

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความหมายใหม่ของกองทุนสวัสดิการชุมชน ต.แม่สุก อ.แม่ใจ จ.พะเยา
Participation Communication for construct Community Welfare Fund's meaning, Maesuk Sub District
MaeJai District, Phayao Province

ภัทรา บุรารักษ์¹

¹ สาขาการสื่อสารสื่อใหม่ คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
19/2 ถนนพหลโยธิน ตำบลแม่กา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000 โทรศัพท์: 084 0771970 E-mail: burarak@yahoo.com

บทคัดย่อ

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความหมายใหม่ของกองทุนสวัสดิการชุมชนมี 4 ขั้นตอนคือ 1) เปลี่ยนชื่อกองทุนฯ เป็นกองทุน 2) สร้างความหมายใหม่ให้กับกองทุนฯ 3 พัฒนาความหมายสู่การผลิตสารและสื่อเพื่อสร้างการรับรู้และ 4) ประเมินผลกระบวนการสื่อสารที่มีต่อผู้เข้ากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม สำหรับสื่อที่ชุมชนเลือกใช้มี 4 กลุ่มคือสื่อพื้นที่ สื่อพื้นบ้าน สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อกระจายเสียง โดยแต่ละสื่อจะสัมพันธ์กับลักษณะของการมีส่วนร่วมและจำนวนกลุ่มในชุมชนที่เข้าไปมีส่วนร่วมต่างกัน กล่าวคือสื่อที่ไม่ต้องการทักษะ เทคนิค ฟันธงถูกพันสูง และใช้ศักยภาพของชุมชนในการจัดการ จะมีจำนวนกลุ่มที่เข้ามีส่วนร่วมมากและสามารถแสดงลักษณะการมีส่วนร่วมได้ทั้ง 3 ลักษณะคือคิด ผลิตและเผยแพร่ ซึ่งต่างจากสื่อที่ต้องใช้ทักษะ เทคนิค และศักยภาพของชุมชนมีไม่เพียงพอ จำนวนของกลุ่มที่เข้าร่วมจะน้อยกว่า และลักษณะการมีส่วนร่วมจะเหลือเพียงการเผยแพร่สื่อเท่านั้น

คำสำคัญ: การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม กองทุนสวัสดิการชุมชน

Abstract

Participatory communication for constructing new meaning of community welfare fund which has four phases; 1) change the name of the fund as 'Kong Boon' (literally means merit fund), 2) renew the meaning of merit fund, 3) develop meaning to produce message and media perception, and 4) evaluate the process of communication on participants' participatory communication. It is revealed that there are four types of media that the community preferred to use; space media, folk media, printed media, and broadcasting media. Each medium will have the types participation and the number of groups in different communities involved. Media that does not required advanced technical skills and high involvement will use potential of community in self-management. Some groups are highly involved which can described into three types; thinking, producing, and distributing. Unlike the media's need for technical skills and potential of the community is

not enough. The number of participants is less and the form of participation is only the distribution process.

Keywords: Participation Communication, Community Welfare Fund

1. บทนำ

จากการศึกษาวิจัย “การพัฒนาความมั่นคงของกองทุนสวัสดิการชุมชน 5 ตำบล” ที่ศึกษาปัจจัยสำคัญหลักต่อความมั่นคงฯ 2 ปัจจัยคือปัจจัยทางด้านการเงิน และปัจจัยทางด้านการคิดเห็น และการรับรู้ที่มีต่อส่วนผสมทางการตลาดรวมถึงการให้ความหมายของสมาชิกที่มีต่อกองทุนฯ ถือเป็นเงื่อนไขสำคัญที่มีผลต่อการสร้างและรักษาสมาชิกของกองทุนฯ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้กองทุนฯ คล้ายกับการประกันชีวิต โดยจะได้รับประโยชน์ทางตรงเช่น การได้รับผลประโยชน์ทางการเงินเมื่อพักรักษาตัวในโรงพยาบาล การเสียชีวิตที่หมายถึงคุณค่าในด้านการช่วยเหลือซึ่งกันและกันของคนภายในชุมชนอันเป็นปรัชญาหลักของการก่อตั้งกองทุนฯ (มนตรา พงศ์นิลและคณะ, 2553) [1] ซึ่งหากกองทุนฯ ยังคงมีการสื่อสารโดยเน้นสารหรือเนื้อหาการสื่อสารที่ใช้ตัวเงินหรือผลประโยชน์ทางตรงมาเป็นแรงจูงใจให้กับการเป็นสมาชิก อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของกองทุนเองทั้งทางด้านสมาชิกและทางด้านการเงิน ดังนั้น หากต้องการสร้างความรัก ความผูกพัน และการช่วยเหลือซึ่งกันและกันของคนในชุมชนตามปรัชญาและวัตถุประสงค์ของการก่อตั้ง และแก้ปัญหาการถอนตัว ไม่สมัครเป็นสมาชิก หรือมุ่งเอาเฉพาะคนที่เจ็บป่วยหรือสูงอายุมาเป็นสมาชิก การสร้างการรับรู้ความหมาย ควรเปลี่ยนน้ำหนักการให้ความสำคัญของสาร ที่สร้างความหมาย/คุณค่าของกองทุนหรือผลิตภัณฑ์ (Product) ในแง่ความผูกพันทางใจและประโยชน์ของการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในชุมชนมากกว่าการมุ่งเน้นเฉพาะประโยชน์ทางตรง ซึ่งหากสามารถสร้างกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความหมายและเปลี่ยนการรับรู้ที่มีต่อกองทุนสวัสดิการชุมชนได้ ย่อมจะเป็นการสร้างเข้าใจและยอมรับในหลักการของการช่วยเหลือเกื้อกูลกันมากกว่าตัวเงินที่จะได้รับ ขณะเดียวกันยังจะความรัก ความผูกพันให้เกิดขึ้นกับคนในชุมชนที่เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร อันจะเป็นการสร้างความยั่งยืนให้กับกองทุนฯ และชุมชนได้อย่างแท้จริง

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้าง

ความหมายใหม่ของกองทุนสวัสดิการชุมชน

3. แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิดการวิจัยและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วมในการสื่อสารและสามารถเข้าถึงสื่อหรือข้อมูลข่าวสารที่เท่าเทียมกัน เพื่อแสดงออกทางความคิด มุมมอง และความรู้สึกร่วมกันของพวกเขานำไปสู่การแก้ไขปัญหาและการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นมาสู่ตนเองและชุมชนของพวกเขา เป็นการสร้างความเชื่อมั่น เห็นคุณค่าของตัวเองและท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงแก้ไขปัญหาและพัฒนาโดยศักยภาพของชุมชนเอง (Moore 1986 อ้างใน White 1994: 20)[2]

อย่างไรก็ตามการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารของประชาชนจะเกิดขึ้นได้ต้องเกี่ยวข้องกับความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Sense of belonging) โดยด้านหนึ่งความรู้สึกเป็นเจ้าของ นำมาซึ่งความสนใจ ห่วงใย ดูแลรักษาในขณะที่ยึดด้านหนึ่งความรู้สึกเป็นเจ้าของจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อเป็นผู้เป็นเจ้าของมีอำนาจที่สามารถเข้าไปจัดการกับสิ่งของหรือเรื่องราวใน ซึ่งก็คือการเข้ามามีส่วนร่วมนั่นเอง ดังนั้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและความรู้สึกผูกพันเป็นกระบวนการรับส่งซึ่งกันและกัน คือเมื่อเริ่มต้นด้วยการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารก็จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งระดับความเข้าใจ ระดับอารมณ์ไปจนถึงระดับการกระทำ ที่จะนำไปสู่ความผูกพันต่อประเด็นนั้น ๆ เมื่อผูกพันก็จะกลายเป็นแรงจูงใจให้เข้าไปมีส่วนร่วมในการสื่อสารมากขึ้น (กาญจนา แก้วเทพ 2546:109) [3]

หากพิจารณาจากกองทุนสวัสดิการชุมชน ซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่เข้ามาแข่งขันกับระบบสวัสดิการอื่น ๆ ในชุมชนที่เกิดขึ้นก่อนหน้านี้ เช่น ฅาปนกิจสงเคราะห์ กลุ่มออมทรัพย์ หรือสวัสดิการอื่นๆ ภายในชุมชน ดังนั้นหากไม่สามารถสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นกับตัวผลิตภัณฑ์เองแล้ว อาจเกิดความเสียเปรียบในแง่ของการรับรู้ เชื่อถือและเห็นคุณค่าในการเข้ามามีส่วนร่วมเป็นสมาชิก เนื่องจากการเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่งดำเนินการในชุมชนได้เพียง 3 ปี เท่านั้น

ดังนั้นหากใช้หลักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมาใช้ในการกระบวนการสร้างการรับรู้และให้ความหมายให้เป็นไปอย่างที่เหมาะสมการกองทุนฯ ประสงค์ ผสมผสานกับหลักการของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมแล้วย่อมจะไม่เพียงสร้างการรับรู้ การให้ความหมายใหม่ให้กับกองทุนสวัสดิการที่พึงประสงค์แล้วเท่านั้น ยังทำให้คนในชุมชนเกิดความรัก ผูกพัน และเห็นคุณค่า

ของกองทุนฯ โดยเข้ามามีส่วนร่วมเป็นสมาชิกอย่างต่อเนื่อง และพร้อมที่จะยอมรับและเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้

3.2 การสื่อสารชุมชน: สื่อชุมชน

1. สื่อชุมชน : องค์ประกอบของการสื่อสาร

สื่อชุมชนเป็นสื่อที่เกิดจากกระบวนการสื่อสารภายในชุมชนที่องค์ประกอบของการสื่อสาร(ผู้ส่งสาร เนื้อหา สาร ช่องทางและผู้รับสาร) มีลักษณะเฉพาะตัวของท้องถิ่นนั้น ๆ จากงานวิจัยของดวงพร คำนูนวัฒน์ และคณะ (2551:52-64) [4] พบว่าสื่อชุมชนมีลักษณะสำคัญแยกตามองค์ประกอบของการสื่อสารดังนี้

1. ผู้ส่งสาร มีลักษณะสำคัญคือ

- 1.1. เป็นคนในชุมชน ที่มีจิตสาธารณะ

- 1.2. มีทักษะในการสื่อสาร ความรู้และความเข้าใจ

ในคุณสมบัติ ศักยภาพของสื่อชุมชน

- 1.3. มีความสนใจและต้องการร่วมงานผลิตสื่อด้วยความสมัครใจ

- 1.4. มีความเป็นผู้นำ และความคิดสร้างสรรค์

- 1.5. มีการปฏิบัติงานหลายหน้าที่ หรือมีบทบาทหน้าที่ในชุมชนที่หลากหลาย

2. สาร หรือเนื้อหาสาร มีลักษณะดังนี้

- 2.1. เป็นเนื้อหาในท้องถิ่น

- 2.2. ขาดการจัดเก็บหรือรวบรวมอย่างเป็นระบบ

ทำให้ไม่เพียงพอต่อการนำมาใช้ในการสื่อสารมากนัก

- 2.3. เป็นสารที่ใช้ภาษาถิ่นของชุมชน

3. ช่องทางหรือสื่อ มีความหลากหลาย ทั้งสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ กระจายเสียง บุคคล หรือเฉพาะกิจ และสื่อกิจกรรมต่างๆ โดยการเลือกใช้ของชุมชนนั้นขึ้นอยู่กับประเด็นของชุมชนเอง เช่น ศักยภาพและความพร้อมในการผลิตหรือใช้สื่อนั้น สอดคล้องกับประเด็นปัญหาของชุมชน สามารถสร้างการรับรู้ได้อย่างทั่วถึง และคนในชุมชนมีส่วนร่วมในขั้นตอนการผลิตสื่อได้

4. ผู้รับสาร กระบวนการสื่อสารในชุมชน ควรสร้างให้ผู้รับสารให้ความสนใจและเกิดการรับรู้ ทั้งเนื้อหาสารและการเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนต่างๆ และสร้างบทบาทให้ผู้รับสารในการประเมินคุณภาพของสื่อที่ผลิตขึ้น เพื่อนำไปสู่การเกิดความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของและร่วมดูแลรักษาสื่อชุมชน

4. วิธีดำเนินงาน

การวิจัยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความหมายใหม่ของกองทุนฯ เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยใช้ระเบียบวิธีเชิงคุณภาพ มีเครื่องมือการเก็บข้อมูลดังนี้

- 1.1 การจัดเวทีระดมความคิดเห็นและการลงมือปฏิบัติ

ร่วมกัน

- 1.2 การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม

1.3 การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

1. นักวิจัยค้นข้อมูลด้านการสื่อสารในระยะที่ 1 และหารือ ตกลงร่วมกันในแนวทางการเก็บข้อมูลระยะที่ 2 ในวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2554 เวลา 13.00 น. มีผู้เข้าร่วมประชุมคือคณะกรรมการชุดใหม่ของกองทุนสวัสดิการชุมชนตำบลแม่สุก จำนวน 15 คน
2. การค้นหาศักยภาพการสื่อสารของชุมชน โดยการสัมภาษณ์และชักชวนให้คนในชุมชนที่มีศักยภาพร่วมเป็นอาสาสมัครในการสร้างและผลิตสื่อ รวมทั้งเป็นผู้ส่งสารหลัก ซึ่งดำเนินการ ในช่วงเวลาที่นิสิตสำรวจบริบทชุมชน จำนวน 21 คน ประกอบด้วย
3. จัดเวทีค้นข้อมูลให้กับคณะกรรมการกองทุนฯ และอาสาสมัครคนผลิตสื่อในชุมชน เพื่อระดมความคิดเห็นในการร่วมออกแบบสารและเลือกสื่อตามศักยภาพของชุมชนตลอดจน
4. การผลิตสื่อ จากสารที่ตกลงร่วมกันอันมีพื้นฐานมาจากการกำหนดร่วมกัน โดยพิจารณาาร่วมกันถึงสื่อที่ควรผลิตภายใต้ข้อจำกัดของชุมชน เช่นระยะเวลา ความเป็นไปได้ รวมถึงการร่วมวางแผนการผลิต กำหนดผู้รับผิดชอบแต่ละสื่อ และการวางแผนการเผยแพร่สื่อ
5. การเผยแพร่และประเมินผลสื่อ ร่วมกันเผยแพร่สื่อตามที่ได้กำหนดแผนการไว้ โดยเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการติดตั้งหรือเผยแพร่สื่อร่วมกัน การประเมินผล เป็นการประเมินผลร่วมกันระหว่างนักวิจัย คณะกรรมการกองทุนฯ และอาสาสมัครกลุ่มผลิตสื่อชุมชน

5. ผลการศึกษา/การทดลอง

5.1 การสร้างความหมายแบบมีส่วนร่วมจากกองทุนฯ เป็นกองทุนฯ

หลังจากจัดเวทีระดมความคิดเห็นระหว่างคณะกรรมการกองทุนฯ กลุ่มอาสาสมัครผลิตสื่อ และคณะวิจัย ทำให้ตระหนักถึงศักยภาพและข้อจำกัดการดำเนินการกองทุนสวัสดิการชุมชนโดยเฉพาะด้านการสื่อสารรอบ 3 ปีที่ผ่านมา โดยพบว่าข้อจำกัดในการสร้างและรักษาสมาชิกคือการรับรู้และความเข้าใจทั้งของสมาชิก คนในชุมชนและคณะกรรมการฯ(กรรมการคนใหม่) ที่มีต่อกองทุนฯที่รับรู้เฉพาะผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงิน ซึ่งหากการรับรู้ของคนในชุมชนมีลักษณะดังกล่าว จะส่งผลต่อการอยู่รอดของกองทุนฯ อีกทั้งไม่สามารถบรรลุปรัชญาการจัดตั้งกองทุนฯ ได้ ดังนั้นคณะกรรมการฯ จึงเห็นว่าต้องมีการสร้างความเข้าใจและการรับรู้ต่อกองทุนฯใหม่ ที่ประโยชน์ของกองทุนฯ ในด้าน การช่วยเหลือเกื้อกูลคนอื่นภายใน โดยเห็นว่าหากสามารถสร้างความหมายใหม่ดังกล่าว จะทำให้การรับรู้ของสมาชิกและคนในชุมชนเปลี่ยนและเกิดความเข้าใจหลักการและปรัชญาของกองทุนมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการลดการลาออก และลดการคาดหวังผลประโยชน์ทางด้านตัวเงินลงได้

ขั้นตอนการสร้างและสื่อสารความหมายใหม่จากการทำงานแบบมีส่วนร่วม มีดังนี้

1. เปลี่ยนชื่อกองทุนฯ จาก “กองทุนสวัสดิการชุมชน ตำบลแม่สุก” เป็น “กองทุนเพื่อสวัสดิการชุมชน ตำบลแม่สุก”
2. สร้างความหมายใหม่สำหรับคำว่า “บุญ” ของกองทุนฯ ดังนี้

- บุญเพื่อช่วยคนในชุมชน/ลูกหลาน/และตนเอง
- บุญ คือความสมหวัง สว่างไสวในชีวิต และก่อให้เกิดประโยชน์ออกไปอย่างกว้างขวาง
- บุญที่ทำแล้วได้ผลบุญในชาตินี้ โดยไม่ต้องรอไปถึงชาติหน้า
- บุญเพียงแค่ 200 สามารถช่วยเหลือคนได้มากกว่า 200
- กองบุญ คือการร่วมกันออมทุนเพื่อเอาไปทำบุญในการช่วยเหลือกัน เพื่อสร้างสวรรค์บนแผ่นดินแม่สุก

สรุปความหมายใหม่ของ “กองทุน” คือการทำบุญโดยการช่วยเหลือ เกื้อกูลที่ครอบคลุม 3 ระดับ คือระดับตนเอง ระดับลูกหลาน และระดับชุมชนในภาพรวม ซึ่งหากทำได้เช่นนี้ผลบุญที่จะเกิดขึ้นทำให้ชุมชนของพวกเขามีความสุขเหมือนสวรรค์บนดิน

3. การผลิตสารและสื่อ เพื่อสร้างการรับรู้ใหม่

หลังจากที่คณะกรรมการฯ ได้มติให้เปลี่ยนชื่อพร้อมกับการกำหนดความหมายหลักของ “กองทุน” ดังกล่าวข้างต้นแล้ว จึงได้ร่วมกันพัฒนาความหมายดังกล่าวออกมาเป็นสารและออกแบบสื่อเพื่อสื่อสารไปยังคนในชุมชนเพื่อสร้างการรับรู้ภายใต้ความหมาย “กองทุนฯ ใหม่” โดยการการระดมความคิดเห็นร่วมระหว่างคณะกรรมการกองทุนฯ และกลุ่มอาสาสมัครผลิตสื่อและคณะวิจัย เพื่อพัฒนาสารและออกแบบสื่อได้ผลการศึกษาดังนี้

1. สื่อพื้นที่

- 1.1. งานศพ พัฒนาสารโดยใช้ภาษาหรือคำใหม่ แปลงผลประโยชน์ที่เป็น “มูลค่า” เงินค่าเสียชีวิต เป็น “คุณค่า” ที่สมาชิกที่ผู้เสียชีวิตร่วมกันทำบุญกับสมาชิกคนอื่น ๆ และใช้คำว่า “ร่วมทำบุญ” แทนคำว่า “เป็นสมาชิก” และใช้คำว่า “รับค่าช่วยเหลือ” แทนคำว่า “ได้รับการสงเคราะห์”

“นาง...ได้เป็นสมาชิกกองทุนฯ เลขที่... นาง...ได้ร่วมทำบุญกับกองทุนฯ ทั้งสิ้นจำนวน... นาง...ได้รับค่าช่วยเหลืองานศพจากสมาชิกกองทุนฯ จำนวน คน เป็นเงินคนละ... บาท รวมเป็นเงินช่วยเหลือครั้งนี้ทั้งสิ้น....บาท”

- 1.2. เวทีระดมความคิดเห็นของคณะกรรมการกองทุนฯ และอาสาสมัครผลิตสื่อ ซึ่งไม่เพียงเปลี่ยนการเรียกชื่อ “กองทุน” เป็น “กองทุน” ที่หมายถึงการช่วยเหลือเกื้อกูลกันเท่านั้น แต่ยังนำการรับรู้ดังกล่าวเป็นตัวกำหนดในการคิด หรือดำเนินงานต่างๆ ต้องสอดคล้องกับคำว่า “บุญ” ภายใต้อความหมายใหม่

“ตอนนี้เป็นกองทุน เป็นมากกว่ากองทุนแล้วนะ การเปลี่ยนแปลงสวัสดิการอะไร ก็อย่าลืมว่ามันเป็นกองทุน ไม่ใช่กองทุนที่เปลวเงินแล้ว” (เวทีการประเมินผลสื่อ,2554) [5]

2. สื่อพื้นบ้าน

2.1. สัญลักษณ์ (Logo) การออกแบบร่วมกัน โดยใช้ความหมายการช่วยเหลือเกื้อกูลและความร่วมมือร่วมใจกันของคนต.แม่สุก” มาเป็นกรอบในการคิดและออกแบบ พร้อมให้คำอธิบายสัญลักษณ์ว่า

“ภาพใบโพธิ์ก้านเรียบ ...กลางใบโพธิ์มีมือจับกัน 4 ด้าน หมายถึงความสามัคคี ประองดองกันของคนแม่สุก พร้อมด้วยพระธาตุบ้านแม่สุก 2 ดวง ได้และเหนือ ได้พระธาตุมีหุยนต์น้ำ 2 หยด ข้างในเป็นรูปผู้ใหญ่ชายและหญิง จับมือเด็กเล็กอยู่ แสดงถึงการเกื้อหนุนดูแลซึ่งกันและกันของคนรุ่นต่างๆ”

2.2. ตุง เป็นสัญลักษณ์อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างกองทุนฯ และบุญ โดยตัดผ้าเป็นตุง ที่มีการพิมพ์โลโก้ไว้ ใช้แจกให้กับคนในชุมชนในวันสำคัญทางศาสนา เป็นการกำหนดสื่อและสารที่พยายามผูกโยงความหมายใหม่ ให้สอดคล้องกับวิถีและความเชื่อเดิมของคนในชุมชน ที่ถ่ายทอดคนในชุมชนจะทำความเข้าใจและยอมรับในความหมายของคำว่า “กองทุนฯ”

2.3. กิจกรรม/ประเพณีของชุมชน (มหรธรรมกองทุนฯ และตานก๋วยสลาก) เป็นกิจกรรมและประเพณีที่ชุมชนจัดขึ้นเป็นประจำ โดยได้เข้าไปร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม เพื่อผูกโยงความหมายของกองทุนฯ ให้เข้าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชุมชน อย่างไม่รู้สึกแปลกแยก เช่นแจกตุงกองทุนฯ ในวันสำคัญทางศาสนาและจัดทำก๋วยสลาก ทำบุญแก้สมาธิที่เสียชีวิตไปแล้วในวันทานสลากภัตของตำบล

3. สื่อสิ่งพิมพ์

3.1. โปสเตอร์/แผ่นพับและป้ายโฆษณากลางแจ้ง เป็นสื่อที่ใช้อธิบายความหมายใหม่ของกองทุนฯ ที่มีพื้นที่ให้รายละเอียดมากกว่า ดังนั้นสารจึงเน้นการอธิบายรายละเอียดของผลบุญที่จะได้รับ 3 ระดับ (ตนเอง ลูกหลาน และชุมชน) และการตอบข้อสงสัยที่พบบ่อย 6 ประเด็น ที่สอดคล้องกับความหมายใหม่ เช่น

คำถาม:กองทุนฯคืออะไร

คำตอบ: “...เป็นกองทุนฯที่เกิดจากการรวมตัวของประชาชนในตำบลด้วยความสมัครใจ โดยเป้าหมายสูงสุด คือการดูแลและเอื้ออาทรซึ่งกันและกันของคนทุกเพศ ทุกวัย อย่างไม่เลือกหน้า”

3.2. สื่อการ์ตูน วาดและเล่าเรื่องโดยอาสาสมัครผลิตสื่อที่เป็นคนในชุมชนภายหลังเข้ากระบวนการเรียนรู้และทำความเข้าใจกับความหมายใหม่และแนวทางการดำเนินงานของกองทุนฯ แล้ว จึงได้เขียนเป็นการ์ตูนขึ้น 4 ชิ้น มีเนื้อหาสำคัญ 3 ประเด็นคือ 1)การเข้าเป็นสมาชิกฯ 2) การร่วมเป็นสมาชิกกองทุนฯ คือความสามัคคีของคนในตำบล และ3) ผลประโยชน์ที่จะได้รับจากกองทุนฯ

3 สื่อกระจายเสียง

3.1. หอกระจายเสียง มีการใช้หอกระจายเสียงเพื่อประกาศกิจกรรม ข่าวสารจากกองทุนฯ และเป็นช่องทางในการเปิดเพลงกองทุนฯ ที่แต่งขึ้น โดยขอความร่วมมือจากผู้ใหญ่บ้านของ 10 หมู่บ้านในเขต ต.แม่สุก

3.2. วิดิทัศน์ “สารคดีกองทุนฯ” สารคดีภาพและเสียง มีสารหลัก เน้นอธิบายความเป็นชุมชนที่มีศักยภาพ และวิถีแห่งการช่วยเหลือเกื้อกูลของคน ต.แม่สุกที่ดำรงอยู่มาเนิ่นนาน เมื่อมีการจัดตั้งกองทุนฯ ขึ้น ก็เป็นการนำเอาวิถีและศักยภาพของตำบลดังกล่าวมาใช้ในการดำเนินงาน ที่ไม่แตกต่างจากหลักคิดของการทำบุญ ทำทานและช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นการนำเอาสิ่งที่คนแม่สุกคุ้นเคยและภูมิใจอยู่แล้วมาใช้เท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างหลักประกันความมั่นคงของชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับคนในชุมชนเพื่อรักษาพื้นที่แห่งความสุขของคน “แม่สุก” เอาไว้

3.3. วิทยูกระจายเสียง “สารคดีสั้น 1 นาที 3 ตอน” ผลิตขึ้นมาโดยยึดความหมายของกองทุนฯ เพื่อสร้างความเข้าใจและรับรู้ให้กับคนในชุมชน มีแนวคิดของสารหลัก ๆ คือ1) “กองทุนฯ บุญ 3 ชั้น” เพื่ออธิบาย “บุญ” ที่จะได้รับมี 3 ระดับ คือตนเอง ลูกหลานและชุมชน 2) “เงิน 200 บาท สร้างประโยชน์ให้มากกว่าที่คุณคิด” เป็นการอธิบายว่าการจ่ายค่าสมาชิกปีละ 200 บาทนั้นสร้างคุณค่าในการช่วยเหลือเกื้อกูลกันมากกว่ามูลค่าเงิน และ 3) “จากกองทุนฯ เป็น กองบุญ ความภูมิใจของคนแม่สุก” เป็นการอธิบายและบอกการเปลี่ยนชื่อกองทุนฯ พร้อมกับอธิบายความหมายใหม่ ในด้านการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ซึ่งเป็นความภูมิใจของคนแม่สุก

3.4. ดนตรี/เพลง กองบุญ เป็นการแต่งเนื้อร้องและดนตรีของอาสาสมัครที่มีทักษะในการร้องและแต่งเพลงที่อยู่ในชุมชน หลังจากเข้าสู่กระบวนการสร้างความรู้และความเข้าใจของกองทุนฯ เพลงที่แต่งมีเนื้อหาหลักคือกองทุนฯมีประโยชน์อย่างไร เป็นการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน พร้อมกับเชิญชวนให้สมัครเป็นสมาชิก ซึ่งเพลงกองทุนฯ จะนำไปใช้ในงานสื่อกระจายเสียงทั้งสารคดีวิทยุ และวิดิทัศน์ และเปิดทางหอกระจายเสียงของทุกหมู่บ้านในตำบล

4. การประเมินผลกระบวนการสื่อสาร:ผู้เข้าร่วมกระบวนการสื่อสาร

4.1 คณะกรรมการกองทุนฯ มีความพึงพอใจ โดยเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกองทุนฯ ให้เกิดความชัดเจน และทำให้คณะกรรมการฯ มีความมั่นใจ ไม่กลัวในการอธิบายหรือตอบคำถามที่เกี่ยวกับกองทุนฯ ให้กับคนอื่นทั้งคนทั้งในและนอกชุมชนเข้าใจ อย่างเป็นทิศทางเดียวกัน

นอกจากนั้นคณะกรรมการฯ สามารถพัฒนาทักษะ การสื่อสาร โดยสามารถนำเอาหลักการและวิธีการไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์หรือเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจของคนในชุมชน และคิดสร้างสรรค์

สื่ออื่นๆ เพิ่มเติม เช่นการคิดสื่อกิจกรรมเพิ่มเติมเพื่อขยายฐานสมาชิก กองบุญฯ ไปยังกลุ่มเด็กนักเรียน โดยการเข้าไปทำงานร่วมกับโรงเรียน ในชุมชน พัฒนากิจกรรมธนาคารคนดี เพื่อเอาคะแนนมาแลกเป็นค่าสมาชิกกองบุญฯ และการวางแผนการสื่อสารและการใช้สื่อเมื่อมีหน่วยงานภายนอกเข้ามาศึกษาดูงานได้อย่างเหมาะสมเป็นต้น (จักร เชื้อนแก้ว, สัมภาษณ์ 26 สิงหาคม 2554) [6]

4.2 กลุ่มอาสาสมัครผลิตสื่อ แม้ว่าในกลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกองบุญฯ แต่เมื่อเข้าร่วมในกระบวนการสื่อสารแล้ว สามารถซึมซับความหมายและความเข้าใจต่อกองบุญฯ โดยเห็นได้จากผลงานที่พวกเขาสร้างขึ้น ล้วนแต่สะท้อนให้เห็นถึงความเข้าใจที่มีต่อแนวคิดและความหมายของกองบุญฯ และที่สำคัญก็คือการสร้างความรู้สึภาคภูมิใจ จากเดิมที่บางคนไม่มีบทบาทอะไรในชุมชนนัก แต่เมื่อกลายมาเป็นผู้ส่งสารหรือผู้ผลิตสื่อของกองบุญฯ ทำให้เกิดความรู้สึภาคภูมิใจ และมีความต้องการเข้ามามีส่วนร่วมฯ และสร้างสรรค์งานอื่นๆ มากยิ่งขึ้น (เวทีประเมินสื่อ, 2554) [5]

5.2 การมีส่วนร่วมในการสร้างสื่อเพื่อสื่อสารความหมายกองบุญฯ

การมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารความหมาย กองบุญเพื่อสวัสดิการชุมชน ต.แม่สุก ในส่วนนี้จะอธิบายว่าในกระบวนการการสื่อสารความหมายใหม่ของกองบุญฯ (รายละเอียดในหัวข้อที่ 1 ข้างต้น) ในแต่ละสื่อนั้นมีกลุ่มใดเข้ามามีส่วนร่วมบ้าง และมีส่วนร่วมในลักษณะใด ผลการศึกษาอธิบายได้ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ประเภทของสื่อที่สัมพันธ์กับกลุ่มและลักษณะการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการสื่อสารความหมายกองบุญฯ

สื่อ	ผู้/กลุ่มที่มีส่วนร่วม	ลักษณะการมีส่วนร่วม
สื่อพื้นที่		
1. งานศพ	1) คณะกรรมการกองบุญ 2) กลุ่มเครือข่ายภายในชุมชน	ชุมชนร่วมคิดร่วมผลิตและร่วมเผยแพร่
2. เวทีระดมความคิดเห็นในการออกแบบการสื่อสารความหมายใหม่	1) แกนนำ คณะกรรมการกองบุญฯ 2) คณะกรรมการกองบุญ 3) เจ้าหน้าที่ อบต. 4) อาสาสมัครผลิตสื่อ	ชุมชนร่วมคิดร่วมผลิตและร่วมเผยแพร่
สื่อพื้นบ้าน		
1. สัญลักษณ์(Logo)	1) คณะกรรมการกองบุญฯ 2) อาสาสมัครผลิตสื่อ	ชุมชนร่วมคิดร่วมผลิตและร่วมเผยแพร่
2. ตุ๊ก	1) คณะกรรมการกอง	ชุมชนร่วมคิด

สื่อ	ผู้/กลุ่มที่มีส่วนร่วม	ลักษณะการมีส่วนร่วม
	บุญฯ 2) อาสาสมัครผลิตสื่อ 3) กลุ่ม/เครือข่ายภายในชุมชน 4) หน่วยงาน/องค์กรในชุมชน (วัด)	ร่วมผลิตและร่วมเผยแพร่
3. กิจกรรม/ประเพณี...และตามกล้วยสลาก	1) คณะกรรมการกองบุญฯ 2) เจ้าหน้าที่อบต. 3) กลุ่ม/เครือข่ายภายในชุมชน 4) หน่วยงาน/องค์กรในชุมชน (วัด)	ชุมชนร่วมคิดร่วมผลิตและร่วมเผยแพร่
สื่อสิ่งพิมพ์		
1. การ์ตูน	1) คณะกรรมการกองบุญฯ 2) อาสาสมัครผลิตสื่อ	ชุมชนร่วมคิดร่วมผลิตและร่วมเผยแพร่
2. โปสเตอร์/แผ่นพับ/ป้ายโฆษณา	1) คณะกรรมการกองบุญฯ 2) อาสาสมัครผลิตสื่อ 3) เครือข่ายภายนอกชุมชน	ชุมชนร่วมคิดและเผยแพร่ ภายนอกผลิต
สื่อกระจายเสียง		
1. สื่อวิทยุกระจายเสียง	1) คณะกรรมการกองบุญฯ 2) เครือข่ายภายนอกชุมชน	ชุมชนร่วมเผยแพร่ ภายนอกคิดและผลิต
2. วิดีทัศน์สารคดีกองบุญฯ	1) คณะกรรมการกองบุญฯ 2) เครือข่ายภายนอกชุมชน	ชุมชนร่วมเผยแพร่ ภายนอกคิดและผลิต
3. หอกระจายเสียง	1) คณะกรรมการกองบุญฯ 2) กลุ่มเครือข่ายภายในชุมชน	ชุมชนคิด ผลิตและเผยแพร่

จากตารางที่1 แสดงว่าการผลิตสื่อ 4 กลุ่มหลัก จำนวนกลุ่มในชุมชนที่เข้ามามีส่วนร่วมและระดับการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันคือ กลุ่มที่มีจำนวนกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมมาก มักมีลักษณะที่เป็นสื่อที่เปิดกว้างให้คนทั่วไปได้เข้าถึง โดยไม่จำเป็นต้องมีทักษะหรือข้อพินิจผูกพันมาก เช่น สื่อเวทีระดมความคิดเห็น หรือกิจกรรม/ประเพณีของชุมชน ตรงกันข้ามกับสื่อที่มีจำนวนกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมน้อย มีลักษณะที่อาศัยทักษะเทคนิคและพินิจผูกพันสูงในการดำเนินงาน เช่นสื่อวิทยุ สื่อวีดิทัศน์ และ สื่อการ์ตูน

สำหรับระดับการมีส่วนร่วมพบว่าสื่อที่ชุมชนสามารถทำได้ทั้ง 3 ระดับคือคิด ผลิตและเผยแพร่มักเป็นสื่อที่อยู่ภายในชุมชน ชุมชนมีต้นทุนในการจัดการได้เอง เช่นสื่อพื้นที่ สื่อพื้นบ้าน ส่วนสื่อที่ต้องอาศัย

ทักษะ เทคนิค และต้นทุนสูง ลักษณะการมีส่วนร่วมก็จะลดลง เหลือน้อยที่สุดคือเป็นระดับการเผยแพร่เท่านั้น เช่นสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุทัศน์สื่อโปสเตอร์และแผ่นพับ

6. การอภิปรายผล

การสร้างคามหมาย พบ ว่าการแบ่งบุญออกเป็น 3 ระดับ เป็นการมองแบบ สังคมที่มีลักษณะรวมกลุ่ม คือทั้งระดับตนเอง ครอบครัว และชุมชนไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งการสร้างคามหมายใหม่ เป็นการแปลงค่าการมุ่งมองเพียงมูลค่าที่เป็นตัวเลข มาเป็นคุณค่าทางจิตใจ และความศรัทธา ความดีงาม และการเอื้อกูลกัน เป็นการสร้างคามหมายให้ผูกโยง เกาะเกี่ยวกับความเชื่อ วิถีชีวิตของคนในชุมชน ให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ ใกล้ชิดและลดความเป็นอื่นลง เพราะกองทุนฯ ยังเป็นเรื่องใหม่ของชุมชนก่อตั้งมาเพียง 3 ปี อีกทั้งการก่อตั้งยังเป็นการผลักดันมาจากปัจจัยภายนอกและกลุ่มผู้นำในชุมชนเป็นหลัก ดังนั้นการสร้างคามเข้าใจและการรับรู้ที่นำไปสู่การยอมรับในความหมายได้ง่าย จึงต้องเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งหรือยึดโยงกับความคุ้นเคยหรือความเชื่อเดิมของชุมชน ที่มาจากกระบวนการมีส่วนร่วมคิด ร่วมผลิต และร่วมเผยแพร่ ถึงจะทำให้การออกแบบสารและการเลือกใช้สื่อเข้าถึงคนในชุมชนได้เป็นอย่างดี

สำหรับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม พบว่ายิ่งสื่อที่ต้องอาศัยทักษะเทคนิคและพันธะผูกพันสูง หรือไม่ได้มาจากศักยภาพของชุมชนที่จะจัดการเองได้ทั้งหมด จำนวนของกลุ่มที่เข้ามีส่วนร่วมและลักษณะการมีส่วนร่วมก็จะน้อยกว่าสื่อที่ไม่ต้องใช้ทักษะ เทคนิคและความผูกพันมาก ดังนั้นการออกแบบสื่อ ที่เปิดโอกาสให้จำนวนกลุ่มการเข้ามีส่วนร่วมมีมาก ควรเลือกใช้สื่อที่อยู่ในชุมชนและชุมชนมีศักยภาพในการจัดการได้ ทั้งกระบวนการคิด ผลิตและเผยแพร่ แต่หากชุมชนต้องการขยายไปสู่สื่ออื่นๆที่ซับซ้อนและศักยภาพของชุมชนไม่เพียงพอ ชุมชนควรสร้างเครือข่ายภายนอกให้เข้ามาร่วมบนแนวคิดที่ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในลักษณะใดลักษณะหนึ่งด้วย

7. สรุปและข้อเสนอแนะ

การสร้างคามหมายที่เกิดมาจากกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน จะได้คามหมายที่ผูกพัน และสะท้อนถึงความเป็นชุมชนออกมาได้อย่างชัดเจน และยังทำให้การสร้างสารและการเลือกใช้สื่อตั้งอยู่บนฐานศักยภาพของชุมชนที่สามารถจัดการได้เป็นหลัก ซึ่งการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการสื่อสารของกองทุนฯ ทำให้การคิด การผลิต และการเผยแพร่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน จึงให้การรับรู้และเข้าใจเกิดขึ้นได้ง่ายกว่า

การเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยครั้งนี้ไม่เพียงแต่ทำให้กองทุนฯ สามารถสร้างการรับรู้ใหม่ให้กับคนในชุมชนเท่านั้น แต่ยังเกิดเป็นพลังย้อนกลับไปยังคณะกรรมการกองทุนฯ ให้มีเครื่องมือในการสื่อสาร ลดความไม่แน่ใจหรือความกลัวในการสื่อสารกับคนอื่น ๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกองทุนฯ และที่สำคัญเกิดทักษะในการประยุกต์ใช้กระบวนการสื่อสารกับกิจกรรมอื่นๆ ในชุมชนได้ ส่วนกลุ่มอาสาสมัครผลิตสื่อ นอกจากจะเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง ที่ทำให้พวกเขารูสึก

เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนแล้ว ยังให้เกิดความเข้าใจและความผูกพันกับกองทุนฯ อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ หลังจากการสร้างการรับรู้ในความหมายของกองทุนฯ แล้ว การทำการสื่อสารในระดับต่อไปควรเพิ่มรายละเอียดที่สำคัญของกฎระเบียบ และเงื่อนไขของกองทุนฯ มากขึ้น โดยใช้กระบวนการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมาประยุกต์ใช้ นอกจากนั้น ควรขยายทักษะการสื่อสารกองทุนฯ ไปสู่คณะกรรมการ

8. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสำหรับทุนสนับสนุนการวิจัย จากเครือข่ายวิจัยเพื่อการพัฒนาพื้นที่ภาคเหนือตอนบน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยาที่ให้โอกาสนักวิจัยทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพ และขอขอบคุณคณะกรรมการกองทุนฯ กลุ่มอาสาสมัครผลิตสื่อ และคนในชุมชน ต.แม่สุกทุกคนที่ให้โอกาสในการทำงานร่วมกันและต้อนรับนักวิจัยอย่างอบอุ่น

9. เอกสารอ้างอิง

- [1] มนตรา พงศ์นิลและคณะ. 2553. การสร้างคามมั่นคงกองทุนสวัสดิการชุมชน จ.พะเยา. สกว.
- [2] White, S. A. 1994. Introduction – The Concept of Participation: Transforming Rhetoric to Reality. In A. S. White, S. K. Nair and J. Ascroft (eds.), Participation Communication Working for Change and Development, pp.15-32. New Delhi: Sage Publication India Pvt Ltd.
- [3] กาญจนา แก้วเทพ. 2546. อีกครั้งกับเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม. วารสารวิจัยสังคม ปีที่ 26 ฉบับที่ 2: 101-135.
- [4] ดวงพร คำนูนวัฒน์ และคณะ. บทสังเคราะห์ การปฏิบัติการสื่อสารของกลุ่มสื่อชุมชน. โครงการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม. ห้างหุ้นส่วนจำกัด จีเอ็ม เทท.
- [5] เวทีการประชุมผลิตสื่อ ระหว่างคณะกรรมการกองทุนฯ กลุ่มอาสาสมัครผลิตสื่อ และคณะวิจัย. 20 พฤศจิกายน 2554 ต.แม่สุก อ.แม่ใจ จ.พะเยา.
- [6] จักร เชื้อนแก้ว. ประธานคณะกรรมการกองทุนฯ. 26 สิงหาคม 2554. สัมภาษณ์.