

บทที่ 5

ประเภทสื่อและปัจจัยการเลือกสื่อขององค์กรพัฒนาเอกชน

เพื่อตอบคำถามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 และ ข้อ 3 เกี่ยวกับประเภทสื่อและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกสื่อประเภทต่าง ๆ ขององค์กรพัฒนาเอกชน ซึ่งจากการสัมภาษณ์บุคลากร ประกอบกับการศึกษาข้อมูลเอกสาร และ สื่อประเภทต่าง ๆ ขององค์กรพัฒนาเอกชนทั้ง 9 องค์กร ทำให้สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ประเภทสื่อขององค์กรพัฒนาเอกชน

องค์กรพัฒนาเอกชนมีการเลือกใช้สื่อทั้ง 4 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน และสื่อประเพณี ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 แสดงการเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ขององค์กรพัฒนาเอกชน

	สื่อบุคคล	สื่อเฉพาะกิจ	สื่อมวลชน	สื่อประเพณี
<u>NGO 1</u>				
1.สื่อชาวบ้าน	/	/	-	-
2.โลกสีเขียว	/	/	/	-
3.สื่อสร้างสรรค์	-	-	/	-
4.ศูนย์สื่อ ฯ	/	/	/	-
5.โลกทัศน์ไทย	/	/	/	/
<u>NGO 2</u>				
1.สารสนเทศ เพื่อการพัฒนา	/	-	/	-
2.เผยแพร่ความรู้ ทางการเกษตร	/	/	/	-
3.ฮักเมืองนาน	/	/	-	/
4.ค.ร.พ.ลำพูน	/	/	-	/
รวม	8	7	6	3

จากตารางแสดงให้เห็นว่าองค์กรพัฒนาเอกชนนิยมเลือกใช้สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด ในการพัฒนาความรู้ทางด้านสิ่งแวดล้อม รองลงมาได้แก่ สื่อมวลชน ส่วนสื่อประเพณีมีเพียงแค่ 3 องค์กรที่นำมาใช้ คือ มูลนิธิโลกทัศน์ไทย กลุ่มฮักเมืองน่านและโครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรพัฒนาเอกชนกับประเภทสื่อต่างๆ สามารถจำแนกรายละเอียดได้ดังนี้

1. สื่อบุคคล องค์กรพัฒนาเอกชนมีการใช้สื่อบุคคลมากที่สุด เพราะโดยธรรมชาติของสื่อบุคคล กล่าวได้ว่าเป็นสื่อที่อยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คนที่มีการใช้คำพูดในการเป็นช่องทางในการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจต่าง ๆ ในลักษณะการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 ลักษณะคือ

1) การสื่อสารแบบตัวต่อตัว ที่มีทั้งแบบเผชิญหน้ากันโดยตรงกับแบบไม่เห็นหน้าค่าตากัน ซึ่งการสื่อสารแบบเผชิญหน้าส่วนใหญ่จะเป็นการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่ การพบปะพูดคุยกับชาวบ้าน และการสนทนาในกลุ่ม ส่วนการสื่อสารแบบไม่เห็นหน้าค่าตากัน มักจะเป็นการดิ-ชม หรือการแสดงความคิดเห็นผ่านทางโทรศัพท์ , จดหมายหรืออินเทอร์เน็ต

2) การสื่อสารแบบกลุ่มย่อย ซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างกลุ่มเล็ก ๆ ที่ทุกคนสามารถพูดคุยกันอย่างทั่วถึง ได้แก่ การประชุม การอบรม การสัมมนา และละคร

การสื่อสารระหว่างบุคคลทั้ง 2 ประเภท สามารถสรุปได้ดังตาราง 3.1 ว่าองค์กรพัฒนาเอกชนส่วนใหญ่ใช้ลักษณะใดบ้าง

ตาราง 3.1 แสดงลักษณะการใช้สื่อบุคคลขององค์กรพัฒนาเอกชน

	ประชุม	อบรม	สัมมนา	การพบปะพูดคุยชาวบ้าน	การสนทนาในกลุ่ม	ละคร
NGO 1						
1.สื่อชาวบ้าน	/	/	-	/	-	/
2.โลกสีเขียว	-	/	-	-	-	-
3.สื่อสร้างสรรค์	-	-	-	-	-	-
4.ศูนย์สื่อ ฯ	/	/	/	/	-	/
5.โลกทัศน์ไทย	/	/	/	/	/	/
NGO 2						
1.สารสนเทศเพื่อการพัฒนา	-	/	-	-	-	-
2.เผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร	-	/	-	/	-	-
3.อัครเมืองน่าน	/	/	-	/	/	-
4.ค.ร.พ.ลำพูน	/	/	-	/	/	-
รวม	5	8	2	6	3	3

จากตาราง 3.1 ทำให้เห็นมองเห็นภาพรวมว่า หากเป็นการสื่อสารกลุ่มย่อยแล้วองค์กรพัฒนาเอกชนส่วนใหญ่นิยมใช้การอบรมเป็นหลัก รองลงมาได้แก่การประชุมและการสัมมนา เพราะหากมองขั้นตอนของการไหลข่าวสารการสื่อสารเพื่อชุมชนมักจะเริ่มจากบนสู่ล่าง ที่ต้องการให้ข้อมูลข่าวสารเบื้องต้นแก่กลุ่มเป้าหมาย กระตุ้นให้เกิดความสนใจ และยังเป็นการจุดประกายให้มีการปฏิบัติการได้ด้วยตนเอง เช่น การอบรมการผลิตสื่อของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ที่มีการเชิญวิทยากรมาอบรมเจ้าหน้าที่โครงการ , องค์กรพัฒนาเอกชน และเจ้าหน้าที่ที่ทำงานด้านสื่อหรือภาคสนาม โดยเนื้อหา มักจะเป็นเรื่องของการจัดรายการ อาทิ อบรมหลักสูตรการจัดหอกระจายข่าว โดยการเอาชาวบ้านอาสาสมัครมาอบรมในสำนักงานหรืออบรมในสนาม , การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ , การถ่ายวิดีโอทัศน์ , การผลิตรายการสั้น ๆ ซึ่งบางครั้งการอบรมเหล่านี้ จะมีการปฏิบัติการคือให้ลองทำด้วย จึงถือว่าการอบรมเชิงปฏิบัติการ

นอกจากนั้นยังมีองค์กรพัฒนาเอกชนอื่น ๆ ที่ใช้วิธีการอบรมเช่นเดียวกัน เช่น โครงการสำรวจแม่น้ำของมูลนิธิโลกสีเขียว ที่ได้มีการอบรมครูและนักเรียนที่ตั้งอยู่ใกล้แม่น้ำเพื่อกระตุ้น

ให้ร่วมกันอนุรักษ์แม่น้ำ , การอบรมกระบวนการสร้างสื่อให้แก่องค์กรพัฒนาเอกชน , เจ้าหน้าที่หรืออาสาสมัครชาวบ้าน ของมูลนิธิศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา , มูลนิธิสารสนเทศเพื่อการพัฒนา ที่มีการอบรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศแก่สมาชิกองค์กรพัฒนาเอกชนที่สนใจ เป็นต้น

ในเรื่องของการประชุม ส่วนใหญ่จะมีการจัดขึ้นในกรณีที่มีปัญหาเร่งด่วนหรือต้องการระดมความคิดเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ยกตัวอย่างกรณีของชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร จ.พิจิตร ที่จะมีการประชุมชาวบ้านทุกครั้งเมื่อมีชาวบ้านมาร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาทางด้านเกษตร เช่น ปัญหาเรื่องแมลง ปัญหาเรื่องสารเคมี เป็นต้น หลังจากการประชุมก็จะทราบถึงข้อสรุปของปัญหา จากนั้นทางเจ้าหน้าที่ก็จะช่วยให้ความรู้หรือเสนอแนะทางออกถึงปัญหาที่เกิดขึ้น แต่หากเป็นเรื่องที่เจ้าหน้าที่ไม่ถนัด ก็จะไปเชิญวิทยากรหรือบุคคลผู้มีความรู้มาบรรยายให้ความรู้แทน เป็นต้น

ส่วนรูปแบบการสื่อสารแบบตัวต่อตัว ส่วนใหญ่จะใช้วิธีการพบปะพูดคุยสนทนากับกลุ่มเป้าหมายมากกว่าการสนทนาในกลุ่มและละคร ทั้งนี้เนื่องจากการพบปะพูดคุยกับชาวบ้านเป็นวิธีการสื่อสารสองทาง ที่ได้เอื้ออำนวยให้มีลักษณะโต้ตอบกันอยู่ตลอดเวลา ทำให้ได้ทราบถึงความคิด ทศนคติของผู้รับสารได้มากกว่าการสื่อสารแบบทางเดียวซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารมวลชนนั่นเอง อย่างไรก็ตามวิธีการแบบนี้ สิ่งสำคัญที่ต้องพึงระวังคือความน่าเชื่อถือและการสร้างความไว้วางใจจากเจ้าหน้าที่นักพัฒนา

ละคร ก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่โครงการสื่อชาวบ้าน , มูลนิธิศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา และมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ได้เลือกใช้ ทั้งนี้เพราะละครเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงสุดต่อมนุษย์ ซึ่งนอกจากจะได้ข้อมูลแล้ว ยังได้รับในแง่ของความรู้สึกอีกด้วย นอกจากนั้นคนแสดงก็จะได้เห็นถึงความรู้สึกนึกคิดหรือปฏิกิริยาตอบโต้ของคนดูในขณะนั้นได้ ถือว่าเป็นการสื่อสารระหว่างกันโดยไม่ต้องมีคำพูด ไม่ว่าจะเป็นการประสานตากัน ยิ้มให้กัน การปรบมือ การหัวเราะ การโห่หิ้ว สามารถสื่อถึงกันได้ และทำให้ประเมินผลได้ทันที ผู้เล่นเองก็เกิดความรู้สึกว่ากำลังเล่นให้คนดูโดยไม่ผ่านเทคโนโลยีใด ๆ ทั้งสิ้น สิ่งสำคัญทำให้เกิดความรู้สึกว่าตนเองกำลังสื่อสารกับคนดูอยู่กับคนดู ความสุขมันอยู่ตรงนี้ นอกจากนั้น การทำละครเร่หรือละครเพื่องานพัฒนาเป็นสิ่งที่ทำได้ง่าย โดยไม่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีอะไร เสียงสด ๆ ก็เล่นได้ จุดเทียนเล่นหรือเล่นตอนกลางวันที่ได้ อยู่กับธรรมชาติ อยู่กับมนุษย์ ไม่ได้มีเสื้อผ้าที่หรูหราอะไร ชุดธรรมดาก็สามารถใส่เล่นละครได้ หาอุปกรณ์รอบ ๆ ตัวได้ง่าย ถือว่าเป็นสื่อที่ประหยัดและทำได้ง่ายจริง ๆ (ประดิษฐ์ประสาตทอง , สัมภาษณ์ , 29 พฤศจิกายน 2541)

