

บทที่ 4

แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาขององค์กรพัฒนาเอกชน

จากแนวคิดและทฤษฎีในบทที่ 2 ในเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาของชุมชน ที่มีการสอดคล้องกันระหว่างการพัฒนากับการสื่อสาร เมื่อพัฒนาการการพัฒนาที่เริ่มต้นจากบนสู่ล่าง (Top-down approach) มาเป็นแบบล่างสู่บน (Bottom-up approach) ย่อมส่งผลให้การสื่อสารเป็นไปตามนั้นด้วย และเท่าที่ผ่านมาแนวคิดการสื่อสารแบบล่างสู่บนหรือแบบมีส่วนร่วมนี้ ยังไม่มีองค์กรหรือหน่วยงานใดนำมาใช้เป็นหลักการอย่างจริงจัง ยกเว้นองค์กรพัฒนาเอกชน ซึ่งได้มีการนำแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมาปรับใช้ในงานโครงการพัฒนาต่าง ๆ ดังนั้น ในบทที่ 4 นี้ผู้วิจัยจะขอกล่าวถึงรายละเอียดเบื้องต้นเกี่ยวกับองค์กรพัฒนาเอกชนว่าคืออะไร มีที่มาอย่างไร และมีลักษณะการดำเนินงานขององค์กร รวมทั้งรายละเอียดขององค์กรพัฒนาเอกชนทั้ง 9 องค์กรที่ผู้วิจัยได้เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่มีลักษณะองค์กรต่าง ๆ กันซึ่งส่งผลให้การกำหนดแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแตกต่างกันไป กล่าวโดยสรุปได้มีการแบ่งหัวข้อออกเป็น 2 หัวข้อหลัก ดังนี้

1.แนวคิดการพัฒนาขององค์กรพัฒนาเอกชน

- 1.1 ความหมายขององค์กรพัฒนาเอกชน
- 1.2 ที่มาขององค์กรพัฒนาเอกชน
- 1.3 ลักษณะการดำเนินงานขององค์กรพัฒนาเอกชน
- 1.4 รายละเอียดองค์กรพัฒนาเอกชนทั้ง 9 องค์กร
- 1.5 ประเภทขององค์กรพัฒนาเอกชน
- 1.6 ศักยภาพและข้อจำกัดในการดำเนินงานพัฒนาชุมชน
- 1.7 ศักยภาพด้านองค์กรและการจัดการขององค์กรพัฒนาเอกชน

2.หลักการสื่อสารเพื่อการพัฒนาขององค์กรพัฒนาเอกชน

- 2.1 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
- 2.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร
- 2.3 การเลือกสื่อ / ช่องทาง
- 2.4 การกำหนดเนื้อหา
- 2.5 การกำหนดการผลิต
- 2.6 การวางแผนประเมินผล

แนวคิดการพัฒนาขององค์กรพัฒนาเอกชน

1. องค์กรพัฒนาเอกชนคืออะไร

องค์กรพัฒนาเอกชน (Non-Governmental Organizations หรือ NGOs)

หมายถึง องค์กรที่ไม่ใช่ภาครัฐบาล และเกิดจากการร่วมกันของกลุ่มคนที่มีอุดมการณ์ในการทำงานเพื่อพัฒนาสังคมหรือชุมชนต่อปัญหาในด้านใดด้านหนึ่ง โดยไม่หวังผลกำไร ในรูปของ สมาคม มูลนิธิ ชมรม และกลุ่ม ที่จะจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลหรือไม่จดทะเบียนก็ได้ ซึ่งการทำงานนั้นมีการแยกกิจกรรมตามกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ภายใต้วัตถุประสงค์การดำเนินงานที่เน้นการพัฒนาคนและการมีส่วนร่วมของประชาชน

2. ที่มาขององค์กรพัฒนาเอกชน

องค์กรพัฒนาเอกชนได้เกิดขึ้นอย่างเป็นทางการเป็นกลุ่มเป็นก้อนในช่วงปี พ.ศ.2522 – 2523 เนื่องจากเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองภายในและภายนอกประเทศได้เปิดโอกาสให้กลุ่มคนที่มีแนวความคิดเรื่อง “เสรีภาพ” และ “การมีส่วนร่วม” ของประชาชนได้กลับคืนเมืองและมีเสรีภาพในการแสดงออกในเรื่องเหล่านี้ได้ในระดับหนึ่ง ในช่วงปี 2522 แนวความคิดของกลุ่มคนเหล่านั้นแปรรูปออกมาเป็นการจัดตั้งกลุ่มและองค์กรเล็ก ๆ เพื่อปฏิบัติการเกื้อหนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการพัฒนาประเทศขึ้นอย่างกว้างขวาง กลุ่มหรือองค์กรเหล่านี้มีจุดมุ่งหมายในการทำงานคล้าย ๆ กัน คือ มุ่งส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนชาวไทยมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านต่าง ๆ โดยผ่านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องใกล้ชิดของประชาชน ทั้งในเมืองและในชนบท นอกจากนี้นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐที่มุ่งเน้นความเจริญด้านรายได้ประชาชาติ และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ มีผลกระทบต่อระบบนิเวศน์ในลักษณะทางลบมากกว่าทางบวก เกิดช่องว่างระหว่างคนรวยกับคนจน คนในเมืองกับคนในชนบท และมีผลกระทบกับโครงสร้างทางสังคมหลายประการ เช่น ปัญหาการศึกษาไม่ทั่วถึง เด็กและผู้หญิงถูกดึงเข้าสู่ตลาดแรงงานราคาถูกมาก ผู้หญิงถูกชักนำและบีบบังคับทั้งทางตรงและอ้อมให้เข้าสู่อาชีพค้าบริการทางเพศมากขึ้น การเคลื่อนย้ายอพยพของชาวชนบทสู่เมือง เพราะความแร้นแค้นมากขึ้น เหล่านี้เป็นเงื่อนไขสำคัญที่ผลักดันให้ประชาชนจำนวนหนึ่งต้องลงมือปฏิบัติการต่าง ๆ เพื่อช่วยแก้ปัญหาให้กับประชาชนกลุ่มดังกล่าว ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของสังคมไทย

3. ลักษณะการดำเนินงานขององค์กรพัฒนาเอกชน

ลักษณะการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในการพัฒนาชุมชนขององค์กรพัฒนาเอกชนประกอบด้วย

- 1) มีความหลากหลายโดยมีเป้าหมายอยู่ที่กลุ่มคนทั้งในระดับท้องถิ่น และในเมือง
- 2) มีเป้าหมายและอุดมการณ์ที่ชัดเจน
- 3) อุทิศตนเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนเป็นส่วนใหญ่
- 4) อีสาระหรือยึดหยุ่นในการทำงาน ไม่ได้คำนึงถึงระเบียบกฎเกณฑ์
- 5) ไม่คำนึงถึงความดีความชอบ แต่คำนึงถึงผลงาน
- 6) เข้าถึงและให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน
- 7) ยึดแนวความคิดและความต้องการของประชาชน

4.รายละเอียดองค์กรพัฒนาเอกชนทั้ง 9 องค์กร

หลังจากที่ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เอกสารและสื่อขององค์กรพัฒนาเอกชนทั้ง 9 องค์กร สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

1) โครงการสื่อชาวบ้าน (Grassroot Micro Media Project)

ปีที่ก่อตั้ง พ.ศ.2523

ที่มา เกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มการเมืองสมัย 14 ตุลา และ 6 ตุลาคม โดยในระยะแรก จะเป็นการเล่นละครข้างถนนในด้านการเมือง ต่อมาปรับเปลี่ยนเป็นการเล่นละครง่าย ๆ ที่ให้ความรู้ประชาชนเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน กฎหมาย สุขอนามัย ข่าวสารต่าง ๆ แก่ชาวชนบท โดยวิธีการเล่นละครจะพัฒนาจากสื่อพื้นบ้าน เช่น การเล่านิทาน การเล่นเพลงลูกทุ่ง มาประสานกับเทคนิคละครของโครงการ เช่น ละครหุ่น ละครหน้ากาก ละครใบ้ ภาพยนตร์ไทย เป็นต้น ต่อมาก็มีการขยายงานมาผลิตสื่ออื่น ๆ เพิ่มเติม อาทิ สไลด์ ภาพนิ่ง การทำเทปสปอตสั้น ๆ ออกอากาศทางเสียงตามสาย ส่วนใหญ่จะทำการผลิตสื่อโดยอาศัยวิธีการผลิตหลายวิธี อาทิ การผลิตในพื้นที่คือลงไปอยู่ในพื้นที่เพื่อรวบรวมข้อมูล และทำการผลิตสื่อร่วมกับชาวบ้าน หรือ รวบรวมข้อมูลกลับมาที่ส่วนกลาง (กรุงเทพฯ) เพื่อทำการผลิตสื่อ แล้วค่อยนำไปเผยแพร่สู่ชาวบ้าน กลุ่มเป้าหมาย ในขณะเดียวกัน ข้อมูลข่าวสารที่รวบรวมได้จากชนบท ก็นำไปเผยแพร่สู่นักศึกษาหรือสาธารณชนในกรุงเทพฯด้วย ทั้งนี้ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างเมืองกับชนบท

วัตถุประสงค์ นำเอาความรู้ทางด้านวิชาการต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนมาผลิตและเผยแพร่ในรูปของสื่อระดับย่อย ประกอบด้วยสิ่งพิมพ์ สไลด์ ละคร

กิจกรรม 1.คณะละครมะขามป้อม
2.การอบรมพื้นฐานการผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ

พื้นที่ปฏิบัติงาน ทั่วประเทศ

แหล่งเงินทุน หน่วยงานรัฐบาลต่างประเทศ เช่น ออสเตรเลีย แคนาดา ฯลฯ

2) มูลนิธิโลกสีเขียว (Green World Foundation)

<u>วัตถุประสงค์</u>	ให้ความรู้แก่เยาวชนและประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Education) โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ความเข้าใจปัญหาและการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างถูกต้อง
<u>กิจกรรม</u>	1. จัดตั้งห้องสมุดและศูนย์ข่าวสิ่งแวดล้อมโลกสีเขียว 2. พัฒนาเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างสาธารณชนทั่วไปอย่างแท้จริง 3. ผลิตสื่อนิตยสารโลกสีเขียว และสื่อประกอบการรณรงค์ต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
<u>พื้นที่ปฏิบัติงาน</u>	ทั่วประเทศ

3. มูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ (Creative Media Foundation)

<u>ที่มา</u>	เกิดจากรายการ “เกษตรทางเลือก” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ถูกยกเลิกไม่ให้มีการผลิต จึงมีการตั้งมูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ขึ้นมา เพื่อทำการผลิตสื่อในรูปแบบของมูลนิธิ ประกอบกับคำแนะนำจากอาจารย์ประเวศ วะสีและคุณหญิงสุพัตรา มาสดิตต์ (ประธานมูลนิธิสื่อสร้างสรรค์) ที่ได้ให้กับอาจารย์เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง ผู้ซึ่งเป็นผู้อำนวยการมูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบัน
<u>วัตถุประสงค์</u>	ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการตระหนักถึงความสำคัญของการใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสร้างสรรค์งานดีที่สุดในสังคม
<u>กิจกรรม</u>	การผลิตสื่อในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ สล่าภาษามือ (ประกอบรายการข่าวภาคค่ำทางช่อง 11) , รายการโทรทัศน์เวทีชาวบ้าน (ช่อง 11) , รายการมองต่างมุม (ช่อง 11) , รายการขอมคิดด้วยคน (ช่อง 9) , รายการฝ่าทางตัน (ช่อง 9) เป็นต้น
<u>พื้นที่ปฏิบัติงาน</u>	ทั่วประเทศ

4) มูลนิธิศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา (Media Center for Development Foundation)

<u>ปีที่ก่อตั้ง</u>	พ.ศ.2530
<u>วัตถุประสงค์</u>	ผลิต ใช้สื่อและนำเสนอกระบวนการสื่อสาร เพื่อการฟื้นฟูสภาพแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งกระตุ้นให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาสิ่งแวดล้อม
<u>กิจกรรม</u>	1. โครงการพัฒนาสื่อเพื่อการศึกษาและเผยแพร่รณรงค์ประเด็น “เกษตรทางเลือก” 2. โครงการกระดาษเพื่อต้นไม้

<u>พื้นที่ปฏิบัติงาน</u>	ทั่วประเทศ
<u>แหล่งเงินทุน</u>	มูลนิธิฟอร์ด , DANCED, สถานทูตออสเตรเลีย, สถานทูตอังกฤษ

