

การศึกษาการจัดการความรู้ผ่านการสื่อสารบนเว็บไซต์



นางสาวธนาวดี วรรณสกุล

ศูนย์วิทยทรัพยากร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2551

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

KNOWLEDGE MANAGEMENT BY COMMUNICATING THROUGH WEBLOG



Miss Thanawadee Wassakul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Journalism and Information

Department of Journalism
Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2008

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การจัดการจัดการความรู้ผ่านการสื่อสารบนเว็บล็อก

โดย


นางสาวธนาวดี วรรณสกุล

สาขาวิชา

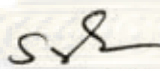
วารสารสนเทศ

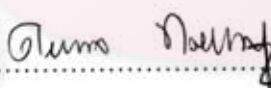
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ

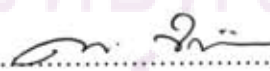
คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

 คณบดีคณะนิติศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

 ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร)

 อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ)

 กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณรงค์ ชำวีจิตร)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ธนาวดี วรราชสกุล : การศึกษาการจัดการความรู้ผ่านการสื่อสารบนเว็บล็อก. (KNOWLEDGE MANAGEMENT BY COMMUNICATING THROUGH WEBLOG) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผศ. ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ, 124 หน้า.

งานวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดเรื่องการจัดการความรู้ (Knowledge Management) และแนวคิดเรื่องชุมชนแนวปฏิบัติ (Community of Practice) เพื่อศึกษาปัญหาคำวิจัย 3 ข้อ ดังนี้ (1) บล็อกเกอร์ไทยส่วนใหญ่มีวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บล็อกของตนเองอย่างไร (2) แนวคิดเรื่องชุมชนปฏิบัติเข้ามามีส่วนสนับสนุนให้บล็อกเกอร์แลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างกันและกัน และนำความรู้ไปใช้ หรือไม่ อย่างไร และ (3) ปัจจัยใดบ้างที่เป็นอุปสรรคขัดขวางในการจัดการความรู้บนบล็อก โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพและวิธีวิจัยเชิงปริมาณด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม ตามลำดับ

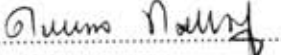
ผลการวิจัยในภาพรวม พบว่า บล็อกเกอร์ไทยส่วนใหญ่มีวิธีจัดการความรู้หรือเนื้อหาอยู่ในระดับปานกลาง ในเรื่องการบ่งชี้ความรู้ การสร้างและแสวงหาความรู้ การประมวลและกลั่นกรองความรู้ การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ การนำความรู้ไปใช้ และการปรับปรุงทบทวนความรู้ อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยพบว่า บล็อกเกอร์ไทยมีวิธีการจัดการความรู้ในระดับมาก ในเรื่องการเข้าถึงและการเผยแพร่ความรู้โดดเด่นกว่าเรื่องอื่นๆ ในกระบวนการจัดการความรู้ทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าบล็อกเกอร์สามารถประยุกต์และใช้เทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่อย่าง "เว็บล็อก" ได้อย่างดี นอกจากนี้ผลการวิจัยยังระบุอีกด้วยว่ามีบล็อกเกอร์เพียงจำนวนน้อยที่มีปฏิสัมพันธ์อย่างสนิทสนมกับผู้อ่านบล็อกหรือบล็อกเกอร์คนอื่นๆ เท่านั้น กล่าวคือ อัตราการเติบโตขององค์ความรู้ภายในชุมชนบล็อกไทยอยู่ระดับปานกลาง เนื่องจากการมีส่วนร่วมในชุมชนของบล็อกเกอร์ยังอยู่ในปริมาณน้อยและขาดการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างบล็อกเกอร์ด้วยกันเอง

ถึงแม้ว่า พัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีการสื่อสารอย่าง "บล็อก" ทำให้มนุษย์ต้องเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การมีส่วนร่วมในชุมชนนั้นมีพื้นฐานจากการปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ และระหว่างมนุษย์ด้วยกันเอง จึงไม่สามารถอาศัยปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสารเพียงปัจจัยเดียวเป็นตัวชี้วัดหรือกำหนดในมนุษย์มีส่วนร่วมในชุมชนได้

คุณยวทยาทรพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา...วารสารสนเทศ.....ลายมือชื่อนิสิต..... 

สาขาวิชา...วารสารสนเทศ.....ลายมือชื่ออ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก..... 

ปีการศึกษา..... 2551.....

488 50903 28 : MAJOR JOURNALISM AND INFORMATION

KEY WORD : KNOWLEDGE MANAGEMENT/ WEBLOG / BLOG / COMMUNITY OF PRACTICE / COMMUNICATING ON BLOG

THANAWADEE WASSAKUL : KNOWLEDGE MANAGEMENT BY COMMUNICATING THROUGH WEBLOG. THESIS PRINCIPAL ADVISOR : ASST. PROF. DUANG-KAMOL CHARTPRASERT, Ph.D., 124 pp.

This research uses the Knowledge Management (KM) framework and Community of Practice (CoP) concept to examine the following three questions regarding Thai bloggers : (1) How do Thai bloggers manage content or knowledge on their blogs?, (2) How do they participate in online communities? And (3) What are bloggers' limitation or obstacles on using blog? Data were collected by conducting a survey of Thai bloggers and in-depth interviews with Thai bloggers.

The research findings indicated that bloggers, in general, engaged in their blog management at a moderate level as regard to knowledge Identification, knowledge creation and acquisition, knowledge codification and refinement, knowledge sharing, knowledge utilization, and knowledge revision. However, their engagement in knowledge access was outstanding. The results implied that most bloggers can adapt and use a communication technology likes "Weblog" very well. Next, the finding also indicated that bloggers have moderate participation in their Blogosphere. Further indication also suggested that fewer bloggers had intensive relationship with readers or other bloggers. The moderate knowledge-growth expansion of Blog Community in Thailand was the result of poor community participation and lack of knowledge sharing among bloggers, themselves.

Event though a fast-moving communication technology like "Blog" inevitably changed people's ways of living, research evidence indicated that community participation among people has its root within human's interactivity with one another which cannot be justified or formulated with only technology.

Department..... Journalism

Student's signature.....

Thanawadee Wassakul.....

Field of study..Journalism and Information.

Principal Advisor's signature.....

Duangkamol Chartprasert.....

Academic year2008.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ ด้วยความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมล ชาติประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ช่วยเหลือให้คำชี้แนะที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งเสียสละเวลาอันมีค่า ขอกราบขอบพระคุณ “ครู” มา ณ ที่นี้ค่ะ นอกจากนี้ ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณรงค์ ขาวจิตร ที่ให้เกียรติเป็นประธานกรรมการและกรรมการวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งให้คำชี้แนะที่ทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ค่ะ

รวมถึงขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่นชาว JR ทุกคนที่ทั้งช่วยผลักดัน ตลอดจนเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา ขอขอบคุณทุกคนมากๆ ตั้งแต่ เอกรัตน์ ภครินทร์ (กิ๊พ) ภัทรমন (แอม) มนัสชล สุขใจ นฤมล (พี่ลักษณ์) หลิน ชลิตา สุจินดา นฤมล (แอม) แพร อรณพ พี่เต็ง และพลอย เพื่อนๆ ร่วมรุ่นปริญญาโททั้ง 14 คน นอกจากนั้น รวมทั้งเจ้าหน้าที่คณะนิเทศศาสตร์พี่นาย และพี่ฝน ที่คอยติดตามและให้ความช่วยเหลือกับผู้วิจัยตลอดมา

และที่ขาดไม่ได้ต้องขอขอบพระคุณบล็อกเกอร์ทุกท่านที่ร่วมแสดงความคิดเห็นในแบบสอบถาม ตลอดจนให้คำชี้แนะที่เป็นประโยชน์ ขอขอบคุณ คุณอโณ คุณชิว คุณมะพร้าวเปรี้ยว คุณเดย์ และบล็อกเกอร์ท่านอื่นๆ ที่ช่วยสละเวลาตอบแบบสอบถามทุกท่าน หากไม่ได้ความร่วมมือของทุกคน วิทยานิพนธ์ฉบับนี้คงสมบูรณ์ไม่ได้

ท้ายที่สุดนี้ ขอขอบพระคุณแม่และอาโกวจีที่คอยเป็นทั้งกำลังใจ ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์รวมทั้งให้ทุนสนับสนุนทุนการศึกษาปริญญาโท รวมไปถึงคุณอาทุกคนและพี่ท็อป และที่ขาดไม่ได้เลย คือ ปะป๊าที่ได้ลาจากโลกนี้ไปแล้ว

ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณทุกคนเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหาคำวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามคำศัพท์	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับความรู้.....	8
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้และกระบวนการจัดการความรู้.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนแห่งการเรียนรู้	24
ลักษณะเว็บล็อกและบทบาทของเว็บล็อกในการจัดการความรู้.....	34
แนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด.....	44
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	50
กรอบแนวคิด.....	56
นิยามตัวแปร.....	57
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	59
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	59
กลุ่มตัวอย่าง.....	60
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	61

	หน้า
การทดสอบเครื่องมือวิจัย	62
การเก็บรวบรวมข้อมูล	63
เกณฑ์การให้คะแนน	64
การวิเคราะห์ข้อมูล	65
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
ผลการวิจัยลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง.....	66
ผลการวิจัยประเด็นการจัดการความรู้	71
ผลการวิจัยประเด็นชุมชนแนวปฏิบัติ	83
ผลการวิจัยปัญหาและอุปสรรค.....	86
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	92
สรุปผลการวิจัย	92
อภิปรายผลในภาพรวม	102
ข้อเสนอแนะ	104
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	105
รายการอ้างอิง	106
ภาคผนวก.....	110
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	111
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	124

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ตารางแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	67
2	ตารางแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	67
3	ตารางแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	68
4	ตารางแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	68
5	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการใช้งานในบล็อก.....	69
6	ตารางแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเวลาเฉลี่ยในการใช้งานในบล็อกต่อครั้ง.....	69
7	ตารางแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย.....	70
8	ตารางแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบล็อกที่รู้จัก.....	70
9	ตารางแสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบล็อกที่เป็นสมาชิกในปัจจุบัน.....	71
10	ตารางวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บบล็อกในเรื่องการบ่งชี้ความรู้	72
11	ตารางวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บบล็อกในเรื่องการสร้างและแสวงหาความรู้	73
12	ตารางวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บบล็อกในเรื่องการประมวลผลและการกลั่นกรองความรู้.....	75
13	ตารางวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บบล็อกในเรื่องการเข้าถึงและการเผยแพร่ความรู้.....	77
14	ตารางวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บบล็อกในเรื่องการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้.....	78
15	ตารางวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บบล็อกในเรื่องการนำความรู้ไปใช้.....	80
16	ตารางวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บบล็อกในเรื่องการปรับปรุงทบทวนความรู้.....	82
17	ตารางแสดงการมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติของกลุ่มตัวอย่าง	83
18	ตารางแสดงปัญหาและอุปสรรคประเด็นกระบวนการจัดการความรู้บนบล็อก.....	87
19	ตารางแสดงปัญหาและอุปสรรคประเด็นการมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติของกลุ่มตัวอย่าง.....	89
20	ตารางแสดงปัญหาและอุปสรรคประเด็นเกี่ยวกับการใช้งานบล็อก (ทางเทคนิค).....	90
21	ตารางแสดงการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อขั้นตอนของกระบวนการจัดการความรู้ (ภาพรวม).....	93
22	ตารางแสดงการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อขั้นตอนของกระบวนการจัดการความรู้ (แยกย่อย).....	94

ตาราง	หน้า
23	ตารางแสดงผลการวิจัยที่เปรียบเทียบแนวโน้มของการเขียนบล็อกของบล็อกเกอร์โดย Herring et al.....
	96



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
1.1 ภาพแนวโน้มการเติบโตของชุมชนบล็อก (Blogosphere).....	2
2.1 ภาพแสดงประเภทความรู้แบบชัดแจ้งและความรู้ฝังลึกโดยเปรียบเทียบเป็นภูเขาน้ำแข็ง.....	12
2.2 กรอบแนวคิดเสาหลักของการจัดการความรู้ โดย K. Wiig.....	18
2.3 ภาพวงจร Knowledge spiral	20
2.4 แสดงลักษณะเด่นของบล็อกในสื่ออินเทอร์เน็ต.....	36
2.5 ตัวอย่างบล็อกที่ใช้บล็อกเป็นเครื่องมือสร้างความรู้.....	38
2.6 แสดงการแลกเปลี่ยนความรู้โดยการแสดงความคิดเห็นต่อบล็อก.....	40
2.7 แสดงการเชื่อมโยงข้อมูล โดยการใส่ลิงค์ ระหว่างบล็อก.....	42
2.8 แสดงการแยกแยะหมวดหมู่ของบล็อก.....	43
2.9 แผนภูมิเปรียบเทียบสื่อประเภทต่างๆ ของ E. Rogers.....	48
2.10 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	56

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

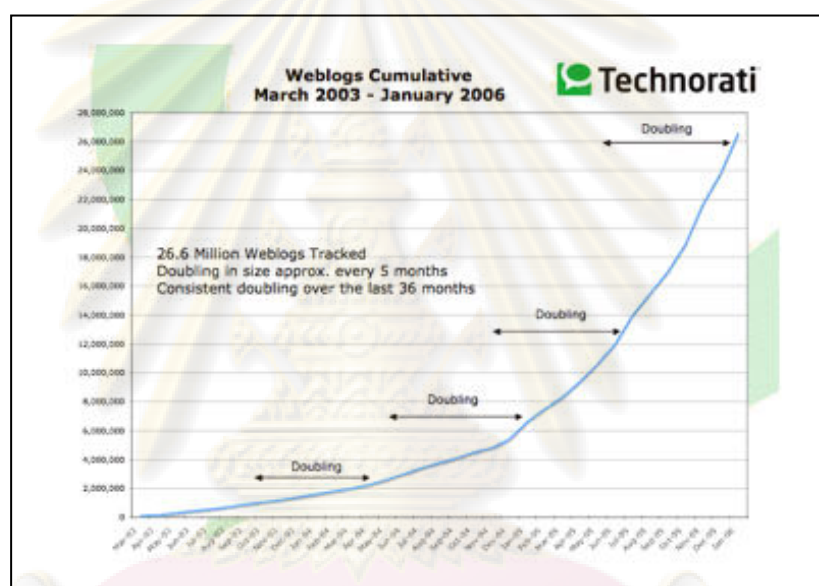
ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะเมื่อมีสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาามีบทบาทต่อการสื่อสารของมนุษย์ ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อมโยงมนุษย์ได้จากทั่วทุกมุมของโลก สามารถสื่อสารระหว่างกันและกันได้โดยไม่จำกัดเวลา สถานที่ อีกทั้งยังมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย ซึ่งในยุคแรกของอินเทอร์เน็ตกิจกรรมในระบบออนไลน์ในช่วงแรกของยุคอินเทอร์เน็ตมีแค่สื่อที่เป็นเว็บไซต์ ซึ่งเป็นการสื่อสารในเนื้อหาหรือข้อมูลต่างๆ มักจะเป็นไปในทางเดียว (One-way communication) เนื่องจากผู้สร้างเว็บไซต์ส่วนมากสร้างเว็บไซต์เพื่อต้องการให้ข้อมูลข่าวสารทางเดียวเท่านั้น โดยไม่เน้น หรือไม่ส่งเสริมให้มีฟังก์ชันการใช้งานที่ให้อ่านสามารถโต้ตอบ หรือส่งข้อความโต้กลับได้

ครั้งเมื่อเกิดวิกฤติล่มสลายของโลกดอทคอมเมื่อปีพ.ศ. 2544 เรียกได้ว่าเป็นจุดเปลี่ยนของโลกอินเทอร์เน็ตครั้งใหญ่ ซึ่งถือเป็นการเข้าสู่ยุคที่ 2 ของโลกดอทคอมหรือโลกอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่า เว็บ 2.0¹ ซึ่งมีพัฒนาการทั้งในแง่ของระบบซอฟต์แวร์เปลี่ยนแปลงในแง่ของการให้บริการพื้นที่บนอินเทอร์เน็ต รวมทั้งส่งเสริมให้แก่มือใช้บริการออนไลน์มีการปฏิสัมพันธ์หรือเป็นชุมชนมากขึ้น และเว็บ 2.0 นี้เองทำให้การสื่อสารบนโลกออนไลน์เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว แม้แต่คนที่ไม่เชี่ยวชาญหรือมีความรู้ในเรื่องเทคโนโลยี ก็สามารถมีส่วนร่วมในโลกออนไลน์ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น และเป็นผลให้การสื่อสารรูปแบบใหม่อย่าง เว็บล็อก ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว

¹ Web 2.0. [Online]. Available from: http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0 [April 19, 2008]

ในบริบทของต่างประเทศเว็บล็อกไม่ใช่เรื่องใหม่ มีผู้กล่าวว่าเว็บล็อกเกิดหลังจากระบบอินเทอร์เน็ตได้ไม่นาน² ในช่วงแรกของเว็บล็อกมีผู้ใช้งานเพียงไม่กี่ร้อยคน แต่ขณะนี้ผู้ใช้งานเว็บล็อก กว่าหลายล้านคนทั่วโลก จากการสำรวจโดยเว็บไซต์ซึ่งเป็นที่นิยมอันดับ 1 ในการจัดอันดับเว็บล็อกอย่าง Technorati.com³ ระบุว่า มีจำนวนเว็บล็อกทั่วโลกจำนวน 26.6 ล้านเว็บล็อก และชุมชนบล็อก (Blogsphere) นี้มีแนวโน้มจะเพิ่มจำนวนขึ้นเป็น 2 เท่าในทุก 5 เดือนในปี พ.ศ. 2550

รูปภาพที่ 1.1 ภาพแนวโน้มการเติบโตของชุมชนบล็อก (Blogsphere)



ในบริบทของประเทศไทยไม่มีแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือถึงการเริ่มเข้ามาของเว็บล็อก เนื่องจากอินเทอร์เน็ตทำให้โลกแคบขึ้น คนไทยอาจใช้บล็อกมาพร้อมๆ กันกับในต่างประเทศก็เป็นได้ แต่สิ่งที่สามารถวัดได้ คือ เว็บล็อกเริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ในประเทศไทย จากผลสำรวจจำนวนผู้ใช้บล็อก โดยบริษัทยูนิเวอร์แซล แมคแคน ในเครือแมคแคนเวิร์ล กรุ๊ป ซึ่งเป็นบริษัทสื่อสารการตลาดระดับโลก ได้ทำการสำรวจเกี่ยวกับสื่อบนอินเทอร์เน็ตจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจาก 21 ประเทศทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย พบว่า มีประชากรจำนวนกว่า 170 ล้านคนในทุกสาขาอาชีพ ได้สร้างเว็บล็อกเป็นของตนเองเพื่อแบ่งปันความรู้สึกส่วนตัวกับคนอื่นๆ ทั่วโลก โดยมี

² Mollary Jensen. "Emerging alternative: A brief history of weblogs" *Columbia Journalism Review*, Vol. 42, September-October 2003. [Online] Available from: <http://www.cjr.org> [May 16, 2007]

³ Dave Sifry. *State of the Blogsphere Part 1: On Blogsphere Growth*. [Online]. 2006. Available from <http://technorati.com/weblog/2006/02/81.html> [Feb 2008]

ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกว่า 340 ล้านคนทั่วโลกติดตามอ่านเว็บล็อกเป็นประจำ⁴ และพบว่าผู้ใช้บริการเว็บล็อกเพิ่มมากขึ้นทุกวัน คือ มีผู้ผลิตบล็อกเป็นของตนเองรอบโลกในทุกๆ 5.8 วินาที (ทำการคำนวณในวันที่ 16 ธันวาคม พ.ศ.2548)⁵ สำหรับในประเทศไทยมีจำนวนผู้อ่านและเขียนบล็อกเป็นประจำ เกือบครึ่งหนึ่งจากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมดของประเทศ คือ คิดเป็นร้อยละ 45 ของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งประเทศ⁶ หรือเทียบเท่ากับ 4.5 ล้านคนในปัจจุบัน (สิงหาคม 2550)

ด้วยสถิติดังกล่าว จุดประเด็นให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่องเว็บล็อกและบล็อกเกอร์ อีกทั้งผู้วิจัยเองก็ใช้บล็อกเป็นประจำ แต่โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้อ่านและนำความรู้ใหม่ๆ ที่มีประโยชน์ต่องานที่ทำอยู่ในปัจจุบันหรือเรื่องสัพเพเหระอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์มาประกอบการตัดสินใจ ตลอดจนเรียนรู้จากแนวคิดปฏิบัติของบล็อกเกอร์ท่านอื่นๆ มาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากระบวนการจัดการความรู้หรือเนื้อหาของบล็อกเกอร์ทั้งหลายเหล่านั้น

ที่มาของ เว็บล็อก (weblog) หรือ บล็อก (blog) นั้นย่อมาจาก weblog หรือ web log คำว่า web มาจากเวิร์ด ไซด์ เว็บ และ log หมายถึง ปุ่ม หรือ บันทึก เมื่อรวมกันจึงหมายความว่า การบันทึกบนเวิร์ดไซด์เว็บ ผู้ที่คิดชื่อนี้คือ John Barger เมื่อเดือนธันวาคม ปี พ.ศ.2540 และอีก 2 ปีต่อมา Peter Merholz ซึ่งสร้างบล็อกของตนเอง ได้อ่านออกเสียงเรียกเว็บล็อกต่างออกไป ว่า wee blog (วี-บล็อก) ทำให้คำว่า weblog ถูกย่อเหลือแค่ blog เท่านั้น⁷ หลังจากนั้นนั้นเป็นต้นมา คำว่า บล็อก จึงเป็นที่นิยมเรื่อยมา เห็นได้จาก Oxford English Dictionary ได้บรรจุคำว่า “บล็อก” ลงในพจนานุกรมซึ่งเป็นเครื่องยืนยันอีกประการถึงความนิยมของบล็อกอย่างแพร่หลายทั่วโลก ซึ่งผู้วิจัยจะขอเรียกเว็บล็อกว่า “บล็อก” ตั้งแต่นี้เป็นต้นไป

บล็อกมีการใช้งานอย่างแพร่หลาย ในหลายรูปแบบ หลายทิศทาง กระจายอยู่ทั่วทุกมุมโลก ทั้งที่ใช้ในการแสดงความคิดเห็น การเผยแพร่ผลงาน และการประกาศข่าวสาร ฯลฯ กล่าวกันว่า บล็อกเป็นพื้นที่ให้บุคคลทั่วไปสามารถแสดงสิทธิในการแสดงออกความคิดเห็นได้อย่างเสรี และอีกสาเหตุหนึ่งที่บล็อกได้รับความนิยม

³Zento. จำนวนบล็อกเกอร์เพิ่มขึ้นกว่า 170 ล้านคน นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งเขียนและเข้าไปใช้บริการเว็บบล็อกพร้อมแม่บ้าน
ความรู้สึกไม่แพ้สหรัฐอเมริกา. [ออนไลน์]. 2550. แหล่งที่มา: www.oknation.net [15 มกราคม, 2552]

⁵ในทีเดียวกัน.

⁶“Power to the people คนไทยนิยมเขียนบล็อกพอๆ กับสหรัฐฯ,” ประชาชาติธุรกิจ. (2 สิงหาคม 2550) : หน้า 39-40

⁷Rebecca's pocket. Weblogs: a history and perspective. [Online]. 2000. Available from
http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html [May 16, 2005]

อย่างแพร่หลายและมีปริมาณเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจาก การเข้าถึง, การใช้งานง่ายและใช้เวลาสร้างไม่นาน กล่าวคือ บล็อกช่วยจัดปัญหาความยุ่งยากในการเขียนเว็บไซต์ที่ต้องการอาศัยความรู้เรื่องการใช้ภาษาคอมพิวเตอร์ และด้วยคุณสมบัติดังกล่าวของบล็อก บล็อกจึงกลายเป็นชุมชนความรู้อีกหนึ่งแห่งในโลกออนไลน์ จนมีนักวิชาการในด้านการจัดการความรู้ได้นำบล็อกมาใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารระหว่างกันและกัน

บล็อกเป็นเทคโนโลยีใหม่ที่ช่วยสนับสนุนการจัดการความรู้ โดยเน้นที่การบันทึกและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสบการณ์ความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) รวมทั้งความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) นับจากนั้นจึงเริ่มมีการนำบล็อกเข้าใช้ในการจัดการความรู้ในประเทศไทยเป็นต้นมา⁸ แม้แต่บิลเกตต์ ผู้ก่อตั้งบริษัทไมโครซอฟท์บริษัทซอฟต์แวร์มูลค่ามหาศาล ยังกล่าวถึงบล็อกว่า “ในอนาคตการสื่อสารภายในองค์กรจะใช้บล็อก เป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญ” นักบริหารที่มีชื่อเสียงจะมีบล็อก ไว้แสดงความก้าวหน้าในการพัฒนางานของตนเอง เมื่อนำบล็อกของทุกคนมารวมกันจะเป็นชุมชนปฏิบัติ (Community of Practices) ที่ใหญ่มากในโลกไซเบอร์⁹

สำหรับในประเทศไทยมีการนำบล็อกมาใช้ในการจัดการความรู้อย่างจริงจัง โดยสถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.) ได้ให้ทุนสนับสนุนเพื่อพัฒนาระบบซอฟต์แวร์เพื่อการจัดการความรู้ หรือ เว็บบล็อกขึ้นมา และเว็บไซต์ที่ให้บริการระบบบล็อกซึ่งมุ่งเน้นเพื่อการจัดการความรู้ในประเทศไทยอย่างเป็นทางการอย่าง gotoknow.org¹⁰ จึงเกิดขึ้น ซึ่งได้เปิดให้บริการในวันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2548 เว็บไซต์ gotoknow กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่กลุ่มคนทำงานและชุมชนแนวปฏิบัติ (community of practice) ของประเทศไทย มีบทบาทในการเป็นชุมชนความรู้รวมของไทย อีกทั้งยังเป็นพื้นที่เสมือนให้สมาชิกสาขาอาชีพต่างๆ มารวมตัวกันเพื่อถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ลงในระบบบล็อก นอกจากนั้นยังมีเว็บไซต์อื่นๆ อีกมากมายที่ให้บริการพื้นที่บล็อกฟรีที่ได้รับความนิยมอย่าง Bloggang.com (Th), Exteen.com (Th), OKnation.net (Th), multiply.com (Th), หรือยกตัวอย่างบล็อกของต่างประเทศอย่าง Blogger.com (En), wordpress.com (En), และ Typepad.com (En) เป็นต้น

⁸ วิจิต ฆาเวหา, “Blog กับการจัดการความรู้,” เอกสารการอบรม ศูนย์พัฒนาทรัพยากรศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2550 หน้า 2 (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่)

⁹ นิธิรัช กิติวิสาร, “Blog: กระแสนิยมโลกอินเทอร์เน็ต พลิกโฉมการจัดการความรู้ในองค์กร” (กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาครูคณาจารย์และบุคลากรทางการศึกษา, 2548) หน้า 1

¹⁰ ความเป็นมาของ gotoknow.org [ออนไลน์]. 2551. แหล่งที่มา: <http://gotoknow.org/about>, [31 ธันวาคม 2551]

ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาสื่อที่เรียกว่า บล็อก เนื่องจากบล็อกยังถือว่าเป็นเรื่องใหม่สำหรับคนไทย ซึ่งยังไม่มียานวิจัยที่ศึกษาถึงบริบทของบล็อกเกอร์ในมิติของการจัดการความรู้ อีกทั้งกรอบกับปรากฏการณ์ของความนิยมของสื่อชนิดนี้ในประเทศไทยที่มีจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด ผู้วิจัยจึงเห็นสมควรศึกษาเรื่องบล็อกในประเด็นเรื่องการจัดการความรู้บนสื่อประเภทบล็อก โดยได้แบ่งเป็นประเด็นคำถาม ดังนี้

ปัญหาคำถามวิจัย

1. บล็อกเกอร์ไทยส่วนใหญ่มีวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บบล็อกของตนเองอย่างไร
2. การมีส่วนร่วมของบล็อกเกอร์ตามแนวคิดชุมชนแนวปฏิบัติทำให้บล็อกเกอร์แลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างกันและกัน และนำความรู้ที่ไปใช้มากหรือน้อยขึ้น หรือไม่ อย่างไร
3. ปัจจัยใดที่เป็นอุปสรรคขัดขวางการจัดการความรู้บนบล็อกของบล็อกเกอร์

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาขั้นตอนกระบวนการจัดการความรู้ของบล็อกเกอร์ ในการจัดการเนื้อหาในบล็อกของตนเอง โดยมีขอบเขตเฉพาะบล็อกเกอร์ที่เป็นคนไทย ซึ่งครอบคลุมถึงบล็อกเกอร์ที่ใช้บริการพื้นที่เว็บบล็อกฟรี หรือบล็อกเกอร์ที่ใช้บริการโดยซื้อพื้นที่โฮสต์ (Hosting) เป็นของตนเอง เพื่อศึกษาถึงบริบทต่างๆ ที่เอื้อให้บล็อกเกอร์เหล่านั้นจัดการความรู้ของตนเอง ทั้งนี้ยังศึกษาไปถึงชุมชนแนวปฏิบัติของสังคมการจัดการความรู้ หรือชุมชนบล็อกของแต่ละชุมชนว่าช่วยหรือส่งผลให้เกิดการถ่ายทอดและการใช้งานความรู้และถ่ายทอด เผยแพร่เพื่อเป็นประโยชน์ต่อทั้งตนเอง และผู้อื่นในโลกออนไลน์

นิยามศัพท์

1. การจัดการความรู้ (Knowledge Management) คือ กระบวนการนำความรู้ที่มีอยู่ทั้งที่เป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) และความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) นำมาจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยผ่านกระบวนการต่างๆ คือ การบ่งชี้ความรู้ การสร้างและแสวงหาความรู้ การประมวลผลและกลั่นกรองความรู้ การเข้าถึงความรู้ การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ การใช้ความรู้ และการปรับปรุงทบทวนความรู้

2. เว็บบล็อก หรือ บล็อก (blog) หมายถึง โปรแกรมสำเร็จรูปที่ถูกสร้างพัฒนาขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้งานหรือบล็อกเกอร์ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการข้อมูลส่วนตัว โดยมีการจัดลำดับข้อมูลตามลำดับวันที่ สามารถจัดข้อมูลทั้งในรูปแบบ ข้อความ ภาพ หรือเสียง ซึ่งสามารถใส่ลูกเล่นได้ตามรูปแบบที่ผู้ให้บริการพื้นที่บล็อก (Blog Host Service) จัดไว้ให้ กล่าวคือ ข้อมูลที่มีการเขียนล่าสุดจะถูกจัดให้อยู่บนสุด และมีการทำข้อมูลให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ หัวเรื่อง เนื้อหา และวันที่
3. บล็อกเกอร์ (Blogger) หมายถึง ผู้สมัครเป็นสมาชิกในเวปไซต์ซึ่งให้บริการพื้นที่เว็บล็อก (Blog-Host-Service) ที่อาจสมัครใช้พื้นที่บล็อกกับเวปไซต์ที่เปิดให้บริการฟรี blogging.com, exteen.com, sanook.com, oknation.net หรืออาจซื้อพื้นที่ในอินเทอร์เน็ตเป็นของตนเอง โดยสามารถกำหนดชื่อบล็อกเป็นของตนเอง เช่น www.keng.com, www.siwat.com เป็นต้น เพื่อเขียนเรื่องราว หรือความรู้ที่ตนเองสนใจ และใช้เป็นช่องทางการสื่อสารทั้งในแนวดิ่งและแนวราบของผู้ใช้งาน
4. เครือข่ายชุมชนบล็อก หมายถึง การรวมตัวกันของกลุ่มคนที่มีความสนใจ ความชอบ ความเชี่ยวชาญเฉพาะตัว หรืออยู่ในแวดวงวิชาชีพเดียวกันรวมตัวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และเรียนรู้ นอกเหนือจากการเขียนบล็อกของตนเอง โดยมีปฏิสัมพันธ์กับบล็อกเกอร์คนอื่นๆ ในโดยการแสดงความเห็นตอบกลับ การส่งอีเมลล์อธิบายเพิ่มเติม การพบปะพูดคุยกันนอกเหนือจากในบล็อก โดยอาศัยองค์ประกอบของชุมชนแนวปฏิบัติ ดังนี้
 - การออกแบบเพื่อให้เกิดพัฒนาการภายในบล็อก โดยมี Core business, Core value, key success เดียวกัน
 - การเปิดการสนทนาด้วยมุมมองจากทั้งภายในและภายนอกระบบความสัมพันธ์ของสมาชิก
 - การเชื้อเชิญให้เข้าร่วมด้วยระดับที่ต่างกัน โดยมีกลุ่มแกนหลัก(เป็นกลุ่มคนคอยขับเคลื่อนชุมชนให้เป็นที่ไปตามเป้า) กลุ่มประจำ(คนประสานงาน เข้าร่วมชุมชนบ่อย) และกลุ่มเปลือยนอก (ไม่ค่อยได้เข้าร่วม)
 - ควรเสริมสร้างให้เกิดทั้งพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ส่วนตัว
 - การมุ่งเน้นที่คุณค่า
 - การผสานความคุ้นเคยและความตื่นตัว
 - การสร้างจังหวะให้กับชุมชน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผู้วิจัยคาดหวังว่า งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการสื่อสารที่นำกระบวนการการจัดการความรู้มาเป็นแนวทางในการศึกษา โดยผ่านเครื่องมือสื่อสารชนิดใหม่อย่างเว็บล็อก ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาบล็อกเกอร์ในฐานะที่เป็นผู้ผลิตข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ รวมทั้งการมีส่วนร่วมของบล็อกเกอร์ในชุมชนแนวปฏิบัติ ตลอดจนนำปัญหาและอุปสรรคของการจัดการความรู้ไปปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้การจัดการความรู้โดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่อย่างบล็อก มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นต่อไป



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา “การจัดการความรู้ผ่านการสื่อสารบนเว็บล็อก” (Knowledge Management by Communicating through Weblog) มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัย ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้
2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้และกระบวนการจัดการความรู้
3. แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนแห่งการเรียนรู้ หรือ ชุมชนนักปฏิบัติ
4. ลักษณะและบทบาทของเว็บล็อกในการจัดการความรู้
5. แนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้

ความหมายของความรู้

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความรู้ไว้มากมาย จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความหมายของความรู้ พบว่าได้ให้ความหมายไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชัชวาล วงษ์ประเสริฐ¹, ทิพวรรณ หล่อสุวรรณ² และบดินทร์ วิจารณ์³ กล่าวว่า ความรู้ คือ การสังสม ข้อมูลและสารสนเทศผสมกับประสบการณ์และค่านิยม ที่ช่วยให้บุคคลสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ใหม่ๆ โดยการสังเคราะห์การตอบสนองที่มาจากข้อมูลและการกระทำในอดีต รวมทั้งโดยการตีความ (Perception) และการสะท้อนกลับ (Reflection) ทำให้เกิดเป็นสารสนเทศที่มีคุณค่าสูงและพร้อมที่บุคคลจะนำไปประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจและปฏิบัติ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้รับว่าจะสามารถถอดรหัสข่าวสารดังกล่าวได้หรือไม่ และมีความรู้ในด้านนั้นๆ หรือไม่ หากผู้รับตีความหรือถอดข่าวสารนั้นได้ก็จะเป็นความเข้าใจและเป็นความรู้ในที่สุด ดังนั้นความรู้จึงมีความหมายแตกต่างจากข้อมูล (Data) และสารสนเทศ (Information) เนื่องจากข้อมูลเป็นเป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์ หรือข้อมูลดิบที่ยังไม่ผ่านการประมวลผล และยังไม่มีความหมายในการใช้งาน ในขณะที่สารสนเทศ คือ ข้อมูลดิบที่ผ่านกระบวนการประมวลผลหรือจัดระบบแล้วเพื่อให้ความหมายปลงคุณค่าสำหรับผู้ใช้ ความรู้จึงเป็นสิ่งที่ยอมรับได้โดยได้มาจากกาทดสอบในข้อพิสูจน์ต่างๆ ดังนั้นความรู้จึงแบ่งแยกออกจากความคิดเห็น การคาดเดา ความเชื่อหรือสารสนเทศอื่นๆ ที่ไม่ได้ผ่านการพิสูจน์ หรือไม่ได้ปรากฏว่าเป็นจริง

แต่อย่างไรก็ตาม อาจมีความสับสนในความแตกต่างของ ข้อมูล(Data) สารสนเทศ (Information) ความรู้ (Knowledge) และปัญญา (Wisdom) อยู่ แต่ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ⁴ ได้กล่าวถึงความหมายของแต่ละคำที่แตกต่างและยกตัวอย่างให้เห็นเด่นชัด ดังนี้

ข้อมูล (Data) หมายถึง ข้อเท็จจริงที่มีอยู่ตามธรรมชาติเป็นกลุ่มของสัญลักษณ์แทนปริมาณหรือการกระทำต่างๆ ที่ยังไม่ผ่านการประเมินผล อาจอยู่ในรูปของตัวเลข ตัวหนังสือและท้ายที่สุดก็คือ เป็นวัตถุดิบของสารสนเทศ

สารสนเทศ (Information) หมายถึง ข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับการประมวลผลแล้ว โดยวิธีการต่างๆ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการและตัดสินใจ มีบริบทซึ่งเกิดจากความเชื่อ สำนัญลักษณ์หรือประสบการณ์

¹ ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ, การจัดการความรู้ในองค์กรธุรกิจ. (กรุงเทพมหานคร : เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2548) หน้า 5-6

² ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, องค์การแห่งความรู้: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 2 (กรุงเทพมหานคร: แชนไฟร์ พรินติ้ง, 2548) บทนำ

³ บดินทร์ วิจารณ์, การจัดการความรู้ สู่อุตสาหกรรมปฏิบัติ. (กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2547) หน้า 4

⁴ ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ, การจัดการความรู้ในองค์กรธุรกิจ. (กรุงเทพมหานคร : เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2548) หน้า 16

ของผู้ใช้สารสนเทศนั้นๆ โดยมักจะอยู่ในรูปของข้อมูลที่วัดได้หรือจับต้องได้เป็นสิ่งซึ่งสื่อความหมายให้ผู้รับเข้าใจ และสามารถนำไปใช้หรือทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งโดยเฉพาะได้

ความรู้ (Knowledge) หมายถึง สารสนเทศที่ผ่านกระบวนการคิด เปรียบเทียบเชื่อมโยงกับความรู้อื่น จนเกิดเป็นความเข้าใจและนำไปใช้ประโยชน์ในการสรุปและตัดสินใจในสถานการณ์ต่างๆ โดยไม่จำกัดช่วงเวลา หรือกล่าวได้ว่าเป็นสารสนเทศที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับเราในการนำไปใช้

ปัญญา (Wisdom) หมายถึง ความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในตัวคนซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการนำไปใช้หรือ เป็นการแยกแยะการใช้ประโยชน์จากความรู้

ทั้งนี้ Yodwisitak⁵ ได้ยกตัวอย่างให้เห็นภาพความแตกต่างระหว่าง ข้อมูล(Data), สารสนเทศ (Information) ความรู้ (Knowledge) และปัญญา (Wisdom) ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยกล่าวว่า ตัวเลขซึ่งไม่ได้ นำมาประกอบกับส่วนใดๆ เช่น 1,2, หรือ 3 ซึ่งอาจมีความหมายอย่างไรก็ได้ ตัวเลขเหล่านี้จะถูกเรียกว่า ข้อมูล (Data) โดยข้อมูลเหล่านี้จะกลายเป็นสารสนเทศ ก็ต่อเมื่อ ข้อมูลได้ถูกนำมาจัดการและถูกนำมาประกอบ เป็นเนื้อหา เช่น ฉันมีอายุ 30 ปี หรือ ฉันเกิดปี ค.ศ. 1987 เป็นต้น อย่างไรก็ตาม สารสนเทศจะกลายมาเป็น ความรู้ (Knowledge) ได้ก็ต่อเมื่อถูกนำมาใช้งาน แต่ถ้าสารสนเทศนั้นถูกเก็บไว้ในคอมพิวเตอร์ หรือสมองของ มนุษย์และไม่เคยถูกนำออกมาใช้งาน นั่นไม่เรียกว่าเป็น ความรู้ ยกตัวอย่างเพื่อความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น ถ้า ประวัติของลูกค้าถูกเก็บไว้ในฐานข้อมูลนานและไม่เคยนำออกมาอ่าน กรณีนี้จะเรียกว่า สารสนเทศ แต่ถ้าเมื่อไร ที่พนักงานขายได้นำประวัติของลูกค้าที่ถูกเก็บไว้นานหลายปีนั้นมาใช้ในการจัดโปรแกรมการขาย สารสนเทศนั้น ก็จะกลายมาเป็นความรู้และถ้ามีการนำความรู้ดังกล่าวมาใช้ประโยชน์อย่างไม่มีที่สิ้นสุด ความรู้เหล่านั้นจะ กลายเป็นปัญญา (Wisdom) ซึ่งเป็นการแยกแยะการใช้ประโยชน์จากความรู้ นั่นเอง

จากความหมายของความรู้ที่มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายเอาไว้มากมายนั้น พบว่า ความหมายของความเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ความรู้ คือ สารสนเทศที่มีคุณค่า ซึ่งผ่านการรวบรวม ดีความ สังเคราะห์ เลือกรู้ ซึ่งมีการนำประสบการณ์ วิจารณญาณ ความคิด ค่านิยมและปัญญา

⁵ อ้างถึงใน ทศนา สลัดยะนันท์, และอังสนา ธงไชย. การจัดการความรู้ในอินเทอร์เน็ตไทย (เชียงใหม่: ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่) 2546. p.15

ของมนุษย์มาผสมผสาน คิดวิเคราะห์จนทำให้เกิดความเข้าใจ จนสามารถนำไปใช้สนับสนุนการทำงาน
แก้ปัญหา รวมทั้งสามารถนำไปใช้ประโยชน์อื่นๆ ได้อย่างเหมาะสม

ประเภทของความรู้

จากการทบทวนวรรณกรรมของนักวิชาการหลายท่าน ได้แก่ Nonaka and Takeuchi⁶, บดินทร์
วิจารณ์⁷ และทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์⁸ กล่าวว่า สามารถแบ่งความรู้ได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ความรู้แบบชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่ชัดแจ้งอยู่ในรูปของสื่อต่างๆ ที่สามารถ
ถ่ายทอดข้ามบุคคลอย่างเป็นระเบียบรวมทั้งง่ายต่อการจัดระบบและถ่ายโอน ไม่ต้องอาศัยการ
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เช่น เอกสาร รายงาน นโยบายองค์กร กลยุทธ์ เป้าหมาย แผนธุรกิจ งานวิจัย
ทางการตลาดและความสามารถหลักขององค์กร เป็นต้น ซึ่งความรู้ประเภทนี้มีความสำคัญต่อการ
พัฒนาบุคลากรและองค์กร
2. ความรู้แบบฝังลึก (Tacit Knowledge / Implicit Knowledge) เป็นความรู้ที่มีรากฐานจาก
ประสบการณ์ ทักษะ ความชำนาญ ความเชื่อและค่านิยมที่มีอยู่ในตัวบุคคล ซึ่งต้องใช้ระยะเวลา
ในการทำให้เกิดเป็นความรู้ที่สร้างมูลค่าให้กับองค์กร การที่จะถ่ายโอนความรู้ประเภทนี้ต้องอาศัย
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความรู้ประเภทนี้ ได้แก่ ความเชื่อของแต่ละบุคคล มุมมอง ค่านิยม
วิจรรณญาณ ความลับทางการค้า วัฒนธรรมองค์กร ทักษะ ความเชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆ และการ
เรียนรู้ขององค์กร เป็นต้น ซึ่งบุคคลที่มีความรู้ประเภทนี้มากจะเป็นทุนมนุษย์ที่สำคัญขององค์กร
เนื่องจากมีส่วนช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและจะยิ่งมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นกับองค์กร หาก
สามารถแปลงเป็นความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge)

⁶ อ้างถึงในบุญดี บุญญาภิจ, นงลักษณ์ ประสพสุขโชคชัย, ดิสพงศ์ พรชนกนาค และ ปรียวรรณ กรรณล้วน, การจัดการความรู้...
จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2549) หน้า 13-14

⁷ บดินทร์ วิจารณ์, การจัดการความรู้ สู่ปัญญาปฏิบัติ. (กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2547) หน้า 12-15

⁸ ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, องค์การแห่งความรู้: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 2 (กรุงเทพมหานคร: แชนไฟร์ พรินติ้ง,
2548) หน้า 18-20

เมื่อพิจารณาสัดส่วนความรู้ทั้ง 2 ประเภท จะพบว่าความรู้ในองค์กรส่วนใหญ่เป็นความรู้ประเภท
ฝังลึก (Tacit Knowledge) มากกว่าความรู้ประเภทชัดแจ้ง (Explicit knowledge) หลายเท่า โดยอาจ
เปรียบเทียบเป็นอัตราส่วนระหว่างความรู้ประเภท Tacit : Explicit เป็น 80 : 20 หรือเช่นเดียวกับที่ผู้เชี่ยวชาญ
หลายท่านได้กล่าวเอาไว้ว่า ถ้าจะเปรียบเทียบกับปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ภูเขาน้ำแข็ง เราสามารถเทียบได้
ว่า Explicit เปรียบเสมือนส่วนของภูเขาน้ำแข็งที่โผล่พ้นน้ำขึ้นมา ซึ่งเป็นส่วนที่น้อยมาก (ประมาณ 20% ของ
ทั้งหมด) เมื่อเทียบกับส่วนของภูเขาที่อยู่ใต้น้ำ ซึ่งมากถึง 80% (เป็นส่วนของ Tacit)⁹

รูปภาพที่ 2.1 ภาพแสดงประเภทความรู้แบบชัดแจ้งและความรู้ฝังลึกโดยเปรียบเทียบเป็นภูเขาน้ำแข็ง



แต่อย่างไรก็ตามยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านที่ได้กล่าวถึงประเภทของความรู้แตกต่างออกไป เช่น
Choo¹⁰ ได้กล่าวเพิ่มเติมจาก 2 ประเภทข้างต้น คือ Cultural Knowledge (ความรู้ที่เกิดจากวัฒนธรรม) เป็น
ความรู้ที่เกิดจากความเชื่อศรัทธา ซึ่งจะเกิดจากผลสะท้อนกลับของตัวความรู้และสภาพแวดล้อมขององค์กร
เนื่องจากองค์กรที่พัฒนามาเป็นระยะเวลายาวนานจะมีการพัฒนาความเชื่อร่วมกันในเรื่องที่เกี่ยวกับธรรมชาติ
ขององค์กรและความสามารถหลักขององค์กร ซึ่งก็คือ วัฒนธรรมขององค์กรนั่นเอง

นอกจากนี้ยังมีผู้เชี่ยวชาญท่านอื่นๆ ได้แก่ Leif Edvanson¹¹ ได้แบ่งความรู้ออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ความรู้เฉพาะบุคคล (Individual Knowledge) เป็นความรู้ที่อยู่ในตัวพนักงานทุกคน

⁹ บุญดี บุญญาภิจ, นงลักษณ์ ประสพสุขโชคชัย, ดิสพงศ์ พรชนกนาด และ ปรียวรรณ กรรณฉ้วน, การจัดการความรู้...จากทฤษฎีสู่
การปฏิบัติ, พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2549) หน้า 16

¹⁰ อ่างถึงในชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ, การจัดการสารสนเทศเบื้องต้น, (กรุงเทพมหานคร : เอ็กซ์เปอร์เน็ท, 2548) หน้า 33-34

¹¹ บุญดี บุญญาภิจ, นงลักษณ์ ประสพสุขโชคชัย, ดิสพงศ์ พรชนกนาด และ ปรียวรรณ กรรณฉ้วน, การจัดการความรู้...จากทฤษฎีสู่
การปฏิบัติ, พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2549) หน้า 18

2. ความรู้ขององค์กร (Organizational Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างพนักงานที่อยู่ในกลุ่มหรือในฝ่ายงานต่างๆ ในองค์กรทำให้เกิดเป็นความรู้โดยรวมซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการทำงานขององค์กรโดยรวมได้มากยิ่งขึ้น
3. ความรู้ที่เป็นระบบ (Structural Knowledge) เป็นความรู้ที่เกิดจากการสร้างหรือต่อยอดองค์ความรู้ โดยผ่านกระบวนการ คู่มือและจรรยาบรรณต่างๆ ในองค์กร ทั้งนี้ความรู้ทั้ง 3 ประเภทข้างต้นสามารถเป็นได้ทั้ง Explicit Knowledge และ Tacit Knowledge

และในมุมมองของโทมัส ดาเวนพอร์ทและลอเรนซ์ พูแซค¹² กล่าวว่า ความรู้เป็นสิ่งที่อธิบายได้ค่อนข้างยาก แม้ปัจจุบันก็ยังสงสัยสนเรื่องนิยาม อย่างไรก็ตาม ความรู้ในมุมมองของเขาทั้ง 2 คน คือ การที่เราได้ใช้ประสบการณ์ ค่านิยม สารสนเทศ ความชำนาญ และสัญชาตญาณในตัวเองเพื่อกำหนดสิ่งแวดล้อมและกรอบการรวบรวมและประเมินสารสนเทศและประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ได้รับมาเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ ซึ่งวิธีการจะขึ้นอยู่กับแต่ละคน โดยพบว่าในหลายๆ องค์กร บ่อยครั้งที่ความรู้ไม่ได้อยู่ในรูปของเอกสารที่เก็บไว้เพียงอย่างเดียว แต่อาจอยู่ทั้งในรูปของการทำงานประจำ กระบวนการ วิธีปฏิบัติ และความเชื่อในองค์กรนั้นๆ ดังนั้น การสร้าง หรือเรียนรู้ต่างๆ จึงต้องทำให้เหมาะสมกับองค์กรหรือประเภทของความรู้

กล่าวโดยสรุป คือ ความรู้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) และความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) ได้แก่ ความรู้ที่สามารถเก็บรวบรวม ถ่ายทอดได้โดยผ่านวิธีต่างๆ เช่น บันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร, เป็นคู่มือ ทฤษฎีต่างๆ กล่าวคือ เป็นความรู้ประเภทฝังลึก (Tacit Knowledge) ที่ได้รับการจัดการเข้าสู่ระบบแล้วนั่นเอง

ความรู้ฝังลึก (Tacit knowledge) ได้แก่ ความรู้จากประสบการณ์, พรสวรรค์, หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ซึ่งไม่สามารถถ่ายทอดออกมาได้ง่ายๆ เช่น ทักษะในการทำงาน, งานฝีมือ, หรือการคิดเชิงวิเคราะห์ เป็นต้น

¹² โทมัส เอช. ดาเวนพอร์ท และลอเรนซ์ พูแซค การจัดการความรู้: เทคนิคในการแปรความรู้สู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน. แปลโดย นิทัศน์ วิเทศ (กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี, 2542), หน้า 4-10

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้

จากการศึกษาความหมายของการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) พบว่ามีผู้ให้คำนิยามหรือความหมายไว้มากมาย โดยมีความคล้ายคลึงและแตกต่างกันไปบ้างตามประสบการณ์ของแต่ละคน ดังนี้

การจัดการความรู้เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้าง การรวบรวม การแบ่งปัน การแลกเปลี่ยนและการใช้ความรู้ รวมถึงระบุสภาพปัจจุบัน การกำหนดความต้องการและการแก้ไขปรับปรุงกระบวนการที่จะส่งผลกระทบต่อการจัดการความรู้ให้ดีขึ้น โดยมีการบูรณาการความรู้และการใช้สารสนเทศเพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งกระบวนการต่างๆ เหล่านี้จะก่อให้เกิดการสร้างความรู้ (นักวิจัย) นักจัดการความรู้ การฝึกอบรม และเครือข่ายความรู้ที่เพิ่มขึ้นตลอดเวลา (ประเวศ วะสี¹³, บุญดี บุญญาภิจและคณะ¹⁴)

Dave Snowden¹⁵ กล่าวว่า องค์กรต้องมีการจัดการความรู้ เพื่อปรับปรุงประสิทธิผลของการตัดสินใจในองค์กรเพื่อสร้างนวัตกรรม ทั้งนี้มีการจัดการความรู้มีอยู่ 3 ประเภท คือ

1. Content Management คือ การจัดการความรู้ประเภทชัดเจน Explicit โดยเน้นการจัดระเบียบเอกสาร และโครงการต่างๆ
2. Narrative Management เป็นการจัดการความรู้โดยอาศัยเทคนิคการเล่าเรื่องที่รู้มา ภายใต้แนวคิดที่ว่า เราไม่สามารถเขียนทุกเรื่องเป็นลายลักษณ์อักษรได้ เนื่องจากข้อจำกัดในการเขียน ดังคำกล่าวที่ว่า “We Know more than we can say, we'll always say more than we can write down : เรารู้มากกว่าเราพูดและเราพูดมากกว่าเราเขียน”

¹³ ประเวศ วะสี, ศ.นพ. การจัดการความรู้ กระบวนการปลดปล่อยมนุษย์สู่ศักยภาพ เสรีภาพ ความสุข. (กรุงเทพฯ : สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม, 2548) หน้า 31

¹⁴ บุญดี บุญญาภิจ, นงลักษณ์ ประสพสุขโชคชัย, ดิสพงษ์ พรชนกนาค และ ปรียวรรณ กรรณล้วน, การจัดการความรู้...จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2549) หน้า 20

¹⁵ อ้างถึงใน พรทิพย์ กาญจนนิตย, พัด นิลพันธ์ และนพรัตน์ ประสาทเขตการณ. การจัดการความรู้: สู่วงจรรอบรู้ที่เพิ่มพูน. เรียบเรียงจากบทบรรยายของ Mr.Dave Snowden สำนักมาตราฐานอุดมศึกษา, หน้า 1-10. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย, 2546

3. Context Management เป็นการจัดการความรู้โดยใช้กิจกรรมที่กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้โดยเครือข่ายทางสังคม

การจัดการความรู้ในแนวคิดนี้ เน้นทั้งด้านการจัดการกับสาระและการสร้างการแลกเปลี่ยนไหลเวียนของความรู้ ดังนั้น จะให้ความสำคัญกับการจัดการในลักษณะ Context และ Narrative มากกว่า Content Management นอกจากนี้ในบริบทในการประชุมวิชาการเรื่อง “Primer on knowledge Management”¹⁶ ที่สิงคโปร์ ได้มีองค์กรต่างๆ ได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับการจัดการความรู้ที่น่าสนใจ ได้แก่

The World Bank¹⁷ ให้นิยามของการจัดการความรู้ว่า เป็นการรวบรวมวิธีปฏิบัติขององค์กรและกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง การนำมาใช้และการเผยแพร่ความรู้และบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานธุรกิจ

European Foundation for Quality Management (EFQM)¹⁸ ในยุโรปกล่าวถึง KM ว่าเป็นวิธีการจัดการความรู้เป็นกลยุทธ์และกระบวนการในการจำแนก จัดหา และนำความรู้มาใช้ประโยชน์ เพื่อช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้

The US Department of Army¹⁹ กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นแผนการที่เป็นระบบและสอดคล้องกันในการจำแนก บริหารจัดการและแลกเปลี่ยนสารสนเทศต่างๆ ซึ่งได้แก่ ฐานข้อมูล เอกสาร นโยบาย และขั้นตอนการทำงาน รวมทั้งประสบการณ์และความชำนาญต่างๆ ของบุคคลากรในองค์กร โดยเริ่มจากการรวบรวมสารสนเทศและประสบการณ์ต่างๆ ขององค์กรเพื่อเผยแพร่ให้พนักงานสามารถเข้าถึงและนำไปใช้ ระบบนี้ทำให้เกิดความร่วมมือและการกระจายอำนาจในการทำงานเพื่อมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานเป็นที่ตั้ง

¹⁶ Singapore Productivity and Standards Board. Primer on knowledge Management. (Singapore: Integrated Press, 2001) pp.18-22, 24-33, 115-140 อ้างถึงใน บุญดี บุญญาภิบาลและคณะ, 2549: 21

¹⁷ ในที่เดียวกัน (2549: 21)

¹⁸ ในที่เดียวกัน (2549: 21)

¹⁹ ในที่เดียวกัน (2549: 21)

นอกจากนี้ เฟรดเดอริก เทลเลอร์²⁰ บิดาแห่งวิศวกรรมอุตสาหกรรมได้กล่าวไว้ว่า “ สาเหตุที่การจัดการความรู้มีความสำคัญมากในสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1990 เนื่องจากคนงานฝีมือที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำมีส่วนสำคัญในการเพิ่มผลผลิต และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันเพื่อที่จะทำให้สหรัฐอเมริกาเข้มแข็งขึ้น โดยการนำคนงานที่มีความรู้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญ ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีผลผลิตคนที่มีคุณภาพความรู้สูง ส่งผลให้ผลผลิตมีคุณภาพที่ดีมาก โดยสร้างชุมชนความรู้ อุตสาหกรรมญี่ปุ่นจึงมีความได้เปรียบในการแข่งขันโดยการประยุกต์การผลิต และบริการที่มีฐานความรู้”

ส่วนนักวิชาการในประเทศไทยที่ให้ความสนใจเรื่องการจัดการความรู้ เช่น ศ.นพ. วิจารณ์ พานิช²¹ กล่าวว่า การจัดการความรู้ หมายถึงการยกระดับความรู้ขององค์กร เพื่อสร้างผลประโยชน์จากต้นทุนทางปัญญา โดยเป็นกิจกรรมที่ซับซ้อนและกว้างขวาง ไม่สามารถให้นิยามด้วยคำสั้นๆ ได้ ดังนั้น จึงต้องให้นิยามหลายข้อจึงจะครอบคลุมความหมายเกี่ยวกับการจัดการความรู้ทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การรวบรวม การจัดระบบ การจัดเก็บ และการเข้าถึงข้อมูลเพื่อสร้างเป็นความรู้ เทคโนโลยีด้านข้อมูลและด้านคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือช่วยเพิ่มพลังในการจัดการความรู้ แต่เทคโนโลยีด้านข้อมูลและด้านคอมพิวเตอร์โดยตัวของมันเองไม่ใช่การจัดการความรู้
2. การจัดการความรู้เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนความรู้ ถ้าไม่มีการแลกเปลี่ยนความรู้แล้ว ความพยายามในการจัดการความรู้ก็จะไม่ประสบผลสำเร็จ พฤติกรรมภายในขององค์กรเกี่ยวกับวัฒนธรรม พลวัต และวิถีปฏิบัติมีผลต่อการแลกเปลี่ยนความรู้โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมและสังคมมีความสำคัญต่อการจัดการความรู้อย่างยิ่ง
3. การจัดการความรู้ต้องอาศัยผู้รู้ ในการตีความและประยุกต์ใช้ความรู้ ในการสร้างวัฒนธรรมและเป็นผู้นำทางในองค์กร รวมทั้งต้องการผู้เชี่ยวชาญในสาขาใดสาขาหนึ่ง แนะนำวิธีประยุกต์ใช้การจัดการความรู้ ดังนั้น กิจกรรมเกี่ยวกับคน ได้แก่ การดึงดูดคนดีและเก่ง การพัฒนาคน การติดตามความก้าวหน้าของคนและดึงคนมีความรู้ไว้ในองค์กร ถือเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการความรู้

²⁰ อ้างถึงใน ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ. การจัดการสารสนเทศเบื้องต้น. (กรุงเทพมหานคร : เอ็กสเปอร์เน็ท, 2548) หน้า 50

²¹ วิจารณ์ พานิช. การจัดการความรู้ในยุคสังคมและเศรษฐกิจบนฐานความรู้. (กรุงเทพฯ : สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม, 2548), หน้า 1-10

4. การเพิ่มประสิทธิผลขององค์กร การจัดการความรู้เกิดขึ้นเพราะมีความเชื่อว่าจะช่วยสร้างความสำเร็จที่ชีวิตและความสำเร็จให้องค์กร ประเมินต้นทุนทางปัญญา และผลสำเร็จของการประยุกต์ใช้การจัดการความรู้เป็นดัชนีบอกว่างค์กรมีการจัดการความรู้ได้อย่างได้ผลหรือไม่

ยูทหนา แซ่เตี่ยว²² กล่าวว่า แม้จะมีแนวคิดที่หลากหลายเกี่ยวกับการจัดการความรู้แต่สิ่งทีคล้ายคลึงกัน คือ เป็นการจัดการเพื่อนำความรู้มาใช้พัฒนาขีดความสามารถขององค์กร โดยมีกระบวนการในการสรรหาความรู้ เพื่อถ่ายทอดและแบ่งปันไปยังบุคคลากรเป้าหมายอย่างถูกต้องและเหมาะสม ทั้งนี้ รูปแบบของการพัฒนาความรู้ ได้แก่

- การเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีตของตนเอง
- การเรียนรู้จากการทดลอง โดยเป็นการตั้งสมมติฐานและทดลองเพื่อให้ทราบผลตามต้องการ
- การเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่น เช่น การทำ Benchmarking การจ้างคนเก่งๆ มาร่วมงาน การหาพันธมิตรเพื่อพัฒนาหรือแลกเปลี่ยนความรู้ (Alliance) การร่วมกิจการ (Joint Venture) การรวมและการควบกิจการ (Merger & Acquisition) เป็นต้น
- การเรียนรู้จากการฝึกอบรมและพัฒนาต่างๆ

ดังนั้น พอลจะสรุปความหมายของการจัดการความรู้ได้ดังนี้ การจัดการความรู้ หมายถึง กระบวนการนำความรู้ที่มีอยู่ทั้งที่เป็นความรู้ชัดแจ้ง(Explicit Knowledge) และความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) นำมาจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยผ่านกระบวนการเกี่ยวกับการจัดการความรู้ ซึ่งจะกล่าวถึงต่อไป

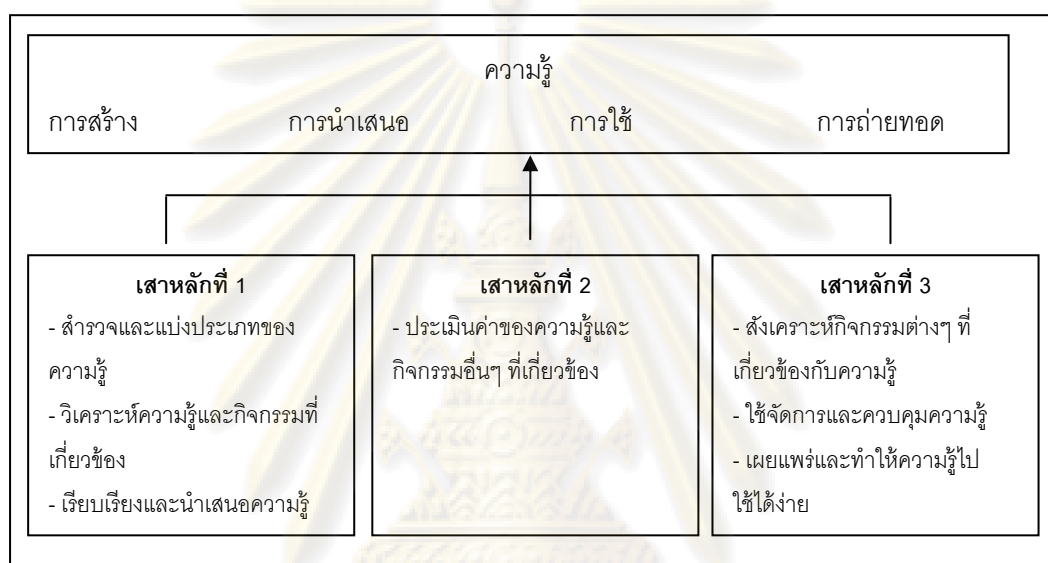
กระบวนการจัดการความรู้

ในกระบวนการจัดการความรู้ที่ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้แสดงกรอบแนวคิดเพื่อใช้เป็นวิธีการวัดผลกระบวนการจัดการความรู้ ซึ่งได้ออกแบบให้เหมาะสมกับบริบทแวดล้อมที่ตนเองศึกษาอยู่ ซึ่งแต่ละกรอบแนวคิดจะแตกต่างกันในองค์ประกอบของวงจรความรู้ (Knowledge Cycle) ลำดับขององค์ประกอบของวงจร และขั้นตอนต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบย่อย ซึ่งจะเห็นได้ดังนี้

²² ยูทหนา แซ่เตี่ยว, การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้: สร้างองค์กรอัจฉริยะ. (กรุงเทพมหานคร: มทป., 2547) หน้า 245-246, 252-258 อ้างถึงใน บุญดี บุญญาภิจและคณะ, 2549: 22

Karl Wiig²³ ได้แบ่งองค์ประกอบออกเป็น 3 กลุ่มเรียกว่า เสาหลักของการจัดการความรู้ (Pillar of Knowledge Management) โดยแต่ละเสาจะประกอบด้วย การสร้าง (Create) การนำเสนอ (Manifest) การใช้ (Use) และการถ่ายทอด (Transfer) ความรู้ ซึ่งแสดงในภาพขั้นตามภาพดังนี้

รูปภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดเสาหลักของการจัดการความรู้ โดย Karl Wiig



นอกจากนี้ Ikujiro Nonaka และ Takeuchi²⁴ ได้นำเสนอวงจร “SECI” ซึ่งได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงความรู้ (Knowledge Conversion) ระหว่าง Tacit Knowledge และ Explicit Knowledge ทำให้เกิดความรู้ใหม่ขึ้น ซึ่งจะหมุนเวียนเป็นเกลียวไปเรื่อยๆ อย่างไม่มีที่สิ้นสุดเพราะการเรียนรู้เกิดขึ้นตลอดเวลา การสร้างความรู้เกิดขึ้นได้ 4 ลักษณะ คือ Socialization Externalization Combination และ Internalization ซึ่งมีความหมายดังนี้

- Socialization คือ การแบ่งปันและสร้างความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) จากความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) ของผู้ที่สื่อสารระหว่างกัน โดยการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ตรง เช่น ผู้จัดการฝ่ายขายของทีม ก ได้เรียนรู้เทคนิคการขายใหม่ๆ จากผู้จัดการฝ่ายขายชายทีม ข ที่ประสบความสำเร็จในการ

²³ Karl Wiik. *Knowledge management creating company*. (USA: Schema Press, 1993). อ้างถึงใน บุญดี บุญญาภิจและคณะ, 2549: 32

²⁴ Ikujiro Nonaka. “The knowledge creating company.” *Harvard Business Review*, USA. November – December. pp.70-73. อ้างถึงใน บุญดี บุญญาภิจและคณะ, 2549: 17-32

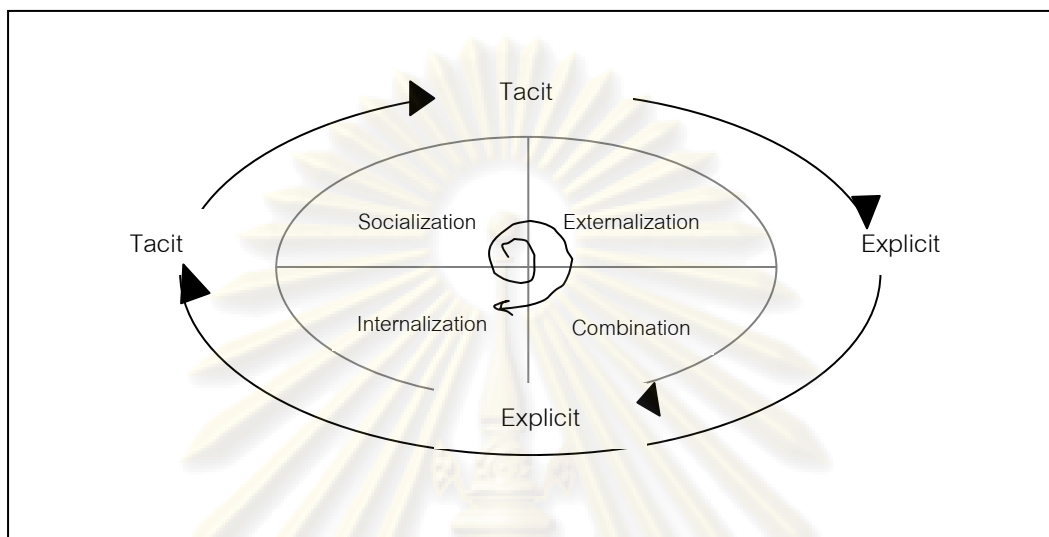
ขาย โดยการพูดคุยปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ก็จะได้รับความรู้จากผู้จัดการฝ่ายขายทีม ข มาเป็นความรู้ของตนเองเพื่อใช้ในการทำงาน

- Externalization คือ การสร้างและแบ่งปันความรู้จากสิ่งที่มีและเผยแพร่ออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร เป็นการแปลงจากความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เช่น กรณีผู้จัดการฝ่ายขายทีม ก หลังจากเรียนรู้เทคนิคการขายจากข้างต้น ก็นำมาเขียนเป็นหนังสือ เอกสารหรือรายงานต่างๆ เพื่อเผยแพร่ให้ผู้สนใจทั่วไป
- Combination คือ การแปลงจากความรู้ชัดแจ้งไปสู่ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) โดยการรวบรวมความรู้ประเภทความรู้ชัดแจ้งใหม่ๆ เช่น กรณีผู้จัดการฝ่ายขายทีม ก ซึ่งต่อมาได้ไปศึกษาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเทคนิคการขายจากตำราต่างๆ ที่มีอยู่อย่างแพร่หลาย แล้วสรุปและเผยแพร่เป็นเทคนิคการขายรูปแบบใหม่ ซึ่งเกิดจากการประมวลผลความรู้จากแหล่งต่างๆ กับความรู้ของตนเอง
- Internalization คือ การแปลงจากความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) มาเป็นความรู้ฝังลึก มักจะเกิดจากการนำความรู้ที่เรียนรู้มาไปปฏิบัติ เช่น หลังจากผู้จัดการฝ่ายอื่นๆ เช่น ทีม ค , ทีม ง หรือ ทีม จ เป็นต้น ศึกษาเทคนิคของการขายจากตำราหรือคู่มือต่างๆ ที่มีอยู่ แล้วนำไปปรับใช้ในการทำงานของตนเองทำให้เกิดเป็นทักษะและความชำนาญในเรื่องเทคนิคการขายจนกลายเป็นความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) ของตนเองในที่สุด และเมื่อเกิดความรู้แล้วนำไปแลกเปลี่ยนกับลูกค้า หรือผู้จัดการรายอื่นๆ อีกต่อไป ก็จะเกิดกระบวนการ Socialization คือ การแปลงความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) จากผู้จัดการรายนั้นๆ ไปเป็นความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) ของคนอื่นๆ ต่อไป เป็นกระบวนการที่หมุนเวียนไปเรื่อยๆ ไม่มีที่สิ้นสุด ดังรูปภาพแสดงวงจรของกรอบแนวคิดกระบวนการจัดการความรู้ของ

Ikujiro Nonaka และ Takeuchi

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รูปภาพที่ 2.3 ภาพวงจร Knowledge spiral (ที่มา : บุญดี บุญญากิจและคณะ, 2549: 17)



สามารถสรุปกรอบแนวคิดของกระบวนการจัดการความรู้ของ Ikujiro Nonaka และ Takeuchi ได้ดังนี้

- Socialization คือ เป็นการถ่ายโอนความรู้โดยตรงระหว่างกลุ่มคนหรือบุคคล โดยไม่ผ่านการเขียน เรียกว่า “ การเสวนาธรรม”²⁵ กลุ่มคนที่มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากคนหนึ่งไปอีกรายหนึ่ง กลุ่มคนที่มาเสวนาแลกเปลี่ยนความรู้กันนี้มักจะมีพื้นฐานความรู้ที่สอดคล้องกัน หรือเคยมีประวัติที่ดีที่คล้ายคลึงกัน จะมีคลื่นความถี่ที่ใกล้เคียงกันสามารถสื่อสารและทำความเข้าใจกันได้โดยง่าย

Tacit Knowledge → Tacit Knowledge (ถ่ายทอดจากคนสู่คน)

- Externalization เป็นการถ่ายโอนความรู้จากผู้เชี่ยวชาญที่มีความสามารถในการสอนผ่านสื่อต่างๆ จากประสบการณ์ในสมองของเขาออกมาสู่ภายนอกแก่ผู้อื่น

Tacit Knowledge → Explicit Knowledge

- Combination การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลง และมีการศึกษาเรียนรู้จากความรู้ภายนอก ซึ่งแนวคิดจะมีความหลากหลายมากต้องสร้างความเข้าใจและเชื่อมโยงความรู้อันหลากหลายให้ได้ และถ่ายทอดความรู้ใหม่ๆ ให้กับองค์กรของตน

Explicit Knowledge → Explicit Knowledge

²⁵ กระบวนการจัดการความรู้. สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.pattani3.go.th/kmc/KMmodel.htm>. [12 มีนาคม 2552]

- Internalization การนำความรู้ใหม่มาลงมือปฏิบัติจริง ผู้ปฏิบัติจะเกิดการเรียนรู้ให้เกิดเป็นความรู้ ประสบการณ์และปัญญา เป็นประสบการณ์อยู่ในสมองในเชิง Tacit Knowledge ต่อไป

Explicit Knowledge → Tacit Knowledge

ส่วนกรอบแนวคิดของ Leibowits²⁶ ซึ่งครอบคลุมวงจรความรู้หรือกระบวนการความรู้ไว้ค่อนข้างละเอียดและครบถ้วน มีกระบวนการจัดการความรู้ดังนี้

- Identification คือ การกำหนดความถนัดเฉพาะ กลยุทธ์ การค้นหาแหล่งความรู้ และแหล่งความรู้
- Capture คือ การดักจับและเก็บความรู้
- Select คือ การประเมินความรู้ว่ามีคุณค่า เป็นจริง และตรงกับความต้องการรวมทั้งการพิจารณาความรู้ที่ขัดแย้งกัน
- Store คือ การจัดเก็บความรู้ขององค์กรให้เป็นฐานความรู้
- Share คือ การกระจายความรู้ไปยังผู้ใช้ โดยดูจากความสนใจ และชนิดของงานที่ทำ
- Apply คือ การนำความรู้มาใช้งานในการตัดสินใจ แก้ปัญหา ช่วยในการทำงานหรือการฝึกอบรม
- Create คือ การสร้างความรู้ใหม่ๆ โดยการวิจัย ทดลอง และการคิดอย่างสร้างสรรค์
- Sell คือ การพัฒนาและทำการตลาด ผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ๆ ที่เป็นผลมาจากการใช้ความรู้

จากการศึกษากระบวนการจัดการความรู้ที่จากนักวิชาการทั้งหลาย ผู้วิจัยได้สรุปกระบวนการจัดการความรู้ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำการวิจัยครั้งนี้ โดยแบ่งออกเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. การบ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification) คือ การกำหนดวิสัยทัศน์ กำหนดเป้าหมายของเรื่องราวหรือความรู้ตามแรงจูงใจพื้นฐานของแต่ละคน
2. การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation & Acquisition) คือ การดักจับความรู้ที่มีอยู่ในตนเองแล้วและขจัดความรู้ที่เก่า ล้าสมัย ที่ไม่ได้ใช้แล้วออกไป หรือแสวงหาความรู้ใหม่ทั้งจากภายในและภายนอก หรือสร้างความรู้ใหม่ในกรณีที่ไม่เชี่ยวชาญในความรู้นั้นๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งอาจเป็นทั้งความรู้ชัดแจ้ง หรือเป็นความรู้ฝังลึกที่อยู่ในตัวของบุคคล

²⁶ Liebowitz, J. and T. Beckman. Knowledge Organization: What every manager should know. (U.S.A.: CRC Press, 1998). อ้างถึงใน บุญดี บุญญาภิจและคณะ, 2549: 33

3. การประมวลผลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification & Refinement) คือ การปรับปรุงรูปแบบความรู้ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ปรับปรุงเนื้อหาใหม่ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ง่ายต่อกลุ่มเป้าหมายหรือบุคคลทั่วไปได้นำไปใช้งาน
4. การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) คือ การเผยแพร่และกระจายความรู้ออกไปในวงกว้าง หรือเฉพาะเจาะจงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงเรื่องราวหรือองค์ความรู้นั้นได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์ในเวปไซต์อื่นๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับบันทึกบล็อกของท่าน หรือบอกต่อเพื่อน หรืออาจใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย เป็นต้น
5. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) คือ กระบวนการซึ่งนำความรู้ที่ได้พัฒนาไปสู่การแบ่งปัน กระจายความรู้ไปสู่บุคคลที่เป็นเป้าหมาย ให้ทั่วทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายชุมชนที่บล็อกเกอร์เป็นสมาชิกอยู่ในกรณีที่เป็น Explicit Knowledge ซึ่งสามารถจัดทำเป็นเอกสารหรือไฟล์เตรียมพร้อมแลกเปลี่ยนความรู้ได้ทันที โดยใช้บล็อกเป็นฐานความรู้ ในกรณีที่เป็น Tacit Knowledge ซึ่งต้องอาศัยการจัดการอบรม จัดกิจกรรม ระบบพี่เลี้ยง ระบบสับเปลี่ยนงาน เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือผ่านชุมชนแนวปฏิบัติ (Community of Practice)
6. การใช้ความรู้ (Knowledge Utilization) คือ การนำองค์ความรู้ที่บล็อกเกอร์เขียนไปใช้งานจริงในชีวิตประจำวัน การได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ รวมถึงการต่อยอดองค์ความรู้เดิมให้มีคุณค่าหมุนเวียนต่อไปอย่างต่อเนื่อง
7. การปรับปรุงทบทวนความรู้ (Knowledge Revision) คือ การปรับปรุงความรู้เดิมภายในบล็อกให้ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่ไม่หยุดนิ่งตลอดเวลา

ในขณะที่แต่ละกระบวนการจัดการความรู้ มีนักวิชาการและองค์กรที่มีการจัดการความรู้ภายในองค์กร ได้อภิปรายถึงสัดส่วนความสำคัญในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการจัดการความรู้ โดยให้นำหน้าใน ขั้นตอนการถ่ายทอดหรือแบ่งปันหรือแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) (ขึ้นอยู่กับนักวิชาการแต่ละท่านจะใช้เรียก) อีกขั้นตอนที่สำคัญ คือ ขั้นตอนการนำความรู้ไปใช้ (Knowledge Utilization) เนื่องจากหากไม่มีการถ่ายทอดซึ่งนำไปสู่การใช้งานแล้ว ก็เรียกได้ว่า การจัดการความรู้นั้นไม่ประสบผลสำเร็จ ดังนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการจัดการความรู้ พบว่ามีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึง หัวใจของกระบวนการจัดการความรู้ที่สำคัญๆ ไว้ดังนี้

โทมัส เอช. ดาเวนพอร์ท และรอนนีย์ พงุแซค²⁷ ได้กล่าวถึง การถ่ายทอดความรู้ ในหนังสือ Working Knowledge ว่า การถ่ายทอดความรู้ มีองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ การคิดหาวิธีการสำคัญบางอย่าง สำหรับกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้กันอย่างไม่ตั้งใจ ความยุ่งยากของการเก็บรักษาและถ่ายทอดความรู้ ออกไปนั้นขึ้นอยู่กับประเภทของความรู้ที่เกี่ยวข้อง ความรู้ที่เปิดเผยมองเห็นได้ชัดเจนมากกว่า ย่อมสามารถ จัดทำในรูปของเอกสารหรือฐานข้อมูลแล้วถ่ายทอดออกไปด้วยความถูกต้องมีเหตุมีผลได้มากกว่า ส่วนความรู้ที่ ซ่อนเร้นเป็นความรู้ที่ยากเป็นพิเศษในการถ่ายทอดออกมา ต้องอาศัยการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นสำคัญ ความสัมพันธ์ของการถ่ายทอดอาจอยู่ในรูปแบบของการเป็นเพื่อนกัน การแนะนำสั่งสอนระหว่างผู้คงแก่เรียนกับ พนักงานหน้าใหม่ หรืออาจอยู่ในรูปของการฝึกอบรม เป็นต้น

จากบทความของกรมการปกครอง²⁸ ได้กล่าวถึงหัวใจหรือหลักของการจัดการความรู้อยู่ที่ การนำ ความรู้นั้นไปใช้เกิดการเรียนรู้ระหว่างกันและกัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อตนเอง และต่อองค์กร จึงมี เครื่องมือหลายประเภทที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อเน้นให้เกิดการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้ อันจะนำไปสู่การใช้ งานจริง ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

1. เครื่องมือที่ช่วยในการ “เข้าถึง” ซึ่งเหมาะสำหรับความรู้ประเภทชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) โดยอยู่ใน รูปแบบที่ง่ายต่อการสืบค้น เช่น หนังสือ ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น
2. เครื่องมือที่ช่วยในการ “ถ่ายทอด” ความรู้ซึ่งเหมาะสำหรับความรู้ประเภทฝังลึก (Tacit Knowledge) ที่ ต้องอาศัยการถ่ายทอด โดยการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นหลัก และในบรรดาเครื่องมือที่ช่วยใน การถ่ายทอดความรู้ประเภทฝังลึกดังกล่าวที่มีผู้นิยมใช้มากประเภทหนึ่งคือ ชุมชนแห่งการเรียนรู้ หรือ ชุมชนนักปฏิบัติ หรือชุมชนแนวปฏิบัติ (Community of Practice: CoP)

ดังนั้น เครื่องมือที่จะช่วยในการ “ถ่ายทอด” ความรู้ประเภทฝังลึก (Tacit Knowledge) ซึ่งได้แก่ ความรู้ ที่เกิดจากทักษะเฉพาะบุคคล จากประสบการณ์ จากพรสวรรค์ หรือจากกระบวนการคิดวิเคราะห์ของแต่ละ บุคคล เป็นต้น ซึ่งมีอยู่กว่าร้อยละ 80 อยู่ในตัวบุคคล เครื่องมือที่จะช่วยโดยนำความรู้ฝังลึกออกมาจากตัวบุคคล

²⁷ อังถึงโน มนัสชล หิรัญรัตน์, “สาขานุกรมวิกิพีเดียภาษาไทยและการสื่อสารความรู้สู่สาธารณะ,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549), หน้า 14

²⁸ กรมการปกครองขับเคลื่อน KM สนับสนุนยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาคความยากจน. [ออนไลน์] แหล่งที่มา: http://www.dopa.go.th/web_pages/m03060000/km/km_kn..... [26 กุมภาพันธ์ 2552]

ได้นั้นต้องอาศัยกระบวนการถ่ายโอนโดยจากการมีปฏิสัมพันธ์กันภายในเครือข่ายชุมชนบล็อกที่ตนเองสังกัดอยู่ ซึ่งผู้วิจัยใช้ตัวชี้วัดจากหลักการของชุมชนแห่งการเรียนรู้ หรือ ชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice, CoP) เพื่อเป็นกรอบในการวิจัยชิ้นนี้

ชุมชนแห่งการเรียนรู้ หรือ ชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practice: CoP)

ในการศึกษาเกี่ยวกับวรรณกรรมเกี่ยวกับชุมชนแห่งการเรียนรู้ หรือ ชุมชนนักปฏิบัติ หรือ ชุมชนแนวปฏิบัติ คือ คำที่นักวิชาการให้เรียก Community of Practice: CoP ซึ่งมีแนวความคิดเดียวกัน หากแต่มีความแตกต่างตามการตีความของผู้แปลแต่ละคน แต่สาระสำคัญในแนวคิดและหลักการมีลักษณะคล้ายคลึงกัน

ผู้ริเริ่มแนวความคิด ชุมชนแนวปฏิบัติ (Community of Practice, CoP) คือ Etienne Wenger ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องการจัดการความรู้ทางสังคมโดยเน้นที่การปฏิบัติ ที่ใช้เวลาศึกษาเกี่ยวกับชุมชนแนวปฏิบัติกว่า 10 ปี ซึ่งในต่างประเทศเขาได้รับการเรียกขานว่า “มิสเตอร์ชุมชนปฏิบัติ (Mr. Community of Practice)” จากการทบทวนวรรณกรรมของ เอเตียน เวกเนอร์ (Etienne Wenger) ในหนังสือ ชุมชนแนวปฏิบัติ การจัดการความรู้ สายพันธุ์ใหม่ (Cultivating Community of Practice)²⁹ ผู้วิจัยได้สรุปเนื้อหาเกี่ยวกับชุมชนแนวปฏิบัติไว้ดังต่อไปนี้

ชุมชนแนวปฏิบัติ เป็นกลุ่มคนที่มีความสนใจ มีปัญหา หรือมีแรงปรารถนา (Passion) ในสิ่งหนึ่งร่วมกัน และเสริมสร้างความรู้ความเชี่ยวชาญในสิ่งที่สมาชิกในชุมชนเห็นร่วมกันผ่านการปฏิสัมพันธ์ ภายในชุมชนอย่างต่อเนื่อง

ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มพ่อแม่ที่ใช้เวลาระหว่างการชมฟุตบอลเพื่อแลกเปลี่ยนเคล็ดลับและประสบการณ์เกี่ยวกับศิลปะในการเลี้ยงดูลูก หรือ ศิลปินที่จับกลุ่มกันในร้านกาแฟและสตูดิโอเพื่อถกเถียงกันถึงข้อดีของสไตล์หรือเทคนิคใหม่ๆ เป็นต้น

²⁹ Etienne Wenger, Richard McDermott, และ William M. Snyder, ชุมชนแนวปฏิบัติ: การจัดการความรู้สายพันธุ์ใหม่. แปลโดย พูนลาภ อุกทัยเลิศอรุณ (กรุงเทพมหานคร : วิไลร์, 2547) บทนำ

กลุ่มคนเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องพบปะกันทุกวัน แต่พวกเขาพบปะกันเพราะมองเห็นคุณค่าในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ไม่ว่าจะเป็นการแลกเปลี่ยน สะสมองค์ความรู้แบบใดก็ตามพวกเขาถูกเชื่อมเข้าหากันอย่างไม่เป็นทางการ ผ่านคุณค่าที่พวกเขาเรียนรู้จากกัน และการได้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มคนที่น่าสนใจและเมื่อเวลาผ่านไปพวกเขาก็ได้ร่วมกันพัฒนามุมมองที่ไม่ซ้ำใคร รวมไปถึงองค์ความรู้ แนวปฏิบัติ แนวทางต่างๆ จนพัฒนาความสัมพันธ์และกำหนดแนวทางในการติดต่อกัน หรือ อาจพัฒนาจนเกิดเป็นความรู้สึกถึงตัวตนขึ้นมาเมื่อถึงจุดนี้พวกเขาจึงกลายเป็นชุมชนปฏิบัติในที่สุด

ชุมชนแนวปฏิบัติมีรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งการตั้งชื่อเรียกและรูปแบบในแต่ละองค์กร เช่น ขนาดเล็กหรือใหญ่, มีอายุยืนยาวหรือมีอายุสั้น, อยู่รวมกันหรือกระจายตัวกัน, เป็นเนื้อเดียวกันหรือมีส่วนผสมที่หลากหลาย, ภายในขอบเขตหรือภายนอกขอบเขต, แบบไม่ได้วางแผนหรือแบบเจตนา, ไม่ได้รับการรู้จักจนถึงการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ เป็นต้น ถึงแม้ชุมชนแนวปฏิบัติจะมีความหลากหลาย แต่ก็ล้วนอยู่ภายใต้โครงสร้างพื้นฐานเดียวกัน ซึ่งได้แก่องค์ประกอบเชิงโครงสร้างของชุมชนแนวปฏิบัติ ที่กล่าวในรายละเอียดขององค์ประกอบของชุมชนแนวปฏิบัติ ต่อไป

สำหรับนักวิชาการในประเทศไทยได้ให้ความหมายของชุมชนแนวปฏิบัติไว้ดังนี้

รศ.ดร.อนุชาติ พวงสำลี³⁰ เห็นว่า ชุมชนนักปฏิบัติ หรือ Community of Practices –CoPs นับเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนกระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ที่ทรงพลัง เนื่องจากการเกิดขึ้นของชุมชนนักปฏิบัติ นั้น สะท้อนให้เห็นถึงระบบความสัมพันธ์ทางสังคมในแนวราบที่เชื่อว่าจะสามารถเอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ พัฒนาและจัดการยกระดับองค์ความรู้ขององค์กร สถาบัน หรือสังคมได้อย่างดี แตกต่างจากความสัมพันธ์ในแนวตั้งที่นิยมใช้การสั่งการและการบังคับบัญชาอันจะเป็นอุปสรรคต่อการคิดวิเคราะห์และสัง้ององค์ความรู้ของผู้ปฏิบัติและองค์กร

Etienne และคณะ³¹ กล่าวว่า เมื่อมองด้านโครงสร้างอย่างลึกซึ้งแล้ว ชุมชนแนวปฏิบัติ นับเป็นโครงสร้างการจัดการความรู้ที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง เพราะประเทศไทยเป็นที่รู้จักกันดีถึง

³⁰ อนุชาติ พวงสำลี ดร. รศ. ชุมชนนักปฏิบัติ: แนวคิดและกรอบวิเคราะห์. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://gotoknow.org/blog/opqdkm/11993> [04 กันยายน 2551]

³¹ Etienne Wenger, Richard McDermott, และ William M.Snyder, ชุมชนแนวปฏิบัติ: การจัดการความรู้สายพันธุ์ใหม่. แปลโดย พูนลาภ อุทัยเลิศอรุณ (กรุงเทพมหานคร : วิเลิร์น, 2547) หน้า ix

ธรรมชาติการอยู่ร่วมกันเป็นชุมชนและเอาใจใส่ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ทำให้การถ่ายโอนความรู้แบบซ่อนเร้นและเชิงลึกสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมาก

ชัชวาล วงษ์ประเสริฐ³² ได้ให้คำนิยาม ชุมชนนักปฏิบัติ หรือ ชุมชนแห่งความรู้ (Knowledge Community) ว่าจะเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กร ชุมชนนักปฏิบัติ (Community of practices) และความร่วมมือร่วมใจในการเรียนรู้ร่วมกัน ทักษะในการบริหารจัดการ พหุวรรณคดีทางการพัฒนาและอื่นๆ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของบุคคลและการจัดการความรู้

1. บุคคล (ทุนมนุษย์) จากส่วนสำคัญต่างๆ ของ Business Process ทุกคนเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ (เป็นนักแสวงหาความรู้) และพัฒนา (เพื่อเป็นแรงงานความรู้)
2. การเติบโตของความรู้เพิ่มขึ้นตลอดเวลา แต่เวลาในการพัฒนาจัดการและการใช้ความรู้ในวันจะสั้นลงทุกที ซึ่งมีคำถามพื้นฐานนอกจากการพัฒนาการคิดเชิงระบบ เช่นทำอย่างไรจะจัดการรวบรวมความรู้ และทำให้เกิดประโยชน์ขึ้น ทำอย่างไรที่จะทำอย่างไม่มีความรู้สึกกดดันและความเจ็บปวด เป็นต้น
3. ความซับซ้อนของความรู้ ผลักดันให้เกิดการทำงานเป็นทีมพร้อมทั้งยังจะซับซ้อนให้เกิดการเรียนรู้การคิด และการพัฒนา Personal mastery ของส่วนบุคคล (พลังความคิดในแต่ละคน) และการพัฒนาเป็นทีม (พลังความคิดโดยรวม) จะถูกผลักดันให้ไปสู่เป้าหมายขององค์กรได้
4. ทุกคนมีความสามารถส่วนตัว ทำอย่างไรจะดึงศักยภาพมาเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน (competency) ขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในการดำเนินการต้องใช้ระยะเวลาค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น และยังไม่แน่ใจในเรื่องประสิทธิภาพและให้ผลดีมากที่สุด ดังนั้นต้องสร้างวัฒนธรรม และจิตใจที่จะทำงานเป็นทีม และการจัดการอย่างต่อเนื่อง
5. การตัดสินใจในกระบวนการธุรกิจต้องมีระบบ มีความซับซ้อนเพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันขององค์กร บุคคลเป็นส่วนหนึ่งของระบบอย่างไม่รู้ตัว ดำตอบในความสำเร็จขององค์กร คือ การจัดการความรู้ ทำการรวบรวมความรู้เท่าที่จะเป็นได้และการสร้างความรู้ใหม่ผ่านการคิด การเรียนรู้และการปฏิบัติ

³² ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ, การจัดการความรู้ในองค์กรธุรกิจ. (กรุงเทพมหานคร : เอ็กสเปอร์เน็ท, 2548) หน้า 34

นอกจากนั้นในบทความของกรมการปกครอง³³ ได้ให้คำนิยามของ ชุมชนแห่งการเรียนรู้ หรือ ชุมชนนักปฏิบัติ(Community of Practice, CoP) คือ กลุ่มคนที่มารวมตัวกันอย่างไม่เป็นทางการ มีวัตถุประสงค์เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ เพื่อช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น ส่วนใหญ่การรวมตัวกันในลักษณะนี้ มักจะมาจากคนที่อยู่ในกลุ่มงานเดียวกัน หรือมีความสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกัน ซึ่งความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันจะเป็นสิ่งสำคัญ ชุมชนนักปฏิบัติ จะมีความแตกต่างจากการรวมกลุ่มกันเป็นทีมปฏิบัติงานปกติทั่วไปตรงที่ชุมชนนักปฏิบัติ เป็นการรวมตัวกันอย่างสมัครใจ เป็นการเชื่อมโยงสมาชิกเข้าหากัน โดยกิจกรรมทางสังคม ไม่ได้รับการมอบหมายสั่งการเป็นการเฉพาะและจะเลือกทำในหัวข้อหรือเรื่องที่สนใจร่วมกันเท่านั้น ซึ่งความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนในกลุ่มชุมชนนักปฏิบัติจะพัฒนาเป็นองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานของคุณและองค์กรต่อไป และจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ ท่ามกลางบรรยากาศสบายๆ ประกอบกับการใช้เทคนิคที่เรียกว่า สนทนาสนทนา (Dialogue) ซึ่งเป็นการสนทนาที่เคารพความคิดเห็นของผู้พูด ให้เกียรติกัน ให้โอกาสกัน และไม่พยายามขัดขวางความคิดใคร และรับฟังผู้อื่นอย่างตั้งใจ

กล่าวโดยสรุป ชุมชนแห่งการเรียนรู้ หรือ ชุมชนนักปฏิบัติ หรือชุมชนแนวปฏิบัติ(Community of Practice: CoP) คือ การรวมตัวกันของกลุ่มคนที่มีความสนใจ ความชอบ ความเชี่ยวชาญเฉพาะตัว หรืออยู่ในแวดวงวิชาชีพเดียวกันรวมตัวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และเรียนรู้ ทั้งความรู้ชัดแจ้ง และความรู้ฝังลึก ทำให้การถ่ายโอนความรู้แบบเชิงลึกเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

องค์ประกอบของชุมชนแนวปฏิบัติ

องค์ประกอบหรือโครงสร้างของชุมชนนักปฏิบัติ มีนักวิชาการได้ให้รายละเอียดไว้ดังนี้

Etienne และคณะ³⁴ ได้ให้ระบุถึงองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญ 3 ประการ ของชุมชนแนวปฏิบัติ ไว้ดังนี้

1. **โดเมน** นับเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมาก ชุมชนต้องถามตัวเองว่า หัวข้อหรือประเด็นใด ที่เราใส่ใจจริงๆ และจะผูกโดเมนเข้ากับกลยุทธ์ขององค์กรได้อย่างไร อะไรคือประเด็นที่ยังไม่ได้แก้ไข พวกเราพร้อมหรือยังที่จะ

³³ กรมการปกครองขับเคลื่อน KM สนับสนุนนวัตกรรมการแก้ไขปัญหาความยากจน. [ออนไลน์] แหล่งที่มา:

http://www.dopa.go.th/web_pages/m03060000/km/km_kn..... [26 กุมภาพันธ์ 2552]

³⁴ Etienne Wenger, Richard McDermott, และ William M.Snyder, ชุมชนแนวปฏิบัติ: การจัดการความรู้สายพันธุ์ใหม่. แปลโดย พูนลาภ อุกทัยเลิศอรุณ (กรุงเทพมหานคร : วีเลิร์น, 2547) หน้า 27-43

รับบทบาทผู้นำในการพัฒนาโดเมน ซึ่งการพิจารณาคำถามประเภทนี้จะช่วยให้ชุมชนพัฒนาความเข้าใจร่วมกันในโดเมนของตน และเข้าใจแรงปรารถนาของสมาชิก

2. **ชุมชน** องค์ประกอบด้านชุมชนจำเป็นต้องได้รับการใส่ใจ การจัดระเบียบและการดูแล อะไรคือบทบาทของสมาชิกแต่ละคน ชุมชนควรพบปะกันบ่อยครั้งเท่าใดและสมาชิกเชื่อมโยงกันอย่างต่อเนื่องได้อย่างไร กิจกรรมแบบใดที่ก่อกำเนิดพลังและพัฒนาความไว้วางใจ การแนะนำสมาชิกใหม่เข้าสู่ชุมชนจะทำในรูปแบบใด ซึ่งการพิจารณาคำถามประเภทนี้จะช่วยให้ชุมชนค้นพบแนวทางเฉพาะตัวสำหรับการดำเนินงาน การสร้างความสัมพันธ์ และการเติบโต
3. **แนวปฏิบัติ** ชุมชนใดก็ตามที่มีการปฏิสัมพันธ์ร่วมกันในโดเมน จะพัฒนาแนวปฏิบัติขึ้นมา ความรู้อะไรที่ ต้องการแลกเปลี่ยน จะจัดกิจกรรมการเรียนรู้ประเภทใด จะจัดคลังความรู้ (knowledge repository) อย่างไรให้สะท้อนถึงการปฏิบัติงานของสมาชิกและง่ายต่อการใช้งาน โครงการพัฒนาใดที่ชุมชนควร ดำเนินการ ที่ใดเป็นแหล่งความรู้และแหล่งเบนซ์มาร์คภายนอกชุมชน ซึ่งคำถามประเภทนี้จะช่วยให้ชุมชน กลายเป็นทรัพยากรด้านความรู้ที่มีประสิทธิผลต่อสมาชิกของตน

นอกจากนี้ Etienne และคณะ ยังเสนอให้มีหลักในการดูแลชุมชนแนวปฏิบัติไว้ 7 ประการดังนี้

- **การออกแบบเพื่อให้เกิดวิวัฒนาการ** เนื่องจากชุมชนแนวปฏิบัติเปรียบเสมือนสิ่งมีชีวิต ดังนั้นการ ออกแบบจึงเป็นการทำให้เกิดวิวัฒนาการ มากกว่าการสร้างใหม่ตั้งแต่เริ่มต้น กฎเกณฑ์ของการ ออกแบบเพื่อให้เกิดวิวัฒนาการคือ องค์ประกอบต่างๆ ของการออกแบบ ที่ช่วยเร่งการพัฒนาของ ชุมชนให้รวดเร็วยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นผู้ประสานงานของชุมชนหรือการประชุมแก้ไขปัญหา ย่อมสามารถเร่ง วิวัฒนาการของชุมชนได้ การออกแบบจะเหมาะสมที่สุดนั้น ขึ้นอยู่กับช่วงระยะของพัฒนาการ สภาพแวดล้อม ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสมาชิก รวมทั้งประเภทความรู้ที่แลกเปลี่ยน
- **การเปิดการสนทนาด้วยมุมมองจากทั้งภายในและภายนอก** การออกแบบชุมชนที่มีประสิทธิผล นั้นเกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่เหมาะสมร่วมกันของสมาชิกในชุมชน ดังนั้นจึงมีเพียงคนในเท่านั้นที่จะ มองเห็นประเด็นที่เป็นแก่นของโดเมน ความรู้สึกที่สำคัญต่อการแลกเปลี่ยน และศักยภาพที่ซ่อนเร้นใน แนวคิด การออกแบบชุมชนที่ดีจะต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาความรู้ และที่สำคัญมุมมองจากภายนอกจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้สมาชิกมองเห็นการนำศักยภาพที่มีอยู่มาใช้

ประโยชน์ร่วมกัน ดังนั้นการออกแบบชุมชนที่ดีจึงควรนำข่าวสารจากภายนอกชุมชนเข้าสู่การสนทนาภายในชุมชน บางครั้งเป็นการให้คำปรึกษาแก่สมาชิกชุมชนเกี่ยวกับบทบาทของชุมชนในองค์กรอื่นๆ หรืออาจหมายถึงการนำ “คนนอก” เข้ามาพูดคุยกับชุมชน การสนทนาเช่นนี้จะทำให้ชุมชนสามารถแสดงบทบาทของผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- **การเชื่อมโยงให้เข้าร่วมด้วยระดับที่ต่างกัน** โครงสร้างที่ดีของชุมชนควรเชื่อมโยงให้มีการเข้าร่วมในระดับที่ต่างกัน ชุมชนมี “ผู้ประสานงาน” ที่คอยเตรียมงานและเชื่อมโยงสมาชิกเข้าหากัน ระดับการมีส่วนร่วมในชุมชนมี 3 ระดับ โดยระดับแรกเป็นกลุ่มคนขนาดเล็กที่เป็น **กลุ่มแกนหลัก** (core groups) ซึ่งเป็นผู้เข้าร่วมในการพูดคุยอย่างกระตือรือร้น โดยจะกำหนดหัวข้อที่ชุมชนควรมุ่งเน้น และขับเคลื่อนชุมชนไปตามวาระการเรียนรู้ที่กำหนดไว้ กลุ่มนี้จัดได้ว่าเป็นหัวใจของชุมชน เมื่อชุมชนเติบโตขึ้น กลุ่มแกนหลักจะรับผิดชอบต่อบทบาทผู้นำในชุมชนเกือบทั้งหมด และสมาชิกในกลุ่มนี้มักจะเป็นผู้ประสานงานชุมชน กลุ่มนี้จะมีขนาดค่อนข้างเล็กเพียงแค่ 10-15 เปอร์เซนต์ของประชากรในชุมชนทั้งหมด ส่วนในระดับถัดไปที่อยู่นอกกลุ่มแกนหลัก คือ **กลุ่มประจำ** (active groups) สมาชิกในกลุ่มนี้เข้าร่วมประชุมเป็นประจำ และมีส่วนร่วมค่อนข้างบ่อยในเวทีของชุมชน แต่ในระดับที่ต่างจากกลุ่มแกนหลัก กลุ่มประจำมีขนาดค่อนข้างเล็กเพียง 15-20 เปอร์เซนต์ของชุมชน สมาชิกชุมชนกลุ่มใหญ่ที่สุดก็คือ **กลุ่มเปลือกนอก** (peripheral) ซึ่งแทบไม่ได้เข้าร่วมในชุมชนเลย ในทางตรงข้าม พวกเขาจะอยู่ที่รอบนอกคอยดูปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกแกนหลักและสมาชิกประจำ บางคนไม่มีเวลาสำหรับการเข้าร่วมอย่างจริงจัง
- **การเสริมสร้างให้เกิดทั้งพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ส่วนตัว** ชุมชนที่มีพลวัตจะเต็มไปด้วยการเชื่อมโยงที่เกิดขึ้นทั้งในพื้นที่สาธารณะ (public spaces) ของชุมชน เช่น การประชุมและเว็บไซต์ และในพื้นที่ส่วนตัว (private spaces) เช่น ความสัมพันธ์ส่วนตัวของสมาชิกในชุมชน ชุมชนเกือบทุกแห่งจะจัดกิจกรรมเพื่อให้สมาชิกเข้าร่วม ไม่ว่าจะเป็นแบบพบปะกันหรือผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อแลกเปลี่ยนเคล็ดลับ แก้ไขปัญหาหรือมองหาแนวทาง หรือเทคนิคใหม่ๆ กิจกรรมเหล่านี้มีการเปิดกว้างให้แก่สมาชิกในชุมชน
- **การมุ่งเน้นที่คุณค่า** ชุมชนขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้ด้วยการส่งมอบคุณค่าให้แก่องค์กร ที่งาน ที่สมาชิกชุมชนประจำอยู่ และตัวสมาชิกเอง คุณค่าเป็นกุญแจดอกสำคัญของชุมชน ทั้งนี้เพราะการเข้าร่วมในชุมชนเกือบทุกแห่งนั้นเกิดจากความสมัครใจ โดยคุณค่าในระยะเริ่มต้นนั้นมักเกิดจากการมุ่ง

แก้ไขปัญหที่กำลังเผชิญอยู่และความจำเป็นของสมาชิกชุมชน แต่เมื่อชุมชนเติบโตขึ้นการพัฒนาองค์ความรู้ที่เป็นระบบ และสามารถเข้าถึงได้โดยง่ายกลับมีความสำคัญมากขึ้น องค์ประกอบสำคัญในการออกแบบเพื่อคุณค่านั้น คือ การสนับสนุนให้สมาชิกเปิดเผยคุณค่าของชุมชนที่เกิดขึ้น วัตถุประสงค์ของการพูดคุยดังกล่าวก็เพื่อเพิ่มการตระหนักรู้ในหมู่สมาชิกชุมชนมากกว่าการเก็บข้อมูล

- **การผสมผสานระหว่างความคุ้นเคยและความตื่นตัว** ชุมชนที่ประสบความสำเร็จจะเสนอความสะดวกสบายที่สร้างความคุ้นเคย และกิจกรรมที่จัดขึ้นอย่างหลากหลายเพียงพอที่จะทำให้แนวคิดและผู้คนใหม่ๆ ไหลเวียนเข้าสู่ชุมชน เมื่อชุมชนเติบโตขึ้นก็เริ่มเกิดความกังวลเกี่ยวกับรูปแบบการประชุม เช่น การประชุมทางโทรศัพท์ การใช้เว็บไซต์ และกิจกรรมต่อเนื่องอื่นๆ ความคุ้นเคยในเหตุการณ์เหล่านี้สร้างความสบายใจจนถึงระดับที่เชื่อเชิญให้เกิดการพูดคุยโดยตรงไปตรงมา ชุมชนได้กลายเป็น “สถานที่” ซึ่งผู้คนมีอิสระในการถามเพื่อขอคำแนะนำอย่างตรงไปตรงมา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และทดลองนำแนวคิดที่ยัง ไม่สมบูรณ์มาใช้ นอกจากนี้ชุมชนยังเป็นสถานที่ซึ่งผู้คนสามารถหยุดแวะฟังเกี่ยวกับเครื่องมือล่าสุด แลกเปลี่ยนกันในเชิงเทคนิคหรือพูดคุยเกี่ยวกับประเด็นทางเทคนิค โดยไม่ต้องกลัวว่าจะนำไปสู่แผนการปฏิบัติอย่างจริงจัง
- **การสร้างจังหวะให้กับชุมชน** จังหวะของชุมชนเป็นตัวชี้วัดที่แข็งแกร่งที่สุดของความมีชีวิตชีวาไม่ว่าจะเป็นการลดระดับของเหตุการณ์ที่คุ้นเคยและเหตุการณ์ที่น่าตื่นตัว ความถี่ในการปฏิสัมพันธ์ส่วนบุคคลเข้าออกของคนที่อยู่เปลือกนอกจนเปลี่ยนไปสู่การมีส่วนร่วมเป็นประจำ นอกจากนี้การผสมผสานระหว่างเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนแนวคิดกับโครงการเพื่อพัฒนาเครื่องมือ ก็ยังช่วยส่งเสริมการเชื่อมโยงแบบเป็นกันเอง และเชื่อมโยงการดำเนินการที่มีทิศทางของชุมชน แต่ทั้งนี้ไม่มีจังหวะการเดินที่ถูกต้องเสมอสำหรับทุกชุมชน และจังหวะเหล่านี้ก็มักจะเปลี่ยนไปเมื่อชุมชนเริ่มมีวิวัฒนาการ และการค้นหาจังหวะที่เหมาะสมในแต่ละช่วงนั้นนับเป็นกุญแจดอกสำคัญไปสู่การพัฒนาของชุมชน

ส่วนนักวิชาการในประเทศไทยได้กล่าวถึงองค์ประกอบของชุมชนแนวปฏิบัติไว้ ดังนี้ รศ. ดร. อนุชาติ

พวงสำลี³⁵ ระบุว่า การวิเคราะห์ชุมชนแนวปฏิบัตินี้ วางอยู่บนสมมุติฐานสำคัญ 2 ประการ คือ

³⁵ อนุชาติ พวงสำลี ดร. รศ. ชุมชนนักปฏิบัติ: แนวคิดและกรอบวิเคราะห์. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://gotoknow.org/blog/opqdkm/11993>

1. เชื่อว่าในองค์กรหรือสถาบันใดๆ ก็ตาม ย่อมมีความพยายามในการจัดการความสัมพันธ์ของการทำงานในแนวราบ (ที่ไม่ใช่เพียงแต่ความสัมพันธ์ในเครือญาติหรือเพื่อนพ้องเท่านั้น) ความสัมพันธ์นั้นมิได้อยู่ในองค์กรอยู่แล้ว และเป็นความรู้ที่แฝงเร้น ซึ่งอาจเรียกว่าเป็น “หน่ออ่อนของชุมชนแนวปฏิบัติ” แต่ชุมชนแนวปฏิบัติเหล่านี้ ไม่สามารถพัฒนาให้เติบโตและเข้มแข็งได้เพราะระบบความสัมพันธ์ในแนวตั้งนั้น มีความเข้มแข็งมากกว่ามาโดยตลอด
2. ในบริบทของการจัดการความรู้ (Knowledge Management) นั้น สิ่งที่เรามุ่งหวังคือ “การล้อมสร้าง” ให้ชุมชนแนวปฏิบัติที่มีอยู่แต่ยังไม่แข็งแรงหรือยังไม่มีการติดตาม ได้สามารถก่อเกิด พัฒนาและเติบโตขึ้นอย่างเต็มตามศักยภาพ ซึ่ง “การล้อมสร้าง” นี้ จะต้องทำอย่างมีวิชาความรู้ มิใช่ทำแบบเป็นไปตามสัญชาตญาณ นั่นคือ ต้องมีการรอบการคิดวิเคราะห์และแนวทางการส่งเสริมพัฒนาที่เหมาะสม สอดคล้องกับบริบทหรือวัฒนธรรมขององค์กรนั้นๆ

ซึ่งมีองค์ประกอบเกี่ยวกับชุมชนแนวปฏิบัติ ดังนี้

- พัฒนาการหรือการก่อเกิดของกลุ่ม ว่ามีประวัติความเป็นมาอย่างไร อะไรคือสิ่งจูงใจหรือความสนใจร่วมกัน การเกิดขึ้นของกลุ่มเกิดในภาวะหรือบริบทเช่นไร เป็นการเกิดขึ้นโดยธรรมชาติหรือเกิดจากภาวะวิกฤตร่วมกัน เหตุผลในการก่อเกิดคืออะไรในทัศนะของสมาชิกกลุ่ม ภาวะผู้นำในการเกิดและดำรงอยู่เป็นอย่างไร ในอดีตนั้นกลุ่มมีการเผชิญอุปสรรคอย่างไร และฝ่าฟันมาได้ได้อย่างไร กลุ่มมีกระบวนการและแนวทางการจัดการความขัดแย้งอย่างไร มีขนาดและการเปลี่ยนแปลงจำนวนสมาชิกกลุ่มอย่างไร
- Core Business, Core Value และ Key Success คืออะไร กล่าวคือ กลุ่มเกิดขึ้นเพื่อทำอะไร เช่น กลุ่มการวิจัย มีหัวข้อที่สนใจร่วมกันคืออะไร กลุ่มมีความเชื่อพื้นฐานร่วมกันอย่างไร อาจรวมถึงวิสัยทัศน์ร่วมของกลุ่มคืออะไร อะไรคือเป้าหมายหรือธงชัยของกลุ่ม ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของกลุ่มที่ผ่านมาคืออะไร และอะไรคือประเด็นความภาคภูมิใจของสมาชิกกลุ่มร่วมกัน
- ระบบความสัมพันธ์ของสมาชิก สมาชิก ของกลุ่มมีระบบความสัมพันธ์เป็นอย่างไร กลุ่มมีความผูกพันกันแบบไหน ความแนบแน่นของกลุ่มเป็นอย่างไร ภาวะผู้นำเป็นอย่างไร ระบบและเครื่องมือการสื่อสารภายในกลุ่มเป็นอย่างไร อะไรคือช่องทางการสื่อสารหลัก ความสัมพันธ์ของกลุ่มมีลักษณะของความ

เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ ทรัพยากรและโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อให้กลุ่มดำรงอยู่ได้คืออะไร
อย่างไร

- ความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับภายนอก โดยสังเกตว่า กลุ่มมีพัฒนาการและดำรงอยู่ได้นั้น มีระบบความสัมพันธ์หรือความช่วยเหลือจากภายนอกหรือไม่ อย่างไร ทั้งความช่วยเหลือในทางเทคนิค ทรัพยากร เทคโนโลยี และอื่นๆ
- ความยั่งยืนของกลุ่ม ประเด็นนี้คงต้องมีการวิเคราะห์ใน 2 มิติ คือมิติของมุมมองภายใน (Emic view) ของสมาชิกกลุ่มเองที่มองความยั่งยืนของกลุ่มเป็นอย่างไร ต้องการการหนุนเสริมจากภายนอกหรือไม่ อย่างไร และมิติของมุมมองจากภายนอกหรือผู้วิจัยเอง (Ethic view) ว่าใน ฐานะคนภายนอกที่มองเข้าไปนั้น เห็นว่ากลุ่มมีความยั่งยืนหรือไม่ อย่างไร จุดอ่อนจุดแข็งของกลุ่มคืออะไร ปัจจัยและโอกาสที่จะเอื้อให้กลุ่มพัฒนาและยั่งยืนคืออะไร อย่างไร
- ระบบการจัดการจัดการความรู้ ประเด็นสุดท้ายนี้คงมีความสำคัญและสอดคล้องกับการจัดการความรู้ว่า การดำรงอยู่ของกลุ่มเช่นนี้นั้น มีการพัฒนาระดับความรู้อย่างไร มี feedback loop ของ การจัดการความรู้หรือไม่ อย่างไร

กล่าวโดยสรุป ชุมชนแนวปฏิบัติ คือ เป็นการรวมตัวอย่างสมบูรณ์ภายใต้การสร้างและแลกเปลี่ยน ความรู้ความสามารถที่มีความซับซ้อน ซ่อนเร้น และสามารถถ่ายโอนได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล โดยการเชื่อเชิญของคนในชุมชนเอง ซึ่งภายในกลุ่มชุมชนนั้นได้ตกลงรวมตัวกันภายใต้หัวข้อความรู้ที่พวกเขา มีแรงปรารถนา ร่วมกัน และต้องการพัฒนาความรู้ในหัวข้อดังกล่าวให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น แล้วนำ ความรู้ที่ได้ไปใช้ในงานประจำของตน ภายใต้องค์ประกอบ 3 ด้าน ซึ่งจะขาดอย่างใดอย่างหนึ่งไม่ได้ ดังต่อไปนี้

- โดเมน (Domain) หมายถึง หัวข้อความรู้ที่ชุมชนมีแรงปรารถนา (Passion) ร่วมกัน
- ชุมชน (Community) คือ การรวมตัวกันของชุมชนอย่างสนิทสนม ไม่เพียงแต่รู้จักกัน แต่มีความไวใจกัน
- แนวปฏิบัติ (Practice) คือ ผลลัพธ์ที่เกิดจากการรวมตัวกันของสมาชิกชุมชน โดยเป็นความรู้ในรูปแบบ ต่างๆ ที่สมาชิกในกลุ่มร่วมกันสร้างขึ้น และนำความรู้ที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการทำงาน และนำ ความรู้นั้นไปป้อนเข้าให้ชุมชนอีกครั้งหนึ่ง เป็นวงจร

โดยมีหลักในการวิเคราะห์องค์ประกอบของชุมชนแนวปฏิบัติได้ดังนี้

- ลักษณะการเกิดของกลุ่มชุมชนปฏิบัติ โดยออกแบบเพื่อให้เกิดพัฒนาการ โดยมี Core business, Core value, key success เดียวกัน
- การเปิดการสนทนาด้วยมุมมองจากทั้งภายในและภายนอกระบบความสัมพันธ์ของสมาชิก
- การเชื้อเชิญให้เข้าร่วมด้วยระดับที่ต่างกัน โดยมีกลุ่มแกนหลัก (เป็นกลุ่มคนค่อยๆขับเคลื่อนชุมชนให้ เป็นไปตามเป้า) กลุ่มประจำ(คนประสานงาน เข้าร่วมชุมชนบ่อย) และกลุ่มเปลือกนอก (ไม่ค่อยได้เข้า ร่วม)
- ควรเสริมสร้างให้เกิดทั้งพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ส่วนตัว
- การมุ่งเน้นที่คุณค่า
- การผสมผสานความคุ้นเคยและความตื่นตัว
- การสร้างจังหวะให้กับชุมชน

การจัดการความรู้ในยุคสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Society) ในยุคดิจิทัลอย่าง ในปัจจุบันนี้ เทคโนโลยีมาส่วนช่วยให้กระบวนการจัดการความรู้ให้สะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ช่วยส่งเสริมในกระบวนการ เผยแพร่ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการนำความรู้ไปใช้

ในงานวิจัยของมนัสชล หิรัญรัตน์³⁶ เรื่องสารานุกรมวิกิพีเดียภาษาไทยและการสื่อสารความรู้สู่ สาธารณะ ระบุว่า ยิ่งความรู้มีลักษณะซ่อนเร้น ลุ่มลึก และสมบูรณ์มากเพียงใด ก็ยิ่งต้องใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย เพื่อให้คนสามารถแลกเปลี่ยนความรู้นั้นได้โดยตรงมากยิ่งขึ้น การถ่ายทอดความรู้ขนาดใหญ่ในบริษัทระดับโลก ทั้งหมดจะเกิดขึ้นไม่ได้เลยหากไม่มีเครื่องมือช่วยจากเทคโนโลยีสารสนเทศ แต่สิ่งที่จะกำหนดว่าการถ่ายทอด ความรู้ประสบความสำเร็จหรือไม่ก็คือคุณค่า บรรทัดฐาน และพฤติกรรมต่างๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นวัฒนธรรม ขององค์กร ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จของการถ่ายทอดความรู้ก็คือ การพูดคุยภาษาเดียวกัน ดังนั้นการมี พื้นฐานร่วมกันจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก ซึ่งจะช่วยให้การถ่ายทอดความรู้จะประสบความสำเร็จได้ง่ายยิ่งขึ้น

³⁶ มนัสชล หิรัญรัตน์, “สารานุกรมวิกิพีเดียภาษาไทยและการสื่อสารความรู้สู่สาธารณะ,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย สาขาวิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549), หน้า 14

มนัสชล หิรัญรัตน์³⁷ ยังกล่าวอีกด้วยว่า คอมพิวเตอร์กับระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือชั้นยอดสำหรับช่วยเพิ่มความเร็วของความรู้ บทบาทที่มีคุณค่ามากที่สุดของเทคโนโลยีก็คือ มันสามารถขยายขอบเขตของการค้นหาความรู้และช่วยให้การถ่ายทอดความรู้กระทำได้อย่างรวดเร็ว

กล่าวได้ว่า การพัฒนาการของเทคโนโลยีจากเว็บ 1.0 มาสู่ เว็บ 2.0 ส่งผลให้เกิดเครื่องมือสื่อสารชนิดใหม่บนสื่ออินเทอร์เน็ต คือ เว็บล็อก หรือที่คนทั่วไปเรียกว่า บล็อก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอลำถึงเทคโนโลยีที่เชื้อให้กระบวนการจัดการความรู้ และชุมชนแนวปฏิบัติ ในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ ในปัจจุบันอย่าง “บล็อก” ในรายละเอียด ดังนี้

เว็บล็อก vs เว็บไซต์

เว็บล็อก หรือ บล็อกอย่างที่คนทั่วไปเรียกนั้น มีความแตกต่างจากเว็บไซต์โดยมีผู้กล่าวถึง ดังนี้

เดชา ไชยเมือง³⁸ ได้ให้ความแตกต่างระหว่างบล็อกกับเว็บไซต์ว่า “บล็อก คือ เว็บไซต์รูปแบบหนึ่ง แต่แตกต่างกันที่ความเป็นส่วนตัว ความเป็นกันเองระหว่างเจ้าของบล็อกกับผู้ใช้ และเนื้อหาภายในบล็อกจะเน้นการสื่อสารด้วยภาษาที่เรียบง่ายเป็นภาษาชาวบ้านทั่วไป ส่วนเว็บไซต์นั้น ความใกล้ชิดกันระหว่างผู้ดูแลเว็บไซต์กับผู้ใช้ ค่อนข้างที่จะห่างเหินไปกัน ภาษาที่ใช้ในเว็บไซต์จะเป็นด้านวิชาการ มีความน่าเชื่อถือมากกว่า กอปรกับการจัดการที่ยากขึ้น เพราะเว็บไซต์เป็นอะไรที่ใหญ่ วุ่นวาย ต้องบริหารจัดการหลาย ๆ ระบบ ให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการเผยแพร่ หรือจัดเก็บ แต่สำหรับบล็อก การจัดการแสนจะง่าย ไม่ยุ่งยาก ขอเพียงแค่คิดเป็นทำเป็น และเลือกที่จะเปิดโปงในสิ่งที่ตนถนัดเท่านั้น”

นอกจากนี้ จากงานวิจัยของ พรพรรณ ชินพวงสนัน³⁹ เรื่องการศึกษาเปรียบเทียบคุณค่าของบล็อกกับเว็บไซต์ และได้อารีออนไลน์ สรุปได้ว่า บล็อก คือ โปรแกรมสำเร็จรูปที่ถูกพัฒนามาจากไดอารีออนไลน์ เป็นพื้นที่ให้บริการในโลกไซเบอร์ที่ทุกคนสามารถสร้างได้เอง ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการบันทึกเรื่องราวต่างๆ

³⁷ ในที่เดียวกัน (2549: 15)

³⁸ เดชา ไชยเมือง. WordPress กระแทกใจ บล็อกเกอร์วัยจิ๋ว. (สมุทรปราการ: พงษ์วินการพิมพ์, 2550). อ้างถึงใน อาภินันท์ ศรีมา, Weblog การสื่อสารแนวใหม่บนโลกอินเทอร์เน็ต [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.fm100cmu.com/blog/apinanun/content.php?id=444> [25 ธันวาคม 2551]

³⁹ พรพรรณ ชินพวงสนัน, “การศึกษาเปรียบเทียบคุณค่าของบล็อกกับเว็บไซต์ และได้อารีออนไลน์,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549)

สามารถบันทึกทั้งเรื่องราว รูป เสียง และจัดลูกเล่นให้ดึงดูดคนทั่วไปเข้ามาอ่านและโต้ตอบแสดงความคิดเห็นได้ ซึ่งบล็อกมีความแตกต่างจากเว็บไซต์ในด้านความสะดวกง่ายและรวดเร็วในการใช้งานมากกว่าเว็บไซต์

โดยทั่วไปแล้ว บล็อกจะมีความเป็นส่วนตัวมากกว่าเว็บไซต์ทั่วไป บล็อกจะถูกสร้างขึ้นจากคน ๆ เดียว และข้อมูลที่เขียนก็จะมาจากคน ๆ เดียว เรื่องที่เขียนถือเป็นความคิดเห็นส่วนตัวของคน ๆ นั้นเท่านั้น ทำให้คนธรรมดาทั่วไปทุกคน ได้แสดงความคิดเห็นที่เป็นของตัวเองโดยไม่ต้องผ่านสื่อใดๆ ที่อาจจะคอยกั้นกรองเรื่องราว เพียงเพราะว่าสิ่งนั้นๆ ไม่ได้ได้รับความเห็นชอบจากคนส่วนใหญ่ในสังคม หรือข้อจำกัดเรื่อง "เนื้อที่" ในกรณีที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร จะถูกจำกัดเรื่อง "หน้ากระดาษ" และ เรื่อง "เวลา" ถ้าเป็นสื่อวิทยุหรือโทรทัศน์ ทำให้ไม่สามารถนำเสนอข้อมูลทั้งหมดได้ตามความต้องการ ในประเทศที่ประชาชนทั่วไปเชื่อว่า เนื้อหาต่าง ๆ ถูกควบคุม หรือ เซ็นเซอร์ อาทิ จีน เกาหลีเหนือ หรือในประเทศที่ประชาชนมีความเป็นตัวของตัวเองสูง เชื่อมั่นในความเชื่อของตัวเองอย่างสหรัฐอเมริกา ไม่ว่าใครก็สามารถสร้างบล็อกขึ้นมาเองได้ ซึ่งขณะนี้ สามารถทำบล็อกได้ฟรี ๆ จากหลายเว็บไซต์ ซึ่งคนแทบทุกคน สามารถเป็น "สื่อ" ได้ด้วยตัวเอง⁴⁰

อาภินันท์ ศรีมา⁴¹ ระบุว่า สำหรับเนื้อหาในบล็อกนั้น เป็นได้ทั้งข้อความ รูปภาพ (PhotoBlog) และ วิดีโอ (Vlog) และเนื้อหาหรือโพสต์ (Post) แต่ละชิ้น จะถูกจัดเก็บเป็นหน้าๆ แยกเป็นอิสระจากกัน แต่ละหน้าจะมีที่อยู่ของตัวเอง ซึ่งเรียกว่า Permalink ทำให้สามารถสืบค้นเมื่อใดก็ได้ ด้วยเครื่องมือค้นหาบล็อก อย่างเช่น Technorati โดยเฉลี่ยแล้ว Technorati สามารถค้นพบบล็อกที่เขียนใหม่ได้ถึง 50,000 ชิ้นต่อชั่วโมง ธรรมชาติของ Blog มีความเป็นสังคม เพราะ Blog เป็นสื่อที่เปิดสู่สาธารณะ (อาจจะไม่จำกัดหรือจำกัดภายในกลุ่มเฉพาะก็ได้) นอกจากนี้ ในหน้าเว็บของ Blog จะมี "Blogroll" ซึ่งจะอยู่ด้านข้างของหน้า Blog อันเป็นรายชื่อของลิงค์ที่เชื่อมไปสู่ Blog อื่นๆ ที่เจ้าของ Blog หรือ Blogger แนะนำให้ผู้อ่านแวะเข้าไปอ่านข้อมูลเพิ่มเติมอื่นๆ ที่น่าสนใจ

สรุปว่า บล็อก คือ โปรแกรมสำเร็จรูปที่ถูกสร้างพัฒนาขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้งานหรือบล็อกเกอร์ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการข้อมูลส่วนตัว โดยมีการจัดลำดับข้อมูลตามลำดับวันที่ สามารถจัดข้อมูลทั้งในรูปแบบข้อความ ภาพ หรือเสียง ซึ่งสามารถใส่ลูกเล่นได้ตามรูปแบบที่ผู้ให้บริการพื้นที่บล็อก (Blog Host Service) จัดไว้ให้ กล่าวคือ ข้อมูลที่มีการเขียนล่าสุดจะถูกจัดให้อยู่บนสุด และมีการทำข้อมูลให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ

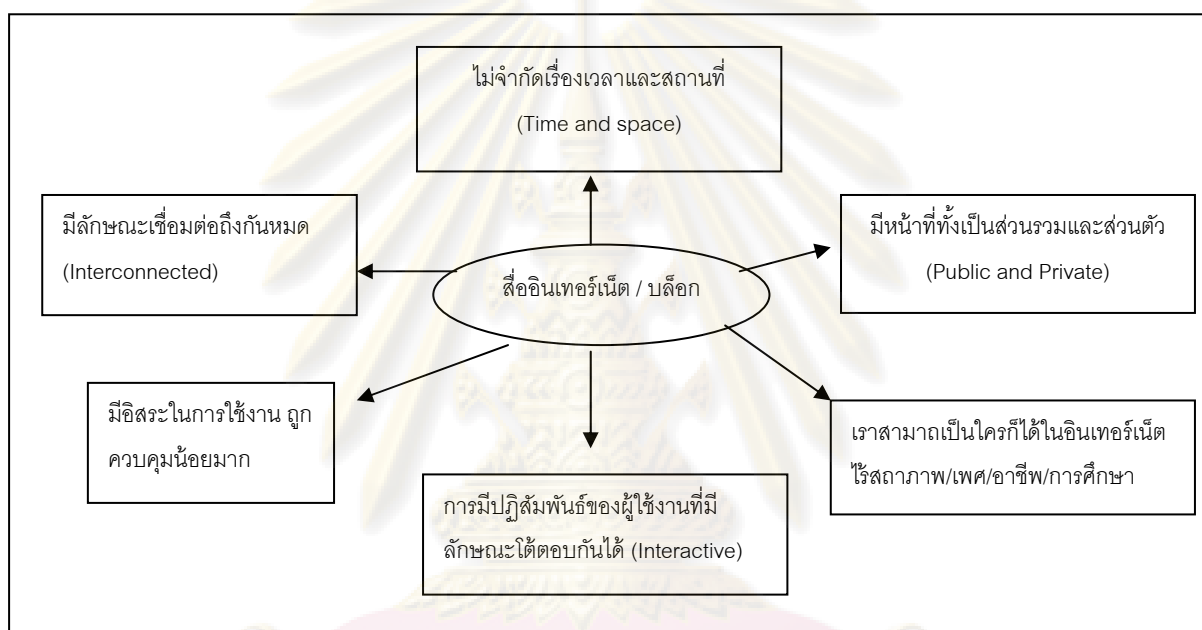
⁴⁰ อาภินันท์ ศรีมา, Weblog การสื่อสารแนวใหม่บนโลกอินเทอร์เน็ต 6 สิงหาคม 2551 [ออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.fm100cmu.com/blog/apinanun/content.php?id=444> [25 ธันวาคม 2551]

⁴¹ ในที่เดียวกัน

โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ หัวเรื่อง เนื้อหา และวันที่ ซึ่งคุณลักษณะสื่อประเภทเว็บล็อกที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต มีคุณลักษณะเด่นซึ่งผู้วิจัยดัดแปลงมาจากคุณลักษณะเด่นของสื่ออินเทอร์เน็ตที่อ้างในวิทยานิพนธ์ของ พรพรรณ ชินพวงสานนท์ดังรูปภาพต่อไปนี้

รูปภาพที่ 2.4 แสดงลักษณะเด่นของบล็อกในสื่ออินเทอร์เน็ต

ดัดแปลงมาจากพรพรรณ ชินพวงสานนท์⁴² (2550:1)



จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเว็บล็อกพบว่าในประเทศไทยยังมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับเว็บล็อกยังอยู่ปริมาณในน้อย แตกต่างจากงานวิจัยเกี่ยวกับเว็บล็อกในต่างประเทศที่มีอยู่อย่างมากมายและแพร่หลาย ทั้งที่ศึกษาทั้งในมิติของบล็อกเกอร์ และในมิติของผู้ใช้งานบล็อก ยกตัวอย่างเช่น งานวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของเว็บล็อกในฐานะที่เป็นสื่อมวลชน (Citizen journalist) ของ Gillmor และ Lusica, งานวิจัยที่ศึกษาถึงลักษณะการมีส่วนร่วมของชุมชนบล็อกของ Anita Blanchard, งานวิจัยที่ศึกษาถึงแรงจูงใจต่างๆ ที่ทำให้บุคคลเขียนบล็อกของ Nardi, Schiano และ Gumbrecht และงานวิจัยที่ศึกษาเว็บล็อกในฐานะที่เป็นการสื่อสารรูปแบบใหม่ (New communication genre) ของ Herring et al. และของ Papacharissi เป็นต้น ซึ่งจะกล่าวถึงต่อไปในส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

⁴² ในที่เดียวกัน (2550: 1)

บทบาทของบล็อกในกระบวนการจัดการความรู้ในประเทศไทย

ในอดีตที่คนเขียนบล็อก หรือบล็อกเกอร์ ต้องทำในระบบ Manual คือ เขียนเองทีละหน้า บล็อกในอดีตก็คือ เว็บไซต์นั่นเอง ซึ่งการเขียนอ็อปเดทเว็บไซต์ต้องใช้ความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ทำให้การเขียนเว็บไซต์ หรือบล็อกในช่วงแรกบนอินเทอร์เน็ตถูกจำกัดอยู่เพียงคนเฉพาะกลุ่มเท่านั้น แต่ในปัจจุบันมีซอฟต์แวร์ที่สนับสนุนให้บุคคลสามารถมีบล็อกเป็นของตนเอง ได้สะดวกมากขึ้น เช่น Wordpress, Typepad และอื่นๆ และตลอดจนมีผู้ให้บริการฟรีบล็อก (Blog-Host Service) มากมาย เช่น Gotoknow.org, Bloggang.com, Exteen.com, Oknation.net เป็นต้น

วิจิต ฆาเวหา⁴³ กล่าวว่า จุดเด่นของ บล็อก นอกจากจะเป็นเครื่องมือสื่อสารกันระหว่างผู้เขียนบันทึก และผู้เข้ามาอ่าน รวมถึงการแสดงความคิดเห็น (Comment) กับบันทึกที่ได้อ่าน ความสามารถเด่นอีกประการที่ทำให้บล็อกเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ก็คือ เป็นเครื่องมือที่ใช้เป็นพื้นที่เก็บแหล่งสารสนเทศ ความรู้ ไม่ว่าจะเป็นความรู้แบบชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ที่สามารถถ่ายทอดสื่อสาร เช่น เอกสาร คู่มือ ตำราต่างๆ และความรู้ที่ฝังลึก (Tacit Knowledge) ที่เป็นความรู้ของแต่ละบุคคลที่เกิดจากการปฏิบัติ ตรงนี้เองถือเป็น คลังความรู้ (Knowledge Asset) ที่บุคคลจำนวนมากได้เขียนเรื่องราวต่างๆ เอาไว้ และเมื่อเกิดการรวมตัวกันของแต่ละบุคคลที่สนใจเรื่องเดียวกัน เรียกว่า คอเดียวกันก็จะกลายเป็นรูปแบบของ เครือข่าย (Community) และในที่สุดก็เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศ และความรู้จากบล็อก ด้วยความรู้ทั้ง 2 แบบแล้วจึงเกิดเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ (Knowledge base Society) สังคมที่ใช้ความรู้เป็นฐานการทำงานหรือกิจกรรมใดของชีวิตก็ล้วนแล้ว แต่ต้องใช้ความรู้เป็นพื้นฐานสำคัญทั้งสิ้น

ประโยชน์ของเว็บบล็อกในการจัดการความรู้

นิติรัฐ ฆาเวหา ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการใช้บล็อกในการจัดการความรู้ไว้ 8 ข้อ ดังนี้⁴⁴

⁴³ วิจิต ฆาเวหา, "Blog กับการจัดการความรู้," เอกสารการอบรม ศูนย์พัฒนาทรัพยากรศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2550 หน้า 1-2 (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่) หน้า 3-5

⁴⁴ นิธิรัฐ กิติวิสาร, "Blog: กระแสนิยมบนโลกอินเทอร์เน็ต พลิกโฉมการจัดการความรู้ในองค์กร" (กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์และบุคลากรทางการศึกษา, 2548) หน้า 1

1. บล็อกเป็นเครื่องมือสร้างความรู้

การเขียนบล็อก สำหรับบันทึกเล่าเรื่องราว ข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ต่างๆ ในสิ่งที่ผู้เล่าสนใจ เป็นการถ่ายทอดสิ่งที่ถูกบันทึกไว้ในสมองลงสู่ตัวหนังสือ การเขียนต้อง มีอิสระทางความคิดในรูปแบบที่เป็นตัวของตัวเอง จะช่วยอำนวยความสะดวกในการดึงเอาความรู้ฝังลึกถูกแสดงออกมาได้โดยไม่ยากนัก ดังแสดงในรูปแบบ

รูปภาพที่ 2.5 ตัวอย่างบล็อกที่ใช้บล็อกเป็นเครื่องมือสร้างความรู้

เวลาผมพูดว่า “ล้มเหลว” ผมหมายถึงการที่องค์กรไม่สามารถสนองตอบต่อพันธกิจ (Mission) ที่กำหนดไว้ หรือไปไม่ถึงเป้าหมาย (Goal) ไม่เป็นไปตามวิสัยทัศน์ (Vision) ที่มุ่งมาดปรารถนา จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ผมขอสรุปว่าองค์กรส่วนใหญ่ “ไปไม่ถึงไหน” ด้วยสาเหตุใหญ่ๆ ดังนี้คือ **“อ่อนจัดการ บริหารไม่เป็น ไม่ได้เน้นนวัตกรรม”**

สาเหตุที่ 1 – “อ่อนจัดการ” ผมหมายถึง การจัดการกับเรื่อง Routine ทั่วๆ ไป ซึ่งหมายถึง การใช้ข้อมูลและความรู้ในการตัดสินใจ ดำเนินงาน Keywords ในข้อนี้ก็คือ การแก้ปัญหา (problem – solving) การใช้ข้อมูลสารสนเทศ (information) และการจัดการความรู้ (knowledge management) ของใคร่ใคร่ที่ไม่ใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจ ไม่ใช่ความรู้ในการทำงาน ไม่ใช่ใจในการแก้ปัญหา และไม่ได้เรียนรู้จากปัญหา ก็น่าจะจัดว่าเป็นองค์กรที่ “อ่อนในเรื่องการจัดการ”

สาเหตุที่ 2 – “บริหารไม่เป็น” ผมกำลังพูดถึงหลักการบริหาร (Management) ด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการบริหารเงิน (Financial Management) การบริหารคน (HR Management) การบริหารตลาด (Marketing Management) การบริหารคุณภาพ (Quality Management) หรือ การบริหารกระบวนการ (Process Management) ก็ตาม จริงๆ แล้วผมว่าคนไทยที่เรียนทางด้านบริหารมานั้นมีมากมายเหลือเกิน แต่ผมก็อดแปลกใจไม่ได้ ว่าทำไมในหลายๆ องค์กร ก็ยังมีปัญหาด้านการบริหารอยู่ค่อนข้างมาก หรือว่าศาสตร์ด้านการบริหารที่ร่ำเรียนกันมานั้นใช้ไม่ได้ในสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน สิ่งที่เราเรียนกันมันล้าสมัยหรือเปล่า? หรือว่ามันเป็นหลักการที่นำมาจากบริบทของทางตะวันตก ไม่เหมาะสม และใช้ไม่ได้กับบริบทของสังคมไทย? ผมเองก็ได้แต่ตั้งคำถามเหล่านี้ . . . โดยที่ยังไม่มีคำตอบครับ

สาเหตุที่ 3 – “ไม่ได้เน้นนวัตกรรม” นวัตกรรมเป็นคำที่ “ใหญ่” เพราะไม่ได้หมายถึงแค่ความสามารถในการ “คิด” อย่างสร้างสรรค์ แต่ยังรวมความไปถึงความสามารถในการ “ทำ” ให้ความคิดนั้น เป็นจริงขึ้นมา เรียกได้ว่าเป็นความสามารถทั้งทางด้านการคิด การผลิต และการตลาด เลยทีเดียว องค์กรที่จะสามารถสร้างนวัตกรรมได้ จะต้องเป็นองค์กรประเภทที่มีวัฒนธรรมในการสร้างภาวะผู้นำให้กับคนทุกระดับ (Leadership at all level) คือทุกคนมีอิสระที่จะคิด ที่จะทำ โดยสิ่งที่คิด และทำนั้น จะต้องนำไปสู่เป้าหมาย วิสัยทัศน์ ขององค์กรด้วย เรียกได้ว่าผู้บริหารสูงสุดจะต้องให้ “ทิศทาง” ไปพร้อมๆ กับการให้ “อิสระ” แก่ผู้ที่ดำเนินการด้วย ผมและทุกคนที่ สสส. รู้ว่าเราโชคดีที่ได้ทำงานในองค์กรที่มีวัฒนธรรมเช่นนี้