วิธีการแสดงละครเพื่อนำงานพัฒนาที่ดีนั้น ทางองค์กรพัฒนาเอกชนได้เสนอกลยุทธ์ไว้ว่า

- 1) จะต้องมีความเทคนิคที่เข้าใจและสามารถดึงดูดใจคนดูได้ เช่น เสียง แสง เสื้อผ้า บทบาทการแสดง ตัวละคร เป็นต้น
- 2) ทุกครั้งที่มีการแสดงจะต้องเปิดโอกาสให้คนดูแสดงความคิดเห็น โดยวิธีการหยุดพักการเล่นเป็นช่วง ๆ แล้วสอบถามความคิดเห็นหรือถาม-ตอบปัญหาต่อเรื่องราวที่น่าเสนอ
- 3) ถ้าจะให้คนดูรู้สึกว่ละครเรื่องที่เขาเล่นนั้น ตัวเองเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องด้วย อาจใช้วิธีการตั้งอาสาสมัครชาวบ้านมาร่วมเล่น หรือแสดงในเรื่องหรือปัญหาที่ใกล้ตัวชาวบ้าน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า สื่อละครโดยเฉพาะละครเวที ถือเป็นสื่อที่ช่วยกระตุ้นให้คนในชุมชนเข้าถึงสื่อได้มากขึ้น ทำให้ได้รับความบันเทิงและได้รับความรู้ในเวลาเดียวกันได้ เป็นการเปลี่ยนคุณลักษณะของสื่อจากที่เคยเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากคนที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งมาเป็นเวทีแลกเปลี่ยนข่าวสารและทัศนะของคนทุกคน โดยเฉพาะช่วงหยุดพักแสดงละครเป็นช่วง ๆ แล้วมีการสอบถามผู้ชมว่ามีความคิดเห็นอย่างไรต่อเรื่องที่เล่น ซึ่งหลายคนได้แสดงทัศนะออกมาแลกเปลี่ยนกัน ส่งผลให้ชุมชนได้สร้างความรู้สึกร่วมกันได้อย่างอัตโนมัติ

สิ่งสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคลขององค์กรพัฒนาเอกชน ทำให้มองเห็นทิศทางการไหลของข่าวสารที่มีทั้ง 3 ทิศทางด้วยกัน คือ ไม่ใช่มีเพียงแต่บนสู่ล่างที่กลุ่มเป้าหมายรับข้อมูลข่าวสารจากรัฐหรือเจ้าหน้าที่พัฒนาเท่านั้น ยังมีการแลกเปลี่ยนและจัดการข่าวสารในแนวโน้ระหว่างกันด้วย อันผลักดันนำไปสู่ทิศทางข่าวสารจากล่างสู่บน คือ ข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายส่งกลับไปยังผู้ส่งสารหรือเจ้าของนโยบายได้ แนวทางปฏิบัติแบบนี้เรียกว่า “การสร้างเครือข่ายชุมชน” นั่นเอง

อย่างกรณีกลุ่มฮักเมืองน่านซึ่งค่อนข้างเห็นได้ชัดเจน เพราะคำว่า “สื่อบุคคล” คือ การสร้างเครือข่าย (ท่านพระครูพิทักษ์นันทคุณ , สัมภาษณ์ , 29 ตุลาคม 2541) ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่ากลุ่มฮักเมืองน่านเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนที่โดดเด่นในการสร้างเครือข่ายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมาช้านานกว่า 10 ปี

การสร้างเครือข่าย หมายถึง การรวมตัวกันของกลุ่มบุคคล องค์กรที่กระจายกันอยู่ แต่ไม่ใช่ต่างคนต่างอยู่ ซึ่งกลุ่มบุคคลเหล่านี้จะมีการเชื่อมโยงถึงกัน เรียนรู้และเสริมปัญญาร่วมกันทำให้เกิดเจตนาธรรม์และจิตสำนึกร่วมกันขึ้นมา ซึ่งปัจจุบันในประเทศไทยมีการสร้างเครือข่ายขึ้นมาหลายกลุ่ม หลายองค์กรเพื่อสะท้อนความเป็นกลางให้เกิดความสมดุลในสังคมไทยในด้านต่าง ๆ อาทิ กลุ่มประชาคมราชบุรี , กลุ่มรักเมืองเพชร , ประชาคมสุโขทัย และประชาคมพุทธ

มณฑล เป็นต้น อย่างกรณีล่าสุดมีการก่อตั้งเครือข่ายพลเมืองไท ที่เกิดจากการรวมกลุ่มของนักธุรกิจ นักวิชาการ บุคคลผู้มีภูมิปัญญา หรือบุคคลผู้มีอำนาจต่อรองในสังคม ที่ต้องการหรือเรียกร้องแสดงความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาประเทศไทยในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคมหรือการเมือง ทั้งนี้เพื่อสามารถกระตุ้นและเป็นผู้นำให้กับกลุ่มประชาชนผู้ที่มีอำนาจหรือโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรหรือการต่อรองสิทธิประโยชน์ของตนเองได้ อย่างไรก็ตาม วัตถุประสงค์ของการสร้างเครือข่ายส่วนใหญ่ ต่างต้องการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เป็นการกระตุ้นให้มีการเรียนรู้อย่างทันเหตุการณ์ และทำให้มองเห็นความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคมมากขึ้น

สำหรับเครือข่ายฮักเมืองน่าน เกิดจากการรวมตัวของกลุ่มชาวบ้านประมาณปี พ.ศ.2533 เนื่องจากการพิจารณาเห็นว่า จังหวัดน่านเป็นจังหวัดที่ยากจนที่สุดในภาคเหนือ ชาวบ้านมีรายได้น้อย ถ้าไม่รู้จักพึ่งตนเอง คอยแต่พึ่งจากทางราชการ คิดว่าเป็นเรื่องที่น่าลำบาก ลำบาก ซึ่งเท่าที่ผ่านมาข้าราชการผู้ใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นผู้ว่าราชการ นายอำเภอ ปลัดอำเภอ พัฒนาชุมชน ประชาชนต่างจังหวัดที่มาอยู่เมืองน่าน ส่วนใหญ่มาอยู่แค่ 1-2 ปี อุตุการณ์หรือนโยบายต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน มักมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ชาวบ้านจึงตามไม่ทัน บางครั้งส่งผลให้ชาวบ้านไม่มีความเลื่อมใสศรัทธาในนโยบาย งานพัฒนาจึงไม่สำเร็จ ดังนั้นถ้าชาวบ้านมีโอกาสพึ่งตนเอง ช่วยเหลือตนเองได้ จึงเป็นเรื่องที่ดี อย่างน้อยก็ให้รู้จักการแก้ปัญหาด้วยตนเอง อาตมาคิดว่า ถ้าเราไม่คิดแล้วใครจะมาคิดแทนเรา เราไม่ทำแล้ว ใครจะมาให้เรา ถ้าเราไม่รักใครจะมารักให้เรา และที่สำคัญอยากจะทำเชิญชวนปลุกจิตสำนึกให้ทุกคนรักแผ่นดินบ้านเกิดของตนเอง ช่วยกันปกป้องดูแลรักษาให้แก่ลูกหลาน (ท่านพระครูพิทักษ์นันทคุณ , สัมภาษณ์ , 29 ตุลาคม 2541)

ด้วยเหตุผลข้างต้นจึงเริ่มต้นมีการจัดเวทีชาวบ้านให้มาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ร่วมกัน ในขณะเดียวกันก็เป็นการคัดเลือกหมู่บ้านไหนที่ทำงานอนุรักษ์ ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในด้านต่าง ๆ เช่น ป่าไม้ แม่น้ำลำธาร ดิน ฯลฯ พร้อมกับการเชิญวิทยากรมาเล่าประสบการณ์การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้ฟัง เช่น พระประจักษ์ พระพงษ์ศักดิ์จากเชียงใหม่ มูลนิธิหมู่บ้าน มูลนิธิคุ้มครองป่า มูลนิธิสืบนาคะเสถียร เป็นต้น นอกจากจะเป็นการอบรมให้ความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์แล้ว ยังมีการจัดกิจกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมร่วมกัน อาทิ กิจกรรมบวชป่าสืบชะตาต่ออายุแม่น้ำน่าน หรือการบวชเนรมิตภูเขาดูร้อนประจำปี ที่ให้เณรเดินตระเวนไปตามหมู่บ้าน เพื่อไปปลุกจิตสำนึกชาวบ้าน ชักชวนให้ดูแลรักษาป่าและแม่น้ำ จนก่อให้เกิดเป็นเครือข่ายต่าง ๆ ขึ้นมา ในความเป็นจริงแล้ว ชาวบ้านบางกลุ่ม จะรวมตัวกันทำกิจกรรมของตัวเองมานาน แต่ยังไม่เป็นทางการ ดังนั้น จึงเป็นเรื่องไม่ยากเมื่อเชิญชวนเข้าร่วมเป็นเครือข่าย ซึ่งหากหมู่บ้านใดที่มีการอนุรักษ์มาก่อน เช่น บ้านหลวงม่วงป่า เราก็เข้าไปเสริม เข้าไปจัดการช่วยเหลือ ทำให้กลุ่มเครือข่ายเข้มแข็งขึ้น ส่วนกลุ่มใดเป็นกลุ่มใหม่ เราก็ต้องเข้าไป

ปลูกจิตสำนึกชักชวนให้เขาตั้งกลุ่มกันขึ้นมาอนุรักษ์ป่า จัดการดูแลป่าที่อยู่ใกล้บ้าน จัดเขตอนุรักษ์ขึ้นเป็นป่าชุมชน ให้ชาวบ้านดูแลรักษาป่ากันเอง ทางเราก็เป็นคนคอยตั้งกฎระเบียบหมู่บ้านขึ้น ถ้าหมู่บ้านไหนที่อยู่ใกล้แม่น้ำ ก็ชักชวนหมู่บ้านให้ตั้งกลุ่มอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำขึ้น มีการทำเขตแม่น้ำไหลหน้าหมู่บ้านหรือหน้าวัด หน้าโรงเรียน ทำเป็นเขตอุทยานโดยจัดให้มีการประกาศเป็นเขตอนุรักษ์ปลา เหล่านี้เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การเกิดขึ้นของเครือข่ายกลุ่มอักษเมืองน่าน สามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ เครือข่ายที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ ซึ่งเกิดจากความสมัครใจ ความร่วมมือร่วมใจของชาวบ้านเอง และ เครือข่ายที่เกิดขึ้นโดยทางการ คือ การจัดตั้งเครือข่ายโดยสำนักงานสาธารณสุข หรือหน่วยงานราชการอื่น ๆ ซึ่งปัจจุบันเครือข่ายอักษเมืองน่านมีทั้งหมด 14 กลุ่ม ได้แก่ สมาคมพัฒนาไทยพายัพ , โครงการอนุรักษ์พืชพรรณและส่งเสริมการเกษตรผสมผสาน , โครงการน่านสันติสุข, กลุ่มพุทธบุตร-กลุ่มพระธรรมทายาท , กลุ่มอนุรักษ์ป่าชุมชนขุนสมุน-ขุนสะเนียน , กลุ่มอนุรักษ์ป่ากึ่งอำเภอสันติสุข , กลุ่มอนุรักษ์ป่าอำเภอบ้านหลวง , กลุ่มเยาวชนอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น , กลุ่มอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำในลำน้ำน่าน , คณะกรรมการรักษาป่าไม้และต้นน้ำลำธาร ต.ศิลาแลง อ.บัว , กลุ่มอนุรักษ์ป่าบ้านนาตำ ต.ศิลาเพชร อ.บัว , กลุ่มอนุรักษ์ป่าบ้านสบยาว ต.เมืองจ๋อง อ.เมือง , กลุ่มอนุรักษ์ป่าบ้านเมืองหลวง ต.เมืองจ๋อง อ.เมือง และกลุ่มอนุรักษ์ดนตรีพื้นเมืองบ้านหัวนา ต.ท่าข้าว อ.เมือง ซึ่งแต่ละกลุ่มประกอบด้วยหลายเครือข่าย

ดังนั้น กล่าวโดยสรุปจะเห็นว่าการสร้างเครือข่าย เป็นการสื่อสารแนวนอนระหว่างกลุ่มผู้รับสารด้วยกัน ทำให้เกิดการสื่อสาร 2 ทางที่ผู้รับสารและผู้ส่งสารต่างผลัดเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน และสามารถมีปฏิริยาโต้ตอบกันอยู่ตลอดเวลาทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งประดิษฐ์ ประสาททอง (2541) ได้ให้ความคิดเห็นว่า สื่อในโลกนี้ควรเป็นสื่อหลายทาง ไม่ใช่สื่อทางเดียว และควรจะเป็นสื่อที่ไม่ได้ทำเพื่อเข้าของสื่อเท่านั้น แต่ควรจะเป็นสื่อที่ทำเพื่อผู้รับด้วย ควรจะเปิดประโยชน์ร่วมกัน ไม่ใช่เกิดประโยชน์ด้านเดียว มิฉะนั้นก็ไม่ต่างจากการโฆษณาชวนเชื่อ ถือว่าเป็นการมอมเมา การที่มีปฏิริยาโต้ตอบกับชาวบ้านอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะการลงไปรวมผลัดสื่อกับชาวบ้าน ถือว่าเป็นสิ่งที่ดี เพราะเป็นปากเป็นเสียงให้กับชาวบ้านเอง และสามารถนำไปเผยแพร่ระดับวงกว้างในสังคมได้

อย่างไรก็ตามถ้าจะมองถึงทิศทางการไหลของข่าวสาร จะมีการไหลทั้ง 3 ทิศทาง เพราะเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนทัศนะทั้งต่อเรื่องปัญหา ลำดับความสำคัญ และวิธีการแก้ไขปัญหาระหว่างสมาชิกภายในชุมชนเดียวกัน ระหว่างชุมชน หรือระหว่างหมู่บ้านกับหน่วยงานรัฐ ซึ่งหน่วยงานรัฐเองก็จะได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมหรือไขข้อข้องใจต่าง ๆ ให้แก่ประชาชนได้หลังจากที่ได้รับทราบถึงปัญหาที่ประชาชนได้สะท้อนหรือร้องเรียนออกมาให้เห็น

เช่นเดียวกับโครงการร่วมพัฒนาชนบท จังหวัดลำพูน ที่มีการสร้างภาคีให้เกิดขึ้นในชุมชน โดยการใช้สื่อบุคคลทั้ง 2 ลักษณะคือภายในท้องถิ่นและสื่อบุคคลจากภายนอก เพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างชาวบ้าน องค์กร และสถาบันในชุมชน เช่น วัด , สมาคมตำบล เป็นต้น ซึ่งสื่อภายในท้องถิ่น ถือว่าเป็นฐานสำคัญโดยให้เจ้าหน้าที่ไปพูดคุยหรือประสานงานกับชาวบ้าน เพื่อพยายามพัฒนาในเรื่องของการเป็น “ผู้นำ” คือ การพัฒนาผู้นำองค์กรให้เข้มแข็ง เป็นตัวแทนของเจ้าหน้าที่ เพราะประเด็นบางอย่าง ชาวบ้านเข้าใจและทราบรายละเอียดลึกซึ้งกว่าเจ้าหน้าที่ด้วยซ้ำ แต่สิ่งที่ขาดคือการปฏิบัติที่เป็นจริงเท่านั้น ถ้ามีการสนับสนุนให้ผู้นำมีความเข้มแข็ง เป็นการส่งเสริมให้หมู่บ้านเข้มแข็ง นำไปสู่การขยายหมู่บ้านด้วยตัวชาวบ้านเอง ชาวบ้านสามารถทำเองได้ในที่สุด (สุพัฒน์ วงศ์ไชย , สัมภาษณ์ , 19 ตุลาคม 2541)

อย่างไรก็ตามสื่อภายในท้องถิ่นจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีสื่อภายนอกท้องถิ่นเข้ามากระตุ้นทั้งจากบุคคลภายนอกท้องถิ่นหรือสื่อมวลชน ซึ่งได้อาศัยบุคคลภายนอกที่มีความรู้ความสามารถมาให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่ชุมชนด้วยเช่นกัน อาทิ โครงการสื่อภาคสนามของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ที่ได้ส่งเจ้าหน้าที่ขึ้นไปบนเขา ซึ่งเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่นอกจากจะเป็นบุคคลที่จบทางด้านเกษตรเป็นส่วนใหญ่แล้ว ยังมีอาจารย์ และชาวเขาด้วยกันเองที่มีความรู้ความสามารถ ทั้งนี้เพื่อพยายามสร้างช่องทางสื่อให้กับชาวบ้าน หากหมู่บ้านใดมีสื่ออยู่แล้ว เช่น หอกระจายข่าว ทางเจ้าหน้าที่หรือวิทยากรที่มีความรู้เหล่านี้ก็ทำหน้าที่เป็นแค่ผู้ให้การอบรมหรือแนะนำว่าควรจะใช้ประโยชน์จากสื่อที่มีอยู่อย่างไรถึงจะคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด

ตรงจุดนี้ทำให้มองเห็นความสอดคล้องกับทิศทางการไหลข่าวสารโดยมีเรื่องขอบเขตเป็นตัวแบ่ง คือมีทั้งขอบเขตภายในชุมชนและภายนอกชุมชน ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เช่น การสร้างขอชาวเขา ของโครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน ซึ่งได้มีการสร้างสื่อชาวเขา โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวชีวิตของชาวกะเหรี่ยง ในระยะแรกทางเจ้าหน้าที่จะเข้าไปเป็นวิทยากรประจำหมู่บ้านเพื่อให้ความรู้เบื้องต้นในด้านข้อมูลข่าวสารและวิธีการบรรจุเนื้อหาในเรื่องสิ่งแวดล้อมในขอ จากนั้นก็รับสมัครอาสาสมัครหรือช่างขอประจำหมู่บ้าน ในการระดมความคิดและเขียนคำร้องร่วมกัน นั้นหมายความว่า ชาวบ้านใครก็ตามที่มีปัญหาหรืออยากจะเสนอแนะความคิดเห็นหรือทางออกในการแก้ไขปัญหาในด้านต่าง ๆ สามารถมาร่วมกระบวนการเขียนหรือคำร้องขอเพื่อทำการเผยแพร่ได้โดยปราศจากเงื่อนไขใด ๆ คำขอนี้ นอกจากจะเผยแพร่ในชุมชนและระหว่างชุมชนแล้ว ยังนำไปเผยแพร่สู่บุคคลภายนอกโดยการกระจายเสียงทางคลื่นชาวเขา ซึ่งเป็นการเผยแพร่ให้บุคคลภายนอกรู้ว่าชาวบ้านที่นี้กำลังทำอะไร ประสบปัญหาอะไร และดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างไร เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นการแสดงถึงการไหลข่าวสารจากภายนอกเข้ามาสู่ชุมชน , การใช้สื่อเพื่อส่งสารเรื่องราวของชุมชนออกไปยังบุคคลภายนอก และการใช้การสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารภายในชุมชนกันเอง เพื่อยกระดับความตระหนักเกี่ยวกับความต้องการและการแสดงออกซึ่งความเป็นตัวของตัวเองของชุมชนนั่นเอง

นี้

2. สื่อเฉพาะกิจ องค์กรพัฒนาเอกชนได้เลือกใช้สื่อเฉพาะกิจ 3 ประเภทหลักดังต่อไปนี้

ตาราง 3.2 แสดงการใช้สื่อเฉพาะกิจประเภทต่างๆ ขององค์กรพัฒนาเอกชน

	สื่อสิ่งพิมพ์	สื่ออิเล็กทรอนิกส์	สื่อกิจกรรมเสริม
<u>NGO 1</u>			
1. สื่อชาวบ้าน	/	/	/
2. โลกสีเขียว	/	/	/
3. สื่อสร้างสรรค์	-	-	-
4. ศูนย์สื่อ ฯ	/	/	/
5. โลกทัศน์ไทย	/	/	/
<u>NGO 2</u>			
1. สารสนเทศเพื่อการ พัฒนา	-	-	-
2. เผยแพร่ความรู้ทาง การเกษตร	/	/	/
3. อักเมืองน่าน	/	/	/
4. ค.ร.พ. ลำพูน	/	/	/
รวม	7	7	7

ตารางข้างต้นทำให้ทราบว่าองค์กรพัฒนาเอกชนส่วนใหญ่เลือกใช้สื่อเฉพาะกิจทั้ง 3 ประเภทเกือบทุกองค์กร ยกเว้นมูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ เนื่องจากเป็นองค์กรที่เน้นการผลิตสื่อมวลชนเป็นหลัก และ มูลนิธิสารสนเทศเพื่อการพัฒนา เพราะโดยวัตถุประสงค์การดำเนินงานขององค์กรแล้ว เป็นเพียงแค่องค์กรที่เน้นสื่อสารสนเทศหรืออินเทอร์เน็ตเท่านั้น ส่วนรายละเอียดการใช้สื่อเฉพาะกิจแต่ละประเภทสามารถกล่าวรายละเอียดได้ดังนี้

