

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรของประชาชนชาวบ้านจังหวัดจันทบุรีผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเรื่องประชาชนชาวบ้านและภูมิปัญญาท้องถิ่น
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้นำทางความคิด
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร
4. ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล
5. แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
6. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเรื่องประชาชนชาวบ้านและภูมิปัญญาท้องถิ่น

แนวคิดเรื่องประชาชนชาวบ้าน ได้มีผู้ให้คำนิยามไว้ในลักษณะคล้ายๆ กัน โดยผู้วิจัย ได้ทำการรวบรวมความหมายไว้ ดังนี้

ประชาชนชาวบ้าน หมายถึง ชาวบ้าน ผู้มีปัญญา ผู้สามารถถ่ายทอดเชื่อมโยงคุณค่าของอดีตกับปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม (ประเวศ วะสีและคณะ, 2536 : หน้า152)

ประชาชนชาวบ้าน หมายถึง บุคคลผู้เป็นเจ้าของภูมิปัญญาชาวบ้านและนำภูมิปัญญามาใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิตจนประสบผลสำเร็จ สามารถถ่ายทอดเชื่อมโยงคุณค่าของอดีตกับปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม (นันทสาร สีสลับ, 2542 : หน้า 11)

ประชาชนชาวบ้านหรือเกษตรกรต้นแบบ หมายถึง ผู้มีบทบาทสูงในชุมชนท้องถิ่น เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้วยการรวบรวมความศรัทธาและความนับถือจากประชาชนในท้องถิ่นจากการสะสมคุณธรรม ความดี และมีองค์ความรู้ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้ทดลองปฏิบัติและปรับใช้ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต ตามสภาพของภูมิสังคม ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ สภาพเศรษฐกิจและทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นทุนวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน ท้องถิ่น เกิดเป็นองค์ความรู้ เป็นกระบวนการคิด เป็นรูปแบบที่ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามแนววิถีของเกษตรกรรมยั่งยืน โดยยึดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเครื่องนำทาง และชุดความรู้ดังกล่าวได้ถ่ายทอดต่อผู้คนในสังคม ชุมชน ท้องถิ่น ได้นำไปปฏิบัติจนเกิดผลและเกิดการยอมรับศรัทธาจากผู้คนทั่วไป (สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, ม.ป.ป.)

จากความหมายข้างต้น จึงพอสรุปได้ว่า ประชาชนชาวบ้าน หมายถึง บุคคลในชุมชนท้องถิ่นที่มีความรู้ความสามารถตามสิ่งที่ถนัดและการปฏิบัติของแต่ละคนมีการหล่อหลอม ซึมซับ บ่มเพาะ ค้นคว้า ทดลองโดยใช้วิถีชีวิตของตนเองเพื่อทดสอบความถูกต้อง ตกผลึกจนกลายเป็นภูมิปัญญาที่

สามารถนำมาปฏิบัติใช้ต่อตนเองและถ่ายทอดสู่บุคคลทั่วไปในชุมชน สังคมและท้องถิ่นได้สานต่อ สามารถแก้ปัญหาและเป็นแบบอย่างที่ดีจนเกิดการยอมรับและศรัทธาของคนในชุมชนท้องถิ่น

### คุณสมบัติของผู้ที่เป็นปราชญ์ชาวบ้าน

ปราชญ์ชาวบ้านหรือนักคิดท้องถิ่นหรือครูภูมิปัญญาไทย ซึ่งจะมีหลากหลายด้านแล้วแต่ ความถนัดความชำนาญในงานที่ปฏิบัติ ทำการค้นคว้าปฏิบัติทดลองจนเกิดผลออกมาเป็นที่ยอมรับนั้น คุณสมบัติของผู้ที่เป็นปราชญ์ คือ

1. เป็นผู้มีธรรมะอยู่ในใจ เป็นธรรมชาติของความรัก ความเมตตา ความอยากช่วยคน เป็นธรรมชาติโดยการปฏิบัติ

2. แสวงหาความรู้และจัดการองค์ความรู้ โดยคิดทำสรุปบทเรียน แลนำมาเป็นความรู้ให้คนอื่นเห็นได้อย่างชัดเจน มีทั้งวิชาการและภาคปฏิบัติให้เห็น

3. เป็นผู้มีความรัก ความเป้นปราชญ์ไม่ได้อยู่ที่ความฉลาดของปัญญาที่เกิดจากการ กระทำ แต่เกิดจากรักที่มีธรรมะเป็นแรงบันดาลใจให้แบ่งปันแกผู้อื่น

4. เป็นรโมโห้ ร่มไทร การแก้ปัญหาที่เกิดจากการทำจริงด้วยความรักแผ่นดิน โดยสรุป อากถาวรได้วา ปราชญ์ชาวบ้านนั้นเป็นผู้ที่มีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ มี ความคิดเขาระบบขอบค นหาความจริง ขางสังเกตและนำสิ่งที่พบเห็นมาเรียนรู้โดยการปฏิบัติจริง สามารถสรุปบทเรียนได้

หลักคิดของปราชญ์ชาวบ้าน แกนแท้ของความเป็นปราชญ์ชาวบ้านหลายร้อยคนในสังคมไทย ไตเสนอหลักคิดและวิธีการทำงาน เพื่อแก้ไข ปัญหาให้กับชุมชนและสังคม ของปราชญ์ชาวบ้านตั้งแต่ บุคคลเบื้องต้นไปจนกระทั่งระดับชุมชนโดยบุคคลนั้นจะต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. การรู้จักตัวเองให้ไต่ กล่าวคือ ต้องรู้ว่าปัญหาที่เราเผชิญอยู่เกิดจากอะไร ใครทำให้เกิดป ญหา เราสร้างปัญหาเอง หรือคนอื่นสร้างปัญหาเช่น ปัญหาที่เกิดขึ้นเกิดจากนโยบายของรัฐบาลหรือ เพราะใคร สามารถวิเคราะห์ตนเอง ชุมชน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รากฐาน ประวัติศาสตร์ ความเป นมาของชุมชน สังคม มีทรัพยากรอะไรบ้าง มีทุนปัญญา ทุนทางสังคม ทุนวัฒนธรรมและทุนทรัพยากร หรือไม ถ้ามีจำนวนเท่าไร ชีวิตหรือชุมชน ต้องการอะไร อะไรคือสิ่งที่จำเป็น อะไรคือสิ่งที่ต้องการ การวิเคราะห์ตัวเองทำให้เราไต่เขาใจตัวเอง ทราบถึงความจำเป็นและความต้องการที่แท้จริง ทำให้ ชีวิตหรือชุมชนสามารถจัดความสัมพันธ์หรือกำหนดหาที่ต่อสิ่งที่มาจากภายนอกที่เข้ามาเป็นผู้เลือก คัดสรร อะไรควรรับหรือควรปฏิเสธ รับแล้วควรปรับให้เข้ากับชีวิตหรือชุมชนได้อย่างไร เป็นการรู้เท ทานสิ่งภายนอกเปรียบเสมือนชุมชนที่มีภูมิปัญญาที่เรารายที่เข้ามา

2. ใช้ปัญญาทำงานแทนเงินตราเน้นการสร้างกระบวนการเรียนรู้ พัฒนาคนให้เกิดปัญญา มี ความคิดที่จะแก้ปัญหาด้วยตัวเอง การระดมทุน ระดมทรัพยากร มาที่หลังมีความเชื่อมั่นว่าถ้ามุขย เกิดปัญญาจะสามารถแก้ปัญหาได้ การทำงานร่วมกันจึงต้องตระหนักเสมอว่าเป็นกระบวนการในการ สร้างคนขึ้นมา

3. สร้างการมีส่วนร่วมแทนอำนาจสั่งการใช้วิธีการทำงานโดยชักชวนคนเขารวมจากกลุ มเล็กๆ ก่อน ทำให้เกิดผลงานเห็นชัดเจน มีตัวอย่างรูปธรรมพิสูจน์ได้ จนเกิดการยอมรับว่าสามารถทำ ไต่จริง จึงขยายผลไปสู่วงกว้าง ชักชวนสร้างแนวร่วมให้คนเขารวมกระบวนการมากขึ้นเรื่อยๆ มีหลัก

ในการระดมความคิดรวมกัน ไม่ใช่ต่างคนต่างคิด ต่างคนต่างทำ แต่จะให้รวมคิดกันดั่งๆ ในที่ประชุม นำแนวคิดของแต่ละคน มาปรับปรุงพัฒนารวมกัน เมื่อเกิดความชัดเจนทางความคิดก็หาแนวทางในการปฏิบัติ ถ้ามถึงวิธีการการทำ? มีใครต้องรับผิดชอบ? ต้องใช้ทรัพยากรอะไรบ้าง? ใช้งบประมาณเท่าไร? ตอนนี้มีอยู่เท่าไร? ต้องกุมภาพันธ์? จะคุ้มค่าหรือไม่? ตั้งคำถามหาคำตอบทุกประเด็นให้ชัดเจน เมื่อคิดแล้วต้องลงมือทำด้วยตัวเองแต่ถ้าเพียงแต่คิด เพื่อเสนอให้คนอื่นทำจะไม่ไผล ยึดถือคติคิดแล้วต้องลงมือทำ

4. ชุมชนต้องมีบทบาทหลักในการพัฒนา ไม่ใช่หน่วยงานราชการ งานพัฒนาชุมชนที่ผ่านมาเป็นงานของหน่วยงานราชการเป็นหลัก ชุมชนเป็นเพียงผู้เข้าร่วม ถูกขอร้องให้ช่วยทำเพื่อให้เกิดผลงานที่หน่วยงานราชการจะได้นำไปรายงานตามลำดับขั้นจนถึงระดับกระทรวง เป้าหมายของราชการจึงไม่ได้เกิดผลต่อการพัฒนาชาวบ้านแต่อย่างใด แต่อยู่ที่จะมีอะไรไปรายงานเป็นผลงานของหน่วยงานราชการเอง จึงต้องเปลี่ยนกลับกันเป็นต่อไปนี้ ชุมชนต้องมีบทบาทหลัก หน่วยงานราชการเป็นเพียงผู้เข้าร่วม ส่งเสริมสนับสนุน ชาวบ้านจะต้องเป็นพระเอก ข้าราชการต้องลดบทบาทตัวเองลง เมื่อหน่วยงานราชการถอนตัว ชุมชนก็สามารถดำเนินการด้วยตัวเองไปได้ ไม่ใช่เหมือนการพัฒนาที่ผ่านมา เมื่อหน่วยงานราชการถอนตัว หมดงบประมาณไม่มาส่งเสริม โครงการนั้นก็ล้มหายตายจากไปพร้อมกับหน่วยงานราชการนั้น

5. ทำตัวเป็นแบบอย่าง คนยอมรับนับถือวิถีชีวิตของปราชญ์ชาวบ้าน เป็นวิถีที่เรียบง่ายไม่ฟุ้งเฟ้อ ใช้ชีวิตแบบสมถะ มีความซื่อสัตย์ เป็นคนมีคุณธรรม ยึดหลักพุทธธรรม ไม่มีปัญหาทางการเงิน ทุกคนให้การยอมรับนับถือ ใช้ชีวิตอย่างคนที่พออยู่พอกิน ไม่ทะยานอยากไปตามกิเลสฝ่ายต่ำ ใช้ชีวิตแบบมีสติ ปฏิเสธสังคมบริโภคนิยมวัตถุ แต่เน้นมิติทางจิตใจ เป็นกัลยาณมิตรอยู่ร่วมกับธรรมชาติ

สรุป ปราชญ์ชาวบ้านเป็นผู้ที่ใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย ใช้ชีวิตแบบสมถะ มีสติ ใช้ชีวิตโดยยึดหลักพุทธธรรม เป็นแบบอย่างและเป็นที่ยอมรับนับถือของคนในชุมชนและบุคคลทั่วไป เป็นผู้ที่รู้จักตนเอง สามารถวิเคราะห์ตนเองและชุมชนเพื่อนำมาปรับไขแก้ปัญหามุมมองของตนเองโดยการพึ่งพาตนเอง ร่วมกันคิดและชักชวนคนในชุมชนให้เขามามีส่วนร่วมในการพัฒนา

### **ลักษณะองค์ความรู้ของปราชญ์ชาวบ้าน**

ลักษณะองค์ความรู้ของปราชญ์ชาวบ้าน เป็นความสามารถทางพฤติกรรมและความสามารถในการแก้ไขปัญหาของมนุษย์ ลักษณะองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นของปราชญ์ชาวบ้าน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ (สำนักงานพัฒนาเกษตรกร, 2553 : หน้า 76)

1. เป็นเรื่องของการใช้ความรู้ ทักษะ ความเชื่อและพฤติกรรม
2. แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ คนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ
3. เป็นองค์รวมหรือกิจกรรมทุกอย่างในวิถีชีวิต
4. เป็นเรื่องของการแก้ไขปัญหา การจัดการ การปรับตัว การเรียนรู้เพื่อความอยู่รอดของบุคคล ชุมชนและสังคม
5. เป็นแกนหลักหรือกระบวนการที่คนในการมองชีวิตเป็นพื้นความรู้ในเรื่องต่าง ๆ

6. มีลักษณะเฉพาะหรือมีเอกลักษณ์ในตัวเอง
7. มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อการปรับสมดุลในพัฒนาการทางสังคมตลอดเวลา
8. มีวัฒนธรรมพื้นฐานไม่ใช่วิทยาศาสตร์
9. มีการบูรณาการสูง
10. มีความเชื่อมโยงไปสู่นามธรรมที่ลึกซึ้งสูงส่ง
11. เน้นความสำคัญของจริยธรรมมากกว่าวัตถุธรรม

จากลักษณะองค์ความรู้ดังกล่าวเป็นวิธีการปฏิบัติของชาวบ้านซึ่งได้มาจากประสบการณ์แนวทางแก้ปัญหาในแต่ละเรื่อง แต่ละประสบการณ์ แต่ละสภาพแวดล้อมซึ่งจะมีเงื่อนไขปัจจัยเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป นำมาใช้แก้ไขปัญหา โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่โดยชาวบ้านคิดเอง เป็นความรู้ที่สร้างสรรค์และมีสวนเสริมสร้างการผลิตหรือเป็นความรู้ของชาวบ้านที่ผ่านการปฏิบัติมาแล้วอย่างโชกโชน เป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรม เป็นความรู้ที่ปฏิบัติได้มีพลังและความสำคัญอย่างยิ่งในสังคมชุมชนท้องถิ่น ช่วยให้ชาวบ้านมีชีวิตอยู่รอดช่วยสร้างสรรค์การผลิตและช่วยในด้านการทำงานเป็นโครงสร้างความรู้ที่มีหลักการ มีเหตุ มีผลในตัวเอง

### แนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น

ความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่น (local wisdom) หรือบางครั้งอาจเรียกว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน (popular wisdom) ซึ่งได้มีผู้ให้ความหมายไว้ในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้

ภูมิปัญญา หมายถึง ความรู้ ความคิด ความเชื่อ ความสามารถ ความชัดเจน ที่กลุ่มชนได้จากประสบการณ์ที่สั่งสมไว้ใน การปรับตัวและดำรงชีพในระบบนิเวศหรือสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่ได้มีพัฒนาการสืบสานกันมา (เอกวิทย์ ฌ กลาง, 2544 : หน้า 42)

ภูมิปัญญาเป็นผลของการใช้สติปัญญาปรับตัวกับสภาวะต่าง ๆ ในพื้นที่ที่กลุ่มชนนั้นตั้งหลักแหล่งถิ่นฐานอยู่ และได้แลกเปลี่ยนสังสรรค์ทางวัฒนธรรมกับกลุ่มชนอื่น จากพื้นที่สิ่งแวดล้อมอื่นที่ได้มีการติดต่อสัมพันธ์กันแล้วรับเอาหรือปรับเปลี่ยนนำมาสร้างประโยชน์หรือแก้ปัญหาได้ในสิ่งแวดล้อมหรือบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มชนนั้น

ภูมิปัญญาจึงมีทั้งภูมิปัญญาอันเกิดจากประสบการณ์ในพื้นที่ภูมิปัญญาที่มาจากภายนอกและภูมิปัญญาที่ผลิตใหม่หรือผลิตซ้ำเพื่อการแก้ปัญหาและการปรับตัวให้สอดคล้องกับความจำเป็นและความเปลี่ยนแปลง

ภูมิปัญญาชาวบ้านหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นองค์ความรู้ของชาวบ้านที่เกิดจากการเรียนรู้และสรุปความคิดรวบยอดเป็นองค์รวมจนสามารถสร้างสรรค์สิ่งที่ดีงามและสามารถสืบทอดต่อมาโดยมีการผสมผสานและปรับเปลี่ยนระหว่างภูมิปัญญาเดิมและภูมิปัญญาใหม่อยู่ตลอดเวลา (ไพฑูริย์ มีกุล, 2550 : หน้า 24)

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง องค์ความรู้ที่ค้นพบโดยคนในท้องถิ่น จากการสั่งสมประสบการณ์ การทดลองครั้งแล้วครั้งเล่า การทำความเข้าใจสรรพสิ่งรอบกาย วัฒนธรรม ภูมิ

ปัญญาท้องถิ่น เป็นผลที่ปรับเปลี่ยนไปตามกลไกการพัฒนาของภูมิปัญญาที่สร้างสรรค์และเชื่อมโยงกับโลกภายนอก (ซีซีรี นฤทุม, 2550 : หน้า 5)

ภูมิปัญญาชาวบ้านหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น คือทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดได้เองที่นำมาใช้ในการแก้ปัญหา เป็นสติปัญญาหรือองค์ความรู้ทั้งหมดของชาวบ้านทั้งกว้าง ลึก ที่ชาวบ้านสามารถคิดเอง ทำเองโดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาการดำเนินชีวิตได้ในท้องถิ่นอย่างสมสมัย (สามารถ จันทร์สุรีย์, 2536 : หน้า 16)

จากความหมายเกี่ยวกับภูมิปัญญาชาวบ้านหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงสรุปได้ว่า ภูมิปัญญาชาวบ้านหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง ความรู้ต่าง ๆ ของชาวบ้านที่เรียนรู้สืบทอดกันมาหรือได้จากประสบการณ์เพื่อนำมาใช้ในการแก้ปัญหา การจัดการ การตัดสินใจและการปรับตัวในการดำเนินชีวิต มีการปรับประยุกต์เปลี่ยนแปลงตามสภาพบริบททางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับยุคสมัย

ภูมิปัญญาท้องถิ่นนับเป็นแบบแผนการดำเนินชีวิตที่มีคุณค่า แสดงถึงความเฉลียวฉลาดของบุคคลและสังคม ซึ่งได้มีการสั่งสมและปฏิบัติสืบทอดต่อเนื่องกันมา ซึ่งมีลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ปรากฏในสังคมไทย ดังนี้คือ(ประสาธ เนืองเฉลิม, 2546 : หน้า 105)

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นองค์ความรู้ที่มีการสั่งสมและถ่ายทอดกันมาอย่างเป็นระบบด้วยกระบวนการกลั่นกรองทางสังคม เรียนรู้ได้จากประสบพบเจอเหตุการณ์นั้นด้วยตนเอง การฟังจากคำบอกเล่าและการอ่านจากการบันทึก ความรู้ที่เกิดขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับธรรมชาติและมนุษย์กับสิ่งเหนือธรรมชาติ คนในท้องถิ่นสามารถสร้างองค์ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์จริง และดำรงชีวิตได้อย่างสมดุลระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2. ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีลักษณะเป็นพลวัต มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและสร้างสรรค์เมื่อสภาพทางสังคม สิ่งแวดล้อมและวิถีแห่งการดำเนินชีวิตเปลี่ยนไป การสร้างสรรค์และปรับปรุงภูมิปัญญาเพื่อปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของท้องถิ่นจึงเป็นความรู้ที่ไม่หยุดนิ่ง

ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นองค์ความรู้ที่พัฒนาขึ้นในบริบท ทางกายภาพและวัฒนธรรมของปฏิสัมพันธ์ ระหว่างคนกับระบบนิเวศชุดหนึ่ง การทำลายระบบนิเวศท้องถิ่นเช่น การเปลี่ยนถิ่นที่อยู่ที่ทำกินหรือการอพยพชาวเขาลงจากดอย จึงอาจเป็นการทำลายองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่มีคุณค่ามหาศาลให้สูญหายไปอย่างไม่หวนกลับ ลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น มีดังนี้ (ประเวศ วะสี, 2541 : หน้า 47)

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความเฉพาะถิ่น เนื่องจากภูมิปัญญาสะสมขึ้นมาจากประสบการณ์หรือความชัดเจนจากชีวิตและสังคมในท้องถิ่นหนึ่ง ๆ เพราะฉะนั้นภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงมีความสอดคล้องกับเรื่องของท้องถิ่นมากกว่าภูมิปัญญาจากภายนอก

2. ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความเชื่อมโยงหรือบูรณาการสูง เนื่องจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นภูมิปัญญาที่มาจากประสบการณ์จริง จึงมีความบูรณาการสูง ทั้งเรื่องกายใจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเช่น ความเชื่อเรื่องแมธรรณี แมคองคา แม่โพสพ ฯลฯ ทำให้เกิดพิธีกรรมต่าง ๆ ขึ้นเช่นประเพณีลอยกระทง พิธีแรกนาขวัญ ฯลฯ พิธีดังกล่าวเป็นตัวอย่างของภูมิปัญญาในการนำเอาธรรมชาติมาสร้างให้เกิดความศักดิ์สิทธิ์เพื่อให้คนเคารพธรรมชาติไม่ทำลายธรรมชาติ

3. มีความเคารพผู้อาวุโส เนื่องจากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ความสำคัญแก่ผู้มีประสบการณ์ จึงมีความเคารพผู้อาวุโสเพราะถือว่าผู้อาวุโสมีประสบการณ์มากกว่า

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือภูมิปัญญาชาวบ้านคือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดขึ้นได้เองและนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาเป็นเทคนิควิธี เป็นองค์ความรู้ของชาวบ้านทั้งทางทฤษฎีและทางปฏิบัติ ที่ชาวบ้านคิดเอง ทำเอง โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่ แก้ปัญหาการดำเนินชีวิตในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสมกับยุคสมัยและความเหมือนกันของภูมิปัญญาไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นคือ เป็นองค์ความรู้และเทคนิคที่นำมาใช้ในการแก้ปัญหาและการตัดสินใจ ซึ่งได้สืบทอดและเชื่อมโยงมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน

ภูมิปัญญาชาวบ้านหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการกล่าวถึงพื้นเพ รากฐานความรู้ความสามารถทางวิชาการ ที่ชาวบ้านได้รับการถ่ายทอดสั่งสมมาจากบรรพบุรุษและสามารถปรับประยุกต์และพัฒนาตามสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป โดยผ่านการสังเกต ทดลองใช้ เลือกรองและถ่ายทอดสืบทอดมาทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยภูมิปัญญาที่เกิดขึ้นนั้นมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ 3 ลักษณะโดยมีคนเป็นจุดศูนย์กลาง คือ

1. ระหว่างคนกับคน คนกับสิ่งแวดล้อม สัตว์ พืช
2. ความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ที่อยู่รวมกันในสังคมและท้องถิ่นนั้นๆ
3. ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือสิ่งเหนือธรรมชาติที่ไม่สามารถสัมผัสได้

ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถจะจัดการทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน และยังแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของชุมชนและกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ในการจัดการความขัดแย้งภายในและระหว่างชุมชน การปรับตัวเข้ากับ การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของยุคสมัยด้วยการปรับภูมิปัญญาเดิมให้สอดคล้องกับความต้องการใหม่ๆ ตลอดจนการรับเอานวัตกรรมใหม่ๆ เขามาประยุกต์ใช้กับการผลิตและวิถีชีวิตให้สอดคล้องกับบริบททางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา

ลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น ยังสามารถอธิบายได้อีกดังนี้ (ชลภัทส์ วงษ์ประเสริฐ, 2551 : หน้า 59)

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นองค์ความรู้ของชาวบ้าน ที่คิดขึ้นจากสติปัญญาของชาวบ้านเป็นศักยภาพหรือความสามารถในการแก้ปัญหาการดำเนินชีวิตในท้องถิ่นอย่างเหมาะสม โดยได้รับการสั่งสม ถ่ายทอด ปรับตัว ผ่านกระบวนการพัฒนาให้สอดคล้องกับกาลสมัย

2. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นประสบการณ์ของชาวบ้าน เป็นความรู้และประสบการณ์ของชาวบ้านในท้องถิ่นที่ปรับตัวและดำรงชีวิตในระบบนิเวศหรือสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ อาจมีปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มชนเดียวกันและระหว่างกลุ่มชน มีการบูรณาการโดยมีวัฒนธรรมเป็นฐาน

3. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความสามารถของชุมชนท้องถิ่น เป็นองค์ความรู้ความสามารถของชาวบ้านที่คิดค้น สั่งสม สืบทอด ปรับปรุง เรียนรู้จากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนรุ่นใหม่ เป็นศักยภาพหรือความสามารถในการสร้างสรรค์ นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์และใช้ในการแก้ไขปัญหาทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม

4. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นแบบแผนวิถีชีวิต เป็นกระบวนการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของชุมชนเป็นกระบวนการทัศน์ของกลุ่มคนในท้องถิ่นที่มีต่อด้านต่าง ๆ เป็นการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติและสิ่งเหนือธรรมชาติในท้องถิ่นนั้น ๆ

5. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นทุนทางปัญญา กระบวนการทางปัญญา เป็นความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างธรรมชาติ จิตใจ พฤติกรรม สังคม องค์กร วัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่นเศรษฐกิจเทคโนโลยีการผลิต ทรัพยากรบุคคลในท้องถิ่นจะเกี่ยวข้องกบกระบวนการผลิตและวิถีชีวิตของชาวบ้าน เป็นสิ่งที่มีค่าเป็นทรัพย์สินทางปัญญา

6. ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นกระบวนการเรียนรู้ ของคนในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งแทรกซึมอยู่ในวิถีชีวิตประจำวันสอดแทรกในพิธีกรรมต่าง ๆ เป็นแนวทางประพฤติปฏิบัติที่ผู้อาวุโสสั่งสอนเยาวชนจนเป็นที่รู้จัก เกิดการยอมรับและนำไปถ่ายทอดพัฒนาและเป็นพลังที่หลอมรวมผู้คนในชุมชนท้องถิ่นให้อยู่รวมกันได้อย่างสงบสุข

จากลักษณะสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นความรู้และประสบการณ์ของชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่นที่ปรับตัวและดำรงชีวิตในระบบนิเวศหรือสภาพแวดล้อมธรรมชาติ เป็นศักยภาพหรือความสามารถในการแก้ปัญหาการดำเนินชีวิตในท้องถิ่นอย่างเหมาะสม อาจมีการปฏิสัมพันธ์ของคนในกลุ่มชนเดียวกันและระหว่างกลุ่มชน มีความเป็นบูรณาการสูง ทั้งเรื่องของกาย ใจ สังคมและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ มีความจำเพาะของท้องถิ่น และมีลักษณะเป็นพลวัตให้สอดคล้องกับกาลสมัยอยู่ตลอดเวลา

### ประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ประเภทหรือขอบข่ายของภูมิปัญญาท้องถิ่น จะครอบคลุมถึงเนื้อหาสาระและแนวทางในการดำเนินชีวิตในวงกว้าง มีการผนวกไปด้วยองค์ความรู้ในหลายสาขาวิชา ซึ่งประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถแบ่งออกได้ ดังนี้ (สุทธิวงค์ พงศ์ไพบุลย์, 2539 : หน้า 77)

1. ภูมิปัญญาชาวบ้านเพื่อการยังชีพ ภูมิปัญญาชาวบ้านเพื่อการยังชีพมีขึ้นเพื่อการมีชีวิตอยู่รอด อยู่อย่างมีความสุขสบายตามอัตภาพ เป็นภูมิปัญญาที่เกี่ยวกับการเสาะหาปัจจัยพื้นฐานในการยังชีพของสังคมปฐมฐาน ยุคที่มนุษย์เสาะหาปัจจัยด้วยวิธีเก็บเกี่ยวและการใช้แรงงานได้แก่ วิธีการเสาะหาและจัดการเกี่ยวกับปัจจัย 4 คือ ที่อยู่อาศัย อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค เป็นต้น ภูมิปัญญาเหล่านี้ค่อย ๆ เพิ่มพูน งอกงามขึ้น จนดูเหมือนเป็นสิ่งสามัญ เช่น

1.1 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการทำมาหากิน เริ่มตั้งแต่ภูมิปัญญาการเก็บเกี่ยว เช่น ภูมิปัญญาการหาของป่า ล่าสัตว์ การทำและใช้เครื่องจับสัตว์บกสัตว์น้ำ เช่น นก ปลา เสือ ช้าง เป็นต้น ภูมิปัญญาเหล่านี้ค่อยพัฒนาขึ้นเป็นอาชีพ มีรูปแบบของเครื่องมือเครื่องใช้เฉพาะตัวเฉพาะถิ่นขึ้น เช่น หน้าไม้ ภูมิปัญญาในการเลือกพันธุ์ข้าวทำนา การไถ คราด หวาน ดำ เป็นต้น

1.2 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย เช่น การสร้างบ้านเรือนแบบเครื่องผูกภูมิปัญญาการเลือกใช้วัสดุ วิธีเย็บ ผูกกริม ถักกริม ผูกเงื่อน

1.3 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับวัฒนธรรมโภชนาการ ได้แก่ ภูมิปัญญาในการเลือกสรรอาหาร วิธีปรุงและวิธีถนอมอาหาร

1.4 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับเครื่องนุ่งห่ม ได้แก่ ภูมิปัญญาในการนำสิ่งต่าง ๆ มาปกปิดร่างกายให้อบอุ่น เช่น ภูมิปัญญาในการทำหีนเป็นเครื่องมือทอเปลือกไม้ทำเป็นผ้า การทำและใช้ดิน

เผาเพื่อป่นฝ้าย การคิดทำฟืม และก็สำหรับงานทอ ได้แก่การนำสมุนไพโร สัตว์ แร่บางชนิดมาใช้เป็น  
ตัวยา การผสมยา การใช้ยา เป็นต้น

1.5 ภูมิปัญญาเกี่ยวกับยารักษาโรค ได้แก่ การนำสมุนไพโร สัตว์ แร่บางชนิดมาใช้  
เป็นตัวยา การผสมยา วิธีปรุงยา การใช้ยา

2. ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการพิทักษ์ชีวิตและทรัพย์สิน ผู้คนทุกหมู่เหล่าต่าง พยายามจะให้ตนมี  
ชีวิตที่มั่นคง จึงทุ่มเทใช้สติปัญญาและสิ่งเอื้ออำนวยต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุความต้องการ

3. ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการสร้าง พัทธกษัตริย์และอำนาจผู้คนทุกหมู่เหล่า ย่อมอาศัยฐานะและ  
อำนาจเพื่อช่วยในการดำรงชีวิต ทั้งนี้ย่อมแตกต่างกันไปตามโครงสร้างของสังคม ชีตจำกัดของ  
การศึกษา ชีตความเจริญทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและยุคสมัย โดยภูมิปัญญากลุ่มนี้มีทั้งด้าน  
เศรษฐกิจ สังคม

ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้านมักจะมีเรื่องวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยสามารถ  
แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้ (จำนง แรกพินิจ, 2551 : หน้า14)

1. ภูมิปัญญาชาวบ้านที่เป็นนามธรรมใดแกโลกทัศน์และชีวทัศน์ เป็นปรัชญาในการดำเนิน  
ชีวิต เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเกิด แก่ เจ็บ ตาย คุณค่าและความหมายของทุกสิ่งในชีวิตประจำวัน อาจ  
จำแนกได้ ดังนี้

1.1 ภูมิปัญญาที่เกี่ยวกับความเชื่อและศาสนา ภูมิปัญญาประเภทนี้จะมีลักษณะที่  
แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น เนื่องจากมีพื้นฐานทางความเชื่อในศาสนาที่แตกต่างกัน สำหรับภูมิป  
ญญาท้องถิ่นของไทยซึ่งเกี่ยวกับความเชื่อในทางพระพุทธศาสนาเป็นหลักนั้นได้มีสวนสร่างสรรค์สังคม  
โดยการผสมผสานกับความเชื่อดั้งเดิมจนกลายเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละท้องถิ่น

1.2 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับประเพณีและพิธีกรรม เนื่องจากประเพณีและ  
พิธีกรรมเป็นสิ่งที่ดำรงที่คนในท้องถิ่นสร้างขึ้นมา โดยเฉพาะเป็นการเพิ่มขวัญและกำลังใจคนในสังคม  
ภูมิปัญญาประเภทนี้จึงมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตในสังคมเป็นอย่างมากดังจะเห็นได้จาก  
ประเพณีและพิธีกรรมที่สำคัญในประเทศไทยล้วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของคนในสังคมแทบ  
ทั้งสิ้น

1.3 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการดำรงชีวิตตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ  
เนื่องจากคนไทยมีอาชีพที่เกี่ยวกับเกษตรกรรมโดยเฉพาะการทำนา ทำไร่ จึงทำให้เกิดภูมิปัญญาที่  
เกี่ยวกับความเชื่อและพิธีกรรมในการดำรงชีวิตเพื่อแก้ปัญหาหรืออ่อนอ่อนเพื่อให้เกิดความอุดมสม  
บูรณ์ในการเพาะปลูกและเพื่อเพิ่มผลิตผลทางการเกษตรดังจะเห็นได้จากพิธีกรรมที่เกี่ยวกับ  
การเกษตรทั่วทุกภูมิภาคของไทย

2. ภูมิปัญญาชาวบ้านที่เป็นรูปธรรม หรือแบบแผนความประพฤติปฏิบัติ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ  
ลักษณะเฉพาะด้านเช่น การทำมาหากิน การเกษตร หัตถกรรม ศิลปะและอื่นๆ

2.1 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับศิลปะพื้นบ้าน เป็นการสร้างสรรค์งานศิลปะต่างๆ  
โดยการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันหลังจากนั้นได้สืบทอดโดยการพัฒนาอย่าง  
ไม่ขาดสายกลายเป็นศิลปะที่มีคุณค่าเฉพาะถิ่น

2.2 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับอาหารและผักพื้นบ้าน นอกจากมนุษย์จะนำอาหาร  
มาบริโภคเพื่อการอยู่รอดแล้ว มนุษย์ยังได้นำเทคนิคการถนอมอาหารและการปรุงอาหารมาใช้ เพื่อให้



อาหารที่มีมากเกินไปจนความต้องการสามารถเก็บไวบริโภาคได้เป็นเวลานานซึ่งถือว่าเป็นภูมิปัญญาอีกประเภทหนึ่งที่สำคัญต่อการดำรงชีวิต นอกจากนี้ยังนำผักพื้นบ้านชนิดต่างๆ มาบริโภาคอีกด้วย

2.3 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการละเล่นพื้นบ้าน การละเล่นถือว่าเป็นการพอบนคโดยเฉพาในวัยเด็กซึ่งชอบความสนุกสนานเพลิดเพลิน ภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยสวนใหญ่จะใช้อุปกรณ์ในการละเล่นที่ประดิษฐ์มาจากธรรมชาติซึ่งแสดงให้เห็นวิถีชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติและรู้จักปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมอย่างกลมกลืน

2.4 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่หลากหลายซึ่งเกิดจากการสร้างสรรค์ของแต่ละภาคเราสามารถพบหลักฐานจากร่องรอยของศิลปวัฒนธรรมที่ปรากฏกระจายอยู่ทั่วไปเช่น สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงเทคนิค ความคิด ความเชื่อของบรรพบุรุษเป็นอย่างดี

2.5 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับเพลงพื้นบ้านภูมิปัญญาประเภทนี้ส่วนมากแสดงออกถึงความสนุกสนานและยังเป็นคติสอนใจสำหรับคนในสังคม ซึ่งมีสวนแตกต่างกัน ออกไปตามโลกทัศน์ของคนในภาคต่าง ๆ

2.6 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับสมุนไพรและตำรายาพื้นบ้าน ภูมิปัญญาประเภทนี้เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ของคนในอดีตและถ่ายทอดให้กับคนรุ่นหลังถือว่าเป็นมีความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะถือว่าเป็นปัจจัยสี่ ซึ่งมีความจำเป็นสำหรับมนุษย์ หากได้รับการพัฒนาหรือส่งเสริมจะเป็ประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมในอนาคตได้

2.7 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการประดิษฐ์กรรม เทคโนโลยีและสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนไทยในแต่ละภาคนั้นถือว่าเป็นการประดิษฐ์กรรมและหัตถกรรมชั้นเยี่ยมซึ่งปัจจุบันไม่ได้รับความสนใจในการพัฒนาและส่งเสริมภูมิปัญญาประเภทนี้เท่าที่ควร หากมีการเรียนรู้และสืบทอดความคิดเกี่ยวกับการประดิษฐ์กรรมและหัตถกรรมให้แกเยาวชน จะเป็นการรักษาภูมิปัญญาของบรรพชนได้อีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้ยังมีผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้ทำการแบ่งประเภทของภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้อีก 2 ประเภท คือ (เอกวิทย์ ญกลาง, 2546: หน้า 61)

1. ภูมิปัญญาหรือความรู้ส่วนที่เรียกว่า “ยาไส้” ซึ่งเป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจเรื่องของปากท้อง เป็นสิ่งที่ถูกนำไปแสวงหาผลประโยชน์หรือตีคุณค่าเป็นตัวเงินโดยง่าย จึงจำเป็นต้องห่วงแหน มีการจดลิขสิทธิ์ สิทธิบัตรทางปัญญา

2. ภูมิปัญญาหรือความรู้ส่วนที่เรียกว่า “ยาใจ” ซึ่งความรู้ที่ไม่เป็นพิษเป็นภัยกับใคร กลับช่วยให้สังคมมีความเอื้ออาทร เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เพื่อความผาสุกของคนในสังคม

ประเภทภูมิปัญญาท้องถิ่นสรุปได้ดังนี้ (วิจิต นันทสุวรรณ, 2544: หน้า 87)

1. ภูมิปัญญาจากการใช้ชีวิตในธรรมชาติ เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับการอธิบายปรากฏการณ์ธรรมชาติ อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตกับธรรมชาติในลักษณะของกฎเกณฑ์ที่พึงปฏิบัติและ ข้อห้ามที่ไม่ให้ชาวบ้านปฏิบัติ เช่น ความเชื่อต่อธรรมชาติต่าง ๆ เรื่องของ ผี ที่ทำให้เกิดภาวะสมดุลของการอยู่ร่วมกันระหว่างคนกับธรรมชาติ ระบบเหมืองฝาย ฝิน้ำฝินา เป็นต้น

2. ภูมิปัญญาจากประสบการณ์การอยู่ร่วมกัน ภูมิปัญญาแบบนี้มีพฤติกรรมตามแบบแผนของสังคมมีกฎเกณฑ์บอกอย่างนั้นดีหรือไม่ดี มีระบบความสัมพันธ์ของการอยู่ร่วมกันอย่างสันติเป็น

หลัก มีความเข้าใจในอนิจจังของชีวิตเป็นแก่นสูงสุด รูปธรรมที่แสดงออกคือความเชื่อเรื่องบรรพบุรุษ เช่น ปู่ ตา ผีพ่อแม่และพิธีกรรมต่าง ๆ เป็นต้น

3. ภูมิปัญญาจากประสบการณ์เฉพาะด้าน เช่น ภูมิปัญญาจากประสบการณ์การทำมาหากิน ในด้านต่าง ๆ ภูมิปัญญาด้านการรักษาโรค มีองค์ประกอบหลัก ๆ อยู่สามส่วนใหญ่ ๆ คือเปลือกนอก กระพี้ และแก่นใน เช่น การรักษาโรค เปลือกนอก คือการวิเคราะห์สาเหตุของอาการโรค กระพี้ คือหลักคิดในการอธิบายโรค วิเคราะห์โรคและการรักษาพยาบาล ส่วนแก่นใน คือ ปรัชญาในการมองชีวิตว่ารักษาถึงที่สุดและคนป่วยตายก็เพราะถึงคราวหมดอายุสิ้นเคราะห์กรรม

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2547: หน้า 49) ได้แบ่งสาขาภูมิปัญญาโดยจำแนกเป็น 9 ด้าน ดังนี้

1. ด้านเกษตรกรรม ได้แก่ ความสามารถในการผสมผสานองค์ความรู้ ทักษะ และเทคนิค ด้านการเกษตรกับเทคโนโลยี โดยการพัฒนาบนพื้นฐานคุณค่าดั้งเดิม ซึ่งคนสามารถพึ่งตนเองใน สภาวะการณ์ต่าง ๆ ได้เช่น การทำการเกษตรแบบผสมผสาน การแก้ปัญหาการเกษตร ด้านการตลาด การแก้ปัญหาด้านการผลิต และการรู้จักปรับใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการเกษตร เป็นต้น

2. ด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม ได้แก่ การรู้จักประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการแปร รูปผลผลิตเพื่อการบริโภคอย่างปลอดภัย ประหยัด และเป็นธรรม อันเป็นขบวนการให้ชุมชนท้องถิ่น สามารถพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจได้ ตลอดทั้งการผลิตและการจำหน่ายผลผลิตทางหัตถกรรม เช่น การ รวมกลุ่มของกลุ่มโรงงานยางพารา กลุ่มโรงสี กลุ่มหัตถกรรม เป็นต้น

3. ด้านการแพทย์แผนไทย ได้แก่ ความสามารถในการจัดการป้องกันและรักษา สุขภาพของ คนในชุมชน โดยเน้นให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองทางด้านสุขภาพและอนามัยได้เช่นยาจากสมุนไพร อันมีอยู่หลากหลาย การนวดแผนโบราณ การดูแลและรักษาสุขภาพแบบพื้นบ้าน เป็นต้น

4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ความสามารถเกี่ยวกับการ จัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งการอนุรักษ์ การพัฒนาและการใช้ประโยชน์ จาก ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน เช่น การบวชป่า การสืบชะตาแม่น้ำการทำ แนวปะการังเทียม การอนุรักษ์ป่าชายเลน การจัดการป่าต้นน้ำและป่าชุมชน เป็นต้น

5. ด้านกองทุนและธุรกิจชุมชน ได้แก่ ความสามารถในการส่งเสริมและบริหารกองทุนและ สวัสดิการชุมชน ทั้งที่เป็นเงินตราและโภคทรัพย์เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงให้แก่ชีวิตความเป็นอยู่ของ สมาชิกในกลุ่มเช่น การจัดการกองทุนของชุมชนในรูปของสหกรณ์ออมทรัพย์รวมถึงความสามารถใน การจัดสวัสดิการในการประกันคุณภาพชีวิตของคนให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและ วัฒนธรรม โดยการจัดตั้งกองทุนสวัสดิการรักษายาบาลของชุมชน

6. ด้านศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ความสามารถในการสร้างสรรค์งานทางด้านศิลปะสาขาต่าง ๆ เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม นาฏศิลป์ ดนตรี ทัศนศิลป์ คีตศิลป์ การละเล่นพื้นบ้านและนันทนาการ

7. ด้านภาษาและวรรณกรรม ได้แก่ ความสามารถในการอนุรักษ์และสร้างสรรค์ผลงานด้าน ภาษา คือ ภาษาถิ่น ภาษาไทยในภูมิภาคต่าง ๆ รวมถึงด้านวรรณกรรมท้องถิ่นและการจัดทำ สารานุกรมภาษาถิ่น การปริวรรตหนังสือโบราณ การฟื้นฟูการเรียนการสอนภาษาถิ่นท้องถิ่นต่าง ๆ

8. ด้านปรัชญา ศาสนา และประเพณี ได้แก่ ความสามารถประยุกต์และปรับใช้หลักธรรมคำสอนทางศาสนา ปรัชญาความเชื่อและประเพณีที่มีคุณค่าให้เหมาะสมต่อบริบททางเศรษฐกิจ สังคม เช่น การถ่ายทอดวรรณกรรม คำสอน การบวชป่า การประยุกต์ ประเพณีบุญประเพณีชาวน้ำ

9. ด้านโภชนาการ ได้แก่ ความสามารถในการเลือกสรร ประดิษฐ์และปรุงแต่งอาหารและยา ได้เหมาะสมกับความต้องการของร่างกายในสภาวะการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนผลิตเป็นสินค้าและบริการส่งออกที่ได้รับความนิยมแพร่หลายมาก รวมถึงการขยายคุณค่าเพิ่มของทรัพยากรด้วย

จากประเพณีของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าจากผู้ให้คำจำกัดความ สามารถอธิบายได้ว่า ภูมิปัญญาด้านการเกษตรเป็นลักษณะภูมิปัญญาประเภทหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติจากการประกอบอาชีพทางด้านเกษตรกรรม การเพาะปลูก ภูมิปัญญาที่เกิดขึ้นมักได้จากการผสมผสานองค์ความรู้ การลองผิดลองถูก การแก้ไขปัญหาและการพัฒนา ทั้งในส่วนของการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรและการปรับใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการทำอาชีพเกษตร ซึ่งเกษตรกรที่มีความรู้ความชำนาญ จนสามารถพึ่งพาตนเองในสภาวะการณ์ต่าง ๆ ทำให้มีความมั่นคงในอาชีพและเป็นที่ยอมรับจนกลายเป็นปราชญ์ชาวบ้านด้านการเกษตร หรือ ปราชญ์เกษตร ที่จะสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้มาถ่ายทอดสู่คนในชุมชนต่อไป

### **บทบาทของภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชุมชนและสังคมไทย**

ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชุมชนในช่วงที่ผ่านมา ได้เขามามีบทบาทอย่างมากต่อการพัฒนาชุมชนโดยเฉพาะชุมชนชนบทซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ (จำนงค แรกพินิจ, 2551 : หน้า 66)

1. ภูมิปัญญาชาวบ้านก่อให้เกิดการประยุกต์วัฒนธรรมชุมชนเพื่อการพัฒนาชนบท จุดเด่นอย่างหนึ่งของภูมิปัญญาชาวบ้านคือ การให้ความสำคัญต่อคุณค่าซึ่งเป็นนามธรรม ไม่ยึดติดกับรูปแบบส่งผลให้ภูมิปัญญาชาวบ้านมีความยืดหยุ่นสูง สามารถปรับตัวได้ตามสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้คนและชุมชนในชนบทจึงได้นำจุดเด่นนี้มาประยุกต์วัฒนธรรมชุมชน โดยเฉพาะการประยุกต์ประเพณี พิธีกรรมต่างๆ เช่น การสืบชะตาแม่น้ำ การบวชป่าและผาป่าพันธุ์ไม้ เป็นต้น การประยุกต์ประเพณี พิธีกรรมเหล่านี้ช่วยให้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนค่อยๆ พนตัวขึ้น และก่อให้เกิดความสัมพันธ์ใหม่ระหว่างคนกับธรรมชาติ เป็นความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกัน ไม่ใช่การควบคุมหรือเอาชนะธรรมชาติอย่างที่ผ่านมา

2. ภูมิปัญญาชาวบ้านก่อให้เกิดกลไกใหม่ทางสังคมวัฒนธรรม แมว่าการพัฒนาประเทศในช่วงที่ผ่านมาได้ออกให้เกิดความเจริญทางวัตถุมากมาย ทำให้ประชาชนได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น แต่อีกด้านของความก้าวหน้ากลับส่งผลให้ผู้คนและชุมชนถูกตัดออกจากกัน

สังคมชุมชนในปัจจุบัน ความสัมพันธ์ทางเครือญาติและการพึ่งพาอาศัยกันอย่างในอดีตหรือการช่วยเหลือกันโดยตรงแบบให้พึ่งตนเอง ซึ่งเป็นกลไกทางสังคมวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมได้คลายพลังลงไปมากแล้ว ชุมชนจึงได้สร้างกลุ่มหรือองค์กรชุมชน ซึ่งเป็นกลไกใหม่ที่ช่วยให้คนในชุมชนหันกลับมาพึ่งพาอาศัยกันอีกครั้งหนึ่ง กลุ่มออมทรัพย์ ธนาคารหมู่บ้านและองค์กรการเงินชุมชนที่เรียกชื่ออื่น เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นลักษณะที่กล่าวข้างต้นได้เป็นอย่างดี องค์กรการเงินเหล่านี้จะเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่ชุมชนประสบกับปัญหาเงินทุนและภาวะหนี้สิน ชาวบ้านในชุมชนจะไม่มีทางออกในเรื่องนี้ ไม่

สามารถหิบบัณฑิตเงินทองจากญาติพี่น้อง เพราะทุกคนต่างตกอยู่ในภาวะเดียวกัน การรวมตัวเป็นกลุ่มออมทรัพย์ ธนาคารชุมชนและองค์กรการเงินในชื่ออื่นก็จะเกิดขึ้น สมาชิกของกลุ่มนำเงินคนละเล็กคนละน้อยมาฝากไว้รวมกัน กลุ่มจะทำหน้าที่จัดการเงินหรือทรัพยากรดังกล่าว ให้สมาชิกที่มีความจำเป็นเร่งด่วนได้กู้ยืมนำไปแก้ปัญหาที่เผชิญในขณะนั้น กลุ่มหรือองค์กรการเงินเหล่านี้จึงมีฐานะ เป็นกลไกใหม่ทางสังคมวัฒนธรรมที่ช่วยให้คุณค่าเดิมของสังคมชุมชน คือการพึ่งพาอาศัยกันได้ กลับมามีบทบาทในสังคมปัจจุบันและยังช่วยให้ญาติพี่น้องในชุมชนได้หันมาใกล้ชิดกันอีกครั้งหนึ่ง

นอกจากตัวอย่างข้างต้นแล้ว ยังมีกลุ่มและองค์กรชาวบ้านหรือองค์กรชุมชนอีกจำนวนมากที่เกิดขึ้นและได้รับการพัฒนาโดยกระบวนการภูมิปัญญาชาวบ้านเช่น ธนาคารชาว ธนาคารโคกระบือ และกลุ่มแลกเปลี่ยนแรงงาน เป็นต้น เหล่านี้ต่างทำหน้าที่เช่นเดียวกับองค์กรการเงินที่กล่าวข้างต้นการพึ่งพาอาศัยกันผ่านองค์กรจัดการใหม่ไม่ได้จำกัดเฉพาะในชุมชนเท่านั้น แต่ความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนและพึ่งพาได้พัฒนาเป็นเครือข่ายขององค์กรชุมชน ช่วยผู้คนต่างหมู่บ้าน ต่างเขตการปกครองที่มีความสนใจรวมกันได้พึ่งพาอาศัยกัน

กลุ่มหรือองค์กรชุมชนและเครือข่าย นับเป็นกลไกใหม่ทางสังคมวัฒนธรรมที่เปี่ยมทั้งผลผลิตและกระบวนการของภูมิปัญญาชาวบ้านและเป็นกลไกที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนา คุณภาพชีวิตผู้คนและชุมชนในปัจจุบัน

ภูมิปัญญาชาวบ้านก่อให้เกิดการสร้างสรรค์สถาบันของชุมชน พัฒนาการของภูมิปัญญาชาวบ้านในช่วงที่ผ่านมาได้ส่งผลต่อการสร้างสรรค์สถาบันใหม่ของชุมชนที่สำคัญมีดังนี้

สถาบันการเรียนรู้ ในช่วงที่ชุมชนต้องเผชิญกับปัญหาการพัฒนาและหมดยุคทางแก้ไขชาวบ้านจำนวนหนึ่งที่ไม่ยอมแพ้ต่อโชคชะตาได้พยายามแสวงหาทางออกโดยการรวมตัว เพื่อการเรียนรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ระหว่างกัน เกิดเครือข่ายการเรียนรู้ขึ้นในชุมชนต่างๆ บางชุมชนสามารถรักษาและพัฒนาความสัมพันธ์นี้ให้ต่อเนื่องและมั่นคงจนมีภาวะเป็นสถาบันการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งอาจเรียกชื่อต่างกัน เช่น มหาวิทยาลัยชาวบ้าน มหาวิทยาลัยธรรมชาติ ศูนย์ศึกษาและพัฒนา สมาคม ชมรม และเครือข่าย เป็นต้น ต่างนำลักษณะทางสังคมวัฒนธรรมชุมชนมาเป็นแนวทาง การเรียนรู้จึงเป็นธรรมชาติ ง่าย และตรงต่อความต้องการของชาวบ้านโดยมีผู้นำ ผู้รู้ หรือปราชญ์ชาวบ้านทำหน้าที่ถ่ายทอดแนวคิด ความรู้ หรือชุดประสบการณ์ให้แก่ผู้สนใจนำไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต ความรู้หรือชุดประสบการณ์ของชุมชนไม่ใช่ความรู้ทางเทคนิคเพียงอย่างเดียว แต่จะประกอบด้วยสว่นที่เป็นคุณค่า ศีลธรรมและจริยธรรมหรือเป็นความรู้แบบองค์รวมและการถ่ายทอดก็มีได้แยกออกเป็น สว่น ผู้เรียนจึงต้องเรียนรู้วิถีชีวิตทั้งหมดจากเจ้าของ ประสบการณ์ หัวใจของการเรียนรู้ขึ้นอยู่กับ การปฏิบัติจึงเกิดการหนุนช่วยและการไปมาหาสู่กันระหว่างผู้ถ่ายทอดความรู้และผู้เรียน

สถาบันทุนของชุมชน ทุนเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตและการผลิตของ ชุมชน ทั้งนี้ เพราะทุนในความหมายของชุมชนนั้นค่อนข้างกว้าง ประกอบด้วย ทุนเงินตรา ทุนสังคมวัฒนธรรม ทุนทรัพยากรธรรมชาติ และทุนโภคทรัพย์ ชุมชนต่างๆได้ใช้ภูมิปัญญาจัดการทุนเหล่านี้ให้รับใช้และสร้างความมั่นคงในชีวิต เห็นได้จากชุมชนจำนวนมากใช้ภูมิปัญญาที่มีอยู่พัฒนา สถาบันทุนของชุมชน ในรูปแบบต่างๆ เช่น กองทุนวิ้ว ธนาคารชาว กองทุนพืชพื้นบ้านและกลุ่มออมทรัพย์ เป็นต้นพัฒนา การของสถาบันทุนของชุมชน เกิดขึ้นควบคู่กับกระบวนการเรียนรู้และสถาบันการเรียนรู้ของชุมชนมีความหลากหลาย รูปแบบการบริหารจัดการสถาบันทุนของชุมชนในแต่ละแห่งจะมีความสัมพันธ์กับ

พื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมวัฒนธรรมของตน ทำให้มีความ ยึดหยุ่นสูงและตอบสนองความต้องการของชุมชนได้มากกว่าสถาบันทางเศรษฐกิจจากภายนอก

นอกจากนั้นแล้วภูมิปัญญาชาวบ้านยังก่อให้เกิดความแปลกใหม่ของสังคมชุมชนการพัฒนาประเทศตามแนวคิดเดิมใดก่อให้เกิดความแตกแยกขึ้นในชุมชน ยิ่งความเจริญทางด้านวัตถุมีมากเท่าใดผู้คนก็จะถูกตัดขาดจากกันทางสังคมมากเท่านั้น การปรากฏตัวของภูมิปัญญาชาวบ้านได้จุดดิ่งให้ผู้ที่แยกจากกันนี้ให้หันหน้าเข้าหากันอีกครั้งหนึ่ง เห็นได้วาบทบาทของภูมิปัญญาชาวบ้านทั้งในด้านการประยุกต์วัฒนธรรมชุมชนเพื่อการพัฒนา การสร้างกลไกใหม่ทางสังคมวัฒนธรรมและการสร้างสรรค์สถาบันของชุมชนดังที่ใดกล่าวข้างต้น ตางมีส่วนร่วมอย่างมากต่อการสร้างความแปลกใหม่ให้สังคมชุมชน

ภูมิปัญญาชาวบ้าน ยังเป็นรากฐานทางการผลิตและเสริมสร้างเศรษฐกิจของชุมชนและสังคมไทย ภูมิปัญญาชาวบ้านในฐานะความรู้หรือเทคโนโลยีในด้านต่างๆ ทั้งการเกษตร การแปรรูป การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การจัดการทุนและการตลาด และภูมิปัญญาชาวบ้านในฐานะกระบวนการหรือการเรียนรู้ ล้วนเป็นพื้นฐานการผลิต เสริมสร้างรายได้และการมีงานทำของคนในชุมชน วิสาหกิจชุมชน เป็นรูปแบบหนึ่งของเศรษฐกิจชุมชนที่ชุมชนได้ช่วยกันพัฒนาขึ้น จะมีบทบาทสำคัญในด้านการผลิตสินค้าทดแทนการซื้อจากภายนอกการเพิ่มมูลค่าให้ผลผลิตและทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งการบริการต่าง ๆ ในชุมชน เป้าหมายอยู่ที่การพึ่งตนเองของครอบครัว ความพอเพียงของชุมชนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพออกสู่ภายนอก รวมทั้งสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือ OTOP เกือบทั้งหมดพัฒนาขึ้นจากฐานภูมิปัญญาชาวบ้านและได้รับการพิสูจน์ว่ามีศักยภาพสูงในทางเศรษฐกิจ

จากผลของการเกิดภูมิปัญญาข้างต้น จึงสรุปได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นองค์ความรู้จากชาวบ้านที่มาจากประสบการณ์ การสืบทอดจากบรรพบุรุษ การเรียนรู้ การทดลอง การลองผิดลองถูก และเป็นองค์ความรู้ที่ประกอบไปด้วย หลักคุณธรรม ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวบ้านและสร้างความสัมพันธ์ที่ระหวาง คนกับคน คนกับธรรมชาติและคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ องค์ความรู้ของชาวบ้านซึ่งได้มาจากการสั่งสมมวล ประสบการณ์ และความเฉลียวฉลาดของชาวบ้าน รวมทั้งความรู้ที่สั่งสมมาแต่บรรพบุรุษ สืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง โดยระหวางการสืบทอดมีการปรับปรุงประยุกต์และเปลี่ยนแปลง จนอาจเกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ตามสภาพการณ์ของสังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาชุมชนอย่างป็นรูปธรรมและยั่งยืนโดยยึดหลักการพึ่งพาตนเองและความร่วมมือกันของคนในชุมชน

ภูมิปัญญาเป็นมรดกทางปัญญาที่ได้มีการสั่งสมและสืบทอดจนถึงปัจจุบัน หากคนรุ่นใหม่ไม่เห็นความสำคัญ ภูมิปัญญาก็อาจเกิดการสูญหายได้ตามกาลเวลาเพราะขาดการเชื่อมโยงระหวางอดีตกับปัจจุบันเพื่อมิให้ภูมิปัญญาสูญหาย จึงมีแนวทางการสืบทอดภูมิปัญญา ดังนี้คือ(สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2545 : หน้า 22)

1. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือปราชญ์ชาวบ้าน ให้สามารถทำการถ่ายทอดภูมิปัญญาของตนได้อย่างเต็มที่ และให้โอกาสพัฒนาผลงานให้ได้คุณภาพ และควรกระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เป็นที่รู้จักและเกิดการยอมรับอย่างแพร่หลาย เพื่อเป็นแบบอย่างและกระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่นมีความภูมิใจ มั่นใจ ทำให้เกิดความศรัทธา ยอมรับในความคิดของบุคคล

2. สรรหาบุคคลที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละสาขาวิชา ที่มีความรู้ ประสบการณ์จนเกิด ความเชี่ยวชาญในอาชีพที่กระทำนั้นๆ ซึ่งโดยทั่วไปชาวบ้านจะไม่คุ้นเคยกับการประชาสัมพันธ์ตนเอง รัฐหรือองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนสร้างโอกาสให้แก่บุคคลในท้องถิ่น วิธีการคือ การ คัดเลือก ประกวด หรือการแสวงหา โดยต้องทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติ และผลงานของ บุคคลนั้น เพื่อทำการเผยแพร่ให้สาธารณชนได้รู้จักซึ่งกระบวนการสรรหาบุคคลที่เป็นภูมิปัญญา ท้องถิ่นจะทำให้บุคคลมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป

3. การรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้ที่มีบทบาทในการดำเนินงานควรมีการประสานงาน กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัด ศูนย์วัฒนธรรมอำเภอ องค์กรของรัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยที่อยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อขอความร่วมมือและเก็บรวบรวมข้อมูลตามหมู่บ้าน ตำบล อำเภอและจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศโดยการออกสำรวจตามพื้นที่เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและ ชัดเจน หลังจากนั้นมาจัดพิมพ์ในรูปของสื่อสารสนเทศประเภทต่าง ๆ รวมทั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์เช่น หนังสือ จุลสาร วารสาร ห้องสมุดดิจิทัลภูมิปัญญา เป็นต้น เพื่อทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในวง กว้างยิ่งขึ้น

4. ส่งเสริมการเผยแพร่ เมื่อมีการเลือกสรรภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่นๆ ของแต่ละ สาขาแล้วเรียบร้อย ควรพิจารณาสื่อที่จะใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์และความ เหมาะสมเพื่อให้ผู้รับมีโอกาสได้รู้จักและศึกษาหาความรู้ โดยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ได้

5. สนับสนุนให้มีการศึกษาค้นคว้าและวิจัย เพื่อให้เกิดมีการศึกษาค้นคว้าและวิจัยโดยนำผล จากการทดลองสรุปเป็นองค์ความรู้ ความเข้าใจอย่างถ่องแท้แล้วนำผลจากการวิจัยมาใช้เพื่อปรับปรุง เสริมสร้างภูมิปัญญา ให้มีการยอมรับหรือปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน ซึ่งจะ ส่งผลต่อประชาชนที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญานั้นเช่น การมีรายได้ มีชื่อเสียง สังคมยอมรับ เป็นต้น

6. สนับสนุนให้มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรให้มีการถ่ายทอดมวลความรู้แก่นักเรียน นักศึกษาหรือบุคคลที่มีความสนใจทั่วไปได้มีโอกาสเข้ามาศึกษาหาความรู้เพื่อทำการสืบทอดความรู้ เหล่านั้นให้คงอยู่ต่อไปหรือเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ต่อกันเพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุง พัฒนาตนเองให้ดีขึ้น การสนับสนุนจากรัฐหรือองค์กร สมาคม กลุ่มสมาชิกต่าง ๆ ควรร่วมมือ ประสานงานกัน เพื่อให้ผู้สนใจศึกษาเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด

7. จัดทำเป็นหลักสูตรทางการศึกษา ควรมีการจัดหลักสูตรหรือเพิ่มบรรจุเนื้อหาด้านภูมิ ปัญญาไว้เป็นสาระในการเรียนการสอนในทุกระดับโดยเน้นให้เยาวชนได้เรียนรู้และตระหนักถึงภูมิ ปัญญาของบรรพบุรุษ เพื่อร่วมกันอนุรักษ์และสืบทอดต่อไป

8. การร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชน ทั้งภาครัฐและเอกชน ควรเข้ามามี บทบาทในการทำงานร่วมกันอย่างแท้จริงเช่น ดำเนินการให้มีการศึกษาค้นคว้าอย่างมีประสิทธิภาพ ร่วมอนุรักษ์ภูมิปัญญาอย่างจริงจัง ส่งเสริมให้มีการเผยแพร่อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

9. การสนับสนุนจากรัฐบาล รัฐบาลควรให้ความสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่ เกี่ยวกับการอนุรักษ์ ส่งเสริม คุ้มครองและเผยแพร่ ควรมอบหมายให้หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบ ทำงานอย่างจริงจังติดตามและประเมินผลงานและรัฐควรกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความรัก ภาคภูมิใจ ในภูมิปัญญาของบรรพบุรุษตนเอง

10. สนับสนุนคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา รัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพิทักษ์รักษาผลประโยชน์อันพึงมีพึงได้ของประชาชนต่อภูมิปัญญาที่พัฒนาขึ้นได้แก่ การจดสิทธิบัตร หรือลิขสิทธิ์ เป็นต้น เพื่อเป็นผลคุ้มครองทางกฎหมาย

ผู้ทรงภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือปราชญ์ชาวบ้านคือ บุคคลที่มีองค์ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ชีวิต หรือเกิดจากการถ่ายทอดจากผู้รู้ในท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งการถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ การส่งต่อความรู้ไปยังอีกบุคคลหนึ่งหรือถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งในการส่งต่อหรือถ่ายทอดความรู้ อาจจะเป็นไปโดยตั้งใจหรือไม่ก็ได้ ด้วยวิธีการที่แตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งมีผู้รู้หรือนักวิชาการหลายท่านได้จำแนกวิธีการถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ดังนี้คือ

การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น มีวิธีการถ่ายทอดได้ 2 วิธี คือ (จารุวรรณ ธรรมวัตร, 2538 : หน้า 47)

1. การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นแก่เด็กหรือเยาวชน โดยทั่วไปเด็กมีความสนใจในช่วงเวลาสั้นๆ ในสิ่งที่ใกล้ตัว ซึ่งแตกต่างจากผู้ใหญ่ กิจกรรมการถ่ายทอดต้องง่าย ๆ ไม่ซับซ้อนสนุกสนาน และดึงดูดความสนใจ เช่น การละเล่น การเล่านิทาน การทดลองทำหรือการทำตามตัวอย่าง การเล่นปริศนาคำทาย เป็นต้น วิธีการเหล่านี้เป็นการสร้างเสริมลักษณะนิสัยและบุคลิกภาพที่สังคมปรารถนา ซึ่งส่วนใหญ่มุ่งเน้นจริยธรรมที่เป็นสิ่งควรทำและไม่ควรทำ การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นแก่เยาวชนอีกรูปแบบหนึ่งเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อให้เกิดการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาให้ลูกหลานได้เรียนรู้จากการปฏิบัติจริง ช่วยให้เยาวชนรู้จักคิดรู้จักสังเกต รู้จักเปรียบเทียบ อันเป็นการเรียนรู้จากรากเหง้าของตนเอง เกิดความซาบซึ้งและภูมิใจที่ได้เกิดมาในชุมชนท้องถิ่น เช่น การจัดทำโครงการเยาวชนรักษ์ถิ่น เป็นต้น

2. การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นแก่ผู้ใหญ่ ผู้ใหญ่เป็นผู้ที่ผ่านประสบการณ์ต่าง ๆ มาพอสมควรและเป็นวัยทำงาน จึงมีวิธีการถ่ายทอดได้หลายรูปแบบ เช่น การบอกเล่าโดยตรง หรือบอกเล่าโดยผ่านพิธีสู่ขวัญ พิธีกรรมทางศาสนา พิธีกรรมตามขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นต้น

การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ยังสามารถกระทำได้อีกหลายวิธี ดังนี้ (นัทธี พงษ์ดนตรี, 2544 : หน้า 132)

1. การสืบทอดความรู้ภายในชุมชน ส่วนใหญ่เป็นเรื่องอาชีพของหมู่บ้าน ที่แทบทุกครัวเรือนทำกัน อาจเป็นอาชีพรองจากการทำไร่ ทำนา เช่น เครื่องปั้นดินเผา จักสาน ทอผ้า ซึ่งสมาชิกของชุมชนได้คลุกคลี คุ่นเคยมาตั้งแต่เด็ก ภายใต้สภาพการดำรงชีวิตประจำวัน

2. การสืบทอดภายในครัวเรือน ในการถ่ายนั้นจะเริ่มจากการถ่ายทอดผู้ที่ใกล้ชิดก่อนเช่น ลูก ภรรยา เครือญาติ โดยวิธีขยายความคิดและค่อย ๆ ให้สัมผัสกับความจริงด้วยการค่อยๆ ทำทีละเล็กละน้อยเป็นการสืบทอดความรู้ความชำนาญที่มีลักษณะเฉพาะกล่าวคือ เป็นความสามารถเฉพาะบุคคล หรือเฉพาะครอบครัวเช่น ความสามารถในการครอบครั้ว บางอย่างมีการวางแผนและเป็นความลับในตระกูล

3. การฝึกฝนจากผู้รู้ ผู้ชำนาญเฉพาะอย่าง เป็นการถ่ายทอดที่ผู้สนใจไปขอรับการถ่ายทอด วิชาการดัดแปลงและพัฒนาขึ้นมาด้วยตนเองแล้วถ่ายทอดไปสู่ลูกหลานเช่น การแกะสลักหินทำฆ้อง เป็นต้น

4. ความรู้ความชำนาญที่เกิดขึ้นจากความบังเอิญหรือสิ่งลึกลับ เป็นความรู้บางอย่างเกิดขึ้น โดยตนเอง ไม่ได้สนใจหรือไม่ได้คาดคิดมาก่อนเป็นต้นว่ามีวิญญาณหรืออำนาจลึกลับเข้าสิงมาบอก ทำให้มีความสามารถในการรักษาโรค หรือความสามารถในการทำนายทายทักได้ ซึ่งยังไม่สามารถอธิบาย ด้วยเหตุผลทางวิทยาศาสตร์ได้

5. การจัดเวทีชุมชนเพื่อทำการประชุม เสาวนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมทั้งการระดม สมองในการวางแผนแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ซึ่งเป็นการเติมพลังทางกาย ทางใจและทางปัญญาซึ่งกันและ กัน

รูปแบบของการถ่ายทอดความรู้หรือภูมิปัญญาท้องถิ่น (Brundage, Mackeracher, 1980 : p.193)

1. การถ่ายทอดความรู้แบบควบคุมชี้แนะ (Directing) ช่วยให้ผู้เรียนรู้ได้รับทักษะและความรู้ เฉพาะที่จำเป็นในการทำกิจกรรม โดยผู้ถ่ายทอดให้ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาสาระในเรื่องที่เรียนรู้ในเวลา สั้น ๆ ผู้เรียนรู้ไม่ต้องเสียเวลาค้นคว้าด้วยตนเอง สร้างความเชื่อมั่นและคุณค่าให้แก่ตัวเอง

2. การถ่ายทอดความรู้แบบอำนวยความสะดวก (Facilitating) ผู้เรียนรู้ค้นพบความหมาย ใหม่ เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เจตคติ ทักษะ และวิธีปฏิบัติการจากสิ่งที่เรียนรู้เป็นการผสมผสาน สิ่งที่ผู้เรียนรู้ เคยเรียนหรือมีประสบการณ์มาก่อน เข้ากับสิ่งที่เรียนรู้ใหม่ เป็นการถ่ายทอดความรู้ที่ ช่วยให้ผู้เรียนพัฒนามโนภาพแห่งตน

3. การถ่ายทอดความรู้แบบร่วมมือกัน (Collaborating) เป็นกระบวนการถ่ายทอดที่ผู้ ถ่ายทอดและผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมกันแสวงหาความรู้และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผู้ถ่ายทอดต้องทำตัวเป็นผู้ ที่เรียนรู้คนหนึ่งเหมือนกับผู้เรียนรู้อื่นๆ

จากนิยามแนวทางการสืบทอดและการถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น จะเห็นได้ว่า วิธีการสืบทอดและถ่ายทอดนั้น มีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยกระบวนการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบ และต้องอาศัยเทคนิคหรือวิธีการถ่ายทอดที่มีความเหมาะสมซึ่งมีข้อสังเกตได้ว่ากระบวนการสื่อสารที่ มีความสำคัญจะต้องมีการใช้สื่อประเภทบุคคลเป็นอันดับต้นๆ คือ ประชาชนชาวบ้านที่เป็นผู้ ถ่ายทอดภูมิปัญญา ทั้งการรวมข้อมูลไปจนถึงกระบวนการส่งเสริม เผยแพร่ภูมิปัญญาสู่คนในชุมชน รวมไปถึงการใช้สื่อและสารสนเทศประเภทต่าง ๆ เพื่อทำการถ่ายทอดข้อมูลทางภูมิปัญญาในวงกว้าง ซึ่งจะต้องมีการใช้อย่างเหมาะสม อันจะส่งผลให้การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้นำทางความคิด

เนื่องจากปราชญ์ เป็นผู้ที่มีความรู้ที่จะสามารถนำมาถ่ายทอดให้กับคนในชุมชน จึงถือเป็น ผู้นำที่มีความสำคัญในชุมชนนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้นำทางความคิดและ แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของผู้นำมาใช้ประกอบการศึกษาดังนี้



ผู้นำทางความคิด (Opinion leader) หมายถึง บุคคลที่สามารถมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของผู้อื่น (Rogers, 1983 : p.271)

ผู้นำทางความคิด คือ ระดับที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งสามารถมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมที่เปิดเผยของบุคคลอื่นๆ ตามที่บุคคลผู้นั้นต้องการโดยอาศัยวิธีที่ไม่เป็นทางการและสามารถมีอิทธิพลเช่นนี้ได้ค่อนข้างบ่อย (เสถียร เขยประทับ, 2530 : หน้า 43)

ผู้นำทางความคิด คือ แหล่งของข้อมูลหรือทรศนะที่มีอิทธิพลต่อผู้ตามและผู้ตามของบุคคลเหล่านี้เรียกว่า ผู้รับสาร (อรวรรณ พิรันธนโหวาท, 2547 : หน้า 104)

ผู้นำทางความคิดเห็น คือ บุคคลที่ได้รับความคิดเห็นจากบุคคลอื่นในสังคมผู้นำทางความคิดเห็นมีภารกิจที่จะต้องแจ้งข่าวสาร เสนอความคิดเห็นและการตัดสินใจต่อกลุ่มคนต่าง ๆ (พัชนี เขยจรรยาและคณะ, 2538 : หน้า 81)

ผู้นำทางความคิด คือ บุคคลซึ่งผู้อื่นจะมาหาคำแนะนำและข้อมูลข่าวสาร (Radom Womgnom, 1980 : p.6) โดยเป็นบุคคลในสังคมซึ่งติดต่อกับบุคคลอื่นๆ ในลักษณะความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดหรือแบบกลุ่มปฐมภูมิเช่น เป็นญาติ เป็นเพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมงานและมีอิทธิพลในลักษณะที่ไม่เป็นทางการเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ผู้นำทางความคิดเห็นในเรื่องหนึ่งหรือกิจกรรมหนึ่งอาจไม่ใช่ผู้นำทางความคิดเห็นในอีกเรื่องหนึ่งหรืออีกกิจกรรมหนึ่งเช่น ผู้นำทางความคิดเห็นทางการเมือง จะไม่ผู้นำทางความคิดเห็นด้านแพชชั่นความงาม

จากคำนิยามผู้นำทางความคิดที่ผู้ศึกษาได้รวบรวมไว้ข้างต้น จึงสรุปได้ว่า ผู้นำทางความคิดคือ ผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดซึ่งสามารถชี้้นำให้กลุ่มบุคคลเป็นไปตามความคิดที่วางไว้ ซึ่งในกระบวนการสื่อสาร ผู้นำทางความคิดคือผู้ส่งสารที่ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับสารเพื่อให้เกิดผลในการรับรู้ข้อมูล โน้มน้าวใจ หรือเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิดที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร ประชาชนชาวบ้านก็ถือได้ว่าเป็นผู้นำทางความคิดประเภทหนึ่งที่มีการสื่อสารกันจากการร่วมตัวของกลุ่มคนเพื่อที่จะทำกิจกรรมร่วมกันจึงมีการสื่อสารเกิดขึ้นเพื่อให้ทุกคนรับทราบและมีแนวทางร่วมกันในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความคิด คำนิยามความเชื่อ ตลอดจนการตัดสินใจ การกระทำและวิถีการดำเนินชีวิตในอนาคตแก่บุคคลอื่น เป็นบุคคลที่สามารถโน้มน้าวผู้อื่นได้ ทั้งคำพูดและแบบอย่างการกระทำ

### คุณลักษณะของผู้นำทางความคิด

เนื่องจากการที่ผู้นำทางความคิดสามารถมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของผู้อื่น ส่งผลให้บุคคลนั้นๆ ยอมรับสิ่งที่ผู้นำทางความคิดชี้แนะและนำมาซึ่งการปฏิบัติตาม ดังนั้นจึงต้องมีการวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้นำทางความคิดว่าเป็นอย่างไร จึงได้รับความเชื่อถือจากคนส่วนใหญ่ที่อยู่ในสังคมเดียวกัน

Rogers (Rogers,1971 : p.26) ได้กำหนดคุณลักษณะของผู้นำทางความคิด (Characteristics : of Opinion Leaders) ซึ่งประกอบด้วย

1. การสื่อสารภายนอก (External Communication) กำหนดหลักไว้ดังต่อไปนี้
  - 1.1 ผู้นำทางความคิดสามารถเข้าถึงสื่อมวลชนได้มากกว่าผู้ตามทางความคิด

- 1.2 ผู้นำทางความคิดมีลักษณะสากลมากกว่าผู้ตามทางความคิด
- 1.3 ผู้นำทางความคิดมีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่พัฒนาามากกว่าผู้ตาม
2. การเข้าถึง (Accessibility)
  - 2.1 ผู้นำทางความคิดต้องสามารถพูดคุยได้โดยตรงกับผู้อื่นหรือมีส่วนร่วมในสังคม ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ
3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic)
  - 3.1 ผู้นำทางความคิดมีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจสูงกว่าผู้ตาม
4. ความเร็วในการรับนวัตกรรม (Innovativeness)
  - 4.1 ผู้นำทางความคิดจะยอมรับนวัตกรรมได้เร็วกว่าผู้ตามทางความคิด
  - 4.2 เมื่อในสังคมมีบรรทัดฐานที่เอื้ออำนวยต่อการเปลี่ยนแปลง ผู้นำทางความคิดจะยอมรับนวัตกรรมได้เร็วกว่าแต่ถ้าบรรทัดฐานของระบบสังคมไม่เอื้ออำนวยต่อการเปลี่ยนแปลงผู้นำทางความคิดจะไม่ยอมรับนวัตกรรมได้เร็วนัก

ผู้นำทางความคิดนั้นมีอิทธิพลต่อประชาชนในชุมชนนั้นๆ และมีส่วนสำคัญต่อบุคคลซึ่งไม่สามารถจะรับข่าวสารจากสื่อมวลชนได้ ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้ (วิชญ์ สุวรรณเพิ่ม, 2525 : หน้า147)

1. ผู้นำทางความคิดหรือบุคคลที่มีอิทธิพลในชุมชนใดๆ ย่อมมีลักษณะทางการให้ข่าวสารแก่ชุมชนนั้น เป็นผู้แสวงหาข่าวใหม่ ๆ มาป้อนให้กับกลุ่มชนอยู่เสมอ (giving and seeking information)
2. ผู้นำทางความคิดโดยมากจะเป็นผู้รับสารจากสื่อมวลชนมากกว่าผู้อื่นในชุมชนของตนซึ่งจะฟังมาก อ่านมาก เห็นมาก
3. ผู้นำทางความคิดเป็นศูนย์กลางของการสื่อสาร เป็นเครือข่ายของการสื่อความหมาย บางครั้งเป็นตุลาการทางความคิด ผู้ตัดสินในข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ ของสมาชิกบางที่ผู้นำทางความคิดของกลุ่มอื่นอีกต่อหนึ่ง

การที่จะเป็นผู้นำที่ดีได้นั้นจะต้องรู้จักตนเองว่ามีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบอะไรบ้าง บางคนอาจจะมีบทบาทหลายบทบาทในเวลาเดียวกัน ดังนั้นจึงอาจจะมีหลายหน้าที่ที่จะต้องรับผิดชอบหลายอย่างด้วย ผู้นำเองก็เช่นเดียวกัน การจะเป็นผู้นำที่ดีได้นั้นจะต้องรู้บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเองและจะต้องปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับอย่างเต็มกำลังความสามารถ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานอย่างสูงสุด

บทบาทและหน้าที่เป็นของคู่กันซึ่งกำหนดควบคู่กับตำแหน่งที่บุคคลนั้นๆ ได้รับบทบาทเป็นเงื่อนไขที่บุคคลดำรงตำแหน่งนั้นจะต้องทำรวมทั้งสิทธิต่าง ๆ ที่ได้รับมาพร้อมกับตำแหน่งซึ่งเป็นสิทธิและหน้าที่ที่จะต้องไปเกี่ยวข้องกับผู้อื่น (สุรพล พุฒคำ, 2525 : หน้า21)

บทบาทมีความหมายใกล้เคียงกับสถานภาพมาก บทบาทเป็นสิ่งที่บุคคลในสถานภาพต่าง ๆ ฟังกระทำนั้นคือเมื่อสังคมกำหนดสิทธิและหน้าที่ให้สถานภาพใดอย่างไรแล้ว บุคคลในสถานภาพนั้นๆ จะต้องประพฤติหรือปฏิบัติตามหน้าที่ที่กำหนด (สุชา จันทร์อม, 2520 : หน้า64)

พลวัตกรรมของผู้นำคือการแสดงออกของผู้นำ ดังนั้นการแสดงออกก็คือบทบาทซึ่งถ้าผู้นำมีบทบาทดังต่อไปนี้จะทำให้ภารกิจแห่งการเป็นผู้นำมีความสมบูรณ์ (อำไพ อินทรประเสริฐ, 2542 : หน้า 91)

1. บทบาทในฐานะผู้มีความคิดริเริ่มงานใหม่ (As and initiator) ถ้าผู้นำมีความคิดริเริ่มใหม่ๆ หรือการคิดวางแผนหรือขั้นตอนการทำงานที่ดี งานจะประสบความสำเร็จและทำให้เกิดความสุขในการทำงาน

2. บทบาทในฐานะนักปรับปรุง (As and improver) ผู้นำต้องแสวงหาโอกาสและกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานตื่นตัวในการปรับปรุงและพัฒนาตนให้ก้าวหน้าในวิชาชีพและวิชาการของตนอยู่เสมอเพื่อความเจริญก้าวหน้าของผู้ร่วมงานและองค์กร

3. บทบาทในฐานะผู้ให้การยอมรับคนอื่น (As and recognizer) ผู้นำที่ดีต้องแสดงการชมเชยและยอมรับในผลสำเร็จของผู้ร่วมงานโดยไม่คิดอิจฉาหรือแอบอ้างว่าเป็นผลงานของตน ผู้นำต้องมีใจกว้างพร้อมจะยกย่องผู้ร่วมงานให้เป็นที่ยอมรับแก่สังคม

4. บทบาทในฐานะผู้ให้ความช่วยเหลือ (As and helper) ผู้นำที่ดีต้องพร้อมจะช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้ผู้ร่วมงาน ไม่ว่าจะเป็บุคคลากรเก่าหรือใหม่ด้วยความยินดีและเต็มใจ นั่นคือเป็นที่พึ่งของผู้ร่วมงานได้ซึ่งจะทำให้ผู้ร่วมงานรู้สึกอบอุ่นและมั่นใจในการทำงาน

5. บทบาทในฐานะผู้ประสานงาน (As a coordinator) ผู้นำที่ดีต้องกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานอื่นๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนหรือสนับสนุนในงานของตนและงานของฝ่ายอื่นๆ ด้วยถึงแม้ผู้นำจะยังไม่เข้าใจหรือไม่มีความถนัดในงานนั้นๆ แต่ก็ควรเป็นผู้ประสานงานและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้อื่นหรือผู้ที่เชี่ยวชาญกว่าได้เข้ามามีส่วนร่วมในงานด้วยความเต็มใจ

6. บทบาทในฐานะนักพูดที่เก่ง (As and effective speaker) ผู้นำต้องมีความสามารถในการพูดจูงใจให้บุคคลและกลุ่มร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานอย่างเต็มศักยภาพ ผู้ต้องต้องฝึกฝนทักษะทางภาษาให้เชี่ยวชาญเพราะศิลปะการพูดช่วยบันทาลความสำเร็จให้แก่ผู้นำมาแล้วนับไม่ถ้วนเสน่ห์ของผู้นำจึงอยู่ที่การใช้ปากให้เป็นประโยชน์ต่อตนเองและองค์กร

7. บทบาทในฐานะผู้เข้ากับสังคมได้เป็นอย่างดี (As a social man) บทบาทที่สำคัญประการหนึ่งของผู้นำคือการเข้ากับสังคมได้อย่างสง่าผ่าเผยและสามารถโน้มน้าบุคคลเหล่านั้นให้มาช่วยเหลือเกื้อกูลองค์กรของตนได้ ผู้นำจึงต้องเรียนรู้และปรับปรุงตนเองให้เหมาะสมกับสังคมแต่ละระดับแต่ละประเภทเพื่อให้การประสานสัมพันธ์เป็นไปอย่างเหมาะสมและได้ประโยชน์สูงสุด

8. บทบาทในฐานะนักเปลี่ยนแปลง (AS a change agent) ผู้นำควรมีศิลปะในการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานหรือบรรยากาศในองค์กรให้มีชีวิตชีวาขึ้น เพื่อให้ผู้ร่วมงานตื่นตัวในความแปลกใหม่และพร้อมจะเปลี่ยนแปลงตนเองให้สอดคล้องกับองค์กร ซึ่งจะเป็วิธีหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มเติมประสิทธิภาพในการทำงาน แต่ผู้นำต้องพึงระลึกได้ว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นต้องกระทำอย่างมีเหตุผลและไม่สิ้นเปลือง

9. บทบาทในฐานะผู้ควบคุมมาตรฐานความประพฤติของผู้อื่นหรือในฐานะผู้เป็นตัวอย่าง (As a sample) โดยปกติแล้วผู้นำคือจุดรวมความสนใจของผู้ร่วมงาน ดังนั้นไม่ว่าผู้นำจะมีพฤติกรรมหรือการแสดงออกอย่างไร ย่อมอยู่ในสายตาของผู้ร่วมงานและมีแนวโน้มที่จะเลียนแบบพฤติกรรมของผู้นำ ฉะนั้นผู้นำจะควบคุมความประพฤติของผู้อื่นได้ ผู้นำต้องเป็นต้นแบบที่ดีเพื่อให้เพื่อนร่วมงานยอมรับและศรัทธาเสียก่อน องค์กรจะมีระเบียบและอยู่ด้วยความราบรื่น

จากบทบาทดังกล่าวข้างต้น ถ้าผู้นำสามารถฝึกฝนและนำไปใช้ได้อย่างครบถ้วนจะช่วยเสริมสร้างผู้นำให้แข็งแกร่ง โดดเด่น เป็นที่ชื่นชมศรัทธาของคนที่ทั้งภายในและภายนอกองค์กรและ

เมื่อคนศรัทธายอมรับแล้ว ความร่วมแรงร่วมใจและความสำเร็จจึงอยู่ไม่ไกลนักจิตวิทยาสังคมยอมรับกันว่า ตำแหน่งและบทบาทเป็นสิ่งที่มียอยู่แล้ว บุคคลเพียงเขาไปครองตำแหน่งและแสดงบทบาทตามตำแหน่งนั้น (สงวน สิทธิเลิศอรุณ, 2542 : หน้า 87) มีนักวิชาการได้ให้ความหมายเกี่ยวกับบทบาทไวหลายทัศนะด้วยกัน คือ

บทบาท คือ การมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างพฤติกรรมที่คาดหวังของบุคคลสองฝ่าย ฝ่ายหนึ่งคือ ผู้ดำรงตำแหน่ง อีกฝ่ายหนึ่งคือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตำแหน่งนั้น (Secord and Backman, 1964 : p. 122)

บทบาทนอกจากจะหมายถึงแบบแผนพฤติกรรมที่เหมือนกันของบุคคลที่ดำรงตำแหน่งเดียวกันหรืออยู่ในสังคมเดียวกันแล้วยังหมายรวมถึงแบบพฤติกรรมที่ผูก พันหรือขึ้นอยู่กับความคาดหวังของสมาชิกอื่นในสังคมด้วย(Harvighurst and Neugarten, 1969: p. 57)

บทบาทจำเปต้องมืองคประกอบ 3 ประการ คือ ตำแหน่งทางสังคม (Social Location) พฤติกรรม (Behavior) และความคาดหวัง (Expectation) ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้มีความเกี่ยวข้องกับคำจำกัดความของบทบาทมากที่สุด (Hoult and Ford, 1974 : p. 27)

บทบาท หมายถึงพฤติกรรมอันเป็นลักษณะ เฉพาะของบุคคลหนึ่งหรือมากกว่านั้นในสิ่งแวดล้อมหนึ่งๆ ซึ่งได้อธิบายว่าคำจำกัดความของบทบาทขึ้นอยู่กับคำ 4 คำ คือ

1. พฤติกรรม (Behavior) หมายความว่า การกระทำหรือการแสดงที่เราอาจสังเกตได้ หรือสามารถจะกำหนดให้ผู้อื่นสังเกตได้
  2. บทบาทนั้นจำกัดเพียงพฤติกรรมของมนุษย์ (Person) เท่านั้น
  3. บทบาทอย่างถูกกำหนดโดยอาศัยสิ่งแวดล้อม (Context) แต่บทบาทบางอย่างถูกจำกัดการนำมาใช้โดยขอบเขตอันเนื่องมาจากมาจากสิ่งแวดล้อมและบทบาทอาจเปลี่ยนแปลงเมื่อ สภาพแวดล้อมเปลี่ยน
  4. บทบาทเป็นลักษณะเฉพาะ (Characteractic) ของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มคน
- สำหรับความหมายของบทบาทในทัศนะของคนไทย เช่น
- ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 กล่าววว่า บทบาท หมายถึง การทำตามตามบท, การร่ำตามบท, โดยปริยายหมายความว่า การทำตามหน้าที่ที่กำหนดไว้ เช่น บทบาทของพ่อแม่ บทบาทของครู

บทบาท หมายถึง ความมุ่งหวังที่บุคคล อื่นคาดว่า บุคคลในตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่งควรกระทำหรือแสดงพฤติกรรมอย่างไรอย่างหนึ่ง ออกมาในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง(ภิญโญ สาร, 2520 : หน้า 62)

บทบาท คือ การปฏิบัติตามสิทธิและ หน้าที่ของสถานภาพ(สุพัตรา สุภาพ,2516 : หน้า 42)

บทบาท หมายถึง การประพฤติปฏิบัติตาม หน้าที่ที่กำหนดไว้ (สมพงษ์ เกษมสิน,2521 : หน้า 33)

บทบาท เป็นหน้าที่หรือเงื่อนไขและสิทธิต่างๆ ซึ่งแต่ละคนที่อยู่ในดำรงตำแหน่งใดๆ ต้องกระทำโดยอาจเป็นหน้าที่หรือพันธะของตำแหน่งนั้นมีอยู่หรือพฤติกรรมของแต่ละคนที่อยู่ในตำแหน่งหรือฐานะนั้นควรจะมีตามที่บุคคลคาดหวังได้ (ปรีชา หมอนทอง, 2522 : หน้า 48)

จากที่ผู้ให้ความหมายบทบาทไว้มองกว้าง จึงสรุปได้ว่า ในทุกสังคมไม่ว่าจะเป็นสังคมขนาดใหญ่หรือสังคม ขนาดเล็ก ย่อมประกอบไปด้วยผู้นำเสมอ ในกระบวนการพัฒนางานใด ๆ ก็ตาม ผู้นำย่อมมีบทบาทอันสำคัญยิ่งที่ช่วยให้งานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย ดังนั้น บทบาทหรือหน้าที่ของผู้นำจะส่งอิทธิพลไปถึงพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มและมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการทำงานของกลุ่ม อันจะนำมาซึ่งการพัฒนาความเจริญหรือความเสื่อมของสังคมโดยรวมได้ ด้วยเหตุที่ผู้นำมีอิทธิพลดังกล่าวนี้เอง ผู้นำชุมชนในระดับท้องถิ่นจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาชุมชนให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งนี้ก็ต้องอาศัยผู้นำชุมชนในระดับท้องถิ่นนั่นเอง การพัฒนาชุมชนมีหลักการที่ไขกันอยู่ทั่วไปคือ การใช้ประโยชน์จากผู้นำท้องถิ่น เพราะผู้นำมักจะมีบุคลิกภาพ อุบิสัย และความสามารถที่ดีเด่น เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาชุมชนมี อิทธิพลต่อความคิดเห็น การตัดสินใจของประชาชนในชุมชน ซึ่งกรมพัฒนาชุมชนได้สรุปให้เห็นถึงลักษณะผู้นำชุมชนที่ดี ดังต่อไปนี้

1. เป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตัวประชาชน และมีความต้องการที่จะให้ประชาชน ได้ปรับปรุงตนเอง

2. เป็นผู้รักการทำงานร่วมกับประชาชน

3. เป็นผู้ที่ทำตนเป็นตัวอย่างที่ดี

4. เป็นผู้ที่ประชาชนยกย่องนับถือ

5. เป็นผู้ที่ยอยากเรียนรู้และปฏิบัติในสิ่งใหม่ๆ

6. เป็นผู้ที่มีความตั้งใจจะทำงานเพื่อส่วนรวม

7. เป็นผู้ที่มีอารมณ์ขัน

8. เป็นผู้ที่มีสุขภาพดี

9. เป็นผู้ตั้งอยู่ในศีลธรรม

10. เป็นผู้มีความสุจริตใจ

11. เป็นผู้ที่ไม่เกียจคร้านของผู้อื่น

12. เป็นผู้ที่เชื่อถือได้

13. เป็นผู้ที่มีความช่วยเหลือในงานพัฒนาชุมชน

14. เป็นมิตรที่ดีของคนทุกชั้น

15. เป็นผู้ที่ย่อมจะรับฟังเหตุผลและปรึกษาหารือกับผู้อื่นในปัญหาสำคัญ อื่นๆ ของชุมชน คุณลักษณะโดยทั่วไปของผู้นำท้องถิ่นก็เหมือนกับผู้นำอื่นๆ แต่ในงานพัฒนาชนบทผู้นำควรมีลักษณะอื่นๆ ประกอบด้วย (เรวัต ไชยพาน, 2523 : หน้า 157)

1. ช่วยเหลือผู้อื่นในการแก้ปัญหา

2. ให้ความสำคัญปรึกษาอย่างมีเหตุผล

3. ชี้แนะทางที่จะทำให้เกิดการประสานงาน เกิดความร่วมมือ ร่วมทำงานด้วยกันระหว่างประชาชนในการแก้ไขปัญหาต่าง

4. มีความเต็มใจที่จะยอมรับฟังความบกพร่องของตนเอง และยอมรับฟัง ความคิดเห็นของคนอื่น

5. คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน

6. ไม่เป็นบุคคลที่ผูกขาดการตัดสินใจใดๆ

7. คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตัว

นอกจากนี้คุณลักษณะอื่นๆ ที่ควรมีก็คือ

1. เป็นผู้มีหัวใจที่จะพัฒนา (willing to develop) มีความมุ่งมั่นที่จะมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสภาพชีวิตในชุมชนให้ดีขึ้นเรื่อยๆ

2. เป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเองและประชาชน ความเชื่อมั่นนี้จะนำไปสู่การรู้จักปกครองตนเองได้ในที่สุด

3. เป็นผู้ที่รักการทำงานร่วมกับประชาชน เพราะการพัฒนาชุมชนเป็นงานของชุมชน

4. เป็นผู้ที่อยากเรียนรู้เรื่องใหม่ๆ และยอมรับเอาแนวความคิดและเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการพัฒนาสภาพความเป็นอยู่ของตนเองและชุมชนให้ดีขึ้น

5. เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผู้นำจะต้องมีบทบาทในการริเริ่มทำสิ่งใหม่ๆ ซึ่งจะช่วยให้ชุมชนบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ผู้นำเป็นคนแรกที่มองเห็นความต้องการและริเริ่มกิจกรรมในชุมชน

6. เป็นผู้แนะแนวทาง (guide) ผู้นำจะช่วยวิเคราะห์ปัญหาความต้องการและวิธีแก้ปัญหาแก่สมาชิกในชุมชนเพื่อให้สมาชิกเหล่านั้นพัฒนาไปสู่จุดมุ่งหมายไปสู่จุดมุ่งหมายปลายทางอันพึงปรารถนา

7. เป็นผู้เสียสละ มุ่งมั่นทำงานเพื่อประโยชน์ของชุมชน

8. เป็นผู้มีทักษะในการสื่อสาร เช่น การพูด การชี้แจง การโน้มน้าว ชักจูงจิตใจ เพื่อให้สมาชิกในชุมชนได้เกิดความรู้สึกเข้าใจ เกิดทัศนคติที่ดีและมีทักษะอันพึงประสงค์

9. เป็นผู้ที่มีความสามารถในการรวมกลุ่มและพัฒนากลุ่มให้เจริญเติบโตและเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่ต้องการ

10. เป็นผู้ที่มีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ซึ่งมีจุดหมายที่จะพัฒนาประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ

11. เป็นผู้ที่มีความสนใจต่อส่วนรวม

12. เป็นผู้ที่เข้าใจกระบวนการเปลี่ยนแปลง

13. เป็นผู้ที่มีทัศนคติแบบประชาธิปไตยและมีทักษะในกระบวนการกลุ่ม

14. เป็นผู้ที่มีความกล้าเสี่ยง กล้าได้ กล้าเสียอย่างมีเหตุผลและรอบคอบ

15. เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมแพร่ขยายสูง ชอบนำความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ ไปเผยแพร่แก่ชาวบ้าน

16. เป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี

จากคุณลักษณะของผู้นำในงานพัฒนาชุมชนดังกล่าว จะเห็นว่าผู้นำเป็นผู้ก่อให้เกิดความริเริ่มขึ้นในชุมชนและเป็นตัวหมุนที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมใดๆ มีงานวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมผู้นำที่เป็นอุปสรรคและ/หรือส่งเสริมงานพัฒนาชุมชน" ได้กล่าวถึงบทบาทของ ผู้นำในงานพัฒนาชุมชนไว้ดังนี้(เรวัต ไซยพาน, 2523 : หน้า 84)

1. เป็นผู้ทำให้งานพัฒนาชุมชนเริ่มต้นและแผ่ขยายกว้างขวางออกไป

2. เป็นผู้แพร่ความรู้ ความคิดต่างๆ ที่เขาได้รับจากเจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการต่าง ๆ เช่นเรื่องอาชีพ สาธารณสุข ฯลฯ ไปสู่ชาวบ้าน

3. ในเรื่องบางประเภท ผู้นำจะเป็นครูสอนหรือสาธิตเป็นตัวอย่างแก่ชาวบ้าน

4. ในฐานะคณะกรรมการพัฒนาหมู่บ้าน ผู้นำจะร่วมกับประชาชนในชุมชน วิเคราะห์สภาพชุมชน ปัญหาและความต้องการของหมู่บ้านเพื่อจัดทำแผนพัฒนาชุมชนของพวกเขาเอง

5. ผู้นำเป็นตัวแทนประชาชนชี้แจงให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการของชุมชนและเป็นตัวประสานงานระหว่างประชาชนกับรัฐบาลหรือหน่วยงานราชการต่างๆ ในการทำงานในชุมชนนั้นๆ

6. ผู้นำเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการสื่อความคิด ติดต่อกับและสื่อความรู้สึกของประชาชนในความพยายามที่จะตัดสินใจทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

7. ผู้นำเป็นผู้ที่ทำให้เกิดกระบวนการพัฒนาชุมชนตลอดไปในชุมชนใน ลักษณะของชุมชนที่สามารถปกครองตนเองได้ดี

บทบาทของผู้นำท้องถิ่นในการพัฒนาชุมชนโดยทั่วไปแลงานพัฒนาชุมชนมักจะเริ่มต้นจากผู้นำท้องถิ่นและจะแผ่ขยายออกไป หากชาวบ้านมีปัญหาหรือความต้องการอะไรจะร่วมกันวางแผนและโครงการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาเหล่านั้นๆ และผู้นำท้องถิ่นยังเป็นตัวชักนำความช่วยเหลือบำรุงรักษา บรรยากาศแห่งการทำงานรวมถึงอำนวยความสะดวกในการสื่อสารความคิดและความรู้สึก (พัฒน์ สุจำนงค์ และคณะ, 2533 : หน้า 112)

ผู้นำท้องถิ่นเป็นผู้ที่ประชาชนเคารพนับถือไว้วางใจและเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและการตัดสินใจของประชาชน (วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, 2530 : หน้า 73)

กล่าวโดยสรุปแล้ว ลักษณะบทบาทของผู้นำชุมชนในระดับท้องถิ่นดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ผู้นำท้องถิ่นนั้นมีบทบาทอันสำคัญต่อการพัฒนาชุมชน โดยเฉพาะเป็นผู้ที่มีส่วนช่วยให้ เกิดความร่วมมือร่วมใจกันในการพัฒนาวางแผนเพื่อแก้ปัญหา ซึ่งผู้นำจะเป็นผู้คอยให้ความช่วยเหลือกระตุ้นให้เกิดความศรัทธาและแรงจูงใจให้ประชาชนเขามามีส่วนรวมในการพัฒนาตนเอง ชุมชนและสังคมได้

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสาร มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารของปราชญ์ชาวบ้านไปยังผู้รับสาร เพราะถ้าการสื่อสารถูกต้องเหมาะสมชัดเจน ผู้รับสารจะยอมรับและพร้อมที่จะสื่อสารย้อนกลับด้วยวิธีการเดียวกัน การสื่อสารที่ดีต้องก่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันซึ่งจะทำให้งานบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จากความสำคัญของการสื่อสาร ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้

การนิยามความหมายของการสื่อสารให้ชัดเจนและครอบคลุมทุกประเด็นเป็นสิ่งที่ไม่สามารถทำได้จากการสื่อสารเป็นกระบวนการที่สลับซับซ้อนมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาและมีลักษณะเป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ ดังนั้นการสื่อสารจึงมีความหมายหลากหลายไปตามมุมมองของผู้ศึกษาในปี ค.ศ. 1973 แดนซ์ และลาร์สัน (Dance, & Larson, 1976) สามารถรวบรวมคำนิยามของการสื่อสารได้ถึง 126 คำนิยาม และหลังจากนั้นนักวิชาการสื่อสารก็ได้นิยามความหมายของการสื่อสารไว้อีกมากมาย เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความเข้าใจความหมายของการสื่อสารให้ดียิ่งขึ้นจึงขอยกตัวอย่างความหมายในทฤษฎีของนักวิชาการสื่อสารแต่ละท่าน ดังนี้ (สุรัตน์ ตรีสุกุล, 2547 : หน้า 71)

Aristotle ให้คำจำกัดความของการสื่อสารในเชิงวาทศิลป์ (rhetoric) ไว้ว่า การสื่อสาร คือ การแสวงหาวิธีการในการโน้มน้าวใจทุกรูปแบบ (Berlo, 1960 : p. 87)

การสื่อสาร คือ การแปลความหมายด้วยสัญลักษณ์ต่อท่าทางที่แสดงออกเป็นสัญลักษณ์ โดยไม่รู้ตัวต่อความคิดและพฤติกรรมเชิงวัฒนธรรมของบุคคล (Edward Sapir, 1933 : p. 142)

การสื่อสาร มีความหมายครอบคลุมถึงกระบวนการทุกกระบวนการที่ทำให้จิตใจของบุคคลหนึ่งอาจก่อให้เกิดผลต่อจิตใจของบุคคลหนึ่ง การสื่อสารตามทฤษฎีนี้ไม่ได้จำกัดว่าการสื่อสารต้องเกิดขึ้นโดยใช้การเขียนและการพูดเท่านั้นแต่ยังรวมถึงดนตรี ภาพ การแสดง การเต้นบัลเล่ย์ และพฤติกรรมทุกอย่างของมนุษย์อีกด้วย (Warren W. Weaver, 1949 : p. 81)

การสื่อสาร ไม่ได้หมายความถึงการถ่ายทอดสารด้วยภาษาพูดและภาษาเขียนที่ชัดเจนและแสดงเจตนาอย่างเด่นชัดในการสื่อสารเท่านั้น แต่การสื่อสารยังรวมถึงกระบวนการทั้งหลายที่ทำให้บุคคลมีอิทธิพลต่อกัน (Jurgen Ruesch, & Gregory Bateson, 1951 : p. 33)

การสื่อสารคือ กระบวนการที่บุคคลหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) ส่งสิ่งเร้า (ซึ่งโดยปกติได้แก่ภาษาพูดหรือภาษาเขียน) เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลอื่น (ผู้รับสาร) ความหมายของการสื่อสารตามทฤษฎีนี้มีพื้นฐานมาจากแนวคิดทางจิตวิทยาเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนองซึ่งเชื่อว่าเมื่อผู้ส่งสารส่งสารใดก็ตามไปยังผู้รับสารก็จะทำให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ตามที่ผู้ส่งสารต้องการ ซึ่งขัดแย้งกับลักษณะธรรมชาติของมนุษย์ เพราะมนุษย์ไม่ได้รับสารด้วยจิตใจที่ว่างเปล่าแต่ภูมิหลังประสบการณ์ และกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์จะเป็นตัวกรองให้เกิดการรับรู้และการแสดงปฏิสัมพันธ์ที่เหมาะสมตามทฤษฎีและความรู้สึกของบุคคลนั้น (Carl I. Hovland, Irvin L. Janis, & Harold H. Kelly, 1953 : p. 128)

การสื่อสาร คือ การกระทำซึ่งเครื่องหมายอันแรก ได้แก่ สิ่งเร้าก่อให้เกิดเครื่องหมายอันที่สองคือ ปฏิกริยาตอบสนองซึ่งขึ้นอยู่กับผู้รับรับสิ่งเร้าแต่ละคนว่าจะแสดงปฏิกริยาตอบสนองอย่างไร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะนิสัยซึ่งส่งผลมาจากประสบการณ์ในอดีต (Colin Cherry, 1957: p. 81)

การสื่อสาร คือการมีความเข้าใจร่วมกันในสัญลักษณ์ที่แสดงข่าวสาร (Wilbur Schramm, 1974 : p. 66)

การสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่งคือผู้ส่งสารสร้างอิทธิพลเหนืออีกฝ่ายหนึ่งซึ่งได้แก่ผู้รับสาร โดยใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ซึ่งส่งผ่านสื่อที่เชื่อมต่อสองฝ่าย (Schramm, 1974 : p. 102)

การสื่อสาร หมายถึง ความสำเร็จของผู้ส่งสารในการส่งความหมายให้ผู้รับสารเข้าใจได้ตรงกับที่ผู้ส่งสารต้องการ (Melvin L. Defleur, & Everette E. Dennis, 1981 : p. 49)

การสื่อสาร หมายถึงกระบวนการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กันโดยใช้และผ่านทางสัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างและแปลความหมายของสัญลักษณ์นั้นโดยแต่ละองค์ประกอบของกระบวนการจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันและส่งผลซึ่งกันและกัน (Julia T. Wood, 2000 : p. 113)

การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การถ่ายทอดข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ทักษะ ฯลฯ ด้วยการใช้อนุสัญญลักษณ์ อันได้แก่ คำพูด รูปภาพ ตัวเลข กราฟ ฯลฯ ซึ่งการกระทำหรือกระบวนการในการถ่ายทอดเช่นนั้น โดยปกติแล้วนิยมเรียกวว่าการสื่อสารในทัศนะของนักสื่อสารโดยทั่วไปแล้ว คำจำกัดความของการสื่อสารโดยเบื้องต้น คือ กระบวนการถ่ายทอดสาร (Message)



จากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ที่เรียกว่า “ผู้ส่งสาร” (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งที่เรียกว่า “ผู้รับสาร” (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel) ต่างๆ (ปรมา สตะเวทิน, 2546, น. 30)

จากการให้ความหมายเกี่ยวกับการสื่อสารข้างต้น สรุปได้ว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันโดยใช้การถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ความคิด การแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ พฤติกรรม ภาษาต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสาร ส่งผ่านช่องทางหรือสื่อต่าง ๆ ไปยังผู้รับเพื่อให้เกิดผลแก่ผู้รับสาร ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง

### ลักษณะสำคัญของการสื่อสาร

การสื่อสารมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งสำหรับมนุษย์ เปรียบเสมือนลมหายใจและเป็นทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงอยู่ของมนุษย์ อีกทั้งเป็นสิ่งแสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการที่สูงส่งเหนือสัตว์ประเภทอื่น การสื่อสารของมนุษย์เป็นกระบวนการที่สลับซับซ้อนและเข้าใจได้ยาก ดังนั้นการศึกษาลักษณะธรรมชาติหรือลักษณะสำคัญของการสื่อสารนั้นจะช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจกระบวนการสื่อสารได้ชัดเจนยิ่งขึ้น จากคำนิยามความหมายของการสื่อสารและการศึกษาของนักวิชาการด้านการสื่อสาร ช่วยให้สรุปลักษณะสำคัญของการสื่อสารของมนุษย์ได้ ดังนี้

1. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา
2. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่แต่ละองค์ประกอบมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันในเวลาเดียวกันและต่อเนื่องกันไป (simultaneously and continuously transaction) และส่งผลซึ่งกันและกันตลอดกระบวนการสื่อสาร กล่าวคือผู้สื่อสารจะทำหน้าที่ทั้งการเข้ารหัสและถอดรหัสในเวลาเดียวกันและต่อเนื่องกัน ซึ่งส่งผลให้ผู้สื่อสารเกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมและประสบการณ์ระหว่างกันตลอดเวลา (Byers, 1997; Wood, 2000; Barker, & Gaut, 2001; Berko, Wolvin, & Wolvin, 2001; Morreale, Psitzberg, & Barge, 2001 : p. 141)
3. การสื่อสารเป็นพฤติกรรมที่มนุษย์หลีกเลี่ยงไม่ได้ (One cannot not communicate) (Gamble, & Gamble, 1999 : p. 37)
4. การสื่อสารเป็นพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับจิตใจและการแสดงออกของผู้สื่อสาร กล่าวคือ อารมณ์ความรู้สึกของผู้สื่อสารจะส่งผลต่อการเข้ารหัสและถอดรหัส รวมทั้งการแสดงออกของผู้สื่อสารเช่น หากฝ่ายหนึ่งอารมณ์ไม่ดี คำพูดที่ใช้และสีหน้าที่แสดงออกสามารถสื่อให้อีกฝ่ายหนึ่งรับรู้อารมณ์ความรู้สึกดังกล่าวได้
5. ในการสื่อสารต้องมีการแลกเปลี่ยนหรือถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึก ข้อมูล ข่าวสาร ความคิด ฯลฯ ซึ่งรวมเรียกว่า สาร
6. ในการสื่อสาร ผู้สื่อสารต้องอาศัยรหัสหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อแทนความหมายที่ต้องการสื่อสารในรูปแบบของวจนภาษา อวจนภาษา หรือสัญลักษณ์อื่น ๆ ซึ่งสามารถสื่อความหมายระหว่างกันได้
7. การสื่อสารเกิดขึ้นทั้งโดยเจตนาหรือไม่เจตนาก็ได้ โดยปกติมนุษย์มักคิดว่าการสื่อสารกับบุคคลอื่นจะเกิดขึ้นจากความตั้งใจที่จะสื่อสารและสามารถสื่อสารกับบุคคลอื่นด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ตามที่ตนต้องการได้ รวมทั้งสามารถหยุดการสื่อสารได้ แต่ที่จริงแล้วบ่อยครั้งที่มนุษย์สื่อสารโดยไม่

เจตนาจะสื่อสารเช่น บางครั้งเรานิ่งเฉย ๆ และคิดว่าการที่เรานิ่งเฉยนั้นคือการหยุดการสื่อสารกับบุคคลอื่น เราไม่ได้ตั้งใจจะสื่อความหมายใดแก่ผู้อื่น แต่บุคคลรอบข้างอาจแปลความหมายได้ว่าเรากำลังมีความทุกข์ กำลังนั่งคิดและอื่นๆ ตามแต่จะแปลความหมาย กรณีดังกล่าวนี้ถือว่าการสื่อสารเกิดขึ้นแล้ว

8. การสื่อสารตั้งอยู่บนหลักการของความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสาร ผู้สื่อสารคือ บุคคลที่เข้าไปสู่ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น หากไม่มีการสื่อสารมนุษย์ก็ไม่สามารถสร้างสัมพันธ์ภาพกับบุคคลอื่นได้ ในแต่ละวันมนุษย์มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล ความรู้สึกนึกคิด และสร้างความหมายของสารร่วมกันโดยใช้ความสัมพันธ์ที่ดีเป็นจุดเริ่มต้นและในขณะเดียวกันมนุษย์ใช้การสื่อสารเพื่อช่วยเสริมสร้างและธำรงรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกันให้คงอยู่ต่อไป (Gamble, & Gamble, 1999 : p. 69) ด้วยเหตุที่การสื่อสารเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสาร ดังนั้นระดับของความสัมพันธ์ระหว่างกันจึงขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการสื่อสารของคู่สื่อสาร

9. การสื่อสารเป็นกระบวนการซึ่งมีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ทั้งนี้เนื่องจากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันอย่างต่อเนื่องและส่งผลกันตลอดเวลา เมื่อกระบวนการสื่อสารดำเนินไปคู่สื่อสารจะเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เกิดความสัมพันธ์ระหว่างกันและเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้สึกนึกคิด ประสบการณ์ ฯลฯ อย่างต่อเนื่อง

10. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องทางความคิด ต้องอาศัยสติปัญญา อารมณ์และประสบการณ์ ซึ่งรวมเรียกว่า ข้อมูลภายใน (internal information) เข้ามาเกี่ยวข้อง กล่าวคือ ในขณะที่เข้ารหัสและถอดรหัสนั้น ข้อมูลภายในจะส่งผลต่อการใช้รหัสหรือสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสารและการแปลความหมายของสารที่ได้รับเช่นกัน

11. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยบริบท (context) ของการสื่อสาร เพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจ ความหมายของสารได้ชัดเจนขึ้น ตัวอย่างเช่น น้ำเสียงซึ่งสามารถแสดงอารมณ์ความรู้สึกของกันและกันได้นั้น จะช่วยให้คู่สื่อสารรับรู้ความหมายของสารได้ดียิ่งขึ้น

12. การสื่อสารเป็นกระบวนการย้อนกลับไม่ได้และทำซ้ำเหมือนเดิมไม่ได้ กิจกรรมบางอย่างทำย้อนกลับไปได้เช่น การทำน้ำให้เป็นน้ำแข็งและทำน้ำแข็งให้เป็นน้ำแต่มีกิจกรรมหลายกิจกรรมที่ทำย้อนกลับไม่ได้เช่น นำน้ำองุ่นมาทำไวน์ได้แต่ไม่สามารถทำให้ไวน์กลับเป็นองุ่น การสื่อสารก็เป็นพฤติกรรมหนึ่งที่ย้อนกลับไม่ได้ เมื่อผู้รับสารรับสารที่ส่งมา ถอดรหัสและแปลความหมายของสารแล้วผู้ส่งสารไม่สามารถนำสารหรือความหมายของสารกลับคืนจากผู้รับสารและไม่สามารถทำให้ผู้รับสารรู้สึกประหนึ่งว่ายังไม่ได้รับสารนั้น

ส่วนที่ว่า การสื่อสารทำซ้ำเหมือนเดิมไม่ได้ นั้น เนื่องจากความจริงที่ว่า การสื่อสารเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เมื่อเวลาผ่านไปคู่สื่อสารจะเกิดการเปลี่ยนแปลงขอบเขตประสบการณ์ของตน การเข้ารหัสและถอดรหัสในสถานการณ์การสื่อสารเกิดขึ้นในปัจจุบันนั้นเป็นผลจากประสบการณ์ในอดีต และความคาดหมายที่จะเกิดขึ้นในอนาคตโดยประสบการณ์ในอดีตและความคาดหมายในอนาคตจะส่งผลต่อการรับรู้และการแปลความหมายสารของมนุษย์ ตัวอย่างเช่น การบอกรักครั้งแรกระหว่างชายและหญิงคู่หนึ่งกับการบอกรักครั้งที่ 100 จะไม่

เหมือนเดิม เมื่อเวลาผ่านไปอารมณ์ความรู้สึกและความสัมพันธ์ระหว่างกันเปลี่ยนไป จึงส่งผลให้การรับรู้ความหมายของคำว่า รัก เปลี่ยนแปลงไปด้วย

13. การสื่อสารเกิดขึ้นด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ทั้งที่ระลึกได้และระลึกไม่ได้มนุษย์สื่อสารกันด้วยวัตถุประสงค์การสร้างอิทธิพลหรือตั้งใจที่จะมีอิทธิพลเหนือบุคคลที่เราสื่อสารด้วย เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามที่ต้องการ แต่บ่อยครั้งที่มนุษย์สื่อสารโดยไม่ได้ระลึกถึงวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของตนเลย (Berlo, 1960 : p. 73)

### วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นสาขาวิชาที่ครอบคลุมและเกี่ยวข้องกับศาสตร์สาขาวิชาต่าง ๆ มากมาย อีกทั้งพฤติกรรมของการสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้หลากหลายรูปแบบ หลายสถานการณ์ มีบุคคลที่เกี่ยวข้องตั้งแต่หนึ่งคนจนกระทั่งนับล้านคน ดังนั้นการแบ่งประเภทของการสื่อสารให้ชัดเจนจึงเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก วิธีการที่จะช่วยการแบ่งประเภทของการสื่อสารเป็นไปได้ง่ายขึ้นก็ต้องอาศัยเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้ (สุรัตน์ ตรีสกุล, 2547 : p. 23)

#### 1. การแบ่งประเภทโดยใช้จำนวนผู้สื่อสารเป็นเกณฑ์

การแบ่งประเภทของการสื่อสารโดยอาศัยจำนวนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารเป็นเกณฑ์นั้น สามารถแบ่งการสื่อสารได้ 9 ประเภท ดังนี้

1.1 การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) หมายถึง การสื่อสารซึ่งเกิดขึ้นในบุคคลคนเดียว โดยบุคคลนั้นจะเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร ทั้งนี้โดยมีระบบประสาทส่วนกลางทำหน้าที่ควบคุมการสื่อสารและทำให้เกิดการสื่อสารขึ้น การสื่อสารภายในบุคคลนี้รวมถึงความคิด อารมณ์ และการรับรู้ที่บุคคลนั้นมีต่อตนเองและบุคคลอื่น จากการศึกษาพบว่าการสื่อสารภายในบุคคลจะเป็นพื้นฐานของการสื่อสารประเภทอื่นๆ ด้วย

1.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) หมายถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลสองคน การสื่อสารประเภทนี้มีลักษณะเฉพาะคือการเป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน (face-to-face) สามารถแลกเปลี่ยนสารได้โดยตรง มีความเป็นส่วนตัว (personal) และไม่เป็นทางการ (informal)

1.3 การสื่อสารกลุ่มเล็ก (Small Group Communication) หมายถึง การสื่อสารระหว่างบุคคลตั้งแต่ 3 ถึง 12 คน ซึ่งรวมตัวกันเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่าง ตัวอย่างของกลุ่มลักษณะดังกล่าวได้แก่ กลุ่มนักศึกษาซึ่งรวมกันเพื่อทำรายงาน ทีมงาน คณะกรรมการบริษัท หรือครอบครัวก็จัดเป็นกลุ่มขนาดเล็กได้เช่นกัน

1.4 การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication) หมายถึง การสื่อสารระหว่างบุคคลตั้งแต่ 12 คนขึ้นไป มีลักษณะเป็นทางการมากกว่ากลุ่มขนาดเล็กและเนื่องจากการสื่อสารประเภทนี้มีบุคคลที่เกี่ยวข้องในการสื่อสารจำนวนมาก ดังนั้นโอกาสในการสื่อสารโดยตรง แบบต่อตัวจึงเกิดขึ้นยาก ตัวอย่างของการสื่อสารประเภทนี้ได้แก่ การอภิปรายในห้องประชุม การสอนนักศึกษาในกลุ่มใหญ่ เป็นต้น

1.5 การสื่อสารในที่สาธารณะ (Public Communication) หมายถึง การสื่อสารซึ่งผู้ส่งสารคนหนึ่งส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากมารวมอยู่ในที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน การสื่อสารลักษณะนี้แตกต่างจากการสื่อสารกลุ่มใหญ่ตรงที่มีลักษณะเป็นทางการมากกว่า ผู้ส่งสารต้องเตรียมตัวก่อนการสื่อสารในแง่ของการกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสารและสารให้สอดคล้องกับผู้รับสารและสถานการณ์แวดล้อม ระยะห่างระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารจะมีมากกว่า นอกจากนั้นสภาพแวดล้อมหรือบริบทของการสื่อสารจะมีลักษณะสาธารณะมากกว่าความเป็นส่วนตัว ตัวอย่างอย่างของการสื่อสารประเภทนี้ได้แก่ การปราศรัยของนักการเมือง การแสดงปาฐกถา เป็นต้น

1.6 การสื่อสารในองค์การ (Organizational Communication) หมายถึง การสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นในบริบทขององค์การ การสื่อสารประเภทนี้มีบทบาทสำคัญต่อองค์การหลายประการ อาทิ แสดงให้เห็นถึงวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายขององค์การ ใช้ในการอธิบายโครงสร้างการบริหาร บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในองค์การ ใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ ใช้สำหรับสร้างเครือข่ายข้อมูลข่าวสารภายในและภายนอกองค์การและใช้ในการเสริมสร้างวัฒนธรรมและบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อความเจริญก้าวหน้าขององค์การ

1.7 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural Communication) หมายถึง การสื่อสารซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรม จนอาจเป็นเหตุให้เกิดปัญหาหรืออุปสรรคบางประการในการสร้างความเข้าใจระหว่างกันขณะสื่อสาร

1.8 การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) หมายถึง การสื่อสารซึ่งผู้ส่งสารอยู่ในรูปขององค์การ หน่วยงานหรือสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการใช้สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ในการส่งผ่านข่าวสารอย่างกว้างขวาง รวดเร็วและต่อเนื่องไปยังมวลชนผู้รับสารจำนวนมากซึ่งมีภูมิหลังแตกต่างกันเพื่อให้เกิดการรับรู้ความหมายของสารและเพื่อสร้างอิทธิพลหลากหลายรูปแบบเหนือมวลชนผู้รับสารเหล่านั้น

1.9 การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer - Mediated) หมายถึง การสื่อสารซึ่งเกิดจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการนำเสนอการสื่อสารโทรคมนาคมมาผสมผสานกับระบบคอมพิวเตอร์ จึงเกิดเครือข่ายการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงในรูปแบบ เครือข่ายอัจฉริยะ (intelligent network) ซึ่งมีได้เป็นเพียงแค่เทคโนโลยีแต่ถือเป็นแหล่งทรัพยากรสารสนเทศ (information resource) ที่สำคัญยิ่ง เครือข่ายการสื่อสารดังกล่าวส่งผลต่อการสื่อสารทั้งในแง่ความสะดวก ความรวดเร็วและปริมาณข้อมูลข่าวสารที่สื่อสารระหว่างกัน ตัวอย่างการสื่อสารประเภทนี้ได้แก่ การสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (internet) การส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) การประชุมทางไกล (teleconferencing) และการทำงานทางไกล (telecommuting/telework) ซึ่งหมายถึงการทำงานนอกสถานที่ทำงานโดยติดต่อผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

## 2. การแบ่งประเภทโดยใช้ภาษาเป็นเกณฑ์

การจำแนกประเภทของการสื่อสารโดยใช้ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเป็นเกณฑ์นั้นเป็นการจำแนกประเภทของการสื่อสารโดยคำนึงถึงสัญลักษณ์ (symbol) หรือรหัส (code) ที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นหลัก ดังนั้นจึงแบ่งประเภทของการสื่อสารได้ 2 ประเภทดังนี้

2.1 การสื่อสารโดยใช้วจนภาษา (Verbal Communication) หมายถึงการสื่อสารซึ่งผู้สื่อสารใช้ภาษาพูดและ/หรือ ภาษาเขียนเป็นสัญลักษณ์หรือรหัสแทนความหมายที่ต้องการสื่อสารไปยังผู้รับสาร

2.2 การสื่อสารโดยใช้วจนภาษา (Nonverbal Communication) หมายถึงการสื่อสารซึ่งผู้ส่งสารใช้สัญลักษณ์หรือรหัสประเภทอื่นซึ่งไม่ใช่ภาษาพูดหรือภาษาเขียนแทนความหมายที่ต้องการสื่อสารไปยังผู้รับสาร สัญลักษณ์หรือรหัสถือเป็นอวจนภาษา ได้แก่

2.2.1 ภาษาท่าทางหรือการเคลื่อนไหวทางกาย (Kinesics: Behavior or Body Movement) เช่น ท่าทาง การเคลื่อนไหวของร่างกาย การแสดงสีหน้า การมองหรือการเคลื่อนไหวทางสายตา เป็นต้น

2.2.2 ปริภาษา (Paralanguage) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นควบคู่หรือพร้อมกับภาษาพูดและภาษาเขียนเช่น ระดับเสียง ความดัง ความเร็วและน้ำเสียงในภาษาพูด การเว้นวรรคตอนและขนาดตัวอักษรในภาษาเขียน ฯลฯ ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของสารได้ชัดเจนขึ้น

2.2.3 การแสดงออกหรือการแสดงตน (Self-Presentation) ได้แก่ การแต่งกาย การทรงตัวหรืออิริยาบถของร่างกาย การสัมผัส การให้ความสำคัญเรื่องเวลา เป็นต้น

2.2.4 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) ได้แก่ ระยะห่างระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ความสว่าง อุณหภูมิ สี กลิ่น ฯลฯ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการรับรู้และการแปลความหมายของสาร

### 3. การแบ่งประเภทโดยใช้การเห็นหน้าระหว่างคู่สื่อสารเป็นเกณฑ์

การเห็นหน้าหรือการเผชิญหน้าระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้นมีผลต่อการแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบระหว่างคู่สื่อสาร ดังนั้นการแบ่งประเภทของการสื่อสารโดยอาศัยเกณฑ์การเห็นหน้าของคู่สื่อสารนั้นจะช่วยให้เกิดประโยชน์ในการศึกษาเรื่องปฏิกิริยาตอบกลับและผลของการสื่อสาร การจำแนกโดยใช้เกณฑ์ดังกล่าวจะแบ่งการสื่อสารได้ 2 ประเภท ดังนี้

3.1 การสื่อสารแบบเห็นหน้าหรือการเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) หมายถึง การสื่อสารซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเห็นหน้าและเห็นปฏิกิริยาของกันและกันในขณะสื่อสาร ทำให้คู่สื่อสารสามารถปรับพฤติกรรม รูปแบบหรือวิธีการในการสื่อสารรวมทั้งสารให้เหมาะสมกับผู้รับสารและสถานการณ์ขณะนั้นได้

3.2 การสื่อสารแบบไม่เห็นหน้าหรือการสื่อสารโดยผ่านสื่อ (Interposed Communication) หมายถึงการสื่อสารซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่สามารถเห็นหน้ากันระหว่างการสื่อสารเนื่องจากระยะทาง สถานที่หรือเป็นการสื่อสารที่ต้องอาศัยสื่อประเภทต่าง ๆ เป็นตัวกลางในการสื่อสารเช่น การสื่อสารผ่านโทรศัพท์หรือการเขียนจดหมาย เป็นต้น การสื่อสารลักษณะนี้ทำให้คู่สื่อสารมีข้อจำกัดในการรับทราบปฏิกิริยาตอบกลับของกันและกัน ดังนั้นอวจนภาษาจะมีบทบาทสำคัญในการรับรู้และการแปลความหมาย รวมทั้งการแสดงและการรับรู้ปฏิกิริยาตอบกลับระหว่างกัน

แม้ว่าการแบ่งประเภทของการสื่อสารโดยอาศัยเกณฑ์ต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นจะช่วยให้แบ่งประเภทของการสื่อสารได้ชัดเจนขึ้น แต่ยังมีข้อสังเกตที่น่าสนใจคือยังมีความคาบเกี่ยวกันระหว่างประเภทของการสื่อสารแต่ละประเภท กล่าวคือการสื่อสารแบบเห็นหน้าอาจแบ่งเป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าโดยใช้วจนภาษาหรือแบบเห็นหน้าโดยใช้วจนภาษาอีกได้ การสื่อสารในองค์การอาจ

แบ่งย่อยเป็นการสื่อสารในองค์การแบบเห็นหน้าหรือแบบผ่านสื่อก็ได้เช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารทุกประเภทของมนุษย์มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ตัวอย่างเช่น ในการสื่อสารภายในองค์การนั้นก็ต้องอาศัยทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มเล็ก การสื่อสารโดยใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษา หรือแม้กระทั่งการสื่อสารมวลชน ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุประสงค์พื้นฐานในการสื่อสารของมนุษย์คือการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจระหว่างมนุษย์นั่นเอง

ในปี ค.ศ.1960 David K. Berlo พิมพ์เผยแพร่หนังสือชื่อ The Process of Communication เพื่ออธิบายถึงทฤษฎีว่าด้วยกระบวนการสื่อสารของมนุษย์และนำเสนอแบบจำลององค์ประกอบของการสื่อสารซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 องค์ประกอบ ได้แก่

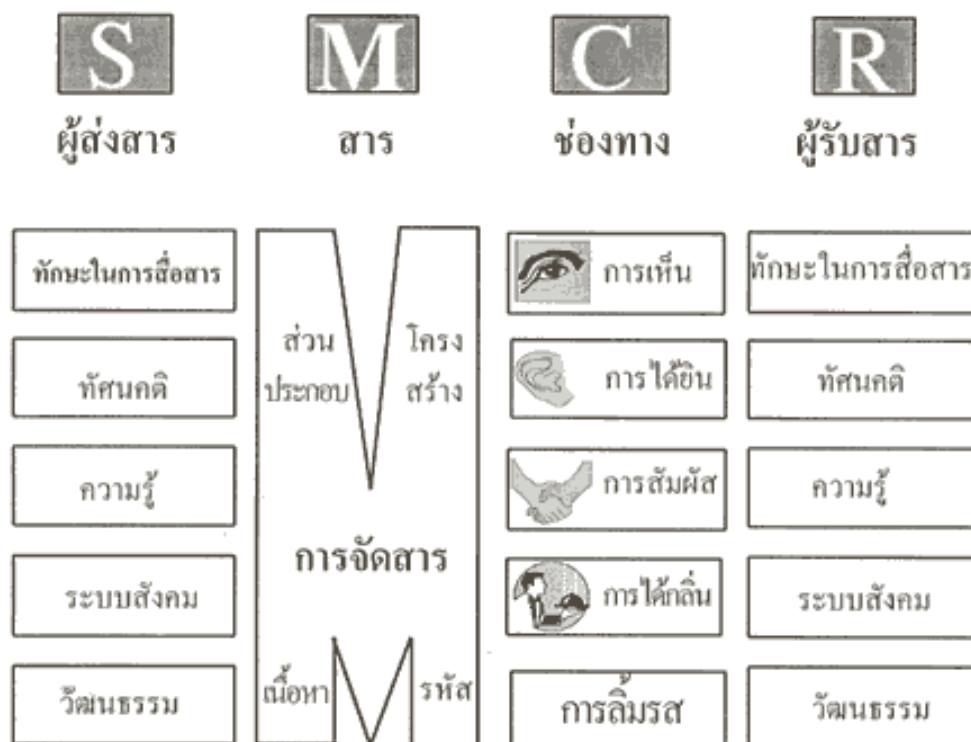
1. ผู้ส่งสาร (Communication source) และผู้เข้ารหัส (Encoder) รวมอยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน

2. สาร (Message)

3. ช่องทาง (Channel)

4. ผู้รับสาร (Receiver) และผู้ถอดรหัส (Decoder) รวมอยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน

เนื่องจากแบบจำลองนี้ประกอบด้วยองค์ประกอบข้างต้นได้แก่ source massager channel และ receiver ดังนั้นแบบจำลองนี้จึงมีชื่อเรียกอีกชื่อว่า SMCR Model ซึ่ง Berlo ได้นำเสนอไว้ ดังนี้



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการสื่อสารของBerlo  
ทีมา (สุรัตน์ ตรีสุกุล, 2547: หน้า 29)

ประสิทธิผลของการสื่อสารจะเกิดขึ้นมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหรือคุณสมบัติต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (Berlo, 1960: p. 33)

#### 1. ผู้ส่งสาร (Communication Source)

ในทฤษฎีของ Berlo ผู้ส่งสารที่จะสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นต้องประกอบด้วยคุณสมบัติ 5 ประการ ได้แก่

1.1 ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) 5 ประการ แบ่งเป็นทักษะในการเข้ารหัส 2 ประการคือ การเขียนและการพูดและทักษะในการถอดรหัส 2 ประการคือ การอ่านและการฟัง ส่วนทักษะที่ 5 คือทักษะในการคิดและการใช้เหตุผลซึ่งเป็นทักษะสำคัญในการเข้ารหัสและถอดรหัส

1.2 ทศนคติ (Attitudes) ซึ่ง Berlo อธิบายว่า หมายถึงความโน้มเอียงของคนในการเข้าถึงหรือหลีกเลี่ยงวัตถุหรือบุคคลนั้น มีผลต่อวิธีการสื่อสารของมนุษย์อย่างเห็นได้ชัด ทศนคติในการสื่อสารแบ่งเป็น 3 ประเภทได้แก่ ทศนคติต่อตนเอง ทศนคติต่อเรื่องหรือประเด็นในการสื่อสาร และทศนคติต่อผู้รับสาร

1.3 ความรู้ (Knowledge) ของผู้ส่งสารในเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร เรื่องที่จะสื่อสาร ลักษณะของผู้รับสาร ลักษณะของสื่อและวิธีการเลือกใช้สื่อและทศนคติของตนเอง Berlo เน้นว่าความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารจะส่งผลต่อพฤติกรรมสื่อสาร

1.4 ระบบสังคม (Social System) หมายถึงอิทธิพลของสังคมที่ส่งผลต่อบุคคลและพฤติกรรมสื่อสาร

1.5 วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง ขนบธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยมและความเชื่อ ซึ่งเป็นตัวกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์

2. สาร (Message) ซึ่ง Berlo อธิบายว่า หมายถึง ผลผลิตที่เกิดจากการเข้ารหัสของผู้ส่งสารนั้น ประกอบด้วย

2.1 รหัสของสาร (Message Code) หมายถึง กลุ่มของสัญลักษณ์ซึ่งใช้แทนหรือให้หมายถึงสิ่งต่าง ๆ ได้เช่น ภาษาเขียน ภาษาพูด ภาษาท่าทาง รูปภาพ ดนตรี ฯลฯ รหัสของสารประกอบด้วยส่วนประกอบ 2 ส่วนได้แก่ ส่วนประกอบย่อย (Elements) ได้แก่ พยัญชนะ สระวรรณยุกต์ เป็นต้น และ โครงสร้าง (Structure) หมายถึง การนำส่วนประกอบย่อยของรหัสมารวมกันเป็นคำที่ใช้แทนหรือให้หมายถึงสิ่งต่าง ๆ เช่น นำพยัญชนะ ก มารวมกับ สระ อา เป็นคำว่า กา หมายถึงนกประเภทหนึ่ง เป็นต้น

2.2 เนื้อหาของสาร (Content) หมายถึง ข้อความที่ต้องการจะใช้สื่อความหมายแก่ผู้รับสาร ประกอบด้วยส่วนประกอบ 2 ส่วน คือ ส่วนประกอบย่อย (Elements) ได้แก่ กลุ่มคำที่ยังไม่ได้เรียบเรียงตามโครงสร้างและหน้าที่ทางไวยากรณ์และโครงสร้าง (Structure) หมายถึง การเรียงลำดับของคำตามหลักไวยากรณ์

2.3 การเลือกจัดลำดับของข่าวสารหรือจัดเสนอสาร (Treatment) หมายถึง การตัดสินใจเลือกและจัดลำดับของรหัสสารและเนื้อหาได้แก่ ข่าวสารที่จะนำเสนอให้เหมาะสมและสนองวัตถุประสงค์ในการสื่อสารได้เช่น การพาดหัวข่าวหน้า 1 เพื่อสร้างความน่าสนใจ เป็นต้น การเลือกและจัดลำดับของข่าวสารหรือจัดเสนอสารประกอบด้วยส่วนประกอบ 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนประกอบ

ย่อย (Elements) ได้แก่ รูปแบบ วิธีการหรือเทคนิคในการนำเสนอสาร และส่วนที่ 2 คือ โครงสร้าง (Structure) หมายถึง การจัดหรือการเรียงลำดับของรหัสสารและเนื้อหาซึ่งหมายถึง สารที่จะต้องการส่งให้สอดคล้องกับเทคนิคการนำเสนอที่ผู้ส่งสารใช้หรือเพื่อให้เกิดความน่าสนใจหรือให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้รับสาร เป็นต้น

3. ช่องสาร (Channel) ในทฤษฎีของ Berlo แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

3.1 ช่องสารที่เป็นตัวกลางในการนำสารจากผู้ส่งสารมายังผู้รับสารได้แก่ คลื่นแสง คลื่นเสียง วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

3.2 ช่องสารซึ่งเป็นพาหะของสิ่งที้นำสารไปสู่ประสาทรับรู้ทั้ง 5 ของมนุษย์ ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่นและการรับรส เช่น อากาศซึ่งเป็นตัวนำคลื่นเสียงไปสู่ประสาทรับรู้การได้ยิน เป็นต้น

3.3 วิธีการเข้ารหัสและถอดรหัสสารเช่น การใช้วิธีพูดหรือวิธีเขียน เป็นต้น โดยทั่วไป นักทฤษฎีนิเทศศาสตร์มักไม่นิยามความหมายของช่องสารในความหมายนี้ (พีชนิ เชนจรรรยาและคณะ, 2541 : หน้า 70)

4. ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง จุดหมายปลายทางของสารซึ่งต้องประกอบไปด้วยคุณสมบัติทั้ง 5 ประการเช่นเดียวกับผู้ส่งสาร

นอกจากแบบจำลองแสดงองค์ประกอบของการสื่อสารและรายละเอียดดังกล่าวข้างต้นแล้ว Berlo ยังเสนอทฤษฎีเพิ่มเติมว่า การสื่อสารนั้นเป็นพฤติกรรมที่กระทำโดยมีจุดมุ่งหมายพฤติกรรม การสื่อสารเกิดจากปฏิสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ ดังนั้นเมื่อมองกระบวนการสื่อสารจึงต้องมองในภาพรวมความสัมพันธ์ของทุกองค์ประกอบไม่สามารถแยกส่วนจากกันได้ จากแนวคิดดังกล่าวนี้จึงอนุมานได้ว่า Berlo มองพฤติกรรมสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดจากความสัมพันธ์ขององค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น

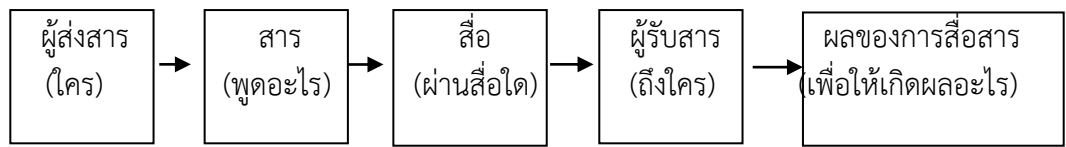
ในปี ค.ศ. 1948 Harold D. Lasswell นักรัฐศาสตร์ผู้มีความสนใจเรื่องการสื่อสาร ได้ศึกษาประเด็นเกี่ยวกับประสิทธิผลของการใช้สื่อเพื่อการโฆษณาชวนเชื่อทางการเมืองของรัฐบาลสหรัฐอเมริกาในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 และนำเสนอมุมมองของการสื่อสารเชิงรัฐศาสตร์ โดยให้ข้อเสนอแนะว่าวิธีการวิเคราะห์และอธิบายกระบวนการสื่อสารที่ดีที่สุดคือการตอบคำถามง่ายๆ ดังนี้ (Lasswell, 1960: p. 119)

ใคร พูด อะไร ผ่าน สื่อใด ถึง ใคร เพื่อ ให้เกิดผลอะไร

Who says what in which channel to whom with what effect

จากคำถามข้างต้นสรุปได้ว่า ในทฤษฎีของ Lasswell นั้น การสื่อสารประกอบด้วย องค์ประกอบ 5 องค์ประกอบได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสารและผลของการสื่อสารซึ่งแสดงในลักษณะของแบบจำลองได้ตามภาพ

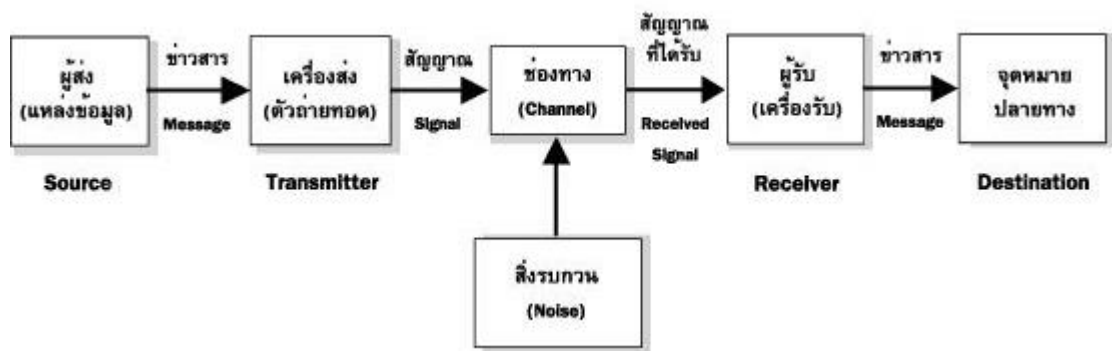




ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการสื่อสารของ Lasswell  
ที่มา (Lasswell, 1948 : p. 33)

ในปี ค.ศ. 1949 Claude E. Shannon และ Warren Weaver ได้นำเสนอแบบจำลองการสื่อสารซึ่งรู้จักแพร่หลายในชื่อ แบบจำลองทฤษฎีข่าวสาร (information Theory Model) ในหนังสือชื่อ ทฤษฎีการสื่อสารเชิงทฤษฎีคณิตศาสตร์ (The Mathematical Theory of Communication) แบบจำลองดังกล่าวเป็นแบบจำลองเพื่อใช้อธิบายกระบวนการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ภายหลังแบบจำลองนี้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการอธิบายกระบวนการสื่อสารของมนุษย์และถือเป็นแบบจำลองต้นแบบสำคัญซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนาแบบจำลองและทฤษฎีการสื่อสารอื่นๆ ในเวลาต่อมา

ที่มาของแบบจำลองนี้เกิดจากการที่ Shannon วิศวกรของบริษัทเบลล์ เทลเลโฟน (Bell telephone) ซึ่งเป็นบริษัทเอกชนที่ดำเนินกิจการด้านโทรศัพท์ในประเทศสหรัฐอเมริกาได้รับมอบหมายให้ศึกษาวิธีการในการเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งสัญญาณโทรศัพท์ของบริษัทเพื่อให้ผู้รับสารรับสัญญาณได้ชัดเจนและต่อมา Weaver เพื่อนร่วมงานของ Shannon ได้นำแนวความคิดที่ได้จากการศึกษามาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารของมนุษย์และร่วมกันสร้างแบบจำลองขึ้น ดังรายละเอียด



### ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ภาพที่ 2.3 แบบจำลองการสื่อสารของ Shannon และ Weaver  
ที่มา (Shannon, & Weaver, 1949 : p. 61)

Shannon และ Weaver อธิบายรายละเอียดในแบบจำลองไว้ว่า แหล่งข่าวสาร (information source) เลือก สารที่ต้องการจะส่ง (desired message) จากชุดของข่าวสารทั้งหมดที่เป็นไปได้ (a set of possible messages) โดยสารที่จะเลือกอาจจะประกอบด้วยภาษาเขียนหรือภาษาพูดหรือรูปภาพ ดนตรีและอื่นๆ เครื่องส่งสัญญาณ (transmitter) จะแปลงสาร (message)

เป็นสัญญาณเพื่อส่งผ่าน ช่องทางการสื่อสาร (communication channel) ที่เหมาะสมจากเครื่องส่งสัญญาณไปยัง เครื่องรับสัญญาณ (receiver) ซึ่งจะแปลงสัญญาณกลับมาเป็นสารเพื่อส่งต่อไปยัง จุดหมายปลายทาง (destination) ในขณะที่ส่งสัญญาณนั้นอาจเกิดสิ่งรบกวนหรืออุปสรรคในการสื่อสาร (noise source) ซึ่งส่งผลให้สัญญาณที่ส่งไปและสัญญาณที่ได้รับแตกต่างกันหรือเกิดความไม่ชัดเจนในการสื่อสารนั่นเอง

นอกจากนั้น Shannon และ Weaver ได้เสนอแนวคิดที่น่าสนใจเกี่ยวกับการสื่อสารไว้โดยสรุป ดังนี้

1. ประสิทธิภาพของการสื่อสารขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 6 องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร ได้แก่ แหล่งข่าวสารหรือผู้ส่งสาร (information source) เครื่องส่งสัญญาณหรือผู้ถ่ายทอดข่าวสาร (transmitter) สัญญาณ (signal) เครื่องรับสัญญาณหรือผู้รับสาร (receiver) จุดหมายปลายทางหรือผู้รับสารเป้าหมาย (destination) และสิ่งรบกวนหรืออุปสรรคในการสื่อสาร (noise source)

2. ปัญหาหรืออุปสรรคของการสื่อสารมี 3 ประการ ได้แก่

2.1 ปัญหาด้านเทคนิค (Technical Problem) หมายถึง ปัญหาเรื่องความถูกต้องชัดเจนของสัญลักษณ์ (symbol) และสัญญาณ (signal) ที่ส่งไปยังผู้รับสารได้แก่ ขนาดของตัวหนังสือ แสง สี ความชัดเจนของภาพและตัวหนังสือ เป็นต้น

2.2 ปัญหาด้านความหมาย (Semantic Problem) หมายถึง การแปลความหมายหรือความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร

2.3 ปัญหาด้านประสิทธิภาพของการสื่อสาร (Effectiveness Problem) หมายถึง ความสอดคล้องระหว่างความคาดหวังของผู้ส่งสารและผลที่เกิดขึ้นจริงกับผู้รับสาร

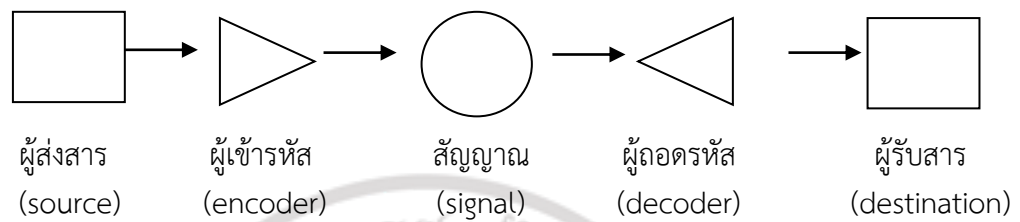
3. สิ่งรบกวนหรืออุปสรรคในการสื่อสารมี 2 ประเภท ได้แก่

3.1 สิ่งรบกวนทางกายภาพ (Physical Noise) หมายถึง สิ่งรบกวนซึ่งเกิดขึ้นในภาพแวดล้อมขณะสื่อสารเช่น เสียงต่าง ๆ ซึ่งรบกวนการสื่อสาร

3.2 สิ่งรบกวนทางจิตใจ (Psychological Noise) หมายถึง สิ่งรบกวนซึ่งเกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลที่กำลังสื่อสารเช่น อารมณ์ ความรู้สึกในขณะที่สื่อสาร

หากเปรียบเทียบแบบจำลองของ Shannon และ Weaver กับแบบจำลองของ Lasswell จะพบว่า แบบจำลองมีลักษณะคล้ายคลึงกันตรงที่เน้นกระบวนการสื่อสารแบบทางเดียว (one-way process) แต่จะแตกต่างกันตรงที่ Shannon และ Weaver ได้นำเสนอความคิดเรื่องสัญญาณสิ่งรบกวน และแบ่งแยกระหว่างสัญญาณกับสาร แหล่งข่าวสารหรือผู้ส่งสารกับเครื่องส่งสัญญาณหรือผู้ถ่ายทอดสาร เครื่องรับสัญญาณหรือผู้รับสารกับจุดหมายปลายทางหรือผู้รับสารเป้าหมายออกให้เห็นอย่างชัดเจน (Ruben,& Stewart, 1988 : p. 117)

ในปี ค.ศ. 1954 ในบทความชื่อ How communication Works ได้มีการนำเสนอแบบจำลองกระบวนการสื่อสารไว้หลายรูปแบบโดย Wilbur Schramm เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นพัฒนาการทางความคิดของ Schramm ที่มีต่อกระบวนการสื่อสารจากการมองกระบวนการสื่อสารแบบเส้นตรง (linear view) เป็นการมองเชิงปฏิสัมพันธ์ (interactive view) พัฒนาการทางความคิดดังกล่าวปรากฏในแบบจำลอง ดังนี้



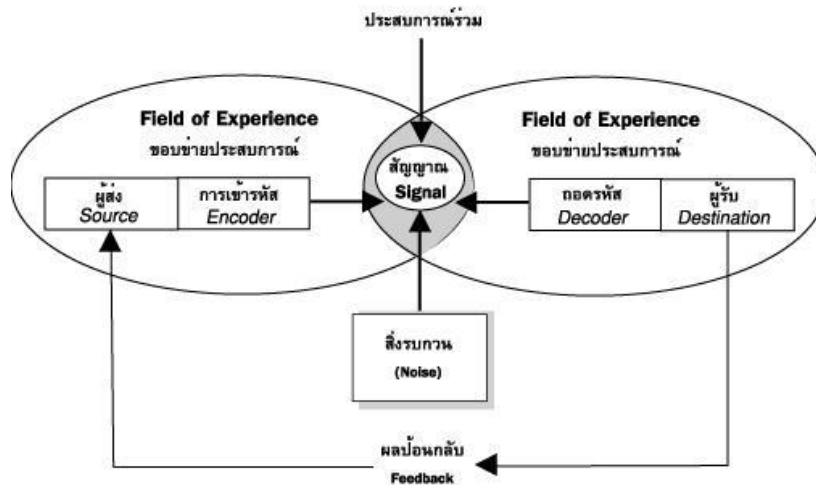
ภาพที่ 2.4 แบบจำลองการสื่อสารของ Wilber Schramm แบบที่ 1  
ที่มา (Schramm, 1960 : p. 74)

จากแบบจำลองข้างต้น การเข้ารหัส (encode / encoding) หมายถึง กระบวนการในการเปลี่ยนความคิดความรู้สึกหรือสิ่งที่เราต้องการจะสื่อสารให้อยู่ในรูปของรหัส (code) สัญลักษณ์ (symbol) หรือสัญญาณ (sign) ซึ่งใช้แทนความหมายของสิ่งที่เราต้องการจะสื่อได้และเรียบเรียงเป็นสาร (message) เพื่อส่งผ่านสื่อไปยังผู้รับสาร รหัส สัญลักษณ์ หรือสัญญาณในที่นี้หมายถึง ภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาท่าทาง วัตถุสิ่งของ ฯลฯ ซึ่งมนุษย์สร้างขึ้นหรือเลือกใช้เพื่อแสดงความหมายของสิ่งต่าง ๆ รอบตัว

ส่วนการถอดรหัส (decoding/decoding) หมายถึง กระบวนการในการเปลี่ยนสารซึ่งอยู่ในรูปของรหัส สัญลักษณ์หรือสัญญาณให้เป็นความคิด ความรู้สึก หรือสิ่งที่คุณส่งสารพยายามส่งมาเพื่อให้รับรู้และเข้าใจความหมายของสารนั้นโดยอาศัยการแปลความหมายของสาร

ดังนั้นผู้เข้ารหัสและผู้ถอดรหัสจึงหมายถึง บุคคลหรือเครื่องมือซึ่งทำหน้าที่ในการเข้ารหัสสารและถอดรหัสสารนั่นเอง

แบบจำลองแบบที่ 1 ซึ่ง Schramm ได้นำเสนอไว้นี้เป็นแบบจำลองที่ได้รับอิทธิพลทางความคิดจาก คลีออด อี แชนนิน และ ชาร์ลส์ ออสกูด กล่าวคือ Schramm ผสมผสานความคิดของตนกับแนวคิดของ แชนนิน และ ออสกูด แล้วสร้างแบบจำลองนี้ขึ้นมา ดังนั้นรูปแบบการแสดงกระบวนการสื่อสารในแบบจำลองนี้จึงมีลักษณะที่ไม่แตกต่างไปจากแบบจำลองของแชนนิน คือมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว หรืออีกนัยหนึ่งคือมองความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในการสื่อสารเป็นเชิงเส้นตรง การให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนสารเป็นสัญญาณเพื่อส่งผ่านไปยังจุดหมายปลายทาง รวมทั้งการแยกผู้ส่งสารจากผู้เข้ารหัสสารและผู้รับสารกับผู้ถอดรหัสสารออกจากกัน ส่วนแนวคิดที่ได้รับจากออสกูดได้แก่ แนวคิดเรื่องการเข้ารหัสและการถอดรหัสสาร อย่างไรก็ตามเพื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว สาระสำคัญที่ Schramm ต้องการเสนอในแบบจำลองนี้คือการแสดงให้เห็นว่ากระบวนการสื่อสารดำเนินไปอย่างไร ดังนั้นแบบจำลองนี้จึงสามารถใช้อธิบายกระบวนการสื่อสารที่เกี่ยวกับอิเล็กทรอนิกส์และการสื่อสารของมนุษย์ได้ทั้งสองลักษณะ

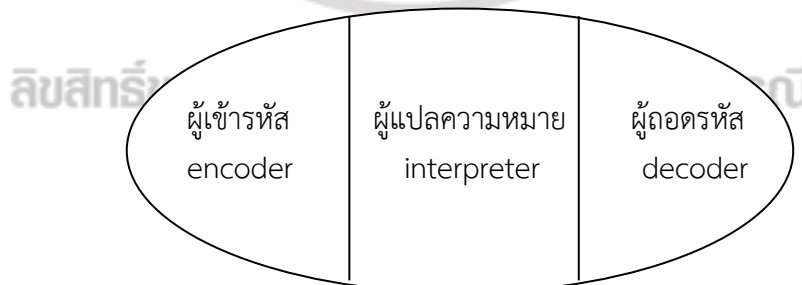


ภาพที่ 2.5 แบบจำลองการสื่อสารของ Wilber Schramm แบบที่ 2  
ที่มา (Schramm, 1960 : p. 78)

ในแบบจำลองแบบที่ 2 Schramm ได้นำเสนอแนวความคิดเพิ่มเติมจากแบบจำลองที่ 1 ดังนี้

1. แนวคิดเรื่องของเขตประสบการณ์ (field of experience) ซึ่งอธิบายได้ว่าทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างมีประสบการณ์ที่หลากหลายต่างกัน ขอบเขตประสบการณ์ของแต่ละบุคคลจะเป็นตัวกำหนดขอบข่ายความสามารถในการเข้ารหัส ถอดรหัสและทำความเข้าใจสารได้แตกต่างกัน การที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะประสบความสำเร็จในการสื่อสารหรือสร้างความเข้าใจระหว่างกันได้มากหรือน้อยเพียงนั้นขึ้นอยู่กับว่าคุณคนทั้งสองมีประสบการณ์ร่วมกันในเรื่องที่กำลังสื่อสารมากหรือน้อยเพียงไรด้วย

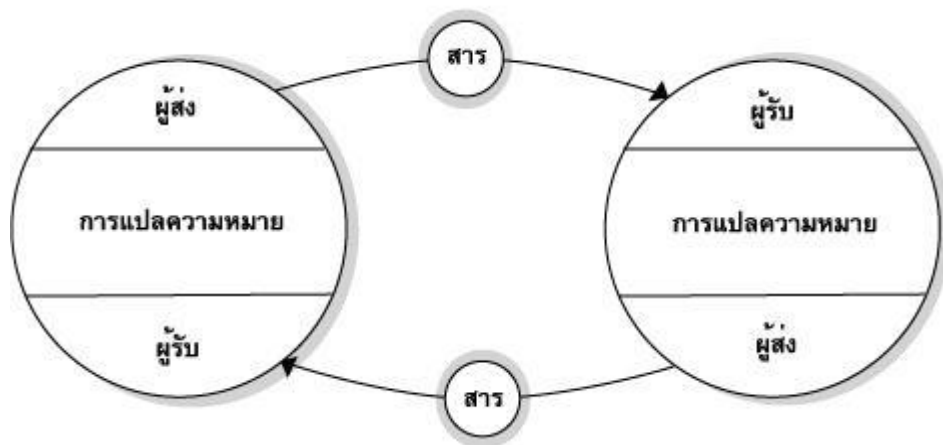
2. ในการสื่อสารตามแบบจำลองที่ 2 นั้น ผู้ส่งสารกับผู้เข้ารหัสสารและผู้รับสารกับผู้ถอดรหัสสารจะเป็นบุคคลเดียวกัน กล่าวคือเมื่อผู้ส่งสารต้องการส่งสารไปยังผู้รับสารผู้ส่งสารต้องเข้ารหัสสารที่ต้องการจะส่งให้อยู่รูปของสัญญาณ (signal) ซึ่งหมายถึง ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารและเมื่อสัญญาณส่งไปถึงผู้รับสาร สาจะต้องถอดรหัสสัญญาณที่ส่งมาให้ป็นสารที่เข้าใจได้



ภาพที่ 2.6 แบบจำลองการสื่อสารของ Wilber Schramm แบบที่ 3  
ที่มา (Schramm, 1960 : p. 84)

ในแบบจำลองที่ 3 Schramm ได้นำเสนอแนวความคิดว่า ในการสื่อสารนั้นผู้ส่งสารและผู้รับสารจะทำหน้าที่ 3 ประการ ได้แก่ การเข้ารหัส (encode) การแปลความหมายของสาร (interpret) และการถอดรหัส (decode) สลับกันไปมาแล้วแต่ว่าขณะนั้นเป็นผู้ส่งสารหรือผู้รับสาร ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1. เมื่อ นาย ก. ต้องการสื่อสารไปยังนาย ข. นาย ก. จะเข้ารหัสสารที่ต้องการสื่อให้เป็นสัญลักษณ์เพื่อส่งไปยังนาย ข.
  2. เมื่อนาย ข. รับสารแล้ว นาย ข. ต้องถอดรหัสสัญลักษณ์ที่ได้รับให้เป็นสารที่เข้าใจได้และแปลความหมายของสารที่ได้รับนั้น
  3. หากนาย ข. ต้องการจะส่งสารกลับไปยังนาย ก. นาย ข. ก็จะเริ่มจากการเข้ารหัสสารและส่งสารไปยังนาย ก.
  4. เมื่อได้รับสาร นาย ก. ก็ต้องถอดรหัสและแปลความหมายของสารเป็นลำดับไป
- พฤติกรรมเหล่านี้จะเกิดขึ้นสลับสับเปลี่ยนกันไปมาระหว่างคู่สื่อสาร นั่นหมายความว่าบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารจะเป็นได้ทั้งผู้เข้ารหัส ผู้ถอดรหัสและผู้แปลความหมายสารในคนเดียว



ภาพที่ 2.7 แบบจำลองการสื่อสารของ Wilber Schramm และ Osgood ที่มา (Schramm, 1960 : p. 92)

### ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

แบบจำลองนี้เป็นแบบจำลองซึ่ง Schramm สร้างขึ้นโดยอาศัยแบบจำลองซึ่ง ชาลส์ อี ออสกูต คิดค้นไว้และนำมาขยายความแล้วนำเสนอในปี ค.ศ. 1954 แบบจำลองนี้มีความแตกต่างจากแบบจำลองก่อนหน้านี้ เนื่องจากเปลี่ยนมุมมองกระบวนการสื่อสารจากแบบจำลองเชิงเส้นตรงมาเป็นแบบจำลองแบบวงกลม (circular model) หรือแบบจำลองเชิงปฏิสัมพันธ์ (interactive model) ซึ่งมองว่าการสื่อสารคือกิจกรรมที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร นอกจากนั้นแบบจำลองแบบนี้ยังแสดงถึงแนวคิดเรื่องปฏิกิริยาตอบกลับ (feedback) ระหว่างคู่สื่อสารซึ่งถือเป็นแนวคิดสำคัญในพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์

## ปัจจัยที่มีส่วนช่วยในการสื่อสารประสบความสำเร็จ

ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยในการสื่อสารเป็นไปได้โดยมีประสิทธิภาพมีดังนี้

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล บุคคลที่เป็นผู้ส่งสารหรือผู้รับสารจะต้องมีความสามารถในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ทักษะในการสื่อสารได้แก่ ความรู้ความชำนาญในการสื่อสาร ทั้งทักษะในเชิง วัจน เช่น การพูด การฟัง การอ่าน การเขียน และการใช้เหตุผลทางความคิดและในเชิงอวัจน เช่น การใช้กิริยาอาการ ท่าทาง การแสดงสีหน้าและการใช้สัญลักษณ์

1.2 ทักษะคติในการสื่อสารหรือ ความคิดเห็นในการสื่อสารซึ่งมีอารมณ์เป็นสว่น ประกอบอาจแบ่งได้ 3 ด้าน ดังนี้

1.2.1 ทักษะคติต่อตนเองต้องมีความภาคภูมิใจในตนเองและมีความพร้อม ในการสื่อสาร รวมทั้งมีความสนใจในการตอบรับสาร

1.2.2 ทักษะคติต่อข่าวสาร ต้องมีความเชื่อมั่นในสารที่ต้องการจะส่งออกไป เพราะจะทำให้เกิดความมั่นใจในการสื่อสารและจะช่วยให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกว่าสารนั้นมีความ น่าสนใจ

1.2.3 ทักษะคติต่อคู่สื่อสาร ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารควรมีทัศนคติที่ดีต่อกัน ไม่มีอคติให้เกียรติ ยกย่องซึ่งกันและกันการมีทัศนคติที่ดีต่อคู่สื่อสารนี้จะมีผลต่อการ แสดงออกที่ดีความ พร้อมในการสื่อสาร รวมไปถึงการตีความสารด้วย ดังนั้น การให้บริการด้วย ความเต็มใจ (Service Mind) จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ และสร้างความพึงพอใจในการ สื่อสาร

2. ปัจจัยด้านตัวสาร การสื่อสารจะราบรื่นหรือไม่และจะบรรลุวัตถุประสงค์เพียงใด ย่อม ขึ้นอยู่กับสารเป็นตัวกำหนดด้วยส่วนหนึ่ง คุณลักษณะภายในสารที่มีผลต่อการสื่อสาร ได้แก่เนื้อหา สาร ทั้งสารที่เป็นข้อเท็จจริงและสารที่เป็นข้อคิดเห็น ควรจะมีเนื้อหาสาระที่มีคุณค่าใน สายตาของผู้ สื่อสารทุกฝ่าย ชัดเจนและไม่ซับซ้อน

3. ปัจจัยด้านช่องทางสื่อสาร การเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพจะช่วยในการ สื่อสารบรรลุ เป้าหมายได้ง่ายขึ้น การใช้ช่องทางสื่อสารมากกว่า 2 ช่องทางประกอบกันจะเพิ่มโอกาสในการ เขถึงผู้รับสารและโอกาสที่การสื่อสารจะประสบผลสำเร็จมากขึ้น

4. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมของการสื่อสาร การสื่อสารที่เกิดขึ้นในบริบท (Context) หรือสิ่งแวดล้อมอย่างใดอย่างหนึ่งย่อมมีผลต่อการสื่อสารที่อาจทำให้การสื่อสารพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้นหรือ แยลงก็ได้เช่น เวลา สถานที่ ความสัมพันธ์ของคู่สื่อสาร บรรยากาศ ณ ขณะที่ทำการสื่อสาร ลักษณะ ของหน่วยงานที่ซับซ้อน เสียงที่มารบกวน ความรอน ความเย็น อุปกรณ์การสื่อสาร อารมณ์ของผู้ สื่อสาร เป็นต้น

5. ปัจจัยด้านสภาพการสื่อสาร ลักษณะสภาพการสื่อสารมี 2 ลักษณะ ได้แก่

5.1 การสื่อสารทางเดียวหรือสองทาง การสื่อสารสองทางจะให้ผลดีกว่าการสื่อสาร ทางเดียว ทั้งในด้านความเข้าใจต่อเนื้อหาและสัมพันธ์ภาพต่อคู่สื่อสาร เพราะสามารถแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นและทัศนคติต่อกันได้ในทันที

5.2 การสื่อสารหลายทอด หากสารยังถูกส่งต่อกันหลายทอดมากเท่าไร สารก็จะถูกบิดเบือน (Distortion) มากขึ้นเท่านั้น ทำให้ความถูกต้องของสารลดน้อยลงไปเรื่อยๆ ซึ่งความคลาดเคลื่อนดังกล่าวอาจเกิดขึ้นจากความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ได้

นอกจากนั้นยังมีตัวแปรต่าง ๆ ทางด้านผู้ส่งสารที่เป็นปัจจัยส่งผลให้คุณภาพการสื่อสารจะประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวได้นั้น อาจพิจารณาจากด้านต่าง ๆ ได้อีกดังนี้ (รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 2548 : หน้า 67)

**ความน่าเชื่อถือ** เราตระหนักดีว่า คนบางคนเป็นผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพกว่าคนอื่นๆ หลายครั้งที่เหตุสุดที่เหตุผลเกี่ยวกับความมีประสิทธิภาพไม่ได้เกี่ยวข้องกับบุคคลที่กำลังสื่อสาร โดยปกติแล้วบุคคลที่สามารถโน้มน้าวใจให้เรากล้วยตามเขาได้นั้นมักจะเป็นบุคคลที่น่าคบหา เป็นที่รักใคร่ของผู้อื่นหรือเป็นผู้ที่พร้อมจะช่วยเหลือแก้ปัญหาข้อขัดข้องให้ผู้อื่น ทำให้บุคคลที่ได้ใกล้ชิดชื่นชมศรัทธา ถ้าจะให้อธิบายว่าทำไมจึงเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลได้ขนาดนั้น บ่อยครั้งที่เราก็ตอบได้แต่เพียงว่าเรามีความสามารถพิเศษหรือลักษณะดึงดูด (charisma) อยู่ในตัวเองแต่คำตอบเช่นนี้ไม่ได้ทำให้เราเข้าใจการสื่อสารของมนุษย์ได้กระจ่างขึ้นเลยเพราะไม่สามารถแยกแยะได้ว่าตัวแปรอะไรบ้างที่ทำให้คนๆ หนึ่งสามารถมีหรือไม่มีลักษณะดึงดูดได้ ดังนั้นเราจึงควรพิจารณาหาตัวแปรเฉพาะเจาะจงเท่านั้น ซึ่งก็รวมถึงพฤติกรรมทางการสื่อสารของเขาเพื่อที่ว่าเราจะสามารถเข้าใจความหมายที่แท้จริงของคำจำกัดความที่คมเครือนี้ได้บ้าง

ตั้งแต่สมัยโบราณถึงปัจจุบัน นักวิชาการทั้งหลายต่างก็ตระหนักถึงความสำคัญของความน่าเชื่อถือ (credibility) ของผู้ส่งสารว่ามีผลทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ อริสโตเติลกล่าวว่า ความน่าเชื่อถือหรือที่อริสโตเติลใช้ศัพท์เฉพาะว่า ethos เป็นปัจจัยที่มีพลังอำนาจในการโน้มน้าวใจผู้ฟังมาก เพลโต ซีเซโร และควินติลีเลียนก็เช่นเดียวกัน ต่างก็เน้นความสำคัญที่ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารด้วยกันทั้งนั้น อันที่จริงแล้วนักวิชาการเหล่านี้ได้พยายามที่จะอธิบายคำว่า ลักษณะดึงดูด (charisma) ให้ชัดเจนยิ่งขึ้นนั่นเอง

งานวิจัยเชิงทดลองหลายชิ้นได้พิสูจน์ให้เห็นความสำคัญของความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสาร กล่าวโดยสรุปคือ ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูงจะสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือน้อยกว่า อันที่จริงแล้วความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารจะเป็นสิ่งที่ทำนายผลของการสื่อสารได้ดีที่สุด แต่ข้อที่ควรคำนึงก็คือ คุณสมบัติของความน่าเชื่อถือไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวของผู้ส่งสารโดยตรง ผู้ส่งสารไม่ได้เป็นผู้ครอบครองคุณสมบัติของความน่าเชื่อถือนี้ แต่คุณสมบัติข้อนี้กลับเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในสายตามและความรู้สึกของผู้รับสาร ถ้าหากพบว่าผู้รับสารไม่ได้ให้คุณสมบัติข้อนี้แก่ผู้ส่งสาร คุณสมบัติข้อนี้ก็จะไม่เกิดขึ้น เพราะเหตุที่ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากผู้รับสาร ข้อแนะนำที่จะช่วยสร้างหรือเพิ่มพูนคุณสมบัติข้อนี้ขึ้น จึงเป็นสิ่งที่ค่อนข้างซับซ้อนและขึ้นอยู่กับตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์และลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละคน

ในกระบวนการสื่อสารนั้น มีตัวแปรต่าง ๆ ที่เป็นเรื่องเฉพาะตัวของผู้ส่งสารเองเช่น เพศ อายุ เชื้อชาติและลักษณะการพูดติดอ่าง เหล่านี้เป็นต้น ลักษณะเหล่านี้ บางครั้งผู้ส่งสารไม่สามารถควบคุมได้ นอกจากนี้ภาพที่ปรากฏต่อสายตาของผู้รับสารนั้นก็เหมือนกันทุกคน ผู้รับสารเองต่างก็มีลักษณะเฉพาะของตน แต่ละคนก็มีประสบการณ์และภูมิหลังไม่เหมือนกัน ทุกคนรับภาพต่าง ๆ โดย

เอาประสบการณ์ของตนเองเป็นเกณฑ์เช่น ในสหรัฐอเมริกา คนชาวบางคนที่มือคติเรื่องสีผิวอาจจะไม่สามารถมองเห็นคุณสมบัติของความน่าเชื่อถือใสดัวผู้ส่งสารที่มีผิวดำได้เลยหรืออีกอย่างหนึ่ง คน 2 คน สนทนากับคนๆ เดียวกัน อาจจะมีความรู้สึกตอบสนองที่ต่างกันอย่างสิ้นเชิงได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในอดีตของแต่ละคนนั่นเอง อย่างไรก็ตามการค้นคว้าวิจัยก็แสดงให้เห็นว่า ผู้ส่งสารสามารถควบคุมปัจจัยบางอย่างได้บ้างเหมือนกันแม้จะไม่ได้ทั้งหมดก็ตาม เพราะฉะนั้นผู้ส่งสารจึงสามารถปรับปรุงตนเองให้เป็นผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพได้ ความรู้เกี่ยวกับตัวแปรต่าง ๆ จะช่วยทำให้เข้าใจในกระบวนการสื่อสารได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

มิติของความน่าเชื่อถือ นักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์ได้พยายามวิเคราะห์และหาความหมายว่าอะไรคือคุณสมบัติของคนดี คนที่น่าเชื่อถือหรือคนที่มีบุคลิกลักษณะดึงดูด (บารมี) ในที่สุดก็สรุปได้ว่า อย่างน้อยที่สุดคุณสมบัติ 5 ประการดังต่อไปนี้ก็เป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือ

1. ความสามารถหรือความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องที่จะพูด
2. บุคลิกลักษณะที่น่าไว้วางใจ
3. ความสำรวมในการวางตัว
4. ความเป็นกันเองและเข้ากับผู้อื่นได้ดี
5. ความเปิดเผย

อย่างไรก็ตาม คุณสมบัติเหล่านี้ไม่ได้มีอิทธิพลต่อกัน แต่ต่างก็ทำงานแยกกันเป็นอิสระและส่งผลให้ผู้ส่งสารประสบความสำเร็จในการสื่อสารเช่น คนบางคนอาจมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นอย่างดี แต่ในสายตาของคนอื่นๆ ไปแล้วเขาอาจจะเป็นคนที่ไม่น่าไว้วางใจก็ได้ ในทำนองเดียวกัน คน ๆ หนึ่งอาจจะเป็นที่รักใคร่ชอบพอของใครต่อใครและวางตัวดีแต่ก็อาจจะเป็นคนที่ไม่มีความรู้ความสามารถหรือเชี่ยวชาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็ได้ ในบางสถานการณ์ คุณสมบัติใดคุณสมบัติหนึ่งอาจจะมีความสำคัญมากกว่าคุณสมบัติอื่นๆ และทำให้ผู้ส่งสารนั้นๆ มีหรือไม่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารได้ ในงานเลี้ยงพบปะกันทางสังคม ท่านคงไม่สนใจว่าแขกที่มาในงานนั้นจะมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องการเมือง ประชาธิปไตย หรือตราบโดที่ทั้งท่านและเขาสามารถสนทนากันได้อย่างสนุกสนาน เวลาที่ท่านประสบอุบัติเหตุ ท่านคงไม่สนใจว่าหมอบจะเป็นคนที่เข้าสังคมได้ดีหรือไม่ ท่านคงต้องการทราบแต่เพียงว่าหมอบมีความรู้ที่จะรักษาแขนที่หักของท่านได้หรือไม่

**ความรู้ความสามารถ** โดยปกติแล้ว ผู้รับสารมักตัดสินความรู้ความสามารถของผู้ส่งสารจากเนื้อหาที่ผู้ส่งสารพูดนั่นเอง รายงานการวิจัยก็ยืนยันเช่นนั้น ถ้าจะกล่าวไปแล้วความรู้ความสามารถเป็นปัจจัยที่สำคัญมากที่จะทำให้ผู้รับสารพิจารณาเห็นว่าผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือ หากผู้ส่งสารไม่สามารถทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าเขาเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องที่เขาจะพูดได้เสียแล้ว คุณสมบัติข้ออื่นๆ ของเขาไม่ว่าจะเป็นการวางตัวที่ดี ความน่าไว้วางใจ ความเป็นกันเอง หรือความเปิดเผยเหล่านี้ ก็แทบจะไม่มีมีความสำคัญอะไรเลย

เรามักตัดสินใจว่า บุคคลใดมีความรู้ความสามารถหรือไม่ จากตัวแปรอื่นๆ เช่น ระดับการศึกษา ความทันต่อเหตุการณ์ (ข่าว) หรือไม่ก็ประสบการณ์โดยตรงของเขาเกี่ยวกับเรื่องที่เขาจะพูด สำหรับทางด้านผู้รับสารนั้นจะมีความรู้ความสามารถหรือคุณสมบัติเพียงพอที่จะประเมินคุณค่า



ของผู้ส่งสารได้หรือไม่ นั่นไม่ใช่สิ่งสำคัญ สรุปแล้วก็คือ ถ้าผู้รับสารพิจารณาเห็นว่าผู้ส่งสารมีความรู้ความสามารถ เขาก็จะประสบความสำเร็จในการสื่อสาร

มีหลายสิ่งที่คุณส่งสารสามารถทำได้ เพื่อช่วยให้ผู้รับสารเห็นว่า เขามีความรู้ความสามารถ ตัวอย่างเช่นในการพูดต่อชุมชน บุคคลที่กล่าวแนะนำ ควรกล่าวถึงตำแหน่งหรืออาจยกย่องว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญชั้นยอด วิธีการเช่นนี้จะช่วยทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกที่ดีและพิจารณาเห็นว่า ผู้ส่งสารเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถเพิ่มมากขึ้นในสายตาของผู้รับสารเช่น ในการรณรงค์เลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐเมื่อมี ค.ศ.1972 วุฒิสมาชิก George McGovern ผู้สมัครเข้าแข่งขันคนหนึ่งมีระดับของความน่าเชื่อถือต่ำในสายตาของผู้นิยมพรรคเดโมแครทเพื่อแก้ไขภาพลักษณ์นี้ วุฒิสมาชิก Edward Kennedy ผู้ที่มีระดับความน่าเชื่อถือสูงในหมู่ผู้นิยมพรรคเดโมแครท ได้ทำหน้าที่เป็นผู้แนะนำตัวผู้สมัครในการปราศรัยหาเสียงของเขาในที่ต่าง ๆ ตัวผู้พูดเองก็อาจจะเพิ่มน้ำหนักให้แก่ตัวเองได้เช่นกัน โดยการกล่าวถึงงานค้นคว้าวิจัยหรือประสบการณ์ของตนเองที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะพูดนั้นๆ หรือบางครั้งก็อาจจะกล่าวถึงเพื่อนร่วมงานหรือเพื่อนในกลุ่มเดียวกับตนที่มีชื่อเสียงทางด้านความรู้ความสามารถเป็นที่รู้จักแพร่หลายทั่วไป

ถ้าผู้รับสารพิจารณาเห็นว่าความรู้ความสามารถของผู้ส่งสารอยู่ในระดับต่ำ โอกาสที่ผู้ส่งสารจะประสบความสำเร็จในการสื่อสารจะได้น้อยเต็มที ถึงแม้โดยความเป็นจริงแล้วผู้ส่งสารจะเป็นผู้มีความรู้และเชี่ยวชาญในเรื่องที่จะพูดนั้นสักเพียงไรก็ตาม ตัวอย่างที่ดีสำหรับเรื่องนี้เกิดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา ในการบรรยายเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของชาวแอฟริกันเผ่าหนึ่ง (Ashanti-อาชานติ) ให้นักศึกษากลุ่มหนึ่งฟัง ผู้บรรยายเป็นสตรีผิวขาวซึ่งได้รับการแนะนำตัวว่าเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องที่เธอจะบรรยายเป็นอย่างดี ผู้ฟังได้รับทราบว่าเขาเกิดในประเทศแอฟริกาและเติบโตมีชีวิตรอยู่ในกลุ่มอาชานตินั้นเอง อย่างไรก็ตามผู้ฟังซึ่งส่วนใหญ่เป็นอเมริกันผิวดำไม่สามารถมีความรู้สึกคล้อยตามได้ว่าผู้บรรยายมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องนี้ โดยความเป็นจริงแล้วผู้บรรยายมีประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับเรื่องชนเผ่าอาชานติอย่างลึกซึ้ง พูดภาษาอาชานติได้คล่อง และเข้าใจวัฒนธรรมของพวกเขาเป็นอย่างดี ถึงขนาดได้รับการยอมรับจากเผ่าอาชานติเองว่าเป็นพวกเดียวกับเขา โดยไม่ได้คำนึงถึงสีผิว (ขาว) ของเธอเลย แต่ผู้ฟังซึ่งเป็นนักศึกษอเมริกันผิวดำกลับไม่สามารถยอมรับได้ว่าเธอจะมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องที่พวกเขาติดว่าเป็นประสบการณ์ของคนผิวดำ ได้อย่างไร การสื่อสารบางครั้งก็เป็นเรื่องลำบากและมีอุปสรรค แม้ว่าผู้บรรยายจะรู้จักชนเผ่าอาชานติเป็นอย่างดี แต่เธอก็ไม่รู้จักคนอเมริกันผิวดำ ผู้ฟังจึงคลางแคลงในความรู้ความสามารถของเธอเกี่ยวกับเรื่องที่เธอบรรยาย

อันที่จริงแล้วเรื่องสีผิวเป็นเรื่องที่ผู้ส่งสารไม่สามารถควบคุมได้ แต่อาจมีวิธีเปลี่ยนความรู้สึกของผู้ฟังได้เหมือนกันเช่น ถ้าเธอจะยอมรับกับผู้ฟังเสียตั้งแต่ต้นว่าเธออาจจะไม่เข้าใจและไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับคนอเมริกันผิวดำ แต่เธอเชื่อว่าเรื่องที่เธอจะบรรยายเกี่ยวกับคนแอฟริกันที่เธอคุ้นเคยนั้น อาจจะเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้ฟัง ถ้าเธอใช้วิธีอาจจะได้ผล ทั้งนี้เพราะในบางครั้งการที่เรายอมรับว่าขาดความรู้ความสามารถในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ก็อาจจะเป็นเครื่องชี้ชัดว่าเรามีความรู้ความสามารถในอีกเรื่องหนึ่งก็ได้ การใช้วิธีการนี้เคยได้ผลมาแล้ว

งานวิจัยหลายชิ้นได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของความรู้ความสามารถของผู้ส่งสารในสายตาของผู้รับสารว่าเป็นสิ่งที่ช่วยได้มากในการทำให้การสื่อสารดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพเช่น งานวิจัย

ชั้นหนึ่งศึกษาเกี่ยวกับผลของการพูดโน้มน้าวใจในเรื่องเดียวกันแต่ต่างกลุ่มผู้ฟังว่าจะมีผลกระทบแตกต่างกันหรือไม่เพียงใด หัวข้อในการพูดคือ รัฐควรบังคับให้มีการประกันสุขภาพของประชาชน การบรรยายครั้งนี้เป็นการฟังจากเทปที่ได้บันทึกเอาไว้ก่อนหน้าแล้ว ในกลุ่มแรกผู้ฟังได้รับทราบจากผู้บรรยายเป็นนายแพทย์ใหญ่ ผลปรากฏว่าสามารถโน้มน้าวใจกลุ่มผู้ฟังให้เห็นความจำเป็นของการประกันสุขภาพได้เป็นอย่างดี แต่เมื่ออ้างว่าเป็นการบรรยายของนักศึกษามหาวิทยาลัยคนหนึ่งในกลุ่มผู้ฟังอีกกลุ่มหนึ่ง ผลปรากฏว่าการบรรยายครั้งนี้ไม่มีอิทธิพลที่จะโน้มน้าวจิตใจผู้ฟังได้เลย การบรรยายทั้ง 2 ครั้งเป็นการบันทึกเสียงไว้ในเทป เพราะฉะนั้นทั้งน้ำเสียงและเนื้อหาจึงไม่ได้ผิดเพี้ยนกันเลย เพราะเป็นเทปอันเดียวกันแต่ผลกระทบที่เกิดขึ้นแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ทั้งนี้เป็นเพราะผู้รับสารพิจารณาความรู้ความสามารถของผู้ส่งสารแตกต่างกันนั่นเอง งานวิจัยอื่นๆ ก็ยืนยันข้อสรุปนี้เช่นเดียวกัน เมื่อผู้ส่งสารถูกมองว่าเป็นผู้มีความรู้ความสามารถสูง การสื่อสารจะประสบความสำเร็จและในทางตรงข้ามถ้าผู้ส่งสารถูกมองว่าไม่มีความรู้ความสามารถ การสื่อสารก็จะประสบอุปสรรคในการที่จะสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในสถานการณ์ส่วนใหญ่ ถึงแม้ผู้พูดจะมีความรู้ความสามารถยอดเยี่ยมในเรื่องที่จะต้องบรรยายก็ตามแต่ภาพลักษณ์ที่ปรากฏในสายตาของผู้รับสารมักจะไม่เป็นเช่นนั้นเสมอไป กล่าวคือมักจะด้อยกว่าความเป็นจริง สาเหตุเพราะมีตัวแปรอื่นๆ อีกหลายอย่างที่มีอิทธิพลต่อการรับสารของผู้รับสารเช่น นักวิทยาศาสตร์ที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องพลังงานปรมาณูเป็นอย่างมากเป็นหัวหน้าโครงการวิจัยเด่นๆ เกี่ยวกับเรื่องนี้หลายชิ้น แต่ความเฉลียวฉลาดปราดเปรื่องของเขา มีมากจนกระทั่งเขาไม่สามารถอธิบายความคิดเห็นของเขาให้เพื่อนร่วมงานระดับรองลงมาเข้าใจได้อย่างชัดเจน ในกรณีเช่นนี้เพื่อนร่วมงานอาจยอมรับในความรู้ความสามารถที่ยอดเยี่ยมของเขาเกี่ยวกับเรื่องพลังงานปรมาณู ตัวอย่างที่คล้ายคลึงกันนี้เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ผู้ส่งสารจึงควรคำนึงถึงจุดบกพร่องและจุดเด่นของตน ตลอดจนตระหนักถึงความสำคัญของตัวแปรที่มีอิทธิพลเหล่านั้นเพื่อช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

**บุคลิกลักษณะที่น่าไว้วางใจ** บุคลิกลักษณะที่น่าไว้วางใจ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่จะทำให้ผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้รับสารหรือไม่ ถ้ารัฐบาลพูดอีกอย่างหนึ่งแต่กระทำอีกอย่างหนึ่งตรงกันข้ามกับที่ได้เคยพูดไว้ ความน่าเชื่อถือของนายกรัฐมนตรีในสายตาของประชาชนก็จะลดลงไปอย่างรวดเร็ว เมื่อผู้รับสารพิจารณาเห็นว่าผู้ส่งสารมีลักษณะนิสัยที่ไม่น่าไว้วางใจ เขาก็หมดความสนใจที่จะรับฟังเสียงแล้ว ยังไม่ต้องถึงขั้นที่ว่าเนื้อหาสาระจะดีหรือไม่อย่างไรด้วยซ้ำไป โดยปกติแล้วเราพิจารณาความรู้ความสามารถของบุคคลใดบุคคลหนึ่งบนพื้นฐานของคุณสมบัติต่าง ๆ ของเขาโดยไม่มีอคติของเราเจือปน (เช่น การศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และอื่นๆ แต่ถ้าพิจารณาถึงลักษณะนิสัยแล้วเรามักจะตัดสินโดยที่มึความรู้สึกร่วมตัวเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเสมอ

ในการสำรวจความเห็นของประชาชนในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ.1972 ของนางพนักงาน GALLOP ปรากฏว่านาย Walter Cronkite ผู้ประกาศข่าวสถานีโทรทัศน์ CBS เป็นผู้ที่ประชาชนอเมริกันให้ความเชื่อถือ (trusted) มากที่สุดในประเทศ Cronkite ได้ตัวเลขในดัชนีศรัทธามหาชนสูงสุดถึง 73% มากกว่าอดีตประธานาธิบดีนิกสันถึง 17% ประชาชนมีความรู้สึกว่าเขาเป็นนักข่าวที่มีความซื่อสัตย์สุจริต ตรงไปตรงมา ไม่เอาความรู้สึกส่วนตัวเขาไปผูกพันและปราศจากอคติในการรายงานข่าว เพราะฉะนั้นถ้าเรากว่า Cronkite พูดอย่างหนึ่งและรัฐบาลพูดอีกอย่างหนึ่ง เป็นที่เชื่อกัน

ว่าประชาชนส่วนใหญ่ที่ได้ยินข้อความจากทั้ง 2 ฝ่าย ย่อมเลือกที่จะเชื่อ Cronkite นักข่าวโทรทัศน์ที่มีชื่อเสียงอีกผู้หนึ่งคือ Chet Huntley เคยเป็นที่เชื่อถือของประชาชนอเมริกันเช่นเดียวกัน แต่ต่อมาความรู้สึกนี้ก็คลอนแคลนเมื่อมีเรื่องอื้อฉาวที่เขาไปรับโฆษณาสายการบินสายหนึ่ง ผู้บริหารสายการบินทราบดีว่า Chet Huntley เป็นบุคคลที่ประชาชนเชื่อถือไว้วางใจ ดังนั้นไม่ว่าเขาจะพูดหรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องอะไร ประชาชนก็จะได้รับการโน้มน้าวใจให้เชื่อตามได้ ซึ่งอันที่จริงแล้วก่อให้เกิดผลลบแก่ภาพลักษณ์ของ Chet Huntley เอง นักข่าวโทรทัศน์คนอื่นๆ ได้วิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับเรื่องนี้และยังได้กล่าวหาว่าความไม่เป็นกลางของ Chet Huntley ในการโฆษณาสายการบินทำให้ภาพโดยรวมของนักข่าวอื่นๆ พลอยเสื่อมเสียไปด้วย

การที่บุคคลใดจะสร้างและรักษาระดับความน่าไว้วางใจของตนในสายตาของผู้อื่นนั้นเป็นเรื่องที่ยาก เรื่องราวในอดีตที่อาจพาดพิงถึงความไม่ซื่อสัตย์ของเขาจะบั่นทอนทำลายภาพลักษณ์ในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ผู้ที่เปลี่ยนตำแหน่งหน้าที่บ่อยๆ ก็ทำให้ผู้อื่นเกิดความกังขาและหมดความไว้วางใจได้เหมือนกันทั้งๆ ที่การเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ดีก็ตาม อาจกล่าวได้ว่า ผู้ส่งสารที่ดีที่สุดก็คือผู้ที่มีลักษณะที่ผู้อื่นให้ความไว้วางใจสูง คำแนะนำที่ดีที่สุดในการที่จะให้ผู้อื่นมองเห็นว่าเราเป็นที่น่าไว้วางใจก็คือ ต้องเป็นคนที่มีชื่อเสียงอย่างสม่ำเสมออันที่จริงก็เป็นสิ่งคุ้มค่าที่จะพยายามทำตนให้เป็นที่น่าไว้วางใจ เพราะถ้าทำได้ เขาก็จะเป็นบุคคลที่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

**ความสำเร็จในการวางตัว** บุคคลใดที่สามารถคงความสุขเยือกเย็นไว้ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขณะที่เผชิญกับสถานการณ์ที่กดดันบางอย่าง บุคคลนั้นจะมีลักษณะที่น่าเชื่อถือในสายตาของผู้อื่นมากกว่าบุคคลไม่สามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ งานวิจัยได้ชี้ให้เห็นว่าผู้พูด (ผู้บรรยาย) ที่มีความประหม่าหรือพูดตะกุกตะกัก (เช่น อ้า หรือ เอ้อ) จะมีความน่าเชื่อถือลดน้อยลงและยากที่จะโน้มน้าวใจผู้ฟังได้ ผู้ที่เรียนฝึกการพูดในที่ชุมชนถ้าสามารถสำรวจสุขุมได้ในนาทีแรกๆ ของการเริ่มต้นพูดเขาจะได้รับความเชื่อถือแทบจะในทันทีจากผู้ฟัง บุคคลหลายคนที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นนักพูดที่ดีบางทีก็ไม่ได้เป็นเพราะเขามีความรู้ความสามารถหรืออุปนิสัยที่น่าไว้วางใจ แต่เป็นเพราะเหตุผลที่ว่าเขาเป็นผู้ที่มีความสุขเยือกเย็นและสามารถควบคุมอารมณ์ตนเองได้

ผู้ที่เริ่มฝึกการพูดในที่ชุมชน ถ้าต้องการให้ตนเองมีคุณสมบัติข้อนี้ อาจฝึกฝนปฏิบัติได้ด้วยการทดลองพูดบ่อยๆ เพื่อให้การพูดเป็นไปได้อย่างราบรื่น คล่อง ไม่สะดุดชะงัก ซึ่งก็จะทำให้ลดความประหม่าตื่นกลัวลงไปได้ด้วย อากัปกริยาที่อยู่ไม่สุข การพลิกกระดาษไปมา ตลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ ที่หันเหความสนใจของผู้ฟังล้วนแล้วแต่ทำให้ความสำเร็จสุขุมของผู้พูดลงไปในวันธรรมดาของอเมริกัน การแสดงออกทางอารมณ์ที่มากเกินไป จะทำให้ถูกมองว่าบุคคลผู้นั้นขาดบุคลิกที่ดี นักวิเคราะห์ทางการเมืองหลายคนมีความเห็นเกี่ยวกับความพ่ายแพ้ของวุฒิสมาชิก Muskie เมื่อคราวแข่งขันเข้าชิงตำแหน่งประธานาธิบดีรอบแรกในปี ค.ศ. 1972 ว่าเป็นเพราะเขาไม่สามารถควบคุมอารมณ์ตนเองได้ และร้องไห้ต่อหน้าสาธารณะเมื่อหนังสือพิมพ์โจมตีภรรยาของเขา อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตว่า บางครั้งการแสดงออกทางอารมณ์ที่เกิดเลยไปบ้างก็อาจจะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบเสมอไป เช่น เมื่อคราวที่มนุษย์อวกาศเหยียบพื้นผิวดวงจันทร์เป็นครั้งแรกนั้น นักข่าวโทรทัศน์วอลเตอร์ ครองโคคท์ ตื่นเต้นดีใจมากจนกระทั่งใช้ภาษาที่แสดงอารมณ์ออกมาอย่างชัดเจนซึ่งผิดปกติวิสัยของเขา แต่จากการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนของสำนักงาน Gallup ชี้ให้เห็นว่า ครองโคคท์ไม่ได้เสีย

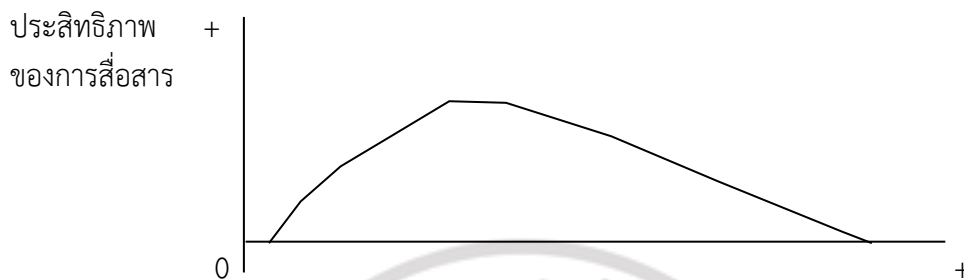
คะแนนนิยมความเชื่อถือศรัทธาที่ประชาชนมีต่อเขาไปเลย สำหรับพฤติกรรมของเขาในครั้งนั้น แต่อย่างไรก็ตามข้อสรุปที่ดีที่สุดจากงานวิจัยต่างๆ ก็คือ ผู้พูดควรรักษาความสุชุมเยือกเย็นให้เป็นคุณสมบัติของตนเองให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้เพราะมีหลักฐานยืนยันแล้วว่า การขาดคุณสมบัติในข้อนี้ทำให้ประสิทธิภาพในการสื่อสารลดน้อยลง

**ความเป็นกันเองและเข้ากับผู้อื่นได้** ถ้าผู้รับสารพิจารณาว่าผู้ส่งสารเป็นบุคคลที่น่าคบ นั่นหมายความว่าผู้ส่งสารมีความเป็นกันเองและเข้าสังคมได้ดี บุคคลที่มีความชื่นชมซึ่งกันและกันมักมีแนวโน้มที่จะใช้เวลาในการสื่อสารกันมากขึ้นและมักมีอิทธิพลต่อกัน งานวิจัยได้ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีอิทธิพลมากในการโน้มน้าวและเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่าง ๆ ของบุคคล เพื่อนสนิทสามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางการเมืองของเรา อาจช่วยเราตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคหรือเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของเราในหลายเรื่องได้ ในธุรกิจโฆษณาผู้ที่โฆษณาแนะนำสินค้ามักเป็นผู้คนทั่วไปซึ่งชอบ ภาพลักษณ์ของนักการเมืองก็เช่นเดียวกัน จำเป็นที่จะต้องเน้นถึงการมีคุณสมบัติข้อนี้ เรามักจะชอบบุคคลที่ทำให้เรารู้สึกว่าเขาชอบและนับถือเรา และเป็นธรรมดาที่เรามักจะหลีกเลี่ยงบุคคลที่มีลักษณะตรงกันข้าม โดยสรุปแล้วเราชอบที่จะติดต่อและมักได้รับอิทธิพลจากผู้ที่เราเห็นว่าเขาเป็นบุคคลที่มีความเป็นกันเองและเข้าสังคมได้

ความเป็นกันเองและเข้าสังคมได้ดีนั้นมีความหมายมากกว่าการชอบพอกันเป็นการส่วนตัว ทั้งนี้เพราะในบางครั้งเราไม่จำเป็นต้องรู้จักกับบุคคลนั้นเป็นการส่วนตัว แต่เราก็ยังชื่นชอบและเห็นว่าเขามีความเป็นกันเองและเข้าสังคมได้ดี จากการที่ได้เห็นเขาให้ความร่วมมือและมีมิตรไมตรีอันดีในการทำงานร่วมกันเหล่านี้เป็นต้นบุคคลที่ทำงานด้วยความร่าเริงแจ่มใสมีความเป็นมิตร จะเป็นบุคคลที่ใครๆ ก็อยากจะร่วมงานด้วย คุณสมบัติเหล่านี้เมื่อผสมผสานกันแล้วจะทำให้บุคคลนั้นได้รับการพิจารณาในสายตาของผู้อื่นว่าเป็นคนที่น่าเข้าใกล้และน่าคบหาสมาคมติดต่อสื่อสารด้วย ในทางตรงกันข้ามบุคคลที่เราพิจารณาว่าไม่น่าคบ ไม่มีความเป็นกันเอง เข้าสังคมได้ เราก็มักไม่สนใจที่ติดต่อสื่อสารด้วยและแทบจะไม่มีอิทธิพลต่อเราเลย

**ความเปิดเผย** ความเปิดเผยและความช่างพูดนั้น อาจมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน แต่ไม่ใช่อย่างเดียวกัน คนที่เปิดเผยคือคนที่มีบุคลิกเป็นกันเอง สามารถสนทนาหรือสื่อสารกับบุคคลอื่นได้อย่างราบรื่นโดยไม่พะวงถึงแต่ตนเอง บุคคลที่ช่างพูดและไม่ฉลาดอายุในการสื่อสารนั้นบางทีก็ได้ชื่อว่าเป็นนักพูดที่คล่องแคล่วและอาจเป็นนักสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาก อย่างไรก็ตามบุคคลที่เปิดเผยมากเกินไปอาจพูดมากจนเกินไปและผูกขาดการสนทนาเอาไว้เพียงคนเดียวหมดในชีวิตประจำวัน ท่านคงเคยอยู่ในวงสนทนาที่มีบุคคลหนึ่งที่พูดอยู่คนเดียวจนกระทั่งคนอื่นไม่มีโอกาสได้พูดและรู้สึกว่าตัวเราเป็นส่วนที่ไม่มีความจำเป็นในวงสนทนานั้น ถึงแม้ว่าความเปิดเผยของผู้ส่งสารนั้นจะเป็นเรื่องที่ได้รับสารมีความพอใจแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลก็ตาม แต่โดยทั่ว ๆ ไปแล้วบุคคลส่วนใหญ่ต่างพอใจที่จะสื่อสารกับบุคคลที่มีความเปิดเผยอยู่ในระดับพอดีไม่มากไม่น้อย

นักจัดรายการหรือพิธีกรบางคนอาจจะพูดมากจนกระทั่งแขกรับเชิญแทบจะไม่มีโอกาสได้พูดอะไรเลย นักจัดรายการที่ดีควรจะรักษาความพอเหมาะพอดีและให้โอกาสแขกรับเชิญพูดมากกว่าตน ในสถานการณ์ส่วนใหญ่จะมีเส้นแบ่งระหว่าง ความมีชีวิตชีวาของงาน (the life of the party) และความน่าเบื่อหน่าย (a smashing bore) ดังจะเห็นได้จากตารางประกอบที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างความเปิดเผยและประสิทธิภาพของการสื่อสาร ดังนี้



ภาพที่ 2.8 ภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเปิดเผยและประสิทธิภาพของการสื่อสาร  
 ทีมา (รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 2548 : หน้า 96)

เมื่อระดับของความเปิดเผยเพิ่มสูงขึ้น ผู้รับสารรู้สึกสนุกที่ได้ร่วมสนทนาและรับฟังผู้ส่งสาร ผู้ส่งสาร(ที่เปิดเผย) สามารถดึงความสนใจของผู้รับสารไว้ได้ แต่เมื่อถึงจุดๆหนึ่ง (ซึ่งแตกต่างกันไปแล้วแต่บุคคลและสถานการณ์) ระดับของความเปิดเผยที่เพิ่มสูงขึ้นนี้จะก่อให้เกิดความรำคาญแก่ผู้รับสารและจะส่งผลให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกไม่พอใจผู้ส่งสารหรือมีฉะนั้นก็อาจจะผลออกจากวงสนทนาไป

**ความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา** ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารในสายตาของผู้รับสารเป็นเรื่องที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา บ่อยครั้งที่ผู้ส่งสารมีชื่อเสียงทางด้านความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่งอยู่แล้วก่อนหน้าที่เขาจะทำการสื่อสารซึ่งเราเรียกว่า ความน่าเชื่อถือขั้นแรก (initial credibility) เมื่อเราพูดถึงใครคนในคนหนึ่งว่า ชื่อเสียงของเขามาก่อนตัว นั้นแสดงว่าเรากำลังกล่าวถึงความน่าเชื่อถือขั้นแรกของเขานั้นเองเช่น นักสำรวจข่าวโลกเหนือที่มีชื่อเสียงก้องโลกผู้หนึ่งจะมาบรรยายเกี่ยวกับประสบการณ์ของเขาในการสำรวจข่าวโลกเหนือให้นักภูมิศาสตร์กลุ่มหนึ่งฟัง ย่อมเป็นที่แน่นอนอยู่แล้วว่า ผู้ฟังย่อมจะมีความเชื่อถือขั้นแรกในตัวผู้พูดอยู่ก่อนแล้วในระดับสูง ผู้ส่งสาร(ผู้บรรยาย) ที่มีความน่าเชื่อถือขั้นแรกสูง ย่อมจะใช้การในการสื่อสารแตกต่างออกไปจากผู้ส่งสารที่ไม่มีความน่าเชื่อถือนี้อยู่ในตัวหรือผู้ส่งสารที่ต้องการเพิ่มระดับความน่าเชื่อถือของตนให้สูงขึ้น

ในระหว่างที่มีการสื่อสารนั้น ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารอาจถูกประเมินค่าได้อีกและผลของการประเมินอาจสูงหรือต่ำกว่าเดิมก็ได้ การประเมินผลหรือการเปลี่ยนแปลงระดับความน่าเชื่อถือที่มีอยู่เดิมนี้เรียกว่า ความน่าเชื่อถือในขณะที่มีการสื่อสารหรือความน่าเชื่อถือขั้นที่ 2

การประเมินผลในขณะที่มีการสื่อสารนี้เป็นเรื่องปกติ บุคคลโดยทั่วไปมักประเมินค่าความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารและผลของการประเมินก็เปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งจบการบรรยาย ทั้งนี้เพราะผู้รับสารจะมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อพฤติกรรมทุกอย่างของผู้ส่งสาร ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมเชิงอวัจนหรืออวัจนก็ตามเช่น ถ้านักสำรวจข่าวโลกเหนือผู้นั้นบอกกับผู้ฟังว่าเขามีจุดอ่อนทางการจดจำทิศทางและจำเป็นต้องพึ่งผู้นำทางที่เขาจ้างเอาไว้ตลอดเวลาก็เป็นที่เชื่อว่าผู้ฟังจะลดระดับความน่าเชื่อถือขั้นแรกที่เขามีในตัวผู้บรรยายลงไป ในบางกรณีผู้ส่งสารอาจเพิ่มระดับความน่าเชื่อถือของตนได้ด้วยการที่มีพฤติกรรมแตกต่างไปจากที่ผู้รับสารคาดคิดไว้ก่อนเช่น นายทหารที่แสดงกิริยาสุภาพอ่อนโยน ผิดภาพลักษณ์ของทหารโดยทั่วไปที่จะต้องเข้มแข็งซิ่งซัง อาจจะทำให้ผู้รับสารเกิดความแปลกใจ ประหลาดใจและในขณะเดียวกันก็จะเกิดความรู้สึกว่าผู้ส่งสารเป็นผู้มีเหตุผลและเกิดความ

นำเชื่อถือเพิ่มขึ้น ซึ่งก็จะทำให้ผู้ส่งสารสามารถโน้มน้าวใจได้ง่ายขึ้นด้วย สิ่งที่ผู้ส่งสารพูดและกระทำ ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่างเนืองกันนั้น จะถูกประเมินค่าครั้งแล้วครั้งเล่าตลอดการสื่อสารนั้น ถ้าผู้ส่งสารตระหนักถึงความจริงข้อนี้และระมัดระวังให้ภาพลักษณ์ออกมาดี ความน่าเชื่อถือของเขาในสายตาของผู้รับสารจะอยู่ในระดับสูง

**ความน่าเชื่อถือขั้นสุดท้าย** เมื่อการสื่อสารสิ้นสุดลง ผู้รับสารจะประเมินค่าของความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารในขั้นสุดท้าย ผลที่ออกมาอาจจะสูงหรือต่ำกว่าในตอนแรกก็ได้เช่น ถ้าผู้ส่งสารคือนายทหารผู้หนึ่งสามารถรักษาระดับความสุภาพอ่อนโยนในกิจกรรมารยาทของเขาได้อย่างสม่ำเสมอจนกระทั่งจบการบรรยาย ผู้รับสารอาจประเมินค่าของความน่าเชื่อถือของเขาให้อยู่ในระดับที่สูงกว่าตอนที่เขาเริ่มต้นบรรยาย ผู้รับสารอาจประเมินค่าของความน่าเชื่อถือของเขาให้อยู่ในระดับที่สูงกว่าตอนที่เขาเริ่มต้นบรรยาย เราทุกคนคงเคยผ่านเหตุการณ์เข้าร่วมสนทนากับบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเริ่มแรกนั้นเราอาจจะไม่ศรัทธาเชื่อถือเขาเท่าใดนัก แต่เมื่อสิ้นสุดการสนทนาแล้ว ทัศนคติเริ่มแรกนั้นได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง ความน่าเชื่อถือขั้นสุดท้ายนี้มีความสำคัญในแง่ที่ว่า ถ้าผู้ส่งสารนั้นต้องสื่อสารครั้งใหม่ต่อไปกับผู้รับสารคนเดิม ความน่าเชื่อถือขั้นสุดท้ายจะมีอิทธิพลมากต่อความน่าเชื่อถือขั้นแรกในการสื่อสารครั้งต่อไป

ภาพลักษณ์ของผู้ส่งสารในสายตาของผู้รับสาร เปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลาที่การสื่อสารกำลังดำเนินอยู่ ผู้รับสารอาจจะเปลี่ยนทัศนคติหรือประเมินคุณค่าของผู้ส่งสารได้ใหม่ ซึ่งจะเป็นผลกระทบที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารครั้งต่อไป บางครั้งตัวแปรภายนอกอื่นๆ ก็ส่งผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการประเมินคุณค่าได้เช่นกัน เรามักได้ยินเรื่องราวเกี่ยวกับบุคคลใดบุคคลหนึ่งจากหลายกระแส ข้อมูลเหล่านั้นแปลกใหม่และมีน้ำหนักแตกต่างกันไป ซึ่งจะมีส่วนทำให้ทัศนคติของเราเปลี่ยนแปลงไปด้วย บางครั้งการเปลี่ยนแปลงนี้ก็จะเป็นไปในทางบวกและทำให้เราตัดสินใจได้อย่างถูกต้องหรือมีเหตุผลมากขึ้น แต่บางครั้งเราก็ปล่อยให้ข่าวลือหรือคำพูดเสียชื่อเสียงของบางคนมาเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิมของเรา ดังนั้นเพื่อความไม่ประมาทเราควรพิจารณาถึงแหล่งข่าวเหล่านั้นด้วยเท่าๆ กับที่เราพิจารณาตัวบุคคลที่เราจะสื่อสารด้วย

มีปัจจัยอื่นที่อาจทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของผู้ส่งสารได้เช่นหัวข้อที่บรรยายในครั้งก่อนนั้น ผู้ส่งสารมีความเชี่ยวชาญมากจนกระทั่งได้รับความน่าเชื่อถือขั้นสุดท้ายจากผู้รับสารในระดับสูง แต่ในการบรรยาย (การสื่อสาร) ครั้งต่อไป ผู้ส่งสารอาจจำเป็นต้องอภิปรายในเรื่องที่ตนไม่มีความชำนาญ ซึ่งก็จะเป็นผลให้ภาพลักษณ์เกี่ยวกับความสามารถของเขาออกมาในด้านลบอย่างช่วยไม่ได้ อย่างไรก็ตาม กรณีเช่นนี้ ผลที่เกิดขึ้นไม่จำเป็นต้องเป็นด้านลบเสมอไป บางครั้งความน่าเชื่อถือในครั้งก่อนก็ยังมีอิทธิพลต่อเนื่องมาถึงการสื่อสารในครั้งใหม่ได้เหมือนกัน ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับสถานการณ์แวดล้อม อิทธิพลแบบนี้เราอาจเรียกว่า บารมี (halo effect) ก็ได้ เช่น นักศึกษาที่ทำคะแนนได้ดีในการสอบครั้งแรกมักจะได้รับความเชื่อถือวางใจจากอาจารย์ผู้สอนวิชานั้นจนกระทั่งสิ้นสุดการเรียนวิชานั้น

ถึงแม้ว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารจะเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาของการสื่อสาร ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งเสร็จสิ้นและยังขึ้นอยู่กับตัวแปรอื่นๆ อีกหลายประการเช่น บุคคล สถานที่หรือหัวข้อในการสนทนาก็ตาม แต่กระนั้นก็ยังเป็นสิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงสำหรับผู้ที่ต้องการประสบความสำเร็จในการสื่อสาร

## ลักษณะที่คล้ายคลึงกันและลักษณะที่แตกต่างกันในการสื่อสาร (homophily-heterophily in communication)

ความแตกต่างกันดึงดูดซึ่งกันและกันจริงหรือไม่ คำถามนี้มีความสัมพันธ์กับกระบวนการสื่อสารในแง่ที่เกี่ยวกับลักษณะที่คล้ายคลึงกันและลักษณะที่แตกต่างกันของผู้ส่งสารและผู้รับสาร

ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน (homophily) นั้นอ้างอิงระดับหนึ่งที่บุคคลที่สื่อสารกันมีลักษณะร่วมกัน ลักษณะนี้รวมไปถึงลักษณะทางด้านสังคมเศรษฐกิจของบุคคลทั้ง 2 ฝ่ายด้วยเช่น อายุ การศึกษา สถานภาพทางสังคมเศรษฐกิจหรือแม้กระทั่งทัศนคติ ความเชื่อตลอดจนค่านิยม ถ้าบุคคลใดมีความคล้ายคลึงกับท่านมากจนแทบจะเรียกได้ว่าเป็นคนคนเดียวกัน (ซึ่งแม้จะเป็นไปไม่ได้) ก็กล่าวได้ว่าบุคคลนั้นมีความคล้ายคลึงกับท่านโดยสมบูรณ์ (completely homophilous) ฝาแฝดบางคู่อาจมีลักษณะใกล้เคียงกันมากเกือบเท่าที่กล่าวมานี้

ลักษณะที่ตรงข้ามกันกับความคล้ายคลึง เรียกว่าลักษณะที่แตกต่างกัน (heterophily) ระดับความแตกต่างระหว่างตัวเรากับบุคคลอื่นนั้นขึ้นอยู่กับหลายระดับและในหลายลักษณะ

ดังที่กล่าวแล้วว่า ลักษณะที่คล้ายคลึงกันและลักษณะที่แตกต่างกันของบุคคลทั้งหลายนั้นมีหลายระดับและหลายลักษณะด้วยกัน ดังนั้นตัวเราจึงอาจจะมีทั้งลักษณะที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันกับบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ทั้ง 2 แบบในเวลาเดียวกัน วิศวกรไฟฟ้าและนายแพทย์มีความแตกต่างกันทางด้านอาชีพ แต่อาจมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันทางด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมืองเมื่อเขาต่างก็ลงคะแนนเสียงให้พรรคประชาธิปัตย์ นักศึกษามหาวิทยาลัย 2 คนมีลักษณะคล้ายคลึงกันอย่างมากทางด้านอายุ เชื้อชาติ การศึกษา ภูมิหลังและสถานภาพ แต่อาจแตกต่างกันอย่างมากทางด้านความเชื่อ ถ้าคนหนึ่งเชื่อว่ากัญชา มีอันตรายต่อสุขภาพ ในขณะที่อีกคนหนึ่งเชื่อว่าไม่มีอันตรายอะไรเลย ความแตกต่างกันนี้อาจหมายถึงความเชื่อในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพียงเรื่องเดียวหรืออาจหมายถึงความเชื่อในหลายๆ เรื่องก็ได้ ลักษณะที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันในบุคคล 2 คนนั้น อันที่จริงแล้วเป็นเรื่องที่สลับซับซ้อนมาก การที่คน 2 คนมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันอย่างหนึ่งไม่ได้หมายความว่าเขาคคล้ายคลึงกันในด้านอื่น ๆ ด้วย เราไม่สามารถสรุปได้ว่า คนทุกคนที่มีภูมิหลังทางด้านเชื้อชาติเหมือนกันจะต้องมีพฤติกรรมอย่างเดียวกันหรือผู้ที่นิยมพรรคอนุรักษนิยมทุกคนสนับสนุน สงคราม นายแพทย์ที่มีฐานะดีที่ทุกคนเล่นกอล์ฟ เหล่านี้เป็นต้น ถ้าเราขึ้นสรุปเอาง่าย ๆ เช่นนี้จะทำให้เราได้ข้อสันนิษฐานที่ผิดพลาดและก็จะโยงไปสู่การสื่อสารที่ขาดประสิทธิภาพ

เราควรตระหนักว่า ลักษณะที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันของผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้นเป็นเพียงความสัมพันธ์ในลักษณะหนึ่งเท่านั้น ลักษณะที่คล้ายคลึงกันนี้ไม่ใช่ลักษณะที่ฝังติดประจำตัวโดยพฤติกรรมของผู้ส่งสารหรือผู้รับสารแต่อย่างใด และจะประเมินได้ก็ต่อเมื่อนำเอาความสัมพันธ์ของทั้ง 2 คนเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ดังนั้น ผู้ส่งสารคนหนึ่งอาจมีลักษณะที่แตกต่างกันอย่างมากกับผู้รับสารคนหนึ่ง แต่ในขณะที่เดียวกันเขาก็อาจมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันอย่างมากกับผู้รับสารอีกคนหนึ่งก็ได้ ผู้ส่งสารที่ดีและมีสายตาไกล จะตระหนักถึงระดับของความคล้ายคลึงและความแตกต่างที่เขา มีต่อผู้รับสารของเขาแต่ละคน

## การวัดค่าของลักษณะที่คล้ายคลึงและลักษณะที่แตกต่าง (the measurement of homophily-heterophily)

ถ้าผู้ส่งสารต้องการทราบว่า ลักษณะที่คล้ายคลึงและลักษณะที่แตกต่างระหว่างตนและผู้รับสารเป็นอย่างไรต้องวัดที่ความคล้ายคลึงและความแตกต่างระหว่างเขาทั้ง 2 คน วิธีวัดมีอยู่ 2 วิธีคือ แบบปรนัย (objective) และแบบอัตนัย (subjective)

การวัดแบบปรนัย จะต้องใช้บุคคลที่สามที่ไม่มีอคติเป็นผู้สังเกตการณ์ ระดับเชาวน์ปัญญา (I.Q.) หรือรายได้ต่อปีที่เท่ากันก็เป็นการวัดลักษณะที่คล้ายคลึงกันแบบปรนัย

การวัดแบบอัตนัย เป็นการวัดที่ขึ้นอยู่กับ การเข้าใจและการมองเห็นภาพของผู้เกี่ยวข้องทั้ง 2 ในการสื่อสารโดยปกติแล้วทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารมักเชื่อในสิ่งที่ตนมองเห็นได้เองมากกว่าที่จะเชื่อจากบุคคลอื่นที่เข้ามาสังเกตการณ์ ถ้าผู้ส่งสารเชื่อเสียงแล้วว่าตนมีสถานภาพสูงกว่าผู้รับสารมาก ถึงแม้ว่าการวัดแบบปรนัยโดยผู้สังเกตการณ์ที่ไม่มีอคติจะชี้ว่าไม่แตกต่างกัน ก็ไม่สามารถจะทำให้เขารู้สึกหรือเห็นคล้อยตามไปได้

การวัดทั้ง 2 แบบนี้มีความสัมพันธ์กันพอสมควรโดยปกติแล้วมนุษย์เรามักจะมโนแนวมโน้มที่จะคิดว่าเราทั้งหลายมีความคล้ายคลึงกันมากกว่าที่เป็นจริงเสมอ ระดับของความคล้ายคลึงกันระหว่างบุคคล 2 คนนั้น ได้รับอิทธิพลมาจากความบ่อยครั้งในการติดต่อกันและจากระดับของความชอบพอดึงดูดซึ่งกันและกัน ยิ่งติดต่อกันบ่อยครั้งเท่าใดและยิ่งดึงดูดซึ่งกันและกันมากขึ้นเท่าใด บุคคลทั้งคู่ก็จะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันมากยิ่งขึ้นเท่านั้น

## ความสัมพันธ์ของลักษณะที่คล้ายคลึงกันและลักษณะที่แตกต่างกันกับการสื่อสาร (the relationship of homophily-heterophily to communication)

ลักษณะที่คล้ายคลึงกันและลักษณะที่แตกต่างกันของผู้ส่งสารและผู้รับสารมีผลกระทบต่อ การสื่อสารของทั้ง 2 ฝ่ายในลักษณะที่สำคัญ 2 ประการคือ ประการแรกจะเป็นเครื่องกำหนดว่าใคร จะสื่อสารกับใครและประการที่สอง การสื่อสารนั้นจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด

เมื่อบุคคลใดสามารถเลือกได้ว่าเขาจะติดต่อสื่อสารกับใคร เขามักจะเลือกสื่อสารกับบุคคลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับเขา เกษตรกรมักพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคนิคใหม่ๆ ในการ เกษตรกรรมในหมู่เกษตรกรด้วยกัน ทั้งนี้เพราะมีความสนใจและทัศนคติต่าง ๆ ที่คล้ายคลึงกัน ผู้คนที่อาศัยอยู่ในเขตสลัมมักพูดคุยปรึกษาเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัวกับบุคคลที่อยู่ในวัย สถานะ และ ขนาดของครอบครัวใกล้เคียงกัน ลักษณะเช่นนี้เป็นเรื่องธรรมดาและมีเหตุผล ทั้งนี้เพราะบุคคลที่มี ลักษณะคล้ายคลึงกันย่อมจะมีความสนใจที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งก็จะทำให้มีเรื่องต่าง ๆ ที่จะสนทนาและ สื่อสารกันได้

ลักษณะที่คล้ายคลึงกันทำให้การสื่อสารดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ว่าความมี ประสิทธิภาพของการสื่อสารนั้นขึ้นอยู่กับระดับของความคล้ายคลึงกันด้วย ถ้าหากว่าบุคคล 2 คนมี ความคล้ายคลึงกันอย่างสมบูรณ์ในทุกด้าน การสื่อสารก็จะไม่เกิดขึ้น สถานการณ์จะหยุดนิ่ง ทั้งนี้ เพราะผู้ที่มีความเห็นคล้อยจงเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในทุกเรื่องย่อมไม่มีเรื่องอะไรที่จะต้องสนทนา



กันอีก ในทำนองเดียวกันผู้ที่มีลักษณะแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงก็ไม่สามารถจะหาเรื่องมาสนทนาได้เช่นกัน ทั้งนี้เพราะต่างก็ขาดประสบการณ์ร่วมและขาดแม้กระทั่งคำศัพท์ที่จะนำมาใช้ในการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจและเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพได้เช่น ชาวฮินดูและชาวอเมริกัน จะประสบปัญหาในการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องคุณค่าของเนื้อวัวในทางโภชนาการ ทั้งนี้เพราะทั้ง 2 ฝ่ายต่างก็มีทัศนคติที่แตกต่างกันเกี่ยวกับวัว นักอุตสาหกรรมในระดับบริหารอาจมีความลำบากที่จะสนทนาเกี่ยวกับเรื่องธุรกิจของบริษัทกับคนงานที่ประจำอยู่ในต่างจังหวัด ทั้งนี้เพราะความแตกต่างกันในเรื่องการใช้คำศัพท์ ภูมิหลัง ประสบการณ์ ตลอดจนการมองเห็นเหตุการณ์ในอนาคต

ระดับของความคล้ายคลึงกันที่เหมาะสมที่สุดในการสื่อสารระหว่างบุคคลคือ ต้องมีความแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย (optimal heterophily) ถ้าบุคคล 2 คนมีความคล้ายคลึงกันในลักษณะหลายอย่าง แต่มีความแตกต่างกันเล็กน้อยในหัวข้อที่กำลังสนทนาด้วยกัน การสนทนานั้นจะออกรสและมีแนวโน้มที่จะเป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพราะเขาจะมีลักษณะร่วมของความคล้ายคลึงกันเป็นฐานที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และในขณะเดียวกันก็มีลักษณะที่แตกต่างกันบ้าง ซึ่งเพียงพอที่จะทำให้เกิดการสื่อสารมีชีวิตชีวา น่าสนใจและมีประโยชน์เกื้อกูลกัน

มีข้อน่าสังเกตอีกประการหนึ่งเกี่ยวกับความแตกต่างกันเล็กน้อย ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารคือ เรื่องการตรงประเด็นหรือไม่ (relevance) ของลักษณะที่คล้ายคลึงหรือลักษณะที่แตกต่างกัน ความคล้ายคลึงกันหรือความแตกต่างกันเล็กน้อยจะมีประโยชน์ก็ต่อเมื่อลักษณะเหล่านั้นอยู่ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกันเท่านั้น อาทิเช่น อายุของผู้รับสารอาจเป็นปัจจัยที่สำคัญมากสำหรับผู้ส่งสารที่ต้องการจะสนทนาเกี่ยวกับความคิดเห็นทางการเมือง แต่ความแตกต่างกันในเรื่องอายุ จะไม่มีผลกระทบต่อสนทนาเกี่ยวกับการใช้เหยื่ออะไรที่ดีที่สุดในการตกปลา ดังนั้นเพื่อให้มั่นใจได้ว่าการสื่อสารจะประสบความสำเร็จผู้ส่งสารควรพิจารณาถึงความเกี่ยวข้องของลักษณะที่คล้ายคลึงหรือแตกต่างกันเล็กน้อยเหล่านี้ซึ่งก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่ายเลย ทั้งนี้เพราะความเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องนี้บางทีก็แตกต่างกันไปตามตัวบุคคล

ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารยังเกี่ยวข้องับลักษณะที่คล้ายคลึงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารด้วย ผู้รับสารอาจมองผู้ส่งสารที่มีลักษณะแตกต่างจากตนว่าเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในขณะที่เขาอาจจะมองผู้ส่งสารที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับเขาว่า เป็นผู้ที่น่าเชื่อถือมากกว่าในบางด้านเช่น การเข้าสังคมหรือการวางตัวเป็นต้น และในบางสถานการณ์ ความแตกต่างกันของผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นเรื่องที่ยอมรับได้เช่น ผู้ส่งสารที่มีความรู้ความสามารถมักได้รับการขอคำแนะนำเกี่ยวกับเรื่องที่เขาเชื่ออยู่เสมอ อย่างไรก็ตาม ความคล้ายคลึงกันหรือความแตกต่างกันเล็กน้อยระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารอาจก่อให้เกิดการโน้มน้าวใจได้มากกว่า เมื่อถึงขั้นที่ต้องมีการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง มนุษย์โดยทั่วไปมักมีแนวโน้มที่จะเชื่อและได้รับอิทธิพลจากผู้ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับตน

ความคล้ายคลึงกันและการสื่อสารมักทำงานพร้อมกันและช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี กล่าวคือ ความคล้ายคลึงกันช่วยทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้นและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพก็จะช่วยทำให้เกิดความคล้ายคลึงกันมากยิ่งขึ้น ปรากฏการณ์เช่นนี้มีเหตุผลทั้งนี้เพราะบุคคลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันมักจะสื่อสารซึ่งกันและกันบ่อยครั้งกว่าและได้ผลดีกว่าที่จะไปสื่อสารกับบุคคลอื่น ความพยายามที่จะมีอิทธิพลต่อกันมักประสบความสำเร็จมากกว่าด้วย สิ่งเหล่านี้ย่อมโยง

ไปถึงผลกระทบอื่นๆ เช่น ทำให้ทัศนคติ ความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมต่าง ๆ มีความคล้ายคลึงกันมากยิ่งขึ้น บุคคล 2 คน ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันย่อมดึงดูดซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นผลให้การสื่อสารประสบความสำเร็จมากขึ้นด้วยในที่สุด ผลสุดท้ายของการสื่อสารที่ประสบความสำเร็จของบุคคล 2 คนที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันก็คือเขาทั้ง 2 จะมีความคล้ายคลึงกันเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมไม่ว่าจะเป็นในด้านพฤติกรรม ความรู้ ความเชื่อและทัศนคติต่าง ๆ

ถ้าคน 2 คนเริ่มต้นด้วยการที่มีอะไรหลายอย่างคล้ายคลึงกันแล้วยอมคาดคะเนต่อไปได้ว่าโอกาสที่เขาทั้งสองจะประสบความสำเร็จในการสื่อสารกันนั้นมีมากทีเดียว อย่างไรก็ตามในชีวิตประจำวันของคนส่วนใหญ่ นั้น เรามักต้องเผชิญกับการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความแตกต่างกันอยู่เสมอเช่น การสื่อสารระหว่างครูกับนักเรียน พ่อแม่กับลูก นายจ้างกับลูกจ้าง เป็นต้น ปัญหาของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีความแตกต่างกันมักเกิดขึ้นเสมอเช่น ในหน่วยงานสันติภาพอเมริกัน (peace corps) ซึ่งพยายามเปลี่ยนแปลงสังคมที่ตนเข้าไปพัฒนาเช่น ให้ชาวปากีสถานใช้วิธีคุมกำเนิดหรือการเจรจาขอเงินเดือนเพิ่มจากนายจ้างเหล่านี้ เป็นต้น

วิธีแก้ไขหรือหาทางชดเชยความแตกต่างกันนั้นมีอยู่ด้วยกันหลายวิธี วิธีที่มีประสิทธิภาพที่สุดคือ การติดต่อสื่อสารกันให้บ่อยครั้งขึ้น ซึ่งจะช่วยลดความแตกต่างกันลงไปในขณะเดียวกันก็เพิ่มระดับความคล้ายคลึงกันและแนวโน้มที่จะดึงดูดซึ่งกันและกันมากขึ้นด้วยเช่น นักศึกษามหาวิทยาลัยที่อยู่หอพักขึ้นเดียวกันสามารถลดความแตกต่างกันลงไปได้เมื่อได้สนทนากันบ่อยครั้ง เป็นต้น แต่ในบางกรณีก็มีข้อแม้อยู่บ้างเช่น ในกรณีที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความพยายามแตกต่างกันในระดับสูง ความพยายามที่จะสื่อสารกันนั้น นอกจากจะไม่ประสบความสำเร็จแล้วยังอาจทำให้เกิดความท้อใจที่จะติดต่อสื่อสารกันต่อไปอีกด้วย

อีกวิธีหนึ่งในการแก้ไขปัญหาเรื่องความแตกต่างกันก็คือผู้ส่งสารควรรู้จักวิธีเอาใจเขามาใส่ใจเรา (empathy) คือความสามารถที่จะสมมติตนเองในบทบาทของผู้อื่น ซึ่งในกรณีนี้คือการสมมติตนเองในบทบาทของผู้รับสารนั่นเอง

ถ้าผู้ส่งสารมีความสามารถสูงกว่าผู้รับสารในการสมมติตนเองในบทบาทของผู้อื่น การสื่อสารจะประสบความสำเร็จมากกว่าในกรณีที่เขามีความสามารถน้อยกว่าผู้รับสารในคุณสมบัติข้อนี้ ความจริงข้อนี้จะมองเห็นได้ชัดในการสื่อสารแบบโน้มน้าวใจ ผู้รับสารที่มีความสามารถสูงกว่าผู้ส่งสารในการสมมติตนเองในบทบาทของผู้อื่น มักจะเข้าใจเจตนาของผู้ส่งสารที่ต้องการโน้มน้าวใจตน ดังนั้นจึงมักจะมีปฏิกิริยาตอบสนองในเชิงลบ การฝึกฝนตนเองให้มีความสามารถในการสมมติตนเองในบทบาทของผู้อื่นนั้นเป็นงานที่ยาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับบุคคลที่มีความแตกต่างกันในหลายลักษณะ ทั้งนี้เพราะการที่เขามีลักษณะแตกต่างกันก็เป็นเครื่องชี้อยู่แล้วว่าแต่ละฝ่ายต่างขาดประสบการณ์ในคุณสมบัติข้อนี้ด้วยกันทั้งคู่ ถ้าบุคคลใดสามารถเอาใจเขามาใส่ใจเราและสามารถกำหนดตนเองในบทบาทของผู้อื่นได้ ในทุกสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกันเขาจะสามารถพัฒนาคุณสมบัติข้อนี้ได้ดีขึ้นเรื่อยๆ นี่คือเหตุผลที่ว่าทำไมอาสาสมัครของหน่วยสันติภาพอเมริกัน จึงต้องผ่านการฝึกอบรมอย่างหนักเกี่ยวกับภาษาและขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมของประเทศที่ตนจะต้องไปปฏิบัติงานเมื่อต้องการให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพในสถานการณ์เช่นนี้เขาจำเป็นต้องดำเนินชีวิตเช่นเดียวกับผู้คนที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น

การให้ความสนใจเป็นพิเศษแก่ปฏิริยาสะท้อนกลับ (feedback) ของผู้รับสารก็เป็นอีกวิธีหนึ่งในการแก้ปัญหาของผู้ส่งสารเกี่ยวกับความแตกต่างกัน จริงอยู่ที่ปฏิริยาสะท้อนกลับอาจจำเป็นในแง่ที่เป็นเครื่องบ่งบอกให้ผู้ส่งสารทราบว่า มีความแตกต่างกันเกิดขึ้นแต่ละคนส่วนใหญ่มักชอบสรุปเอาเองว่า คนอื่น ๆ มีความคล้ายคลึงกับตนจนกว่าจะพิสูจน์ได้ว่าที่จริงแล้วไม่ได้เป็นเช่นนั้น เมื่อมีความแตกต่างกันเกิดขึ้น ผู้ส่งสารจำเป็นต้องตระหนักในทันที ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความไม่เข้าใจกันมากยิ่งขึ้น ปฏิริยาสะท้อนกลับจึงช่วยผู้ส่งสารได้มากในกรณีเช่นนี้ที่ให้อข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับผู้รับสาร ถ้าผู้ส่งสารให้ความสนใจจริงจังแก่ปฏิริยาสะท้อนกลับเขาจะสามารถเข้าใจผู้รับสารเกี่ยวกับด้านต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้นเช่น รูปแบบของการใช้ภาษา แนวการดำเนินชีวิต ความเชื่อตลอดจนพฤติกรรม เมื่อผู้ส่งสารเข้าใจผู้รับสารมากขึ้น จะเกิดผลต่อเนื่องคือเขาก็จะสามารถพัฒนาความสามารถในการสมมติตนเองในบทบาทของผู้อื่นได้ดียิ่งขึ้นตามไปด้วย นักสังคมสงเคราะห์ที่เข้าไปปฏิบัติงานในแหล่งสลัม ถ้าเขาต้องการที่จะสื่อสารให้ได้ผลก็ควรปรับปรุงตัวเองให้เข้ากับการใช้ภาษาสำนวนและลักษณะนิสัยของผู้ที่อาศัยอยู่ในที่นั้น

ดังนั้น ความคล้ายคลึงกันจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ส่งสารควรคำนึงถึงระดับความคล้ายคลึงระหว่างตัวผู้ส่งสารและคนอื่น จะมีอิทธิพลต่อการเลือกผู้รับสาร ความมีประสิทธิภาพของการสื่อสารตลอดจนภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของเขาในสายตาของผู้รับสารเพื่อช่วยให้การสื่อสารของเขาดำเนินไปได้สะดวกขึ้น ผู้ส่งสารควรจะเน้นลักษณะที่คล้ายคลึงกันของตนและผู้รับสาร พยายามสมมติตนเองในบทบาทของผู้รับสารที่มีความแตกต่างกับตนและให้ความสนใจเป็นพิเศษกับปฏิริยาสะท้อนกลับของผู้รับสาร การติดต่อสื่อสารกันบ่อยครั้งและความดึงดูดซึ่งกันและกันจะช่วยส่งผลให้ผู้ส่งสารประสบความสำเร็จในการสื่อสาร

#### 4. ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล

โดยธรรมชาติแล้วการสื่อสารทุกประเภทของมนุษย์เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลเนื่องจากการสื่อสารทุกประเภทเหล่านั้นเกิดขึ้นระหว่างมนุษย์ แต่ในเชิงทฤษฎีการสื่อสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลมีลักษณะเฉพาะซึ่งทำให้แตกต่างไปจากการสื่อสารรูปแบบอื่นของมนุษย์ การสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลสองคนต่างมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเพื่อสร้างอิทธิพลให้เกิดขึ้นระหว่างกันทั้งสองฝ่ายและเพื่อควบคุมความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลทั้งสองนั้น (Beebe & Ivy, 2001 : p. 46)

ในทฤษฎีของนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์นั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลหมายถึง การสื่อสารหรือปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลสองคน ซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดสนิทสนมในลักษณะเห็นหน้าเห็นตากัน (face-to-face interaction) ด้วยความหมายลักษณะดังกล่าวจึงมีคำว่า dynamic communication ซึ่งมีความหมายในภาษาไทยว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลสองคน เป็นคำที่ใช้แทนที่หรือใช้สลับกับคำว่า interpersonal communication ได้ (Trenholm, 2001: p. 81)

การสื่อสารระหว่างบุคคลอาจเกิดขึ้นกับบุคคลได้มากกว่าสองคนเช่น การสื่อสารกับสมาชิกในครอบครัวซึ่งมีสมาชิกมากกว่าสองคนหรือการสื่อสารในกลุ่มเพื่อนสนิทซึ่งมีจำนวนหลายคน เป็นต้น แต่จำนวนคนในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นต้องไม่มากจนทำให้ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น

ระหว่างกันขาดความต่อเนื่องและไม่สามารถแสดงหรือรับรู้ปฏิกริยาตอบกลับระหว่างกันได้อย่างชัดเจน แต่ในปัจจุบันนักวิชาการส่วนใหญ่ไม่ได้กำหนดลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคลโดยพิจารณาจากจำนวนผู้ส่งสารและผู้รับสารซึ่งมีปฏิสัมพันธ์แบบเห็นหน้าตากันเท่านั้น แต่ยังพิจารณาถึงคุณภาพหรือคุณลักษณะของการสื่อสาร (quality of the communication) ที่เกิดขึ้นระหว่างกันรวมทั้งรูปแบบความสัมพันธ์ของคู่สื่อสารในกระบวนการสื่อสารเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคลอีกด้วย

โดยสรุป การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึง กระบวนการสื่อสารซึ่งบุคคลที่มีความใกล้เคียงสนิทสนมกันตั้งแต่สองคนขึ้นไป มีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างต่อเนื่องและสามารถแสดงและรับรู้ปฏิกริยาตอบกลับระหว่างกันได้อย่างชัดเจนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างอิทธิพลให้เกิดขึ้นระหว่างกันทั้งสองฝ่ายและเพื่อควบคุมความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างกัน

### ลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารซึ่งเกิดได้ในทุกสถานการณ์ มีลักษณะและบริบทซึ่งแตกต่างจากการสื่อสารประเภทอื่นๆ ดังนี้ (สุรัตน์ ตรีสกุล, 2547 : หน้า 57)

1. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลสองคนซึ่งมีปฏิสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลสองคนซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ด้วยรูปแบบหรือลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างกันซึ่งสามารถระบุได้อย่างชัดเจนเช่น เพื่อนกับเพื่อน พี่กับน้อง บุคคลสองคนซึ่งเป็นคู่รักกัน ครูและนักเรียน เป็นต้น และมีปฏิสัมพันธ์หรือปฏิบัติตนกับอีกฝ่ายหนึ่งในฐานะมนุษย์ซึ่งมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคลเช่น เพื่อนแต่ละคนของเราจะมีลักษณะที่แตกต่างกันไปเมื่อมีปฏิสัมพันธ์กันเราก็จะปฏิบัติตนกับเพื่อนแต่ละคนไม่เหมือนกัน อย่างไรก็ตามในทฤษฎีของนักวิชาการหลายท่าน การสื่อสารระหว่างบุคคลอาจเกิดขึ้นได้กับบุคคลมากกว่า 2 คนแต่จำนวนคนในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นต้องไม่มากจนทำให้ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างกันขาดความต่อเนื่องและไม่สามารถแสดงหรือรับรู้ปฏิกริยาตอบกลับระหว่างกันได้อย่างชัดเจน

หากเปรียบเทียบรูปแบบปฏิสัมพันธ์และลักษณะความสัมพันธ์ที่ชัดเจนระหว่างบุคคลดังกล่าวนี้กับพฤติกรรมสื่อสารซึ่งเกิดขึ้นระหว่างพนักงานขายสินค้าและลูกค้า บริกรในร้านอาหารกับผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวซึ่งถามทางคนที่เดินผ่านไปมาบนถนน จะพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง แม้ว่าการสื่อสารซึ่งเกิดขึ้นในสามสถานการณ์หลังจะเป็นปฏิสัมพันธ์แบบเห็นหน้าตากันระหว่างบุคคลสองคน ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคลก็ตามแต่พฤติกรรมสื่อสารดังกล่าวไม่ถือเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลเนื่องจากไม่มีปฏิสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างกัน รูปแบบหรือลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างกันนั้นเป็นความสัมพันธ์ตามบทบาทหน้าที่ซึ่งจะจบสิ้นสุดลงเมื่อจบเหตุการณ์นั้นและประการสุดท้ายปฏิสัมพันธ์หรือการปฏิบัติตนระหว่างกันนั้นเป็นรูปแบบที่ตายตัวตามบทบาทของแต่ละฝ่าย ไม่ได้แตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล กล่าวคือพนักงานขายจะปฏิบัติตนกับลูกค้าทุกคนในฐานะความเป็นลูกค้าไม่ใช่ในฐานะความเป็นนายสมชายหรือนางสาวสมหญิง ส่วนลูกค้าก็จะมีปฏิสัมพันธ์กับพนักงานขายในฐานะพนักงานงาน ไม่ใช่

ฐานะของนายบริการหรือนางสาวเต็มใจ ดังนั้นนักวิชาการในด้านนิเทศศาสตร์เรียกการสื่อสารลักษณะนี้ว่า การสื่อสารแบบไม่เฉพาะเจาะจงบุคคล (impersonal communication) (Beebe & Ivy, 2001 : p.174)

จากคำอธิบายข้างต้นสรุปได้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลสองคนไม่จัดว่าเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลทุกกรณีไป แต่ต้องพิจารณาจากลักษณะของปฏิสัมพันธ์และความสัมพันธ์ระหว่างกัน อย่างไรก็ตามการสื่อสารแบบไม่เฉพาะเจาะจงบุคคลทั้งสามตัวอย่างนั้นก็สามารถพัฒนาเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลได้ เมื่อลักษณะของปฏิสัมพันธ์และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทั้งสองปรับเปลี่ยนไปตามเวลาหรือความถี่ในการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน

2. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารซึ่งเน้นปฏิสัมพันธ์แบบเห็นหน้าเห็นตากันระหว่างคู่สื่อสาร นักวิชาการสื่อสารแสดงทรรศนะไว้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารซึ่งเน้นปฏิสัมพันธ์แบบเห็นหน้าเห็นตากันระหว่างคู่สื่อสาร (face-to face communication) แต่ในปัจจุบันพัฒนาการด้านการสื่อสารเจริญก้าวหน้าไปอย่างไม่หยุดยั้งส่งผลให้รูปแบบการสื่อสารของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไป นักวิชาการบางท่านจึงถือว่าการสื่อสารผ่านสื่อหรือเทคโนโลยีการสื่อสารประเภทต่าง ๆ(interpose communication) เช่น การพูดคุยผ่านทางโทรศัพท์ หรือการสื่อสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตก็เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารระหว่างบุคคลด้วยเช่นกัน (Barker & Gaut, 2002 : p.8)

3. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกระบวนการสื่อสารซึ่งคู่สื่อสารจะทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกันและต่อเนื่องกันไปตลอดกระบวนการ การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกระบวนการสื่อสารซึ่งคู่สื่อสารจะทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกันและต่อเนื่องกันไปตลอดกระบวนการ (simultaneous interaction) ในขณะที่เราพูดกับเพื่อน เราไม่ได้ตั้งหน้าตั้งตาพูดอย่างเดียวโดยไม่สนใจเพื่อนของเราแต่เราจะสังเกตกิริยาอาการ ท่าทาง สีหน้า แววตา การแต่งกาย เป็นต้น ซึ่งเป็นอวัจนภาษาที่สื่อความหมายหรือให้ข้อมูลต่าง ๆ ของเพื่อนแก่เราได้ พฤติกรรมดังกล่าวคือพฤติกรรมการรับสารซึ่งเกิดตลอดเวลาควบคู่ไปกับพฤติกรรมการส่งสาร ส่วนเพื่อนของเราซึ่งกำลังฟังเราพูดนั้นก็ไม่ได้ฟังเราเพียงอย่างเดียว แต่เขาจะแสดงอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ โดยใช้อวัจนภาษาซึ่งสามารถสื่อความหมายส่งมาที่เรา พฤติกรรมดังกล่าวคือพฤติกรรมการส่งสารซึ่งเกิดตลอดเวลาควบคู่ไปกับพฤติกรรมการรับสาร ลักษณะของปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าวนี้จะส่งผลต่อพฤติกรรมสื่อสารและรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างกันอย่างต่อเนื่อง

4. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารซึ่งมีความเป็นส่วนตัว (personal) และมีลักษณะไม่เป็นทางการ (informal) สูงกว่าการสื่อสารประเภทอื่น

5. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารซึ่งเกิดขึ้นทันทีทันใด ตามสถานการณ์และบริบทของการสื่อสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารซึ่งเกิดขึ้นทันทีทันใด(immediate) ตามสถานการณ์และบริบทของการสื่อสารในขณะนั้น โดยไม่ได้มีการวางแผนการสื่อสารที่ชัดเจนล่วงหน้า (spontaneous) ดังนั้นลักษณะปฏิสัมพันธ์ของคู่สื่อสารจึงถูกกำหนดด้วยรูปแบบพฤติกรรมของแต่ละฝ่าย สถานการณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างการสื่อสารบริบทของการสื่อสาร

6. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารซึ่งเอื้อให้เกิดปฏิริยาตอบกลับระหว่างกันในปริมาณสูงและรวดเร็ว (high and immediate feedback)

7. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่ไม่ได้ยึดถือรูปแบบหรือไวยากรณ์ภาษาที่เคร่งครัดชัดเจน (loosely organized and probably ungrammatical) เหมือนการสื่อสารประเภทอื่นเช่น การสื่อสารในองค์กรหรือการสื่อสารมวลชน เป็นต้น

### วัตถุประสงค์ของการสื่อสารระหว่างบุคคล

การสื่อสารเป็นพฤติกรรมที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับมนุษย์ เนื่องจากมนุษย์สื่อสารกับบุคคลอื่นด้วยวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย เช่น ใช้การสื่อสารในการเรียนรู้เพื่อให้เข้าใจตนเองและสิ่งแวดล้อม ใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสนองตอบความต้องการและความพึงพอใจของตนและบุคคลและครอบครัว ใช้การสื่อสารเป็นพื้นฐานในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ใช้การสื่อสารเป็นปัจจัยในการสร้างและธำรงความเป็นสังคมและด้วยวัตถุประสงค์อื่นๆ อีกมากมายสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารระหว่างบุคคลคือเครื่องมือสำคัญของมนุษย์ในการสนองความต้องการของตนเองและบุคคลอื่นๆ ความต้องการดังกล่าวมี 3 ประการ ได้แก่ การสนองความต้องการทางกาย เพื่อให้มนุษย์ได้ปัจจัยสี่สำหรับดำรงชีพ การสนองความต้องการทางสังคมในฐานะที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคมซึ่งไม่สามารถอยู่ด้วยตัวเองผู้เดียวได้ การสื่อสารระหว่างกันจึงเป็นตัวเชื่อมมนุษย์แต่ละคนให้รวมตัวเป็นสังคมและใช้การสื่อสารในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน และประการสุดท้ายการสนองความต้องการทางด้านจิตวิทยาเช่น การใช้การสื่อสารกับบุคคลอื่นเพื่อสร้างความพึงพอใจ ความอบอุ่นใจ ความมั่นใจหรือความสบายใจให้แก่ตน เป็นต้น

2. การสื่อสารระหว่างบุคคลช่วยให้มนุษย์พัฒนาแนวความคิดเกี่ยวกับตนเองและการรับรู้ตนเอง แนวคิดเกี่ยวกับตนเองและการรับรู้ตนเองนั้นไม่ได้ติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่เกิด แต่มนุษย์พัฒนาแนวคิดดังกล่าวนี้ด้วยการสื่อสารกับบุคคลอื่นซึ่งมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับตนได้แก่ บุคคลในครอบครัว ครู เพื่อน และขยายวงไปสู่สมาชิกคนอื่น ๆ ในสังคม ยิ่งมนุษย์สื่อสารกับบุคคลอื่นมากขึ้นเพียงไร มนุษย์ก็จะพัฒนาแนวคิดดังกล่าวได้มากยิ่งขึ้น พฤติกรรมดังกล่าวนี้จะช่วยให้มนุษย์อยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ในทางกลับกันแนวความคิดเกี่ยวกับตนเองและการรับรู้ตนเองนั้นก็ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างบุคคลของบุคคลนั้นด้วยเช่นกัน

3. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นเครื่องมือสำคัญในการรวบรวมข้อมูลข่าวสารของบุคคลที่มนุษย์มีปฏิสัมพันธ์ด้วยและข้อมูลต่าง ๆ ในสังคมแวดล้อม วัตถุประสงค์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการสื่อสารระหว่างบุคคลคือการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ของบุคคลที่เรามีปฏิสัมพันธ์ด้วย รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งแวดล้อมบุคคลเหล่านั้น การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์นั้นคือกระบวนการในการค้นหาและเรียนรู้บุคลิกภาพของบุคคลที่ตนมีปฏิสัมพันธ์ด้วยทั้งในด้านความรู้ ความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ความสนใจ เป็นต้น เพราะข้อมูลเหล่านั้นจะช่วยให้มนุษย์สามารถอธิบายและคาดเดาพฤติกรรมของคู่สื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เราสามารถสร้างอิทธิพลหรือควบคุมพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลนั้นๆ รวมทั้งสิ่งแวดล้อมรอบตัวเราได้ด้วยเช่นกัน (Altman, & Taylor, 1973 : p.223)

วิธีการควบคุมข้อมูลของบุคคลเป้าหมาย (target person) สามารถทำได้ 3 วิธี ดังนี้ (Barger, Bradac, 1982 : p. 72)

1. การสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมายซึ่งทำได้ใน 2 ลักษณะ ดังนี้

1.1 การสังเกตพฤติกรรมของบุคคลในขณะที่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับบุคคลอื่นในลักษณะที่เป็นทางการและแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบในสถานการณ์ต่าง ๆ

1.2 การสังเกตพฤติกรรมของบุคคลนั้นอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่เป็นทางการหรือในขณะที่ทำตัวตามสบายเป็นตัวของตัวเองหรือเป็นธรรมชาติ

2. การหาข้อมูลเชิงรุกด้วย 2 วิธีการ ดังนี้

2.1 การถามข้อมูลจากบุคคลที่แวดล้อมบุคคลเป้าหมาย

2.2 การสร้างสถานการณ์แวดล้อมซึ่งทำให้บุคคลเป้าหมายต้องตัดสินใจเพื่อเลือกทางเลือก วิธีการเช่นนี้จะทำให้เราได้ทราบปฏิกิริยาโต้ตอบของบุคคลเป้าหมายที่มีต่อสถานการณ์ต่าง ๆ และแนวโน้มในการแสดงพฤติกรรมของบุคคลนั้น

3. การมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับบุคคลเป้าหมายในสองลักษณะ ดังนี้

3.1 การตั้งคำถามต่าง ๆ ในประเด็นที่เราต้องการรู้

3.2 การใช้วิธีการเปิดเผยตนเอง (self-disclosure) หมายถึง การให้ข้อมูลของเราแก่บุคคลเป้าหมายเพื่อให้บุคคลนั้นรู้สึกว่าเขาควรเปิดเผยข้อมูลของเขาให้เราบ้าง วิธีนี้เป็นวิธีการเรียนรู้บุคลิกภาพหรือความเป็นตัวตนของกันและกันโดยเปิดเผย ช่วยให้ต่างฝ่ายต่างรับรู้ข้อมูลที่ไม่สามารถจะรับรู้ได้จากบุคคลอื่นหรือแหล่งข้อมูลอื่น และยังเป็นเครื่องมือในการสร้างและบ่งชี้ถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างกันอีกด้วย

4. การสื่อสารระหว่างบุคคลคือเครื่องมือสำคัญในการสร้างอิทธิพลเหนือบุคคลอื่นเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างกัน

5. การสื่อสารระหว่างบุคคลมีส่วนสำคัญในการสร้างและธำรงรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน

6. การสื่อสารระหว่างบุคคลมีส่วนสำคัญในการบ่งบอกและการสร้างรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสาร

ประโยค ฉันรักคุณ จะมีความหมายแตกต่างกันไปเมื่อลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างผู้พูดและผู้ฟังแตกต่างกันเช่น เมื่อผู้พูดและผู้ฟังมีความสัมพันธ์ในฐานะคู่รัก ในฐานะแม่และลูก ในฐานะพี่ชายและน้องสาวหรือในฐานะเพื่อนสนิทนั้นจะส่งผลให้ความหมายของประโยคเดียวกันมีความแตกต่างกัน จากตัวอย่างดังกล่าวพบว่าสาเหตุสำคัญประการหนึ่งซึ่งก่อให้เกิดความแตกต่างในด้านความหมายที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารของมนุษย์นั้น คือรูปแบบของความสัมพันธ์หรือบริบทของความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสารซึ่งเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละสถานการณ์ ดังนั้น รูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสารจึงมีส่วนสำคัญในการแปลความหมายของสารที่เกิดขึ้นในกระบวนการสื่อสารและในทางกลับกันเนื้อหาสาระและวิธีการสื่อสารก็จะช่วยให้เราอธิบายรูปแบบหรือลักษณะความสัมพันธ์ของคู่สื่อสารได้เช่นกัน จากเหตุผลดังกล่าวจึงสรุปได้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีส่วนสำคัญในการบ่งบอกและการสร้างรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสาร

## ปัจจัยซึ่งส่งเสริมการสื่อสารระหว่างบุคคล

ด้วยเหตุที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคม มนุษย์จึงไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้โดยลำพัง ดังนั้นมนุษย์จะต้องอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นโดยใช้การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการเชื่อมโยงตนเองกับบุคคลอื่นและสังคม แม้ว่าการสื่อสารจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำรงอยู่ของมนุษย์แต่สิ่งที่ไม่ได้ก็คือมนุษย์มีความสามารถในการสื่อสารไม่เท่ากัน นอกจากทักษะในการสื่อสารแล้วยังมีปัจจัยอื่นซึ่งส่งผลให้การสื่อสารของมนุษย์แต่ละคนมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลแตกต่างกัน ปัจจัยดังกล่าวมี 5 ประการ ดังนี้ (สุรัตน์ ตรีสกุล, 2546 : หน้า 75)

### 1. ความดึงดูดใจของคู่สื่อสาร (attractiveness) ซึ่งแบ่งออกได้ 2 ประการ ได้แก่

1.1 ความดึงดูดใจในด้านรูปร่างหน้าตา (Physical Attractiveness) โดยปกติมนุษย์ส่วนใหญ่จะมีความรู้สึกที่ดีกับบุคคลซึ่งมีรูปร่างหน้าตาดีและจะมีความรู้สึกไม่ดีกับบุคคลที่รูปร่างหน้าตาไม่ดี แม้ว่าลักษณะความดึงดูดใจเรื่องความสวยความงามจะแตกต่างกันไปตามทฤษฎีและค่านิยมของแต่ละบุคคล แต่ละยุคสมัย และแต่ละสังคมก็ตาม แต่สิ่งที่เหมือนกันก็คือมนุษย์ทุกชาติทุกภาษามักให้คุณค่ากับรูปร่างหน้าตาของคนและเลือกที่จะสื่อสารกับบุคคลที่มีความสวยความงามมากกว่าคนขี้เหร่ แม้กระทั่งในสังคมไทยยังมีคำกล่าวที่ว่า นารีมีรูปเป็นทรัพย์ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงค่านิยมในเรื่องความสวยความงามของผู้หญิงหรือความดึงดูดใจในเรื่องรูปร่างหน้าตาด้วยเช่นกัน (DeVito, 2000 : p.12)

1.2 ความดึงดูดใจในด้านบุคลิกภาพ (personality Attractiveness) บุคลิกภาพในที่นี้หมายถึง ลักษณะโดยรวมของบุคคลซึ่งมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลประกอบด้วยบุคลิกภาพภายนอกซึ่งมองเห็นได้ ได้แก่ การแต่งกาย การเดิน การยืน การวางตัว ฯลฯ และบุคลิกภาพภายในซึ่งหมายถึง การแสดงออกจากราวะจิตใจของแต่ละบุคคลเช่น นิสัยใจคอ เข้าวุ่นปัญหา ความเป็นมิตร ฯลฯ ดังนั้นบุคลิกภาพจึงเป็นปัจจัยสำคัญให้แต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม อีกทั้งเป็นปัจจัยซึ่งมีอิทธิพลต่ออารมณ์ความรู้สึกของบุคคลอื่นเช่น คนที่มีบุคลิกภาพดีย่อมส่งผลให้บุคคลอื่นเกิดความรู้สึกนิยมเลื่อมใสศรัทธาหรือให้ความนิยมยกย่องและดึงดูดใจบุคคลรอบข้างได้ดีกว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพไม่ดี

2. ความใกล้ชิดของคู่สื่อสาร (proximity) หมายถึง ความใกล้ชิดในด้านระยะทางเช่นอาศัยอยู่ใกล้กันหรือเรียนห้องเดียวกัน เป็นต้น และความใกล้ชิดเนื่องจากมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดหรือบ่อยครั้ง ความใกล้ชิดทั้งสองลักษณะนั้นก่อให้เกิดการเรียนรู้ลักษณะนิสัยของกันและกันซึ่งจะส่งผลให้ต่างฝ่ายต่างสามารถทำนายความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมของอีกฝ่ายหนึ่งได้ดีกว่าคนที่อยู่ห่างไกลกันและเป็นปัจจัยให้เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันได้ดีกว่าเช่นกัน นอกจากนี้มนุษย์มักสื่อสารกับบุคคลที่อยู่ใกล้ชิดตนมากกว่าบุคคลที่ไม่คุ้นเคย

3. การให้แรงเสริมแก่คู่สื่อสาร แนวคิดเรื่องการให้แรงเสริมแก่คู่สื่อสาร (reinforcement) นั้น ปรากฏอยู่ในทฤษฎีแรงกระตุ้น (reinforcement Theory) ซึ่งอธิบายว่ามนุษย์จะพัฒนาความสัมพันธ์กับบุคคลซึ่งให้สิ่งที่ดีกับตนเช่น การกล่าวชม การยกย่อง ซึ่งถือเป็นตัวเสริมแรงทางสังคมหรือแรงเสริมซึ่งเป็นวัตถุ สิ่งของเช่น รางวัลและจะหลีกเลี่ยงหรือตัดขาดจากบุคคลซึ่งไม่ให้สิ่งที่ดีแก่ตนหรือทำร้ายตน (พงษ์ วิเศษสังข์, 2545 : หน้า 93) ดังนั้นหากบุคคลใดสามารถสร้างแรงเสริม



แก่คู่สื่อสารได้ก็จะทำให้บุคคลนั้นได้รับความนิยมนอกจากบุคคลอื่นมากขึ้น อย่างไรก็ตามการให้แรงเสริมแก่บุคคลอื่นนั้นต้องเกิดขึ้นด้วยความจริงใจและด้วยความเหมาะสมโดยไม่แอบแฝงหรือมุ่งหวังผลประโยชน์จากคู่สื่อสารของตนในทางที่ไม่ควร

4. ความคล้ายคลึงกันของคู่สื่อสาร โดยปกติมนุษย์มักชอบพูดคุยกับบุคคลที่มีความคล้ายคลึงกับตน (similarity ความคล้ายคลึงในที่นี้หมายถึงความคล้ายคลึง 3 ประการคือ ความคล้ายคลึงด้านประชากรศาสตร์ (demographic similarity) ได้แก่ เพศ วัย การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เชื้อชาติ ศาสนา ฯลฯ ซึ่งเป็นข้อเท็จจริงที่ทุกคนสามารถรับรู้ได้ ความคล้ายคลึงด้านภูมิหลัง (background) เช่น ความรู้สึกถึงความเป็นพวกเดียวกันเป็นคนบ้านเดียวกันและประการสุดท้ายคือ ความคล้ายคลึงกันทางทัศนคติ (attitude similarity) ซึ่งหมายถึงการมีความรู้สึกนึกคิดและความเชื่อที่คล้ายคลึงกัน ความคล้ายคลึงทั้งสามประการดังกล่าวจะส่งผลให้คู่สื่อสารเข้าใจกันได้มากกว่าคู่สื่อสารซึ่งมีความแตกต่างกัน

5. การเสริมความแตกต่างกันของคู่สื่อสาร แนวคิดเรื่องการเสริมความแตกต่างกันของคู่สื่อสาร (complementarity) มีสาระสำคัญสรุปได้ว่า ความแตกต่างของแต่ละบุคคลทั้งในด้านความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมหรือประสบการณ์เป็นปัจจัยประการหนึ่งซึ่งส่งเสริมให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคล มีคนจำนวนมากชอบมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นซึ่งมีความต่างจากตน เนื่องจากความต่างต่างนั้นจะช่วยเติมเต็มหรือเสริมสิ่งที่ขาดของตนและช่วยสนองตอบความต้องการของตนได้หรือในบางกรณีความแตกต่างเหล่านั้นก็ช่วยให้ตนเองสมบูรณ์ขึ้น ดังนั้นความแตกต่างระหว่างกันจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งดึงดูดให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลได้เช่นกัน

นอกจากนั้นการเสริมสร้างศักยภาพของมนุษย์เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น ต้องอาศัยคุณลักษณะต่าง ๆ 6 ประการ ดังนี้

1. การเปิดเผยตนเองหรือการเปิดใจของคู่สื่อสาร การเปิดเผยตนเองหรือการเปิดใจของคู่สื่อสาร (openness) หมายถึง พฤติกรรม 3 ประการดังต่อไปนี้

1.1 การเปิดเผยตนเองของคู่สื่อสารในระดับที่เหมาะสม หมายถึงการเปิดเผยตนเองด้วยการแสดงความเป็นตัวของตัวเองทั้งในด้านความคิด ทัศนคติ ความเชื่อ ความสนใจความรู้สึกที่แท้จริงของตน เป็นต้น ให้คู่สื่อสารได้รับรู้ในขอบเขตที่เหมาะสมกับระดับความสัมพันธ์ระหว่างกันเหมาะสมกับกาลเทศะและความสนใจของคู่สื่อสาร การเปิดเผยตนเองในระดับที่เหมาะสมนั้นจะช่วยให้คู่สื่อสารรู้สึกเป็นกันเอง มีความไว้วางใจกันสามารถคาดคะเนความรู้สึกนึกคิดของกันและกันและสื่อความหมายระหว่างกันได้ชัดเจนมากขึ้น

1.2 การแสดงปฏิกิริยาตอบกลับที่ชัดเจนและสอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดซึ่งเกิดขึ้นจริงเช่น หากเห็นด้วยกับความรู้สึกนึกคิดของคู่สื่อสารก็แสดงให้เห็นด้วย แต่หากเรามีความคิดเห็นที่ต่างก็แสดงให้เห็นให้คู่สื่อสารรับรู้ด้วยวิธีการที่นุ่มนวล

1.3 การแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งที่พูด ความคิดเห็นหรือความรู้สึกซึ่งสื่อไปยังคู่สื่อสารโดยไม่ปิดความรับผิดชอบให้บุคคลอื่น

2. ความสามารถในการเอาใจเขามาใส่ใจเรา (empathy) หมายถึง ความสามารถในการคาดคะเนความรู้สึกนึกคิดของคู่สื่อสารโดยการมองสิ่งต่าง ๆ ด้วยมุมมอง ความรู้สึก ประสบการณ์ของบุคคลที่เราสื่อสารด้วยและการยอมรับคุณค่าในความเป็นตัวตนของบุคคลนั้นเพื่อให้เข้าใจบุคคลนั้นได้

ชัดเจนขึ้น พฤติกรรมดังกล่าวจะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมการสื่อสารหรือปฏิสัมพันธ์ที่เหมาะสม ก่อให้เกิดความพึงพอใจระหว่างกันและช่วยทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างราบรื่น

3. การมีทัศนคติเชิงบวก (positiveness) หมายถึง การมีทัศนคติเชิงบวกต่อตนเองต่อคู่สื่อสารและต่อประเด็นในการสื่อสาร เนื่องจากทัศนคติเชิงบวกจะส่งผลให้คู่สื่อสารเกิดความรู้สึกพึงพอใจ รู้สึกอยากมีส่วนร่วมในการสื่อสารและมีความเต็มใจในการเปิดเผยตนเองมากขึ้น ดังนั้นการเสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกด้วยแนวทางที่เหมาะสมจึงส่งผลดีต่อการสื่อสารและการสร้างเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน

4. การสร้างบรรยากาศที่เน้นความช่วยเหลือและการสนับสนุนซึ่งกันและกัน แนวคิดเรื่องการสร้างบรรยากาศที่เน้นความช่วยเหลือและการสนับสนุนซึ่งกันและกัน (supportiveness) เน้นว่าสาเหตุประการหนึ่งซึ่งส่งผลต่อความล้มเหลวในการสื่อสารคือความรู้สึกที่เป็นอุปสรรคกับคู่สื่อสาร ดังนั้นการแสดงความช่วยเหลือและการสนับสนุนหรือการคล้อยตามความคิดของคู่สื่อสารอย่างเหมาะสมและด้วยความจริงใจ การแสดงความขัดแย้งด้วยวิธีการที่นุ่มนวลหรือการหลีกเลี่ยงความขัดแย้งระหว่างกันโดยการยอมรับฟังความคิดเห็นของอีกฝ่ายหนึ่งด้วยเหตุผลและความเข้าใจจะส่งผลให้เกิดบรรยากาศการสื่อสารที่ดีและช่วยให้คู่สื่อสารมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างราบรื่น บรรยากาศในลักษณะดังกล่าวเกิดขึ้นได้โดย

4.1 พยายามใช้การบรรยายหรือการอธิบายความเป็นจริงแทนการประเมินหรือวิพากษ์วิจารณ์โดยใช้อารมณ์ (Description rather than Evaluation) เช่น พูดว่ารายงานฉบับนี้ขาดบทสรุปแนวคิดของผู้ทำรายงาน แทนที่จะพูดว่า รายงานฉบับนี้ไม่ได้เรื่องได้ราวเลย

4.2 แสดงความจริงใจไม่เสแสร้งแทนการใช้เล่ห์กลหรือการเสแสร้ง (Spontaneity instead of Strategy)

4.3 แสดงความใส่ใจและไม่แสดงความเมินเฉยกับคู่สื่อสาร (Empathy as oppose to Neutrality)

4.4 สร้างความรู้สึกถึงความเสมอภาคแทนการสร้างความรู้สึกว่าอยู่เหนือบุคคลอื่น (Equality as opposed to Superiority) โดยการให้เกียรติและเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของกันและกัน

4.5 การเปิดใจยอมรับความรู้สึกนึกคิดของบุคคลอื่นแทนการยึดมั่นในความคิดและความเชื่อของตนอย่างหัวปักหัวปำ (Provisionalism rather than Certainty) การเปิดโอกาสให้คู่สื่อสารได้แสดงความรู้สึกนึกคิดของตนนั้นแสดงให้เห็นถึงความใจกว้างหรือการยอมรับฟังความคิดเห็นของบุคคลอื่น ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะที่เอื้อให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการสื่อสาร การปิดกั้นไม่ให้คู่สื่อสารมีโอกาสในการแสดงความคิดเห็นนั้นย่อมก่อให้เกิดความไม่พอใจในการสื่อสารได้

5. การหลีกเลี่ยงความคิดว่าตนเองดีกว่าหรือด้อยกว่าคู่สื่อสาร ความรู้สึกเสมอภาคหรือความเท่าเทียมกันระหว่างคู่สื่อสาร (equality) เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งในการเสริมสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสาร หากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดพยายามทำให้อีกฝ่ายหนึ่งรู้สึกว่าดีกว่าหรือด้อยกว่าตนนั้น จะทำให้อีกฝ่ายหนึ่งเกิดความรู้สึกถึงความไม่เท่าเทียมกันในการแสดงความรู้สึกนึกคิดระหว่างกันและเป็นการทำลายบรรยากาศที่ดีในการสื่อสาร ดังนั้นการหลีกเลี่ยงความคิดว่าตนดีกว่าหรือด้อยกว่าคู่สื่อสารด้วยการให้เกียรติหรือการเคารพในความเป็นมนุษย์ของ

บุคคลอื่นและการมองว่าบุคคลอื่นมีความเท่าเทียมกับตนในฐานะมนุษย์มากกว่าการคำนึงถึงสถานภาพ ความสามารถหรือคุณลักษณะอื่นๆ นั้นจะช่วยให้เกิดทัศนคติที่ดีและเกิดการยอมรับกันและกันมากขึ้นซึ่งจะส่งผลให้เกิดปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน

6. มีความซื่อตรงต่อกัน ในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีความซื่อตรงต่อกัน (honesty) หมายถึง การมีปฏิสัมพันธ์ด้วยความซื่อสัตย์ จริงใจ เปิดเผยตรงไปตรงมา โดยปราศจากการหลอกลวง คุณลักษณะดังกล่าวนี้ส่งผลให้คู่สื่อสารเกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน มีความพร้อมในการเปิดเผยความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อกันด้วยความสบายใจและช่วยให้ความสัมพันธ์ระหว่างกันเป็นไปอย่างราบรื่น ความซื่อตรงต่อกันเกิดขึ้นได้จากการมีทัศนคติที่มุ่งมั่นต่อความซื่อสัตย์ซื่อตรง ความตั้งใจที่จะรักษาความซื่อสัตย์ซื่อตรงและการแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับทัศนคติและความตั้งใจที่มีนั้น เป็นที่น่าสังเกตว่าคนส่วนใหญ่ในสังคมไม่ค่อยมีความซื่อตรงต่อกันเนื่องจากคนส่วนใหญ่ขาดทัศนคติที่ดีต่อความซื่อสัตย์ซื่อตรงและละเลยคุณลักษณะดังกล่าว

คุณลักษณะทั้ง 6 ประการดังกล่าวคือปัจจัยซึ่งจะช่วยเสริมสร้างศักยภาพในการสื่อสารระหว่างบุคคลและเป็นปัจจัยพื้นฐานสำหรับความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน การนำปัจจัยดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้นั้นต้องเริ่มจากการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการปรับเปลี่ยนวิธีการคิด การมองโลกและพฤติกรรมของตนเองรวมทั้งการฝึกฝนให้เกิดเป็นนิสัย

### ทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอน

ทฤษฎีนี้ค้นพบโดย พอล เอฟ. ลาซาร์เฟลด์และคณะ (Paul F. Lazarsfeld and others) สารสำคัญของทฤษฎีคือ การแพร่กระจายข่าวสารโดยผ่านสื่อมวลชนนั้นจะผ่านขั้นตอนสองขั้นตอน กล่าวคือ ข่าวสารจะไปถึงคนกลุ่มหนึ่ง ซึ่งได้รับการยอมรับให้เป็นผู้นำความคิดเห็น (opinion leaders) ในขั้นแรก และกลุ่มผู้นำความคิดเห็นจะเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารไปยังประชาชนอื่นๆ ในขั้นที่สอง (พัชนี เษยจรรยาและคณะ, 2538 : หน้า 189)



ภาพที่ 2.9 แสดงการสื่อสารแบบสองขั้นตอน  
ที่มา (พัชนี เษยจรรยา, 2538 : หน้า 189)

แนวคิดสำคัญของทฤษฎีนี้เชื่อว่า บุคคลทุกคนไม่ได้อยู่โดดเดี่ยวในสังคม แต่ทุกคนจะต้องมีกิจกรรมร่วมกันในสังคม ซึ่งทำให้แต่ละคนมีความสัมพันธ์กันและในทุกๆ สังคมจะต้องมีกลุ่มบุคคลกลุ่มหนึ่งได้รับการยอมรับให้เป็นกลุ่มผู้นำทางความคิด ซึ่งมักจะได้รับข่าวสารก่อนผู้อื่นและทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารที่ได้รับไปยังบุคคลอื่นๆ ในสังคม

จุดเด่นของทฤษฎีการสื่อสารแบบสองทอด คือการที่ได้พิจารณาความจริงที่ว่ามนุษย์ไม่ได้อยู่โดดเดี่ยวในสังคม แต่ได้มีการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในลักษณะเป็นกลุ่มปฐมภูมิหรือทุติยภูมิเสมอ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมนี้ได้ก่อให้เกิดเป็นเครือข่าย (interpersonal network) ในการสื่อสารมวลชน ซึ่งมีหน้าที่คือ

1. เป็นช่องทางการถ่ายทอดข่าวสารในสังคม
2. เป็นแหล่งของอิทธิพลกลุ่มหรืออิทธิพลบุคคลที่มีผลกระทบต่อความคิดและการกระทำของสมาชิกในสังคม

แบบจำลองการสื่อสารแบบสองชั้นตอนนี้ เน้นบทบาทและความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลคือ แทนที่จะมองว่ามวลชนคือ บุคคลจำนวนมากที่ไม่มีความสัมพันธ์ ไม่มีการเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน ต่างคนต่างอยู่ต่างถูกเชื่อมเข้ากับสื่อมวลชนแต่ไม่มีการเชื่อมระหว่างกันเอง แบบจำลองของการสื่อสารแบบสองชั้นตอนมองมวลชนว่า ประกอบไปด้วยบุคคลจำนวนมากซึ่งมีปฏิสัมพันธ์หรือมีการโต้ตอบซึ่งกันและกัน การสื่อสารแบบสองชั้นตอนให้ความสำคัญกับประชาชนในการสื่อสารมากขึ้นและเห็นว่าสื่อมวลชนไม่ได้มีพลังอย่างมีอำนาจโดยตรงคนๆ หนึ่งอาจจะได้รับข่าวสารแล้วบุคคลนั้นอาจแลกเปลี่ยนความคิดหรือปรึกษาหารือเกี่ยวกับข่าวสารนั้น ๆ กับบุคคลอื่นๆ ได้ (สเลียร์ เซยประทับ, 2530 : หน้า 130)

ผลของการวิจัยของลาซารสเฟลดและคณะ นอกจากจะชี้ให้เห็นว่าข่าวสารจากสื่อมวลชนมิได้เข้าถึง หรือมีอิทธิพลโดยตรงต่อผู้รับแล้วยังได้มีการค้นพบปัจจัยแทรกที่สำคัญระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารคือ อิทธิพลของบุคคล (personal influence) หรือความเป็นผู้นำทางความคิดเห็นซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของบุคคลที่เรียกว่า ผู้นำทางความคิดเห็นงานวิจัยในหลายสาขาวิชานอกเหนือจากการสื่อสารเช่น สังคมวิทยาชนบท การตลาด การศึกษาและการแพทย์ เป็นต้นทั้งนี้โดยเน้นในเรื่องอิทธิพลและบทบาทของผู้นำทางความคิดเห็นเป็นการชักจูงใจให้ยอมรับนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ ๆ

## 5. แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นอยู่ในยุคกระบวนทัศน์ยุคใหม่ที่เน้นคนเป็นสำคัญ การพัฒนายุคใหม่จึงต้องเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน (Participation) เพื่อให้การพัฒนาและการแก้ปัญหาสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นอย่างแท้จริงและวิธีการพัฒนานั้นต้องเป็นแบบจากล่างขึ้นบน (Bottom Up) ไม่ใช่แบบบนลงล่าง (Top Down Management) เหมือนอย่างในอดีต แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกิดขึ้นในชุมชนต่าง ๆ ในประเทศไทยมาช้านาน ตัวอย่างที่มองเห็นได้ง่ายๆ และชัดเจน คือ ประเพณีลงแขกเกี่ยวข้าว ที่เกิดขึ้นในหมู่บ้านเกษตรกรทั่วประเทศ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสาเหตุของการที่ต้อง “ร่วมกัน” ลงแขกเกี่ยวข้าวขึ้นเพราะความเห็นพ้องต้องกันว่าถ้าจะเก็บเกี่ยวผลผลิตโดยคนในครอบครัวเดียวกันอาจไม่สำเร็จหรืออาจใช้

เวลามากแต่ถ้ามีการร่วมแรงร่วมใจกันนอกจากจะทำให้ได้งานแล้ว อีกหนึ่งสิ่งที่ตามมาด้วยคือ การได้ กระชับความสัมพันธ์ของคนในหมู่บ้านคนหนุ่มสาวรู้จักกันคนแก่ได้ถ่ายทอดความทุกข์ ภูมิปัญญาให้แก่ คนรุ่นหลัง ซึ่งทั้งหมดนี้มาจากการที่คนได้ใช้การสื่อสารในรูปแบบพิธีลงแขกเกี่ยวข้าวเพื่อการมีส่วนร่วม ร่วมกันปฏิบัติภารกิจภายในชุมชนหากจะตีความเรื่องหนึ่งของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมให้เกิดความ ชัดเจนยิ่งขึ้นว่าการสื่อสารเข้าไปมีบทบาทอย่างไรในการมีส่วนร่วมและสุดท้ายทำไมจึงเข้าไปมี บทบาทในชุมชน (สุนทรีย์ ลิลา, 2548 : หน้า 11)

องค์การสหประชาชาติ (1975) โดยองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งชาติ (UNESCO) ได้ให้ความหมายของ “การมีส่วนร่วม” ไว้ว่า คือการเข้าร่วมไปของประชาชนและมี จุดมุ่งหมายในการเข้าร่วมโดยแบ่งเป็นระดับต่าง ๆ ดังนี้ กระบวนการการตัดสินใจเพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้ ตัดสินใจกำหนดเป้าหมายของสังคมชุมชนและจัดสรรทรัพยากรให้บรรลุเป้าหมายนั้น ๆ ในการปฏิบัติ ตามแผนงานหรือร่วมกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ต้องเป็นไปโดยสมัครใจ Wertheim (1981, p. 3-5) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมคือ การที่ประชาชนจะเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในระดับต่าง ๆ ในการ จัดการบริหารภายในชุมชนของตนและการเมืองเพื่อร่วมกันกำหนดความต้องการให้ชุมชนของตน

การมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่มการพิจารณา การตัดสินใจการร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อบุคคลที่สามารถทำ ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเป็นการแก้ปัญหาและทำให้สภาพความเป็นอยู่ของ ประชาชนดีขึ้นเป็นที่ยอมรับกันว่ามนุษย์ทุกคนต่างมีความปรารถนาที่จะอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นอย่างเป็น สุข ได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น สังคม รวมทั้งอุทิศตนเพื่อกิจกรรมของ ชุมชน (ยุวัฒน์ วุฒิเมธี, 2526 : หน้า 20) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมคือ การที่ประชาชนหรือ ชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนในการจัดการและควบคุมการใช้และกระจายทรัพยากรและ ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคม เพื่อประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตทางเศรษฐกิจและสังคมตามความ จำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกสังคม ในการมีส่วนร่วมของประชาชนได้พัฒนาการ รับรู้และ ภูมิปัญญาซึ่งแสดงออกในรูปแบบการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตของตนอย่างเป็นตัวของตัวเอง (ทวี ทอง หงส์วิวัฒน์, 2527 : หน้า 2)

แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนถูกนำมาใช้เป็นแนวคิดหลักในงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา เรียกว่า “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” (Participatory Communication) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวมีอยู่ 2 แนวทาง ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2548: หน้า 42)

1) การที่ประชาชนได้ใช้การสื่อสารทุกรูปแบบเพื่อเป็นเครื่องมือเข้าไปสู่การมีส่วนร่วมใน ชีวิตสาธารณะ (Public life) เพื่อจะนำไปสู่อำนาจในการตัดสินใจอย่างมีอิสระของประชาชน

2) การที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารเช่น การผลิตรายการ วิทยุชุมชน ประชาชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบเนื้อหาหรือผลิต เป็นต้น

## ลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

เป้าหมายของการมีส่วนร่วมในระดับชุมชน มีดังต่อไปนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543: หน้า 54)

1) เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเองเช่นการนำเอาภูมิปัญญาของ ชาวบ้านมาเผยแพร่ในวงกว้าง

2) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วมและให้เห็นคุณค่าและความเชื่อของเขา ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการนำเอาความคิดเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงมาเผยแพร่ในวงกว้าง คนทั่วไปยอมรับผ่านการแสดงทัศนะผ่านสื่อก็จะทำให้ชุมชนมีความมั่นใจในคุณค่าของตนเอง

3) เพื่อพิสูจน์ความเชื่อของชุมชนที่เคยคิดว่า ตนเองไม่สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ซับซ้อนได้ การเข้ามาร่วมฝึกฝนอบรมการผลิตสื่อจะพิสูจน์ให้ชาวบ้านเห็นว่าสามารถใช้เทคโนโลยีต่างได้หากมีโอกาส

4) เพื่อสร้างทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน เพื่อเป็นช่องทางที่ชุมชนจะส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืน มุมมองและทัศนะของตนเอง

5) เพื่อให้ชุมชนได้แสดงความรู้สึก ปัญหา วิธีการวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งวิธีการ แก้ปัญหาจากทัศนะของชุมชน

6) ผลการสื่อสารของชุมชนที่อาจจะเกิดจากการริเริ่มของบางส่วนเลี้ยวของชุมชนหรือจากชุมชนใดชุมชนหนึ่งจะช่วยยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบให้กับทั้งชุมชนหรือ กับชุมชนอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

7) เนื่องจากเนื้อหาของสื่อสารเพื่อชุมชนนั้นจะเน้นเรื่องราวที่มีสาระประโยชน์ ต่อวิถีชีวิตชุมชนเอง ดังนั้นสื่อประเภทนี้จึงช่วยเพิ่มสัดส่วนของการสร้างสื่อที่มีสาระให้กับชุมชนให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นเพื่อถ่วงดุลกับการสื่อสารที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิงและการหลีกเลี่ยงปัญหาที่สื่อจากภายนอกอัดฉีดเข้าไปในชุมชน

ขั้นตอนการมีส่วนร่วมของชุมชน สามารถอธิบายได้ ดังนี้ (อศิน รพีพัฒน์, 2525: หน้า 78)

1) ประชาชนมีส่วนร่วมในการค้นปัญหาและความต้องการของชุมชน ตลอดจนเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาร่วมกับผู้ปฏิบัติงานภาคสนาม

2) ประชาชนมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาและแนวทางต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการแก้ปัญหา

3) ประชาชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาแนวทางการและวิธีการที่จะใช้ในการแก้ปัญหาและวางแผนเพื่อแก้ปัญหาร่วมกับนักปฏิบัติงานในสนาม

4) ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามแผนเพื่อแก้ปัญหา

5) ประชาชนมีส่วนร่วมในการติดตามผลการปฏิบัติงานในสนาม

นอกจากนี้ขั้นตอนของการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนแล้ว การมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริงควรจะหมายถึงการมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน(ปราณี หมอนทองแดง, 2533 : หน้า 28)

1) การมีส่วนร่วมในการศึกษาและวิเคราะห์ชุมชนเพื่อนำไปสู่การค้นหาค้นหาปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของชุมชน ตลอดจนการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาและการคัดเลือกปัญหาที่จะแก้ไขตามลำดับ ก่อนหรือหลัง ชาวบ้านต้องรู้ถึงปัญหาของเขาเอง มิใช่คนภายนอกชี้ปัญหา

- 2) การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา
- 3) การมีส่วนร่วมในการเลือกวิธีและวางแผนในการแก้ปัญหา
- 4) การมีส่วนร่วมดำเนินการตามแผนเช่น การสละแรงงานและทรัพยากรต่าง ๆ
- 5) การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

### ระดับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อชุมชนนั้นกระทำได้หลายระดับในที่นี่จะแบ่งออกเป็น 3 ระดับโดยเรียงจากระดับที่น้อยที่สุดไปหามากที่สุด ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 : หน้า 57)

- 1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร
- 2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่งสาร/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมแสดง
- 3) การมีส่วนร่วมในฐานะวางแผนและกำหนดนโยบาย

สถาบันวิจัยสังคมและสถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม (อ้างถึงในปาริชาติ สถาปิตานนท์และคณะ , 2549: หน้า 22) ได้จัดกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ 5 ขั้นตอน

1) การมีส่วนร่วมในการวางแผน (Participation in planning) ได้แก่ การที่ประชาชนมีบทบาทในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนโครงการ นับตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา การกำหนดลำดับความสำคัญของปัญหา การกำหนดเป้าหมาย การกำหนดแนวทางในการดำเนินงาน การกำหนดแนวทางในการติดตามและประเมินผลโครงการ

2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม (Participation in implementation) ได้แก่ การสนับสนุนด้านทรัพยากรต่าง ๆ และการประสานความร่วมมือในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

3) การมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์ (Participation in utilization) ได้แก่ การนำเอากิจกรรมต่าง ๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์โดยเฉพาะในด้านการเพิ่มระดับการพึ่งพาตนเองและการควบคุมทางสังคม

4) การมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์ (Participation in benefit-sharing) ได้แก่ การแจกจ่ายประโยชน์ต่าง ๆ ในการพัฒนาอย่างยุติธรรม

5) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Participation in evaluation) ได้แก่ การให้ประชาชนได้ทราบถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อร่วมกันหาทางแก้ไขในลำดับต่อไป

## 6. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร

### ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

กลยุทธ์การสื่อสาร(Communication Strategy) หมายถึง วิธีการสื่อสารที่กำหนดขึ้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งมีความแตกต่างกันไปในแต่ละปัญหา แต่ละสถานการณ์ ไม่มีสูตรสำเร็จ กลยุทธ์มักจะสร้างขึ้นจากการประยุกต์แนวคิดทฤษฎีและแนวทางปฏิบัติที่เคยมีมา กลยุทธ์ที่ใช้จึงเป็นสิ่งกำหนดว่าจะใช้สื่ออะไร เมื่อไหร่ อย่างไร (พนม คลีฉายา, 2549: หน้า 4) ซึ่งกลยุทธ์การสื่อสารสามารถแบ่งประเภทได้ตามเกณฑ์ขององค์ประกอบของกระบวนการ สื่อสาร ได้ดังนี้

## 6.1 กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้ส่งสาร

อิทธิพลของผู้ส่งสาร เป็นสิ่งจำเป็นในการวิเคราะห์ผู้ส่งสารเพราะจะเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ซึ่งอิทธิพลที่สำคัญของผู้ส่งสาร นั้นคือความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ได้แก่ (อรรวรรณ ปิรันธโรวาท, 2537: หน้า 83)

1) บุคลิกภาพของผู้ส่งสาร ได้แก่ ความเป็นผู้นำ ความมีอำนาจ ลักษณะที่แสดงออก ลักษณะนิสัยอื่นๆ เช่น ความนอบน้อม การปรับตัวเองให้เข้ากับบริบท วุฒิภาวะ ความน่าไว้วางใจ เป็นต้น

2) ความรู้และความสามารถของผู้ส่งสาร ได้แก่ ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด ความรู้เกี่ยวกับผู้รับสาร ความเชี่ยวชาญ ความรู้เกี่ยวกับบริบทและสิ่งแวดล้อม ประสบการณ์ในการทำงาน การฝึกอบรม เป็นต้น

3) คุณสมบัติในการสื่อสารหรือเชื่อมโยงสารไปยังผู้รับสาร ได้แก่ ความสามารถในการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการพูด การรับฟัง การโน้มน้าวใจ เป็นต้น

4) ความมีพลัง หมายถึง ผู้ส่งสารที่มองดูแล้วมีความชัดเจน กระตือรือร้น ความเชื่อมั่นและความเข้าใจในตัวผู้รับสาร

5) การมีพื้นฐานร่วมกัน หมายถึง พื้นฐานร่วมกันระหว่างแหล่งสารกับผู้รับสารในเรื่องของค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติ ความน่าสนใจ เมื่อผู้รับสารรู้สึกว่าสารมีพื้นฐานร่วมกันกับตน จึงสามารถคล้อยตามได้ง่าย

นอกจากความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารแล้ว (วิระชัย ตั้งสกุล, 2549 : หน้า 297) ยังได้กล่าวถึงอิทธิพลของผู้ส่งสารทางด้านความดึงดูดใจ ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ ได้แก่

1) การปรากฏกาย หมายถึง ลักษณะภายนอก ได้แก่ เพศ เชื้อชาติ ขนาดรูปร่าง สีผิว การแต่งกาย เป็นต้น

2) ความน่าชื่นชอบ หมายถึง ความรู้สึกดี หรือความรู้สึกทางบวกต่อ ผู้รับสาร อันอาจเกิดจากการปรากฏกายหรือพฤติกรรมของผู้ส่งสารเอง

3) ความคล้ายคลึง หมายถึง ความคล้ายคลึงระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารทั้งในด้านทัศนคติ พื้นฐานชีวิตและการปรากฏกาย

## 6.2 กลยุทธ์การสร้างสาร

กลยุทธ์การสร้างสาร หมายถึง การวางแผนในการจัดการเข้ารหัสของข้อมูลซึ่งก็คือ สารไม่ว่าจะเป็นสัญลักษณ์ใดๆ เช่น คำ ข้อความ รูปภาพ ท่าทาง เพื่อสื่อไปยังผู้รับสารให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่วางไว้ ซึ่ง กลยุทธ์การสร้างสารนี้ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน คือ ตัวสารและวิธีการนำเสนอสาร องค์ประกอบของกลยุทธ์การสร้างสาร ได้แก่ (Power,1995 อ้างถึงใน วิระชัย ตั้งสกุล, 2549 : หน้า 269)

1) วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ได้แก่ การสร้างสารเพื่อเรียนรู้และค้นหา การสร้างสารเพื่อสารความสัมพันธ์ การสร้างสารเพื่อช่วยเหลือ การสร้างสารเพื่อโน้มน้าวใจและ การสร้างสารเพื่อความเพลิดเพลิน



2) การกำหนดผู้รับสารเป้าหมาย โดยการวิเคราะห์ลักษณะทาง ประชากรศาสตร์และทาง จิตวิทยา

- 3) เนื้อหาหลักของสาร
- 4) หลักฐานสนับสนุน
- 5) สีสภาพอารมณ์ของสาร

### 6.3 กลยุทธ์การกำหนดเนื้อหาสาร

การกำหนดเนื้อหาหลักของสาร เพื่อส่งไปยังผู้รับสารเป้าหมาย ควรพิจารณาจาก สิ่งสำคัญ ดังนี้ (พนม คลีฉายา, 2549 : หน้า 6)

- 1) อะไรบ้างที่กลุ่มเป้าหมายต้องการทราบ
- 2) ผู้รับสารมีความรู้สึกอย่างไรกับเนื้อหานั้น
- 3) ทำไมผู้รับสารจึงไม่พร้อมปฏิบัติตามแนวทางของสาร
- 4) วิธีการแก้ปัญหาที่เหมาะสมที่สุด

นอกจากนี้ยังมีประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้สร้างสารต้องคำนึงถึงโดยเฉพาะในประเด็นของคุณภาพ ของเนื้อหา การสร้างสารต้องคำนึงถึงเนื้อหาสารที่สื่อออกไปว่ามีคุณค่า มีความเกี่ยวข้องและ ความสำคัญต่อผู้รับสารหรือไม่ ความน่าสนใจต่อผู้รับสาร ผู้รับสารต้องเลือกสร้างสารที่ตรงกับความ สนใจของผู้รับสารโดยต้องมีความเข้าใจต่อผู้รับสารว่ามีความรู้สึกหรือความต้องการอย่างไร ขอบเขต ของเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร สารที่สื่อออกไปนั้นจะมีเนื้อหามากน้อยเพียงใดครอบคลุมประเด็นใดบ้าง ความเกี่ยวข้องกับความคิด สารที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ดีต้องมีความเกี่ยวข้องหรืออยู่ในความ สนใจของผู้รับสารและมีผลกระทบต่อผู้รับสาร และควรจำกัดความลึกของสาร เป็นการกำหนดว่าจะ ให้รายละเอียดกับผู้รับสารมากน้อยเพียงใด สารนั้นมีความยากง่ายขนาดไหน ทั้งในเรื่องของพื้นที่และ เวลา

### 6.4 กลยุทธ์การนำเสนอสาร

กลยุทธ์การนำเสนอสารนั้นมีอยู่หลากหลายกลยุทธ์ ซึ่งมีความสำคัญในการช่วยให้การสื่อสาร เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยกลยุทธ์การนำเสนอสารสามารถแบ่งเป็นประเด็นหลักๆ ดังนี้คือ การ นำเสนอสารแบบด้านเดียวและสารสองด้าน(One-Sided or Two-Sided Message)การนำเสนอสาร เชิงเหตุผลหรืออารมณ์ (Rational or Emotional Message) การใช้ผลของสารต้นหรือผลของสาร ปลาย (Primacy or Recency Effect) และ การใช้ข้อสรุปโดยนัย (Explicit or Implicit Conclusions) โดยแสดงรายละเอียดเป็นประเด็นได้ดังนี้ (วิระชัย ตั้งสกุล, 2549 : หน้า 22)

6.4.1 การนำเสนอสารแบบด้านเดียวและสารสองด้าน (One-Sided or Two-Sided Message) กลยุทธ์หนึ่งในการสร้างสารคือ เลือกว่าจะสร้างสารโดยการนำเสนอเพียงด้านเดียวหรือ การนำเสนอสารสองด้าน ซึ่งการนำเสนอสารด้านเดียวจะเป็นการนำเสนอเฉพาะข้อมูลที่สอดคล้อง เป็นประโยชน์หรือสนับสนุนประเด็นที่ต้องการสื่อสาร ส่วนการนำเสนอสารสองด้านจะมีทั้งข้อมูล สนับสนุนและข้อโต้แย้งหรือข้อมูลที่นำเสนอมุมมองในทางตรงกันข้ามกับประเด็นที่จะสื่อสาร

6.4.2 การนำเสนอสารเชิงเหตุผลหรืออารมณ์ (Rational or Emotional Message) หรือสารเชิงอารมณ์ โดยใช้หลักของการโน้มน้าวใจ (Persuasion) การที่ผู้รับสารพยายามที่จะวิเคราะห์ตีความและทำความเข้าใจสารใน 2 ลักษณะคือเมื่อมีการโน้มน้าวใจผ่านเส้นผ่าศูนย์กลาง (Central route) ผู้รับสารจะมีแรงจูงใจและความสามารถในการทำความเข้าใจสารสูงและคำนึงถึงเหตุผลและข้อมูลเป็นหลัก ส่วนการโน้มน้าวใจผ่านเส้นทางรอบนอก (Peripheral route) ผู้รับสารจะมีแรงจูงใจและความสามารถในการทำความเข้าใจต่ำและใช้องค์ประกอบอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับอารมณ์เช่น ภาพ เพลง หรือความน่าดึงดูดใจของแหล่งสารในการทำความเข้าใจสาร

6.4.3 การใช้ผลของสารต้นหรือผลของสารปลาย (Primacy or Recency Effect) ผลของต้นสาร เกิดขึ้นในกรณีที่ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญหรือประทับใจกับเนื้อหาที่ปรากฏก่อนมากกว่าเนื้อหาที่ปรากฏในลำดับต่อมา ในขณะที่ผลของสารปลาย เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญหรือประทับใจกับเนื้อหาที่ได้รับในลำดับสุดท้ายมากกว่าเนื้อหาที่ปรากฏในลำดับแรก

6.4.4 การใช้ข้อสรุปที่ชัดเจนหรือข้อสรุปโดยนัย (Explicit or Implicit Conclusions) การสร้างสารต้องพิจารณาว่าสารที่สร้างขึ้นจะประกอบไปด้วยข้อสรุปที่ชัดเจนหรือข้อสรุปโดยนัย ที่จะให้ผู้รับสารตีความหาข้อสรุปจากสารนั่นเอง โดยปัจจัยที่ใช้พิจารณาเลือกข้อสรุปได้แก่

- ความซับซ้อนของเนื้อหา สารที่มีความยากและซับซ้อน ผู้รับสารควรให้ข้อสรุปไว้อย่างชัดเจน ส่วนสารง่ายๆ อาจไม่จำเป็นต้องมีข้อสรุปหรือมีข้อสรุปโดยนัย
- ระดับการศึกษาและความรู้ของผู้รับสาร ผู้ที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้เกี่ยวกับสารนั้นสูงจะมีแนวโน้มที่จะพอใจกับการหาข้อสรุปเองมากกว่า
- ระดับความเกี่ยวพัน หมายถึง ความเกี่ยวพันหรือความสำคัญของสารต่อผู้รับสาร หากผู้รับสารมีความเกี่ยวพันกับสารสูงจะมีความต้องการหาข้อสรุปด้วยตนเองมากกว่า
- ความฉับพลันของการกระทำหรือปฏิบัติกริยาที่ต้องการให้เกิด หากต้องการให้เกิดผลของการสื่อสารโดยเร็วผู้สร้างสารควรให้ข้อสรุปที่ชัดเจนไว้

กลยุทธ์การสร้างสารเป็นกลยุทธ์ที่มีวิธีการอยู่หลากหลายวิธีและเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญต่อการสื่อสารของปราชญ์ เนื่องจากเป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารต้องสร้างสาร ซึ่งเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตร การเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร เพราะฉะนั้นผู้ส่งสารจึงมีความจำเป็นต้องสร้างสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มเฉพาะเจาะจง นั่นคือ ชาวบ้าน เกษตรกรและต้องสร้างสารให้เหมาะสมกับวิธีการถ่ายทอดและสื่อต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการเรียนรู้และเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการถ่ายทอดให้มากที่สุด

## 6.5 กลยุทธ์การใช้สื่อ

แนวทางการกำหนดกลยุทธ์การใช้ สื่อไว้ว่าเกี่ยวกับการวิเคราะห์สื่อซึ่งมักจะพิจารณาในด้านต่าง ๆ ดังนี้(วิทย์ธร ท่อแก้ว, 2549 : หน้า 41)

- 1) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง โดยพิจารณาว่า สื่อใดที่ผู้รับสาร เป้าหมายจะเข้าถึงได้ง่ายที่สุด

2) ด้านการครอบคลุมสื่อ หมายถึง ความสามารถหรือประสิทธิภาพของ สื่อที่จะไปถึงผู้รับ โดยพิจารณาจากการครอบคลุมพื้นที่หรือบริเวณที่ผู้รับสารอาศัยอยู่

3) ด้านประสิทธิภาพของสื่อ พิจารณาได้จากการเรียกความสนใจการให้ความเข้าใจการชักจูงใจและการสร้างความจดจำ

4) ด้านความน่าเชื่อถือ โดยทั่วไปกล่าวกันว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือในแง่ของข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์

การกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อจะเป็นการวิเคราะห์ว่าควรใช้สื่ออะไรด้วยวิธีการนำเสนออย่างไร เมื่อไร จึงจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้นได้ การกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อต้องพิจารณา 2 ประเด็นคือ 1) วิธีการใช้สื่อ เป็นการพิจารณาถึงวิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและวิธีการประยุกต์ใช้สื่อให้เกิดผลตามที่ต้องการ และ 2) ประเภทของสื่อ เป็นการพิจารณาว่าจะใช้สื่ออะไรอย่างไรนอกจากนั้นยังมีแนวทางในการวิเคราะห์เกี่ยวกับสื่อที่เหมาะสมกับการพัฒนา ได้แก่

- 1) สื่ออะไรที่ช่วยตอบสนองจุดมุ่งหมายได้
- 2) สื่อที่ใช้มีกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากน้อยเท่าไร
- 3) ปัญหาในการผลิตสื่อ มีแหล่งสนับสนุนในกรณีที่ต้องการหรือไม่
- 4) ปัญหาด้านงบประมาณและระยะเวลาในการผลิตสื่อ
- 5) จำนวนสื่อที่จะผลิต
- 6) ปัญหาด้านการเก็บรักษา
- 7) ปัญหาอื่นๆ ที่ตามมาจากการนำสื่อไปใช้ปฏิบัติ

- 8) ช่องทางการเผยแพร่กระจายสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมาย
- 9) ความจำเป็นในการอบรมบุคลากรในการนำสื่อไปใช้

นอกจากนี้การกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อควรให้ความสำคัญกับประเด็นดังต่อไปนี้

1. ความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีความจำเป็นที่ต้องกำหนดการใช้สื่อ และเนื้อหาในสื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ มิเช่นนั้นกลุ่มเป้าหมายอาจปฏิเสธเนื้อหา

2. ความสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และความเป็นอยู่ของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งภาษาที่จะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้

3. การบูรณาการสื่อเป็นแนวทางที่จะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์แต่ควรระวังมิให้เนื้อหาของสื่อแต่ละประเภทขัดแย้งกันเองและต้องมีความคงเส้นคงวาของเนื้อหาที่นำเสนอ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

## 6.6 กลยุทธ์การใช้สื่อแบบบูรณาการ

1) การใช้จุดเด่นของสื่อหนึ่งเพื่อลดข้อจำกัดของสื่อหนึ่งเป็นการใช้สื่อร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างสมบูรณ์ หรือการใช้สื่อผสมผสานเพื่อนำเสนอเนื้อหาได้อย่างครบถ้วน

2) การใช้สื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันซึ่งเป็นการใช้สื่อหลากหลายประเภทให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มที่ไม่รู้หนังสือ ใช้สื่อที่มีเสียงและภาพประกอบ เป็นต้น

3) การใช้สื่อให้กระจายข่าวสารครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม กลุ่มเป้าหมายอาจจะมีแหล่งที่อยู่กระจายกันออกไป

4) การใช้สื่อหลายประเภทเสริมแรงกระตุ้นและเรียนรู้เร็ว เป็นการใช้สื่อ เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการตอบสนองหลายๆทาง

## 6.7 กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้รับสาร

แนวทางการสร้างกลยุทธ์ด้านผู้รับสาร ได้แก่ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย(Target Audience) ซึ่งการวิเคราะห์ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายนี้จะทำให้ผู้สื่อสารสามารถรู้จักลักษณะทางประชากรของผู้รับสารและจะช่วยให้เข้าใจและสามารถคาดคะเนพฤติกรรมการรับสารของผู้รับสารไว้ล่วงหน้าได้ เพราะฉะนั้นการสื่อสารทุกครั้ง ผู้สื่อสารควรวิเคราะห์ผู้รับสารก่อน เพื่อเลือกผู้รับสาร เนื้อหาสารและช่องทางการสื่อสารได้ตรงกับความสนใจ ความพอใจและความ ต้องการของผู้รับสาร แต่ละกลุ่ม (วิทยากร ท่อแก้ว, 2549: หน้า 32) ซึ่งกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายในการ สื่อสารเพื่อการพัฒนา คือ กลุ่มบุคคลที่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่กำหนด (พนม คลีฉายา, 2549 : หน้า 5)

ลักษณะการวิเคราะห์ผู้รับสารเป้าหมาย ได้แก่ (อรรพรรณ ปิรันธโรวาท, 2549 : หน้า 70)

1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วยปัจจัยด้านต่าง ๆ คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา รายได้ ลักษณะทางอาชีพ สถานะทางสังคม สถานภาพสมรส ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เชื้อชาติ วัฒนธรรม เป็นต้น

2) ลักษณะทางจิตวิทยา ประกอบด้วยปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังนี้ คือ ความเชื่อ ทศนคติ ความรู้ ความต้องการ ค่านิยม แรงจูงใจ บุคลิกภาพ แนวทางในการดำเนินชีวิต เป็นต้น

3) ลักษณะทางภูมิประเทศ และที่ตั้งชุมชน ลักษณะทางภูมิประเทศและที่ตั้งชุมชน ประกอบด้วยปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังนี้ คือ ภูมิประเทศที่ตั้งของที่อาศัย ภูมิอากาศ เส้นทางการคมนาคม ลักษณะที่ตั้งชุมชนหรือการรวมกลุ่มชุมชน สภาพอากาศ สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

4) ลักษณะด้านความรู้ที่เกี่ยวข้องได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี และการปฏิบัติเกี่ยวกับอาชีพที่เกี่ยวข้อง ความสามารถในการอ่าน การเขียน แหล่งความรู้ในท้องถิ่น ความรู้และทัศนคติที่มีต่อปัญหาหรือแนวทางการพัฒนา

5) ลักษณะเกี่ยวกับสื่อที่มีอยู่ในพื้นที่ ได้แก่ สื่อมวลชนเช่น สถานี วิทยุกระจายเสียง สถานีโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ซึ่งควรทราบถึงแผนผังรายการที่ ออกอากาศ คอลัมน์ รวมทั้งรวมทั้งนักข่าว บรรณาธิการ ผู้ผลิตรายการ สื่อในชุมชน เช่น หอกระจายข่าว แผ่นป้ายติดประกาศ เป็นต้น

นอกจากการวิเคราะห์ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายแล้ว สิ่งที่ต้องศึกษาต่อไปนั้นคือกลยุทธ์เกี่ยวกับผู้รับสาร ในการรับสารต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับตนโดยศึกษาผู้รับสารในฐานะผู้เลือกสรร ปัจจัยในการสื่อสารที่มักมีการกล่าวถึงบ่อยๆ ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสารนั้นๆ คือ กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสาร ข่าวสารต่าง ๆ ที่มีการตระเตรียมมาอย่างดี ช่องทางการสื่อสารที่เลือกสรรแล้วว่ามีประสิทธิภาพตลอดจนผู้ถ่ายทอดข่าวสารที่เลือกมาแล้วว่ามีความน่าเชื่อถือสูง แต่สิ่งเหล่านี้มิได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสารได้อย่างครบถ้วน

เพราะผู้รับสารมีกระบวนการคัดเลือกสารซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในกระบวนการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งกระบวนการเลือกสรรสามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ (ปรมะ สตะเวทิน, 2546 : หน้า 61)

1. การเลือกเปิดผู้รับหรือการเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) ในชีวิตประจำวันของมนุษย์แต่ละคนมีโอกาสที่จะรับสารจากแหล่งหรือผู้ส่งสารต่าง ๆ จำนวนมาก แต่ประชาชนมีเวลาและความสามารถที่จำกัดในการรับสารจากแหล่งต่าง ๆ รวมทั้งมนุษย์มีความพอใจและไม่พอใจต่อแหล่งหรือผู้ส่งสารต่าง ๆ แตกต่างกันไป ดังนั้น มนุษย์จึงเลือกเปิดรับสารจากผู้ส่งสารที่ตนพอใจเท่านั้น โดยปกติแล้วมนุษย์จะเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลที่สอดคล้องกับความเห็นของตน ทั้งนี้เพราะโดยธรรมชาติแล้วคนเรามีความต้องการอย่างยั้งที่จะปกป้อง รักษาและส่งเสริมความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Self-Concept)

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) กระบวนการนี้เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วเชื่อว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความข่าวสารชิ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปจึงมีได้อยู่ที่ตัวอักษรรูปภาพหรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความตามความเข้าใจของตนหรือตามทัศนคติ ตามประสบการณ์เป็นต้นและการที่จะเลือกรับรู้และตีความสารนั้น เรามักจะบิดเบือนสารเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติหรือความเชื่อของเรา

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) กระบวนการนี้เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนไม่สนใจหรือไม่เห็นได้ง่ายกว่า ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารที่เราได้รับจึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อของเรามั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

การสื่อสารเป็นกลยุทธ์หรือกระบวนการหรือเครื่องมือที่จะนำไปสู่ความเข้าใจในการติดต่อและการทำงานร่วมกันของบุคคลในองค์กรเพื่อบรรลุเป้าหมาย แต่หากไม่เรียนรู้และเข้าใจความต้องการของตนเอง ไม่เข้าใจผู้อื่นแล้วไม่ว่าจะมีกระบวนการสื่อสารที่ดีและมีอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัยเพียงใดก็ไร้คุณค่า นอกจากนี้การสื่อสารจำเป็นจะต้องเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล เมื่อบุคคลมีความแตกต่างกันการสื่อสารที่ดีจะต้องใช้ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีควบคู่กันไปด้วยจึงจะทำให้การสื่อสารนั้นประสบผลสำเร็จ

เนื่องจากการสื่อสารที่ผิดพลาดจะส่งผลกระทบต่อการทำงานบรรลุประสิทธิผลขององค์กรเสมอ การสร้างระบบการสื่อสารภายในองค์กรที่ดีจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก หน้าที่สำคัญประการหนึ่งของผู้บริหารทุกองค์กร คือ การจัดระบบการสื่อสารตลอดจนการไหลของข้อมูลข่าวสารในองค์กรและลดความผิดพลาดหรืออุปสรรคในการสื่อสาร ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีสรุปได้ดังนี้ (Szilagyi & Wakkace. 1990. อ้างอิงมาจาก วันชัย มีชาติ, 2548 : หน้า 80)

1. การติดตามผลและให้ข้อมูลย้อนกลับ (follow-up and feed back) เป็นวิธีการที่ใช้ในการตรวจสอบข้อมูลที่ส่งไปว่าผู้รับเข้าใจตรงกับผู้ส่งเพียงไร วิธีการนี้จะทำให้กระบวนการสื่อสารเป็นแบบ two-way ซึ่งอาจเกิดขึ้นในการพบปะกันหรือหากเป็นการใช้เอกสารติดตามผลและข้อมูล

ย้อนกลับอาจตรวจสอบได้จากการโต้ตอบ การแสดงออกของผู้รับสารจะทำให้เราทราบว่า การสื่อสาร มีความถูกต้องเพียงไร

2. การใช้การสื่อสารหลายวิธี (parallel channels and repetition) การใช้วิธีการสื่อสารและช่องทางการสื่อสารหลายวิธีทำให้การติดต่อสื่อสารมีความถูกต้องยิ่งขึ้น เช่น มีการส่งการด้วยเอกสารเป็นลายลักษณ์อักษรแล้ว และยังมีการประชุมและสั่งการด้วยวาจาและใช้โอกาสพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการด้วย ก็จะทำให้การสื่อสารถูกต้องมากยิ่งขึ้น

3. ระยะเวลา (timing) ปัญหาด้านระยะเวลาเป็นสาเหตุหนึ่งของการสื่อสารที่เบี่ยงเบนไปทั้งในแง่ของความคิดด้านเวลาและความไม่เหมาะสม ในการสื่อสารเวลาหนึ่งๆ องค์กรและกลุ่มอาจกำหนด มาตรฐานด้านเวลาเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าวได้เช่น ระบุไว้ล่วงหน้าว่าจะทำงานหนึ่งให้เสร็จเมื่อใดเพื่อเป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งเวลาและติดต่อระหว่างกันในการรายงานและสั่งการในองค์กร นอกจากนี้ยังต้องแยกระหว่างงานประจำกับงานจรซึ่งจะช่วยลดแรงกดดันด้านเวลาอันจะทำให้การสื่อสารมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

4. ให้ความสนใจกับภาษา (attention to language) ในการสื่อสารนั้น การเลือกใช้ศัพท์ระดับของคำและความหมายของคำ เป็นวิธีการหนึ่งที่จะลดความผิดพลาดในการสื่อสารได้ การเลือกใช้คำและระดับของภาษานี้จะเกี่ยวข้องกับการทำความเข้าใจกับผู้ที่เราจะสื่อสารด้วยว่าควรจะใช้ภาษาในระดับใด

5. ศูนย์กลางข้อมูล (information communication and information centers) การสื่อสารโดยวิธีการนี้จะเป็นการสื่อสารที่รวดเร็วและยืดหยุ่นและมีความถูกต้องของข้อมูลมาก ซึ่งองค์กรอาจใช้ศูนย์กลางข้อมูลเป็นแหล่งกระจายข่าวโดยไม่ผ่านช่องทางที่เป็นทางการขององค์กรก็อาจจะทำให้การสื่อสารมีความถูกต้องและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

6. การให้รู้เท่าที่จำเป็น (the exception principle and the need to know) เป็นการวางระบบในการสื่อสารในองค์กรให้มีการสื่อสารในกรณีพิเศษและให้มีการรับข้อมูลเฉพาะที่จำเป็น โดยการเสนอข้อมูลไปยังฝ่ายบริหารเฉพาะที่ฝ่ายบริหารต้องการ ในขณะที่เดียวกันฝ่ายบริหารก็ให้ข้อมูลหรือสื่อสารกับพนักงานเฉพาะสิ่งที่พนักงานจำเป็นต้องรู้เท่านั้น ซึ่งจะทำให้การสื่อสารไม่มีข้อมูลมากเกินไป วิธีการนี้จะเหมาะกับองค์กรที่มีสายการบังคับบัญชาสูง

7. การใช้ธรรมเนียมปฏิบัติในการสื่อสาร (communication etiquette) เป็นความพยายามที่จะวางระบบในการสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารเช่น โทรสาร ให้ใช้สื่อสารเฉพาะในเรื่องที่จำเป็นและเร่งด่วน ซึ่งการใช้เครื่องมือโดยไม่จำเป็นอาจจะทำให้การสื่อสารผิดพลาดหรือมีมากเกินไปจนความจำเป็น การสร้างธรรมเนียมปฏิบัติที่เหมาะสมจึงเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสารได้

8. การฟังอย่างตั้งใจ (listen actively) เป็นการลดความผิดพลาดจากการสื่อสาร การตั้งใจฟังจะทำให้ข้อมูลที่ผู้ส่งสารต้องการจะส่งถึงผู้รับสารครบถ้วน ในขณะเดียวกันการฟังอย่างตั้งใจนั้นผู้รับสารสามารถคิดต่อและไตร่ตรองสิ่งที่ได้ฟังและอาจมีการสอบถามหรือทำความเข้าใจข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น นอกจากนี้การฟังอย่างตั้งใจจะทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีระหว่างผู้ที่สื่อสารและเกิดการยอมรับกัน ซึ่งจะเป็นการพัฒนาาระบบความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคลากรภายในองค์กรตามมาด้วย

ผู้ศึกษาได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารของประชาชนชาวบ้านในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตรของจังหวัดจันทบุรี ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า ประชาชนเกษตรส่วนใหญ่ น่าจะมีการใช้กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้ส่งสาร กลยุทธ์เกี่ยวกับการกำหนดเนื้อหาสาร และกลยุทธ์การนำเสนอสารเนื่องจากประชาชนเกษตรเป็นสื่อบุคคลที่นำภูมิปัญญาและความรู้ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในตัวเองมาถ่ายทอดให้กับกลุ่มชาวบ้าน กลุ่มเกษตรกรหรือกลุ่มผู้รับสารต่าง ๆ โดยอาจมีการนำมาปรับใช้ให้เข้ากับสถานการณ์จริงจากการสื่อสารในเวลาขณะนั้น ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำแนวคิดและทฤษฎีที่ได้กล่าวมาข้างต้นมาใช้เป็นกรอบในการวิจัยและเป็นแนวทางในการวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรของประชาชนชาวบ้านจังหวัดจันทบุรี

## 7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรทิพย์ ชนะคำ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารภูมิปัญญาท้องถิ่นของประชาชนชาวบ้านจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อศึกษาคุณลักษณะ และบทบาทของประชาชนชาวบ้านจังหวัดบุรีรัมย์ อีกทั้งยังศึกษากลยุทธ์การสื่อสารในการเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นของประชาชนชาวบ้านจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีการนำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้นำการพัฒนาชุมชน และทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคลมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย ผลการวิจัยพบว่าประชาชนชาวบ้านจังหวัดบุรีรัมย์มีคุณลักษณะของความเป็นผู้นำโดยธรรมชาติอย่างเด่นชัด ซึ่งความเป็นผู้นำโดยธรรมชาตินี้มาจากคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของประชาชนชาวบ้านที่ทำให้ได้รับความเคารพนับถือจากชาวบ้าน คุณลักษณะเด่นๆ เหล่านี้ได้แก่ ความสามารถทางการเกษตร รวมทั้งความสามารถทางด้านอื่นๆ อาทิ การบริหารหมู่บ้าน ความสามารถทางการสื่อสาร เป็นต้น นอกจากนี้ประชาชนชาวบ้านยังยอมรับความรู้และวิทยาการใหม่ๆ แสวงหาความรู้อยู่เสมอ ไม่ยึดติดกับความคิดเก่าๆ และนำความรู้เหล่านั้นมาพัฒนาตนเอง ครอบครัว และหมู่บ้านด้วยหัวใจที่มุ่งมั่นในการพัฒนา ส่วนบทบาทของประชาชนชาวบ้านจังหวัดบุรีรัมย์นั้นพบว่าประชาชนชาวบ้านจังหวัดบุรีรัมย์มีบทบาทด้านต่าง ๆ มากมาย อาทิ เป็นผู้ริเริ่มเกษตรกรรมทางเลือกใหม่ในหมู่บ้าน และแนะแนวทางเกษตรกรรมทางเลือกให้แก่ชาวบ้าน รวมทั้งเป็นผู้กระจายข่าวสารจากเจ้าหน้าที่พัฒนาไปยังชาวบ้าน บทบาทเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงบทบาทการเป็นผู้นำในการพัฒนาทางประชาชนชาวบ้านจังหวัดบุรีรัมย์อย่างชัดเจน ทางด้านกลยุทธ์การสื่อสารเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นของประชาชนชาวบ้านจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า กลยุทธ์หลักๆ ที่ประชาชนชาวบ้านนำมาใช้ และเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้น ได้แก่ การสร้างบรรยากาศความเป็นกันเองด้วยการสื่อสารระหว่างบุคคล การใช้ภาษาท้องถิ่น นอกจากนี้ยังใช้การสาธิต และการเปิดพื้นที่เกษตรกรรมของตนเองให้ชาวบ้าน และบุคคลภายนอกเข้ามาดูงาน เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับชาวบ้านมากยิ่งขึ้น ทางด้านเนื้อหาที่ประชาชนชาวบ้านใช้นั้นจะเป็นเนื้อหาที่มาจากประสบการณ์ของประชาชนชาวบ้านในการทำเกษตรกรรม มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และชี้ให้ชาวบ้านเห็นปัญหาของตนเอง รวมทั้งแนวทางการแก้ไขปัญหาเหล่านั้นด้วย

สรวิทย์ พลอยตระกูลชล (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่องประสิทธิภาพของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธนาคารออมสิน ชุมชนบ้านสามขา อ.แม่ทะ จ.ลำปาง เพื่อศึกษารูปแบบปฏิสัมพันธ์ และกลยุทธ์การสื่อสารในการดำเนินงานธนาคารออมสิน เพื่อให้ทราบถึง

ประสิทธิภาพของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธนาคารสมองของเด็กและเยาวชนในชุมชนบ้านสามขา อ.แม่ทะ จ.ลำปาง โดยมีการนำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา ซึ่งผลจากการศึกษาด้านกลยุทธ์การสื่อสารที่ธนาคารสมองใช้สามารถสรุปดังนี้ 1. การสื่อสารภายในขณะทำงานธนาคารสมอง มีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้ 1.1 กลยุทธ์การรวมกลุ่ม มีลักษณะการสื่อสารที่มุ่งสร้างกิจกรรมให้เด็กในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและมีการวางแผนการสื่อสารที่ดีของผู้นำกลุ่ม กลยุทธ์ในการแบ่งหน้าที่ ได้แบ่งหน้าที่ในตำแหน่งสำคัญ ๆ โดยยึดหลักความอาวุโส และจัดแบ่งกลุ่มย่อยตามลักษณะเครือข่ายของการสื่อสาร โดยจะพิจารณาตามความสนิทสนมและตามที่ตั้งของบ้าน กลยุทธ์ในการประชุม ได้ใช้ลักษณะการสื่อสารของผู้นำที่มีความเป็นประชาธิปไตย โดยการเปิดโอกาสให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมและรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกทุกคนอย่างทั่วถึง กลยุทธ์ในการกระตุ้นการทำงาน มีลักษณะการเผยแพร่ข่าวสารผ่านการจัด กิจกรรมย่อยๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน และกระตุ้นจิตสำนึกให้เด็กๆ เกิดความรู้สึภาคภูมิใจในสิ่งที่ได้ทำลงไป การสื่อสารระหว่างธนาคารสมองกับชุมชน มีลักษณะการสื่อสารคือกลยุทธ์ในการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน เกิดจากการปลูกฝังของชุมชนในการให้เด็กเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรม ซึ่งทำให้เกิดความรักและความเอื้ออาทรต่อกันระหว่างผู้ใหญ่และเด็กในชุมชน 2.2 กลยุทธ์ในการพิจารณาเงินกู้ มีการใช้กระบวนการเจรจาต่อรองโดยพยายามหาเหตุผลและหาทางออกร่วมกัน อันเป็นการทำให้คู่เจรจามีความรู้สึกร่วมใจและสามารถลดปัญหาความขัดแย้งระหว่างกันของคนในชุมชนได้ 2.3 กลยุทธ์ในการติดตามหนี้ มีการเรียนรู้กระบวนการการทำงานและแก้ไขปัญหาในแต่ละขั้นตอน ด้วยความรับผิดชอบและความผูกพันที่มีต่อกันในชุมชน

ภทริยา สุมะโน (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารของผู้ว่าราชการจังหวัดแบบบูรณาการของไทย จำนวน 3 จังหวัด ผู้วิจัยได้มีการนำแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารมาใช้ในการวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ว่าราชการจังหวัดแบบบูรณาการของไทยใช้กลยุทธ์การสื่อสาร 12 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ กลยุทธ์การสื่อสารองค์การ กลยุทธ์การสื่อสารวิสัยทัศน์ กลยุทธ์การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนา กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์การสื่อสารสารสนเทศ กลยุทธ์การสื่อสารสองทาง กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤต กลยุทธ์การสื่อสารโน้มน้าวใจ กลยุทธ์การสื่อสารรณรงค์ กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด และกลยุทธ์การสื่อสารประสิทธิภาพ

สมศักดิ์ ไกรเดช (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในชนบทอีสาน : ผ้าทอมือ บ้านลาดสมติ หมู่ที่ 3 ตำบลกุศกร อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานีเพื่อศึกษารูปแบบวิธีการและเทคนิคในการถ่ายทอดภูมิปัญญาผ้าทอมือโดยใช้แบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกการสังเกต แบบบันทึกการสนทนากลุ่มย่อย เป็นเครื่องมือ และวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีการนำแนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและการถ่ายทอดภูมิปัญญามาประกอบการศึกษา ผลการศึกษาพบว่าวิธีการและเทคนิคในการถ่ายทอดภูมิปัญญาผ้าทอมือบ้านลาดสมติ มีการสอนในรูปแบบสังคมประกิต (Socialization) มีวิธีการถ่ายทอด 2 วิธีคือ วิธีแรกใช้วิธีการสาธิตและวิธีที่สองใช้วิธีการปฏิบัติจริง อีกทั้งมีการประกวดการทอผ้าด้วยมือเพื่อการพัฒนาผลงาน ครูภูมิปัญญาบางคนได้รับเชิญให้สอนในโรงเรียนระดับหมู่บ้าน ระดับอำเภอและระดับจังหวัดโดยใช้เทคนิคการถ่ายทอดภูมิปัญญาผ้าทอมือแบบพื้นบ้าน



พงศ์ศักดิ์ น้อยผา (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่องกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดน่าน และผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นฝ่ายการเมือง โดยมีการนำทฤษฎีการพัฒนาและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อพัฒนา มาใช้ในการทำวิจัย ผลการวิจัยพบว่า ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในฐานะผู้ส่งสารเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ทางการสื่อสาร มีการสื่อสารทางตรงและการสื่อสารแบบสองจังหวะ การสื่อสารกับประชาชนมีลักษณะของการให้ข้อเสนอแนะ คำปรึกษาหารือ ส่วนกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีลักษณะของการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศนคติการสื่อสารที่ทำให้ทันสมัยไปเป็นกระบวนการทัศนคติใหม่และมีการผสมผสานระหว่างกระบวนการทัศนคติเดิมและกระบวนการทัศนคติใหม่

อดิพล เอื้อจรัสพันธ์(2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง เครือข่ายและกลยุทธ์การสื่อสารของสถาบันพัฒนาการเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ จังหวัดสุพรรณบุรี มูลนิธิกิจกรรมธรรมชาติ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตการณ์ที่ผู้วิจัยมีส่วนร่วมในฐานะผู้สังเกตการณ์และการศึกษาจากเอกสาร มีการนำแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารมาใช้ในการวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารที่สถาบันพัฒนาการเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ให้แบ่งออกได้เป็น 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้ส่งสาร กลยุทธ์เกี่ยวกับสาร กลยุทธ์เกี่ยวกับการใช้สื่อ ซึ่งกลยุทธ์เกี่ยวกับผู้ส่งสารเป็นกลยุทธ์ที่เกิดจากวิทยากรของสถาบันฯ ที่นำมาใช้ในการสื่อสารโดยต้องผ่านการอบรมหลักสูตรการเป็นวิทยากรจากมูลนิธิกิจกรรมธรรมชาติก่อน แล้วจึงนำมาปรับประยุกต์ร่วมกับประสบการณ์ตรงของวิทยากรเองเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ โดยมีรูปแบบการใช้ได้แก่ การเป็นที่ปรึกษา การใช้วิทยากรที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องและมีประสบการณ์ การสื่อสารสองทางและประเมินทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษา

สุภาพร ชุมวรฐายี (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำ การสื่อสารระหว่างบุคคล วัฒนธรรมองค์การและผลการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาระดับต้น บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำ การสื่อสารระหว่างบุคคล วัฒนธรรม องค์การและผลการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาระดับต้น และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำการสื่อสารระหว่างบุคคล และวัฒนธรรมองค์การกับผลการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาระดับต้น ซึ่งผู้วิจัยได้มีการนำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล มาใช้ประกอบการศึกษา ผลการวิจัยพบว่าผู้บังคับบัญชาระดับต้นมีระดับภาวะผู้นำ การสื่อสารระหว่างบุคคล วัฒนธรรมองค์การและผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูง ภาวะผู้นำ การสื่อสารระหว่างบุคคลและวัฒนธรรมองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 นอกจากนี้ภาวะผู้นำและการสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถร่วมกันพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชาระดับต้นนี้ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ธนบดีนทร์ วงษ์เมืองแก่น (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การส่งเสริมปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบมีส่วนร่วมของศูนย์เครือข่ายราษฎ์ชาวบ้านชุมชนแม่ระวาน อำเภอสามเงา จังหวัดตากโดยได้ศึกษากระบวนการพัฒนายุทธศาสตร์ของศูนย์ฯในการส่งเสริมปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ใช้วิธีประยุกต์ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มเกษตรกรที่เคยผ่านการอบรมจากศูนย์ กลุ่มผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ รวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ การสังเกต

แบบมีส่วนร่วม การสนทนากลุ่มย่อย การจัดกิจกรรมถอดบทเรียนและการศึกษาจากเอกสารมีการนำแนวคิดการเรียนรู้และการถ่ายทอดความรู้ ผลการวิจัยพบว่า วิธีการส่งเสริมปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านชุมชนแม่ระวาน มีวิธีการต่าง ๆ ที่ใช้ ได้แก่ การบรรยาย การสาธิต การฝึกปฏิบัติ การอภิปรายกลุ่ม การศึกษาดูงานในชุมชนและกิจกรรมนันทนาการผลที่เกิดขึ้นกับเกษตรกรที่ผ่านการอบรมจากศูนย์ฯพบว่าเมื่อเกษตรกรนำความรู้ปฏิบัติทำให้ รายจ่ายลดลง รายได้เพิ่มขึ้นมีเงินออมมากขึ้นและลดการเกิดหนี้ใหม่เกินร้อยละ 50

มยุรี แสงนาค (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปราชญ์ชาวบ้านกับการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนา โดยการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึกเกี่ยวกับอัตชีวประวัติ (Life History) ในหัวข้อต่างๆ ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนตัว สภาวะทางสังคม การดำเนินชีวิตและบทบาทในชุมชน จากปราชญ์ชาวบ้าน และมีการนำแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชาวบ้านมาประกอบการศึกษาผลการวิจัยพบว่า ปราชญ์ชาวบ้านทุกคนมีคุณลักษณะ เป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับนับถือของคนในชุมชนในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านใดด้านหนึ่ง และเป็นบุคคลที่รู้จักตนเองวิเคราะห์ตนเอง ชุมชน และทรัพยากรที่มีอยู่ภายในชุมชน เพื่อนำมาแก้ไขปัญหา โดยการใช้องค์ความรู้ทำงาน เน้นการสร้างกระบวนการเรียนรู้พัฒนาคนในชุมชนให้เกิดความรู้สร้างกระบวนการมีส่วนร่วม สนับสนุนให้ชาวบ้านรู้จักช่วยเหลือตนเองพึ่งพาตนเอง โดยไม่ยึดติดกับตัวเงินในการแก้ไขปัญหาของชุมชนแต่เน้นการนำความรู้สติปัญญา และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการช่วยเหลือชุมชน ด้านบทบาทในชุมชน ปราชญ์ชาวบ้านใช้ชีวิตที่สามารถเป็นแบบอย่างให้แก่คนในชุมชนได้เป็นอย่างดี

รุจิรา จิตต์ตั้งตรง (2558) ได้ทำการศึกษา กลยุทธ์สื่อบุคคลเพื่อสร้างเครือข่ายการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนา “เกษตรอินทรีย์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะ และบทบาทของปราชญ์ชาวบ้าน บ้านชำปลาไหล ตำบลสองพี่น้อง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อศึกษากลยุทธ์ของปราชญ์ชาวบ้านในการสร้างเครือข่ายเกษตรอินทรีย์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของเกษตรกรที่เข้าร่วมกลุ่มเกษตรอินทรีย์ และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของเกษตรกรที่มีต่อปราชญ์ชาวบ้านและเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ มีการนำแนวคิดการสื่อสารระหว่างบุคคลและผู้นำ รวมไปถึงแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสาร มาใช้ประกอบการวิจัย ผลการวิจัยพบว่าปราชญ์ชาวบ้าน มีคุณลักษณะและบทบาทของความเป็นผู้นำทางธรรมชาติอย่างเด่นชัด ในด้านการบริหารหมู่บ้านผนวกกับการมีความสามารถทางด้านการเกษตรและเป็นผู้นำผลักดันการเปลี่ยนแปลงการเกษตร จากเกษตรเกษตรเคมีมาสู่การทำเกษตรอินทรีย์ในหมู่บ้านและขยายผลเกิดเป็นเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ที่ประสบความสำเร็จ โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อพัฒนาแบบมีส่วนร่วมต่าง ๆ มากมายเพื่อให้เกษตรกรเข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่ายเกษตรอินทรีย์บ้านชำปลาไหลแบ่งได้เป็น (1) กลยุทธ์การสร้างสาร (2) กลยุทธ์การใช้สื่อ (3) กลยุทธ์นำเสนอสาร ส่วนการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในเครือข่ายเกษตรอินทรีย์นั้นพบว่าเกษตรกรในกลุ่มประชาชนยังคงมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร เป็นส่วนใหญ่ เกษตรกรกลุ่มผู้นำความคิดเห็นจะอยู่ในฐานะผู้ส่งสาร/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมแสดง และเป็นผู้วางแผนและกำหนดนโยบายความคิดเห็นของเกษตรกรที่มีต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ เกษตรกรเห็นด้วยกับเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ที่เกิดขึ้นในหมู่บ้าน ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการเข้าร่วมเครือข่ายเกษตรอินทรีย์เป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรและชุมชน