

การศึกษากระบวนการสื่อสารสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา โครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)  
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

2560

การศึกษากระบวนการสื่อสารสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษา โครงการป่าใน  
เมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชญาณิชฐ์ เข้มกลัด

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตร์ระจิว)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ)

..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว)

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน)

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตร์ระจิว)

..... คณบดี  
(ศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

/ /

## บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	การศึกษากระบวนการสื่อสารสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ชื่อผู้เขียน	นางสาวชญาณีษฐ์ เข้มกลัด
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2560

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และบทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมกับโครงการ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary Analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ประกอบด้วย คณะทำงานและภาคีเครือข่ายของโครงการ จำนวน 8 คน ผลการวิจัยพบว่า

กระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองมีเป้าหมายการสื่อสาร 2 ประการ คือ 1) เพื่อสร้างความเข้าใจและนำองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยไปใช้ประโยชน์สู่สังคมในวงกว้าง และ 2) เพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของป่าในเมือง โดยเนื้อหาการสื่อสารของโครงการแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น คือ 1) การให้นิยามของคำว่า “ป่าในเมือง” และ 2) แนวคิด “การจัดการป่าในเมือง” โดยมีผู้ส่งสารคือ คณะทำงานของโครงการ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องผ่านกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ สื่อมวลชน ส่วนกลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มคนเมือง ผ่านช่องทางการสื่อสาร 4 ช่องทาง ได้แก่ 1) สื่อสิ่งพิมพ์ 2) สื่อบุคคล 3) สื่อสังคมออนไลน์ และ 4) สื่อมวลชน

สำหรับบทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมกับโครงการ มีรูปแบบของเครือข่ายตามแนวนอน (Horizontal Organization) และเป็นเครือข่ายแบบหลวม มีความสัมพันธ์ในระดับเท่าเทียมกัน และมีการสร้างเครือข่ายทางสังคม (Social Network Construct) ผ่านการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ โดยภาคีที่เข้าร่วมเป็นองค์กรที่มีความสนใจในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการขอความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและร่วมกิจกรรมที่โครงการจัดขึ้น และมีบทบาทในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ในโครงการ

## ABSTRACT

<b>Title of Thesis</b>	A STUDY OF PUBLIC COMMUNICATION PROCESS FOR THE ISSUE OF ENVIRONMENTAL : URBAN FOREST (THE THAILAND RESEARCH FUND)
<b>Author</b>	Chayanit Khemklad
<b>Degree</b>	Master of Arts (Communication Arts and Innovation)
<b>Year</b>	2017

---

The purpose of this research was to examine the public communication process of the Urban Forest Project, which was operated by the Thailand Research Fund (TRF) and the role of the network for urban forest project. This study was a qualitative research. Besides, researcher collected and analyzed the data from documentation and in-depth interviews.

The results of these analyses showed that the communication process of the urban forest project has 2 objectives, which are aimed to provide knowledge of the project to the public and prompt the awareness of the natural environment in urban area. In addition, there are 2 subject-matters in this research: first, a definition of the urban forest; second, a concept of urban forest management. In order to create an appropriated understanding of the matters to target groups. Such as, a main-target group which means journalists and a sub-target group that refers to people who live in a city. Then communicate the main messages to the groups are 1) Activity Media 2) Personal Media 3) Social Media 4) Mass Media.

Additionally, the members of network are join in project that a horizontal organization and lose network connection. The relations of the network are equality and develop their social network construct through the conduct of activities that work in the field environmental issues. Therefore, their network can be considered as a stakeholder in urban forest project.



## กิตติกรรมประกาศ

กว่าที่ดิฉันจะได้ลงมือเขียนกิตติกรรมประกาศเวลาก็กว้างเลยผ่านไปยาวนานหลายเดือน แต่เมื่อมองย้อนกลับไปแล้วช่วงเวลาตั้งแต่เริ่มเขียนวิทยานิพนธ์ ทำให้ฉันรู้ว่าวิทยานิพนธ์ ก็เป็นเพียงแค่นิ่งบททดสอบของชีวิตที่จะต้องผ่านไปให้ได้ เพื่อไปเจอกับโลกภายนอกและชีวิตแห่งการทำงาน แล้ววันนี้ดิฉันก็ได้พิสูจน์ตัวเองแล้วว่าดิฉันสามารถผ่านบททดสอบนี้ไปได้ ทำให้เกิดความคิดว่า “ไม่มีอะไรที่เราทำไม่ได้ ถ้าตั้งใจและมีความพยายามมากเพียงพอ” แม้การลงมือเขียนแต่ละหน้า แต่ละบทจะใช้เวลาคุมสติลุกขึ้นมาเปิดคอมพิวเตอร์นั่งพิมพ์ก็ตาม

ขอขอบพระคุณครอบครัวที่คอยเลี้ยงดูฉันอย่างดีมาโดยตลอด ซึ่งบุคคลที่สำคัญที่สุดในชีวิตของดิฉันก็คือ คุณแม่ ที่รับฟังทุกเรื่องในทุกๆ เวลา ทำให้ดิฉันมีวันนี้และประสบความสำเร็จมาอีกขั้น รวมถึงครอบครัวทุกคนที่ให้การสนับสนุนทั้งทุนการศึกษา และความบ่นและถามตลอดว่าเมื่อไหร่จะเรียนจบ

ขอขอบพระคุณ รศ. ดร. กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้คำแนะนำและชี้แนะแนวทางในการเขียนงาน แม้บางทีอาจหายไปบ้างเป็นพักๆ แต่ก็พยายามรีบกลับมาเขียนงานให้เสร็จ เพราะรู้ว่าอาจารย์รออ่านงานอยู่ ฉันหวังว่าคำสั่งสอนที่อาจารย์ได้คอยบอกจะสามารถนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่ดีต่อไปได้

ขอขอบพระคุณท่านประธานกรรมการและกรรมการ ที่ให้เกียรติมาเป็นผู้ชี้แนะแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้เป็นรูปเป็นร่าง และสำเร็จลุล่วงออกมาอย่างมีคุณภาพ

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านในคณะนิเทศศาสตร์ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ เพื่อนำไปปรับใช้กับชีวิตและการทำงาน

ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคน ที่คอยให้คำปรึกษาทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัว คอยรับฟังเวลามีเรื่องไม่สบายใจ เรื่องเครียดและคอยให้กำลังใจ เตือนสติอยู่เสมอมา

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลในการเขียนวิทยานิพนธ์และให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลเป็นอย่างดี

ชญาณิชฐ์ เข้มกลัด

กรกฎาคม 2561

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	ก
ABSTRACT .....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	1
สารบัญภาพ .....	1
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 คำถามนำวิจัย.....	6
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย .....	6
1.4 ขอบเขตการศึกษา .....	6
1.5 กระบวนการดำเนินการ .....	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
1.7 นิยามศัพท์.....	7
บทที่ 2 กรอบแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรม .....	9
2.1 แนวคิดการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อ (MEDIA ADVOCACY).....	10
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร .....	16
2.3 แนวคิดการสื่อสารสาธารณะ (PUBLIC COMMUNICATION).....	21
2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (NEW MEDIA).....	29
2.5 ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (STAKEHOLDER THEORY) .....	33
2.6 แนวคิดเครือข่ายทางสังคม (SOCIAL NETWORK CONCEPT) .....	35





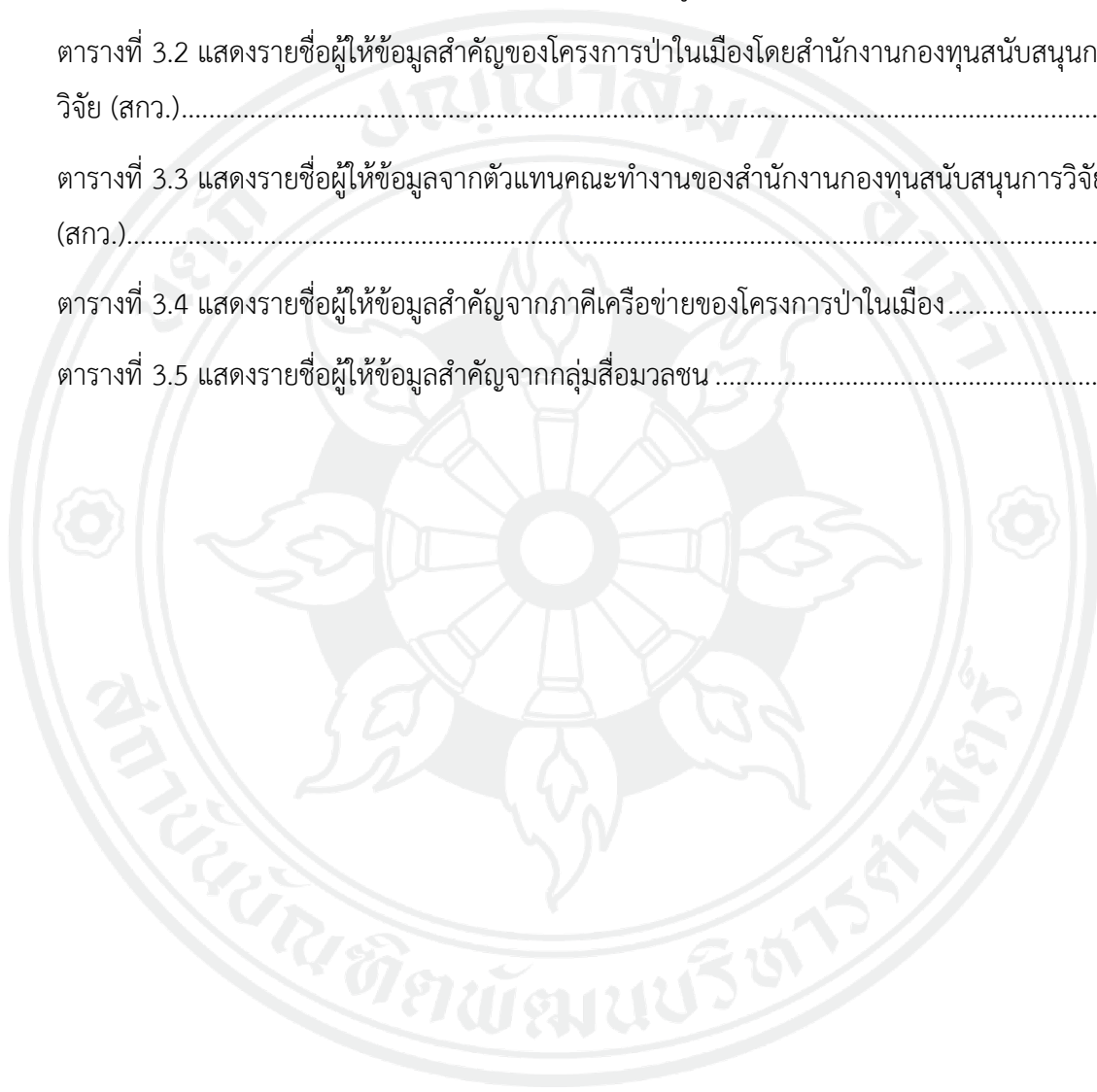


2)	การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล .....	87
3)	การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์.....	88
4)	การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน.....	112
4.2.1.5	ผลของการสื่อสาร.....	117
1)	ผลของการสื่อสารจากมุมมองของคณะทำงาน.....	117
2)	ผลของการสื่อสารจากมุมมองของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (ผู้ให้ทุนสนับสนุนโครงการ) .....	118
3)	ผลของการสื่อสารจากมุมมองของเจ้าของงานวิจัย เรื่องความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ.....	119
4)	ความคิดเห็นต่อโครงการป่าในเมือง .....	120
5)	มุมมองของสื่อมวลชนในฐานะกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการป่าในเมือง.....	122
4.2.2	ปัญหาการนำวิจัยข้อที่ 2: บทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นอย่างไร .....	126
4.2.2.1	ภาคีเครือข่ายตามแต่ละภาคส่วน .....	126
1)	กลุ่มภาคีหลัก .....	126
2)	กลุ่มผู้มีส่วนร่วมในเครือข่ายของโครงการป่าในเมือง.....	128
4.2.2.2	บทบาทการสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายของโครงการป่าในเมือง .....	129
1)	รูปแบบของเครือข่าย.....	129
2)	กระบวนการสร้างเครือข่าย .....	131
(1)	จุดเริ่มต้นในการเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายของโครงการ .....	131
(2)	การมีส่วนร่วมกับโครงการ.....	133
(3)	การสื่อสารของเครือข่าย .....	134
4.2.2.3	ทัศนคติต่อการสื่อสารโครงการจากมุมมองของภาคีเครือข่าย .....	135
1)	ความคิดเห็นของภาคีต่อโครงการป่าในเมือง.....	135

2) มุมมองของเครือข่ายต่อการเข้าใจประเด็นเรื่อง “ป่าในเมือง” ของ คนในสังคม.....	138
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	141
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	141
5.1.1 ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 : กระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงาน กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นอย่างไร.....	141
5.1.2 ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 : บทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมโครงการป่าในเมืองโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นอย่างไร .....	146
5.2 อภิปรายผล.....	149
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	163
5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับโครงการป่าในเมือง.....	163
5.3.2 ข้อเสนอแนะทางด้านการสื่อสารสำหรับการจัดการโครงการอื่น .....	164
5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป .....	164
บรรณานุกรม.....	166
ประวัติผู้เขียน.....	171

## สารบัญตาราง

ตารางที่ 3.1 แสดงความเชื่อมโยงของปัญหาและองค์ความรู้ที่นำมาใช้ในการศึกษา .....	48
ตารางที่ 3.2 แสดงรายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).....	53
ตารางที่ 3.3 แสดงรายชื่อผู้ให้ข้อมูลจากตัวแทนคณะทำงานของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).....	53
ตารางที่ 3.4 แสดงรายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากภาคีเครือข่ายของโครงการป่าในเมือง.....	53
ตารางที่ 3.5 แสดงรายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มสื่อมวลชน .....	54



## สารบัญภาพ

ภาพที่ 4.1 จุดเริ่มต้นของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) .....	63
ภาพที่ 4.2 อธิบายกระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมือง.....	67
ภาพที่ 4.3 ไปสเตอร์โครงการเสวนา “เดินตามรอยเท้าพ่อสานต่อป่าในเมือง” .....	78
ภาพที่ 4.4 ไปสเตอร์โครงการเสวนाप่าในเมืองกับความยั่งยืนสู่ไทยแลนด์ 4.0 .....	81
ภาพที่ 4.5 กิจกรรมบนเฟสบุ๊กเพื่อเปิดโอกาสให้ส่งภาพเข้าร่วมเพื่อจัดแสดงในนิทรรศการภาพถ่าย “ป่า-เมือง-คน มิติการสื่อสารผ่านภาพถ่ายภายใต้แนวคิดป่าในเมือง” จากสมาคม APDA และ บรรยากาศการจัดแสดงนิทรรศการภาพถ่ายในงานเสวนाप่าในเมืองกับความยั่งยืนสู่ไทยแลนด์ 4.0	86
ภาพที่ 4.6 หน้าแรกของแฟนเพจเฟซบุ๊ก Urban Forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้ .....	88
ภาพที่ 4.7 ภาพโลโก้ของโครงการป่าในเมือง.....	91
ภาพที่ 4.8 แสดงกระบวนการและขั้นตอนการสื่อสารของแฟนเพจเฟซบุ๊ก “Urban Forest ป่าใน เมืองต้นไม้มากกว่าต้นไม้” .....	102
ภาพที่ 4.9 อินโฟกราฟฟิค เรื่อง “การจัดการป่าในเมือง” .....	107
ภาพที่ 4.10 ภาพ Image with Qoute จากผู้ร่วมเสวนาที่โครงการป่าในเมืองจัดขึ้นทั้ง 2 กิจกรรม .....	109
ภาพที่ 4.11 แผนภาพกรอบประเด็นข่าว 3 กรอบสำคัญในการพาสื่อมวลชนลงพื้นที่จังหวัดน่าน ..	113

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันมนุษย์ใช้ทรัพยากรเพื่อตอบสนองความต้องการและการมีคุณภาพชีวิตที่ดี (quality of life) ของตนเอง แต่ด้วยประชากรโลกที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น ประกอบกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ ทรัพยากรจึงถูกนำมาใช้มากขึ้น ทำให้เกิดปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจากการใช้ทรัพยากรโดยไม่ได้คิดถึงผลในอนาคตที่จะตามมาภายหลัง ส่งผลให้สถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมเกิดความเสื่อมโทรมและก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างไม่ยั่งยืน ทั้งป่าไม้ น้ำ ที่ดิน รวมถึงปัญหามลพิษทางน้ำ อากาศ และเสียง อีกทั้งขยะและสิ่งปฏิกูล ปัญหาเหล่านี้ได้สะท้อนผลกระทบกลับมายังมนุษย์ เป็นการทำลายวัฏจักรของสิ่งแวดล้อมด้วยกันทั้งสิ้น (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2547)

จากสถานการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมระดับโลกและระดับภูมิภาค ซึ่งกำลังประสบกับปัญหาในเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติ มีแนวโน้มความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น นำไปสู่การจัดการสร้างความร่วมมือเพื่อหาแนวทางความร่วมมือการแก้ปัญหาในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ผ่านการทำอนุสัญญาและข้อตกลงต่าง ๆ ด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อเป้าหมายในการพัฒนาที่ยั่งยืน

รวมถึงบริบทด้านสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย จากรายสถานการณ์สิ่งแวดล้อมในปี พ.ศ. 2559 มีประเด็นสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ โดยยึดตามระดับความรุนแรงของปัญหาที่ทุกฝ่ายต้องเร่งให้ความสนใจ ซึ่งอันดับแรก คือ ขยะอิเล็กทรอนิกส์ที่กำจัดหรือนำมารีไซเคิลแบบไม่ถูกต้องตามหลักวิชาการทำให้เกิดสารพิษตกค้างและสะสม อันดับที่สอง เป็นปัญหาการบุกรุกป่า อันดับที่สาม คือสถานการณ์น้ำและภัยแล้งในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งสาเหตุหลักจากสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงไปและขาดป่าไม้ อันดับทีสี่ เป็นปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งทะเลทวีความรุนแรงที่เกิดจากสิ่งปลูกสร้างยื่นเข้าไปในทะเล และสุดท้ายอันดับที่ห้า คือปัญหาการปล่อยก๊าซเรือนกระจก นอกจากนี้ในประเทศไทยมีพื้นที่ป่าเสื่อมสภาพหรือเขาค้างคาวเกินกว่า 26 ล้านไร่ (ไทยโพสต์, 2559) โดยป่าไม้อันเป็นส่วนสำคัญในระบบนิเวศได้ถูกทำลายจนเกิดการเปลี่ยนแปลงหลายด้าน ทั้งการสูญพันธุ์ของพืชและสัตว์ป่า การดูดเก็บกักคาร์บอนในเนื้อไม้และในดินลดลง จนเกิดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์

ในชั้นบรรยากาศมีมากทำให้อุณหภูมิสูงขึ้น เป็นต้น ส่งผลให้ระบบนิเวศเสียสมดุลเป็นบริเวณกว้าง (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2559) และส่งผลให้สภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ เสื่อมโทรม

นอกจากนั้นหากมองให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้นจากปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในพื้นที่เมืองอย่างกรุงเทพมหานครที่กำลังประสบกับปัญหาในเรื่องการเพิ่มพื้นที่สีเขียว เพราะความเจริญและการแข่งขันทางธุรกิจส่งผลให้ทุกพื้นที่มีราคาสูง เป็นปัจจัยสำคัญในการขัดขวางการเพิ่มพื้นที่สีเขียว ส่งผลให้ในปัจจุบันกรุงเทพมหานคร มีอัตราส่วนพื้นที่สีเขียวเพียง 4.73 ตารางเมตรต่อคนเท่านั้น ซึ่งน้อยกว่าเกณฑ์มาตรฐานถึง 2 เท่า ซึ่งองค์การอนามัยโลก (WHO) ได้กำหนดไว้ว่าเมืองใหญ่ควรมีพื้นที่สีเขียวมากกว่า 9 ตารางเมตรต่อคน (สุบงกช สุขแก้ว, 2556)

จากปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นหากคนในสังคมไม่เห็นความสำคัญและหันมาให้ความสนใจกับประเด็นเหล่านี้ สิ่งเหล่านี้จึงอาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลทำให้คุณภาพชีวิตทั้งคนและสัตว์ รวมถึงสภาพสังคมที่เสื่อมโทรมลง ดังนั้น ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องทำการสื่อสารเพื่อให้คนในสังคมหันมาใส่ใจและปรับทัศนคติเพื่อช่วยกันรักษาและสร้างให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน

สำหรับการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม วิธีที่สามารถสื่อสารให้ประเด็นเหล่านี้กระจายไปยังวงกว้างที่มีความเหมาะสมคือการสื่อสารในระดับสาธารณะ หรือการสื่อสารสาธารณะ (Public Communication) โดยการสื่อสารประเภทนี้การสื่อสารประเภทนี้จัดเป็นการสื่อสารแบบกลุ่มใหญ่ มีความแตกต่างออกไปในแง่การสื่อสารนี้มีลักษณะที่ผู้รับสารประกอบด้วยบุคคลหลายประเภท และหลายลักษณะแตกต่างกันไป แต่มารวมกันในการสื่อสารเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง โดยส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารถึงเรื่องราวต่าง ๆ ในสังคม และเป็นเรื่องที่ทำให้เกิดผลกระทบกับกลุ่มบุคคลที่หลากหลาย ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ และเป็นประเด็นสาธารณะที่ต้องตระหนักมากขึ้น หรือเป็นประเด็นที่มีการดำเนินการแก้ปัญหาอย่างชัดเจน (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2551)

ทั้งนี้การใช้พลังของสื่อมวลชนในการสื่อสารสาธารณะ ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจและสร้างการมีส่วนร่วม รวมทั้งสร้างความตระหนักรู้ในประเด็นต่าง ๆ ในสังคมได้ (ประภาพรณ อุ่ณอบ, 2549) การสื่อสารประเด็นสาธารณะได้ถูกนำมาสร้างประโยชน์และสร้างความรู้ให้กับคนในสังคม ทั้งในเรื่องทางการเมือง สิทธิมนุษยชน สาธารณะสุข เศรษฐกิจและสังคม รวมถึงประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อม มีความสำคัญสำหรับชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมยุคปัจจุบัน ซึ่งที่ผ่านมาการนำประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมไปใช้เพื่อทำการสื่อสารจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนหลากหลายโครงการ



อีกทั้งในปัจจุบันยังมีผู้หันมาสนใจทำการสื่อสารในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมกันอย่างแพร่หลายและต่อเนื่อง เห็นได้จากการนำเสนอข่าวในพื้นที่สื่อเกี่ยวกับโครงการด้านสิ่งแวดล้อมในประเด็นที่หลากหลาย ทั้งแง่ของปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งช่วยส่งเสริมให้ทุกคนหันมาสนใจและใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม ดังเช่น การนำเสนอข่าวเรื่องภาวะโลกร้อนที่เป็นประเด็นระดับโลก หรือการจัดกิจกรรมของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งเรื่องขยะและป่าไม้ ซึ่งแต่ละหน่วยงานที่ทำการสื่อสารก็มีวิธีการสื่อสารและเนื้อหาที่แตกต่างกันออกไป ดังเช่น ในภาคเอกชนหรือภาคธุรกิจ ที่สื่อสารประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมออกมาในรูปแบบการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจนั้น ๆ (Corporate Social Responsibility : CSR) อย่างโครงการของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) (SCG) และบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้ทำการสื่อสารประเด็นอย่างต่อเนื่องในหลายโครงการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นในด้านสิ่งแวดล้อม อีกทั้งภาพที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนแสดงออกมาในรูปแบบของการรวมกลุ่มภาคประชาชนเพื่อร่วมมือกันแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในเมืองหรือชุมชนของตนเอง

แต่อย่างไรก็ตาม การสื่อสารในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมยังมีหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีองค์ความรู้และมีบทบาทสำคัญที่เป็นกำลังในการขับเคลื่อนการสื่อสารประเด็นเหล่านี้สู่คนในสังคม โดยหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทและทำงานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม คือ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งมีหน่วยงานในสังกัด ได้แก่ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กรมป่าไม้ รวมถึงสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ([www.onep.go.th](http://www.onep.go.th)) ฯลฯ รวมถึงการสื่อสารผ่านการทำงานของ NGO นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งภาครัฐมีบทบาทสำคัญที่ต้องพยายามผลักดันและนำเอาองค์ความรู้และข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่มาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสร้างการเปลี่ยนแปลงให้คนในสังคมได้ตระหนักและเห็นคุณค่า รวมถึงเสริมสร้างให้มีการพัฒนาและรักษาสิ่งแวดล้อมให้ได้อย่างยั่งยืน

โดยแต่ละหน่วยงานที่มีการขับเคลื่อนประเด็นประเด็นสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อมนั้นมีวิธีการที่แตกต่างกันออกไป สิ่งสำคัญอันเป็นหัวใจในการส่งเสริมและสร้างพลัง คือ การใช้สื่อ รวมถึงวิธีการสื่อสารที่แต่ละหน่วยงานได้ออกแบบมาเพื่อให้ไปถึงกลุ่มเป้าหมาย และบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจสื่อสาร ดังนั้น ในการสื่อสารสาธารณะสิ่งสำคัญคือ วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร ซึ่งการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อ (Media Advocacy) ถือเป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ร่วมกับการสื่อสารสาธารณะได้ โดยเป็นรูปแบบการรณรงค์ที่ไม่จำกัดเฉพาะการประท้วงเสมอไป ในการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อ เน้นการเรียกร้องความสนใจจากสื่อมวลชนเพื่อให้รายงานข่าวถึงประเด็นที่ต้องการต่อสาธารณะ เพื่อให้เกิดบรรยากาศที่เอื้อต่อการโน้มน้าวใจให้สาธารณะเห็นดีกับ



สิ่งที่เสนอไป โดยอาศัยอิทธิพลของสื่อเป็นตัวกลาง เพื่อต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย ตามที่กลุ่มมีการเรียกร้อง (วนิดา วินิจจะกุล, 2552)

จากการสื่อสารสาธารณะที่ได้มีการเรียกร้องผ่านสื่อส่วนใหญ่มักเป็นการเรียกร้องจากกลุ่มประชาชนที่ประสบปัญหาทางสังคมในประเด็นต่าง ๆ อย่างงานของ B. Pinar Özdemir (2012) ที่แสดงให้เห็นถึงการใช้กลยุทธ์การชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อออนไลน์ในการขับเคลื่อนโครงการของ Greenpeace ที่ประสบความสำเร็จในเวลาอันสั้น ซึ่งกลยุทธ์และวิธีการนี้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการสื่อสารสาธารณะสำหรับองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (NGO) เพื่อทำให้การชี้แนะประเด็นที่ต้องการสื่อสารประสบความสำเร็จมากขึ้น นอกจากนี้งานของ Scott, J. T., & Maryman, J. (2016) ซึ่งได้กล่าวถึงการชี้แนะประเด็นทางสังคม ด้วยการใช้อุปกรณ์อย่างสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาส่งเสริม โดยสื่อดั้งเดิมที่มีอยู่ยังคงมีความสำคัญในการสื่อสารอยู่เช่นเดิม และการชี้แนะประเด็นสาธารณะนั้นสิ่งสำคัญคือการวางแผนการสื่อสารและการตั้งเป้าหมายที่ต้องทำให้สอดคล้องกันไปกับสิ่งเหล่านี้มีส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดพลังและการมีส่วนร่วมในการรับรู้ และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม

อย่างไรก็ดียังมีหน่วยงานหนึ่งที่เป็นหน่วยงานภายใต้กำกับของภาครัฐ นั่นคือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) โดยเป็นองค์การมหาชน ประเภทจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติเฉพาะขึ้นตรงต่อนายกรัฐมนตรี มีเป้าหมายหลัก คือ สร้างและส่งเสริม นักวิจัย กลุ่มวิจัยและชุมชนวิจัย ที่มีความสามารถ ให้สร้างปัญญา และผลิตผลงานที่มีคุณภาพ เพื่อการพัฒนาประเทศไทยอย่างยั่งยืน ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีที่พยายามผลักดันผลงานวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์ได้จริงในเชิงนโยบาย และสนับสนุนให้เกิดการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างนักวิจัยกับหน่วยงานภาครัฐ เป็นช่องทางหนึ่งในการนำผลงานวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงนโยบายให้เป็นทางการและมีความต่อเนื่อง

โดยทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยได้นำประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมมาเพื่อทำการสื่อสารสู่สาธารณะจนเกิดเป็น “โครงการป่าในเมือง” โครงการนี้พัฒนามาจากงานวิจัยเรื่อง “ความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าในเมืองของชาวกรุงเทพมหานคร” เพื่อสร้างความเข้าใจและกระจายองค์ความรู้ไปสู่สังคมกับประเด็นเรื่องป่าในเมือง นำไปสู่การจัดการพื้นที่สีเขียวในเมืองและการเปลี่ยนแปลงระดับนโยบาย โดยมีการใช้กลยุทธ์การชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อ เป็นตัวช่วยในการสื่อสารประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม โดยการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองได้ดำเนินการขับเคลื่อนประเด็นผ่านสื่อหลายช่องทาง อันประกอบไปด้วยแผนเพจเฟซบุ๊ก “URBAN Forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้” เป็นพื้นที่หลักในสื่อออนไลน์ของโครงการป่าในเมืองซึ่งทำการเผยแพร่ข้อมูลและกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการ รวมถึงเป็นชุมชนออนไลน์ที่เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

และยังมีการดำเนินการผ่านสื่อกิจกรรม โดยการนำสื่อลงพื้นที่จังหวัดน่าน เพื่อดูการจัดการป่าในเมือง น่าน วันที่ 24 - 25 มกราคม 2560 อีกทั้งยังมีการผลิตคลิปวิดีโอ และการจัดกิจกรรมเสวนา “เดินตามรอยเท้าพ่อ สานต่อป่าในเมือง” และงานเปิดตัวโครงการป่าในเมือง วันที่ 22 ธันวาคม 2559 ณ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานครนอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมเสวนา "ป่าในเมืองกับความยั่งยืนสู่ไทยแลนด์ 4.0" วันที่ 30 มีนาคม 2560 ณ หอจดหมายเหตุท่านพุทธทาส อินทปัญโญ ซึ่งในการจัดกิจกรรมเสวนายังมีกลุ่มภาคีเครือข่ายมาร่วมแลกเปลี่ยนความรู้และสนับสนุนโครงการ อันประกอบไปด้วย Big Trees กลุ่มอนุรักษ์ “ต้นไม้ใหญ่” ในเมือง, ประชาคมห้วยขวาง, มูลนิธิสืบ นาคะเสถียร, นิตยสาร A DAY, พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบึงกาฬ, บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), สำนักสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร, กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม และกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งแสดงให้เห็นได้ว่ากลุ่มภาคีเครือข่ายที่เข้ามาร่วมกับโครงการป่าในเมือง ประกอบไปด้วยภาคประชาชน ภาคเอกชนหรือภาคธุรกิจ และภาครัฐ อันแสดงให้เห็นจุดเด่นของโครงการที่สามารถรวบรวมเครือข่ายจากทุกภาคส่วนในสังคมร่วมมือกันขับเคลื่อนประเด็นให้ถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ อีกทั้งยังมีจุดเด่น คือการนำงานวิจัยมาต่อยอดเพื่อสร้างโครงการสื่อสารไปยังสาธารณะในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับเป้าประสงค์ขององค์กรที่ต้องการสนับสนุนการสร้างองค์ความรู้ โดยใช้งานวิจัยเป็นเครื่องมือในการสร้างความรู้สำหรับแก้ปัญหาให้แก่สังคม

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ทำให้เห็นภาพรวมของการศึกษาในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยต้องการถอดบทเรียนของโครงการป่าในเมืองที่ทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ให้ทุนสนับสนุนเพื่อทำโครงการสื่อสารสาธารณะ และยังสามารถนำงานวิจัยจากองค์กรได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์เป็นสำคัญสอดคล้องกับการที่องค์กรเป็นหน่วยงานวิจัย ดังนั้น การดำเนินโครงการที่เกิดขึ้นจนนำไปสู่โครงการป่าในเมืองจึงเป็นอีกหนึ่งวิธีการนำงานวิจัยมาใช้ประโยชน์ผ่านการสื่อสารสาธารณะ และการผลักดันนโยบายด้วยการทำการสื่อสารเพื่อให้ความรู้และขับเคลื่อนคนในสังคมให้เห็นความสำคัญและเข้าใจในประเด็นเรื่อง “ป่าในเมือง”

โดยการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงกระบวนการสื่อสารสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อม ในกรณีศึกษาของโครงการป่าในเมือง โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เพื่อทำการวิเคราะห์ถึงกระบวนการสื่อสารของโครงการว่ามีรูปแบบการสื่อสารและวิธีการสื่อสารอย่างไร รวมถึงบทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมโครงการ เพื่อนำมาซึ่งแนวทางในการสื่อสารประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและเกิดประโยชน์แก่ทุกภาคส่วนในสังคมที่ต้องการนำไปพัฒนาต่อยอดเพื่อสื่อสารประเด็นเหล่านี้ต่อไป

## 1.2 คำถามนำวิจัย

1.2.1. กระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นอย่างไร

1.2.2. บทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นอย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

1.3.2. เพื่อศึกษาบทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมกับโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

## 1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)” ทำการศึกษาในรูปแบบการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) เอกสารที่เกี่ยวข้อง และการนำเสนอของสื่อมวลชน ซึ่งมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับโครงการป่าในเมืองโครงการจากทุกช่องทาง ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินโครงการ และภาคีเครือข่ายของโครงการ

## 1.5 กระบวนการดำเนินการ

1.5.1 กำหนดหัวเรื่อง ชื่อเรื่อง และปัญหาการวิจัย

นำหัวข้อและประเด็นที่สนใจในการศึกษา รวมถึงแนวคิดที่ต้องการใช้ในการวิจัย นำเสนอที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ได้หัวข้อในการวิจัยที่มีความเป็นไปได้ น่าสนใจและตรงประเด็นที่ต้องการศึกษา

1.5.2 กำหนดกรอบทฤษฎี แนวคิด หลักการ และทฤษฎี ที่จะนำมาใช้ในการวิจัย

1.5.3 เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย

โดยการศึกษาในครั้งนี้นำวิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้สนับสนุนโครงการ คือสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) คณะทำงานผู้ร่วมขับเคลื่อนดำเนินโครงการ และภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงการ รวมถึงรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

1.5.4 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล นำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา มาเรียบเรียงและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ

1.5.5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

นำเอาผลการศึกษาที่ได้ทำการวิเคราะห์และศึกษาเปรียบเทียบกับแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมาอภิปรายผลการศึกษา เพื่อชี้แจงข้อเสนอแนะซึ่งสามารถเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยต่อไป

1.5.6 จัดทำรายงานสรุปผลการศึกษา

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ประโยชน์ในเชิงวิชาการ เพื่อเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

1.6.2 ประโยชน์เชิงประยุกต์เพื่อเป็นแนวทางในการสื่อสารสาธารณะประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อม และประเด็นอื่น ๆ เพื่อขับเคลื่อนสังคมให้แก่ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการและสื่อมวลชน ซึ่งสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาไปปรับใช้และพัฒนาต่อยอดในการทำการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมให้ทุกหน่วยงานที่สนใจ เพื่อสร้างการตระหนักรู้ในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมต่อไป

## 1.7 นิยามศัพท์

1.7.1 กระบวนการสื่อสาร หมายถึง วิธีการและขั้นตอนในการส่งสารของโครงการป่าในเมือง โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จากผู้ดำเนินงานโครงการไปยังกลุ่มเป้าหมาย (ผู้รับสาร) หรือบุคคลทั่วไป รวมถึงการส่งสารไปยังกลุ่มภาคีเครือข่ายที่เข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการด้วยวิธีต่าง ๆ จากการใช้สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อกิจกรรมและสื่อออนไลน์ เพื่อให้โครงการบรรลุเป้าหมายในการสื่อสารในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยองค์ประกอบของการสื่อสาร

ของโครงการป่าในเมือง ประกอบไปด้วย 4 ประเด็น ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร ซึ่งมีความสำคัญและมีผลกระทบต่อคนในสังคมส่วนใหญ่เพื่อขับเคลื่อนประเด็นของโครงการ

1.7.1.1) ผู้ส่งสาร คือ คณะทำงานโครงการป่าในเมืองที่ต้องการส่งสารเรื่องป่าในเมืองไปสู่สาธารณะ

1.7.1.2) สาร คือ เนื้อหาของโครงการป่าในเมือง ซึ่งประกอบไปด้วย นิยามและความหมายของ “ป่าในเมือง” (urban forest) และแนวคิดเรื่องการจัดการป่าในเมือง

1.7.1.3) ช่องทางการสื่อสารของโครงการ คือ ช่องทางที่โครงการใช้สื่อสารเนื้อหาต่าง ๆ ไปยังสาธารณะ ได้แก่ สื่อกิจกรรม สื่อบุคคล สื่อออนไลน์และสื่อมวลชน

1.7.1.4) ผู้รับสาร คือ กลุ่มเป้าหมายที่โครงการต้องการส่งสารไปถึง เพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ในจุดประสงค์ของโครงการ อันได้แก่ สื่อมวลชน และกลุ่มคนเมือง

1.7.2 ภาคีเครือข่าย หมายถึง กลุ่ม หรือองค์จากภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม ซึ่งมีส่วนร่วมในโครงการป่าเมือง และมีผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งในที่นี้ประกอบไปด้วย

1.7.2.1) กลุ่มภาคีหลัก ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานบางกอก, กลุ่ม Big Tree, มูลนิธิสืบ นาคะเสถียร, ประชาคมห้วยขวาง, นิตยสาร A Day, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

1.7.2.2) กลุ่มผู้มีส่วนร่วมในเครือข่ายโครงการป่าในเมือง ประกอบด้วย

- ภาครัฐ ได้แก่ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมและสำนักสิ่งแวดล้อมและกรุงเทพมหานคร

- ภาคเอกชน ได้แก่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

- ภาคการศึกษา ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.7.3 โครงการป่าในเมือง หมายถึง โครงการที่ได้รับเงินสนับสนุนจากทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว). ซึ่งนำเอางานวิจัยเรื่อง “ความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าในเมืองของชาวกรุงเทพมหานคร” มาต่อยอดเป็นโครงการ “ป่าในเมือง” (urbam forest) เพื่อสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายเห็นความสำคัญของพื้นที่ป่าในเมือง



## บทที่ 2

### กรอบแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยเรื่อง “การศึกษากระบวนการสื่อสารสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว).” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามแนวคิด ทฤษฎีที่กำหนดไว้ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อ (Media Advocacy)
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
- 2.3 แนวคิดการสื่อสารสาธารณะ (Public Communication)
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media)
- 2.5 ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory)
- 2.6 แนวคิดเครือข่ายทางสังคม (Social Network Concept)
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม

## 2.1 แนวคิดการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อ (Media Advocacy)

การชี้แนะประเด็นผ่านสื่อ หรือการเรียกร้องผ่านสื่อ ถือเป็นแนวทางแสวงหาแนวทางเพื่อการใช้สื่อมวลชนในเชิงยุทธศาสตร์ สำหรับผลักดันให้เกิดการริเริ่มใหม่ๆ ในเชิงนโยบายด้านสังคมและนโยบายสาธารณะ (Wallace et al, 1993 อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2551, pp. 27) เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้บุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการมีหรือไม่มีนโยบายสาธารณะขึ้นมาใช้สิทธิ์ ใช้เสียงเพื่อชี้แนะสาธารณะ ซึ่งใช้สื่อเป็นเครื่องมือสำคัญ มักเน้นที่สื่อด้านข่าว รวมถึงสื่อทางวิทยุโทรทัศน์และกิจกรรมสาธารณะต่าง ๆ (จารึก ไชยรักษ์, 2552)

การชี้แนะประเด็นผ่านสื่อมวลชน ไม่ได้หมายถึงเพียงแค่แนวทางส่วนหนึ่งของการรณรงค์ที่มักจะดำเนินการโดยกลุ่มผู้มีอำนาจในสังคม และมีเป้าหมายอย่างชัดเจน แต่การชี้แนะประเด็นผ่านสื่อยังมองได้ว่าเป็นการรณรงค์ส่วนใหญ่ที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล และระดับพฤติกรรม ซึ่งมักเน้นหนักด้านการกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงเชิงรูปแบบการใช้ชีวิต การปรับพฤติกรรมของบุคคล ที่มองข้ามเรื่องแรงกดดันทางสังคม การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน และการผลักดันการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยความร่วมมือระดับกลุ่มและระดับชุมชน และสามารถส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางอ้อม

ในปัจจุบันแนวทางการรณรงค์ได้มีการปรับเปลี่ยนไปอย่างมาก การออกแบบงานรณรงค์โดยคำนึงทฤษฎีด้านสื่อสารมวลชนและพฤติกรรมบุคคล การใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงลดพฤติกรรม และปฏิบัติตนในทิศทางที่เหมาะสม (Wallace & Dorfman, 2001 อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2551, pp. 27) โดยผู้ที่ใช้การรณรงค์ด้วยการเรียกร้องผ่านสื่อมวลชนนี้มักเป็น “กลุ่มกดดัน ” หรือ Pressure Group เป็นส่วนใหญ่ คำจำกัดความของกลุ่มกดดันในที่นี้หมายถึง “กลุ่มคนที่ไม่ใช่กลุ่มพรรคการเมืองหรือหน่วยงานรัฐที่มีเป้าหมายของตนเองในการเรียกร้องตามระบอบประชาธิปไตย” (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2546) การเรียกร้องผ่านสื่อเหล่านี้เป็นการทำตัวให้สังคมได้รู้ว่ากลุ่มของตนนั้นมีตัวตนอยู่และทำงานด้านใด ในประเทศไทยอาจคุ้นเคยกับการประท้วงของกลุ่ม สมัชชาคนจน กลุ่มเขื่อนปากมูล การใช้สื่อให้เป็นประโยชน์ในหลาย ๆ โอกาสที่ผ่านมา เพื่อแสดงให้เห็นสังคมและสมาชิกของกลุ่มเห็นว่ากลุ่มนั้นมีกิจกรรมอะไรบ้าง

โดยรูปแบบของการรณรงค์ด้วยวิธีนี้มักจะไม่ใช่การประชุมชนประท้วงเสมอไป แต่เป้าหมายในการเคลื่อนไหวของกลุ่มกดดันเหล่านี้มักจะเน้นถึงการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐที่มีผลกระทบต่อสมาชิกของกลุ่มกดดัน หรือประเด็นที่กลุ่มกดดันสนใจ สิ่งหนึ่งที่กลุ่มกดดันพยายามทำคือการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการโน้มน้าวให้สาธารณะชนเห็นดีเห็นงามกับสิ่งที่ตนเสนอด้วย



โดยการอาศัยอิทธิพลของสื่อเป็นตัวกลาง ทำยสุดกลุ่มกดดันมักมองหาช่องทางในการทำตัวให้เป็นข่าว ด้วยการ “เกาะหลัง” การเสนอข่าวในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่กำลังกดดันสนใจ ด้วยการให้ข้อเท็จจริงเสริมไปกับข่าวนั้น (Smith, 1999 อ้างถึงใน ปาริชาต สถาปิตานนท์ และคณะ, 2546, pp. 22) ซึ่งอุปสรรคในการเข้าถึงสื่อของกลุ่มกดดันเหล่านี้ ได้แก่การที่ผู้มีอำนาจมักจะให้ข่าวเกี่ยวกับประเด็นใดประเด็นหนึ่งก่อนที่กลุ่มกดดันจะทำการเคลื่อนไหวเพื่อเข้าถึงสื่อได้ กล่าวคือสาธารณชนจะรู้จักกับประเด็นเหล่านั้นในแง่มุมที่ได้ถูกเสนอมาก่อนหน้านั้นแล้ว แต่อย่างไรก็ตามก็ยังคงมีความเชื่อว่าการที่กลุ่มกดดันมีโอกาสดูถูกภายหลังเป็นส่วนใหญ่ นั้น มักจะได้รับความสนใจจากสื่อมากกว่า เพราะสื่อมักชอบเจาะประเด็นขัดแย้งโดยหาข้อมูลเล็ก ๆ จากกลุ่มกดดัน นอกจากนี้ ผู้ที่ทำงานรณรงค์แบบนี้มักได้รับการอบรมด้านทักษะการนำเสนอต่อสื่อต่าง ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มด้วย (Freimuth, 1992; Smith, 1999 อ้างถึงใน ปาริชาต สถาปิตานนท์ และคณะ, 2546, pp. 22)

อย่างไรก็ตาม การรณรงค์ก็ยังไม่สามารถแก้ปัญหาพื้นฐานได้ เพราะปัญหาพฤติกรรมบุคคลมีความเชื่อมโยงกับปัญหาเชิงนโยบายและสภาวะแวดล้อมต่างๆ ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงที่แท้จริงต้องเริ่มจากการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายและสภาวะแวดล้อมของสมาชิกในสังคม จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้การชี้แนะประเด็นผ่านสื่อมวลชนให้ความกับการเปลี่ยนแปลงในระดับชุมชน และระดับโครงสร้างสังคม โดยมองว่าปัญหาสาธารณะต่าง ๆ ไม่ได้เป็นเพียงแค่ปัญหาส่วนบุคคล แต่เป็นปัญหาของสังคม ดังนั้น แนวทางดังกล่าวจึงมองว่า การกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่แท้จริงนั้น จำเป็นต้องดำเนินการผ่านการชี้แนะประเด็นผ่านสื่อมวลชน ควบคู่ไปกับการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระดับชุมชนเพื่อเข้าร่วมใน การผลักดันการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย (ปาริชาต สถาปิตานนท์, 2551, pp. 28)

การชี้แนะประเด็นผ่านสื่อที่เชื่อมั่นในพลังของสื่อมวลชน โดยดำเนินการบนพื้นฐานความคิดที่เชื่อว่า สื่อมวลชนมิได้นำเสนอแต่ประเด็นด้านบันเทิงเท่านั้น แต่ยังเป็นสื่อกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในประเด็นต่าง ๆ ที่นำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายและสภาพแวดล้อมได้

ดังนั้น หัวใจสำคัญของการชี้แนะประเด็นผ่านสื่อ จึงอยู่ที่กระบวนการกำหนดวาระ (agenda setting process) และการวางกรอบประเด็น (framing) โดยเฉพาะการชี้แนะประเด็นเกี่ยวข้องกับการแสวงหาแนวทางในการทำให้อวาระหนึ่ง ๆ ให้กลายเป็นวาระในสื่อมวลชน (media agenda) วาระในหมู่สาธารณะชน (public agenda) และวาระเชิงนโยบาย (Policy agenda) ในขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญกับการวางกรอบประเด็นโดยคำนึงถึงมุมมองและผลประโยชน์ของสาธารณะ (ปาริชาต สถาปิตานนท์, 2551, pp. 28)

Wallace & Dorfman (2001 อ้างถึงใน ปาริชาต สถาปิตานนท์, 2551, pp. 28-29) ได้ชี้ให้เห็นถึงหลักปฏิบัติในการชี้แนะประเด็นผ่านสื่อไว้ 5 ประการ คือ

1. การหลีกเลี่ยงการกล่าวโทษว่าปัญหาด้านร่างกายและสภาวะแวดล้อม เป็นปัญหาส่วนบุคคล แต่จำเป็นต้องเน้นการเชื่อมโยงปัญหาดังกล่าวกับปัญหาเชิงความไม่เท่าเทียมกันในสังคม
2. การมุ่งเป้าหมายไปที่การเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย แทนการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม
3. การเน้นหลักในเรื่องการเข้าถึงผู้นำทางความคิด (opinion leaders) และผู้กำหนดนโยบาย (policy makers) มากกว่าคนที่เผชิญกับปัญหา ซึ่งมักเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการณรงค์
4. การทำงานกับกลุ่มต่าง ๆ เพื่อเน้นการมีส่วนร่วมและการเพิ่มระดับความแรงของเสียงจากกลุ่มต่าง ๆ มากกว่า การจัดเตรียมสารที่สนับสนุนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม
5. การเน้นหลักด้านการลดช่องว่างเชิงอำนาจ มากกว่าการพยายามลดช่องว่างด้านข้อมูลข่าวสาร

กล่าวได้ว่าการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อ เป็นการรณรงค์ประเภทหนึ่งที่ต้องการสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคลไปจนถึงระดับสังคม ซึ่งต้องอาศัยพลังของสื่อมวลชนเป็นสำคัญ อีกทั้งการวางแผนกลยุทธ์ในการกำหนดประเด็นและเนื้อหาที่ดี รวมถึงการทำงานของกลุ่มที่จะเข้ามาชี้แนะประเด็นนั้น ๆ เพื่อให้การขับเคลื่อนมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

### 2.2.1 ประเภทของการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อ

การชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อ สามารถจัดแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท (จารึก ไชยรักษ์, 2552, pp. 48-50) ได้แก่

#### 1) การชี้แนะทางสื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

- จดหมายถึงบรรณาธิการ (Letter to Editor) วิธีนี้เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ย่างที่สุด เพื่อที่จะแสดงความคิดเห็นผ่านไปยังผู้กำหนดนโยบาย ให้ความรู้แก่คนในชุมชนในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แปรให้เกิดความจริงต่อจดหมายหรือบทความซึ่งส่งมาจากผู้อื่น เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างข่าวและประเด็นที่ตัวนักข่าว ซึ่งได้ตีพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์นั้น จดหมายถึงหนังสือพิมพ์จะกระจายไปในชุมชนและที่สำคัญ คือหน่วยงานราชการหรือองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นจะนำเรื่องเก็บไว้เพื่อพิจารณาหรือดำเนินการต่อไป

- บทความ (Opinion-editorials) บทความที่ดีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์เขียนโดยประชาชนผู้เชี่ยวชาญ และผู้นำองค์กรต่าง ๆ เป็นบทความที่มีพลังสูง มีผลมากทั้งการให้ความรู้แก่ประชาชน และมีอิทธิพลต่อผู้กำหนดนโยบาย

- ข่าวแจก (Press release) การส่งข่าวออกไปให้สื่อมวลชนต้องคำนึงว่า กำลังเกิดอะไรขึ้น ใครกำลังทำอะไร เรื่องราวเกิดขึ้นที่ไหน เกิดขึ้นเมื่อใด เหตุใดจึงเกิดขึ้น และต้องตรวจสอบด้วยความครบถ้วนของเนื้อหาที่จะส่งออกไป

- การให้สัมภาษณ์แก่สื่อสิ่งพิมพ์ หลักการสำคัญของการให้สัมภาษณ์ต่อสื่อสิ่งพิมพ์ คือ ต้องมีการเตรียมตัวก่อนให้สัมภาษณ์ มีการควบคุมสภาพแวดล้อม ตอบคำถามให้ง่ายและตรงประเด็นต้องรู้ว่าเนื้อหาที่จะสื่อคืออะไร มีความสือเชื่อถือ และสุขุมรอบคอบ

- การแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (Press Conference) หลักสำคัญของการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน คือ การเลือกสถานที่ที่เข้าถึงได้ง่ายและมีอุปกรณ์เพียงพอ กำหนดวัน เวลา เตรียมเอกสารให้พร้อม เตรียมของที่ระลึกสำหรับสื่อมวลชน และเตรียมตัวให้พร้อมที่จะให้สัมภาษณ์

2) การชี้แนะทางสื่อวิทยุ สื่อวิทยุมีเป็นจำนวนมากและมีผู้ฟังหลายระดับการชี้แนะทางสื่อประเภทนี้อาจมีรูปแบบต่าง ๆ

- การให้สัมภาษณ์สด มักเกิดขึ้นเมื่อสถานีวิทยุได้เห็นและทราบข่าวจากหนังสือพิมพ์และเกิดความสนใจจะนำเรื่องนั้นมาเผยแพร่

- การตอบปัญหาทางโทรศัพท์ บางรายการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้โทรศัพท์เข้ามาซักถามหรือออกความเห็นประกอบ ผู้ให้สัมภาษณ์ต้องเตรียมในเรื่องนี้บางกรณีนักชี้แนะอาจเป็นผู้โทรศัพท์เข้าไปยังรายการอื่น ๆ ได้ด้วย

- การรณรงค์ (Campaigns) เป็นรายการซึ่งจัดเป็นหลายตอนเพื่อชี้แนะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

3) การชี้แนะทางสื่อโทรทัศน์ การชี้แนะทางสื่อโทรทัศน์ทำได้หลากหลายรูปแบบ ได้แก่

- การให้สัมภาษณ์สด โดยผู้จัดรายการโทรทัศน์ สัมภาษณ์แล้วนำไปออกอากาศ รูปแบบนี้มักปรากฏเป็นข่าวในหนังสือพิมพ์ของเช้าวันหนึ่ง เมื่อสถานีโทรทัศน์ตรวจสอบข่าวจากหนังสือพิมพ์แล้วเห็นว่า เป็นเรื่องน่าสนใจต้องการนำรายละเอียดเพิ่มเติมมานำเสนอผู้ชม

- ออกรายการสด ให้สัมภาษณ์ผู้ดำเนินรายการ ณ สถานีโทรทัศน์นั้นๆ อาจมีผู้ให้สัมภาษณ์เป็นคณะ มักจะดำเนินการแพร่ภาพเรื่องที่อยู่ในความสนใจของประชาชนในขณะนั้น

- บันทึกเทป เป็นการบันทึกบทสัมภาษณ์ หรือบทโทรทัศน์ไว้ออกอากาศภายหลัง

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงแสดงให้เห็นได้ว่า การชี้แนะประเด็นผ่านสื่อมุ่งเน้นให้สื่อมวลชนเกาะติดกับการนำเสนอเรื่องราวที่เป็นประเด็นปัญหาสู่สาธารณชน และทำหน้าที่เป็นเวทีกลางในการชี้ให้เห็นถึงประเด็นปัญหาต่าง ๆ ซึ่งสังคมจำเป็นต้องขบคิดกันอย่างรอบคอบเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทั้งเชิงนโยบายและการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2551, pp. 29) ทั้งยังสามารถ

ก่อให้เกิดกำลังสำคัญในการช่วยสร้างอิทธิพลต่อการโต้แย้งสาธารณะ เพื่อสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มผู้มีอิทธิพล และก่อให้เกิดการผลักดันต่อผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ การชี้แนะทางสื่อจึงเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มชุมชนที่จะสื่อสารเรื่องราวของกลุ่มเพื่อส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และเป็นเครื่องมือซึ่งรวมการชี้แนะเข้ากับการใช้สื่ออย่างมีกลยุทธ์และนวัตกรรม (หทัย ชิตานนท์, 2549)

อย่างไรก็ตามทฤษฎีการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อได้ถูกนำมาใช้กับการสื่อสารสุขภาพเป็นส่วนใหญ่ ดังจะเห็นได้จากงานศึกษาของ HAROLD D. HOLDER & ANDREW J. TRENO (1997) เรื่อง “Media advocacy in community prevention: news as a means to advance policy change” ซึ่งกล่าวถึงการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อ โดยศึกษาจากข่าวมีการนำเสนอเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ความเสี่ยงในช่วงหลังจากดื่มแล้วมีการขับชี่ยานพาหนะ ซึ่งในการศึกษาแสดงให้เห็นถึงการลดลงชี้แนะประเด็นผ่านสื่อมวลชนทำให้มีการชี้แนะประเด็นนี้ผ่านสื่อจากบุคคลหลายกลุ่ม รวมถึงบุคคลทั่วไปที่เป็นอาสาสมัคร ซึ่งการชี้แนะประเด็นได้แผ่ขยายไปทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ รวมถึงข่าวที่เผยแพร่ต่อสาธารณชนยังมุ่งความสนใจไปที่ปัญหาเฉพาะด้านเพื่อสนับสนุนในเรื่องการป้องกันการดื่มแล้วขับ ซึ่งกลุ่มผู้รับสารจากสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ทั้งสองกลุ่มได้รับรู้ข่าวสารในประเด็นนี้ผ่านการชี้แนะประเด็นสาธารณะผ่านสื่อในเรื่องการป้องกันการดื่มแล้วขับ และมีการตระหนักรู้มากกว่ามากกว่าการใช้วิธีการณรงค์ด้วยการใช้เงินเพื่อซื้อสื่อโฆษณาณรงค์ (Holder & Treno, 1997)

รวมถึงงานศึกษาของจารึก ไชยรักษ์ (2552) เรื่อง “การชี้แนะสาธารณะเพื่อผลักดันมาตรการห้ามตั้งแสดงบุหรี ฌ จุดขายในประเทศไทย” ซึ่งกล่าวถึงผลของการชี้แนะสาธารณะด้วยการนำเสนอข่าวผ่านสื่อต่าง ๆ และกำหนดวาระทางสื่อ และประสบความสำเร็จในการผลักดันให้ประเด็นปีนวาระทางการเมือง ที่กระทรวงสาธารณสุขได้ร่วมขับเคลื่อนมาตรการและบังคับใช้มาตรการมาโดยตลอด ซึ่งเกิดจากความร่วมมือหลายภาคส่วน ซึ่งความสำเร็จในการผลักดันมาตรการนี้เป็นไปได้เพราะการใช้ข้อมูล องค์ความรู้เป็นพื้นฐานการวางแผนการขับเคลื่อนของภาคประชาสังคม และการสนับสนุนจากกลุ่มวิชาการ ความมั่นคงทางฝ่ายนโยบาย และการชี้แนะทางสื่อที่มีการวางแผนชี้แนะและกำหนดกลยุทธ์อย่างเป็นระบบเพื่อขับเคลื่อนให้มาตรการสามารถทำไปสู่การปฏิบัติจริงได้ (จารึก ไชยรักษ์, 2552)

โดยจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำแนวคิดการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อเข้ามาเพื่อสื่อสารณรงค์ พบว่า ส่วนใหญ่แนวคิดนี้ถูกใช้ไปกับการสื่อสารสุขภาพเป็นส่วนใหญ่กับงานวิจัยในประเทศไทยและต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตามการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาของเครื่องมือสื่อสารทำให้การชี้แนะสาธารณะ (Advocacy) ไม่เพียงหยุดนิ่งอยู่เพียง



ในพื้นที่สื่อดั้งเดิมเท่านั้น แต่ได้ถูกย้ายจากพื้นที่สื่อดั้งเดิมไปทำการชี้แนะสาธารณะประเด็นทางสังคมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยในเรื่องงานศึกษาเรื่อง “Social Media as a Tool for Online Advocacy Campaigns: Greenpeace Mediterranean’s Anti Genetically Engineered Food Campaign in Turkey” โดย B. Pinar Özdemir (2012) ได้กล่าวถึง การชี้แนะสาธารณะเป็นเครื่องมือในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ซึ่งปัจจุบันองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรได้ใช้พื้นที่ออนไลน์ในการชี้แนะสาธารณะประเด็นที่ต้องการสื่อสารออกไปเพื่อสร้างการรับรู้ต่อสังคมให้ขยายวงกว้างมากขึ้น ซึ่งการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกิจกรรมขับเคลื่อนรณรงค์และการถกเถียงประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ออนไลน์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นโดยองค์กร Greenpeace มีชื่อว่า “Yemezler! campaign” ที่มีกลยุทธ์ในการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อออนไลน์ได้สำเร็จในช่วงเวลาอันสั้น โดยกิจกรรมที่เกิดขึ้นนี้แสดงให้เห็นได้ว่าการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ได้ถูกนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์จากกลุ่ม NGOs เพื่อทำให้การชี้แนะสาธารณะประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามในการที่จะทำให้การชี้แนะประเด็นเหล่านี้ประสบความสำเร็จจะต้องมีปัจจัยหลายอย่างประกอบกัน ทั้งงบประมาณและการสนับสนุน รวมถึงการจัดการที่ดีเพื่อกระตุ้นให้การรับรู้ถูกขยายไปในวงกว้างสู่สังคมและสร้างการเปลี่ยนแปลงในระดับนโยบายต่อไป (Özdemir, 2012) สอดคล้องกับงานการศึกษาเรื่อง “Using Social Media as a Tool to Complement Advocacy Efforts” โดย Scott, J. T., & Maryman, J. (2016) ได้กล่าวถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์เข้ามาเป็นเครื่องมือในการช่วยชี้แนะประเด็นทางสังคมซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถเข้ามาส่งเสริมให้เกิดการเข้าถึงการชี้แนะประเด็นต่าง ๆ แต่การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพียงอย่างเดียวนั้น ไม่สามารถทำให้การสื่อสารประเด็นสำเร็จได้ เพราะยังต้องพึ่งพากลยุทธ์การจัดการแบบดั้งเดิมที่เคยปฏิบัติมาใช้ควบคู่กันไป ถึงแม้ว่าสื่อสังคมออนไลน์จะเข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงสังคม แต่ผู้ที่เลือกนำเครื่องมือในรูปแบบดิจิทัลมาใช้เพื่อทำการสื่อสารก็ควรได้รับการแนะนำและมุ่งเน้นไปที่การวางแผนกลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสารที่ทำให้ไปถึงเป้าหมายในระยะยาว ซึ่งต้องมีความเหมาะสมกับเครื่องมือที่นำมาใช้ในการสื่อสาร เพราะสื่อสังคมออนไลน์ไม่สามารถเป็นเครื่องมือที่ใช้ได้เพียงรูปแบบเดียวในการทำกรชี้แนะประเด็น แต่ควรนำกลยุทธ์ในการชี้แนะแบบดั้งเดิมที่เคยปฏิบัติกันมาใช้ประกอบกันเพื่อให้ประเด็นขยายวงกว้างในสังคม ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมกันการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในสังคมให้เกิดพลังมากยิ่งขึ้น (Scott & Maryman, 2016)

รวมถึงงานศึกษาเรื่อง “ADVOCACY 2.0: AN ANALYSIS OF HOW ADVOCACY GROUPS IN THE UNITED STATES PERCEIVE AND USE SOCIAL MEDIA AS TOOLS FOR FACILITATING CIVIC ENGAGEMENT AND COLLECTIVE ACTION” โดย Obar, J. A., Zube, P., & Lampe, C. (2012) ได้กล่าวถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้และสำนึกร่วมให้กับคนใน

สังคม โดยศึกษาจากกลุ่มที่มีการสื่อสารเพื่อชี้แนะประเด็นผ่านการใช้อินเทอร์เน็ต และเป็นประเด็นที่อยู่ในกระแสสังคมขณะนั้น จำนวน 53 กลุ่ม โดยทุกกลุ่มที่ทำการสำรวจใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสื่อสารกับคนในสังคม จากผลการศึกษาทำให้เห็นถึงกลุ่มที่ออกมาชี้แนะประเด็นทางสังคมในสหรัฐอเมริกาเพื่อต้องการเรียกร้องความเป็นธรรม โดยไม่ได้มีแค่หลักฐานที่ส่งผ่านไปให้รัฐบาลรับรู้แต่ยังใช้สื่อสังคมออนไลน์มาเป็นเครื่องมือ ซึ่งเครื่องมือนี้มีความสามารถในการสื่อสารได้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งเป็นตัวช่วยการสื่อสารประเด็นการเมือง โดยผลตอบรับจากการทำการสื่อสารทำให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ ช่วยให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งผู้ศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างการเมืองและการเปลี่ยนแปลงอุดมการณ์ยังคงเป็นเรื่องที่ต้องมีการพิจารณากันต่อไป (Obar, Zube, & Lampe, 2012)

โดยจากงานศึกษาข้างต้นนั้นแสดงให้เห็นได้ว่าการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Advocacy) ได้ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารประเด็นทางสังคมที่หลากหลาย และสามารถเกิดได้กับกลุ่มองค์กรในทุกภาคส่วน ทั้งในกลุ่มองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่เน้นรณรงค์ประเด็นทางสังคมต่าง ๆ หรือการชี้แนะสาธารณะเพื่อเป็นอีกเสียงหนึ่งของสังคม สร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในประเด็นต่างๆ หรือเรียกให้คนในสังคมได้หันมาสนใจประเด็นที่ผู้สื่อสารต้องการชี้แนะผ่านสื่อ และถึงแม้ว่าพื้นที่ในสื่อสังคมออนไลน์จะเป็นเครื่องมือที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อ แต่จากงานศึกษานั้นก็ได้ให้ข้อเสนอแนะถึงการใช้อุปกรณ์นี้ว่าต้องมีการวางแผนและบริหารจัดการที่ดี อีกทั้งการใช้พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือหลัก แต่ก็ยังคงต้องทำควบคู่กับการใช้สื่อดั้งเดิมและวิธีที่เคยปฏิบัติประเภอบกันเพื่อให้การสื่อสารไปสู่สังคมในวงกว้าง

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถนำทฤษฎีการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อมาปรับใช้เพื่อวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ว่าโครงการมีวิธีการสื่อสารประเด็นสาธารณะผ่านสื่ออย่างไร

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

### ความหมายและบทบาทของการสื่อสาร

คำว่า “การสื่อสาร” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Communication ซึ่งตามพจนานุกรมศัพท์นิเทศศาสตร์ หมายถึง “การติดต่อ การแลกเปลี่ยนข่าวสารจากจุดหนึ่งไปอีกจุดหนึ่ง” (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2556) อย่างไรก็ตาม ในทางวิชาการ “การสื่อสาร” มีความหมายที่แตกต่างกันไปตามค่านิยมของแต่ละบุคคลและไม่มี ความหมายใดที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างเป็นทางการโดยทุกคนอย่างไม่มีข้อโต้แย้ง ดังเช่น

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (2539) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่าเป็นการนำหนังสือหรือข้อความของฝ่ายหนึ่งส่งให้อีกฝ่ายหนึ่ง

โรเจอร์ (Rogers, 1976) ให้ความหมายของการติดต่อสื่อสารว่าเป็นการถ่ายโอนและแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ความรู้สึก ความคิด และการกระทำต่าง ๆ โดยมีเจตนาที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล อันหมายถึง การเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติ และพฤติกรรมที่แสดงออกโดยเปิดเผย

อย่างไรก็ตามโดยส่วนใหญ่แล้วผู้คนมักเข้าใจว่าการสื่อสารหมายถึง กระบวนการสื่อสารที่ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร อย่างที่มักเรียกย่อ ๆ กันว่า SMCR ซึ่งกระบวนการสื่อสารไม่ใช่ความหมายของการสื่อสาร เนื่องจากไม่ได้บอกคุณลักษณะที่ทำให้เข้าใจถึงความหมายของมันได้ เพราะกระบวนการสื่อสารดังกล่าวเป็นความรู้ เนื่องจากการสื่อสารย่อมต้องประกอบด้วยผู้ส่งสาร เนื้อหาของสาร สื่อที่พาสารไป และผู้รับสาร เป็นปกติ จึงไม่ได้ทำให้ผู้ที่ศึกษารู้จักคำว่า การสื่อสารมากขึ้น แต่กระบวนการสื่อสารทำให้เข้าใจถึงความหมายและบทบาทของการสื่อสารได้ง่ายขึ้น

นิยามของการสื่อสารที่อาจทำให้เข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วที่สุดโดยสมเหตุสมผลจึงเป็นเรื่องของการถ่ายโอนความหมาย ระหว่างผู้สื่อสาร ซึ่งผู้สื่อสารหมายถึง ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่ว่าจำนวนเท่าใดเพื่อพยายามทำให้พวกเขาเข้าใจในความหมายเดียวกัน

โดยปกติผู้สื่อสารระหว่างกันจะเป็นการสื่อสารในลักษณะเชิงเส้น กล่าวคือ การสื่อสารจะเริ่มต้นจากผู้ส่งสาร ผลิตสาร ผ่านสื่อที่ใช้ เพื่อไปยังผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย การสนทนาซึ่งหน้าอาจไม่จำเป็นต้องใช้สื่อใด ๆ เพื่อช่วยเสริมความช่วยเหลือเพราะเป็นการพูดต่อหน้า กระบวนการสื่อสารที่เป็นเชิงเส้นดังกล่าวถูกนำมาใช้ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ในฐานะผู้สื่อสาร แต่กระบวนการสื่อสารอาจเป็นได้ทั้งการสื่อสารทางเดียว หรือการสื่อสารสองทาง ที่มีผู้รับสารมีหน้าที่ฟังอย่างเดียว หรือผู้รับสารอาจสะท้อนข้อความกลับไปยังผู้ส่งสาร การย้อนกลับสารหรือเสียงสะท้อน (Feedback) ดังกล่าวจึงเป็นตัววัดว่าผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าใจตรงกันหรือไม่

นอกจากนี้ยังมีการสื่อสารที่ไม่ใช่เชิงเส้นหรือการสื่อสารที่ไม่เป็นระเบียบ คือ สารที่สื่อออกไปจะกระจัดกระจายไร้ทิศทางเช่นการสื่อสารมวลชน ด้วยเหตุนี้การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับวิธีการจัดการกับกระบวนการสื่อสารนั้น ๆ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2557)



## องค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากที่สุดก็ต่อเมื่อองค์ประกอบทุกองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยองค์ประกอบของการสื่อสารที่สำคัญคือ 1) แหล่งข่าวสาร (Source) 2) ข่าวสาร (Message) 3) ผู้รับ (Receiver) 4) ช่องทางข่าวสาร (Channel) และ 5) สัมฤทธิ์ผล (Effect)

### 1. แหล่งข่าวสาร (Source)

ในกระบวนการสื่อสารแหล่งข่าวสารหรือผู้ส่งสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะนอกจากองค์ประกอบอื่น ๆ ที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพแล้ว ผู้ส่งสารก็เป็นผู้มีอิทธิพลต่อความเชื่อถือให้แก่ตัวสารด้วยคุณลักษณะของผู้ส่งสารเอง (อภิสรธา เกิดชูชื่น, 2545) และผู้ส่งสารไม่จำเป็นต้องเป็นบุคคลเสมอไป อาจอยู่ในรูปของสถาบันองค์กร หน่วยงาน กลุ่มบุคคล หรือคณะทำงานก็ได้ซึ่งความน่าเชื่อถือของแหล่งสารมาจาก ปัจจัย 2 ประการ (อรรธรณ ปิรันธโรวาท, 2549) คือ 1) ความสามารถหรือความเป็นผู้ชำนาญ (Competence of expertness) 2) ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness)

อย่างไรก็ตามในขณะเดียวกันเป้าหมายของผู้สื่อสาร คือ ความพยายามที่จะทำความเข้าใจในสารที่ส่งรับกัน ซึ่งอาจประสบความสำเร็จหรือไม่ก็ได้ โดยปกติผู้ส่งสารมัก หมายถึง แหล่งสารด้วย แต่ในบางกรณีผู้ส่งสารอาจเป็นคนละคนกับแหล่งสาร เมื่อแหล่งสารกำหนดผู้ส่งสารแทน ในกรณีนี้ผู้ส่งสารจะกลายเป็นผู้กระจายถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสาร ผู้สื่อสารที่สื่อสารไปมาระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารอาจมีคุณลักษณะที่แตกต่างกันหลายระดับ กล่าวคือ ระดับของผู้สื่อสารจึงไม่ใช่คน ๆ เดียว แต่มีระดับที่แตกต่างไป ดังนี้ การสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มย่อย การสื่อสารองค์กร การสื่อสารธารณะ และการสื่อสารมวลชน (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2557)

### 2. ข่าวสาร (Message)

เนื้อหาสาร / ข้อมูล / ข่าวสาร หมายถึง ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความคิดต่าง ๆ หรือชุดของสัญลักษณ์ที่ผู้ส่งสารต้องการจะนำเสนอหรือสื่อความหมายไปยังผู้รับสารโดยมีเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยกระบวนการเข้ารหัสนำไปสู่การพัฒนา ข้อความ ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลหรือความหมายที่ผู้ส่งข่าวสารต้องการส่งไปยังผู้รับข่าวสาร โดยที่อาจเป็นข้อความเป็นภาษาพูด (verbal) หรือข้อความที่ไม่เป็นภาษา (nonverbal) ใช้การพูดหรือเขียนหรือใช้สัญลักษณ์ก็ได้และปรับเปลี่ยนข้อความให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับช่องทางการสื่อสารที่จะใช้ (สุมาลี เล็กประยูร, 2551)

อีกทั้งสารยังหมายรวมความถึงอวัจนภาษาอีกด้วย สารของมนุษย์กลายเป็นข้อมูลของมนุษย์สำหรับใช้ในการศึกษาวิจัย มนุษย์ผลิตข้อมูลทุกวันเพราะมนุษย์สื่อสารถึงกันในสังคมตลอดเวลา

การสกัดข้อมูลช่วยทำให้มนุษย์สร้างกรอบความคิดหรือกรอบจินตนาการที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น จินตนาการของมนุษย์อยู่ในจิตใจ มนุษย์เลือกที่จะจดจำจินตนาการที่ดีหรือร้ายไว้ในความทรงจำทำให้ หล่อหลอมกรอบความคิด ซึ่งมนุษย์สามารถแลกเปลี่ยนกรอบความคิดได้ผ่านภาษา ซึ่งหมายถึง วจนภาษาและอวัจนภาษา ซึ่งการแลกเปลี่ยนเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอทำให้สารมีความเป็นพลวัต ค่อนข้างสูง สารจึงเป็นตัวแทนของปรากฏการณ์ที่มนุษย์ผลิตขึ้นเพื่อใช้สื่อสารระหว่างกัน ๆ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2557) ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงต้องกำหนดเนื้อหาสารให้ตรงกับความสนใจหรือ ความต้องการของผู้รับและต้องมีวิธีการวางโครงสร้างสารมาเป็นอย่างดี

### 3. ผู้รับสาร (Receiver)

ในกระบวนการสื่อสาร มีบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้อง 2 ฝ่าย คือ ผู้รับสารและผู้ส่งสาร ซึ่งผู้รับสาร ในการสื่อสารนั้น อาจมีความหมายถึงบุคคลคนเดียว หรืออาจหมายถึงกลุ่มบุคคลหรือมวลชนที่ เป็นผู้ฟัง ผู้อ่าน ผู้ชม

### 4. ช่องทางข่าวสาร (Channel)

การเลือกใช้ช่องทางข่าวสารหรือช่องทางการสื่อสารนั้นองค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยให้ข้อมูล ข่าวสารส่งถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ซึ่งผู้ส่งสารต้องพิจารณาว่า ข่าวสารและ กลุ่มเป้าหมายนั้นใช้ช่องทางการสื่อสารใดเป็นหลัก ทั้งนี้การเลือกใช้สื่อโดยพิจารณาบทบาทหน้าที่ ของสื่อแต่ละชนิดว่า มีขอบเขต ความสามารถแตกต่างกันไป ความสามารถดังกล่าวได้แก่ การให้ ข่าวสารข้อเท็จจริง ความสามารถในการให้หลักการและให้มองเห็นความสัมพันธ์ ความสามารถในการให้ติดตามความต่อเนื่องของกระบวนการ ความสามารถในการให้แก้ปัญหาชักนำให้เปลี่ยน พฤติกรรมโน้มน้าวให้ลงมือกระทำ (อรรวรรณ ปิรันธน์โสภา, 2549, pp. 150)

### วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

สำหรับวัตถุประสงค์ของการสื่อสารถือเป็นตัวกำหนดทิศทางของการสื่อสารว่าจะดำเนินไปใน ลักษณะใด เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งการสื่อสารทุกประเภทที่เป็นทางการและไม่ เป็นทางการ ตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจ เป็นกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์ในเบื้องต้นเสมอ แต่เนื่องจากการ สื่อสารเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและเสมือนเกิดขึ้นได้เองตามธรรมชาติ ทำให้ไม่ได้มีการ ตระหนักว่าเรากระทำการสื่อสารโดยมีวัตถุประสงค์ใด

วัตถุประสงค์ในการสื่อสารของผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สามารถอธิบายได้(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2556, pp. 14) ดังนี้

1. วัตถุประสงค์เพื่อบอกกล่าว/เพื่อเข้าใจ ในการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อบอกกล่าว เป็นวัตถุประสงค์เบื้องต้นของมนุษย์ในการสื่อสารความต้องการของตนเองให้ผู้อื่นได้ทราบ นอกจากนี้ในการสื่อสารประเภทอื่น ๆ วัตถุประสงค์เพื่อบอกกล่าว ยังหมายรวมถึง การส่ง และการเผยแพร่เรื่องราว หรือข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานหรือองค์กร ให้ผู้รับสารได้ทราบ

2. วัตถุประสงค์เพื่อโน้มน้าวใจ/เพื่อตัดสินใจ เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารใช้ให้ข้อมูลที่มีในการโน้มน้าวให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกคล้อยตามในการปรับเปลี่ยนทัศนคติ และการปฏิบัติ ในขณะที่ผู้รับสารต้องการให้ข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการโน้มน้าวใจ และเพื่อตัดสินใจนี้ พบมากในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา

3. วัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้/เพื่อเรียนรู้ เป็นวัตถุประสงค์ที่ลึกซึ้งกว่าการบอกกล่าวในการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ และเพื่อเรียนรู้ ผู้ส่งสารและผู้รับสารมักมีวัตถุประสงค์เฉพาะอยู่แล้วว่าต้องการให้มีความรู้ และเรียนรู้ในเรื่องใด ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งในลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

4. วัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเพลิดเพลิน/เพื่อแสวงหาความเพลิดเพลินเป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้รับสาร ส่วนผู้รับสารเองก็ต้องการได้รับความพึงพอใจในการสื่อสาร

ดังนั้นการสื่อสารจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับคนในสังคมในการอธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น การสื่อสารมีความหมายถึงการถ่ายทอดความหมายของผู้สื่อสารซึ่งมีหลายระดับตั้งแต่ระดับปัจเจกชน การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มย่อย องค์กร การสื่อสารสาธารณะ และการสื่อสารมวลชน การถ่ายทอดความหมายจึงจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการสื่อสารซึ่งมีทั้งเชิงเส้นที่เป็นขั้นตอนเดียวหลายขั้นตอน

หากพิจารณาแล้วสามารถแบ่งประเภทของสภาพแวดล้อมทางการสื่อสารออกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

1) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (physical environment) แบ่งเป็น สภาพแวดล้อมที่จับต้องได้ ได้แก่ สถานที่ขณะทำการสื่อสาร ที่หมายถึง ลักษณะ สภาพ และขนาดของสถานที่ที่เอื้ออำนวยต่อการสื่อสารรูปแบบต่างๆ และบรรยากาศแวดล้อมขณะทำการสื่อสาร ที่หมายถึง ลักษณะประกอบอื่นๆ ของสถานที่ซึ่งจับต้องไม่ได้ ลักษณะบรรยากาศที่สำคัญ ได้แก่ บรรยากาศที่มีผลต่อการมอง การได้ยิน การได้กลิ่นและการสัมผัส

2) สภาพแวดล้อมทางจิตวิทยาสังคม (social-psychological environment) จิตวิทยาสังคมเป็นแขนงของจิตวิทยาสังคมที่มุ่งอธิบายพฤติกรรมของบุคคลในสังคม ในขณะที่อยู่ร่วมกับบุคคลอื่น ๆ ในกลุ่มสังคม ในขณะที่อยู่ร่วมกับบุคคลอื่น ๆ ในกลุ่มสังคม สภาพแวดล้อมทางจิตวิทยาสังคมครอบคลุมถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมกระทำการสื่อสาร สถานภาพทางสังคมของผู้ร่วมกระทำการสื่อสาร และกฎเกณฑ์ทางสังคมที่ถูกกำหนดโดยสถาบันทางสังคมที่ผู้ร่วมกระทำการสื่อสารสังกัดอยู่ โดยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมกระทำการสื่อสาร สถานภาพทางสังคมของผู้ร่วมกระทำการสื่อสาร และกฎเกณฑ์ทางสังคมที่ถูกกำหนดโดยสถาบันทางสังคม มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อกระบวนการสื่อสาร ทั้งในแง่การกำหนดสาร วิธีการส่งสาร และการตีความหมายสาร ในแง่ของปัจจัยทางจิตวิทยาสังคมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมกระทำการสื่อสารเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสารมากที่สุด

3) สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม

4) สภาพแวดล้อมทางเวลา (temporal environment) หมายถึง เวลา ในขณะที่ทำการสื่อสาร และช่วงเวลาภายใต้บริบททางการสื่อสาร ที่มีผลต่อกระบวนการสื่อสาร เวลาขณะทำการสื่อสาร หมายถึง ช่วงเวลาที่ผู้กระทำการสื่อสารเลือกที่จะทำการสื่อสาร ช่วงเวลาภายใต้บริบททางการสื่อสาร บริบททางการสื่อสารด้านเวลาที่ต่างกันย่อมมีผลต่อการรับรู้ และตีความหมายสาร และก่อให้เกิดผลกระทบที่ต่างกัน

นอกจากสภาพแวดล้อมดังกล่าวที่ได้กล่าวมาแล้ว โครงสร้างทางสังคม โดยเฉพาะโครงสร้างด้านการเมือง เศรษฐกิจและเทคโนโลยี ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อกระบวนการสื่อสารของบุคคล เนื่องจากบุคคลถูกหล่อหลอมให้สื่อสารตามโครงสร้างทางสังคมที่แวดล้อมตนเองอยู่

อย่างไรก็ตามในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ว่าในโครงการมีกระบวนการสื่อสารอย่างไร

## 2.3 แนวคิดการสื่อสารสาธารณะ (Public Communication)

คำว่า “สาธารณะ” นั้นในความหมายที่เข้าใจกันโดยทั่วไป คือคำว่า “ส่วนร่วม” (Public) ซึ่งมักจะถูกให้นิยามโดยเปรียบเทียบกับคู่ที่ตรงข้ามกันคือคำว่า “ส่วนตัว” (Private) สำหรับความหมายของคำว่าสาธารณะ อาจขยายออกไปถึงเรื่องผลประโยชน์ของส่วนร่วมสำหรับคนหมู่มากหลากหลายกลุ่มที่อาจจะสอดคล้องหรือขัดแย้งกับผลประโยชน์ส่วนตัว (ปัจเจกหรือเฉพาะ



กลุ่ม) คำว่าสาธารณะจึงมีนัยยะได้ 2 นัยเช่นเดียวกับคำว่า “พื้นที่” คือสามารถแสดงออกในลักษณะรูปธรรม ซึ่งในความหมายที่มีลักษณะชัดเจนขึ้น พื้นที่สาธารณะ จึงหมายถึง พื้นที่ที่เปิดให้ประชาชนสามารถเข้าถึงเพื่อรับรู้แลกเปลี่ยนและอภิปราย เพื่อแสวงหาความเห็นร่วมกันในเรื่องต่าง ๆ ที่เป็นประเด็นสาธารณะของสังคม หรือบางครั้งเรียกว่าฉนวนสาธารณะ และมักเชื่อมโยงให้นึกถึง “เวทีสำหรับการถกเถียงเกี่ยวกับปัญหาสังคมต่าง ๆ” (พิรงรอง รามสูต, 2550) อย่างไรก็ตาม นักวิชาการบางคนได้จัดให้การสื่อสารสาธารณะเป็นการสื่อสารแบบกลุ่มใหญ่ แต่ความจริงแล้ว การสื่อสารแบบนี้มีลักษณะที่แตกต่างไปในแง่ที่ว่า ผู้รับสารประกอบด้วยบุคคลหลากหลายประเภทและหลายลักษณะแตกต่างกันไป แต่มารวมกันในการสื่อสารเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การปาฐกถา การกล่าวสุนทรพจน์ การปราศรัยหาเสียงเลือกตั้งของนักการเมือง เป็นต้น แบบนี้อาจมีการติดต่อสองทางเกิดขึ้นได้ แต่อย่างน้อยผู้ส่งสารยังพอมีโอกาสปรับการสื่อสารของตนเองได้ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้การสื่อสารระหว่างบุคคลประสบความสำเร็จที่สำคัญมีด้วยกัน 2 ประการ คือ

1. การเปิดเผยตนเอง และนำตนเองเข้าไปเกี่ยวข้อง ข้อนี้นับว่าเป็นสิ่งจำเป็นมากสำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การแสดงอารมณ์ ความรู้สึก ความจริงใจต่อกันระหว่างผู้สื่อสาร และแสดงให้เห็นว่าตนเองมีความเกี่ยวข้องเป็นส่วนหนึ่งของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น มีส่วนร่วมในผลที่เกิดจากเรื่องราวที่กำลังสื่อสารกันอยู่

2. การตั้งใจฟัง เนื่องจากการสื่อสารส่วนใหญ่ ใช้การพูดในการสื่อสาร ดังนั้น นอกจากความสามารถในการพูด การใช้ภาษาของผู้สื่อสารแล้ว ผู้ฟังมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของการสื่อสาร ด้วยการฟังอย่างตั้งใจ หรือมีเจนาที่จะรับฟังด้วยความหวังว่าจะได้ประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งจากผู้พูด ย่อมช่วยให้การสื่อสารได้ผลยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ในการทำการสื่อสารสาธารณะ ยังมีความเชื่อมโยงถึงบทบาทของ “สื่อสารสาธารณะ” โดยปรัชญาพื้นฐานของสื่อสารสาธารณะ คือ การเป็นระบบกระจายเสียงที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้ชม/ผู้ฟัง และเน้นการสร้างองค์กรที่ปลอดจากอิทธิพลของ “รัฐ” และ “กลุ่มทุน” ในการสื่อสารสาธารณะยังถือเป็นการสื่อสารที่ต้องการแสวงหาความร่วมมือในการเปลี่ยนแปลงสังคม ซึ่งเน้นการประยุกต์หลักการมีส่วนร่วมมาเป็นแนวทางในการสื่อสาร โดยคำนึงถึงการเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกฝ่ายในชุมชนได้สนทนาแบบปรึกษาหารือ (dialogical communication) บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน (equality) เพื่อร่วมมือกันแสวงหาแนวทางในการพัฒนาสังคม และยังเน้นการแสวงหาความร่วมมือจากภาครัฐ โดยสนับสนุนให้ภาครัฐปรับเปลี่ยนบทบาทไปเป็นผู้สนับสนุนกระบวนการพัฒนา (facilitator) ในขณะที่ประชาชนเป็นผู้ร่วมกันกำหนดและรับผิดชอบในการนำแนวคิดด้านการพัฒนาไปสู่การปฏิบัติโดยเชื่อมั่นว่า กระบวนการดังกล่าวจะช่วยทำให้ประชาชนได้ก้าวจากการเป็นผู้บริโภคข้อมูลข่าวสาร ไปสู่การเป็นผู้ร่วมกำหนดประเด็นในการสื่อสาร

และการหันหน้าเข้าหากัน เพื่อพูดคุย เจรจากัน เกี่ยวกับสถานการณ์ต่าง ๆ ในท้องถิ่น ตลอดจนเป็นผู้ร่วมตัดสินใจเกี่ยวกับชะตากรรมของสังคม และแนวปฏิบัติในการพัฒนาสังคมไปในทิศทางที่เหมาะสม (ปารีชาติ สถาปิตานนท์, 2551, น. 15)

อีกทั้งพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) ยังหมายถึง พื้นที่ที่เปิดให้ประชาชนสามารถเข้าถึงเพื่อรับรู้แลกเปลี่ยนและอภิปราย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสวงหาความเห็นร่วมกันในเรื่องต่าง ๆ ที่เป็นประเด็นสาธารณะของสังคม ทั้งนี้พื้นที่สาธารณะจะเข้มแข็งเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับสถานะการณ์ของสิทธิการสื่อสารในแงุ่มที่เกี่ยวข้อกันว่าเป็นอย่างไร ทั้งเรื่องเสรีภาพในการแสดงออกของสื่อมวลชนและของประชาชน ความสามารถของประชาชนในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศของรัฐ ความหลากหลายของเนื้อหาในสื่อต่าง ๆ เนื้อหาของสื่อที่สะท้อนถึงประโยชน์สาธารณะและการมีอยู่ของพื้นที่สาธารณะและบทบาทที่ชัดเจนในสื่อมวลชน ซึ่งความหมายของคำว่า “พื้นที่สาธารณะ” ประกอบด้วยคำ 2 คำ คือคือคำว่า “พื้นที่” และ “สาธารณะ” โดยคำว่าพื้นที่ ประกอบด้วยลักษณะที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม โดยในแง่รูปธรรมพื้นที่ หมายถึง อาณาบริเวณแห่งใดแห่งหนึ่งที่มีการแบ่งกันเขตเอาไว้อย่างแน่นอน นอกจากนี้ความหมายรูปธรรมดังกล่าว พื้นที่ยังมีความหมายทางสังคมการเมืองและวัฒนธรรมซึ่งมีลักษณะเป็นนามธรรม ที่หมายถึง เวทีทางสังคมที่มีการช่วงชิงทางอำนาจ ส่วนคำว่าสาธารณะ สามารถเข้าใจได้โดยทั่วไปจากคำว่า “ส่วนรวม” และยังสามารถขยายออกไปถึงเรื่องผลประโยชน์ของส่วนรวมสำหรับคนหมู่มากหลากหลายกลุ่มที่อาจสอดคล้องหรือขัดแย้งผลประโยชน์ ดังนั้น ในการสื่อสารสาธารณะ “พื้นที่” จึงถือเป็นส่วนสำคัญในการแสดงออกซึ่งจุดประสงค์ในการสื่อสารให้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการสื่อสาร (กาญจนา แก้วเทพ, ปารีชาติ สถาปิตานนท์, 2543)

**ความสำคัญของการสื่อสารสาธารณะ** (ฉรินันท์ อนุวัชศิริวงศ์และคณะ, 2558)

- การสื่อสารในที่สาธารณะเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่ประสานคนเข้าด้วยกัน ใช้เป็นการใจเชื่อมสังคมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การสื่อสารยังทำให้เกิดการทำงานและการใช้ชีวิตร่วมกันในองค์กรและสังคมด้วยจุดมุ่งหมายแตกต่างกัน ในการโต้แย้งและตัดสินใจประเด็นวิกฤตทางสังคม และช่วยปรับเปลี่ยนสังคมให้อยู่ในแนวทางที่พึงประสงค์ การสื่อสารสาธารณะเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นเป็นประจำในชีวิตประจำวัน ผู้ส่งสารอาจเป็นบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคล องค์กรทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน

- การสื่อสารสาธารณะสามารถประยุกต์เข้ากับการสื่อสารทุกรูปแบบและสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน อาชีพส่วนใหญ่ในระดับปัจเจกและระดับองค์กร อาชีพทางธุรกิจ อุตสาหกรรม การศึกษา การสื่อสารของผู้บริหารองค์กร หรือการสื่อสารของรัฐบาล ล้วนต้องพบปะสาธารณะและจำเป็นต้องใช้การสื่อสารเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยกันเกือบทั้งสิ้น

- การสื่อสารสาธารณะช่วยให้เจตนาธรรมณ์ของการสื่อสารในภาพรวมบรรลุผลได้ ทั้งการให้ข่าวสาร ความรู้ การสั่งสอน อบรม โนมน้อม ชี้นำ การปราศรัย หรืออื่นๆ ผู้ส่งสารหรือผู้พูดที่รู้จักและเข้าใจปัจจัยและวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสาธารณะจะช่วยให้การสื่อสารบรรลุผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดจำนวนทรัพยากรที่จำเป็นต้องใช้เพื่อช่วยให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมาย เช่น การทำให้ผู้รับสารหรือผู้ฟังเกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิด ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมหลังจากการสื่อสารในแนวทางที่ผู้พูดต้องการ

- การสื่อสารสาธารณะมีความสำคัญต่อผู้พูดในฐานะผู้ส่งสาร การสื่อสารสาธารณะที่ประสบผลสำเร็จจะช่วยให้ผู้พูดได้รับการยอมรับและนับถือในหมู่สาธารณะชนผู้ฟัง และเป็นบันไดที่นำผู้พูดไปสู่ความสำเร็จในตำแหน่งหน้าที่การงานและสถานะทางสังคมมากยิ่งขึ้น

- การสื่อสารสาธารณะยังมีความสำคัญต่อผู้ฟังหรือผู้รับสาร ช่วยให้ผู้ฟังได้รับผลจากการสื่อสารที่สอดคล้องกับเจตนาธรรมณ์ในการรับสารทั้งเพื่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การได้รับความรู้ การได้รับความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการแก้ปัญหาที่ผู้ฟังประสบ การพัฒนาความสามารถทางความคิด การปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมที่เป็นไปเพื่อประโยชน์และการพัฒนาผู้รับสาร การได้รับความบันเทิงหรือความหย่อนใจจากการรับสาร รวมทั้งการเกิดผลกระทบทางบวกต่อสังคม เศรษฐกิจ การเมืองในทิศทางที่ผู้ส่งสารต้องการ

### แบบจำลองในการสื่อสารสาธารณะ

องค์ประกอบหลักในการสื่อสารสาธารณะ ได้แก่ ผู้พูด (ผู้ส่งสารหรือแหล่งสาร) สารและช่องทาง รวมทั้งผู้ฟัง (หรือผู้รับสาร) โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทั้งก่อนและหลังซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสาร (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา, 2558, pp. 158)

#### กระบวนการสื่อสารสาธารณะ

กระบวนการสื่อสารสาธารณะตามแบบจำลองประกอบด้วยกระบวนการที่เกิดก่อนการสื่อสาร กระบวนการเข้ารหัสสาร กระบวนการถ่ายทอด และกระบวนการถอดรหัสสาร ดังนี้

1.1 ก่อนกระบวนการสื่อสาร ก่อนทำการสื่อสาร ผู้ส่งสารต้องคิดถึงประเด็นการสื่อสารวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้เกิดในตัวผู้รับสาร และเลือกความหมายที่สามารถกระตุ้นให้เกิดในใจของผู้รับสารได้

1.2 กระบวนการเข้ารหัสสาร เป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการสื่อสาร เป็นการแปลงความคิดที่รับเข้ามาให้เป็นเนื้อหาสารที่เหมาะสมกับการส่งไปยังผู้รับสาร กระบวนการนี้ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ การสร้างสาร การปรับสารให้เข้ากับผู้รับสารเป้าหมาย และการส่งสารไปยังผู้รับสาร



กระบวนการเข้ารหัสสารเกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้ส่งสารและวิธีการที่ผู้รับสารรับรู้เนื้อหาสาร ขั้นตอนนี้จำเป็นต่อการสื่อสารสาธารณะ เพราะผู้ส่งสารอาจสร้างสารโดยปราศจากจากคำนึงถึงผู้รับสาร

กระบวนการเข้ารหัสสารมีมาตรการสำคัญ 3 มาตรการ ได้แก่ 1) การสร้างข้อเท็จจริงหรือความจริงขึ้นมาใหม่ (innovation) จากเดิม เพื่อให้เหมาะกับผู้รับสาร 2) การจัดส่วนประกอบของเนื้อหาสารในลักษณะที่เอื้อต่อประสิทธิผลในการสื่อสารสาธารณะ และ 3) การเลือกใช้ภาษา ที่จะเกิดความหมายแก่ผู้รับสาร เพื่อนำเสนอความคิดหวังจากผ่านสองมาตรการแรกมาแล้ว ซึ่งแต่ละมาตรการมีผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง กระบวนการเข้ารหัสสารในการสื่อสารสาธารณะจึงมีผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง

1.3 กระบวนการถ่ายทอด (transmission) เมื่อผู้ส่งสารเข้ารหัสสาร ต้องมีการถ่ายทอดสารนั้นผ่านช่องทางไปยังผู้รับสาร แต่ช่องทางในการสื่อสารสาธารณะค่อนข้างจำกัด ช่องทางหลักส่วนใหญ่เป็นคำพูด และอาจมีภาพประกอบในบางครั้ง สื่อที่ใช้เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดสารมีผลต่อประสิทธิผลในการสื่อสารสาธารณะ

1.4 กระบวนการถอดรหัสสาร จุดหมายปลายทางของสารคือผู้รับสาร ผู้รับสารรับสารที่ถ่ายทอดมาโดยผ่านช่องทาง โดยมีกระบวนการถอดรหัสสารเข้ามาเกี่ยวข้อง กระบวนการนี้ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การฟังและการเห็น การตีความ การประเมิน และการตอบสนอง

1) การเห็นและการฟัง เป็นขั้นตอนแรกๆของกระบวนการถอดรหัสสาร ไม่ว่าจะเป็นการฟังหรือการเห็นสาร หรือทั้งสองอย่าง ผู้รับสารรับสารที่ผ่านช่องทางการเขียนด้วยการเห็น ถ้าการรับสารผ่านช่องทางการพูดก็จำเป็นต้องใช้การมองดูและการฟัง โดยทั้งการฟังและมองดูผู้พูด โดยเห็นทั้งสีหน้า ท่าทาง และการเคลื่อนไหว ฯลฯ

2) การตีความ เป็นขั้นตอนที่สองของกระบวนการถอดรหัสสาร การตีความเป็นการที่ผู้รับสารตัดสินใจว่าจะเชื่อหรือไม่เชื่อผู้ส่งสารตามความหมายของสารที่ได้รับ ผู้รับสารใช้ความพยายามอย่างมีจิตสำนึกในการตีความสารอย่างถูกต้อง แต่ไม่ใช่ว่าการตีความที่ถูกต้องจะเกิดขึ้นทุกครั้ง เป็นเพียงผู้รับสารมีความพยายามเท่านั้น

3) การประเมิน เมื่อผู้รับสารตีความสารตามเนื้อหาที่ส่งมา ผู้รับสารจะประเมินสารตามบุคลิกของเขา

4) การตอบสนอง เมื่อการประเมินเสร็จสิ้น ผู้รับสารตอบสนองต่อเนื้อหาสารตามที่ได้เห็นหรือได้ฟัง รวมทั้งการตีความและการประเมิน บางครั้งการตอบสนองจะเห็นได้ชัดและสังเกตได้

จากการแสดงพฤติกรรม แต่บางครั้งการตอบสนองจะเกิดภายในตัวผู้รับสารและไม่สามารถสังเกตได้ และในบางครั้งการตอบสนองจะเป็นทั้งสองลักษณะ

เมื่อผู้รับสารตอบสนองแล้ว กระบวนการถอดรหัสสารจะสิ้นสุด รวมทั้งเสร็จสิ้นกระบวนการสื่อสารสาธารณะ การตอบสนองของผู้รับสารภายหลังจากช่วงเวลานี้จะไม่ได้เป็นผลมาจากการสื่อสารสาธารณะแล้วไม่ว่าจะเป็นความคิดหรือการกระทำ อย่างไรก็ตามการคิดและการกระทำของผู้รับสารได้รับผลกระทบจากกระบวนการสื่อสารสาธารณะ ซึ่งมักเป็นวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

### สิ่งรบกวนในการสื่อสารสาธารณะ

จากแบบจำลองกระบวนการสื่อสารสาธารณะในภาพ ยังมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องได้แก่ สิ่งรบกวน (noise) หมายถึง องค์ประกอบที่เป็นอุปสรรคต่อการเกิดความหมายในใจของผู้รับสาร ตามที่ผู้ส่งสารตั้งใจ สิ่งรบกวนไม่ใช่องค์ประกอบหลักที่จำเป็นต่อกระบวนการสื่อสาร (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2558, pp. 160)

สิ่งรบกวนเกิดในทุกองค์ประกอบหลักของกระบวนการสื่อสารสาธารณะ ทั้งผู้ส่งสาร ช่องทาง และผู้รับสารและเกิดขึ้นเกือบตลอดเวลา

*สิ่งรบกวนที่เกิดจากผู้ส่งสาร* สิ่งรบกวนแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ความคิดที่คลุมเครือเกี่ยวกับแนวคิดที่ผู้ส่งสารระบุในสาร เป็นสิ่งรบกวนที่เกิดผลกระทบทางตรงและเป็นผลกระทบที่ไม่พึงปรารถนาทำให้การสื่อสารสาธารณะล้มเหลว กรณีนี้พบเมื่อผู้ส่งสารไม่ชำนาญหรือไม่กระจ่างเกี่ยวกับแนวคิดในการสื่อสารทำให้ความหมายของแนวคิดผิดเพี้ยนไป หรือในกรณีที่ผู้ส่งสารตั้งใจส่งสารอย่างดี แต่ผู้รับสารไม่สนใจจะรับ สาเหตุของสิ่งรบกวนอยู่นอกเหนือกระบวนการสื่อสาร โดยเป็นสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับปัญหาในการศึกษา ภูมิหลัง และประสบการณ์ สาเหตุประการที่สองเกี่ยวกับจิตวิทยามนุษย์ และสาเหตุประการที่สามเกี่ยวข้องกับปัญหาจริยธรรม

*สิ่งรบกวนที่เกิดจากช่องทาง* สิ่งรบกวนที่เกิดในช่องทางนั้น แม้จะสำคัญต่อการสื่อสารที่เน้นสารเป็นศูนย์กลาง แต่ไม่สำคัญมากนักต่อกระบวนการสื่อสารสาธารณะ สิ่งรบกวนประเภทนี้มักเป็นสิ่งรบกวนที่มีความหมายตามตัวอักษร กล่าวคือ เกี่ยวข้องกับสัญญาณ ความไม่ชัดเจน ระดับเสียง ความคมชัดของเสียงที่ได้ยินหรือภาพที่มองเห็น มากกว่าเป็นสิ่งรบกวนที่เกี่ยวข้องกับสารโดยตรง เช่น การใช้วิธีการสื่อสารด้วยการพูด เสียงที่พูดมีผลต่อการรับหรือการไม่รับสารของผู้รับสาร เป็นต้น

*สิ่งรบกวนที่เกิดจากผู้รับสาร* สิ่งรบกวนที่เกิดจากผู้รับสารมีความสำคัญรองลงมาจากสิ่งรบกวนที่เกิดจากผู้ส่งสาร และมีผลต่อประสิทธิภาพหรือความล้มเหลวของการสื่อสารสาธารณะ ผู้รับสารในการสื่อสารสาธารณะเป็นมนุษย์ และไม่มีมนุษย์ใดที่เหมือนกัน ผู้ส่งสารจึงไม่สามารถระบุผลที่เกิดขึ้นในตัวผู้รับสารอย่างชัดเจน ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อความรู้ของผู้รับสารมีมากมาย โดยเฉพาะตัวแปรทางจิตวิทยา การตอบสนองของผู้รับสารจึงเป็นสิ่งที่ไม่อาจคาดการณ์ได้

## ปฏิกริยาป้อนกลับในการสื่อสารสาธารณะ

ปฏิกริยาป้อนกลับเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งในกระบวนการสื่อสารสาธารณะ เป็นการตอบสนองต่อสารที่เห็นและสังเกตได้ เมื่อผู้ส่งสารสังเกตเห็นปฏิกริยาป้อนกลับ ผู้ส่งสารจะกลายเป็นผู้รับสารและผู้รับสารจะกลายเป็นผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารในขณะที่ผู้รับสารจึงต้องทำการถอดรหัสสารที่ได้รับจากปฏิกริยาป้อนกลับ ผู้ส่งสารจึงต้องเห็นหรือได้ยินสารที่ตอบสนอง ต้องตีความหมายของสาร และต้องประเมินผลกระทบต่อความพยายามแรกเริ่มในการสื่อสาร และตอบสนองต่อปฏิกริยานั้น การตอบสนองของผู้ส่งสารอาจเป็นไปแบบนิ่งเฉย หรือพยายามปรับเนื้อหาด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่งโดยผ่านช่องทางไปยังผู้รับ เรียกว่าการปรับการตอบสนอง (feedback-induced adaptation) องค์ประกอบนี้ไม่จำเป็นต่อการสื่อสารสาธารณะ แต่เป็นปัจจัยที่ช่วยกำหนดความสำเร็จของความพยายามสื่อสาร ซึ่งมักพบในการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน อย่างไรก็ตาม การปรับการตอบสนองจะไม่ช่วยให้การสื่อสารสาธารณะประสบผลสำเร็จได้ ถ้าผู้ส่งสารเข้าใจปฏิกริยาป้อนกลับผิดพลาด หรือปรับการตอบสนองอย่างไม่ถูกต้อง

## ผู้ส่งสารในการสื่อสารสาธารณะ

สิ่งที่ควรรู้เกี่ยวกับผู้ส่งสารหรือผู้พูดในการสื่อสารสาธารณะ ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ส่งสารหรือผู้พูด วิธีการพูดของผู้ส่งสารหรือผู้พูด และสิ่งที่ผู้ส่งสารหรือผู้พูด ควรคำนึงถึง (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2558, pp. 172 ดังนี้

### คุณลักษณะของผู้ส่งสารหรือผู้พูด

อริสโตเติล กล่าวถึงผู้ส่งสารหรือผู้พูดในการสื่อสารสาธารณะว่าต้องมีคุณลักษณะ 3 ประการคือ ความน่าเชื่อถือ การเข้าถึงเหตุผล และการเข้าถึงอารมณ์

1) ความน่าเชื่อถือ เป็นคุณลักษณะที่สำคัญที่สุดในคุณลักษณะทั้งสามประการของผู้พูด ความน่าเชื่อถือของผู้พูดได้มาจากการประเมินของผู้ฟังโดยไม่ขึ้นกับผู้พูดว่าเป็นใคร ความน่าเชื่อถือของผู้พูดไม่ได้มาจากความเป็นต้นตนของผู้พูด แต่มาจากการประเมินของผู้ฟังโดยไม่ขึ้นกับผู้ฟังจะเชื่อใจผู้พูดหรือไม่ โดยความประทับใจในความน่าเชื่อถือของผู้พูดขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ ประการแรก คือ ความมีชื่อเสียงของผู้พูดตามที่ถูกผู้ฟังรับรู้ก่อนที่การพูดจะเริ่มขึ้น เรียกว่า ความน่าเชื่อถือภายนอก (extrinsic credibility) ประการที่สองคือ ความน่าเชื่อถือของผู้พูดตามการรับรู้ของผู้ฟัง จากคำพูดและการกระทำของผู้พูดระหว่างการพูดว่าสนับสนุนหรือขัดแย้งกับความน่าเชื่อถือในตอนต้น เรียกว่า ความน่าเชื่อถือภายใน (intrinsic credibility) ผู้ฟังจะประเมินความน่าเชื่อถือของผู้พูดจากชื่อเสียงและการเผชิญหน้าผู้พูด ด้วยเหตุที่ความน่าเชื่อถือนับว่าเป็นคุณลักษณะที่สำคัญที่สุดในการสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นในตัวผู้พูด

2) การเข้าถึงเหตุผล เป็นการพูดถึงเหตุผลหรือข้อโต้แย้งว่าเหตุใดผู้ฟังจึงควรมีทัศนคติหรือพฤติกรรมที่พึงปรารถนาหรือไม่พึงปรารถนา การโต้แย้งนี้ไม่ใช่การปะทะกันระหว่างผู้พูดกับผู้ฟังแต่เป็นการสนับสนุนเหตุผลหรือข้อโต้แย้งด้วยหลักฐานและข้อสรุป

3) การเข้าถึงอารมณ์ อริสโตเติล ได้รวบรวมค่าที่สะท้อนภาวะอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับการพูด ค่าเหล่านี้ประกอบด้วย ความโกรธ/ความอ่อนโยน ความรัก/ความเกลียด ความกลัว/ความมั่นใจ ความละเอียด/ความไม่ละเอียด ความเมตตา/ความสงสาร ความขุ่นเคือง/ความอิจฉา การแข่งขัน/การดูถูก ผู้พูดสามารถทำให้ผู้ฟังเข้าถึงอารมณ์ในเรื่องที่พูดด้วยการทำให้ผู้ฟังมีอารมณ์แรงในลักษณะต่างๆ ได้ด้วยการเชื่อมโยงสิ่งที่พูดกับความต้องการของผู้ฟัง ทั้งด้านกายภาพ ความมั่นคง ความชอบพอรักใคร่ การได้รับการยอมรับ และการเป็นเจ้าของ ผู้ส่งสารหรือผู้พูดในการสื่อสารสาธารณะจึงต้องมีคุณลักษณะทั้งสามดังกล่าว

### รูปแบบการพูดของผู้ส่งสารหรือผู้พูด

การพูดหรือนำเสนอของผู้พูดสามารถทำได้ 4 รูปแบบ คือ

1) การพูดฉับพลันในช่วงสั้น (impromptu) เป็นการพูดในสถานการณ์ที่ผู้พูดไม่คาดว่าจะเกิด แต่ทราบล่วงหน้าว่าจะต้องขึ้นพูดหรือปราศัย ผู้พูดเหล่านี้มักมีหัวข้อหรือวัตถุประสงค์การพูดที่คิดไว้แล้ว แต่ต้องรอดูว่ามีเวลามากน้อยเพียงใด และมีใครเข้าฟังบ้าง และจะต้องจัดระบบความคิดอย่างรวดเร็วตามสถานการณ์ในการพูดที่ทราบภายหลัง อีกทั้งยังต้องปรับความยาวและโครงสร้างของเนื้อหาที่พูดตามสถานการณ์ที่แปรเปลี่ยน

2) การขยายประเด็นแบบฉับพลัน (extemporaneous) เป็นการพูดที่ผู้พูดวางแผนมาอย่างดี และเตรียมประเด็นการพูดไว้แล้ว แต่ต้องขยายประเด็นที่เตรียมไว้แบบกะทันหันตามผู้ฟังและสถานการณ์

3) การพูดจากบท (manuscript) เป็นการพูดจากบทที่เตรียมไว้ก่อนแล้ว ใช้ในสถานการณ์ที่คำพูดทุกคำพูดมีความหมาย ถ้าผิดพลาดอาจเกิดผลกระทบที่สำคัญ การพูดจากความจำ (memorized) เป็นการพูดจากเนื้อหาที่ผู้พูดเตรียมท่องมา แต่วิธีนี้ทำให้การพูดไม่เป็นธรรมชาติ

4) สิ่งที่ผู้ส่งสารหรือผู้พูดควรคำนึงถึงในการพูด

สิ่งที่ควรรู้เกี่ยวกับผู้ส่งสารหรือผู้พูดในการสื่อสารสาธารณะนอกเหนือจากคุณลักษณะของผู้พูดและวิธีการพูดตามที่กล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีสิ่งที่คุณผู้พูดควรคำนึง ดังนี้



1) ผู้ส่งสารหรือผู้พูดในการสื่อสารสาธารณะต้องประเมินผู้ฟัง เลือกหัวข้อที่พูด ปรับสิ่งที่พูดกับจำนวนผู้ฟัง ผู้พูดต้องจัดระบบความคิด สื่อสารอย่างมีเหตุผล และคำนึงถึงเวลาในการพูด

2) ผู้พูดสามารถประเมินผู้ฟังด้วยการสังเกตโดยตรง ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับผู้ฟัง

3) ผู้พูดต้องเปิดรับปฏิกิริยาป้อนกลับจากผู้ฟัง เพื่อปรับวิธีการนำเสนอของผู้พูด โดยดูว่าผู้ฟังมีการตั้งคำถามหรือไม่

4) ผู้พูดควรคำนึงถึงอุปกรณ์ที่ช่วยเสริมการพูด เช่น ไมโครโฟน เครื่องฉายภาพข้ามศรีษะ เครื่องฉายสไลด์ เครื่องฉายวีดิทัศน์ เป็นต้น รวมทั้งคำนึงถึงสภาพแวดล้อมในการพูด เช่น จำนวนผู้ฟัง จำนวนและลักษณะที่นั่ง ขนาดห้อง บรรยากาศในห้อง อุณหภูมิห้อง แสงในห้อง เป็นต้น

ดังนั้นในการศึกษาคำนี้ผู้วิจัยสามารถนำแนวคิดการสื่อสารสาธารณะเพื่อนำมาวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ว่ามีกระบวนการสื่อสารอย่างไร

## 2.4 แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media)

หากกล่าวถึงคำว่า “สื่อใหม่” ซึ่งถือได้ว่าเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติหลากหลายซึ่งมีผู้นิยามคำนี้ไว้อย่างไม่ได้จำกัดในความหมายเดียว ด้วยเพราะสื่อใหม่ที่กล่าวถึงในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาจะมีความหมายและคุณลักษณะที่แตกต่างกันออกไป กล่าวได้ว่า ในช่วงระยะแรก “สื่อใหม่” เป็นที่รู้จักกันในชื่อ “เทคโนโลยีการสื่อสาร” (Communication Technology) ซึ่งต่อมามีคำใหม่ที่เหมาะสมถึงสื่อใหม่ตามมา คือ คำว่า “เทคโนโลยีสารสนเทศ” (Information Technology) จนในปัจจุบันทั้ง 2 คำได้มารวมตัวกัน เพื่อใช้อ้างอิงถึงคำว่า “สื่อใหม่” ภายใต้คำว่า “เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร” (Information and Communication Technology - ICT) (กาญจนา แก้วเทพ, นิคม ชัยขุนพล, 2555)

กาญจนา แก้วเทพ (2539) ระบุว่า “เทคโนโลยีการสื่อสาร (CT)” เป็นคำที่เกิดจากการนำคำว่า “เทคโนโลยี” มารวมกับคำว่า “การสื่อสาร” เป็น “เทคโนโลยีการสื่อสาร” ที่หมายถึง ศิลปศาสตร์ วิธีการกระบวนการ เครื่องมือ อุปกรณ์ที่มีความเปลี่ยนแปลงก้าวหน้าและส่งเสริมเพิ่มพูนสมรรถนะ คุณภาพประสิทธิผลและประสิทธิภาพการสื่อสารของมนุษย์ซึ่งรวมถึงการแสวงหาข่าวสาร การเก็บสาร การส่งสาร การรับสาร และการป้อนกลับ ส่วน “สื่อสมัยใหม่” (New media)



นั้น หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์และดิจิทัลซึ่งสามารถกระจายข่าวสารไปได้รวดเร็วและกว้างไกล (กาญจนา แก้วเทพและนิคม ชัยขุนพล, 2555, pp. 16)

Roger (1995) ได้นิยามความหมายของ “สื่อใหม่” ว่าเป็นเทคโนโลยีหรือสื่อที่เอื้ออำนวยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนฐานของคนจำนวนมากผ่านระบบการสื่อสารที่มีคอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลางจะเห็นได้ชัดเจนว่าจากยุคดั้งเดิมมนุษย์สื่อสารตัวต่อตัวโดยใช้คำพูด และการใช้สัญลักษณ์ ต่อมาการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดการพัฒนาทางการสื่อสารมากขึ้น ทำให้เกิดการสื่อสารกันผ่านสื่อมวลชน (Mass Media) มากขึ้นตามมา และเกิดสื่อมวลชนขึ้นมาหลายประเภท เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

Wardrip-Fruin & Montfort (2003) ได้นิยามคำว่า “สื่อใหม่” ว่าเป็นเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่นำมาใช้งานเพื่อการเผยแพร่และนำเสนอข้อมูล ผสมผสานระหว่างการปฏิบัติในรูปแบบเดิมและการปฏิบัติในรูปแบบใหม่ สื่อใหม่มีการทำงานที่รวดเร็วกว่าการทำงานด้วยมือหรือด้วยเทคโนโลยีแบบเดิม ทำให้เกิดศิลปะของสื่อในรูปแบบใหม่หลากหลายที่มีความทันสมัย วิธีการใหม่ๆ ที่จะเข้าถึงและจัดการกับข้อมูลข่าวสาร อีกทั้ง “สื่อใหม่” ยังมีความหมายครอบคลุมถึงการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีเครือข่าย ดังนั้น ในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 “สื่อใหม่” จึงหมายถึงความถึงอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ มัลติมีเดีย เกมส์คอมพิวเตอร์ ซีดีรอม และ ดีวีดี (Manovich, 2003 in Wardrip-Fruin & Montfort, 2003 อ้างถึงใน ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานนท์, 2554, p. 129)

R.K. Logan (2010, กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล, pp.18-51) ได้สานต่อแนวคิดเรื่องสื่อใหม่จากทัศนะของ M. McLuhan ที่ครอบคลุมมิติต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง โดยได้นำเสนอคุณลักษณะของสื่อใหม่ไว้ ดังนี้

1. สื่อใหม่เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way communication)
2. สื่อใหม่ง่ายต่อการเข้าถึงและการแพร่กระจายสารสนเทศ
3. สื่อใหม่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง (Continuous learning)
4. สื่อใหม่มีการวางตัวในแนวเดียวกันและเอื้อต่อการบูรณาการ (Alignment and Integration)
5. สื่อใหม่เอื้อต่อการสร้างชุมชน (Creation of community)
6. สื่อใหม่มีลักษณะที่ง่ายต่อการเคลื่อนย้าย พกพาได้สะดวก (Portability)
7. สื่อใหม่มีลักษณะที่หลอมรวมกัน (Convergence)
8. สื่อใหม่มีลักษณะปฏิบัติงานร่วมกันได้ (Interoperability)

9. สื่อใหม่มีความสามารถที่จะประมวลเนื้อหาจากหลายแหล่งมาไว้รวมกัน (Aggregation of content)

10. สื่อใหม่เพิ่มความหลากหลาย เพิ่มทางเลือก การหวนคืนกลับมาประสานกันครั้งใหม่ ระหว่างผู้ส่งสาร/ผู้รับสาร

11. สื่อใหม่มีลักษณะส่งเสริมการรวมกลุ่มกันทางสังคมและการร่วมมือกันทางไซเบอร์ (Social collectivity & Cyber-cooperation) การเกิดวัฒนธรรมแบบรีมิคซ์ (Remix Culture) การเปลี่ยนจาก “ผลผลิต” มาสู่ “บริการ”

12. สื่อใหม่เป็นสื่อที่อนุญาตให้ผู้รับสารเป็นผู้เปลี่ยนแปลงเนื้อหา

กล่าวโดยสรุป จากคุณลักษณะข้างต้นทำให้เห็นได้ว่าสื่อแบบเดิม ๆ อาจมีคุณลักษณะเหล่านี้ แต่มีความแตกต่างในส่วนที่ว่า สื่อเดิมอาจมีบางคุณลักษณะบางประการเท่านั้น และมีไม่ครบทุกคุณลักษณะ ในขณะที่สื่อใหม่มีความครอบคลุมคุณลักษณะทั้งหมด นอกจากนี้อุปกรณ์การสื่อสารในยุคของสื่อใหม่ยังได้รับการพัฒนาและออกแบบให้อ่านง่ายแก่การใช้งานที่หลากหลายประโยชน์ เช่น สามารถใช้เป็นโทรศัพท์พูดคุยสื่อสาร ได้ยินเสียงและเห็นหน้าตา บันทึกและรับส่งข้อความ ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว รวมถึงยังสามารถเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและโหนดคมนาคมอื่น ๆ ได้ ดังนั้น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องของสื่อใหม่ จึงมีความจำเป็นต้องทำความเข้าใจทั้งในด้านตัวอุปกรณ์ (Hardware) และเทคโนโลยีการสื่อสาร (Technology) และซอฟต์แวร์ หรือแอปพลิเคชัน (Software/ Application) (ฐิตินัน บัญญาภาพ คอมมอน, 2556)

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันสื่อใหม่ (New Media) ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต คนทั่วไปใช้ชีวิตที่ขาดสังคมเทคโนโลยีไปไม่ได้ ซึ่งสื่อใหม่ถือเป็นสื่อบนพื้นที่สาธารณะหรือเป็นพื้นที่ส่วนตัว เทคโนโลยีการสื่อสารที่กำลังผสมผสานกันอย่างรวดเร็วเพื่อก้าวไปสู่การเป็นสื่อใหม่ในยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ (ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์, 2554, pp. 128) โดยสื่อใหม่ถือเป็นความใหม่ของรูปแบบการสื่อสารที่ไม่ติดกรอบเดิมมีการกระจายตัวไม่ถูกครอบครองด้วยอำนาจเนื่องจากเทคโนโลยีมีการกระจาย และเปิดโอกาสให้คนเข้าไปเป็นเจ้าของโดยไม่ต้องอาศัยทุนและอำนาจที่มาก และการสื่อสารส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นแบบเฉพาะเจาะจงต่อบุคคลมากขึ้น แต่ก็มีหลากหลายในเวลาเดียวกัน จึงสามารถเรียกการสื่อสารรูปแบบนี้ว่า “สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์” หรือ “โซเชียลมีเดีย (Social Media)” ซึ่งถือเป็นสื่อที่ต้องอาศัยเครือข่ายทางสังคมเพื่อสร้างให้เกิดพลังเพิ่มเติม เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) และ ทวิตเตอร์ ได้ และยังเปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้สร้างและขยายเครือข่ายเพื่อนของตนเองบนโซเชียลเน็ตเวิร์คได้อีกด้วย (Twitter) อันเกิดจากกลุ่มคนเล็ก ๆ ที่รวมกันสร้างให้เกิดพลังที่อาจทำให้ส่งกระแสสู่สังคม และเป็นเครื่องมือเสริมจากเว็บไซต์หลัก เพื่อให้คนหันมาสนใจ โดยพลังของสังคมที่ช่วยทำให้สื่อโตขึ้น มีการเชื่อมโยงของสื่อแบบเครือข่ายทางสังคม

(มติชนออนไลน์, 2554) โดยแนวความคิดหลักของ โซเซียล เน็ตเวิร์ค คือ การช่วยให้ผู้ใช้สามารถนำเสนอเรื่องราวของตนเอง เช่น รูปถ่าย ประวัติ ความสนใจส่วนตัว งานอดิเรก ลงมาใส่ไว้ในพื้นที่สาธารณะในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้สามารถติดตามเรื่องราวของเพื่อนและสามารถให้ผู้อื่นมาติดตามเรื่องราวของตนเองบนเครือข่าย

โดยจากบทความของ Shannon Dosemagen (2017) เรื่อง “Social Media and Saving the Environment: Clicktivism or Real Change?” ได้กล่าวถึง การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเข้ามาเป็นตัวช่วยในการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นว่ามีหลายปัจจัยที่ช่วยในการรณรงค์และตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมซึ่งประกอบไปด้วย พลังของฝูงชนในโลกออนไลน์ที่สามารถช่วยสนับสนุนผ่านสารที่ถูกส่งออกไปด้วยพฤติกรรม “คลิก” ลิงค์ของข่าวสาร ส่งผลให้มีการเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็วและไม่มีที่สิ้นสุด รวมถึงอิสระในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทำให้ทุกคนสามารถส่งต่อเรื่องราวประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมได้ด้วยการใช้เฟสบุ๊กหรือทวิตเตอร์ เพื่อสร้างพลังให้กับประเด็นต่าง ๆ อีกทั้งการมีกิจกรรมรณรงค์ที่น่าสนใจผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมืออย่าง ยูทูบ ชาแนล (Youtube channel)<sup>1</sup> เพื่อการผลักดันประเด็น และการใช้แฮชแท็ก (Hashtag) ซึ่งเป็นการใช้งานพื้นฐานที่สื่อสังคมออนไลน์มีอยู่เพื่อช่วยให้ขยายผลการเคลื่อนไหวประเด็นสู่สังคมมากยิ่งขึ้นโดยสิ่งเหล่านี้ทำให้เห็นได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ ที่จัดว่าเป็นสื่อใหม่นั้นมีศักยภาพสูงในการสื่อสารและเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Dosemagen, 2016)

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดเรื่องสื่อใหม่ มาปรับใช้ เพราะปัจจุบันสื่อใหม่ถูกนำมาเป็นเครื่องมือเพื่อใช้ในการสื่อสารยุคปัจจุบันเพื่อขับเคลื่อนประเด็นต่าง ๆ ในสังคม และเป็นการเผยแพร่ประเด็นทางสังคมสู่สาธารณะโดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เพื่อทำการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ว่ามีการเลือกใช้สื่อในการสื่อสารอย่างไร

---

<sup>1</sup>ยูทูบ ชาแนล (Youtube channel) หมายถึง วิดีโอบล็อก ที่ได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานทั่วโลก มีทั้งแบบที่สร้างฟรี และเสียเงินเพื่อซื้อคุณสมบัติพิเศษเพิ่มเติมวิดีโอบล็อก ซึ่งช่วยเผยแพร่ผลงานของวิดีโอของผู้ใช้งาน และเป็นแหล่งรวบรวมผลงานให้คนที่เข้ามาชมได้อย่างสะดวก

## 2.5 ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Theory)

พัฒนาการของทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีพื้นฐานมาจากกรอบแนวคิดของ Barnard (1938) ในหนังสือ The Functions of the Executive ที่นำเสนอมุมมองด้านบวกของผู้จัดการในการสนับสนุนความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งต่อมา Freeman (1984) สนับสนุนว่าผู้บริหารต้องสร้างความพอใจต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของบริษัทซึ่งมีหลากหลาย จึงกล่าวได้ว่า ธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จได้ต้องสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นั่นคือ ลูกค้า พนักงาน ชุมชน ผู้ถือหุ้น (ผู้ถือหุ้น ธนาคาร และผู้มีเงิน) เรียกว่าผู้มีส่วนได้เสีย โดยต้องสร้างคุณค่าด้วยความรับผิดชอบต่อแลสิ่งแวดล้อมหรือการทำกรใด ๆ ที่ทำให้โลกเป็นที่น่าอยู่ ซึ่งแนวคิดทางธุรกิจ คุณธรรม ความยั่งยืน และความรับผิดชอบต่อสังคมต้องดำเนินการไปพร้อมกัน เพราะผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือผู้ที่ได้รับประโยชน์และผู้ที่ได้รับผลกระทบ จากการดำเนินธุรกิจขององค์การประกอบไปด้วย บุคคลและองค์กรต่าง ๆ คือ ลูกค้า พนักงาน ชุมชน คู่ค้า ตัวแทนจำหน่าย ผู้ถือหุ้น สื่อ สาธารณชน หุ้นส่วน ธุรกิจ คนยุคถัดไป คนยุคก่อน (ผู้ก่อตั้งกิจกรรม) นักวิชาการ คู่แข่ง NGO ชมรม สหภาพแรงงาน ผู้ถือหุ้น รัฐ กฎหมาย/ระเบียบ ผู้กำหนดนโยบาย กลุ่มการเมือง ผู้ที่อาจมาเป็นพนักงาน ผู้ที่อาจมาเป็นลูกค้า สอดคล้องกับ Post Lawrence และ Weber (2002) ซึ่งได้ให้นิยามผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ บุคคลหรือกลุ่ม ซึ่งมีผลกระทบ หรือได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจ นโยบายและการปฏิบัติขององค์กร (ธีรพร ทองชะโชค, 2556, p. 8)

ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขยายความเข้าใจถึงธรรมชาติของบริษัทที่ควรพิจารณาผู้มีส่วนได้เสียใหม่ในมุมมองที่กว้างกว่าเดิม รวมถึงสนใจดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่นิ่งเงียบ เช่น ชุมชนท้องถิ่น และสิ่งแวดล้อม ทฤษฎีนี้จึงเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาแนวคิด CSR ผู้บริหารต้องทำสิ่งที่ถูกต้องโดยต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ร่วมด้วย นอกเหนือจากคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการ นอกจากนี้ต้องประสานความสมดุลผ่านการเชื่อมโยงกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) คือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีความสัมพันธ์ต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ที่เรากำลังพิจารณา ไม่ว่าจะเป็นคนที่ได้ประโยชน์ เสียประโยชน์ บุคคลหรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่โดยตรงในประเด็นนั้น หรือผู้ที่มีความสนใจ ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มดังกล่าวต่อประเด็นที่เราสนใจ อาจเกิดขึ้นจากความใกล้ชิดทางภูมิประเทศ การพึ่งพาทรัพยากรจากแหล่งเดียวกัน งานในหน้าที่ที่ใกล้เคียงกันหรือแข่งขันกัน จากการที่มีการนำเอาการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไปใช้ในหลายวงการ เช่น การค้าและพาณิชย์ การบริหารจัดการ การจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเมืองและนโยบาย ดังนั้น จึงมีความแตกต่างกันบ้างในรายละเอียดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



และความสัมพันธ์ เช่น ในการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมหรือการพัฒนาชนบท กลุ่มองค์กรอิสระ (NGOs) กลุ่มตัวแทนประชาชนทั่วไป เจ้าหน้าที่รัฐ องค์กรเอกชนอื่น ๆ ส่วนในวงการค้า ก็มองว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวข้องที่สำคัญคือ ลูกค้า ผู้ใช้บริการ เจ้าหน้าที่ที่ติดต่อกับลูกค้าเจ้าของทุน เป็นต้น

หัวใจสำคัญของการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ การศึกษาบุคคลหรือหน่วยงานเหล่านั้น อย่างลึกซึ้งและพยายามเข้าถึงความสนใจ พฤติกรรม ความต้องการ ความรู้ จุดประสงค์ของการทำงาน อิทธิพล อำนาจหน้าที่ที่มี จุดยืนต่อประเด็นที่กำลังพิจารณา รวมไปถึงการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด เพื่อนำข้อมูลมาคาดการณ์รูปแบบการตอบสนองหาแนวทางในการเพิ่มการสนับสนุนลดการต่อต้าน คัดค้าน รวบรวมกลุ่มที่มีความเห็นเหมือนกัน แยกกลุ่มที่มีความเห็นแตกต่างกัน เพื่อให้โครงการที่เราต้องการประสบความสำเร็จ (รัชตะ ตั้งศรีวิวัฒน์, 2546, p. 866)

อย่างไรก็ตามทฤษฎีได้ขยายความเข้าใจถึงธรรมชาติของบริษัทที่ควรพิจารณาผู้มีส่วนได้เสีย ในมุมมองกว้างกว่าเดิม โดยบริษัทได้รับการคาดหวังให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม ดูแลผู้มีส่วนได้เสียมากขึ้น รวมทั้งสนใจดูแลผู้มีส่วนได้เสียที่นิ่ง เจียบ เช่นชุมชนท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม

Harrison and St. John (1994) ได้แบ่งสภาพแวดล้อมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็น 3 ส่วน คือ 1) สิ่งแวดล้อมในภาพกว้าง (Broad environment) ประกอบด้วย ด้านสังคม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมาย ที่แสดงให้เห็นว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ 2) สิ่งแวดล้อมในการปฏิบัติการ (Operating environment) ประกอบด้วย ผู้ขายปัจจัยการผลิตลูกค้า คู่แข่งขัน สหภาพ ตัวกลางทางการเงิน ชุมชนและหน่วยงานภาครัฐ และ 3) องค์กร ประกอบด้วย เจ้าของกิจการหรือผู้บริหาร และพนักงาน (สุรติ สุพิชญากร, 2553, p. 131)

นอกจากนั้นทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียยังสามารถอธิบายความเชื่อมโยงระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการบริหารการเงิน เพราะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือผู้มีหุ้นส่วนและผู้มีส่วนในภาระหนี้สินของกิจการ ถ้ากิจการมีผลกำไร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียก็แทบจะไม่มีความเสี่ยง ดังนั้นข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารองค์กร โดยเฉพาะตัวเลขทางบัญชีจะส่งผลกระทบต่อความอ่อนไหวของนักลงทุน อีกทั้งทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยังมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องจริยธรรมทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility-CSR) ซึ่งผู้บริหารต้องรู้จักการบริจาคเพื่อสังคมให้เกิดความสมดุลระหว่างรายได้ และการตอบแทนผู้อื่น เช่น การบริจาคให้ชุมชน การแบ่งปันผลกำไรให้พนักงาน การผลิตสินค้าและบริการที่ปลอดภัยในการบริโภค ซึ่งการทำ CSR เจริญรุ่ง สามารถเริ่มกิจกรรมด้วยตัวเองให้แก่สังคมภายนอก ที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กับความต้องการหรือการริเริ่มจากภายนอก วิธีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นกลยุทธ์ที่สามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดหรือ



มาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับเท่านั้น แต่ยังมีกำหนดจุดยืนที่เป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากแนวปฏิบัติขององค์กรอื่นๆ เพื่อสร้างความแตกต่าง และช่วยให้เอื้อต่อการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว (สุรติ สุพิชญางกูร, 2553, pp. 132)

โดยจากการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงบทบาทของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เพื่อแสดงให้เห็นบทบาทที่ภาคีเครือข่ายมีต่อโครงการในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียว่าเป็นอย่างไร

## 2.6 แนวคิดเครือข่ายทางสังคม (Social Network Concept)

แนวคิดเครือข่ายทางสังคม (Social Network) เป็นหนึ่งในแนวคิดของศาสตร์ยุคใหม่ ซึ่งได้รับการพัฒนาจากนักคิดทางสังคมวิทยา โดยมีพัฒนาการมาจากพื้นฐานของทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) โดยมีนักคิดคนสำคัญ คือ Richard Emerson ซึ่งต่อยอดความคิดมาจาก George C. Homans โดยมีฐานคติ (Assumption) คือ ในเครือข่ายสังคม จะประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบสำคัญ อันได้แก่ 1) กลุ่มบุคคลหรือตัวแสดง (Actor) 2) แต่ละบุคคลมีกลุ่มแอดริบิวต์ (ที่อธิบายคุณลักษณะ) 3) กลุ่มของจุดเชื่อมโยงบอกความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (น้ำทิพย์ วิภาวิน, 2558, p. 123)

ดังนั้น เครือข่ายสังคมจึงเป็นโครงสร้างของสังคมที่สร้างขึ้นจากกลุ่มบุคคลของสังคม และกลุ่มของ 2 กลุ่มที่เชื่อมโยงกัน ภาพรวมของเครือข่ายทางสังคมทำให้มีวิธีการวิเคราะห์โครงสร้างเอ็นทิตีของสังคมเช่นเดียวกับหลาย ๆ ทฤษฎีที่อธิบายรูปแบบของโครงสร้างทางสังคม โดยเครือข่ายทางสังคมจึงถือว่าการรวมตัวของกลุ่มสมาชิกของเครือข่าย (Needs) ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน โดยมีความสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ความเป็นเพื่อน ญาติพี่น้อง ผู้ร่วมงาน การพูดคุย การให้คำแนะนำ การให้ความไว้วางใจ การแลกเปลี่ยนสารสนเทศ การติดต่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การให้ความร่วมมือ เป็นต้น (Marin and Wellman, 2011, p. 11-12 อ้างถึงใน รุจเรขา วิทยาวุฑฒิกุล, 2557)

### องค์ประกอบของเครือข่ายทางสังคม

องค์ประกอบของเครือข่ายทางสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามเงื่อนไขของเวลา สถานการณ์ และบริบทที่แตกต่าง แต่ ณ เวลานั้นเครือข่ายย่อมมีจุดร่วมเพื่อบ่งบอกถึงการดำรงอยู่ของเครือข่ายซึ่งมีนักวิชาการได้กำหนดองค์ประกอบของเครือข่ายทางสังคมไว้หลากหลายแนวทาง ดังเช่น

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543) กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่าย ว่ามีอยู่ 7 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. การรับรู้มุมมองร่วมกัน (Common Perception) การสร้างความรับรู้ร่วมกันถึงเหตุผล การเข้าร่วมเป็นเครือข่าย เช่น มีความเข้าใจในปัญหาและมีสานึกในการแก้ไขปัญหาร่วมกัน มีประสบการณ์ในปัญหาร่วมกัน มีความต้องการความช่วยเหลือในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เป็นต้น จะส่งผลให้สมาชิกของเครือข่ายเกิดความรู้สึกผูกพันในการดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน การรับรู้ร่วมกันถือเป็นหัวใจของเครือข่ายที่ทำให้เครือข่ายมีความต่อเนื่อง แต่ไม่ได้หมายความว่าสมาชิกของเครือข่ายไม่สามารถจะมีความคิดเห็นแตกต่างกัน เพราะมุมมองที่แตกต่างกันย่อมมีประโยชน์ช่วยให้เกิด การสร้างสรรค์ ในการทำงาน แต่ความคิดที่แตกต่างนี้ต้องอยู่ภายใต้ความเข้าใจร่วมของวัตถุประสงค์ เครือข่ายที่สมาชิกยอมรับ

2. การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Common Vision) การสร้างวิสัยทัศน์ร่วมเป็นการมองเห็นภาพ ของจุดมุ่งหมายร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม เป็นการสร้างการรับรู้เข้าใจถึงทิศทางเดียวกัน จะช่วย ทำให้ขบวนการเคลื่อนไหวมีพลัง เกิดเอกภาพและช่วยลดความขัดแย้งอันเกิดจากมุมมองที่แตกต่าง เนื่องจากเมื่อวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายส่วนตัวขัดแย้งกับวิสัยทัศน์หรือเป้าหมายของเครือข่าย พฤติกรรมการปฏิบัติของสมาชิกก็จะแตกต่างจากสิ่งที่สมาชิกเครือข่ายกระทำร่วมกัน และสมาชิกของ เครือข่ายก็ควรมีวิสัยทัศน์ย่อยส่วนตัวที่สอดคล้องไปด้วยกันกับวิสัยทัศน์ของเครือข่าย

3. การมีผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน (Mutual Interests/Benefits) ถ้าหาก จุดเริ่มต้นของเครือข่ายเกิดจากการที่สมาชิกแต่ละคนมีความต้องการของตนเอง แต่ความต้องการ เหล่านั้นจะไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จได้หากสมาชิกต่างคนต่างอยู่ ทำให้เกิดการรวมตัวกันบนฐานของ ผลประโยชน์ร่วมที่จะดึงดูดให้สมาชิกรวมเป็นเครือข่าย ประเด็นสำคัญอีกประการก็คือ ผลประโยชน์ที่ จะได้รับต้องมากเพียงพอในการที่จูงใจให้เข้ามีส่วนร่วมในทางปฏิบัติจริง โดยไม่ได้มีส่วนร่วมเพียงเป็น เช่นไม้ประดับที่มีเพียงตำแหน่งหรือรายชื่อในเครือข่าย แต่ไม่มีการเข้าร่วมปฏิบัติจริงในเครือข่าย

4. การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่าย (All Stakeholders Participation) การมีส่วนร่วม ทุกฝ่ายในเครือข่าย (All Stakeholders in Network) เป็นกระบวนการที่สำคัญของการสร้าง เครือข่าย เนื่องจากเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการร่วมรับรู้ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมลงมือกระทำ อย่างเข้มแข็ง สถานะของสมาชิกในเครือข่ายควรเป็นไปในลักษณะของความเท่าเทียมกัน (Equal Status) ในฐานะของ “หุ้นส่วน” (Partner) ของเครือข่าย ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในแนวราบ (Horizontal Relationship) ที่เท่าเทียมกันแทนความสัมพันธ์ในแนวตั้ง (Vertical Relationship)

5. มีกระบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน (Complementary Relationship) ลักษณะของ เครือข่ายที่สามารถดำเนินไปอย่างต่อเนื่องก็คือ การที่สมาชิกของเครือข่ายต่างก็ต้องเสริมสร้างซึ่งกัน

และกัน โดยที่จุดแข็งของฝ่ายหนึ่งไปช่วยแก้ไขจุดอ่อนของอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวเป็นเครือข่ายมากกว่าการไม่สร้างเครือข่ายแต่ต่างคนต่างอยู่

6. การพึ่งพิงกัน (Interdependence) เนื่องจากจุดเริ่มต้นของการสร้างเครือข่ายเป็นการส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างสมาชิก การจะทำให้เป้าหมายร่วมสำเร็จได้นั้น สมาชิกต่างจำเป็นต้องพึ่งพิงซึ่งกันและกันเพื่อให้เกิดการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน การจะทำให้สมาชิกหรือหุ้นส่วนของเครือข่ายมีความผูกพันกัน จำเป็นต้องทำให้หุ้นส่วนแต่ละคนรู้สึกว่าจะหากเอาคนใดคนหนึ่งออกไปจะทำให้เครือข่ายล้มลงไปได้ การดำรงอยู่ของหุ้นส่วนแต่ละคนจึงจำเป็นต้องดำรงอยู่ของเครือข่ายซึ่งการพึ่งพิงนี้จะส่งผลทำให้สมาชิกต้องมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและกัน

7. การมีปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน (Exchanged Interaction) สมาชิกในเครือข่ายต้องทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก เช่น มีการติดต่อกันผ่านทาง การเขียนหรือการพบปะพูดคุยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน หรือมีกิจกรรมประชุมสัมมนาร่วมกันซึ่งความสัมพันธเชิงแลกเปลี่ยนระหว่างกัน (Reciprocal Exchange) ไม่ใช่ปฏิสัมพันธ์ฝ่ายเดียว (Unilateral Exchange) ทำให้เกิดความผูกพันระหว่างกันมากขึ้น ช่วยให้เกิดการเชื่อมโยงในระดับที่แน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น (Highly Integrated) นอกจากนี้การปฏิสัมพันธ์ยังช่วยให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างกันมากขึ้น ส่งผลให้เครือข่ายเข้มแข็งยิ่งขึ้น (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2543)

อย่างไรก็ตามองค์ประกอบของเครือข่ายทางสังคมแม้จะมีผู้ให้รายละเอียดไว้อย่างหลากหลาย แต่องค์ประกอบที่มีร่วมกันนั้นคือ การสร้างความเชื่อมโยงและการเข้าถึงของสมาชิกกลุ่มอันมีจุดมุ่งหมายร่วมกัน และปฏิบัติหน้าที่ สื่อสารซึ่งกันและกันภายในเครือข่าย

### ประเภทของเครือข่ายทางสังคม (Type of Social Network)

การจำแนกประเภทของเครือข่ายทางสังคม สามารถแบ่งได้ในหลายรูปแบบ โดยมีนักวิชาการหลายคนที่ได้จำแนกประเภทของเครือข่ายไว้ ดังเช่น

นฤมล นิราทร (2543) ได้จำแนกประเภทของเครือข่ายทางสังคม ตามมิติ 4 มิติ ดังนี้

- 1) จำแนกตามพื้นที่ดำเนินการ เช่น เครือข่ายระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด ภาค และประเทศ
- 2) จำแนกตามกิจกรรมหรือประเด็นปัญหา เช่น เครือข่ายที่ทำงานด้านเด็ก สตรี สาธารณะ สุข เศรษฐกิจ พัฒนาชุมชน สิทธิมนุษยชน สิ่งแวดล้อม
- 3) จำแนกตามอาชีพหรือสถานภาพทางสังคม เช่น เครือข่ายด้านแรงงาน เครือข่ายกลุ่มพระสงฆ์ เครือข่ายครูพิทักษ์สิทธิเด็ก เครือข่ายสาวตรีนักเรียน

4) จำแนกตามรูปแบบโครงการสร้างหรือความสัมพันธ์ ทำให้เกิดเครือข่ายใน 2 ลักษณะ คือ (1) เครือข่ายแนวตั้ง Vertical Organization คือ เครือข่ายที่มีโครงสร้างเป็นช่วงชั้น ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภายในเครือข่ายไม่เท่ากัน และ (2) เครือข่ายตามแนวนอน Horizontal Organization เป็นเครือข่ายที่ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภายในเครือข่ายเท่าเทียมกัน (นฤมล นิราทร, 2543)

### การสร้างเครือข่ายทางสังคม (Social Network Construct)

การสร้างเครือข่ายทางสังคม หมายถึง กิจกรรมในการก่อให้เกิดกลุ่ม ซึ่งอาจเป็นกลุ่มองค์กรหรือกลุ่มบุคคล เพื่อวัตถุประสงค์ในการแลกเปลี่ยน การจัดกิจกรรม หรือการผลิตระหว่างองค์กรสมาชิกที่ต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันมาก่อนหน้าที่จะทำความตกลงเป็นเครือข่าย

สาเหตุในการสร้างเครือข่ายทางสังคม เพราะต้องการมีเพื่อนในการทำงาน ต้องการมีหมู่มีพวก ต้องการทรัพยากรในการทำงาน ต้องการรับภาระความเสี่ยงในกิจกรรมร่วมกัน ต้องการความชำนาญเฉพาะด้านในการแก้ปัญหา ต้องการการประหยัด และต้องการเรียนรู้ประสบการณ์ในการทำงานร่วมกัน รวมไปถึงมีปัจจัยเสริมที่เป็นเงื่อนไขสำคัญ คือ ความเต็มใจที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่าย (นฤมล นิราทร, 2543)

โดยจากแนวคิดเครือข่ายทางสังคมดังที่ได้กล่าวไปข้างต้นนั้น ผู้ศึกษาสามารถนำแนวคิดมาประกอบการวิเคราะห์ถึงบทบาทของภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมในโครงการป่าในเมืองว่ามีการปฏิสัมพันธ์และสร้างเครือข่ายกันอย่างไร

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม

“สิ่งแวดล้อม” ถือเป็นแนวคิดกว้าง ๆ ที่บ่งบอกความหมายอ้างอิงถึงหลายสิ่งหลายอย่างซึ่งมีผู้นิยามคำนี้ด้วยความหมายที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไป

สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน ได้ให้ความหมายของคำว่า “สิ่งแวดล้อม” ว่าหมายถึงสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเรา ทั้งสิ่งที่มีชีวิต สิ่งไม่มีชีวิต เห็นได้ด้วยตาเปล่า และไม่สามารถเห็นได้ด้วยตาเปล่า รวมทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น หรืออาจจะกล่าวได้ว่าสิ่งแวดล้อมจะประกอบด้วยทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้นในช่วงเวลาหนึ่งเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์นั่นเอง โดยสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ ได้แก่ บรรยากาศ น้ำ ดิน แร่ธาตุ และสิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่บนโลก (พืช และสัตว์) ฯลฯ รวมถึงสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ สาธารณูปการต่าง ๆ เช่น ถนน เขื่อนกั้นน้ำ ฯลฯ หรือระบบของสถาบันสังคมมนุษย์ ที่ดำเนินชีวิตอยู่ ฯลฯ (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน, ม.ป.ป.)



A. Dahlan (1994 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2556, pp. 16-17) ได้แบ่งระดับของสิ่งแวดล้อมออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ (Natural environment) หรือระบบ ecosystem ที่ประกอบด้วยธรรมชาติ ทั้งที่สร้างขึ้นใหม่และไม่ได้สร้างขึ้นใหม่ สิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิตทั้งปวง ซึ่งอยู่ร่วมกันอย่างมีหลักการมีกระบวนการ และมีวัฏจักร

2. สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-Made environment) เป็นสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเมื่อมนุษย์ได้สร้างสรรค์เปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ เช่น ถนน สะพาน ดึก ไฟฟ้า ซึ่งยังคงมีลักษณะทางกายภาพที่มองเห็นจับต้องได้อยู่

3. สิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social environment) มีลักษณะที่ไม่ใช่ด้านกายภาพและเป็นมิติเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยค่านิยม บรรทัดฐานของสังคม การรับรู้ ปรัชญา วัฒนธรรม และผลผลิตอื่น ๆ ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์

อย่างไรก็ตามประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้นมีขอบเขตที่กว้างขวางซึ่งอาจมีทั้งจุดร่วมและจุดต่างกันซึ่งงานวิจัยด้านการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของไทย สามารถหมวดหมู่ได้ออกเป็น 7 แนวทางใหญ่ (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, pp. 83-86) ดังนี้

1) การศึกษาการใช้วาทศิลป์และสัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อประกอบสร้างความหมายของธรรมชาติ (Environmental rhetoric and the social-symbolic construction of nature)

2) กลุ่มเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อม (Public participation in environmental decision)

3) กลุ่มเน้นการร่วมมือและการแก้ไขข้อขัดแย้งเรื่องสิ่งแวดล้อม (Environmental collaboration and conflict resolution)

4) การศึกษาสื่อและวารสารศาสตร์สีเขียว (Media and environmental journalism)

5) การศึกษาภาพตัวแทน (representation) ของธรรมชาติใน pop culture

6) กลุ่มศึกษาการรณรงค์เชิงนโยบายและกระบวนการสร้างเนื้อหา (Advocacy campaign & Message construction)

7) กลุ่มวิทยาศาสตร์และการสื่อสารเรื่องความเสี่ยง (Science and risk communication) การจัดหมวดหมู่ข้างต้นจึงแสดงให้เห็นว่าในประเทศไทยมีงานศึกษาด้านสิ่งแวดล้อมที่สามารถแตกประเด็นได้หลากหลาย อย่างไรก็ตามจากการสืบค้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมทำให้ผู้วิจัยพบว่ามีงานศึกษาที่เชื่อมโยงกับแนวทางในข้อที่ 4 คือ การศึกษาสื่อและวารสารศาสตร์สีเขียว ซึ่งมีการศึกษาเจาะลึกไปถึงลักษณะเฉพาะของสื่อสิ่งแวดล้อม เช่น ข่าว โฆษณา ฯลฯ เพื่อให้เห็นภาพสะท้อนของปัญหาสิ่งแวดล้อมว่าเป็นอย่างไร รวมถึงการขยายขอบเขตในการศึกษาสื่อ



ออนไลน์ ที่เข้ามามีบทบาทในเรื่องสิ่งแวดล้อม (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, pp. 85) อีกทั้งผู้วิจัยยังเห็นถึงงานวิจัยในหลายประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงตามหมวดหมู่ดังกล่าวหลายหมวดหมู่ที่เกี่ยวข้องและสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ได้

ดังจะเห็นได้จาก งานศึกษาของพวงพนา คุณวัฒน์ (2545) เรื่อง “กระบวนการสื่อสารสาธารณะของกลุ่มชาวบ้านผู้คัดค้านเขื่อนปากมูล” โดยมุ่งศึกษากระบวนการสื่อสารและการประเมินผลสื่อและข่าวสารของกลุ่มผู้คัดค้าน ซึ่งมีกระบวนการในการสื่อสารเพื่อเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ (new social movement) ที่มุ่งปกป้องสิทธิชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากโครงการพัฒนาของรัฐ ซึ่งไม่เปิดโอกาสให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการตัดสินใจตั้งแต่แรก เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายและกระบวนการตัดสินใจของรัฐในการใช้ทรัพยากรและการพัฒนา และให้ประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้น

จากการศึกษาพบว่ากระบวนการการสื่อสารของกลุ่มชาวบ้านผู้คัดค้าน มีวิธีการที่แบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. การสื่อสารกับสาธารณะโดยตรง ผ่านการนำเสนอตัวตนและวิถีชีวิต
2. การสื่อสารกับสาธารณะโดยผ่านสื่อมวลชน ด้วยการสร้างกิจกรรมการเคลื่อนไหวต่าง ๆ ให้มีพื้นที่ในการเป็นข่าว
3. การสื่อสารกับสาธารณะโดยผ่านเครือข่ายพันธมิตรและนักวิชาการ ด้วยการจัดทำสื่อทางเลือก ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและอีเมล

โดยการเคลื่อนไหวนี้เป็นปรากฏการณ์ที่ทำทลายต่อวาทกรรมและอำนาจรัฐเพื่อเรียกร้องสิทธิและความเสมอภาค เพื่อสื่อสารกับสาธารณะในการต่อรองเจรจาอย่างเสมอภาค (พวงพนา คุณวัฒน์, 2545) รวมถึงงานศึกษาของทีชัมพร รอดชั้นเมือง เรื่อง “ขบวนการเคลื่อนไหว ภาคพลเมืองด้านสิ่งแวดล้อม: บ้านกรูด” โดยมุ่งศึกษาการสื่อสารของขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านสิ่งแวดล้อมและรูปแบบของการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชนในการใช้สิทธิตามกฎหมายเพื่อเคลื่อนไหวในการปกป้องรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยผลการศึกษาพบว่า ขบวนการเคลื่อนไหวภาคประชาชนของกลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมบ้านกรูด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นตัวอย่างที่ดีของขบวนการเคลื่อนไหวภาคประชาชนที่มีการพัฒนาศักยภาพในการเรียนรู้กระบวนการทางกฎหมายและการเมือง อีกทั้งยังมีการดำเนินการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายอื่น ๆ เพื่อรวมตัวของภาคประชาชนที่เหนียวแน่น ซึ่งการสื่อสารของประชาชนชาวบ้านกรูดมีการสื่อสารต่อสาธารณะเพื่อทำความเข้าใจต่อสาธารณะชนในประเด็นปัญหาที่ได้ประชาชนผู้ได้รับผลกระทบมาทำเสนอประเด็นปัญหาที่ชัดเจน ซึ่งทำให้เกิดการตื่นตัวต่อกระบวนการมีส่วนร่วมในเรื่องสิ่งแวดล้อมที่เคลื่อนไหวภาคประชาชนทางด้านสิ่งแวดล้อมที่เคลื่อนไหวภายใต้ระบอบประชาธิปไตย ที่ต้องมีเรื่อง

ของกระบวนการยุติธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งการต่อสู้ของกลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมบ้านกรูดได้ชี้ให้เห็นถึงความเข้มแข็งและความอ่อนแอของกระบวนการยุติธรรมในสังคมไทย ในมิติที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ที่แสดงให้เห็นได้ว่าโครงการพัฒนาของรัฐมองไม่เห็นประชาชนหรือคนในชุมชน (ทิฆัมพร รอดขันเมือง, 2557)

และยังมีงานศึกษาของวดี ภิญ โยทรัพย์ และธাত্রี ใต้ฟ้าพูล (2557) เรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารทางสังคมเพื่อคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชา” โดยมุ่งศึกษากลยุทธ์และกลวิธีการสื่อสารทางสังคมในการคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชา เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการสื่อสารที่กลุ่มประชาชนเป็นแรงจูงใจในการขับเคลื่อนชุมชนต่อการคัดค้านผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินของทั้งสองพื้นที่มีการใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งในพื้นที่บางปะกงแกนนำผู้คัดค้านมีการนำกลยุทธ์การบริหารประเด็นมาใช้อย่างเป็นระบบจนสามารถคัดค้านได้สำเร็จ แต่ในพื้นที่ศรีราชายังไม่พบการใช้กลยุทธ์ดังกล่าวจึงทำให้การคัดค้านยังไม่ประสบผลสำเร็จ รวมถึงยังได้มีการใช้กลยุทธ์การชี้แนะประเด็นผ่านสื่อมวลชน (Media advocacy) ด้วยการติดต่อสื่อสารกับผู้สื่อข่าวท้องถิ่นให้มาทำข่าวในวันที่มีการชุมนุม เพื่อบอกแสดงให้เห็นว่าสิ่งนี้เป็นเรื่องสำคัญและน่าสนใจ เพื่อให้ข่าวถูกเผยแพร่ให้ประชาชนในพื้นที่ได้รับทราบ โดยสรุปแล้วจึงทำให้เห็นได้ว่าการคัดค้านของทั้งสองพื้นที่นั้นเกิดจากพลังต่อต้านของภาคประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เป็นหลัก ซึ่งถือเป็นการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ (New Social Movement) (วดี ภิญ โยทรัพย์, 2557)

โดยจากงานศึกษาชิ้นนี้ได้มีการศึกษาเปรียบเทียบการคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินจากสองพื้นที่เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างและวิธีการที่นำมาซึ่งการประสบความสำเร็จในการสื่อสารของภาคประชาชนว่ามีแนวทางอย่างไร ซึ่งงานชิ้นนี้สามารถนำไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาเปรียบเทียบการสื่อสารสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อมที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาได้

จากงานศึกษาของ วดี ภิญ โยทรัพย์ และธাত্রี ใต้ฟ้าพูล (2557) มีความสอดคล้องกับงานของพวงพนา คุณวัฒน์ (2545) และ ทิฆัมพร รอดขันเมือง (2557) ที่แสดงให้เห็นได้ว่าการคัดค้านที่เกิดขึ้นนั้น มีแกนนำและประชาชนในพื้นที่ผู้มีความสามารถซึ่งได้นำปัญหาที่เกิดขึ้นมาเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและปัญหาส่วนร่วม เข้าด้วยกันในการเคลื่อนไหวเรียกร้องความเป็นธรรม อีกทั้งยังจัดเป็นการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ (New Social Movement) ที่ไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อโค่นล้มรัฐบาลแต่ต้องการเรียกร้องสิทธิของประชาชนต่อประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นตามกระบวนการยุติธรรม ซึ่งงานศึกษาที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนี้หากมองตามการจัดหมวดหมู่แสดงให้เห็นได้ว่า งานวิจัยดังกล่าวจัดอยู่ในกลุ่มเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อม และกลุ่มเน้นการร่วมมือและการแก้ไขข้อขัดแย้งเรื่องสิ่งแวดล้อมและถือเป็นการสื่อสารจากภาคประชาชนขึ้นไปสู่ภาครัฐอีกด้วย

นอกจากนี้ยังมีงานศึกษาของของนวรรตน์ วรรณะหทัย (2554) เรื่อง “การใช้สื่อเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมของเทศบาลเมืองมาบตาพุด จังหวัดระยอง” โดยมุ่งศึกษาการใช้สื่อของเทศบาลเมืองมาบตาพุด เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่เพื่อการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลการศึกษาแสดงให้เห็นได้ว่า เทศบาลเมืองมาบตาพุดมีการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชน และร่วมสร้างการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อชุมชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคลและสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมมากที่สุด แต่การสื่อสารก็ยังพบอุปสรรคในเรื่องการที่ชุมชนไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ และขาดการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง (นวรรตน์ วรรณะหทัย, 2554)

โดยงานศึกษานี้มีความแตกต่างจากงานศึกษาที่ได้นำเสนอไปแล้วข้างต้น ในส่วนที่ภาครัฐ (เทศบาล) ได้เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อสื่อสารให้ข้อมูลเข้าถึงประชาชน แตกต่างจากงานศึกษาก่อนหน้านี้ที่มาจาก การขับเคลื่อนของภาคประชาชนเพื่อการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในประเด็นต่าง ๆ เพียงฝ่ายเดียว

อีกทั้งยังมีงานศึกษาที่เน้นเรื่องการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมโดยหน่วยงานภาครัฐของศิริลักษณ์ สุวรรณเกตต์ (2555) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ” โดยทำการศึกษากิจการดำเนินการขับเคลื่อนและการทำงานที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสาร ซึ่งการขับเคลื่อนนี้ยังมีการสื่อสารผ่านเครือข่าย จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนในครั้งนี้เป็นการสื่อสารจากล่างขึ้นบน และมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายทั้งจากสื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชนและเผยแพร่ในรูปแบบการศึกษาวิจัยในภาคปฏิบัติที่ดำเนินการจากสศช. เองและกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานอื่น อีกทั้งยังมีเครือข่ายเพื่อช่วยในการขับเคลื่อนทั้งเครือข่ายระดับนโยบาย และเครือข่ายภาคีการพัฒนาตาม 7 มิติของสังคมสีเขียว รวมถึงภาครัฐ เอกชน ประชาสังคมและนักวิชาการ ซึ่งความตระหนักรู้ (ศิริลักษณ์ สุวรรณเกตต์, 2555)

อย่างไรก็ตามจากงานศึกษาด้านสิ่งแวดล้อมที่แสดงให้เห็นถึงพลังขับเคลื่อนจากภาคประชาชนเพื่อร่วมกันแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม รวมถึงการถึงการสื่อสารที่ภาครัฐได้เข้ามามีส่วนช่วยในการพัฒนาและแก้ไขปัญหามลพิษแล้ว ยังมีงานศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงภาพของภาคประชาชนที่ร่วมมือกันรับมือกับการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อม

ดังจะเห็นได้จากงานศึกษาของปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “เศรษฐกิจสีเขียวของชุมชนภายใต้การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ: กรณีศึกษาชุมชนในพื้นที่ภาคตะวันออก” โดยมุ่งศึกษาและถอดบทเรียนชุมชนต้นแบบสองภูมิภาค ในการปรับตัวและจัดการ

ชุมชนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว จากชุมชนบ้านนาอิสาน ตำบลท่ากระดาน อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา ตัวแทนชุมชนที่มีภูมินิเวศแบบลุ่มน้ำ และชุมชนตำบลบางสระเก้า อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี ตัวแทนชุมชนภูมินิเวศแบบชายฝั่งทะเล จากการศึกษาพบว่า ชุมชนบางสระเก้า ซึ่งเป็นพื้นที่ติดชายฝั่งทะเล มีความเสี่ยงต่อการเป็นพื้นที่ที่มีความเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศโดยตรง และคนในพื้นที่มีการประกอบอาชีพที่หลากหลาย แต่ชุมชนยังพยายามยกระดับแนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว เข้ามาสร้างความสามารถในการปรับตัวของชุมชน เพื่อรับมือกับสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมที่คาดว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง และชุมชนบ้านอิสานที่มีลักษณะเป็นที่ราบลุ่ม ส่วนใหญ่ชาวบ้านประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ชุมชนมีการบริหารจัดการชุมชนด้วยยุทธศาสตร์เศรษฐกิจสีเขียวให้มีความเข้มแข็งเหมือนกันชุมชนบางสระเก้า ผ่านการขยายความคิดและปฏิบัติการในการทำเกษตรกรรมแบบวนเกษตร และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมของคนในชุมชนให้หันมาใช้ชีวิตในแบบการเกื้อกูลซึ่งกันและกันระหว่างคนกับธรรมชาติ เพื่อรับมือกับสถานการณ์ทางธรรมชาติ และหาแนวทางในการรับมือกับปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งการวิจัยจะนำมาสู่การสร้างนิยามเศรษฐกิจสีเขียวจากรากหญ้าที่ต้องเป็นเศรษฐกิจแบบธรรมชาติ และมีจุดมุ่งหมายเพื่อความยั่งยืนและความยุติธรรม ส่งเสริมชุมชนให้มีความคงทนต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (ปริชา เปี่ยมพงศ์สานต์ และคณะ, 2556)

อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้ได้มุ่งศึกษาประเด็นด้านการสื่อสารสิ่งแวดล้อม ซึ่งการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพจะสามารถช่วยสร้างความเข้าใจและคลายกังวลต่อสังคมในประเด็นทางสิ่งแวดล้อม โดยการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมีหลักการพื้นฐานที่สำคัญสำหรับการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมทั้งหมด 5 ประการ (กิตติพงศ์ จิรวังวงศ์, 2555) ประกอบด้วย

1. ความโปร่งใส (transparency) จะเป็นการกำหนดกระบวนการ วิธีการปฏิบัติงาน วิธีการแหล่งข้อมูล และสมมุติฐานที่นำมาใช้ในการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม สำหรับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยคำนึงถึงการดูแลรักษาความลับของข้อมูลสารสนเทศตามความจำเป็น รวมถึงการแจ้งให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงบทบาทในการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม

2. ความเหมาะสม (appropriateness) จะเป็นการจัดทำข้อมูลสารสนเทศสำหรับการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานต่าง ๆ โดยการเลือกรูปแบบ ภาษา และสื่อที่เป็นที่ต้องการเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมได้อย่างเต็มที่

3. ความน่าเชื่อถือ (credibility) จะเป็นการดำเนินการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม ด้วยความซื่อสัตย์ และยุติธรรม รวมถึงมีการให้ข้อมูลสารสนเทศด้วยข้อเท็จจริง ถูกต้อง เป็นอิสระ และไม่เป็นการชี้นำกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



4. ความรับผิดชอบ (responsiveness) จะเป็นการดูแลให้การสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมเปิดกว้างตามความต้องการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการตอบสนองต่อการตั้งคำถาม หรือข้อกังวลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในรูปแบบที่ครบถ้วนและทันเวลา รวมถึงการสร้างให้เกิดการรับรู้ถึงแนวทางในการจัดการกับข้อสงสัยและคำถามต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นสำหรับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

5. ความชัดเจน (clarity) จะเป็นการดำเนินการ เพื่อให้แนวทางและภาษาที่ใช้ในการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม สามารถทำให้เกิดความเข้าใจต่อหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เกิดความสับสนน้อยที่สุด

โดยงานวิจัยดังกล่าวสามารถเป็นแนวทางในการศึกษาของผู้วิจัย ในการศึกษากระบวนการสื่อสารสาธารณะประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมในกรณีศึกษาของผู้วิจัยได้ แม้ประเด็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารสิ่งแวดล้อมจะมีความหลากหลาย แต่จากงานวิจัยข้างต้นที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม สามารถแสดงให้เห็นถึง แรงบันดาลใจในการศึกษาการสื่อสารที่เน้นการขับเคลื่อนจากภาคประชาชน หรือการศึกษาชุมชนที่มีความเชื่อมโยงกับเรื่องสิ่งแวดล้อมในหลายรูปแบบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งทำให้ผู้วิจัยพบช่องว่างของการศึกษาในครั้งนี้ ว่า งานศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับการสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีผู้รับผิดชอบจากภาครัฐนั้นยังไม่เป็นที่แพร่หลายเท่าใดนัก ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้ของผู้วิจัยจึงมีความแตกต่างจากงานวิจัยอื่น ๆ ที่ผ่านมา คือ การศึกษาถึงการสื่อสารสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีผู้รับผิดชอบโครงการจากหน่วยงานของภาครัฐ เพื่อให้เห็นบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่ทำการสื่อสารว่าเป็นอย่างไร

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถนำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเหล่านี้มาเป็นแนวทางในการศึกษาและวิเคราะห์กระบวนการในการสื่อสารที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาโครงการนี้ที่ได้มีการพัฒนาจากการนำงานวิจัยมาทำการต่อยอดจนเกิดโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)



## บทที่ 3

### วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษากระบวนการสื่อสารสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อมกรณีศึกษา โครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว).” โดยมุ่งศึกษา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

- 3.1 ระเบียบวิธีวิจัย
- 3.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา
- 3.3 รูปแบบการศึกษา
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.5 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล
- 3.6 แหล่งจัดเก็บข้อมูล
- 3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.8 การตรวจสอบข้อมูล
- 3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.10 การนำเสนอข้อมูลและเขียนรายงานการศึกษา

### 3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

งานศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกกรณีศึกษาโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เพื่อศึกษาศึกษาระบบการสื่อสารและบทบาทของภาคีเครือข่ายของโครงการ โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้

3.1.1 โครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ถือเป็นโครงการที่มีผู้รับผิดชอบและสนับสนุนโครงการจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเป็นองค์กรขนาดเล็กของรัฐ ภายใต้กำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี ทำหน้าที่สนับสนุนการสร้างองค์ความรู้ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ โดยใช้การวิจัยเป็นกลไกสร้างฐานความรู้สำหรับการแก้ปัญหาให้แก่สังคม

3.1.2 โครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นรูปแบบการสื่อสารสาธารณะในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม ที่มีการพัฒนาต่อยอดในการทำการสื่อสารประเด็นมาจากงานวิจัยเรื่อง “ความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าในเมืองของชาวกรุงเทพมหานคร” ส่วนใหญ่การศึกษาวิจัยในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม มักเป็นการศึกษาการสื่อสารของภาคประชาชนเพื่อรักษาและปกป้องผลประโยชน์ที่มีต่อชุมชนหรือพื้นที่นั้น ๆ เช่น เรื่องมลพิษ ป่าไม้และถ่านหิน เป็นต้น อีกทั้งการศึกษาดังกล่าวที่มาจากหน่วยงานภาครัฐเองยังไม่ปรากฏให้เห็นเด่นชัดนักในสังคมไทย นอกจากนี้การดำเนินการในการจัดทำโครงการการสื่อสารครั้งนี้ แสดงให้เห็นได้ถึง การพยายามจัดการข้อมูลความรู้ที่ทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย เพื่อนำไปสื่อสารให้คนในสังคมเข้าใจได้อย่างง่ายมากขึ้น โดยการศึกษาครั้งนี้จึงได้เลือกวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพใน 2 วิธี คือ

3.1.2.1) การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) โดยทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี บทความทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีเอกสารหลักที่ใช้ในการศึกษาอันประกอบไปด้วย

- ข้อมูลจากทางแฟนเพจเฟซบุ๊ก “URBAN Forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้” (<https://www.facebook.com/UrbanForestThai>)

- ข้อมูลจากทางเว็บไซต์ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ([www.trf.or.th](http://www.trf.or.th))

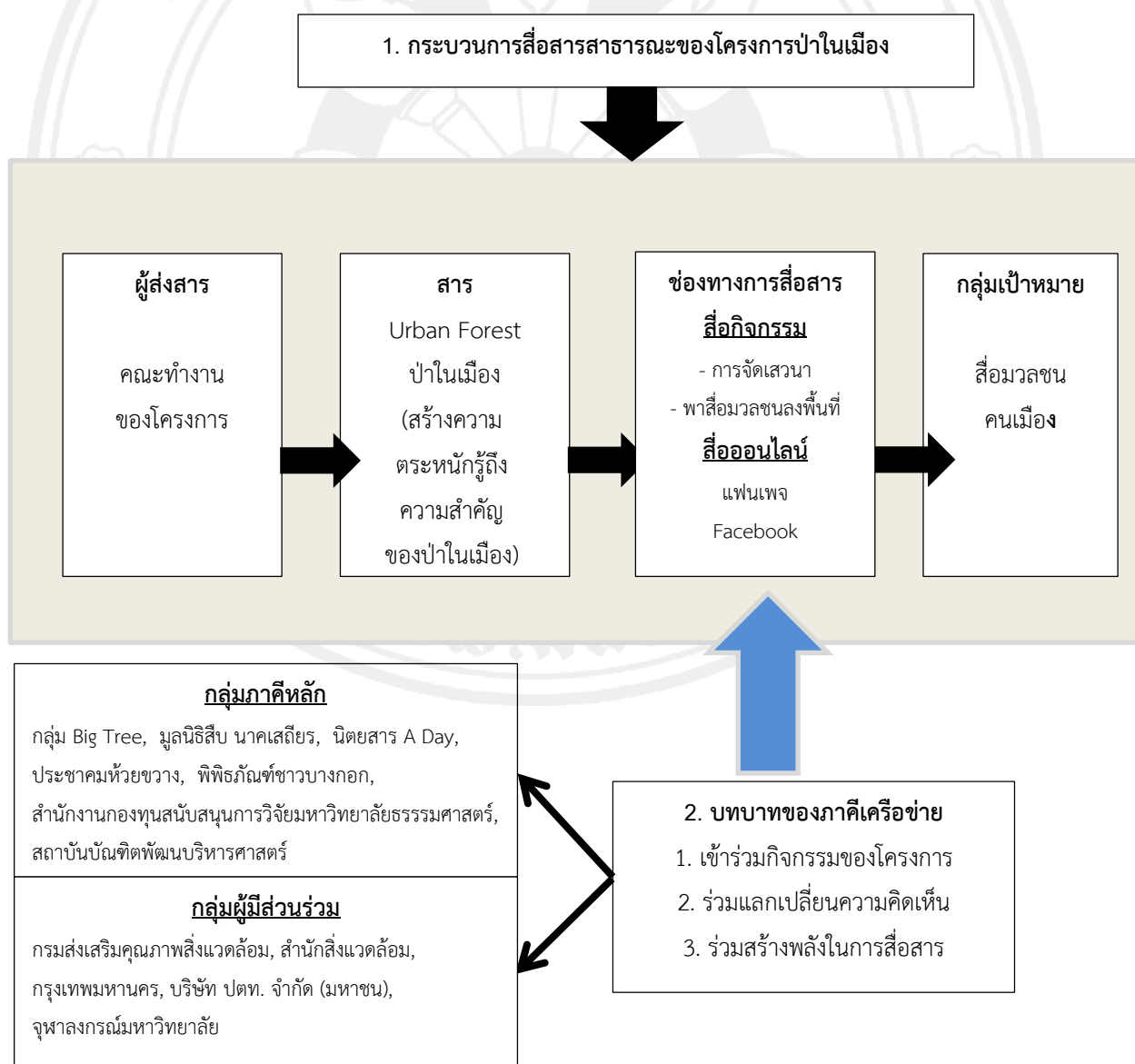
- เอกสารข่าว บทความ ที่เผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์และสื่อออนไลน์ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับประเด็นของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

3.1.2.2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงาน

กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และกลุ่มภาคีเครือข่ายของโครงการ รวมทั้งหมด 8 ท่าน ประกอบด้วย

- กลุ่มผู้ดำเนินโครงการ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ เจ้าของงานวิจัย 2 ท่าน และ คณะทำงาน 1 ท่าน
- กลุ่มผู้ให้ทุนสนับสนุนโครงการป่าในเมือง ตัวแทนจากทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) 1 ท่าน
- กลุ่มภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนร่วมในโครงการ จำนวน 2 ท่าน
- กลุ่มสื่อมวลชน จำนวน 2 ท่าน

### 3.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา



### 3.3 รูปแบบการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยได้เชื่อมโยงปัญหาในการวิจัยกับองค์ความรู้ที่นำมาปรับใช้ในการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงความเชื่อมโยงของปัญหาและองค์ความรู้ที่นำมาใช้ในการศึกษา

คำถามนำวิจัย	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีการศึกษา
1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)	1.1 แนวคิดการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อ (Media Advocacy) 1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร 1.3 แนวคิดการสื่อสารสาธารณะ 1.4 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media)	การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) และการวิเคราะห์ผล การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
2. เพื่อศึกษาบทบาทของภาคีเครือข่ายของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)	2.1 ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 2.2 แนวคิดเครือข่ายทางสังคม	การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) และการวิเคราะห์ผล การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

#### 3.4.1 การศึกษาวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis)

การศึกษาค้นคว้าเอกสารทางวิชาการ ได้แก่ งานวิจัย บทความ หนังสือ และเอกสารต่าง ๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ รวมถึงข้อมูลทางวิชาการที่สามารถสืบค้นได้ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด โดยทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อม และใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์เพื่อทำให้ข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์มีความสมบูรณ์มากขึ้น

### 3.4.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้วิจัยได้เลือกเครื่องมือดังกล่าว เนื่องจากต้องการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ซึ่งเป็นตัวแทนของผู้รับผิดชอบและผู้เกี่ยวข้องจากโครงการป่าในเมือง โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ทั้งฝ่ายผู้ดำเนินโครงการและกลุ่มภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมกับโครงการและมีบทบาทในการร่วมขับเคลื่อนโครงการในครั้งนี้

การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

- กลุ่มผู้ดำเนินโครงการ เป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในโครงการตั้งแต่เริ่มต้นจนโครงการเสร็จสิ้น ทั้งในเรื่องการวางแผนการสื่อสารของโครงการและดำเนินโครงการ
- กลุ่มผู้ให้ทุนสนับสนุนโครงการ เป็นบุคคลจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.) ที่มีส่วนรับรู้และร่วมประเมินโครงการในครั้งนี้
- กลุ่มภาคีเครือข่าย เป็นกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแง่ของการเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมขับเคลื่อนโครงการ ซึ่งมีส่วนในการแสดงความคิดเห็นตั้งแต่เริ่มแรกของโครงการ และมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมที่โครงการได้จัดขึ้นในการทำการสื่อสารครั้งนี้
- กลุ่มสื่อมวลชน เป็นกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารของโครงการครั้งนี้ อีกทั้งยังเป็นผู้ที่มีบทบาทในการเผยแพร่ส่งต่อข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของโครงการป่าในเมือง

โดยแบบสัมภาษณ์เป็นแนวคำถามแบบปลายเปิด (Opened Question) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก และบันทึกข้อมูลด้วยการจดบันทึกควบคู่กับการอัดเสียงสนทนาในการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

## 3.5 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi - structured interview) เพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งได้ทำการตั้งแนวคำถามสัมภาษณ์ (Guide questions) ให้มีความสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีที่นำมาปรับใช้กับการศึกษาในครั้งนี้

### 3.5.1 แนวคำถามในการสัมภาษณ์ (Guide questions)

โดยผู้วิจัยได้แบ่งแนวคำถาม (Guide questions) ออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ประเด็นในการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบโครงการป่าในเมือง ส่วนที่ 2 ประเด็นในการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับหน่วยงานผู้รับผิดชอบโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และส่วนที่



3 ประเด็นในการสัมภาษณ์ภาคีเครือข่ายของโครงการ โดยเป็นคำถามปลายเปิดที่ไม่ได้เตรียมคำตอบไว้ล่วงหน้า ซึ่งแนวคำถามสัมภาษณ์มุ่งตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้

### ส่วนที่ 1 ประเด็นในการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบโครงการป่าในเมือง

1. ประวัติความเป็นมาและจุดเริ่มต้นของโครงการป่าในเมือง
  - ที่มาของโครงการป่าในเมืองเกิดขึ้นได้อย่างไร
  - จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการป่าในเมืองมีเป้าหมายในการดำเนินงานอย่างไร
2. โครงการป่าในเมืองมีการสื่อสารประเด็นหลักอย่างไร
  - โครงการป่าในเมืองมีการสื่อสารประเด็นหลักสำคัญอะไรบ้าง
  - ท่านมีการคัดเลือกเนื้อหาและข่าวสารแต่ละประเด็นในการสื่อสารอย่างไร
3. โครงการป่าในเมืองวิธีการสื่อสารอย่างไร
  - วิธีการสื่อสารประเด็นต่าง ๆ ของโครงการป่าในเมืองทำอย่างไร และมีแนวทางการใช้สื่อใดบ้าง ทำไมจึงเลือกใช้สื่อชิ้นนั้น
  - ท่านมีกลยุทธ์หรือวิธีการการสื่อสารอย่างไร เพื่อให้คนในสังคมรับรู้และเข้าถึงได้มากที่สุด
  - ท่านมีสื่อใดบ้างในการสื่อสารให้คนในสังคมรู้จักโครงการ
  - โครงการนี้มีการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่นหรือไม่อย่างไร
  - กลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารของโครงการนี้ ได้แก่กลุ่มใดบ้าง มีวิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างไร
4. ปัญหาหรืออุปสรรคที่พบในการดำเนินโครงการ
  - อุปสรรคและปัญหาที่พบในการดำเนินโครงการคืออะไร
  - สิ่งที่ยังขาดและเป็นข้อบกพร่องของโครงการคืออะไร และจะต้องมีการพัฒนาอย่างไร
5. ปัจจัยที่ส่งเสริมในการดำเนินการของโครงการ
  - ท่านคิดว่าอะไรเป็นจุดเด่นในการสื่อสารของโครงการนี้
  - ลักษณะบทบาท และความร่วมมือของภาคีเครือข่ายของโครงการเป็นอย่างไร

## ส่วนที่ 2 ประเด็นในการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับหน่วยงานผู้รับผิดชอบโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

1. บทบาทของหน่วยงานผู้รับผิดชอบและช่วยสนับสนุนโครงการ
  - จุดเริ่มต้นในการเลือกประเด็นปัญหานี้เพื่อทำการสื่อสารเกิดขึ้นได้อย่างไร
  - ทำไมท่านจึงเลือกหยิบยกประเด็นเรื่องป่าในเมืองเพื่อทำการสื่อสารสาธารณะ และท่านคิดว่ามีความสำคัญอย่างไร
2. ลักษณะการทำงาน
  - หน่วยงานของท่านมีบทบาทในการร่วมดำเนินโครงการอย่างไรบ้าง
  - หน่วยงานของท่านมีการวางแผนการดำเนินงานและสนับสนุนการขับเคลื่อนโครงการอย่างไร
  - การดำเนินการขับเคลื่อนโครงการเป็นไปตามแผนที่วางไว้/เป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ (ความคาดหวังที่มีต่อการขับเคลื่อนโครงการ)
  - ท่านมีความคิดเห็นและมองโครงการนี้อย่างไร ในการหยิบงานวิจัยเพื่อมาทำการสื่อสารต่อในระดับสาธารณะ
  - ปัจจัยที่สนับสนุนการดำเนินงานครั้งนี้คืออะไร
  - ปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในครั้งนี้คืออะไร

## ส่วนที่ 3 ประเด็นในการสัมภาษณ์ภาคีเครือข่ายของโครงการ

1. การเข้าเป็นหนึ่งในเครือข่ายของโครงการป่าในเมือง
  - จุดเริ่มต้นในการเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายของโครงการ
  - ทำไมจึงตัดสินใจเข้าร่วมเป็นภาคีและคิดว่าโครงการนี้มีประโยชน์อย่างไรต่อสังคม
2. บทบาทของเครือข่ายที่มีส่วนร่วมกับโครงการ
  - หน่วยงานของท่านมีบทบาทอะไรในการดำเนินโครงการป่าในเมืองบ้าง (กิจกรรมต่างๆ ในทุกกิจกรรม, การร่วมหารือแสดงความคิดเห็น และอื่นๆ )
  - มีการติดต่อสื่อสาร/การแจ้งข่าวและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันอย่างไร ผ่านสื่อใดบ้าง
  - ความถี่ในการนัดหมาย การพบกันระหว่างผู้ร่วมกันขับเคลื่อนโครงการเป็นอย่างไร
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการป่าในเมือง
  - ท่านมองว่าคนเมือง เข้าใจประเด็นในเมืองในประเด็นไหน และคิดว่าคนในเมืองเข้าใจอย่างไร
  - ท่านเข้าใจป่าในเมืองอย่างไร

- ท่านมองโครงการป่าในเมืองอย่างไร และคิดว่าโครงการที่เกิดขึ้นจะสามารถช่วยให้คนในสังคมตระหนักรู้ได้มากน้อยเพียงใด
- ท่านคิดว่าหน่วยงานของท่านสามารถช่วยส่งเสริมเสริมโครงการป่าในเมืองได้อย่างไรบ้าง (งานของเค้าที่มาช่วยเรามันเชื่อมโยง / บทบาทเขาดีไหม แล้วเรามองยังไง)
- พบปัญหาหรืออุปสรรคอะไรบ้างในการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการป่าในเมือง
- ความคิดเห็นที่มีต่อการขับเคลื่อนโครงการป่าในเมือง เช่น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ควรปรับปรุงอะไรหรืออะไรที่ควรดำเนินการต่อ

#### ส่วนที่ 4 ประเด็นในการสัมภาษณ์สื่อมวลชน

1. ท่านได้เข้าร่วมกิจกรรมใดของโครงการบ้าง
2. ทำไมท่านจึงเลือกนำเสนอประเด็นข่าวของโครงการป่าในเมือง
3. ในฐานะท่านเป็นสื่อมวลชนท่านคิดว่าประเด็นป่าในเมืองมีความสำคัญมากน้อยเพียงใด
4. สำนักข่าวของท่านมีการนำเสนอประเด็นนี้ต่อเนื่องตั้งแต่ต้นจนจบ มีวิธีการคัดเลือกข่าว และมองประเด็นเรื่องป่าในเมืองอย่างไร
5. ท่านคิดว่า ท่านมองตัวเองเป็นภาคีเครือข่าย ส่วนหนึ่งของโครงการหรือไม่

#### 3.5.2 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลบุคคล คือ ผู้ที่ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) จำนวน 8 คน ที่เป็นตัวแทนของผู้ดำเนินโครงการป่าในเมือง คณะทำงานจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ผู้สนับสนุนโครงการ และกลุ่มภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารซึ่งเกี่ยวข้องกับโครงการป่าในเมือง โดยผู้วิจัยใช้วิธีคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึกแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากการศึกษาวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการ และลักษณะการทำงานโครงการ ประกอบกับ การแนะนำของผู้ดำเนินโครงการโดยมีรายชื่อดังต่อไปนี้

1. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินโครงการ

ตารางที่ 3.2 แสดงรายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	วันที่สัมภาษณ์
1. ผศ. ดร. วิไลวรรณ จงวิไลเกษม	ผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานของโครงการป่าในเมือง	8 ธันวาคม 2560
2. ผศ. ดร. ประชา คุณธรรมดี	นักวิจัยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จากงานวิจัยเรื่องความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ	11 พฤศจิกายน 2560
3. รศ. ดร. นิรมล สุธรรมกิจ	นักวิจัยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จากงานวิจัยเรื่องความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ	25 มกราคม 2561

2. ตัวแทนคณะทำงานจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ตารางที่ 3.3 แสดงรายชื่อผู้ให้ข้อมูลจากตัวแทนคณะทำงานของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	วันที่สัมภาษณ์
1. ดร. ภาคภูมิ ทิพคุณ	รองผู้อำนวยการฝ่ายงานจัดการความรู้และสื่อสารสังคม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)	9 พฤศจิกายน 2560

3. ภาคีเครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงการ

ตารางที่ 3.4 แสดงรายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากภาคีเครือข่ายของโครงการป่าในเมือง

ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	วันที่สัมภาษณ์
1. คุณอรยา สุตะบุตร	Big Tree กลุ่มอนุรักษ์ “ต้นไม้ในเมือง”	6 พฤศจิกายน 2560
2. คุณภาณุเดช เกิดมะลิ	มูลนิธิสืบ นาคะเสถียร	4 ธันวาคม 2560

#### 4. สื่อมวลชน

ตารางที่ 3.5 แสดงรายชื่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มสื่อมวลชน

ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน	วันที่สัมภาษณ์
1. คุณกิตติศักดิ์ ภัทร์สรวรินทร์	สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส	6 มกราคม 2561
2. คุณฉัญพิสิษฐ์ เกศบำรุงชัย	สถานีโทรทัศน์ เนชั่นทีวี	26 มกราคม 2561

ดังนั้น การศึกษาและเก็บข้อมูลที่ได้จากการการศึกษาวเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งข้อมูลทุกส่วนมีความสำคัญที่นำไปใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อมของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยทั้ง 2 ข้อ คือ 1) ศึกษากระบวนการสื่อสารของโครงการ 2) ศึกษาบทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมโครงการ

#### 3.5.3 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ระหว่างเดือนพฤษภาคม – กรกฎาคม พ.ศ. 2560 รวมเป็นระยะเวลา 3 เดือน

#### 3.6 แหล่งจัดเก็บข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมายในการจัดเก็บข้อมูล ดังนี้

3.5.1 แฟนเพจเฟซบุ๊ก “URBAN Forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้” ซึ่งเป็นแฟนเพจของโครงการป่าในเมือง ซึ่งเป็นพื้นที่ออนไลน์ที่ใช้ขับเคลื่อนโครงการผ่านการ โฟสรูปร่าง คลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกันในเดือนการสร้างพื้นที่ป่าในเมือง และชาวอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงเป็นพื้นที่ในการเผยแพร่กิจกรรมของโครงการ

3.5.2 เอกสารข่าว บทความ จากสื่อในทุกช่องทาง ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์และสื่อออนไลน์ ที่ปรากฏข่าวสารของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

#### 3.5.3 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก



### 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้มีกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลใน 2 รูปแบบ คือ

#### 3.6.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลรายงานผลการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในโครงการป่าในเมือง ในฐานะผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) เพื่อรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ในลำดับต่อไป

#### 3.6.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ผ่านแฟนเพจเฟซบุ๊ก “URBAN Forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้” ที่ถือเป็นสื่อหลักในการเคลื่อนไหวเพื่อสื่อสารประเด็นไปสู่สาธารณะ ซึ่งทำได้ผ่านการศึกษาข้อความ รูปภาพ ข่าว และคลิปวิดีโอ ที่ถูกโพสต์ ซึ่งมีทั้งข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการ รวมถึงการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participant Observation) ในงานเสวนาที่โครงการได้จัดขึ้นเป็นจำนวน 2 ครั้ง ได้แก่ งานเสวนา “เดินตามรอยเท้าพ่อ สานต่อป่าในเมือง” และงานเปิดตัวโครงการป่าในเมือง วันที่ 22 ธันวาคม 2559 ณ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และงานเสวนา “ป่าในเมืองกับความยั่งยืน สู่อุตสาหกรรม 4.0” วันที่ 30 มีนาคม 2560 ณ หอจดหมายเหตุท่านพุทธทาส อินทปัญโญ

### 3.7 การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการตรวจสอบข้อมูลตลอดการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ โดยระหว่างการเก็บข้อมูลนั้นจะดำเนินการตรวจสอบข้อมูลควบคู่กันไป หากพบจุดบกพร่องหรือพบว่าข้อมูลส่วนใดยังไม่ครบถ้วน จะดำเนินการจัดหาและสืบค้นข้อมูลเพื่อทำให้งานศึกษามีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และนำเอาข้อมูลทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งเพื่อไม่ให้เกิดความคลาดเคลื่อน และนำเอาข้อมูลมาจัดเป็นหมวดหมู่ตามปัญหาคำวิจัยและวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ เพื่อสะดวกต่อการวิเคราะห์และสรุปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

### 3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาครั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยได้ทำการสังเกตการณ์และวิเคราะห์เอกสารจากแหล่งข้อมูล คือ แพนเพจเฟซบุ๊ก “URBAN Forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้” ซึ่งเป็นแพนเพจของโครงการป่าในเมือง สื่อทุกช่องทางที่นำเสนอข่าวของโครงการ ได้แก่ เว็บไซต์ โทททัศน์ และสื่อกิจกรรมของโครงการป่าในเมือง ประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในส่วนของการศึกษาโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และนำข้อมูลมาใช้ในการพรรณวิเคราะห์เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของโครงการและบทบาทของภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการป่าในเมือง ซึ่งได้ทำการพิจารณาจากเนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อทุกช่องทางและบทสัมภาษณ์เชิงลึก

### 3.9 การนำเสนอข้อมูลและเขียนรายงานการศึกษา

การนำเสนอข้อมูลในงานวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้การพรรณวิเคราะห์ ประกอบกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นกรอบในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอเป็น 2 บท ได้แก่

บทที่ 4 ผลการวิจัย นำเสนอข้อมูล

บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาโครงการป่าในเมือง โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ 1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมือง โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และ 2. เพื่อศึกษาบทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมกับโครงการ โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากคณะทำงานของโครงการ จำนวน 4 คน และภาคีเครือข่ายของโครงการจำนวน 2 คน สื่อมวลชนจำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน

สำหรับผลการศึกษาวิจัยแยกออกเป็น 2 ส่วนคือ

- 4.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- 4.2 ผลการวิจัยที่ตอบปัญหาคำวิจัยทั้ง 2 ข้อ ได้แก่

*ปัญหาคำวิจัยข้อที่ 1:* กระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นอย่างไร

*ปัญหาคำวิจัยข้อที่ 2:* บทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นอย่างไร

#### 4.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

การศึกษาในครั้งนี้ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากเอกสารและสื่อต่าง ๆ ของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินโครงการจำนวน 4 คน ทำให้ทราบถึงความเป็นมาและจุดเริ่มต้นของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) วัตถุประสงค์ รูปแบบของโครงการ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นข้อมูลที่สนับสนุนในการวิเคราะห์ผลการวิจัยเรื่อง โดยผู้วิจัยต้องการนำเสนอต่อไปนี้

##### 4.1.1 จุดเริ่มต้นของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) หรือ The Thailand Research Fund (TRF) เป็นองค์กรขนาดเล็กของรัฐ ภายใต้กำกับของสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งไม่ได้ใช้ระบบราชการเป็นกลไกควบคุมองค์กร เพื่อทำหน้าที่สนับสนุนการสร้างองค์ความรู้ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ โดยเน้นการใช้การวิจัยเป็นกลไกสร้างฐานความรู้สำหรับการแก้ปัญหาให้แก่สังคม ซึ่งบทบาทสำคัญของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย เน้นการสนับสนุนการสร้างและพัฒนากำลังคนและนักวิจัยมืออาชีพ ส่งเสริมที่อาศัยความรู้ในการแก้ปัญหา ผลักดันการใช้ประโยชน์จากการวิจัยในทุก ๆ ด้าน ทั้งการวิจัยด้านเกษตร อุตสาหกรรม บริการ การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม การสร้างความเข้มแข็งความชุมชนท้องถิ่น รวมถึงผลักดันให้เกิดการร่วมทุนกับภาคเอกชน หน่วยงานในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสนับสนุนการสร้างองค์ความรู้และผลงานวิจัยที่นำไปสู่การสร้างสรรค์ปัญญาเพื่อพัฒนาประเทศ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2560)

อย่างไรก็ตาม ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาทั่วโลกกำลังประสบปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทำหลายประเทศหันมาสนใจประเด็นดังกล่าว เพื่อหาทางป้องกันและแก้ปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมในอนาคตทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยได้เห็นถึงความสำคัญของประเด็นนี้ และได้มีการสนับสนุนการวิจัยด้านการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ ซึ่งเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับหลายศาสตร์และสาขาวิชา โดยงานวิจัยด้านภาวะโลกร้อนซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มงานที่ทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยได้ผลิตองค์ความรู้ไว้เป็นจำนวนมาก

จากการศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์ผู้ดำเนินโครงการและกลุ่มของผู้ให้ทุนสนับสนุนโครงการ โดยจากการศึกษาพบว่า โครงการ “ป่าในเมือง” เป็นโครงการที่ได้รับทุนสนับสนุนในการดำเนินโครงการจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ซึ่งเกิดขึ้นจากการที่คณะทำงานของโครงการนำงานวิจัยด้านการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มเครื่องมือทางนโยบายเพื่อสนับสนุน

การดำเนินงานของประเทศไทย อันเป็นงานวิจัยในชุดโครงการที่ทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยให้ทุนสนับสนุนการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ” (Willingness to pay for forest Area of Bangkok Dwellers) โดยคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2561) จากคำสัมภาษณ์ของคณะทำงานของโครงการป่าในเมืองได้กล่าวถึงจุดเริ่มต้นของโครงการป่าในเมืองไว้ดังนี้

“...สกว. คิดว่างานวิจัยมีเกิดขึ้นมากมาย แต่ไม่ถูกนำมาใช้ประโยชน์ หรือที่เรียกว่างานวิจัยขึ้นหิ้ง ก็เลยอยากนำงานวิจัยมาเผยแพร่ให้สังคมรับรู้ ปรากฏว่า เรื่องกว้างมาก แล้วแต่เราจะหยิบเรื่องอะไรก็ได้ มีหลายเล่มมาก แต่ทีมเราไปเจองานของอาจารย์ นิรมล ที่เป็นประธาน อาจารย์ประจำเป็นที่วิจัย ชื่อเรื่อง ความเต็มใจจ่าย ทีมเราก็สนใจตั้งแต่ชื่อ น่าสนใจว่าเป็นยังไง อาจารย์[ผู้ทำวิจัย] เป็นนักเศรษฐศาสตร์ เรียกตัวเองว่าเป็นนักเศรษฐศาสตร์ป่าไม้ พอไปอ่านทั้งเล่มก็เจอสิ่งที่น่าสนใจ ทุกวันนี้ปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นเยอะ เขาก็มองเรื่องจัดการป่า แล้วมีหลายวิธี มี 4 ด้านในการจัดการป่า ถ้าเราจะหยิบมาขับเคลื่อนทั้งหมดคงไม่ได้ เราเลยหยิบเรื่องป่าในเมือง เรื่องการจัดการป่าไม้ ในเมือง ชื่อที่น่าสนใจตั้งแต่ป่าก็ต้องอยู่ในป่าสิ ทำไมมาอยู่ในเมืองเราก็ไปอ่านก่อนนี้แล้วพบข้อเสนอหนึ่งเขียนไว้อย่างน่าสนใจว่า ป่าอยู่ในป่า แต่ทำยที่สุดคนในเมืองใช้ แล้วก็นิยามว่าต้นไม้ที่อยู่ในเมืองก็เป็นป่าแบบหนึ่งเพราะพูดถึงระบบนิเวศ เราก็เลยสนใจว่าแนวคิดนี้สังคมไม่รู้เลยนะ ขนาดเราเป็นนักวิจัย นักวิชาการ เรายังไม่รู้เลยว่าป่าในเมืองคืออะไร แล้วมีประโยชน์นะ...” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2560)

รวมถึงจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทางฝั่งสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยซึ่งเป็นผู้ให้ทุนในการทำโครงการครั้งนี้ ได้กล่าวไว้ว่า

“...ผมเป็นคนมารับหน้าที่หลังจากโครงการออกทุนไปแล้ว เข้ามาดูทีหลัง พอจะทราบว่าเป็นโครงการลักษณะนำร่อง เราไม่เคยทำโครงการลักษณะนี้ คือเรามีแนวในการนำเอางานวิจัยไปเผยแพร่เป็นเรื่องปกติอยู่แล้ว ตามสื่อ เรามีทีมงานฝ่ายสื่อสารสรุปย่อหน้าโครงการวิจัยไปส่งเป็นสลับข่าวตามสื่อเป็นเวลาต่อเนื่องอยู่แล้ว ทีนี้เราอยากลองของใหม่ ว่าจะเป็นไปได้ไหมที่จะหยิบประเด็นใดประเด็นหนึ่งมาทำการสื่อสารให้มันเป็นลักษณะที่มีต้นทางถึงปลายทางให้มีลักษณะที่ชัดเจน สมมุติเป็นงานที่มีองค์ความรู้ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของสังคม หรือต้องการเปลี่ยนแปลงอะไรบางอย่างในสังคม ซึ่งเรามีฐานงานวิจัยอยู่แล้วแต่ว่างานวิจัยนั้นจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงได้ต้องใช้การสื่อสาร เราก็เลยคัดโครงการวิจัยที่สกว. เคยให้ทุนนักวิจัยไป เรื่องความเต็มใจจ่าย ซึ่งก็พบว่าคนกรุงเทพฯก็มีความเต็มใจจ่ายในระดับหนึ่ง เกินครึ่ง แต่ก็มีอีกส่วนที่บอกว่าไม่เต็มใจจ่าย แต่สาเหตุที่ไม่เต็มใจจ่ายเพราะไม่ได้ไม่เห็นความสำคัญของป่าไม้ในเมือง แต่เพราะว่าเขายังไม่รู้ว่าป่าไม้ในเมือง



คืออะไรแล้วเขาต้องจ่ายเงินไปให้ใคร แล้วไปทำอะไร คือเขาไม่เชื่อถือ งานวิจัยไม่ได้บอกว่าให้ไปสื่อสารอะไรนะ แต่งานวิจัยบอกแค่ว่าคนกรุงเทพฯมีความเต็มใจจ่ายเกินครึ่ง แต่อีกจำนวนมากเขาไม่รู้ ว่าป่าในเมืองคืออะไร สำคัญกับเขาอย่างไร แล้วจ่ายไปแล้วจะช่วยอะไร ก่อให้เกิดประโยชน์อะไรกับ เขาก็เลยเป็นที่มาว่า ถ้าเราต้องการให้เมืองน่าอยู่เป็นเมืองสีเขียว ก็ต้องทำความเข้าใจก่อนว่าป่าในเมืองคืออะไร ทำให้ประชาชนรับทราบก่อนในเบื้องต้น ก็เป็นที่มาว่าอาจารย์ก็เลยมารับทุน เอาแนวคิดป่าในเมืองไปทำการสื่อสาร พูดย่างๆ ก็เหมือนกับไปกระเพื่อมเพื่อให้เกิดความเข้าใจใน สังคม คือที่ผ่านมานั้นแนวทางที่เราทำงานวิจัยก็แค่งานวิจัยนี้เสร็จค้นพบว่าแบบนี้ แล้วก็เอาไปลงข่าว เราไม่เคยจับประเด็นจากงานวิจัยไปสื่อสารต่อ...” (ภาคภูมิ ทิพคุณ, สัมภาษณ์, 9 พฤศจิกายน 2560)

นอกจากนี้ทางฝั่งสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัยได้กล่าวเพิ่มเติมถึงระบบการบริหาร ในการให้ทุนเพื่อทำการวิจัยหรือทำโครงการ ซึ่งเป็นลำดับขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับจุดเริ่มต้นของ โครงการป่าในเมืองไว้ว่า

“...คือต้องเข้าใจโครงการการทำงาน สกว. มีฝ่ายหนึ่งที่ให้ทุนวิจัย คือในกรณีของโครงการนี้ ฝ่ายที่ให้ทุนคือฝ่ายสวัสดิภาพสาธารณสุข เป็นคนไปให้อาจารย์คณะเศรษฐศาสตร์ ธรรมศาสตร์ ทำงาน วิจัยขึ้นมาเรื่องหนึ่งเรื่องการบริหารจัดการป่าไม้ โครงการด้านสิ่งแวดล้อม แล้วหนึ่งในโครงการนั้นว่า ด้วย ป่าไม้ในเมือง พอโครงการจบ ก็โยนต่อให้ฝ่ายสื่อสาร โยนก้อนเล็ก ๆ นี้เอาให้ฝ่ายสื่อสารเอาไป สื่อสารต่อ ฝ่ายสื่อสารไม่ได้เป็นคนทำให้เกิดงานวิจัยเรื่องนี้แต่ฝ่ายสื่อสารจะเป็นคนออกทุนต่อให้คน เอาประเด็นไปสื่อสาร...” (ภาคภูมิ ทิพคุณ, สัมภาษณ์, 9 พฤศจิกายน 2560)

อีกทั้งยังสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของผู้เป็นเจ้าของงานวิจัยที่ได้กล่าวว่า

“...คนที่เลือกเรื่องคืออาจารย์[ทีมสื่อสาร] ไปดูว่าจะทำเรื่องไหนดี แล้วก็ได้อีกเรื่องนี่มา ที่ผมทำร่วมกับอาจารย์นิรมล แล้วก็มองว่าทำป่าในเมืองแล้วกัน คือคนอื่นเขาไม่ค่อยตีประเด็นกันในเรื่องนี้ จริง ๆ ในเล่มงานวิจัยที่ครอบคลุมป่าทุกประเภท แต่เราก็อธิบายเรื่อง ป่าในเมืองขึ้นมา สกว. เอง มองว่าให้ไปเลือกเอาแล้วกันว่าจะเอางานไหน จนอาจารย์เขาก็ไปรีวิวงานมาจนกระทั่งมาตกที่งานนี้ นี่คือต้นตอตั้งแต่แรก ดังนั้นคนที่จะเกาะเรื่องนี้ได้เป็นอาจารย์ที่เอาเรื่องไปทำสื่อสารว่าทำไมถึงหยิบ ประเด็นนี้ แล้วเอาประเด็นนี้ แต่ตัวผมเป็นคนทำประเด็นนี้...” (ประชา คุณธรรมดี, สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2560)

“...เข้าใจว่าทีมอาจารย์ได้อ่านเล่มนี้ แล้วในเล่มนี้มีป่าหลายประเภท ป่าชายเลน ป่าชุมชน พื้นที่เกษตร แล้วก็ป่าในเมือง เข้าใจว่าถ้าจะชูประเด็นต่อสาธารณะเนี่ย ป่าในเมืองน่าจะดีกว่าก็เลย หยิบขึ้นมา จนเป็นกระบวนการของสื่อ ดิฉันก็ไม่วางใจกระทั่งทางสกว. เห็นควรให้ทำแล้ว ก็มีการติดต่อ ให้ทีมอาจารย์ได้เจอกับนักวิจัย...” (นิรมล สุธรรมกิจ, 25 มกราคม 2561)

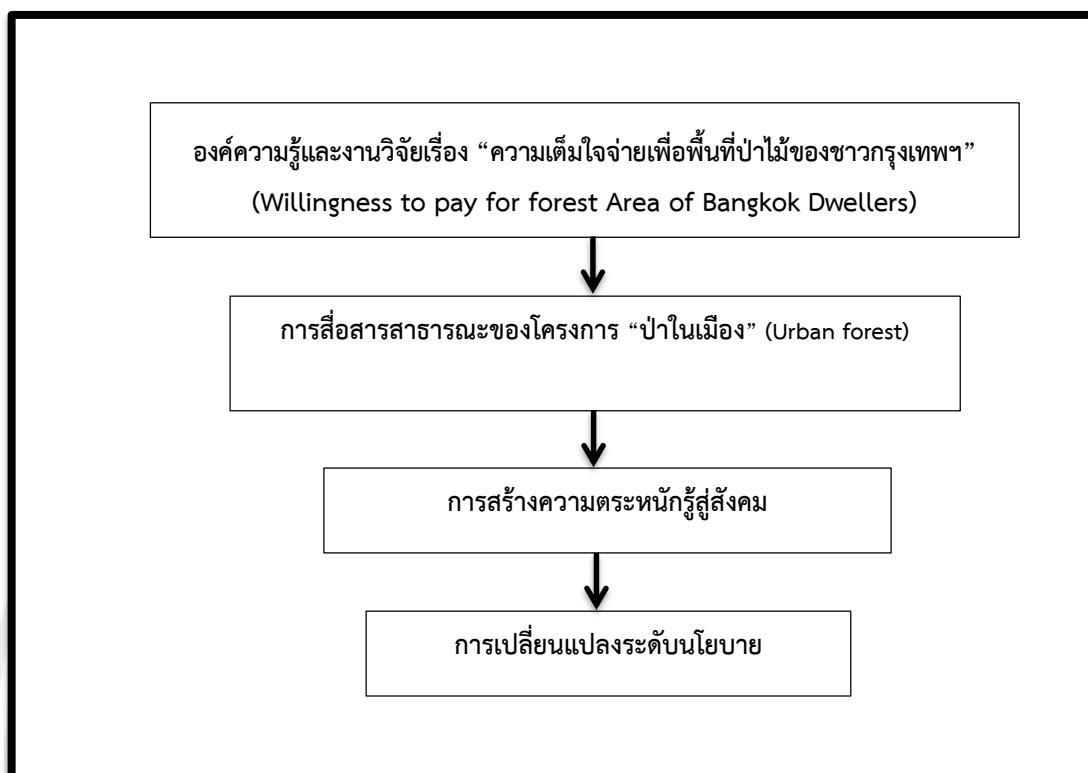
จากการสัมภาษณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นได้ว่าจุดเริ่มต้นของโครงการป่าในเมืองนั้นเกิดจากการที่ทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ต้องการนำงานวิจัยที่ได้ทำการศึกษามาเป็นที่ยอมรับแล้ว นำมาสื่อสารประเด็นสู่สังคมต่อ โดยการสร้างวิธีการและเครื่องมือการสื่อสารที่แตกต่างไปจากเดิม ซึ่งโครงการป่าในเมืองถือเป็นโครงการนำร่อง ซึ่งทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยยังไม่มีการทำโครงการสื่อสารรูปแบบนี้มาก่อน ทำให้คณะทำงานของโครงการป่าในเมืองที่เป็นกลุ่มนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร เข้ามารับทุนในการดำเนินโครงการ และเลือกหยิบงานวิจัยเรื่อง “ความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ” นำมาเลือกประเด็นจากงานวิจัยเล่มนี้ จากการอ่านรายงานการวิจัยเรื่องนี้ทำให้คณะทำงานในการสื่อสารของโครงการได้เลือกหยิบประเด็นป่าในเมืองซึ่งเป็นเพียงส่วนหนึ่งของงานวิจัยขึ้นมาเพื่อทำการสื่อสารโครงการที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม สิ่งเหล่านี้มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย องค์กรผู้ให้ทุนสนับสนุนที่ต้องการนำข้อมูลความรู้ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยมาอย่างดี ส่งต่อให้ผู้รับทุนนำข้อมูลงานวิจัยเหล่านี้มาจัดการ เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะสะท้อนให้เห็นถึงการนำงานวิจัยมาสื่อสารให้เกิดประโยชน์

จากผลการศึกษาของงานวิจัยชิ้นนี้มีความเป็นไปได้ที่จะนำมาสร้างการสื่อสารความรู้เพื่อใช้ประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองมีความสอดคล้องกับเรื่องการขยายตัวของพื้นที่เมืองที่มุ่งเน้นไปที่การเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นหลัก ทำให้หลายพื้นที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด และได้รับผลกระทบโดยตรงจากการตัดต้นไม้ใหญ่ ซึ่งไม่มีนโยบายที่ชัดเจนในการดูแลรักษาพื้นที่ป่าในเขตเมือง ดังนั้น โครงการป่าในเมืองจึงถือเป็นโครงการที่นำงานวิจัยจากกองทุนสนับสนุนการวิจัยมาใช้ประโยชน์เพื่อสื่อสารประเด็นเรื่อง “ป่าในเมือง” ไปสู่สาธารณะ อีกทั้งยังต้องการสร้างความรู้ความเข้าใจให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้ต้องมีการวางแผน การบริหารจัดการประเด็นและการสื่อสาร ผ่านช่องทางการสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอาศัยความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายของโครงการในทุกภาคส่วน ให้เกิดการตระหนักรู้และความเข้าใจในประเด็นดังกล่าวเพื่อสร้างความมีส่วนร่วมกับสาธารณะในวงกว้าง (กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ, 2560, pp. 3-4) ดังคำสัมภาษณ์ของคณะทำงานผู้ดำเนินโครงการที่กล่าวไว้ว่า

“...งานของเรากำลังทำอยู่เป็นการจัดการข้อมูลโดยหยิบงานวิจัยชิ้นหนึ่งขึ้นมา แล้วคนที่ทำการสื่อสารก็เป็นอาจารย์สายสื่อสาร นิเทศศาสตร์ ที่ไปหยิบงานวิจัยของสายเศรษฐศาสตร์ที่เขาไปลองวัดผลว่า ถ้าเกิดเรามีนโยบายเกี่ยวกับเรื่องการจัดการป่าในเมืองให้มีระบบนิเวศที่ดีในเมือง เราจะใช้วิธีการไหนยังไง แต่ในนั้นเป็นเรื่องใหญ่มาก ซึ่งที่จะทำการสื่อสารเราหยิบมาแค่ส่วนเดียว แล้วขยายออกมาเป็นชิ้นงาน ในฐานะเราเป็นนักสื่อสารเราหยิบข้อความตรงนั้นมาขับเคลื่อนต่อ มาโยนโจทย์ให้กับสังคมว่าคุณคิดอย่างไรกับเรื่องนี้ ป่าในเมืองคือสิ่งแวดล้อม คือระบบนิเวศ ที่สำคัญมาก

เพราะว่า ณ วันนี้คนเจ็บไข้ได้ป่วย ก็เกิดจากระบบนิเวศที่ไม่ดี งบประมาณของรัฐ ต้องมาจ่ายกับค่ารักษาพยาบาลของคนเยอะมาก ทำไมเราไม่มารณรงค์ให้คนเข้าใจเรื่องป่าในเมือง ให้เขาช่วยกันรักษา ระบบนิเวศป่าในเมือง แต่ท้ายสุดแล้วปลายทางคือ การนำไปสู่การออกกระเปาะหรือนโยบายให้เกิดขึ้น งานนี้มีปลายทางไปถึงว่าแล้วเราจะจัดการป่าในเมืองยังไง นอกจากให้คนมาปลูกป่า แต่คนเมืองไม่มีเวลามาปลูกป่า อย่างคนมาปลูกป่าเราจะลดหย่อนภาษีให้ไหม หรือว่าเวลาเราเสียภาษีจะต้องเอาภาษีส่วนหนึ่งมาให้เกี่ยวกับ การดูแลป่า การปลูกป่าใหม่ ไปถึงตรงนั้นว่าเราจะต้องมาจัดการยังไง เราก็เลยรณรงค์ให้คนเห็นความสำคัญของคำว่าป่าในเมือง นั่นคือที่มา ว่าเราเลยคิดว่าเราจะรณรงค์เรื่องนี้ ให้คนเห็นความสำคัญของป่าในเมือง นี่คือโจทย์วิจัย ให้เกิดการรับรู้ ความตระหนักรู้ถึงความสำคัญ...” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2560)

กล่าวโดยสรุปแล้วจุดเริ่มต้นของโครงการป่าในเมืองนั้นถือเป็นโครงการนำร่องที่ได้ดำเนินงานวิจัยจากการที่ทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัยได้ให้ทุนเพื่อทำการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม ในประเด็นเรื่องการจัดการป่าไม้ และหยิบงานวิจัยข้างต้นเพื่อนำมาสร้างการสื่อสารให้เกิดประโยชน์และทำให้คนในสังคมได้รับรู้ในวงกว้าง โดยประเด็นเรื่องป่าในเมือง จัดเป็นประเด็นสำคัญที่นำไปสื่อสารและรณรงค์ให้คนในสังคมได้เข้าใจและเห็นความสำคัญ โดยต้องการสร้างความเข้าใจถึงความสำคัญของป่าในเมือง ที่คาดหวังไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและวิถีคิดของคนในสังคมให้สนใจสิ่งแวดล้อม ซึ่งท้ายที่สุดแล้วทางโครงการความคาดหวังให้การสื่อสารครั้งนี้ขยายผลไปสู่การที่คนในสังคมเห็นความสำคัญของป่าในเมืองและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงระดับนโยบายที่สามารถช่วยให้ทุกคนในสังคมร่วมกันรักษาและเห็นความสำคัญของป่าในเมือง ดังนั้น โครงการนี้จึงถือเป็นโครงการที่มีการผสมผสานระหว่างการจัดการข้อมูลความรู้ที่ทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัยมีอยู่ร่วมกับการทำการสื่อสารเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการรับรู้สู่สาธารณะ



ภาพที่ 4.1 จุดเริ่มต้นของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

#### 4.1.2 วัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของโครงการ

จากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องและสื่อของโครงการ พบว่า โครงการป่าในเมือง โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของโครงการ ดังนี้

1. เพื่อทำการสื่อสารประเด็นป่าในเมืองไปสู่สาธารณะอย่างเป็นระบบ และสร้างความเข้าใจพื้นฐานที่ถูกต้องให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีการวางแผน การบริหารจัดการประเด็นและการสื่อสารข้อมูลเชิงประจักษ์จากเจ้าของวิจัยผ่านช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของโครงการ

2. เพื่อสร้างความตระหนักรู้และสร้างความเข้าใจประเด็นเรื่อง “ป่าในเมือง” ผ่านสื่อที่หลากหลาย เพื่อขยายผลต่อไปยังระดับนโยบาย

โดยสรุปแล้วทางโครงการมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารกับสังคมให้เห็นความสำคัญของป่าในเมือง เพราะเมืองที่มีต้นไม้มาซึ่งระบบนิเวศน์ที่ดี ส่งผลต่อสุขภาพของคนเมืองและลดค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาลที่มีผลมาจากมลพิษและปัญหาสุขภาพจิต ดังการสัมภาษณ์คณะทำงานที่กล่าวว่า

“...เรามีสวัสดิ์ประสงค์ตรงนี้ ให้คนรับรู้และตระหนักรู้ แต่โจทย์ต่อมาคือเราจะขับเคลื่อนยังไง กับโจทย์นี้ ในฐานะที่เราเป็นนักสื่อสารขับเคลื่อนเราเห็นแล้วว่าเราจะทำอะไร ก็ต้องมาออกแบบ ข้อความเพื่อที่จะส่งไปให้คนในสังคมเข้าใจคำว่าป่าในเมือง เวลาที่เรา จะทำให้คนเห็นความสำคัญ ให้คนตระหนักรู้ อยู่ดี ๆ เราจะไปบอกไม่ได้ เราจะบอกยังไงให้คนสนใจ อยู่ดี ๆ จับคนมาให้ความรู้ มาพูดหรือ เลยนำไปสู่การออกแบบสารยังไง ข้อความยังไง เราจะขับเคลื่อนยังไง ใช้อะไรเป็นตัว ขับเคลื่อน วิธีการในการที่จะส่งข้อความ ส่งคำว่าป่าในเมืองให้กับสังคม...” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2560)

อีกทั้งการขับเคลื่อนประเด็นในครั้งนี้ทางฝั่งของเจ้าของงานวิจัยยังได้เข้ามามีส่วนร่วมในการ ดำเนินโครงการ ซึ่งเห็นได้จากคำสัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“...ความตั้งใจของนักวิจัยอยากให้งานวิจัยมันถูกนำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งผมเองกับอาจารย์ นิรมลได้รับการติดต่อมา เราก็โอเค พร้อมช่วย ในที่นี้หมายความว่า คือบอกมาแล้วกันเราช่วยทุก อย่าง เพราะเป้าหมายก็คือการที่เราเป็นนักวิจัย เราอยากให้งานได้เอาไปใช้จริง ได้การขับเคลื่อน...” (ประชา คุณธรรมดี, สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2560)

#### 4.1.3 รูปแบบของโครงการป่าในเมือง

จากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง พบว่า โครงการป่าในเมืองมีรูปแบบในการดำเนินโครงการ ด้วยกิจกรรมที่หลากหลาย รวมทั้งหมด 4 กิจกรรมหลัก อันได้แก่ 1) ช่วงเริ่มต้นโครงการ มีการสนทนากลุ่ม ระหว่างเจ้าของงานวิจัย ผู้ดำเนินโครงการป่าในเมืองและภาคีเครือข่าย ด้านสิ่งแวดล้อม จำนวน 2 ครั้ง จากนั้นได้จัด 2) งานเปิดตัวโครงการควบคู่ไปกับโครงการเสวนาเดิน ตามรอยเท้าพ่อสานต่อป่าในเมือง รวมถึง 3) การจัดกิจกรรมโครงการพาสื่อมวลชนลงพื้นที่จังหวัด น่าน และ 4) กิจกรรมโครงการเสวนाप่าในเมืองกับความยั่งยืนสู่ไทยแลนด์ 4.0 พร้อมทั้งนิทรรศการ ภาพถ่ายป่าในเมือง อีกทั้งยังขับเคลื่อนโครงการผ่านสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ Urban Forest ต้นไม้มากกว่าต้นไม้ ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจ และการตระหนักรู้ในประเด็นเรื่อง “ป่าในเมือง” ต่อกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียดของกิจกรรม ดังนี้

##### 4.1.3.1 กิจกรรมสนทนากลุ่ม

กิจกรรมสนทนากลุ่มเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากผู้ดำเนินโครงการได้ทำการคัดเลือก ประเด็นจากงานวิจัยเรื่อง ความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯและทำตรวจสอบ



ความเข้าใจกับเจ้าของงานวิจัย โดยกิจกรรมสนทนากลุ่มมีขึ้นทั้งหมดด้วยกัน 2 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 เป็นการสนทนากลุ่มระหว่างคณะวิจัยกับภาคีเครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อม โดยจัดขึ้นในวันจันทร์ที่ 3 ตุลาคม 2559 ที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ตามข้อเสนอแนะของ รศ.ดร. นิรมล สุธรรมกิจ ที่ปรึกษาเจ้าของผลงานวิจัย และ ผศ. ประชา คุณธรรมดี เพื่อหารับฟังข้อเสนอแนะและสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมของโครงการต่อไป และในครั้งที่ 2 เป็นการเสวนาบรรณาธิการโต๊ะข่าวสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยจัดขึ้นในวันจันทร์ที่ 28 พฤศจิกายน 2559 เวลา 10.00 น. – 13.00 น. ณ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบางกอก ถนนเจริญกรุง เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร ซึ่งการจัดการสนทนากลุ่มทั้ง 2 ครั้งที่เกิดขึ้นเพื่อต้องการวิเคราะห์สถานการณ์และหาแนวร่วมในการสื่อสารประเด็น จนได้ข้อสรุปร่วมกันในการกำหนดคำสำคัญ (Keyword) เพื่อขับเคลื่อนโครงการ (กุลทิพย์ ศาสตรระจุก, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, และมานิดา มณีอินทร์, 2560, pp. 63)

4.1.3.2 กิจกรรมโครงการเสวนาเดินตามรอยเท้าพ่อสานต่อป่าในเมืองและโครงการเสวนาป่าในเมืองกับความยั่งยืนสู่ไทยแลนด์ 4.0

กิจกรรมโครงการเสวนาที่เกิดขึ้นในระหว่างช่วงระยะเวลาการขับเคลื่อนโครงการนี้ จัดขึ้นทั้งหมดด้วยกัน 2 ครั้ง โดยโครงการเสวนาแรกมีชื่อว่า “โครงการเสวนาเดินตามรอยเท้าพ่อ สานต่อป่าในเมือง” พร้อมทั้งงานแถลงข่าวเปิดโครงการฯ จัดขึ้นในวันที่ 22 ธันวาคม 2559 เวลา 13.00 – 16.00 น. ณ หอศิลป์ วัฒนธรรม กรุงเทพ โดยในช่วงที่ดำเนินโครงการเป็นช่วงการสวรรคตของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 ทำให้หัวข้อการเสวนาจึงมีการเชื่อมโยงถึงพระราชกรณียกิจของรัชกาลที่ 9 ในประเด็นเรื่องการจัดการป่าไม้เพื่อสร้างเป็นประเด็นการสื่อสารในการสร้างความตระหนักรู้ให้แก่สังคมได้ และโครงการเสวนาป่าในเมืองกับความยั่งยืนสู่ไทยแลนด์ 4.0

4.1.3.3 กิจกรรมโครงการพาสื่อมวลชนลงพื้นที่

กิจกรรมโครงการพาสื่อมวลชนลงพื้นที่จังหวัดน่าน “เดินตามรอยเท้าพ่อสานต่อป่าในไม้” เป็นกิจกรรมที่ต้องการนำสื่อมวลชนลงพื้นที่เพื่อดูการจัดการป่าในเมืองน่าน โดยเกิดขึ้นระหว่างวันที่ 24-26 มกราคม 2560 เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ สร้างเครือข่ายระหว่างสื่อมวลชนกับสถาบันการศึกษา นักวิชาการในหลาย ๆ ศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องกับโครงการป่าในเมือง รวมถึงให้สื่อมวลชนเป็นผู้ร่วมเผยแพร่ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับป่าในเมืองจากกรณีศึกษาที่ทางโครงการได้พาไปลงพื้นที่ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลาย

#### 4.1.3.4 กิจกรรมขับเคลื่อนโครงการผ่านสื่อสังคมออนไลน์

กิจกรรมขับเคลื่อนที่สำคัญอีกกิจกรรมหนึ่งของโครงการ โดยอาศัยสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างการตระหนักรู้กับประเด็นเรื่องป่าในเมือง โดยทางโครงการฯ เลือกใช้สื่อเฟซบุ๊ก(Facebook) ด้วยการสร้างแฟนเพจ (Fan Page) “Urban Forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้” เพื่อแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องต้นไม้และคน ให้มีความสอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการสื่อสาร จากนิยามของคำว่า “ป่าในเมือง” อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็นจากผู้เข้ามามีส่วนร่วม และแบ่งปันข่าวสารกิจกรรมของทางโครงการ

กล่าวโดยสรุป จากข้อมูลเบื้องต้นของโครงการทำให้เห็นภาพรวมของโครงการของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ในเรื่องข้อมูลของโครงการ รวมถึงเป้าหมายหลักและกิจกรรมของโครงการ ซึ่งรายละเอียดเชิงลึกผู้วิจัยขอกกล่าวถึงในส่วนถัดไป

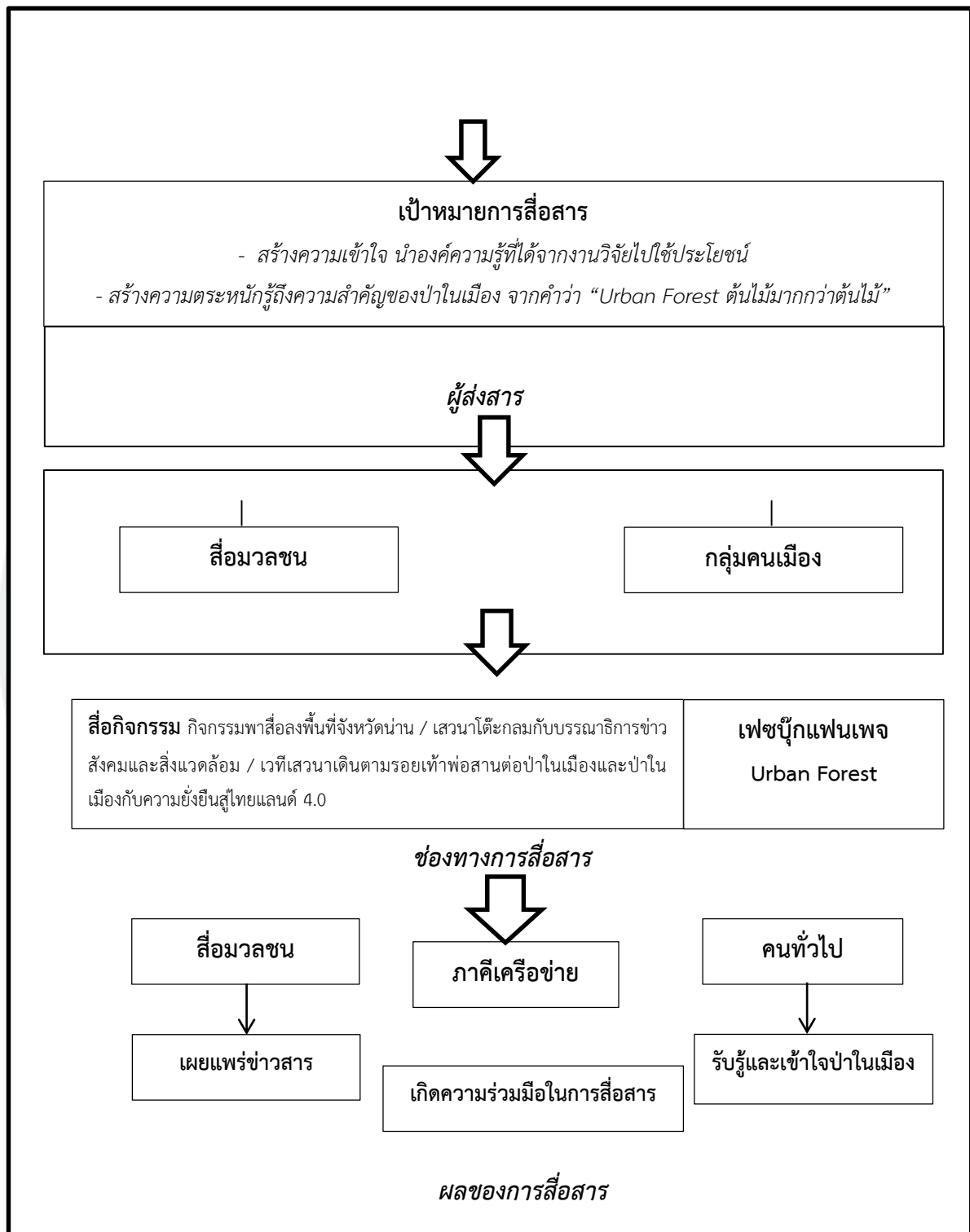
## 4.2 ผลการวิจัย

### 4.2.1 ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1: กระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นอย่างไร

จากผลการศึกษา ในส่วนนี้ผู้วิจัยต้องการนำเสนอถึงกระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ซึ่งต้องการแสดงให้เห็นถึงกระบวนการสื่อสารอันประกอบไปด้วย บทบาทผู้ส่งสาร/เป้าหมายการสื่อสาร ประเด็นการสื่อสาร กลุ่มเป้าหมาย และวิธีการ/ช่องทางการสื่อสาร (กลยุทธ์ด้านสื่อ)

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยต้องการนำเสนอประเด็นโดยแสดงให้เห็นถึงเป้าหมายการสื่อสารของโครงการป่าในเมือง อันมีผู้ดำเนินโครงการที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร ด้วยการใช้กลวิธีที่หลากหลายรูปแบบเพื่อให้ “สาร” ถูกส่งไปถึงกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า การสื่อสารของโครงการ มีกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม คือ กลุ่มสื่อมวลชน กลุ่มคนเมือง และกลุ่มภาคีเครือข่ายของโครงการ ได้เข้ามามีบทบาทในการร่วมขับเคลื่อน มีการรับรู้และตระหนักถึงประเด็นเรื่อง “ป่าในเมือง” ให้ทุกคนในสังคมเกิดความเข้าใจร่วมกัน โดยผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยตามแผนภาพ ดังนี้



ภาพที่ 4.2 อธิบายกระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมือง

#### 4.2.1.1 บทบาทผู้สื่อสาร

จากการศึกษาพบว่า กระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมือง โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว). คณะผู้ดำเนินการขับเคลื่อนโครงการป่าในเมือง มีบทบาทในการเป็นผู้สื่อสารเพื่อเผยแพร่และขับเคลื่อนประเด็นเรื่อง “ป่าในเมือง” และเนื้อหาต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับเชื่อมโยงซึ่งนำไปสู่การสร้างความสำเร็จคำว่า “ป่าในเมือง” ให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้าง ซึ่งสารที่ถูกส่งออกไปนั้นมีเป้าหมาย 2 ประการ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อสร้างความเข้าใจและกระจายประเด็นข่าวสารที่ได้จากองค์ความรู้ของงานวิจัยเรื่อง “ความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ” และเป็นการเชื่อมโยงกับภาคีเครือข่าย ไปสู่สังคมในวงกว้างให้ได้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในรูปแบบต่างๆ
2. เพื่อชักชวนให้ทุกคนรู้จักแนวคิดป่าในเมืองและตระหนักถึงความสำคัญของป่าในเมือง

#### 4.2.1.2 ประเด็นการสื่อสาร

จากผลการศึกษา พบว่า ประเด็นการสื่อสารที่คณะทำงานผู้ดำเนินการขับเคลื่อนโครงการใช้ไปกับสื่อสารไปสู่สาธารณะนั้น ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. นิยามของคำว่า “ป่าในเมือง” กับแนวคิด “การจัดการป่าในเมือง (urban forest)” เพราะเป็นเรื่องใหม่แต่เป็นเรื่องใกล้ตัวสำหรับคนเมือง อีกทั้งยังถือเป็นเรื่องใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศน์ที่ทุกคนในเมืองมีส่วนได้ส่วนเสีย
2. สร้างความเข้าใจพื้นฐานที่ถูกต้องกับประเด็นเรื่องป่าในเมือง ทั้งการนิยามความหมายและประโยชน์ของป่าในเมือง

อย่างไรก็ตามก่อนการวางแผนกลยุทธ์ในการสื่อสารนั้น ทางคณะทำงานของโครงการได้ทำการตรวจทานประเด็นกับเจ้าของงานวิจัยเรื่อง ความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ ซึ่งได้ข้อสรุปในประเด็นการสื่อสารซึ่งถือเป็นสารหลักในการขับเคลื่อนโครงการป่าในเมืองทั้งหมด (กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, และมานิตา มณีอินทร์, 2560, pp. 63-64) ดังนี้

ป่าในเมือง คือ พื้นที่สีเขียวที่มีการจัดการ การอยู่ร่วมกันของต้นไม้กับเมือง และการให้คุณค่าของต้นไม้ที่สามารถอยู่ร่วมกันกับการพัฒนาเมืองได้ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่สีเขียวหรือต้นไม้ในเมืองที่มีการเชื่อมโยงประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคมและด้านเศรษฐกิจเข้าไว้ด้วยกัน

อีกทั้งประโยชน์ของป่าในเมือง แบ่งได้หลักๆ 5 ประการ คือ

1. ทำให้อากาศเย็นลง 2-8 องศา
2. เป็นตัวกรองอากาศที่ตีในเมืองช่วยควบคุมการไหลของน้ำและทำให้น้ำมีคุณภาพ

3. ต้นไม้ 1 ต้น กำจัดคาร์บอนไดออกไซด์ 12 กิโลกรัมใน 1 ปี
4. การอยู่ใกล้ต้นไม้สามารถช่วยลดความเครียดและลดความดันเลือด
5. พื้นที่ที่มีต้นไม้มีมูลค่าอสังหาริมทรัพย์เพิ่ม 20 %

อย่างไรก็ตาม เจ้าของงานวิจัยได้กล่าวถึงการนิยามความหมายของป่าในเมืองไว้ จากการสัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“...อย่างสวนสาธารณะไม่ร่มรื่นรู้สึกไหม เพราะสวนสาธารณะหรือคำว่าป่าในเมือง ต้องมีความร่มรื่น เป็นที่พอกอากาศได้ ป้องกันฝุ่นได้ บังแดดได้ระดับนึง ฉะนั้นต้องมีพื้นที่ ไม่ใช่แต่ต้นไม้ใหญ่ตามฟุตบาท ต้องเป็นที่ใหญ่ เป็นบัพเฟอร์โซน อย่างสวนลุมพินีอาจจะบอกได้ว่าใหญ่พอที่จะสามารถดึงดูดคนมาได้ มีตัวเงินตัวทอง มีปลา กบ เขียด แล้วก็มีคนมาบ้าง อันนี้อาจจะทำให้ระบบนิเวศในพื้นที่ สำหรับคนเมืองใช้ประโยชน์ในแง่ของการออกกำลังกาย จริง ๆ น่าจะมีตีมากกว่านั้นคือพอกอากาศ ดูดคาร์บอน กรองฝุ่น จะไม่มีฝุ่นจากถนนเลยต้องมีลักษณะแบบนี้ มีนิเวศ...” (นิรมล สุธรรมกิจ, 25 มกราคม 2561)

โดยจากการจัดกิจกรรมเสวนาโต๊ะกลมที่เชิญบรรณาธิการโต๊ะข่าวสังคมและสิ่งแวดล้อมมาร่วมหารือกับคณะทำงาน เจ้าของงานวิจัย รวมถึงพันธมิตรผู้ดำเนินการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทำให้ทางโครงการได้คำสำคัญ (Keyword) ที่นำมาใช้ในการสื่อสารครั้งนี้ ทั้งหมด 3 คำคือ

1. “Urban Forest”
2. “ป่าในเมือง”
3. “ต้นไม้มากกว่าต้นไม้”

จนเกิดเป็นชื่อโครงการว่า “Urban forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้” ซึ่งนิยามได้ว่าเป็นพื้นที่มีชีวิต นอกจากต้นไม้ มีองค์ประกอบของป่าในเมือง คือ คน และระบบนิเวศน์ คือ “อากาศดี มีร่มเงา อุณหภูมิพอเหมาะ ลดความเครียด”

กล่าวโดยสรุป นิยามของคำว่า “ป่าในเมือง” ในความหมายที่ต้องการทำการสื่อสารของโครงการนั้น เน้นไปที่พื้นที่สีเขียวที่มีการจัดการ ซึ่งต้องการแสดงให้เห็นว่าต้นไม้กับเมืองนั้นสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีระบบนิเวศ ซึ่งในที่นี้ไม่ได้หมายถึงพื้นที่ในกรุงเทพมหานครเพียงเท่านั้น แต่หมายถึงในทุกพื้นที่ที่มีความเป็นเมือง ซึ่งทางโครงการได้ทำการสื่อสารนิยามความหมายและสร้างให้เห็นถึงความสำคัญของป่าในเมืองผ่านกิจกรรมของโครงการ



#### 4.2.1.3 กลุ่มเป้าหมาย

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายของโครงการป่าในเมือง โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว). แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก (กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, และมานิตามณีอินทร์, 2560, pp. 56) คือ

##### กลุ่มเป้าหมายหลัก

กลุ่มสื่อมวลชน โดยการขับเคลื่อนของโครงการป่าในเมืองได้เลือกกลุ่มสื่อมวลชนเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก เพราะถือเป็นกลุ่มสำคัญในการทำหน้าที่เป็นผู้ขับเคลื่อนข้อมูลข่าวสารของโครงการไปสู่สาธารณะ ผ่านสื่อกระแสหลัก ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร รวมถึงสื่อออนไลน์ผ่านรูปแบบการรายงานข่าว รายงานพิเศษ หรือสื่อบทสัมภาษณ์

โดยจากการสัมภาษณ์ถึงสาเหตุที่เลือกกลุ่มสื่อมวลชนเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการสื่อสารทางคณะทำงานได้กล่าวว่า

“...กลุ่มเป้าหมายคนเมืองไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายหลัก แต่คือนักข่าว เราสื่อสารไปครั้งนี้เป้าหมายหลักคือนักข่าว เราต้องการให้คนที่เข้าใจอันดับแรกคือนักข่าวแล้วไปเผยแพร่ต่อ อาจารย์ยังเชื่อพลังของสื่อกระแสหลัก ถึงแม้วันนี้ Social media จะมีพลัง แต่ภาพรวมทั้งหมด การเข้าถึงในบ้านเรายังไม่ร้อยเปอร์เซ็นต์ อาจารย์ยังเชื่อว่าเวลาสื่อมวลชนหยิบ[ประเด็น] ไปเล่นจะช่วยส่งพลังต่อ แต่จะขับเคลื่อนไปคู่ขนานกันไปกับแฟนเพจ เพราะสื่อไม่สามารถที่จะมาลงของเราให้ได้ตลอด ดังนั้นเราต้องสร้างประเด็นให้สื่อมามองแล้วหยิบไปเล่น...” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2560)

จากการสัมภาษณ์จึงแสดงให้เห็นได้ว่าทางคณะทำงานได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักให้เป็นนักข่าว หรือสื่อมวลชน เพราะสื่อมวลชนนั้นมีพลังในการส่งสารที่หยิบประเด็นซึ่งทางโครงการได้สื่อสารออกไปนำไปสร้างข่าวต้องจะช่วยส่งพลังไปสู่สาธารณะได้ ซึ่งทำการขับเคลื่อนไปพร้อมกับการสร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ทุกคนในสังคมสามารถเข้าถึงได้

##### กลุ่มเป้าหมายรอง

กลุ่มคนเมือง ที่ไม่ได้เจาะจงเฉพาะชาวกรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่หมายถึงกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง เพื่อทำให้เกิดการรับรู้และเข้าใจถึงความหมายและความสำคัญของป่าในเมืองเป็นไปได้อย่างทั่วถึงผ่านการขับเคลื่อนจากทั้งสื่อกระแสหลักและสื่อออนไลน์

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้ดำเนินการขับเคลื่อนโครงการต้องการให้สื่อมวลชนเป็นกลุ่มเป้าหมายแรกในการทำหน้าที่ขับเคลื่อนประเด็นป่าในเมือง เพื่อนำไปสู่การส่งผลต่อเนื่องถึงกลุ่มเป้าหมายที่สอง นั่นคือ คนเมือง เพื่อให้มีความรู้ที่ป่าในเมืองคืออะไร และมี

ความสัมพันธ์ต่อคนเมืองอย่างไร โดยอาศัยการสื่อสารผ่านการนำเสนอข่าวสารช่องทางต่าง ๆ ของสื่อมวลชน

#### 4.2.1.4 ช่องทางการสื่อสาร

จากที่ได้กล่าวถึงเป้าหมายทางการสื่อสาร ประเด็นการสื่อสารและกลุ่มเป้าหมายของโครงการป่าในเมืองที่ต้องการสื่อสารไปสู่สาธารณะซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอไปข้างต้น นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่า โครงการป่าในเมืองมีช่องทางรูปแบบหลากหลาย เพื่อให้โครงการได้บรรลุเป้าหมายในการสื่อสารและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยผู้ที่มีบทบาทในการสื่อสารประกอบไปด้วย บุคคล 2 กลุ่ม คือ ผู้ดำเนินโครงการ ซึ่งทำหน้าที่ส่งสารด้วยการใช้กลวิธีต่างๆ เพื่อส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายและสื่อมวลชน ที่ทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงของสังคม ที่ได้รับความรู้และข่าวสารของโครงการนำไปสู่แพร่กระจายต่อสาธารณะชนเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของโครงการที่ได้กำหนดไว้ โดยกลยุทธ์สื่อของโครงการมีรายละเอียด ดังนี้

##### 1) การสื่อสารผ่านสื่อกิจกรรม

การสื่อสารผ่านสื่อกิจกรรมของโครงการป่าในเมือง แบ่งได้ออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

##### การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

สำหรับการสนทนากลุ่มของโครงการป่าในเมือง เป็นกิจกรรมเริ่มแรกที่ทางโครงการได้ทำการขับเคลื่อนประเด็นป่าในเมือง โดยรูปแบบกิจกรรมเป็นการประชุมกลุ่มย่อย กับภาคีเครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งจัดขึ้นในวันจันทร์ที่ 3 ตุลาคม 2559 ที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ซึ่งเป็นไปตามข้อเสนอของ รศ.ดร. นิรมล สุขธรรมกิจ ผู้เป็นที่ปรึกษาเจ้าของผลงานวิจัย และ ดร. ประชา คุณธรรมดี นักวิจัย ทำให้มีพันธมิตร ภาคีเครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อมมาเข้าร่วมการประชุม เพื่อให้ข้อเสนอแนะแนวทางในการสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมการสื่อสารสาธารณะในโครงการที่จะเกิดขึ้นต่อไป ซึ่งในการประชุมกลุ่มครั้งนี้มีภาคีผู้เข้าร่วม (กุลทิพย์ ศาสตร์ระจุก, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, และมานิดา มณีอินทร์, 2560, pp. 82) ดังนี้

คุณพิเชฐ ชูรักษ์	ประธานชมรมนักข่าวสิ่งแวดล้อม
ผศ. พงศ์พร สดบรรทัด	ประธานประชาคมเขตห้วยขวาง
คุณภาณุเดช เกิดมะลิ	มูลนิธิสืบนาคะเสถียร
คุณสันติ สมบัติวิชาวร	สถาปนิก DI design และผู้ช่วยประชาคมเขตห้วยขวาง

จากการสนทนากลุ่มที่มีการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่าย และทำให้เกิดการทำงานที่เน้นการร่วมสร้าง (Co - creation) เพื่อช่วยในการหนุนเสริมประเด็นเรื่องความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในลักษณะการบูรณาการกับภาคีเครือข่ายซึ่งเกี่ยวข้องกับประเด็นป่าในเมือง ทำให้จากการจัดเวทีการประชุมกลุ่มย่อยในครั้งนี้มีข้อคิดเห็นและประเด็นในการพิจารณาแบ่งได้เป็นประเด็นหลัก ดังนี้

- แนวทางการดำเนินงานกิจกรรมการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองร่วมกับภาคีเครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อม
- การสื่อสารกิจกรรมของโครงการป่าในเมือง
- การวางกลุ่มเป้าหมายของโครงการ
- การจัดทำ Facebook Fanpage

อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์คณะทำงานที่มีส่วนร่วมในการระดมความคิดเห็นนั้นแสดงให้เห็นได้ว่า ในช่วงแรกที่เป็นช่วงแรกของโครงการที่มีการสนทนากันระหว่างคณะทำงานของโครงการเจ้าของงานวิจัย และกลุ่มขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม ยังพบปัญหาของการที่แต่ละฝ่ายมีความเข้าใจในประเด็นของป่าในเมืองแตกต่างกันออกไป ทำให้ทุกฝ่ายต้องมารวมหารือเพื่อสร้างความเข้าใจเพื่อที่จะทำการสื่อสารร่วมกันดังกล่าวไว้ว่า

“...จริงๆ ป่าในเมืองเป็นเรื่องใหม่ ฉะนั้นก่อนที่จะไปทำถึงขั้นนั้น ทีมสื่อสารมาเจอกับผมก่อน เพราะทีมก็เข้าใจไม่ตรงกัน ผมก็ต้องทำความเข้าใจให้ตรงกันก่อนว่าป่าในเมืองในความหมายของผมคืออะไร เพราะฉนั้นตอนเราคุยกันลงตัวแล้ว เราถึงจะเชิญนักขับเคลื่อน สื่อมวลชนหลักเนี่ยมาด้วย ก็จะเป็นคำถามเดิมอีกว่าแล้วป่าในเมืองมันคืออะไร เราก็ต้องไปทำความเข้าใจให้ตรงประเด็นกัน พอเข้าใจเสร็จปุ๊บก็จะเป็นขั้นตอนต่อไป ก็คือเรื่องที่เราไประดมความคิดที่พิพิธภัณฑ์ชาวบางกอก จนไปสู่กิจกรรมที่หอศิลป์เป็นต้น นั่นคือหลักที่เกิดขึ้น สิ่งที่ยាយามจะบอกก็คือว่า เราพยายามสื่อสารคำว่าป่าในเมือง ให้เข้าใจความหมายแล้วก็บริบทของป่าในเมืองให้เข้าใจตรงกัน หลังจากนั้นการขับเคลื่อนในระยะต่อ ๆ ไป ก็คือทำยังไงให้ป่าในเมืองอยู่ในใจของคนซึ่งเรื่องนี้เป็นเรื่องใหญ่...”  
(ประชา คุณธรรมดี, สัมภาษณ์ ,11 พฤศจิกายน 2560)

“...ก็ทำความเข้าใจที่ว่า เข้าใจตรงกันไหม จะหยิบเรื่องนี้ไปสื่อสารอย่างไร คือเป็นเหมือนผู้ให้ข่าว ให้ข้อมูลทางทีมอาจารย์คงไปนำเสนอ คือเราเป็นฝ่ายวิชาการ เราเสนอข้อความไปแบบนี้แล้วยังไง ก็มีการตรวจสอบกันตลอด ไม่แน่ว่ามีอะไรบ้างแต่อาจารย์จะถามนิยามว่าป่าในเมืองคืออะไรเข้าใจตรงกันไหม ทำยังไงให้เข้าใจเหมือนกัน แล้วก็ท่านก็จะถามว่ามีตัวอย่างไหมที่ทำเรื่องนี้ จะได้พานักข่าว สื่อมวลชนลงไปสัมภาษณ์จริง เพราะว่าเราพอจะรู้อย่างตรงไหนบ้าง เราทำวิจัย เท่าที่จำได้ก็

ถามอยู่สองเรื่อง แล้วผลการศึกษาคือความเต็มใจจ่าย ตกลงประชาชนจ่ายเงินเท่าไร ตอนแรก เฟสแรกเรื่องราคายังไม่ต้อง เอาแค่เข้าใจตรงกันหรือเปล่า มีจุดประกายอะไรที่จะทำให้สื่อจะเข้าใจโดนใจ...” (นิรมล สุธรรมกิจ, 25 มกราคม 2561)

โดยจากการสัมภาษณ์เจ้าของงานวิจัยแสดงให้เห็นได้ว่า เรื่องป่าในเมืองถือเป็นเรื่องใหม่ ซึ่งการที่มีการพบกันระหว่างทีมสื่อสารและเจ้าของงานวิจัยสามารถช่วยทำให้ทุกฝ่ายมีความเข้าใจป่าในเมืองตรงกันก่อนนำไปสื่อสารสู่สาธารณะ

กล่าวโดยสรุปแล้วกิจกรรมการสนทนากลุ่มในครั้งนี้เป็นกิจกรรมซึ่งถือเป็นการเริ่มต้นในการสื่อสารความหมาย ซึ่งเห็นได้จากการสนทนากลุ่มทางสื่อมวลชนมีความคิดและนิยามความหมายของป่าในเมืองที่แตกต่างกับคณะทำงานและนักวิจัย ดังนั้นกิจกรรมดังกล่าวจึงทำให้คณะทำงานและเจ้าของงานวิจัยได้ทำงานร่วมกันเพื่อระดมความคิดและสร้างความเข้าใจถึงประเด็นเรื่องป่าในเมืองให้มีความชัดเจนและเข้าใจร่วมกัน เพื่อนำไปสู่การหาหรือที่มีบุคคลกลุ่มอื่นที่เกี่ยวข้องกับการทำงานด้านสิ่งแวดล้อมและสื่อมวลชนมาร่วมกันสื่อสารประเด็นเหล่านี้ได้อย่างถูกต้องให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

#### กิจกรรมเสวนาโต๊ะกลมกับบรรณาธิการข่าวสังคมและสิ่งแวดล้อม

กิจกรรมเสวนาในครั้งนี้ได้มีการเชิญบรรณาธิการข่าวสังคมและสิ่งแวดล้อมจำนวน 18 คน และกลุ่มภาคีเครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อมจำนวน 5 คน รวมถึงคณะทำงานยังเป็นส่วนหนึ่งในการเสวนาครั้งนี้ โดยกิจกรรมครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อต้องการแนะนำโครงการป่าในเมือง และร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์ หาแนวร่วมในการสื่อสารประเด็นป่าในเมือง ภายใต้กรอบหลักที่ได้กำหนดไว้จาก 3 คำหลัก คือ “ป่า เมืองและคน” อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมที่สองของโครงการต่อจากการสนทนากลุ่มเพื่อสร้างความชัดเจนและร่วมหาแนวทางเพื่อขับเคลื่อนประเด็นป่าในเมือง ซึ่งการเสวนาจัดขึ้นในวันจันทร์ที่ 28 พฤศจิกายน 2559 เวลา 13.00 – 15.00 น. ณ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบางกอก โดยคณะทำงานได้เลือกพื้นที่นี้เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายอย่างสื่อมวลชนสายสิ่งแวดล้อมรู้จักเจ้าของพื้นที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบางกอกเป็นอย่างดี สืบเนื่องจากการนำเสนอข่าว รศ. วราพร สุรวดี ผู้ก่อตั้งพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบางกอกได้รณรงค์ระดมทุนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อรักษาพื้นที่สีเขียวใจกลางเมืองกรุงเทพฯไว้ให้คนรุ่นหลังอนุรักษ์ ทำให้คณะทำงานได้ลงพื้นที่และประสานงานพร้อมทั้งเรียนเชิญพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบางกอกมาร่วมเป็นภาคีเครือข่ายในการสื่อสารของโครงการด้วย (กุลทิพย์ ศาสตร์ระรุจิ, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, และมานิดา มณีอินทร์, 2560, pp. 86)

ในการเสวนาได้มีการกล่าวถึงความสำคัญที่ต้องขอความร่วมมือจากสื่อในการเป็นผู้ช่วยสร้างข่าวสารและกระจายเผยแพร่ประเด็นเรื่องป่าในเมืองไปสู่สังคม ซึ่งจะนำไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่อไปคือ

กลุ่มคนเมืองให้ได้เกิดความตระหนักรู้และเข้าใจความสำคัญของป่าในเมืองก่อนนำไปสู่การวางแผนในระดับนโยบาย

อย่างไรก็ตามผลจากการจัดเสวนาครั้งนี้ทำให้ประเด็นป่าในเมืองถูกนำเสนอผ่านสื่อมวลชนในช่องทางสื่อที่หลากหลาย อันเป็นตัวช่วยให้สื่อมวลชนที่ไม่เข้าใจแนวคิดเรื่องป่าในเมือง มีความเข้าใจแนวคิดจากงานวิจัยมากขึ้น เพราะข้อมูลต่าง ๆ ได้ถูกสื่อสารผ่านเจ้าของงานวิจัยทั้ง 2 ท่าน โดยตรงในการเสวนาครั้งนี้ อีกทั้งยังเป็นผลเชื่อมโยงให้ได้ประเด็นเพื่อทำการสื่อสารขับเคลื่อนโครงการต่อไป และประเด็นเพื่อที่จะจัดการเสวนาร่วมกับภาคีเครือข่าย ในการจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการและการจัดเสวนาเวทีสาธารณะต่อไป (โครงการเสวนาเดินตามรอยเท้าพ่อสานต่อป่าในเมือง) ซึ่งกิจกรรมในครั้งนี้มีผู้เข้าร่วมการเสวนา ดังต่อไปนี้

บรรณาธิการข่าวสังคมและสิ่งแวดล้อม จำนวน 19 คน โดยมีหน่วยงานที่เข้าร่วม ได้แก่ สถานีโทรทัศน์โพสทีทีวี, สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 (MCOT), สถานีโทรทัศน์ เดอะเนชั่น, สำนักข่าวชายขอบ, มายาชาแนล, สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส, สำนักข่าวอิศราและสถานีโทรทัศน์ ไทยรัฐ ทีวี

กลุ่มเครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อม จำนวน 5 คน ดังนี้

รายชื่อ	หน่วยงาน
รศ. วราพร สุรวดี	เจ้าของพิพิธภัณฑสถานธรรมชาติวิทยา
คุณอรยา สุตะบุตร	กลุ่ม Big Tree Project
คุณช่อผกา วิริยานนท์	เครือข่ายต้นไม้ในเมือง นักกิจกรรมเพื่อสังคมด้านพุทธศาสนาและเครือข่ายพลเมือง
คุณอำภา บุญเขต	ชุมชนคนรักห้วยตะไคร้และกลุ่มเครือข่ายท่องเที่ยวภาคประชาชน
คุณเสาวลักษณ์ จันทร์กรม	นักพัฒนาการท่องเที่ยวปฏิบัติการ กองการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร

คณะวิจัยและนักวิจัยของโครงการ ดังนี้

รายชื่อ	หน่วยงาน
รศ. ดร. กุลทิพย์ ศาสตรระจุจิ	อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รศ. ดร. นิรมล สุธรรมกิจ	อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์



	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผศ. ดร. ประชา คุณธรรมดี	อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผศ. ดร. วิไลวรรณ จงวิไลเกษม	อาจารย์ประจำคณะวารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์มานิดา มณีอินทร์	อาจารย์ประจำคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นอกจากนั้นบรรยากาศการพูดคุยในงานเสวนาครั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เจ้าของงานวิจัยเรื่อง ความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ ได้กล่าวว่า

“...วันนั้นมีการพูดถึงนิยามว่าป่าคืออะไร ก็นักข่าวคงเข้าใจแต่ก็พูดคุยกัน ว่าป่ารกหรือเปล่า ป่าที่ถูกปล่อยให้ไม่มีอันตราย มีงูอะไรแบบนี้ แต่ว่าป่าในเมืองจะต้องมีการจัดการแล้วก็มีความ หลากหลายไม่ใช่มีแต่สวนไม้ตะแบก ดอกตะแบก ทางนกยูงอะไรแบบนี้ ไม่มีนก ไม่แมลง ไม่มีกบ ไม่มี เขียด แบบนี้คงไม่ใช่ ควรจะเป็นที่หนึ่งที่ควรให้ประโยชน์ในแง่ประโยชน์ของความหลากหลาย...” (นิรมล สุธรรมกิจ, 25 มกราคม 2561)

จากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นได้ว่ากิจกรรมในวันนั้นได้มีการเปิดประเด็นเพื่อแลกเปลี่ยนว่า แต่ละฝ่ายมีความเข้าใจในคำว่าป่าในเมืองอย่างไร ซึ่งหน้าที่หลักของเจ้าของงานวิจัยในกิจกรรมครั้งนี้ มีส่วนช่วยให้ทุกฝ่ายมีความเข้าใจคำว่า ป่าในเมือง ที่ทางโครงการต้องการสื่อสารออกไปให้มีความสอดคล้องกัน

โดยจากการสัมภาษณ์ภาคีเครือข่ายและคณะทำงานผู้ที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการสนทนา กลุ่มครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงปัญหาที่พบในเบื้องต้นของการเข้าใจความหมายของป่าในเมือง และแนวทางในการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“...หลัก ๆ วันนั้นเลย กลุ่มเป้าหมายที่ชวนกันมาไม่ครบ บางส่วนไม่ได้มา คุณว่าจริงๆ แล้วตอนแรกน่าจะดึงหลาย ๆ กลุ่มมาร่วม ตอนแรก บิ๊กทรี มูลนิธิโลกสีเขียวยังไม่เข้าร่วม มูลนิธิ สืบ ตอนแรกก็แทบจะไม่มี ไม่ใช่เป้าหมายด้วยซ้ำ เพราะงานของเราไม่ได้อยู่ในพื้นที่ตอนแรกก็สงสัย แต่ตัวข้อมูลตอนนั้นยังไม่ได้เอามาให้อ่าน ตัวงานวิจัยได้หลังจากนั้นเลยไม่แน่ใจเนื้อหา ตอนหลังก็เลย ขอให้ส่งมาทางเมล แต่เราไม่เห็นโจทย์ ต่างคนก็ต่างมองว่าใครคิดยังไงเหมือนมันยังไม่มีเป้าหมายกัน ด้วยเนื้องานก็อาจจะไม่สามารถประสานกันได้ ก็เข้าไปแลกเปลี่ยนประเด็นพวกนี้ แต่ส่วนหนึ่งผมก็คิดว่า คณะอาจารย์มีเป้าหมายว่าจะทำอะไร ทำสื่อ ทำเฟซบุ๊ก ซึ่งตอนแรกผมก็คิดว่าไม่ยากให้มาเปิดใหม่

อยากให้ทำกับกลุ่มเดิม หรือพยายามเอาสิ่งที่มีอยู่ตรงนี้มาทำกิจกรรมร่วมกันต่อ แล้วเชิญมาให้ครบ...” (ภาณุเดช เกิดมะลิ, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2560)

“...เท่าที่จำได้รู้สึกว่ามีใจไม่เข้าใจกันเยอะ พยายามจะคาดคั้นกันเหลือเกิน ลือหลายรายก็ดูจะมีคำถามกลับไปทางคณะวิจัยว่าต้องการให้ลือทำอะไร อยากให้เราไปพูดอะไรต่อ ซึ่งอย่างอาจารย์ประจำบอกเรื่องความเต็มใจจ่าย ลืออาจจะมองว่าป่าในเมืองไม่ใช่ป่าในเมือง เขาเลยอาจจะมีความรู้สึกขัดแย้งระหว่างป่าในป่ากับป่าในเมืองมันต้องแยกกัน สำหรับตัวเองที่ทำงานด้านนี้มากกว่าจะไม่สงสัย แต่ลือเขาจะสงสัย เพราะคนจะคุ้นเคยป่า ที่มีสัตว์ใหญ่จะจะคุกคาม...” (อรยา สุตะบุตร, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2560)

โดยจากการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมในกิจกรรมเสวนาโต๊ะกลมกับบรรณาธิการข่าวสังคมและสิ่งแวดล้อมในครั้งนี้ กลุ่มภาคีเครือข่ายที่ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมมีความคิดเห็นว่าเป็นครั้งแรกผู้ที่มาเข้าร่วมการเสวนายังมีความเข้าใจความหมายของป่าในเมืองที่ไม่ตรงกัน ทำให้ทางคณะทำงานต้องเผยแพร่ความรู้เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน และกิจกรรมครั้งนี้ยังมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแนวทางที่จะร่วมกันขับเคลื่อนโครงการต่อไปให้ประสบความสำเร็จ

นอกจากนี้ในมุมมองของสื่อมวลชนที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมยังได้กล่าวว่า

“...งานวันนั้นอยากจะสื่อสารให้คนทั่วไปในสังคมเข้าใจว่าป่าในเมืองคืออะไร มีองค์ประกอบอะไรบ้าง เป็นที่มาของงานแล้วเชิญลือไปร่วม ว่ามีวิธีการยังไงที่จะสื่อสารป่าในเมืองให้คนเข้าใจ ป่าในเมืองจริงๆ ไม่ใช่แค่สวนสาธารณะ งานวันนั้นอาจารย์ก็ตั้งโจทย์ว่าเราร่วมกันหาทางออกเพื่อสื่อสารให้คนมีจิตสำนึก ร่วมสร้างให้เกิดป่าในเมือง จะทำให้แพร่หลายได้อย่างไร ก็มีการขอความเห็นจากลือที่หลากหลาย แต่ลือทุกคนก็ยังสงสัยว่าป่าในเมืองคืออะไร คัพท์คำว่า Urban forest ก็เหมือนเราไปโดยที่ไม่รู้แล้วได้คุยกับนักวิชาการหลายท่าน เราได้รู้ร่วมกันจริงๆ ว่าป่าในเมืองต้องมีนิเวศที่เอื้อต่อสุขภาพ ต่อสิ่งมีชีวิต เราก็ต้องทำ ความเข้าใจกับทางทีมวิจัยเพื่อจะหาเคสเวิร์ดที่สื่อสารได้ วันนั้นที่ไปก็เข้าใจว่า คือทางอาจารย์เองก็พูดตรงกันว่า ป่าในเมืองไม่ใช่แค่มีพื้นที่ต้นไม้ แต่ต้องเป็นระบบนิเวศย่อย ๆ อยู่ตรงนั้น ไม่ใช่แค่ว่ามีต้นไม้ พื้นที่สีเขียวต้องเกิดพื้นที่ ต้นไม้แต่ละที่ เกิดประโยชน์กับคนอื่น ๆ สามารถใช้พื้นที่ตรงนั้นได้ มีสัตว์เข้ามา เป็นระบบนิเวศแบบย่อย แต่เหมือนว่า จำกัดความคือป่าในเมืองเป็นระบบนิเวศขนาดย่อยที่ทุกคนสามารถร่วมกันใช้ประโยชน์ได้...” (กิตติศักดิ์ ภัทร์สรวรินทร์, 6 มกราคม 2561)

“...ก็ดีแต่ที่ว่าเหมือนความคิดทางอาจารย์ นักข่าวยังไม่ตรงกัน ดีความไม่เหมือนกัน ซึ่งคำว่า ป่าในเมือง ถูกใช้มาก่อนหน้านี้แล้วกับพวก กฟผ. ปตท. พอเอามาใช้ในการสื่อสารก็ยังมีภาพจำแบบ นั้นอยู่ แต่วันนั้นก็พูดไปเราก็เข้าใจแนวคิดป่าในเมือง ว่าต้องการเช่นในคอนโด ถ้ามีต้นไม้ แค่ว่า ป่าก็ดีความไม่เหมือนกันแล้ว อย่างอาจารย์บอกนิยามว่าคอนโด ถ้ามีต้นไม้ก็ถือว่าเป็นป่า คำว่าป่าก็ ไปตีความป่าของอาจารย์ กับป่าที่เราเข้าใจก็คนละอย่างแล้ว วันนั้นก็แลกเปลี่ยนกันเรื่องนี้ จำได้แค่ ว่า ต้องส่งข่าว แล้วก็ออกมาทำอาจารย์ พูดอะไรเราก็ไปสะท้อน ได้เห็นการถกเถียง เราก็พยายามใน ฐานะนักข่าวก็ทำความเข้าใจ แล้วเสนอใจสิ่งที่อาจารย์อยากให้ออกมา แต่คนที่รับสาร เขาจะรู้ จะรับ หรือเข้าใจมากแค่ไหนไม่รู้ แต่เราก็ส่งสารแบบที่อาจารย์ต้องการไปแล้ว...” (ธัญพิสิษฐ์ เกศบำรุงชัย, 26 มกราคม 2561)

อีกทั้งยังกล่าวเสริมว่า

“สื่อก็สะท้อนความเห็นด้วยว่าถ้าจะทำให้คนรู้จัก ก็อาจต้องมีเวทีเพื่อเชิญสื่ออื่น ๆ หรือคนอื่น ๆ มาร่วม เชิญประชาชนที่มีแนวคิดมาร่วมเสนอความคิดเห็น” (กิตติศักดิ์ ภัทร์สรวินทร์, 6 มกราคม 2561)

โดยจากการสัมภาษณ์สื่อมวลชนที่มีส่วนร่วมใจกิจกรรมเสวนาโต๊ะกลมครั้งนี้แสดงให้เห็นได้ ว่ากลุ่มสื่อมวลชนได้มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกับภาคีที่เข้าร่วมว่าหลายคนยังมีความเข้าใจป่าในเมือง ในมุมมองของที่ตนเองเข้าใจ ซึ่งทำให้คณะทำงานและอาจารย์เจ้าของงานวิจัยต้องมีส่วนร่วมให้ข้อมูลและ สร้างความเข้าใจป่าในเมือง ในความหมายที่ทางโครงการต้องการสื่อสาร เพื่อให้สื่อมวลชนได้นำไป เผยแพร่อย่างถูกต้องให้คนในสังคมเข้าใจต่อไป

กล่าวโดยสรุปจากกิจกรรมดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงภาพของจุดเริ่มต้นกิจกรรมของโครงการ ที่ต้องการรวมกลุ่มภาคีและสื่อมวลชน เพื่อชี้แจงและร่วมหารือว่าโครงการป่าในเมืองต้องการนำเสนอ อะไรและสื่อสารอะไรสู่สาธารณะ และจากการจัดกิจกรรมครั้งนี้ยังสะท้อนให้เห็นความเข้าใจที่ไม่ ตรงกันของหลายฝ่าย ซึ่งเป็นหน้าที่ของคณะทำงานที่ต้องสื่อสารเพื่อให้เข้าใจร่วมกัน ในความหมายที่ เจ้าของงานวิจัยได้นิยามคำว่าป่าในเมืองไว้ ซึ่งจากงานครั้งนี้ก็ทำให้สื่อมวลชนได้มีการนำเสนอเรื่อง ป่าในเมืองออกสู่สังคม ซึ่งเป็นไปตามนิยามและความหมายที่คณะทำงานต้องการให้สื่อสารออกไป

### การเปิดเวทีเสวนาสาธารณะ

กิจกรรมนี้ถือเป็นกิจกรรมต่อเนื่องมาจากการเสวนาโต๊ะกลมที่ได้มีการหารือ และทำความเข้าใจร่วมกับสื่อมวลชน ทั้งยังมีการขอความร่วมมือจากสื่อมวลชนให้ช่วยส่งสารในประเด็นป่าในเมือง เพื่อให้เป็นที่รับรู้ในสังคมมากยิ่งขึ้น ซึ่งเมื่อสื่อมีความเข้าใจเรื่องป่าในเมืองแล้ว จึงเกิดกิจกรรมการเปิดเวทีสาธารณะที่สามารถสร้างประเด็นให้สื่อมวลชนสนใจ อีกทั้งคนในสังคมยังสามารถเข้ามามีส่วนร่วมรับฟังได้เช่นเดียวกัน โดยจากการศึกษาเอกสารและการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกิดขึ้น พบว่า การเสวนาจัดขึ้นในรูปแบบที่มีการเปิดเป็นเวทีสาธารณะที่บุคคลทั่วไปและประชาคมสามารถเข้าร่วมรับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ของโครงการนั้นเกิดขึ้นด้วยกันทั้งหมด 2 ครั้ง ซึ่งรายละเอียดของกิจกรรมมี ดังนี้

ครั้งที่ 1 โครงการเสวนา “เดินตามรอยเท้าพ่อ สานต่อป่าในเมือง” และการแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ



ภาพที่ 4.3 โปสเตอร์โครงการเสวนา “เดินตามรอยเท้าพ่อสานต่อป่าในเมือง”

กิจกรรมได้จัดขึ้นในวันที่ 22 ธันวาคม 2559 เวลา 13.00 – 16.00 น. ณ ห้องอเนกประสงค์ ชั้น 1 หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ซึ่งในช่วงเวลานั้นถือเป็นช่วงของการเสด็จสวรรคตของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 ทำให้การกำหนดกิจกรรมและหัวข้อในการเสวนามีความเชื่อมโยงกับสถานการณ์ ซึ่งได้นำเรื่องพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 เรื่องการจัดการป่าไม้มาเชื่อมโยงสู่ประเด็นการสื่อสาร



อย่างไรก็ตามในกิจกรรมเสวนาครั้งนี้ได้เชิญองค์ปาฐก คือ ดร. วิวัฒน์ ศัลยกำธร ประธานสถาบันเศรษฐกิจพอเพียง ประธานมูลนิธิสิริกรรมธรรมชาติ และประธานกรรมาธิการ (กมธ.) ซึ่งถือเป็นบุคคลที่เป็นผู้นำทางสังคมในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม จึงสามารถสร้างความตระหนักรู้และสื่อสารประเด็นป่าในเมืองต่อสาธารณชนได้อย่างดี (กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, และมานิตา มณีอินทร์, 2560, pp. 91)

นอกจากนี้ยังมีการเชิญตัวแทนภาคีเครือข่ายสำคัญที่ก่อนหน้านี้ได้มีการเข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อยมาร่วมในการเสวนาครั้งนี้ ได้แก่

ผศ. พงศ์พร สุกบรรทัด	ประธานประชมคม เขตห้วยขวาง
คุณภาณุเดช เกิดมะลิ	มูลนิธิสืบนาคะเสถียร
คุณทรงกลด บางยี่ขัน	บรรณาธิการ A Day
คุณอรยา สุตะบุตร	กลุ่ม Big Tree Project
รศ. วราพร สุรวดี	ผู้ก่อตั้งพิพิธภัณฑชาวมังกร
ผศ. ดร. ประชา คุณธรรมดี	นักวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

การเสวนาในครั้งนี้ทางคณะทำงานได้เชิญกลุ่มตัวแทนภาคีเครือข่ายเข้ามาเป็นผู้ร่วมเสวนา ซึ่งมีการกำหนดประเด็นกว้าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องป่าในเมือง นำมาสื่อสารในแต่ละมุมมองของแต่ละบุคคล เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้จากตัวแทนของแต่ละภาคีเครือข่าย โดยจากการสัมภาษณ์กล่าวไว้ว่า

“...เราให้หัวข้อใหญ่ไป อย่างเช่น การสัมภาษณ์ครั้งแรกที่หอศิลป์ เราใช้ประเด็นนี้เลยผูกโยงกับเรื่องในหลวง เราก็ตั้งประเด็น คนที่เราเชิญ เราวางว่าเขาคือภาคีเครือข่ายเรา คนที่มาขึ้นเวทีก็จะมีอาจารย์ประชา ในฐานะนักวิจัย คุณอรยา คุณภาณุเดช คุณก้อง ทรงกลด อาจารย์วราพร ทั้งหมดคือภาคีที่เราวางไว้ ถามว่ามีประเด็นใหม่มี แต่ใครจะพูดอะไรก็ได้ อยู่ภายใต้ประเด็นที่เรากำหนด แต่ก็อยู่ที่เราซักถาม ส่วนนักข่าวจะจับประเด็นอะไรก็อยู่ที่นักข่าว แต่ครั้งนั้นก็สะท้อนในการประกาศเครือข่าย ว่าเรามีเครือข่าย คนที่รักต้นไม้ เห็นความสำคัญกับต้นไม้แต่เราเรียกมันว่าป่าในเมืองใช่ไหม...” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2560)



“...เวลาที่เสวนาเราไม่ได้มีประเด็นหลัก เราเป็นการพูดคุยเรื่องป่าในเมือง เพราะฉะนั้นก็คงไม่ได้ไปผูกขาดว่า คนนี้ต้องพูดประเด็นนี้เท่านั้น แต่โดยหลักผมในฐานะผู้ทำวิจัย เราก็ต้องบอกว่างานวิจัยเราทำอะไรแล้วทำไมเราถึงสนใจเรื่องป่าในเมือง นั่นก็คือตัวแรกที่เราต้องทำครับ...” (ประชาคุณธรรมดี, สัมภาษณ์ , 11 พฤศจิกายน 2560)

จากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นได้ว่าทางคณะทำงานไม่ได้มีการกำหนดประเด็นตายตัวในการเสวนาให้กับผู้ร่วมเสวนาบนเวที แต่มีการกำหนดกรอบให้อยู่ภายใต้หัวข้อของงานที่เกี่ยวกับประเด็นเรื่องป่าในเมือง ซึ่งแต่ละบุคคลที่ร่วมสนทนาในงานครั้งนี้จะบอกเล่าและนำเสนอมุมมองเกี่ยวกับป่าในเมืองจากความรู้ ความเข้าใจ ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรหรือสายงานที่แต่ละบุคคลได้เรียนรู้และลงมือทำ

การจัดกิจกรรมครั้งนี้มีผู้เข้าร่วมจำนวน 94 คน และมีสื่อมวลชนนำเสนอข่าวสารทั้งในสื่อกระแสหลัก ทั้งโทรทัศน์ วิทยุและสื่อทั้งสื่อพิมพ์ รวมถึงสื่อในพื้นที่ออนไลน์ อีกทั้งในการจัดเสวนาครั้งนี้ยังถือเป็นการเปิดตัวองค์กรพันธมิตรด้านสิ่งแวดล้อมที่ดำเนินในกิจกรรมการสื่อสารสาธารณะของโครงการป่าในเมืองที่มีร่วมกัน ซึ่งจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารแนวคิดป่าในเมืองในเวทีเสวนาครั้งนี้วิทยากรได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของป่าในเมือง ที่มีระบบการจัดการทรัพยากรป่าที่เพื่อ คน กับ ธรรมชาติ สามารถอยู่ร่วมกันอย่างพึ่งพาอาศัยและเอื้อประโยชน์ต่อกันได้แบบยั่งยืน

โดยผลจากการจัดกิจกรรมโครงการเสวนาและการแถลงข่าวเปิดตัวโครงการในครั้งนี้ ได้มีการนำเสนอจากสื่อจำนวน 13 สื่อ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส, สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่องสาม, สถานีโทรทัศน์ เดอะ เนชั่น, สถานีโทรทัศน์ทีเอ็นเอ็น24, สถานีโทรทัศน์นิวส์ทีวี, หนังสือพิมพ์คมชัดลึก, หนังสือพิมพ์ ไทยโพสต์, คลื่นวิทยุ 90.5, คลื่นวิทยุอมท. 101, นิตยสาร A Day, สำนักข่าวออนไลน์อิศราและสำนักข่าวออนไลน์ Green TV

กล่าวโดยสรุปแล้ว จากกิจกรรมเสวนาที่เกิดขึ้นในครั้งนี้ ถือเป็นการใช้ประโยชน์ในการเปิดตัวโครงการป่าในเมืองให้เป็นที่รู้จักสู่สาธารณะเพื่อสื่อสารงานวิจัยและขยายประเด็นป่าในเมืองในวงกว้าง อีกทั้งยังมีเวทีเสวนาที่เชื่อมโยงถึงประเด็นป่าในเมือง ซึ่งมีการเชื่อมโยงหัวข้อในการเสวนาให้เชื่อมโยงกับพระราชกรณียกิจด้านสิ่งแวดล้อมของในหลวงรัชกาลที่ 9 ซึ่งผู้ร่วมเสวนาที่เป็นภาคีของโครงการล้วนเป็นกลุ่มองค์กร และบุคคลที่ทำงานและมีความสนใจในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามจากกิจกรรมนี้ จึงแสดงให้เห็นได้ว่าสารในประเด็นเรื่องป่าในเมืองที่โครงการต้องการสื่อสารออกไปผ่านการจัดกิจกรรมการเสวนานั้น สามารถเรียกความสนใจของสื่อมวลชนเพื่อนำไปสู่การสร้างข่าวสาร อีกทั้งกิจกรรมนี้ยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงพลังของการสื่อสารที่มีหลายภาคส่วนสำคัญในสังคมเข้าร่วมพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ผ่านประสบการณ์จากการทำงานด้าน

สิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามก็ดีจากภารกิจกรมเสนาในครั้งนี้นี้จึงได้นำไปสู่การจัดกิจกรรมเสนาที่เกิดขึ้นในครั้งต่อไป

## ครั้งที่ 2 โครงการเสนาป่าในเมืองกับความยั่งยืนสู่ไทยแลนด์ 4.0



ภาพที่ 4.4 โปสเตอร์โครงการเสนาป่าในเมืองกับความยั่งยืนสู่ไทยแลนด์ 4.0

กิจกรรมโครงการเสนาในครั้งนี้นี้เกิดขึ้นภายใต้หัวข้อ “ป่าในเมืองกับความยั่งยืนสู่ไทยแลนด์ 4.0” จัดขึ้นในวันที่ 30 มีนาคม 2560 ณ หอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ พร้อมทั้งการจัดนิทรรศการภาพถ่าย “ป่า-เมือง-คน มิติการสื่อสารผ่านภาพถ่ายภายใต้แนวคิดป่าในเมือง” ซึ่งถือเป็นกิจกรรมสุดท้ายที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ทางกายภาพ ในระยะเวลาการขับเคลื่อนประเด็นป่าในเมืองของโครงการที่พยายามสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับป่าในเมืองผ่านสื่อกระแสหลักและสื่อสังคมเรื่อยมา ซึ่งการเสนาครั้งนี้ถือเป็นเวทีสำคัญที่ต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างองค์กรรัฐและบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจ ทำให้เวทีเสนาครั้งนี้มีตัวแทนจากหน่วยงานที่มีความสำคัญในสังคม ทั้งภาคประชาชน เครือข่ายภาครัฐและเอกชน รวมถึงสถาบันการศึกษามาเป็นพลังในการสื่อสารประเด็นเพื่อนำไปสู่ภาคนโยบายต่อไป

ผู้ดำเนินโครงการได้กำหนดประเด็นและออกแบบชื่องานเสนาครั้งนี้ให้มีความเกี่ยวข้องกับไทยแลนด์ 4.0 เนื่องด้วยเพราะต้องการสร้างความตระหนักรู้ต่อสื่อมวลชน เพื่อชวนให้เกิดการกระตุ้นและถกเถียงอภิปรายประเด็นนี้ ซึ่ง ณ ปัจจุบันวาระไทยแลนด์ 4.0 ถือเป็นประเด็นหลักที่ทางรัฐบาลให้ความสำคัญ ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ที่เน้นความ “มั่งคั่ง มั่นคงและยั่งยืน” เพื่อขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศในด้านต่างๆ สู่หนทางการปรับแก้และสร้าง

หนทางการพัฒนาประเทศให้เจริญและสามารถรับมือกับโอกาส รวมถึงภัยคุกคามจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในศตวรรษที่ 21 ดังนั้นจึงทำให้ทางคณะกรรมการให้สร้างคุณค่าของประเด็นข่าวเพื่อสื่อมวลชนสนใจและเชื่อมโยงประเด็นป่าในเมืองไปสู่สาธารณะได้ (กุลทิพย์ ศาสตรระจุก, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, และมานิดา มณีอินทร์, 2560, น. 159)

จากที่ได้กล่าวในข้างต้นว่าในกิจกรรมเสวนาครั้งนี้ได้มีบุคคลสำคัญจากหลากหลายองค์กรเข้าร่วม เนื่องจากทางคณะกรรมการได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายของการเสวนาในครั้งนี้ ให้เป็นกลุ่มผู้มีอำนาจในระดับนโยบายซึ่งสามารถนำประเด็นและผลจากงานวิจัยเรื่อง “ความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ” มาใช้ประโยชน์ให้ได้สูงสุดทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องเป็นองค์กรที่มีบทบาทต่อการขยายประเด็นป่าในเมืองทั้งกลุ่มองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษา

โดยทางคณะกรรมการมีการคัดเลือกบุคคลที่มาเป็นตัวแทนขององค์กรในการเสวนาครั้งนี้ ซึ่งถือเป็นตัวแทนของผู้ส่งสารในประเด็นที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับการขับเคลื่อนประเด็นป่าในเมืองที่มีมุมมองแตกต่างกันตามลักษณะองค์กร ซึ่งตัวแทนเหล่านี้ในฐานะ “ผู้ส่งสาร” ซึ่งเป็นองค์กรต้นแบบที่มีระบบการจัดการป่าในเองอย่างเป็นรูปธรรม อันได้แก่

- โครงการป่าในกรุง ของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
- อุทยานจุฬาฯ 100 ปี จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- องค์กรภาครัฐที่มีบทบาทโดยตรงด้านการจัดการป่าไม้ในเมือง อย่างกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสำนักสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร

การเสวนาในครั้งนี้มี ดร. วิจารย์ สิมาฉายา ปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมาเป็นองค์ปาฐก ซึ่งถือว่าองค์ปาฐกท่านนี้เป็นผู้ส่งสารอีกบุคคลหนึ่ง และยังเป็นผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ และมีบทบาทและอำนาจโดยตรงในการสื่อสารระดับนโยบาย ภายใต้การทำงานในกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่ดูแลเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ด้านสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ทำให้ส่งผลโดยตรงต่อการจัดการประเด็นเรื่องป่าในเมืองในระดับนโยบายไปสู่ผู้ปฏิบัติงานภาครัฐให้ได้ทราบทิศทางและความชัดเจนเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติตามแนวคิดป่าในเมือง นอกจากนี้ยังมีการคัดเลือกผู้ส่งสารที่มาทำหน้าที่เป็นวิทยากรในการเสวนาครั้งนี้โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

โครงการป่าในกรุงของ ปตท. โดยบริษัท ปตท. ถือเป็นองค์กรขนาดใหญ่ระดับชาติและได้รับรางวัลด้านความยั่งยืน มีพื้นที่ที่ผ่านการรับรองคาร์บอนฟุตพริ้นท์ในระดับสมเหตุสมผล และมีโครงการของประเทศไทยที่ได้รับการรองรับ TVERs Issuance สาขาป่าไม้และพื้นที่สีเขียว ซึ่ง

เชื่อมโยงสู่การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืนต่อไป ทำให้การสื่อสารประเด็นป่าในเมืองของปตท. สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและเชื่อมโยงความรู้จากงานวิจัยได้อย่างเป็นรูปธรรม

สถาบันการศึกษา “จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” โดยมหาวิทยาลัยแห่งนี้ถือเป็นสถานศึกษาที่มีการริเริ่มสร้างพื้นที่ป่าในเมืองภายใต้ชื่อ “อุทยานจุฬาฯ 100 ปี” แม้จะเป็นระยะแรกแต่ได้รับการกล่าวถึงจากสื่อมวลชน และในช่วงที่เปิดโครงการสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาสยามบรมราชกุมารี ได้เสด็จพระราชดำเนินมาทรงเป็นประธานในพิธีเปิดอย่างเป็นทางการ ทำให้เห็นได้ชัดเจนว่าทางสถานศึกษาได้นำแนวคิดป่าในเมืองสร้างให้เกิดขึ้นได้จริง

นอกจากนั้นคณะทำงานได้มีการเตรียมประเด็นเพื่อใช้ในการเสวนา โดยให้วิทยากรนำประเด็นที่ตั้งไว้ไปขยายความต่อภายใต้คำนิยามของ “ป่าในเมือง” เพื่อสะท้อนรูปธรรมขององค์กรและแนวปฏิบัติที่ได้ทำอยู่ในปัจจุบันของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อเชื่อมโยงสู่การสื่อสารของโครงการ โดยบุคคลของแต่ละหน่วยงานที่ได้เชิญมาร่วมเสวนาได้มีการขยายประเด็นเพื่อนำมาพูดคุย ดังนี้

ผู้ร่วมเสวนา	หัวข้อ
<b>กลุ่มตัวแทนองค์กรการศึกษา</b> (กรณีศึกษา ต้นแบบสร้างป่าในเมืองแก่สังคมอย่างเป็นรูปธรรม)	
ผศ. ดร. จิตติศักดิ์ ธรรมภรณ์พิลาศ ผู้ช่วยอธิการบดี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นักวิชาการสถาปัตยกรรมและออกแบบผังเมือง อุทยาน จุฬาฯ 100 ปี	อุทยานจุฬาฯ 100 ปี เกื้อกูล กรุงเทพฯ อย่างไร
<b>กลุ่มตัวแทนภาคเอกชน</b> (กรณีศึกษา ต้นแบบสร้างป่าในเมืองแก่สังคมอย่างเป็นรูปธรรม)	
คุณประเสริฐ สลิลอำไพ ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่สื่อสารองค์กรและ กิจการเพื่อสังคมบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	โครงการ “ป่าในกรุง” เกื้อกูลมหานครกรุงเทพฯ อย่างไร
<b>กลุ่มตัวแทนของหน่วยงานภาครัฐ</b>	
คุณสากล ชูชะกุล อธิบดีกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	การส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม – <i>ป่าในเมือง</i>
คุณสุวรรณา จุ่งรุ่งเรือง ผู้อำนวยการสำนักสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร	การส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคนกรุงเทพฯ – ต้น ไม้ใน กทม.
<b>กลุ่มตัวแทนนักวิชาการ</b>	
รศ. ดร. นิรมล สุธรรมกิจ คณะเศรษฐศาสตร์	คน-ป่า-เมือง เชื่อมโยงกันอย่างไร



มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ นักวิจัยสกว. เรื่อง ความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาว กรุงเทพฯ	
---	--

อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์ขณะทำงานสามารถแสดงให้เห็นถึงการกำหนดหัวข้อการเสวนาว่ามีที่มาอย่างไร ดังคำสัมภาษณ์ที่กล่าวไว้ว่า

“...งานที่หอบจดหมายเหตุ เนื่องจากเราต้องการให้สื่อมาเล่นกับนโยบาย 4.0 ก็เลยครั้งนั้นเราไปมากกว่าเดิม ไปถึงเครือข่าย เรากำลังวิ่งไปสู่คำว่านโยบาย งานครั้งแรกเรา สร้างเครือข่าย แต่ครั้งที่สองคือตัวองค์กร ที่เราคิดว่าเราจะไปร่วมทำงาน ในครั้งต่อไปที่เราเชิญมาทั้งภาครัฐ และเอกชน กทม. จุฬา ปตท. เราก็เริ่มมีภาคีในส่วนขององค์กร...” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2560)

อย่างไรก็ตามในการเสวนาครั้งนี้เจ้าของงานวิจัยได้ขึ้นไปพูดบนเวทีในฐานะตัวแทนนักวิชาการ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ทางเจ้าของงานวิจัยเกี่ยวกับเป้าหมายปลายทางของการขับเคลื่อนโครงการให้ประสบความสำเร็จ โดยได้กล่าวว่า

“...คือก่อนหน้านี้ประเทศเราไม่มีเรื่องการกันดินว่าเอาพื้นที่ส่วนไหนตรงไหนไปทำสวนสาธารณะ ไม่ค่อยมี ที่นี้พอดีก็บังเอิญไปในทางเดียวกัน คือทางกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หรือ กทม. เอง กทม. ทำอยู่แล้ว เมืองใหญ่ๆ มักจะทำแล้วก็ฮิตมากประเภทไว้ให้วิ่ง บางทีก็มีแต่สวนน้ำ มีน้ำเยอะมาก แต่เจตนาของเขาก็คือให้เอาเดินเล่น อย่างอุดร ก็จะเป็นหนองประจักษ์ เชียงใหม่ก็ไม่ค่อยมี มีหนองไว้รับน้ำ ไว้ถ่ายน้ำ แล้วก็มีลู่วิ่งไว้ใหญ่โต แต่ไม่ได้ถึงขนาดหนาแน่น คือมีพื้นที่สาธารณะเพื่อให้นักออกกำลังกายแบบนี้โอเค แต่ว่ายังไม่ถูกเชื่อมโยงด้วยพื้นที่ที่ทำให้เป็นป่าเอาไว้ ในระบบนิเวศของเมืองหรือฟอกอากาศมากกว่านี้ อาจจะเป็นเพราะความไม่จำเป็น แล้วก็ไม่ใช่ทุกเมืองจะทำได้ เพราะพื้นที่ถูกจำกัด เต็มหมดแล้ว จะมีก็อยู่นอกเขตเมือง แต่นอกเขตเมืองก็ไปติดชายแดนอีกตำบลหนึ่ง ก็เป็นเรื่องที่ต้องคุยกันว่าทางจังหวัดนี้ อำเภอนี้ จะเห็นความสำคัญของการใช้ที่ดินซึ่งไม่สร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจใหม่ คุณจะเอาที่ดินมาทำสร้างสวน เอาเป็นว่าที่ของรัฐราชการ แทนที่จะเป็นบ่อขยะ โรงพยาบาล เจียดสักส่วนหนึ่งมาเป็นสวน นโยบายพวกนี้ก็มี ความจำเป็นขึ้นเรื่อยๆ แล้วบางเมืองที่คนเริ่มหนาแน่นก็เริ่มมีแล้ว ถึงจะออกแบบให้สวยยังไง ก็ควรจะเป็นประโยชน์ในแง่ระบบนิเวศ ให้คนเห็นความสำคัญ ไม่ใช่วันดีคืนดี ตัดต้นไม้ทิ้ง เอามาทำถนน เอามาเป็นรางรถไฟฟ้าผ่าน คือต้องเป็นการให้แน่ใจว่าจะไม่ถูกทำลาย ดังนั้นการขับเคลื่อนนโยบายนี้คือถ้าจะทำคนก็ต้องรู้ว่า ที่ตรงนี้สำคัญ เป็นจุดศูนย์รวมมาวิ่งออกกำลังกาย มาเล่น ทำต้นไม้ให้ดี



แต่อยากให้เป็นระดับประเทศหรือระดับจังหวัด ระดับอำเภอคงไม่สามารถ อยู่ที่เขาเรียกร้องแล้วกัน เพราะเมืองเราก็ตูขึ้นเรื่อย ๆ...” (นิรมล สุธรรมกิจ, 25 มกราคม 2561)

จากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นได้ว่าเดิมทีทางประเทศไม่ได้มีนโยบายหรือการจัดการที่ดินเพื่อนำมาสร้างพื้นที่สาธารณะหรือสวนสาธารณะที่สามารถร่วมกันสร้างให้เกิดพื้นที่ที่มีระบบนิเวศได้ ทำให้การผลักดันไปสู่การสร้างป่าในเมือง ของแต่ละเมืองต้องถามความต้องการของคนอาศัยอยู่เองว่าเต็มใจและต้องการมีพื้นที่ดังกล่าวหรือไม่ ดังนั้นสิ่งเหล่านี้หากจะไปสู่ความสำเร็จในการขับเคลื่อนเรื่องป่าในเมืองจึงต้องขึ้นอยู่กับทุกคนในสังคมว่าเห็นความสำคัญกับประเด็นนี้มากน้อยเพียงใด

โดยหลังจากงานเสวนาที่เกิดขึ้นในครั้งนี ทางกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้ทำหนังสือมายังสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย เพื่อขอนางานวิจัยฉบับจริงไปศึกษาและนำไปสื่อสารในระดับองค์กรต่อไป อีกทั้งผลจากเวทีเสวนาทำให้องค์กรอย่าง ปตท. ได้นำเสนอข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในแก่พนักงานในองค์กร โดยนอกจากการจัดเสวนาขึ้นแล้ว กิจกรรมในครั้งนี่ยังมีการจัดนิทรรศการภาพถ่ายซึ่งสอดคล้องกับการขับเคลื่อนประเด็นและการเสวนา โดยผู้วิจัยขอกกล่าวถึงรายละเอียดในส่วนต่อไป

#### นิทรรศการภาพถ่าย “ป่า-เมือง-คน มิติการสื่อสารผ่านภาพถ่ายภายใต้แนวคิดป่าในเมือง”

นิทรรศการภาพถ่ายครั้งนี้เกิดขึ้นคู่ขนานกับกิจกรรมเสวนา “ป่าในเมืองกับความยั่งยืนสู่ไทยแลนด์ 4.0” ซึ่งเป็นการร่วมมือกันของภาคีเครือข่ายภาครัฐ เอกชนและประชาชน ร่วมกันจัดนิทรรศการ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนให้เห็นภาพของคน ป่าและเมือง ซึ่งเน้นการสะท้อนมุมมองแนวคิดและความหมายของระบบนิเวศน์และวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมที่อยู่ร่วมกันได้อย่างสมดุล โดยการจัดแสดงภาพถ่ายครั้งนี้ได้รับความร่วมมือจากหลากหลายภาคส่วน อีกทั้งยังมีการเปิดโอกาสให้ภาคประชาชน นักเรียน นิสิตและนักศึกษา ภาคีเครือข่ายที่ร่วมกิจกรรมกับโครงการมาตั้งแต่ระยะแรก ได้แก่ มูลนิธิสืบ นาคะเสถียร กลุ่ม Big Tree และประชาคมห้วยขวาง อีกทั้งมีการขอความร่วมมือไปยังองค์กร และภาคีที่เข้าร่วมกับโครงการใหม่ ได้มีบทบาทในการร่วมแสดงบทบาทเพื่อการสื่อสารประเด็นป่าในเมืองผ่านภาพถ่าย ได้แก่ ธนาकारตันไม้ มหาวิทยาลัยมหิดล เสถียรธรรมสถาน เป็นต้น อีกทั้งยังได้รับความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ผ่านเครือข่ายการสื่อสารสังคมในพื้นที่ Facebook Fanpage : Asian Photographer Development Association โดยใช้พื้นที่นี้เป็นสื่อและสร้างความเคลื่อนไหวในการส่งภาพเข้าร่วมประกวดในช่วงเดือนมีนาคม 2560 ซึ่งสามารถรวบรวมภาพได้เป็นจำนวนมากกว่า 100 ภาพ แต่พื้นที่ในการจัดแสดงมีจำกัด (บริเวณหอ 2 ชั้นล่าง และบริเวณชั้น 2 ของหอจดหมายเหตุพุทธทาส สวรรถไฟ) จึงทำให้มีการคัดเลือกให้จัดแสดงได้เพียง 45 ภาพ โดยหน่วยงานภาครัฐอย่างกรมทรัพยากรธรณี ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดนิทรรศการ

และภาพถ่ายเพื่อสื่อสารความตระหนักรู้ให้กับคนในเขตเมือง โดยระยะเวลาจะมีไปจนถึงช่วงปลายเดือนมีนาคม 2560

**Asian Photographer Development Association** ได้  
อัปเดตรูปภาพหน้าปก  
20 มีนาคม · 🌐

APDA ร่วมกับ โครงการเสวนา "ป่าในเมือง" กับความยั่งยืน สู่ไทยแลนด์ 4.0

ขอเชิญร่วมส่งภาพในหัวข้อ "ป่าในเมือง"

กติกา

1. เป็นภาพที่ถ่ายด้วยตนเองเท่านั้น ไม่จำกัดอุปกรณ์ที่ใช้ถ่าย
2. ติด Tag #ForestinTheCity และ #APDAShutter3
3. โพสต์ในหน้าโปรไฟล์ของตัวเอง หรือในกลุ่มของ APDA
4. ระยะเวลาส่งภาพเข้าร่วมคัดเลือก ตั้งแต่บัดนี้ ถึงวันที่ 26 มีนาคม 2560
5. คัดเลือกโดย Admin และทีมงานโครงการ
6. ระยะเวลาแสดงผลงาน 29 มีนาคม - 29 เมษายน 2560 เป็นระยะเวลา 1 เดือน บริเวณชั้น 1 และ ชั้น 2 ณ หอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ กรุงเทพมหานคร
6. จำนวนที่คัดเลือกโดยประมาณ 40 ภาพขึ้นไป

ของรางวัล

1. ภาพที่ได้รับการคัดเลือกจะได้รับการติดต่อไปในการส่งไฟล์งานจริงเพื่อนำมาพิมพ์ ขนาด A3 และจัดแสดงงานนิทรรศการ โดยทีมงานโครงการ ณ หอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ กรุงเทพมหานคร ไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น (ตีตรูป/ชื่อ-ลายเซ็นได้)
2. ได้ Certificate รับรองความสามารถจาก APDA
3. รีชแบรนด์ Canon/nikon



👁️ ถูกใจ 130    💬 แสดงความคิดเห็น    ➦ แชร์

ความเห็นยอดนิยม 4    แชร์ 411 ครั้ง    4 ความคิดเห็น



ภาพที่ 4.5 กิจกรรมบนเฟสบุ๊กเพื่อเปิดโอกาสให้ส่งภาพเข้าร่วมเพื่อจัดแสดงในนิทรรศการภาพถ่าย “ป่า-เมือง-คน มิติการสื่อสารผ่านภาพถ่ายภายใต้แนวคิดป่าในเมือง” จากสมาคม APDA และบรรยากาศการจัดแสดงนิทรรศการภาพถ่ายในงานเสวนाप่าในเมืองกับความยั่งยืนสู่ไทยแลนด์ 4.0

นอกจากนั้น การจัดกิจกรรมนิทรรศการครั้งนี้ภาพแต่ละภาพที่ได้ถูกนำเสนออย่างเป็นเหมือนสิ่งที่สามารถสะท้อนและต้องการสื่อความต้องการของกลุ่มคนเมือง ภาควิเคราะห์และองค์กรต่าง ๆ ให้ได้เห็นถึงความรับรู้และการเข้าใจนิยามความหมายของป่าในเมืองเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ดีในการจัดการเสวนาที่เกิดขึ้นด้วยกันทั้ง 2 ครั้ง ทางคณะทำงานได้มีการออกแบบสารเพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของโครงการ เพื่อให้สื่อมวลชนเกิดความสนใจ โดยมีการออกแบบโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์งานเสวนาดังกล่าว ซึ่งถูกใช้ในพื้นที่สื่อออนไลน์ จากทั้งในพื้นที่ Facebook Fanpage ของโครงการ อีกทั้งยังมีการนำคำสำคัญของผู้ร่วมเสวนามาจัดทำเป็นคำพูดในรูปแบบ "Image with quote" เพื่อประกอบการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม ซึ่งสื่อเหล่านี้ได้ถูกส่งต่อไปยังกลุ่มไลน์ขององค์กรที่เป็นเครือข่ายการสื่อสารของวิทยาการแต่ละท่านต่อไป

กล่าวโดยสรุปแล้วจากการจัดกิจกรรมเสวนาในครั้งนี้ แสดงให้เห็นได้ว่าทางโครงการมีเป้าหมายในการสื่อสารที่กว้างขึ้นกว่าครั้งก่อนที่เน้นการพูดคุยบนเวทีเสวนาจากตัวแทนระดับองค์กรที่ขับเคลื่อนด้านสิ่งแวดล้อมในสังคม แต่การเปิดเวทีเสวนาในครั้งนี้มีความแตกต่างในส่วนที่ต้องการสื่อสารให้ไปถึงในระดับนโยบาย เพราะมีการเชิญทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ที่ถือเป็นผู้มีอำนาจในสังคมมาร่วมพูดคุยแล้วเปลี่ยนความคิดเห็นให้มีความเชื่อมโยงประเด็นป่าในเมืองกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งเห็นได้ว่าหน่วยงานระดับใหญ่ทั้งภาครัฐและเอกชน ส่วนใหญ่แล้วก็มีการทำงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยแต่ละองค์กรก็มีการดำเนินแนวทางที่แตกต่างกันออกไป แต่อย่างไรก็ดีจุดร่วมของการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่สร้างให้ทุกคนในสังคมได้เห็นคุณค่าและเห็นความสำคัญของ ป่าไม้ ต้นไม้และพื้นที่สีเขียว รวมถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมในหลายประเด็น ซึ่งประเด็นเรื่องป่าในเมืองก็มีความเกี่ยวข้องอยู่ด้วย และได้มีการกล่าวถึงการสร้างการเปลี่ยนแปลงและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของแต่ละหน่วยงานที่ได้ทำงานด้านสิ่งแวดล้อมในหลากหลายมุมมอง

## 2) การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล

กิจกรรมของโครงการป่าในเมืองที่ได้ดำเนินการไปอย่างที่กล่าวไปข้างต้นถึงรายละเอียดของกิจกรรมการเสวนาที่เกิดขึ้น อันเป็นการเปิดเวทีสาธารณะให้กับทุกคนได้เข้ามามีส่วนร่วมทั้งเป็นผู้รับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แต่อย่างไรก็ตามการสื่อสารผ่านสื่อบุคคลยังถือเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ของการสื่อสารจากโครงการป่าในเมือง ซึ่งในที่นี้สื่อบุคคล หมายถึง บุคคลในฐานะผู้เป็นวิทยากรในเวทีเสวนา

สื่อบุคคล คือ วิทยากรในฐานะ ผู้ส่งสารจากเวทีเสวนาที่โครงการได้เชิญมาต่างเป็นผู้นำหรือแกนนำขององค์กรเครือข่ายพันธมิตรของโครงการ และการทำงานในด้านสิ่งแวดล้อมที่มีประสบการณ์และมีบทบาทในการรณรงค์ทางสังคม โดยสื่อบุคคลต่างมีความน่าเชื่อถือและสร้างการยอมรับในสารของผู้ส่งสาร ซึ่งมีความหลากหลายทั้งบทบาทในการเป็นนักวิชาการ ความเป็นตัวแทนขององค์กรที่ทำงานด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความเชี่ยวชาญและบทบาทหน้าที่ในประเด็นที่จะสื่อสารเรื่องป่าในเมืองในมิติต่าง ๆ มีผู้ที่เป็นตัวแทนของคนรุ่นใหม่ที่ใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมของสังคมเมือง ดังนั้น วิทยากร

ทั้งหมดจึงถือเป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิดและแนวปฏิบัติที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือต่อการสื่อสารประเด็นป่าในเมืองได้

โดยเห็นได้จากบุคคลที่เข้าร่วมในเวทีเสวนา อย่างคุณทรงกลด บางยี่ขัน ที่รู้จักกันดีในฐานะบรรณาธิการนิตยสาร A Day ซึ่งในกลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยกลางคนก็เป็นที่ยู่อัก อีกทั้งยังเป็นผู้สนใจด้านสิ่งแวดล้อม และหยิบเอาประเด็นเรื่องป่าในเมืองไปเขียนลงในนิตยสาร ทำให้ชื่อเสียงเดิมซึ่งเป็นที่รู้จักของคนในสังคม อาจช่วยให้ประเด็นป่าในเมืองเป็นที่รู้จักผ่านบุคคลท่านนี้ได้ นอกจากนี้ยังมีอาจารย์วรารพร สุรวดี ผู้ก่อตั้งพิพิธภัณฑสถานบางกอก ซึ่งเป็นที่ยู่อักผ่านประเด็นที่เป็นกระแสสังคมในการขอรับบริจาคเงินเพื่อซื้อที่ดินข้างพิพิธภัณฑสถานก่อนที่จะถูกเปลี่ยนเป็นคอนโด ซึ่งในตอนนั้นคนในสังคมให้ความสนใจและร่วมบริจาคเงินเพื่อรักษาพื้นที่เอาไว้ ซึ่งท่านเป็นอีกคนหนึ่งที่ยู่อักในเวทีเสวนา อีกทั้งยังมีตัวแทนจากมูลนิธิสืบ นาคะเสถียรและกลุ่ม Big Tree ซึ่งเป็นที่ยู่อักในวงกว้างของสังคมจากการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมของแต่ละกลุ่ม เหล่านี้จึงแสดงให้เห็นได้ว่า ตัวบุคคลที่เข้ามาร่วมกิจกรรมหรือร่วมเสวนา สามารถเป็นตัวช่วยในการดึงความสนใจจากสื่อมวลชนเพื่อไปสร้างประเด็นข่าว หรือดึงความสนใจจากคนในสังคมที่รู้จักบุคคลผู้มีชื่อเสียงเหล่านี้ พร้อม ๆ กับประเด็นเรื่องป่าในเมืองควบคู่กันไปด้วย

### 3) การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

กลยุทธ์สื่อของโครงการป่าในเมืองที่มีความสำคัญอีกประการหนึ่ง คือการสื่อสารด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่หลักในการขับเคลื่อนประเด็นป่าในเมือง ด้วยการใช้เครื่องมืออย่าง “เฟซบุ๊กแฟนเพจ” (Facebook Fanpage) โดยจากการศึกษาแสดงให้เห็นได้ว่าเฟซบุ๊กแฟนเพจของโครงการที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนประเด็นมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.6 หน้าแรกของแฟนเพจเฟซบุ๊ก Urban Forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้  
ที่มา: <https://www.facebook.com/UrbanForestThai/>



## การสื่อสารประเด็นสาธารณะป่าในเมืองบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์: แพนเพจเฟซบุ๊ก Urban Forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้

Urban Forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้ คือ แพนเพจในเฟซบุ๊กเพื่อการสื่อสารขับเคลื่อนประเด็นป่าในเมืองบนพื้นที่ออนไลน์ โดยเปิดพื้นที่ให้ทุกคนสามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็น และติดตามข่าวสารของโครงการ รวมถึงข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม โดยเน้นไปที่ประเด็นซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องป่าในเมือง โดยก่อตั้งเมื่อเดือนตุลาคม 2559 และตลอดระยะเวลาในการดำเนินโครงการได้ดำเนินการขับเคลื่อนบนพื้นที่แพนเพจอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 8 เดือน ปัจจุบันมีผู้ติดตามจำนวน 5,203 คน โดยการเปิดแพนเพจนี้เพื่อชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้พื้นที่ในสื่อสังคมออนไลน์ในรูปแบบเฟซบุ๊กแพนเพจเพื่อเป็นตัวขับเคลื่อนหลักในการส่งสารเรื่องป่าในเมือง ให้คนในสังคมได้เข้าใจ ตระหนักรู้ และเห็นความสำคัญของป่าในเมือง โดยจากการศึกษารูปแบบ เนื้อหาและกระบวนการสื่อสารบนพื้นที่เฟซบุ๊กแพนเพจ รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้ดำเนินโครงการที่มีหน้าที่ในการดูแลแพนเพจ สามารถแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดเกี่ยวกับการสื่อสารได้ ดังต่อไปนี้

### *การเลือกสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊กแพนเพจ*

การสร้างแพนเพจขึ้นมาเพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารด้วยเพราะคณะทำงานเห็นว่าในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เข้ามามีบทบาทในสังคมไทย และพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่เริ่มเข้าสู่เครือข่ายทางสังคม (Social Networking) มีการติดต่อและสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลในโลกออนไลน์ผ่านทางชุมชนออนไลน์ (Online Community) ซึ่งมีลักษณะเป็นสังคมเสมือน (Virtual Community) ทำให้สามารถพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและทำได้ตลอดเวลา อีกทั้งคุณสมบัติของเครือข่ายออนไลน์มีลักษณะเป็นชุมชน สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็วกว่าสื่อที่มีอยู่ทั่วไป อีกทั้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจ และความคิดเห็นของผู้คนในสังคมออนไลน์ที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เกิดขึ้นในสังคมแต่ละช่วงเวลา

โดยคณะทำงานได้เลือกใช้ “เฟซบุ๊กแพนเพจ” เป็นสื่อกลางในการสื่อสารเพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงง่ายและตรงกับพฤติกรรมการรับสารของกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มคนเมือง ที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง อีกทั้งแพนเพจยังเป็นพื้นที่ซึ่งสามารถแสดงความคิดเห็น และเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์เรื่องต่างๆ เพื่อให้คนทั่วไปได้รับทราบอีกด้วย อีกทั้งคณะวิจัยยังได้ทำการค้นคว้าข้อมูลพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของประชากรในประเทศไทย ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วคณะทำงานได้เลือกการสร้างเฟซบุ๊กแพนเพจ เพราะถือเป็นแพลตฟอร์ม (Platform) ที่มีความหลากหลายในการสื่อสารด้วยภาพ คลิปวิดีโอ และข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์



ในการใช้สื่อเพื่อเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนประเด็นป่าในเมืองและทำให้คนในสังคมมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนประเด็นป่าในเมืองได้

“ณ วันนี้มีคนใช้ เฟซบุ๊กอยู่จำนวนมาก เวลาเราจะรู้ว่าต้องใช้สื่ออะไร เราต้องทำการค้นคว้า ท้ายสุดเรามีตัวเลขมายืนยันว่าคนไทยนิยมใช้เฟซบุ๊กมากที่สุด ดังนั้นน่าจะเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงมากที่สุด” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2560)

#### การออกแบบเฟซบุ๊กแฟนเพจ

คณะทำงานมีความตั้งใจให้เนื้อหาที่ต้องการสื่อสารผ่านพื้นที่แฟนเพจ ต้องสามารถเรียกถึงความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้ ทั้งเรื่องของประเด็น (issue) และคำ (word) ที่ใช้ แต่ยังคงเป็นการสื่อสารที่มีความเข้าใจง่าย สั้น กระชับ ได้ใจความ และไม่เป็นข้อความที่ยาวเยิ่นเย้อเกินไป เพราะเห็นว่าผู้รับสารปัจจุบันไม่อ่านข้อความที่ยาว ๆ ซึ่งแฟนเพจ ซึ่งถือเป็น แพลตฟอร์ม (Platform) ที่ได้เลือกมาใช้ในการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนประเด็นนั้นยังมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ นั่นคือ กลุ่มคนเมือง อีกทั้งยังสามารถออกแบบเนื้อหาสารได้หลากหลาย ทั้งรูปแบบข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว คลิปวิดีโอและอินโฟกราฟฟิก อีกทั้งยังไม่มีค่าใช้จ่าย

“ในเฟซบุ๊กยังเล่าเรื่องได้หลายวิธี ตัวหนังสือ อินโฟกราฟฟิก คลิปก็ได้ ทุกวันนี้คนไม่อ่านอะไรยาว ๆ คนดูอินโฟ[กราฟฟิก] คุณต้องย่อให้เข้า เล่าเรื่องเป็นอินโฟ[กราฟฟิก] แต่ถ้าบางคนอยากรู้ข้อมูล เราก็ให้ไป แล้วให้เข้าไปอ่านต่อเอง หรือจะเป็นคลิป อีกอย่างเฟซบุ๊กเป็นสื่อที่ไม่มีค่าใช้จ่าย แต่จริงไหม เราลองดูกันต่อไป ต้องบู๊โทสต์ ทั้งหมดนี้มีกลยุทธ์นะ การวางแผนที่เปิดเพจเพราะเพจเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ เราต้องสร้างกระแสก่อน หามวลชนก่อน พอสร้างกระแสกลุ่มเป้าหมายรองเข้าถึงได้ นักข่าวจะหันมาตระครุบ กับประเด็นนี้ไปเล่น แต่ไม่มีกระแสนักข่าวก็ไม่เล่นจริงไหม เพจกำลังสร้างกระแสให้นักข่าวหันมา กลุ่มเป้าหมายของอาจารย์คือนักข่าวเพราะเราหวังผลให้เขาไปกระจายข่าวต่อ แต่ในขณะเดียวกันอาจารย์ก็คุ้นเคยกับการเปิดเพจเพื่อสร้างกระแสขึ้นมาในการสร้างให้อยู่ในกระแส แต่ที่สำคัญสื่อจะมาดูแลแล้วหยิบไปเล่าต่อ อาจารย์เลยให้เหตุผลว่าทำไมเราจึงใช้สื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก เพราะมันมีตัวเลขยืนยันมาแล้วว่ามีคนใช้มากที่สุด แล้วยังเป็นสื่อที่เราไม่เสียเงินและขับเคลื่อนได้” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2560)

#### สารหลัก (Key Message) ที่ใช้ในการสื่อสารบนพื้นที่แฟนเพจ

คณะทำงานได้มีการกำหนดประเด็นในการสื่อสารประเด็นในภาพรวมไว้ก่อนหน้าที่เริ่มทำการเปิดแฟนเพจ ซึ่งประเด็นการสื่อสารในภาพรวมผู้วิจัยได้มีการนำเสนอไว้ในเนื้อหาก่อนหน้านี้แล้ว นั่นคือ เรื่องการสร้างความรู้ความตระหนักรู้และความเข้าใจเรื่องป่าในเมืองให้กับคนในสังคม ซึ่งชื่อของแฟน

เพจที่ทำการขับเคลื่อนประเด็นบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์มีที่มาจาก การสังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดเพื่อกำหนดประเด็นในการสื่อสารทำให้สารหลักที่ปรากฏและนำมาใช้เป็นชื่อแฟนเพจ คือ “Urban Forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้” อีกทั้งยังสามารถนิยามความหมายของป่าในเมืองและประโยชน์ของป่าในเมืองได้อย่างสั้นกระชับและได้ใจความ

## URBAN FOREST



ภาพที่ 4.7 ภาพโลโก้ของโครงการป่าในเมือง

“กว่าจะมาถึงตรงนี้ได้ ประเด็นเราต้องชัดเจนว่าเราจะทำอะไร ข้อความที่เราจะส่งสารคืออะไร สารหลักคือเรียกความสนใจกลุ่มเป้าหมาย สื่อสารได้สั้นกระชับง่ายไม่ยาว แพลตฟอร์มต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย นำเสนอได้หลายรูปแบบ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว Key Message ของป่าในเมืองทุกครั้ง คือ ป่าในเมืองต้นไม้มากกว่าต้นไม้ ไม่ว่าจะไปโพสต์หรือแชร์เรื่องอะไรก็ตาม ก็จะต้องชัดแสบเท่าที่ เราหยิบงานวิจัยมาหลังจากนั้นอาจารย์ก็ไปคุยกับเจ้าของงานวิจัย แล้วท้ายสุดก็ได้ Key Message มาว่าป่าในเมือง เราทำสองอย่าง คือทำแพลตฟอร์มเราเลือกใช้เฟซบุ๊ก เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร เข้าถึงง่ายตรงพฤติกรรมของผู้รับสารคือคนเมือง มีคุณสมบัติที่ใครก็สร้างได้ ดังนั้นทุกอย่างเราจะเลือกต้องมีเหตุผล เสร็จแล้วก็มาสร้างกระบวนการสื่อสารของเฟซบุ๊ก เราสร้างโลโก้ คีย์คือป่าในเมือง เราก็สร้างโลโก้ urban forest ขึ้นมา รูปแบบการเล่าเรื่องคืออะไร มีคลิปวิดีโอ อินโฟ[กราฟฟิก] หนังสั้น เราเลือกเล่าเรื่องสามอย่าง” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2560)

จากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นได้ว่าก่อนที่ทางคณะทำงานจะสร้างเนื้อหาที่ปล่อยออกไปสู่สาธารณะนั้น ต้องมีการหารือเพื่อกำหนดประเด็นที่ชัดเจนว่าจะสื่อสารอะไร และมีการออกแบบสารที่ต้องการส่งไปยังมวลชน โดยเลือกใช้วิธีการและกลยุทธ์ที่หลากหลายให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่งการผลิตสารมีหลายรูปแบบ ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ข้อความและคลิปวิดีโอ รวมถึงการสื่อสารบนพื้นที่ออนไลน์อย่างแฟนเพจนั้น ในทุกโพสต์จะมีการ

เครื่องหมายแฮชแท็ก (#) หรือดัชนีถ้อยคำ เพื่อช่วยจัดระเบียบเนื้อหาให้ค้นหาได้ง่ายและเป็นหมวดหมู่ ซึ่งเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้เนื้อหาของโครงการถูกจัดอยู่ในหมวดหมู่เดียวกันและง่ายต่อการค้นหาของผู้สนใจหรือติดตามเนื้อหาของโครงการ

นอกจากนี้ในการออกแบบเนื้อหาและผลิตสื่อของโครงการ ซึ่งก่อนเผยแพร่ทางฝั่งเจ้าของงานวิจัยได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจทานเนื้อหาและประเด็น ก่อนเผยแพร่สื่อที่ทางโครงการได้ผลิตขึ้น เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องและความเข้าใจของสารที่ต้องการสื่อว่า ทางคณะทำงานและเจ้าของงานวิจัยมีความเข้าใจประเด็นตรงกันหรือไม่ ซึ่งเห็นได้จากการสัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“...นักวิจัยทั้งสอง ก็ร่วมหัวจมท้าย ถ้าที่มีสื่อสารต้องการอะไรเราก็จะพยายามจัดให้ไม่ว่าจะเป็นประเด็น การรีวิว แม้กระทั่งการตรวจประเด็น หมายความว่ามีการตรวจประเด็นก่อนที่จะออกมาเป็น วิดีโอสุดท้าย อินโฟกราฟฟิคสุดท้าย เราก็ช่วยทบทวนประเด็น ฉะนั้นนักวิจัยเองก็อยู่ในฐานะที่จะทำให้เราเข้าใจประเด็นตรงกัน แล้วก็สื่อสารในสิ่งที่นักวิจัยคิด อันนั้นก็คือโดยหลัก อะไรที่ซีเรียสมาก ๆ ก็จะมีการคุยกันว่าช่วยตรวจหน่อย เราก็ช่วยดู แต่อะไรที่มันเป็นลิงค์และแชร์ เราก็เฉย ๆ เพราะเราก็จะแยกอะไรที่เป็นการรับรู้ธรรมดา เราก็คงไม่ไปทำอะไร แต่ถ้าอะไรที่เป็นผลงานของงานวิจัยก็จะเข้าไปช่วย เพราะว่าเราเข้าใจตลาดเคลื่อนเราก็จะได้ทำให้เกิดความเข้าใจตรงกัน แก้ไขได้...” (ประชา คุณธรรมดี, สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2560)

“...ก็มี ก็จะทำให้ดู ปกติก็ไม่ได้ คือไม่ได้ขัดข้องอะไร เพราะอาจารย์เขาก็สัมภาษณ์ถ้าว่าเรื่องอะไร เกี่ยวยังไง เพราะว่าคนไม่เข้าใจอย่างที่คิดแล้วให้ฟัง พอพูดคนก็จะไม่เข้าใจว่าแล้วป่าในเมืองเป็นยังไงประโยชน์ คืออะไร เรื่องยาว เราก็ไม่ได้มีข้อทักท้วงอะไร เป็นการทำความเข้าใจมากกว่าเนื้อหาถูกแล้ว...” (นิรมล สุธรรมกิจ, 25 มกราคม 2561)

### การสื่อสารของแฟนเพจ “Urban Forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้”

รายละเอียดส่วนนี้ผู้วิจัยต้องการนำเสนอถึงกลยุทธ์การสื่อสารของแฟนเพจและกระบวนการในการสื่อสารของแฟนเพจ เพื่อถึงความสนใจและสื่อสารประเด็นป่าในเมือง ตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นการขับเคลื่อนไปจนถึงขั้นตอนกระบวนการสุดท้ายที่คณะทำงานได้การวางแผนไว้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### **กลยุทธ์การสื่อสารของแฟนเพจ**

ในกระบวนการของการสื่อสารประเด็นเรื่องป่าในเมืองผ่านแฟนเพจเฟซบุ๊ก เห็นได้ว่าทางคณะทำงานได้มีการวางแผนกลยุทธ์การเล่าเรื่องเพื่อสื่อสารประเด็นป่าในเมืองซึ่งเลือกใช้รูปแบบดังนี้

- คลิปวิดีโอ (Clip VDO) ชุต ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้ เป็นรูปแบบการเล่าเรื่องที่กำลังเป็นที่นิยมที่สุดในสื่อสังคมออนไลน์ เพราะผู้รับสารสามารถเปิดชมในระหว่างการเดินทางที่ไม่สามารถอ่านข้อความมากได้ อีกทั้งการเล่าเรื่องรูปแบบนี้สามารถเรียกร้องความสนใจได้มากกว่าการใช้ภาพเคลื่อนไหว และยังมีความใกล้ชิดเหมือนอยู่ในสถานการณ์จริงทำให้สามารถสร้างความรู้สึกร่วมได้เป็นอย่างดี

การจัดทำคลิปวิดีโอชุตนี้มีแนวความคิด จากคำทั้ง 3 คำ คือ คน เมืองและต้นไม้ ซึ่งถือเป็นคำสำคัญใช้ในการสื่อสารประเด็นป่าในเมือง โดยผู้เป็นต้นเรื่องทั้ง 8 คนที่ได้รับเลือกให้มาสื่อสารเรื่องของตน ทุกคนถือเป็นผู้ที่มีหัวใจอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้และสิ่งแวดล้อมในแบบของตนเอง และเป็นผู้ที่ใช้ชีวิตอยู่กับเมือง มีความคิดในการดูแลป่าในเมืองแตกต่างกันออกไปตามความสามารถและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของตนเอง ทั้งคนดูแลตัดแต่งต้นไม้ (รุกขกร) คนปลูกผักในเมือง ผู้จุดกระแสปั่นจักรยานใช้ชีวิตในเมือง นักธุรกิจด้านสิ่งแวดล้อม สถาปนิกผู้ออกแบบการเดินทางแบบเชื่อมต่อขนส่งสาธารณะเพื่อลดปัญหาการติด ผู้ปกป้องต้นไม้ใหญ่ในเมือง เอ็นจีโอผู้สนับสนุนให้เชื่อมป่าในเมืองและนักปั่นหัวใจสีเขียว โดยทั้ง 8 คน มีการลงมือทำด้วยวิธีที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้ถือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้แนวคิดป่าในเมืองเกิดความสมบูรณ์ และในรายละเอียดยังมีสิ่งแปลกใหม่ที่หลายคนอาจไม่ทราบว่ายังมีกลุ่มคนเล็กๆ เหล่านี้พยายามรักษาป่าในเมือง และสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้มีใจรักชุตป่าในเมืองได้มองเห็นความสำคัญและลงมือทำในสิ่งที่ตนถนัดเพื่อช่วยขยายพื้นที่สีเขียวให้กว้างขวางต่อไป (กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, และมานิดา มณีอินทร์, 2560, pp. 132)

โดยคลิปวิดีโอเปิดตัวชุตป่าในเมือง ได้ถูกเผยแพร่ครั้งแรกในงานเสวนาเดินตามรอยเท้าพ่อสานต่อป่าในเมือง เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2559 ณ หอศิลป์วัฒนธรรมกรุงเทพมหานคร และวางกลยุทธ์การทำ Viral โดยเริ่มจากกลุ่มคนอนุรักษ์ คนที่มีชื่อเสียง แล้วค่อยๆ กระจายไปยังบุคคลทั่วไป โดยคลิปแรกได้เลือก คุณท็อป พิพัฒน์ อภิรักษ์ธนากร นักแสดงและพิธีกร ที่มีชื่อเสียงเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยมีการปล่อยคลิปตัวอย่าง (Teaser) ของคลิปวิดีโอชุตนี้ในวันที่ 27 ธันวาคม 2559 จากนั้นวางแผนโพสต์ทีละคลิป จนครบทั้ง 8 คลิป มีระยะห่าง แต่ละคลิป 1 สัปดาห์ เพื่อเกิดความต่อเนื่องระหว่างเดือนธันวาคม 2559 ถึงเดือนมกราคม 2560 (กุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, และมานิดา มณีอินทร์, 2560, pp. 133) ซึ่งคลิปวิดีโอทางโครงการได้จัดทำและทยอยปล่อยจนครบมีด้วยกันทั้งหมด ดังนี้



ท็อป พิพัฒน์ อภิรักษ์ธนากร ผู้ชายหัวใจสีเขียว (เผยแพร่เมื่อ 30 ธันวาคม 2559 รับชม 2,883 ครั้ง)



“มารู้จัก ท็อป พิพัฒน์ อภิรักษ์ธนากร ผู้ชายหัวใจสีเขียว "ผู้ชายคนอื่นอาจจะสนใจเรื่องรถยนต์และเครื่องเสียง แต่ผมสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อม" "จุดเริ่มต้น" ของ "หัวใจสีเขียว" ท็อป เล่าว่า เมื่อ 8-9 ปีที่แล้ว มีโอกาสได้ดู ภาพยนตร์สารคดีเรื่อง An inconvenient truth ระหว่างที่เรียนปริญญาโท และสนใจจึงนำมาเป็นหัวข้อวิจัย ที่ชื่อว่า ‘แนวโน้มพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค ที่มีต่อเฟอร์นิเจอร์เพื่อสิ่งแวดล้อม’ จากนั้นก็มีโอกาส ทำงานเรื่องการออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม กับหลายหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชน จนมาเปิดร้าน ECO SHOP ร้านขายของดีไซน์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เขาบอกว่าทุกสิ่งทุกอย่างที่ก่อสร้างร้านนี้ มา เริ่มจากความชอบส่วนตัวล้วนๆ และไม่ได้คิดว่าถ้าทำงานเพื่อสิ่งแวดล้อมแล้วจะดูแลหรือกลายเป็นฮีโร่”

อรยา สูตะบุตร ผู้ร่วมก่อตั้งกลุ่มบีทีที (เผยแพร่วันที่ 17 มกราคม รับชม 1,226 ครั้ง)



"ส่วนใหญ่ ไม่มีใครบอกว่า ไม่ชอบต้นไม้ ไม่มีใครบอกว่า ให้ตัดต้นไม้ทิ้งให้หมดเพราะไม่มี ความจำเป็น เมื่อน้ำร้อนที่ผ่านมาหน่วยงานรัฐตัดต้นไม้จนกุดทั้งหมด ทำให้ประชาชน เข้ามาที่เพจ



ของ Big Tree บอกว่าทนไม่ไหวแล้ว จนกลายมาเป็นเครือข่ายต้นไม้ในเมือง เป็นองค์กรภาคประชาชน ที่เอาความรู้มาช่วยกันดูแลรักษาต้นไม้ใหญ่"

ดร. สรณรัชฎ์ กาญจนะวณิชช์ ประธานกรรมการมูลนิธิโลกสีเขียว (เผยแพร่เมื่อ 23 มกราคม 2560 รับชม 1,798 ครั้ง)



"เวลาที่เราค่อยถึงการเพิ่มพื้นที่สีเขียวเราไม่ควรมองแค่สวนสาธารณะ แต่น่าจะมองรวมไปถึงถนนหนทาง ฉะนั้นต้นไม้ริมทางอะไรต่างๆให้มันเขียว ให้มันร่มรื่น มันก็เป็นเส้นเลือด ทำให้เมืองเรากลายเป็นสีเขียวได้ ถือว่าเป็นเมืองในดงต้นไม้ได้"

ภาณุเดช เกิดมะลิ เลขาธิการมูลนิธิสืบนาคเสถียร (เผยแพร่วันที่ 15 มกราคม 2560 รับชม 4,000 ครั้ง)



"การเกิดป่าในเมือง เริ่มจากประชาชนต้องให้ความสำคัญกับมัน" ถ้าเรารู้สึกว่า "ป่า" คือการมีต้นไม้กลุ่มหนึ่งขึ้นมา แล้วมีสิ่งมีชีวิตได้พึ่งพาอาศัยกัน จนสิ่งมีชีวิตนี้มันเชื่อมกันหลายๆบ้าน เชื่อมกันต่อไป เชื่อมกันไปทั้งเมือง จริงๆมันก็คือป่าได้เหมือนกัน

นคร ลิมปคุปตถาวร ผู้ก่อตั้งศูนย์เรียนรู้เกษตรกรในเมือง



ธราดล พันธุ์วาน รุกขกร



ยรรยง บุญ-หลง สถาปนิกนักเขียนชาวไทยที่เป็นสมาชิกของสมาคมสถาปนิกอเมริกัน  
(The American Institute of Architects) (เผยแพร่เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2560 รับชม 3,659 ครั้ง)



“เราใช้เวลาขับรถติดบนถนนนานแค่ไหนต่อวัน? ทั้งที่เรามีแม่น้ำลำคลอง ซึ่งช่วยลดการเผาผลาญเวลาและป่าในเมืองลงได้ ป่าในเมืองกรุงยังมีอีกเยอะ แต่ผู้บริหารเมืองเลือกตัดถนนสร้างทางสัญจร ทั้งที่สามารถสร้างความหลากหลายให้การเดินทางได้ โดยไม่ต้องเบียดเบียน "ป่าในเมือง" โดยเฉพาะเส้นทาง "เรือ" ที่ควรเป็นขนส่งสาธารณะสำคัญที่สุดของกรุงเทพฯ และสามารถเชื่อมต่อกับขนส่งสาธารณะอื่นได้ทุกประเภท”

นนนีนัย อั้งวิวัฒน์กุล ผู้ก่อตั้งเพจเฟซบุ๊ก Bangkok Bicycle Campaign (เผยแพร่เมื่อ 21 มกราคม 2560 รับชม 2,263 ครั้ง)



“ต้องปลูกต้นไม้ในใจคน” หนึ่งในคนที่ “ไม่เคยคิด” ว่าตัวเองจะต้องมานั่ง “ปลูกต้นไม้” สร้างพื้นที่สีเขียวให้เมือง จนวันหนึ่งที่ เธอปั่นจักรยานแล้วรู้สึกร้อนมาก จึงได้ไปยืนพักอยู่ใต้ต้นไม้ และรู้สึกว่า “อุณหภูมิจึงเย็นกว่าข้างนอกที่ไม่มีต้นไม้ อย่างเห็นได้ชัด และรู้สึกว่า “เจ๋ง” มาก

กล่าวโดยสรุปแล้ว คลิปวิดีโอชุดนี้ “ป่าในเมือง ต้นมากกว่าต้นไม้” ได้รับการตอบรับจากแฟนเพจโดยมียอดการเข้าถึงโพสต์เกือบ 20,000 ครั้ง และการแชร์ถึง 200 ครั้ง (สำรวจข้อมูลการรับชม ณ วันที่ 20 ตุลาคม 2560)

- **อินโฟกราฟฟิค (Infographic)** ชุด หยุดป่าเพื่อทำเมืองและการตัดการป่าในเมือง สามารถดึงดูดความสนใจได้ง่าย เพราะรูปลักษณ์ของอินโฟกราฟฟิคประกอบด้วยสีสันและลวดลายที่น่าสนใจ สามารถเสริมภาพลักษณ์ความสร้างสรรค์ให้กับตัวเพจได้ (กุลทิพย์ ศาสตรระจจิ, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, และมานิดา มณีอินทร์, 2560, pp. 145) โดยเลือกอินโฟกราฟฟิคเป็นเนื้อหาลำดับสุดท้ายก่อนปิดโครงการ เพราะการส่งสารในเชิงวิชาการได้ละเอียดทั้งในเชิงข้อมูลและตัวเลข ถือเป็นกรย่อยข้อมูลให้ง่าย เพื่อให้ทางแฟนเพจ ซึ่งมีความสนใจในเรื่องสิ่งแวดล้อม ป่าในเมืองอยู่แล้วเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น กดไลค์ กดแชร์กันจำนวนมาก โดยมียอดการเข้าถึงโพสต์กว่า 23,000 ครั้ง มีคนร่วมแสดงความรู้สึก 1,000 ครั้ง มีการแชร์ 169 ครั้ง และมีผู้แสดงความคิดเห็น 31 ครั้ง

การเผยแพร่อินโฟกราฟฟิคบนพื้นที่เฟซบุ๊ก คณะทำงานได้จัดทำขึ้นในเดือนเมษายน 2560 จำนวน 6 ภาพ ซึ่งตั้งใจใช้กลยุทธ์แบบ Viral ให้เกิดการแชร์ต่อกันบนโลกออนไลน์ ซึ่งในภาพชุดนี้ คณะทำงานได้ทำการสำรวจพื้นที่เมืองกรุงเทพมหานครชั้นใน ในอดีตผ่านภาพถ่ายเก่าที่หोजดหมายเหตุ กรุงเทพมหานคร แล้วลงสำรวจจริงตามพื้นที่ในภาพถ่ายเห็นความเปลี่ยนแปลงอย่างมาก



ซึ่งมีจำนวน 6 ภาพเปรียบเทียบอดีตกับปัจจุบัน โดยโพสต์ภาพทีละภาพ มีระยะเวลาห่างกันแต่ละภาพ ภาพละ 3 วัน เพื่อให้เกิดการเผยแพร่อย่างทั่วถึงในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งภาพที่เลือกนำมาโพสต์คือ ป้อมมหากาฬ สะพานผ่านฟ้าลีลาศ ถนนบำรุงเมือง ถนนเฟื่องนคร ร้านยาท่าเตียน และแยกเอส เอ.บี. ตามลำดับ โดยจากการโพสต์ภาพอินโฟกราฟฟิكدังกล่าว มียอดการแสดงความรู้สึกและยอดการแชร์ ดังต่อไปนี้

### กินป่าเพื่อทำเมือง



ป้อมมหากาฬ สะพานผ่านฟ้าลีลาศ  
ไม่ทราบปีถ่าย

ป้อมมหากาฬ สะพานผ่านฟ้าลีลาศ  
พ.ศ. ๒๕๖๐

ภาพป้อมมหากาฬและสะพานผ่านฟ้าลีลาศ มียอดแสดงความรู้สึก 391 ครั้ง มีคนแชร์ 22 ครั้ง (เผยแพร่เมื่อ 18 เมษายน 2560)

### กินป่าเพื่อทำเมือง



สะพานผ่านฟ้าลีลาศ  
ไม่ทราบปีถ่าย

สะพานผ่านฟ้าลีลาศ  
พ.ศ. ๒๕๖๐

สะพานผ่านฟ้าลีลาศ มียอดแสดงความรู้สึก 248 ครั้ง มีคนแชร์ 4 ครั้ง (เผยแพร่เมื่อวันที่ 21 เมษายน 2560)

### กินป่าเพื่อทำเมือง



ถนนบำรุงเมือง  
ไม่ทราบปีที่ถ่าย

ถนนบำรุงเมือง  
พ.ศ. ๒๕๖๐

ถนนบำรุงเมือง มียอดแสดงความรู้สึก 177 ครั้ง มีคนแชร์ 14 ครั้ง (เผยแพร่วันที่ 22 เมษายน 2560)

### กินป่าเพื่อทำเมือง



ถนนเฟื่องนคร  
ไม่ทราบปีที่ถ่าย

ถนนเฟื่องนคร  
(ไม่ทราบตำแหน่งแน่นอน)  
พ.ศ. ๒๕๖๐

ถนนเฟื่องนคร มียอดแสดงความรู้สึก 165 ครั้ง มีคนแชร์ 12 ครั้ง (เผยแพร่วันที่ 24 เมษายน 2560)

### กินป่าเพื่อทำเมือง



ร้านยาท่าเตียน  
ไม่ทราบปีที่ถ่าย

ร้านยาท่าเตียน  
(ไม่ทราบตำแหน่งแน่นอน)  
พ.ศ. ๒๕๖๐

ร้านยาท่าเตียน มียอดแสดงความรู้สึก 2 ครั้ง (เผยแพร่วันที่ 25 เมษายน 2560)



## กินป่าเพื่อทำเมือง



แยกเอส. เอ. บี.  
ไม่ครบดีทีเดียว

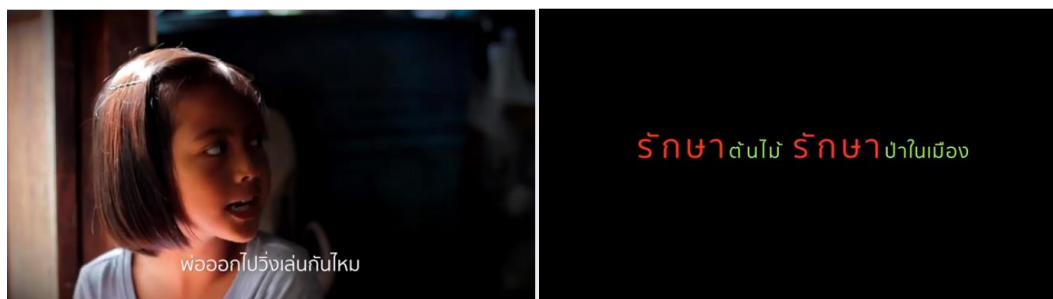
แยกเอส. เอ. บี.  
พ.ศ. ๒๕๖๐

แยกเอส. เอ.บี มียอดแสดงความรู้สึก 169 ครั้ง มีคนแชร์ 11 ครั้ง (เผยแพร่วันที่ 26 เมษายน 2560)

โดยผลจากยอดทั้งหมดแสดงให้เห็นถึงการกระจายข่าวสาร อีกทั้งยังมีการแสดงความคิดเห็น และร่วมแบ่งปันข้อมูลขึ้นภาพในโพสต์ของแต่ละภาพ แต่แผนการปล่อยภาพจากการสำรวจบนพื้นที่ เฟซบุ๊กนั้น ไม่ได้เป็นไปตามแผนข้างต้นที่ทางคณะทำงานต้องการปล่อยภาพให้มีระยะห่าง 3 วันต่อ 1 ภาพ ซึ่งช่วง 3 ภาพสุดท้ายที่มีการเผยแพร่ภาพติดกัน อาจส่งผลต่อยอดการเข้าถึง การแสดงความรู้สึกและการแชร์ของผู้ติดตามแฟนเพจ

อย่างไรก็ดีการจัดทำภาพอินโฟกราฟฟิค ชุด หยุดป่าเพื่อทำเมืองและการตัดการป่าในเมือง ตามผลการแชร์และภาพรวมในการเข้าถึงและมีส่วนร่วมเห็นได้ว่าแต่ละภาพมีความแตกต่างในยอด การแชร์และการเข้าถึงที่มีความแตกต่างกันในแต่ละภาพ แสดงให้เห็นได้ว่าในบางภาพอาจไม่สะท้อนให้เห็นถึงเรื่องเมืองกินป่า ซึ่งอาจส่งผลต่อความดึงดูดในการแชร์ของผู้เข้าถึงทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ

- **หนังสั้น (Short films)** สะท้อนปัญหาภัยพิบัติการทำลายป่าไม้จากต้นน้ำสู่ป่าในเมือง สามารถสร้างความสนใจ สามารถสร้างความสนใจได้ด้วยอารมณ์ของหนังสั้นที่ทำให้เรื่องที่ต้องการสื่อสาร ไม่เป็นเรื่องหนัก แต่สามารถกระตุ้นผู้ชมให้มีความรู้สึกร่วมไปกับหนังสั้น โดยเฉพาะความตราบาปและ สะเทือนอารมณ์ (กุลทิพย์ ศาสตร์ระรุจิ, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, และมานิดา มณีอินทร์, 2560, pp. 141) โดยเผยแพร่เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2560 ยอดรับชม 6,500 คน



**URBAN Forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้**

23 พฤษภาคม · 🌍

จะปล่อยให้ลูกหลานของเราได้รับผลกระทบไปอีกนานแค่ไหน???

ชมหนังสือสั้นสะท้อนปัญหาภัยพิบัติ

จากการทำลายป่าไม้

จากป่าต้นน้ำสู่ป่าในเมือง

#urbanforset #ป่าในเมือง #ต้นไม้มากกว่าต้นไม้

สำหรับหนังสือ เรื่อง “จะปล่อยให้ลูกหลานของเราได้รับผลกระทบไปอีกนานแค่ไหน” เป็นกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยในเดือนพฤษภาคม 2560 คณะทำงานได้ผลิตหนังสือขึ้น โดยใช้วิธีการเล่าเรื่องผ่านเด็กผู้หญิง เป็นการถ่ายภาพแทนของคนที่รุ่นต่อไปที่จะเติบโตในศตวรรษหน้า และเป็นตัวแทนของความคิดวัยเยาว์ที่มองโลกอย่างสวยงามแต่ความจริงมีความเจ็บปวดและหดหู่ เมื่อเด็ก ๆ เริ่มใช้ชีวิตประจำวันของตนเองไม่ได้ เจ็บปวด ซึ่งทั้งหมดเกิดจากสภาพสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป โดยหนังสือเรื่องนี้มีแนวความคิดที่ต้องการเล่าถึงเด็กผู้หญิงกับวิถีชีวิตประจำวันที่หายไปเพราะภัยพิบัติ ซึ่งเป็นสิ่งสะท้อนถึงผลกระทบของภัยพิบัติที่จะเกิดกับคนรุ่นต่อไป เพราะการมองไม่เห็นถึงความสำคัญของการรักษาป่าในเมือง และหนังสือเรื่องนี้ใช้ฉากหลังเป็นวิกฤตมหันตภัยน้ำท่วมปี 2554 และน้ำท่วมครั้งใหญ่ในภาคใต้ปี 2560 เพื่อแสดงให้เห็นว่าทุกวิกฤติล้วนเป็นสิ่งใกล้ตัวทุกคน ภัยพิบัติเริ่มเกิดขึ้นซ้ำซากยิ่งขึ้น เป็นการตั้งคำถามถึงการได้เริ่มลงมือทำอะไรบางอย่างเพื่อหยุดยั้งภัยพิบัติเหล่านี้หรือยัง ทั้งยังสะท้อนผลกระทบของภัยพิบัติที่จะพราวอนาคตของลูกหลานทำให้ผู้ชมเกิดความตระหนักถึงภัยพิบัติที่กำลังคืบคลานเข้ามา แต่ขณะเดียวกัน ก็จุดประกายให้หันมาตั้งคำถามว่า เราดูแลรักษาป่าต้นน้ำ ป่าในเมืองกันดีพอหรือยัง?

หลังจากแอดมินเพจได้ปล่อยหนังสือเรื่อง “จะปล่อยให้ลูกหลานของเราได้รับผลกระทบไปอีกนานแค่ไหน” มีคนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น กดไลค์ กดแชร์กันจำนวนมาก โดยมียอดการรับชมเกือบ 5,000 ครั้ง มีคนร่วมแสดงความรู้สึก 139 ครั้ง มีการแชร์ 60 ครั้ง

โดยจากการสัมภาษณ์คณะทำงานในเรื่องการเลือกใช้สื่อเพื่อทำการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายสามารถทำให้เห็นมุมมองในการเลือกสื่อที่ถูกนำเสนอบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ดังคำสัมภาษณ์ที่กล่าวไว้ว่า

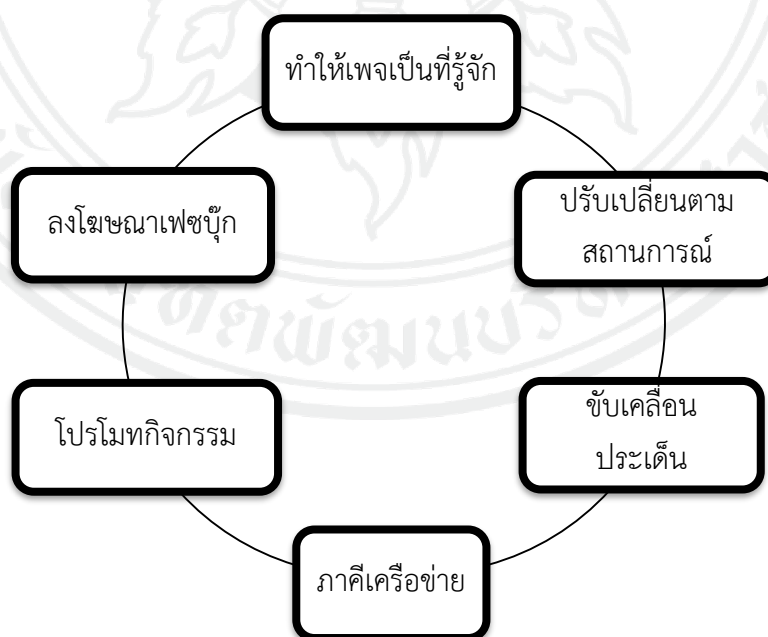
“...สื่อทั้งหมดเราสร้างเองผลิตขึ้นมาเอง นี่ไง คือตอบโจทย์ที่ว่า เวลาเราเลือกเรื่อง เรามาออกแบบสาร ขนาดเดียวกันเราจะเล่าเรื่องยังไง คือที่ไปอ่าน[งานวิจัย]เล่มใหญ่เขาใช้คำว่าป่าไม้ใน

เมือง เราเลยต้องมาคิดใหม่ว่าคำไหนที่สั้นๆ ไม่มีคนใช้ คำสั้นๆ ป่าในเมือง urban forest ที่นี้เราก็มาถามตัวเองว่าเราจะขับเคลื่อนยังไงกับคำนี้ เราก็มาคิดว่า เราจะเปิดเพจ แล้วเราจะโยนข้อมูลทุกอย่างไปในเมือง นอกจากเราจะเป็นตัวหนังสือแล้ว ทำไมเราเลือกเพจ เพราะเพจมันเล่นได้ทั้งตัวหนังสือ รูปภาพ คลิป เล่นได้หลากหลายรูปแบบซึ่งตอบโจทย์เราได้ ข้อความป่าในเมืองถูกผลิตออกมาทุกรูปแบบ ทั้งอินโฟกราฟฟิค เราทำคลิปออกมามีลิปตอนผ่านผู้มีอิทธิพล แล้วก็ทำหนังสือสั้นๆ เพื่อรณรงค์ให้คนเห็นว่าโทษของคนตัดไม้ทำลายป่า น้ำก็ท่วม เด็กเจ็บป่วย แล้วสื่อมาเกี่ยวอะไรกับงานนี้เราก็มองว่า วันนี้นักลุ่มเป้าหมายจะสื่อสารผ่านโซเชียล แต่การทรงพลังที่มวลชนที่สุดก็คือสื่อทีวี เราเป็นคนผลิตเริ่มต้น แต่จะทำยังไงให้สื่อนำเสนอเป็นข่าว เพราะถ้าถูกผลิตก็จะมีคนเห็น คนเข้าถึง การรับรู้ของเราก็จะมากขึ้น...” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2560)

จากคำสัมภาษณ์ข้างต้นจึงสามารถแสดงให้เห็นได้ว่าสื่อที่ถูกผลิตขึ้นเพื่อเผยแพร่บนพื้นที่แฟนเพจเฟซบุ๊กนั้นทางคณะทำงานต้องการให้สารเหล่านี้ไปสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งสื่อมวลชนและประชาชนทั่วไป แต่ความตั้งใจหลักก็เพื่อต้องการทำให้ประเด็นเหล่านี้ได้ถูกนำเสนอออกเป็นข่าวเพื่อเพิ่มการรับรู้ของกลุ่มคนในวงกว้างมากขึ้น

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นถึงรายละเอียดของกลยุทธ์ในการใช้สื่อเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายบนพื้นที่แฟนเพจแสดงให้เห็นได้ว่า ทางโครงการมีการเลือกใช้สื่อเพื่อการขับเคลื่อนที่หลากหลายซึ่งผู้วิจัยขอนำเสนอถึงกระบวนการและขั้นตอนในการสื่อสารของแฟนเพจในลำดับถัดไป

#### กระบวนการสื่อสารของแฟนเพจ



ภาพที่ 4.8 แสดงกระบวนการและขั้นตอนการสื่อสารของแฟนเพจเฟซบุ๊ก “Urban Forest ป่าในเมืองต้นไม้มากกว่าต้นไม้”

จากการศึกษาผ่านเอกสารและการสังเกตการณ์ความเคลื่อนไหวบนแฟนเพจ Urban Forest ผู้วิจัยพบว่ากระบวนการสื่อสารของแฟนเพจ (ภาพที่ 4.8) สามารถแบ่งได้เป็น 6 กระบวนการหลัก ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(1) การทำให้แฟนเพจเป็นที่รู้จัก

ขั้นตอนนี้ถือเป็นขั้นตอนแรกในการเริ่มต้นการทำแฟนเพจโดยทั่วไปซึ่งต้องทำให้แฟนเพจเป็นที่รู้จัก และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายไปในวงกว้างได้ โดย 2 เดือนแรกนับตั้งแต่วันที่เริ่มเปิดแฟนเพจอย่างเป็นทางการ การดูแลแฟนเพจได้ดำเนินการไปด้วยการทำงานของแอดมินเพจ ทำให้เฟซบุ๊กแฟนเพจนี้เป็นที่รู้จักในสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการโพสต์และแชร์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและป่าในเมืองรวมถึงการเชิญชวนให้มีผู้เข้ามาติดตามแฟนเพจอีกด้วย

“ช่วงเริ่มต้นก็ต้องไปเชิญเพื่อนมาดไลค์ เห็นใหม่คอนเซ็ปมาแล้วเรื่องเครือข่าย คุณสมบัติของเครือข่ายออนไลน์มีลักษณะเป็นชุมชน เราจะดึงคนที่สนใจเรื่องเดียวกับเราเข้ามา สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้ถ้าเราสามารถชักชวนกันได้” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2560)

โดยข้อมูลที่ทางแฟนเพจโพสต์เองนั้นจะมียอดเข้าถึงมากกว่าโพสต์ที่ถูกแชร์มาจากเว็บไซต์อื่นๆ ซึ่งโพสต์ที่มีการเข้าถึงมากที่สุดในช่วง 2 เดือนแรก คือ เรื่องโรงแรมปาร์ค นายเลิศ ซึ่งในช่วงเวลานั้นกำลังเป็นกระแสในประเด็นการขายโรงแรมซึ่งตั้งอยู่ใจกลางกรุงเทพมหานคร และยังมีการพูดถึงสวนขนาดใหญ่ภายในโรงแรม

ในเดือนที่ 2 ทางแฟนเพจได้เริ่มมีการจัดทำคลิปวิดีโอเผยแพร่เป็นระยะๆ เพราะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย โดยคลิปวิดีโอตัวแรกที่ถูกปล่อยออกมา มีชื่อว่า “เมื่อพูดถึงต้นไม้คุณนึกถึงอะไร” ซึ่งได้นำเสนอรายละเอียดของคลิปวิดีโอไปแล้วใน และยังมีคลิปสั้นอีก 2 คลิป คือ NO.39 นั่งจิบกาแฟ ท่ามกลางวงล้อมของต้นไม้และเดินป่าดอยสุเทพ เชียงใหม่





คลิปสั้น “NO.39 นั่งจิบกาแฟ ท่ามกลางวงล้อมของต้นไม้” จากปาก เจ้าของร้าน ทำไมเลือกทำร้านกาแฟที่โอบล้อมไปด้วยต้นไม้” (เผยแพร่เมื่อ 13 มกราคม 2560 รับชม 3,145 ครั้ง)



คลิปสั้น “เดินป่าตอยสุเทพ เชียงใหม่” ไปเดินเล่นบนยอดไม้ ที่อ.แม่อริม จ.เชียงใหม่กันเถอะ Canopy walkway หรือทางเดินลอยฟ้าเหนือเรือนยอดไม้ที่ยาวที่สุดในประเทศไทย ด้วยระยะทางกว่า 400 เมตร และระดับความสูงกว่า 20 เมตร ที่สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ โดยออกแบบให้มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ (เผยแพร่เมื่อ 11 มกราคม 2560 รับชม 1,012 ครั้ง)

## (2) การปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์

กลยุทธ์ในการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ถือเป็นสิ่งสำคัญในการสื่อสาร เพราะต้องคอยสำรวจอยู่เสมอว่าในช่วงเวลานั้นมีอะไรที่กำลังเป็นกระแส เป็นที่สนใจหรือในเวลานั้นคนในสังคมกำลังพูดถึงเรื่องอะไร ซึ่งในช่วงเวลาที่ทำกรขับเคลื่อนแผนพจนะนั้นเป็นช่วงเวลาที่มีความสูญเสีย โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่ 9 สวรรคต ทำให้ในช่วงกลางเดือนที่ 2 ของการทำแผนพจนต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นบนหน้าเพจ ทำให้ในช่วงสัปดาห์นั้น ผู้ดูแลแผนพจนจึงตั้งใจ โฟสต์ภาพบรรยากาศไว้อาลัยของพสกนิกรชาวไทยต่อเนื่องทั้งสัปดาห์ ก่อนจะปรับเปลี่ยนเป็นการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับพระราชกรณียกิจของรัชกาลที่ 9 ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมไทย

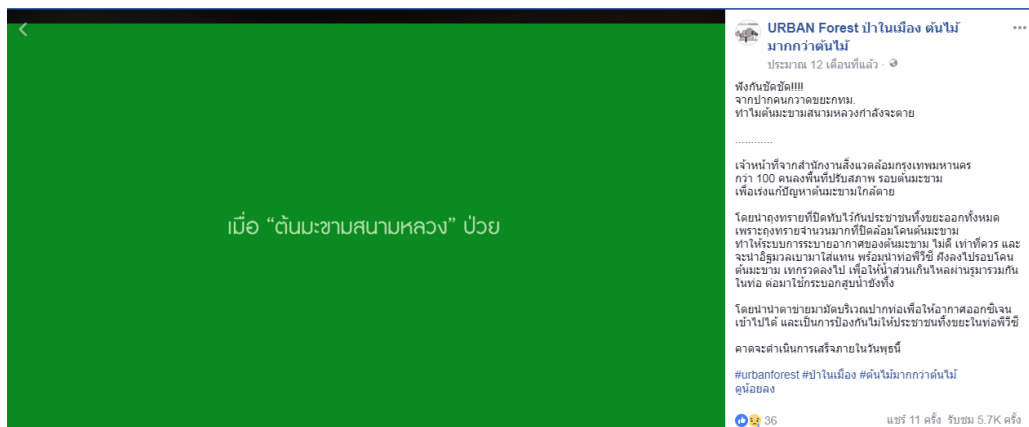


ในช่วงนั้นยังได้มีการผลิตคลิปวีดีเกี่ยวกับเรื่องการเดินหน้าปลูกต้นไม้ในเมืองตามรอยพ่อหลวง โดยสัมภาษณ์ รศ. วราพร สุรวดี ผู้ก่อตั้งพิพิธภัณฑสถานชาวบางกอกซึ่งเผยแพร่ในวันที่ 25 ตุลาคม 2559 ยอดรับชม 5,900 ครั้ง



โดยเนื้อหาภายในคลิปวีดีโอนี้ต้องการสื่อสารให้เห็นถึงหนึ่งในพระราชกรณียกิจสำคัญของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช นั่นคือการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ จนเกิดเป็นโครงการ พระราชดำริมากมาย ซึ่งท่านอาจารย์วราพร สุรวดี ก็เป็นอีกหนึ่งคน que เดินตามแนวทางพระราชดำรินี้ และมีพสกนิกรชาวไทย อีกหลายคน ที่เดินตามแนวทางพระราชดำรินั้น หนึ่งในนั้นคือ อาจารย์วราพร สุรวดี ผู้บริจาค "บ้านของครอบครัว" ให้ กรุงเทพมหานคร เพื่อทำ "พิพิธภัณฑสถานชาวบางกอก" หรือ "พิพิธภัณฑสถานท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร เขตบางรัก" เพื่อหวังให้เยาวชนรุ่นหลังได้ศึกษา ซึ่งนอกจากตัวบ้าน และสิ่งของ เครื่องใช้ต่างๆ แล้ว "ต้นไม้" คือ อีกสิ่งหนึ่ง ที่ "เธอ" ตั้งใจอนุรักษ์ไว้ เพื่อให้ชาวกรุงเทพมหานคร มีอากาศบริสุทธิ์ได้หายใจ

อีกทั้งในช่วงเวลาที่ยังถือเป็นช่วงที่ทุกคนต่างเศร้าสลดกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ได้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ในสื่อสังคมออนไลน์ว่า “ต้นมะขามสนามหลวงกำลังจะตาย เนื่องจากคนทิ้งขยะที่โคนต้นมะขาม” ทางคณะทำงานจึงมีการลงพื้นที่สำรวจและจัดทำคลิปวีดีโอ เรื่อง ต้นมะขามสนามหลวง (เผยแพร่เมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2560 รับชม 5,700 ครั้ง ยอดการแสดงความรู้สึก 36 ครั้ง ยอดการแชร์ 11 ครั้ง)



อย่างไรก็ตามทางคณะทำงานได้กล่าวถึงเรื่องการวางกลยุทธ์และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับช่วงเวลาและสถานการณ์โดยกล่าวว่า

“...อาจารย์มองว่าแผนที่วางไว้ไม่เปลี่ยนอะไรเลย เพียงแต่สิ่งที่ต้องปรับเยอะ วางกลยุทธ์ตลอดคือ การขับเคลื่อนบนเพจ ทำยังไงให้คนมาดูในเพจเรา เราก็ไม่ได้สื่อสารเฉพาะเรื่อง เราถึงมีเรื่อง เช่น ไปเห็นต้นไม้ถูกตัดเอามาลง อันนั้นคนดูถล่ม ดังนั้นเราก็ต้อง เล่นประเด็นดราม่าอยู่เหมือนกัน คนส่วนใหญ่ก็ให้ความสำคัญกับประเด็นพวกกระแส ความดราม่ามากกว่า...” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2560)

จากการสัมภาษณ์จึงแสดงให้เห็นได้ว่า แม้จะมีการวางกลยุทธ์มาตั้งแต่แรกแล้ว แต่เมื่อได้ลงมือเผยแพร่เนื้อหาบนพื้นที่แฟนเพจจริง ทำให้ทางคณะทำงานยังคงต้องคอยปรับเปลี่ยนแนวทางการสื่อสารผ่านแฟนเพจเพื่อเรียกความสนใจให้กับผู้ติดตาม และทำให้มีความน่าสนใจมากขึ้น ซึ่งจากที่ได้กล่าวถึงการโพสต์ประเด็นในเรื่องการตัดต้นไม้ หรือประเด็นเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อมที่กำลังเป็นกระแสอยู่ ณ ขณะนั้น เรื่องเหล่านี้สามารถดึงดูดให้มีคนเข้ามาสนใจและติดตามได้มากกว่าการเผยแพร่เนื้อหาอื่น ๆ ที่ไม่ได้เป็นกระแสสังคมในช่วงเวลานั้น

### (3) การขับเคลื่อนประเด็น

หลังจากดำเนินการขับเคลื่อนแฟนเพจไปได้เป็นเวลา 2 เดือนเต็ม เมื่อเข้าสู่เดือนที่ 3 ทำให้มีคนเริ่มรู้จักแฟนเพจมากยิ่งขึ้น ทำให้คณะทำงานได้มีการวางกลยุทธ์เพื่อให้ผู้มากกดถูกใจ (Like) ได้เข้ามามีส่วนร่วมกับทางแฟนเพจด้วยการจัดกิจกรรมเล่นเกมแจกกระเป๋าผ้าและเสื้อของโครงการ Urban forest ซึ่งจากการพยายามโพสต์ข้อความ คลิปวิดีโอ แบ่งปันข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และสร้างกิจกรรมเพื่อให้ผู้ติดตามมีส่วนร่วม ซึ่งก็มีผู้ติดตามได้เข้ามามีส่วนร่วมโดยการร่วมแสดงความคิดเห็น การกดไลค์ และการกดแชร์

อย่างไรก็ตามหลังจากที่ผ่านช่วง 3 เดือนแรกไป ตั้งแต่นั้นมาทำให้แฟนเพจเริ่มทำการขับเคลื่อนประเด็นป่าในเมืองอย่างเต็มที่ต่อเนื่องเรื่อยมา โดยมีการจัดทำคลิปวิดีโอชุด “ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้” โดยมียอดเข้าถึงเกือบ 20,000 ครั้ง อีกทั้งยังมีการจัดทำคลิปวิดีโอ ชุด “หยุดกินป่าเพื่อทำเมือง” ในช่วงเดือนเมษายน 2560 เป็นจำนวน 6 ภาพ และการเผยแพร่หนังสือ เรื่อง “จะปล่อยให้ลูกหลานของเราได้รับผลกระทบไปอีกนานแค่ไหน” ในเดือนพฤษภาคม 2560 และต่อเรื่อง ไปยังเดือนมิถุนายน 2560 ที่ได้จัดทำอินโฟกราฟฟิคชุด “การจัดการป่าในเมือง” เพื่อเผยแพร่ งานวิจัยเรื่อง “ความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ” ซึ่งเผยแพร่เมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2560 มียอดการแสดงความรู้สึก 1,061 คน และยอดการแชร์ 173 ครั้ง ซึ่งเป็นสื่อสุดท้ายที่ทำการเผยแพร่เพื่อปิดการขับเคลื่อนโครงการ



ภาพที่ 4.9 อินโฟกราฟฟิค เรื่อง “การจัดการป่าในเมือง”

นอกจากนั้นในการขับเคลื่อนโครงการป่าในเมืองแพนเพจยังได้ถูกใช้ประโยชน์จากคุณสมบัติการถ่ายทอดสดผ่านเฟซบุ๊กแพนเพจ (Facebook Live) ด้วยการไลฟ์สดงานเสวนาของโครงการที่เกิดขึ้นทั้ง 2 ครั้ง

อีกทั้งยังมีการทำภาพ Image with Qoute จาก guest speaker ในงานเสวนา เผยแพร่ทางแพนเพจ เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนประเด็นป่าในเมือง ซึ่งผู้ที่ไม่ได้ไปร่วมงานจริงสามารถรับชมและรับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ทางกายภาพได้ผ่านสื่อออนไลน์





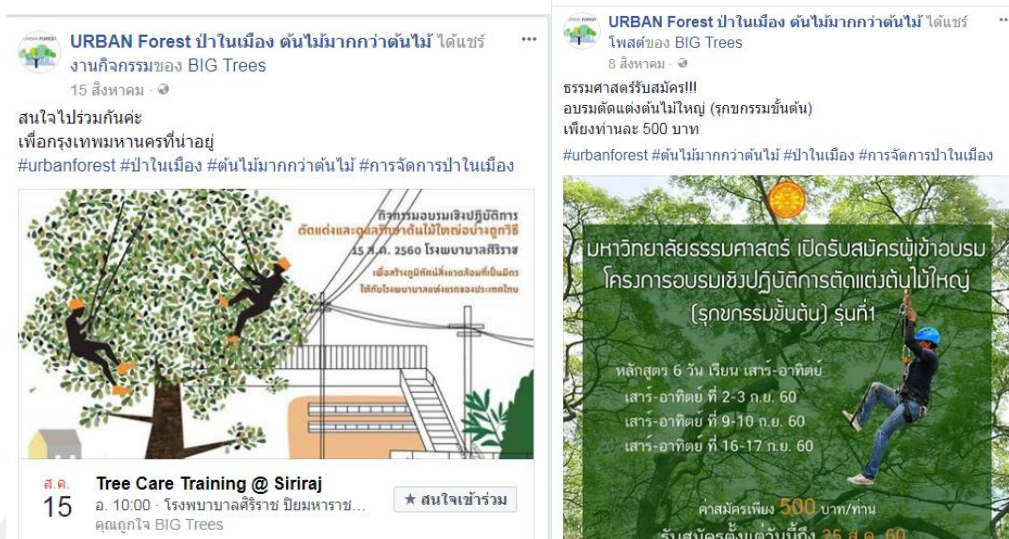


ภาพที่ 4.10 ภาพ Image with Quote จากผู้ร่วมเสวนาที่โครงการป่าในเมืองจัดขึ้นทั้ง 2 กิจกรรม

(4) ภาติเครือข่าย

หากกล่าวถึงกลุ่มภาติเครือข่าย ถือได้ว่ากลุ่มภาติต่าง ๆ ที่เข้าร่วมกับโครงการป่าในเมืองนั้น เป็นส่วนสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนประเด็นให้เป็นที่รู้จักไปสู่สังคมในวงกว้าง ซึ่งภาติเครือข่ายเหล่านี้ ถือว่ามีกลุ่มเป้าหมายเดียวกันในการช่วยประชาสัมพันธ์แฟนเพจ ซึ่งในขณะเดียวกันทางแอดมินเพจ ยังได้ทำการแบ่งปันข่าวสาร กิจกรรมของภาติเครือข่ายในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม การปลูกป่า ในเมือง ซึ่งทางเพจยังเดินทางสร้างเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง และมีการแชร์กิจกรรมของภาติเครือข่าย อย่างสม่ำเสมอ





#### (5) การโปรโมทกิจกรรม

นอกเหนือจากการขับเคลื่อนประเด็นป่าในเมืองในพื้นที่แพนเพจแล้ว แพนเพจยังถูกใช้เป็นพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของโครงการที่เกิดขึ้นตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการเรื่อยมา ทั้งกิจกรรมการเสวนาการพาสื่อมวลชนลงพื้นที่จังหวัดน่าน รวมถึงข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการโดยตรงดังนี้

- การเสวนาบรรณาธิการโต๊ะข่าวสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่ใช้พื้นที่แพนเพจในการประชาสัมพันธ์กิจกรรม และยังมีการลงคลิปวิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่จัดงานพิพิธภัณฑ์ชาวบางกอก
- การเสวนาเดินตามรอยเท้าพ่อสานต่อป่าในเมือง ซึ่งมีการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อในรูปแบบโปสเตอร์ของงานเสวนา
- กิจกรรมพาสื่อมวลชนลงพื้นที่จังหวัดน่าน เพื่อดูการจัดการป่าในเมือง โดยช่องทางแพนเพจถูกใช้ในการเผยแพร่ข่าวที่สื่อมวลชนทั้งสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ได้ลงข่าวเกี่ยวกับประเด็นป่าในเมือง
- กิจกรรมการเสวนाप่าในเมืองกับความยั่งยืนสู่ไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งแพนเพจได้ถูกใช้เป็นพื้นที่ในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับงานเสวนาเพื่อให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้างเช่นเดียวกับกิจกรรมที่ได้กล่าวถึงไปข้างต้น

## (6) การลงโฆษณาบนเฟซบุ๊ก

สำหรับกระบวนการนี้ยังถือเป็นอีกกระบวนการหนึ่งเพื่อใช้ในการขับเคลื่อนแฟนเพจให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยทางแอดมินเพจเริ่มทำการทดลองจ่ายเงินค่าโฆษณากับทางเฟซบุ๊ก เพื่อดูแนวทางผู้เข้าชมและเข้าถึงแฟนเพจ โดยมีการทดลองจ่ายค่าโฆษณา 35 บาท ในระยะเวลา 1 วัน โดยผลตอบรับที่สะท้อนกลับมาคือมี ผู้เข้าถึงการโพสต์ในแฟนเพจเพิ่มมากขึ้นถึง 5 เท่า ส่งผลให้แฟนเพจเป็นที่รู้จักมากขึ้น

ต่อมายังได้มีการทดลองจ่ายเงินค่าโฆษณากับทางเฟซบุ๊กจากโพสต์ที่เป็นคลิปวิดีโอ อินโฟกราฟฟิกและหนังสือ (การซื้อโฆษณาในเฟซบุ๊กสามารถเลือกได้ว่าต้องการซื้อเพื่อโปรโมทเฉพาะตัวแฟนเพจหรือเจาะจงเฉพาะการโพสต์เนื้อหาแต่ละครั้งได้) เพื่อต้องการสื่อสารให้ถึงกลุ่มเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยผลจากการทดลองจ่ายค่าโฆษณาสามารถแสดงให้เห็นผลได้ดังนี้

โพสต์เนื้อหาอินโฟกราฟฟิก ชุดการจัดการป่าในเมือง ทดลองจ่ายค่าโฆษณาไปแล้วเป็นเวลา 7 วัน พบว่ามี ผู้เข้าชม (Reach) สูงขึ้น โดยเป็นยอดที่ไม่ได้ซื้อโฆษณา 13,339 คน และยอดที่ซื้อ 13,490 คน ซึ่งไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนัก

โพสต์เนื้อหาหนังสือสะท้อนปัญหาภัยพิบัติการทำลายป่าไม้จากต้นน้ำสู่ป่าในเมือง ทดลองจ่ายค่าโฆษณาไปแล้วเป็นเวลา 3 วัน พบว่า การเข้าชมสูงขึ้น โดยยอดรวมการเข้าชมทั้งหมด 18,544 คน เป็นยอดที่ไม่ได้ซื้อ 6,291 คน และเป็นยอดที่ซื้อ 12,510 คน ซึ่งยอดมีความแตกต่างกันเท่าตัว (ในช่วงเดือนเมษายน 2560)

โพสต์เนื้อหาอินโฟกราฟฟิก ชุด หยุดกินป่าเพื่อทำเมือง ทดลองจ่ายค่าโฆษณาไปแล้วเป็นเวลา 1 วันพบว่ามียอดผู้เข้าชมทั้งหมด 3,975 คน เป็นยอดที่ไม่ได้ซื้อ 1,823 คน และเป็นยอดที่ซื้อ 2,152 คน ซึ่งยอดมีความแตกต่างกันเท่าตัว

โดยการโปรโมทแฟนเพจทำให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ไม่สามารถเรียกความสนใจของผู้บริโภคสื่อออนไลน์ได้มากเพียงพอ ทำให้ต้องมีการจ่ายเงินเพื่อซื้อโฆษณาทางเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่สามารถช่วยในการทำให้เข้าถึงบุคคลที่ใช้สื่อเฟซบุ๊กได้มากขึ้น ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ดำเนินโครงการได้กล่าวถึงกระบวนการสื่อสารของแฟนเพจนี้ไว้ว่า

“...กระบวนการสื่อสารเราให้คนรู้จัก ปรับเปลี่ยนสถานการณ์ ขับเคลื่อนโครงการ แล้วเราลงโฆษณากับเฟซบุ๊ก ท้ายสุดแล้วเราก็พบว่าไม่ฟรีหรอก เราโพสต์อะไรทางเฟซบุ๊กก็จะถามเราทันที ตัวเลขคุณจะได้เท่านั้น เท่านั้น ถ้าเราสื่อสารเราก็ต้องเข้าถึงคนที่มาดู เราก็อยู่ในกระบวนการของทุนนิยมไง ไม่ได้ฟรีจริง แต่เราก็ต้องวางแผน ถ้าเรามีเนื้อหาดีๆ ข้อความที่ดีก็อาจทำได้ นี่คือการสื่อสารทั้งหมด...” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2560)

อย่างไรก็ตามเหตุผลที่ทางคณะทำงานเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารด้วยสื่อดังกล่าวนี้เพราะสื่อเหล่านี้มีความสอดคล้องกับการวางแผนในการเลือกใช้การสื่อสารผ่านการสร้างแผนเพจเฟซบุ๊ก ซึ่งสามารถสื่อสารด้วยการเผยแพร่สื่อรูปแบบที่ได้กล่าวไปข้างต้นได้ทั้งหมด อีกทั้งยังสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารในสื่อสังคมออนไลน์ปัจจุบัน ที่ไม่นิยมรับข้อมูลที่มีความยาวเกินไป แต่นิยมภาพและข้อความสั้นๆ

#### 4) การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน

การสื่อสารของโครงการป่าในเมืองซึ่งมีการดำเนินการด้วยกิจกรรมเพื่อขับเคลื่อนที่หลากหลาย จากการศึกษาผู้วิจัยยังพบว่า คณะทำงานต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายหลักโดยตรง จึงทำให้เกิดกิจกรรมการสื่อสารเพื่อส่งสารไปยังสื่อมวลชนโดยตรง โดยดังต่อไปนี้

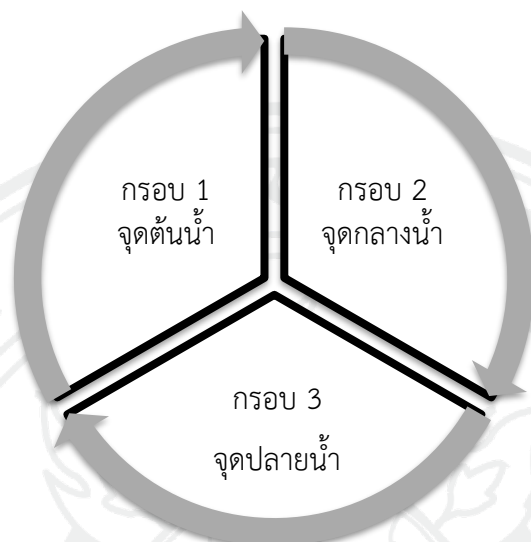
#### **กิจกรรมโครงการพาสื่อมวลชนลงพื้นที่จังหวัดน่านดูการจัดการป่าในเมือง**

กิจกรรมนี้ถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่ต้องการสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายหลักโดยตรงนั่นคือ กลุ่มสื่อมวลชน ซึ่งรูปแบบกิจกรรมนี้ดำเนินการโดยพาสื่อมวลชนไปดูการจัดการป่าในเมืองน่าน ระหว่างวันที่ 24 – 26 มกราคม 2560 ภายใต้ชื่อกิจกรรม “เดินตามรอยเท้าพ่อสานต่อป่าในเมือง” โดยมีเป้าประสงค์ ดังนี้

- เพื่อให้สื่อมวลชนผู้เข้าร่วมเกิดความตระหนักรู้ตามแนวพระราชดำริด้านการจัดการทรัพยากรป่าไม้ในสังคมไทย ซึ่งเน้นการให้คนอยู่กับต้นไม้อย่างยั่งยืน
- เพื่อให้สื่อมวลชนที่เข้าร่วมมีความเข้าใจและมีจิตสำนึกในการจัดการทรัพยากรป่าไม้ และตระหนักถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของคนในสังคมเมืองที่ต้องอยู่ร่วมกัน และเข้าใจในสถานการณ์ปัจจุบัน
- เพื่อให้สื่อมวลชนได้สร้างเครือข่ายความร่วมมือ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสถาบันการศึกษา นักวิชาการด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐศาสตร์ สุขภาพและนิเทศศาสตร์ นักพัฒนาเอกชน และนักกรณรงค์ทางสังคมด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- เพื่อให้สื่อมวลชนได้เผยแพร่ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับป่าในเมือง กรณีศึกษาจังหวัดน่าน ผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และสื่อสังคมออนไลน์

การจัดกิจกรรมครั้งนี้มีสื่อมวลชนเข้าร่วมด้วยกันทั้งหมด 24 คน ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3, สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 (MCOT) สถานีโทรทัศน์ Thai PBS, ไทยรัฐทีวี, สถานีโทรทัศน์ NOW, หนังสือพิมพ์มติชน, ข่าวสด, เดลินิวส์, ไทยโพสต์, เดอะเนชั่น, สำนักข่าวอิศราและสำนักข่าว The Matters

โดยในขณะทำงานได้มีการกำหนดกรอบประเด็นข่าว 3 กรอบสำคัญ ที่ต้องการพาสื่อมวลชนลงพื้นที่จังหวัดน่าน เพื่อนำไปสู่การอภิปรายสื่อสารสาธารณะผ่านสื่อ โดยแสดงให้เห็นได้จากแผนภาพดังนี้ (ดูแผนภาพที่ 4.11)



ภาพที่ 4.11 แผนภาพกรอบประเด็นข่าว 3 กรอบสำคัญในการพาสื่อมวลชนลงพื้นที่จังหวัดน่าน

กรอบ 1 จุดต้นน้ำ คือ โครงการ “ปลูกป่า สร้างคน บนวิถีพอเพียง รักษาต้นน้ำ บรรเทาอุทกภัย” และการขยายผล “ดอยตุงโมเดล” โดยนายณรงค์ อภิชัย ผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการภาคสนามมูลนิธิแม่ฟ้าหลวง เป็นผู้พาสื่อมวลชนลงพื้นที่บรรยาย และดูสภาพป่าต้นน้ำ อีกทั้งเยี่ยมชมและรับฟังการบรรยายการบริหารจัดการน้ำเพื่อการเกษตร ณ ฝายบ้านน้ำช้างพัฒนา รับฟังบรรยายการพัฒนาเชิงพื้นที่ตามแนวพระราชดำริ “ปลูกป่า ปลูกคน” และพูดคุยกับตัวแทนคนรุ่นใหม่ในชุมชน ณ ลานต้นก่อ บ้านน้ำช้างพัฒนา ตำบลขุนน่าน อำเภอเฉลิมพระเกียรติ

กรอบ 2 จุดกลางน้ำ เยี่ยมชมพื้นที่บ่อเกลือ ดูการอยู่ร่วมกันระหว่างคน ป่าและชุมชนในลักษณะ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ โดยผู้นำชุมชนบ่อเกลือ เพื่อเห็นความสัมพันธ์จุดเชื่อมระหว่างต้นน้ำกับปลายน้ำ

กรอบ 3 จุดปลายน้ำ “ป่าในเมือง” รับฟังบรรยายสรุปการจัดการป่าในเมือง ณ สำนักงานปิดทองหลังพระน่าน โดยนายธนกร รัชตานนท์ ผู้จัดการโครงการปิดทองหลังพระ สืบสานแนวพระราชดำริ จังหวัดน่าน นายสุรพล เขียรสูตร นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองน่าน และนายแพทย์ บุญยงค์ วงศ์รักมิตร โครงการปิดทองหลังพระ จังหวัดน่าน และเยี่ยมชมอุโมงค์ต้นน้ำ และการจัดการป่าในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดน่าน



จากทั้ง 3 กรอบที่ได้กล่าวไปข้างต้น ในการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนโดยทั่วไปมักมีการรายงานข่าวที่เน้นนำเสนอประเด็นและภาพที่ส่งผลกระทบต่อสังคม ทำให้ทางคณะกรรมการต้องมีการกำหนดประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่แสดงให้เห็นว่าอะไรเป็นสาเหตุทำให้เกิดความเสียหายต่อสังคม และเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใด จากประเด็นทั้ง 3 กรอบที่ได้กำหนดไว้เพื่อเชื่อมโยงไปสู่ความสัมพันธ์ต่อการสื่อสารประเด็นเรื่องป่าในเมือง

โดยเหตุผลที่ทางคณะกรรมการได้เลือกพื้นที่จังหวัดน่านนั้นด้วยเพราะน่านถือเป็นภาพตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงการจัดการป่าได้อย่างชัดเจนมากที่สุด จากการระดมความเห็นของคณะกรรมการและนักวิจัยเจ้าของงานวิจัย ดังคำสัมภาษณ์ของผู้ดำเนินโครงการที่กล่าวว่า

“...ที่เลือกน่าน ตอนที่คิดกัน เราจะออกแบบร่วมกับเจ้าของงานวิจัย อาจารย์ประจำคณะนำว่าเวลาเรานิยามป่าในเมือง เราไม่ได้หมายถึงกทม. อย่างเดียว เรามองว่าทุกที่เป็นเมืองหมด ไม่ว่าจะที่น่าน ภูเก็ต ในเมืองก็คือ เมือง หาดใหญ่ เชียงใหม่ ในเมืองก็คือ urban ดังนั้นนิยามของเรา ป่าในเมืองไม่ได้หมายถึง กทม. พอเรานิยามไปแบบนี้ เราจะพาไปดูการจัดการเกี่ยวกับป่าในเมืองตรงไหนดี ในกรุงเทพฯไม่มีการจัดการนี้ จริงไหม จะมีก็บางกระเจ้า เรามองว่าเป็นกระเพาะหมูที่แต่คนก็ลงไปเยอะแล้ว อาจารย์ประจำเลยเสนอว่ามีสองที่ ที่ควรไปดูว่ามีระบบการจัดการที่น่าสนใจก็คือ น่านกับภูเก็ต ตอนแรกเราวางไว้ว่าจะไปทั้งสองที่ แต่ท้ายสุดด้วยงบที่จำกัด แล้วเรามีเวลาแค่แปดเดือน เลยเอาแค่ที่น่านที่เดียว ความเป็นน่านก็มีความน่าสนใจ เป็นเมืองเล็กๆ ที่เขามองว่ายังรักษาความเป็นเมืองแบบสลอว์ไลฟ์ อาจารย์ประจำก็มองว่าในความเป็นน่าน เวลาเราพูดถึงป่าเราไม่อาจจะแยกได้ว่า ป่าชุมชน ป่าในเมือง ป่าบนภูเขา ดังนั้น เวลาที่เขาพาไป เขาจะพาไปดูทั้งป่าต้นน้ำ กลางน้ำ ก็เป็นป่าชุมชน ชุมชนจะอยู่กับป่ายังไง ไปดูที่บ่อเกลือ มีการจัดการการใช้ป่าให้มีประโยชน์ยังไง ชุมชนจะอยู่กับป่ายังไง ดูวิธีการว่า เมื่อเมืองเริ่มขยายความที่น่านดั่งขึ้น ปรากฏมันต้องขยายเมือง มีการตัดต้นไม้ ที่เป็นอนุโมงค์ต้นไม้ เขาก็พาไปดูการตัด พูดถึงความเจริญเข้ามา สิ่งที่เราชอบมองเป็นปัญหาของการเจริญเติบโตของเมืองก็คือต้นไม้ จะใช้วิธีการจัดการแบบการตัดต้นไม้แบบไม่รู้วิธีการที่ถูกต้อง ท้ายสุดคนก็ทำลายระบบนิเวศตรงนั้นไป เพราะเราต้องการให้เห็น ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ซึ่งปลายน้ำก็คือพวกเรากันเมืองนี้แหละได้ใช้ประโยชน์จากป่าทั้งนั้น ในน่านเห็นภาพชัดและเห็นครบถ้วนสุด...” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2560)

จากคำสัมภาษณ์ข้างต้นจึงสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า การเลือกพื้นที่จังหวัดน่านเพื่อนำสื่อมวลชนลงพื้นที่ไปดูการจัดการป่าไม้นั้น มีความสอดคล้องกับนิยามของคำว่า “ป่าในเมือง” ที่โครงการต้องการสื่อสารออกไป ซึ่งไม่ได้หมายถึงพื้นที่ในกรุงเทพมหานครฯ เพียงเท่านั้น แต่หมายถึง ทุกพื้นที่ที่เป็นเมือง ซึ่งจังหวัดน่านเป็นตัวอย่างที่แสดงภาพให้เห็นอย่างชัดเจนที่สุดในการ



จัดการป่าไม้ จากพื้นที่ป่าต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ รวมถึงจัดการกับป่าไม้ไปพร้อม ๆ กับการขยายตัวของพื้นที่เมือง

นอกจากนี้ในมุมมองของสื่อมวลชนที่ได้ร่วมลงพื้นที่จังหวัดน่านยังได้กล่าวถึงการเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ว่า

“ทางทีมก็จัดไปนาน ได้สัมผัสพื้นที่ที่เขาทำกันอยู่ร่วมกันป่าจริงๆ ให้เห็นว่าเขาวางแผนจัดการยังไง ไปบ่อเกลือ ก็คือเราไปเห็นก่อนจะไปมีข่าวช่วงนึงว่าป่าน่านไม่เหลือแล้ว ภูเขาหัวโล้นเราก็ไปด้วยความรู้แบบนั้นเนื่องจากมีกระแส แต่ภูเขาหัวโล้นที่ได้สัมผัสออกมาผ่านสื่อ ไปถามคนในพื้นที่เขาก็ว่าเป็นส่วนน้อยที่ไม่มีป่าสาเหตุมาจากว่าคนในจังหวัดทำการเกษตรปลูกข้าวโพด คนที่นั่นอาจจะไม่มีความเข้าใจในการทำเกษตรแบบนี้มากเพียงพอ ทำให้เลื่อนลอย ไปถางป่า จังหวัดน่านพื้นราบมีน้อย ส่วนใหญ่ภาพที่ออกมาเลยดูน่ากลัว จริง ๆ แล้วถ้าเปรียบกับอยุธยาเป็นพื้นที่ราบ ถ้าคนน่านไม่ทำอะไรทำสวนก็ไม่มีอาชีพอื่นทำ ก็ต้องใช้พื้นที่บนเขา” (กิตติศักดิ์ ภัทร์สรวินทร์, 6 มกราคม 2561)

อีกทั้งยังกล่าวถึงความเชื่อมโยงของการไปลงพื้นที่จังหวัดน่านกับภาพของป่าในเมือง โดยกล่าวว่า

“ตอบตรงที่คนอยู่ร่วมกับต้นไม้ ระบบนิเวศตรงนั้นโดยไม่ทำลาย แล้วระบบนิเวศตรงนั้นให้ผลประโยชน์อย่างไม่สิ้นสุด อันนี้คือคำที่ทางเจ้าหน้าที่พูดขึ้นมา คนอยู่ร่วมกันป่า โดยไม่ทำลายแล้วยังรักษาป่าในชุมชนนั้นได้ แล้วก็ถ้าเชื่อมโยงกับคนในเมืองจะไม่ได้เป็นแบบนั้น เพราะสังคมเมืองชนบท แต่เราเอาค่านั้นมามองว่าคนในสังคมอยู่ร่วมกับป่าได้อย่างไร แล้วเอามาเชื่อมโยงกับชุมชนเมืองว่าคนเมืองเราจะอยู่ร่วมกับป่าได้อย่างไรซึ่งก็มีวิถีจัดการคนละแบบกับชนบท แต่ก็มีวิถีจัดการให้เข้ากับชุมชนเมือง โดยทุกบ้านมีต้นไม้แต่มีการดูแลรักษาให้ดี เป็นตัวอย่างเล็ก ๆ อันนี้ แต่อยู่ที่ว่าเมืองจะออกแบบเมืองและคิดยังไง” (กิตติศักดิ์ ภัทร์สรวินทร์, 6 มกราคม 2561)

“อาจจะมีส่วนหนึ่งที่เชื่อมได้ที่พอไปบ่อเกลือ พอไม่ปลูกข้าวโพดมาทำรีสอร์ทแล้วปลูกต้นไม้เยอะ ๆ แต่ที่น่านความเป็นเมืองชัดไหม” (ธัญพิสิษฐ์ เกศบำรุงชัย, 26 มกราคม 2561)

จากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นได้ถึงความพยายามเชื่อมโยงประเด็นจากการลงพื้นที่น่านให้มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องป่าในเมืองให้เห็นภาพและตรงกับนิยามความหมายที่ทางโครงการต้องการสื่อสารให้ได้มากที่สุด

แต่อย่างไรก็ตามในมุมมองของสื่อมวลชนนั้นก็มีความสะท้อนกลับมาถึงการเลือกเล่นประเด็นข่าวและมุมมองจากการลงพื้นที่จังหวัดน่าน โดยได้กล่าวว่า

“...ก็ไปหลุดป่าในเมืองไปแล้ว พอไม่นานคนไม่เข้าใจว่าเป็นเมือง ไปเชื่อมโยงกับต้นน้ำคูไปกันใหญ่ ประเด็นที่นำมาเขียนข่าวที่ไม่ใช่ป่าในเมืองเลย พยายามเชื่อมโยงจากน่าน สูดทำยประเด็นก็ไม่เกี่ยวเลย เกี่ยวกับคนน่านที่จัดการรยังงักกับการบุกรุกป่า อาจจะไม่ตรงตามนิยามที่อาจารย์ต้องการ จริง ๆ เหมือนไม่ใช่เรื่องซับซ้อนเลยแต่อาจจะต้องเปลี่ยนคำ บางคนใน กลับไปที่ในวงเสนา เขาก็มีบอกว่าเปลี่ยนเถอะเปลี่ยนชื่อโครงการ แล้วความหมายอาจารย์ ไม่ถึงกับป่า จริง ๆ ใช้คำว่าต้นน้ำในเมืองก็ได้ อย่ายึดติดกับคำสุดท้ายถ้าจะให้คนตื่น กับเรื่องก็อาจจะต้องมีกิจกรรม ที่ให้ไปเหมือนไปดูงานมากกว่า คือเข้าใจว่าโครงการ อาจารย์เป็นโครงการแนววิทยาศาสตร์ คงต้องการแบบนั้น ยิ่งตอนนี้ถ้าป่าในเมืองไปทำคู่กับ eec อันนั้นน่าจะชนกับคสช. เลย ได้ดีคสช. ได้เล่นข่าวได้แล้วมีดร. ประชา จะพูดเชื่อมโยงได้ดี แต่ถ้าอาจารย์ทำเรื่องนิเทศ พอซับซ้อนก็ดูจะเป็นการสื่อสารที่ยาก ...” (ธัญพิสิษฐ์ เกศบำรุงชัย, 26 มกราคม 2561)

โดยจากการสัมภาษณ์มุมมองของสื่อมวลชนแสดงให้เห็นได้ว่า สื่อมวลชนมีความคิดเห็นว่าการลงพื้นที่น่านดูเหมือนจะหลุดประเด็นป่าในเมืองไป แม้จะมีการพยายามสร้างข่าวให้เชื่อมโยงมากที่สุด ซึ่งนิยามที่ทางคณะทำงานต้องการให้นำไปสื่อสารต่ออาจไม่ตรงกับเป้าประสงค์โดยตรง อีกทั้งยังมองว่าเรื่องนี้ดูไม่ใช่เรื่องที่ซับซ้อน ซึ่งปัญหาอาจอยู่ที่การเล่นคำ หรือกิจกรรม เพราะหากต้องการทำการสื่อสารสู่สังคมการทำให้ดูยากและซับซ้อนก็ส่งผลให้การสื่อสารประเด็นนั้นยากขึ้นตามไปด้วย

กล่าวโดยสรุป จากกิจกรรมพาสื่อมวลชนลงพื้นที่จังหวัดน่านเพื่อจัดการป่าในเมืองทางคณะทำงานของโครงการนั้นต้องการให้สื่อมวลชนตระหนักรู้และเห็นความสำคัญของทรัพยากรป่าไม้ และการจัดการป่าไม้เริ่มตั้งแต่ป่าต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ และนำประเด็นเหล่านี้ไปสร้างข่าวทำให้เกิดความเชื่อมโยงกับประเด็นป่าในเมือง แต่อย่างไรก็ตามในมุมมองของสื่อมวลชนเองที่พยายามเชื่อมโยงสิ่งที่ทางโครงการต้องการให้ช่วยนำไปสื่อสาร ก็ยังมีความเห็นสะท้อนกลับมาในเรื่องการแตกประเด็นหรือหลุดประเด็นออกไป ซึ่งมองว่าไม่เกี่ยวข้องข้อกับป่าในเมืองโดยตรง และยังแสดงความคิดเห็นถึงการสื่อสารจากโครงการว่าอาจต้องมีการปรับเปลี่ยนการเล่นคำ หรือทำให้การสื่อสารดูง่ายและไม่ซับซ้อนเพื่อให้เข้าใจง่าย

อย่างไรก็ดี จากกระบวนการสื่อสารที่ทางผู้วิจัยได้นำเสนอไปข้างต้นทั้งหมดนี้ สามารถแสดงให้เห็นได้ว่าคณะทำงานได้มีการวางแผนการสื่อสารโครงการในครั้งนี้เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งเป้าหมายหลักนั้นต้องการสร้างความเข้าใจในประเด็นเรื่องป่าในเมือง และแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของพื้นที่สีเขียว ซึ่งเป็นประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่ในปัจจุบันคนในสังคมควรหันมาให้ความสำคัญ ซึ่งโดยภาพรวมการสื่อสารในครั้งนี้ถือเป็นการจัดการความรู้จากงานวิจัยที่มี

อยู่มาต่อยอดเพื่อสร้างการสื่อสารสาธารณะ เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ และเข้าใจถึงเรื่องป่าในเมือง ซึ่งคาดหวังเมื่อคนในสังคมได้รับรู้ จะถือเป็นอีกวิธีการหนึ่งเพื่อสร้างการรับรู้และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้ทุกคนร่วมกันหันมาเห็นความสำคัญของประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ จากวิธีการที่ผู้วิจัยได้นำเสนอไปข้างต้นทั้งหมด ยังแสดงให้เห็นได้ว่า กลยุทธ์และวิธีการสื่อสารของ โครงการมุ่งเน้นไปที่การสื่อสารกับกลุ่มคนเมือง หรือกลุ่มคนชนชั้นกลาง โดยใช้สื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ อันเป็นพลังหลักสำคัญในการขับเคลื่อนสังคม โดยกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาและมีรายได้ อีกทั้งยังทำงานร่วมกับเจ้าของงานวิจัย ซึ่งมีบทบาทเป็นนักเศรษฐศาสตร์ ซึ่งเข้าใจถึงเนื้อหาของงานวิจัยเป็นอย่างดี อีกทั้งยังเข้าใจถึงถึงความเชื่อมโยงในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม ที่เชื่อมโยงกับมนุษย์ ในส่วนนี้จึงสามารถเข้ามาเพื่อช่วยสนับสนุนคณะทำงานที่ทำโครงการในครั้งนี้ เพื่อให้วัตถุประสงค์ในการขับเคลื่อนโครงการประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

#### 4.2.1.5 ผลของการสื่อสาร

ในส่วนนี้ผู้วิจัยต้องการนำเสนอถึงผลของการสื่อสาร ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับโครงการทั้งทางสกว. ผู้ให้ทุนสนับสนุน และคณะทำงานรวมถึงนักวิจัยเจ้าของเรื่อง ทำให้ได้ทราบถึงความคิดเห็นต่อการดำเนินโครงการ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากโครงการป่าในเมืองถือเป็นโครงการนำร่องของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ที่ต้องการทำโครงการเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารสาธารณะ ผู้วิจัยจึงการนำเสนอมุมมองของทางคณะทำงาน ผู้ให้ทุนสนับสนุนและสื่อมวลชน ซึ่งถือเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสาร โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### 1) ผลของการสื่อสารจากมุมมองของคณะทำงาน

จากกิจกรรมที่โครงการได้จัดขึ้น ทางคณะทำงานได้กล่าวถึงกิจกรรมการพาสื่อมวลชนเพื่อลงพื้นที่จังหวัดน่านเพื่อดูการจัดการป่าไม้ โดยแสดงให้เห็นได้ว่า หลังจากมีการพาสื่อมวลชนไปลงพื้นที่แล้วได้มีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับป่าในเมืองในรูปแบบของข่าว สกู๊ปข่าวและรายงานพิเศษ ซึ่งในภาพรวมสื่อมวลชนยังให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหาเขาหัวโล้นที่จังหวัดน่านมากกว่าการนำเสนอประเด็นเรื่องป่าในเมืองโดยตรง ดังคำสัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“...อาจารย์มองว่า กลุ่มเป้าหมายหลักของเรา ไม่ใช่คนเมือง แต่เป็นสื่อ เราคาดหวังว่าเวลาเราส่งข้อความแล้วสื่อจะนำไปเผยแพร่ต่อ แต่กลุ่มเป้าหมายรองเราคือ คนเมือง เพราะเรายังเชื่อว่าสื่อกระแสหลักยังทรงพลัง เป็นตัวเผยแพร่สารนี้เรื่องป่าในเมืองออกไปสู่คนจำนวนมาก แต่พอเราทำแล้วเราพบว่า ตรงนี้จะถามว่าล้มเหลวไม่ก็ไม่ถึงกับล้มเหลวร้อยเปอร์เซ็นต์ แต่ไม่ประสบความสำเร็จซะทีเดียว เพราะสื่อยังไม่ได้ให้ความสนใจกับเรื่องนี้ ใช้คำว่าสื่อ ส่วนใหญ่ดีกว่า มีสื่อที่ให้ความสนใจกับ

เรื่องนี้แล้วเล่นข่าวเสมอ ๆ ก็อย่างที่บอก มีอยู่ 4 ที่มีไทยพีบีเอส อิศรา ช่องแก้ว เนชั่น เล่นข่าวเสมอ เราไม่ได้ไปจัดการอะไรทั้งสิ้น เราให้เขาเห็นความสำคัญเอง เริ่มต้นจากเราเชิญสื่อมวลชนมา จะมาก็ได้หรือไม่มาก็ได้ แล้วพอเขามาแล้ว เราก็ทำข่าวแจก แต่ในข่าวแจกนั้นเขาจะนำเสนอก็ได้หรือไม่ก็ได้ เพราะที่เกิเกิดขึ้นทั้งหมดเราไม่ได้มีการจ้างให้เงินสื่อแม่แต่บาทเดียวการมาของสื่อมาได้สองแบบ สื่อเห็นความสำคัญกับประเด็น หรือสื่อก็เป็นเครือข่ายของเราที่มาด้วยความเกรงใจ แต่พอเขามาแล้วจะเล่นข่าวหรือไม่ก็เป็นเรื่องของเขาที่จะเลือกนำเสนอประเด็นอะไรเราไม่สามารถที่จะไปบังคับเขาได้ ในขณะที่สื่อส่วนใหญ่ เองง่าย ๆ เราเชิญสื่อไปนาน 20 กว่าหัว เราพบว่าสื่อที่จะเล่นเรื่องป่าในเมืองจริงๆ มี แต่สื่อส่วนหนึ่งก็ไปเล่นเรื่องป่าหัวโล้น เพราะเป็นกระแส ขนาดเราพาเขาไปดูป่าในเมือง เขายังไม่สนใจ เพราะว่าเขาสนใจกระแสของเรตติ้ง ความสนใจของคน...” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2560)

จากคำสัมภาษณ์ข้างต้นจึงแสดงให้เห็นได้ว่ากลุ่มเป้าหมายหลัก นั่นคือกลุ่มสื่อมวลชน ที่ทางโครงการต้องส่งสารคำว่า “ป่าในเมือง” เพื่อไปเผยแพร่สู่สาธารณะผ่านข่าวตามสื่อต่างๆ ยังไม่ประสบความสำเร็จตามความคาดหวังของคณะทำงานในส่วนกิจกรรมนี้ เพราะสื่อมีการนำเสนอข่าวที่เน้นไปในประเด็นที่อยู่ในกระแสสังคมและมองผลตอบแทนจากรายได้ของสถานี ในเชิงธุรกิจมากกว่าการนำเสนอในเรื่องป่าในเมือง

กล่าวโดยสรุป จากการที่ผู้วิจัยได้นำเสนอเนื้อหาที่ได้กล่าวไปข้างต้นซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารทั้งหมดของโครงการ อันแสดงให้เห็นถึงผู้ส่งสาร ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์การสื่อสารและช่องทางการสื่อสารของโครงการทั้งหมด ทำให้เห็นภาพกระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมือง แต่อย่างไรก็ตามในมุมมองของคณะทำงาน รวมถึงในมุมมองของผู้ให้ทุนและกลุ่มภาคีเครือข่าย แต่ละฝ่ายก็ความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการนี้ซึ่งมีมุมมองบางส่วนที่ทั้งคล้ายคลึงกันและแตกต่างกันออกไป โดยสิ่งเหล่านี้สามารถแสดงให้เห็นถึงภาพของกระบวนการสื่อสารที่ทางโครงการได้มีการวางแผนในการสื่อสารไปสู่สาธารณะได้อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

## 2) ผลของการสื่อสารจากมุมมองของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (ผู้ให้ทุนสนับสนุนโครงการ)

จากกิจกรรมที่ได้กล่าวมาทั้งหมดของโครงการ ในมุมมองของหน่วยงานผู้ให้ทุนในการขับเคลื่อนโครงการ หรือจากทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ซึ่งเป็นผู้ประเมินโครงการและติดตามการดำเนินงานครั้งนี้ โดยจากคำสัมภาษณ์กล่าวเกี่ยวกับโครงการไว้ว่า

“...ผมไปแค่ติดตามประเมินผล ว่าเขาทำตามแผนที่วางไว้หรือเปล่า ผมเข้ามาก็ปลายเดือนธันวาคม โครงการออกทุนตั้งแต่กลางปี 2559 ช่วงออกแบบโครงการก็ไม่ได้ยุ่งเกี่ยว พอมาถึงผมก็มาดูว่า



เขาทำตามกิจกรรมที่วางไว้ครบไหม ได้ผลเป็นอย่างไร แต่ก็พอจะทราบว่าจะเลือกอย่างไร แต่ไม่ได้เป็นคนกำหนดว่าต้องทำอย่างไร ไม่ได้ออกแบบแค่ว่าทำตามทีออกแบบมาใหม่ ถ้าพูดตามกิจกรรมก็เป็นไปตามนั้น พุดง่าย ๆ ต้องผลผลิต ผลลัพธ์ ผลกระทบ มองในมุมมอง ผมคิดว่าได้แค่ในระดับแรกคือทำตามกิจกรรม ไปออกข่าว กิจกรรมอะไรครบ ไปกี่ครั้ง แต่ในแง่การสร้างการรับรู้จริงๆ ผมไม่แน่ใจเท่าไร แล้วมันก็ไม่ได้มีตัวชี้วัดว่ามันเกิดการรับรู้ที่ชัดเจน คือโครงการถ้าจะไปถึงผลลัพธ์ การสื่อสารต้องมีพลังพอ อย่างน้อยประชาชนจำนวนมากเกิดการรับรู้ เกิดการเปลี่ยนแปลง พุดง่าย ๆ นักวิจัยทำตามตามที่วางแผน ผมว่าอันนั้นผ่าน ในเชิงผลผลิตผ่าน แต่เชิงผลลัพธ์ ก็มีบ้างแต่ไม่ได้มีเยอะ การไปสร้างภาคีเครือข่ายอย่างน้อย ๆ กลุ่มบ็ีกทรี กทม. เขารู้ว่าสกว. กำลังขับเคลื่อนเรื่องอะไร...” (ภาคภูมิ ทิพคุณ, สัมภาษณ์, 9 พฤศจิกายน 2560)

จากคำสัมภาษณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นได้ว่าจากมุมมองของทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยในฐานะผู้ให้ทุนในการดำเนินโครงการและประเมินผลของโครงการนั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่ถูกวางแผนเอาไว้เป็นไปตามแผนงาน แต่ในมุมมองของการขับเคลื่อนเพื่อสร้างการรับรู้เรื่องป่าในเมืองยังมีความไม่แน่ใจและอาจยังมีตัวชี้วัดที่ไม่ชัดเจนมากเพียงพอเท่าใดนัก

### 3) ผลของการสื่อสารจากมุมมองของเจ้าของงานวิจัย เรื่องความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ

จากมุมมองของเจ้าของงานวิจัย ได้กล่าวถึงความคิดเห็นและมุมมองต่อโครงการนี้ไว้ว่า

“...งานวิจัยทั้งประเทศมันไปติดตรงที่นักวิจัยไม่ใช่นักสื่อสาร พอทำวิจัยเสร็จก็ต้องการคนที้นำไปสื่อสาร แต่ถ้าเราบอกว่่านักวิจัยทำแล้วนักสื่อสารก็มาหยิบเอาชี สูดท้ายจะมีปัญหา แล้วงานวิจัยกับงานสื่อสารจำเป็นต้องไปด้วยกัน เพื่อที่จะทำให้เป้าหมายสัมฤทธิ์ผลมากขึ้น ถ้าถามว่าผมคิดเห็นยังไงผมก็คิดว่านั่นคือสิ่งที่นักวิจัยควรต้องลงไปช่วย เพราะนักสื่อสารมาจากสาขาที่ถนัดด้านการสื่อสารแต่ประเด็นที่เป็นประเด็นสาระสำคัญ เราในฐานะนักวิจัยก็เป็นคนที่ต้องคอยยืนยันประเด็น เป็นคนที่ต้องคอยอธิบายเพิ่มเติมเมื่อมีคำถาม หรือแม้กระทั่งทำให้ความเข้าใจตรงกัน ผมจึงคิดว่าการทำงานร่วมกันระหว่างนักวิจัยและนักสื่อสารมีความสำคัญ ไม่ใช่แค่งานวิจัยอย่างเดียว ทุกอย่างที่เกิดขึ้นนักสื่อสารมีความสำคัญทั้งนั้น แต่เป็นเราเองที่ปล่อยพื้นที่ให้นักสื่อสารและบางครั้งอารมณ์ของคนทำให้การศึกษาคลาดเคลื่อน ดังนั้นผมจึงกลับมาที่งานวิจัยที่ถูกต้องศึกษามาดีแล้ว แล้วมาร่วมกับนักสื่อสาร ก็ทำให้งานวิจัยสำเร็จ งานสื่อสารเป็นตัวชูโรงที่ทำให้งานวิจัยเด่น...” (ประชา คุณธรรมดี, สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2560)



โดยคำสัมภาษณ์แสดงให้เห็นได้ว่านักวิจัยที่ทำการศึกษาประเด็นที่ทางโครงการนำมาขยายผลต่อเพื่อทำการสื่อสารสาธารณะนั้นได้เข้ามามีส่วนช่วยเหลือในการดำเนินโครงการครั้งนี้ เพื่อให้เข้าใจตรงกันอีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของระหว่างนักวิจัยและนักสื่อสารที่ต้องมีการทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการขับเคลื่อนโครงการครั้งนี้

#### 4) ความคิดเห็นต่อโครงการป่าในเมือง

อย่างไรก็ดีความคิดเห็นในการขับเคลื่อนของโครงการต่อไปในอนาคตทางฝั่งของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยก็ได้กล่าวว่า

“...แต่ที่นี้ผมคิดถึงเฟสต่อไป ว่าถ้าจะขับเคลื่อนต่อก็ต้องดูว่าเรามีเครือข่ายพวกนี้ เราจะทำประเด็นให้รับรู้ในวงกว้างมากกว่านี้ ป่าในเมืองสำคัญกับตัวเขา ทำยังไงให้เกิดการผลักดันเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตัวเอง ให้สนับสนุนเรื่องป่าในเมืองมากขึ้น ขึ้นปลายยังไม่เกิดแต่เราได้แค่การสร้างเครือข่าย ก็ถือว่าโอเคในระดับหนึ่ง แต่ในระดับต่อไป หน่วยงานบางหน่วยที่เห็นว่า สกว. เล่นเรื่องนี้แล้วเอาไปต่อกับเขาได้ ก็พอเห็นเป็นรูปธรรมอะไรบางอย่างนิดๆ หน่อยๆ ความจริงผมก็มีแผนไหน ๆ ก็ผลักดันตรงนี้ แต่เราก็ต้องมาคุยกับนักวิจัย เรื่องออกแบบเครื่องมือ แล้วที่คุณทำไปสำเร็จไหม มานั่งคุยกันปรึกษากลยุทธ์ การสื่อสาร คือตอนนี้โครงการมีเฟซบุ๊กเป็นหลัก แต่ผมว่าคนเข้าถึงยังน้อย เราต้องมานั่งคุยกับนักวิจัยว่าต่อไปว่าเฟซบุ๊กจะพอไหม หรือเขียนข่าวลงหนังสือพิมพ์ ออกทีวีพอไหม หรือจะมีอะไรที่ไปต่อได้ เราไม่อยากให้การสื่อสารไปต่อไม่ได้ ในที่นี้หมายถึงก็ทำเป็นอีเว้นท์ ๆ แล้วจบไปแล้วคนก็จะลืม ต้องเป็นลักษณะอย่างต่อเนื่อง เรื่องหลายเรื่องต้องใช้การสื่อสารกว่าจะให้ไปถึงเป้าหมายได้ เรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องไกลตัว การเลือกประเด็นมาทำการสื่อสารก็มีผล สำหรับเรื่องนี้คงยากพอสมควรเพราะไม่ใช่แค่สื่อสารอย่างเดียว แต่เป็นเรื่องการขับเคลื่อนด้วย สื่อสารเราแค่เอาสารไปสื่อให้คนรู้ แต่แค่นั้นพอไหมสำหรับงานวิจัย ที่ผลสุดท้ายเราคาดหวังกองทุนหรือจะบริหารจัดการป่าในเมือง เป็นกองทุนที่บริหารไปเอาพื้นที่มาทำให้เป็นสีเขียว ต้องเป็นการสื่อสารบวกขับเคลื่อน คำถามคือคนสื่อสารพร้อมที่จะทำขับเคลื่อนไปด้วยไหม เราก็ต้องมาคุยกันเรื่องเครื่องมือที่จะทรงพลังที่มันจะเข้าไปถึงเป้าหมายสูงสุดได้” (ภาคภูมิ ทิพคุณ, สัมภาษณ์, 9 พฤศจิกายน 2560)

ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองของเจ้าของงานวิจัยที่ได้กล่าวไว้ว่า

“...เรื่องป่าในเมืองเป็นเรื่องที่ฟังยาก เพราะอะไร ป่าในเมือง ป่าก็ป่า เมืองก็เมือง แล้วป่าในเมืองคืออะไร แค่เรื่องนี้ก็ยากอยู่แล้ว แต่ในความเป็นจริง เรื่องป่าในเมืองจะเป็นการเพิ่มพื้นที่สีเขียวหรือการจัดการระบบนิเวศ ซึ่งพอเวลาที่เรใส่รายละเอียดลงไปจะทำให้ประเด็นชัดมากขึ้น งานนี้ไม่ใช่แค่งานสื่อสารแต่เป็นงานที่ต้องสร้างการรับรู้ รวมทั้งการสร้างการขับเคลื่อนด้วยซ้ำ ในขณะที่คุณ

ไปเจองานวิจัยที่มันยากแล้วนักวิจัยไม่เข้าใจประเด็นสื่อสารยิ่งยากกว่านี้ เพราะฉะนั้นตอนนี้ผมก็บอกว่า คนติดหูแล้ว ป่าในเมืองอย่างน้อยที่สุดก็ทำให้มีประเด็นได้ แต่พวกนี้มีประเด็นปุ๊บก็จะค่อย ๆ เลื่อนไป...” (ประชา คุณธรรมดี, สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2560)

โดยจากคำสัมภาษณ์ข้างต้นนั้นแสดงให้เห็นถึงความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในประเด็นที่ว่า การสื่อสารด้านสิ่งแวดล้อมนั้นถือเป็นเรื่องที่ยากพอควร เพราะไม่ใช่เป็นเพียงเรื่องที่ทำกรสื่อสารอย่างเดียว แต่เป็นประเด็นที่ต้องขับเคลื่อนรณรงค์ไปพร้อม ๆ กับการสื่อสาร เพราะเรื่องเหล่านี้ถือเป็นเรื่องไกลตัวของคนในสังคม ซึ่งถ้าหากจะดำเนินการต่อไปก็อาจต้องมีการปรับเครื่องมือหรือกลยุทธ์ในการสื่อสาร เพื่อให้การขับเคลื่อนประเด็นนี้ไปสู่เป้าหมายในการออกนโยบายเพื่อการจัดการป่าไม้ในเมือง

รวมถึงคณะทำงานได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับการทำโครงการในครั้งนี้ ซึ่งมุ่งไปที่ความสำเร็จ ภาพรวมรวมถึงการสื่อสารเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยกล่าวว่า

“...ในขณะที่เรากำหนดวาระแล้ว ว่าจะพูดเรื่องนี้เขายังถึงบอกให้เราตั้งประเด็นก็จริง แต่เราไม่สามารถจะบอกเขาว่าคุณ[สื่อมวลชน]ต้องเล่นประเด็นนี้เพราะเราไม่ได้ซื้อนักข่าวจริงจังใหม่ ขนาดเราเซตวาระ เขาก็ยังไม่สนใจ ยังไปสนใจป่าหัวโล้นเพราะเป็นเรื่องดราม่าอยู่ในกระแส ดังนั้นก็ต้องกลับมาที่ว่ากลุ่มเป้าหมายเราเป็นสื่อยังไม่ให้ความสนใจเรื่องป่าในเมือง ท้ายสุดแล้วก็ต้องปลุกจิตสำนึกนักข่าวเหมือนกันว่าคนเป็นนักข่าวก็ต้องมองเชิงสาธารณะ ในเชิงสังคม มากกว่าที่จะเป็นเชิงประเด็นที่ดราม่าเป็นกระแส ต้องกลับมามองว่า ถ้าเกิดจะขับเคลื่อนแล้วเราคิดว่าสื่อทรงพลังตรงประเด็นให้กับสังคม คนทำสื่อก็ต้องมีจิตสำนึกในเรื่องเหล่านี้ที่อยู่เหมือนกัน...” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2560)

อีกทั้งความเห็นของเจ้าของงานวิจัย ซึ่งกล่าวว่า

“...พอถามว่าแล้วเราคาดหวังให้คนตื่นตัวมากน้อยแค่ไหน เราบอกว่าเราทำเท่าที่เราทำได้ ปัญหาของการสื่อสารในแต่ละช่วง โดยเฉพาะช่วงนี้ที่ติดงานพระราชพิธี ตั้งแต่สวรรคต ยากมาก เพราะมีปัญหาตั้งแต่เริ่ม เราก็พยายามเต็มที่ พอทำไปเราก็จะรู้ว่าการตอบรับค่อนข้างดี แต่สะท้อนการทำงานหนักของทีมสื่อสารกับทีมวิจัย ซึ่งต้องบอกว่่านักสื่อสาร นักวิจัยอาจไม่ควรเหนื่อยขนาดนี้ แต่โชคดีที่เรามีภาคีที่เข้ามาร่วมสนับสนุน จะพูดว่าไม่คาดหวังก็ไม่ใช่ แต่เราพยายามเข้าใจธรรมชาติโดยพื้นฐานผม ก็อยู่ในฐานะของสื่อมวลชนครึ่งตัว เพราะผมก็จะรู้ว่าประเด็นเหล่านี้ยากแค่ไหน ดีที่ว่าผมเข้าใจทีมสื่อสาร ผมเข้าใจผู้บริโภค สื่อมวลชน เลยทำให้ผสมเข้าหากันได้...” (ประชา คุณธรรมดี, สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2560)

โดยจากคำสัมภาษณ์ในมุมมองของทั้งคณะทำงานและเจ้าของงานวิจัยที่ต้องทำงานร่วมกัน เพื่อขับเคลื่อนโครงการครั้งนี้ แสดงให้เห็นได้ว่าคณะทำงานได้ทำงานตามแผนการที่วางเอาไว้ เพราะมีหลายฝ่ายที่เข้าร่วมสนับสนุน อีกทั้งคณะทำงานมีความเข้าใจในธรรมชาติของการสื่อสารและสถานการณ์ในช่วงเวลาที่ดำเนินโครงการ ซึ่งผลจากการดำเนินโครงการที่ต้องการสื่อสารประเด็นไปยังกลุ่มสื่อมวลชนนั้น ก็ยังเป็นปัญหาที่สื่อมวลชนมักสนใจประเด็นที่เป็นกระแส มากกว่าประเด็นเชิงสังคมและประเด็นเชิงนโยบายซึ่งมุมมองของสื่อมวลชนก็ส่งผลต่อการสื่อสารของโครงการเช่นกัน

#### 5) มุมมองของสื่อมวลชนในฐานะกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการป่าในเมือง

สื่อมวลชนถือได้ว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการสื่อสารในโครงการป่าในเมือง โดยจากการสัมภาษณ์ทางคณะทำงานจากที่ได้นำเสนอไปข้างต้น แสดงให้เห็นว่ามีสื่อมวลชนที่สนใจและร่วมนำเสนอประเด็นป่าในเมือง ซึ่งมีสื่อเพียงไม่กี่สำนักที่นำเสนอประเด็นข่าวเรื่องป่าในเมืองให้อย่างต่อเนื่อง

โดยเหตุผลในการเลือกนำเสนอประเด็นป่าในเมืองอย่างต่อเนื่องตั้งแต่โครงการเริ่มจนจบโครงการทางสื่อมวลชนได้กล่าวว่า

“...ทางไทยพีบีเอส มีพันธกิจที่แต่ละปีจะกำหนดว่าปีนั้นอยากขับเคลื่อนอะไร ด้านการงาน เกษตรหลากหลาย สิ่งแวดล้อม ถ้าย้อนไปในช่วงนั้นสืบเนื่องเลยที่เป็นกระแสขึ้นมาคือ เรื่องถนนต้นไม้ในจังหวัดน่านที่หายไป ก็เข้ามาเรื่อยๆ ก็เป็นต้นไม้ในกทม. ต้นไม้ริมทางต้นไม้โพธิ์อายุร้อยปี ทางไทยพีบีเอสก็เลยจับทางไปหาสาเหตุว่าทำไม กทม. ต้องตัดมีวิธีอื่นอีกไหม ไปพันสายไฟ ตัดแบบนั้นทำถูกไหม ทำให้ต้นไม้ตายไหม ก่อนที่จะมาถึงนักวิชาการ ก็มีเอ็นจีโอ ก็ขับเคลื่อนอยู่ เขาก็ทำงานร่วมกับไทยพีบีเอสมาตลอดมีรายการที่เข้าไปทำร่วมกับกลุ่มบ็กร์ การสอนวิธีการตัดต้นไม้ให้ถูกวิธี ให้ไม่ตาย เพราะต้องทราบว่าจะเวลาทม. ตัด จะใช้คนทั่วไปคนที่ไม่มีความรู้มาตัด แล้วไหน ๆ ไทยพีบีเอสเราก็ร่วมรณรงค์เรื่องการตัดต้นไม้ การเพิ่มพื้นที่สีเขียวมาตลอด เราก็ต่อตรงนี้เลยว่าการมีพื้นที่สีเขียวแล้ว ก็จะทำให้เป็นป่าในเมืองได้อย่างไร ก็มีการสัมภาษณ์ อาจารย์แล้วก็นำเสนออย่างต่อเนื่องโดยอิงพื้นจังหวัดน่านมาเป็นตัวอย่าง...” (กิตติศักดิ์ ภัทร์สวรินทร์, 6 มกราคม 2561)

“...เพราะเป็นเครือข่ายที่มีร่วมกัน จริง ๆ ไม่มีอะไรที่เป็นข่าวนะ อาจจะเป็นข่าวจะไม่นำเสนอก็ได้ คือ ในการเลือกหมายข่าว อย่างพวกนี้ผมจะไปทำข่าวก็จะมีหลากหลาย บางทีคิดประเด็นแล้วไปเอง หรือคนส่งมาให้ ถ้าเป็นประเด็นสำคัญเราก็จะไปแต่ของ อาจารย์ ที่ไปเพราะเป็นอาจารย์เชิญให้ไป อย่างบางเรื่องเขาขอมาก็ต้องไปให้...” (ธัญพิสิษฐ์ เกศบำรุงชัย, 26 มกราคม 2561)

จากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นได้ว่าเหตุผลที่สื่อได้เลือกนำเสนอข่าวอย่างต่อเนื่องนั้น อย่างสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสเอง เรื่องป่าในเมืองไปสอดคล้องกับพันธกิจขององค์กร ที่ต้องการนำเสนอเรื่องที่เป็นประเด็นทางสังคมและตรงกับเรื่องที่ทางองค์กรสนับสนุนในการขับเคลื่อนอยู่แล้ว จึงเป็นเหตุให้มีความสนใจกับประเด็นของโครงการ ซึ่งต่างจากสถานีโทรทัศน์เนชั่น ที่มีการนำเสนอข่าวให้อย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นเรื่องที่ทางคณะทำงานขอให้ช่วยในการไปทำข่าว และมีเครือข่ายร่วมกันเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นได้ว่า ในการสื่อสารโครงการป่าในเมืองครั้งนี้ การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีความคิดเห็นหรือแนวคิดตรงกัน สามารถส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายนั้น ช่วยเกื้อหนุนในการสื่อสารประเด็นเรื่องป่าในเมืองได้เช่นกัน

อีกทั้งยังกล่าวถึงการคัดเลือกประเด็นข่าวที่มานำเสนอสู่สาธารณะโดยกล่าวว่า

“เรามองว่าเป็นเรื่องที่จะต้องทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง สร้างความเข้าใจให้สังคมใหม่ ซึ่งเรื่องป่าในเมือง ต้นไม้ หลาย ๆ คนก็ยังไม่มีความเข้าใจที่เหมือนกัน ตรงนี้เรามองว่าการอยู่ร่วมกัน เราต้องทำให้คนที่ไม่เข้าใจหันมาเข้าใจว่า มันอยู่ร่วมกันได้ วิธีการเลือกประเด็นต้องเลือกให้สังคมตระหนักและเข้าใจในเรื่องป่าในเมืองมากขึ้น” (กิตติศักดิ์ ภัทร์สวรินทร์, 6 มกราคม 2561)

“คือถ้าจะใช้สื่อมวลชนเล่นประเด็น ต้องเล่นในสิ่งที่สื่อจะเล่นได้เรื่อย ๆ หรือเรื่องนี้ก็เกี่ยวแล้วจะเชื่อมได้ เข้าใจว่าอาจารย์พยายามจะทำ คล้ายกรีนพีซ ที่ยมมีสื่อมวลชนเหมือนกัน ถ้าอยากใช้สื่อ อาจารย์อาจจะต้องตั้งจุดที่ใหญ่กว่าความเป็นป่าในเมืองซึ่งป่าในเมืองก็คือภาวะโลกร้อนในประเด็นย่อยลงมา อาจจะต้องตั้งเป้าใหญ่หรือเป้าที่จะโยงไปสู่ป่าในเมือง แต่แค่ชื่อก็ไม่เห็นภาพแล้ว แต่กรีนพีซทุกอย่างครอบคลุมต้องหาจุดหรือเป้าหมายไปโยงให้ได้ โยงไปหา ไม่ใช่ให้สื่อเชื่อมนะ แต่คนดูต้องเข้าใจเองบางทีการสื่อสารเรายาว ต้องสั้นมากกว่านี้ด้วยซ้ำ” (ธัญพิสิษฐ์ เกศบำรุงชัย, 26 มกราคม 2561)

จากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นได้ว่าสื่อมวลชนได้เลือกเสนอประเด็นป่าในเมือง ซึ่งเนื้อหาจะเน้นไปที่การกระตุ้นให้คนในสังคมตระหนักและเข้าใจกับแนวคิดของป่าในเมือง แต่อย่างไรก็ตามยังมีสื่อมวลชนอีกท่านที่ได้นำเสนอว่าทางคณะทำงานเองก็ต้องมีส่วนช่วยในการสร้างประเด็นให้สื่อได้หยิบไปสร้างข่าวได้ซึ่งอาจต้องหาจุดที่สามารถทำให้เชื่อมโยงได้ ซึ่งคนดูต้องเข้าใจได้โดยง่ายและสารที่ต้องเข้าใจได้ง่ายและไม่ยืดเยื้อเกินไป

นอกจากนี้มุมมองของสื่อมวลชนต่อโครงการป่าในเมือง สื่อมวลชนมองเห็นความสำคัญของประเด็นป่าในเมือง โดยกล่าวว่า

“...มองว่าคนเมืองส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจว่าป่าในเมืองคืออะไร พอพูดไปเขาก็จะบอกว่า คุณจะต้องปลูกต้นไม้ให้รกทึบ มีสัตว์อะไรมาอยู่ จริง ๆ ป่าในเมืองแต่ละเมืองไม่ต้องเหมือนกันแต่อยู่ที่



คนในเมืองออกแบบจะให้เป็นอย่างไรแต่จะต้องสร้างประโยชน์ แล้วคนร่วมกันรักษา แต่การจะนำเสนอให้คนเข้าใจแบบนี้ได้ว่าไม่ใช่การยกป่ามาในเมืองค่อนข้างไม่ประสบความสำเร็จเท่าไรในความเข้าใจ คนไม่ได้มีความรู้สึกที่จะไปรักษา ก็ไม่ใช่ป่าในเมือง แล้วมองว่ากทม. ต้องดูแล ทำไม่ไม่เอางบมาดูแลรักษา แต่ของผมคือ ป่าในเมือง คือการมีส่วนร่วม คนในเมืองเห็นว่าต้นไม้ในเมืองเริ่มเฉาเริ่มตายแล้ว อย่างอาจารย์ประจำเสนอเรื่องการมีภาษี เพื่อให้คนรู้สึกมีส่วนร่วมว่าเราเป็นเจ้าของของไม่ใช่เอางบกทม. ทำอย่างเดียวมืออะไรก็ทำ ซึ่งอาจารย์บอกว่า กทม. งบประมาณเพียงพอที่จะดูแลสวนสาธารณะใหญ่ ๆ อาจารย์ มองว่าควรมีระบบภาษีที่มาร่วมช่วยเก็บ และสร้างความเป็นเจ้าของให้คนในพื้นที่นั้น ๆ...” (กิตติศักดิ์ ภัทร์สุวรรณ, 6 มกราคม 2561)

“...คือสำคัญ แต่เราต้องแยกกันออกมาก่อนนะ สำคัญกับการสื่อสาร การทำงานกับความรู้สึกแยกกันก่อน วิธีการสื่อสาร ผมทำข่าว กับผมรู้สึกว่ามันสำคัญคนละเรื่อง แต่ผมจะไปทำข่าวนี้ใหม่มันก็ต้องมีขั้นตอน ต้องมีเหตุการณ์ มีประเด็นขึ้นมา ในจังหวัด ที่จะเข้าไปทำต้องมีปัญหา มาให้เราไปทำ ปัญหาอย่างบางเรื่องเล่าจบไปแล้ว ต้องหาปัญหาใหม่มาเล่าเรื่อย ๆ เช่น เรื่องพิพิธภัณฑสถานบางกอก หรือจะมีอะไรอีกที่จะเป็นประเด็นเกิดขึ้นอีก อาจารย์อาจจะต้องมาไต่ประเด็นเหล่านี้หรือออกมาสื่อสารทำตัวเป็นเอ็นจีโอว่า ไม่ได้นะแบบนี้ นักข่าวก็จะเข้าไปทำ...” (ธัญพิสิษฐ์ เกศบำรุงชัย, 26 มกราคม 2561)

จากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นได้ว่าสื่อมวลชนนั้นเห็นความสำคัญของการสื่อสารประเด็นเรื่อง ป่าในเมือง และมองว่าคนในสังคมยังไม่เข้าใจหรือเห็นความสำคัญมากเพียงพอที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลง อีกทั้งการสื่อสารประเด็นยังเห็นภาพที่ไม่ชัดเจน ซึ่งคนในสังคมยังไม่รู้สึกมีส่วนร่วมหรือเป็นเจ้าของ ที่จะมาร่วมดูแลรักษาพื้นที่สีเขียว อีกทั้งในมุมมองของการทำให้เกิดข่าวและการสร้างข่าว สื่อมวลชนมองว่าการที่จะทำให้เรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องป่าในเมืองเองเกิดเป็นประเด็นข่าวจะต้องมีกระแสหรือมีประเด็นปัญหาให้สื่อสนใจและลงไปทำข่าว ซึ่งทางคณะทำงานเองอาจต้องมีส่วนในการเป็นผู้ช่วยสร้างประเด็นเพื่อให้สื่อได้หยิบไปเล่นได้มากกว่านี้

กล่าวโดยสรุปจากผลการสื่อสารที่สะท้อนผ่านมุมมองของคณะทำงาน เจ้าของงานวิจัย และสื่อมวลชน ซึ่งกลุ่มเหล่านี้ถือเป็นผู้ที่อยู่ร่วมในกระบวนการสื่อสาร แสดงให้เห็นถึงความคิดเห็นที่มีต่อโครงการป่าในเมืองซึ่งทุกฝ่ายนั้นมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่าการสื่อสารประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นเรื่องที่ยาก อีกทั้งยังเป็นเรื่องการเปลี่ยนแปลงความคิดและพฤติกรรมของคนในสังคมด้วยจึงเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลา รวมถึงเครื่องมือในการสื่อสาร และประเด็นในการสื่อสารที่ดี ซึ่งต้องเป็นประเด็นที่สั้น ง่าย และทำให้คนในสังคมเข้าใจได้อย่างไม่ซับซ้อน โดยทุกฝ่ายนั้นเห็นถึงความสำคัญ ของประเด็นป่าในเมือง และเป็นเรื่องที่มีประโยชน์ต่อสังคม



จากที่ผู้วิจัยได้นำเสนอเนื้อหาข้างต้น ที่กล่าวถึงกระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมือง ซึ่งในกระบวนการสื่อสารของโครงการนั้น ไม่ได้มีเพียงแต่คณะทำงานของโครงการเท่านั้น แต่ยังมีกลุ่มและองค์กรต่างๆ ได้เข้ามาร่วมขับเคลื่อนโครงการป่าในเมืองด้วย ซึ่งกลุ่มเหล่านี้ถือเป็นภาคีเครือข่ายของโครงการที่มีความสำคัญ เพราะมีส่วนในการส่งสารของโครงการป่าในเมืองไปสู่สังคม รวมถึงเป็นกลุ่มที่มีจุดประสงค์ร่วมกันในการร่วมกันรักษาพื้นที่สีเขียว ป่าไม้ และระบบนิเวศในสังคมให้มีความยั่งยืน ดังนั้น บทบาทของภาคีเครือข่ายที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้การสื่อสารของโครงการมีศักยภาพมากขึ้น โดยผู้วิจัยจะขอกกล่าวถึง บทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้ามาร่วมกับโครงการในส่วนถัดไป



#### 4.2.2 ปัญหาการนำวิจัยข้อที่ 2: บทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมโครงการป่าในเมือง โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นอย่างไร

ในการขับเคลื่อนของโครงการป่าในเมือง ซึ่งมีจุดประสงค์หลักเพื่อต้องการสร้างความตระหนักรู้ (Awareness) ให้แก่คนในสังคม ซึ่งต้องอาศัยพลังจากเครือข่ายพันธมิตรองค์กรทางสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมที่ทำงานในมิติด้านสิ่งแวดล้อมในสังคมไทย ซึ่งเป็นตัวช่วยในการนำเสนอเนื้อหาและสร้างพลังในการสื่อสารประเด็นป่าในเมืองอย่างมาก โดยผู้วิจัยได้ใช้องค์ประกอบด้านการสื่อสารและการสื่อสารผ่านเครือข่ายมาวิเคราะห์บทบาทของภาคีที่มีส่วนร่วมในโครงการป่าในเมือง โดยจากการสัมภาษณ์และศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องจากภาคีที่เข้าร่วมในการขับเคลื่อนโครงการ จำนวน 2 คน ซึ่งสามารถสรุปประเด็นที่ต้องการนำเสนอได้ดังต่อไปนี้

##### 4.2.2.1 ภาคีเครือข่ายตามแต่ละภาคส่วน

โครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.) ถือเป็นโครงการที่ขับเคลื่อนไปได้ด้วยคณะทำงาน ซึ่งนอกจากนั้นยังมีกลุ่มภาคีเครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อมเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้การสื่อสารของโครงการถูกเผยแพร่ไปในวงกว้างและในทุกภาคส่วนของสังคม ซึ่งภาคีเครือข่ายของโครงการนั้นประกอบไปด้วย ภาคีรัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาคการศึกษาและสื่อมวลชน โดยจำแนกได้ตามรายละเอียด ดังนี้

#### 1) กลุ่มภาคีหลัก

##### (1) ภาคประชาสังคม

พิพิธภัณฑสถานชาวบางกอก การร่วมงานกับพิพิธภัณฑสถานชาวบางกอก ทางโครงการป่าในเมืองเห็นว่าเจ้าของพิพิธภัณฑสถานชาวบางกอก คือ อาจารย์วรภาพร สุรวดี มีต้นทุนทางสังคมที่สื่อมวลชนรู้จัก มีการระดมทุนในการขอซื้อพื้นที่ จึงทำให้มีการสานต่อในการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน โดยร่วมเป็นวิทยากรในเวทีเสวนา ทำให้สื่อมวลชนและเครือข่ายสังคม เป็นที่รู้จักได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน และยังมีส่วนในการสื่อสารประเด็นป่าในเมืองในการให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชน ร่วมถ่ายคลิบนำเสนอ มุมมอง และเป็นวิทยากรในเวทีเสวนาสาธารณะ (กุลทิพย์ ศาสตรະรุจิ, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, และมานิดา มณีอินทร์, 2560, pp.104)

กลุ่ม Big Tree การร่วมงานกับกลุ่ม Big Tree ซึ่งเป็นภาคีเครือข่ายหลักที่เริ่มดำเนินการร่วมกับโครงการมาตั้งแต่ช่วงแรก จากเวทีเสวนาโต๊ะกลมที่พิพิธภัณฑสถานชาวบางกอก และยังเป็นกลุ่มที่มีเครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อมในสังคมเมืองซึ่งได้รับการยอมรับ และยังมีการสร้างกิจกรรมขับเคลื่อนร่วมกัน อีกทั้งยังเป็นวิทยากรร่วมในการเสวนาสาธารณะ และร่วมถ่ายคลิบมุมมองในบทบาทของกลุ่ม

ที่เชื่อมโยงต่อการสร้างสิ่งแวดล้อมในสังคมเมือง ตลอดจนมีส่วนร่วมในการส่งภาพถ่ายป่าในเมืองมาแสดงร่วมในนิทรรศการ ป่าเมืองคน ซึ่งคุณอรุษา สุตะบุตร เป็นผู้สื่อสารหลักในนามองค์กร (กุลทิพย์ ศาสตร์ระจิว, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, และมานิดา มณีอินทร์, 2560 , pp. 105)

มูลนิธิสืบ นาคะเสถียร การร่วมงานกับทางมูลนิธิ เกิดขึ้นตั้งแต่ต้นที่ทางโครงการได้เริ่มดำเนินการไปจากการให้ข้อเสนอแนะกับโครงการในเวทีประชุมกลุ่มย่อยที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และมีส่วนร่วมในการแนะนำภาคีอื่น ๆ เช่น กลุ่ม Big Tree มูลนิธิโลกสีเขียว นอกจากนี้ยังร่วมเป็นแกนนำในการเสนอแนวทางการทำงาน อีกทั้งเข้าร่วมเป็นวิทยากรในกิจกรรมการเสวนา ถ่ายคลิปนำเสนอมุมมองเชื่อมโยงกับการทำงานด้านสิ่งแวดล้อมของกลุ่ม และร่วมส่งภาพถ่ายเพื่อจัดแสดงในนิทรรศการเช่นเดียวกับทางกลุ่ม Big Tree (กุลทิพย์ ศาสตร์ระจิว, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, และมานิดา มณีอินทร์, 2560, pp. 106)

ประชาคมห้วยขวาง การร่วมงานกับผศ. พงศ์พร สุดบรรทัด ผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรมและการวางผังเมือง ในฐานะประธานประชาคมเขตห้วยขวาง ซึ่งมีส่วนร่วมในการให้ข้อคิดเห็นในการดำเนินกิจกรรมของโครงการตั้งแต่ต้น ร่วมเป็นวิทยากรในการเสวนา อีกทั้งได้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการป่าในเมืองผ่านเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มประชาคมห้วยขวาง

นิตยสาร A Day การร่วมงานกับนิตยสาร ซึ่งคุณทรงกลด บางยี่ขัน ได้เป็นผู้มีส่วนสำคัญในการเปิดพื้นที่ข่าวสารงานวิจัยผ่านการสัมภาษณ์ ผศ. ดร. ประชา คุณธรรมดี นักวิจัยในโครงการ อีกทั้งยังเป็นผู้ร่วมเสวนาในเวทีสาธารณะ

โดยจากภาคีภาคประชาชนที่ได้กล่าวถึงข้างต้นนั้น หน่วยงาน และองค์กรแต่ละภาคส่วนได้มีส่วนช่วยเป็นผู้กระจายข่าวสาร นำเสนอเรื่องป่าในเมืองไปสู่สังคม หรืออีกในแง่มุมมองหนึ่งภาคีเหล่านี้เป็นผู้มีความสนใจประเด็นเรื่องต้นไม้ ป่าไม้และพื้นที่สีเขียวเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว จึงทำให้เป็นการช่วยสร้างพลังในการสื่อสารประเด็นป่าในเมืองให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น ซึ่งภาคีหลักทั้งมูลนิธิสืบ นาคะเสถียร และกลุ่ม Big Tree ได้มีส่วนร่วมมากที่สุดในการตั้งต้นในช่วงแรกที่มีการจัดเสวนากลุ่มย่อย และเสวนาโต๊ะกลมรวมสื่อมวลชนสายสิ่งแวดล้อมและสังคม ที่ได้มีการร่วมแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนเพื่อหาแนวทางในการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองให้ประสบความสำเร็จมากที่สุดในช่วงแรก แต่อย่างไรก็ตามภาคีกลุ่มอื่นก็ยังคงมีส่วนร่วมในการขึ้นเวทีเสวนาพูดคุยประเด็นป่าในเมืองจากมุมมองของตนเอง อีกทั้งนิตยสาร A Day ที่สนใจนำเสนอประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว แม้จะเป็นหนึ่งในผู้ร่วมเสวนา แต่ก็ยังได้มีการนำข้อมูลและการพูดคุยจากโครงการนำเสนอออกไปผ่านเนื้อหาในนิตยสารอีกด้วย หรือพิพิธภัณฑสถานบางกอกเองก็ยังมีเอื้อเฟื้อสถานที่ในการจัดงานเสวนาที่

รวมเอาสื่อมวลชนสายสังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมพูดคุย และยังร่วมเป็นแขกในการเสวนาประเด็นเรื่องป่าในเมืองอีกด้วย ซึ่งโดยภาพรวมจะเห็นได้ว่าภาคีแต่ละส่วนนั้นได้มีความช่วยเหลือ และเป็นผู้ร่วมสื่อสารประเด็น ซึ่งบุคคลเหล่านี้เป็นที่รู้จักและมีอิทธิพลในหลากหลายแง่มุมที่มีความเชื่อมโยงกับเรื่องสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นว่าบุคคลเหล่านี้มีทุนทางสังคมที่สามารถช่วยให้โครงการป่าในเมืองเป็นที่สนใจจากสาธารณะชนมากยิ่งขึ้น

(2) ภาคการศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

โดยสถาบันการศึกษาทั้งสองแห่งนี้ ถือเป็นสังกัดของคณะทำงานที่ได้ร่วมทำการสื่อสารโครงการในครั้งนี้ อีกทั้งยังได้ความร่วมมือในการสนับสนุนจากบุคลากรในการทำงานส่วนของการจัดกิจกรรมโครงการเวทีเสวนาของโครงการที่เกิดขึ้นทั้ง 2 ครั้ง จากทั้งบุคลากรของหน่วยงานและนักศึกษา

(3) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว). โดยถือเป็นหน่วยงานผู้ให้ทุนสนับสนุนในการทำการสื่อสารขับเคลื่อนโครงการป่าในเมือง

กล่าวโดยสรุปจากความร่วมมือของภาคีที่เป็นอีกหลายกระบอกเสียงในการร่วมส่งสารและมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนประเด็น แม้ว่าแต่ละภาคีจะมีเรื่องหรือประเด็นหลักขององค์กรอยู่แล้ว แต่ทุกฝ่ายได้มาร่วมกันเพื่อนำเสนอแนวคิดป่าในเมืองผ่านกิจกรรมที่เกิดขึ้นของโครงการ ทำให้โครงการป่าในเมืองเกิดการสร้างพันธมิตรด้านสิ่งแวดล้อมและภาคีเหล่านี้ยังได้ทำหน้าที่สร้างพลังในการสื่อสาร ซึ่งในอนาคตอาจมีการร่วมงานกันต่อไปเพื่อขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม

## 2) กลุ่มผู้มีส่วนร่วมในเครือข่ายของโครงการป่าในเมือง

หน่วยงานที่ผู้วิจัยได้กล่าวถึงในส่วนถัดไปถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในเครือข่ายของโครงการ แต่อย่างไรก็ตามบทบาทในการร่วมสื่อสารอาจมีไม่มากเท่าหน่วยงานที่นำเสนอไปข้างต้น โดยมีกลุ่มผู้มีส่วนร่วม ดังนี้

ภาครัฐ ได้แก่ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม สำนักสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร

ภาคเอกชน ได้แก่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถือเป็นสถาบันการศึกษาที่ได้หน่วยงานที่ริเริ่มการสร้างพื้นที่ป่าในเมืองภายใต้ชื่อ อุทยานจุฬาฯ 100 ปี ซึ่งอยู่ในช่วงระยะเริ่มต้น และมีการกล่าวถึงของสื่อมวลชนซึ่งมีแนวคิดเรื่องป่าในเมืองเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

โดยหน่วยงานดังกล่าวได้มีส่วนร่วมในเวทีเสวนาในหัวข้อป่าในเมืองกับความยั่งยืนสู่ไทยแลนด์ 4.0 โดยแต่ละหน่วยงานถือเป็นกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องในประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมด้วยทั้งสิ้น

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มสื่อมวลชนที่เป็นทั้งกลุ่มเป้าหมายหลักและยังมีส่วนร่วมในการเป็นอีกทางหนึ่งที่ช่วยสื่อสารและสร้างพลังให้กับโครงการป่าในเมือง

สื่อมวลชน ถือเป็นกลุ่มที่มีความเข้าใจในประเด็นและนำเสนอข่าวสารตลอดระยะเวลาในการดำเนินโครงการ ซึ่งนอกจากกลุ่มสื่อมวลชนจะเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการสื่อสารในโครงการแล้ว แต่กลุ่มสื่อมวลชนก็ยังถือเป็นภาคีที่เข้ามาร่วมถ่ายทอดและนำเสนอประเด็นป่าในเมืองสู่สาธารณะผ่านการนำเสนอผ่านสื่อในวงกว้าง

อย่างไรก็ตามกลุ่มองค์กรเหล่านี้�าจยังมีบทบาทในการเป็นภาคีที่ไม่ได้ชัดเจนนัก แต่การเข้ามามีส่วนร่วมก็ถือเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างพลังให้การสื่อสารของโครงการ ซึ่งต่อไปองค์กรเหล่านี้�าจเข้าร่วมเป็นภาคีที่มีความสัมพันธ์และกิจกรรมร่วมกันได้ในอนาคต

#### 4.2.2.2 บทบาทการสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายของโครงการป่าในเมือง

การสื่อสารระหว่างกันภายในภาคีเครือข่ายของโครงการป่าในเมืองแต่ละภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการนั้น มีบทบาทในการทำงานที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งแต่ละภาคส่วนต้องมีการสื่อสารกันระหว่างร่วมดำเนินโครงการ ซึ่งในส่วนนี้ผู้วิจัยต้องการนำเสนอถึงลักษณะการทำงานระหว่างคณะทำงานของโครงการป่าในเมืองและภาคีเครือข่ายในภาคส่วนต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว). โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 1) รูปแบบของเครือข่าย

จากการศึกษาพบว่าการสื่อสารของภาคีเครือข่ายของโครงการป่าในเมืองมีลักษณะเครือข่ายตามแนวนอน ที่ทุกคนมีความสัมพันธ์ในระดับเท่าเทียมกัน อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ของเครือข่ายยังมีลักษณะแบบหลวม ๆ ไม่ได้มีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น แต่เน้นการช่วยเหลือกันในด้านต่าง ๆ ทั้งการร่วมกิจกรรมการระดมความคิดเห็นและเสนอแนะแนวทางในการดำเนินโครงการซึ่งหนึ่งในภาคีเครือข่ายของทางโครงการได้กล่าวไว้ว่า

“...ยังไม่แน่ใจว่าจะเป็นภาคีนี้คือเขาให้ทำอะไร เพราะเท่าที่ไปร่วมไปเสวนามาสองครั้งแค่นั้น ไม่ได้มีบทบาทหรือหน้าที่อะไรมาก ก็เลยไม่รู้ว่ามันจะเข้าข่ายเป็นภาคีหรือยัง...” (อรยา สุตะบุตร, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2560)

“...แต่ผมไม่แน่ใจว่าเหล่านี้จะเป็นภาคีเครือข่ายระยะยาวหรือเปล่าเพราะกลุ่มที่ผลักดันเรื่องป่าในเมืองก็มีกลุ่มที่ชัดเจน ทั้งบ็กรัทธิ กทม. สำนักสิ่งแวดล้อม เขาก็เล่นเรื่องนี้อยู่ แล้วสกว. ก็ไป



สอดแทรกกับเขา พอมีโครงการก็ไปสร้างภาคีไปคุยกับ กทม. บิ๊กทรี กลุ่มที่ทำเรื่องสิ่งแวดล้อมในเมือง เราเหมือนไปแทรกตัวในเครือข่าย...” (ภาคภูมิ ทิพคุณ, สัมภาษณ์, 9 พฤศจิกายน 2560)

แม้ว่าโครงการป่าในเมืองจะมีหลายกลุ่มและหลายภาคส่วนที่เข้ามามีส่วนร่วมในโครงการ แต่บทบาทของแต่ละกลุ่มในการมีส่วนร่วมนั้นมีความแตกต่างกัน ซึ่งจากการสัมภาษณ์คณะทำงาน แสดงให้เห็นได้ว่าการขับเคลื่อนโครงการในครั้งนี้ส่วนใหญ่ภาคีที่เข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มโครงการ ทั้งในเรื่องการระดมความคิด ทารื้อและกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการส่วนใหญ่เป็นภาคประชาสังคม หรือองค์กรอิสระด้านสิ่งแวดล้อม แต่ภาครัฐและเอกชนที่มีพลังในการร่วมขับเคลื่อนไปสู่การเปลี่ยนแปลงระดับนโยบายนั้นยังไม่เห็นภาพชัดเจนเท่าใดนัก แต่ในอนาคตหากโครงการมีการดำเนินการต่อไป องค์กรเหล่านี้ก็สามารถเข้ามามีส่วนในการผลักดันประเด็นของโครงการให้กว้างขึ้นได้ ดังคำสัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“...แต่ถามว่าด้วยไหมเขาก็ไม่ได้ออกมาขับเคลื่อน จริง ๆ อย่างคุณอรยา เขาก็มากับเราหลายครั้ง สำหรับอาจารย์ว่าไม่ เพียงแต่ว่าเขาอาจจะจะเป็นภาคีในอนาคต อย่างที่อาจารย์ประจำ บอกว่างานของเราจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบาย การไปสู่การเปลี่ยนแปลง ต้องดูว่าใครเป็นเจ้าของเรื่อง ดังนั้นองค์กรที่เราเชิญมาก็อาจจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเรื่องนโยบายได้ เพราะภาคีในเฟสแรก ที่ออกไป เป็นภาคีรูปลักษณ์ของเขา บทบาทเขาเหมือนเป็น NGO แต่ครั้งที่สองเป็นตัวองค์กรที่ให้ความสนใจเกี่ยวข้องกับป่าในเมืองอย่าง ปตท. ให้ความสนใจ เขามีป่าในกรุง กทม. ก็เป็นเจ้าของเรื่องอยู่แล้ว...” (วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2560)

จากคำสัมภาษณ์ทั้งหมดที่ได้กล่าวไปข้างต้นแสดงให้เห็นได้ว่า กลุ่มผู้เข้าร่วมโครงการยังมีความไม่เข้าใจว่าการทำงานที่เกิดขึ้นในการขับเคลื่อนโครงการครั้งนี้เรียกว่าเป็นการทำงานที่เกิดการสร้างเครือข่ายในการขับเคลื่อนประเด็นเรื่องป่าในเมืองหรือไม่ แต่อย่างไรก็ตามในมุมมองของทั้งคณะทำงานและเครือข่ายเองยังมีมุมมองว่าการทำงานร่วมกันครั้งนี้ถือเป็นการเริ่มต้นในการขับเคลื่อนที่อาจพัฒนาต่อไปให้การสื่อสารประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมหรือป่าในเมืองมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นซึ่งการขับเคลื่อนในครั้งนี้กลุ่มภาคีเครือข่ายที่เข้ามามีบทบาทมากที่สุด เป็นกลุ่ม NGO แต่กลุ่มภาครัฐ เอกชนที่มีส่วนร่วมในโครงการอาจยังไม่ได้เป็นภาคีเครือข่าย เพียงแค่มามีส่วนร่วมและรับรู้ถึงกิจกรรมโครงการที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์ในอนาคต หากโครงการมีการพัฒนาต่อไปกลุ่มภาครัฐและเอกชนเหล่านี้ อาจพัฒนามาเป็นเครือข่ายที่ร่วมสื่อสารประเด็นต่อไปได้ถึงเป้าหมายในระดับนโยบาย

## 2) กระบวนการสร้างเครือข่าย

ในหัวข้อนี้ผู้วิจัยต้องการนำเสนอถึงกระบวนการสร้างเครือข่ายของโครงการป่าในเมือง โดยได้แบ่งประเด็นออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

### (1) จุดเริ่มต้นในการเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายของโครงการ

ในการสร้างเครือข่ายของโครงการป่าในเมืองนั้น มีจุดเริ่มต้นมาจากที่ทางโครงการได้ทำการค้นหาองค์กรและหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องและทำงานด้านสิ่งแวดล้อม และได้เชิญมาร่วมหารือ รวมถึงการทำกิจกรรมต่างๆ ของโครงการ โดยจากการสัมภาษณ์ภาคีเครือข่ายของโครงการในเรื่องจุดเริ่มต้นที่ได้เข้ามาเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายของโครงการ ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ได้กล่าวว่า

“...อาจารย์ได้ส่ง[ข้อความทาง]เฟซบุ๊กบอกว่าจะเชิญมาร่วม ถ้าจำไม่ได้บอกว่าจะมาร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรื่องป่าในเมือง แล้วก็จะเป็นวันที่เชิญคนมาเยอะ ๆ พิพิธภัณฑสถานชาวบางกอก ตามความรู้สึกตัวเอง นึกว่าเป็นการไปร่วมพูดคุยเสวนา คือถ้าโดยทั่วไปถ้าเป็นการร่วมระดับภาคี เค้าจะต้องมีโครงการอะไรร่วมกัน เพียงแต่อันนี้ไปพูดคุยแลกเปลี่ยน รอบแรกที่พิพิธภัณฑสถานชาวบางกอก รอบสองก็ที่หอศิลป์กรุงเทพเป็นเสวนาทั้งคู่” (อรยา สุตะบุตร, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2560)

นอกจากนั้นตัวแทนเครือข่ายจากกลุ่มบักทรี คุณอรยา สุตะบุตร ยังได้กล่าวถึงเหตุผลที่เข้าร่วมกับโครงการ โดยกล่าวว่า

“เห็นว่าก็เป็นหัวข้อที่เกี่ยวกับ แล้วก็อาจารย์ก็บอกว่าโครงการนี้จะทำให้การสื่อสารเรื่องป่าในเมืองแพร่หลายมากขึ้น สื่อจับประเด็นได้มากขึ้นอะไรแบบนี้” (อรยา สุตะบุตร, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2560)

ซึ่งสอดคล้องกับทางมูลนิธิสืบ นาคะเสถียรที่มาจุดเริ่มต้นในการเข้าร่วมเป็นเครือข่ายโครงการโดยตัวแทนจากเครือข่ายได้กล่าวถึงจุดเริ่มต้นในการเข้าร่วมกับโครงการไว้ว่า

“...สำหรับโครงการนี้ ต้องบอกว่ามูลนิธิก็ไม่เคยมีข้อมูลมาก่อนเหมือนกัน พอดีได้รับการติดต่อจากอาจารย์โทรเข้ามาคุย จริงๆ ตอนแรกผมก็บอกว่ามูลนิธิสืบเนี่ย ไม่ค่อยได้ทำกิจกรรม หรือความรู้เกี่ยวกับชุมชนเมือง สิ่งแวดล้อมในเมืองเท่าไร ถ้าดูแผนที่ก็จะเห็นว่างานของมูลนิธิจะทำเกี่ยวกับป่า อุทยานแห่งชาติ เกี่ยวกับสัตว์มากกว่า บทบาทก็เลยจะไม่ค่อยตรงกับชุมชนเมืองหรือสิ่งแวดล้อมในเมือง แต่ว่าที่สนใจมีเรื่องหนึ่งที่ทางมูลนิธิกำลังมอง อยากรจะไปทำงานที่จะทำให้คนในเมือง หรือคนในสังคมเขามีความสนใจในเรื่องของความรู้สึกที่จะเต็มใจจ่าย แต่ว่าไม่ใช่ลักษณะของการที่จะไปให้เขาเป็นคนทำเป็นหลัก แต่ว่าหน้าที่หนึ่งของคนในเมืองจะทำได้ก็คือสนับสนุน ส่งเสริมหรือช่วยฟื้นฟูป่า คือบางคนอาจจะรู้สึกว่าเขาจะเป็นนักอนุรักษ์ได้ก็ต้องปลูกต้นไม้ แต่ความจริงอาจ

จะไม่ใช้แค่ปลูกต้นไม้อย่างเดียวที่จะทำได้ ถ้าฉันสมมุติว่าจะมีองค์ความรู้ อะไรที่จะช่วยดึงให้คนเข้ มาร่วมได้ก็อยากที่จะเอาไป...” (ภาณุเดช เกิดมะลิ, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2560)

นอกจากนี้จุดมุ่งหมายของงานวิจัยเรื่องความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ นั้น ยัง มีความสอดคล้องกับการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่ทางมูลนิธิสืบ นาคะเสถียรกำลัง ขับเคลื่อนอยู่ด้วย จึงเป็นเป็นการร่วมงานที่มีความเอื้อประโยชน์ต่อกันเพื่อสื่อสารให้ประเด็นเรื่อง สิ่งแวดล้อมเป็นที่สนใจของคนในสังคมมากขึ้น โดยทางตัวแทนของมูลนิธิสืบ นาคะเสถียร ได้กล่าวว่า

“...อย่างที่ยกขี้มือทำอาจมีหลายรูปแบบ แต่เรื่องการสนับสนุนมันเป็นเรื่องที่เราสามารถ ทำได้โดยตรงด้วย ถึงตัวเองจะไม่ได้เป็นคนทำแต่ตัวเองมีส่วนสนับสนุนหรือฟื้นฟูธรรมชาติในส่วนที่ เป็นของตัวเองได้ พอตัวมูลนิธิกำลังทำโครงการหนึ่งเรื่องพันธบัตรป่าไม้ เป็นแนวคิดที่จะทำยังไงให้ พื้นที่พื้นที่ป่าแล้วชาวบ้านเข้าไปทำกิน การทำกินคือการปลูกพืชเชิงเดี่ยว แต่หลัก ๆ ของการทำ พันธบัตรป่าไม้ก็คือการสร้างมูลค่าป่าไม้ขึ้นมา แล้วตัวชาวบ้านเป็นคนดูแล รายได้ส่วนหนึ่งก็จะ กลับมาที่ชาวบ้าน ส่วนหนึ่งก็กลับไปกองทุนพันธบัตรด้วย คือชาวบ้านอยากปรับอาชีพเพราะทำ ข้าวโพดก็ขาดทุนมาตลอด แต่ว่าเขาก็ไม่มีเงินทุนไม่มีความรู้ ที่นี้การฟื้นฟูพื้นที่ป่า 40 % ตามแนวคิด ของประเทศ ทั้งพื้นที่ป่าทำกิน ป่าเอกชน พื้นที่ที่มีการบุกรุกแต่มีการนำไปใช้ประโยชน์อยู่แล้วแต่มี การผสมผสาน เลยเอาสองเรื่อง ทั้งการเต็มใจจ่ายกับพันธบัตรป่าไม้เนี่ยว่า ถ้าจะส่งเสริมพันธบัตรป่า ไม้คนในเมืองจะมีรูปแบบไหนที่จะเข้ามาร่วมในกองทุน นั้นแหละก็เป็นที่มา พยายามที่จะเอางานวิจัย ตรงนี้เข้ามาจับ พอตีทางมูลนิธิทำร่วมกับ TDRi ที่จะทำโปรเจกต์นี้แล้วก็กรมป่าไม้ แล้วก็บีทีริ กำลัง ขึ้นกันอยู่เพราะแนวคิดนี้อยู่ใน แผน 12 แล้วก็ยุทธศาสตร์ 20 ปี ด้วย แต่ทางกระทรวงก็มอบให้ ทางกลุ่มเหล่านี้มาช่วยกันดูแลแนวทางความเป็นไปได้...” (ภาณุเดช เกิดมะลิ, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2560)

กล่าวโดยสรุป จุดเริ่มต้นที่ภาคีของโครงการได้เข้ามาเป็นเครือข่ายและมีส่วนเริ่มเกิดจาก การติดต่อโดยคณะทำงานของโครงการป่าในเมืองได้มีการเชิญองค์กรและกลุ่มที่ขับเคลื่อนประเด็น ด้านสิ่งแวดล้อมในสังคมมาร่วมแบ่งปัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อหาข้อสรุปในการดำเนินกิจกรรม ของโครงการป่าในเมืองซึ่งเหตุผลหลักในการที่ภาคีตัดสินใจเข้าร่วมกับโครงการ เพราะแต่ละภาคนั้น เป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้านสิ่งแวดล้อม และเห็นประโยชน์ของโครงการในครั้งนี้ อีกทั้งยังนำข้อมูล จากงานในส่วนนี้ไปช่วยขับเคลื่อนเพื่อผลักดันแนวคิดให้ไปสู่ระดับนโยบาย

## (2) การมีส่วนร่วมกับโครงการ

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าภาคีเครือข่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้กิจกรรมต่างๆ ของโครงการได้ขับเคลื่อนไป และกลุ่มภาคียังร่วมสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างพลังในการสื่อสารไปสู่สาธารณะ โดยบทบาทที่ภาคีได้เข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการสามารถแสดงให้เห็นจากการสัมภาษณ์ของภาคีที่เข้าร่วมโครงการ

การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายในโครงการป่าในเมือง ส่วนหลักแล้วจะเป็นการร่วมแสดงความคิดเห็นในช่วงแรกของการขับเคลื่อนโครงการ รวมถึงการมีส่วนร่วมในเวทีเสวนาที่เกิดขึ้นทั้ง 2 ครั้ง โดยจากการสัมภาษณ์ภาคีได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมในโครงการครั้งนี้ไว้ว่า

“...ก็มีให้ไปนั่งฟังเฉยๆ พวกผู้ใหญ่ต่างๆ มาพูดคุย เป็นคนดู ก็คือเรียนตามตรงกิจกรรมที่ผ่าน มาทั้งสามครั้งเป็นการพูดคุยหมดเลย แต่ที่ตัวเองทำอยู่จะไม่เหมือนกัน คือโดยกิจกรรมของบ็กทรี ไม่ได้ทำร่วมกันโครงการนี้เลย มีแต่ไปแชร์ข้อมูล ความคิดเห็น...” (อรยา สุตะบุตร, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2560)

จากคำสัมภาษณ์จากตัวแทนภาคีของกลุ่มบ็กทรี ซึ่งมีส่วนร่วมในกิจกรรมของโครงการตั้งแต่ การสนทนาแลกเปลี่ยนที่พิพิธภัณฑ์ชาวบางกอก และผู้ร่วมในเวทีเสวนา “เดินตามรอยเท้าพ่อสานต่อ ป่าในเมือง” สามารถแสดงให้เห็นได้ว่ากลุ่มบ็กทรีมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมของโครงการมา ตั้งแต่เริ่มแรกซึ่งส่วนใหญ่เป็นการแบ่งปันข้อมูลและแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับป่าในเมือง แต่อย่างไรก็ตามทางกลุ่มบ็กทรีและคณะกรรมการของโครงการป่าในเมืองไม่ได้ทำกิจกรรมร่วมกัน แต่เป็นเพียงการนำประสบการณ์มาร่วมแลกเปลี่ยนในกิจกรรมโครงการ ซึ่งทางคณะกรรมการมองว่า กลุ่มภาคีถือเป็นส่วนหนึ่งและมีส่วนร่วมในโครงการ แต่ทางกลุ่มภาคีมีความเห็นว่ายังไม่ได้มีส่วนร่วม ซึ่งหากต้องการสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างคณะกรรมการอาจต้องมีการประชุมปรึกษาวางแผนร่วมกันให้เกิดความชัดเจนมากขึ้น

นอกจากนี้ทางมูลนิธิสืบ นาคะเสถียรยังเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะภาคีของโครงการเช่นเดียวกับ กลุ่มบ็กทรี โดยจากการสัมภาษณ์ตัวแทนของมูลนิธิได้กล่าวไว้ว่า

“...ผมก็ไปประชุมแค่ครั้งสองครั้ง แต่ก็ไปร่วมเวทีใหญ่ที่หอศิลป์ แต่ตัวเองก็เข้าไปตามใจเพจ ตอนแรกยังไม่เข้าใจหรอกว่าโครงการทำอะไร คือเหมือนกับในวันนั้นได้คุยกันคร่าวๆ ว่าอยากให้เป็นอย่างใบบ้าง แต่ที่คุยเสนอจะคล้าย ๆ กับที่คุยในคลิป แต่ผมก็กำหนดตัวเองในภาพรวมของป่าไม้ ในเรื่องของสถานการณ์ป่าไม้ เพราะเราไม่ถนัดเรื่องนี้ แต่ก็พยายามให้เห็นว่าสถานการณ์ป่าเป็นยังไง แล้วคน



มีส่วนอย่างไรเพื่อให้เชื่อมกับตรงนั้น ก็พยายามยกตัวอย่างไปอีกว่าป่าเป็นอย่างไร การที่พยายามจะมาสร้างป่าในเมืองเนี่ยสามารถทำได้เพียงแต่พื้นที่จำกัด แต่สิ่งที่มันเกิดขึ้นได้อาจจะเป็นการใช้สายไฟเป็นตัวเชื่อมได้ หลักการก็ไม่ต่างจากป่าที่มีต้นไม้เชื่อมเหมือนกัน มีถนนที่สัตว์ป่าเดินข้ามได้...” (ภาณุเดช เกิดมะลิ, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2560)

จากคำสัมภาษณ์แสดงให้เห็นได้ว่าทางมูลนิธิสืบ นาคะเสถียรได้เข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งการดำเนินงานของมูลนิธิไม่ได้มุ่งไปที่การสื่อสารเรื่องป่าในเมือง แต่เน้นไปที่ป่าไม้ที่เป็นพื้นที่ป่าใหญ่ ป่าอุทยานและสัตว์ป่า แต่ทางมูลนิธิก็มีส่วนช่วยในการให้ข้อมูลและแสดงความคิดเห็นที่สามารถเชื่อมความเป็นป่าในสอดคล้องกับเมืองได้

อย่างไรก็ดีบทบาทของภาคีเครือข่ายก็ได้เข้ามามีส่วนช่วยทำให้โครงการป่าในเมืองสามารถดำเนินต่อไปได้เป็นอย่างดี โดยจากการสัมภาษณ์ตัวแทนจากกลุ่มบักทรี ได้กล่าวว่า

“...คงช่วยได้แค่เบื้องต้นก็จะเป็นเรื่องข่าวสารความเคลื่อนไหว เพราะตอนนี้อันนี้ที่เราใช้เวลาทำไปเยอะมากคือประเด็นเรื่องรुकขกร มาดูแลร์กษัตน์ไม้ใหญ่ในเมือง ซึ่งคิดว่าผลักต้นไปได้พอสมควรจากที่คนไม่รู้จักอาชีพนี ก็มีคนหันมาทำอาชีพนีมากขึ้น มีคนเรียกหาอาชีพนี ยังมีการจัดอบรมรुकขกร ยิ่งถ้ามีสปอตเซอร์แล้วค่าใช้จ่ายไม่แพง คนสมัครแปบเดียวเต็ม คนที่มาจากด้วยความใฝ่ใจอยากเอาจริงเอางัง ตอนนี้เริ่มมีคนที่ยอมทิ้งความมั่นคงอาจจะเพราะทำแล้วสนุกกว่ามีประโยชน์มากกว่า ก็มีแนวโน้มแบบนี้มากขึ้น ถ้าซักเมื่อไม่ถึงสิบปีที่ผ่านมาตอนแรกๆ ที่เริ่มทำบักทรีว่าจะชวนคนมาอยู่ประจำก็ยาก พ่อแม่ไม่เข้าใจ งานอะไรไม่มีออฟฟิศ ไม่มีเครื่องแบบ ตอกบัตร ในแง่กิจกรรมที่ทำแล้วก็ไม่ว่าจะเป็นงานรुकขกร ขึ้นทะเบียนต้นไม้ใหญ่ ขึ้นทะเบียนแบบประชาชนทำ ก็เกิดการสร้างข้อมูลบางอย่างที่เผยแพร่ออกไปได้ ตรงนี้ก็เป็นข้อมูลที่ประชาชน ในโครงการป่าในเมืองว่าประชาชนมีความเคลื่อนไหวอย่างไร ที่จะเป็นหูเป็นตาให้ส่วนร่วม หรือบางคนเข้ามาทำเอง...” (อรยา สุตะบุตร, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2560)

### (3) การสื่อสารของเครือข่าย

การสื่อสารของเครือข่ายที่มีส่วนร่วมในโครงการป่าในเมือง จากการศึกษาพบว่า การสื่อสารระหว่างคณะทำงานหลักและภาคีเครือข่ายต่าง ๆ จะเป็นการสื่อสารผ่านการสนทนาผ่านทางโทรศัพท์ รวมถึงข้อความแชทผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กหรือไลน์ แต่แต่ละบุคคล เพื่อเป็นการนัดหมาย หรือส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเชิญไปร่วมกิจกรรม และแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีความจำเป็นต่อการสร้างความเข้าใจระหว่างภาคีเครือข่ายและการดำเนินโครงการ ทั้งในเรื่องการเสวนา และความเข้าใจต่อตัวโครงการ ดังคำสัมภาษณ์ของภาคีเครือข่ายที่กล่าวไว้



“...ถ้าเป็นกลุ่มป่าในเมือง ส่งข้อความ ไลน์มา ก็จะคุยกันตอนจะมีงานมากกว่าที่จะนัดเจอ โคะเรื่องกิจกรรมมีอะไรบ้างไหม ก็สามเสวนาที่จัดไปก็จะมีการคุยกันเรื่องนัดหมาย อาจารย์ให้ส่งข้อมูลอันนี้มาให้หน่อยว่าทำอะไรบ้าง ข้อมูลบีกทรี ส่วนมากจะโทรคุยครั้งนึงก่อนเจอตัว โทรมาคุยว่าให้ช่วยพูดเรื่องนี้เรื่องนั้น แล้วก็บอกว่าเดี๋ยวจะมีถ่ายคลิป ที่พิพิธภัณฑ์ชาวบางกอก แล้วก็ มีฝากเชิญคนอื่นๆ ด้วย...” (อรยา สุตะบุตร, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2560)

“...ไม่ได้ประชุมเพียงแต่ส่งข้อมูล ติดต่ออาจารย์วิไลวรรณไว้คนเดียว ไม่ได้มีกลุ่มเฉพาะ...” (ภาณุเดช เกิดมะลิ, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2560)

กล่าวโดยสรุป การติดต่อสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายนั้น มีการนัดหมายเฉพาะในช่วงใกล้เวลาจัดกิจกรรมต่างๆ ของโครงการ รวมถึงส่งข้อมูลเพื่อแลกเปลี่ยนและใช้ในการประกอบกิจกรรมของโครงการ เช่น การจัดกิจกรรมเวทีเสวนา การแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจการสื่อสารของโครงการ เป็นต้น

#### 4.2.2.3 ทักษะต่อการสื่อสารโครงการจากมุมมองของภาคีเครือข่าย

นอกจากการมีส่วนร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งการสื่อสารโครงการป่าในเมืองแล้ว ภาคีเครือข่ายที่เข้ามามีส่วนร่วมยังได้แสดงความคิดเห็นต่อการสื่อสารของโครงการนี้ ซึ่งภาคีที่เข้าร่วมนั้นถือเป็นผู้ที่ทำงานด้านสิ่งแวดล้อมด้วยกันทั้งสิ้น ทำให้แต่ละภาคีมีความรู้และความเชี่ยวชาญที่สามารถนำองค์ความรู้ต่างๆ มาช่วยในการสื่อสารของโครงการเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการทำงานร่วมกันมากที่สุด โดยสามารถแบ่งประเด็นได้ตามหัวข้อ ดังต่อไปนี้

##### 1) ความคิดเห็นของภาคีต่อโครงการป่าในเมือง

จากการสัมภาษณ์ภาคีที่มีส่วนร่วมในโครงการว่าแต่ละบุคคลมีความคิดเห็นอย่างไรต่อโครงการป่าในเมือง สามารถแบ่งประเด็นย่อยในแต่ละส่วนได้ ดังนี้

##### (1) ภาพรวมของโครงการ

จากการสัมภาษณ์ภาคีเครือข่ายถึงความคิดเห็นต่อการดำเนินของโครงการป่าในเมือง พบว่าความคิดเห็นภาพรวมของโครงการในมุมมองของภาคี มองว่าโครงการป่าในเมืองเป็นโครงการที่สามารถจุดประเด็นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญของป่าในเมือง โดยกล่าวว่า

“...สำหรับผมก็เป็นโครงการหนึ่งที่จะมาจุดประเด็นให้คนเมืองที่จะมีส่วนช่วยดูแลฟื้นฟูทรัพยากร พื้นที่เหล่านี้ได้ ตอนแรกผมก็ไม่เข้าใจว่าพวกเขาเนี่ยมีส่วนเหล่านี้ยังไงบ้าง เพราะว่าตอนที่ถูกเชิญไปก็มีหลายกลุ่มที่เข้าไป...” (ภาณุเดช เกิดมะลิ, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2560)

“...ความรู้สึกแรกก็คิดว่าต้องมีกิจกรรมจริง ๆ ด้วย พอเป็นการที่ช่วยเผยแพร่เนื้อหาเฉย ๆ ด้วยความที่เดี๋ยวนี้สื่อออนไลน์ก็ไม่ได้ใช้กันง่าย ๆ ก็ถูกล็อคด้วยคนที่ไม่จ่ายตัง ไม่ว่าจะเป็นเฟซบุ๊ก เขาก็จะปิดไลค์ ยกเว้นเราจ่ายเงินก็เป็นข้อจำกัดอันหนึ่งแล้วที่จะรณรงค์ผ่านโซเชียลมีเดีย คนที่รับข่าวสารเลยเหมือนไม่รู้ว่าโครงการป่าในเมืองคือใคร คนที่พูด ตัวแทนคือใคร คือรู้ว่าพูดเรื่องนี้ แต่คนในสังคมอาจจะต้องการอยากจะรู้ชัดเจนจับต้องได้ว่าเขาทำอะไร กิจกรรมที่เขาทำเพื่อที่จะรณรงค์เรื่องนี้จริง ๆ อาจจะดูเป็นนามธรรมไปหน่อย เปรียบเทียบอย่างมูลนิธิสิบ เขาก็จะดูแลป่าอะไรไป แล้วตอนเขาเคลื่อนไหว จัดเสวนา ฉายหนัง ออกแพร่ ไม่ต้องอธิบายว่าคนเหล่านี้คือใคร ไม่มีใครคัดค้านว่าเขาทำอะไร เพราะรู้ว่าเป็นมูลนิธิสิบ ซึ่งไม่เหมือนโครงการนี้ เป็นก้อนข้อมูล ที่พยายามจะส่งออกไปแต่ไม่รู้ว่าจะใครส่ง อย่างวันนี้ถ้าไปถามคนที่ทำเรื่องสิ่งแวดล้อมในเมือง เอาคนที่ทำโครงการนะไม่นับประชาชนทั่วไป ก็อาจจะไม่รู้ว่ามีโครงการนี้เป็นไปได้สูงมาก คือเป็นความตั้งใจดี แต่มันอาจจะได้ผลที่จำกัดกว่าที่ตั้งเป้าเอาไว้...” (อรยา สุตะบุตร, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2560)

โดยจากคำสัมภาษณ์แสดงให้เห็นว่าจากมุมมองของตัวแทนจากมูลนิธิสิบ นาคเสถียร เห็นถึงข้อดีของโครงการที่เน้นให้คนเมืองมีส่วนในการช่วยดูแลฟื้นฟูทรัพยากร แม้ตอนแรกยังมีความไม่เข้าใจว่าแท้จริงแล้วโครงการต้องการทำอะไรก็ตาม แต่อย่างไรก็ตามจากความคิดเห็นของตัวแทนของกลุ่มบ็ทริได้เสมอมุมมองภาพรวม ซึ่งเน้นไปที่การดำเนินกิจกรรมของโครงการ และมองว่าการสื่อสารของโครงการต้องมีกิจกรรมที่ทำให้เห็นภาพและทำให้คนเข้าใจป่าในเมืองอย่างชัดเจน รวมถึงการขับเคลื่อนผ่านพื้นที่ออนไลน์เอง อาจยังมีความไม่ชัดเจนว่าใครคือผู้ส่งสารที่แท้จริง

## (2) การมีส่วนร่วมและกิจกรรมของโครงการ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มภาคี ทำให้เห็นภาพของการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมโครงการ ซึ่งทั้งมูลนิธิสิบ นาคเสถียร และกลุ่มบ็ทริ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการร่วมแลกเปลี่ยนความรู้และแสดงความคิดเห็น ตั้งแต่การประชุมกลุ่มย่อย และการจัดกิจกรรมเสวนาที่พิพิธภัณฑ์ชาวบางกอก อีกทั้งยังเป็นผู้ร่วมในเวทีเสวนา “เดินตามรอยเท้าพ่อสานต่อป่าในเมือง” รวมถึงหนึ่งในตัวแทนจากกลุ่มขับเคลื่อนด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นส่วนหนึ่งในคลิปวิดีโอสื่อสารรณรงค์ของโครงการ โดยจากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมจากภาคีได้ดังนี้

“...แนวคิดในเรื่องของการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาร่วมกันทำ เพราะก็มองว่าจริง ๆ แล้วองค์ประกอบเหล่านี้มันจะสร้างได้ แต่ต้องมีตัวเชื่อมที่จะทำให้ตรงนี้เกิด อย่างน้อยตอนนี้ก็ได้ความรู้ตรงนี้มาที่ผมนำมาใช้ต่อ อันที่สองก็คือ จริง ๆ ก็ได้แนวเรื่อง เปิดมิติใหม่ของคนในเมืองที่เขามองป่าในเมือง เพราะบางคนอาจจะมองว่าป่าต้องอยู่ในแต่สวนสาธารณะ พื้นที่กลาง แต่ว่าก็สร้างได้ ในขณะเดียวกันถ้าตัวเองไม่มีความพร้อมในการสร้างก็สามารถเข้าไปสนับสนุน แต่รัฐอาจจะต้องมีกิจกรรมอะไรเข้ามา...” (ภาณุเดช เกิดมะลิ, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2560)

“...ถ้าพูดถึงงานสุดท้ายที่จัดที่หอจดหมายเหตุ ก็มีข้อดีตรงที่ว่ามีหน่วยงานต่าง ๆ ที่ทำเรื่องป่าในเมือง เขาได้มาอยู่ในที่เดียวกันมาแลกเปลี่ยนข้อมูลด้วยกัน แต่อย่างที่บอกคือถ้าจะให้ได้ผลก็คือต้องทำต่อ จากที่คนเหล่านี้มาเจอกันแล้วก็แลกเปลี่ยนข้อมูลเหล่านี้...” (อรยา สุตะบุตร, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2560)

จากคำสัมภาษณ์แสดงให้เห็นได้ว่ากลุ่มภาคีได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และร่วมในกิจกรรม โดยตัวแทนจากทางมูลนิธิสืบภาคเสถียรนั้น มองว่าองค์ความรู้ต่างๆ นั้นแต่ละภาคส่วนมีอยู่แล้ว แต่จะทำอย่างไรให้เกิดการเชื่อมต่อกันแต่ละภาคส่วนเพื่อทำให้เกิดกระแสในสังคม สอดคล้องกับตัวแทนจากกลุ่มบักทรี ที่มองเห็นข้อดีในการแลกเปลี่ยนข้อมูลของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลมาสร้างให้เกิดประโยชน์และผลักดันไปสู่เป้าหมายในการสื่อสารให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งภาคีที่เข้าร่วมโครงการเองก็มีความเชื่อว่าคนในสังคมนั้นพร้อมสนับสนุน แต่หลายภาคส่วนอาจต้องร่วมมือกันเพื่อสร้างให้เกิดกิจกรรมที่เห็นภาพชัดเจน

นอกจากนี้กลุ่มภาคีก็ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านพื้นที่ออนไลน์ซึ่งถือเป็นสื่อหลักที่สำคัญของโครงการในการดำเนินการสื่อสารขับเคลื่อนครั้งนี้ด้วย โดยจากการสัมภาษณ์ตัวแทนจากภาคีเครือข่ายได้กล่าวไว้ว่า

“...ถ้าในเฟซบุ๊ก เวลาขึ้นมาในฟีดหรือนึกได้ก็ไปเปิดดูในเพจของป่าในเมือง จะมีเนื้อหาที่สร้างเองน้อย เห็นว่าทำแต่ทำอยู่ในช่วงใกล้ ๆ ที่จัดงานหรือระดมความเห็น แต่ว่านอกเหนือจากนั้นไปแชร์จากเพจอื่น ที่มีความตั้งใจว่าจะสร้างเนื้อหามาแล้ว ไปเผยแพร่ต่อก็เข้าใจว่าอาจจะยังไม่ค่อยเยอะ บทบาทของโซเชียลก็ยังไม่ค่อยอยู่ แต่เหมือนกันว่ามีปัจจัยที่จะพาไปสู่ความสำเร็จมากขึ้น ให้คนรับรู้ซับซ้อนมากขึ้นอย่างเมื่อก่อนเราอิงไปลิบโพสต์แล้วได้ผลเกินครึ่ง แต่ตอนนี้มันอาจจะไม่ได้อย่างที่บอกทางเฟซบุ๊กก็บีบ พอเห็นเป็นเพชรณรงค์ก็ มาขอให้จ่ายเงิน แต่ก็ยังมีบางโพสต์ที่เข้าล๊อคถูกจังหวะ มีผลไปถึงคนสั่งการ ไม่ให้ตัดต้นไม้ ทำให้เขาต้องยอมหยุด ยอมมาคุยก็ยังพอที่จะเกิดได้

อยู่ ถ้าจะใช้โซเชียล จริง ๆ ก็ต้องโพสต์ประมาณวันละสี่ครั้ง อย่างน้อยสองครั้ง แต่อย่างป่าในเมืองไม่ได้โพสต์ทุกวันด้วยซ้ำ แล้วก็แชร์ของคนอื่น เวลาแชร์ไปก็ต้องทราบดีด้วยถ้าใครแชร์ต่อจากเพจเรา ใครแชร์ต่อไป เห็นหลายครั้งแชร์เฉย ๆ ก็แค่ขึ้นของเพจต้นทาง แต่ก็เข้าใจว่าป่าในเมืองเป็นเชิงประเด็นสร้างความตระหนักรู้ แต่ด้วยนิสัยคนไทยจะให้สนใจอะไร ต้องมีดราม่า เห็นแบบชัดว่าใครเป็นพระเอก นางเอก ตัวร้าย เราอยากให้สื่อออกมาเลยว่าใครดี เลว ใครโดยหลอก แล้วถ้าต้องการการแชร์ออนไลน์ก็ต้องการดราม่า แต่ก็ไม่น่าจะเป็นอย่างนั้น น่าจะรับข้อมูลไปเองแล้วไปคิดต่อซะหน่อย” (อรยา สุตะบุตร, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2560)

“...แต่ละองค์กรเขาก็มีอะไรของเขา แต่เราก็ต้องหาอะไรร่วม เรารู้ว่าเขาปฏิบัติได้ แต่ต้องมีองค์ความรู้ แล้วสามารถทำขึ้นเองได้ โดยส่วนใหญ่ที่เวลาเรายกมา เป็นอันที่เขาทำอยู่ก่อนแล้ว ตอนนี้ผมไม่รู้ว่าจะยังงัยให้ขยายได้ หรือแนวคิดนี้พัฒนาต่อไปได้ยังไง ทุกวันก็ยิ่งมองว่าตัวเพจที่สื่อสารอาจจะซ้อน ๆ กับบิกทรีหน่อย เรื่องอีเว้นท์ แต่ก็ยังเป็นประโยชน์ คือถ้ามีคนช่วยดูแลเรื่องกิจกรรมยาว ๆ ให้คนมีส่วนร่วมมันก็จะดีมีกิจกรรมให้คนมาร่วมบ้างก็คงดี ต้องค่อยๆ ใช้เวลา แต่สกว. จะยอมไหมที่ไม่ใช่แค่ทำในเชิงวิจัย...” (ภาณุเดช เกิดมะลิ, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2560)

จากคำสัมภาษณ์แสดงให้เห็นว่าได้รับการสื่อสารด้วยแฟนเพจเพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วมของคนในสังคมนั้น ปัจจุบันทางเพจบุกเองก็มีกรอบเฉพาะให้เพจที่เกี่ยวข้องกับการณรงค์ต้องซื้อโฆษณา เพื่อให้คนเข้าถึงมากขึ้น แต่ก็ไม่ใช้ทั้งหมด เพราะถ้าหากการสื่อสารมาถูกจังหวัดและลงลึกหรือได้ประเด็นที่เป็นกระแสสังคม ก็อาจทำให้การสื่อสารเรื่องนี้มีพลังมากขึ้น ซึ่งความคิดเห็นของกลุ่มบิกทรียังมองว่าการทำแฟนเพจของโครงการป่าในเมืองยังมีเนื้อหาที่สร้างเองในจำนวนน้อย และทางตัวแทนจากมูลนิธิสืบ นาคะเสถียรเอง ก็ยังมองว่าเนื้อหานั้นยังมีความทับซ้อนกับเพจด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ที่ไม่ได้แตกต่างโดดเด่นมากเท่าใดนัก

## 2) มุมมองของเครือข่ายต่อการเข้าใจประเด็นเรื่อง “ป่าในเมือง” ของคนในสังคม

จากการสัมภาษณ์ภาคีของโครงการเกี่ยวกับความเข้าใจของคนในสังคมต่อเรื่องป่าในเมืองในมุมมองของภาคี ซึ่งกล่าวว่า

“...ถ้าพูดเรื่องป่าในเมืองกับต้นไม้ใหญ่ เขาก็จะเข้าใจต้นไม้ใหญ่อยู่แล้ว ซึ่งกลับมาที่ปัญหาแรกที่คุณพูดอยู่ได้ว่าป่าในเมืองคืออะไรไม่เข้าใจ ที่พวกเราทำเราเลยไม่ใช่ป่าในเมืองใช้เหมือนกันแต่เราจะพูดเรื่องต้นไม้ใหญ่ เพราะในกทม. ให้ความรู้สึกที่ไม่มีป่าทั้งที่จริงแล้วมี แผงอยู่ในสวนสาธารณะที่รกร้าง ป่าช้า เพราะก็ถือเป็นป่าในเมือง อีกแบบหนึ่ง



เพราะคนไม่ค่อยเข้าไปยุ่ง เพราะถ้าสื่อสารเป็นต้น ๆ ก็จะสังเกตว่าประชาชนเดี๋ยวนี้คนเห็นต้นไม้ที่พิการหรือกำลังจะโดนตัด ยิ่งคนใช้เฟซบุ๊ก อินสตราแกรม อย่างแรก ๆ ที่จะทำก็ถ่ายรูป เราก็จะมีคนส่งร้องเรียนเรื่องต้นไม้เข้ามาทุกวันซึ่งน่าเหนื่อยใจมากเพราะเราก็ทำไม่ทัน คือในด้านดี คนก็ตื่นตัวมากขึ้น คนที่มีการศึกษา ไม่กังวลเรื่องปากท้อง กับที่ ๆ เข้าผ่านทุกวัน ไปเป็นประจำ แล้วอยู่ดีๆ ต้นไม้หายไปหรือมีข่าว จะโดนตัด ทำให้เขารู้สึกว่าต้นไม้ใหญ่อยู่หรือไปสภาพดีหรือโทรม ก็กลายเป็นเครื่องกระตุ้นของประชาชน ว่าสิ่งแวดล้อมในเมืองเราจะแย่ลง การเผ่าทีละต้นก็อาจจะง่ายกว่าไปเผ่าทั้งป่า ก็กับการไปบอกว่าป่าในเมืองดีนะ ตรงนี้เขาอาจจะไม่เห็น แต่ว่าโดยมากแล้วคนที่จะลุกขึ้นมาทำอะไรจะเป็นชนชั้นกลางระดับบน ตอนนั้นก็สังเกตได้ว่า คนกลุ่มนี้ ไปจนถึงคนที่มีความรู้ก็จะทำงานออฟฟิศน้อยลง ก็จะมีเวลาส่วนตัวมาทำอะไรแบบนี้ มีคนตั้งกลุ่มทั้งที่ไม่ได้เป็นงานประจำ แต่ลุกขึ้นมาทำอะไร...” (อรยา สูตะบุตร, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2560)

“...คนก็คงจะไม่รู้ว่าสวนสาธารณะ หรือพื้นที่ที่รกร้างนับเป็นป่าในเมืองได้เพราะว่าคนทั่วไปมีความรู้สึกว่าเป็นป่าต้องใหญ่ ๆ อยู่ไกล ๆ ป่าต้องมีสัตว์ใหญ่ ซึ่งจริง ๆ แล้วไม่จำเป็น สัตว์เล็ก ไล่เดือน แมลงนก ก็เป็นส่วนหนึ่งของป่าแต่เป็นป่าไม่สมบูรณ์ แล้วก็ยังมีประชาชนอีกกลุ่มหนึ่งบอกว่าป่ามันอยู่กับเมืองไม่ได้ ป่าก็ไปอยู่ในป่าสิ จะอยู่ในที่เดียวกันได้ยังไงกลับมาที่ความเชื่อว่าเป็นป่าต้องเป็นผืนใหญ่ มีสัตว์ใหญ่ มีธรรมชาติบริสุทธิ์ ซึ่งป่าในเมืองมันไม่ได้เป็นแบบนั้น...” (อรยา สูตะบุตร, สัมภาษณ์, 6 พฤศจิกายน 2560)

“...ผมคิดว่าเขาเข้าใจไม่เหมือนกัน หนึ่งคือตัวภาพที่ออกมาอาจจะยังไม่ชัดว่าป่าในเมืองคืออะไร พอไปถามใครเขาอาจจะบอกว่าที่ ๆ มีต้นไม้ขึ้นเยอะ ๆ ลักษณะเป็นป่าแบบนั้น แต่ว่าไม่ได้มองว่าในความจริงอะไรที่มันเป็นป่า รูปแบบที่มันเป็นเป็นยังไง ก็คิดว่ายากที่จะทำให้คนเข้าใจว่าป่าในเมืองมันคืออะไร ถ้าประเด็นก็คงจะมองแบบที่สาธารณะ แต่ไม่ได้มองว่าพื้นที่ที่เป็นสวนสาธารณะ ที่เป็นหย่อมๆ ที่ข้างๆ ที่มีต้นไม้ขึ้นก็เป็นป่า แต่ป่าในเมืองมันก็ต้องมีองค์ประกอบหลายๆ อย่างรวมกัน...” (ภาณุเดช เกิดมะลิ, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2560)

จากคำสัมภาษณ์แสดงให้เห็นได้ว่าในมุมมองของภาคีเครือข่ายที่ทำงานขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมมีความคิดเห็นต่อการเข้าใจป่าในเมืองของคนในสังคมที่คล้ายคลึงกัน โดยคิดว่าคนในสังคมอาจไม่เข้าใจมากเท่าใดนัก เพราะเมื่อพูดถึงคำว่าป่า คนจะคิดถึงต้นไม้ใหญ่ หรือพื้นที่ที่ต้องมีสัตว์ป่าอาศัยอยู่ ซึ่งพื้นที่ในเมืองนั้นไม่มี ซึ่งคนเมืองไม่ได้มองว่าพื้นที่รกร้าง หรือพื้นที่สวนสาธารณะ



ปัญหาในส่วนนี้จึงทำให้ต้องกลับมามองถึงการสื่อสารที่ช่วยส่งเสริมให้คนในสังคมนั้นเข้าใจป่าในเมืองมากยิ่งขึ้นเพราะป่าในเมืองต้องมีหลายองค์ประกอบรวมกัน

กล่าวโดยสรุป ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอให้เห็นถึงบทบาทของภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนโครงการ ซึ่งมีทั้งภาคีหลักที่มีบทบาทสำคัญในการมีส่วนร่วมกับโครงการ และกลุ่มภาคีที่ยังไม่มีบทบาทชัดเจนมากนัก แต่อย่างไรก็ตามทุกกลุ่มองค์กรที่ได้มีส่วนร่วมด้วยโครงการในทุกกิจกรรมก็ถือเป็นกระบอกเสียงสำคัญอันช่วยเป็นตัวช่วยในการสื่อสารประเด็นป่าในเมืองให้ออกไปสู่สาธารณะในวงกว้างทุกกลุ่มองค์กรมีต้นทุนที่แตกต่างกัน มีกลุ่มเป้าหมายของแต่ละองค์กรแตกต่างกันออกไป หรือมีการสื่อสารในประเด็นสาธารณะที่ต่างกัน แต่ทุกกลุ่มที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการนี้ มีเป้าหมายที่สอดคล้องกันในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถช่วยสร้างพลังให้กับการขับเคลื่อนในครั้งนี้



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาโครงการป่าในเมือง โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
2. เพื่อศึกษาบทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมกับโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 8 คน ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ดำเนินการในการขับเคลื่อนโครงการป่าในเมือง เจ้าของงานวิจัยเรื่อง “ความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ” และกลุ่มภาคีเครือข่ายที่มาเข้าร่วมกับโครงการ อีกทั้งการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องซึ่งผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามปัญหาคำถามวิจัยดังต่อไปนี้

##### 5.1.1 ปัญหาคำถามวิจัยข้อที่ 1 : กระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นอย่างไร

กระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมือง ประกอบด้วย เป้าหมายการสื่อสาร ประเด็นการสื่อสาร กลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์สาร และผลการสื่อสาร โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

##### 1. บทบาทของผู้ส่งสาร/เป้าหมายการสื่อสาร

เป้าหมายในการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองนั้นประกอบด้วยเป้าหมาย 2 ประการ คือ 1) เพื่อสร้างความเข้าใจและนำองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยไปใช้ประโยชน์สู่สังคมในวงกว้าง เพื่อให้ทุกคนในสังคมได้เข้าใจคำว่าป่าในเมือง ซึ่งเป็นการนำเอาองค์ความรู้และข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยเรื่อง

ความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ มาพัฒนาให้เกิดเป็นโครงการการสื่อสารนี้ ทำให้งานวิจัยถูกนำมาใช้ประโยชน์ตามเป้าหมายหลักของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ซึ่งเป็นผู้สนับสนุนทุนในการดำเนินโครงการและ 2) เพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของป่าในเมือง โดยนำเสนอผ่านสื่อและกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการ อันมีรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อให้คนในสังคมนั้นเห็นความสำคัญและร่วมกันรักษาพื้นที่สีเขียว

## 2. ประเด็นการสื่อสาร

ประเด็นการสื่อสารของโครงการป่าในเมือง มีด้วยกันทั้งหมด 2 ประเด็น คือ

2.1 *นิยามของคำว่า “ป่าในเมือง” และแนวคิด “การจัดทำป่าในเมือง”*  
 โดยต้องการนำเสนอข้อมูลและสื่อสารสู่สาธารณะให้เข้าใจว่าป่าในเมืองคืออะไร อีกทั้งการนำเสนอแนวคิดในการสร้างป่าในเมือง (Urban forest)

2.2 *การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในประเด็นเรื่องป่าในเมือง* โดยต้องการสื่อสารให้เห็นประโยชน์ของป่าในเมือง และเห็นคุณค่าของต้นไม้ที่สามารถอยู่ร่วมกับการพัฒนาเมืองได้

## 3. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายของโครงการป่าในเมือง มีด้วยกันทั้งหมด 2 กลุ่ม คือ

3.1 *กลุ่มเป้าหมายหลัก* ได้แก่ กลุ่มสื่อมวลชน ถือเป็นกลุ่มสำคัญในการทำหน้าที่เป็นผู้ขับเคลื่อนข้อมูลข่าวสารของโครงการไปสู่สาธารณะ ผ่านสื่อกระแสหลัก ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร รวมถึงสื่อออนไลน์

3.2 *กลุ่มเป้าหมายรอง* ได้แก่ กลุ่มคนเมือง ไม่ได้เจาะจงเฉพาะชาวกรุงเทพมหานครเท่านั้นแต่หมายถึงกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง เพื่อทำให้เกิดการรับรู้และเข้าใจถึงความหมายและความสำคัญของป่าในเมืองเป็นไปได้อย่างทั่ว

## 4. ช่องทางการสื่อสาร

ช่องทางการสื่อสารที่ทางโครงการใช้เพื่อทำการสื่อสารประเด็นป่าในเมืองสู่สาธารณะประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่

4.1 การสื่อสารผ่านสื่อกิจกรรม การสื่อสารด้วยสื่อกิจกรรมถือเป็นกลยุทธ์หลักของโครงการตั้งแต่ช่วงเริ่มแรกของการดำเนินโครงการจนถึงช่วงสุดท้ายของการดำเนินการขับเคลื่อนโครงการ โดยแบ่งเป็นกิจกรรม ดังต่อไปนี้

4.1.1 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นกิจกรรมแรกที่ทางโครงการได้จัดขึ้นซึ่งเป็นการประชุมกลุ่มย่อยกับภาคีเครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ข้อเสนอแนะ

แนวทางในการสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมการสื่อสารสาธารณะในโครงการที่กำลังจะเกิดขึ้นต่อไป

4.1.2 การเปิดเวทีเสวนาสาธารณะ เป็นการเปิดเวทีสาธารณะที่บุคคลทั่วไปสามารถเข้าร่วมรับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ จัดขึ้นด้วยกันทั้งหมด 2 ครั้ง ซึ่งมีผู้ร่วมเวทีเสวนาจากหลากหลายกลุ่มทั้งองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคการศึกษา รวมถึงกลุ่มนักขับเคลื่อนด้านสิ่งแวดล้อม

- ครั้งที่ 1 โครงการเสวนา “เดินตามรอยเท้าพ่อ สานต่อป่าในเมือง” และการแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ จัดขึ้นในวันที่ 22 ธันวาคม 2559 เวลา 13.00 – 16.00 น. ณ ห้องอเนกประสงค์ ชั้น 1 หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร โดยมีตัวแทนภาคีเครือข่ายมาร่วมในการเสวนาเพื่อสื่อสารมุมมองป่าในเมืองของแต่ละบุคคล

- ครั้งที่ 2 โครงการเสวนाप่าในเมืองกับความยั่งยืนสู่ไทยแลนด์ 4.0 จัดขึ้นในวันที่ 30 มีนาคม 2560 ณ หอจดหมายเหตุนครปฐม อินทปัญญา พร้อมทั้งการจัดนิทรรศการภาพถ่าย “ป่า-เมือง-คน มิติการสื่อสารผ่านภาพถ่ายภายใต้แนวคิดป่าในเมือง” ซึ่งเวทีเสวนาครั้งนี้มีตัวแทนจากหน่วยงานที่มีความสำคัญในสังคม ทั้งภาคประชาชน เครือข่ายภาครัฐและเอกชน รวมถึงสถาบันการศึกษามาเป็นพลังในการสื่อสารประเด็นเพื่อนำไปสู่ภาคนโยบายต่อไป

4.2 การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล การสื่อสารด้วยสื่อบุคคลในที่นี้ต้องการแสดงให้เห็นถึงบทบาทของวิทยากรในฐานะผู้ส่งสารจากเวทีเสวนาที่เกิดขึ้น ซึ่งทางโครงการได้เชิญมาร่วมกิจกรรมโดยแต่ละบุคคลถือเป็นสื่อบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญตามภารกิจจากองค์กรเครือข่ายพันธมิตรของโครงการ ซึ่งมีประสบการณ์และทำงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยบุคคลเหล่านี้มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของสังคมในฐานะผู้ส่งสาร จึงถือเป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิดต่อการสื่อสารประเด็นป่าในเมือง

4.3 การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การสื่อสารของโครงการป่าในเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทางโครงการได้เลือกทำการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยใช้ชื่อแฟนเพจว่า “Urban Forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้” ซึ่งเป็นสื่อที่มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ ด้วยลักษณะของเฟซบุ๊กแฟนเพจที่เอื้อต่อการออกแบบสารได้หลากหลาย ทั้งข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว คลิปวิดีโอและอินโฟกราฟฟิก ซึ่งกระบวนการสื่อสารของแฟนเพจสามารถแบ่งได้เป็น 6 กระบวนการหลัก ได้แก่

- การทำให้แฟนเพจเป็นที่รู้จัก เป็นขั้นตอนเริ่มต้นเพื่อให้แฟนเพจสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคณะทำงานได้กำหนดไว้ ด้วยการเริ่มโพสต์เนื้อหาและแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้งเชิญให้มีผู้เข้ามาติดตาม



- การปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ การเผยแพร่เนื้อหาผ่านแฟนเพจคณะทำงานต้องคอยสำรวจอยู่เสมอว่า ณ ช่วงเวลานั้นอะไรที่กำลังเป็นกระแส หรือมีอะไรน่าสนใจและคนในสังคมกำลังพูดถึงเรื่องอะไร เพื่อปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้สอดคล้องกับสถานการณ์และกระแสสังคม

- การขับเคลื่อนประเด็น เริ่มต้นขับเคลื่อนประเด็นเมื่อการดำเนินโครงการเข้าสู่เดือนที่ 3 ซึ่งมีการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามด้วยการเล่นเกมแจกรางวัล และเผยแพร่สื่อที่โครงการผลิตขึ้นทั้งโพสต์ข้อความ คลิปวิดีโอ และการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องสิ่งแวดล้อมที่เชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องป่าในเมือง

- ภาควิชาเครือข่าย เป็นกลุ่มที่มีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนประเด็นและมีกลุ่มเป้าหมายเดียวกันในการช่วยประชาสัมพันธ์โครงการ และแบ่งปันข้อมูลข่าวสารในพื้นที่สื่อออนไลน์

- การโปรโมทกิจกรรม พื้นที่แฟนเพจยังถูกใช้เป็นพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เกิดขึ้นของโครงการ

- การลงโฆษณาบนเฟซบุ๊ก เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนแฟนเพจให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นด้วยการทดลองจ่ายเงินโฆษณากับทางเฟซบุ๊ก เพื่อดูแนวทางผู้เข้าชมและการเข้าถึงแฟนเพจ เพื่อต้องการสื่อสารให้ถึงกลุ่มเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

4.4 การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการแบ่งได้เป็น 2 กิจกรรมหลัก ดังนี้

4.4.1 กิจกรรมเสวนาโต๊ะกลมกับบรรณาธิการข่าวสังคมและสิ่งแวดล้อม กิจกรรมนี้ทางคณะทำงานได้เชิญบรรณาธิการข่าวสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงกลุ่มภาควิชาเครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อมมาร่วมในการเสวนา เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์และหาแนวร่วมในการสื่อสารประเด็นป่าในเมือง นอกจากนี้ยังเป็นการขอความร่วมมือจากสื่อในการเป็นผู้ช่วยสร้างข่าวสารและกระจายเผยแพร่ประเด็นเรื่องป่าในเมืองไปสู่สังคม

4.4.2 กิจกรรมโครงการพาสื่อมวลชนลงพื้นที่จังหวัดน่านดูการจัดการป่าในเมือง เพื่อให้สื่อมวลชนได้เห็นภาพของการจัดการป่าในเมืองน่าน และทำให้เห็นภาพการที่คนอยู่กับต้นไม้ได้อย่างยั่งยืน รวมถึงเข้าใจการจัดการทรัพยากรป่าไม้ ตระหนักถึงผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของคนในชุมชนและธุรกิจที่เอื้อประโยชน์กัน โดยนักวิชาการและนักธุรกิจที่เกี่ยวข้องเป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับป่าในเมืองผ่านสื่อต่าง ๆ

## 5. ผลการสื่อสาร

การดำเนินโครงการตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการสามารถทราบถึงผลการสื่อสารของโครงการได้ผ่านมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสาร ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 หัวข้อ ดังนี้

### 5.1 ผลของการสื่อสารจากมุมมองของคณะทำงาน

จากมุมมองของคณะทำงานในการขับเคลื่อนโครงการมองว่าการสื่อสารประเด็นป่าในเมืองไปสู่กลุ่มเป้าหมายหลักยังไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสื่อมีการนำเสนอข่าวที่มุ่งเน้นประเด็นที่อยู่ในกระแสและเป็นที่น่าสนใจมากกว่าประเด็นที่ทางโครงการคาดหวังให้นำเสนอเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นป่าในเมืองโดยตรง

### 5.2 ความคิดเห็นต่อโครงการป่าในเมือง

ความคิดเห็นที่มีต่อโครงการเป็นความคาดหวังในการขับเคลื่อนโครงการที่อาจเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินโครงการ โดยมีความคิดเห็นที่สอดคล้องร่วมกับว่าประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมนั้นถือเป็นเรื่องที่ยากพอสมควรในการขับเคลื่อนประเด็นนี้ เพราะไม่ได้เป็นเพียงเรื่องการสื่อสารอย่างเดียวแต่เป็นสิ่งที่ต้องขับเคลื่อนรณรงค์ไปพร้อมกับการทำการสื่อสาร ซึ่งเรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องใกล้ตัวของคนในสังคม ซึ่งหากต้องการดำเนินการต่อไปต้องกลับมาดูกันที่เครื่องมือและกลยุทธ์ที่ใช้ในการสื่อสาร เพื่อให้ไปสู่เป้าหมายในการออกนโยบายเพื่อการจัดการป่าในเมือง

นอกจากนี้ในมุมมองของคณะทำงานเองมองว่าการดำเนินงานต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มสื่อมวลชน แต่สื่อมวลชนมักสนใจประเด็นที่เป็นกระแสหลัก มากกว่าประเด็นเชิงสังคมซึ่งมุมมองของสื่อมวลชนนั้นส่งผลต่อการสื่อสารของโครงการเช่นเดียวกัน ซึ่งในปลายทางของการขับเคลื่อนโครงการนี้ยังไม่เห็นแนวทางในการจัดการกับการสื่อสารประเด็นนี้ต่อไปที่ชัดเจนในอนาคต

### 5.3 มุมมองของสื่อมวลชนในฐานะกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการป่าในเมือง

กลุ่มสื่อมวลชนถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองครั้งนี้ ซึ่งเหตุผลในการเลือกนำเสนอข่าวประเด็นป่าในเมืองอย่างต่อเนื่องของสื่อมวลชนนั้นมีความแตกต่างกันออกไปแต่ละสำนัก อย่างสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มีการเลือกนำเสนอประเด็นอย่างต่อเนื่องด้วยเพราะสอดคล้องกับพันธกิจขององค์กร ที่ต้องการนำเสนอเรื่องที่เป็นประเด็นทางสังคมและตรงกับเรื่องที่ทางองค์กรสนับสนุนในการขับเคลื่อนอยู่แล้ว จึงเป็นเหตุให้มีความสนใจกับประเด็นของโครงการ ซึ่งต่างจากสถานีโทรทัศน์เนชั่น ที่มีการนำเสนอข่าวให้อย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นเรื่องที่ทางคณะทำงานขอให้ช่วยในการไปทำข่าว และมีเครือข่ายร่วมกันเป็นทุนเดิม

นอกจากนี้การเลือกประเด็นข่าวที่นำมาสร้างข่าวของสื่อมวลชนนั้น มีการเลือกให้ผู้ชมเกิดการรับรู้และกระตุ้นให้คนในสังคมได้เข้าใจถึงแนวความคิดป่าในเมือง แต่อาจต้องหาจุดเชื่อมโยงที่ทำให้ผู้ชมต้องเข้าใจได้ง่ายและไม่ซับซ้อนเกินไป

อย่างไรก็ดีสื่อมวลชนเองนั้นเห็นความสำคัญของประเด็นเรื่องป่าในเมือง แต่หากมองในมุมของการสื่อสารแล้ว ทางกลุ่มสื่อมวลชนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของโครงการได้แสดงทรรศนะเกี่ยวกับการสื่อสารประเด็นป่าในเมืองว่ายังเห็นภาพที่ไม่ชัดเจนนัก และมีความรู้สึกว่าคุณในสังคมยังไม่เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ ที่จะมาร่วมดูแลรักษาพื้นที่สีเขียว อีกทั้งในมุมมองของการทำให้เกิดข่าวและการสร้างข่าว สื่อมวลชนมองว่าการที่จะทำให้เรื่องใดเรื่องหนึ่งต้องมีกระแสหรือมีประเด็นปัญหาให้สื่อสนใจและลงไปทำข่าวซึ่งทางคณะทำงานเองอาจต้องมีส่วนในการเป็นผู้ช่วยสร้างประเด็นเพื่อให้สื่อได้หยิบประเด็นมาสร้างข่าวได้ด้วย

### 5.1.2 ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 : บทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมโครงการป่าในเมือง โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นอย่างไร

บทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย 2 ประเด็น โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

#### 1. ภาคีเครือข่ายแต่ละภาคส่วน

โครงการป่าในเมืองมีกลุ่มภาคีเครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้ามีส่วนร่วมเพื่อให้การสื่อสารของโครงการถูกเผยแพร่ไปในวงกว้างของสังคม โดยจำแนกได้ตามรายละเอียด ดังนี้

##### 1.1 กลุ่มภาคีหลักของโครงการป่าในเมือง

- ภาคประชาสังคม ได้แก่ พืพิธภัณฑ์ชาวบางกอก กลุ่ม Big Tree มูลนิธิสืบ นาคะเสถียร ประชาคมห้วยขวาง นิตยสาร A Day
- ภาคการศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) โดยถือเป็นหน่วยงานผู้ให้ทุนสนับสนุนในการทำ การสื่อสารขับเคลื่อนโครงการป่าในเมือง

โดยกลุ่มองค์กรเหล่านี้ถือเป็นผู้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนประเด็น ซึ่งทุกฝ่ายได้มาร่วมกัน เพื่อนำเสนอแนวคิดป่าในเมืองผ่านการจัดกิจกรรมของโครงการและการสนับสนุนเรื่องทุนในการ ดำเนินกิจกรรม

##### 1.2 กลุ่มผู้มีส่วนร่วมในเครือข่ายของโครงการป่าในเมือง

ภาครัฐ ได้แก่ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม สำนักสิ่งแวดล้อม กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดำเนินการในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมโดยตรงในระดับนโยบาย

ภาคเอกชน ได้แก่ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นภาคธุรกิจเอกชนที่ให้ความสนใจกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม และมีการจัดตั้งโครงการป่าในกรุง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถือเป็นสถาบันการศึกษาที่ได้หน่วยงานที่ริเริ่มการสร้างพื้นที่ป่าในเมืองภายใต้ชื่อ อุทยานจุฬาฯ 100 ปี สื่อมวลชน ถือเป็นกลุ่มที่มีความเข้าใจในประเด็นและนำเสนอข่าวสารตลอดระยะเวลาในการดำเนินโครงการ

โดยกลุ่มองค์กรเหล่านี้มีบทบาทในโครงการป่าในเมืองถึงแม้ว่าจะไม่ชัดเจนนัก แต่ได้มีส่วนร่วมในการสร้างพลังให้การสื่อสารของโครงการได้ถูกเผยแพร่สู่สาธารณะ และอาจเป็นภาคีที่มีส่วนร่วมและมีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นได้ในอนาคตหากมีการจัดกิจกรรมโครงการต่อไป

## 2. บทบาทการสื่อสารภายในภาคีเครือข่ายของโครงการป่าในเมือง

การสื่อสารระหว่างกันภายในภาคีเครือข่ายของโครงการป่าในเมืองแต่ละภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการนั้น มีบทบาทในการทำงานที่แตกต่างกันออกไป และมีการสื่อสารกันระหว่างร่วมดำเนินโครงการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 2.1 รูปแบบของเครือข่าย

การสื่อสารของภาคีเครือข่ายของโครงการป่าในเมืองมีลักษณะเครือข่ายตามแนวนอนที่ทุกคนมีความสัมพันธ์ในระดับเท่าเทียมกัน อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ของเครือข่ายยังมีลักษณะแบบหลวม ๆ ไม่ได้ มีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น แต่เน้นการช่วยเหลือกันในด้านต่าง ๆ ทั้งการร่วมกิจกรรมการระดมความคิดเห็นและเสนอแนะแนวทางในการดำเนินโครงการซึ่งหนึ่งในภาคีเครือข่ายของทางโครงการ

แม้ว่าโครงการป่าในเมืองมีหลายกลุ่มและหลายภาคส่วนที่เข้ามามีส่วนร่วมในโครงการ แต่บทบาทของแต่ละกลุ่มในการมีส่วนร่วมนั้นมีความแตกต่างกัน ซึ่งการขับเคลื่อนโครงการในครั้งนี้ส่วนใหญ่ภาคีที่เข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มโครงการ ทั้งในเรื่องการระดมความคิดเห็น ทหารเรือและกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการส่วนใหญ่เป็นภาคประชาสังคม หรือองค์กรอิสระด้านสิ่งแวดล้อม แต่ภาครัฐและเอกชนที่มีพลังในการร่วมขับเคลื่อนไปสู่การเปลี่ยนแปลงระดับนโยบายนั้นยังไม่เห็นภาพชัดเจนเท่าใดนัก

## 2.2 กระบวนการสร้างเครือข่าย

โครงการป่าในเมืองมีการสร้างพันธมิตรกับภาคีเครือข่ายโดยมีกระบวนการในการสร้างเครือข่าย ดังนี้

- จุดเริ่มต้นในการเข้าร่วมเป็นภาคีเครือข่ายของโครงการ จุดเริ่มต้นที่ภาคีของโครงการได้เข้ามาเป็นเครือข่ายและมีส่วนเริ่มเกิดจาก การติดต่อโดยคณะทำงานของโครงการป่าในเมืองได้มีการเชิญองค์กรและกลุ่มที่ขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมในสังคมมาร่วมแบ่งปันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อหาข้อสรุปในการดำเนินกิจกรรมของโครงการป่าในเมืองซึ่งเหตุผลหลักในการที่ภาคีตัดสินใจเข้าร่วมกับโครงการ เพราะแต่ละภาคีนั้นเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้านสิ่งแวดล้อมและเห็นประโยชน์ของโครงการในครั้งนี้ อีกทั้งยังนำข้อมูลจากงานในส่วนนี้ไปช่วยขับเคลื่อนเพื่อผลักดันแนวคิดให้ไปสู่ระดับนโยบาย

- การมีส่วนร่วมกับโครงการ เป็นการร่วมแสดงความคิดเห็นในช่วงแรกของการขับเคลื่อนโครงการ รวมถึงการมีส่วนร่วมในเวทีเสวนา

- การสื่อสารของเครือข่าย การติดต่อสื่อสารระหว่างภาคีเครือข่ายนั้น มีการนัดหมายเฉพาะในช่วงใกล้เวลาจัดกิจกรรมต่างๆ ของโครงการ รวมถึงส่งข้อมูลเพื่อแลกเปลี่ยนและใช้ในการประกอบกิจกรรมของโครงการ เช่น การจัดกิจกรรมเวทีเสวนา การแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจการสื่อสารของโครงการ เป็นต้น

## 3. ทักษะต่อสื่อสารโครงการป่าในเมืองจากมุมมองของภาคีเครือข่าย

### 3.1 ความคิดเห็นของภาคีต่อโครงการป่าในเมือง

- ภาพรวมของโครงการ ภาคีเครือข่ายเห็นถึงข้อดีของโครงการที่เกิดขึ้น แม้ตอนแรกยังมีความไม่เข้าใจว่าโครงการต้องการทำอะไร มองว่าการสื่อสารของโครงการต้องมีกิจกรรมที่ทำให้เห็นภาพและทำให้คนเข้าใจป่าในเมืองอย่างชัดเจน รวมถึงการขับเคลื่อนผ่านพื้นที่ออนไลน์เอง อาจยังมีความไม่ชัดเจนว่าใครคือผู้ส่งสารที่แท้จริง

- การมีส่วนร่วมและกิจกรรมของโครงการ กลุ่มภาคีได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และร่วมในกิจกรรม โดยตัวแทนจากทางมูลนิธิสืบ นาคะเสถียรนั้น มองว่าองค์ความรู้ต่างๆ นั้นแต่ละภาคส่วนมีอยู่แล้ว แต่จะอย่างไรให้เกิดการเชื่อมต่อกันแต่ละภาคส่วนเพื่อทำให้เกิดกระแสในสังคม ซึ่งการแลกเปลี่ยนข้อมูลของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลมาสร้างให้เกิดประโยชน์และผลักดันไปสู่เป้าหมายในการสื่อสารให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งภาคีที่เข้าร่วมโครงการเองก็มีความเชื่อว่า คนใน



สังคมนั้นพร้อมสนับสนุน แต่หลายภาคส่วนอาจต้องร่วมมือกันเพื่อสร้างให้เกิดกิจกรรมที่เห็นภาพชัดเจน

- *ความสำเร็จของการดำเนินโครงการ* ความสำเร็จของโครงการกลุ่มภาคีมุ่งประเด็นไปที่กิจกรรมของโครงการ ซึ่งมีความคิดเห็นว่ายังมีกิจกรรมที่น้อยเกินไปสำหรับการสื่อสารครั้งนี้ ซึ่งทั้งกลุ่มภาคีและคณะทำงานเองก็มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่าการขับเคลื่อนเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นเรื่องที่ยากพอสมควร ที่จะทำให้ประชาชนลุกขึ้นมาปฏิบัติตามหรือเข้าใจอย่างแท้จริง อีกทั้งยังมีข้อเสนอถึงการจัดกิจกรรมที่ต้องทำให้เห็นของจริง ให้เห็นภาพว่าป่าในเมืองคืออะไรและเป็นอย่างไร เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ไปสัมผัสตัวอย่างที่แท้จริง ที่ทางโครงการต้องการสื่อสาร หรือสร้างเครื่องมือเพื่อให้โครงการมีลูกเล่นให้ชวนสนใจมากยิ่งขึ้น

### 3.2 มุมมองของเครือข่ายกับการเข้าใจป่าในเมืองของคนในสังคม

จากการสัมภาษณ์กลุ่มภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมในโครงการ ภาคีมีมุมมองว่าการเข้าใจป่าในเมืองของคนในสังคมที่คล้ายคลึงกัน โดยคิดว่าคนในสังคมอาจไม่เข้าใจมากเท่าใดนัก เพราะเมื่อพูดถึงคำว่าป่า คนจะคิดถึงต้นไม้ใหญ่ หรือพื้นที่ที่ต้องมีสัตว์ป่าอาศัยอยู่ ซึ่งพื้นที่ในเมืองนั้นไม่มีซึ่งคนเมืองไม่ได้มองว่าพื้นที่รกร้าง หรือพื้นที่สวนสาธารณะ ปัญหาในส่วนนี้จึงทำให้ต้องกลับมามองถึงการสื่อสารที่ช่วยส่งเสริมให้คนในสังคมนั้นเข้าใจป่าในเมืองมากยิ่งขึ้นเพราะป่าในเมืองต้องมีหลายองค์ประกอบรวมกัน

## 5.2 อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารสาธารณะด้านสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)” ซึ่งผู้วิจัยได้หยิบเอาประเด็นสำคัญจากปัญหามาวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ตามปัญหามาวิจัย ดังนี้

*ปัญหามาวิจัยข้อที่ 1:* กระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นอย่างไร

จากการศึกษาพบว่า โครงการป่าในเมือง โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ถือเป็นโครงการนำร่องของทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยที่นำเอางานวิจัยที่มีอยู่แล้ว มาพัฒนาเป็นโครงการการสื่อสารสู่สาธารณะ โดยพัฒนามาจากงานวิจัยเรื่อง “ความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่

ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ” ซึ่งต้องการสื่อสารเพื่อให้คนในสังคมได้เข้าใจถึงประเด็นเรื่อง “ป่าในเมือง” โดยเน้นการสร้าง ความเข้าใจและความตระหนักรู้ให้เห็นถึงความสำคัญของป่าในเมือง รวมถึงทำให้เกิดการนำเอางานวิจัยมาใช้ประโยชน์ซึ่งเป็นเป้าประสงค์หลักของทางกองทุนสนับสนุนการวิจัย

หากพิจารณาถึงองค์ประกอบตามแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารแล้ว พบว่าการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองถือเป็นการสื่อสารที่มีองค์ประกอบที่ครบถ้วนในการสื่อสาร อันได้แก่ 1) แหล่งข่าวสาร (Source) ที่หมายถึง คณะทำงานของโครงการป่าในเมือง ผู้ดำเนินการขับเคลื่อนโครงการและเป็นกลุ่มหลักในการประเด็นป่าในเมืองไปสู่สาธารณะ 2) ข่าวสาร (Message) ที่หมายถึง ประเด็นที่ทางโครงการป่าในเมืองต้องการสื่อสารให้คนในสังคมได้รับรู้และเข้าใจถึงแนวทางการจัดการป่าในเมือง รวมถึงการสร้าง ความเข้าใจและการสร้างความตระหนักรู้ให้คนในสังคมได้เห็นถึงความสำคัญของป่าในเมือง 3) ผู้รับ (Receiver) ที่หมายถึง ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายซึ่งทางโครงการได้กำหนดไว้ให้กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ สื่อมวลชนและกลุ่มเป้าหมายรอง คือ คนในสังคม 4) ช่องทางข่าวสาร (Channel) ที่หมายถึง ช่องทางที่สารของโครงการป่าในเมืองจะถูกส่งออกไป ซึ่งช่องทางที่คณะทำงานได้เลือกทำการส่งสาร เกิดขึ้นในรูปแบบของสื่อกิจกรรม ทั้งการจัดเวทีเสวนา และการพาสื่อมวลชนลงพื้นที่จังหวัดน่าน เพื่อให้เห็นภาพของการจัดการป่าไม้ รวมถึงการเลือกสื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ “Urban forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้” ซึ่งเป็นการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารได้โดยง่าย และ 5) สมฤทธิ์ผล (Effect) ที่หมายถึง ผลจากการดำเนินโครงการในครั้งนี้ ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ รวมถึงกลุ่มเป้าหมายและภาคีเครือข่ายที่ได้มาเข้าร่วมกับโครงการก็มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยพบว่า หากมองจากองค์ประกอบของการสื่อสารแล้ว ในการสื่อสารสาธารณะ แหล่งข่าวสารของการสื่อสารประเด็นสาธารณะป่าในเมือง เกิดจากการส่งสารของคณะทำงานซึ่งเป็นการดำเนินการของกลุ่มนักวิชาการที่มีสังกัดในแต่ละสถาบันการศึกษา ได้เข้ามาวางแผนและขับเคลื่อนโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับที่ อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท (2549) ได้กล่าวว่า ผู้ส่งสารไม่จำเป็นต้องเป็นตัวบุคคลเสมอไป แต่อาจอยู่ในรูปแบบของสถาบันองค์กร หน่วยงาน กลุ่มบุคคล หรือคณะทำงานก็ได้ นอกจากนี้ข่าวสารที่ทางโครงการได้คัดเลือกและเผยแพร่สู่สาธารณะถือเป็นสารที่ได้ดึงข้อมูลมาจากงานวิจัยในเรื่อง “ความเต็มใจจ่ายเพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ” ซึ่งได้หยิบประเด็นป่าในเมืองที่ทางเข้าของงานวิจัยได้ทำการศึกษามาอย่างถี่ถ้วนแล้ว โดยสาร (Message) ที่ถูกส่งไปสู่สังคมมีการสร้างสรรค์ให้ออกมาหลายรูปแบบทั้งภาพเคลื่อนไหว คลิปวิดีโอ ข้อความ หรืออินโฟกราฟฟิค เพื่อทำให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้าใจในนิยามของป่าในเมืองมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับที่ สุมาลี เล็กประยูร (2551) และ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2557) ได้กล่าวว่า สารที่ต้องการนำเสนอหรือสื่อความหมายไปยังผู้รับสาร (Receiver) โดยมีเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง

อาจเป็นข้อความภาษาพูด (verbal) หรือข้อความที่ไม่เป็นภาษา (nonverbal) ใช้การพูดหรือเขียน หรือใช้สัญลักษณ์ก็ได้และปรับเปลี่ยนข้อความให้อยู่ในรูปที่เหมาะสมสำหรับช่องทางการสื่อสารที่จะใช้ให้เหมาะสม

สารจึงเป็นตัวแทนของปรากฏการณ์ที่มนุษย์ผลิตขึ้นเพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันทำให้ผู้ส่งสารต้องกำหนดเนื้อหาสารให้ตรงกับความสนใจของผู้รับและมีวิธีการวางโครงสร้างสารมาเป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้รับสารของโครงการป่าในเมือง ซึ่งหมายถึง สื่อมวลชน และคนในสังคมทั่วไป ยังถือเป็นกลุ่มบุคคลและมวลชนในระดับใหญ่ซึ่งในกระบวนการสื่อสารนั้นบุคคลที่เป็นผู้รับสารสามารถเป็นได้ทั้งบุคคลเดียวและกลุ่มบุคคลที่เป็นมวลชนได้ด้วยกันทั้งสิ้น อีกทั้งช่องทางข่าวสารของโครงการป่าในเมืองเอง ถือว่ามีหลายช่องทาง (Channel) ผ่านการจัดกิจกรรมและการสื่อสารบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งทางคณะทำงานได้มีการวางแผนการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ด้วยการจัดกิจกรรมเสวนาผ่านสื่อกิจกรรม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นการเปิดพื้นที่สาธารณะเพื่อรวบรวมบุคคลผู้มีชื่อเสียงในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมมาร่วมพูดคุยประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องป่าในเมือง และยังสามารถส่งสารและเรียกร้องความสนใจให้สื่อมวลชนมาร่วมทำข่าวเพื่อขยายประเด็นออกไปอีกด้วย อีกทั้งการสื่อสารบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้เฟซบุ๊กแฟนเพจ ยังถือเป็นช่องทางการส่งสารที่ทุกคนในระดับมวลชนสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย ซึ่งทางคณะทำงานได้มีการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้สื่อของคนในสังคมมาก่อนที่ตัดสินใจเลือกแฟนเพจเฟซบุ๊ก เพราะเป็นสื่อที่คนในสังคมไทยมีการใช้รับข่าวสารและสร้างปฏิสัมพันธ์มากที่สุด สอดคล้องกับที่อรวรรณ ปิลาธนโอบาท (2549) ได้กล่าวถึงการเลือกใช้ช่องทางข่าวสารหรือช่องทางการสื่อสารสามารถช่วยให้ข้อมูลข่าวสารส่งถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ซึ่งผู้ส่งสารต้องพิจารณาว่า ข่าวสารและกลุ่มเป้าหมายใช้ช่องทางการสื่อสารใดเป็นหลัก และพิจารณาบทบาทหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิดว่ามีขอบเขตความสามารถแตกต่างกันออกไป

นอกจากนี้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยยังพบว่า วัตถุประสงค์ในการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองถือเป็นการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจ ในประเด็นเรื่องป่าในเมือง ให้คนในสังคมได้เข้าใจถึงแนวคิดป่าในเมืองและเห็นความสำคัญ เพื่อร่วมกันรักษาพื้นที่สีเขียว ซึ่งยังมีจุดประสงค์เพื่อการโน้มน้าวใจเข้ามาร่วมด้วย เพราะทางโครงการต้องการให้คนในสังคมได้ปรับเปลี่ยนทัศนคติและร่วมกันให้ความสำคัญ และเห็นความสำคัญของพื้นที่สีเขียวเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการร่วมกันสร้างป่าในเมือง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของผู้ส่งสาร (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2556) ที่ประกอบด้วย (1) วัตถุประสงค์เพื่อการบอกกล่าว ซึ่งเป็น การสื่อสารเพื่อต้องการให้ผู้อื่นได้ทราบและบอกกล่าวหรือเผยแพร่เรื่องราวให้ผู้รับสารได้ทราบ และ (2) วัตถุประสงค์เพื่อโน้มน้าวใจ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกคล้อยตามในการปรับเปลี่ยนทัศนคติ และการปฏิบัติ

อย่างไรก็ดีจากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่ากระบวนการสื่อสารของโครงการที่เกิดขึ้นในการขับเคลื่อนประเด็นครั้งนี้ คณะทำงานได้มีการวางแผนให้กลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการสื่อสารและวิธีการสื่อสาร ที่สามารถทำให้ประเด็นที่ต้องการส่งไปยังสาธารณะสามารถเข้าถึงได้ผ่านสื่อในทุกช่องทาง โดยเฉพาะการเลือกสร้างแฟนเพจเฟซบุ๊กเพื่อให้เข้าถึงช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งหากผนวกร่วมกับการพึ่งพาการเผยแพร่ของสื่อมวลชน ซึ่งได้พื้นที่การนำเสนอประเด็นผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อหนังสือพิมพ์เป็นหลักแล้ว สามารถแสดงให้เห็นถึงการสื่อสารเพื่อส่งประเด็นให้ครอบคลุมพื้นที่สื่อทุกช่องทาง อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงการที่โครงการพยายามสื่อสารกับกลุ่มคนชนชั้นกลางที่อาศัยอยู่ในเมือง เป็นผู้มีความรู้และมีการศึกษา ซึ่งเสพสื่อกระแสหลัก รวมถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้ถือเป็นพลังสำคัญในการมีส่วนร่วมเพื่อขับเคลื่อนสังคมในประเด็นต่าง ๆ

โดยในประเด็นเรื่องกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการขับเคลื่อนโครงการ จากกิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้งหมดเห็นได้ว่า กลุ่มเป้าหมายหลักที่ต้องการสื่อสารประเด็นป่าในเมืองเป็นกลุ่มสื่อมวลชน เพื่อเป็นกระบอกเสียงในการส่งต่อประเด็นสู่สาธารณะ แต่เป้าหมายในภาพรวมของการสื่อสารครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่า คณะทำงานต้องการสื่อสารให้ประเด็นเหล่านี้ไปสู่กลุ่มชนชั้นกลางในสังคม ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้เป็นผู้มีการศึกษา มีความรู้และเสพสื่อหลากหลายช่องทาง ดังจะเห็นได้จากการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารด้วยสื่อสังคมออนไลน์ อย่างเฟซบุ๊กแฟนเพจ อันเป็นพื้นที่ซึ่งในปัจจุบัน เมื่อมีประเด็นทางสังคมเกิดขึ้น พื้นที่ตรงนี้สามารถเป็นพื้นที่ ๆ มีกลุ่มคนเข้ามาแสดงความคิดเห็น หรือแสดงให้เห็นถึงความสนใจ ความร่วมมือต่าง ๆ ซึ่งพลังจากการใช้สื่อออนไลน์สามารถเป็นช่องทางการสื่อสารที่ทุกคนเข้าถึงได้และส่งต่อเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้การจัดกิจกรรมเวทีเสวนา ที่มีการเชิญสื่อบุคคล ซึ่งทุกคนมีทำงานขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมต่างกันไป แต่เป็นที่รู้จักในสังคม ซึ่งทางคณะทำงานได้คัดเลือกมาแล้วว่ากลุ่มคนเหล่านี้ เป็นที่รู้จักในวงสังคม และสามารถร่วมถ่ายทอดประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องป่าในเมืองได้ ดังนั้น การสื่อสารที่ถูกออกแบบมานั้นสามารถตอบโจทย์ในการเข้าถึงกลุ่มคนชนชั้นกลางที่มีการใช้สื่อออนไลน์ รวมถึงบางกลุ่มยังมีความสนใจในประเด็นทางสังคม เพื่อต้องการให้ประเด็นป่าในเมืองถูกให้ความสำคัญและต้องการให้ทุกคนรับรู้ ค่อย ๆ เห็นความสำคัญเพื่อเปลี่ยนแปลงความคิดและพฤติกรรม แม้ว่าอาจต้องใช้เวลาและการสื่อสารอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในปลายทางที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือกำหนดนโยบาย ที่ให้ประชาชนเห็นความสำคัญและร่วมกันรักษาพื้นที่สีเขียวในเขตเมืองได้ในที่สุด

อีกทั้งโครงการการสื่อสารที่เกิดขึ้น ยังเกิดจากความร่วมมือของนักเศรษฐศาสตร์ ผู้เป็นเจ้าของงานวิจัยที่พัฒนามาสู่โครงการป่าในเมือง ได้เข้ามามีส่วนช่วยในการออกแบบและร่วมแสดงความคิดเห็นในการทำการสื่อสารครั้งนี้ ซึ่งการขับเคลื่อนโครงการ แม้มิใช่นักวิชาการทางด้านนิเทศ



ศาสตร์ได้เข้ามาวางแผนการสื่อสารแล้ว แต่ความร่วมมือจากเจ้าของงานวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญและมุมมองทางด้านเศรษฐศาสตร์เข้ามามีส่วนร่วม เพราะนอกจากมีความเข้าใจในเนื้อหาของประเด็นที่ต้องการสื่อสารอย่างถูกต้องและชัดเจนแล้ว ยังมีความเข้าใจในพฤติกรรมของมนุษย์ในแง่ของการใช้ทรัพยากร และการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ที่สามารถส่งเสริมและชี้แนวทางในการขับเคลื่อนโครงการในครั้งนี้ได้

กิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้งหมดในโครงการครั้งนี้แสดงให้เห็นได้ว่าทางคณะทำงานได้วางแผนเพื่อสื่อสารแนวคิดป่าในเมืองไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสื่อกิจกรรมทั้งหมดได้ถูกจัดขึ้นเพื่อนำเสนอให้กลุ่มเป้าหมายเห็นความสำคัญและสนใจที่จะนำเสนอไปยังสื่อมวลชน นอกจากนี้สื่อออนไลน์ก็ยังคงเป็นช่องทางที่เข้ามาช่วยในการขับเคลื่อนประเด็น ซึ่งทั้งสื่อกิจกรรมและสื่อสังคมออนไลน์ที่คณะทำงานใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารนั้นมีความเชื่อมโยงกัน โดยสื่อกิจกรรมที่จัดขึ้นและถูกเผยแพร่ไปยังสื่อมวลชนสามารถนำมาเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ต่อไปเพื่อขยายวงกว้างในการรับรู้ของสังคมให้เพิ่มขึ้นได้

นอกจากนี้จากผลการศึกษายังพบว่า การสื่อสารของโครงการป่าในเมืองถือเป็นรูปแบบของการสื่อสารสาธารณะ เพราะเป็นการสื่อสารในประเด็นที่ถือว่าเป็นเรื่องของสังคมและทุกคนได้รับผลประโยชน์ร่วมกันจากการเข้าใจและตระหนักรู้เพื่อช่วยกันสร้างป่าในเมือง รวมถึงการสื่อสารยังแสดงออกมาผ่านพื้นที่ซึ่งเปิดให้ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมผ่านการจัดเวทีเสวนา อีกทั้งยังเป็นเรื่องพยายามสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งต้องพึ่งพาทุกฝ่ายในสังคมทั้งสื่อมวลชน ประชาชน ภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงภาคการศึกษาและองค์กรอิสระ ซึ่งกลุ่มองค์กรที่หลากหลายได้เข้ามามีส่วนร่วมกับการขับเคลื่อนโครงการในครั้งนี้ด้วยกันทั้งสิ้น ซึ่งสอดคล้อง ปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2551) ได้ที่ระบุว่า การสื่อสารสาธารณะเป็นการสื่อสารที่ต้องการแสวงหาความร่วมมือในการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งเน้นการประยุกต์หลักการมีส่วนร่วมมาเป็นแนวทางการสื่อสารเพื่อร่วมมือกันแสวงหาแนวทางในการพัฒนาสังคม และเน้นการแสวงหาความร่วมมือจากภาครัฐ ในขณะที่ประชาชนเป็นผู้ร่วมกำหนดและรับผิดชอบแนวคิด ซึ่งจะก้าวข้ามการเป็นผู้บริโภคข่าวสารไปสู่การเป็นผู้ร่วมกำหนดประเด็นและพัฒนาสังคมให้เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม

อีกทั้งรูปแบบการจัดกิจกรรมของโครงการป่าในเมืองถือได้ว่าเป็นการเปิดพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) ทั้งจากเวทีเสวนา ที่มีการร่วมพูดคุยและแสดงความคิดเห็นเพื่อถกประเด็นแลกเปลี่ยนความรู้เรื่องป่าในเมือง รวมถึงจากการเปิดพื้นที่บนแฟนเพจบุ๊กซึ่งทุกคนสามารถเข้าไปแสดงจุดมุ่งหมายหรือแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นเรื่องป่าในเมืองได้อย่างเสรี ซึ่งสอดคล้องกับที่ กายูจนา แก้วเทพ และคณะ (2543) ได้นิยามความหมายถึงพื้นที่สาธารณะ ไว้ว่าเป็นพื้นที่ที่เปิดให้ประชาชนสามารถเข้าถึงเพื่อรับรู้แลกเปลี่ยนและอภิปราย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสวงหาความเห็น



ร่วมกันในเรื่องต่าง ๆ ที่เป็นประเด็นสาธารณะของสังคมทั้งเรื่องเสรีภาพในการแสดงออกของสื่อมวลชนและของประชาชน ความสามารถของประชาชนในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศของรัฐ ความหลากหลายของเนื้อหาในสื่อต่าง ๆ เนื้อหาของสื่อที่สะท้อนถึงประโยชน์สาธารณะและการมีอยู่ของพื้นที่สาธารณะและบทบาทที่ชัดเจนในสื่อมวลชน

นอกจากนี้จากผลการศึกษายังพบว่า วิธีการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองได้มุ่งเน้นการสื่อสารไปที่สื่อมวลชน ซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการสื่อสารในครั้งนี้ เพราะทางคณะทำงานยังเชื่อว่าสื่อมวลชนมีพลังที่สามารถส่งสารไปสู่สาธารณะได้เป็นวงกว้างของสังคม ทำให้การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการ ทั้งกิจกรรมเสวนา กิจกรรมพาสื่อมวลชนลงพื้นที่จังหวัดน่าน เพื่อจัดการป่าไม้ หรือการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กแฟนเพจนั้น คณะทำงานล้วนต้องการให้กิจกรรมในทุก ๆ กิจกรรมของโครงการสามารถเรียกร้องและทำให้สื่อมวลชนหันมาสนใจประเด็นที่ถูกนำเสนอและร่วมสร้างข่าวสาร เผยแพร่ประเด็นเรื่องป่าในเมืองสู่สาธารณะเพื่อให้คนในสังคมได้เข้าใจให้ได้มากที่สุด

โดยจากการวิเคราะห์ผลการศึกษา พบว่า ทางคณะทำงานต้องการสื่อสารประเด็นป่าในเมืองด้วยการใช้สื่อมวลชนเป็นช่วยในการผลักดันให้ประเด็นป่าในเมืองเป็นกระแสไปสู่สังคม ซึ่งเป้าหมายสุดท้ายปลายทางของทางโครงการก็เพื่อการผลักดันให้มีการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย ที่เอื้อต่อการสร้างพื้นที่สีเขียวและป่าในเมือง หรือการรักษาต้นไม้ใหญ่ ซึ่งประเด็นเหล่านี้ล้วนเกี่ยวข้องกับเรื่องสิ่งแวดล้อมด้วยกันทั้งสิ้น ซึ่งทางโครงการมองว่าสื่อมวลชนจะเข้ามาเป็นตัวช่วยในการนำเสนอข่าว ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารไปสู่สาธารณะในวงกว้าง แต่ทางคณะทำงานก็ยังได้มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการเพื่อสร้างให้เกิดประเด็น เพื่อส่งให้สื่อมวลชนได้ทำการขยายประเด็นป่าในเมืองสู่สังคมต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อของ Wallace et al (1993) อ้างถึงใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2551) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่าการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อต้องการให้เกิดกระแสผลักดันเพื่อการริเริ่มใหม่ ๆ ในเชิงนโยบายด้านสังคมและนโยบายสาธารณะ ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่มักเน้นสื่อด้านข่าว รวมถึงทางวิทยุและโทรทัศน์รวมถึงกิจกรรมสาธารณะต่างๆ อีกทั้งการชี้แนะประเด็นผ่านสื่อยังเชื่อมั่นในพลังของสื่อมวลชน เพราะเป็นสื่อกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวประเด็นต่าง ๆ ที่นำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายและสภาพแวดล้อมได้ อีกทั้งในการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองนั้นทางคณะทำงานได้มีการกำหนดวาระข่าวสารและวางกรอบประเด็นที่ต้องการสื่อสารไปสู่สาธารณะ โดยผ่านการสร้างข่าวจากสื่อมวลชน ซึ่งสอดคล้องกับ ปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2551) ที่กล่าวถึงหัวใจสำคัญของการชี้แนะประเด็นผ่านสื่อ ซึ่งถือว่ายู่ในกระบวนการกำหนดวาระและการวางกรอบประเด็น เพื่อทำให้วาระหนึ่งกลายเป็นวาระสื่อมวลชน ซึ่งความสำคัญของการวางกรอบประเด็นจะต้องคำนึงถึงมุมมองและผลประโยชน์ของสาธารณะ

การดำเนินการของโครงการป่าในเมืองได้มีกำหนดวาระข่าวสาร (agenda setting process) และวางกรอบประเด็น (framing) เพื่อกำหนดกิจกรรมให้สอดคล้องกับเนื้อหาของประเด็นเรื่อง “ป่าในเมือง” และส่งต่อให้กลายเป็นวาระของสื่อมวลชน (media agenda) ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อ อีกทั้งการสื่อสารของโครงการยังมีความสอดคล้องกับหลักปฏิบัติในการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อ (Wallace & Dorfman, 2001 อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2551) คือ 1) การเน้นหลักเรื่องการเข้าถึงผู้นำทางความคิด (opinion leaders) มากกว่าคนที่เผชิญกับปัญหา มักเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการณรงค์ ซึ่งทางโครงการได้มีการวางกรอบประเด็นเพื่อให้เรื่องป่าในเมืองได้รับความสนใจจากสื่อมวลชน อีกทั้งเชิญบุคคลที่มีชื่อเสียงในหลากหลายวงการที่ทำการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมเข้ามาร่วมในกิจกรรมของโครงการและร่วมส่งสารเรื่องป่าในเมืองสู่สังคม นอกจากนี้ 2) การทำงานกับกลุ่มต่างๆ เพื่อเน้นการมีส่วนร่วมและการเพิ่มระดับความแรงของเสียงจากกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งในที่นี่แสดงให้เห็นผ่านการร่วมมือของกลุ่มภาคีเครือข่ายหลายภาพส่วนที่มาร่วมแสดงเจตจำนงในการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่เชื่อมโยงกับประเด็นเรื่องป่าในเมืองร่วมกัน

รวมถึงการกลยุทธ์การชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อในการสื่อสารประเด็นป่าในเมือง ได้มีการใช้วิธีการชี้แนะผ่านสื่อหนังสือพิมพ์และการชี้แนะผ่านทางสื่อโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับประเภทของการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อ ประเภท (จารึก ไชยรักษ์, 2552, pp. 48-50) โดยการชี้แนะทางสื่อหนังสือพิมพ์ มีการทำข่าวแจก (Press release) เพื่อส่งข่าวกิจกรรมของโครงการออกไปให้สื่อมวลชนทราบที่กำลังเกิดอะไรขึ้น อีกทั้งยังมีการให้สัมภาษณ์กับสื่อถึงกิจกรรมของโครงการที่เกิดขึ้น และเป้าหมายของโครงการอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังมีการจัดการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (Press Conference) เพื่อแสดงให้เห็นถึงการเริ่มดำเนินกิจกรรมโครงการและสร้างประเด็นให้สื่อมวลชนได้เผยแพร่ต่อไป นอกจากนี้การชี้แนะผ่านสื่อโทรทัศน์ ทางคณะกรรมการได้มีการให้สัมภาษณ์สดผ่านทางรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่ออีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยในการชี้แนะประเด็นไปสู่สาธารณะในวงกว้างได้

แม้แนวคิดการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อมักถูกใช้กับการสื่อสารในประเด็นด้านสุขภาพ แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมีกรนำแนวคิดการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อไปใช้กับการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งโครงการป่าในเมืองยังได้มีการสร้างแฟนเพจ เพื่อเขียนข้อมูลข่าวสาร สร้างประเด็นหรือกระแสที่เชื่อมโยงกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและป่าในเมือง ซึ่งเป็นอีกส่วนหนึ่งที่สอดคล้องกับการสื่อสารยุคปัจจุบันที่ทุกคนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งสอดคล้องกับ B. Pinar Özdemir (2012) ที่พบว่ากลุ่มองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรอย่าง Green peace ได้ใช้กลยุทธ์การชี้แนะสาธารณะเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์โครงการบนสื่อสังคมออนไลน์ ในการขับเคลื่อนกิจกรรมรณรงค์และใช้พื้นที่

ออนไลน์เป็นที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ถูกนำมาใช้ในกลุ่ม NGOs เพื่อทำให้การชี้แนะสาธารณะประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้กิจกรรมของโครงการที่สร้างความสนใจและเป็นการชี้แนะประเด็นป่าในเมืองให้สื่อมวลชน ซึ่งจากกิจกรรมการจัดเสวนาหรือการพาสื่อมวลชนลงพื้นที่จังหวัดน่านนั้น ทางคณะทำงานได้มีการเตรียมข่าวแจก (Press release) เพื่อเป็นข้อมูลให้กับสื่อมวลชนนำไปขยายประเด็นของกิจกรรมที่ถูกจัดขึ้นต่อไป หรือในการจัดกิจกรรมการเสวนาหัวข้อ “เดินตามรอยเท้าพ่อสานต่อป่าในเมือง” ทางโครงการยังได้ถือโอกาสจัดการเปิดตัวโครงการ หรือแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (Press Conference) เพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของโครงการและให้เห็นถึงพันธมิตรเครือข่ายที่ได้มากเข้าร่วมกับโครงการ ซึ่งคณะทำงานได้เลือกสถานที่ที่สามารถเดินทางได้ง่าย อยู่ใจกลางเมือง และเป็นพื้นที่ที่เอื้อต่อบรรยากาศในการเสวนาแต่ละครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับประเภทการชี้แนะสาธารณะ (จาริก ไชยรักษ์, 2552) ด้วยการใช้ชี้แนะสาธารณะทางสื่อสิ่งพิมพ์ ที่มีการทำข่าวแจก (Press release) เพื่อต้องการส่งข่าวออกไปให้สื่อมวลชน และต้องคำนึงว่า กำลังเกิดอะไรขึ้น ใครกำลังทำอะไร เรื่องราวเกิดขึ้นที่ไหน เกิดขึ้นเมื่อใด เหตุใดจึงเกิดขึ้น และการจัดการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน (Press Conference) ซึ่งหลักสำคัญของการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน คือ การเลือกสถานที่ที่เข้าถึงได้ง่ายและมีอุปกรณ์เพียงพอ กำหนดวัน เวลา เตรียมเอกสารให้พร้อม เตรียมของที่ระลึกสำหรับสื่อมวลชน และเตรียมตัวให้พร้อมที่จะให้สัมภาษณ์ อย่างไรก็ตาม แม้วิธีการชี้แนะดังกล่าวจะจัดอยู่ในการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ในปัจจุบันการชี้แนะสาธารณะนั้น ทุกวิธีที่สามารถเป็นตัวช่วยสื่อสารให้ข้อความหรือสารที่ทางโครงการต้องการส่ง สามารถสร้างความสนใจและสร้างพลังให้สารเหล่านั้นสามารถถูกนำไปเผยแพร่ในสื่อทุกช่องทางได้ เห็นได้จากการที่สื่อมวลชนได้มาร่วมกิจกรรม ซึ่งมีทั้งหนังสือพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และทุกสำนักข่าวล้วนแล้วแต่มีการนำเสนอข่าวสารของโครงการตามสื่อที่แต่ละบุคคลที่มาร่วมสังกัดอยู่

อีกทั้งในการที่คณะทำงานต้องการชี้แนะประเด็นเรื่องป่าในเมืองไปยังสื่อมวลชน อย่างที่ได้กล่าวไปข้างต้นแล้วว่าก่อนที่สารต่าง ๆ จะถูกส่งออกไปทางคณะทำงานได้มีการกำหนดวาระ และวางกรอบประเด็นในการสื่อสารเพื่อให้การส่งสารเรื่องป่าในเมืองประสบผลสำเร็จมากที่สุด ซึ่งคณะทำงานของโครงการเอง ถือว่ามีบทบาทเป็นนักวิชาการสายนิเทศศาสตร์ ทำให้คณะทำงานมีองค์ความรู้และความเข้าใจในการส่งสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจาริก ไชยรักษ์ (2552) ที่ได้มีการใช้วิธีการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อและการกำหนดวาระทางสื่อ เข้ามาผลักดันให้ประเด็นเป็นวาระทางการเมือง จนเกิดความร่วมมือจากหลายภาคส่วน อีกทั้งในการร่วมวางแผนการขับเคลื่อนการชี้แนะประเด็นยังได้ใช้องค์ความรู้พื้นฐานของภาคประชาสังคม และการสนับสนุนจากกลุ่มนักวิชาการเข้ามาร่วมกันวางแผนเพื่อให้ไปสู่การขับเคลื่อนที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง

นอกจากนั้นการชี้แนะประเด็นเรื่องป่าในเมืองยังมีการใช้พื้นที่ของสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถทำให้ประเด็นขยายไปในวงกว้างสู่สาธารณะได้ อีกทั้งในพื้นที่แฟนเพจยังมีความสามารถในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้อย่างรวดเร็ว แต่การชี้แนะประเด็นผ่านแฟนเพจ ก็อาจไม่ใช่สื่อที่ทำให้การสื่อสารของโครงการประสบความสำเร็จเพียงอย่างเดียว เพราะต้องอาศัยการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางอื่นควบคู่กันไป เพื่อเป็นการขยายโอกาสในการสื่อสารประเด็นไปให้ได้ในทุกช่องทางที่สามารถทำได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ B. Pinar Özdemir (2012) ที่ได้ศึกษากลยุทธ์การชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อออนไลน์ของกลุ่มองค์กรอิสระอย่าง Greenpeace ที่ประสบความสำเร็จในช่วงเวลาอันสั้น โดยสร้างกิจกรรมผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อช่วยให้การชี้แนะสาธารณะขององค์กรประสบความสำเร็จมากขึ้น แต่การทำกรชี้แนะสาธารณะเหล่านี้ที่จะประสบความสำเร็จได้จะต้องมีปัจจัยหลายอย่างประกอบกัน ทั้งในเรื่องงบประมาณและการสนับสนุน รวมถึงการจัดการที่ดีเพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้สู่สังคมในวงกว้าง รวมถึงยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Scott, J. T., & Maryman, J. (2016) ที่ยังชี้ให้เห็นว่า เครื่องมือที่นำมาใช้ในการสื่อสารต้องมีความเหมาะสมกับการสื่อสารเพื่อให้เกิดเป้าหมายในระยะยาว เพื่อสื่อสังคมออนไลน์ไม่สามารถเป็นเครื่องมือที่ใช้ได้เพียงรูปแบบเดียวในการชี้แนะประเด็น แต่ควรมีกลยุทธ์ในการชี้แนะแบบดั้งเดิมที่เคยปฏิบัติกันมาเพื่อใช้ประกอบกัน

อย่างไรก็ตามจากผลการศึกษายังพบว่า สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งของกระบวนการสื่อสารจากโครงการป่าในเมือง คือการขับเคลื่อนโดยใช้สื่อใหม่เข้ามาเป็นเครื่องมือสำคัญอีกประการหนึ่งเพื่อช่วยให้ประเด็นป่าในเมืองไปสู่วงกว้างมากยิ่งขึ้น โดยเลือกใช้สื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ทางคณะทำงานได้มีการวางแผนเพื่อขับเคลื่อนประเด็นผ่านแฟนเพจด้วยการวางแผนไว้ตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินโครงการ ซึ่งเฟซบุ๊กแฟนเพจถือว่าเป็นสื่อที่สร้างขึ้นโดยไม่มีค่าใช้จ่าย อีกทั้งยังสามารถโพสต์ข้อความ รูปภาพ คลิป วิดีโอ ซึ่งถือว่าครอบคลุมทุกรูปแบบของการนำเสนอสารในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งแฟนเพจ Urban Forest ป่าในเมือง ต้นไม้มากกว่าต้นไม้ นั้นถือว่าสอดคล้องกับทัศนคติต่อแนวคิดเรื่องสื่อใหม่ของ R.K. Logan (2010) ที่ได้นำเสนอคุณลักษณะของสื่อใหม่ไว้ว่า เป็นการสื่อสารสองทาง สามารถเข้าถึงได้ง่าย เอื้อต่อการสร้างชุมชน และมีลักษณะปฏิบัติงานร่วมกันได้ อีกทั้งยังสามารถประมวลเนื้อหาจากหลายแหล่งมารวมไว้ด้วยกัน เป็นต้น

อีกทั้งผู้วิจัยยังได้ตั้งข้อสังเกตว่าการสื่อสารด้วยการใช้สื่อใหม่ที่เชื่อมโยงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมนั้น เริ่มมีการนำสื่อใหม่มาใช้ในการสื่อสารอย่างแพร่หลาย รวมถึงประเด็นอื่นๆ ที่คนในสังคมต้องการขับเคลื่อนหรือสร้างการเปลี่ยนแปลง ซึ่งสามารถสร้างได้จากทุกแพลตฟอร์มที่อยู่บนพื้นที่ออนไลน์ โดยโครงการป่าในเมืองที่ทำการขับเคลื่อนผ่านแฟนเพจ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Shannon Dosemagen (2017) ซึ่งได้กล่าวถึงการขับเคลื่อนประเด็นสิ่งแวดล้อมด้วยการ “คลิก”



ลิ่งค์ของข่าวสารให้แพร่กระจายไปในทุกพื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งข่าวสารเหล่านั้นจะสามารถแพร่กระจายไปได้ในทุกพื้นที่ทั้ง เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และยังมีกิจกรรมรณรงค์ผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมืออย่าง ยูทูบ ชาแนล (Youtube Channel) การใช้แฮชแท็ก (Hashtag) ซึ่งเป็นการใช้งานพื้นฐานที่สื่อสังคมออนไลน์มีอยู่เพื่อช่วยให้ขยายผลการเคลื่อนไหวประเด็นสู่สังคมมากยิ่งขึ้นโดยสิ่งเหล่านี้ทำให้เห็นได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ ที่จัดว่าเป็นสื่อใหม่นั้นมีศักยภาพสูงในการสื่อสารและเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทางสังคมทำให้เห็นได้ว่าการสื่อสารผ่านสื่อใหม่นั้นมีกลวิธีที่หลากหลาย ซึ่งโครงการป่าในเมืองได้เลือกสิ่งที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารในช่วงเวลาที่ทำการสื่อสารมาแล้วจากการหาข้อมูลการเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ของคนในประเทศไทย ซึ่งพฤติกรรมการใช้สื่อของคนแต่ละประเทศก็มีความแตกต่างกันออกไป

รวมถึงการชี้แนะสาธารณะในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมนั้น จากที่ได้กล่าวไปข้างต้นแสดงให้เห็นได้ถึงการนำสื่อออนไลน์เข้ามาใช้เป็นกลยุทธ์เพื่อช่วยในการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารโครงการป่าในเมือง มีการวางแผนการสื่อสารที่มีช่องทางการสื่อสารครอบคลุมเพื่อต้องการให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้างมากที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่แล้วการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อในประเทศไทย ถูกใช้ไปกับประเด็นด้านการสื่อสารสุขภาพเป็นส่วนใหญ่ อีกทั้งการสื่อสารครั้งนี้เป็นการสื่อสารระดับสาธารณะที่มีกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว). เป็นสนับสนุนและร่วมขับเคลื่อนประเด็นกับนักวิชาการ เป็นการใช้วิธีการสื่อสารเพื่อเรียกความสนใจให้สื่อมวลชนและคนในสังคมสนใจประเด็นป่าในเมือง เพื่อให้ทุกคนร่วมกันตระหนักและเห็นความสำคัญในประเด็นเรื่องการสร้างและรักษาพื้นที่สีเขียวที่นำความรู้จากงานวิจัยมาสร้างโครงการการสื่อสารขับเคลื่อนโครงการ

จากที่ได้กล่าวไปข้างต้นจึงแสดงให้เห็นได้ว่าในกระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมือง โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยนั้น คณะทำงานได้มีบทบาทในการจัดการและวางแผนการสื่อสารเพื่อให้เกิดการสื่อสารของประเด็นป่าในเมืองให้ได้ประสิทธิภาพที่ดีที่สุดไปสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งสื่อมวลชนและคนทั่วไป ซึ่งการสื่อสารเหล่านี้ได้ทำผ่านสื่อกิจกรรมต่าง ๆ และสื่อสังคมออนไลน์ควบคู่กันไป ซึ่งในการเผยแพร่ข่าวสารแต่ละทั้งทางคณะทำงานได้มีการวางแผนเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการศึกษาและรวบรวมข้อมูลมาเป็นอย่างดี



## ปัญหาการนำวิจัยข้อที่ 2: บทบาทของภาคีเครือข่ายที่เข้าร่วมโครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นอย่างไร

จากการศึกษาพบว่าภาคีเครือข่ายของโครงการป่าในเมืองมีหลายภาคส่วน โดยกลุ่มภาคประชาสังคมนั้น ได้แก่ พืชรักษ์ชาวกองกอก กลุ่ม Big Tree มูลนิธิสืบ นาคะเสถียร ประชาคมห้วยขวางและนิตยสาร A Day อีกทั้งยังมีสถาบันการศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โดยภาคีเหล่านี้ได้มีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนโครงการ ทั้งการร่วมหารือ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และร่วมกิจกรรมของโครงการ ซึ่งแสดงให้เห็นได้ว่าการสื่อสารในครั้งนี้มีองค์กรพันธมิตรที่ทำงานขับเคลื่อนและสนใจประเด็นได้สิ่งแวดล้อมเข้ามาช่วยเหลือเพื่อทำให้การสื่อสารของโครงการนั้นมีพลังมากยิ่งขึ้น แต่ก็ยังมีพันธมิตรที่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการแสดงบทบาทของภาคีเครือข่ายอย่างชัดเจนนัก ซึ่งกลุ่มเหล่านี้มีส่วนร่วมเพียงแคในการจัดกิจกรรมของโครงการ แต่ไม่ได้มีส่วนเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็น หรือแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อวางแผนการสื่อสารของโครงการ

โดยจากการวิเคราะห์ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มภาคีเครือข่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการป่าในเมืองนั้น มีหลายภาคส่วนทั้งภาคประชาสังคม ภาคเอกชน ภาครัฐ ภาคการศึกษา ซึ่งทุกภาคส่วนมีความสนใจและเห็นถึงความสำคัญของประเด็นป่าในเมืองร่วมกัน อีกทั้งยังมีผลประโยชน์ร่วมกันในการเข้าร่วมกิจกรรม เช่น กลุ่มภาคีเครือข่ายจากภาคประชาสังคม ที่เป็นผู้ขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม หรือองค์กรภาครัฐที่กำกับดูแลประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมโดยตรง รวมถึงภาคเอกชนที่เป็นองค์กรที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ในการใส่ใจสิ่งแวดล้อมเอง แต่ละกลุ่มที่มาเข้าร่วมในกิจกรรม ก็ยังสามารถใช้พื้นที่นี้ประกาศตนเป็นส่วนหนึ่งในการประกาศตนเพื่อแสดงให้เห็นว่ากลุ่มองค์กรเหล่านี้เป็นผู้ร่วมขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงการป่าในเมืองที่เห็นได้ชัดเจน คือกลุ่มผู้ให้ทุนสนับสนุนอย่างสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย กลุ่มสื่อมวลชน รวมถึงกลุ่มพันธมิตรที่มาเข้าร่วมและมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของโครงการ ซึ่งยังถือว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างกันแบบไม่เป็นทางการ เพื่อมาร่วมกันขับเคลื่อนให้สาธารณะรับรู้ถึงความหมาย และขยายนิยามของคำว่า “ป่าในเมือง” ให้เห็นในหลายมิติ ด้วยการดึงองค์กรหลายหลายองค์กรมาเป็นตัวเชื่อมโยงให้คนในสังคมเข้าใจและรู้จักคำว่าป่าในเมือง อีกทั้งในการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่อกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการนั้นแสดงให้เห็นได้ว่าทุกฝ่ายนั้นได้ประโยชน์จากกิจกรรมในครั้งนี้อย่างเช่นมูลนิธิสืบ นาคะเสถียร ที่กำลังขับเคลื่อนประเด็นเรื่องพันธุบัตรป่าไม้ และได้นำความรู้จากงานวิจัยเข้าไปเป็นตัวเสริม หรือจากกลุ่มผู้ร่วมเสวนาในเวทีเสวนाप่าในเมืองกับความยั่งยืนสู่ไทยแลนด์ 4.0 ที่แม้ว่าอาจไม่ได้เป็นภาคีอย่างเต็มรูปแบบแต่ก็ถือว่าเป็นผู้ขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมในฐานะภาครัฐ รวมถึงภาคเอกชน ซึ่งเป็นองค์กรใหญ่ที่มีอำนาจในสังคม อีกทั้งยังรวมถึง

ประชาชนคนทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเมือง เพราะทุกคนใช้ประโยชน์ต่อต้นไม้ ซึ่งหากต่อไปในอนาคตทุกคนยังไม่หันมาเห็นความสำคัญ และร่วมกันรักษาพื้นที่สีเขียว และร่วมกันสร้างป่าในเมือง ก็อาจส่งผลถึงสภาพความเป็นอยู่ในสังคมที่ต้องเผชิญ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ธีรพร ทองชะโชค, 2556) ที่หมายถึง ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์และผู้ที่ได้รับผลกระทบ จากการดำเนินธุรกิจขององค์กร หรือบุคคล กลุ่ม ซึ่งมีผลกระทบหรือได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจ และสอดคล้องกับที่รัชตะ ตั้งศิริพัฒน์และวิโรจน์ ตั้งเจริญเสถียร (2546) ได้กล่าวไว้ว่า ต้องเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีความสัมพันธ์ต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ที่กำลังพิจารณา ไม่ว่าจะเป็นคนที่ได้รับประโยชน์ เสียประโยชน์ รวมไปถึงการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด เพื่อนำข้อมูลมาคาดการณ์รูปแบบการตอบสนองหาแนวทางในการเพิ่มการสนับสนุนลดการต่อต้าน คัดค้าน รวบรวมกลุ่มที่มีความเห็นเหมือนกัน แยกกลุ่มที่มีความเห็นแตกต่างกัน เพื่อให้โครงการที่เราต้องการประสบความสำเร็จ

อย่างไรก็ตามรูปแบบของภาคีเครือข่ายของโครงการป่าในเมืองที่เกิดขึ้นในครั้งนี้นี้ กล่าวได้ว่าแม้คณะทำงานและภาคีจะมีการทำงานร่วมกัน แต่การร่วมงานที่เกิดขึ้นนั้นก็เพียงแค่งิจกรรมชั่วคราวที่ไม่ได้มีการทำต่อเนื่องหรือการร่วมกิจกรรมที่ทำให้กลุ่มภาคีเองรู้สึกว่ามีส่วนร่วมมากเท่าใดนัก ทำให้รูปแบบของเครือข่ายการทำงานในครั้งนี้เป็นเครือข่ายแบบหลวม ๆ ที่มีลักษณะเป็นเครือข่ายตามแนวนอน และช่วยส่งเสริมกันในการขับเคลื่อนประเด็น เพื่อให้เครือข่ายเป็นที่รู้จัก เพราะโครงการป่าในเมืองเองยังถือว่ามียุทธศาสตร์ในเรื่องของการที่คณะทำงานมีงานวิจัยอยู่ในมือ แต่ยังขาดกลุ่มที่เป็นต้นแบบในการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมให้เข้ามาเป็นตัวช่วยในการสื่อสารและสื่อสารประเด็นป่าในเมืองออกไปสู่สังคม ซึ่งทางเครือข่ายที่มาเข้าร่วมสามารถช่วยให้สารเรื่องป่าในเมืองได้ถูกส่งออกไปสู่สังคม ผ่านการผลิตสื่อต่าง ๆ ทั้งภาพนิ่ง ข้อความหรือคลิปวิดีโอ ที่เครือข่ายซึ่งมีทุนเดิม คือเป็นที่รู้จักในวงกว้างของสังคม มาเป็นตัวช่วยในการเรียกความสนใจ ต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับที่ นฤมล นิราทร (2543) ได้จำแนกประเภทของเครือข่ายทางสังคมไว้ 4 มิติ ซึ่งรูปแบบเครือข่ายของโครงการป่าในเมือง ถูกจัดอยู่ในการจำแนกตามรูปแบบโครงการสร้างหรือความสัมพันธ์ที่มีลักษณะเครือข่ายตามแนวนอน (Horizontal Organization) ซึ่งเป็นเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภายในเครือข่ายเท่าเทียมกัน

นอกจากนั้นจากการศึกษาถึงบทบาทของภาคีเครือข่ายในช่วงเริ่มแรกของการดำเนินโครงการ ซึ่งคณะทำงานได้ชักชวนกลุ่มภาคีเหล่านี้มาร่วมพูดคุยหารือ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นประเด็นเรื่องป่าในเมือง ซึ่งการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมของโครงการด้วยเพราะภาคีเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องในด้านการงานแล้วความสนใจประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมเป็นทุนเดิมอยู่แล้วและเห็นประโยชน์ของการสื่อสารจากโครงการนี้ ซึ่งสอดคล้องกับความหมายของการสร้างเครือข่ายทางสังคม (Social Network Construct) ที่หมายถึง กิจกรรมในการก่อให้เกิดกลุ่มเพื่อวัตถุประสงค์ใน

การแลกเปลี่ยน การจัดกิจกรรมระหว่างองค์กร โดยสมาชิกต้องมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน และต้องเป็นไปด้วยความเต็มใจที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่าย (นฤมล นิราทร, 2543)

อีกทั้งจากผลการวิจัยครั้งนี้ ยังมีความสอดคล้องกับองค์ประกอบของเครือข่ายทางสังคมที่เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543) ได้กล่าวไว้ว่าองค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่ายนั้นมีด้วยกัน 7 ประการ โดยจากงานศึกษาครั้งนี้ มีองค์ประกอบที่สอดคล้อง คือ การรับรู้มุมมองร่วมกัน (Common Perception) ซึ่งเป็นการสร้างความรับรู้ร่วมกันถึงเหตุการณ์เข้าร่วมเป็นเครือข่าย และมีความต้องการความช่วยเหลือในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ทำให้สมาชิกของเครือข่ายเกิดความรู้สึกผูกพันในการดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน แต่ไม่ได้หมายความว่าสมาชิกของเครือข่ายไม่สามารถจะมีความคิดเห็นแตกต่างกัน เพราะมุมมองที่ต่างกันมีประโยชน์ช่วยให้เกิดการสร้างสรรค้ในการทำงาน ซึ่งจากโครงการป่าในเมืองเองกลุ่มเครือข่ายที่มาเข้าร่วมกับโครงการได้มีการรับรู้ร่วมกันถึงประเด็นป่าในเมือง และเห็นว่าเป็นโครงการที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้นพันธมิตรที่เข้าร่วมทุกกลุ่มนั้นเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและทำงานด้านสิ่งแวดล้อมในประเด็นของตนเองที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นในการจัดกิจกรรมต่างๆ ก็มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือถกเถียงประเด็น เพื่อให้เกิดการพัฒนาแนวทางในการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังโครงการป่าในเมืองเองสอดคล้องกับองค์ประกอบของเครือข่ายที่ว่าด้วยการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Common Vision) ซึ่งเป็นการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมเป็นการมองภาพของจุดมุ่งหมายร่วมกันระหว่างกลุ่มสมาชิก และสร้างการรับรู้เข้าใจในทิศทางเดียวกัน ช่วยให้ขบวนการเคลื่อนไหวมีพลัง โดยจากโครงการป่าในเมืองเอง แสดงให้เห็นได้ชัดเจนว่า ทุกเครือข่ายที่เข้าร่วมนั้นมีวิสัยทัศน์ร่วมกันที่เห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและต้องการร่วมสร้างให้คนในสังคมเห็นประโยชน์ของสิ่งแวดล้อมในทุกๆ ประเด็น ซึ่งป่าในเมืองถือเป็นประเด็นหลักที่ทางโครงการต้องการสื่อสารให้เครือข่ายได้เข้าใจและอาจนำไปผลักดันต่อให้เชื่อมโยงกับประเด็นที่แตกละองค์กรผู้เข้าร่วมเป็นเครือข่ายได้ขับเคลื่อนอยู่ให้มีความสอดคล้องกัน เพื่อเป็นช่องทางในการสร้างพลังในการสื่อสารให้ไปสู่สาธารณะในวงกว้าง

โดยการใช้ภาคีเครือข่ายเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนโครงการครั้งนี้ ถือเป็นข้อดีต่อการสื่อสารประเด็นของโครงการ ด้วยเพราะการที่โครงการมีกลุ่มภาคีที่ครอบคลุมในทุกภาคส่วนทำให้ประเด็นสามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้ในทุกช่วงวัย ทุกเพศและทุกอาชีพในสังคม อย่างเช่น กลุ่มองค์กรอิสระที่ขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม แต่ละกลุ่มที่เข้ามามีส่วนร่วมนั้นมีฐานผู้ที่ติดตามและสนใจประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว หรือบทบาทของสื่อมวลชน A Day ที่ได้นำประเด็นเรื่องป่าในเมืองไปนำเสนอในนิตยสารเองก็มีฐานผู้ติดตามที่เป็นผู้อ่าน หรือจากบทบาทผู้เข้าร่วมกับโครงการทั้งภาครัฐ สถาบันการศึกษา ที่อาจไม่ได้มีบทบาทชัดเจน แต่ทุนเดิมของกลุ่มภาคีเหล่านี้เองสามารถช่วย

สร้างให้การสื่อสารประเด็นในครั้งนี้มีน้ำหนักแน่น น่าเชื่อถือและมีพลังมากกว่าการที่ขณะทำงานขับเคลื่อนประเด็นเพียงแค่กลุ่มเดียว

นอกจากนี้จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น กลุ่มภาคีเครือข่ายของโครงการซึ่งได้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนโครงการครั้งนี้ ซึ่งทางคณะทำงานได้คัดเลือกกลุ่มที่ขับเคลื่อนดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมในทุกภาคส่วนและขอความร่วมมือในการเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของโครงการ ซึ่งจากการตั้งข้อสังเกตของผู้วิจัย แสดงให้เห็นได้ว่า ภาพรวมของภาคีอาจไม่ได้มีความแน่นแฟ้น และการร่วมมือกันอย่างต่อเนื่อง แต่เน้นการร่วมมือกันตามกิจกรรมของโครงการที่เกิดขึ้น จุดนี้จึงแสดงให้เห็นได้ว่าด้วยเพราะการรักษาความแน่นแฟ้นของเครือข่ายอาจมีต้นทุนที่สูง ทั้งค่าใช้จ่ายหรือเวลา เพราะแต่ละบุคคลหรือแต่ละกลุ่มที่เข้ามามีส่วนร่วม ทุกคนต่างมีภาระการทำงานและขับเคลื่อนประเด็นที่เกี่ยวข้องด้านสิ่งแวดล้อมของตนเอง ส่งผลให้การสละเวลาเพื่อมาร่วมดำเนินโครงการให้เกิดความต่อเนื่องอาจยังเป็นเรื่องที่ยังไม่สามารถเกิดขึ้นได้ แต่อย่างไรก็ตามการคัดเลือกกลุ่มและบุคคลที่เข้ามาเป็นภาคีเครือข่ายนั้น ถือเป็นข้อดีในการสื่อสารของโครงการ เพราะการคัดเลือกของคณะทำงานและทำเรื่องขอความร่วมมือจากทุกกลุ่มที่มีบทบาทนั้น ทำให้โครงการป่าในเมืองมีภาพลักษณ์ที่แสดงให้เห็นว่า โครงการมีกลุ่มที่เข้าร่วมเป็นภาคีในทุกภาคส่วนซึ่งช่วยให้เกิดความน่าเชื่อถือ และมีน้ำหนักในการจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายหันมาสนใจในประเด็นที่ต้องการสื่อสารได้อีกทางหนึ่ง

อย่างไรก็ดีจากการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า การสื่อสารของโครงการป่าในเมืองนั้นเป็นการสื่อสารสิ่งแวดล้อม ซึ่งตามที่ กาญจนา แก้วเทพ (2556) ได้แบ่งหมวดหมู่ของการสื่อสารประเด็นสิ่งแวดล้อมเอาไว้ โครงการป่าในเมืองถือว่ามีคุณสมบัติสอดคล้องกับกลุ่มศึกษาการณรงค์เชิงนโยบายและกระบวนการสร้างเนื้อหา (Advocacy campaign & Message construction) เพราะโครงการป่าในเมืองเป็นโครงการที่ต้องการสร้างความเข้าใจถึงแนวคิดเรื่องป่าในเมืองสู่สังคม และรณรงค์ให้คนในสังคมเห็นความสนใจในการหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีปลายทางไปสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายที่ทำให้ทุกคนร่วมกันเห็นความสำคัญของพื้นที่สีเขียว

โดยจากการดำเนินการขับเคลื่อนโครงการป่าในเมืองทางโครงการต้องการเน้นสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายหลักคือกลุ่มสื่อมวลชน ด้วยการสร้างกิจกรรมต่าง ๆ ให้เกิดข่าวสารในพื้นที่สื่อ อีกทั้งยังมีเครือข่ายหลายภาคส่วน และมีนักวิชาการเข้ามาร่วมดำเนินการขับเคลื่อนและวางแผนการดำเนินโครงการที่มีการสื่อสารผ่านสื่อกิจกรรมและสื่อออนไลน์ มีความสอดคล้องกับงานของ พวงพนา คุณวัฒน์ (2545) ที่มีกระบวนการสื่อสารด้วยการใช้สื่อมวลชนสื่อสารไปสู่สาธารณะด้วยการสร้างกิจกรรมการเคลื่อนไหวต่าง ๆ ให้มีพื้นที่ในการเป็นข่าว และการสื่อสารกับสาธารณะโดยผ่านเครือข่ายพันธมิตรและนักวิชาการ ด้วยการจัดทำสื่อทางเลือกผ่านอินเทอร์เน็ตและอีเมล ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานของทิฆัมพร รอดชั้นเมือง (2557) ที่เป็นการสื่อสารของขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีส่วน



ร่วมจากประชาชนในการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม เพราะโครงการป่าในเมืองเป็นโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย และมีคณะทำงานเป็นกลุ่มนักวิชาการ ดังนั้นจึงสามารถเห็นภาพได้ว่า ประเด็นเรื่องป่าในเมือง เป็นประเด็นที่ทางโครงการตั้งขึ้นมาเพื่อต้องการสื่อสารไปยังสาธารณะ ไม่ได้มาจากการเรียกร้อง หรือความเคลื่อนไหวที่ริเริ่มมาจากภาคประชาชนในการเรียกร้องให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือการสร้างให้เห็นความสำคัญประการใดประการหนึ่งจากกลุ่มประชาชนหรือคนในสังคม

จากการศึกษากระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองแสดงให้เห็นว่าโครงการป่าในเมืองที่ดำเนินการครั้งนี้มีความแตกต่างจากการสื่อสารสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ในส่วนที่จุดเริ่มต้นของโครงการ มีการนำงานวิจัยเข้ามาเป็นตัวช่วยในการคัดเลือกประเด็นป่าในเมืองเพื่อทำการสื่อสาร ซึ่งข้อมูลที่คุณคณะทำงานคัดเลือกเพื่อทำการสื่อสารถือเป็นข้อมูลที่มีการศึกษาวิจัยมาเป็นอย่างดี และนำมาสร้างการสื่อสารเพื่อให้เกิดการตระหนักรู้และเห็นความสำคัญของโครงการป่าในเมือง อีกทั้งการสื่อสารของโครงการดำเนินการผ่านผู้มีส่วนร่วมหลายภาคส่วน และกิจกรรมทั้งหมดที่เกิดขึ้น รวมถึงมีการประเมินผลออกมาซึ่งสามารถแสดงให้เห็นถึงจุดดีและจุดบกพร่องในการดำเนินโครงการ อย่างไรก็ตามโครงการป่าในเมืองที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินโครงการจากทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว).

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับโครงการป่าในเมือง

1. จากการศึกษาระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมือง โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว). แสดงให้เห็นได้ว่าการดำเนินงานที่ทำให้เกิดผลสำเร็จที่สุด โครงการควรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประเด็นที่เริ่มขับเคลื่อนแล้วไม่หายไปจากสังคม ซึ่งหากเป็นกระแสอยู่ในช่วงระยะเวลาหนึ่งแล้วหายไป ส่งผลให้คนในสังคมลืมเรื่องเหล่านี้ไป หากในอนาคตเมื่อต้องการเริ่มทำการสื่อสารใหม่ ทำให้การทำงานเท่ากับกลับไปอยู่ที่จุดเริ่มต้น ดังนั้น ทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยควรต้องวางแผนในระยะยาวในการขับเคลื่อนประเด็น หากมีความต้องการทำให้ไปสู่จุดหมายคือการสร้างหรือการเปลี่ยนแปลงนโยบาย

2. จากการศึกษาระบวนการสื่อสารของโครงการป่าในเมือง โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ทางโครงการควรมีการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร เพื่อให้โครงการสามารถสื่อสารได้อย่างต่อเนื่อง และชวนให้เป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมายทั้งสื่อมวลชนที่สามารถนำไป

สร้างข่าวสาร หรือกลุ่มคนทั่วไปที่สนใจและนำไปสร้างประเด็นต่อ ซึ่งอาจเป็นตัวช่วยในการทำให้ประเด็นป่าในเมืองยังสามารถอยู่ในกระแสสังคมได้โดยที่ยังไม่ถูกลืม

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะทางการสื่อสารสำหรับการจัดการโครงการอื่น

จากผลการศึกษาในครั้งนี้เห็นได้ว่า โครงการป่าในเมืองโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว). เป็นโครงการที่มีลักษณะพิเศษ ซึ่งมีที่มาจากงานวิจัยแล้วนำมาปรับเป็นโครงการการสื่อสารสู่สาธารณะ ถือเป็นโครงการทดลองของทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ผู้ให้ทุนสนับสนุนในการทำโครงการได้เลือกคณะทำงานให้หยิบชิ้นงานวิจัยให้ถูกนำมาต่อยอดและใช้ประโยชน์เพื่อสร้างการสื่อสารประเด็นป่าในเมืองให้เป็นที่รู้จักและเข้าใจสู่คนในสังคมวงกว้าง จึงควรมีการพิจารณาถึงหลายประเด็นที่ในแต่ละภาคส่วนมีความคาดหวังให้เกิดขึ้น ดังต่อไปนี้

1. การจัดกิจกรรมของโครงการ การจัดกิจกรรมของโครงการ จากผลการศึกษาถึงแม้สามารถสร้างประเด็นข่าวได้ แต่ความสำเร็จในการสื่อสารอาจยังไม่ชัดเจนมากเท่าใดนัก ทำให้ต้องมีการพัฒนากิจกรรมที่เกิดขึ้นของการขับเคลื่อนโครงการ ซึ่งอาจต้องหาแนวทางในการขับเคลื่อนกิจกรรมให้ทั้งสื่อมวลชนและคนในสังคมสนใจมากขึ้น

2. การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นได้ว่า ภาคีเครือข่ายที่เกิดขึ้นในการสื่อสารของโครงการป่าในเมืองนั้น ยังไม่ถือว่าเป็นเครือข่ายที่มีความสนิทชิดเชื้อแน่นแฟ้น หรือมีกิจกรรมร่วมกันที่ทำให้สร้างความไว้วางใจ และเชื่อใจกันได้มากนัก ทำให้การสร้างภาคีเครือข่ายมีส่วนสำคัญในการสร้างพลังการขับเคลื่อนประเด็นต่าง ๆ เป็นอย่างมาก จึงส่งผลให้การสร้างเครือข่ายนั้น ต้องทำควบคู่ไปกับการสร้างกิจกรรมร่วมกัน เพื่อสร้างความไว้วางใจและร่วมงานเพื่อผลักดันให้ไปสู่เป้าหมายที่แต่ละส่วนได้ตั้งไว้

3. การดึงความสนใจของสื่อมวลชน อย่างที่ได้กล่าวไปแล้วว่าการสื่อสารของโครงการครั้งนี้ สื่อมวลชนถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการสื่อสาร ดังนั้นสิ่งสำคัญที่จะดึงความสนใจของสื่อมวลชนได้คือการสร้างประเด็นที่น่าสนใจ หรือเกาะติดกับกระแสสังคม ณ ขณะนั้น เพราะปัจจุบันสื่อมีการแข่งขันสูง หากโครงการนำเสนอประเด็นที่เป็นเรื่องที่น่าสนใจในสังคมมีความรู้สึกว่าเป็นเรื่องธรรมดาหรือเรื่องไกลตัว ก็ส่งผลให้สื่อมวลชนไม่เลือกนำเสนอข่าวนั้นออกไป

### 5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารในภาพรวมยังไม่ประสบความสำเร็จตามที่หลายฝ่ายคาดหวังและตั้งใจ ทำให้อาจต้องกลับไปดูกันที่การเลือกกลุ่มเป้าหมาย หรือประเด็นการสื่อสาร ที่ต้องปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสถานการณ์ ณ ขณะที่กำลังดำเนินการขับเคลื่อน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป อาจมี

การประยุกต์ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม เข้ามาเชื่อมโยงเพื่อตีความกลุ่มเป้าหมาย และกำหนดวิธีการสื่อสารให้ประสบความสำเร็จมากที่สุด

2. จากผลการศึกษาทางโครงการควรมีการวัดผลที่ทำให้เห็นภาพชัดเจนและเห็นเป็นรูปธรรม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหนักแน่นและน่าเชื่อถือ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการสื่อสารไปยังสาธารณะ



## บรรณานุกรม

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). *การจัดการเครือข่าย: กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา*. กรุงเทพฯ: บริษัท ซัคเซสมิเดีย จำกัด.
- ไทยโพสต์. (2559). *5 ปัญหาสิ่งแวดล้อมระดับชาติใหญ่ใหญ่ทำลายพัฒนา*. Retrieved from <http://tdri.or.th/tdri-insight/2016-08-14/>
- กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย, ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2543). *การสื่อสารกับพื้นที่สาธารณะ: ทัศนะของ Habermas ใน มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอดิชั่น เพรส โปรดักส์.
- กาญจนา แก้วเทพ, นิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ, ศรีธรรม โจรนสุพจน์. (2556). *สื่อสาร-สิ่งแวดล้อม*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติพงศ์ จิรวีสวงศ์. (2555). การสื่อสารสิ่งแวดล้อม ตอนที่ 1. *For Quality Trend*, 18(171), 19-20.
- กุลทิพย์ ศาสตรระจักษ์, วิไลวรรณ จงวิไลเกษม, มานิตา มณีอินทร์. (2560). *โครงการวิจัย “การจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงประเด็นสู่สาธารณะในโครงการความเต็มใจจ่าย เพื่อพื้นที่ป่าไม้ของชาวกรุงเทพฯ”*.
- จารึก ไชยรักษ์. (2552). *การชี้แนะสาธารณะเพื่อผลักดันมาตรการห้ามตั้งแสดงบุหรี ณ จุดขายในประเทศไทย*. (ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม.
- ฐิตินัน บัญญาพ คอมมอน. (2556). *บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานนท์. (2554). แนวทางการกำกับสื่อใหม่ในยุคการหลอมรวมเทคโนโลยี. *วารสารนักบริหาร*, 31(4), 126-134.
- ถิร นันท์ อนวัชศิริวงศ์ และคณะ. (2558). *ทฤษฎีและพฤติกรรม การสื่อสาร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*.
- ทิฆัมพร รอดขันเมือง. (2557). *ขบวนการเคลื่อนไหวภาคพลเมืองด้านสิ่งแวดล้อม : บ้านกรูด: สถาบันพระปกเกล้า*.
- ธีรพร ทองชะโชค. (2556). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การกำกับดูแลกิจการ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย และความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์: การทบทวนวรรณกรรม. *วารสารนักบริหาร*, 33(2), 80-88.
- นฤมล นิราทร. (2543). *การสร้างเครือข่ายการทำงาน: ข้อควรพิจารณาบางประการ*. กรุงเทพฯ: โครงการระหว่างประเทศว่าด้วยการจัดปัญหาการใช้แรงงานเด็ก.



- นวรรตน์ วรธนะหทัย. (2554). *การใช้สื่อเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชนในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมของเทศบาลเมืองมาบตาพุด จังหวัดระยอง*. (วารสารศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- น้ำทิพย์ วิภาวิน. (2558). *เครือข่ายสังคมในสังคมเครือข่าย*. ว. *วิจัยสมาคมห้องสมุดฯ*, 8(2), 119-127.
- ประภาพรรณ อุ่ณอบ, วิลาวัลย์ เอื้อวงศ์กุล. (2549). *กระบวนการและวิธีการสื่อสารสาธารณะ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ และคณะ. (2556). *เศรษฐกิจสีเขียวของชุมชนภายใต้การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ: กรณีศึกษาชุมชนในพื้นที่ภาคตะวันออก*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2546). *การสื่อสารสุขภาพ : ศักยภาพของสื่อมวลชนไทยในการ สร้างเสริมสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2551). *การสื่อสารประเด็นสาธารณะและการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พวงพนา คุณวัฒน์. (2545). *กระบวนการสื่อสารสาธารณะของกลุ่มชาวบ้านผู้คัดค้านเขื่อนปากมูล*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- พิรธอง รามสูต. (2550). *โครงการสถานภาพของสิทธิการสื่อสารในประเทศไทย: การสื่อสารในมณฑลสาธารณะ* สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- มติชนออนไลน์. (2554). *โซเชียลมีเดียเส้นทางสื่อสารใหม่ของสื่อสารสาธารณะ*. Retrieved from [http://www.matichon.co.th/news\\_detail.php?newsid=1304053104&grpId=&catid=09&subcatid=0904](http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1304053104&grpId=&catid=09&subcatid=0904)
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2556). *เอกสารการสอนชุดวิชาทฤษฎีและพฤติกรรมการสื่อสาร* นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- รัชตะ ตั้งศิริพัฒน์, วิโรจน์ ตั้งเจริญเสถียร. (2546). *การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย*. *วารสารวิชาการสาธารณสุข*, 12(6), 865-875.
- รุจเรขา วิทยาวุฑฒิกุล. (2557). *การพัฒนาแบบจำลองเครือข่ายสังคมเพื่อการเพิ่มผลผลิตงานวิจัยในมหาวิทยาลัยวิจัยไทย*. (ดุชนิพนธ์สารสนเทศศาสตร์), มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- วดี ภิญโญทรัพย์, ธาตรี ใต้ฟ้าพูล. (2557). *กลยุทธ์การสื่อสารทางสังคมเพื่อคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชา*. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 7(1), 91-104.
- วนิดา วินิจจะกุล. (2552). *แนวคิดและเครื่องมือที่ควรรู้เพื่อการ “ สื่อสารสาธารณะ ” และกรณีศึกษารณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่*. เอกสารวิชาการส่วนบุคคลหลักสูตรผู้บริหารการสื่อสารมวลชน

- ระดับกลาง (บสก.) สถาบันอิศรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย.
- ศิริลักษณ์ สุวรรณเกต. (2555). *การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคมสีเขียวของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. (ม.ป.ป.). *ความหมายของการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม* Retrieved from <http://kanchanapisek.or.th/kp6/sub/book/book.php?book=19&chap=1&page=t19-1-infodetail02.html>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. (2560). Retrieved from <http://www.trf.or.th/home/about-trf>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. (2561). *งานวิจัยด้านการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ ฝ่ายสวัสดิภาพสาธารณะ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)*. Retrieved from <https://www.trf.or.th/2013-11-30-09-59-31/climate-change>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2547). *สิ่งแวดล้อมไทยในปีข้างหน้า*. Retrieved from <http://www.thaihealth.or.th/Content/26357-สิ่งแวดล้อมไทยในอีกยี่สิบปีข้างหน้า.html>
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2559). *รายงานสถานการณ์คุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2559*.
- สูงงกช สุขแก้ว. (2556). *เพิ่มพื้นที่สีเขียว ความปรารถนาของคน กทม.* Retrieved from <http://news.voicetv.co.th/thailand/64385.html>
- สุมาลี เล็กประยูร. (2551). *หลักการตลาดสำหรับนักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2557). *ทฤษฎีการสื่อสาร* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ระยองทอง.
- สุรดี สุพิชญางกูร. (2553). *ทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: การประมวลและสังเคราะห์องค์ความรู้*. *วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์*, 4(2), 129-132.
- หทัย ชิตานนท์. (2549). *EDUCATION, INFORMATION, ADVOCACY and SOCIAL MARKETING*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ.
- อภิสรรา เกิดชูชื่น. (2545). *รูปแบบการสื่อสารของเครือข่ายวิทยุสมัครเล่นในภาวะวิกฤต*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- อรรวรรณ ปิรันธโสภา. (2549). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ* กรุงเทพฯ: สำนักแห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

- Dosemagen, Shannon. (2016). *Social Media and Saving the Environment: Clicktivism or Real Change?* Retrieved from [http://www.huffingtonpost.com/shannon-dosemagen-/social-media-and-saving-t\\_b\\_9100362.html](http://www.huffingtonpost.com/shannon-dosemagen-/social-media-and-saving-t_b_9100362.html)
- Holder, Harold D, & Treno, Andrew J. (1997). Media advocacy in community prevention: News as a means to advance policy change. *Addiction, 92*(s2).
- Obar, Jonathan A, Zube, Paul, & Lampe, Clifford. (2012). Advocacy 2.0: An analysis of how advocacy groups in the United States perceive and use social media as tools for facilitating civic engagement and collective action. *Journal of information policy, 2*, 1-25.
- Özdemir, B Pinar. (2012). Social media as a tool for online advocacy campaigns: Greenpeace Mediterranean's anti genetically Engineered Food Campaign in Turkey. *Global Media Journal, 5*(2), 23.
- Scott, J Taylor, & Maryman, J. (2016). Using social media as a tool to complement advocacy efforts. *Global Journal of Community Psychology Practice, 7*(1S), 1-22.

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล ชญานิษฐ์ เข้มกลัด  
ประวัติการศึกษา ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา คณะโบราณคดี  
มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ประสบการณ์การทำงาน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ บริษัท เอ-ทรีท จำกัด

