

**การใช้สื่อสังคมในการสื่อสารกระบวนการสันติภาพ
ขององค์กรภาคประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้***
**Social Media Usage for Peace Process Communication
of People's Organizations in the Deep South of Thailand**

¹ปวิษฐา ชนะการณ และ ภีรกาญจน์ ไคนุ่นนา

¹Pawitchaya Chanakan and Phirakan Kai-nunna

¹คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

¹Faculty of Communication Sciences, Prince of Songkla University, Thailand.

¹Corresponding Author's Email: pawitchaya.c@psu.ac.th



บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ศึกษาการใช้สื่อสังคมเพื่อการสื่อสารกระบวนการสันติภาพขององค์กรภาคประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาในแฟนเพจ กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย แฟนเพจ จำนวน 42 เพจ คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยมีเกณฑ์ ดังนี้ 1) มีความเคลื่อนไหวต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 6 เดือน 2) มีจำนวนผู้ติดตามตั้งแต่ 300 ขึ้นไป และ 3) เป็นแฟนเพจทางการขององค์กรภาคประชาชน การวิจัยนี้มีผู้วิเคราะห์เนื้อหา 3 คนเพื่อตรวจสอบความตรงของข้อมูลแบบสามเส้า วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัยพบว่า มีองค์กรภาคประชาชน 42 แห่งที่มีแฟนเพจเป็นทางการ แบ่งเป็น 5 ประเภท ได้แก่ องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรภาคประชาสังคม องค์กรสื่อและสำนักข่าวท้องถิ่น กลุ่ม/เครือข่ายนักศึกษา และ องค์กรชุมชน มีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารผ่านสื่อสังคม คือ ช่วยเหลือประชาชนที่เดือดร้อน (ร้อยละ 23.8) ส่งเสริมบทบาทเด็กและสตรี (ร้อยละ 21.4) ผลิตสื่อและข่าวสารชายแดนใต้ (ร้อยละ 14.3) และส่งเสริม/สนับสนุนกระบวนการสันติภาพ (ร้อยละ 7.1) ส่วนใหญ่มุ่งเผยแพร่เนื้อหาประเภทกิจกรรมองค์กรและเครือข่าย มีเพียง 7 เพจ/องค์กรเท่านั้นที่มีผู้ติดตามมากกว่า 10,000 ได้แก่ มีเดียสลัดตัน สำนักสื่อวีรธานี กลุ่มนักศึกษา จังหวัดชายแดนภาคใต้ กลุ่มสายบุรีลูกเกอร์ ปาตานีฟอรัม กลุ่มนักศึกษาจันทร์เสี้ยวการแพทย์และสาธารณสุข และข่าวภาคใต้ชายแดน ส่วนวิธีการสื่อสารที่กระตุ้นให้ผู้ติดตามมีปฏิสัมพันธ์ผ่านการกดถูกใจ เผยแพร่ต่อ และ แสดงความคิดเห็นมากที่สุด คือ การถ่ายทอดสด การวิจัยยังพบว่าประเด็นเนื้อหาที่เผยแพร่ในเพจส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสันติภาพโดยอ้อม แต่ที่เกี่ยวกับกระบวนการสันติภาพโดยตรงนั้นมีเพียงเล็กน้อย

คำสำคัญ: สื่อสังคม; กระบวนการสันติภาพ; องค์กรภาคประชาชน; จังหวัดชายแดนภาคใต้

Abstract

This study analyzed social media of people's organization in deep south of Thailand. Content analysis method was applied in this research to identify patterns of peace process communication in social media. 42 Facebook fanpages were purposively selected based on specified characteristics including 1) having been updated continuously throughout a six-months period; 2) having at least 300 followers; and 3) being the organizations' official fanpages. To assure the validity of the data, triangulation analysis was employed. The statistic employed were percentage and mean through SPSS.

The results revealed that 42 people's organizations which had their official fanpages could be divided into five groups: non-governmental organizations, civil society organizations, media and local news agencies, student groups/student networks, and community organizations. Each organization aimed at helping people (23.8%), promoting roles of children and women (21.4%), producing media and news related to the deep south of Thailand (14.3%), and supporting peace process (7.1%), respectively. Most of the contents were mainly about promoting activities of the organizations themselves. Among these 42 organizations' fanpages, only seven of them including Media selatan, Wartani, Klum Naksuksa Changwat Chai Dan Paktai (P.N.Y.S.), Saiburi Looker, Patani Forum, Student Wing Thai Islamic Medical Association, Khao Paktai Chai Dan had more than 10,000 followers. Facebook Live was an effective way to get followers' interactions with the pages through liking, sharing, and commenting. Additionally, most of the contents on fanpages were indirectly focused on peace process, while only a few were directly related to it.

Keywords: social media; conflict transformation; people organization; deep south of Thailand

บทนำ

การลงนามในฉันทามติทั่วไปว่าด้วยกระบวนการพูดคุยเพื่อสันติภาพ (General Consensus on Peace Dialogue Process) ระหว่างผู้แทนรัฐบาลไทยกับผู้แทนกลุ่มปาร์เอ็น (Barisan Resolusi Nasional Melayu Patani) เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2556 ณ ประเทศมาเลเซียนั้นถือเป็นรูปแบบหนึ่งของกระบวนการสันติภาพที่พยายามแก้ปัญหาความขัดแย้งด้วยวิถีทางการเมือง ปัจจุบันกระบวนการนี้ยังดำเนินการเรื่อยมา โดยอาจก้าวหน้าหรือหยุดชะงักบ้างตามบริบททางการเมืองและสังคมของแต่ละฝ่าย ดังเช่นในช่วงปี 2563 ที่ผ่านมา การพูดคุยสันติภาพดูจะลดความสนใจจากสังคมไปมากอันเนื่องมาจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ทั้งในประเทศไทย มาเลเซียและทั่วโลก



การพูดคุยสันติภาพเป็นแนวทางที่ให้ความสำคัญแก่ผู้นำทางการเมืองที่มองว่าสันติภาพเกิดขึ้นมาจากการบรรลุข้อตกลงในเชิงผลประโยชน์ระหว่างกันของผู้นำทั้งสองฝ่าย เรียกกระบวนการแบบนี้ว่า “สันติภาพที่มุ่งเน้นผู้นำทางการเมือง” (Elite-orientated approach) ที่ด้านหนึ่งก็มีความเปราะบางเพราะหากผู้นำเหล่านั้นไม่สามารถตกลงหรือพูดคุยกันได้ กระบวนการสันติภาพก็จะหยุดชะงักหรือล้มเหลวในท้ายที่สุด ปลายทางเช่นนี้มักเกิดขึ้นกับกระบวนการสันติภาพส่วนใหญ่ในโลกใบนี้

ดังนั้นมุมมองการสร้างสันติภาพ (Peacebuilding) ระยะหลังจึงมุ่งเน้นที่การมีส่วนร่วมของ “ภาคประชาชน” “คนรากหญ้า” หรือ “ผู้คนสามัญ” (People-orientated approach) มากขึ้น ดังเช่นแนวคิดของ Lederach (1997) ศาสตราจารย์ด้านความขัดแย้งและสันติภาพที่เขียนไว้ในหนังสือเรื่อง Building peace: sustainable reconciliation in divided societies ว่า กระบวนการสันติภาพไม่จำเป็นต้องสร้างมาจากข้างบน เพราะความขัดแย้งนั้นเกี่ยวข้องกับผู้คนหลายภาคส่วนในสังคมนั้น ๆ ซึ่งต่างก็เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสันติภาพ เช่นเดียวกับ Dr. Nibert Ropers ผู้อำนวยการองค์กรสนับสนุนสันติภาพเบิร์กฮอฟ ประเทศเยอรมัน ที่เข้ามาทำงานร่วมกับองค์กรต่าง ๆ ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ก็เสนอแนวคิดเดียวกันดังที่ปรากฏในบทความเรื่อง “คนใน” ต้องเป็นผู้นำถือคบไฟเพื่อสันติภาพ (Prachathai, 2012) ระบุว่า ประชาชนควรมีส่วนร่วมในกระบวนการเปลี่ยนผ่านความขัดแย้งโดยไม่ควรปล่อยให้ผู้นำทางการเมืองฝ่ายเดียว เพราะหากฝากความหวังไว้ที่ผู้นำทางการเมืองดังกล่าว กระบวนการสันติภาพจะเปราะบางและโต๊ะเจรจาสามารถล้มได้ทุกเมื่อถ้าไม่สามารถบรรลุข้อตกลงระหว่างกันได้

ในกรณีความขัดแย้งในจังหวัดชายแดนภาคใต้ นั้น ภาคประชาชนเป็นตัวแสดงหนึ่งในกระบวนการสันติภาพที่มีบทบาทหลากหลายมิติ ดังเช่นเครือข่ายประชาสังคมชายแดนใต้ที่มีบทบาทในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการสันติภาพ ผลักดันวาระของประชาชนสู่ภาคการเมือง รวบรวมเสียงของคนรากหญ้าให้สามารถต่อรองกับคู่ขัดแย้ง เป็นต้น ส่วนเครือข่ายผู้หญิงชายแดนภาคใต้ก็มีการรวมตัวกันเพื่อส่งเสียงของผู้ได้รับผลกระทบ (Voice of voiceless) จากความรุนแรง บางครั้งก็มุ่งสื่อสารโดยตรงกับคู่ขัดแย้งที่กำลังจะเจรจากันเพื่อให้นำความต้องการของประชาชนไปบรรจุเป็นวาระของการพูดคุยสันติภาพ

ประเด็นที่องค์กรประชาชนในพื้นที่ผลักดันสู่การพูดคุยสันติภาพของฝ่ายการเมือง เช่น พื้นที่ปลอดภัย (Safety zone) โดยเครือข่ายผู้หญิงฯ มีการทำงานประสานพลังจากหลากหลายองค์กร และสื่อสารสู่สาธารณะในหลากหลายรูปแบบ ภายหลังก็มีการติดตามผลการพูดคุยสันติภาพของฝ่ายการเมืองด้วยว่า ประเด็นดังกล่าวได้รับการนำไปถกเถียง/หารือกันต่อหรือไม่

นอกจากเครือข่ายภาคประชาสังคม และเครือข่ายผู้หญิงในจังหวัดชายแดนภาคใต้แล้ว ยังมีองค์กรภาคประชาชนอีกหลากหลายประเภทที่หนุนเสริมกระบวนการสันติภาพไม่ว่าจะเป็นองค์กรชุมชน องค์กรพัฒนาเอกชน กลุ่มศาสนา กลุ่มอาชีพ มูลนิธิ เป็นต้น โดยต่างก็มีเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะที่หลากหลายตามความสนใจของตนเอง โดยนอกจากจะดำเนินการตามแผนและกิจกรรมขององค์กรแล้วยังมีการใช้สื่อสำหรับการสื่อสารขององค์กรไปจนถึงการเสนอความคิดและทำที่ต่าง ๆ ต่อประเด็นสาธารณะ



รูปภาพที่ 1 เครือข่ายคณะทำงานวาระผู้หญิงชายแดนใต้ 23 องค์กรจัดกิจกรรมในวันยุติความรุนแรงต่อผู้หญิงสากล วันที่ 25 พฤศจิกายน 2558 โดยเสนอวาระพื้นที่สาธารณะที่ปลอดภัยสำหรับผู้หญิง (Isranews, 2015)

ปัจจุบันการสื่อสารออนไลน์ โดยเฉพาะสื่อสังคม (Social media) ได้กลายเป็นเครื่องมือใหม่ขององค์กรภาคประชาชนเพราะมีราคาถูก ใช้งานง่าย เข้าถึงผู้รับสารกว้างขวาง แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว และช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์หรือบทสนทนาได้ด้วย เชื่อมต่อกับเครือข่ายอื่นได้ง่าย สามารถสร้างและกำหนดวาระทางสังคมด้วยตนเอง สื่อสังคมจึงมิใช่เป็นเพียงช่องทาง (Channel) แต่เป็นพื้นที่สาธารณะทางการเมือง (Political public sphere) ด้วย บทความวิจัยนี้จึงมุ่งนำเสนอการใช้สื่อสังคมเพื่อสื่อสารกระบวนการสันติภาพขององค์กรภาคประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ภายใต้บริบทการแปรเปลี่ยนความขัดแย้ง (Conflict transformation) ด้วยหวังว่าข้อค้นพบนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาการสื่อสารขององค์กรภาคประชาชนและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้คนสามัญในกระบวนการสันติภาพจังหวัดชายแดนภาคใต้

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการใช้สื่อสังคมในการสื่อสารกระบวนการสันติภาพขององค์กรภาคประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) ขององค์กรภาคประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งมีเนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงวัตถุประสงค์การสื่อสาร จำนวนผู้ติดตาม ความบ่อยในการเผยแพร่ เนื้อหา และวิธีการในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมองค์กรภาคประชาชน รวมถึงรูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้รับสาร โดยมีขั้นตอนการศึกษา ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1) นักวิจัยนำรายชื่อขององค์กรภาคประชาชนที่เป็นสมาชิกของเครือข่ายภาคประชาสังคมชายแดนใต้มาสืบค้นในโปรแกรมค้นหา (Search Engine) ของเว็บไซต์กูเกิล (Google) และช่องค้นหาของเฟซบุ๊กแฟนเพจเพื่อสำรวจว่าองค์กรดังกล่าวมีการใช้แฟนเพจหรือไม่



2) การสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ที่พบเห็นจากการแนะนำเพจที่เกี่ยวข้องโดยอัลกอริทึม (Algorithm) ของเฟซบุ๊ก ซึ่งจะแสดงเพจที่คล้ายคลึงกันให้แก่ผู้ใช้

ในขั้นตอนนี้ นักวิจัยได้กลุ่มตัวอย่างเบื้องต้น จำนวน 109 เพจ จากนั้นจึงนำแฟนเพจดังกล่าวมาคัดเลือกอีกครั้งหนึ่ง โดยเป็นการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) เป็นแฟนเพจทางการ (Official Fanpage) ขององค์กรภาคประชาชน 2) มีความเคลื่อนไหวในการสื่อสารผ่านแฟนเพจอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 6 เดือน คือ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-กรกฎาคม พ.ศ. 2561 และ 3) มีจำนวนผู้ติดตามตั้งแต่ 300 ขึ้นไป จากการคัดเลือกด้วยเกณฑ์ดังกล่าวทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาในการวิจัยนี้ จำนวน 42 เพจ

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิจัยนี้ คือ แบบวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Form) ที่พัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงนำแบบวิเคราะห์เนื้อหาดังกล่าวให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินคุณภาพความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และแก้ไขตามข้อเสนอของผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งนี้เพื่อให้เครื่องมือดังกล่าวสะท้อนความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนนี้ใช้ผู้วิเคราะห์เนื้อหา จำนวน 3 คน ได้แก่ นักวิจัย 2 คนและผู้ช่วยวิจัย 1 คนเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลสามเส้า (Data Triangulation) จากนั้นจึงประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาสามารถแบ่งองค์กรภาคประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส) และ 4 อำเภอ (จะนะ เทพา นาหวี สะบ้าย้อย) ของ จ.สงขลาที่มีการสื่อสารออนไลน์ผ่านแฟนเพจออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ องค์กรพัฒนาเอกชน (ร้อยละ 35.7) องค์กรภาคประชาสังคม (ร้อยละ 26.2) องค์กรสื่อและสำนักข่าวท้องถิ่น (ร้อยละ 19.0) กลุ่ม/เครือข่ายนักศึกษา (ร้อยละ 11.9) และองค์กรชุมชน (ร้อยละ 7.1) โดยการวิจัยนี้มีการกำหนดนิยามองค์กรภาคประชาชนแต่ละประเภทไว้ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงประเภทและนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับองค์กร

ประเภทองค์กร	ลักษณะ
องค์กรพัฒนาเอกชน	องค์กรที่จัดตั้งตามกฎหมายที่ไม่ใช่องค์กรรัฐ เช่น สมาคม มูลนิธิ ฯลฯ รวมถึงองค์กรระหว่างประเทศที่มีการปฏิบัติงานในจังหวัดชายแดนภาคใต้
องค์กรภาคประชาสังคม	กลุ่ม/องค์กรที่เป็นการรวมตัวกันของประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยมีเป้าหมายร่วมกันในการมีส่วนร่วมพัฒนาจังหวัดชายแดนใต้ในด้านต่าง ๆ

ประเภทองค์กร	ลักษณะ
องค์กรสื่อและสำนักข่าว	องค์กรที่มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในจังหวัดชายแดนภาคใต้ผ่านช่องทางต่าง ๆ
กลุ่ม/เครือข่ายนักศึกษา	กลุ่ม องค์กร หรือเครือข่ายที่มาจากการรวมตัวของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาที่ตั้งอยู่ในและนอกจังหวัดชายแดนภาคใต้
องค์กรชุมชน	องค์กร/กลุ่มที่มาจากการรวมตัวของประชาชนภายในชุมชนนั้น ๆ โดยมีความสนใจร่วมกันในประเด็นเกี่ยวกับชุมชน เช่น ออมทรัพย์ เกษตร ประมง ฯลฯ

โดยภาพรวมองค์กรภาคประชาชนกำหนดวัตถุประสงค์ของการใช้แฟนเพจเพื่อช่วยเหลือประชาชนที่ประสบความเดือดร้อน (ร้อยละ 23.8) ส่งเสริมบทบาทเด็กและสตรี (ร้อยละ 21.4) และผลิตสื่อและข่าวสารชายแดนใต้ (ร้อยละ 14.3) ส่วนวัตถุประสงค์เพื่อการส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการสันติภาพมีเพียงเล็กน้อย (ร้อยละ 7.1) เท่ากันกับการส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาและการประสานงานและเชื่อมโยงกลุ่ม/องค์กรในพื้นที่ ขณะที่จำนวนผู้ติดตาม (Follower) นั้น มี 24 เพจที่มีผู้ติดตามมากกว่า 2,000 ขึ้นไปในจำนวนนี้มีเพียง 7 เพจที่มีจำนวนผู้ติดตาม 10,000 ขึ้นไป ได้แก่ 1) มีเดียสลาตัน 2) วรธานี (Wartani) 3) กลุ่มนักศึกษาจังหวัดชายแดนภาคใต้ (P.N.Y.S) 4) สายบุรีลูกเกอร์ 5. ปาตานีฟอรัม 6) กลุ่มนักศึกษาจันทร์เสี้ยวการแพทย์และสาธารณสุข และ 7) ข่าวภาคใต้ชายแดน (เพจข่าวของบริษัท เกรทเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด)

ด้านเนื้อหาการสื่อสารขององค์กรภาคประชาชนนั้น พบว่า 5 ลำดับแรกของเนื้อหาที่มีการสื่อสารมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารชายแดนใต้ (ร้อยละ 21.4) เด็กและเยาวชน (ร้อยละ 16.7) การช่วยเหลือผู้ได้รับความเดือดร้อน (ร้อยละ 16.7) การศึกษา (ร้อยละ 9.5) และสิทธิมนุษยชน (ร้อยละ 9.5) หากเปรียบเทียบ 2 กลุ่ม คือ เพจที่มีผู้ติดตาม 300-2,000 กับเพจที่มีผู้ติดตามมากกว่า 2,000 นั้นแสดงให้เห็นว่าทั้งสองกลุ่มเผยแพร่เนื้อหาประเภทข้อมูลข่าวสารชายแดนใต้มากที่สุด

นอกจากนี้เพจที่มีผู้ติดตามจำนวนน้อยจะเผยแพร่เนื้อหาเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน การช่วยเหลือผู้ได้รับความเดือดร้อน สิทธิมนุษยชน และการศึกษา มากกว่าเนื้อหาประเภทอื่น ส่วนเพจที่มีผู้ติดตามจำนวนมากจะเผยแพร่เนื้อหาเด็กและเยาวชน สิทธิมนุษยชน การศึกษา และศาสนา เป็นที่น่าสังเกตว่าประเด็นเกี่ยวกับศาสนาอิสลามนั้นค่อนข้างได้รับความสนใจและเป็นที่ต้องการรับรู้ของประชาชน ซึ่งผู้ติดตามมีส่วนร่วมด้วยการแสดงความคิดเห็นจำนวนมาก ด้านเนื้อหาที่องค์กรภาคประชาชนเผยแพร่ในรอบ 6 เดือนนั้น โดยภาพรวมเกี่ยวข้องกับกระบวนการสันติภาพโดยอ้อม มีเพียงเล็กน้อยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสันติภาพโดยตรง ดังที่แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงประเภทเนื้อหาที่เผยแพร่ในแฟนเพจขององค์กรภาคประชาชนในรอบ 6 เดือน

ลำดับ	ประเภทเนื้อหา	จำนวน (ครั้ง)
1	กิจกรรมองค์กร/เครือข่าย	43,459
2	สิ่งแวดล้อม	35,689
3	เศรษฐกิจ	13,913

ลำดับ	ประเภทเนื้อหา	จำนวน (ครั้ง)
4	ศาสนา	10,165
5	การสื่อสาร	9,133
6	เด็ก เยาวชน สตรี	7,318
7	การพัฒนาชุมชนชายแดนใต้	5,117
8	การศึกษา	3,447
9	เหตุการณ์ความไม่สงบ	1,412
10	เนื้อหาความเคลื่อนไหวของภาคประชาชน	284
11	ความขัดแย้งระหว่างรัฐกับประชาชน	209
12	ชาติพันธุ์	57
13	ความคิดเห็น/ข้อเสนอผู้เห็นต่าง	30
14	ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพูดคุยสันติสุข	17
15	การพูดคุยของผู้แทนรัฐบาลไทยกับผู้เห็นต่าง	8
16	นโยบายของรัฐเกี่ยวกับการพูดคุยสันติสุข	5
17	ข้อเสนอของผู้แทนรัฐบาลไทยและผู้เห็นต่าง	2
รวม		130,263

ด้านความถี่ในการเผยแพร่ นั้น พบว่า สัปดาห์ละ 1 ครั้ง มากที่สุด (ร้อยละ 35.7) รองลงมา คือ สื่อสารทุกวัน (ร้อยละ 23.8) เดือนละ 1 ครั้ง (ร้อยละ 21.4) จำนวน 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 16.7) จำนวน 4-5 ครั้งต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 2.4) แต่ในภาพรวมแล้ว องค์กรสื่อภาคประชาชนมีความถี่ในการสื่อสารในระดับน้อย (ร้อยละ 61.9) จนถึงปานกลาง (ร้อยละ 38.1) หากวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของระดับความถี่การเผยแพร่เนื้อหา กับจำนวนผู้ติดตามแฟนเพจ พบว่า องค์กรที่มีจำนวนผู้ติดตามมากกว่า 2,000 มีระดับความถี่การเผยแพร่ในระดับมากที่สุด จำนวน 11 องค์กร ตรงข้ามจากแฟนเพจที่มีจำนวนผู้ติดตามน้อยจะมีระดับความถี่ของการสื่อสารในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด

ผลการศึกษาด้านวิธีการเผยแพร่เนื้อหาในแฟนเพจนั้น พบว่า แชร์จากแหล่งอื่น (ร้อยละ 49.1) ข้อความ (ร้อยละ 27.8) ถ่ายทอดสด (ไลฟ์) (ร้อยละ 25.6) ภาพนิ่ง (ร้อยละ 12.7) วิดีโอ (ร้อยละ 6.1) และภาพกราฟิก (ร้อยละ 5.6) ส่วนรูปแบบเนื้อหาที่มีการเผยแพร่ในแฟนเพจ ได้แก่ ข้อความประกอบภาพมีมากที่สุด รองลงมา คือ ข่าว บทความ และถ่ายทอดสดเหตุการณ์/กิจกรรมทางสังคม

การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามต่อเนื้อหาที่เผยแพร่ในแฟนเพจนั้น โดยภาพรวมแล้วมีการกดชอบ (Like) มากที่สุด ส่วนการถ่ายทอดสดเป็นวิธีการเผยแพร่เนื้อหาที่ผู้ติดตามมีส่วนร่วมมากที่สุด ได้แก่ กดชอบ แชร์ต่อ และแสดงความคิดเห็น ส่วนการเผยแพร่เนื้อหาที่แชร์มาจากแหล่งข้อมูลอื่นนั้น พบว่า ผู้ติดตามมีส่วนร่วมน้อยที่สุด หากแบ่งประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในแฟนเพจนั้น มีผลการศึกษา ดังนี้

1) ประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับการกดชอบ พบว่า เนื้อหาด้านเศรษฐกิจ ความขัดแย้งระหว่างรัฐกับประชาชน กิจกรรมองค์กร/เครือข่าย ศาสนา และการสื่อสาร เป็นประเภทเนื้อหาที่มีการกดชอบมากที่สุด 5 ลำดับแรก



ส่วนเนื้อหาด้านความคิดเห็นของประชาชนต่อการพูดคุยสันติภาพ นโยบายของรัฐเกี่ยวกับการพูดคุยสันติสุข การพูดคุยสันติภาพของผู้แทนรัฐกับผู้เห็นต่าง ความคิดเห็นของผู้เห็นต่าง และข้อเสนอแนะของผู้แทนรัฐบาลกับผู้เห็นต่าง เป็นเนื้อหาที่มีการกดขบน้อยที่สุดใน 5 ลำดับแรก

2) ประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็น พบว่า เนื้อหาด้านศาสนา กิจกรรมองค์กร/เครือข่าย ความขัดแย้งระหว่างรัฐกับประชาชน เศรษฐกิจ และนโยบายของรัฐเกี่ยวกับการพูดคุยสันติสุข เป็นประเภทเนื้อหาที่มีการแสดงความคิดเห็นของผู้ติดตามมากที่สุด 5 ลำดับแรก ส่วนเนื้อหาด้านการพูดคุยของรัฐกับผู้เห็นต่าง นโยบายของรัฐเกี่ยวกับการพูดคุยสันติสุข ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพูดคุยสันติสุข ชาติพันธุ์ และข้อเสนอแนะของรัฐบาลไทยและผู้เห็นต่าง เป็นประเภทเนื้อหาที่มีการแสดงความคิดเห็นของผู้ติดตามน้อยที่สุด 5 ลำดับแรก

3) ประเภทเนื้อหาที่แชร์จากแหล่งข้อมูลอื่น พบว่า เนื้อหาด้านกิจกรรมองค์กร/เครือข่าย การสื่อสาร ความขัดแย้งระหว่างรัฐกับประชาชน เหตุการณ์ความไม่สงบ และศาสนา เป็นประเภทเนื้อหาที่มีการเผยแพร่ต่อมากที่สุด 5 ลำดับแรก ส่วนประเภทเนื้อหาข้อเสนอผู้แทนรัฐบาลและผู้เห็นต่าง ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพูดคุยสันติภาพ นโยบายของรัฐเกี่ยวกับการพูดคุยสันติสุข การพูดคุยสันติภาพของผู้แทนรัฐกับผู้เห็นต่าง และความคิดเห็นของผู้เห็นต่าง เป็นประเภทเนื้อหาที่มีการเผยแพร่น้อยที่สุด 5 ลำดับแรก ส่วนประเภทเนื้อหาที่แชร์จากแหล่งข้อมูลอื่นนั้น พบว่า 1) เนื้อหาด้านเด็ก เยาวชน และสตรีนั้น องค์กรที่มีวัตถุประสงค์ในการช่วยเหลือประชาชนนำมาเผยแพร่ต่อในเพจของตนเองมากที่สุด 2) เนื้อหาด้านศาสนานั้น องค์กรที่ส่งเสริมบทบาทเด็กและสตรีนำมาเผยแพร่ต่อในเพจของตนเองมากที่สุด และ 3) เนื้อหาทางการศึกษานั้น องค์กรที่มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมศาสนานำมาเผยแพร่ต่อในเพจของตนเองมากที่สุด นอกจากนี้ยังมีองค์กรภาคประชาชนที่นำเนื้อหาที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กรตนเองมาเผยแพร่ต่อในเพจของตนเองค่อนข้างมากเช่นกัน แต่ก็ยังเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับจังหวัดชายแดนภาคใต้

ส่วนองค์กรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการสันติภาพ ช่วยเหลือประชาชนที่ประสบความเดือดร้อน และส่งเสริมบทบาทเด็กและสตรีมักนำเนื้อหาสันติภาพเชิงลบ (Negative peace) ซึ่งตามแนวคิดของ Galtung 1996 (as cited in Irenes, 2007) ให้ความหมายว่า เป็นสันติภาพที่ไม่ให้ความสำคัญกับการยุติความรุนแรงหรือสงครามด้วยการบังคับใช้ข้อตกลงหยุดยิงหรือยุติการใช้อำนาจทหารและอาวุธต่าง ๆ ของคู่ขัดแย้ง ได้แก่ ประเด็นความขัดแย้งระหว่างรัฐกับประชาชน เหตุการณ์ความไม่สงบมาเผยแพร่ในเพจของตนเองมากกว่าองค์กรที่มีวัตถุประสงค์อื่น โดยมีนัยยะที่แสดงให้เห็นถึงผลกระทบของการใช้ความรุนแรงและเรียกร้องให้ยุติความรุนแรงที่ส่งผลกระทบต่อประชาชน ส่วนองค์กรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประสานและเชื่อมโยงกลุ่ม/องค์กรในพื้นที่ เพื่อส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และช่วยเหลือประชาชนมีการนำประเภทเนื้อหาความเคลื่อนไหวของภาคประชาชนมาเผยแพร่ต่อในเพจของตนเองค่อนข้างน้อย ซึ่งสวนทางกับวัตถุประสงค์ขององค์กร

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการศึกษายังพบข้อจำกัดหลายประการในการสื่อสารผ่านสื่อสังคมขององค์กรภาคประชาชน ดังนั้นการวิจัยนี้จึงมีข้อเสนอเพื่อการพัฒนา โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1) **ด้านความรู้ความเข้าใจ** องค์กรจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจธรรมชาติ ลักษณะ กลวิธี และพฤติกรรมผู้ใช้สื่อสังคม เพราะเป็นการสื่อสารแบบพลิกหัวกลับจากแบบจำลองการสื่อสารดั้งเดิม ซึ่งองค์กรภาคประชาชนสามารถเพิ่มพูนความรู้เข้าใจดังกล่าวได้ด้วยตนเองจากการศึกษาผ่านประสบการณ์ของบุคคลหรือองค์กรอื่น ปัจจุบันยังสามารถเข้าอบรม/สัมมนาเพื่อเรียนรู้จากสถาบันต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย

2) **ด้านทรัพยากรที่ใช้ในการสื่อสาร** เป็นข้อจำกัดขององค์กรภาคประชาชนเพราะขาดแคลนทรัพยากร โดยเฉพาะทรัพยากรมนุษย์ที่สามารถสื่อสารออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการใช้ประโยชน์ที่คุ้มค่าจากอุปกรณ์การสื่อสารที่สามารถนำมาผลิตสื่อได้หลากหลาย

3) **ด้านทักษะการผลิตสื่อ** เป็นข้อจำกัดด้านทรัพยากรคนที่มีความสามารถสร้างสรรค์สื่อเพื่อเผยแพร่ในสื่อสังคม จึงต้องพัฒนาทักษะการผลิตสื่อของบุคลากร โดยควรพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารด้วยการเขียน การถ่ายภาพนิ่งและเคลื่อนไหว กราฟิก คลิปวิดีโอ ถ่ายทอดสด เทคนิคแชร์ข้อมูล อินโฟกราฟิกส์ การ์ตูนแอนิเมชันอย่างง่าย เป็นต้น รวมถึงพัฒนาทักษะการสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมกับผู้ใช้ สามารถสรุปได้ดังรูปที่ 3



รูปภาพที่ 2 แสดงแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารออนไลน์

ขององค์กรภาคประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้

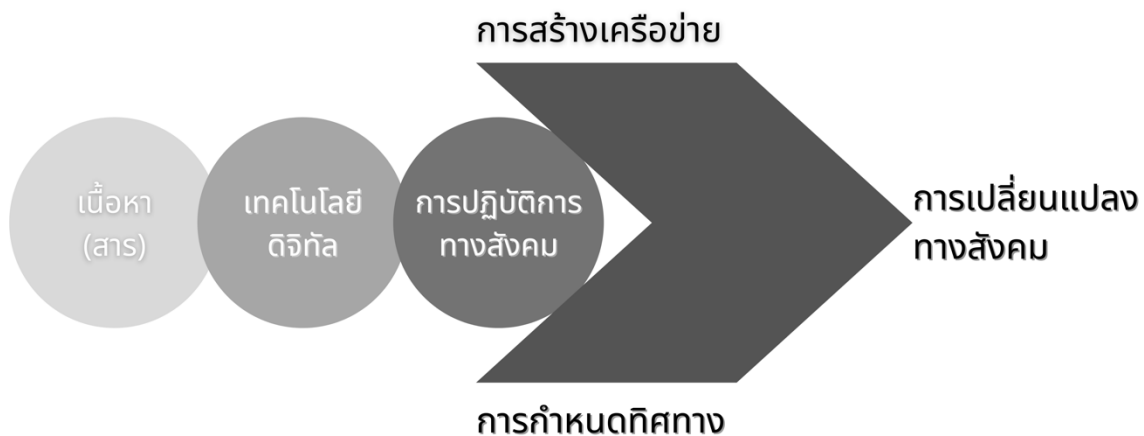
ทั้งนี้องค์กรภาคประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ทำงานด้านสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายองค์กรภาคประชาชนอยู่แล้ว จึงอาจใช้ความสัมพันธ์นี้เพื่อหนุนเสริมทักษะการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ให้แก่องค์กรอื่น ๆ ซึ่งจะช่วยสร้างบรรยากาศของความร่วมมือและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกัน โดยมี

เป้าหมายในการสร้างพลังของการสื่อสารสันติภาพในจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ดึงเอาประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการปรับเปลี่ยนความขัดแย้ง

อภิปรายผลการวิจัย

กระบวนการสันติภาพที่เกิดขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อปี 2556 นั้นเป็นการให้ความสำคัญกับผู้นำทางการเมืองในฐานะผู้ริเริ่มสันติภาพ แต่กระบวนการที่ซับซ้อนอีกด้านหนึ่งที่เกิดขึ้นพร้อมกันในจังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ กระบวนการสันติภาพที่ขับเคลื่อนร่วมกันของกลุ่ม องค์กร และสถาบันทางสังคม โดยมุ่งแก้ไขที่รากเหง้าของปัญหาด้วย ซึ่ง Lederach (2003) เรียกแนวคิดนี้ว่า “การปรับเปลี่ยนความขัดแย้ง” ส่วน Miall (2004) ขยายความว่า แนวคิดนี้มุ่งดึงผู้คนที่อยู่ในบริบทความขัดแย้ง สังคม ท้องถิ่น และองค์กรภายนอก รวมถึงทรัพยากรมนุษย์และเครื่องมือต่าง ๆ ให้เข้ามามีบทบาทในกระบวนการสร้างสันติภาพในระยะยาว ถือเป็นแนวทางที่มุ่งเน้นสนับสนุนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมให้มีบทบาทมากกว่าการส่งเสริมการไกล่เกลี่ยจากบุคคลภายนอก

เมื่อกระบวนการสันติภาพถูกทำให้เป็นภาระงานของทุกภาคส่วน องค์กรภาคประชาชนในพื้นที่ต่างก็ทำงานขับเคลื่อนในประเด็นต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งแวดลอม เศรษฐกิจ ศาสนา การสื่อสาร เด็ก เยาวชน สตรี การพัฒนาชุมชนชายแดนใต้ เป็นต้น ซึ่งเป็นการปฏิบัติการจริงในพื้นที่ขององค์กรเหล่านั้น ขณะเดียวกันก็ใช้ช่องทางสื่อสารสังคมในการสื่อสารเนื้อหาเกี่ยวกับการกิจขององค์กรและบางโอกาสก็แสดงจุดยืน/เรียกร้อง/เสนอแนะต่อการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งด้วย ปรากฏการณ์นี้สอดคล้องกับแนวคิดกิจกรรมนิยมด้วยสื่อลูกผสม (Hybrid Media Activism) ของ Treré (2019) ที่เสนอว่าการเคลื่อนไหวทางสังคมในยุคนี้เป็นการผสมกลมกลืนกันระหว่างเทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัล เรื่องราวหรือเนื้อหา (สาร) และปฏิบัติการทางสังคม โดยทั้งสามพื้นที่ที่มีการหลอมรวมกันและเป็นเงื่อนไขสำคัญของการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์และกำหนดทิศทางรวมทั้งผลลัพธ์ของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมด้วย ซึ่งสามารถแสดงแนวคิดดังกล่าวตามรูปที่ 2



รูปภาพที่ 3 แสดงกรอบแนวคิดการขับเคลื่อนสังคมด้วยสื่อลูกผสม ปรับจากแนวคิด Treré (2019)

การสอดประสานขององค์ประกอบทั้งสามอย่างตามแนวคิดดังกล่าวถือเป็นโอกาสสำคัญในการแสดงตัวในฐานะผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ในกระบวนการสันติภาพที่หากพิจารณาตามแนวคิดการปรับเปลี่ยน



ความขัดแย้งของ Lederach (2003) แล้ว องค์การภาคประชาชนถือเป็นรากฐานอันแข็งแกร่งที่เปรียบเสมือนฐานของปิรามิดในการสร้างสันติภาพ ซึ่งเป็นแนวทางการริเริ่มสันติภาพที่ควบคู่กับการพูดคุยบนโต๊ะเจรจาของผู้นำทางการเมืองเพียงไม่กี่คน การเคลื่อนไหวของภาคประชาชนผ่านองค์ประกอบทั้งสามอย่างยังทำให้กระบวนการสันติภาพเป็นสิ่งที่จับต้องเป็นรูปธรรมได้และเป็นการพูดคุยสันติภาพที่มีความโปร่งใสเพราะมีส่วนร่วมจากภาคประชาชนทั้งโดยตรงและอ้อม ดังที่ Komolnimiti (2011) เสนอว่า สื่อออนไลน์นั้นทำงานเชิงรุกในแนวราบที่เข้าถึงทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งโดยตรง และยังเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสื่อสารด้วยตนเอง สามารถก้าวข้ามข้อจำกัดของโครงสร้างสื่อกระแสหลักและสามารถสร้างพื้นที่ให้ถกเถียงกันผ่านพื้นที่การสื่อสาร บางครั้งยังทำให้ประเด็นที่อยู่ภายใต้วาทกรรม “อ่อนไหว-เปราะบาง” ค่อย ๆ กลายเป็นสิ่งธรรมดา (Normalize) ที่สามารถถกเถียงกันได้ในพื้นที่ออนไลน์และขยายยู่พื้นที่ทางกายภาพ

ปรากฏการณ์นี้ยังทำให้เห็นว่าเส้นทางคู่ขนานในการแก้ปัญหาความขัดแย้งในจังหวัดชายแดนภาคใต้ระหว่างกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับผู้นำกระบวนการที่ให้ความสำคัญแก่ประชาชนสามารถเชื่อมร้อยรับรู้ ถกเถียง หรือรับลูกต่อผ่านกระบวนการสื่อสารและการปฏิบัติการทางสังคมได้

มีข้อน่าสังเกตว่า ประเด็นเนื้อหาที่สื่อสารผ่านสื่อสังคมขององค์กรภาคประชาชนนั้น ส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับกระบวนการสันติภาพโดยอ้อมที่เชื่อมโยงกับความเป็นอยู่ของประชาชน ซึ่งเป็นลักษณะของสันติภาพเชิงบวก (Positive peace) คือ สันติภาพที่มุ่งฟื้นฟูความสัมพันธ์ การสร้างระบบสังคมที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนและแก้ไขความขัดแย้งอย่างสร้างสรรค์ (Galtung, 1996 as cited in Irenees, 2007) แต่เนื้อหากระบวนการสันติภาพโดยตรงนั้นกลับมีค่อนข้างน้อย ซึ่งจำเป็นต้องแสวงหาคำตอบว่าเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น แต่มีความเป็นไปได้ว่าองค์กรภาคประชาชนดังกล่าวกำหนดวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อสังคมเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ภารกิจขององค์กรมากกว่า ข้อสังเกตนี้สอดคล้องกับเนื้อหาที่เผยแพร่ในสื่อสังคมที่พบว่าเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นประเด็นกิจกรรมขององค์กร

หากพิจารณาประเด็นการมีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) ในสื่อสังคมระหว่างองค์กรภาคประชาชนกับผู้ใช้สื่อซึ่งเป็นเสมือนดิเอ็นเอของการสื่อสารออนไลน์ดังที่ Chaichuy, and Satararuj (2016) เสนอว่าหลักคิดของสื่อสังคมคือการมุ่งให้เกิดการมีส่วนร่วมของภาคพลเมืองเพราะสื่อออนไลน์สามารถเปิดพื้นที่สาธารณะให้แก่กลุ่มที่หลากหลายได้ ดังนั้นแม้องค์กรภาคประชาชนจะสามารถเข้าถึงช่องทางการสื่อสารได้ แต่การจะทำให้เกิดแรงกระเพื่อมถึงโต๊ะเจรจาสันติภาพนั้นต้องได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายและผู้ใช้สื่อสังคมด้วย การมีปฏิสัมพันธ์ในพื้นที่การสื่อสารจึงสำคัญเช่นกัน องค์กรภาคประชาชนที่ใช้สื่อสังคมต้องมีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอต่อผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความถี่การสื่อสารกับจำนวนผู้ติดตาม พบว่า เพจที่มีความถี่มากในการสื่อสารจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนผู้ติดตามของเพจ ด้านความสดใหม่ของเนื้อหาที่สื่อสารด้วยการถ่ายทอดสดเป็นวิธีการสื่อสารที่กระตุ้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์จากผู้ใช้งานการกดชอบ แชร์ต่อ และแสดงความคิดเห็นมากกว่าวิธีการสื่อสารอื่น ตรงข้ามกับการนำเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลอื่นมาเผยแพร่ต่อในเพจขององค์กรที่กระตุ้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์ในระดับต่ำ แต่น่าเสียดายที่องค์กรภาคประชาชนนิยมใช้วิธีการนี้ในการสื่อสารออนไลน์มากกว่า

สรุป

การวิจัยนี้เป็นการทำความเข้าใจและศึกษาสถานภาพการสื่อสารออนไลน์ขององค์กรภาคประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยคัดเลือกศึกษาเฉพาะเฟซบุ๊กแฟนเพจเท่านั้น ซึ่งเป็นช่องทางสื่อสารสังคมที่ได้รับความนิยมมากกว่าสื่อสังคมประเภทอื่น จากแนวความคิดการแปรเปลี่ยนความขัดแย้งที่เสนอว่าการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งนั้นจำเป็นต้องเปิดพื้นที่ให้แก่ภาคส่วนต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการคลี่คลายปัญหาจากรากเหง้าของความขัดแย้ง การสื่อสารที่เปิดกว้าง โดยเฉพาะสื่อสังคมนั้น มีความสำคัญในฐานะเป็นการเปิดพื้นที่ของการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นพร้อม ๆ กับโต๊ะเจรจาของผู้นำทางการเมือง ดังนั้นการใช้สื่อออนไลน์ของภาคประชาชนควรเป็นมากกว่าช่องทางการประชาสัมพันธ์องค์กร แต่ต้องมีกลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อแปรเปลี่ยนความขัดแย้งที่ดำรงมานานหลายสิบปี

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 องค์กรภาคประชาชนควรวางกลยุทธ์และแผนการสื่อสารที่มีเป้าหมายชัดเจน ต่อเนื่องและสม่ำเสมอด้วยการดำเนินกิจกรรมออฟไลน์ไปพร้อม ๆ กับการสร้างเครือข่ายแนวราบ (ในชุมชน ในกลุ่มสมาชิกหรือกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม) และการสื่อสารออนไลน์

1.2 ควรมีการใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและข้ามช่องทาง เช่น การสื่อสารผ่านสื่อสังคมควบคู่กับเว็บไซต์ (Online-online) การจัดกิจกรรมควบคู่กับกิจกรรมในสื่อสังคม (Offline-online) การนำข่าวสารในสื่อออนไลน์ไปเผยแพร่ในสื่อมวลชนกระแสหลัก (Online-mass media) การสร้างเครือข่ายนักกิจกรรมทั้งในระดับแนวราบและเครือข่ายนักกิจกรรมข้ามประเด็น/ข้ามพื้นที่

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติ (Action research) ระหว่างนักวิจัยกับองค์กรภาคประชาชนเพื่อสร้างองค์ความรู้จากการพัฒนาการสื่อสารออนไลน์ที่มาจากการปฏิบัติการจริง ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์ทั้งองค์กรภาคประชาชน ในเวลาเดียวกันก็สามารถสร้างองค์ความรู้พร้อมกันไปด้วย

2.2 ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อสารออนไลน์ขององค์กรภาคประชาชน โดยใช้แนวคิดวาทกรรม (Discourse) และการวางกรอบ (Framing) เป็นต้น เพื่อแสดงให้เห็นว่าองค์กรภาคประชาชนดังกล่าวอธิบายกระบวนการสันติภาพในมุมมองของตนเองอย่างไร

References

- Chaichuy, P., & Satararuji, K. (2016). Thailand's public issue communication through a communication innovation for campaign, website "Change.org". *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(2), 1526-1536.



- G., M. G. (2014). *A Critical Assessment of Conflict Transformation Capacity in the Southern African Development Community (SADC): Deepening the Search for a Self-Sustainable and Effective Regional Infrastructure for Peace (RI4P)*. Hiroshima: Hiroshima University.
- Ghaus-Pasha, A. (2005). *Role of Civil Society Organizations in Governance*. Retrieved April 15, 2019, from <https://pdfs.semanticscholar.org/4fd4/98b7d3d0a3f8c1508aac90db35d1d0b318bc.pdf>.
- Irenees. (2007). *Negative versus Positive Peace*. Retrieved December 15, 2020, from http://www.irenees.net/bdf_fiche-notions-186_en.html#:~:text=Negative%20peace%20refers%20to%20the,stopped%2C%20the%20oppression%20ended).
- Isranews. (2015). *Women in deep south of Thailand need the safe zone in markets and streets*. Retrieved April 30, 2019, from https://www.isranews.org/content-page/67-south-slide/42966-market_42966.html.
- Johnson, K. (2014). *Digital and Interactive Media*. Retrieved October 20, 2019, from <https://www.slideshare.net/sallyshredder/digital-and-interactive-media>.
- Komolnimi, T. (2011). *New Media Creates the Public Sphere of Politics and Sensitive Suggestions on Nakon Patani*. Retrieved April 30, 2019, <https://thitinob.com/node/89>.
- Lederach, J. P. (1997). *Building Peace: Sustainable Reconciliation in Divided Societies*. Washington DC: United States Institute of Peace Press.
- Lederach, J. P. (2003). *Conflict Transformation*. Retrieved April 15, 2019, from <https://www.beyondintractability.org/essay/transformation>.
- Miall, H. (2004). *Conflict transformation: a Multi-Dimensional Task*. Retrieved October 1, 2020, from <https://core.ac.uk/download/pdf/71735641.pdf>.
- Paffenholz, T. (2009). *Understanding Peacebuilding Theory: Management, Resolution and Transformation*. Retrieved April 15, 2019, from https://peacemaker.un.org/sites/peacemaker.un.org/files/ConflictTransformation_NewRoutes2009.pdf.
- Prachathai. (2012). *The Insider Must be a Torchbearer for Peace*. Retrieved April 30, 2019, from <https://prachatai.com/journal/2012/09/42469>.
- Treré, E. (2019). *Hybrid Media Activism: Ecologies, Imaginaries, Algorithms*. London: Routledge.