

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “กระบวนการพัฒนาการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ของปราชญ์ชาวบ้าน ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน บ้านดอนผิงแดด จังหวัดเพชรบุรี” เป็นการศึกษาเรื่องกระบวนการพัฒนาการสื่อสาร ซึ่งกลุ่มปราชญ์ชาวบ้านพัฒนาตนเอง เพื่อมีวัตถุประสงค์ในการเพิ่มทักษะการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์และวิถีพอเพียง ให้บุคคลภายนอกกลุ่ม นอกจากนั้นยังศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนา ปัญหาอุปสรรค ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 4 แนวคิดหลัก คือ แนวคิดเรื่องศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน แนวคิดเรื่องกระบวนการพัฒนาการสื่อสาร แนวคิดเรื่องการสื่อสาร และแนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้

1. ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน
 - บริบทชุมชน
 - ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน
2. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาการสื่อสาร
 - แนวคิดเรื่องกระบวนการพัฒนา
 - แนวคิดเรื่องการจัดการความรู้
 - แนวคิดเรื่องกระบวนการรับนวัตกรรม
 - แนวคิดเรื่องความสามารถทางการสื่อสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
 - องค์ประกอบของการสื่อสาร
 - แนวคิดเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคล
 - แนวคิดเรื่องการสื่อสารกลุ่มเล็ก
 - แนวคิดเรื่องสื่อบุคคล
 - แนวคิดเรื่องผู้นำ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน

1.1 บริบทชุมชน

1.1.1 ประวัติความเป็นมา

ตำบลบางขุนไทร อำเภอบ้านแหลมจังหวัดเพชรบุรี แต่เดิมนั้นเป็นพื้นที่ใกล้ทะเล คนกลุ่มแรกที่อพยพเข้ามาตั้งบ้านเรือนนั้นมักเป็นคนจีน โดยเข้ามาทางเรือ เพื่อมาค้าขายและประกอบอาชีพประมง ต่อมามีคนชาติอื่นๆ เช่น แขก ลาว เข้ามาอาศัยด้วย

หมู่บ้านคอนผิงแดด หรือหมู่ 5 ของตำบลบางขุนไทรเป็นพื้นที่ห่างจากทะเลเดิมเป็นที่แห้งแล้ง ในสมัยรัชกาลที่ 4-5 มีคนลาวจากเมืองเวียงจันทน์ และเมืองพวน อพยพเข้ามาอยู่ในประเทศไทย โดยกระจายอยู่ตามที่ต่างๆ ในจังหวัดเพชรบุรีก็มีคนลาวกลุ่มนี้อยู่ด้วยเช่นกัน ซึ่งเรียกตัวเองว่า ลาวเวียง และลาวพวน ครั้งแรกเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ที่บ้านโพธิ์การ้อง อำเภอมืองจังหวัดเพชรบุรี

ในปี 2438 คนลาวเวียง และลาวพวน กลุ่มนี้ ได้ย้ายมาตั้งถิ่นฐานใหม่ในตำบลบางขุนไทร โดยมารวมกันอยู่ที่หมู่ 5 บ้านคอนผิงแดด ด้วยเหตุว่าสภาพภูมิประเทศของหมู่บ้านในเวลานั้นเป็นที่ดอนโล่งๆ ล้อมรอบไปด้วยทุ่งนาและทุ่งหญ้า มีต้นมะขามเทศและต้นจามจุรีขึ้นอยู่บ้างประปราย ประกอบกับอาชีพของชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านคอนผิงแดดส่วนใหญ่จะทำนาข้าว จึงต้องตากแดดตากฝนกลางแจ้ง จากสภาพแวดล้อมดังกล่าวจึงเป็นที่มาของชื่อหมู่บ้านว่า “บ้านตากแดด” ณ ช่วงเวลานั้น

นอกจากชุมชนได้ตั้งหมู่บ้านแล้ว ยังได้สร้างวัดให้เป็นທີ່ประกอบพิธีทางศาสนาและเป็นศูนย์รวมของหมู่บ้าน โดยตั้งชื่อว่า “วัดคอนผิงแดด” ต่อมาเมื่อมีคนจากตำบลหนองปลาไหล อำเภอยะขอม จังหวัดเพชรบุรี อพยพเข้ามาตั้งบ้านเรือนเพิ่มขึ้น หมู่บ้านตากแดดขยายเป็นหมู่บ้านใหญ่ขึ้น ต่อมา มีการพิจารณาชื่อหมู่บ้านและทำการเปลี่ยนแปลงเสียใหม่ แต่ยังให้คงความหมายเดิมเอาไว้ เนื่องจากชื่อเดิมนั้นฟังแล้วไม่ไพเราะ จากนั้นมาบ้านตากแดด จึงเปลี่ยนเป็น “บ้านคอนผิงแดด” และ “วัดคอนผิงแดด” จนกระทั่งปัจจุบัน

ในปัจจุบันนี้หมู่ 5 บ้านคอนผิงแดด ตำบลบางขุนไทร อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี มีสภาพแวดล้อมที่ร่มรื่นกว่าอดีตมากขึ้น จากทุ่งโล่งท้องนา กลายมาเป็นพื้นที่เพาะปลูกไม้ยืนต้นอื่นๆ เพิ่มขึ้น เป็นพื้นที่เกษตรผสมผสานที่สร้างรายได้เลี้ยงชีพคนคอนผิงแดดเรื่อยมา

ชาวบ้านคอนผิงแดด มีความรักสามัคคีกันเป็นอย่างดี อีกทั้งยังรักษาประเพณีอันดีงามสืบต่อกันมา ประเพณีของชาวคอนผิงแดดนั้น เป็นการผสมผสานกันระหว่าง

ประเพณีไทยพื้นถิ่นดั้งเดิมของชุมชนที่อยู่โดยรอบ กับประเพณีของบรรพบุรุษที่สืบเชื้อสายมาจากลาวเวียง ลาวพวน ดังนั้น ตั้งแต่ต้นปีถึงปลายปีจะมีประเพณีต่างๆ ทั้งแบบไทยและลาวผสมกันไป

โดยเริ่มจากเดือนมกราคม ช่วงปีใหม่เป็นประเพณีทำบุญตักบาตร เดือนเมษายน ช่วงสงกรานต์มีประเพณีรดน้ำดำหัว และประเพณีสงฆ์หาลวง ซึ่งเป็นประเพณีที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษชาวลาว เป็นการเซ่นไหว้บรรพบุรุษที่ทำขึ้นในวันท้ายของเทศกาลสงกรานต์ เดือนพฤษภาคมก่อนลงนา มีประเพณีทำบุญทุ่ง เพื่อเป็นการเซ่นไหว้ผีไร่ผืนาก่อนที่จะทำนา ราวเดือนกันยายนถึงเดือนตุลาคม (เดือน 10) มีเทศกาลสารทไทย ราวเดือนพฤศจิกายน (เดือน 12) มีพิธีรับขวัญข้าว ลอยกระทง และเนื่องจากในตำบลบางขุนไทร โดยเฉพาะที่หมู่ 1 หมู่ 2 มีคนจีนอาศัยอยู่จำนวนไม่น้อย ส่งอิทธิพลให้คนคอนผิงแดดจำนวนหนึ่งนิยมกินเจในช่วงเทศกาลกินเจด้วยเช่นกัน

แม้ว่าบรรพบุรุษของคนคอนผิงแดดมาจากลาวเวียง และลาวพวน แต่ปัจจุบันในชุมชนบ้านคอนผิงแดดไม่มีใครพูดภาษาดั้งเดิมของบรรพบุรุษ แต่ใช้ภาษาไทยกลาง แต่สำเนียงเพชรบุรี ในการติดต่อสื่อสารกัน (องค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนไทร 2554)

ผู้วิจัยได้แนบรายละเอียดภาพบริบทของชุมชนบ้านคอนผิงแดด เอาไว้ในภาคผนวก ง

1.1.2 สภาพแวดล้อม

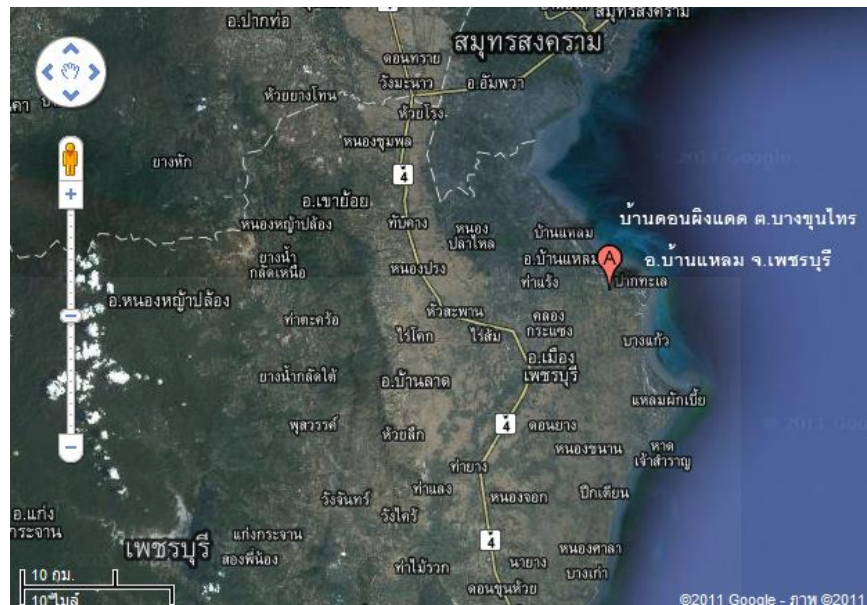
บ้านคอนผิงแดด ตั้งอยู่ในเขตตำบลบางขุนไทร อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ห่างจากที่ว่าการอำเภอไปทางทิศใต้ ประมาณ 6 กิโลเมตร

ทิศเหนือ ติดต่อกับ หมู่ 3 บ้านบางขุนไทร

ทิศใต้ ติดต่อกับ หมู่ 11 บ้านดอนหอยแครง

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ หมู่ 6 บ้านดอนวัด และหมู่ 8 บ้านบางอินทร์

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ หมู่ 9 บ้านป่าขาด



ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงที่ตั้งของบ้านดอนผิงแดด ตำบลบางขุนไทร
อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี

สภาพภูมิประเทศของหมู่บ้านเป็นที่ดอนโล่งๆ ล้อมรอบไปด้วยทุ่งนา และ ทุ่งหญ้า ดินมีความอุดมสมบูรณ์ จึงเหมาะแก่การทำเกษตร เพาะปลูก และเลี้ยงสัตว์ มีระบบน้ำชลประทานสำหรับการเกษตร มีต้นมะขามเทศและต้นจามจุรีขึ้นประปราย เมื่อถึงหน้าแล้งร้อน และแห้งแล้งมาก แต่พื้นที่เป็นที่โล่งจึงมีลมพัดโกรกตลอดเวลา



ภาพที่ 2.2 ภาพแสดงพื้นที่ตำบลบางขุนไทร อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี

1.1.3 ศักยภาพของหมู่บ้าน

กรมการพัฒนาชุมชน (2554) ได้ทำการสำรวจและประเมินปัจจัยที่เป็นจุดแข็งต่อการพัฒนา และเป็นจุดอ่อน ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ไว้ดังนี้

ปัจจัยภายในที่สนับสนุนหรือเป็นจุดแข็งในการพัฒนา

1. ผู้นำ เป็นผู้เสียสละ มีประสิทธิภาพใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาหมู่บ้าน

2. ประชาชน ให้ความร่วมมือต่อการพัฒนาสูง

3. มีสภาชุมชนในหมู่บ้าน

4. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การรณรงค์ป้องกันกำจัดน้ำเสียจากกลุ่มผู้ใช้น้ำ โดยสนับสนุนจุลินทรีย์เพื่อบำบัดน้ำเสียในคลองต่างๆ

5. แหล่งทุนในหมู่บ้าน มีดังนี้

- กองทุนหมู่บ้าน บ้านดอนผิงแดด
- กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต บ้านดอนผิงแดด
- กองทุนกลุ่มชวมนา
- กองทุนผู้สูงอายุ
- กองทุนฌาปนกิจ

6. กลุ่มและองค์กรที่เข้มแข็ง

- กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต
- กลุ่มทำนา
- กลุ่มผู้ใช้น้ำ
- กลุ่มเลี้ยงโค

7. ทุนทางสังคม

- ภูมิปัญญาชาวบ้าน ด้านการนวดตัว (แผนโบราณ)
- ปราชญ์ชาวบ้าน ด้านการเกษตร คือ นายชาญ ทับสี
- ปราชญ์ชาวบ้านด้านการทอผ้า คือ นางสาวสมบุญ น้อยพ่วง

8. ทุนทางเทคโนโลยี เช่น น้ำมันไบโอดีเซล ปุ๋ยหมักชีวภาพ

ปัจจัยภายในที่เป็นอุปสรรค หรือเป็นจุดอ่อนในการพัฒนา

1. คุณภาพดิน การใช้สารเคมีในการกำจัดศัตรูพืช ปุ๋ย เป็นเวลานานทำให้สภาพดินเสื่อม

2. คุณภาพน้ำ น้ำที่ใช้ในการเกษตรไม่เพียงพอในฤดูแล้ง ต้องขุดบ่อบาดาลทดแทน และน้ำเสียจากสารเคมีและการปล่อยน้ำที่ปนเปื้อนสารเคมีลงลำคลอง โดยเฉพาะในฤดูแล้ง

3. ไม่มีที่สาธารณประโยชน์ เพื่อจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ในหมู่บ้าน
4. บางกลุ่มมีการแตกแยก
5. การค้าซื้อในกิจกรรมของกลุ่มอาชีพ
6. ประชาชนในหมู่บ้านยังไม่เปิดโอกาสให้ตนเองรับรู้สิ่งใหม่ ๆ

ปัจจัยภายนอกที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา

ปัจจัยภายนอกที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการ ดังนี้

1. มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้การสนับสนุนพัฒนาหมู่บ้าน
2. มีหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาส่งเสริมและทำการวิจัย
3. มีสภามชนในหมู่บ้าน
4. การก่อสร้างศูนย์ฝึกอาชีพ เพื่อใช้ในการอบรม ประชุม/เวทีประชาคม

ต่างๆ

5. การได้รับการสนับสนุนในการขุดลอกคลอง การทำถนน
6. รับการสนับสนุนการสร้างประตูกั้นน้ำเค็ม
7. รับการสนับสนุนพันธุ์ผัก
8. โครงการพัฒนาศักยภาพหมู่บ้าน/ชุมชน ตามแนวทางปรัชญา

เศรษฐกิจพอเพียงปี 2550 งบประมาณ 250,000 บาท

ปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา

1. ราคาข้าวที่ไม่มีความแน่นอน เช่น ข้าวหอมมะลิ ราคาเกวียนละ 10,000 -15,000 บาท ต้องนำไปแปรรูปเป็นข้าวกล้อง จะได้เกวียนละ 15,000 บาท
2. ราคาน้ำมัน ราคาปุ๋ย ยาเคมี และอุปกรณ์การเกษตรที่มีราคาสูงขึ้น
 - ทำนา (นาปี) ทำได้ปีละ 1 ครั้ง
 - แหล่งน้ำที่มีไม่เพียงพอในฤดูแล้ง

1.2 ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน

1.2.1 ปราชญ์ชาวบ้าน

ผู้ที่เป็นปราชญ์ชาวบ้าน อาจถูกเรียกในชื่ออื่น เช่น นักคิดท้องถิ่น หรือครูภูมิปัญญาไทย แล้วแต่จะเรียกขานกัน คือบุคคลที่มีคุณสมบัติด้านความรู้ความสามารถในสาขา

ต่างๆ อันเกิดจากการสังสมประสบการณ์ด้วยการปฏิบัติจนบังเกิดผล ไม่ว่าจะเรียกอะไรก็ตาม คุณสมบัติโดดเด่นของผู้ที่เป็นปราชญ์ชาวบ้าน คือ

1. คนเหล่านี้มีความรัก ความเมตตา ความอยากช่วยเหลือคนอื่น
2. คนเหล่านี้คิด ทำ สรุปรบเรียน แล้วนำมาเป็นความรู้ให้คนอื่นได้อย่างชัดเจน มีทั้งวิชาการและ
3. ภาคปฏิบัติให้เห็นจริงได้
4. คนเหล่านี้มีจิตใจเอื้ออาทร พร้อมแบ่งปันแก่ผู้อื่น ทั้งความรู้ ความช่วยเหลือ หรือสิ่งของ โดยไม่ได้
5. มองเป้าหมายด้านค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน แต่มองที่ความสุขจากการแบ่งปันเป็นหลัก
6. คนเหล่านี้พร้อมเผยแผ่ภูมิปัญญาที่เกิดจากการทำจริง และพร้อมแลกเปลี่ยนเรียนรู้

โดยสรุปอาจกล่าวได้ว่า ปราชญ์ชาวบ้านนั้นเป็นผู้ที่มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ มีความคิดเข้าระบบชอบค้นหาคำความจริง ช่างสังเกตและนำสิ่งที่พบเห็นมาเรียนรู้โดยการปฏิบัติจริง สามารถสรุปเป็นบทเรียนได้ ดังเช่นปราชญ์ชาวบ้านด้านการเกษตร ซึ่งมีอยู่ทั่วไปในทุกภาคของประเทศ (กัลยาณี พรหมสุภา 2554)

1.2.2 ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน หมู่ 5 บ้านดอนผิงแดด

หมู่บ้านดอนผิงแดด เป็นหมู่บ้านเล็กๆ ที่มีชาวบ้านทำนาประมาณ 60 หลังคาเรือนเท่านั้น ประกอบกับคนในหมู่บ้านมักเกี่ยวพันกันเป็นลักษณะเครือญาติ และมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันอย่างสามัคคี การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือการรับรู้ปัญหาต่างๆ จึงเกิดขึ้นอยู่เสมอ

ชาวบ้านในหมู่บ้านดอนผิงแดด เคยทำการเกษตรด้วยการใช้สารเคมี แล้วทำให้เกษตรกรเป็นหนี้สินมากมาย อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อสุขภาพร่างกาย จนชาวบ้านบางคนถึงขั้นล้มป่วย และบางรายถึงแก่ชีวิตด้วยพิษของสารเคมีที่ได้สัมผัส และสะสมไว้เป็นเวลานาน

ความเดือดร้อนทำให้มองหาทางออก จนมาได้แรงหนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยศิลปากร โดยอาจารย์สุพรชัย มั่งมีสิทธิ์ ได้เข้าร่วมกับ องค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนไทร จัดทำแผนแม่บทให้กับหมู่ 5 บ้านดอนผิงแดด ทำให้ทราบถึงความต้องการของเกษตรกรในหมู่บ้าน ที่อยากทำเกษตรอินทรีย์ปลอดสารพิษ เหตุเพราะปุ๋ยเคมีที่แพงขึ้น บวกกับสภาพน้ำในลำคลองเริ่มเน่าเสีย กุ้ง หอย ปู ปลา เริ่มหายไป เกษตรกรหนี้สินเพิ่มมากขึ้น

อาจารย์สุพรชัย ได้นำเกษตรกร 19 ราย นำโดยผู้ใหญ่ชาญ ทับสี ไปดูงาน และเข้ารับการอบรมความรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์ ที่ศูนย์ฝึกอบรมเกษตรธรรมชาติวิเศษ จังหวัด

สระบุรี เมื่อกลับมาทดลองทำ ได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจตามต้องการ นายชาญ ทับสี จึงได้เป็นแกนนำ ในการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรจุลินทรีย์ขึ้นที่บ้านดอนผิงแดด เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2545 มีสมาชิก 49 คน ใช้วิธีระดมทุนตามศรัทธาคนละ 100-500 บาท ทำให้ได้เงินทุนจำนวน 8,000 บาท เริ่มต้นกลุ่ม โดยกลุ่มดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อทำเกษตรปลอดสารพิษ ลดต้นทุนในการทำเกษตร เพิ่มรายได้ ให้กับครอบครัว รวมทั้งเป็นศูนย์แลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคนิคการใช้จุลินทรีย์ชีวภาพ

กลุ่มได้พัฒนาจนเข้มแข็ง อีกทั้งยังได้ไปดูงาน รับการเรียนรู้เรื่องราวเกษตร อินทรีย์อีกหลายเรื่องจากหลายแหล่งความรู้ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2549 กระทรวงเกษตรและ สหกรณ์ ได้มีวาระแห่งชาติในเรื่องของเกษตรอินทรีย์ จึงได้จัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการทำเกษตร อินทรีย์ทั่วประเทศ และพบว่าบ้านดอนผิงแดด มีการทำเกษตรอินทรีย์ ในปี พ.ศ. 2550 จึงได้ มอบหมายให้สำนักงานเกษตรแต่ละจังหวัด จัดส่งกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์เพื่อพิจารณาคัดเลือกให้เป็น ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน โดยมีเป้าหมาย 40 ศูนย์ทั่วประเทศ

จากนโยบายดังกล่าว นายไตรพันธ์ คงกำเนิด หัวหน้ากลุ่มงานสารสนเทศ การเกษตร สำนักงานเกษตรและสหกรณ์ จังหวัดเพชรบุรี จึงได้เชิญกลุ่มเกษตรกรจุลินทรีย์บ้านดอน ผิงแดดไปนำเสนอผลงานของกลุ่ม จนได้รับเลือกให้เป็นศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านตามนโยบาย “ปราชญ์ชาวบ้านโมเดล” ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (อชิรญาณ์ ยันตพร, 2552)

1.2.3 บทบาทของศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน

หลังจากได้รับเลือกให้เป็นศูนย์ปราชญ์ชาวบ้านในปี พ.ศ. 2550 แล้ว ถือได้ ว่ากลุ่มเกษตรกรจุลินทรีย์บ้านดอนผิงแดด ได้เปลี่ยนบทบาทหน้าที่ของกลุ่ม จากเดิมที่เป็นการรวมตัว กันเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ช่วยเหลือกันเอง กลับต้องมีการกิจในการเผยแพร่องค์ความรู้สู่เกษตรกร และผู้สนใจอื่นๆ นอกชุมชนด้วย

องค์ความรู้ต่างๆ ที่ศูนย์ปราชญ์มีให้คือ การผลิตพลังงานทดแทน ไบโอดีเซล จากน้ำมันพืชใช้แล้ว หรือไขมันสัตว์ โรงสีชุมชน ที่ผลิตข้าวปลอดสารพิษ การผลิตน้ำสกัด ชีวภาพ เพื่อนำไปเป็นปุ๋ยบำรุงพืช แทนปุ๋ยเคมี เตาเผาถ่านอย่างประหยัด ทำให้เกษตรกรมีแหล่ง พลังงานความร้อนเพื่อการหุงต้มเอาไว้ใช้ โดยไม่ต้องพึ่งพาแก๊สหุงต้ม และจากการเผาถ่านไม้เนื้อเอง ทำให้ได้ น้ำส้มควันไม้ ที่สามารถนำไปใช้ฆ่าเชื้อโรค เชื้อรา ฆ่าแมลงศัตรูพืช การเลี้ยงหมูหลุม และ ไข่ชีวภาพ ที่สร้างความปลอดภัยใน การนำมาบริโภค (ไพโรจน์ นาครักษา, 2552)

อาจเรียกได้ว่าเป็นระยะพัฒนาและขยายเครือข่ายของกลุ่ม เริ่มมีการพัฒนา โครงการต่างๆ อย่างเป็นระบบ มีการกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการ กำหนดบทบาทบุคลากร รวมทั้งงบประมาณที่แน่นอน อีกทั้งยังมีการเชื่อมโยงเครือข่ายกับกลุ่มอื่นๆ อีกด้วย

มีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการเป็นศูนย์เรียนรู้ชุมชนด้านเกษตรปลอดสารพิษ ลดต้นทุนในการเกษตรและเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว รวมทั้งเป็นศูนย์แลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคนิคการใช้จุลินทรีย์ชีวภาพ การตั้งศูนย์เรียนรู้ชุมชนแต่เดิมอยู่ที่ 100/2 หมู่ที่ 5 บ้านดอนผิงแดด ซึ่งเป็นบ้านที่พักอาศัยของนายสำราญ อ่วมอ้น ต่อมาจึงได้รับการจัดสรรงบประมาณจากโครงการอยู่ดีมีสุขของรัฐบาล ให้ซื้อที่ดินพื้นที่ 1 ไร่ จึงได้ทำการย้ายที่ทำการไปอยู่ศูนย์เรียนรู้ใหม่ ซึ่งอยู่ตรงข้ามกับศูนย์เรียนรู้เดิม โดยได้งบประมาณจากองค์การบริหารส่วนตำบลบางขุนไทร 150,000 บาท เพื่อสร้างอาคารศูนย์เรียนรู้ (อชิรญาณ์ ยันตพร, 2552)

1.2.4 การทำหน้าที่ของศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน

หลังจากการเปลี่ยนบทบาทเป็นศูนย์เรียนรู้ชุมชน มีภาระหน้าที่ในการเผยแพร่องค์ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ โดยมีการกำหนดหลักสูตรชื่อ “แบ่งปันฉันพี่น้องตามวิถีอยู่เย็นเป็นสุข” สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเพชรบุรี เป็นผู้อนุมัติหลักสูตรการฝึกอบรมนี้ ซึ่งกิจกรรมในหลักสูตรต้องครอบคลุมรายละเอียดตามที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์กำหนด ได้แก่

- 1) การปรับทัศนคติ แนวคิด พฤติกรรม ของเกษตรกรให้สามารถดำเนินชีวิตได้ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง
- 2) สอนวิธีการผลิตโดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติ องค์กรความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อลดต้นทุนการเกษตร ตามที่ศูนย์เรียนรู้ชุมชนนัด
- 3) สอนการทำเกษตรตามแนวทฤษฎีใหม่ โดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งด้านทฤษฎี ปฏิบัติ และการศึกษาดูงานในแปลงเกษตรกรรม
- 4) สอนวิธีจัดทำแผนการใช้ที่ดิน หรือแผนการจัดการชีวิตอย่างพอเพียง
- 5) สอนวิธีการจัดทำบัญชีครัวเรือน

ในปี พ.ศ. 2552 ภายใ้การปรึกษาและให้คำแนะนำของสำนักงานเกษตรและสหกรณ์ จังหวัดเพชรบุรี ศูนย์การเรียนรู้ชุมชนได้อบรมเกษตรกรไปทั้งสิ้น 10 รุ่น รุ่นละ 30 คน โดยระยะเวลาของหลักสูตร 3 วัน 2 คืน (อชิรญาณ์ ยันตพร 2552)

1.2.5 คุณสมบัติและศักยภาพ

กรมพัฒนาชุมชน (2554) ได้ทำการขึ้นทะเบียนปราชญ์ชาวบ้าน หมู่ที่ 5 บ้านดอนผิงแดดไว้ จำนวน 16 คน ดังรายนามต่อไปนี้

- 1) นายชาญ ทับสี 38/2 ม.5 ต.บางขุนไทร อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี อายุ 50 ความสามารถและประสบการณ์: การผลิตปุ๋ยชีวภาพ
- 2) นายเฉลียว บุญล้ำ 89/4 ม.5 ต.บางขุนไทร อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี อายุ 74 ความสามารถและประสบการณ์: เศรษฐกิจพอเพียง, การเลี้ยงหมูหลุม

- 3) นายบัวลอย พิมพ์มา 58 ม.5 ต.บางขุนไทร อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี
อายุ 65 ความสามารถและประสบการณ์: เตาเผาถ่าน-น้ำส้มควันไม้
- 4) นายบุญส่ง เพชรพุก 51/1 ม.5 ต.บางขุนไทร อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี
อายุ 62 ความสามารถและประสบการณ์: การคัดพันธุ์ข้าว
- 5) นายพนม ธรรมวิชัยพันธ์ 9 ม.5 ต.บางขุนไทร อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี
อายุ 57 ความสามารถและประสบการณ์: เศรษฐกิจพอเพียง ช่างอิเล็กทรอนิกส์ การผลิตหัวเชื้อจุลินทรีย์
- 6) นายประสิทธิ์ เกิดโกชนัน 89 ม.5 ต.บางขุนไทร อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี
อายุ 50 ความสามารถและประสบการณ์: การเก็บหัวเชื้อจุลินทรีย์
- 7) นายสาธิต บุญล่า 102 ม.5 ต.บางขุนไทร อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี อายุ
35 ความสามารถและประสบการณ์: เตาเผาถ่าน-น้ำส้มควันไม้
- 8) นางสาวสมบุญ น้อยพ่วง 13 ม.5 ต.บางขุนไทร อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี
อายุ 54 ความสามารถและประสบการณ์: การทอผ้า
- 9) นายไพฑูรย์ แก้วผลึก 34 ม.5 ต.บางขุนไทร อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี
อายุ 62 ความสามารถและประสบการณ์: การผลิตอุปกรณ์หีบเกลือ
- 10) นายสำราญ อ่วมอัน 100/2 ม.5 ต.บางขุนไทร อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี
อายุ 39 ความสามารถและประสบการณ์: น้ำมันไบโอดีเซล ไก่อินทรีย์ชีวภาพ
- 11) นายบรรจง ท้าวเม้ย 56 ม.5 ต.บางขุนไทร อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี อายุ
60 ความสามารถและประสบการณ์: ช่างเครื่องยนต์
- 12) นายลำควน โคมกระโทก 3 ม.5 ต.บางขุนไทร อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี
อายุ 59 ความสามารถและประสบการณ์: ช่างไฟฟ้า
- 13) นายวัชร บัญสร้าง 27/1 ม.5 ต.บางขุนไทร อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี
อายุ 42 ความสามารถและประสบการณ์: ช่างก่อสร้าง
- 14) นายสุราษฎร์ แดงภู 105 ม.5 ต.บางขุนไทร อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี
อายุ 52 ความสามารถและประสบการณ์: แปรรูปอาหาร
- 15) นายสายธาร มีพันธุ์ 25/2 ม.5 ต.บางขุนไทร อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี
อายุ 41 ความสามารถและประสบการณ์: เลี้ยงปลาช่อน
- 16) นายพิน เรียนรู้ 35 ม.5 ต.บางขุนไทร อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี อายุ 62
ความสามารถและประสบการณ์: การทำนาปลอดสารพิษ

1.2.6 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ

พิทักษ์ ศิริวงศ์ (2554) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ บ้านดอนผิงแดด สามารถมีพัฒนาการไปสู่การยกระดับเป็นศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน พบว่ามีปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในที่ทำให้เกิดจุดแข็ง และปัจจัยภายนอกที่ทำให้เกิดโอกาส รวมทั้งวิเคราะห์จุดอ่อนและอุปสรรค โดยสรุปไว้ดังนี้

จุดแข็ง

1. บริบททางสังคมวัฒนธรรมของชุมชนเข้มแข็ง มีการสืบทอดประเพณีที่ยืนยาวมากกว่า 100 ปี ทั้งประเพณีที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ และเกี่ยวข้องกับอาชีพเกษตรกรรม
2. ผู้นำมีวิสัยทัศน์ เสียสละ มุ่งมั่น มองหาแนวทางแก้ปัญหา และมุ่งมั่นผลักดันจนสำเร็จด้วยความเสียสละอย่างสูง
3. ชุมชนมีความสามัคคี ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน
4. มีผู้กล้ายอมรับนวัตกรรม ในช่วงเริ่มต้นเปลี่ยนแปลงวิถีทำการเกษตรจากเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์ ตามแนวทางที่ได้รับการอบรม
5. มีพื้นฐานวิถีชีวิตแบบพอเพียง ไม่ได้มุ่งความร่ำรวย เป็นอยู่อย่างประหยัด และมีเหตุผลในการใช้ทรัพยากร อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พร้อมแบ่งปันให้ผู้อื่น
6. เป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ ทั้งแสวงหาความรู้ใหม่ และนำมาพัฒนาต่อยอด
7. มีการหลอมรวมจุดแข็ง นำความแตกต่างของสมาชิกมารวมกันเพื่อพัฒนา
8. มีความพร้อมในการปรับตัว สามารถปรับตัวได้ดีเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต

จุดอ่อน

1. ความรู้เชิงวิชาการ เพราะมีพื้นฐานการเป็นเกษตรกรที่เป็นนักปฏิบัติ
2. ประสบการณ์ ในด้านนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ ที่ยังต้องทดลองปฏิบัติต่อไป

3. การจัดการ ทักษะด้านการจัดการยังน้อย เพราะพื้นฐานเป็นเกษตรกร
4. เทคโนโลยี เพราะการเข้าถึงยังไม่สมบูรณ์พร้อม

โอกาส

1. มีผู้รู้แนะนำ มีนักวิชาการเข้าไปช่วยให้คำแนะนำ

2. มีผู้นำเสนอโอกาส การได้รับโอกาสส่งเข้ารับคัดเลือกเป็นศูนย์เครือข่าย
ปราชญ์ชาวบ้าน

3. มีโอกาสไปเรียนรู้ ไปดูงาน ได้รับโอกาสไปเรียนรู้ดูงาน เข้ารับการ
อบรมความรู้เพิ่มเติม

4. มีกลุ่มผลประโยชน์พร้อมช่วยเหลือเพื่อแลกเปลี่ยน ทั้งภาคราชการ ภาค
การเมือง ภาคเอกชน ที่ต่างต้องการใช้ประโยชน์ต่อยอดจากการเป็นศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน

อุปสรรค

1. บริบทสังคมสิ่งแวดล้อมแบบทุนนิยม ทำให้ต้องต่อสู้ด้วยแนวคิด
เศรษฐกิจพอเพียงด้วยความอดทนสูง

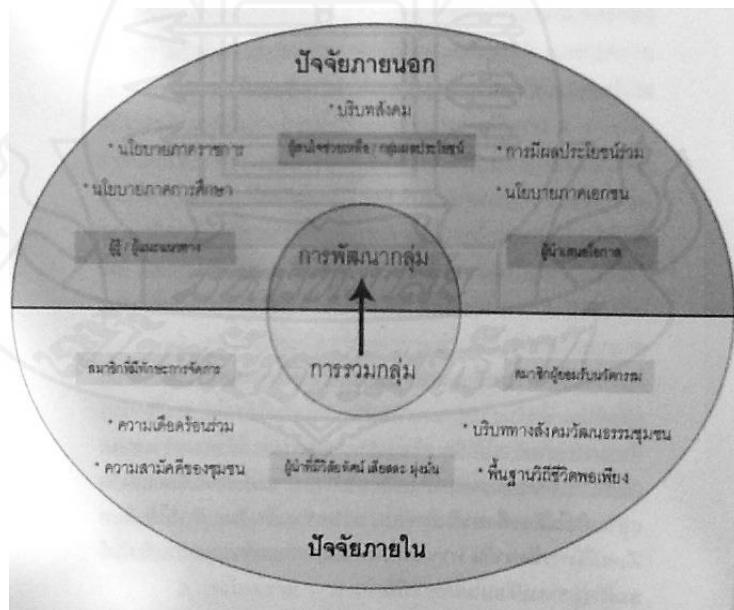
2. ทุน กลุ่มจัดตั้งกันโดยชุมชน ขาดเงินทุนในการพัฒนา

3. กลไกตลาด ส่งผลกระทบต่อการผลิต และการสร้างรายได้เพื่อยังชีพมาก

พอสมควร

4. การเมืองและกลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มการเมืองและกลุ่มผลประโยชน์บาง
กลุ่ม มีข้อแลกเปลี่ยนที่ไม่ค่อยเกิดประโยชน์ต่อศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน

5. การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ที่นำมาใช้ในการทำเกษตรกรรม ส่งผล
กระทบต่อโครงสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน



ภาพที่ 2.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาชุมชนเกษตรอินทรีย์ บ้านดอนผิงแดด

จากบริบทชุมชนของบ้านดอนผิงแดด จนถึงที่มาของการเกิดเป็นศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน บ้านดอนผิงแดด ทำให้ผู้วิจัยพบว่าบริบทของชุมชนที่มีความยากลำบากต่อการทำเกษตรกรรม จนทำให้ผู้คนมีความหวังกับเกษตรกรรมแผนใหม่ที่ใช้เคมีจนก่อให้เกิดปัญหา กลุ่มของปราชญ์ชาวบ้าน บ้านดอนผิงแดด ต้องฝ่ากระแสความเชื่อ วิถีปฏิบัติของชุมชน เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เท่ากับว่าสภาพชุมชนนั้นมีผลในแง่การเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ผลักดันให้กลุ่มปราชญ์ชาวบ้านต้องมีการพัฒนาการสื่อสาร เพื่อโน้มน้าวชาวบ้านมาเข้าร่วม และจากข้อมูลพบว่ามีบุคคลภายนอกชุมชนเข้ามาเกี่ยวข้อง สนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มปราชญ์ และยังมีความช่วยเหลือจากภาครัฐในการผลักดันไปสู่การเป็นศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านอีกด้วย

ผู้วิจัยจึงได้ใช้ 1) บริบทชุมชน 2) การสนับสนุนจากคนภายนอกชุมชน และ 3) การสนับสนุนจากภาครัฐ มาเป็นกรอบแนวคิดเพื่อประกอบการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกกลุ่ม ว่าส่งผลต่อการพัฒนาการสื่อสารของปราชญ์ชาวบ้าน บ้านดอนผิงแดด หรือไม่ อย่างไร

2. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาการสื่อสาร

กระบวนการพัฒนาการสื่อสาร คือ ลำดับขั้นตอนในการเปลี่ยนแปลงความสามารถทางการสื่อสารให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งเกิดจากความสัมพันธ์ของ “ช่วงระยะเวลา” ที่ส่งผลต่อ “ความสามารถทางการสื่อสาร” จากกรณีศึกษาของปราชญ์ชาวบ้าน ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน บ้านดอนผิงแดด เพชรบุรี การพัฒนาการสื่อสารของกลุ่มได้ผูกติดกับการได้รับนวัตกรรมในการทำเกษตร จนนำไปสู่การปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ จึงทำให้ต้องมีการพัฒนาการสื่อสาร

เป้าหมายปลายทางของการพัฒนาการสื่อสาร เป็นไปเพื่อการถ่ายทอดองค์ความรู้ ดังนั้น “ความรู้” จึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องมีการพัฒนาควบคู่ไปกับความสามารถทางการสื่อสาร ภารกิจของปราชญ์ชาวบ้านจะสำเร็จได้ต้องใช้ความรู้เป็นฐาน จึงต้องมีการจัดการความรู้ กระบวนการพัฒนาการสื่อสารองค์ความรู้ของปราชญ์ชาวบ้าน ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน บ้านดอนผิงแดด มีมิติในการพัฒนาคู่ขนานกันไป 2 ด้าน คือ กระบวนการพัฒนาความรู้กับความสามารถทางการสื่อสาร จึงมีแนวคิดเรื่องกระบวนการพัฒนา แนวคิดเรื่องการจัดการความรู้ แนวคิดเรื่องกระบวนการรับนวัตกรรม และแนวคิดเรื่องความสามารถทางการสื่อสารมาเกี่ยวข้อง

2.1 กระบวนการพัฒนา

ตามพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับราชบัณฑิตยสถานปี พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายของ กระบวนการ ว่า “น.ปรากฏการณ์ธรรมชาติที่ค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงอย่างมีระเบียบ

ไปสู่ผลอย่างหนึ่ง เช่น กระบวนการเจริญเติบโตของเด็ก, กรรมวิธี หรือลำดับการกระทำ ซึ่งดำเนินต่อเนื่องกันไปจนสำเร็จลง ณ ระดับหนึ่ง เช่น กระบวนการเคมีเพื่อผลิตสิ่งใดสิ่งหนึ่ง. (อ. process)”

ในขณะที่ บุญเลิศ ศุภคิลก (2548: 92) กล่าวถึงกระบวนการว่า หมายถึงปรากฏการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หรือกิจกรรมที่ต่อเนื่องกัน ตามความหมายนี้ มีคำอยู่สองคำที่แสดงลักษณะสำคัญของกระบวนการ คือ

- การเปลี่ยนแปลง (change) และ
- สภาพการต่อเนื่อง (continue)

คำว่า “กระบวนการ” มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการแปลงสภาพ (Conversion Process) และผลผลิต (Output) โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยนำเข้า (Input) คือ ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต ทั้งที่เป็นสินทรัพย์ที่มีตัวตน (Tangible Asset) เช่น วัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ และสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Assets) เช่น แรงงาน ระบบการจัดการ ข่าวดสาร ทรัพยากรที่ใช้จะต้องมีคุณสมบัติและประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม

2. กระบวนการแปลงสภาพ (Conversion Process) เป็นขั้นตอนที่ทำให้ปัจจัยนำเข้าที่ผ่านเข้ามามีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ เช่น

- รูปลักษณะ (Physical) โดย ผ่านกระบวนการผลิตในโรงงาน
- สถานที่ (Location) โดย การขนส่ง การเก็บเข้าคลังสินค้า
- การแลกเปลี่ยน (Exchange) โดย การค้าปลีก การค้าส่ง
- การให้ข้อมูล (Informational) โดย การติดต่อสื่อสาร
- จิตวิทยา (Psychological) โดยการสนทนาการ ฯลฯ

3. ผลผลิต (Output) เป็นผลได้จากการผลิตที่มีมูลค่าสูงกว่าปัจจัยนำเข้าที่รวมกัน อันเนื่องมาจากที่ได้ผ่านกระบวนการแปลงสภาพ ผลผลิตแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ สินค้า (Goods) และบริการ (Service) (<http://www.logisticafe.com> 2009)

ส่วนการพัฒนานั้น ตามพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน ปี พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายไว้ว่า “(พัทธะ-) ก. ทำให้เจริญ”

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2550: 4) กล่าวถึงการพัฒนา (Development) ว่าหมายถึงการเปลี่ยนแปลง (change) ไปในทิศทางที่กำหนด (direction) หรือการเปลี่ยนแปลงไปในทางดีหรือดีกว่าเดิม

สนธยา พลศรี (2545: 5) กล่าวว่าการพัฒนา เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงของ สิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ดีขึ้น ทั้งทางด้านคุณภาพ ปริมาณ และสิ่งแวดล้อม ด้วยการวางแผนโครงการและ ดำเนินงานโดยมนุษย์ เพื่อประโยชน์แก่ตัวมนุษย์เอง

สรุปได้ว่า กระบวนการพัฒนา คือ การเปลี่ยนแปลงของสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างมี จุดหมาย ไปในทิศทางที่เป็นบวก คือดีขึ้น เจริญขึ้น เพิ่มมากขึ้น โดยกระบวนการเริ่มต้นจากการมี ปัจจัยนำเข้า จากนั้นเข้าสู่การแปลงสภาพ จนได้ผลลัพธ์ออกมา ซึ่งผลลัพธ์นั้นคือสิ่งที่ดีกว่าตอน เริ่มต้น

จากแนวคิดข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยได้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาว่า ควรประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน คือ การขึ้นของการรับปัจจัยนำเข้า (Input) ขั้นตอนการพัฒนา (Conversion Process) จนไปสู่ขั้นตอนของผลลัพธ์ (Output)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้

2.2.1 ความหมาย

การจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM) คือ การบริหารจัดการ ความรู้ที่ต้องการใช้ ให้แก่คนที่ต้องการ ในเวลาที่ต้องการใช้ เพื่อให้คนทำงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพ และส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดั่งนิยาม “Right Knowledge Right People Right Time” (สุประภาดา โชติมติ, 2551 : 11)

การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการที่มีลักษณะเป็นพลวัตที่เกี่ยวกับการ จัดการข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ กิจกรรม ตลอดจนประสบการณ์ ความเชื่อ ค่านิยม และ ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลในองค์กร เพื่อสร้างเป็นความรู้และความคิดใหม่ ในลักษณะของ นวัตกรรม (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2553: 20)

Davenport & Prusak (1998 อ้างถึงใน เจษฎา นกน้อย, 2553: 2) ได้ให้ ความหมายว่า เป็นความพยายามอย่างเป็นระบบที่จะสร้าง รวบรวม เผยแพร่ และใช้ความรู้

Kucza (2001 อ้างถึงใน เจษฎา นกน้อย, 2553: 2) กล่าวว่า เป็นกิจกรรมที่ เกี่ยวข้องกับการสร้างความรู้ การจัดเก็บและการแบ่งปันความรู้ ซึ่งรวมถึงการระบุสภาพปัจจุบัน การกำหนดความต้องการ และการปรับปรุงกระบวนการที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการความรู้ให้ดีขึ้น เพื่อบรรลุถึงความต้องการขององค์กร

การจัดการความรู้ หมายถึง การกระทำกับความรู้และแหล่งความรู้ด้วย เครื่องมือ และเทคนิควิธีต่างๆ เพื่อให้เกิดความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นหรือเกิดประโยชน์จากการจัดการ ความรู้นั้นเมื่อเสร็จสิ้นการปฏิบัติการ อธิบายสั้นๆ ได้ว่าการทำงานร่วมกันของคนนั้นแหละ คือการ จัดการความรู้เพราะการทำงานด้วยกันของคนต่างต้องอาศัยสติปัญญาคิด พิจารณา วิเคราะห์หาทาง

แก้ปัญหาหรือหานวัตกรรมใหม่ แสดงออกทางความคิดเห็น รูปแบบศักยภาพ และความร่วมมือกัน จึงจะทำงานได้สำเร็จ (ไพโรจน์ ชลารักษ์, 2551: 54)

การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ รูปแบบใหม่ที่เน้นการพัฒนากระบวนการงาน (Business Process) ควบคู่ไปกับการพัฒนาการเรียนรู้ (Learning Process) ผ่านกระบวนการจำแนก วิเคราะห์ และจัดระเบียบความรู้ เพื่อสรรหา คัดเลือก จัดการ และเผยแพร่สารสนเทศที่ถูกต้องเหมาะสม และเอื้ออำนวยให้เกิดการแบ่งปันความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งขององค์การ เพื่อปรับปรุงและ/หรือเพิ่มขีดความสามารถเชิงการแข่งขัน และ/หรือ เพื่อให้ได้มุมมองในองค์การมากขึ้น (กิริติ ศยียงขง, 2549: 44)

บุรชัย ศิริมหาสาคร และ พัดชา กวางทอง (2552) ให้ความหมายของการจัดการความรู้โดยพิจารณาสรุปประเด็นหลัก 2 ประการว่า การจัดการความรู้ หมายถึง 1) การบริหารงาน (ทำงาน) โดยใช้ความรู้เป็นฐาน (Knowledge-Based Management) 2) การบริหารงาน (ทำงาน) ที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน

สรุปความหมายของ การจัดการความรู้ ได้ว่า เป็นกระบวนการในการนำความรู้และประสบการณ์มาจำแนก วิเคราะห์ จัดระเบียบ ให้ง่ายต่อการเข้าถึง การเผยแพร่ และเอื้ออำนวยให้เกิดการแบ่งปันความรู้ หรือเกิดความรู้ใหม่ เพื่อนำไปใช้อย่างสร้างสรรค์ในการปรับปรุง หรือเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงาน และการพัฒนา ตลอดจนสามารถนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม

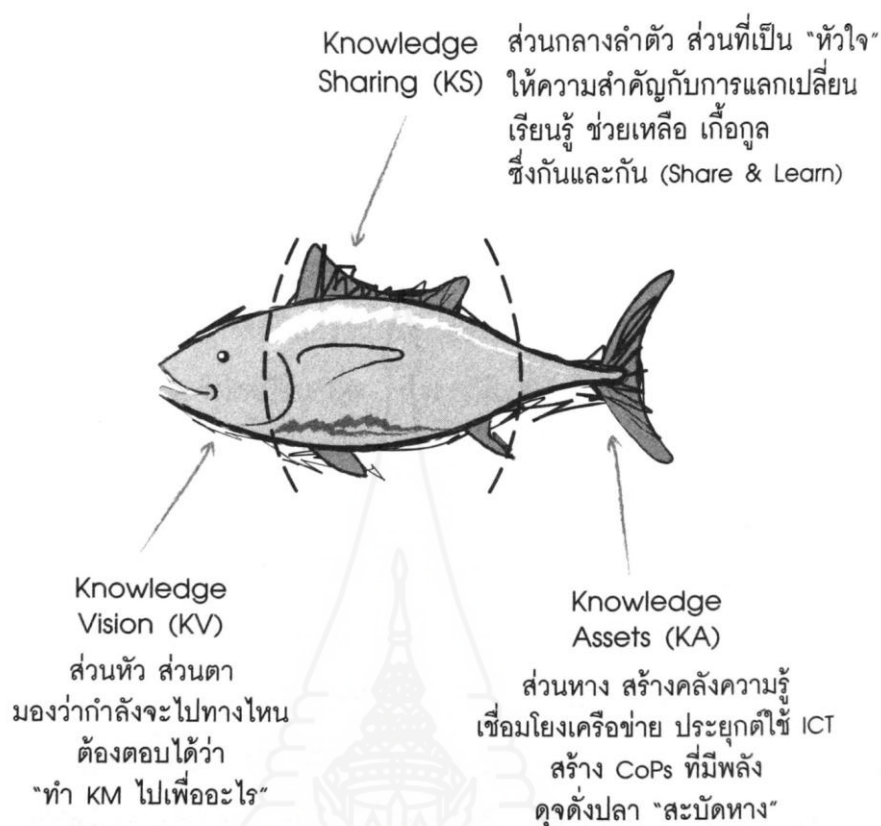
2.2.2 แนวคิดกระบวนการจัดการความรู้

ประพนธ์ ฝาสุกยี่ด (2547) นำเสนอตัวแบบ (Model) การจัดการความรู้ด้วยการเปรียบเทียบกับ ปลาทุ ที่ถูกแบ่งออกเป็นสามหัว ลำตัว และหาง

ส่วนหัว เปรียบเทียบกับ ตา ที่มองว่ากำลังจะไปไหน เรียกว่า Knowledge Vision (KV) ต้องตอบให้ได้ว่าทำ KM ไปเพื่ออะไร

ส่วนกลางลำตัว คือส่วนที่เป็นหัวใจ เรียกว่า Knowledge Sharing (KS) ให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน (Share & Learn)

ส่วนหาง เปรียบเทียบว่ามีพลังขับเคลื่อนขับเคลื่อน เรียกว่า Knowledge Assets (KA) เป็นเรื่องการสร้างคลังความรู้ เชื่อมโยงเครือข่าย ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้



ภาพที่ 2.4 ตัวแบบการจัดการความรู้แบบ “ปลา” โมเดล

บุรชัย ศิริมหาสาคร และ พัดชา กวางทอง (2552) กล่าวถึงการจัดการความรู้ว่าเป็นการใช้ความรู้เป็นฐานในการทำงาน ความรู้ดังกล่าวได้มาจากระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนในองค์กร (KM Process) โดยครอบคลุมภารกิจต่างๆ 5 ประการ คือ

1. Define การกำหนดประเภทของความรู้ที่ต้องการ
2. Create การสร้าง/ค้นหาความรู้ที่ต้องการ
3. Capture การเสาะหา/จัดเก็บความรู้ให้เป็นระบบ
4. Share การแบ่งปัน แลกเปลี่ยน เผยแพร่ ถ่ายโอนความรู้
5. Use การใช้ความรู้เป็นฐานในการทำงาน

พยัต วุฒิรงค์ (ใน เจษฎา นกน้อย, 2553) กล่าวถึงกระบวนการจัดการความรู้ว่ามี 4-8 ขั้นตอน ตามแต่ความเห็นของนักวิชาการแต่ละคน และได้นำเสนอ 4 ขั้นตอนของการจัดการความรู้ ดังนี้

1. การแสวงหาความรู้ (Knowledge Acquisition) เป็นการแสวงหาความรู้ที่มีประโยชน์จากแหล่งต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

2. การสร้างความรู้ (Knowledge Creation) เป็นความรู้ที่สร้างขึ้นใหม่ภายในองค์กร ซึ่งทุกคนสามารถเป็นผู้สร้างความรู้ได้

3. การจัดเก็บและค้นคืนความรู้ (Knowledge Storage and Retrieval) เป็นการเก็บรักษาความรู้ไว้ในรูปแบบต่างๆ และสร้างระบบการค้นคืนเพื่อผู้ใช้ที่ต้องการนำไปปฏิบัติงาน

4. การถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์ (Knowledge Transfer and Utilization) เป็นการกระจายความรู้ ถ่ายทอดไปทั่วองค์กรเพื่อการใช้ประโยชน์

ไพโรจน์ ชลารักษ์ (2551) นำเสนอแนวทางการจัดการความรู้ในระดับบุคคลไว้ 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. การแสวงหาความรู้ (Knowledge Seeking) ทุกคนควรแสวงหาความรู้เพิ่มตลอดเวลา แต่ต้องจัดลำดับว่าความรู้เรื่องใดต้องการก่อนหลัง

2. การพิจารณาตรวจสอบและเลือกสรรความรู้ (Knowledge verifying and selecting) การเลือกรับความรู้มาใช้ควรพิจารณาตรวจสอบเสียก่อน แล้วจึงเลือกสรรความรู้ที่มีอยู่จะใช้ความรู้ด้านใด มากน้อยเพียงใด

3. การผสมผสานความรู้ (Knowledge Integration) เมื่อต้องใช้ความรู้หลายด้าน ต้องพิจารณาเลือกสรรและนำมาใช้ร่วมกันอย่างมีความเหมาะสม ซึ่งจะแสดงผลออกมาให้ปรากฏคือการแก้ปัญหาได้สำเร็จ

4. การใช้ความรู้ (Knowledge Utilization) คือการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่มีอยู่

5. พัฒนาความรู้ให้เพิ่มขึ้น (Knowledge Developing and Increasing) ความรู้ที่มีอยู่อาจไม่เพียงพอต่อการแก้ปัญหา จำเป็นต้องแสวงหาหรือพัฒนาความรู้เพิ่มเติมตลอดเวลา

6. เปิดเผยและบันทึกความรู้ (Knowledge Presentation and Storage) เมื่อคนมีความรู้บางอย่างใดอย่างหนึ่งแล้ว ควรมีการเปิดเผยออกมาให้ผู้อื่นได้รับรู้ด้วย การบันทึกความรู้จะช่วยให้มีการตกทอดและพัฒนาต่อไป

2.2.3 เครื่องมือและวิธีการจัดการความรู้

บดินทร์ วิจารณ์ (2550) กล่าวถึงเครื่องมือในการจัดการความรู้ที่ควรนำมาใช้ให้เกิดผลในเชิงปฏิบัติ ดังนี้

1. ชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice-CoP) เป็นเครื่องมือของผู้ที่สนใจในเรื่องเดียวกัน มีการรวมกันอย่างไม่เน้นความเป็นทางการ เพื่อเอื้อต่อการเรียนรู้

2. การใช้ที่ปรึกษาหรือพี่เลี้ยง (Mentoring Programs) เป็นการพัฒนาความสามารถของพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานใหม่ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้ในเวลาอันสั้น

3. การทบทวนหลังการปฏิบัติ (After Action Reviews-AAR) เป็นการร่วมกันอภิปรายถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นว่า เกิดอะไร ทำไมถึงเกิด จะรักษาจุดแข็งและปรับปรุงจุดอ่อนจากกรณีดังกล่าวได้อย่างไร

4. การเสวนา (Dialogue) เป็นการปรับฐานความคิดโดยการรับฟังผู้อื่น ทำให้สมาชิกเห็นภาพที่ใกล้เคียงกัน

5. ฐานความรู้บทเรียนและความสำเร็จ (Lessons Learned and Best Practices Databases) เป็นการจัดเก็บองค์ความรู้ในองค์กร ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ทั้งรูปแบบของความสำเร็จ หรือความล้มเหลวและข้อเสนอแนะ

6. แหล่งผู้รู้ในองค์กร (Center of Excellence-CoE) เป็นการกำหนดแหล่งผู้รู้ในองค์กร เพื่อให้ทราบว่าสามารถติดต่อสอบถามผู้รู้ได้ที่ไหน อย่างไร

7. การเล่าเรื่อง (Story Telling) เป็นเรื่องราวที่บอกเล่าทำให้ผู้ฟังเข้าไปร่วมอยู่ในความคิด มีความรู้สึกเหมือนเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องที่เล่า และมีความต้องการหาคำตอบเพื่อแก้ปัญหาจากเรื่องราวที่เล่า

8. เพื่อนช่วยเพื่อน (Peer Assist) เป็นการเชิญสมาชิกจากทีมอื่นมาแบ่งปันประสบการณ์ ความรู้ให้แก่ทีมที่ต้องการความช่วยเหลือ

9. เวที ถาม-ตอบ (Forum) เป็นการจัดเวทีอภิปรายให้สามารถโยนคำถามเข้าไป เพื่อให้ผู้รู้ที่อยู่ร่วมใน Forum ช่วยกันตอบ

10. อื่นๆ

บุรชัย สิริมหาสาร และ พัดชา กวางทอง (2552) ได้นำเสนอวิธีต่างๆ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือจัดการความรู้ 15 วิธี ดังนี้

1. ฐานข้อมูล (Knowledge Bases) เป็นการเก็บรวบรวมความรู้ต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงานให้เป็นระบบ เพื่อให้บุคลากรผู้ต้องการใช้สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก

2. ชุมชนนักปฏิบัติ (CoP: Community of Practice) เป็นกลุ่มคนที่มารวมตัวเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการทำงาน ทั้งในส่วนวิธีปฏิบัติที่ดีเลิศ (Best Practices) ซึ่งเป็นประสบการณ์ความสำเร็จ และการสรุปบทเรียนในส่วนที่ล้มเหลว

3. เทคนิคการเล่าเรื่อง (Story Telling) เป็นการเล่าประสบการณ์ความสำเร็จให้สมาชิกฟัง และให้สมาชิกช่วยกันถอดบทเรียนจากเรื่องเล่านั้น

4. การทบทวนหลังการปฏิบัติ (AAR: After Action Reviews) เป็นการอภิปรายเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยให้สมาชิกได้สะท้อนความคิดเห็น ทั้งจุดเด่น จุดด้อย และข้อควรปรับปรุง

5. การปรับปรุงงานอย่างต่อเนื่อง (Kaizen) เป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานระดับล่างได้มีส่วนร่วมในการร่วมคิด หรือนำเสนอแนวทางแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นหน้างานจริงให้ผู้บริหารระดับบนได้รับรู้ และกำหนดนโยบายได้อย่างถูกต้อง

6. สภากาแฟ (Knowledge Café) เป็นการพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์กันในกลุ่มเล็ก

7. การประชุมทบทวนงาน (Retrospect) เป็นกิจกรรมเรียนรู้หลังเสร็จงาน คล้ายกับ AAR แต่เป็นพิธีการมากกว่า ใช้กับโครงการใหญ่ ขณะที่ AAR ใช้กับการประชุมทบทวนงานย่อย

8. เพื่อนช่วยเพื่อน (Peer Assist) เป็นเรียนรู้แนวคิด แนวปฏิบัติด้วยการเชิญบุคคลที่มีความรู้ในเรื่องนั้น มาบรรยายให้ฟัง หรือการขอเข้าไปศึกษาดูงาน

9. การตรวจสอบความรู้ (Knowledge Audit) เป็นการตรวจสอบองค์ประกอบ 4 ประการ คือ 1) การวิเคราะห์ความต้องการ 2) การวิเคราะห์สารสนเทศ 3) การตรวจสอบขีดความสามารถในการปฏิบัติงานและการติดต่อสื่อสาร 4) การทบทวนปฏิสัมพันธ์ระหว่างคน และการไหลของความรู้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถทำงานได้ประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย

10. การจัดตั้งทีมข้ามสายงาน (Cross-Functional Team) เป็นการจัดตั้งทีมขึ้นมาร่วมกันทำงาน เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และทำงานร่วมกัน

11. กิจกรรมกลุ่มคุณภาพและนวัตกรรม (IQCs: Innovation & Quality Circles) เป็นการตั้งกลุ่มที่มาจากต่างหน่วยงาน ต่างระดับในองค์กร หรืออาจมาจากต่างองค์กร เพื่อรวมตัวกันระดมสมอง แลกเปลี่ยนความรู้ ปรับปรุงกระบวนการทำงานต่างๆ

12. ระบบพี่เลี้ยง (Mentoring System) เป็นการถ่ายทอดความรู้จากผู้มีประสบการณ์ไปยังบุคลากรรุ่นใหม่ และให้คำปรึกษาด้านการทำงาน

13. การสับเปลี่ยนงาน (Job Rotation) และการยืมตัวบุคลากรมาช่วยงาน (Secondment) เป็นการย้ายบุคลากรไปทำงานในหน่วยต่างๆ ทั้งภายในสายงานหรือข้ามสายงาน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และพัฒนาทักษะที่หลากหลาย

14.เวทีสำหรับการแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Forum) เป็นการจัดการประชุมหรือเสวนาเพื่อเป็นเวทีให้มีการพบปะพูดคุย และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน

15.การบันทึกความรู้ ด้วย Webblog ซึ่งเป็นเสมือนเว็บไซต์ส่วนบุคคล โดยการส่งเสริมให้สมาชิกเขียนเล่าประสบการณ์ความรู้ใส่เข้าไปใน Blog ของตนเอง เพื่อความรู้จะได้เผยแพร่ไปสู่คนอื่น

สรุปได้ว่า แนวทางในการจัดการความรู้ นั้น ควรเริ่มต้นจากการระบุวัตถุประสงค์ หรือมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่าต้องการจัดการความรู้ไปเพื่ออะไร จากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ แล้วไปสู่การจัดเก็บ หรือสร้างขุมความรู้ไว้ใช้ในอนาคต ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวทางการจัดการความรู้จากหลากหลายแนวทางพบว่าควรประกอบด้วย 1) การแสวงหาความรู้ 2) การเลือกสรรความรู้ 3) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 4) การผสานความรู้เข้ากับความรู้เดิม 5) การใช้ความรู้ 6) การพัฒนาความรู้ให้เพิ่มขึ้น 7) การเปิดเผยความรู้หรือบันทึกความรู้

จากแนวคิดข้างต้น เมื่อมองในมิติของการพัฒนาความรู้ ทำให้ผู้วิจัยได้กรอบแนวคิดในส่วนของกระบวนการพัฒนาความรู้ ดังนี้ ตามลำดับขั้นการพัฒนา ขั้นตอนปัจจัยนำเข้า (Input) 1) การกำหนดเป้าหมาย 2) การแสวงหาความรู้ 3) การเลือกสรรความรู้ และ 4) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ คือปัจจัยสำคัญที่ทำให้ได้มาซึ่งความรู้ ขั้นตอนการพัฒนา (Conversion Process) 1) การผสานความรู้ใหม่เข้ากับความรู้เดิม 2) การใช้ความรู้ 3) การพัฒนาความรู้ให้เพิ่มขึ้น คือปัจจัยสำคัญที่ทำให้ความรู้เกิดการพัฒนาเพิ่มพูน ขั้นตอนผลลัพธ์ (Output) 1) การเปิดเผยความรู้ 2) การบันทึกความรู้ และ 3) การบรรลุเป้าหมาย คือ ผลลัพธ์จากการพัฒนาความรู้ในสองขั้นตอนแรก

2.3 แนวคิดเรื่องกระบวนการรับนวัตกรรม

Rogers (2003) กล่าวถึงเรื่องการแพร่กระจายนวัตกรรมไว้ว่า เป็นกระบวนการที่นวัตกรรม ถูกสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารในช่วงเวลาหนึ่งไปยังสมาชิกในกลุ่มสังคม โดยที่การสื่อสารนั้นเป็นการสื่อสาร 2 ทาง ที่มีมุ่งหมายให้เกิดความเข้าใจในนวัตกรรมนั้น

ดังนั้น องค์ประกอบของการแพร่กระจายนวัตกรรม จึงประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) นวัตกรรม 2) การสื่อสาร 3) ช่วงเวลา 4) กลุ่มสังคม

Rogers ให้นิยาม “นวัตกรรม” ว่าเป็นสิ่งใหม่ แนวคิด วิถีปฏิบัติ หรือสิ่งของ ที่ได้รับการยอมรับในลักษณะส่วนบุคคล ที่มองว่าสิ่งนั้นใหม่ นวัตกรรมอาจไม่ใช่ความรู้ใหม่ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน แต่การยอมรับนำมาปฏิบัติสำหรับบุคคล หรือกลุ่มสังคมใด ถือได้ว่าสิ่งนั้นคือ “นวัตกรรม” ซึ่งการยอมรับนวัตกรรมเร็วหรือช้า ขึ้นอยู่กับลักษณะของนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับของกลุ่มสังคมนั้น โดยมีลักษณะดังนี้ 1) ประโยชน์ที่เกี่ยวข้อง (Relative Advantage) 2)

ความเข้ากันได้ (Compatibility) 3) ความซับซ้อน (Complexity) 4) ความสามารถทดลองได้ (Trialability) 5) ความสามารถในการสังเกตผล (Observability)

เรื่อง “การสื่อสาร” Rogers กล่าวถึงช่องทางการสื่อสารว่า สื่อมวลชน จะมีประสิทธิภาพในเรื่องการสร้างความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม ในขณะที่ การสื่อสารระหว่างบุคคล จะมีประสิทธิภาพในการสร้าง เปลี่ยนแปลงทัศนคติ ที่จะส่งผลให้เกิดการยอมรับหรือปฏิเสธแนวคิดใหม่ๆ คนส่วนใหญ่ไม่ได้ประเมินนวัตกรรมจากพื้นฐานด้านข้อมูล แต่มักประเมินจากคนใกล้ชิดที่ยอมรับนวัตกรรม บุคคลจึงมีอิทธิพลในฐานะคนต้นแบบ

“ช่วงเวลา” มีความเกี่ยวข้องกับขั้นตอนในการยอมรับนวัตกรรม ความเป็นนวัตกรรม และอัตราการยอมรับนวัตกรรม ซึ่งช่วงเวลาจะเริ่มตั้งแต่การรับรู้นวัตกรรม จนกระทั่งเริ่มมีทัศนคติต่อนวัตกรมนั้นในทางใดทางหนึ่ง คือ ยอมรับ หรือ ปฏิเสธ จนนำไปสู่การนำไปปฏิบัติและยืนยันการตัดสินใจ

“กลุ่มสังคม” คือ กลุ่มคนที่มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด เพื่อแก้ปัญหาและต้องการบรรลุเป้าหมายร่วมกัน กลุ่มสังคมจะมี 1) โครงสร้าง ที่เป็นรูปแบบในการจัดการกลุ่ม วิธีปฏิบัติที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน 2) ผู้นำทางความคิด ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิด ทัศนคติ ให้พฤติกรรมของสมาชิกเปิดกว้าง หรือตัดสินใจยอมรับสิ่งใด 3) นายหน้าการเปลี่ยนแปลง คือ บุคคลที่พยายามโน้มน้าวให้เกิดการตัดสินใจต่อนวัตกรรม อย่างเป็นไปในทิศทางที่นายหน้าการเปลี่ยนแปลงต้องการให้เป็น 4) ผู้ช่วยนายหน้าการเปลี่ยนแปลง ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยนายหน้าการเปลี่ยนแปลงในการติดต่อกับสมาชิกในกลุ่มสังคม เพื่อช่วยโน้มน้าวให้เกิดการตัดสินใจต่อนวัตกรรม

กระบวนการรับนวัตกรรมของบุคคล

ในช่วงเวลาของการยอมรับนวัตกรรมนั้น เป็นกระบวนการที่เริ่มตั้งแต่การรับรู้นวัตกรรม จนถึงการตัดสินใจต่อนวัตกรมนั้น ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. **ขั้นความรู้ (knowledge)** เป็นขั้นตอนที่บุคคลแสวงหาข้อมูล เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมจากหลากหลายช่องทาง เพื่อศึกษาความเป็นเหตุเป็นผล ความสัมพันธ์ต่อการแก้ปัญหา โดยมีเป้าหมายในคำตอบว่ามีคุณสมบัติอย่างไร รวมถึงประสิทธิภาพในการแก้ปัญหา

2. **ขั้นโน้มน้าวใจ (persuasion)** เป็นขั้นตอนที่บุคคลเริ่มมีความคิดเห็นต่อนวัตกรรม ซึ่งอาจมีทัศนคติในเชิงชอบหรือไม่ชอบ

3. **ขั้นตัดสินใจ (decision)** เป็นขั้นตอนที่บุคคลเริ่มคุ้นเคยกับกิจกรรม หรือนวัตกรมนั้นแล้ว และอยู่ในช่วงกัณฑ์ตัดสินใจระหว่างการยอมรับ และการปฏิเสธนวัตกรรม

4. **นำไปปฏิบัติ (implementation)** เป็นขั้นตอนการเปลี่ยนแปลง เมื่อบุคคลรับเอานวัตกรรมนั้นไปสู่การปฏิบัติ

5. **ยืนยัน (confirmation)** เป็นขั้นตอนที่บุคคลแสวงหาสิ่งที่มาเสริมสร้างความมั่นใจ ในการที่บุคคลได้ตัดสินใจใช้นวัตกรรมนั้น ในขั้นตอนนี้บุคคลอาจมีการเปลี่ยนความคิด จากปฏิเสธเป็นยอมรับ หรือจากยอมรับเป็นปฏิเสธก็ได้

Rogers กล่าวถึงช่องทางการสื่อสารในแต่ละขั้นตอนว่า ในขั้นความรู้ นั้น บุคคลต้องการข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมว่าจะมีผลต่อการช่วยแก้ปัญหาของพวกเขาอย่างไร สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในขั้นตอนนี้ แต่ในขั้นโน้มน้าวใจ และอย่างยิ่งในขั้นตัดสินใจ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพื่อการประเมิน หรือลดความไม่มั่นใจลง การเปรียบเทียบประโยชน์ที่จะได้รับ การสื่อสารระหว่างบุคคล จากคนใกล้ชิด จึงมีบทบาทมากกว่าสื่อมวลชน ขณะที่ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2542) ขยายความเรื่องช่องทางการสื่อสารในแต่ละขั้นตอนว่า

ขั้นความรู้ (knowledge) บุคคลจะแสวงหาความรู้หรือแนวทางแก้ปัญหาจากแหล่งต่างๆ อาทิ สื่อมวลชน ผู้นำทางความคิด แต่การกระตุ้นให้บุคคลได้รับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารต่างๆ มักนิยมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน โดยข่าวสารที่มักเผยแพร่ในช่วงนี้ ได้แก่

- ข้อมูลพื้นฐาน (software information) ที่ทำให้เกิดความตระหนักเกี่ยวกับนวัตกรรม โดยมากเป็นข้อมูลที่ตอบคำถามว่านวัตกรรมดังกล่าวได้แก่อะไร และมีประโยชน์อย่างไร

- ความรู้ด้านการใช้ (how-to knowledge) อธิบายสถานที่ซึ่งบุคคลสามารถแสวงหานวัตกรรมได้ สรรพคุณต่างๆ ของนวัตกรรม และแนวทางการนำนวัตกรรมมาใช้ประโยชน์

- ความรู้เชิงหลักการ (principles knowledge) เป็นแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับนวัตกรรมดังกล่าวว่า “ใหม่” จริงหรือไม่ แตกต่างจากอื่นๆ ที่ผ่านมาหรือไม่ อย่างไร

ขั้นโน้มน้าวใจ (persuasion) บุคคลเริ่มเปรียบเทียบนวัตกรรมทั้งด้านผลดีผลเสีย ผู้ที่ทำหน้าที่เผยแพร่รณรงค์นวัตกรรมต้องพยายามให้ข้อมูล เพื่อให้บุคคลมีความสนใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรม ในช่วงเวลานี้สื่อมวลชนจึงสำคัญกว่าสื่อมวลชน กลุ่มเพื่อน คนใกล้ชิด ที่รับนวัตกรรมไปก่อนหน้านี้ จะมีบทบาทในการทำให้บุคคลคิดเลี่ยนแบบพฤติกรรม

ขั้นตัดสินใจ (decision) เป็นช่วงเวลาที่บุคคลประเมินองค์ประกอบต่างๆ เพื่อตัดสินใจรับหรือไม่รับ ในขั้นตอนนี้ผู้เผยแพร่รณรงค์นวัตกรรมจะต้องพยายามกระตุ้นด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้บุคคลตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม เช่น การให้ความช่วยเหลือ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม การให้ทดลอง การสาธิต การใช้บุคคลต้นแบบ ฯลฯ

ขั้นนำไปปฏิบัติ (implementation) เป็นช่วงเวลาที่บุคคลตัดสินใจรับนวัตกรรมมาใช้หรือทดลองใช้ ขั้นนี้ข้อมูลข่าวสารสำคัญมาก โดยเฉพาะข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นความสำคัญของนวัตกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่เข้าถึงนวัตกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม

ยืนยัน (confirmation) ช่วงเวลานี้บุคคลจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารมายืนยันความคิดว่า ตนควรรับนวัตกรรมนั้นอย่างต่อเนื่อง หรือควรปฏิเสธ ผู้เผยแพร่นวัตกรรมยังจำเป็นต้องให้ข้อมูลต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการยืนยันว่าจะใช้นวัตกรรมนั้นต่อไป

จากแนวคิดข้างต้นจะเห็นถึงลำดับขั้นของการยอมรับนวัตกรรมของบุคคล และ ความสำคัญของช่องทางการสื่อสารที่ผสมผสานกันระหว่าง “สื่อมวลชน” และ “สื่อบุคคล” โดยเฉพาะขั้นตอนตั้งแต่การโน้มน้าวใจจนถึงการยืนยัน “สื่อบุคคล” มีบทบาทสำคัญมาก

จากแนวคิด เรื่องกระบวนการรับนวัตกรรม ทำให้ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นกรอบในการ วิเคราะห์กระบวนการพัฒนาทางด้านการสื่อสารองค์ความรู้ของปราชญ์ชาวบ้าน ซึ่งแต่ละช่วงเวลา ในกระบวนการรับนวัตกรรม จะส่งผลต่อการสื่อสารที่แตกต่างกัน โดยได้แบ่งช่วงเวลาในการ วิเคราะห์ออกเป็น 3 ช่วงเวลา คือ *ช่วงแรก* เป็นช่วงเวลาการเป็นผู้รับนวัตกรรมการทำเกษตรอินทรีย์ เข้ามาในชุมชน *ช่วงที่สอง* เป็นช่วงที่เกิดการรวมกลุ่มเกษตรอินทรีย์จนท้ายที่สุด นำไปสู่การได้รับการ เลือกเข้าโครงการปราชญ์ชาวบ้านโมเดล ซึ่งในช่วงนี้ได้เปลี่ยนบทบาทไปเป็นผู้เผยแพร่ นวัตกรรม *ช่วงที่สาม* เป็นช่วงที่กลุ่มปราชญ์ชาวบ้านมีการพัฒนาการเผยแพร่องค์ความรู้ด้วย ความสามารถทางการสื่อสาร ที่เพิ่มพูนมากขึ้น

2.4 แนวคิดเรื่องความสามารถทางการสื่อสาร

การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการรับนวัตกรรม สื่อบุคคลจะเข้ามามีบทบาท สำคัญ และทำให้เกิดการพัฒนาการสื่อสารให้ดีขึ้น ดังนั้น การจัดการพัฒนาของสื่อบุคคล จึงต้อง นำแนวคิดเรื่อง “ความสามารถด้านการสื่อสาร (communication competency)” มาใช้ศึกษาการ พัฒนาด้านการสื่อสารของปราชญ์ชาวบ้าน บ้านดอนผิงแดด เพชรบุรี

กาญจนา แก้วเทพ (2549) ได้วิเคราะห์งานวิจัยของ ทศนีย์ เจนวิถีสุข และคณะ เรื่องความสามารถด้านการสื่อสารของพระพิศาลธรรมพาที (พระพยอม กัลยาโณ) กับการระดม พลังการพัฒนาชุมชน กับงานวิจัยของ อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ และคณะ เรื่องสมรรถนะด้านการสื่อสาร ของสื่อบุคคลกับการระดมพลังการพัฒนา ได้ให้ข้อสรุปการวัดมิติของความสามารถด้านการ สื่อสาร ใน 3 มิติ ด้วยกัน คือ 1) ความรู้ 2) ทักษะ 3) กลยุทธ์การสื่อสาร

1. การวิเคราะห์ความรู้ด้านการสื่อสาร มีมิติที่จะวัดอยู่ 3 มิติ คือ

1.1 ความรู้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร การรู้จักผู้รับสารว่าเป็นใคร จะทำให้สามารถกำหนดการเลือกเนื้อหาสาร การออกแบบและวิธีการนำเสนอ การเลือกใช้สื่อ ได้ตรงกลุ่มผู้รับสารมากยิ่งขึ้น

1.2 ความรู้ในการกำหนดวัตถุประสงค์ เพราะการสื่อสารแต่ละครั้ง มิได้มีเพียงวัตถุประสงค์แบบเดิมๆ เท่านั้น แต่ต้องชัดเจนว่า วัตถุประสงค์ในการสื่อสารแต่ละครั้งนั้นคืออะไร

1.3 ความรู้ในเรื่องบริบท / สภาพการณ์ทางสังคม การรู้และเข้าใจบริบท จะทำให้ผู้สื่อสารสามารถวางกลยุทธ์ที่เหมาะสมได้ รวมถึงการเลือกใช้สารและสื่อที่ง่ายต่อการรับรู้ความเข้าใจของผู้รับสาร

2. การวิเคราะห์ทักษะการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 3 หมวดใหญ่ๆ คือ

2.1 ทักษะการใช้สื่อ เป็นการเลือกประเภทของสื่อที่จะใช้ซึ่งต้องพิจารณาผู้รับสาร / เนื้อหาสาร / และวัตถุประสงค์ รวมเข้ากับความสามารถของผู้ใช้สื่อด้วย แม้สื่อจะมีให้เลือกหลากหลายประเภท แต่จากผลงานวิจัย 2 เรื่อง พบว่า การใช้สื่อนบุคคล และสื่อกิจกรรม เช่น การทำให้อู การพาไปดูงาน เป็นสื่อหลักที่มักนิยมใช้

2.2 ทักษะการเลือกสาร สื่อนบุคคลจากงานวิจัยทั้ง 2 เรื่อง มีหลักการในการเลือกสารที่คล้ายคลึงกัน คือ พิจารณาเนื้อหาสารให้เหมาะสมกับผู้รับสารเป็นสำคัญ ทั้งระดับความยากง่าย ความเกี่ยวข้องกับผู้รับสาร และจากขั้นตอนการคัดเลือกสาร จะนำไปสู่ขั้นตอนการออกแบบสารเพื่อการนำเสนอ ต้องทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ง่ายๆ

2.3 ทักษะเฉพาะ เป็นทักษะที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทั้งขาเข้า เช่น ทักษะการรับฟัง และทักษะขาออก เช่น ทักษะการให้คำแนะนำ ทักษะการโน้มน้าว นอกจากนั้นยังมีทักษะเกี่ยวกับวิธีคิดแก้ปัญหา และทักษะความสามารถในการตัดสินใจ

3. การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสาร สื่อนบุคคลที่มีความสามารถด้านการสื่อสารสูง พบว่ามีการใช้กลยุทธ์ในการสื่อสารที่หลากหลาย โดยแบ่งเป็นความหลากหลายในมิติต่างๆ ดังนี้

3.1 ความหลากหลายในแง่กลุ่มเป้าหมาย

3.2 ความหลากหลายในแง่เป้าหมายการสื่อสาร

3.3 ความหลากหลายในเชิงแบบจำลองการสื่อสาร ซึ่งมี 2 แบบ คือ แบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอด มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว และเชิงพิธีกรรม ที่มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง

3.4 ความหลากหลายในแง่ช่องทาง / สื่อ

3.5 ความหลากหลายในแง่ระดับของการสื่อสารมีอย่างน้อย 6 ระดับ คือ

- ระดับ intrapersonal communication
- ระดับ interpersonal communication
- ระดับ group communication
- ระดับ organizational communication
- ระดับ public communication
- ระดับ mass communication

3.6 มีกลยุทธ์ทั้งระดับผิวเผินและระดับลึกซึ่ง

3.7 มีกลยุทธ์พลิกแพลงและยืดหยุ่น

3.8 แก่นหลักของกลยุทธ์คือการประสมประสาน

สรุปได้ว่ามีมิติที่ใช้วัดความสามารถทางการสื่อสาร 3 มิติ คือ 1) ความรู้ ประกอบด้วย (1) ความรู้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร (2) ความรู้ในการกำหนดวัตถุประสงค์ และ (3) ความรู้ในบริบทหรือสภาพสังคม 2) ทักษะการสื่อสาร ประกอบด้วย (1) ทักษะการใช้สื่อ (2) ทักษะการเลือกสาร และ (3) ทักษะเฉพาะ 3) กลยุทธ์การสื่อสาร ประกอบด้วย (1) กลุ่มเป้าหมาย (2) เป้าหมายการสื่อสาร (3) ช่องทาง และ (4) กลยุทธ์ที่ใช้

จากกรอบแนวคิดหลักเรื่องกระบวนการพัฒนาการสื่อสาร ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดย่อยในเรื่องกระบวนการพัฒนา การจัดการความรู้ กระบวนการรับนวัตกรรม และความสามารถทางการสื่อสาร มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์กระบวนการพัฒนาทางด้านการสื่อสารองค์ความรู้ของปราชญ์ชาวบ้าน โดยได้แบ่งช่วงเวลาในการวิเคราะห์ความสามารถทางการสื่อสารออกเป็น 3 ช่วงเวลา คือ ช่วงแรก เป็นช่วงเวลาการเป็นผู้รับนวัตกรรมการทำเกษตรอินทรีย์เข้ามาในชุมชน ช่วงที่สอง เป็นช่วงที่เกิดการรวมกลุ่มเกษตรอินทรีย์จนได้รับการเลือกเข้าโครงการปราชญ์ชาวบ้านโมเดล ซึ่งในช่วงนี้ได้เปลี่ยนบทบาทไปเป็นผู้เผยแพร่นวัตกรรม ช่วงที่สาม เป็นช่วงที่กลุ่มปราชญ์ชาวบ้านมีการพัฒนาการเผยแพร่องค์ความรู้ด้วยความสามารถทางการสื่อสาร ที่เพิ่มพูนมากขึ้น

ในแต่ละช่วงเวลา จะวิเคราะห์กระบวนการพัฒนาความรู้ว่ามี ปัจจัยนำเข้า (Input) มีการพัฒนา (Conversion Process) และเกิดผลลัพธ์ (Output) อย่างไร และความสามารถทางการสื่อสารที่เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร โดยใช้มิติทางด้านความรู้ ทักษะการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสารมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์

3. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

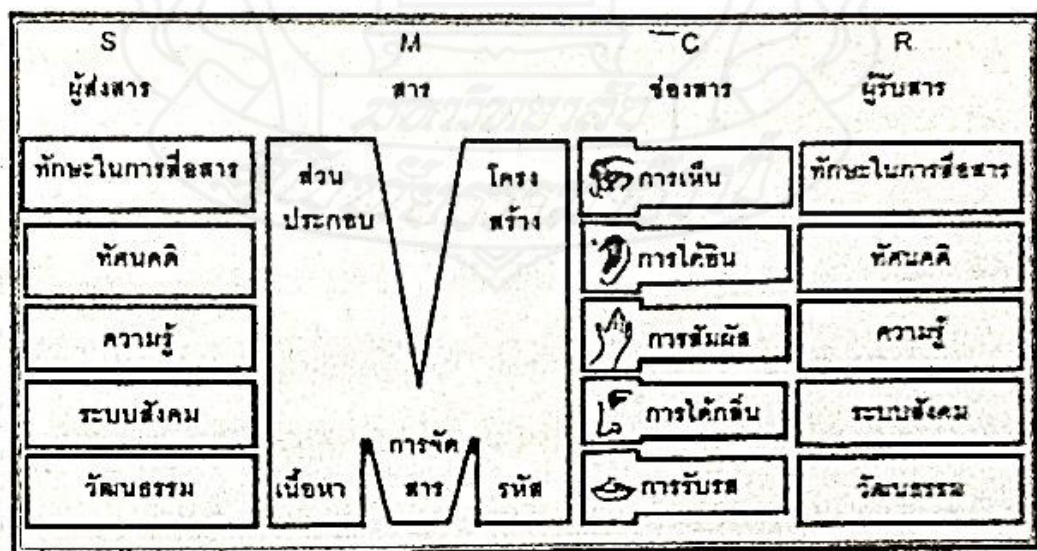
การสื่อสารของกลุ่มปราชญ์ชาวบ้าน ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน บ้านคอนผิงแดด เพชรบุรี เป็นการสื่อสารกันภายในกลุ่ม ภายในชุมชน และการถ่ายทอดองค์ความรู้กระทำในลักษณะกลุ่มเล็กๆ บทบาทของปราชญ์ชาวบ้านทำหน้าที่ทั้งในฐานะผู้ส่งสาร และขณะเดียวกันก็ทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลไปด้วย

การพัฒนาการสื่อสารของกลุ่มปราชญ์ชาวบ้าน บ้านคอนผิงแดด เกิดจากการพัฒนาความรู้และความสามารถทางการสื่อสารของตัวปราชญ์ชาวบ้าน ดังนั้น ตัวของปราชญ์ชาวบ้านเอง จึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญภายในกลุ่มตนเอง ที่ส่งผลต่อการพัฒนาขีดความสามารถทั้ง 2 ด้าน ซึ่งการรวมกลุ่ม สามารถจำแนกสถานภาพของสมาชิกได้ว่า ประกอบด้วย ผู้นำกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม

ดังนั้น กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร ผู้วิจัยจึงได้ใช้แนวคิดเรื่ององค์ประกอบของการสื่อสาร แนวคิดเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคล แนวคิดเรื่องการสื่อสารกลุ่มเล็ก แนวคิดเรื่องสื่อบุคคล และแนวคิดเรื่องผู้นำ มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์เรื่องการสื่อสารของปราชญ์ชาวบ้าน

3.1 องค์ประกอบของการสื่อสาร

เดวิด เค เบอร์โล (Berlo, 1960 อ้างถึงใน สุรัตน์ ตรีสุกต, 2550: 73) นำเสนอรูปแบบจำลององค์ประกอบของการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Communication source) สาร (Message) ช่องสาร (Channel) และ ผู้รับสาร (Receiver) ดังนั้นแบบจำลองนี้จึงมีชื่อเรียกอีกชื่อว่า SMCR Model องค์ประกอบทั้ง 4 ประการนั้นมีความสัมพันธ์กันดังที่ปรากฏในภาพ



ภาพที่ 2.5 ตัวแบบองค์ประกอบของการสื่อสาร SMCR Model

สุรัตน์ ตรีสุกุล (2550) อธิบายถึงประสิทธิผลของการสื่อสารตามแบบจำลองของเบอร์โล จะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติต่างๆ ของแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (Sender) ที่มีประสิทธิภาพต้องประกอบด้วยคุณสมบัติ 5 ประการ ได้แก่

1.1 ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) ทั้ง 5 ทักษะ ด้านการเข้ารหัส คือ การเขียน และการพูด ด้านการถอดรหัส คือ การอ่าน และการฟัง อีกทักษะหนึ่งคือ การคิดและการใช้เหตุผล

1.2 ทศนคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงในการเข้าถึงหรือหลีกเลี่ยง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ทศนคติต่อตนเอง ทศนคติต่อเรื่องหรือประเด็นในการสื่อสาร และทศนคติต่อผู้รับสาร

1.3 ความรู้ (Knowledge) ของผู้ส่งสารในเรื่องที่จะสื่อสาร ลักษณะของผู้รับสาร วิธีการเลือกใช้สื่อ ลักษณะของสื่อ

1.4 ระบบสังคม (Social System) อิทธิพลของสังคมที่ส่งผลกระทบต่อบุคคล และพฤติกรรมในการสื่อสาร

1.5 วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง ขนบธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อที่เป็นตัวกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมในการสื่อสารของมนุษย์

2. สาร (Message) หมายถึง ผลผลิตจากการเข้ารหัสของผู้ส่งสาร ประกอบด้วย

2.1 รหัสของสาร (Message Code) หมายถึง กลุ่มของสัญลักษณ์ซึ่งใช้แทน หรือให้หมายถึง เช่น ภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาท่าทาง รูปภาพ ดนตรี โดยรหัสของสารจะมีโครงสร้างและส่วนประกอบย่อย

2.2 เนื้อหาของสาร (Contents) หมายถึง ข้อความที่ต้องการจะใช้สื่อความหมายแก่ผู้รับสาร

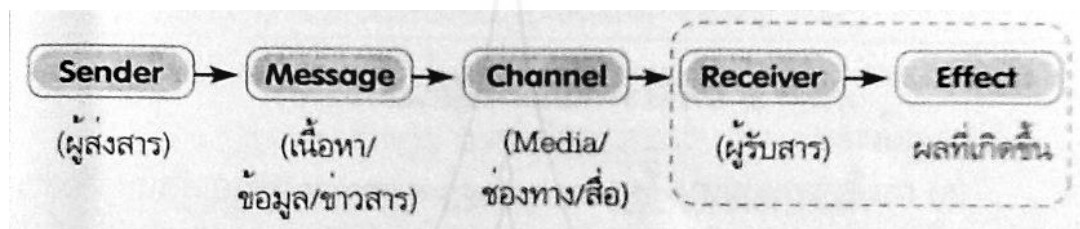
2.3 การเลือกและจัดลำดับของสาร (Treatment) หมายถึง การตัดสินใจเลือกและจัดลำดับสารให้เหมาะสมและตอบสนองวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร

3. ช่องสาร (Channel) คือสิ่งที่เป็นตัวกลางนำสารจากผู้ส่งสารมาถึงผู้รับสาร และสิ่งซึ่งเป็นพาหนะนำสารไปสู่ประสาทการรับรู้ทั้ง 5 ของมนุษย์ คือ การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การลิ้มรส การสัมผัส

4. ผู้รับสาร (Receiver) คือ จุดหมายปลายทางของสาร ซึ่งประกอบด้วยคุณสมบัติทั้ง 5 ประการเช่นเดียวกับผู้ส่งสาร

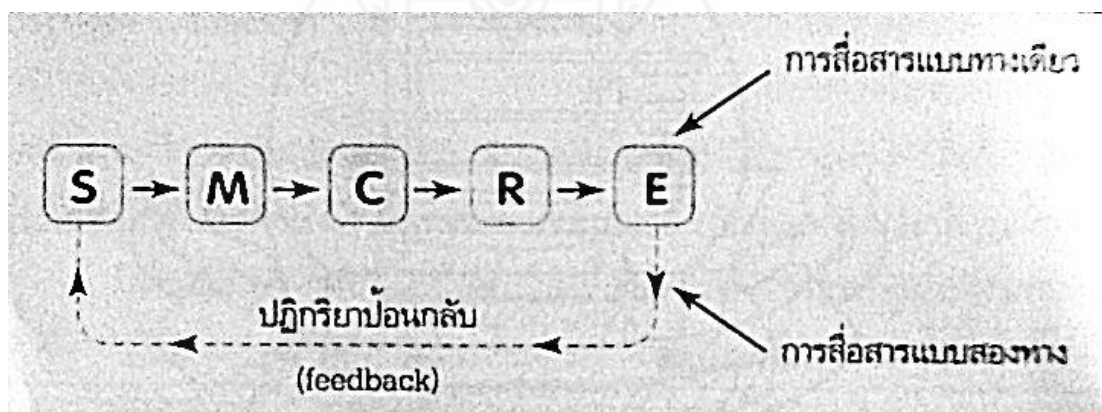
กาญจนา แก้วเทพ (2552) นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการสื่อสาร ว่ามีองค์ประกอบหลัก 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (Sender)
2. เนื้อหา/สาร/ข้อมูล (Message)
3. สื่อ/ช่องทาง (Channel)
4. ผู้รับสาร (Receiver) และผลที่เกิดขึ้น (Effect)



ภาพที่ 2.6 ตัวแบบองค์ประกอบของการสื่อสาร

เมื่อใดที่องค์ประกอบทั้ง 4 มารวมกัน เมื่อนั้นกระบวนการสื่อสารก็เกิดขึ้น จากภาพแบบจำลองข้างต้น สามารถขยายออกมาได้เป็น 2 แบบใหญ่ ดังภาพจำลองต่อไปนี้



ภาพที่ 2.7 ตัวแบบการสื่อสารทางเดียว และสองทาง

1. การสื่อสารแบบทางเดียว (one-way communication) เป็นการสื่อสารที่เดินทางจากผู้ส่งสาร (S) ไปยังผู้รับสาร (R) แล้วไม่มีปฏิกิริยาตอบกลับ
2. การสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) หลังจากผู้ส่งสาร (S) ส่งเนื้อหาสาร (M) ผ่านสื่อ (C) ไปยังฝ่ายผู้รับสาร (R) แล้ว ผู้รับสารจะมีปฏิกิริยาตอบกลับมา (feedback)

นอกจากนี้ยังได้ขยายความเรื่องที่เข้าใจคลาดเคลื่อนอยู่บ่อยๆ เกี่ยวกับองค์ประกอบแต่ละอย่างบางประการ ดังนี้

1. คำว่า “สื่อ” ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบทั้งสี่นั้น มิได้หมายความว่าเฉพาะ “สื่อมวลชน” เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เท่านั้น แต่ยังมีมากมายหลายประเภท เช่น

- สื่อบุคคล เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน
- สื่อพื้นบ้าน/สื่อประเพณี หมายถึงตั้งแต่การแสดงไปจนถึงประเพณี

พิธีกรรมต่างๆ

- สื่อเฉพาะกิจ/สื่อเฉพาะกาล/สื่อเฉพาะกลุ่ม มีลักษณะเฉพาะในแง่มุมใดแง่มุมหนึ่ง เช่น หอกระจายข่าว ป้ายโปสเตอร์โฆษณาเฉพาะกาล

- สื่อวัตถุ/สื่อสถานที่ ในพระพุทธศาสนามีสื่อวัตถุ สื่อสถานที่อย่างมาก เช่น พระพุทธรูป โบสถ์ วิหาร เป็นต้น

2. ความเป็นสื่อ อยู่ที่ “สถานะ(Mode)” และ “หน้าที่” เพราะสื่อใดก็ตาม ไม่ได้มีความเป็นสื่อติดตัวมา จะกลายเป็น “สื่อ” เมื่อได้ทำ “หน้าที่” เชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เช่น หญิงสาวมีผ้าเช็ดหน้า ไว้ซับเหงื่อ ผ้าผืนนั้นยังไม่ใช่สื่อ แต่เมื่อเธอต้องดาชายหนุ่มแล้วทิ้งผ้าเช็ดหน้าตรงหน้าชายหนุ่มและเขาหยิบมาคั้นให้ ในช่วงเวลาดังกล่าว “ผ้าเช็ดหน้าได้กลายสภาพ (สถานะ) เป็นสื่อ” ไปเสียแล้ว เพราะได้เชื่อมโยงคนทั้งสองเข้าด้วยกัน ทุกอย่างในโลกจึงเป็นสื่อได้ หากได้รับมอบหมายหน้าที่ให้

3. คำว่า “ช่องทาง (C)” มาหาคาบความหมายภายหลัง กลายเป็นคำว่า “สื่อ (Media)” อันที่จริงมีความหมายกว้างกว่านั้น เพราะช่องทางยังหมายถึง พื้นที่/ช่วงเวลา/วาระ/โอกาส เช่น ในภาพยนตร์เรื่อง “แม่นากพระโขนง” การที่หมอผีนำสายสิญจน์มาวนรอบบริเวณทำพิธี การกระทำการดังกล่าวเป็นการเปลี่ยน “พื้นที่” ในวงสายสิญจน์ให้กลายเป็น “ช่องทาง” เพื่อให้เกิดการสื่อสารร่วมกันว่า เป็นพื้นที่ปลอดภัย

4. การสื่อสาร เป็นทั้ง “ตัวบ่งชี้” และ “ตัวสร้าง/ทำลาย” ความสัมพันธ์ โดยลักษณะแรกทำหน้าที่เป็น “กระบอก/สัญญาณ/ตัวบ่งชี้” ระดับของความสัมพันธ์ เช่น “สองคนนี้หันหลังให้กัน” สะท้อนความสัมพันธ์ที่สูญสลาย อีกลักษณะคือการทำหน้าที่ “ตัวสร้าง/หรือตัวทำลาย” ความสัมพันธ์ เช่น “หันมาจับเข่าคุยกัน” การสื่อสารทำหน้าที่ตัวสร้าง ขณะที่ “พูดไปสองไพเบี้ย นิ่งเสียตำลึงทอง” การสื่อสารสามารถเป็นตัวบ่อนทำลายความสัมพันธ์

5. การสื่อสารทางเดียว กับ การสื่อสารสองทาง พบว่า “การสื่อสารสองทาง” จะเป็นการสื่อสารที่ให้ผลดีกว่าการสื่อสารแบบทางเดียว เพราะคู่สื่อสารสามารถรับรู้ปฏิกิริยาของอีก

ฝ่ายใด สามารถปรับปรุงการสื่อสารได้ทันทั่วทั้งที่ ดังนั้น ควรการใช้การสื่อสารแบบสองทางเพื่อการพัฒนาชุมชน/ท้องถิ่น ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

จากองค์ประกอบของการสื่อสาร ผู้วิจัยได้กรอบแนวคิดในเรื่องของปัจจัยที่จะก่อให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสาร คือ ทักษะในการสื่อสาร ความรู้ ทักษะคิด ระบบสังคม และวัฒนธรรม ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ระบบสังคม และ วัฒนธรรม เป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อผู้สื่อสาร จึงเห็นควรใช้เป็นปัจจัยประกอบการวิเคราะห์ ในกรอบความคิดเรื่องปัจจัยภายนอกกลุ่มที่ส่งผลต่อการพัฒนาการสื่อสาร ที่เดิมพิจารณาด้วยปัจจัยด้าน บริบทชุมชน การสนับสนุนจากคนภายนอกชุมชน และการสนับสนุนจากภาครัฐ

ดังนั้น กรอบแนวคิดเรื่องปัจจัยภายนอกกลุ่มที่ส่งผลต่อการพัฒนาการสื่อสาร ผู้วิจัยจึงพิจารณาจาก 1) บริบทชุมชน 2) ระบบสังคม 3) วัฒนธรรม 4) การสนับสนุนจากคนภายนอกชุมชน 5) การสนับสนุนจากภาครัฐ ว่าปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการพัฒนาการสื่อสารของกลุ่มปราชญ์ชาวบ้านหรือไม่ อย่างไร

สิ่งที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารอีก 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ทักษะการสื่อสาร 2) ความรู้ 3) ทักษะคิด คือปัจจัยส่วนบุคคล ผู้วิจัยจึงใช้ 3 ปัจจัยดังกล่าว สำหรับประกอบการวิเคราะห์เรื่องปัจจัยภายในกลุ่ม (อันประกอบด้วย ผู้นำกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม) ว่าส่งผลต่อการพัฒนาการสื่อสารของกลุ่มปราชญ์ชาวบ้าน บ้านดอนผิงแดด อย่างไร

3.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล

3.2.1 ความหมาย

การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารอย่างน้อยสองคน หรือเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่มเล็กๆ ก็ได้ ทั้งนี้มีข้อแม้ว่าบุคคลในกลุ่มทุกคนสามารถร่วมมีบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยทั่วไปการสื่อสารระหว่างบุคคลมักเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า และเป็นไปในลักษณะการสื่อสารสองทาง (บุษบา สุธีธร, 2541: 217)

การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การสื่อสารโดยตรงระหว่างคนสองคนหรือมากกว่าสอง ในระยะห่างทางกายภาพพอที่จะเลือกใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า (หู ตา จมูก ลิ้น ผิวกาย) และปฏิกิริยาตอบสนองแบบปัจจุบันทันที (พัชนี เจริญรยา, 2541: 61)

การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึง กระบวนการสื่อสารซึ่งบุคคลที่มีความใกล้ชิดสนิทสนมกันตั้งแต่สองคนขึ้นไป มีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างต่อเนื่อง และสามารถแสดงและรับรู้ปฏิกิริยาตอบกลับระหว่างกันได้อย่างชัดเจน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างอิทธิพลให้

เกิดขึ้นระหว่างกันทั้งสองฝ่าย และเพื่อควบคุมความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างกัน (สุรัตน์ ตรีสุกต, 2550: 220)

สรุปได้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึง การสื่อสารโดยตรงระหว่างคนสองขึ้นไปแบบเผชิญหน้า โดยทุกคนมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง และมีบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นไปในลักษณะของการสื่อสารสองทาง

3.2.2 ลักษณะสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล

บุษบา สุธีธร (2541) กล่าวถึงลักษณะสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคลว่า

1. กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง เพื่อการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ การแสดงความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ผู้รับสารจะเกิดการตีความและแสดงปฏิกิริยาป้อนกลับ อาจด้วยคำพูดหรือการแสดงเพียงท่าทาง เช่น การพยักหน้า

2. สาร คือ เนื้อหาในการสื่อสารระหว่างบุคคล มีลักษณะสำคัญที่ควรให้ความสนใจดังนี้

- 2.1 ลักษณะสารในการสื่อสาร สารทุกชนิดทั้งที่เป็นคำพูดและไม่ใช้คำพูด ถือเป็นสารในการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งสิ้น แต่จะต้องมีการถ่ายทอดจากบุคคลหนึ่งไปสู่บุคคลที่เป็นคู่สื่อสาร การคิดอยู่ในสมองโดยไม่มีการถ่ายทอดไปสู่ผู้อื่น ไม่ถือเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล

- 2.2 ความแตกต่างของสารกับความหมาย อาจมีความแตกต่างกัน สาร (message) เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดความหมาย (meaning) ที่อยู่ในสารนั้น แต่การตีความขึ้นอยู่กับผู้รับสารในการให้คุณค่า การรับรู้ การมีประสบการณ์ร่วมกับผู้ส่งสาร

- 2.3 ประเภทของสาร แบ่งได้เป็นสองประเภทคือ สารที่เป็นการพูดคุย คำพูดที่ใช้สื่อสารกันทั่วไปในชีวิตประจำวัน เรียกว่า “วจนสาร” และการสื่อสารกันโดยไม่ใช้คำพูด เช่น ภาษาท่าทาง ภาษาเครื่องหมาย ภาษาวัตถุ ภาษาระยะทาง เรียกว่า “อวจนสาร” การสื่อสารระหว่างบุคคลมักมีการสอดแทรกสารที่ไม่ใช่คำพูดไปกับสารที่เป็นคำพูด เพื่อขยายความให้ชัดเจนมีน้ำหนักมากขึ้น

3. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกิจกรรมระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย เพื่อให้บรรลุผลอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยปกติคู่สื่อสารจะสามารถแสดงปฏิกิริยาป้อนกลับต่อกันได้ในระหว่างการสื่อสาร ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

3.1 การสื่อสารซึ่งหน้า (face-to-face communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารเห็นหน้ากันและมีปฏิริยาป้อนกลับได้ทันที

3.2 การสื่อสารผ่านสื่อ (interpose communication) เป็นการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรศัพท์ การเขียนจดหมาย ผ่านคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล เป็นต้น

สุรัตน์ ตรีสุกุล (2550) กล่าวถึงการสื่อสารระหว่างบุคคลว่าเป็นการสื่อสารซึ่งเกิดขึ้นได้ในทุกสถานการณ์ มีลักษณะที่แตกต่างจากการสื่อสารประเภทอื่น สรุปได้ดังนี้

1. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลสองคน ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด อย่างไรก็ตามในทฤษฎีของนักวิชาการหลายท่าน การสื่อสารระหว่างบุคคลอาจเกิดขึ้นได้กับบุคคลมากกว่า 2 คน แต่จำนวนต้องไม่มากจนทำให้ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างกันขาดความต่อเนื่อง และไม่สามารถแสดงหรือรับรู้ปฏิริยาตอบกลับระหว่างกันได้ชัดเจน

2. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารซึ่งเน้นปฏิสัมพันธ์แบบเห็นหน้าเห็นตากันระหว่างคู่สื่อสาร แต่ด้วยความเจริญด้านเทคโนโลยี นักวิชาการบางท่านจึงถือว่าการสื่อสารผ่านสื่อหรือเทคโนโลยีประเภทต่างๆ เช่น โทรศัพท์ หรืออินเทอร์เน็ต ก็เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารระหว่างบุคคลด้วยเช่นกัน

3. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกระบวนการสื่อสารซึ่งคู่สื่อสารจะทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกันและต่อเนื่องกันไปตลอดกระบวนการพฤติกรรมการรับสารเกิดตลอดเวลาควบคู่ไปกับการส่งสาร ลักษณะของปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าว จะส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารและรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างกันอย่างต่อเนื่อง

4. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารซึ่งมีความเป็นส่วนตัว (personal) และมีลักษณะไม่เป็นทางการ (informal) สูงกว่าการสื่อสารประเภทอื่น

5. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารซึ่งเกิดขึ้นทันทีทันใด ตามสถานการณ์และบริบทของการสื่อสาร โดยไม่ได้มีการวางแผนล่วงหน้า ปฏิสัมพันธ์ของคู่สื่อสารจึงถูกกำหนดด้วยรูปแบบของพฤติกรรมของแต่ละฝ่าย

6. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่เอื้อให้เกิดปฏิริยาตอบกลับระหว่างกันในปริมาณสูงและรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลมาจากการสื่อสารที่เห็นหน้าเห็นตากัน

7. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่ไม่ได้ยึดถือรูปแบบหรือไวยากรณ์ภาษาที่เคร่งครัดชัดเจนเหมือนการสื่อสารประเภทอื่น เนื่องจากคู่สื่อสารมักมีความเป็น

ส่วนตัวสูงกว่าการสื่อสารประเภทอื่น โดยเฉพาะคู่สื่อสารที่สนิทสนมกัน ยังไม่ต้องระมัดระวังเรื่อง ภาษาย่างเคร่งครัด

3.2.3 วัตถุประสงค์ของการสื่อสารระหว่างบุคคล

บุษบา สุธีธร (2541) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสารระหว่างบุคคลไว้ 4 ประการ คือ

1. เพื่อค้นพบตัวเอง (personal discovery) เพราะการสื่อสารระหว่างบุคคล ได้เปิดโอกาสให้ได้พุดคุยในสิ่งที่ชอบ แสดงความคิดเห็นในสิ่งที่ตนคิด สิ่งที่อยู่ลึก และได้แสดง ความเป็นตัวของตัวเอง การสื่อสารแบบเผชิญหน้าช่วยให้ได้รู้ว่าคุณคิดของตนแตกต่างจากผู้อื่น อย่างไร รู้จักปรับข้อบกพร่องของตนและปรับตัวเข้ากับสังคม
2. เพื่อค้นพบโลกภายนอก (discovery of the external word) เพราะการ สื่อสารระหว่างบุคคลทำให้เข้าใจตนเอง เข้าใจผู้อื่น เข้าใจสถานการณ์ต่างๆ รอบตัว มีการถ่ายทอด ข่าวสาร ความเชื่อ ทักษะคติ ระหว่างกัน ทำให้เป็นการขยายการรับรู้ การเรียนรู้ ให้กับผู้รับสาร
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่มีความหมายให้เกิดขึ้น (establishing meaningful relationship) เพราะมนุษย์มีความต้องการรักผู้อื่นและได้รับความรักจากผู้อื่นด้วย การ สื่อสารระหว่างบุคคลสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประสานสัมพันธ์ สร้างความสนิทสนม สร้าง ความเข้าใจกันและกัน สร้างความไว้วางใจ ความเชื่อถือต่อกัน ซึ่งล้วนเป็นความสัมพันธ์ที่มีความหมายต่อมนุษย์ทั้งสิ้น
4. เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร (changing attitudes and behaviors) เพราะการสื่อสารระหว่างบุคคลมีการใช้สารทั้งที่เป็นคำพูดและไม่ใช้ คำพูด ประกอบกับการเผชิญหน้ากัน จึงทำให้สามารถโน้มน้าวใจได้ดี สามารถช่วยเปลี่ยนแปลง ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารได้ง่ายกว่าการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน

สุรัตน์ ตรีสุกอล (2550) กล่าวถึงความสำคัญและวัตถุประสงค์อันหลากหลาย ในการใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล ดังนี้

1. เป็นเครื่องมือสำคัญในการตอบสนองความต้องการของตนเองและ บุคคลอื่น ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประการ คือ ความต้องการทางกาย เพื่อให้ได้มาซึ่งปัจจัยสี่สำหรับดำรงชีพ ความต้องการทางสังคม ในฐานะที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคม การสื่อสารใช้เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ ความต้องการทางด้านจิตวิทยา ใช้สื่อสารเพื่อสร้างความรู้สึกรังสรรค์ ความมั่นใจ ความสบายใจ ฯลฯ

2. ช่วยให้นุชย์พัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับตนเองและพัฒนาตนเอง การสื่อสารกับผู้อื่นช่วยให้เกิดการพัฒนาแนวคิด และทำให้นุชย์สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. เป็นเครื่องมือสำคัญในการรวบรวมข้อมูลข่าวสารของบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์ด้วย และข้อมูลต่างๆ ในสังคมแวดล้อม ทำให้สามารถอธิบายและคาดเดาพฤติกรรมของคู่สื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างกัน

5. มีส่วนสำคัญในการสร้างและธำรงรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน เพราะคู่สื่อสารจะเรียนรู้และสนองความต้องการของกันและกัน ความเข้าใจที่ถูกต้อง

6. มีส่วนสำคัญในการบ่งบอกและสร้างรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสาร ประโยคเดียวกัน คู่สื่อสารอาจแปลความหมายต่างกัน ขึ้นอยู่กับรูปแบบความสัมพันธ์บริบทของความสัมพันธ์ ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละสถานการณ์

3.3 การสื่อสารกลุ่มเล็ก

3.3.1 ความหมาย

การสื่อสารกลุ่มเล็ก หมายถึง การที่บุคคลจำนวนหนึ่งสื่อสารกันแบบเผชิญหน้าในช่วงเวลาหนึ่ง โดยมีจำนวนมากพอที่บุคคลหนึ่งสามารถสื่อสารกับทุกคนในกลุ่มโดยตรง การสื่อสารในกลุ่มเล็กมีกระบวนการกลุ่ม สมาชิกมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยเป็นกระบวนการที่เกิดภายในกลุ่มเท่านั้น กลุ่มมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายร่วมกัน สมาชิกกลุ่มเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและมีอิทธิพลต่อกัน (จันทนา ทองประยูร, 2553: 9)

3.3.2 ประเภทของการสื่อสารกลุ่มเล็ก

บรู๊คส์ (Brooks, 1978 อ้างถึงใน จันทนา ทองประยูร, 2553) ได้แยกประเภทของการสื่อสารกลุ่มเล็กไว้ 5 ประเภทตามเป้าหมายของกลุ่ม คือ

1. กลุ่มปฐมภูมิ (primary group) เป็นกลุ่มพื้นฐานที่ดำรงอยู่อย่างยาวนาน ประกอบด้วยสมาชิกในครอบครัวหรือเพื่อนสนิท

2. กลุ่มสังคมหรือกลุ่มไม่เป็นทางการ (social or casual group) เกิดจากเป้าหมายประสงค์ความต้องการทางสังคมมากกว่าเป้าหมายประสงค์งาน สมาชิกแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสนทนาโดยไม่มีวาระแน่นอนในการพูดคุย

3. กลุ่มการศึกษา (educational group) เป็นกลุ่มที่รวมตัวเพื่อสอนหรือเรียนรู้ เพื่อเพิ่มความรู้และทักษะ โดยไม่จำเป็นต้องอยู่ในโรงเรียน

4. กลุ่มบำบัด (encounter or therapeutic group) เป้าประสงค์ของกลุ่มคือ ช่วยสมาชิกระบุและจัดการปัญหา ช่วยหาแนวทางแก้ไขปัญหาและสิ่งใหม่ๆ เพื่อส่งเสริมความช่วยเหลือกัน

5. กลุ่มแก้ไขปัญหาหรือกลุ่มงาน (problem-solving or task group) เป็นกลุ่มที่ได้รับมอบหมายชิ้นงาน เช่น หาข้อมูล หาแนวทางแก้ปัญหา กลุ่มนี้สนใจเป้าประสงค์งาน และการบรรลุวัตถุประสงค์ของงาน

จันทนา ทองประยูร (2553) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารกลุ่มเล็กไว้ดังนี้

1. การสื่อสาร ต้องมีการสื่อสารกันระหว่างสมาชิกด้วยปฏิสัมพันธ์ที่มีเป้าประสงค์แตกต่างกันไป ไม่ใช่แบบบังเอิญ ใช้การสื่อสารทั้งแบบวัจนะและแบบอวัจนะ เพื่อให้กลุ่มบรรลุเป้าประสงค์

2. พื้นที่ ต้องอยู่ในพื้นที่ที่มีปฏิสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน สื่อสารกันแบบเห็นหน้า แต่เทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้คุณลักษณะการสื่อสารแบบเห็นหน้าไม่จำเป็นต้องอยู่ใกล้กัน

3. ระยะเวลา คนจำนวนหนึ่งมารวมกันยังไม่นับเป็นกลุ่มจนกว่าจะมีการสื่อสารระหว่างกันในช่วงระยะเวลาหนึ่ง การรวมตัวกันของคนที่มีปฏิสัมพันธ์ชั่วขณะก็ไม่จัดเป็นกลุ่ม

4. ขนาดของกลุ่ม มีขนาดพอเหมาะ จำนวนบุคคลอย่างน้อย 3 คน จำนวนที่ใหญ่ที่สุดของกลุ่มไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะของกลุ่ม ความเข้มแข็งของกลุ่ม ผู้นำกลุ่ม และบุคลิกสมาชิกของกลุ่มในการรู้จักและมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน

5. ปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน กลุ่มขนาดเล็กจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างสมาชิกกลุ่ม มีฉะนั้นจะกลายเป็นกลุ่มใหญ่ การรวมตัวของคนจะไม่ใช้กลุ่ม จนกว่าจะมีปฏิสัมพันธ์กัน

6. บรรทัดฐาน กลุ่มทุกกลุ่มมีการสร้างบรรทัดฐาน เป็นกฎระเบียบของกลุ่มว่าพฤติกรรมใดได้รับการยอมรับ พฤติกรรมใดถูกห้าม บรรทัดฐานอาจเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ

7. บทบาท สมาชิกจะต้องแสดงบทบาทของตนเองในกลุ่ม ซึ่งจะแตกต่างกันในกลุ่มแต่ละประเภท ทุกคนต้องปรับพฤติกรรมให้เข้ากับกลุ่ม

8. ความเป็นผู้นำ หมายถึงพฤติกรรมที่มีอำนาจอิทธิพลต่อกลุ่ม ผู้นำกลุ่มอาจได้รับมอบหมายอย่างเป็นทางการให้ทำหน้าที่ หรืออาจมีบุคคลในกลุ่มปฏิบัติหน้าที่นำกลุ่มโดยไม่ได้รับมอบหมายอย่างเป็นทางการ

9. คุณลักษณะร่วม เป็นสิ่งที่จะช่วยแยกกลุ่มเล็กออกจากกลุ่มที่มารวมกัน คุณลักษณะร่วม อาจได้แก่ ความเชื่อทางศาสนา เป้าประสงค์ร่วมกันเพื่อทำงาน เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ถิ่นที่อยู่ ชั้นทางสังคม วิถีชีวิต การศึกษา

10. เป้าประสงค์ร่วม ช่วยเชื่อมกลุ่มเข้าด้วยกัน เป็นฐานความผูกพัน กลุ่มที่รวมตัวโดยไม่มีเป้าประสงค์ชัดเจนจะสลายง่าย บุคคลเลือกเข้าร่วมกลุ่มอาจด้วยเป้าประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับงาน เป้าประสงค์ทางสังคม เป้าประสงค์ของกลุ่ม

11. ความรู้สึกเป็นเจ้าของและความผูกพัน คุณลักษณะสำคัญของกลุ่มคือ ความผูกพัน เป็นระดับความสนใจซึ่งกันและกันของสมาชิก ความผูกพันเป็นจากการที่สมาชิกรับรู้ว่าเป้าประสงค์ของพวกเขาบรรลุได้ภายในกลุ่ม ด้วยการพึ่งพากัน

12. บริบทการสื่อสาร มีความสำคัญมาก เช่น สถานการณ์ในการทำงาน ขนาดกลุ่ม เป้าประสงค์ แรงกดดันจากภายนอกและภายใน เป็นต้น

3.4 สื่อบุคคล

3.4.1 ความหมาย

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2551) กล่าวถึงสื่อบุคคลว่า คือผู้ที่ทำหน้าที่นำเรื่องราวข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร หรือทำหน้าที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยที่ “สื่อบุคคล” ถูกให้ความหมายที่เฉพาะเจาะจงและเน้นหนักไปที่แง่มุมของ “ความเป็นสื่อ” อันได้แก่ “ตัว C-Channel” ในแบบจำลอง S-M-C-R

“สื่อบุคคล” จึงถูกถือว่าเป็น “สื่อประเภทหนึ่ง” ที่ทำหน้าที่เหมือนสื่อประเภทอื่นๆ (ไม่ว่าจะเป็นจดหมาย โทรศัพท์มือถือ วิทยุ ฯลฯ) คือทำหน้าที่ต่างๆ ตามที่ “สื่อถูกมอบหมายมาให้” เพียงแต่สื่อประเภทนี้ “เป็นมนุษย์” เท่านั้นเอง

อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ 2549) กล่าวถึงสื่อบุคคลว่า สามารถมีความหมายเพิ่มเติมได้มากกว่าการเป็นเพียง “สื่อ” แต่สามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสาร S (Sender) เป็นตัวเนื้อหาสาร M (Message) เป็นสื่อบุคคล C (Channel) และเป็นผู้รับสาร R (Receiver)

3.4.2 คุณสมบัติของสื่อบุคคล

กาญจนา แก้วเทพ (2551) กล่าวถึงคุณสมบัติเฉพาะตัวของ “สื่อบุคคล” ที่แตกต่างจากสื่อทั่วไป ว่ามีลักษณะที่โดดเด่น ดังนี้

1. สื่อบุคคลมีลักษณะยืดหยุ่น สร้างสรรค์ ปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ได้สูงมาก (Flexibility)

2. สื่อบุคคลมีลักษณะที่เหมาะสมจะนำมาใช้ในการพัฒนาตามแบบกระบวนทัศน์ทางเลือก (Alternative Paradigm)

3. สื่อบุคคลมีศักยภาพที่จะพัฒนาได้อย่างไม่รู้จัก

4. สื่อบุคคลทำงานได้ในทุกระดับของการสื่อสาร คือ

- ระดับการสื่อสารภายในตนเอง (Intrapersonal communication)
- ระดับการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication)
- ระดับการสื่อสารในกลุ่ม (Group communication)
- ระดับการสื่อสารในองค์กร / เครือข่าย (Organization communication)
- ระดับการสื่อสารสาธารณะ (Public communication)
- ระดับการสื่อสารมวลชน (Mass communication)

5. สื่อบุคคลมีเจตนา / มีแรงจูงใจ (Motive / Motivation)

แรงจูงใจของสื่อบุคคลจะส่งผลต่อการสื่อสารใน 2 ลักษณะ คือ 1) หากผู้ส่งสารมีความเชื่อ หรือความเข้าใจเนื้อหาสารอย่างชัดเจน มีแนวโน้มว่าจะสามารถสื่อสารได้ตามที่ต้องการ 2) หากผู้ส่งสารสามารถแสดงเจตนาที่แท้จริงของตนให้ผู้รับสารเข้าใจ ก็จะมีประสิทธิภาพในการสื่อสาร

6. สื่อบุคคลมีทั้ง “ชีวิตส่วนตัว” และ “ชีวิตการทำงาน”

“ชีวิตการทำงาน” และ “ชีวิตส่วนตัว” ซึ่งประกอบตัวเองและครอบคลุมนั้นพร้อมจะเป็นปัจจัยที่หนุนเสริม หรืออาจเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคก็ได้

7. สื่อบุคคลมีหลากหลายโฉมหน้า

- ในมิติด้านการสื่อสาร สื่อบุคคลสามารถพลิกไปมาระหว่างการเป็นผู้ส่งสาร เนื้อหาสาร สื่อบุคคล และผู้รับสาร
- ในมิติทางสังคม สื่อบุคคลจะผนวกเอาคุณลักษณะทางสังคมติดตัวมาด้วยเสมอ เช่น ตำแหน่งในชุมชน ซึ่งส่งผลให้เกิดความแตกต่างจากบุคคลอื่น
- ในมิติทางประวัติศาสตร์ คือภูมิหลัง ความเป็นมาของบุคคลนั้น ที่จะสะท้อนถึงประสบการณ์ และต้นทุนความรู้ ต้นทุนชีวิต ต้นทุนทรัพย์ ฯลฯ

8. สื่อบุคคลมีสายใยเชื่อมร้อยอยู่กับชุมชน

ซึ่งก่อให้เกิดผลดีตามมาหลายประการ อาทิ

- ความใกล้ชิดกับชุมชน ทำให้รับรู้ปัญหา และความต้องการได้ชัดเจน
- ความคุ้นเคย ทำให้มีรสนิยมเดียวกับชุมชน เมื่อออกแบบกิจกรรมจึง

ง่ายที่ชุมชนจะเข้าร่วม

- ความน่าไว้วางใจ เนื่องจากมีความผูกพัน และเป็นที่ยึดถือของชุมชน
- มีผลประโยชน์ร่วมกับชุมชน

จากแนวคิดเกี่ยวกับ ระดับของการสื่อสาร และสื่อบุคคล สรุปได้ว่า สื่อบุคคล นั้นมีบทบาทที่สำคัญในระดับการสื่อสารระหว่างบุคคล และระดับกลุ่ม จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัย ได้ใช้เป็นกรอบความคิด เพื่อประกอบการวิเคราะห์ความสามารถทางการสื่อสาร ในเรื่องทักษะการ สื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสาร ของปราชญ์ชาวบ้าน ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน บ้านคอนผิง แด่ เพชรบุรี

3.5 แนวคิดเรื่องผู้นำ

3.5.1 ความหมาย

ขงยุทธ เกษสาคร (2542: 68) ให้ความหมายของ ผู้นำ ว่า “คือ ผู้ที่มี บุคลิกลักษณะคุณสมบัติเด่นกว่าผู้อื่นในกลุ่ม และมีอิทธิพลมากกว่าบุคคลอื่นๆ ในหน่วยงาน ทั้ง สามารถสร้างความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้เกิดขึ้นกับหน่วยงานนั้นๆ ได้ ดังนั้น ผู้นำ จึง หมายถึงบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งรับบทบาทเป็นผู้บริหารประสานประโยชน์ในกลุ่มเสมือนเป็น สัญลักษณ์ของกลุ่ม ซึ่งมีอิทธิพลและอำนาจสามารถบังคับบัญชาบุคคลในกลุ่มให้ปฏิบัติงานจน บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้”

พรนพ พุกกะพันธุ์ (2544: 1) ให้ความหมายของ ผู้นำ ว่า “คือ บุคคลที่จะมา ประสานช่วยให้คนทั้งหลายรวมกัน โดยที่ว่าจะเป็นการอยู่รวมกันก็ตาม หรือทำร่วมกันก็ตาม ให้พากันไปด้วยดี สู่จุดหมายที่ดีงาม ที่ว่าพากันไป ก็ให้พากันไปด้วยดี หมายความว่า ไปโดยสวัสดิภาพ ผ่านพ้นภัยอันตรายอย่างเรียบร้อยและเป็นสุข แล้วก็บรรลุถึงจุดหมายที่ดีงาม โดยถูกต้องตามธรรมชาติ หมายความว่า เป็นความจริง ความแท้ ความถูกต้องและได้มาโดยธรรม”

สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์ (2550:14) ให้ความหมายของ ผู้นำ ว่า “คือ บุคคลที่ ได้รับมอบหมาย ซึ่งอาจโดยการเลือกตั้งหรือแต่งตั้งและเป็นที่ยอมรับของสมาชิกให้มีอิทธิพลและ บทบาทเหนือกลุ่ม สามารถที่จะจูงใจชักนำ หรือชี้นำให้สมาชิกของกลุ่มรวมพลังเพื่อปฏิบัติการกิจ ต่างๆ ของกลุ่มให้สำเร็จ”

3.5.2 คุณสมบัติของผู้นำ

ความเป็นผู้นำนั้นมีผลกระทบต่อบุคคล กลุ่ม และการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ดังนั้นคุณสมบัติของผู้นำ ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้นำที่สร้างผลกระทบไปสู่กลุ่มและสมาชิก ขง ยุทธ เกษสาคร (2542) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้นำว่ามีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. เป็นผู้ที่มีแนวทางวิธีนำผู้ร่วมงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงานตามที่ กำหนดไว้

2. มีการแสดงออกในรูปแบบพฤติกรรมด้านต่างๆ ที่ก่อให้เกิดผลในแง่ของพลังอำนาจและอิทธิพลต่อผู้ร่วมงาน เช่น ความสามารถในการตัดสินใจ กล้าคิด กล้าทำ มีความรับผิดชอบ การมีวิสัยทัศน์กว้างไกล

3. ผู้นำต้องสามารถแสดงบทบาท ศักยภาพ และความมีอิทธิพลเหนือกลุ่มบุคคลอื่นได้ในทุกสถานการณ์

4. ผู้นำเป็นสิ่งที่สามารถฝึกฝนอบรมพัฒนาให้เกิดขึ้นได้จากประสบการณ์การเรียนรู้

5. ผู้นำที่ดีต้องสามารถสร้างความจงรักภักดีให้เกิดในจิตสำนึกของบุคลากรต่อหน่วยงาน และสามารถสร้างทีมได้อย่างมั่นคง

พรนพ พุกกะพันธุ์ (2544) กล่าวถึงลักษณะของผู้นำที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จว่า ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. มีความฉลาด (Intelligence) ต้องมีความรู้ สติปัญญา ความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจความรู้สึกและพฤติกรรมของคนอื่น

2. มีวุฒิภาวะทางสังคมและใจกว้าง (Social Maturity & Breadth) มีความสนใจสิ่งต่างๆ รอบตัว มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ อดทนต่อความคับข้องใจต่างๆ เชื่อมมั่นและนับถือตัวเอง

3. มีแรงจูงใจภายใน (Inner Motivation & Achievement Drive) มีแรงขับที่จะทำอะไรให้ดีขึ้นและสำเร็จอยู่เรื่อยๆ มีความรับผิดชอบสูง

4. มีเจตคติเกี่ยวกับมนุษยสัมพันธ์ (Human Relations Attitudes) ยอมรับว่าความสำเร็จนั้นมีผู้อื่นช่วยทำ มีการพัฒนาความเข้าใจและทักษะด้านสังคมที่จะทำงานร่วมกับผู้อื่น

John H. Zenger และ Joseph Folkman (2549) กล่าวถึงการเป็นผู้นำที่ดี ต้องมีจุดแข็ง 5 ประการ ดังนี้ 1) ลักษณะนิสัย 2) ความสามารถส่วนบุคคล 3) การมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์ 4) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ 5) การนำการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในองค์กร โดยในแต่ละคุณสมบัติมีรายละเอียด ดังนี้

1. ลักษณะนิสัย ผู้นำที่ดีจะต้องมีอุปนิสัยต่อไปนี้

1.1 เป็นคนรักษาคำพูด ยึดมั่นในสัญญาที่ได้ให้ไว้กับผู้อื่น

1.2 เป็นคนปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างให้เกียรติ โดยไม่เลือกชั้น มีความอ่อนน้อมถ่อมตน

1.3 เป็นคนที่เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ชอบทดลองสิ่งใหม่ๆ และปรับตัวไปกับการเปลี่ยนแปลง

2. ความสามารถส่วนบุคคล เป็นทักษะของบุคคลที่สามารถพัฒนาตนเอง และผู้อื่น

2.1 เป็นคนที่สามารถเรียนรู้ มีความรู้ มีทักษะในงานที่ทำ มีความเชี่ยวชาญ

2.2 เป็นคนที่มีทักษะในการวิเคราะห์ปัญหา การแก้ปัญหา

2.3 เป็นคนที่สามารถเป็นพี่เลี้ยง คือพัฒนาคนอื่นต่อไปได้

2.4 เป็นคนที่มีทักษะในด้านการสื่อสารกับผู้อื่น ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.5 เป็นคนที่มีความพร้อมในการริเริ่มสิ่งใหม่ๆ ไม่ยึดติดอยู่กับสิ่งเก่า

3. การมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์ ผู้นำที่ดีสามารถเปลี่ยนความคิดที่เป็นนามธรรมให้ออกมาเป็นรูปธรรมได้ และผลักดันให้เกิดพลัง เกิดความกระตือรือร้น ให้กิจกรรมดำเนินต่อไปได้

3.1 เป็นคนที่รู้ว่าหน่วยงานมีความคาดหวังอะไร

3.2 เป็นคนที่มุ่งผลประโยชน์ในระยะยาว โดยทนต่อความเข้ายวนของผลประโยชน์ในระยะสั้นที่จะส่งผลให้สูญเสียประโยชน์ในระยะยาว

3.3 เป็นคนที่ลงมือทำอย่างรวดเร็ว จริงจัง เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้

4. ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ เป็นทักษะสำคัญที่จะช่วยให้ทักษะด้านอื่นๆ ดำเนินไปได้อย่างราบรื่น

4.1 เป็นผู้ที่สื่อสารอย่างมีพลังและกระจายไปได้อย่างทั่วถึง เพื่อให้คนอื่นในกลุ่มทราบทิศทาง และเข้าใจวัตถุประสงค์

4.2 เป็นผู้ที่กระตุ้นผู้อื่นให้มีผลงานยอดเยี่ยม จูงใจให้ผู้อื่นปฏิบัติตามเป้าหมายที่วางไว้

4.3 เป็นผู้ที่สามารถสร้างความไว้วางใจให้กับกลุ่ม โดยใส่ใจในความรู้สึกของคนมากพอๆ กับการแก้ปัญหาในโรงงาน

4.4 เป็นผู้ที่ส่งเสริมพัฒนาผู้อื่น เพื่อให้เกิดทักษะที่ดีขึ้น

4.5 เป็นผู้ที่ให้ความร่วมมือเพื่อพัฒนาทีมงานให้แข็งแกร่ง โดยไม่แยกตัวออกจากสมาชิกคนอื่นๆ กระตุ้นให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในกลุ่ม

5. การนำการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในองค์กร โดยการสร้างวิสัยทัศน์และวัฒนธรรมองค์กรใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น

5.1 เป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล

5.2 เป็นผู้ที่สามารถเปลี่ยนวิสัยทัศน์เป็นวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน

5.3 เป็นผู้ที่สามารถสร้างสมดุลได้ดีระหว่างความต้องการที่จะนำและความต้องการให้ผู้อื่นมีส่วนร่วม

จากแนวคิดเรื่องผู้นำ สรุปได้ว่าคุณลักษณะเด่นที่ผู้นำควรมีคือ 1) ลักษณะนิสัย ที่ชอบเรียนรู้ และรู้จักปรับตัว 2) ความสามารถส่วนบุคคล ในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านการพัฒนาตนเอง 3) มุ่งเน้นที่ผลลัพธ์ มีความกระตือรือร้นที่จะผลักดันให้งานบรรลุเป้าหมาย 4) มีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ สามารถประสานงานได้อย่างราบรื่น 5) นำการเปลี่ยนแปลง ให้เกิดขึ้นในองค์กร

เมื่อพิจารณาจากกรอบความคิดเรื่องปัจจัยภายในกลุ่มที่ส่งผลต่อการพัฒนาการสื่อสารของปราชญ์ชาวบ้าน ซึ่งมีการพิจารณาจากคุณสมบัติที่จะส่งผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสาร คือ ทักษะการสื่อสาร ความรู้ และทัศนคติ ทั้งของผู้นำกลุ่ม และสมาชิก ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรนำเอาคุณลักษณะของผู้นำ อันประกอบด้วย 1) ลักษณะนิสัย 2) ความสามารถส่วนบุคคล 3) การมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์ 4) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ 5) เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง มาร่วมเป็นกรอบในการวิเคราะห์ตัวผู้นำกลุ่มด้วย

4. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

การพัฒนาการสื่อสารของปราชญ์ชาวบ้าน บ้านคอนผิงแดด ไม่ได้เพียงแต่การสื่อสารให้เกิดความรู้เท่านั้น แต่มีเป้าหมายต่อผู้รับสารในเชิงปฏิบัติ ต้องการให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจเนื้อหาองค์ความรู้ จนนำไปสู่การปฏิบัติ แต่เนื่องจากการปฏิบัติตามแนวทางของเกษตรอินทรีย์ และวิถีเศรษฐกิจพอเพียงนั้น ต้องมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อ ไปสู่การปฏิบัติ

ดังนั้น การสื่อสารของปราชญ์จะต้องมีลักษณะการโน้มน้าวใจ ให้ผู้รับสารปรับเปลี่ยนแนวคิด ความเชื่อ ไปสู่การปฏิบัติจริง แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ จึงเกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ที่ปราชญ์ชาวบ้านต้องการ

4.1 ความหมาย

พจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายของ “โน้มน้าว” ว่า “ก. ชักชวนให้เห็นดีเห็นงามหรือให้อ่อนอ่อนตาม” ขณะที่ ซีมอนส์ (Simons, 1976) อ้างถึงใน อรรถาธิบาย ปิตินันท์โอวาท, 2554: 4) กล่าวว่า “การโน้มน้าวใจ” หมายถึงการสื่อสารที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อให้มีอิทธิพลเหนือผู้อื่น โดยการเปลี่ยนความเชื่อ ค่านิยม หรือทัศนคติ

คัทลิป และเซ็นเตอร์ (1964 อ้างถึงใน อรรถาธิบาย ปิตินันท์โอวาท, 2554: 5) กล่าวว่า การโน้มน้าวใจทางด้านประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อเปลี่ยนแปลง (change) ความ

คิดเห็นที่ไม่ลงรอยกัน หรือทำให้ความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกันนั้นสลายไป (neutralize) เพื่อก่อให้เกิด (crystallize) ความคิดเห็นในทางที่เป็นประโยชน์ต่อเราหรือหน่วยงานของเรา หรือเพื่อรักษา (conserve) ความคิดเห็นที่ดีอยู่แล้วนั้น ให้คงอยู่ต่อไป

ดังนั้น โดยสรุป “การโน้มน้าวใจ” จึงมีลักษณะที่สำคัญดังนี้ 1) เป็นการสื่อสารที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อให้เกิดอิทธิพลเหนือผู้อื่น 2) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เปลี่ยนความคิดเดิม มายอมรับสิ่งที่เสนอ 3) สิ่งที่ผู้เสนอทางเลือกต้องการให้ผู้ถูกโน้มน้าวเปลี่ยนแปลงคือ ความเชื่อ ค่านิยม หรือทัศนคติ 4) การโน้มน้าวใจอาจไม่จำเป็นต้องให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเสมอไป แต่อาจทำเพื่อให้ดำรงรักษาความคิดที่ดีอยู่แล้ว ให้คงอยู่ต่อไปก็ได้

4.2 การพิจารณาผลของการโน้มน้าวใจ

โรเซนเบิร์ก และ โฮฟแลนด์ (1960 อ้างถึงใน อรรถวณิช ปิณฑน์โอวาท 2554) กล่าวว่า ผลของการโน้มน้าวใจจะทำให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้และสำนึก การเปลี่ยนแปลงในด้านอารมณ์และความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม

1. การเปลี่ยนแปลงความรู้และจิตสำนึก เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นต่อการรับรู้ ความคิดรวบยอด หลังจากผู้รับสารได้รับสาร โน้มน้าวใจแล้ว ในขั้นนี้ยังไม่สามารถทำผู้รับสารถึงขั้นลงมือปฏิบัติได้ แต่เป็นพื้นฐานให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ในภายหน้า เมื่อได้รับสารโน้มน้าวใจต่อไป

2. การเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ความรู้สึก เป็นการเปลี่ยนแปลงที่สามารถสังเกตได้จากอาการปฏิกิริยา หรืออากาของผู้รับสาร โดยการแสดงออกอาจเป็นอารมณ์ด้านบวก เช่น หัวเราะ สนุกสนาน หรืออารมณ์ด้านลบ เช่น ร้องไห้ โศกเศร้า ก็ได้

3. การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงเชิงการกระทำที่สามารถมองเห็นได้ การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมเป็นไปค่อนข้างยาก สังเกตได้จากอากา และการกระทำของผู้รับสาร

การเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ชนิดนี้ ไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจน ส่วนใหญ่จะเกิดคาบเกี่ยวกัน การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ จะต้องทำปฏิกิริยากับทัศนคติและความเชื่อเสียก่อน จึงส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้และสำนึก ด้านอารมณ์ความรู้สึก และด้านพฤติกรรม

4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

อรรถวณิช ปิณฑน์โอวาท (2554) กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) หรือที่เรียกกันว่า แบบจำลอง KAP ซึ่งกระบวนการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ มองแบบจำลองนี้ว่า เป็นการให้ความรู้แก่ผู้รับสาร เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ อันจะนำไปสู่พฤติกรรมหรือการยอมรับปฏิบัติในที่สุด

ความรู้ (Knowledge) หมายถึงการได้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริง รูปแบบ วิธีการ แนวปฏิบัติ เหตุการณ์ ซึ่งได้จากการสังเกต ประสบการณ์ หรือจากสื่อต่างๆ ความรู้เป็นความสามารถในการใช้ข้อเท็จจริง (Facts) ความคิด (Idea) การหยั่งรู้ (Insight) หรือสามารถเชื่อมโยงความคิดเข้ากับเหตุการณ์

ระดับของรู้นั้นมีตั้งแต่ระดับระลึกได้ ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ ระดับของการนำไปใช้ได้ ระดับของการวิเคราะห์ได้ ระดับของการสังเคราะห์ได้ และระดับของการประเมินผลได้ การเกิดความรู้ระดับใดนั้น ย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึนึกคิด ซึ่งเชื่อมโยงกับสภาพจิตใจในบุคคล โดยจะแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมและประสบการณ์ที่สั่งสมมา

ทัศนคติ (Attitude) คือความโน้มเอียงในการประเมินวัตถุ แนวคิด บุคคล ฯลฯ เกิดจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และสภาพจิตใจของแต่ละคน ทัศนคติจะขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนไป โดยการเปลี่ยนแปลงมีอยู่ 3 ระดับ 1) เปลี่ยนแปลงความคิด มาจากการได้ข้อมูลข่าวสาร ทั้งจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล 2) เปลี่ยนความรู้สึ มาจากประสบการณ์ ความประทับใจ สิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ 3) เปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนวิธีการดำเนินชีวิต เปลี่ยนพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ มีทั้งการเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน คือทัศนคติเดิมของบุคคลเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านบวก หรือด้านลบก็ตาม และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอีกลักษณะหนึ่งคือ เปลี่ยนแปลงไปคนละทาง จากด้านบวกจะลดลงไปด้านลบ หรือจากด้านลบ จะเพิ่มขึ้นไปในด้านบวก ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคือ “สื่อ” ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคล หรือสื่อมวลชน

การยอมรับปฏิบัติ (Practice) คือ พฤติกรรมหรือการกระทำของคนเรา ที่มีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติ การที่คนเรามีพฤติกรรมต่างกัน เป็นเพราะมีความรู้และทัศนคติต่างกัน ผลมาจากการเปิดรับสื่อและการตีความสารที่ได้รับ สิ่งที่ทำนายพฤติกรรมของคนได้แม่นยำที่สุดคือทัศนคติที่บุคคลมีต่อพฤติกรรมนั้น ทัศนคติจึงเป็นเสมือนเครื่องควบคุมพฤติกรรม

การโน้มน้าวพฤติกรรมด้วยการสื่อสาร อาจอาศัยวิธีการต่างๆ ดังนี้ 1) การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotional Arousal) 2) แสดงความเห็นอกเห็นใจ เอาใจเขามาใส่ใจเรา (Empathy) 3) สร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms) 4) การให้รางวัล (Reward)

สรุปได้ว่า การสื่อสารโน้มน้าวใจ เป็นกระบวนการสื่อสารที่ผู้ส่งสารมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงต่อผู้รับสาร ซึ่งการประเมินผลของการเปลี่ยนแปลงสามารถประเมินจากการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ด้านทัศนคติ และด้านพฤติกรรม ที่แสดงออกมาในลักษณะของการยอมรับปฏิบัติ

จากแนวคิดเรื่องการสื่อสารโน้มน้าวใจ ผู้วิจัยได้ใช้แบบจำลอง KAP ที่มีลำดับขั้นของการโน้มน้าวใจจาก ชั้นความรู้ (Knowledge) ไปสู่ขั้นเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude) และท้ายสุดเป็นการยอมรับปฏิบัติ (Practice) เพื่อเป็นกรอบความคิดในการวิเคราะห์ผู้รับสาร เพื่อเป็นการยืนยันผลจากการสื่อสารของปราชญ์ชาวบ้าน ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน บ้านคอนผิงแดด เพชรบุรี ที่มีต่อผู้รับสาร

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิรวัดน์ นาคพนม (2549) ศึกษาเรื่องการพัฒนาารูปแบบการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านอาชีพจักสานของชุมชนในจังหวัดอ่างทอง พบว่าการพัฒนารูปแบบการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านอาชีพจักสานของชุมชนในจังหวัดอ่างทอง มีองค์ประกอบสำคัญด้วยกัน 3 ส่วน คือ

องค์ประกอบที่ 1 ค่านิยมของการจักสาน โดยหลักคือ การเสริมสร้างให้เกิดความรักความชอบงานจักสาน ทำให้เกิดทัศนคติที่ดี เกิดความรู้สึกลึกซึ้งที่อยากจะทำงานจักสาน และเห็นประโยชน์ของงานจักสาน

องค์ประกอบที่ 2 องค์ความรู้ด้านการจักสาน โดยหลักก็คือ เนื้อหาความรู้เกี่ยวกับงานจักสาน ได้แก่ วัตถุดิบที่ใช้ เครื่องมือ/อุปกรณ์ ลายสานต่างๆ ขั้นตอนการสานตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นกระบวนการ

องค์ประกอบที่ 3 วิธีการสอนการจักสาน โดยหลักใช้วิธีการสาธิตและใช้วิธีฝึกปฏิบัติจริง รวมทั้งใช้วิธีการทบทวนความรู้โดยการตรวจสอบผลงาน

ผลจากการทดลองปฏิบัติการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านอาชีพจักสานของชุมชนในจังหวัดอ่างทอง โดยผู้สอนหรือผู้ถ่ายทอดใช้กระบวนการ 3 องค์ประกอบดังกล่าวพบว่า ผู้เรียนสามารถผลิตผลงานได้ทุกคนในระดับดีพอใช้ ผลจากการประเมินผู้เรียน พบว่า มีความรักความชอบ มีความศรัทธา มีทัศนคติและเกิดค่านิยมในการจักสาน มีความรู้ความเข้าใจ บอกได้ปฏิบัติได้อย่างชัดเจน เกิดทักษะจนสามารถนำไปประกอบอาชีพได้ และผลจากการทดลองปฏิบัติการ พบว่า การพัฒนารูปแบบการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านอาชีพจักสานของชุมชนในจังหวัดอ่างทองโดยใช้กระบวนการ 3 องค์ประกอบนี้ สามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่ผู้สอนจะต้องทำตามขั้นตอนของการถ่ายทอดทีละขั้นตอนตั้งแต่ต้นจนจบ

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น พบว่าวิธีการสอนจักสานโดยการสาธิตและให้ลงมือปฏิบัติจริง ส่งผลต่อผู้รับสารให้สามารถปฏิบัติได้ ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดเรื่องวิธีการสอนการจักสาน

โดยอาศัยหลักการสาธิต และปฏิบัติจริง มาประกอบการวิเคราะห์ความสามารถทางการสื่อสารในเรื่องของกลยุทธ์การสื่อสาร

หฤทัย ปัญญาวุธตระกูล (2548) ศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านอุตสาหกรรมชนบทของหมู่บ้านนาต้นจั่น ตำบลบ้านดึก อำเภอสรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย พบว่าพัฒนาการของหมู่บ้านนาต้นจั่นในการเป็นหมู่บ้านอุตสาหกรรมชนบท แบ่งได้ 4 ระยะ คือ

1. **ระยะแรงบันดาลใจ** เกิดแรงกระตุ้นจากกลุ่มแกนนำในหมู่บ้านจนเกิดกลุ่มแม่บ้านสตรี

2. **ระยะการเริ่มต้น** การแพร่กระจายความคิดการพัฒนาชุมชนด้วยชุมชนเอง จนขยายเป็นกลุ่มสหกรณ์ทอผ้านาต้นจั่น มีการวางแผนการจัดการคน และการหาความร่วมมือจากพันธมิตรภายนอก

3. **ระยะสู่การปฏิบัติการ** ลงมือบริหารจัดการคน ออกหากลุ่มพันธมิตรภายนอก ตามแผนที่วางไว้ จนได้รับเลือกเป็นหมู่บ้านอุตสาหกรรมชนบท

4. **ระยะการแตกหน่อเติบโต** มีการพัฒนาหมู่บ้านอย่างต่อเนื่องเพื่อจะก้าวไปสู่การเป็นหมู่บ้านอุตสาหกรรมชนบทเพื่อการท่องเที่ยว

ส่วนปัจจัยเกื้อหนุนต่อการพัฒนาหมู่บ้านนาต้นจั่นเป็นหมู่บ้านอุตสาหกรรมชนบท คือ

1. **ปัจจัยภายในหมู่บ้าน** การมีผู้นำในท้องถิ่นเป็นผู้กระตุ้นก่อให้เกิดการพัฒนา และมีเครือข่ายทางสังคมที่เข้มแข็งด้วยความเป็นระบบเครือญาติ

2. **ปัจจัยภายนอกหมู่บ้าน** คือ การได้รับความสนับสนุนจากนโยบายของภาครัฐ

ส่วนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมชนบทของหมู่บ้านนาต้นจั่นประกอบด้วย 3 ด้าน คือ

1. **การสื่อสารเพื่อการจัดการหมู่บ้าน** คือการจัดตั้งกลุ่มในหมู่บ้าน การเลือกใช้สื่อในรูปแบบต่างๆ สื่อบุคคล การพูดแบบปากต่อปาก การประชุม สื่อชุมชน หอกระจายข่าว บอร์ดข่าวสาร

2. **การสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย** ด้วยวิธีการสร้างและขยายเครือข่ายโดยเริ่มต้นจากเครือญาติ

3. **การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม** เช่น กิจกรรมสัจจะออมทรัพย์

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น พบว่าปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการพัฒนา ประกอบด้วยปัจจัยภายใน คือ ตัวผู้นำเป็นสำคัญ และปัจจัยภายนอก คือ การสนับสนุนจากภาครัฐ เป็นสำคัญ ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดเรื่องปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการพัฒนา อันประกอบด้วยปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก

มาใช้ประกอบการวิเคราะห์ ในเรื่องปัจจัยภายนอกกลุ่ม และปัจจัยภายในกลุ่มที่ส่งผลต่อกระบวนการพัฒนาการสื่อสารองค์ความรู้

กัจจกร หลุยยะพงศ์ (2552) ศึกษาเรื่องอัตลักษณ์และความสามารถทางการสื่อสารของแกนนำชมรมผู้สูงอายุ ตำบลโพธิ์ไทรงาม จังหวัดพิจิตร ในการทำกิจกรรมเพื่อพัฒนาตนเองและชุมชน พบว่าปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของผู้สูงอายุ คือการมีแกนนำที่เข้มแข็งอยู่ภายใต้ชมรมหรือเครือข่ายการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วยแกนนำหลัก 4 คน และเมื่อวัด “ความสามารถทางการสื่อสาร” จาก 3 มิติ คือ 1) ความรู้ 2) ทักษะการสื่อสาร 3) กลยุทธ์การสื่อสาร ซึ่งเป็นการประยุกต์ความรู้และทักษะในสถานการณ์ต่างๆ พบว่า

1) ความรู้ แกนนำมีความรู้ครบ 4 ด้าน คือ ความรู้ในการวิเคราะห์ตนเอง ความรู้ทางโลก ความรู้ทางธรรม และความรู้ทางการสื่อสาร แกนนำทั้ง 4 คน มีการนำความรู้ทางธรรมมาเป็นฐานการทำงานทั้งหมด ความรู้ด้านการวิเคราะห์ตนเองและความรู้ทางโลกมาประกอบ โดยเชื่อมโยงด้วยความรู้ทางการสื่อสาร นอกจากนั้นยังมีการแสวงหาความรู้ใหม่มาเพิ่มเติม

2) ทักษะการสื่อสาร แกนนำมีทักษะการสื่อสาร 4 ด้าน ได้แก่ ทักษะการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารหรือการสื่อสารขาเข้า ทักษะการคิดวิเคราะห์ ทักษะการจัดเก็บ และทักษะการใช้หรือการสื่อสารขาออก ซึ่งทักษะทั้งหมดนี้ แกนนำให้ความสำคัญกับการแสวงหาข้อมูลใหม่จากสื่อต่างๆ ทักษะที่อ่อนด้อยคือการจัดเก็บข้อมูลข่าวสาร แต่ใช้วิธีมอบหมายให้ผู้ประสานงานและคนรุ่นกลางจัดเก็บ ส่วนการสื่อสารขาออกเป็นทักษะที่ถนัดมาก และเริ่มใช้เครื่องมือการสื่อสารหลากหลายทั้งสื่อสมัยเก่าจนถึงสมัยใหม่ เช่น โทรศัพท์มือถือ กล้องดิจิทัล และรู้จักเลือกใช้ได้ตรงกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์

3) กลยุทธ์การสื่อสาร แกนนำมีกลยุทธ์ใหญ่ 2 ด้าน คือ ด้านแรกเกี่ยวข้องกับเนื้อหาสารและช่องทางการสื่อสาร ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ย่อย คือ การปรับประยุกต์ โดยการประยุกต์ความรู้ใหม่กับเก่า การผสมธรรมชาติในทุกกิจกรรม การผสมการสื่อสารแบบเก่าและใหม่ อีกกลยุทธ์ คือ การทำกิจกรรม โดยรวมกลุ่มกันทำอย่างเป็นระบบจากเล็กสู่ใหญ่ ด้านที่สอง คือ กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับบุคคล มีถึง 4 กลยุทธ์ย่อย คือทำงานบนเครือข่าย การสืบทอดเยาวชน การสืบทอดคนรุ่นกลาง และการวิเคราะห์คน

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดเรื่องความสามารถทางการสื่อสาร อันประกอบด้วย ความรู้ ทักษะการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสาร มาใช้ประกอบการวิเคราะห์กระบวนการพัฒนาการสื่อสารองค์ความรู้ในส่วนของความสามารถทางการสื่อสาร

ทัศนีย์ เจนวิสิฐ และคณะ (อ้างอิงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2549) ศึกษาเรื่องความสามารถด้านการสื่อสารของพระพิศาลธรรมพาที (พระพยอม กัลยาโณ) กับการระดมพลังการพัฒนาชุมชน พบว่าความสามารถด้านการสื่อสารของพระพยอม ดังนี้

1. มิติด้านความรู้

1.1 เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจผู้รับสาร รู้ว่าจะสื่อสารกับผู้รับสารแต่ละกลุ่มอย่างไร

1.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ มีความมุ่งหมายที่จะเผยแพร่ศาสนาให้แพร่กระจายไปในหมูชน

1.3 ความเข้าใจในบริบทหรือสถานการณ์ ท่านเข้าใจเป็นอย่างดี และสามารถทำการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับบริบท หรือสถานการณ์

2. มิติด้านทักษะการสื่อสาร

2.1 การเลือกใช้สื่อ มีการเลือกใช้สื่อทั้งสื่อประเพณี และสื่อสมัยใหม่ สื่อประเพณีที่ใช้ ได้แก่ การเทศน์ สื่อบุคคล สื่อสถานที่ สื่อกิจกรรม และสื่อวัตถุ ส่วนสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ วิทยุ เทป และโทรทัศน์

2.2 การเลือกสรรและการออกแบบสาร พระพยอมรู้ว่าจะสื่อสารกับใคร จึงสามารถออกแบบสารให้ง่ายและสอดคล้องกับผู้รับสาร

2.3 ทักษะเฉพาะ พระพยอมใช้หลายทักษะในการเปิดรับ และส่งออกข้อมูลข่าวสาร ดังนี้ ทักษะการเปิดรับข้อมูล ทักษะการแนะนำ ทักษะการโน้มน้าวใจ ทักษะการคิดวิเคราะห์ และทักษะการตัดสินใจ

3. มิติด้านกลยุทธ์การสื่อสาร

มีการเลือกสื่อและออกแบบสาร นำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อหลายประเภท สอดคล้องกับผู้รับสาร โดยใช้หลากหลายกลยุทธ์ ดังนี้

3.1 อารมณ์ขัน มีการฝึกเทศน์ด้วยอารมณ์ขัน จนเป็นที่รู้จักทั่วไป

3.2 การเล่าเรื่อง สร้างความน่าสนใจด้วยการตั้งคำถามที่มีคำตอบประเภท ใช่ หรือ ไม่ใช่ โดยไม่ต้องการคำตอบ แต่สร้างความน่าติดตาม และอาศัยการเล่าเรื่องเพื่อสั่งสอนทางอ้อม

3.3 การใช้เหตุการณ์ที่เป็นปัจจุบัน เป็นเหตุการณ์จริง ที่เกิดขึ้นและแวดล้อมชีวิตประจำวัน ทำให้ผู้รับสารรู้สึกเป็นเรื่องใกล้ตัว

3.4 ใช้ความรู้เดิมเป็นฐาน อาศัยความรู้ทั้งทางโลกและทางธรรม มาประกอบกัน ความรู้ทางธรรมนำมาประกอบการเทศน์ ส่วนความรู้ทางโลกด้านอาชีพ มาสร้างสรรค์สื่อกิจกรรม

3.5 การถอดรื้อความหมาย แม้จะมีการถอดรื้อความหมายของคำหรือสื่อที่ใช้ แต่พระพยอมได้ยึดถือเอาความถูกต้องตามหลักธรรมทางพุทธศาสนาเป็นกรอบอ้างอิง ทำให้สามารถควบคุมเนื้อหาที่ต้องการสื่อออกมา

3.6 การผสมผสาน มีการนำแนวคิดทางธรรม มาผสมเข้ากับแนวคิดทางโลก แนวคิดใหม่กับเก่า เพื่อการนำเสนอเนื้อหา และกิจกรรม

3.7 การตลาดเพื่อสังคม กลยุทธ์ที่ใช้ในการระดมทรัพยากรทุน ได้ใช้หลักการตลาดมาระดมทรัพยากรทุน แต่ก็เป็นการตลาดเพื่อสังคม เพื่อช่วยเหลือผู้ยากจน ผู้เดือดร้อน

3.8 การจัดช่องทางให้เหมาะสม โดยเฉพาะช่องทางสื่อสารเกี่ยวกับเรื่องเงินและผู้หญิง จัดให้อยู่ในลักษณะเปิด เพื่อความโปร่งใส ตรวจสอบได้

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดเรื่องความสามารถทางการสื่อสาร อันประกอบด้วย ความรู้ ทักษะการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสาร มาใช้ประกอบการวิเคราะห์กระบวนการพัฒนาการสื่อสารองค์ความรู้ ในส่วนของความสามารถทางการสื่อสาร

อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ และคณะ (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ 2549) ศึกษาเรื่องสมรรถนะด้านสื่อสารของบุคคลกับการระดมพลังการพัฒนา โดยศึกษาสื่อบุคคล ที่ทำงานในตำแหน่งประธานชุมชน ของชุมชนคลองเจริญ เทศบาลนครอุดรธานี พบว่า สื่อบุคคลนั้นสามารถทำหน้าที่เป็นได้หลายอย่าง

เป็นผู้ส่งสาร (Sender) เป็นความหมายของสาร (Message) เช่น อยากสอนชาวบ้านเรื่องความซนก็ใช้วิธีลงมือทำให้เห็น เป็นการสื่อสารด้วยการกระทำ เป็นช่องทางการสื่อสาร (Channel) นอกจากเป็นตัวกลางนำข่าวสารจากเทศบาลไปสู่ชุมชนแล้ว ยังเป็นสื่อกลางนำความสัมพันธ์หลายๆ อย่างไปสู่ชุมชนอีกด้วย เป็นผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งไม่เพียงรับข่าวสารเท่านั้น แต่เป็นผู้ถอดความหมาย (Decoder) แล้วเลือกที่เหมาะสม ก่อนส่งต่อให้ชาวบ้าน ถือว่าเป็นนายประตูกลั่นกรองข่าวสาร (Gate keeper) นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารอีกด้วย ถือเป็นคลังความรู้ (Stock of knowledge) สำหรับชาวบ้าน

ในด้านความสามารถทางการสื่อสารพบว่าผู้นำชุมชน มีการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ในการสื่อสารถึง 9 กลยุทธ์ ดังนี้

1. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ โดยใช้วิธีการสื่อสารในลักษณะ “การขอความร่วมมือ” ส่วนการจัดการคนใช้วิธีวิเคราะห์ผู้รับสาร เพื่อเลือกคนให้เหมาะสมกับเนื้อหาที่จะให้ทำ

2. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารทั่วไปเพื่อทราบ ใช้หลักการวิเคราะห์เนื้อหาให้เหมาะกับช่องทางการสื่อสาร สื่อที่ใช้มักเป็นหอกระจายข่าว และสื่อบุคคล

3. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อระดมคนเข้าร่วมประชุม ใช้กลยุทธ์การ “เข้าถึงตัว” โดยไปเกาะประตูบ้าน และอีกส่วนใช้สื่อหออกระจายข่าว และสื่อบุคคล

4. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อจัดการปัญหาความขัดแย้ง ใช้การวิเคราะห์ผู้รับสาร และเนื้อหาสารเรื่องที่ขัดแย้ง ก่อนจะเลือกวิธีการสื่อสาร โดยอาศัยการสื่อสารสองทาง

5. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวของชุมชน ใช้สื่อกิจกรรม โดยเลือกกิจกรรมที่สนใจร่วมกัน และงานบุญ

6. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสอนหรือฝึกฝนชาวบ้านในเรื่องต่างๆ เลือกวิธีการสื่อสารด้วยการ “พูดเชิงแนะนำ” และ “การทำให้เห็นเป็นแบบอย่าง”

7. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อแสดงภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน ใช้อวัจนภาษา โดยการแต่งกาย การวางตัวในที่ประชุม การพูดอย่างมีหลักการ การทำผลิตภัณฑ์ชุมชน

8. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้คำปรึกษา โดยการพูดเพื่อให้คำปรึกษา และใช้เอกสารประกอบ

9. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความศรัทธา ใช้สื่อเชิงอวัจน เช่น ความนอบน้อม ความเสียสละ การปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ใช้ความรู้ความสามารถในการทำงาน ให้ความช่วยเหลือเกื้อกูล

และเมื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ต่างๆ จากองค์ประกอบของการสื่อสาร ผู้วิจัยยังพบว่า

1) รูปแบบและลักษณะการสื่อสารเพื่อระดมพลังการพัฒนา มีรูปแบบการสื่อสารแบบบนลงล่าง การสื่อสารแบบสองทาง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และการสื่อสารด้วยการกระทำ ประธานชุมชนยังสื่อสารด้วยการ “ลองให้ไปทำดู” “การพาไปดูงาน” “การทำให้เห็นเป็นแบบอย่าง”

2) การจัดการเนื้อหาเพื่อการสื่อสาร กลยุทธ์ที่สำคัญคือการปรับประยุกต์เนื้อหาสารให้เหมาะกับผู้รับสาร ทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมเนื้อหาให้เข้ากับผู้รับสาร (Message Translator) ทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกด้านเนื้อหาสาร (Facilitator) ในการดึงจุดแข็งหรือสิ่งดีของชุมชนออกมาใช้ในการทำงาน ทำหน้าที่เป็นฝักรองและคัดเลือกว่าสาร (Gate keeper) ทำหน้าที่กำหนดวาระสำคัญในชุมชนทำ (Agenda setting)

3) การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสาร มีการเลือกใช้ช่องทางให้เหมาะกับเนื้อหาสาร เช่น เรื่องทางการใช้นั่งสื่อเชิญประชุม เรื่องทั่วไปใช้หออกระจายข่าว นอกจากนี้ยังมีการใช้สื่อกิจกรรม ใช้สื่อบุคคล ทั้งตัวประธานชุมชนเอง คนในครอบครัว หรือตัวชาวบ้านเอง นอกจากนี้ยังมีการสื่อสารพิเศษโดย “ใช้ของรางวัล”

4) การวิเคราะห์ผู้รับสารก่อนทำการสื่อสาร โดยพิจารณา “ความสามารถของผู้รับสาร” (Capacity of audience) “สถานภาพของผู้รับสาร” (Status of audience) “ระดับความสัมพันธ์ของผู้รับสาร” และ “ความเกี่ยวข้องกับงาน” เมื่อวิเคราะห์แล้วจึงเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม

5) เครื่องมือการสื่อสารในชุมชน เนื่องจากเป็นชุมชนกึ่งบ้านกึ่งเมือง ทำให้ต้องใช้เครื่องมือการสื่อสารอื่น เช่น ครอบครัว เจ้าหน้าที่เทศบาล ปรชาชนชุมชนอื่น ผู้นำทางความคิด คณะกรรมการชุมชน ชาวบ้าน มาสานสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่างๆ ประเด็นสำคัญที่ค้นพบคือ ประการแรก ครอบครัวของผู้นำ เป็นเครื่องมือการสื่อสารที่สำคัญที่สุด โดยเฉพาะภรรยา ที่สามารถช่วยกระจายข่าวไปยังกลุ่มต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ประการที่สอง เครื่องมือการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับชุมชนที่กำลังเปลี่ยนเป็นชุมชนเมือง ประการที่สาม เครื่องมือการสื่อสารมีบทบาทสำคัญหลายอย่าง เป็นทั้งช่องทางการสื่อสาร เป็นสะพานเชื่อมความสัมพันธ์ในชุมชน เป็นกาวใจสมานความขัดแย้ง และเสริมสร้างความเข้าใจในการทำงาน

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดเรื่องกลยุทธ์การสื่อสาร มาใช้ประกอบการวิเคราะห์กระบวนการพัฒนาการสื่อสารองค์ความรู้ ในส่วนของความสามารถทางการสื่อสาร อันประกอบด้วย ความรู้ ทักษะการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสาร โดยเน้นไปที่กลยุทธ์การสื่อสารที่กลุ่มปราชญ์ชาวบ้านใช้ว่า มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยข้างต้นหรือไม่ อย่างไร

