

PPM2214 มวลชนสัมพันธ์และการสื่อสารในยุคดิจิทัล

Public Relations and Communications in Digital Age



อาจารย์ ดร. กุติศ นอขุนทด



มวลชนสัมพันธ์และการสื่อสารในยุคดิจิทัล

PUBLIC RELATIONS AND COMMUNICATIONS IN DIGITAL AGE

ความสำคัญของการสื่อสาร⁺ที่มีต่อความสำเร็จของผู้บริหาร และความสำเร็จของ องค์กร ส่งเสริมความเข้าใจและทักษะในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ โดย ครอบคลุมปัจจัยทางด้านบุคคล และองค์การที่มีผลต่อการสื่อสารสำหรับการ จัดการ การวิเคราะห์รูปแบบ การสื่อสาร และช่องทางการสื่อสารในโลก ยุคดิจิทัล ในลักษณะส่วนตัวและกลุ่มการสื่อสารทั้งทางตรงและทางอ้อม ตลอดจน การฝึกการสื่อสารเพื่อให้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์

The importance of communication leading to the administrator's success and organization's success, the support of understanding and effective communication skills covering factors relating to individual and organization influencing communications for management, the analysis of communications forms and communications channel in digital world in terms of private and group communications as well as direct and indirect communications including practice in communication to achieve the goals



เกณฑ์การให้คะแนน 100 คะแนน



มาเรียน 10 คะแนน



สอบย่อย/กิจกรรม 10 คะแนน



รายงาน 20 คะแนน



สอบกลางภาค 30 คะแนน



สอบปลายภาค 30 คะแนน



มวลชนสัมพันธ์และการสื่อสารในยุคดิจิทัล
Mass Relations and Communications
in Digital Age

อาจารย์ ดร. ภูติศ นอขุนทด



“มวลชน” หมายถึงกลุ่มคนธรรมดาขนาดใหญ่ที่ไม่ได้ระบุนายละเอียดยิ่งถูกพิจารณาโดยรวมไม่ใช่เป็นปัจเจกบุคคล

วลีนี้ใช้ในบริบททางสังคม การเมือง วัฒนธรรม และวาทศิลป์ เพื่อแสดงถึงความคิดเห็นสาธารณะในวงกว้าง รสนิยมของคนส่วนใหญ่ หรือประชากรส่วนใหญ่

สังคมวิทยา: ประชากรทั่วไปหรือชนชั้นส่วนใหญ่ มักเปรียบเทียบกับชนชั้นนำ ผู้เชี่ยวชาญ หรือชนชั้นปกครอง

วาทศิลป์ทางการเมือง: การอ้างถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้งหรือพลเมืองทั่วไปในฐานะกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้ง (เช่น "การเรียกร้องต่อมวลชน") เพื่อแสดงให้เห็นถึงการสนับสนุนจากประชาชนหรืออำนาจอธิปไตยของประชาชน

การวิจารณ์ทางวัฒนธรรม: วัฒนธรรมมวลชนหรือสังคมมวลชน — ผลิตภัณฑ์ รสนิยม หรือพฤติกรรมที่ผลิตขึ้นและบริโภคโดยผู้ชมจำนวนมาก (เช่น "การให้ความบันเทิงแก่คนหมู่มาก")

ความหมาย

ชุมชนสัมพันธ์มาจากการผสมของคำว่าชุมชนและสัมพันธ์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน “ชุมชน”

หมู่ชนหรือกลุ่มคนที่อยู่ร่วมกันเป็นสังคมขนาดเล็ก อาศัยอยู่ในบริเวณเดียวกัน และมีผลประโยชน์ร่วมกัน

สุวิทย์ ยี่งวรพันธ์

กลุ่มชนที่รวมกันอยู่โดยมีความรู้สึกผูกพันเป็นเดี๋ยวนึงอันเดียวกัน จะโดยอาศัยหลักผูกพันในทางเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ ศาสนาเดียวกันก็ตามทำให้ละบุคคลมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคมนั้นๆ

ความหมาย

เสถียร เหลืองอร่าม

กลุ่มมนุษย์กลุ่มหนึ่งที่ตั้งภูมิลำเนาในอาณาเขตของภูมิศาสตร์ที่ค่อนข้างแน่นอน และติดต่อกัน มีการดำเนินชีวิตและประเพณีอย่างเดียวกัน

สัญญา สัญญาวิวัฒน์

ชุมชนประกอบด้วยประชาชน ซึ่งอาศัยบนพื้นแผ่นดินที่ต่อเนื่องกัน และเป็นผู้ซึ่งมีความสนใจร่วมกันกับผู้อื่นอย่างน้อยหนึ่งอย่างหรือมากกว่าที่เป็นเหตุให้อยู่บนพื้นแผ่นดินนั้น

ความหมาย

“กรมพัฒนาชุมชน”

กลุ่มคนที่มีความคิดไปในทางเดียวกันและสามารถรวมกำลังกัน
ดำเนินกิจกรรมใดๆ เพื่อประโยชน์ร่วมกันได้

“โอบเชน”

องค์กรทางสังคมอย่างหนึ่ง ที่มีอาณาเขตครอบคลุมท้องถิ่น
หนึ่ง และมวลสมาชิกสามารถบรรลุถึงความต้องการพื้นฐานส่วนใหญ่ได้
และสามารถแก้ไขปัญหาในชุมชนได้

ต้นแฮม

กลุ่มมนุษย์กลุ่มหนึ่งตั้งภูมิลำเนาอยู่ในอาณาเขตทาง
ภูมิศาสตร์ที่ค่อนข้างแน่นอนและติดต่อกัน และมีส่วนสำคัญของชีวิต
ทั่วไป อย่างเดียวกัน ดังมองเห็นได้จากมารยาท ประเพณี ขนบธรรมเนียม
นิยมและแบบแห่งการพูด

ความหมาย

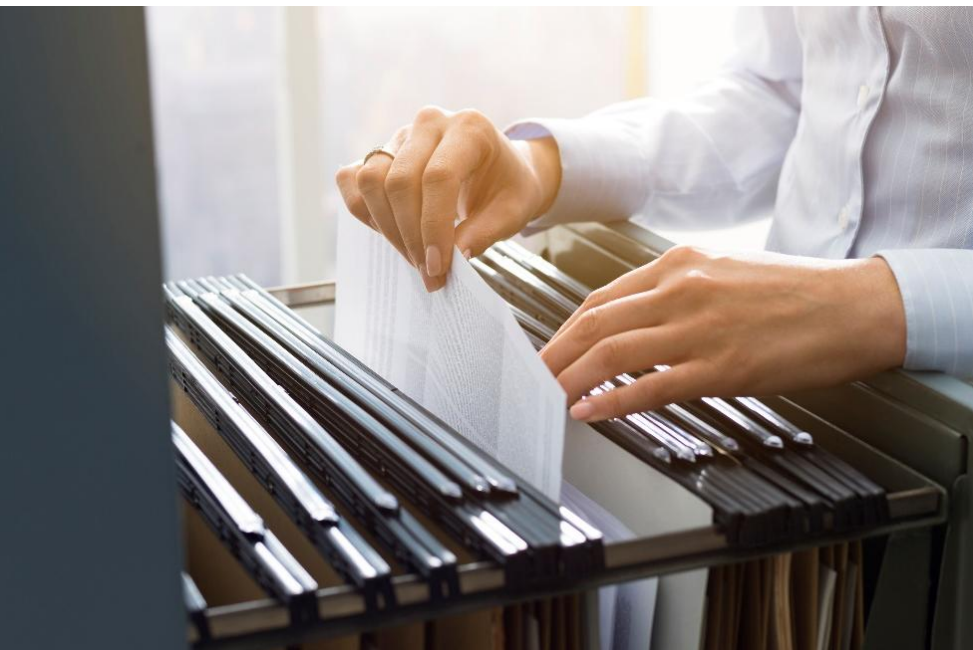
สรุป ชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ร่วมกัน
ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน มีความสนใจ
ร่วมกัน และมีการดำเนินชีวิตอย่างเดียวกัน

