

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารกับการสร้างการมีส่วนร่วม และการแก้ปัญหาของชุมชนกรณีศึกษา ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งทะเล ในพื้นที่บ้านขุนสมุทรจีน หมู่ที่ 9 ตำบลแหลมฟ้าผ่า อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ” เพื่อศึกษาถึงการสื่อสารของชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน ศึกษาการสื่อสารที่สร้างการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการแก้ไขปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งทะเล รวมทั้งการใช้การสื่อสารของแกนนำชุมชนบ้านขุนสมุทรจีนในการจัดการปัญหาการกัดเซาะชายฝั่ง รวมทั้งแนวทางการพัฒนาการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และการพัฒนาการจัดการสิ่งแวดล้อมชายฝั่งอย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเรื่องการสื่อสาร (Communication)
2. แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Development Communication)
3. แนวคิดเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)
4. แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation)
5. แนวคิดเรื่องการใช้พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere)
6. ทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (Two-step Flow of Information Theory)
7. ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory)

แนวคิดเรื่องการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) เป็นพฤติกรรมพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลในระดับต่าง ๆ ในสังคม ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล กลุ่มย่อย ครอบครัว ชุมชน ท้องถิ่น และในระดับประเทศ การสื่อสารมีความสำคัญ และความจำเป็นต่อมนุษย์ การสื่อสารจะเกี่ยวโยงไปกับกิจกรรมทุกประเภทในสังคม การสื่อสารช่วยให้เกิดความรู้ ความเข้าใจร่วมกัน และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในสังคม

นักวิชาการด้านการสื่อสารได้ให้คำนิยามของการสื่อสารไว้หลากหลายแง่มุม ตามมุมมองของแต่ละบุคคล ดังนี้

Roger and Shoemaker (1971, p. 11) กล่าวว่า “การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ”

Williams (1966, p. 17) กล่าวว่า “การสื่อสาร คือ การถ่ายทอดความคิดข่าวสาร และทัศนคติต่าง ๆ จากบุคคลไปสู่บุคคล”

Schramm (1978, p. 13, อ้างถึงใน กิติมา สุรสนธิ, 2541, น. 3) กล่าวว่า “การสื่อสาร คือ การมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร (Information Signs)”

ด้านนักวิชาการไทยได้ให้ความหมายของการสื่อสารในลักษณะคล้ายคลึงกันคือ

ปรมะ สตะเวทิน (2529, น. 14) กล่าวว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)”

สวณิต ยมาภัย (2526, น. 12) ให้นิยามการสื่อสารไว้ว่า “การสื่อสาร หมายถึง การติดต่อกันระหว่างมนุษย์เพื่อทำให้รับรู้เรื่องราว อันมีความหมายร่วมกัน และเกิดการตอบสนองต่อกัน”

และเกศินี จุฑาวิจิตร (2548, น. 4) ได้สรุปคำนิยามของการสื่อสารไว้ว่า “การสื่อสาร เป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหว และเป็นกรกระทำอย่างต่อเนื่องในการส่ง และรับสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างมีวัตถุประสงค์ชัดเจน”

องค์ประกอบของการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสารจะต้องประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วนคือ

1. ผู้ส่งสาร หรือ แหล่งสาร (Sender or Source) หมายถึง บุคคล หรือ กลุ่มบุคคลที่มีความคิดมีความต้องการมีความตั้งใจที่จะส่งข้อมูลข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ทัศนคติ ความเชื่อ ฯลฯ ไปยังผู้รับสาร เพื่อก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งต่อผู้รับสาร

2. สาร (Message) หมายถึง เนื้อหาของสาร หรือ เรื่องราวอันมีความหมาย และถูกแสดงออกมาโดยอาศัยภาษา หรือ สัญลักษณ์ใด ๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

3. สื่อ หรือ ช่องทางการสื่อสาร (Media or Channel) หมายถึง ตัวกลางที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

4. ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง ผู้รับเนื้อหา หรือ เรื่องราวจากแหล่งสาร หรือ ที่ผู้ส่งสารส่งมา ผู้รับนี้อาจเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือ สถาบันก็ได้

นอกจากองค์ประกอบที่สำคัญทั้ง 4 ส่วนที่กล่าวมาแล้ว ปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) ก็ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของกระบวนการสื่อสาร ปฏิกริยาตอบกลับ คือ ผลที่ผู้รับสารส่งกลับมายังผู้ส่งสาร โดยอาจแสดงออกทางการพูดโต้ตอบ การแสดงความคิดเห็น หรือการแสดงอาการให้เห็น เช่น ประบมือ ยิ้ม พยักหน้า ฯลฯ เพื่อเป็นข้อมูลที่ทำให้ผู้ส่งสารทราบว่าผู้รับสารมีความพอใจ หรือ มีความเข้าใจในความหมายของสารที่ส่งไปหรือไม่

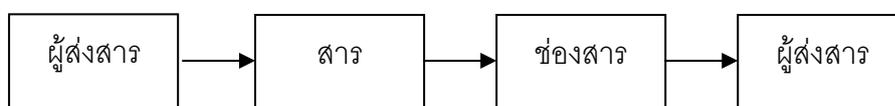
แบบจำลองการสื่อสาร

แบบจำลองการสื่อสารมีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับมุมมองของนักคิดแต่ละคน ซึ่งแบบจำลองการสื่อสารนั้นเราอาจแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ โดยพิจารณาจากลักษณะการไหลของสารในกระบวนการสื่อสาร (Flow of Information) ก็คือปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) ที่เกิดขึ้นระหว่างการสื่อสารของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร (กิติมา สุรสนธิ, 2541, น. 81-82) ดังนี้

1. **แบบจำลองการสื่อสารในลักษณะทางเดียว** (One – way Communication) เป็นกระบวนการสื่อสารที่เกิดจากผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสาร ผ่านช่องทางการสื่อสารไปยังผู้รับสาร แต่เพียงฝ่ายเดียว โดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถาม หรือ แสดงความคิดเห็น จึงไม่มีปฏิกริยาย้อนกลับจากผู้รับสาร การสื่อสารแบบนี้มีลักษณะเป็นเส้นตรงจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยตรงปราศจากการคำนึงถึงปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) จากผู้รับสาร

ภาพที่ 2.1

แสดงแบบจำลองการสื่อสารในลักษณะทางเดียว



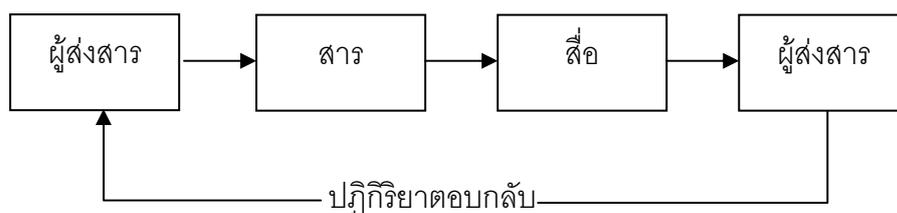
การสื่อสารในลักษณะนี้จะออกมาในรูปแบบของนโยบาย แผนงานคำสั่งต่าง ๆ ของผู้บริหารหรือผู้นำโดยผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ เช่น หอกระจายข่าว เอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วการสื่อสารแบบทางเดี่ยวมักจะเกิดขึ้นกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ที่มีการนำเสนอข่าวสารสู่ประชาชนแต่เพียงฝ่ายเดียวรวดเร็วกว่า การสื่อสารแบบทางเดียวเหมาะกับสถานการณ์ที่ผู้สื่อความมีความรู้ และความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ สูงกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง แต่การสื่อสารแบบนี้จะทำให้ขวัญและกำลังใจอีกฝ่ายหนึ่งถูกกระทบกระเทือน (เสถียร เชนประทับ, 2535, น. 33)

2. แบบจำลองการสื่อสารในลักษณะสองทาง (Two – way Communication)

เป็นกระบวนการสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้ส่งสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกัน มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจ หรือ ข้อสงสัยต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน มีการโต้ตอบกัน ทำให้ผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน ลักษณะการสื่อสารแบบนี้มักจะเกิดขึ้นในกรณีที่ผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถมองเห็นหน้าค่าตากัน อยู่ใกล้ชิดกัน หรือ สามารถติดต่อถึงกันได้ทันที เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคล

ภาพที่ 2.2

แสดงแบบจำลองการสื่อสารในลักษณะสองทาง



การสื่อสารในลักษณะนี้ผู้ส่งสารให้ความสำคัญกับปฏิกิริยาตอบกลับของผู้รับสาร (Feedback) ที่มีผลให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้ผู้รับสาร และผู้ส่งสาร มีความเสมอภาคกันในการติดต่อสื่อสาร และจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ส่งสารที่จะทราบว่า การสื่อสารในครั้งนั้นของตนประสบผลสำเร็จหรือไม่ มากน้อยเพียงใด และมีข้อบกพร่อง หรือ อุปสรรคในการสื่อสารอย่างไร เพื่อผู้ส่งสารสามารถนำมาปรับปรุง หรือ พัฒนาการสื่อสารในครั้งต่อไปให้ประสบ ผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น

รูปแบบและคุณลักษณะของการสื่อสาร

รูปแบบ หรือ ประเภทของการสื่อสาร จำแนกออกได้มากมายหลายลักษณะ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าต้องการมุ่งพิจารณาในประเด็นใดบ้าง โดยอาศัยเกณฑ์ต่าง ๆ เช่น จำนวนผู้สื่อสาร ลักษณะการใช้ ทิศทางการไหลของข่าวสาร ฯลฯ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จำแนกรูปแบบ การสื่อสารได้ ดังต่อไปนี้

รูปแบบของการสื่อสาร จำแนกตามจำนวนของผู้สื่อสาร แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. **การสื่อสารระหว่างบุคคล** (Interpersonal Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลสอง หรือ สามคน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน (เกติณี จุฑาวิจิตร, 2540, น. 6) เช่น การพูดคุยกันแบบเห็นหน้าค่าตา การใช้โทรศัพท์คุยกัน เป็นต้น ผู้ร่วมสนทนาเป็นทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสารสลับกันไปมา ประกอบด้วย การสื่อสารวจนสาร (Verbal Communication) ได้แก่ ภาษาพูด ถ้อยคำ เช่น การสนทนา การสัมภาษณ์ การเขียนบันทึก และการสื่อสารอวจนสาร (Non-Verbal Communication) ได้แก่ ภาษาที่ไม่ใช้ถ้อยคำ เช่น ภาษาท่าทาง การแสดงออกทาง สีหน้า แววตา เป็นต้น

กิติมา สุรสนธิ (2541, น. 29) ได้กล่าวถึงการกำหนดถึงคุณลักษณะการสื่อสารระหว่างบุคคลไว้ดังนี้

1.1 ผู้ที่ทำการสื่อสารจะทำหน้าที่ หรือ มีบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสาร สภาวะของการสื่อสารที่เกิดขึ้นเป็นลักษณะร่วมกันทำ (Coactive) ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ต่าง ๆ ซึ่งกันและกันของบุคคลทั้งสองฝ่าย กล่าวคือ เมื่อฝ่ายหนึ่งเป็นผู้กระทำสิ่งเ้า อีกฝ่ายหนึ่งจะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งเ้านั้น หรือ ที่เรียกว่าปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback)

1.2 การสื่อสารระหว่างบุคคลจะมีลักษณะของความเป็นส่วนตัว (Privacy) เนื่องจากผู้ส่งสาร และผู้รับสารมีจำนวนน้อย การพบปะพูดคุยจึงอยู่ในลักษณะที่เป็นเรื่องราวระหว่างสองคน หรือ คนเพียงไม่กี่คนเท่านั้น

1.3 สารที่ส่ง หรือ ถ่ายทอดมักจะประกอบไปด้วยข้อมูลข่าวสารเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึก สภาพจิตใจ (Psychological Data) มากกว่าที่จะเป็นเนื้อหาสาระที่เน้นหนักในเชิงของเรื่องราวเหตุการณ์ หรือ เรื่องทั่ว ๆ ไป ผู้ส่งสาร และผู้รับสารในการสื่อสารระหว่างบุคคลจะมีความใกล้ชิด และคุ้นเคย (Intimacy) ผู้ส่งสาร และผู้รับสารส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่รู้จักมักคุ้น รู้ถึงอุปนิสัยใจคอ และความรู้สึกในด้านต่าง ๆ ของกันและกันเป็นอย่างดี

2. **การสื่อสารกลุ่มย่อย** (Small Group Communication) เป็นการสื่อสารภายในกลุ่มคนจำนวนหนึ่ง มีลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ซึ่งผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถที่จะพูดคุยโต้ตอบกันได้โดยตรง และทั่วถึง เช่น การสื่อสารในการประชุมสัมมนา เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ กระตุ้น หรือ ร่วมกันแก้ไขปัญหา (เกติณี จุฑาวิจิตร, 2540, น. 6) Berger (1977, p. 12, อ้างถึงใน กิติมา สุรสนธิ, 2541, น. 31) ได้เสนอถึงปัจจัยบางประการที่มีผลต่อความสำเร็จของการสื่อสารภายในกลุ่ม ได้แก่

จำนวนสารใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในกลุ่ม (Amount of New Information) ยิ่งมีข่าวสารใหม่ ๆ เกิดขึ้นในกลุ่มมาก ก็ยิ่งจะทำให้กลุ่มจำเป็นต้องมาพบปะพูดคุยกันมาก

ขนาดของกลุ่ม (Group Size) ขนาดของกลุ่มมีผลต่อลักษณะการแลกเปลี่ยนข่าวสารของคนภายในกลุ่ม ยิ่งขนาดกลุ่มใหญ่ขึ้น การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึงกันระหว่างสมาชิกจะน้อยลง ในทางกลับกันหากกลุ่มมีขนาดเล็ก การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างคนในกลุ่มก็จะมีโอกาสมากขึ้น

ความถี่ในการพบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลการพูดคุยของสมาชิกภายในกลุ่มมีผลต่อลักษณะความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีต่อกันของกลุ่ม หากภายในกลุ่มมีโอกาสพบปะพูดคุยกันบ่อยครั้ง ก็จะทำให้ความสัมพันธ์ในกลุ่มมีความผูกพันใกล้ชิดกันยิ่งขึ้น และมีความเข้าใจอันดีต่อกัน

3. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างคนจำนวนมาก ซึ่งอยู่ในสถานที่เดียวกัน หรือ ใกล้เคียงกัน โดยอาจจะใช้สื่อโทรทัศน์เข้าช่วย การสื่อสารในกลุ่มใหญ่นี้ ได้แก่ การประชุม ประชาคม เป็นต้น การรวมตัวกันของคนจำนวนมากทำให้ผู้ส่งสารจะควบคุมสถานการณ์ได้ยาก เนื่องจากผู้รับสารมีลักษณะในเรื่องความแตกต่างของบุคคลค่อนข้างมาก และปฏิกิริยาตอบกลับจะเกิดขึ้นค่อนข้างช้า โอกาสที่ผู้ส่งสาร และผู้รับสารจะสื่อสารกันได้อย่างโดยตรง และทั่วถึงกันมีน้อยมาก และยิ่งขาดลักษณะของการสื่อสารแบบตัวต่อตัว

คุณลักษณะของการสื่อสารกลุ่มใหญ่มีดังนี้ (กิติมา สุรสนธิ, 2541, น. 33) มีการรวมตัวของคนจำนวนมาก เป็นกลุ่มคนที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน กลุ่มคนที่มารวมกันมักเป็นการรวมตัวกันโดยมีจุดประสงค์ เป้าหมาย หรือ ผลประโยชน์บางประการร่วมกัน

การรวมตัวกันนี้อาจเป็นการรวมตัวกันในลักษณะชั่วคราว หรือ ลักษณะถาวรก็ได้ กลุ่มที่รวมตัวกันถาวรเป็นกลุ่มที่มีอุดมการณ์ในเรื่องต่าง ๆ คล้าย ๆ กัน เช่น กลุ่มสนับสนุนทางการเมือง เป็นต้น ส่วนกลุ่มชั่วคราวมักเกิดการรวมตัวกันจากความรู้สึกและอารมณ์ เช่น การประท้วง การก่อจลาจล เป็นต้น

ความคุ้นเคยได้ และความสัมพันธ์ภายในกลุ่มมีน้อย เนื่องจากจำนวนคนมาก ปฏิกิริยาตอบกลับที่เกิดขึ้นได้ยาก และน้อยมาก

4. การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นการสื่อสารไปถึงมวลชนโดยผู้ส่งสาร ได้แก่ สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ การสื่อสารมวลชนนี้จะมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว ปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) เกิดขึ้นช้า และมีน้อยมาก

คุณลักษณะ หรือ ปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการสื่อสารมวลชนคือ (กิติมา สุรสนธิ, 2541, น. 34)

1. ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารมีสูง เนื่องจากการส่งถ่ายทอดข่าวสารจากบุคคลที่ทำงานในสถาบันทางสื่อมวลชนที่มีชื่อเสียง และมีอุดมการณ์ในการเสนอข้อเท็จจริง ประชาชนจึงให้ความเชื่อถือ

2. ความจุของสารมีมากกว่าการสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ และข้อมูลข่าวสารจะมีความหลากหลายเพื่อตอบสนองของความต้องการของคนจำนวนมาก

3. การมีลักษณะของการเป็นผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) ซึ่งเป็นผู้ที่มีหน้าที่คัดเลือกว่าข่าวใดควรเสนอ หรือ ข่าวใดไม่สำคัญควรตัดทิ้งไป รวมทั้งบทบาทการเป็นผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ซึ่งมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด หรือ ความคิดเห็นของสาธารณชนในเรื่องประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม

4. ผู้รับสารเป็นคนจำนวนมากซึ่งมีลักษณะที่เป็นสาธารณะ และมีคุณลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน โดยที่ผู้ส่งสารไม่อาจจะบุผู้รับสารได้ และไม่เป็นที่รู้จักเป็นการส่วนตัวกับผู้รับสาร

รูปแบบการสื่อสารจำแนกตามลักษณะการใช้ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะดังนี้คือ

1. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นเอง และเกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งไม่มีใครได้รับมอบหมาย หรือ บังคับให้ใช้ การติดต่อผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งอย่างตั้งใจ แต่การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอย่างอิสระ การสื่อสารลักษณะนี้จะมีความรวดเร็วในการสื่อสาร แต่ข้อมูลข่าวสารอาจจะผิดจากความเป็นจริงได้ง่าย

2. การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งเกิดปฏิสัมพันธ์ในโครงสร้างที่มีแบบแผนกำหนดไว้อย่างแน่นอน สารจะถูกส่งออกไปตามลำดับชั้น หรือ ตามลักษณะหน้าที่ของภารกิจ โดยจะไหลผ่านความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ ดังนั้นในเรื่องของบทบาท และสถานภาพของบุคคล หรือ สมาชิกจึงเป็นสิ่งที่ควรพิจารณาอย่างมาก เพราะชีวิตในสังคมส่วนใหญ่ทุกวันนี้ต้องการการวางรูปแบบเครือข่ายการสื่อสารทั้งสิ้น

นอกจากนี้ ยังสามารถจำแนกรูปแบบการสื่อสารตามทิศทางการไหลของข่าวสารได้ เป็น 3 ลักษณะคือ

1. การสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) ข่าวสารจะถูกส่งจากบุคคล หรือ หน่วยงานที่มีตำแหน่งอยู่ในระดับสูงกว่าลงมายังผู้รับสารในระดับต่ำกว่า เช่น การแจ้งคำสั่ง หรือ นโยบายของรัฐบาลให้ประชาชนได้รับทราบ

2. การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) การส่งข่าวสารจากบุคคล หรือ หน่วยงานที่อยู่ในระดับต่ำกว่าไปยังบุคคล หรือ หน่วยงานที่มีตำแหน่ง หรือ ระดับสูงกว่า เช่น การ

ยื่นข้อเรียกร้องของกลุ่มเกษตรกรต่อรัฐบาล การทำประชาพิจารณ์เพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน เป็นต้น

3. การสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารของบุคคล หรือ หน่วยงานที่อยู่ในระดับเดียวกัน เช่น การประชุมของกลุ่มแกนนำชุมชน การสัมมนาทางวิชาการของกลุ่มหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น

แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

พัฒนาการแนวคิด และแนวทางปฏิบัติของเรื่อง “การพัฒนา” ที่เริ่มต้นตั้งแต่วรรษ 1960 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบันนี้ โดยอาจแบ่งยุคสมัยของพัฒนาการดังกล่าวออกได้เป็น 3 ยุค ตามลักษณะของกระบวนทัศน์ (Paradigm) (กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย และ ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2543, น. 62) คือ

1. Dominant/Modernization Paradigm เป็นกระบวนทัศน์หลักที่ปรากฏชัดเจนในช่วงทศวรรษ 1960–1970 และยังคงครอบงำความคิดของคนส่วนใหญ่อยู่จนถึงปัจจุบัน จนบางครั้งเรียกกระบวนทัศน์นี้ว่า “กระบวนทัศน์หลัก” โดยกระบวนทัศน์ดังกล่าวเน้นเรื่องการพัฒนาประเทศโลกที่สามให้มีความทันสมัยแบบตะวันตก

2. Dependency Paradigm เป็นกระบวนทัศน์ที่ได้แย้งกระบวนทัศน์แรก โดยมีแนวคิดหลักว่า การพัฒนาเพื่อก้าวไปสู่ความทันสมัย เป็นกระบวนการนำเอาประเทศโลกที่สามไปพึ่งพาขึ้นต่อประเทศตะวันตกที่พัฒนาแล้ว ในขณะที่กระบวนทัศน์นี้เชื่อว่า การพัฒนาที่แท้จริงจะเกิดขึ้นได้หากประเทศโลกที่สามปฏิเสธการพึ่งพิงตะวันตก

3. Alternative/Another Development/Multiplicity Paradigm เป็นกระบวนทัศน์ที่ก่อตัวในช่วงทศวรรษ 1980 และเป็นที่ยอมรับของคนในปัจจุบันโดยเรามักเรียกกระบวนทัศน์นี้ว่า “กระบวนทัศน์ทางเลือก” โดยกระบวนทัศน์ใหม่นี้ไม่ได้ปฏิเสธกระบวนทัศน์หลัก (Dominant Paradigm) จากแบบขาวเป็นดำ เช่นที่ Dependency Paradigm กระทำ หากแต่เป็นการนำเสนอให้มีการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่วิธีการ และค่านิยมของการพัฒนากันเลยทีเดียว รวมทั้งยังได้นำเสนอทัศนะใหม่ที่ท้าทายว่า การพัฒนาไม่จำเป็นต้องมีเพียงกระบวนทัศน์อย่างเดียวที่ใช้กันอย่างเป็นทางการทั่วโลก แต่เส้นทางในการพัฒนาของแต่ละท้องถิ่น สังคม และประเทศอาจมีความหลากหลายแตกต่างกันในเชิงเป้าหมาย กระบวนการ และผลที่ได้รับ โดยคำนึงถึงความต้องการของคนในท้องถิ่นเป็นสำคัญ

เนื่องจากแนวคิดเรื่อง “การพัฒนา” มิได้มีฐานะเป็นเพียงแนวคิดอย่างหนึ่งเท่านั้น หากทว่ายังเป็น “แนวคิดที่มีวิธีการนำไปสู่การปฏิบัติ” อีกด้วย และในการปฏิบัตินั้น ต้องการเงื่อนไข และกลไกทางสังคมหลายชนิดเข้าไปเกี่ยวข้อง ณ จุดนี้เองที่การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล หรือ การสื่อสารมวลชนได้ถูกคาดหวังให้เข้ามามีบทบาท และมีส่วนร่วมกับการพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “การสื่อสาร” เป็นกลไกสำคัญ หรือ เครื่องมือ (Apparatus) ในการสร้าง และหนุนเสริมการพัฒนา แนวคิดดังกล่าวเป็นที่รู้จักกันดีในนามของ “การสื่อสารเพื่อการพัฒนา” (Development Communication)

Servaes (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2543, น. 62-63) ได้ประมวลข้อสรุปเกี่ยวกับแนวคิดเรื่อง “การพัฒนา” และเรื่อง “การสื่อสาร” เอาไว้หลายประการ แต่ที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายของการพัฒนาโดยตรง คือ ชุมชน โดยเขาเชื่อว่า หน่วยของการวิเคราะห์ในการศึกษาเรื่องการสื่อสาร และการพัฒนาไม่ควรยึดติดเฉพาะหน่วยของระดับโลกเท่านั้น แต่ผนวกรวมเอาระดับกลุ่มในหมู่บ้าน ระดับหมู่บ้าน ระดับเครือข่ายหมู่บ้านเข้าไว้ด้วยการวิเคราะห์ที่มีลักษณะเป็นองค์รวม และถือเอาปัญหาของชุมชนเป็นตัวตั้ง (Problem-oriented Approach) ยุทธศาสตร์การพัฒนามีลักษณะเชิงโครงสร้าง และเป็นระดับนโยบาย เช่น การคืนอำนาจให้ประชาชนกำหนดชะตากรรมของชุมชนเอง ซึ่งต้องใช้นโยบายการพัฒนาแบบกระจายอำนาจ (Decentralization) การเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์ในการพัฒนาจากระดับโลก หรือระดับชาติมาสู่ระดับหมู่บ้าน และชุมชน ซึ่งเน้นการพัฒนาปัจเจกบุคคล และตัวชุมชนชี้ให้เห็นถึงเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาว่าเป็นการพัฒนาเพื่อประโยชน์ของคนในชุมชน โดยชุมชน และเพื่อชุมชนเอง

เมื่อกระบวนทัศน์ของการพัฒนาได้เปลี่ยนแปลงไป รูปแบบ หรือ คุณลักษณะของการสื่อสารเพื่อพัฒนาก็ย่อมต้องเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย Berrigan (1979, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2543, น. 63-64) ได้ย้อนกลับไปทบทวนหน้าที่และบทบาทของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาตั้งแต่ยุคสมัยกระบวนทัศน์แรก และวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในยุคแรก ได้ข้อสังเกตดังนี้ คือ

1. ข่าวสารนั้นจะไหลจากเมืองหลวงส่วนกลางไปสู่บริเวณชนบทรอบนอก และส่วนใหญ่ มักไม่มีช่องทางที่จะให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นป้อนกลับมา (Feedback)
2. ทิศทางการไหลของข่าวสารจะเป็นแบบทางเดียว (One-way Communication) คือ ไหลจากส่วนกลางไปสู่รอบนอก ไหลจากข้างบนไปสู่ข้างล่าง เช่น การประชุมของชาวบ้านกับเกษตรตำบล ก็จะมีแต่การบรรยายของเกษตรตำบลเท่านั้น

3. ในการสร้างเนื้อหาสารนั้น มักไม่ค่อยมีการคำนึงถึงความเชื่อ วิถีชีวิต และทัศนคติของกลุ่มผู้รับสาร

4. เนื่องจากวิธีการสร้างสารถูกกำหนดจากผู้ผลิตกลุ่มเล็ก ๆ กลุ่มหนึ่งที่อยู่นอกชุมชนแต่ฝ่ายเดียว และด้วยวิธีการผลิตเนื้อหาสาระที่ไม่ได้มีการสำรวจความต้องการว่าผู้รับสารต้องการข่าวสารแบบไหน จึงเป็นการยากที่เนื้อหาสาระที่ผ่านวิธีการผลิตจากบนลงล่างเช่นนี้จะตอบสนองความต้องการของประชาชนได้

5. การสื่อสารแบบกระแสหลัก จะเน้นที่การบอก/การแจ้งข่าวสาร และการที่ร่วมอยู่ในอบรมสั่งสอนที่ฝ่ายผู้ส่งข่าวซึ่งคิดว่า “ตนเองเป็นผู้รู้ทั้งหมด” และส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารซึ่งถูกรับรู้ว่า “ไม่รู้อะไรเลย” ไม่ใช้การแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสาร และทัศนระหว่งฝ่ายต่าง ๆ ที่ร่วมอยู่ในกระบวนการสื่อสาร

คุณลักษณะของการสื่อสารชุมชน

กระบวนการที่เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบทางเลือกที่เน้นการพัฒนาในระดับชุมชนนั้นมีแนวคิดที่หลากหลาย โดยแต่ละแนวคิดอาจจะเน้นมิติต่าง ๆ ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแนวใหม่ที่แตกต่างกัน ซึ่ง กาญจนา แก้วเทพ และคนอื่น ๆ (2543, น. 65-67) ได้รวบรวมจุดร่วมของแนวคิดต่าง ๆ โดยเฉพาะในด้านคุณลักษณะของการสื่อสารชุมชน (Community Communication) ไว้ดังนี้

1. การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ที่ผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาโต้ตอบ (Interactivity) กันอยู่ตลอดเวลาทั้งในลักษณะเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ ลักษณะการสื่อสารแบบสองทางทำให้สถานะของผู้ส่ง และผู้รับไม่ตายตัว แต่จะมีการผลัดเปลี่ยนบทบาทอยู่ตลอดเวลา

2. ทิศทางการไหลของข่าวสาร (Flow of Information) ในขณะที่กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบกระแสหลักนั้น ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นไปอย่างจำกัด คือมีการไหลจากเบื้องบน (เจ้าหน้าที่รัฐ) ไปสู่เบื้องล่าง (ประชาชน) เท่านั้น แต่การสื่อสารชุมชนนั้นการไหลของข่าวสารจะมีทิศทางที่หลากหลายมาจากทุกทิศทาง ทั้งจากบนลงล่าง (Top-down) แบบล่างสู่บน (Bottom-up) และแบบแนวนอน (Horizontal) ดังนั้น ข่าวสารจึงอาจจะไหลจากนักวางแผนพัฒนาไปสู่ชาวบ้าน จากสื่อมวลชนไปสู่ผู้รับสารในชนบท ในเวลาเดียวกันชาวบ้านอาจจะส่งข่าวสารขึ้นไปยังเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือ มีการแลกเปลี่ยนติดต่อข่าวสารระหว่งกลุ่มชาวบ้านด้วยกัน

ในเรื่องทิศทางการไหลของข่าวสารนั้น นอกจากจะใช้มิติเรื่องทิศทางเป็นเกณฑ์พิจารณาแล้วยังมีนักวิชาการบางท่าน เช่น Pavelka ใช้เกณฑ์เรื่องขอบเขตของชุมชนเป็นตัวแบ่งขอบเขตภายในชุมชน และขอบเขตภายนอกชุมชน จากเกณฑ์นี้ทำให้มองเห็นทิศทางการไหลของข่าวสารใน 3 ทิศทาง คือ

- 2.1 การไหลของข่าวสารจากสื่อภายนอกเข้ามาสู่ชุมชน
- 2.2 การใช้สื่อเพื่อส่งสารเรื่องราวของชุมชนออกไปยังบุคคลภายนอก
- 2.3 การใช้การสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารภายในชุมชนกันเอง เพื่อช่วยยกระดับความตระหนักเกี่ยวกับความต้องการ และการแสดงออกซึ่งความเป็นตัวของตัวเองของชุมชน

3. เป้าหมายของการสื่อสารชุมชน (Purpose) มีวิธีการ และแง่มุมหลายแง่มุมที่จะกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อชุมชน ตัวอย่างเช่น

3.1 การกำหนดเป้าหมายโดยการใช้ระดับผู้เกี่ยวข้องเป็นเกณฑ์ การสื่อสารชุมชนจะมีเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในระดับต่าง ๆ ดังนี้

- ระดับชุมชนมีเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน
- ระดับหน่วยงานนอกชุมชน เป็นการสื่อสารที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงองค์กรหรือ หน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับด้านการพัฒนา และการสื่อสาร
- ระดับสังคมส่วนร่วม เป็นการสื่อสารที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในระดับกว้าง

3.2 การกำหนดเป้าหมายโดยสอดคล้องกับทิศทางการไหลของข่าวสาร อาจกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารชุมชนได้เป็น 3 เป้าหมายย่อย คือ

- เพื่อทำการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูล และโน้มน้าวชักจูงใจ อันมักได้แก่ ทิศทางการไหลของข่าวสารจากบนลงล่าง (อย่างไรก็ตาม ทิศทางการไหลแบบอื่น ๆ ก็ใช้เป้าหมายนี้ได้เช่นกัน)
- เพื่อเป็นช่องทางแสดงออกซึ่งตัวตนของชุมชน (Community Self-expression) อันอาจหมายรวมถึงแต่การแสดงออกซึ่งความต้องการของชุมชนไปจนกระทั่งถึงการแสดงออกซึ่งสิทธิ ศักดิ์ศรี ภูมิปัญญาของชุมชนด้วย
- เพื่อพัฒนาความเป็นตัวเองของบุคคล (Development of the Individual's self) ในหน่วยที่เล็กลงมากกว่าชุมชน การสื่อสารชุมชนจะทำหน้าที่คล้าย ๆ เป็นเวทีแห่งการศึกษาเรียนรู้ที่ช่วยให้ศักยภาพของปัจเจกบุคคลได้พัฒนาสร้างสรรค์อย่างเต็มที่

4. เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้น และดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน (Need-oriented) ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะของกระบวนการพัฒนาแนวใหม่แทนการพัฒนาที่แต่เดิมเคยตอบสนองความต้องการของรัฐเป็นหลัก

5. หน้าที่ของการสื่อสาร Windahl และคณะ ระบุหน้าที่ของการสื่อสารชุมชน ประกอบด้วย

5.1 หน้าที่ในการแสดงออก (Expression Function) บุคคล หรือ กลุ่มสามารถแสดงความเป็นตัวของตัวเองออกมาเพื่อที่จะสร้างเอกลักษณ์ของตนเองได้

5.2 หน้าที่ทางสังคม (Social Function) คือ การเข้าไปมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นชุมชนเดียวกัน

5.3 หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information Function) ซึ่งหน้าที่พื้นฐานของการสื่อสารทั่วไป ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นไปอย่างรอบด้าน ผู้ร่วมกระบวนการสื่อสารทุกคนได้แลกเปลี่ยนข้อมูล และความรู้เพื่อยกระดับความเข้าใจ และความรู้ในเรื่องการสื่อสาร และทักษะการถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมรวมการพัฒนาชุมชน

5.4 หน้าที่ในการควบคุมการปฏิบัติการ (Control Activation Function) การสื่อสารจะเป็นช่องทางนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อปรับปรุง หรือ แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของบุคคล และชุมชนได้ เนื่องจากการสื่อสารชุมชนมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่มีขั้นตอนปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback)

นอกเหนือจากคุณลักษณะที่กล่าวมาแล้วนี้ Berrigan เพิ่มเติมคุณสมบัติบางประการของการสื่อสารชุมชนไว้ดังนี้

6. สื่อของชุมชนเน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสมสำหรับประโยชน์การใช้งานของชุมชน ไม่ว่าจะชุมชนจะตั้งวัตถุประสงค์การใช้เอาไว้เช่นใดก็ตาม

7. สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึง (Access) ได้ตลอดเวลาเพื่อใช้หาข่าวสารเพิ่มพูนความรู้ หรือ เพื่อความบันเทิง

8. สื่อชุมชนเป็นสื่อที่ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วม (Participate) ในหลาย ๆ บทบาท ไม่ว่าจะเป็นผู้วางแผนการใช้สื่อ ผู้ผลิต ผู้แสดง ฯลฯ

9. สื่อชุมชนเป็นสื่อที่แสดงออกของชุมชน ไม่ใช่เป็นสื่อเพื่อชุมชน ซึ่งหมายความว่าตัวตนของชุมชนที่จะแสดงออกนั้น ต้องมาจากการกำหนดของชุมชนเอง มิใช่เป็นผู้อื่นมาทำให้ชุมชน

10. สื่อชุมชนจะปรับเปลี่ยนลักษณะของการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง มาเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนข่าวสาร และทัศนะของคนทุกคน

แนวคิดเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารอย่างน้อยสองคน หรือ เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่มเล็ก ๆ ก็ได้ ทั้งนี้มีข้อแม้ว่าบุคคลในกลุ่มทุกคนสามารถร่วมมือกันเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยทั่วไปการสื่อสารระหว่างบุคคลมักเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า และเป็นไปในลักษณะการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) คู่สื่อสารจึงสามารถแสดงปฏิกิริยาตอบกลับต่อกันได้ในระหว่างทำการสื่อสาร

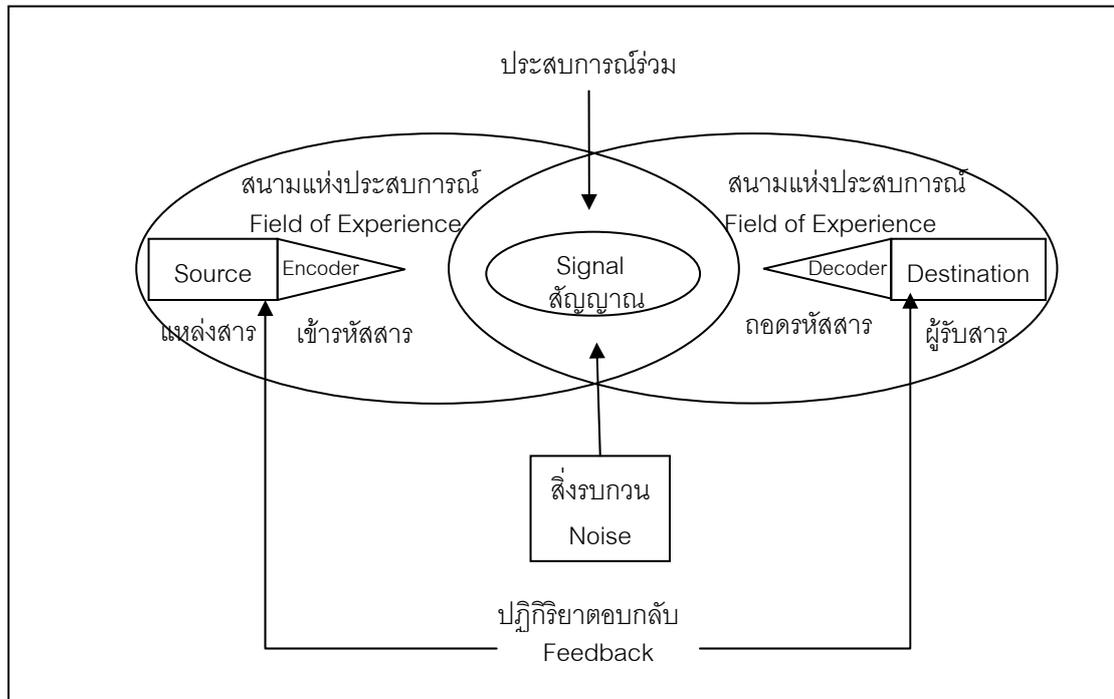
ลักษณะการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลทั้ง 2 ฝ่าย แบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ

1. การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face to Face Communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่ง และผู้รับเห็นหน้ากัน และมีปฏิสัมพันธ์กันเข้ามาในกระบวนการสื่อสารได้ทันที คู่สื่อสารทั้งสองฝ่ายจึงสามารถปรับการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพจากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ของกันและกันได้โดยตรง

2. การสื่อสารแบบผ่านสื่อ (Interpose Communication) เป็นการสื่อสารโดยอาศัยสื่อที่มีช่องทางให้ส่ง หรือ รับข่าวสารได้ไม่เกินครั้งละสองคน เช่น การพูดโทรศัพท์ การเขียนจดหมายส่วนตัวถึงกันและกัน การสื่อสารกันผ่านคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล เป็นต้น

กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง เพื่อถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกนึกคิดในสิ่งต่าง ๆ ระหว่างกันและกัน การสื่อสารจึงไม่หยุดเพียงผู้ส่งสารส่งสารไปยังผู้รับสาร แต่เมื่อส่งสารไปแล้วผู้รับสารจะต้องเกิดการตีความและแสดงปฏิกิริยาตอบกลับต่อข่าวสารที่รับรู้ บางครั้งอาจเป็นการโต้ตอบด้วยคำพูด หรือ แสดงเพียงการสื่อสารที่ไม่ใช้คำพูด เช่น พยักหน้าเข้าใจ การสื่อสารระหว่างบุคคลจึงมีลักษณะเป็นกระบวนการดังแบบจำลองซึ่ง Schramm (1984, p. 42, อ้างถึงใน บุษบา สุธีธร, 2540, น. 218) ได้ศึกษา และอธิบายไว้ดังนี้

ภาพที่ 2.3
แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล



แบบจำลองการสื่อสารของ แชรมม์ เป็นแบบจำลองที่ให้แนวคิดสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยเขาได้อธิบายแบบจำลองของตนว่ากระบวนการสื่อสารเริ่มต้นจากระบบประสาทของแหล่งสารซึ่งเริ่มความคิด ความต้องการที่จะสื่อสารความคิดของตนไปยังผู้อื่น จึงเข้ารหัสสารให้อยู่ในรูปสัญลักษณ์ (Signal) ที่จะสามารถรับรู้ความหมายร่วมกันได้ระหว่างผู้อื่น แล้วถ่ายทอดผ่านช่องทางไปยังคู่สื่อสารปลายทางของตนซึ่งก็จะทำหน้าที่ถอดรหัสสารในรูปของสัญลักษณ์นั้นให้กลายเป็นความคิด ความเข้าใจ โดยอาศัยกระบวนการผ่านทางระบบประสาทการรับรู้ของตน แชรมม์ได้กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญอีกองค์ประกอบหนึ่ง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การรับรู้ของทั้งสองฝ่ายมีความเข้าใจตรงกันได้มาก ก็คือ ประสบการณ์ร่วมกัน (Field of Experience) ของทั้งสองฝ่าย และยิ่งคู่สื่อสารมีประสบการณ์ร่วมกันมากเท่าไร การสื่อสารก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นักวิชาการหลายท่านได้ทำการศึกษาถึงคุณสมบัติของการสื่อสาร มีข้อสรุปถึงบทบาท และอิทธิพลของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่สอดคล้องกัน (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540, น. 85) ดังนี้

Rogers and Meynen กล่าวว่า สื่อบุคคล เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม

Lazarsfeld and Menzel กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีบทบาทสำคัญ เป็นเพราะการสื่อสารที่มีความเป็นกันเอง และเป็นส่วนตัว ก่อให้เกิดความคุ้นเคย ซึ่งช่วยให้เกิดการยอมรับความคิดได้ง่ายขึ้น การพูดคุยอย่างเห็นหน้าค่าตาในแง่จิตวิทยาแล้วทำให้ผู้รับสารมีความรู้สึกว่าได้ รับรางวัลทันที อย่างน้อยที่สุด ก็คือในด้านการแสดงความคิดเห็นของตนต่อผู้พูด

นอกจากนี้ ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคมของ De Fleur ก็ได้ชี้ให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ภายในกลุ่มมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร เดอ เฟลอร์ พบว่า ความสัมพันธ์แบบเครือข่ายมีบทบาทต่อการตัดสินใจว่าจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมชนบทที่มีความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว และเพื่อนบ้านอย่างแน่นแฟ้น

สรุปได้ว่า รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล ในลักษณะเห็นหน้าค่าตา หรือ เผชิญหน้า เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ที่มีบทบาทสำคัญต่อการโน้มน้าว และชักจูงใจ เพราะเมื่อผู้รับสารเกิดความไม่เข้าใจ หรือไม่แน่ใจก็สามารถที่จะซักถาม หรือ ขอคำยืนยันจากแหล่งสารได้อย่างทันทีในระยะเวลาอันรวดเร็ว โดยสื่อบุคคลจะมีลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อการชักจูง และโน้มน้าวใจ ดังนี้

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ดำเนินไปอย่างง่าย ๆ ไม่มีกฎเกณฑ์บังคับ คู่สื่อสารมีความใกล้ชิดกัน ซึ่งกระบวนการกลุ่มสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลได้
2. การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตา หรือ เผชิญหน้าเป็นการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้มีการซักถามได้ทันที ทั้งยังสามารถยืดหยุ่นการนำเสนอเนื้อหาได้ หากผู้ส่งสารได้รับการต่อต้านจากผู้ฟังก็อาจเปลี่ยนหัวข้อสนทนาได้
3. ผู้รับสารบางคน มีแนวโน้มที่จะเชื่อถือ และยอมรับความคิดเห็น หรือ ทรรศนะของสื่อบุคคลที่เขารู้จักคุ้นเคย และนับถือมากกว่าที่จะเชื่อบุคคลที่เขาไม่รู้จักคุ้นเคย

สื่อบุคคล

สื่อบุคคล (Human Media หรือ Personal Media) เป็นสื่อพื้นฐานดั้งเดิมของมนุษย์ ที่ใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารความรู้ความเข้าใจ และความคิดเห็นต่าง ๆ โดยมี “คำพูด” เป็นพาหนะที่สำคัญ สื่อบุคคล คือ ตัวบุคคลที่นำพาสารไปยังอีกบุคคลหนึ่ง และเป็นช่องทางสำคัญใน

การสื่อสารระหว่างบุคคล สื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการโน้มน้าว หรือ ชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งตามความมุ่งหวัง

ซึ่งปัจจัยของสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจ มีดังต่อไปนี้

1. **ความน่าเชื่อถือ** (Credibility) คือ ระดับของความรู้สึที่ผู้รับสารรู้สึกที่ผู้ส่งสารเป็นที่ไว้วางใจ และมีความสามารถ ถ้าผู้รับสารเป้าหมายมีความรู้สึกที่นักพัฒนา หรือ ผู้นำความคิดมีความน่าเชื่อถือ ผู้รับสารก็มีแนวโน้มที่จะยอมรับสารจากพวกเขาเหล่านั้น

2. **ความดึงดูดใจ** (Attractiveness) ผู้ส่งสารที่มีความดึงดูดใจย่อมกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ หรือ พึงพอใจในการได้เห็นพูดคุย การมีบุคลิกภาพที่น่าดึงดูดใจจะทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ และคล้อยตามข่าวสารได้

3. **ความคล้ายคลึง** (Similarity) สื่อบุคคล หรือ ผู้ส่งสารที่มีความคล้ายคลึงกับผู้รับสารเป้าหมายในด้านต่าง ๆ เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ ภาษา การแต่งกาย สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และความคิดเห็นของผู้รับสารเพราะความคล้ายคลึงจึงทำให้เกิดความรู้สึกเข้าใจกัน เห็นอกเห็นใจกัน ชอบพอกัน และไว้วางใจ

นอกจากปัจจัยที่กล่าวมาแล้วนั้น ลักษณะของข่าวสารก็มีส่วนสำคัญที่จะทำให้ผู้ส่งสารได้รับความน่าเชื่อถือ และทำให้ผู้รับสารเห็นด้วยคล้อยตาม กล่าวคือ ลักษณะของข่าวสารควรจะเป็นข่าวสารที่ตรงตามข้อเท็จจริง ไม่อวดอ้างจนเกินเลย และมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุน ทั้งนี้ข่าวสารและเหตุผลดังกล่าวควรมีความสอดคล้องกับประสบการณ์ของกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย เพราะบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะยอมรับข่าวสารที่สอดคล้องกับประสบการณ์ของตน

บทบาทของสื่อบุคคลในการพัฒนาชุมชน

สื่อบุคคลมีอิทธิพลสูงใจ และมีความสำคัญอย่างมากในการพัฒนาชุมชน ผู้ดำเนินโครงการพัฒนาจะต้องให้ความสำคัญต่อสื่อบุคคลเป็นอย่างมากในการใช้เป็นช่องทางเพื่อนำข่าวสารการพัฒนาไปสู่กลุ่มผู้รับเป้าหมาย

บทบาทของสื่อบุคคลที่สำคัญในการพัฒนาชุมชนคือ ผู้นำความคิด และผู้นำการเปลี่ยนแปลงหรือนักพัฒนา

1. บทบาทของผู้นำความคิด (Opinion Leader)

ผู้นำความคิด หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือ หลายคนในกลุ่มสังคมที่สามารถจะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มสังคมนั้น ผู้นำความคิดในท้องถิ่น ได้แก่ พระ ครู แพทย์ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ฯลฯ

ผู้นำความคิดเป็นสื่อบุคคลที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา ด้วยเป็นบุคคลที่สามารถมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลอื่น ๆ โดยอาศัยวิธีที่ไม่เป็นทางการ (เสถียร เศษประทับ, 2528, น. 177) ซึ่งอิทธิพลนี้ไม่เหมือนกับอิทธิพลที่มาพร้อมตำแหน่ง แต่เกิดมาจากความสามารถส่วนบุคคล ความเป็นที่รู้จัก และเข้าถึงสมาชิกในสังคม และการปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับวัฒนธรรม ประเพณีของสังคมนั้น ๆ อิทธิพลของผู้นำความคิดสามารถจะนำสมาชิกในกลุ่มให้ยอมรับปฏิบัติตาม หรือ เพิกเฉยต่อกระบวนการพัฒนาก็ได้ ดังนั้นในการพัฒนาชุมชนไม่ว่าจะเป็นในด้านใดก็ตาม จำเป็นที่จะต้องทำการสำรวจวิเคราะห์ว่าบุคคลใดในสังคมนั้นเป็นผู้นำในด้านความคิดบ้าง เพราะบุคคลนั้นจะสามารถขยาย และสนับสนุนให้การพัฒนาบรรลุเป้าหมายได้รวดเร็วขึ้น

ผู้นำความคิดในเรื่องหนึ่ง หรือ กิจกรรมหนึ่งอาจไม่ใช่ผู้นำความคิดในอีกเรื่องหนึ่ง หรือ อีกกิจกรรมหนึ่ง ผู้นำความคิดจะเป็นเสมือนช่องทางในการเผยแพร่กระจายข่าวสาร และสร้างเครือข่ายการสื่อสารในสังคม ซึ่งจะแพร่กระจายข่าวสารผสมผสานความคิดเห็นเป็นส่วนตัวไปยังสมาชิกในกลุ่มสังคมนั้น (พัชนี เชยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2541, น. 191, อ้างถึงใน เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540, น. 90)

ผู้นำความคิดแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท (ธนวดี บุญลือ, 2528, น. 12) คือ

1) ผู้นำความคิดเฉพาะเรื่อง (Monomorphic Opinion Leader)

ผู้นำความคิดประเภทนี้จะเป็นผู้นำทางความคิดเฉพาะในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเท่านั้นขึ้นอยู่กับระบบสังคม ในระบบสังคมสมัยใหม่ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นประเภทนี้เพราะระบบสังคมสมัยใหม่เป็นระบบเปิด สมาชิกมีโอกาสที่จะได้รับความรู้ และความสามารถในด้านที่ต่างกันไป เนื่องจากการติดต่อกับสังคมภายนอก และรับข่าวสารมากกว่าสังคมแบบปิด

2) ผู้นำความคิดในเรื่องทั่วไป (Polymorphic Opinion Leader)

หมายถึง ผู้นำความคิดที่จะเป็นที่ปรึกษาหารือของสมาชิกผู้อื่นในหลาย ๆ ด้าน จะพบได้ในสังคมแบบปิด หรือ สังคมแบบยึดมั่นประเพณี เช่น ในสังคมชนบทส่วนใหญ่ พระจะเป็นผู้นำในด้านความคิดทั้งทางการแพทย์ การศาสนา แม้กระทั่งการตรวจโชคชะตา เป็นต้น

2. บทบาทของผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent)

ผู้นำการเปลี่ยนแปลงคือ บุคคลภายนอกชุมชนที่เข้าไปมีบทบาทผลักดันให้บุคคลในชุมชนเกิดความเคลื่อนไหว และการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ในที่นี้หมายถึงรวมทั้ง พัฒนาการเจ้าหน้าที่ส่งเสริม หรือ เจ้าหน้าที่รัฐ อาสาสมัคร หรือ เจ้าหน้าที่ขององค์กรพัฒนาเอกชน (Non-Governmental Organization: NGO)

บทบาทของผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางประสานงานในการติดต่อระหว่างกลุ่มสังคม 2 กลุ่ม คือ ระหว่างหน่วยงาน หรือ องค์กรของผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่รับผิดชอบกับชาวบ้านในชุมชน เช่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการติดต่อระหว่างกระทรวงเกษตรกับชาวบ้าน เป็นต้น

ในอดีตนักพัฒนา หรือ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงมักคิดว่าชุมชนมีความว่างเปล่า คนภายนอกจะต้องนำทุกสิ่งทุกอย่างลงไปให้ บทบาทหลักส่วนใหญ่จึงอยู่นักพัฒนา ส่วนชาวบ้านแทบไม่มีบทบาทใด ๆ เลย ต่อมานักพัฒนาบางกลุ่มเริ่มค้นพบว่า อันที่จริงแล้วชุมชนมีหลายสิ่งหลายอย่าง ทั้งความรู้และสติปัญญา ระบบคุณค่าทางวัฒนธรรมที่สั่งสมมายาวนาน ซึ่งเรียกรวม ๆ ว่า “ภูมิปัญญาชาวบ้าน” หรือ “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” ดังนั้นนักพัฒนาได้เปลี่ยนบทบาทกลับมาเป็นผู้เรียนรู้ และ ศึกษาจากชาวบ้าน เปิดโอกาสให้ชาวบ้านมีบทบาทในการพัฒนาชุมชนของตนมากยิ่งขึ้น ในปัจจุบันเป็นช่วงที่เริ่มมีความเข้าใจว่าในสิ่งที่ชาวบ้านมีอยู่ และเป็นอยู่นั้น นักพัฒนาอาจจะไม่มี และไม่เป็น ขณะเดียวกันสิ่งที่นักพัฒนามีอยู่ ชาวบ้านก็อาจจะไม่มี จึงทำให้นักพัฒนามองเห็นบทบาทของทั้งสองฝ่ายว่าจะประสานสิ่งเหล่านี้ร่วมกันได้อย่างไร (กาญจนา แก้วเทพ, 2538, น. 126, อ้างถึงใน เกศินี จุฑาวิจิตร, 2540, น. 88)

ดังนั้นแนวทางในการพัฒนาในปัจจุบัน ชาวบ้านจะเป็นตัวตั้ง และนักพัฒนาหรือผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นเพียงตัวสนับสนุน คือ นักพัฒนาไม่จำเป็นต้องเอาคุณค่า หรือ ภูมิปัญญาต่าง ๆ จากภายนอกเข้าไปให้ชาวบ้าน เพราะชาวบ้านมีอยู่แล้ว แต่สิ่งที่ชาวบ้านขาดอยู่ ก็คือเงื่อนไขที่เหมาะสมที่จะหล่อเลี้ยง หรือ เอื้ออำนวยคุณค่า หรือ ภูมิปัญญาของชุมชนให้ปรากฏ อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลงควรมีบทบาทในการส่งเสริมการพัฒนาชุมชน ดังนี้

1) กระตุ้นให้สมาชิกในกลุ่มสังคมนั้น เห็นความจำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลง โดยยกปัญหาขึ้นมาอธิบายให้เข้าใจ รวมทั้งให้ความมั่นใจแก่ชาวชนบทว่าปัญหานี้สามารถแก้ได้ด้วยวิธีใดบ้าง รวมทั้งพร้อมที่จะชักชวนและให้คำปรึกษาหารือต่างๆ

2) สร้างความสัมพันธ์ไมตรีที่ดีเพื่อปูทางไปสู่การพัฒนา สร้างภาพพจน์ที่ดีสร้างความเชื่อมั่น และพยายามเอาใจเขามาใส่ใจเราในด้านปัญหา และความต้องการของชาวชนบทให้ชาวบ้านยอมรับในตัวบุคคลก่อน ก่อนที่เขาจะยอมรับสิ่งที่บุคคลนั้นนำไปเผยแพร่

3) วิจัยปัญหาของชาวชนบทว่าจะมีแนวทางในการแก้ไขอย่างไรโดยมองจากสายตาชาวบ้าน

4) สนับสนุนส่งเสริมให้ชาวชนบทมีความตั้งใจที่จะพัฒนาหลังจากที่ได้พิจารณาถึงปัญหา และข้อแก้ไขแล้ว

5) ประสานงานกับชาวชนบทเพื่อทำให้ความตั้งใจนั้นเป็นการปฏิบัติ

6) เมื่อเริ่มลงมือพัฒนาแล้ว ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะต้องคอยติดตามให้เป็นไปตามแผนพัฒนาต้องคอยสอดส่องให้ความช่วยเหลือ

7) คอยชี้แนะให้ชาวชนบทรู้จักช่วยเหลือและดำเนินการพัฒนาด้วยตัวเอง

ดังที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าบทบาทของผู้นำชุมชนที่สำคัญ คือ การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการกระทำการเปลี่ยนแปลง การพัฒนา หรือ การแก้ไขปัญหาของชุมชน โดยประชาชนต้องยินยอมพร้อมใจ และสามารถยอมรับได้กับผลการเปลี่ยนแปลง หรือ ผลของการพัฒนาที่เกิดขึ้น นอกจากนี้บทบาทของผู้นำที่ดี คือ การเป็นผู้ประสานความร่วมมือ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนด้วยจุดมุ่งหมายในการพัฒนาไปสู่ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนในชุมชน ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างงานวิจัยของ นรมน นันทมนตรี (2545) เรื่อง “ยุทธวิธีการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนในการลดปริมาณขยะกรณีศึกษา: ชุมชนสุขสันต์ 26” ได้จำแนกบทบาทของผู้นำในการทำงานเป็นกลุ่ม โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ

1. บทบาทเกี่ยวกับการทำงาน (Task Function) ได้แก่บทบาทของผู้นำชุมชนในการที่จะนำกลุ่มให้สามารถผลิตงานออกมาได้เป็นผลสำเร็จตามเป้าหมายของกลุ่ม ได้แก่ วางแผนงาน และขั้นตอนการทำงานร่วมกับผู้ร่วมงาน ริเริ่มความคิดใหม่ ๆ ให้กับกลุ่ม หรือ กระตุ้นกลุ่มให้ริเริ่มความคิดใหม่ ๆ ช่วยประสานความคิดให้กลุ่มมีความเข้าใจตรงกันในข้อมูล หรือ ประเด็นต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการบรรลุผลสำเร็จของงาน

2. บทบาทเกี่ยวกับการธำรงไว้ (Maintenance Function) คือบทบาทของผู้นำชุมชนในการช่วยให้กลุ่มมีกำลังใจ มีความพึงพอใจที่จะทำงานร่วมกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ได้แก่ ช่วยให้สมาชิกกลุ่มทุกคนมีโอกาสทัดเทียมกันในการแสดงความคิดเห็น หรือ แสดงความสามารถอย่างทั่วถึงเพื่อช่วยให้ทุกคนมีความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่ามีประโยชน์ต่อกลุ่ม ทำให้เกิดความรู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม รับฟัง และพิจารณาความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่ม การที่ผู้นำรับฟังและนำสิ่งที่ฟังมาพิจารณาไม่ละทิ้งไปเฉย ๆ จะทำให้สมาชิกผู้ร่วมงานเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจและพอใจ ทำให้เกิดความพอใจ และอยากช่วยกลุ่มมากขึ้น

แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชน

แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา (People Participation for Development) ได้รับการยอมรับ และใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในงานพัฒนา กระบวนการของการมีส่วนร่วมนั้นมีได้ขึ้นอยู่กับการริเริ่ม หรือการวางแผนโดยรัฐ แต่ความสำเร็จนั้นอยู่ที่ประชาชน

ในชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการอย่างอิสระ เน้นการทำงานในรูปกลุ่ม หรือ องค์กร ชุมชนที่มีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมอย่างชัดเจน การรวมกลุ่มจะเป็นปัจจัยสำคัญทำให้งาน พัฒนาต่างๆ บรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย นอกจากนี้การพัฒนาจำเป็นต้องมีการรวมพลัง ในลักษณะเบญจภาคี ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน นักวิชาการ และประชาชน เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาของท้องถิ่น

ความหมายของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) หมายถึง การกระจายโอกาสให้ ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมือง และการบริหารเกี่ยวกับการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ รวมทั้งการจัดสรร ทรัพยากรของชุมชน และของชาติซึ่งจะส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน โดยการให้ข้อมูล แสดงความคิดเห็น ให้คำแนะนำปรึกษา ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ตลอดจนการควบคุม โดยตรงจากประชาชน

ทวิทอง หงษ์วิวัฒน์ (2527, น. 2) กล่าวว่า การที่ประชาชน หรือ ชุมชนพัฒนาขีด ความสามารถของตนในการจัดการ ควบคุมการใช้ และกระจายทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อประโยชน์ต่อการ ดำรงชีพทางเศรษฐกิจ และสังคม ทำให้ประชาชนได้พัฒนาการเรียนรู้ และภูมิปัญญาซึ่งแสดงออก ในรูปการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตของตน โดยภาครัฐจะต้องคืนอำนาจในการกำหนดการพัฒนา ให้แก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มสตรี คนจน หรือ คนด้อยโอกาสในสังคมได้มี โอกาสในการแสดงความต้องการ แสวงหาทางเลือก หรือ เสนอข้อเรียกร้อง เพื่อปกป้องผลประโยชน์ ร่วมของกลุ่ม และเป็นผู้มีบทบาทหลักในการดำเนินกิจกรรมพัฒนาชุมชน คือ เป็นผู้กำหนด ความจำเป็นพื้นฐานของชุมชน และเป็นผู้ระดมทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อสนองตอบความจำเป็นพื้นฐาน และบรรลุวัตถุประสงค์บางประการทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง

จากความหมายของการมีส่วนร่วมดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมมีความหมาย ใน 2 ลักษณะ (ปาริชาติ วลัยเสถียร และคนอื่น ๆ, 2546, น. 138) คือ

1. การมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นกระบวนการของการพัฒนา โดยให้ประชาชนเข้ามา มีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา ตั้งแต่เริ่มจนถึงสิ้นสุดโครงการ ได้แก่ การร่วมกันค้นหาปัญหา การ วางแผน การตัดสินใจ การระดมทรัพยากร และเทคโนโลยีในท้องถิ่น การบริหารจัดการ การ ติดตามประเมินผล รวมทั้งการรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากโครงการ โดยโครงการพัฒนาดังกล่าว จะต้องมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชน

2. การมีส่วนร่วมในนัยทางการเมือง แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 การส่งเสริมสิทธิ และพลังอำนาจของพลเมืองโดยประชาชน หรือชุมชน พัฒนาขีดความสามารถของตนในการจัดการ เพื่อรักษาผลประโยชน์ของกลุ่มควบคุมการใช้ และการกระจายทรัพยากรของชุมชน อันจะก่อให้เกิดกระบวนการ และโครงสร้างที่ประชาชนในชนบท สามารถแสดงออกซึ่งความสามารถของตน และได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนา

2.2 การเปลี่ยนแปลงกลไกการพัฒนาโดยรัฐ มาเป็นการพัฒนาที่ประชาชนมีบทบาทหลัก โดยการกระจายอำนาจในการวางแผนจากส่วนกลางมาเป็นส่วนภูมิภาค เพื่อให้ภูมิภาคมีลักษณะเป็นเอกเทศ ให้มีอำนาจทางการเมือง การบริหาร มีอำนาจต่อการจัดสรรทรัพยากรอยู่ในมาตรฐานเดียวกัน โดยประชาชนสามารถตรวจสอบได้ อาจกล่าวได้ว่าเป็นการเพิ่มพูนอำนาจ (Empowerment) ในการพัฒนาให้แก่ประชาชนให้มีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตของตนเอง ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงการพัฒนาที่เท่าเทียมกันของชายและหญิง (Gender) ในการดำเนินงานพัฒนาด้วย

ทวิทอง หงส์วิวัฒน์ ได้สรุปแนวปฏิบัติที่จะทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการที่จะพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ คือ

1. ต้องให้ชาวบ้านเป็นตัวหลักในการแก้ปัญหาของเขาเอง องค์กรภายนอกเป็นเพียงตัวกระตุ้น และเสริม หรือ สนับสนุนเท่านั้น
2. กิจกรรมการพัฒนาต้องเริ่มพื้นฐานของชุมชนต่อปัญหาบางลักษณะ ระดับการรับรู้ของชุมชนอาจมีข้อจำกัด ทำให้ปัญหาไม่ชัดเจน และแก้ไขปัญหาไม่ถูกต้อง การมีส่วนร่วมของประชาชนจึงน่าจะครอบคลุมถึงการกระจาย และการสื่อสารข้อมูล เพื่อพัฒนาความรู้ และขีดความสามารถในการแก้ปัญหา ซึ่งควรจะเป็นบทบาทขององค์กรภายนอกเพียงแต่ต้องดำเนินการอยู่บนพื้นฐานวัฒนธรรมเดิมของชุมชน

กระบวนการมีส่วนร่วม

กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนานั้น ประชาชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงาน โดยมีนักพัฒนา หรือ นักวิชาการจากภายนอกเป็นผู้ส่งเสริม และสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เช่น ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยี ฯลฯ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการมีส่วนร่วม พบว่า โดยส่วนใหญ่กระบวนการมีส่วนร่วมจะเริ่มจากการค้นหาปัญหา และสาเหตุ การวางแผนดำเนินกิจกรรมแก้ไขปัญหา การปฏิบัติงาน การร่วมรับผลประโยชน์ และ

การติดตามประเมินผล ซึ่งสอดคล้องกับที่ อคิน รพีพัฒน์ (2531, น. 49) ได้กล่าวถึงกระบวนการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการพัฒนา ซึ่งมี 5 ระดับคือ

1. ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา การพิจารณาปัญหา และจัดลำดับความสำคัญของปัญหา

2. ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการค้นหาสาเหตุของปัญหา

3. ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการค้นหา และพิจารณาแนวทางวิธีการในการแก้ปัญหา

4. ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหา

5. ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการประเมินผลของกิจกรรมการพัฒนา

ในกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา จะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่จะกำหนดปัญหา ดังที่ Cohen and Uphoff (1980, pp. 213-218, อ้างถึงใน ปารีชาติ วลัยเสถียร และคนอื่น ๆ, 2546, น. 139) ได้แบ่งการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 แบบ คือ

1. การมีส่วนร่วมตัดสินใจ (Decision Making) ประกอบด้วยการริเริ่ม ตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจ และตัดสินใจปฏิบัติการ

2. การมีส่วนร่วมปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบด้วย การสนับสนุน ทรัพยากร การบริหาร การประสานความร่วมมือ

3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ประกอบด้วยผลประโยชน์ด้านวัสดุ ด้านสังคม และส่วนบุคคล

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation)

ทั้งนี้ในทางปฏิบัติ กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการดำเนินกิจกรรมพัฒนาตามที่กล่าวมาข้างต้น ประชาชนอาจไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน เพราะมีข้อจำกัดหลายประการ ดังนั้น การตัดสินใจ (Decision Making) จึงเป็นส่วนสำคัญที่นักพัฒนาจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนได้กระทำการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมพัฒนา จึงจะถือว่าการมีส่วนร่วมที่แท้จริง เพราะประชาชนเป็นฝ่ายกำหนดความต้องการในการแก้ปัญหาของชุมชนด้วยตนเอง

ปารีชาติ วลัยเสถียร และคนอื่น ๆ (2546, น. 143) ได้สรุปถึงกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ดังต่อไปนี้

1. การมีส่วนร่วมในการศึกษาชุมชน จะเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนได้ร่วมกันเรียนรู้สภาพของชุมชน การดำเนินชีวิต ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการทำงาน และร่วมกันค้นหาปัญหา และสาเหตุของปัญหา ตลอดจนการจัดลำดับความสำคัญของปัญหา

2. การมีส่วนร่วมในการวางแผน โดยจะมีการรวมกลุ่มอภิปราย และแสดงความคิดเห็น เพื่อการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ วิธีการ แนวทางการดำเนินงาน และทรัพยากรที่จะต้องใช้

3. การมีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนา โดยการสนับสนุนด้านวัสดุอุปกรณ์ แรงงาน เงินทุน หรือ เข้าร่วมบริหารงาน การใช้ทรัพยากร การประสานงาน และดำเนินการขอความช่วยเหลือจากภายนอก

4. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา เป็นการนำเอากิจกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ทั้งด้านวัตถุ และจิตใจ โดยอยู่บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกันของบุคคล และสังคม

5. การมีส่วนร่วมในการติดตาม และประเมินผลการพัฒนา เพื่อที่จะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ทันที

สถาบันวิจัยสังคม และสถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2545, อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2549, น. 33-42) ได้จัดประเภทของการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยอิงพัฒนาการของโครงการพัฒนาเป็นเกณฑ์ กล่าวคือ กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ประกอบด้วยภารกิจสำคัญ 5 ประการ ดังนี้คือ

ภารกิจที่ 1: การมีส่วนร่วมในการวางแผน (Participation in Planning) อันได้แก่ การที่ประชาชนมีบทบาทในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวางแผนโครงการ นับตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา การกำหนดลำดับความสำคัญของปัญหา การกำหนดเป้าหมาย การกำหนดแนวทางในการดำเนินงาน การกำหนดแนวทางในการติดตาม และประเมินผลโครงการ

ภารกิจที่ 2: การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม (Participation in Implementation) อันได้แก่ การสนับสนุนด้านทรัพยากรต่าง ๆ และการประสานความร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

ภารกิจที่ 3: การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์ (Participation in Utilization) อันได้แก่ การนำเอากิจกรรมต่าง ๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยเฉพาะในด้านการเพิ่มระดับการพึ่งตนเอง และการควบคุมทางสังคม

ภารกิจที่ 4: การมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์ (Participation in Benefit-Sharing) อันได้แก่ การแจกจ่ายประโยชน์ต่าง ๆ ในการพัฒนาอย่างยุติธรรม

ภารกิจที่ 5: การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Participation in Evaluation) อันได้แก่ การให้ประชาชนได้รับทราบถึงสภาพปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อร่วมกันหาทางแก้ไขในลำดับต่อไป

ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม

สากล สถิติวิทยานันท์ (2532, น. 166-167) ให้ความเห็นว่าการมีส่วนร่วมเกิดจากแนวคิดสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความสนใจ และความห่วงกังวลร่วมกัน ซึ่งเกิดจากความสนใจ และความห่วงกังวลส่วนบุคคลซึ่งบังเอิญพ้องต้องกัน กลายเป็นความสนใจ และความห่วงกังวลร่วมกันของส่วนร่วม
2. ความเดือดร้อน และความไม่พึงพอใจร่วมกัน ที่มีสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้นผลักดันให้พุ่งไปสู่การรวมกลุ่ม วางแผน และลงมือกระทำการร่วมกัน
3. การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่ม หรือ ชุมชนไปในทิศทางที่พึงปรารถนา การตัดสินใจร่วมกันนี้จะต้องรุนแรงมากพอที่จะให้เกิดความริเริ่มกระทำการที่ตอบสนองความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น ๆ

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2527, น. 183, อ้างถึงใน ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์, 2527, น. 42) ได้กล่าวเพิ่มเติมถึงปัจจัยของการมีส่วนร่วม ได้แก่

1. ความศรัทธา ที่มีต่อความเชื่อถือบุคคลสำคัญ และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ
2. ความเกรงใจบุคคลที่เคารพนับถือ หรือ มีเกียรติยศ ตำแหน่ง ทำให้ประชาชนเกิดความเกรงใจที่จะมีส่วนร่วมด้วย ทั้ง ๆ ที่ยังไม่มีความศรัทธา หรือ ความเต็มใจอย่างเต็มเปี่ยมที่จะกระทำ เช่น ผู้ใหญ่บ้านออกปากขอแรงผู้น้อยก็ช่วยแรง
3. อำนาจบังคับที่เกิดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่าทำให้ประชาชนถูกบีบบังคับให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ

World Health Organization ได้เสนอปัจจัยพื้นฐานในการระดมการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ 3 ประการคือ

1. ปัจจัยของสิ่งจูงใจ จากสภาพความเป็นจริงของชาวบ้านที่จะเข้าร่วมในกิจกรรมใด กิจกรรมหนึ่ง ทั้งในแง่ของการร่วมแรง ร่วมทรัพยากร หรืออื่น ๆ นั้นมีเหตุผลอยู่ 2 ประการคือ
 - 1.1 การมองเห็นว่าตนจะได้รับประโยชน์ตอบแทนในสิ่งที่ตนทำไป ซึ่งถือเป็นเรื่องการกระตุ้นให้เกิดมีสิ่งจูงใจ
 - 1.2 การได้รับการบอกกล่าว หรือ ชักชวนจากเพื่อนให้เข้าร่วมโดยมีสิ่งจูงใจเป็นตัวนำซึ่งถือว่าเป็นเรื่องการก่อให้เกิดมีสิ่งจูงใจ
2. ปัจจัยเรื่องโครงสร้างของช่องทางในการเข้าร่วม แม้ว่าจะเห็นประโยชน์ของการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนา แต่ก็ไม่อาจจะเข้าร่วมกิจกรรมได้ เนื่องจากไม่เห็น

ช่องทางของการเข้าร่วม หรือ เข้าร่วมแล้วไม่ได้รับผลดังที่คาดคิดไว้ เนื่องจากการเข้ามามีส่วนร่วม นั้นมิได้มีการจัดรูปแบบความสัมพันธ์ที่เหมาะสม เช่น ภาวะผู้นำ กฎระเบียบแบบแผน และ ลักษณะการทำงาน เป็นต้น ดังนั้นปัจจัยพื้นฐานทางด้านโครงสร้างของช่องทางในการเข้าร่วมจึง ควรมีลักษณะดังนี้

2.1 การเปิดโอกาสให้ทุกคน และทุกกลุ่มในชุมชนมีโอกาสเข้าร่วมในการพัฒนา ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง โดยการเข้าร่วมอาจอยู่ในรูปของการส่งตัวแทน หรือ เข้าร่วมโดยตรงก็ได้

2.2 ควรมีกำหนดเวลาที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมจะสามารถกำหนดเงื่อนไขของตนเองได้ตามสภาพเป็นจริงของตน

2.3 กำหนดลักษณะของกิจกรรมที่แน่นอนว่าจะทำอะไร

3. ปัจจัยอำนาจในการส่งเสริมกิจกรรมของการมีส่วนร่วมโดยปกติที่ผ่านมาใน กิจกรรมหนึ่ง ๆ แม้ว่าประชาชนจะเห็นด้วย ได้มีโอกาสเข้าร่วม แต่ก็ไม่อาจกำหนดเป้าหมาย วิธีการหรือผลประโยชน์ของกิจกรรม แต่จะขึ้นอยู่กับกำหนัด และจัดสรรของเจ้าหน้าที่รัฐ ซึ่งไม่ อาจจะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมที่แท้จริง

สุวรรณณี คงทอง (2536, น. 21) ได้เสนอแนวความคิดที่เป็นปัจจัยของการมีส่วนร่วม ไว้ 3 ประการคือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ และเพศ เป็นต้น

2. ปัจจัยทางสังคมเศรษฐกิจ ได้แก่ การศึกษา รายได้ อาชีพ และการเป็นสมาชิก ของกลุ่ม เป็นต้น

3. ปัจจัยทางการสื่อสาร ได้แก่ การติดต่อสื่อสารระหว่างกัน หรือ การสื่อสารระหว่าง บุคคล และสื่อสารมวลชน

จากแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนดังที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าความสำเร็จของ โครงการการพัฒนานั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับการริเริ่ม หรือ วางแผนโดยฝ่ายรัฐ แต่เกิดจากกระบวนการ มีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน ทั้งการร่วมคิด ร่วมกำหนดแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมติดตาม และ ประเมินผล จนกระทั่งร่วมรับผลประโยชน์ หรือ ผลกระทบร่วมกัน การแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และการจัดการด้านทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องสนับสนุนให้ประชาชนใน ท้องถิ่นนั้นเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา และบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการมีส่วนร่วม หรือ การสนับสนุนจากหลายฝ่ายทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นอย่าง ยั่งยืน

ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างงานวิจัยของ พรทิพย์ หาผล (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความสามารถของชุมชนในการจัดการป่าชายเลน: ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนบ้านเป็ดใน ตำบล ห้วยน้ำขาว อำเภอเมือง จังหวัดตราด” เพื่อศึกษาพัฒนาการ และกระบวนการของชุมชนในการจัดการ ป่าชายเลน ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการการมีส่วนร่วมในการจัดการป่าชายเลนของชุมชน ประกอบด้วย

1. ชุมชนเกิดการรับรู้ สภาพปัญหา มีการตัดสินใจกำหนดแนวทางแก้ไข
2. กระบวนการกลุ่มชุมชนรู้จักวิเคราะห์ และหาสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา
3. กระบวนการมีส่วนร่วม ชุมชนมีส่วนร่วมในการคิด ตัดสินใจ การดำเนินงาน และการติดตามประเมินผลทุกขั้นตอนทุกคนมีส่วนร่วมรับรู้ และรับผลการปฏิบัตินั้นร่วมกัน
4. กระบวนการเรียนรู้ ในการวางแผนป้องกัน การแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด จาก การพูดคุย การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และแสวงหาความรู้ทั้งจากในและนอกชุมชน ทั้งการพูดคุยแบบ ไม่เป็นทางการ การประชุมสัมมนาร่วมในเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นำไปสู่การสร้างความเข้มแข็ง ของชุมชนในการจัดการป่าชายเลน

ปัจจัยที่ทำให้ชุมชนมีความสามารถในการจัดการป่าชายเลนประกอบด้วย

1. ปัจจัยภายในชุมชนได้แก่ ความสัมพันธ์ของชุมชนเป็นระบบเครือญาติ ความผูกพัน ของวิถีการดำรงชีวิตชุมชนกับป่าชายเลน การรับรู้และตระหนักต่อปัญหาการทำลายป่าชายเลน สมาชิกในชุมชนได้รับผลกระทบและเห็นความสำคัญ ลักษณะของผู้นำชุมชนที่หลากหลาย ประกอบด้วย พระสงฆ์ ผู้อาวุโส กลุ่มแกนนำ ผู้นำชุมชนที่มีความรู้ ประสบการณ์ เห็นและให้ ความสำคัญต่อปัญหาและการแก้ไข มีความเสียสละ เกิดการยอมรับในการทำงานจากสมาชิก
2. ปัจจัยภายนอกชุมชนได้แก่ กฎหมายและนโยบายของรัฐที่ให้ความสำคัญในการให้ ชุมชนเข้ามามีบทบาทในการจัดการป่าชายเลนมากขึ้น การสนับสนุนช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ ภาครัฐและเอกชน ด้านงบประมาณและความรู้ทางวิชาการ

อีกหนึ่งตัวอย่างงานวิจัยของสุเมธ ทรายแก้ว (2536) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัย ที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ: ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการ มีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ จังหวัดอุดรธานี” เพื่อศึกษาระดับ การมีส่วนร่วมและปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ตามโครงการดังกล่าว ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติในระดับสูง ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนมี 2 ปัจจัยคือ

1. การได้รับการสนับสนุนจากภายนอก
2. สถานการณ์ด้านทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม ได้แก่ การเผชิญหน้าหรือความขัดแย้งในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และปัจจัยแวดล้อมและความสะดวกในการดำเนินการโครงการ สุขเมธได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า ควรให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การฝึกอบรมหรือการจัดให้มีการทัศนศึกษาดูงานหมู่บ้านที่ประสบผลสำเร็จในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้เกิดความรู้ ทัศนคติที่ดี และมีทักษะในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สามารถกำหนดรายละเอียดการดำเนินกิจกรรมได้อย่างเหมาะสม

งานวิจัยของ สิริวิวัฒน์ แดงสายศิริ (2548) ที่ทำการศึกษาเรื่อง “การจัดการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการพัฒนาชุมชน หมู่ที่ 5 เทศบาลตำบลโคกคราม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี” เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นของประชาชน สิริวิวัฒน์ได้แบ่งปัจจัยการเข้ามามีส่วนร่วมออกเป็น ปัจจัยภายในตัวบุคคล และปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ดังนี้คือ

1. ปัจจัยภายในตัวบุคคล ได้แก่ ความต้องการในปัจจัยที่สี่ ความมั่นคงปลอดภัย ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

2. ปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ได้แก่ ความเชื่อถือในตัวผู้นำ ความไม่พอใจต่อสภาพแวดล้อม และการคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้รับ

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า ทางเทศบาลจะใช้วิธีการกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นของประชาชน โดยการสื่อสารผ่านช่องทางที่ตรงถึงประชาชน เช่น สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ (ป้ายประชาสัมพันธ์ และหอกระจายข่าว)

งานวิจัยทั้งสามชิ้นที่กล่าวมาเป็นงานวิจัยชุมชนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนนั้น ๆ จากผลการศึกษาทั้งหมดจะพบว่า ปัจจัยในการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชนได้แบ่งออกเป็น 2 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยจากภายในชุมชน เช่น การมีผู้นำที่ดี และการตระหนักถึงปัญหาทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมของคนในชุมชน ปัจจัยที่สองคือ ปัจจัยจากภายนอกชุมชน เช่น การสนับสนุนจากภาครัฐ และภาคเอกชน ทั้งทางด้านนโยบาย ความรู้ทางวิชาการ และงบประมาณ เพื่อนำมาแก้ไขปัญหาของชุมชน

อีกหนึ่งประเด็นสำคัญที่พบจากตัวอย่างงานวิจัย คือ การสื่อสารเป็นองค์ประกอบหรือ ปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน กลุ่มผู้นำชุมชนจะใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสร้าง หรือ กระตุ้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ทั้งการผ่านกระบวนการพูดคุย การสัมมนาอบรมเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และความคิดเห็น หรือ ผ่านการใช้สื่อต่าง ๆ เช่น สื่อโปสเตอร์

หรือ สื่อกระจายเสียงในชุมชน ดังนั้น การสื่อสารจึงเป็นเสมือนเครื่องมือหลักที่จะช่วยกระตุ้น หรือ เสริมสร้างการสร้างสรรค์มีส่วนร่วมของประชาชนให้ตระหนัก หรือ รับทราบถึงปัญหาด้าน ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน ซึ่งจะนำมาสู่การหาแนวทางการแก้ไขปัญหา ร่วมกันต่อไป

แนวคิดเรื่องการใช้พื้นที่สาธารณะ

พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) เป็นสิ่งสำคัญต่อการรวมกลุ่ม หรือ การมีส่วนร่วม ของชุมชนในการปฏิบัติกิจกรรมใด ๆ เป็นเสมือนพื้นที่ส่วนกลางในการสื่อสารของคนในชุมชนนั้น ๆ ให้สามารถออกมาพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนหรือแสดงออกทางความคิดเห็นซึ่งกันและกันได้

พื้นที่สาธารณะเป็นแนวความคิดที่เกิดขึ้นจาก Habermas (2001, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และคนอื่น ๆ, 2543, น. 28) นักวิชาการชาวเยอรมัน ซึ่งมองเห็นความสำคัญ ของโลกของการสื่อสาร และบทบาททางการเมืองของกลุ่มชนชั้นใหม่ในสังคมยุโรป ช่วงรอยต่อ ระหว่างการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาสู่ระบบการเมืองรูปแบบ ประชาธิปไตยในคริสต์ศตวรรษที่ 18 การสื่อสารตามร้านค้า แพ ร้านตัดผม ร้านค้าในชุมชน หรือ สถานที่สาธารณะอื่น ๆ เป็นศูนย์รวมการวิพากษ์วิจารณ์อำนาจรัฐ และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ประชาชนซึ่งเป็นกลุ่มพ่อค้า และนายทุน (Bourgeois) มีโอกาสนำเรื่องการเมืองมาตรวจสอบ และ กัดดันให้เกิดความโปร่งใส

ฮาเบอร์มาส์ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของการสื่อสารใน 2 ด้านคือ

1. การสื่อสารเป็นโครงสร้างส่วนบนที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคม การเมืองไปสู่สังคมประชาธิปไตย
2. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ทำให้สาธารณชนเกิดความเข้าใจ และฉันทามติที่ นำไปสู่การกระทำ และการเปลี่ยนแปลงที่มีผลในวงกว้าง

โดยกระบวนการการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะต้องเกิดขึ้นในบริบทของความเท่าเทียมกัน และความพร้อมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือ ได้แย้งแสดงเหตุผลระหว่างกัน

อีกด้านหนึ่งก็มีข้อวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับแนวความคิดเรื่องการใช้พื้นที่สาธารณะว่า เป็นแนวความคิดที่มองโลกของการสื่อสารสาธารณะอย่างจำกัด กล่าวคือ มองเห็นเพียงกระบวนการ ที่มีการพูดจา อภิปราย หรือ ได้แย้งด้วยหลักเหตุผล ซึ่งเรื่องเหตุผลถือว่าเป็นโลกของผู้ชายล้วน ๆ ไม่ได้หมายรวมถึง บทบาท และการมีส่วนร่วมของผู้หญิงเข้าไปในโลกของการสื่อสารสาธารณะด้วย ทำให้แนวความคิดนี้ไม่เปิดกว้าง และการเน้นเฉพาะวิธีการโต้แย้งกันด้วยเหตุผลก็ไม่สอดคล้องกับ

สภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในโลกของการสื่อสารสาธารณะว่ามีการใช้รูปแบบอื่น ๆ อีกมาก เช่น การเสียดสี การเยาะเย้ย ถากถาง การล้อเลียนด้วยถ้อยคำ รวมทั้งการชุบชิบนิทา วิธีการ และรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายเหล่านี้ก็ทรงประสิทธิภาพในทางการเมืองพอ ๆ กับวิธีการใช้เหตุผลในการสื่อสาร (Downing, et al., 2001, อ้างถึงใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547, น. 26)

ทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอน

ทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (Two-step Flow of Communication Theory) ค้นพบโดย Lazarsfeld และคณะ สารสำคัญของทฤษฎีคือ การแพร่กระจายข่าวสารโดยผ่านสื่อมวลชนนั้นจะผ่านขั้นตอนสองขั้นตอน กล่าวคือ ข่าวสารจะไปถึงกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง ซึ่งได้รับการยอมรับให้เป็นกลุ่มผู้นำความคิดเห็น (Opinion leaders) ในขั้นตอนแรก และกลุ่มผู้นำความคิดเห็นจะเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารต่อไปยังประชาชนอื่น ๆ ในขั้นที่สอง

แนวความคิดสำคัญของทฤษฎีนี้เชื่อว่า บุคคลทุกคนไม่ได้อยู่โดดเดี่ยวในสังคม แต่บุคคลทุกคนจะต้องมีกิจกรรมร่วมกันในสังคม ซึ่งทำให้แต่ละบุคคลมีความสัมพันธ์กันและกัน ทุก ๆ สังคมจะต้องมีกลุ่มบุคคลกลุ่มหนึ่งได้รับการยอมรับให้เป็นกลุ่มผู้นำความคิดเห็นซึ่งมักจะได้รับข่าวสารก่อนผู้อื่น และทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารที่ได้รับนั้นไปยังบุคคลอื่น ๆ ในสังคม จะเห็นได้ว่า จุดสำคัญของทฤษฎีคือ

1. ผู้นำความคิดเห็น (Opinion leaders)
2. ความสัมพันธ์ทางสังคมของสมาชิกในสังคม ซึ่งหล่อหลอมให้สมาชิกในกลุ่มสังคมมีแนวคิด และพฤติกรรมที่สอดคล้องกัน รวมทั้งอิทธิพลซึ่งกันและกันในการรับข่าวสาร

การค้นพบของลาซาร์เฟลด์ และคณะ ในเรื่องนี้ได้รับผลมาจากการศึกษาการออกเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาที่มณฑลอิริ มลรัฐโอไฮโอ ในปี ค.ศ. 1940 ซึ่งพบว่า ผู้นำความคิดเห็นเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการหาเสียงเลือกตั้งมากกว่าประชาชนทั่ว ๆ ไปและยังค้นพบเพิ่มเติมว่าการตัดสินใจของประชาชนนั้นได้รับอิทธิพลจากการชักจูงจากบุคคลมากกว่าสื่อมวลชน

การค้นพบทฤษฎีนี้ เป็นจุดเริ่มต้นของการวิจัยการสื่อสารในสมัยต่อมาอย่างกว้างขวาง และผลการวิจัยระยะหลังสามารถชี้ให้เห็นข้อขัดแย้งกับหลักการของทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอนในสมัยแรก กล่าวคือ การแพร่กระจายข่าวสารในสังคมนั้นไม่ใช่จะมีอยู่เพียง 2 ขั้นตามที่กล่าว แต่ความจริงแล้ว การแพร่กระจายข่าวสารสามารถแพร่ออกไปยังสมาชิกอื่นๆ ในสังคมได้หลายขั้นตอน และผู้นำความคิดเห็นนั้นนอกจากจะมีอิทธิพลในด้านการเผยแพร่ข่าวสารไปยัง

ประชาชนแล้ว ก็ยังสามารถได้รับอิทธิพลจากประชาชนอื่นในสังคมด้วย คืออาจเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับข่าวสารจากผู้อื่น

ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders)

ผู้นำความคิดเห็น คือ บุคคลที่ได้รับความเชื่อถือจากบุคคลอื่นในสังคม ผู้นำความคิดเห็นแจ้งข่าวสารเสนอความคิดเห็น และการตัดสินใจต่อกลุ่มต่าง ๆ ผู้นำความคิดเห็นจะเป็นเสมือนช่องทางการแพร่กระจายข่าวสาร และสร้างเครือข่ายการสื่อสารในสังคมซึ่งจะแพร่กระจายข่าวสารผสมผสานความคิดเห็นส่วนตัวไปยังสมาชิกในกลุ่มสังคมนั้น (พัชนี เที่ยงจรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, 2541, น. 28)

ประสิทธิภาพในการกระจายข่าวสารของผู้นำความคิดเห็นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ดังนี้คือ

1. ความน่าเชื่อถือ และมีความสามารถในการเป็นตัวแทนของสมาชิกในกลุ่ม
2. มีความสามารถในการสื่อสารกับผู้อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสื่อสารแบบซึ่งหน้ากัน

(Face to Face Communication)

3. อำนาจบารมี สามารถให้คุณให้โทษในเรื่องต่าง ๆ ต่อสมาชิกในสังคมนั้นได้

อิทธิพลของบุคคล หรือ กลุ่มผู้นำความคิดเป็นปัจจัยสำคัญที่แทรกอยู่ระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ซึ่งกลุ่มผู้นำความคิดเป็นกลุ่มบุคคลในสังคมที่ติดต่อกับบุคคลอื่น ๆ ในลักษณะความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดหรือกลุ่มปฐมภูมิ เช่น เป็นญาติ เป็นเพื่อนบ้าน หรือ เป็นบุคคลที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน และมีอิทธิพลในลักษณะที่ไม่เป็นทางการเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือการตัดสินใจในเรื่องราวต่าง ๆ

ในสังคมเล็ก ๆ อย่างชุมชนนั้น กลุ่มผู้นำความคิดเห็น หรือ กลุ่มแกนนำของชุมชนนั้น มักจะมีลักษณะไม่แตกต่างไปจากสมาชิกของชุมชนมากนัก ทั้งนี้เนื่องจากการเป็นผู้นำความคิดเห็นนั้น ผู้นำกับผู้ตามจะต้องมีความสัมพันธ์กันค่อนข้างใกล้ชิด ทั้งสองฝ่ายจึงต้องมีความคล้ายคลึงกันพอสมควร แต่โดยทั่วไปแล้วผู้นำความคิดเห็นมักจะต้องมีการศึกษา มีรายได้ หรือมีสถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมสูงกว่าเล็กน้อย นอกจากนี้ผู้นำความคิดเห็นมักจะติดต่อกับโลกภายนอกมากกว่า เช่น การเปิดรับสื่อมวลชนสูงกว่า เข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมมากกว่า เดินทางติดต่อกับบุคคลที่มีความรู้ หรือ มีความเชี่ยวชาญบ่อยกว่า เป็นต้น

ผู้นำความคิดเห็นมี 2 ประเภทคือ

1. ผู้นำความคิดเห็นระดับท้องถิ่น (Local Influential) ได้แก่ ผู้นำความคิดเห็นที่สนใจกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเฉพาะภายในท้องถิ่น หรือภายในสังคมนั้นเท่านั้น
2. ผู้นำความคิดเห็นระดับกว้างขวาง (Cosmopolitan influential) ได้แก่ ผู้นำความคิดเห็นที่สนใจต่อกิจกรรมนอกท้องถิ่น หรือ นอกสังคมด้วย เช่น กิจกรรมระดับประเทศ หรือ ระหว่างประเทศ

ข้อแตกต่างของผู้นำความคิดเห็นทั้งสองประเภท คือ ผู้นำความคิดเห็นระดับท้องถิ่น มักจะมีความผูกพันต่อสมาชิกในสังคมนั้นมากกว่าผู้นำความคิดเห็นระดับกว้างขวาง เนื่องจากผู้นำความคิดเห็นระดับกว้างขวางจะเป็นผู้ที่ออกไปนอกสังคมเสมอ ๆ

ผู้นำความคิดเห็นทั้งสองประเภท จะเป็นผู้ที่เปิดรับข่าวสารมากกว่าบุคคลอื่นในสังคม แต่ความสนใจในเนื้อหาของข่าวนั้นแตกต่างกัน คือ ผู้นำความคิดเห็นระดับท้องถิ่น นิยมรับข่าวสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับชุมชน หรือ ท้องถิ่นนั้น เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ชาวท้องถิ่น ส่วนผู้นำความคิดเห็นระดับกว้างขวางนิยมที่จะรับข่าวสารระดับประเทศ เช่น ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง วิเคราะห์ข่าวจากรายการวิทยุส่วนกลาง เป็นต้น

ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม

ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory) ของ Rogers ได้รับการยอมรับเป็นอย่างมาก ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีทางพฤติกรรมศาสตร์ที่ใช้เป็นแนวทางทำกิจกรรมการขับเคลื่อนชุมชน ซึ่งจะให้รายละเอียดแก่เราเกี่ยวกับรูปแบบของความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ การนำไปปฏิบัติ หรือ เทคนิคในการทำให้สิ่งใหม่นั้นมีการนำไปใช้ จากคนหนึ่งสู่อีกคนหนึ่ง จนกระทั่งกลายเป็นเรื่องปกติหรือเป็นบรรทัดฐานของสังคมนั้นไป ซึ่งรูปแบบของความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ นั้นเองที่เรียกกันว่า “นวัตกรรม”

Rogers (1983, p. 11, อ้างถึงใน ณรงค์ สมพงษ์, 2543, น. 84) ได้ให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม (Innovation) ว่า นวัตกรรม คือ ความคิด การกระทำ หรือวัตถุใหม่ ๆ ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตัวบุคคลแต่ละคน หรือ หน่วยอื่น ๆ ของการยอมรับ

โดยการพิจารณาว่าสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นนวัตกรรมนั้น โรเจอร์ ได้ชี้ให้เห็นว่าขึ้นอยู่กับการรับรู้ของแต่ละบุคคล หรือ กลุ่มบุคคลว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับเขาหรือไม่ อีกประการหนึ่งความใหม่อาจขึ้นอยู่กับเวลาด้วย สิ่งใหม่ ๆ ตามความหมายของนวัตกรรมนี้ไม่จำเป็นต้องใหม่จริง ๆ แต่อาจหมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นความคิด หรือ การปฏิบัติที่เคยทำกันมาแล้ว แต่ได้หยุดกันไประยะเวลา

หนึ่งต่อมาได้มีการรื้อฟื้นขึ้นมาทำใหม่ เนื่องจากเห็นว่าสามารถช่วยแก้ปัญหาในสภาพการณ์นั้นได้ ซึ่งอาจสรุปนวัตกรรมในความหมายของ โรเจอร์ได้ดังต่อไปนี้

1. สิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีผู้ใดเคยทำมาก่อนเลย
2. สิ่งใหม่ที่เคยทำมาแล้วในอดีตแต่ได้มีการรื้อฟื้นขึ้นมาใหม่
3. สิ่งใหม่ที่มีการพัฒนามาจากของเก่าที่มีอยู่เดิม

การแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation)

การแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นกระบวนการในการถ่ายทอดความคิด การปฏิบัติ ข่าวสาร หรือ พฤติกรรมไปสู่ที่ต่าง ๆ จากบุคคล หรือ กลุ่มบุคคลไปสู่บุคคลกลุ่มอื่นโดยกว้างขวาง จนเป็นผลให้เกิดการยอมรับความคิด และการปฏิบัติเหล่านั้น อันจะมีผลต่อโครงสร้างทางสังคม และวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในที่สุด

นักวิชาการหลายท่านได้ให้คำอธิบายของการแพร่กระจายนวัตกรรม ไว้ดังนี้

เสถียรเชย เชนประทับ (2528, น. 58) กล่าวว่า การเผยแพร่วัตกรรม เป็นการสื่อสารแบบพิเศษชนิดหนึ่งที่มีความคิดใหม่ สิ่งใหม่ วิธีปฏิบัติใหม่ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ได้ถูกเผยแพร่ไปยังสมาชิกของสังคมในช่วงระยะหนึ่ง

เมตตา กฤตวิทย์ (2532, น. 130) กล่าวว่า การแพร่กระจายนวัตกรรม เป็นการส่งผ่านความคิดใหม่ผ่านสื่อมวลชนไปยังสมาชิกของสังคม ด้วยการอาศัยเวลาให้ประชาชนได้ศึกษาและยอมรับในการคิดใหม่

โรเจอร์ ได้อธิบายส่วนประกอบของการแพร่กระจายนวัตกรรมไว้ 4 ประการคือ

1. มีนวัตกรรมเกิดขึ้น
2. ใช้การสื่อสารเป็นช่องทางในการส่งผ่านนวัตกรรมนั้น
3. ช่วงระยะเวลาที่เกิดการแพร่กระจาย
4. ผ่านไปยังสมาชิกในระบบสังคมหนึ่ง

ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม

ในการแพร่กระจายนวัตกรรมไปสู่สังคมนั้น นวัตกรรมจะถูกนำไปใช้ หรือ ยอมรับโดยบุคคล ซึ่ง โรเจอร์ ได้สรุปทฤษฎี และรายงานการวิจัยเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม 5 ขั้นตอน ดังนี้คือ

1. **ขั้นตื่นตัวหรือรับทราบ (Awareness)** เป็นขั้นแรกที่บุคคลรับรู้ว่ามีความคิดใหม่ สิ่งใหม่ หรือ วิธีปฏิบัติใหม่ ๆ เกิดขึ้นแล้ว และนวัตกรรมมีอยู่จริง แต่ยังไม่มีความรู้รายละเอียดของ สิ่งนั้นอยู่

2. **ขั้นสนใจ (Interest)** เป็นขั้นที่บุคคลจะรู้สึกสนใจในนวัตกรรมนั้นทันทีที่เขาเห็น ว่าตรงกับปัญหาที่เขาประสบอยู่ หรือ ตรงกับความสนใจ และจะเริ่มหาข้อเท็จจริง และข่าวสารมากขึ้น โดยอาจสอบถามจากเพื่อนซึ่งได้เคยทดลองทำมาแล้ว หรือ เสาะหาความรู้จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับ นวัตกรรมนั้นเพื่อตอบสนองความอยากรู้ของตน

3. **ขั้นประเมินผล (Evaluation)** ในขั้นตอนนี้บุคคลจะพิจารณาว่านวัตกรรมนั้นจะ มีความเหมาะสมกับเขาหรือไม่ จะให้ผลคุ้มค่าเพียงใด หลังจากที่ได้ศึกษานวัตกรรมนั้นมาระยะหนึ่งแล้ว นวัตกรรมนั้นมีความยาก และข้อจำกัดสำหรับเขาเพียงใด และจะปรับให้เข้ากับสถานการณ์ได้ อย่างไร แล้วจึงตัดสินใจว่าจะทดลองใช้ความคิดใหม่ ๆ นั้นหรือไม่

4. **ขั้นทดลอง (Trial)** เป็นขั้นตอนที่บุคคลได้ผ่านการไตร่ตรองมาแล้วตัดสินใจที่จะ ทดลองปฏิบัติตามความคิดใหม่ ๆ ซึ่งอาจทดลองเพียงบางส่วน หรือ ทั้งหมด การทดลองปฏิบัตินี้ เป็นเพียงการยอมรับนวัตกรรมชั่วคราว เพื่อดูผลว่าควรจะต้องตัดสินใจยอมรับโดยถาวรหรือไม่

5. **ขั้นยอมรับปฏิบัติ (Adoption)** ถ้าการทดลองของบุคคลได้ผลเป็นที่น่าพอใจ ก็จะสามารถยอมรับความคิดใหม่ ๆ อย่างเต็มที่ และขยายการปฏิบัติออกไปเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง จนกระทั่ง นวัตกรรมนั้นกลายมาเป็นวิธีการที่เขายึดถือปฏิบัติโดยถาวรต่อไป ซึ่งถือเป็นขั้นสุดท้ายของการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างถาวร

อย่างไรก็ตามกระบวนการยอมรับนี้ก็ยังมีข้อบกพร่องบางประการ คือ เป็น กระบวนการที่อธิบายในด้านบวกเท่านั้น ซึ่งในขั้นสุดท้ายบุคคลอาจไม่ยอมรับนวัตกรรมนั้นก็ได้อีก และการยอมรับทั้ง 5 ขั้นนี้ ยังไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ถาวร แต่เขาจะหาสิ่งอื่น และ บุคคลอื่นเพื่อยืนยันความคิดของเขา และถ้าหากว่าไม่ได้รับการยืนยันว่าแนวคิดใหม่นี้ถูกต้อง เขา ก็อาจจะเลิกล้มไม่ยอมรับความคิดนั้นก็ได้

ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม

การยอมรับนวัตกรรมของบุคคลในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ นั้น อาจมีความแตกต่างกัน ทั้งด้านความเร็วของการยอมรับนวัตกรรมว่าจะยอมรับช้า หรือ เร็วกว่ากัน และยังแตกต่างกัน เกี่ยวกับจำนวนของผู้รับนวัตกรรมนั้นว่ามีมาก หรือ น้อย อีกทั้งการคงทน หรือ ความถาวรในการยอมรับ นั้นด้วย ปัจจัยด้านคุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ ได้แก่

1. ผลประโยชน์ที่ได้รับจากนวัตกรรม (Relation Advantage) คือ ระดับการรับรู้ หรือ ความเชื่อว่านวัตกรรมนั้นมีคุณสมบัติที่ดีกว่าความคิด หรือ สิ่งที่มีอยู่เดิม ซึ่งถูกแทนที่ด้วยสิ่งใหม่ ถ้าหากนวัตกรรมนั้นมีข้อดี และให้ประโยชน์ต่อผู้ใช้นวัตกรรมนั้นมากเท่าใด ก็มีโอกาที่จะมี ผู้ยอมรับมากขึ้น

2. การเข้ากันได้ดีกับสิ่งที่มีอยู่เดิม (Compatibility) การเข้ากันได้ คือ ระดับของนวัตกรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับคุณค่า ประสพการณ์และความต้องการที่มีอยู่แล้วในตัวผู้รับนวัตกรรมนั้น ๆ ถ้าหากนวัตกรรมนั้นสามารถเข้ากันได้ดีกับ ประเพณี วัฒนธรรม สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เป็น ปัจจัยสนับสนุนต่อกับนวัตกรรมนั้น ๆ ก็มีโอกาที่จะได้รับการยอมรับได้ง่ายขึ้น

3. ความซับซ้อน (Complexity) ความซับซ้อน คือ ระดับของความเชื่อว่านวัตกรรมนั้น มีความยากต่อการเข้าใจ และการนำไปใช้ นวัตกรรมบางอย่างสามารถทำความเข้าใจ และนำมา ใช้ได้ง่าย ในขณะที่บางอย่างมีความซับซ้อน และเข้าใจยากกว่า นวัตกรรมที่มีความซับซ้อนน้อยกว่า มีโอกาที่จะได้รับการยอมรับมากกว่า

4. การทดลองได้ (Trailability) การทดลองได้ คือ ระดับของนวัตกรรมที่สามารถ มองเห็นผลจากการทดลองปฏิบัติเพื่อให้เห็นผลได้จริง ความคิดเหล่านี้สามารถทดสอบ หรือ ทดลองได้อย่างเป็นขั้นเป็นตอน หรือ เป็นช่วง ๆ ไป ก็จะได้รับ การยอมรับอย่างรวดเร็ว นวัตกรรมที่ไม่สามารถทดลองได้ก่อนมีโอกาที่จะได้รับการยอมรับน้อยกว่า

5. การสังเกตได้ (Observability) การสังเกตได้ คือ ระดับของนวัตกรรมที่สามารถ มองเห็นกระบวนการในการปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม สามารถสัมผัส และแตะต้องได้จริง ๆ ในงาน ส่งเสริมเผยแพร่ ถ้าหากนวัตกรรมสามารถทำการสาธิตให้ดูได้ก็จะช่วยทำให้บุคคลเกิดความมั่นใจ และมีความพร้อมที่จะยอมรับนวัตกรรมนั้น

ปัจจัยทางด้านการติดต่อสื่อสารก็มีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อการยอมรับนวัตกรรม การติดต่อสื่อสารเป็นส่วนประกอบสำคัญของกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และ กระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นการติดต่อสื่อสารประเภทหนึ่ง กระบวนการนี้เกี่ยวข้องกับ ข่าวสารที่เป็นแนวความคิดใหม่ ๆ ข่าวสารเหล่านี้จึงมีความแตกต่างจากข่าวสารทั่ว ๆ ไปในชีวิตประจำวันและเกี่ยวข้องกับระดับความเสี่ยงของผู้รับอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นงานวิจัยด้านการสื่อสารในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการแพร่กระจายนวัตกรรม จึงอาจศึกษาถึง ส่วนประกอบในกระบวนการติดต่อสื่อสาร ได้แก่ แหล่งของข่าวสาร เนื้อหาข่าวสาร ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสาร และผู้รับสาร

ช่องทางการสื่อสารในกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม

ในกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมนั้น ช่องทางที่เป็นแหล่งข้อมูล หรือ แหล่งสารที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทั้ง 5 ขั้นตอนของโรเจอร์ ซึ่งได้กล่าวมาแล้วนั้นมีความแตกต่างกัน Beal และ Bohlen ได้ทำศึกษาไว้ ดังต่อไปนี้ (ณรงค์ สมพงษ์, 2543, น. 101)

1. **สื่อมวลชน** ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ วารสาร และสิ่งพิมพ์ นับว่ามีอิทธิพลอย่างมากในขั้นรับทราบ และขั้นสนใจ เนื่องจากลักษณะในการนำเสนอเรื่องใหม่ ๆ ที่ทันสมัย ประชาชนมีความเชื่อถือในสื่อโทรทัศน์ซึ่งมาพร้อมกับความใหม่ และเป็นสื่อที่เข้าใจง่าย เป็นเรื่องที่รับรู้กันโดยทั่วไป และไม่ต้องการการตอบสนองทันทีทันใด ดังนั้น นวัตกรรมที่เสนอผ่านทางสื่อมวลชนจึงสามารถรับรู้ได้อย่างรวดเร็ว ทันทีทันใดเหมาะสำหรับการแจ้งให้มวลชนทราบว่าขณะนี้ได้มีนวัตกรรม คือ สิ่งใหม่ ๆ เกิดขึ้นแล้ว

2. **สื่อบุคคล** ได้แก่ เพื่อน เพื่อนบ้าน ญาติพี่น้อง ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำศาสนา ผู้นำในท้องถิ่น นักวิชาการที่เข้ามาปฏิบัติงานในหมู่บ้าน กลุ่มคนเหล่านี้เป็นบุคคลที่อยู่รอบตัวของผู้รับนวัตกรรมและมีโอกาสจะสนทนา หรือ ซักถามรายละเอียดได้ง่าย สามารถสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ได้ดี จึงมีอิทธิพลในขั้นประเมิน ขั้นทดลองทำ และขั้นนำไปใช้ เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่ต้องมีการสอบถามรายละเอียด และการให้ข้อมูลเพิ่มเติมทั้งผู้ส่ง และผู้รับสาร บุคคลที่อยู่ใกล้ชิด และสามารถขอคำปรึกษาได้เร็วก็คือ เพื่อน และเพื่อนบ้าน ด้านนักส่งเสริม และนักวิชาการก็เป็นแหล่งสารที่ให้ความรู้ในเชิงเทคนิค (How-to Knowledge) ซึ่งจะทำให้ผู้รับนวัตกรรมมีความเข้าใจอย่างทอ่งแท้ และทำตามได้อย่างถูกต้อง

3. **หน่วยงานของรัฐ** ได้แก่ สถาบันต่าง ๆ ของทางราชการ จะมีส่วนกระตุ้น และให้การสนับสนุนผู้รับนวัตกรรมอย่างเต็มที่ในขั้นตอนประเมิน ทดลองทำ และนำไปใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้านวัตกรรมนั้นได้รับการเห็นชอบ และเป็นนโยบายของรัฐในการสนับสนุนให้ประชาชนนำไปใช้ก็จะเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้ตัดสินใจยอมรับนำไปใช้จริงมากยิ่งขึ้น

4. **หน่วยงานเอกชน** ได้แก่ องค์กร บริษัท หรือ หน่วยงานพัฒนาเอกชน (Non-government Organization) ที่เข้ามาช่วยสนับสนุนให้มีการใช้สิ่งใหม่ ๆ เกิดขึ้น โดยปกติแล้วหน่วยงานเอกชนจะมีศักยภาพทางด้านสินค้า ความรู้ทางวิชาชีพและเครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งเราจะพบเสมอว่าหน่วยงานเอกชนจะนำสิ่งใหม่ ๆ ไปสู่ชาวบ้านได้รวดเร็วยิ่งกว่าหน่วยงานราชการที่มีกลไกซับซ้อน และติดกับระเบียบข้อบังคับมากมาย