

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยเรื่อง "การสื่อสารในการพัฒนาประชาคมตำบลเที่ยง" นี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อค้นหาพัฒนาการของประชาคมตำบลเที่ยง, ค้นหาปัจจัยที่เอื้อต่อการก่อตัวของประชาคมตำบลเที่ยง, ถอดบทเรียนเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในการดำรงรักษาเครือข่ายและกลยุทธ์การสื่อสารในการขยายเครือข่ายประชาคมตำบลเที่ยง, วิเคราะห์รูปแบบทางความคิด (Mental Model) ของกลุ่มแกนนำประชาคมตำบลเที่ยง และวิเคราะห์มุมมองของสาธารณะที่มีต่อประชาคมตำบลเที่ยง ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ, การสังเกตแบบมีส่วนร่วม, การจัดประชุมกลุ่มย่อย และ การจัดเวทีวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า

1. พัฒนาการของประชาคมตำบลเที่ยง สามารถแบ่งได้เป็น 4 ระยะ คือระยะ "ก่อรูปรวมตัว" ระยะ "รวมพลปั้นแต่งสังคม" ระยะ "เติบโตแพร่พันธุ์" และ ระยะ "ปรับตัวเปลี่ยนแปลง"

2. ปัจจัยที่เอื้อต่อการก่อตัวของประชาคมตำบลเที่ยง ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ของคนตำบลเที่ยง, ปัจจัยด้านลักษณะของเมืองตำบลเที่ยง, ปัจจัยด้านสถานการณ์ที่เหมาะสม, ปัจจัยด้านกลุ่มกิจกรรมทางสังคมก่อนเกิดประชาคมตำบลเที่ยง และ ปัจจัยด้านบุคคล และพันธมิตรสำคัญ

3. รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในการดำรงรักษาเครือข่ายประชาคมตำบลเที่ยงมี 4 รูปแบบตามระยะของพัฒนาการ กล่าวคือ

3.1 ขั้นการก่อรูปรวมตัว ใช้การสื่อสารผ่านพื้นที่สาธารณะ การสื่อสารมวลชน และการจัดเวทีเสวนา

3.2 ขั้นรวมพลปั้นแต่งสังคม ใช้การสื่อสารผ่านประเด็นร่วมที่น่าสนใจคือประเด็นเมืองน่าอยู่ ส่วนกลไกการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย แบ่งเป็น การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายทั่วไป ใช้วิธีการติดประกาศ แผ่นปลิว เสียงตามสายของเทศบาล การสื่อสารเพื่อเชิญกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ใช้สื่อบุคคลเริ่มต้นตามด้วยการส่งจดหมายเชิญประชุมอย่างเป็นทางการ การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่ตอบรับเข้าร่วมประชุม ใช้วิธีการประชุมร่วมอย่างสม่ำเสมอทั้งการประชุมแบบเป็นทางการ และการประชุมแบบไม่เป็นทางการ การสื่อสารในเวทีรวมพล จะใช้กระบวนการประชุมเพื่อค้นหาอนาคต ส่วน การสื่อสารกับกลุ่มพันธมิตร จะใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารโดยเริ่มจากบุคคลที่มีความสัมพันธ์ส่วนตัวกับพันธมิตร จากนั้นจึงใช้บุคคลที่ได้รับการยอมรับนับถือและมีความน่าเชื่อถือสูง

3.3 ขั้นเติบโตแพร่พันธุ์ กลไกการสื่อสารระหว่างประชาคมกับเทศบาล ใช้การสื่อสารอย่างเป็นทางการผ่านการเขียนโครงการนำเสนอกิจกรรม กลไกการสื่อสารภายในกลุ่มกิจกรรม ใช้การพูดคุยกันแบบไม่เป็นทางการที่บ้านแกนนำกลุ่ม และเทศบาล กลไกการสื่อสารระหว่างกลุ่มกิจกรรม ใช้การสื่อสารผ่าน

กลุ่มแกนนำ กลไกการสื่อสารระหว่าง ประชาคมทับเที่ยงกับสังคมภายนอก ใช้จดหมายข่าว และ การสื่อสารผ่านเวทีสาธารณะ กลไกการสื่อสารของกลุ่ม กิจกรรมกับสังคมภายนอก ใช้สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายประกาศ รถประชาสัมพันธ์ เสียงตามสายของ เทศบาล และใช้สื่อมวลชน คือวิทยุ

3.4 ขั้นปรับตัวเปลี่ยนแปลง ไม่ปรากฏรูปแบบการสื่อสารตามโครงสร้างของประชาคมทับเที่ยงที่จัดตั้งไว้ คงเหลือเพียงการสื่อสารกันด้วยความสัมพันธ์ส่วนตัว

ส่วนกลยุทธ์การสื่อสารในการขยายเครือข่ายประชาคมทับเที่ยงประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การใช้สื่อบุคคล, กลยุทธ์การใช้สื่อกิจกรรม, กลยุทธ์การสื่อสารต่อสาธารณะ และ กลยุทธ์การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม

4. รูปแบบทางความคิดของกลุ่มแกนนำประชาคมทับเที่ยง มี 2 ลักษณะ คือ Mental Model ที่เป็นเป้าหมายในใจ ได้แก่ความเชื่อมั่นและมุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์ **“การเมืองภาคประชาชน”** ทั้งนี้โดยใช้ตนเป็น **“ผู้นำการเปลี่ยนแปลง”** และMental Model ที่เป็นมรรควิธีไปสู่เป้าหมาย ได้แก่ การเคลื่อนไหวทางสังคมขับเคลื่อนมวลชนด้วยการประท้วงเรียกร้องและสื่อสารในลักษณะรุนแรง แต่ต่อมารูปแบบความคิดของกลุ่มแกนนำก็เกิดจุดเปลี่ยน โดยมีมูลเหตุสำคัญ คือ การเข้าร่วมกระบวนการอบรมเรียนรู้แนวความคิดต่าง ๆ ที่จัดขึ้นโดยอาจารย์ชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์ ประธานสถาบันเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม (Civicnet) มาตั้งแต่ปี 2539 โดยเปลี่ยนจากการแสดงออกที่แข็งกร้าวเร้าร้อน ไปสู่อ่อนโยนเยือกเย็น จากแยกฝ่าย ไปสู่ สามัคคีทุกฝ่าย ส่วนรูปแบบการสื่อสารในการแพร่รูปแบบทางความคิดของกลุ่มแกนนำไปสู่บุคคลอื่นนั้นมี 2 วิธีคือการแพร่อย่างไม่ตั้งใจ ผ่านการสื่อสารในชีวิตประจำวันของแกนนำไปยังคนที่เข้ามาสัมพันธ์ใกล้ชิด และการแพร่อย่างจงใจผ่านพื้นที่สาธารณะและสื่อมวลชน

5. มุมมองของสาธารณะที่มีต่อประชาคมทับเที่ยง ชาวเมืองทับเที่ยงรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับเนื้อหาหรือกิจกรรมของประชาคมทับเที่ยงอยู่ในระดับปานกลาง โดยกิจกรรมชาวเมืองรับทราบ ฟังพอใจ และเข้าไปมีส่วนร่วมมากที่สุดคือ กิจกรรมการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ส่วนกิจกรรมที่ประชาชนรับทราบน้อยที่สุด คือ กิจกรรมการจัดตั้งกลุ่มธนาคารขยะของเยาวชนชุมชนหนองยวนและการเดินสำรวจชุมชนของเยาวชนชุมชนท่าจีน

รูปแบบการสื่อสารในการส่งข่าวสารการจัดกิจกรรมของประชาคมทับเที่ยง พบว่า ชาวเมืองทับเที่ยงเปิดรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับเนื้อหาหรือกิจกรรมของประชาคมทับเที่ยงอยู่ในระดับปานกลาง โดยรูปแบบการสื่อสารที่ชาวเมืองทับเที่ยงเปิดรับมากที่สุดคือ สื่อวิทยุ รองลงมาเป็นการเปิดรับผ่านสื่อรณโฆณาประชาสัมพันธ์ ผ่านเสียงตามสายของเทศบาลนครตรัง ส่วนรูปแบบการสื่อสารที่ชาวเมืองรับทราบได้น้อยที่สุด คือการใช้จดหมายเชิญอย่างเป็นทางการ

Abstract

This research project “Communication in Tapteing civic groups development” is qualitative research. The objective of this research is to study the development of Tapteing civic group, the supporting factors of Tapteing civic group’s formation, the pattern of communication in maintaining Tapteing civic group network and the communication strategies in expanding Tapteing civic group network, analysing the public viewpoint in Tapteing civic group. In-dept interview with key informants, Participation observation, Focus group and Research forum were used to complete this study.

The results are as follows :

1. The development of Tapteing civic group is found to be 4 phases; Self-organized phases, Organization phases, Growth phases, Adaptation phases.
2. There are 5 factors that support the formation of Tapteing civic group. Those factors can be categorize as following : (1) Culture, Way of life and Identity of Tapteing people; (2) Character of Tapteing city; (3) Suitable situation; (4) Social group activity before the formation of Tapteing civic group; (5) People and Partner.
3. The pattern of communication in maintaining Tapteing civic group network can be categorize as following
 - 3.1 Self-organized phases are using communication in public space, mass communication and forum.
 - 3.2 Organization phases are using the interesting issue that is “healthy city”. Communication techniques among the leader group and the general target group are using folders, leaflets and the municipality’s broadcasting ; Communication techniques among the leader group and the specific target group are using human media and formal letter. ; Communication techniques with the accept invitation target group are using formal and informal meeting ; Communication techniques in organization forum are using future search conference (FSC); Communication techniques among the leader and the partner are using the private relationship communication and using the credibility person.

3.3 Growth phases ; Communication techniques among Tapteing civic group and the municipality are using formal meeting and writing action project ; Communication techniques in four groups activity are using informal communication at group leader's house or the municipality's meeting room ; Communication techniques among Tapteing civic group and public are using newsletter and public forum ; Communication techniques among four groups activity and public are using folders, leaflets, municipality's promotion car and broadcasting and using radio.

3.4 Adaptation phrases; There are nothing communication pattern by Tapteing civic group design, but there are private relationship communication.

The communication strategies in expanding Tapteing civic group network can be categorizes in 4 strategies : (1) Using human media (2) Using activities (3) Using public communication and (4) Using suitable communication channel.

4. The Mental Model of Tapteing civic group's leader can be categorize in two ways: (1) Leader's goal in mind is confidence in people's political and change agent. (2) The way to that goal is changed from violence to compromise because they passed the learning seminar with Civinet.

Communication pattern to diffuse the leader's Mental Model can be categorize in 2 ways: (1) Non-specific diffusion in daily life among the leader and the private relationship people. (2) Specific diffusion pass public space and mass media.

5. Public viewpoint in Tapteing civic group's activity can be categorize as following ; (1) The most satisfaction and perception activity is collecting money and the least perception activity is children activities such as organizing garbage bank project in Nongyoun community and surveying Tajeen community's history project. (2) The most satisfaction and perception communication channel is radio and the municipality's promotion car and sound online . The least satisfaction and perception communication channel is formal letter invitation.