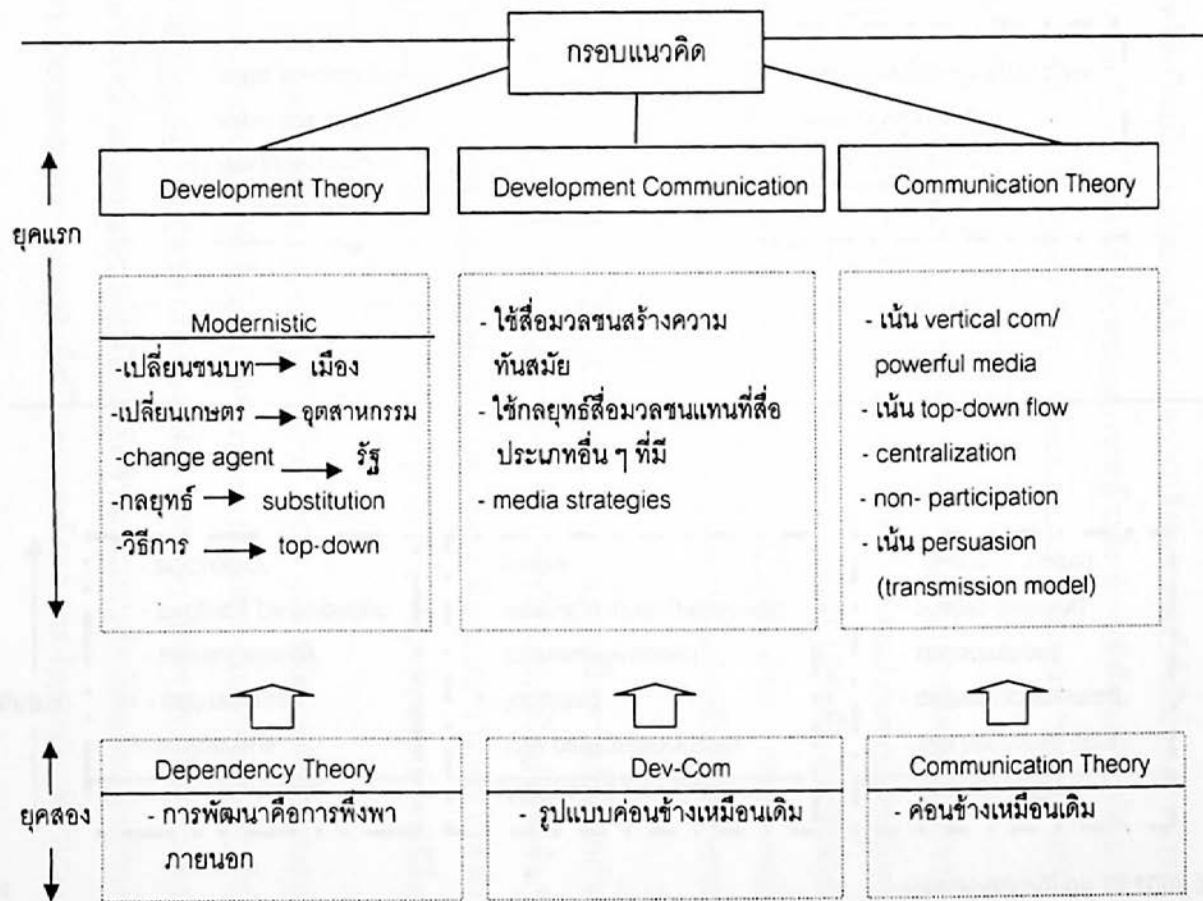
### ส่วนแรก: กรอบแนวคิดเรื่อง "การสื่อสารเพื่อการพัฒนา"

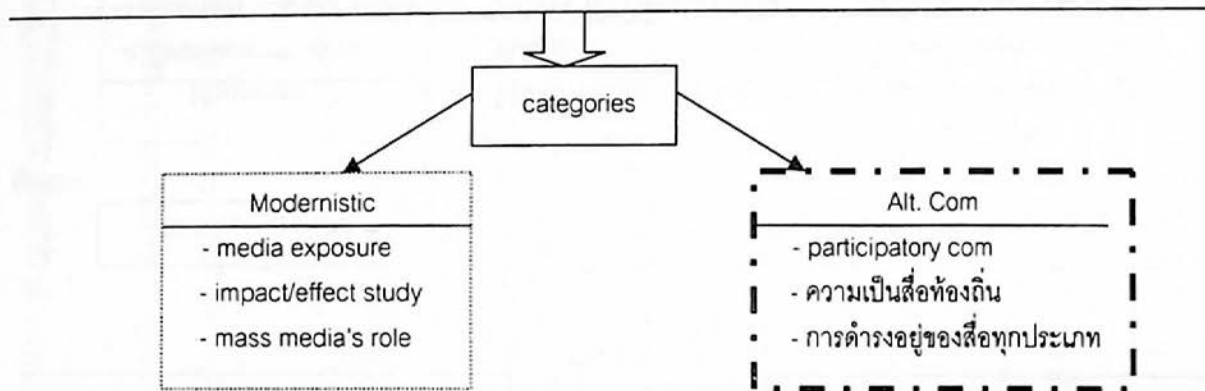
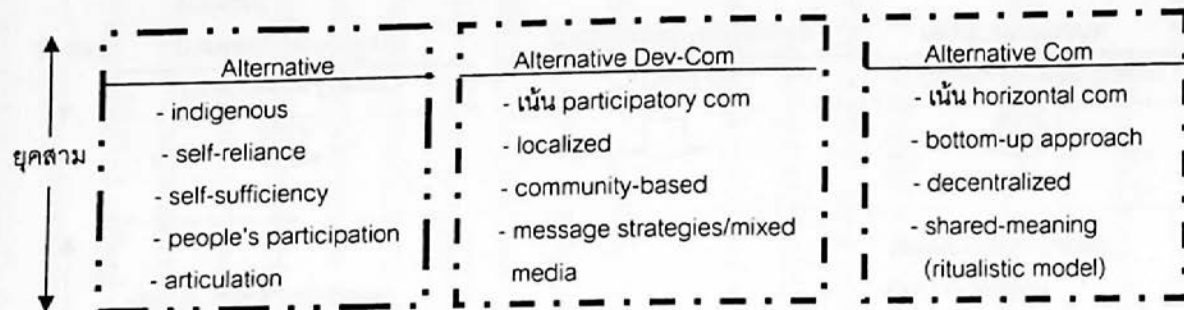
เนื่องจากวิชาการสาขา "นิเทศศาสตร์พัฒนาการ" หรือ "การสื่อสารเพื่อการพัฒนา" นั้น เป็นลูกผสมระหว่างตัวพ่อ คือ "การพัฒนา" และตัวแม่คือ "การสื่อสาร" นับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1970 เป็นต้นมา แนวคิดเรื่อง "การพัฒนา" มีการเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าอย่างน่าตื่นตาตื่นใจ รวมทั้งตัวแม่ คือ "การสื่อสาร" ก็มีการเปิดเส้นทางใหม่เช่นกัน ดังนั้น ตัวลูกคือ การสื่อสารเพื่อการพัฒนา จึงต้องมีแปรเปลี่ยนไปอย่างไม่ต้องสงสัย

ดังที่กล่าวมาบ้างแล้วข้างต้นว่า วิชาการสาขาการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น เป็นลูกผสมระหว่างทฤษฎีการพัฒนาและทฤษฎีการสื่อสาร ซึ่งอาจจะแบ่งได้เป็น 3 ยุคใหญ่

ยุคแรก (ช่วงทศวรรษ 1950) ทฤษฎีการพัฒนาเปิดตัวมาด้วยกระบวนทัศน์การทำสังคมให้ทันสมัย (Modernistic paradigm) อันได้แก่การเปลี่ยน







ชนบทให้เป็นเมือง (urbanization) การเปลี่ยนเกษตรให้เป็นอุตสาหกรรม (industrialization) โดยใช้กลยุทธ์แบบกวาดล้างสิ่งเก่า ๆ ที่สังคมด้อยพัฒนา มีอยู่ให้หมดไป และแทนที่ด้วยสิ่งใหม่ ๆ (substitution) ในกรณี "หน่วยงานรัฐ" จะเป็นตัวนำการเปลี่ยนแปลง

ส่วนทฤษฎีด้านการสื่อสารนั้น จะสอดคล้องกับการพัฒนาแบบจากบนลงล่าง (top - down) คือ เป็นการสื่อสารแนวตั้ง (vertical communication) เป็นระบบการสื่อสารที่รวมศูนย์ (centralization) ที่เห็นได้ชัดคือ สื่อกระจายเสียง รูปแบบของการสื่อสารจะมีลักษณะเป็นทางเดียว (one - way communication) ที่ถูกนำมาใช้โดยมีเป้าหมายเรื่องการโน้มน้าวชักชวนที่มาจากกระบวนการทัศน์ที่เรียกว่า Transmission Model

เมื่อผสมผสานกรอบแนวคิดการพัฒนาและการสื่อสารเข้าด้วยกัน โฉมหน้าของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจึงมุ่งเน้นการใช้สื่อสมัยใหม่ (อันได้แก่ สื่อมวลชน) มาช่วยทำให้สังคมไทยทันสมัยและเนื่องจากความเชื่อในพลังอำนาจของสื่อ (Powerful media) จึงมีการมุ่งเน้นศึกษาค้นคว้ากลยุทธ์การใช้สื่อ (Media strategy)

- ยุคที่สอง (ช่วงทศวรรษที่ 1970) หลังจากการพัฒนาด้วยกระบวนการทัศน์ความทันสมัยผ่านพ้นไปได้สองทศวรรษ บรรดาประเทศในลาตินอเมริกาเริ่มสัมผัสกับความเจ็บปวดของผลพวงแห่งการพัฒนา นักวิชาการในประเทศดังกล่าวจึงนำเสนอกระบวนการทัศน์ใหม่ที่คัดค้านกระบวนการทัศน์เดิมคือทฤษฎีการพึ่งพา (Dependency theory) ซึ่งมีใจความหลักว่า การพัฒนาแบบที่ผ่านมา

เป็นตัวการสำคัญทำให้ประเทศด้อยพัฒนาต้องไปพึ่งพาขึ้นต่อประเทศที่พัฒนาแล้ว อย่างไรก็ตาม กระบวนทัศน์นี้ก็ไม่แพร่หลายนักในสังคมไทย

- ยุคที่สาม (ช่วงทศวรรษที่ 1980) หลังจากผลลัพธ์ของการพัฒนาที่ผ่านมาในช่วง 3 ทศวรรษได้แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดว่า สามารถก่อให้เกิดผลดีเพียงเล็กน้อย แต่กลับสร้างผลเสียอย่างไม่คุ้มค่างัน ดังนั้น บรรดาประเทศโลกที่สาม รวมทั้ง ประเทศไทยก็ได้เริ่มนำเสนอแนวคิดใหม่ของการพัฒนาที่มาจากรากฐานของตนเอง (Indigenous theory) แทนที่จะต้องเดินตามคำแนะนำของตะวันตก โดยมุ่งเน้นหลักเรื่องการทำตนเอง (แทนที่จะต้องพึ่งการลงทุนจากต่างประเทศ) เน้นการพัฒนาแบบพอเพียงให้เหมาะสมกับตนเอง และที่สำคัญที่สุดก็คือต้องเป็นการพัฒนาแบบประชาชนมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในทุกขั้นตอน และเสนอให้มีการใช้กลยุทธ์ "ประสานส่วนดีทั้งของเดิมและของใหม่" (ที่เรียกว่า articulation) แทนกลยุทธ์ substitution ที่เคยใช้มา

ในส่วนของทฤษฎีการสื่อสารก็มีการพลิกกลับจากเดิมเช่นกัน สำหรับ alternative communication นั้น จะเน้นการสื่อสารในแนวระนาบ (horizontal communication) อันได้แก่การสื่อสารระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้าน เน้นรูปแบบการกระจายอำนาจ และที่สำคัญคือการเปลี่ยนแปลงเป้าหมายของการสื่อสารที่เคยมุ่งเน้นการโน้มน้าวชักชวน มาเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน (shared meaning) ที่มีรากฐานมาจาก Ritualistic model

ดังนั้น ลูกผสมที่เป็นการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจึงมีการเปลี่ยนแปลงโฉมหน้าไปจากเดิม alternative dev.com ให้ความสำคัญสูงสุดกับ "ประชาธิปไตยทางการสื่อสาร" คือ การมีส่วนร่วมของประชาชนในการสื่อสาร เป็นการ

สื่อสารที่ถือเอาการตอบสนองความต้องการของชุมชนเป็นเป้าหมายหลัก ในเรื่ององค์ประกอบของการสื่อสารนั้น หากยังคงสนใจเรื่อง "ตัวสื่อ" ก็น่าจะเป็น "สื่อผสมผสาน" (mixed media) แต่ที่ควรศึกษาค้นคว้าให้มากขึ้นก็คือ กลยุทธ์ด้านเนื้อหาสาร (message strategies)

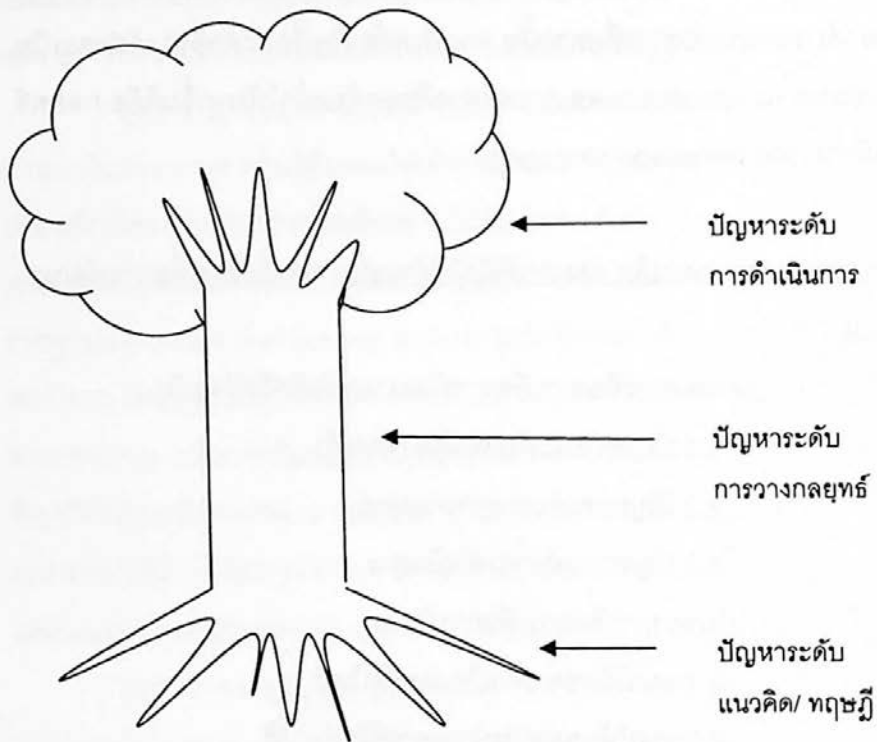
ส่วนที่สอง ทบทวนแนวคิด และเฟื่องพินิจไปข้างหน้า: การสื่อสารเพื่อการพัฒนาในสังคมไทย

1. ปัญหาของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจากอดีตถึงปัจจุบัน
  - 1.1 ปัญหาในระดับแนวคิด (ทฤษฎี)
  - 1.2 ปัญหาระดับการวางกลยุทธ์
  - 1.3 ปัญหาระดับการดำเนินการ
2. แนวโน้มของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา
  - 2.1 แนวโน้มของการเกิดแนวคิดใหม่
  - 2.2 แนวโน้มของการนำกลยุทธ์ใหม่มาใช้
  - 2.3 แนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงประเด็นความสนใจ

จากนี้จะขอสรุปเนื้อหาแต่ละตอนพอสังเขป

1. ปัญหาของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจากอดีตถึงปัจจุบัน

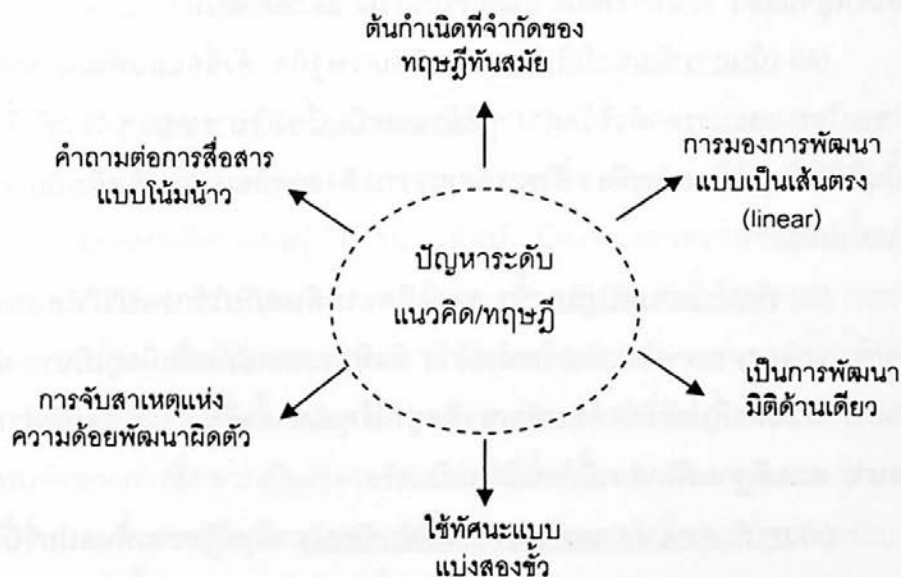
ปัญหาของการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นมีอยู่ 3 ขั้นตอนตามตรรกะของการทำงานซึ่งอาจจะเปรียบได้กับต้นไม้ ดังนี้



### (1.1) ปัญหาระดับแนวคิด/ทฤษฎี

ปัญหาระดับแนวคิด/ทฤษฎีนั้น เปรียบเสมือนรากแก้วของปัญหาและ  
 ดังที่ได้กล่าวมาแล้วถึงกรอบแนวคิดของการพัฒนา/ การสื่อสาร และการสื่อสาร  
 เพื่อการพัฒนาที่ผ่านมาเป็นระยะ ๆ โดยสังคมไทยได้เริ่มต้นเปิดหน้า  
 ประวัติศาสตร์ของการพัฒนาด้วยทฤษฎีความทันสมัย ทฤษฎีนี้คาดหวังว่าการ

สื่อสารจะเป็นทั้งตัวชี้วัดและกลไกการเปลี่ยนแปลงของการพัฒนา ผลลัพธ์อันเกิดจากการใช้รากแก้วดังกล่าวนั้นไม่จำเป็นต้องถกเถียงอภิปรายโต้แย้งด้วยทฤษฎีกันแล้ว เนื่องจากผลลัพธ์ดังกล่าวได้ผลิดอกออกผลมาให้เห็นข้อเท็จจริง กล่าวคือ หลังจากใช้แผนพัฒนาไปได้ 5 แผน สังคมไทยก็ต้องเริ่มซุดลงไปดูรากแก้วทั้ง 3 ราก ของแนวคิดที่อยู่เบื้องหลัง และพบปัญหาระดับแนวคิด/ทฤษฎีดังนี้



(i) ต้นกำเนิดที่จำกัดของทฤษฎีความทันสมัย ทฤษฎีนี้เคยถูกนำมาใช้ในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศเยอรมันในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 และได้ทำแบบจำลองขึ้นมาเพื่อนำมาใช้กับประเทศโลกที่ 3 ทั้งหมด โดยล้มความแตกต่างระหว่างประเทศต้นฉบับกับประเทศที่ประยุกต์ใช้

(ii) ทฤษฎีความทันสมัย วางอยู่บนทฤษฎีขั้นตอนความจำเป็นเชิงโตทางเศรษฐกิจของ Rostow ที่มีลักษณะเป็นขั้นบันไดแบบเส้นตรง (linear) แต่ประสบการณ์จริงของการล้มละลายของเม็กซิโก หรือ เศรษฐกิจขาขึ้น ขาลงของไทยได้พิสูจน์แล้ว เส้นทางพัฒนานี้แสนจะวากวน และคดเคี้ยว

(iii) เน้นการพัฒนามิติเดียว คือ มิติเศรษฐกิจ ดังชื่อแผนพัฒนาฉบับแรกของไทย และบรรดาตัวชี้วัดต่าง ๆ ก็ล้วนแต่เป็นเรื่องเงิน ๆ ทอง ๆ วัดดูทั้งสิ้น ดังนั้นมิติอื่น ๆ เช่น การเมือง สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ฯลฯ จึงเกิดปัญหาอย่างท่วมท้น

(iv) ทัศนะแบบแบ่งสองขั้ว ทฤษฎีความทันสมัยใช้กรอบวิธีคิดแบบ "ขาว/ดำ" (binary oppositions) โดยมองว่า สิ่งประเทศทันสมัยมีอยู่เป็นของดีทั้งหมด ส่วนสิ่งที่ประเทศด้อยพัฒนามีอยู่ก็ไร้คุณค่าทั้งสิ้น (แม้แต่มิติด้านศาสนา) สมมติฐานดังกล่าวนี้ล้วนแต่ไม่เป็นจริง

(v) การวิเคราะห์สาเหตุแห่งความด้อยพัฒนา ทฤษฎีความทันสมัยชี้ให้เห็นว่า ตัวการ/ สาเหตุแห่งความด้อยพัฒนานั้น ผังสี่กอยู่ภายในตัวประเทศ ด้อยพัฒนาเอง (เช่น ความโง่ ความยากจน ความอ่อนแอทางสุขภาพ) (endogenous factor) แต่กลุ่มทฤษฎีฟังกาลับซึ้นักย่อนกลับออกไปว่า

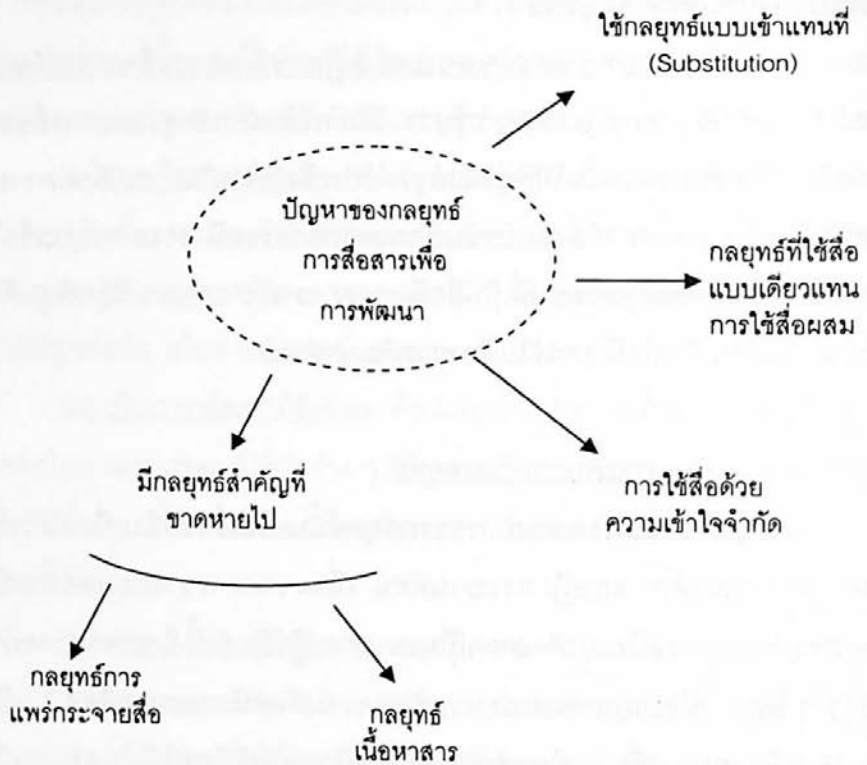


การด้อยพัฒนานั้นเกิดมาจาก ปัจจัยภายนอก (exogenous factor) คือการเอาเปรียบของประเทศที่เจริญแล้ว

(vi) การทบทวนตรวจสอบทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา บอร์ดเนฟ (Bordenave, 1977) สรุปว่า วิธีการโน้มน้าวชักจูงและการสื่อสารทางเดียวด้วยสื่อมวลชนนั้นได้พิสูจน์แล้วว่าไร้ประสิทธิภาพในการเปลี่ยนความรู้/ทัศนคติ และการกระทำที่สั่งสมมานับเป็นเวลาหลายร้อยปี รวมทั้งความเชื่อในอำนาจอิทธิพลของสื่อมวลชนที่เป็นสื่อที่มาแรง มาเร็ว มาบ่อย ก็ถูกพิสูจน์ว่าไร้நாயาโดยสิ้นเชิงเมื่อนำมาใช้ในเรื่องการพัฒนาสังคม

#### (1.2) ปัญหาระดับการวางกลยุทธ์

ปัญหาในขั้นตอนของการวางกลยุทธ์นั้นเป็นเรื่องที่สืบเนื่องมาจากขั้นตอนของแนวคิด/ ทฤษฎี/ กระบวนทัศน์ เนื่องจากการวางกลยุทธ์นั้นเป็นรอยต่อระหว่างการแปรแนวคิดลงมาเป็นแนวทางปฏิบัติ ดังนี้ จึงอาจกล่าวอย่างคร่าว ๆ ได้ว่า เมื่อปัญหาของกระบวนทัศน์ความทันสมัยของการพัฒนา เป็นแนวคิดเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพสังคมประเพณีที่มีอยู่ให้ทันสมัย เมื่อแบบจำลองการสื่อสารเป็นเชิงการถ่ายทอดที่สื่อสารทางเดียวจากบนลงล่าง มีเป้าหมายเพื่อการโน้มน้าวชักจูง ดังนั้นกลยุทธ์ของการสื่อสารก็จะเกิดปัญหาตามมา ดังนี้



(i) การใช้กลยุทธ์แบบเข้าแทนที่ กลยุทธ์แบบเข้าแทนที่ (substitution) ที่ถูกนำมาใช้ในเรื่องการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น สอดรับกับกลยุทธ์การพัฒนาโดยทั่วไป ในทางปฏิบัติ ก็เป็นการนำเอาสื่อมวลชน "ตัวแทนของความทันสมัย" เข้าไปแทนที่ สื่อบุคคลตามประเพณี (เช่น พระสงฆ์ ผู้นำตามธรรมชาติ และ

สื่อพื้นบ้าน) ผลลัพธ์ที่เกิดจากการแทนที่ก็คือ การล้มหายตายจากของสื่อทั้ง 2 ประเภท หรือแม้ยังคงดำรงอยู่ แต่ก็ไม่อาจทำหน้าที่ได้เช่นเดิม

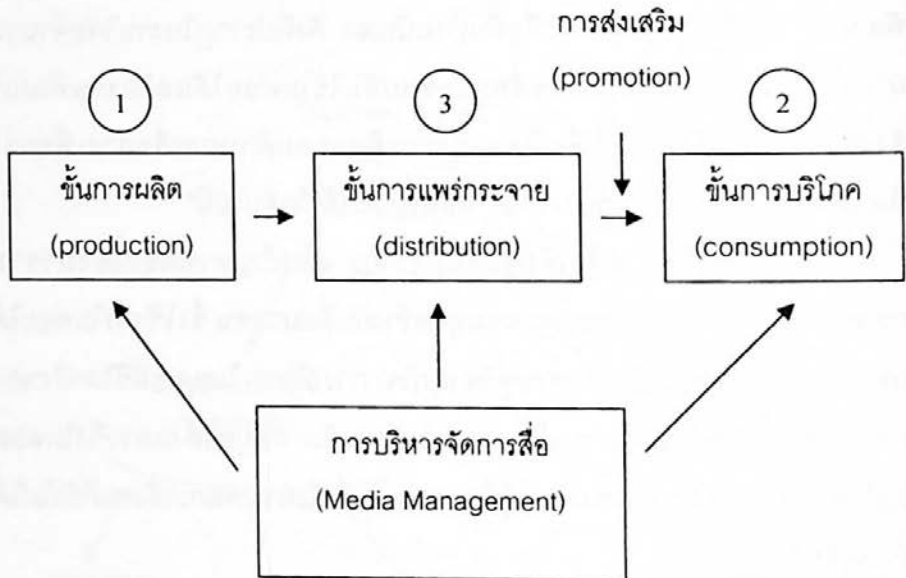
แต่ปัญหาที่ดูจะยุ่งเหยิงกว่านั้นก็คือ สื่อที่เป็นตัวจริงเสียงจริงของการพัฒนา กลับเป็นสื่อบุคคลและสื่อพื้นบ้านนั่นเอง ดังที่ปรากฏในงานวิจัยจำนวนมากมาย ส่วนสื่ออ่อนงใหม่คือสื่อมวลชนกลับใช้ไม่ค่อยได้ผลในงานพัฒนาสังคม/ ชุมชน สังคมไทยจึงเกิดอาการระอิดระอมด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา เพราะ "สื่อที่มี ก็ใช้การไม่ได้ สื่อที่ใช้การได้ ก็กลับไม่มี"

(ii) กลยุทธ์ที่ใช้สื่อเดียวแทนสื่อผสม เป็นปัญหาที่ต่อเนื่องมาจากกลยุทธ์แรก คือในขณะนั้นวางแผนทุ่มทุนสร้างกับสื่อมวลชน ซึ่งใช้การไม่ค่อยได้ (เพราะถูกผูกติดอยู่กับระบบเศรษฐกิจ (ธุรกิจ) การเมือง) ในขณะที่ชีวิตจริงของประชาชนนั้น ใช้สื่อหลาย ๆ ประเภทผสมผสานกัน กลยุทธ์ดังกล่าวจึงไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง รวมทั้งความรู้เรื่องการผสมสื่อในงานพัฒนาสังคมก็ยังไม่ได้ตั้งไข่เสียที

(iii) การใช้สื่อด้วยความเข้าใจที่คับแคบ เนื่องจากสื่อมิใช่เป็นเพียง "เทคโนโลยี" เท่านั้น หากแต่มีมิติเศรษฐกิจ/ การเมือง/ วัฒนธรรม เกาะติดมาอย่างรุนแรง ดังนั้น เราจึงพบว่าหอกระจายข่าวที่มีอยู่ทั่วประเทศไม่อาจจะใช้การได้ เพราะผู้วางแผนมองเห็นแต่ลักษณะด้านเทคโนโลยีของสื่อเท่านั้น (ดูเหมือนว่า อินเทอร์เน็ตด่าบลก็กำลังจะเดินตามเส้นทางแห่งความล้มเหลวของสื่อรุ่นพี่มาอย่างติด ๆ กัน)

(iv) กลยุทธ์ที่ขาดหายไป ที่สำคัญมี 2 กลยุทธ์ กลยุทธ์แรก สังคมไทยสนใจแต่ขั้นตอนของการผลิตสื่อ (media production) ทุกหน่วยงานของรัฐ

จึงล้วนผลิตสื่อ และไม่สนใจวงจรอื่น ๆ ของวัฏจักรแห่งการสื่อสารดังที่แสดง  
ในภาพ

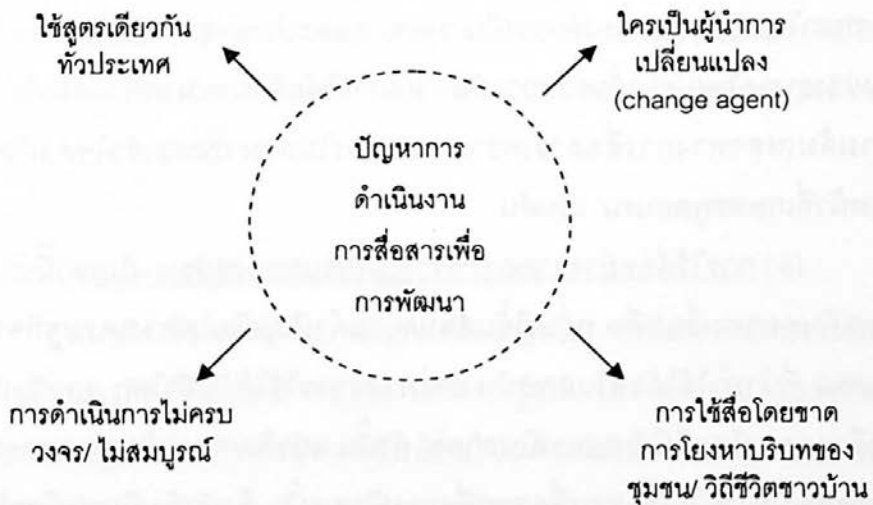


อีกกลยุทธ์หนึ่งที่หายไปก็คือ กลยุทธ์การออกแบบสาร เนื่องจากนักวางแผนการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาเชื่อมั่นในพลังของ "แผดผู้พิ" คือ "สื่อ" จนมองข้ามความสำคัญของ "แผดผู้น้อง" คือ "สาร" (ที่จริง ตัว "สาร" นั้น มีความสำคัญอย่างยิ่ง เช่น การไปหวนั้น ไม่ว่าจะถ่ายทอดผ่านสื่ออะไรก็จะมีสำคัญเลย) อันที่จริงสังคมไทยเคยเป็นสังคมที่มีภูมิปัญญาด้านการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง "กลยุทธ์สาร" อยู่ไม่น้อย เช่น เราเคยมีแนวคิดเรื่อง "ฤาษีแปลง

สาร" "ปากปราศรัย น้ำใจเชือดคอ" ฯลฯ จึงควรที่จะเดินหน้าเรื่องกลยุทธ์สารต่อไป

(1.3) ปัญหาในระดับการดำเนินการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

เนื่องจากการดำเนินงานเป็นไขสุดท้ายของกระบวนการตั้งแต่ระดับแนวคิดต่อมาจนถึงขั้นกลยุทธ์ หรือหากเปรียบเทียบกับภาพของต้นไม้ที่กล่าวไปข้างต้น การดำเนินงานก็เปรียบเสมือนผล/ดอก (ไปที่เกิดมาจากรากและลำต้น ผลการวิจัยหลายชิ้นได้แสดงให้เห็นปัญหาของการดำเนินการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ดังนี้คือ



(i) วิธีการดำเนินการแบบสูตรเดียวกันทั่วประเทศ เนื่องจากลักษณะการวางแผนการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาจากส่วนกลางแล้วแผ่กระจายออกไป โดยใช้กลไกของระบบราชการซึ่งเป็นผู้นำการพัฒนา ทำให้วิธีการใช้สื่อเพื่อพัฒนานั้นมีลักษณะ "สูตรเดียวกันทั่วประเทศ" ในขณะที่เรื่องของการสื่อสารนั้นมีมิติสังคม - วัฒนธรรมมาเกี่ยวข้องอย่างมาก (เริ่มตั้งแต่สำเนียง วิธีพูดของคนแต่ละภูมิภาคแตกต่างกัน) หรืออาจกล่าวว่ามี "ลักษณะสูตรใครสูตรมัน" จึงเกิดความไม่สอดคล้องระหว่างการสื่อสารกับสภาพความเป็นจริง

(ii) ปัญหาเรื่อง "ผู้นำการเปลี่ยนแปลง" ตามกระบวนการทศวรรษความทันสมัย ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (change agent) นั้นจะเริ่มที่ภาครัฐ/ เจ้าหน้าที่รัฐก่อน แล้วจึงค่อยกระจายขยายตัวออกไป แต่ทว่าเจ้าหน้าที่รัฐกับประชาชนนั้น เมื่อพิจารณาในแง่การสื่อสารแล้วจะเป็น "บุคคลคนละประเภท" (heterophily) ซึ่งมีช่องว่างขนาดใหญ่กว้างกันระหว่างกัน ผลการวิจัยจำนวนมากจึงแสดงให้เห็นความล้มเหลวทางการสื่อสารเพราะเกษตรกรไม่สามารถจะเข้าใจคำศัพท์ที่เจ้าหน้าที่เกษตรพูดอบรม เป็นต้น

(iii) การใช้สื่ออย่างขาดการพิจารณาบริบทของชุมชน ปัญหานี้เริ่มมาตั้งแต่ต้นตอของเรื่อง คือ ทฤษฎีขั้นตอนความจำเป็นเติบโตทางเศรษฐกิจของ Rostow ที่นำมาใช้ได้ผลในเยอรมัน และคาดว่าจะใช้ได้กับทั่วโลก ราวกับเรื่องแรงดึงดูดของโลกที่มีลักษณะเป็นสากล ดังนั้น แนวคิด/ แบบจำลอง/ กลยุทธ์/ วิธีการดำเนินงานในเรื่องการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น จึงมักดำเนินการโดยมิได้ดูบริบทของชุมชนเลย งานวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ส่วนใหญ่จึงไม่มีการสำรวจโครงสร้างของชุมชน หรือแม้จะสำรวจก็มีได้นำมาใช้พิจารณาประกอบด้วยเลย

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่องการรับนวัตกรรมนั้น ในแต่ละท้องถิ่นมีความซับซ้อนที่แตกต่างกันอย่างมาก

(iv) การดำเนินงานที่ไม่ครบวงจร การดำเนินการด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนานั้นก็เหมือนการกินยา หากกินไม่ครบตามจำนวน ย่อมไร้ผล เป็นที่น่าเสียดายว่า การดำเนินการด้านการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นจะดูเอาจริงเอาจังในระยะเริ่มแรก แล้วเริ่มแผ่วเบาในช่วงกลาง และมักจางหายไปเลยในช่วงท้าย เพราะลักษณะที่ไม่ครบวงจร ตัวอย่างแบบฉบับที่ชัดเจนที่สุดก็คือ การจัดตั้งสื่อชุมชน เช่น หอกระจาย ซึ่งเริ่มต้นอย่างกระตือรือร้นเมื่อมีการติดตั้งอุปกรณ์การกระจายเสียง (ซึ่งอาจจะมีพิธีเปิดงานตัดแพรคลุมป้าย) แต่ก็ขาดการวางแผนการกระจายเสียง ไม่มีแผนการอบรมช่างเทคนิคประจำชุมชน ดังนั้นเมื่ออุปกรณ์เสีย เครื่องกระจายข่าวก็กลายเป็นที่อยู่ของหนู/แมลงสาบไปในไม่ช้า เป็นต้น เครื่องมือการสื่อสารแทบทุกชนิดในชุมชนจะมีชะตากรรมคล้ายกับกรณีหอกระจายข่าวนี้

## 2. แนวโน้มของการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง

แนวคิดเรื่องการพัฒนาและการสื่อสารเพื่อพัฒนามีลักษณะพิเศษคือ เป็นแนวคิดที่ต้องนำมาทดสอบในภาคปฏิบัติ เพราะฉะนั้น ผลที่เกิดขึ้นจากภาคปฏิบัติจึงเป็นตัวบั่นปลายย้อนไปผลักดันให้ต้องเกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแนวคิดทฤษฎี หากว่าความเป็นจริงไม่ได้ผลตามที่คาดหวังเอาไว้ ดังนั้น นับตั้งแต่ทศวรรษแรกของการพัฒนา คือ ทศวรรษ 1950 ที่มีการเน้นหนักเรื่องการสร้างโครงสร้างพื้นฐานและด้านเศรษฐกิจ ในทศวรรษต่อมา

คือ 1960 ได้เริ่มมีการประเมินผลและวิพากษ์วิจารณ์กระบวนการทัศนคติความทันสมัย มีการนำเสนอแนวคิดเรื่องความจำเป็นพื้นฐาน และการพัฒนาคุณภาพชีวิตมาเสริมต่อจากแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว และในทศวรรษที่ 1970 แนวคิดเรื่อง "การมีส่วนร่วมของประชาชน" ก็เริ่มเปิดตัวมานำเสนอ

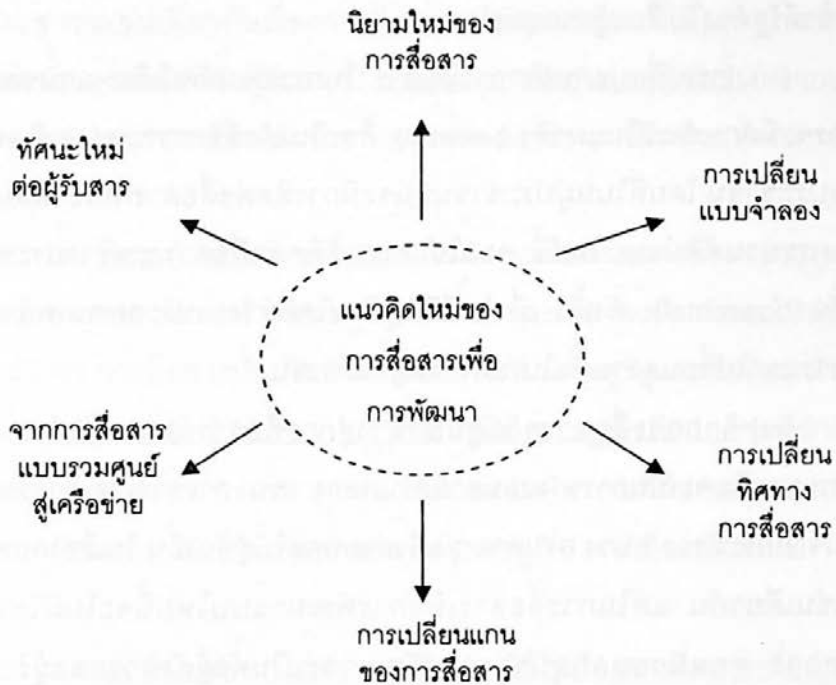
การเปลี่ยนแปลงที่ตัวพ่อและตัวแม่ดังกล่าว ส่งผลสะท้อนมาถึงการเปลี่ยนแปลงตัวลูกอย่างแน่นอน และเมื่อมีการตกแต่งรากแก้ว ลำต้นรวมทั้งดอกใบผลก็จะเปลี่ยนโฉมหน้าตามไป

ในที่นี้จะพ่วงพินิจแนວໂນ້ມເບື້ອງหน้าของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาตามองค์ประกอบ ที่ได้เริ่มมาตั้งแต่แรก ดังนี้

2.1 แนวคิดใหม่เรื่อง "การสื่อสารเพื่อการพัฒนา" ในช่วงทศวรรษ 1970 กระบวนทัศน์ด้านการสื่อสารเองก็ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากเช่นกัน และในสวนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาทั้งโดยการตรงและทางอ้อม มีสัก 4 - 5 ประการสำคัญ ๆ ดังนี้

(i) การเปลี่ยนแบบจำลองจากแบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอด ที่มีเป้าหมายเพื่อการโน้มน้าวชักจูง มีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียว และเป็น การสื่อสารที่ถือเอาตัวผู้ส่งเป็นตัวตั้ง ได้มีการนำเสนอแบบจำลองใหม่ คือ แบบจำลองเชิงพิธีกรรม ที่มีเป้าหมายเพื่อการสร้างความเข้าใจ สร้างความหมาย สร้างอารมณ์ความรู้สึกร่วมกัน เป็นการสื่อสารแบบสองทาง และไม่มีใครผูกขาด เป็นผู้รับ/ผู้ส่งอยู่ตลอดเวลา





จากแบบจำลองการสื่อสารอันใหม่นี้ จึงเกิดรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบใหม่ ๆ เช่น การจัดเวทีเสวนา (dialogue) การจัดประชุมกลุ่ม (forum) การทำประชาพิจารณ์ (public hearing) การจัดเวทีประชาคม ฯลฯ

(ii) การเปลี่ยนทิศทางของการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบเดิมนั้นจะเน้นทิศทางจากบนลงล่าง (top - down flow) ที่สอดคล้องกับทิศทางของการพัฒนา คือ จากเจ้าหน้าที่สู่ประชาชน แต่ในกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบใหม่ จะเป็นการสื่อสารแบบจากล่างขึ้นบน

(bottom - up flow) ดังนั้นในปัจจุบัน เราจึงเห็นกรณีตัวอย่างมากมายที่เจ้าหน้าที่รัฐต้องไปเรียนรู้จากชุมชน

(iii) การเปลี่ยนแกนของการสื่อสาร ในกระบวนทัศน์เดิม แกนของการสื่อสารจะมีลักษณะเป็นแนวดิ่ง (vertical) คือเป็นการสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐกับประชาชน โดยที่ในหมู่ประชาชนนั้นจะมีการติดต่อสื่อสารกันเองน้อยมาก แต่ในกระบวนทัศน์แบบใหม่นี้ จะเน้นแกนการติดต่อสื่อสารระหว่างประชาชนด้วยกัน (horizontal) ดังนั้น เมื่อใดที่มีหมู่บ้านใดที่ทำงานประสบความสำเร็จก็จะมีการแลกเปลี่ยนดูงานกันในระหว่างหมู่ประชาชน

(iv) จากการสื่อสารจากศูนย์กลางสู่การสื่อสารแบบเครือข่าย การสื่อสารแบบเดิมจะเน้นการวางแผนจากส่วนกลาง เช่น การวางแผนการรณรงค์ จะเริ่มจากกระทรวง ทบวง กรมต่าง ๆ แล้วถ่ายทอดไปสู่ท้องถิ่น ในเรื่องการผลิตสื่อก็เช่นเดียวกัน แต่ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบใหม่นี้จะไม่มีใครเป็นศูนย์กลาง ทุกหน่วยทุกกลุ่มของการพัฒนาจะเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ผู้ผลิตสื่อและผู้ใช้สื่อจะมีลักษณะเป็นเครือข่ายการสื่อสารที่มีรูปแบบการกระจายตัวอยู่ทั่วไป

(v) การเปลี่ยนทัศนคติใหม่ต่อผู้รับสาร ในแบบจำลองการพัฒนาแบบเดิม จะมองเห็นว่าประชาชนนั้นว่างเปล่า และต้องถ่ายทอดความเข้าใจเรื่องการพัฒนาลงไปให้ ซึ่งก็สอดคล้องกับทัศนคติด้านการสื่อสารที่ต้องถ่ายทอดความรู้จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร เนื่องจากผู้รับสารนั้นถูกมองว่า เป็นเพียง "ผู้คอยรองรับสาร" (passive)

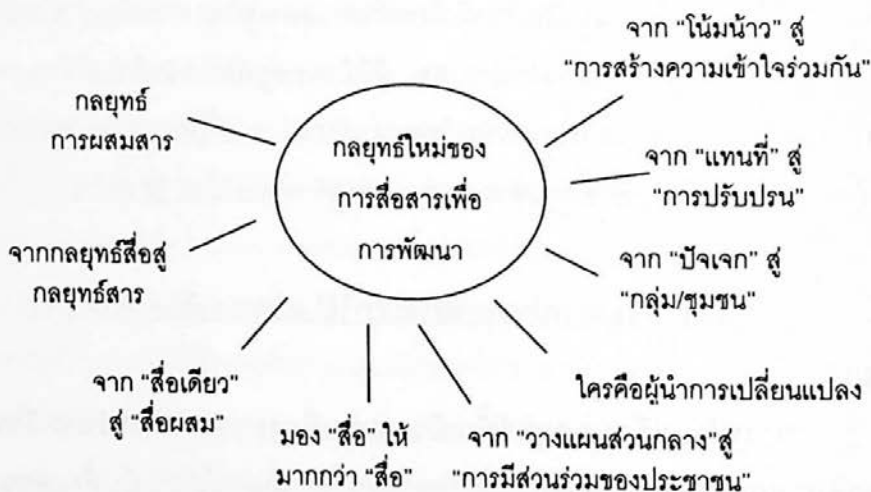
แต่ในแบบจำลองใหม่นั้น ในด้านการพัฒนาเชื่อว่า มิถุนิปัญญาในหมู่ประชาชนเช่นเดียวกับเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่เชื่อว่า ประชาชน/ผู้รับสารนั้น active ดังนั้นผู้รับสารไม่เพียงแค่ว่า "เปิดรับ" สารเท่านั้น หากแต่ยังมีการตรวจสอบ การเลือกใช้ รวมทั้งการแสวงหาข่าวสารอีกด้วย (Information seeker)

(vi) นิยามใหม่ของการสื่อสาร ในทัศนะเดิมด้านการสื่อสารจะถูกมองอย่างขาดลอยจากโครงสร้างเศรษฐกิจ/ สังคม/ การเมือง แต่ในทัศนะใหม่นั้นจะพิจารณาว่า การสื่อสารนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ/ การเมือง/ สังคม - วัฒนธรรมโดยตรง ตัวอย่างง่าย ๆ เช่น ผู้ที่มีเศรษฐกิจดีกว่าก็จะมีอำนาจ/ โอกาสในการเข้าถึงข่าวสารมากกว่า ในทางกลับกัน คนที่มีข่าวสารมากกว่าก็จะย้อนกลับมาดำรงรักษาอำนาจทางเศรษฐกิจ/ การเมือง อีกต่อไป

## 2.2 แนวโน้มของการนำกลยุทธ์ใหม่มาใช้ในเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์นั้นเป็นผลต่อเนื่องมาจากการปรับเปลี่ยนแนวคิด/ ทฤษฎี/ กระบวนทัศน์ที่กล่าวมาแล้ว อาจกล่าวได้ว่า นับตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 2530 เป็นต้นมา ได้เริ่มมีการทบทวนแนวคิดทั้งในเรื่องการพัฒนา การสื่อสาร และการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ถึงแม้ว่า การเคลื่อนไหวดังกล่าวนี้จะยังไม่แพร่หลายในภาครัฐ ยังคงค่อนข้างนิ่งเงียบในสถาบันวิชาการ แต่ทว่าในภาคองค์กรพัฒนาเอกชนและภาคประชาชนนั้น เป็นพื้นที่ที่มีการแตกหน่อใหม่ ๆ ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในรูปแบบใหม่ ๆ ดังที่เราจะเริ่มได้ยินคำว่า การจัด

เวลาที่เสวนา เวลาที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ การจัดตั้งเครือข่าย ฯลฯ หนาหูขึ้น และแม้ว่าการนำกลยุทธ์ใหม่ ๆ เหล่านี้มาใช้จะยังมิได้มีสถานะเป็นรูปแบบกระแสหลัก แต่ก็มีแนวโน้มที่เพิ่มความนิยมมากขึ้นทุกที รูปแบบใหม่ ๆ ของการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น ส่อสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การสื่อสารที่อยู่เบื้องหลัง ดังนี้



(i) จากกลยุทธ์ "การโน้มถ่วง" สู่อุทิศ "การสร้างความสำเร็จร่วมกัน" เบื้องหลังรูปแบบใหม่ ๆ ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา เช่น การจัดเวทีเสวนา การจัดเวทีแลกเปลี่ยน เครือข่ายการเรียนรู้ การทำประชาพิจารณ์ การสรุป/ถอดบทเรียนร่วมกัน การทำวิจัยแบบมีส่วนร่วม การค้นข้อมูลให้ชุมชน ฯลฯ รูปแบบการสื่อสารเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้นั้นมิใช่การโน้มถ่วงแล้ว หากแต่เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งการสร้างความสำเร็จร่วมกันมากกว่า

(ii) จากกลยุทธ์ "การแทนที่" สู่อุทิศ "การปรับปรุง..." จากกระบวนการทัศน์เดิมที่มองว่า "ของใหม่มีแต่ดีทั้งหมด ส่วนของเดิมนั้นก็มีแต่ข้อเสียทั้งหมด" ดังนั้นจึงต้องนำเอาของใหม่เข้ามาทดแทน แต่เมื่อมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ใหม่ว่า ทั้งของเก่าและของใหม่ล้วนมีทั้งข้อดีและข้อด้อยทั้งคู่ จึงควรที่จะเลือกข้อดีทั้งจากของเก่าและของใหม่มาปรับประสาน (articulation) เข้าด้วยกัน

ในด้านการสื่อสารก็เป็นไปในทำนองเดียวกัน จึงเริ่มที่จะมีงานวิจัยที่วิเคราะห์ข้อเด่นและข้อจำกัดของการสื่อสารแบบเดิม เช่น สื่อบุคคล สื่อประเพณี สื่อพื้นบ้าน พร้อมทั้งศึกษาข้อเด่น และข้อจำกัดของการสื่อสารแบบใหม่ ๆ เช่น สื่อมวลชน คอมพิวเตอร์ ฯลฯ แล้วนำเอาข้อดีของทั้ง 2 แบบมาประสานกัน

(iii) จากกลยุทธ์ที่เน้น "ปัจเจก" มาสู่อุทิศ "กลุ่ม/ชุมชน" ดังได้กล่าวมาแล้วว่า ในกระบวนการทัศน์เดิมนั้น จะเป็นการสร้างผลกระทบ (Impact study) ที่หน่วยระดับปัจเจก เนื่องจากความเชื่อที่ว่า ถ้าค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงไปที่ละคน ในท้ายที่สุด ก็จะทำให้เปลี่ยนกันทั้งสังคม

แต่กระบวนการทัศน์ใหม่เห็นว่า ชีวิตของคนในโลกที่ 3 นั้น มิได้แตกแยกเป็น "ปัจเจก" หากทว่าบุคคล ( โดยเฉพาะในชนบท) ยังมีความสัมพันธ์เชื่อมร้อย

อยู่กับกลุ่มสังคม เช่น เครือญาติ พ่อแม่ เพื่อนบ้าน เพื่อนสนิท ชุมชน ฯลฯ  
 ดังนั้น หน่วยของการศึกษาจึงควรเป็นกลุ่ม/ชุมชน

(iv) การขยาย "ผู้นำการเปลี่ยนแปลง" ในกระบวนการทัศน์เดิมนั้น จะเน้น  
 แต่ผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่เป็นบุคคลากรของภาครัฐ แต่ผลที่เกิดขึ้นได้พิสูจน์แล้ว  
 ว่า เจ้าหน้าที่รัฐนั้นเป็นสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพน้อยกว่าที่คิด ดังนั้น "ผู้ส่งสาร"  
 จึงไม่จำเป็นต้องจำกัดวงอยู่ในภาครัฐเท่านั้น หากแต่ต้องขยายออกไปถึงผู้นำ  
 ของชุมชนที่มีอยู่มากมายหลายประเภททั้งทางโลกและทางธรรม

(v) จากกลยุทธ์ "การวางแผนจากส่วนกลาง "สู่" การมีส่วนร่วมของ  
 ประชาชน" เพื่อให้สอดคล้องกับกระบวนการทัศน์ใหม่ของการพัฒนา การสื่อสารเพื่อ  
 การพัฒนาที่ต้องเปลี่ยนจากการวางแผนจากส่วนกลางไปสู่การสื่อสารแบบมี  
 ส่วนร่วมของประชาชน

แนวคิดเรื่อง " การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม " (participatory  
 communication) จึงกลายเป็น "คำหลัก" (keyword) ที่ถูกนำมาใช้ โดยที่  
 ความหมายของคำ ๆ นี้มีอยู่ 2 นัยยะ คือ

(ก) การใช้การสื่อสารเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในชีวิต  
 สาธารณะ เช่น การทำประชาพิจารณ์ การใช้สิทธิตาม พ.ร.บ.ข่าวสารของทาง  
 ราชการ การล่าชื่อประชาชน 50,000 คน เพื่อถอดถอน สส. เป็นต้น

(ข) การเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการของสื่อเอง ซึ่ง  
 สามารถทำได้ใน 3 ระดับ คือ

- ระดับเป็นผู้ฟังที่ active และมีปฏิกิริยาป้อนกลับ
- ระดับเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิต

- ระดับการวางนโยบายและวางแผนการใช้สื่อ

(vi) กลยุทธ์การใช้ "สื่อ" ให้มากกว่า "สื่อ" กลยุทธ์นี้ได้แก่การเปิดเสรีของคำนิยามของคำว่า "สื่อ" ซึ่งแต่เดิมเคยจำกัดอยู่แต่สื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ แต่อันที่จริงแล้ว สื่อมันยังหมายรวมถึงสื่อประเภทอื่น ๆ

นอกจากนั้น คำว่า "สื่อ" ควรจะขยายขยายออกมาถึงคำว่า "ช่องทาง" ซึ่งหมายถึง พื้นที่ วาระโอกาส เพื่อที่จะได้ใช้ทุกช่องทางที่สามารถจะสร้างการสื่อสารได้ เช่น ร้านกาแฟ ริมบ่อน้ำ กิจกรรมการพานักเรียนไปเดินป่า ประเพณีทอดผ้าป่าข้าว ฯลฯ

(vii) จาก "สื่อเดียว" สู่อีสื่อผสม จากคำถามเดิม ๆ ที่ว่า "สื่อประเภทใดจะทรงพลานุภาพมากกว่ากัน" นั้น ผลการวิจัยจำนวนมากพบว่า "สื่อตัวเดียวมักจะไม่สามารถทำหน้าที่ได้ตลอดรอดฝั่งทั้งกระบวนการการพัฒนา หากแต่ต้องมีการประสานใช้สื่อหลาย ๆ ประเภทตามจังหวะ/ ขั้นตอน ซึ่งความรู้ในการประสานสื่อหลายประเภทนี้ในแวดวงธุรกิจได้ก้าวหน้าไปอย่างมาก แต่ในเรื่องการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาสังคมนั้นยังอยู่ในขั้นเตาะเตาะ

(viii) จากกลยุทธ์ "การใช้สื่อ" ไปสู่อีสื่อ "กลยุทธ์เรื่องสาร" เนื่องจากในแวดวงนิเทศศาสตร์เอง ความเชื่อเรื่องพลังอำนาจของตัวสื่อได้ค่อย ๆ ถูกโยกคลอน และมีการเพิ่มน้ำหนักความสนใจกับเรื่อง "สาร" มากขึ้น นับตั้งแต่การคัดเลือกสาร (Message selection) การออกแบบสาร (Message design) การนำเสนอสาร (Message delivery) และเนื้อหาสารนั้นมิได้มีเพียง "ตัวเนื้อหาสาระ" เท่านั้น หากทว่ายังมี "ความหมาย" (meaning) แบบต่าง ๆ แฝงอยู่ภายใน แนวทางการศึกษาเรื่องการสื่อสารจึงเริ่มเปลี่ยนแปลงจากการศึกษาเชิง

"ปริมาณ" เช่นความถี่ในการเปิดรับ มาสู่การวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การอ่าน ความหมายของถ้อยคำ ภาพสัญลักษณ์ต่าง ๆ รวมทั้งการต่อสู้ช่วงชิง ความหมายต่าง ๆ

(ix) กลยุทธ์การผสมสาร นอกเหนือจากกลยุทธ์การ "ผสมสื่อ" ที่กล่าวมาแล้ว เมื่อมีการหันมาให้ความสนใจกับสารก็ได้มีความสนใจเรื่องการผสมสารตามไปด้วย อันที่จริงการผสมสารนั้นได้เคยถูกนำไปใช้ในกรณีของการนำสื่อพื้นบ้านมาใช้เพื่อการพัฒนามากมาย เช่น การนำเนื้อหาสารธารณสุขเข้าไปผสมในเนื้อหาของคำขอ หนังสือ ฯลฯ และเช่นเดียวกับเรื่องการผสมสื่อ คือ จะผสมสารอย่างไรจึงจะได้ผลดี

ส่วนแนวคิดใหม่อีกแนวหนึ่งของการผสมสารก็คือ แนวคิดเรื่อง "สาระ/บันเทิง" (Edutainment) อันได้แก่การนำเนื้อหาที่มีสาระมาผสมกับความบันเทิง ซึ่งเป็นแนวคิดที่คนไทยไม่แปลกหน้าเท่าใดนัก

### 2.3 แนวโน้มของการเปลี่ยนประเด็นความสนใจเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

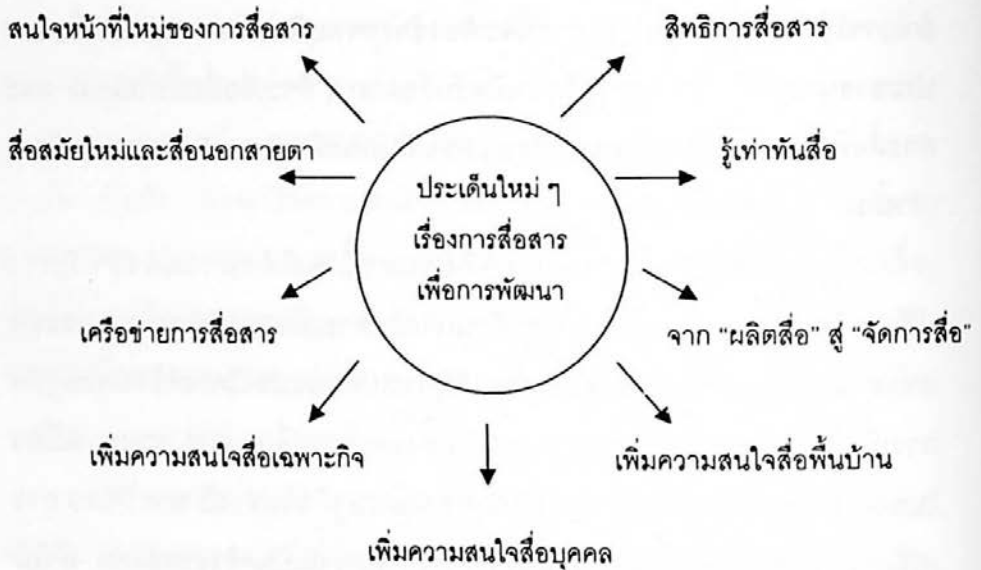
ผลจากการสำรวจงานวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ผ่านมาใน 4 ทศวรรษของสังคมไทย ผู้เขียนได้พบว่า ประเด็นความสนใจในการศึกษานั้นจะมีอยู่อย่างจำกัดไม่กี่ประเด็น ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อจำกัดของกรอบแนวคิดที่ใช้นั้นเอง จากกรอบแนวคิดเรื่องทฤษฎีความทันสมัย หัวข้อการวิจัยส่วนใหญ่จึงมุ่งเน้นที่จะวัดว่า ทั้งผู้นำ ทั้งประชาชน (ทุกเพศ/ ทุกวัย/ ทุกกลุ่มอาชีพ) มีความทันสมัยในด้านต่างๆ แล้วหรือยัง ถ้ายังจะใช้การสื่อสารสร้างผลกระทบ



ให้เกิดขึ้นได้อย่างไร ควรจะใช้สื่ออะไรเพื่อสร้างผลกระทบ (ทฤษฎีที่เชื่อในพลังอำนาจโน้มน้าวของสื่อ) ในการนี้จะต้องสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ (ทฤษฎีเชื่อว่าเปิดรับสื่อมาก ๆ ก็จะเชื่อสื่อ นั้นไปเอง) และการตั้งคำถามกับบทบาทของสื่อมวลชนที่มักจะมีอยู่ 4 - 5 ประการหลัก ๆ เท่านั้น

แต่ในช่วง 3 - 4 ทศวรรษที่ผ่านมา ดังได้กล่าวแล้วว่า มีการปรับเปลี่ยนทั้งแนวคิดและกลยุทธ์ด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจากกระแสสากล ในอีกด้านหนึ่งในสังคมไทยเองก็มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจการเมือง และสังคมอย่างมากมาย เริ่มตั้งแต่การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในช่วง 14 ตุลาคม 2516 การเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ.2540 การเปลี่ยนทั้งมือซ้ายคือแนวคิดและมือขวาคือสภาพความเป็นจริงของสังคม ทำให้เกิดการพลิกเปิดประวัติศาสตร์หน้าใหม่ของความสนใจเรื่องประเด็นที่ควรทำการศึกษาค้นคว้าในเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่เปลี่ยนไปจากข้างต้นที่กล่าวมาแล้วดังนี้

(i) ประเด็น "สิทธิการสื่อสาร" ในข้อวิจารณ์กระบวนการทัศนคติความทันสมัยทั้งหลาย นั้น มีข้อคิดเห็นประการหนึ่งที่เสนอว่า สาเหตุที่แท้จริงของความด้อยพัฒนานั้น มิได้เกิดมาจากลักษณะล้าหลังแบบ "โง่ จน เจ็บ" ของประชากรในโลกที่สาม หากทว่าเกิดมาจากการ ไร้สิทธิไร้เสียง ในการเข้าร่วมตัดสินใจทิศทางของการพัฒนาต่างหาก จากแนวคิดดังกล่าวจึงเริ่มมีการนำเสนอว่า "การพัฒนาเป็นเรื่องเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน" และสิทธิการสื่อสารก็เป็นสิทธิที่สำคัญมาก



ประเด็นใหม่ที่แวดวงการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสนใจศึกษาค้นคว้า จึงเป็นเรื่อง "สิทธิในการสื่อสาร" ซึ่งมีอยู่ 2 หมวดใหญ่ ๆ คือ สิทธิในการเป็นผู้รับสาร (right to know) เช่น โอกาสในการเข้าถึงข่าวสารอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง และสิทธิในการเป็นผู้ส่งสาร (right to inform) ดังตัวอย่างรูปธรรม เรื่องวิทยุชุมชน เป็นต้น

(ii) ประเด็นเรื่อง "การรู้เท่าทันสื่อ" ในระยะเริ่มแรกที่มีการนำสื่อขนาดใหญ่ เช่น สื่อมวลชนมาใช้นั้น ทศนคติโดยทั่วไปของสังคมที่มีต่อสื่อมักจะเป็นไปในแง่บวกและมองอย่างคับแคบ กล่าวคือ เห็นสื่อมวลชนเป็นพระเอกที่จะมาช่วยเหลือชีวิตของผู้คนและการพัฒนาสังคมให้ดีขึ้นในทุกด้าน

แต่เมื่อผ่านไปสัก 3 - 4 ทศวรรษ ผู้คนก็เริ่มมองเห็นสื่ออย่างรอบด้านมากขึ้นว่า สื่อมวลชนนั้นเป็นเรื่องที่ข้องแวะอยู่กับธุรกิจ/ ผลประโยชน์ (ตัวเลขกำไรแต่ละปีของสื่อเป็นประจักษ์พยาน) ทศนคติของสังคมจึงเริ่มเคลื่อนคล้อยจากที่เคยมองสื่อมวลชนเป็นพระเอก โดยเริ่มเห็น "แววผู้ร้าย" ในสื่อมวลชนที่ฉายออกมาเป็นผลกระทบด้านลบแบบต่าง ๆ

ประเด็นที่เป็นที่สนใจศึกษาสื่อมวลชนที่เป็นเสมือน "ยาแก้" หรือ การกำกับควบคุมสื่อมวลชนก็คือ แนวคิดและแนวปฏิบัติเรื่อง "การรู้เท่าทันสื่อ" (media literacy) ที่เริ่มต้นในโลกตะวันตกตั้งแต่ทศวรรษ 1970 เป็นต้นมา

(iii) จากความสนใจเรื่อง "การผลิตสื่อ" สู่ "การจัดการสื่อ" ดังที่ได้วิเคราะห์มาแล้วในเรื่องการดำเนินการอย่างครบวงจรว่า การใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาในอดีตนั้นยังหยุดนิ่งอยู่ที่ "เรื่องการผลิตสื่อ" แต่ในอนาคต เส้นทางของการใช้สื่อเพื่อการพัฒนา จะต้องก้าวต่อไปถึงเรื่อง "การบริหารจัดการสื่อ" (media management) ตัวอย่างรูปธรรมที่สุด ก็เช่น บรรดาเทปเสียงที่แต่ละกระทรวง ทบวง กรมต่าง ๆ ผลิตเพื่อส่งต่อให้หอกระจายข่าวนั้น ควรจะมีหน่วยงานจัดการเรื่องการแพร่กระจายและการใช้ให้มีประสิทธิภาพกว่าปัจจุบัน

(iv) เพิ่มความสนใจเรื่อง "สื่อพื้นบ้าน" หลังจากที่วงการพัฒนาเผชิญหน้ากับข้อจำกัดของสื่อมวลชนก็ได้มีการหวนกลับมาใช้ "สื่อพื้นบ้าน" เพื่อการพัฒนา และเนื่องจากสื่อประเภทนี้ได้เกิดขึ้นและคงอยู่เป็นคู่ขวัญของชาวบ้านมานานแล้ว เมื่อหยิบมาใช้งาน จึงย่อมได้ผลสมดังใจทุกครั้ง แต่ทว่าทิศทางของการใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อพัฒนานั้น มีแต่ทิศทาง "การเอามาใช้" เพียงอย่างเดียว และมองข้าม "ทิศทางการพัฒนาสื่อพื้นบ้าน" เช่นเดียวกับ

แบบแผนของการใช้ป่า จึงน่าสงสัยว่าถ้ามีแต่การใช้โดยไม่ช่วยกันทำนุบำรุงรักษา/พัฒนา สังคมไทยจะมีสื่อพื้นบ้านให้เหลือใช้ในอนาคตอีกสักมากน้อยเท่าใด ดังนั้น แนวโน้มในอนาคตต่อความสนใจเรื่องสื่อพื้นบ้านจึงต้องใช้ระบบคู่ขนาน คือทั้งใช้และทั้งพัฒนา โดยต้องยึดหลักการเคารพในสิทธิของเจ้าของวัฒนธรรมเป็นสำคัญ

(v) เพิ่มความสนใจเรื่อง "สื่อบุคคล" ทั้ง ๆ ที่ผลการวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้พิสูจน์แล้วว่า สื่อที่มีขนาดเล็ก เช่น สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีคุณูปการอย่างยิ่งต่อเรื่องการพัฒนา แต่ในทางตรงกันข้าม งานศึกษาเรื่องสื่อบุคคลกลับมีน้อยอย่างเหลือเชื่อ และวิธีการใช้ศึกษาก็จำกัดอยู่กับการวัดคุณสมบัติ 2 - 3 อย่างของผู้นำการสื่อสารเท่านั้น

เหตุผลเบื้องหลังของความอึดคัดในการศึกษาสื่อบุคคลนั้น น่าจะเกิดมาจากเหตุปัจจัยหลาย ๆ ประการ เริ่มตั้งแต่ความยากลำบากที่จะได้รับความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่าง (เพราะการศึกษาแบบเจาะลึกนั้น ต้องก้าวล่วงเข้าไปในชีวิตของกลุ่มตัวอย่างอย่างลึกลับ) วัฒนธรรมของสังคมไทยที่ถ้าเคารพบูชาแล้วก็จะไม่วิพากษ์วิจารณ์ ความเชื่อที่ว่า "ความสามารถของบุคคลนั้นเป็นเรื่องเฉพาะตัว ไม่สามารถเลียนแบบหรือทำซ้ำได้" ฯลฯ ทั้งหมดนี้ คือ กำแพงขวางกั้นการศึกษาสื่อบุคคล

แต่หากแวดวงนิเทศศาสตร์พัฒนาการตระหนักแน่แก่ใจว่า ความเข้าใจในสื่อประเภทนี้จะช่วยให้มีการ "ทั้งใช้ ทั้งพัฒนาสื่อบุคคล" ให้มีประโยชน์ต่องานพัฒนาอย่างแท้จริงแล้ว ก็คงต้องเริ่มต้นป็นข้ามกำแพงและบุกเบิกเส้นทางวิถีวิทยาในการศึกษาสื่อบุคคลกันต่อไป

(vi) เพิ่มความสนใจใน "สื่อเฉพาะกิจ" จากข้อเสนอที่กล่าวมาข้างต้นถึง การเปิดเสรีในค่านิยมของคำว่า "สื่อ" เราอาจจะเริ่มต้นกันที่ประเภทของ "สื่อเฉพาะกิจ" และ "สื่อเฉพาะกาล" รวมทั้ง "สื่อเฉพาะกลุ่ม" กล่าวคือ ต้องขยาย คำว่า "สื่อ" ออกไปให้ตรงกับคำว่า "ช่องทาง" และต้องไม่จำกัดตัวอย่างอยู่แต่ที่ "สื่อเฉพาะกิจสมัยใหม่" เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ วิดีโอ สไลด์ เท่านั้น หากแต่ จะต้องขยับขยายไปถึงบรรดางานเทศกาลต่าง ๆ สภากาแฟ การรวมกลุ่มแบบต่าง ๆ บนหน้าจอกอมพิวเตอร์ ฯลฯ รวมทั้งต้องแสวงหาวิธีการที่จะศึกษาสื่อเฉพาะกิจ/ กลุ่ม/ กาล เหล่านี้ด้วย

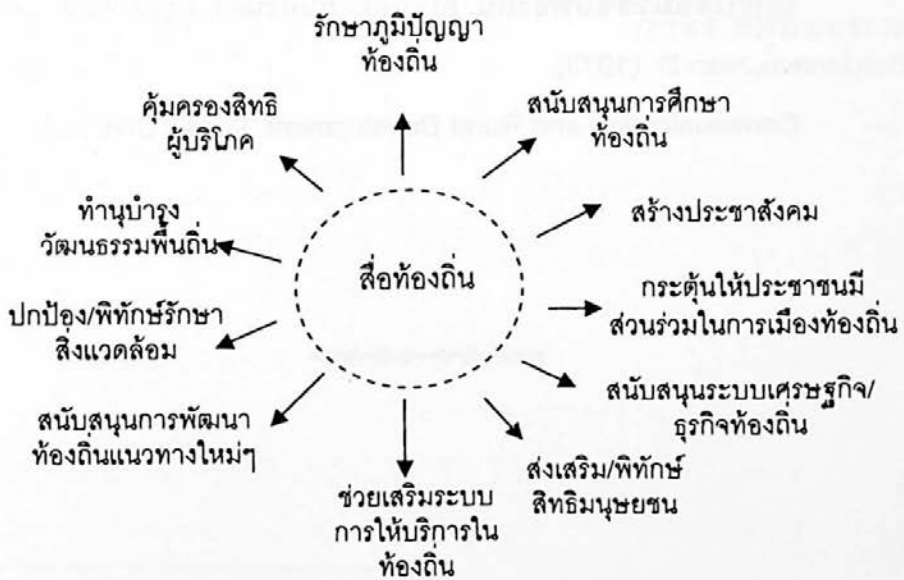
(vii) ประเด็นความสนใจเรื่อง "เครือข่ายการสื่อสาร" เมื่อเทียบกับสื่อ เล็กสื่อย่อยประเภทอื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้ว นับว่า "เครือข่ายการสื่อสาร" นั้นดูจะมี ชะตากรรมที่ตึกว่าสื่อแบบอื่น ๆ เนื่องจากเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ได้รับความ สนใจจากวงการวิชาการมากที่สุด ทั้งนี้อาจจะมาจากเหตุผลที่ว่ารูปแบบของ เครือข่ายการสื่อสารนั้นขึ้นอยู่กับรูปแบบการสื่อสารที่ใช้กันมาก่อน เช่น เป็นการสื่อสารที่เปลี่ยนแกนจากแนวดิ่ง (vertical) มาเป็นแนวนราบ (horizontal) เปลี่ยนจากการรวมศูนย์ (centralized) มาเป็นกระจายตัว (decentralized) ฯลฯ รวมทั้งข้อเท็จจริงที่ว่า ในสภาพความเป็นจริง สังคมไทย เป็นสังคมที่อุดมสมบูรณ์ในเรื่องรูปแบบความสัมพันธ์แบบเครือข่ายอยู่แล้ว ที่ ปรากฏในชื่อเรียกต่าง ๆ เช่น พรรคพวก พวกพ้อง เส้นสาย เพื่อนฝูง เครือญาติ เกล็ด เสี้ยว คนรู้จัก ฯลฯ ดังนั้นในอนาคต จึงควรมีการศึกษาทำความเข้าใจ และนำเอาเรื่องเครือข่ายการสื่อสารมาใช้ประโยชน์ในงานพัฒนาให้ได้มากที่สุด

(viii) ประเด็นความสนใจใน "สื่อสมัยใหม่" และ "สื่อนอกสายตา" เนื่องจากปัจจุบัน แนวคิดเรื่องการพัฒนาไม่ได้จำกัดตัวอย่างอยู่ในแง่ "พื้นที่" คือ ชนบท และไม่ได้เกาะติดอยู่กับภารกิจ "แปลงโฉมชนบทให้เป็นเมือง" อีกต่อไปแล้ว หากแต่มีแนวคิดใหม่ว่า คนในทุกพื้นที่ (ทั้งชนบทและเมือง) คนในทุกรุ่น ทุกกลุ่มล้วนต้องการการพัฒนาในด้านใดด้านหนึ่ง (หรืออาจต้องการแก้ปัญหาที่การพัฒนารุ่นพี่มาทิ้งเอาไว้ เช่น ปัญหาอาชญากรรม ศีลธรรมตกต่ำ ครอบครัวยุสลาย ยาเสพติด โรคเอดส์) และหากกลุ่มคนที่ จะพัฒนานั้นเป็นคนรุ่นใหม่ วงการการสื่อสารเพื่อการพัฒนาก็ต้องตามไปทำความเข้าใจกับสื่อสมัยใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ มือถือ เครื่องเล่นดีวีดี ฯลฯ

อันที่จริง สื่อสมัยใหม่เหล่านี้ไม่ได้จำกัดตัวเองอยู่ที่คนรุ่นใหม่ในเมืองเท่านั้น เพราะเพียงผ่านช่วงแรกของการเริ่มต้น สื่อเหล่านี้ก็เริ่มแพร่หลายไปทั่ว (popularize) ตัวอย่างประเด็นเช่น จะใช้มือถือเพื่อการพัฒนาได้อย่างไร (เช่น การเป็น support group) ยังรอคอยการศึกษาของนักนิเทศศาสตร์พัฒนาการอยู่

นอกจากนั้น บรรดาสื่ออกสายตา เช่น ละคร หรือแม้แต่สิ่งที่อาจจะไม่ได้ดูเป็นสื่อ เช่น ของเล่น ฯลฯ ที่มีคุณสมบัติที่แตกต่างไปจากสื่อเพื่อการพัฒนาที่เราคุ้นเคย เนื่องจากเป็นสื่อที่เล่นกับเรื่องอารมณ์/ความรู้สึก มีสุนทรียะ ฯลฯ แต่สื่อเหล่านี้ก็สามารถจะถูกนำมาใช้ภายใต้แนวคิดที่ได้กล่าวไปแล้วคือ "สาระ - บันเทิง" (Edutainment) การขยายความสนใจศึกษาสื่ออกสายตาเหล่านี้ น่าจะสร้างความกระชุ่มกระชวยให้กับแวดวงนิเทศศาสตร์พัฒนาการได้อย่างมาก

(ix) ประเด็นความสนใจ "บทบาทหน้าที่ใหม่ ๆ ของการสื่อสาร" ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ประเด็นเรื่องบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารที่มีต่อการพัฒนานั้น นับเป็น "ประเด็นยอดฮิตติดอันดับ" ในวงการนิเทศศาสตร์พัฒนาการ แต่ทว่าแง่มุมที่จะศึกษาบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารนั้น ยังเกาะติดอยู่กับกรอบแนวคิดที่ยังไม่กว้างขวางเพียงพอ อย่างน้อยก็ไม่กว้างพอที่จะครอบคลุมอธิบายปรากฏการณ์ในสังคมไทยที่มีการใช้หรือมีการเรียกร้องให้การสื่อสารเพิ่มขยายบทบาทมากขึ้น เราจึงน่าจะต้องยกเครื่องเรื่องบทบาทหน้าที่การสื่อสารที่มีต่อการพัฒนาสื่อใหม่ เช่น อาจจะเริ่มต้นจากข้อเสนอแนะของ พิศิษฐ์ ขวาลาวัช (2537) ในเรื่องหน้าที่ของสื่อท้องถิ่นในการส่งเสริม สนับสนุน สืบทอด อนุรักษ์ มิติต่าง ๆ ของชีวิตชุมชนท้องถิ่นดังในภาพ



## เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ (2543)

"การสื่อสารเพื่อการพัฒนาและการพัฒนาการสื่อสารของไทย: อดีต ปัจจุบัน อนาคต" เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง "ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อนำไปสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ : บทเรียนจาก IPDC – UNESCO สู่สังคมไทย," 16 ก.ย. 2545

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543)

สื่อเพื่อชุมชน : การประมวลองค์ความรู้ , สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

พิศิษฐ์ ขวาลาธวัช (2533)

ปฏิรูปสื่อมวลชนท้องถิ่น, ดับเบิลยูเอ็นพีรินติ้ง กรุงเทพมหานคร

Bordenave, Jean D. (1973)

Communication and Rural Development, Paris : UNESCO