ความเป็นผู้รู้ของตนเอง หรือผู้เล่าบางท่านอาจตระหนักรู้ว่าคุณเองมีความรู้ฝังลึกอยู่ แต่ความรู้ไม่เคยได้ถูกเรียบเรียงหาเหตุผลสนับสนุนต่อยอดความถูกต้องของความรู้นี้ ได้โยงความ สัมพันธ์ของเรื่องเล่าของตนเองและสร้างความน่าเชื่อถือและ ความถูกต้องของความรู้ฝังลึกให้เกิดขึ้นได้ และการเขียนบล็อก อยู่เป็นประจำก็สามารถนำมาสู่การสร้างขุมความรู้ (Knowledge Assets) อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ การเก็บรวบรวม

และการแก้ไขหรือเพิ่มเติมความรู้ก็ทำได้โดย สะดวกรวดเร็ว ส่วนระบบบล็อกที่เป็นแบบชุมชน เช่น Gotoknow.org จะยิ่งช่วยให้ชุมชนความรู้ถูกร่วมมือกันสร้างขึ้นได้อย่างรวดเร็วกลายเป็นชุมชนความรู้ที่เชื่อมโยง

2. บล็อกเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความรู้

โดยหลักการของบล็อก คือ การเผยแพร่เรื่องราวที่ผู้เขียนเขียนไว้บนบล็อก เพื่อแสดงตัวตนของผู้เขียน ออกสู่สาธารณชน ซึ่งนั่นหมายถึง บล็อก ย่อมมีความสามารถในการ สนับสนุนการเข้าถึงความรู้ได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว ทั้งนี้ที่ผู้เขียนมีการเพิ่มเติมหรือแก้ไขความรู้ที่มีอยู่บนบล็อก ซึ่งบล็อกเกือบทุกที่ จะมีไฟล์ RSS (Really Simple Syndication) อยู่บนเว็บไซต์ ในรูปของกราฟฟิกเล็กๆ สีส้ม เขียนว่า XML หรือ RSS หรือ ATOM หรือ อาจอยู่ในรูปของลิงค์ที่เป็นข้อความที่เขียนว่า "Syndicate this site" ไฟล์ RSS เป็นไฟล์ที่ ประกอบด้วยเนื้อหา ย่อๆ ของบันทึกแต่ละอัน เมื่อใดที่บล็อก มีการปรับปรุงเนื้อหา ไฟล์ RSS ก็จะมีการดึงเอา เนื้อหานั้นๆ มาใส่ไว้ในไฟล์ด้วยทันที ช่วยให้ผู้อ่านได้รับข้อมูลที่อัปเดต เพื่อติดตามอ่านได้ทันท่วงที โดยที่ผู้อ่าน ไม่จำเป็นต้องอ่านบล็อก โดยตรงจากเว็บไซต์ที่ละไซต์ ผู้อ่านสามารถอัปเดตไฟล์ RSS ผ่าน ทางซอฟต์แวร์ ช่วยอ่านบล็อก เช่น BlogExpress หรือจากเว็บไซต์ เช่น Bloglines.com ก็ได้

3. บล็อกเป็นเครื่องมือแลกเปลี่ยนความรู้

การเขียนบล็อกจะอนุญาตให้ผู้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็นต่อความรู้ที่ผู้เขียนถ่ายทอดลงไป ในบล็อก และผู้เขียนได้เขียนได้ตอบต่อความคิดเห็นนั้นๆ ไปมา ในลักษณะของการสนทนาเพื่อหาความแตกฉาน ในตัวความรู้ ถือได้ว่าเป็นการร่วมกันสกัดความรู้ฝังลึกได้ดีดังตั้งตัวอย่างต่อไปนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รูปภาพที่ 2.6 แสดงการแลกเปลี่ยนความรู้โดยการแสดงความคิดเห็นต่อบล็อก

“ผมมองว่ายุทธศาสตร์แก้ไขปัญหาหัวหน้ากต้องชัดเจนว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่**เน้นปัญญา** เน้นความร่วมมือกันในทุกภาคส่วน **เน้นการใช้ปัญญาของทุกภาคส่วน ไม่ใช่เน้นใช้เฉพาะปัญญา**

สากล มองชาวบ้านเป็นเพียงฝ่ายรับรู้และปฏิบัติตามความรู้ที่ภาครัฐ วิชาการ และต่างประเทศ กำหนด ผมมองว่า จะต้องเพิ่มรายละเอียดเข้าไปในยุทธศาสตร์ที่ ๓ - ๖ ให้มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการบันทึก “ขุมความรู้” (Knowledge Assets) ที่มาจากชาวบ้าน หรือชุมชนด้วย และจะต้องมี เจ้าภาพ (และทรัพยากร) สำหรับดำเนินการจัดการความรู้เพื่อป้องกันและควบคุมไข้หวัดนก ในระดับชุมชน หรือระดับชาวบ้าน ด้วย”

วิจารณ์ พานิช

๑๓ มิ.ย. ๕๕

พี่หม่อมMBA เขียนข้อคิดเห็น เมื่อ อา. 3 ก.ค. 10:32:29 2005 เขียนว่า:

ผมเห็นด้วยกับอาจารย์ครับ มีหลายๆอย่างในทาง Medicine ที่เราไปอิงกับต่างชาติจนลืมดูสภาพความเป็นไทย ตัวอย่างเช่น เน้นรับแต่ technology มากกว่าว่าการแปรผล และการนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด... ผมว่าวิชาชีพเราน่าจะคิดแบบ ภูมิปัญญาชาวบ้านและเศรษฐกิจพอเพียงนะครับ

หวัดนกในไทย...และหวัดนกในเวียดนาม และ Canada ทั้งสามที่คงใช้แนวทางและมาตรการแต่ละที่ไม่ น่าเหมือนกันอยู่แล้ว.....ขอบคุณครับ

นอกจากนี้ โดยลักษณะของบล็อกแล้ว บล็อกเกอร์คนหนึ่งๆ อาจเชื่อมโยงข้อมูล ความรู้จากบันทึกอื่นๆ ในบล็อกของตน และแสดงความคิดเห็นต่อบันทึกนั้นๆ ในขณะที่เดียวกันกับที่บล็อกอื่นๆ ก็อาจจะลิงค์และแสดงความคิดเห็นต่อกันเป็นทอดๆ ลักษณะการแลกเปลี่ยนความรู้เช่นนี้ เป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่เป็นประจำในการแวดวงของคนเขียนบล็อก ดังแสดงในรูปที่ 2.7

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รูปภาพที่ 2.7 แสดงการเชื่อมโยงข้อมูล โดยการใส่ลิ้งค์ ระหว่างบล็อก



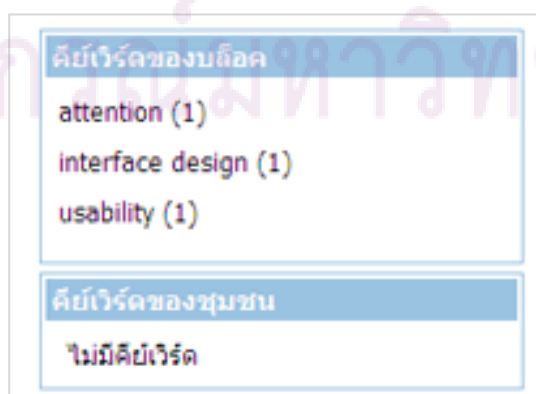
4. บล็อกเป็นเครื่องมือในการค้นหาความรู้ ผู้ชำนาญการ และชุมชนนักปฏิบัติ

การเขียนและอ่านบล็อก เป็นวิธีการค้นหาความรู้ และช่วยให้ค้นพบผู้มีความรู้ความชำนาญในด้านต่างๆ ได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น ไม่ว่าจะโดยการเขียนบล็อก ที่มักอ้างถึงบล็อกอื่นๆ โดยเชื่อมโยง (Link) ไปหาบทความหรือบันทึกนั้นๆ อีกทั้งลิงค์ที่ผู้เขียนบรรจุไว้ในบล็อก ซึ่งอยู่นอกตัวบทความ หรือ การร่วมเป็นสมาชิกของบล็อกชุมชนอย่างที่มีให้บริการ ใน Gotoknow.org หรือ การอ่านบทความที่มีการแสดงความคิดเห็นได้ตอบกัน ก็ล้วนเป็นการช่วยให้ค้นพบแหล่งค้นคว้าหาแหล่งความรู้ใหม่ๆ ได้โดยง่าย

5. บล็อกเป็นเครื่องมือในการรวบรวมและแยกแยะประเภทของความรู้ สกัดแก่นความรู้ และสร้างความสัมพันธ์ของความรู้

วิธีการหนึ่งที่ระบบบล็อก โดยทั่วไปนำมาใช้ในการรวบรวมและแยกแยะประเภทของบันทึก คือ การให้ผู้เขียนระบุหมวดหมู่หรือคีย์เวิร์ดของบันทึกนั้นๆ ไว้ ซึ่งบันทึกหนึ่งๆ อาจมีความเหมาะสมในการแยกแยะสู่หลายหมวดหมู่ ถือเป็น การสกัดแก่นความรู้จากชุมชนความรู้โดยตัวผู้เขียนเอง หรืออาจจะดึงเอาคีย์เวิร์ดของชุมชนที่ถูกรวบรวมโดยคุณอำนวย (อาจมากกว่า 1 คน) ของชุมชนนั้นๆ ดังแสดงในรูป

รูปภาพที่ 2.8 แสดงการแยกแยะหมวดหมู่ของบล็อก



เมื่อผู้อ่านอ่านบล็อก แล้วอยากอ่านเพิ่มเติมในบันทึกที่เกี่ยวข้อง ก็สามารถเลือกอ่านบันทึกได้ตามหมวดหมู่หลักของบันทึกนั้นๆ และเมื่อบล็อก บรรจุความรู้มากขึ้น และจำนวนบล็อก ที่เกี่ยวข้องก็มีมากขึ้นเรื่อยๆ การสร้างแผนที่ความรู้ที่บ่งบอกถึงความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์ของความรู้ต่างๆ ก็จะเป็นไปได้ด้วยความถูกต้องมากยิ่งขึ้นเช่นกัน

6. บล็อกเป็นเครื่องมือในการสร้างลำดับความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของความรู้โดยผู้นำเอาความรู้นั้นไปใช้

สิ่งที่นักปฏิบัติด้านการจัดการความรู้อยากให้เกิดขึ้นภายหลังจากการที่ได้มีการจัดการความรู้ ก็คือการที่มีผู้อื่นนำเอาความรู้นั้นๆ ไปใช้ให้เกิดผล และนำผลมาปรับปรุงความรู้เดิมให้เกิดความรู้ตัวใหม่หรือทำให้ความรู้นั้นๆ มีความถูกต้องมีหลักฐานที่วัดได้ทางวิทยาศาสตร์ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ระบบบล็อกประกอบด้วยเทคโนโลยีในการพัฒนาเว็บไซต์ในปัจจุบัน สามารถสร้างระบบ Rating หรือระบบการจัดลำดับความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของความรู้หนึ่งๆ ได้โดยตรงจากผู้อ่านบล็อก ซึ่งอาจจะเป็นผู้ที่ได้นำเอาความรู้นั้นๆ ไปใช้เองอีกด้วย หรือการแสดงสถิติต่างๆ ของบล็อก เช่น บันทึกที่ได้รับการแสดงข้อคิดเห็นมากที่สุด หรือ บันทึกที่มีผู้อ่านมากที่สุด ก็สามารถเป็นเครื่องมือพิสูจน์ความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของความรู้ได้ในระดับหนึ่งด้วยเช่นกัน

7. บล็อกเป็นเครื่องมือแสดงรายละเอียดของแก่นความรู้อย่างเป็นระบบ

อัลเบิร์ต ไอน์สไตน์ กล่าวไว้ว่า "Imagination is more important than knowledge." การไม่หยุดคิดที่จะวิจัยและพัฒนา เครื่องมือเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อช่วยสร้างความสมบูรณ์แบบของระบบการจัดการความรู้เป็นสิ่งที่ต้องสนับสนุนให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น ในปัจจุบันระบบบล็อก ถือว่าเป็น เครื่องมือที่เสริมสร้างประสิทธิภาพในการเล่าเรื่องซึ่งเป็นเทคนิคที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในการจัดการความรู้ แต่เพื่อที่จะสกัดความรู้ฝังลึกที่มีความซับซ้อน การใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพียงอย่างเดียว หรือการร่วมช่วยกันเล่าก็ตาม ก็อาจจะยังไม่สามารถสกัดเอาความรู้นั้นออกมาได้หมด เพราะความสับสน และความไม่มีรูปแบบในตัวของความรู้เอง ดังนั้น เทคโนโลยีที่น่าจะสามารถช่วยจัดการความรู้ประเภทนี้ได้ ก็เช่น Rule-based reasoning หรือ Fuzzy logic เพื่อใช้ในการทำเหมืองความรู้ (Knowledge mining) เป็นต้น

8. บล็อกเป็นศูนย์ความรู้ขององค์กร

เพราะให้พนักงาน/บุคลากร แต่ละคนเขียนบล็อกส่วนตัวไว้ หากพนักงาน/บุคลากรท่านนั้นลาออกไป ความรู้อย่างคงอยู่ที่องค์กรให้รุ่นน้องศึกษาไป โดยการถ่ายทอด แลกเปลี่ยนความรู้ โดยเฉพาะความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) เขียนออกมาเป็น "เรื่องเล่า"

หลักการเขียนบล็อก⁴⁵

1. เมื่อมีข้อผิดพลาดประการใด เกิดขึ้นในบล็อก ไม่ว่าจะเป็นการเขียนบันทึก ข้อมูลเจ้าของบล็อก หรือ ลิงค์ต่างๆ ก็ตาม เจ้าของบล็อกควรแก้ไขและแจ้งให้ผู้อ่านทราบโดยทันที
2. เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อความในบันทึก ควรจะรักษาข้อความเดิมไว้ แต่ควรทำการขีดฆ่าข้อความนั้นเสียด้วย (โดยกดปุ่ม ABC ที่มีขีดกลางทับที่แผงเครื่องมือการเขียนบันทึก) แล้วแสดงข้อความใหม่ตามข้อความเดิมนั้นๆ
3. ห้ามลบทั้งบันทึกที่เขียนไว้แล้วเด็ดขาด เพราะวลิงค์ที่อยู่ของบันทึกจะถูกลบออกไปด้วย และหากมีผู้อื่นอ้างอิงงานเขียนขึ้นนี้อยู่บ้างแล้ว ก็จะไม่สามารถคลิกมายังลิงค์นั้นๆ ได้ แต่หากเจ้าของบล็อกมีบันทึกที่สร้างขึ้นเพื่อทดสอบการใช้งาน ก็ควรลบบันทึกประเภทนี้ออก
4. ไม่ควรลบข้อคิดเห็นของผู้อ่าน ยกเว้นเป็นข้อคิดเห็นที่ไม่สุภาพสร้างความปั่นป่วนหรือเป็น spam
5. ไม่ควรอ้างอิงถึงข้อพิพาทความไม่ลงรอยใดๆ กับผู้อื่น
6. เจ้าของบล็อกที่เขียนเกี่ยวเนื่องกับองค์กรที่ท่านทำงาน ไม่ควรเขียนบันทึกใดๆ ที่เป็นการละเมิดสัญญาจ้างงาน
7. เจ้าของบล็อกควรนำเสนอแยกแยะประเด็นระหว่าง ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น และข้อความโฆษณา ให้ผู้อ่านได้เข้าใจอย่างถูกต้อง
8. ไม่ควรนำเสนอข้อมูลที่เป็นเท็จ
9. หากไม่เห็นด้วยกับข้อคิดเห็นที่ผู้อ่านเสนอมาในบล็อก เจ้าของบล็อกควรแสดงข้อคิดเห็นตอบกลับด้วยความเคารพในข้อคิดเห็นที่แตกต่างกัน โดยไม่นำมาเป็นเรื่องส่วนตัว
10. เมื่อมีการใช้ข้อความจากที่อื่น ควรอ้างอิงแหล่งที่มาและลิงค์ที่อยู่ชัดเจน
11. ควรเน้นคุณภาพงานเขียนของทุกบันทึก เช่น ตรวจสอบการสะกดคำก่อนตีพิมพ์บันทึกนั้นๆ ลงในบล็อก

⁴⁵ จันทวรรณ น้อยวรรณ, ดร. หลักการเขียนบล็อก. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://gotoknow.org/blog/tutorial/3391>

12. ควรเขียนบันทึกอย่างรอบคอบและถูกต้อง
13. ควรตอบอีเมลล์ และข้อคิดเห็นที่ได้รับจากผู้อ่านอย่างเหมาะสมและโดยทันที
14. ควรเขียนบล็อกเป็นประจำ อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง

หลักการเขียนบล็อกดังกล่าวเป็นหลักการถือปฏิบัติใน เว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่บล็อกฟรี อย่าง Gotoknow.org ที่มีนักวิชาการหลายท่านได้นำไปปฏิบัติและเผยแพร่ เช่น วิจิต ชวะหา นำไปใช้ในการให้ความรู้อบรมเกี่ยวกับการใช้งานบล็อก เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยจะนำเป็นหลักการในการกำหนดประเด็นคำถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานบล็อกของบล็อกเกอร์ ในบทที่ 3 ต่อไป

แนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technological Determinism)

งานวิจัยชิ้นนี้ มีความเกี่ยวเนื่องกับเทคโนโลยีใหม่ คือ เว็บบล็อก ซึ่งเป็นสื่อทางเทคโนโลยีที่เข้ามาในประเทศไทยได้ไม่นาน อีกทั้งผู้วิจัยเรียนด้านการนิเทศศาสตร์ จึงสนใจศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตในสังคมของมนุษย์ หรือสังคม ดังนั้น จึงทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด ดังต่อไปนี้

แนวคิดเรื่องเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism) เริ่มมีนักวิชาการออกมาแสดงความคิดเห็นตั้งแต่ในยุคแรกๆ ของการปฏิวัติอุตสาหกรรมว่า เทคโนโลยีเป็นส่วนสำคัญที่บังคับให้สังคมขับเคลื่อนไปข้างหน้า และต่อมาในศตวรรษที่ 20 นักวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับการแนวคิดดังกล่าว ระบุเพิ่มเติมว่าการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลอย่างมากต่อกระบวนการทางสังคมของหลายๆ สังคม มากกว่าปัจจัยอื่นๆ⁴⁶

แนวความคิดดังกล่าวยังมีข้อถกเถียงจากนักวิชาการบางท่านว่า ความเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับเทคโนโลยีไม่น่าจะมีอิทธิพลต่อมนุษย์ หรือสังคมของมนุษย์ เนื่องจากเห็นว่าเทคโนโลยีเป็นเรื่องไกลตัว

⁴⁶ Merritt Roe Smith. "Technological determinism in american culture". Eds. Merritt Roe Smith, Leo Marx. Does technology drive history?: The dilemma of technological determinism. 2nd ed. (U.S.A: MIT Press, 1994), p 2

ในขณะที่นักวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism) ออกมาได้แย้งว่า เทคโนโลยี เป็นหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์ หรืออาจกล่าวได้ว่าเทคโนโลยีมีผลต่อสังคม จึงถือว่าเป็นปัจจัยที่ใกล้ตัวมนุษย์ทุกคน⁴⁷ คำกล่าวข้างต้นนี้ จึงถือเป็นสาระสำคัญของแนวความคิดเรื่อง “เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technological determinism)”

แนวความคิดเกี่ยวกับ เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology determinism) นี้เชื่อว่า เทคโนโลยีเดินตามตัวของมันเอง เป็นอิสระจากกรอบการนำของมนุษย์ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านให้คำนิยามเกี่ยวกับเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology determinism) ไว้ดังนี้

Michael L. Smith กล่าวว่า “แก่นของแนวคิดเรื่องเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology determinism) คือ การยอมรับความเป็นจริงที่ว่า ความก้าวหน้าทางสังคมนั้นถูกขับเคลื่อนด้วย นวัตกรรมทางเทคโนโลยีอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้”⁴⁸

ส่วน Lelia green⁴⁹ ระบุว่า เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology determinism) เป็น “ความก้าวหน้าทางความคิด” หรือ “ความก้าวหน้าในแนวปฏิบัติ” เทคโนโลยียังเป็นตัวที่ทำให้สังคมเดินหน้าต่อไปอีกด้วย และ Lelia green เชื่อว่า “คุณไม่สามารถหยุดความก้าวหน้าได้ ซึ่งตีความได้ว่าเราไม่สามารถควบคุมเทคโนโลยีได้”

ซึ่งแตกต่างจาก National academy of engineering⁵⁰ ที่ให้ความเห็นว่า หากจะพิจารณาเทคโนโลยีจากมุมมองของแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technological determinism) ที่มีมา ยังไม่สามารถให้น้ำหนักแยกแยะระหว่างประโยชน์และโทษของเทคโนโลยีได้อย่างชัดเจน แต่ในมุมมองของ National academy of

⁴⁷ National academy of engineering. Technological Determinism. [Online]. Available from:

<http://www.nae.edu/nae/techlithome.nsf/weblinks/KGRG-55ZQYK?OpenDocument> [May 01, 2009]

⁴⁸ Michael L. Smith. “Recourse of empire: Landscape of progress in technological America.” Eds. Merritt Roe Smith, Leo Marx. *Does technology drive history?: The dilemma of technological determinism*. 2nd ed. (U.S.A.: MIT Press, 1994), p 38

⁴⁹ Technological determinism, Wikipedia [Online]. Available from:

http://en.wikipedia.org/wiki/Technological_determinism [April 30, 2009]

⁵⁰ National academy of engineering. Technological Determinism. [Online]. Available from:

<http://www.nae.edu/nae/techlithome.nsf/weblinks/KGRG-55ZQYK?OpenDocument> [May 01, 2009]

engineering เห็นว่า ถึงแม้ว่า เทคโนโลยีอาจจะมีโทษ แต่เทคโนโลยีก็ไม่ใช่เป็นเรื่องที่เกินความควบคุมของ มนุษย์ไปได้

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการกลุ่มแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด ได้ระบุลักษณะของแนวคิดนี้ไว้ดังนี้ Denis Maquail⁵¹ ได้ประมวลลักษณะเด่นๆ ของแนวคิดของกลุ่มทฤษฎีนี้เอาไว้ดังนี้

1. เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นพื้นฐานของทุกสังคม
2. เทคโนโลยีแต่ละชนิดก็จะเหมาะสมกับรูปแบบโครงสร้างสังคมแต่ละอย่าง
3. ขั้นตอนของการผลิต และการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารจะเป็นตัวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคม
4. การปฏิบัติเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละครั้งจะทำให้เกิดการปฏิบัติเปลี่ยนแปลงสังคม ตามมาเสมอ

Mc. Luhan⁵² เป็นนักทฤษฎีกลุ่มแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดในระยะหลัง ที่ให้ความเห็นเกี่ยวกับแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด แตกต่างออกไปจากนักทฤษฎีแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดในยุคแรกๆ ดังต่อไปนี้

1. ในขณะที่นักทฤษฎีแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดในยุคแรกๆ ค่อนข้างจะมองว่าเทคโนโลยีการสื่อสารนั้นเป็นกลไกประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการเอาตัวเอาเปรียบและการใช้อำนาจอย่างไม่เท่าเทียมกัน ในสังคม แต่ Mc. Luhan กลับมองเทคโนโลยีการสื่อสารในลักษณะที่ชื่นชมยินดี เนื่องจากประทับใจว่าเทคโนโลยีดังกล่าวได้ช่วยขยายประสบการณ์ของมนุษย์ให้กว้างขวางออกไป
2. และ Mc. Luhan ใช้หน่วยในการวิเคราะห์ต่างออกไปจาก นักทฤษฎีแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดในยุคแรกๆ ที่สนใจศึกษาวิเคราะห์ระดับมหภาค (Macro) คือ สังคม แต่ Mc. Luhan กลับสนใจวิเคราะห์ในระดับจุลภาค (Micro) คือ เน้นที่ประสบการณ์ของปัจเจกบุคคล ซึ่งตั้งประเด็นคำถามว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสื่อกับประสบการณ์ด้านการผัสสะ (Sense) ของมนุษย์ตั้งแต่การเห็น การได้ยิน การสัมผัส ในกาลเทศะต่างๆ อย่างไรบ้าง
3. นอกจากนี้แนวคิดของ Mc. Luhan ต่อเทคโนโลยีการสื่อสารที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของมนุษย์ คือ สื่อทุกชนิด (Media) ซึ่งจะขยายประสบการณ์ในด้านผัสสะของมนุษย์ (Extension of

⁵¹ Denis Mcquail. "Mass Communication." ed.3rd (London: Sage Publication, 1994) อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, รศ. ดร. สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4, (กรุงเทพฯ: Highter Press, 2547) หน้า 153

⁵² อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, รศ. ดร. สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4, (กรุงเทพฯ: Highter Press, 2547) หน้า 157-158

exprience) เช่น การส่งจดหมายทำให้มนุษย์สามารถพูดคุยกับคนที่อยู่ห่างไกลได้โดยผ่านรูปแบบสื่ออักษร หรือ จนมาเป็นโทรศัพท์ที่พูดคุยในรูปแบบเสียง จนมาถึงโทรทัศน์ที่ให้ผัสสะทางการมองเห็นและได้ยิน เป็นต้น

4. และ Mc. Luhan ยังสนใจว่า “คนเรามีประสบการณ์อย่างไร (How we experience)” ไม่ได้สนใจว่า “คนเรามีประสบการณ์กับอะไร (What we experience)” กล่าวคือ Mc. Luhan ไม่ได้สนใจที่ “เนื้อหาของข่าวสาร (Content)” แต่กลับสนใจใน “รูปแบบของสื่อ (Form/Media)” เนื่องจาก Mc. Luhan คิดว่าเพียงแค่การเปลี่ยนตัวสื่อเท่านั้น ก็จะสร้างผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับประสบการณ์ของมนุษย์แล้ว⁵³

ได้มีการจัดกลุ่มนักทฤษฎีแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด ที่ระบุว่า ปัจจัยทางเทคโนโลยีเพียงปัจจัยเดียวเท่านั้นที่เป็นตัวขับเคลื่อนสังคมและปัจเจกบุคคลให้มีการเปลี่ยนแปลงไป เช่น Innis และ Mc.Luhan ซึ่งจัดกลุ่มนักคิดที่มีแนวคิดดังกล่าวว่า อยู่ในกลุ่มแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดแบบแข็ง (Hard technological determinism)

ต่อมา ในยุคที่เริ่มมีสื่อใหม่ (New Media) แนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดในยุคนี้ มีความเห็นเกี่ยวกับแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดในลักษณะที่อ่อนลงกว่าเดิม หรือที่เรียกว่า แนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดแบบอ่อน (Soft technological determinism) นักวิชาการแนวคิดนี้ได้แก่

Rogers เป็นนักคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดแบบอ่อนๆ (Soft determinism) เนื่องจากเขาคิดว่านอกจากปัจจัยทางเทคโนโลยีอย่างเดียวแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลให้สังคม หรือปัจเจกบุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลง โดยกล่าวว่า “ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสารผสมกับปัจจัยอื่นๆ จะร่วมกันเป็นสาเหตุแห่งการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสังคม”⁵⁴ นอกจากนี้ Rogers ยังค้นคว้าคุณลักษณะสำคัญของสื่อแบบใหม่ๆ (New media) เช่น คอมพิวเตอร์ โดยเปรียบเทียบคุณลักษณะของรูปแบบการสื่อสารอย่างเดิมๆ ที่มีอยู่ คือ การสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชน ไว้ดังนี้

⁵³ ในที่เดียวกัน (2547: 158)

⁵⁴ ในที่เดียวกัน (2547: 161)

ตาราง 2.9 แผนภูมิเปรียบเทียบสื่อประเภทต่างๆ ของ E. Rogers⁵⁵

ลักษณะช่องทางของสื่อ	การสื่อสารระหว่างบุคคล	การสื่อสารแบบใหม่ (การสื่อสารระหว่างบุคคลมี เครื่องมือช่วย)	สื่อสารมวลชน
1 การไหลของข่าวสาร	จากผู้ส่งคนเดียว สู่ผู้รับ 2-3 คน	จากผู้ส่งคนเดียว สู่ผู้รับหลายคน	จากผู้ส่งคนเดียว สู่ผู้รับจำนวนมาก
2 ความสัมพันธ์ของผู้ส่งสาร ต่อผู้รับสาร	ผู้ส่งสารรู้จักผู้รับสารในฐานะ ปัจเจกบุคคล	ผู้ส่งสารรู้จักผู้รับสารอย่างดี เนื่องจากมีระบบ interactive	ผู้ส่งสารที่ทำงานอยู่ใน องค์กรสื่อแทบจะไม่รู้จักผู้รับ สารเลย
3 การแบ่งประเภทผู้รับสาร	สูงมาก (เป็นรายบุคคล)	สูงมาก (เป็นรายบุคคล)	ต่ำ (เพราะข่าวสารเดียวกัน จะถูกถ่ายทอดให้ทุกคน)
4 ระดับของการตอบโต้	สูง	สูง	ต่ำ
5 ปฏิกริยาป้อนกลับ	มีมากและฉับพลัน	มีบ้างแต่ยังมีข้อจำกัด อาจจะฉับพลันหรือต้องรอ	มีข้อจำกัดมาก และล่าช้ามาก
6 ศักยภาพที่จะเก็บรักษา ข่าวสาร	ต่ำ	ส่วนใหญ่จะสูงมาก	บางสื่ออาจต่ำ เช่น วิทยู แต่บางสื่อก็สูง เช่น หนังสือ
7 ประเภทของเนื้อหา	เน้นหนักไปทางเรื่องของสังคม	ไม่ค่อยเน้นเรื่องสังคม - อารมณ์ แต่จะเน้นเรื่องงาน	ไม่ค่อยเน้นเรื่องสังคม - อารมณ์
8 ลักษณะอวัจนภาษา (ภาษากาย)	มีการใช้อวัจนภาษาอย่างมาก	สื่อใหม่บางชนิดจะจัดให้มีการ ใช้อวัจนภาษาค่อนข้างมาก	สื่อมวลชนประเภทที่มองเห็น ภาพจะมีการใช้อวัจนภาษา มาก แต่ถ้าเป็นสื่อเสียงอย่าง เดียว เช่น วิทยู ก็จะไม่มีการ ใช้อวัจนภาษา
9 การควบคุมการไหลของ การสื่อสาร	ผู้สื่อสารทั้งสองฝ่ายสามารถ ควบคุมการสื่อสารได้อย่างเท่า เทียมกัน	ผู้สื่อสารทั้งสองฝ่ายสามารถ ควบคุมการสื่อสารได้อย่างเท่า เทียมกัน	ผู้สื่อสารไม่สามารถจะ ควบคุมการสื่อสารได้
10 ลักษณะความเป็นส่วนตัว	ต่ำ	ต่ำ	สูง

⁵⁵ ในที่เดียวกัน (2547: 161)

จากการศึกษาคุณลักษณะของสื่อแบบใหม่ของ Rogers สามารถสรุปได้ว่า คุณลักษณะสำคัญๆ ของสื่อแบบใหม่ที่จะมีผลต่อเนื่องไปถึงการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ และการเปลี่ยนแปลงของสังคมนั้น มีอยู่ 3 ประการด้วยกัน⁵⁶

- (1) ลักษณะ Interactivity ของสื่อแต่เดิม คุณสมบัติที่จะตอบโต้การสื่อสารระหว่าง 2 ฝ่าย จะมีแต่เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้าเท่านั้น (Face-to Face Communication) หากเริ่มมีการใช้สื่อกลางแบบใดเข้ามาเกี่ยวข้องจะทำให้ลักษณะ “การโต้ตอบแบบฉับพลัน” สูญหายไปทันที แต่ในสื่อใหม่อย่าง เช่น E-mail computer conference จะสามารถสร้างเงื่อนไขให้เกิดการตอบโต้อย่างฉับพลันทันที ทำให้มิติด้านกาลและเทศะของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก
- (2) ลักษณะ Individualize/ Demassified แต่เดิมนั้นรูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชน จะสร้างกลุ่มผู้รับสารเป็นแบบ “มวลชน” (Massified) ขึ้นมา ทุกคนจะดูรายการทุกอย่างเหมือนกันในช่วงเวลาเดียวกัน แต่ถึงนับวันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร จะทำให้ผู้ใช้สารสามารถเลือกใช้ตามกาลและเทศะที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น เช่น เครื่องอัติวิดีโอเทป หรือสามารถเลือกชมรายการโทรทัศน์ย้อนหลังได้ทาง youtube เป็นต้น
- (3) ลักษณะ Asynchronous Nature of New Communication เป็นคุณลักษณะประการหนึ่งของสื่อแบบใหม่ คือ สามารถแบ่งแยกออกจากกันเป็นส่วนๆ ได้ (Asynchronize) เช่น ลักษณะการให้ข่าวสารจะไม่มาเป็นข่าวที่ต่อเนื่องยาวๆ ในครั้งเดียว แต่จะมาแบบแยกกันเป็นส่วนๆ เช่น ข่าวสั้นทุกชั่วโมง โดยที่ผู้รับสารจะต้องมาประกอบกันเอง นอกจากนั้น ยังหมายรวมถึงศักยภาพของสื่อที่จะสามารถจะเก็บรักษาข่าวสารข้อมูลเอาไว้ด้วย และวิธีการเก็บข่าวสารก็ยังสามารถแยกไว้ในที่ต่างๆ ได้ด้วย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁵⁶ ในที่เดียวกัน (2457: 162)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรพรรณ ชินพวงสนนธ์ (2549)⁵⁷ ได้ศึกษาเปรียบเทียบคุณค่าของบล็อกกับเว็บไซต์และไดอารี่ออนไลน์ ซึ่งเป็นการวิจัยในแง่ของเนื้อหาของบล็อก โดยการใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถามโดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ เนื้อหาบล็อกใน www.bloggang.com และบล็อกเกอร์ในเวปไซต์ดังกล่าว จากการศึกษาพบว่า บล็อก คือ โปรแกรมสำเร็จรูปที่ถูกพัฒนามาจากไดอารี่ออนไลน์ เป็นพื้นที่ให้บริการในโลกไซเบอร์ที่ทุกคนสามารถสร้างได้เอง ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการบันทึกเรื่องราวต่างๆ โดยบันทึกเรื่องราว รูป เสียง สามารถจัดดูเล่นให้คนทั่วไปเข้ามาอ่านและโต้ตอบแสดงความคิดเห็น นอกจากนี้ พรพรรณ ยังศึกษาไปถึงคุณค่าของบล็อกในด้านรูปแบบการใช้งานและคุณค่าด้านเนื้อหา พบว่า บล็อกมีข้อดีด้านความสะดวก ง่าย และรวดเร็วในการใช้งาน เนื่องจากบล็อกเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปซึ่งผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องอาศัยความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีหรือคอมพิวเตอร์ที่ลึกซึ้ง อีกทั้งผู้ใช้งานยังสามารถตกแต่งส่วนประกอบอื่นๆ เพิ่มเติมในบล็อกได้หลากหลาย และอิสระ นอกจากนี้ ส่วนในด้านรูปแบบการใช้งาน บล็อกสามารถตอบสนองจุดประสงค์การใช้งานได้หลากหลาย ครอบคลุมเกือบทุกความต้องการของผู้ใช้งาน ส่วนในด้านเนื้อหา พบว่า เนื้อหาที่อยู่ในบล็อกมีความหลากหลายตั้งแต่ เป็นข้อมูล ข่าวสาร ข้อเท็จจริง ความรู้ ความคิดเห็นประเภทต่างๆ ประกอบกับเนื้อหาที่มีความเฉพาะเจาะจง (Niche & Specific) ที่ผู้เขียนบล็อกหรือบล็อกเกอร์สนใจ และนำมารวบรวมไว้ในบล็อก

และเมื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างบล็อกและเว็บไซต์และไดอารี่ออนไลน์ พบว่า บล็อกและไดอารี่ออนไลน์มีคุณค่าด้านความสะดวก ง่าย และรวดเร็วในการใช้งานมากกว่าเว็บไซต์ ในขณะที่เว็บไซต์มีคุณค่าด้านความหลากหลายในการใช้งานมากที่สุด รองลงมาคือ บล็อกและไดอารี่ออนไลน์ซึ่งมีความหลากหลายในการใช้งานน้อยที่สุด ตามลำดับ เนื่องจากการใช้งานไดอารี่ออนไลน์เป็นเพียงจุดประสงค์หนึ่งของการใช้บล็อก และจากการวิเคราะห์ถึงคุณค่าด้านเนื้อหา พบว่า เว็บไซต์มีความหลากหลายของเนื้อหามากที่สุด ในขณะที่บล็อกมีคุณค่าด้านเฉพาะเจาะจงของเนื้อหามากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า บล็อกเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารแบบใหม่ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารบร็ลืออินเทอร์เน็ต ซึ่งบล็อกสามารถตอบสนองความต้องการของปัจเจกบุคคลในการสร้างพื้นที่ของตนเอง ในการแสดงอัตลักษณ์ ตัวตน สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการ

⁵⁷ พรพรรณ ชินพวงสนนธ์, “การศึกษาเปรียบเทียบคุณค่าของบล็อกกับเว็บไซต์ และไดอารี่ออนไลน์,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549)

ติดต่อสื่อสาร เผยแพร่ หรือนำเสนอสิ่งต่างๆ บนพื้นที่ของตนเอง โดยเจ้าของบล็อกสามารถกำหนด สร้าง ควบคุม เปลี่ยนแปลงรูปแบบการออกแบบจัดวาง ตลอดจนเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอได้อย่างมีอิสระและเต็มที่

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงคุณค่าของบล็อก และความแตกต่างของ บล็อกและเวปไซต์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ถึงลักษณะและรูปแบบของบล็อกในการจัดการความรู้ต่อไป

Rebecca blood (2000)⁵⁸ ระบุว่า บล็อกประกอบด้วยองค์ประกอบหลายส่วนรวมกัน คือ ส่วนที่เป็น ลิงค์เชื่อมโยงไปยังแหล่งข้อมูลที่อ้างอิง, ส่วนที่ให้อ่านแสดงความคิดเห็น (Comment), ส่วนที่เป็นความคิดเห็น หรือทัศนะของผู้เขียนบล็อกเอง และส่วนที่เป็นเนื้อหา (Essay). Blood กล่าวอีกด้วยว่าบล็อกมีคุณค่าในด้านการ คัดกรองเนื้อหา (Filter-style) จากจำนวนเวปไซต์มากมายมหาศาลในไซเบอร์สเปส ก่อนที่ผู้อ่านจะเข้าไปหน้าหลักของข้อมูลที่ต้องการค้นหา กล่าวคือ บล็อกที่มีลักษณะคัดกรองเนื้อหา (Filter-style) มีส่วนช่วยให้บุคคลที่ เล่นอินเทอร์เน็ตที่มีเวลาน้อย เนื่องจากว่าเนื้อหาที่บล็อกเกอร์นำมาเขียนส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่คัดสรรมาแล้ว เฉพาะเรื่องที่น่าสนใจ, เรื่องที่มีความสำคัญ หรือเป็นเรื่องที่เราๆ มักจะมองข้ามไป ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้รับมาจากสื่อ อื่นๆ แต่ได้เพิ่มทัศนะของบล็อกเกอร์แต่ละคนเข้าไป หรืออาจจะเปิดเผยข้อมูลในรายละเอียดที่ถูกต้องมากขึ้น กว่าในสื่อกระแสหลัก เนื่องจากบล็อกมีลักษณะสำคัญอีกประการ คือ บล็อกเกอร์สามารถแสดงความคิดเห็นใน ประเด็นที่พวกเขาสนใจได้อย่างอิสระ

งานวิจัยของ Blood มีประโยชน์ต่อการตั้งประเด็นคำถามในกระบวนการจัดการความรู้ ในประเด็นการ สร้างและแสวงหาความรู้ของบล็อกเกอร์ว่าพวกเขาได้นำความรู้ หรือเรื่องราวจากแหล่งข้อมูลใดมาพิจารณา เขียนในบล็อกของตนเอง

งานวิจัยของ Herring, Scheidt, Kouper, และ Wright (2004)⁵⁹ ศึกษาเกี่ยวกับ Longitudinal content analysis of blogs: 2003-2004 โดยการศึกษาเปรียบเทียบเนื้อหาในบล็อก โครงสร้างบล็อกและการมีส่วนร่วม

⁵⁸ Rebecca blood. "Weblogs: A history and perspective", *Rebecca's pocket*. 2000. [Online]. Available from: http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_history.html, [25 October 2007]

⁵⁹ Susan C. Herring, Lois Ann Scheidt, Inna Kouper and Elijah Wright, *Longitudinal content analysis of blogs: 2003 - 2004*. Ed. Mark Tremayne, *Blogging, citizenship, and the future of media*. (New York: Routledge, 2007), pp. 3-37

ในชุมชนเสมือนโดยสุ่มเก็บตัวอย่างแตกต่างกัน 3 ช่วงเวลา ซึ่งจะทำให้ทราบว่าปัจจัยภายนอกส่งผลกระทบต่อ การเขียนบล็อกของบล็อกเกอร์หรือไม่ ช่วงเวลาที่เก็บตัวอย่างข้อมูลนั้นอยู่ในช่วง ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2546 ถึง เดือนเมษายน 2547 ซึ่งเป็นปีที่สหรัฐอเมริกาเข้าบุกยึดอิรักท่ามกลางเสียงคัดค้านของชาวโลก โดยใช้วิธีการเก็บ ข้อมูลจากการแบ่งประเภทของบล็อกออกเป็น 3 กลุ่มตาม (Bauer, 2000: cited in Bates&Lu, 1997; Ha&James, 1998; McMillan,2000; cited in Herring, Scheidt, Kouper, and Wright, 2006) คือ (1) บล็อก คัดกรองข่าวสาร (Filter blog), (2) บล็อกบันทึกส่วนตัว (Personal journal) และ (3) บล็อกบันทึกเกี่ยวกับความรู้ (K-(knowledge)-log)

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า บล็อกส่วนใหญ่เขียนโดยผู้เขียนคนเดียว (Single author) และมีลักษณะ เป็นบล็อกประเภทบันทึกส่วนตัวมากที่สุด นอกจากนี้ยังระบุว่าเนื้อหาในบล็อกได้รับอิทธิพลมาจากเนื้อหาข่าว แต่กลับมีการอ้างอิงลิ้งค์ (link) ไปยังเหตุการณ์ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของเนื้อหาอยู่ในระดับน้อย นอกจากนี้ยังพบว่า ความแตกต่างของบล็อกโดยแบ่งตามเนื้อหา และแบ่งตามจำนวนผู้เขียนบล็อก ในกลุ่มระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และ 3 ต่อกลุ่มตัวอย่างที่ 2 มีความสัมพันธ์ผกผันกัน แสดงว่าลักษณะของบล็อกดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันกับ ปัจจัยภายนอกที่เกิดขึ้น กล่าวคือ ในช่วงระยะเวลา 13 เดือนที่เกิดเหตุการณ์อเมริกาบุกยึดอิรัก ระหว่างฤดูใบไม้ ผลิ ปี 2003 และระหว่างฤดูใบไม้ผลิ ปี 2004 ที่ Herring et al. สุ่มเก็บตัวอย่างกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 3 นั้นเป็นช่วง ที่มีความถี่ในการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับสงครามอิรักจำนวนมากกว่า ในช่วงฤดูใบไม้ร่วง ปี 2003 ที่สุ่มเก็บ ตัวอย่างกลุ่มที่ 2 เนื่องจากในช่วงเดือนกันยายน (Fall 2003) มีประเด็นข่าวอื่นๆ มาแทนที่

งานวิจัยของ Herring et al. แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยภายนอกที่เป็นที่สนใจของสังคม จากการสื่อสารใน สื่อมวลชนกระแสหลักนั้นมีผลต่อการกำหนดเนื้อหาในบล็อกของบล็อกเกอร์ในบริบทของต่างประเทศ ซึ่งผู้วิจัย จะได้นำมาเปรียบเทียบกับผลวิจัยที่ได้ต่อไปว่าเหมือน หรือต่างกันอย่างไรต่อไป

Anita Blanchard (2005)⁶⁰ ศึกษาเกี่ยวกับ Blog as virtual communities: Identifying a sense of community in the Julie/ Julia Project กรณีศึกษาบล็อกของ Julie Powell ซึ่งเขียนบล็อกเกี่ยวกับการปรุง อาหารที่ได้รับความนิยมสูงถึงขนาดที่มีผู้ติดตามอ่านบล็อกของJulie กว่าวันละ 7,500 ครั้งต่อวัน และในช่วงที่ ได้รับความนิยมสูงสุดมีสื่อกระแสหลัก เช่น CBS Evening News, CBS Early show, Los Angeles และ New

⁶⁰ Anita Blanchard *Blog as virtual communities: Identifying a sense of community in the Julie/ Julia Project*. Edited by L. Gurak, S. Antonijevic, L. Johnson, C Ratliff, และ J. Reyman. [Online]. Available from: http://blog.lib.umn.edu/blogoshere/blogs_as_virtual.html. [May 21, 2006]

York Times เคยนำบันทึกในบล็อกของ Julie ไปออกอากาศด้วย จากปรากฏการณ์นี้ทำให้ Blanchard ต้องการศึกษาลักษณะของผู้ที่ติดตามอ่านบล็อกของ Julie ว่าเป็นชุมชนเสมือน (Virtual community) หรือไม่ จากการศึกษาครั้งนี้ Blanchard ระบุถึงลักษณะของชุมชนเสมือน (Virtual community) ของบล็อกโดยดูอ้างอิงจากหลักฐานทางวัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Cultural artifacts) เช่น หากนักโบราณคดีต้องการหาความเป็นชุมชนของพื้นที่แห่งหนึ่ง จะพบหลักฐาน เช่น หม้อ ไห หรือว่าอาวุธที่แสดงถึงการมีอยู่ของชุมชนนั้นๆ เป็นต้น ซึ่งในการศึกษาเกี่ยวกับชุมชนเสมือนของ Blanchard วัดจากหลักฐาน ได้แก่ การโพสต์บันทึก (Posting), โครงสร้างของบล็อก (Structure) และเนื้อหาของบันทึก ซึ่ง Blanchard ได้สรุปกรอบลักษณะของชุมชนเสมือน (Virtual community) ว่าประกอบไปด้วย ลักษณะดังนี้

- ความเป็นสมาชิก, การมีอาณาเขต, ความเป็นส่วนหนึ่งของคนและกัน และสัญลักษณ์ของการรวมกลุ่ม
- ความรู้สึกร่วมของการมีอิทธิพลซึ่งกันและกันในชุมชน โดยรู้สึกว่าเป็นเรื่องปกติที่ถูกกระตุ้นให้ปฏิบัติตาม
- ความรู้สึกมีส่วนร่วมการเติมเต็มความต้องการซึ่งกันและกัน และการแลกเปลี่ยนโดยมีแรงเสริมสนับสนุนจากสมาชิกในชุมชน
- ความรู้สึกของการแบ่งปันความรู้สึก การเชื่อมต่อ และมีมิตรภาพระหว่างกันและกันในกลุ่ม

จากการทบทวนงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบของชุมชนเสมือน (Virtual Community) ของ Blanchard ไปเป็นกรอบในการตั้งคำถามในประเด็นเกี่ยวกับเครือข่ายชุมชนแนวปฏิบัติในบล็อกต่อไป

Nardi, Schiano, และ Gumbrecht (2006)⁶¹ ศึกษาเกี่ยวกับบล็อกในหัวข้อ Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? โดยการอัดเทปสัมภาษณ์บล็อกเกอร์เกี่ยวกับพฤติกรรมกรบบล็อก, ทักษะคติเกี่ยวกับการบล็อก และการใช้สื่ออื่นๆ นอกเหนือจากบล็อก เช่น อีเมลล์ (E-mail), การส่งข้อความด่วน (Instant messaging), โทรศัพท์, และหน้าเว็บ (Webpages) จากผลการศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลในการใช้บล็อก และเรื่องแรงจูงใจที่ใช้บล็อกอย่างต่อเนื่อง พบว่า บล็อกเกอร์มีแรงจูงใจในการเขียนบล็อกประกอบด้วย 5 แรงจูงใจ คือ (1) เพื่อบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นไปต่างๆ รอบตัว (2) เพื่อใช้เป็นช่องทางแสดงทัศนคติและประเด็นที่ต้องการให้มีอิทธิพลต่อสาธารณะ (3) เพื่อแสวงหาความคิดเห็นของผู้อื่นและผลตอบ

⁶¹ Bonnie A. Nardi, Diane J. Schiano, Michelle Gumbrecht. Bloggng as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? [Online]. Available from: <http://project.ischool.washington.edu> [October 23, 2008]. pp. 222-231

รับ(Feedback)ในประเด็นที่เขียน (4) เพื่อพัฒนากระบวนการคิดอย่างเป็นระบบด้วยการเขียนบล็อก (5) เพื่อปลดปล่อยอารมณ์ตั้งเครียดของตนเอง ซึ่งบล็อกเกอร์แต่ละคนอาจมีแรงจูงใจในการเขียนบล็อกหลายข้อรวมกัน

นอกจากนี้ยังพบว่า **บล็อกเป็นกิจกรรมทางสังคม (Social Activity)** เนื่องจาก “บล็อกก่อให้เกิดผู้อ่าน , ในขณะเดียวกันผู้อ่านก็ทำให้เกิดบล็อกเช่นกัน” ยกตัวอย่างเช่น เพื่อนกระตุ้นให้เพื่อนเขียนบล็อก, ผู้อ่านบอกบล็อกเกอร์ให้รู้ว่าพวกเขาจะอ่านบล็อกต่อไปของบล็อกเกอร์อยู่ หรือบล็อกเกอร์โพสต์ (post) บล็อกใหม่ๆ โดยคำนึงถึงผู้อ่าน หรือแม้แต่บล็อกเกอร์ติดต่อและอภิปรายกับผู้อ่านในสื่ออื่นๆ นอกเหนือจากบล็อก เช่น โดยการส่งข้อความด่วน (Instant messaging), โดยการพูดคุยกันทางโทรศัพท์, โดยการส่งอีเมลล์ หรืออาจจะพูดคุยกันแบบตัวต่อตัว (Face-to-face) จึงถือว่าบล็อกเป็นสื่อที่ทำให้เกิดกิจกรรมทางสังคม

จากการศึกษางานวิจัยดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยนำมาใช้แตกประเด็นประกอบเป็นคำถามในการวิจัยเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการเขียนบล็อกของบล็อกเกอร์ ซึ่งเป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้ในประเด็นการบ่งชี้ความรู้ และการมีส่วนร่วมในเครือข่ายชุมชนแนวปฏิบัติต่อไป

Barbara K. Kaye (2007)⁶² วิจัยในเรื่อง Blog use motivation: An exploratory study ผลการวิจัยระบุถึง แรงจูงใจของผู้ใช้งานบล็อก ซึ่งศึกษาทั้งในมิติของบล็อกเกอร์และผู้อ่านบล็อก ดังต่อไปนี้

- (1) ลักษณะพิเศษและการแสดงผลของบล็อกที่ดึงดูดให้ใช้งาน (Blog presentation/Characteristic) เหตุผลนี้เกี่ยวข้องกับลักษณะที่แตกต่างของบล็อกซึ่งไม่สามารถหาได้จากสื่อดั้งเดิม (Traditional media) อื่นๆ เช่น บล็อกสามารถแสดงข้อมูลในเชิงลึกนอกเหนือจากการนำเสนอข่าวที่ต้องสั้น กระชับ, นอกจากนี้ ผู้ใช้งานบล็อกยังสามารถเขียนวิพากษ์วิจารณ์ โดยต้องผ่านการคัดกรองจากใครนอกจากบล็อกเกอร์เอง และใช้เป็นคลังเก็บข้อมูลข่าวสารหรือสิ่งที่น่าสนใจ
- (2) ใช้บล็อกเพื่อเติมเต็มความต้องการส่วนตัว (Personal fulfillment) ได้แก่ เพื่อความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว, เพื่อเขียนเรื่องที่ตนเองสนใจเฉพาะ, เพื่อหลีกเลี่ยงจากความซ้ำซากจำเจ, เพื่อเป็นแสดงให้เห็นว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์และแสดงให้เห็นว่าตนเองมีบล็อกเช่นเดียวกันคนอื่น ๆ

⁶² Barbara K. Kaye. "Blog use motivation: An exploratory study." Ed. Mark Tremayne, Blogging, citizenship, and the future of media. (New York: Routledge, 2007).pp. 127-148

- (3) เพื่อแสดงความเป็นตัวตนและใช้เป็นช่องทางเชื่อมต่อระหว่างบล็อกเกอร์คนอื่นๆ และผู้อ่าน (Expression/Affiliation with bloggers and blog use) กล่าวคือ บล็อกช่วยเติมเต็มความต้องการติดต่อกันสัมพันธ์กับบล็อกเกอร์คนอื่นๆ หรือคนทั่วไปในสังคมที่มีบล็อก
- (4) บล็อกเป็นแหล่งค้นหาข้อมูลที่ต้องการ (Information seeking) กล่าวคือ บล็อกช่วยเรื่องการค้นหาหาข้อมูลในลักษณะกว้างและลึกที่ผู้ใช้งานต้องการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี หรือแม้แต่เรื่องทั่วไป เช่น เรื่องข่าวสารการเมือง เรื่องซุบซิบนินทาของเพื่อนในกลุ่ม เนื่องจากความหลากหลายของบล็อกเกอร์ที่เขียนเรื่องราวแตกต่างตามความสนใจ และเชี่ยวชาญของแต่ละคน
- (5) บล็อกช่วยเติมเต็มความรู้ในด้านสติปัญญาและเรื่องจรรโลงจิตใจ (Intellectual/ Aesthetic fulfillment)
- (6) ใช้บล็อกเนื่องจากไม่เชื่อในสื่อกระแสหลัก (Anti-Traditional media sentiment) คือ ผู้ใช้งานบล็อกคิดว่าสื่อกระแสหลักนำเสนอข่าวที่ไม่เป็นกลาง เอนเอียงไปในด้านขวา หรือซ้ายมากเกินไป ทำให้บล็อกกลายเป็นสื่อทางเลือกอีกสื่อหนึ่งในการนำเสนอข่าว
- (7) บล็อกเพื่อหาแนวทางหรือความคิดเห็นที่ต้องการ (Guidance/Opinion seeking) คือ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าพวกเขาใช้บล็อกเพื่อเป็นแนวทางในการประกอบการตัดสินใจที่สำคัญๆ
- (8) ใช้บล็อกเพื่อความสะดวกสบาย (Convenience) เนื่องจากผู้ใช้งานบล็อกสามารถเข้าถึงบล็อกเมื่อไรก็ได้ ไม่จำกัดสถานที่และเวลา
- (9) ใช้บล็อกเพื่อสอดส่องทางการเมือง (Political Surveillance) เนื่องจากผู้ใช้งานบล็อกเห็นว่า บล็อกช่วยเติมเต็มความต้องการติดตามประเด็นทางการเมือง รวมทั้งเป็นช่องทางในการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับนักการเมือง และตามติดเรื่องการเลือกตั้ง หรือประเด็นทางการเมือง ในขณะที่ผู้ติดตามอ่านบล็อกกล่าวว่า “พวกเขาเชื่อสิ่งที่บล็อกบอกพวกเขาเกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง”
- (10) ใช้บล็อกเพื่อตรวจสอบความจริง (Fact checking) กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างใช้บล็อกเพื่อตรวจสอบความเป็นจริงของข้อมูลข่าวสารโดยเปรียบเทียบสิ่งที่สื่อกระแสหลักนำเสนอกับสิ่งที่เขียนในบล็อก

จากการอ่านงานวิจัยของ Barbara K. Kaye ทำให้ผู้วิจัยทราบเกี่ยวกับแรงจูงใจพื้นฐานของผู้ใช้งานบล็อกทั้งในมุมมองของบล็อกเกอร์ และผู้ติดตามอ่านบล็อกเป็นประจำ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์และอภิปรายผลในงานวิจัยชิ้นนี้ต่อไป

กรอบแนวคิด



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นิยามตัวแปร

การจัดการความรู้ (Knowledge Management) คือ กระบวนการนำความรู้ที่มีอยู่ทั้งที่เป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) และความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) นำมาจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยผ่านกระบวนการต่างๆ คือ การบ่งชี้ความรู้ การสร้างและแสวงหาความรู้ การประมวลผลและกลั่นกรองความรู้ การเข้าถึงความรู้ การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ การใช้ความรู้ และการปรับปรุงทบทวนความรู้

การบ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification) หมายถึง การกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดเป้าหมาย การกำหนดวัตถุประสงค์ และการกำหนดกลุ่มคนที่ต้องการสื่อสารด้วย ก่อนที่จะเขียนบล็อก

การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation & Acquisition) หมายถึง การดักจับความรู้ที่มีอยู่ในตนเองแล้วและจัดความรู้ที่เก่า ล้าสมัย ที่ไม่ได้ใช้แล้วออกไป หรือการแสวงหาความรู้ใหม่ทั้งจากภายในและภายนอก หรือการสร้างความรู้ใหม่ในกรณีที่ไม่เชี่ยวชาญในความรู้นั้นๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

การประมวลผลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification & Refinement) หมายถึง การปรับปรุงรูปแบบความรู้ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ปรับปรุงเนื้อหาใหม่ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ง่ายต่อกลุ่มเป้าหมายหรือบุคคลทั่วไปได้นำไปใช้งาน

การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) หมายถึง การเผยแพร่และกระจายความรู้ออกไปในวงกว้าง หรือเฉพาะเจาะจงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงเรื่องราวหรือองค์ความรู้ได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์ในเวบไซต์อื่นๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับบันทึกบล็อกของท่าน หรือบอกต่อเพื่อนด้วยการใช้อีเมลล์ หรืออาจใช้เทคโนโลยีอื่นๆ เข้ามาช่วย

การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) คือ กระบวนการซึ่งนำความรู้ที่ได้พัฒนานั้นไปสู่การแบ่งปัน กระจายความรู้ไปสู่บุคคลที่เป็นเป้าหมาย ให้ทั่วทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายชุมชนที่บล็อกเกอร์เป็นสมาชิกอยู่

การใช้ความรู้ (Knowledge Utilization) หมายถึง การพบว่ามีร่องรอยของการนำองค์ความรู้ที่บล็อกเกอร์เขียนไปใช้งานจริงในชีวิตประจำวัน การได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ รวมถึงการต่อยอดองค์ความรู้เดิมให้มีคุณค่าหมุนเวียนต่อไปอย่างต่อเนื่อง

การปรับปรุงทบทวนความรู้ (Knowledge Revision) คือ การปรับปรุงความรู้เดิมภายในบล็อกให้ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่ไม่หยุดนิ่งตลอดเวลา

ชุมชนแนวปฏิบัติ หมายถึง การรวมตัวอย่างสมบูรณ์ภายใต้การสร้างและแลกเปลี่ยนความรู้ความสามารถที่มีความซับซ้อน ซ่อนเร้น และสามารถถ่ายทอดได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยการเชื้อเชิญของคนในชุมชนเอง ซึ่งภายในกลุ่มชุมชนชนนั้นได้ตกลงรวมตัวกันภายใต้หัวข้อความรู้ที่พวกเขามีแรงปรารถนาาร่วมกัน และต้องการพัฒนาความรู้ในหัวข้อดังกล่าวให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น แล้วนำความรู้ที่ได้ไปใช้งานประจำของตน ภายใต้องค์ประกอบสามด้าน ซึ่งจะขาดอย่างได้อย่างหนึ่งไม่ได้ กล่าวคือ เป็นการรวมตัวของกลามคนที่มีความสนใจ ความชอบ ความเชี่ยวชาญเดียวกัน รวมตัวและกำหนดหัวข้อที่ต้องการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันภายในชุมชนด้วยความสมัครใจของแต่ละคน โดยไม่มีการบังคับ และเกิดเป็นแนวคิด หรือความรู้ เป็นแนวทางในการปฏิบัติ หรือใช้งานต่อไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาการจัดการความรู้ผ่านการสื่อสารบนเว็บล็อก” โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ผู้วิจัยทำการศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้เขียนบันทึกบล็อก หรือ บล็อกเกอร์ (Blogger) จากทั้งเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่ฟรีสำหรับเขียนบล็อก รวมทั้งบล็อกเกอร์มีพื้นที่ (Host) เขียนบล็อกเอง โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) รูปแบบ web-based survey และ paper-based survey โดยใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในประเด็นเกี่ยวกับคำถามวิจัย ดังนี้

1. บล็อกเกอร์ไทยส่วนใหญ่มีวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บล็อกของตนเองอย่างไร
2. การมีส่วนร่วมของบล็อกเกอร์ตามแนวคิดชุมชนแนวปฏิบัติทำให้บล็อกเกอร์แลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างกันและกัน และนำความรู้นั้นไปใช้มากหรือน้อยขึ้น หรือไม่ อย่างไร
3. ปัจจัยใดที่เป็นอุปสรรคขัดขวางการจัดการความรู้บนบล็อกของบล็อกเกอร์

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้เขียนบันทึกบล็อก หรือ บล็อกเกอร์ (Blogger) ซึ่งรวมทั้งบล็อกเกอร์ที่เป็นสมาชิกในเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่บล็อกฟรี และกลุ่มบล็อกเกอร์อิสระที่ซื้อพื้นที่ (Host) เนื่องจากจำนวนประชากรของบล็อกเกอร์ทั้งหมดในประเทศไทย ยังไม่มีหน่วยงานหรือเอกสารทางวิชาการเล่มไหนออกมาระบุถึงจำนวนของบล็อกเกอร์ในประเทศไทยอย่างชัดเจน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคาดการณ์จากการสำรวจล่าสุดของหนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจที่ระบุว่า ประชากรไทยที่มีบล็อกเป็นของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 45 ของจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งประเทศ ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าว (การสำรวจเมื่อปีพ.ศ. 2550, Nectec ออกมาประกาศว่าจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั้งหมดทั่วประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 10 ล้านคน) เท่ากับว่า มีจำนวนบล็อก

เกอร์ทั้งหมดในประเทศไทยอยู่ที่ 4,500,000 คน⁷³ ซึ่งคิดเป็นจำนวนกลุ่มประชากรบล็อกเกอร์ไทยที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้

กลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนผู้เขียนบล็อกหรือบล็อกเกอร์ (Blogger) ทั้งที่เป็นสมาชิกในเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่บล็อกฟรี และกลุ่มบล็อกเกอร์อิสระที่ซื้อพื้นที่ (Host) โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 20 คน

สำหรับการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในวิธีการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม รูปแบบ web-based survey และ paper-based survey ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนผู้เขียนบล็อกหรือบล็อกเกอร์ (Blogger) ทั้งที่เป็นสมาชิกในเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่บล็อกฟรี และกลุ่มบล็อกเกอร์อิสระที่ซื้อพื้นที่ (Host) โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ดังสูตรต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดของประชากร
 e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

เมื่อประชากรที่ต้องการศึกษามีจำนวน 4,500,000 หน่วยประชากร กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% นั่นคือ ให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 หรือ 0.05 จึงได้ว่า

$$\begin{aligned} n &= \frac{4,500,000}{1+4,500,000(0.05)^2} \\ &= 399.96 \\ &= 400 \end{aligned}$$

ดังนั้น จึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในวิธีการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม รูปแบบ web-based survey และ paper-based survey จำนวน 400 ตัวอย่าง

⁷³ “Power to the people คนไทยนิยมเขียนบล็อกพอๆ กับสหรัฐฯ,” ประชาชาติธุรกิจ, (2 สิงหาคม 2550) : หน้า 39-40

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการตั้งคำถามเพื่อสร้างเครื่องมือในการวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ยึดตามกรอบกระบวนการจัดการความรู้ทั้ง 7 ประการ ได้แก่ การบ่งชี้ความรู้, การสร้างและแสวงหาความรู้, การประมวลผลและกลั่นกรอง, การเข้าถึง, การแบ่งปันและแลกเปลี่ยน, การนำความรู้ไปใช้ และการปรับปรุงทบทวนความรู้ อีกทั้งยังนำกรอบแนวคิดเกี่ยวกับชุมชนแนวปฏิบัติมาเป็นกรอบคำถามในการวิจัยครั้งนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งใช้คำถามปลายเปิด (Open-end Questions) และกำหนดจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งสิ้น 20 คน

โดยคำถามออกเป็นประเด็นดังนี้

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับการจัดการความรู้

- ท่านกำหนดวัตถุประสงค์และเนื้อหาภายในบล็อกของท่านอย่างไร
- ท่านหาข้อมูล หรือความรู้ของท่านมาจากแหล่งใดบ้าง
- และมีวิธีการกลั่นกรองและประมวลผลความรู้เหล่านั้นๆ ก่อนนำมาเขียนอย่างไร
- ท่านมีวิธีการอย่างไรให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ท่านเขียน
- และท่านแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ได้อย่างไร
- มีผู้นำความรู้หรือปณาดิจจากบล็อกของท่านไปใช้งานไหม และในรูปแบบใด
- ท่านมีการตรวจสอบ ทบทวนความรู้ที่เคยเขียนในบล็อกหรือไม่ อย่างไร

ประเด็นคำถามเกี่ยวกับชุมชนแนวปฏิบัติ

- ลักษณะการเกิดของกลุ่มชุมชนบล็อกที่ท่านร่วมนั้น ได้จัดตั้งให้มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน หรือมีเป้าหมายร่วม หรือไม่อย่างไร
- ท่านมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มชุมชนบล็อกของท่านหรือไม่ อย่างไร
- ในการสนทนากันภายในกลุ่มที่ท่านร่วมอยู่ด้วยนั้น มีการสนทนาทั้งจากมุมมองจากทั้งภายนอกและภายในชุมชนที่ท่านร่วมอยู่ด้วยหรือไม่ อย่างไร
- การร่วมกลุ่มกันภายในชุมชนบล็อกของท่านมีการเชิญให้เข้าร่วมด้วยระดับที่ต่างกัน ทั้งจากกลุ่มแกนหลัก (เป็นกลุ่มคนคอยขับเคลื่อนชุมชนให้เป็นไปตามเป้า) กลุ่มประจำ(คนประสานงาน เข้าร่วมชุมชนบ่อย) และกลุ่มเปลือกนอก (ไม่ค่อยได้เข้าร่วม) หรือไม่อย่างไร
- ภายในลักษณะชุมชนบล็อกที่ท่านอยู่มีการเสริมสร้างให้เกิดทั้งพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ส่วนตัวของกัน แลกกันหรือไม่ อย่างไร
- การร่วมกลุ่มชุมชนบล็อกที่ท่านอยู่นั้นมีประโยชน์หรือมีคุณค่าทั้งต่อตัวท่านเองและผู้อื่นหรือไม่อย่างไร

- การสนทนาภายในชุมชนบล็อกที่ท่านร่วมนั้น มีการส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนอยู่การสร้างจังหวะให้กับชุมชน
 - การมีปฏิสัมพันธ์กันภายในชุมชนบล็อกของท่านช่วยส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยน ถ่ายทอด อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นหรือไม่อย่างไร
 - การมีปฏิสัมพันธ์กันภายในชุมชนบล็อกของท่านช่วยส่งเสริมให้ผู้อื่นนำความรู้ภายในชุมชนของท่านไปใช้งานมากกว่าที่ไม่มีปฏิสัมพันธ์หรือไม่ อย่างไร
 - ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการความรู้ ที่ใช้บล็อกทั้งในด้านการจัดการความรู้ ด้านเทคโนโลยี ด้านการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างคนในชุมชน และอื่นๆ (ถ้ามี)
- 2 การวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในรูปแบบ web-based survey และ paper-based survey ซึ่งใช้คำถามปลายปิด (Closed-end Questions) โดยกำหนดจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยแบ่งประเด็นคำถามในแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ
1. ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ อาชีพ และความถี่ในการบล็อก
 2. กระบวนการจัดการความรู้ของบล็อกเกอร์
 3. การมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติของบล็อกเกอร์
 4. ปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานบล็อก และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามดังนี้

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ พิจารณาตรวจสอบ

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อน (Pre-test) กับกลุ่มประชากรตัวอย่างคนละกลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการเก็บจริงจำนวน 20 คน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach โดยทดสอบบล็อกเกอร์เกี่ยวกับประเด็นคำถามเกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้และคำถามเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของบล็อกเกอร์ในชุมชนปฏิบัติและปัญหาและอุปสรรคในการจัดการความรู้ผ่านบล็อก

ผลการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือในส่วนของประเด็นคำถามเกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้ในแต่ละประเด็น ดังนี้

1. การบ่งชี้ความรู้ = 0.67
2. การสร้างและแสวงหาความรู้ = 0.78
3. การประมวลผลและการกั่นกรองความรู้ = 0.85
4. การเผยแพร่และแลกเปลี่ยนความรู้ = 0.73
5. การเข้าถึงความรู้ = 0.89
6. การใช้ความรู้ = 0.65
7. การปรับปรุงและทบทวนความรู้ = 0.56

ผลจากการคำนวณค่าความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือในส่วนของประเด็นคำถามเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของบล็อกเกอร์ในชุมชนแนวปฏิบัติ นั้นได้ผลที่ = 0.75

และผลจากการคำนวณค่าความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือในส่วนของประเด็นปัญหาและอุปสรรคในการจัดการความรู้ผ่านการสื่อสารบนเว็บล็อก นั้นได้ผลที่ = 0.65

โดยส่วนใหญ่ผลของการทดสอบค่าความน่าเชื่อถือออกมาอยู่ในเกณฑ์ที่รับได้ แต่เนื่องจาก มีบางประเด็นที่ต้องมีการปรับแก้ จึงปรับแบบสอบถามให้เหมาะสมต่อการวิจัยต่อไป โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็นผู้ให้คำแนะนำ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยติดต่อขอสัมภาษณ์ผู้เขียนบล็อกหรือบล็อกเกอร์ (Blogger) ทั้งที่ใช้เว็บไซต์ที่ให้บริการบล็อกฟรีรวมทั้งบล็อกเกอร์ที่ซื้อพื้นที่บล็อก โดยติดต่อผ่านหน้าบล็อกของบล็อกเกอร์เหล่านั้น ด้วยวิธีการค้นหาล็อกเกอร์แบบสุ่มผ่านการใช้ Search engine เช่น Google และคัดเลือกบล็อกเกอร์จากเว็บไซต์ truehits.com ซึ่งเรียงลำดับ Ranking ของบล็อกเกอร์ที่มีจำนวนผู้เข้าชมมากที่สุด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย และติดต่อขอสัมภาษณ์ผ่านโปรแกรมสนทนา (Instant Messaging) หรือสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ หรือสัมภาษณ์กับตัวบุคคลโดยตรง ตามความเหมาะสม

การวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในรูปแบบ web-based survey และ paper-based survey ตามความเหมาะสม โดยผู้วิจัยทำแบบสอบถามเป็นหน้าเว็บเพจ ซึ่งมีการเขียนโปรแกรมรวบรวมคำตอบที่ได้จากการกรอกคำตอบผ่านหน้าเว็บเพจโดยอัตโนมัติ แล้วนำไปเชื่อมโยงไว้ในหน้าเว็บล็อกของบล็อกเกอร์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายโดยตรงและให้บล็อกเกอร์เหล่านั้นเข้าถึงได้ง่าย ผู้วิจัยติดต่อบล็อกเกอร์บล็อกเกอร์เหล่านั้น ด้วยการค้นหาบล็อกเกอร์แบบสุ่มผ่านการใช้ Search engine เช่น Google และคัดเลือกบล็อกเกอร์จากเว็บไซต์ truehits.com ซึ่งเรียงลำดับ Ranking ของบล็อกเกอร์ที่มีจำนวนผู้เข้าชมมากที่สุด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย และนำลิงค์ของแบบสอบถามไปใส่ไว้ในหน้ากระดานสนทนา (Bulletin board) ในเว็บไซต์ www.pantip.com และเว็บบอร์ดอื่นๆ ตามความเหมาะสม

นอกจากนี้ยังใช้เทคนิค Snowball คือ อนุญาตให้บล็อกเกอร์สามารถส่งลิงค์ที่เป็นหน้าเว็บเพจของแบบสอบถามต่อให้เพื่อนๆ ของพวกเขาอีกด้วย โดยผู้วิจัยมีของรางวัลในการร่วมตอบแบบสอบถามครั้งนี้ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้บล็อกเกอร์ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

เกณฑ์การให้คะแนน

ข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ได้กำหนดเกณฑ์การวัดไว้ดังนี้ ในประเด็นคำถามส่วนที่ 2 ถึงส่วนที่ 4 ซึ่งเกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บ-ล็อกของบล็อกเกอร์, ในประเด็นคำถามเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องชุมชนนักปฏิบัติของบล็อกเกอร์ และประเด็นปัญหาและอุปสรรคในการจัดการความรู้ผ่านการสื่อสารบนเว็บล็อก ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การวัด 5 ระดับ ตามวิธีของ Likert Scale คำตอบจากแบบสอบถามมีดังต่อไปนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1	คะแนน

หลังจากนั้น นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนระหว่าง 1.00-1.49	ระดับของความเห็นด้วยน้อยที่สุด
คะแนนระหว่าง 1.50-2.49	ระดับของความเห็นด้วยน้อย
คะแนนระหว่าง 2.50-3.49	ระดับของความเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนระหว่าง 3.50-4.49

ระดับของความเห็นด้วยมาก

คะแนนระหว่าง 4.50-5.00

ระดับของเห็นด้วยมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพเมื่อรวบรวมข้อมูลได้ครบตามต้องการแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผลเพื่อใช้สนับสนุนเหตุผลของการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณเมื่อรวบรวมข้อมูลได้ครบตามต้องการแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยวิธีการทางสถิติ ซึ่งใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้สถิติร้อยละ (Percentage) และหาค่าเฉลี่ย (Average) เพื่ออธิบายปรากฏการณ์

การประมวลผลข้อมูล

เนื่องจากข้อมูลมีค่าทางสถิติเป็นจำนวนมาก ดังนั้นเพื่อความถูกต้อง สมบูรณ์ ตลอดจนความรวดเร็วในการรวบรวมผลลัพธ์ของข้อมูล จึงนำข้อมูลไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาการจัดการความรู้ผ่านการสื่อสารบนเว็บล็อก” ใช้วิธีการวิจัย 2 วิธี คือ วิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์บล็อกเกอร์แบบเจาะลึก จำนวน 20 คน และใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม ในรูปแบบ web-based survey และ paper-based survey มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด เพื่อตอบคำถามวิจัยดังนี้

1. บล็อกเกอร์ไทยส่วนใหญ่มีวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บล็อกของตนเองอย่างไร
2. การมีส่วนร่วมของบล็อกเกอร์ตามแนวคิดชุมชนแนวปฏิบัติทำให้บล็อกเกอร์แลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างกันและกัน และนำความรู้นั้นไปใช้มากหรือน้อยขึ้น หรือไม่ อย่างไร
3. ปัจจัยใดที่เป็นอุปสรรคขัดขวางการจัดการความรู้บนบล็อกของบล็อกเกอร์

โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรและความถี่ในการใช้งานบล็อกของบล็อกเกอร์

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บล็อกของบล็อกเกอร์

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติของบล็อกเกอร์

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานบล็อกของบล็อกเกอร์

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรและความถี่ในการใช้งานบล็อกของบล็อกเกอร์

1.1 เพศ

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ประกอบไปด้วย เพศชาย 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 และเพศหญิง 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25 ซึ่งมีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายถึงเกือบสองเท่า ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	139	35.5
หญิง	253	64.5
รวม	400	100.0

1.2 อายุ

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า ระดับอายุ 25-34 ปี มีจำนวนมากถึงร้อยละ 39.5 หรือ 157 คน รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-24 ปี ร้อยละ 31.2 ซึ่งทั้งสองช่วงอายุมีมากกว่าจำนวนครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 - 19 ปี	20	5.0
20 - 24 ปี	124	31.2
25-34 ปี	157	39.5
35-44 ปี	42	10.6
45-54 ปี	33	8.3
55 ปีขึ้นไป	21	5.3
รวม	397	100.0

1.3 ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโทขึ้นไป ร้อยละ 31.3 ดังตารางที่ 3

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า	7	1.8
มัธยมปลาย, ปวช. หรือเทียบเท่า	24	6.1
อนุปริญญา, ปวส. หรือเทียบเท่า	25	6.3
ปริญญาตรี	216	54.5
ปริญญาโทขึ้นไป	124	31.3
รวม	396	100.0

1.4 อาชีพ

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 33.3 รองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 29.3, เจ้าของกิจการ ร้อยละ 13.5, ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 12.5, ประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น Freelance เป็นต้น ร้อยละ 7.0 และผู้บริหารระดับสูง ร้อยละ 4.5 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	17	9.3
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50	12.5
พนักงานบริษัทเอกชน	133	33.3
เจ้าของกิจการ	54	13.5
ผู้บริหารระดับสูง	18	4.5
อื่นๆ เช่น Freelance เป็นต้น	28	7.0
รวม	400	100.0

1.5 ความถี่ในการใช้งานในบล็อก

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้ามาเขียนบันทึก อ่าน รวมทั้งแก้ไขและแสดงความคิดเห็นในบล็อกทุกวันมากที่สุดถึงร้อยละ 25.7 มีจำนวน 102 คน รองลงมาคือ 2-4 ครั้ง/สัปดาห์ ร้อยละ 17.4 จำนวน 69 คน และ 2-3 ครั้ง/เดือนร้อยละ 14.6 จำนวน 58 คน ตามลำดับ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการใช้งานในบล็อก

ความถี่ในการใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	102	25.7
5-6 ครั้ง/สัปดาห์	49	12.3
2-4 ครั้ง/สัปดาห์	69	17.4
1 ครั้ง/สัปดาห์	31	7.8
2-3 ครั้ง/เดือน	58	14.6
1 ครั้ง/เดือน	34	8.6
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	54	13.6
รวม	397	100.0

1.6 เวลาเฉลี่ยในการใช้งานในบล็อกต่อครั้ง

จากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้เวลาเฉลี่ยในการเขียนบันทึก อ่าน รวมทั้งแสดงความคิดเห็นในบล็อกมากที่สุดคือ 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาใช้เวลาเฉลี่ย 2-4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 18.3 และใช้เวลาเฉลี่ย 31-59 นาที คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเวลาเฉลี่ยในการใช้งานในบล็อกต่อครั้ง

เวลาเฉลี่ยในการใช้งานในบล็อก	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 4 ชม.	56	14.0
2-4 ชม.	73	18.3
1-2 ชม.	154	38.5
31-59 นาที	65	16.3
น้อยกว่า 30 นาที	52	13.0
รวม	400	100.0

1.7 กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสาร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารผ่านบล็อกมากที่สุด คือ บุคคลทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคือ นักการตลาดเพื่อประโยชน์ทางการค้า ร้อยละ 35.5 และบุคคลที่มีความสนใจ เช่นเดียวกัน ร้อยละ 31.5 ตามลำดับดังตารางที่ 7

(หมายเหตุ : จำนวนร้อยละวัดค่าเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่ง 1 คน สามารถเลือกได้มากกว่า 1 กลุ่มเป้าหมาย)

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน	125	31.3
บุคคลทั่วไป	194	48.5
สื่อมวลชน	52	13.0
บุคคลที่มีความสนใจเช่นเดียวกัน	126	31.5
นักการตลาดเพื่อประโยชน์ทางการค้า	142	35.5
อื่นๆ	154	38.5

1.8 บล็อกที่รู้จัก

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักบล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นวิดีโอคลิป ร้อยละ 65.3 รองลงมาคือ รู้จักบล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเพลง ร้อยละ 53.8 บล็อกที่ให้บริการพื้นที่ฟรี ร้อยละ 50.8 บล็อกขนาดเล็กที่จำกัดพื้นที่ในการเขียน ร้อยละ 46.8 บล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่ โฟสรูปภาพ ร้อยละ 38.8 บล็อกอื่นๆ เช่น facebook, University Blog เป็นต้น ร้อยละ 28.3 บล็อกที่มีบล็อกเกอร์ร่วมเขียนบันทึกหลายคน ร้อยละ 27.8 และบล็อกเกอร์อิสระที่เป็นเจ้าของพื้นที่บล็อกเอง ร้อยละ 19.8 ตามลำดับ ดังตารางที่ 8 (หมายเหตุ : จำนวนร้อยละวัดค่าเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่ง 1 คน สามารถเลือกได้มากกว่า 1 บล็อก)

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบล็อกที่รู้จัก

บล็อกที่รู้จัก	จำนวน	ร้อยละ
บล็อกที่ให้บริการพื้นที่ฟรี	203	50.8
บล็อกที่มีบล็อกเกอร์ร่วมเขียนบันทึกหลายคน	111	27.8
บล็อกขนาดเล็กที่จำกัดพื้นที่ในการเขียน	187	46.8
บล็อกเกอร์อิสระที่เป็นเจ้าของพื้นที่บล็อกเอง	79	19.8
บล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่โฟสรูปภาพ	155	38.8
บล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นวิดีโอคลิป	261	65.3
บล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเพลง	215	53.8
อื่นๆ เช่น facebook, University Blog เป็นต้น	113	28.3

1.9 บล็อกที่เป็นสมาชิกในปัจจุบัน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสมาชิกในบล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่โฟสรูปภาพ ร้อยละ 61.0 รองลงมาคือ เป็นสมาชิกในบล็อกที่ให้บริการพื้นที่ฟรี ร้อยละ 60.0 และเป็นสมาชิกในบล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเพลง

ร้อยละ 49.5 ตามลำดับ ดังตารางที่ 9 (หมายเหตุ : จำนวนร้อยละวัดค่าเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่ง 1 คน สามารถเลือกได้มากกว่า 1 บล็อก)

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบล็อกที่เป็นสมาชิกในปัจจุบัน

บล็อกที่เป็นสมาชิกในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
บล็อกที่ให้บริการพื้นที่ฟรี	240	60.0
บล็อกที่มีบล็อกเกอร์ร่วมเขียนบันทึกหลายคน	51	12.8
บล็อกขนาดเล็กที่จำกัดพื้นที่ในการเขียน	123	30.8
บล็อกเกอร์อิสระที่เป็นเจ้าของพื้นที่บล็อกเอง	60	15.0
บล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่โพสรูปภาพ	244	61.0
บล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นวิดีโอคลิป	129	32.3
บล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเพลง	198	49.5
อื่นๆ เช่น myspace, facebook เป็นต้น	110	27.5

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บบล็อกของบล็อกเกอร์

จากการวิเคราะห์การจัดการความรู้บนเว็บบล็อกของบล็อกเกอร์นั้น ผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการจัดการความรู้มาเป็นกรอบในการวิจัย ได้แก่ การบ่งชี้ความรู้ การสร้างและการแสวงหาความรู้ การประมวลผลและการกลั่นกรองความรู้ การเข้าถึงและเผยแพร่ความรู้ การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ การนำความรู้ไปใช้ และการปรับปรุงและทบทวนความรู้ (อ้างแล้วหน้า 21) ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยตามประเด็นดังกล่าวตามลำดับ

2.1 ประเด็นการบ่งชี้ความรู้

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บบล็อกอยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ต่อเรื่องการบ่งชี้ความรู้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.45 โดยที่ประเด็นการกำหนดเนื้อหาในบล็อกตามปัญหาของสังคมเป็นประเด็นสำคัญอันดับแรก ซึ่งมี ค่าเฉลี่ย 3.66 รองลงมาคือ การกำหนดเนื้อหาในบล็อกโดยคำนึงถึงผู้อ่านเป็นหลัก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.63 และการกำหนดเนื้อหาในบล็อกเพื่อไม่ให้ขาดการติดต่อกับเพื่อนฝูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.58 ตามลำดับ ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 วิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บไซต์ในเรื่องการบ่งชี้ความรู้

ประเด็นคำถาม (การบ่งชี้ความรู้)	ระดับความคิดเห็น (จำนวนผู้ตอบ)					X̄	s.d
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
* กำหนดเนื้อหาในบล็อกตามประเด็นปัญหาของสังคม	98	134	86	54	11	3.66	1.09
* กำหนดเนื้อหาในบล็อกคำหนึ่งถึงผู้อ่านเป็นหลัก	86	159	67	52	19	3.63	1.12
* กำหนดเนื้อหาในบล็อกเพื่อไม่ให้ขาดการติดต่อกับเพื่อนฝูง	102	134	70	38	39	3.58	1.26
* กำหนดเนื้อหาในบล็อกเนื่องจากเป็นประเด็นใหม่	78	155	59	75	16	3.53	1.41
* กำหนดเนื้อหาในบล็อกโดยคำนึงถึงการมีประโยชน์ต่อเครือข่ายในชุมชน	76	132	93	57	20	3.49	1.13
* กำหนดเนื้อหาในบล็อกโดยคำนึงถึงการมีประโยชน์ต่อสังคม	87	129	74	63	29	3.48	1.22
* กำหนดเนื้อหาในบล็อกเพื่อใช้ทบทวนประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมา	73	145	44	76	43	3.34	1.3
* กำหนดเนื้อหาในบล็อกเพื่อเป็นคลังความรู้ของตัวเอง	46	146	81	93	17	3.29	1.1
* กำหนดเนื้อหาในบล็อกในประเด็นที่สนใจ	81	109	69	78	45	3.27	1.32
* กำหนดเนื้อหาในบล็อกโดยนำความรู้ที่เกี่ยวกับความเชี่ยวชาญของตัวเอง	75	114	66	91	37	3.26	1.28
ค่าเฉลี่ยรวม						3.45	1.22

และในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการจัดการความรู้บนบล็อกของตนในเรื่องการบ่งชี้ความรู้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำหนดเนื้อหาในการเขียนบันทึกโดยคำนึงถึงผู้อ่านเป็นหลัก และเพื่อใช้ทบทวนประสบการณ์จากการทำงาน ในระดับเท่าๆ กัน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างใช้บล็อกเพื่อไม่ให้ขาดการติดต่อกับเพื่อนฝูง รองลงมาตามลำดับ ซึ่งแตกต่างจากผลของแบบสอบถามเล็กน้อย ดังนี้

“ในกรณีความรู้แบบแฝง จะใช้คนอ่านเป็นตัวตั้งว่า เขียนให้ใครอ่าน และคาดว่าเขาต้องการทราบอะไร จึงนำเสนอข้อมูลไปตามลำดับความคิดนั้น เช่น การเขียนหนังสือขาย :

<http://gotoknow.org/blog/wordplay/80689>”

บัญชา

“ใช้เป็นส่วนหนึ่งของการทำงาน และเพื่อให้มีศูนย์รวมข้อมูลกับเพื่อนร่วมทางการจัดการความรู้ (ทุกส่วนราชการมี พ.ร.ก. บังคับให้มีการจัดการความรู้) และเพื่อติดต่อกับผู้ใช้บริการซึ่งส่วนมากจะเขียนเกี่ยวข้องกับเรื่องงานที่ทำ”

ดาวลูกไก่

“เพื่อนร่วมงาน บุคคลทั่วไป เพราะเป็นกลุ่มที่ไม่สามารถติดต่อกันได้ผ่านช่องทางอื่นๆ เช่น การคุยโทรศัพท์ อีเมล ไม่สามารถทำให้การสื่อสารความคิดทั่วถึง”

ลักษณะ

2.2 ประเด็นการสร้างและแสวงหาความรู้

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บล็อกอยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ต่อเรื่องการสร้างและแสวงหาความรู้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.43 ซึ่งการแสวงหาความรู้โดยถามจากผู้เชี่ยวชาญในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาและสร้างความรู้โดยนำองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมมานำเสนอในแง่มุมใหม่เป็นประเด็นสำคัญอันดับแรก ซึ่งมี ค่าเฉลี่ย 3.56 รองลงมาคือ การแสวงหาความรู้จากสื่ออื่นๆ เช่น โทรศัพท์ หรือวิทยุมาเขียนซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.54 ตามลำดับ ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 วิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บล็อกในเรื่องการสร้างและแสวงหาความรู้

ประเด็นคำถาม (การสร้างและการแสวงหาความรู้)	ระดับความคิดเห็น (จำนวนผู้ตอบ)					X̄	s.d
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
* สร้างความรู้โดยนำองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิม นำเสนอในแง่มุมใหม่	89	142	73	51	28	3.56	1.19
* แสวงหาความรู้โดยถามจากผู้เชี่ยวชาญในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา	72	149	91	64	7	3.56	1.03
* แสวงหาความรู้จากสื่ออื่นๆ เช่น โทรศัพท์ หรือวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์	66	155	86	70	6	3.54	1.03
* นำความรู้ที่เกิดการทำงานร่วมกันกับผู้อื่นมาเขียน	79	146	78	58	22	3.53	1.15
* แสวงหาความรู้จากเว็บไซต์ภาษาไทยอื่นๆ มาเขียน	71	139	99	64	8	3.53	1.04
* สร้างความรู้โดยต่อยอดจากบทความเดิมของบล็อกเกอร์อื่น	75	112	134	55	7	3.50	1.02
* แสวงหาความรู้จากหนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์มาเขียน	69	130	105	71	6	3.49	1.04
* แสวงหาความรู้โดยใช้ Search engine ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา	89	120	85	61	28	3.47	1.22
* นำความรู้ที่เกิดจากความสำเร็จในการทำงาน หรือการดำเนินชีวิตมาเขียน	107	106	67	53	50	3.44	1.37
* สร้างความรู้โดยเรียบเรียงเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้	85	116	77	82	21	3.43	1.21
* นำความรู้ที่เกิดจากข้อผิดพลาดในการทำงาน หรือการดำเนินชีวิตมาเขียน	88	122	64	70	39	3.39	1.3
* สร้างความรู้โดยนำข้อมูลดิบที่มีอยู่ มาผ่านกระบวนการวิจัยและเกิดเป็นความรู้ใหม่	65	134	80	75	23	3.38	1.61
* นำความรู้ที่ได้จากการทำงาน ศึกษาเล่าเรียนมาเขียน	96	107	35	84	61	3.24	1.44
* นำความรู้จากประสบการณ์ ที่พบเจอมาเขียน	127	77	16	65	98	3.18	1.64
* นำความรู้ที่ประทับใจมาเขียน	116	87	29	51	100	3.18	1.61
ค่าเฉลี่ยรวม						3.43	1.26

และในการสัมภาษณ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้บนบล็อกของตนในเรื่องการสร้างและแสวงหาความรู้ โดยการนำความรู้ที่มีอยู่เดิมมานำเสนอในแง่มุมใหม่ ส่วนการนำความรู้จากสื่ออื่นๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์มาเขียนเป็นประเด็นสำคัญรองลงมา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยจากผู้ตอบแบบสอบถาม ยกตัวอย่างเช่น

“สร้างความรู้โดยเป็นความรู้ชัดเจน 30% และความรู้แอบแฝง 70% โดยเป็นความรู้แอบแฝงมากกว่า เนื่องจากส่วนใหญ่ผู้เขียนบล็อก บุรณาการข้อมูลหลายส่วน และนำมาวิเคราะห์ร่วมกับความคิดเห็นของตัวเอง”

ลักษณะ

“ค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่สามารถอ้างอิงให้คนอื่นเข้าใจได้ โดยเป็นความรู้ที่ชัดเจน 20% ความรู้แอบแฝง 80% โดยใส่ความคิด หรือประสบการณ์เข้าไปด้วย เพื่อให้แตกต่างจากแหล่งข้อมูลเดิมที่นำมาอ้างอิง”

อภิศิลป์

“ค้นคว้ามาจากเว็บไซต์ต่างประเทศ และบางครั้งการเล่าเรื่องการได้หาข้อมูลจากเว็บไซต์ และใส่ลิงก์เพื่อให้ผู้อ่านไปอ่านเพิ่มเติม”

มะปรางเปรี้ยว

“ข้อมูลที่เป็นบทความจะได้รับการตีพิมพ์ในนิตยสารหรือสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ มาก่อน เช่น นิตยสารสารคดี หรือ นสพ.กรุงเทพธุรกิจ”

บัญชา

2.3 การประมวลผลและการกลั่นกรองความรู้

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บบล็อกอยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ต่อเรื่องการประมวลผลและการกลั่นกรองความรู้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.31 เกี่ยวกับเรื่องการแยกแยะประเด็นที่ไม่เกี่ยวข้องและกำหนดเป็นหัวข้อใหม่เป็นประเด็นสำคัญอันดับแรก ซึ่งมี ค่าเฉลี่ย 3.53 รองลงมาคือ ประเด็นการนำข้อมูลดิบมาประมวลผล เกิดเป็นความรู้ใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.46 ส่วนเรื่องการเรียบเรียงข้อมูลเดิมที่ยุ่งยากซับซ้อน โดยจัดรูปแบบและนำเสนอใหม่ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายมากขึ้น ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.44 ตามลำดับ ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 วิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บล็อกในเรื่องการประมวลผลและการกลั่นกรองความรู้

