

การสื่อสารกับสังคมเพื่อสร้างเครือข่ายติดตามคนหายผ่านเฟซบุ๊ก ของศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา

สุธิตา หมายเจริญ*
พิทักษ์ศักดิ์ ทิศากาศ**

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารกับสังคมเพื่อสร้างเครือข่ายติดตามคนหายผ่านเฟซบุ๊กของศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา”เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา การสื่อสารกับสังคมเพื่อสร้างเครือข่ายติดตามคนหายและผลของการสื่อสารกับสังคมเพื่อสร้างเครือข่ายผ่านเฟซบุ๊กของ “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” ผู้วิจัยใช้วิธีเก็บข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non - participant Observation) ผ่านการทำงานของเฟซบุ๊กประกอบด้วยโครงสร้างประกาศติดตามคนหาย รวมทั้งปฏิริยาสมาชิกผู้ติดตามเฟซบุ๊ก โดยทางมูลนิธิฯ ใช้ข้อความในการสื่อสารเล่าเรื่อง เป็นกระบวนการในการสื่อสารกับสังคม ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา”ซึ่งหลังจากการสื่อสารก็ได้เกิดการตอบสนองของสมาชิกผู้ติดตามในด้านของการ กดถูกใจ กดแชร์ข้อมูล การแสดงความคิดเห็นรวมถึงการแจ้งเบาะแสเข้ามาที่เฟซบุ๊ก และได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลเฟซบุ๊กมูลนิธิกระจกเงา จำนวน 4 คน และตัวแทนเครือข่ายสมาชิกผู้ติดตามเฟซบุ๊ก จำนวน 11 คน ผลการวิจัยพบว่า มูลนิธิกระจกเงา ใช้เฟซบุ๊ก “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” เป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร ซึ่งสามารถช่วยให้มูลนิธิกระจกเงา เผยแพร่ข้อมูลไปสู่ผู้รับสารด้วยความรวดเร็ว และมีเครือข่ายผู้สนับสนุนการทำงานที่กว้างขึ้นกว่าช่องทางสื่อสารในอดีตที่เป็นการสื่อสารผ่านสื่อหลัก แต่มีข้อจำกัดในด้านความล่าช้าในการเผยแพร่ข้อมูลคนหาย การสื่อสารส่งผลให้สมาชิกผู้ติดตามข่าวสารเกิดความตื่นตัวต่อประเด็นการติดตามคนหาย โดยไม่นิ่งเฉยและได้ช่วยกันเผยแพร่ข้อมูลและร่วมแจ้งเบาะแส พร้อมกับได้นำตัวเองเข้ามามีบทบาทในการช่วยเหลือแม้ว่าจะไม่ได้เป็นครอบครัวคนหาย จนก่อให้เกิดเป็นเครือข่ายติดตามคนหายภาคประชาชน

1. ความเป็นมาและวัตถุประสงค์การวิจัย

ปัญหาคนหายภายในประเทศไทยกำลังทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการหายตัวไปโดยสมัครใจ การขาดการติดต่อ การถูกล่อลวงไปค้ำมนุษย์ การหายตัวไปด้วยอาการหลงลืม และการถูกลักพาตัว ซึ่งแต่ละครั้งที่เกิดปัญหาคนในครอบครัวสูญหาย พบว่าทางครอบครัวไม่ทราบว่าควรจะดำเนินการเรื่องดังกล่าวอย่างไร จึงทำให้การติดตามคนหายเป็นไปอย่างล่าช้า ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งในการเตรียมความพร้อมเมื่อเกิดเหตุการณ์คนหายขึ้นในครอบครัว “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา”เป็นหน่วยงานแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย ทำหน้าที่เป็นศูนย์รับแจ้งให้ความช่วยเหลือและติดตามคนหาย รวมทั้ง

* นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

** อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เป็นศูนย์ที่เก็บรวบรวมฐานข้อมูลคนหายในประเทศไทยมาเป็นเวลากว่า 14 ปี สามารถช่วยเหลือและติดตามคนหายกลับคืนสู่ครอบครัวได้ถึง 1,639 คน (ข้อมูลจากสถิติการติดตามคนหาย ของศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา พ.ศ.2558) หากย้อนกลับไปดูการสื่อสารกับสังคมในประเด็นการติดตามคนหาย ชื่อของ “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” เป็นเพียงองค์กรที่ครอบครัวคนหายส่วนใหญ่จะนึกถึงยังไม่ถึงระดับที่สังคมจะนึกถึงและร่วมกันติดตามคนหาย ใช้วิธีการส่งข่าวสาร และภาพประกาศคนหายไปยังสื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ โดยในอดีตใช้ช่องทางการติดต่อผ่านโทรสาร จดหมายทางไปรษณีย์ และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งอาจมีการตกหล่นหรือเสียเวลาไปกับการติดตามตรวจสอบการส่งข้อมูลข่าวสาร จึงทำให้หน้าที่ติดตามหาคนหายในยุคนั้นยังมีพลังไม่มากพอที่จะดึงความมีส่วนร่วมจากคนในสังคมมาเป็นเครือข่ายร่วมขับเคลื่อนในประเด็นดังกล่าว แต่หลังจากที่มูลนิธิกระจกเงา สื่อสารกับสังคมผ่านเฟซบุ๊ก “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” เป็นต้นมา สามารถสร้างความมีส่วนร่วมโดยใช้พลังของเครือข่ายจากสมาชิกในสังคมออนไลน์ ออกมาขับเคลื่อนประเด็นติดตามคนหายในทางสาธารณะ จนเกิดเป็นพลังของการสื่อสารภาคประชาชน ที่อยากจะเห็นการเปลี่ยนแปลงในประเด็นการติดตามคนหาย เสนอตัวออกมาเป็นเจ้าของรับผิดชอบในประเด็นนี้ร่วมกัน ส่งผลให้ปัจจุบัน “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” ไม่ได้เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ติดตามหาคนหายที่มีเพียงสมาชิกครอบครัวคนหายจะนึกถึงอีกต่อไป ซึ่งข้อค้นพบที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานด้านการสื่อสารกับสังคมของมูลนิธิกระจกเงา และเป็นต้นแบบของการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่าย การมีส่วนร่วมให้เกิดประโยชน์กับสังคมต่อไป

จากแนวคิดเครือข่ายสังคมออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์ (อ้างถึงในชูวิศ ฤกษ์ศิริสุข , 2554) ได้อธิบายถึงเทคนิคการใช้พื้นที่ออนไลน์ทำให้เกิดกระบวนการทางสังคมด้วยวิถีคิดแบบเทคโนโลยีกำหนด การเคลื่อนไหวบนสังคมออนไลน์บางเรื่องอาจจะสำเร็จหรือไม่สำเร็จ ไม่ใช่เพราะพื้นที่ออนไลน์เพียงอย่างเดียวแต่หากขึ้นอยู่กับข้อกำหนดพล็อตเรื่อง โดยการเคลื่อนไหวทางสังคมในพื้นที่ออนไลน์จำเป็นต้องมีการกำหนดเนื้อหาที่จะนำเสนอ ซึ่งเฟซบุ๊ก “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” นับได้ว่าเป็นช่องทางการสื่อสาร ที่มูลนิธิกระจกเงาเป็นผู้กำหนดข้อมูลการนำเสนอ และมีเครือข่ายทางสังคมจากหลายภาคส่วน เข้ามาติดตามการทำงานเป็นผู้ร่วมสนับสนุนการติดตามคนหาย

การสื่อสารกับสังคมเพื่อสร้างเครือข่ายติดตามคนหายผ่านเฟซบุ๊กของ “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” ไม่เพียงแต่การสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายการติดตามคนหายเท่านั้น หากแต่ยังสร้างความตระหนักรู้และสื่อสารให้ทุกภาคส่วนในสังคมมีความรับผิดชอบต่อประเด็นปัญหาคนหายร่วมกัน ดังนั้นงานวิจัยจึงได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการสื่อสารกับสังคมเพื่อสร้างเครือข่ายติดตามคนหายผ่านเฟซบุ๊กของ “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา”
2. เพื่อศึกษาผลของการสื่อสารกับสังคมเพื่อสร้างเครือข่ายผ่านเฟซบุ๊กของ “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา”

2.ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยต้องการศึกษาการทำงานของเฟซบุ๊ก “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” ในการทำหน้าที่สื่อสารกับสังคมเพื่อสร้างเครือข่ายติดตามคนหาย และผลการสื่อสารกับสังคมต่อการสร้างความตื่นตัวทางสังคมในด้านการติดตามคนหาย โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) การทำงานของเฟซบุ๊ก “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” ในส่วนของโครงสร้างประกาศและเนื้อหา รวมทั้งวิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interviews) ตัวแทนเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลเฟซบุ๊กจำนวน 4 คน และตัวแทนเครือข่ายผู้ติดตามเฟซบุ๊ก จำนวน 11 คน

3 . ผลการวิจัย



ภาพที่ 1.1 แบบจำลองการสื่อสารกับสังคมผ่านเฟซบุ๊ก “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา”

จากแบบจำลองตัวอย่างผู้วิจัยขออภิปรายรายละเอียดตามวัตถุประสงค์การวิจัยในหัวข้อต่อไปนี้

1. ศึกษาการสื่อสารกับสังคมเพื่อสร้างเครือข่ายติดตามคนหายผ่านเฟซบุ๊กของศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา

ผลวิจัยสรุปได้ว่าการสื่อสารกับสังคมเพื่อสร้างเครือข่ายติดตามคนหายผ่านเฟซบุ๊กของ “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” ประกอบด้วย การนำเสนอข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ การใช้ศิลปะในการสื่อสาร การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ เตือนภัยและให้ความรู้กับเครือข่าย

โดยการสื่อสารกับสังคมเพื่อสร้างเครือข่ายติดตามคนหายผ่านเฟซบุ๊ก ข้อมูลข่าวสารที่มูลนิธิกระจกเงานำเสนอผ่านทางเฟซบุ๊ก ต้องมีความถูกต้องผ่านการตรวจสอบคัดกรองเนื้อหาที่จะนำเสนอ โดยเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลต้องใช้ความระมัดระวังในการนำเสนอข้อมูล ทั้งนี้เพราะคำนึงถึงผลกระทบที่จะตามมาของตัวคนหายเป็นหลัก ซึ่งจากกระบวนการทำงานในส่วนนี้เองทำให้สมาชิกผู้ติดตามเฟซบุ๊ก แสดงความเชื่อมั่นเชื่อมั่นในข้อมูลที่เผยแพร่จากมูลนิธิกระจกเงา เนื่องจากมีภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือในตัวองค์กร มั่นใจได้ว่าประกาศที่มาจากเฟซบุ๊กนี้ผ่านการตรวจสอบมาจากเจ้าหน้าที่เป็นอย่างดีแล้ว ทำให้สมาชิกผู้ติดตามเกิดความไว้วางใจในการช่วยส่งต่อข้อมูล

2. ผลการสื่อสารกับสังคมเพื่อสร้างเครือข่ายผ่านเฟซบุ๊กของ “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา”

ผลการวิจัยสรุปได้ว่าผลของการสื่อสารกับสังคมผ่านเฟซบุ๊ก “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” เกิดการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่อจากมูลนิธิกระจกเงาไปยังเครือข่าย เกิดเครือข่ายผู้สนับสนุนการทำงาน สังคมเกิดตระหนักต่อปัญหา และอยากเห็นการเปลี่ยนแปลง

โดยหลังจากที่มูลนิธิกระจกเงาได้ทำการเผยแพร่ข้อมูลการติดตามคนหายผ่านเฟซบุ๊ก “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มต่างๆ ในสังคมที่เข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยเหลือในเรื่องนี้ เช่นการช่วยกดเผยแพร่ข้อมูลการติดตามคนหายของเครือข่ายผู้ติดตามเฟซบุ๊ก การร่วมทำข่าวนำเสนอประเด็นการติดตามคนหายของสื่อมวลชน เมื่อเห็นประกาศจากเฟซบุ๊ก “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” จากประเด็นการติดตามเด็กหายที่มีผู้ให้ความสนใจช่วยแพร่เผยข้อมูล