5) มูลนิธิโลกทัศน์ไทย (Thai – Worldview Foundation) จ.เชียงใหม่

<u>ปีที่ก่อตั้ง</u>	พ.ศ.2529
<u>ที่มา</u>	มูลนิธิโลกทัศน์ไทย ก่อตั้งขึ้นจากการสนับสนุนจากมูลนิธิโลกทัศน์สากล (Worldview International Foundation) ซึ่งเป็นองค์กรพัฒนาภาคเอกชนในระดับนานาชาติ ที่ได้เข้ามาให้ความช่วยเหลือต่อประเทศไทย ผ่านสำนักงานป.ป.ส. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 และต่อมาจึงได้ใบอนุญาตให้จัดตั้งเป็นสมาคมหรือองค์กรจากสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2536 และได้รับการจดทะเบียนจัดตั้งเป็นมูลนิธิขึ้นเมื่อวันที่ 3 กันยายน 2536 ณ สำนักทะเบียนมูลนิธิจังหวัดเชียงใหม่ มีสถานะเป็นนิติบุคคล

ปรัชญา แนวคิด

ในยุคโลกาภิวัตน์ของการสื่อสารข้อมูลนั้น การรับรู้ข่าวสารจึงเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของทุกคน การช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสหรือยากไร้ให้สามารถรับรู้ข่าวสารที่จำเป็นต่อชีวิตและครอบครัว ย่อมเป็นอานิสงฆ์สูงสุดที่ผู้ให้พึงจะได้รับ

สื่อ และการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจนั้น มีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาสังคมในปัจจุบัน นอกจากจะก่อให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันแล้ว ยังจะช่วยสร้างสรรค์โลกทัศน์ที่กว้างไกลให้เกิดขึ้นแก่ทั้งผู้ให้และผู้รับ

<u>วัตถุประสงค์</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิตสื่อและใช้สื่อรณรงค์เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด สิ่งแวดล้อม และเพื่อพัฒนาชุมชนโดยเน้นกลุ่มเยาวชน สตรี และผู้ด้อยโอกาสให้มีส่วนร่วมและพึ่งพาตนเองได้ 2. จัดฝึกอบรม สัมมนา และทัศนศึกษาการพัฒนาชนบทให้แก่ักพัฒนาของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน 3. เสริมสร้างโลกทัศน์ เพื่อการช่วยเหลือซึ่งกันและกันผ่านรายการทางสื่อสารมวลชน 4. ช่วยงานสาธารณประโยชน์ และไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง
---------------------	--

กิจกรรม 1. โครงการสื่อภาคสนามพัฒนาชุมชน

คือ การใช้สื่อต่อต้านยาเสพติด อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและป้องกันโรคเอดส์ในชุมชน โดยนำรูปแบบการรณรงค์และใช้สื่อประสม มาปฏิบัติงานกับสมาชิกของ ชุมชนอย่างมีส่วนร่วมและเป็นรูปธรรม เช่น การสื่อข่าวพัฒนาจากอาสาสมัครนักสื่อในชุมชน การฝึกอบรมดูงาน และจัดกิจกรรมทางเลือก เช่น กีฬา การผลิตสื่อเพลง สปอด เทปเสียง ดายสาม บทความหนังสือพิมพ์ฝ่าฝัน และรายการวิทยุเพื่อชุมชน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีผู้ประสานงานสื่อพัฒนาภาคสนาม ที่มุ่งเน้นนำเรื่องราวความสำเร็จของการพัฒนาหมู่

บ้านในที่ต่าง ๆ มาแลกเปลี่ยนให้ความรู้แก่ชุมชน พร้อมกับการสืบเสาะเรื่องราวงานพัฒนาใหม่ ๆ ทั้งที่เป็นปัญหาและความสำเร็จของชุมชนนั้น ๆ ไปนำเสนอในสื่อต่าง ๆ ของมูลนิธิ ฯ อีกทั้งยังจะต้องค้นหาตัวแทนนักสื่อสารพัฒนาประจำหมู่บ้านหรือชุมชนนั้น ๆ เพื่อร่วมเป็นสมาชิกและเครือข่ายสื่อพัฒนา

2.โครงการฝึกอบรมสื่อสารเพื่อการพัฒนา

เป็นการพัฒนาหลักสูตรและจัดฝึกอบรม สนับสนุนวิทยากรในด้านการสื่อสาร เพื่อการพัฒนาให้แก่เจ้าหน้าที่นักพัฒนาของหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและองค์กรพัฒนาเอกชน ตลอดจนจัดทัศนศึกษาดูงานด้านการพัฒนาชนบท ประสานให้เกิดชมรมเครือข่ายนักสื่อสาร ร่วมกิจกรรมจดหมายข่าว แลกเปลี่ยนรายการวิทยทัศน์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการออกชุดเคลื่อนที่ และจัดอบรมเครือข่ายนักสื่อสารในระดับหมู่บ้าน ซึ่งเป็นการใช้กลยุทธ์สื่อผสมทุกรูปแบบ ให้ความรู้ ระดมกำลังและภูมิปัญญา ร่วมตระเวนสืบเสาะเรื่องราวความสำเร็จของชุมชน ช่วยค้นหาตัวแทนนักสื่อสารหมู่บ้านร่วมกับผู้สื่อข่าวพัฒนาในภาคสนาม เป็นต้น

3.โครงการสื่อมวลชนพัฒนาสังคม

เป็นการให้ความรู้เพื่อระดับกำลังจากสาธารณชนและสร้างเครือข่ายกลุ่มองค์กรช่วยเหลือสังคมให้ร่วมผลิตและเผยแพร่รายการสื่อสารมวลชน เพื่อสร้างสรรค์โลกทัศน์ไทย เช่น

สื่อสิ่งพิมพ์ มีการผลิตและจัดแสดงชุดนิทรรศการ ไปสเตอร์ สติกเกอร์ ใบปลิว ปฏิทิน คำขวัญ นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ฝ่าผนั้ ให้ความรู้แก่หมู่บ้านในเครือข่าย

สื่อเสียง ผลิตและจัดส่งบทวิทยุ สปอด เพลง เทปรายการความรู้หอกกระจาย ข่าว เสียงตามสาย และรายการวิทยุทั้งภาษาไทยและภาษาชาวเขารวมทั้งสิ้น 7 ภาษา

สื่อสไลด์ วิทยทัศน์และรายการโทรทัศน์ เป็นการผลิตและแจกจ่ายรายการวิทยทัศน์ สไลด์ประกอบเสียง รวมทั้งการเผยแพร่ออกอากาศทางรายการโทรทัศน์ทั่วประเทศ

สื่อดนตรีและการแสดง เป็นการนำสื่อดนตรีและการแสดงต่างๆ มาช่วยรณรงค์ ช่วยเหลือแก้ไขปัญหาสังคม เช่น การจัดแสดงคอนเสิร์ตเพื่อการกุศลต่างๆ การจัดแสดงละครสะท้อนสังคม และกิจกรรมอื่นๆ

พื้นที่ปฏิบัติงาน

ชุมชนชาวเขาบนพื้นที่สูง ,ชุมชนเมือง,ชุมชนท้องถิ่น ในเขต จ. เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน และพะเยา

แหล่งเงินทุน

หน่วยงานด้านยาเสพติด เอดส์และสิ่งแวดล้อมจากต่างประเทศ

6) มูลนิธิสารสนเทศเพื่อการพัฒนา (Information for Development Foundation)

<u>ปีที่ก่อตั้ง</u>	พ.ศ.2530
<u>ที่มา</u>	เริ่มจากความถนัดในด้านคอมพิวเตอร์ ของคุณณรงค์ เจิดอำไพ ผู้จัดการมูลนิธิสารสนเทศเพื่อการพัฒนา ประกอบกับในช่วงปี 2530 เรื่องคอมพิวเตอร์สื่อสารระหว่างประเทศที่เรียกว่า Bulletin Board System (BBS) กำลังได้รับความนิยม จึงคิดว่าน่าจะเป็นประโยชน์ เพราะ BBS สามารถเป็นที่ชุมนุมกันได้ คือ นอกจากจะเป็นการประกาศแลกเปลี่ยนข่าวสารกิจกรรมของเอ็นจีโอระหว่างกันแล้ว ยังสามารถเชื่อมโยงข่าวสารระหว่างประเทศได้ด้วย โดยบทบาทหลักของมูลนิธินี้คือการอำนวยความสะดวก เป็นการเปิดช่องทางที่จะทำให้คนมาสื่อสารกัน โดยไม่มีบทบาทในการสร้างสื่อใด ๆ เอง
<u>วัตถุประสงค์</u>	ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในแวดวง NGO
<u>กิจกรรม</u>	ให้บริการ คำปรึกษาในการใช้เทคโนโลยี แต่ไม่มีการสร้างสื่อใด ๆ โดยตรง
<u>พื้นที่ปฏิบัติงาน</u>	กรุงเทพมหานคร
<u>แหล่งเงินทุน</u>	หน่วยงานต่างประเทศ อาทิ สถานทูตแคนาดา ยุโรป

7) ชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร (The Extension Agricultural Groups) จ.พิจิตร

<u>ปีที่ก่อตั้ง</u>	พ.ศ.2538
<u>ที่มา</u>	สืบเนื่องจากคุณทวีศักดิ์ ชัยเรืองยศ เคยทำงานที่มูลนิธิพัฒนาเกษตรกร และชุมชนร่วม 10 ปี โดยมีส่วนกลางอยู่ที่กรุงเทพฯ แต่มีเป้าหมายพัฒนาเกษตรกรจังหวัดพิจิตร ต่อมาทางมูลนิธิได้ประสบกับปัญหาภาวะเงินทุน คุณทวีศักดิ์ จึงได้มาตั้งชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตรที่จังหวัดพิจิตรขึ้น ในปี พ.ศ.2538
<u>วัตถุประสงค์</u>	1. เพื่อเป็นสื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของชาวบ้านและองค์กรเอกชน พัฒนาชนบทภาคเหนือตอนล่างและภาคกลาง 2. เพื่อการถ่ายทอดความรู้ทางการเกษตรและกิจกรรมอาชีพที่น่าสนใจ
<u>กิจกรรม</u>	1. ผลิตหนังสือพิมพ์เส้นทางกิจกรรม 2. เขียนข่าวสารความรู้ทางการเกษตรลงหน้าวาไรตี้ หนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ 3. ส่งเสริมและอนุรักษ์พันธุ์ไม้ผลต่าง ๆ
<u>บุคลากร</u>	มีทั้งหมด 6 คน ได้แก่ บรรณาธิการ 1 คน, ผู้ช่วยบรรณาธิการ 1 คน และกองบรรณาธิการ 4 คน
<u>พื้นที่ปฏิบัติงาน</u>	อ.เมือง, อ.โพธิ์ประทับช้าง, อ.ตะพานหิน และ อ.โพทะเล จ.พิจิตร
<u>แหล่งเงินทุน</u>	องค์กรพัฒนาเอกชนชนบทภาคเหนือตอนล่างและกลาง แต่ปัจจุบันไม่ได้รับงบประมาณจากองค์กรพัฒนาเอกชน สามารถหาเงินทุนได้ด้วยตนเองจากผู้สนับสนุนหนังสือพิมพ์เส้นทางกิจกรรม

8) กลุ่มฮักเมืองน่าน (Hak Muang Na Group) จ.น่าน

<u>ปีที่ก่อตั้ง</u>	พ.ศ.2533
<u>ที่มา</u>	เป็นองค์กรประชาชนท้องถิ่น ซึ่งเกิดจากการรวมตัวของพระสงฆ์ ประชาชน องค์กรพัฒนาเอกชน หน่วยงานราชการ ที่มีความเห็นสอดคล้องตรงกันว่า อยากให้เมืองน่านเป็นเมืองที่น่าอยู่ โดยมีแนวคิดและเป้าหมาย ต้องการ พัฒนาสังคม-คน โดยเน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้สามารถพึ่ง ตนเองได้ในระยะยาว เพื่อแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำ ยกกระดับความเป็นอยู่ ของชุมชน พื้นฟูบูรณะ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมด้านป่า น้ำ ดินและวัฒนธรรมท้องถิ่น
<u>วัตถุประสงค์</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อเผยแพร่รณรงค์ให้ข่าวสารข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อคน เมืองน่าน 2. เพื่อส่งเสริมและเปิดโอกาสให้คนเมืองน่านได้เข้ามามีส่วนร่วมในงาน พัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ 3. เพื่อสนับสนุนกลุ่มองค์กรชาวบ้านในการเปิดเวทีแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ในการพิทักษ์อันชอบธรรม
<u>กิจกรรม</u>	การพัฒนาชุมชน การส่งเสริมอาชีพ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และผลิตสื่อจุลสาร "หน่อไม้" ของเยาวชน
<u>สมาชิกกลุ่มฮักเมืองน่าน</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. สมาคมพัฒนาไทยพายัพ 2. โครงการอนุรักษ์พืชพรรณและส่งเสริมการเกษตรผสมผสาน 3. โครงการน่านสันติสุข 4. กลุ่มพุทธบุตร – กลุ่มพระธรรมทายาท 5. กลุ่มอนุรักษ์ป่าชุมชนขุนสมุน-ขุนสะเนี่ยน 6. กลุ่มอนุรักษ์ป่าแก่งอำเภอสันติสุข 7. กลุ่มอนุรักษ์ป่าอำเภอบ้านหลวง 8. กลุ่มเยาวชนอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น 9. กลุ่มอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำในลำน้ำน่าน 10. คณะกรรมการรักษาป่าไม้และต้นน้ำลำธาร ต.ศิลาแลง อ.บัว 11. กลุ่มอนุรักษ์ป่าบ้านนาคำ ต.ศิลาเพชร อ.บัว 12. กลุ่มอนุรักษ์ป่าบ้านสบยาว ต.เมืองจั้ง อ.เมือง 13. กลุ่มอนุรักษ์ป่าบ้านเมืองหลวง ต.เมืองจั้ง อ.เมือง 14. กลุ่มอนุรักษ์ดนตรีพื้นเมืองบ้านหัวนา ต.ท่าข้าว อ.เมือง
<u>พื้นที่ปฏิบัติงาน</u>	จ.น่าน
<u>แหล่งเงินทุน</u>	รับเงินจากการบริจาค

9) โครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน มลนิธิพัฒนาศักยภาพชุมชน

(Integrated Rural Development Project) จ.ลำพูน

<u>ปีที่ก่อตั้ง</u>	พ.ศ.2533
<u>ที่มา</u>	เป็นองค์กรพัฒนาเอกชนที่ได้สืบสาน เชื่อมต่อขององค์กรหลาย ๑ องค์กรในจังหวัดลำพูน เช่น โครงการพัฒนาชนบทสมบูรณแบบ (พ.ช.ส) , โครงการศึกษาวัฒนธรรมชุมชนภาคเหนือเพื่อการพัฒนา , โครงการพัฒนาแม่ อาว เป็นต้น จากการทำงานของแต่ละองค์กรได้มีประสบการณ์การเรียนรู้มากมาย เช่น การพัฒนาผู้นำ , การพัฒนาองค์กรชาวบ้าน,พัฒนาอาชีพ ตลอดจนวิถีชีวิตของชุมชนที่เข้มแข็งด้วยประเพณีวัฒนธรรม ในขณะที่สภาพปัญหาความต้องการของชุมชนได้ปรับเปลี่ยนมามากมายตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย การทำงานร่วมกันในงานพัฒนาชุมชนขององค์กรพัฒนาเอกชนก็ได้นำเอาประสบการณ์ในการทำงานพัฒนาชุมชนให้ทันต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงของชุมชน ซึ่งให้สอดคล้องและตรงกับปัญหาของชาวบ้านให้มากที่สุด โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการแก้ไขปัญหา
<u>วัตถุประสงค์</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อส่งเสริมให้องค์กรชุมชนเข้มแข็งสามารถจัดการทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2. เพื่อสนับสนุนการเกษตรเชิงอนุรักษ์ 3. เพื่อเสริมสร้างให้ชุมชนมีสภาพที่ดี มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาต่างๆ 4. เพื่อให้มีการณรงค์และเผยแพร่งานต่อสาธารณชน
<u>การดำเนินงานโครงการ</u>	การทำงานของโครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูนทำให้เกิดการมีส่วนร่วม (คิด , วิเคราะห์ , แก้ไข ฯลฯ) ของชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ ถือว่าเป็นเรื่องสำคัญและให้สอดคล้องกับประเพณีวัฒนธรรมชุมชน
<u>กิจกรรม</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดประชุม สัมมนาเพื่อให้ความรู้เรื่องป่าชุมชน 2. ส่งเสริมเกษตรเชิงอนุรักษ์ 3. ให้ความรู้เรื่องสุขภาพและโรคเอดส์ 4. ผลิตวารสาร "หนังสือข่าว" โดยชาวบ้านเป็นคนทำเอง
<u>พื้นที่ปฏิบัติงาน</u>	<ul style="list-style-type: none"> - อ.ทุ่งหัวช้าง , อ.ลี้,อ.บ้านโฮ้ง,อ.แม่ทา,กิ่ง อ.เวียงหนองล่อง จ.ลำพูน ซึ่งเป็นเขตพื้นที่ชุมชนที่อาศัยอยู่ลุ่มน้ำลี้ - อ.เมือง เป็นเขตการประสาน ,เสริมกลุ่มผู้ติดเชื้อเอดส์ และเครือข่ายผู้ติดเชื้อเอดส์
<u>บุคลากรโครงการ</u>	มีทั้งหมด 7 คน ได้แก่ หัวหน้าโครงการ , ฝ่ายทรัพยากร,ฝ่ายเกษตร, ฝ่ายสุขภาพ/เอดส์,ฝ่ายเลขานุการ,ฝ่ายอาสาสมัครทรัพยากร และฝ่ายอาสาสมัครผู้ติดเชื้อเอดส์
<u>แหล่งเงินทุน</u>	CAA,CA,Misereo,Unicef และกระทรวงสาธารณสุข

5.ประเภทขององค์กรพัฒนาเอกชน

การจำแนกประเภทขององค์กรพัฒนาเอกชน สามารถทำได้หลายรูปแบบตามเกณฑ์การจำแนก อาทิ สาขาการพัฒนา กลุ่มเป้าหมาย และกิจกรรมที่จัดทำ สำหรับองค์กรพัฒนาเอกชนที่จำแนกตามสาขาการพัฒนาแบ่งออกได้เป็น การเกษตร , การสาธารณสุข , การศึกษา , การศาสนา , ศิลปวัฒนธรรม , สิ่งแวดล้อม , ปัญหาสังคม , สิทธิมนุษยชน , องค์กรกลาง และอื่นๆ ซึ่งองค์กรพัฒนาเอกชนที่เน้นสาขาสิ่งแวดล้อมโดยตรง ได้เกิดขึ้นประมาณช่วงปี พ.ศ.2520 เป็นต้นมา โดยมีบทบาทในการดำเนินกิจกรรม ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร , กิจกรรมการรณรงค์เสริมสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม , กิจกรรมการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยเน้นให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ และฟื้นฟูสภาพแวดล้อมชุมชนตนเอง,กิจกรรมการพัฒนานโยบายสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมเพื่อทบทวนโครงการที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของประชาชน (สุวัจน์ ลิปตพัลลภ ,2538 : 3-5)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งองค์กรพัฒนาเอกชนออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์การดำเนินงานด้านสื่อ ดังนี้

ประเภทที่ 1 องค์กรพัฒนาเอกชนที่ผลิตสื่อโดยตรง ได้แก่ โครงการสื่อชาวบ้าน ,มูลนิธิโลกสีเขียว, มูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ , ศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา และ มูลนิธิโลกทัศน์ไทย

ประเภทที่ 2 องค์กรพัฒนาเอกชนที่ไม่ได้ผลิตสื่อโดยตรงได้แก่ มูลนิธิสารสนเทศเพื่อการพัฒนา ,ชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร , กลุ่มฮักเมืองน่าน และ โครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน และเพื่อให้มองเห็นความแตกต่างขององค์กรพัฒนาเอกชนทั้ง 2 ประเภทสามารถสรุปได้ตามตารางที่ 1

ตาราง 1

แสดงการเปรียบเทียบระหว่างองค์กรพัฒนาเอกชนที่ผลิตสื่อโดยตรงกับ
องค์กรพัฒนาเอกชนที่ไม่ได้ผลิตสื่อโดยตรง

	องค์กรพัฒนาเอกชนที่ผลิตสื่อโดยตรง	องค์กรพัฒนาเอกชนที่ไม่ได้ผลิตสื่อโดยตรง
1.วัตถุประสงค์การดำเนินงาน	<ol style="list-style-type: none"> นำความรู้ทางด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนมาผลิต , ใช้ และเผยแพร่ในรูปแบบของสื่อ ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการตระหนักถึงความสำคัญของการใช้สื่อต่าง ๆ 	<ol style="list-style-type: none"> เผยแพร่ / รณรงค์ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นความรู้แก่ประชาชนในเรื่องต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อปัญหาและการแก้ไขปัญหาอย่างถูกต้อง เป็นหน่วยงานกลางประชาสัมพันธ์กิจกรรมของชุมชนและองค์กรพัฒนาเอกชน ส่งเสริม สนับสนุน และเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในงานพัฒนาอย่างเข้มแข็ง
2.ประเด็น / เนื้อหาที่เน้น	<ol style="list-style-type: none"> การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ 	<ol style="list-style-type: none"> การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ
3.ความเกี่ยวข้องกับสื่อ	<ol style="list-style-type: none"> ผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ อบรมพื้นฐานการผลิตสื่อประเภทต่าง ๆ ให้คำปรึกษาและแนะนำการใช้สื่อ จัดทำโครงการสื่อเคลื่อนที่สู่ชุมชน 	<ol style="list-style-type: none"> พัฒนาเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างชุมชน ผลิตสื่อประกอบโครงการพัฒนาหรือการรณรงค์
4.ประเภทสื่อทั้งหมดที่ใช้	<ol style="list-style-type: none"> สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน 	<ol style="list-style-type: none"> สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน สื่อประเพณี

5.ผู้รับสาร/กลุ่มเป้าหมาย	1.ทั่วประเทศ	1.เฉพาะพื้นที่ อาทิ กรุงเทพฯ ,จ.พิจิตร , จ.น่าน และ จ.ลำพูน
---------------------------	--------------	---

6.ศักยภาพและข้อจำกัดในการดำเนินงานพัฒนาชุมชนขององค์กรพัฒนาเอกชน

อเนก นาคะบุตร (2531) ได้สรุปถึงข้อจำกัดขององค์กรพัฒนาเอกชนในการพัฒนาชุมชนไว้ว่า ศักยภาพและข้อจำกัดในการดำเนินงานพัฒนาชุมชนขององค์กรพัฒนาเอกชนประกอบด้วย การสนับสนุนการพัฒนาขององค์กรชาวบ้าน การเปิดทางการพัฒนา และการมีส่วนขยายผลการพัฒนาสู่สาธารณะและผลกระทบต่อระดับนโยบาย ซึ่งข้อจำกัดทั้ง 3 ประการนี้แม้ว่าจะเป็นข้อจำกัดด้านการพัฒนา แต่สามารถส่งผลให้เป็นข้อจำกัดในการสร้างสื่อแบบมีส่วนร่วมได้เช่นกัน

1) การสนับสนุนการพัฒนาขององค์กรชาวบ้าน

เนื่องด้วยวิถีคิดและเกณฑ์ในการเลือกพื้นที่ทำงานขององค์กรพัฒนาเอกชน ที่มักจะเลือกหมู่บ้านที่ชาวบ้านยากจนและไม่ค่อยมีหน่วยงานของราชการเข้าไปเกี่ยวข้องมากนัก ประกอบกับแนวคิดการพัฒนาที่เน้นการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน จึงทำให้องค์กรพัฒนาเอกชนมีศักยภาพในการเข้าถึงชาวบ้านและ “เปิดเวที” ให้ชาวบ้าน ทั้งผู้นำและสมาชิกได้มีโอกาสรวมกลุ่มกันเพื่อใช้กระบวนการกลุ่มนั้นเป็นเครื่องมือในการคิดวิเคราะห์ปัญหาของชุมชนร่วมกัน ซึ่งเวทีการเรียนรู้และกิจกรรมกลุ่มย่อย ๆ นี้สามารถเติบโตไปสู่องค์กรชาวบ้าน ทำให้เกิดสถาบันเงินทุนหมุนเวียนต่าง ๆ ในรูปของกลุ่มกิจกรรม เช่น ธนาคารข้าวและธนาคารควาย

นอกจากนั้น ยังทำให้ส่งเสริมทางเลือกใหม่ในการพัฒนาคือการพึ่งตนเอง ทำให้เกิดกระบวนการภูมิปัญญาชาวบ้าน ส่งผลให้เกิดกระบวนการฝึกอบรมในแนวใหม่ที่เน้นการใช้วิทยากรชาวบ้านและการสาดิจจากของจริง อย่างไรก็ตาม องค์กรพัฒนาเอกชนยังคงมีข้อจำกัดในเรื่องนี้หลายประการ กล่าวคือ

ประการแรก ผู้นำกลุ่มกิจกรรมและนักพัฒนาในบางพื้นที่ยังเน้นการผลักดันกิจกรรมและการมุ่งที่เงินหมุนเวียนมากกว่าเน้นเรื่องระบบการคิดวิเคราะห์กระบวนการเติบโตของกลุ่มชุมชน

ประการที่สอง ยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรพัฒนาเอกชนที่ผ่านมามักเน้นที่การสร้างกลุ่มกับการรวมกลุ่มเฉพาะผู้มีอิทธิพลหรือผู้มีผลประโยชน์ร่วม จนทำให้มีกิจกรรมไม่น้อยในหลายพื้นที่ขององค์กรพัฒนาเอกชน ได้ทอดทิ้งกลุ่มคนจนหรือเข้าไม่ถึงคนจนบางกลุ่มเป้าหมาย

ประการที่สาม องค์กรพัฒนาเอกชนส่วนใหญ่จะทำงานหรือพัฒนาเสริมองค์กรชาวบ้านผ่านผู้นำกิจกรรม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านที่ยังต้องทำการเกษตรและมีภาระต้องเลี้ยงดูครอบครัวควบคู่กับการใช้แรงงานในไร่นา เมื่องานของกลุ่มเรียกร้องเวลาและการอาสาสมัครจากผู้นำหรือตัวแทนเหล่านี้ ทำให้ประสบปัญหาความขัดแย้งกับบุคคลภายในครอบครัว

2) การเปิดทางเลือกการพัฒนา

องค์กรพัฒนาเอกชนมีศักยภาพในการมีส่วนร่วมให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ทางสังคมและการพัฒนาชนบทจากบทเรียนจริงทั้งของชาวบ้านและขององค์กรพัฒนาเอกชน ทำให้มีส่วนช่วยให้เกิดความหลากหลายในทางเลือกการแก้ปัญหาการพัฒนา มีส่วนเชื่อมโยงเครือข่ายการเรียนรู้เหล่านี้เข้าหากันเป็น “มหาวิทยาลัยชาวบ้าน” มีส่วนสรุปบทเรียนการพัฒนาชนบทแนวใหม่โดยให้มีการดำเนินงานโดยริเริ่มจากข้างล่างสู่บน แต่องค์กรพัฒนาเอกชนและบทบาทนักพัฒนาในบางกรณีไม่ได้เป็นฝ่ายเสริมให้องค์กรชาวบ้านริเริ่มทางเลือกการพัฒนาด้วยกระบวนการของตนเอง นอกจากนั้นการพัฒนาองค์ความรู้ทั้งของชาวบ้านนักพัฒนาและของบุคลากรภายนอกส่วนใหญ่มีข้อจำกัดของเงินทุนช่วยเหลือและโครงการพัฒนาระยะสั้นที่ได้ก่อให้เกิดการแปลกแยกในการมองปัญหาและการพัฒนาเฉพาะส่วนและเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ที่สำคัญกระบวนการเชื่อมโยงและถ่ายทอดบทเรียนการพัฒนาต้องอาศัยทักษะและเครื่องมือในการสรุปสังเคราะห์ แต่นักพัฒนาทางสังคมยากที่จะย่อยและสังเคราะห์บทเรียนให้คนอื่นภายนอกเข้าใจได้

3) การมีส่วนขยายผลการพัฒนาสู่สาธารณะและผลกระทบต่ระดับนโยบาย

องค์กรพัฒนาเอกชนมีศักยภาพในการมีส่วนนำเสนอข้อมูลของชาวบ้านสู่สาธารณชนโดยผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ ทั้งทางหนังสือพิมพ์รายวันและรายการโทรทัศน์ตั้งแต่ปี 2532 เป็นต้นมา แต่ยังคงมีข้อจำกัดในเรื่องขีดความสามารถในการถอดบทเรียน และยกระดับประสบการณ์เป็นความรู้และข้อมูลเผยแพร่ต่อสังคม ช่องทางการสื่อสาร และการนำเสนอสู่สาธารณะ การพัฒนาสื่อเพื่อการพัฒนา และประการสำคัญคือการเปลี่ยนจากเรื่องราวเฉพาะจุดที่เป็นรูปธรรมในหมู่บ้านหรือท้องถิ่นหนึ่งให้กลายเป็นประเด็นและระบบทางนโยบายที่สามารถนำไปกำหนดชี้หน้าต่อหน่วยงานรัฐ

7. ศักยภาพด้านองค์กรและการจัดการขององค์กรพัฒนาเอกชน

1) สถานภาพขององค์กร

องค์กรพัฒนาเอกชนเป็นหน่วยงานที่ทำงานด้านพัฒนาชุมชนหรือสังคมเช่นเดียวกับหน่วยงานของรัฐบาล แต่ในปัจจุบันประชาชนทั่วไปและองค์กรอื่น ๆ ทั้งราชการและเอกชนยังไม่ค่อยรู้จักองค์กรพัฒนาเอกชน ทำให้การขยายผลการทำงานไปสู่มวลชนส่วนใหญ่ไม่อาจ

กระทำได้กว้างขวางนัก ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นเพราะรัฐบาลยังไม่มียุทธศาสตร์ในการสนับสนุนและส่งเสริมอย่างชัดเจน ทำให้ส่งผลเสียต่อการระดมทรัพยากรภายในประเทศมาสนับสนุนงานพัฒนาเอกชนรวมทั้งทำให้การปฏิบัติงานไม่ได้รับความร่วมมือและไม่คล่องตัวเท่าที่ควร เมื่อสถานการณ์ขององค์กรพัฒนาเอกชนยังไม่เป็นที่เข้าใจและรู้จักมากนักในวงกว้าง ทำให้องค์กรพัฒนาเอกชนค่อนข้างขาดเสถียรภาพและขาดการยอมรับในสังคมว่าเป็นส่วนสำคัญหนึ่งต่อการพัฒนา

2) เงินทุน

ปัญหาสำคัญที่องค์กรพัฒนาเอกชนไทยต้องประสบร่วมกันมาโดยตลอดคือการขาดแคลนงบประมาณในการดำเนินงานบางส่วน การแสวงหาเงินทุนจากแหล่งทุนภายในประเทศเพื่อนำมาใช้เป็นงบประมาณจัดทำโครงการพัฒนาหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งเสริมการพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาชุมชน เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก (ประดิษฐ์ ประสาททอง ,สัมภาษณ์ ,29 พฤศจิกายน 2541) หรือการจัดสรรทุนจะมีลักษณะทุนหมุนเวียนตลอดเวลา (สุพัฒน์ วงศ์ไชย , สัมภาษณ์ ,19 ตุลาคม 2541) ดังนั้นจะเห็นได้ว่า องค์กรพัฒนาเอกชนไทยส่วนใหญ่ยังต้องพึ่งพาแหล่งทุนสนับสนุนจากต่างประเทศหรือองค์กรต่างประเทศเป็นสำคัญอย่างไรก็ตาม เงินทุนที่ได้รับการสนับสนุนจากต่างประเทศก็มีปัญหาเหมือนกัน เช่น ความลำบากในการเขียนเอกสารขออนุมัติและการดำเนินงานติดต่อกันอย่างต่อเนื่อง การสนับสนุนของหน่วยงานในต่างประเทศอาจมีเงื่อนไขต่าง ๆ และเป็นการสนับสนุนที่มีระยะเวลาจำกัด ซึ่งมีผลต่อการจัดการทำโครงการพัฒนาขององค์กรพัฒนาเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรพัฒนาเอกชนขนาดเล็กซึ่งมักได้รับเงินสนับสนุนในปริมาณไม่มากนัก โครงการพัฒนาที่จัดทำมักเป็นโครงการระยะสั้นระหว่าง 1-2 ปี เมื่อสิ้นสุดโครงการแล้ว อาจไม่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากหน่วยงานพัฒนาของต่างประเทศอีกก็ได้ (พงษ์ชาติ สุธิยะ ,สัมภาษณ์ , 30 ตุลาคม 2541) นอกจากนี้รัฐบาลยังไม่ค่อยให้ความสำคัญอย่างจริงจังในการทำงานร่วมกับองค์กรพัฒนาเอกชน โดยเฉพาะยังไม่มีแนวทางในการให้การสนับสนุนเรื่องงบประมาณ ทำให้การทำงานพัฒนาขององค์กรพัฒนาเอกชนต้องประสบกับอุปสรรคอย่างมาก แต่การที่โครงการขององค์กรพัฒนาเอกชนที่ได้รับการสนับสนุนจากแหล่งเงินทุนต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่นี้ จะทำให้กระบวนการวางแผนและการจัดสรรงบประมาณมีความยืดหยุ่น สามารถปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและให้การสนับสนุนการพัฒนาที่เหมาะสมแก่ชุมชนได้ ส่งผลให้ลดช่องว่างในโครงการพัฒนาของรัฐบาล

ทวีศักดิ์ ชัยเรืองยศ (2541) ได้ให้ทัศนะว่าปัญหาแหล่งเงินทุนในการทำโครงการจะลดน้อยลงถ้ารู้จักพึ่งตนเอง “เดี๋ยวนี้ แหล่งเงินทุนเราไม่มีปัญหา เพราะเราเลี้ยงตนเองได้จากรายได้ของบรรดาสมาชิกหนังสือพิมพ์เส้นทางกสิกรรมรวมทั้งค่าสปอนเซอร์ ก็สามารเลี้ยงเจ้าหน้าที่ได้ส่วนหนึ่ง ทำให้เราไม่ต้องพึ่งแหล่งเงินทุนอีก” ในความเป็นจริงแล้ว แม้ว่าองค์กรพัฒนาเอกชนส่วนใหญ่ต่างเห็นด้วยในการแสวงหาเงินทุนด้วยตนเองในการดำเนินงานโครงการพัฒนา แต่ในทางปฏิบัติเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยาก คือใครจะเป็นคนบริจาคเงินให้กับองค์กรพัฒนาเอกชน เพราะองค์กรพัฒนาเอกชนยังไม่ได้ทำให้สังคมส่วนใหญ่เห็นด้วยกับสิ่งที่องค์กรพัฒนาเอกชนทำ

ประชาชนทั่วไปยังไม่รู้จักและเห็นคุณค่าของผลงานองค์กรพัฒนาเอกชนได้ชัดเจน (จอห์น อิงภากรณ, 2534:49)

3) บุคลากร

จากสภาพความจำกัดขององค์กรพัฒนาเอกชนในด้านสถานภาพ ทรัพยากร รวมทั้งเงินทุนและการสนับสนุนจากนโยบายของรัฐและประชาชนทั่วไป ทำให้องค์กรพัฒนาเอกชนต้องประสบกับปัญหาบุคลากรในลักษณะต่างๆ ตลอดเวลา ทั้งนี้เพราะบุคลากรในองค์กรพัฒนาเอกชนไม่ค่อยมีความอดทนต่ออาชีพเท่าใดนัก คืออยู่ได้ไม่นาน เพราะมีโอกาสเลือกมากกว่า (ทวีศักดิ์ ชัยเรืองยศ, สัมภาษณ์, 28 ตุลาคม 2541) อาสาสมัครหรือนักพัฒนาส่วนใหญ่ที่เข้ามาทำงานด้วยอุดมคติจะสามารถปฏิบัติงานตามอุดมคติและความต้องการของตนได้เพียงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น หลังจากนั้นจะมีการเปลี่ยนแปลงโยกย้ายไปสู่สายงานอาชีพที่มั่นคงมากขึ้นอยู่ตลอดเวลา ทำให้องค์กรพัฒนาเอกชนต้องขาดบุคลากรที่จะทำงานอย่างต่อเนื่อง (คมสัน หุตะแพทย์, สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2541)

หลักการสื่อสารเพื่อการพัฒนาขององค์กรพัฒนาเอกชน

จากบทที่ 2 ในเรื่ององค์ประกอบการสร้างสื่อแบบมีส่วนร่วม ซึ่งได้แก่องค์ประกอบด้านผู้ผลิต (Producer) , สื่อ (Media) , สาร (Message) และ ผู้รับสาร (Receiver) และจากการรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยทำให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับองค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาขององค์กรพัฒนาเอกชนที่ได้มีการวางแผนและการบริหารจัดการการสื่อสารดังต่อไปนี้

- 1.การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Audience Analysis)
- 2.การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective Setting)
- 3.การกำหนดช่องทาง/การเลือกใช้สื่อ (Media/Channel Setting)
- 4.การกำหนดเนื้อหาสาร (Message Setting)
- 5.การกำหนดการผลิต (Production Setting)
- 6.การวางแผนประเมินผล (Evaluation Planning)

1 .การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Audience Analysis) วิธีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายหรือวิธีการศึกษาและทำความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนขององค์กรพัฒนาเอกชนนั้น ประกอบด้วย 5 วิธีคือ การเข้าสังเกตและมีส่วนร่วมในชุมชน , การพบปะพูดคุยกับชาวบ้านแบบตัวต่อตัว , การจัดสนทนากลุ่ม , การประชุม อบรม หรือสัมมนาตัวแทนชาวบ้าน และ วิธีการอื่น ๆ

1) การเข้าสังเกตและมีส่วนร่วมในชุมชน (Participation Observation) การเข้าสังเกตและมีส่วนร่วมในชุมชน เป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้เห็นข้อเท็จจริงในรายละเอียดที่จะเป็นประโยชน์ต่อการรู้จักกลุ่มเป้าหมาย และยังเป็นประโยชน์ต่อการนำข้อมูลมาเขียนบทและนำเสนอสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยสอดคล้องกับผู้รับสื่อมากที่สุด (คมสัน หุตะแพทย์ , 9 กรกฎาคม 2542) วิธีนี้สามารถทำได้โดยการเข้าสังเกตการณ์หรือเข้าไปมีส่วนร่วมในการดำเนินชีวิตประจำวันของชาวบ้าน เข้าร่วมกิจกรรมบางอย่างของหมู่บ้าน เช่น งานบุญ งานประเพณี ต่างๆ เข้าร่วมสังเกตการณ์การประชุมของหมู่บ้าน หรือกิจกรรมอื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งองค์กรพัฒนาเอกชนที่ใช้วิธีการนี้ได้แก่ โครงการสื่อชาวบ้าน ที่เริ่มต้นแล้วจะทำการสร้างสื่อในพื้นที่พัฒนาแห่งใดโดยปราศจากข้อมูลหรือรายละเอียดเกี่ยวกับชาวบ้านในพื้นที่ดังกล่าว นอกจากจะต้องรวบรวมข้อมูลจากผู้รู้ หรือห้องสมุด เอกสารทางวิชาการต่าง ๆ แล้ว ข้อมูลจากการสัมภาษณ์หรือพูดคุยกับชาวบ้านเองก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกัน อาจถือได้ว่าเป็นข้อมูลที่ทันสมัยที่สุดด้วยซ้ำ เพราะมาจากสถานการณ์ปัจจุบัน ดังนั้นก็จะต้องเข้าไปทำการสำรวจ หาข้อมูลเกี่ยวกับชาวบ้านซึ่งเป็นผู้รับสารเป้าหมายโดยการเข้าไปสังเกต ไปใช้ชีวิตร่วมกับชาวบ้าน และดำเนินชีวิตเหมือนชาวบ้านในทุก ๆ ด้าน ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับสารได้อย่างสมบูรณ์ และข้อมูลที่

ได้สามารถนำมาวางแผนการสร้างละครเร่ได้อย่างตรงเป้าหมายและถูกใจผู้รับสาร พร้อมกับการทราบถึงวิธีการที่จะสนับสนุนให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมในละครเร่ดังกล่าวด้วย (ประดิษฐ์ประสาตทอง , สัมภาษณ์ ,29 พฤศจิกายน 2541)

นอกจากนั้น อาจใช้วิธีการสัมภาษณ์ประกอบการเข้าไปสังเกตในชุมชนก็ได้ เช่น โครงการผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียงของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ที่ทุกครั้งก่อนการเขียนบท ทีมงานจะต้องเข้าไปสังเกตและสัมภาษณ์ที่มาของปัญหาจากชุมชน ก่อนที่จะนำข้อมูลและรายละเอียดเหล่านั้นมาเขียนบทและตัดต่อเทปเพื่อออกอากาศต่อไป เป็นต้น

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การเข้าไปสังเกตและมีส่วนร่วมในชุมชนเป็นสิ่งสำคัญ แม้ว่าบางเวลาจะไม่สามารถเข้าไปสังเกตหรือมีส่วนร่วมในชุมชนได้ เนื่องจากข้อจำกัดในเวลาและระยะทาง แต่ก็จำเป็นต้องทำ เช่น ทุกครั้งที่ท่านพระครูพิทักษ์นั้นทคุณ ประธานกลุ่มอภัยเมืองน่าน จะทำการเทศน์เกี่ยวกับเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อมให้กับแต่ละชุมชน ปกติก็จะทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนนั้นก่อนว่ามีปัญหาสิ่งแวดล้อมอะไร ทั้งจากผู้ที่เคยหรือเข้าไปสังเกตเห็นเอง แต่กรณีที่ไม่สามารถทำอย่างนั้นได้ วิธีการที่ใช้ก็คือ อย่างน้อยก่อนการเทศน์ประมาณ 1-2 ชั่วโมงก็จะต้องทำการสำรวจข้อมูลโดยการตระเวนบริเวณรอบ ๆ สถานที่ที่มีปัญหาเกิดขึ้น พร้อมกับการพูดคุยกับชาวบ้านถึงสาเหตุปัญหาดังกล่าว วิธีการที่ใช้อาจบันทึกเทปวิดีโอ หรือถ่ายสไลด์ แล้วนำมาเปิดประกอบการเทศน์ ผลที่ตามมาคือผู้ร่วมฟังเทศน์ชอบใจกันใหญ่ เพราะเรื่องทั้งหมดที่นำมาเทศน์เป็นเรื่องใกล้ตัวชาวบ้าน และเราเองก็สามารถกระตุ้นให้เขาหาทางแก้ไขปัญหาร่วมกันได้เป็นอย่างดี (ท่านพระครูพิทักษ์นั้นทคุณ , สัมภาษณ์ , 29 ตุลาคม 2541)

2) การพบปะพูดคุยกับชาวบ้านแบบตัวต่อตัว ในลักษณะการพูดคุยที่ไม่เป็นทางการและไม่มีการกำหนดประเด็นหรือคำถามที่เป็นแนวทางไว้ อาจเป็นการเยี่ยมเยียนและพูดคุยทักทายกับครอบครัวของคนในหมู่บ้าน โดยการถามสารทุกข์สุกดิบ และความเป็นไปในครอบครัว ซึ่งวิธีการเข้าหาแบบนี้ต้องใช้จิตวิทยาอย่างสูง เพราะชาวบ้านมักไม่ค่อยไวใจบุคคลภายนอก แต่ถ้าผู้ทำการสื่อสารนั้นเป็นสมาชิกหรือเป็นบุคคลที่ชาวบ้านคุ้นเคยดีอยู่แล้ว การเข้าหาก็จะง่ายและสะดวกกว่า เช่น วิธีการของโครงการสื่อเคลื่อนที่ของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ที่หลังจากมีประเด็นหลักของโครงการว่าต้องการให้ชาวเขากลุ่มดังกล่าวลดการตัดไม้ทำลายป่า เนื่องจากการทำไร่เลื่อนลอย วิธีการที่ใช้ในการเข้าหากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวเขา คือ การเข้าไปคลุกคลีกับชาวเขาในช่วงระยะเวลาหนึ่งเพื่อสร้างความคุ้นเคย และพยายามพูดคุยกับชาวบ้านแบบตัวต่อตัว เป็นกันเองกับชาวบ้านให้มากที่สุด จากนั้นถึงทำ Problem Census เพื่อระดมสมองหาสาเหตุและทางออกในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวร่วมกับชาวบ้าน โดยการแยกชาวบ้านออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้หญิง กลุ่มผู้ชาย และกลุ่มเด็ก ในส่วนของกลุ่มผู้หญิงก็จะให้แสดงละครเกี่ยวกับสาเหตุของปัญหาเรื่องการลดลงของป่าไม้ แล้วทำการบันทึกเทปวิดีโอไว้ การแสดงละครดังกล่าวจะแสดงอิสระโดยไม่มีเจ้าหน้าที่เข้าไปกำกับและควบคุม และปราศจาก

การกำหนดเวลา ทุกอย่างให้กลุ่มผู้หญิงคิดเองว่าต้องการที่จะบอกหรือแสดงอะไรออกมาได้อย่างเต็มที่

ส่วนกลุ่มผู้ชาย ก็จะร่วมกันจัดรายการวิทยุถ่ายทอดทางหอกระจายข่าว โดยกำหนดเรื่องหรือประเด็นที่จะพูดเอง รวมทั้งดำเนินรายการและพูดคุยกันเองในฐานะผู้จัดรายการและแขกรับเชิญ โดยมีเจ้าหน้าที่องค์กรเป็นผู้อำนวยการความสะดวกในด้านเทคนิคการใช้เครื่องมือ และกลุ่มสุดท้ายคือ กลุ่มเยาวชน ที่ได้วาดรูปหรือขีดเขียนข้อความออกมาโดยอิสระเกี่ยวกับปัญหาการตัดไม้ทำลายป่า หลังจากครบทั้ง 3 กลุ่มแล้ว ก็จะทำการประชุมรวมกลุ่มกัน เพื่อเปิดเวทีโถงละครของกลุ่มผู้หญิงให้ชมกัน , ได้ฟังเทปบันทึกเสียงการจัดรายการของกลุ่มผู้ชาย และได้ชมและวิจารณ์ภาพวาดของกลุ่มเด็ก ซึ่งสิ่งที่ตามมาคือการวิพากษ์วิจารณ์และแสดงความคิดเห็นร่วมกัน รวมถึงการเสนอแนะถึงวิธีการแก้ไขปัญหาดังกล่าวร่วมกัน เท่ากับว่าเป็นการสำรวจปัญหาข้อมูลจากชาวบ้านโดยตรง และถือว่าการเอาปัญหาออกมาโดยใช้สื่อตนเอง วิธีการแบบนี้ต้องใช้จิตวิทยาสูงในการกระตุ้นให้ชาวบ้านแสดงออกได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากโดยพื้นฐานชาวบ้านเป็นคนที่ไม่ค่อยกล้าแสดงออก แต่โดยพฤติกรรมชาวบ้านให้ความร่วมมือสูงอยู่แล้ว ที่สำคัญเราจะต้องชี้ให้เห็นถึงผลกระทบรุนแรงที่ตามมารวมทั้งสิ่งที่เขาจะได้รับหลังจากการร่วมมือกันปลูกป่าหรืออะไรก็ตามให้ชัดเจน ซึ่งตัวเราเองก็ต้องพยายามสร้างความเชื่อมั่นและเชื่อใจให้เกิดขึ้นกับชาวบ้านให้ได้ด้วยเช่นกัน (ไชยา อัครพิศาลบุลย์ , สัมภาษณ์ , 30 ตุลาคม 2541)

วิธีการดังกล่าว นอกจากจะทำให้ทราบถึงความต้องการแท้จริงของชาวบ้านแต่ละกลุ่มแล้ว ชาวบ้านยังได้รับความบันเทิง และความสนุกสนานกับกระบวนการผลิตสื่ออีกด้วย ทุกคนได้พูดในสิ่งที่อยากพูด แทนที่จะไปเอาสื่อมาจากข้างนอกโดยที่ชาวบ้านเป็นเพียงผู้เฝ้าปากรับฝ่ายเดียว

3) วิธีการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากตารางข้างต้น วิธีการจัดสนทนากลุ่มแบบนี้ ไม่ค่อยมีการนำมาใช้ในการทำความรู้จักกับกลุ่มเป้าหมาย เพราะวิธีการสนทนาแบบนี้อาจจะทำให้กลุ่มเป้าหมายไม่กล้าที่จะมาเข้าร่วมและแสดงความคิดเห็นซึ่งกันและกัน แม้ว่าแต่ละคนก็จะมีอิสระในการคิดและถกประเด็นปัญหาในหัวข้อที่ผู้ทำการสื่อสารกำหนดให้ก็ตาม ประกอบกับขณะที่ทำการสนทนาร่วมกัน ก็จะมีการบันทึกข้อมูลไว้โดยจดเป็นลายลักษณ์อักษรหรือบันทึกไว้ในเทปบันทึกเสียง อาจทำให้กลุ่มเป้าหมายหรือชาวบ้านที่เข้าร่วมสนทนาเกิดความรู้สึกเกร็ง และจะพูดเฉพาะสิ่งที่เป็นแง่บวกหรือสิ่งที่ดีเท่านั้น ไม่กล้าแสดงออกถึงปัญหาที่แท้จริงหรือแง่ที่ไม่ดี เพราะเกรงว่าจะไปกระทบหรือพาดพิงถึงบุคคลอื่น และอาจส่งผลให้ตนเองเดือดร้อนได้ (ทวีศักดิ์ ชัยเรืองยศ , สัมภาษณ์ , 28 ตุลาคม 2541)

4) การประชุม / อบรม / สัมมนา ตัวแทนชาวบ้าน เช่น กลุ่มสตรี แม่บ้าน พ่อบ้าน ฯลฯ เพื่อการแนะนำตัวเองให้เป็นที่รู้จัก บอกวัตถุประสงค์ที่เข้ามาในหมู่บ้าน พร้อมกับการเสนอในการช่วยเหลือหรือช่วยแก้ไข้ปัญหาที่เกิดขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ให้ความรู้เบื้องต้นในเชิงบรรยายให้กับตัวแทนชาวบ้านกลุ่มดังกล่าว จากนั้นก็เร่งระดมความคิดเห็นจากกลุ่มตัวแทนชาวบ้านถึงทางออกในการแก้ไข้ปัญหา วิธีการแบบนี้มีรากฐานมากจากรัฐบาลที่มักจะเรียกประชุม อบรม หรือสัมมนา ดังนั้นเมื่อมีรากฐานความเป็นมาที่ชาวบ้านคุ้นเคย องค์กรพัฒนาเอกชนจึงสามารถเข้าดำเนินการได้ง่าย เพียงแค่ปรับรูปแบบและบรรยากาศให้เป็นทางการมากขึ้นเท่านั้นเอง นอกจากนั้นวิธีการนี้ยังสะดวก ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายกว่าวิธีการอื่น ๆ และสามารถนำสู่การพึ่งตนเองของชาวบ้านได้ในที่สุด เช่น โครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน ที่ได้ให้ความสำคัญกับการประชุมบ่อยครั้ง เนื่องจากการประชุมเป็นวิธีการหนึ่งที่ได้กระตุ้นให้ชาวบ้านเข้าร่วมกิจกรรมทำสื่อ ซึ่งในระยะแรกองค์กรจะเป็นฝ่ายจัดประชุม แต่พอระยะหลังชาวบ้านสามารถประชุมกันเอง เท่ากับเปลี่ยนบทบาทหรือฐานะองค์กรเป็นเพียงผู้เข้าร่วมประชุม ไม่ใช่เป็นตัวตั้งตัวตีอีกต่อไป (Advocator) ยกเว้นที่มีกรณีเร่งด่วน ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การพึ่งตนเองและการมีส่วนร่วมให้มากที่สุด (สุพัฒน์ วงศ์ไชย , สัมภาษณ์ ,19 ตุลาคม 2541)

5) วิธีการอื่น ๆ ในการสนับสนุนวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เช่น การติดตามข่าวสารที่นำเสนอจากสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศ , การสร้างเครือข่ายกับองค์กรพัฒนาเอกชน , การประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ , จากการประเมินผลงานครั้งก่อน ๆ และ การอบรมหรือสัมมนา เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม องค์กรพัฒนาเอกชนส่วนใหญ่ใช้หลายวิธีการในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสามารถสรุปดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงวิธีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายขององค์กรพัฒนาเอกชน

	การเข้าถึงเขต และมีส่วนร่วมใน ชุมชน	การพบปะพูดคุย กับชาวบ้านแบบ ตัวต่อตัว	วิธีการจัด สนทนากลุ่ม	การประชุม/ อบรม/สัมมนา	รวม
<u>NGO 1</u>					
1. สื่อชาวบ้าน	/	/	-	/	3
2. โลโก้เขียว	/	/	-	/	3
3. สื่อสร้างสรรค์	/	/	-	-	2
4. ศูนย์สื่อ ฯ	/	/	-	/	3
5. โลกทัศน์ไทย	/	/	/	/	4
<u>NGO 2</u>					
1. สารสนเทศเพื่อ การพัฒนา	-	-	-	/	1
2. เผยแพร่ความ รู้ทางการเกษตร	/	/	-	/	3
3. อักเมืองน่าน	/	/	/	/	4
4. ค.ร.พ. ลำพูน	/	/	/	/	4
<u>รวม</u>	8	8	3	7	

จากตารางข้างต้น ประกอบกับรายละเอียดวิธีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายทั้ง 5 วิธีการ ดังที่ได้กล่าวมา ทำให้มองภาพรวมได้ว่าการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายขององค์กรพัฒนาเอกชนมัก จะใช้วิธีการเข้าไปสังเกตและมีส่วนร่วมในชุมชน การพบปะพูดคุยกับชาวบ้านตัวต่อตัว และ การประชุม อบรม หรือสัมมนา เพราะทั้ง 3 วิธีสามารถกระทำได้ควบคู่กัน โดยเฉพาะวิธีที่ 1 และ 2 ถ้าได้ทำการเข้าไปสังเกตและมีส่วนร่วมในชุมชนแล้ว ก็มักจะมีการพบปะพูดคุยกับชาวบ้านแบบ ตัวต่อตัวตามมา นอกจากนั้นทั้ง 3 วิธีการ ยังมีลักษณะธรรมชาติที่สามารถทำได้ง่ายและสะดวก เป็นวิธีที่ชาวบ้านคุ้นเคย และสามารถสร้างความเป็นกันเองกับชาวบ้านได้อย่างรวดเร็ว (สุพรรณ วงศ์ไชย , สัมภาษณ์ , 19 ตุลาคม 2541)

อย่างไรก็ตาม ตาราง 2 ยังแสดงให้เห็นว่าองค์กรพัฒนาเอกชนส่วนใหญ่ได้ใช้ทุกวิธีการ เช่น มูลนิธิโลกทัศน์ไทย เนื่องด้วยเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่ มีเงินทุนและบุคลากรจำนวนมาก ดังนั้นจึงสามารถจัดสรรเวลาและงบประมาณในการเข้าไปในพื้นที่ได้สูง ประกอบกับวัตถุประสงค์

ประสงค์ของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย โดยเฉพาะโครงการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ที่ได้มีการตั้งโครงการสื่อสารเคลื่อนที่ไปสู่ชุมชน เพื่อให้สื่อเข้าถึงชาวบ้านให้มากที่สุด และกลุ่มเป้าหมายของโครงการส่วนใหญ่เป็นชาวเขา แม้ว่าจะต่างเผ่ากัน แต่โดยพื้นฐานแล้วชาวเขาจะมีความคิด ความเชื่อ และพฤติกรรมทางด้านการสื่อสารที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องทำความรู้จักและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (ไชยา อัครพิศาลบุลย์ , สัมภาษณ์ , 30 ตุลาคม 2541)

นอกจากนั้นยังมีกลุ่มอักษเมืองน่าน และโครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน ซึ่งเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ สามารถสร้างความใกล้ชิดกับชาวบ้านได้อย่างดีแล้ว ทั้ง 2 องค์กรยังเป็นองค์กรที่เน้นเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงาน เพื่อต้องการให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ ซึ่งวิธีการที่จะกระตุ้นให้ชาวบ้านเข้าร่วมในการสร้างสื่อต่าง ๆ ก็คือการใช้วิธีการทำความรู้จักกับกลุ่มเป้าหมายทุกวิถีเพื่อนำมาวิเคราะห์และวางแผน ตรงข้ามกับมูลนิธิสารสนเทศเพื่อการพัฒนา ซึ่งมีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายเพียงวิธีเดียว คือ การประชุม หรืออบรมองค์กรพัฒนาเอกชน เพราะโดยวัตถุประสงค์การก่อตั้งขององค์กร เป็นเพียงแค่หน่วยงานประสานงานที่ต้องการส่งเสริม ให้คำปรึกษาและพัฒนาความรู้ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแก่แวดวงองค์กรพัฒนาเอกชนด้วยกันเท่านั้น และไม่ได้เป็นองค์กรที่ผลิตสื่อเพื่อการพัฒนาโดยตรง ดังนั้นจึงไม่ค่อยมีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายเท่าที่ควร

การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายนี้ สามารถนำไปสู่การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของโครงการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้ องค์กรพัฒนาเอกชนมียุทธวิธีในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารคือ

1) พยายามกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้เฉพาะกลุ่มให้มากที่สุด เพราะจะทำให้การสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงและระดับลึกได้ อาทิ โครงการสื่อภาคสนามพัฒนาชุมชนและโครงการฝึกอบรมสื่อสารเพื่อการพัฒนา ของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย กลุ่มเป้าหมายได้แก่ ชุมชนชาวเขาในพื้นที่สูง แต่ถ้าเป็นโครงการสื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา กลุ่มเป้าหมายก็จะเป็นชุมชนเมืองและชุมชนท้องถิ่นในเขตจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน และพะเยา เป็นต้น อย่างไรก็ตาม อาจมีบางโครงการที่ผู้เข้าร่วมเป็นกลุ่มนอกเหนือกลุ่มเป้าหมาย เช่น ประชาชนทั่วไป ถ้าเป็นกรณีนี้อาจจะต้องหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดขึ้น เพราะจะเกิดปัญหาในการควบคุมปัจจัยโครงการ และส่งผลให้การประเมินผลไม่มีประสิทธิภาพ (คมสัน หุตะแพทย์ , สัมภาษณ์ , 9 กรกฎาคม 2541)

2) ใช้ข้อมูลกลุ่มเป้าหมายเป็นเกณฑ์แบ่งกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก อาทิ กลุ่มคนเมืองกับกลุ่มชนบท เพราะโดยพื้นฐานกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มย่อมมีความแตกต่างกัน เช่น กลุ่มเป้าหมายของโครงการกระดาดเพื่อต้นไม้อายุยืนเพื่อการพัฒนา จะเป็นคนในเมือง

เพราะมีสำนักงาน บริษัท และห้างร้านต่าง ๆ ในกรุงเทพฯมากกว่าต่างจังหวัด ในขณะเดียวกัน หากมีเป็นโครงการพัฒนาสื่อเพื่อให้การศึกษาและเผยแพร่รณรงค์ประเด็น “เกษตรทางเลือก” กลุ่มเป้าหมายก็จะเป็นคนชนบทแทน

3) กลุ่มเป้าหมายการสื่อสารอาจจะไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายเดียวกับโครงการพัฒนา เช่น กลุ่มเป้าหมายการพัฒนาชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร จังหวัดพิจิตร คือ ประชาชนในพื้นที่จังหวัดพิจิตรและจังหวัดใกล้เคียงที่มีอาชีพด้านเกษตร แต่กลุ่มเป้าหมายของหนังสือพิมพ์เส้นทางกสิกรรม ของชมรม ฯ กลับเป็นสมาชิกที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด ซึ่งทวีศักดิ์ ชัยเรืองยศ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์เส้นทางกสิกรรม กล่าวว่า การที่ประชาชนในเขตกรุงเทพฯ ฯ ตอบรับสมัครเป็นสมาชิกหนังสือพิมพ์ของมากที่สุด เป็นการสะท้อนให้เห็นว่ามีคนที่มีอาชีพเกษตรกรได้ไปใช้แรงงานอยู่ในกรุงเทพฯจำนวนมาก และการที่ยังคงให้ความสนใจในเรื่องด้านการเกษตร เท่าที่ตรวจสอบจากแบบสอบถาม พวกเขาอยากเก็บข้อมูลไว้ก่อน แล้ววันหนึ่งพวกเขาเหล่านี้ อยากจะกลับมามีอาชีพเกษตรอีกถ้ามีโอกาส

4) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การสื่อสาร, ประเภทสื่อที่ใช้ และประเด็นเนื้อหาที่จะนำเสนอ เช่น นิตยสารโลกสีเขียว ของมูลนิธิโลกสีเขียว เนื่องด้วยเป็นนิตยสารที่นำเสนอเรื่องราวทางด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นการให้ความรู้แก่ผู้อ่านเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานทางด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Education) โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ให้ความเข้าใจปัญหาและการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมได้อย่างถูกต้อง ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายของนิตยสารโลกสีเขียว คือ ผู้อ่านทั่วไปที่สนใจเรื่องสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร การกำหนดวัตถุประสงค์การสื่อสารเพื่อชุมชนขององค์กรพัฒนาเอกชนส่วนใหญ่จะเป็นการกำหนดวัตถุประสงค์ที่เป็นไปตามการสื่อสารเพื่อชุมชน โดยเฉพาะวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกับทิศทางการไหลของข่าวสารที่หลากหลายทิศทาง ไม่ว่าจะเป็นจากบนลงล่าง แบบล่างสู่บน และ แบบแนวนอน ทั้งนี้เพื่อต้องการเป็นช่องทางแสดงออกซึ่งตัวตนของชุมชนทั้งในด้านความต้องการและภูมิปัญญา เนื่องจากจะเป็นวิธีการตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง อันนำไปสู่การพัฒนาความเป็นตัวเองของบุคคล เพราะการสื่อสารเพื่อชุมชนได้ก่อให้เกิดการศึกษาเรียนรู้ที่ช่วยให้ศักยภาพของปัจเจกบุคคลได้พัฒนาสร้างสรรค์อย่างเต็มที่ เช่น วัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการสื่อเคลื่อนที่ของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ที่ได้ระบุไว้ว่าเพื่อต้องการเผยแพร่ให้ความรู้ ความเข้าใจ โดยชุดสื่อเคลื่อนที่ในเบื้องต้นและขยายผลต่อเนื่องจนเกิดความตระหนัก เกิดแนวคิดจนนำไปดำเนินกิจกรรมพัฒนาชุมชนตัวเองโดยผ่านสื่อต่าง ๆ โดยชาวบ้านมีส่วนร่วมและพึ่งพาตนเองในที่สุด

ในการผลิตจุลสารหล่อไฟของเครือข่ายเยาวชน กลุ่มฮักเมืองน่าน ก็เช่นเดียวกัน ซึ่งวัตถุประสงค์ในการมีเครือข่ายเยาวชน ซึ่งเกิดจากการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเยาวชนว่าเยาวชนในเขตท้องถิ่นหรือชนบท มักไม่ได้แสดงความคิดเห็นหรือโอกาสในการเข้าถึงสื่อมีน้อย ส่วนใหญ่รับฟังรับชมเฉพาะวิทยุและโทรทัศน์เท่านั้น และเมื่อทำการสำรวจแล้วทำให้ทราบว่ายังมีเยาวชนอีกหลายคนหลายกลุ่มต้องการทำสื่อเป็นของตนเองและของกลุ่ม (วาสนา กินนาธรรม , สัมภาษณ์ , 29 ตุลาคม 2541) ดังนั้นเป้าหมายการตั้งเครือข่ายเยาวชน เพื่อให้เยาวชนแต่ละหมู่บ้าน มาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันเกี่ยวกับประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น พร้อมกับการหาทางออกและร่วมกิจกรรมแก้ไขปัญหาร่วมกัน ดังนั้น จุลสารหล่อไฟจึงได้มีขึ้นเพื่อให้เยาวชนเครือข่ายได้มาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันผ่านสื่อจุลสารโดยให้เยาวชนได้มีส่วนร่วมในการผลิตจุลสารในทุกกระบวนการตั้งแต่การกำหนดประเด็นในแต่ละคอลัมน์ การหาข้อมูล การเรียบเรียง จนกระทั่งการนำจุลสารไปเผยแพร่ การกำหนดวัตถุประสงค์ของจุลสารหล่อไฟนี้มีลักษณะคล้ายคลึงกับวัตถุประสงค์การผลิตวารสาร “คำวขอ” ของโครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน ที่ได้ส่งเสริมให้ชาวบ้านทำวารสารนี้ขึ้นมาเองเพื่อให้ชาวบ้านร่วมคิด วิเคราะห์ และแก้ไขในประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน และยังเป็นภาระรณรงค์และเผยแพร่งานต่อสาธารณชนอีกด้วย

นอกจากนั้นการกำหนดวัตถุประสงค์โครงการสื่อสารเพื่อการพัฒนายังเป็นไปตามเป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมอีกด้วย กล่าวคือ นอกจากจะทำให้ชาวบ้านได้แสดงถึงความรู้สึก ปัญหา วิธีการวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งวิธีการแก้ปัญหาจากทัศนะชุมชนแล้ว ยังเป็นการกระตุ้นให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเอง ที่ทำให้ยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบให้กับชุมชน , เป็นการสร้างทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน อันเป็นช่องทางที่ชุมชนจะส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืนและมุมมองของตน และยังเป็นการพิสูจน์ความเชื่อของชุมชนที่เคยคิดว่าตนเองไม่สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ซับซ้อนได้ หากเข้ามาร่วมฝึกฝนอบรมการผลิตสื่อแล้ว จะพิสูจน์ให้เห็นว่าพวกเขาสามารถจะใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้เช่นกัน เช่น วัตถุประสงค์ของโครงการสื่อชาวบ้านที่ผลิตละครเร่เพื่อพัฒนาชุมชน ที่ต้องการฝึกอบรมชุมชนเพื่อแบ่งปันความคิดออกมาตามพื้นประสบการณ์เกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งข้อมูลการทำละครเร่แต่ละเรื่อง นอกจากจะทันสมัยที่สุดเพราะมาจากปากเสียงของชาวบ้านแล้ว ข้อมูลนั้นยังผลักดันให้ไปสู่การกำหนดวัตถุประสงค์ที่ว่าให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการทำด้วย ซึ่งในการอบรมการผลิตสื่อโดยชุมชนของโครงการสื่อชาวบ้าน จะเน้นสิ่งสำคัญ 2 ประการ ประการแรก คือ ทิศทางหรือความคิดและกระบวนการ เป็นอบรมเบื้องต้นที่กระตุ้นให้เกิดการแบ่งปันความคิด การเสนอความคิดเห็นแลกเปลี่ยนร่วมกัน เพื่อค้นหาคำตอบที่นำไปสู่กระบวนการทำงานที่เป็นประชาธิปไตย ประการที่สอง คือการอบรมด้านทักษะเฉพาะด้าน เช่น ทักษะการพูดให้ตกลง มีสาระ การพากย์หนัง เป็นต้น

เช่นเดียวกันกับวัตถุประสงค์ของการตั้งมูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ ที่ต้องการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการตระหนักถึงความสำคัญของการใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสร้างสรรค์สถานศึกษาในสังคม หรือวัตถุประสงค์ของโครงการฝึกอบรมสื่อสารเพื่อพัฒนาของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ที่ต้องการพัฒนาหลักสูตรและจัดฝึกอบรม สนับสนุนวิทยากรในด้านการสื่อสาร เพื่อการพัฒนาให้แก่เจ้าหน้าที่นักพัฒนาของหน่วยงานทั้งภาครัฐบาลและองค์กรพัฒนาเอกชน ตลอดจนจัดทัศนศึกษาดูงานด้านการพัฒนาชนบท ประสานให้เกิดชมรมเครือข่ายนักสื่อพัฒนา ร่วมกิจกรรมจดหมายข่าว แลกเปลี่ยนรายการวิทยุทัศน์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการออกชุดเคลื่อนที่ และจัดอบรมเครือข่ายนักสื่อพัฒนาในระดับหมู่บ้าน ซึ่งเป็นการใช้กลยุทธ์สื่อผสมทุกรูปแบบ ให้ความรู้ ระดมกำลังและภูมิปัญญา ร่วมตระเวนสืบเสาะเรื่องราวความสำเร็จของชุมชน ช่วยค้นหาตัวแทนนักสื่อพัฒนาหมู่บ้านร่วมกับผู้สื่อข่าวพัฒนาในภาคสนาม เป็นต้น

3. การกำหนดช่องทาง / การเลือกใช้สื่อ ประกอบด้วยการพิจารณาถึงประเภทสื่อที่องค์กรพัฒนาเอกชนเลือกใช้ ลักษณะการเลือกใช้สื่อ และปัจจัยการเลือกใช้สื่อ

3.1 ประเภทสื่อที่ใช้ องค์กรพัฒนาเอกชนมีการเลือกใช้สื่อ 4 ประเภทโดยแบ่งตามลักษณะของสื่อและกลุ่มเป้าหมายได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน และสื่อประเพณี ซึ่งองค์กรพัฒนาเอกชนทั้ง 9 องค์กรมีการเลือกใช้สื่อแตกต่างกัน ซึ่งจะกล่าวรายละเอียดเกี่ยวกับประเภทสื่อที่ใช้ในแต่ละองค์กรในบทที่ 5

3.2 ลักษณะการเลือกใช้สื่อ จากตารางแสดงการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ขององค์กรพัฒนาเอกชนจะเห็นได้ว่าองค์กรพัฒนาเอกชนมีการใช้สื่ออยู่ 2 ลักษณะ คือ

1) องค์กรที่มีการเลือกใช้สื่อใดสื่อหนึ่งเป็นหลักแล้วมีสื่ออย่างอื่นเสริม ได้แก่ ชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตรที่มีการใช้เฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ คือหนังสือพิมพ์เส้นทางกิจกรรม ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์เฉพาะกิจที่ให้ความรู้ทางด้านเกษตร , มูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ มีการใช้เฉพาะสื่อมวลชน คือ โทรทัศน์ อาทิ รายการผ่าทางตัน (ช่อง 9) , รายการขคิดด้วยคน (ช่อง 9) , รายการลานบ้านลานเมือง (ช่อง 9) , รายการลานบ้านลานเมือง (ช่อง 11) และ รายการเวทีชาวบ้าน (ช่อง 11) เป็นต้น , มูลนิธิสารสนเทศเพื่อการพัฒนา มีการเลือกใช้สื่อทางเทคโนโลยีสารสนเทศเพียงสื่อเดียว เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้เฉพาะองค์กรพัฒนาเอกชน และโครงการสื่อชาวบ้าน มีการใช้สื่อหลักคือ ละครเร่ (คณะละครมะขามป้อม) ในการเผยแพร่ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม

2) องค์กรที่มีการเลือกใช้สื่อหลายสื่อประกอบกัน ได้แก่ มูลนิธิโลกทัศน์ไทย, มูลนิธิศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา , มูลนิธิโลกสีเขียว , กลุ่มฮักเมืองน่าน และ โครงการร่วมพัฒนา

ชนบทล้าพูน โดยองค์กรพัฒนาเอกชนเหล่านี้จะการเลือกใช้สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ หรือสื่อบุคคลในลักษณะสื่อประสมกัน

3.3 ปัจจัยการเลือกใช้สื่อ องค์กรพัฒนาเอกชนจะมีการเลือกใช้สื่อประเภทใดบ้างนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านองค์กร ด้านสาร ด้านสื่อ และด้านผู้รับสาร เกือบทุกองค์กรได้คำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ ซึ่งจะมีองค์กรไหนคำนึงถึงปัจจัยอะไรบ้างนั้น จะกล่าวรายละเอียดในบทที่ 5

4. การกำหนดเนื้อหาสารในการนำเสนอ การกำหนดเนื้อหาสารในสื่อประเภทต่าง ๆ ขององค์กรพัฒนาเอกชนส่วนใหญ่มาจากกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักโดยจากการศึกษาวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในขั้นตอนแรก ซึ่งทำให้ทราบว่า ข้อมูลอะไรบ้างที่กลุ่มเป้าหมายทราบอยู่แล้ว และข้อมูลอะไรบ้างที่กลุ่มเป้าหมายต้องการจะทราบ เช่น การกำหนดเนื้อหาสารในสื่อของศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา โดยจะมาจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก ทั้งนี้เพราะเห็นว่าข้อมูลบางอย่าง อย่างเช่น เรื่องเกษตรทางเลือก น้อยคนนักที่จะเข้าใจอย่างแท้จริง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอาศัยฐานข้อมูลจากระดับปฏิบัติของชาวบ้านเป็นหลัก ยกเว้นถ้าเป็นเรื่องสมัยใหม่ เช่น เรื่องการเกษตรสมัยใหม่ การบริโภค สิ่งแวดล้อม หรือเรื่องอื่น ๆ ที่กลุ่มเป้าหมายยังไม่ค่อยเข้าใจ ดังนั้น เนื้อหาในสื่อส่วนหนึ่งย่อมมาจากทีมงานที่ต้องค้นคว้าและวิจัยกับสภาพปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย หรือการอาศัยข้อมูลจากหน่วยงานราชการ จากองค์กรระหว่างประเทศที่เคยประสบปัญหาเดียวกัน มาประยุกต์ใช้และอาจจะต้องทำการทดลองด้วยตนเองก่อนที่จะนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย (คมสัน หุตะแพทย์ , สัมภาษณ์ , 9 กรกฎาคม 2542)

ส่วนหนึ่งของเนื้อหาการนำเสนอรายการวิทยุและโทรทัศน์ยังโซนของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย มาจากการเสนอแนะและแสดงความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ในช่วงที่เรียกว่า “ขบวนการจิกไม่ปล่อย” ซึ่งเป็นช่วงที่ให้ผู้ฟังรายการโทรศัพท์มาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น เหมือนกับการฟ้อง เห็นอะไรไม่ดีรอบ ๆ ตัวก็จะโทรศัพท์เข้ามาเล่า ทางทีมงานก็จะทำการบันทึกประเด็นไว้ และจากนั้นก็สามารถนำมาเป็นประเด็นการนำเสนอรายการในครั้งต่อไป

อย่างไรก็ตาม สามารถสรุปหลักในการกำหนดเนื้อหาสารในสื่อประเภทต่าง ๆ ที่องค์กรพัฒนาเอกชนผลิตขึ้น ดังนี้

1) ต้องมาจากเรื่องจริง โดยมีหลักฐานที่เป็นรูปธรรมและสามารถนำมาอ้างอิงได้ และสามารถนำเสนอได้อย่างตรงไปตรงมา เช่น หนังสือพิมพ์เส้นทางกสิกรรม ของชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร จังหวัดพิจิตร ที่มีเนื้อหาการนำเสนอทุกคอลัมน์มาจากประสบการณ์ด้านการเกษตรของชาวบ้าน โดยมีชาวบ้านเป็นนักแสดงอยู่ในภาพประกอบอย่างชัดเจน (ดูตัว

อย่างภาคผนวก) , สื่อวิดีโอของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ซึ่งประกอบด้วยคำพูดและภาพของชาวบ้านที่ต้องการให้คนเขาเลิกตัดไม้ทำลายป่า , สื่อประเพณี (เพลงโคราช) ของศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา ที่ให้ชาวบ้านเป็นผู้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการอนุรักษ์ป่า แล้วก็ไปให้คณะเพลงโคราชร้อง จากนั้นก็จะทำการบันทึกภาพโดยวิดีโอแล้วส่งไปให้ชาวบ้านทุกหมู่บ้านได้ชมกัน เป็นต้น

2) ต้องสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย นั่นคือ สารหรือประเด็นการนำเสนอ นั้น เป็นสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการอยากจะทำ โดยส่วนใหญ่มักเป็นเรื่องใกล้ตัวกับกลุ่มเป้าหมายและสามารถเห็นทางออกถึงการแก้ไขปัญหาพร้อมกันได้ เช่น ปัญหาขยะของประชาชนจังหวัดเชียงใหม่ , ปัญหาการทำไร่เลื่อนลอยของชาวเขา , ปัญหาแม่น้ำน่านเน่าเสียของจังหวัดพิษณุโลก , ปัญหาเรื่องเขตป่าชุมชน จังหวัดลำพูน และ ปัญหาการถมทะเล จังหวัดระยองบุรีรัมย์ เป็นต้น

ไชยา อัสวพิศาลบุลย์ (2541) ได้ให้ความคิดเห็นว่า คนที่ผลิตสื่อมักประสบปัญหาอยู่เสมอว่า ผลิตสื่อขึ้นมาแล้วผู้รับสื่อโดยเฉพาะชาวบ้านไม่สามารถรับเนื้อหาของสารหรือรับได้ก็ไม่มาก สาเหตุสำคัญประการหนึ่งเป็นเพราะผู้ส่งสารไม่รู้ว่าเนื้อหาอะไรที่เหมาะสมกับผู้รับสาร ดังนั้นทุกครั้งที่ทำการสื่อสาร ผู้ส่งสารจากองค์กรพัฒนาเอกชนจะลดการกำหนดเนื้อหาสารที่ออกจากตนเอง และคำนึงว่า “เนื้อหาของสารอะไรที่ชาวบ้านต้องการ” (Need-oriented) เช่น โครงการสื่อเคลื่อนที่ของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ที่มีการกำหนดเนื้อหาสารจากชาวบ้านเป็นหลัก โดยการเข้าไปกินอยู่ร่วมกับชาวบ้านพร้อมกับการจัดประชุมสามโนปัญหาของชุมชน (คือการระดมความคิดและการอภิปรายปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนร่วมกัน) โดยจัดเวทีชาวบ้านในหมู่บ้าน เพื่อให้รู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของชาวบ้านว่าต้องการหาทางออกเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างไร ดังนั้นเมื่อมีการเสนอเนื้อหาสารในสื่อต่าง ๆ ออกไป ได้สร้างความพึงพอใจและความเข้าใจให้กับชาวบ้านอย่างมาก เพราะเรื่องราวที่นำเสนอเป็นเรื่องใกล้ตัวที่เกิดขึ้นกับชาวบ้านเอง

5. การกำหนดการผลิต เมื่อรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย วางวัตถุประสงค์ การสื่อสาร เลือกสื่อ และกำหนดเนื้อหาสารเพื่อเขียนบทแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการผลิตสื่อ โดยการติดต่อประสานงานสถานที่และชาวบ้านที่ต้องการเข้าร่วมในกระบวนการผลิตสื่อ ส่วนมากในขั้นตอนนี้ผู้ทำหน้าที่หลักยังคงเป็นเจ้าของที่ขององค์กรที่ยังคงต้องถือกล้องถ่ายภาพ , กล้องวิดีโอ หรือจัดหน้าหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารเอง ชาวบ้านมีส่วนร่วมเฉพาะในด้านการอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานในท้องถิ่นและเป็นนักแสดง ทั้งนี้เนื่องจากเครื่องมืออุปกรณ์การถ่ายทำยังคงมีจำนวนจำกัด มีราคาสูง และบางอุปกรณ์การถ่ายทำต้องใช้ความสามารถเฉพาะตัว เพราะงานสื่อเป็นงานเทคนิค (คมสัน หุตะแพทย์ , สัมภาษณ์ , 9 กรกฎาคม 2542) อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมในขั้นตอนของการผลิตนี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงรายละเอียดอีกทีในบทที่ 6 ในเรื่องเกี่ยวกับระดับและข้อจำกัดการเข้าร่วมในการผลิตสื่อ

6.การวางแผนประเมินผล ลักษณะหรือรูปแบบการประเมินผลขององค์กรพัฒนาเอกชนแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

6.1) การประเมินผลอย่างเป็นทางการ ได้แก่ การใช้แบบสอบถาม_ในลักษณะต่าง ๆ กัน อาทิ มูลนิธิโลกทัศน์ไทย ที่ได้มีการประเมินผลโครงการสื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาประจำปี โดยใช้ 2 วิธีการ คือ วิธีการแรกแหล่งเงินทุนคือ DANCED เป็นผู้ทำการประเมินผลเองโดยการตรวจสอบความนิยมของรายการวิทยุและโทรทัศน์ทั้งในพื้นที่และทั่วประเทศ เหตุผลที่แหล่งเงินทุนเป็นผู้ประเมินผลเอง ทั้งนี้เพื่อป้องกันความลำเอียงที่อาจเกิดขึ้นหากองค์กรเป็นผู้ประเมินผล (พงษ์ธาดา สุริยะ , สัมภาษณ์ , 30 ตุลาคม 2541) ส่วนวิธีการประเมินผลอีกวิธีคือการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อวัดทัศนคติและความคิดเห็นว่าผู้ชมมีความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่อทางรายการอย่างไรบ้าง

นอกจากนั้น ยังมีชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร จังหวัดพิจิตร ที่ได้ใช้แบบสอบถามประเมินผลเกี่ยวกับความรู้ที่กลุ่มเป้าหมายได้รับจากการอ่านหนังสือพิมพ์เส้นทางกิจกรรม ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์รายเดือนที่ให้ความรู้ทางการเกษตรแก่สมาชิก (ตัวอย่างแบบสอบถามในภาคผนวก)โดยจะทำการสอบถามผู้อ่านเป็นระยะ ๆ อาจจะ 2-3 ครั้งต่อปี แต่อย่างไรก็ตามจะทำแบบสอบถามทุกครั้งที่ต้องการเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงรูปแบบหรือเนื้อหาในหนังสือพิมพ์

นอกจากวิธีการใช้แบบสอบถามแล้ว ยังมีอีกรูปแบบหนึ่งของการประเมินผลที่เป็นทางการ คือ การทำวิจัย ซึ่งมูลนิธิโลกสีเขียว จะทำการวิจัยประมาณปีละ 1 ครั้ง เพื่อวัด Feedback จากผู้อ่านนิตยสารโลกสีเขียวหรือผู้เข้าร่วมโครงการสื่อเพื่อพัฒนาเพื่อให้ทราบถึงทัศนคติ ความรู้ และพฤติกรรมของผู้รับสารเป้าหมายทั้งก่อนและหลังจากที่ได้อ่านหรือเข้าร่วมโครงการสื่อต่าง ๆ เป็นต้น

6.2) การประเมินผลอย่างไม่เป็นทางการ ได้แก่ การพูดคุยกับชาวบ้าน , การพูดคุยทางโทรศัพท์ และการวัดจากปริมาณการตอบรับจากโครงการพัฒนานั้น ๆ ซึ่งองค์กรพัฒนาเอกชนส่วนใหญ่มักนิยมใช้การประเมินผลแบบนี้

ก.การประเมินผลโดยการพูดคุยกับชาวบ้าน เช่น โครงการสื่อเคลื่อนที่ของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ที่จะทำการประเมินผลเรื่องความพึงพอใจในการสร้างสื่อเพื่อพัฒนาความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมกับกลุ่มเป้าหมาย (ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวเขา) ทุกครั้งโดยการพูดคุยกับชาวบ้านอย่างไม่เป็นทางการในลักษณะบอกกันเอง อยากรจะดิชมอะไรก็สามารถทำได้ทันที โดยปราศจากเงื่อนไขด้านเวลา (ไชยา อัครพิศาลบุลย์ , สัมภาษณ์ , 30 ตุลาคม 2541) นอกจากนั้นยังมีโครง

การสื่อชาวบ้าน , กลุ่มอัครเมืองน่าน , ชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร , โครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน และศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา ที่ได้ประเมินผลโครงการสื่อในลักษณะเดียวกัน

ข.การประเมินผลโดยการตอบรับทางจดหมายหรือโทรศัพท์ เช่น การประเมินผลรายการวิทยุและโทรทัศน์ของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ที่ได้ทำการตรวจสอบความคิดเห็นต่อรายการได้จากโทรศัพท์ที่โทรเข้ามาร่วมสนุกกับรายการ ซึ่งปัจจุบันมีสูงถึง 200 กว่าสายต่อการจัดรายการวิทยุ 1 ครั้ง ส่วนชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร จ.พิจิตร ก็ประเมินผลการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมความรู้ทางการเกษตรโดยผลตอบรับจดหมายที่เข้ามายังองค์กร เป็นต้น

ค.การประเมินผลโดยการวัดจากปริมาณการตอบรับจากโครงการสื่อเพื่อการพัฒนา นั้น ๆ เช่น การประเมินผลของโครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน ที่วัดได้จากปริมาณผลตอบรับจากชาวบ้านต่อโครงการพัฒนานั้น ๆ อาทิ การทำพิธีสืบชะตาแม่น้ำ การประเมินผลคือการตระหนักถึงการรณรงค์อนุรักษ์ป่าที่มีมากขึ้น มีผลงานเป็นชิ้นเป็นอัน มีการกันเขตของแต่ละบ้าน และมีต้นไม้เพิ่มขึ้น แต่ในกรณีที่อยู่ต่างจังหวัดหรือชุมชนห่างไกล ก็วัดได้จากการนำเอาไปเป็นแบบอย่างสำหรับชุมชนอื่น เป็นต้น นอกจากนั้นยังได้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับชาวบ้านเพื่อนำไปปรับปรุงในโครงการสื่อเพื่อพัฒนาในครั้งต่อไปอีกด้วย (สุพรรณ วงศ์ไชย , สัมภาษณ์ , 19 ตุลาคม 2541)

ในกรณีกลุ่มอัครเมืองน่าน ทำการประเมินผลโดยการสังเกตว่าชาวบ้านได้เข้ามาเยี่ยมหรือพบท่านพระครูพิทักษ์นันทคุณ ซึ่งเป็นประธานกลุ่มอัครเมืองน่านมากน้อยแค่ไหน ซึ่งบางเวลาที่ท่านได้ไปเทศน์เพื่อให้ความรู้เรื่องความร่วมมือกันในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ก็สามารถประเมินได้จากจำนวนชาวบ้านที่เข้าร่วมฟังเทศน์ เป็นต้น เช่นเดียวกับจุลสารหน่อไฟ ซึ่งเป็นจุลสารที่ผลิตโดยเครือข่ายเยาวชน จังหวัดน่าน ที่ขณะนั้นนอกจากจะมีเฉพาะเยาวชนจังหวัดน่านเท่านั้นที่ให้ความสนใจและต้องการเข้าร่วมโครงการทำจุลสารดังกล่าว ยังมีเยาวชนจังหวัดอื่น ๆ ใกล้เคียงอีกหลายคนที่ยากเข้าร่วม เพราะเห็นว่าเป็นจุลสารที่ได้สะท้อนความคิดความอ่านจากพวกเขาได้อย่างแท้จริง เสมือนว่าพวกเขาเป็นเจ้าของหรือบรรณาธิการของจุลสารนั่นเอง (วาสนา กิณาธรรม , สัมภาษณ์ , 29 ตุลาคม 2541)

ส่วนมูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์หลายรายการและส่วนใหญ่เมื่อมีการบันทึกเทปรายการ ก็จะใช้ให้ชาวบ้านหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการสนทนาพูดคุยเข้าร่วมตั้งกระทู้หรือแสดงความคิดเห็นในห้องส่งด้วย ดังนั้นวิธีการประเมินผลรายการ เกิดขึ้นอย่างไม่เป็นทางการ โดยการวัดจากปริมาณคนที่เข้ามาร่วมในห้องส่งและจำนวนคนที่แสดงความคิดเห็น

ทางด้านมูลนิธิสารสนเทศเพื่อการพัฒนา เนื่องด้วยที่เป็นมูลนิธิที่ตั้งขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับองค์กรพัฒนาเอกชนในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยเฉพาะ ดังนั้นวิธีการประเมินผลก็วัดได้จากปริมาณจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่องค์กรพัฒนาเอกชนได้ติดต่อประสานงานกัน ซึ่งจดหมายที่ส่งกันโดยเฉลี่ยประมาณ 1,000 – 2,000 ฉบับต่อปี

โครงการสื่อชาวบ้าน ได้ทำการประเมินผลทุกครั้งที่ได้แสดงละครเพื่อให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม โดยวัดจากจำนวนอาสาสมัครชาวบ้านที่ต้องการร่วมแสดงละคร หรือ การร่วมแสดงความคิดเห็นเป็นระยะ ๆ ขณะที่แสดงละคร เป็นต้น

วิธีการประเมินผลแบบนี้ที่เห็นได้ชัดอีกองค์กรหนึ่งก็คือ มูลนิธิศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนาที่จะมีการวัดผลตอบรับจากผู้เข้าร่วมโครงการสื่อเพื่อการพัฒนาทุกครั้งที่มีกิจกรรม หากเป็นโครงการกระดาษเพื่อต้นไม้ก็จะดูได้จากจำนวนกิโกรัมของกระดาษ หรือจำนวนบริษัทหรือกลุ่มเป้าหมายที่สมัครเข้าร่วมโครงการ เป็นต้น แต่หากเป็นการจัดบูทในกิจกรรมรณรงค์ ก็จะดูได้จากปริมาณของที่ขายได้ , ปริมาณบูทที่ต้องการเข้ามาจัดในงาน , ผู้ชมในงาน หรือ การเชิญชวนจากหน่วยงานอื่นในการจัดบูทครั้งต่อไป เช่น บูทการแพทย์แผนไทย ที่มีผู้ชมงานจำนวนมากซึ่งโดยปกติถ้าหากต้องการซื้อบูท จะต้องซื้อในราคาที่สูง แต่ศูนย์สื่อ ฯ สามารถจัดบูทได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ก็แสดงให้เห็นว่าการจัดบูทรณรงค์ของศูนย์สื่อ ฯ ประสบความสำเร็จและสามารถเป็นที่ยอมรับได้ (คมสัน หุตะแพทย์ , สัมภาษณ์ , 21 ตุลาคม 2541)