2.1) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ โบปลิว , แผ่นพับ , หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก , โปสเตอร์ และวารสาร องค์กรพัฒนาเอกชนที่ใช้สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ แสดงดังตาราง 3.2.1

ตาราง 3.2.1 แสดงปริมาณการใช้สื่อเฉพาะกิจประเภทสิ่งพิมพ์ขององค์กรพัฒนาเอกชน

	แผ่นพับ	ใบปลิว	โปสเตอร์	หนังสือ เผยแพร่	จุลสาร/ วารสาร
<u>NGO 1</u>					
1.สื่อชาวบ้าน	/	-	/	-	-
2.โลกสีเขียว	/	-	/	/	-
3.สื่อสร้างสรรค์	-	-	-	-	-
4.ศูนย์สื่อ ฯ	/	/	/	/	/
5.โลกทัศน์ไทย	/	/	/	/	-
<u>NGO 2</u>					
1.สารสนเทศ เพื่อการพัฒนา	-	-	-	-	-
2.เผยแพร่ความรู้ ทางการเกษตร	-	-	-	/	-
3.อีกเมืองน่าน	-	-	-	-	/
4.ค.ร.พ.ลำพูน	/	-	/	/	/
รวม	5	2	5	5	3

ตาราง 3.2.1 แสดงให้เห็นว่าปริมาณการใช้สื่อเฉพาะกิจประเภทสิ่งพิมพ์ทั้ง 3 ชนิด คือ แผ่นพับ โปสเตอร์ และหนังสือเผยแพร่ เท่ากัน ทั้งนี้เนื่องจากสื่อเหล่านี้สามารถแสดงเนื้อหาสาระได้ชัดเจน, รูปแบบมีความน่าสนใจ เช่น การใช้สี การจัดหน้า ขนาดตัวอักษร การใช้ภาพที่สื่อความหมายเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายรับสารและสามารถเปิดรับได้ทุกเมื่อเพราะสามารถมองเห็นหรือหยิบอ่านได้ด้วยตนเอง และสื่อเหล่านี้เหมาะสำหรับการผลิตเพื่อแจกเป็นจำนวนมากในการเผยแพร่และประกอบการเรียนการสอนด้วยงบประมาณการผลิตที่ไม่สูงมากนัก อย่างไรก็ตามใบปลิวมีการใช้น้อย เนื่องจากเป็นสื่อเอกสารที่ส่วนมากผลิตขึ้นมาเพื่อใช้ประกอบโปสเตอร์ ดังนั้น หากโปสเตอร์สามารถกระตุ้นความสนใจจากผู้รับสารได้แล้ว และผู้รับสารเกิดความสนใจอยากได้ข้อมูลเพิ่มเติม ส่วนมากจะสอบถามจากเจ้าหน้าที่หรือสื่อบุคคลมากกว่าที่จะติดตามอ่านจากใบปลิว ส่วนสื่อจุลสารหรือวารสาร นิยมใช้กันน้อยเพราะเป็นสื่อที่ต้องใช้ต้นทุนและเวลามาก เนื้อหาข่าวสารมีความล้าช้า และคนจะให้ความสนใจน้อยถ้าหากกลุ่มเป้าหมายไม่ได้มีส่วนร่วมในการผลิตจุลสารหรือวารสารนั้น (สุพัฒน์ วงศ์ไชย , สัมภาษณ์ , 19 ตุลาคม 2541)

2.2) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ เทปบันทึกเสียง,วิดีโอ, ภาพยนตร์ และสไลด์
องค์กรพัฒนาเอกชนที่มีการใช้สื่อประเภทนี้ แสดงดังตาราง 3.2.2

ตาราง 3.2.2 แสดงปริมาณการใช้สื่อเฉพาะกิจประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของ
องค์กรพัฒนาเอกชน

	เทปบันทึกเสียง	วิดีโอ	กล้องถ่ายรูป	สไลด์
<u>NGO 1</u>				
1.สื่อชาวบ้าน	/	/	/	/
2.โลกสีเขียว	/	/	/	/
3.สื่อสร้างสรรค์	-	-	-	-
4.ศูนย์สื่อ ฯ	/	/	/	/
5.โลกทัศน์ไทย	/	/	/	/
<u>NGO 2</u>				
1.สารสนเทศ เพื่อการพัฒนา	-	-	-	-
2.เผยแพร่ความรู้ ทางการเกษตร	-	-	/	-
3.ฮักเมืองน่าน	/	-	/	/
4.ค.ร.พ.ลำพูน	-	/	/	/
รวม	5	5	7	6

จากตารางข้างต้น สื่อเฉพาะกิจประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่องค์กรพัฒนาเอกชนใช้ส่วนใหญ่ ได้แก่ กล้องถ่ายรูป (ภาพนิ่ง) และสไลด์ เพราะสะดวกในการใช้ ต้นทุนอุปกรณ์ไม่สูงมากนัก หากเทียบกับสื่อเทปบันทึกเสียงที่ต้องมีเครื่องบันทึกเสียงและวิดีโอ

2.3) สื่อกิจกรรมเสริม ได้แก่ การจัดโครงการสื่อภาคสนาม ,การออกค่าย , การสาธิต , การศึกษาดูงานนอกสถานที่ ,การณรงค์และการจัดนิทรรศการ , องค์กรพัฒนาเอกชนที่ได้มีสื่อกิจกรรมเสริมแสดงดังตาราง 3.2.3

ตาราง 3.2.3 แสดงปริมาณการใช้สื่อเฉพาะกิจประเภทสื่อกิจกรรมเสริมของ
องค์กรพัฒนาเอกชน

	โครงการ สื่อสนาม	การออก ค่าย	การ สาธิต	การศึกษาดูงาน นอกสถานที่	การรณรงค์	การจัด นิทรรศการ
NGO 1						
1.สื่อชาวบ้าน	/	-	-	-	/	/
2.โลกสีเขียว	-	/	/	-	/	-
3.สื่อสร้างสรรค์	-	-	-	-	-	-
4.ศูนย์สื่อ ฯ	-	-	/	-	/	/
5.โลกทัศน์ไทย	/	/	/	/	/	/
NGO 2						
1.สารสนเทศ เพื่อการพัฒนา	-	-	-	-	-	-
2.เผยแพร่ความรู้ ทางการเกษตร	-	-	-	/	-	-
3.อัครเมืองน่าน	-	/	/	/	-	-
4.ค.ร.พ.ลำพูน	-	-	-	/	/	-
รวม	2	3	4	4	5	3

จากตารางข้างต้น สื่อกิจกรรมเสริมที่องค์กรพัฒนาเอกชนได้นำมาใช้เป็นส่วนใหญ่ คือ โครงการรณรงค์ การสาธิต และการศึกษาดูงานนอกสถานที่ เพราะสามารถสังเกตการณ์และมีส่วนร่วมได้ด้วยตนเอง เป็นการส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการแสดงออกและเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายเห็นปัญหาและสามารถซักถามได้

การออกค่าย จะมีเฉพาะบางองค์กรที่มีกลุ่มเป้าหมายการพัฒนาเป็นนักเรียน นักศึกษา หรือเยาวชน ได้แก่ การออกค่ายยังโซนกรีนแคมป์ของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ที่ให้เยาวชนออกค่ายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมร่วมกัน ค่ายเยาวชนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของกลุ่มอัครเมืองน่านที่มีขึ้นในทุก ๆ เดือน โดยจะมีนักเรียนหรือเยาวชนจากทุกมุมของเมืองน่านหรือจังหวัดใกล้เคียงมาร่วมออกค่ายกัน นอกจากนี้ ทางมูลนิธิโลกสีเขียวยังมีโครงการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์น้ำ โดยให้นักเรียนจากโรงเรียนต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงใหม่มาออกค่ายร่วมกัน

ส่วนโครงการสื่อภาคสนามนั้น จะมี 2 องค์การเท่านั้นที่เลือกใช้ คือ โครงการสื่อเคลื่อนที่ของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ที่มีการนำสื่อเข้าหาชาวบ้าน พยายามให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในสื่อในทุก ๆ ด้าน และโครงการสื่อละครเร่ของโครงการสื่อชาวบ้าน ที่ได้นำสื่อละครไปหาชาวบ้าน และให้ชาวบ้านมาร่วมสร้างและแสดงละคร

3) สื่อมวลชน หมายถึง โทรทัศน์ , วิทยุกระจายเสียง , หนังสือพิมพ์, นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต องค์การพัฒนาเอกชนที่ใช้สื่อมวลชนได้แก่ มูลนิธิสารสนเทศเพื่อการพัฒนา , มูลนิธิโลกสีเขียว , ชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร , มูลนิธิโลกทัศน์ไทย , มูลนิธิสื่อสร้างสรรค์และ มูลนิธิศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา ดังแสดงในตาราง 3.3

ตาราง 3.3 แสดงปริมาณการใช้สื่อมวลชนขององค์การพัฒนาเอกชน

	โทรทัศน์	วิทยุกระจายเสียง	หนังสือพิมพ์	นิตยสาร	อินเทอร์เน็ต
<u>NGO 1</u>					
1. สื่อชาวบ้าน	-	-	-	-	-
2. โลกสีเขียว	-	-	-	/	-
3. สื่อสร้างสรรค์	/	-	-	-	-
4. ศูนย์สื่อ ฯ	/	-	-	-	-
5. โลกทัศน์ไทย	/	/	/	-	/
<u>NGO 2</u>					
1. สารสนเทศเพื่อการพัฒนา	-	-	-	-	/
2. เผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร	-	-	/	-	-
3. อักเมืองน่าน	-	-	-	-	-
4. ค.ร.พ. ลำพูน	-	-	-	-	-
รวม	3	1	2	1	2

จากตารางข้างต้น ทำให้สามารถสรุปได้ว่าองค์การพัฒนาเอกชนมีการใช้สื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์มากที่สุด โดยเฉพาะมูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ ที่มีการผลิตรายการโทรทัศน์มาทั้ง

หมด 6 รายการด้วยกัน ได้แก่ ล่ามภาษามือ (ประกอบรายการข่าวภาคค่ำช่อง 11) , รายการเวทีชาวบ้าน (ช่อง 11) , รายการมองต่างมุม (ช่อง 11),รายการขอคิดด้วยคน (ช่อง 9) , รายการผ่าทางตัน (ช่อง 9) และรายการลานบ้านลานเมือง (ช่อง 9) นอกจากนั้นยังมีมูลนิธิโลกทัศน์ไทยที่ได้ผลิตรายการยังไซน (ช่อง 5) และรายการลูกเกษตร (ช่อง 11 ภาคเหนือ) และมูลนิธิศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา ผลิตรายการเกษตรทางเลือก (ช่อง 11,9)

องค์กรพัฒนาเอกชนที่เลือกใช้หนังสือพิมพ์ชุมชน / ท้องถิ่น ในการพัฒนาความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม มีเพียง 2 องค์กรเท่านั้น คือ ชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร ที่ได้ผลิตหนังสือพิมพ์ชุมชนที่มีชื่อว่า “หนังสือพิมพ์เส้นทางกิจกรรม” ตั้งแต่ปี 2538 เป็นหนังสือพิมพ์รายเดือนที่เสนอข่าวสารข้อมูลทางด้านเกษตร โดยมีกลุ่มเป้าหมายในระยะแรก คือประชาชนในพื้นที่จังหวัดพิจิตร ต่อมาจึงได้ขยายกลุ่มเป้าหมายไปทั่วประเทศในลักษณะการตอบรับสมาชิกในอัตรา 150 บาทต่อปี ปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมด 2,100 คน ส่วนมูลนิธิโลกทัศน์ไทยก็ได้มีการผลิตหนังสือพิมพ์กำแพง ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ชุมชนที่ติดตามผั่งกำแพงในหมู่บ้าน เสนอข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรและสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลข่าวสารที่หมุนเวียนจากรายการโทรทัศน์ วิทยุ และอินเตอร์เน็ต

สื่ออินเตอร์เน็ต มีเพียง 2 องค์กรที่นำมาใช้ ก็คือ มูลนิธิสารสนเทศเพื่อการพัฒนา ซึ่งจะมีการใช้สื่ออินเตอร์เน็ตในระบบที่มีชื่อว่า Bulletin Board System สำหรับการแลกเปลี่ยนข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรพัฒนาเอกชน และ มูลนิธิโลกทัศน์ไทยที่มีเว็บไซต์ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีชื่อว่า youngzone.com ซึ่งเนื้อหาที่บรรจุลงไปส่วนหนึ่งมาจากรายการโทรทัศน์และวิทยุยังไซน และหนังสือพิมพ์กำแพงดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

สื่อวิทยุกระจายเสียงมีเพียงองค์กรเดียวที่ผลิต คือ มูลนิธิโลกทัศน์ไทย ที่ได้ผลิตรายการวิทยุยังไซน รายการที่พูดคุยและเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม มีกลุ่มเป้าหมายคือผู้ฟังพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และพื้นที่ใกล้เคียงที่สามารถรับสัญญาณได้ (8 จังหวัดภาคเหนือ) ออกอากาศทางคลื่น เอฟ.เอ็ม 101.5 เมกะเฮิร์ตคงทัพภาคที่ 3 ส่วนหน้า ทุกเช้าวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 8.00-12.00 น.(เสาร์) และ 8.30-12.00 น. (อาทิตย์) และตอนนี้กำลังจะมีการขยายไปที่ เอฟ.เอ็ม 93 เมกะเฮิร์ต ออกอากาศเย็นวันจันทร์-ศุกร์ วันละ 1 ชั่วโมง นอกจากนั้นยังมีรายการวิทยุ “เกษตรก่อนแจ้ง” หรือ “เกษตรใกล้รุ่ง” เป็นรายการที่จัดสดเวลา 05.00-06.00 น. ทางเอฟ.เอ็ม 93 เมกะเฮิร์ตซึ่งเป็นรายการที่เสนอเรื่องราวและรายงานเกี่ยวกับราคาสินค้าการเกษตรจากตลาดเมืองใหม่ นอกจากนั้นยังได้มีการพูดคุยเกี่ยวกับปัญหาการเกษตรโดยให้ผู้ชมทางบ้านโทรศัพท์เข้ามาปรึกษาปัญหาด้านการเกษตรกับนักวิชาการ ขณะนี้กำลังเตรียมผลิตรายการวิทยุที่มีชื่อว่า “ร่วมมองท้องถิ่น” ซึ่งเป็นรายการวิทยุที่พูดคุยเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น อาทิ เรื่ององค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.), ขยะ ,น้ำปิ้ง โดยเป็นรายการที่เปิดโอกาสให้

ผู้ชมเข้ามาร่วมพูดคุยในรายการ อาจจะมีองค์กรพัฒนาเอกชนมาร่วมสนทนาพร้อมกับเทปบันทึกเสียงสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพัฒนาในพื้นที่เพื่อนำมาประกอบการสนทนาด้วย

สื่อนิตยสารมีแต่เพียงมูลนิธิโลกสีเขียวเท่านั้น โดยการผลิตนิตยสารที่มีชื่อว่า “โลกสีเขียว” ตั้งแต่ปีพ.ศ.2533 นิตยสารโลกสีเขียวเป็นนิตยสารราย 2 เดือน จุดเด่นของนิตยสารนี้คือการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ลึกกว่า โดยเฉพาะคนที่ไม่ได้ติดตามข่าวสารในเรื่องที่เกิดขึ้นมาแล้ว บางเรื่องได้เกิดขึ้นมาร่วม 10 ปี แต่ไม่สามารถติดตามข้อมูลเบื้องต้นว่าเป็นอย่างไรก็สามารถอ่านได้จากนิตยสารนี้ ทั้งนี้เนื่องจาก ทางมูลนิธิโลกสีเขียวได้มีห้องสมุดหรือศูนย์ข่าวที่เก็บข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในอดีตและปัจจุบันไว้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ถือได้ว่านิตยสารโลกสีเขียวนี้ เป็นนิตยสารสิ่งแวดล้อมเพียงฉบับเดียวของประเทศไทยในขณะนี้

4) สื่อประเพณี องค์กรพัฒนาเอกชนมีการใช้สื่อประเพณีในลักษณะช่องทางการสื่อสาร 3 ลักษณะคือ คือ การละเล่นพื้นเมือง , ดนตรีพื้นเมือง และประเพณีส่งเสริมการอนุรักษ์ ได้แก่ กลุ่มฮักเมืองน่านและโครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน ดังผลสรุปในตารางที่ 3.4

ตาราง 3.4 แสดงปริมาณการใช้สื่อประเพณีขององค์กรพัฒนาเอกชน

	การละเล่นพื้นเมือง	ดนตรีพื้นเมือง	ประเพณีส่งเสริมการอนุรักษ์ (การบวชป่า , ผ้าป่าต้นไม้ , สืบชะตาแม่น้ำ ฯลฯ)
<u>NGO 1</u>			
1.สื่อชาวบ้าน	-	-	-
2.โลกสีเขียว	-	-	-
3.สื่อสร้างสรรค์	-	-	-
4.ศูนย์สื่อ ฯ	-	-	-
5.โลกทัศน์ไทย	/	/	-
<u>NGO 2</u>			
1.สารสนเทศเพื่อการพัฒนา	-	-	-
2.เผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร	-	-	-
3.ฮักเมืองน่าน	/	/	/
4.ค.ร.พ.ลำพูน	/	/	/
รวม	3	3	2

ตาราง 3.4 แสดงให้เห็นว่า องค์กรพัฒนาเอกชนที่มีการใช้สื่อประเพณีเพียง 3 องค์กร คือ มูลนิธิโลกทัศน์ไทย กลุ่มฮักเมืองน่าน และ โครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน ซึ่งมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ได้มีการใช้สื่อประเพณีในรูปแบบของการละเล่นพื้นเมืองและดนตรีพื้นเมือง (สะล้อซอซึง , ครูเพลง) ในโครงการสื่อเคลื่อนที่ ซึ่งเป็นโครงการการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่สูงอย่างมีส่วนร่วม โดยการใช้และผลิตสื่อประสมร่วมกับชุมชน เพื่อกระตุ้นให้ชาวบ้านเกิดความสนใจ เข้าใจ และเพิ่มพูนศักยภาพในการพัฒนาชุมชนด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงมีการใช้สื่อประเพณี เพราะเป็นสื่อที่มีพลังในการกระตุ้นให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการสร้าง และสามารถทำให้ชาวบ้านได้เล็งเห็นความสำคัญของสื่อและการใช้ประโยชน์จากช่องทางสื่อได้ (ไชยา อิศวพิศาลบุลย์ , สัมภาษณ์ , 30 ตุลาคม 2541)

การใช้สื่อประเพณีของกลุ่มฮักเมืองน่าน จะมีทั้ง 3 ลักษณะคือ การให้เครือข่ายเยาวชนเครือข่ายกลุ่มเกษตรทางเลือก และเครือข่ายองค์กรชาวบ้าน มาร่วมแสดงการละเล่นพื้นเมืองหรือดนตรีพื้นเมืองในการบวชป่า การถวายทานผ้าป่าต้นไม้ และการทำพิธีสืบชะตาต่ออายุให้กับแม่น้ำลำธาร ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ชาวบ้านร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การใช้สื่อประเพณีแบบนี้จะมีลักษณะเช่นเดียวกับการใช้สื่อประเพณีของโครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน ที่ได้มีการใช้สื่อประเพณีในลักษณะการละเล่นพื้นเมืองและดนตรีพื้นเมือง โดยจะมีนักข่าวซอซึ่งเป็นศิลปินพื้นบ้านที่มาร่วมแสดงสื่อเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อม ประกอบกับการจัดเวทีประกวดการละเล่นพื้นเมืองในเนื้อหาเรื่องสิ่งแวดล้อมเช่นกัน เช่น เรื่องการเดินป่า เพื่อแสดงและให้ข้อมูลว่าตอนนี้โครงการมีกิจกรรมอะไรบ้างเกี่ยวกับเรื่องการรักษาป่า เป็นต้น โดยสื่อประเพณีทั้ง 2 ลักษณะนี้ มักจะจัดแสดงในประเพณีส่งเสริมการอนุรักษ์ประจำฤดูกาลต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ การบวชสามเณรภาคฤดูร้อน , การบวชป่า , ผ้าป่าต้นไม้ , การเลี้ยงผีขุนน้ำหรือขุนห้วย และการสืบชะตาแม่น้ำขุนน้ำลี้

ปัจจัยการเลือกสื่อขององค์กรพัฒนาเอกชน

ในการเลือกสื่อประเภทใดก็ตามนั้น องค์กรพัฒนาเอกชนได้คำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางเลือกสื่อในด้านต่าง ๆ ดังแสดงในตารางที่ 4

ตาราง 4 แสดงปัจจัยการเลือกสื่อในด้านต่าง ๆ ขององค์กรพัฒนาเอกชน

	ปัจจัยด้าน องค์กร	ปัจจัยด้านสาร	ปัจจัยด้านสื่อ	ปัจจัยด้าน ผู้รับสาร
<u>NGO 1</u>				
1.สื่อชาวบ้าน	/	/	/	/
2.โลกสีเขียว	/	/	/	/
3.สื่อสร้างสรรค์	/	/	/	/
4.ศูนย์สื่อฯ	/	/	/	/
5.โลกทัศน์ไทย	/	/	/	/
<u>NGO 2</u>				
1.สารสนเทศ เพื่อการพัฒนา	/	-	/	-
2.เผยแพร่ความ รู้ทางการเกษตร	/	/	-	/
3.อีกเมืองน่าน	/	/	/	/
4.ค.ร.พ.ลำพูน	/	/	/	/
รวม	9	8	8	8

เพื่อตอบคำถามถึงปัจจัยในการเลือกใช้สื่อขององค์กรพัฒนาเอกชน จากตารางที่ 4 ทำให้มองเห็นว่าองค์กรพัฒนาเอกชนจะมีการเลือกใช้สื่อประเภทใดบ้างนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านองค์กร ด้านสาร ด้านสื่อ และด้านผู้รับสาร เกือบทุกองค์กรได้คำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ ยกเว้นมูลนิธิสารสนเทศเพื่อการพัฒนาที่เลือกสื่อโดยไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยด้านเนื้อหาและผู้รับสาร เนื่องจากมูลนิธิสารสนเทศเพื่อการพัฒนาไม่ใช่องค์กรที่ผลิตสื่อเป็นเพียงองค์กรส่วนกลางที่ทำให้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างองค์กรพัฒนาเอกชนดังนั้นจึงไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยด้านสื่อและผู้รับสารมากนัก อย่างไรก็ตาม สามารถสรุปรายละเอียดถึงปัจจัยการเลือกสื่อขององค์กรพัฒนาเอกชนในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ก.ปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อ ได้แก่ ประเภทขององค์กรพัฒนาเอกชน , ความสอดคล้องกับนโยบายหรือแนวคิดการพัฒนา , ความถนัดหรือความชอบขององค์กร, โครงการพัฒนาหรือแหล่งเงินทุน และความพร้อมขององค์กรในด้านเงินทุนและบุคลากร ปัจจัยด้านองค์กรนี้ เป็นปัจจัยที่องค์กรพัฒนาเอกชนคำนึงถึงมากที่สุด ซึ่งเหตุผลและรายละเอียดปัจจัยด้านนี้ สามารถสรุปดังตาราง 4.1

ตาราง 4.1 แสดงปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อขององค์กรพัฒนาเอกชน

	ประเภทของ องค์กร	ความสอดคล้องกับ นโยบาย / แนวคิดการ พัฒนา	ความถนัด / ความชอบ ขององค์กร	โครงการ พัฒนา / แหล่งเงินทุน	ความพร้อม ขององค์กรใน ด้านเงินทุน และบุคลากร
<u>NGO 1</u>					
1.สื่อชาวบ้าน	-	/	/	/	-
2.โลกสีเขียว	/	/	-	-	-
3.สื่อสร้าง สรรค์	-	/	/	-	-
4.ศูนย์สื่อ ฯ	/	/	-	/	-
5.โลกทัศน์ ไทย	-	/	-	/	/
<u>NGO 2</u>					
1.สารสนเทศ เพื่อการพัฒนา	-	-	/	-	-
2.เผยแพร่ ความรู้ทางการ เกษตร	-	-	/	-	/
3.ฮักเมืองน่าน	-	/	/	-	-
4.ค.ร.พ.ลำพูน	-	/	-	/	/
รวม	2	7	5	4	3

จากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นว่า องค์กรพัฒนาเอกชนไทยถือนโยบายเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ดังนั้นการที่จะเลือกใช้สื่อประเภทใดนั้น ขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กรนั้น ๆ รองลงมาคือความถนัดหรือความชอบ ที่กำหนดมาจากตัวองค์กรเป็นหลัก ส่วนปัจจัยด้านความพร้อมขององค์กรในด้านเงินทุนและบุคลากร ไม่ค่อยมีผลต่อการเลือกใช้สื่อเพราะองค์กรพัฒนาเอกชนมีความพร้อมอยู่แล้ว ในที่นี้เพื่อให้มองเห็นถึงรายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์กรที่มีผลต่อการเลือกใช้สื่อ ผู้วิจัยจะขอก้าวแต่ละปัจจัยย่อยดังต่อไปนี้

1) ประเภทขององค์กรพัฒนาเอกชน การจำแนกประเภทขององค์กรพัฒนาเอกชนว่าเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนที่เน้นผลิตสื่อโดยตรงหรือไม่ได้ผลิตสื่อโดยตรง แต่มีการใช้สื่อเพื่อประกอบกิจกรรมการพัฒนาเท่านั้น จากตารางข้างต้น ทำให้พบว่าประเภทขององค์กรพัฒนาเอกชนไม่ได้มีผลต่อการเลือกใช้สื่อเลย โดยอิงเหตุผลจากตาราง 3 ที่ได้แสดงการเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ขององค์กรพัฒนาเอกชนทั้ง 2 ประเภทดังที่กล่าวมาแล้ว จะแสดงให้เห็นว่าองค์กรพัฒนาเอกชนประเภทที่ 1 (ผลิตสื่อโดยตรง) มีการเลือกใช้สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชนในอัตราส่วนเท่ากัน และมีเพียงองค์กรเดียวที่เลือกใช้สื่อประเพณี คือ มูลนิธิโลกทัศน์ไทย ในขณะที่องค์กรพัฒนาเอกชนประเภทที่ 2 (ไม่ได้ผลิตสื่อโดยตรง) มีการเลือกใช้สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมากกว่าสื่อมวลชน และมีองค์กรที่เลือกใช้สื่อประเพณี 2 องค์กร คือ กลุ่มอักษเมืองน่าน และโครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน อย่างไรก็ตาม มีเพียง 2 องค์กรเท่านั้น ที่คำนึงถึงประเภทขององค์กรพัฒนาเอกชนว่าเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนประเภทที่ 1 หรือ ประเภทที่ 2 ในการเลือกใช้สื่อ คือ มูลนิธิโลกสีเขียวและศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนาด้วยเหตุผลที่ว่า มูลนิธิโลกสีเขียวเป็นองค์กรที่ผลิตสื่อเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะ ดังนั้นการกำหนดประเภทสื่อที่ใช้ ต้องคำนึงถึงว่าสื่อ นั้นได้ทำให้องค์กรเป็นที่รู้จักหรือสร้างภาพลักษณ์ว่าเป็นองค์กรที่ผลิตสื่อเพื่อสิ่งแวดล้อมหรือไม่ (เดือนเพ็ญ ลิ้มศรีตระกูล , สัมภาษณ์ , 26 ตุลาคม 2541) ในขณะที่เดียวกันศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา มีการใช้สื่อประกอบโครงการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะโครงการกระดาษเพื่อต้นไม้ โดยการเลือกสื่อที่ใช้ขึ้นอยู่กับว่าสื่อ นั้น ๆ นอกจากจะทำให้โครงการนั้นบรรลุผลตามวัตถุประสงค์แล้ว สื่อ นั้นจะต้องส่งเสริมให้องค์กรเป็นที่รู้จักว่าเป็นสื่อของมูลนิธิศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา (คมสัน หุตะแพทย์ , สัมภาษณ์ , 21 ตุลาคม 2541)

2) ความสอดคล้องกับนโยบายหรือแนวคิดการพัฒนาขององค์กร จากตาราง 4.1 จะเห็นว่าความสอดคล้องกับนโยบายหรือแนวคิดการพัฒนาขององค์กรนี้ เป็นปัจจัยด้านองค์กรที่องค์กรพัฒนาเอกชนคำนึงถึงมากที่สุด กล่าวคือ องค์กรพัฒนาเอกชนได้กำหนดประเภทสื่อที่ใช้ตามหลักแนวคิดการทำงาน ได้แก่ แนวคิดการพัฒนาแนววัฒนธรรม ชุมชน ของโครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน ซึ่งเชื่อว่าชุมชนสามารถมีศักยภาพพัฒนาชุมชนได้ด้วยตนเอง เพื่อให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ในที่สุด โดยมีการสร้างภาคร่วมกันระหว่างองค์กรพัฒนาเอกชน ชาวบ้าน องค์กร/หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันในชุมชน เช่น วัด สมาคมตำบล เป็นต้น ทำให้การกำหนดสื่อที่ใช้เป็นสื่อ

ประเพณีเป็นหลัก เช่น การขอ การบวชป่า ผ้าป่าต้นไม้ ฯลฯ เพราะสื่อประเพณีเป็นสื่อที่ถ่ายทอดเรื่องของชุมชน การนำเสนอมีพื้นฐานมาจากความจริง และสร้างความเข้าใจให้กับชาวบ้านได้ง่าย ส่งผลให้ชาวบ้านอยากเข้าร่วมในการผลิตสื่อและเกิดความรู้สึกว่าตนคือเจ้าของสื่อ จนคิดว่างานด้านการผลิตสื่อเป็นเรื่องของตนเอง (สุพัฒน์ วงศ์ไชย , สัมภาษณ์ , 19 ตุลาคม 2541)

นอกจากนั้นยังมีมูลนิธิโลกสีเขียวและมูลนิธิศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา ที่ได้เลือกสื่อเพราะแนวคิดการพัฒนาความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ,แนวคิดการพัฒนาชุมชนแบบจุลภาค ของโครงการสื่อชาวบ้าน , แนวคิดการพัฒนาชนบท ของมูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ , แนวคิดการสร้างเครือข่ายของชุมชนของกลุ่มอัครเมืองน่าน และแนวคิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ซึ่งส่งผลต่อการเลือกสื่อโดยเฉพาะโครงการสื่อเคลื่อนที่ ที่มีวัตถุประสงค์ให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการสร้างสื่อเช่นเดียวกัน

3) ความถนัดและความชอบขององค์กรผู้ผลิต องค์กรพัฒนาเอกชนบางองค์กรได้มีการกำหนดเลือกสื่อที่ใช้ตามความถนัดของผู้อำนวยการ / เจ้าขององค์กร อาทิ มูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ เลือกใช้สื่อมวลชน เพราะความถนัดของอาจารย์เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง ที่มีความรู้และประสบการณ์ในการผลิตรายการโทรทัศน์มานาน, โครงการสื่อชาวบ้าน เลือกใช้สื่อละคร เพราะความชอบและรักการทำงานด้านละครของคุณประดิษฐ์ ประสาททอง ผู้อำนวยการโครงการสื่อชาวบ้าน , ชมรมความรู้ทางการเกษตรได้เลือกใช้สื่อหนังสือพิมพ์เส้นทางกิจกรรมเพราะความถนัดและความชอบของผู้อำนวยการโครงการคือคุณทวีศักดิ์ ชัยเรืองยศ , มูลนิธิสารสนเทศเพื่อการพัฒนา เลือกใช้สื่อคอมพิวเตอร์ในการให้องค์กรพัฒนาเอกชนแลกเปลี่ยนข่าวสารกิจกรรมระหว่างกัน เพราะ คุณธงชัย เจ็ดอำไพ มีความรู้ และความถนัดในคอมพิวเตอร์และการสื่อสารระหว่างประเทศ และกลุ่มอัครเมืองน่าน มีการเลือกใช้สื่อประเพณีเพราะท่านพระครูพิทักษ์นันทคุณ ประธานกลุ่มอัครเมืองน่าน มีการปรับหลักสูตรศาสนาตามที่ท่านถนัดมาใช้ในการกำหนดประเภทสื่อประเพณี เป็นต้น อย่างไรก็ตาม จากตาราง 4.1 จะเห็นว่าปัจจัยข้อนี้มีอิทธิพลในการกำหนดประเภทสื่อที่ใช้มากเช่นเดียวกัน

4) เลือกสื่อตามโครงการการพัฒนาชุมชน / แหล่งเงินทุน กล่าวคือ ขึ้นอยู่กับลักษณะโครงการพัฒนาที่องค์กรพัฒนาเอกชนได้รับมา หรือ ตามที่แหล่งเงินทุนได้กำหนด อาทิ มูลนิธิโลกทัศน์ไทยได้เสนอโครงการสื่อเพื่อสิ่งแวดล้อมให้กับองค์กรเพื่อสิ่งแวดล้อมประเทศเดนมาร์ก ที่มีชื่อว่า DANCED ภายใต้ชื่อโครงการพัฒนาหลักว่า Young Green Media ซึ่งเป็นโครงการพัฒนาความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อมวลชน ดังนั้น เมื่อผ่านการพิจารณา มูลนิธิโลกทัศน์ไทย จึงได้กำหนดสื่อออกมาเพื่อพัฒนาความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย โดยเฉพาะพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และ 8 จังหวัดภาคเหนือ ออกมาเป็น 3 สื่อคือ สื่อโทรทัศน์ได้แก่ รายการยัง

โซน ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 , วิทยุได้แก่ รายการยังโซนเรดิโอ ออกอากาศ FM 101.5 MHz และ อินเทอร์เน็ต ได้แก่ เว็บไซต์ที่มีชื่อว่า youngzone.com

นอกจากนี้องค์กรพัฒนาเอกชนที่กำหนดประเภทสื่อที่ใช้ตามปัจจัยโครงการพัฒนา หรือแหล่งเงินทุน ได้แก่ โครงการสื่อชาวบ้าน ซึ่งหากได้รับแหล่งเงินทุนจากองค์กรต่างประเทศ อาทิ สถานทูตแคนาดา ออสเตรเลีย ฯลฯ มาก ก็จะทำให้ผลิตสื่ออื่น ๆ นอกจากสื่อละคร เพื่อ ประกอบโครงการรณรงค์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการณ์อนุมัติข้อเสนอของโครงการและแหล่งเงินทุนที่ได้รับ , มูลนิธิศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา และ โครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน ซึ่งได้แหล่งเงินทุน จากองค์กรไทยและต่างประเทศ

5) ความพร้อมขององค์กรผู้ผลิตในด้านเงินทุนและบุคลากร องค์กรพัฒนาเอกชนใดที่มีเงินทุนและบุคลากรมาก ก็จะสามารถเลือกใช้สื่อได้หลากหลายประเภทกว่าองค์กรพัฒนาเอกชนที่มีเงินทุนและบุคลากรน้อย อาทิ มูลนิธิโลกทัศน์ไทย ซึ่งเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนขนาดใหญ่ มีการผลิตสื่อเกือบทุกประเภททั้งสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล และสื่อประเพณี เนื่องจากการสนับสนุนเงินทุนจากแหล่งเงินทุนต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ส่วนโครงการสื่อชาวบ้าน , ชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร และโครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน ไม่สามารถเลือกสื่อหลากหลายประเภทได้ เนื่องจากข้อจำกัดด้านเงินทุนและบุคลากร จึงเลือกเฉพาะสื่อระดับย่อย เรียบง่าย ราคาถูก ต้นทุนต่ำ และเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ ละครเร่ สื่อประเพณี และสื่อเฉพาะกิจอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม แม้จะเลือกใช้สื่อมวลชน แต่ก็จะสามารถเลือกได้เพียงประเภทเดียวเท่านั้น อาทิ ชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตรมีการผลิตสื่อมวลชน คือ หนังสือพิมพ์ เส้นทางกสิกรรม

ข.ปัจจัยการเลือกสื่อในด้านเนื้อหาสาร ได้แก่ ความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของสื่อ และ วิธีการนำเสนอ

ตาราง 4.2 แสดงปัจจัยการเลือกสื่อด้านเนื้อหาสารขององค์กรพัฒนาเอกชน

	ความเกี่ยวข้องกับ เนื้อหาของสื่อ	วิธีการนำเสนอ
<u>NGO 1</u>		
1. สื่อชาวบ้าน	/	/
2. โลกสีเขียว	/	/
3. สื่อสร้างสรรค์	/	/
4. ศูนย์สื่อ ฯ	/	/
5. โลกทัศน์ไทย	/	/
<u>NGO 2</u>		
1. สารสนเทศเพื่อการพัฒนา	-	-
2. เผยแพร่ความรู้ทางการ เกษตร	/	/
3. อักเมืองน่าน	/	/
4. ค.ร.พ. ลำพูน	/	/
รวม	8	8

จากตาราง 4.2 แสดงให้เห็นว่าองค์กรพัฒนาเอกชนเกือบทุกองค์กร ได้มีกำหนดเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ตามปัจจัยด้านเนื้อหาสาร ได้แก่ ความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของสื่อและวิธีการนำเสนออย่างเท่าเทียมกัน ยกเว้น มูลนิธิสารสนเทศเพื่อการพัฒนา ที่เลือกสื่อคอมพิวเตอร์ โดยไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยด้านเนื้อหาสาร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของสื่อ คือ เนื้อหาของสื่อควรเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์และชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน องค์กรพัฒนาเอกชนทั้ง 8 องค์กรได้มีการเลือกใช้สื่อที่สามารถเสนอเนื้อหาเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่เป็นเรื่องใกล้ตัวของชุมชนหรือกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอาจเป็นลักษณะปัญหาหรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นและสะท้อนชีวิตความเป็นอยู่ของกลุ่มเป้าหมายได้ ยกตัวอย่างเช่น นิตยสารโลกสีเขียวของมูลนิธิโลกสีเขียว ได้เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นใกล้ตัวของคนชุมชนเมืองในเรื่อง “ขบวนการล้างสมองห้องเรียนนิวเคลียร์” เพราะกำลังมีการต่อต้านเรื่องการก่อสร้างศูนย์วิจัยนิวเคลียร์ ที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในขณะที่เดียวกันก็ได้เสนอเรื่องวัฒนธรรมชุมชนในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของคนในชนบทด้วย , ชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตรได้เลือกทำสื่อหนังสือพิมพ์เส้นทางกสิกรรม เพราะคำนึงว่าสื่อที่

จะผลิตออกมา นั้น จะต้องเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของชุมชนในด้านการเกษตร , โครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน จังหวัดลำพูน ได้เลือกทำวารสารคำขอ เพราะวารสารนี้ สามารถสะท้อนความเป็นจริงเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะเรื่องป่าไม้ และสามารถเสนอแนะทางออกในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยการถ่ายทอดประสบการณ์ของนักเขียนในชุมชน ออกมาเป็นภาษาพื้นเมือง เป็นต้น

2) วิธีการนำเสนอ วิธีการนำเสนอเนื้อหาที่มีผลต่อการเลือกสื่อ คือองค์กรพัฒนา เอกชนทั้ง 8 องค์กร นอกจากจะมีการเลือกสื่อที่สามารถนำเสนอเรื่องราวที่เป็นเรื่องใกล้ตัวผู้รับสารหรือสามารถสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนแล้ว สื่อนั้นจะต้องมีส่วนกระตุ้น กระตุ้นให้ผู้รับสารช่วยกันคิดแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วย ซึ่งสิ่งที่สำคัญวิธีการแก้ไขปัญหาดังกล่าวจะต้องมาจากทัศนะของผู้รับสารเป้าหมายเอง ส่งผลให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมในการ กำหนดเนื้อหาการนำเสนอในครั้งต่อไปด้วยเช่นกัน วิธีการเสนอทัศนะหรือความคิดเห็นของผู้รับสารมีหลายลักษณะ อาทิ

- การเขียนจดหมายหรือโทรศัพท์เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นต่อปัญหาที่เกิดขึ้นพร้อมกับการเสนอแนะวิธีการแก้ไขปัญหา อาทิ นิตยสารโลกสีเขียว , รายการวิทยุและโทรทัศน์ของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย , หนังสือพิมพ์เส้นทางกิจกรรมของชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร เป็นต้น

- การตั้งกระทู้ถามและเสนอแนะการแก้ไขปัญหาสด ๆ ได้แก่ รายการโทรทัศน์ของมูลนิธิสื่อสร้างสรรค์

- การร้องทุกข์รายบุคคลในการประชุม อบรม หรือสัมมนา เช่น โครงการอบรมของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ,โครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน และ กลุ่มฮักเมืองน่าน เป็นต้น

- การร่วมแสดงความคิดเห็นในกิจกรรมเสริมที่องค์กรได้จัดทำขึ้น เช่น การออกค่ายเยาวชนของกลุ่มฮักเมืองน่าน เป็นการกระตุ้นให้เยาวชนมองเห็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น พร้อมกับการร่วมมือกันแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยมีวิทยากร นักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้ในเรื่องนั้น ๆ , สื่อประเพณีของโครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน เช่น การบวชป่า ผ่าป่าต้นไม้ การบวชสามเณรภาคฤดูร้อน ฯลฯ ที่ได้มีการแจกแผ่นพับเรื่องการอนุรักษ์ป่าไม้และแม่น้ำในงาน และกระตุ้นให้ชาวบ้านร่วมมือกันแก้ไขโดยการเชิญวิทยากร พระหรือสามเณรมา กล่าวถึงผลกระทบที่ติดตามมาหากไม่ร่วมมือกันรักษาเสียแต่วันนี้ เป็นต้น

ค.ปัจจัยการเลือกสื่อที่มาจากลักษณะเฉพาะตัว ได้แก่ ระดับความยาก-ง่ายของสื่อ , บทบาทของสื่อ ความน่าสนใจของสื่อ และเลือกสื่อที่มีอยู่ในชุมชน ซึ่งองค์กรพัฒนาเอกชนที่ได้คำนึงถึงปัจจัยการเลือกสื่อในด้านสื่อนี้ แสดงดังตาราง 4.3

ตาราง 4.3 แสดงปัจจัยการเลือกสื่อในด้านสื่อขององค์กรพัฒนาเอกชน

	ระดับความยาก- ง่ายของสื่อ	บทบาทของสื่อ	ความน่าสนใจ ของสื่อ	สื่อที่มีอยู่ใน ชุมชน
<u>NGO 1</u>				
1.สื่อชาวบ้าน	/	/	/	-
2.โลกสีเขียว	-	-	/	-
3.สื่อสร้างสรรค์	/	-	-	-
4.ศูนย์สื่อฯ	/	/	/	/
5.โลกทัศน์ไทย	/	/	/	/
<u>NGO 2</u>	-	/	-	-
1.สารสนเทศ เพื่อการพัฒนา	-	-	/	-
2.เผยแพร่ความ รู้ทางการเกษตร				
3.ฮักเมืองน่าน	/	/	-	/
4.ค.ร.พ.ลำพูน	/	/	-	/
รวม	6	6	5	4

จากตาราง 4.3 ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการเลือกสื่อในด้านสื่อที่องค์กรพัฒนาเอกชนคำนึงถึงมากที่สุด ได้แก่ ระดับความยากง่ายของสื่อและบทบาทของสื่อ ส่วนความน่าสนใจของสื่อและการเลือกสื่อที่มีอยู่ในชุมชน เป็นปัจจัยที่องค์กรพัฒนาเอกชนคำนึงรองลงมา

1) ระดับความยาก-ง่ายของสื่อ คือ การเลือกใช้สื่อต้องเหมาะสมกับระดับและความสามารถในการรับสารของชาวบ้าน องค์กรพัฒนาเอกชนได้คำนึงถึงปัจจัยข้อนี้มากที่สุดในการเลือกสื่อ เพราะการใช้สื่อจะมีประสิทธิภาพได้ก็ต่อเมื่อสื่อ่นั้นสามารถสร้างความรู้ ความเข้าใจ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้ตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารได้ ดังนั้นองค์กรพัฒนาเอกชนจึงได้มีคำแนะนำบางประการสำหรับการเลือกสื่อประเภทต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- ถ้ากลุ่มเป้าหมายไม่สามารถอ่านออกเขียนได้ ให้หลีกเลี่ยงสื่อสิ่งพิมพ์ ควรใช้สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจประเภทอิเล็กทรอนิกส์ สื่อละคร หรือสื่อประเพณีแทน

- ถ้ากลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชน หรือนักเรียน นักศึกษา ควรเลือกใช้สื่อที่เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ เพราะจะทำให้กลุ่มเป้าหมายนั้นสนใจสื่อ และ เข้าใจในเนื้อหาสื่อ นั้น ๆ เช่น จุลสารหน่อไม้ ของกลุ่มอัมเมืองน่าน , การออกค่าย

เยาวชนของมูลนิธิโลกทัศน์ไทยและกลุ่มอัมเมืองน่าน,การละเล่นหรือดนตรีพื้นเมือง ซึ่งเป็นสื่อที่มีอยู่ในชุมชนอยู่แล้ว เมื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนมาร่วมแสดงในสื่อประเพณีเหล่านี้ จะทำให้กลุ่มเป้าหมายที่กลุ่มอายุใกล้เคียงกันให้ความสนใจได้ (พระครูพิทักษ์นันทคุณ , สัมภาษณ์ , 29 ตุลาคม 2541)

-ถ้ากลุ่มเป้าหมายเป็นผู้นำความคิดเห็นหรือกลุ่มผู้มีความรู้ในชุมชน หากต้องการกระตุ้นให้มีส่วนร่วมต่อการแก้ไขปัญหา ควรนำเสนอโดยมีนักวิชาการและกลุ่มชาวบ้านให้ความรู้ร่วมกัน เพราะนักวิชาการสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวได้ (เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง , สัมภาษณ์ , 3 พฤศจิกายน 2541)

-ถ้ากลุ่มเป้าหมายต้องปฏิบัติภารกิจในช่วงฤดูกาลต่าง ๆ แล้ว ให้เลือกใช้สื่อประเพณีในช่วงหลังเทศกาลต่าง ๆ อาทิ การละเล่นพื้นเมืองหรือดนตรีพื้นเมืองในหลังฤดูกาลเก็บเกี่ยว เป็นต้น

2) บทบาทของสื่อ คือ สื่อนั้นจะต้องมีส่วนช่วยผลักดันให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิด ประสบการณ์ และมีการทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง องค์กรพัฒนาได้คำนึงถึงปัจจัยข้อนี้มากที่สุดเช่นเดียวกับปัจจัยระดับความยาก-ง่ายของสื่อ อาทิ โครงการกระดาษเพื่อต้นไม้และการอบรมการใช้สื่อให้กับองค์กรพัฒนาเอกชนของมูลนิธิศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา , โครงการสื่อเคลื่อนที่และการออกค่ายเยาวชนของมูลนิธิโลกทัศน์ไทย,การเข้าเว็บไซต์แลกเปลี่ยนข่าวสารกิจกรรมระหว่างองค์กรพัฒนาเอกชนของมูลนิธิสารสนเทศเพื่อการพัฒนา และกิจกรรมสื่อประเพณีที่เกิดขึ้น เช่น การบวชป่า การสืบชะตาแม่น้ำ ฯลฯ ของกลุ่มอัมเมืองน่านและโครงการร่วมพัฒนาชนบทลำพูน เป็นต้น

3) ความน่าสนใจของสื่อ คือ สื่อต้องมีลักษณะง่าย ๆ แต่น่าสนใจ และสามารถดึงดูดความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้ เช่น สื่อละครของโครงการสื่อชาวบ้าน ซึ่งในความเป็นจริงสื่อละครเป็นสื่อระดับย่อย ที่ไม่ต้องลงทุนสูง แต่สามารถกระตุ้นความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้ เนื่องด้วยละครเป็นสื่อบุคคลที่สามารถสื่อสารต่อตัวต่อได้ , สื่อวิดีโอ ซึ่งเป็นสื่อหลักที่โครงการสื่อเคลื่อนที่เลือกใช้ เนื่องด้วยการถ่ายทำที่ง่าย สามารถติดต่อในตัวเองได้ และสามารถจัดฉายให้ดูได้ทันที ประกอบกับศักยภาพที่มีทั้งภาพและเสียง จึงสามารถดึงดูดความสนใจมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ , หนังสือพิมพ์ชุมชนของมูลนิธิโลกทัศน์ไทยและชมรมเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตร ซึ่งสามารถผลิตได้ง่าย มีจำนวนหน้าไม่มากเท่ากับหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง แต่

สามารถกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจได้ เพราะมีการนำเสนอภาพถ่ายหรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์หรือเรื่องใกล้ตัวของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

4) เลือกสื่อที่มีอยู่ในชุมชน ในกรณีที่กลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มไม่มีโอกาสใช้สื่อบางชนิด เช่น สื่อโทรทัศน์ (กลุ่มเป้าหมายยังไม่มีไฟฟ้าใช้) , วิทยุ , หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง ฯลฯ ดังนั้นจะมีการเลือกใช้สื่อที่มีอยู่แล้วในชุมชน เช่น สื่อพื้นบ้าน หอกระจายข่าว สื่อบุคคล เป็นต้น

ง.ปัจจัยการเลือกสื่อในด้านผู้รับสาร ได้แก่ ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมายและความเกี่ยวข้องกับผู้รับสาร องค์การพัฒนาเอกชนที่ได้อาศัยปัจจัยด้านผู้รับสารในการกำหนดประเภทสื่อที่ใช้ แสดงดังตาราง 4.4

ตาราง 4.4 แสดงปัจจัยการเลือกสื่อในด้านผู้รับสารขององค์กรพัฒนาเอกชน

	กลุ่มเป้าหมาย	ความเกี่ยวข้องกับผู้รับ
<u>NGO 1</u>		
1.สื่อชาวบ้าน	-	/
2.โลกสีเขียว	-	/
3.สื่อสร้างสรรค์	/	/
4.ศูนย์สื่อ ฯ	/	/
5.โลกทัศน์ไทย	/	/
<u>NGO 2</u>		
1.สารสนเทศเพื่อการพัฒนา	-	-
2.เผยแพร่ความรู้ทางการ	/	/
เกษตร		
3.ฮักเมืองน่าน	/	/
4.ค.ร.พ.ลำพูน	/	/
รวม	6	8

ตารางข้างต้น แสดงให้เห็นว่าในการเลือกสื่อขององค์กรพัฒนาเอกชนหากคำนึงปัจจัยในด้านผู้รับสารแล้ว จะให้ความสำคัญกับความเกี่ยวข้องกับผู้รับสารมากกว่าการเลือกสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เพราะสื่อควรจะมีส่วนช่วยให้ผู้รับสารสามารถประเมินตนเองได้ เช่น หลังจากที่น่าเสนอปัญหาและสาเหตุของปัญหาแล้ว อาจจะมีส่วนของเนื้อหาที่ตั้งคำถาม

ว่า ผู้รับสารเป็นส่วนใดของสาเหตุของปัญหา เป็นต้น อาทิ การเทศน์เรื่องการรักษาแม่น้ำลำธารของท่านพระครูพิทักษ์นั้นทศคุณ ส่งผลให้ผู้ฟังได้รู้ถึงปัญหาและสามารถประเมินตนเองว่าเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาแม่น้ำเน่าเสียหรือไม่ เป็นต้น ในกรณีที่โครงการสื่อชาวบ้านและมูลนิธิโลกสีเขียวไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยกลุ่มเป้าหมาย เพราะสื่อละครและนิตยสารโลกสีเขียวไม่ได้จำกัดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม แต่จะเป็นกลุ่มเป้าหมายทั่วไปมากกว่า ส่วนองค์กรพัฒนาเอกชนอื่นก็จะมีการเลือกสื่อเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย เช่น มูลนิธิศูนย์สื่อเพื่อการพัฒนา ถ้าเป็นกลุ่มเป้าหมายทั่วไป จะมีการเลือกใช้สื่อมวลชน แต่ถ้าเป็นการรณรงค์กลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม จะมีการใช้สื่อขนาดเล็กหรือสื่อระดับย่อยแทน หรือมูลนิธิโลกทัศน์ไทย ถ้ากลุ่มเป้าหมายเป็นชาวเขาก็จะมีการเลือกใช้สื่อสำหรับชาวเขา อาทิ วิทยุคลื่นชาวเขา หอกระจายข่าว เป็นต้น แต่ถ้ากลุ่มเป้าหมายเป็นคนพื้นราบหรือคนทั่วไป ก็จะมีการใช้สื่อมวลชนเพราะสามารถครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่า เป็นต้น

นอกจากนั้นยังมีปัจจัยการเลือกสื่ออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ อาทิ ปัจจัยด้านการหมุนเวียนข่าวสารระหว่างสื่อ ปัจจัยด้านความคงทนของสื่อและความง่ายในการเก็บรักษา เป็นต้น