ประเด็นคำถาม (การประมวลผลและกลั่นกรองความรู้)	ระดับความคิดเห็น (จำนวนผู้ตอบ)					X	s.d
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
* แยกแยะประเด็นที่ไม่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดเป็นหัวข้อใหม่	99	117	78	66	23	3.53	1.21
* นำข้อมูลดิบมาประมวลผล เกิดเป็นความรู้ใหม่	63	131	108	59	13	3.46	1.06
* เรียบเรียงข้อมูลเดิมที่ยังยากซับซ้อน โดยจัดรูปแบบและนำเสนอใหม่ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายมากขึ้น	67	141	84	72	18	3.44	1.12
* เขียนบันทึกอย่างรอบคอบและถูกต้องทุกครั้ง	118	97	36	94	38	3.43	1.39
* เปรียบเทียบแหล่งข้อมูลจากหลายแหล่งเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง	79	121	80	72	31	3.38	1.23
* เน้นคุณภาพงานเขียนของทุกบันทึก เช่น ตรวจสอบการสะกดคำก่อนตีพิมพ์บันทึกนั้นๆ ลงในบล็อก	86	123	64	62	48	3.36	1.33
* แบ่งแยกประเด็นระหว่าง ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น หรือข้อความโฆษณา ให้ผู้อ่านรับทราบเสมอ	52	112	131	64	24	3.27	1.09
* มีแหล่งข้อมูลอ้างอิงทุกครั้งที่เขียนบล็อก	54	124	90	93	22	3.25	1.14
* แหล่งข้อมูลที่นำมาเขียนมาจากผู้เชี่ยวชาญในด้านดังกล่าวอย่างแท้จริง	43	112	124	78	20	3.21	1.06
* จัดหมวดหมู่ของเนื้อหาอย่างเป็นระบบ	67	86	78	105	47	3.05	1.3
* แหล่งข้อมูลที่นำมาเขียนมีความน่าเชื่อถือทางวิชาการ	55	95	86	84	63	2.99	1.31
ค่าเฉลี่ยรวม						3.31	1.2

และผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในประเด็นนี้ พบว่า บล็อกเกอร์ส่วนใหญ่ประมวลผลและกลั่นกรองความรู้ โดยอ้างอิงอ้างอิงที่น่าเชื่อถือเป็นอันดับแรก โดยนำเสนอเนื้อหาโดยแยกเป็นหมวดหมู่ รองลงมา ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยโดยการสำรวจเล็กน้อย ยกตัวอย่างเช่น

“กลั่นกรองเรื่องที่จะนำมาเขียนโดยดูจากความน่าเชื่อถือของข้อมูลซึ่งขึ้นอยู่กับว่ามาจากแหล่งใด หรือใครเขียน หากเป็นองค์กรที่เชื่อถือได้ เช่น USGS (ศูนย์สำรวจทางธรณีวิทยาของสหรัฐอเมริกา) ก็จะทำเชื่อถือมาก หรือหากเป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้นๆ ก็จะทำเชื่อถือมาก อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่จะนำเสนอ มักจะได้รับการตรวจสอบโดยเปรียบเทียบกับข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ เช่น หนังสือ บทความ เว็บไซต์ที่เชื่อถือได้ ฯลฯ หรือข้อมูลที่เป็นบทความจะได้รับการตีพิมพ์ในนิตยสารหรือสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ มาก่อน เช่น นิตยสารสารคดี หรือ นสพ. กรุงเทพธุรกิจ”

“ประมวลจากแหล่งที่น่าเชื่อถืออันดับแรก และเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายๆแห่ง จากนั้นนำมาประเมินและแสดงความคิดเห็นของตัวเอง เช่น เมื่อพูดถึงประเด็นการแก้ไขปัญหามลพิษของโลก จะนำตัวอย่างจากประเทศต่างๆมายกตัวอย่าง เปรียบเทียบกับของไทย จากนั้นนำมาวิเคราะห์ได้ว่า มาตรการเศรษฐกิจของไทยเหมาะสมหรือไม่กับสถานการณ์”

iDay-Dee

“เวลามีข้อมูลนี้เผยแพร่ จะยึดเอกสารอ้างอิงเป็นหลัก ถ้ามีเอกสารใช้การสแกนเป็นภาพ ถ้ามีเว็บไซต์ทำลิงค์ไปด้วย เพื่อปกป้องตัวเอง โชคดีที่ทำงานในห้องสมุด จะมีคลังตัวในการค้นคว้าอ้างอิง และตรวจสอบข้อมูลที่สงสัยผ่านเว็บไซต์ Google และมีพจนานุกรมไว้ข้างโต๊ะทำงานด้วย เพื่อใช้ค้นความหมายบางคำ อีกทั้งภาษาในบล็อกเกอร์มีข้อพิเศษอยู่อย่างหนึ่งคือ เหมือนเรามาพูดคุยกัน จึงเป็นภาษาพูดปนเขียน มีภาพประกอบ มีเพลงบ้างตามกฎ กติกาที่ไม่ใช่เจตนาละเมิดลิขสิทธิ์”

ดาวลูกไก่

“ใช้ภาษาเขียนให้อ่านง่าย พาดหัวเรื่องให้น่าสนใจและตรงประเด็น จัดรูปแบบการนำเสนอให้สบายตา และตัดฟังก์ชันที่ไม่จำเป็นออก และจัดลำดับเรื่องตามหมวดหมู่วันที่ และประเภทเรื่อง”

Boat

2.4 การเข้าถึง การเผยแพร่ความรู้

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บไซต์อยู่ในระดับความคิดเห็นด้วยมากต่อเรื่องการเข้าถึง การเผยแพร่ความรู้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.67 โดยที่ประเด็นสมัครสมาชิกในเว็บไซต์สารบัญบล็อก (Blog directory) เป็นประเด็นสำคัญอันดับแรก ซึ่งมี ค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาคือ ประเด็นการประชาสัมพันธ์บล็อก โดยใช้ Social bookmark เมื่อมีการโพสต์บันทึกใหม่ๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.91 และประเด็นการประชาสัมพันธ์บล็อก โดยติด banner ของบล็อกในเว็บไซต์ หรือบล็อกอื่นๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.87 ตามลำดับ ดังตารางที่ 13

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 วิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บบล็อกในเรื่องการเข้าถึงและการเผยแพร่ความรู้

ประเด็นคำถาม (การเข้าถึงและเผยแพร่ความรู้)	ระดับความคิดเห็น (จำนวนผู้ตอบ)					X̄	s.d
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
* สมัครงานในในเว็บไซต์สารบัญบล็อก (Blog directory)	127	139	94	21	2	3.96	0.91
* ประชาสัมพันธ์บล็อก โดยใช้ Social bookmark เมื่อมีการโพสต์บันทึกใหม่ๆ	143	131	53	39	15	3.91	1.12
* ประชาสัมพันธ์บล็อก โดยติด banner ของบล็อกในเว็บไซต์ หรือบล็อกอื่นๆ	147	103	89	25	19	3.87	1.15
* สรุปเนื้อหาบางส่วนในบล็อก และไปโพสต์ไว้ที่เว็บไซต์อื่นเพื่อประชาสัมพันธ์ โดยใส่ลิงค์ให้เข้ามาอ่านบล็อกเพิ่มเติม	96	164	79	36	7	3.80	0.98
* ประชาสัมพันธ์บล็อก โดย E-mail บอกเพื่อนๆ หรือผู้ติดตามอ่านบล็อก	119	139	55	60	10	3.78	1.13
* นำความรู้ในบันทึกไปเผยแพร่ในสื่ออื่นๆ	94	153	84	49	3	3.75	0.99
* อำนวยความสะดวกโดยติดตั้งโปรแกรม RSS Feed เพื่อให้ผู้ที่ติดตามอ่านบล็อกสามารถติดตามอ่านบทความใหม่ๆ ได้ทันที	91	147	73	53	17	3.64	1.12
* ใส่ Meta tag ที่ระบุคำสำคัญซึ่งสอดคล้องกับเนื้อหาในแต่ละหน้า เพื่อให้ง่ายต่อการสืบค้นโดย Search engine	113	91	122	40	17	3.63	1.14
* ประชาสัมพันธ์บล็อก โดยไปโพสต์ไว้ที่เว็บบอร์ดอื่น	102	141	66	33	41	3.60	1.26
* ประชาสัมพันธ์บล็อก โดยซื้อกลุ่มคำสำคัญ ซึ่งเกี่ยวกับเนื้อหาโดยรวมของบล็อกจาก Google	108	115	77	43	32	3.60	1.25
* ประชาสัมพันธ์บล็อก โดยไปโพสต์ไว้ใน Micro blogging	140	80	77	36	50	3.58	1.4
* ระบุคำสำคัญในบันทึก ที่สอดคล้องกับเนื้อหา	93	129	71	57	29	3.53	1.23
* สร้างกลุ่ม หรือ เครือข่ายที่มีความสนใจ หรือเชี่ยวชาญในเรื่องเดียวกัน เพื่อให้รับทราบเมื่อมีประเด็นหรือบันทึกใหม่ๆ เขียนในบล็อก	84	119	96	74	10	3.50	1.11
* แลกเปลี่ยนลิงค์บล็อกกับบล็อกเกอร์เพื่อนบ้าน	75	155	58	74	21	3.49	1.17
* ระบุป้ายชื่อ ซึ่งสอดคล้องกับเนื้อหาในบันทึก	115	97	64	57	50	3.44	1.39
ค่าเฉลี่ยรวม						3.67	1.16

ส่วนผลจากการสัมภาษณ์ในในเรื่องการเข้าถึง และเผยแพร่ความรู้บนบล็อกนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นสอดคล้องกับผลจากแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

“ใช้วิธีการแลกเปลี่ยนกับเพื่อนๆ บล็อกเกอร์ด้วยกันเอง เพื่อเป็นการเพิ่มลิงค์ให้ Search Engine หาเจอ และอีกวิธีที่จะประชาสัมพันธ์บล็อก ก็คือ สมัครงานที่ Thaidirectory.com เพื่อเป็นการโปรโมทบล็อกอีกทาง”

“ประชาสัมพันธ์ตาม Social Bookmark และ Social Network รวมถึงมี Feed ให้ผู้ใช้ติดตามได้เมื่อมีบทความใหม่ หรือผ่าน Social Bookmark เช่น Zickr.com Duocore.tv และผ่าน Social Network เช่น Facebook.com Twitter.com”

อภิสิทธิ์

2.5 การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บล็อกอยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ต่อเรื่องการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.41 โดยที่ประเด็นการนำบทความในบันทึกไปตีพิมพ์เผยแพร่ในสื่ออื่นๆ เป็นประเด็นสำคัญอันดับแรก ซึ่งมี ค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาคือ ประเด็นการอนุญาตให้ผู้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็นต่อบทความที่เขียนได้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.62 และประเด็นการแลกเปลี่ยนความรู้ในบล็อกกับเครือข่ายชุมชนบล็อก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.54 ตามลำดับ ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 วิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บล็อกในเรื่องการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้

ประเด็นคำถาม (การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้)	ระดับความคิดเห็น (จำนวนผู้ตอบ)					\bar{X}	s.d
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
* นำบทความในบันทึกไปตีพิมพ์เผยแพร่ในสื่ออื่นๆ	92	119	142	26	2	3.72	0.93
* อนุญาตให้ผู้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็นต่อบทความที่เขียนได้	154	93	23	57	54	3.62	1.48
* แลกเปลี่ยนความรู้ในบล็อกกับเครือข่ายชุมชนบล็อก	113	104	53	92	17	3.54	1.27
* หากไม่เห็นด้วยกับข้อคิดเห็นที่ผู้อ่านเสนอเข้ามาในบล็อก ท่านแสดงความคิดเห็นตอบกลับโดยความเคารพในความคิดเห็นที่ต่างกัน	116	106	55	58	46	3.49	1.38
* มีผู้ติดตามอ่านบล็อกได้ แสดงความคิดเห็น	117	114	29	65	56	3.45	1.45
* มีผู้ติดตามอ่านบล็อก ได้นำเนื้อหาบางส่วนในบล็อกไปแตกเป็นประเด็นอื่นๆ เพิ่มเติม	87	101	105	59	29	3.41	1.21
* การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อก ทำให้เกิดเป็นนวัตกรรมใหม่ๆ	69	109	110	87	6	3.39	1.07
* เชื่อมโยงบทความที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับบทความ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถอ่านบทความเพิ่มเติม	41	158	89	84	8	3.37	1.01
* ตอบ E-mail หรือ ข้อคิดเห็นที่ได้รับจากผู้อ่านไว้ในบล็อกอย่างเหมาะสมและโดยทันที	56	102	133	67	23	3.27	1.1
* มีผู้ติดตามและต่อ ยอดองค์ความรู้เดิมในบันทึก	76	101	85	77	42	3.24	1.29
* แลกเปลี่ยนลิงค์บล็อกกับบล็อกเกอร์ท่านอื่นๆ	54	139	49	106	31	3.21	1.23
* มีจำนวนผู้ติดตามอ่านบล็อก (Pageview) เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ	62	91	107	82	34	3.17	1.21
ค่าเฉลี่ยรวม						3.41	1.22

ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในประเด็นการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ผู้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็นต่อบันทึกของตนเองได้ และพยายามเผยแพร่บันทึกของตนเอง สอดแทรกไว้ในสื่ออื่นๆ ยกตัวอย่างเช่น

“วิธีที่ทำได้ง่ายที่สุดที่จะติดต่อกับอ่าน ได้ก็คือ ผ่านคอมเมนต์ และรู้สึกว่าการติดต่อกับผู้อ่านผ่านคอมเมนต์นี้ ทำให้ตนเองมีกำลังใจ มีแรงจูงใจในการเขียนบันทึกต่อไป อีกด้วย”

A_r_T

“เคยมีอยู่ครั้งหนึ่งที่มีผู้อ่านแสดงความเห็นขัดแย้งเข้ามาในคอมเมนต์ ถึงแม้ว่าจะรู้สึกเสียเซล์ฟไปบ้างจากที่ผู้อ่านแสดงความเห็นเข้ามา แต่เราก็ได้กำลังใจจากผู้อ่านที่แสดงความเห็นเข้ามานี้แหละที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดบันทึกอื่นๆ อีก”

Somrudee

“เขียนไว้ได้ชื่อในบทความที่น่าลงในหนังสือพิมพ์ และนิตยสารต่างๆ รวมทั้งให้เว็บไซต์เมื่อไปสัมมนา”

บัญชา

2.6 การนำความรู้ไปใช้

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บบล็อกอยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ต่อเรื่องการนำความรู้ไปใช้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.49 โดยที่ประเด็นการเพิ่มเติมข้อมูลของบล็อกหรือเว็บไซต์อื่นๆไว้ใน Blogroll เป็นประเด็นสำคัญอันดับแรก ซึ่งมี ค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ ประเด็นการมีร่องรอยถึงการนำเนื้อหาในบล็อกไปใช้ (ไม่ขออนุญาต) ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.81 และประเด็นการมีการขออนุญาตขอนำเนื้อหาในบล็อกไปใช้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.51 ตามลำดับ ดังตารางที่ 15

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 วิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บไซต์ในเรื่องการนำความรู้ไปใช้

ประเด็นคำถาม (การนำความรู้ไปใช้ และหมุนเวียนอย่างต่อเนื่อง)	ระดับความคิดเห็น (จำนวนผู้ตอบ)					\bar{X}	s.d
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
* พบว่ามีบล็อกเกอร์ท่านอื่นๆ ใส่ชื่อบล็อกของท่าน ไว้ใน Blogroll ของเขา	98	163	59	47	4	3.82	0.99
* มีร่องรอยถึงการนำเนื้อหาในบล็อกไปใช้ (ไม่ขออนุญาต)	157	97	41	52	28	3.81	1.31
* มีการขออนุญาตนำเนื้อหาในบล็อกไปใช้	94	105	106	40	30	3.51	1.2
* มีการพูดคุยต่อยอดเกี่ยวเนื่องจากบันทึกในบล็อกหรือเว็บไซต์อื่นๆ	75	105	131	48	12	3.49	1.05
* เพิ่มลิงค์เกี่ยวกับบทความอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องของใส่ไว้ในบันทึก	54	150	84	70	14	3.43	1.07
* เขียนบล็อกเป็นประจำ อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนความรู้อย่างต่อเนื่องประจำ	65	138	84	57	31	3.40	1.18
* มีผู้ร้องขอให้เขียนเนื้อหา ในประเด็นอื่นๆ เพิ่มเติมต่อจากบทความเดิม	44	147	86	74	23	3.31	1.1
* มีผู้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมต่อเนื้อหาในบล็อก	57	92	121	57	47	3.15	1.22
ค่าเฉลี่ยรวม						3.49	1.14

ผลจากการสัมภาษณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่ามีผู้นำเนื้อหาภายในบล็อกไปใช้งานโดยมีการขออนุญาตเป็นประเด็นสำคัญอันดับแรก ส่วนการใส่ชื่อบล็อกไว้ใน Blogroll นั้นอยู่เป็นอันดับสอง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“มีการต่อยอดความรู้อยู่บ้าง โดยดูจากการอ้างอิง หรือการนำไปขยายความ เช่น เรื่อง พาลินโดรม ในเว็บบอร์ดของ Pantip.com หรือเรื่อง กรณี ไอน์สไตน์พบ พระพุทธเจ้าเห็น ซึ่งมีการนำไปอ้างอิง นอกจากนี้ สื่อสารมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ยังเคยนำข้อมูลจากบล็อกไปอ้างอิงหลายครั้ง เช่น กรณีนาถเล่นน้ำ ที่ <http://gotoknow.org/blog/weather/208629> (ตัวอย่างจาก นสพ. คมชัดลึก) ผู้ตอบยังเคยไปให้สัมภาษณ์รายการโทรทัศน์หลายครั้ง เนื่องจากมีการนำข้อมูลในบล็อกไปใช้อ้างอิง เช่น เรื่องฟ้าผ่า ที่ <http://gotoknow.org/blog/weather/198562> และเรื่องการพับกระดาษที่ <http://gotoknow.org/blog/origami/238177>”

บัญชา

“มีผู้อ่านบางคนส่งอีเมลล์มา หรือ Tweet มา หรือแชทมา หรือแสดงความคิดเห็นในบล็อก เพื่อบอกว่าได้นำความรู้ที่ได้จากบล็อกไปใช้ประโยชน์ และมีหลายคนติดต่อเข้ามาเพื่อเชิญไปเป็นวิทยากร หรือให้เป็น Consultant เนื่องจากได้อ่านบล็อก”

อภิศิลป์

“มีการนำไปใช้ โดยผู้ใช้งานส่วนใหญ่ได้นำความรู้เกี่ยวกับการใช้งานบล็อกที่เขียนถ่ายทอดไปใช้ เช่น การนำไฟล์ขึ้นในระบบ การทำข้อความให้เป็นลิงก์ เป็นต้น”

มะปรางเปรี้ยว

“พบว่าผู้ติดตามอ่านบล็อกของเราเยอะพอสมควร เคยคิดเป็นบล็อกยอดนิยมของในเว็บ www.gotoknow.org โดยดูจากจำนวนคนที่แอดบล็อกเรา ไว้ใน planet ของเขา อาจจะเพราะว่าเคยได้รับรางวัล “สุดคะนึง” ซึ่งเป็นรางวัลที่เว็บไซต์ gotoknow ให้บล็อกเกอร์ด้วยกันเองโหวตบล็อกที่ประทับใจมากที่สุดเลยทำให้มีผู้แอดชื่อเราเยอะไปด้วย”

ดาวลูกไก่

2.7 การปรับปรุงทบทวนความรู้

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บบล็อกอยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ต่อเรื่องการปรับปรุงทบทวนความรู้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.41 โดยที่ประเด็นปรับปรุงความรู้ในบันทึก ด้วยข้อเท็จจริงใหม่ที่มาลงบันทึกเดิมเป็นประเด็นสำคัญอันดับแรก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.60 รองลงมาคือ ประเด็นการนำความคิดเห็นจากผู้อ่านมาปรับปรุงบล็อกให้ดียิ่งขึ้นมีค่าเฉลี่ย 3.55 และ เมื่อพบว่ามีข้อความส่วนหนึ่งในบล็อกผิดพลาด จะแจ้งให้ทราบทันที ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.49 ตามลำดับ ดังตารางที่ 16

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 วิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บไซต์ในเรื่องการปรับปรุงทบทวนความรู้

ประเด็นคำถาม (การปรับปรุงและทบทวนความรู้)	ระดับความคิดเห็น (จำนวนผู้ตอบ)					\bar{X}	s.d
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
* ปรับปรุงความรู้ในบันทึก ด้วยข้อเท็จจริงใหม่ที่มาลงล่างบันทึกเดิม	100	123	73	60	19	3.60	1.18
* นำความคิดเห็นจากผู้อ่านมาปรับปรุงบล็อกให้ดียิ่งขึ้น	122	102	53	55	43	3.55	1.37
* เมื่อพบว่ามีความสับสนหนึ่งในบล็อกผิดพลาด จะแจ้งให้ทราบทันที	112	90	74	64	33	3.49	1.31
* ศึกษาวิธีการนำเสนอ ของบล็อกเกอร์อื่นที่มีจำนวนผู้เข้าชมมาก เพื่อมาปรับปรุงวิธีการนำเสนอในบล็อก	84	104	101	66	20	3.44	1.17
* รับฟังความคิดเห็นของผู้อ่านต่อบันทึกอย่างเปิดใจ	104	100	53	72	46	3.38	1.38
* เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงข้อความในบันทึก จะรักษาข้อความเดิมไว้ แต่เขียนข้อความเพิ่มเติม และขีดฆ่าข้อความที่ไม่ถูกต้อง หรือล้าสมัย	63	117	100	77	18	3.35	1.12
* ศึกษาลักษณะเด่นของบล็อกเกอร์อื่นๆ ที่มีจำนวนผู้เข้าชมมาก เพื่อมาปรับใช้ในบล็อก	73	91	125	65	21	3.35	1.14
* ปรับปรุงความรู้ในบันทึกที่เขียนแล้ว ด้วยหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่เพิ่มเติม และชัดเจนมากยิ่งขึ้น	45	131	113	73	13	3.33	1.03
* นำความคิดเห็นต่อเนื้อหาในบล็อกของผู้อ่านมาเพิ่มเติม เป็นประเด็นใหม่	80	101	91	56	47	3.3	1.3
* ทบทวนความรู้ในแต่ละบันทึกให้ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบันอยู่เสมอ	69	88	133	57	28	3.3	1.16
ค่าเฉลี่ยรวม						3.41	1.22

ในการสัมภาษณ์บล็อกเกอร์เรื่องการปรับปรุงทบทวนความรู้ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญจากผู้อ่านมาปรับปรุงในบล็อกของตน เป็นอันดับแรก และศึกษาจากการสังเกตบล็อกที่มีจำนวนผู้เข้าชมมากๆ มาปรับปรุงใช้กับบล็อกของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลที่ได้จากคำตอบแบบสอบถาม ยกตัวอย่างเช่น

“นำ Feedback จากผู้อ่านมาปรับปรุง เช่น การจัดรูปแบบของตัวอักษรให้ง่ายต่อการอ่าน หรือปรับรูปแบบลักษณะการเขียนให้ง่ายต่อการอ่านและทำความเข้าใจ เป็นต้น นอกจากนี้หากพบว่ามีเนื้อหาล้าสมัยก็จะปรับปรุงหรือให้ข้อมูลที่ทันสมัยเพิ่มเติมให้แก่ผู้อ่าน”

มะปรางเปรี้ยว

“ปรับปรุงโดย ดูเป็นระยะๆ เช่น ถ้าเป็นบล็อกเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน จะตั้งคำถามให้เกิดเวทีการแลกเปลี่ยนร่วมกัน ถ้าเป็นเรื่องเล่าที่เรื่อยเปื่อยเพราะอยากเขียนอยากเล่า ถ้าเขียนยาวไป ก็จะตัดทอนมีต่อตอนหน้า และปล่อยให้ภาพประกอบทำหน้าที่เล่าบ้าง”

iDee-Day

“ดูจากบล็อกอื่นๆ ว่ามีจุดดีอะไรบ้าง แล้วนำมาประยุกต์ใช้กับบล็อกตัวเอง”

ออมรักษ์

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติของบล็อกเกอร์

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติอยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.38 โดยที่ประเด็นระหว่างเครือข่ายชุมชนบล็อก มีการนัดเวลามาสนทนากันภายในบล็อกเป็นประจำเป็นประจำเป็นประเด็นสำคัญอันดับแรก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.83 รองลงมาคือ ประเด็นระหว่างเครือข่ายชุมชนบล็อกมีจัดพบปะสังสรรค์กันในกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อกในโลกความจริง มีค่าเฉลี่ย 2.79 และระหว่างเครือข่ายชุมชนบล็อกมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างเป็นระบบ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.78 ตามลำดับ ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 การมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติของกลุ่มตัวอย่าง

ประเด็นคำถาม (การมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติ)	ระดับความคิดเห็น (จำนวนผู้ตอบ)					\bar{X}	s.d
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
* ระหว่างเครือข่ายชุมชนบล็อก มีการนัดเวลามาสนทนากันภายในบล็อกเป็นประจำ	35	38	157	114	29	2.83	1.03
* ระหว่างเครือข่ายชุมชนบล็อกมีจัดพบปะสังสรรค์กันในกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อกในโลกความจริง	29	54	127	134	29	2.79	1.04
* ระหว่างเครือข่ายชุมชนบล็อกมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างเป็นระบบ	22	53	141	134	23	2.78	0.97
* เกิดกิจกรรมอื่นๆ จากการแลกเปลี่ยน พูดคุยกันภายในบล็อกชุมชนอย่างเป็นทางการ	21	44	138	134	36	2.68	0.99
* ร่วมกลุ่มกับผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาเดียวกัน	24	35	96	165	53	2.5	1.05
* มีการกำหนดวัตถุประสงค์ระหว่างกันและกันภายในเครือข่ายชุมชนบล็อก	6	41	137	140	49	2.5	0.91
* หากมีประเด็นที่สงสัย หรือมีปัญหาเกี่ยวกับความสนใจ มักจะมีบล็อกเกอร์ที่อยู่ในเครือข่ายชุมชนบล็อกเดียวกัน เข้ามาชี้แจง แก้ไขปัญหาให้	19	26	128	147	53	2.49	0.99
* มีการพูดคุย ได้ตอบกันระหว่างคนภายในกลุ่มนอกเหนือจากการพูดคุยกันในบล็อก	6	43	114	150	60	2.42	0.95
* การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อก ทำให้ช่วยลดปัญหาซ้ำซ้อนในการทำงาน	6	26	124	169	41	2.42	0.84
* การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อก ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความเห็นในเชิงลึก	8	17	140	166	42	2.42	0.83

ตารางที่ 17 การมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ประเด็นคำถาม (การมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติ)	ระดับความคิดเห็น (จำนวนผู้ตอบ)					X̄	s.d
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
* บ่อยครั้งที่รู้สึกมีความกระตือรือร้น เนื่องจากถูกกระตุ้นและได้รับกำลังใจจากบล็อกเกอร์อื่นๆ	9	33	98	186	47	2.39	0.9
* รู้สึกไว้วางใจกลุ่มคนที่ร่วมกลุ่มด้วย	8	17	126	181	41	2.38	0.82
* รู้สึกปลอดภัยหากจะเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงภายในกลุ่ม	6	8	144	161	52	2.34	0.8
* การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อก ทำให้ได้แนวคิดในการดำเนินชีวิต	8	10	123	187	45	2.33	0.8
* ร่วมกลุ่มกับผู้ที่มีความสนใจ หรือความชอบเดียวกัน	24	25	71	183	70	2.33	1.06
* นำความรู้ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนนั้นไปปฏิบัติใช้จริง	6	16	104	214	33	2.32	0.76
* มีความเชื่อมั่นในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันภายในกลุ่ม	8	11	117	179	58	2.28	0.84
* รู้สึกว่ามีผู้รับฟังความคิดเห็น	6	6	127	176	56	2.27	0.79
* การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อก ทำให้เกิดมุมมอง หรือองค์ความรู้ใหม่	9	20	83	200	61	2.24	0.87
* มีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้ที่มีความเชี่ยวชาญได้โดยตรง	7	14	87	208	57	2.21	0.81
* รู้สึกกล้าแสดงความคิดเห็นระหว่างกลุ่มชุมชนในบล็อก	9	12	96	183	72	2.2	0.87
* การรวมกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อกส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้มากกว่าการไม่รวมกลุ่ม	13	11	57	232	60	2.16	0.85
* รู้สึกถึงการให้เกียรติกันระหว่างกลุ่มชุมชน	6	9	89	197	70	2.15	0.81
* รู้สึกถึงการให้โอกาสแสดงความคิดเห็นของกลุ่มเครือข่ายชุมชนในบล็อก	8	17	47	234	66	2.1	0.82
* บ่อยครั้งที่รู้สึกถึงมิตรภาพของการอยู่ในเครือข่ายชุมชนบล็อกเดียวกัน	11	8	71	190	93	2.07	0.88
ค่าเฉลี่ยรวม						2.38	0.89

ผลจากการสัมภาษณ์บล็อกเกอร์ในประเด็นการมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัตินั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นซึ่งแบ่งออกเป็น 3 หัวข้อ คือ เรื่องการกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายระหว่างเครือข่ายในชุมชน เรื่องบรรยากาศภายในชุมชน และเรื่องแนวทางปฏิบัติจากการเข้าร่วมในเครือข่ายชุมชน (อ้างแล้วหน้า 28) ดังนี้

ในประเด็นเกี่ยวกับการกำหนดโดเมน หรือวัตถุประสงค์ร่วมกันในเครือข่ายชุมชน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จับกลุ่มเครือข่ายชุมชน โดยแบ่งเป็นความเชี่ยวชาญในเรื่องเดียวกัน แต่กลับไม่มีการกำหนดวัตถุประสงค์ร่วมกันอย่างชัดเจน มีเพียงส่วนน้อยที่กำหนดวัตถุประสงค์ในการรวมกลุ่ม ยกตัวอย่างเช่น

“มีความสัมพันธ์กับบล็อกเกอร์ท่านอื่นๆ ในระดับปานกลาง เพราะจะแสดงความคิดเห็นเฉพาะที่มีประเด็นน่าสนใจ หรือมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ พอ โดยทำให้เป็นกันเอง”

ลักษณะ

ตัวอย่างชุมชนที่มีการกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายร่วมกันอย่างชัดเจน

“โดยภาพรวมของเครือข่ายชุมชนใน GotoKnow มีวัตถุประสงค์ดังนี้ค่ะ (1) **ส่งเสริม** “การแลกเปลี่ยนเรียนรู้” ซึ่งเป็นกิจกรรมด้านการจัดการความรู้ ด้วยการใช้งานเว็บล็อก (weblog) ส่งเสริมสร้างให้ “คนไทยมีสุขภาพที่แข็งแรง” หมายถึง คนไทยมีความสุขในด้าน ได้แก่ กาย จิต สังคม และปัญญา (2) **จัดเตรียมพื้นที่เสมือนและเครื่องมือสำหรับ “ชุมชนนักปฏิบัติ (Community of practice)”** เพื่อสนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่มคนทำงานในสาขาอาชีพต่างๆ (3) **สนับสนุนการเขียนเรื่องเล่าเร้าพลัง (storytelling)** จากประสบการณ์และการเรียนรู้ของผู้เขียนเอง เพื่อเป็นประโยชน์ให้แก่ผู้อ่านได้นำไปประยุกต์ใช้ หรือจุดประกายความคิดเพื่อให้ต่อยอดความรู้ในกิจกรรมการทำงานและกิจกรรมอื่นๆ ของผู้อ่านต่อไป (4) **สนับสนุนการให้เกียรติแก่เจ้าของความรู้โดยไม่สนับสนุนการละเมิดลิขสิทธิ์งานเขียน ภาพ เสียง และสื่อมัลติมีเดีย โดยทุกวิธี** ไม่ว่าจะเป็นการนำบันทึก ภาพ เสียง และสื่อมัลติมีเดียใน GotoKnow ไปเขียนหรือนำเสนอที่อื่นโดยอ้างว่าเป็นของตนเอง หรือการนำบทความหรือข้อความ ภาพ เสียง และสื่อมัลติมีเดียจากที่อื่นมาเขียนใน GotoKnow โดยอ้างว่าเป็นผู้เขียนเองก็ตาม การกระทำเหล่านี้เรียกว่าเป็น “การโจรกรรมทางวรรณกรรม (Plagiarism)”

มะปรางเปรี้ยว

ส่วนในประเด็นความเป็นชุมชน ได้แก่ การสร้างบรรยากาศอันดีระหว่างชุมชน การเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น การกระตุ้นจากคนในชุมชน (อ้างแล้วหน้า 28) พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์เห็นว่า ชุมชนบล็อกที่ตนเองร่วมเป็นสมาชิกอยู่นั้นมีลักษณะที่เป็นชุมชนในระดับปานกลาง กล่าวคือ ในเครือข่ายชุมชนบล็อกมีทั้งที่แสดงบรรยากาศเป็นชุมชนมาก ปานกลาง และน้อยในระดับพอๆ กัน จากการสัมภาษณ์พบว่า การมีส่วนร่วมในเครือข่ายชุมชนนั้นถูกจำกัดด้วยการไม่มีเวลาในการปฏิสัมพันธ์กับบล็อกเกอร์คนอื่นๆ เช่น

“บรรยากาศของ GotoKnow.org จะมีสมาชิกค่อนข้างหลากหลายอาชีพ นอกจากนี้แล้วกลุ่มผู้ใช้งานส่วนใหญ่จะมีอายุเฉลี่ยเกินกว่า 30 ปีขึ้นไป ซึ่งการแลกเปลี่ยนมีความเป็นกันเอง และมีความเกรงใจกันในระดับหนึ่ง เนื่องจากการแลกเปลี่ยนใน GotoKnow.org ซึ่งเป็นเว็บบล็อกที่สนับสนุนการเปิดเผยตัวตนของผู้ใช้งาน จึงทำให้ผู้ใช้งานส่วนใหญ่จะแลกเปลี่ยนกันอย่างสุภาพ และทุกท่านจะเคารพซึ่งกันและกัน จึงทำให้ภาพรวมของ GotoKnow.org มีมิตรภาพเกิดขึ้นจากสมาชิกค่ะ”

มะปรางเปรี้ยว

“การมีส่วนร่วมในแต่ละกลุ่มจะขึ้นอยู่กับความสนิทสนมค่ะ บางครั้งเป็นผู้ตาม ตามบล็อกเกอร์ระดับอาจารย์ โดยเฉพาะด้านการจัดการความรู้ เช่น ดร.ประพนธ์ คนไร่กรอบ เพราะความไม่สนิท ไม่รู้จักตัวจริง ๆ จะไม่กล้า และเป็นผู้ดูอยู่ห่างๆ ในเรื่องที่เราไม่รู้เรื่องไม่ได้อยู่ในความสนใจ แต่พอรู้จักบล็อกเกอร์บ้างจากการทักทายผิวเผิน ผ่านเวทีเสมีอน และเป็นผู้นำ น้อยมาก แต่ส่วนมากจะวางบทบาทผู้ประสานงานและนำมารายงานมากกว่า ตามที่ถ่ายทอดในบล็อก ฝึกฝนงานคุณFA”

“ระยะหลังไม่ค่อยได้ไปแสดงตัวตนให้บล็อกเกอร์น้องใหม่ ส่วนผู้ที่เข้ามาทักทายให้ความคิดเห็น จะพยายามกลับไปทักทายอ่านบันทึกล่าสุด หรือบันทึกที่น่าสนใจ และแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมแหล่งอ้างอิง โดยทำลิงค์ ภาพพูดได้ดีกว่าตัวหนังสือ เขียนโต้ตอบเหมือนการสนทนากันแบบเฟซบุ๊กหน้า”

ดาวลูกไก่

สำหรับในเรื่องแนวทางปฏิบัติจากการเข้าร่วมในเครือข่ายชุมชนนั้น จากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มักจะไม่มีแนวทางปฏิบัติที่เกิดจากการเข้าร่วมในเครือข่ายชุมชนบล็อกเลย มีเพียงส่วนน้อยที่เกิดเป็นแนวปฏิบัติที่ยั่งยืน จึงขอยกตัวอย่างจากการสัมภาษณ์เฉพาะที่เกิดเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ดังนี้

“เหตุการณ์สำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคือ เกิดชุมชนคนรักการพับกระดาษขึ้นอย่างเป็นทางการ และเกิดกิจกรรมต่อเนื่องตลอดปีที่ผ่านมา เช่น การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ และการให้สัมภาษณ์กับสื่อโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์”

บัญชา

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานบล็อก

ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นคำถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานบล็อกในการจัดการความรู้ ออกเป็น 3 ประเด็น คือ ประเด็นปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้ ประเด็นปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติของบล็อกเกอร์ และประเด็นปัญหาทางเทคนิคของการใช้งานบล็อก ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

4.1 ปัญหาและอุปสรรคของบล็อกเกอร์เรื่องกระบวนการจัดการความรู้บนบล็อก

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานบล็อกของประเด็นการจัดการความรู้บนบล็อกอยู่ในระดับความเห็นด้วยน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.38 โดยที่ประเด็นไม่มีการแลกเปลี่ยน ต่อยอดความรู้ในบันทึกเป็นประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไม่เห็นด้วยอันดับแรก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.73 รองลงมาคือ ประเด็นมีจำนวนผู้อ่านบล็อกน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.69 ตามลำดับ ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 แสดงปัญหาและอุปสรรคเรื่องกระบวนการจัดการความรู้บนบล็อก

ประเด็นคำถาม(ปัญหาและอุปสรรคเรื่องกระบวนการจัดการความรู้)	ระดับความคิดเห็น (จำนวนผู้ตอบ)					\bar{x}	s.d
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
* ไม่มีการแลกเปลี่ยน ต่อยอดความรู้ในบันทึก	75	55	47	87	109	2.73	1.51
* มีจำนวนผู้อ่านบล็อกน้อย	40	72	85	83	93	2.69	1.32
* ไม่สามารถตอบข้อซักถามที่ผู้อ่านติดต่อมาหาโดยตรงได้	43	43	78	117	92	2.54	1.29
* ไม่สามารถพูดคุย ต่อยอดในประเด็นที่เขียนกับผู้อ่านได้อย่างละเอียด	42	36	84	128	81	2.54	1.25
* มีข้อความในบล็อกผิดพลาด รอให้มีผู้อ่านแจ้งเข้ามาบ้างจึงค่อยแก้ไข	44	32	85	124	88	2.52	1.27
* ไม่ควรถ่ายทอดความรู้ลงบล็อก เนื่องจากเกรงกลัวว่าจะมีผู้อื่นนำไปใช้หาผลประโยชน์	33	49	66	152	73	2.51	1.2
* ไม่พร้อมร่ายการนำความรู้ในบล็อกไปใช้งาน	32	54	70	116	101	2.46	1.26
* เขียนบันทึกโดยแปลความจากเนื้อหาที่เป็นภาษาอื่น โดยไม่ได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม	47	39	41	147	99	2.43	1.32
* ไม่มีผู้แสดงความคิดเห็นต่อบันทึกที่เขียนเลย	16	59	60	159	78	2.4	1.11
* ใช้งานบล็อกผิดวัตถุประสงค์ของการจัดการความรู้	31	45	69	116	112	2.38	1.26
* เขียนบันทึกโดยเล่าเรื่องราวจากประสบการณ์ของตนเอง โดยตกไข่ใส่สีบ้าง	23	36	101	114	99	2.38	1.15
* เขียนเล่าบันทึกความยาวมากกว่า 1 หน้ากระดาษ A4 โดยที่ไม่มีการแบ่งเป็นตอนๆ	37	53	41	107	133	2.34	1.35
* ลบบันทึกที่ล้าสมัย หรือที่มีข้อมูลผิดพลาดออกไป ทำให้บันทึกอื่นๆ ที่ใส่ลิงค์มายังบันทึก ไม่ให้สามารถเข้ามาอ่านข้อมูลเดิมได้	31	42	43	151	106	2.31	1.23
* เขียนบันทึกโดยนำเนื้อหาจากแหล่งอื่น มาตัดแปะ ในบันทึก	40	39	55	106	133	2.32	1.34
* เขียนโดยไม่มีแหล่งอ้างอิงที่ชัดเจน	38	18	83	111	123	2.29	1.26
* ลบข้อคิดเห็นที่ผู้อื่นแสดงความคิดเห็น ซึ่งแตกต่างไปจากในบันทึกออก	34	44	42	128	125	2.29	1.29
* รู้สึกไม่พอใจ เนื่องจากมีผู้แสดงความเห็นต่อบทความ	25	41	64	107	135	2.23	1.24
* เขียนอัปเดตบล็อกนานๆ ครั้ง	27	38	57	105	146	2.18	1.25
* เขียนเล่าบันทึกโดยไม่มีการแบ่งสัดส่วนเป็น ส่วนหัวเรื่อง ส่วนเนื้อหา ส่วนสรุป	15	28	59	123	145	2.04	1.1
* เขียนบันทึก เพื่อระบายความไม่พอใจต่อบุคคลอื่น	21	22	31	133	166	1.92	1.13
ค่าเฉลี่ยรวม						2.38	1.26

การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า ไม่ค่อยมีปัญหาในกระบวนการจัดการความรู้ นอกจากจะเป็นปัญหาจากข้อจำกัดของบล็อกเกอร์เอง คือ เรื่องไม่มีเวลา ทั้งในเรื่องการแลกเปลี่ยนความรู้ และตอบข้อซักถามต่อผู้อ่านที่ถามเข้ามา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ได้จากการตอบแบบสอบถามคือ

“ที่สำคัญที่สุดคือ เวลา เพราะบ่อยครั้งไม่มีเวลาตอบ หรือคุยกับผู้อ่านอย่างละเอียดนัก”

บัญชา

นอกจากนี้ยังมีประเด็นอื่น ที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่าปัญหา เช่น

“ผู้อ่านเข้าใจการสื่อสารผิด ทำให้เกิดการโต้ตอบผิดความหมาย และผู้เขียนบล็อกบางคนใช้ข้อมูลมีแหล่งไม่น่าเชื่อถือ”

Top55

“เนื้อหาในบล็อกถูกคนอื่นลอกไปโดยไม่ได้ออกอนุญาตก่อนและไม่มีการอ้างอิงกลับมา”

อภิศิลป์

4.2 ปัญหาและอุปสรรคของบล็อกเกอร์เรื่องการมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติของบล็อกเกอร์

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานบล็อกของประเด็นเครือข่ายชุมชนที่ร่วมเป็นสมาชิกอยู่ในระดับความเห็นด้วยน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.50 โดยที่ประเด็นการไม่ได้เข้าร่วมกลุ่ม หรือเครือข่ายชุมชนอื่นๆ เลยเป็นประเด็นสำคัญอันดับแรก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.68 รองลงมาคือ ประเด็นการรู้สึกไม่สนใจกับคนในเครือข่ายชุมชนที่ร่วมกลุ่มอยู่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.60 ตามลำดับ ดังตารางที่ 19

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 19 แสดงปัญหาและอุปสรรคประเด็นการมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติของกลุ่มตัวอย่าง

ประเด็นคำถาม (ปัญหาและอุปสรรคเรื่องการมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติ)	ระดับความคิดเห็น (จำนวนผู้ตอบ)					\bar{X}	s.d
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
* ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่ม หรือเครือข่ายชุมชนอื่น ๆ เลย	39	81	61	115	83	2.68	1.31
* เกิดปัญหาความผิดใจกัน ระหว่างบล็อกเกอร์ในเครือข่ายชุมชนบล็อกเดียวกัน	44	66	57	101	111	2.55	1.37
* รู้สึกไม่สนิทใจกับคนในเครือข่ายชุมชนที่ร่วมกลุ่มอยู่	57	65	54	77	126	2.6	1.47
* ไม่สนใจแสดงความคิดเห็น หรือร่วมกิจกรรม ในเครือข่ายชุมชนบล็อก	43	71	48	90	120	2.53	1.41
* รู้สึกว่าภายในเครือข่ายชุมชนที่ร่วมกลุ่มอยู่ ไม่มีสัมพันธ์ภาพอันดี	46	59	61	91	122	2.51	1.39
* รู้สึกถึงการไม่ให้เกียรติกันภายในเครือข่ายชุมชนในบล็อก	45	55	58	102	118	2.49	1.37
* ไม่พบว่าเกิดนวัตกรรมใหม่ๆ จากการแลกเปลี่ยนความรู้	43	35	46	140	110	2.36	1.3
* แลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างเครือข่ายชุมชนบล็อก เป็นไปในลักษณะผิวเผิน	35	40	64	100	138	2.29	1.31
ค่าเฉลี่ยรวม						2.5	1.37

ในประเด็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในเครือข่ายชุมชนบล็อก ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการมีปฏิสัมพันธ์ในชุมชนแนวปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย - ปานกลาง

“ระยะหลังไม่ค่อยได้ไปแสดงตัวตนให้บล็อกเกอร์น้องใหม่ ส่วนผู้ที่เข้ามาทักทายให้ความคิดเห็น จะพยายามกลับไปทักทายอ่านบันทึกล่าสุด หรือบันทึกที่น่าสนใจ และแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมแหล่งอ้างอิง โดยทำลิงค์ ภาพพูดได้ดีกว่าตัวหนังสือ เขียนได้ตอบเหมือนการสนทนากันแบบเฟซบุ๊กหน้า”

ดาวลูกไก่

“ในกรณีที่ทำงาน (ชุมชนที่เป็นอยู่จริง) เวลาที่ผ่านมายังน้อยมาก เพราะคนในที่ทำงานยังปฏิเสธกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านบล็อก คนชอบการนำเสนอความเห็น แต่ไม่ชอบบันทึก ไม่ชอบเผยแพร่ โดยส่วนตัวคิดว่าไม่ค่อยจะมีเพราะว่า เราสามารถใช้ความรู้ที่เราได้จากการศึกษา เรียนรู้มาประยุกต์หรือบูรณาการร่วมกัน ส่วนผู้อ่าน เราไม่ได้เฉพาะเจาะจงหรือตั้งเป้าหมายว่าจะต้องให้คนในองค์กรตัวเองมาอ่าน บล็อกเป็นพื้นที่ที่จัดไว้ให้คนเข้าเรียนรู้ตามอัธยาศัย”

“ยังไม่เจอปัญหาโดยตรงด้านการสื่อสาร แต่สังเกตว่า ในพื้นที่เริ่มมีความไม่เข้าใจเกิดขึ้นบ่อยมาก (เท่าที่ได้อยู่ห่างๆ) จะไม่ให้อึดใจสำคัญที่สุดคือต้องเปิดใจรับฟัง ไม่ตัดสิน คิดเชิงบวก ถ้าไม่เห็นด้วย ควรมีความคิดดีๆ ในการเขียนแสดงความคิดเห็น ที่สำคัญอย่าลืมจุดประสงค์ของการเขียนบล็อกที่ใช้งานด้วย ว่าเปิดเป็น

เวทีสาธารณะให้แสดงความคิดเห็น ดังนั้นมุมมองของคนอ่านหลาย ๆ คน มีหลาย ๆ ความคิด และจริงๆ แล้วก็ควรแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในความรู้ที่เป็นสาระเท่านั้น (นะคะ)”

อมรรักษ์

4.3 ปัญหาและอุปสรรคของบล็อกเกอร์ในประเด็นเกี่ยวกับการใช้งานบล็อก

ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาและอุปสรรคในการใช้งานบล็อกของประเด็นประเด็นการใช้งานบล็อกอยู่ในระดับความความเห็นด้วยน้อย ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.37 โดยที่ประเด็นความสามารถ คุณลักษณะของบล็อกขาดประสิทธิภาพต่อการสร้างกลุ่มและประเด็นความสามารถ คุณลักษณะของบล็อกขาดประสิทธิภาพในการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ เป็นประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไม่เห็นด้วยอันดับแรก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.52 รองลงมาคือ ประเด็น การรู้สึกว่าเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่สำหรับบล็อกมีรูปแบบการใช้งานยุ่งยาก ซับซ้อน และประเด็นไม่ทราบว่า มี function การประชาสัมพันธ์บนที่อื่นอีก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 2.43 ตามลำดับ ดังตารางที่ 20 ตารางที่ 20 แสดงปัญหาและอุปสรรคในประเด็นการใช้งานบล็อก (ทางเทคนิค)

ประเด็นคำถาม (ปัญหาและอุปสรรคเรื่องการใช้งานบล็อกทางเทคนิค)	ระดับความคิดเห็น (จำนวนผู้ตอบ)					\bar{X}	s.d
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
* ความสามารถและคุณลักษณะของบล็อกขาดประสิทธิภาพในการแลกเปลี่ยน เรียนรู้	42	62	43	126	100	2.52	1.34
* ความสามารถและคุณลักษณะ ของบล็อกขาดประสิทธิภาพต่อการสร้างกลุ่ม	43	59	47	123	101	2.52	1.34
* รู้สึกว่าเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่สำหรับบล็อกมีรูปแบบการใช้งานยุ่งยาก ซับซ้อน	46	55	26	133	113	2.43	1.38
* ไม่ทราบว่า มี function การประชาสัมพันธ์บนที่อื่นอีก	24	58	67	130	94	2.43	1.2
* ความสามารถและคุณลักษณะของบล็อกไม่ตอบสนองต่อการใช้งาน	36	50	59	105	123	2.39	1.32
* เกิดข้อผิดพลาดทางเทคนิคบ่อยครั้ง	31	50	61	121	110	2.39	1.26
* ยังไม่ชำนาญในการใช้เครื่องมือต่างๆ ที่ผู้ให้บริการพื้นที่บล็อกมีไว้ให้	34	47	58	104	130	2.33	1.31
* รู้สึกว่าไม่ทันต่อลูกเล่นเสริมใหม่ๆ ที่เพิ่มเติมเข้ามา	25	47	67	120	112	2.33	1.22
* เว็บไซต์ที่ให้บริการบล็อกมีการปรับปรุงระบบบ่อยครั้ง จนรู้สึกรำคาญ	28	31	81	129	104	2.33	1.18
* ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ เป็นอุปสรรคในการอัปโหลดรูปภาพ, ไฟล์วิดีโอ หรือไฟล์เอกสาร เป็นต้น	26	35	79	115	116	2.3	1.2
* มีผู้นำเนื้อหาในบันทึกไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต และไม่มีการแจ้งแหล่งอ้างอิงกลับมายังบล็อก	32	23	41	186	91	2.25	1.15
* รู้สึกถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว (Privacy)	26	44	38	130	132	2.19	1.24
ค่าเฉลี่ยรวม						2.37	1.26

ส่วนปัญหาและอุปสรรคของบล็อกเกอร์เกี่ยวกับการใช้งานบล็อก (ทางเทคนิค) พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ ไม่พบปัญหาเนื่องจากการใช้งานบล็อกในด้านเทคนิค แต่อาจจะมีเพียงส่วนน้อยที่ให้ความเห็นเกี่ยวกับการใช้งานบล็อก ดังนี้

“ความสามารถและคุณลักษณะ (feature) ของบล็อกไม่ตอบสนองหรือขาดประสิทธิภาพต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการสร้างเครือข่าย นอกจากนี้การออกแบบระบบของบล็อกที่ยากต่อการใช้งานและการทำความเข้าใจในการใช้งาน และไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานอย่างแท้จริง”

มะปรางเป็รี้ยว



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาการจัดการความรู้ผ่านการสื่อสารบนเว็บล็อก” ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เขียนบล็อกหรือบล็อกเกอร์ (Blogger) จากทั้งเว็บไซต์ที่เปิดให้บริการฟรีสำหรับเขียนบล็อก และบล็อกเกอร์ที่ซื้อพื้นที่ (Host) เขียนบล็อกเอง โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) คือ การสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยขอสรุปผลและอภิปรายผลตามประเด็นคำถามวิจัย ดังนี้

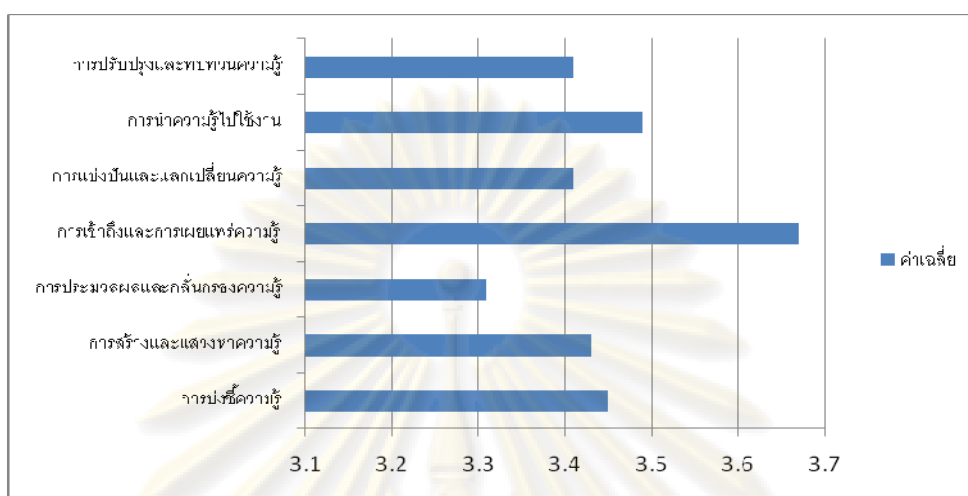
1. บล็อกเกอร์ไทยส่วนใหญ่มีวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บล็อกของตนเองอย่างไร
2. การมีส่วนร่วมของบล็อกเกอร์ตามแนวคิดชุมชนแนวปฏิบัติทำให้บล็อกเกอร์แลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างกันและกัน และนำความรู้นั้นไปใช้มากหรือน้อยขึ้น หรือไม่ อย่างไร
3. ปัจจัยใดที่เป็นอุปสรรคขัดขวางให้การจัดการความรู้บนบล็อก

สรุปผลการวิจัย

1. บล็อกเกอร์ไทยส่วนใหญ่มีวิธีการจัดการความรู้หรือเนื้อหาบนเว็บล็อกของตนเองอย่างไร

จากผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการจัดการความรู้บนเว็บล็อกของบล็อกเกอร์ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดของกระบวนการจัดการความรู้ ซึ่งมีทั้งหมด 7 ประเด็นมาเป็นตัวชี้วัด พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ “ปานกลาง” ต่อกระบวนการจัดการความรู้ใน 6 ขั้นตอน ได้แก่ เรื่องการบ่งชี้ความรู้ เรื่องการสร้างและแสวงหาความรู้ เรื่องการประมวลผลและกลั่นกรองความรู้ เรื่องการแบ่งปันและเผยแพร่ความรู้ เรื่องการนำความรู้ไปใช้งาน และเรื่องการปรับปรุงและทบทวนความรู้ แต่มีเพียงเรื่องเดียว คือ เรื่องการเข้าถึงและการเผยแพร่ความรู้ที่อยู่ในระดับความคิดเห็นด้วย “มาก” ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 21 แสดงระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเรื่องกระบวนการจัดการความรู้ (ภาพรวม)



อาจอธิบายได้ว่าบล็อกเป็นสื่อกลางที่ช่วยเหลือในเรื่องการเข้าถึงและการเผยแพร่ความรู้ได้ง่าย สามารถลดข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ ดังเช่น คำสัมภาษณ์ของบล็อกเกอร์ท่านหนึ่งกล่าวว่า

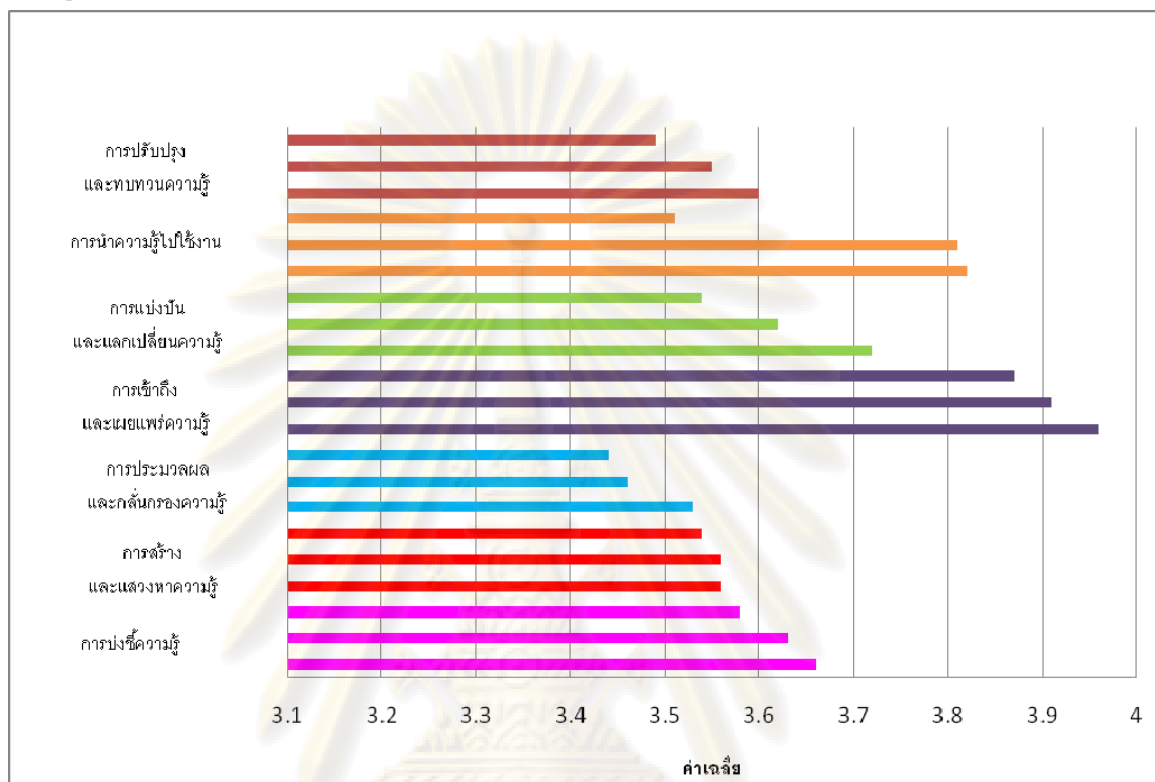
“บล็อกเป็นเครื่องมือที่ลดข้อจำกัดของเวลา สถานที่ เพราะไม่ว่าใครก็สามารถใช้บล็อกเพื่อการจัดการความรู้ส่วนบุคคล และต่อยอดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องพรมแดน ซึ่งจะทำให้โลกของการเรียนรู้ กว้างใหญ่ขึ้นค่ะ”

มะปรางเปรี้ยว

นอกจากนี้ ในทัศนะของผู้วิจัยคิดว่า บล็อกยังมีลักษณะเดียวกันกับอินเทอร์เนต คือ มีลักษณะที่ไม่จำกัดเรื่องเวลาและสถานที่, สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานอื่นๆ ได้ในลักษณะ Interactive, มีอิสระในการใช้งานที่ถูกควบคุมน้อยมาก และมีลักษณะเชื่อมต่อกันหมด (อ้างแล้วดังรูปภาพที่ 2.4 หน้า 36)

เมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดของค่าเฉลี่ยทั้ง 7 ประเด็น โดยเรียงลำดับ 3 อันดับแรกของแต่ละประเด็นในกระบวนการจัดการความรู้ มาจัดลำดับ พบว่า เรื่องการเข้าถึงความรู้เป็นเรื่องที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงที่สุดกว่ากระบวนการจัดการความรู้อื่นๆ อีก 6 ประเด็น ซึ่งสอดคล้องกับระดับความคิดเห็นในภาพรวมที่ได้กล่าวไปแล้ว ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 22 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อขั้นตอนของกระบวนการจัดการความรู้ (แยกย่อย)



สำหรับในรายละเอียดของแบบสอบถามในกระบวนการจัดการความรู้ทั้ง 7 ประเด็น สามารถสรุปในประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

การบ่งชี้ความรู้

ผลการวิจัยในเรื่องการบ่งชี้ความรู้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างกำหนดเนื้อหาในบล็อกตามประเด็นปัญหาของสังคม เป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Herring et al. เกี่ยวกับ Longitudinal Content analysis of blog: 2003-2004 เพื่อเปรียบเทียบลักษณะเนื้อหา ตลอดจนบริบทแวดล้อมอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อบล็อกเกอร์ในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน (อ้างแล้วหน้า 48) ผลการวิจัยของ Herring et al. ระบุว่าปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่ ประเด็นซึ่งเป็นที่สนใจของสังคมในขณะนั้น กำหนดเนื้อหาของบล็อกเกอร์แต่ละคน

อาจอธิบายปรากฏการณ์นี้ได้ว่า ในช่วงเวลาที่เก็บข้อมูลของงานวิจัยชิ้นนี้เป็นช่วงเวลาคาบเกี่ยวกับการเกิดเหตุการณ์ขัดแย้งทางการเมืองระหว่างรัฐบาลและฝ่ายแนวร่วมประชาชนเพื่อประชาธิปไตย (นปช.) เมื่อวันที่ 12-14 เมษายน พ.ศ. 2552 ทำให้มีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเหตุขัดแย้งครั้งนี้น่ามากมาย

นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่าง คำนึงถึงกลุ่มผู้อ่านเป็นหลัก (248 คน) เกือบ 2 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเช่นเดียวกัน (อ้างแล้วหน้า 75)

การสร้างและแสวงหาความรู้

ผลการศึกษาล็อกเกอร์ในเรื่องการสร้างและแสวงหาความรู้ทั้งจากแบบสอบถามและจากการสัมภาษณ์ ต่างระบุไปในทางเดียวกันว่า พวกเขานำความรู้ต่างๆ รอบตัว ไม่ว่าจะเป็นความรู้เดิมที่ตนเองมีอยู่แล้ว แสวงหาความรู้จากผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ รวมทั้งแสวงหาความรู้หรือข้อมูลจากสื่อมวลชนกระแสหลัก นำมาสอดแทรกทัศนคติ การคิดวิเคราะห์ของตนเองลงไป เพื่อนำเสนอต่อผู้อ่านแง่มุมที่แตกต่างไปจากเดิม โดยผลจากการสัมภาษณ์ระบุว่า แหล่งข้อมูลที่ใช้มากที่สุด คือ ค้นคว้ามาจากเว็บไซต์ทั้งในและต่างประเทศ โดยคำนึงถึงแหล่งข้อมูลด้วยว่า มีความน่าเชื่อถือหรือไม่ โดยแสดงทัศนระว่าการแสดงตัวตนของบล็อกเกอร์ หรือแหล่งข้อมูลดังกล่าวส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของเนื้อหาที่จะนำมาใช้งาน ต่อยอดต่อไป

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า บล็อกเกอร์แสวงหาความรู้จากสื่ออื่นๆ เช่น โทรทัศน์ หรือวิทยุ ถึง 2 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (221 คน) ซึ่งอาจเป็นผลจากการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนกระแสหลัก ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์อย่างต่อเนื่องเรื่องความขัดแย้งทางการเมืองดังกล่าว ซึ่งเป็นประเด็นที่ทั้งสื่อและสังคมให้ความสำคัญ อีกทั้งความพยายามสร้างกระแส ทั้งจากฝ่ายทักษิณ และรัฐบาลต่างก็ใช้สื่อเพื่อชักจูงความได้เปรียบทางการเมืองดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Herring et al. เช่นเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม ในเรื่องการสร้างและแสวงหาความรู้นี้ กลับพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อการผลิตองค์ความรู้ใหม่ๆ ยังน้อยอยู่ เนื่องจากผลการวิจัยระบุว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นด้วยกับการสร้างโดยนำข้อมูลดิบผ่านกระบวนการวิจัยเป็นองค์ความรู้ใหม่นั้นอยู่ในอันดับท้ายๆ ของผลการวิจัยในหัวข้อการสร้างและแสวงหาความรู้⁷⁴ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงกมล ชาติประเสริฐ และคณะ⁷⁴ ที่ศึกษาเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับอุดมศึกษา พบว่า ปัญหาและอุปสรรคใหญ่ที่ทำให้ไม่เกิดองค์ความรู้ที่หลากหลาย นอกจากการสร้างความรู้จากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลแล้ว คือ กลุ่มตัวอย่างใช้เทคโนโลยีเพื่อผลิต สร้าง องค์ความรู้ ขึ้นมาใหม่อยู่ในเกณฑ์น้อย ยกตัวอย่างเช่น การป้อนข้อมูลดิบ

⁷⁴ ดวงกมล ชาติประเสริฐ และคณะ. สถานภาพงานวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ. (กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547)

ใส่โปรแกรม excel เพื่อแปรเป็นตารางหรือกราฟหาแนวโน้ม (Trend) หรือ ใช้โปรแกรมเพื่อประมวลผลในการวิจัยเพื่อให้เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ๆ ของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวขังน้อยอยู่

การประมวลผลและกลั่นกรองความรู้

ผลงานวิจัยนี้ในเรื่องการประมวลผลและกลั่นกรองความรู้มีประเด็นที่น่าสงสัยที่ กลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยกับการกลั่นกรองความรู้โดยกรองแหล่งข้อมูลมาจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือทางวิชาการเพียง 150 คน แสดงให้เห็นว่า บล็อกเกอร์บางส่วนอาจคัดเลือกหาในเรื่องที่ไม่เกี่ยวกับทางวิชาการมากนัก ดังจะเห็นได้จากผลการวิจัยของ Kaye (อ้างแล้วหน้า 57) ที่ระบุว่า ผู้ใช้งานบล็อกโดยส่วนใหญ่ใช้บล็อกเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตัว อันได้แก่ เพื่อความบันเทิง เพื่อความสนุกสนาน และเพื่อลี้หนีจากความจำเจ ดังกล่าวจึงทำให้เนื้อหาในบล็อกเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่อ้างอิงมาข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือทางวิชาการมาเขียนในบันทึกอีก

นอกจากนี้ ผลการวิจัยเกี่ยวกับการอ้างอิงลิ้งค์ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Herring et al. เรื่องแนวโน้มของการอ้างอิงลิ้งค์ (link) ไปยังเหตุการณ์ซึ่งเป็นแหล่งที่มาในช่วงที่มีเหตุการณ์สำคัญทางการเมืองอยู่ในระดับลดน้อยลง ดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 ผลการวิจัยที่เปรียบเทียบแนวโน้มของการเขียนบล็อกของบล็อกเกอร์ โดย Herring et al. ในงานวิจัยเรื่อง Longitudinal Content analysis of blog: 2003-2004

	จำนวนคำ	จำนวน ประโยค	จำนวน รูปภาพ	จำนวน ลิ้งค์ที่โพสต์	จำนวน comment
ฤดูใบไม้ผลิ 2003	202.95	15.17	0.11	0.65	0.40
ฤดูใบไม้ร่วง 2003	224.51	17.87	0.04	0.43	0.64
ฤดูใบไม้ผลิ 2004	299.62	22.05	0.04	0.47	0.39

จะเห็นได้ว่า บล็อกเกอร์มักจะเขียนบันทึกที่เป็นคำหรือประโยคเพิ่มมากขึ้น แทนการอ้างอิงลิ้งค์ อาจอธิบายได้ว่า ในช่วงเวลาที่มีข่าวประเด็นการเมือง นั้นส่งผลให้การเขียนบันทึกของบล็อกเกอร์เปลี่ยนแปลงไป ดังจะเห็นได้จากผลการวิจัยของ Herring et al. และจากผลการวิจัยครั้งนี้ที่มีจำนวนลิ้งค์แสดงแหล่งอ้างอิงอยู่ในอันดับท้ายๆ เมื่อเปรียบเทียบกับประเด็นคำถามในเรื่องการประมวลผลและกลั่นกรองความรู้ (อ้างแล้วหน้า 75)

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างระบุว่า หากต้องการตรวจสอบข้อมูลเพื่อความถูกต้องจะอาศัย Search Engine อย่าง Google ค้นหาข้อมูลในหัวข้อเดียวกันกับเนื้อหาที่จะเขียนเพื่อเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายๆ แห่งเพื่อยืนยันความถูกต้อง นอกจากนี้ยังมีบล็อกเกอร์ระบุว่า เขาจะใส่ลิงค์อ้างอิงแหล่งข้อมูลทุกครั้งเพื่อป้องกันตัวเอง หากข้อมูลที่นำมาไม่ถูกต้อง

การเข้าถึงและเผยแพร่ความรู้

ในประเด็นการเข้าถึงและการเผยแพร่ความรู้ พบว่า บล็อกเกอร์ส่วนใหญ่สมัครสมาชิกในเว็บไซต์สารบัญบล็อก (Blog directory) เพื่อเพิ่มช่องทางให้ผู้อื่นสามารถเข้าถึงบันทึกของตนเองมากที่สุด ดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นว่า บล็อกมีคุณค่าด้านการเข้าถึง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรพรรณ (อ้างแล้วหน้า 52)

แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า บล็อกเกอร์เลือกประชาสัมพันธ์บันทึกใหม่ๆ ด้วยการใช้อีเมลล์เป็นอันดับแรก เห็นได้จากกว่า 3 ใน 4 ระบุว่าพวกเขา e-mail บอกเพื่อนๆ หรือผู้ติดตามอ่านบล็อก เนื่องจากในปัจจุบันที่เครื่องมือเสริมที่บล็อกเกอร์สามารถติดตั้งภายในบล็อกของตนเอง เพื่อให้ง่ายต่อการลงทะเบียนยินยอมรับการเตือนเมื่อมีข้อความใหม่ๆ โผล่ขึ้นไป ซึ่งอาจจะอยู่ในรูป E-mail alert หรือเป็น RSS feed ทำให้บล็อกเกอร์และผู้อ่านสามารถเชื่อมต่อถึงกันได้ง่ายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้

ในกระบวนการจัดการความรู้เรื่องการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างอนุญาตให้ผู้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็นต่อบทความที่เขียนได้เป็นอันดับสอง (รองจากการนำบทความในบล็อกไปตีพิมพ์หรือเผยแพร่ในสื่ออื่นๆ) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศเรื่องแรงจูงใจของบล็อกเกอร์ของ Nardi et. al. (อ้างแล้วหน้า 49) ที่ระบุว่า บล็อกเกอร์มีแรงจูงใจในการเขียนบล็อก 5 ประการ คือ (1) เพื่อบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นไปต่างๆ รอบตัว (2) เพื่อใช้เป็นช่องทางแสดงทัศนคติและประเด็นที่ต้องการให้มีอิทธิพลต่อสาธารณะ (3) เพื่อแสวงหาความคิดเห็นของผู้อื่นและผลตอบรับ (Feedback) ในประเด็นที่เขียน (4) เพื่อพัฒนาระบบการคิดอย่างเป็นระบบด้วยการเขียนบล็อก (5) เพื่อปลดปล่อยอารมณ์ถึงเครียดของตนเอง โดยแรงจูงใจข้อที่ (3) ที่ระบุว่าบล็อกเกอร์ทำบล็อกเพื่อแสวงหาความคิดเห็นของผู้อื่นและผลตอบรับในประเด็นที่บล็อกเกอร์เขียน

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับความคิดเห็นของ วิชิต ชาวะหา (อ้างแล้วหน้า 37) ที่บอกว่า จุดเด่นของ บล็อก นอกจากจะเป็นเครื่องมือสื่อสารกันระหว่างผู้เขียนบันทึกและผู้เข้ามาอ่านแล้ว ยังเป็น เครื่องมือที่ช่วยเรื่องให้ผู้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็น (Comment) กับบันทึกที่ได้อ่านได้ด้วย ซึ่งขั้นตอนที่ บล็อกเกอร์ได้เขียนได้ตอบต่อความคิดเห็นนั้นๆ ไปมา ถือเป็นลักษณะของการสนทนาเพื่อหาความแตกฉานใน ทั่วความรู้กับผู้อ่านนั้น จึงถือได้ว่าเป็นการร่วมกันสกัดความรู้ฝังลึกได้อย่างดี

ดังจะเห็นได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างระบุว่า เมื่อมีผู้อ่านติดต่อเข้ามา ไม่ว่าจะผ่านคอมเมนต์ หรือส่งอีเมลล์มาถามในประเด็นเรื่องที่เขียนเพิ่มเติม กลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์ระบุว่า จะรีบตอบกลับทันที เท่าที่ทำได้ เนื่องจากการติดต่อกับผู้อ่านทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่ามีคนติดตามและสนใจบล็อกของเขา และถือเป็นแรงจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างสร้างบล็อกต่อไป จากผลการสัมภาษณ์นี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ B.A. Nardi, D. J. Schiano, และ M Gumbrecht (อ้างแล้วหน้า 49) ที่ระบุว่า *บล็อกเป็นกิจกรรมทางสังคม (Social Activity)*

การนำความรู้ไปใช้

นอกจากการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ ในขั้นตอนการจัดการความรู้มีความสำคัญมากที่สุดอีก ประเด็น คือ การนำความรู้ที่ไปใช้งาน กล่าวคือ หากการจัดการเนื้อหา มีเพียงการแบ่งปันและแลกเปลี่ยน ความรู้ แต่ไม่มีผู้นำความรู้ที่ไปใช้งาน การจัดการความรู้ก็ไร้ความหมาย ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดการ ความรู้

อย่างไรก็ตาม ในเรื่องการนำความรู้ไปใช้งานจากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า หลักฐานที่พิสูจน์ว่ามีการนำ ความรู้ไปใช้ได้ชัดเจนที่สุด คือ มีร่องรอยว่าผู้อ่านได้เพิ่มชื่อบันทึกของเราในพื้นที่ Blogroll ของพวกเขา เนื่องจากการเขียนบล็อก เป็นการสื่อสารสู่สาธารณะในตัวของมันเองอยู่แล้ว คงไม่มีใครที่ต้องการเขียนบล็อกเพื่อให้ ตนเองอ่านเพียงคนเดียว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Barbara K. Kaye (อ้างแล้วในหน้า 50) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ แรงจูงใจของบล็อกเกอร์ในการใช้งานบล็อก พบว่า ร้อยละ 15.3 ของบล็อกเกอร์ต้องการแสดงความเป็นตัวตน และต้องการมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับบล็อกเกอร์และผู้อ่านบล็อก (Express/affiliation with bloggers and blog users) กล่าวคือ Blogroll คือ พื้นที่ที่บล็อกเกอร์เชื่อมโยงออกไปยังเนื้อหาที่บล็อกเกอร์ให้ความสนใจเป็นพิเศษ การนำบล็อกหรือลิงค์ใดๆ มาใส่ไว้ในบล็อกของตน แสดงให้เห็นว่า พวกเขาสนใจที่จะติดตามอ่านบันทึกนั้นๆ

อย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น Blogroll จึงถือเป็นหลักฐานพิสูจน์ถึงการประสบผลสำเร็จในการสื่อสารกันระหว่างผู้เขียนบล็อกและผู้อ่านบล็อก ตลอดจนการนำความรู้ไปใช้ได้อีกอย่างหนึ่ง

การปรับปรุงทบทวนความรู้

ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการจัดการความรู้ทุกๆ ครั้ง ก็คือ การปรับปรุงทบทวนความรู้ เนื่องจากความรู้นั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ความรู้ที่ถูกต้องในช่วงเวลาหนึ่ง อาจไม่ถูกต้อง หรือมีการเปลี่ยนแปลงได้ และบล็อกถือเป็นคลังที่เก็บข้อมูลความรู้ของแต่ละบุคคลเอาไว้ จากผลการวิจัย บล็อกเกอร์ส่วนใหญ่เห็นว่า การปรับปรุงและทบทวนความรู้ ด้วยการใช้ข้อเท็จจริงมาสนับสนุนเดิมเป็นหัวข้อเป็นเรื่องที่พวกเขาทำมากที่สุด รองลงมาคือ การนำความคิดเห็นจากการแลกเปลี่ยนกับผู้อ่านมาปรับปรุงเนื้อหาในบล็อกให้ดียิ่งขึ้น แต่ในขั้นตอนการปรับปรุงเนื้อหาในบล็อกนั้น มีหลักที่ต้องคำนึงถึง แตกต่างไปจากการขั้นตอนการแก้ไขเปลี่ยนแปลงเนื้อหาในหนังสือ หรือเอกสารอื่นๆ

กล่าวคือ หากต้องมีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาในบล็อก บล็อกเกอร์ไม่ควรจะลบบล็อกนั้นทิ้ง เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อบล็อกอื่นๆ ที่เชื่อมโยงมาที่บล็อกนี้ ดังนั้น บล็อกเกอร์ควรจะใช้วิธีขีดฆ่าข้อความ หรือเนื้อหาที่ต้องการเปลี่ยนแปลงออก และแก้ไขโดยใช้ข้อความใหม่ลงไป หรือหากมีข้อความที่ต้องแก้ไขมาก ให้อธิบายว่า “บล็อกนี้มีข้อความบางส่วนไม่ถูกต้องโดยให้ติดตามอ่านบล็อกที่แก้ไขแล้วที่นี่” เป็นต้น ซึ่งเป็นหลักการเขียนบล็อกที่บล็อกเกอร์ควรจะต้องปฏิบัติตาม (อ้างแล้วในหน้า 41)

2. การมีส่วนร่วมของบล็อกเกอร์ในแนวคิดเรื่องชุมชนแนวปฏิบัติเข้ามามีส่วนสนับสนุนให้บล็อกเกอร์แลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างกันและกัน และนำความรู้ที่ได้นั้นไปใช้ หรือไม่ อย่างไร

ในการวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของบล็อกเกอร์ตามแนวความคิดชุมชนปฏิบัติ ที่ต้องอาศัยองค์ประกอบใหญ่ๆ 3 ประการตามแนวความคิดของ Etienne (อ้างแล้วหน้า 28) นั้นพบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมตามแนวความคิดของชุมชนแนวปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ B.A. Nardi, D. J. Schiano, และ M Gumbrecht (อ้างแล้วหน้า 49) ที่ระบุว่า **บล็อกเป็นกิจกรรมทางสังคม (Social Activity)** เนื่องจาก “บล็อกก่อให้เกิดผู้อ่าน, ในขณะที่เดียวกันผู้อ่านก็ทำให้เกิดบล็อกเช่นกัน” ยกตัวอย่างเช่น เพื่อนกระตุ้นให้เพื่อนเขียนบล็อก, ผู้อ่านบอกบล็อกเกอร์ให้รู้ว่าพวกเขาชอบที่จะอ่านบล็อกต่อไปของบล็อกเกอร์อยู่ หรือบล็อกเกอร์โพส (post) บล็อกใหม่ๆ โดยคำนึงถึงผู้อ่าน หรือแม้แต่บล็อกเกอร์ติดต่อและอภิปรายกับผู้อ่านในสื่ออื่นๆ นอกเหนือจากบล็อก เช่น โดยการส่งข้อความด่วน (Instant messaging), โดยการพูดคุยกันทางโทรศัพท์,

โดยการส่งอีเมลล์ หรืออาจจะพูดคุยกันแบบตัวต่อตัว (Face-to-Face) จึงถือว่าบล็อกเป็นสื่อที่ทำให้เกิดกิจกรรมทางสังคม

จากผลการวิจัยพบว่า บล็อกเกอร์มีส่วนร่วมในเครือข่ายชุมชนบล็อกในระดับปานกลาง อาจอธิบายได้จากผลการวิจัยของ Trammell ที่ระบุว่าบล็อกเกอร์มีแรงจูงใจที่เข้ามาใช้งานบล็อกมากที่สุด คือ ความต้องการแสดงความเป็นตัวตนออกมา (Self-Expression) คิดเป็นร้อยละ 82.4 ในขณะที่แรงจูงใจที่ต้องการมีปฏิสัมพันธ์ในสังคมอยู่เป็นอันดับที่สอง (Social Interaction) คิดเป็นร้อยละ 59.5 เพราะเหตุนี้จึงอาจสรุปได้ว่าทำไมบล็อกเกอร์ไทยจึงมีส่วนร่วมในเครือข่ายชุมชนอยู่ในระดับปานกลางดังกล่าว

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาใน 3 อันดับแรกที่บล็อกเกอร์ที่มีระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ นัดหมายเวลามาสนทนากันภายในบล็อกเป็นประจำมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นประเด็นสำคัญอันดับแรก รองลงมาคือ มีการจัดพบปะสังสรรค์กันในกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อกในโลกความจริง นั่นมีลักษณะการพบเจอกันอย่างไม่เป็นทางการ กับบล็อกเกอร์ในชุมชนของตน ที่มีความเชี่ยวชาญ และชื่นชอบเรื่องเดียวกัน ทำให้สอดคล้องกับงานวิจัยของกรมการปกครอง (อ้างแล้วหน้า 26) ที่กล่าวว่า การรวมตัวกันของชุมชนแนวปฏิบัติ เกิดจากการรวมกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการท่ามกลางบรรยากาศสบายๆ อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่าเมื่อดูคะแนนดิบของในประเด็นเรื่องการมีส่วนร่วมนี้ กลับพบว่า ในแต่ละหัวข้อคำถาม กลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยกับการมีส่วนร่วมในแนวความคิดชุมชนปฏิบัติ ในเรื่องการทำหนดหัวข้อ, เป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ร่วมกัน (Domain) (อ้างแล้วหน้า 28) ซึ่งมีระดับความคิดเห็นด้วยมาก ถึงเห็นด้วยมากที่สุด มีจำนวนไม่ถึง 1 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างเลย อาจอธิบายได้ว่า ลักษณะของการเกิดของชุมชนแนวปฏิบัติที่กำหนดให้มีเป้าหมายร่วมกันนั้น ยังเป็นเพียงส่วนน้อยอยู่ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังมีลักษณะเดียวกันกับองค์ประกอบอื่นอีก 2 ประการตามแนวความคิดชุมชนแนวปฏิบัติ คือ ลักษณะของชุมชน และเกิดเป็นแนวปฏิบัติ

นอกจากนี้ ยังมีประเด็นคำถามอื่นๆ ที่ปรากฏผลที่น่าสนใจ เช่น ในประเด็นคำถามที่ผู้วิจัยถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของบล็อกเกอร์ในชุมชนแนวปฏิบัติ นั้นช่วยสนับสนุนให้บล็อกเกอร์แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และนำความรู้ไปใช้มากกว่าการไม่ได้เข้ากลุ่มชุมชนหรือไม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพียง 24 คน ที่ตอบว่าเห็นด้วยมากถึงมากที่สุด ในขณะที่อีก 300 คนระบุว่า เห็นด้วยน้อยถึงน้อยที่สุด ซึ่งให้ผลที่แตกต่างจากงานวิจัยของกรมการปกครอง (อ้างแล้วหน้า 26) ที่กล่าวว่า การรวมกลุ่มกันทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนในกลุ่มชุมชนแนวปฏิบัติจะ

พัฒนาเป็นองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานของคุณและองค์กร ในเรื่องจะพัฒนาเป็นองค์ความรู้ใหม่ หรือเกิดเป็นแนวปฏิบัติระหว่างการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีบล็อกนี้ ยังอาจต้องใช้เวลา เนื่องจากการสื่อสารผ่าน บล็อกนี้ยังเข้ามาในประเทศไทยได้ไม่นาน

อย่างไรก็ดี หากพิจารณาโดยยึดตามหลักการตามแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technological determinism) ที่ Mc. Luhan (อ้างแล้วหน้า 48) ซึ่งเป็นนักคิดในกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดแบบแข็ง ระบุว่า เทคโนโลยีการสื่อสารเพียงปัจจัยเดียว ที่จะส่งผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์ ทำให้ มนุษย์มีผัสสะที่แตกต่างออกไปจากเดิม เช่น การที่บล็อกมีเทคโนโลยีที่เอื้อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่าง บล็อกเกอร์ให้เกิดเป็นชุมชน อย่าง Blogroll ที่ให้แลกเปลี่ยนลิงค์ระหว่างกลุ่มบล็อกเกอร์ด้วยตนเอง หรือมีพื้นที่ สำหรับแสดงความคิดเห็น (Comment) ตลอดจนมีพื้นที่ให้ผู้อ่านสามารถติดต่อกับบล็อกเกอร์โดยการส่งอีเมลล์ เทคโนโลยีดังกล่าว ทำให้บล็อกเกอร์ต้องปรับตัวกับลักษณะการสื่อสารระหว่างกันผ่านหน้าจอกอมพิวเตอร์ซึ่ง แตกต่างไปจากเดิม ที่ต้องพบหน้ากันแบบ Face-to Face เท่านั้น

แต่การสื่อสารผ่านหน้าจอกอมพิวเตอร์ดังกล่าว ยังคงมีข้อจำกัด ดังจะเห็นได้ผลของการวิจัยครั้งนี้ ที่มี จำนวนบล็อกเกอร์เพียงส่วนน้อยที่ติดต่อปฏิสัมพันธ์ตรงตามองค์ประกอบของชุมชนแนวปฏิบัติจริงๆ เนื่องจากการมีส่วนร่วมในชุมชนนั้น ต้องอาศัยลักษณะการตัดสินใจของมนุษย์ควบคู่ไปด้วย ไม่ใช่เทคโนโลยีอย่างเดียวที่จะทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ด้วยกัน ซึ่งต้องอาศัยลักษณะทางนามธรรมของชุมชน เช่น ความรู้สึก ให้เกียรติก้นระหว่างบล็อกเกอร์ในชุมชน การเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น แต่จากงานวิจัยพบว่า ลักษณะ ของชุมชนดังกล่าว พบว่า อยู่ในระดับท้ายๆ ของตาราง (ตารางที่ 15, หน้า 83) เป็นต้น

3. ปัจจัยใดที่เป็นอุปสรรคขัดขวางการจัดการความรู้บนบล็อก

ปัญหาเกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้ที่บล็อกเกอร์เห็นว่า เป็นปัญหามากที่สุด คือ การไม่มีการ แลกเปลี่ยนความรู้และต่อยอดความรู้ในบันทึก รองลงมาคือ มีจำนวนผู้อ่านน้อย และไม่สามารถตอบข้อซักถาม ที่ผู้อ่านติดต่อมาหาโดยตรงได้ทันที ซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการความรู้เรื่องการแลกเปลี่ยนความรู้ทั้ง 3 ข้อ แสดงว่าถึงแม้ว่าบล็อกจะเป็นสื่อที่ช่วยเรื่องการเข้าถึงและการเผยแพร่ความรู้ แต่ในทางตรงกันข้ามบล็อก เกอร์ไทย เห็นว่า การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างบล็อกเกอร์และผู้อ่านยังไม่กว้างขวางเท่าที่ควร

อาจวิเคราะห์ได้ว่าลักษณะพฤติกรรมของคนในสังคมไทยมักไม่ค่อยออกความคิดเห็นหรือแสดงออกอย่างตรงไปตรงมา วัฒนธรรมเรื่องความเกรงใจ ทำให้ขาดความมั่นใจในการแสดงความคิดเห็น ตลอดจนอาจการมีความรู้อย่างผิวเผินไม่สามารถแสดงความคิดเห็นในเชิงลึกได้ หรืออาจเพราะความไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกัน จึงไม่กล้าแสดงความคิดเห็นออกมา อาจกล่าวได้ว่า วัฒนธรรมไทย หล่อหลอมผู้คนในสังคมเป็นเช่นนี้ ดังนั้น ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการความรู้โดยการสื่อสารบนเว็บล็อก ยังคงต้องใช้เวลาในการพัฒนาต่อไป

เมื่อเปรียบเทียบกับปัญหาและอุปสรรคด้านกระบวนการจัดการความรู้และการมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติของบล็อกเกอร์ พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในด้านการใช้งานบล็อก (เทคโนโลยี) เป็นอุปสรรคของบล็อกเกอร์น้อยที่สุด อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า ความสามารถและคุณลักษณะของบล็อกขาดประสิทธิภาพต่อการสร้างกลุ่ม และการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ เนื่องจากเว็บไซต์ที่เปิดให้บริการพื้นที่บล็อกฟรอนั้นมีรูปแบบ และฟังก์ชันสำเร็จรูปมาให้แล้ว ซึ่งยากต่อการแก้ไขได้เอง ในขณะที่บล็อกเกอร์ที่ซื้อพื้นที่บล็อกเองจะมีความยืดหยุ่นในการจัดรูปแบบบล็อกที่ตนเองต้องการได้

อภิปรายผลในภาพรวม

กล่าวโดยสรุป การศึกษาสื่อที่มีการสื่อสาร 2 ช่องทาง (2-way sources) อย่างอีเมลล์ (E-mail) กระดานสนทนา (Bulletin board) หรือห้องสนทนา (Chat room) ผู้ใช้งานต่างมีความคาดหวังว่าจะมีส่วนร่วมและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ได้ ซึ่งการสื่อสาร 2 ทางดังกล่าวถูกใช้งานด้วยวัตถุประสงค์และความต้องการที่แตกต่างจากเว็บไซต์ และจากการศึกษาพบว่า บล็อกมีลักษณะการสื่อสาร 2 ทาง ซึ่งมีลักษณะของเว็บไซต์ กระดานสนทนา อีเมลล์ และเป็นทั้งการสื่อสารทางเดียว และ 2 ทางในคราวเดียวกัน เนื่องจากขึ้นอยู่กับความต้องการของบล็อกเกอร์แต่ละคน เช่น บล็อกเกอร์บางคนอาจจะอัปเดตบันทึกทุกวัน หรือบางคนอาจจะอัปเดตบันทึก เดือนละครั้ง หรือบางคนอาจจะไม่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่านเลย ในขณะที่บางคนอาจจะติดต่อกับผู้อ่านจนรู้สึกคุ้นเคยก็มี การมีส่วนร่วมของบล็อกเกอร์แต่ละคนเปลี่ยนจากกลุ่มหนึ่งไปอีกกลุ่มหนึ่ง จากบล็อกหนึ่งไปยังอีกบล็อกหนึ่ง

ซึ่งเป็นการตอกย้ำแนวความคิดเรื่อง การเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดของ E.Rogers (อ้างแล้วหน้า 51) ที่ระบุว่า รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีเครื่องมือเป็นตัวกลางเข้ามาเชื่อมนี้ สามารถสร้างให้เกิดเงื่อนไขการโต้ตอบแบบฉับพลัน (Interactivity) เช่นเดียวกับกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face) โดยผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าวในเรื่องการเข้าถึงและการเผยแพร่ความรู้ที่มีค่าเฉลี่ยโดดเด่นกว่าเรื่องอื่นๆ ในกระบวนการจัดการความรู้ทั้งหมด อีกด้วย

นอกจากนี้ ผลการวิจัย ยังระบุว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าไปเขียน อ่าน และแสดงความคิดเห็นในบล็อกทั้งของตนเอง และของผู้อื่นโดยเฉลี่ยทุกวัน โดยใช้เวลาเฉลี่ยอยู่ที่ 1-2 ชั่วโมง ส่วนในประเด็นเรื่องการใช้งานบล็อก (ทางเทคนิค) พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการใช้งานบล็อกเกี่ยวกับเรื่องเทคโนโลยี อยู่ในระดับน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับประเด็นปัญหาและอุปสรรคในเรื่องกระบวนการจัดการความรู้และการมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเชี่ยวชาญ สามารถจัดการกับเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่อย่างบล็อกที่เกิดขึ้นได้อย่างไม่มีปัญหาและอุปสรรคได้ดี

ดังคำกล่าวของ เจ้าพ่อแห่งการสื่อสารอย่าง Rupert Murdoch กล่าวว่า “เด็กยุคใหม่ที่เกิดขึ้นในยุคนี้ ถือว่ามีสัญชาติดิจิทัล (Digital native) ในขณะที่พวกเขาอายุตั้งแต่ 40-50 ปีขึ้นไป เป็นผู้อพยพทางดิจิทัล (Digital Migration) ที่ต้องเร่งปรับตัวให้เข้ากับสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว”

อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการจัดการความรู้จะให้สัมฤทธิ์ผลนั้น จะพึ่งพาเทคโนโลยีอย่างเดียวไม่ได้ เนื่องจากความรู้ในตัวบุคคล เทคโนโลยีอย่าง “บล็อก” เป็นเพียงเครื่องมือหนึ่ง ที่เพิ่มช่องทาง การแบ่งปัน (Share) ให้ความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลกระจายออกไป ทั้งนี้ทั้งนั้น ในกระบวนการสร้างความรู้ มนุษย์ยังใช้เทคโนโลยีเพื่อผลิตหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ไม่มากนัก แต่กลับใช้เทคโนโลยีในลักษณะของการแบ่งปัน แลกเปลี่ยนมากกว่า (ดวงกมล ชาติประเสริฐและคณะ, อ้างแล้ว)

จุดเริ่มต้นของการจัดการความรู้ ยังคงต้องมาจากมนุษย์เอง ที่ส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน เนื่องจากจุดประสงค์ของการจัดการความรู้ ก็คือ มนุษย์สร้างความรู้ และมนุษย์เองที่ได้และนำความรู้นั้นไปใช้งาน แต่จากผลการวิจัยนี้มีข้อสังเกตว่า การจัดการความรู้ของบล็อกเกอร์ ยังไม่มีการแลกเปลี่ยนต่อยอดความรู้ในบล็อก อาจอธิบายได้ว่า เนื่องจากผู้อ่านอาจจะยังไม่มีความรู้ที่ลึกซึ้งพอที่จะต่อยอดความรู้ดังกล่าว ทำให้ไม่เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่

ท้ายที่สุดนี้ การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้เราๆ ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างไป และบางคนใช้เทคโนโลยีไปในทางผิดวัตถุประสงค์เดิมของการเกิดเทคโนโลยีการสื่อสารที่ส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมทางสังคมระหว่างมนุษย์ โดยอาจส่งผลให้เกิดความเสียหายทั้งต่อตนเองและผู้อื่น ดังจะเห็นได้จากข่าวเกี่ยวกับ การใช้ลักษณะเด่นของ hi5 ที่เชื่อมต่อเพื่อนของเพื่อนของเพื่อน แต่กลับใช้ hi5 เพื่อขายบริการทางเพศ เป็นต้น ในทัศนะของผู้วิจัยเห็นว่าถึงแม้ว่าเทคโนโลยีจะเปลี่ยนแปลงไปรวดเร็วเช่นไร กอปรกับเยาวชนที่เกิดขึ้นมาใหม่ถือสัญชาติดิจิทัลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ พวกเขาอาจรับรู้วัฒนธรรมซึ่งแตกต่างไปจากเดิมๆ จึงเป็น

หน้าที่ของเราทุกคนที่จะช่วยสอดส่องให้สังคมดิจิทัลที่เกิดขึ้นใหม่นี้ เกิดเป็นสังคมที่ปลอดภัยต่อเยาวชนไทยต่อไป

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้ต้องการศึกษา 2 เรื่องเกี่ยวกับบล็อก คือ เรื่องการจัดการความรู้ของบล็อกเกอร์ และเรื่องที่มีส่วนร่วมในแนวความคิดของชุมชนปฏิบัติของสังคมการจัดการความรู้ ผลการวิจัยครั้งนี้มีข้อนำสังเกต ดังนี้

1. ในเรื่องเกี่ยวกับการจัดการความรู้ หรือเนื้อหาของบล็อกนั้น พบว่า บล็อกเกอร์ไทยสามารถจัดการความรู้ด้านต่างๆ ได้ดี ได้แก่ การบ่งชี้ความรู้ การสร้างและแสวงหาความรู้ การประมวลผลและกลั่นกรองความรู้ การเข้าถึงความรู้ การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ การนำความรู้ไปใช้ การปรับปรุงทบทวนความรู้ แม้แต่ด้านการใช้เทคโนโลยีก็ไม่เป็นอุปสรรคต่อการจัดการความรู้ของบล็อกเกอร์ไทย แสดงให้เห็นว่าการทำงานของบล็อกไม่ซับซ้อน ยุ่งยากเกินกว่าที่เราจะเรียนรู้

ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า ยังมีนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ อีกมาก ที่มีความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) จากประสบการณ์การทำงาน และดำเนินชีวิตที่ยังไม่ได้นำความรู้มาประมวลอย่างเป็นระบบ และแบ่งปันให้คนทั่วไปให้ศึกษา ผู้วิจัยจึงเห็นว่าหากสถาบัน หน่วยงาน หรือองค์กร ตระหนักถึงการจัดการความรู้ ก็น่าที่จะสนับสนุน เชิญชวนให้บุคคลากรสร้างบล็อกของตนเอง เพื่อเป็นเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนความรู้ และเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ต่อไป ตัวอย่างเช่น นายแพทย์วิจารณ์ พานิช ได้สร้างเครือข่ายชุมชนบล็อกในกระทรวงสาธารณสุขจนเป็นแหล่งเรียนรู้แลกเปลี่ยนความรู้ทางการแพทย์แพร่หลายไปทั่วประเทศ

2. ในเรื่องเกี่ยวกับชุมชนแนวปฏิบัติ พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของบล็อกเกอร์ คือ เรื่องเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในเครือข่ายชุมชนที่เป็นสมาชิกอยู่ แสดงให้เห็นว่า การแลกเปลี่ยนความรู้ ยังอยู่ในวงแคบมีเพียงส่วนน้อยที่มีปฏิสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องและสร้างกลุ่มขึ้นมาอย่างไม่เป็นทางการ

ผู้วิจัยเห็นว่า การพัฒนาเว็บบล็อกให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการนำไปใช้งานจะต้องสร้างแรงจูงใจให้บล็อกเกอร์และสมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในวงกว้าง โดยอาจจัดให้มีกิจกรรม ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มของสมาชิกอย่างไม่เป็นทางการที่สนใจเรื่องเดียวกัน เช่น กลุ่มปฏิบัติธรรมของแพทย์ศิริราช เป็นต้น การร่วมกลุ่มย่อยๆ เหล่านี้ทำ

ให้เกิดการไว้วางใจและเชื่อถือซึ่งกันและกัน เป็นผลให้การแบ่งปันความรู้ในชุมชนมีการต่อยอดไปเรื่อยๆ จนเกิดชุมชนบล็อกลอย่างยั่งยืน และแตกแขนงความรู้มากขึ้น

3. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์บล็อกเกอร์และการสังเกตของผู้วิจัย พบว่า มีบล็อกบางส่วนที่นำข้อมูลและความรู้มาตัดแปะ ใสไว้ในบล็อกตนเอง เนื่องการทำเช่นนั้นง่ายกว่าการสร้างความรู้เอง นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่ง ระบุว่าโดนคัดลอกข้อความในบันทึกไปใช้ โดยได้ไม่ได้ขออนุญาตหรืออ้างอิงกลับมายังบล็อกของตน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงอยากเสนอข้อเสนอแนะเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว ดังนี้

- ส่งเสริมให้บล็อกเกอร์แต่ละคนตรวจตราตัวเอง โดยรณรงค์ให้การคัดลอก หรือนำข้อมูลบางส่วนมาจากที่แหล่งข้อมูลใด ควรจะอ้างอิงแหล่งข้อมูลดังกล่าวทุกครั้ง
- ส่งเสริมให้บล็อกเกอร์มีจิตสำนึก มีความละเอียดใจ ก่อนจะคัดลอกข้อมูลของใครมาใช้ประโยชน์ส่วนตน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เน้นศึกษาในภาพรวมของบล็อกเกอร์ในประเทศไทย ซึ่งจะได้ความคิดเห็นในมิติของบล็อกเกอร์เท่านั้น หากผู้วิจัยท่านต่อไปสนใจต่อยอดในประเด็นการจัดการความรู้โดยการสื่อสารผ่านบล็อกนี้ ผู้วิจัยมีความเห็นดังนี้

1. สมควรที่จะศึกษาเปรียบเทียบชุมชนแนวปฏิบัติภายในบล็อก โดยเฉพาะเฉพาะกลุ่มมาเปรียบเทียบ เช่น การศึกษาเปรียบเทียบชุมชนบล็อกของคณะแพทยศาสตร์มหิดลกับชุมชนบล็อกของนักสื่อสารมวลชน เพื่อศึกษาถึงลักษณะโครงสร้างของและการมีส่วนร่วมของบล็อกเกอร์ในชุมชนดังกล่าวว่ามีลักษณะเหมือน หรือแตกต่างกันอย่างไร และมีลักษณะเฉพาะซึ่งเป็นแบบอย่างที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเรื่องการจัดการความรู้ในชุมชนอื่นๆ ต่อไปหรือไม่
2. สมควรศึกษาในมิติของผู้ใช้งานบล็อกในการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ เช่น อะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้งานบล็อกเลือกที่จะเชื่อ หรือไม่เชื่อเนื้อหาในบันทึกของบล็อกเกอร์ ซึ่งอาจจะเปรียบเทียบกับเกณฑ์การพิจารณาความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนกระแสหลัก ว่ามีความเหมือนหรือต่างกันอย่างไร

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ, รศ. ดร. สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4, กรุงเทพมหานคร: Highter Press, 2547.
- ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ. การจัดการความรู้ในองค์กรธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : เอ็กชเปอร์เน็ท, 2548.
- ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ. การจัดการสารสนเทศเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : เอ็กชเปอร์เน็ท, 2548.
- เดชา ไชยเมื่อง. WordPress กระแทกใจ บล็อกเกอร์วัยจิ๋ว. สมุทรปราการ:พงษ์วารินการพิมพ์, 2550.
- ดวงกมล ชาติประเสริฐ และคณะ สถานภาพงานวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- ทัศนาศิลป์ ประเสริฐ, และอังสนา ธงไชย. การจัดการความรู้ในอินเทอร์เน็ตไทย. เชียงใหม่: ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ องค์การแห่งความรู้: จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร: แชนไฟร์ พรินติ้ง, 2548.
- โทมัส เอช. ดาเวนพอร์ท และลอเรนซ์ พูแซค การจัดการความรู้: เทคนิคในการแปรความรู้สู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน. แปลโดย นิทัศน์ วิเทศ กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี, 2542.
- นิธิช กิติวิสาร, “Blog: กระแสนิยมโลกอินเทอร์เน็ต พลิกโฉมการจัดการความรู้ในองค์กร” กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์และบุคลากรทางการศึกษา, 2548.
- วิจิต ชวหา, “Blog กับการจัดการความรู้,” เอกสารการอบรม ศูนย์พัฒนาทรัพยากรศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2550. (เอกสารไม่ตีพิมพ์เผยแพร่).
- บุญดี บุญญาภิก, นงลักษณ์ ประสพสุขโชคชัย, ดิสพงค์ พรชนกนาค และ ปรียวรรณ กรรณล้วน, การจัดการความรู้...จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2549.
- ประเวศ วะสี, ศ.นพ. การจัดการความรู้ กระบวนการปลดปล่อยมนุษย์สู่ศักยภาพ เสรีภาพ ความสุข. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม, 2548.
- พรทิพย์ กาญจนนิตย, พัด นิลพันธ์ และนพรัตน์ ประสาทเขตการณ. การจัดการความรู้: สู่วงจรคุณภาพที่เพิ่มพูน. เรียบเรียงจากการบรรยายของ Mr.Dave Snowden สำนักมาตราฐานอุดมศึกษา, หน้า 1-10. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดทบวงมหาวิทยาลัย, 2546.
- พรพรรณ ชินพวงสานนท์, “การศึกษาเปรียบเทียบคุณค่าของบล็อกกับเว็บไซต์และไดอารีออนไลน์,” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

มนัสชล หิรัญรัตน์, “สารานุกรมวิกิพีเดียภาษาไทยและการสื่อสารความรู้สู่สาธารณะ,”

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

วิจารณ์ พาณิช. การจัดการความรู้ในยุคสังคมและเศรษฐกิจบนฐานความรู้. กรุงเทพฯ : สถาบันส่งเสริมการ
จัดการความรู้เพื่อสังคม, 2548.

Etienne Wenger, Richard McDermott, และ William M.Snyder. ชุมชนแนวปฏิบัติ: การจัดการ
ความรู้สายพันธุ์ใหม่. แปลโดย พูนลาภ อุกทัยเลิศอรุณ กรุงเทพมหานคร: วีเลิร์น, 2547.

“Power to the people คนไทยนิยมเขียนบล็อกพอๆ กับสหรัฐฯ.” ประชาชาติธุรกิจ.
(2 สิงหาคม 2550): หน้า 39-40.

ภาษาอังกฤษ

Barbara K. Kaye. “*Blog use motivation: An exploratory study.*” Ed. Mark Tremayne,
Blogging, citizenship, and the future of media. New York: Routledge, 2007.

Denis Mcquail. Mass Communication. ed.3rd London: Sage Publication, 1994.

Ikujiro Nonaka. The knowledge creating company. Harvard Business Review, USA.
November – December.

Karl Wiik. Knowledge management creating company. U.S.A.: Schema Press, 1993.

Liebowitz., J. and T. Beckman. Knowledge Organization: What every manager should
know. U.S.A.: CRC Press, 1998.

Merritt Roe Smith. “*Technological determinism in american culture*”. Eds. Merritt Roe
Smith, Leo Marx. Does technology drive history?: The dilemma of technological
determinism. 2nd ed. U.S.A.: MIT Press, 1994.

Michael L. Smith. “*Recourse of empire: Landscape of progress in technological
America*.” Eds. Merritt Roe Smith, Leo Marx. Does technology drive history?: The
dilemma of technological determinism. 2nd ed. U.S.A.: MIT Press, 1994.

Singapore Productivity and Standards Board. Primer on knowledge Management.

Singapore: Intregrated Press, 2001.

Susan C. Herring, Lois Ann Scheidt, Inna Kouper and Elijah Wright, Longitudinal content
analysis of blogs: 2003 -2004. Ed. Mark Tremayne, Blogging, citizenship, and
the future of media. New York: Routledge, 2007.

ออนไลน์

กระบวนการจัดการความรู้.สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม. [ออนไลน์].

แหล่งที่มา: <http://www.pattani3.go.th/kmc/KMmodel.htm>. [12 มีนาคม 2552]

กรมการปกครองขับเคลื่อน KM สนับสนุนนวัตกรรมการแก้ไขปัญหาความยากจน. [ออนไลน์]

แหล่งที่มา: http://www.dopa.go.th/web_pages/m03060000/km/km_kn.....

[26 กุมภาพันธ์ 2552]

ความเป็นมาของ gotoknow.org [ออนไลน์]. 2551. แหล่งที่มา: <http://gotoknow.org/about>.

[31 ธันวาคม 2551]

อนุชาติ พวงสำลี ดร. รศ. ชุมชนนักปฏิบัติ: แนวคิดและกรอบวิเคราะห์. [ออนไลน์].

แหล่งที่มา: <http://gotoknow.org/blog/opqdkm/11993> [04 กันยายน 2551]

อาภินันท์ ศรีมา, Weblog การสื่อสารแนวใหม่บนโลกอินเทอร์เน็ต [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.fm100cmu.com/blog/apinanun/content.php?id=444>

[25 ธันวาคม 2551]

Anita Blanchard Blog as virtual communities: Identifying a sense of community in the

Julie/ Julia Project. Edited by L. Gurak, S. Antonijevic, L. Johnson, C Ratliff, and

J. Reyman. [Online]. Available from:

http://blog.lib.umn.edu/blogoshere/blogs_as_virtual.html. [May 21, 2006]

Bonnie A. Nardi, Diane J. Schiano, Michelle Gumbrecht. Blogging as social activity, or,

would you let 900 million people read your diary? [Online]. Available from:

<http://project.ischool.washington.edu> [October 23, 2008]

Dave Sifry. State of the Blogosphere Part 1: On Blogosphere Growth. [Online]. 2006.

Available from: <http://technorati.com/weblog/2006/02/81.html> [Feb 2008]

Mollary Jensen. "Emerging alternative: A brief history of weblogs" Columbia Journalism

Review, Vol. 42, September-October 2003. [Online] Available from:

<http://www.cjr.org> [May 16, 2007]

National academy of engineering. Technological Determinism. [Online]. Available from:

<http://www.nae.edu/nae/techlithome.nsf/weblinks/KGRG->

[55ZQYK?OpenDocument](http://www.nae.edu/nae/techlithome.nsf/weblinks/KGRG-55ZQYK?OpenDocument) [May 01, 2009]

Rebecca blood. "Weblogs: A history and perspective", Rebecca's pocket. [Online].

2000. Available from: www.rebeccablood.net/essays/webblogs_history.html

[25 October 2007]

Technological determinism, Wikipedia [Online]. Available from:

http://en.wikipedia.org/wiki/Technological_determinism [April 30, 2009]

Web 2.0. [Online]. Available from: http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0 [April 19, 2008]

Zento. จำนวนบล็อกเกอร์เพิ่มขึ้นกว่า 170 ล้านคน นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งเขียนและเข้าไปใช้

บริการเว็บบล็อกร่วมแบ่งปันความรู้สึกไม่แพ้สหรัฐอเมริกา.[ออนไลน์]. 2550.

แหล่งที่มา: www.oknation.net [15 มกราคม, 2552]



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่องการศึกษาการจัดการความรู้ผ่านการสื่อสารบนเว็บบล็อก ของนิสิตปริญญาโท ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการวิจัยครั้งนี้จะนำไปประกอบการวิจัยในหัวข้อ “การศึกษาการจัดการความรู้ผ่านการสื่อสารบนเว็บบล็อก” ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามทุกข้อค่ะ
(ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับเพื่อใช้ในการวิจัยเท่านั้น)

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรและความถี่ในการใช้งานบล็อก
- ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการใช้งานบล็อกเป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้
- ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในชุมชนแนวปฏิบัติ
- ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการจัดการความรู้ผ่านเว็บบล็อก

โปรดเลือกตอบตัวเลือกที่ท่านคิดว่าเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรและความถี่ในการใช้งานบล็อก

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ
 - 15 - 19 ปี 20 - 24 ปี 25-34 ปี
 - 35-44 ปี 45-54 ปี 55 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
 - มัธยมศึกษาตอนต้น หรือเทียบเท่า มัธยมปลาย, ปวช. หรือเทียบเท่า
 - อนุปริญญา, ปวส. หรือเทียบเท่า ปริญญาตรี
 - ปริญญาโทขึ้นไป อื่นๆ โปรดระบุ

4. อาชีพ

- นักเรียน / นักศึกษา
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัทเอกชน
- เจ้าของกิจการ
- ผู้บริหารระดับสูง
- ประกอบอาชีพอื่นๆ (โปรดระบุ)

5. ท่านเข้ามาเขียนบันทึก อ่าน รวมทั้งแก้ไขและแสดงความคิดเห็นในบล็อกบ่อยครั้งเพียงใด

- ทุกวัน 5-6 ครั้ง/สัปดาห์ 2-4 ครั้ง/สัปดาห์
 1 ครั้ง/สัปดาห์ 2-3 ครั้ง/เดือน 1 ครั้ง/เดือน
 น้อยกว่าเดือนละครั้ง

6. ท่านใช้เวลาในการเขียนบันทึก อ่าน รวมทั้งแสดงความคิดเห็นในบล็อกโดยเฉลี่ย

- มากกว่า 4 ชม. 2-4 ชม. 1-2 ชม.
 31-59 นาที น้อยกว่า 30 นาที

7. กลุ่มเป้าหมายที่ท่านต้องการสื่อสารด้วยคือใคร (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน
 บุคคลทั่วไป
 สื่อมวลชน
 บุคคลที่มีความสนใจเช่นเดียวกับท่าน
 นักการตลาดเพื่อประโยชน์ทางการค้า
 อื่นๆ (โปรดระบุ)

8. ท่านรู้จักบล็อกใดต่อไปนี้บ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)

- บล็อกที่ให้บริการพื้นที่ฟรี เช่น bloggng, exteen, diaryis, gotoknow, oknation
 บล็อกที่มีบล็อกเกอร์ร่วมเขียนบันทึกหลายคน (collaborative blog) เช่น Blognone, jeban เป็นต้น
 บล็อกขนาดเล็กที่จำกัดพื้นที่ในการเขียนข้อความตัวหนังสือ หรือข้อความมัลติมีเดีย (Micro blogging /Thumblelog) เช่น twitter, noknok หรือ อนุทินใน gotoknow
 บล็อกเกอร์อิสระที่เป็นเจ้าของพื้นที่บล็อกเอง เช่น keng.com, fringer.org, pawoot.com, macroart.com
 บล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นรูปภาพ (Photoblog) เช่น multiply.com, hi5.com,
 บล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นวิดีโอคลิป (Video blog) เช่น youtube.com
 บล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเพลง บล็อก (MP3 blog) เช่น imeem.com
 อื่นๆ โปรดระบุ

9. ปัจจุบันท่านสมัครเป็นสมาชิกบล็อกอะไรบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)

- บล็อกที่ให้บริการพื้นที่ฟรี เช่น bloggng, exteen, diaryis, gotoknow, oknation

- บล็อกที่มีบล็อกเกอร์ร่วมเขียนบันทึกหลายคน (collaborative blog) เช่น Blognone, jeban เป็นต้น
- บล็อกขนาดเล็กที่จำกัดพื้นที่ในการเขียนข้อความตัวหนังสือ หรือข้อความมัลติมีเดีย (Micro blogging /Thumblelog) เช่น twitter, noknok หรือ อนุทินใน gotoknow
- บล็อกเกอร์อิสระที่เป็นเจ้าของพื้นที่บล็อกเอง เช่น keng.com, fringer.org, pawoot.com, macroart.com
- บล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่โพสรูปภาพ (Photoblog) เช่น multiply.com, hi5.com,
- บล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นวิดีโอคลิป (Video blog) เช่น youtube.com
- บล็อกที่มีเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเพลง บล็อก (MP3 blog) เช่น imeem.com
- อื่นๆ โปรดระบุ

10. ท่านใช้งานบล็อกทั้งหมดดังกล่าวคิดเป็นสัดส่วนเท่าไร โดยแบ่งเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ เช่น bloggng 70%, gotoknow 30% เป็นต้น (โปรดระบุ).....

11. ท่านเขียนเกี่ยวกับประเด็นอะไรบ้างในบล็อกของท่าน (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 2 คำถามลักษณะการจัดการความรู้บนบล็อกในฐานะที่ท่านเป็นผู้เขียนบล็อก หรือ บล็อกเกอร์
คำชี้แจง: โปรดตอบตามระดับความคิดเห็นของท่านต่อประเด็นคำถามต่อไปนี้

ประเด็นคำถาม (การบ่งชี้ความรู้)	ระดับความคิดเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. กำหนดเนื้อหาในบล็อกในประเด็นที่ท่านสนใจ					
2. กำหนดเนื้อหาในบล็อกของท่านโดยนำความรู้ที่เกี่ยวกับความเชี่ยวชาญของตัวเอง					
3. กำหนดเนื้อหาในบล็อกเพื่อเป็นคลังความรู้ของตัวเอง					
4. กำหนดเนื้อหาในบล็อกเพื่อไม่ให้เกิดการติดต่อกับเพื่อนฝูง					
5. กำหนดเนื้อหาในบล็อกเพื่อใช้ทบทวนประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมา					
6. กำหนดเนื้อหาในบล็อกคำนึงถึงผู้อ่านเป็นหลัก					
7. กำหนดเนื้อหาในบล็อกโดยคำนึงถึงการมีประโยชน์ต่อสังคม					
8. กำหนดเนื้อหาในบล็อกโดยคำนึงถึงการมีประโยชน์ต่อเครือข่ายในชุมชนของท่าน					
9. กำหนดเนื้อหาในบล็อกเนื่องจากเป็นประเด็นใหม่					
10. กำหนดเนื้อหาในบล็อกตามประเด็นปัญหาของสังคม					

ประเด็นคำถาม (การสร้างและแสวงหาความรู้)	ระดับความคิดเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. นำความรู้จากประสบการณ์ที่ท่านพบเจอมาเขียน					
2. นำความรู้ที่ได้จากการทำงาน ศึกษาเล่าเรียนมาเขียน					
3. นำความรู้ที่เกิดจากข้อผิดพลาดในการทำงาน หรือการดำเนินชีวิตมาเขียน					
4. นำความรู้ที่เกิดจากความสำเร็จในการทำงาน หรือการดำเนินชีวิตมาเขียน					
5. นำความรู้ที่เกิดการทำงานร่วมกับผู้อื่นมาเขียน					
6. นำความรู้ที่ท่านประทับใจมาเขียน					
7. แสวงหาความรู้จากเว็บไซต์อื่นๆ มาเขียน					
8. แสวงหาความรู้จากหนังสือ สื่อสิ่งพิมพ์มาเขียน					
9. แสวงหาความรู้จากสื่ออื่นๆ เช่น โทรทัศน์ หรือวิทยุมาเขียน					
10. แสวงหาความรู้โดยใช้ Search engine					
11. แสวงหาความรู้โดยถามจากผู้เชี่ยวชาญ					
12. สร้างความรู้โดยเรียบเรียงเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้					
13. สร้างความรู้โดยต่อยอดจากบทความเดิมของบล็อกเกอร์ท่านอื่น					
14. สร้างความรู้โดยนำข้อมูลดิบที่มีอยู่ มาผ่านกระบวนการวิจัยและเกิดเป็นความรู้ใหม่					
15. สร้างความรู้โดยนำองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิม นำเสนอในแง่มุมใหม่					
16. สร้างความรู้โดยนำข้อมูล หรือความรู้ที่มีอยู่แยกออกจากกัน มาบูรณาการเป็นความรู้ใหม่					

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเด็นคำถาม (การประมวลผลและการกลั่นกรองความรู้)	ระดับความคิดเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. เนื้อหาในบันทึกของท่านมีความน่าเชื่อถือ เพราะได้แจ้งแหล่งข้อมูลอ้างอิงไว้					
2. แหล่งข้อมูลที่ท่านนำมาเขียนมีความน่าเชื่อถือทางวิชาการ เช่น เป็นหนังสือ, รายงานวิชาการ เป็นต้น					
3. แหล่งข้อมูลที่ท่านนำมาเขียนมาจากผู้เชี่ยวชาญในด้านดังกล่าวอย่างแท้จริง					
4. เปรียบเทียบแหล่งข้อมูลจากหลายแหล่งเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เช่น หนังสือ บทความ หรือ เว็บไซต์ที่เชื่อถือได้					
5. แยกแยะประเด็นที่ไม่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดเป็นหัวข้อใหม่					
6. เรียบเรียงข้อมูลเดิมที่ยุ่ยกยากซับซ้อน โดยจัดรูปแบบและนำเสนอใหม่ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายมากขึ้น					
7. จัดหมวดหมู่ของเนื้อหาอย่างเป็นระบบ โดยแบ่งเป็นหัวข้อใหญ่ซึ่งครอบคลุมหัวข้อย่อยอื่นๆ ไว้ด้วยกัน					
8. นำข้อมูลดิบมาประมวลผล เกิดเป็นความรู้ใหม่ เช่น ใส่ข้อมูลตัวเลขใน Excel และประมวลผลออกเป็นกราฟ หรือ ชาร์จ					
9. ระบุโดยการแบ่งแยกประเด็นระหว่าง ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น หรือข้อความโฆษณา ให้ผู้อ่านรับทราบเสมอ					
10. เขียนบันทึกอย่างรอบคอบและถูกต้องทุกครั้ง					
11. เน้นคุณภาพงานเขียนของทุกบันทึก เช่น ตรวจสอบการสะกดคำก่อนตีพิมพ์ บันทึกนั้นๆ ลงในบล็อก					

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเด็นคำถาม (การเข้าถึง การเผยแพร่ความรู้)	ระดับความคิดเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ระบุคำสำคัญ (Keyword) ในบันทึก ที่สอดคล้องกับเนื้อหา เพื่อให้ผู้อ่านทราบว่าประเด็นอะไรที่สำคัญในบันทึกนั้น					
2. ระบุป้ายชื่อ (Tag) ซึ่งสอดคล้องกับเนื้อหาในบันทึกเพื่อให้เชื่อมโยงกับบันทึกอื่นๆ ซึ่งใส่ป้ายชื่อ (Tag) เดียวกัน					
3. ประชาสัมพันธ์บล็อกของท่าน โดยใช้ Social bookmark เมื่อมีการโพสต์บันทึกใหม่ๆ					
4. ประชาสัมพันธ์บล็อกของท่าน โดยไปโพสต์ไว้ที่เว็บบอร์ดอื่น					
5. ประชาสัมพันธ์บล็อกของท่าน โดยซื้อกลุ่มคำสำคัญ (Keyword) ซึ่งเกี่ยวกับเนื้อหาโดยรวมของบล็อกจาก Google					
6. ใส่ Meta tag ที่ระบุคำสำคัญซึ่งสอดคล้องกับเนื้อหาในแต่ละหน้า เพื่อให้ง่ายต่อการสืบค้นโดย Search engine					
7. ประชาสัมพันธ์บล็อก โดยติด banner ในเว็บไซต์ หรือบล็อกอื่นๆ					
8. ประชาสัมพันธ์บล็อก โดย E-mail บอกเพื่อนๆ หรือผู้ติดตามอ่านบล็อกของท่าน					
9. ประชาสัมพันธ์บล็อกของท่าน โดยไปโพสต์ไว้ใน Micro blogging เช่น twitter					
10. สมัครสมาชิกในเว็บไซต์สารบัญบล็อก (Blog directory) เช่น Thai blog.info , Thai blog directory.com เพื่อประชาสัมพันธ์ที่อยู่บล็อก หรือ ลิงค์บล็อกของคุณ					
11. แลกเปลี่ยนลิงค์บล็อกของท่านกับบล็อกเกอร์เพื่อนบ้าน					
12. สรุปเนื้อหาบางส่วนในบล็อก และไปโพสต์ไว้ที่เว็บไซต์อื่นเพื่อประชาสัมพันธ์ โดยใส่ลิ้งค์ให้เข้ามาอ่านบล็อกของท่านเพิ่มเติม					
13. อำนวยความสะดวกโดยติดตั้งโปรแกรม RSS Feed เพื่อให้ผู้ที่ติดตามอ่านบล็อกสามารถติดตามอ่านบทความใหม่ๆ ได้ทันที แม้ไม่ได้เข้ามาในบล็อก					
14. นำความรู้ในบันทึกไปเผยแพร่ในสื่ออื่นๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร					
15. สร้างกลุ่ม หรือ เครือข่ายที่มีความสนใจ หรือเชี่ยวชาญในเรื่องเดียวกัน เพื่อให้รับทราบเมื่อมีประเด็นหรือบันทึกใหม่ๆ เขียนในบล็อก					

ประเด็นคำถาม (การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้)	ระดับความคิดเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. พบว่ามีจำนวนผู้ติดตามอ่านบล็อก (Pageview) เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ					
2. อนุญาตให้ผู้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็นต่อบทความที่ท่านเขียนได้					
3. พบว่ามีผู้ติดตามอ่านบล็อกของท่านได้ แสดงความคิดเห็นไว้					
4. พบว่ามีผู้ติดตามและต่อยอดองค์ความรู้เดิมในบันทึกของท่าน					
5. พบว่ามีผู้ติดตามอ่านบล็อก ได้นำเนื้อหาบางส่วนในบล็อกไปแตกเป็นประเด็นอื่นๆ เพิ่มเติม					
6. แลกเปลี่ยนลิงค์บล็อกของท่านกับบล็อกเกอร์ท่านอื่นๆ					
7. แลกเปลี่ยนความรู้ในบล็อกของท่านกับเครือข่ายชุมชนบล็อกของท่าน					
8. เชื่อมโยงบทความที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับบทความของท่าน เพื่อให้ผู้อ่านสามารถอ่านบทความเพิ่มเติม					
9. หากไม่เห็นด้วยกับข้อคิดเห็นที่ผู้อ่านเสนอเข้ามาในบล็อก ท่านแสดงความคิดเห็นตอบกลับโดยความเคารพในความคิดเห็นที่ต่างกัน					
10. ท่านตอบ E-mail หรือ ข้อคิดเห็นที่ได้รับจากผู้อ่านไว้ในบล็อกของท่านอย่างเหมาะสมและโดยทันที					
11. นำบทความในบันทึกไปตีพิมพ์เผยแพร่ในสื่ออื่นๆ					
12. การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อก ทำให้เกิดเป็นนวัตกรรมใหม่ๆ					

ประเด็นคำถาม (การนำความรู้ไปใช้)	ระดับความคิดเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. มีผู้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมต่อเนื้อหาในบล็อกของท่าน					
2. มีการขออนุญาตขอนำเนื้อหาในบล็อกของท่านไปใช้					
3. มีร่องรอยถึงการนำเนื้อหาในบล็อกของท่านไปใช้ (ไม่ขออนุญาต แต่ไปเจอว่ามีผู้อื่นนำไปใช้)					
4. พบว่ามี การพูดคุยต่อยอดเกี่ยวเนื่องจากบันทึกในบล็อกหรือเว็บไซต์อื่นๆ					
5. มีผู้ร้องขอให้ท่านเขียนเนื้อหา ในประเด็นอื่นๆ เพิ่มเติมต่อจากบทความที่ท่านได้เขียนไปแล้ว					
6. เพิ่มเติมข้อมูลของบล็อก หรือ เว็บไซต์อื่นๆ ไว้ใน Blogroll เพื่อให้ผู้อ่านสามารถค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม					

ประเด็นคำถาม (การนำความรู้ไปใช้) (ต่อ)	ระดับความคิดเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. เพิ่มสิ่งค้เกี่ยวกับบทความอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องใส่ไว้ในบันทึก เพื่อให้ผู้อ่านสามารถค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม					
8. เขียนบล็อกเป็นประจำ อย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนความรู้อย่างต่อเนื่องประจำ					

ประเด็นคำถาม (การปรับปรุงบทความความรู้)	ระดับความคิดเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รับฟังความคิดเห็นของผู้อ่านต่อบันทึกของท่านอย่างเปิดใจ					
2. นำความคิดเห็นจากผู้อ่านมาปรับปรุงบล็อกของท่านให้ดียิ่งขึ้น					
3. นำความคิดเห็นต่อเนื้อหาในบล็อกของผู้อ่านมาเพิ่มเติม เป็นประเด็นใหม่					
4. เมื่อพบว่ามีส่วนหนึ่งของบล็อกผิดพลาด ท่านแจ้งให้ผู้อ่านทราบทันที					
5. เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงข้อความในบันทึก ท่านรักษาข้อความเดิมไว้ แต่เขียนข้อความเพิ่มเติม และขีดฆ่าข้อความที่ไม่ถูกต้อง หรือล้าสมัย					
6. ทบทวนความรู้ในแต่ละบันทึกที่ท่านเขียนไปแล้ว ให้ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบันอยู่เสมอ					
7. ปรับปรุงความรู้ในบันทึกที่ท่านเขียนแล้ว ด้วยข้อเท็จจริงใหม่ที่มาลงล่างบันทึกเดิม					
8. ปรับปรุงความรู้ในบันทึกที่ท่านเขียนแล้ว ด้วยหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่เพิ่มเติมและชัดเจนมากยิ่งขึ้น					
9. ศึกษาวิธีการนำเสนอ ของบล็อกเกอร์ท่านอื่นที่มีจำนวนผู้เข้าชมมาก เพื่อมาปรับปรุงวิธีการนำเสนอในบล็อกของท่าน					
10. ศึกษาลักษณะเด่นของบล็อกเกอร์ท่านอื่นๆ ที่มีจำนวนผู้เข้าชมมาก เพื่อมาปรับใช้ในบล็อกของท่านเอง					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อเครือข่ายชุมชนบล็อกที่ท่านร่วมกลุ่มด้วย ในฐานะที่ท่านเป็น ผู้เขียน บล็อก หรือ บล็อกเกอร์ เพื่อสอบถามถึงกระบวนการแลกเปลี่ยน เรียนรู้และนำความรู้ไปใช้ระหว่างเครือข่าย ชุมชนในบล็อก

เครือข่ายชุมชนบล็อก หมายถึง การรวมตัวกันของกลุ่มคนที่มีความสนใจ ความชอบ ความเชี่ยวชาญเฉพาะตัว หรืออยู่ในแวดวงวิชาชีพเดียวกันรวมตัวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสนใจ ความชอบ ความเชี่ยวชาญหรือวิชาชีพดังกล่าวระหว่างกันและกัน เช่น การเขียนบล็อก การตอบความคิดเห็น (comment), การต่อยอดความรู้ เป็นต้น

คำชี้แจง: โปรดตอบตามระดับความคิดเห็นของท่านต่อประเด็นคำถามต่อไปนี้

ประเด็นคำถาม (การมีส่วนร่วมในชุมชน) (1)	ระดับความคิดเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ร่วมกลุ่มกับผู้ที่มีความสนใจ หรือความชอบเดียวกันกับท่าน เช่น บล็อก เกี่ยวกับการถ่ายภาพสมัครเล่น					
2. ร่วมกลุ่มกับผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพเดียวกันกับท่าน เช่น บล็อกรวมวิชาชีพนักวิศวกร, บล็อกกลุ่มรวม online MKT, บล็อกรวมกลุ่ม fashion designer เป็นต้น					
3. มีความเชื่อมั่นในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันภายในกลุ่มของท่าน					
4. มีการกำหนดวัตถุประสงค์ระหว่างกันและกันภายในเครือข่ายชุมชนบล็อก					
5. มีการพูดคุย ได้ต่อกันระหว่างกันภายในกลุ่มนอกเหนือจากการพูดคุยกันในบล็อก					
6. รู้สึกไว้วางใจกลุ่มคนที่ท่านร่วมกลุ่มด้วย					
7. รู้สึกว่ามีผู้รับฟังความคิดเห็นของท่าน					
8. รู้สึกปลอดภัยหากจะเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงภายในกลุ่ม					
9. รู้สึกถึงการให้เกียรติกันระหว่างกลุ่มชุมชน					
10. รู้สึกถึงการให้โอกาสแสดงความคิดเห็นของกลุ่มเครือข่ายชุมชนในบล็อก					
11. รู้สึกกล้าแสดงความคิดเห็นของท่านระหว่างกลุ่มชุมชนในบล็อกของท่าน					
12. หากท่านโพสต์ประเด็นที่ท่านสงสัย หรือมีปัญหาได้ มักจะมีบล็อกเกอร์ที่อยู่ในเครือข่ายชุมชนบล็อกเดียวกันกับท่าน เข้ามาชี้แจง ไขปัญหาให้ทุกครั้ง					

ประเด็นคำถาม (การมีส่วนร่วมในชุมชน) (ต่อ)	ระดับความคิดเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
13. ระหว่างเครือข่ายชุมชนบล็อกร่วมกันจัดพบปะสังสรรค์กันในกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อกละโลกความจริง เช่น จัดกิจกรรมสัมมนา					
14. ระหว่างเครือข่ายชุมชนบล็อกร่วมกันได้จัดให้พบปะสังสรรค์กันในกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อกละโลกอินเทอร์เน็ต เช่น นัดเวลามาร่วมพบปะสนทนากันภายในบล็อกเป็นประจำ					
15. ระหว่างเครือข่ายชุมชนบล็อกร่วมกันมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างเป็นระบบ					
16. บ่อยครั้งที่ท่านรู้สึกมีความกระตือรือร้น เนื่องจากถูกกระตุ้นและได้รับกำลังใจจากบล็อกเกอร์ท่านอื่นๆ ให้แลกเปลี่ยน ความรู้ซึ่งกันและกัน					
17. บ่อยครั้งที่รู้สึกถึงมิตรภาพของการอยู่ในเครือข่ายชุมชนบล็อกร่วมกัน					
18. ได้แลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อกร่วมกัน					
19. ได้แลกเปลี่ยนความรู้กับผู้ที่มีความเชี่ยวชาญจากเครือข่ายชุมชนบล็อกร่วมกันที่ท่านร่วมกลุ่มอยู่					
20. การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อกร่วมกันทำให้เกิดมุมมองหรือองค์ความรู้ใหม่					
21. การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อกร่วมกันช่วยให้ช่วยลดปัญหาข้อขัดข้องในการทำงาน					
22. การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อกร่วมกันทำให้ได้แนวคิดในการดำเนินชีวิต					
23. การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มเครือข่ายชุมชนบล็อกร่วมกันทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความเห็นในเชิงลึก					
24. นำความรู้ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนนั้นไปปฏิบัติใช้จริง					
25. เกิดกิจกรรมอื่นๆ จากการแลกเปลี่ยน พุดคุยกันภายในบล็อกชุมชนของท่านอย่างเป็นทางการ เช่น เกิดเป็นชุมชนรักการพับกระดาษ เกิดเป็นชุมชนครูภาษาอังกฤษสุพรรณบุรี เป็นต้น					

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการจัดการความรู้บนเว็บล็อก
คำชี้แจง: โปรดตอบตามระดับความคิดเห็นของท่านต่อประเด็นคำถามต่อไปนี้

ประเด็นคำถาม (ปัญหาและอุปสรรคเรื่องกระบวนการจัดการความรู้)	ระดับความคิดเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. เขียนโดยไม่มีแหล่งอ้างอิงที่ชัดเจน (ในกรณีที่น่าเนื้อหามาจากแหล่งข้อมูลอื่น)					
2. เขียนบันทึกโดยนำเนื้อหาจากแหล่งอื่น มาตัดปะะ ในบันทึก					
3. เขียนบันทึกโดยแปลความจากเนื้อหาที่เป็นภาษาอื่น โดยไม่ได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม					
4. เขียนบันทึก เพื่อระบายความไม่พอใจต่อบุคคลอื่น เช่น เพื่อร่วมงาน หรือ เจ้านาย เป็นต้น					
5. เขียนบันทึกโดยเล่าเรื่องราวจากประสบการณ์ของตนเอง โดยดักไซใส่สีข้าง เพื่อให้เกิดผู้อ่านเกิดอรรถรส					
6. เขียนอัปเดตบล็อกนานๆ ครั้ง					
7. เขียนเล่าบันทึกความยาวมากกว่า 1 หน้ากระดาษ A4 โดยที่ไม่มีการแบ่งเป็นตอนๆ					
8. เขียนเล่าบันทึกโดยไม่มีการแบ่งสัดส่วนเป็น ส่วนหัวเรื่อง ส่วนเนื้อหา ส่วนสรุป					
9. นำความเห็น หรือข้อความจากแหล่งข้อมูลอื่นใดมาเขียนโดยอาจพาดพิงถึงบุคคลที่ 3 ต่อๆ ไป					
10. พบว่ามีจำนวนผู้อ่านบล็อกของท่านน้อย					
11. พบว่าไม่มีผู้แสดงความคิดเห็นต่อบันทึกที่ท่านเขียนเลย					
12. พบว่าไม่มีการแลกเปลี่ยน ต่อยอดความรู้ในบันทึกของท่าน					
13. ไม่ควรถ่ายทอดความรู้ลงบล็อก เนื่องจากเกรงกลัวว่าจะมีผู้อื่นนำไปใช้หาผลประโยชน์					
14. พบว่ามีข้อความส่วนหนึ่งในบล็อกผิดพลาด รอให้มีผู้อ่านแจ้งเข้ามาก่อนจึงค่อยแก้ไข					
15. ไม่พบร่องรอยการนำความรู้ในบล็อกของท่านไปใช้งาน					
16. รู้สึกไม่พอใจ เนื่องจากมีผู้แสดงความคิดเห็นต่อบทความของท่าน และท่านได้โต้ตอบกลับด้วยอารมณ์					
17. ลบข้อคิดเห็นที่ผู้อื่นที่แสดงความคิดเห็น (Comment) ซึ่งแตกต่างไปจากในบันทึกของท่านออก					

ประเด็นคำถาม (ปัญหาและอุปสรรคเรื่องกระบวนการจัดการความรู้) (ต่อ)	ระดับความคิดเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
17. ลบข้อคิดเห็นที่ผู้อื่นที่แสดงความคิดเห็น (Comment) ซึ่งแตกต่างไปจากในบันทึกของท่านออก					
18. ลบบันทึกที่ล้าสมัย หรือที่มีข้อมูลผิดพลาดออกไป ทำให้บันทึกอื่นๆ ที่ใส่ลิงค์มายังบันทึกของท่านไม่สามารถเข้ามาอ่านข้อมูลเดิมได้					
19. ไม่สามารถตอบข้อซักถามที่ผู้อ่านติดต่อมาหาโดยตรงได้ เนื่องจากไม่มีเวลา หรือไม่ได้เข้าไปเช็คอีเมลล์ เป็นต้น					
20. ไม่สามารถพูดคุย ต่อยอดในประเด็นเรื่องที่เขียนกับผู้อ่านได้อย่างละเอียด					
21. ใช้งานบล็อกผิดวัตถุประสงค์ของการจัดการความรู้					

ประเด็นคำถาม (ปัญหาและอุปสรรคเรื่องการมีส่วนร่วมในชุมชน)	ระดับความคิดเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่ม หรือเครือข่ายชุมชนอื่นๆ เลย					
2. ไม่สนใจแสดงความคิดเห็น หรือเข้าร่วมกิจกรรม ในเครือข่ายชุมชนบล็อกที่ท่านรวมกลุ่มอยู่					
3. รู้สึกไม่สนิทใจกับคนในเครือข่ายชุมชนที่ท่านร่วมกลุ่มอยู่					
4. รู้สึกถึงการไม่ให้เกียรติกันภายในเครือข่ายชุมชนในบล็อก					
5. รู้สึกว่าภายในเครือข่ายชุมชนที่ท่านร่วมกลุ่มอยู่นั้น ไม่มีสัมพันธภาพอันดีที่จะเป็นแรงจูงใจให้ท่านแลกเปลี่ยน เรียนรู้ด้วย					
6. พบว่าเกิดปัญหาความผิดใจกัน เนื่องจากแสดงความคิดเห็นอย่างรุนแรงระหว่างบล็อกเกอร์ในเครือข่ายชุมชนบล็อกเดียวกัน					
7. การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างเครือข่ายชุมชนบล็อก เป็นไปในลักษณะผิวเผิน					
8. ไม่พบว่าเกิดนวัตกรรมใหม่ๆ จากการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างเครือข่ายชุมชนบล็อกของท่าน					

ประเด็นคำถาม (ปัญหาและอุปสรรคเรื่องการใช้บริการทางเทคโนโลยี)	ระดับความคิดเห็นด้วย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รู้สึกว่าเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่สำหรับบล็อกมีรูปแบบการใช้งานยุ่งยากซับซ้อน					
2. ยังไม่ชำนาญในการใช้เครื่องมือต่างๆ ที่ผู้ให้บริการพื้นที่บล็อกมีไว้ให้					
3. รู้สึกว่าไม่ทันต่อลูกเล่นเสริมใหม่ๆ ที่เพิ่มเติมเข้ามา ทำให้เป็นอุปสรรคในการนำเสนอเนื้อหาในบล็อกของท่าน เช่น ไม่มีวิธีการเพิ่มรูปภาพ หรือ วิดีโอประกอบการเล่าเรื่องในบล็อก					
4. ความสามารถและคุณลักษณะ (Feature) ของบล็อกไม่ตอบสนองต่อการใช้งานของท่าน					
5. ความสามารถและคุณลักษณะ (Feature) ของบล็อกขาดประสิทธิภาพในการแลกเปลี่ยน เรียนรู้					
6. ความสามารถและคุณลักษณะ (Feature) ของบล็อกขาดประสิทธิภาพต่อการสร้างกลุ่ม หรือเครือข่ายชุมชนบล็อกที่มีความสนใจ ความเชี่ยวชาญ หรืออยู่สาขาอาชีพเดียวกัน					
7. รู้สึกถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว (Privacy)					
8. พบว่ามีผู้นำเนื้อหาในบันทึกไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต และไม่มีการแจ้งแหล่งอ้างอิงกลับมายังบล็อกของท่าน					
9. ไม่ทราบว่า มี function การประชาสัมพันธ์บันทึกอื่นอีก เช่น การใช้ social bookmark หรือ นำลิ้งบล็อกของท่านไปสมัครไว้กับ Blog directory เป็นต้น					
10. พบว่าเกิดข้อผิดพลาดทางเทคนิคบ่อยครั้ง เช่น มีจำนวนผู้ใช้งานมากจนทำให้ Server ล่ม, Server ช้า					
11. พบว่าเว็บไซต์ที่ให้บริการบล็อกมีการปรับปรุงระบบบ่อยครั้ง จนรู้สึกรำคาญ					
12. ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ เป็นอุปสรรคในการอัปโหลดรูปภาพ, ไฟล์วิดีโอ หรือไฟล์เอกสาร เป็นต้น					
13. ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วต่ำ ทำให้ไม่สามารถแลกเปลี่ยนความเห็นในประเด็นที่เครือข่ายชุมชนบล็อกกำลังสนใจอยู่ในขณะนั้น ได้รวดเร็วอย่างที่ต้องการ					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวธนาวดี วรราชสกุล สำเร็จการศึกษาคณะมนุษยศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ เมื่อปีการศึกษา 2548 จากนั้นได้เข้าศึกษาในระดับปริญญาโท สาขาวิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2548



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย