

การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชน
ภาพรวมจากงานวิจัย
(2544-2547)

โดย
ดร.กาญจนา แก้วเทพ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
(สกว.)
2548

ตีพิมพ์ใน

กาญจนา แก้วเทพและคณะ (2549)

แต่การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ: ภาพรวมจากงานวิจัย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

“การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชน”

ภาพรวมจากงานวิจัย

(2544-2547)

สารบัญ

1. บทนำ : ประเด็นใหม่ด้านการสื่อสาร
2. ภาพรวมของงานวิจัยในโครงการฯ
3. การสำรวจบริบทของชุมชนและการสื่อสาร
4. การวิเคราะห์กิจกรรม
5. การวิเคราะห์ระดับของการสื่อสาร (พื้นที่)
 - 5.1 การสื่อสารภายในกลุ่ม / ชุมชน
 - 5.2 การสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ระหว่างชุมชน
 - 5.3 การสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ชุมชนกับภายนอก
6. การวิเคราะห์ช่วงเวลาของการสื่อสาร
7. การศึกษาบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร
8. การวิเคราะห์คุณลักษณะของการสื่อสาร
9. การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารบริหารจัดการ

การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชน
ภาพรวมจากงานวิจัย
 (2544-2547)

กาญจนา แก้วเทพ

1. บทนำ : ประเด็นใหม่ด้านการสื่อสาร

สำหรับศาสตร์ด้านการสื่อสารที่มีมาในอดีตมักจะมีบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารโดยยึดเอาจากการระบุน้ำที่ของ “สื่อมวลชน” จากนักทฤษฎียุคแรก ๆ ด้านนิเทศศาสตร์เป็นหลัก เช่น เราคงคุ้นเคยกับหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสาร ให้ความรู้ สืบพหุคดีทางวัฒนธรรม และให้ความบันเทิง

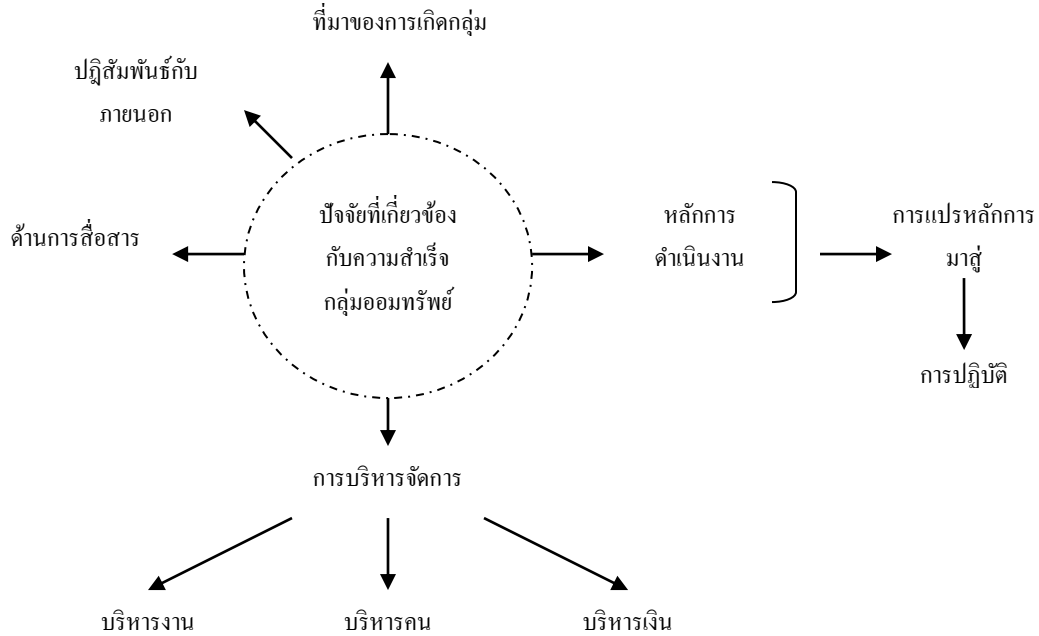
แต่ทว่านับตั้งแต่ทศวรรษ 1970 เป็นต้นมา ได้เริ่มมีศาสตร์แบบใหม่ ๆ ก่อตัวขึ้น คือ **ศาสตร์แห่งการบริหารจัดการ** (Science of Management) ซึ่งในระยะแรกอาจจะมุ่งเน้นอยู่ที่ระดับการบริหารจัดการภายในองค์กรและเน้นองค์กรด้านธุรกิจ แต่ทว่าในลำดับต่อมา ขอบเขตของการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการก็ได้ขยายตัวออกไปสู่ระดับอื่น ๆ และไปยังกลุ่ม / หน่วยงาน / องค์กรที่มีเป้าหมายอย่างอื่น ๆ เช่น องค์กรที่ไม่หวังผลกำไร (non-profit organization)

ในส่วนด้านของการสื่อสารเอง ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศน์และแบบจำลอง โดยเฉพาะในเรื่องของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ไม่อาจจำกัดขอบเขตอยู่ที่สื่อมวลชนได้เท่านั้น หากแต่ได้ขยายแวงออกไปครอบคลุมสื่อทุกประเภท อันเป็นกระแสในทิศทางเดียวกับเรื่องการบริหารจัดการภายในองค์กรที่จำเป็นต้องใช้การสื่อสารทุกรูปแบบ / ทุกประเภท นับตั้งแต่การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารภายในกลุ่มย่อย เป็นต้น

จากพัฒนาการของกระแสความรู้ทั้ง 2 กระแส ที่ได้ไหลมาบรรจบกันและทำให้เกิดการแตกตัวของสายวิชาสาขาใหม่ คือ **“การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ”** (Communication management) ซึ่งเป็นการนำเอาศาสตร์ด้านการสื่อสารทั้งหมดเข้าไปผสมผสานกับเนื้อหาของด้านการบริหารจัดการ เริ่มตั้งแต่การตอบคำถามว่า เป็นการบริหารจัดการอะไร (เช่น บริหารงาน บริหารเงิน บริหารสิ่งของ) ที่เป็นไปเพื่อเป้าหมายอะไร (หวังผลกำไร สร้างสำนึกร่วม จัดการความขัดแย้ง ผลักดันให้เกิดกิจกรรม ฯลฯ) มีใครเข้ามาเกี่ยวข้องบ้าง มีกระบวนการ / ขั้นตอนในการดำเนินงานอย่างไร และเกิดผลอะไรขึ้นมา เป็นต้น

ดังตัวอย่างเช่น งานวิจัยในชุดโครงการ “การสื่อสารเพื่อชุมชน” (จากนี้ไปจะเรียกว่า “โครงการฯ”) เรื่อง “กระบวนการทัศน์ใหม่ในการสื่อสารเพื่อพัฒนาชุมชนออมทรัพย์ จ. สุรินทร์ โดย

ศุภางค์และคณะ (2547) ที่ได้ศึกษาการดำเนินงานของกลุ่มออมทรัพย์จำนวน 14 กลุ่ม ใน จ.สุรินทร์ และพบว่า มีปัจจัย 6 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จและความล้มเหลวของกลุ่มออมทรัพย์ ดังนี้



ภาพที่ 1 : ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของกลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์

จากภาพที่แสดงมาข้างบนนี้ จะเห็นได้ว่า “ปัจจัยด้านการสื่อสาร” เป็นหนึ่งในปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จและความล้มเหลวของกลุ่มกิจกรรมเช่นกลุ่มออมทรัพย์

สำหรับงานวิจัยในชุดโครงการฯ นี้ มีอยู่ 4 ชุด ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการสื่อสารเพื่อการจัดการ โดยมีมิติเรื่องการสื่อสารเพื่อการจัดการนั้น จะมีอยู่ 2 มิติใหญ่ ๆ คือ

(1) การใช้การสื่อสารไปจัดการกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กลุ่มออมทรัพย์ ธุรกิจชุมชน ประชาคม การต่อสู้เพื่อปกป้องสิทธิของชุมชน ฯลฯ

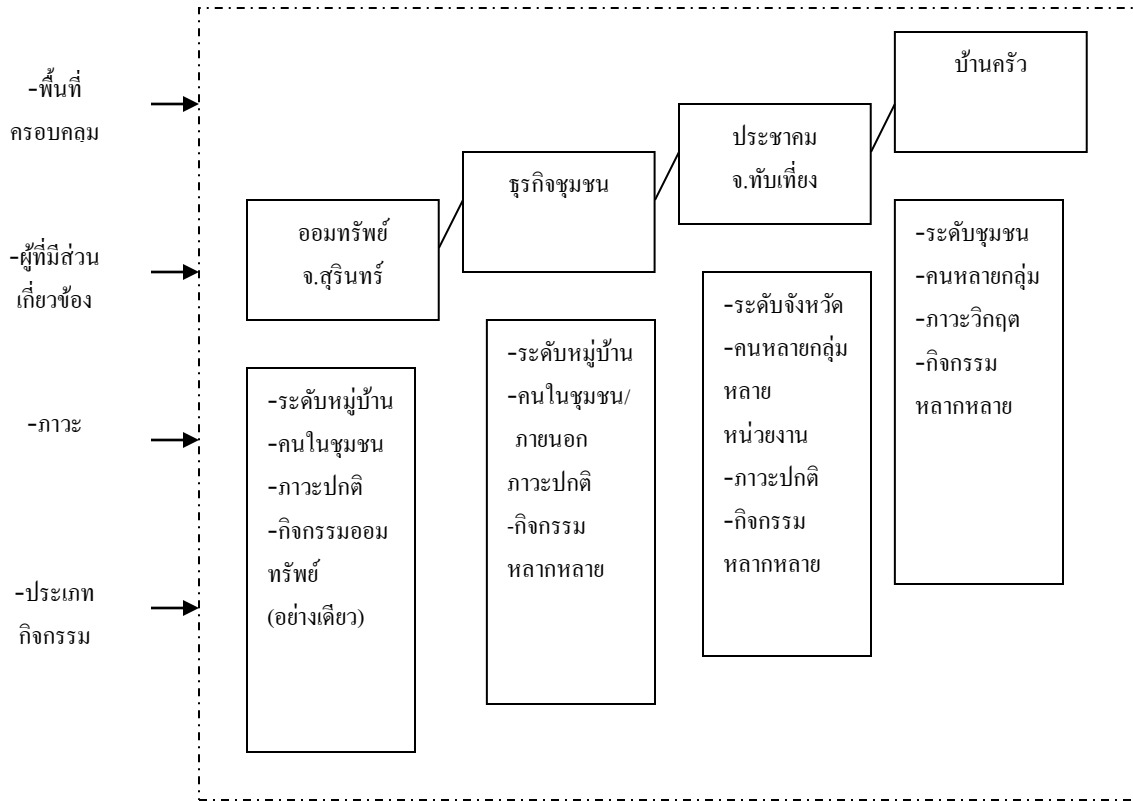
(2) การจัดการตัวการสื่อสารเอง เช่น การจัดการข่าวสารข้อมูล

2. ภาพรวมของงานวิจัยในโครงการฯ

งานวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการของชุมชนในชุดโครงการ “การสื่อสารเพื่อการพัฒนา” นี้ มีอยู่ 4 ชั้น ทั้งที่เป็นการสื่อสารเพื่อการจัดการภายในและภายนอก ทั้งที่เป็นมิติการนำเอาการสื่อสารไปจัดการกิจกรรมอื่น ๆ และการจัดการตัวการสื่อสารเอง ดังนี้

1. โครงการวิจัยเรื่อง “กระบวนการทัศนียภาพใหม่ในการสื่อสารเพื่อพัฒนากลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์” (2547) (จากนี้จะเรียกว่า “งานวิจัยกลุ่มออมทรัพย์”) โดย ศุภางค์ นันตา และคณะ
2. โครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแบบจำลองการจัดการกับข้อมูลข่าวสารเพื่อการเสริมสร้างธุรกิจชุมชน” (2547) (จากนี้จะเรียกว่า “งานวิจัยธุรกิจชุมชน”) โดยอัจฉริยา เนตรเขยและคณะ
3. โครงการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารในการพัฒนาประชาคมทับเที่ยง” (2547) (จากนี้จะเรียกว่า “งานวิจัยประชาคม”) โดยอรุณีวรรณ นาศรีและคณะ
4. โครงการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารกับการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนบ้านควัวในกรณีพิพาทโครงการก่อสร้างถนนรวมและกระจายการจราจร” (2547) (จากนี้จะเรียกว่า “งานวิจัยบ้านควัว”) โดย ไศจิตว์จน์ บุญประดิษฐ์ และคณะ

ในงานวิจัยทั้ง 4 ชั้นนี้ เมื่อเอามาวางเรียงเพื่อให้มีความหมายตามเกณฑ์ของเรื่องการสื่อสารเพื่อการจัดการ จะช่วยให้เห็นคุณลักษณะต่าง ๆ ของงานวิจัยแต่ละชั้นได้ดังนี้



ภาพที่ 2 : ภาพรวมของงานวิจัยชุดการสื่อสารเพื่อการจัดการ

จากคุณลักษณะของกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณี อันจะมีผลถึงเรื่องรูปแบบของการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการดังนี้

(1) **พื้นที่ครอบคลุม** งานวิจัยของศุภางค์และคณะในเรื่องกลุ่มออมทรัพย์ได้เลือกหน่วยที่วิเคราะห์เป็นกลุ่มออมทรัพย์จำนวน 14 กลุ่ม ซึ่งเป็นกลุ่มทั้งที่อยู่ในเมืองและชนบท มีทั้งกลุ่มที่สำเร็จและล้มเหลว เพื่อวิเคราะห์ว่า อะไรบ้างที่เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จและการสื่อสารได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไร

เช่นเดียวกับงานวิจัยธุรกิจชุมชนของอัจฉริยาและคณะ ที่ทำการศึกษามุ่บ้านเพียงหมู่บ้านเดียว คือ บ้านโคกอีโถย (นามสมมุติ) ใน อ. เนินมะปราง จ. พิชณุโลก แต่ทว่า หน่วยที่วิเคราะห์จะเป็น **กลุ่มกิจกรรม**ที่หลากหลายในหมู่บ้านนั้น ในขณะที่พื้นที่ศึกษาของประชาชนทับเที่ยงนั้น จะครอบคลุมอยู่ในเขตเทศบาลเมือง จ. ตรัง ซึ่งนับว่าก็มีพื้นที่กว้างขวางมากขึ้น ส่วนชุมชนบ้านครัวนั้น เป็นพื้นที่ที่ชุมชนขนาดไม่กว้างขวางมากนัก หากทว่า อยู่ในใจกลางของกรุงเทพฯ

(2) **คนที่เข้ามาเกี่ยวข้อง** (Stakeholder) (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป) ในแต่ละกรณีจะมีกลุ่มคนที่มาเกี่ยวข้องที่แตกต่างกันไป ทั้งที่เป็นคนภายในกลุ่มและคนภายนอก เช่น ในกรณีของกลุ่มของกลุ่มออมทรัพย์ แม้แต่ภายในกลุ่มก็จะมีทั้งระดับแกนนำ / ผู้ที่เป็นคณะกรรมการ กับสมาชิกทั่วไป หรือการมีความสัมพันธ์กับคนภายนอกกลุ่มนั้น ก็จะมีทั้งความสัมพันธ์แบบพันธมิตร เช่น งานธุรกิจ ชุมชนบ้านโคกอีโด้ยจะมีหน่วยราชการต่าง ๆ เป็นพันธมิตรคอยให้ความช่วยเหลือ ในขณะที่ชุมชนบ้านคร้วจะมีความสัมพันธ์ที่ขัดแย้งกับการทางพิเศษแห่งประเทศไทยที่จะมาตัดถนนผ่าชุมชนออกเป็นเลี้ยว ๆ

กลุ่มบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยผลประโยชน์และเป้าหมายที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลต่อรูปแบบของการสื่อสารที่นำมาใช้จัดการ

(3) **ภาวะของการสื่อสาร** (ดูรายละเอียดต่อไป) ตามหลักการของการบริหารจัดการ จะมีเกณฑ์แบบหนึ่งที่ใช้ในการจัดแบ่งช่วงเวลา คือ *ช่วงเวลาปกติ* (normal period) เช่น งานศึกษากลุ่มออมทรัพย์นั้น เป็นการวิเคราะห์การสื่อสารที่ใช้อยู่ในเวลาปกติ กับ *ช่วงเวลาวิกฤติ* เช่น งานวิจัยชุมชนบ้านคร้ว ซึ่งศึกษาช่วงเวลาที่มีปัญหาเกี่ยวกับการทางฯ รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในช่วงเวลาปกติ กับช่วงเวลาวิกฤติจะมีความแตกต่างกัน รวมทั้งมีการเชื่อมโยงกันระหว่าง 2 ช่วงด้วย

(4) **ประเภทของกิจกรรม** คำถามแรก ๆ ของการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการก็คือ จะใช้การสื่อสารไปเพื่อบริหารกิจกรรมอะไรบ้าง ปริมาณกิจกรรมมีมากน้อยเพียงใด และคุณภาพ (เช่น ความยาก / ง่าย) ของกิจกรรมนั้น เป็นอย่างไร

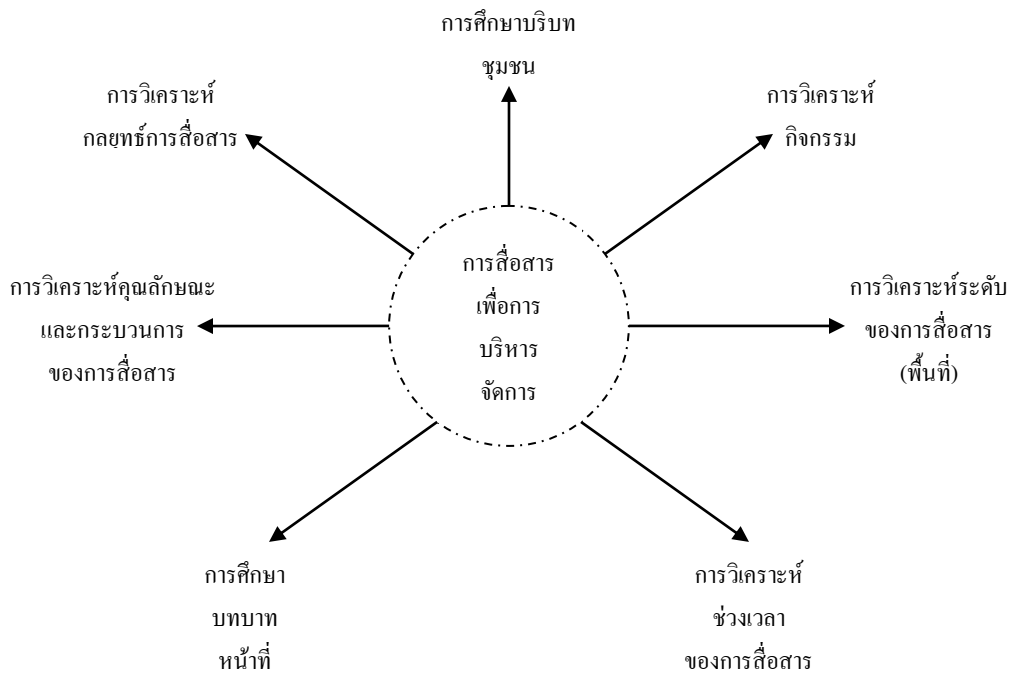
ในงานวิจัยกลุ่มออมทรัพย์นั้น แม้จะมีกิจกรรมของกลุ่มหลายกลุ่ม แต่ทว่า ก็จะมีลักษณะกิจกรรมแบบเดียวกัน คือ การออมทรัพย์ ซึ่งคณะวิจัยได้พยายามถอดบทเรียนออกมาเพื่อสร้างกิจกรรมสื่อสารเสริมเข้าไป ส่วนในงานวิจัยชุดธุรกิจชุมชนนั้น จะมีกลุ่มกิจกรรมอย่างหลากหลาย แม้ว่า ทุกกลุ่มจะทำ “ธุรกิจชุมชน” เหมือนกัน แต่ทว่า **ประเภทของกิจกรรม** ก็แตกต่างกัน ดังเช่นที่คณะวิจัยได้เลือกมาศึกษา 4 กลุ่ม คือ โรงสีข้าว กลุ่มทอผ้า กลุ่มทอเสื่อ และกลุ่มชนไก่ และคณะวิจัยได้พยายามพัฒนาแบบจำลองขึ้นมาจากกรณีที่ศึกษาอยู่เช่นเดียวกัน

ส่วนงานวิจัยประเด็นประชาคมทับเที่ยงนั้น มีกิจกรรมที่หลากหลายเพราะเป็นงานวิจัยประชาคม ซึ่งมีลักษณะเป็นเครือข่ายอันประกอบรวมกลุ่มกิจกรรมย่อย ๆ ที่เคยทำกิจกรรมอยู่แล้วให้เข้ามาร่วมกัน งานการสื่อสารเพื่อบริหารจัดการเครือข่ายนั้น จะต้องมีประสิทธิภาพสูง จึงจะสามารถธำรงรักษาเครือข่ายประชาคมเอาไว้ได้

ส่วนงานวิจัยชุมชนบ้านคร้วนั้น เนื่องจากคนในชุมชนมีความแตกต่างกันมากพอสมควร ทั้งด้านเชื้อชาติ ศาสนา ความผูกพันกับชุมชน ความเป็นญาติพี่น้อง อาชีพ ฯลฯ ดังนั้น กิจกรรมที่

ดำเนินการในชุมชนจึงแตกต่างกันหลากหลายออกไป และเมื่อชุมชนต้อง “รวมพลังอย่างเต็มที่” เพื่อมาปะทะต่อรองกับภายนอก การสื่อสารเพื่อบริหารจัดการจึงต้องมีประสิทธิภาพในระดับสูงสุด

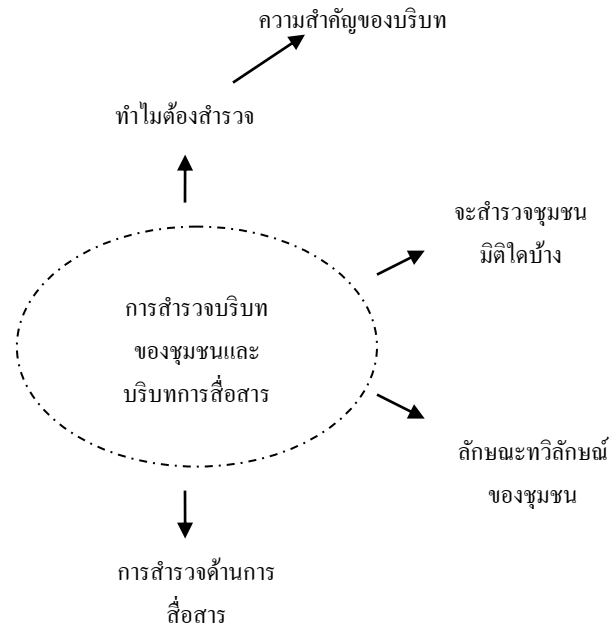
สำหรับการวิเคราะห์การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการกรณีศึกษาที่แตกต่างกันหลากหลายนี้ จะมีมิติของการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 : มิติของการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ

3. การสำรวจบริบทของชุมชนและการสื่อสาร

ประเด็นที่จะเกี่ยวข้องกับการสำรวจบริบทมีดังนี้



ภาพที่ 4 : การสำรวจบริบทของชุมชนและการสื่อสาร

(3.1) ความสำคัญของบริบท

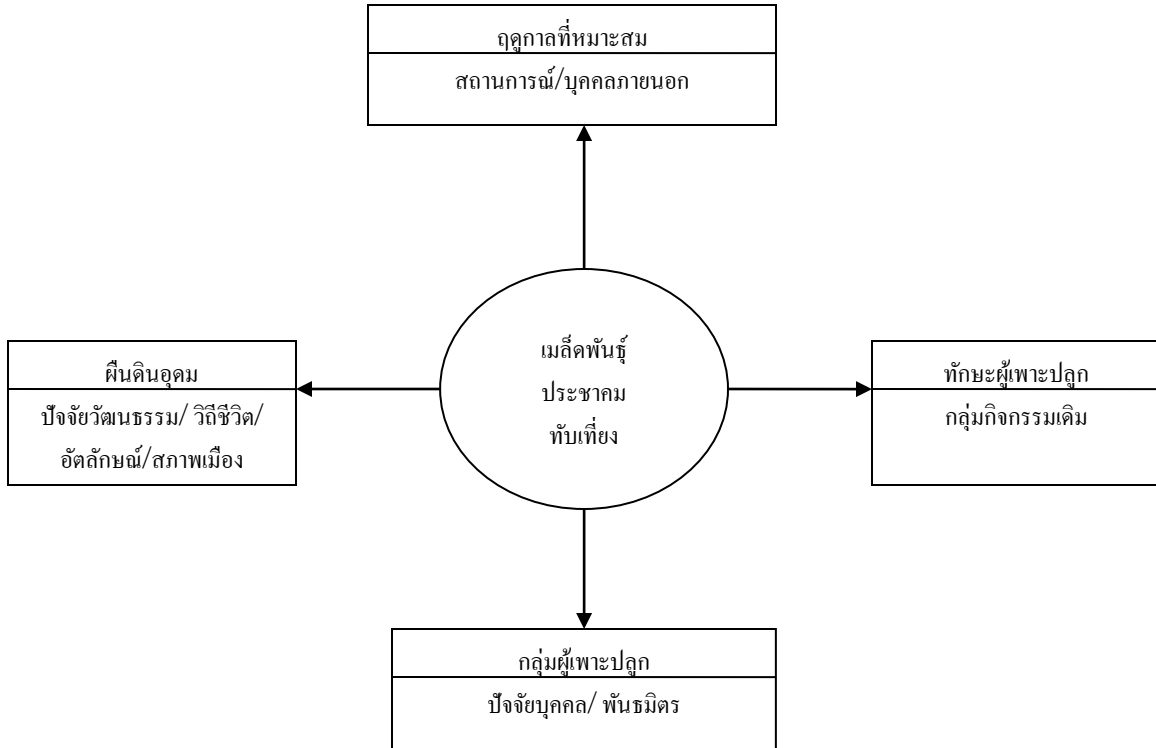
ในงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาชุมชน” และ “การสื่อสารเพื่อการพัฒนา” ที่ใช้กระบวนการทัศน์แบบใหม่ที่ว่า “ไม่มีสูตรสำเร็จในเรื่องการพัฒนาและการสื่อสาร” อันหมายความว่า กลยุทธ์ด้านการพัฒนาหรือการสื่อสารที่เคยใช้ได้ผล (หรือในทางตรงกันข้ามที่เคยล้มเหลว) ในที่หนึ่ง ๆ เมื่อนำมาใช้ในที่อื่น “บริบท” หนึ่ง อาจจะทำให้ผลที่แตกต่างกันไป นี่หมายความว่าถึง “ความสำคัญของการศึกษาบริบทของชุมชนและบริบทของการสื่อสาร”

ข้อความที่กล่าวมาข้างต้นมิได้เกินเลยไปจากความเป็นจริงเลย ดังหลักฐานงานวิจัยเรื่องธุรกิจชุมชนของอัจฉริยาและคณะ โดยที่คณะวิจัยนั้นมีภูมิหลังเป็นอาจารย์ที่สอนด้านเศรษฐศาสตร์ / ธุรกิจ ในมหาวิทยาลัยและมีประสบการณ์การทำงานพัฒนาอย่างโชกโชน โดยเฉพาะเรื่อง “ธุรกิจชุมชน” คณะวิจัยได้พยายามเข้าไปหนุนช่วยแก้ปัญหาเรื่องธุรกิจชุมชนของชาวบ้านซึ่งคณะวิจัยวิเคราะห์ว่า ปัญหาการขาดการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเป็นหัวใจหลักท่ามกลางปัญหาอย่างอื่น ๆ ดังนั้น

คณะวิจัยจึงได้จัดหลักสูตรการฝึกอบรม โดยเอาหลักวิชาที่เรียนมาถ่ายทอดให้แก่ชาวบ้าน แต่ทว่าเนื่องจากหลักสูตรการฝึกอบรมนั้น “ตัดเย็บ” โดยยังไม่ได้ “วัดตัว” ชุมชนเลย ดังนั้น จึงปรากฏผลว่าการนำเอาไปใช้ไม่ได้ผล ด้วยเหตุนี้ ในงานวิจัยครั้งนี้ คณะวิจัยจึงมุ่งหวังที่จะสร้างหลักสูตรเพื่อพัฒนาแบบจำลองการฝึกอบรมที่สร้างขึ้นมาจากสภาพความเป็นจริงของชุมชน

นอกจากผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในทางปฏิบัติ คือ การออกแบบกิจกรรมเสริมที่มาจากฐานข้อมูลการสำรวจชุมชนที่เรียกว่า “action based on research” แล้ว ในแง่วิชาการ การสำรวจชุมชนก็ยังคงจะช่วยให้ นักวิชาการสามารถระบุ “ตัวแปร” “ปัจจัยที่น่าจะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน” ตัวอย่างเช่น งานวิจัยออมทรัพย์ ซึ่งจะพบว่า วิถีชีวิตของกลุ่มคนที่อยู่ในเมืองและชนบทจะมีความแตกต่างกันมากในด้านเศรษฐกิจ เช่น แหล่งที่มาของรายได้ อันเนื่องมาจากลักษณะการประกอบอาชีพ เช่น คนในเมืองมักจะประกอบอาชีพที่มีรายได้ประจำเป็นเดือน ดังนั้น การออมทรัพย์เป็นรายเดือนจึงเป็นไปได้ แต่ทว่าในชนบทที่ทำการเกษตรจะมีการขยายผลผลิตเป็นรายปี โฉมหน้าของการทำกิจกรรมกลุ่มออมทรัพย์จึงน่าจะแตกต่างออกไป ดังนั้น การสำรวจบริบทชุมชนแล้วกำหนดตัวแปรเพื่อทดสอบว่า มีความสำคัญจริงหรือไม่ มีความเกี่ยวข้องหรือไม่ หากพบว่า เป็นตัวแปรแท้จริง ก็จะส่งผลคืนกลับไปยังภาคปฏิบัติการในการออกแบบกิจกรรมดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น

ในงานวิจัยประชาคมทับเที่ยง คณะวิจัยให้บทสรุปอย่างชัดเจนว่า บริบทของชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญตัวหนึ่งประคองผืนดินที่ให้คำอธิบายเรื่อง “การก่อกำเนิดของเมล็ดพันธุ์ประชาคมทับเที่ยง” ขึ้นมา ดังนี้

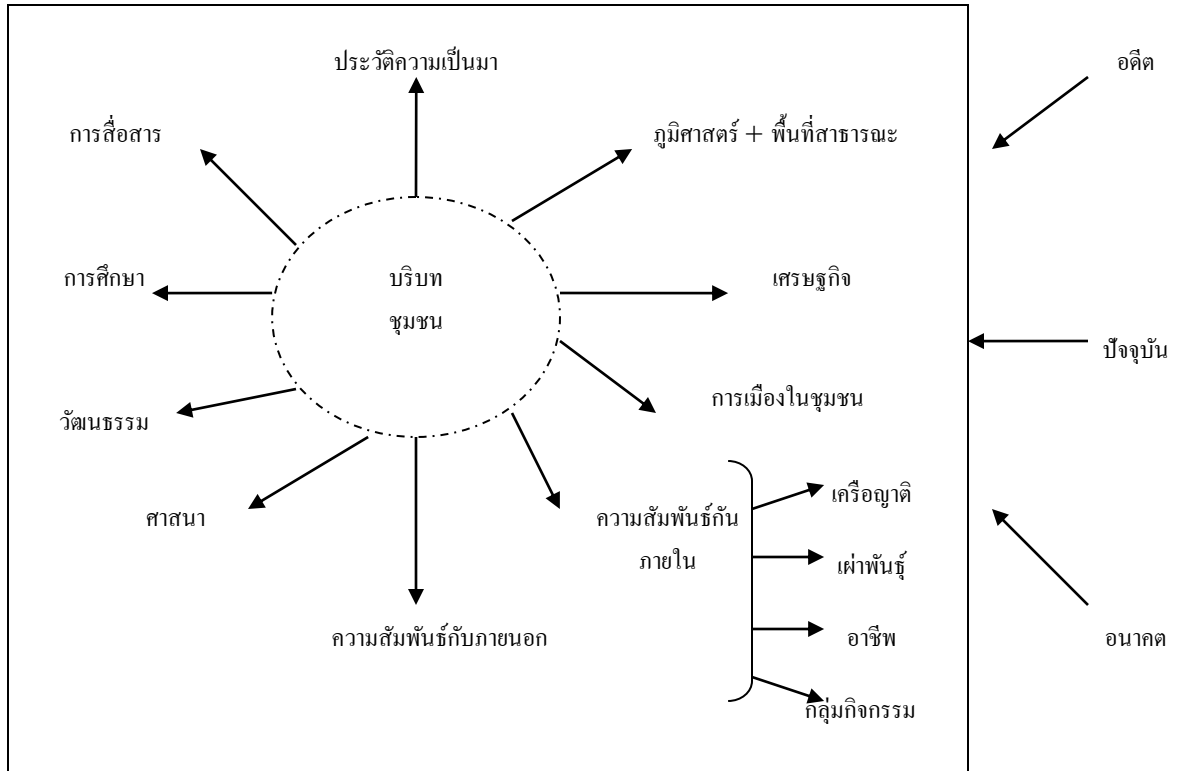


ภาพที่ 5 : บึงจ้วยที่ให้กำเนิดประชาคมทับเที่ยง

(3.2) จะทำสำรวจบริบทชุมชนด้านไหนบ้าง

หลังจากที่ทราบความสำคัญของการสำรวจบริบทชุมชนแล้ว ก็มีคำถามต่อไปว่า แล้วเราจะสำรวจมิติด้านใดของชุมชนบ้าง

ในงานวิจัยทั้ง 4 ชั้นนั้น มีการสำรวจบริบทของชุมชนเอาไว้ตามมิติต่าง ๆ ดังที่แสดงภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 6 : การสำรวจบริบทชุมชน

ในการสำรวจบริบทชุมชนที่แสดงมาในภาพนั้น ก็เป็นหลักการทั่ว ๆ ไป แต่ที่ว่า ในการลงมือปฏิบัติจริงในแต่ละมิติของบริบทชุมชนนั้น สำหรับชุมชนแต่ละประเภทหรือประเด็นที่เราจะศึกษาจะเป็นตัวกำหนดว่า ผู้วิจัยควรจะให้น้ำหนักกับประเด็นใดมากเป็นพิเศษ

ในกรณีของงานวิจัยบ้านครัวที่ภายในชุมชนมีผู้นับถืออิสลามเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็มีผู้อพยพชาวอิสานที่นับถือพุทธเข้าไปร่วมอยู่ด้วย ในแง่นี้ก็ต้องมีข้อมูลเรื่องความสัมพันธ์ภายในระหว่างศาสนา รวมทั้งต้องศึกษาเรื่องความสัมพันธ์กับภายนอกอย่างละเอียด เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญของการรวมพลังปกป้องสิทธิของชุมชน

และนอกเหนือจากมิติด้านต่าง ๆ ของชุมชนแล้ว ในการศึกษาบริบทของชุมชนนั้น ควรจะต้องพิจารณาในมิติของกาลเวลาคือ อดีต / ปัจจุบัน / อนาคต เพราะจะช่วยให้ทำความเข้าใจกับชุมชนได้อย่างแท้จริง ตัวอย่างเช่น หากไม่เข้าใจประวัติศาสตร์ของชุมชนบ้านครัว ก็จะไม่เข้าใจเลยว่า ทำไมชุมชนบ้านแห่งนี้จึงหาญกล้ามาต่อรองกับหน่วยงานราชการ หรือในกรณีของการวิเคราะห์แกนนำของประชาคมทับเที่ยง ผู้วิจัยจะเข้าใจจิตสำนึกต่อสาธารณะของแกนนำก็ต่อเมื่อได้สำรวจภูมิหลังความเป็นมาของแกนนำเหล่านั้น และในแง่มุมของการสื่อสารก็น่าสนใจอย่างยิ่งว่า การสื่อสารเพื่อสืบทอด

บวกผสมด้วย ในระดับนี้ ชุมชนยังไม่สามารถถ่ายโอนแปรรูปต้นทุนความรู้ทั้งหมดจากของเดิม (ทักษะการผลิต การรวมกลุ่มแบบพัฒนา) มาประสานกับความรู้สมัยใหม่ได้อย่างลงตัว

(3.4) การสำรวจมิติด้านการสื่อสาร เนื่องจากความสนใจของชุดโครงการฯ นี้ อยู่ที่เรื่องการสื่อสาร ดังนั้น ในการสำรวจบริบทของชุมชน มิติหนึ่งที่ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษคือ การสำรวจมิติด้านการสื่อสาร

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยธุรกิจชุมชนที่บ้านโคกอีโด้ย คณะผู้วิจัยพบว่า ในขณะที่วงการค้าธุรกิจเอกชนนั้น จะถือว่า ข่าวสารข้อมูลนั้นเป็นประจักษ์หัวใจของการทำธุรกิจ แต่ดูเหมือนว่า ธุรกิจชุมชนที่บ้านโคกอีโด้ยนี้ จะมีโรค “หัวใจล้มเหลว” ดังปรากฏอาการ ดังนี้

(i) การไม่มีความรู้หรือไม่มีข่าวสารที่มีความจำเป็นต่อธุรกิจ ตัวอย่างเช่น ในการทำธุรกิจชุมชนด้านโรงสีข้าวและชาวบ้านจำเป็นต้องขายข้าวทุกปี อย่างน้อยปีละครั้ง แต่ชาวบ้านไม่มีความรู้เรื่องการชั่งข้าว การดูความชื้นของข้าว ซึ่งจะไปเกี่ยวพันกับการกำหนดราคาเลย ชาวบ้านไม่รู้ข้อมูลเรื่องการวัดปริมาณข้าวหัก ฯลฯ และแม้ว่าในกลุ่มที่ทำธุรกิจชุมชน อาจจะมี “คนบางคนที่ยกเว้นมีความรู้อยู่ 1-2 คน” แต่ก็ไม่มี การถ่ายโอนความรู้ดังกล่าวไปยังคนอื่น ๆ

(ii) การรับรู้ข่าวสารไม่ครบวงจรหรือไม่สมดุล คณะผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสื่อสารที่เกี่ยวกับความล้มเหลวของงานธุรกิจชุมชนว่า มีแบบแผนดังนี้คือ ในขั้นตอนแรกของการวิเคราะห์ปัญหา ค้นหาความต้องการของชุมชน สร้างความคุ้นเคย ข้อมูลข่าวสารในระยะที่ 1 นั้น จะได้รับความเอาใจใส่เป็นไปด้วยดี และเมื่อเข้าสู่ระยะที่ 2 คือ การเป็นกลุ่มศึกษาเรียนรู้ร่วมกัน วางแผนงานแก้ปัญหาพร้อมกันไปดูงานตามที่ต่าง ๆ เพื่อขยายฐานความรู้ ในช่วงเวลานี้ ข้อมูลข่าวสารยังมีมากและเพียงพอ

แต่ทว่า เมื่อก้าวเข้าสู่ระยะที่ 3 คือ ขั้นลงมือปฏิบัติการ คณะผู้วิจัยพบว่า แทบจะไม่มีการกล่าวถึงบทบาทข้อมูลข่าวสารต่อการแก้ปัญหาและตัดสินใจดำเนินธุรกิจเลย ส่วนใหญ่มักจะมีเพียงข้อเสนอแนะว่า กลุ่มควรจะบริหารอย่างมืออาชีพ เชิญวิทยากรภายนอกมาให้ความรู้หรือเชิญไปอบรม ฯลฯ ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่า บุคคลภายนอกที่เข้าไปช่วยสนับสนุน (external support) ข้อมูลข่าวสารเรื่องธุรกิจชุมชนให้แก่ชาวบ้านนั้น ยังทำงานไม่ครบวงจร รวมทั้ง ยังขาดการสนับสนุนข่าวสารใน “ช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อที่สำคัญ” อีกด้วย

หรือในกรณีของงานวิจัยประชาคมทับเที่ยง คณะผู้วิจัยได้สรุปข้อค้นพบที่สำคัญเกี่ยวกับการขาดความสมดุลด้านความรู้ในประชาคมว่า ประชาคมนี้มีองค์ความรู้ (ที่อยู่ในกลุ่มคนทำงาน) ที่เป็นนักคิดมากกว่าความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการ ซึ่งทำให้ภายในองค์กร / ประชาคมมีความรู้และข่าวสารข้อมูลมากมาย แต่ไม่มีการบริหารจัดการ

(iii) มีแต่“ข้อมูลข่าวสาร” แต่ยังไม่แปรสภาพไปเป็น“ความรู้ของชุมชน” คณะวิจัยธุรกิจชุมชนที่มีประสบการณ์การทำงานด้านธุรกิจชุมชนมาอย่างโชกโชน ตั้งข้อสังเกตว่า หน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบด้านธุรกิจชุมชนนั้น จะมีวิธีการดำเนินงานที่เป็นแบบแผนคือ ในช่วงแรก ๆ จะส่งเสริมให้ชาวบ้านรวมกลุ่ม ฝึกอบรม ให้เงินทุน และหาตลาดให้ (บางครั้ง) แต่ก็พบว่า วิธีการดังกล่าวให้ผลไม่ยั่งยืน

ในขั้นต่อมา หน่วยงานรัฐบางแห่งจึงได้เปลี่ยนวิธีการโดยจะแสวงหาแหล่งเงินทุนและตลาดมาให้ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารและความรู้ด้านการบริหารจัดการให้แก่ชาวบ้านโดยคาดหวังว่า เมื่อชุมชนมีความรู้แล้ว จะสามารถจัดการแก้ไขปัญหาได้ด้วย “ตนเอง”

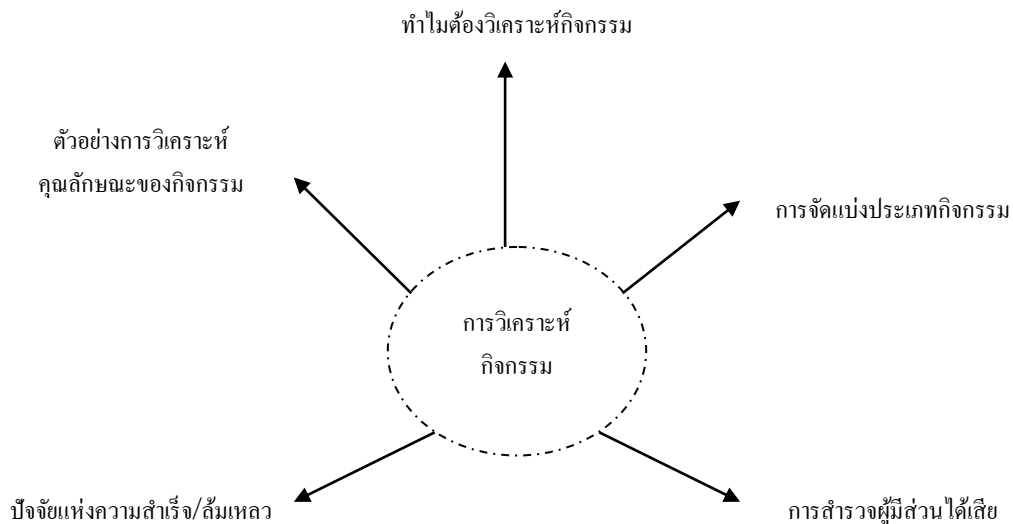
แต่คณะวิจัยพบว่า กลุ่มชาวบ้านที่เข้ามารับการอบรมหลายต่อหลายครั้งแล้ว ก็ยังสามารถแก้ไขได้แก่ปัญหาเฉพาะหน้า (ที่เอามาฝึกเป็นบทเรียนเท่านั้น) แต่เมื่อต้องเผชิญกับสภาพการณ์ใหม่ หรือปัญหาใหม่ ก็ไม่สามารถแก้ไขด้วยตนเอง ต้องวิ่งกลับมาพึ่งคนภายนอกอยู่ตลอดเวลา ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ คณะวิจัยสรุปว่า เนื่องจากข้อมูลข่าวสารหรือความรู้ที่สอดใส่ให้จากภายนอก (input) ยังไม่แปรสภาพไปเป็นความรู้ของชุมชน เนื่องจากยังไม่ใช้คำถามของชุมชน ยังไม่ผ่านกระบวนการหาข้อมูล คิดวิเคราะห์สังเคราะห์อย่างเป็นระบบที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ ซึ่ง “กระบวนการ / กรรมวิธีการแปรรูป” นี้ ยังไม่ค่อยมีการกล่าวถึงในการสำรวจบริบทชุมชนด้านการสื่อสาร

(iv) โครงสร้างวัฒนธรรมด้านการสื่อสารของชนบทไทยที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร เพื่อการจัดการ คณะวิจัยงานธุรกิจชุมชนพบว่า โครงสร้างวัฒนธรรมด้านการสื่อสารของชนบทไทยหลายอย่างเป็นอุปสรรคคือการบริหารจัดการด้านข่าวสาร เช่น วัฒนธรรมอุปถัมภ์และการปกครองที่รวมศูนย์กลางอำนาจตัดสินใจ ทำให้ชาวบ้านต้องหวังพึ่งผู้อื่น และเนื่องจากสังคมชนบทในอดีตไม่ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและซับซ้อน ชุมชนจึงไม่ค่อยให้ความสำคัญและกระตือรือร้นในการจัดหาและจัดการข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่จะคอยรับข้อมูลข่าวสารที่บุคคลภายนอกป้อนมาให้ รวมทั้ง มีบุคลิกที่เชื่อคนง่ายโดยเฉพาะเชื่อผู้นำหรือผู้ที่มีฐานะสูงกว่าจากภายนอก

นอกจากนั้น วัฒนธรรมความเกรงใจก็ปิดกั้นโอกาสที่จะมีการนำเอาปัญหาของกลุ่มมาคิดวิเคราะห์แก้ไขปัญหาร่วมกัน เพราะเกรงจะเป็นการทำลาย / หรือกระทบความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม ความเกรงอกเกรงใจไม่กล้าพูดกันตรง ๆ ในกลุ่มทำให้ปัญหาเกิดหมักหมมและทวีความรุนแรงขึ้นจนเกินกว่าจะแก้ไข

4. การวิเคราะห์กิจกรรม

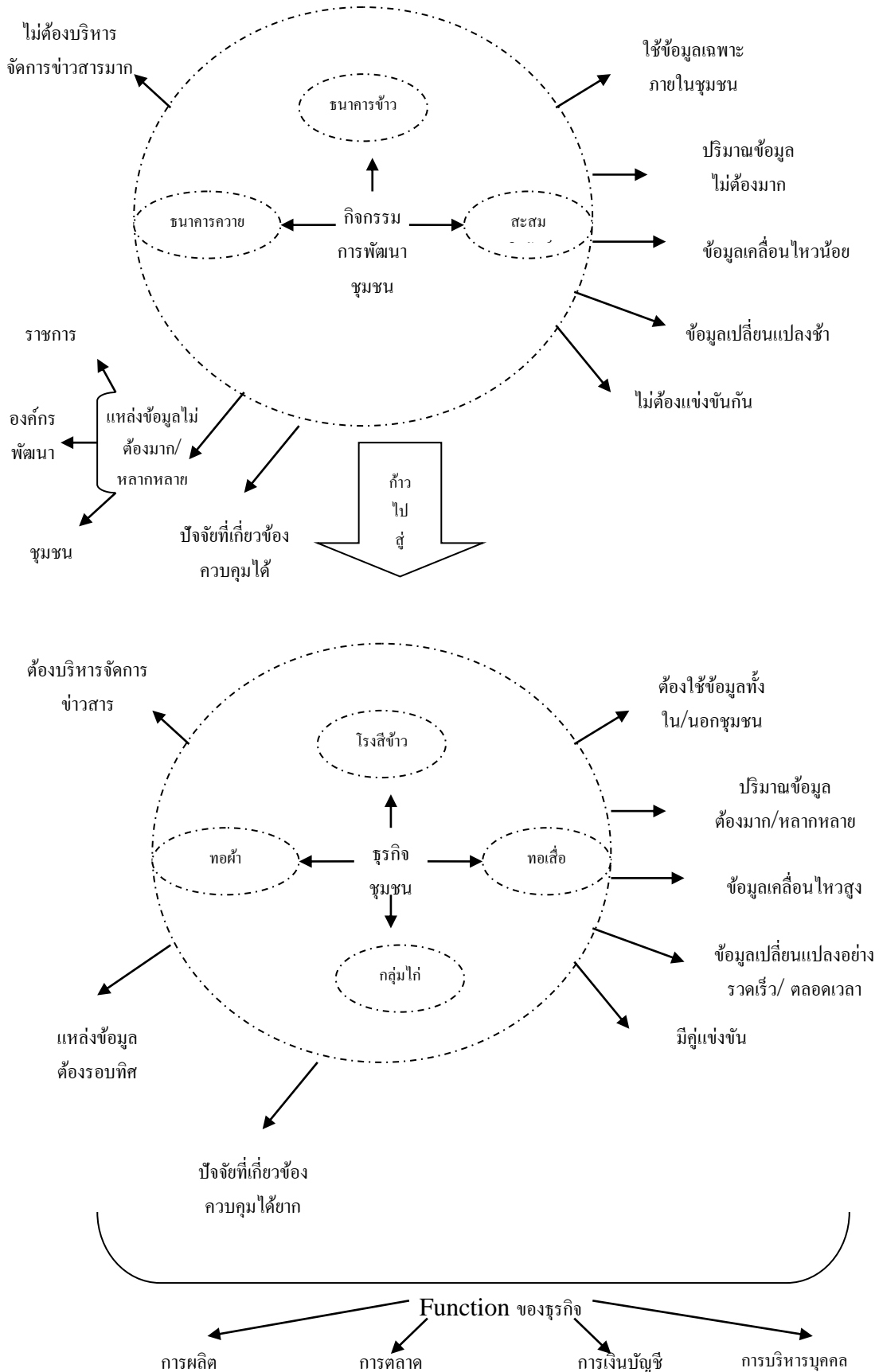
ดังที่กล่าวมาตั้งแต่แรกแล้วว่า ในการใช้การสื่อสารไปบริหารจัดการกิจกรรมการพัฒนาชุมชน นั้น คำถามแรก ๆ ที่เราจะต้องถามก็คือ จะใช้การสื่อสารไปบริหารจัดการกิจกรรมอะไร ต้องการการสื่อสารในระดับไหน และเป็นช่วงเวลาอะไร ในที่นี้ เราจะพิจารณาที่คำถามแรก คือ การวิเคราะห์กิจกรรมกันก่อน



ภาพที่ 7 : มิติของการวิเคราะห์กิจกรรม

(4.1) ทำไมต้องวิเคราะห์กิจกรรม

สำหรับคำตอบต่อคำถามที่ว่า “ทำไมต้องวิเคราะห์กิจกรรม” นั้น ดูเหมือนว่า จะเป็นคำตอบแบบกำปั้นทุบดินที่ว่า เนื่องจากกิจกรรมการพัฒนาแต่ละประเภทนั้น มีความแตกต่างไม่เหมือนกัน ดังนั้น กระบวนการทำงานก็จำเป็นต้องแตกต่างกันไปด้วย ดังเช่นกรณีที่ได้ยกมากล่าวข้างต้นแล้ว คือ งานวิจัยธุรกิจชุมชนในหมู่บ้านโคกอีด้อย ที่มีประสบการณ์ทำงานกิจกรรม “พัฒนาชุมชน” มาอย่างโชกโชน แต่ทว่า เมื่อชุมชนขยับมาทำ “ธุรกิจชุมชน” ก็ได้พบว่า กิจกรรม “พัฒนาชุมชน” และ “ธุรกิจชุมชน” นั้น แม้จะใช้คำร่วมกันคือ “ชุมชน” แต่ทว่า “ความแตกต่าง” นั้น ก็มีอย่างมากมายเกินกว่าจะคาดคิดโดยเฉพาะความแตกต่างในมิติของการสื่อสารดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 8 : มิติของการสื่อสารของกิจกรรมการพัฒนาชุมชน V.S. ธุรกิจชุมชน

การสำรวจประเภทของกิจกรรมจะเข้ามามีความเชื่อมโยงกับเรื่องรูปแบบของการสื่อสาร เนื่องจากกิจกรรมแต่ละประเภทจะต้องการสื่อสารที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น คณะวิจัยงานประชาคม ทับเที่ยงได้ทบทวนประวัติศาสตร์พัฒนาการของการก่อตัวของประชาคมทับเที่ยงมาแต่เริ่มต้น (ปี พ.ศ. 2538) จนถึงยุคปรับตัวเปลี่ยนแปลง (พ.ศ. 2545) เพื่อวิเคราะห์ว่าในแต่ละยุคสมัยนั้น ต้องมีการใช้ การสื่อสารรูปแบบใดบ้าง

ผลการวิจัยพบว่า ในยุคของการก่อรูปรวมตัวกันนั้น ประชาคมได้ใช้การสื่อสาร 2-3 รูปแบบคือ การสื่อสารมวลชน (ผ่านหนังสือพิมพ์แม่น้ำ) การสื่อสารที่เป็นวิถีชีวิตของชุมชนคือ สภาקהาแฟและการ สื่อสารแบบกลุ่มย่อย เช่น เวทีพูดคุยตรังเคเสวนา เนื้อหาการสื่อสารยังคงอยู่ในระดับการแลกเปลี่ยน ความคิดทัศนคติ จนกระทั่งช่วงท้าย ๆ จึงเริ่มยกระดับไปสู่การแปลงความคิดให้เป็นการลงมือกระทำ

ในยุคต่อมาคือ ระยะเวลาพลบั้งแต่งสังคัม ช่วงนี้ประชาคมต้องการใช้การสื่อสารแบบระดม ความร่วมมือเพื่อลงมือดำเนินการ เช่น การประชุมใหญ่เพื่อสร้างความเข้าใจและมุ่งไปสู่เป้าหมาย ร่วมกัน การประชุมเตรียมงานของทีมงาน การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อความคาดหวังที่มี ต่อประเด็นที่ประชาคมนำเสนอ (เมื่อนำอยู่) หลังจากการประชุมใหญ่แล้ว ในขั้นตอนของการลงมือ ปฏิบัติ ประชาคมก็ได้แตกตัวออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ เพื่อดำเนินงานตามภารกิจออกเป็น 4 กลุ่มย่อย

ในยุคที่สามเป็นช่วงเติบโตแพร่พันธุ์ ในช่วงเวลานี้เป็นเวลาที่กลุ่มย่อยเริ่มดำเนินการและ ต้องใช้การสื่อสารแบบลายลักษณ์อักษรเพื่อระดมความสนับสนุนด้านงบประมาณจากภาครัฐ และใช้ รูปแบบสื่อกิจกรรมเพื่อทำกิจกรรม

ในยุคสุดท้าย เป็นช่วงปรับตัวเปลี่ยนแปลง เป็นช่วงที่มีปัจจัยอุปสรรคเข้ามาแทรกแซงความ เจริญเติบโตของประชาคม ทำให้กิจกรรมในรูปแบบร่วมกันของประชาคมเริ่มหยุดชะงักและสลายตัว ออกไปเป็นกิจกรรมของแต่ละกลุ่มย่อย ๆ และดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ปรัชญาการณดังกล่าวนี้ คณะวิจัยได้วิเคราะห์ว่า ประชาคมทับเที่ยงยังขาดความสมดุลระหว่างนักคิดกับนักจัดการกล่าวคือ มี นักคิดที่ผลิตสารจำนวนมากหากแต่ขาดนักจัดการที่จะนำสารไปเชื่อมร้อย เนื่องจากในประชาคมยังให้ ความสำคัญกับคนที่มีลักษณะของการเป็นตัวเชื่อมประสานงานน้อยเกินไป

(4.2) การจัดแบ่งประเภทของกิจกรรม

ในงานวิจัยแต่ละชิ้น จะมีวิธีการจัดแบ่งประเภทกิจกรรมแบบต่าง ๆ กัน โดยเกณฑ์ที่นำมาใช้ จัดแบ่งนั้น จะแตกต่างกันไปตามเป้าหมาย และวิธีการจัดแบ่งประเภทนั้นจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับ รูปแบบบริหารจัดการการสื่อสารโดยตรง ตัวอย่างการจัดแบ่งประเภทกิจกรรมมีดังนี้

(i) ใช้เกณฑ์งานพัฒนาชุมชน คณะวิจัยธุรกิจชุมชนได้แบ่งประเภทกิจกรรมที่ทำในงานพัฒนาที่ผ่านมาจากชุมชนออกเป็น 3 ประเภท คือ

- กิจกรรมเพื่อความอยู่รอดของชุมชน (survival) เป็นกิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อแก้ปัญหาพื้นฐานระดับความเป็นความตายของชุมชน เช่น กิจกรรมธนาคารข้าวที่ให้หลักประกันว่าชุมชนจะมีข้าวกินตลอดทั้งปี

- กิจกรรมสร้างสวัสดิการ (welfare) เมื่อมีชีวิตอยู่รอดแล้ว ในบางช่วงจังหวะของชีวิต ชาวบ้านจะมีความต้องการเฉพาะ ๆ เกิดขึ้น เช่น เจ็บไข้ได้ป่วย ลูกเข้าโรงเรียน ฯลฯ ก็จะมีกิจกรรมอีกชุดหนึ่งเกี่ยวกับสวัสดิการของชีวิต เช่น กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มฌาปนกิจ ทุนการศึกษา ฯลฯ

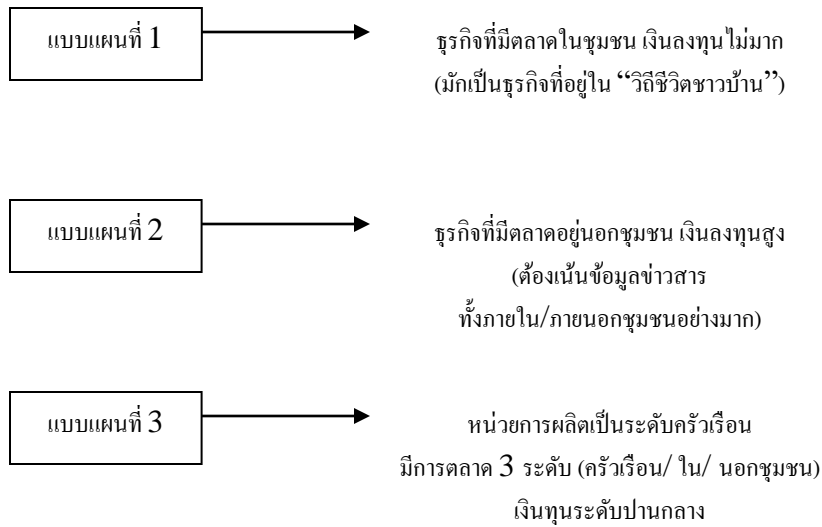
- กิจกรรมสร้างความมั่นคงในการผลิต เป็นกิจกรรมที่เสริมกระบวนการผลิตของชุมชน เช่น ธนาคารควายเพื่อสร้างหลักประกันที่จะมีควายใช้ไถนา กลุ่มปุ๋ยชีวภาพ กลุ่มทำก๊อผ้า เป็นต้น

(ii) ใช้เกณฑ์เรื่อง “ธุรกิจชุมชน” คณะวิจัยธุรกิจชุมชนได้แบ่งประเภทกิจกรรมที่ถือว่าเป็นธุรกิจชุมชน โดยใช้เกณฑ์สำคัญ 2 เกณฑ์ในแง่ธุรกิจ คือ

(ก) ตลาดของธุรกิจอยู่ที่ไหน เป็นตลาดภายในชุมชนหรือนอกชุมชน

(ข) เงินทุนที่จะใช้มากหรือน้อย

จากเกณฑ์ทั้ง 2 นี้ คณะวิจัยได้เอามาจัดแบ่งแบบแผนธุรกิจชุมชนในหมู่บ้านได้เป็น 3 แบบแผน ซึ่งแต่ละแบบแผนมีความต้องการประเภทและคุณภาพของการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารที่ไม่เหมือนกัน



ภาพที่ 9 : แบบแผนของธุรกิจชุมชน

(iii) ใช้เกณฑ์สัดส่วน “ความเป็นธุรกิจ / ความเป็นชุมชน” โครงการแบบการทำธุรกิจชุมชนนั้น จะมีลักษณะเป็น “ลูกผสม” ระหว่าง “ความเป็นธุรกิจ” และ “ความเป็นชุมชน” แต่ทว่า สัดส่วนของทั้ง 2 มิติใน แต่ละกิจกรรมจะแตกต่างกันออกไป

บางกิจกรรมจะหนักมือไปทางธุรกิจและเบามือด้านชุมชน ตัวอย่างเช่น ในงานวิจัย ธุรกิจชุมชนบ้านโคกอีโด้ย กิจกรรมโรงสีข้าวกล้องนั้น จะมีเป้าหมายผลิตสินค้าเพื่อขายทำกำไรเป็นธุรกิจ แต่ไม่ค่อยมีลักษณะชุมชน เพราะผลผลิตเช่นข้าวกล้องนั้น ชาวบ้านไม่ได้กินเอง

แต่ทว่า กิจกรรมประเภททอผ้า / ทอเสื่อกนั้น จะมีมิติของ “ความเป็นชุมชน” อย่างสูง มีมิติด้านธุรกิจเพียงเล็กน้อย เนื่องจากชาวบ้านมีความคิดว่า “ขายได้ก็ขาย ขายไม่ได้ก็ดี” “เหลือขายก็แจก เหลือแจกก็ขาย” กิจกรรมที่มีลักษณะชุมชนสูง-ธุรกิจน้อยนี้ สมาชิกในกลุ่มจะไม่ค่อยสนใจข้อมูลข่าวสารเชิงธุรกิจ การมารวมกลุ่มกันนั้น จะเอาเงินกองทุนมาใช้หมุนเวียนกู้ยืมเป็นสวัสดิการแก่สมาชิกเพื่อรักษาความสัมพันธ์ของกลุ่มมากกว่าจะนำเอาไปทำเป็นต้นทุนเพื่อบริหารอย่างหวังผลกำไร

(iv) ใช้เกณฑ์เรื่องกิจกรรม “เชิงรับ vs. เชิงรุก” สำหรับชุมชนที่ต้องผ่านช่วงเวลาที่ขยับพักติและภาวะวิกฤติ การค้นคิดกิจกรรมก็ต้องให้สอดคล้องกับช่วงเวลาแต่ละช่วง เช่น งานวิจัยชุมชนบ้านคร้วพบว่า ในช่วงเวลาปกติ นั้น ชุมชนบ้านคร้วก็มีการจัดกิจกรรมเชิงรับ เช่น กิจกรรมทางศาสนา (เฉพาะกลุ่มมุสลิม) และกิจกรรมการพัฒนาชุมชนที่อาศัยความร่วมมือของคนทุกคนในชุมชน เช่น

การจัดงานวันเด็ก การฝึกอาสาสมัครป้องกันอัคคีภัย ฯลฯ กิจกรรมเชิงรับเหล่านี้ เป็นเสมือนเวทีการถักทอสายสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนได้เหนียวแน่นขึ้นเนื่องจากเป็นวาระโอกาสและเปิดพื้นที่ที่คนกลุ่มต่าง ๆ จะเข้ามาพบปะกัน หากเปรียบเทียบกับนิ้วมือทั้ง 5 นิ้วของเรา ก็เป็นเสมือนการข้อมำนิ้วมือทั้ง 5 นิ้วเข้ามาให้เป็นรูปกำปั้น

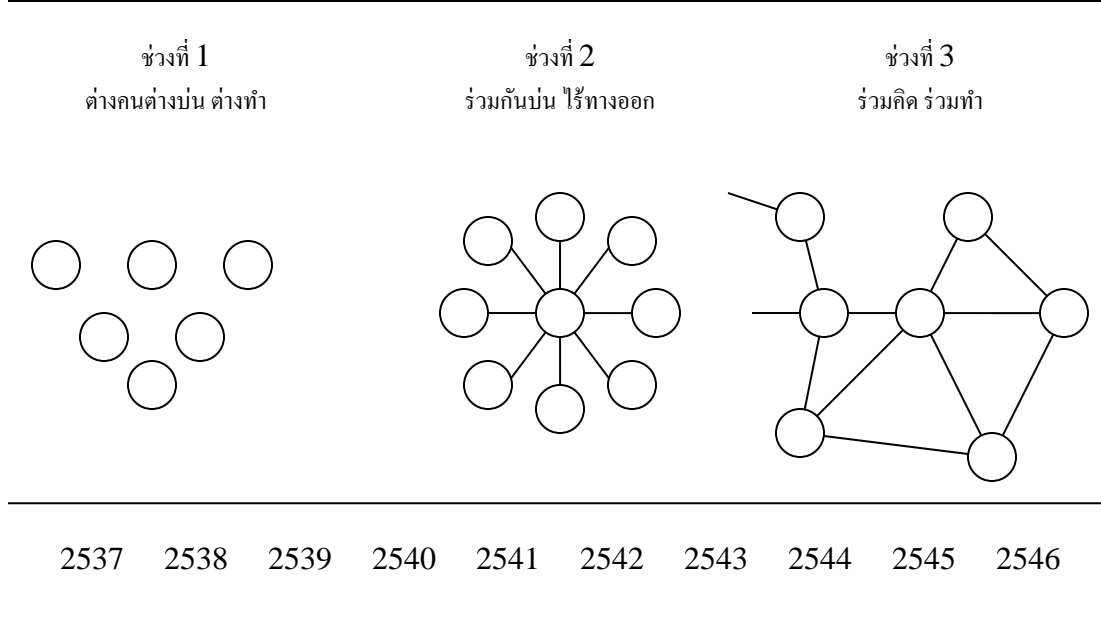
และในช่วงเผชิญหน้ากับวิกฤติเช่น เมื่อการทางพิเศษแห่งประเทศไทยประกาศจะตัดทางด่วนผ่านชุมชน ชุมชนก็ต้องเริ่มแปรเปลี่ยนจากกิจกรรมเชิงรับที่เคยทำอยู่ ให้เป็นกิจกรรมเชิงรุก การเทศน์ในมัสยิดจึงเริ่มนำเอาเนื้อหาที่ชุมชนกำลังเผชิญหน้าอยู่สอดแทรกเข้าไป กิจกรรมการตรวจตราบุคคลภายนอกที่จะเข้าไปในชุมชนถูกสร้างขึ้นมาเพื่อการรักษาความปลอดภัยของชุมชน ฯลฯ ซึ่งหากเปรียบกับอุปมาอุปมัยที่กล่าวมาแล้ว ในช่วงเวลานี้ก็คือ การเริ่มเอากำปั้นไปทุบดินที่ต้องใช้พลังแรงรูกนั่นเอง

(v) ใช้ลักษณะสำคัญ ๆ ของกิจกรรมเป็นเกณฑ์ ในการศึกษาพัฒนาการแห่งการก่อตัวของประชาคมทับเที่ยงตั้งแต่ พ.ศ. 2537-2546 อรุณีวรรณและคณะ ได้จัดแบ่งประเภทของกิจกรรมที่ประชาคมทับเที่ยงดำเนินอยู่ออกเป็น 3 แบบแผนดังในภาพ

ช่วงที่ 1 (2537-2539) เป็นช่วงต่างคนต่างบ่น ต่างทำ เป็นช่วงเวลาที่กลุ่มมองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นในเมือง แต่ละคนจึงพูดบ่นผ่านสภากาแฟ วงสนทนา และร้องทุกข์ผ่านหนังสือพิมพ์แม่น้ำ แม้อาจจะมีการทำกิจกรรมบ้าง แต่ก็ยังเป็นลักษณะเฉพาะกลุ่มเฉพาะบุคคล

ช่วงที่ 2 (2540-2542) เป็นช่วงบ่นร่วมกัน คิดร่วมกัน เมื่อกลุ่มแกนนำเห็นว่า การต่างคนต่างบ่น บ่นกันคนละที่ ไม่เป็นทางนำไปสู่การแก้ปัญหา จึงได้เริ่มมีการขับเคลื่อนรูปแบบกิจกรรมสาธารณะ เช่น จัดเวที “ตรังเคเสวนา” ให้เข้ามาเป็นการบ่นร่วมกัน ซึ่งจะมีผลต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด และประสบการณ์ เป็นการยกระดับปัญหา ความรู้ และฝึกให้รู้จักฟังความคิดเห็นของผู้อื่น สร้างมุมมองที่หลากหลายต่อการพิจารณาปัญหา

ช่วงที่ 3 (2542-2546) เป็นช่วงร่วมคิดร่วมทำ ในขณะที่ช่วงที่ 2 นั้น มีแต่กิจกรรมระดับการพูด / การคิด แต่ยังไม่มีการผลักดันไปสู่การปฏิบัติ ในช่วงที่ 3 นี้เกิดขึ้นเมื่อกลุ่มแกนนำได้เปิดรับแนวคิดเรื่อง “ประชาคม” จากบุคคลภายนอกที่แนะนำให้มีการสร้างเป้าหมายร่วม (เมืองน่าอยู่) เพื่อรวมศูนย์ความคิด ความสนใจ และก่อให้เกิดการลงมือปฏิบัติ



ภาพที่ 10 : พัฒนาการของประชาคมทับเที่ยง

(vi) ใช้ลักษณะ “กาลเวลา” เป็นเกณฑ์แบ่ง ในงานวิจัยประชาคมทับเที่ยง เนื่องจากการรวมกลุ่มต่าง ๆ มาเป็นเครือข่ายนั้น กลุ่มที่เข้ามารวมตัวนั้น เป็นกลุ่มที่มีการทำกิจกรรมเดิมอยู่แล้ว และเมื่อมารวมตัวกันเป็นเครือข่ายประชาคม ก็มีการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ ๆ ขึ้นมา คณะวิจัยจึงแบ่งประเภทกิจกรรมออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

(ก) กิจกรรมเดิม หมายถึงกิจกรรมเดิมที่กลุ่มเคยจัดมาก่อนแล้วในพื้นที่ เช่น กิจกรรมการเดินสำรวจชุมชน กิจกรรมการศึกษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

(ข) กิจกรรมใหม่ หมายถึง กิจกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นใหม่ในพื้นที่และไม่เคยจัดมาก่อน เช่น กิจกรรมตลาดนัดสีเขียวสำหรับผู้บริโภค เป็นต้น

(ค) กิจกรรมประสาน เมื่อกกลุ่มต่าง ๆ เข้ามาประสานกันเป็นเครือข่ายประชาคม ก็มีความจำเป็นที่จะต้องมีการใหม่ที่มีลักษณะประสานเพื่อสอดร้อยกลุ่มเข้าด้วยกัน รวมทั้งเพื่อประชาสัมพันธ์ “ประชาคม” ให้นุคคลภายนอกได้รู้จัก

จากการแยกประเภทกิจกรรมดังกล่าว ซึ่งมีกลุ่มผู้ปฏิบัติการอยู่ 4 กลุ่ม คณะวิจัยได้นำมาวิเคราะห์ต่อว่า วิธีการดำเนินการของกลุ่มปฏิบัติการกับกิจกรรม 3 ประเภทนั้น จะมีลักษณะแยกส่วน กล่าวคือ บางกลุ่มจะจัดแต่เฉพาะกิจกรรมเดิม ในขณะที่บางกลุ่มก็มุ่งจะจัดกิจกรรมที่สร้างขึ้นมา

ส่วนกิจกรรมประสานก็เป็นหน้าที่ของทีมกลางทีมเดียว เป็นต้น ลักษณะการดำเนินงานดังกล่าวทำให้เกิดการทำงานในลักษณะแยกส่วน แยกความรับผิดชอบ ยิ่งในภายหลัง เมื่อกลุ่มปฏิบัติการทั้ง 4 สื่อสารกันน้อยลง (ซึ่งน่าจะเนื่องมาจากทีมกลางที่ทำกิจกรรมประสานด้วย) งานประสานภายในก็เลือนหาย และส่งผลถึงการประชาสัมพันธ์กับภายนอกในลำดับต่อไป

จากตัวอย่างการแบ่งประเภทกิจกรรมที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ยังคงเปิดกว้างต่อการสร้างสรรค์วิธีการจัดแบ่งประเภทกิจกรรมแบบใหม่ ๆ มีสไตล์แปลก ๆ ได้อยู่เสมอ ทั้งนี้ ย่อมขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ / เป้าหมายในการจัดแบ่งประเภทกิจกรรมว่า ผู้จัดแบ่งจะเอามาใช้งานอะไร

อย่างไรก็ตาม ข้อเท็จจริงประการหนึ่งเกี่ยวกับประเภทของกิจกรรมก็คือมิติเชิงปริมาณของกิจกรรม กล่าวคือ ในการบริหารจัดการนั้น หากมีการขยายปริมาณกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น ก็จำเป็นต้องมีการแสวงหา “ทรัพยากร” เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะทรัพยากรที่เป็น “แรงงาน/ ตัวบุคคล” เช่น งานของประชาคมนั้น เมื่อกลุ่มแกนนำขยายกิจกรรมออกไปมาก ๆ การออกไปทำงานขยายเครือข่าย / กลุ่มข้างนอก ก็จะทำให้แกนนำไม่มีเวลาที่จะมาทำงานประสานกันภายใน ปัญหานี้จะแก้ไขให้ลุล่วงไปได้อย่างไรก็ต่อเมื่อผู้นำ / แกนนำได้ใช้กลไกการ “สร้างมือวางอันดับสอง” (second liner) ขึ้นมาทดแทน

(4.3) การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย (stakeholder)

เมื่อมีการวิเคราะห์กิจกรรม ตัวแปรตัวหนึ่งที่จะติดตามมากก็คือ กิจกรรมนั้นจะมีใครเข้ามาเกี่ยวข้องบ้าง ซึ่งผู้เกี่ยวข้องนี้ อาจจะมีลักษณะเรียบง่ายไม่ซับซ้อน เช่น กลุ่มออมทรัพย์ ซึ่งแบ่งเป็นคน 2 กลุ่ม คือ คณะกรรมการและสมาชิก หรืออาจจะมีกลุ่มคนหลากหลายเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น เครือข่ายประชาคม กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ จะเป็นตัวกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการการสื่อสารต่อไป

ตัวอย่างของกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับประชาคมทับเที่ยงมีดังนี้

(i) กลุ่มแกนนำ คือ กลุ่มนักกิจกรรมทางสังคมใน จ.ตรัง ที่สนใจแนวคิดประชาคมมาตั้งแต่เริ่มแรก (2539) จนกระทั่งได้มาเป็นแกนนำการจัดเวทีวิสัยทัศน์เมืองนำอยู่ในปี พ.ศ. 2542

(ii) กลุ่มสมาชิก หมายถึง คนที่เข้าร่วมกับประชาคมทับเที่ยงตั้งแต่เวทีวิสัยทัศน์เมืองนำอยู่

(iii) กลุ่มพันธมิตร คือ องค์กร / หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของประชาคม เช่น กรมอนามัย สถาบันเรียนรู้และพัฒนาประชาธิปไตย ฯลฯ

(iv) กลุ่มภาคี หมายถึง กลุ่มที่ทำกิจกรรมอยู่แล้ว และกิจกรรมของกลุ่มมีลักษณะสอดคล้องกับบางกิจกรรมของประชาคม จึงเข้าร่วมงานกับประชาคมเป็นครั้งคราว เช่น ภาคีสี่เกลอนำสินค้าจากป่าเขาและทะเลมาขายในงานตลาดนัดสีเขียวเพื่อผู้บริโภค เป็นต้น

(v) กลุ่มประชาชน คือ กลุ่มคนที่อาศัยกันอยู่ในเมืองทับเที่ยงและได้รับรู้การก่อตัวของประชาคม

ในการแยกแยะกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องนี้ คณะวิจัยได้ใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์การใช้การสื่อสารเพื่อจัดการเชื่อมโยงกลุ่มบุคคลเหล่านี้ให้เข้ามาร่วมกิจกรรมดังที่ได้กล่าวถึงในเรื่องการสำรวจบริบทชุมชนแล้วว่า ทับเที่ยงมีต้นทุนทางวัฒนธรรมและสังคมอยู่สูงมาก กล่าวคือ มีคนที่มีคุณภาพ มีจิตสำนึกสาธารณะอยู่สูง และมีสายสัมพันธ์ระหว่างคนหลายเชื้อชาติศาสนาที่รู้จักกันในนาม “หมัด ไช่เส็ง” (คนมุสลิม / คนใต้ / คนจีน) แต่ทว่า เมื่อมีการมารวมตัวกันเป็นประชาคมเครือข่ายนั้น คณะวิจัยตั้งข้อสังเกตว่า แกนนำและคณะทำงานนั้น “การสร้างความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ “ มากกว่าจะพยายาม “ทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย” กล่าวคือ แกนนำมีความคิดว่า “ประชาคม” เป็นนวัตกรรมใหม่ที่ทุกคนต้องเรียนรู้ มากกว่าจะมองว่า “ของเดิมมีอะไรบ้างที่สอดคล้องกับประชาคมและจะเชื่อมร้อยผสมผสานกันได้อย่างไร

หรือพูดง่าย ๆ ว่า แกนนำใช้วิธีการเริ่มต้นปลูกมะม่วงโดยใช้ “การเพาะเมล็ด” ซึ่งต้องใช้เวลายาวนานและมีโอกาสเติบโตได้ยาก แทนที่จะใช้วิธีการ “ทาบกิ่งต่อตา” ซึ่งจะให้ผลได้เร็วกว่า

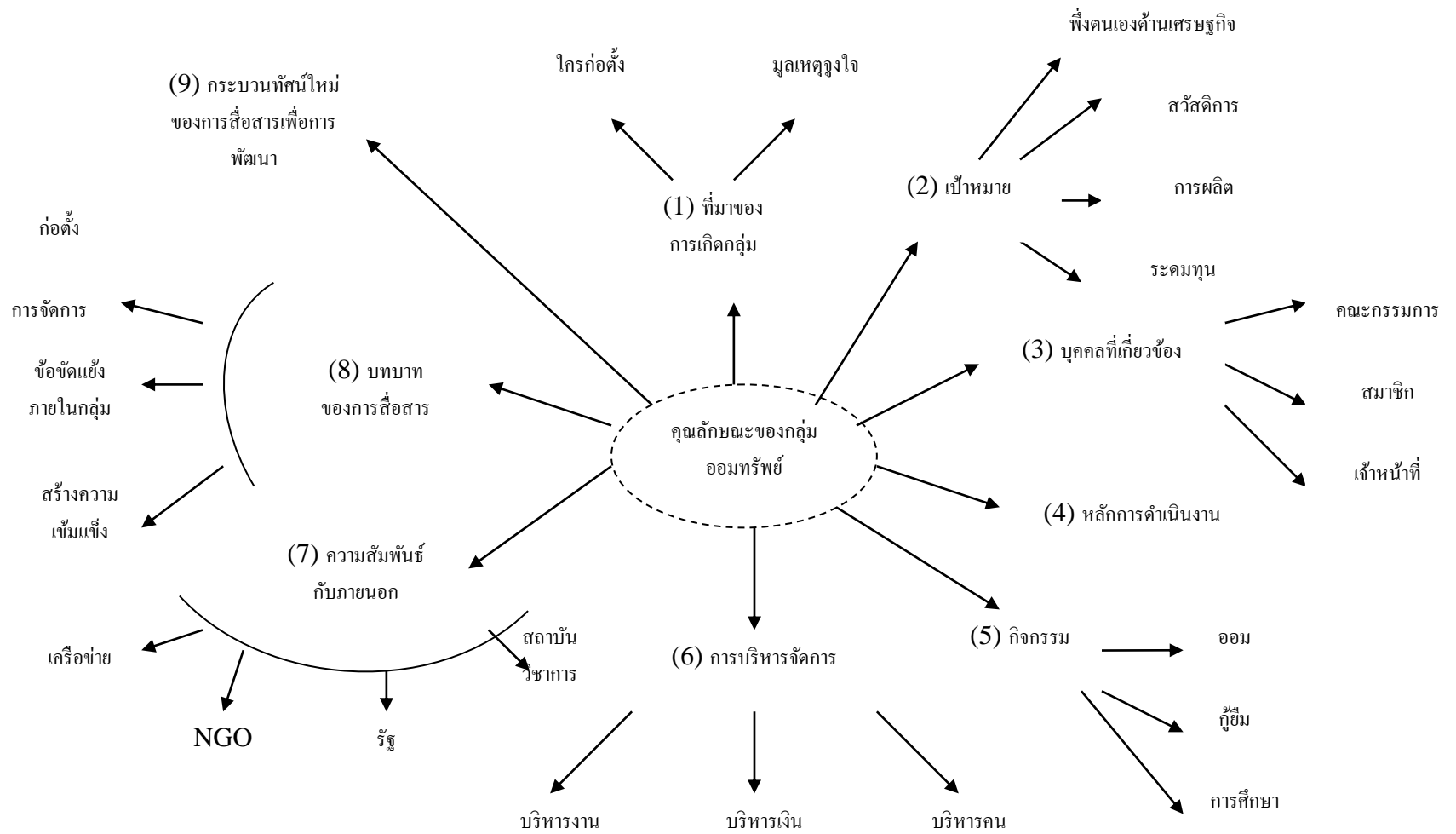
และในการสื่อสารเพื่อเกี่ยวข้องกับกลุ่มต่างๆ เข้ามาร่วมงานนั้น คณะวิจัยพบว่า แม้ว่าแกนนำจะพยายามคัดเลือกให้มีการกระจายไปอยู่ทุกส่วนของสังคมตามหลักการของการสร้างประชาคมก็ตาม หากทว่า แกนนำจะเลือกเกี่ยวเป็น “ตัวบุคคล” แต่ไม่ได้เน้น “การเอาตัวกลุ่มหรือตัวกิจกรรมของกลุ่ม” เข้ามาด้วย คงปล่อยให้ไปไปตามธรรมชาติหรือแล้วแต่ตัวบุคคลแต่ละคนว่าจะพากลุ่มตัวเองมาได้มากน้อยเพียงใด โดยไม่มีกลยุทธ์หรือวิธีการรองรับเป็นการเฉพาะ ซึ่งคณะวิจัยวิเคราะห์ว่า เป็นจุดอ่อนของการเริ่มต้นทำงานกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในประชาคม เพราะเท่ากับเป็นการ “ทิ้งทุนกิจกรรมเดิมที่มีอยู่” โดยหยิบเอาแต่ “ตัวทุนที่เป็นปัจเจกบุคคล” เท่านั้น เมื่อการออกแบบประชาคมที่ให้ความสำคัญกับทุนเดิมที่เป็นกิจกรรม / กลุ่มน้อยเกินไป โดยมุ่งเน้นเอาแต่ตัวปัจเจก “มาสร้างสิ่งใหม่” ก็ทำให้มีความจำเป็นต้อง “ลงทุนสูง” และทำให้ต้องหันไปพึ่งพากลุ่มพันธมิตรมากกว่าพึ่งกลุ่มสมาชิกนั่นเอง

(4.4) การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของกิจกรรม

ในงานวิจัยทั้ง 4 ชั้น เมื่อศึกษากิจกรรมการพัฒนาแล้วนั้น คณะวิจัยมักจะวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จ / ความล้มเหลวของกลุ่มกิจกรรม ตัวอย่างเห็นได้ชัดที่สุดก็คือ งานวิจัยกลุ่มออมทรัพย์ใน จ.สุรินทร์ ซึ่งคณะวิจัยพบว่า มีปริมาณอย่างมากมายที่ก่อตั้งกลุ่มขึ้นมา แต่ทว่า มี

(4.5) ตัวอย่างการวิเคราะห์กิจกรรม

เครื่องมือที่มีประโยชน์ชิ้นหนึ่งในการวิเคราะห์กิจกรรม ก็คือ การวิเคราะห์คุณลักษณะที่ให้ภาพของกิจกรรมนั้น (attribute analysis) ดังตัวอย่าง การวิเคราะห์คุณลักษณะของกิจกรรมออมทรัพย์ที่แสดงในภาพ



ภาพที่ 12 : คุณลักษณะของกลุ่มออมทรัพย์

5. การวิเคราะห์ระดับของการสื่อสาร

ในเรื่องการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ หรือในทางตรงกันข้ามคือเรื่องการบริหารจัดการสื่อสารนั้น จะมีตัวแปรตัวหนึ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องโดยตรง คือ “ระดับ / ขอบเขตของการสื่อสาร” ในที่นี้อาจจะแบ่งระดับของการสื่อสารโดยใช้ “กลุ่ม / ชุมชน” เป็นเส้นลากกั้นอาณาเขต ซึ่งจะแบ่งได้เป็น 3 ระดับดังนี้

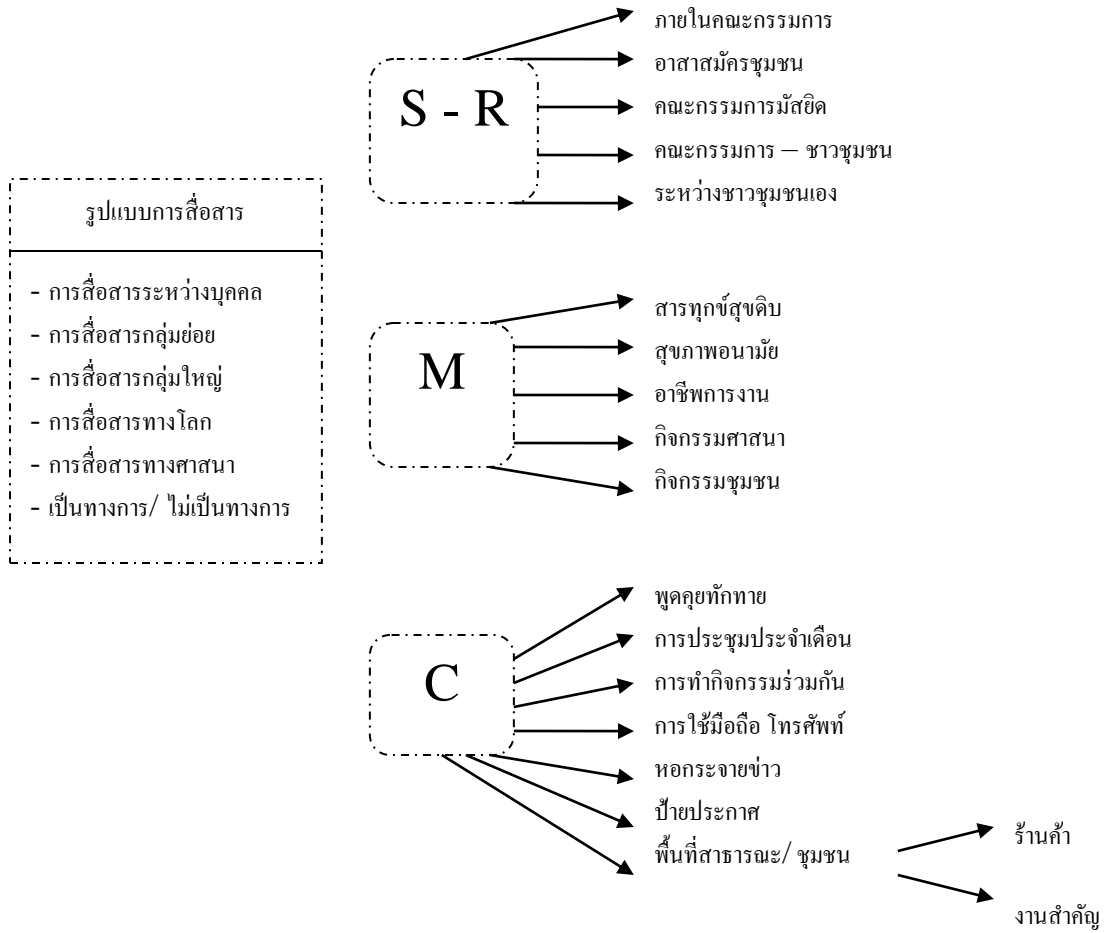
(5.1) การสื่อสารภายในกลุ่ม / ชุมชน

(5.2) การสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ระหว่างชุมชน

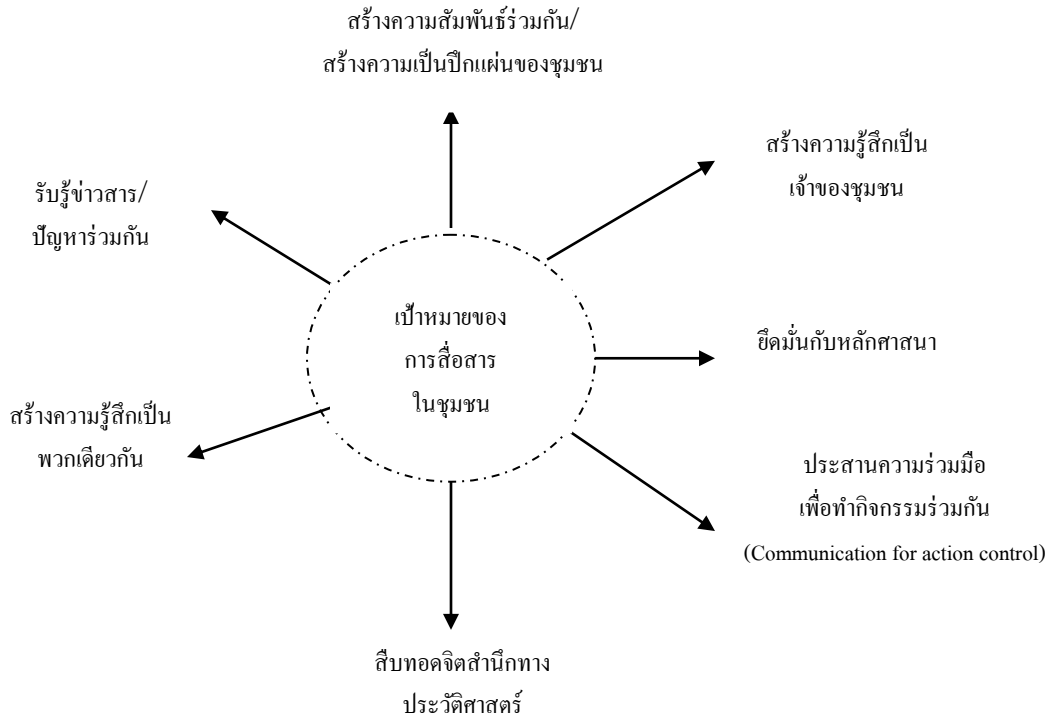
(5.3) การสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ชุมชนกับภายนอก

(5.1) การสื่อสารภายในกลุ่ม / ชุมชน

ตัวอย่างงานวิจัยที่ชัดเจนที่สุดคือ การศึกษาเรื่องการสื่อสารภายในชุมชนของงานวิจัยบ้านคว่ำ ซึ่งพบว่า ชุมชนมีการสื่อสารในหลายรูปแบบและหลากหลายเป้าหมายดังนี้



ภาพที่ 13 : การสื่อสารภายในของชุมชนบ้านครัว



ภาพที่ 14 : เป้าหมายของการสื่อสารในชุมชนในชุมชนบ้านครัว

(5.2) การสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ชุมชน

การสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ชุมชน จะมีความสำคัญถึงระดับซึ่งเป็นชี้ตายในการรวมกลุ่มแบบเครือข่าย ซึ่งการสื่อสารจะเป็นตัวเชื่อมโยงประสานความสัมพันธ์/การติดต่อระหว่างกลุ่มต่าง ๆ อรุณีวรรณและคณะ สังเกตการสื่อสารระหว่างกลุ่มกิจกรรมของประชาชนทับเที่ยงและได้พบองค์ประกอบของการสื่อสารระหว่างกลุ่มดังนี้

ผู้ส่งสาร	เนื้อหา	ช่องทางการสื่อสาร	ผู้รับสาร	ผลกระทบ
-แกนนำกลุ่มกิจกรรมและแกนนำประชาคม	-ความคืบหน้าและปัญหาอุปสรรคของการทำงาน	-โทรศัพท์นัดหมาย -ไปหากัน -มีศูนย์กลางพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการที่บ้านแกนนำ	-แกนนำกลุ่มกิจกรรมและแกนนำประชาคม	-เกิดการปรึกษาหารือ -รับทราบความคืบหน้า -ช่วยกันแก้ปัญหา

ภาพที่ 15 ; การสื่อสารระหว่างกลุ่มในชุมชนบ้านครัว

คณะวิจัยได้ประเมินว่า การสื่อสารระหว่างกลุ่มกิจกรรมนี้เป็นปัญหาของประชาคมทับเที่ยง กล่าวคือ หลังจากที่แต่ละกลุ่มแยกย้ายไปปฏิบัติงาน เมื่อเสร็จงานประชุมเวทีวิสัยทัศน์ร่วมกันแล้ว การแยกนั้น มิได้มีการทำข้อตกลงที่จะมีการสื่อสารระหว่างกลุ่มอย่างเป็นทางการที่แน่นอน ถ้าจะมีการสื่อสารก็เป็นลักษณะไม่เป็นทางการเนื่องจากกลุ่มประชาคมทับเที่ยงมิได้กำหนดให้กลุ่มกิจกรรมติดต่อสื่อสารอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม นอกจากนั้น การทำงานของประชาคมยังไม่มีกระบวนการประเมินผลในลักษณะการกลับมาทบทวนไตร่ตรอง (reflection) จากกลุ่มปฏิบัติทั้ง 4 กลุ่ม “แบบล่างขึ้นบน” (bottom-up) ทำให้ไม่เกิดการสรุปทเรียนอย่างเป็นรูปธรรมที่จะนำไปปรับใช้ การขาดการสื่อสารระหว่างกลุ่มเป็นตัวอธิบายความซบเซาของประชาคม

(5.3) การสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ชุมชนกับภายนอก

สำหรับการสื่อสารในระดับที่ 3 นี้ เป็นการสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ชุมชนกับภายนอก ซึ่งมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการสื่อสารภายใน สำหรับการสื่อสารระหว่างกลุ่ม / ชุมชนกับภายนอกนี้ จะแปรไปตามลักษณะความสัมพันธ์ของกลุ่ม / ชุมชนกับภายนอกซึ่งมี 2 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ

(ก) การสื่อสารเพื่อประสาน / สร้างความสัมพันธ์อันดีเพื่อร่วมมือหรือขอรับการสนับสนุนจากภายนอก

(ข) การสื่อสารเพื่อการต่อสู้ / ต่อรองความคิดหรือผลประโยชน์กับภายนอก

ในงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น จะปรากฏรูปแบบการสื่อสารกับภายนอกในทั้ง 2 ประเภท แต่อาจจะมีสัดส่วนหรือความเด่นชัดแตกต่างกันออกไป

(ก) การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับภายนอก เช่น ในงานวิจัยกลุ่ม ออมทรัพย์ คณะกรรมการต้องขอรับการสนับสนุนทั้งด้านแนวคิดและงบประมาณจากหน่วยงานของรัฐ (เช่น พัฒนาชุมชน) หรือองค์กรพัฒนาเอกชน เช่นเดียวกับงานวิจัยธุรกิจชุมชนบ้านโคกอีโด้ยที่ คณะวิจัยพบว่า ชุมชนใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของชุมชนว่าเป็น “หมู่บ้านพัฒนา ดีเด่น” เพื่อจะใช้ “ตักเงินงบประมาณ” ช่วยเหลือธุรกิจชุมชนของกลุ่มต่าง ๆ

ในงานวิจัยประชาคมทับเที่ยง เราได้เห็นแล้วว่า ในการจำแนกประเภทของผู้มีส่วนได้เสีย นั้น มีทั้งกลุ่มพันธมิตร (เช่น เทศบาล) กลุ่มภาคี และกลุ่มประชาชนทั่วไป และดังที่คณะวิจัยได้ พบว่า การทำงานของแกนนำนั้นเกิดการเสียดุลระหว่างกรังพาทรรพยากรภายในกลุ่ม โดยโน้มเอียงไปพึ่งพาความช่วยเหลือจากกลุ่มพันธมิตร เช่น ในการทำโครงการนั้น จะวางน้ำหนักรสนับสนุนเงินงบประมาณไว้ที่การขอจากเทศบาล เมื่อการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติงานของเทศบาลไม่ได้ผล จึงส่งผลสะท้อนถึงกิจกรรมของเครือข่ายทั้งหมด

ส่วนงานวิจัยที่อยู่ในบรรยากาศสู้รบแบบชุมชนบ้านครว้นั้น คณะวิจัยได้ค้นพบเลยว่า ในช่วงเวลาวิกฤติที่ต้องเผชิญหน้ากับปัญหาจากภายนอก ชุมชนจะต้องติดตามข่าวสารหรือสามารถสืบค้นข้อมูลมาใช้เพื่อวางแผน ข้อมูลนั้นต้องมาจากแหล่งข่าวหลาย ๆ แหล่ง และมีบางแหล่งที่ชุมชนรู้ว่ามีความน่าเชื่อถือ ซึ่งหมายความว่ามีความถึงการมีพันธมิตรภายนอกที่ดี ไว้วางใจเป็นหลังพึ่งที่พร้อมให้การสนับสนุน อันได้แก่นักวิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน สื่อมวลชน ชุมชนอื่น ๆ รวมทั้งนักการเมือง ฯลฯ ซึ่งกลุ่มแกนนำจากบ้านครว้นให้ข้อสรุปว่า ปัญหาของชุมชนที่มาจากภายนอกนั้นต้องใช้การสื่อสารเพื่อระดมพลังจากภายนอกมาช่วยแก้ไขจึงจะบรรลุได้

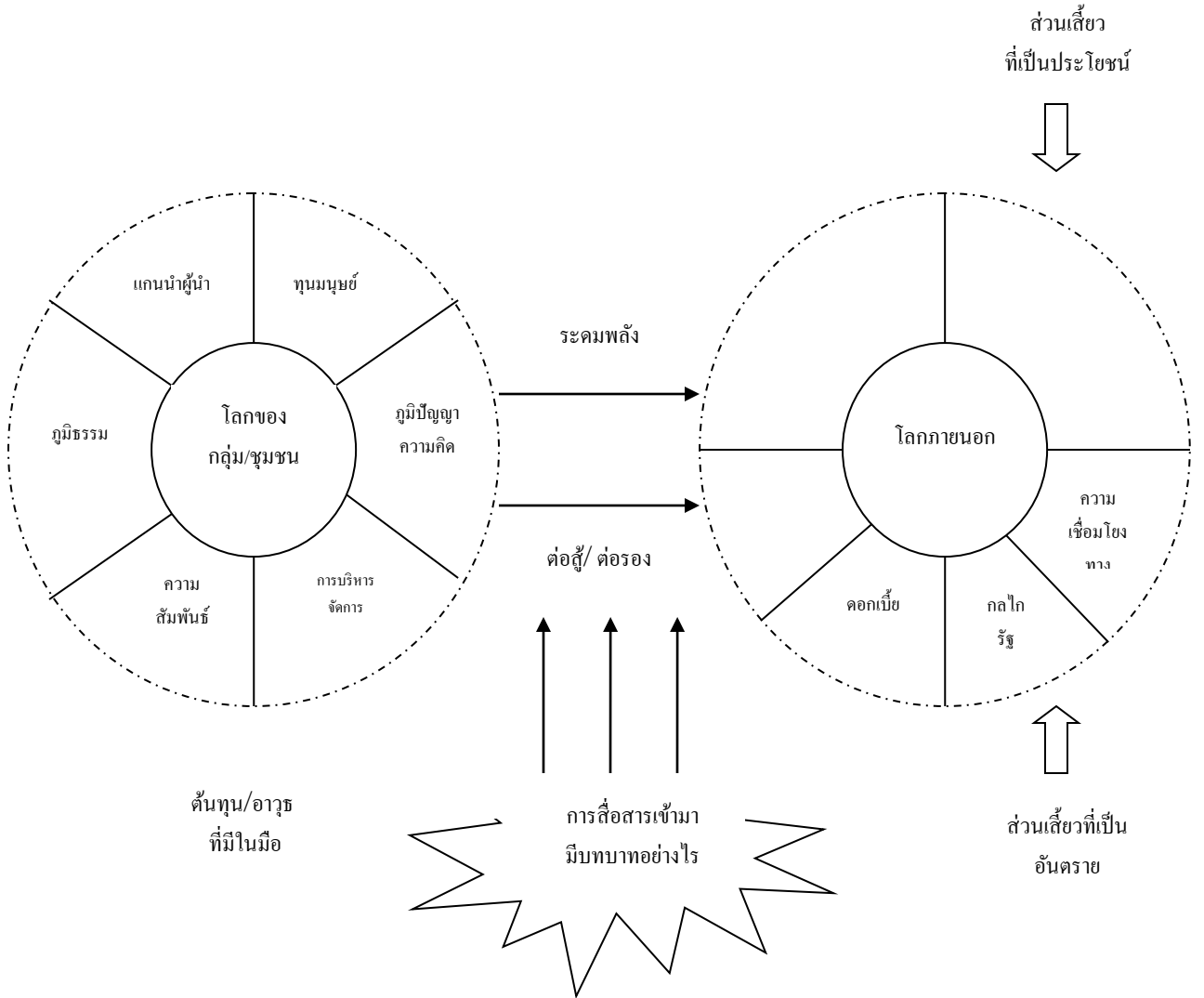
(ข) การสื่อสารเพื่อการต่อสู้ / ต่อรองความคิดหรือผลประโยชน์จากภายนอก อีกด้านหนึ่งของภายนอกที่เข้ามากระทบกลุ่ม / ชุมชนนั้น ก็จะเป็นภายนอกที่มีผลประโยชน์หรือแนวคิดที่ขัดแย้งกับกลุ่ม/ชุมชน ซึ่งจำเป็นต้องใช้การสื่อสารเพื่อการต่อสู้ / ต่อรอง ระดับของความขัดแย้งนั้น อาจจะมีตั้งแต่เบา ๆ จนถึงขั้นรุนแรง ในระดับที่เบา ๆ ก็เช่น กิจกรรมของกลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์เมื่อมีโครงการกองทุนขนาดใหญ่ ๆ เช่น กองทุนเงินล้านเข้าไปในหมู่บ้าน ซึ่งสามารถจะเป็นแหล่งกู่ยืมที่ง่ายกว่า สะดวกกว่า วงเงินมากกว่า สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์ก็เริ่มจะถอนตัวออกจากกลุ่ม ทำให้คณะกรรมการต้อง ใช้การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวและชี้แจงให้สมาชิกเห็นความจำเป็นของการมีกลุ่มออมทรัพย์

ส่วนในการทำธุรกิจชุมชนของบ้านโคกอีโด้ยนั้น การทำธุรกิจก็ย่อมมีคู่แข่งในตลาดอยู่แล้ว หรือมิฉะนั้นก็เป็นคู่ค้าที่ต้องต่อรอง เช่น การนำข้าวไปขายที่โรงสี ทางกลุ่มก็ต้องเจรจาต่อรองเรื่องราคากับทางโรงสี

ในกรณีที่รุนแรง ก็เช่นในงานวิจัยเรื่องชุมชนบ้านครัว ที่ทางชุมชนต้องใช้การสื่อสารทุกรูปแบบเพื่อระดมพลังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐที่คณะรัฐมนตรี มีมติให้เวนคืนพื้นที่ชุมชนบ้านครัวซึ่งครอบคลุมบริเวณมัสยิดและสุสานอันเป็นศาสนสถานของศาสนาอิสลาม ตลอดจนบ้านเรือนอีกหลายร้อยหลัง เพื่อสร้างทางด่วนตามข้อเสนอของการทางพิเศษแห่งประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2531 ชุมชนต้องใช้การสื่อสารกับนักการเมืองเพื่อเจรจาต่อรองโดยใช้ทั้งรูปแบบที่เป็นทางการ เช่น การขอเข้าพบ และไม่เป็นทางการ เช่น การดักพบตามสถานที่ต่าง ๆ การสื่อสารกับสาธารณชนภายนอก รูปแบบการเดินทาง การไต่สวนสาธารณะ เป็นต้น

มีข้อที่น่าสังเกตว่า ในการระดมพลังจากภายนอกเพื่อไปต่อสู้ / ต่อรองกับฝ่ายตรงข้ามที่มาจากภายนอกนั้น ในกลุ่ม / ชุมชนจะต้องมีบุคคลที่ทำหน้าที่ต่อเชื่อมระหว่าง “ภายใน” กับ “ภายนอก” ที่เรียกในภาษา “เครือข่าย” ว่า “รหัสวิดน้ำ”(Spinning boundary) บุคคลที่อยู่ในตำแหน่ง “รหัสวิดน้ำ” นี้ จะพัดพาข่าวสาร / ความรู้จากภายนอกเข้ามาสู่ภายในและพัดพาข่าวสารความรู้จากภายในออกไปสู่ภายนอกพร้อม ๆ กัน ในภาวะปกติ บุคคลที่อยู่ในตำแหน่งนี้จึงจะมีบทบาทสำคัญในระดับหนึ่ง แต่ในช่วงภาวะวิกฤติ บุคคลเหล่านี้จะมีความสำคัญระดับคอขาดบาดตายเลยทีเดียว

กล่าวโดยสรุป ในขณะที่มีการแบ่งระดับของการสื่อสารออกเป็น 3 ระดับดังกล่าวนี้ ในสภาพที่เป็นจริง การสื่อสารทั้ง 3 ระดับนั้น มีเส้นสายโยงใยสัมพันธ์กัน กล่าวคือ หากการสื่อสารภายในกลุ่มหรือการสื่อสารระหว่างกลุ่มเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะเพิ่มพลังในการติดต่อสื่อสารกับภายนอกไม่ว่าจะเป็นด้านบวกหรือด้านลบก็ตาม เปรียบเสมือนว่า หากมีการกำบังที่เหนียวแน่นดี ก็ย่อมทำให้น้ำหนักหมัดนั้นทรงพลัง

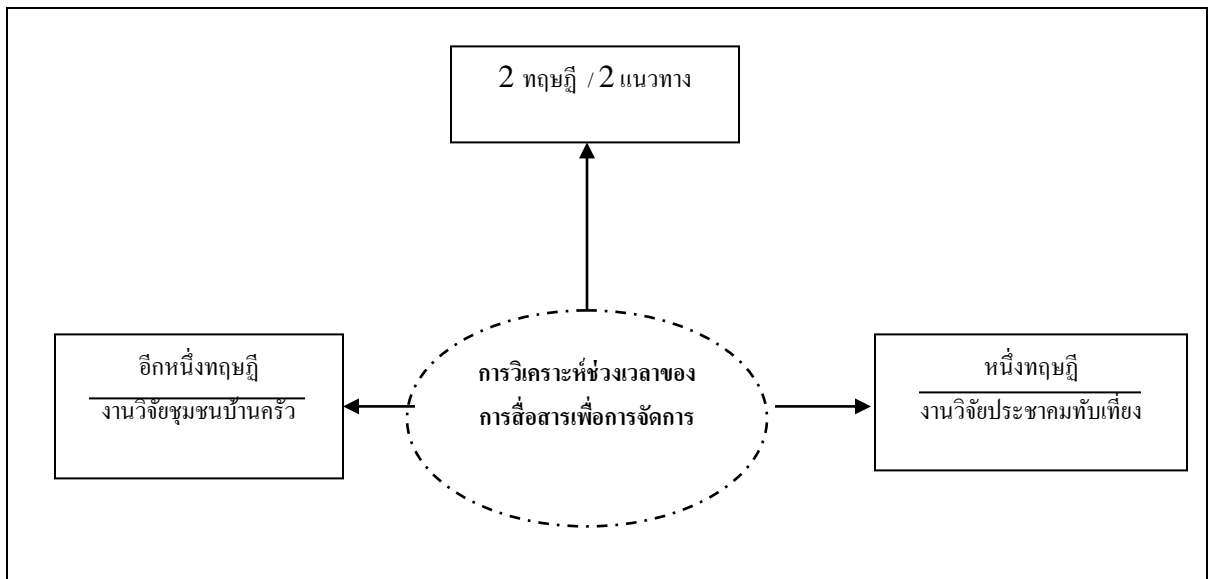


ภาพที่ 16 : บทบาทของการสื่อสารที่มีต่อกลุ่ม/ ชุมชนเพื่อเผชิญกับโลกภายนอก

6. การวิเคราะห์ช่วงเวลาของการสื่อสาร

ในขณะที่เรื่อง “ระดับของการสื่อสาร” นั้น เป็นเรื่องของ “พื้นที่” ในอีกแง่มุมของการสื่อสาร เพื่อการบริหารจัดการจะมีเรื่องของ “เวลา” เข้ามาเกี่ยวข้อง

ในชุดงานวิจัยเรื่องของการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการนี้ มีอยู่ 2 ชั้นที่ได้นำมาแสดงให้เห็นมิติของเรื่อง “กาลเวลา” อย่างชัดเจนคือ งานวิจัยประชาคมทับเที่ยง และงานวิจัยชุมชนบ้านคว่ำ



ภาพที่ 17 : การวิเคราะห์ช่วงเวลาของการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ

(6.1) 2 ทฤษฎี 2 แนวทาง ในเรื่องของการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการนั้น จะมีทฤษฎีที่อธิบาย อยู่ 2 ทฤษฎี คือ

(ก) ทฤษฎีแม่เหล็กดึงดูดสงบ จงเตรียมรบให้พร้อมสรรพ ทฤษฎีนี้จะกล่าวว่า ในสภาวะปกติ ชุมชนควรมีความเข้มแข็ง มีการเตรียมพร้อม มีความสามัคคีของคนในชุมชน และเมื่อก้าวใน แง่มุมของการสื่อสารก็คือ การสื่อสารควรมีประสิทธิภาพที่ดี และทำหน้าที่เสริมสร้างสมานฉันท์ของ คนภายในชุมชน

หากเมื่อใดที่ชุมชน/สังคมถูกผลักดันเข้าสู่สภาวะวิกฤติ ชุมชนก็จะได้โยกความเข้มแข็งดังกล่าว ออกมาใช้งาน เพราะ ‘สามัคคีคือพลัง’ กล่าวสำหรับการสื่อสาร ก็จะมีการ ‘จัดกระบวนการใหม่’ โดย

อาศัยพื้นฐานจากของเดิมเป็นหลัก ในงานวิจัยเรื่องชุมชนบ้านครัว จะค่อนข้างใช้แนวคิดทฤษฎีนี้เป็นหลัก

(ข) ทฤษฎี 'ชุมชนที่เกิดจากการออกแบบ' (community by design) ในทิศทางตรงกันข้ามกับทฤษฎีแรก Scott Peck เจ้าของทฤษฎี 'ชุมชนที่เกิดจากการออกแบบ' เริ่มต้นเสนอทฤษฎีที่มาจาก การสังเกตว่า 'ภาวะวิกฤติ' ที่คนเรามักจะสยดสยองเมื่อเกิดขึ้นนั้น แท้จริงแล้ว วิกฤติก็เหมือนทุกสิ่งทุกอย่างในโลก คือ มี 2 ด้าน ทั้งบวกและลบ และในขณะที่ด้านลบนั้น เราจะมองเห็นได้อย่างชัดเจน แต่ Peck สังเกตว่า วิกฤตินั้นมีด้านบวก คือเป็น 'ตัวสร้างชุมชน' เช่น เวลาเกิดแผ่นดินไหว คนจะเข้ามาช่วยกันช่วยกันอย่างไม่เคยเกิดมาก่อนในภาวะปกติ และ Peck ยังสังเกตอีกว่า เวลาที่มนุษย์ต้องเผชิญหน้ากับปัญหาที่แท้จริงของธรรมชาติ มนุษย์มักจะ 'ถอด' บรรดาเครื่องเคราทางสังคม เช่น เพศวัย ชนชั้น สลายออกจนหมด และมาหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกัน

สภาวะที่คนมาหลอมรวมเข้าด้วยกันเป็นชุมชนนี้ Peck เรียกว่า 'ชุมชนโดยอุบัติเหตุ' (community by accident) ซึ่งแม้จะมีข้อเด่นตรงที่ช่วยกันแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ แต่ก็มีข้อจำกัดตรงที่ 'เมื่อมาด้วยวิกฤติ ก็ไปด้วยวิกฤติ' คือ เมื่อวิกฤติผ่านไป ชุมชนก็สลายตัว มีอายุสั้นเพียงชั่วครู่ชั่วยาม

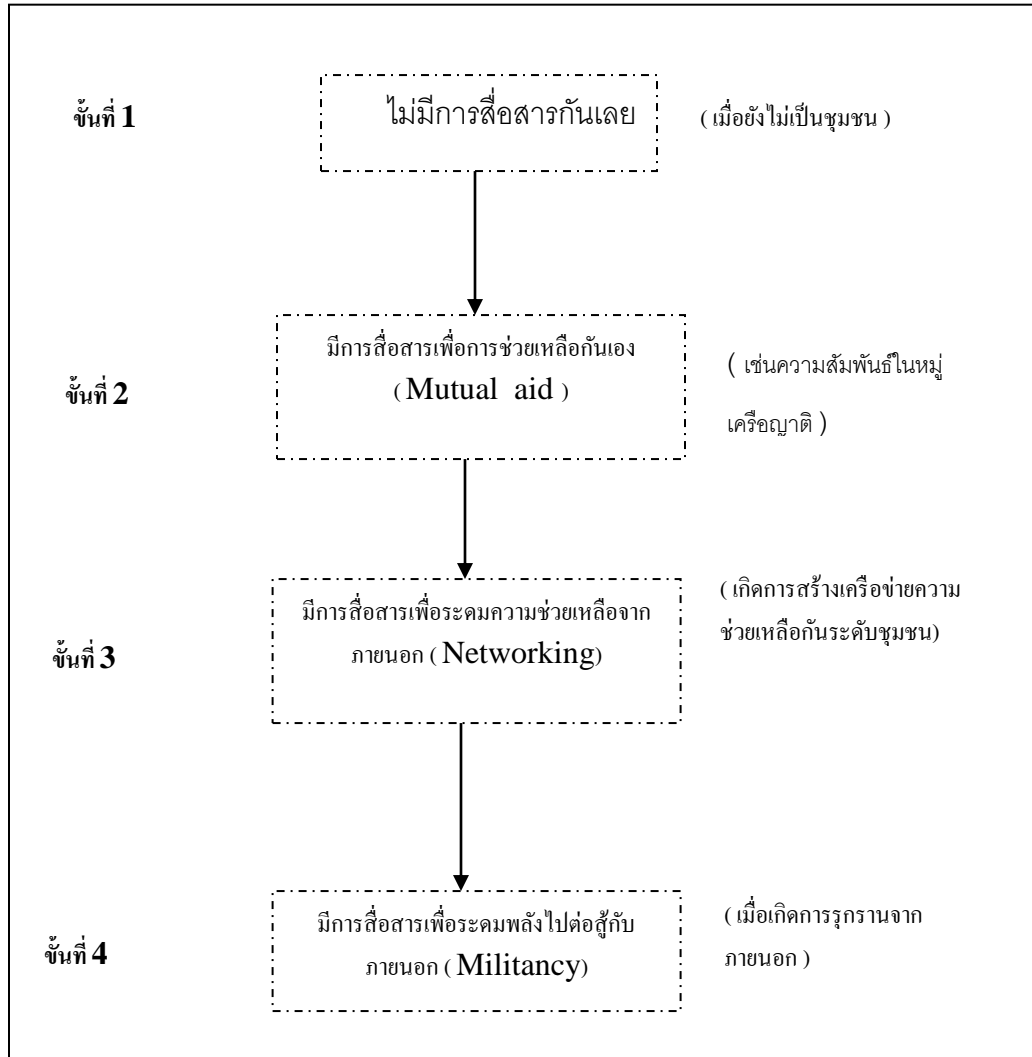
จากลักษณะ 2 ด้านของ 'วิกฤติ' ซึ่ง Peck อ้างว่า ในวัฒนธรรมจีนได้มองเห็นลักษณะ 2 ด้านนี้แล้ว ในตัวอักษรจีนคำว่า 'วิกฤติ' จึงประกอบด้วยคำว่า 'อันตราย' และ 'โอกาส'

และจากข้อเท็จจริงที่ 'ชุมชนถือกำเนิดมาด้วยวิกฤติ' นี้เอง จึงทำให้กลายเป็นกลยุทธ์ด้านหนึ่งในการประคับประคอง 'ความเป็นชุมชน' เอาไว้ ด้วยการหมั่นสร้างวิกฤติ โดยเฉพาะวิกฤติจากภายนอก เช่น การอ้างว่ามีศัตรูจากภายนอก ภายในจึงต้องสามัคคีเพื่อสร้างความเข้มแข็งเอาไว้ที่ อาจจะเรียกว่าเป็น 'กลยุทธ์ด้านลบ' ซึ่ง S. Peck เห็นว่า เราน่าจะแสวงหา 'กลยุทธ์ด้านบวก' ที่มีการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะประคอง 'ความเป็นชุมชน' เอาไว้ และการก่อร่างสร้างชุมชนแบบนี้ Peck เรียกว่า 'ชุมชนที่เกิดจากการออกแบบ' ซึ่งในงานวิจัยประชาคมทับเที่ยงค่อนข้างจะโน้มเอียงมาบนฐานทฤษฎีนี้

อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติ กรณีหนึ่ง ๆ ก็อาจจะใช้อธิบายได้ทั้ง 2 ทฤษฎี แล้วแต่ว่า เราจะหยิบเอาแง่มุมไหน หรือช่วงเวลาไหนมาพิจารณา

(6.2) งานวิจัยชุมชนบ้านครัว เนื่องจากสภาพความเป็นจริงของชุมชนบ้านครัวนี้ได้ผ่านช่วงเวลาทั้ง 2 ช่วง คือ ช่วงปกติและช่วงวิกฤติ ดังนั้น คณะวิจัยจึงได้วางเป้าหมายการวิจัยเอาไว้อย่างชัดเจนเลยว่า จะศึกษาระบบการสื่อสารในช่วงเวลาปกติ การสื่อสารในช่วงเวลาวิกฤติ รวมทั้งจะวิเคราะห์กระบวนการ 'แปรรูปกระบวนการ' จากช่วงภาวะปกติมาสู่ช่วงภาวะวิกฤติด้วย

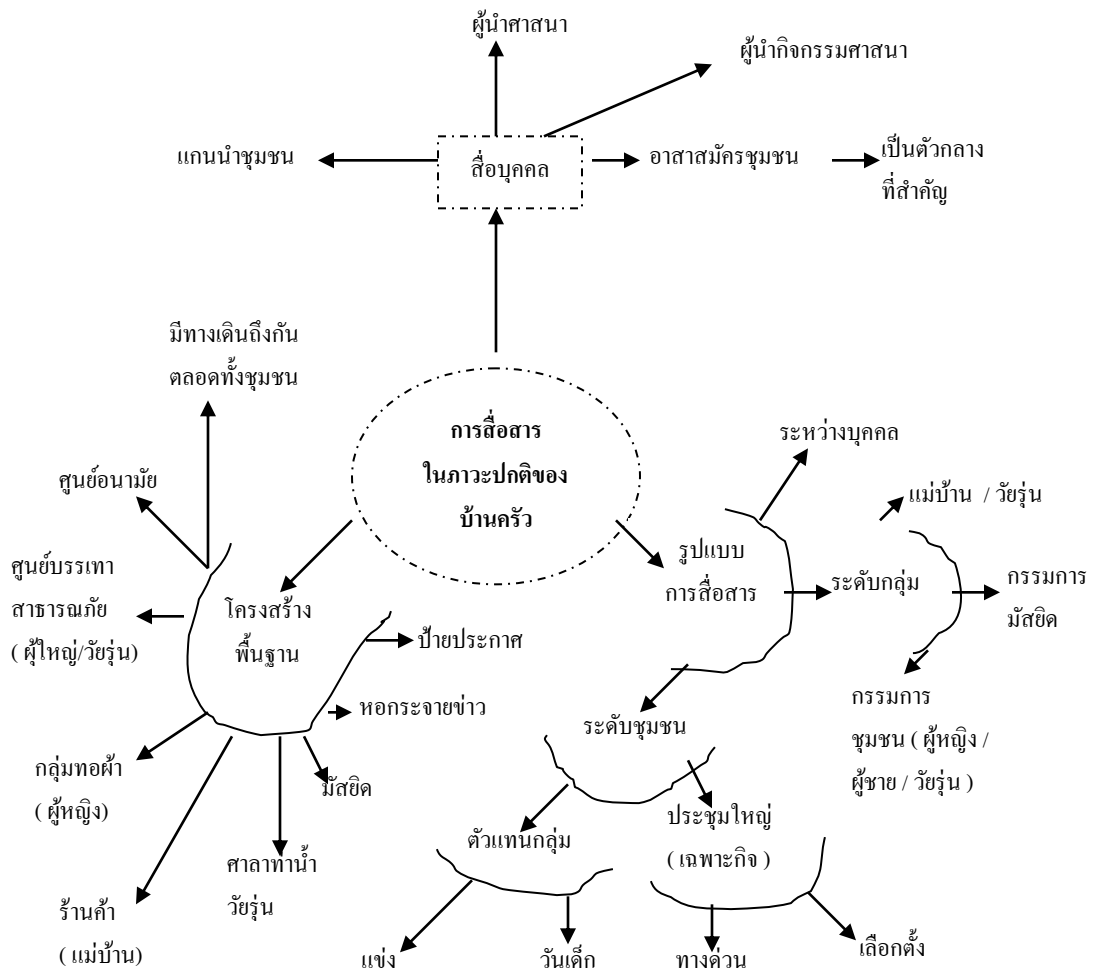
ขั้นพัฒนาการสื่อสารเพื่อจัดการกับความขัดแย้งนั้น โดยทั่วไปจะมี 4 ขั้นตอน ดังนี้



ภาพที่ 18 : พัฒนาการของการสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้งของชุมชน

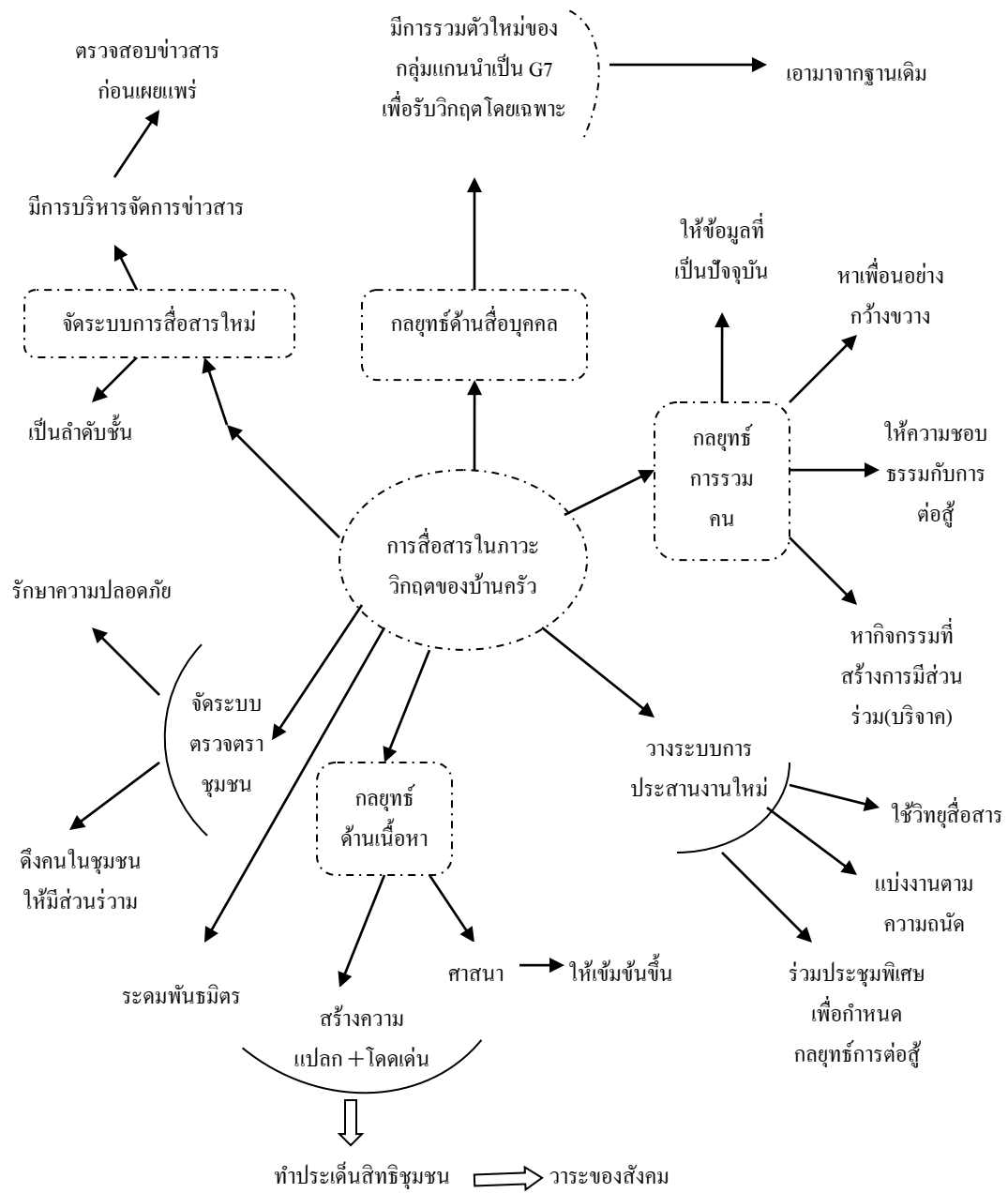
จากภาพขั้นตอนข้างบนนี้ มีความเชื่อประกอบอยู่ข้างหลังว่า การที่ชุมชนจะสามารถก้าวมาสู่ขั้นที่ 4 ได้นั้น ชุมชนจะต้องสร้างฐานการสื่อสารที่เข้มแข็งตั้งแต่ขั้นแรก ๆ มาเสียก่อน โดยเฉพาะในขั้นที่ 2 และ 3

สำหรับงานวิจัยชุมชนบ้านคร้วนั้น คณะวิจัยได้พบว่า ในช่วงเวลาปกตินั้น มีการวางระบบการสื่อสารเอาไว้เป็นอย่างดีเยี่ยม เช่น มีการวางโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการสื่อสารเอาไว้อย่างหลากหลาย ครอบคลุมทุกพื้นที่ เปิดโอกาสให้คนทุกกลุ่มได้เข้าถึง ดังที่แสดงตัวอย่างในภาพ



ภาพที่ 19 : การสื่อสารในภาวะปกติของชุมชนบ้านคร้ว

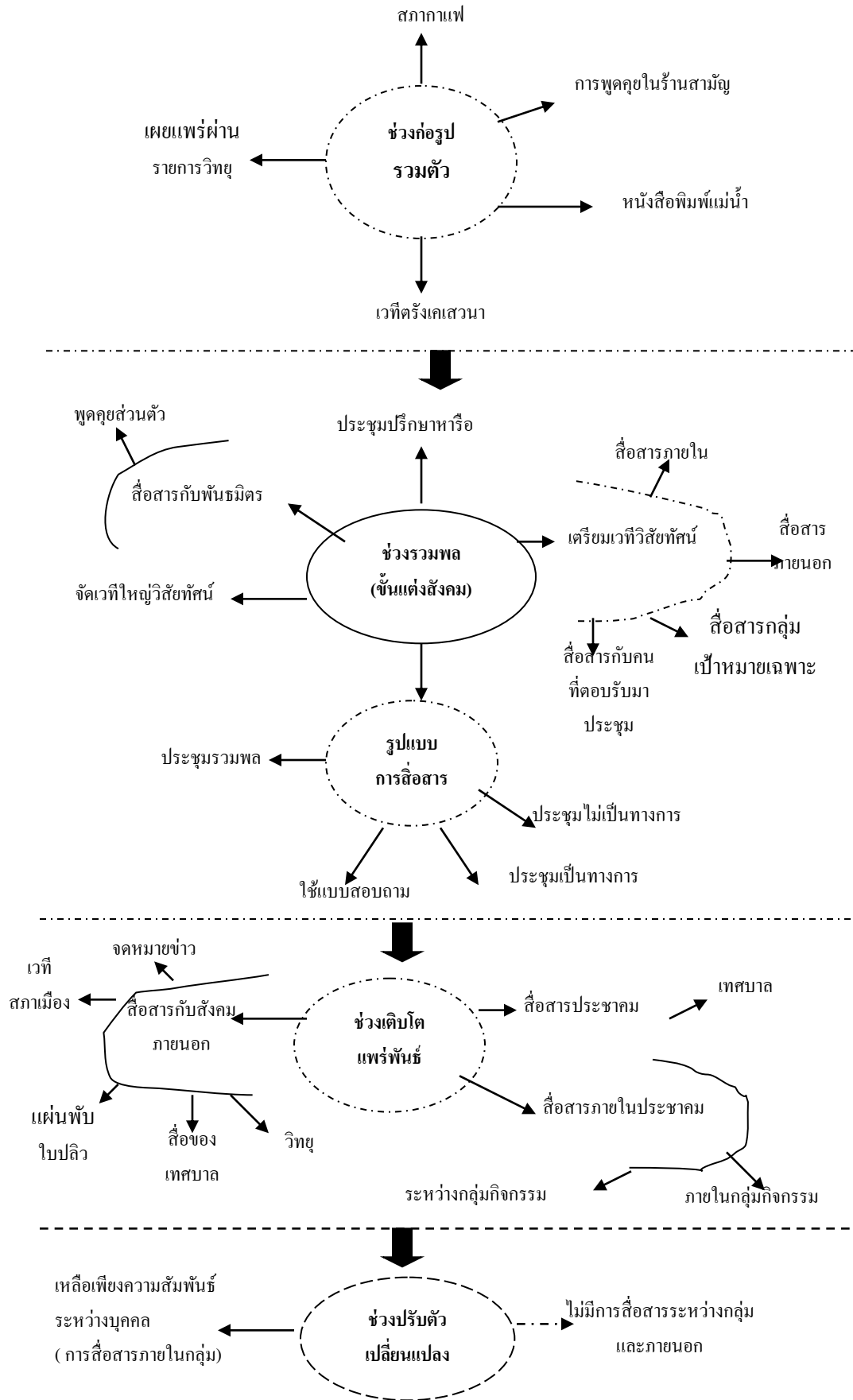
จากภาพที่แสดงข้างบนนี้ จะชี้ให้เห็นได้ว่า การวางโครงข่ายการสื่อสารของชุมชนนั้น สามารถสอดประสานเอาคนทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ เข้าไว้ด้วยกัน แบบตาข่ายที่ถักทอเอาไว้อย่างดี ดังนั้น เมื่อเกิดภาวะวิกฤติ ชุมชนก็ได้จัดกระบวนการจากฐานเดิมที่มีอยู่โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบต่าง ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพความเข้มแข็งของชุมชนให้ตอบรับกับภาวะวิกฤติที่เกิดขึ้น



ภาพที่ 20 : การสื่อสารในภาวะวิกฤตของบ้านครัว

คณะวิจัยได้สรุปว่า เนื่องจากความสำเร็จในการจัดแปรรูประบบนันทนาการสื่อสารจากฐานเดิมที่เข้มแข็ง มาเป็นระบบการสื่อสารใหม่ที่มีศักยภาพในการตอบโต้กับวิกฤติ จึงทำให้การต่อสู้ของชุมชนบ้านครัว ซึ่งเป็นชุมชนเล็ก ๆ แต่ทว่ามีประวัติการต่อสู้ของบรรพบุรุษที่ยาวนาน และได้สืบทอดจิตสำนึกในการรักษาสิทธิของตนเองมาอย่างต่อเนื่องไม่ขาดสาย ความสามารถด้านการสื่อสารดังกล่าว เป็นปัจจัยสำคัญที่อธิบายชัยชนะของชุมชนแห่งนี้ได้

(6.3) งานวิจัยประชาคมทับเที่ยง ในกรณีของประชาคมทับเที่ยงนั้น ต้นกำเนิดของประชาคมเกิดมาจากความรู้สึกว่า ‘เห็นปัญหาที่เป็นวิกฤติ’ ร่วมกันของทับเที่ยง ดังนั้น จึงได้มีการใช้การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเผชิญหน้ากับวิกฤติดังกล่าว โดยที่รูปแบบการสื่อสารนั้น ได้เปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการของประชาคม ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 21 : รูปแบบการสื่อสารในช่วงพัฒนาการของประชาคมทับเที่ยง

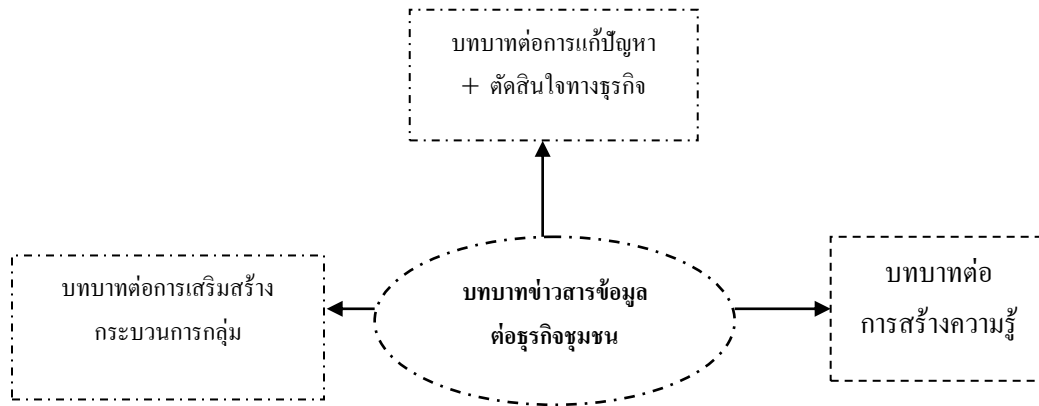
จากภาพที่แสดงมา คณะวิจัยได้วิเคราะห์ว่า จากระยะแรกจนถึงระยะสุดท้ายนี้ ประชาคมทับเที่ยงเปรียบเสมือนต้นไม้ที่แตกกิ่งก้านสาขาขยายตัวอย่างรวดเร็ว เพราะในช่วงแรก ตัวต้นมีกาบ (การสื่อสาร) ที่ดี ทำหน้าที่ยึดเกาะไว้ แต่ในระยะหลัง เมื่อการสื่อสารเริ่มมีปัญหาทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ทั้งการสื่อสารภายในและภายนอก เป็นผลให้ความสัมพันธ์ในนาม ‘ประชาคมทับเที่ยง’ ที่ร่วมกันจัดตั้งขึ้นมา ค่อย ๆ ลดบทบาทลงไปในท้ายที่สุด

7. การศึกษาบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร

(7.1) ความสนใจของการศึกษาบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร

การศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการนั้น เป็นแนวคิดที่อยู่ภายใต้ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) และมักจะถูกผนวกเป็นมิติหนึ่งเสมอในงานศึกษาเรื่องการสื่อสาร แต่ทว่า ประเด็นที่งานวิจัยแต่ละชิ้น จะให้ความสนใจหรือให้น้ำหนักต่อการศึกษารองบทบาทของการสื่อสารมากหรือน้อยนั้นจะแตกต่างกันไปตามประเด็น ดังเช่น ในงานวิจัย 4 ชิ้นในชุดโครงการนี้ ต่างก็มีหัวข้อเรื่องบทบาทของการสื่อสารต่อการบริหารจัดการทั้งสิ้น แต่ในเชิงปริมาณ การให้น้ำหนักที่ศึกษาจะแตกต่างกัน เช่น งานวิจัยประชาคมทับเที่ยงตอบคำถามเพียงสั้น ๆ ว่า ในพัฒนาการขั้นสุดท้ายของประชาคมนั้น ประชาคมได้สูญเสียสถานภาพทั้งการเป็นกลไกและเป็นเวทีกลางตามที่ได้กำหนดเอาไว้ กล่าวคือ *สถานภาพการเป็นกลไก* เมื่อไม่สามารถเป็นช่องทางนำงบประมาณมาสู่กลุ่มกิจกรรม กลไกที่วางเอาไว้ก็ทำงานไม่ได้หรือเท่ากับหยุดหรือเลิกไป ส่วนการเป็น*เวทีกลาง*นั้น เมื่อต่างกลุ่มต่างเคลื่อนกิจกรรมอย่างเป็นอิสระ และไม่ได้รับใช้เป้าหมายวิสัยทัศน์ ‘เมืองน่าอยู่’ การเป็นเวทีกลางก็ไม่เกิดขึ้น ซึ่งสถานภาพของการเป็นกลไกและเวทีกลางนั้น ล้วนเป็นบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารทั้งสิ้น

สิ่งที่น่าสนใจของทฤษฎีหน้าที่นิยมที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในเรื่องบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารคือ ในมิติเชิงคุณภาพ ในงานวิจัยแต่ละชิ้น สามารถที่จะ ‘ตัดเย็บ’ การวัดมิติของการทำหน้าที่/บทบาทของการสื่อสารให้เข้ากับประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการจะศึกษาได้ ตัวอย่างเช่น ในงานวิจัยธุรกิจชุมชนของ อัจฉริยาและคณะ ซึ่งคณะวิจัยสนใจเรื่องการจัดการข่าวสารข้อมูลเพื่อเสริมสร้างธุรกิจชุมชน ในการวัดบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารนั้น คณะวิจัยได้ออกแบบศึกษาการวัดเป็น 3 มิติ คือ



ภาพที่ 22 : บทบาทของข่าวสารต่อธุรกิจชุมชน

คำถามหลัก ๆ ในการศึกษาบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารนั้น ได้แก่ (1) มีบทบาทอะไรบ้าง (2) แสดงบทบาทนั้นได้อย่างไร (3) แสดงบทบาทนั้นในขั้นตอนไหนของกิจกรรม (4) การแสดงบทบาทนั้นจะต้องมีเงื่อนไขอะไรบ้าง (5) เกิดผลลัพธ์อย่างไรจากการแสดงบทบาทดังกล่าว

(7.2) การศึกษาบทบาทของการสื่อสารต่อการจัดการกิจกรรมกลุ่มออมทรัพย์

ในงานวิจัยเรื่องกลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์นั้น คณะวิจัยได้ถือเอาประเด็นเรื่องบทบาทของการสื่อสารว่า เป็นปัจจัยสำคัญตัวหนึ่งในการอธิบายความสำเร็จและความล้มเหลวของกิจกรรมกลุ่มออมทรัพย์

คณะวิจัยจึงได้วิเคราะห์บทบาทของการสื่อสารที่มีต่อมิติต่าง ๆ ของการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มออมทรัพย์ ซึ่งสามารถจะสรุปอย่างคร่าว ๆ ได้ว่า ท่ามกลางปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มที่เข้มแข็งและกลุ่มที่อ่อนแอ นั้น ปัจจัยที่สำคัญส่วนหนึ่งก็คือ ความสามารถของกลุ่มในอันที่จะใช้การสื่อสารให้มีบทบาทในกิจกรรมออมทรัพย์ได้มากหรือน้อย แสดงบทบาทได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่นั่นเอง

บทบาทพื้นฐานของการสื่อสารที่มีต่อกลุ่มออมทรัพย์ที่สำคัญมีอยู่ 4 บทบาท คือ

(1) การสื่อสารในการก่อตั้งกลุ่มออมทรัพย์ ซึ่งมีรายละเอียดแยกย่อยออกเป็นหลายแง่มุม

เช่น

- (1.1) การสื่อสารเป็นช่องทางในการให้ข้อมูลจากหน่วยงานภายนอกในเนื้อหาที่เกี่ยวกับการตั้งกลุ่มออมทรัพย์ (เช่น กลุ่มออมทรัพย์คืออะไร มีประโยชน์อย่างไร ดำเนินการอย่างไร ฯลฯ)

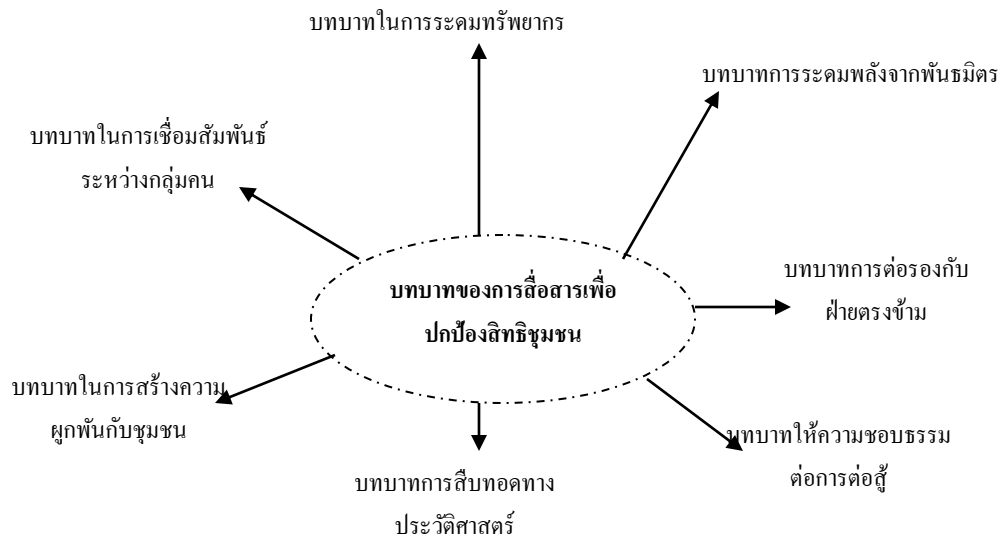
- (1.2) การสื่อสารจะมีบทบาทในกระบวนการตัดสินใจเพื่อก่อตั้งกลุ่ม เช่น แคนนำจะมาปรึกษาหารือกันและทำความตกลงร่วมกัน
- (1.3) การสื่อสารจะช่วยในการหาแนวร่วม/หาสมาชิกกลุ่ม
- (1.4) การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้เรื่องความหมายของกลุ่มออมทรัพย์ ซึ่งเป็นบทบาทหน้าที่สำคัญอย่างยิ่งต่อความมั่นคงและยั่งยืนของกลุ่ม ในขณะที่กลุ่มที่เข้มแข็ง จะให้ความสำคัญกับบทบาทนี้อย่างมาก กลุ่มที่อ่อนแอมักจะมองข้ามไป
- (2) การสื่อสารในระบบบริหารจัดการ ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นบ้างแล้ว และเนื่องจากกลุ่มออมทรัพย์ที่ศึกษา มีทั้งกลุ่มชุมชนเมืองและชนบท ในบางแง่มุมคณะวิจัยจึงได้พบรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกันบ้างในการแสดงบทบาทนี้ เช่น
- (2.1) การสื่อสารในการบริหารจัดการระบบงาน ชุมชนเมืองมักจะใช้รูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ ๆ เช่น การจัดเวทีชุมชน เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างบุคคลภายใน/ภายนอกกลุ่ม การศึกษาดูงาน และการรวมกลุ่มทำกิจกรรมสาธารณะของชุมชน การประชุม การใช้สื่อหลายลักษณะอักษร (เช่น จดหมาย) เพื่อต่อยอดข้อมูล
- ในขณะที่ชุมชนชนบทที่ยังมีรูปแบบการสื่อสารของสื่อประเพณีพื้นบ้าน เช่น วัฒนธรรมแซนโดนตา การร้องเพลงกันตรึม สารทเขมร ฯลฯ อยู่อุดมสมบูรณ์ ดังนั้น กลุ่มออมทรัพย์ในเขตชนบทจึงใช้สื่อประเพณีพื้นบ้านเหล่านี้ เป็นพื้นที่สาธารณะในการสื่อสารเรื่องกิจกรรมของกลุ่มออมทรัพย์ได้อย่างมาก และได้ใช้การสื่อสารในกลุ่มย่อยเป็นเวทีพื้นฐาน
- (2.2) การสื่อสารในการจัดการระบบเงิน ดังที่กล่าวมาแล้วว่า การสื่อสารมีบทบาทอย่างมากในการสร้างความโปร่งใส เพื่อรักษาความน่าเชื่อถือของกลุ่ม รวมทั้งการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวสำหรับการระดมทุน ในเรื่องของการสื่อสารเพื่อการบริหารการเงินนี้ ก็มีความแตกต่างกันระหว่างชุมชนเมืองและชนบทบ้าง กล่าวคือ ชุมชนเมืองจะเน้นการสื่อสารที่สร้างความโปร่งใส ใช้อาศัยสื่อหลายลักษณะอักษร ควบคู่กับการแสดงให้เห็นศักยภาพของการบริหารเงินของทีมงานแก่สมาชิก ในขณะที่ชุมชนชนบทนั้นมักจะใช้ 'สัญญาใจ' เป็นพื้นฐานมากกว่าลายลักษณ์อักษร ซึ่งกลุ่มสมาชิกเห็นว่ายุ่งยาก รวมทั้งกรรมกรก็ยังไม่มีความรู้เรื่องการจัดทำบัญชีหรือการรายงานผลการดำเนินงานอย่างถูกต้อง
- (2.3) การสื่อสารเพื่อการบริหารบุคคล อันได้แก่ การสื่อสารเพื่อระดมความร่วมมือจากสมาชิก/กรรมกร/ผู้นำ
- (3) การสื่อสารเพื่อบริหารความขัดแย้ง ดังที่ได้กล่าวมาแล้วตั้งแต่ข้างต้นว่า กิจกรรมออมทรัพย์เป็นเรื่องของเงิน ๆ ทอง ๆ ซึ่งเป็นของบาดใจได้ง่าย ดังนั้น การเกิดความขัดแย้งจึงเป็น

ปรากฏการณ์ธรรมชาติที่สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งในหมู่กรรมการ ความขัดแย้งระหว่างกรรมการกับสมาชิก หรือความขัดแย้งในท่ามกลางหมู่สมาชิกเอง ซึ่งกลุ่มที่เข้มแข็งสามารถจะใช้การสื่อสารเพื่อบริหารความขัดแย้งได้ดีกว่ากลุ่มที่อ่อนแอ

(4) การสื่อสารเพื่อสนับสนุนความเข้มแข็ง/อ่อนแอของกลุ่ม ซึ่งในประเด็นนี้ คณะวิจัยได้พิจารณาแนวคิดที่ได้นำเสนอมาตั้งแต่แรก คือ การใช้รูปแบบการสื่อสารกระบวนการทัศน์เดิมและกระบวนการทัศน์ใหม่ควบคู่กันไป

(7.3) มิติใหม่ ๆ ของการศึกษาบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ทฤษฎีหน้าที่นิยมนั้นเป็นพื้นที่ที่ยังคงเปิดกว้างต่อการสร้างสรรค์บทบาทใหม่ ๆ สไตส์แปลก ๆ ของการสื่อสารอยู่เสมอ ดังเช่น ในงานวิจัยเรื่องชุมชนบ้านคร้ว คณะวิจัยได้พบว่า การสื่อสารในหลาย ๆ ระดับ หลายรูปลักษณะ หลายเป้าหมายของชุมชนบ้านคร้วนั้น ได้ทำหน้าที่อย่างหลากหลายมาก โดยเฉพาะบทบาทหน้าที่ที่น่าสนใจอย่างมากคือ **บทบาทหน้าที่ในการสืบทอดสำนึกทางประวัติศาสตร์** เพื่อนำมาใช้ในปกป้องสิทธิของชุมชน

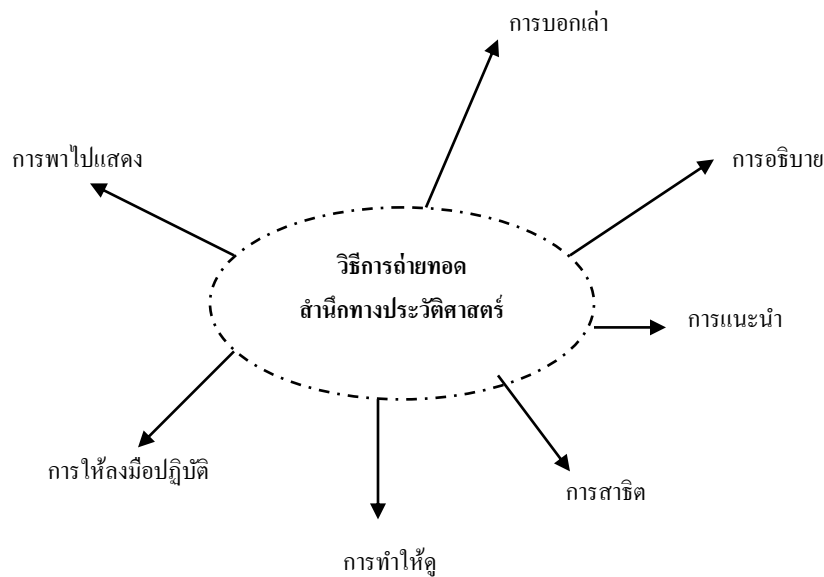


ภาพที่ 23 : บทบาทของการสื่อสารเพื่อปกป้องสิทธิชุมชน

ในที่นี้จะพิจารณาบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารในการสืบทอดประวัติศาสตร์ของชุมชน เนื่องจากชุมชนบ้านคร้วมีอายุเก่าแก่ถึง 200 ปี เนื้อหาของประวัติชุมชนนั้นได้เล่าถึงความยากลำบากของบรรพบุรุษที่อพยพมาตั้งรกราก และประวัติความกล้าหาญของบรรพบุรุษในการเข้าร่วมสงคราม

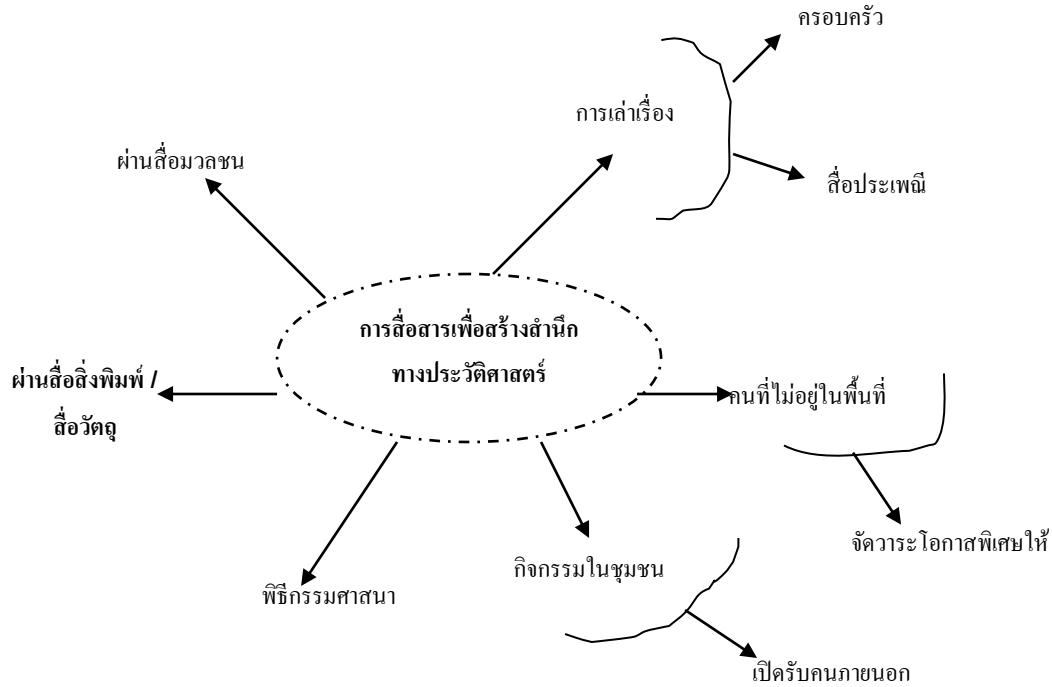
เพื่อปกป้องแผ่นดิน และผืนแผ่นดินที่กำลังอาศัยอยู่นี้มิใช่ได้มาด้วยการซื้อขาย หากแต่ได้มาจากการพระราชทานของพระเจ้าแผ่นดินจากความดีความชอบที่ได้เอาชีวิตเข้าแลก ลักษณะเนื้อหาเช่นนี้ให้ทั้งความชอบธรรมในการต่อสู้และปลุกเร้าให้คนรุ่นหลังรักษามรดกที่ดินของบรรพบุรุษเอาไว้

หากทว่า ปัญหาสำคัญก็คือ การแสดงบทบาทของการสื่อสารนั้นกระทำได้อย่างไร ตามหลักแนวคิดทฤษฎีแล้ว รูปแบบการถ่ายทอดการสื่อสารเพื่อสร้างสำนึกทางประวัติศาสตร์นั้น จะดำเนินการในหลายระดับของการสื่อสาร เช่น ในระดับครอบครัว ระดับกลุ่ม ระดับชุมชน (เช่น ผ่านพิธีกรรม) โดยมีการถ่ายทอดหลาย ๆ แบบ เช่น



ภาพที่ 24 : วิธีการถ่ายทอดสำนึกทางประวัติศาสตร์

ในกรณีของชุมชนบ้านคร้วนั้น คณะวิจัยพบว่า มีวิธีการสื่อสารเพื่อสืบทอดสำนึกทางประวัติศาสตร์ให้แก่คนหลายกลุ่มดังนี้



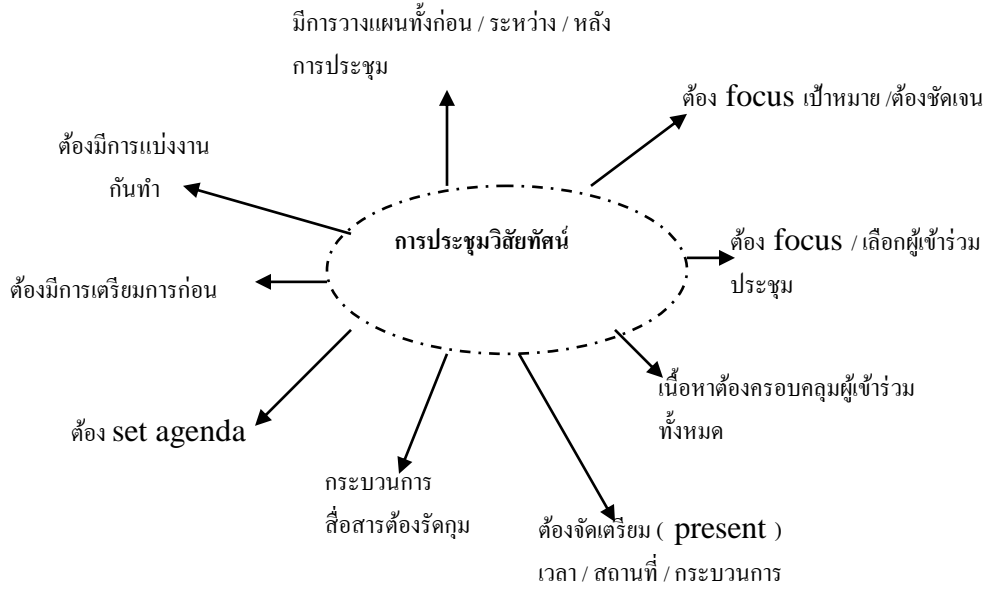
ภาพที่ 25 : การสื่อสารเพื่อสร้างสำนึกทางประวัติศาสตร์

8. การวิเคราะห์คุณลักษณะและกระบวนการของการสื่อสาร

จากเนื้อหาที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่า การใช้การสื่อสารเพื่อบริหารจัดการนั้น ในด้านหนึ่ง ผู้ที่ใช้การสื่อสารจะต้องทำความเข้าใจกับ 'สิ่งที่จะถูกใช้บริหารจัดการ' เช่น เป็นกิจกรรมอะไร มีคุณลักษณะอะไรบ้าง เช่น การจัดการกลุ่มออมทรัพย์จะแตกต่างจากการจัดการธุรกิจชุมชน และในเวลาเดียวกัน การจัดการประชาคมทับเที่ยงก็ย่อมแตกต่างจากการจัดการชุมชนบ้านควัวในช่วงเวลาวิกฤติ

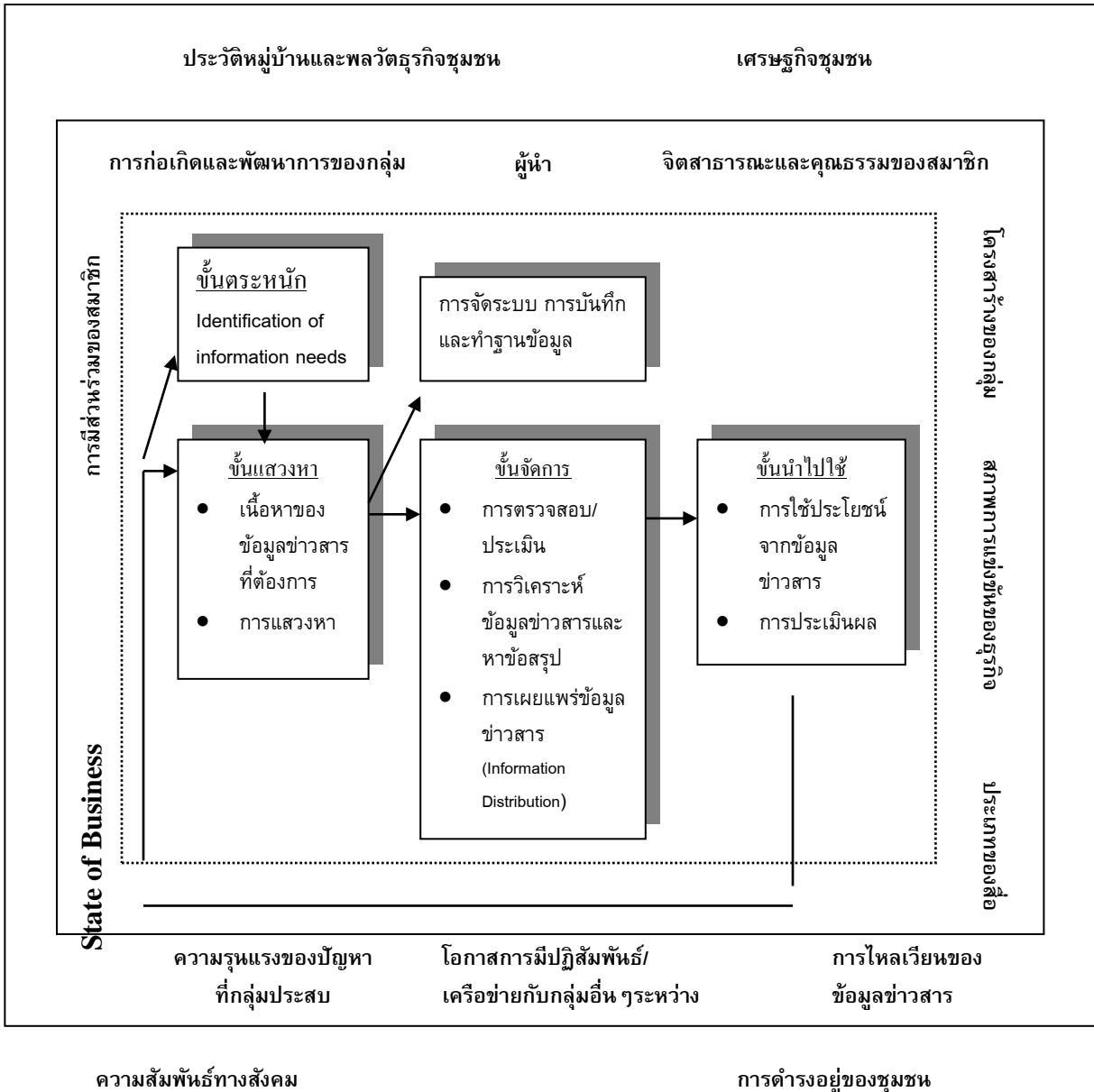
นอกเหนือจากความเข้าใจในคุณลักษณะของ 'สิ่งที่จะถูกใช้บริหารจัดการ' แล้ว ในอีกด้านหนึ่ง ผู้ที่ใช้การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ ก็ต้องทำความเข้าใจกับ 'คุณลักษณะและกระบวนการของการสื่อสาร' ทั้งนี้ เนื่องจากรูปแบบของการสื่อสารแต่ละชนิด มีคุณลักษณะเฉพาะตัว ทำงานรับใช้เป้าหมายได้คนละแบบ จึงต้องเลือกมาใช้ให้เหมาะสมกับภารกิจ ช่วงเวลา และพื้นที่ ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น

ตัวอย่างเช่น คณะวิจัยเรื่องประชาคมทับเที่ยง ได้วิเคราะห์คุณลักษณะของการจัดรูปแบบการประชุมใหญ่เรื่องวิสัยทัศน์เมืองนำอยู่ว่าเป็นดังนี้



ภาพที่ 26 : คุณลักษณะของการประชุมวิสัยทัศน์ “ เมืองน่าอยู่ ”

ส่วนเรื่องกระบวนการสื่อสารนั้น ตัวอย่างที่เห็นลำดับขั้นตอนของกระบวนการสื่อสารอย่างชัดเจนคือ กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องการจัดการข้อมูลข่าวสารธุรกิจชุมชนของอัจฉริยาและคณะ



ภาพที่ 27 : กรอบแนวคิดทางการวิจัยของการจัดการข้อมูลข่าวสาร

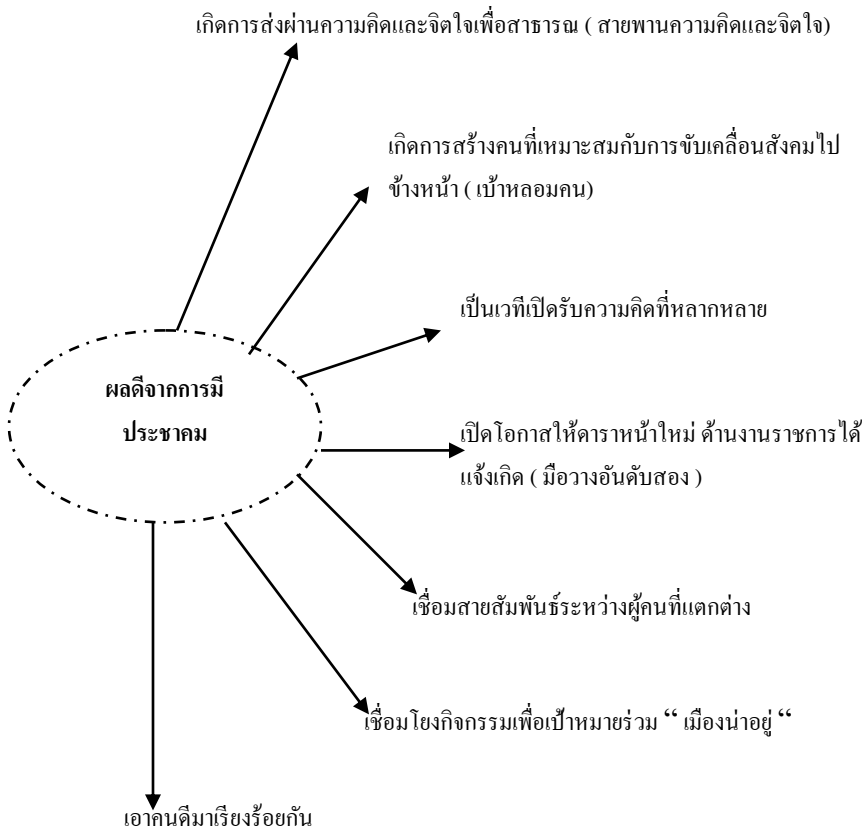
(1) ขั้นตระหนัก (identification of information needs) เป็นขั้นตอนของการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่อการทำความเข้าใจกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น จนกระทั่งเห็นขนาดและความรุนแรงของปัญหาตั้งแต่การเริ่มต้นธุรกิจ

(2) ขั้นแสวงหา ประกอบไปด้วย (1) การแสวงหาเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร (2) การรวบรวมข้อมูลข่าวสาร

(3) ขั้นจัดการ ประกอบด้วย (1) การตรวจสอบและการประเมินข้อมูลข่าวสาร (2) การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและหาข้อสรุป (3) การจัดระบบ การบันทึก และการทำงานข้อมูล (4) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (information distribution)

(4) ขั้นนำไปใช้ ประกอบไปด้วย (1) การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร และ (2) การประเมินผล สำหรับกระบวนการของการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการนี้ มักเป็นปรากฏการณ์เสมอว่า การดำเนินงานตามกระบวนการนั้นมีลักษณะไม่ครบวงจร โดยส่วนเดียวของวงจรที่มักขาดหายไปมากที่สุดก็คือ ส่วนท้ายสุดของกระบวนการได้แก่ **การประเมินผล** ดังที่คณะวิจัยประชาคมทับเที่ยงพบว่า ตลอดการดำเนินงานของประชาคมทับเที่ยง ไม่เคยมีการประเมินผลงานตามเป้าหมายเลย ไม่ว่าจะ เป็นแผนงาน 1 ปี หรือแผนงาน 5 ปีก็ตาม ดังนั้น ถึงแม้การดำเนินงานจะมีปัญหาและทำให้ประชาคมไม่เติบโตตามที่คาดหวังเอาไว้ (ซึ่งก็แปลว่า ‘ก็รู้ผลอยู่แล้ว’) แต่เมื่อการขาดการประเมินผล ก็ทำให้ไม่ทราบว่ ‘เพราะเหตุใดจึงไม่ได้ผลตามที่คาด’

คณะวิจัยได้ทดลองประเมินผล โดยเล็งดูผลดี ๆ ที่เกิดขึ้นจากการมีประชาคม ดังนี้



ภาพที่ 28 : การประเมินผลดีจากการมีประชาคม

9. การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ

ในการวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการนั้น ในงานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น ได้ค้นพบว่า เรื่องการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ มิใช่สิ่งที่แปลกใหม่เอี่ยมถอดตำสำหรับกลุ่ม/ชุมชน กล่าวคือ ในทุกกลุ่มทุกชุมชนมีการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการอยู่แล้ว เพียงแต่ว่าจะเป็น ‘แบบเก่า’ หรือ ‘แบบใหม่’ เท่านั้น

ด้วยเหตุนี้ กลยุทธ์ที่สำคัญที่งานวิจัยทั้ง 4 ชิ้น สนใจศึกษาก็คือ กลยุทธ์การผสมผสาน (hybridization) ซึ่งมีอยู่หลายสูตรผสม เช่น ในกรณีชุมชนบ้านครัวได้ผสมการสื่อสารในช่วงภาวะปกติ มาสู่ภาวะวิกฤติ ส่วนงานวิจัยกลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์ ได้ถือเอากลยุทธ์การผสมผสานนี้เป็นโจทย์การวิจัยเลยทีเดียว (ดูรายละเอียดต่อไป) ส่วนงานวิจัยประชาคมทับเที่ยงนั้น ก็ได้ข้อสรุปว่า ความล้มเหลวของประชาคมนั้น ส่วนหนึ่งก็เป็นเพราะในการผสมการสื่อสารนั้น กลุ่มแกนนำประชาคมหยิบเอาส่วนผสมของการสื่อสารแบบเดิมที่มีอยู่มาใช้น้อยเกินไป ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

ในที่นี้จะดูรายละเอียดของกลยุทธ์การผสมผสานจากงานวิจัยเรื่องกลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์ อย่างละเอียด

ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า ในยุคสมัยปัจจุบันของการพัฒนานั้น จะสนใจการนำเอา ‘ของเดิมที่มีอยู่’ มาผสมผสานกับ ‘ของใหม่ที่นำเข้ามา’ สำหรับตัวอย่างในเรื่องของการสื่อสารนั้น แต่เดิมนั้นชาวบ้านมักจะมีรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การพูดบอกกันปากต่อปาก หรือการบอกฝากต่อ ๆ กัน การสื่อสารในกลุ่มย่อย ฯลฯ แม้ว่ารูปแบบเหล่านี้ จะเป็นรูปแบบที่ชุมชนคุ้นเคย ใช้งานง่ายใช้คล่อง แต่ก็อาจมีข้อจำกัดบ้างเมื่อนำมาใช้กับกิจกรรมการพัฒนา เช่น กลุ่มออมทรัพย์ ตัวอย่างเช่น การพูดตัวเลขนั้นอาจจะคลาดเคลื่อนหรือผิดพลาดไป

ส่วนรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ ๆ เช่น การจัดเวทีชุมชน การศึกษาดูงาน การประชุม ฯลฯ รูปแบบเหล่านี้ มีประสิทธิภาพดีสำหรับกิจกรรมงานพัฒนาเช่นกลุ่มออมทรัพย์ แต่ทว่าก็เป็นรูปแบบที่ชุมชนไม่คุ้นเคย อาจจะเคอะเขินในการปฏิบัติ

ดังนั้น คณะวิจัยจึงมีข้อเสนอในการผสมผสานการสื่อสารทั้งแบบเก่าและแบบใหม่เข้ากัน โดยพิจารณาจากสภาพความเป็นจริงของแต่ละชุมชน เช่น ชุมชนชนบทหรือชุมชนเมือง ดังนี้

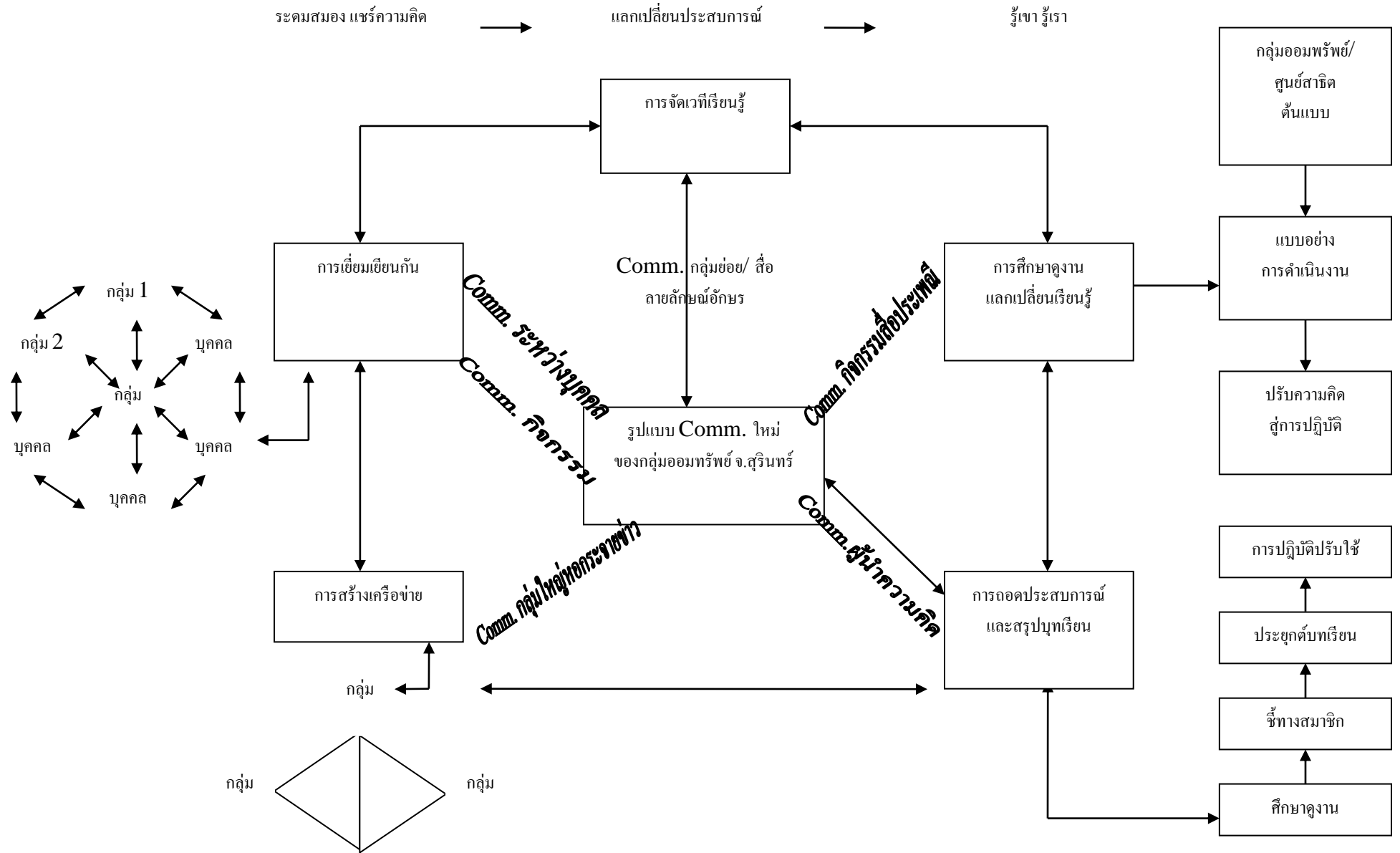
ชุมชนเมือง		ชุมชนชนบท(ตำบลเจียง)	
การสื่อสารแบบเดิม	การสื่อสารแบบใหม่	การสื่อสารแบบเดิม	การสื่อสารแบบใหม่
1.ปากต่อปาก	1. เวทีชุมชน	1. ปากต่อปาก	1. ศึกษาดูงาน
2. ฝากบอกต่อ	2. การรวมกลุ่มกิจกรรม	2. ผู้นำความคิด/ ผู้นำกลุ่มแจ้ง	2. เวทีชาวบ้าน
3. เสียงตามสาย	3. การอบรมสัมมนา	3. หอกระจายข่าว	3. การเยี่ยมเยียนกัน
4. ลายลักษณ์อักษร	4. การประชุม	4. การประชุม (เน้นผู้ส่งสารเป็นหลัก)	4. การประชุม (เน้นการมีส่วนร่วม)
5. การตีประกาศ	5. การดูงาน	5. ลายลักษณ์อักษร	5. การสื่อสารกลุ่มย่อย (เน้นผู้ส่งสารผู้รับสารเท่ากัน)
6. โทรศัพท์	6. เครือข่ายกลุ่มออมทรัพย์ชุมชนเมือง	6. สื่อกิจกรรมประเพณี	6. การสร้างเครือข่าย
7. การสื่อสารกลุ่มย่อย (เน้นผู้ส่งสารเป็นหลัก)	7. การปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอก	7. การสื่อสารกลุ่มย่อย (เน้นผู้ส่งสารเป็นหลัก)	
8. การแจ้งข่าวจากผู้นำ/ เจ้าหน้าที่รัฐ	8. การสื่อสารกลุ่มย่อย (เน้นผู้ส่งสารผู้รับสารเท่ากัน)		

ภาพที่ 29 : เปรียบเทียบการสื่อสารแบบเดิมและแบบกระบวนทัศน์ใหม่

หากพิจารณาจากตารางข้างบนนี้ จะเห็นได้ว่า รูปแบบการสื่อสารแบบเดิมที่กลุ่มออมทรัพย์ชุมชนเมืองและตำบลเจียงใช้เหมือนกัน ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารแบบปากต่อปาก ลายลักษณ์อักษร เสียงตามสาย หรือหอกระจายข่าว การสื่อสารกลุ่มย่อย (เน้นผู้ส่งสารเป็นหลัก) และการสื่อสารผ่านผู้นำกลุ่มหรือผ่านเจ้าหน้าที่รัฐ ส่วนการสื่อสารตามแบบกระบวนทัศน์ใหม่ที่กลุ่มออมทรัพย์ชุมชนเมืองและตำบลเจียงใช้เหมือนกัน ได้แก่ เวทีชาวบ้าน หรือเวทีชุมชน การสื่อสารกลุ่มย่อย (เน้นผู้ส่งสารผู้รับสารเท่ากัน) ศึกษาดูงาน และการสร้างเครือข่าย

นอกจากนี้ คณะวิจัยพบว่า **ชุมชนเมืองมีความหลากหลายในการใช้การสื่อสารตามกระบวนทัศน์ใหม่**มากกว่าชุมชนชนบท/ตำบลเจียง ไม่ว่าจะเป็นการศึกษางาน การอบรมสัมมนา ให้ความรู้ การปฏิสัมพันธ์และความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ตลอดจนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในระดับชุมชนเมืองที่สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสการพัฒนาในเชิงการบริหารจัดการที่มีรูปแบบ

และความพร้อมมากกว่า ในขณะที่ตำบลเจนีงมีความโดดเด่น และให้ความสำคัญกับสื่อกิจกรรม ประเพณีที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่น ผนวกกับการเยี่ยมชมเยียนและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน จึง กลายเป็นสื่อกลางในการประสานความร่วมมือของสมาชิกกลุ่มได้ อย่างไรก็ตาม กลุ่มออมทรัพย์ตำบล เจนีงยังขาดการสื่อสารในรูปแบบของการส่งเสริมให้ความรู้อบรม หรือโอกาสในการศึกษาดูงาน รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือเกี่ยวกับการบริหารจัดการยังคงมีน้อย การพัฒนากลุ่มออม ทรัพย์ตำบลเจนีงจึงแสดงศักยภาพให้เห็นในลักษณะชาวบ้านคิดเอง ทำเอง บริหารจัดการด้วยสิ่งที่มี อยู่แล้วในท้องถิ่นตนเอง จากบทบาทการสื่อสารทั้ง 2 ชุมชน สามารถจำลองภาพให้เห็นกระบวนการทัศน์ ใหม่ของการสื่อสารที่นำมาใช้ในการพัฒนากลุ่มออมทรัพย์ ดังรูปต่อไปนี้



ภาพที่ 30 : แผนภาพการสื่อสารตามแบบกระบวนทัศน์ใหม่

ตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารตามกระบวนการทัศน์ใหม่ มีดังนี้

(1) การเยี่ยมชมเยียนกันแบบกระบวนการทัศน์ใหม่ แต่เดิมนั้น ชุมชนเคยมีการเยี่ยมชมไปมาหาสู่กันอยู่แล้ว แต่ที่ว่าอาจจะเป็นหน่วยระดับบุคคลต่อบุคคล หรือเป็นขอบเขตระหว่างเครือข่าย/คนรู้จักกัน และเนื้อหาที่เป็นเรื่องส่วนตัว/เรื่องครอบครัว/การถามข่าวคราวสารทุกข์สุขดิบ/การขอความช่วยเหลือในระดับบุคคลและครอบครัว

จากรูปแบบการสื่อสารแบบดั้งเดิมนั้น กลุ่มออมทรัพย์ได้ยกระดับรูปแบบการสื่อสารดังกล่าว โดยปรับเปลี่ยนองค์ประกอบของการสื่อสารให้มารองรับกับกิจกรรมของกลุ่มออมทรัพย์ เช่น หน่วยของผู้เยี่ยมชมอาจจะขยายเป็นการเยี่ยมชมระหว่างกลุ่มต่อกัน การขยายขอบเขตจาก 'เครือข่ายทางสายเลือด/หรือดอกกัน' ก็ขยายขอบเขตเป็น 'เครือข่ายด้านอุดมการณ์กลุ่มออมทรัพย์' ด้วยกัน และจากเนื้อหาที่เคยเป็น 'การพูดคุยเรื่องส่วนตัว/ครอบครัว' ก็ปรับเปลี่ยนมาเป็น 'การถามไถ่สารทุกข์สุขดิบ' เรื่องกิจกรรมการออมทรัพย์ และการให้ความช่วยเหลือกันในเรื่องการออมทรัพย์ระหว่างกลุ่มต่อกัน

(2) การจัดเวทีการเรียนรู้แบบกระบวนการทัศน์ใหม่ แต่เดิมนั้น การสื่อสารภายในกลุ่มออมทรัพย์จะมีรูปแบบการสื่อสารกลุ่มย่อยที่ผู้เข้าร่วมการสื่อสาร (communicator) มักจะเป็นแต่ผู้นำกรรมการเท่านั้น แม้ว่าการสื่อสารแบบเดิมนั้นจะมีข้อเด่นตรงที่มีการจัดทำอย่างเป็นระบบ/เป็นทางการ เช่น มีการสื่อสารด้วยลายลักษณ์อักษร (เช่น หนังสือเชิญประชุม การชี้แจงผลการดำเนินงานผ่านตัวหนังสือ) แต่ทว่าก็ยังมีจุดอ่อนอยู่หลายประการ เช่น

- ผู้ที่เข้าร่วมการสื่อสารยังจำกัดวงอยู่ในกลุ่มผู้นำ/กรรมการเท่านั้น
- การไหลเวียนของข่าวสารเป็นแบบทางเดียว คือ มีผู้นำแจ้งข่าวสารเท่านั้น
- เป็นการสื่อสารที่เน้นตัวผู้ส่งสารเป็นหลัก

จากรูปแบบการสื่อสารแบบเดิมนั้น กลุ่มออมทรัพย์ได้ร่วมกันพัฒนารูปแบบการสื่อสารให้ยกระดับขึ้นมา โดยนำเอาการสื่อสารรูปแบบใหม่ เช่น การจัดเวทีการเรียนรู้ต่อยอดสวมเข้าไปให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

- ผู้ที่เข้าร่วมการสื่อสารจะมีทั้งผู้นำ/กรรมการ/และสมาชิก
- การไหลเวียนของข่าวสารจะเป็นแบบสองทาง
- เป็นการสื่อสารที่เน้นการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น/ระดมสมองจากผู้สื่อสารทุกคนที่เรียกว่า 'การจัดเวทีการเรียนรู้'

(3) การศึกษาดูงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยปกติชาวบ้านจะมีธรรมเนียมการท่องเที่ยวกันอยู่แล้ว จากการท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงบวกผสมกับการเปิดหูเปิดตา รู้จักโลกกว้าง กลุ่มออมทรัพย์

ได้ขยายรูปแบบการสื่อสารเพื่อความบันเทิงของการท่องเที่ยวมาเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบสาระ-
บันเทิง ในรูปแบบของการศึกษาดูงานแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยกำหนดเป้าหมายปลายทางที่จะไปเที่ยว
เป็นกลุ่มออมทรัพย์หรือศูนย์สาธิตการตลาดที่ประสบความสำเร็จแล้วในหมู่บ้านหรือชุมชนอื่น ๆ

ในการยกระดับการสื่อสารจากการท่องเที่ยวมาเป็น 'ท่องเที่ยว/ดูงาน' นี้ จำเป็นต้องมีการ
ปรับแต่ง 'กระบวนการสื่อสาร' ให้สอดคล้องกับกระบวนการทัศนียภาพใหม่ด้านการสื่อสารให้มากขึ้น เช่น ต้อง
แบ่งขั้นตอนการดูงาน/ท่องเที่ยวออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ

- การเตรียมตัวก่อนไป ต้องมีการพูดคุยกันว่า เป้าหมายที่จะไปคืออะไร มีการทำความรู้จัก
พื้นที่ที่จะไป มีการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น
- ขั้นระหว่างการเยี่ยมชม มีการซักถามข้อมูล แสวงหาการเรียนรู้เพื่อนำมาปรับใช้กับงาน
ของกลุ่มคน
- ขั้นหลังการไป ต้องมีการมาพูดคุยสื่อสารกันว่า ได้มีการเรียนรู้อะไรบ้าง มีการประเมินผล
ว่า บรรลุเป้าหมายไหม มีการนำเอาการเรียนรู้มาปรับปรุงการทำงาน เป็นต้น

(4) การถอดประสบการณ์และสรุปบทเรียน ในธรรมเนียมของชุมชนนั้น หลังจากที่ได้ไป
เที่ยวชมสถานที่อื่น ๆ หรือหลังจากมีการจัดกิจกรรมแล้ว ก็มักจะมีธรรมเนียมมาพูดคุยเล่าสู่กันฟังแบบ
ปากต่อปาก แบบไม่เป็นทางการ แบบไม่เป็นประจำสม่ำเสมอ (มีเวลาจะทำ)

จากรูปแบบการสื่อสารดั้งเดิมนี้นี้ กลุ่มออมทรัพย์ได้นำมายกระดับ โดยผสมเข้ากับรูปแบบการ
สื่อสารแนวใหม่ของการพัฒนา คือ 'การถอดประสบการณ์และสรุปบทเรียน' ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสาร
ที่มีความชัดเจน/รัดกุมมากยิ่งขึ้น เช่น เป็นรูปแบบการสื่อสารของกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้สื่อสารจะ
เป็นสมาชิกที่ไปดูงานมากับสมาชิกกลุ่มที่ไม่ได้ไป เนื้อหาการสื่อสารจะมีการระบุอย่างแน่นอนว่า จะ
จำกัดแต่เฉพาะเรื่องที่จะถอดประสบการณ์หรือสรุปบทเรียน มีหัวข้อประเด็นคำถามที่จะพูดคุยกัน
อย่างแน่นอน มีการกำหนดวาระโอกาสที่จะทำอย่างเป็นระบบ เป็นต้น

(5) การสร้างเครือข่าย อันที่จริงในแต่ละชุมชน จะมีการสร้างเครือข่ายกันอยู่แล้วระหว่าง
ชุมชนต่อชุมชน เช่น เครือข่ายของเครือข่าย มิตรสหาย ฯลฯ และเนื้อหาของเครือข่ายก็จะมีขอบเขต
กว้างขวาง ตั้งแต่เรื่องส่วนตัว การงาน เศรษฐกิจการทำมาหากิน สวัสดิการต่าง ๆ ฯลฯ

จากรูปแบบเครือข่ายอันเป็นรูปแบบการสื่อสารดั้งเดิมนั้น กลุ่มออมทรัพย์ได้ยกระดับขึ้นมา
เป็น 'เครือข่ายในทัศนียภาพใหม่' คือ เครือข่ายที่มีเนื้อหาเป้าหมายแบบกลุ่มออมทรัพย์ โดยเริ่มตั้งแต่การ
สร้างเครือข่ายระดับผู้นำกลุ่มของแต่ละกลุ่ม ไปจนกระทั่งถึงระดับสมาชิกของกลุ่ม เพื่อมาเป็น 'ญาติ
กันทางการออมทรัพย์' ซึ่งกลยุทธ์การยกระดับการสื่อสารในรูปแบบเครือข่ายนี้ กลุ่มออมทรัพย์ชุมชน
เมืองที่มักจะมีปัญหาเรื่องการขาดโครงข่ายสายสัมพันธ์แบบชนบทจะนำมาใช้อย่างมาก

จากการใช้กระบวนการทัศน์ใหม่ในการสื่อสารที่เกิดมาจากกลยุทธ์การปรับประสานระหว่างรูปแบบการสื่อสารแบบดั้งเดิมกับแบบใหม่ในลักษณะของ 'การพบกันครึ่งทาง' คณะวิจัยได้พบว่ารูปแบบการสื่อสารที่เกิดจากกระบวนการทัศน์ใหม่นี้ สามารถมีบทบาทในการเกื้อหนุนให้กิจกรรมงานพัฒนาของกลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์ ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์ได้มากยิ่งขึ้น และกระบวนการทัศน์ใหม่ด้านการสื่อสารนี้ สามารถจะนำไปประยุกต์ใช้ในกิจกรรมการพัฒนาอย่างอื่น ๆ ต่อไป

เอกสารงานวิจัยที่ประมวลวิเคราะห์(การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ)

1.ศุภางค์ นันทา และคณะ (2547)

“กระบวนการทัศน์ใหม่ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนากลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

2. โดยอัจฉริยา เนตรเขยและคณะ (2547)

“การพัฒนาแบบจำลองการจัดการกับข้อมูลข่าวสารเพื่อเสริมสร้างธุรกิจชุมชน” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

3. โดยอรุณีวรรณ นาศรีและคณะ (2547)

“การสื่อสารในการพัฒนาประชาคมทับเที่ยง” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

4. ไศจิวัจน์ บุญประดิษฐ์ และคณะ (2547)

“การสื่อสารกับการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนบ้านควัวในกรณีพิพาทโครงการก่อสร้างถนนรวมและกระจายการจราจร” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

เอกสารอ้างอิง

1.กาญจนา แก้วเทพ กิตติ กันภัย ปาริชาติ สถาปิตานนท์(2543)

มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.ไชยรัตน์ เจริญสินโอฟาร (2540)

ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรุ่นใหม่ ศูนย์วิจัยและผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก

3.นพ.ชูชัย ศุภวงศ์ & ยุวดี คาดการณไถล (บก.) (2540)

ประชาสังคม : ทรรศนะนักคิดในสังคมไทย , สำนักพิมพ์มติชน กทม.

4.ปารีชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2543)

รายงานการสำรวจสถานะความรู้เกี่ยวกับธุรกิจชุมชน สำนักงานกองทุนสนับสนุน
การวิจัย (สกว.)

5.Peck,M,S. (1987)

The Different Drum: Community - making and Peace ,NewYork : Simon \$& Schuster.