

บทที่ 3

การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

การสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตและสังคม ซึ่งส่งผลให้ชีวิตและสังคมดำรงอยู่และดำเนินต่อไปได้ เมื่อใดที่ไม่มีการสื่อสาร เมื่อนั้นก็ไม่มีสังคม และในทางตรงกันข้าม หากไม่มีสังคมก็ไม่มี การสื่อสาร นอกจากการสื่อสารและสังคมจะเป็นเสมือนเงาของกันและกันแล้ว การสื่อสารยังถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ก่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าในด้านต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม ฯลฯ ทำให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นแก่ การดำรงชีวิต มีความรู้ ความเข้าใจถึงความจำเป็นในการพัฒนา จึงถือได้ว่าการสื่อสารเป็นปัจจัย ที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในการพัฒนาสังคมและพัฒนาท้องถิ่น

แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การสื่อสารเพื่อการพัฒนา กำเนิดขึ้นในประเทศกำลังพัฒนาในทวีปเอเชีย แอฟริกา และ ลาตินอเมริกา ในยุคแรกช่วง ค.ศ. 1960 เมื่อมีผู้นำแนวคิดการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารให้ไปมี บทบาทสนับสนุนกลยุทธการพัฒนาประเทศ โดย

การสื่อสารเพื่อการพัฒนา หมายถึง การนำเอาการสื่อสารทุกรูปแบบมาช่วยส่งเสริม สนับสนุนกระบวนการพัฒนาประเทศ ได้แก่ การพัฒนาเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม ทั้งนี้เพราะในประเทศที่กำลังพัฒนาเช่นประเทศไทยนั้น มีความจำเป็นเร่งด่วนจะต้องกระตุ้นและ เร่งเร้ากระบวนการพัฒนาประเทศให้บรรลุเป้าหมายตามต้องการ ผู้วางแผนและนโยบายเห็นว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะช่วยผลักดันให้กระบวนการพัฒนาประเทศสำเร็จลุล่วง ไปด้วยดี

การสื่อสารเพื่อการพัฒนา มีลักษณะโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตรงที่หน้าที่ของการ สื่อสารเพื่อการพัฒนา มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงสังคมในทางที่ดี ขึ้น กล่าวโดยย่อคือ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นการประยุกต์การสื่อสารเพื่อประโยชน์ต่อการ พัฒนาในด้านต่างๆ ดังนั้น จำเป็นต้องมีทฤษฎี กลยุทธ์ การวิจัย และการวางแผนที่เหมาะสมตาม ความต้องการของแต่ละสังคม ซึ่งแตกต่างไปจากการสื่อสารทั่วไป

นักวิชาการด้านการสื่อสารและการพัฒนา ได้เริ่มให้ความสำคัญอย่างจริงจังเกี่ยวกับการ สื่อสารในฐานะที่เป็นปัจจัยต่อการพัฒนาสังคมเมื่อไม่นานมานี้เอง มิลลิแกน (Millikan, 1967

หน้า 3) ได้ชี้ให้เห็นว่าความก้าวหน้าของการสื่อสารมวลชนและการขนส่งสมัยใหม่ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาบุคคลและสังคม

โดยเมื่อปี พ.ศ. 2526 องค์การสหประชาชาติได้ประกาศให้เป็นปีการสื่อสารโลก ทั้งนี้เพื่อให้แต่ละประเทศได้พิจารณาและตรวจสอบอย่างลึกซึ้งถึงระบบการสื่อสารในประเทศของตน ในทุกระดับ เพื่อจะได้ทำการปรับปรุง แก้ไขให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและความต้องการของตนในอันที่จะใช้การสื่อสารเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาประเทศและสังคมโดยรวม ซึ่งในโอกาสเดียวกันนั้นเอง พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ รัชกาลปัจจุบัน ได้พระราชทานพระบรมราโชวาทความตอนหนึ่งว่า (คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ, 2526 หน้าคำนำ)

“...การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้า รวมทั้งรักษาความมั่นคงและปลอดภัยของประเทศ ซึ่งในสมัยปัจจุบัน สถานการณ์ของโลกเปลี่ยนแปลงอยู่ทุกขณะ การติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ย่อมมีความสำคัญมากเป็นพิเศษ ทุกฝ่ายและทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารของประเทศ จึงควรได้ร่วมมือกัน ดำเนินงานและประสานผลงานกันอย่างใกล้ชิดและสอดคล้อง สำคัญที่สุดควรจะได้พยายาม ค้นคว้าวิชาการอันทันสมัยให้ลึกซึ้งและกว้างขวาง แล้วพิจารณาเลือกเฟ้นส่วนที่ดีมีประสิทธิภาพ แ่นนอนมาปรับปรุงใช้ด้วยความฉลาดริเริ่มให้พอเหมาะพอสัมกับฐานะและสภาพของบ้านเมืองของเรา เพื่อให้กิจการสื่อสารของชาติมีโอกาสได้พัฒนาอย่างเต็มที่และสามารถอำนวยประโยชน์แก่การสร้างเสริมเศรษฐกิจสังคม ตลอดจนเสถียรภาพของบ้านเมืองได้อย่างสมบูรณ์แท้จริง...”

ในฐานะที่การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการพัฒนา สังคมที่มีการสื่อสารดีย่อมมีเครือข่ายการสื่อสารประเภทต่างๆ ที่ครอบคลุมพื้นที่เป้าหมายได้กว้างขวาง ทำให้ประชาชนสื่อสารกันได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ทั้งภายในและภายนอกตัวหมู่บ้าน ตำบลหรืออำเภอ ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารได้เท่าทันต่อสถานการณ์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเมือง เศรษฐกิจ การเมือง การสาธารณสุข การศึกษา และเทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของลมฟ้าอากาศ อันนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น ทำให้ชุมชนโดยรวมพัฒนาได้เร็วขึ้น เช่น ในแง่ของเกษตรกร การได้รับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับสภาวะการตลาด รู้แหล่งซื้อปัจจัยการผลิตราคาถูกและรู้แนวโน้มราคาสินค้าการเกษตรแต่ละประเภท จะช่วยสร้างเสถียรภาพทางรายได้และลดปัญหาการเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้

และจากแนวคิดการพัฒนาในบทที่ 2 ทำให้สามารถแบ่งแนวคิดการพัฒนาออกเป็น 3 ยุคได้แก่

1) ยุคแนวคิดการทำให้ทันสมัย 2) ยุคแนวคิดการพึ่งพิง 3) ยุคแนวคิดทางเลือก ซึ่งในแต่ละยุคก็มีการใช้การสื่อสารมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ โดยสามารถอธิบายทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในแต่ละยุคได้ดังนี้

1) ยุคแนวคิดการทำให้ทันสมัย แนวคิดในช่วงนี้มุ่งสนใจอยู่ที่การเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยวัดค่าความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยวัดค่าความเจริญเติบโตจากรายได้ประชาชาติ ทำให้ประเทศไทยเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมไปสู่สังคมอุตสาหกรรม โดยเชื่อว่ากระบวนการทางอุตสาหกรรมสามารถสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจ และความทันสมัยให้กับสังคมไทยได้ โดยเป็นการส่งเสริมในรูปแบบและทิศทางที่รัฐต้องการให้เป็นมากกว่า

การสื่อสารในยุคนี้จึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเผยแพร่ข่าวสารการพัฒนาลงทุนทางอุตสาหกรรม ในการเร่งสร้างโครงสร้างพื้นฐานและการสร้างงาน โดยกระตุ้นให้ประชาชนเห็นความสำคัญของการพัฒนาประเทศ เพื่อเพิ่มพูนรายได้ให้สูงขึ้นตามแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรม การสื่อสารที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นสื่อมวลชนเพื่อโน้มน้าวใจประชาชนเป็นหลัก และเป็นลักษณะการสื่อสารจากบนลงล่าง เป็นการยึดเย็ดข่าวสารมากกว่าการสร้างความรู้ความเข้าใจ โดยมีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้เฉื่อยชา

แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารที่นำมาใช้ในยุคนี้ ได้แก่

1.1 ทฤษฎีของแดเนียล เลินเนอร์

เลินเนอร์ (Daniel Lerner, 1958) จำแนกการพัฒนาเป็นสองระดับคือ ระดับสังคม เรียกว่า การพัฒนา และระดับบุคคล เรียกว่า การทำให้คนทันสมัย โดยเสนอขั้นตอนการพัฒนาสังคมมนุษย์ว่าเริ่มจากสังคมโบราณ ผ่านสังคมที่กำลังเปลี่ยนรูปไปสู่สังคมสมัยใหม่ โดยชี้ให้เห็นว่าระบบการสื่อสารในระบบสังคมทั้งสองแบบมีความแตกต่างกัน ในสังคมโบราณระบบการสื่อสารเป็นแบบการติดต่อโดยอาศัยปากเปล่า การแลกเปลี่ยนข่าวสารจำกัดอยู่เฉพาะภายในกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องเพียงส่วนน้อย เนื้อหาข่าวสารส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับระเบียบข้อบังคับ ความประพฤติของสมาชิกภายในกลุ่ม และผู้ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารมักเป็นผู้ที่มีตำแหน่งทางสังคมสูง ส่วนในสังคมสมัยใหม่นั้น ระบบการสื่อสารเป็นในรูปการติดต่อโดยอาศัยสื่อกลาง การแลกเปลี่ยนข่าวสารจึงขยายขอบเขตกว้างขวางคลุมไปถึงกลุ่มชนต่างๆ ที่กระจัดกระจายอยู่ เนื้อหาข่าวสารมักเป็นรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกกลุ่มชน และผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการสื่อสารมักเป็นผู้ที่ได้รับการฝึกอบรม และมีความชำนาญงานด้านนี้โดยตรง นั่นก็คือสื่อมวลชนและแนวคิดของเลินเนอร์ ยังสรุปกระบวนการพัฒนาว่าจะเริ่มต้นเมื่อกลุ่มชนเคลื่อนย้ายอพยพจากท้องถิ่นชนบทไปยังท้องถิ่นในเมือง เมื่อประชาชนรวมตัวกันมากขึ้น

ในเขตนคร จะช่วยให้ระบบการเรียนรู้ตามโรงเรียนหรือสถานที่ต่างๆ เป็นไปโดยสะดวกและง่ายขึ้น ทำให้ระดับการรู้หนังสือและการศึกษาขยายตัวแพร่หลายออกไป เมื่อคนรู้หนังสือมากขึ้นก็จะมีโอกาสรับทราบข่าวสารต่างๆ จากสื่อมวลชนมากตามไปด้วย และการรับทราบข่าวสารนี้เองจะช่วยเพิ่มความรู้ความเข้าใจของประชาชนไปในตัวด้วย นอกจากนั้นสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ จะช่วยกระตุ้นให้คนสนใจ และเข้าร่วมในกระบวนการพัฒนาทางการเมืองและเศรษฐกิจมากขึ้น และช่วยสร้างความปลอดภัยใหม่ให้กับคนในสังคม การมีส่วนร่วมของประชาชนถือว่าเป็นเป้าหมายสำคัญของสังคมสมัยใหม่ ตามความคิดของเลนินสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญมากที่จะเป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่สภาวะความทันสมัย

1.2 ทฤษฎีของเอเวอร์เรต เอ็ม โรเจอร์

เอเวอร์เรต เอ็ม โรเจอร์ส (Everett M. Rogers, 1983) เป็นผู้เสนอทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่นวัตกรรม ซึ่งมีสาระสำคัญที่ว่า การสื่อสารมวลชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้แนวคิดใหม่กระจายแพร่หลายไปในสังคม ทำให้คนทันสมัย โดยผ่านกระบวนการเรียกว่ากระบวนการรับนวัตกรรมใน 5 ขั้นตอน คือ ขั้นการตระหนัก ขั้นความสนใจ ขั้นการประเมินผล ขั้นการทดลอง และขั้นการยอมรับนวัตกรรม

ซึ่งนวัตกรรมหรือนวัตกรรม หมายถึง แนวความคิดต่างๆ แบบแผนพฤติกรรมหรือสิ่งของใหม่ ที่แตกต่างไปจากสิ่งที่มีอยู่เดิม คำว่า “ของใหม่” ในที่นี้ ครอบคลุมถึงเรื่องราวต่างๆ อย่างกว้างขวาง ทั้งสิ่งที่มองเห็น สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัส ทั้งที่เป็นแบบแผนพฤติกรรม การประพฤติปฏิบัติตัวตามระบบสังคม วัฒนธรรมและประเพณีต่าง ๆ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์ วิทยาการและสิ่งที่ไม่เห็นเป็นวัตถุ

ส่วนการเผยแพร่นวัตกรรม เป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งที่แนวความคิดใหม่หรือวิธีปฏิบัติใหม่ได้ถูกเผยแพร่ไปยังสมาชิกในสังคม ทั้งนี้การเผยแพร่นวัตกรรมทุกประเภท ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1.2.1 นวัตกรรม การที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมหรือไม่ และยอมรับได้เร็วหรือช้า นั้น ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของบุคคลที่มีต่อลักษณะของนวัตกรรม ซึ่งไม่ใช่ลักษณะของนวัตกรรมตามทฤษฎีของผู้เชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือนักพัฒนา ทั้งนี้ก็เพราะนวัตกรรมมีลักษณะเช่นเดียวกับความงาม กล่าวคือ ความงามนั้นขึ้นอยู่กับสายตาและการรับรู้ของผู้ชม และการรับรู้ของผู้ชมก็จะส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้ชมนั่นเอง

ลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับของสมาชิกในสังคม มีดังนี้

1.2.1.1 ประโยชน์เชิงเทียบ หมายถึง การที่นวัตกรรมหนึ่งถูกรับรู้ว่ามีคุณค่าเหนือกว่าหรือสูงกว่าสิ่งที่มีอยู่หรือเป็นอยู่เดิมในสังคม ประโยชน์เชิงเทียบอาจจะปรากฏอยู่ในรูปของผลกำไรทางเศรษฐกิจ หรือการเสริมสร้างสถานภาพทางสังคมก็ได้ เช่น การยอมรับเมล็ดข้าวโพดพันธุ์ใหม่ที่มีความต้านทานโรค เป็นต้น ประโยชน์เชิงเทียบในกรณีนี้จะปรากฏอยู่ในรูปของผลกำไรทางเศรษฐกิจ นวัตกรรมที่ได้รับการยอมรับว่ามีประโยชน์เชิงเทียบมากกว่าจะได้รับการยอมรับรวดเร็วกว่า

1.2.1.2 ความเข้ากันได้ หมายถึง การที่นวัตกรรมได้รับการยอมรับว่ามีความสอดคล้องกับค่านิยม ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ประสพการณ์ในอดีตและความต้องการของสมาชิกในสังคม เช่น เกษตรกรในหมู่บ้านหนึ่งของประเทศโคลัมเบีย เอาปุ๋ยเคมีใส่ลงในเมล็ดมันสำปะหลัง เพราะเคยเอาปุ๋ยจากมูลสัตว์ใส่ลงไป ในลักษณะเดียวกัน หรือเกษตรกรบางคนใช้สารเคมีฆ่าแมลงฉีดใส่ต้นมันสำปะหลังจนชุ่มแบบเดียวกับที่ฉีดน้ำรดต้นไม้ จึงทำให้เกิดความเสียหายต่อพืชที่ปลูกอันเป็นผลต่อมาให้เกษตรกรผู้นั้นเกิดอคติต่อนวัตกรรม นวัตกรรมใด ๆ ที่ถูกรับรู้ว่ามีค่าเข้ากันได้กับระบบวัฒนธรรมของสมาชิกในชุมชน จะได้รับการยอมรับจากสมาชิกเร็วกว่า

1.2.1.3 ความซับซ้อน หมายถึง การที่นวัตกรรมได้รับการยอมรับว่ามีความยากในการเข้าใจหรือการนำไปใช้ นวัตกรรมใดที่สมาชิกในสังคมรับรู้ว่ามีค่าซับซ้อนหรือยุ่งยาก อัตราการยอมรับนวัตกรรมจะน้อยกว่านวัตกรรมที่สมาชิกในสังคมรับรู้ว่ามีค่าเรียบง่ายในการนำไปใช้และควบคุม

1.2.1.4 ความสามารถทดลองใช้ หมายถึง การที่สามารถนำนวัตกรรมไปทดลองใช้ในจำนวนที่จำกัดได้ นวัตกรรมใดที่สามารถแบ่งเป็นส่วนย่อยๆ เพื่อนำไปทดลองได้ จะได้รับการยอมรับเร็วกว่านวัตกรรมที่ไม่สามารถแบ่งเป็นส่วนย่อยๆ ได้ เพราะเป็นการช่วยลดความเสี่ยงเกี่ยวกับนวัตกรรม

1.2.1.5 ความสามารถในการสังเกตผล หมายถึง การที่ผลของนวัตกรรมสามารถสังเกตได้หรือมองเห็นได้อย่างชัดเจน นวัตกรรมใดที่สามารถสังเกตเห็นผลได้ จะได้รับการยอมรับเร็วกว่านวัตกรรมที่สังเกตเห็นผลได้ยาก

1.2.2 ช่องสาร การเผยแพร่ข่าวสาร เป็นกระบวนการในการเผยแพร่ “สาร” ซึ่งก็คือ เนื้อหาที่เกี่ยวกับนวัตกรรมได้ถูกส่งผ่านจากแหล่งสารหรือผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านช่องทางการสื่อสาร ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ คือสิ่งที่ขนส่งสารหรือพาหะของสาร เป็นเครื่องมือหรือวิธีการที่สารไหลจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

เกณฑ์ในการเลือกใช้สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร มีดังนี้

1.2.2.1 มีสื่ออะไรให้เลือกใช้บ้าง

1.2.2.2 มีงบประมาณมากน้อยเพียงใด ผู้ส่งสารจะถูกจำกัดการเลือกโดยเงินหรืองบประมาณ เพราะสื่อแต่ละชนิดมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานแตกต่างกันไป

1.2.2.3 ความนิยมของผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารบางคนอาจมีความผูกพัน หรือนิยมที่จะใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น เลือกใช้สถานีโทรทัศน์ช่องหนึ่งมากกว่าช่องอื่นๆ เพราะมีความพอใจในพิธีกร เจ้าหน้าที่หรือรายการของสถานีนั้น

1.2.2.4 สื่อใดเข้าถึงประชาชนมากที่สุดโดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ในการสื่อสารโดยอาศัยสื่อมวลชนเพื่อให้สารไปถึงคนจำนวนมากนั้น ผู้ส่งสารจะต้องคำนึงถึงสมรรถนะในการเข้าถึงคนจำนวนมากโดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดด้วย

1.2.2.5 สื่อใดมีอิทธิพลมากที่สุด เป็นการพิจารณาอิทธิพลของสื่อแต่ละชนิดว่า สื่อใดมีอิทธิพลมากกว่ากันและสื่อใดมีอิทธิพลมากที่สุด ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับสถานการณ์ สถานที่และผู้รับสาร

1.2.2.6 สื่อใดมีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารมากที่สุด ผู้ส่งสารอาจมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ให้ความรู้ ให้ข่าวสาร ให้ความบันเทิงหรือชักจูงใจ ผู้ส่งสารต้องพิจารณาว่า สื่อใดเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของตนมากที่สุด

1.2.2.7 สื่อใดเหมาะสมกับเนื้อหามากที่สุด เนื้อหาของสารก็มีส่วนที่ ผู้ส่งสารจะสามารถใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกใช้สื่อของตนได้ เนื้อหาของสารประเภทหนึ่งอาจต้องใช้สื่อประเภทหนึ่ง ในขณะที่เนื้อหาของสารอีกประเภทหนึ่ง สามารถใช้สื่ออีกประเภทหนึ่งหรือประเภทอื่นๆ ได้ดีกว่า

1.2.3 ช่วงเวลา ช่วงเวลาในที่นี้ เป็นองค์ประกอบสำคัญอีกองค์ประกอบหนึ่งที่ใช้ประกอบการพิจารณากระบวนการเผยแพร่ข่าวสาร นวัตกรรมหนึ่งๆ จะได้รับการยอมรับจากบุคคลในสังคมหนึ่งๆ ภายใต้วงเวลาที่แตกต่างกัน

1.2.3.1 กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation Decision Process) เป็นกระบวนการหรือการกระทำที่มีได้เกิดขึ้นทันทีทันใด หากเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นติดต่อกันในสมองในช่วงระยะเวลาหนึ่งที่น่าพอใจสมควร กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

1.2.3.1.1 ขั้นตระหนัก เป็นขั้นแรกที่จะนำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม ขั้นนี้เป็นขั้นที่บุคคลได้รับรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม แต่ยังได้ข่าวสารไม่ครบถ้วนบริบูรณ์ การรับรู้

มักเป็นการรับรู้โดยบังเอิญ ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการอยากรับรู้ต่อไป อันเนื่องมาจากความต้องการที่จะนำนวัตกรรมไปใช้แก้ปัญหาที่ตนเองประสบอยู่

1.2.3.1.2 ขั้นความสนใจ เป็นขั้นที่บุคคลจะเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรมนั้นๆ ในขั้นนี้บุคคลจะเริ่มแสวงหาข้อมูลอย่างกระตือรือร้น เริ่มมีความสนใจและแสวงหารายละเอียดเกี่ยวกับนวัตกรรมเพิ่มเติม พฤติกรรมนี้จะนำไปในลักษณะที่ตั้งใจและใช้กระบวนการคิดมากกว่าขั้นแรก ซึ่งจะทำให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมมากขึ้น บุคคลจะรับรู้ว่าคุณสมบัติของนวัตกรรมทุกอย่างมีลักษณะของความเสถียรอยู่ด้วย เขาจึงต้องการแรงเสริมเพื่อให้เกิดความมั่นใจ บุคคลจะแสวงหาแรงเสริมได้จากการสื่อสารระหว่างบุคคล

1.2.3.1.3 ขั้นการประเมินผล เป็นขั้นที่ไตร่ตรองว่าจะยอมรับนวัตกรรมนั้นดีหรือไม่ ด้วยการชั่งน้ำหนักระหว่างข้อดีและข้อเสียว่า เมื่อนำไปใช้แล้วจะเป็นประโยชน์ต่อกิจกรรมของตนหรือไม่ และประโยชน์ที่ได้รับนั้นมากพอที่จะยอมรับไปปฏิบัติอย่างเต็มที่หรือไม่

1.2.3.1.4 ขั้นทดลอง เป็นขั้นที่บุคคลทดลองใช้นวัตกรรมนั้นกับสถานการณ์ของตน ซึ่งเป็นการทดลองดูกับส่วนน้อยก่อนว่า ได้ผลดีหรือไม่ และประโยชน์ที่ได้รับนั้นมากพอที่จะยอมรับนำไปปฏิบัติอย่างเต็มที่หรือไม่

1.2.3.1.5 ขั้นการยอมรับนวัตกรรม เป็นขั้นที่บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมหรือแรงเสริมเพื่อสนับสนุนหรือยืนยันการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่กระทำไปแล้ว แต่บุคคลอาจเปลี่ยนใจไปในทางตรงข้ามได้ ถ้าได้รับข้อมูลใหม่ที่ขัดแย้งกับข้อมูลที่ได้รับมา ขั้นยืนยันนี้จะเกิดขึ้นหลังจากการตัดสินใจในระยะเวลาหนึ่ง ในขั้นนี้บุคคลใกล้ชิดจะมีบทบาทมาก การตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมนี้ บางคนอาจจะยอมรับได้เร็ว บางคนอาจจะยอมรับได้ช้า โดยใช้เวลาเป็นเดือนหรือเป็นปีในการตัดสินใจยอมรับ ขึ้นอยู่กับภาวะนวัตกรรมและประเภทของผู้ที่รับนวัตกรรม ภาวะนวัตกรรม หมายถึง ความเร็วหรือช้าเชิงเปรียบเทียบที่บุคคลยอมรับนวัตกรรม เมื่อเทียบกับสมาชิกคนอื่นๆ ในสังคม ซึ่งการยอมรับนวัตกรรมอย่างสมบูรณ์ต้องเป็นการยอมรับด้วยจิตใจและการกระทำ คือการนำนวัตกรรมไปใช้อย่างสม่ำเสมอ

สำหรับประเภทของบุคคลที่ยอมรับนวัตกรรมนั้น โรเจอร์ (Everett M. Rogers, 1983) อธิบายว่า สามารถจำแนกออกได้เป็น 5 ประเภท ตามระดับความเร็วในการยอมรับนวัตกรรม ดังนี้

1. กลุ่มผู้ริเริ่ม ได้แก่ ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนคนอื่น กลุ่มนี้มักเป็นผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจดี การศึกษาสูง มีความกล้าที่จะเสี่ยงลงทุนหรือทดลอง ขอบลองของแปลกใหม่

2. กลุ่มรับเร็วส่วนแรก ได้แก่ ผู้นำความคิดเห็นในท้องถิ่น ส่วนใหญ่มักเป็นผู้มีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง มีเหตุผลและเป็นผู้ได้รับการยกย่องและนับถือจากผู้คนในสังคม

3. กลุ่มรับเร็วส่วนมาก ได้แก่ ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมหลังจากที่พิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว คนกลุ่มนี้มักจะยอมรับบรรทัดฐานของสังคมว่ามีความสำคัญมาก ดังนั้นถ้ามีผู้ที่ยอมรับกันมาก ก็จะปฏิบัติตามด้วย

4. กลุ่มรับช้าส่วนมาก ได้แก่ ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมเพราะความจำเป็นทางเศรษฐกิจหรือแรงกดดันทางสังคม คนกลุ่มนี้มักเป็นผู้มีความระแวง ขาดสงสัย ลังเลใจ

5. กลุ่มล่าช้า ได้แก่ พวกที่ยอมรับนวัตกรรมช้าที่สุดในสังคม มักเป็นผู้ที่มีความยึดมั่นอยู่กับประเพณีอย่างเหนียวแน่น ไม่สนใจโลกภายนอก ไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงอะไรง่าย ๆ

อัตราการยอมรับนวัตกรรมในระบบสังคม หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลากับการยอมรับนวัตกรรมของสมาชิกในสังคม อัตราการยอมรับนวัตกรรมนี้ เป็นการวัดจากจำนวนสมาชิกในสังคมที่ยอมรับนวัตกรรมนั้นในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งเป็นการวัดความสำเร็จของการเผยแพร่ นวัตกรรมใดนวัตกรรมหนึ่งมากกว่าที่จะพิจารณาคุณสมบัติของบุคคลที่ยอมรับ นอกจากนี้ คุณสมบัติของนวัตกรรมใดที่เหนือกว่านวัตกรรมอื่น ก็มีแนวโน้มที่จะได้รับการยอมรับจากสมาชิกในสังคมได้รวดเร็ว กว่า ยิ่งไปกว่านั้น อัตราการยอมรับในนวัตกรรมอย่างเดียวกันก็จะแตกต่างกันไปตามระบบสังคมแต่ละระบบด้วย

1.2.4 สมาชิกภายในระบบสังคม หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ไม่เป็นทางการ สมาชิกในองค์กรหรือในระบบสังคมย่อย ซึ่งสมาชิกจะรวมตัวกันเพื่อแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหาาร่วมกัน หรือเพื่อที่จะกระทำการใดที่มีเป้าหมายร่วมกัน ระบบสังคมในการศึกษาเกี่ยวกับการเผยแพร่ นวัตกรรม อาจหมายถึง กลุ่มเกษตรกรในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง กลุ่มองค์กรธุรกิจ ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มนักศึกษา เป็นต้น

แนวความคิดของโรเจอร์เกี่ยวกับกระบวนการทำให้คนทันสมัย สรุปว่า สื่อมวลชนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนล่าช้ากลายเป็นคนสมัยใหม่ และสื่อมวลชนมีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมของคน บุคคลที่มีการศึกษาสามารถอ่านออกเขียนได้ เป็นที่เคารพนับถือทางสังคม มีอายุพอสมควร และมีการติดต่อกับสังคมภายนอก มักรับฟังข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อมวลชนนี้เองมีผลทำให้บุคคลมีคุณลักษณะเยี่ยงคนสมัยใหม่ คือ สามารถรวมบทบาทของคนอื่นได้ กล้าตัดสินใจรับแนวความคิดใหม่ มีความรู้ทางการเมือง มี

ความต้องการประสบความสำเร็จ และทะเยอทะยานในด้านการศึกษาและอาชีพ แต่หากไม่เปิดรับสื่อสารมวลชนแล้ว อาจเปลี่ยนสภาพเป็นคนสมัยใหม่ได้ช้าหรือไม่เปลี่ยนแปลงเลยก็ได้

2) ยุคแนวคิดการพึ่งพิง แนวคิดนี้ถือกำเนิดขึ้นมาเพื่อต่อต้านการพัฒนาแบบทำให้ทันสมัย แต่เมื่อวิเคราะห์อย่างละเอียดแล้ว พบว่า แนวคิดการพัฒนาทั้งสองนี้แทบไม่มีความแตกต่างกันเลย ทั้งสองแนวคิดนี้คงเน้นการสร้างความรู้เชิงเติบโตทางเศรษฐกิจ และยังคงใช้มิติเชิงปริมาณเป็นแนวทางหลักในการศึกษา เช่นเดียวกับแนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อพัฒนาที่ยังคงเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบทางเดียว และมีลักษณะจากบนลงล่าง

ทฤษฎีที่นำมาใช้ในยุคนี้คือ ทฤษฎีการพัฒนาแบบพึ่งพา เป็นทฤษฎีการสื่อสารที่เกิดขึ้นในกลุ่มประเทศโลกที่สาม ซึ่งไม่เห็นด้วยกับรูปแบบการพัฒนาประเทศตามแนวคิดที่ยึดหลักให้ประเทศตะวันตกเป็นต้นแบบ แล้วให้ประเทศด้อยพัฒนาอื่นต้องเปลี่ยนแปลงด้วยการทำตามประเทศเหล่านั้น โดยเสนอว่าการพัฒนาควรยึดหลักความหลากหลายที่เหมาะสมของประเทศต่างๆ และเน้นในบริบทและความต้องการที่แท้จริงของประชาชนผู้รับบริการข่าวสาร รวมทั้งการระดมสรรพกำลังเพื่อให้ประชาชนที่ด้อยโอกาสในสังคมได้มีอำนาจอย่างแท้จริงในทุกระดับของสังคม และในช่วงนี้ได้มีวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมอย่างขนานใหญ่ เป็นสังคมสารสนเทศหรือสังคมข่าวสาร

3) ยุคแนวคิดทางเลือก จุดเริ่มต้นของแนวคิดนี้เชื่อว่าไม่มีสูตรสำเร็จเพียงสูตรเดียวในการพัฒนาที่สามารถใช้ได้ผลในทุกสังคม เป้าหมายการพัฒนาถูกกำหนดมาจากสังคมแต่ละแห่ง ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีลักษณะที่เป็นสากล ในยุคนี้ได้มีการนำเสนอคุณลักษณะสำคัญของแนวคิดการพัฒนาที่ค่อนข้างคำนึงถึงมิติของการเมืองในความหมายของการจัดสรรและกระจายอำนาจมากขึ้น โดยเน้นให้มีการกระจายข่าวสารข้อมูลและผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างเสมอภาคยุติธรรม รวมทั้งการให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในการพัฒนาตนเอง ทั้งในระดับการวางแผนและการดำเนินการ

การสื่อสารในระยะนี้จึงมีบทบาทยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเมื่อการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นเป้าหมายหลักของการพัฒนา สื่อมวลชนจึงเป็นช่องทางที่มีบทบาทในการเชื้อให้เกิดบรรยากาศการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกันในสังคม เป็นกระบวนการสื่อสารสองทางหรือหลายๆ ทาง

ทฤษฎีการสื่อสารที่นำมาใช้ในยุคนี้ ได้แก่

3.1 ทฤษฎีการมีส่วนร่วมทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนา เน้นให้เห็นว่าในทุกขั้นตอนของการพัฒนาควรเน้นให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมตั้งแต่การกำหนดนโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติ ประชาชนเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการสื่อสาร แนวคิดนี้ได้นำไปสู่การจัดทำแผน

และกำหนดกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาในระดับปฏิบัติในประเทศต่างๆ อย่างแพร่หลาย ปัจจุบันโครงการพัฒนาต่างๆ ในชนบทจะใช้กลยุทธ์การมีส่วนร่วมของประชาชน โดยอาศัยเครือข่ายการสื่อสารและข่าวสารเข้าไปช่วย

3.2 ทฤษฎีใหม่ในยุค ICT : การหลอมรวมกันของการสื่อสารเป็นทฤษฎีการสื่อสารที่โรเจอร์สและคินแคดเสนอว่า การพัฒนาควรเน้นกระบวนการแบ่งปันข่าวสารซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมให้เกิดขึ้น โดยการเปลี่ยนจากสื่อหลัก ซึ่งได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ สิ่งพิมพ์ มาเป็นสื่อใหม่ ได้แก่ คอมพิวเตอร์ และสื่อที่อาศัยเทคโนโลยีโทรคมนาคม เช่น ดาวเทียม สายเคเบิลใยแก้ว โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น และมีการบูรณาการสื่อเก่าเข้ากับสื่อใหม่ทางอินเทอร์เน็ต จะทำให้เกิดผลดีคือ มีการบูรณาการสื่อต่างๆ เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย และมีการไหลของข้อมูลข่าวสารทุกทิศทุกทาง ขจัดอุปสรรคเรื่องเวลาและระยะทาง ทำให้เกิดความรวดเร็วในการส่งและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทำให้เกิดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและแนวคิดอันหลากหลาย เพิ่มโอกาสให้สาธารณชนและชุมชนได้มีอำนาจในการบริหารจัดการและควบคุมชะตาชีวิตของตนเอง โดยตนเอง และเพื่อตนเองมากขึ้น นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคมเชิงบวก

3.3 ทฤษฎีการกำหนดวาระ เน้นว่า สื่อมวลชนควรทำหน้าที่ในการเสนอข้อเท็จจริงและข่าวสารที่จำเป็น และมีประโยชน์ทางด้านการเมืองแก่ประชาชน เพราะยิ่งเลือกเสนอประเด็นใด ประเด็นนั้นก็ได้รับความสนใจว่าเป็นประเด็นสำคัญ

แนวความคิดเกี่ยวกับการกำหนดวาระ เน้นความสำคัญของหน้าที่สื่อมวลชนในด้านเสนอข่าวสารมากกว่าหน้าที่ในทางชักจูงใจหรือโน้มน้าวใจ อีกนัยหนึ่ง สื่อมวลชนควรทำหน้าที่ในการเสนอข้อเท็จจริงและข่าวสารที่จำเป็นและมีประโยชน์ทางด้านการเมืองแก่ประชาชนมากกว่าจะมุ่งชักจูงใจเปลี่ยนแปลง หรือล้างสมอง ประชาชนเช่นที่ปฏิบัติกันมาแล้ว

ในวงการสื่อสาร ความหมายของการกำหนดวาระ สามารถนำมาปรับเข้ากันได้ว่า สื่อมวลชนทั้งหลายเป็นผู้กำหนด (set) วาระการประชุม (agenda) เกี่ยวกับปัญหาหรือประเด็นหัวข้อทางการเมืองเอาไว้ ประชาชนผู้รับข่าวสารทั่วไป เปรียบเหมือนผู้เข้าร่วมประชุม จึงย่อมจะรับทราบหรือตระหนักถึงปัญหาหรือประเด็นต่างๆ ตามที่กำหนดไว้ในวาระนั้น ผลที่ตามมาคือประชาชนจะคิดและปฏิบัติตามวาระที่สื่อมวลชนกำหนดไว้เช่นเดียวกับการประชุมทั่วไป

ถ้าพิจารณาความหมายโดยเคร่งครัด การกำหนดวาระ ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับหัวข้อหรือปัญหาทางสื่อมวลชนกับระดับการรับรู้หรือเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับประเด็นหรือปัญหานั้นๆ อาจกล่าวได้ว่ายิ่งสื่อมวลชนเลือกเสนอข่าวเกี่ยวกับ

ประเด็นหรือปัญหาใดมากเท่าไร ประชาชนผู้รับสารก็จะรับรู้หรือตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นหรือปัญหานั้นมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย

หลักการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

การสื่อสารที่เป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาอย่างแท้จริง ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้ (เสถียร เชยประทับ 2538 หน้า 281-282)

1. ต้องให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร

ประชาชนต้องเข้ามาเกี่ยวข้องกับทั้งในฐานะผู้รับสารและผู้มีส่วนร่วมในการวางแผนและผลิตเนื้อหาของสื่อ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาควรมีลักษณะที่ผู้รับสารสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และผู้ส่งสารสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้น้อยกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน จะเห็นชัดเจนว่าในขณะนี้การเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการพัฒนาให้แก่ประชาชนในชนบทไม่ว่าโดยสื่อมวลชนใดๆ ผู้ทำหน้าที่ส่งสารคือผู้กำหนดกิจกรรมการสื่อสารว่า จะเกิดขึ้นที่ไหน อย่างไร เมื่อไร และด้วยความถี่เท่าใดโดยผู้รับสารไม่ได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับแต่อย่างใดเลย

นอกจากนี้ผู้รับสารมีโอกาสน้อยมากที่จะได้รับสารซ้ำในจุดที่น่าสนใจ หรือที่มีความสลับซับซ้อน สื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งผู้รับสารสามารถอ่านซ้ำได้นั้น มักไม่เหมาะสมกับชาวชนบทที่มีระดับการอ่านออกเขียนได้ต่ำ เพราะฉะนั้นจึงจำเป็นต้องเน้นเทคโนโลยีหรือเทคนิคที่ผู้รับสารสามารถเข้าใจสารตามความต้องการและตามความสะดวกของตน ถ้าประชาชนสามารถเข้าใจสาร สามารถเลือกเวลาสถานที่และความถี่ที่จะรับสารแล้ว ก็น่าเชื่อว่าการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ต้องเป็นการผลิตในท้องถิ่น

ปัจจัยที่สำคัญยิ่งอีกประการหนึ่งที่จะทำให้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาประสบความสำเร็จ คือ เนื้อหาของสื่อมวลชนควรได้รับการจัดทำขึ้นในท้องถิ่น เนื้อหาที่ผลิตในท้องถิ่นจะเป็นสิ่งที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะเกี่ยวข้องกับโดยตรงและเข้ากับสภาพของผู้รับสาร

การผลิตสื่อ ต้องเริ่มจากสภาพความเป็นจริงที่มีอยู่ และต้องมีลักษณะสอดคล้องกับสิ่งที่ชุมชนมี เช่น ด้านการผลิตสื่อ ควรใช้วัสดุจากท้องถิ่น เทคโนโลยีจากท้องถิ่น เพื่อตลาดท้องถิ่น ลักษณะที่สอดคล้องกับความเป็นจริงและความต้องการของชุมชน จะเป็นเหมือนวัคซีนป้องกันปัญหาการพึ่งพาและการครอบงำจากภายนอก ทำให้สื่อในแต่ละชุมชนมีลักษณะเป็นตัวของตัวเอง ไม่ลืมหืมตัวเอง ไม่ลืมหืมชุมชน สำหรับในแง่นี้ บางทีการใช้สื่อมวลชนสมัยใหม่ อาจจะต้องย้อนรอยเดิมกลับไปหารูปแบบและวิถีทางของการสื่อสารที่เคยมีอยู่ในชุมชน

นอกจากนี้การกระทำดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นถึงการเข้ามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารของประชาชนในท้องถิ่น เพราะฉะนั้นเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการจัดทำและเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการพัฒนาควรมีความเชื่อมั่นในความสามารถของประชาชนในท้องถิ่นที่จะเข้ามีส่วนร่วมอย่างจริงจังในกระบวนการสื่อสารมากกว่าที่จะเป็นเพียงผู้รับสารที่เฉื่อยชา

3. ต้องสนับสนุนบทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือนักพัฒนา

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่ควรเน้น คือ การสนับสนุนบทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมในท้องถิ่น เจ้าหน้าที่เหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการพัฒนา แต่ระบบเจ้าหน้าที่ส่งเสริมมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้ไม่สามารถใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่าได้อย่างเต็มที่

ปัจจุบันในสังคมไทยมีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมในชนบทน้อยมาก และคงไม่สามารถเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่เหล่านี้ได้มากนัก เพราะข้อจำกัดด้านงบประมาณ วิธีเดียวที่จะแก้ปัญหานี้ได้ คือ ให้เจ้าหน้าที่เหล่านี้ทำงานให้มากขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น สิ่งจำเป็นที่ต้องทำให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมทำงานได้มากขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ก็คือ การนำเทคนิคและเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมวลชนมาใช้สนับสนุนเจ้าหน้าที่ส่งเสริม

4. ด้านมนุษยธรรม

การสื่อสารต้องมีมนุษยธรรม หมายความว่า การสื่อสารและการใช้สื่อต้องถือเอา “คน” เป็นเป้าหมาย มิใช่เอาเทคโนโลยีหรือผลกำไรเป็นเป้าหมาย

5. ด้านคุณค่า

การสื่อสารและการใช้สื่อ ต้องช่วยให้ประชาชนเชื่อมั่นในระบบคุณค่าดั้งเดิมอันดีงามที่ตนมีอยู่ หากจะมีการเปลี่ยนแปลงอันใด การเปลี่ยนแปลงนั้นต้องสอดคล้องกับคุณค่าเดิม

6. ด้านการสร้างความเข้าใจ

การใช้สื่อต้องช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจปัญหาและสภาพแวดล้อมของตนเอง ในขณะเดียวกันนี้ ชาวจากดาวเทียมช่วยให้รู้ว่ในสหรัฐอเมริกาประสบภัยพิบัติจากไฟไหม้ป่า แต่การรู้จักสถานการณ์ของผู้อื่นเท่านั้นยังไม่เป็นการเพียงพอ จนกว่าเราจะได้รู้จักสถานการณ์ของเราอย่างแจ่มแจ้งทะลุปรุโปร่งเสียก่อน ชาวบ้านจำเป็นต้องรู้ว่าเหตุใดในหมู่บ้านของตนจึงแห้งแล้ง ทั้งๆ ที่ในอดีตเคยอุดมสมบูรณ์ การรู้สาเหตุที่แท้จริงนั้นเป็นก้าวสั้นๆ ก้าวหนึ่ง แต่เป็นก้าวที่สำคัญที่จะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง

7. ด้านความเป็นชุมชน

การใช้สื่อ จะต้องเป็นหนทางให้ประชาชนเข้าใจความหมายของ “ความเป็นชุมชน” อย่างแท้จริง และในขอบเขตที่กว้างขวางขึ้น แต่ก่อนนั้นเราจะเห็นว่ามีธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ที่มุ่งส่งเสริมบำรุงให้สมานฉันท์ทั้งภายในชุมชนเอง และระหว่างชุมชน มีความมั่นคงเป็นปึกแผ่น

เช่น งานบุญพระเวส งานเส็งกลอง งานแข่งเรือ ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อการเอื้อเพื่อเกื้อกูลกัน ในยามที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งประสบความทุกข์ยาก ในปัจจุบันนี้เมื่อเรามีการสื่อสารมวลชนที่ทันสมัยแล้ว การสื่อสารนั้นก็ควรจะถูกนำมาใช้ เพื่อเสริมสร้างสมานฉันท์ในหมู่ประชาชนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น (กาญจนา แก้วเทพ 2539 หน้า 186-187)

บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

การสื่อสารเป็นองค์ประกอบสำคัญของการพัฒนาในทุกแง่มุมและทุกระดับ อันเปรียบได้รับเส้นใยที่เชื่อมร้อยปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติตามเป้าหมายที่มีร่วมกัน อีกทั้งงานวิจัยจำนวนมากได้ระบุว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในโครงการพัฒนาต่างๆ เช่น บางโครงการล้มเหลวเพราะขาดการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง บางโครงการขาดกลไกการสื่อสารเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน บางโครงการขาดสื่อบุคคลที่แทรกอยู่ในทุกอณูของการแพร่กระจาย นวัตกรรมพัฒนาการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และการบรรลุตามประสิทธิผลตามเป้าหมายที่วางไว้ เมื่อนำการสื่อสารมารวมกับคำว่าพัฒนาท้องถิ่น การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น จึงหมายถึง การนำเอาการสื่อสารทุกรูปแบบมาช่วยส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อให้การดำเนินชีวิตของหมู่คนสามารถดำรงอยู่ได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาในลักษณะการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยที่สภาพแวดล้อมทั้งทางด้านกายภาพและชีวภาพยังคงอยู่

จากคำนิยามจะเห็นได้ว่า การสื่อสารมีบทบาทหน้าที่ต่อการพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การให้ข่าวสาร

ก่อนที่ประเทศจะพัฒนาไปได้นั้น ประชาชนของประเทศจะต้องรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ และเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา ก่อนการสื่อสารเพื่อพัฒนาจึงมีบทบาทหน้าที่ต่อการให้ข่าวสาร ดังนี้

1.1 ขยายขอบเขตของสิ่งแวดล้อม

ในการนำนวัตกรรมทางความคิดเรื่องการพัฒนาและโครงการพัฒนาเข้าไปสู่ประเทศที่ไม่ได้พัฒนา และประเทศด้อยพัฒนานั้น ความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องดำเนินการก็คือ การขยายขอบเขตของสิ่งแวดล้อมรอบตัวของคนในประเทศเหล่านั้น การขยายขอบเขตของสิ่งแวดล้อมอาจทำได้โดยการแสดงให้เห็นความแตกต่างในด้านคุณภาพชีวิต ระบบเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม ตลอดจนการแสดงให้เห็นวิถีชีวิตที่แตกต่าง วิถีทางแห่งความเป็นไปได้ในการพัฒนาและการเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เป็นต้น ขอบเขต

สิ่งแวดล้อมทางความรู้ ความคิดที่กว้างขึ้นจะช่วยให้บุคคลมีมุมมองใหม่ ทำที่ใหม่ ให้นิยามและความหมายใหม่ต่อปรากฏการณ์ทางสังคมแบบเดิม ทั้งนี้เป็นที่แน่นอนว่าตราบดีที่บุคคลยอมรับว่าสิ่งที่ตนเผชิญอยู่นั้นเป็นสิ่งที่ปกติ เป็นวิถีชีวิต เป็นธรรมชาติ และไม่ใช่ว่าปัญหาเขา เขาก็จะไม่ตระหนักถึงความจำเป็นของการพัฒนาและไม่ต้องการการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในชีวิต

การสื่อสารเพื่อขยายขอบเขตของสิ่งแวดล้อม สามารถใช้สื่อและรูปแบบการสื่อสารได้หลายประเภท ทว่าในยุคแรกเริ่มของการพัฒนาประเทศไปสู่ความทันสมัยนั้น สื่อที่มีศักยภาพตอบสนองความต้องการการพัฒนาและสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนาได้ดีที่สุดได้แก่ สื่อมวลชน

1.2 ดึงประชาชนมาสู่จุดสนใจ

ในการนำนวัตกรรมใหม่เข้ามาพัฒนานั้น สื่อมวลชนเป็นตัวละครสำคัญที่จะช่วยกำหนดว่าประชาชนควรรู้เรื่องอะไร โดยการเน้นจุดสนใจในบางเรื่องแทนที่จะเป็นเรื่องอื่น สื่อมวลชนสามารถที่จะทำให้เรื่องเหล่านี้มีความสำคัญในการรณรงค์ นี่เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับประเทศที่กำลังพัฒนา เพราะหมายความว่า ความสนใจของประชาชนถูกหันเหไปสู่เรื่องของการพัฒนา ความสนใจของประชาชนถูกหันเหไปสู่ขนบธรรมเนียมใหม่ พฤติกรรมใหม่ การปฏิบัติด้านสุขภาพและการเกษตรแบบใหม่ ผลประโยชน์ที่จะได้จากการพัฒนาหรือสิ่งที่จะต้องเปลี่ยนแปลง

จากงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษาการทำเกษตรอินทรีย์ ตำบลหนองโสน อำเภอนางาม จังหวัดพิจิตร (บุษบา หินแก้ว และคณะ, 2553) พบว่า ขั้นตอนการรับรู้ นวัตกรรมใหม่ที่จะนำเข้ามาใช้ในการพัฒนาการเกษตรในชุมชนที่เรียกว่า เศรษฐกิจพอเพียง เกษตรกรได้รับทราบข่าวสาร เกิดความสนใจในสิ่งใหม่นี้จากสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ มากที่สุด เนื่องจากมีการนำเสนอข่าวสารเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงในสื่อโทรทัศน์อย่างต่อเนื่องเป็นประจำ จึงทำให้เกษตรกรเกิดความตระหนักถึงความสำคัญและต้องการกระทำไปในทิศทางเดียวกันกับที่โทรทัศน์ได้ชักนำไว้

1.3 ยกระดับความมุ่งมั่นปรารถนาของประชาชน

ประเทศที่กำลังพัฒนาประสบกับความจำเป็นที่จะต้องกระตุ้นประชาชนให้หลุดพ้นจากการเชือคอตะตา และความกลัวการเปลี่ยนแปลงประเทศจะต้องส่งเสริมให้เกิดความปรารถนา สิ่งที่ดีกว่าเดิมทั้งในระดับบุคคลและระดับชาติ บุคคลจะต้องมีความปรารถนาที่จะมีชีวิตที่ดีกว่าเดิม และต้องตั้งใจที่จะทำให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ปรารถนาในฐานะประชาชนของประเทศ คนในชาติจะต้องมีความมุ่งมั่นปรารถนาหรือความทะเยอทะยานที่จะทำให้ชาติของตนมีความ

เข้มแข็งและยิ่งใหญ่ สื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่ในการยกระดับความทะเยอทะยานของประชาชนในประเทศที่กำลังพัฒนาได้ ถ้าปราศจากการยกระดับความทะเยอทะยานของประชาชน ปราศจากการกระตุ้นให้ประชาชนดิ้นรนเพื่อชีวิตที่ดีกว่าและเพื่อความเจริญของประเทศแล้วเป็นการยากที่จะพัฒนาจะเกิดขึ้น

1.4 สร้างบรรยากาศแห่งการพัฒนา

ในการพัฒนานั้นสื่อมวลชนมีส่วนสำคัญในการให้ข่าวสาร เพื่อสร้างบรรยากาศแห่งข่าวสาร เป็นการกระตุ้นการพัฒนาโดยการแสดงให้เห็นเครื่องมือที่ทันสมัยและชีวิตในสังคมที่พัฒนาโดยการเสนอรายงานข่าวเกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ สังคม จากที่อื่นในโลก โครงการพัฒนาต่างๆ เป้าหมายและปัญหาของการพัฒนา ซึ่งจะทำให้ประชาชนมีสายตาที่กว้างไกลให้ความสนใจ เกิดความทะเยอทะยานและย้อนมาดูตัวเองเพื่อกำหนดว่าอนาคตควรจะก้าวไปอย่างไร

2. การชักจูงใจ

การพัฒนาประเทศ สังคม ชุมชน ท้องถิ่น ย่อมส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน คือประชาชนต้องเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมของตนเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอื่นๆ ในสังคม ในประเทศที่กำลังพัฒนา และใช้การสื่อสารทำหน้าที่ชักจูงใจประชาชนให้เปลี่ยนวิถีชีวิตของตน และตัดสินใจเข้าร่วมโครงการพัฒนาอย่างจริงจัง ซึ่งบทบาทของการสื่อสารต่อการชักจูงใจมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 การเป็นพื้นที่สาธารณะและสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

ในโลกประชาธิปไตย ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าการสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารมวลชน เป็นการสื่อสารที่มีบทบาทในการเป็นสื่อกลางเพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการตรวจสอบทางการเมือง ทำให้บุคคลและกลุ่มคนต่างๆ ที่อยู่ห่างไกลกันสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ และสามารถตรวจสอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ได้ตลอดเวลา

ซึ่งสื่อมวลชนถือเป็นพื้นที่สาธารณะ เพราะเป็นพื้นที่อยู่ตรงกลางระหว่างรัฐกับประชาสังคม ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างคนในสังคม ในเชิงวิพากษ์และการตรวจสอบอำนาจรัฐ ทำให้เกิดทิศทางของสังคมในรูปของนโยบายสาธารณะในการบริหารจัดการกิจกรรมทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม และการที่สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ก็เท่ากับเป็นการเปิดโอกาสแห่งการเรียกร้อง ชักชวน และเชื้อเชิญให้บุคคลต่างๆ มองเห็นและตระหนักว่าพวกเขาจะได้ผลประโยชน์อะไรบ้าง จากการให้ความร่วมมือหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาต่างๆ ของสังคม

2.2 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

การพัฒนาที่ประสบความสำเร็จ คือ การพัฒนาที่ต้องลงลึกถึงฐานรากของชุมชน ทั้งในระดับวัฒนธรรมและจิตสำนึก โดยประชาชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา ส่วนหลักการที่สำคัญที่สุดของการสร้างการมีส่วนร่วมก็คือ การกระจายอำนาจการตัดสินใจให้แก่ชุมชน ให้ชุมชนเป็นแกนหลักในการคิด การตัดสินใจ การบริหารจัดการ ฯลฯ ในการทำงานร่วมกันนี้เอง บุคคลจะเกิดการเรียนรู้ ปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ก็จะขยายวงกว้างมากขึ้นเมื่อมีเครือข่ายชุมชนเป็นกลไกสำคัญที่ขับเคลื่อนขบวนการประชาสังคมในการรณรงค์เรียกร้องเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ อีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาที่รัฐไม่เห็นความสำคัญ

จากการศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้าน เพื่อการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีป่าชุมชนตำบลท่าอิบุญ อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ (บุษบา หินเหว, 2553) โดยเน้นกระบวนการการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นกลไกหลักโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้านเพื่อการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่อเสริมศักยภาพการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมและศึกษาผลที่เกิดจากการเสริมศักยภาพการสื่อสารชุมชน เพื่อการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืน การดำเนินการครั้งนี้ได้ใช้วิธีการกระตุ้นให้เยาวชนและชุมชนในพื้นที่หมู่ 10 และหมู่ 12 ได้เป็นสื่อกลางหรือตัวแทนของชุมชนในการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน ให้เห็นความสำคัญและมีพฤติกรรมอนุรักษ์ป่าชุมชน พบว่ารูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้าน เป็นการสื่อสารสองทาง ได้แก่ 1) การสื่อสารจากล่างขึ้นบน เป็นการสื่อสารผ่านกระบวนการทบทวนปัญหาตนเองของชาวบ้าน ที่มีต่อป่าชุมชนท่าอิบุญ เพื่อนำเสนอต่อแกนนำ คณะทำงาน รักษาพื้นที่ป่าชุมชน และองค์การบริหารส่วนตำบลท่าอิบุญ และ 2) การสื่อสารแนวระนาบ เป็นการสื่อสารผ่านทางกิจกรรมเพื่อสังคม โดยชาวบ้านมีความพอใจในระดับมากต่อการเสริมสร้างศักยภาพการสื่อสารชุมชน ด้วยกลยุทธ์การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม 4 รูปแบบ คือ การร่วมกันจัดทำแผ่นพับและมอบให้ชุมชน การอบรมเชิงปฏิบัติการการจัดรายการหอกระจายข่าว การสร้างสื่อเฉพาะกิจ ในกิจกรรมสร้างฝายชะลอน้ำ และการจัดค่ายเยาวชนเพื่อป่าชุมชน ผลการเสริมศักยภาพการสื่อสารชุมชนด้วยกลยุทธ์การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้าน ทำให้ชาวบ้านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการป่าชุมชนเพิ่มขึ้น เห็นความสำคัญของป่าไม้ และทำให้เกิดความร่วมมือในการอนุรักษ์ป่าชุมชนเพิ่มขึ้น



ภาพที่ 9 ชาวบ้านมีส่วนร่วมในกิจกรรมสร้างฝายชะลอน้ำ

2.3 เปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ฝังแน่น

ประเทศที่กำลังพัฒนาสามารถนำการสื่อสาร โดยเฉพาะสื่อมวลชนมาใช้ในการสร้างทัศนคติใหม่ๆ หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิมที่ไม่ได้ยึดอย่างเหนียวแน่นให้เปลี่ยนทัศนคติเดิมได้ หากเราสามารถสื่อสารให้ประชาชนเห็นว่าวิถีปฏิบัติแบบใหม่เป็นวิธีการหนึ่งซึ่งไม่ได้แตกต่างไปจากการปฏิบัติของประชาชนก็จะทำให้ประชาชนยอมรับได้ง่ายขึ้น

3. การให้การศึกษา

การสื่อสารสามารถทำหน้าที่ให้ความรู้ที่จำเป็นแก่ประชาชนเพื่อประชาชนจะสามารถปรับตัวให้เข้ากับการพัฒนาประเทศได้ โดยจะใช้การสื่อสารมวลชนทำหน้าที่ในการให้การศึกษาแก่ประชาชน ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม การให้การศึกษาโดยตรง ได้แก่ การใช้สื่อมวลชนสำหรับการศึกษาในโรงเรียน โดยทำหน้าที่เป็นสื่อทัศนูปกรณ์สำหรับชั้นเรียน เพื่อถ่ายทอดความรู้แก่นักเรียนประกอบการสอนของครู หรือการใช้สื่อมวลชนสำหรับการศึกษานอกโรงเรียน เป็นการทำหน้าที่แทนครูเพื่อถ่ายทอดความรู้แก่ประชาชนเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม เพื่อพัฒนาความรู้ อาชีพ และความเป็นอยู่ของประชาชนเหล่านั้น ถ้าเป็นกรณีให้การศึกษาโดยอ้อม คือ การให้การศึกษาแก่ประชาชนทั่วไป โดยสื่อมวลชนทำหน้าที่เสนอความรู้ด้านต่างๆ เช่น การทำมาหากิน การเมืองการปกครอง การเศรษฐกิจ สุขภาพอนามัย ฯลฯ ตามปกติคนเราเมื่อประชาชนอ่านหนังสือพิมพ์ ฟังวิทยุกระจายเสียง ชมวิทยุโทรทัศน์ ฯลฯ ประชาชนก็ได้รับความรู้เหล่านั้นโดยอัตโนมัติ

ยุทธวิธีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในยุคแรก

ในยุคแรกเริ่มของการพัฒนาประเทศไปสู่ความทันสมัยนั้น การสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะใช้สื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสารจากรัฐบาลสู่ประชาชน เพราะสื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีศักยภาพตอบสนองความต้องการการพัฒนาและสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนาได้ดีที่สุด ทำให้คน

ส่วนใหญ่เห็นความสำคัญและตื่นตัวต่อการพัฒนาสู่ความทันสมัย แต่การใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา กลับเข้าไม่ถึงประชาชนระดับจุลภาค หรือระดับรากหญ้า

เบอริแกน (Berrigan, 1979 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล, 2543, หน้า 3-4) ได้ตั้งข้อสังเกตต่อยุทธวิธีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในยุคแรกไว้ดังนี้

1. ข่าวสารจะไหลจากเมืองหลวงหรือจากส่วนกลางไปสู่ชนบท หรือส่วนรอบนอก และส่วนใหญ่มักจะไม่มีช่องทางที่จะให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นหรือสื่อสารกลับ
2. ทิศทางการไหลของข่าวสาร เป็นการสื่อสารทางเดียวคือไหลจากส่วนกลางไปสู่ส่วนรอบนอก ไหลจากข้างบนลงสู่ข้างล่าง เช่น การประชุมของชาวบ้านกับเกษตรตำบล ก็จะมีแต่การบรรยายของเกษตรตำบลเท่านั้น
3. ในการสร้างเนื้อหาสาระ มักจะไม่คำนึงถึงความเชื่อ วิถีชีวิตและทัศนคติของกลุ่มผู้รับสาร เช่น การรณรงค์สวมใส่ผ้าไทยในคนกรุง เพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย แต่ไม่ได้ศึกษาวิถีชีวิตของคนกรุงจากบริบทที่เป็นจริงว่าชีวิตต้องรีบเร่งขึ้นรถเมล์ รถยนต์ อากาศร้อนอบอ้าว แต่ผ้าไทยส่วนใหญ่เนื้อผ้าจะหนา ใส่ไม่สบายตัว ยับง่าย ราคาค่อนข้างแพง จึงไม่ค่อยเป็นที่นิยมสวมใส่กัน

ยุทธวิธีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นในปัจจุบัน

ยุทธวิธีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น คือ การตัดสินใจต่างๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรม การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น การตัดสินใจเหล่านี้เป็นผลมาจากยุทธวิธีการพัฒนาและเป็นการตัดสินใจเพื่อสนับสนุนยุทธวิธีการพัฒนา ในการสื่อสารเพื่อพัฒนากระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับยุทธวิธีการสื่อสาร อาจถือว่เป็นสิ่งที่ต้องมาก่อนกระบวนการสื่อสาร แผนในการสื่อสาร จะมาก่อนการกระทำในการสื่อสาร การตัดสินใจว่าจะทำอะไรเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนานั้นไม่มีผลอะไรมากนักจนกว่าจะมีการตัดสินใจด้วยว่าจะทำอย่างไร และการที่จะทำอย่างไรเป็นเรื่องของการสื่อสารเป็นส่วนใหญ่ เพราะฉะนั้นทุกครั้งที่ต้องตัดสินใจเกี่ยวกับยุทธวิธีการพัฒนา ผู้ส่งสารหรือองค์การ หน่วยงานต้องตัดสินใจเกี่ยวกับยุทธวิธีการสื่อสารควบคู่ไปด้วย

ดังนั้นในการพัฒนาท้องถิ่นจึงจำเป็นต้องพึ่งพายุทธวิธีการสื่อสารเพื่อมุ่งสู่การมีเครือข่ายการเรียนรู้ ทั้งภายในและภายนอกชุมชน มีกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพชุมชน ให้สามารถพัฒนาต่อยอดให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนในการนำไปสู่การพึ่งตนเอง รวมทั้งการสร้างภูมิคุ้มกันให้ชุมชนพร้อมเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง โดยยุทธวิธีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่สามารถช่วยให้

ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม เพื่อให้ประชาชนสามารถปรับเปลี่ยนตัวเองให้เข้ากับการพัฒนาได้ในปัจจุบัน มีดังนี้

1. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายนั้นมีความจำเป็นอย่างมากเพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่เป็นไปตามเป้าประสงค์ เราสามารถใช้ประโยชน์จากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1. ถ้าหากไม่ทำการวิเคราะห์จะทำให้การบริหารจัดการนั้นไม่บรรลุวัตถุประสงค์ เพราะแต่ละกลุ่มคนกลุ่มอาชีพนั้นมีความแตกต่างกัน การวิเคราะห์เป้าหมายและจำแนกออกเป็นกลุ่มจึงมีประโยชน์มาก

2. การทำการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายจะทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายได้ดีขึ้น เพราะการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายจะทำให้เข้าใจว่า กลุ่มเป้าหมายย่อยๆ แต่ละกลุ่ม มีพฤติกรรมอย่างไร ต้องสื่อสารอย่างไรจึงจะตรงจุดและบรรลุวัตถุประสงค์

3. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายจะทำให้ข่าวสารที่เผยแพร่ได้ยาก เข้าถึงได้ง่ายขึ้น เพราะกลุ่มคนแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน เช่น กลุ่มหญิง กลุ่มเด็ก กลุ่มชรา มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน การวิเคราะห์และจำแนกกลุ่มจะทำให้สื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น

ข้อมูลพื้นฐานที่ควรจะทำวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายนั้นควรคำนึงถึงหัวข้อดังนี้

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น งาน อาชีพ อายุ เพศ ฯลฯ
2. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เช่น การนับถือ ศาสนา ความเชื่อ การมีปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มชนบทรอบนิคม ประเพณี ฯลฯ
3. ปัจจัยทางจิตวิทยา เช่น ความต้องการ รสนิยม ความปรารถนาในชีวิต การยอมรับนวัตกรรม ทักษะ ความเชื่อ ฯลฯ
4. ปัจจัยการสื่อสาร เช่น การรับข่าวสารทางสื่อต่างๆ รสนิยมการรับข่าวสาร ช่วงเวลารับข่าวสาร ความชอบรายการ

เหตุที่ต้องมีการวิเคราะห์สิ่งเหล่านี้เป็นเพราะกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันนั้นจะมีพฤติกรรมและการใช้ชีวิต ตลอดจนโลกทัศน์และมูลเหตุตัดสินใจที่ต่างกัน จึงต้องมีการศึกษาถึงปัจจัยเหล่านี้

โดยวิธีการหรือเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายนั้นมีวิธีการหลากหลาย จะใช้วิธีการสังเกต จดบันทึก หรือจะใช้วิธีการ ออกแบบสอบถามเพื่อทำการสรุปผลก็ได้ โดยการนำหลักการของการใช้ข้อมูลพื้นฐานมาทำการวิเคราะห์

การนำผลการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายไปใช้ในการสื่อสาร

หลังจากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายแล้ว ควรจะมีการทำตารางหรือโครงสร้างเพื่อทำการจำแนกรายละเอียดให้เป็นกลุ่มย่อยๆ เพื่อจะนำไปเป็นยุทธวิธีในการสื่อสารที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่

1. การวางตำแหน่งข่าวสารให้จูงใจ เช่น การทำสื่อให้เกิดความน่าสนใจ เพื่อจะได้ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย เช่น การลงรายละเอียดเนื้อหาให้ตรงจุดที่ต้องการจะสื่อ
2. การออกแบบข่าวสาร เช่น กลุ่มคนมีอายุ ต้องใช้อักษรตัวใหญ่ ภาษาอ่านง่าย กลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชนหรือวัยรุ่น ต้องออกแบบให้มีสีสันน่าสนใจ
3. การเลือกใช้สื่อ เช่น การใช้สื่อโปสเตอร์ สื่อแอนิเมชัน ภาพเคลื่อนไหว สปอตเสียง โฆษณา เป็นต้น
4. ช่วงเวลาที่เหมาะสมกับพฤติกรรม เช่น ช่วงเวลาหลังหนึ่งทุ่มเป็นเวลาพักผ่อน ซึ่งจะมีความเหมาะสมมากที่สุดในการนำเสนอข่าวสารเพื่อการพัฒนาสังคม หรือช่วงเช้ามีดตี 4 ตี 5 เหมาะสมกับการนำเสนอข่าวสารเพื่อการพัฒนาการเกษตรแก่เกษตรกร

2. การออกแบบสาร

การออกแบบสารเพื่อการพัฒนา หมายถึง การคิดสร้างสรรค์ วจนภาษา และอวจนภาษาที่สามารถสื่อความหมาย แนวคิดของการพัฒนาจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

โดยวัตถุประสงค์ในการออกแบบสารเพื่อการพัฒนา สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่

- 1) เพื่อให้ทราบ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ประเด็นการพัฒนาใหม่ สิ่งใหม่ๆ หรือกระตุ้นการอยากเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมที่พึงประสงค์
- 2) เพื่อให้ความรู้ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจ เปลี่ยนความเชื่อหรือรับข้อมูลข่าวสารใหม่
- 3) เพื่อย้ำเตือนไม่ให้กลุ่มเป้าหมายลืมสิ่งที่ต้องการให้เกิดผล นึกถึงสิ่งที่ควรจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและมีความเชื่อมั่นกับประเด็นการพัฒนา
- 4) เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงทัศนคติมาชอบพอใจกับประเด็นที่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเสริมสร้างทัศนคติ
- 5) เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการตอบสนองและแสดงพฤติกรรมตอบสนองและแสดงพฤติกรรมตอบสนองทันทีในรูปแบบต่างๆ

ซึ่งการออกแบบสารเพื่อการพัฒนา ผู้ส่งสารควรคำนึงถึงสิ่งที่ต้องปฏิบัติก่อนการออกแบบสาร ได้แก่

1. ค้นหาสาระที่เป็นความต้องการที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้ได้
2. ยอมรับความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมายและความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นในเนื้อหาสาระ และประเด็นที่จะนำเสนอในแต่ละครั้ง
3. จัดทำสารที่จะนำเสนอให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถรับรู้ได้ เข้าใจได้อย่างชัดเจน และนำเสนอให้ครอบคลุมรอบด้าน
4. ให้ความสำคัญกับหลักการและกระบวนการใช้สื่อ การผลิตสื่อ การออกแบบสื่อที่เป็นภาพ กราฟิก ตัวอักษร สี รวมทั้งเสียงที่ใช้ ทั้งที่เป็นเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพของส่วนประกอบที่นำเสนอในสื่อแต่ละประเภทและแต่ละชนิด
5. การอธิบายและขยายความในเรื่องที่ยากต่อการเข้าใจควรทำให้เป็นเรื่องที่ง่ายต่อการเข้าใจ รวมทั้งการสร้างสารให้เกิดความถูกต้อง

นอกจากนี้แล้วการนำเสนอสารเพื่อการพัฒนา ยังสามารถนำเสนอได้ 2 รูปแบบ คือ

1. เน้นประเด็นของการพัฒนาโดยตรง โดยนำเสนอว่าเนื้อหาของสารว่ามีอะไรจะทำอะไรได้บ้าง มีความสำคัญอย่างไร ทำอะไรให้แก่เราได้บ้าง
2. เน้นความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยจะนำเสนอประโยชน์ เหตุผล ข้ออ้างที่เป็นเอกลักษณ์

3. การใช้สื่อ

เมื่อทราบของกลุ่มเป้าหมายคือใครแล้ว นักสื่อสารต้องหาวิธีการและวางแผนการใช้สื่อที่เหมาะสม สื่อที่นำมาใช้ในการพัฒนา ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ ซึ่งในอดีตที่ผ่านมา นักสื่อสารจะใช้สื่อเพื่อการพัฒนาโดยเลือกใช้สื่อใดสื่อหนึ่งเท่านั้น จึงทำให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ไม่ทั่วถึง กิตติพล สุวรรณ (2533 หน้า บทคัดย่อ) ได้เสนอแนวคิดว่าการวางแผนใช้สื่อควรปรับเปลี่ยนมาเป็นการใช้สื่อผสมมากกว่าการเลือกใช้เพียงสื่อเดียว นอกจากการใช้สื่อมวลชนกับสื่อเฉพาะกิจ นักสื่อสารควรหันมาให้ความสนใจกับสื่อวัฒนธรรมของชาวบ้านด้วย

ดังนั้นยุทธวิธีการใช้สื่อในการพัฒนาท้องถิ่น มีดังนี้

- 3.1 ใช้สื่อผสม สื่อที่ใช้ควรมีลักษณะหลากหลายผสมผสานกันมากกว่า 1 ประเภทขึ้นไป เพื่อให้สื่อเหล่านั้นช่วยส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกันในการสร้างผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

3.2 ใช้สื่อท้องถิ่น เป็นสื่อที่เข้าถึงชาวบ้าน หรือชุมชนในท้องถิ่น ซึ่งอาจมีการถ่ายทอดโดยใช้ภาษาและวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ เช่น วิทยุชุมชน วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดหรือท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หอกระจายข่าวหรือเสียงตามสาย เคเบิลทีวีท้องถิ่น หรือแม้แต่สื่อพื้นบ้าน เช่น ลิเก หมอลำ เป็นต้น

3.3 ใช้สื่อชุมชน เช่น สื่อบุคคลในพื้นที่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนที่เกิดและเติบโตในชุมชนนั้น เป็นผู้ที่มีสัมผัสและคุ้นเคยในภาษา ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรม วิถีชีวิตในชุมชน

3.4 ใช้สื่อกิจกรรม ซึ่งสื่อกิจกรรมเป็นสื่อที่กระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของชาวบ้านหรือชุมชน สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงดัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆ

3.5 ควรมีการยับยั้งๆ จะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น สารที่น่าเสนอจะมีความคงทนถาวรมากขึ้น แต่การใช้วิธีการนี้ควรระวังว่าถ้ายับยั้งๆ และกระทำต่อเนื่องกันนาน อาจถึงจุดอิ่มตัว ถ้าเมื่อใดถึงจุดอิ่มตัวผลจะลดลงทันที เพราะผู้รับสารจะเริ่มเบื่อหน่ายหรือชินชา

กล่าวโดยสรุปแล้ว การสื่อสารในระดับท้องถิ่นโดยใช้สื่อท้องถิ่นเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในกรณีที่ไม่สามารถใช้สื่อจากส่วนกลางในระดับประเทศได้ ถือเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างคนในท้องถิ่นเดียวกัน ที่จะก่อให้เกิดการสื่อสารร่วมกัน และโยนโยนความเป็นชุมชนท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง พร้อมที่จะก้าวเดินไปพร้อมๆ กับการพัฒนาประเทศได้

4. การมีส่วนร่วมของประชาชน

เกตินี จุฑาวิจิตร (2540) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งของการพัฒนาชนบท หลักการสำคัญหรือหัวใจของการมีส่วนร่วมของประชาชนคือ จะต้องให้ประชาชนได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของกระบวนการร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบในผลการพัฒนาที่จะเกิดขึ้น กล่าวคือ การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการอย่างหนึ่งในการพัฒนา

ปัจจุบันวิถีชีวิตของประชาชน ถูกกระทบจากสิ่งต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรมลง ทำให้เกิดสภาพการต่างคนต่างอยู่ มุ่งหวังที่จะแก้ไขปัญหาของตนเองให้อยู่รอดไปในแต่ละวัน ไม่มีความสนใจต่อสังคมรอบข้าง ทำให้มีปัญหามาหลายด้าน ที่นับว่าจะเพิ่มมากยิ่งขึ้น จึงจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมซึ่งกันและกัน เพื่อที่จะช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างตรงกับความต้องการของคนส่วนใหญ่

การมีส่วนร่วมจึงเป็นกระบวนการที่คน ครอบครัว หรือองค์กรในชุมชนเข้ามามีส่วนในการคิด การตัดสินใจ การวางแผนดำเนินการพัฒนาครอบครัวและชุมชนของตนเองโดยหลักการที่แท้จริงของการมีส่วนร่วมคือ การมีส่วนร่วมในลักษณะของความรู้สึกเป็นเจ้าของ ร่วมคิด ร่วมปฏิบัติ ร่วมประเมินตรวจสอบและร่วมรับผิดชอบถึงผลประโยชน์และโทษที่เกิดขึ้นลักษณะของการมีส่วนร่วมมี 4 ด้าน คือ

1. ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ หมายถึง การร่วมคิด ค้นหา และตัดสินใจหรือการกำหนดรายละเอียดของสิ่งที่จะดำเนินการ
2. ด้านการร่วมปฏิบัติการในกิจกรรมโครงการ หมายถึง การที่มีส่วนเข้ามามีส่วนดำเนินโครงการ ร่วมแรง ร่วมสมทบค่าใช้จ่าย การให้ข้อมูลที่จำเป็นตลอดจนการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ ร่วมในการบริหารงานหรือการประสานงาน
3. ด้านการรับผลประโยชน์ หมายถึง การได้รับประโยชน์จากการเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการพัฒนา เช่น มีรายได้เพิ่มขึ้น มีการกระจายโอกาสทางการพัฒนา การรับความรู้ แนวความคิด และการช่วยเหลือด้านต่างๆ มากขึ้น เป็นต้น
4. ด้านการตรวจสอบและประเมินผล หมายถึง การที่ประชาชนเข้าร่วมเพื่อการประเมินผลการดำเนินโครงการ โดยอาจดำเนินการผ่านกระบวนการทางการเมือง หรือสื่อมวลชนต่างๆ

การใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

การพัฒนาท้องถิ่นเป็นปรากฏการณ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ หลายกิจกรรมของท้องถิ่น ดังนั้นในการดำเนินการพัฒนาท้องถิ่น ผู้นำท้องถิ่นจึงต้องดำเนินการวางแผนพัฒนา กิจกรรมต่างๆ ของท้องถิ่นไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย แต่ท้องถิ่นจะพัฒนาไปได้ไกลและบรรลุเป้าหมายเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับว่าได้ใช้การสื่อสารมาช่วยขับเคลื่อนมากน้อยเพียงใด เพราะการสื่อสารถือเป็นเครื่องมือที่จะทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงรัฐบาลหรือหน่วยงานกับประชาชนเข้าด้วยกัน ดังนั้นหน่วยงานท้องถิ่นสามารถใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นได้ คือ

1. การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาการเกษตร

การเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลักของประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศที่กำลังพัฒนาประชาชนเหล่านี้มีความด้อยหลายด้านทั้งในด้านการไม่รู้หนังสือ การใช้วิธีการทำมาหากินที่ล้าสมัยให้

ผลผลิตต่ำ ด้านความรู้ในเรื่องการตลาด และขาดข่าวสาร การสื่อสารจึงมีความสำคัญที่ถูกนำมาใช้เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม



ภาพที่ 10 ภาพข่าวในนิตยสาร Click เป็นกิจกรรมนักศึกษานิติศาสตร์จัดโครงการอบรมการทำน้ำหมักชีวภาพ

ในภาพรวมของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตร ผู้ส่งสารจะมีวัตถุประสงค์ที่จะให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ความรู้ และการชักจูงใจเกษตรกร เพื่อการนำไปสู่การพัฒนาเกี่ยวกับการประกอบอาชีพและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยการสื่อสารจะถูกนำมาใช้ในการพัฒนาการเกษตร ดังนี้

- เพื่อยกระดับความรู้ความเข้าใจและความสามารถเกี่ยวกับระบบการเกษตรให้กับเกษตรกร
- เพื่อเปิดโลกทัศน์ของเกษตรกร ทำให้เกษตรกรสามารถเรียนรู้เท่าทันการเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการเกษตรในประเด็นต่างๆ ได้อย่างทันทั่วถึง
- เพื่อเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทั้งภายในชุมชนและระหว่างชุมชน
- เพื่อกระตุ้นและสนับสนุนให้เกษตรกรมีความสามารถในการผลิต โดยการช่วยให้เกษตรกรได้มองเห็นความสามารถที่ซ่อนอยู่ในตัวที่สมควรนำออกมาใช้
- เพื่อสร้างความภาคภูมิใจในอาชีพเกษตรกรรมที่ตนเองดำรงอยู่
- เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างถูกวิธี และนำทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีการในการสื่อสารเพื่อพัฒนาการเกษตรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด มักนิยมใช้สื่อต่อไปนี้

- สื่อสารมวลชนจะรายงานเฉพาะเจาะลึกในประเด็นที่เกี่ยวกับกระบวนการผลิต และรายงานราคาผลผลิต สภาพดินฟ้าอากาศ เป็นต้น
- สื่อกิจกรรม ส่วนใหญ่จะเป็นการประชุม การสัมมนา การฝึกอบรมเชิงลึกเกี่ยวกับประเด็นใดประเด็นหนึ่งเฉพาะ การศึกษาดูงาน เพื่อให้เกษตรกรสามารถที่จะนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้ไปปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- สื่อบุคคล เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรต่างๆ โดยผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การส่งข้อมูลข่าวสารผ่านการสาธิต ผ่านผู้เชี่ยวชาญ ผ่านกลุ่มเพื่อนและการประชุมร่วมกันในหมู่บ้าน หรือในกลุ่มของตนเอง แต่ก็พบปัญหาว่าสื่อบุคคลหรือนักส่งเสริมการเกษตรมักขาดประสิทธิภาพ เพราะขาดทักษะการสอน ขาดเครื่องมืออุปกรณ์ในการสื่อสาร ขาดทักษะเกี่ยวกับการสื่อสาร ขาดเอกสารเผยแพร่ เป็นต้น
- สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ การใช้ฐานข้อมูลความรู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ฐานข้อมูลระบบน้ำ ฐานข้อมูลระบบดิน ฯลฯ เพื่อให้เกษตรกรนำข้อมูลและความรู้ที่เกี่ยวข้องไปใช้ในการบริหารจัดการระบบการผลิตของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาการสาธารณสุข

ปัญหาเรื่องสุขภาพของประชาชนเป็นเรื่องสำคัญ ท้องถิ่นจะพัฒนาได้ต้องอาศัยประชาชนที่มีสุขภาพพลานามัยสมบูรณ์แข็งแรง สภาพแวดล้อมปราศจากมลพิษ รัฐจะต้องจัดบริการสาธารณสุขให้ครอบคลุม การส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค การรักษาพยาบาล การฟื้นฟูสุขภาพ และให้ประชาชนร่วมมือในการพัฒนาสุขภาพอนามัยของตนเอง ครอบครัว และชุมชน สิ่งต่างๆ ดังข้างต้นจะไม่เกิดขึ้นหากประชาชนไม่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาสาธารณสุข การพัฒนาด้านสาธารณสุขจึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้การสื่อสารเป็นตัวช่วยที่จะทำให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาสาธารณสุขของประเทศและแผนพัฒนาสาธารณสุขของท้องถิ่น



ภาพที่ 11 การจัดกิจกรรมรณรงค์ควบคุมป้องกันโรคไข้เลือดออก อ.บ้านกว้าง จ.พิษณุโลก

ซึ่งการสื่อสารมีบทบาทเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินโครงการด้านสาธารณสุข ด้วยวิธีการต่างๆ ดังนี้

- การเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อให้ประชาชนทราบเรื่องราวต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้เกิดความสนใจ เห็นความสำคัญและร่วมมือในการแก้ปัญหาสุขภาพ เช่น การส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรค การบำบัดรักษาและการฟื้นฟูสุขภาพ และการจัดการบริการสาธารณสุขมูลฐาน ตัวอย่างเช่น การเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนทราบถึงภัยอันตรายของโรค วิธีการป้องกันและรักษาโรคอย่างถูกต้อง เช่น โรคไข้เลือดออก โรคฉี่หนู เป็นต้น

- การให้ความรู้แก่ประชาชนในประเด็นที่เป็นเรื่องที่ยังสงสัยไม่เข้าใจ เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ความรับผิดชอบของกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) เป็นต้น
- การจูงใจให้เกิดทัศนคติหรือพฤติกรรมในเรื่องต่างๆ เช่น จูงใจให้ออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพ การสื่อสารด้วยการจูงใจจะช่วยให้ประชาชนเกิดการรับรู้ มีการเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมด้านสุขภาพโดยสมัครใจ
- การกระตุ้นเตือน ผู้รับสารเมื่อได้รับข่าวสารจากผู้ส่งสารบ่อยๆ นานๆ อาจจะไม่กระตือรือร้น จึงต้องคอยกระตุ้นเพื่อให้แสดงปฏิกิริยาได้ตอบสนองต่อเนื่อง เช่น การกระตุ้นเตือนให้ล้างมือให้สะอาดทุกครั้งก่อนรับประทานอาหาร ให้ดื่มน้ำสะอาดในช่วงที่มีโรคระบาด
- การประชาสัมพันธ์องค์การสาธารณสุข โดยเน้นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์การสาธารณสุข ด้วยการเสนอผลงานแนวปฏิบัติให้กลุ่มเป้าหมายเชื่อถือ และร่วมมือดำเนินงานขององค์กร

3. การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาการศึกษา

ในการพัฒนาประเทศและพัฒนาท้องถิ่นนั้น มีปัจจัยต่างๆ เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการพัฒนา ปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งก็คือ คน ประเทศจะพัฒนาได้ต้องอาศัยคนที่มีคุณภาพ เป็นคนที่มีสุขภาพอนามัยสมบูรณ์ มีความรู้ความสามารถ การที่คนจะมีความรู้ความสามารถก็ต้องมีการพัฒนาในทางการศึกษา การสื่อสารจึงมีความสำคัญที่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาการศึกษา เช่น โครงการรณรงค์เพื่อการรู้หนังสือแห่งชาติ ของกรมการศึกษานอกโรงเรียน กระทรวงศึกษาธิการ เป็นต้น

4. การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาสังคม

สิ่งที่ปัญหาของท้องถิ่น คือ เมื่อมีการพัฒนาทางด้านวัตถุและมีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในประเทศ สิ่งที่จะติดตามมาจากผลของการพัฒนาด้านวัตถุและเทคโนโลยีก็คือ สภาพของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปมีปัญหาต่างๆ ติดตามมา เช่น ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาเยาวชน ปัญหายาเสพติด ปัญหาด้านศีลธรรม เป็นต้น การสื่อสารจึงมีความสำคัญที่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาสังคมให้ประชาชนสามารถปรับตัวได้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของสังคมที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างสมดุล เช่น โครงการรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด (TO BE NUMBER ONE) โครงการรณรงค์ลดภัยเยาวชนไทยใช้ถุงยาง โครงการวิทยาการใส่ใจสุขภาพ ร่วมกันต้านภัยยาเสพติด เป็นต้น



วิทยาการจัดการ ใส่ใจสุขภาพ ต่อต้านยาเสพติด

เมื่อวันเสาร์ที่ 1 กันยายน 2555 คณะวิทยาการจัดการ ได้จัดโครงการ วิทยาการจัดการ ใส่ใจสุขภาพ ต่อต้านยาเสพติด เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาเล็งเห็นความสำคัญของการออกกำลังกาย และใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ไม่ยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด โดยมีรองศาสตราจารย์สุวริย์ วงศ์วัฒนา คณบดีคณะวิทยาการจัดการ ให้เกียรติมาเป็นประธานเปิดงาน และอาจารย์จنگกล เพชรสุข รองคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา ดูแลนักศึกษาเข้าร่วมโครงการฯ อย่างใกล้ชิด



ภาพที่ 12 วิทยาการใส่ใจสุขภาพต้านภัยยาเสพติด

5. การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาวัฒนธรรม

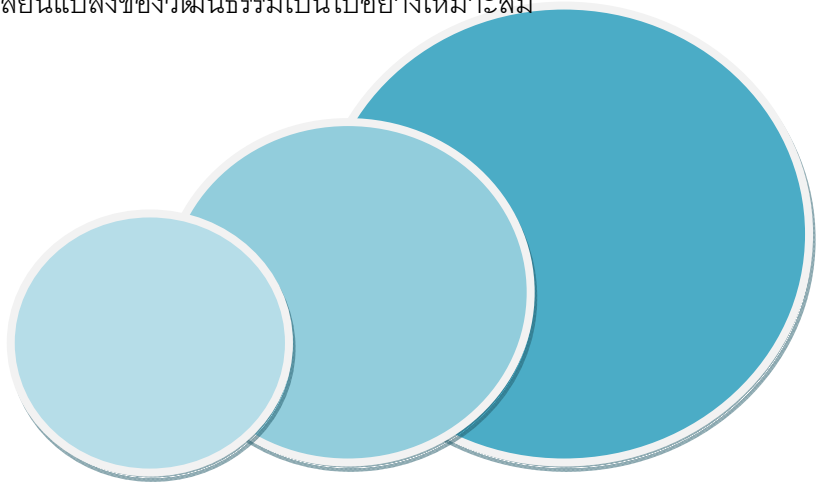
การสื่อสารกับวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในแง่หนึ่งนั้น การสื่อสารเกิดขึ้นภายใต้ขอบเขตของวัฒนธรรม วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร เพราะวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารของสมาชิกของสังคม ในขณะเดียวกันการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการทำให้วัฒนธรรมดำรงอยู่ได้ ในส่วนของการใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาประเทศนั้น การสื่อสารสามารถถูกนำมาใช้ได้ในลักษณะ ดังนี้

5.1 ทำให้วัฒนธรรมของชาติแพร่หลาย

5.2 ทำให้วัฒนธรรมของท้องถิ่นแพร่หลาย สร้างความเป็นปึกแผ่นในประเทศ เพราะคนแต่ละท้องถิ่นเข้าใจกันมากขึ้น

5.3 ถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นเก่าสู่คนรุ่นใหม่

5.4 ทำให้การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมเป็นไปอย่างเหมาะสม





ภาพที่ 13 โครงการรณรงค์สืบสานวัฒนธรรมการทำบุญทอดผ้าป่า อ.บ้านกว้าง จ.พิษณุโลก

6. การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อม

สังคมไทยได้ตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม เมื่อพบว่าผลพวงของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในช่วงที่ผ่านมา ได้ก่อให้เกิดปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและเกิดผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต ด้วยเหตุดังกล่าวรัฐบาลทุกยุคทุกสมัยจึงเห็นความสำคัญและจำเป็นในการที่จะฟื้นฟูความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและปัญหามลพิษ โดยมีการกำหนดให้มีแนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นครั้งแรก ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2525) และได้มีการบรรจุปัญหาสิ่งแวดล้อมและแนวทางในการแก้ไขปัญหาอย่างต่อเนื่องในแผนพัฒนาฉบับต่างๆ จนถึงปัจจุบัน แต่ประเทศไทยก็ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สาเหตุของปัญหาสิ่งแวดล้อม เกิดขึ้นโดยมีสาเหตุหลักๆ คือ

- นโยบายการพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม จากการที่นโยบายของประเทศได้มีการเร่งรัดพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการขยายตัวในด้านอุตสาหกรรม เกษตรกรรม การคมนาคม การท่องเที่ยว การค้าและบริการ มีผลทำให้มีการดึงเอาทรัพยากรธรรมชาติมาใช้อย่างมากมาย ซึ่งมีผลให้ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมและยังแพร่กระจายมลพิษด้านต่างๆ สู่สิ่งแวดล้อมในวงกว้าง

- ความขัดแย้งแย่งชิงในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เนื่องจากประชากรมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ แต่ทรัพยากรธรรมชาติมีอยู่อย่างจำกัด ก่อให้เกิดปัญหาความขัดแย้งในการแย่งชิงทรัพยากรธรรมชาติกัน เช่น ชุมชนเมืองมีจำนวนประชากรขยายตัวรวดเร็ว ไม่สามารถจัดหาบริการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นในการดำรงชีวิตให้เพียงพอต่อความต้องการ ขาดการวางแผน ทำให้เกิดชุมชนแออัด และปัญหาสิ่งแวดล้อม ส่วนชุมชนชนบทและชุมชนที่อาศัยอยู่ในป่า ก็เกิดปัญหาความขัดแย้งเรื่องที่ทำกิน การบุกรุกป่าสงวน ฯลฯ

- ระบบการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่ขาดประสิทธิภาพ ในปัจจุบันการบังคับใช้กฎหมายของประเทศไทยยังไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ อีกทั้งจำนวนบุคลากรของรัฐก็มีจำกัด ทำให้ไม่สามารถตรวจสอบได้อย่างทั่วถึงอย่างต่อเนื่อง และยังไม่ค่อยได้รับความร่วมมือที่จะปฏิบัติตามกฎหมายทั้งจากผู้ประกอบการที่เป็นแหล่งกำเนิดมลพิษและประชาชน

- ประชาชนขาดจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ถึงแม้ปัจจุบันจะมีการเผยแพร่รณรงค์กิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน แต่ยังไม่สามารถเสริมสร้างให้ประชาชนเกิดจิตสำนึกและมีความตระหนักในคุณค่าของสิ่งแวดล้อมได้ สำนักงานนโยบายและแผนสิ่งแวดล้อม (2540 หน้า 8-9) ให้เหตุผลว่าเพราะหลักสูตรการศึกษาของชาติขาดการบูรณาการและขาดความต่อเนื่องของเนื้อหาในระหว่างระดับชั้น รวมทั้งขาดกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่เหมาะสม เพราะการสร้างจิตสำนึกเป็นกิจกรรมที่ต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งต้องมีการบังคับใช้กฎหมายในการลงโทษผู้กระทำผิดอย่างเด็ดขาด

การพัฒนาสิ่งแวดล้อมจะไม่สามารถประสบผลสำเร็จไปได้ หากประชาชนไม่ได้รับการเสริมสร้างและปลูกฝังค่านิยมให้เกิดความตระหนักและมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการสื่อสารจึงมีความสำคัญ เพราะการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างจิตสำนึกที่ดี และตระหนักถึงคุณค่าของการรักษาสิ่งแวดล้อม และเชื้ออำนวยต่อการร่วมมือของประชาชนในการดำเนินงานด้านต่างๆ ที่เป็นการพัฒนาสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 14 การอบรมการคัดแยกขยะมูลฝอย ตำบลบึงพระ จังหวัดพิษณุโลก

แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้และความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่

- การจัดการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในฐานะหน่วยงานรับผิดชอบด้านการศึกษา ได้กำหนดหลักสูตรวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษาไว้ในหลักสูตรระดับประถมและมัธยมศึกษา หรือแม้แต่ในระดับอุดมศึกษา ก็ยังมีตัวชี้วัดในงานประกันคุณภาพการศึกษาของทุกหลักสูตรต้องมีการจัดการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม ด้วยการบูรณาการความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ไว้ในรายวิชา โดยอาจจะจัดกิจกรรมนอกสถานที่ เช่น กิจกรรมให้ผู้เรียนได้สำรวจทรัพยากรธรรมชาติในชุมชน การเรียนรู้เกี่ยวกับพืชพันธุ์ไม้ ปัญหาของชุมชน เป็นต้น ซึ่งผู้เรียนจะได้รับความรู้และมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม

ในการดำเนินงานเพื่อสร้างความรู้และความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากผ่านระบบการศึกษาแล้วยังต้องเสริมสร้างแหล่งความรู้ที่เผยแพร่ไปยังประชาชน ชุมชนท้องถิ่นด้วย เช่น แต่ละโรงเรียนจัดให้มีกิจกรรมเสริมหลักสูตร เช่น การจัดค่ายสิ่งแวดล้อม การคัดแยกขยะ เป็นต้น



ภาพที่ 15 การอบรมประดิษฐ์สิ่งของจากขยะรีไซเคิล

- การใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ความรู้ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบุคคลและการจัดกิจกรรมรณรงค์

ราคาขยะที่ขายได้	
ประเภท	ราคา
กระดาษ	กระดาษขาว 7.40 บาท, กลังกระดาษ 5.3 บาท, กระดาษหนังสือพิมพ์ 5 บาท, เศษกระดาษ 3.3 บาท
พลาสติก	พลาสติกขวดน้ำใส 15 บาท, พลาสติกขวดน้ำขุ่น 24 บาท, ถุงพลาสติก 4 บาท, เศษพลาสติก 9.5 บาท
แก้ว	เศษแก้วขาว 1.05 บาท, ขวดน้ำปลา 0.6 บาท, ขวดและกลองเบียร์สิงห์ 6.5 บาท/กลอง, ขวดและกลองเบียร์ช้าง 9 บาท/กลอง, ขวดและกลองเบียร์ Heineken 13 บาท/กลอง
โลหะ/อลูมิเนียม	กระป๋องอลูมิเนียม 47 บาท, อลูมิเนียมบาง 56 บาท, เศษเหล็กหนา 11.35 บาท, เศษเหล็กบาง 10.35 บาท

ถังขยะแยกประเภท

1. สีเขียว รองรับขยะที่นำเสียบและย่อยสลายได้เร็ว สามารถนำมาหมักทำปุ๋ยได้ เช่น ผัก ผลไม้ เศษ

2. สีเหลือง รองรับขยะที่สามารถนำมารีไซเคิลหรือขายได้ เช่น แก้ว กระดาษ พลาสติก โลหะ ฯลฯ

3. สีแดง ขวดพลาสติก รองรับขยะที่มีอันตราย ต่อสิ่งมีชีวิต และสิ่งแวดล้อม เช่น ขวดยา หลอดฟลูออเรสเซนต์ ถ่านไฟฉาย กระป๋องสีสเปรย์ กระป๋องยาฆ่าแมลง ภาชนะบรรจุสารอันตรายต่าง ๆ

4. สีฟ้า รองรับขยะย่อยสลายไม่ได้ ไม่เป็นพิษและไม่คุ้มค่าการรีไซเคิล เช่น พลาสติกฟอยล์ อยุ่ของบะหมี่สำเร็จรูป ถุงพลาสติก โฟมและฟอยล์ที่เปื้อนอาหาร ฯลฯ

ความรู้เกี่ยวกับกาการดัด

แยกขยะ:

**REUSE
REDUCE
RECYCLE**

แยกขยะให้ถูกที่

ถังขยะสีเขียว: ขยะอินทรีย์
ถังขยะสีเหลือง: ขยะรีไซเคิล
ถังขยะสีแดง: ขยะอันตราย
ถังขยะสีฟ้า: ขยะทั่วไป

ภาพที่ 16 สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่ความรู้แก่ประชาชน

7. การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาการเมือง

ภารกิจสำคัญของรัฐบาลในแต่ละประเทศ ได้แก่ การบริหารจัดการความขัดแย้งภายในประเทศ สร้างความมั่นคงและความเป็นระเบียบเรียบร้อยในสังคม สร้างความสมบูรณ์พูนสุข แก้ไขปัญหาสังคม ตลอดจนผลักดันประเทศให้เข้าไปสู่การพัฒนาในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง การศึกษา เทคโนโลยี ฯลฯ เพื่อให้สามารถดำเนินภารกิจดังกล่าวข้างต้นให้ได้ผลดี รัฐบาลต้องพึ่งการสื่อสาร เพราะรัฐบาลไม่สามารถดำเนินการเพียงลำพังได้ ต้องอาศัยความร่วมมือสนับสนุนจากสื่อสารมวลชนในการรายงานข่าวสารสำคัญทางการเมืองของรัฐบาลเพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนเกิดการเข้าใจร่วมกัน และยอมรับสนับสนุนการตัดสินใจของรัฐบาล เช่น โครงการประชาสัมพันธ์ร่างรัฐธรรมนูญฉบับประชาชน

ดังนั้น การสื่อสารจึงมีส่วนช่วยพัฒนาการเมืองได้ดังนี้

7.1 ทำให้เกิดความสนใจ การเสนอข่าวสาร เรื่องราวต่างๆ ทั้งในแง่ของตัวบุคคล ซึ่งเป็นผู้นำ นโยบาย ความคิดเห็น เป็นประจำสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง ย่อมทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารด้านการเมืองการปกครองโดยอัตโนมัติ และค่อยๆ สะสมจนเกิดเป็นความสนใจขึ้น

7.2 ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ การได้รับข่าวสารอยู่เป็นประจำจากสื่อมวลชน จะช่วยอธิบายเรื่องราวการเมืองซ้ำแล้วซ้ำเล่า ย่อมเป็นโอกาสที่ดีจะทำให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจที่ละเอียดจนถึงขั้นใช้งานได้

7.3 การทำให้เกิดทัศนคติ การเสนอข่าวสาร ความคิดเห็นและข้อโต้แย้งทางการเมืองของสื่อมวลชนจะสามารถช่วยกำหนดทัศนคติ ค่านิยม และการตัดสินใจแก่ประชาชนได้

7.4 ทำให้เกิดการปฏิบัติ เมื่อประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจยอมรับทัศนคติใหม่ เกิดความทะเยอทะยานแล้ว การสื่อสารมวลชน ยังช่วยกระตุ้นให้ประชาชนลงมือปฏิบัติต่อไป เช่น การวิพากษ์วิจารณ์ การแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นทางการเมือง การออกเสียงเลือกตั้ง การแสดงประชามติ การมีส่วนร่วมในการปกครองท้องถิ่น เป็นต้น

8. การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ

การสื่อสารเป็นกระบวนการและเครื่องมือที่สำคัญในการดำเนินงานพัฒนาประเทศในทุกด้าน ในขณะที่ประเทศกำลังอยู่ในขั้นตอนของกระบวนการพัฒนานั้น การสื่อสารจะถูกนำไปใช้เพื่อส่งเสริมและขยายการพัฒนา ตลอดจนทำให้งานพัฒนาดำเนินไปได้โดยสะดวก การสื่อสารจึงเป็นกลไกสำคัญที่จะผลักดันให้ประเทศพัฒนาไปตามเป้าหมายที่วางไว้ นโยบายด้านเศรษฐกิจ ค่อยๆ มีรายละเอียดและความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ และการที่การสื่อสารเข้าไปมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ เนื่องจากต้องใช้ข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ต่างๆ ทั้งภายในประเทศและ

ต่างประเทศ ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินงานพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่ข้อมูลข่าวสารมีระบบการหลั่งไหลที่มีความรวดเร็วฉับไว การสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับต่างๆ ดังนั้นการสื่อสารจึงช่วยพัฒนาเศรษฐกิจได้ คือ

8.1 การโฆษณา ใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและแรงจูงใจให้ประชาชนซื้อสินค้า

8.2 การประชาสัมพันธ์ ใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อลดปัญหาความขัดแย้ง สร้างความพอใจและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้เกิดขึ้น

8.3 การสื่อสารองค์กรและการสื่อสารเพื่อการบริหารและการจัดการ การบริหารธุรกิจต้องอาศัยการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดการประสานงานและการบริหารงานที่ราบรื่น ส่งผลไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ของท้องถิ่นในอนาคต

สรุป

การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น หมายถึง การนำเอาการสื่อสารทุกรูปแบบมาช่วยส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อให้การดำเนินชีวิตของทุกคน สามารถดำรงอยู่ได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาในลักษณะการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยที่สภาพแวดล้อมทั้งทางด้านกายภาพและชีวภาพยังคงอยู่ โดยมีแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา เป็น 3 ยุค ได้แก่ 1) ยุคแนวคิดการทำให้ทันสมัย 2) ยุคแนวคิดการพึ่งพิง 3) ยุคแนวคิดทางเลือก อีกทั้งแนวโน้มของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม คือ 1) มีการเปลี่ยนแปลงจำลองการสื่อสารจากแบบจำลองการสื่อสารเชิงถ่ายทอด ที่มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว เป็นการสื่อสารแบบสองทาง 2) เปลี่ยนทิศทางของการสื่อสารจากบนลงล่าง คือ จากเจ้าหน้าที่สู่ประชาชน มาเน้นการสื่อสารแบบจากล่างขึ้นบน 3) เปลี่ยนการสื่อสารในแนวตั้งระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐกับประชาชนเป็นส่วนใหญ่ โดยที่ในหมู่ประชาชนด้วยกันเองมีการติดต่อสื่อสารกันน้อยมาก มาเน้นการสื่อสารระหว่างประชาชนด้วยกันเอง 4) มีการเปลี่ยนแปลงจากการวางแผนจากส่วนกลางมาเป็นแบบเครือข่ายการสื่อสารที่มีรูปแบบการกระจายตัวไปทั่ว 5) มีการเปลี่ยนทัศนคติใหม่ต่อผู้รับสารที่ว่าผู้รับสารรอคอยรองรับสารที่จะไหลจากผู้ส่งสารไปเท่านั้น เป็นผู้รับสารเป็นผู้แสวงหาข่าวสารไม่ใช่เพียงเปิดรับสารเท่านั้น เป็นผู้รับสารเป็นผู้แสวงหาข่าวสารไม่ใช่เพียงเปิดรับสารเท่านั้น 6) มีการเปลี่ยนจากการใช้สื่อเดียวมาสู่สื่อผสม ตลอดจนการสื่อสารมีบทบาทหน้าที่ต่อการพัฒนาท้องถิ่น

ซึ่งได้แก่ 1) การให้ข่าวสาร 2) การชักจูงใจ 3) การให้การศึกษา และในปัจจุบันหน่วยงานท้องถิ่นสามารถใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นในด้านต่างๆ ดังนี้

1. การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาการเกษตร
2. การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาการสาธารณสุข
3. การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาการศึกษา
4. การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาสังคม
5. การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาวัฒนธรรม
6. การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อม
7. การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาการเมือง
8. การใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ

เอกสารอ้างอิง

- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2540). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์
- กิตติพล สุวรรณ. (2533). **ความคิดเห็นของเกษตรกรผู้ปลูกถั่วเหลืองที่มีต่อแหล่งและประเภทของข่าวสารในการยอมรับเทคโนโลยีการปลูกถั่วเหลืองเขต อ. แม่ริม จ. เชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- กาญจนา แก้วเทพ, กิตติกันภัย และ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ. (2543) **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่**. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- บุษบา หินหาญ. (2553). **การพัฒนาการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษาการทำเกษตรอินทรีย์ตำบลหนองโสน อำเภอสามง่าม จังหวัดพิจิตร**. รายงานการวิจัย สำนักคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
- บุษบา หินหาญ. (2553). **รูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของชาวบ้านเพื่อการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีป่าชุมชนตำบลท่าอิบุญ อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์**. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
- สเถียร เขยประทับ (2538) **การสื่อสารกับการพัฒนา**. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- Lerner, Danial. (1958). *The Passing of Traditional Society*. New York : The Free Press.
- Roger, Everett M. (1983) *Diffusion of Innovtions*. New York : The Free Press.
- Millikan, M.F. (1967). The most fundmental technological change. In: Lerner and Schramm, eds., *Communication and change in the developing countries*. Honolulu, HI : East-West Center Press, 1967:3-4