



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่อง "การสื่อสารกับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย" ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนและเป็นแนวทางสำคัญในการศึกษาให้ผลการวิจัยที่ออกมามีความน่าเชื่อถือ และสามารถเป็นกรอบกำหนดทิศทางการวิจัยขึ้นนี้ให้มีความถูกต้องและสมบูรณ์ ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว
 - แนวคิดการจัดการในชุมชน
 - แนวคิดด้านการสื่อสาร
 - แนวคิดด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา
 - แนวคิดด้านอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชน
2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบทบาททางการสื่อสารของผู้นำ
 - แนวคิดด้านการรวมกลุ่ม
 - แนวคิดด้านบทบาทผู้นำ
 - แนวคิดด้านความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำ
 - แนวคิดด้านเครือข่ายการสื่อสาร

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว

1. แนวคิดการจัดการในชุมชน

ในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย เป็นการจัดตั้งรูปแบบคล้าย "องค์กร" เนื่องจากประกอบไปด้วย การรวมตัวของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เพื่อดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น ต้องมีการบริหารจัดการองค์การที่ดีและมีประสิทธิภาพ (บรรยงค์ ไตจินดา , 2542)

John M. Piffner and Frank P. Sherwood (1964) ให้ความหมายว่า องค์กร เป็นกระบวนการที่มีแบบแผนซึ่งประกอบด้วยบุคคลจำนวนมาก บุคคลเหล่านี้ต่างปฏิบัติงานให้ได้ผลสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ร่วมกัน (อ้างใน บรรยงค์ โตจินดา, 2542: 18) จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปความหมายของคำว่า องค์กร ได้ดังนี้

1. เป็นการรวมกลุ่มของบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป
2. มีการรวมตัวกัน เข้าเป็นหนึ่งเดียวกัน และร่วมกันทำงานในลักษณะกลุ่มที่มีการรวบรวมทรัพยากรและความพยายามของทุกฝ่ายมาดำเนินกิจการร่วมกัน
3. โดยมุ่งที่จะดำเนินการให้บรรลุถึงผลสำเร็จในเป้าหมายที่สูงขึ้น ซึ่งไม่อาจทำให้สำเร็จได้ด้วยการกระทำเพียงลำพังหรือโดยอิสระ

ไม่ว่าจะเป็นองค์กรประเภทใดต่างก็มีการทำงานในลักษณะที่เป็นกลุ่มหรือทำงานร่วมกัน จึงจำเป็นจะต้องมีการจัดแบ่งงาน (Organization) หรือ แบ่งอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบและมีการดำเนินการที่เรียกว่า “การจัดการ” (Management) หรือ “การบริหาร” (Administration) เป็นเครื่องมือช่วยให้เกิดการทำงานร่วมกัน และใช้ทรัพยากรร่วมกัน ให้งานเกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือ เป้าหมายที่กำหนดไว้

การจัดการที่ดี ควรดีทั้งองค์กร ระบบ และประสิทธิภาพของคนซึ่งการสื่อสารจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดการ (Windahl และคณะ, 1922 อ้างใน กิตติ กัญญ์ "การสื่อสารชุมชน: แนวคิดหลักเพื่อการพัฒนา" วารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 18 ฉบับที่ 2) ซึ่งการสื่อสารในการจัดการชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย จึงประกอบไปด้วยการจัดการกับคน และการจัดการกับธุรกิจชุมชน ซึ่งการจัดการทั้งสองอย่างนั้นก็ขึ้นกับสถานการณ์เป็นหลัก คือ การสื่อสารในการจัดการภายใต้สถานการณ์ปกติซึ่งเป็นการสื่อสารทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน และสถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง

การสื่อสารในสถานการณ์ปกติ

การสื่อสารได้ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมด้วยการเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายได้เสนอความคิดอย่างเต็มที่ หรือที่เรียกว่า “กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” หรือ “กระบวนการทัศน์ทางเลือกของการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม” (The Alternative Paradigm of Communication for Social Change) โดยมุ่งเน้นให้ประชาชนเป็นศูนย์กลางของการเปลี่ยนแปลงแสวงหาแนวทางที่ทำให้เกิด

การพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับชุมชน สังคม ประเทศ หรือ ระดับโลกต่อไป (ปารีชาติ สถาปัตตานนท์ , 2543:20)

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการสื่อสารซึ่งมุ่งการดำเนินการไปสู่เป้าหมายในเชิงการเปลี่ยนแปลงแบบยั่งยืน การดำเนินการดังกล่าวใช้ระยะเวลายาวนาน และให้ความสำคัญกับการสร้างจิตสำนึกซึ่งอยู่ภายในบุคคล ควบคู่ไปกับการร่วมมือตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ที่สำคัญต่อการพัฒนาชุมชนและสังคม และหากพิจารณาภาพของบุคคลที่สื่อสารกัน อธิบายได้ว่า เป็นการสื่อสารในแนวระนาบ (horizontal) และการสื่อสารแบบสองทาง (two - way) ระหว่างบุคคล โดยที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมิได้แสดงออกซึ่งอำนาจที่เหนือกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง หรือการสั่งการเพื่อให้อีกฝ่ายหนึ่งปฏิบัติตาม แต่เป็นการสื่อสารในลักษณะของกระบวนการหารือร่วมกัน แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารและความหมายร่วมกัน ตลอดจนการร่วมรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน บนพื้นฐานของหลักการประชาธิปไตย

นอกจากนั้น การดำเนินการดังกล่าว ยังคำนึงถึงความจะเป็นของประชาชนเป็นหลัก โดยเลือกสรรเนื้อหาในการสื่อสาร และการใช้ภาษาต่าง ๆ บนพื้นฐานของการเคารพวัฒนธรรมของชุมชน และการคำนึงถึงความเท่าเทียมกันเป็นสำคัญ ในกรณีนี้ บุคคลภายนอกมักดำเนินการบทบาทเป็นผู้สนับสนุนการพัฒนา ในขณะที่ให้สมาชิกชุมชนได้ร่วมกันตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ อันก่อให้เกิดการรับรู้ถึงอำนาจร่วมกันในการตัดสินใจ ความเข้าใจร่วมกัน และการร่วมกันรับผิดชอบ ต่อกิจกรรมและผลพวงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายหลัง (ปารีชาติ สถาปัตตานนท์ , 2548 : 4-5)

Habermas (อ้างใน ปารีชาติ สถาปัตตานนท์ , 2548 : 7-9) นักคิดและนักวิชาการด้านสังคมศาสตร์ชาวเยอรมัน แนวคิดของ Habermas ในเชิงการสื่อสาร ได้สะท้อนให้เห็นว่า กระบวนการหารือกัน (dialogue process) มีบทบาทต่อการสร้างสังคมประชาธิปไตย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เขาเชื่อว่า การหารือกันจะทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ต่าง ๆ ในเชิงการกระจายอำนาจ (decentralized identities) อันนำไปสู่การพัฒนาความสามารถในการมีส่วนร่วมของบุคคล บนพื้นฐานของจริยธรรมประชาธิปไตย เขาเชื่อว่า การหารือร่วมกันจะนำไปสู่การปฏิบัติการด้านการสื่อสาร (Communicative action) อันส่งผลให้เกิดความสามารถในการมีส่วนร่วมของฝ่ายต่าง ๆ บนพื้นฐานของจริยธรรมแบบเปี่ยมไปด้วยหลักการประชาธิปไตย (democratic ethics)

Habermas ยังมองว่า กระบวนการหารือกันยังจะนำไปสู่การปฏิบัติการการสื่อสาร (Communicative action) เขาอธิบายไว้อย่างชัดเจนว่า การปฏิบัติการด้านการสื่อสารของกลุ่ม

ตัวแทนต่าง ๆ มักเกี่ยวข้องกับกระบวนการประสานความร่วมมือแบบต่าง ๆ ที่มีได้ผ่านการคิดคำนวณผลสำเร็จแบบที่อิงศูนย์กลางอยู่ที่อัตตา (egocentric) ของบุคคลหนึ่ง ๆ แต่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่มุ่งเน้นการบรรลุความเข้าใจร่วมกัน ยิ่งไปกว่านั้น แรงผลักดันต่าง ๆ (forces) ที่ก่อให้เกิดการปฏิบัติการด้านการสื่อสารยังไม่ใช่แรงผลักดันในเชิงพลังอำนาจ (power) แต่เป็นแรงผลักดันในเชิงการค้นหา (inquires) แนวคิดที่ดีกว่าโดยคำนึงถึงสิทธิ (rights) ในการสื่อสารของบุคคลต่าง ๆ โดยเฉพาะบุคคลที่ด้อยอำนาจ

นอกจากนี้ Storey และ Jacobson มองว่า แนวคิดเรื่องการปฏิบัติการสื่อสารของ Habermas และแนวคิดด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมต่างมุ่งเน้นไปที่ "กระบวนการซึ่งบุคคลที่เข้าร่วมในกระบวนการได้ก้าวเข้าสู่การกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ในทิศทางที่ก่อให้เกิดความเข้าใจกัน (understanding) โดยที่บุคคลเหล่านั้นอาจดำเนินการพบปะหรือกันในเรื่องที่สาธารณูปแบบต่าง ๆ และพูดคุยกันเกี่ยวกับเรื่องราวที่มีความสำคัญต่อสาธารณชน

Singhal (2004) นักวิชาการชาวอินเดียในสหรัฐอเมริกา พยายามชี้ให้เห็นว่า แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไม่จำเป็นที่จะต้องเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ของการสื่อสารแบบซึ่งหน้ากันของบุคคลฝ่ายต่าง ๆ แต่การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมสามารถเป็นกรอบความคิดหลักในการพัฒนาสื่อแบบต่าง ๆ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน

Singhal ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาสื่อชุมชนแบบมีส่วนร่วม (participatory community media) เป็นการดำเนินการต่าง ๆ ที่เชื่อมั่นว่า สื่อมวลชนในระดับใหญ่และระดับเล็กเป็นสิ่งที่ทรงพลัง เขาย้ำว่า การมีส่วนร่วมในระดับจะเกิดขึ้นหากสาธารณชนมีโอกาสเข้าถึงสื่อประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อที่เหมาะสม นอกจากนั้นการมีส่วนร่วมในระดับก้าวหน้าจะเกิดขึ้น หากประชาชนได้มีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบสื่อ การดำเนินการผลิตสื่อ ตลอดจนการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร โดยเน้นการจัดการด้วยตนเอง (self-management) หรือการจัดการสื่อโดยชุมชน เพื่อชุมชน ของชุมชนเอง

นอกจากนี้ ปารีชาติ สถาปิตานนท์ ได้สะท้อนบทเรียนสำคัญในเชิงกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับชุมชนจากงานวิจัยในประเทศไทยไว้ดังนี้ (2548 : 27-31)

1. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการกำหนดทิศทางเชิงนโยบายและการปฏิบัติการด้านการสื่อสารในชุมชน

2. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการแสวงหาความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่หลากหลายในชุมชน
3. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมสามารถดำเนินการได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม
4. พันธะผูกพัน (commitment) ของกลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเป็นสิ่งสำคัญในการริเริ่มกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
5. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับชุมชนเกี่ยวข้องกับการประยุกต์หลักการประชาธิปไตยให้เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตในชุมชน
6. เป้าหมายในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจำเป็นสะท้อนให้เห็นถึง “ประโยชน์ต่อสาธารณชน”
7. การสนับสนุนให้สมาชิกในชุมชนได้เห็น “ภาพรวม” (the whole) ในเชิงความเชื่อมโยงของกิจกรรมด้านการสื่อสารกับกิจกรรมอื่น ๆ ในชุมชนเป็นสิ่งสำคัญต่อกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
8. การคำนึงถึงระบบการสื่อสารสองทางเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบระบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
9. การคำนึงถึงวิถีชีวิตด้านการสื่อสารในชุมชนเป็นอีกเรื่องสำคัญในการออกแบบระบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
10. คุณลักษณะ “สาร” เป็นเงื่อนไขสำคัญของกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในชุมชน

นอกจากนี้ Scott Peck (1987) ได้เสนอว่าการที่จะเกิดการรวมตัวของชุมชนได้เมื่อเกิดภาวะวิกฤตในชุมชน หรือ คนในชุมชนเห็นปัญหาร่วมกันในชุมชนแล้วจึงรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และร่วมกันแก้ไขปัญหานั้น และเมื่อปัญหาต่าง ๆ หายไป การรวมตัวของคนในชุมชนก็จะลดลงไปด้วยเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตามเราสามารถสร้างการรวมตัวของคนในชุมชนขึ้นมาได้ โดยเรียกการรวมตัวในลักษณะนี้ว่า “Community By Design” โดยได้เสนอพื้นฐานต่าง ๆ ในการรวมตัวของประชาชนในลักษณะนี้ไว้ 6 ประการ

1. มีกระบวนการในการรวมตัว ซึ่งในกระบวนการต่าง ๆ เหล่านี้จะใช้การสื่อสารเป็นกลไกหลักในกระบวนการต่าง ๆ
2. มีการสื่อสารระหว่างบุคคลต่าง ๆ ที่เข้ามารวมตัวกัน ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการรวมตัว และควรมีการสื่อสารที่ดีเป็นพื้นฐานในการรวมตัวกัน

3. ควรมีกระบวนการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้คนที่เข้าร่วมได้มีการเรียนรู้ เพื่อที่จะนำไปสู่การสนใจเข้ามามีส่วนร่วมในที่สุด
4. การรวมตัวกันเป็นชุมชน สามารถที่จะถ่ายทอดให้คนในชุมชนได้รู้ในวิธีการต่าง ๆ
5. การสื่อสารในการสร้างชุมชนควรมีการเรียนรู้จากความเคยชิน
6. คนในชุมชนส่วนใหญ่จะรับรู้ว่าการทำตามกระบวนการเข้าร่วมเป็นอย่างไร แต่ถ้าพวกเขา รู้ว่าการเข้าร่วมเป็นไปเพื่ออะไร จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมที่แท้จริง

Everett M. Rogers (1983) ได้เสนอว่า การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพและเป็นไปอย่างราบรื่น คุณลักษณะระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสามารถอธิบายได้ว่าใครถ่ายทอดข่าวสารไปยังใคร จะมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข่าวสารแค่ไหน ทั้งนี้การสื่อสารจะเป็นไปด้วยความราบรื่นเมื่อผู้ส่งสารมีคุณลักษณะคล้ายคลึงกัน (Homophily) เช่น ทักษะ ค่านิยม การศึกษา สถานะสังคม ฯลฯ โดยบุคคลส่วนใหญ่จะมีความสบายใจที่จะติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ที่คล้ายคลึงกับตนมากกว่าการพูดคุยกับบุคคลที่แตกต่างกับตน ซึ่งต้องใช้ความพยายามมากที่จะทำให้การสื่อสารประสบผล เพราะการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่มีคุณลักษณะแตกต่างกัน (Heterophily) อาจทำให้เกิดการรับรู้ที่ไม่สอดคล้องกันก็ได้ และผู้รับสารเองอาจจะมีความรู้สึกไม่สะดวก หรือไม่สบายใจที่จะทำการสื่อสาร

การสื่อสารในสถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง

การดำเนินงานชุมชนที่จำต้องอาศัยความร่วมมือของคนหมู่มาก แต่ในบางครั้งอาจจะเกิดความขัดแย้งเกิดขึ้นในชุมชนได้

ความขัดแย้ง หมายถึง สภาวะที่มีอุปสรรคขัดขวางทำให้บุคคลสองฝ่ายไม่สามารถเกิดการผสมผสาน บรรลุเป้าหมายทางความคิด ความรู้สึก หรือการกระทำของตนได้ (นิรันดร์ แสงสวัสดิ์ , 2528 : 87)

โดยทั่วไป สาเหตุสำคัญที่ทำให้บุคคลเกิดความขัดแย้งกันนั้นมักมีที่มาจากปัจจัยสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความขัดแย้งที่มีที่มาจากบุคคล 2 ฝ่าย เกิดความต้องการ ความอยากได้ในสิ่งเดียวกัน การได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ จึงทำให้เกิดการแข่งขัน การต่อสู้ การช่วงชิง

ไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นวัตถุสิ่งของหรือมีลักษณะเป็นนามธรรม ได้แก่ ชื่อเสียง เกียรติยศ ก็ตาม

2. *ความขัดแย้งที่มีสาเหตุมาจากความแตกต่างด้านความคิดเห็น ทศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม* ความแตกต่างกันของบุคคลตามคุณลักษณะดังกล่าว ทำให้บุคคลมองประเด็นปัญหาต่าง ๆ ในสังคม แตกต่างกันออกไปตามการรับรู้และประสบการณ์ของตน และเชื่อว่าสิ่งที่ตนคิดตนทำนั้นถูกต้อง เหมาะสมดีกว่าคนอื่น ๆ ความคิดในลักษณะนี้จึงเป็นที่มาของความขัดแย้งระหว่างกัน
3. *ความขัดแย้งที่มีสาเหตุมาจากความเกลียดชัง* ความเกลียดชังเป็นความรู้สึกเชิงลบที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ของบุคคล ถ้าเป็นพฤติกรรมที่อยู่ในใจ ก็เป็นลักษณะความไม่พอใจ ความเกลียดชังขะแยง ความไม่ไว้ใจ อยากทำลาย หรือคิดในแง่ร้าย อยากให้สิ่งที่เกลียดชังนั้นได้รับความหายนะ ถ้าเป็นพฤติกรรมแสดงออกก็จะแสดงออกในลักษณะการต่อต้าน การคัดค้าน การหลีกหนี หรือทำลายไม่ให้ความร่วมมือ

อัลเลน ซี ฟิลเลย์ (Alan C. Filley, 1975 : 9-11) ได้สรุปสถานการณ์ที่อาจเป็นชนวนให้เกิดความขัดแย้งไว้ในหนังสือ *Interpersonal Conflict Resolution* ไว้ที่น่าสนใจ ดังนี้

1. *ความคลุมเครือของบทบาทหน้าที่* (Ambiguous jurisdictions) ความไม่ชัดเจนของบทบาทหน้าที่ของบุคคลแต่ละคนเป็นประเด็นหนึ่งที่อาจนำมาสู่ความขัดแย้ง
2. *ผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกัน* (Conflict of interest) คนแต่ละคนมีความสนใจและต้องการในสิ่งต่าง ๆ รอบตัวต่างกันออกไป ถ้าต่างได้รับตอบสนองในสิ่งที่ตนสนใจ และต้องการ ปัญหาก็ไม่เกิดขึ้น แต่เมื่อไรตนไม่สามารถทำหรือได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ตนชอบ ในสิ่งที่ตนต้องการ อันเนื่องมาจากความต้องการของตนขัดแย้งกับผู้ที่อยู่ด้วยกันแล้ว ความไม่พอใจและความขัดแย้งมักจะเกิดขึ้น
3. *อุปสรรคทางการสื่อสาร* (Communication barriers) คนที่มีการสื่อสารระหว่างกัน และกันน้อย หรือไม่มีการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน เนื่องมาจากถูกจำกัดหรือแยกจากกันด้วยเวลาหรือหน้าที่ก็มักเกิดข้อขัดแย้งระหว่างกันได้ง่าย ทั้งนี้เพราะการขาดการปฏิสัมพันธ์กันและกันทำให้เกิดทัศนคติต่อกันในเชิงลบ

4. ความขัดแย้งเกิดขึ้นเนื่องจากความจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่น (Dependence of one party) ความขัดแย้งมักทวีมากขึ้นหรือเกิดได้ง่ายขึ้นเมื่อฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่เป็นอิสระ ต้องขึ้นอยู่กับคนอื่นด้วยความจำเป็น จึงเป็นสาเหตุให้เกิดความรู้สึกอึดอัด ไม่สบายใจ และไม่พอใจเมื่อคนที่ตนพึ่งพาอาศัยนั้นไม่สนองความต้องการของตน
5. การแบ่งแยกหน่วยงานในองค์การ (Differentiation in organization) ยิ่งองค์การมีการแบ่งแยกหน่วยงานย่อย ๆ ลงไปเป็นจำนวนมากเท่าไร ความขัดแย้งก็มักเกิดมากขึ้น ทั้งนี้เพราะการแบ่งย่อยลงไปมักเป็นปัญหาด้านความคลุมเครือของบทบาทหน้าที่ ในด้านการสื่อสารระหว่างกันและกัน อีกทั้งเป็นปัญหาด้านสายงาน การบังคับบัญชา ฯลฯ เกิดความแตกแยกแบ่งพวกฟ้องตามหน่วยงาน

ภายใต้การสื่อสารที่มีเงื่อนไขของความขัดแย้ง การสื่อสารจะกลายเป็นเครื่องมือที่ใช้ป้องกันตัว ใช้บังคับ และมีการควบคุมพฤติกรรมระหว่างกันอย่างสูง การแก้ปัญหาด้วยวิธีการสื่อสารจึงจำเป็นต้องอาศัยทักษะในการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยอาจทำในลักษณะการปรึกษาหารือ และการไกล่เกลี่ยโดยสื่อกลาง ซึ่งแต่ละวิธีมีลักษณะเฉพาะดังนี้ (ทิตินันท์ อนุวัชศิริวงศ์ , 2526 : 176)

1. การปรึกษาหารือ วิธีนี้เป็นวิธีทั้งสองฝ่ายเผชิญปัญหาร่วมกันและร่วมกันแก้ไข ปัญหาโดยไม่ต้องผ่านสื่อกลาง เพื่อหาข้อตกลงที่เป็นที่พอใจและยอมรับของทั้งสองฝ่าย โดยทำความตกลงกันด้วยเหตุผล ปราศจากความรู้สึกและอารมณ์เข้าไปเกี่ยวข้อง
2. การไกล่เกลี่ย ตกลงโดยผ่านสื่อกลาง วิธีนี้เป็นวิธีที่ต้องอาศัยทักษะความสามารถของสื่อกลางที่ทั้งสองฝ่ายให้ความไว้วางใจในการเจรจาไกล่เกลี่ย ตัวกลางจะต้องมีความสามารถในการควบคุมสถานการณ์การสื่อสารไม่ให้มีการโต้แย้งกันด้วยอารมณ์ ขณะเดียวกันก็ต้องพยายามประนีประนอมคู่ขัดแย้งให้หันเหไปตามแนวทางที่ต้องการ โดยไม่ให้ทั้งสองฝ่ายเข้าใจว่าเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

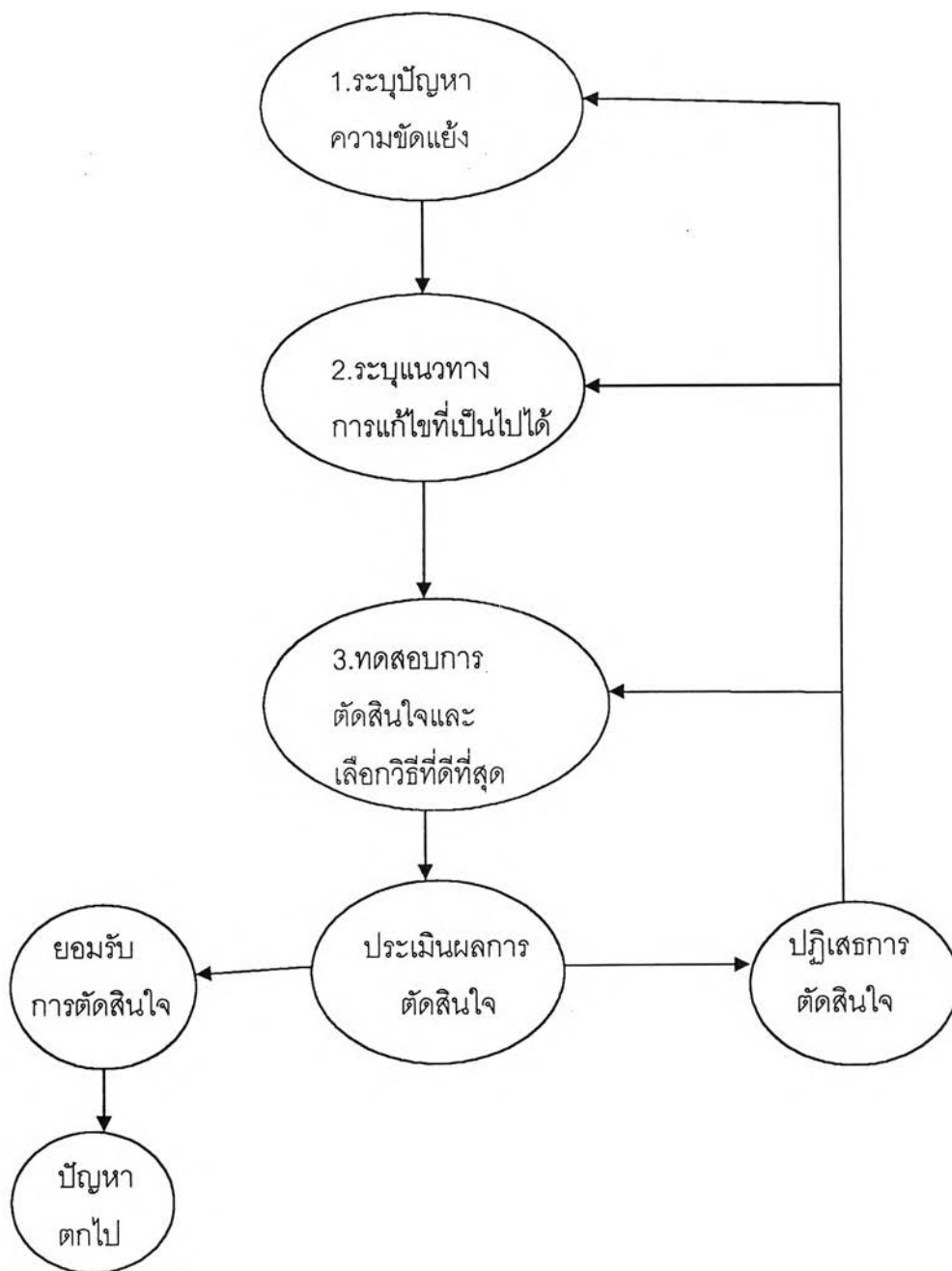
ในการแก้ไขปัญห Judith Dwyer (1997 : 166) ได้เสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหภายในกลุ่มว่า การแก้ไขปัญหามีประสิทธิภาพต่อเมื่อใช้การสื่อสารแบบ 2 ทาง (two – way communication) และได้ระบุขั้นตอนต่าง ๆ ไว้ 5 ขั้นตอน คือ

1. ให้สมาชิกร่วมกันระบุถึง ปัญหา และสาเหตุ
2. สอบถามรายละเอียด
3. ร่วมกันออกความคิดเห็น
4. หาทางแก้ปัญหาร่วมกัน
5. ตัดสินใจแก้ปัญหาร่วมกัน

วิธีการคลี่คลายปัญหา (Problem solving resolution)

1. **การระบุปัญหาความขัดแย้ง** ขั้นตอนแรกที่สำคัญอย่างยิ่งของความพยายามในการแก้ไข ความขัดแย้งคือ ต้องบอกให้ได้ก่อนว่าอะไรคือปัญหาที่ทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างกัน โดยการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ความขัดแย้งมาให้มากที่สุด โดยทั้งสองจะต้องจริงใจที่จะพูดในสิ่งที่ตนคิดและยอมรับฟังในสิ่งที่อีกฝ่ายหนึ่งให้ความเห็น
2. **ระบุแนวทางการแก้ไขที่เป็นไปได้** ความขัดแย้งหรือปัญหาทุกอย่างนั้นย่อมมีแนวทางแก้ไข มีทางออกที่ดีที่เหมาะสมเสมอ บางครั้งทางออกก็อาจมีได้หลายวิธี ในขั้นนี้จึงควรมีการไตร่ตรองหาวิธีการที่จะช่วยแก้ไขปัญหา โดยคำนึงถึงความ เป็นไปได้ และผลที่อาจเกิดขึ้นจากการแก้ไขปัญหานั้น ๆ ไว้ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้
3. **ทดสอบการตัดสินใจและตัดสินใจเลือกวิธีที่ดีที่สุด** การทดลองในขั้นนี้ก็คือ การตัดสินใจเลือกแนวทางที่คิดไว้หลายแนวทางนั้นมาแนวทางหนึ่ง โดยประเมินหาวิธีการที่ดีกว่าหรือดีที่สุดที่สามารถประสานความต้องการของทั้งสองฝ่ายได้มากที่สุด มาใช้แก้ปัญหา
4. **การประเมินผลการตัดสินใจ** เมื่อได้ตัดสินใจเลือกแนวทางใดและดำเนินการ ไปตามนั้นแล้ว ก็จำเป็นต้องมีการประเมินว่าแนวทางที่ได้ใช้นั้นแก้ไขความขัดแย้งได้หรือไม่ สามารถสนองความต้องการของทั้งสองฝ่ายได้หรือไม่ ความขัดแย้งลดน้อยลงไปหรือไม่ ความขัดแย้งลดน้อยลงไปหรือไม่ ถ้าแนวทางนั้นใช้ไม่ได้ ขั้นตอนต่อไปคือ การแสวงหาแนวทางเลือกใหม่และทดสอบโดยนำวิธีการอื่นมาใช้ต่อไป ดังนั้น แนวทางการแก้ไขปัญหายังเป็นระบบจึงต้องกลับไปศึกษาวิเคราะห์

สถานการณ์อีกครั้ง เพื่อระบุปัญหาให้ชัดเจนต่อไป ลักษณะการดำเนินการแก้ไข
ปัญหาดังที่เสนอมาจึงมีลักษณะดังนี้



ที่มา : Communicology : An Introduction to the study of Communication. New York :
Harper & Row, 1978



การจัดการในการขจัดปัญหาความขัดแย้งข้างต้นต่างเป็นความพยายามร่วมกันของคู่ขัดแย้งในการลดปัญหาหรือแก้ไขสถานการณ์ความคับข้องใจอย่างเป็นระบบ โดยใช้การสื่อสารเป็นตัวกลางเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่าย ซึ่งเรื่องการเจรจาต่อรองเป็นวิถีทางที่ดีในการขจัดความขัดแย้งให้หมดไปได้ โดยกลยุทธ์การเจรจาต่อรองจะมีทั้งหมด 4 กลยุทธ์ด้วยกัน (Judith Dwyer, 1999 : 84)

1. **ยุทธวิธีแบบชนะ-ชนะ** การแก้ปัญหาคความขัดแย้งวิธีนี้ คือ การที่ทั้งสองฝ่ายต่างก็ได้ตามจุดประสงค์ที่ตนเองต้องการ โดยวิธีร่วมมือกันแก้ปัญหาและพยายามหาวิธีการที่จะสามารถช่วยให้ทั้งสองฝ่ายได้บรรลุผลสำเร็จตามความต้องการ ซึ่งการแก้ปัญหาแบบนี้ ผลสำเร็จได้แก่ทั้งสองฝ่ายไม่มีฝ่ายใดแพ้ ฝ่ายใดชนะ ดังนั้น การพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลและการรับฟังกันจะช่วยให้กลยุทธ์แบบชนะ-ชนะ บรรลุผลสำเร็จมากขึ้น
2. **ยุทธวิธีแบบชนะ-แพ้** การเจรจาแบบนี้ คือ การที่ต่างฝ่ายต่างจะเอาชนะกันและมักยุดิตที่ฝ่ายหนึ่งเป็นฝ่ายชนะ อีกฝ่ายเป็นฝ่ายแพ้ ซึ่งผู้ที่ใช้วิธีการเจรจาแบบนี้ มักแสดงความมีอำนาจเหนือกว่าอีกฝ่ายในการเจรจา
3. **ยุทธวิธีแบบแพ้-ชนะ** การเจรจาแบบนี้ฝ่ายหนึ่งอาจจะได้ ฝ่ายหนึ่งอาจจะเสียเช่นเดียวกันกับแบบชนะ-แพ้ แต่ในกรณีนี้คือ ฝ่ายหนึ่งจะแสดงท่าทีในการถอนตัวจากการเจรจาทำให้อีกฝ่ายหนึ่งได้ผลประโยชน์ไป
4. **ยุทธวิธีแบบแพ้-แพ้** การแก้ปัญหาคความขัดแย้งวิธีนี้ คือ การที่ทั้งสองฝ่ายต่างก็ไม่ได้ตามที่ตนต้องการ หรือแต่ละฝ่ายก็ได้ส่วนที่ตนเองต้องการกันข้างละนิด การแก้ปัญหาแบบนี้มักจะใช้วิธีอ้อมขอมกันหรือไม่ก็อาจหาคนกลางช่วยตัดสินให้

จากการทดลองทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ยุคใหม่ได้ให้ความเห็นและยืนยันว่า “แบบชนะ-ชนะ เป็นการเจรจาที่น่าจะได้ผลและสร้างความพึงพอใจให้กับทั้งสองฝ่ายมากที่สุด การเจรจาแบบนี้จึงเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุดในการเจรจาเพื่อแก้ไขปัญหาด่าง ๆ ในสังคม”

สำหรับแนวคิดการจัดการในชุมชน ผู้วิจัยใช้เป็นกรอบในวิเคราะห์ถึงรูปแบบการสื่อสารของสมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยว

ปัญหานำการวิจัย 1 : ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายมีรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไร

2. แนวคิดด้านการสื่อสาร

แนวคิดด้านการสื่อสารเพื่อการจัดการ

แนวคิดด้าน "การจัดการ" (management) เป็นองค์ประกอบหนึ่งซึ่งเปรียบเสมือนฐานราก (foundation) ที่สำคัญของการสื่อสารเชิงประยุกต์ (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2548 : 2-13)

โดยการจัดการการสื่อสารเชิงประยุกต์ (applied management communication) หมายถึง กระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กรในเชิงการวางแผน การตัดสินใจ และการปรับแก้ไขงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านข้อมูลข่าวสารต่างๆ ขององค์กร และการบริหารการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ในหมู่สาธารณชน ทั้งนี้เพื่อการรักษาสัมพันธภาพระหว่างสาธารณชนกับองค์กร การกระตุ้นพฤติกรรมของสาธารณชนในด้านที่พึงประสงค์ และการพัฒนาภาพลักษณ์ที่เหมาะสม เป็นต้น

การจัดการการสื่อสารมักดำเนินการภายใต้รูปแบบต่างๆ ในการจัดการ (modes) ที่สะท้อนเห็นนโยบายขององค์กรในด้านการสื่อสาร (communication policy) ซึ่งเกี่ยวข้องกับท่าที และวิธีการสื่อสารกับสาธารณชน โดยรูปแบบหลักในการจัดการการสื่อสาร ได้แก่ การจัดการการสื่อสารโดยอิงรูปแบบการโน้มน้าวใจ และการจัดการการสื่อสารโดยอิงรูปแบบการสร้างความสำเร็จร่วมกัน (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2548 : 27-30)

1. การจัดการการสื่อสารโดยอิงรูปแบบการสื่อสารโดยอิงหลักการโน้มน้าวใจ

เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ได้รับความนิยมแพร่หลายในด้านการจัดการการสื่อสาร โดยนักจัดการการสื่อสารกลุ่มหนึ่งเน้นหนักการจัดการภายใต้รูปแบบการโน้มน้าวใจ โดยอิงหลักการต่างๆ ในการแสวงหาแนวทางในการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล นับตั้งแต่ความรู้ (knowledge) ทักษะคติ (attitude) และการประพฤติปฏิบัติต่างๆ (practices) หรือที่รู้จักกันในชื่อของหลักการเค-เอ-พี (KAP) ในขณะที่บางกลุ่มเน้นหนักการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจโดยเน้นการเปลี่ยนแปลงความ

ตระหนัก (awareness) ความสนใจ (interest) ความปรารถนา (desire) และการกระทำ (action) หรือที่รู้จักกันในชื่อของสูตรไอดา (A-I-D-A) นอกจากนั้นบางกลุ่มยังให้ความสนใจจากการเปลี่ยนบุคคลจากสภาพที่ไม่ได้ตระหนัก (unawareness) ให้ก้าวไปสู่ความตระหนัก (awareness) ความเข้าใจ (comprehension) ภาพลักษณ์ (image) ทศนคติ (attitude) และการกระทำ (action) ในที่สุด โดยเป็นพฤติกรรมในทิศทางที่สอดคล้องกับความปรารถนาขององค์กร

หลักการโน้มน้าวใจที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน คือ การโน้มน้าวใจในลักษณะการชนะร่วมกัน (win-win) กล่าวคือ องค์กรและกลุ่มเป้าหมายต่างได้รับประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทิศทางที่พึงปรารถนา

2. รูปแบบการสื่อสารโดยอิงหลักการสร้างความเข้าใจร่วมกัน (mutual understanding)

รูปแบบการสื่อสารแบบนี้ เน้นให้เห็นถึงความจำเป็นในการเน้นหนักในด้านการสร้างความเข้าใจระหว่างองค์กรและสาธารณชน โดยมองว่า การสื่อสารสองทางอย่างสมดุลระหว่างองค์กรและสาธารณชนกลุ่มต่างๆ เป็นสิ่งที่สำคัญ โดยองค์กรจำเป็นต้องดำเนินการบนพื้นฐานของการสร้างความเข้าใจร่วมกัน (mutual understanding) และการเคารพยกย่องกัน (shared respect) ในหมู่สาธารณชน โดยการกระทำดังกล่าวได้ให้ความสำคัญกับการปรึกษาหารือกัน (dialogue) บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน (equality) โดยเชื่อว่า การสื่อสารโดยอิงหลักการสร้างความเข้าใจร่วมกัน จะนำไปสู่การที่องค์กรสามารถสร้างสัมพันธภาพระยะยาวระหว่างองค์กรกับสาธารณชน และการปรับตัวขององค์กรอย่างเหมาะสมในท่ามกลางสภาวะแวดล้อมที่พลิกผัน

Messages: สาร

การจัดการการสื่อสารเชิงประยุกต์ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านสาร โดยเฉพาะในขั้นตอนของการกำหนดยุทธวิธีในการสื่อสาร ซึ่งในกรณีนี้ “สาร” มิได้มีความหมายเพียงแค่ว่าข้อความอะไรก็ได้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการสื่อสารกับสาธารณชน แต่การสื่อสารประยุกต์ให้ความสำคัญกับสารที่สะท้อนแนวคิดหลัก (concept) ขององค์กร

ในที่นี้ แนวคิดหลัก คือ ประเด็นหลักที่องค์กรต้องการนำเสนอสู่สาธารณชน อันจะนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ที่ก่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

Media: สื่อ

สื่อ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารต่างๆ ที่ทำหน้าที่เป็นพาหนะในการนำสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยทั่วไปเรามักเห็นการจัดประเภทของสื่อภายใต้เกณฑ์ต่างๆ ที่หลากหลาย ตัวอย่างเช่น การจัดประเภทของสื่อโดยอิงขนาดของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกลุ่ม ซึ่งในกรณีนี้ สื่อมวลชน ได้แก่ สื่อที่คนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้ อาทิ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ส่วนสื่อเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ สื่อที่เข้าถึงคนจำนวนน้อยซึ่งมีความคล้ายคลึงกัน อาทิ วารสารวิชาการ

นอกจากนั้นยังมีการจัดประเภทของสื่อโดยอิงความพร้อมและโอกาสในการเข้าถึง อัน ได้แก่ สื่อสาธารณะ ซึ่งเป็นสื่อที่ทุกคนมีโอกาสเข้าถึง เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อการค้าต่างๆ และสื่อที่ไม่ได้เป็นสาธารณะ ได้แก่ สื่อที่เผยแพร่เฉพาะกลุ่ม โดยอาจคำนึงตามอาชีพและความสนใจ อาทิ จดหมายข่าวภายในองค์กร กรู๊ปเมลล์

ทั้งนี้ การจัดประเภทของสื่อยังอิงความเกี่ยวข้องระหว่างองค์กรและสื่อ ประกอบด้วย สื่อภายใน และสื่อภายนอก โดยสื่อภายใน ได้แก่ สื่อต่างๆ ที่ผลิตขึ้นมาสำหรับบุคลากรภายในองค์กร เช่น บัญชีประกาศในองค์กร หนังสือเวียน เสียงตามสายในบริษัท เป็นต้น ส่วนสื่อภายนอก ได้แก่ สื่อโฆษณา สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ แผ่นป้ายบิลบอร์ด เป็นต้น

เป้าหมายในการสื่อสาร และวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร

เป้าหมายในการสื่อสาร (communication goals) มิได้เป็นเป้าหมายทั้งหมดขององค์กร แต่เป้าหมายในการสื่อสารเป็นเพียงส่วนประกอบหนึ่งของเป้าหมายองค์กร ซึ่งสมิท (Smith, 2002) ได้ระบุว่า เป้าหมายในการจัดการสื่อสาร ประกอบด้วย 3 ลักษณะ คือ

1 เป้าหมายเชิงการจัดการด้านชื่อเสียง (reputation management goals)

ซึ่งประกอบด้วย เป้าหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการในด้านอัตลักษณ์ (identity) ขององค์กร และการรับรู้ (perception) ของสาธารณชนที่มีต่อองค์กร

2 เป้าหมายเชิงการจัดการด้านสัมพันธภาพ (relationship management goals)

ซึ่งประกอบด้วย เป้าหมายต่างๆ ในเชิงการติดต่อ (connect) ระหว่างองค์การกับสาธารณชนกลุ่มต่างๆ ทั้งในด้านการริเริ่มสัมพันธภาพ การพัฒนาสัมพันธภาพ การแก้ไขสัมพันธภาพ และการรักษาสัมพันธภาพให้ยืนยาวและเกื้อกูลซึ่งกันและกัน

3 เป้าหมายเชิงการจัดการด้านภารกิจต่างๆ (task management goals)

ได้แก่ เป้าหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานด้านต่างๆ ให้บรรลุความสำเร็จ เช่น การกระตุ้นการให้การสนับสนุนจากสาธารณชน การสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ระดับ/ขอบเขตการสื่อสารเพื่อการจัดการ

ในเรื่องการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ จะมีตัวแปรตัวหนึ่งเข้ามาเกี่ยวข้องโดยตรง คือ ระดับ/ขอบเขตของการสื่อสาร ในที่นี้อาจจะแบ่งระดับของการสื่อสารโดยใช้กลุ่ม/ชุมชน เป็นเส้นลากกันอาณาเขต ซึ่งจะแบ่งได้เป็น 3 ระดับ ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2548 : 25-30)

1. การสื่อสารภายในกลุ่ม / ชุมชน
2. การสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ระหว่างชุมชน ซึ่งจะมีความสำคัญถึงระดับชี้เป็นชี้ตายในการรวมกลุ่มแบบเครือข่าย ซึ่งการสื่อสารจะเป็นตัวเชื่อมโยงประสานความสัมพันธ์/การติดต่อระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งอรุณีวรรณและคณะ ได้สังเกตการสื่อสารระหว่างกลุ่มกิจกรรมของประชาคมทับเที่ยงและได้พบองค์ประกอบของการสื่อสารระหว่างกลุ่มคือ การสื่อสารระหว่างกลุ่มกิจกรรมนี้เป็นปัญหาของประชาคมทับเที่ยง กล่าวคือหลังจากที่แต่ละกลุ่มแยกย้ายไปปฏิบัติงานเมื่อเสร็จงานประชุมเวทีวิสัยทัศน์ร่วมกันแล้ว การแยกนั้น มิได้มีการทำข้อตกลงที่จะมีการสื่อสารระหว่างกลุ่มอย่างเป็นรูปแบบที่แน่นอน ถ้าจะมีการสื่อสารก็เป็นลักษณะไม่เป็นทางการ เนื่องจากกลุ่มประชาคมทับเที่ยงมิได้กำหนดให้กลุ่มกิจกรรมที่ติดต่อสื่อสารอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม นอกจากนั้น การทำงานของประชาคมยังไม่มีกระบวนการประเมินผลในลักษณะการกลับมาทบทวนไตร่ตรอง (reflection) จากกลุ่มปฏิบัติ แบบล่างขึ้นบน (Bottom-up) ทำให้ไม่เกิดการสรุป

บทเรียนอย่างเป็นรูปธรรมที่จะนำไปปรับใช้ การขาดการสื่อสารระหว่างกลุ่มเป็นตัวอธิบายความ
 ขบเซาของประชาคม

3. การสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ชุมชนกับภายนอก จะแปรไปตามลักษณะ
 ความสัมพันธ์ของกลุ่ม/ชุมชนกับภายนอก ซึ่งมี 2 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ

- การสื่อสารเพื่อประสาน/สร้างความสัมพันธ์อันดีเพื่อร่วมมือหรือขอรับการสนับสนุน
 จากภายนอก
- การสื่อสารเพื่อการต่อสู้/ต่อรองความคิดหรือผลประโยชน์กับภายนอก

กล่าวโดยสรุป ในขณะที่มีการแบ่งระดับของการสื่อสารออกเป็น 3 ระดับดังกล่าวนั้น ใน
 สภาพที่เป็นจริง การสื่อสารทั้ง 3 ระดับนั้น มีเส้นสายโยงใยสัมพันธ์กัน กล่าวคือ หากการสื่อสาร
 ภายในกลุ่มหรือการสื่อสารระหว่างกลุ่มเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะเพิ่มพลังในการ
 ติดต่อสื่อสารกับภายนอก ไม่ว่าจะเป็นด้านบวกหรือด้านลบก็ตาม เปรียบเสมือนว่า หากมีการ
 กำปั้นที่เหนียวแน่นดี ก็ยอมทำให้น้ำหนักหมัดนั้นทรงพลัง

เสนาะ ดิยาวี (2541: 44) ได้กล่าวถึงการใช้การสื่อสารในแง่ของกระบวนการที่นำไปใช้
 ในการดำเนินงานขององค์การ โดยการสื่อสารจะทำหน้าที่ 3 ประการในองค์การ คือ

1. การใช้การสื่อสารในการออกคำสั่ง

การใช้การสื่อสารในการสั่งการที่สมบูรณ์ องค์การจะต้องพยายามทุกวิถีทางที่ทำให้
 ทุกคนยอมรับ และกระทำตามคำสั่งโดยเคร่งครัด หน้าที่ของการสั่งการ คือ การชักนำและการใช้
 อิทธิพลให้บุคคลหรือผู้ปฏิบัติงานในองค์การกระทำตามที่องค์การต้องการ รูปแบบของการใช้การ
 สื่อสารในการออกคำสั่ง มี 2 รูปแบบคือ การออกคำสั่งเป็นลายลักษณ์อักษร และการออกคำสั่ง
 ด้วยวาจา สำหรับการออกคำสั่งเป็นลายลักษณ์อักษรจะอยู่ในรูปของหนังสือเวียน ประกาศ หรือ
 ออกคำสั่งโดยตรงต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง สำหรับการออกคำสั่งด้วยวาจาโดยทั่วไป ได้แก่ การ
 สั่งงานต่อหน้าผู้รับคำสั่ง หรือกลุ่มบุคคลผู้ปฏิบัติงาน

2. การใช้การสื่อสารในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

เนื่องจากองค์ประกอบด้วยบุคคล และทุกคนมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับภายใต้โครงสร้างขององค์การ องค์การที่เป็นทางการ (Formal Organization) จะเป็นตัวกำหนดและจำกัดรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์การจะยึดถือความสัมพันธ์ของงานเป็นหลักสำคัญ กระบวนการสื่อสารจะเป็นสายใยที่ช่วยรักษาความสัมพันธ์ในงานให้เกิดขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชามีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การปฏิบัติงาน การแลกเปลี่ยนข้อมูลและการปฏิบัติตามคำสั่ง ในขณะที่เดียวกันความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานก็มีอิทธิพลต่อการแลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อเสริมการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. การใช้การสื่อสารในการแก้ปัญหาและความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้น

ในการบริหารและปฏิบัติงานในองค์การ สมาชิกขององค์การจะต้องเผชิญปัญหาต่าง ๆ มากมายและต้องตัดสินใจแก้ปัญหาเหล่านั้น โดยบุคคลจะใช้การสื่อสารเพื่อการแสวงหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการตัดสินใจในการแก้ไขปัญหา ตลอดจนใช้การสื่อสารในการแสวงหาความร่วมมือและความเข้าใจที่ถูกต้องจากสมาชิกอื่นขององค์การ

ความสำคัญของการสื่อสารในการบริหารจัดการองค์การนั้นจึงประกอบด้วย (ธิดาพร มีกิ่งทอง , 2542:47)

1. เป็นเครื่องมือสำคัญของฝ่ายบริหารในการบริหารงาน เพราะการสื่อสารจะช่วยทำให้การทำงานลุล่วงไปได้โดยตลอด เป็นเครื่องมือช่วยตรวจสอบความเข้าใจผลงาน ฯลฯ การสื่อสารในองค์การเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญมากสำหรับผู้บริหาร ทักษะในการสื่อสารเป็นคุณสมบัติอย่างหนึ่งที่ผู้บริหารจะต้องฝึกฝนให้เกิดขึ้นในตนเองพอ ๆ กับทักษะในการบริหารงาน

2. เป็นเครื่องมือช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่ทั้งสองฝ่าย การสื่อสารช่วยให้เกิดความเข้าใจตรงกัน นำมาซึ่งความสนิทสนมความไว้วางใจ สิ่งเหล่านี้นำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บริหารในระดับต่าง ๆ

3. ช่วยให้เกิดความเข้าใจระหว่างกันดีขึ้น การสื่อสารนำมาซึ่งความไว้วางใจ

หากมีปริมาณที่เหมาะสมแล้ว จะช่วยให้เกิดความกล้าที่จะสื่อสาร กล้าที่จะถาม กล้าที่จะออกความคิดเห็น ท้วงติง และช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

4. **ช่วยให้การปฏิบัติภารกิจของทุกหน่วยงาน** ทุกส่วนเป็นไปได้และประสานกันจนบรรลุวัตถุประสงค์การสื่อสารมีส่วนอย่างมากในการประสานงานทำให้ทุก ๆ หน่วยงานทำงานในหน้าที่ของตนไปอย่างคล่องจงกับการทำงานหน่วยงานอื่น ๆ สะดวกมากขึ้น สำหรับผู้จัดการในการบริหารองค์การและความรู้เกี่ยวกับการเคลื่อนไหว ความต้องการของหน่วยงานอื่น ๆ จะทำให้เป้าหมายของการทำงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์การกำหนดไว้

5. **ช่วยให้เกิดการพัฒนาและการทำงานที่มีประสิทธิภาพ** การที่บุคลากรขององค์การทุกระดับสามารถสื่อสารได้อย่างเสรี มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน มีความกล้าที่จะสื่อสาร ย่อมนำไปสู่การเสนอความคิดสร้างสรรค์ คิดที่จะทำให้เกิดผลงานที่ดีที่สุด นำองค์การไปสู่ความเจริญ การยอมรับในความคิดเห็นของผู้อื่น ไม่ว่าจะคนนั้นจะอยู่ในระดับใดขององค์การ ย่อมทำให้ผู้ที่ได้รับการยอมรับเกิดความภาคภูมิใจ คนเจ้านั้นเมื่อพูดอะไร หรือสื่อสารอะไรออกไปก็ต้องการให้มีผู้รับฟัง แม้จะไม่เห็นด้วยก็ตาม

จึงเห็นได้ว่าการสื่อสารได้ถูกนำมาใช้เพื่อการจัดการในเชิงประยุกต์มากขึ้น และกลายเป็นกระบวนการที่ใหม่ของการสื่อสารเพื่อการจัดการขององค์การในยุคปัจจุบัน

รุ่งนภา มุกดาอนันต์ (2544) ศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มประชาชนชาวบ้านเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารของประชาชนชาวบ้านเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้แก่ กลยุทธ์การสื่อสารโดยการใช้ประสบการณ์ตรง การทำให้ชาวบ้านรู้จักตนเอง การทำตนให้เป็นตัวอย่าง การสัมมนา แลกเปลี่ยนประสบการณ์ การอิงหลักเกณฑ์ธรรมชาติ การอิงหลักพระพุทธศาสนา การเห็นความสำคัญที่ปัญหาของชาวบ้าน การใช้สื่อของจริง การสื่อสารในบรรยากาศที่ไม่เป็นทางการ การใช้ภาษาท้องถิ่น การใช้การสื่อสารแบบตัวต่อตัว การสื่อสารในแนวนอน และกลยุทธ์การใช้ข่าวลือ

เวทินี สตะเวทิน (2542) ได้ศึกษาการสื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำพู พบว่า ทั้งการจัดกิจกรรมเชิงรุก และกิจกรรมเชิงปกป้องผลประโยชน์ของชุมชน จะเป็นการสื่อสารในการประสานงานร่วมกันระหว่างกลุ่มบุคคล 3 กลุ่ม คือ กลุ่มแกนนำประชาคม กลุ่มประชาชนในพื้นที่

กลุ่มหน่วยงานภายนอกที่ให้การสนับสนุน ซึ่งจะพบรูปแบบการสื่อสารใน 3 แบบ คือ การสื่อสารทางเดียว การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

กวินดา วัชรสิงห์ (2544) ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารในการระดมทุนของการระดมทุนขององค์กรสาธารณประโยชน์ในการทำงานเพื่อสังคม พบว่า กลุ่มแกนนำมีการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การพูดคุย การแสวงหาพันธมิตร การเรียนรู้ร่วมกัน และการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในชุมชน

โศจิวัจน์ บุญประดิษฐ์ (2543) ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของชุมชนบ้านควัวในการสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชน ในกรณีพิพาทโครงการก่อสร้างถนนรวมและกระจายการจราจร พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารของแกนนำชุมชนในการจัดการปัญหา ได้แก่ การใช้ศาสนาอิสลามในการรวมคนในชุมชน การประสานกลุ่มแกนนำ การจัดการในชุมชน การใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสาร การกระจายข่าวสารอย่างรวดเร็วภายในชุมชน การใช้สื่อเฉพาะกิจโดยเสนอเรื่องราวจากแนวคิดทางศาสนาอิสลาม ใช้ภาษาที่กระชับ เข้าใจง่าย ใช้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวสารให้เป็นประเด็นข่าวในระดับประเทศ และการสร้างพันธมิตรภายนอก กลยุทธ์การสื่อสารในการสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชนนั้น สิ่งสำคัญที่สุดคือ การสื่อสารภายในชุมชน ซึ่งเกิดจากการสร้างปฏิสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นภายในชุมชน โดยใช้ “กิจกรรม” ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนในการดึงคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ การใช้หลักศาสนาในการสร้างความสามัคคีของคนในชุมชน และการใช้คนนอก ได้แก่ นักวิชาการและสื่อมวลชน ช่วยเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนให้เป็นที่แพร่หลายในระดับประเทศ

พวงชมพู ไชยอาลา (2543) ศึกษาถึงการสื่อสารเพื่อสืบทอดประเพณีบุญบั้งไฟในชุมชนชนบท พบว่า รูปแบบการสื่อสารที่เป็นปัจจัยต่อการมีส่วนร่วมในการสื่อสารช่วงการเตรียมงานกลุ่มทั้ง 3 ระดับต่างมีเหมือนกันคือ ลักษณะการสื่อสารที่มีทิศทางสองทาง การสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ ทิศทางการไหลของสารในระดับเดียวกัน ส่วนการสื่อสารในช่วงถ่ายทอดกิจกรรมในหมู่บ้านและคุ้มบ้านพบว่า ลักษณะของกลุ่มที่เป็นปัจจัยต่อการมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อการปฏิบัติงานและตัดสินใจได้แก่ ความสัมพันธ์ของสมาชิก ปทัสถานของกลุ่มเกี่ยวกับประเพณีบุญบั้งไฟและการทำงาน ส่วนรูปแบบการสื่อสารคือ ลักษณะการสื่อสารที่มีทิศทางสองทาง การสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ ส่วนในครอบครัวปทัสถานเกี่ยวกับประเพณีและการเชื่อฟังผู้ใหญ่เป็นปัจจัยให้สมาชิกได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อปฏิบัติงานและตัดสินใจในกลุ่มที่มีระดับสูงต่อไป

สำหรับแนวคิดการสื่อสารเพื่อการจัดการ ผู้วิจัยใช้เป็นกรอบในวิเคราะห์ถึงรูปแบบการสื่อสารของสมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยว

ปัญหานำการวิจัย 1 : ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายมีรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไร

แนวคิดด้านกระบวนการสื่อสาร

คำว่า “การสื่อสาร” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Communication” ซึ่งหมายความว่า กระบวนการถ่ายทอดสาร (message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งเรียกว่า “ผู้ส่งสาร” (source) ไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า “ผู้รับสาร” (receiver) โดยผ่านสื่อ (channel)

จากคำจำกัดความดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการสื่อสารของบุคคลมีลักษณะเป็นกระบวนการ (process) ที่ไม่หยุดนิ่ง มีความเปลี่ยนแปลง และมีความต่อเนื่องตลอดเวลา ซึ่งสามารถพิจารณาได้เสมือนระบบหนึ่งที่ประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่ต้องกระทำร่วมกัน

คำจำกัดความของกระบวนการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ไม่หยุดนิ่ง เป็นกระบวนการที่ถ่ายทอดความหมาย และมีผลกระทบเกิดขึ้นทั้งต่อผู้ส่งสารและผู้รับสาร การสื่อสารเป็นเรื่องเฉพาะตัว และจำเป็นต้องมีการอธิบายความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้เพื่อความเข้าใจทุกฝ่าย (รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 2530:7)

แบบจำลองของการสื่อสารช่วยให้เข้าใจกระบวนการ และองค์ประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสารได้ชัดเจนยิ่งขึ้น แม้ว่าแบบจำลองจะมีข้อบกพร่องในแง่ที่ไม่สามารถแสดงให้เห็นความเคลื่อนไหวขององค์ประกอบต่าง ๆ ได้อย่างเป็นจริงก็ตาม แต่ก็ทำให้กระบวนการที่สลับซับซ้อนนั้นเป็นที่เข้าใจได้ง่ายและกระจ่างขึ้น

เบอร์โล (Berlo) เน้นความสำคัญเรื่องการเข้ารหัสการถอดรหัสในกระบวนการสื่อสาร เบอร์โลได้อธิบายถึงปัจจัยเฉพาะตัวของผู้สื่อสารอีก 5 ประการ ที่มีผลกระทบต่อสื่อสารด้วย ปัจจัยดังกล่าวคือ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคติ ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรม

ตัวแปรทางด้านผู้ส่งสาร

เฮนรี เดวิด ธอโร (Henry David Thoreau) เคยเขียนไว้ว่า “การพูดความจริงนั้นต้องประกอบด้วยคน 2 คน...คนหนึ่ง คือ คนพูด อีกคนหนึ่ง คือ คนฟัง ” ธอโรได้ย้ำให้เห็นความสัมพันธ์ในธรรมชาติของการสื่อสาร กล่าวอีกนัยหนึ่ง การสื่อสารก็คือ ความสัมพันธ์ 2 ทางระหว่างผู้พูดและผู้ฟังนั่นเอง ไม่มีผู้พูดคนใดจะพูดได้ดี นอกเสียจากว่าเขาจะมีผู้ฟังที่พร้อมจะเชื่อว่าเขาจะพูดได้ดี (จิตลักษณะ แสงอุไร, 2530:7)

ความน่าเชื่อถือ ปัจจุบันนักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์ ได้พยายามวิเคราะห์และหาความหมายว่า อะไรคือคุณสมบัติของ “คนดี” “คนที่น่าเชื่อถือ” หรือ “คนที่มีบุคลิกที่มีลักษณะดึงดูด (บารมี)” ในที่สุดก็สรุปได้ว่า คุณสมบัติ 5 ประการที่ช่วยให้ผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือมีอย่างน้อย 5 ประการคือ

1. ความสามารถ หรือ ความรู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องที่พูด
2. บุคลิกลักษณะที่น่าไว้วางใจ
3. ความสำรวมในการวางตัว
4. ความเป็นกันเองและเข้ากับผู้อื่นได้ดี
5. ความเปิดเผย

ความรู้ความสามารถ ปกติเรามักตัดสินว่า บุคคลใดมีความรู้ความสามารถได้จากตัวแปรอื่น ๆ เช่น ระดับการศึกษา ความทันต่อเหตุการณ์(ข่าว) หรือประสบการณ์โดยตรงของเขาเกี่ยวกับเรื่องที่เขาจะพูด ส่วนทางด้านผู้รับสาร จะมีความรู้ความสามารถหรือมีคุณสมบัติเพียงพอที่จะประเมินคุณค่าของผู้ส่งสารได้หรือไม่ ไม่ใช่สิ่งสำคัญ เพราะถ้าผู้รับสารพิจารณาเห็นว่าผู้ส่งสารมีความรู้ความสามารถ เขาก็ประสบความสำเร็จในการสื่อสาร

อำนาจรางวัล (Reward Power) การที่ผู้ส่งสารมีสิทธิที่จะให้รางวัล หรือความดีความชอบแก่ผู้รับสารในกรณีที่ผู้รับสารปฏิบัติตามที่ผู้ส่งสารขอร้อง การกระทำดังกล่าวเรียกว่า อำนาจรางวัล การให้รางวัลหรือความดีความชอบนี้อาจเป็นรูปธรรม เช่น เงิน และของมีค่าอื่น ๆ หรืออาจเป็นนามธรรมก็ได้ เช่น คำยกย่องชมเชย และความรักใคร่ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม รางวัลที่ได้รับนี้ผู้รับจะต้องมีความรู้สึกว่าคุณค่า มิฉะนั้นอำนาจนี้จะมีอิทธิพลต่อเขาน้อยมาก

ตัวแปรทางด้านสาร

วจนสาร

การสื่อสารมีหน้าที่หลายประการ อาทิ ชักจูงโน้มน้าว กระจายข่าวสาร คลี่คลายข้อขัดแย้งตลอดจนสนองความต้องการของสังคม แต่การวิจัยทางการสื่อสารส่วนใหญ่มุ่งเน้นบทบาททางด้านการชักจูงโน้มน้าวเป็นประเด็นสำคัญ ผู้เชี่ยวชาญบางคนถึงกับกล่าวว่าการสื่อสารทั้งหมดโดยหลักแล้วคือ การชักจูงใจนั่นเอง โดยเน้นว่า หน้าที่ของครูคือพยายามชักจูงให้นักเรียนยอมรับความคิดบางอย่าง

องค์ประกอบของการสื่อสารที่จูงใจ โดยทั่วไปสารประเภทนี้สร้างจากองค์ประกอบ 3 อย่าง คือการกล่าวอ้าง (Claim) คำรับรอง (Warrant) และข้อมูล (Data) องค์ประกอบทั้งสามนี้ทำหน้าที่เสริมซึ่งกันและกัน

อวจนสาร

ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการสื่อสารกล่าวว่า พฤติกรรมเชิงอวจนะทำหน้าที่ในการสื่อสาร 6 ประการได้แก่

1. **ซ้ำความหมาย** พฤติกรรมเชิงอวจนะมักจะทำหน้าที่ซ้ำกับวจนสาร ตัวอย่างเช่น ครูบอกว่าเวลาทดสอบเหลืออีก 5 นาที แล้วครูก็ยกมือให้เห็นนิ้ว 5 นิ้วด้วยเท่ากับเป็นการแสดงซ้ำกับคำพูด
2. **เน้นความหมาย** พฤติกรรมเชิงอวจนะมีหน้าที่เน้นวจนสารหรือเน้นพฤติกรรมเชิงอวจนะอื่น ๆ เช่น เมื่อประธานบริษัทเอามือข้างหนึ่งทาบใต้โต๊ะ ก็เพื่อเน้นความหมายของสิ่งที่เขาพูด อีกตัวอย่างหนึ่งเมื่อเราเข้าไปใกล้คนที่เราสนใจ เท่ากับเป็นการบอกความเป็นมิตร ซึ่งครั้งแรกจะแสดงออกที่ตาก่อน
3. **แทนวจนสาร** เมื่อลูกจ้างมาทำงานสาย สายตาของนายจ้างที่มองมาบอกความหมายได้หลายอย่าง บอกให้รู้ว่านายจ้างกำลังตำหนิ และให้ระวังตัวอย่ามาสายอีก ในทำนองเดียวกัน กริยาท่าทางที่ธนาคารเป็นสิ่งที่แทนวจนสารอีกด้วย
4. **กำหนดช่วงวจนสาร** ตัวอย่างที่ดี ได้แก่ การใช้สายตา การที่เรามองใครตรง ๆ เมื่อเราพูดจบประโยคแล้วแสดงว่า เราพร้อมที่จะฟังเขาพูด แต่ถ้าหากหลบตาหันไปทางอื่นเสีย จะทำให้

บุคคลผู้นั้นทราบว่าเขาไม่ยากฟังคำตอบ ทำนองเดียวกับประโยคที่ว่า "ฉันไม่แสบเขา" (ซึ่งแสดงโดยการยกไหล่) เท่ากับเป็นการใช้ภาษาทางกาย ซึ่งเป็นภาษาท่าทางอย่างหนึ่ง

5. **เสริมวัจนสาร** การสื่อสารเชิงวัจนะอาจทำหน้าที่ขยายหรือเพิ่มวัจนสาร การยิ้มและท่าทางที่ผู้กลับจากการเดินทางกำลังเล่าเรื่องของเขา บอกให้ทราบเพิ่มเติมว่าการเดินทางเป็นอย่างไร การลูบไล้สัมผัสหลังจากที่ได้ทะเลาะกันบอกให้ทราบว่าอยากจะคืนดีกัน ซึ่งทำได้ง่ายกว่าการเอ่ยปากขอโทษ
6. **ขัดแย้งวัจนสาร** กรณีนี้อาจจะเกิดขึ้นโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ได้ หากพูดอย่างประชิดว่า "เป็นรายการที่ดีที่สุดที่เคยดู" คนพูดมีเจตนาใช้น้ำเสียงขัดกับวัจนสารดังกล่าว เด็กที่พูดระลึกระลึกว่าไม่ได้ทำนาฬิกาตกแตก กำลังขัดแย้งวัจนสารของตนอย่างไม่ตั้งใจ มีบ่อยครั้งที่เดียวที่การหลอกลวงทำไม่สำเร็จเนื่องจากผู้หลอกลวงไม่รู้จักหรือไม่เคยชินกับการสื่อสารเชิงวัจนะ

ตัวแปรทางด้านช่องทางการสื่อสาร / สื่อ

ช่องทางการสื่อสาร คือ ตัวกลางที่ช่วยในการนำส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร
ช่องทางเปรียบเสมือนทางหรือพาหนะระหว่างผู้ร่วมสื่อสาร

เบอร์โล (Berlo) แบ่งช่องทางการสื่อสารออกเป็น 3 ประเภท

1. ช่องทางที่เป็นตัวกลางนำสารจากผู้ส่งสารไปให้ผู้รับสาร ซึ่งได้แก่ คลื่นแสง คลื่นเสียง วิทยุ โทรเลข โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น ช่องทางเหล่านี้เน้นหนักในเรื่องสื่อทางเทคโนโลยี
2. ช่องทางที่เป็นพาหนะของสิ่งที่นำสาร เช่น อากาศ ซึ่งเป็นตัวนำคลื่นเสียงไปสู่ประสาทรับความรู้สึกต่าง ๆ หรือประสาททั้ง 5 ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การสัมผัส และการลิ้มรส ช่องทางประเภทนี้พบในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล
3. วิธีในการเข้ารหัสและถอดรหัสสาร (mode of encoding and decoding) เช่น การใช้วิธีพูด การใช้วิธีเขียน เป็นต้น ซึ่งนักทฤษฎีนิเทศศาสตร์โดยทั่วไปไม่นิยมช่องทางการสื่อสารในความหมายนี้

เรโอ (Rao) เน้นว่าช่องทางการสื่อสารมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ช่องทางเป็นหน่วยพลังงานมวลสาร (Matter-energy Unit) ประเภทหนึ่ง ที่เรียกว่าสื่อ (Medium)
2. ช่องทางเป็นตัวนำส่งหน่วยพลังงานมวลสาร ซึ่งมีการจัดเป็นระเบียบแบบแผน ที่เรียกว่า สารสนเทศ (Information)
3. ช่องทางเป็นตัวเชื่อมระหว่างบุคคลที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง

นอกจากนี้เรโอกล่าวว่า ช่องทางการสื่อสารยังมีมิติต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยในการประเมิน ประสิทธิภาพของช่องทางต่าง ๆ กัน มิติเหล่านี้คือ 7 C ซึ่งได้แก่

1. **ความน่าเชื่อถือของช่องทาง (Channel Credibility)** คือ ความเชี่ยวชาญและความน่าไว้วางใจของช่องทางในสายตาหรือความรู้สึกของผู้รับสาร บ่อยครั้งที่ความน่าเชื่อถือของช่องทางเชื่อมโยงกับลักษณะของผู้ส่งสารและผู้รับสารโดยตรง ตัวอย่างเช่น จากการวิจัยในสหรัฐอเมริกาพบว่า คนในสังคมซึ่งมีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจสูงมักมองสิ่งตีพิมพ์ที่น่าเชื่อถือกว่า ในขณะที่คนที่มีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจต่ำจะมองว่าโทรทัศน์น่าเชื่อถือกว่า
2. **ปฏิกริยาตอบสนองจากช่องทาง (Channel Feedback)** คือ โอกาสที่ช่องทางเปิดให้ผู้รับสารตอบสนองได้ทันทีและเต็มที่กว่าการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน เป็นต้น
3. **การมีส่วนร่วมในช่องทาง (Channel Involvement)** คือ ความพยายามที่จะต้องใช้ประสาทรับรู้ต่าง ๆ ทั้งหมดในการเข้าใจสารหรือข้อมูลที่ได้จากช่องทางการสื่อสารนั้น ๆ การสื่อสารแบบซึ่งหน้าเปิดโอกาสนี้มากที่สุด ขณะที่สื่อประเภทสิ่งตีพิมพ์เปิดโอกาสในการมีส่วนร่วม น้อยที่สุด
4. **โอกาสในการใช้ช่องทาง (Channel Availability)** คือ โอกาสที่จะใช้ช่องทางเพื่อเข้าถึงผู้รับสารกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ในบางภูมิภาคอาจหาโอกาสใช้ช่องทางบางอย่างได้ยาก เช่น ในเขตที่มีประชากรมากหรือมีฐานะยากจนไม่เหมาะสมที่จะใช้สื่อโทรทัศน์ หรือในเขตที่มีคนอ่านหนังสือไม่ออกเป็นส่วนใหญ่ไม่ควรใช้สื่อหนังสือพิมพ์ เป็นต้น
5. **ความสามารถในการเก็บรักษาสารของช่องทาง (Channel Permanency)** คือ ความคงทนของช่องทางสื่อสารในการถ่ายทอดและคงรักษาสารเป็นเวลานาน สิ่งตีพิมพ์มีมิตินี้สูงใน

ขณะที่วิทยุและโทรทัศน์มีความสามารถในการเก็บรักษาสารได้สูงขึ้นไปในอดีตเพราะเราสามารถบันทึกเสียงหรือภาพได้

6. *กำลังการแพร่กระจายของช่องทาง* (Channel Multiplicative Power) คือ ศักยภาพของช่องทางในการครอบคลุมพื้นที่ที่ต้องการสื่อสารให้แพร่กระจายขยายออกไปด้วยความเร็วและเวลาสื่อสารมวลชนสามารถแพร่กระจายสารทำให้สารนั้นเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากในเวลาเดียวกัน แต่มีติในเรื่องนี้ของการสื่อสารแบบซึ่งหน้าอยู่ในอัตราต่ำ

7. *การเสริมการทำงานของช่องทางอื่น* (Channel Complementary) คือ ศักยภาพของช่องทางในการเสริมงานด้านการสื่อสารของช่องทางอื่น ๆ ทั้งสื่อมวลชนและช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลได้ถูกพิสูจน์แล้วว่าศักยภาพสูงในมิตินี้ เพราะต่างสามารถเสริมการทำงานของกันและกัน

ตัวแปรทางด้านผู้รับสาร

ในการสื่อสารที่มีประสิทธิผลนั้น ผู้ส่งสารจำเป็นที่จะต้องศึกษาเกี่ยวกับตัวผู้รับสาร เพื่อทราบถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ของผู้รับสารที่มีผลต่อการรับรู้และการตีความสารที่ได้รับ ทั้งนี้เนื่องจากความหมายของสารมิได้อยู่ที่ตัวสารเอง แต่อยู่ที่การตีความของผู้รับสาร ยิ่งผู้ส่งสารมีความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับผู้รับสารมากเท่าใด โอกาสที่การสื่อสารนั้นจะประสบความสำเร็จย่อมมีมากขึ้น

การสื่อสารในแต่ละระดับและในแต่ละสถานการณ์ อาจมีจุดเด่นในการวิเคราะห์ผู้รับสารต่างกัน เช่น ขณะที่กำลังทำการสื่อสารแบบซึ่งหน้า (Face-to-Face Communication) ผู้ส่งสารอาจสามารถวิเคราะห์ความสนใจและอวัจนภาษาของผู้รับสารได้ แต่ผู้ส่งสารไม่อาจทำได้ในการสื่อสารมวลชน หรือครูที่กำลังสื่อสารเพื่อให้ความรู้แก่นักเรียนอาจสนใจที่จะทราบถึงระดับความรู้และประสบการณ์ของนักเรียนเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ มากกว่าที่จะวิเคราะห์ความต้องการและทัศนคติของผู้รับเหมือนเช่นโฆษณา หรือการสื่อสารเพื่อนำมโนใจอื่น ๆ โดยทั่วไป ผู้ส่งสารอาจศึกษาและวิเคราะห์ผู้รับสารในแง่ต่าง ๆ ต่อไปนี้คือ

1. ลักษณะทางกายภาพหรือทางประชากรศาสตร์และทางเศรษฐกิจสังคม

(Physical/Demographic and Socioeconomic) ประเด็นวิเคราะห์ได้แก่ วิทยุ รูปร่าง หน้าตา ระดับการศึกษาและสาขาการศึกษา ประสบการณ์ ภูมิหลังทางครอบครัว อาชีพ รายได้ ศาสนาฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม บทบาทและสถานภาพทางสังคม/ตำแหน่ง ชมรมหรือสโมสรที่เป็นสมาชิกอยู่ เป็นต้น

2. **ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological)** ประเด็นวิเคราะห์ได้แก่ ทศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม แรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจ ความต้องการ ความคาดหวัง ความสนใจ อารมณ์และความรู้สึก สมารถิ อคติหรือความโน้มเอียง ความเข้าใจ ความไหวรู้สึก เป็นต้น

3. **ลักษณะบุคลิกนิสัย (Personality / Characteristics)** ประเด็นวิเคราะห์ได้แก่ เปิดตัว ปิดตัว ใจกว้าง ใจแคบ ยอมรับการเปลี่ยนแปลง ตี้อารมณ์ รักความก้าวหน้า เชื้อชาติ พูดเก่ง พูดน้อย มีลักษณะเผด็จการ/เป็นประชาธิปไตย มีความเชื่อมั่นในตนเอง/ขาดความเชื่อมั่น เป็นต้น

4. **ประเภทของผู้รับสาร** ประเด็นวิเคราะห์ได้แก่ สมัครใจหรือสนใจที่จะสื่อสารด้วย ถูกเกณฑ์หรือมอบหมายให้มาฟังหรือสื่อสารด้วย สัญจรไปมาและสนใจเพียงชั่วคราว ทั้งนี้ การวิเคราะห์ผู้รับสารอาจทำได้ในระยะต่าง ๆ ตั้งแต่ก่อนการสื่อสาร ระหว่างการสื่อสาร และหลังการสื่อสาร

ตัวแปรทางด้านผลของการสื่อสาร

ผลของการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างและหลังการสื่อสารซึ่งมาจากการตีความสารที่ได้รับของผู้รับสาร หรือสิ่งที่แสดงว่าผู้ส่งสารและผู้รับสารมีการรับรู้ความหมายของสารในกระบวนการสื่อสารร่วมกันหรือไม่และมากน้อยเพียงใด

การสื่อสารไม่ว่าจะเกิดขึ้นโดยเจตนาหรือไม่ย่อมเกิดผล เนื่องจากการตีความของผู้รับสารเสมอ ผลที่เกิดขึ้น "ระหว่าง" ที่การสื่อสารหนึ่ง ๆ ยังไม่จบสิ้น แต่โดยทั่วไป "ผลของการสื่อสาร" นักวิชาการส่วนใหญ่มักหมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นหลังการสื่อสารหนึ่ง ๆ จบสิ้นลงแล้ว จากคำนิยามหลังนี้ ผลของการสื่อสารจึงมีความหมายอย่างน้อย 3 อย่างคือ

1. หลังการสื่อสาร เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างหนึ่งอย่างใดในกระบวนการสื่อสารหรือไม่อย่างไร

2. อันเนื่องมาจากการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารสามารถสร้างอิทธิพลบางอย่างเหนือตัวผู้รับสารได้หรือไม่ อย่างไร
3. การสื่อสารประสบความสำเร็จตามที่ผู้ส่งสารมุ่งหวังไว้ได้อย่างไร

การสื่อสารครั้งหนึ่ง ๆ ประสบความสำเร็จได้ต่อเมื่อ การตีความหมายสารที่ได้รับของผู้รับสารสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร หรืออีกนัยหนึ่งคือ จุดมุ่งหมายของผู้ส่งสารตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้รับสาร (ความหมายที่ผู้ส่งสารตั้งใจส่งไป)

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารมีมากมายต่างกันตามผลของการสื่อสารที่คาดหวังก็ย่อมต่างกันไปด้วย ดังแสดงไว้ในตารางต่อไปนี้

จุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร	สิ่งที่เกิดขึ้นในตัวผู้รับสาร
1. เพื่ออธิบาย บรรยาย เล่า สอน แจ้งให้ทราบ	1. เข้าใจ ได้ข้อมูล มีความรู้ รับทราบ
2. เพื่อโน้มน้าวใจหรือชักจูงใจ	2. คล้อยตาม เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม หรือการกระทำ การลงมือปฏิบัติ
3. เพื่อจรรโลงใจ	3. เกิดอารมณ์คล้อยตาม มีความรู้สึกชื่นชม จิตใจถูกยกระดับสูงขึ้น
4. เพื่อผ่อนคลายหรือให้ความบันเทิง	4. สนุก รื่นเริง คลายความตึงเครียด

ผลของการสื่อสารจึงอาจเป็นผลทางด้านความนึกคิดหรือปัญญา ด้านอารมณ์ ความรู้สึก และด้านพฤติกรรมหรือการกระทำ

ในการวิจัยด้านผลของการสื่อสาร นอกจากการศึกษาประเภทและชนิดของผลเหล่านี้แล้ว ยังมีความสนใจที่จะวิเคราะห์ว่า มีเงื่อนไขและปัจจัยอะไรบ้างที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับผลของการสื่อสาร การวิจัยที่ผ่านมามักจะพบว่าตัวแปรทุกตัวในกระบวนการสื่อสารมีส่วนเกี่ยวข้องต่อผลเสมอ เช่น ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ลักษณะที่ดึงดูดใจของสาร ความต้องการของผู้รับสาร วิธีการเผยแพร่ ช่องทางที่ใช้เผยแพร่ ฯลฯ รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหล่านั้น เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

โคจิวัจนี บุญประดิษฐ์ (2543) ศึกษาถึงกลยุทธ์การสื่อสารของชุมชนบ้านครัวในการสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชน ในกรณีพิพาทโครงการก่อสร้างถนนรวมและกระจายการจราจร พบว่าปฏิสัมพันธ์ของชาวชุมชนเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีลักษณะสองทาง แบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ ระบบบุคคล ได้แก่ การทักทาย การพูดคุย ระดับกลุ่ม ได้แก่ การประชุม การพูดคุยของคนกลุ่มต่าง ๆ ระดับชุมชน เป็นการสื่อสารระหว่างกลุ่มหลาย ๆ กลุ่มที่มีความซับซ้อนกัน

เวทินี สตะเวทิน (2542) ศึกษาเรื่องการสื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำพู ผลการวิจัยพบว่า พัฒนาการของประชาคมบางลำพูสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ระยะ คือ ระยะเรียนรู้ ระยะปรับกระบวนการ ระยะเผชิญปัญหา และระยะแสวงหาทางออก โดยมีกลไกการสื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำพู 2 กิจกรรมคือ กิจกรรมเชิงรุก และกิจกรรมในเชิงปกป้องผลประโยชน์ของชุมชน

หริสุดา บัณชวพันธ์ (2544) ศึกษาเรื่องการสื่อสารและเครือข่ายการรณรงค์ “เมาไม่ขับ” ผลการวิจัยพบว่า พัฒนาการของโครงการ “เมาไม่ขับ” แบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะก่อตั้ง และระยะขยายเครือข่ายและดำเนินการ และการสื่อสารภายในเครือข่ายที่ใช้คือ การขอการสนับสนุนด้านนโยบาย , การขอการสนับสนุนด้านการใช้กฎหมายควบคุมไปกับการรณรงค์ , การขอการสนับสนุนด้านงบประมาณ , การขอการสนับสนุนด้านกิจกรรมรณรงค์ , การประชาสัมพันธ์ , การประเมินโครงการ , การสร้างกระแสสังคม โดยใช้การสื่อสารทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

พรโสภิต จงมีสุข (2545) ศึกษาเรื่อง เครือข่ายและกระบวนการสื่อสารในการรณรงค์เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของชมรมหัวใจไร้สาร ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารภายในเครือข่าย มีทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล ได้แก่ การพูดคุยกัน การคุยโทรศัพท์ และการสื่อสารกลุ่มย่อย ได้แก่ การประชุมกันแบบเห็นหน้าค่าตากันและผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งจะมีรูปแบบการสื่อสารเป็นทางการ

สำหรับแนวคิดด้านกระบวนการสื่อสาร ผู้วิจัยใช้เป็นกรอบในวิเคราะห์ถึงรูปแบบการสื่อสารของสมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยว

ปัญหานำการวิจัย 1 : ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายมีรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไร

แนวคิดด้านรูปแบบการสื่อสาร

ในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย ซึ่งเกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชนจำนวนหนึ่งที่มาช่วยกันทำงาน ซึ่งการทำงานจำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกับส่วนต่าง ๆ ทั้งภายในกลุ่มและภายนอกชุมชน อันจะก่อให้เกิดการประสานความสัมพันธ์สำหรับการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายให้เป็นไปอย่างราบรื่น

ซึ่งรูปแบบการสื่อสารในการจัดการจะมีลักษณะดังนี้ คือ (ธงชัย และ ชนาธิป สันติวงษ์, 2542: 41)

1. **เนื้อหาการสื่อสาร** จะขยายการสื่อสารเฉพาะที่เกี่ยวกับงานเท่านั้น มาเป็นการสื่อสารในทางสังคมด้วย
2. **ทิศทางการติดต่อสื่อสาร** นั้นจะเน้นให้มีมากทุกทิศทาง คือ ทั้งแนวนอน แนวตั้ง ขาขึ้น ขาลง และรวมถึงการติดต่อแนวเฉียงที่ไปด้านข้างต่าง ๆ ด้วย
3. **ช่องทางการติดต่อสื่อสาร** จะดำเนินไปแบบเปิดกว้าง ให้เกิดความสะดวกได้ทุกทิศทาง และสื่อทุกรูปแบบ
4. **สไตล์ของการติดต่อสื่อสาร** นั้นจะมีทั้งแบบทางการและไม่เป็นทางการแต่ส่วนมากมักจะนิยมให้เป็นไปในแบบไม่เป็นทางการมากกว่า

ในที่นี้ รูปแบบการสื่อสารลักษณะต่าง ๆ ซึ่งได้มีการจำแนกออกตามหลักเกณฑ์ที่ได้นำมาใช้พิจารณามีทั้งสิ้น 4 ลักษณะ คือ

1. ทิศทางการสื่อสาร
2. ลักษณะการใช้
3. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร
4. การไหลของข่าวสาร

ทิศทางการสื่อสาร ได้แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1. **การสื่อสารแบบทางเดียว (One-way communication)** หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสารแต่เพียงฝ่ายเดียวโดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อสงสัยหรือแสดงความคิดเห็น จึงไม่มีปฏิกิริยาย้อนกลับจากผู้รับสาร การสื่อสารแบบนี้มีลักษณะ

เป็นเส้นตรง จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยตรง ปราศจากการค้ำเนินถึงปฏิภรียาได้กลับจากผู้รับสาร ทำให้ปริมาณของข้อมูลสะท้อนกลับ (feedback) จากผู้รับสารมีน้อยหรือไม่มีเลย

2. **การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication)** หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้ส่งสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกัน มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน มีการโต้ตอบกัน ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน การสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับปฏิภรียาได้กลับ (feedback) ของผู้รับสาร

ทั้งนี้ การสื่อสารแบบสองทางมีผลทำให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะการให้ความสำคัญต่อการสื่อสารกลับ (feedback) นั้น เป็นวิธีการที่ทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารมีความเสมอภาคกันในการติดต่อสื่อสาร โดยไม่มีฝ่ายใดมีอิทธิพลเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง (เสถียร เขยประทับ , ม.ป.ป.) ซึ่งจะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี

ลักษณะการใช้ในการสื่อสาร

แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ

1. การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication)

เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งเกิดปฏิสัมพันธ์ในโครงสร้างที่มีแบบแผนกำหนดไว้อย่างแน่นอน (Prescribed communication) สารจะถูกส่งออกไปตามลำดับชั้น หรือตามลักษณะหน้าที่ของภารกิจ โดยจะไหลผ่านสายความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ เป็นการสื่อสารที่ค้ำเนินถึงบทบาทหน้าที่ และตำแหน่งระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ซึ่งเป็นการสื่อสารที่มีการกำหนดระเบียบแบบแผนไว้ชัดเจน ทั้งนี้อาจจะเป็นการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรต่าง เช่น บันทึกรต่าง ๆ หรืออาจจะเป็นการสื่อสารที่ไม่มีลายลักษณ์อักษรก็ได้ เช่น การล้งงานโดยตรงผ่านการพูดกันทางวาจา โดยการสื่อสารอย่างเป็นทางการจะมีลักษณะ 3 ประการ คือ

- 1.1 เป็นการนำเอานโยบาย การวินิจฉัยสั่งการ หรือค้ำแนะนำไปตามสายการบังคับบัญชา
- 1.2 เป็นการนำกลับมายังผู้บังคับบัญชา ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะ รายงาน และการสนองตอบของผู้บังคับบัญชา

1.3 เป็นการแจ้งนโยบายทั่วไปขององค์กร แก่ข้าราชการ พนักงาน หรือเจ้าหน้าที่

2. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication)

เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นเอง และเกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้น โดยไม่เป็นไปตามระเบียบแบบแผนขององค์กร มีลักษณะการสื่อสารที่เป็นส่วนตัวมากกว่าทางตำแหน่งหน้าที่ ส่วนใหญ่จะใช้คำพูด การสื่อสารแบบนี้จะเกิดขึ้นเมื่อสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น อย่างอิสระ ในอัตราความถี่และความเข้มข้นของการสื่อสารต่างกัน ลักษณะสำคัญของการสื่อสารแบบนี้ คือความเร็วของการสื่อสารจะมีมาก แต่มีข้อเสียตรงที่ข่าวสารข้อมูลต่างๆ อาจจะถูกบิดไปจากความเป็นจริงได้ง่าย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ และวิธีการของผู้บริหารที่จะนำประโยชน์ของการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการมาใช้ให้เกิดผลดีกับบรรยากาศในการทำงาน เช่น การสื่อสารกับประชาชนในชุมชน เป็นต้น ลักษณะของการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ มีดังนี้

- 2.1 ผ่านความเกี่ยวพันทางวาจา
- 2.2 เป็นอิสระจากข้อจำกัดขององค์กรและตำแหน่ง
- 2.3 ส่งข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว
- 2.4 มีลักษณะการสื่อสารสายใยที่เป็นลูกโซ่
- 2.5 โอกาสในความถูกต้องของข่าวสารมีน้อย
- 2.6 มีอิทธิพลทั้งด้านบวก และด้านลบต่อองค์กร

การไหลของข่าวสาร แบ่งเป็น 2 รูปแบบ

1. **การสื่อสารตามแนวตั้ง (Vertical Communication)** โดยแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ
 - **การสื่อสารจากบนลงล่าง (Top-down หรือ Downward Communication)**
หมายถึง การสื่อสารจากผู้ที่อยู่ในตำแหน่งสูงลงมาตามผู้ปฏิบัติงานในสายบังคับบัญชา การสื่อสารแบบนี้มีรูปแบบของการสื่อสารมักจะออกมาในรูปแบบของ คำสั่งด้วยวาจา หรือคำสั่งด้วยลายลักษณ์อักษร การสื่อสารในลักษณะนี้ทำให้ตัวสารมีน้ำหนัก มีความน่าเชื่อถือ แต่การสื่อสารเช่นนี้อาจมีปัญหาเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารและการตีความหมายของข่าวสาร

- **การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Bottom-up หรือ Upward Communication)**

หมายถึง การส่งข่าวสารจากผู้ที่อยู่ในระดับต่ำกว่าไปยังบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งหรือระดับสูงกว่า การสื่อสารในรูปแบบนี้จะทำให้ฝ่ายบริหาร หรือผู้ที่มีตำแหน่งสูงกว่ารับรู้ข้อมูลต่างๆ ในระดับการปฏิบัติ และสามารถนำข้อมูลส่วนนี้มาใช้ประโยชน์ได้ เช่น ความเห็น คำร้องทุกข์ รายงาน การปฏิบัติงาน การสื่อสารประเภทนี้จะมีผลถึงการเสริมสร้างขวัญ ในการทำงานและทัศนคติของบุคลากร ช่วยให้เห็นว่าบุคลากรมีความรู้ความเข้าใจในสารที่เขาได้รับจากผู้บังคับบัญชาเพียงใด

2 การสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication)

หมายถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างผู้มีตำแหน่งในระดับเดียวกัน โดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว การสื่อสารแบบนี้จึงเป็นการสื่อสารที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพราะพื้นฐานของการสื่อสารขึ้นอยู่กับบรรยากาศของความไว้วางใจซึ่งกันและกัน การสื่อสารทางแนวนอน มักจะเน้นการสื่อสารทางวาจาเป็นหลัก และจะมีลักษณะไม่เป็นทางการ

การสื่อสารในแนวนอน เป็นกิจกรรมทางการสื่อสารที่เสริมสร้างสัมพันธภาพระหว่างบุคคลให้ดีขึ้น แต่ก็มีผลกระทบต่อสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ ได้ ซึ่งปัญหาและอุปสรรคที่ควรระวังมี 3 ประการคือ

1. การขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน เนื่องจากการสื่อสารในแนวนอนมีลักษณะค่อนข้างจะเป็นการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ คือ มักจะเป็นเรื่องส่วนตัวไม่ว่าจะเป็นการประสานงาน การแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือ การสร้างความเข้าใจร่วมกัน ความไว้วางใจจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การสื่อสารดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์
2. ผลกระทบต่อการสื่อสารในแนวตั้ง เมื่อบุคคลในระดับเดียวกันติดต่อกันเองแม้จะทำให้การดำเนินงานสำเร็จลุล่วงอย่างรวดเร็ว แต่บางครั้งการประสานงานกันอาจเกิดความผิดพลาดได้ ทำงานอาจไม่เป็นแบบอย่างเดียวกัน
3. ก่อให้เกิดการแข่งขันซึ่งกันและกันระหว่างเพื่อนร่วมงาน ซึ่งผลของการแข่งขันจะกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร

แบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. การสื่อสารแบบใช้ถ้อยคำ หรือ แบบวจนะ (Verbal Communication)

หมายถึง การสื่อสารที่อาศัยคำพูด (words) หรือ ตัวเลข (number) เป็นสัญลักษณ์

ของข่าวสาร สัญลักษณ์นี้อาจเป็นในรูปของภาษาพูด ภาษาเขียน หรือ ภาษาทางคณิตศาสตร์ก็ได้ เพื่อใช้ในการสื่อความหมายให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายได้อย่างชัดเจนและตรงตามกับผู้ส่งสารต้องการ

ลักษณะการสื่อสารแบบวัจนะนี้ ได้แก่ การสนทนา การสัมภาษณ์ การเขียนบันทึก การเขียนรายงาน การประกาศข่าวสาร การประชุม เป็นต้น

2. การสื่อสารแบบไม่ใช้ถ้อยคำ หรือ แบบอวัจนะ (Non-Verbal communication)

หมายถึง การสื่อสารโดยปราศจากคำพูด แต่แสดงออกทางท่าทาง สีหน้า การเคลื่อนไหวส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายตามธรรมชาติของคน ซึ่งแต่ละบุคคลก็สื่อสารกับบุคคลอื่นโดยมีความหมายเฉพาะของตนเอง ซึ่งทำให้ผู้อื่นเข้าใจว่าเราอยู่ในสภาพเช่นใด เช่น การสิ้นศรัทธา แสดงถึงการปฏิเสธ การพยักหน้าแสดงถึงการเข้าใจ หรือเห็นด้วย เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การตีความหมายของแต่ละคนที่รับข่าวสารว่าจะสอดคล้องและตรงตามกับผู้ส่งสารต้องการหรือไม่

ทั้งนี้การสื่อสารทั้งแบบวัจนะ และการสื่อสารแบบอวัจนะ ต้องดำเนินควบคู่กันไปเพื่อให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร

ในเรื่องรูปแบบการสื่อสาร Sven Windahl และคณะ (1992:46) ได้พิจารณาปฏิกริยาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ว่ามีส่วนที่จะทำให้การสื่อสารนั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยได้ศึกษาถึงปฏิกริยาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารใน 4 ลักษณะคือ

1. ผู้รับสารและผู้ส่งสารตื่นตัว จะทำให้เกิดสภาพการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน
2. ผู้ส่งสารตื่นตัว แต่ผู้รับสารเป็นฝ่ายรับอย่างเดียว รูปแบบการสื่อสารจะเป็นลักษณะที่ผู้ส่งสารส่งสารอย่างเดียวแต่ผู้รับสารไม่มีปฏิกริยาโต้ตอบใด ๆ
3. ผู้ส่งสารเป็นฝ่ายรับอย่างเดียว แต่ผู้รับสารตื่นตัว คือ ผู้ส่งสารมีข้อมูลข่าวสารอยู่แต่ไม่เผยแพร่ ส่วนผู้รับสารจะเป็นประเภทที่อยากรู้ อยากเห็น พยายามค้นหาข้อมูลเอง
4. ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารตั้งรับทั้งคู่ จะไม่เกิดผลอะไรขึ้น เพราะข้อมูลข่าวสารทุกอย่างจะถูกเก็บไว้

ดังนั้น การให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันและทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ ควรที่จะสร้างความตื่นตัวทั้งผู้รับและผู้ส่งเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของสมาชิกในชุมชน

การศึกษาในครั้งนี้ได้เน้นกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับ กระบวนการสื่อสารแบบทางเลือก (ปารีชาติ สถาปิตานนท์ , 2542:4) ที่เน้นในเรื่องของการสื่อสารแบบสองทางอย่างต่อเนื่อง (Two-way Interactive communication) ในแนวระนาบ (Horizontal communication) ในหมู่สมาชิกของสังคมโดยอาจใช้วิธีการสื่อสารหลากหลายกันไป เช่น การสื่อสารแบบตัวต่อตัว การสื่อสารของกลุ่มบุคคล ตลอดจนการใช้สื่อมวลชน หรือสื่อสมัยใหม่รูปแบบต่าง ๆ

ชนินาถ เจริญผล (2544) ศึกษารูปแบบการสื่อสารการรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์การและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานท่าเรือแห่งประเทศไทย พบว่า รูปแบบการสื่อสารในองค์การเป็นการสื่อสารสองทาง การรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์การ พนักงานส่วนใหญ่รับรู้เรื่องการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาชั้นต้นมากที่สุด

บุญศิริ มีสำราญ (2544) ศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวที่ใช้ระบบการเรียนการสอนแบบโฮมสคูล พบว่า รูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัว เป็นแบบประนีประนอม คือ ผู้เป็นพ่อ แม่ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตนตามขนบประเพณีและแบบแผนอันดีงามของสังคม แต่ในขณะที่เดียวกันก็มีความยืดหยุ่น และให้ความสำคัญต่อพัฒนาการทางความคิดของเด็กเพื่อให้กล้าพูด กล้าแสดงออกด้วยการใช้เหตุผลอย่างอิสระ การเรียนการสอนจะเน้นความสนใจของผู้เรียนเป็นสำคัญ ด้วยมีความเชื่อมั่นต่อศักยภาพในการพัฒนาของเด็กที่จะบูรณาการองค์ความรู้ต่าง ๆ จากสิ่งแวดล้อมรอบตัวทั้งที่ได้จากสื่อบุคคลและธรรมชาติ

นพรัตน์ มุณีรัตน์ (2541) ได้ศึกษารูปแบบการสื่อสารในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนในชุมชนศิรีวง พบว่า รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวนั้นมี 4 รูปแบบ คือ การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการ การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการและมีปฏิริยาโต้ตอบมาก การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการแต่มีปฏิริยาโต้ตอบน้อย และการสื่อสารทางเดียวที่ไม่เป็นทางการ โดยรูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏและมีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนศิรีวงมาก คือ การสื่อสารสองทางที่เป็นทางการและมีปฏิริยาโต้ตอบมากกับการสื่อสารสองทางที่เป็นทางการแต่มีปฏิริยาโต้ตอบน้อย

สำหรับแนวคิดรูปแบบการสื่อสาร ผู้วิจัยใช้เป็นกรอบในวิเคราะห์ถึงรูปแบบการสื่อสารของสมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยว

ปัญหานำการวิจัย 1 : ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายมีรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไร

3. แนวคิดด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา

การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของคนในการจัดการและควบคุมการใช้ และกระจายทรัพยากรและปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคมเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคม ตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกสังคม ในการมีส่วนร่วมประชาชนได้มีการพัฒนารับรู้และภูมิปัญญา ซึ่งแสดงออกในรูปการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตของตนเอง (ทวิทอง นงษ์วิวัฒน์ ,2527)

การมีส่วนร่วมของชุมชนไม่ได้หมายความว่าเพียงดึงประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมตามที่นักวิชาการ หรือ องค์กรพัฒนาจัดตั้งขึ้น แต่ต้องให้ชุมชนมีกิจกรรม และวิธีการดำเนินการของเขาเองในชุมชน (เสน่ห์ จามริก , 2527)

ดังนั้น สิ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของ “การมีส่วนร่วม” คือ ประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการการตัดสินใจ กระบวนการดำเนินงาน ร่วมรับผลประโยชน์และร่วมประเมินผล ซึ่งประเด็นสำคัญคือ ใคร คือ “ประชาชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วม โดย Mary Racilis Hollmsteiner (อ้างในเวทินี สตะเวทิน , 2542:12) ได้กล่าวว่า ในกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น คำว่าประชาชน ไม่ได้หมายความว่าถึงทุก ๆ คนในชุมชน แต่หมายถึง คนยากจนส่วนใหญ่ซึ่งด้อยโอกาสและอำนาจ โดยกลุ่มเหล่านี้มีการรวมตัวกัน นอกจากนี้หัวใจของการที่จะให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนเกิดขึ้นได้จริงนั้น ในการทำงานจะต้องถือว่าชาวบ้าน คือ ตัวหลักในการแก้ปัญหาของเขาเอง โดยกิจกรรมพัฒนานั้นจะต้องเริ่มจาก พื้นฐานของชุมชน

การมีส่วนร่วมจะนำมาซึ่งโอกาสที่จะทำให้สมาชิกของชุมชนและสังคมสามารถเข้ามามีส่วนร่วมและมีอิทธิพลในกระบวนการพัฒนา และในการแบ่งสรรผลของการพัฒนาอย่างเป็นธรรม ซึ่งหมายถึงการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนอย่างเท่าเทียมกันในประเด็นของ

1. การสนับสนุนและกระบวนการพัฒนา
2. การแบ่งสรรผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเป็นธรรม
3. การตัดสินใจในรูปของการกำหนดเป้าหมาย การวางนโยบาย การวางแผน และการปฏิบัติตามแผน ทั้งในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม (Department of International Economic and Social Affairs อ้างใน บุญชัย เกิดปัญญาวัฒน์ , 2528)

Rousseau (อ้างใน บุญชัย เกิดปัญญาวัฒน์ , 2528) ได้เขียนทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (A Participation Theory of Democracy) ไว้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมต้องอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพในการตัดสินใจว่าจะเลือกมีส่วนร่วมหรือไม่ สำคัญคือ จะต้องไม่มีใครเป็นนายใคร หรือเป็นนายแห่งชีวิตใคร
2. กระบวนการมีส่วนร่วมนั้นต้องอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาค และความสามารถพึ่งพาตนเอง ซึ่งจะทำให้เกิดความตระหนัก รับรู้ในความสำคัญของการมีส่วนร่วมของตนเอง

ไพร์ตัน เตชะรินทร์ (2527) กล่าวว่า นโยบายการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา หมายถึง กระบวนการที่รัฐบาลส่งเสริม ชักนำ สนับสนุน และสร้างโอกาสให้ประชาชนในชุมชนทั้งในรูปส่วนบุคคล กลุ่มคน ชมรม สมาคม มูลนิธิ และองค์กรอาสาสมัครรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่องร่วมกันให้บรรลุวัตถุประสงค์และนโยบายการพัฒนาที่กำหนดไว้ ดังนี้

1. ร่วมทำการศึกษาค้นคว้าถึงปัญหาและสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ตลอดจนจนความต้องการของชุมชน
2. ร่วมคิดหา และสร้างรูปแบบ และวิธีการพัฒนาเพื่อแก้ไขและลดปัญหาของชุมชน หรือเพื่อสร้างสิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน หรือสนองความต้องการของชุมชน
3. ร่วมวางนโยบาย หรือแผนงาน หรือโครงการ หรือกิจกรรมเพื่อขจัด และแก้ปัญหา และสนองความต้องการของชุมชน
4. ร่วมตัดสินใจในการใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม
5. ร่วมขจัด หรือปรับปรุงระบบบริหารงานพัฒนา ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
6. ร่วมการลงทุนในกิจกรรมโครงการของชุมชนตามขีดความสามารถของตนเองและหน่วยงาน

7. ร่วมปฏิบัติตามนโยบาย แผนงานโครงการ และกิจกรรมให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้
8. ร่วมควบคุม ติดตาม ประเมินผล และร่วมบำรุงรักษาโครงการและกิจกรรมที่ได้ทำไว้ทั้งเอกชนและรัฐบาลให้ใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

สถาบันวิจัยสังคม และสถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (อ้างใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ , 2548 :3) ได้แบ่งกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ การร่วมในการวางแผน การร่วมในการดำเนินกิจกรรม การร่วมในการใช้ประโยชน์ การร่วมในการได้รับผลประโยชน์ การร่วมในการประเมินผล ดังนี้

1. *การร่วมในการวางแผน (Participation in Planning)* ประกอบด้วย การมีส่วนร่วม นับตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา การกำหนดลำดับความสำคัญของปัญหา การกำหนดเป้าหมาย การกำหนดแนวทางในการดำเนินงาน การกำหนดแนวทางในการติดตามและประเมินผล
2. *การร่วมในการดำเนินกิจกรรม (participation in Implementation)* ประกอบด้วย การสนับสนุนด้านทรัพยากรและการประสานความร่วมมือ
3. *การร่วมในการใช้ประโยชน์ (Participation in Utilization)* ประกอบด้วย การนำเอากิจกรรมเหล่านั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยเฉพาะในด้านการเพิ่มระดับการพึ่งตนเองและการควบคุมทางสังคม
4. *การร่วมในการได้รับผลประโยชน์ (Participation in Benefit Sharing)* ประกอบด้วย การแจกจ่ายประโยชน์การพัฒนาอย่างยุติธรรม
5. *การร่วมในการประเมินผล (Participation in Evaluation)* ประกอบด้วย การให้ประชาชนได้รับทราบถึงปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อร่วมกันหาทางแก้ไขต่อไป

สำหรับทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (Active Participation of Theory) ในทางจิตวิทยา นั้น ผลการวิจัยบางเรื่องเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ให้ข้อเสนอแนะว่า "การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทำให้เกิดขึ้นได้โดยการสร้างสถานการณ์ให้เกิดการมีส่วนร่วมในกลุ่มบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ"

William W. Reeder (อ้างในบุญชัย เกิดปัญญาวัฒน์ , 2528) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมในการประทะสังสรรค์ทางสังคม ซึ่งรวมทั้งการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคล

และการมีส่วนร่วมของทุกกลุ่ม

สหประชาชาติได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนในฐานะที่เป็นกระบวนการในการพัฒนาว่า คือ การเข้าร่วมอย่างกระตือรือร้นและมีพลังของประชาชนในระดับต่าง ๆ คือ

- ในกระบวนการตัดสินใจ เพื่อกำหนดเป้าหมายของสังคม และการจัดสรรทรัพยากรให้บรรลุเป้าหมาย
- ในการปฏิบัติตามแผนการหรือโครงการต่าง ๆ โดยสมัครใจ (United Nation 1978:4)

จากความหมายของคำว่า "การมีส่วนร่วม" ต่าง ๆ ที่ยกมาข้างต้นนี้สามารถสรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการด้วยกันดังนี้

1. การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ เป็นการเกี่ยวข้องทั้งร่างกายและจิตใจ ไม่ใช่เฉพาะแต่ด้านกำลังกายหรือทักษะ กล่าวคือผู้มีส่วนร่วมจะมีส่วนเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ ไม่ใช่เฉพาะด้านการกระทำเท่านั้น
2. การกระทำให้ เมื่อผู้มีส่วนร่วมมีความเกี่ยวข้องทั้งทางด้าน การกระทำและจิตใจแล้ว ก็เท่ากับเป็นการเปิดโอกาสให้เขาได้แสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ กระทำการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม (Group Goal) โดยเหตุนี้ การมีส่วนร่วมจึงเป็นมากกว่าการยินยอมที่จะกระทำตามคำสั่ง ซึ่งเป็นการกระทำโดยปราศจากการยินยอมพร้อมใจและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมจึงเป็นความสัมพันธ์ทางอารมณ์และจิตใจแบบ "ยุคลิวติ" คือ มีการติดต่อทั้งไปและกลับระหว่างบุคคลและกลุ่ม
3. การมีส่วนร่วมรับผิดชอบ เมื่อเกิดการเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ อารมณ์ และได้กระทำการให้แก่อสถานการณ์กลุ่มนั้นแล้ว ผู้มีส่วนร่วมจะเกิดความรู้สึกรับผิดชอบต่อร่วมกับกลุ่มนั้นด้วย เพราะการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการทางสังคมที่บุคคลไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มและต้องการเห็นผลสำเร็จของงานนั้น ๆ ด้วย

โดยสรุปแล้วอาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า

การมีส่วนร่วม = ความร่วมมือร่วมใจ + การประสานงาน + ความรับผิดชอบ

Participation = Cooperation + Coordination + Responsibility

ความร่วมมือร่วมใจ หมายถึง ความตั้งใจของบุคคลที่จะเข้ามาทำงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม

การประสานงาน หมายถึง ความรู้สึกผูกพันในการทำงานและในการทำให้เชื่อถือไว้วางใจ

ดังนั้นการมีส่วนร่วม อาจหมายถึง การกระทำกิจกรรมใด ๆ ร่วมกับกลุ่มเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ ซึ่งจะต้องกระทำโดยอาศัยช่วงระยะเวลาที่ถูกจังหวะและเหมาะสม นอกจากนี้การกระทำกิจกรรมดังกล่าวจะต้องเกิดความรู้สึกผูกพันของบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

(William Erwin 1976:138) ได้กล่าวถึงการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมว่า คือ กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ตัดสินใจแก้ปัญหาของตนเอง เน้นการมีส่วนร่วม เกี่ยวข้องอย่างแข็งขันของประชาชน ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติการขององค์การ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนเกิดจากแนวคิดสำคัญ 3 ประการคือ

1. *ความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกัน* ซึ่งเกิดจากความสนใจและความห่วงกังวลของบุคคล ซึ่งบังเอิญพ้องต้องกัน กลายเป็นความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกันของส่วนรวม
2. *ความเดือดร้อน และความไม่พึงพอใจร่วมกันที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้น* ผลักดันให้มุ่งไปสู่การรวมกลุ่ม วางแผน และลงมือกระทำร่วมกัน
3. *การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนไปในทิศทางที่พึงปรารถนา* การตัดสินใจร่วมกันนี้จะต้องรุนแรงมากพอที่จะทำให้เกิดความคิดริเริ่มกระทำการที่ตอบสนองความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดอื่นร่วมด้วย ดังนี้

1. *ความศรัทธา ความเชื่อถือที่มีต่อบุคคลสำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์* ส่งผลให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การลงแขก การบำเพ็ญประโยชน์
2. *ความเกรงใจที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือ หรือบุคคลที่มีเกียรติยศ ตำแหน่ง* ทำให้ประชาชนเกิดความเกรงใจที่จะมีส่วนร่วมด้วยทั้ง ๆ ที่ยังไม่มีความศรัทธาหรือความเต็มใจอย่างเต็มเปี่ยมที่จะกระทำ เช่น ผู้ใหญ่ออกปากขอแรงผู้น้อยก็ช่วย
3. *อำนาจบังคับ ที่เกิดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่า* ทำให้ปวงชนถูกบีบบังคับให้มีส่วนร่วมในการกระทำต่าง ๆ เช่น บีบบังคับให้ทำงานเยี่ยงทาส

เงื่อนไขการมีส่วนร่วม

การพัฒนาต่าง ๆ จำเป็นต้องเริ่มต้นจากประชาชน ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินการและในกิจกรรมต่าง ๆ อันจะนำไปสู่ความสามารถในการพึ่งพาและช่วยเหลือตนเองได้ โอกาสในการมีส่วนร่วมของประชาชนต้องอาศัยเงื่อนไขอย่างน้อย 3 ประการดังนี้

1. ประชาชนต้องมีอิสรภาพที่จะมีส่วนร่วม
2. ประชาชนต้องมีความสามารถที่จะมีส่วนร่วม
3. ประชาชนต้องเต็มใจที่จะมีส่วนร่วม

หากปราศจากเงื่อนไขใดเงื่อนไขหนึ่งข้างต้นนี้ การมีส่วนร่วมของประชาชนก็จะไม่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม นอกจากเงื่อนไขทั้ง 3 ประการแล้ว ความสำเร็จของการมีส่วนร่วมยังขึ้นอยู่กับเงื่อนไขดังนี้ (บุญชัย เกิดปัญญาวัฒน์, 2528)

- * ประชาชนต้องมีเวลาที่จะมีส่วนร่วมก่อนเริ่มทำกิจกรรม เนื่องจากการมีส่วนร่วมไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในสถานการณ์ฉุกเฉิน
- * ประชาชนต้องไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ในการมีส่วนร่วมมากเกินไปที่เขาประเมินผลตอบแทนที่จะได้รับ
- * ประชาชนต้องมีความสนใจที่สัมพันธ์สอดคล้องกับการมีส่วนร่วมนั้น
- * ประชาชนต้องสามารถสื่อสารกันรู้เรื่องทั้งสองฝ่าย

- * ประชาชนต้องไม่รู้สึกรับกระทบกระเทือนต่อตำแหน่ง หน้าที่ หรือ สถานภาพทางสังคมหากจะมีส่วนร่วม

รูปแบบการมีส่วนร่วม

รูปแบบการมีส่วนร่วมนั้นสามารถจำแนกได้ 3 ประการตามลักษณะของการมีส่วนร่วม ดังนี้

1. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยตรง โดยผ่านองค์กรจัดตั้งของประชาชน เช่น การรวมตัวของกลุ่มชาวบ้านจัดโครงการทอดผ้าป่าต้นไม้
2. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมทางอ้อม โดยผ่านองค์กรผู้แทนประชาชน เช่น กรรมการกลุ่ม กรรมการหมู่บ้าน
3. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยการเปิดโอกาสให้โดยผ่านองค์กรที่ไม่ใช่ผู้แทนของประชาชน เช่น สถาบันหรือหน่วยงานที่เชิญชวน หรือเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเมื่อใดก็ได้

แบบอย่างของผู้มีส่วนร่วม

ผู้มีส่วนร่วมนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. เป็นผู้กระทำการ คือผู้ที่ก่อให้เกิดการพัฒนา หรือกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งขึ้นมา
2. เป็นผู้รับผลการกระทำ กล่าวคือได้รับผลจากกิจกรรมโดยตรง
3. เป็นสาธารณชนทั่วไป หรือประชาชนทั่วไปที่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง แต่ที่มีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรม

ขอบเขตของการมีส่วนร่วม

ประเด็นขอบเขตของการมีส่วนร่วมของประชาชนมีผู้พิจารณาไว้ 2 ทางด้วยกันคือ พิจารณาจากกิจกรรมการพัฒนา เป็นการพิจารณาว่าประชาชนเข้าร่วมในกิจกรรมใดหรือขั้นตอนใดในการพัฒนา พิจารณาจากลักษณะการเข้าร่วมของประชาชน เป็นการดูว่าประชาชนเข้าร่วมอย่างไร

ขั้นตอนในการพัฒนาตามความเห็นของ ม.ร.ว.อศิน รพีพัฒน์ (2525) กล่าวว่า ประชาชนอาจเข้าร่วมในขั้นตอนต่าง ๆ ของการพัฒนา 4 ขั้นตอนคือ

1. ขั้นตอนการค้นหาปัญหา กำหนดสาเหตุของปัญหา จัดลำดับของความสำคัญและหาแนวทางแก้ไข
2. ขั้นตอนการตัดสินใจ เลือกแนวทางและวางแผนพัฒนาแก้ไขปัญหา
3. ขั้นตอนการปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผน
4. ขั้นตอนการประเมินผลงานของกิจกรรมการพัฒนา

สำหรับขอบเขตดังกล่าวนี้ ประชาชนอาจเข้าร่วมในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง หรือเข้าร่วมในทุกขั้นตอนก็ได้

ส่วนลักษณะการเข้าร่วมของประชาชน ขอบเขตการเข้าร่วมประเภทนี้จะพิจารณาว่าประชาชนจะเข้าร่วมทำกิจกรรมอะไรบ้าง ตามแนวคิดของโคเฮน และอัฟฮอฟ (John M. Cohen and Norman Uphoff 1977:6) ประชาชนอาจเข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจว่าจะทำอะไรและอย่างไร เข้าร่วมโดยการนำโครงการไปปฏิบัติโดยเสียสละทรัพยากรต่าง ๆ หรือร่วมมือในความพยายามประเมินผลโครงการ

ดังนั้น กิจกรรมจึงเป็นช่องทางหนึ่งที่เป็นส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดการรวมตัวกันขึ้น สมาชิกของกลุ่มได้เรียนรู้ถึงวิธีการทำงานและเรียนรู้ระหว่างกันมาระยะหนึ่ง สมาชิกจะมีการเผชิญหน้ากันอย่างเปิดเผย ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่แท้จริงของแต่ละฝ่าย ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากในการร่วมกันพัฒนาชุมชนและสอดคล้องกัน "กระบวนการทัศน์ทางเลือกของการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม" (The Alternative Paradigm of Communication for Social Change) โดยมุ่งเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลางของการเปลี่ยนแปลงและแสวงหาหนทางที่จะทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับชุมชน สังคม ประเทศ หรือระดับโลกต่อไป โดยมองว่าการเปลี่ยนแปลงสังคม อาจมีความหลากหลายและแตกต่างกันไป (Multiplicity in World) ตามความเหมาะสมของท้องถิ่นและตามความต้องการของสมาชิกในสังคมดังกล่าว โดย "รูปแบบของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม" จะประกอบไปด้วยลักษณะการมีปฏิสัมพันธ์สองทางแบบโต้ตอบกันของสมาชิก โดยผ่านช่องทางการสื่อสารทุกประเภททั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ , 2542 :73)

รัชดาภรณ์ ชาญชาคริตพงศ์ (2543) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารการพัฒนาชุมชนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชน , ศักยภาพของ

ชุมชนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชน และ ศักยภาพของนักพัฒนาชุมชนในการปฏิบัติงานพัฒนาชุมชนตามทัศนะของประชาชนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชน

ใจทิพย์ สอนดี (2543) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารในโครงการบวชป่าชุมชน พบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนที่เข้าร่วมโครงการ ปรากฏว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในฐานะผู้ปฏิบัติการในขั้นตอนต่าง ๆ ได้แก่ การเตรียมการ การดำเนินการ

โคจิวัจน์ บุญประดิษฐ์ (2543) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารของชุมชนบ้านควัวในการสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชน ในกรณีพิพาทโครงการก่อสร้างถนนรวมและกระจายการจราจร ผลการวิจัยพบว่า การสร้างปฏิสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นภายในชุมชน โดยใช้ "กิจกรรม" ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนในการดึงคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ การใช้หลักศาสนาในการสร้างความสามัคคีของคนในชุมชน และการใช้คนนอก ได้แก่ นักวิชาการและสื่อมวลชน ให้ช่วยเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนให้เป็นที่แพร่หลายในระดับประเทศ

กรรณิการ์ ชมดี (2524) ศึกษาเรื่อง "การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการสารภี ตำบลท่าช้าง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี" พบว่า ปัจจัยจูงใจให้มีส่วนร่วม ได้แก่ เกียรติ และความต้องการ อาชีพใหม่ การจูงใจจากเพื่อน ความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อน และเจ้าหน้าที่ของรัฐ ความต้องการเงินทุน ความต้องการซื้อสินค้าราคาถูก และผู้นำที่ชักนำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน แพทย์ คุรุกรรมการ สภาตำบล เป็นต้น

จรรย์ญา วงษ์พรหม (2536) ศึกษาเรื่อง "การบริหารจัดการ และการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในสหกรณ์ร้านค้าบ้านสัมพันธ์ ต.นาดำ อ.อุบลรัตน์ จ.ขอนแก่น" พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกเกิดขึ้น และทำให้สหกรณ์ร้านค้าบ้านสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ เกิดจาก (1) ความคิดริเริ่มของชาวบ้าน (2) ผู้นำมีความน่าเชื่อถือ และ (3) มีระเบียบกฎเกณฑ์ในการบริหารจัดการ

ประภาศรี พิทักษ์สินสุข (2532) ศึกษาเรื่อง "การมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการพัฒนาชนบท ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการสุพรรณบุรี" พบว่า ปัจจัยทางด้านสังคม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และการอาศัยอยู่ในหมู่บ้านติดต่อกันเป็นเวลานาน มีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมของ

ประชาชนในกิจกรรมการพัฒนา ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ อาชีพ และรายได้ของครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการพัฒนา ปัจจัยทางการเมือง การถูกชักจูงจากบุคคลในแวดวงราชการมีความสัมพันธ์กับการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการพัฒนา และปัจจัยด้านการบริหารการจัดการ ได้แก่ ความถี่ในการนิเทศงาน มีความสัมพันธ์กับการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการพัฒนา

สำหรับแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา ผู้วิจัยใช้เป็นกรอบในวิเคราะห์ ถึงรูปแบบการสื่อสารของสมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยว

ปัญหำนำการวิจัย 1 : ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายมีรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไร

4.แนวคิดด้านอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชน

สื่อมวลชน

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่นำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งประกอบด้วยคนจำนวนมาก ไม่ได้อยู่ในสถานที่เดียวกัน มีความหลากหลาย มีลักษณะแตกต่างกัน และสามารถสื่อสารได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาที่ใกล้เคียงกันหรือในเวลาเดียวกัน (ปรมะ สตะเวทิน , 2541 : 134-135) เป็นการเพิ่มพูนความรู้ แพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนาได้ (Rogers and Shoemaker, 1971 : 145)

บรูซ เวสเลย์และมัลคอม แมคลีน (Bruce Westley and Malcom MacLean อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน , 2541 : 48-50) อธิบายการสื่อสารมวลชนว่า เมื่อผู้ส่งสาร ได้แก่ บุคคลหรือสถาบันต้องการที่จะแจ้งเหตุการณ์หนึ่งซึ่งอยู่ภายใต้สิ่งแวดล้อม ก็ส่งสารผ่านสื่อมวลชน ซึ่งจะนำเสนอข่าวสารไปยังผู้รับสาร และมีการสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งสารหรือสื่อมวลชน รวมทั้งการสื่อสารกลับจากสื่อมวลชนไปยังผู้ส่งสาร

สื่อมวลชนเป็นสื่อที่อาศัยเทคโนโลยีในการแพร่กระจายข่าวสาร เพื่อเชื่อมโยงผู้ส่งสารกับผู้รับสารเข้าด้วยกัน สามารถนำสารจากแหล่งข้อมูลข่าวสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งอยู่ห่างไกลและกระจายตัวในพื้นที่ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน และ

เป็นเวลาใกล้เคียงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น สารที่ส่งออกไปมีเนื้อหาเดียวกันและมีความหลากหลายทั้งข่าว ความรู้ ความคิดเห็น ความบันเทิง เพื่อตอบสนองผู้รับสารที่มีความแตกต่างกัน จึงมีความถูกต้องตรงกัน แต่อย่างไรก็ตามการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนไม่อาจจัดทำเนื้อหาสารให้เป็นที่พอใจและถูกใจผู้รับสารทุกคน และไม่สามารถเลือกผู้รับสารคนใดคนหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ อีกทั้งยังไม่สามารถป้องกันการเลือกรับสาร จึงทำให้การสื่อสารมีประสิทธิผลจำกัด มีการสื่อสารกลับที่จำกัดล่าช้า และเป็นการสื่อสารทางเดียว (One – Way Communication) มากกว่าการสื่อสารสองทาง (Two – Way Communication)

นอกจากนี้การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนเป็นการให้ข่าวสารและความรู้มากกว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร เนื่องจากผู้รับสารสามารถเลือกใช้สื่อมวลชน และใช้สื่อมวลชนตามความต้องการ รสนิยม ทัศนคติเดิมของตน สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นผู้ส่งเสริม สนับสนุนทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสารมากกว่าที่จะเป็นผู้เปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร

ทั้งนี้พฤติกรรมของบุคคลต่อการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนอยู่ที่ความต้องการ ความสนใจ ความจำเป็น หรือแรงจูงใจ ซึ่งมาจากปัจจัยทางกายภาพและจิตวิทยาของผู้ใช้สื่อ เพื่อที่จะสนองตอบความต้องการและการนำไปใช้ประโยชน์ด้วยเหตุผลที่แตกต่างกันไป บุคคลจะคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทสนองความพึงพอใจแตกต่างกัน มีการรับรู้ มีความเข้าใจ หรือตีความหมายแตกต่างกันออกไป มีจุดมุ่งหมายที่ต่างกันในการใช้สื่อมวลชน กระบวนการรับข่าวของคนเกิดขึ้นมาจากการเลือกและการแสวงหาข่าวสาร (Klapper, 1960) คือ

1. การเลือกสรรที่จะรับสาร

ผู้รับสารมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไป ตามประสบการณ์ ภูมิหลัง การศึกษา ความเชื่อ ทัศนคติ บุคลิกภาพ อารมณ์ สภาพแวดล้อม การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารต่อตนเอง เป็นต้น ดังนั้นผู้ส่งสารจึงไม่อาจคาดหวังผลสำเร็จในการส่งสารได้ทั้งหมด โดยผู้รับสารจะเลือกรับข่าวสารในลักษณะต่าง ๆ คือ

1.1 การเลือกเปิดรับ / เลือกสนใจ คือ จะเลือกรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่ต้องการ หรือตามความพอใจ ซึ่งคนส่วนใหญ่จะแสวงหาข่าวสารที่จะสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่แล้ว หรือเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง

1.2 การเลือกรับรู้ / เลือกตีความ ผู้รับสารแต่ละคนเลือกรับรู้ข่าวสารต่างกันไป ซึ่งอาจไม่ได้รับรู้ทั้งหมดตามที่ผู้ส่งสารต้องการ หรืออาจตีความสิ่งที่เห็น สิ่งที่ได้ยิน หรือตีความหมายข่าวสารเดียวกันได้ต่างกันไป ตามความเข้าใจที่ต่างกัน หรือตามบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน

1.3 การเลือกจดจำ เป็นการเลือกจดจำ เก็บรักษาข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ หรือความต้องการของตนเอง และลืมในสิ่งที่ไม่เห็นด้วย ไม่สนใจ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ส่วนตัว บุคลิกภาพ เพศ อายุ กลุ่มเพื่อน ช่วงเวลาของการเปิดรับข่าวสาร เป็นต้น

2. การแสวงหาข่าวสาร

จะช่วยตอบสนองความต้องการรับรู้ข่าวสาร และเพื่อการใช้ประโยชน์ต่าง ๆ หากได้รับข่าวสารที่สามารถให้ความรู้ในเรื่องที่สนใจ ก็นับเป็นข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันที

นักวิชาการด้านการศึกษาดำเนินการวิจัยได้ประมวลสถานการณ์เรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชนที่ทวีขึ้นมาก ในระยะ 30 ปีมานี้ และได้เสนอสิ่งที่เรียกว่า "สื่อมวลชนศึกษา" ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ (Halloran & Jones, 1987)

1. เพื่อสร้างเสริมภูมิคุ้มกันแก่เด็กและเยาวชนในการเลือกรับสื่อ (inoculation approach)
2. เพื่อสร้างความสามารถในการวิพากษ์สื่อในตัวผู้อ่านหรือผู้รับสื่อ (critical reader / viewer approach)
3. เพื่อสร้างความสามารถในการผลิตสื่อชุมชน (production of community media)
4. เพื่อสร้างความสามารถในการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ รูปแบบและเนื้อหาสาระของสื่อ โดยใช้ทฤษฎีสัญวิทยาและการวิเคราะห์ตัวบท (semiology and textual approach) และการวิเคราะห์จิตสำนึกของผู้รับสื่อ (readers' consciousness)

โดยรวมแนวคิดเรื่องสื่อมวลชนศึกษาหรือการรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) ในความหมายที่รู้จักกันแพร่หลาย หมายถึงแนวคิดที่จะส่งเสริมการอ่านสื่อออก เขียนสื่อได้ หรือสร้างความสามารถในการอ่านและประเมิน วิเคราะห์ข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ได้ สร้างความสามารถในการสื่อและแสดงออกเชิงข่าวสาร ข้อมูล ความคิดเห็น อารมณ์ความรู้สึกต่าง ๆ ผ่านสื่อหลายประเภทและหลายรูปแบบ สื่อมวลชนศึกษาทำให้เข้าใจว่าสื่อมวลชนสร้างภาพความเป็นจริงขึ้นมาได้อย่างไร นอกจากนี้สื่อมวลชนศึกษายังมุ่งส่งเสริมการเรียนรู้จักสื่อเพื่อให้เกิดความอ่อนไหว ศึกษาถึงความเป็นมนุษย์และวิถีชีวิตของผู้คนในสังคม และชื่นชมต่อมรดกทางวัฒนธรรม สำนึกู้เกี่ยวกับกับกระบวนการผลิตสื่อ

- ในการที่จะรู้เท่าทันสื่อ ผู้รับสารหรือผู้บริโภคสื่อควรมีฐานคิดหลัก 7 ประการ ดังนี้
1. **สื่อทุกชนิดเป็นสิ่งที่คนสร้างขึ้น** (all media are constructed) สื่อไม่ใช่กระจกที่สะท้อนภาพความจริงของโลกตามที่เป็นจริง ตรงกันข้ามสื่อพยายามใช้เทคนิคทุกอย่างในกระบวนการผลิตมาทำให้ผลที่ออกมาดูเป็นธรรมชาติที่สุด ทำให้เราไม่ค่อยตระหนักในข้อเท็จจริงที่ว่า สิ่งที่สื่อกำลังนำเสนอ นั้น แท้จริงก็คือผลิตผลขั้นสุดท้ายที่เกิดจากการตัดสินใจของมนุษย์ผู้ผลิตสื่อ
 2. **สื่อเป็นผู้สร้างภาพความจริง** (the media construct 'reality') การรับรู้และความเข้าใจของเราต่อโลกและสิ่งต่าง ๆ ในโลกเป็นการกระทำผ่านสื่อเกือบทั้งหมด สื่อเป็นผู้คัดเลือกจัดลำดับความสำคัญ ประเมินค่า และตีความสิ่งต่าง ๆ ก่อนที่จะส่งมาถึงเรา ซึ่งเราก็รับไปโดยเชื่อตามเป็นส่วนใหญ่
 3. **ผู้รับสามารถปรับเปลี่ยนความหมายของสื่อ** (audiences negotiate meaning in media) ผู้รับสารเองมีสิทธิเลือกตีความสารจากสื่อเดียวกันด้วยทัศนคติที่แตกต่างกันได้ แต่ละคนจะใช้สิทธิปรับเปลี่ยนความหมายของสื่อโดยมีปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนด ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ชนชั้นทางสังคม ชาติพันธุ์ พื้นฐานทางวัฒนธรรม ความต้องการและความพึงพอใจส่วนตัว เป็นต้น
 4. **สื่อมีนัยทางธุรกิจแฝงอยู่** (media have commercial implications) สื่อทุกวันนี้เป็นองค์กรทางธุรกิจเกือบทั้งหมด สื่อทุกชนิดมีหน้าที่ต้องทำกำไรสูงสุดให้กับองค์กร การผลิตเนื้อหาต่าง ๆ ของสื่อจึงต้องคำนึงถึงขนาดของผู้รับสารเป็นสิ่งแรก องค์กรสื่อเช่นนี้จะตีค่าสื่อไม่ต่างจาก "สินค้า" ทั่วไป แม้แต่ผู้รับสารก็พลอยถูกตีค่าเป็น "สินค้า" ที่นำไปขายให้กับสปอนเซอร์ได้ การที่สื่อเป็นธุรกิจจึงส่งผลโดยตรงต่อเนื้อหาสาร เทคนิคการผลิต และกระบวนการจำหน่ายแจกสื่อออกไปทั่วโลกด้วย
 5. **สื่อสอดแทรกความคิดอุดมการณ์ของผู้ผลิตมากับเนื้อหาสาร** (media contain ideological and value messages) สื่อทำหน้าที่โฆษณาเผยแพร่อุดมการณ์ และวิถีการดำเนินชีวิตให้กับคนในสังคมอย่างมีประสิทธิภาพยิ่ง
 6. **สื่อมีนัยทางสังคมและการเมือง** (media have social and political implications) สื่อมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและสังคมอย่างมหาศาล สื่อช่วยเสริมแรงให้กับค่านิยมทางสังคมแบบใหม่ซึ่งส่วนใหญ่เอาแบบอย่างจากตะวันตก ให้กลายเป็นค่านิยมที่สังคมยอมรับว่าถูกต้อง
 7. **สื่อแต่ละประเภทมีรูปแบบ ขนบ และสุนทรียภาพของตนเอง** (each media has its own form, convention and aesthetic) Marshal McLuhan เป็นผู้กล่าวว่า "สื่อคือตัวสาร"

(the mediums is the message) หมายความว่า สื่อทุกสื่อมีวิธีการในการนำเสนอสาร เพื่อสร้างความเป็นจริงให้กับผู้รับแตกต่างกัน ด้วยเรื่องราวหรือเหตุการณ์เดียวกัน สื่อต่างชนิดกันจะสื่อสารต่างกัน สร้างความรู้สึกในอารมณ์และความงามทางศิลปะที่แตกต่างกันให้กับผู้รับ รูปแบบของสื่อกับเนื้อหาของสื่อจึงมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด และรูปแบบของสื่อจึงเป็นส่วนหนึ่งของสารไปด้วยในตัว

ผลกระทบของสื่อมวลชน

ในการทำงานของสื่อมวลชน อาจก่อให้เกิดผลกระทบทั้งที่สื่อตั้งเป้าหมายไว้ (intended consequence) หรือที่ไม่ได้ตั้งใจ (unintended consequence) 4 ระดับ จากระดับย่อยไปสู่ระดับใหญ่ คือ

1. ระดับปัจเจกบุคคล ผลกระทบที่เกิดกับปัจเจกบุคคล ได้แก่ ด้านความนึกคิด (cognition) เช่น ความรู้ (knowledge) และความเห็น (opinion) ด้านความรู้สึก (affection) เช่น ทศนคติ ซึ่งหมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และด้านพฤติกรรม (behavior)
2. ระดับกลุ่มหรือองค์กร เช่น ดนตรีและรายการบันเทิงต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการสร้างวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มเด็กและวัยรุ่น หรือการโฆษณาโทรศัพท์มือถือทำให้คนรุ่นใหม่ในวัยทำงานติดโทรศัพท์ และนิยมสื่อสารกันด้วยภาษาผลสมกับถ้อยคำสั้น ๆ
3. ระดับสถาบันทางสังคม เช่น การเสนอข่าวในเชิงลบเกี่ยวกับพระสงฆ์น้อย ๆ ทำให้สถาบันศาสนาได้รับผลกระทบจนอาจนำไปสู่การปฏิรูปสถานการณ์สงฆ์
4. ระดับสังคมและวัฒนธรรม เช่น การจัดการประกวดนางงามและการเสนอเป็นข่าวใหญ่อย่างต่อเนื่อง เป็นการตอกย้ำค่านิยมเกี่ยวกับผู้หญิงในเรื่องรูปทรีพีย์ เรื่องผู้หญิงเป็นสินค้าทางเพศ เท่ากับเป็นการสนับสนุนให้ธำรงสภาพสังคมชายเป็นใหญ่ ค่านิยมการมีเมียน้อย การเที่ยวโสเภณีไปจนถึงการใช้ความรุนแรงในครอบครัว

นอกจากนี้ยังมีข้อสังเกตเกี่ยวกับผลกระทบทั้ง 4 ระดับว่า ผลกระทบที่เกิดอาจกระทบต่อเนื่องจากระดับหนึ่งไปสู่อีกระดับหนึ่งด้วยเสมอ เนื่องจากผลในระดับย่อยจะมีการสะสมไปสู่ผลในระดับใหญ่และในวงกว้างเมื่อระยะเวลาผ่านไปนาน ๆ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า สื่อทำให้เกิดผลกระทบได้หลายประการ คือ

- เป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามประสงค์
- เป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ไม่พึงประสงค์ก็ได้ (line spacing single)

- เป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบ้างเล็กน้อยในแง่รูปแบบหรือระดับความเข้มข้น
- เอื้อให้เกิด (facilitate) การเปลี่ยนแปลงทั้งที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์
- หนุนเสริม (reinforce) สิ่งที่มีที่เป็นอยู่แล้ว (ในกรณีนี้ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลง)
- ป้องกันการเปลี่ยนแปลง

ยุทธศาสตร์การใช้สื่อมวลชน

การใช้ช่องทางสื่อมวลชนและสื่อบุคคล เพื่อให้เข้าถึงได้ตรงกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดพฤติกรรม และบรรลุเป้าหมายที่กำหนดได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ผู้สื่อสารจะต้องรู้จักและเข้าใจคุณสมบัติของสื่อ ประโยชน์ของสื่อแต่ละประเภท ความเหมาะสมของสื่อในแต่ละสถานการณ์ ลักษณะเนื้อหาสาระที่จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย และแนวทางการใช้สื่อที่จะเกิดประสิทธิผลมากที่สุด หรือการผสมผสานใช้สื่อเพื่อเสริมซึ่งกันและกัน ซึ่งต้องมีความโดดเด่นน่าสนใจเพื่อสามารถดึงดูดผู้รับสารได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับศักยภาพในการดำเนินงานและบุคลากรที่จะดำเนินงาน การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายกับผลตอบแทนที่จะได้จากสื่อ ทั้งนี้การเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มี 2 ลักษณะ คือ (พรทิพย์ วรภิจโกคาทร , 2537 : 61-62)

1. สื่อที่สามารถควบคุมได้

- สามารถควบคุมได้ทั้งการผลิต (เนื้อหา สาระ วิธีการนำเสนอ รูปแบบ เทคนิคฯ) และการเผยแพร่ (ถึงใคร เมื่อไร ความถี่หรือจำนวนเท่าใด) เช่น แผ่นพับ จดหมายข่าว ภาพยนตร์ โฆษณา ชิ้นงานโฆษณา เป็นต้น
- สื่อมวลชนที่ได้ซื้อเนื้อที่และเวลา เพื่อเผยแพร่ข่าวสารที่ต้องการ หรืออาจเป็นข้อตกลงกับสื่อมวลชน (Barter) ที่ให้เนื้อที่และเวลาเพื่อเผยแพร่เหมือนกับการจ่ายเงินซื้อ

2. สื่อที่ควบคุมไม่ได้

- สื่อมวลชนที่ขอความร่วมมือให้เผยแพร่ข่าวสาร เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ ซึ่งปกติจะมีความเป็นอิสระ มีดุลยพินิจเป็นของตนเองที่จะพิจารณา ตัดสินว่าอะไรน่าจะเป็นข่าวได้ หรือเป็นข่าวที่ดี น่าสนใจแก่สาธารณชน สมควรที่เผยแพร่ต่อไปได้
- สื่อบุคคล ปกติบุคคลมีสิทธิส่วนตัวและมีอิสระ ไม่สามารถจะไปควบคุมได้บุคคลที่เผยแพร่ข่าวออกไป และสาธารณชนจะให้ความเชื่อถือในสารเป็นอันมากนั้น นอกจากเป็นผู้นำทางความคิดแล้ว มักจะเป็นพนักงานหรือผู้ที่เคยร่วมกิจกรรมนั้น ๆ

การรู้จักเลือกและใช้สื่อให้ถูกต้องเหมาะสม จะนำไปสู่การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ผู้รับสารเกิดความรู้ เกิดพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารต้องการได้ ซึ่งอาจยึดหลัก 2 ประการ คือ

1. สื่อแต่ละประเภทจะเข้าถึงผู้รับสารได้ต่างกัน และมีความเหมาะสมต่อข่าวสารแตกต่างกันด้วย
2. พยายามใช้ทั้งสื่อที่ควบคุมได้และสื่อที่ควบคุมไม่ได้ผสมผสานกัน เพราะหากสื่อทั้งสองให้สารตรงกัน จะเป็นการเพิ่มความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้มาก

ทั้งนี้เกณฑ์ในการเลือกใช้สื่อ ควรต้องศึกษาว่าการสื่อสารนั้น มีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอะไร ต้องกำหนดประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะกำหนดสื่อให้เหมาะสม และต้องกำหนดงบประมาณในการดำเนินงาน และยังอาจพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ สรุปได้คือ (นภาพรณ อัจฉริยะกุล และรุ่งนภา พิตรปรีชา ,2539 : 396-399)

1. ความสามารถของสื่อในการเข้าถึงผู้รับสาร

เป็นการนำคุณสมบัติของสื่อมาใช้ในการพิจารณาเลือกใช้สื่อในการสื่อสาร คือ ความสามารถของสื่อในการทำให้ผู้รับเกิดความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว ความสามารถของผู้รับสารในการเป็นเจ้าของสื่อ และความสามารถในการครอบคลุมสื่อ

2. งบประมาณในการจัดซื้อ

สื่อต่าง ๆ มีงบประมาณการจัดซื้อแตกต่างกันไปตามคุณลักษณะของสื่อ ถ้าผู้ซื้อ มีงบประมาณมากจะมีโอกาสเลือกสื่อหลายประเภทหรือสื่อที่มีราคาสูงและมีศักยภาพในการกำหนดความถี่ในการสื่อสาร การจัดสรรงบประมาณในการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างประสิทธิผลของการสื่อสาร

3. พิจารณาเลือกใช้เวลาหรือเนื้อหาในสื่อเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

การเลือกเนื้อหาหรือเวลาที่ต้องการและเหมาะสม จะทำให้ส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก และเป็นไปอย่างถูกต้องสอดคล้องกับความตั้งใจของผู้ส่งสาร ทำให้การส่งสารแต่ละครั้งมีคุณค่าและเกิดประสิทธิภาพ

4. การเลือกสื่อที่มีลักษณะเฉพาะและเหมาะสมกับเนื้อหาสาร

สื่อแต่ละประเภทมีความเหมาะสมต่อข่าวสารแตกต่างกันไป การเลือกสื่อให้ถูกต้องเป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือ จะทำให้สารที่ผู้ส่งสารตั้งใจจะส่งให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ง่ายและสะดวก

5. ความถี่ในการสื่อสาร

การส่งข่าวสารด้วยความถี่ จะส่งผลให้ผู้รับสารสามารถจดจำข้อมูลสาร และจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลพบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ เพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพมากกว่าหากต้องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดจากสื่อมวลชนอย่างเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่น หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ (Rogers, 1978 : 291)

อย่างไรก็ตามการใช้สื่อมวลชนควบคู่ไปกับสื่อบุคคล (Media Forums) สามารถลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร สื่อบุคคลจะทำหน้าที่สนับสนุนผลหรืออิทธิพลที่เกิดจากสารของสื่อมวลชน และการสื่อสารโดยใช้สื่อมวลชนและสื่อบุคคลจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของสารที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยช่วยลดอุปสรรคอันอาจเกิดจากการเลือกรับสารและการตีความสาร (เสถียร เขยประทับ , 2525 : 232-233)

สำหรับแนวคิดด้านอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชน ผู้วิจัยใช้เป็นกรอบในวิเคราะห์ถึงรูปแบบการสื่อสารของสมาชิกชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยว

ปัญหำนำการวิจัย 1 : ชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายมีรูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างไร

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบทบาททางการสื่อสารของผู้นำ

1. แนวคิดด้านการรวมกลุ่ม

Feldmars and Arnold ให้คำนิยามว่า "กลุ่ม" หมายถึง คนตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่มารวมตัวกัน โดยมีลักษณะสำคัญคือ มีความสัมพันธ์กันรับรู้ว่าตนเองมีความสนใจและเป้าหมายร่วมกัน มารวมตัวกันเพื่อความสำเร็จของกิจกรรมในการทำงาน

Marwin Shaw (อ้างใน ยุบล เบญจรงค์กิจ และคณะ, 2534 : 70) กล่าวว่า "กลุ่ม" หมายถึง บุคคลสองคนหรือ มากกว่า ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ในลักษณะที่บุคคลแต่ละคน มีอิทธิพลและได้รับอิทธิพลซึ่งกันและกัน และจากการที่กลุ่มบุคคลมีการปะทะสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ทำให้กลุ่มมีลักษณะที่แตกต่างจากการรวมตัวทั่วไป

ดิเรก เต็งจำรูญ (2525) กล่าวว่า การรวมพลังประชาชน จัดตั้งเป็นองค์กรประชาชน เพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจในการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ชุมชน ด้วยกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน คิดปรึกษาหารือ วางแผนและร่วมกันลงมือกระทำ จนกระทั่งถึงสิ่งสุดท้าย คือการได้รับการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ได้รับจากการเปลี่ยนแปลงนั้น ซึ่งการรวมตัวกันเป็นองค์กรประชาชนนั้น จึงไม่ใช่เป็นการรวมตัวกันเพื่อต้องการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเท่านั้น แต่จะต้องครอบคลุมทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ในการพัฒนาชุมชน จึงถือว่า กลุ่มเป็นหัวใจสำคัญในการทำงาน เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแก่ชุมชน

ดังนั้น "กลุ่ม" คือ การรวมตัวของบุคคลมากกว่า 2 คนขึ้นไป มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน มีความสนใจร่วมกันในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

การรวมกลุ่มเป็นความร่วมมือของบุคคลต่าง ๆ ที่มีสถานภาพ บทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกัน แต่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผูกพันกันในบริบทเดียวกัน และในลักษณะที่ก่อให้เกิดกิจกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน ซึ่ง อารมณ์ จันทรสว่าง (2525) สรุปว่า กลุ่มจะรักษาความเป็นกลุ่มให้คงอยู่ได้ด้วยเงื่อนไข 4 ประการคือ

1. มีจุดประสงค์ร่วมกันของกลุ่ม
2. มีความพึงพอใจของปัจเจกบุคคลในกลุ่ม
3. มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่ม
4. มีการพึ่งพาอาศัยกันและกันของสมาชิก

นอกจากนี้ พบว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มในสังคมไทย มีดังนี้ (วิไลรัช กฤษณะภูติ , 2532)

ปัจจัยด้านสังคม เช่น ความต้องการเข้าสังคม ต้องการเพื่อนคู่คิดมิตรคู่ใจ ต้องการพึ่งพาอาศัยกันและช่วยกันทำงานเป็นกลุ่ม เป็นต้น

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ คือ การมีกิจกรรมด้านเศรษฐกิจสอดคล้องกัน คล้ายคลึงกัน เช่น การมีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี เทคโนโลยีสมัยใหม่ย่อมจะมีผลในการติดต่อสัมพันธ์ทางสังคม และมีผลต่อการดำรงชีวิต เช่น เทคโนโลยีด้านการสื่อสาร การคมนาคม จะช่วยให้การติดต่อระหว่างกลุ่มสะดวกขึ้นและช่วยในการให้ข้อมูลข่าวสารเร็วขึ้น

ปัจจัยด้านชีวภาพและจิตวิทยา เช่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ต้องการการยอมรับในความสามารถและอื่น ๆ

เมื่อมีบุคคลมากกว่า 2 คน หรือมีกลุ่มคนมากกว่า 2 คนมารวมกันโดยมีจุดประสงค์ร่วมกันแล้ว กลุ่มจะค่อย ๆ มีพัฒนาการไปตามลำดับแบบมีขั้นตอน (วินิจ เกตุขำและคมเพชร ฉัตรสุภากุล, 2522) ดังนี้

1. **ระยะก่อตั้ง (Forming Stage)** เป็นระยะที่สมาชิกของกลุ่มเริ่มมารวมตัวกัน ยังไม่มีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น ยังไม่มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกแต่ละคน และสมาชิกแต่ละคนยังยึดตนเองเป็นศูนย์กลางเพราะยังไม่มีผู้นำ ทุกคนยังสงวนท่าที และพยายามแสดงให้ผู้อื่นรู้จัก หรือยอมรับ

2. **ระยะหัวเลี้ยวหัวต่อ (Storming Stage)** เป็นระยะที่สมาชิกของกลุ่มยังไม่สามารถตกลงในหลักการดำเนินงาน ยังคงมีการโต้แย้งเพื่อหาข้อตกลงของกลุ่ม และกลุ่มยังไม่มีทิศทางในการดำเนินงานที่แน่นอน ระยะนี้เป็นระยะแห่งความขัดแย้งหรือความคับข้องใจ (Conflict and Frustration Phase)

3. **ระยะยินยอม (Norming Stage)** เป็นระยะที่เริ่มแก้ไขข้อบกพร่อง เรียนรู้จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคของกลุ่ม สมาชิกแต่ละคนเริ่มปรับตัว มีการใช้เหตุผลและผลในการพูดคุย เพราะกลุ่มเริ่มมีแนวคิดหรือบรรทัดฐานที่เป็นกลางและสมาชิกให้การยอมรับ บางทีอาจเรียกว่า เป็นระยะเวลาที่กลุ่มมีความสามัคคีกลมเกลียว (Group Harmony Phase)

4. **ระยะปฏิบัติการ (Performing Stage)** เป็นระยะที่สมาชิกร่วมมือประสานกันเป็นอย่างดี สามารถดำเนินการไปตามเป้าหมายของกลุ่ม มีผลงานที่แสดงออกมาให้สาธารณชน

สมาชิกของกลุ่มช่วยกันพัฒนากลุ่มให้ดำเนินกิจกรรมลุล่วงไปได้ หรืออาจเรียกว่า ระยะเวลาที่กลุ่มมีผลงานและยึดกลุ่มเป็นศูนย์กลาง (Group Centered , Productive Phase)

Judith Dwyer (1997 : 140) เสนอพัฒนาการระยะหนึ่งของกลุ่ม คือ ระยะเวลาเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นระยะที่กลุ่มเริ่มมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างใหม่ หลังจากที่กลุ่มได้ทำงานสิ้นสุดหรือ บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มแล้ว หรือ ผู้บริหาร คณะกรรมการของกลุ่มหมดวาระลง จะเกิดความชัดเจนในเรื่องผลงาน และความสัมพันธ์กันของสมาชิก สมาชิกจะตรวจสอบถึงผลการดำเนินงาน และวางแผนการทำงานครั้งต่อไป และจะละทิ้งออกจากกลุ่มไปในที่สุด

ดังนั้น ได้มีการสรุปกระบวนการเกิดกลุ่มจากการรวบรวมจากนักวิชาการหลายท่านในทิศทางเดียวกันได้ดังนี้ (อ้างใน สุวีริรัตน์ กฤษณะรังสรรค์, 2540:10)

ขั้นก่อตัวของกลุ่ม ที่เกิดจากการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจนกระทั่งกลายเป็นการกระตุ้นจิตสำนึกถึงสิ่งที่เผชิญอยู่

ขั้นการดำเนินการเคลื่อนไหว หรือ การรวมตัวกันจัดตั้งกลุ่ม หลังจากที่พูดคุยตกลงกันจึงต้องมีการวางแผนงาน วางระเบียบและวางแนวทางในการทำงานกลุ่ม

ขั้นการเจริญเติบโตและการขยายกิจกรรมของกลุ่ม ระดมทรัพยากรจากภายในและภายนอกชุมชน ใช้กระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ในการสร้างเครือข่าย

สก๊อต เพค (Scott Peck, 1987) ได้เสนอถึงการรวมตัวของประชาชนในชุมชนตามขั้นตอนต่าง ๆ ได้ดังนี้

ระยะ "Pseudo-community"

เป็นระยะที่ผู้เข้าร่วมกลุ่มมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยจะเก็บความรู้สึกไม่แสดงความคิดเห็นที่แท้จริงออกมา เพื่อจะเป็นการหลีกเลี่ยงความขัดแย้งระหว่างกัน ซึ่งจะเป็นอุปสรรคในการสร้างชุมชนที่แท้จริง

ระยะ "Chaos"

เป็นระยะเกิดความวุ่นวายขึ้น โดยผู้เข้าร่วมกลุ่มจะเริ่มมีความคิดเห็นแตกแยกกัน

สมาชิกเริ่มมีการต่อต้านกัน ซึ่งระยะนี้จะเกิดขึ้นหลังจากการเรียนรู้ร่วมกันมาระยะหนึ่ง และจะเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะนำไปสู่การเป็นชุมชนที่แท้จริง เพราะความคิดเห็นของผู้ที่เข้าร่วมจะเปิดเผย การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในระยะนี้จะขึ้นอยู่กับผู้นำ และการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ควรปรับโครงสร้างให้มีความยืดหยุ่น เพราะการจัดโครงสร้าง สายการบังคับบัญชาจะเป็นอุปสรรคในการสร้างชุมชนที่แท้จริง

ระยะ "Emptiness"

เป็นระยะที่ผู้เข้าร่วมกลุ่มจะ "หยุดพัก" และเริ่มที่จะมีการเห็นอกเห็นใจกัน และจะไม่มีการคาดหวังในสิ่งต่าง ๆ ที่ต้องการให้เป็น เพราะการคาดหวังจะเป็นการบีบคั้นให้การดำเนินกิจกรรมเป็นไปตามที่ตั้งไว้ จะเกิดความเครียดในการดำเนินกิจกรรม

ระยะ "Community"

เป็นระยะที่เป็นชุมชนที่แท้จริง ผู้ที่เข้าร่วมกลุ่มจะมีความรู้สึกร่วมกัน และมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในชุมชนร่วมกันอย่างแท้จริง โดยเน้นที่ว่าควรจะมีการรวมตัวที่แท้จริงก่อน แล้วจึงมีการแก้ไขปัญหาร่วมกันตามมา และเมื่อการรวมกลุ่มมีการปรับปรุงการดำเนินการ เป้าหมายต่าง ๆ อาจจะไปเริ่มที่ระยะแรก คือ "Pseudo-community" หรือ ระยะ "Chaos" ได้เช่นเดียวกัน

เมื่อเกิดการรวมกลุ่มแล้วนั้น นักสังคมวิทยาและนักจิตวิทยา ได้แบ่งประเภทของกลุ่มออกเป็น 4 ประเภทด้วยกัน คือ (กมลรัตน์ หล้าสูงษ์ : 2527,270-273)

- กลุ่มปฐมภูมิ (Primary group)
- กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary group)
- กลุ่มวงในและกลุ่มวงนอก (In-groups and Out-groups)
- กลุ่มอ้างอิง (Reference group)

กลุ่มปฐมภูมิ

หมายถึง กลุ่มสมาชิกมีความสนิทสนมคุ้นเคยกัน มีการพบปะสังสรรค์กันบ่อยครั้งหรือเป็นประจำ ตลอดจนมีการพึ่งพาอาศัยช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เช่น กลุ่มครอบครัว เพื่อนบ้าน เป็นต้น

ลักษณะสำคัญของกลุ่มนี้คือ

- เป็นกลุ่มที่มีขนาดเล็ก (ไม่เกิน 20 คน)
- สมาชิกมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด มีความรักใคร่ สนับสนุนกลมเกลียวกัน มีความสนใจและเจตคติต่อสิ่งต่าง ๆ คล้ายคลึงกัน
- มีพื้นเพ ฐานะความเป็นอยู่และภูมิหลังใกล้เคียงกันหรือคล้ายคลึงกัน

กลุ่มทุติยภูมิ

หมายถึง กลุ่มที่สมาชิกมีความสัมพันธ์กันอย่างห่างเหิน ขาดความใกล้ชิด สนับสนุนกันซึ่งแตกต่างจากกลุ่มปฐมภูมิอย่างตรงกันข้าม

ลักษณะสำคัญของกลุ่มนี้คือ

- เป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่จำนวนสมาชิกในกลุ่มมีมาก (มากกว่า 20 คนขึ้นไป)
- สมาชิกมีความสัมพันธ์กันอย่างห่างเหินมีการติดต่อกันแบบเป็นพิธีรีตองหรือเป็นทางการ
- มีพื้นเพฐานะความเป็นอยู่และภูมิหลังแตกต่างกัน

กลุ่มวงในและกลุ่มวงนอก

กลุ่มวงใน หรือกลุ่มพวกเดียวกัน

ลักษณะสำคัญของกลุ่มนี้คือ

- สมาชิกในกลุ่มมีความรู้สึกว่ามีกลุ่มนั้นเป็นกลุ่มของตน โดยมีสิ่งเกี่ยวพันบางประการ เช่น ครอบครัวของตน ชาติเดียวกันหรือพวกที่ประสบเคราะห์กรรมอย่างเดียวกัน
- มีความสามัคคีเป็นปึกแผ่น
- มีความจงรักภักดีต่อกัน
- มีความรู้สึกเป็นมิตรต่อกัน หรือมีความรักใคร่สนทนากันระหว่างสมาชิกภายในกลุ่ม
- มีความร่วมมือกันในการทำงาน

กลุ่มวงนอก หรือกลุ่มพวกอื่น

ลักษณะสำคัญของกลุ่มนี้คือ

- สมาชิกในกลุ่มมีความรู้สึกว่ามีได้เป็นพวกเดียวกัน
- มีความรู้สึกห่างเหิน ไม่เป็นปึกแผ่น ไม่เป็นกลุ่มก้อน
- มีความรู้สึกไม่เป็นมิตรต่อกัน บางครั้งรู้สึกเป็นศัตรูต่อกัน
- มีการก้าวร้าว รุกราน ไม่มีความเห็นอกเห็นใจกัน

กลุ่มอ้างอิง

หมายถึง กลุ่มที่บุคคลไม่ได้เป็นสมาชิกแต่ถือว่ากลุ่มนั้น ๆ มีความหมายสำหรับตน โดยการพยายามปฏิบัติตามปทัสฐานของกลุ่มนั้น ๆ และมีความมุ่งหวังว่าตนจะเข้าร่วมกลุ่มด้วยในโอกาสต่อไป

เมื่อกลุ่มเริ่มก่อตัวขึ้นและมีพัฒนาการจากระดับแรกไปจนถึงระดับที่กลุ่มมีความมั่นคง กิจกรรมหนึ่งที่สามารถทำให้กลุ่มอยู่รอดในทุกระยะของการเติบโต คือ การสื่อสาร เพราะการสื่อสารช่วยให้สมาชิกของกลุ่มมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน เกิดการเชื่อมโยงระหว่างสมาชิกของกลุ่ม การติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มจะมีลักษณะเครือข่าย (สุนันทา ชุมพล, 2517: 17) การรวมตัวของกลุ่มองค์กรในรูปของเครือข่ายเปรียบเสมือนเป็น "องค์กรร่ม" (Umbrella Organizations) ที่เชื่อมองค์กรสมาชิกและสมาชิกเข้าด้วยกัน เป็นช่องทางให้มีการสื่อสารระหว่างกัน พุดคุยแลกเปลี่ยนกันในประเด็นปัญหาที่สนใจร่วมกัน (ยุทธนา วรณปิติกุล และสุพิศ เริงจิต อังใน ปารีชาติ วลัยเสถียรและคณะ ,2543:307)

Patton Giffin (1978 : 90 – 96) กล่าวว่า การดำรงอยู่ของกลุ่ม ต้องมีการสื่อสารมาสร้างความเข้าใจร่วมกันในกลุ่ม และทำให้กลุ่มสามารถดำเนินงานได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยปริมาณและคุณภาพของการสื่อสารภายในกลุ่ม จะต้องขึ้นกับตัวแปรต่อไปนี้

สถานภาพของสมาชิก (Member status)

สถานภาพของสมาชิก หมายถึง คุณสมบัติของสมาชิกที่เป็นที่ยอมรับ หรือปรารถนาของสังคม ซึ่งจากการศึกษาพบว่า

- สมาชิกที่มีสถานภาพสูงจะสื่อสารมากกว่าสมาชิกที่มีสถานภาพต่ำ
- สมาชิกที่มีสถานภาพสูงจะสื่อสารกับสมาชิกที่มีสถานภาพสูงด้วยกัน บ่อยครั้งกว่าการสื่อสารกับสมาชิกที่มีสถานภาพต่ำ และสมาชิกที่มีสถานภาพต่ำจะสื่อสารกับสมาชิกที่มีสถานภาพต่ำด้วยกันบ่อยครั้ง และผลการวิจัยบางเรื่อง พบว่า สมาชิกที่มีสถานภาพต่ำ อาจจะสื่อสารอย่างไม่เป็นมิตร เมื่อเขาหวังอย่างยิ่งที่จะมีสถานภาพสูงขึ้น

ขนาดของกลุ่ม (Group size)

ขนาดของกลุ่มมีความสัมพันธ์กับการสื่อสาร เมื่อกลุ่มใหญ่ขึ้นระดับของปฏิกริยาย้อนกลับ (feedback) จะลดน้อยลง ทำให้การสื่อสารผิดพลาด และเพิ่มความขัดแย้งไม่เป็นมิตรต่อกัน นอกจากนั้น ขนาดของกลุ่มยังมีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกเช่นกัน

Hare และ Slater ได้ชี้ให้เห็นว่า ยิ่งกลุ่มใหญ่ขึ้นความพึงพอใจที่สมาชิกจะได้รับก็น้อยลง โดย Hare และ Slater พบว่า ขนาดของกลุ่มที่เหมาะสมที่สุดต้องไม่เกิน 5 คน เพราะจะไม่มีปัญหาเรื่องมนุษยสัมพันธ์ภายในกลุ่มและในการทำงานใดของกลุ่ม ทุกคนได้ทำงานจริงเท่า ๆ กัน แทนที่จะนั่งฟังการสื่อสารเท่านั้น สำหรับในกลุ่มขนาดเล็ก ผู้ส่งสารมีการตอบคำถามของสมาชิกได้ทั่วถึง และสิ่งนี้จะทำความพึงพอใจให้กับสมาชิกมาก

บรรทัดฐานของความสอดคล้อง (Conformity)

บรรทัดฐานความสอดคล้องและการสื่อสารมีความสัมพันธ์กัน คือ สมาชิกที่เบื้องต้นมีความเห็นไม่สอดคล้องกับกลุ่มจะเป็นเป้าหมายที่ถูกมุ่งเพิ่มปริมาณการสื่อสาร หากเขายังคงไม่สอดคล้องกับกลุ่มเหมือนเดิม เขาก็ถูกปฏิเสธการสื่อสารด้วย

การรวมตัวกันของกลุ่ม (Cohesiveness)

กลุ่มที่รวมตัวกันอย่างเหนียวแน่น การสื่อสารของสมาชิกจะเท่าเทียมกัน มีปริมาณการสื่อสารมาก และมองว่าการสื่อสารมีคุณค่ามากกว่ากลุ่มที่สมาชิกรวมตัวน้อย และการสื่อสารระหว่างสมาชิกกลุ่มที่มีการรวมตัวกันสูง จะมีประสิทธิภาพมากกว่าการสื่อสารของกลุ่มที่รวมตัวกันน้อย

โครงสร้างอำนาจ (Power structure)

โครงสร้างอำนาจ หมายถึง อิทธิพลของสมาชิกกลุ่มที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นในระหว่างการอภิปราย ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม จากการศึกษาพบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจของสมาชิกกลุ่มกับปริมาณของพฤติกรรมการสื่อสาร ขณะเดียวกันทิศทางและเนื้อหาของการสื่อสารก็ได้รับอิทธิพลมาจากโครงสร้างอำนาจในกลุ่มด้วย

บทบาท (Role)

บทบาทของบุคคลสำคัญ จะมีความสัมพันธ์กับปริมาณการสื่อสารกับสมาชิก และได้รับการสื่อสารกลับจากสมาชิกกลุ่ม นอกจากนี้ปริมาณการสื่อสารยังมีความสัมพันธ์กับข้อเสนอแนะและความคิดที่ดีที่สุดอีกด้วย

บุคลิกภาพของสมาชิก (Number personality)

บุคลิกภาพของสมาชิกมีผลกระทบอย่างชัดเจนต่อพฤติกรรมการสื่อสาร Berlowitz ได้วัดบุคลิกภาพของสมาชิกจากการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นจากบุคคลต่าง ๆ ในกลุ่มตามสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งได้ข้อสรุปจากผลการวิจัยว่า การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์

ก่อให้เกิดการตอบสนองของบุคคลแตกต่างกัน รวมทั้งความแตกต่างในปริมาณการสื่อสาร อัตราการสื่อสาร และประเภทการสื่อสาร

เป้าหมายของกลุ่ม (Group tasks)

การบรรลุความสำเร็จของการทำงานหรือเป้าหมายของกลุ่ม มีความสัมพันธ์กับการสื่อสาร Beales และ Slater ได้แสดงให้เห็นว่าปริมาณของการส่งและการรับข่าวสาร ตลอดจนการออกแบบการไหลของข่าวสาร เพื่อให้เกิดความคิดขึ้นในกลุ่มนั้นมีความสัมพันธ์กับการประสบความสำเร็จของกลุ่มเมื่อเป้าหมายของกลุ่มมีความยากไม่มาก

ดังนั้น การรวมกลุ่มของประชาชนเพื่อการพัฒนาอันจะมีเรื่องของการสื่อสารเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในทุกๆ ระยะ ทั้งระยะก่อตั้ง ระยะหัวเลี้ยวหัวต่อ ระยะยินยอม และระยะปฏิบัติการ โดยรูปแบบของการสื่อสารที่ปรากฏ คือ การสื่อสารสองทางที่ให้สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการสนทนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและร่วมหาทางแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม โดยผ่านช่องทางการสื่อสารทุกรูปแบบ อาทิ การสนทนา การประชุม การสัมภาษณ์ ทั้งที่มีลักษณะเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

เวทินี สตะเวทิน (2542) ศึกษาเรื่องการสื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำพู ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการก่อตัวของประชาคมบางลำพู ประกอบด้วย 5 ปัจจัยคือ แนวคิดของบุคคลในการเข้าร่วม ความผูกพันกับชุมชนของคนดั้งเดิมในพื้นที่ ลักษณะของแกนนำริเริ่มในการก่อตัว ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารในการก่อตัว และ การกระตุ้นจากบุคคลภายนอก

อรุณีวรรณ นาตรี (2544) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารในการจัดการประชาคมทับเที่ยง” พบว่า ปัจจัยที่เอื้อต่อการก่อตัวของประชาคมทับเที่ยง ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ ลักษณะของแกนนำ ลักษณะของเนื้อหาหรือสาร ลักษณะของช่องทางการสื่อสาร แนวคิดของบุคคลในการเข้าร่วมและสถานการณ์ในสังคมทับเที่ยง นอกจากนี้กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในการจัดการประชาคมทับเที่ยง ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์ด้านการสร้างการมีส่วนร่วม และกลยุทธ์ด้านสื่อ

บุญเกิด มาอ่อง (2537) ศึกษาเรื่อง การรวมกลุ่มและการทำกิจกรรมของผู้ฟังวิทยุ จส. 100 พบว่า เหตุผลของการเข้าร่วมกิจกรรมเหล่านี้ เพื่อทำประโยชน์ให้กับสังคมตามแนวทาง “ด้วย

ใจเพื่อสังคม" ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายของ จส.100 นอกจากนั้นแล้วยังพบว่า การร่วมกิจกรรมนั้นยังแฝงไปด้วยผลประโยชน์ส่วนตัว

พรพนสิริ จิตรรัตน์ (2544) ศึกษาเรื่อง เครือข่ายของการสื่อสารของกลุ่มการเมืองท้องถิ่น ใน จ.ชลบุรี พบว่า กระบวนการของกลุ่มประกอบไปด้วย 4 ระยะคือ ระยะที่ 1 การปรากฏขึ้นของหัวหน้ากลุ่ม ระยะที่ 2 การก่อตัวของกลุ่ม ระยะที่ 3 การขยายตัวของกลุ่ม ระยะที่ 4 กลุ่มที่เป็นรูปธรรมและมีแบบแผนที่ชัดเจน ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในกระบวนการรวมกลุ่ม ปัจจัยหลักคือ ผู้นำกลุ่มและการจัดสรรผลประโยชน์ระหว่างสมาชิก ปัจจัยสนับสนุนคือ การสื่อสาร การพยายามจัดการความขัดแย้ง ความเคร่งครัดในกฎระเบียบ โครงสร้างเครือข่ายที่ครอบคลุม และผลงานด้านการพัฒนาที่เป็นรูปธรรม

สำหรับแนวคิดด้านการรวมกลุ่ม ผู้วิจัยใช้เป็นกรอบในวิเคราะห์บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยว

ปัญหานำการวิจัย 2 : ผู้นำชุมชนมีบทบาททางการสื่อสารอย่างไร ต่อการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย

2. แนวคิดด้านบทบาทผู้นำ

ความหมายของชุมชน

ประเวศ วะสี ให้ความหมายของ "ชุมชนเข้มแข็ง" ว่า การที่ประชาชนจำนวนหนึ่งมีการติดต่อสื่อสารกัน หรือมีการรวมกลุ่มกัน มีความเอื้ออาทรต่อกัน มีความรัก มีมิตรภาพ มีการเรียนรู้ร่วมกันในการปฏิบัติบางสิ่งบางอย่าง และมีระบบการจัดการในกลุ่ม โดยการพัฒนาให้เกิดความเข้มแข็งที่ชุมชน (Community Strengthening)

ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม ให้ความหมายของคำว่า "ชุมชน" ว่า หมายถึง กลุ่มคนที่มีวิถีชีวิตเกี่ยวพันกันและมีการติดต่อสื่อสารเกี่ยวข้องกันอย่างปกติ อันเนื่องมาจากการอยู่ในพื้นที่ร่วมกัน หรือมีอาชีพร่วมกัน หรือการประกอบกิจการจึงมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน หรือการมีวัฒนธรรม ความเชื่อ หรือความสนใจร่วมกัน

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ ให้ความหมาย ของ “ชุมชนนิยม” ว่า หมายถึง สังคมที่คนเห็นประโยชน์และรู้จักใช้ประโยชน์จากชุมชน อีกทั้งให้ประโยชน์ตอบแทนแก่ชุมชน คนในสังคมจะได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมเข้าร่วมเป็นสมาชิกชุมชนใดชุมชนหนึ่งหรือหลายชุมชนที่เหมาะสมกับตน ส่งผลให้คนในสังคมมีการรวมตัวกันจัดเป็นชุมชนเล็ก ๆ มากมายและมีความหลากหลาย โดยแต่ละชุมชนมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งและแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน และเป็นผลดีต่อสมาชิกทั้งทางด้านกายภาพและจิตใจ และก่อประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

กาญจนา แก้วเทพ ให้ความหมายของคำว่า ชุมชน ว่าหมายถึง กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในอาณาเขตบริเวณเดียวกัน มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน มีฐานะอาชีพที่เหมือนกัน หรือคล้ายคลึงกัน (Homogeneous) มีลักษณะการใช้ชีวิตร่วมกัน มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนมีความรู้สึกว่าเป็นคนในชุมชนเดียวกัน มีการดำรงรักษาคุณค่าและมรดกทางวัฒนธรรมและศาสนา ถ่ายทอดไปยังลูกหลาน ซึ่งการเป็นชุมชนนั้นไม่ได้อยู่ที่ลักษณะทางกายภาพหรือขึ้นอยู่กับเพียง “ตัวคน” เท่านั้น แต่ปัจจัยที่ค่อนข้างจะเป็นตัวชี้ขาดความเป็นชุมชนคือ “ความสัมพันธ์ระหว่างคนต่อคนในชุมชนนั้น”

M. Scott Peck (อ้างในอนุชาติ พวงสำลี และ วีรบุรณ วิสารทสกุล, 2540:10) ได้ให้ความสำคัญของการสื่อสารในการสร้างชุมชนที่แข็งแรงไว้ว่า ชุมชน คือ กลุ่มที่ตกลงใจที่จะเรียนรู้วิธีแห่งการสื่อสารซึ่งกันและกันอย่างลึกซึ้งและแท้จริง

โรเบิร์ต พัทแนม ได้ทำการศึกษาในเมืองทูเปโล ซึ่งรวบรวมโดย เดวิส แมททิวส์ (จิรัฐฒิ เสนาคำ แปล , 2540:5) พบว่า องค์ประกอบอย่างหนึ่งที่ทำให้ชุมชนเข้มแข็งนั่นคือ โครงสร้างพื้นที่สาธารณะ และช่องทางการสื่อสาร โดยค้นพบว่าชุมชนที่เข้มแข็งจะต้องมีสถานที่ที่ผู้คนสามารถพูดถึงปัญหาร่วมกัน ทั้งเป็นทางการ พูดคุยแบบเป็นทางการ เช่น การประชุม การพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ เช่น การสนทนาของคนสองคน หรือ การสนทนาของกลุ่มเล็ก ซึ่งสถานที่ดังกล่าวมีความสำคัญต่อการเกิดความตั้งใจในการแก้ไขปัญหาาร่วมกันและช่วยสร้างความเป็น “พลเมือง” ให้กับประชาชน

ในด้านการดำเนินกิจกรรมเพื่อการพัฒนา นั้น นอกจากองค์ประกอบทางการสื่อสารที่ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มและการบริหารจัดการแล้ว “ผู้นำ” ก็เป็นองค์ประกอบสำคัญ เนื่องจากการที่จะทำให้สมาชิกในกลุ่มเกิดจิตสำนึกสาธารณะและยอมรับแนวคิด รวมทั้งการปฏิบัติตามนั้น สมาชิกต้องมีการปฏิบัติตามบุคคลที่พวกเขายอมรับในความสามารถและมีความเชื่อมั่นว่าบุคคล

ผู้นี้จะนำพวกเขาไปสู่ความสำเร็จ ด้วยเหตุนี้บทบาทของผู้นำกลุ่มหรือผู้นำชุมชนจึงเข้ามามีส่วนอย่างมากในการจัดการโครงการต่าง ๆ โดยบทบาทมุ่งที่เป้าหมายใน การพัฒนาชุมชน (Community Development) การเปลี่ยนแปลงชุมชน (Community Change) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งโครงสร้าง (Structure) และหน้าที่ (Function) ในสังคม

ความหมายของผู้นำ

ชอว์ (Shaw) ให้ความหมายของ ผู้นำ ว่า บุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เป็นสมาชิกของกลุ่ม โดยที่เขาพยายามจะมีอิทธิพลเหนือสมาชิกคนอื่น ๆ ภายในกลุ่มหรือ หมายถึง สมาชิกคนใดคนหนึ่งพยายามที่จะมีอิทธิพลเหนือสมาชิกคนอื่น ๆ มากกว่าที่สมาชิกเหล่านั้นจะพยายามมีอิทธิพลเหนือเขา

Gay Lumsden และ Donald Lumsden (1998:30) ได้กล่าวถึง ผู้นำ ว่า ผู้นำจะมี 2 รูปแบบ คือ ผู้นำที่เกิดจากการจัดตั้ง และผู้นำที่เกิดขึ้นโดยสถานการณ์ ซึ่งผู้นำทั้ง 2 แบบนี้มักจะแตกต่างกันทั้งในแง่ของพฤติกรรมและตำแหน่ง โดยผู้นำจากการจัดตั้งจะได้รับการแต่งตั้ง และมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ซึ่งถ้าการปฏิบัติหน้าที่ไม่มีประสิทธิภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาวะปัจจุบันที่เน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิก ผู้ตาม หรือสมาชิกอื่น ๆ อาจจะหมดศรัทธาและไม่ยอมรับอำนาจการบังคับบัญชา ซึ่งจะทำให้การทำงานเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ และจะเริ่มมองหาผู้นำคนอื่น ส่วนผู้นำที่เกิดขึ้นโดยสถานการณ์มักจะเกิดขึ้นเมื่อสถานการณ์ในการดำเนินงานเกิดความวุ่นวาย สับสน โดยผู้นำรูปแบบนี้จะโน้มน้าวให้สมาชิกในกลุ่มเข้าใจตรงกัน และร่วมกันแก้ไขปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ต่อไป ซึ่งจะเป็นไปได้ว่าในลักษณะนี้สมาชิกคนอื่น ๆ ในกลุ่มก็สามารถที่จะขึ้นมาเป็นผู้นำก็ได้ ถ้าสถานการณ์ลุล่วงและโอกาสเอื้ออำนวย

Roderick Bell (1969) ให้ความหมายของผู้นำว่า เป็นผู้ซึ่งอยู่ในอำนาจหรือตำแหน่งที่ถูกกำหนดให้เป็นผู้นำ เป็นผู้ซึ่งสามารถมีอิทธิพลในการจัดสรรและจัดการต่อสิ่งที่มีคุณค่าต่าง ๆ มากกว่าคนอื่น ๆ ในชุมชนนั้นเพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามความมุ่งหมายที่ปรารถนาทั้งของตนและสมาชิกของชุมชน

สำเร็จ สิงหะวาระ (2506:48) ให้ความหมายว่า ผู้นำ คือ สัญลักษณ์ (Symbol) แห่งความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและเป็นผู้รับฝากไว้ (Depository) ซึ่งปณิธานและความหวังของสมาชิก ผู้นำจึงเป็นเงา (Image) หรือภาพสะท้อน (Projection) ของสมาชิก

สมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ (2537) ให้ความหมายของ ผู้นำ ว่า เป็นผู้ที่มีความสามารถที่จะนำชาวบ้านในด้านที่ผู้นำนั้นมีความสามารถโดยมีจิตสำนึกและอุดมการณ์ที่จะยังประโยชน์ให้เกิดแก่ชุมชน โดยไม่ต้องรอคำสั่งให้ปฏิบัติการใด ๆ จากอำนาจทางการ

อรรถัย ชื่นมนุชย์ (2519) สรุปลักษณะกว้าง ๆ ของความหมายของผู้นำไว้ดังนี้

- ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้นำ
- ผู้นำที่เป็นจุดรวมของพฤติกรรมในกลุ่ม
- ผู้นำที่ถูกเลือกขึ้นมาจากเหล่าสมาชิกในกลุ่ม
- ผู้นำที่มีอิทธิพลต่อสมาชิกคนอื่น ๆ โดยที่สมาชิกรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม
- ผู้นำที่มีอิทธิพลต่อการเคลื่อนไหวไปสู่เป้าหมายกลุ่ม

เมื่อมีการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาชุมชน ก็จำเป็นต้องมีผู้นำเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการโครงการ เพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จ โดยเรียกว่า "ผู้นำชุมชน"

มอร์เฟด ให้ความหมาย ผู้นำชุมชน คือ บุคคลที่ใช้อิทธิพลของเขาที่มีต่อบุคคลอื่น ๆ ในชุมชนนั้น ๆ เพื่อให้ได้รับความร่วมมือจากทุกคนในการดำเนินงานต่าง ๆ ของชุมชนให้ลุล่วงไปด้วยดี

สุเทพ สุนทรภาสีช (2521 : 99-100) ให้ความหมายของ ผู้นำชุมชน คือ ผู้ที่มีความคิดการกระทำตลอดจนชีวิตความเป็นอยู่ที่มีอิทธิพลหรือความสามารถโน้มน้าวใจให้คนอื่นปฏิบัติตามได้ หรือเป็นผู้นำในการสร้างความเจริญให้แก่ชุมชนจนได้รับการเลือกตั้งหรือแต่งตั้งจากสมาชิกส่วนใหญ่ให้ทำหน้าที่ผู้นำอย่างเป็นทางการ เป็นตัวแทนของชุมชนในกิจการต่าง ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

พัฒน์ บุญยรัตพันธุ์ (2517: 130) ให้ความหมาย ผู้นำชุมชน ว่าหมายถึง ผู้ที่มีบุคลิกภาพเด่น ประกอบกับความสามารถพิเศษในกลุ่มชนหรือในท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งในแต่ละกลุ่มย่อยประกอบด้วยบุคคลที่มีบุคลิกภาพ ความรู้ ความสามารถและลักษณะแตกต่างกันไปในขณะที่ทุกคนมีความผูกพันซึ่งกันและกัน ในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มจะต้องยอมรับนับถือความคิดเห็นของกันและกัน ด้วยเหตุนี้เอง สถานการณ์จึงเป็นตัวหนึ่งซึ่งผลักดันให้สมาชิกกลุ่มบางคน

กลายเป็นผู้นำและบางคนกลายเป็นผู้ตาม ความเป็นผู้นำจึงมักปรากฏขึ้นเพราะเหตุการณ์หรือสภาพแวดล้อมบีบบังคับ อย่างไรก็ตามส่วนประกอบที่ให้กับบุคคลกลายเป็นผู้นำ อันเนื่องมาจากคุณลักษณะพิเศษประจำตัว เช่น ความซื่อสัตย์สุจริต ความยุติธรรม ความโอปอฮ้อมอารี และความเสียสละ

โดยทั่วไปอาจจำแนก ผู้นำชุมชน ได้เป็น 2 ประเภทกว้าง ๆ คือ

1. *ผู้นำแบบเป็นทางการ* ได้แก่ ผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ (Authority) โดยได้รับการคัดเลือกและแต่งตั้งจากทางราชการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน แพทย์ประจำตำบล กรรมการหมู่บ้าน และตำบล ตลอดจนข้าราชการประเภทต่าง ๆ รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ อบต. ด้วย ผู้นำประเภทนี้มีตำแหน่งหน้าที่ค้ำจุนอยู่และประชาชนก็ตระหนักในฐานะของผู้นำ เพราะมีการเลือกตั้ง แต่งตั้ง และประกาศเป็นทางการให้ทราบ ด้วยเหตุนี้ ตำแหน่งและความรับผิดชอบของผู้นำอย่างเป็นทางการ จึงเป็นที่ทราบกันของสาธารณชนทั่วไป

2. *ผู้นำทางธรรมชาติหรือแบบไม่เป็นทางการ* (Local leader or Opinion leader) ได้แก่ ผู้มีอิทธิพล มีความสามารถ ความรู้ทันสมัย และรู้สถานการณ์ของหมู่บ้าน ไม่ได้รับมอบหมายอำนาจหน้าที่ใด ๆ จากทางราชการ ชาวบ้านก็ไม่ได้ตระหนักในความเป็นผู้นำ แต่ก็ยอมรับเป็นผู้ที่อยู่เบื้องหลังของความสำเร็จในการทำงานของหมู่บ้าน ประชาชนเดือดร้อนมีปัญหาก็อาศัยบุคคลนี้เป็นที่พึ่งพิงได้

จิตจางงศ์ กิติเกียรติ (2532) ได้แบ่งคุณลักษณะของผู้นำที่เอื้ออำนวยต่องานพัฒนาชุมชนไว้ 8 ประการดังนี้

1. มีจิตใจมุ่งมั่นที่จะพัฒนา
2. มีความซื่อตรงต่อเจ้าหน้าที่
3. มีจิตใจเป็นกุศล
4. การยอมรับวิหยาการแผนใหม่
5. มีความเชื่อมั่นในตนเอง
6. มีทัศนคติแบบประชาธิปไตย
7. มีความจงรักภักดีต่อสถาบัน
8. มีความเป็นผู้นำ

บทบาทและหน้าที่ของผู้นำชุมชน

จากเอกสารอบรมเรื่อง Community Development , An Introduction to CD for Wage Workers Training Material, Series A, Volume 1 Agency for International Development Washington 25, D.C. (อ้างใน จันทรทิพย์ ปาละนันท์, 2545:17) ได้อธิบายไว้ว่า ผู้นำที่แท้จริงในชุมชนระดับท้องถิ่น คือ ผู้ซึ่ง

- ช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้ผู้อื่น
- แนะนำผู้อื่นอย่างชาญฉลาด
- ชี้ให้เห็นหนทางที่จะก่อให้เกิดการร่วมมือกันอย่างกลมกลืนภายในกลุ่ม
- พร้อมทั้งจะยอมรับว่าไม่สามารถที่จะตอบคำถามได้ทั้งหมด
- มีความซื่อสัตย์ มีเมตตา
- ไม่ใช่ตำแหน่งในทางที่จะเอาเปรียบหรือข่มขู่ผู้อื่น
- เป็นอิสระกับผลประโยชน์ส่วนรวมในสังคมมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตัว

วิรัตน์ สมตน (2525) ได้กล่าวถึงบทบาทสำคัญของผู้นำท้องถิ่นไว้ว่า

- ให้ความรู้แก่เพื่อนบ้าน หรือการรับความรู้จากเจ้าหน้าที่แล้วเป็นผู้ถ่ายทอดต่อให้แก่ชาวบ้าน ช่วยให้เกิดการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และพัฒนาทางด้านสังคม ความเป็นอยู่ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
- สร้างสามัคคีธรรมในหมู่บ้าน การประสานประโยชน์ระหว่างชาวบ้าน สร้างพลังกลุ่มขึ้นมาในการพัฒนา
- ประสานงานพัฒนาเข้าด้วยกัน เชื่อมโยงความต้องการและความสนใจร่วมกัน วางแผนงานพัฒนาในหมู่บ้าน ในรูปคณะกรรมการที่เกิดจากการรวมตัวกันของผู้นำท้องถิ่น หรือเป็นการวางแผนร่วมกับเจ้าหน้าที่ทางราชการที่มีหน้าที่ในการพัฒนา
- สร้างฐานรองรับการพัฒนา ก็คือ ประชาชนที่อยู่ในหมู่บ้านนั่นเอง รวมทั้งการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ขึ้นมาทดแทนผู้นำรุ่นเก่า โดยเน้นที่เยาวชนในหมู่บ้าน
- การแก้ปัญหาท้องถิ่น โดยระดมความคิดจากเพื่อนบ้าน
- ทำหน้าที่บริการ โดยเป็นผู้กระจายข่าวสารให้ข้อมูลแก่ชาวบ้าน เป็นผู้ให้บริการชุมชน สร้างสื่อต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่

จิรพรรณ กาญจนะจินดา (2522) ได้สรุปหน้าที่สำคัญของผู้นำไว้ ดังนี้

1. **นักริเริ่มสิ่งใหม่ (Initiator)** ผู้นำจะต้องมีบทบาทในการริเริ่มทำสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งจะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ผู้นำจะต้องเป็นคนแรกที่ยอมรับเห็นความต้องการของสมาชิก จะต้องทำให้สมาชิกตระหนักถึงความต้องการและริเริ่มกิจกรรมในกลุ่ม
2. **ผู้แนะแนวทาง (Guide)** ผู้นำจะต้องเป็นผู้ให้คำแนะนำผู้ตามในการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ คอยช่วยเหลือในการวิเคราะห์ปัญหาและเป็นผู้กระตุ้นความต้องการของสมาชิกในกลุ่ม และผู้นำจะเป็นผู้ให้ข่าวสารด้วย
3. **ผู้จัดการกิจกรรมของกลุ่ม (Promoter)** ผู้นำจะมีหน้าที่ในการก่อตั้งกลุ่ม บำรุงรักษากลุ่มมากกว่าสมาชิกคนอื่น ๆ เช่น เป็นผู้สร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่ม สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของสมาชิก เป็นตัวกลางในการแก้ไขข้อขัดแย้งระหว่างสมาชิก เป็นผู้ประสานงานกับสมาชิกเพื่อให้งานดำเนินไปด้วยความราบรื่น
4. **เป็นสัญลักษณ์ (Symbol)** ผู้นำจะเป็นผู้ที่มีความเห็นอกเห็นใจผู้ตาม และอุทิศตนในการทำงานเพื่อกลุ่ม ซึ่งจะทำให้เป็นที่ชื่นชอบของบรรดาผู้ตามและถือเอาผู้นำเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มและพยายามกระทำตนตามแบบอย่าง

นอกจากนี้ พนม ลีมาอารีย์ (2522) เสนอบทบาทและหน้าที่ของผู้นำ ดังนี้

1. **ผู้นำในฐานะบริหาร (The Leader as executive)**
บทบาทที่เห็นได้ชัดที่สุดของผู้นำ คือ บทบาทในฐานะผู้บริหาร ซึ่งคอยประสานงานระหว่างกลุ่มต่าง ๆ เป็นผู้นำทางด้านการวางนโยบายและตั้งวัตถุประสงค์ของกลุ่ม ตลอดจนช่วยให้งานของสมาชิกคนอื่น ๆ ดำเนินไปด้วยดี ผู้นำจะต้องรับผิดชอบนโยบายและวัตถุประสงค์ของกลุ่มให้มีการปฏิบัติโดยครบถ้วนถูกต้อง
2. **ผู้นำในฐานะผู้วางแผน (The leader as planner)**
โดยปกติผู้นำทำหน้าที่วางแผนการปฏิบัติงาน เป็นผู้ตัดสินใจเลือกวิธีการต่าง ๆ เพื่อช่วยให้กลุ่มบรรลุผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ ซึ่งรวมถึงการตัดสินใจต่อเหตุการณ์เฉพาะหน้าและการวางจุดมุ่งหมายระยะยาว บางครั้งผู้นำจะเป็นผู้วางแผนแต่เพียงผู้เดียว ผู้นำจึงเป็นบุคคลเดียวที่รอบรู้การดำเนินงานทั้งหมด ส่วนสมาชิกคนอื่น ๆ จะได้รับมอบหมายงานเป็นส่วน ๆ ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการขาดความเข้าใจในงานได้

3. **ผู้นำในฐานะผู้วางนโยบาย (The leader as policy maker)**
งานสำคัญของผู้นำ คือ การกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของกลุ่ม

4. **ผู้นำในฐานะผู้เชี่ยวชาญ (The leader as expert)**
ผู้นำมีความจำเป็นจะต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้และมีทักษะเป็นอย่างดี

5. **ผู้นำในฐานะตัวแทนของกลุ่มเพื่อติดต่อกับภายนอก (The leader as external group representative)**

เนื่องจากสมาชิกทุกคนของกลุ่มไม่สามารถที่จะติดต่อกับกลุ่มอื่น ๆ หรือบุคคลภายนอกได้อย่างทั่วถึง ดังนั้น บุคคลที่มีคุณสมบัติเป็นที่พอใจของกลุ่ม จึงมักจะได้รับการคัดเลือกให้ไปทำหน้าที่แทนในการติดต่อกับบุคคลภายนอก และเมื่อบุคคลภายนอกจะติดต่ออะไรกับกลุ่ม ก็จำเป็นจะต้องติดต่อผ่านบุคคลนั้นอีกทีหนึ่ง ผู้นำประเภทนี้จึงกลายเป็น “ผู้แทน” ของกลุ่มโดยปริยาย

6. **ผู้นำในฐานะผู้ควบคุมความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม (The leader as controller or internal relationship)**

ผู้นำที่มีหน้าที่ควบคุมดูแลการดำเนินงานและความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม

7. **ผู้นำในฐานะผู้ตัดสินประนีประนอม (The leader as arbitrator and mediator)**
เมื่อเกิดความขัดแย้ง บุคคลที่สามารถทำหน้าที่ตัดสินไกล่เกลี่ย ประนีประนอมให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันได้ มักจะกลายเป็นผู้นำต่อมาในภายหลัง

8. **ผู้นำในฐานะที่เป็นบุคคลตัวอย่าง (The leader as exemplor)**
สมาชิกของกลุ่มที่มีความประพฤติดีหรือปฏิบัติดี จนได้รับการยกย่องอยู่เสมอว่าเป็นตัวอย่างที่ดีของกลุ่ม มีโอกาสที่จะเป็นผู้นำของกลุ่มนั้นได้โดยง่าย เพราะเป็นคนที่ได้รับการยกย่องยอมรับนับถือจากสมาชิกในกลุ่ม

9. **ผู้นำในฐานะสัญลักษณ์ของกลุ่ม (The leader as symbol of the group)**
ความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่ม มีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของกลุ่ม แต่คนหมู่มากเมื่อมาอยู่รวมกัน การที่จะทำให้มีความสามัคคีตลอดเวลา นั้นย่อมเป็นไปได้ยาก ดังนั้นภายในกลุ่มจึงอาจมีบุคคลคนหนึ่งที่ได้รับการยกย่องจากสมาชิกทั้งหลายว่าเป็นสัญลักษณ์ของ

กลุ่ม เนื่องจากเป็นบุคคลที่ดีกับสมาชิกทุกคนมีความจงรักภักดีต่อกลุ่มรวมทั้งเป็นบุคคลที่ไม่เป็นภัยต่อกลุ่ม

10. **ผู้นำในฐานะตัวแทนรับผิดชอบ** (The leader as substitute for individual responsibility)

การที่ผู้นำจำเป็นต้องรับผิดชอบต่อการตัดสินใจ และการกระทำบางอย่างหรือทั้งหมดของบุคคลในกลุ่ม โดยเหตุนี้ บางทีในโอกาสต่อมา สมาชิกในกลุ่มอาจจะมอบหมายให้ผู้นำมีอำนาจตัดสินใจกระทำกรใด ๆ แทนตนได้ ทั้งนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาด ซึ่งอาจเป็นเหตุให้ผู้นำพลอยรับผิดชอบไปด้วย

11. **ผู้นำในฐานะผู้มีอุดมคติ** (The leader as ideology)

ผู้นำเป็นผู้กำหนดอุดมการณ์ สร้างความเชื่อและศรัทธาต่าง ๆ ให้แก่สมาชิกหรือแม้แต่คุณธรรมประจำใจและขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ของกลุ่ม อุดมการณ์ดังกล่าวในระยะแรก ๆ อาจเป็นเพียงคำพูดที่ใคร ๆ พากันนิยมและปฏิบัติตาม ต่อมาจึงกลายเป็นอุดมการณ์ที่เป็นทางการของกลุ่ม ผู้นำลักษณะนี้ส่วนมากมักจะเป็นนักพูดนักคิด ที่สมาชิกทุกคนในกลุ่มให้ความนับถือ

12. **ผู้นำในฐานะบิดา** (The leader as high figure)

ผู้นำลักษณะนี้จะมีการวางตัวเป็นผู้ใหญ่ มีอาวุโสที่สุดในกลุ่มและมีบุคลิกลักษณะที่น่านับถือในฐานะเป็นบิดาของกลุ่ม ผู้นำจะเป็นแบบอย่างแห่งอุดมคติที่สมาชิกควรเลียนแบบและเป็นที่ยึดมั่นทางใจของสมาชิกเมื่อเกิดทุกข์

13. **ผู้นำในฐานะผู้ให้คำปรึกษา** (The leader as counselor)

ผู้นำจะต้องเป็นผู้ที่สามารถให้ความกระจ่างแก่สมาชิกในกลุ่มในเรื่องต่าง ๆ ที่เขามาขอคำปรึกษา จะต้องยินดีฟังเรื่องความทุกข์ร้อนต่าง ๆ ที่สมาชิกมาระบายให้ฟังและช่วยแก้ปัญหาของเขาด้วย

สรุปได้ว่า บทบาทของผู้นำชุมชนในการพัฒนาชุมชน (สัญญา สัญญาวิวัฒน์,2515) คือ

1. เป็นสื่อความคิดสองทาง (Two-way communication)

2. เป็นผู้ชักนำประชาชนเข้าร่วมโครงการพัฒนาหมู่บ้าน ซึ่งก่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางด้านวัตถุและด้านพัฒนาคน
3. เป็นผู้นำความรู้ ประสบการณ์ในการทำงานร่วมกันในการแก้ปัญหาและสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าต่าง ๆ

นอกจากนี้ จากการศึกษาของ วรวงศ์นา วงศ์มหาชัย (2535) พบว่า ผู้นำได้แสดงบทบาทของผู้นำในการพัฒนาองค์กรประชาชนในระดับที่แตกต่างกันในขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการในการพัฒนากลุ่ม ได้แก่

1. **บทบาทผู้นำในขั้นการก่อตัวของกลุ่ม** บทบาทที่ชัดเจน ได้แก่ บทบาทผู้ให้การศึกษา ในลักษณะของการประชุมให้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้เห็นความสำคัญของการรวมกลุ่ม
2. **บทบาทผู้นำในขั้นการดำเนินการกลุ่ม** บทบาทที่ชัดเจน ได้แก่ บทบาทผู้บริหาร เป็นผู้วางระเบียบแบบแผนดำเนินการและจัดสรรทรัพยากรบุคคลให้เหมาะสมกับกิจกรรม
3. **บทบาทผู้นำในขั้นตอนการขยายการเจริญเติบโตของกลุ่ม** พบว่า บทบาทในการเชื่อมประสานและการติดตามประเมินผลเป็นบทบาทที่ชัดเจนในขั้นตอนนี้

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาบทบาทผู้นำในการพัฒนาองค์กรประชาชน ศึกษาเฉพาะกรณีการพัฒนาองค์กรประชาชนระหว่างชุมชนของมูลนิธิพัฒนาอีสานของ วรวงศ์นา วงศ์มหาชัย (2535) ที่พบว่า บทบาทผู้นำที่แตกต่างกันในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการในการพัฒนากลุ่ม คือ บทบาทของผู้นำในขั้นตอนการก่อตัวของกลุ่ม บทบาทที่ชัดเจน ได้แก่ บทบาทผู้ให้การศึกษาในลักษณะของการประชุม ให้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้เห็นความสำคัญของการรวมกลุ่ม บทบาทของผู้นำในขั้นการดำเนินการของกลุ่ม บทบาทที่ชัดเจน ได้แก่ บทบาทผู้บริหารเป็นผู้วางระเบียบแบบแผน การดำเนินการ และจัดสรรทรัพยากรบุคคลให้เหมาะสมกับกิจกรรม บทบาทของผู้นำในขั้นการเจริญเติบโตของกลุ่ม บทบาทในขั้นตอนนี้ไม่แตกต่างไปจากขั้นดำเนินการมากนัก ซึ่งบทบาทที่ชัดเจน ได้แก่ บทบาทผู้บริหารที่ต้องปรับปรุง ระเบียบกฎเกณฑ์และการดำเนินการของกลุ่มให้สอดคล้องกับสถานการณ์ มีการพิจารณาเพิ่มทุน เพิ่มสมาชิก และเพิ่มกิจกรรม

อคิน รพีพัฒน์ ได้กล่าวว่า ลักษณะสำคัญของผู้นำที่ทำให้โครงการประสบความสำเร็จ

คือ

1. การมีผู้นำที่ชาวบ้านรักใคร่นับถือและไว้วางใจอยู่แล้ว
2. การมีผู้นำที่มีความสามารถเข้าใจปัญหาของประชาชนและวางโครงการหรือเลือกโครงการที่รัฐบาลมีอยู่ได้ตรงตามต้องการและความจำเป็นของชาวบ้าน

ฉลาดชาย รมิตานนท์ (อ้างในสายพิรุณ น้อยศิริ, 2530:27) กล่าวถึง ความสามารถของผู้นำว่าเป็นเงื่อนไขที่ทำให้กลุ่มชาวนารับจ้างประสบความสำเร็จ สรุปได้ว่า “เป็นผู้นำที่ทำงานเพื่อส่วนร่วม มีความจริงใจ ตั้งใจปรับปรุงสภาพชีวิตของประชาชน ได้รับการยอมรับจากชาวบ้าน เครื่องศาสนามีความสามารถในการรวมคนโดยแสดงให้เห็นปัญหาที่เขาประสบอยู่ อธิบายถึงการมีส่วนร่วมของแต่ละคนในการแก้ปัญหาและมีหลักเกณฑ์ของการจัดระบบการทำงานร่วมกัน”

ชูศักดิ์ ชูช่วย (2533) ได้ศึกษาบทบาทของผู้นำท้องถิ่นในการพัฒนาชุมชนตามการรับรู้ของผู้นำท้องถิ่น และประชาชนในหมู่บ้านพัฒนาดีเด่น และหมู่บ้านทั่วไปภาคใต้พบว่า บทบาทที่คาดหวังของผู้นำท้องถิ่นในการพัฒนาชุมชน ตามการรับรู้ของผู้นำท้องถิ่นและประชาชนในหมู่บ้านพัฒนาดีเด่นและหมู่บ้านทั่วไป มีการคาดหวังว่าควรปฏิบัติบทบาทโดยส่วนรวมให้มาก โดยมีบทบาทที่สำคัญแต่ละด้านที่มาเป็นอันดับแรก ๆ คือ บทบาทด้านเศรษฐกิจและอาชีพ บทบาทด้านการสาธารณสุข บทบาทด้านสังคมและวัฒนธรรม และบทบาทด้านการเมืองการปกครอง

ดังนั้น บทบาทหน้าที่ทางการสื่อสารของผู้นำชุมชน พอสรุปได้ ดังนี้ (จันทร์ทิพย์ ปาละนันท์ ,2545:18)

1. การกระจายข่าวสารในชุมชน
2. การนำเสนอปัญหาและการแก้ไขปัญหาของชุมชน
3. การชักจูงให้ประชาชนมีส่วนร่วม
4. การสอบถามความคิดเห็นของประชาชน
5. การประสานงานกับหน่วยงานภายนอก

นพรัตน์ มุณีรัตน์ (2540 : 86) ได้ทำการศึกษาเรื่องบทบาทของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า ผู้นำชุมชนในคีรีวงมีบทบาทครอบคลุมการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนทั้งหมด นับตั้งแต่ การก่อตั้งชมรมการท่องเที่ยว การกำหนดแผนการจัดการและกฎระเบียบ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การดูแลและบริการนักท่องเที่ยว รวมถึงการแก้ไขปัญหา ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่ผู้นำชุมชนของคีรีวงทั้งที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการได้แก่ กำนัน

ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิก อบต. และผู้นำไม่เป็นทางการ ได้แก่ ผู้อาวุโส ประธาน และคณะกรรมการ ล้วนแล้วแต่ทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการชมรมการท่องเที่ยว

ดวงกมล วรรณโทย (2540) ศึกษาเรื่อง “บทบาทผู้นำและการผสมผสานทางวัฒนธรรม ศึกษากรณีชุมชนกะเหรี่ยงในชุมชน” พบว่า ผู้นำทางศาสนาช่วยรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม

จิระวรรณ ตันกูรานนท์ (2542) ศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมและบทบาทผู้นำชุมชนชาวไทยภูเขาในการจัดการวิถุชุมชน จ.แม่ฮ่องสอน” พบว่า ผู้นำชุมชนมีบทบาทอย่างมาก ทั้งในด้านการให้ความรู้ และการระดมความคิดเห็นจากสมาชิกชุมชน ทั้งการวางแผนจัดการวิถุชุมชน

ดารณี ประยูรวงศ์ (2535) ศึกษาเรื่อง “บทบาทผู้นำชุมชนในระดับท้องถิ่นตามนโยบาย แผนพัฒนาชุมชน อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ : การศึกษาเฉพาะกรณีหมู่บ้านแม่ปะ และหมู่บ้านแม่ฆาน พบว่า ผู้นำชุมชนในระดับท้องถิ่นหมู่บ้านแม่ปะ และหมู่บ้านแม่ฆานทุกคน จะมีบทบาทตามลักษณะของบทบาทการพัฒนาชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายแผนพัฒนาชุมชน อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการพัฒนาชุมชนจะสำเร็จลงได้ก็ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมแรงทั้งกำลังกาย กำลังใจ และกำลังทรัพย์ที่ได้จากตัวผู้นำเอง ประชาชนในชุมชน รวมไปถึงหน่วยงานของภาครัฐและหน่วยงานเอกชนด้วย

สำหรับแนวคิดด้านบทบาทผู้นำ ผู้วิจัยใช้เป็นกรอบในวิเคราะห์บทบาททางการสื่อสารของ ผู้นำชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยว

ปัญหาคำถามวิจัย 2 : ผู้นำชุมชนมีบทบาททางการสื่อสารอย่างไร ต่อการจัดการการท่องเที่ยว ของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย

3. แนวคิดด้านความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำ

Monge, Dillard และ Eisenberg (1994) ได้เสนอว่า ความสามารถในการสื่อสารนั้นมี องค์ประกอบอยู่ 2 มิติ คือ ความสามารถในการใส่รหัส (encoding ability) หมายถึง ความสามารถของผู้ส่งสารในการถ่ายทอดสารให้ผู้รับเข้าใจได้ตรงกันและสามารถในการถ่ายทอด สารให้ผู้รับสารเข้าใจตรงกัน และความสามารถในการถอดรหัส (decoding ability) หมายถึง ความสามารถในการตีความสารได้ตรงกับความประสงค์ของผู้ส่งสาร ในขณะที่ Cooley & Roach

(1984) : Infante, Rancer, & Womack (1977) (อ้างถึงใน นงลักษณ์ ศรีอักษรญาพร เจริญงาม, 2541) กล่าวว่า องค์ประกอบขั้นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดสำหรับความสามารถในการสื่อสาร คือ ความรู้เกี่ยวกับการใช้รูปแบบวิธีการสื่อสารในสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม (appropriateness) และทักษะที่จะนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (effectiveness)

โดยทั่วไปคนเรามักสื่อสารกันโดยมีภาษาเป็นสื่อกลาง และมีช่องทางการสื่อสารเป็น คำพูดและการเขียน หรือที่ทางการสื่อสารเรียกว่า การสื่อสารเชิงวัจนะสาร และการสื่อสารแบบไม่ใช้คำพูด หรือการสื่อสารเชิงอวัจนะสาร ได้แก่ การใช้ภาษาท่าทาง ซึ่งการสื่อสารทั้ง 2 ประเภทนี้ ต่างก็มีความสัมพันธ์ต่อกันมาก ยกที่จะบอกว่าอะไรควรมาก่อน มาหลัง และในแง่ของการสื่อสารเพื่อให้เกิดประสิทธิผลแล้ว ต้องอาศัยความสามารถทางการสื่อสารทั้ง 2 ประเภทดังกล่าว ของผู้ส่งสารเป็นส่วนสำคัญ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดการสื่อสารเชิงวัจนะสารและเชิงอวัจนะสารมาเป็น แนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ด้วย (อ้างถึงใน จันทรทิพย์ ปาละนันท์, 2545)

- การสื่อสารเชิงวัจนะ

พฤติกรรมทางวัจนะภาษาระหว่างผู้พูดกับผู้ฟังโดยปกติแล้วคือ การใช้ถ้อยคำ สำนวน หรือ ภาษาในการสื่อสาร ทั้งการพูดและการเขียน ในการพิจารณาพฤติกรรมทางภาษาจึงต้อง พิจารณาตัวแปรของการสื่อสารอย่างครบถ้วน เนื่องจากการสื่อสารเป็นกระบวนการที่เป็นห่วงโซ่ ต่อเนื่องกันไปไม่มีที่สิ้นสุด ดังนั้น สิ่งที่ควรพิจารณาในเรื่องภาษาที่ใช้ในการสื่อสารจึงได้แก่ สภาพแวดล้อมของภาษา ท่วงลีลาของอวัจนภาษา และการสื่อความหมายของถ้อยคำ

1. สภาพแวดล้อมของภาษา

ภาษาทุกภาษาจะมีสภาพแวดล้อมของตัวเอง การบรรยายของอาจารย์ในห้องเรียน การ เทศน์ของพระในวัด สิ่งเหล่านี้ย่อมมีสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการใช้ภาษาที่ต่างกัน ภาษาที่ เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมหนึ่งอาจจะไม่เหมาะสมกับอีกสภาพแวดล้อมหนึ่งก็ได้

Neil Postman (อ้างถึงใน ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2533) ผู้เชี่ยวชาญทางภาษากล่าวไว้ว่า สภาพแวดล้อมของภาษาประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1. บุคคล
2. จุดมุ่งหมาย

3. กฎในการสื่อสารที่จะทำให้บุคคลสามารถบรรลุจุดมุ่งหมาย
4. การสื่อสารที่เกิดขึ้นจริงในสถานการณ์นั้น

นอกจากนี้ สภาพแวดล้อมทางภาษาบางอย่างก็มีศัพท์เฉพาะที่ใช้กันในแวดวงของผู้อยู่ในสภาพแวดล้อมนั้น เช่น ในกลุ่มตำรวจ พยาบาล นักการเมือง นักวิชาการ ฯลฯ ต่างก็มีภาษาที่ใช้กันในกลุ่มสังคมของตนเอง ซึ่งส่งผลต่อลักษณะของถ้อยคำและเนื้อหาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกันด้วย ดังนั้น สิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางภาษาก็คือ การใช้ภาษาที่เหมาะสม ด้วยการคำนึงถึงสภาพแวดล้อมโดยตามตัวเองก่อนทำการสื่อสารว่า ใคร คือผู้ที่กำลังจะสื่อสารด้วย และควรใช้ภาษาและเนื้อหาในลักษณะใดจึงจะเหมาะสม

2. ท่วงทีลีลาของ “วจนภาษา”

ท่วงทีลีลาของ “วจนภาษา” เป็นผลผลิตของการเลือกสรรและเรียบเรียงถ้อยคำประโยคของบุคคลแต่ละคนในการเลือกใช้ถ้อยคำต่างๆ ในการแสดงความคิด และเราทุกคนย่อมมีบุคลิกภาพในการพูดแตกต่างกันในแต่ละคน รวมทั้งในตัวคนๆ เดียวก็ยังมีท่วงทีลีลาแตกต่างกันเองในแต่ละสภาพการณ์ อาทิ การสนทนาในหมู่เพื่อนฝูงย่อมแตกต่างกับการสนทนากับผู้บังคับบัญชา เป็นต้น

บุคลิกภาพที่สะดุดใจคนเรามีสวนสัมพันธ์กับท่วงท่าที่ลีลาการพูดเป็นอย่างมาก เช่น การที่เราเห็นว่าคนนี้เป็นคนหยาบกระด้าง เป็นคนเฉยชา เป็นคนอารมณ์ดี ส่วนหนึ่งเป็นเพราะความพึงใจในบุคลิกภาพของเขาที่ก่อตัวมาจากวิธีการหรือท่วงทีการพูดของเขา ดังนั้น ท่วงทีลีลาการพูดจึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อการทำให้ผู้อื่นกำหนดความรู้สึกนึกคิดของเขาต่อเรา

3. การสื่อความหมายของถ้อยคำ

ถ้อยคำ คือ สิ่งที่สังคมตกลงร่วมกันใช้เป็นสัญลักษณ์ ใช้แทนสิ่งของที่เป็นรูปธรรมหรือนามธรรมใดๆ การที่กล่าวว่าเรารู้ภาษาใดย่อมหมายความว่าต้องรู้ทั้งความหมายของคำ และการประกอบกันเป็นวลี เป็นประโยค สร้างความสัมพันธ์ของคำ เพื่อให้สามารถอธิบายความคิดความรู้สึกของเราให้ผู้อื่นรับรู้ได้

การที่จะถ่ายทอดความคิดให้ผู้อื่นรับรู้โดยใช้ถ้อยคำขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้พูดและผู้ฟัง ถ้าต่างมีประสบการณ์ตรงกันก็จะสามารถสื่อสารกันได้ชัดเจนและรวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การที่จะให้ผู้ฟังเข้าใจความหมายที่ผู้พูดพูด จากนั้นคำพูดจึงทำหน้าที่ในการสื่อสารความคิดนั้น ฉะนั้น ความเข้าใจในการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ ผู้พูดจะต้องเข้าใจในความคิดของตนอย่างกระจ่างชัดและสื่อความหมายได้ถูกต้อง และผู้ฟังเข้าใจความหมายที่ผู้พูดสื่อความหมายมาให้

- การสื่อสารเชิงอวัจนะ

พฤติกรรมเชิงอวัจนะเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการสื่อสารเชิงอวัจนะ ทำให้เรามีความเข้าใจในการสื่อสารที่ปรากฏต่อหน้ากันได้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของการใช้ถ้อยคำที่สื่อออกมาอย่างไม่เป็นระบบระเบียบ รวมทั้งสามารถเน้นจุดสำคัญของการสื่อสารได้ด้วย เช่น การใช้เสียงสูงต่ำในการเน้นคำพูด เป็นต้น และในบางครั้งการสื่อสารเชิงอวัจนะยังอาจมีอิทธิพลเหนือถ้อยคำที่พูด เช่น ในกรณีที่การสื่อสารทั้งสองชนิดปรากฏขึ้นแต่มีความขัดแย้งกัน ผู้ฟังอาจไม่เชื่อคำพูดนั้น ดังนั้น จึงมีมิติที่น่าสนใจในพฤติกรรมเชิงอวัจนะด้านต่างๆ สรุปได้ดังนี้

1. รูปลักษณ์และการแต่งกาย ได้แก่ ลักษณะรูปร่างและการแต่งกายของบุคคล ซึ่งเป็นสิ่งที่ปรากฏต่อสายตาผู้รับสารซึ่งสามารถสื่อและสร้างความหมายแก่ผู้ฟังได้แทบทั้งสิ้น

2. พฤติกรรมของเสียง กล่าวได้ว่า พฤติกรรมของเสียงหรือคุณภาพของเสียงมีผลกระทบต่อบุคลิกภาพ สิ่งที่เห็นได้ชัดที่สุด ได้แก่ ความดังของเสียง เสียงเป็นสิ่งที่สามารถใช้เรียกความสนใจจากผู้ฟังได้ หรือเสียงที่เปล่งออกมามากๆ นั้น จะถูกตัดสินว่าเป็นการแสดงความก้าวร้าว เป็นต้น

3. อากัปกิริยาท่าทาง ส่วนประกอบของท่าทาง การวางตัว การเคลื่อนไหวของทุกส่วนในร่างกาย ล้วนเป็นสิ่งที่มีความหมายต่อการสื่อสาร ผู้เชี่ยวชาญได้ศึกษาเกี่ยวกับอากัปกิริยาต่างๆ ถึงพันท่า และมีความหมายด้วย การวิจัยชี้ให้เห็นความสำคัญในจุดที่ว่า การเปลี่ยนแปลงกิริยาอาการนั้นมีความหมาย เช่น การเอนตัวไปข้างหน้าแสดงความอบอุ่น เป็นต้น อากัปกิริยาท่าทางมีส่วนช่วยเสริมข้อมูลข่าวสาร ทำให้ข้อมูลข่าวสารที่ส่งออกไปมีความชัดเจนยิ่งขึ้น ทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเข้าใจตรงกันมากขึ้น

4. การแสดงออกทางใบหน้า พบว่า การแสดงออกทางใบหน้านั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อม อยู่ สิ่งสำคัญของการแสดงออกทางใบหน้า ได้แก่ สายตาระหว่างผู้พูดกับผู้ฟัง เป็นต้น

สำหรับแนวคิดด้านความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำ ผู้วิจัยใช้เป็นกรอบในวิเคราะห์บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยว

ปัญหาคำถามวิจัย 2 : ผู้นำชุมชนมีบทบาททางการสื่อสารอย่างไร ต่อการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย

4. แนวคิดด้านเครือข่ายการสื่อสาร

การเกิดระบบสังคมนั้น ไม่ได้เกิดจากบุคคลเพียง 2 คนที่มีปฏิสัมพันธ์กัน แต่เกิดจากเครือข่ายของการกระทำ ซึ่งมีผู้กระทำ (actors) หลาย ๆ คน โดยมีแบบแผนการกระทำร่วมกันที่อาจเกิดขึ้นจากระบบวัฒนธรรม ดังนั้น การสื่อสารจึงถือเป็นตัวเชื่อมระบบสังคมเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่จะเรียนรู้พฤติกรรมของคนในสังคมนั้น ๆ ซึ่งวัตถุประสงค์หลักในการวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารก็คือ ต้องการระบุถึงโครงสร้างการสื่อสาร เพื่อให้เข้าใจถึงภาพรวมของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในกลุ่ม มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “เครือข่ายการสื่อสาร” ไว้หลากหลายดังนี้

โรเจอร์ (Rogers, 1986:203) กล่าวว่า เครือข่ายการสื่อสารเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลซึ่งเชื่อมโยงกันโดยรูปแบบการไหลของข่าวสาร

นอกจากนี้ โรเจอร์ (Rogers) และ คินเซต (Kincaid) (1981:82) ให้ความเห็นว่า การวิเคราะห์เครือข่ายทางการสื่อสารเป็นวิธีการวิจัยที่ระบุโครงสร้างของการสื่อสารในระบบที่เกี่ยวข้องของการไหลของข้อมูลทางการสื่อสาร โดยอาศัยประเภทของความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารระหว่างบุคคล ความจำเป็นอย่างยิ่งของพฤติกรรมของมนุษย์ คือ ปฏิสัมพันธ์ที่บุคคลหนึ่งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้อื่น ดังนั้น การไหลของการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงกลายเป็นแบบอย่างของโครงสร้างทางการสื่อสาร หรือเครือข่ายที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่มั่นคงและสามารถทำนายพฤติกรรมได้

ฟิชเชอร์ (Fischer) และคณะ (อ้างถึงใน Rogers และ Kincaid, 1981:86) สรุปได้ว่า การเชื่อมโยงเครือข่ายทางการสื่อสารมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ และในทางกลับกันจะส่งผล

กระทบต่อระบบสังคมที่ใหญ่ขึ้น สังคมมีผลต่อมนุษย์เป็นอย่างมาก ในการกำหนดทัศนคติให้โอกาส และสร้างความต้องการต่าง ๆ ให้แก่มนุษย์ ซึ่งแต่ละบุคคลก็สามารถสร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นกับสังคมได้ โดยการมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของผู้อื่น

ทิวน์นัท อนุวัชศิริวงศ์ (2526:47) กล่าวว่า เครือข่ายการสื่อสารหมายถึง ระบบการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารในบรรดาสมาชิกของกลุ่ม ซึ่งมีทั้งเครือข่ายเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

วินิจ เกตุขำ (2522:45) ให้ความหมายว่า เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง แบบแผนการติดต่อเกี่ยวข้อง และประสานกันภายในกลุ่มโดยสมาชิกภายในกลุ่มจะมีการรับการถ่ายทอดเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้

จากลักษณะของการวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารที่ใช้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ดังนั้น สถานภาพของสมาชิกแต่ละคนในกลุ่มก็จะต้องสัมพันธ์กับการสื่อสารระหว่างบุคคล ยังมีสถานภาพสูง เช่น การเป็นหัวหน้า การสื่อสารมักจะออกมาในรูปการเสนอความคิดเห็นและรับเอาความคิดเห็นจากสมาชิกอื่น ๆ ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารและสถานภาพของสมาชิกอาจแยกได้เป็น 3 ลักษณะคือ (วินิจ เกตุขำ : 2522)

1. การสื่อสารมักมีแนวโน้มไปสู่บุคคลที่มีสถานภาพในกลุ่ม เช่น หัวหน้า หรือประธานกลุ่ม จะมีการสื่อสารกับคนอื่นในกลุ่มมากกว่าลูกน้องหรือสมาชิก เพราะอย่างน้อยหัวหน้าจะต้องคอยติดต่อประสานงาน รับฟังสมาชิกในกลุ่ม
2. การสื่อสารจะมีแนวโน้มไปสู่บุคคลที่มีสถานภาพเท่าเทียมกันมากกว่าแตกต่างกัน เช่น กลุ่มที่มีหลายฐานะ ต่างวัยวุฒิ คุณวุฒิกันมาก ๆ จะมีการสื่อสารน้อยกว่าในกลุ่มที่มีฐานะ วัยวุฒิ คุณวุฒิ เท่าเทียมกัน
3. การสื่อสารจะไม่ค่อยเกิดขึ้นในกลุ่มที่บุคคลที่มีสถานภาพเหลื่อมล้ำต่ำสูงกว่ากันหรือสถานภาพไม่เป็นที่บังชัดเจน

กรอบแนวคิดเรื่อง "การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร" (communication network analysis) นักวิชาการด้านการสื่อสารได้ให้ความสนใจกับการทำความเข้าใจกับภาพรวมของการสื่อสารและเครือข่ายมานานกว่า 3 ทศวรรษ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การวิเคราะห์เรื่องการสื่อสารและ

เครือข่ายสะท้อนให้เห็นถึงการทำความเข้าใจเกี่ยวกับ “องค์รวม” (wholeness) และการประกอบโครงสร้างของส่วนต่างๆ ในความเป็นองค์รวม (whole parts) ของเครือข่าย ตลอดจนการวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ในเชิงการสื่อสารอันนำไปสู่ความเข้าใจเกี่ยวกับสัมพันธภาพขององค์ประกอบต่างๆ ในเครือข่าย (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ , 2548:1-20)

กลุ่มบุคคลในเครือข่าย

- จุดต่างๆ ที่เชื่อมต่อกันในเครือข่าย (Nodes)

คำว่า nodes หรือ “จุดต่างๆ ที่เชื่อมต่อกันในเครือข่าย” มักปรากฏคู่กับคำว่า “เส้นทางในการติดต่อ” (line) โดยหากเปรียบเทียบระบบอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายหนึ่ง node หรือจุดต่างๆ ที่เชื่อมต่อกันในเครือข่าย ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีการเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต

- ตัวต่อระหว่างจุดต่างๆ (Hubs)

ตัวต่อระหว่างจุดต่างๆ (hubs) หรือชุมทาง ก็คือ จุดที่มีศักยภาพในการเชื่อมต่อในเชิงการกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังจุดอื่นๆ อีกหลายๆ จุดนั่นเอง

- กลุ่มย่อยต่างๆ ในเครือข่าย (Cliques/ Subgroups)

ในระบบสังคมหนึ่งๆ อาจมีความเป็นไปได้ไม่น้อยมากที่บุคคลจะแยกตัวเป็นอิสระ โดยไม่มีการติดต่อสื่อสาร หรือพบปะกับบุคคลอื่น แต่ในทางปฏิบัติบุคคลมักมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ในลักษณะเป็นกลุ่มย่อยต่างๆ โดยนักวิชาการด้านการสื่อสารเรียกกลุ่มย่อยที่สมาชิกในกลุ่มทุกคนมีการติดต่อสื่อสารแบบถึงกันหมดว่า clique ในขณะที่เรียกกลุ่มย่อยที่สมาชิกบางคนอาจทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารกันในกลุ่มว่า subgroup

- ขนาดของเครือข่าย (Size)

ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนเส้นทางในการติดต่อของสมาชิก หรือขนาด (size) ของเครือข่ายจะช่วยสะท้อนให้เห็นถึงสัมพันธภาพของสมาชิกในเครือข่าย โดยเฉพาะในด้านความสัมพันธ์กันระหว่างสมาชิกต่างๆ ในเครือข่าย

- กฎเกณฑ์ (Rules)

กฎเกณฑ์ที่สำคัญในด้านการสื่อสารและเครือข่าย ได้แก่ วิธีการสื่อสารของสมาชิก จังหวะเวลาในการสื่อสาร ความถี่ในการสื่อสาร ระยะเวลาในการสื่อสาร สถานที่ในการสื่อสาร

ลักษณะของบุคคลที่มีอำนาจ หรือมีสิทธิในการริเริ่มดำเนินการสื่อสารประเด็นต่างๆ ลักษณะของบุคคลที่สื่อสารในประเด็นต่างๆ และในจังหวะเวลาต่างๆ โอกาสในการแสดงความคิดเห็น ตลอดจนวิธีปฏิบัติในการจัดการกับการแทรกแซงของเรื่องราวจากภายนอก เป็นต้น

บทบาทเชิงการสื่อสารของบุคคลต่างๆ ในเครือข่าย

โดยภาพรวม ในแต่ละเครือข่ายมักประกอบไปด้วยบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่ แกนนำเครือข่าย สมาชิก และพันธมิตร

ก. **แกนนำเครือข่าย** มักได้แก่ บุคคลที่สมาชิกเครือข่ายศรัทธา เชื่อถือ ยกย่อง โดยอาจประกอบด้วยแกนนำเครือข่ายอย่างเป็นทางการ ซึ่งมีการประกาศให้รับรู้โดยทั่วกัน และแกนนำเครือข่ายอย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นบุคคลที่สมาชิกเครือข่ายมักจะขอความคิดเห็นในวาระต่างๆ โดยแกนนำเครือข่ายมีบทบาทสำคัญในด้านต่างๆ อาทิ เป็นส่วนหนึ่งของการริเริ่มเครือข่าย เป็นบุคคลที่มีบทบาทในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของเครือข่าย ทั้งในด้านการกระจายข้อมูลข่าวสารสู่สมาชิก การริเริ่มตั้งประเด็นต่างๆ การจัดกระบวนการต่างๆ ในการระดมสมอง หรือรับฟังความคิดเห็นจากสมาชิก การแสวงหาแนวทางในการผลักดันให้เกิดกระบวนการตัดสินใจของเครือข่ายในเรื่องต่างๆ

ข. **สมาชิกเครือข่าย** ได้แก่ บุคคลที่เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่าย ทั้งในด้านการกระทำกิจกรรมต่างๆ การร่วมเสนอความคิดเห็น และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจต่างๆ ตลอดจนร่วมรับผิดชอบกับผลต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายหลังการตัดสินใจ โดยการที่บุคคลก้าวเข้ามาเป็นสมาชิกของเครือข่ายหนึ่งๆ มิได้หมายความว่า บุคคลไม่สามารถเป็นสมาชิกของเครือข่ายอื่นได้ แต่ในทางปฏิบัติ บุคคลหนึ่งๆ สามารถเป็นสมาชิกได้หลายเครือข่าย ขึ้นอยู่กับความสนใจ การแบ่งบทบาท/หน้าที่ เวลา ตลอดจนความรู้สึกไว้นื้อเชื่อใจของสมาชิกอื่นๆ ในเครือข่าย

ค. **พันธมิตร** ได้แก่ บุคคลที่ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่าย แต่มีส่วนช่วยสนับสนุนเครือข่ายในเรื่องต่างๆ อาทิ การแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือข้อคิดเห็นต่างๆ การอำนวยความสะดวกในด้านการติดต่อประสานงานกับบุคคลอื่นๆ การให้การสนับสนุนด้านนโยบาย กิจกรรม บุคลากร ตลอดจนงบประมาณต่างๆ เป็นต้น

พร้อมกันนี้ Belbin อ้างถึงใน Hartley (1997) ว่า ถ้าหากมองในบทบาทของทีม ที่มีการเชื่อมโยงบทบาทแต่ละบทบาทกับลักษณะบุคลิกภาพของสมาชิกภายในกลุ่ม จะพบว่า มีบทบาทภายในกลุ่มอยู่ 8 บทบาทด้วยกัน คือ

1. Coordinator หรือ Chair ทำหน้าที่จัดการและประสาน ช่วยให้กลุ่มมุ่งเน้นไปยังวัตถุประสงค์หลักและให้สมาชิกในกลุ่มได้เข้ามามีส่วนร่วม
2. Team Leader หรือ Shaper ริเริ่มและเป็นผู้นำ เสียงในการได้รับความพึงพอใจหรือด้วยประสิทธิผล ผลักดันและกระตุ้นให้ไปสู่เป้าหมาย
3. Innovator หรือ Plant จัดการความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ใหม่ๆ
4. Monitor-evaluator ค้นหาข้อวิพากษ์วิจารณ์ที่ไม่น่าพึงพอใจ
5. Team Worker สนับสนุนให้เกิดสปีริตภายในกลุ่ม
6. Completer ตรวจสอบว่าทุกสิ่งเสร็จสมบูรณ์ และทันตามกำหนด
7. Implementer หรือ Company Worker มุ่งเน้นการปฏิบัติและทำงานอย่างหนักในกลุ่ม
8. Resource Investigator ติดต่อกับภายนอกกลุ่ม

เส้นทางการสื่อสารในเครือข่าย

เส้นทางการสื่อสารในเครือข่ายเกี่ยวข้องกับกำหนดยุทธศาสตร์ในการสื่อสารเชิงอำนาจระหว่างบุคคลหนึ่งกับบุคคลอื่นๆ ยุทธศาสตร์ในการไหลเวียนข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายขนาดเล็ก และยุทธศาสตร์ในการแพร่กระจายข่าวสารในเครือข่ายขนาดใหญ่ ดังนี้

- **ทิศทางในการสื่อสาร (Direction)**

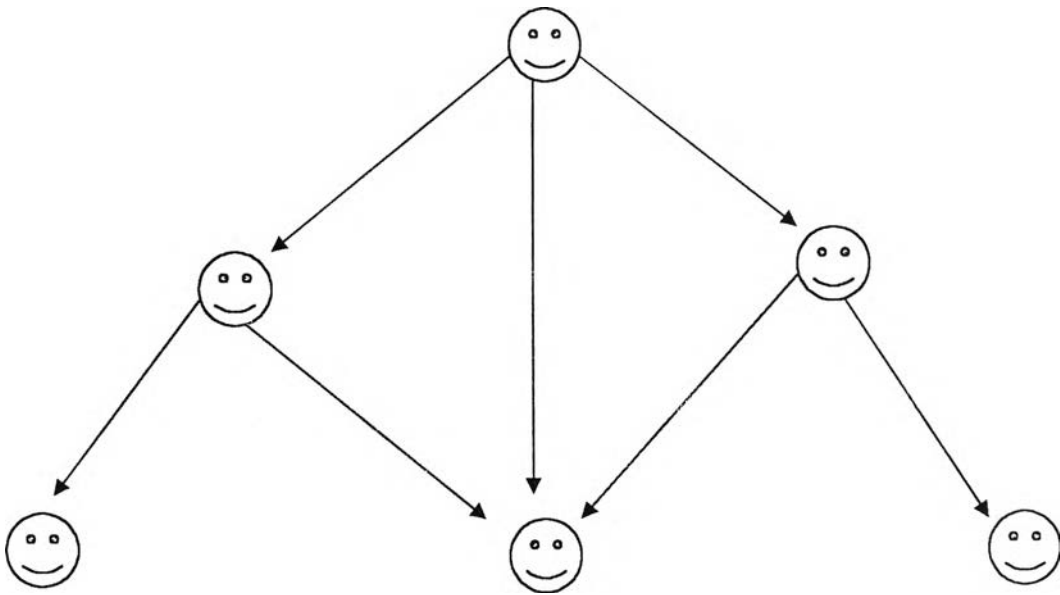
ทิศทางในการสื่อสาร ได้แก่ เส้นทางการส่งต่อข้อมูลข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งในเครือข่าย โดยเฉพาะการค้นหาประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ทิศทางการสื่อสารเป็นไปในลักษณะทางเดียว (one-way communication) หรือเป็นไปในลักษณะสองทาง (two-way communication)
2. ทิศทางการสื่อสารเป็นไปในลักษณะการสื่อสารจากบุคคลที่มีอำนาจ/สถานภาพสูงกว่า ไปสู่บุคคลที่มีอำนาจ/สถานภาพต่ำกว่า ที่เรียกว่า การสื่อสารในแนวตั้ง (vertical communication) หรือ เป็นไปในลักษณะการสื่อสารจากบุคคลที่ในระดับเดียวกัน ที่เรียกกันว่า การสื่อสารในแนวระนาบ (horizontal communication)

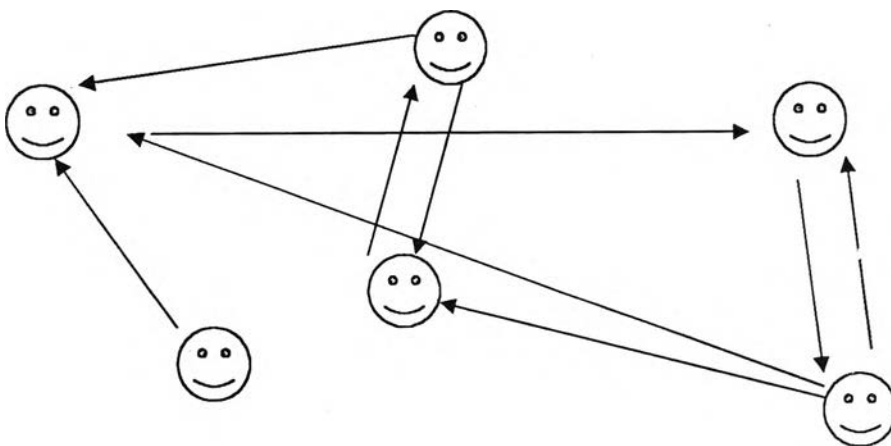
- ทิศทางการไหลเวียนของข้อมูลในเครือข่ายขนาดเล็ก (Information flow)

การไหลเวียนของข้อมูล (flow) ได้แก่ การที่เรื่องราวหนึ่งถูกส่งต่อจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอื่นๆ ในเครือข่าย โดยในเครือข่ายขนาดเล็ก มักให้ความสนใจกับการแพร่กระจายข้อมูลในเครือข่ายว่ามีลักษณะแบบใด อาทิ แบบวงกลม (circle) แบบซี่ล้อ (wheel) แบบโซ่ (chain) หรือแบบทุกทิศทาง (All-channel)

การสื่อสารในทิศทางแนวดิ่ง



การสื่อสารในแนวระนาบ แบบทางเดียว - สองทาง



ลักษณะการแพร่กระจายของข้อมูล (Information diffusion)

การที่ข้อมูลข่าวสารหนึ่งได้รับการบอกเล่าจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอื่นๆ ในระบบ โดยการวิเคราะห์การแพร่กระจายของข้อมูล นิยมศึกษาในประเด็นต่างๆ อาทิ

- ใครเชื่อมต่อกับใคร
- ข้อมูลข่าวสารไหลเวียนจากใครไปถึงใครกันบ้าง หรือจากกลุ่มใดไปยังกลุ่มใดกันบ้าง
- ข้อมูลข่าวสารไหลเวียนผ่านช่องทางอะไรกันบ้าง แต่ละช่องทางมีระดับความเป็นทางการเพียงใด
- เรื่องราวที่แตกต่างกันจะมีการไหลเวียนหรือกระจายผ่านกลุ่มสมาชิกในเครือข่ายแตกต่างกันหรือไม่
- แบบแผนการกระจายของข้อมูลอยู่ในลักษณะใด อาทิ การแพร่กระจายอยู่ภายในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือเครือข่ายใดเครือข่ายหนึ่ง (interlocking network) หรือ การแพร่กระจายจากจุดหนึ่งออกไปสู่จุดอื่นๆ (radial network)

ประเด็นที่สื่อสารในเครือข่าย

John Arquilla & David Ronfeldt นักวิจัยจาก National Defense Research Institute ซึ่งเป็นผู้เขียนหนังสือเรื่อง Networks and Netwars (2001) พบว่า “เครือข่ายประกอบสร้างขึ้นผ่านเรื่องเล่า หรือเรื่องราวต่างๆ ซึ่งบอกเล่าโดยผู้คน” (หน้า 328) โดยเรื่องราวต่างๆ เหล่านั้นทำหน้าที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ (identity) และความรู้สึกเป็นเจ้าของ (belonging) โดยอาจเป็นเรื่องราวที่ทำให้เกิดความรู้สึกร่วมว่าพวกเราเป็นใคร เราสามารถร่วมกันทำอะไร และเครือข่ายเราแตกต่างจากคนอื่นๆ อย่างไร โดยในที่นี้ เรื่องราว หรือเรื่องเล่าต่างๆ ที่ปรากฏในเครือข่าย ก็คือเนื้อหาสาร หรือประเด็นต่างๆ ที่มีการสื่อสารกันในเครือข่ายนั่นเอง

Johnson, J. D. (1992) ยังเน้นว่า การวิเคราะห์ประเด็นที่สื่อสารกันในเครือข่าย ยังสามารถวิเคราะห์ในเชิงคุณลักษณะของเนื้อหา ทั้งในส่วนของเนื้อหาที่ปรากฏ และสิ่งที่อยู่เบื้องหลังการนำเสนอเนื้อหาดังกล่าว อาทิ อารมณ์ความรู้สึกของบุคคล ตลอดจนสัมพันธภาพของสมาชิกในเครือข่าย วิธีการถ่ายทอดเนื้อหา ตลอดจนกระบวนการตีความและการคัดเลือกเนื้อหา

ดัชนีในการบ่งบอกศักยภาพเชิงการสื่อสารของเครือข่าย

การกำหนดดัชนีในการบ่งบอกศักยภาพเชิงการสื่อสารของเครือข่ายจะให้ความสำคัญกับ ดัชนีเชิงบุคคล ดัชนีเชิงการเชื่อมโยง ดัชนีเชิงข้อมูลและดัชนีเชิงเครือข่าย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- **ดัชนีเชิงบุคคล (Person)/กลุ่มบุคคล (Groups)**

ประเด็นด้านการสื่อสารที่เป็นดัชนีเชิงบุคคล/กลุ่มบุคคลในการบ่งชี้ถึงศักยภาพของเครือข่าย ได้แก่ ความหลากหลายของสมาชิกในเครือข่าย และอำนาจในการสื่อสารของสมาชิกในเครือข่าย

ความหลากหลาย (Diversity)

การที่บุคคลที่เป็นสมาชิกของเครือข่ายหนึ่งๆ มีคุณสมบัติหรือคุณลักษณะต่างๆ ที่แตกต่าง (heterogeneity) ไปจากบุคคลอื่นๆ ที่เป็นสมาชิกของเครือข่ายเดียวกัน โดยทั่วไป การรวมตัวของบุคคลเพื่อเป็นกลุ่มหรือเครือข่ายนั้น มักประกอบด้วย บุคคลที่มีคุณลักษณะเหมือนกันในด้านต่างๆ อาทิ ถิ่นที่อยู่อาศัย อาชีพ วัย ประสบการณ์ ความสนใจ ความเชื่อ การเผชิญปัญหาเดียวกัน เป็นต้น โดยการรวมตัวกันในลักษณะดังกล่าว มีจุดเด่นในแง่ที่เครือข่ายดังกล่าว จะเป็นเครือข่ายที่ประกอบด้วยสมาชิกที่มีความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่น (bonding network) มีความไว้วางใจกันสูง (trust) มีความคิด ความรู้สึกที่คล้ายกัน หรือใกล้เคียงกัน ตลอดจนมีการสื่อสารสารกันอย่างใกล้ชิด แนบแน่น

อย่างไรก็ตาม เครือข่ายที่สมาชิกมีความเหนียวแน่น จะมีข้อจำกัดในแง่ของโอกาสในการเปิดกว้างสู่การเรียนรู้ข้อมูลใหม่ๆ ซึ่งจะตรงกันข้ามกับเครือข่ายที่สามารถเชื่อมต่อบุคคลที่มีความแตกต่างหลากหลายเข้าด้วยกัน (bridging network) โดยเครือข่ายที่สามารถเชื่อมบุคคลที่มีความแตกต่างกันเข้าด้วยกัน จะเป็นเครือข่ายที่สมาชิกมีโอกาสในการแลกเปลี่ยนมุมมองและข้อมูลข่าวสารกันสูง ตลอดจนมีการนำทรัพยากรทางสังคม แนวความคิด และข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์เข้ามาสู่เครือข่าย ซึ่งหากต่างฝ่ายต่างเปิดกว้างรับฟังความคิดของกันและกัน ก็จะทำให้สมาชิกในเครือข่ายดังกล่าว มีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของบุคคลและกลุ่มได้เป็นอย่างดี

อำนาจในการสื่อสาร (Power to Communicate)

การที่สมาชิกในเครือข่ายมีความรู้สึกที่พวกเขามีโอกาสที่จะนำเสนอเรื่องใดเรื่อง

หนึ่ง หรือเรื่องต่างๆ ได้อย่างเปิดเผย การวิเคราะห์อำนาจในการสื่อสาร จะให้ความสำคัญกับการค้นหาพื้นที่ บุคคลกลุ่มต่างๆ มีอำนาจในการสื่อสาร ช่วงระยะเวลาในการสื่อสาร ขนาดของกลุ่มผู้เข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อสาร (อาทิ การประชุมกลุ่ม) ท่าทีและการตอบสนองของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลของผู้นำเสนอ และการที่ข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับนำเสนอ มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกในเครือข่าย

โดยเครือข่ายที่มีศักยภาพสูง ได้แก่ เครือข่ายที่อำนาจในการสื่อสารมิได้ถูกผูกขาดอยู่ที่คนใดคนหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่มีการกระจายอำนาจในการสื่อสารไปให้สมาชิกต่างๆ ในเครือข่ายอย่างเท่าเทียมกัน

- **ดัชนีเชิงความเชื่อมโยง (Link)**

การที่บุคคล/กลุ่มบุคคลอย่างน้อย ๒ คน/กลุ่ม มีสัมพันธ์ภาพกัน และมีการติดต่อสื่อสารกัน ซึ่งใช้เป็นแนวทางในการชี้วัดศักยภาพของเครือข่ายทั้งในระดับเครือข่ายส่วนบุคคล เครือข่ายระดับองค์กร เครือข่ายระดับชุมชน และเครือข่ายระดับชาติ

4. ความซับซ้อน (Multiplexity)

การที่คู่สื่อสารหนึ่งๆ ในเครือข่ายมีสัมพันธ์ภาพกันในหลากหลายบทบาท อาทิ เป็นลูกพี่ลูกน้องกัน เป็นเพื่อนร่วมงานกัน และเป็นกลุ่มเที่ยวกลุ่มเดียวกัน เป็นต้น อันสะท้อนให้เห็นความใกล้ชิดกัน (proximity) โดยยิ่งคู่สื่อสารมีสัมพันธ์ภาพแน่นแฟ้นกันในหลากหลายบทบาทเท่าไร ก็ยิ่งทำให้คุณภาพของข้อมูลข่าวสารที่ทั้งคู่สื่อสารกัน มีความแม่นยำมากขึ้นเท่านั้น

5. ความเข้มข้น (Intensity)

ความถี่ หรือความบ่อยครั้งในการที่สมาชิกในกลุ่มย่อยต่างๆ หรือในเครือข่ายมีการติดต่อสื่อสารกันในประเด็นต่างๆ โดยในเชิงปฏิบัติอาจพิจารณาความเข้มข้นจากปริมาณของการติดต่อสื่อสารกัน และปริมาณของข้อมูลที่มีการแลกเปลี่ยน/หมุนเวียนในเครือข่าย ตลอดจนความถี่และระยะเวลาในการติดต่อกันในแต่ละครั้ง โดยเครือข่ายที่มีศักยภาพสูง ได้แก่ เครือข่ายที่มีความเข้มข้นในการสื่อสารสูง ทั้งนี้เนื่องจากเชื่อว่า การที่บุคคลมีการสื่อสารกันอย่างเข้มข้น จะทำให้บุคคลมีโอกาสถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารกัน อันจะนำไปสู่ความไว้วางใจกัน (trust) ความเข้าใจกัน (understanding) และความร่วมมือกัน (cooperation) ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้ลุล่วงไปได้ด้วยดี

3. ความหนาแน่น (Density)

ความหนาแน่นของเครือข่าย ได้แก่ สัดส่วนระหว่างปริมาณการติดต่อสื่อสารที่แท้จริงของสมาชิกในเครือข่าย (connectedness) กับปริมาณการติดต่อสื่อสารที่ควรจะเกิดขึ้นโดยรวม โดยระดับความหนาแน่นของเครือข่ายจะสูง หากสมาชิกในเครือข่ายมีปริมาณการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกต่างๆ อย่างทั่วถึงกันมาก

4. การเชื่อมร้อย (Integration)

การเชื่อมร้อย หรือความผสมกลมกลืนของเครือข่าย ได้แก่ ระดับที่สมาชิกในเครือข่ายมีการติดต่อเชื่อมโยงกันกับบุคคลภายนอก โดยทฤษฎี “จุดแข็งของความสัมพันธ์อย่างหลวมๆ” (the strength of weak ties) ของ Granovetter กล่าวว่า บุคคลจะมีโอกาสได้รับข้อมูลใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ หากสมาชิกในกลุ่มมีการเชื่อมต่อกับบุคคลอื่น หรือกลุ่มอื่นซึ่งอาจมีความแตกต่างไปจากตนหรือกลุ่มตน ซึ่งการเชื่อมต่อดังกล่าว อาจไม่ได้เป็นการคบหาสมาคมกันแบบเหนียวแน่น (strong ties) แต่เป็นการคบหาสมาคม หรือเชื่อมต่อกันกันแบบไม่เหนียวแน่น (weak ties)

โดยเครือข่ายที่สมาชิกมีความเหมือนกันสูง (homogeneity) มักจะมีการแพร่กระจายข้อมูลกันอยู่ภายในกลุ่มของตน (interlocking network) ซึ่ง เครือข่ายในลักษณะดังกล่าวมักมีจุดอ่อนในด้านการขาดโอกาสในการรับข้อมูลใหม่ๆ จากภายนอก อันนำไปสู่ความจำเป็นที่บุคคลจะต้องมีเครือข่ายที่มีการเชื่อมร้อยแบบกระจายออกภายนอก (radial network) มาผสมผสาน เพื่อให้เกิดการรับรู้ข้อมูลใหม่ๆ จากกลุ่มบุคคลที่ความแตกต่างหลากหลาย (heterogeneity) อันนำไปสู่การที่สมาชิกในเครือข่ายจะมีโอกาสในได้การเรียนรู้หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลใหม่ๆ กัน

5. การเปิดกว้าง (Openness)

การที่สมาชิกในเครือข่ายมีการเปิดกว้างทางความคิด โดยเฉพาะในด้านความพร้อมที่จะรับฟังข้อมูลใหม่ๆ จากกลุ่มอื่นๆ ภายในเครือข่าย และบุคคลภายนอกเครือข่ายของตนที่มีความแตกต่างไปจากเดิม ตลอดจนการเปิดใจที่จะยอมรับความคิดของคนอื่นๆ หรือพฤติกรรมของบุคคลอื่น ในกลุ่มอื่นๆ ภายในเครือข่ายตน หรือบุคคลภายนอกเครือข่าย โดยยิ่งสมาชิกในเครือข่ายมีระดับการเปิดกว้างสูง ก็ยิ่งจะทำให้เครือข่ายมีศักยภาพสูง

6. ช่องทางการสื่อสาร (Mode)

ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ ช่องทางต่างๆ ที่สมาชิกในเครือข่ายใช้ในการติดต่อสื่อสารกัน อาทิ การพูดคุยกันแบบตัวต่อตัว การพบปะกันในกลุ่ม การสื่อสารผ่านเอกสาร หรือเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่

7. การเข้าถึง (Reachability)

การเข้าถึง ได้แก่ ระดับของการที่บุคคลหนึ่งในเครือข่ายสามารถเชื่อมต่อกับบุคคลอื่นในเครือข่ายเดียวกันได้เป็นอย่างดี โดยหากเป็นการเข้าถึงในระดับเครือข่ายอาจเรียกว่า การเชื่อมต่อ (connectivity)

ในทางปฏิบัติ จะให้ความสนใจกับการเข้าถึงโดยตรง (direct ties) ซึ่งได้แก่ การที่บุคคลต่างๆ ได้ติดต่อกันเองโดยไม่ผ่านคนอื่น หรือการเข้าถึงทางอ้อม (indirect ties) ซึ่งได้แก่ การที่บุคคลต่างๆ ได้ติดต่อกันโดยผ่านคนกลาง โดยเครือข่ายที่มีศักยภาพ คือ เครือข่ายที่สมาชิกในเครือข่ายสามารถเข้าถึงกันเอง และเข้าถึงแกนนำเครือข่ายได้สะดวก

8. ความเป็นศูนย์กลาง (Centrality)

ความเป็นศูนย์กลาง ได้แก่ การที่สมาชิกในเครือข่ายคนใดคนหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือองค์การใดองค์การหนึ่งทำหน้าที่เป็นตัวประสานระหว่างกลุ่ม ๒ กลุ่ม ซึ่งไม่ได้มีการติดต่อสื่อสารกันเองโดยตรง

โดยในการวัดความเป็นศูนย์กลาง จะให้ความสำคัญกับ ๓ ประเด็น คือ ระดับในการเป็นศูนย์กลาง (degree) ความใกล้ (closeness) และความเป็นตัวกลาง (betweenness)

- ระดับในการเป็นศูนย์กลาง (degree) ได้แก่ จำนวนจุดต่างๆ ที่บุคคลหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่ง หรือองค์การหนึ่ง สามารถเข้าถึงกันหรือติดต่อสื่อสารกันได้โดยตรง โดยในเครือข่ายระดับบุคคล พบว่า บุคคลที่มีคุณสมบัติเป็นดาวเด่น (star) คือบุคคลที่มีระดับในการเป็นศูนย์กลางสูง
- ความใกล้ (closeness) ซึ่งได้แก่ ระยะห่างระหว่างจุดต่างๆ ในเครือข่ายกับจุดอื่นๆ โดยในเครือข่ายระดับบุคคล พบว่า บุคคลที่มีคุณสมบัติเป็นดาวเด่น (star) คือบุคคลที่มีระดับความใกล้กับจุดอื่นๆ สูง
- ความเป็นตัวกลาง (betweenness) ได้แก่ การที่บุคคล กลุ่ม หรือองค์การหนึ่ง สามารถเชื่อมโยงกับบุคคลอื่น กลุ่มอื่น หรือองค์การอื่นที่ขาดการติดต่อกับ

บุคคลอื่น กลุ่มอื่น หรือองค์กรอื่นๆ โดยพบว่า ล่าม (liaison) จะเป็นบุคคลที่มีความเป็นตัวกลางสูง

กล่าวกันว่า ยิ่งเครือข่ายมีความเป็นศูนย์กลางมากเพียงใด ก็ยิ่งทำให้ข้อมูลข่าวสารมีโอกาที่จะแพร่กระจายในเครือข่ายได้กว้างขวาง และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

9. ความสมดุล (Symmetry)

ความสมดุล ได้แก่ ความเท่าเทียมกันในเชิงโอกาสในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน ระหว่างคู่สื่อสารหนึ่งๆ หรือระหว่างแกนนำกลุ่มต่างๆ ในเครือข่าย ตลอดจนการสื่อสารของสมาชิกในกลุ่มย่อยหนึ่งๆ และการสื่อสารระหว่างสมาชิกในกลุ่มย่อยต่างๆ โดยเครือข่ายที่มีความสมดุลสูง มักเป็นเครือข่ายที่มีศักยภาพสูง

10. การตอบสนองซึ่งกันและกัน (Reciprocity)

การตอบสนองซึ่งกันและกัน ได้แก่ ความบ่อยครั้งในการให้และการรับข้อมูลข่าวสาร หรือการแลกเปลี่ยนทรัพยากรต่างๆ กัน โดยอาจพิจารณาการตอบสนองซึ่งกันและกันในระดับบุคคลภายในเครือข่ายด้วยกัน หรือระหว่างองค์กรสมาชิกเครือข่าย ตลอดจนการพิจารณาระหว่างบุคคลภายในเครือข่ายกับบุคคลภายนอกเครือข่าย และระหว่างองค์กรต่างๆ ในเครือข่ายกับองค์กรภายนอก โดยเครือข่ายที่มีการตอบสนองซึ่งกันและกันสูง จะเป็นเครือข่ายที่มีศักยภาพสูง

11. ช่องว่าง (Holes)

ช่องว่าง หรือ หลุม (holes) ได้แก่ จุดบอดต่างๆ ในเครือข่ายที่ขาดการเชื่อมโยงเข้าหากัน โดยในพื้นที่ที่มีช่องว่าง จะเป็นพื้นที่ซึ่งเกิดการติดขัดในการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร โดยข้อมูลข่าวสารจะที่อยู่ในบริเวณดังกล่าวไม่สามารถแพร่กระจายไปยังบุคคลอื่นๆ ตามเส้นทางที่ควรจะเป็นได้ ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ช่องว่าง หรือหลุมในเครือข่าย เป็นตัวสกัดกั้นการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคล/กลุ่มบุคคลต่างๆ อันเป็นอุปสรรคที่ทำให้สมาชิกในเครือข่ายไม่สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึง

ดังนั้น เครือข่ายที่มีศักยภาพต่ำ ได้แก่ เครือข่ายมีช่องว่างในการแพร่กระจายข้อมูลจำนวนมาก

- **ดัชนีเชิงข้อมูล (Information)**

ข้อมูล ได้แก่ ประเด็นในการสื่อสาร หรือเนื้อหาสาร โดยข้อมูลเป็นดัชนีที่สำคัญในการวิเคราะห์เกี่ยวกับการสื่อสารและเครือข่าย

1. **ระดับปริมาณข้อมูล (Rate)**

ระดับปริมาณข้อมูล ได้แก่ อัตราความถี่ในการป้อนข้อมูลข่าวสารเข้าสู่เครือข่าย ในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ และปริมาณ/ความถี่ของข้อมูลข่าวสารที่กระจายในระบบ ซึ่งระดับปริมาณข้อมูลในเครือข่ายมักพิจารณาจากจำนวนของสาร (number of messages) ที่เข้าสู่เครือข่าย และแพร่กระจายในเครือข่าย ภายใต้ระดับความเร็ว (speed) หนึ่งๆ โดยการวิเคราะห์ระดับปริมาณข้อมูล จะสะท้อนให้เห็นถึงการไหลเวียนของข้อมูลในระบบ กล่าวคือ ยิ่งเครือข่ายมีปริมาณข้อมูลจากภายนอกเข้าสู่เครือข่าย และมีการกระจายข้อมูลภายในเครือข่ายสูง ก็ยิ่งสะท้อนให้เห็นว่าเครือข่ายมีศักยภาพสูง

2. **ปริมาณความซ้ำซ้อน (Amount of Redundancy)**

ปริมาณความซ้ำซ้อน ได้แก่ การที่บุคคลหนึ่งๆ ได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องหนึ่งๆ ซ้ำกันหลายครั้ง โดยอาจได้รับผ่านช่องทางเดียวกัน หรือได้รับผ่านช่องทางที่แตกต่างกันไปจากเดิม โดยเครือข่ายที่มีศักยภาพสูง คือ เครือข่ายที่สามารถลดปริมาณความซ้ำซ้อนของข้อมูลได้ อันหมายถึงการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ

3. **ระดับการบิดเบือนสาร (Extent of Messages' Distortion)**

ระดับการบิดเบือนสาร ได้แก่ การที่ข้อมูลข่าวสารเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ถูกลดระดับความสำคัญลง หรือถูกหยิบยกเนื้อหาในบางมุมขึ้นมาขยาย หรือมีการปรับเปลี่ยนถ้อยคำ หรือแก่นสารเกี่ยวกับเรื่องราวที่นำเสนอไปจากเดิม โดยเครือข่ายที่มีศักยภาพสูง ได้แก่ เครือข่ายที่มีระดับการบิดเบือนสารต่ำ

- **ความเป็นเครือข่ายแบบความสัมพันธ์เหนียวแน่น (bonding network) หรือเครือข่ายแบบเชื่อมต่อความหลากหลาย (bridging network)**

เครือข่ายแบบผูกพันภายใน (bonding network) ได้แก่ เครือข่ายที่ประกอบด้วย

สมาชิกที่มีคุณลักษณะต่างๆ เหมือนกัน (homogeneity) ในระดับสูง ในขณะที่เครือข่ายแบบเชื่อมต่อกันหลากหลาย ได้แก่ เครือข่ายที่ประกอบไปด้วยสมาชิกที่มีคุณลักษณะต่างๆ แตกต่างกัน (heterogeneity) ในระดับสูง

เครือข่ายแบบผูกพันภายใน จะเป็นเครือข่ายที่สมาชิกมักจะมีความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ และอุดมการณ์ที่คล้ายกัน หรือใกล้เคียงกัน มีประสบการณ์ต่างๆ ใกล้เคียงกัน อันทำให้สมาชิกในเครือข่ายมีความเข้าใจกันสูง (understanding) มีความไว้วางใจกันสูง (trust) เหมือนกัน อันทำให้การประสานงานในเครือข่ายเป็นไปด้วยความสะดวก แต่เครือข่ายในลักษณะดังกล่าวมีจุดอ่อนในด้านที่เครือข่ายมีโอกาสปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ จากภายนอกสูง โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสาร หรือความเชื่อที่แตกต่างไปจากกลุ่มของตน

ส่วนเครือข่ายแบบเชื่อมต่อกันหลากหลาย (bridging network) จะเป็นเครือข่ายที่ประกอบด้วยสมาชิกที่มีความแตกต่างหลากหลาย ในเชิงความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ อุดมการณ์ และประสบการณ์ แต่อาจมีเป้าหมายร่วมกัน หรือมีความเชื่อมั่นร่วมกันในพลังของเครือข่าย ในฐานะทางออกที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ โดยเครือข่ายดังกล่าวจะเป็นเครือข่ายที่มีโอกาสได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ จากภายนอก ไหลเวียนผ่านสมาชิกในเครือข่ายไปสู่สมาชิกอื่นๆ ในเครือข่ายในระดับสูง แต่เครือข่ายดังกล่าวมักจะมีโอกาสที่มีความขัดแย้งกันสูง หากไม่สามารถประสานผลประโยชน์ร่วมกันได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม หากเครือข่ายในลักษณะดังกล่าว มีการจัดการได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในแง่ที่กระตุ้นให้สมาชิกในเครือข่ายได้มีโอกาสรับฟัง และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน ตลอดจนการกำหนดกฎกติกาต่างๆ ของเครือข่ายให้ชัดเจน จะทำให้สมาชิกในเครือข่ายมีโอกาสในการฝึกการเปิดใจกว้าง รับฟังความคิดเห็นใหม่ๆ และหาข้อสรุปต่างๆ ร่วมกัน อันจะนำไปสู่การลดความขัดแย้ง และเพิ่มความสามัคคี และกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกเครือข่ายในระยะยาว อันทำให้เครือข่ายดังกล่าวมีพลังในการเผชิญกับปัญหา และสถานการณ์วิกฤตต่างๆ ตลอดจนสามารถค้นหาทางออกที่เหมาะสมได้ดี

● **การซ้นทับระหว่างโครงสร้างการสื่อสารอย่างเป็นทางการและเครือข่ายการสื่อสารในฐานะโครงสร้างการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ**

การวิเคราะห์การซ้นทับกันระหว่างโครงสร้างการสื่อสารอย่างเป็นทางการ (formal communication structure) ในระบบหนึ่งๆ กับเครือข่ายการสื่อสารซึ่งเป็นโครงสร้างการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ (informal communication structure) ในระบบ นับได้ว่าเป็นสิ่ง

สำคัญในการชี้ให้เห็นถึงศักยภาพของเครือข่ายการสื่อสาร โดยเฉพาะการกระทำดังกล่าวจะช่วยชี้ให้เห็นว่าบุคคล/องค์กรที่ทำหน้าที่แพร่กระจายข้อมูลข่าวสารเป็นบุคคลคนเดียวกัน หรือเป็นองค์กรเดียวกันหรือไม่ ข้อมูลที่แพร่กระจาย ช่องทางในการสื่อสาร และกลุ่มบุคคลเป้าหมายมีความเหมือนหรือต่างกันหรือไม่ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะช่วยในการเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางในการปรับปรุงโครงสร้างการสื่อสารและเครือข่ายการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ

- **การเชื่อมต่อของเครือข่าย (Network Connectivity)**

การวิเคราะห์การเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายกับองค์ประกอบอื่นๆ ในโครงสร้างสังคม เป็นประเด็นสำคัญในการวิเคราะห์ข้อมูลระดับมหภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิเคราะห์การเชื่อมต่อกันของเครือข่าย จะช่วยในการระบุตัวบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในเชิงการสื่อสารภายในโครงสร้างสังคม และการรับรู้เกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารต่างๆ และกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันระหว่างเครือข่าย กับส่วนอื่นๆ ในสังคม

Harold J. Leavitt ซึ่งได้ทดลองทำการวิจัยโดยใช้แบบของการสื่อสารหลายแบบ พบว่าการสื่อสารจัดแยกออกได้เป็น 2 แบบ คือ แบบที่มีศูนย์กลาง กับแบบกระจายอำนาจ

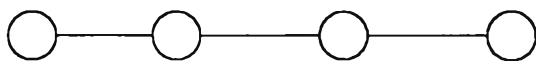
1. **การสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง (Centralized Communication)** เป็นการสื่อสารที่มีใครคนใดคนหนึ่งเป็นศูนย์กลางหรือทางผ่าน โดยที่สมาชิกคนอื่น ๆ ไม่มีการติดต่อกันโดยตรง แต่ต้องผ่านคนกลาง

2. **การสื่อสารแบบกระจายอำนาจ (Decentralized Communication)** เป็นการสื่อสารที่สมาชิกในกลุ่มติดต่อกันโดยอิสระ ไม่มีใครตัดสินใจคนเดียว แต่ร่วมกันคิด ร่วมกันแก้ปัญหา เป็นวิธีที่ใช้ได้ตรงกับกระบวนการกลุ่มมาก เพราะทุกคนมีปฏิสัมพันธ์กัน (Interaction) ผลที่ออกมาจะได้ทั้งผลผลิต (Product) และกระบวนการ (Process) ของกลุ่ม หมายถึง การสื่อสารแบบนี้คำนึงถึงการเอาใจใส่ผู้ทำงาน สิ่งแวดล้อมในการทำงาน ขวัญและกำลังใจของกลุ่มด้วย

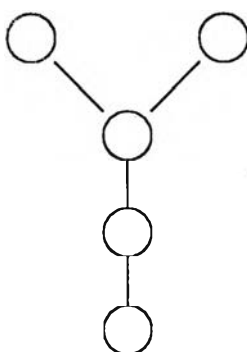
การสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง (Centralized Communication)

- **เครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่ (Chain network)** ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่สมาชิกแต่ละคนจะได้ติดต่อไปยังสมาชิกคนอื่นที่อยู่ถัดไปเท่านั้น เนื่องจากมีข้อจำกัดในแง่การประสานงานและการติดต่อระหว่างสมาชิกในกลุ่ม บางครั้งจึงเป็นความยากลำบากที่กลุ่มจะ

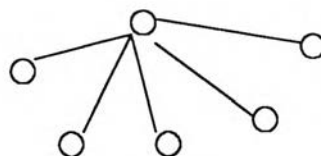
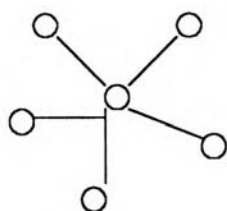
ทำงานให้สำเร็จได้ตามที่ต้องการ การขาดความเป็นอิสระในการติดต่อสื่อสารเพราะสมาชิกจะติดต่อกับบุคคลอื่นได้เพียง 2 คน หรือ 2 คนที่ต่อจากเขาเท่านั้น จึงทำให้ความพอใจของสมาชิกในกลุ่มค่อนข้างต่ำ



- เครือข่ายการสื่อสารแบบตัววาย (Y Network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่มีสมาชิกที่อยู่ตรงกลางเพียง 2 คน จะทำหน้าที่ประสานงานและส่งข้อมูลที่รับจากสมาชิกคนอื่นที่อยู่รอบนอก การสื่อสารแบบนี้มีความเหมาะสมกว่าแบบลูกโซ่ในแง่ที่ทำงานสำเร็จได้ดีกว่า เพราะข้อมูลสามารถผ่านทิศทางต่าง ๆ ได้มากกว่า แทนที่จะอาศัยคนที่อยู่ถัดไปเท่านั้น โดยปกติบุคคลที่อยู่ตรงกลางสักคนหรือ 2 คนเท่านั้นที่มีความพอใจต่อรูปแบบการสื่อสารแบบนี้ แต่ส่วนที่เหลือของกลุ่มหรือผู้ที่อยู่รอบนอกมีความพอใจต่ำ รูปแบบของข่ายการสื่อสารแบบตัววายนี้มักจะเกิดขึ้นในกลุ่มที่สมาชิกเพียง 1 คน หรือ 2 คนเท่านั้น เต็มใจที่จะรับทำงานและรับผิดชอบต่อผลสำเร็จของงาน ในขณะที่ส่วนที่เหลือของกลุ่มไม่ยอมรับผิดชอบ

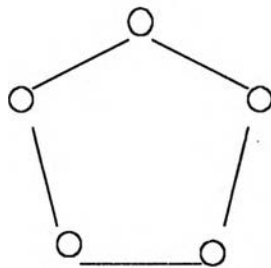


- เครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่สมาชิกคนหนึ่งเป็นผู้รับข่าวจากสมาชิกคนใดคนหนึ่งแล้วส่งข่าวนั้นไปยังสมาชิกคนอื่น ๆ บุคคลที่อยู่ตรงกลางของกลุ่มจะเป็นผู้มีอำนาจอย่างแท้จริงและเป็นผู้นำของกลุ่ม เพราะเป็นผู้เดียวที่รับผิดชอบผลสำเร็จของงาน

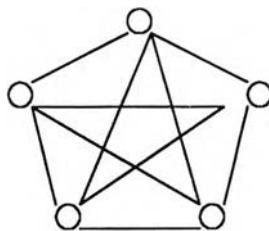


การสื่อสารแบบกระจายอำนาจ (Decentralized Network)

- **เครือข่ายการสื่อสารแบบวงกลม (Circle Network)** ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่มีสมาชิกในกลุ่มทุกคนสามารถติดต่อกับสมาชิกที่อยู่ถัดจากคนทั้งสองข้าง สถานะของทุกคนมีความเท่าเทียมกันและทุกคนมีความพอใจ อย่างไรก็ตาม ปัญหาเรื่องความรับผิดชอบจะเกิดขึ้นเพราะจะหาคนรับผิดชอบไม่ได้เพราะแต่ละคนมีฐานะเท่าเทียมกัน จะหาใครมาเป็นศูนย์รวมของกลุ่มไม่ได้



- **เครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network)** ได้แก่ เครือข่ายการสื่อสารที่สมาชิกทุกคนสามารถติดต่อกับสมาชิกคนอื่นได้โดยตรงไม่ต้องผ่านสมาชิกคนอื่น ๆ ทั้งในการรับข่าวและส่งข่าว อาจถือได้ว่าเป็นเครือข่ายการติดต่อที่สมบูรณ์ที่สุด เพราะไม่มีข้อจำกัดการสื่อสารของสมาชิก โดยเครือข่ายนี้จะเปิดโอกาสให้มีปฏิริยาย้อนกลับสูงที่สุด



พร้อมกันนี้ Shaw (อ้างในจารุณี พัทธพิมานสกุล : 2542) สรุปผลการวิจัยในเรื่องของเครือข่ายการสื่อสารไว้ในประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. เครือข่ายแบบรวมอำนาจสู่ส่วนกลาง จะก่อให้เกิดผู้นำเพียงคนเดียว และเกิดขึ้นได้ง่ายกว่าแบบกระจายอำนาจ เพราะคนกลางในโครงสร้างจะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหา มากกว่าสมาชิกคนอื่น ๆ ทำให้เขาเป็นผู้ควบคุมความสำเร็จในการทำงานของกลุ่มเพราะเขาอยู่ในตำแหน่งตัวเชื่อมการสื่อสารที่สำคัญ

2. โครงสร้างการสื่อสารแบบกระจายอำนาจ มีประสิทธิภาพมากกว่าในการแก้ปัญหาที่สลับซับซ้อน แต่โครงสร้างการสื่อสารแบบรวมอำนาจมีประสิทธิภาพมากกว่าในการแก้ปัญหาที่ง่าย ๆ ในการทำงานง่าย ๆ ใช้ข้อมูลข่าวสารจำนวนน้อยในงานที่ต้องการข้อมูลเพียงประการเดียว เครือข่ายแบบรวมอำนาจจะทำงานโดยก่อให้เกิดข้อผิดพลาดน้อยและสำเร็จเร็วกว่าแบบขยายอำนาจ เพราะการติดต่อสื่อสารแบบนี้เป็นการติดต่อทางเดียวที่ถูกรอบงำ โดยผู้นำเพียงคนเดียว ความเป็นระเบียบถูกกำหนดขึ้น เพื่อไม่ให้มีข่าวสารมาก ส่วนการติดต่อสื่อสารแบบวงกลมสมาชิกของกลุ่มจะติดต่อกับบุคคล 2 คนได้ พวกเขาจึงใช้เวลามากกว่า แต่ในงานที่ต้องใช้ข้อมูลร่วมกันและต้องมีการปฏิบัติด้วยนั้น โครงสร้างการสื่อสารแบบกระจายอำนาจจะทำงานได้รวดเร็วและมีข้อผิดพลาดน้อยกว่าแบบรวมอำนาจ
3. สภาวะข่าวสารท่วมท้นมักจะเกิดขึ้นในเครือข่ายการสื่อสารแบบรวมอำนาจ เพราะข่าวสารและการตัดสินใจจะไปรวมอยู่ที่จุดศูนย์กลางของเครือข่าย ทำให้ผู้นำของโครงสร้างการสื่อสารแบบนี้อยู่ในสภาวะข่าวสารท่วมท้นได้ ส่วนเครือข่ายการสื่อสารแบบกระจายอำนาจนั้น ทุกคนต้องใช้ข้อมูลร่วมกัน ต้องเป็นผู้ตัดสินใจ และเป็นผู้นำ ดังนั้นจึงเป็นการยากที่จะมีใครเกิดสภาวะข่าวสารท่วมท้นได้

โครงสร้างการติดต่อสื่อสารสามารถมีอิทธิพลต่อความรู้สึกร่วมของคน รวมทั้งยังมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มในด้านความรวดเร็ว ความถูกต้อง และการปรับตัว

ความเชื่อมโยงด้านการสื่อสาร เครือข่าย และผลในด้านต่างๆ

ในการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงด้านการสื่อสาร เครือข่าย และผลในด้านต่างๆ นั้น เราอาจจัดกลุ่มประเด็นต่างๆ ที่เป็นตัวแปรหลักออกเป็น 3 กลุ่ม โดยกลุ่มที่หนึ่ง ได้แก่ ตัวแปรที่ไม่ใช่ตัวแปรด้านการสื่อสาร แต่อาจมีความสัมพันธ์ต่อตัวแปรด้านด้านการสื่อสาร กลุ่มที่สอง ได้แก่ ตัวแปรด้านการสื่อสารและเครือข่าย และกลุ่มที่สาม ได้แก่ ตัวแปรที่เป็นผลของการสื่อสารและเครือข่ายในด้านต่างๆ โดยนิยามวิเคราะห์ความเชื่อมโยงกันของตัวแปรใน 3 กลุ่ม

ก่อนการเริ่มต้นแสวงหาแนวทางในการสื่อสารเพื่อการเสริมสร้างศักยภาพเครือข่ายนั้น จำเป็นต้องมีการวางกรอบในการศึกษาเครือข่ายให้ชัดเจน โดยเฉพาะระดับในการศึกษา อาทิ

เครือข่ายส่วนบุคคล เครือข่ายระดับกลุ่ม/องค์กร เครือข่ายระดับภูมิภาค เครือข่ายระดับชาติ หรือ เครือข่ายระดับข้ามชาติ

นอกจากนั้น เพื่อให้เกิดความชัดเจนในประเด็นที่ศึกษา อาจจำเป็นที่จะต้องเน้นการตั้งคำถามให้สะท้อนถึงช่วงเวลาที่ต้องการศึกษา ซึ่งอาจเป็นช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หรือหลายจังหวัด เวลา อาทิ ช่วงการริเริ่มเครือข่าย ช่วงการรักษาสัมพันธภาพของเครือข่าย ช่วงการจัดการความขัดแย้งต่างๆ ในเครือข่าย ช่วงการขยายเครือข่าย และการแสวงหาแนวทางในการทำให้เครือข่ายมีความยั่งยืน

พรโสภิต จงมีสุข (2545) ศึกษาเรื่อง เครือข่ายและกระบวนการสื่อสารในการรณรงค์ เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของชมรมหัวใจไร้สาร ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารภายในเครือข่าย มีทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล ได้แก่ การพูดคุยกัน การคุยโทรศัพท์ และการสื่อสารกลุ่มย่อย ได้แก่ การประชุมกันแบบเห็นหน้าค่าตากันและผ่านทางเว็บบอร์ด ซึ่งจะมีรูปแบบการสื่อสารเป็นทางการ

จารุณี พัทธพิมานสกุล (2542) ศึกษาเรื่อง "เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวิตจิต" พบว่า เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวิตจิตเป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบแนวระนาบ โดยมี ดร.สาทิส อินทรกำแหง เป็นศูนย์กลาง และเครือข่ายประกอบด้วย 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ มูลนิธิชีวิตจิต กลุ่มแกนนำภายนอก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสื่อสารแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ การสื่อสารทางเดียว การสื่อสารสองทางแบบเป็นทางการ การสื่อสารสองทางกึ่งทางการ และการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ สำหรับปัจจัยการสื่อสารที่ส่งผลต่อพัฒนาการของเครือข่ายกลุ่มชีวิตจิต ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร ปัจจัยด้านคุณสมบัติของแนวคิดชีวิตจิต ปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสาร ปัจจัยด้านผู้รับสาร และปัจจัยด้านบริบทสังคม

เจษฎา รัตนเขมากร (2540) ศึกษาเรื่อง "ศิลปินเพลงไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ" พบว่า เครือข่ายการสื่อสารของแฟนคลับ ที่จัดตั้งขึ้นโดยบริษัทและศิลปินนั้น ตัวศิลปินถือเป็นตำแหน่งศูนย์กลางที่สุดในเครือข่าย เพราะจะเป็นตำแหน่งที่ส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไปให้สมาชิก ส่วนแฟนคลับที่จัดตั้งโดยแฟนเพลงอย่างเป็นทางการ พบว่า ผู้จัดตั้งแฟนคลับเป็นตำแหน่งศูนย์กลาง ซึ่งสมาชิกจะต้องไปหาตำแหน่งศูนย์กลางเอง โดยสมาชิกมักจะนำข่าวสารนั้นส่งต่อไปให้เพื่อนสมาชิกด้วยกันอีกทอดหนึ่ง จึงถือเป็นการสื่อสารในรูปแบบตาข่าย เมื่อเครือข่ายมีขนาดใหญ่ สมาชิกแฟนคลับจะมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ เพียงไม่กี่คนเท่านั้น โดยจะมีปฏิสัมพันธ์

กับบุคคลที่มีความเหมือนกับตัวเองมากที่สุด แต่ในกรณีที่สมาชิกมีนิสัยบางอย่างไม่เหมือนกับกลุ่มเพื่อน สมาชิกเหล่านี้ก็จะปรับเปลี่ยนนิสัยให้เหมือนกับเพื่อนทันที เพื่อที่จะได้อยู่ในกลุ่มนั้น หรือเกิดการเกาะกลุ่มมากขึ้น

พรพนสิริ จิตรรัตน์ (2544) ศึกษาเรื่อง “เครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มการเมืองท้องถิ่นใน จ.ชลบุรี” พบว่า ลักษณะเครือข่ายของกลุ่มการเมืองท้องถิ่นใน จ.ชลบุรี เป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบรวมศูนย์ มีนายสมชาย คุณปลื้มเป็นศูนย์กลาง สมาชิกเครือข่ายประกอบด้วยเครือข่ายของนายสมชาย คุณปลื้ม สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จ.ชลบุรีและผู้นำท้องถิ่นใน จ.ชลบุรี โดยรูปแบบการสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ และการสื่อสารแบบเป็นทางการ เป็นเครือข่ายการสื่อสารที่มีการครอบงำสูง มีการรวมศูนย์สูง มีความยืดหยุ่นน้อย ไม่เท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร มีความไม่สมดุลสูง และเป็นเครือข่ายเปิด

สำหรับแนวคิดด้านเครือข่ายการสื่อสาร ผู้วิจัยใช้เป็นกรอบในวิเคราะห์บทบาททางการสื่อสารของผู้นำชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวายในการจัดการการท่องเที่ยว

ปัญหานำการวิจัย 2 : ผู้นำชุมชนมีบทบาททางการสื่อสารอย่างไร ต่อการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดริมน้ำดอนหวาย