

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ การวิเคราะห์วาทกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปให้กับพนักงานขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ” ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ โดยนำเอาทฤษฎีและแนวคิดดังต่อไปนี้มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา

#### 1.แนวคิดเรื่องวาทกรรม (Discourse)

นักวิชาการได้ให้ความหมายของวาทกรรมไว้มากมายหลายระดับและหลายมุมมอง เนื่องจากวาทกรรมเป็นแนวคิดที่ใช้ประกอบการศึกษาในหลายสาขาวิชา อย่างไรก็ตามสำหรับความหมายของวาทกรรมในสาขาวิชานิเทศศาสตร์แล้ว วาทกรรมคือเหตุการณ์การสื่อสาร (Communicative Event) ซึ่งหมายถึงการใช้ภาษาเพื่อสื่อสารให้เห็นถึงความคิด ความเชื่อ อารมณ์ ซึ่งเหตุการณ์การสื่อสารดังกล่าวนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์ทางสังคมที่สลับซับซ้อน

Guy Cook (1992) ได้ให้คำนิยามวาทกรรมเอาไว้ว่า วาทกรรมคือปฏิสัมพันธ์ระหว่างบทกับบริบท (Text & Context) ในลักษณะที่ผู้ร่วมการสื่อสารรับรู้ความหมาย ดังนั้นจุดมุ่งหมายของการวิเคราะห์วาทกรรมคือการอธิบายหรือพรรณาปรากฏการณ์ที่ต้องการศึกษาโดยทั่วไป และสิ่งสำคัญที่อยู่ในปรากฏการณ์เหล่านี้ด้วย

นอกจากนี้ Guy Cook ยังกล่าวถึงการวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) ว่าไม่ได้เกี่ยวข้องกับภาษาเพียงอย่างเดียว แต่ยังวิเคราะห์ไปถึงบริบทของการติดต่อสื่อสาร (The Context of Communication) ว่าใครกำลังติดต่อกับใคร ทำไม และอยู่ในสถานะการณ์และสังคมรูปแบบใด ผ่านสื่อประเภทใดและการพัฒนาการติดต่อสื่อสารนั้นแตกต่างกันในรูปแบบและการกระทำอย่างไร รวมถึงความสัมพันธ์ที่มีต่อกันและกัน

นอกจากนี้ ศิริชัย ศิริกายะ (2535) ยังได้แยกประเด็นการวิเคราะห์วาทกรรมไว้ในคำบรรยายวิชา 512604 ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ.2535 ซึ่งมีเนื้อหาตรงประเด็นและเป็นประโยชน์สำหรับการวิเคราะห์วาทกรรมของงานวิจัยนี้

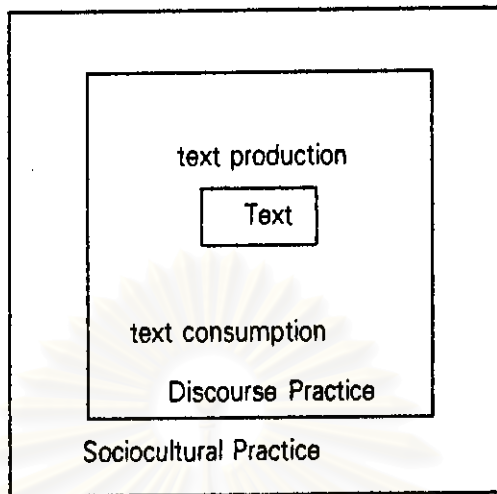
ว่า วาทกรรม (Discourse) คือการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหา Text กับ Context ในลักษณะของการสร้างความหมายให้เกิดขึ้น กิจกรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละวาทกรรมนั้นสามารถดูที่ Act of Communication และการวิเคราะห์ Text ภายใต้ Context ที่มีความสัมพันธ์กันในการสร้างความหมายในวาทกรรมนั้นๆ

นอกจากการวิเคราะห์วาทกรรมโดยพิจารณาจากความสัมพันธ์ระหว่างบทและบริบท ตามแนวคิดดังกล่าวข้างต้นแล้วในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) ตามแนวคิดของ Norman Fairclough ซึ่งเป็นการวิเคราะห์วาทกรรมสื่อ (Media Discourse) มาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์

“วาทกรรม” เป็นแนวคิดที่ใช้กันในหลายสาขาวิชาดังกล่าวแล้วข้างต้น อย่างไรก็ตาม วาทกรรม ในความหมายที่ Fairclough ใช้เป็นความหมายในเชิงภาษาศาสตร์ ซึ่งหมายถึงทั้ง ภาษาพูดและภาษาเขียน และในบางครั้งอาจหมายรวมไปจนถึงกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์บางอย่างที่สื่อความหมาย

ตามแนวคิดของ Fairclough เหตุการณ์การสื่อสารจะประกอบด้วยมิติ 3 ประการ กล่าวคือ ตัวบท (Text) ปฏิบัติการวาทกรรม (Discourse Practice) และปฏิบัติการด้านสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Practice) ดังนั้นการวิเคราะห์วาทกรรมของเหตุการณ์สื่อสารใดๆ จึงหมายถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมิติทั้ง 3 ดังกล่าว การวิเคราะห์ “บท” อาจหมายถึงการวิเคราะห์ทั้งในแง่ของความหมายหรือรูปฟอร์มของตัวบท สำหรับปฏิบัติการวาทกรรมนั้นเป็นอีกมิติหนึ่งของเหตุการณ์การสื่อสารที่สามารถวิเคราะห์ได้ทั้งในแง่ของกระบวนการผลิตบท (Text Production) และการบริโภคบท (Text Consumption) ซึ่งจะเห็นได้ชัดในสื่อสารมวลชนประเภทต่างๆ ในส่วนของปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรมนั้นหมายถึงสภาพแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรมที่แวดล้อมเหตุการณ์การสื่อสารนั้นอยู่ ซึ่งปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรมนี้สามารถพิจารณาได้ทั้งในแง่การเมือง เศรษฐกิจและวัฒนธรรม

เพื่อให้เห็นแนวทางการวิเคราะห์วาทกรรมตามแนวคิดของ Norman Fairclough ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์วาทกรรมแบบ Critical Discourse Analysis ของ Norman Fairclough ตามแผนภาพต่อไปนี้



ตามกรอบแนวคิดข้างต้น ปฏิบัติการวาทกรรมเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงระหว่างตัวบทกับปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรม กล่าวคือตัวบทและสภาพแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรมต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยตัวบทอาจถูกกำหนดโดยสภาพแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรม โดยผ่านทางปฏิบัติการวาทกรรม ในขณะที่ตัวบทเองก็อาจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมด้วยเช่นกัน

ดังนั้นในการวิเคราะห์วาทกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปให้กับพนักงานขององค์การโทรศัพท์ฯ จึงสามารถนำแนวคิดเรื่องวาทกรรมและการวิเคราะห์วาทกรรมมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากเนื้อหาของวาทกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปประกอบด้วยตัวบทจำนวนมากมายที่ถูกสร้างขึ้นภายใต้บริบทที่แตกต่างกัน และตัวบทที่อยู่ภายใต้บริบทที่ต่างกันนี้เองจะทำให้ความหมายที่เกิดขึ้นจากวาทกรรมแตกต่างกันออกไป

## 2.แนวคิดเรื่องวาทกรรมองค์กร ( Organizational Discourse)

นอกจากแนวคิดเรื่องการวิเคราะห์วาทกรรมแบบ Critical Discourse Analysis ที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์วาทกรรมแล้ว ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องวาทกรรมองค์กรซึ่งเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการวิเคราะห์วาทกรรมแบบ Critical Discourse Analysis มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์จุดมุ่งหมายของวาทกรรมดังกล่าวด้วย

วาทกรรมองค์กร เป็นแนวคิดที่เน้นในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรมกับการสร้างความจริงทางสังคม รวมทั้งเรื่องอำนาจและการควบคุมภายในองค์กรโดยการใช้วาทกรรมเป็นเครื่องมือ

Dennis K.Mumby และ Robin P.Clair ซึ่งเป็นนักคิดที่สนใจศึกษาในเรื่องการสื่อสารภายในองค์กรได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่องวาทกรรมองค์กรไว้ในหนังสือเรื่อง Discourse as Social Interaction ซึ่งรวบรวมโดย Teun A.Van Dijk (1997) ให้ความหมายของวาทกรรมไม่ได้หมายถึงเฉพาะวาทกรรมที่เกิดขึ้นในองค์กรเท่านั้นแต่ยังเป็นเครื่องมือที่สมาชิกภายในองค์กรใช้สร้างความจริงทางสังคม (Social Reality) เพื่อให้เป็นกรอบในการบอกสถานะภาพของสมาชิกในองค์กร ในการศึกษาเรื่องวาทกรรมองค์กรนักวิจัยจะทำการศึกษาว่าการสื่อสารในองค์กรได้ทำหน้าที่หรือมีบทบาทอย่างไรในองค์กรนั้นหากจะกล่าวอย่างกว้างๆ แล้ว การศึกษาวาทกรรมองค์กรสามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบ คือ การศึกษาแบบ Cultural Approach หรือที่เรียกกันว่า Interpretative Approach และอีกแบบหนึ่งคือ Critical Approach การศึกษาทั้งสองแบบเป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรมกับการสร้างความจริงทางสังคม เพียงแต่การศึกษาแบบ Cultural Approach จะมุ่งเน้นไปที่วิธีการที่สมาชิกของสังคมใช้วาทกรรมในการสร้างบรรทัดฐานทางสังคมร่วมกัน ซึ่งจุดมุ่งหมายหลักของการวิจัยที่ใช้วิธีการแบบ Cultural Approach คือเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างบรรทัดฐานทางสังคมกับค่านิยมขององค์กร แต่สำหรับการศึกษาวาทกรรมองค์กรแบบ Critical Approach นั้น ถึงแม้ว่าจะศึกษาว่าความจริงทางสังคมถูกสร้างโดยผ่านวาทกรรมได้อย่างไรเช่นเดียวกับวิธี Cultural Approach แต่จะเน้นศึกษาในเรื่องอำนาจและการควบคุมภายในองค์กรโดยใช้วาทกรรมเป็นเครื่องมือ การศึกษาวาทกรรมองค์กรแบบ Critical Approach นี้จะไม่มององค์กรว่าเป็นเพียงการรวมกลุ่มทางสังคม (Social Collectives) ที่มีค่านิยมทางสังคมร่วมกันเท่านั้น แต่จะมององค์กรเป็นเสมือนสถานที่ที่กลุ่มผลประโยชน์แข่งขันกันสร้างความจริงทางสังคมขององค์กรในลักษณะที่จะสนับสนุนเอื้ออำนวยประโยชน์ให้กับกลุ่มของตน ยกตัวอย่างเช่น จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารหากสามารถสร้างความจริงทางสังคมให้กับพนักงานโดยให้พนักงานตระหนักในเรื่องหน้าที่ที่พนักงานควรมีต่อองค์กร ยอมรับการทำงานหนัก ความลำบากทางการเงิน เป็นต้น ในขณะที่พนักงานต้องการสภาพการทำงานที่ดี ระยะเวลาการทำงานที่น้อยลง และได้รับค่าจ้างและสวัสดิการเพิ่มมากขึ้นซึ่งเห็นได้ชัดว่าผลประโยชน์ของคนทั้งสองกลุ่มแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง นอกจากนี้นักวิจัยวาทกรรมองค์กรแบบ Critical Approach จะศึกษาด้วยว่าผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกันนั้นได้รับการแก้ไขด้วยการควบคุมโดยผ่านวาทกรรมได้อย่างไร ซึ่งตามความเห็นของนักวิจัยวาทกรรมองค์กรการควบคุมจะสามารถทำได้มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ

ที่กลุ่มผลประโยชน์สามารถสร้างความจริงได้ดีเพียงใด ยกตัวอย่างเช่นเมื่อฝ่ายบริหารต้องการจะตัดเงินเดือนพนักงานซึ่งเป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดว่าขัดกับผลประโยชน์ของพนักงาน การควบคุมความขัดแย้งนี้ฝ่ายบริหารอาจใช้วิธีการสร้างความเป็นจริงทางสังคมให้พนักงานเห็นว่าการกระทำดังกล่าวเป็นการเสียสละเพื่อองค์กรหรืออาจใช้ความรู้สึกของการเป็นครอบครัวเดียวกัน (Family Metaphor) เพื่อสร้างความจริงทางสังคมว่าเรื่องดังกล่าวเป็นสิ่งจำเป็น เช่น อาจกล่าวว่าเราทั้งหมดเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทซึ่งเป็นเสมือนครอบครัวเดียวกันและการเสียสละเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อความอยู่รอดและความสำเร็จของเราทุกคนร่วมกัน ดังนั้นสมาชิกในครอบครัวทุกคนควรร่วมมือร่วมใจกันเสียสละ เพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอดต่อไปได้

ถึงแม้ว่าตัวอย่างที่ยกมาข้างต้นจะง่ายกว่าความเป็นจริงอยู่มากเนื่องจากในองค์กรส่วนใหญ่จะประกอบด้วยกลุ่มผลประโยชน์มากมายหลายกลุ่ม เช่นผู้ถือหุ้น ลูกค้า พนักงาน และสหภาพแรงงาน แต่ตัวอย่างที่ยกมาข้างต้นผู้วิจัยเพียงต้องการแสดงให้เห็นถึงแนวคิดที่สำคัญของวาทกรรมองค์กรที่ว่าการเมืองและอำนาจภายในองค์กรมักถูกแสดงผ่านทางวาทกรรมดังนั้น การศึกษาวาทกรรมองค์กรแบบ Critical Approach นี้จึงไม่ได้มุ่งศึกษาเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรมและอำนาจเท่านั้นแต่ยังศึกษาถึงความไม่เท่าเทียมกันซึ่งเป็นผลจากความสัมพันธ์ดังกล่าวด้วย ซึ่งอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าการวิเคราะห์วาทกรรมองค์กรแบบ Critical Approach เป็นการศึกษาถึงความเกี่ยวเนื่องหรือความสัมพันธ์กันระหว่างวาทกรรมและการคงไว้ซึ่งอำนาจ รวมทั้งความไม่เท่าเทียมกันและความอยุติธรรม

กล่าวโดยสรุป ลักษณะของการวิเคราะห์วาทกรรมแบบ Critical Approach ประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 4 ประการคือ

ประการที่หนึ่ง การวิเคราะห์วาทกรรมแบบ Critical Approach จะเห็นว่าถึงแม้วาทกรรมจะมีความสัมพันธ์กับอำนาจและความไม่เท่าเทียมกันก็ตาม แต่ความสัมพันธ์นี้เป็นความสัมพันธ์ที่ไม่ปรากฏให้เห็นได้ง่ายโดยตรงไปตรงมาเด่นชัด ดังนั้นการวิเคราะห์วาทกรรมแบบ Critical Approach จึงมีจุดมุ่งหมายที่จะทำการศึกษาไปจนถึงระดับลึก เพื่อให้เห็นถึงโครงสร้างของความสัมพันธ์ดังกล่าวที่ซ่อนอยู่ภายใน

ประการที่สอง ตามความเห็นของนักวิจัยวาทกรรม ความคิด ความเชื่อ ค่านิยมที่แต่ละคนยึดถือในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคมรวมหมู่ (Social Collective) จะพัฒนาเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละคนและใช้เป็นบรรทัดฐานในการมองโลก

ประการที่สาม ซึ่งเป็นแนวคิดที่สำคัญที่สุดของการวิเคราะห์วาทกรรมแบบ Critical Approach กล่าวคือ คตินิยม (ideology) ไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาลอยๆ แต่ต้องผูกติดอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจและการควบคุม คตินิยมมีบทบาทหน้าที่ในการคงไว้ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรม อำนาจและการควบคุม

ประการที่สี่ การใช้อำนาจจะกระทำอย่างค่อยเป็นค่อยไปไม่ใช่ในรูปแบบของการบังคับ การใช้อำนาจที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือคนที่มีอำนาจสามารถทำให้คนที่มีอำนาจน้อยกว่ามองโลกในมุมมองที่พวกตนต้องการ ซึ่งเสมือนเป็นการใช้อำนาจโดยผู้ที่มีอำนาจน้อยกว่าให้ความยินยอมไม่ใช่การบีบบังคับ โดยในมุมมองของนักวิเคราะห์วาทกรรมแบบ Critical Approach จะเรียกกระบวนการนี้ว่า Process of Hegemony

การนำแนวคิดเรื่องวาทกรรมองค์กรมาใช้ในการศึกษาคำนี้ ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์วาทกรรมการสัมมนาเพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปที่ผู้บริหารได้จัดให้กับพนักงานในระดับต่างๆ ว่ามีจุดมุ่งหมายอย่างไร

### 3. ทฤษฎีการสื่อสารในองค์การ

การสื่อสารในองค์การมีความสำคัญสำหรับผู้บริหารคือเป็นเครื่องมือสำคัญของฝ่ายบริหารในการบริหารงาน รวมทั้งช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่ผู้บริหารและพนักงาน ทำให้เกิดความเข้าใจและทำให้การปฏิบัติภารกิจของทุกหน่วยงานบรรลุตามวัตถุประสงค์เกิดการพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

ลักษณะและประเภทของการสื่อสารในองค์การอาจจำแนกรูปแบบออกได้หลายลักษณะแล้วแต่จะมุ่งพิจารณาในประเด็นใด ซึ่งสามารถจำแนกได้อย่างคร่าวๆ เป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ จำแนกตามช่องทาง จำแนกตามประเภท จำแนกตามสัญญาณลักษณะที่ใช้ จำแนกตามทิศทาง ดังนี้

## 1. จำแนกตามช่องทางการติดต่อสื่อสาร ซึ่งแบ่งเป็น 2 แบบ คือ

1.1.) การสื่อสารทางเดียว (One Way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสาร ถ่ายทอดข่าวสารหรือคำสั่งไปยังผู้รับสาร เป็นการสื่อสารที่มีลักษณะเป็นเส้นตรงไม่มีปฏิกริยาย้อนกลับ โดยทั่วไปแล้วการติดต่อสื่อสารแบบนี้จะเป็นไปในรูปของการให้นโยบาย การสั่งการจากผู้บริหารระดับสูงในองค์การสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา

1.2.) การสื่อสารสองทาง (Two Way Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถตอบสนองซึ่งกันและกัน กล่าวคือมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน การสื่อสารสองทางผู้ส่งสารจะให้ความสนใจกับปฏิกริยาโต้กลับของผู้รับสาร (Feedback) ซึ่งนับเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญมากของการสื่อสารรูปแบบนี้ เนื่องจากผู้ส่งสารสามารถรู้ว่าผู้รับสารมีความเข้าใจในตัวสารมากน้อยเพียงใดจากปฏิกริยาโต้กลับนี้ นอกจากนี้ การสื่อสารแบบสองทางจะเป็นการลดช่องว่างของการสื่อสารที่ตีความหมายไปคนละทิศละทาง ซึ่งรูปแบบการสื่อสารสองทางจะออกมาในลักษณะการประชุมหรือปรึกษาหารือ

## 2. จำแนกตามประเภทของการใช้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

2.1.) การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่คำนึงถึงบทบาท หน้าที่และตำแหน่งระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งเป็นการสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ชัดเจน ได้แก่การสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่นบันทึกต่างๆ

2.2.) การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) หมายถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยไม่เป็นไปตามแบบแผนขององค์กร เช่น การสนทนา ข้อดีและประโยชน์ของการสื่อสารแบบนี้ คือความรวดเร็วในการสื่อสาร แต่มีข้อเสียที่ข่าวสารข้อมูลต่างๆ อาจผิดไปจากความจริงได้ง่าย การสื่อสารถือได้ว่าเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลและจะมีอิทธิพลกระทบต่อองค์การไม่ว่าจะเป็นในทางบวกหรือด้านลบก็ตาม เพราะเป็นช่องทางของข่าวลือ

การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการนี้เกิดขึ้นโดยไม่เป็นไปตามระเบียบแบบแผนเป็นลักษณะของการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากความใกล้ชิดรู้จักกันดีในรูปแบบของการซุบซิบนินทาเป็นช่องทางการกระจายข่าวที่มีประสิทธิภาพสูงสุดผู้บริหารจึงควรใช้การสื่อสารลักษณะนี้ให้เป็นประโยชน์ต่อองค์กรและให้ความสำคัญกับการสื่อสารลักษณะนี้ด้วย

การสื่อสารภายในองค์กรหนึ่งๆจะประกอบด้วย การสื่อสารทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการร่วมกัน แต่จะอยู่ในสัดส่วนมากน้อยอย่างใดนั้นขึ้นอยู่กับรูปแบบการบริหารองค์กรและวัฒนธรรมองค์กรนั้นๆ

### 3. จำแนกตามลักษณะของรหัสที่ใช้ในการสื่อสาร ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

3.1.) การสื่อสารโดยถ้อยคำและการเขียน (Verbal and Written Communication) หมายถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งหมายถึงทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน

3.2.) การสื่อสารโดยไม่ใช้คำพูด (Non-Verbal Communication) เป็นการสื่อสารโดยใช้ท่าทางและการเคลื่อนไหว ซึ่งแต่ละคนจะมีความหมายเฉพาะตนเมื่อเวลาแสดงพฤติกรรมต่างๆ เช่น การแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง เป็นต้น

### 4. จำแนกตามทิศทางของการติดต่อสื่อสาร ซึ่งแบ่งเป็น 3 แบบ คือ

4.1.) การสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) เป็นลักษณะการเดินทางของข่าวสารจากผู้ที่อยู่ในตำแหน่งสูงลงมาตามสายการบังคับบัญชา การสื่อสารแบบนี้มักออกมาในรูปของคำสั่ง การแจ้งนโยบาย ผลการปฏิบัติงานหรือเป้าหมายขององค์การ ซึ่งการสื่อสารในแนวทางบนลงล่างนี้ ถือว่าเป็นแนวคิดของการบริหารงานแบบดั้งเดิมและมีความสำคัญที่สุดที่ว่าผู้บริหารในฐานะผู้บังคับบัญชาย่อมต้องสั่งงานไปยังผู้ใต้บังคับบัญชาได้

การสื่อสารจากบนลงล่างนี้มีข้อดีกล่าวคือจะทำให้ตัวเนื้อสารมีน้ำหนักมีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ส่งมาจากผู้บริหารซึ่งเป็นที่ยอมรับนับถือจากพนักงาน และจะทำให้ข่าวสารเป็นที่น่าสนใจ อย่างไรก็ตามการสื่อสารแบบนี้อาจมีปัญหาเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารและ



การตีความหมายของข่าวสาร ประเด็นสำคัญของทิศทางการไหลของข่าวสารแบบนี้คือต้องอาศัยโครงสร้างองค์กรเป็นหลัก

4.2.) การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) หมายถึงการส่งข่าวสารจากผู้ที่อยู่ในระดับต่ำกว่าไปยังผู้ที่อยู่ในระดับสูงกว่าการติดต่อสื่อสารแบบนี้มักออกมาในรูปของความเห็น รายงานการประชุม คำร้องทุกข์ การสำรวจทัศนคติ

ผลดีของการสื่อสารประเภทนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับฝ่ายบริหารที่จะได้รับรู้ข้อมูลต่างๆ จากตัวพนักงาน และสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อการบริหารงาน เพราะเป็นข้อมูลที่มีคุณค่าต่อการตัดสินใจและทำให้ผู้บังคับบัญชาทราบว่าผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาเข้าใจความหมายของข่าวสารในการติดต่อสื่อสารจากเบื้องบนสู่เบื้องล่างหรือไม่ จึงอาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารประเภทนี้จะส่งผลถึงการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานของบุคคลากร

4.3.) การสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication) หมายถึงลักษณะการเดินทางของการสื่อสารระหว่างผู้มีตำแหน่งเสมอกันหรือใกล้เคียงกันทั้งในสายงานเดียวกันและข้ามสายงานโดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว โดยส่วนใหญ่มักเป็นการขอคำแนะนำและข้อมูลซึ่งเป็นการประสานงานอย่างไม่เป็นทางการ การสื่อสารลักษณะนี้มักเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างพนักงานที่ทำงานในหน่วยงานเดียวกัน มีผู้บังคับบัญชาคนเดียวกัน มีหน้าที่การงานในลักษณะเดียวกัน การสื่อสารในแนวนอนนี้ จะเป็นสิ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพราะพื้นฐานของการสื่อสารแบบนี้ขึ้นอยู่กับบรรยากาศของความไว้วางใจซึ่งกันและกัน เกิดขึ้นโดยความสมัครใจของแต่ละคนโดยไม่มีสิ่งจูงใจ วิธีการติดต่อสื่อสารอาจเป็นลักษณะของการประชุม การสนทนา การบันทึก การทำกิจกรรมร่วมกัน เป็นต้น

แนวคิดเรื่องการสื่อสารภายในองค์การข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านรูปแบบการสื่อสารของวาทกรรมว่าวาทกรรมนั้นมีรูปแบบการสื่อสารแบบใดและการสื่อสารรูปแบบดังกล่าวมีผลต่อลักษณะและจุดมุ่งหมายของวาทกรรมอย่างไร

#### 4.แนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ (Relation)

แนวคิดเรื่องความสัมพันธ์เป็นแนวคิดหนึ่งของทฤษฎีสัญญาวิทยาซึ่งเป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับระบบของสัญญาณ (Sign) ที่ปรากฏอยู่ในความคิดของมนุษย์ ซึ่งเชื่อว่าสัญญาณไม่ได้มีอยู่ในเฉพาะภาษาเท่านั้น แต่ทุกอย่างสามารถใช้เป็นสัญญาณได้ทั้งสิ้น นอกจากนี้แล้วทฤษฎีนี้ยังเชื่อว่าความหมายมิได้เกิดขึ้นจากตัวเนื้อสารหรือตัวบท (Text) แต่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท (Text) กับบริบทที่แวดล้อม

แนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ได้ถูกนำมาใช้ในการอธิบายความหมายในเชิงสัญญาณ เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่าไม่มีอะไรที่มีความหมายในตัวเองและเนื้อหาไม่ใช่ว่ากำหนดความหมาย แต่ทว่าสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะมีความหมายต่อเมื่อนำไปสัมพันธ์กับระบบอีกระบบหนึ่งต่างหากความสัมพันธ์รูปแบบหนึ่งที่สัญญาวิทยาให้ความสนใจและผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์วาทกรรมในงานวิจัยนี้คือความสัมพันธ์ระหว่าง “ตัวบท” (Text) กับ “บริบท” (Context) ซึ่งความหมายของคำทั้งสองคำนี้จะปรากฏอยู่ในแนวคิดเรื่องวาทกรรมองค์กร ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย อย่างไรก็ตามอาจกล่าวได้โดยคร่าวๆว่า บท (Text) หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถสื่อความหมายได้ และบริบท (Context) หมายถึงสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัวบทนั้น ตัวบทจะมีความหมายอย่างไรย่อมขึ้นอยู่กับบริบทที่แวดล้อมอยู่ ดังนั้นหากบริบทเปลี่ยนแปลงไป แม้ตัวบทจะเป็นตัวบทเดิมแต่ความหมายก็อาจจะเปลี่ยนไปได้ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทและบริบทจะเป็นไปในแนวทางที่บริบทจะเป็นตัวกำหนดความหมายให้แก่ตัวบทอยู่ตลอดเวลา

ในการประยุกต์แนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทและบริบทมาใช้ในการวิเคราะห์วาทกรรม เราอาจเทียบได้ว่า “ตัวบท” นั้นคือ “เนื้อหา”(Content) และ “บริบท” คือ รูปแบบ (Form/Format) ดังนั้นความหมายของเนื้อหา (Text) จะเป็นอย่างไรย่อมขึ้นอยู่กับรูปแบบที่ประกอบตัวอยู่ ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมที่เห็นได้ง่ายก็คือ หากเรารินแชมเปญ (เนื้อหา) ใส่ในแก้วทรงสูง (รูปแบบ) ย่อมให้ความหมายที่เกิดขึ้นแตกต่างจากการรินแชมเปญ (เนื้อหาเดิม) ใส่ในแก้วพลาสติก (รูปแบบใหม่) อย่างแน่นอน ซึ่งในการสื่อสารหรือในปฏิบัติการวาทกรรมใดๆ ก็ตาม เราจำเป็นต้องนำเอาเรื่องเนื้อหาและรูปแบบมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อความหมายอยู่ตลอดเวลา

ตามแนวทางวิเคราะห์วาทกรรมแบบ Critical Discourse Analysis ตามแนวคิดของ Fairclough เหตุการณ์การสื่อสารจะประกอบด้วยมิติ 3 ประการ กล่าวคือ ตัวบท (Text) ปฏิบัติการ

วาทกรรม (Discourse Practice) และปฏิบัติการด้านสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Practice) การวิเคราะห์วาทกรรมของเหตุการณ์การสื่อสารจึงเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมิติทั้ง 3 ดังกล่าว ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำเอาแนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ซึ่งเป็นแนวคิดหนึ่งในทฤษฎีสัญญาะวิทยามาเป็นแนวทางประกอบการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท ปฏิบัติการวาทกรรมและปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรมของเหตุการณ์การสื่อสารที่ต้องการทำการการศึกษา

## 5. ทฤษฎีกลุ่มและการรวมกลุ่มทางสังคม (Group Theory and Collective Theory)

### ความหมายและแนวคิดของทฤษฎีกลุ่มและการรวมกลุ่มทางสังคม

ทฤษฎีกลุ่มเป็นทฤษฎีที่ใช้กันอย่างกว้างขวางทั้งทางรัฐศาสตร์และจิตวิทยา ความหมายของคำว่ากลุ่มตามทฤษฎีนี้ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

David B. Truman (1964) ได้ให้ความหมายของคำว่า “กลุ่ม” ว่าเป็นการรวมตัวของบุคคลหลายๆ คนเข้าด้วยกัน โดยมีลักษณะบางอย่างที่คล้ายคลึงกัน การรวมตัวของกลุ่มเกิดจากวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง อาทิเช่น การรวมตัวนั้นก่อให้เกิดความรู้สึกหรือก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มอย่างใดอย่างหนึ่ง

Mancur Olson (1969) ได้อธิบายความหมายของคำว่า “กลุ่ม” ใน 2 แนวทางกว้างๆ กล่าวคือ กลุ่มหมายถึงการรวมตัวของคนที่มึลักษณะบางอย่างเหมือนกัน ซึ่งกลุ่มในลักษณะนี้จะเป็นกลุ่มที่แบ่งตามประเภท (Categoric Group) เช่นกลุ่มคนหนุ่มสาวที่มีอายุใกล้เคียงกัน หรือกลุ่มของคนที่มีสถานภาพทางสังคมระดับเดียวกัน หรือกลุ่มของคนที่อยู่ในบริเวณเดียวกัน เป็นต้น การให้ความหมายของกลุ่มในลักษณะดังกล่าวเป็นการให้ความหมายแบบกว้างซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการศึกษาโดยทั่วๆ ไปได้ อย่างไรก็ตามกลุ่มยังมีความหมายในแง่ที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น กลุ่มในความหมายนี้จะไม่ได้เน้นถึงการรวมกลุ่มของคนที่มีลักษณะบางอย่างร่วมกันแบบในความหมายแรกแต่จะเน้นในเรื่องความสัมพันธ์ของคนในกลุ่ม ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มครอบครัว ซึ่งความสัมพันธ์ของคนในกลุ่มทำให้เกิดแนวคิดทัศนคติบางอย่างร่วมกัน ความสัมพันธ์ระหว่างคนในกลุ่มที่เห็นเด่นชัดประการหนึ่งคือผลประโยชน์ กล่าวคือการรวมตัวของคนแต่ละคนของกลุ่มย่อมมีผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเสมอ นักรัฐศาสตร์มองการรวมกลุ่มในความหมายที่สองนี้ว่าเป็นการรวมตัวเพื่อผลประโยชน์บางอย่างกลุ่มจะไม่มีโอกาสเกิดขึ้นได้เลยถ้าปราศจาก

ผลประโยชน์ดังนั้นก็การรวมกลุ่มทางสังคมตามความหมายนี้จึงถูกเรียกว่ากลุ่มผลประโยชน์ (Interest Group)

กลุ่มผลประโยชน์ หมายถึงการรวมกลุ่มของบุคคลที่มีแนวคิดอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน และทำการเรียกร้องต่อกลุ่มอื่นในสังคมเพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์บางอย่างตามแนวคิดพื้นฐานของกลุ่ม ผลประโยชน์ที่กล่าวถึงนี้ไม่ได้หมายถึงเฉพาะผลประโยชน์ที่มีอยู่ในปัจจุบันเท่านั้น หากยังหมายถึงผลประโยชน์ที่มีแนวโน้มว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย ดังนั้นจึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่ากลุ่มผลประโยชน์หมายถึงการรวมกลุ่มของคนที่มีแนวคิด ทัศนคติร่วมกัน และจากแนวคิดและทัศนคติร่วมกันนี้เอง กลุ่มจะทำการเรียกร้องต่อกลุ่มอื่นๆในสังคม ในกรณีที่กลุ่มทำการเรียกร้องต่อองค์กรหรือสถาบันของรัฐบาล กลุ่มผลประโยชน์นี้จะถูกเรียกว่ากลุ่มผลประโยชน์ทางการเมือง (Political Interest Group) อาทิเช่น สหภาพแรงงาน พรรคการเมือง สมาคมวิชาชีพต่างๆ เป็นต้น อย่างไรก็ตามเพื่อให้ได้มาตามข้อเรียกร้องที่ต้องการ กลุ่มผลประโยชน์จำเป็นต้องใช้มาตรการหรือวิธีการบางอย่างเพื่อสร้างแรงผลักดันให้เกิดขึ้น และจากจุดนี้เองที่ทำให้กลุ่มผลประโยชน์เปลี่ยนสภาพเป็นกลุ่มผลักดัน (Pressure Group) ซึ่งหมายถึงกลุ่มที่มีอำนาจในการผลักดันและต่อรองเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่กลุ่มต้องการ

### ทฤษฎีกลุ่มและองค์กร (Theory of Groups and Organizations)

เพื่อให้ได้แนวคิดที่ชัดเจนยิ่งขึ้น Mancur Olson (1969) ได้แสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวเนื่องระหว่างแนวคิดของทฤษฎีกลุ่มและองค์กร โดยทั่วไปแล้วกลุ่มผลประโยชน์มักจะทำการเรียกร้องหรือกระทำการต่างๆผ่านองค์กร องค์กรถูกจัดตั้งขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ของสมาชิกดังจะเห็นได้ว่าการที่คนมารวมกันจัดตั้งเป็นองค์กรหรือสมัครเข้าเป็นสมาชิกขององค์กร เนื่องจากเขาเหล่านั้นมีวัตถุประสงค์ร่วมกันบางอย่างหรือเห็นประโยชน์จากการเข้าเป็นสมาชิกขององค์กร ถึงแม้ว่าจะมีบางองค์กรที่มีจุดมุ่งหมายอื่นร่วมอยู่ด้วย แต่จุดประสงค์หลักก็ยังคงเป็นความพยายามเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุประสงค์ของสมาชิก ยกตัวอย่างเช่น การจัดตั้งสหภาพแรงงานเกิดจากวัตถุประสงค์หลักคือการรักษาผลประโยชน์ของลูกจ้าง บริษัทธุรกิจมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไรให้กับผู้ถือหุ้นหรือแม้แต่รัฐบาลเองซึ่งเป็นองค์กรรูปแบบหนึ่งที่มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อรักษาผลประโยชน์ของพลเมืองเราจะเห็นได้ชัดว่าหากคนแต่ละคนสามารถบรรลุความต้องการหรือได้มาซึ่งผลประโยชน์ต่างๆ ด้วยตนเอง การรวมตัวหรือจัดตั้งเป็นองค์กรก็เป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นอีกต่อไป แต่เมื่อใดก็ตามที่คนแต่ละคนมีวัตถุประสงค์หรือต้องการผลประโยชน์บาง

อย่างร่วมกันและไม่สามารถทำให้เกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง คนเหล่านี้ก็จะรวมตัวกันจัดตั้งเป็นองค์กรขึ้นเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์และวัตถุประสงค์ดังกล่าว

ไม่ใช่เฉพาะองค์กรที่จัดตั้งอย่างเป็นทางการเท่านั้น แม้แต่องค์กรที่สมาชิกมารวมตัวกันอย่างไม่เป็นทางการก็สามารถสร้างกลุ่มผลประโยชน์ให้เกิดขึ้นได้หากสมาชิกที่มารวมตัวกันนั้นมีวัตถุประสงค์บางอย่างร่วมกัน Arthur Bentley (Oslo, 1969:8) นักวิชาการผู้ริเริ่มทำการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีกลุ่มได้แสดงแนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มและผลประโยชน์ไว้อย่างชัดเจนโดยกล่าวว่า “ไม่มีกลุ่มที่ปราศจากผลประโยชน์” รวมทั้ง Raymond Cattell (Oslo, 1969: 8) ซึ่งเป็นนักจิตวิทยาที่มีชื่อเสียงก็ได้ยืนยันความคิดนี้โดยกล่าวไว้อย่างชัดเจนว่า “กลุ่มทุกกลุ่มมีผลประโยชน์ของตนเอง” จากแนวคิดและคำกล่าวเหล่านี้จึงเป็นเครื่องยืนยันได้อย่างชัดเจนถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มและผลประโยชน์

อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าคนทุกคนที่เป็นสมาชิกขององค์กรหรือในกลุ่มจะมีผลประโยชน์บางอย่างร่วมกันแต่ในขณะเดียวกันคนเหล่านั้นอาจมีผลประโยชน์เฉพาะตนบางอย่างซึ่งแตกต่างจากผลประโยชน์ของกลุ่มด้วยก็ได้ ยกตัวอย่างเช่นสมาชิกของสหภาพแรงงานทั้งหมดมีผลประโยชน์ร่วมกันคือต้องการค่าแรงที่เพิ่มขึ้น แต่ในขณะเดียวกันคนงานที่เป็นสมาชิกสหภาพแต่ละคนอาจมีความต้องการส่วนตัวในเรื่องค่าแรงที่แตกต่าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่เขาทำงานให้กับองค์กร เป็นต้น

ในองค์กรใดองค์กรหนึ่งอาจประกอบด้วยกลุ่มผลประโยชน์หลายกลุ่มและผลประโยชน์ของกลุ่มเหล่านี้อาจขัดแย้งกัน ยกตัวอย่างเช่น ในองค์กรของรัฐหรือเอกชน อาจมีกลุ่มสังคมย่อยๆ เกิดขึ้น อาทิเช่น กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มสหภาพแรงงาน ซึ่งโดยทั่วไปแล้วกลุ่มผลประโยชน์ของทั้งสองกลุ่มนี้มักขัดแย้งกันอยู่เสมอเนื่องจากกลุ่มผู้บริหารมักต้องการให้พนักงานทำงานอย่างเต็มประสิทธิภาพมากที่สุดโดยสูญเสียสวัสดิการเพียงเท่าที่จำเป็นเพื่อลดค่าใช้จ่าย ในขณะที่กลุ่มสหภาพแรงงานต้องการให้พนักงานได้รับสวัสดิการที่ดีที่สุด รวมทั้งได้ผลตอบแทนสูงสุด ความขัดแย้งระหว่างกลุ่มผลประโยชน์ย่อยๆ ในองค์กรเหล่านี้มักปรากฏให้เห็นอยู่เสมอ

กลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ ในองค์กร จะมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นภายในองค์กร เนื่องจากการรวมตัวของกลุ่มเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของสมาชิก ดังนั้นหากการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อสมาชิก กลุ่มผลประโยชน์เหล่านี้ก็จะทำการเคลื่อนไหว

ไหวโดยอาจใช้มาตรการต่างๆ และเปลี่ยนสถานการณ์จากกลุ่มผลประโยชน์เป็นกลุ่มผลักดัน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น

จากแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นสามารถนำมาสร้างเป็นข้อความเพื่อสรุปเป็นข้อสันนิษฐานได้ดังนี้

1. วาทกรรมองค์กรเป็นเครื่องมือของผู้บริหารในการสร้างยอมรับการเปลี่ยนแปลงให้กับพนักงาน
2. บริบทที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความหมายเกี่ยวกับการแปรรูปที่เกิดขึ้นจากวาทกรรมแตกต่างกัน

นอกจากนี้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าจากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้กล่าวมานั้นสามารถนำมาใช้เป็นกรอบแนวทางในการวิเคราะห์ลักษณะและจุดมุ่งหมายของวาทกรรมการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปให้กับพนักงานขององค์การโทรศัพท์ฯ รวมทั้งความหมายเกี่ยวกับการแปรรูปที่เกิดขึ้นจากวาทกรรมดังกล่าว ซึ่งจะได้นำเสนอในบทที่ 4 ต่อไป

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย