

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

2.1.1 ความหมายของ “การสื่อสาร”

ความหมายของ “การสื่อสาร” ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ต่าง ๆ กัน ดังต่อไปนี้ การสื่อสาร หมายถึง วิธีการชักจูงใจ ที่พึงมีอยู่ทุกรูปแบบ (Aristotl อ้างใน Berio, 1960: 7)

การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการซึ่ง “สาร” ถูกส่งจาก “ผู้ส่งสาร” ไปยัง “ผู้รับสาร” (Roger and Shoemaker, 1971 : 11)

การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการที่ “ความคิดหรือข่าวสาร” ถูกส่งจาก “แหล่งสาร” ไปยัง “ผู้รับสาร” ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างของผู้รับสาร (Roger, 1973: 43)

การสื่อสาร หมายถึง การมีความเข้าใจร่วมกัน ต่อสัญลักษณ์ที่แสดงข่าวสาร (Schramm, 1974 : 13)

การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอด “สาร” จากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า “ผู้ส่งสาร” ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า “ผู้รับสาร” โดยผ่าน “สื่อ” (ประมะ สตะเวทิน, 2538: 30)

2.1.2 ความหมายของ “การพัฒนา”

แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนา มีความเกี่ยวพันและใกล้เคียงกันกับแนวคิดอื่น ๆ ทั้งในแง่ของความหมายและปรากฏการณ์ นั่นคือ การทำให้ทันสมัย การเปลี่ยนแปลง การทำให้เป็นอุตสาหกรรม และการทำให้เป็นแบบตะวันตก ซึ่งในบรรดาแนวคิดต่าง ๆ ดังกล่าว แนวความคิดที่มีความใกล้ชิดเกี่ยวข้องกันและใช้แทนกันมากที่สุด คือ “การทำให้ทันสมัย” และ “การพัฒนา” ซึ่งจะมีความแตกต่างกันเพียงที่ระดับของการพัฒนาเท่านั้น (สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532 : 69-70) ดังนั้น การพัฒนาจึงมีความหมาย ดังต่อไปนี้

การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสังคม ซึ่งเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อโครงสร้างและหน้าที่ในสังคม ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม 2 ระดับ คือ

1) การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล เรียกว่า “การทำให้ทันสมัย” ซึ่งเป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลที่อยู่ในสังคม เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบเก่าไปเป็นแบบที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น และมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2) การเปลี่ยนแปลงระดับสังคม เรียกว่า “การพัฒนา” หมายถึง การที่นำเอาความคิดใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในสังคม เพื่อให้รายได้ต่อหัวประชากรประชากรเพิ่มขึ้น และมีชีวิตความเป็นอยู่ในระดับที่ดีขึ้น โดยใช้กระบวนการผลิตที่ทันสมัย ตลอดจนการมีสถาบันทางสังคมที่ดีขึ้นด้วย (Roger and Swinning, 1969: 8-14)

โดยสรุปแล้ว การพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงสังคม ทั้งในระดับบุคคลและระดับสังคมหรือระดับประเทศจะมีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด และต้องเกิดขึ้นควบคู่กันไปเสมอ ตลอดจนมีผลกระทบซึ่งกันและกัน (Roger and Shoemaker, 1971: 11)

2.1.3 ความสัมพันธ์ระหว่าง “การสื่อสาร” กับ “การพัฒนา”

ในการพัฒนาประเทศนั้น การสื่อสาร ในฐานะที่เป็นสายใยของสังคม และเป็นส่วนประกอบที่แนบแน่นมีความสำคัญต่อกระบวนการทางสังคม มีบทบาทหน้าที่ในสังคม ดังนี้ คือ การให้ข่าวสาร การชักจูงใจ และการให้ความรู้แก่ประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุนและขยายงานพัฒนาออกไปอย่างกว้างขวาง ตลอดจนทำให้การพัฒนาดำเนินไปโดยสะดวกและผลักดันให้การพัฒนาประเทศเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ (สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532: 73)

การพัฒนาสังคมหรือการพัฒนาประเทศ จะดำเนินการให้ประสบผลสำเร็จได้นั้น จำเป็นที่จะต้องทำให้ประชาชนมีความรู้ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อและพฤติกรรมที่ถูกต้องและเหมาะสมกับการพัฒนา เพื่อให้สามารถเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่กำลังพัฒนาไป โดยจะต้องชักจูงใจให้ประชาชนเข้าร่วมโครงการพัฒนาต่าง ๆ ด้วยความสมัครใจ และมีส่วนร่วมในการวางแผน และที่สำคัญการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ต้องเกิดจากความต้องการอย่างแท้จริงของประชาชน (Schramm, 1964: 44)

ดังนั้น ประเทศที่กำลังพัฒนาจะต้องทำให้ประชาชนได้ตระหนักถึงความจำเป็นของการพัฒนาประเทศและประโยชน์ที่จะได้รับจากการพัฒนาประเทศ โดยจะต้องทำให้ประชาชนตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนเองได้ง่ายขึ้น และสามารถที่จะนำเอากลวิธีใหม่ ๆ มาใช้ให้เกิดผลอย่างรวดเร็ว (Schramm, 1964: 115) ซึ่งบทบาทดังกล่าวนี้ การสื่อสารนับว่ามีความสำคัญอย่างมากที่จะช่วยสำรวจสภาวะใหม่ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในสังคม ช่วยยกระดับความตื่นตัวของประชาชน ชี้นำและควบคุมกระบวนการเปลี่ยนแปลงในสังคม สอนทักษะใหม่ ๆ

แก่ประชาชน และสอนให้ประชาชนมีความคุ้นเคยกับสภาพสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป (Lerner and Schramm, 1972 : 6)

จะเห็นได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการพัฒนา เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจะแยกออกจากกันได้ เพราะว่า การพัฒนาประเทศ หมายถึง การมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างมีระบบ การรวบรวมมวลชน และการเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางในกระบวนการตัดสินใจ ปัญหาที่เกี่ยวกับผลประโยชน์ของส่วนรวม ในกรณีของประเทศที่ส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย โดยทั้งสามประการนี้ จะเกิดได้โดยผ่านการสื่อสารเท่านั้น กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การพัฒนาเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม ไม่สามารถดำเนินไปได้ถ้าไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างเพียงพอจากเครือข่ายของการสื่อสาร ด้วยเหตุนี้ หากมีการนำการสื่อสารมาใช้ให้ถูกต้องเหมาะสมและเพียงพอแล้ว จะสามารถช่วยส่งเสริมการพัฒนาของประเทศได้อย่างมาก อาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารเป็นทั้งดัชนีของการพัฒนาและเครื่องมือหรือวิธีการของการพัฒนาสังคม นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงในระบบของการสื่อสาร จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของสังคมด้วย และการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นรวดเร็วเพียงใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับ “สื่อ” ที่ใช้ในการสื่อสารอยู่ก่อนแล้วในสังคม จะมีผลกระทบต่อสื่อใหม่อื่น ๆ ที่นำมาใช้อย่างไรด้วย (Lerner, 1958: 56)

2.1.4 บทบาททั่วไปของการสื่อสาร

บทบาททั่วไปของการสื่อสาร หมายถึง บทบาทหน้าที่หรือภารกิจที่การสื่อสารดำเนินไปเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะปกติของสังคม (สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532: 76) โดยทั่วไปแล้ว การสื่อสารมีบทบาท 4 ประการ คือ การสำรวจตรวจสอบสิ่งแวดล้อม การสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างสมาชิกในสังคม การถ่ายทอดมรดกทางสังคม และการให้ความบันเทิง (Bryson, 1948: 37-51; Wright, 1975: 9) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1) การสำรวจตรวจสอบสิ่งแวดล้อม หมายถึง บทบาทในการแสวงหาและเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั้งภายนอกและภายในสังคม ได้แก่ การรายงานข่าว หรือการแจ้งข่าวสาร

2) การสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างสมาชิกในสังคม หมายถึง บทบาทในแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นข่าว เป็นการวิเคราะห์และเสนอแนะทางออกว่าควรจะจัดการอย่างไรกับสิ่งนั้น ๆ ได้แก่ การแสดงความคิดเห็น หรือการจูงใจ

3) การถ่ายทอดมรดกทางสังคม หมายถึง บทบาทในการเผยแพร่ความรู้ ค่านิยมและปทัสถานของสังคมแก่สมาชิกรุ่นใหม่ของสังคม เพื่อให้วิทยาการและวัฒนธรรมของสังคมคงอยู่ต่อไป ได้แก่ การให้การศึกษา

4) การให้ความบันเทิง หมายถึง บทบาทในการนำเสนอและเผยแพร่การแสดงดนตรี และศิลปะ เพื่อสร้างความจรรโลงใจแก่ประชาชนในสังคม ซึ่งสามารถมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนา

2.1.5 บทบาทของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

ไม่ว่าสังคมจะอยู่ในภาวะปกติหรือภาวะของการพัฒนา การสื่อสารยังคงมีบทบาทเช่นเดิม เพียงแต่ในภาวะของการพัฒนาประเทศนั้นจะเน้นบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา โดยมีบทบาท 3 ประการ คือ การให้ข่าวสาร การชักจูงใจ และการให้การศึกษ (Schramm, 1964: 127-144) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การให้ข่าวสาร ในการพัฒนาประเทศนั้น ประชาชนจะต้องได้รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อมวลชน จึงมีบทบาท ดังนี้

1.1 การส่งเสริมให้เกิดความรู้และสร้างเสริมประสบการณ์: สื่อมวลชนจะนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ให้ประชาชนได้รับรู้ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ และทำให้ทราบว่าบุคคลหรือสังคมอื่นเป็นอย่างไร

1.2 การชักจูงประชาชนมาสู่จุดสนใจ: สื่อมวลชนจะเป็นตัวการสำคัญในการ นำเรื่องต่าง ๆ มาทำให้เป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับประชาชน โดยทำให้ความสนใจของประชาชนถูกหันเหไปสู่เรื่องของการพัฒนา

1.3 การยกระดับความปรารถนาของประชาชน: สื่อมวลชนสามารถสร้างความปรารถนาในสิ่งที่ดีกว่าเดิม ทั้งในระดับบุคคลและระดับประเทศ และตั้งใจที่จะทำได้มาซึ่งความปรารถนานั้น

1.4 การสร้างบรรยากาศของการพัฒนา: สื่อมวลชน มีส่วนสำคัญในการให้ข่าวสารแก่ประชาชน เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจในด้านการพัฒนา โดยการแสดงให้เห็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย และชีวิตในสังคมที่พัฒนา อันจะทำให้ประชาชนมีสายตาที่กว้างไกลและย้อนมาเปรียบเทียบกับตัวเอง เพื่อกำหนดทิศทางในอนาคต

2. การจูงใจ บทบาทของสื่อมวลชนในประเทศกำลังพัฒนา คือ การจูงใจให้ประชาชนเปลี่ยนวิถีชีวิต และตัดสินใจเข้าร่วมในโครงการพัฒนาอย่างจริงจัง ด้วยการแสดงความเห็นสนับสนุนโครงการพัฒนาของรัฐบาล และชี้แนะการตัดสินใจของประชาชน โดยมีบทบาท ดังนี้

2.1 เป็นแหล่งข่าวสารสำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคล: การเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะให้ประชาชนหรือผู้ที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่น ได้รับเอาข่าวสารไปถ่ายทอดอีกต่อหนึ่ง ซึ่งจะทำให้มีการตัดสินใจได้ดีขึ้น

2.2 สร้างสถานภาพให้แก่บุคคล: สื่อมวลชนสามารถสร้างชื่อเสียงและสถานภาพทางสังคมให้แก่บุคคลได้ โดยอาจจะกล่าวยกย่องหรือเหยียดหยามซึ่งจะทำให้ความคิดและนโยบายของบุคคลเหล่านั้นมีความน่าเชื่อถือ การให้ความสนใจของสื่อมวลชนต่อโครงการพัฒนาต่าง ๆ จะทำให้ประชาชนเข้าร่วมในการพัฒนา อันจะทำให้บุคคลนั้นได้รับสถานภาพไปด้วย

2.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายอย่างกว้างขวาง: นโยบายของรัฐบาลย่อมเป็นที่สนใจของประชาชน โดยเฉพาะในท้องถิ่นของตนเองว่า จะมีการพัฒนาอันอย่างไร โดยสื่อมวลชนได้เผยแพร่ออกไปอย่างกว้างขวาง ทำให้เกิดการพูดคุยกันและแสดงความคิดเห็นออกมา เพื่อสะท้อนไปยังรัฐบาลให้นำไปพิจารณากำหนดนโยบายในการพัฒนาประเทศ

2.4 ปลุกฝังบรรทัดฐานของสังคม: สื่อมวลชน มีบทบาทในการเผยแพร่บรรทัดฐานที่ดีของสังคม และการหลีกเลี่ยงบรรทัดฐานอย่างรุนแรงให้ประชาชนทราบ เพื่อช่วยให้สังคมอยู่ในกรอบหรือบรรทัดฐานที่วางไว้

2.5 ช่วยปลุกฝังให้มีรสนิยมที่ดี: สื่อมวลชนสามารถสร้างความคุ้นเคยกับสิ่งต่าง ๆ แก่ประชาชน เช่น ดนตรี ศิลปะ อันมีผลต่อรสนิยมของบุคคลในประเทศที่กำลังพัฒนา วัฒนธรรมเป็นสะพานเชื่อมโยงที่ดีที่สุดของประชาชนในชาติ สามารถสร้างความรู้สึกเรื่อง “ความเป็นชาติ” ได้โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดศิลปะประจำชาติ ดนตรีประจำชาติ หรือการแสดงประจำชาติ นอกจากนั้น ศิลปะพื้นบ้านของแต่ละท้องถิ่นสามารถนำมาเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เพื่อก่อให้เกิดความผูกพันทางใจระหว่างคนในท้องถิ่นได้

2.6 เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ดี: ในการพัฒนาประเทศ สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติใหม่ ๆ หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ดีนั้น รวมทั้งเบี่ยงเบนทัศนคติเดิมได้ เพราะถ้าประชาชนมีความรู้สึกว่าการปฏิบัตินั้นไม่แตกต่างจากการปฏิบัติอันเดิม หรือเป็นการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย จะทำให้เกิดการยอมรับได้ง่ายขึ้น

3. การให้การศึกษา ในการพัฒนาประเทศ เมื่อประชาชนได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนา จนเกิดความรู้สึกทะเยอทะยานและตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต หน้าที่ต่อไปของรัฐบาลคือ การให้การศึกษาและให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่อง การอ่านออกเขียนได้ การเมือง การปกครอง การสาธารณสุข การเกษตร การช่าง ซึ่งการสื่อสาร โดยเฉพาะสื่อมวลชนสามารถให้ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการปรับตัวของประชาชนให้เข้ากับการพัฒนาประเทศได้

อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการพัฒนาสังคมนั้นจะต้องไม่ลืมว่า ลักษณะทันสมัย กับลักษณะล้าหลังหรือดั้งเดิมของสังคมนั้น สามารถผสมกลมกลืนกันได้ การพัฒนามุ่งไปที่การเปลี่ยนแปลงชุมชน การพัฒนาจะต้องพยายามให้ประสานสอดคล้องกับลักษณะดั้งเดิมมากกว่าจะ ตีจากไป เพราะการเปลี่ยนแปลงนั้นเราต้องคำนึงถึงเสถียรภาพของสังคมด้วย ดังนั้นการที่จะใช้ สื่อมวลชนให้มีบทบาทต่อการพัฒนาสังคม ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องสร้างสื่อมวลชนชนิดใหม่ขึ้นใน สังคม เพียงแต่พยายามที่จะหาวิธีการเพื่อใช้สื่อมวลชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นของดั้งเดิมในสังคมมาใช้ให้ เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนา ก็ย่อมประสบผลสำเร็จได้ แต่ทั้งนี้ก็ต้องตระหนักถึงสภาพ ความเหมาะสม ตลอดจนธรรมเนียมนิยมของสื่อมวลชนแต่ละชนิด อีกทั้งจะต้องคำนึงถึงทฤษฎี และหลักการบางอย่างในการใช้สื่อมวลชนเพื่อการดังกล่าวด้วย เพื่อไม่ให้เกิดการใช้สื่อมวลชนมี ลักษณะเป็นการยึดเยียดจนผิดลักษณะของสื่อมวลชนไป ซึ่งอาจกลายเป็นการทำลายสื่อมวลชนไป อย่างน่าเสียดาย

2.1.6 การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร

การวางแผนโครงการสื่อสารเพื่อการพัฒนา จะต้องอาศัยความคิดริเริ่มและ สร้างสรรค์ซึ่งเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตที่กลุ่มเป้าหมายได้เคย ปฏิบัติมาแล้ว และการกระทำเช่นนี้ย่อมเกิดผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิดและค่านิยมซึ่งฝังรากลึก ในใจของประชาชนอยู่แล้ว โดยใช้ทั้งกลยุทธ์การสื่อสารแบบตรงไปตรงมาหรือการสื่อสารทางอ้อม และศิลปะการโน้มน้าวใจ ประเด็นสำคัญที่ควรพิจารณา 4 ประเด็น ดังนี้ (Najib M. and James H. 1982: 43-52)

1. การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร (Communication Strategy) หมายถึง การผสมผสานระหว่างการใช้ “วิธีการสื่อสาร” (Methods) “สาร” (Messages) และ “แนวทางการใช้ การสื่อสาร” (Approach) ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2. การเลือกแนวทางการใช้การสื่อสาร (Communication Approach) แนวทาง การใช้การสื่อสารในโครงการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น มีหลายวิธีด้วยกัน แนวทางที่นิยมแพร่หลายนั้น มุ่งสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย 4 ประการด้วยกัน คือ

- 2.1 การมุ่งให้ข่าวสาร โดยการเสนอแนวความคิดใหม่ ๆ หรือข้อมูลข่าวสาร ให้ประชาชนรู้จักและคุ้นเคย

- 2.2 การมุ่งให้การศึกษา โดยการอธิบายและขยายความแนวความคิดใหม่ โดยชี้ให้เห็นถึงผลดีและผลเสียด้วย

2.3 การมุ่งจูงใจหรือโน้มน้าวใจ โดยการกระตุ้นความรู้สึกและโน้มน้าวใจให้ประชาชนยอมรับแนวความคิดใหม่

2.4 การมุ่งให้ความบันเทิง โดยการกระตุ้นและการดึงดูดความสนใจของประชาชนเกี่ยวกับความคิดใหม่

3. การพัฒนารูปแบบสาร (Development of Messages) หมายถึง การออกแบบและสร้างสาร (Message Design) ให้น่าสนใจและจูงใจประชาชน ลักษณะการออกแบบสารโดยยึดหลักการจูงใจนั้น มีประเด็นที่ต้องพิจารณา ดังต่อไปนี้

3.1 การจูงใจโดยใช้อารมณ์ กับ การจูงใจโดยใช้เหตุผล (Emotional VS. Rational Appeals) โดยส่วนใหญ่แล้วสารที่สามารถจะเข้าถึงประชาชนได้สองลักษณะ คือ อารมณ์และเหตุผล การกระตุ้นอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ ได้แก่ ความรัก ความเกลียด ความกลัว ความวิตกกังวล ความปลอดภัย เป็นต้น ส่วนการจูงใจด้วยเหตุผลจะทำให้เกิดความรู้สึกสนับสนุนอย่างแท้จริงบนพื้นฐานเหตุผลที่มาสสนับสนุน แต่จากการผลวิจัย พบว่า การออกแบบสารที่ใช้อารมณ์จะโน้มน้าวใจได้มากกว่าสารที่ใช้เหตุผล

3.2 การจูงใจโดยใช้ข้อมูลด้านบวก กับ การจูงใจใช้ข้อมูลด้านลบ (Positive VS. Negative Appeals) เป็นรูปแบบหนึ่งของการจูงใจโดยใช้อารมณ์ โดยการให้ข้อมูลด้านบวกหรือด้านลบนี้ จะทำให้กระตุ้นความรู้สึกทางอารมณ์มากยิ่งขึ้น

3.3 การจูงใจมวลชน กับ การจูงใจเฉพาะบุคคล (Mass VS. Individual Appeals) โดยทั่วไปแล้วจะใช้การจูงใจมวลชน เพราะว่าอิทธิพลของมวลชนในสังคมย่อมมีอิทธิพลต่อบุคคลให้ยอมรับความคิดใหม่ได้ ส่วนการจูงใจเฉพาะบุคคลนั้น จะใช้ในประเด็นที่สังคมไม่ค่อยให้ความสำคัญเท่าใด เช่น พฤติกรรมส่วนบุคคล สภาพการใช้จ่าย และการคาดหวังในการเป็นสมาชิกของสังคม เป็นต้น ซึ่งการออกแบบสารเพื่อจูงใจบุคคลนั้นไม่จำเป็นจะต้องผ่านช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลเท่านั้น

3.4 การจูงใจโดยใช้อารมณ์ขัน กับ การจูงใจโดยใช้ความจริงจัง (Humorous VS. Serious Appeals) การใช้อารมณ์ขันจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น เพราะจะทำให้ผู้รับสารมีความเพลิดเพลินสนุกสนานและลดการต่อต้านได้

3.5 การจูงใจด้วยการเสนอสารด้านเดียว กับ การจูงใจด้วยการเสนอสารสองด้าน (One sided VS. Two sided Appeals) ประสิทธิภาพในการจูงใจขึ้นอยู่กับลักษณะผู้รับข่าวสาร ดังนี้ คือ การเสนอสารด้านเดียว จะได้ผลในแง่การจูงใจมากกว่า สำหรับผู้รับสารที่มีการศึกษาต่ำ และเห็นชอบกับเรื่องนั้นอยู่แล้ว ส่วนการเสนอสารสองด้านจะได้ผลมากกว่าสำหรับผู้ที่มีการศึกษา และมีความรู้สึกต่อต้านอยู่ก่อนแล้ว

3.6 การจูงใจด้วยการเสนอสารโดยตรง กับ การจูงใจด้วยการเสนอสารโดยอ้อม (Direct VS. Indirect Arguments) โดยพิจารณากลุ่มผู้รับสารเป็นหลักว่าเหมาะสมกับการเสนอสารแบบใด ผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะชอบการให้เสนอสารโดยอ้อม ส่วนผู้ที่มีความรู้ต้องการให้เสนอสารโดยตรง

3.7 การจูงใจโดยการกำหนดประเด็นการสรุป กับ การจูงใจโดยการให้ผู้ฟังสรุปเอง (Definite Conclusion VS. Open Conclusion) ผู้รับสารที่ไม่สามารถจะสรุปสารได้เองนั้น ผู้ส่งสารจะต้องเป็นผู้สรุปให้อยู่ในประเด็นที่ต้องการ ส่วนผู้ที่มีความสามารถพอที่จะสรุปได้เองก็ไม่จำเป็นจะต้องสรุปประเด็นให้

3.8 การจูงใจโดยการเสนอสารซ้ำ ๆ กับ การจูงใจโดยการเสนอสารเพียงครั้งเดียว (Repetitive VS. One-time Appeals) การเสนอสารซ้ำ ๆ จะทำให้ผู้รับสารสามารถจดจำข่าวสารได้ดี แต่จะต้องขึ้นอยู่กับคุณภาพในการออกแบบสารด้วย

4. การเลือกประเภทการสื่อสาร (Selection of Communication Methods) การจะเลือกใช้สื่อประเภทใดนั้น ควรพิจารณาถึงหลักเกณฑ์ 5 ประการ ดังนี้

4.1 จัดทำรายการสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งหมดที่มีอยู่ แล้วพิจารณาเลือกสื่อที่คิดว่าเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์

4.2 พิจารณาประเมินสื่อแต่ละประเภท โดยคำนึงถึงลักษณะเนื้อหาของสารและแนวการใช้ที่จะบังเกิดผลมากที่สุด

4.3 รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของแต่ละสื่อ

4.4 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายและผลตอบแทน ที่คาดว่าจะได้รับในการใช้สื่อแต่ละประเภท

4.5 ใช้สื่อหลายประเภท ซึ่งหากเป็นไปได้ควรใช้สื่อแบบผสมผสาน คือ ใช้สื่อหลายประเภทในลักษณะส่งเสริมซึ่งกันและกัน

2.1.7 ประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การสื่อสารเพื่อการพัฒนาประเทศจะประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ก็ต่อเมื่อปฏิบัติตามเงื่อนไขต่อไปนี้

1. การวางแผนอย่างเหมาะสม การสื่อสารเพื่อการพัฒนา เป็นการสื่อสารที่เน้นในเรื่องการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางจิตวิทยาและสังคม ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของประชาชนตามที่ปรารถนา ส่วนใหญ่ของทฤษฎีการสื่อสารจะมีลักษณะทางจิตวิทยาและสังคมวิทยา เพราะทฤษฎีการสื่อสารเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลและกลุ่ม ในขณะที่การ

วางแผนเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิผล ก็ต้องคำนึงถึงเรื่องสังคมและจิตวิทยาเพื่อที่จะสามารถผลิตข่าวสารได้อย่างเหมาะสม

2. การเข้ากันได้กับวัฒนธรรมของประชาชน วัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อและพฤติกรรมของคน ดังนั้น การสื่อสารที่เสนอแนะให้คนเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรม จึงต้องเข้าให้ถึงและทำให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของประชาชน

3. ทำการสื่อสารให้ถึงประชาชนเป้าหมาย การสื่อสารเพื่อการพัฒนา ก็ต้องอาศัยหลักการของการสื่อสารโดยทั่วไป กล่าวคือจะต้องทำการสื่อสารให้ถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพราะประชาชนแต่ละกลุ่มย่อมมีความแตกต่าง ทั้งในเรื่องความต้องการ ปัญหาสภาพเศรษฐกิจ และสังคม เป็นต้น ดังนั้น จึงต้องมีการจัดเตรียมเครือข่ายการสื่อสารให้เพียงพอแก่การจะเผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงและเหมาะสม

4. อาศัยการสื่อสารแบบสองทาง ในการพัฒนาสังคมนั้น อาศัยแต่เพียงการสื่อสารจากฝ่ายรัฐบาลไปยังประชาชนแต่เพียงฝ่ายเดียวไม่เป็นการเพียงพอ ทั้งนี้เพราะจะทำให้รัฐบาลไม่มีโอกาสได้รับทราบความรู้สึกนึกคิด ความต้องการ และปัญหาของประชาชน วิธีการสื่อสารที่ดีที่สุด ก็คือ ฝ่ายรัฐบาลจะต้องรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนด้วย เพื่อนำมาปรับปรุงแผนพัฒนาและวิธีการสื่อสารต่อไป

5. ทำการสื่อสารบ่อย ๆ และใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ ที่อยู่ในความสนใจของผู้รับสาร หลักข้อหนึ่งของการสื่อสารที่มีประสิทธิผล คือ ผู้ส่งสารจะต้องสามารถทำให้สารของตนเด่นกว่าสารอื่น ๆ โดยมีวิธีการอันหนึ่ง คือ ผู้ส่งสารจะต้องทำการสื่อสารบ่อย ๆ หรือใช้สื่อหลาย ๆ ชนิด และอีกวิธีหนึ่ง คือ ใช้ผู้ส่งสารที่น่าเชื่อถือและอยู่ในความสนใจของประชาชน เช่น ผู้นำประเทศ ผู้นำท้องถิ่น หมอ เป็นต้น

6. การสาธิต การที่จะทำให้ประชาชนเข้าใจ และยอมรับการเปลี่ยนแปลง จำเป็นจะต้องอาศัยการสาธิตให้เห็นอย่างจริงจัง หรืออาศัยบุคคลที่เปลี่ยนแปลงแล้วเป็นตัวอย่าง

7. การปฏิบัติ การที่คนเราจะสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อและพฤติกรรมของตนได้นั้น บุคคลนั้นต้องมีประสบการณ์ที่ดีต่อสิ่งใหม่นั้นเสียก่อน ดังนั้นหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่พัฒนาจึงต้องเตรียมการในเรื่องการทดลองให้เห็นจริง ๆ (Schramm, 1964: 127-144)

2.2 บทบาทของสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา

2.2.1 ความหมายของ “สื่อพื้นบ้าน”

สื่อพื้นบ้าน หมายถึง รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล หรือบุคคลกับกลุ่มคน หรือกลุ่มคนกับกลุ่มคน ที่ได้ประเพณีปฏิบัติสืบทอดกันมา จนเกิดความเคยชินเป็นประเพณีขึ้น และยังคงครอบคลุมถึงประเพณี ภาษา ท่าทาง การแต่งกาย เครื่องใช้ต่าง ๆ เป็นต้น ที่ประชาชนในสังคมหนึ่งกำหนดความหมายที่แน่นอนเอาไว้ให้เป็นที่เข้าใจตรงกันอีกด้วย ดังนั้น สื่อพื้นบ้าน จึงมีอีกชื่อหนึ่งว่า “สื่อประเพณี” (สุรพล วิรุฬห์รักษ์, 2530: 1)

สื่อพื้นบ้าน หมายถึง วัฒนธรรมทั้งหมดที่บุคคลและสังคมได้สร้างสรรค์และสั่งสมกันมาตั้งแต่อดีต จนกลายเป็นเครื่องมือที่รับและเก็บข่าวสาร ที่เป็นสัญลักษณ์และเอกลักษณ์ของระบบสังคม ปรากฏให้เห็นในรูปของ คำพูด ข้อเขียน บทเพลง ดนตรี การละเล่น หัตถกรรม สถาปัตยกรรม พิธีกรรม ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม หรือแม้กระทั่งวิถีชีวิต (สมควร กวียะ, 2530: 8)

จากความหมายของสื่อพื้นบ้านดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่า สื่อพื้นบ้านในประเทศไทยมีมานาน นับตั้งแต่สมัยสุโขทัยเป็นราชธานี และยังมีรูปแบบที่หลากหลายกระจายอยู่ในท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นของตนเองหรืออาจหยิบยืมมาใช้ในท้องถิ่นของตน เนื่องจากเห็นว่ามีประโยชน์ต่อชุมชนและบุคคลต่อการดำเนินชีวิตในสังคมนั้น ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อพื้นบ้านเหล่านั้นได้แสดงถึงบทบาทและความสำคัญในลักษณะต่าง ๆ กันไป ดังปรากฏในแนวคิดของนักวิชาการหลายท่านว่า ประเทศไทยมีวัฒนธรรมย่อยที่หลากหลายในแต่ละท้องถิ่น มีทั้งสอดคล้องกันและแตกต่างกันบ้างในบางพื้นที่หรือแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงก็มี โดยที่วัฒนธรรมย่อยเหล่านี้มักจะมี “สื่อพื้นบ้าน” รวมอยู่ด้วย และถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานของการสื่อสารของแต่ละถิ่นนั้น ๆ ที่ได้มีการสืบทอดมาแต่โบราณโดยรวมอยู่ในรูปของคำพูด ความเชื่อ วิถีชีวิต ที่แสดงออกถึงประสบการณ์และข้อมูลต่าง ๆ ผ่านสื่อพื้นบ้านในรูปแบบของสื่อประเพณี สื่อพิธีกรรม สื่อการละเล่น สื่อเพลง เป็นต้น สื่อพื้นบ้านต่าง ๆ เหล่านี้ได้ใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารในท้องถิ่นของสังคมไทยมาช้านานก่อนที่จะมีสื่อสมัยใหม่ต่าง ๆ เกิดขึ้น โดยมีแหล่งที่ชาวบ้านจะสามารถมาทำกิจกรรมร่วมกันได้อย่างเต็มที่ตามแต่โอกาสและสถานที่ที่จัดให้มีสื่อพื้นบ้านเหล่านี้ขึ้น เช่น วัด ตลาด งานเทศกาล งานบุญ เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2530: 31,37; สุรพล วิรุฬห์รักษ์, 2530: 40-41; บุญยงค์ เกศเทศ, 2536: 47 อ่างโน ศรีปาน รัตติกาลชลากร, 2538: 8)

2.2.2 บทบาทของสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา

สื่อพื้นบ้านและกิจกรรมการแสดงของศิลปินพื้นบ้านเป็นกระบวนการการสื่อสารที่มีตัวศิลปินเป็นผู้ส่งสาร ผู้ชมเป็นผู้รับสาร และสิ่งที่แสดงออกไปคือ สาร นั่นเอง การสื่อสารของสื่อพื้นบ้านเป็นการสื่อสารกับคนจำนวนมาก ที่มุ่งสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ชมในรูปแบบของความเป็นบันเทิงที่แทรกผสมกับความเป็นจริงในสังคม และสอดแทรกความรู้และความคิดเห็นเข้าไปด้วย สื่อพื้นบ้านจึงได้ชื่อว่าเป็น “สื่อมวลชนท้องถิ่น” ที่ได้รับการยกย่องว่ามีคุณค่าทางอารมณ์ และคตินิยมที่ได้ถ่ายทอดให้แก่ประชาชนนั้นนับว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ในการแสดงให้เห็นถึงจารีตประเพณีของประทศอย่างลึกซึ้ง ซึ่งแฝงไปด้วยความรู้สึกที่ชื่นชอบของประชาชน (EIC Newsletter Special, 1975: อ้างใน เลิศชาย ศิริชัย, 2535: 1) โดยที่สื่อพื้นบ้านมีบทบาทเป็นสถาบันการสื่อสารของสังคมมาเป็นเวลานานนับหลายศตวรรษแล้ว ก่อนที่จะมีสถาบันสื่อสารมวลชนเกิดขึ้นมาใหม่ในชั่วระยะเวลาไม่กี่ศตวรรษมานี้เอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2539 : 3-8)

ในการพัฒนาประเทศหรือการพัฒนาชนบทที่ผ่านมา มีปัญหาที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ประชาชนไม่ได้รับข่าวสารที่จำเป็นอย่างเพียงพอ จึงทำให้ไม่สามารถที่จะปรับเปลี่ยนตัวเองและกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้น ทั้งนี้เนื่องมาจากช่องทางในการสื่อสารที่จะเข้าถึงประชาชนที่อยู่ในชนบทนั้นยังไม่เพียงพอและด้อยประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประเทศทั้งภาครัฐและเอกชนจึงพยายามหาช่องทางในการสื่อสารที่จะแก้ปัญหาดังกล่าว สื่อพื้นบ้านจึงเป็นทางออกหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากสื่อพื้นบ้านได้ทำหน้าที่การสื่อสารเพื่อการพัฒนาอยู่แล้ว เพราะในการแสดงของสื่อพื้นบ้านมิได้มีแต่ความเป็นบันเทิงเพียงอย่างเดียวแต่ยังสอดแทรกสาระต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ผสมอยู่ด้วย (เลิศชาย ศิริชัย, 2535: 18) นอกจากนี้ ศิลปินพื้นบ้านยังมีความใกล้ชิดกับชาวบ้าน มีความเข้าใจพื้นฐานทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น และสามารถใช้ภาษาถิ่นถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ ได้อย่างคล่องแคล่วและลึกซึ้ง ศิลปินพื้นบ้านมักเป็นผู้ที่ได้รับการยกย่องนับถือจากชาวบ้านในท้องถิ่นเสมอ เพราะศิลปินที่มีความชำนาญจะมีความรอบรู้ศิลปะหลายด้านทั้งทางโลกและทางธรรม มีความสนใจในเรื่องข่าวสารการพัฒนาอยู่มากจึงเป็นนักสื่อสารที่ดีด้วย (สุรพล วิรุฬกรักษ์, 2530: 4) อีกทั้งสื่อพื้นบ้านเป็นสื่อที่นิยมของประชาชนได้ดีกว่าสื่อสมัยใหม่ และมีราคาถูกในแง่ต้นทุนการผลิตเนื่องจากเป็นสื่อที่มีอยู่แล้วส่วนใหญ่ใช้ในด้านการบันเทิง ถ้าหากมีการสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาเข้าไป ก็จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในแผนพัฒนามากที่สุด (จุมพล รอดคำดี, 2527: 1) ดังนั้นสื่อพื้นบ้าน จึงมีข้อดีและเหมาะสมที่จะนำมาใช้เป็นสื่อเพื่อการพัฒนาประเทศ ดังต่อไปนี้

1. สื่อพื้นบ้านเป็นสื่อที่หาง่าย
 2. สื่อพื้นบ้านเป็นสื่อที่ใกล้ชิดกับมวลชนทั่วประเทศ และแสดงออกทางอารมณ์ได้มากกว่าการใช้เหตุผลเชิงวิชาการ
 3. สื่อพื้นบ้านสามารถดัดแปลงการแสดงผลได้หลายรูปแบบ เพื่อสนองความต้องการในด้านการสื่อสาร กับมวลชนทุกหมู่เหล่า
 4. สื่อพื้นบ้านเป็นของท้องถิ่นและมีชีวิต สามารถสร้างความสามัคคีในกลุ่มผู้ฟังหรือผู้ดู ได้ดีกว่าสื่อมวลชนสมัยใหม่
 5. สื่อพื้นบ้านสามารถปรับตัวเข้ากับเนื้อหาใหม่ ๆ ได้เสมอ
 6. สื่อพื้นบ้าน เป็นสิ่งที่ชื่นชอบแก่คนทุกเพศทุกวัย
 7. สื่อพื้นบ้าน เป็นสื่อที่มีราคาถูก เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนสมัยใหม่
- (Shyam Parmar อ้างใน จุมพล รอดคำดี, 2527: 3)

ในการศึกษาถึงบทบาทของสื่อพื้นบ้านนั้น ศูนย์วางแผนพัฒนาการใช้สื่อมวลชนท้องถิ่นของฟิลิปปินส์ (office of Planning and Development National Media Production) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนในท้องถิ่น เช่น ละครพื้นบ้าน หุ่นกระบอก เป็นต้น สรุปได้ ดังนี้ (เลิศชาย ศิริชัย, 2535: 19)

1. สื่อมวลชนท้องถิ่นต่าง ๆ อาจจะมีรูปแบบ โครงสร้าง เนื้อหา และวิธีการนำเสนอแตกต่างกันตามสภาพของแต่ละท้องถิ่น แต่ก็มีลักษณะร่วมกันคือ การสะท้อนภาพชีวิตของชาวบ้านในชนบท การใช้ภาษาถิ่นที่สามารถสื่อความเข้าใจกันได้ง่าย ส่วนวิธีการแสดงออกนั้นก็ได้รับการพัฒนาไปตามลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนแต่ละชนิด
2. สื่อมวลชนท้องถิ่นทุกชนิด จะมีความผูกพันอย่างใกล้ชิดกับพิธีกรรมทางศาสนา และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของประชาชนในท้องถิ่น
3. สื่อมวลชนท้องถิ่นจะรู้จักผสมผสานข่าวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ในท้องถิ่นเพื่อเสนอให้ประชาชนทราบ โดยการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงท่วงทำนองให้สอดคล้องกับเรื่องราวที่ต้องการแสดง พร้อมกับเสริมแต่งดัดแปลงอย่างมีศิลปะเพื่อนำเสนอใจยิ่งขึ้น
4. วิธีการเผยแพร่ข่าวสารโดยอาศัยสื่อมวลชนท้องถิ่น ได้รับความนิยมน้อยกว่าจากประชาชนสูงกว่าการเผยแพร่ข่าวสาร โดยวิธีการอื่น ๆ ของรัฐบาล
5. ชาวชนบทในท้องถิ่นห่างไกล ซึ่งไม่ค่อยได้รับสื่อมวลชนสมัยใหม่ จะมีความซาบซึ้งในสื่อมวลชนท้องถิ่นมากกว่าผู้ที่ได้รับสื่อมวลชนสมัยใหม่
6. บทบาทของสื่อมวลชนท้องถิ่นที่สรุปได้จากการศึกษา คือ ทำให้ประชาชนตระหนักถึงความเป็นชาติ เพิ่มประสิทธิภาพของรัฐบาลในการพัฒนาประเทศ ประชาชนยอมรับให้

ความสนใจสื่อมวลชนท้องถิ่นในระดับสูง และความไม่สลับซับซ้อนในรูปแบบของสื่อมวลชนท้องถิ่น ทำให้สามารถนำไปใช้เพื่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก และในขณะเดียวกันการใช้สื่อมวลชนในท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาประเทศนั้น ยังเป็นการพัฒนาสื่อมวลชนท้องถิ่นต่าง ๆ ให้มีความสามารถในการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมไปพร้อม ๆ กันด้วย

สวชนบทบาทของ สื่อพื้นบ้านของไทยนั้น มีนักวิชาการหลายท่านได้แสดงความ คิดเห็นเอาไว้ สรุปได้ ดังนี้

1. บทบาทในการผดุงรักษาวัฒนธรรม และแสดงออกซึ่งเอกลักษณ์ของชาติ
2. บทบาทในการเสริมสร้างความมั่นคงทางจิตใจ และรักษาความสัมพันธ์ทาง เครือญาติและชุมชน
3. บทบาทในการพัฒนาด้านต่าง ๆ ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและ ศิลปะวัฒนธรรม โดยการให้ข่าวสารที่โน้มน้าวใจผานสื่อพื้นบ้าน
4. บทบาทในการผ่อนคลายความเครียด ความกดดันทางสังคม เศรษฐกิจ ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีที่อาจมีข้อห้าม เช่น เรื่องการแสดงออกทางเพศ ความก้าวร้าว เป็นต้น
5. บทบาทในการสร้างความสามัคคีในกลุ่ม ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในชุมชน และชาติ
6. บทบาทในการให้ความบันเทิง สนุกสนานเพลิดเพลิน
7. บทบาทในการอบรม สั่งสอนคุณธรรม ค่านิยม ความประพฤติต่าง ๆ แก่ บุคคลและสังคม
8. บทบาทในการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยน ทางวัฒนธรรม และรายได้เข้าประเทศและท้องถิ่น (ณรงค์ เล็งประชา, 2531: 17; สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2532: 56,108; สุรเชษฐ์ เวชชพิทักษ์, 2533: 87-102; ชาลี ทวารนุรักษ์, 2534: 7-8; สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติและมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2535: 26; เสรี พงศ์พิศ, 2536: 38,41-46, 59-60; บุญยงค์ เกศเทศ, 2536: 20 อ้างใน ศรีปาน รัตติกาลชลากร, 2538: 13)

จะเห็นได้ว่า บทบาทของสื่อพื้นบ้านในฐานะผู้ส่งสารนั้น มีประโยชน์ต่อการ พัฒนาท้องถิ่นในลักษณะที่ว่า ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่สื่อสารเพียงอย่างเดียวแต่อาจรวมถึงการพัฒนา แนวความคิด ทศนคติ และค่านิยมต่าง ๆ ให้อยู่ควบคู่ไปกับขนบธรรมเนียมประเพณีและสังคมได้ เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามสื่อพื้นบ้านอาจมีรูปแบบ โครงสร้าง เนื้อหาแตกต่างกันไปตามสภาพ ของแต่ละท้องถิ่น เช่น ภาคอีสาน ภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคใต้ แต่คงมีลักษณะร่วมกัน

กล่าวคือ การสะท้อนภาพชีวิตของชาวบ้านในชนบท การใช้ภาษาเฉพาะถิ่นที่สื่อความได้ดี นอกจากนี้ สื่อพื้นบ้านทุกชนิด มีความผูกพันอย่างใกล้ชิดกับพิธีกรรมทางศาสนาและกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งได้อย่างดีโดยไม่ก่อให้เกิดช่องว่างขึ้นภายในระบบสังคมหรือชุมชนนั้น แต่กลับเป็นการเสริมบทบาทของสื่อพื้นบ้านให้โดดเด่นขึ้นอีกครั้งหลังจากที่กำลังจะสูญหายไป โดยมีสาเหตุมาจากการเข้ามาแทนที่ของสื่อสมัยใหม่และการผสมผสานทางวัฒนธรรมของแต่ละสังคมเข้าด้วยกัน จนหาจุดเด่นของสื่อพื้นบ้านที่มีมาแต่เดิมได้ยาก อันเป็นเหตุให้การถ่ายทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนเริ่มเปลี่ยนแปลงบทบาทและหน้าที่ไป ด้วยเหตุดังกล่าว จึงต้องมีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยส่งเสริมพัฒนาการความเจริญของมนุษย์ในสังคม อีกทั้งยังช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต พัฒนาทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม และการเรียนรู้ต่าง ๆ อย่างถูกต้อง ซึ่งในปัจจุบันการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ ประสบผลสำเร็จเนื่องมาจากการใช้สื่อผสม เช่น โทรทัศน์ วิทยุ โบลเตอร์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น แต่การใช้สื่อมวลชนดังกล่าวไม่มีขีดจำกัดในตัวเอง เช่น คุณภาพของสื่อ ความนิยมของผู้รับสาร งบประมาณในการจัดทำสื่อ ตลอดจนการเข้ากันได้กับวัฒนธรรมของชุมชน (ธีระเดช ชื่นประภาณุสรณ์, 2538: 7)

ดังนั้น การนำเอาสื่อพื้นบ้านที่เคยมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารและการพัฒนา มาตั้งแต่อดีตมาใช้ในการสื่อสารเพื่อพัฒนาในส่วนที่สื่อมวลชนด้อยสมรรถนะอยู่นั้น จะทำให้สื่อทั้งสองประเภทนี้ส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกัน เช่น การเผยแพร่เทปเสียงของศิลปินพื้นบ้านทางสถานีวิทยุ การแสดงผ่านทางโทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งย่อมจะส่งผลทำให้การพัฒนาประเทศดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพโดยสมบูรณ์ อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์และเผยแพร่สื่อพื้นบ้านให้คงอยู่คู่สังคมไทยตลอดไป

สำหรับประเทศไทยนั้น หลักฐานสำคัญที่แสดงให้เห็นว่ารัฐบาลเริ่มตระหนักและเห็นความสำคัญของสื่อพื้นบ้าน ซึ่งเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทรงประสิทธิภาพของชุมชนดั้งเดิมของชาวไทย ได้ก่อตัวเป็นรูปธรรมขึ้นในสมัยรัฐบาลของจอมพล ป.พิบูลสงคราม รัฐบาลยุคนี้ได้มุ่งเน้นดำเนินนโยบายรัฐนิยมนำพาประเทศไปสู่อารยะ โดยมีแผนการอย่างชัดเจนที่จะฟื้นฟูและนำสื่อพื้นบ้านมาปรับใช้เป็น “สื่อ” ในการโฆษณาณโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล ซึ่งมีอยู่ 18 ประเภท เช่น หมอลำ หนังสือตลก เป็นต้น หลังจากนั้นต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2484 รัฐบาลไทยเริ่มนโยบายต่อต้านลัทธิคอมมิวนิสต์ โดยได้เลือกใช้สื่อพื้นบ้านเป็นสื่อสามัญเพื่อสร้างกระแสต่อต้านคอมมิวนิสต์ ซึ่งมีผลให้รัฐบาลสมัยต่อ ๆ มาได้เลือกเอาสื่อพื้นบ้านเข้ามาปรับใช้ในนโยบายต่าง ๆ ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม เช่น ลำตัด หมอลำ ลิเก หนังสือตลก เป็นต้น (พรศักดิ์ เหล่ากิจไพศาล, 2529: 16 อ้างใน ธีระเดช ชื่นประภาณุสรณ์, 2538: 3)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสาน เป็นดินแดนที่มีพื้นที่กว้างใหญ่ถึงหนึ่งในสามของประเทศไทย มีประชากรอาศัยอยู่มากกว่าทุกภาคและได้อพยพแรงงานไปประกอบอาชีพต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย ถึงแม้ว่าจะมีความแห้งแล้งกันดารมาแต่อดีตแต่ก็ยังมีศิลปวัฒนธรรมประเพณีต่าง ๆ ที่เจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งคนอีสานจะมีความรัก และผูกพันกับวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นอันมาก สื่อพื้นบ้านของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอยู่หลายประเภทแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มวัฒนธรรมหมอลำในเขตอีสานเหนือ ได้แก่ จังหวัดเลย อุดรธานี ขอนแก่น เป็นต้น กลุ่มวัฒนธรรมเพลงโคราชอยู่ในแถบจังหวัดนครราชสีมา และกลุ่มวัฒนธรรมเจริญกันตรึมในเขตอีสานใต้ ได้แก่ จังหวัดสุรินทร์ ศรีสะเกษ และบุรีรัมย์ แต่สื่อพื้นบ้านที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ หมอลำ โดยเป็นสื่อพื้นบ้านที่ได้รับความนิยมในทุกจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

หมอลำได้เข้าไปมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ ในช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 รัฐบาลได้สนับสนุนให้หมอลำเข้าไปมีบทบาทในการพัฒนา ดังจะเห็นได้ในสมัยที่จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี โดยในปี พ.ศ. 2502 ได้ใช้หมอลำเป็นสื่อในการเผยแพร่เกี่ยวกับเหตุการณ์บ้านเมือง และการดำเนินงานพัฒนาประเทศ ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ และในปัจจุบันหน่วยงานของรัฐบาลได้ใช้หมอลำเป็นสื่อในการเผยแพร่และสนับสนุนนโยบายการพัฒนาด้านต่าง ๆ เช่น การเกษตร การชลประทาน การศึกษา การสาธารณสุข และโครงการพิเศษต่าง ๆ (เสงี่ยม บึงไสย, 2531: 5-6)

2.3 บทบาทของหมอลำเพื่อการพัฒนา

2.3.1 ความหมายของ “หมอลำ”

ความหมายของ “หมอลำ” ได้มีผู้ให้คำจำกัดความและความหมายไว้ ดังนี้
หมอลำ หมายถึง ผู้ชำนาญในการขับร้องหรือเล่าเรื่องยาวได้ และการลำส่วนใหญ่จะนำเอาวรรณคดีที่เป็นคำกลอนและเป็นเรื่องยาวมาขับลำ (กรมศิลปากร, 2521: 3)

หมอลำ หมายถึง การขับลำนำด้วยภาษาถิ่นอีสานจากผู้ที่มีความชำนาญโดยมีดนตรีพื้นบ้านประกอบที่เรียกว่า แคน (จารุวรรณ ธรรมวัตร, ม.ป.ป.: 33)

หมอลำ หมายถึง ผู้มีความสามารถในการร้อง หรือนักร้องในภาคอีสาน (เจริญชัย ชนไพโรจน์, 2526: 1)

หมอลำ หมายถึง ผู้ที่ชำนาญในการขับร้องหมอลำ มีดนตรี คือ แคน เป็นเครื่องประกอบ (ปรีชา พิณทอง, 2532: 848)

หมอลำ หมายถึง ผู้ที่มีความสามารถในการขับลำหรือขับร้องกลอนลำให้เกิดทำนองและจังหวะที่ไพเราะเพราะพริ้ง (ไพฑูริย์ แพงเงิน, 2534: 1) .

หมอลำ หมายถึง ผู้ที่ศิลปะและความชำนาญในการขับร้องกลอนลำด้วยภาษาถิ่นอีสาน โดยมีดนตรีที่ใช้ประกอบ คือ แคน เป็นต้น (ธีระพงษ์ ใสดาวศรี, 2537: 32)

2.3.2 บทบาทของหมอลำเพื่อการพัฒนา

หมอลำ ได้มีบทบาทในการพัฒนาอย่างจริงจัง ในช่วงสงครามเวียดนาม ในปี พ.ศ. 2493 - 2503 โดยสำนักงานข่าวสารอเมริกัน (Usis) ได้จ้างหมอลำกลอนจากประเทศไทย ไปลำโฆษณาทางการเมืองให้แก่รัฐบาลลาว ต่อมารัฐบาลไทยเห็นว่าเป็นวิธีการที่ดีจึงได้นำหมอลำมาใช้เป็นสื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐบาล ในช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองของประเทศไทย พ.ศ. 2475 เป็นต้นมา

หน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงานก็นำหมอลำไปใช้เป็นสื่อเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์นโยบายหรือโครงการการพัฒนาต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน มีดังนี้

- 1 กรมประมวลราชการแผ่นดิน สำนักนายกรัฐมนตรี (กรมประมวลข่าวกลาง)
 - พ.ศ. 2498 ได้นำหมอลำไปใช้เป็นสื่อพื้นบ้านเพื่อการพัฒนา ในโครงการหน่วยพัฒนาเคลื่อนที่
 - พ.ศ. 2503 ได้ร่วมมือกับสำนักข่าวสารอเมริกันประจำประเทศไทย (Usis) จัดทำภาพยนตร์หมอลำ (ลำข่าว) ชุดพัฒนาการจำนวน 17 เรื่อง ออกฉายทั่วประเทศโดยการถ่ายทำเป็นภาพยนตร์ข่าว และบันทึกเทปเสนอข่าวสารการพัฒนาประเทศ
- 2 สำนักงานป้องกันปราบปรามยาเสพติด (ปป.ส.) สำนักนายกรัฐมนตรี ได้ให้หมอลำแต่งกลอนลำเกี่ยวกับการป้องกันยาเสพติดให้โทษ และชี้ให้เห็นพิษภัยของยาเสพติดชนิดต่าง ๆ
- 3 กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี โดยสถานีวิทยุแห่งประเทศไทย ได้ใช้หมอลำบันทึกเสียงเผยแพร่ข่าวสารบ้านเมืองในแต่ละสมัย
 - พ.ศ. 2502 เผยแพร่ข่าวสารบ้านเมือง ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค
 - พ.ศ. 2530 เผยแพร่ประชาสัมพันธ์นโยบายหลักการโครงการอีสานเขียว
 - พ.ศ. 2531 สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย ช่อง 4 ขอนแก่น ร่วมกับสำนักงานจังหวัดขอนแก่นได้จัดประกวดหมอลำกลอน เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการสร้างงานในชนบท (ก.ส.ช.) และโครงการพัฒนาชนบทในระดับจังหวัด

4 กระทรวงสาธารณสุข โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดต่าง ๆ ในภาคอีสาน ได้ใช้หมอลำเป็นสื่อเผยแพร่ความรู้ด้านการป้องกันและรักษาโรค ตลอดจนการรักษาสุภาพอนามัยของประชาชน ดังต่อไปนี้

- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุบลราชธานี ร่วมกับ ศูนย์ประชาสัมพันธ์ เขต 2 อุบลราชธานี นำไปใช้เป็นสื่อในโครงการป้องกันโรคท้องถิ่น ได้แก่ อหิวาตกโรค อุจจาระร่วง และโรคบิด

- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดขอนแก่น ร่วมกับ ศูนย์ประชาสัมพันธ์ เขต 1 ขอนแก่น ใช้เป็นสื่อในโครงการรณรงค์ควบคุมและป้องกันโรคพยาธิใบไม้ตับ

- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดหนองคาย มหาสารคาม และอุบลราชธานี ใช้เป็นสื่อเผยแพร่โครงการวางแผนครอบครัวและการคุมกำเนิด

5 กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ใช้เป็นสื่อในโครงการพัฒนาหมู่บ้าน

6 ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัดอุบลราชธานี ใช้ในโครงการรณรงค์การรู้หนังสือของประชาชน

7 กรมศาสนา โดยโรงเรียนพุทธศาสนาวันอาทิตย์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ใช้เป็นสื่อในการสอนธรรมะแก่นักเรียนและประชาชน

8 กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายใน (กอ.รมน.) และกองรักษาความปลอดภัยกลาง (กร.ป.กลาง) จังหวัดสกลนคร และจังหวัดอุดรธานี ใช้เป็นสื่อในการปฏิบัติการด้านจิตวิทยาเพื่อเชิญชวนผู้หลงผิด หรือผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์ ให้กลับใจมอบตัวกับทางราชการ

9 สำนักงานการพลังงานแห่งชาติ ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์โครงการสร้างเขื่อนเพื่อผลิตพลังงานไฟฟ้า เช่น การสร้างเขื่อนลำโดมน้อย จังหวัดอุบลราชธานี และการสร้างเขื่อนอุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น

10 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยสำนักงานเกษตรจังหวัดต่าง ๆ ใช้เป็นสื่อในการรณรงค์ให้ประชาชนรู้จักการคัดเลือกพันธุ์พืชที่ดีมาปลูกและการคัดเลือกพันธุ์สัตว์ที่ดีมาเลี้ยง ตลอดจนการปลูกพืชผักสวนครัวเพื่อเสริมรายได้ให้กับครอบครัว (เสงี่ยม บึงไผ่, 2533: 70-74)

นอกจากนี้ยังพบว่า “หมอลำ” เป็นสื่อที่เผยแพร่บอกกล่าวให้ผู้ฟังได้เข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ของบ้านเมือง ซึ่งนับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นอย่างหนึ่งของการศึกษานอกระบบในภาคอีสานในอดีต เพราะหมอลำสามารถเผยแพร่วัฒนธรรมและสอดแทรกความรู้ใหม่ ๆ ในรูปแบบของความบันเทิง สนุกสนาน ทำให้ผู้ฟังได้รับความรู้อีกด้วย โดยมีหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ได้นำหมอลำไปใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ มีดังนี้

- กรมประชาสัมพันธ์ เขต 1 จังหวัดขอนแก่น ใช้ในการต่อต้านลัทธิคอมมิวนิสต์ และโครงการอีสานเขียว

- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ใช้รณรงค์ให้ประชาชนไปใช้สิทธิในการเลือกตั้งผู้แทนราษฎร

- กระทรวงสาธารณสุข โครงการวางแผนครอบครัว โครงการสร้างเสริมภูมิคุ้มกันโรค โครงการควบคุมและป้องกันโรคติดต่อในท้องถิ่น โครงการอีสานไม่กินปลาดิบ

- กระทรวงเกษตร โดยสำนักงานเกษตรจังหวัดมหาสารคาม ใช้ในการรณรงค์เพื่อให้ชาวบ้านเลี้ยงไก่

- กระทรวงศึกษา โดยโรงเรียนหัวตะพาน จังหวัดอุบลราชธานี ได้แต่งกลอนลำเกี่ยวกับคณิตศาสตร์ เพื่อล่อนนักเรียนและผลิตเป็นเทปจำหน่ายแก่โรงเรียนต่าง ๆ โรงเรียนปทุมพิทยาคม จังหวัดอุบลราชธานี ได้แต่งกลอนลำราชาศัพท์สอนแก่นักเรียน และโรงเรียนลิ้อคำหาญ จังหวัดอุบลราชธานี ได้แต่งกลอนลำสอนภาษาอังกฤษ เรื่อง Tenses ต่าง ๆ

- ส่วนภาคเอกชน ที่นำหมอลำมาใช้เป็นสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ คือ ผู้สมัครผู้แทนราษฎรในเขตภาคอีสาน เพื่อใช้ในการรณรงค์หาเสียง (สมพงษ์ บุตรโรจน์ อ่างในสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2532: 175-176)

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กองวรรณคดีและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร (2521: 35-43) ได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล เรื่อง “การละเล่นพื้นเมืองภาคอีสาน (หมอลำหมอลำแคน)” เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้คงอยู่ต่อไป และให้คนรุ่นใหม่เห็นความสำคัญของศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า หมอลำเป็นศิลปการแสดงพื้นบ้านที่มีค่ายิ่งของภาคอีสาน ควรค่าแก่การรักษาไว้ให้คงอยู่สืบไป เพราะเป็นศิลปะที่ได้สอดแทรกคติธรรม ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนเนื้อหาสาระที่เป็นทั้งสารคดีและพุทธศาสนา โดยมีบทบาทสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. ให้ประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิง โดยให้ความรู้ทั้งทางโลกและทางธรรม เพราะการแสดงหมอลำย่อมมีผลต่อจิตใจของผู้ชมผู้ฟัง สามารถที่จะซึมซาบหรือชักจูงให้เกิดความรู้โดยไม่รู้ตัว

2. ให้ประโยชน์ด้านช่วยรักษาขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น เพราะเป็นศิลปการแสดงพื้นบ้านที่มีคุณค่าในการปลูกฝังวัฒนธรรมทางจิตใจ ให้แก่คนในท้องถิ่นได้อีกทางหนึ่ง

3. ให้ประโยชน์ต่อผู้แสดง เพราะผู้แสดงหมอลำต้องใช้ความรู้ความสามารถในการเรียนรู้และท่องจำเรื่องราวต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอเพื่อถ่ายทอดไปสู่ผู้ชมผู้ฟัง

4. ให้ประโยชน์ในการพัฒนาประเทศ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจและการเมือง โดยใช้หมอลำช่วยในการเผยแพร่ความรู้ด้านต่าง ๆ ด้วย เช่น การวางแผนครอบครัว และด้านการเมือง เป็นต้น

สุกัญญา สุจฉายา (2525 : 168-169) ได้ทำการศึกษา เรื่อง “เพลงปฏิพากษ์ บทเพลงแห่งปฏิภาณของชาวบ้านไทย” โดยที หมอลำ จัดเป็นเพลงปฏิพากษ์ประเภทหนึ่ง โดยเฉพาะหมอลำกลอน หรือหมอลำคู่ ที่เป็นการลำแข่งขันคารม ไหวหรรปฏิภาณ เนื้อหาของบทกลอนที่ใช้ลำเป็นการถามตอบปัญหาโลกธรรม เหตุการณ์บ้านเมือง ความรู้ต่าง ๆ รวมทั้งการเกี่ยวพาราสีจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า เพลงปฏิพากษ์ มีบทบาทต่อสังคมไทย ดังต่อไปนี้

1. สร้างความบันเทิง ให้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน
2. สร้างความสามัคคี สร้างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแก่คนในสังคม
3. ให้การศึกษาแก่คนในสังคม โดยมีการสอดแทรกความรู้ทางโลก และทางธรรม
4. ระบายความแค้น อับเหงาจากกฎเกณฑ์ประเพณี และค่านิยมบางประการ โดยเฉพาะการแสดงออกทางเพศ
5. ระบายความกดดัน อันเนื่องจากภาวะทางเศรษฐกิจและสังคม
6. บันทึกเหตุการณ์และการวิพากษ์วิจารณ์สังคม

จุมพล รอดคำดี (2527: 65-69) ได้ทำการศึกษา เรื่อง “การสำรวจสื่อพื้นเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” พบว่า สื่อพื้นเมืองที่นิยมแพร่หลายที่สุด คือ หมอลำ ซึ่งมีอยู่ในทุกจังหวัด และหมอลำเป็นสื่อพื้นเมืองที่เข้าถึงชาวบ้านมากที่สุด สังเกตได้จากงานบุญประเพณีต่าง ๆ จะมีหมอลำรวมอยู่ในงานด้วยเสมอ โดยเฉพาะงานกฐิน งานบุญเข้าพรรษา งานบุญออกพรรษา งานบุญพระเวสและงานบุญบั้งไฟ นอกจากนี้หมอลำยังมีประโยชน์ในด้านการสร้างความบันเทิง การรักษาประเพณี ให้ความรู้ทั้งทางโลกและทางธรรม และยังช่วยส่งเสริมเผยแพร่ นโยบายรัฐบาลในด้านต่าง ๆ อีกด้วย

จารุวรรณ ธรรมวัตร (ม.ป.ป.: 94-119) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง “บทบาทของหมอลำต่อสังคมอีสานในช่วงกึ่งศตวรรษ” พบว่า หมอลำมีบทบาทต่อสังคมอีสานดังนี้

1. ให้ความบันเทิงใจ เพราะหมอลำเป็นการแสดงที่ให้ความสนุกสนาน
2. ให้ความรู้ โดยนำเรื่องที่จะแสดงมาผูกเป็นกลอนลำ มีทั้งความรู้ทางโลกและทางธรรม
3. เผยแพร่ศาสนาและรักษาบรรทัดฐานของสังคม เพราะหมอลำมีกำเนิดจากเทศน์และธรรมเนียมการอ่านหนังสือผูกซึ่งเป็นวรรณกรรมที่มีเนื้อหาและปรัชญาสืบทอดอุดมการณ์ทางศาสนา
4. สร้างเอกภาพทางการเมืองและความคิด โดยวิธีการเสนอข้อมูลที่เป็นบรรทัดฐานสังคมให้คนปฏิบัติตามเหมือนกัน
5. เป็นเครื่องมือสื่อสารของชาวบ้าน หมอลำ เป็นสื่อที่ชาวบ้านเข้าถึงมากที่สุดและให้ความเชื่อถือในฐานะผู้ให้ข่าวสาร ความรู้ และความคิดประจำชุมชน

เสงี่ยม บึงไสย์ (2531: 183) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง “บทบาทของหมอลำกลอนในด้านการเมือง” ทำให้ทราบว่า บทบาทของหมอลำกลอนในการทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคล และในการสื่อสารทางการเมืองให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ เช่น หน่วยงานการปกครอง การศึกษา การสาธารณสุข การพลังงานแห่งชาติ และการชลประทาน เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาสาระที่สื่อออกไปนั้น จะอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่เป็นนโยบายของรัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐที่นำลำกลอนไปใช้ในการสื่อสาร และพบว่า หมอลำกลอนที่เข้าไปมีบทบาทในการเมืองนั้น มักจะเป็นหมอลำที่มีประสบการณ์มาก มีความรู้ความสามารถสูง มีชื่อเสียงโด่งดัง และเป็นที่ยอมรับของสังคมและท้องถิ่น ตลอดจนกลุ่มอาชีพเดียวกัน อีกทั้งยังพบว่าบทบาทของลำกลอนในการสื่อสารทางการเมือง มีลักษณะที่สำคัญอยู่ 3 ประเด็น คือ การสื่อนโยบายจากรัฐไปสู่ประชาชน การสื่อแนวคิดจากประชาชนไปสู่หน่วยงานราชการ และการสื่อแนวคิดจากประชาชนไปสู่ประชาชน