4.อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการสื่อสารกับสังคมเพื่อสร้างเครือข่ายติดตามคนหาย ผ่านเฟซบุ๊ก ของ “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” พบว่าการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กของมูลนิธิฯ สามารถสร้างความสัมพันธ์กับสมาชิกผู้ติดตามได้ จากการที่ ผู้ดูแลเฟซบุ๊ก หรือแอดมิน สามารถสื่อสารโต้ตอบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับสมาชิกผู้ติดตามข่าวสาร ทำให้เจ้าหน้าที่มูลนิธิกระจกเงาและสมาชิกผู้ติดตามเกิดปฏิสัมพันธ์การสื่อสารระหว่างกันจนเกิดเป็นเครือข่าย ตามที่ Berlo (อ้างถึงในสุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2556) ได้อธิบายให้เห็นว่าสิ่งหนึ่งที่ทำให้ความหมายเหล่านี้อยู่รวมกันคือ การสื่อสารของมนุษย์ตั้งอยู่บนหลักของความสัมพันธ์ เช่นเดียวกันกับการสื่อสารกับสังคมของมูลนิธิกระจกเงา ที่ต้องอาศัยหลักความสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ผู้ส่งสารไปยังสมาชิกเครือข่ายผู้ติดตามเฟซบุ๊ก ดังที่ ปารีชาติ สถาปัตตานนท์ และชัยวัฒน์ ธีระพันธ์ (2546) กล่าวว่าเครือข่ายหมายถึงคนที่มาพบปะกัน ประชุมกัน และทำในสิ่งที่เป็นการประโยชน์ต่อกัน มีสิ่งยึดโยงสัมพันธ์ภาพระหว่างสมาชิกเครือข่ายบนพื้นฐานความเท่าเทียมกันในด้าน การสื่อสาร และการตัดสินใจร่วมกันเพื่อให้สังคมเกิดการพัฒนาในทางที่ดี ส่งผลให้เกิดพลังทวีคูณ ซึ่งการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กมีส่วนทำให้มูลนิธิกระจกเงา สามารถสร้างเครือข่ายการทำงานช่วยเหลือติดตามคนหาย กลับคืนสู่ครอบครัวได้ดีกว่าการสื่อสารในอดีต สอดคล้องกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันที่เทคโนโลยีการสื่อสาร ประกอบกับพฤติกรรมกรับสื่อของคนเปลี่ยนแปลงไป สมาชิกในสังคมหันมาติดตามข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กมากขึ้นกว่าในอดีต การที่มูลนิธิกระจกเงาทำการสื่อสาร

ผ่านเฟซบุ๊ก นับเป็นเรื่องที่เข้ากับพฤติกรรมของผู้ติดตามข่าวสารในปัจจุบัน เพราะประชาชนเปลี่ยนการรับสารจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยูมาที่เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่สะดวกรวดเร็วกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ และความรวดเร็วที่มาพร้อมกับความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ก็เป็นประโยชน์ต่อการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน ดังที่ซูวีส ฤกษ์ศิริสุข (2554) กล่าวถึงการใช้งานเฟซบุ๊กว่าประชากรของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทย มีอัตราการสมัครเป็นสมาชิกเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างก้าวกระโดด อัตราการเติบโตของผู้ใช้งานในแต่ละปีมีจำนวนผู้ใช้งานสูงชันเป็นอันดับที่ 2 ของโลก โดยลักษณะการทำงานของเฟซบุ๊ก เมื่อเข้าสู่ระบบลงทะเบียนสมาชิกเรียบร้อยแล้วจะมีระบบเพิ่มและรับเพื่อนสมาชิกเข้าร่วมเครือข่ายการใช้งาน อีกทั้งยังมีหน้าการใช้งานที่เรียกว่า “เฟซบุ๊กเพจ” เข้ามาให้บริการข้อมูลข่าวสารกับผู้ใช้งานเช่นเดียวกับมูลนิธิกระจกเงาที่ใช้การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเพจในชื่อ “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” นับเป็นการปรับตัวให้เข้ากับยุคการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงเพื่อให้การสื่อสารนั้นเกิดประโยชน์ต่อสังคม

เมื่อการสื่อสารกับสังคมของมูลนิธิกระจกเงาได้ทำงานผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก ก็มีสมาชิกเครือข่ายผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก เข้ามาติดตามการทำงานด้านการตามหาคนหายของมูลนิธิกระจกเงา ซึ่งเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทยที่ให้ความช่วยเหลือในด้านนี้ เมื่อเครือข่ายได้รับรู้ข่าวสารข่าวความต้องการในการช่วยเหลือ พวกเขา ก็ปรับเปลี่ยนบทบาทจากผู้อ่าน ผู้ติดตามมาเป็นเหมือนอาสาสมัครที่คอยช่วยเหลือมูลนิธิกระจกเงา ซึ่งอาจจะเรียกได้ว่าเป็น “เครือข่ายติดตามคนหายภาคประชาชน” เพราะคนกลุ่มนี้ยินดีที่จะเข้ามามีส่วนร่วมและวางบทบาทตัวเองเข้ามาอยู่ในภารกิจเดียวกันกับมูลนิธิกระจกเงา สาเหตุที่นำตัวเองเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการติดตามคนหาย เพราะมองว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องร่วมกันของสังคมจึงอาสาเข้ามาช่วยในสิ่งที่พวกเขาจะพอช่วยเหลือได้ และกำลังของเจ้าหน้าที่มูลนิธิกระจกเงาเพียงฝ่ายเดียว ไม่สามารถทำเรื่องนี้ได้ จึงต้องอาศัยกำลังจากเครือข่ายต่างๆ เข้ามาเป็นหูเป็นตาเป็นจิตสำนึกร่วมกันในการดูแล ดังที่ ชัชวาล ทองดีเลิศ , (2553) ให้ความหมายไว้ว่าองค์กรพัฒนาเอกชนหมายถึงองค์กรที่ไม่ใช่ของรัฐ และไม่ภาคธุรกิจแสวงหาผลกำไร ก่อตั้งและดำเนินการโดยกลุ่มบุคคลที่มีความมุ่งมั่นเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา โดยเฉพาะปัญหาด้านสุขภาพชีวิตของกลุ่มคนผู้ด้อยโอกาสและประชาชนผู้ทุกข์ยากที่ได้รับผลกระทบจากปัญหา ซึ่งจะเห็นได้ว่าเครือข่ายสมาชิกผู้ติดตามเฟซบุ๊ก ได้เข้ามามีบทบาทต่องานพัฒนาสังคมด้านการติดตามคนหาย ดังนั้นนิยามคำว่าเครือข่ายขององค์กรพัฒนาเอกชน จึงไม่ได้จำกัดไว้เพียงองค์กรหรือมูลนิธิกระจกเงา หากแต่ยังรวมถึงเครือข่ายภาคประชาชนหรือสมาชิกผู้ติดตามเฟซบุ๊ก ที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมต่อกระบวนการติดตามคนหายในนามของตัวเอง โดยมีมูลนิธิกระจกเงาเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ จนเกิดเป็นพลังของเครือข่ายเข้าไปเป็นที่พึ่งของผู้ทุกข์ยาก และเป็นเครือข่ายที่ร่วมผลักดันการทำงานให้กับภาครัฐ

ในขณะที่เดียวกันที่การสื่อสารกับสังคมในประเด็นการติดตามคนหายอย่างต่อเนื่องผ่านเฟซบุ๊ก “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” ก็มีส่วนช่วยกระตุ้นพฤติกรรมมารับรู้ ในประเด็นการติดตามคนหายให้กับกลุ่มสมาชิกผู้ติดตาม ซึ่งการกระตุ้นด้วยการส่งข้อมูลข่าวสารนี้เป็นสิ่งที่ช่วยให้สังคมยังคงตื่นตัวและรับรู้ได้ว่าในสังคมกำลังมีคนหายตัวไป และพวกเขาสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยติดตามหา ดังที่ จินตวีร์ เกษมสุข (2554) อธิบายว่าสื่อมวลชน ในที่นี้หมายถึงมูลนิธิกระจกเงาสามารถเผยแพร่

เนื้อหาข่าวสารสู่กลุ่มผู้รับสารและก่อให้เกิดผลฉับพลันตามที่คุณส่งสารตั้งใจไว้ ส่วนใหญ่ใช้ในระยะสั้นเป็นผลในระดับพฤติกรรมเหตุนี้มูลนิธิกระจกเงาจึงต้องนำเสนอข่าวสารในประเด็นการติดตามคนหายอย่างสม่ำเสมอ ด้วยวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ นอกจากประกาศติดตามคนหาย เช่น เรื่องเล่าการทำงานของเจ้าหน้าที่ ภาพการ์ตูน กราฟิกออกมาอย่างต่อเนื่องสมาชิกผู้ติดตามข่าวสาร ดังนั้นผู้ส่งสารจึงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่สุด เพราะสามารถกำหนดข่าวสารไปยังผู้รับที่ให้ข้อมูลว่าเรื่องราวคนหายที่มูลนิธิกระจกเงาได้นำเสนออย่างต่อเนื่องนั้น เป็นเหมือนการกระตุ้นให้สมาชิกผู้ติดตามข่าวสารรับรู้และตื่นตัวอยู่เสมอ เมื่อมีผู้สนใจในเรื่องนี้มากขึ้นก็จะส่งผลไปยังจำนวนการเผยแพร่ข้อมูล ที่มากขึ้น จากการขยายตัวของเครือข่ายสมาชิกผู้ติดตาม ซึ่งเรื่องนี้มีผลต่อการสร้างความตระหนักรู้และสร้างความตื่นตัวให้กับสมาชิกผู้ติดตามข่าวสารในสังคมโดยกว้าง เช่นจากการที่มูลนิธิกระจกเงา นำเสนอข่าวการฆาตกรรมเด็กหายต่อเนื่อง 3 ศพ ในปี 2556 จากเหตุการณ์ในครั้งนั้นได้เกิดปรากฏการณ์ ที่สังคมตื่นตัวและให้ความสนใจต่อเรื่องเด็กหาย จนนำมาสู่การกวดติดตามข่าวสารจากเฟซบุ๊ก “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” เป็นจำนวนมาก ทางมูลนิธิกระจกเงาจึงใช้โอกาสนี้สร้างความตื่นตัวในประเด็นคนหายให้กับสำนักงานตำรวจแห่งชาติ โดยได้ประกาศรณรงค์ให้คนในสังคมร่วมลงชื่อผ่านเว็บไซต์ www.chang.org เพื่อเรียกร้องให้สำนักงานตำรวจแห่งชาติทำการจัดตั้งศูนย์ติดตามคนหายภาครัฐ โดยในครั้งนั้นมูลนิธิกระจกเงาใช้การสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก เชิญชวนประชาชนร่วมลงชื่อเรียกร้องได้มากกว่าสามหมื่นราย ซึ่งการเข้ามามีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้ใช้งานเฟซบุ๊กสะท้อนถึงการตื่นตัวและไม่นิ่งเฉยกับเรื่องคนหาย จนพวกเขาส่วนตัวเข้ามา มีบทบาทในการขับเคลื่อนและยกระดับการติดตามคนหายในประเทศไทย

นอกจากนี้ การสื่อสารกับสังคมผ่านเฟซบุ๊กของมูลนิธิกระจกเงา ยังมีผลต่อการสร้างจิตสำนึกสาธารณะในการสร้างความรับผิดชอบร่วมกันต่อสังคมกับสมาชิกผู้ติดตาม เพราะหลังจากการสื่อสารกับสังคมของเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลเฟซบุ๊กในประเด็นต่างๆ ก็จะได้ความร่วมมือเป็นอย่างดีจากสมาชิกผู้ติดตามแตกต่างจากในอดีตที่ยังไม่มีช่องทางการสื่อสารผ่าน เฟซบุ๊ก จึงดูเหมือนว่าการติดตามคนหายเป็นเรื่องของคนในครอบครัวเล็กๆ ที่ต้องแบกรับความรู้สึก แต่ในปัจจุบันที่เฟซบุ๊กเข้ามามีอิทธิพลกับการสื่อสารในประเทศไทย และจากการสื่อสารอย่างต่อเนื่องของมูลนิธิกระจกเงา จึงมีส่วนทำให้ประเด็นคนหายไม่เป็นเรื่องเล็กอีกต่อไปในสังคมอีกต่อไป ทั้งนี้มาจากการที่พวกเขาได้พบเห็นข้อมูลข่าวสารที่บอชขึ้น จากสมาชิกที่ติดตามดู จึงเปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้ร่วมเผยแพร่และแจ้งเบาะแส นำตัวเองเข้ามาเป็นส่วนของการติดตามคนหาย เพราะอยากร่วมช่วยเหลือและทำประโยชน์ให้กับสังคม ตามความเห็นของสุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2556) ได้กล่าวว่ามนุษย์จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยกันและกันด้วยการติดต่อสื่อสาร ซึ่งเป็นกระบวนการที่มนุษย์จะต้องใช้ติดต่อกับผู้อื่น โดยมีกระบวนการสื่อสารที่ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร หรือเรียกย่อว่า SMCR ดังที่มูลนิธิกระจกเงาได้ใช้การสื่อสารเข้าไปสร้างความรู้ ความเข้าใจ และให้สังคมมองเห็นถึงความสำคัญต่อการติดตามคนหาย ผ่าน เฟซบุ๊ก “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” ไปยังเครือข่ายสมาชิกผู้ติดตามซึ่งเป็นผู้รับสารที่มีส่วนสำคัญต่อการช่วยเหลือร่วมกับมูลนิธิกระจกเงาที่เป็นองค์กรพัฒนาสังคม ซึ่งเบญจมาศ ศิริภัทร และ สุรพล มุละดา (2545) ได้ให้ความหมายขององค์กรพัฒนาเอกชน หมายถึงองค์กรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินงานพัฒนาสังคม โดยเน้นการพัฒนาคนเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยการเสริมสร้างเครือข่ายประชาสังคม ระหว่างองค์กรต่างๆ ทั้งองค์กรชาวบ้าน

องค์กรพัฒนาเอกชน ภาคธุรกิจ สื่อมวลชน และสถาบันการศึกษาเพื่อส่งเสริมศักยภาพและสนับสนุนความเข้มแข็งให้กับชุมชน เช่นเดียวกันกับการที่มูลนิธิกระจกเงา ได้สื่อสารให้ประเด็นการติดตามคนหายเป็นเรื่องที่สังคมรู้สึกถึงความสำคัญ และออกมาแสดงความรับผิดชอบในการช่วยเหลือผู้เดือดร้อนร่วมกันด้วยความยินดีและเต็มใจ แม้ว่าประเด็นคนหายจะเป็นเรื่องเฉพาะ ผู้ที่เข้ามาใช้งานไม่ได้เป็นครอบครัวคนหาย นี่คือปัจจัยความสำเร็จอย่างหนึ่งของการสื่อสารกับสังคมของมูลนิธิกระจกเงา

5. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะต่อมูลนิธิกระจกเงา

1) จากการวิจัยพบว่าในด้านการให้ข้อมูลโดยใช้ภาพเคลื่อนไหวเป็นสิ่งสำคัญที่ควรจะต้องทำเพื่อให้เกิดความหลากหลายและความน่าสนใจในการเปิดรับข่าวสาร แต่ก็พบอุปสรรคในเรื่องของบุคลากรและอุปกรณ์ที่มูลนิธิกระจกเงาต้องหาแนวทางในการแก้ไขต่อไป

2) ระหว่างที่ผู้วิจัยได้ทำการสังเกตโครงสร้างเนื้อหาจากประกาศติดตามคนหาย พบว่าข้อมูลในส่วนของหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อมูลนิธิกระจกเงา ขาดการระบุไว้ในภาพประกาศซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการแจ้งเบาะแสของพลเมืองดี จึงเป็นเรื่องที่มูลนิธิกระจกเงาควรพิจารณาปรับปรุงและเพิ่มเติมเนื้อหาในส่วนของหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อลงบนประกาศติดตามคนหาย

3) มูลนิธิกระจกเงา ควรสร้างความแปลกใหม่ในการนำเสนอผ่านกิจกรรมณรงศ์รูปแบบต่างๆ เพราะทุกความแปลกมาจะนำมาสู่ความสนใจ ช่วยกระตุ้นให้คนในสังคมเกิดการจดจำและหันกลับมามองคนหายมากขึ้น ซึ่งจากข้อจำกัดของมูลนิธิกระจกเงาอย่างขาดผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์และผู้ผลิตแคมเปญสื่อสารณรงศ์ จึงมีความจำเป็นที่มูลนิธิฯ จะต้องสร้างเครือข่ายการทำงานจากผู้เชี่ยวชาญภายนอก

5.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยขึ้นไป

จากข้อสังเกตของผู้วิจัยพบว่า ข้อความในประกาศติดตามคนหายที่จัดทำด้วยรูปแบบเดียวกันทั้ง “ประกาศเด็กหาย” และ “ประกาศคนหายวัยผู้ใหญ่” ได้รับความสนใจจากสมาชิกผู้ติดตามเฟซบุ๊ก ในการช่วยเผยแพร่ข้อมูลประกาศแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด โดยในส่วนของ “ประกาศเด็กหาย” จะได้รับความสนใจจากสมาชิกผู้ติดตามและได้รับความช่วยเหลือในการเผยแพร่ข้อมูลที่มากกว่า “ประกาศติดตามคนหายวัยผู้ใหญ่” จากข้อสังเกตตรงนี้ก็ก่อให้เกิดคำถามวิจัยคำถามใหม่ ที่ผู้วิจัยขอเสนอให้นักวิจัยในโครงการต่อไปได้หยิบยกไปเป็นประเด็นการศึกษาในเรื่องของความสนใจช่วยเหลือและติดตามคนหาย โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลผ่านการแจกแบบสอบถามออนไลน์ กับกลุ่มสมาชิกผู้ติดตามข่าวสารบนเฟซบุ๊ก “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” ซึ่งในส่วนของคำถามงานวิจัยโครงการต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอหัวข้อคำถามว่าเพราะเหตุใดสมาชิกผู้ติดตามเฟซบุ๊ก “ศูนย์ข้อมูลคนหาย มูลนิธิกระจกเงา” จึงให้ความสนใจและช่วยเผยแพร่ข้อมูลประกาศติดตามเด็กหายมากกว่าประกาศติดตามคนหายวัยผู้ใหญ่

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- จินตวีร์ เกษมสุข. (2554). *การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงสังคม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูวิศ ฤกษ์ศิริสุข . (2554). *สื่อออนไลน์ BORN TO BE DEMOCRACY*. กรุงเทพฯ: ประชาไทบู๊ค คลับ.
- ชัชวาล ทองดีเลิศ .(บ.ก.). (2543). *บันทึกลับ NGOs*. เชียงใหม่ :บริษัทกลางเวียงการพิมพ์ จำกัด.
- เบญจมาศ ศิริภัทร และ สุรพล มุละดา .(บ.ก.). (2545). “เอ็น จี โอ”นักพัฒนาระดับรากหญ้าพันธุ์ที่
สังคมขาด(ไม่)ได้. กรุงเทพฯ : บริษัท อาทิตย์ โพรดักส์ กรุ๊ป จำกัด.
- ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และ ชัยวัฒน์ ธีระพันธ์ . (2546). *การสื่อสารสุขภาพ : ศักยภาพของสื่อมวลชนใน
การสร้างเสริมสุขภาพ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ภาพธรรม
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร . (2556). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: ระเบียบทอง.