

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การถ่ายทอดอุดมการณ์ทางความคิดเรื่องการแยกประเภทขยะของมูลนิธิศึกษาเอเชีย โดยผ่านโครงการขยะแห้งแลกต้นไม้ในชุมชนแออัดคลองเตยนั้น นับได้ว่าเป็นหนทางหนึ่งที่น่าไปสู่ความเป็น "ประชาสังคม" เนื่องจากเป็นโครงการที่สามารถดึงดูดให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนร่วมกันได้ การศึกษากระบวนการถ่ายทอดความคิดดังกล่าวมีการศึกษาน้อยมากในประเทศไทย ดังนั้น การวิจัยนี้ นอกจากจะเพิ่มองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการถ่ายทอดความคิดแล้ว ผลการวิจัยยังสามารถนำไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางการสื่อสารในลักษณะอื่นๆอีกต่อไปซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยทางการสื่อสารในรูปแบบใหม่ กล่าวคือ เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารในกระบวนการสร้างความหมายที่มีการ "ปรับ" สัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อความหมายที่เป็นแรงจูงใจในการกระทำร่วมกันของคนในชุมชน เพื่อสร้างความผูกพันระหว่างกัน ดังนั้น กรอบแนวคิดทฤษฎีที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาจึงได้แก่

- 2.1 การแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of innovations)
- 2.2 การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ (Persuasive communication)
- 2.3 แบบจำลองการโน้มน้าวใจ Elaboration Likelihood Model (ELM)
- 2.4 การสื่อสารในกลุ่ม (Small group communication)
- 2.5 ทฤษฎีสัญลักษณ์เชิงลู่เข้า (Symbolic convergence theory) และการวิเคราะห์เชิงจินตสสาร (Fantasy theme analysis)
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนแออัดและการพัฒนา

2.1 การแพร่กระจายนวัตกรรม

Rogers (1995: 11) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรม (innovation) ว่าหมายถึง ความคิด การกระทำ หรือสิ่งของซึ่งบุคคลเห็นว่าเป็นของใหม่ ไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นของใหม่นับแต่แรกพบหรือไม่ แต่ขึ้นอยู่กับการที่บุคคลรับรู้ว่าเป็นของใหม่โดยความเห็นของบุคคลเอง ซึ่งจะเป็นเครื่องตัดสินการตอบสนองของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ถ้าบุคคลเห็นว่าอะไรเป็นสิ่งใหม่สำหรับตน สิ่งนั้นก็ป็นนวัตกรรม คำว่า "ใหม่" ตามความหมายของนวัตกรรมไม่ใช่ความคิด การกระทำหรือสิ่งของใหม่จริงๆเท่านั้น บุคคลอาจ

เคยมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นมาก่อน แต่ยังไม่เกิดทัศนคติที่จะชอบหรือไม่ชอบหรือยังไม่เคยยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้นๆ

2.1.1 คุณลักษณะของนวัตกรรม

การยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมใดๆ รวมทั้งความเร็วหรือช้าในการยอมรับนวัตกรรมนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของนวัตกรรมดังต่อไปนี้ (Rogers, 1995: 15-16)

- 1) ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (relative advantages) คือการที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกว่าการนวัตกรรมนั้นดีกว่า มีประโยชน์มากกว่าสิ่งเก่าหรือวิธีปฏิบัติเก่าที่นวัตกรรมถูกนำมาใช้แทนที่
- 2) ความเข้ากันได้ (compatibility) คือการที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกว่าการนวัตกรรมนั้นเข้ากันได้กับค่านิยม ประสบการณ์ในอดีตตลอดจนถึงความต้องการของตน
- 3) ความสลับซับซ้อน (complexity) คือระดับความยากง่ายตามความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายในการที่จะเข้าใจหรือที่จะนำนวัตกรรมไปใช้
- 4) การนำไปทดลองใช้ได้ (trialability) นวัตกรรมใดสามารถแบ่งส่วนเพื่อนำไปทดลองใช้ จะถูกยอมรับได้เร็ว เพราะผู้รับรู้สึกว่าการนวัตกรรมมีความเสี่ยงน้อย
- 5) การสังเกตเห็นผลได้ (observability) คือระดับที่ผลของนวัตกรรมสังเกตได้ หรือการที่ให้เห็นผู้อื่นใช้นวัตกรรมนั้น

2.1.2 รูปแบบการตัดสินใจของบุคคลในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม

การตัดสินใจของบุคคลว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมหรือไม่นั้นมีรูปแบบการตัดสินใจคือ

- 1) ความสมัครใจของตนเอง (optional decisions) เป็นการตัดสินใจของบุคคลนั้นโดยไม่คำนึงถึงการตัดสินใจของสมาชิกคนอื่นๆ ในสังคม และผลของการตัดสินใจไม่มีกระทบกับคนอื่นในสังคม
- 2) การตัดสินใจร่วมกันของสมาชิกในระบบสังคม (collective decision) เกิดขึ้นโดยมีความเห็นสอดคล้องร่วมกันของสมาชิกในสังคม เนื่องจากผลของการตัดสินใจนั้นส่งผลกระทบต่อสมาชิกในระบบสังคมด้วย
- 3) การตัดสินใจโดยบุคคลที่มีอำนาจในระบบสังคมหนึ่งๆ (authority decision) อาจเป็นบุคคลเดียวหรือกลุ่ม เช่น ผู้ที่มีอำนาจในการปกครองหรือการบริหารจัดการ และผลของการตัดสินใจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของสมาชิกในระบบสังคม

4) การตัดสินใจเกิดขึ้นหลังจากการตัดสินใจครั้งแรกไปแล้ว (contingent decision) เป็นการตัดสินใจโดยสมาชิกในสังคมที่เกิดขึ้นหลังจากมีการตัดสินใจในลักษณะใดลักษณะหนึ่งใน 3 ลักษณะข้างต้นในครั้งแรก

2.1.3 ขั้นตอนการตัดสินใจของบุคคลในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม

การตัดสินใจในระดับบุคคลเกี่ยวกับนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติต่อนวัตกรรม เพื่อตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธการนำนวัตกรรมไปใช้และทบทวนการตัดสินใจนั้น ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ 5 ขั้นตอนคือ

- 2.1.3.1 ขั้นเกิดความรู้ (knowledge stage)
- 2.1.3.2 ขั้นโน้มน้าวใจ (persuasion stage)
- 2.1.3.3 ขั้นตัดสินใจ (decision stage)
- 2.1.3.4 ขั้นนำไปใช้ (implementation stage)
- 2.1.3.5 ขั้นทบทวนการนำไปใช้ (confirmation stage)

2.1.3.1 ขั้นเกิดความรู้ (Knowledge stage)

ขั้นเกิดความรู้ คือ การที่บุคคลเปิดการรับรู้ถึงการมีอยู่ของนวัตกรรม และพอเข้าใจว่านวัตกรรมนั้นสามารถทำอะไรได้บ้าง ความรู้ที่เกิดขึ้นในขั้นนี้แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

ก) ความรู้ที่ทำให้เกิดการตื่นตัวเกี่ยวกับนวัตกรรม ได้แก่ ความรู้ว่ามีนวัตกรรมเกิดขึ้นแล้ว (what is the innovation ?) และนวัตกรรมนั้นทำหน้าที่อะไรได้บ้าง (how does it work ?)

ข) ความรู้เกี่ยวกับการใช้นวัตกรรม (how-to knowledge) ประกอบด้วยความรู้ที่จำเป็นในการใช้นวัตกรรมอย่างเหมาะสม ถูกต้องและปลอดภัย ยิ่งนวัตกรรมมีความซับซ้อนมากขึ้นเพียงใด ความจำเป็นที่ต้องมีความรู้ประเภทนี้ก็ยิ่งมีมากขึ้น

ง) ความรู้เกี่ยวกับหลักการซึ่งจะช่วยให้นวัตกรรมบรรลุผลในหน้าที่ (principle knowledge) ประกอบด้วยข้อมูลข่าวสารที่สนับสนุนการทำงานของนวัตกรรม เช่น ความรู้เกี่ยวกับเชื้อโรคและการระบาดของโรค ทำให้เข้าใจว่า ทำไมต้องฉีดวัคซีนหรือการใช้สวมหน้ากาก

อย่างไรก็ตาม การมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมและการยอมรับไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกัน กล่าวคือ บุคคลมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมหลายอย่างแต่ไม่ยอมรับไปใช้เลย เพราะนวัตกรรมนั้นไม่เกี่ยวข้องหรือไม่เป็นประโยชน์แก่ตน ดังนั้นความคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมก็จะหยุดอยู่ที่ขั้นความรู้ โดยไม่ผ่านไปสู่ขั้นอื่นๆของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

2.1.3.2 ขั้นโน้มน้าวใจ (Persuasion stage)

ขั้นนี้บุคคลจะสร้างทัศนคติชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยในนวัตกรรม ในขั้นนี้บุคคลจะมีความรู้สึกผูกพันกับนวัตกรรมมากขึ้น มีการแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมอย่างจริงจัง และมีการเลือกรับรู้ (selective perception) ในขั้นโน้มน้าวใจ บุคคลจะแสวงหาคำตอบว่าจะนำนวัตกรรมไปใช้อย่างไร มีผลดีผลเสียอย่างไร ดังนั้น คุณลักษณะของนวัตกรรมเช่น ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ ความยุ่งยากหรือสลับซับซ้อนจึงมีผลอย่างมากต่อการรับรู้ของบุคคลในขั้นนี้

ในกรณีที่เป็นนวัตกรรมเกี่ยวกับการป้องกัน (a preventive innovation) ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่บุคคลยอมรับเพื่อหลีกเลี่ยงผลของเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เช่น การคุมกำเนิด เข็มขัดนิรภัย บุคคลจะมีการยอมรับนวัตกรรมที่เกี่ยวกับการป้องกันต่ำ จึงต้องมีการสร้างเงื่อนไขของการกระทำ (cue to action) และต้องอาศัยความสนใจของผู้รับนวัตกรรมหรือการใช้สิ่งล่อใจ (incentive) จากหน่วยงานพัฒนา

2.1.3.3 ขั้นตัดสินใจ (Decision stage)

ขั้นนี้เกิดขึ้นเมื่อบุคคลดำเนินกิจกรรมไปสู่การเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม ความจริงการเลือกมีอยู่ทุกขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม เช่น ขั้นความรู้ ต้องเลือกว่าจะให้ความสนใจหรือละเลยข่าวสารชนิดใด ในขั้นโน้มน้าวใจ ต้องตัดสินใจว่าจะแสวงหาข่าวสารอะไร แต่การเลือกในขั้นตัดสินใจแตกต่างจากการเลือกในขั้นอื่นๆคือ เป็นการเลือกเพียง 2 ทางเลือกโดย "การยอมรับ" คือการนำนวัตกรรมไปใช้อย่างเต็มรูปแบบ หรือการปฏิเสธ คือการไม่ยอมรับนวัตกรรมเลย ซึ่งบุคคลมีวิธีลดความเสี่ยงของผลของนวัตกรรมโดยการทดลองใช้นวัตกรรมบางส่วน ดังนั้น นวัตกรรมที่สามารถทดลองใช้ได้จะทำให้เกิดการยอมรับได้เร็วขึ้น (Rogers, 1983 : 172)

2.1.3.4 ขั้นนำไปใช้ (Implementation stage)

เมื่อบุคคลมีการตัดสินใจยอมรับ ก็จะมีการนำไปใช้อย่างเต็มรูปแบบ และเมื่อใช้ไประยะหนึ่งก็อาจมีการดัดแปลงนวัตกรรม (re-invention) หรือหยุดใช้นวัตกรรม สาเหตุที่มีการดัดแปลงนวัตกรรมได้แก่

- ก) นวัตกรรมมีความสลับซับซ้อนยากต่อการเข้าใจ
- ข) เมื่อผู้รับนวัตกรรมขาดความรู้ในรายละเอียดเกี่ยวกับนวัตกรรม

- ค) เมื่อนวัตกรรมเป็นความคิดหรือเครื่องมือที่สามารถดัดแปลงได้ง่ายๆ และนำไปใช้ประโยชน์ต่างๆได้อีก
- ง) เมื่อนวัตกรรมสามารถนำไปใช้แก้ไขปัญหาได้อย่างกว้างขวาง
- จ) เมื่อกลุ่มผู้รับนวัตกรรมต้องการสร้างความภูมิใจของท้องถิ่นว่ามีนวัตกรรมเป็นของตนเอง
- ฉ) เมื่อหน่วยงานพัฒนาต้องการให้มีการปรับเปลี่ยน (Rogers, 1983:180-181)

2.1.3.5 ขั้นตอนการนำไปใช้ (Confirmation stage)

การศึกษาวิจัยพบว่า การตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม ไม่ใช่ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม นั่นคือ หลังจากตัดสินใจในทางเลือกหนึ่งใดไปแล้ว บุคคลจะพยายามหาข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจของตน เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่สอดคล้องในความคิด (dissonance) หรือลดความรู้สึกที่ไม่ดี (pain) ของการตัดสินใจที่แล้วมา (Rogers, 1983:184-185) ลักษณะการตัดสินใจที่เกิดขึ้นในขั้นตอนการนำไปใช้มีดังนี้

- ก) ยังคงใช้นวัตกรรมนั้นต่อไป (continued adoption)
 - ข) ยังคงปฏิเสธที่จะใช้นวัตกรรม (continued rejection)
 - ค) จากที่เคยปฏิเสธมาแล้ว เปลี่ยนใจมายอมรับนวัตกรรม (later adoption)
 - ง) จากที่เคยใช้นวัตกรรม ต่อมาตัดสินใจเลิกใช้นวัตกรรม (discontinued)
- เนื่องจาก มีนวัตกรรมใหม่ที่ดีกว่า (replacement discontinuance) หรือไม่พึงพอใจในผลที่เกิดขึ้น (disenchantment discontinuance) (Rogers, 1983:165)

2.1.4 ช่องทางการสื่อสาร

เนื่องจากการแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นสาขาหนึ่งของการสื่อสาร กระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมจึงมีลักษณะเช่นเดียวกับกระบวนการสื่อสาร กล่าวคือจะต้องมีกระบวนการที่สารถูกถ่ายทอดไปยังผู้รับสารโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยสารนั้นจะถูกส่งผ่านช่องทางการสื่อสาร ซึ่งผลการวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นถึงบทบาทของช่องทางการสื่อสารกับกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมดังนี้

2.1.4.1 สื่อบุคคล

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คนหรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป (เสถียร เขยประทับ, 2528)

สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพและความสำคัญ โดยเฉพาะในชั้นการจูงใจและการตัดสินใจของผู้รับสาร เนื่องจากสื่อบุคคลมีคุณลักษณะเด่นๆดังนี้

ก) การไหลของข่าวสารเป็นลักษณะทวิวิถี (two way communication) ทำให้ง่ายในการตอบโต้ระหว่างกันได้ทันที ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาในการสนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา

ข) การสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ (selective exposure)

ค) การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น จะมีลักษณะง่ายๆ เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม

ง) ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจและความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จัก และนับถือ มากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อน (เสถียร เขยประทับ, 2528; กนกรัตน์ สุชะวัฒนะ, 2534)

Rogers และ Shoemaker (1971:145) กล่าวว่า สื่อบุคคลแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ

ก) บุคคลที่มีความผูกพัน ความใกล้ชิดกันได้แก่ คนในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน บุคคลที่ต้องติดต่อเป็นประจำทุกวัน

ข) บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือมาก การจูงใจก็ยังมีประสิทธิภาพมากมาก ทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จ

Rogers และ Shoemaker (1971) ยังกล่าวอีกว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆเกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไปหรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุดเพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับทัศนคติและพฤติกรรม Rogers (1995) กล่าวว่า การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพมากขึ้นถ้าผู้ส่งสารและผู้รับสารมีลักษณะคล้ายคลึงกัน

(homophily) กล่าวคือ มีความเชื่อ การศึกษา ลักษณะทางสังคม และความชอบคล้ายคลึงกัน ดังนั้น การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนในครอบครัว เพื่อนบ้าน ผู้นำท้องถิ่น ซึ่งมีลักษณะเหมือนกันกับผู้รับสาร จะมีผลต่อการโน้มน้าวใจหรือการยอมรับนวัตกรรมนั้นๆ

นอกจากนี้ Rogers กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ดีในกรณีที่ผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือสูง ซึ่ง Hovland, Janis และ Kelly (1968:21) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารหมายถึง ความสามารถหรือความเป็นผู้เชี่ยวชาญ (competent or expertness) และน่าไว้วางใจ (trustworthiness) กล่าวคือ ผู้ส่งสารที่มีความรู้ในเรื่องที่ตนเองทำการสื่อสารเป็นอย่างดี และมีลักษณะที่ผู้รับสารเชื่อมั่นว่ามีความจริงใจ การสื่อสารนั้นย่อมมีโอกาสที่จะสัมฤทธิ์ผล

เบอริล และคณะ (อ้างถึงใน อรรพรรณ ปิลันธน์โอบาท, 2537) ทำการวิจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ได้ข้อสรุปว่า มีปัจจัย 3 ประการที่ผู้รับสารมักใช้ในการตัดสินใจความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ได้แก่

ก) ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นใจ (safety factor) คือลักษณะเกี่ยวกับความเป็นมิตร ใจดี น่าคบ ไม่เห็นแก่ตัว ไม่ขัดคอใคร ร่าเริง สุขภาพ สงบเยือกเย็น เชื้อเพื่อ อดทน มีศีลธรรม ยุติธรรม เข้ากับผู้อื่นได้ง่าย รู้จักให้อภัย

ข) ปัจจัยเรื่องคุณสมบัติ (qualification factor) ได้แก่ มีประสบการณ์ มีความสามารถมีความชำนาญ ได้รับการฝึกฝน เป็นผู้รู้ มีเชาว์ปัญญา มีอำนาจในหน้าที่

ค) ปัจจัยด้านพลวัตรของผู้ส่งสาร (dynamic factor) เช่น มีความคล่องแคล่ว กระตือรือร้น ว่องไว รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา

ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ผู้รับสารจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารมีความคล้ายคลึงกับผู้รับสาร และมีความน่าเชื่อถือ ดังนั้น สื่อบุคคลโดยเฉพาะอย่างยิ่ง บุคคลในครอบครัวและเพื่อนบ้าน เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมายในการยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงการกระทำ

เสถียร เขยประทับ (2528) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

ก) การติดต่อโดยตรง (direct contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชาชนโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือ ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมากสิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่าย และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

ข) การติดต่อผ่านกลุ่มคณะ (group contact of community public) กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม โดยที่กลุ่มต่างๆจะช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เช่น การประชุมสัมมนา ก็คือ การจัดกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารได้

ดังนั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีผลต่อความสัมพันธ์ในการโน้มน้าวใจอีกลักษณะหนึ่งคือ การจัดประชุมระหว่างประชาชนในชุมชน ซึ่งอยู่ในรูปของสื่อกิจกรรม

2.1.4.2 สื่อกิจกรรม

ออร์วอน ปีลันธน์โอวาท (2537) ได้อ้างถึงคำกล่าวของอริสโตเติลที่ว่า มนุษย์เป็นสัตว์สังคม (Zoon Politikon) ไม่มีใครสามารถอยู่โดดเดี่ยวได้เป็นเวลานาน นักวิชาการตะวันตกหลายท่านสรุปว่าการได้เข้าร่วมอยู่ในสังคมหรือได้รับการยอมรับในสังคมเป็นแรงจูงใจที่บังคับให้บุคคลยอมทำตามความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่ ดังนั้น ในการจูงใจจึงควรบอกให้รู้ว่าคนส่วนมากเขาคิดเขาทำอย่างไรที่เสนอแนะนี้ สอดคล้องกับ Hovland, Janis และ Kelley (1968: 134) ที่กล่าวว่า ความสัมพันธ์ผลในการสื่อสารไม่ได้มาจากคุณสมบัติของผู้ส่งสารเพียงอย่างเดียว แต่แนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมาย จะได้รับอิทธิพลจากการได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มและการพบปะสังสรรค์ด้วยกัน Bettinghaus (1980:38) ได้อ้างถึงผลงานวิจัยของ Newcomb และ Homans ที่ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของกลุ่มไว้ว่า เมื่อบุคคลหลายๆคนมีการรวมกันเป็นกลุ่มแล้ว ความสัมพันธ์ผลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ย่อมง่ายและรวดเร็วกว่าการที่บุคคลต้องตัดสินใจคนเดียว

2.1.4.3 สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media)

สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจได้แก่ หนังสือ คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ สไลด์ เทปตลับ เป็นต้น (เสถียร เขยประทับ, 2533: 99)

การจัดนิทรรศการ ในงานวิจัยนี้หมายถึง การจัดนิทรรศการร่วมกับสื่อกิจกรรมที่มีการรวมกลุ่มกันของประชาชนในชุมชน อันเป็นไปตามหลักการสื่อสารโดยใช้ความรู้สึกของการมีส่วนร่วมมาเป็นประโยชน์ ออร์วอน ปีลันธน์โอวาท (2537) กล่าวว่า การจัดสถานที่ที่ใช้ในการแสดงนิทรรศการนั้น ควรมีสิ่งสะดุดตาเพื่อการสื่อสารที่สามารถเรียกกระตุ้นความสนใจ และกระตุ้นให้บุคคลมีจิตใจยึดอยู่กับกลุ่ม

โดยผ่านอุปกรณ์ที่มีอยู่ในการจัดสถานที่นั้น การจัดนิทรรศการยังเป็นหนทางให้ประชาชนรู้สึกว่าคุณมีส่วนร่วมโดยตรงกับโครงการอันจะมีผลให้การโน้มน้าวใจสัมฤทธิ์ผลได้ สอดคล้องกับที่ Zimbardo และ Leippe (1991) ซึ่งกล่าวถึงความสม่ำเสมอในการที่ทัศนคติจะนำมาซึ่งพฤติกรรมว่า ทัศนคติที่มาจากประสบการณ์ตรงจะมีผลต่อการเกิดพฤติกรรมเด่นชัดมากกว่าทัศนคติที่เกิดจากประสบการณ์อ้อม และจากการวิจัยของ Wu and Shaffer (1987 อ้างใน Roskos-Ewoldsen, 1998) ซึ่งทำการวิจัยเกี่ยวกับความตั้งใจที่เกี่ยวข้องกับสาร โดยให้ผู้เข้าร่วมการทดลองแสดงทัศนคติเกี่ยวกับเนยถั่วไขมันต่ำ 2 ชนิด โดยกลุ่มหนึ่งมีประสบการณ์ตรง (ทดลองรับประทาน) อีกกลุ่มหนึ่งไม่มีประสบการณ์ตรงแต่มีการพูดตึงดูใจ ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติที่มาจากประสบการณ์ตรงมีผลต่อการจำสารได้ดีกว่าทัศนคติที่มาจากประสบการณ์อ้อม

2.1.4.4 สื่อเสียงตามสายในชุมชน

สื่อเสียงตามสายในชุมชน หรือหอกระจายข่าวเป็นสื่อทางเสียงที่มีอยู่ในเกือบทุกชุมชนที่ชาวบ้านคุ้นเคย เมื่อสื่อได้ออกอากาศไปแล้วคนในชุมชนจะได้ยินพร้อมๆกัน โดยมีผู้จัดตารางเนื้อหาและเวลาออกอากาศ เรียกว่าผู้ประกาศหรือผู้ดูแลหอกระจายข่าว ชาวสารที่นำออกอากาศทำได้ทั้งการจัดรายการสด เช่น การอ่านประกาศ การพูดสลับการเปิดเพลง และในลักษณะที่เป็นรายการที่บันทึกลงในตลับเทปและนำมาเปิดออกอากาศผ่านเครื่องขยายเสียงออกทางลำโพงที่ติดตั้งไว้ตามจุดต่างๆในชุมชน ซึ่งมีประสิทธิภาพในการให้ข่าวสารแก่คนในชุมชนได้เป็นจำนวนมากคล้ายกับรายการกระจายเสียงทางวิทยุแต่ต่างกันที่รายการวิทยุสื่อสารกว้างๆสำหรับผู้ฟังทั่วไปขณะที่สื่อเสียงตามสายสามารถให้ข่าวสารความรู้ที่ตรงกับความสนใจของแต่ละชุมชน (มหาวิทยาลัยมหิดล, สถาบันวิจัยโภชนาการ, ฝ่ายเผยแพร่และสื่อสาร และฝ่ายโภชนาการชุมชน, 2535)

ข้อดีของสื่อเสียงตามสายคือ ในเวลาที่เปิด ประชาชนที่อยู่ชุมชนหรือบริเวณใกล้เคียงจะได้ยินพร้อมๆกันหมด ไม่ว่าจะอยากฟังหรือไม่ก็ตาม การใช้สื่อเสียงตามสายใช้ได้ง่ายไม่ซับซ้อน สะดวกและราคาถูก แต่มีข้อด้อยคือ ความดัง-ค่อย ความชัดเจนของเสียงที่กระจายออกไปไม่เท่ากันและไม่สม่ำเสมอ ประสิทธิภาพของเสียงขึ้นอยู่กับทำเล ตำแหน่ง และทิศทางของการติดตั้งลำโพงและกำลังส่งของเครื่องขยายเสียงและลำโพง เวลาในการปิดเปิดต้องเหมาะสมกับการดำเนินกิจกรรมประจำวันของกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลเนื้อหาที่จะเสนอผ่านสื่อชนิดนี้จะต้องไม่ยาวเกินไป และมีความสั้น กระชับ ชัดเจน (มหาวิทยาลัยมหิดล, สถาบันวิจัยโภชนาการ, ฝ่ายเผยแพร่และสื่อสาร และฝ่ายโภชนาการชุมชน, 2535)

การสื่อสารผ่านการกระจายเสียงตามสายในชุมชนสามารถใช้ในการสื่อสารกับประชาชนจำนวนมากคล้ายคลึงกับสื่อมวลชน อย่างไรก็ตาม Bettinghaus (1980) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่น มากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจจะเปลี่ยนการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิด และเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้น เป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น ใกล้เคียงกับคำกล่าวของ Klapper (1960) ซึ่งให้ความเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนว่า อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้นไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมให้เกิดแก่ประชาชนได้ในกรณีที่บุคคลนั้นๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีหรือในระยะเวลาอันสั้น เช่นเดียวกับ Rogers (1995: 195) ซึ่งได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลว่า สื่อมวลชนมีประสิทธิภาพในชั้นให้ความรู้ (ซึ่งนับว่ามีความสำคัญเช่นกัน ซึ่ง Zimbardo และ Leippe (1991) ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า เหตุผลประการหนึ่งในการที่ทัศนคติจะนำมาซึ่งพฤติกรรมอย่างสม่ำเสมอคือ ทัศนคติที่มีมาจากการมีความรู้) ขณะที่สื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการโน้มน้าวใจขั้นตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม

ดังนั้น จึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมายในการยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงการกระทำมากที่สุดคือ สื่อบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ส่งสารที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับผู้รับสาร นอกจากนี้ยังมีปัจจัยสื่อเสียงตามสาย สื่อกิจกรรม สื่อเฉพาะกิจ ซึ่งจะช่วยเสริมให้เกิดผลในการโน้มน้าวใจมากยิ่งขึ้น ดังที่สำนักงานวิจัยการศึกษาแห่งมหาวิทยาลัยยูทาห์ ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อหลายประเภทในการโน้มน้าวใจ ผลปรากฏว่า การใช้สื่อหลายประเภทจะช่วยให้เกิดความสัมฤทธิ์ผลในการโน้มน้าวใจ โดยเฉพาะในกรณีที่นวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งที่สลับซับซ้อนยากแก่การเข้าใจ (Murphy, 1980) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า ในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจประชาชนให้มีส่วนร่วมในโครงการฯ ขยะแห้งแลกต้นไม้ จึงควรมีการใช้สื่อหลายประเภท

จากแนวคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจายนวัตกรรมดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ประสิทธิภาพของการแพร่กระจายนวัตกรรมขึ้นอยู่กับความสามารถในการโน้มน้าวใจของผู้ส่งสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขั้นโน้มน้าวใจ ของการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมของบุคคล (persuasion stage) ซึ่งจะมีการแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติม และเลือกรับรู้ คุณลักษณะของนวัตกรรมมีผลอย่างมากต่อการรับรู้ของบุคคล

ในขั้นนี้ ดังนั้น ผู้ทำการสื่อสารนวัตกรรมจึงควรนำกลยุทธ์การโน้มน้าวใจมาใช้สื่อสารให้ผู้รับสารทราบ คำตอบว่าจะนำนวัตกรรมไปใช้อย่างไร มีผลดีผลเสียอย่างไร และยอมรับนวัตกรรมนั้นในที่สุด

2.2 การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ

การสื่อสารที่จะมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงถึงขั้นพฤติกรรมนั้น ผู้ส่งสารจะต้องมีความเข้าใจเงื่อนไขทั้งในส่วนของบุคคลและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้รับสารเป็นอย่างดี เราจึงจะสามารถสร้างสารที่ดี มีความเหมาะสม แล้วส่งผ่านช่องทางหรือสื่อต่างๆที่เหมาะสมไปยังผู้รับสาร และเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นอย่างคาดไม่ถึง จึงควรจัดให้การสื่อสารมีระบบที่จะสะท้อนกลับมาได้ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การสื่อสารมีลักษณะเป็นพลวัต หรือเป็นกระบวนการที่ไม่หยุดนิ่ง (dynamic) ทุกองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นล้วนมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารทั้งสิ้น การดำเนินกระบวนการสื่อสารในชุมชนนั้น หลังจากทำการศึกษาวิเคราะห์ถึงสาเหตุและปัจจัยต่างๆของประเด็นปัญหาที่กำลังจะทำการสื่อสารและกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารชัดเจนแล้ว ผู้ส่งสารควรคำนึงถึงองค์ประกอบขั้นพื้นฐานในการโน้มน้าวใจ (มหาวิทยาลัยมหิดล, สถาบันวิจัยโภชนาการ, ฝ่ายเผยแพร่และสื่อสาร และฝ่ายโภชนาการชุมชน, 2535; อรวรรณ ปิลาพันธ์โวกาท, 2537) ซึ่งมีดังนี้

- ก. องค์ประกอบภายในผู้รับสาร
- ข. องค์ประกอบภายนอกของผู้รับสาร

ก. องค์ประกอบภายในผู้รับสาร

ได้แก่การวิเคราะห์กลุ่มผู้รับสารเป้าหมายว่ากลุ่มเป้าหมายคือใคร การที่ผู้รับสารคนหนึ่งๆจะมีความละเอียดอ่อน (susceptible) ต่อการถูกโน้มน้าวใจเพียงใด อาจพิจารณาได้จาก

1. ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ เชื้อชาติ การศึกษา อาชีพ เนื่องจากมีผลต่อประสบการณ์ในการเรียนรู้การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแตกต่างกัน
2. ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่จะทำการสื่อสารเป็นอย่างไร
3. พฤติกรรมบางอย่างที่กลุ่มเป้าหมายมีอยู่นั้น ได้รับอิทธิพลมาจากใครในชุมชน เช่น ผู้นำชุมชน คณะกรรมการชุมชน เป็นต้น ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารจึงควรกำหนดไว้ 2 กลุ่มคือ กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่บุคคลที่ผู้ส่งสารต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และกลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก

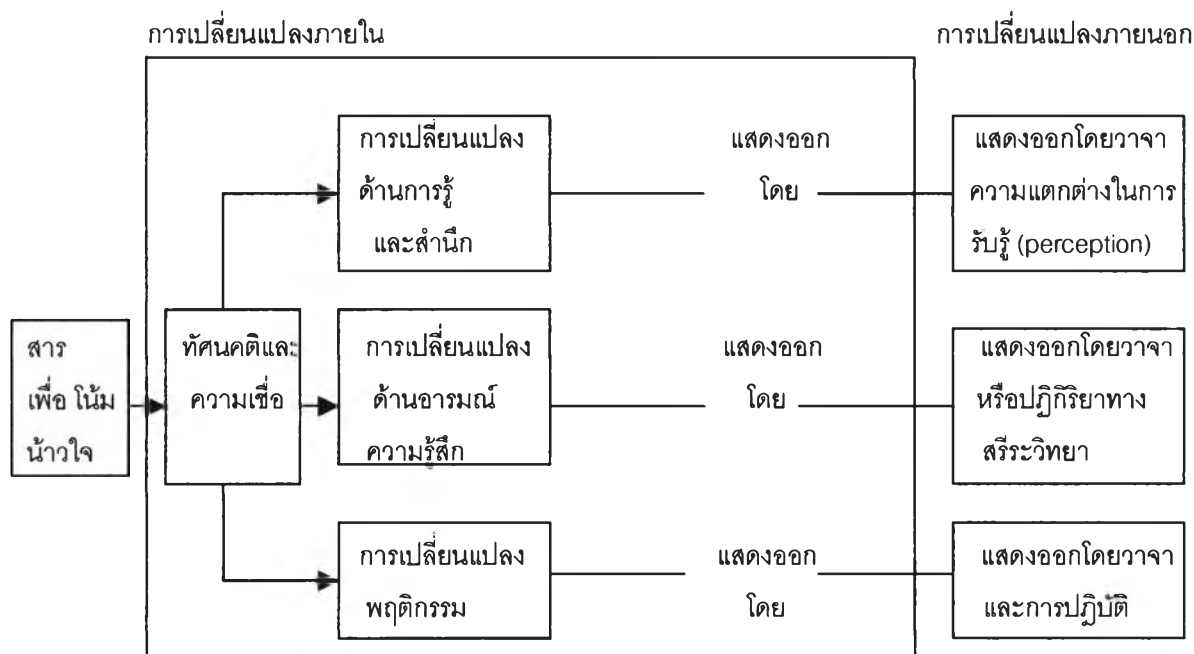
ข. องค์ประกอบภายนอกของผู้รับสาร

1. ความแตกต่างภายในผู้ส่งสาร ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร อำนาจและบทบาททางสังคม สัมพันธภาพกับผู้รับสาร และลักษณะทางประชากรอื่นๆ เช่น อายุ เพศ อาชีพ
2. การวิเคราะห์สถานการณ์ ได้แก่ การค้นหาและทำความเข้าใจสภาพสังคมที่เป็นอยู่ ทั้งสภาพทางประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และวัฒนธรรมของชุมชนที่จะทำการสื่อสาร
3. ความแตกต่างของสื่อ ความน่าไว้วางใจของสารจะแตกต่างกันเมื่อเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล เปรียบเทียบกับการสื่อสารผ่านสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น มีข้อควรพิจารณาเกี่ยวกับการเลือกใช้สื่อคือ กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมการใช้สื่ออย่างไร จึงเลือกใช้นั้นและต้องใช้สื่อที่มีธรรมชาติเหมาะสมกับเนื้อหาของสารหรือวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร รวมทั้งต้องพิจารณาขนาดของกลุ่มเป้าหมาย ในชุมชนที่มีขนาดใหญ่ ผู้ส่งสารไม่อาจพบเห็นกับทุกคนได้ จึงอาจต้องใช้สื่อที่มีลักษณะเป็นสื่อมวลชน ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับงบประมาณที่ผู้ส่งสารมีอยู่

การวัดความสัมฤทธิ์ผลในการโน้มน้าวใจนั้น Hovland, Janis และ Kelley (1968 :278-281) ได้อ้างถึงงานวิจัยของ Janis และ King ซึ่งทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรกให้มีการทำกิจกรรมต่างๆและมีการพูดคุยกัน เรียกว่า กลุ่มที่มีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้น (active participants) ขณะที่กลุ่มที่ 2 ซึ่งเรียกว่า กลุ่มควบคุมที่มีลักษณะเป็นผู้รับสาร (passive controls) เป็นกลุ่มควบคุมที่ไม่ให้มีการกระทำกิจกรรมใดๆ มีเพียงการอ่านและฟังเท่านั้น ผลการทดลองพบว่า กลุ่มแรกมีระดับความสัมฤทธิ์ผลในการโน้มน้าวใจมากกว่ากลุ่มที่ 2 ดังนั้น Hovland, Janis และ Kelley จึงสรุปว่า การวัดความสัมฤทธิ์ผลในการโน้มน้าวใจสามารถวัดได้จากการมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้น (active participation) และระยะเวลาที่เกิดผล (duration of effects) ซึ่งบุคคลทั้งสามได้อ้างถึงการศึกษาของ Hovland และ Weiss ที่พบว่า เมื่อผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือน้อย ระยะเวลาเป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน เนื่องจากอาจต้องใช้เวลาในการเปลี่ยนแปลงความคิดของผู้รับสาร แต่บางครั้ง ผู้รับสารอาจเปลี่ยนแปลงความคิดในทันทีที่ได้รับสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

Hovland และ Janis (1959 :28) ได้กล่าวถึงการพิจารณาความสัมฤทธิ์ผลในการโน้มน้าวใจว่า สามารถพิจารณาได้จากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความคิด การรับรู้ และพฤติกรรม สอดคล้องกับคำกล่าวของ Rosenberg และ Hovland (1960 อ้างถึงใน Bettinghaus and Cody, 1987: 6) ที่กล่าวว่า ผลของการโน้มน้าวใจมาจากการเปลี่ยนทัศนคติและความเชื่อซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความรู้และสำนึก อารมณ์ความรู้สึก และพฤติกรรม ซึ่ง Dillard และ

Seibold (1993 cited in Roskos-Ewoldsen, 1998: 186) ได้กล่าวถึงเรื่องนี้เช่นกันว่า ทักษะคิดมีบทบาทในการนำมาสร้างสารและชี้ผลของความพยายามในการโน้มน้าวใจ ดังนั้น ในการโน้มน้าวใจ สารเพื่อโน้มน้าวใจจะต้องทำปฏิกริยากับทัศนคติก่อนที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงการรู้และสำนึก อารมณ์ ความรู้สึก และพฤติกรรม (อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2537: 17) ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการเปลี่ยนแปลงภายในและภายนอกร่างกาย (Bettinghaus and Cody, 1987: 7 อ้างถึงใน อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2537)

ทัศนคติและความเชื่อเป็นสะพานเชื่อมระหว่างพฤติกรรมและกระบวนการรับรู้และจิตสำนึก กล่าวคือ โดยทั่วไป เมื่อบุคคลมีความรู้ ทัศนคติเช่นไร จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้และทัศนคติที่มีอยู่ นั่นคือ ความรู้ (knowledge) ทัศนคติ (attitude) และพฤติกรรม (practice) – (KAP) มีความสัมพันธ์กัน (Rogers, 1995: 70)

Ajzen และ Fishbein (อ้างถึงใน จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2539) กล่าวว่า ความตั้งใจกระทำพฤติกรรม (behavior intention) เป็นตัวแปรที่เชื่อมโยงระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม โดยความตั้งใจกระทำพฤติกรรมเป็นขั้นประเมิน ซึ่งมีปัจจัยที่เป็นตัวกำหนด 2 ประการคือ

1. ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม คือ การที่บุคคลประเมินการประกอบพฤติกรรมนั้นๆก่อนว่าจะมีผลเป็นบวกหรือเป็นลบ และเขาต้องการพฤติกรรมนั้นหรือไม่

2. บรรทัดฐานของกลุ่ม คือ การรับรู้ของบุคคลถึงอิทธิพลของสังคมที่กำหนดให้ตนปฏิบัติหรือไม่ และบุคคลรู้สึกว่าเขาควรคล้อยตามเพียงใด บรรทัดฐานของกลุ่ม เช่น กลุ่มอ้างอิง ซึ่งได้แก่ บุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน ครู ผู้นำชุมชน เป็นต้น

เมื่อความขัดแย้งระหว่างบรรทัดฐานของกลุ่มและทัศนคติส่วนตัวมีมากขึ้นเพียงใด จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นเท่านั้น และเมื่อความขัดแย้งนั้นลดลงถึงระดับที่มีความเหมือน ซึ่งมีความสอดคล้องมากพอ สัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงจะลดลง ดังนั้น ถ้าไม่คำนึงถึงทัศนคติที่ยังรากลึกมาก ๆ การที่ผู้ส่งสารเสนอข้อคิดเห็นบนพื้นฐานของข้อเท็จจริง ผู้ส่งสารสามารถแสดงให้เห็นให้ผู้รับสารเกิดความเคารพและสนใจสารได้ เกิดการแสดงพฤติกรรมที่เกิดจากการปรับตัวเพื่อหลีกเลี่ยงสภาพไม่สมดุลภายในจิตใจตนเองใน 3 ลักษณะคือ การยอมรับพฤติกรรมนั้น การปรับตัวโดยหาข้อมูลเพิ่มเติม และการปฏิเสธพฤติกรรมใดๆ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีความไม่คล้องจองในการรับรู้ (Cognitive Dissonance Theory) ที่มีสมมุติฐานสำคัญว่า มนุษย์พยายามหลีกเลี่ยงสภาพไม่สมดุลภายในการรับรู้หรือภายในจิตใจตนเอง เพราะเป็นสภาวะที่ก่อความไม่สบายใจ ความเครียด หรือบางครั้งความเจ็บปวด (อรวรรณ ปิรันธนีโอวาท, 2537)

อย่างไรก็ตาม การยอมรับสารเพื่อโน้มน้าวใจนั้นจะมีระยะเวลายาวนานเพียงใด จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมยาวนานหรือไม่ เป็นสิ่งที่สามารถทำนายได้โดยใช้แบบจำลองการโน้มน้าวใจ Elaboration Likelihood Model (ELM)

2.3 แบบจำลองการโน้มน้าวใจ Elaboration Likelihood Model (ELM)

ELM เป็นแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นโดย Petty และ Cacioppo (Petty and Cacioppo, 1986) คำว่า Elaboration ในที่นี้หมายถึงระดับของความคิดที่ใช้ในการพิจารณาข้อโต้แย้งต่างๆที่มีอยู่ในข้อมูลข่าวสารหนึ่งๆ (Petty and Cacioppo, 1986)

แบบจำลองนี้ใช้อธิบายกระบวนการยอมรับ (yielding) สารเพื่อโน้มน้าวใจ ซึ่งประกอบด้วยเส้นทาง 2 เส้นทางที่แตกต่างกัน คือ เส้นทางหลัก (central route) เส้นทางริม (peripheral route) ผู้รับสารจะเลือกใช้เส้นทางที่ทำให้ตนแน่ใจว่าได้ยึดถือทัศนคติที่ถูกต้อง

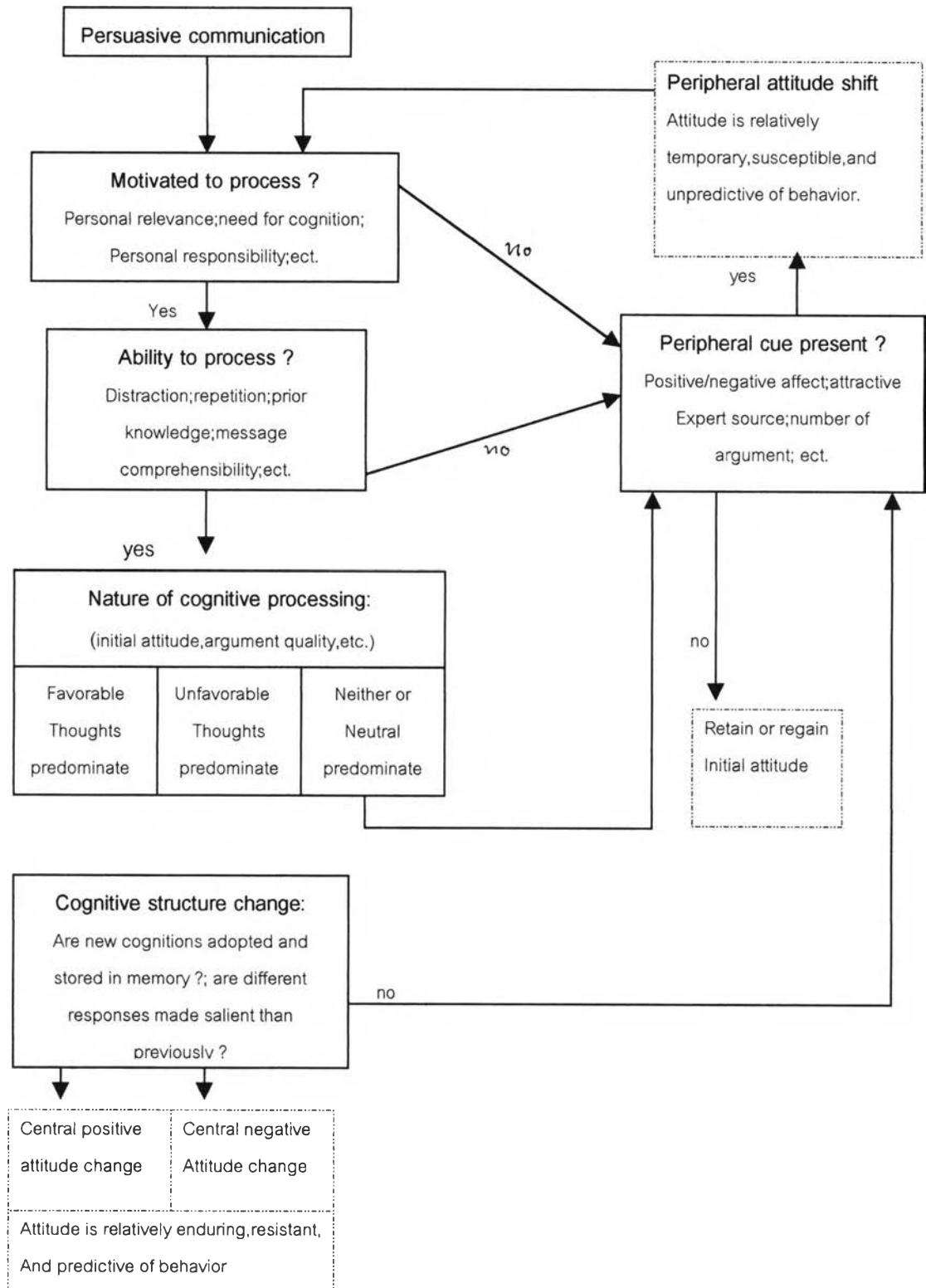
ผู้รับสารที่เลือกใช้เส้นทางหลัก จำเป็นต้องใช้ความคิดในการวิเคราะห์ข้อโต้แย้งหรือข้อเท็จจริงต่างๆที่เกิดขึ้น และนำเอาความคิดเหล่านั้นไปเปรียบเทียบกับโครงสร้างทางทัศนคติที่มีอยู่เดิม เพื่อ

ตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธสารเพื่อโน้มน้าวใจนั้น

ผู้รับสารที่เลือกใช้เส้นทางริม ไม่จำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์ข้อโต้แย้งหรือข้อเท็จจริงแต่อย่างใด เพียงแต่อาศัยนัยยะต่างๆที่ซ่อนอยู่ในบริบทของการสื่อสาร เช่น ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (source credibility หรือ expert source) ความชอบใจหรือไม่ชอบใจ (positive/negative affection) ที่มีอยู่เดิมต่อเหตุการณ์ก็เพียงพอที่จะตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธสารเพื่อโน้มน้าวใจ

แบบจำลอง ELM กล่าวว่า แรงจูงใจในการคิดพิจารณาข้อโต้แย้ง (motivation to process) และความสามารถในการคิดพิจารณาข้อโต้แย้ง (ability to process) ของผู้รับสารแต่ละคน จะเป็นตัวกำหนดการเลือกใช้เส้นทางดังกล่าว ดังแสดงในภาพที่ 2 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า บุคคลไม่จำเป็นต้องถูกจูงใจโดยข้อโต้แย้งทุกชิ้น มีตัวแปรหลายตัวที่มีผลต่อการกระตุ้นแรงจูงใจในการคิดพิจารณาข้อโต้แย้ง เช่น ความข้องเกี่ยวกับสาร (personal relevance) หรือสารนั้นทำให้เกิดสภาวะไม่สมดุล (arouse dissonance) หรือผู้รับสารมีความรับผิดชอบโดยตรงต่อสารนั้น (personal responsibility) (Petty and Cacioppo, 1986; Petty, Harkins and Williams, 1980 cited in Petty, 1981) นอกจากนี้ยังมีตัวแปรที่เกี่ยวกับตัวผู้รับสาร เช่น เป็นบุคคลที่มีความต้องการคิดพิจารณา (need for cognition) ซึ่งจะมีผลต่อแรงจูงใจของบุคคลเช่นกัน

เมื่อผู้รับสารมีแรงจูงใจในการคิดพิจารณาข้อโต้แย้งแล้ว ผู้รับสารยังต้องมีความสามารถในการคิดพิจารณาข้อโต้แย้งอีกด้วย ความสลับซับซ้อนของสาร ช่วงเวลาที่ได้ฟังสารซ้ำ หรือแม้แต่การรบกวนจากภายนอก (external distraction) หรือสมาธิในการพิจารณาสารล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อความสามารถในการคิดพิจารณาสารทั้งสิ้น (Cacioppo and Petty, 1986; Petty, Wells and Brock, 1976 cited in Petty, 1981) และยังมีตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสาร เช่น ความรู้เดิมในเรื่องนั้นๆของผู้รับสาร (prior knowledge) หรือความคุ้นเคยต่อสาร (familiarity with) มีผลต่อความสามารถในการคิดพิจารณาข้อโต้แย้งของบุคคลอีกด้วย บุคคลที่มีทั้งแรงจูงใจและความสามารถในการคิดพิจารณาข้อโต้แย้งต่อสารเพื่อโน้มน้าวใจจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่คงอยู่ได้นานตามแบบจำลอง ELM (Petty, 1981)



ภาพที่ 2 แสดงกระบวนการยอมรับสารเพื่อโน้มน้าวใจ 2 เส้นทางตามแบบจำลองการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ

The Elaboration Likelihood Model of Persuasion (ELM) (adapted from Petty, 1977; Petty and Cacioppo, 1981 cited in Petty and Cacioppo, 1986)

เมื่อมีทั้งแรงจูงใจและความสามารถแล้ว สิ่งสำคัญประการต่อมาคือชนิดและคุณภาพของ ข้อโต้แย้ง สารนั้นเป็นสารที่แสดงความคิดอย่างไร สนับสนุนความชอบใจหรือไม่ชอบใจในความคิดของผู้รับสาร คุณภาพของข้อโต้แย้งจะมีผลต่อความคิดของผู้รับสารเช่นกัน บางสถานการณ์แม้ว่าผู้รับสารมี ทั้งแรงจูงใจและความสามารถในการคิดพิจารณาข้อโต้แย้ง แต่ถ้าความคิดหรือน้ำหนักของข้อโต้แย้งที่ แสดงอยู่ในสารไม่มีน้ำหนักหรือมีน้ำหนักระดับกลาง (neither or neutral predominance) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่คงอยู่ได้นานจะไม่เกิดขึ้น (Petty, 1981) แต่ถ้าข้อโต้แย้งมีน้ำหนักมากพอที่จะส่งผลกระทบต่อความคิดของผู้รับสารให้ชอบหรือไม่ชอบ จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่คงอยู่ได้นาน

อย่างไรก็ตามรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ดังกล่าวยังต้องสนับสนุนโดยการรับรู้ที่มีอยู่เดิมในความจำและมีลักษณะเด่นกว่าที่มีอยู่เดิมจึงจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่คงอยู่ได้นาน และสามารถทำนายพฤติกรรมได้

Petty และคณะ (Brock and Shavitt, 1994) กล่าวว่า ทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงเนื่องมาจากเส้นทางหลักในการโน้มน้าวใจ จัดได้ว่าเป็นทัศนคติที่คงทนกว่าทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงเนื่องมาจากเส้นทางริมในการโน้มน้าวใจ และกล่าวอีกว่าผู้รับสารที่มีความเกี่ยวข้องสูงจะเลือกใช้เส้นทางหลักในการคิดพิจารณาข้อโต้แย้งที่มีอยู่ในสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ขณะที่ผู้รับสารที่มีความเกี่ยวข้องต่ำจะเลือกใช้เส้นทางริมแทน

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า ผู้รับสารที่มีแรงจูงใจและความสามารถในการคิดพิจารณาข้อโต้แย้งสูง จะเลือกใช้เส้นทางหลัก เพื่อพิจารณาว่าจะยอมรับเหตุการณ์นั้นๆหรือไม่ และในทางตรงกันข้าม ผู้รับสารที่มีแรงจูงใจในการคิดพิจารณาข้อโต้แย้งต่ำและ/หรือมีแรงจูงใจในการคิดพิจารณาข้อโต้แย้งสูง แต่มีความสามารถในการคิดพิจารณาข้อโต้แย้งต่ำ จะเลือกใช้เส้นทางริมแทน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและการแพร่กระจายนวัตกรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและการแพร่กระจายนวัตกรรมส่วนใหญ่ เป็นงานวิจัยเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารหรือรูปแบบของช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิผลต่อการแพร่กระจายนวัตกรรม เช่น

Dubey และ Harvey (1973) ได้ทำการศึกษาบทบาทของช่องทางการสื่อสารในขั้นตอนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมการใช้ห่วงอนามัยในการคุมกำเนิด ในนิวเดลี ประเทศอินเดีย พบว่า

แหล่งสารหลักที่ทำให้เกิดความรู้ของสตรีผู้เป็นภรรยาคือ ผู้ให้บริการในคลินิกวางแผนครอบครัว รองลงมาคือ เพื่อนและเพื่อนบ้าน อย่างไรก็ตาม ในชั้นโน้มน้าวใจทั้งสามีและภรณยานั้น ช่องทางการสื่อสารแหล่งสารที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ เพื่อนและเพื่อนบ้าน

Pedro (1978) ทำการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของสื่อในการยอมรับยาคุมกำเนิดสตรีในพื้นที่ฟิลิปปินส์พบว่า สื่อบุคคลมีผลมากที่สุดในการเกิดความรู้ ขั้นการโน้มน้าวใจ และขั้นตัดสินใจ

Castillo (1979) ศึกษาการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารและแหล่งความรู้ทางการเกษตรที่เกษตรกรได้รับว่า เป็นแหล่งข่าวสารที่เป็นบุคคลได้แก่ เจ้าหน้าที่พัฒนา เพื่อนบ้านและญาติ

ยุพดี ชัยภักดี (2523) ทำการศึกษารูปแบบของสื่อที่มีต่อการยอมรับฝ่ายพันธุ์ใหม่ของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคอง จังหวัดนครราชสีมา พบว่าในระหว่าง 4 สื่อคือ สื่อบุคคล สื่อการประชุมอบรม สื่อการทำไร่สาธิต และสื่อมวลชนนั้น สื่อบุคคลมีบทบาทในการยอมรับนวัตกรรมการเกษตรของสมาชิกนิคมมากที่สุด สื่อการประชุมอบรมมีบทบาทต่อการยอมรับฝ่ายพันธุ์ใหม่ของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคอง จ.นครราชสีมา รองลงมาจากสื่อบุคคล

ปัญญา ธนะสัมปัญ (2535) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการพัฒนาชนบทและชุมชน ตามข้อเสนอของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอย่างค่อนข้างชัดเจนต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการ คือ รายได้ การติดต่อกับผู้นำท้องถิ่น การติดต่อพบปะเจ้าหน้าที่ของรัฐ และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ

บัญญัติ ลายพยัคฆ์ (2537) ได้ทำการศึกษปัจจัยที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มของสมาชิกกลุ่มเกษตรกร จังหวัดระยอง พบว่า การติดต่อกับผู้นำท้องถิ่น เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆมากที่สุด รองลงมาได้แก่ การติดต่อเจ้าหน้าที่ของรัฐ รายได้ ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร ตำแหน่งทางสังคม และระดับการศึกษา

จากผลการวิจัยในตัวอย่างข้างต้น สรุปได้ว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีผลต่อการยอมรับสารเพื่อโน้มน้าวใจในชั้นพฤติกรรม สื่อมวลชนจะมีผลต่อการยอมรับสารในชั้นความรู้ งานวิจัยในลักษณะต่อมามีการศึกษาถึงกัน เป็นงานวิจัยที่ทำการศึกษาลักษณะทางนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม เช่น

มุสตี ทรัพย์สาร (2527) ศึกษาคุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลมากที่สุดต่อการยอมรับของกลุ่มเป้าหมายกรณีการยอมรับการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ผักตบชวาของกลุ่มสตรีประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ผักตบชวา บ้านสันปาม่วง ตำบลบ้านต๋อม อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา และเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ตามแบบสอบถามกับสมาชิกกลุ่มสตรีประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ผักตบชวา จำนวน 58 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ และทดสอบความแตกต่างของการยอมรับในแต่ละคุณลักษณะโดยใช้สถิติ Chi-Square ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมมีผลต่อการยอมรับการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ผักตบชวาแตกต่างกันตามลำดับมากไปน้อยคือ ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบความเข้ากันได้ ความสามารถสังเกตเห็นผลได้ ความสลับซับซ้อน โดยคุณลักษณะของนวัตกรรมด้านการนำไปทดลองใช้ได้ไม่มีผลต่อการยอมรับการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ผักตบชวา เนื่องจากการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ผักตบชวาลงทุนต่ำมาก ผักตบชวาเป็นพืชท้องถิ่นที่มีอยู่ตามธรรมชาติ สามารถเก็บหามาได้เองโดยไม่ต้องซื้อ

เพลินพร ผิงวาม (2533) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมของประชาชนกรณีโครงการการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเฝ้าระวังคุณภาพน้ำบริเวณในหมู่บ้าน ตำบลคูบัว อำเภอเมืองจังหวัดราชบุรี โดยศึกษาแบบวิจัยเชิงสำรวจ และกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจงคือ สมาชิกในครัวเรือนของหมู่ 6 บ้านสระโบสถ์ หมู่ 7 บ้านใหญ่ และหมู่ 8 บ้านหนองยายแก้ว ซึ่งเป็นกลุ่มที่ยอมรับนวัตกรรมการเฝ้าระวังคุณภาพน้ำบริเวณในหมู่บ้านจำนวน 176 คน ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการสังเกตโดยไม่มีส่วนร่วม รวมทั้งสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่โครงการจำนวน 11 คน ตามแนวหัวข้อสัมภาษณ์ และประมวลผลโดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ความผันแปรทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับนวัตกรรมถึงขั้นนำไปใช้คือ การล้างภาชนะใสน้ำให้สะอาด การจัดหาฝาปิดภาชนะใสน้ำ การยอมรับการสาธิตของผู้นำชุมชนน้ำสะอาด และการเติมคลอรีนในภาชนะใสน้ำของกลุ่มตัวอย่างนั้น ร้อยละ 72.7 ยอมรับมากที่สุดคือ ปฏิบัติทุกครั้ง และยอมรับน้อยร้อยละ 27.3 คือปฏิบัติเพียงบางครั้ง ด้านความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ และการสังเกตเห็นผลได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรม แต่คุณลักษณะด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความยุ่งยากสลับซับซ้อนในการใช้ ความเข้ากันได้ วิธีการให้การศึกษาเพื่อสนับสนุนนวัตกรรมของผู้นำชุมชนน้ำสะอาด ได้

แก่ การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำสะอาด การสาธิตการปรับปรุงคุณภาพน้ำ การเก็บตัวอย่างน้ำไปตรวจ และการติดตามผล มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมของกลุ่มตัวอย่าง

อลงกรณ์ เหล่างาม (2534:99) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของชาวบ้านในหมู่บ้านเทคโนโลยี โดยระเบียบวิธีเชิงสำรวจแบบ one shot post test เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 166 คน ที่ได้จากการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงจากรายชื่อชาวบ้านในหมู่บ้านเทคโนโลยีจำนวน 9 หมู่บ้านที่เข้ารับการอบรม และนำเทคโนโลยีใหม่ไปใช้ในชีวิตประจำวัน ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ การเข้าร่วมกิจกรรมของชาวบ้าน การคาดหวังผลประโยชน์ในด้านการได้รับเครื่องมือหรืออุปกรณ์จากทางราชการ ลักษณะทางเทคโนโลยีในด้านคุณสมบัติเชิงเปรียบเทียบ ความยุ่งยากซับซ้อน ความสามารถนำไปทดลองได้ ความสามารถสังเกตเห็นผลได้ และความคล่องตัวในการปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีของชาวบ้าน โดยคุณลักษณะของนวัตกรรมด้านความเข้ากันได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี ในด้านความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่กระทรวงวิทยาศาสตร์ พบว่า ความเชี่ยวชาญในการถ่ายทอดเทคโนโลยี ความน่าไว้วางใจในเจ้าหน้าที่ ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ แต่ความคล่องตัวในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่

มงคล ปิยสิริวัฒน์ (2539) ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้น้ำหยดเสริมไฮโดรเจนในน้ำเพื่อป้องกันโรคขาดสารไอโอดีน อ. บ้านตาก จ. ตาก โดยการสัมภาษณ์แบบสอบถามในกลุ่มตัวอย่างที่มาจากการสุ่มประชากร 7 ตำบลจำนวน 420 คน และวิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ ค่า Pearson's Product Moment Correlation Efficient และ chi-square ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมากที่สุด อันได้แก่ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) และคุณลักษณะของนวัตกรรมของน้ำหยดเสริมไฮโดรเจนที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุด เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมคือ เป็นสิ่งที่สามารถป้องกันโรคคอพอกได้ (คุณลักษณะของนวัตกรรมที่เกิดจากประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ) และส่วนใหญ่มีการตัดสินใจด้วยตนเองเพียงคนเดียว

ประวุฒิ เพิ่มทรัพย์ (2540) ศึกษาการรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์กับการปรับตัวขององค์กรโดยใช้ระเบียบวิธีเชิงคุณภาพคือ การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์ 25 คน และกลุ่มพนักงานปฏิบัติการ 35 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมคือ ลักษณะของอินเทอร์เน็ตที่มีความได้เปรียบเทคโนโลยีเดิมที่ใช้อยู่ และมีความสอดคล้อง

กับลักษณะการทำงานของหนังสือพิมพ์ที่ต้องการบริโภคข่าวสาร โดยมีอัตราการรับที่ค่อนข้างเร็ว กลุ่มผู้บริหารมีระดับการรับอยู่ในขั้นนำไปใช้ (implementation stage) 40% ขั้นทบทวนการนำไปใช้ (confirmation stage) 60% กลุ่มพนักงานปฏิบัติการมีระดับการรับอยู่ที่ขั้นสนใจ 14% ขั้นตัดสินใจ 23% ขั้นนำไปปฏิบัติ 29% และขั้นทบทวนการนำไปใช้ 34% การที่ผู้บริหารระดับสูงมีระดับการยอมรับสูงกว่า เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการติดตั้งอินเทอร์เน็ตและค่าบริการรายเดือนค่อนข้างแพง

รังสิมา สุวรรณจินดา (2540) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร นวัตกรรมกับความรับรู้ความเข้าใจในคุณลักษณะของโครงข่ายบริการสื่อสารร่วมระบบดิจิทัล (ISDN) เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่ใช้บริการ และกลุ่มที่ไม่ได้ใช้บริการโครงข่ายบริการสื่อสารร่วมระบบดิจิทัล (ISDN) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) สำหรับกลุ่มที่ใช้บริการ ISDN 94 ตัวอย่าง และสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (systemic sampling) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้บริการ ISDN 122 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 216 ตัวอย่าง และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผลการวิจัยส่วนหนึ่งพบว่า กลุ่มที่ใช้บริการส่วนใหญ่มีความรับรู้ความเข้าใจในคุณลักษณะของบริการ ISDN มากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้ใช้บริการ ในเรื่องประโยชน์เชิงเปรียบเทียบของบริการ ISDN ว่ามากกว่าการสื่อสารประเภทอื่นๆ บริการ ISDN มีความเหมาะสมหรือเข้ากันได้กับการดำเนินธุรกิจ และสามารถเห็นผลได้ว่า การนำบริการ ISDN เข้ามาใช้ในหน่วยงานจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ผลักดันให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ ในการดำเนินงานได้ ส่วนคุณลักษณะเรื่องความยุ่งยากสลับซับซ้อน ทั้ง 2 กลุ่มมีความคิดเห็นในระดับใกล้เคียงกันว่า บริการ ISDN มีความยุ่งยากในการใช้พอสมควร และยังเห็นด้วยว่า ถ้าหากได้มีการทดลองใช้บริการ จะทำให้มีความรับรู้ความเข้าใจในบริการ ISDN มีมากขึ้น

จากผลการวิจัยข้างต้นเห็นได้ว่า คุณลักษณะทางนวัตกรรมและการแพร่กระจายนวัตกรรม โดยสื่อบุคคลมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและการแพร่กระจายนวัตกรรมอีกลักษณะหนึ่งที่มีการศึกษากันแต่พบว่ามีน้อยมากในประเทศไทยได้แก่ งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้เส้นทางการยอมรับสารเพื่อโน้มน้าวใจในกระบวนการตัดสินใจที่เรียกว่า แบบจำลองการโน้มน้าวใจ Elaboration Likelihood Model (ELM) เช่น

สุธี เผ่าบุญมี (2539) ทำการวิจัยเชิงทดลองซึ่งศึกษาถึงผลของความน่าเชื่อถือของหนังสือพิมพ์และน้ำหนักข้อโต้แย้งในเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อเส้นทางการยอมรับข่าวสารโน้มน้าวใจในสถานการณ์ความเสี่ยงทางสิ่งแวดล้อม โดยเลือกเหตุการณ์การก่อสร้างโรงกำจัดกากอุตสาหกรรมเจนโก้ จังหวัดระยองเพื่อทดสอบแบบจำลองการโน้มน้าวใจที่เรียกว่า Elaboration Likelihood Model (ELM) และกำหนดให้ ความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์เป็นปัจจัยด้านแรงจูงใจในการคิดพิจารณาสารความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยด้านความสามารถในการคิดพิจารณาสาร บทความโน้มน้าวใจในสารที่มีน้ำหนัก เป็นเส้นทางหลักในการยอมรับสารเพื่อโน้มน้าวใจ และความน่าเชื่อถือของแหล่งสารเป็นเส้นทางริม กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม โดย 2 กลุ่มเป็นกลุ่มตัวอย่างจากจังหวัดระยองจัดเป็นกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องสูงและแบ่งเป็นกลุ่มที่มีความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมสูงและต่ำ กลุ่มตัวอย่างอีก 2 กลุ่มเป็นกลุ่มตัวอย่างจากจังหวัดสมุทรปราการซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ต่ำและแบ่งเป็นกลุ่มที่มีความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมสูงและต่ำ ทั้ง 4 กลุ่มได้อ่านบทความโน้มน้าวใจที่มีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนักและไม่มน้ำหนัก แล้วทำการวัดทัศนคติที่มีต่อการก่อสร้างโรงกำจัดกากเจนโก้

ผลการวิจัยพบว่า บุคคลที่มีแรงจูงใจและความสามารถในการคิดพิจารณาสารเพื่อการโน้มน้าวใจต่ำ จะเลือกใช้เส้นทางริมมากกว่าเส้นทางหลัก แต่ผลการวิจัยไม่เป็นไปตามแบบจำลอง ELM ในบุคคลที่มีทั้งแรงจูงใจ และความสามารถในการคิดพิจารณาสาร ซึ่งแบบจำลอง ELM กล่าวว่าจะใช้เส้นทางหลัก รวมทั้งบุคคลที่มีปัจจัยเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง จะใช้เส้นทางริม สุธีจึงได้เสนอแบบจำลองที่ดัดแปลงสอดคล้องกับแบบจำลอง ELM และสามารถอธิบายผลการวิจัยได้ โดยเน้นปัจจัยด้านแรงจูงใจที่จะตัดสินใจอย่างถูกต้องเป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรก ซึ่งหากบุคคลนั้นมีทั้งแรงจูงใจที่จะตัดสินใจอย่างถูกต้องและความรู้ความสามารถ จะทำให้บุคคลนั้นมีแรงจูงใจในการคิดพิจารณาสาร แต่ในกรณีที่บุคคลนั้นมีแรงจูงใจที่จะตัดสินใจอย่างถูกต้อง แต่ปราศจากความสามารถที่จะคิดพิจารณาสาร อีกทั้งไม่มีเส้นทางริม (เช่นความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร) ให้พิจารณา บุคคลนั้นก็พยายามหาเส้นทางริมอื่นที่น่าเชื่อถือ (reliable peripheral cue) หรือเลือกใช้สิ่งที่ใช้ประกอบการคิดพิจารณา (cue) ที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด คือนำไปสู่การตัดสินใจที่ดีที่สุดตามมุมมองของแต่ละคนนั่นเอง

จวงจันท์ หอมจันทนากุล (2541) ทำการวิจัยเชิงทดลองเพื่อทดสอบแบบจำลองที่สุธีดัดแปลงแบบจำลอง ELM โดยเลือกสถานการณ์การโน้มน้าวใจให้ประชาชนหันมาบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดตะวันตกให้น้อยลง สมมุติฐานในการวิจัยมี 3 ข้อคือ (1) บุคคลที่มีแรงจูงใจที่จะตัดสินใจอย่างถูกต้องต่ำ ในการยอมรับสารเพื่อโน้มน้าวใจ จะอาศัยความน่าเชื่อถือของแหล่งสารมากกว่าการพิจารณาข้อโต้แย้งในสาร (2) บุคคลที่มีแรงจูงใจที่จะตัดสินใจอย่างถูกต้องสูง มีความสามารถในการคิดพิจารณา

ข้อโต้แย้งสูง ในการยอมรับสารเพื่อโน้มน้าวใจ จะอาศัยการพิจารณาข้อโต้แย้งในสารมากกว่าอาศัยความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (3) บุคคลที่มีแรงจูงใจที่จะตัดสินใจอย่างถูกต้อง มีความสามารถในการคิดพิจารณาข้อโต้แย้งต่ำ จะอาศัยความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร แต่หากแหล่งสารมีความน่าเชื่อถือต่ำ จะพิจารณาข้อโต้แย้งในสาร

ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ (1) และ (3) แต่ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยที่ (2) กล่าวคือ บุคคลที่มีแรงจูงใจที่จะตัดสินใจอย่างถูกต้องสูง มีความสามารถในการคิดพิจารณาข้อโต้แย้งสูง ในการยอมรับสารเพื่อโน้มน้าวใจ กลับไม่พิจารณาข้อโต้แย้งในสาร รวมทั้งไม่อาศัยความน่าเชื่อถือของแหล่งสารเลย ซึ่งตรงตามที่ Petty และ Cacioppo (1986) กล่าวไว้ว่า ผู้รับสารที่มีความรู้เดิมเกี่ยวกับเหตุการณ์สูง จะมีฉันทาคติหรือมีอคติ (bias manner) ซึ่งจะส่งผลต่อการพิจารณาสารเพื่อตัดสินใจ ทั้งนี้เนื่องจาก ผู้รับสารที่มีความรู้เดิม จะมีเจตคติของตนอยู่ และจะไม่ยอมรับสารที่ไม่ตรงกับเจตคติเดิมของตน แต่หากรับสารที่ตรงกับเจตคติเดิมของตน ก็จะสนับสนุนสารนั้นๆทันที โดยไม่สนใจพิจารณาตัวสารเลย

จากตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและการแพร่กระจายนวัตกรรมทั้งหมดจะเห็นได้ว่า งานวิจัยที่ทำการศึกษเกี่ยวกับกระบวนการคิดในการยอมรับสารของผู้รับสาร เช่น การรับฟังสารจากสื่อบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือแล้วเกิดการยอมรับต่อสารนั้น มีสถานการณ์การยอมรับอย่างไร มีอะไรเป็นแรงบันดาลใจที่นอกจากสื่อบุคคล นั่นคือการสื่อความหมายในสารเป็นอย่างไรจึงจะเป็นแรงจูงใจให้เกิดการยอมรับนอกเหนือไปจากการเลือกใช้สื่อหรือช่องทางสื่อสาร ซึ่งเป็นงานวิจัยที่มีการศึกษากันน้อยมากในประเทศไทย ทั้งที่การวิเคราะห์ผู้รับสารที่นำไปสู่การสร้างสารที่เข้าใจตรงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงความคิดและพฤติกรรมของผู้รับสารนั้น เป็นวัตถุประสงค์ที่สำคัญของการสื่อสาร ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงหยิบยกเอาทฤษฎีสัญลักษณ์เชิงลู่เข้า (symbolic convergence theory) มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาเพื่อลดช่องว่างขององค์ความรู้ดังกล่าว

แนวคิดทฤษฎีที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้อีกแนวคิดทฤษฎีหนึ่งคือการสื่อสารในกลุ่ม (small group communication) ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารในกลุ่มนอกจากมีส่วนเกี่ยวข้องกับการโน้มน้าวใจในงานเผยแพร่นวัตกรรมแล้ว การศึกษาการสื่อสารในกลุ่มยังช่วยให้ความเข้าใจในขั้นต้นต่อทฤษฎีสัญลักษณ์เชิงลู่เข้า (symbolic convergence theory) ได้อีกด้วย จึงขอนำมากล่าวในอันดับต่อไป

2.4 การสื่อสารในกลุ่ม (Small Group Communication)

คำว่า "กลุ่ม" หมายถึง การรวมตัวของบุคคลซึ่งมีปฏิสัมพันธ์กัน (interaction) มีความสนใจร่วมกันหรือการแสดงออกร่วมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยรับอิทธิพลหรือผลกระทบจากกันและกัน (Mcquail, 1984 อ้างโดย อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2537)

Cragan และ Wright (1999) กล่าวว่า กลุ่ม (small group) หมายถึง การที่คนจำนวนหนึ่ง (few people) มารวมกัน มีปฏิสัมพันธ์กันในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งมักเป็นการสื่อสารกันแบบเห็นหน้ากัน (face-to-face settings) โดยมีเป้าหมาย (goals) วัตถุประสงค์ (norms) และพัฒนารูปแบบการสื่อสาร (communication pattern) เพื่อไปสู่เป้าหมายร่วมกัน (meeting their goals)

Bormann (1990) กล่าวว่า กลุ่มคือการที่คนอย่างน้อย 3 คนมารวมกันดำเนินการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน (face to face) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการรวมกัน

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า กลุ่มคือการที่คนอย่างน้อย 3 คนมารวมกันเพื่อดำเนินกิจกรรมทางการสื่อสารที่นำไปสู่เป้าหมายร่วมกันโดยรับอิทธิพลหรือผลกระทบซึ่งกันและกัน Cragan และ Wright (1999) กล่าวว่า ความเป็นกลุ่มจะมีลักษณะ 9 ประการคือ (1) มีการสื่อสาร (communication) (2) สถานที่ (space) (3) เวลา (time) (4) ขนาดของกลุ่ม (size) (5) การพึ่งพิงกัน (interdependence) (6) บรรทัดฐานกลุ่ม (norms) ที่มาจากการแบ่งปันค่านิยม (value) ความเชื่อ (beliefs) พฤติกรรม (behaviors) และวิธีการไปสู่เป้าหมายกลุ่ม (procedures) ซึ่งทั้งหมดนี้ก่อให้เกิดความผูกพันของกลุ่ม (cohesiveness) (7) รูปแบบการสื่อสาร (structured communication patterns) (8) เป้าหมายกลุ่ม (group goals) และ (9) การรับรู้ (perception) ในขอบเขตของความเป็นกลุ่มของตนที่แตกต่างไปจากคนนอกกลุ่ม

ประเด็นสำคัญคือ ในเรื่องขนาดของกลุ่มซึ่งไม่ควรใหญ่จนเกินไปจนสมาชิกไม่อาจส่งผลกระทบต่อกันและกันได้ จากการศึกษาถึงพฤติกรรมสื่อสารของเบลล์และเบอร์กัตตา (Bales and Bergatta อ้างโดย อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2537) เกี่ยวกับขนาดของกลุ่มที่มีเล็ก พบว่ามีข้อเสียคือ สมาชิกไม่กล้าแสดงความรู้สึกจริงๆ ของตนออกมา เช่น ไม่เข้าใจสารก็ไม่กล้าบอก เพราะเห็นว่าคนอื่น ๆ เข้าใจหมดแล้ว ดังนั้น สมาชิกจะทำตามคนอื่นในกลุ่ม โดยเฉพาะความรู้สึกขัดแย้ง สมาชิกจะไม่กล้าเปิดเผยออกมาเลย ขณะที่การสื่อสารในกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ สมาชิกจะมีการแบ่งเป็นกลุ่มย่อย

(subgroup) มีการแบ่งพวกแตกความสามัคคี มีผู้นำกลุ่มเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการและการสื่อสารอาจจะกลายเป็น 2 ขั้นตอนคือผู้ส่งสารต้องอาศัยผู้นำกลุ่มถ่ายทอดสารต่อไปยังสมาชิกซึ่งแม้จะลดภาระผู้ส่งสารแต่อาจเกิดการบิดเบือนของสารได้

อย่างไรก็ตาม ในประเด็นขนาดของความเป็นกลุ่มนั้น ยังไม่เป็นที่ตกลงกันอย่างแท้จริง เช่น บางคนเชื่อว่า จำนวนคนที่มารวมกัน 2-20 คนคือความเป็นกลุ่ม ขณะที่บางคนเชื่อว่าได้แก่ขนาด 3-13 คน (Bormann, 1990) อย่างไรก็ตามขนาดของกลุ่มที่เหมาะสมนั้นได้แก่จำนวน 5-7 คนโดยมีเหตุผล 2 ประการคือ (1) บทบาทที่เหมาะสมสำหรับสมาชิกแต่ละคนในกลุ่มเพื่อให้มีผลงานที่ดี ได้แก่ หัวหน้างาน (task leader) หัวหน้าทางอารมณ์-สังคม (social-emotional leader or lieutenant) ผู้ปลดปล่อยความเครียด (tension releaser) ผู้เตรียมการด้านข้อมูล (information provider) และบุคคลที่ทำหน้าที่ได้แย้ง (central negative) (2) จำนวนสมาชิกในกลุ่มที่แน่ใจได้ว่ามีความคิดเห็นและความรู้ที่หลากหลาย (Cragan and Wright, 1999)

ในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจในการแพร่กระจายนวัตกรรม ผู้นำความคิดเห็น (opinion leader) ในกลุ่มเป็นผู้มีบทบาทสำคัญ เบอเรนสัน ลาซาร์สเฟลด์และแมคฟี (1954 อ้างโดย อวรรรณ ปิลันธนีโอวาท, 2537) ได้ศึกษาและอธิบายลักษณะเฉพาะของผู้นำความคิดเห็นว่า ผู้นำความคิดเห็นจะเป็นต้นแบบ (model) ของสมาชิกในกลุ่ม เป็นผู้ที่สมาชิกในกลุ่มจะรับฟังความคิดเห็น ดังนั้นการโน้มน้าวใจในการแพร่กระจายงานนวัตกรรมจะมีประสิทธิผล ถ้าการสื่อสารนั้นผู้นำความคิดเห็นยอมรับและมีส่วนร่วม อวรรรณ ปิลันธนีโอวาท ยังกล่าวอีกว่า "ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร สถานภาพ และลักษณะของผู้นำความคิด ต่างก็เป็นแนวคิดที่คล้ายคลึงกัน จะเห็นได้ว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร และผู้นำความคิดที่ดี เป็นสิ่งที่ผู้รับสารต้องสำเหนียกหรือรับรู้เอง (perception of receivers) หากใช้เป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารประกาศว่าตนมีไม่" (ประเด็นที่เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร เป็นประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมากล่าวไว้แล้วในแนวคิดทฤษฎีเรื่องการแพร่กระจายนวัตกรรม)

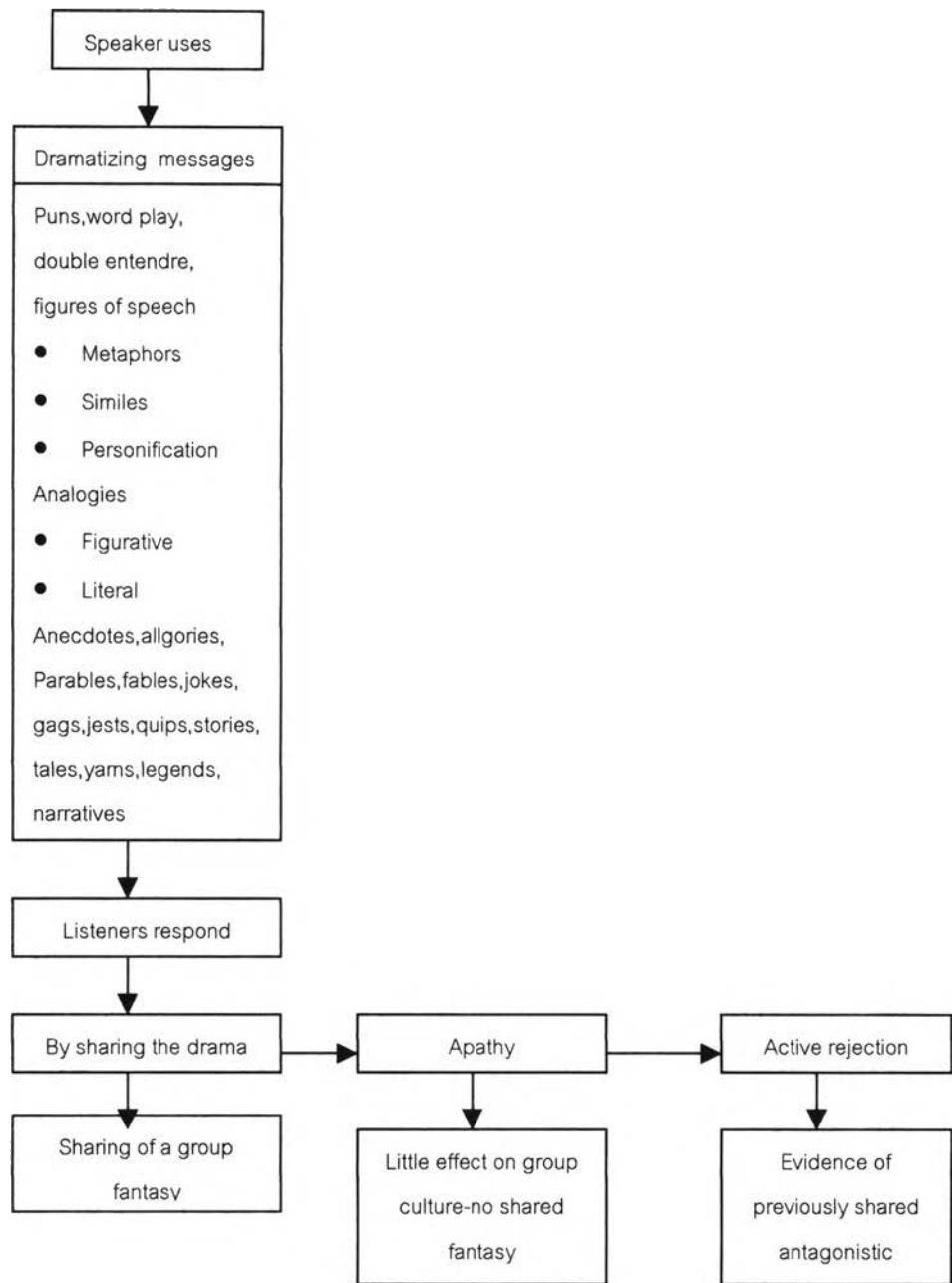
การสื่อสารในกลุ่มนั้น เมื่อมีการรวมกลุ่มกันดำเนินกิจกรรมที่มีเป้าหมายร่วมกันในช่วงเวลาหนึ่ง สมาชิกในกลุ่มจะเกิดความรู้สึกถึง "ความรู้สึกเป็นกลุ่ม" (groupness) ซึ่งเป็นความรู้สึกใหม่ที่เกิดขึ้นจากการที่สมาชิกร่วมกันสร้างสังคมใหม่ วัฒนธรรมใหม่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ร่วมกันของสมาชิกในกลุ่ม (Bormann, 1990) สมาชิกเกิดความรักภักดีกับกลุ่ม (loyalty) มีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มคณะ (feeling of belonging) และยินดีที่จะทำสิ่งที่ดีเพื่อสมาชิกในกลุ่มทุกคน ความรู้สึกต่างๆเหล่านี้คือสิ่งที่เรียกว่าความผูกพันของกลุ่ม (cohesiveness) (Bormann, 1975) ซึ่งนำไปสู่

กระบวนการสื่อสารในกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่มที่เรียกว่า consciousness-raising (CR) โดยมีทฤษฎีทางการสื่อสารที่อธิบาย CR คือ ทฤษฎีสัญลักษณ์เชิงลู่เข้า (symbolic convergence theory) (Cragan and Wright, 1999) กล่าวคือ consciousness-raising (CR) เป็นระยะหนึ่งในการแสดงออกเพื่อสื่อความหมายของสมาชิกในกลุ่มที่เรียกว่า rhetorical vision ซึ่งมี 5 ระยะคือ consciousness creating, consciousness raising, consciousness sustaining, consciousness declining และ consciousness terminus (Bormann, Cragan, and Shields, 1996) ซึ่งจะได้นำมากล่าวในรายละเอียดต่อไปในทฤษฎีสัญลักษณ์เชิงลู่เข้า (symbolic convergence theory)

2.5 ทฤษฎีสัญลักษณ์เชิงลู่เข้า (Symbolic convergence theory)

ทฤษฎีสัญลักษณ์เชิงลู่เข้าเป็นทฤษฎีทางการสื่อสารที่ใช้อธิบายวิธีการที่สมาชิกในกลุ่มใช้จิตสำนึกร่วมกันสร้างสัญลักษณ์ (sharing of group fantasies) ซึ่งแสดงถึงความหมาย อารมณ์และแรงจูงใจในการกระทำ (Cragan and Shields, 1999) ทฤษฎีสัญลักษณ์เชิงลู่เข้าจึงเป็นการนำสารมาวิเคราะห์หาความหมายของคำต่างๆที่สื่อถึงสิ่งหนึ่งสิ่งใดในรูปของคำ คำว่า convergence หมายถึงวิธีการหรือกระบวนการในการสื่อสารที่ผู้ทำการสื่อสาร 2 คนหรือมากกว่า 2 คนต่างร่วมกันปรับความหมายของความเป็นจริงซึ่งสื่อผ่านการใช้สัญลักษณ์ของแต่ละฝ่าย เพื่อให้เข้าใจความหมายของความเป็นจริงนั้นได้ตรงกัน (Bormann, 1990:106) และ Bormann (1975) เรียกการสื่อสารที่เกิดจากความรู้อีกของสมาชิกในกลุ่มที่รวมกันเป็นหนึ่งเดียวนี้ว่า "group fantasies" (Cragan and Wright, 1999) ดังแสดงในภาพที่ 3

ดังนั้น คำว่า fantasy ในทฤษฎีสัญลักษณ์เชิงลู่เข้าจึงหมายถึงมโนภาพที่สมาชิกในกลุ่มร่วมกันคิดขึ้นจากเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มหรือการพูดเพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างชัดเจนถึงประสบการณ์ร่วมกันในกลุ่มและการคาดหมายถึงอนาคตของกลุ่ม (Bormann, 1990:104) ซึ่ง Bales (1970 cited in Cragan and Wright, 1999) กล่าวว่า group fantasies มีผลให้สมาชิกแต่ละคนในกลุ่มรู้สึกว่าได้เข้าไปในอาณาจักรใหม่ในโลกของความเป็นจริง เช่น โลกของวีรบุรุษ ผู้ร้าย นักบุญ และศัตรูอย่างมีสีสัน (drama) ดังนั้นสารที่แสดงออกมา (dramatizing messages) จึงมีลักษณะเป็นสำนวนต่างๆซึ่งอยู่ในรูปของการเล่นคำ (pun) ภาพพจน์ (figure of speech) การอุปมา (analogy) คำแสดงต่างๆ (double entendre) นิทานสอนใจ (fable, parable) ฯลฯ ซึ่งเป็นการสื่อความหมายโดยนัย (Bormann, 1990; Bormann and Bormann, 1992) Hall (1976) เรียกการสื่อสารในลักษณะนี้ว่าเป็นการสื่อสารแบบ



ภาพที่ 3 แสดงสารที่มีการแต่งแต้มสีสัน (Dramatizing messages) และการตอบสนองที่เป็นไปได้ในกลุ่มสมาชิก (Bormann, 1990:105)

วัฒนธรรมที่อิงบริบทมาก (high context culture) เนื่องจากผู้ฟังต้องใช้สิ่งแวดล้อมหรือภูมิหลัง (background) ต่างๆมาประกอบเพื่อแปลความหมาย ดังนั้นคำพูดที่มีลักษณะเป็นนัยนี้จึงเป็นสิ่งที่สื่ออะไรบางอย่างระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มคณะซึ่งยากที่บุคคลภายนอกจะเข้าใจหากไม่มีความรู้ถึงที่มาของคำเหล่านั้น

ข้อสันนิษฐานเบื้องต้นของทฤษฎีสัญลักษณ์เชิงลุ่มเข้าซึ่ง Cragan และ Shields (1992) ได้กล่าวไว้มีดังนี้

1. เนื้อความในสารสามารถสื่อความหมาย อารมณ์และแรงจูงใจในการแสดงออก สารทั้งหลายนั้นมีความหมายในตัวเอง ไม่ได้อยู่ที่ผู้ส่งสารหรือผู้รับสาร
2. ความเป็นจริงเป็นสิ่งที่ถูกกระบวนการทางสังคมสร้างขึ้นมาด้วยการใช้สัญลักษณ์สื่อความหมาย ผ่านการสนทนา คำปราศรัย การถกปัญหาในกลุ่มคณะ หรือการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ
3. จินตสภาวะ (fantasy theme) ที่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายและถูกนำไปใช้ต่อกันเป็นลูกโซ่ ทำให้เราสามารถ "ปรับ" ความเข้าใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้มาบรรจบกันในรูปแบบที่มีสีสัน (dramatic in form) กระบวนการของการปรับความเข้าใจนั้นเกิดจากการที่มนุษย์ร่วมกันใช้สัญลักษณ์เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ และสัญลักษณ์นั้นๆสามารถแพร่หลายออกไปได้อย่างรวดเร็ว
4. การวิเคราะห์จินตสภาวะ (fantasy theme analysis) คือวิธีพื้นฐานในการหาความเป็นจริงที่สื่อผ่านสัญลักษณ์ซึ่งสมาชิกของระบบสังคมหนึ่งใช้ร่วมกัน Bormann (1972) เรียกผู้ที่มีความเห็นเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกันว่าเป็นกลุ่มหรือชุมชนผู้ร่วมอุดมการณ์เดียวกัน (rhetorical community) ซึ่งความเห็นร่วมกันนี้ถูกแสดงออกมาในรูปวิสัยทัศน์ร่วมกัน (rhetorical vision)
5. จินตสภาวะ (fantasy theme) เกิดขึ้นและแพร่หลายในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุย การสื่อสารผ่านสื่อ จินตสภาวะจะแพร่หลายออกมาจากกลุ่มเล็กๆไปสู่กลุ่มใหญ่ ความแพร่หลายดังกล่าวอาจมีรูปแบบเป็นสโลแกนที่พิมพ์ข้อความติดสติ๊กเกอร์ เสื้อยืด หรือเข็มกลัดก็ได้
6. มีความหมายเชิงอุปมาอย่างน้อยสามกรอบคือ อุปมาเน้นความถูกต้อง อุปมาเน้นด้านสังคม และอุปมาเน้นการสัมฤทธิ์ผล เป็นแนวทางในการอธิบายความเป็นจริงที่สื่อผ่านการใช้สัญลักษณ์ กรอบความหมายทั้งสามกรอบนี้จะอธิบายความเป็นจริงจากแง่มุมต่างๆกันในชุมชนผู้ร่วมอุดมการณ์ (rhetorical community) หนึ่งๆ ดังนั้น ในชุมชนผู้ร่วมอุดมการณ์ที่ต่างกันจึงอาจอธิบายสิ่งเดียวกันในรูปแบบที่ต่างกันก็ได้

แนวคิดพื้นฐานที่นักวิจัยจะต้องค้นหาในสารเมื่อวิเคราะห์สารตามแนวทางของทฤษฎีสัญลักษณ์เชิงลุ่มเข้าคือ จินตสสาร (fantasy theme), fantasy types, symbolic cue และ saga (Bormann, 1990; Bormann and Bormann, 1992; Cragan and Shields, 1999)

2.5.1 จินตสสาร (Fantasy themes)

จินตสสารเป็นหน่วยพื้นฐานของการวิเคราะห์สารตามหลักของทฤษฎีสัญลักษณ์เชิงลุ่มเข้า โดยจินตสสารจะนำเสนอโครงสร้างของสารที่มีลีลาซึ่งได้รับการยอมรับและใช้กันภายในกลุ่ม หากสารที่สื่อออกมาอย่างมีลีลานั้นไม่ได้รับการยอมรับกันในกลุ่มชนผู้ร่วมอุดมการณ์ (rhetorical community) ก็แสดงว่าไม่มีจินตสสารเกิดขึ้น หรือไม่มีการจูนเข้าหากันของความเข้าใจเกิดขึ้น จินตสสารเปลี่ยนแปลงตามความมุ่งหมายในการใช้ ขึ้นกับความคิด (concepts) ที่ผู้ใช้ต้องการพรรณนาให้เห็นภาพภายในขอบเขตทฤษฎีของ Bormann ที่เรียกว่าวิสัยทัศน์ร่วมกัน (rhetorical vision¹) ความคิดหลัก (major concepts) ประกอบด้วยการนำเอาบทบาท (dramatic personae) เค้าโครงเรื่อง (plotline) สถานที่ (scene) แรงบันดาลใจ (sanctioning agent) และความหมายเชิงอุปมา (master analogue) มาประกอบกันเป็นคำพูดที่สื่อให้เห็นภาพ (rhetorical vision) (Cragan and Shields, 1981; Cragan and Shields, 1995a)

บทบาท (dramatic personae) เป็นส่วนสำคัญของคุณลักษณะ (character) ที่ทำให้ตัวละครมีชีวิต ดังนั้น จินตสสารจะวาดให้เห็นถึงตัวเอก (heroes) ผู้ร้าย (villains) และตัวประกอบ (supporting players) พรรณนาลักษณะให้เห็นภาพ กำหนดแรงจูงใจในการกระทำ (assign motives to their actions) หรือแสดงออกถึงพฤติกรรม และกำหนดสถานที่ให้กับตัวละคร (บุคคลที่ถูกนำมากล่าวถึง) จึงกล่าวได้ว่า จินตสสารที่ผู้ส่งสารแสดงออกมาสะท้อนวิสัยทัศน์ร่วมกัน (rhetorical visions) ทั้งหมดของคุณลักษณะของบุคคล

เค้าโครงเรื่อง (plot line) คือความคิดที่แสดงถึงพฤติกรรมของบุคคล
สถานที่ (scene) ให้รายละเอียดเกี่ยวกับบริเวณที่เกิดเหตุการณ์

¹ วิสัยทัศน์ร่วมกัน (rhetorical visions) เป็นองค์ประกอบซึ่งมีการแต่งแต้มลีลา (composite dramas) และจับใจคนจำนวนมากที่อยู่ร่วมกันในความเป็นจริงทางสัญลักษณ์ (symbolic reality) เดียวกัน (Cragan and Shields, 1981) ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าวิสัยทัศน์ร่วมกัน (rhetorical visions) มีลักษณะของการรวบรวมจินตสสารหลายๆใจความเข้าด้วยกัน (ผู้วิจัย)

แรงบันดาลใจ (sanctioning agents) เป็นสิ่งที่ชี้ถึงความชอบธรรมในการแสดงวิสัยทัศน์ร่วมกัน (rhetorical visions) ออกมาและน่าจะเป็นที่ยอมรับได้ บางครั้งแรงบันดาลใจอาจเป็นอำนาจในระดับสูง (higher power) เช่น พระเจ้า (God) ความยุติธรรม (justice) ประชาธิปไตย (democracy) ฯลฯ บางครั้งก็เป็นแรงบันดาลใจจากปรากฏการณ์เด่นที่มีอยู่ในสังคม เช่น บุญ นิพพาน นรก สวรรค์ เป็นต้น

ความหมายเชิงอุปมา (master analogue) ที่อธิบายปรากฏการณ์นั้นอาจมีจินตสภาวะเกิดขึ้นได้หลายๆ คำซึ่งในแต่ละวิสัยทัศน์ร่วมกัน (rhetorical vision) นั้นอาจจะสะท้อนมุ่งเน้นด้านต่างๆ ได้แก่ (1) อุปมานั้นความถูกต้อง (righteousness) เน้นความถูกต้องหรือผิด เหมาะสมหรือไม่เหมาะสมความยุติธรรมหรือไม่ยุติธรรม เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น (2) อุปมาเชิงสังคม (social) เน้นไปที่ความสัมพันธ์ของผู้คน เช่น มิตรภาพ ความเชื่อถือ ความไปกันได้ ความมีมนุษยธรรม เป็นต้น และ (3) อุปมานั้นความสัมฤทธิ์ผล (pragmatism) เน้นเรื่องผลเป็นหลัก โดยชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพ ความคุ้มค่า ประโยชน์ใช้สอย เป็นต้น (Cragan and Shields, 1995a)

2.5.2 Fantasy types

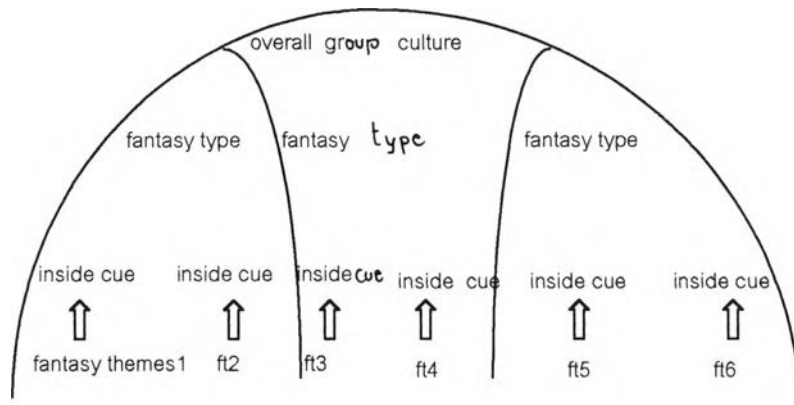
ได้แก่จินตสภาวะที่ถูกนำไปใช้บ่อยๆ แล้วซ้ำอีกเพื่อสื่อถึงวิสัยทัศน์ร่วมกันในโอกาสต่างๆ กัน แต่สามารถสื่อความหมายได้คงเดิม fantasy types จึงเป็นตัวจักรสำคัญของวิสัยทัศน์ร่วมกัน เนื่องจากสามารถนำไปอธิบายหรือประเมินเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ที่สื่อความหมาย อารมณ์ และแรงจูงใจสำหรับสมาชิกได้ง่าย สะดวกรวดเร็วกว่าการใช้จินตสภาวะ

2.5.3 Symbolic cue

มีลักษณะเหมือนตัวจุดชนวน (triggers) ที่เตือนให้นึกถึงจินตสภาวะในเวลารวดเร็ว อาจเป็นรหัสเฉพาะ (code word) วลี (phrase) สโลแกน (slogan) หรืออวัจนภาษา (nonverbal) ในรูปแบบต่างๆ เช่น โลโก้ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ชี้หน้าหรือจุดชนวนอารมณ์ สื่อความหมายในการร่วมกันสร้างมโนภาพในใจ (shared fantasies) ของสมาชิกผู้ร่วมสนทนาได้ (อย่างน้อยในจุดเริ่มต้นของการสร้างวัฒนธรรมกลุ่ม) ดังแสดงในภาพที่ 4

2.5.4 Saga

Saga คือเรื่องที่มีการนำมากล่าวขานเกี่ยวกับกิจกรรมที่แสดงถึงความสำเร็จของบุคคล องค์กร ชุมชนหรือประเทศชาติ เหมือนกับวีรกรรมที่เล่าขานไม่รู้จบเกี่ยวกับทหารในสมรภูมิต่างๆ



ภาพที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจินตสภาวะ (fantasy themes), fantasy type, symbolic cue (inside cue) และ วัฒนธรรมของกลุ่ม (overall group culture) (Bormann, 1990)

การประเมินระดับการลู่เข้าเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic convergence)

จินตสภาวะและวิสัยทัศน์ร่วมกันที่มีการใช้อยู่ในเครือข่ายทางสังคม (social network) สามารถสะท้อนวิธีการที่กลุ่มคนนั้นรับรู้ความเป็นจริงทางสังคม (Bormann, 1989 อ้างถึงใน Phatanaphongse Chatiket, 1998) Bormann และคณะ (1996) กล่าวว่าวิสัยทัศน์ร่วมกัน (rhetorical visions) มีการเวียนว่ายตายเกิด (life cycle) 5 ระยะคือ (1) การสร้างจิตสำนึก (consciousness creating) (2) การเพิ่มระดับจิตสำนึก (conscious raising) (3) การสืบทอดจิตสำนึก (consciousness sustaining) (4) การปรับจิตสำนึกสู่ทางเลือกใหม่ (consciousness declining) และ (5) การละทิ้งจิตสำนึก (consciousness terminus)

(1) การสร้างจิตสำนึก (consciousness creating phase) ระยะนี้ เป็นระยะของการแนะนำความหมายใหม่ๆ ของวิสัยทัศน์ร่วมกันเข้าสู่กลุ่มเพื่ออธิบายสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หลักการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกันให้ผู้คนสนใจได้แก่

- ก. ความแปลกใหม่ (principle of novelty) เนื่องจากคนเราไม่สนใจเรื่องที่ซ้ำซาก แต่จะให้ความสนใจสิ่งใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์
- ข. การเลียนแบบสิ่งที่มีอยู่เดิม (principle of imitation) ทั้งนี้เพื่อสร้างความเข้าใจสิ่งใหม่จากการเชื่อมโยงกับพื้นความรู้เดิมที่มีอยู่
- ค. ความสามารถในการสื่อความหมาย (principle of explanatory power) นั่นคือสามารถสื่อความหมายถึงปรากฏการณ์นั้นๆได้อย่างเหมาะสม

(2) การเพิ่มระดับจิตสำนึก (consciousness raising phase) ได้แก่ การชักนำให้ผู้คนหันมา มีความเห็นร่วมกับวิสัยทัศน์ร่วมกัน และกลายเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนผู้ร่วมอุดมการณ์ การเพิ่มระดับจิตสำนึกของผู้คนในวิสัยทัศน์ร่วมกันนั้นๆทำได้โดย การหาแนวร่วมสร้างกระแส (principle of critical mass) เพื่อทำให้วิสัยทัศน์ร่วมกันนั้นๆเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางและนำไปพูดกันต่อแบบปากต่อปาก นอกจากนี้ยังมีการทุ่มเท (principle of dedication) ได้แก่ ความกระตือรือร้นที่จะอุทิศร่างกายแรงใจในการเผยแพร่วิสัยทัศน์ร่วมกันนั้นๆผ่านกิจกรรมต่างๆ นอกจากนี้ยังต้องมีปัจจัยเกื้อหนุนอีกหลายประการ ดังนี้

- ก. สถานการณ์เอื้อต่อการเผยแพร่
- ข. มีการเคลื่อนไหวซึ่งไม่หยุดนิ่งหรือพลวัตรของกลุ่มคนที่บังเอิญมีปัญหาร่วมกัน ทำให้พวกเขาแสดงตนเป็นแนวร่วมกับจินตสารถนั้นๆและแสดงออกร่วมกัน
- ค. วิสัยทัศน์ร่วมกันนั้นเข้าถึงและดึงดูดผู้พูดที่มีคารมคมคาย (rhetoricians) ให้ร่วมแต่งแต้มสีสันให้กับสาร (dramatizing messages) นั้นเพิ่มเติม
- ง. มีการจัดตั้งแนวร่วมเพื่อเผยแพร่วิสัยทัศน์ร่วมกันนั้น
- จ. ผู้นำวิสัยทัศน์ร่วมกันไปเผยแพร่สามารถหาสื่อที่สามารถเผยแพร่ไปยังคนจำนวนมากได้อย่างเหมาะสม

(3) การสืบทอดจิตสำนึก (consciousness sustaining phase) ระเบียบนี้เป็นระยะที่วิสัยทัศน์ร่วมกันเติบโตเต็มที่ มีผู้เข้าร่วมในชุมชนผู้ร่วมอุดมการณ์เป็นจำนวนมาก สิ่งสำคัญคือ ทำอย่างไรวิสัยทัศน์ร่วมกันนั้นจะยังคงอยู่ได้ต่อไป หลักการคือ

- ก. การสร้างเกราะกำบัง (principle of shielding) เพื่อป้องกันไม่ให้สารที่อาจมีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้คนที่มีต่อวิสัยทัศน์ร่วมกันนั้นเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

ข. การทุ่มเทระลอกใหม่ (principle of rededication) เพื่อพยุงฐานะของวิสัยทัศน์ร่วมกันนั้นให้รอดพ้นจากการวิพากษ์วิจารณ์อย่างรุนแรง ซึ่งทำได้โดยการสื่อสารกับสาธารณะที่ดูเหมือนกับการถอยหลังเข้าคลอง เช่น การสารภาพผิดและยอมรับข้อจำกัดที่มีอยู่

ค. การทวนซ้ำย้ำเตือน (principle of reiteration) คือการเรียบเรียงคำพูดที่เกี่ยวกับจินตสภาวะและ fantasy type ให้อยู่ในรูปแบบของบริบทใหม่ๆ กิจกรรมที่แสดงถึงการทวนซ้ำย้ำเตือนเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ร่วมกันได้แก่ การปราศรัยต่อประชาชนที่เชื่อมั่นในวิสัยทัศน์ร่วมกันนั้นๆ

(4) การปรับจิตสำนึกสู่ทางเลือกใหม่ (consciousness declining phase) ในระยะนี้ ความเชื่อมั่นต่อวิสัยทัศน์ร่วมกันนั้นๆลดน้อยลงเนื่องจากมีคำอธิบายที่บกพร่อง (principle of explanatory deficiency) กล่าวคือมีความเหมาะสมต่อการใช้อธิบายเหตุการณ์นั้นน้อยลง และยังมีการวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวาง (principle of exploding free speech) เป็นผลให้เกิดความสับสนและไร้ระเบียบในสังคม มีการคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ มีการท้าทายกับวิสัยทัศน์ร่วมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการก่อตัวของวิสัยทัศน์ร่วมกันที่เป็นทางเลือกใหม่ (principle of resurfacing competitive) กล่าวคือมีวิสัยทัศน์ร่วมกันเกิดขึ้นใหม่ ซึ่งเป็นคู่แข่งของวิสัยทัศน์ร่วมกันเดิมที่คุ้นเคยกันอยู่ อย่างไรก็ตามวิสัยทัศน์ร่วมกันคู่แข่งที่เป็นทางเลือกใหม่นี้จะสามารถติดปากผู้คนหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับมีปัจจัย 5 ประการในระยะของการเพิ่มจิตสำนึก (consciousness raising phase) นั้นเอง

(5) การละทิ้งจิตสำนึก (consciousness terminus phase) ระยะนี้ทุกสิ่งทุกอย่างดำเนินมาจนสุดปลายทางแล้ว ปรากฏการณ์ที่สำคัญในระยะนี้คือ การทำลายตนเองอย่างรวดเร็ว (principle of rapid implosion) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าวิสัยทัศน์ร่วมกันนั้นไม่มีความยืดหยุ่นตามสถานการณ์และขาดการสื่อความหมายที่เป็นอุปมาเน้นความถูกต้อง (righteousness) นั้น จะแตกสลายลงอย่างรวดเร็ว เพราะขาดความชอบธรรมที่จะนำมาอ้างถึงสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป มีการนำมาวิพากษ์วิจารณ์อย่างรุนแรงกว้างขวาง รวมทั้งมีแรงจูงใจจากวิสัยทัศน์ร่วมกันอื่นในทิศทางตรงข้ามมามีส่วนผลักดันร่วมด้วย จึงส่งผลให้การอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยวิสัยทัศน์ร่วมกันนั้นจบสิ้นไป

2.5.6 การวิเคราะห์จินตสภาวะ (Fantasy theme analysis)

ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาเนื้อความในสารที่สื่อความหมาย อารมณ์และแรงจูงใจในการแสดงออกด้วยการใช้สัญลักษณ์สื่อความหมาย ผ่านการสนทนา คำปราศรัย การถกปัญหาในกลุ่มคณะ หรือการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆนั้นคือ ทฤษฎีสัญลักษณ์เชิงลู่เข้า (symbolic convergence theory) และวิธีที่

ใช้ในการศึกษาดังกล่าวคือวิธีการที่เรียกว่า การวิเคราะห์จินตสภาวะ (fantasy theme analysis) (Larson, 1992) การวิเคราะห์จินตสภาวะ เป็นประโยชน์มากต่อการทำความเข้าใจวัฒนธรรมย่อย (subcultures) (Hart, 1990)

การเก็บข้อมูลนั้นเป็นไปได้ทั้งการสำรวจ (survey) การสัมภาษณ์ (interview) การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และการศึกษาแบบ ethnography ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นสามารถใช้ทั้ง Q-sort analysis, discriminant analysis, cluster analysis, factor analysis (Bormann, 1982; Cragan and Shields, 1981; Cragan and Shields, 1995a)

วิธีการในการศึกษาจินตสภาวะมี 5 ขั้นตอน (Foss, 1989) คือ (1) ค้นหาสิ่งที่ปรากฏอยู่ในจินตสภาวะหรือวิสัยทัศน์ร่วมกัน (rhetorical visions) (2) ใส่รหัสของถ้อยคำในสารที่บ่งบอกถึงบทบาทของตัวแสดง (characters), การกระทำ (action), สถานที่ (settings) (3) สร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน (rhetorical visions) จากจินตสภาวะรวมทั้งตรวจสอบว่าจินตสภาวะที่ปรากฏเป็นใจความหลักหรือใจความรอง (4) ระบุแรงบันดาลใจ (5) ประเมินวิสัยทัศน์ร่วมกันโดยการตั้งคำถาม ซึ่งในประเด็นของการตั้งคำถามนั้น Hart (1990) ได้อธิบายถึงวิธีการศึกษาจินตสภาวะโดยมีคำถามที่อิงโครงสร้างของจินตสภาวะบางอย่างเช่น บทบาท คำโครงเรื่อง แรงบันดาลใจ เข้ามาประยุกต์เป็น 8 คำถามได้แก่

1. จากเค้าโครงเรื่องที่คุณพูดเล่ามา ผู้คนในเรื่องมีบุคลิกลักษณะอย่างไร? คนเหล่านี้เชื่อถือได้หรือไม่? เป็นพวกที่ชอบหลอกลวงหรือไม่? คนพวกนี้โดดเด่นหรือไม่? โดยพื้นฐานแล้วมีความเลวหรือชอบหลอกลวงเป็นนิ? พวกเขาให้ความสนใจพวกเดียวกันหรือไม่?
2. จากเค้าโครงเรื่องที่คุณพูดเล่ามา ผู้คนในกลุ่มคณะมีแนวโน้มว่าจะมีปฏิกริยาอย่างไร? ความพยายามของกลุ่มคณะมีอิทธิพลเหนือความพยายามของแต่ละบุคคลหรือไม่? กลุ่มคณะมีลักษณะแตกคอกันหรือกำลังประสบเคราะห์กรรม? ปฏิกริยาของกลุ่มคณะทำให้เราดีขึ้นหรือเลวลง?
3. จากเค้าโครงเรื่องที่คุณพูดเล่ามา ผู้คนที่เกี่ยวข้องใช้อะไรเป็นที่พึ่งได้บ้าง? ปฏิภาณที่รวดเร็ว? ความคล่องตัว? เรื่องจิตวิญญาณ?การทำงานหนัก? คนอื่น? ไม่มีเลย?
4. จากเค้าโครงเรื่องที่คุณพูดเล่ามา คิดว่ามนุษย์เกิดมาเพื่ออะไร? ช่วยเหลือผู้อื่น? ทำความฝันของตนเองให้สัมฤทธิ์ผล? เปลี่ยนแปลงโลก? ปฏิบัติภารกิจ? สร้างประวัติศาสตร์?
5. จากเค้าโครงเรื่องที่คุณพูดเล่ามา หลักเกณฑ์ที่ใช้บอกว่าสิ่งใดผิดหรือถูกคืออะไร? จริยธรรมของแต่ละคน? บัญญัติทางศาสนา? ความรับผิดชอบและข้อตกลงทางสังคม? ประโยชน์ทางการเมือง? ข้อกฎหมาย?

6. จากเค้าโครงเรื่องที่คุณพูดเล่ามา ความสำเร็จวัดได้อย่างไร? ใช้ตัวเลขเชิงปริมาณ? ความรู้ที่เพิ่มขึ้น? การทำให้กลุ่มสัมฤทธิ์ผล? ความซื่อสัตย์ภักดีต่อหลักการบางอย่าง? การทำให้ศัตรูพ่ายแพ้?
7. จากเค้าโครงเรื่องที่คุณพูดเล่ามา ข้อมูลจากแหล่งใดน่าเชื่อถือได้มากที่สุด? การเรียนหนังสือ? การศึกษาแบบประจักษ์นิยม? ประสบการณ์ส่วนตัว? ภูมิปัญญาท้องถิ่น? การแจกความลับ?
8. จากเค้าโครงเรื่องที่คุณพูดเล่ามา ทำไมเหตุการณ์ต่างๆจึงเกิดขึ้น? เพราะมีเรื่องที่แฝงอยู่ลึกๆ? เพราะความพยายามของกลุ่มหรือคนะบุคคล? เพราะความบังเอิญ? เพราะสิ่งที่เหนือธรรมชาติ?

การวิเคราะห์สารนั้นเริ่มจากการค้นหาขั้นทั่วไป (generalization) ของสัญลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อสังคมและการใช้สัญลักษณ์ของผู้คนจากการสังเกตอย่างเป็นระบบ นั่นคือใช้การวิเคราะห์สารได้ทั้งในแนวนมนุษยศาสตร์ (humanistic method) และสังคมศาสตร์ (social scientific method) กล่าวคือใช้ได้ทั้งการวิเคราะห์ด้วยหลักวิชาแบบตีความ ซึ่งอาจมีการใช้วิชาสถิติเข้ามาช่วยวิเคราะห์สารด้วยก็ได้

Cragan และ Shields (1995b) กล่าวถึงการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มด้วยการใช้ทฤษฎีสัญลักษณ์เชิงลุ่มเข้าว่า การวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยจะจับประเด็นด้วยการสังเกตถึงความซ้ำ (redundency) การเน้นย้ำ (intensity) และความคิดสร้างสรรค์ (creativity) ของข้อมูล

ความซ้ำ (redundency) หมายถึง ความซ้ำในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่คุณเข้าร่วมสัมภาษณ์มักนำมากล่าวถึง การพูดเรื่องเดียวกันในการสัมภาษณ์ถึง 5 กลุ่มนับว่าเป็นเรื่องที่น่าไปรายงานได้แล้ว บางครั้งก็อนุโลมว่าหากมีการพูดถึงเรื่องเดียวกันถึง 3 กลุ่มก็นับว่าใช้ได้เช่นกัน

การเน้นย้ำ (intensity) หมายถึง อารมณ์ที่แฝงอยู่ในการแสดงออกจากการพูดของผู้ร่วมการสัมภาษณ์ ซึ่งรับรู้ได้จากน้ำเสียง สีหน้า หรืออากัปกิริยาที่แสดงออกอย่างจริงจังของผู้ร่วมการสัมภาษณ์ ทำให้เห็นได้ว่าสิ่งที่เขาพูดมานั้นมีความจริงในระดับใด

ความคิดสร้างสรรค์ (creativity) เป็นความคิดใหม่ที่เกิดจากการถกกันในกลุ่มผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์ซึ่งไม่ได้มีอยู่ก่อนการเข้าร่วมการสนทนา ความคิดสร้างสรรค์มีประโยชน์ต่อการหาข้อมูลเพื่อปรับปรุงสินค้าหรือบริการ บางครั้งความคิดสร้างสรรค์เหล่านี้ก็ชี้ให้เห็นถึงความเหมาะสมของการทำวิจัยด้วยเช่นกัน

ทฤษฎีสัญลักษณ์เชิงลู่เข้า (symbolic convergence theory) เป็นทฤษฎีที่ Ernest Bormann ประยุกต์มาจากงานวิจัยการสื่อสารในกลุ่ม (small-group communication) ของ Robert Bales ซึ่งค้นพบว่า ขณะที่มีความเครียด (tension) สมาชิกกลุ่มมักจะแต่งแต้มสีสัน (dramatic) และร่วมกันสร้างละครแห่งชีวิต (share stories) หรือจินตสภาวะ (fantasy Themes) เพื่อลดความกดดัน (stress) (Littlejohn, 1999)

แนวคิดทฤษฎีสัญลักษณ์ที่ผู้วิจัยเห็นว่ามีส่วนสำคัญที่จะเป็นแนวทางในการทำงานวิจัย คือแนวคิดเกี่ยวกับชุมชนแออัดและการพัฒนา เนื่องจากการสื่อสารเพื่อให้นัมน้าวใจในงานแพร่กระจายนวัตกรรมเรื่องขยะแห้งแลกต้นไม้ของมูลนิธิศึกษาเอเชีย เป็นการดำเนินงานในชุมชนแออัดทั้ง 3 ชุมชน โดยเฉพาะชุมชนแออัด 70 ไร่ เขตคลองเตยที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนแออัดและการพัฒนา

“ชุมชนแออัด” เป็นคำที่บัญญัติขึ้นมาใช้แทนคำว่า “สลัม” โดยคณะรัฐมนตรีเมื่อปี พ.ศ. 2525 เพื่อสร้างความหมายในเชิงบวกสำหรับผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนเหล่านั้น กล่าวคือ คำว่า “สลัม” มีความหมายในลักษณะของบริเวณวิบัติ บริเวณแหล่งเสื่อมโทรม แหล่งอบายมุข แหล่งทชุดโทรม และแหล่งเสื่อมทราม (โสภณ พรโชคชัย, 2528 อ้างโดย นลินี ต้นฐานันท์ และคณะ, 2542) ส่วนคำว่า แหล่งเสื่อมทรามนั้น มีความหมายว่า “อาคาร (หรือโรงเรียน) กลุ่มของอาคาร หรือสถานที่ที่มีประชาชนอาศัยอยู่หนาแน่น เสื่อมโทรม มีสภาพไม่ถูกสุขลักษณะ ปราศจากเครื่องอำนวยความสะดวกสบายต่างๆ ซึ่งอาจเป็นเพราะสภาพทั้งหมดดังกล่าว หรือสภาพใดสภาพหนึ่งก็ตาม ทำให้เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ความปลอดภัย และศีลธรรมของผู้อยู่อาศัยหรือของชุมชน” (เทวี รัชตานนท์, ม.ป.ป. อ้างโดย นลินี ต้นฐานันท์ และคณะ, 2542) ความหมายดังกล่าวเป็นความหมายเชิงลบ

สำหรับคำว่าชุมชนแออัดนั้น ร่างพระราชบัญญัติชุมชนแออัด กระทรวงมหาดไทยให้ความหมายไว้ว่าหมายถึง “ชุมชนที่มีสภาพไม่ถูกสุขลักษณะ อันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัย ความปลอดภัย หรือเป็นแหล่งที่อาจก่อให้เกิดการกระทำผิดกฎหมาย หรือศีลธรรมอันดีของประชาชน และมีจำนวนผู้อยู่อาศัยอย่างแออัดในชุมชนนั้นเป็นระยะเวลาตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดโดยกฎกระทรวง ซึ่งตั้งอยู่ในที่ดินของเอกชนหรือรัฐวิสาหกิจหรือที่ราชพัสดุ ที่มีได้ใช้เพื่อประโยชน์ของแผ่นดินโดยเฉพาะ หรือที่ดินของรัฐประเภทอื่น” (คณะกรรมการเผยแพร่และส่งเสริมงานพัฒนา-ผสพ., 2540 อ้างโดย นลินี ต้นฐานันท์ และคณะ, 2542)

ไม่ว่าจะใช้คำว่า "สลัม" "แหล่งเสื่อมโทรม" หรือ "ชุมชนแออัด" ความหมายที่แท้จริงของคำเหล่านี้เกี่ยวข้องกับความไม่สมประกอบทางกายภาพของที่อยู่อาศัย และคนในชุมชนนั้นมีแนวโน้มที่จะประพฤติไม่ถูกต้องทำนองคลองธรรมอยู่ด้วย เนื่องด้วยการทำความเข้าใจของคำเหล่านี้แสดงถึงความไม่ดีไม่งามของที่อยู่อาศัยและผู้คน จึงมีนักวิชาการและนักศึกษาค้นคว้าหาความสนใจทำงานวิจัยเกี่ยวกับ "สลัม"ว่ามีความเป็นอยู่อย่างที่คุณคนเข้าใจกันจริงหรือไม่ งามพิศ สัตย์สงวน (2537) กล่าวว่า "ความยากจนเป็นปัญหาพื้นฐานของสังคมไทย คนส่วนมากที่ยากจนอยู่ในชนบท แต่หลังจากมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 เป็นต้นมา แผนพัฒนาฯมีผลกระทบต่อชนบทอย่างมาก ทำให้คนในชนบทไม่สามารถอยู่ในหมู่บ้านได้ เนื่องจากมีปัญหามากมายในการทำการเกษตรจึงอพยพเข้ามาอยู่ในเมือง และเข้ามาอยู่ในกรุงเทพมหานครมากที่สุด เพราะเป็นแหล่งที่คิดว่าจะหางานทำได้ง่ายๆ แต่เมื่อเข้ามาแล้วก็มีปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัย และปัญหาอื่นๆอีกมาก ก็จำเป็นจะต้องเข้ามาอยู่ในสลัม สลัมก็เลยเป็นสถานที่ที่คนยากจนเข้ามาอยู่อาศัย"

วัฒนธรรมความยากจน (Culture of poverty) ซึ่งเป็นแนวคิดของออสการ์ หลุยส์ (อ้างโดย งามพิศ สัตย์สงวน, 2537) กล่าวว่า คนยากจนมีวัฒนธรรมที่เฉพาะของตัวเอง มีลักษณะเด่นเป็นของตัวเองของคนยากจน คนยากจนนี้จะเจอต่อๆไปเรื่อยๆและสืบทอดความยากจนจากรุ่นพ่อแม่ไปยังลูกหลาน ความเชื่อ ค่านิยม ทศนคติ และประสบการณ์ของคนจนเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในชุมชนเอง ความยากจนให้คุณค่าของวัฒนธรรมของตนเองว่าดีกว่าวัฒนธรรมของชนกลุ่มอื่นๆในสังคม และมีลักษณะเด่นที่เป็นข้อดีของคนในสลัมคือ เป็นพวกที่ไม่เครียด มีความสุขไปวันๆ คนในสลัมจะไม่ไว้ใจคนภายนอก จะสงสัยเจ้าหน้าที่ของรัฐบาล นักการเมือง กลัวตำรวจ และคนภายนอกอื่นๆ ออสการ์ให้ลักษณะของคนจนไว้ว่า คนจนที่อยู่ในวัฒนธรรมความยากจน จะมีลักษณะเด่นๆทางด้านเศรษฐกิจ ทางด้านสังคม และทางด้านจิตวิทยา เป็นของเขาเองไม่เหมือนกับกลุ่มอื่นๆเช่น ในด้านเศรษฐกิจ คนอยู่ในวัฒนธรรมความยากจนจะดิ้นรนเพื่อมีชีวิตอยู่ไปวันๆ มีรายได้ต่ำ เพราะไม่มีงานทำ เมื่อมีงานทำก็จะได้เงินน้อย มีอาชีพที่ไม่ได้มีความชำนาญเฉพาะอย่าง เปลี่ยนงานบ่อย มีอำนาจการซื้อต่ำ ไม่มีอาหารเก็บไว้ที่บ้าน มีแบบแผนการจ่ายเงินอย่างสุ่ยสุ่ย มีการออมเล็กน้อย ทางด้านสังคมอยู่กันอย่างแออัด ไม่มีความเป็นส่วนตัว มีการทำร้ายร่างกายบ่อยมาก มีการลงโทษเด็กๆอย่างเผด็จการ การแต่งงานไม่มั่นคง มักขาดหัวหน้าครอบครัวที่เป็นชาย มีแม่เป็นหัวหน้าครอบครัวที่สำคัญ ความสัมพันธ์กับญาติฝ่ายมารดาสูงกว่าญาติฝ่ายบิดา ลักษณะทางด้านจิตวิทยาของคนที่อยู่ในวัฒนธรรมความยากจนคือ มีความรู้สึกว่าคุณตนเป็นพลเมืองประเภทชายขอบของสังคม ไม่ค่อยมีส่วนร่วมในสถาบันใหญ่ๆของสังคม

เป็นผู้ที่ขอวิพากษ์วิจารณ์สถาบันต่างๆ มีความรู้สึกถึงความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีความรู้สึกหมดหวังต่อชีวิต

วีรสิทธิ์ สิทธิไตรย์ และคณะ (2534) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจ-สังคมกับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับโรคเอดส์ในชุมชนแออัดคลองเตย เก็บข้อมูลโดยใช้ระเบียบวิธีเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ พบว่า ชุมชนแออัดคลองเตยเป็นชุมชนแออัดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีลักษณะเป็นชุมชนบุกรุก บริเวณทั้งหมดของชุมชนตั้งอยู่บนที่ดินของการท่าเรือแห่งประเทศไทย ซึ่งใช้ในกิจการของการท่าเรือจริงๆ เพียง 200 ไร่ จากพื้นที่ทั้งหมด 2,250 ไร่ (การเคหะแห่งชาติ, 2520) ทำให้ที่ดินเป็นที่ว่างเปล่า ประกอบกับการท่าเรือเป็นกิจการที่ต้องการผู้ใช้แรงงานจำนวนมาก จึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้ใช้แรงงานจากพื้นที่ต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นชาวชนบทโดยเฉพาะภาคเกษตรกรรมที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือเข้ามาตั้งถิ่นฐานในที่ว่างของการท่าเรือ ด้วยการสร้างบ้านเรือนอย่างง่ายๆ ปรากฏจากการควบคุมจนกลายเป็นชุมชนแออัด และเนื่องจากบริเวณชุมชนเป็นที่ต่ำและปราศจากระบบระบายน้ำที่ดี ทำให้มีน้ำท่วมขังบริเวณใต้ถุนบ้านตลอดเวลา นอกจากนี้ ยังขาดระบบกำจัดขยะ ผู้พักอาศัยจึงทิ้งขยะตามบริเวณบ้าน ขยะและน้ำเสียจึงส่งกลิ่นเหม็น

การประกอบอาชีพของชายวัยแรงงานส่วนใหญ่ทำงานเป็นกรรมกรหรือผู้ใช้แรงงานในการท่าเรือ ส่วนผู้หญิง นอกจากทำงานบ้านให้ครอบครัวเล็ก ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป เช่น พนักงานบริการทั่วไปในท่าเรือคลองเตย พนักงานทำความสะอาด ชายของเล็กๆน้อยๆ ขายอาหาร เป็นต้น จุดเด่นของแบบแผนการเข้าร่วมแรงงานเชิงเศรษฐกิจของผู้อยู่อาศัยในชุมชนแออัดคลองเตยคือ ส่วนใหญ่เป็นการทำงานรับจ้างรายวัน ไม่ได้รับสวัสดิการใดๆเลย และมีบางส่วนประสบกับภาวะว่างงานในบางวัน จึงมีผลกระทบต่อความไม่แน่นอนของรายได้ในแต่ละเดือน เฉลี่ยแล้วว่างงานคนละประมาณ 10-15 วันต่อเดือน แรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่ขาดทักษะ เพราะความด้อยโอกาสทางการศึกษา ดังนั้น การยกระดับฐานะทางเศรษฐกิจของคนในชุมชนแออัดคลองเตยเป็นไปได้ยาก จึงอยู่ในวัฏจักรแห่งความยากจนที่สืบทอดไปสู่รุ่นลูกหลาน อาจกล่าวได้ว่า ชาวชุมชนแออัดเป็นกลุ่มชนที่ต้องดิ้นรนเพื่อความอยู่รอดของชีวิตในเมืองมากที่สุด เป็นการต่อสู้เพียงเพื่อให้ได้มาซึ่งปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต จึงมีส่วนผลักดันให้มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนและก่อให้เกิดปัญหาสังคมต่างๆตามมามากมาย เช่น แหล่งของสุมอาชญากร ปัญหาค้ายาเสพติด ปัญหาโสเภณี การทะเลาะวิวาทภายในครอบครัวและระหว่างเพื่อนบ้าน ปัญหาความก้าวร้าวของกลุ่มวัยรุ่น และปัญหาสุขภาพจิต ซึ่งเป็นปัญหาหลักๆที่พบอยู่ทั่วไปในชุมชนแออัดคลองเตย

ชุมชนแออัดคลองเตยมีเนื้อที่ประมาณ 310 ไร่ แบ่งเป็น 11 ชุมชน ชุมชนล็อก 1-12 เป็นสลัมที่แออัดมาก เป็นพวกที่มีฐานะแย่ที่สุด พวกที่มีฐานะดีจะค่อยๆย้ายมาอยู่บริเวณชุมชน 70 ไร่ ซึ่งเป็นชุมชนที่เคยเป็นสลัมมาก่อน ต่อมาได้รับการพัฒนาคือ มีการรื้อสลัมแล้วให้คนเช่าที่จากการทำเรือสร้างบ้านเอง บ้านจึงมีขนาดกลางไม่เล็กเหมือนในสลัม ความเป็นอยู่สุภาพอนามัยก็จะดีขึ้น คนในสลัมจำนวนหนึ่งที่มีฐานะดีจะย้ายมาอยู่ที่นี่ และคนที่อยู่ 70 ไร่ก็เตรียมตัวย้ายต้อออกนอกสลัมไปอยู่ที่ดีกว่า (งามพิศ สัตย์สงวน, 2537)

2.6.1 องค์การชุมชนกับการพัฒนาชุมชนแออัด

การจัดการในชุมชนแออัดอาศัยองค์การซึ่งดำเนินการโดยคนในชุมชนเองและองค์การพัฒนาเอกชนนั้น มีการคัดเลือกกรรมการตั้งเป็นผู้แทนขึ้นมาช่วยกันรณรงค์ทำกิจกรรมต่างๆในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาด้านที่อยู่อาศัย สิ่งแวดล้อม การอบรมให้ความรู้ต่างๆโดยมีการประสานงานกับภาครัฐเช่น ในปี พ.ศ.2514-2516 คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้จัดตั้งโครงการพัฒนาในชุมชนขึ้นในสลัมคลองเตย มีการจัดตั้งศูนย์รวมน้ำใจ ชมรมชาวสลัมสามัคคี ชมรมครูชาวสลัม กลุ่มเยาวชนหมู่บ้านพัฒนา โดยมีครูประทีป อึ้งทรงธรรมเป็นประธานกลุ่มเยาวชนในช่วงนั้น หลังจากนั้น ทางการก็ได้เข้ามาร่วมพัฒนาชุมชนแออัดเพิ่มขึ้น กระทั่งราวปี 2523-2525 ได้มีกลุ่มองค์การพัฒนาเอกชนจัดตั้งขึ้นและเสนอว่า ควรจะให้คนในสลัมมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของตนเอง เพราะจะมีการร่วมกันตรวจสอบกิจกรรมที่ทำร่วมกันมา และร่วมกันตั้งคำถามต่อแนวคิด วิธีการในขบวนการแก้ปัญหาในสลัม (อดิน รพีพัฒน์, ม.ร.ว, 2542: 350-353)

โดยสรุปแล้ว การรวมตัวของ "คนจนในเมือง" ในรูปแบบของชุมชนแออัดมีความเป็นมาที่น่าสนใจ การขยายตัวทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันระหว่างกรุงเทพฯและต่างจังหวัด ทำให้คนต่างจังหวัดอพยพเข้ามาหางานทำในกรุงเทพฯโดยไม่มีทุนทรัพย์มากพอที่จะหาที่อยู่อาศัยซึ่งถูกสุขลักษณะได้ จึงต้องเช่าบ้านพักหรือที่ดินราคาไม่แพงเพื่อเป็นที่ "ซุกหัวนอน" อย่างไรก็ตาม ผู้คนจากต่างจังหวัดเหล่านี้ก็ยังมีวิญญาณของความเป็นชุมชนอยู่ในจิตสำนึกของพวกเขา การรวมตัวเพื่อทำกิจกรรมต่างๆในชุมชนจึงมีความเป็นไปได้ เช่นเดียวกับการเข้าร่วมโครงการรณรงค์ขยะแห้งแลกต้นไม้ของคนในชุมชนแออัดคลองเตย

บทสรุป

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา และการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวจึงนำมาซึ่งปัญหาคำวิจัยและข้อสันนิษฐานการวิจัยดังนี้

ปัญหาคำวิจัยข้อที่ 1 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสถานการณ์การเข้าร่วมโครงการฯ ระยะแห่งแรก ต้นไม้ของคนในชุมชนแออัดคลองเตยเป็นอย่างไร

ข้อสันนิษฐานการวิจัยข้อที่ 1 สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของคนในชุมชนแออัดคลองเตย เป็นองค์ประกอบที่มีผลให้สถานการณ์การเข้าร่วมโครงการฯ ระยะแห่งแรก ต้นไม้ของคนในชุมชนเกิดการแพร่หลายของจินตสภาวะ (fantasy themes) ที่นำไปสู่วิสัยทัศน์ร่วมกัน (rhetorical vision) ของคนในชุมชน

เหตุผล การสื่อสารในชุมชนนั้น นอกจากองค์ประกอบภายในผู้รับสารได้แก่ ลักษณะทางประชากรของผู้รับสารแล้ว องค์ประกอบภายนอกผู้รับสารได้แก่ ความแตกต่างภายในผู้ส่งสาร สถานการณ์ในขณะที่มีการสื่อสาร เช่น สภาพสังคมที่เป็นอยู่ ทั้งทางประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และวัฒนธรรมของชุมชนที่ทำการสื่อสาร รวมทั้งความแตกต่างของสื่อที่ใช้ทำการสื่อสาร เป็นองค์ประกอบขั้นพื้นฐานในการโน้มน้าวใจ ที่มีความสำคัญต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารเช่นกัน (มหาวิทยาลัยมหิดล, สถาบันวิจัยโภชนาการ, ฝ่ายเผยแพร่และสื่อสาร และฝ่ายโภชนาการชุมชน, 2535; อวรรณ ปิสังคนิโหวาท, 2537) องค์ประกอบดังกล่าวส่งผลให้มีการปรับเข้าหากันของความเข้าใจเกิดขึ้นระหว่างคนในชุมชน หรือการลู่เข้าเชิงสัญลักษณ์เกิดขึ้น นั่นคือ คนในชุมชนมีมโนภาพร่วมกัน (group fantasies) เป็นจินตสภาวะ (fantasy theme) ที่แพร่หลาย และนำไปสู่วิสัยทัศน์ร่วมกัน (rhetorical vision) ของคนในชุมชน

ปัญหาคำวิจัยข้อที่ 2 คนในชุมชนแออัดคลองเตยมีอะไรเป็นแรงบันดาลใจให้เข้าร่วมโครงการฯ ระยะแห่งแรก ต้นไม้

ข้อสันนิษฐานการวิจัยข้อที่ 2 บุคคลที่มีอำนาจในระบบสังคม (authority decision) และความผูกพันของกลุ่ม (cohesiveness) เป็นแรงบันดาลใจให้คนในชุมชนแออัดคลองเตยเข้าร่วมโครงการฯ ระยะแห่งแรก ต้นไม้

เหตุผล คุณวัณรบ อดีตคณะกรรมการชุมชนแออัดคลองเตย เป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับของคนในชุมชนอย่างมาก เนื่องจากมีความตั้งใจจริงในการทำงาน มีความเสียสละ (อรุณี สนิทหมื่นไวย, สัมภาษณ์, 28 กันยายน 2542) จึงมีบทบาทเป็นผู้นำความคิดเห็น (opinion leader) และเป็นแกนนำในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน ก่อนที่จะมีโครงการฯ ระยะแห่งแรก ต้นไม้ นั้น คุณวัณรบ เป็นผู้ริเริ่มนำ

โครงการฯ ขยะแห้งแลกไข่มาใช้ในชุมชน และต่อมาจึงร่วมมือกับมูลนิธิศึกษาเอเชียดำเนินโครงการฯ ขยะแห้งแลกต้นไม้ ดังนั้นจึงอาจสันนิษฐานได้ว่า คุณวัฒน์เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงบันดาลใจให้คนในชุมชนเข้าร่วมโครงการ โดยเป็นบุคคลที่มีอำนาจการตัดสินใจในชุมชน (authority decision) อำนาจของคุณวัฒน์แม้จะเป็นอำนาจที่มีได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ แต่เป็นอำนาจที่มาจากการได้รับการยอมรับจากคนในชุมชน และสร้างความผูกพันของกลุ่มให้เกิดขึ้นระหว่างคนในชุมชน และกำหนดให้การเข้าร่วมโครงการฯ ขยะแห้งแลกต้นไม้เป็นบรรทัดฐานของกลุ่ม และเป็นแรงบันดาลใจให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการฯ เพื่อให้ตนได้รับการยอมรับจากสังคม และหลีกเลี่ยงสภาพไม่สมดุลภายในจิตใจของตนเองตามทฤษฎีความไม่คล้อยจองในการรับรู้ (cognitive dissonance theory) นั้นเอง

ปัญหานำวิจัยข้อที่ 3 การเข้าร่วมโครงการฯ ขยะแห้งแลกต้นไม้ของคนในชุมชนแออัดคลองเตยผ่านกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมอย่างไร

ข้อสันนิษฐานการวิจัยข้อที่ 3 กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมขยะแห้งแลกต้นไม้เป็นกระบวนการตัดสินใจที่ผ่านการพิจารณาลักษณะทางนวัตกรรมมาแล้ว

เหตุผล Rogers (1995) กล่าวว่า คุณลักษณะทางนวัตกรรมได้แก่ ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ ความสลัษซับซ้อน การนำไปทดลองใช้ได้ และการสังเกตเห็นผลได้ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อบุคคลในการพิจารณายอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม

ปัญหานำวิจัยข้อที่ 4 ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมขยะแห้งแลกต้นไม้ของคนในชุมชนแออัดคลองเตยเป็นอย่างไร

ข้อสันนิษฐานการวิจัยข้อที่ 4 ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมขยะแห้งแลกต้นไม้ของคนในชุมชนแออัดคลองเตยเป็นการยอมรับนวัตกรรมถึงขั้นนำไปใช้ (implementation stage)

เหตุผล โครงการฯ ขยะแห้งแลกต้นไม้ในชุมชนแออัดคลองเตยมีการดำเนินงานมาเป็นระยะเวลา 1 ปี ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้จัดการมูลนิธิศึกษาเอเชียพบว่า ปัจจุบันมีคนในชุมชนส่วนหนึ่งนำโครงการฯ ขยะแห้งแลกต้นไม้มาปรับเปลี่ยนเป็นรูปแบบอื่น เช่น โครงการฯ ขยะแห้งแลกไข่ รวมทั้งมีการนำไปเผยแพร่ต่อในชุมชนอื่นด้วยตนเองโดยทางมูลนิธิไม่ได้มีส่วนร่วม ซึ่งตามแนวคิดเรื่องการแพร่กระจายนวัตกรรมที่เกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจของบุคคลในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมขั้นนำไปใช้นั้นกล่าวว่า เมื่อบุคคลตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมและนำไปใช้อย่างเต็มรูปแบบระยะหนึ่งแล้ว ก็อาจมีการดัดแปลงนวัตกรรม (re-invention) หรือหยุดใช้นวัตกรรมได้

การหาคำตอบของคำถามนำวิจัยและพิสูจน์ข้อสันนิษฐานดังกล่าวนั้น สามารถหาได้จากการนำ ทฤษฎีสัญลักษณ์เชิงคู่เข้า มาเป็นกรอบในการกำหนดระเบียบวิธีวิจัยที่เรียกว่า การวิเคราะห์จินตสภาวะ (fantasy theme analysis) ซึ่งจะได้นำเสนอในบทที่ 3 ต่อไป