

กลยุทธ์การสื่อสารทางสังคมเพื่อคัดค้านการขนถ่ายถ่านหิน ที่บางปะกงและศรีราชา

วดี ภิญญทรัพย์

ชาติรี ใต้ฟ้าพูล

Abstract

The purpose of this research is to study the social communication strategies and tactics used to protest coal transportation at Bangpakong and Sriracha as well as their motivation for protesting.

This research used qualitative methods including (1) in-depth interviews of 40 key informants by the use of the snowball sampling technique and (2) a documentary analysis of news articles and data involving coal transportation at Bangpakong and Sriracha.

The results of the research show that the strategies employed to protest coal transportation were successful at Bangpakong but not at Sriracha. The key leader at Bangpakong used more effective strategies to build a protest movement such as issue management, networking, persuasion, word of mouth, assigning appropriate duties and roles, negotiation, building legitimacy, and media advocacy. On the other hand, the key leader at Sriracha did not use issue management of the strategies used at Bangpakong and therefore was not effective or successful in their protest movement.

วดี ภิญญทรัพย์ (นศ.ม.นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2556) และ ชาติรี ใต้ฟ้าพูล (นศ.ด. นิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งอาจารย์ประจำ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งจากวิทยานิพนธ์เรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารทางสังคมเพื่อคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชา” โดยมี อาจารย์ ดร. ชาติรี ใต้ฟ้าพูล เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้รับการประเมินผลการสอบวิทยานิพนธ์ในระดับดีมากของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประจำปีการศึกษา 2556

Results of research show that the motivation of people who protest coal transportation at both Bangpakong and Sriracha are fear of the dangers of

coal and a high value of their careers. The motivation of the protestors at Bangpakong is higher than Sriracha in the area of

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารทางสังคมเพื่อคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชา เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงกลยุทธ์และกลวิธีของการสื่อสารทางสังคมในการคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชา และเพื่อทราบถึงรูปแบบที่แกนนำประชาชนในพื้นที่ใช้เพื่อแรงจูงใจในการรวมกลุ่มประชาชนเพื่อขับเคลื่อนการชุมนุมคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In Depth Interview) ด้วยการอ้างอิงจากบุคคลและผู้เชี่ยวชาญ (Snowball Sampling Technique) จำนวน 40 ท่าน ร่วมกับการสังเกตในภาคสนาม และใช้การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) ประกอบด้วยข่าวตัด (Clipping) และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่าแกนนำการคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงได้นำแนวคิดการบริหารประเด็น (Issue Management) มาใช้ขับเคลื่อนการคัดค้านทำให้กลยุทธ์การสื่อสารทางสังคมที่ใช้มีประสิทธิภาพ อันได้แก่ กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย กลยุทธ์การสื่อสารแบบปากต่อปาก กลยุทธ์การแบ่งหน้าที่ตามความเหมาะสม กลยุทธ์การเจรจาต่อรอง กลยุทธ์การสร้างที่น่าเชื่อถือ กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ การชี้แนะประเด็นผ่านสื่อ (Media Advocacy) จึงทำให้การคัดค้านประสบความสำเร็จ ในขณะที่แกนนำพื้นที่ศรีราชาไม่ได้มีการนำแนวคิดการบริหารประเด็นมาใช้ร่วมกับการเคลื่อนไหว ทำให้กลยุทธ์ที่ใช้ ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างความเป็นหมู่คณะ กลยุทธ์การสื่อสารแบบปากต่อปาก ยังไม่สามารถคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินได้ประสบความสำเร็จ ด้านแรงจูงใจของประชาชนในพื้นที่ที่มาร่วมชุมนุมคัดค้าน

ทั้ง 2 แห่งพบว่ามีความเหมือนกันคือ มีความเกรงกลัวอันตราย ห่วงแผนอาชีพประมงพื้นบ้าน ส่วนแรงจูงใจที่บางปะกงมีมากกว่าคือ เกรงข้อครหาและมีความเชื่อถือแกนนำ

บทนำ

สภาพการณ์ของโลกในปัจจุบันประสบปัญหาในเรื่องมลภาวะ ไม่ว่าจะเป็นมลพิษทางเสียง มลพิษทางน้ำ และมลพิษทางอากาศ จึงทำให้ผู้คนทั่วโลกสนใจและตระหนักถึงพิษภัยเรื่องเหล่านี้มากยิ่งขึ้น สำหรับในประเทศไทยนั้น มีการสำรวจเรื่องความกังวลของประชาชนกับปัญหาล้างแฉะเมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2555 โดยศูนย์สำรวจความคิดเห็น สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้าโพล) พบว่า ประชาชนร้อยละ 96.15 มองปัญหาล้างแฉะเป็นเรื่องใกล้ตัว โดยร้อยละ 54.53 มองว่าปัญหาล้างแฉะของไทยอยู่ในระดับที่รุนแรงมาก การตื่นตัวของประชาชนตามการสำรวจข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า ปัจจุบันคนไทยได้ตระหนักถึงปัญหาของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ดังจะเห็นได้จากกรณีที่มีข่าวการเคลื่อนไหวของประชาชนในการเรียกร้องและปกป้องชุมชนของตนที่ได้รับปัญหาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ ดังเช่นตัวอย่างเหตุการณ์ข่าวการชุมนุมประท้วงการขนถ่ายถ่านหินที่จังหวัดสมุทรสาครเมื่อเดือนกรกฎาคม 2554 ที่เกิดความรุนแรงถึงขั้นมีการลอบสังหารแกนนำการประท้วง จากเหตุการณ์ดังกล่าวประชาชนได้รวมพลังคัดค้าน และสามารถผลักดันให้หน่วยงานราชการออกมาแสดงบทบาท จนในที่สุดศาลปกครองกลาง มีคำสั่งคุ้มครองชั่วคราว ห้ามไม่ให้มีการขนถ่ายถ่านหินที่บรรทุกมาทางเรือผ่านแม่น้ำท่าจีนเข้ามาในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสาครจนกว่าศาลจะมีคำสั่งเป็นอย่างอื่น

ส่วนในพื้นที่ตำบลบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรานั้น เคยเป็นพื้นที่ที่มีการขนถ่ายถ่านหินที่สำคัญพื้นที่หนึ่ง เนื่องจากสภาพภูมิประเทศเป็นพื้นที่ติดทะเล มีแม่น้ำบางปะกงไหลผ่าน จึงมีท่าเรืออุตสาหกรรมขนาดเล็กและใหญ่อยู่เป็นจำนวนมาก แต่เมื่อปี 2551 เกิดกระแสคัดค้านอย่างมาก ประชาชนในพื้นที่ได้ขับไล่เรือถ่านหิน โดยเรียกร้องให้นำเรือที่ขนถ่ายอยู่ออกจากพื้นที่ส่งผลให้ในพื้นที่บางปะกงไม่สามารถขนถ่ายถ่านหินได้นับตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมา จวบจนปัจจุบันหลายบริษัทต่างพยายามกลับมาถ่ายถ่านหินอีกครั้ง แต่ก็ไม่สามารถทำได้เพราะประชาชนในพื้นที่คัดค้าน

ในขณะที่พื้นที่ศรีราชา เป็นพื้นที่อุตสาหกรรมที่มีท่าเรือขนาดใหญ่อยู่เป็นจำนวนมาก และมีท่าเรือที่สามารถขนถ่ายถ่านหินได้ โดยปริมาณการขนถ่ายนั้นนับว่าอยู่ในปริมาณที่มาก เดือนละกว่าแสนตันแต่สามารถขนถ่ายได้ ในขณะที่ปริมาณการขนถ่ายที่บางปะกงบนั้นมีจำนวนเพียงพัน-หมื่นตันเท่านั้นแต่ไม่สามารถดำเนินการได้ ความสามารถในการขนถ่ายถ่านหินของผู้ประกอบการพื้นที่ศรีราชาได้นี้ เป็นสิ่งที่น่าสนใจเพราะในพื้นที่ศรีราชาเองก็มีกลุ่มประชาชนในพื้นที่ที่มีความคิดเห็นคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินอยู่ด้วย หากแต่ยังสามารถประกอบกิจการได้ตามปกติ

ดังนั้นจากพลังการรวมตัวของประชาชนในพื้นที่ตามตัวอย่างข้างต้น สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่าประชาชนได้ตระหนักถึงบทบาท และสิทธิที่จะดำรงชีวิตอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี มีความหวงแหน และเรียกร้องสิทธิของตนตามรัฐธรรมนูญมาตรา 67 ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีในการดำรงชีพอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี (Right to a Healthful and Decent Environment) นับเป็นครั้งแรกที่รัฐธรรมนูญบัญญัติรับรองสิทธิของบุคคลในสิ่งแวดล้อมที่ดีที่จะไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ หากแต่มีสิ่งหนึ่งที่กฎหมายมิได้ระบุไว้ คือ การแนะนำให้ประชาชนสื่อสารและรวมตัวกันเพื่อเรียกร้องสิทธิของตน จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่า ปรากฏการณ์การรวมตัวกันของประชาชนเพื่อเรียกร้องสิทธิด้านสิ่งแวดล้อมนี้

เกิดขึ้นได้อย่างไร และพลังการรวมตัวนี้มีทั้งที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว จึงเป็นที่สนใจที่จะศึกษาถึงเงื่อนไขและปัจจัยที่ทำให้การรวมตัวของประชาชนในพื้นที่เหมือนกันแต่มีผลลัพธ์ที่ต่างกันนั้นเกิดจากสาเหตุใด

จากสภาพการณ์ดังกล่าวนำไปสู่การศึกษาทฤษฎีการสื่อสารทางสังคมเพื่อคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชา ซึ่งเป็นการศึกษารูปแบบการสื่อสารของชุมชนในพื้นที่ตำบลบางปะกงและศรีราชา รวมถึงทฤษฎีของแกนนำบางปะกงที่ใช้ในการรวมพลังประชาชนในการขับไล่ธุรกิจการขนถ่ายถ่านหินได้อย่างประสบความสำเร็จว่ามีรูปแบบอย่างไรในขณะที่พื้นที่ศรีราชานั้นไม่สามารถหยุดยั้งการขนถ่ายถ่านหินได้ ความแตกต่างของทั้ง 2 กรณีนี้จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจในการศึกษา เพื่อนำปรากฏการณ์ความรู้ที่ได้มาเป็นต้นแบบอันจะเป็นประโยชน์แก่ชุมชนอื่น ๆ ที่ประสบปัญหาในลักษณะเดียวกันได้นำไปปรับใช้ในการแก้ปัญหาให้เกิดผลในพื้นที่ของตน

ปัญหาการวิจัย

1. แกนนำประชาชนในพื้นที่ที่มีกลยุทธ์และกลวิธีในการการคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชาอย่างไร
2. ประชาชนในพื้นที่ที่มีแรงจูงใจใดที่ทำให้มาร่วมชุมนุมคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทราบกลยุทธ์และกลวิธีของแกนนำประชาชนในพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารทางสังคมเพื่อการคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชา
2. เพื่อทราบรูปแบบที่แกนนำประชาชนในพื้นที่ใช้เป็นแรงจูงใจในการรวมกลุ่มประชาชนในพื้นที่และขับเคลื่อนการชุมนุมเพื่อคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชา

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งจะศึกษาเฉพาะกลยุทธ์การสื่อสารทางสังคมเพื่อคัดค้านการขนถ่ายถ่านหิน 2 พื้นที่ ได้แก่ การคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินในพื้นที่ตำบลบางปะกง อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา และพื้นที่ตำบลอ่าวอุดม อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี โดยมีขอบเขตระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 27 มิถุนายน พ.ศ.2551 จนถึงวันที่ 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2555

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดกลยุทธ์การสื่อสารทางสังคม

การสื่อสารทางสังคมเป็นการสื่อสารที่ใช้การสื่อสารสาธารณะและการบริหารประเด็นมาใช้ในการขับเคลื่อนประเด็นทางสังคม หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนา (กาญจนา แก้วเทพ 2556) ในขณะที่สังคมกำลังอยู่ในขั้นตอนของการพัฒนานั้น การสื่อสารจะถูกใช้เพื่อส่งเสริมและขยายการพัฒนา ตลอดจนทำให้งานพัฒนาดำเนินไปโดยสะดวก การสื่อสารจะทำหน้าที่เป็นกลไกสังคมที่จะผลักดันให้สังคมพัฒนาไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนนับว่าเป็นแนวคิดหลักที่การสื่อสารเพื่อการพัฒนาใช้เป็นแกนความคิด โดยมีแง่มุม 2 แง่มุมคือ จะให้ประชาชนได้ใช้การสื่อสารทุกรูปแบบเพื่อเป็นเครื่องมือเข้าไปสู่การมีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ (Public Life) ได้อย่างไรเพื่อจะนำไปสู่อำนาจในการตัดสินใจอย่างอิสระของประชาชนเอง และจะให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในตัวการสื่อสารเองได้อย่างไร โดยจะต้องมีขั้นตอนการสื่อสารเพื่อการจัดการปัญหา คือ การสร้างการสื่อสารที่แข็งแกร่งภายในชุมชนเพื่อจะออกไปต่อรองกับภายนอก โดยกลุ่มแกนนำได้ร่วมกันสร้างการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

ส่วนการวางแผนกลยุทธ์นั้น หมายถึง การดำเนิน

การตัดสินใจอย่างต่อเนื่องและอย่างเป็นระบบ เพื่อที่จะให้หน่วยงานหรือโครงการสามารถบริหารจัดการสถานการณ์ใด ๆ ที่จะเกิดขึ้นและมีผลต่ออนาคต โดยการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์จะต้องทำให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เป้าหมาย และวิสัยทัศน์ขององค์กร การตลาด หรือการณรงค์ของสังคม เพื่อผลักดันให้บรรลุเป้าหมาย และเพื่อให้งานดำเนินไปทางเดียวกัน (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2554) โดยมีขั้นตอนในการวางแผนกลยุทธ์ ได้แก่

1. สถานการณ์ (Situation) คือ สภาพที่องค์กรหรือโครงการกำลังเผชิญอยู่ และมีความเป็นไปได้ที่จะต้องเผชิญในอนาคต
2. วัตถุประสงค์ (Objective) คือสิ่งที่คาดหวังว่าจะเกิดเมื่อการปฏิบัติงาน
3. ผู้รับสาร (Audience) คือกลุ่มบุคคลที่องค์กรหรือโครงการต้องการให้รับทราบข้อมูล
4. ใจความสำคัญ (Key Message) คือ ข้อความหลักที่สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงหรือสนับสนุนวิสัยทัศน์
5. กลยุทธ์ (Strategies) คือวิธีการนำไปสู่เป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ
6. กลวิธีหรือกิจกรรม (Tactic or Communication Activities) คือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการนำข่าวสารมายังผู้รับสาร
7. ตารางปฏิบัติงานการสื่อสาร (Calendar-time Tables) เป็นตัวกำหนดว่าเมื่อใดควรจัดให้มี
8. การประเมินผล (Evaluation) เป็นวิธีการเพื่อหาคำตอบว่าการวางแผนกลยุทธ์ได้ผลตามที่ต้องการหรือไม่

แนวคิดเรื่องการสื่อสารสาธารณะ (Public Communication)

การสื่อสารสาธารณะ หรือการสื่อสารกลุ่มใหญ่ มีที่มาจาก rhetorical communication เป็นบริบทการสื่อสารประเภทหนึ่งที่ผู้ส่งสารมีความตั้งใจเฉพาะในการใช้สารเพื่อทำให้เกิดความหมายเฉพาะในใจของผู้รับสารที่เป็นกลุ่มสาธารณะ ทั้งแบบวัจนะและอวัจนะ ดังนั้นการเรียนรู้การสื่อสารสาธารณะจำเป็นต้อง

เข้าใจกระบวนการความคิดของมนุษย์ และต้องมีการคิดอย่างมีเหตุผลและเป็นกระบวนการ (รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2548) ซึ่งคุณลักษณะของการสื่อสารสาธารณะจะต้องเป็นการสื่อสารแบบจงใจที่ผู้ส่งสารเลือกความหมายเฉพาะที่ปรารถนากระตุ้นให้เกิดในใจของผู้รับสาร โดยเน้นผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง และเน้นกระบวนการคิด กระบวนการสร้างข้อเท็จจริงหรือความจริงขึ้นใหม่ (Invention) เป็นกระบวนการที่ผู้ส่งสารปรับเข้าหาผู้รับสารในสิ่งที่ผู้ส่งสารกำหนดให้เป็นความจริงที่เหมาะสมกับผู้รับสารและทำให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมาย โดยการสื่อสารสาธารณะมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารหรือเพื่อโน้มน้าวใจ เพื่อให้เชื่อ (Convince) เพื่อกระตุ้น หรือเพื่อให้เห็นจริง (Actuate) เป็นการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) หรือการโน้มน้าว (Persuasive)

แนวคิดเรื่องการเคลื่อนไหวสังคมแนวใหม่

ทฤษฎีขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่ (New Social Movement) เป็นกรอบแนวคิดที่ปฏิเสธการอธิบายขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมในแนวมาร์กซิสต์ ซึ่งให้ความสำคัญกับบทบาทของชนชั้นกรรมกรในการต่อสู้เพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม (Philion, 1998) เช่นเดียวกับ นภาพร อติวานิชยพงษ์ (2556) ที่อธิบายว่าฐานคิดเบื้องต้นของการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ (New Social Movement) มุ่งไปที่คำถามว่า “เหตุใด” หรือ “ทำไม” (Why) โดยลักษณะเด่นของการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ อยู่ที่ความสามารถในการประสานเชื่อมโยงวิถีชีวิตให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองทั้งในระดับประเทศและระดับโลก โดยมีการเรียกร้องซึ่งเป้าหมายหลักไม่ได้เป็นการช่วงชิงอำนาจรัฐ แต่ให้ความสำคัญกับเรื่องของการปกครองแบบมีมนุษยธรรม และการพัฒนาแบบเสมอภาคและเท่าเทียมกัน จึงมีลักษณะของการคัดค้านภาครัฐ คัดค้านระบบราชการ รัฐบาล ตลอดจนพรรคการเมือง แต่อีกด้านหนึ่งคือการแสดงออก ความเชื่อมั่นศรัทธาพลังอำนาจของประชาชน เท่ากับ

ว่าเป็นการเปิดพื้นที่ทางการเมืองให้กับประชาชนเข้ามา มีบทบาทมากขึ้น (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2540)

ลักษณะสำคัญซึ่งเป็นความใหม่ของขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมใหม่ คือ มีลักษณะทางสังคมมากกว่าทางการเมืองโดยตรง จุดมุ่งหมายของขบวนการเหล่านี้ อยู่ที่การระดมเข้าร่วมในสังคมประชาซึ่งมีส่วนสำคัญสำหรับการทำกิจกรรมในอาณานิคมสาธารณะ (Public Sphere) เพื่อสังคมโดยรวมและไม่ได้มุ่งที่จะเข้าไปมีส่วนในอำนาจรัฐหรือครองอำนาจรัฐ อีกทั้งเน้นกระทำการอ้อมรัฐ (ByPass The State) ไม่สนใจที่จะติดต่อกับหรือท้าทายอำนาจรัฐโดยตรง และพยายามที่จะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงสังคมทั้งโดยการเปลี่ยนแปลงค่านิยม และโดยการพัฒนาวิถีชีวิตใหม่ๆ ขึ้นมาเป็นทางเลือก (Alternative Life-styles) กล่าวคือแทนที่จะมุ่งสู่การเปลี่ยนแปลงโดยผ่านระบบการเมืองหรือโดยการกระทำทางการเมืองขบวนการใหม่ๆ มุ่งความสนใจไปที่นวัตกรรมเชิงวัฒนธรรม (Cultural Innovation) ซึ่งสร้างสรรค์วิถีชีวิตใหม่โดยการท้าทายค่านิยมเดิมๆ การเน้นสัญลักษณ์และความมีตัวตน (พฤทธิ สาธุมพผล, อ้างถึงในประภาส ปิ่นตบแต่ง, 2556)

แนวคิดเรื่องการบริหารประเด็น

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารประเด็น (Issue Management) เป็นแนวคิดที่มีจุดเริ่มต้นมาจากการศึกษาด้านการบริหาร ที่ให้ความสำคัญกับการจัดการนโยบายสาธารณะและการจัดการกับประชาคมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยแนวคิดนี้พัฒนามาจากแนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) (รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2548) โดยการบริหารประเด็น หมายถึง วิธีการเชิงรุกและเป็นแนวทางเพื่อ

1. ทำนายปัญหาที่อาจเกิดขึ้น
2. เป็นการคาดการณ์ว่าจะมีภัยคุกคาม
3. เพื่อการลดความประหลาดใจ
4. เป็นการแก้และป้องกันไม่ให้เกิดภาวะวิกฤติ

(Wilcox & Cameron, 2006,) ด้านวิรัช ลภีรัตนกุล

(2552) ได้ให้คำจำกัดความของการบริหารประเด็นว่าเป็นกระบวนการที่เป็นพลวัต (Dynamic) และการกระทำที่ป้องกันล่วงหน้า (Proactive) ซึ่งเป็นลักษณะของการบริหารจัดการที่ดี โดยประยุกต์เข้ากับความรู้ขององค์กร หรือสถาบัน (Applied to Institutional Survival) นอกจากนี้ การบริหารประเด็นยังเป็นโครงการที่องค์กรใช้เพื่อเพิ่มพูนความรู้ (Increase Its knowledge) ในด้านกระบวนการนโยบายสาธารณะ (Public Policy Process) และเพิ่มพูนความเชี่ยวชาญ เจนจัด ตลอดจนประสิทธิผลของการเกี่ยวข้องกับกระบวนการดังกล่าว

Wilcox และ Cameron ห(2006) ได้เสนอขั้นตอนการบริหารประเด็นดังนี้

1. ระบุประเด็น (Issues Identification) ที่จะส่งผลกระทบต่อองค์กร
2. วิเคราะห์ประเด็น (Issues Analysis) โดยการสอบถามความคิดเห็นกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ สื่อมวลชน รัฐบาล พนักงาน เป็นต้น
3. เลือกกลยุทธ์ (Strategy Option) เช่น การสร้างสื่อมวลชนสัมพันธ์ การสร้างภาพลักษณ์องค์กร
4. วางแผนปฏิบัติการ (Action Plan) คือการประยุกต์กลวิธีเพื่อให้บรรลุกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ เช่น การปรับปรุงสื่อมวลชนสัมพันธ์ การออกโฆษณาประชาสัมพันธ์
5. ประเมินผล (Evaluation) อาจใช้การวิจัยประเมินผล เช่น การวิจัยสำรวจทัศนคติของคนที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการคัดค้าน

รูปแบบการคัดค้านหนึ่งที่พบในสังคมไทยคือ ม็อบ (Mob) โดยมีคำจำกัดความคือ การรวมกลุ่มกันโดยประชาชนระดับปัจเจกหรือกลุ่มต่างๆ มารวมตัวกันเป็นเครือข่ายระดับหลวมๆ เพื่อการสร้างพลวัต (Dynamic) ในสังคมด้วยการประท้วง ซึ่งเราใช้ศัพท์เรียกสั้นๆ ว่า "ม็อบ" ม็อบเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งในสังคมประชาธิปไตยเพราะสิ่งที่เราต้องยอมรับคือ ในสังคมที่มีความหลากหลายของกลุ่มชนชั้นการสนองประโยชน์ให้คนทุกฝ่ายพอใจได้เป็นเรื่องยาก และด้วยระบบชนชั้นดังที่กล่าวมา ม็อบ

คือทางออกที่ดีที่สุดที่ทำให้ความต้องการของกลุ่มคนมีพลังมากขึ้น(วรภัทร วีรพัฒนกุลป์, 2555) โดยลักษณะของม็อบมีดังนี้

1. การเกิดฝ่ายคัดค้านเกี่ยวข้องกับขบวนการทางสังคมที่ก่อให้เกิดการสูญเสียประโยชน์ และความขัดแย้งด้านอุดมการณ์ ความเชื่อและการต้องการปกป้องสถานภาพและความมั่นคงทางสังคมของกลุ่มตรงข้ามขบวนการทางสังคม
2. ม็อบหมายถึงกลุ่มคนจำนวนมากที่รวมตัวกันเพื่อประท้วงหรือเรียกร้องความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งให้สังคมได้รับรู้
3. แกนนำในองค์กรการเคลื่อนไหวทางสังคม หรือผู้นำม็อบมีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่ในการระดมทรัพยากรหรือชักนำผู้คนประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อนเข้าร่วมเคลื่อนไหว
4. สมาชิกหรือประชาชนในพื้นที่คือกลุ่มคนที่มีความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันและความเป็นเอกภาพร่วมกัน (Solidarity) ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่มการเคลื่อนไหว
5. ความเป็นเอกภาพของสมาชิกช่วยรักษาความเป็นขบวนการทางสังคมไว้ได้อย่างต่อเนื่องและย่อมมีประสิทธิภาพทั้งในการระดมสมาชิกใหม่และด้านการเคลื่อนไหว

ทฤษฎีแรงจูงใจ

แรงจูงใจและอารมณ์เป็นเหตุและปัจจัยของพฤติกรรมมนุษย์ ทำให้มนุษย์มีความต้องการความปรารถนาและมีความมุ่งหวังในชีวิต ตามแนวคิดเรื่องการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การจูงใจที่ใช้ในการสื่อสาร โดย Smith (2009) ได้แบ่งกลยุทธ์การจูงใจออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1. การจูงใจโดยใช้อารมณ์ (Pathos) กลยุทธ์การจูงใจโดยใช้อารมณ์มักใช้ในการจูงใจให้ผู้รับสารคล้อยตามความคิด โดยการให้ข้อมูลหรือกระตุ้นการตอบสนองทางอารมณ์ เช่น อารมณ์สุขเมื่อได้รู้เรื่องราวดี ๆ แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ การจูงใจโดยใช้อารมณ์ทางบวก (Positive

Emotional Appeals) เช่น การใช้อารมณ์รัก (Love Appeals) เช่น ภาพชายหญิงโอบกอดกัน การทำให้รู้สึกดี (Virtue Appeals) เช่น รู้สึกว่าเป็นธรรม แสดงความรักชาติ การใช้อารมณ์ขัน (Humor Appeals) จะช่วยให้ผู้คนจดจำได้ง่าย การใช้เรื่องเกี่ยวกับเพศ (Sex Appeals) เช่น การแต่งกายน้อยชิ้น และการจูงใจโดยใช้อารมณ์ทางลบ (Negative Emotional Appeals) เช่น การขู่ให้กลัว (Fear Appeals) เป็นการทำให้กลัวหากไม่ทำตามที่ต้องการให้ทำ การทำให้รู้สึกผิด (Guilt Appeals) เช่น ถูกกล่าวหาว่าไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม

2. แรงจูงใจโดยใช้เหตุผล (Logos) มักเน้นการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง (Fact) และเข้าใจได้ง่าย พร้อมแสดงความเชื่อมโยงของสาเหตุและผล อาจมีการนำตัวอย่างที่เคยเกิดขึ้นมาแล้วมาใช้เป็นข้อมูลเสริม และการใช้เหตุผลอาจมีความพยายามเชื่อมโยงเข้ากับตัวผู้รับสารในลักษณะต่าง ๆ เช่น การล่อใจด้วยรางวัลที่ผู้รับสารคาดหวังจะได้รับ (Reward Approach) นอกจากนี้ยังมีการแสดงให้เห็นว่า จะเกิดโทษแก่ผู้รับสาร (Punishment Approach)

3. แรงจูงใจโดยใช้อัตลักษณ์ของบุคคล (Ethos) เป็นเครื่องจูงใจ โดยอาศัยคุณสมบัติของบุคคลที่ผู้รับสารยอมรับ การที่บุคคลมีคุณสมบัติในสายตาของผู้รับสารว่าเป็นที่น่าเชื่อถือ (Credibility) มีเสน่ห์ส่วนบุคคล (Charisma) และมีอำนาจในการควบคุม (Control) การจูงใจด้วยการใช้อัตลักษณ์ของบุคคลเป็นเครื่องช่วยให้เกิดความน่าเชื่อถือเป็นที่นิยมใช้มากโดยเฉพาะนักการสื่อสารทางการตลาด ได้มีการใช้แหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือในการจูงใจ (Source Credibility) เช่น ผู้ทรงคุณวุฒิที่สังคมยอมรับมาช่วยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

สิทธิประชาชนด้านสิ่งแวดล้อม

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยปี พ.ศ. 2540 นับเป็นรัฐธรรมนูญที่เปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดทำมากที่สุดเพราะประชาชนสามารถมีส่วนร่วมในการจัดการแสดงความคิดเห็น และมีสิทธิได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร แม้ปัจจุบันประเทศไทยจะใช้รัฐธรรมนูญฉบับใหม่คือรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 แต่บท

บัญญัติหลายประการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในรัฐธรรมนูญฉบับ 2540 ยังถูกนำมาบรรจุไว้ในรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบันในส่วนที่ 12 สิทธิชุมชน ดังนี้

มาตราที่ 66 “บุคคลซึ่งรวมกันเป็นชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมย่อมมีสิทธิอนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีตประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะหรือวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติ และมีส่วนร่วมในการจัดการบำรุงรักษาและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างสมดุลและยั่งยืนทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ”

มาตรา 67 “สิทธิของบุคคลที่จะมีส่วนร่วมกับการและชุมชนในการบำรุงรักษาและการได้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ และในการคุ้มครองส่งเสริม และรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ดำรงชีพอยู่ได้อย่างปกติและต่อเนื่องในสิ่งแวดล้อมที่จะไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัย สวัสดิภาพหรือคุณภาพชีวิตของตน ย่อมได้รับความคุ้มครอง ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ

การดำเนินโครงการหรือกิจกรรมที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบอย่างรุนแรงต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมจะกระทำมิได้ เว้นแต่จะได้ศึกษาและประเมินผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมรวมทั้งได้ให้องค์การอิสระ ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนองค์การเอกชนด้านสิ่งแวดล้อมและผู้แทนสถาบันอุดมศึกษาที่จัดการการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อมให้ความเห็นประกอบก่อนมีการดำเนินการดังกล่าว ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ สิทธิของบุคคลที่จะฟ้องหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ ราชการส่วนท้องถิ่นหรือองค์กรอื่นของรัฐ เพื่อให้ปฏิบัติหน้าที่ตามที่บัญญัติไว้ในกฎหมายตามวรรคหนึ่งและวรรคสอง ย่อมได้รับความคุ้มครอง”

จากรัฐธรรมนูญมาตรา 67 ข้างต้น มีสิ่งที่น่าสนใจที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีในการดำรงชีพอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี (Right to a Healthful and Decent Environment) นับเป็นครั้งแรกที่รัฐธรรมนูญบัญญัติรับรองสิทธิของบุคคลในสิ่งแวดล้อมที่ดีที่จะไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ

ความรู้เกี่ยวกับถ่านหิน

ถ่านหิน คือหินตะกอนชนิดหนึ่งและเป็นแร่เชื้อเพลิงสามารถติดไฟได้ มีสีน้ำตาลอ่อนจนถึงสีดำมีทั้งชนิดผิวมันและผิวด้าน น้ำหนักเบา ถ่านหินประกอบด้วยธาตุที่สำคัญ 4 อย่างได้แก่ คาร์บอน ไฮโดรเจน ไนโตรเจน และออกซิเจน นอกจากนั้น มีธาตุหรือสารอื่นเช่น กำมะถัน เจือปนเล็กน้อย การใช้พลังงานจากถ่านหินเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดมลพิษ แต่ถึงกระนั้นความพยายามพัฒนาพลังงานถ่านหินเป็นพลังงานที่สะอาดก็ยังคงมีอยู่ ประเทศไทยไม่ค่อยมีถ่านหินเท่าที่มีอยู่เป็นถ่านหินคุณภาพต่ำจึงต้องสั่งถ่านหินคุณภาพสูงมาจากต่างประเทศและวิธีที่จะขนส่งถ่านหินเข้ามาด้วยราคาที่ถูกลงที่สุด คือต้องขนมาทางเรือ ดังนั้นโรงไฟฟ้าที่ใช้ถ่านหินจึงมักอยู่ริมทะเลหรือริมแม่น้ำที่อยู่ติดกับทะเล ถ่านหินสามารถแยกประเภทตามลำดับชั้นได้เป็น 5 ประเภท คือ 1. พีต (Peat) 2. ลิกไนต์ (Lignite) 3. ซับบิทูมินัส (Sub Bituminous) 4. บิทูมินัส (Bituminous) 5. แอนทราไซต์ (Anthracite) (การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, 2539)

กรณีศึกษาที่เกี่ยวกับถ่านหินในประเทศไทยซึ่งถือว่ามีการกล่าวถึงมากที่สุด คือกรณีของโรงไฟฟ้าแม่เมาะ จังหวัดลำปาง โดยโรงไฟฟ้าแม่เมาะเป็นโรงไฟฟ้าพลังงานไอน้ำที่ใช้ถ่านหินลิกไนต์เป็นเชื้อเพลิง เกิดมลพิษทำให้ประชาชนในพื้นที่และพนักงานโรงไฟฟ้าจำนวนหลายพันคน ล้มป่วยด้วยอาการหายใจไม่สะดวก กลืนได้วิงเวียนศีรษะ เคืองตาและจมูก เนื่องจากสูดสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์เข้าไป หลังจากเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ได้จ่ายเงินชดเชยให้ผู้ป่วยรวมเป็นเงินกว่า 4 ล้านบาท และได้ติดตั้งเครื่องดักจับก๊าซซัลเฟอร์ไดออกไซด์ แต่ก็มีปัญหาในการดำเนินงานอยู่เสมอ จนเกิดปัญหาหมอกพิษซ้ำซากนำไปสู่ข้อเรียกร้องของประชาชนในพื้นที่ที่ต้องการอพยพออกนอกพื้นที่ ซึ่งปัจจุบันก็ยังอพยพไม่แล้วเสร็จ การชดเชยก็ยังไม่เสร็จสิ้น (มูลนิธิโลกสีเขียว, 2556: ออนไลน์)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารทางสังคมเพื่อคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชา ใช้แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) ด้วยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 40 คน พร้อมกับวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและสื่ออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารทางสังคมของแกนนำชุมชนเพื่อคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกง

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 แกนนำประชาชนในพื้นที่ มีกลยุทธ์และกลวิธีในการคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินในพื้นที่บางปะกงและศรีราชาอย่างไร

ผลการวิจัยพบว่าในการคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา และการขนถ่ายถ่านหินที่ศรีราชา จังหวัดชลบุรี มีการนำกลยุทธ์เหมือนกันมาใช้แตกต่างกันออกไป ซึ่งส่งผลต่อการประสบความสำเร็จอย่างเห็นได้ชัด โดยในพื้นที่บางปะกงนั้นพบว่าแกนนำมีการนำกลยุทธ์การบริหารประเด็นมาใช้อย่างเป็นระบบจนสามารถคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินได้เป็นผลสำเร็จ ในขณะที่พื้นที่ศรีราชานั้นยังไม่พบการนำแนวคิดการบริหารประเด็นมาใช้อย่างเด่นชัดจึงอาจเป็นสาเหตุให้การคัดค้านไม่ประสบความสำเร็จ โดยแกนนำใช้กลยุทธ์ในการการคัดค้านดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การสื่อสารทางสังคมของแกนนำในพื้นที่บางปะกง

1.1 แนวคิดการบริหารประเด็น (Issue Management)

มีการนำแนวคิดการบริหารประเด็นมาสนับสนุนกลยุทธ์การสื่อสารต่างๆ ที่ใช้ในการคัดค้านโดยมีการระบุประเด็น (Issues Identification) ที่จะส่งผลกระทบซึ่งในที่นี้คือปัญหาการที่มีบริษัทท่าเรือเอกชนในพื้นที่

ขนถ่ายถ่านหินสร้างผลกระทบต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งมีการวิเคราะห์ประเด็น (Issues Analysis) โดยการสอบถามความคิดเห็นกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำชุมชน สื่อมวลชนท้องถิ่นและประชาชนในพื้นที่ นัดประชุมหารือ คัดวิเคราะห์และหาข้อตกลงร่วมกันในการเคลื่อนไหว คัดค้านอย่างชัดเจน และมีการเลือกกลยุทธ์ (Strategy Option) และวางแผนปฏิบัติการ (Action Plan) รวมถึงการประเมินผล (Evaluation) อย่างเป็นระบบ

1.2 กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย

เป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้การคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงประสบความสำเร็จ เนื่องจากมีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็งของกลุ่มคนที่มีความเชื่อมโยงกันด้านอาชีพเลี้ยงปลากระชังซึ่งต่างก็มีความหวาดกลัวผลกระทบจากการขนถ่ายถ่านหิน นอกจากนี้แกนนำประชาชนในพื้นที่ยังได้มีการติดต่อประสานงานกับกลุ่มผู้คัดค้านถ่านหินในต่างพื้นที่ให้เข้ามาเป็นกำลังสนับสนุนผู้ที่ไปชุมนุมประท้วงการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงอีกด้วย โดยกลยุทธ์การสร้างเครือข่ายประกอบด้วยกลวิธีดังต่อไปนี้

- 1) กลวิธีให้กลุ่มผู้เลี้ยงปลากระชังช่วยกันเผ้าระวังและคอยสังเกตการขนถ่ายสินค้าที่ทำเรือของบริษัทเอกชนในพื้นที่
- 2) กลวิธีนัดประชุมเพื่อหารือแนวทางการคัดค้านการขนถ่ายถ่านหิน
- 3) กลวิธีเข้าร่วมเป็นเครือข่ายกลุ่มผู้คัดค้านถ่านหินในระดับจังหวัด

1.3 กลยุทธ์การสื่อสารแบบปากต่อปาก

กลยุทธ์การสื่อสารแบบปากต่อปากถือเป็นกลยุทธ์หลักของการสื่อสารที่เหมาะสมมากกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนในพื้นที่ ส่งผลให้การเคลื่อนไหวคัดค้านประสบความสำเร็จ โดยมีกลวิธีคือ

- 1) กลวิธีมอบหมายให้ผู้ใหญ่บ้านส่งข่าวถึงลูกบ้าน
- 2) กลวิธีโทรศัพท์ถึงเพื่อนบ้านเพื่อเชิญชวนให้ไปร่วมชุมนุม

- 3) กลวิธีประชาชนในพื้นที่บอกข่าวด้วยวิธีปากต่อปาก

1.4 กลยุทธ์การแบ่งหน้าที่ตามความเหมาะสม

กลยุทธ์ในข้อนี้ นับว่าเป็นหัวใจสำคัญของขั้นตอนการบริหารประเด็นอีกขั้นตอนหนึ่ง เพราะความสำเร็จของการบริหารจัดการประเด็นนอกจากจะประเมินผลกระทบของประเด็นแล้ว ขั้นตอนการวางแผนและออกแบบการตอบสนองก็มีส่วนสำคัญให้การขับเคลื่อนประสบความสำเร็จด้วย โดยมี กลวิธีคือ แกนนำมอบหมายหน้าที่ให้ผู้ร่วมชุมนุมตามความเหมาะสม เช่น หน้าที่พูดประกาศประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องขยายเสียง หน้าที่จัดหารถรับส่งประชาชนในพื้นที่ หน้าที่จัดเตรียมสถานที่กางเต้นท์ หน้าที่รักษาความปลอดภัย

1.5 กลยุทธ์การเจรจาต่อรอง

กลยุทธ์ในข้อนี้มีความสำคัญมากเพราะถือเป็นจุดเปลี่ยนที่ทำให้การคัดค้านในพื้นที่บางปะกงประสบความสำเร็จ ในขณะที่พื้นที่ศรีราชาไม่ประสบความสำเร็จ เพราะแกนนำบางปะกงมีการวางแผนการเจรจาต่อรองที่รัดกุมและได้ผล โดยการรวบรวมกำลังคนไปชุมนุมกดดันบริษัทเอกชน ณ บริเวณด้านหน้าบริษัท ซึ่งถือเป็นจุดยุทธศาสตร์ ทำให้บริษัทเอกชนได้รับความเดือดร้อน ด้านแกนนำก็มีอำนาจเจรจาต่อรองมากขึ้น ในขณะที่พื้นที่ศรีราชาไปรวมตัวคัดค้านกันที่บริเวณวัด ซึ่งอยู่ห่างจากบริษัทเอกชนคู่กรณี ทำให้พลังในการกดดันมีไม่มาก

- 1) กลวิธีเชิญหน่วยงานราชการเป็นตัวกลางในการเจรจา
- 2) กลวิธีจัดทำหนังสือบันทึกข้อตกลงและผลักดันให้บริษัทลงนามเป็นลายลักษณ์อักษร

1.6 กลยุทธ์การสร้างความน่าเชื่อถือ

แกนนำที่บางปะกงเป็นผู้ที่มีบทบาทในหมู่บ้าน เป็นที่รู้จักและเป็นที่เคารพนับถือของคนในชุมชน แกนนำทุกคนเป็นคนในพื้นที่ เกิดและเติบโตที่บางปะกง มีคนรู้จักเป็นจำนวนมาก มีฐานะที่มั่นคง คนในพื้นที่ให้การยอมรับนับถือว่าเป็นคนดี มีอำนาจ สำคัญคือ

ประชาชนในพื้นที่ให้ความเคารพนับถือ เชื่อถือไว้วางใจว่าแกนนำเหล่านี้จะปกป้องประโยชน์ของหมู่บ้านเป็นสำคัญ มีกลวิธีดังนี้

1) กลวิธีแกนนำจะเข้าพบประชาชนในพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความใกล้ชิดและสร้างความเชื่อถือ

2) กลวิธีแกนนำจะให้การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนอย่างสม่ำเสมอ

1.7 กลยุทธ์การโน้มน้าวใจ

แกนนำใช้หลักการโน้มน้าวใจกับประชาชนในพื้นที่ในการระดมคนไปร่วมชุมนุมคัดค้านการขนถ่ายถ่านหิน โดยให้เหตุผลว่า การคัดค้านถ่านหินเป็นการปกป้องบ้านเกิด และผู้ที่ไม่ไปร่วมถือว่าไม่รักบางปะกงและอาจมีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัททำเรือเอกชนเกิดวาทกรรม “ใครไม่ไปม๊อบ แสดงว่ารับเงินโรงงาน”

1) กลวิธีชี้ให้เห็นถึงอันตรายของถ่านหิน

2) กลวิธีสื่อสารวาทกรรมเรื่อง “ผู้ที่ไม่ไปชุมนุมคือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัท”

1.8 กลยุทธ์การชี้แนะประเด็นผ่านสื่อมวลชน (Media Advocacy)

แกนนำการคัดค้านรู้จักและมีความใกล้ชิดกับสื่อมวลชนท้องถิ่นเป็นอย่างดี มีการนัดหมายสถานที่และเวลาให้มาทำข่าวในวันที่มีการชุมนุมคัดค้านที่บริเวณหน้าบริษัทเอกชนทั้ง 2 ครั้ง นอกจากนี้ยังมีการมอบเอกสารใบปลิว และข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินให้นักข่าวอีก จากการพูดคุยที่เป็น การแจ้งถึงรายชื่อของแกนนำดังกล่าว เป็นการบอกเป็นนัย ๆ กับสื่อมวลชนว่าเป็นเรื่องสำคัญและน่าสนใจมาก เพราะนักการเมืองท้องถิ่นหลายคนได้เข้าร่วมการเคลื่อนไหวครั้งนี้ ทำให้สื่อมวลชนสนใจติดตามสถานการณ์และเผยแพร่ข่าวให้ประชาชนในพื้นที่รับทราบ

2. กลยุทธ์การสื่อสารทางสังคมของแกนนำในพื้นที่ศรีราชา

การรวมตัวของแกนนำและประชาชนในพื้นที่

เป็นแบบรวดเร็วเฉพาะหน้า ไม่มีการวางแผนรวมตัวกัน เพราะได้รับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมเหมือนกันเป็นหลักเท่านั้น ไม่เข้าข่ายตามกรอบแนวความคิดของการบริหารประเด็น (Issue Management) จึงทำให้การเคลื่อนไหวยังไม่มีพลังที่เข้มแข็งพอที่จะต่อรองให้บริษัททำเรือเอกชนในพื้นที่หยุดการขนถ่ายถ่านหินตามที่ประชาชนต้องการได้ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณารูปแบบการรวมตัวคัดค้านก็พบลักษณะของการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ดังนี้

2.1 กลยุทธ์การสร้างความเป็นหมู่คณะ

ในขณะที่พื้นที่บางปะกงมีการใช้แนวทางการบริหารประเด็นในการขับเคลื่อนการคัดค้าน ด้วยการ ใช้กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายเป็นหลัก ทางด้านศรีราชา ยังไม่มีการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็งเทียบเท่าที่บางปะกง โดยลักษณะการรวมตัวพบเพียงเป็นการแสดงออกถึงความ เป็นหมู่คณะ ซึ่งทำให้การรวมตัวยังไม่มี ความเข้มแข็งจนทำให้สามารถกดดันให้ยกเลิกการขนถ่ายถ่านหินได้ โดยมีการดำเนินการดังนี้

1) จัดทำเสื้อยืดคัดค้านการขนถ่ายถ่านหิน

2) จัดทำป้ายคัดค้านการขนถ่ายถ่านหิน

2.2 กลยุทธ์การสื่อสารแบบปากต่อปาก

เป็นกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมกับวิธีการดำเนินชีวิตเหมือนกับที่บางปะกง ปัจจัยที่ทำให้ประชาชนในพื้นที่รวมตัวกันได้คือการสื่อสารกันอย่างลับไว้วางใจ โดยเป็นการบอกข่าวและชักชวนกันแบบปากต่อปาก โดยมีกลวิธีคือ ให้ประชาชนในพื้นที่บอกข่าวกันปากต่อปาก เมื่อประชาชนในพื้นที่ทราบข่าวจึงได้มารวมตัวกันอย่างพร้อมเพรียง

2.3 กลยุทธ์การเจรจาต่อรอง

แม้ว่าพื้นที่ศรีราชาได้มีการพยายามกันให้บริษัทเอกชนลงนามในหนังสือยินยอมยกเลิกขนถ่ายถ่านหิน แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จเหมือนพื้นที่บางปะกง โดยมีกลวิธีดังต่อไปนี้

1) ผลักดันให้มีการทำหนังสือข้อตกลงหยุดการขนถ่ายถ่านหินและให้บริษัททำเรือเอกชนลงนามแต่ไม่ประสบความสำเร็จ

2) มีการส่งเสียง โห่ร้อง เพื่อคัดค้านบริษัททำเรือเอกชนในระหว่างที่มีการพูดคุย

3) ให้ประชาชนในพื้นที่ที่มีบุคคลิกกล้าพูด พูดเสียงดัง เป็นตัวแทนของประชาชนในพื้นที่ในการประชุมกับทำเรือเอกชน

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจที่ทำให้ประชาชนในพื้นที่มาร่วมชุมนุมคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชา

1. แรงจูงใจของประชาชนในพื้นที่บางปะกง

1.1 เกรงกลัวอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการขนถ่ายถ่านหิน

1.2 ได้รับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากบริษัททำเรือเอกชนที่ขนถ่ายถ่านหินมาก่อนหน้านี้เป็นประจำจนเกิดเป็นความเอือมระอาและต้องการให้มีการปรับปรุงแก้ไขปัญหา

1.3 รักและหวงแหนอาชีพของตนเองและอาชีพของคนในชุมชนคืออาชีพเลี้ยงปลากระชังในแม่น้ำ เกรงว่าจะได้รับผลกระทบ

1.4 เกรงข้อครหาว่าถ้าไม่ไปจะมีคนบอกว่ามีส่วนได้ส่วนเสียกับบริษัท

1.5 มีความเชื่อถือแกนนำที่เป็นผู้นำในการคัดค้าน

2. แรงจูงใจของประชาชนในพื้นที่ศรีราชา

2.1 เกรงกลัวอันตรายที่เกิดจากถ่านหิน

2.2. ได้รับความเดือดร้อนจากปัญหามลพิษจากการขนถ่ายถ่านหิน

2.3 หวงแหนอาชีพประมงพื้นบ้าน

เปรียบเทียบการคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชา

การคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชา มีความเหมือนและแตกต่างกันดังนี้

1. จำนวนครั้งในการชุมนุมประท้วง

ในพื้นที่บางปะกงเกิดเหตุการณ์ชุมนุมคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินทั้งหมด 2 ครั้ง คือ ในวันที่ 27 มิถุนายน 2551 และวันที่ 28 พฤษภาคม 2555 ส่วนในพื้นที่ศรีราชา

เกิดการชุมนุมคัดค้าน 1 ครั้ง ในวันที่ 25 มกราคม 2553

2. จำนวนผู้มาร่วมชุมนุมคัดค้าน

จำนวนผู้มาร่วมชุมนุมคัดค้านของทั้ง 2 พื้นที่ใกล้เคียงกัน คือ ประมาณ 300 คน

3. แกนนำผู้คัดค้าน

แกนนำที่บางปะกงมีทั้งหมด 8 ท่าน มากกว่าที่ศรีราชาที่มีแกนนำ 2 ท่าน โดยสิ่งที่เหมือนกันของแกนนำทั้ง 2 แห่งคือ เป็นผู้ที่มีความรู้และบทบาทหน้าที่ในชุมชน หากแต่แตกต่างกันที่แกนนำบางปะกงมีการใช้กลยุทธ์การบริหารจัดการประเด็นโดยการสร้างความน่าเชื่อถือให้ประชาชนในพื้นที่ยอมรับมากกว่าที่ศรีราชา

4. การยอมรับแกนนำของประชาชนในพื้นที่

ประชาชนในพื้นที่บางปะกง มีการยอมรับและเชื่อถือแกนนำอย่างชัดเจน ในขณะที่พื้นที่ศรีราชาพบว่า ประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่าไม่มีผู้นำที่ชัดเจนและไม่ได้มีความเชื่อถือคนใดเป็นพิเศษ ไม่ได้มีท่าทีให้ความเคารพและเชื่อมั่นแกนนำเหมือนในพื้นที่บางปะกง

5. ขบวนการเกิดการชุมนุมประท้วง

เกิดจากเหตุการณ์ไฟไหม้เรือบรรทุกถ่านหินเหมือนกันทั้ง 2 พื้นที่

6. กลยุทธ์การสื่อสารทางสังคมที่แกนนำใช้ในการคัดค้านการขนถ่ายถ่านหิน

แกนนำในพื้นที่บางปะกงมีการนำเอาการบริหารจัดการประเด็น (Issue Management) มาใช้ในการขับเคลื่อนคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินอย่างชัดเจน ต่างจากแกนนำในพื้นที่ศรีราชาที่รวมตัวกันคัดค้านเพราะได้รับความเดือดร้อนเป็นหลัก โดยยังไม่มีมีการนำเอากลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการประเด็นมาดำเนินการ ซึ่งอาจส่งผลให้การเคลื่อนไหวคัดค้านยังไม่ประสบความสำเร็จ

7. แรงจูงใจของประชาชนในพื้นที่ที่ไปร่วมคัดค้านการขนถ่ายถ่านหิน

ประชาชนในพื้นที่ของทั้ง 2 พื้นที่มีแรงจูงใจที่เหมือนกัน 3 เรื่องคือ เรื่องการหวงแหนอาชีพ เรื่องกลัวอันตรายของถ่านหิน และการได้รับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

จากบริษัททำเรือเอกชนมาก่อนหน้านี้แล้ว ส่วนในพื้นที่บางปะกงมีแรงจูงใจที่มากกว่าพื้นที่ศรีราชาคือ ประชาชนในพื้นที่ที่บางปะกงเกรงข้อครหาว่าหากไม่ร่วมชุมนุมจะถูกดำเนินคดีไม่ให้ความร่วมมือและอาจได้รับผลประโยชน์จากบริษัท นอกจากนี้ประชาชนในพื้นที่ยังมีความเชื่อถือแกนนำ ซึ่งเป็นสิ่งที่ประชาชนในพื้นที่ในพื้นที่ศรีราชามีไม่เด่นชัดเท่าที่บางปะกง

8. ผลสำเร็จของการชุมนุมคัดค้านการขนถ่ายถ่านหิน

พื้นที่บางปะกงมีการหยุดการขนถ่ายถ่านหินอย่างถาวร ในขณะที่พื้นที่ศรีราชากลับมาขนถ่ายถ่านหินได้ตามปกติ

การอภิปรายผล

จากการศึกษา ผลการวิจัย พบว่าการคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชาเกิดจากพลังต่อต้านของประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เป็นหลัก โดยมีสาเหตุการคัดค้านที่เหมือนกันทั้ง 2 พื้นที่คือ ได้รับผลกระทบทางสุขภาพด้านสิ่งแวดล้อมในเรื่องฝุ่นและกลิ่น ประกอบกับเกรงกลัวว่าการขนถ่ายถ่านหินทางเรือจะสร้างผลกระทบต่ออาชีพการประมงพื้นบ้าน นอกจากนี้ยังพบว่าชนวนที่ทำให้เกิดการรวมตัวคัดค้านยังเหมือนกันคือเกิดจากเรือที่บรรทุกถ่านหินที่จอดรอการขนถ่ายอยู่ที่หน้าท่าเรือใกล้กับที่อยู่อาศัยของประชาชนในพื้นที่ เกิดการประท้วง มีกลิ่นเหม็นไหม้ สร้างความหวาดกลัวแก่ประชาชนในพื้นที่จึงเกิดการรวมตัวประท้วงคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินในที่สุด

การขับเคลื่อนต่อต้านภาคธุรกิจผู้ประกอบการการขนถ่ายถ่านหินของประชาชนในพื้นที่ในครั้งนี้เป็นรูปแบบหนึ่งของการเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ (New Social Movement) ที่แกนนำและประชาชนในพื้นที่มีความสามารถในการประสานเชื่อมโยงวิถีชีวิต นำปัญหาส่วนตัวและปัญหาส่วนรวมมารวมเข้าด้วยกันในการเคลื่อนไหว เรียกร้องความเป็นธรรม โดยเป้าหมายหลักไม่ได้อยู่ที่การล้มล้างหรือช่วงชิงอำนาจของอีกฝ่าย แต่ต้องการความเสมอภาคเท่าเทียมไม่ให้อีกฝ่ายมาเบียดเบียนสร้างผลกระทบให้ตน

การเคลื่อนไหวทางสังคมแนวใหม่ (New Social Movement) ในครั้งนี้ได้ใช้รูปแบบและวิธีการของการสื่อสารทางสังคมซึ่งเป็นการสื่อสารที่ใช้การสื่อสารสาธารณะและการบริหารประเด็นมาใช้ในการขับเคลื่อนประเด็นทางสังคม หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนาคนใหม่ ผสมผสานกับแนวคิดเรื่องการบริหารประเด็น (Issue Management) อันเป็นวิธีการเชิงรุก เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขและป้องกันไม่ให้เกิดภาวะวิกฤต ให้ความสำคัญกับการจัดการนโยบายสาธารณะและประชาคมที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนกลยุทธ์การสื่อสารทางสังคมที่แกนนำผู้คัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงและศรีราชาใช้ในการขับเคลื่อนการเคลื่อนไหวนั้น พบว่า มีทั้งความเหมือนและต่างกัน โดยกลยุทธ์หลักที่ใช้คือ กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย และกลยุทธ์การสร้างความเป็นคณะ ที่แกนนำได้ใช้เครือข่ายทางด้านอาชีพประมงพื้นบ้านเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนการคัดค้านสอดคล้องกับที่ กาญจนา แก้วเทพ ได้กล่าวไว้ในสื่อสาร-สิ่งแวดล้อม ว่าสภาพทางสังคมไทยเป็นสังคมที่อุดมสมบูรณ์ในเรื่องเครือข่ายอยู่แล้ว และการสื่อสารผ่านเครือข่ายนี้เองที่เป็นประโยชน์อย่างสูงสุดในการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (กาญจนา แก้วเทพ, 2556) รวมถึงกลยุทธ์การสื่อสารแบบปากต่อปากที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ก็ทำให้การเผยแพร่ข่าวสารทำได้มีประสิทธิภาพ ที่สำคัญที่สุดคือกลยุทธ์การเจรจาต่อรองที่ทั้ง 2 พื้นที่ได้ใช้ในการต่อสู้เหมือนกัน และเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผลการคัดค้านที่บางปะกงสำเร็จ แต่ที่ศรีราชาไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากในพื้นที่บางปะกงสามารถใช้กลยุทธ์การเจรจาต่อรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการกดดันให้ฝ่ายผู้ขนถ่ายถ่านหินลงนามในบันทึกข้อตกลงหยุดการขนถ่ายได้ในขณะที่ที่ทางศรีราชาไม่สามารถทำได้สำเร็จ

ท้ายสุดในเรื่องของแรงจูงใจที่ทำให้ประชาชนในพื้นที่บางปะกงและศรีราชาออกมารวมตัวกันคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินนั้น พบว่ามีความเหมือนกันใน

ประเด็นของการหวาดกลัวเรื่องผลกระทบด้านสุขภาพ และสิ่งแวดล้อม ประกอบกับรักและหวงแหนในอาชีพ ประมงพื้นบ้าน และแรงใจที่ประชาชนในพื้นที่บางปะกง แตกต่างจากประชาชนในพื้นที่ที่ศรีราชาคือ ประชาชนในพื้นที่บางปะกงมีความเชื่อถือในตัวผู้นำการคัดค้าน และเกรงกลัวข้อครหาจากสังคมว่าไม่ไปร่วมคัดค้าน

กล่าวโดยสรุปได้ว่า สิ่งที่ทำให้กลยุทธ์การสื่อสารทางสังคมเพื่อคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่บางปะกงสำเร็จ คือ ลักษณะการคัดค้านของแกนนำเป็นไปตามแนวคิดการบริหารประเด็น (Issue Management) ส่งผลให้กลยุทธ์ที่นำมาใช้ในการขับเคลื่อนมีประสิทธิภาพ อันได้แก่ กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายมีผู้นำการคัดค้านที่ชัดเจน มีการแบ่งหน้าที่การทำงานตามความถนัดและบทบาทในสังคม

อย่างเด่นชัด ควบคู่ไปกับการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ที่สำคัญคือมีการใช้กลยุทธ์การเจรจาต่อรองที่มีประสิทธิผล มีการลงนามเป็นลายลักษณ์อักษรด้วยการจัดทำเป็นบันทึกข้อตกลงห้ามขนถ่ายถ่านหิน ทำให้การขับเคลื่อนมีพลังจนสามารถคัดค้านให้หยุดขนถ่ายถ่านหินได้อย่างประสบความสำเร็จ ส่วนการคัดค้านการขนถ่ายถ่านหินที่ศรีราชาไม่ประสบความสำเร็จ อาจเกิดจากการที่แกนนำผู้คัดค้านไม่มีอำนาจเบ็ดเสร็จในการสั่งการ ไม่มีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็ง อีกทั้งกลยุทธ์การเจรจาต่อรองที่ใช้ไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งอาจเป็นเพราะไม่มีการดำเนินการตามแนวคิดการบริหารประเด็น ทำให้ไม่สามารถผลักดันให้เกิดการลงนามในบันทึกข้อตกลงหยุดการขนถ่ายถ่านหินได้

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย, ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. (2543). **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่**. นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด.
- กาญจนา แก้วเทพ, ศรีธรรม ไรจนสุพจน์. (2556). **สื่อสาร-สิ่งแวดล้อม**. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์. การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. (2536). **อำนาจ**. กรุงเทพมหานคร: การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2540). **ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิภาษา.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2551) **การสื่อสารประเด็นสาธารณะและการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มูลนิธิโลกสีเขียว. (2556). **แม่เมาะ เมืองในหมอกมลพิษ**, ลำปาง. วันที่เข้าถึงข้อมูล 27 เมษายน 2556, แหล่งที่มา <http://greenworld.or.th/library/environment-popular/410>
- ประภาส ปิ่นตบแต่ง.(2556). **ขบวนการทางสังคมใหม่ (New Social Movement–NSM)**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 มิถุนายน 2556, แหล่งที่มา <http://www.thaigoodonline.com>
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ.(2554). **การวางแผนและการประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท 21 เซ็นจูรี จำกัด.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ปุทธศักราช 2550**. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 มีนาคม 2556, แหล่งที่มา <http://www.opdc.go.th/uploads/files/law/constitution2550.pdf>
- รุ่งนภา พิตรปรีชา, (2548). **กลยุทธ์การจัดการประเด็นปัญหาทางการเมืองการประชาสัมพันธ์และภาวะวิกฤติในกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.
- โรงไฟฟ้าแม่เมาะ. (2556). วันที่เข้าถึงข้อมูล 27 เมษายน 2556, แหล่งที่มา <http://meamoh.egat.com/index/index.php>
- สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (2555). **ความกังวลของประชาชน ต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม**, กรุงเทพมหานคร. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 มีนาคม 2556, แหล่งที่มา <http://www.nidapoll.nida.ac.th/main/index.php/en/2012-08-06-13-57-45/355-130-2555>
- วิรัช ลภิตินกุล. (2552) **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตและการบริหารภาวะวิกฤต**. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.

ภาษาอังกฤษ

- Phillion, Stephen. (1998). Bridging the Gap between New Social Movement Theory and Class. **Rethinking Marxism**, vol(10), 4
- Scott, Alan. (1990). **Ideology and the new social movements**. London: Unwin Hyman.
- Smith, R.D. (2009) **Strategic Planning for Public Relation**. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Wilcox, D.L. and Cameron, G.T. **Public Relations: Strategies and Tactics**. 8th ed. Boston: Pearson Education, 2006.