ความหมาย

- สัมพันธ์ (Relations) วิจิตร อาระกุล ให้ ความหมายว่าสัมพันธ์ หมายถึง ความสัมพันธ์เกี่ยวข้อง ด้วยการผูกพัน
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ให้ความหมายไว้ว่า สัมพันธ์ หมายถึง ความผูกพันหรือความเกี่ยวข้อง
- เมื่อนำเอาคำว่า “ชุมชน” และ “สัมพันธ์” รวมกันเป็น “ชุมชนสัมพันธ์” หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มคนที่อยู่อาณาเขตเดียวกันและมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน เพื่อร่วมกันทำ กิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมให้เกิดความผูกพันกันมากยิ่งขึ้น



ชุมชนสัมพันธ์...สำคัญอย่างไร



การดำเนินการชุมชนสัมพันธ์

1. การเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกัน

องค์กรธุรกิจได้แสดงให้เห็นถึงความเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม รวมทั้งการจัดความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นกับองค์กรทั้งที่อยู่เดิม หรืออาจเกิดขึ้นในอนาคต

2. สำรวจและรับฟังข้อคิดเห็นของประชาชนในชุมชนเกี่ยวกับองค์กร

รับรู้ความต้องการที่แท้จริงของชุมชนในด้านต่างๆ แสดงความสามารถที่จะดำเนินการให้ความช่วยเหลือและพัฒนาชุมชนให้เหมาะสม ตรงกับความต้องการของชุมชนได้อย่างสอดคล้อง

3. การสื่อสาร ชี้แจง บอกกล่าวข้อมูลและความเคลื่อนไหวขององค์กรให้ชุมชนได้ทราบ ในประเด็นต่างๆ ได้แก่

นโยบาย อุปสรรค ปัญหา สิ่งที่ต้องการ ความร่วมมือหรือการให้ความช่วยเหลือ ที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินงานขององค์กรและต่อชุมชน



มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
SUAN SUNANDHA RAJABHAT UNIVERSITY

วิสัยทัศน์

ผู้นำการสร้างมืออาชีพ
เพื่อพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน

A leader in producing
professionals for sustainable
society development

พันธกิจ

1. ผลิตบัณฑิตและพัฒนาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ เป็นมืออาชีพ มีคุณธรรมและจรรยาบรรณ
2. พัฒนาระบบการจัดการศึกษา สร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ และยกระดับการบริหารงานให้ได้มาตรฐานสากล
3. วิจัยและสร้างนวัตกรรม ผลงานสร้างสรรค์ระดับชาติ และระดับนานาชาติ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน
4. สร้างเครือข่าย บริการวิชาการ เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ

อัตลักษณ์

เชี่ยวชาญวิชาการ ชำนาญวิชาชีพ
เป็นคองประคับให้สังคม

เอกลักษณ์

ผลิตบุคลากรมืออาชีพ

ค่านิยมหลัก

RISE : Resilience, Integrity, Social Responsibility, Excellence

R Resilience
ความสามารถในการปรับตัว

I Integrity
ศักดิ์ศรี

S Social Responsibility
ความรับผิดชอบต่อสังคม

E Excellence
ความเป็นเลิศมืออาชีพ

วัฒนธรรมองค์กร

- Smart สร้างงาม **S**
- Sincerity ความจริงใจ **S**
- Responsibility ความรับผิดชอบต่อสังคม **R**
- Unity ความเป็นหนึ่งเดียว **U**

ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 01
ผลิตบัณฑิตที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และการพัฒนา
กำลังคนให้มีความเป็นมืออาชีพ มีคุณธรรมและจรรยาบรรณ

ยุทธศาสตร์ที่ 02
พัฒนาระบบการจัดการศึกษา สร้างนวัตกรรมการเรียนรู้
และยกระดับการบริหารงานให้ได้มาตรฐานสากล

ยุทธศาสตร์ที่ 03
วิจัยและสร้างนวัตกรรม ผลงานสร้างสรรค์ระดับชาติ
และระดับนานาชาติ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 04
สร้างเครือข่าย บริการวิชาการ
เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ

การดำเนินการชุมชนสัมพันธ์

4. การประกาศจุดยืน แสดงเจตนารมณ์ขององค์กร
เกี่ยวกับความคิด ความสนใจ ความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ
ชุมชน ตลอดจนแนวทางสนับสนุนทั้งกับชุมชน สังคม
และกับส่วนรวม

5. ภาพลักษณ์ขององค์กรที่สอดคล้องเหมาะสมกับประเภทของธุรกิจ
เช่น

การดำเนินงานที่โปร่งใส มีคุณธรรม ส่งเสริมการศึกษา
ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่ดีงาม เยาวชน และกิจกรรมของชุมชน
เป็นต้น



โครงสร้างทางสังคมกับชุมชนสัมพันธ์

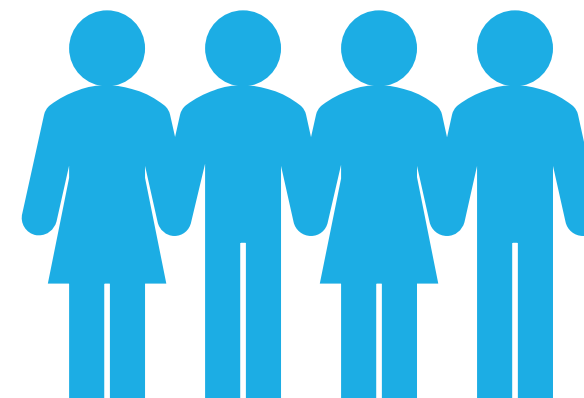
ความสัมพันธ์ของ
ชุมชนในเมือง

ความสัมพันธ์ของ
ชุมชนชนบท

ความสัมพันธ์ของ
ชุมชนเสมือนจริง

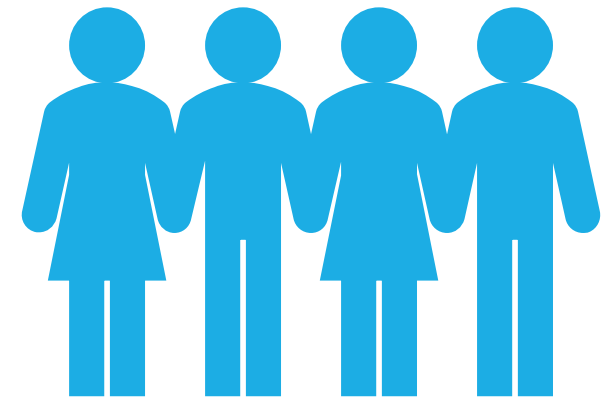
1. ความสัมพันธ์ของชุมชนในเมือง

ชุมชนในเมืองมีโครงสร้างทางสังคมที่แยกเป็นอิสระต่อกัน อันเป็นผลมาจากระบบเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตที่เร่งรีบ แข่งขัน ตัดสินใจจากข้อมูล ความคิด ความเห็นจะผลักดันให้เกิดการ แสดงออก หรือการกระทำที่ชัดเจน



2. ความสัมพันธ์ของชุมชนชนบท

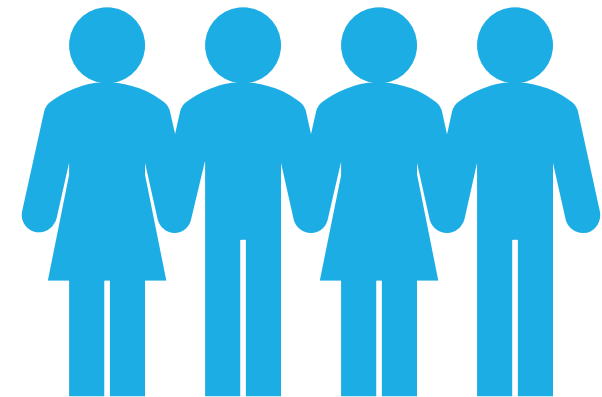
ความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมแบบสังคมเครือญาติ เพื่อนบ้าน แสดงความห่วงใยเอื้ออาทร ให้ความสำคัญกับความรู้สึก การแสดงออกของน้ำใจ การเป็นสังคมหมู่บ้าน เน้นการอยู่ร่วมกันด้วยประโยชน์ของส่วนรวม



3. ความสัมพันธ์ของชุมชนเสมือนจริง

ได้แก่ มิติความสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล หรือ **New Media** ที่องค์กรจะต้องหมั่นติดตาม และเป็นสมาชิกของชุมชน เพื่อทราบความเคลื่อนไหว ความคิดเห็น การให้ข้อมูลเพื่อสร้างความเข้าใจ หรือชี้แจงกรณีที่มีผลกระทบ ก่อให้เกิดความเสียหาย

การที่องค์กรจะดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน จำเป็นต้องคำนึงถึง**โครงสร้างทางสังคม**ของประชาชนที่อยู่โดยรอบ อยู่ใกล้เคียง หรือองค์กร สำนักงาน โรงงาน ห้างร้าน สาขาขององค์กรที่ตั้งอยู่ การจัดวางระบบความสัมพันธ์ให้**เหมาะสมกับโครงสร้าง**ในแต่ละด้าน



กระบวนการดำเนินงานด้าน Community Relation

จะเน้นการสื่อสารและสร้างความร่วมมือไปยังกลุ่มชนชน ออกแบบ

กิจกรรมที่เหมาะสม

1. **การกำหนดชุมชนเป้าหมาย** ที่มีความสำคัญต่อองค์กรเป็นพิเศษ ทั้งในระดับใกล้ตัว ระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ ระดับสากล
2. **การตรวจสอบคัดเลือกชุมชน** ทั้งชุมชนในด้านบริเวณที่ตั้งของ องค์กรชุมชนพนักงาน ชุมชนที่มีความสนใจร่วมกันและชุมชน Online
3. **ประเมินตัวองค์กรเอง** เพื่อพิจารณาข้อมูลความเชื่อมโยง ให้เป็น แนวทางสำหรับการกำหนดรูปแบบเพื่อชุมชน
4. **การจัดทำระบบฐานชุมชน**
5. **การศึกษาข้อมูล** วิเคราะห์ประวัติ ความเป็นมา ความเชื่อ ขนบ ธรรมเนียม ประเพณี การศึกษา อาชีพ สภาพภูมิประเทศ สภาพ ปัญหา โครงสร้างในปัจจุบันปัญหาที่เกี่ยวข้อง

6. **การกำหนดขอบข่ายของปัจจัยที่มีผลต่อองค์กร** จุด แข็ง จุดอ่อน สำรวจความต้องการทรัพยากรข้อจำกัด การตัดสินใจของฝ่ายบริหารและฝ่ายปฏิบัติการ เพื่อ กำหนดทิศทางที่ชัดเจน ตลอดจนกลุ่มเป้าหมายที่ เกี่ยวข้องในชุมชน

7. การวางแผนและกำหนดแนวทางชุมชนสัมพันธ์

วางกรอบการดำเนินงานโครงการชุมชนสัมพันธ์ทั้งใน ระยะสั้น ระยะยาว รูปแบบสื่อ เครื่องมือ กิจกรรมในการ ดำเนินการ

ประโยชน์องค์กร จากการดำเนินการชุมชนสัมพันธ์ที่ดี

- ความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี เกิดทัศนคติที่ดีระหว่างกัน
- ทำให้สิ่งแวดล้อมของชุมชนดีขึ้น
- ก่อให้เกิดการสนับสนุน ทั้งภาวะปกติและยามวิกฤติ
- ป้องกันความเข้าใจผิดที่เกิดจากคนในชุมชน
- ประชาชนในชุมชนเชื่อถือ ศรัทธาต่อองค์กร
- ได้รับความร่วมมือ สนับสนุนในการดำเนินกิจกรรม
- ข้าราชการกำลังใจแก่พนักงานภายในองค์กร
- ทำให้องค์กรธุรกิจมีแรงงาน ผลผลิต วัตถุดิบในการผลิตที่แน่นอน
- โอกาสในการขายสินค้าและบริการได้มากขึ้น
- ได้รับความร่วมมือ สนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน
- การมียอดขาย ผลประกอบการที่ดี
- ภาพลักษณ์ที่ดี เพิ่มความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์
- แสดงถึงการเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม เพื่อการยอมรับและขยายผลได้กว้างขึ้น
- มีผู้สนใจมาลงทุนเป็นผู้ถือหุ้นเพิ่มขึ้น

หลักการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน

Relationship-Building Principles

- เน้นสร้างความสัมพันธ์อันยั่งยืนกับชุมชน
- ไม่มุ่งแต่การสร้างแค่ชื่อเสียง แต่ต้องสร้างการยอมรับ
- สอดคล้องกับความต้องการทั้งของชุมชนและองค์กร
- เน้นการมีส่วนร่วมและต้องทำอย่างจริงจัง
- การถ่ายทอดให้ชุมชนได้เข้าใจถึงความปรารถนาดีขององค์กร
- สร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้น
- เลือกกิจกรรม โครงการที่เหมาะสม มีวิธีการดำเนินงานอย่างมีกลยุทธ์
- องค์กรใช้ข้อได้เปรียบด้านจุดแข็งและประโยชน์ต่อการดำเนินงานเกี่ยวกับองค์กร
- ประเมินความต้องการของชุมชน รวมทั้งจุดแข็งและจุดอ่อน
- ดำเนินงานอย่างต่อเนื่องไม่หยุดยั้ง ปรับปรุงแก้ไขข้อผิดพลาดที่รวดเร็ว
- คำนึงถึงความหลากหลาย

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) มีทั้งหมด 17 เป้าหมาย (Goals)



ไทยครองแชมป์อาเซียน การพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

1 ขจัดความยากจน 1	2 ขจัดความอดอยาก สร้างความมั่นคงทางอาหาร 2	3 สร้างเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคน 3	4 ส่งเสริมโอกาสในการเรียนรู้ 4	5 สร้างความเท่าเทียมทางเพศ ส่งเสริมสิทธิสตรี 5
6 จัดการน้ำอย่างยั่งยืน ส่งเสริมสุขอนามัย 6	7 ใช้พลังงานที่สะอาด เพิ่มสัดส่วนพลังงานทดแทน 7	8 ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน 8	9 ส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมที่ยั่งยืน 9	10 ลดความเหลื่อมล้ำ ทั้งภายในและระหว่างประเทศ 10
11 สร้างเมืองและการตั้งถิ่นฐานที่ปลอดภัย 11	SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS		12 สร้างรูปแบบการบริโภคที่ยั่งยืน 12	
13 ดำเนินการอย่างเร่งด่วนเพื่อแก้ปัญหาโลกร้อน 13	14 อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน 14	15 ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากนิเวศอย่างยั่งยืน 15	16 ส่งเสริมธรรมาภิบาลและการเข้าถึงระบบยุติธรรมอย่างเท่าเทียมกัน 16	17 สร้างความร่วมมือระหว่างภาคีการพัฒนาที่ยั่งยืน 17

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม
กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

"คุณภาพสิ่งแวดล้อม คือ คุณภาพชีวิต"



ความสำคัญของมวตชน สัมพันธ

ความสำคัญของมวลชนสัมพันธ์

- สร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นในองค์กร
- ช่วยแก้ไขภาพลักษณ์ที่ผิดพลาดหรือบิดเบือน
- เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมกิจกรรมและนโยบาย





สร้างความสำเร็จและ ความเชื่อมั่นในองค์กร

กระบวนการที่ทำให้บุคลากรหรือสมาชิกในองค์กร **เข้าใจ**
เป้าหมาย ทิศทาง บทบาทหน้าที่ และคุณค่าขององค์กรอย่างชัดเจน
พร้อมทั้งเกิด **ความไว้วางใจและศรัทธา**ต่อผู้บริหาร ระบบการทำงาน
และเพื่อนร่วมงาน

สร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นในองค์กร

- ความเข้าใจในองค์กร คือ การที่สมาชิกทราบว่าองค์กรต้องการทำอะไร ทำไปเพื่อใคร และตนเองมีหน้าที่รับผิดชอบอย่างไร
- ความเชื่อมั่นในองค์กร คือ ความรู้สึกไว้วางใจ มั่นใจว่าองค์กรมีความโปร่งใส ยุติธรรม และมุ่งสู่ประโยชน์ส่วนรวม

ศูนย์แถลงข่าวร่วม
สถานการณ์ชายแดนไทย - กัมพูชา 11 ธ.ค.68 เวลา 18.00 น.

“
ขอให้ทุกคนอดทน
และเชื่อมั่นในทหาร
จะปกป้องอธิปไตย
และประชาชน
ให้จบ
โดยเร็วที่สุด
”

พลโท อุดลย์ บุญธรรมเจริญ
รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงกลาโหม

#TeamThailand #TruthFromThailand #PeaceBeginsWithTruth
#CambodiaFiredFirst #ThailandSelfDefense

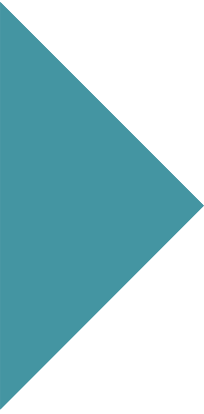
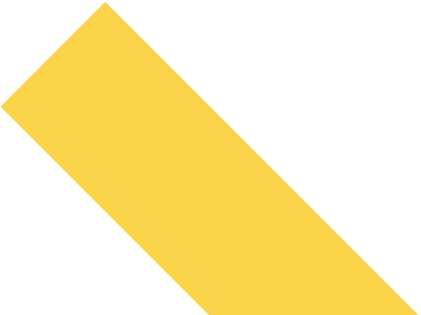

ON AIR nnu.5 และ NBT2HD   TV5HD Online, NBT Connex และ ชมประชาสัมพันธ์

ความสำคัญต่อการทำงานในองค์กร

- **ลดความสับสนในการทำงาน**
เมื่อบุคลากรเข้าใจเป้าหมายและนโยบาย จะทำงานไปในทิศทางเดียวกัน การทำงานจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ลดความซ้ำซ้อนและความสับสนในการปฏิบัติงาน
- **เสริมสร้างความร่วมมือและความสามัคคี**
ความเชื่อมั่นทำให้เกิดการทำงานเป็นทีม และช่วยเหลือกันมากขึ้น เมื่อเกิดความเข้าใจและความไว้วางใจซึ่งกันและกัน บุคลากรจะกล้าแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ช่วยเหลือกัน และทำงานร่วมกันอย่างราบรื่น ดังนั้น ความเชื่อมั่นในองค์กรและผู้บริหารทำให้บุคลากรมีความตั้งใจ ทুমเท และทำงานอย่างเต็มความสามารถ ส่งผลให้งานมีคุณภาพและบรรลุเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น
- **เพิ่มขวัญกำลังใจในการทำงาน**
เมื่อเชื่อมั่นในองค์กร บุคลากรจะมีความตั้งใจและภาคภูมิใจในการทำงาน บุคลากรที่เชื่อมั่นว่าองค์กรมีความยุติธรรมและโปร่งใส จะเกิดความภาคภูมิใจและความผูกพัน ส่งผลให้พร้อมทำงานและอยู่กับองค์กรในระยะยาว
- **ลดความขัดแย้งภายในองค์กร**
ความเข้าใจที่ตรงกันช่วยลดความเข้าใจผิด ความไม่พอใจ และความขัดแย้งภายในองค์กร ทำให้บรรยากาศการทำงานดีขึ้น



ตัวอย่างที่นักศึกษาเข้าใจได้ง่าย

- หากนักศึกษาทราบนโยบายมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน เช่น กฎระเบียบการเรียน การวัดผล และมีความเชื่อมั่นว่าอาจารย์ให้คะแนนอย่างยุติธรรม นักศึกษาจะตั้งใจเรียน และปฏิบัติตามกติมากมากขึ้น
 - ในองค์กรภาครัฐ หากเจ้าหน้าที่เข้าใจเป้าหมายการให้บริการประชาชนและเชื่อมั่นว่าผู้บริหารทำงานโปร่งใส จะทำให้บริการประชาชนได้อย่างเต็มใจและมีประสิทธิภาพ
- 
- 
- 



ช่วยแก้ไขภาพลักษณ์ที่ ผิดพลาดหรือบิดเบือน

มวลชนสัมพันธ์ (Public Relations) มีบทบาท
สำคัญในการแก้ไขภาพลักษณ์ที่ผิดพลาดหรือบิดเบือนขององค์กร
หน่วยงาน หรือบุคคลต่อสาธารณชน โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้



เป็นเครื่องมือสำคัญใน การส่งเสริมกิจกรรมและ นโยบาย

การที่กระบวนการ วิธีการ หรือกิจกรรมใดกิจกรรม
หนึ่ง ถูกนำมาใช้เพื่อช่วย สนับสนุน ขับเคลื่อน และทำให้นโยบาย
หรือกิจกรรมขององค์กรบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การแต่งกาย
เข้าถวายสักการะพระบรมศพ

พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช

ณ พระที่นั่งดุสิตมหาปราสาท ตั้งแต่วันที่ ๒๙ ตุลาคม ๒๕๕๙ เป็นต้นไป
เวลา ๐๘.๐๐-๒๑.๐๐ น. ทุกวัน (ยกเว้นช่วงมีพระราชพิธีบนพระที่นั่งดุสิตมหาปราสาท)

ผู้ชาย

ควร

- ✓ ใส่เสื้อมีปกสีดำ แบบสุภาพ
- ✓ กางเกงขายาว แบบสุภาพสีดำ
- ✓ รองเท้าหุ้มส้นสีดำ

ผู้หญิง

ควร

- ✓ ใส่เสื้อสีดำ แบบสุภาพ มีแขน ไม่รัดรูป
- ✓ กระโปรง ผ้ายืด หรือชุดเดรส ยาวคลุมเข่า
- ✓ รองเท้าหุ้มส้นสีดำ



นักเรียน นิสิต นักศึกษา
แต่งกายถูกต้องตามระเบียบ
ของสถานศึกษาต่างๆ



ชาวเขา
แต่งกายชุด
สำหรับชาวเขา



ลูกเสือ
แต่งกายชุด
สำหรับลูกเสือ

(งดเว้นกางเกงยีนส์และกระโปรงยีนส์)

ข้อมูลจาก สำนักพระราชวัง | วันที่ ๒๔ ต.ค. ๕๙

1. **ช่วยเผยแพร่นโยบายให้เกิดความเข้าใจ**
เครื่องมือนี้ช่วยสื่อสารนโยบาย เป้าหมาย หรือแนวทางการดำเนินงาน ให้กลุ่มเป้าหมาย เช่น นักศึกษา บุคลากร หรือประชาชน เข้าใจตรงกัน ลดความสับสนและความเข้าใจผิด
2. **กระตุ้นการมีส่วนร่วมในกิจกรรม**
เมื่อมีการใช้เครื่องมือที่เหมาะสม จะช่วยดึงดูดความสนใจ ทำให้ผู้เกี่ยวข้องอยากเข้าร่วมกิจกรรม เห็นความสำคัญ และร่วมมือในการดำเนินงานตามนโยบาย
3. **สนับสนุนการขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติ**
นโยบายที่ดีจะเกิดผลได้จริง ต้องมีเครื่องมือช่วยผลักดัน เช่น การประชาสัมพันธ์ การสร้างเครือข่าย หรือการจัดกิจกรรม ทำให้นโยบายไม่หยุดอยู่แค่ในเอกสาร
4. **สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร**
การส่งเสริมกิจกรรมและนโยบายอย่างเหมาะสม ช่วยให้องค์กรดูมีความชัดเจน โปร่งใส และใส่ใจต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การเลือกตั้งและออกเสียงประชามติ ปี 2569 ตรงกับ วันอาทิตย์ที่ 8 กุมภาพันธ์ 2569 ครั้งนี้ไปใช้สิทธิครั้งเดียว



บัตรเลือกตั้ง สส. แบบแบ่งเขตเลือกตั้ง (สีเขียว)

บัตรเลือกตั้งแบบแบ่งเขต (เลือกคน = สส.ในพื้นที่)

บัตรเลือกตั้ง
สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
แบบแบ่งเขตเลือกตั้ง

“โปรดอ่านข้อความ ก่อนทำเครื่องหมายกากบาท”

ด้านในของบัตรเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบแบ่งเขตเลือกตั้ง

ให้ทำเครื่องหมายกากบาท “X” ภายใน “ช่องเครื่องหมาย” ไม่เกินหนึ่งช่องและ

หมายเลข ผู้สมัคร	หมายเลข ผู้สมัคร	หมายเลข ผู้สมัคร	หมายเลข ผู้สมัคร
501	511	521	531
502	512	522	532
503	513	523	533
504	514	524	534
505	515	525	535
506	516	526	536
507	517	527	537
508	518	528	538
509	519	529	539
510	520	530	540

ตัวอย่างบัตรเลือกตั้ง

ถ้าประสงค์ออกเสียงลงคะแนน “ไม่เลือกผู้สมัครผู้ใด”
ให้ทำเครื่องหมายกากบาท “X” ในช่องนี้

ช่องไม่เลือก
ผู้สมัครผู้ใด

Than.
digital

บัตรเลือกตั้ง สส. แบบบัญชีรายชื่อ (สีชมพู)

บัตรเลือกตั้ง สส.บัญชีรายชื่อ (เลือกพรรค)

บัตรเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบบัญชีรายชื่อ

“โปรดอ่านข้อความ ก่อนทำเครื่องหมายกากบาท”

หมายเลขผู้สมัคร	ชื่อพรรคการเมือง	หมายเลขผู้สมัคร	ชื่อพรรคการเมือง
501	พรรค ก.	511	พรรค ก.
502	พรรค ข.	512	พรรค ข.
503	พรรค ค.	513	พรรค ค.
504	พรรค ง.	514	พรรค ง.
505	พรรค จ.	515	พรรค จ.
506	พรรค ฉ.	516	พรรค ฉ.
507	พรรค ช.	517	พรรค ช.
508	พรรค ซ.	518	พรรค ซ.
509	พรรค ฅ.	519	พรรค ฅ.
510	พรรค ฎ.	520	พรรค ฎ.

ถ้าประสงค์ออกเสียงลงคะแนน “ไม่เลือกบัญชีรายชื่อของพรรคการเมืองใด” ให้ทำเครื่องหมายกากบาท “ X ” ในช่องสี่เหลี่ยมนี้

Than. digital

บัตรออกเสียงประชามติ (สีเขียว)



บัตรออกเสียงประชามติ (สีเหลือง)



การสื่อสาร

การสื่อสาร ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Communication แปลความเป็นภาษาไทยและใช้กันหลายคำ เช่น การติดต่อสื่อสาร การสื่อความหมาย

การสื่อสาร ถ้าแปลตามรูปศัพท์เดิม การสื่อสาร หมายถึง กิจกรรมที่มุ่งสร้างความร่วมมือหรือคล้ายคลึงกันให้เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้อง



ประ สตะเวทิน

การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

ราตรี พัฒนรังสรรค์

การติดต่อสื่อสาร คือ กระบวนการถ่ายทอด หรือแลกเปลี่ยนความคิด ข้อมูล ข้อเท็จจริง หรือความรู้สึกซึ่งอาจเป็นรูปของคำ ตัวอักษร สัญลักษณ์ เรียกว่า ข่าวสาร บุคคลฝ่ายหนึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ส่งไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งเรียก ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่น ได้เข้าใจความหมายตามเจตนาที่ต้องการ และช่วยป้องกันความเข้าใจผิดระหว่างกันและกันอีกด้วย

สรุป

การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการในการส่งสาร หรือ แลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิด ความรู้สึกระหว่างบุคคล เน้นความสัมพันธ์ของมนุษย์ ซึ่งกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน

ความสำคัญของการสื่อสาร มีความสำคัญต่อมนุษย์ 5 ประการ

- **ความสำคัญต่อชีวิตประจำวัน**

การสื่อสารมีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อชีวิตประจำวัน ในวันนี้เราใช้การสื่อสารตลอดเวลา ทั้งการสื่อสารกับตนเอง การสื่อสารกับผู้อื่น ตั้งแต่บุคคลในครอบครัว กลุ่มเพื่อน ผู้ร่วมงาน และทุกกิจกรรมในการดำรงชีวิต ก็ต้องใช้การสื่อสารทั้งนั้น

- 1) การสื่อสารทำให้เราสามารถรับรู้ความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของบุคคลอื่นได้
- 2) การสื่อสารทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เพราะการสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ตั้งแต่การสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว และบุคคลต่างๆ ในสังคม
- 3) การสื่อสารทำให้เกิดการพักผ่อนหย่อนใจ ความสุนทรีย์ การผ่อนคลายอารมณ์ และเกิดความเพลิดเพลินทางจิตใจ และความสุขในชีวิต
- 4) การสื่อสารช่วยในการสร้างเอกลักษณ์ของบุคคล ทำให้เข้าใจตนเองและผู้อื่น รู้จักแสดงออกพฤติกรรมในด้านต่างๆ รวมทั้งทำให้รู้จักบทบาทของตนเองและผู้อื่น
- 5) การสื่อสารทำให้เกิดการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ ส่งผลต่อการพัฒนาด้านสติปัญญา ความถนัด ความสนใจ ทักษะต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิต และมีโลกทัศน์มากขึ้น
- 6) การสื่อสารช่วยให้เกิดแรงจูงใจ ทำให้เกิดความหวัง การสร้างกำลังใจและการสร้างเป้าหมายในชีวิต
- 7) การสื่อสารช่วยสอดส่องดูแลสิ่งแวดล้อมและทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นข้อมูลหรือข่าวสาร แล้วมีการนำมาเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูล และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งยังเป็นการร่วมช่วยกัน ดูแลและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วย



ความสำคัญของการสื่อสาร มีความสำคัญต่อมนุษย์ 5 ประการ

- ความสำคัญต่อความเป็นสังคม

มนุษย์รวมตัวกันเป็นกลุ่มสังคมได้ตั้งแต่สังคมเล็กระดับครอบครัว จนถึงสังคมที่ใหญ่ระดับประเทศและระดับโลกได้ ก็เพราะอาศัยการสื่อสารเป็นพื้นฐาน เมื่อมนุษย์อยู่รวมกัน และดำเนินชีวิตร่วมกัน ก็ย่อมต้องมีข้อตกลงกัน โดยกำหนดเป็นระเบียบ กติกาต่าง ๆ เพื่อใช้เป็น กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของสังคม ทำให้สังคมนั้นๆ ดำรงอยู่ได้ และมนุษย์ก็ใช้การสื่อสารทำให้เกิดความ เข้าใจกันอันดีต่อกัน และการที่สังคมมนุษย์ได้รับการพัฒนาตลอดเวลาและอย่างต่อเนื่อง ก็เพราะ ใช้การสื่อสารเป็นสายใยแห่งการสืบทอดวัฒนธรรม ประเพณี ความรู้สึกนึกคิดของคนรุ่นหนึ่งมาสู่ คนอีกรุ่นหนึ่งอย่าง

ความสำคัญของการสื่อสาร มีความสำคัญต่อมนุษย์ 5 ประการ



- ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมและธุรกิจ

ภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจ ตั้งแต่ขั้นตอนการตลาด การขาย การจัดหา วัตถุดิบ การวางแผนการผลิต การผลิต การเงิน การบัญชี และการบริหารงานบุคคล ต้องใช้การสื่อสารทุกขั้นตอน นับตั้งแต่การสื่อสารกันระหว่างบุคคล จนกระทั่งถึงการสื่อสารกับมวลชน เช่น

การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะในปัจจุบันการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาท สำคัญและกลายเป็นเรื่องจำเป็นมากด้านธุรกิจ รวมทั้งได้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการสื่อสารมากมาย

ความสำคัญของการสื่อสาร มีความสำคัญต่อมนุษย์ 5 ประการ

- ความสำคัญต่อการปกครอง

การปกครองไม่ว่าจะเป็นการปกครองระดับใด หรือการปกครองระบอบใดก็ตาม ผู้ปกครองและผู้ถูกปกครอง จะต้องมีการตกลงร่วมกันในกฎเกณฑ์หรือระเบียบต่าง ๆ ผู้ปกครองต้อง เผยแพร่ข่าวสารเหล่านี้ให้ผู้ถูกปกครองทราบทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งประชาชนหรือผู้ถูก ปกครองก็จะต้องสื่อสารเรื่องต่าง ๆ ไปยังผู้ปกครองด้วย เพื่อความสงบสุขของบ้านเมืองเป็นสำคัญ



ความสำคัญของการสื่อสาร มีความสำคัญต่อมนุษย์ 5 ประการ



- ความสำคัญต่อการเมืองและเศรษฐกิจ

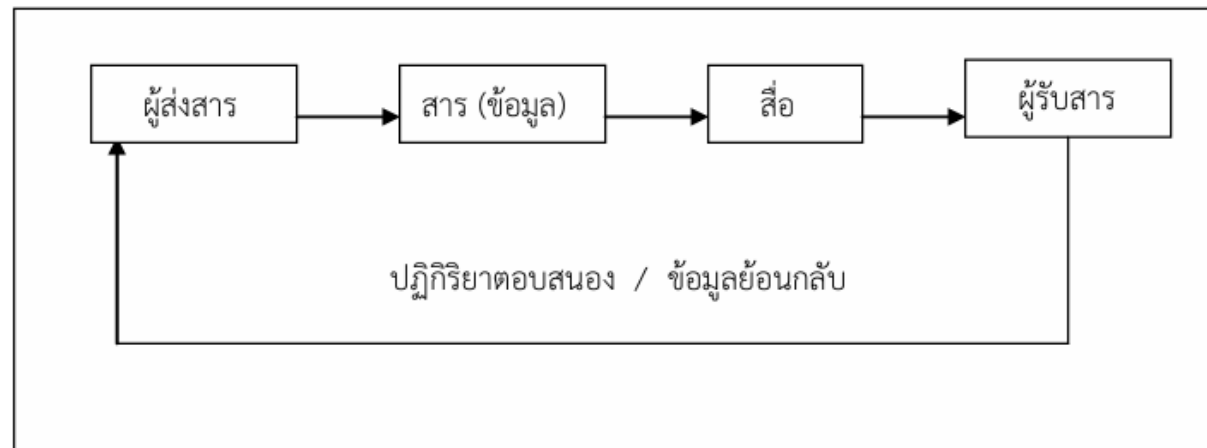
ทุกประเทศมีการติดต่อสื่อสารกันทั้งทางด้านการเมือง และเศรษฐกิจ และปัจจุบันมีหน่วยงานหรือองค์กรของแต่ละประเทศ ที่ทำหน้าที่ติดต่อสื่อสารข่าวการเมืองและ เศรษฐกิจทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อการ สร้างเครือข่ายหรือพันธมิตร ซึ่ง การสื่อสารมวลชนก็เข้ามามีบทบาทร่วมด้วยเช่นกัน

องค์ประกอบของการสื่อสาร



องค์ประกอบของการสื่อสาร

- ผู้ส่งสาร(Sender)
- สารหรือข้อมูล(Message)
- ผู้รับสาร(Receiver) โดยผู้ส่งสารจะส่งสารผ่านสื่อต่าง ๆ



สื่อ ได้แก่

- ภาษาพูด (วาจา) เช่น คำพูด เพลง คำกลอน ฯลฯ
- ภาษาเขียน เช่น จดหมาย ข้อความอีเมล ฯลฯ
- ภาษาท่าทาง
- สัญลักษณ์ / รูปภาพ
- สื่อธรรมชาติ เช่น อากาศ แสง
- สื่อเทคโนโลยี เช่น ไมโครโฟน วิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์

การสื่อสารจะต้องมีองค์ประกอบทั้ง 4 ประการ ทำงานร่วมกัน

ผู้ส่งสาร ส่งสาร (ข้อมูล) มีสื่อเป็นตัวนำสาร หรือข้อมูลจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งผู้รับสารก็จะรับสารนั้นและมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับไป หากปฏิกิริยาตอบสนองเป็นไปตาม ที่ผู้ส่งสารต้องการถือว่าการสื่อสารนั้นสัมฤทธิ์ผล และหากปฏิกิริยาตอบสนองไม่เป็นไปตามที่ผู้ส่งสารต้องการถือว่าเป็นการสื่อสารที่ไม่สัมฤทธิ์ผล



การสื่อสารที่สัมฤทธิ์ผลที่ดี

คู่สื่อสารเกิดความพึงพอใจและ
เข้าใจกันตลอดเวลาที่สื่อสาร
กัน

การสื่อสารต้องเลือกคำที่เหมาะสม
ได้ความหมายที่ต้องการ และ
เหมาะกับบุคคล เหมาะกับ
โอกาส

ประเภทของการสื่อสาร

การสื่อสารตามจำนวนหรือลักษณะของผู้รับสาร

การสื่อสารตามทิศทาง

การสื่อสารตามวิธีการ



การสื่อสารตามจำนวนหรือลักษณะของผู้รับสาร แบ่งออกเป็น 7 ประเภท

- การสื่อสารภายในบุคคล (Intra-personal Communication)
คือ การสื่อสารของบุคคลคนเดียว อาจเป็นการพูดกับตนเอง การมีปฏิกริยาของบุคคลในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น การคิดถึงเรื่องราวต่าง ๆ การร้องเพลงฟังคนเดียว การเขียนแล้วอ่านคนเดียว
- การสื่อสารระหว่างบุคคล (Inter-personal Communication)
คือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สองคนสื่อสารกันในลักษณะบุคคลต่อบุคคล อย่างมีวัตถุประสงค์ หรือเพื่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล



การสื่อสารตามจำนวนหรือลักษณะของผู้รับสาร แบ่งออกเป็น 7 ประเภท

- การสื่อสารกลุ่มย่อย (**Small-group Communication**) คือ การสื่อสารระหว่างบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป แต่ไม่เกิน **25** คนมารวมกัน เพื่อการประชุม หรือทำกิจกรรมใด ๆ มีการแสดงกริยาโต้ตอบกัน การลงมติเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย และเกิดการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร
- การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (**Large-group Communication**) คือ การสื่อสารระหว่างคนจำนวนมาก ซึ่งอยู่ในที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น

การอภิปรายในห้องประชุม การพูดหาเสียง การสอนนักศึกษา การเข้าชมการแสดงต่าง ๆ เป็นต้น การสื่อสารกลุ่มใหญ่โอกาสที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันโดยตรงมีน้อย



การสื่อสารตามจำนวนหรือลักษณะของผู้รับสาร แบ่งออกเป็น 7 ประเภท

- การสื่อสารในองค์กร (**Organization Communication**) คือ การสื่อสารระหว่างบุคคลที่เป็นสมาชิกขององค์กรหรือหน่วยงาน ให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรหรือหน่วยงาน
- การสื่อสารมวลชน (**Mass Communication**) คือ การสื่อสารกับ มวลชนจำนวนมากในขณะเดียวกันพร้อม ๆ กัน โดยมีสมาชิกของมวลชนแต่ละคนอยู่ในที่ต่างกัน เพื่อให้ข่าวสารไปถึงมวลชนได้พร้อมกัน จึงต้องอาศัยสื่อที่เข้าถึงประชาชนจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว
- การสื่อสารระหว่างประเทศ (**International Communication**) คือ การสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีความแตกต่างกันในเรื่อง เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม การเมือง หรือ สังคมระหว่างประเทศต่าง ๆ

การสื่อสารตามทิศทาง แบ่งเป็น 4 ประเภท

- การสื่อสารจากบนลงล่าง (Up-Low) ได้แก่ การสื่อสารจากบุคคลที่มีตำแหน่งหรือสถานภาพสูงกว่า ไปยังบุคคลที่มีตำแหน่งหรือสถานภาพต่ำกว่า เช่น มีคำสั่งหรือข้อแม้แจ้งให้ทราบจากพ่อแม่ไปยังลูก หรือจากหัวหน้างานไปยังลูกน้อง เป็นต้น
- การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Down-Flow) ได้แก่ การสื่อสารจากบุคคลที่มี ตำแหน่งหรือหรือสถานภาพต่ำกว่า ไปยังบุคคลที่มีตำแหน่งหรือสถานภาพสูงกว่า เช่น

ลูกขอเงินหรือขออนุญาตไปเที่ยวจากพ่อแม่ นักศึกษาทำบันทึกเรื่อง ลงทะเบียนเรียนเสนอขออนุญาตจากอาจารย์ที่ปรึกษา พนักงานทำบันทึกเรื่องงานเสนอขออนุมัติผ่านหัวหน้าฝ่าย และผู้จัดการตามลำดับ เป็นต้น

การสื่อสารตามทิศทาง แบ่งเป็น 4 ประเภท

- การสื่อสารในแนวนอน (**Horizontal Flow**) ได้แก่ การสื่อสารในระดับเดียวกัน จากบุคคลที่มีตำแหน่งหรือสถานภาพในระดับเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น นักศึกษาคุยกับเพื่อน ก่อนเข้าห้องเรียน สามีบอกภรรยาว่าวันนี้จะกลับบ้าน คำพนักงานปรึกษาเรื่องส่วนตัวกับเพื่อนพนักงาน เป็นต้น
- การสื่อสารแบบผสม (**Mix Flow**) ได้แก่ การสื่อสารทางโทรศัพท์หลายสาย หรือการจัดประชุมทางวิดีโอทัศน์ (**Video Teleconference**) ซึ่งเป็นการสื่อสารหลายทิศทาง และนำสื่อที่ทันสมัยมาใช้ในการสื่อสารด้วย

การสื่อสารตามวิธีการ แบ่งเป็น 3 ประเภท

- การสื่อสารทางเดียว (One - way Communication) ได้แก่ การออก คำสั่ง หรือแจ้งให้ทราบจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผู้รับสารไม่มีโอกาสสอบถามหรือตอบโต้กลับ เช่น หัวหน้างานสั่งงานลูกน้อง ผู้จัดการมีประกาศห้ามสูบบุหรี่ในที่ทำงาน เป็นต้น
- การสื่อสารสองเดียว (Two - way Communication) ได้แก่ การ แจ้งข่าวและ ข้อมูลให้ทราบจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และเปิดโอกาสให้ผู้รับสารซักถามได้ เช่น

ประธานรุ่นพี่ได้เรียกน้อง ๆ ทุกชั้นปีประชุม เพื่อแจ้งข่าวคราวเกี่ยวกับกิจกรรมของคณะฯ และเปิด โอกาสให้น้องๆ ได้ซักถาม หรืออาจารย์ได้ชี้แจงมอบหมายงานกลุ่ม และให้สมาชิกกลุ่มได้ซักถามข้อ สงสัยต่าง ๆ หรือหัวหน้างานประชุมร่วมกับลูกน้องเพื่อปรึกษาหารือเรื่องงาน เป็นต้น

การสื่อสารตามวิธีการ แบ่งเป็น 3 ประเภท

- การสื่อสารแบบผสม (Mix - way Communication) ได้แก่ การออก คำสั่งหรือแจ้งข่าวและข้อมูลให้ทราบจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือมีปฏิสัมพันธ์กับข้อมูล ได้ เช่น

อาจารย์สั่งงานทางอินเทอร์เน็ตและให้นักศึกษาส่งงานผ่านอินเทอร์เน็ต มหาวิทยาลัย แจ้งข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย โทรศัพท์วงจรปิด หรือเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย เป็นต้น

รูปแบบของการสื่อสาร



การสื่อสารสามารถแบ่งได้หลายประเภท ถ้าแบ่งตามสัญลักษณ์ ได้เป็น 2 รูปแบบ

- การสื่อสารที่ใช้ถ้อยคำ หรือการสื่อสารเชิงวจนะ (Verbal Communication)

ภาษาพูดและภาษาเขียนที่เป็นถ้อยคำของมนุษย์ในแต่ละกลุ่ม สังคม หรือชาติ สร้างขึ้นโดยมี ข้อตกลงร่วมกันเพื่อว่าภาษาเหล่านั้นแทนมโนภาพของสิ่งต่าง ๆ ภาษาพูดพูด จะใช้เสียงพูดเป็นถ้อยคำ และภาษาเขียนจะใช้ตัวอักษรประสมเป็นถ้อยคำ “ภาษาถ้อยคำจึง เป็นภาษาที่มนุษย์สร้างขึ้นอย่างมีระบบ มีหลักเกณฑ์ทางภาษาหรือไวยากรณ์ ซึ่งคนในสังคมนั้นต้องเรียนรู้ที่จะเข้าใจและใช้ภาษาในการฟัง พูด อ่าน เขียนและคิด

ถ้าใครไปพูดกับนายเหมือนพูดกับเพื่อน คนนั้น เห็นจะ
“ไม่มีความเจริญแน่” ดังนั้น การสื่อสารจึงเป็นเรื่องที่
ต้องให้ความสำคัญ โดยเฉพาะภาษาพูดดัง คำที่ว่า “ปาก
เป็นเอก เลขเป็นโท หนังสือเป็นตรี” และ “การมเป็นต่อ
รูปหล่อเป็นรอง” การสื่อสารที่ประกอบด้วยการใช้
อารมณ์และแสดงความรู้สึกออกมาในการพูด อ่าน และ
การเขียนก็ตาม เช่น

พูดเสียงสั้นหรือยาว ดังหรือเบา การเน้นเสียง หรือพูด
แบบมีหางเสียงหรือไม่มี เป็นการแสดง ถึงความสุภาพ
หรือก้าวร้าวของผู้พูดได้เช่นกัน

การสื่อสารสามารถแบ่งได้หลายประเภท ถ้าแบ่งตามสัญลักษณ์ ได้เป็น 2 รูปแบบ

- การสื่อสารที่ไม่ใช้ภาษาถ้อยคำ หรือการสื่อสารเชิงอวัจนะ (Non -verbal Communication) ได้แก่

การใช้ท่าทางหรือการกระทำที่เรียกว่า “ภาษากาย” ซึ่งเป็นการแสดง พฤติกรรมต่าง ๆ ออกมาให้เห็น ส่วนวัตถุและสัญลักษณ์ต่าง ๆ นั้น เรียกว่า “ภาษาวัตถุ” ซึ่งเป็นการ สื่อสารเพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน แบ่งออกเป็น

1. ภาษากาย หรือ ภาษาท่าทาง
2. ภาษาวัตถุ
3. ภาษารวมเนียมและมารยาท

ภาษากาย (**Physical Language**) ประกอบด้วย

- 1) สายตา (**Eye Contact**) ได้แก่ การมอง การสบตา การจ้อง การทำตาเชื่อม หรือ ตาขวาง เป็นการสะท้อนถึงความรู้สึกของผู้พูดได้ ดังคำที่ว่า "หน้าตาของหัวใจ" เช่น บุคคลที่พูดโกหกมักจะพูดแล้วไม่สบตากับผู้ฟังที่ตนพูดด้วยความรู้สึกผิดปกติ อาจจะสังเกตเห็นได้จากดวงตาของบุคคลนั้น
- 2) การแสดงสีหน้า (**Facial Expression**) ได้แก่ การแสดงออกทางสีหน้าอันแสดงถึงลักษณะอารมณ์ เช่น บุคคลที่มีอารมณ์ดีใจ สบายใจ จะแสดงสีหน้าเป็นบวก หากมีอารมณ์ โกรธ ไม่พอใจ ก็จะแสดงสีหน้าเป็นลบ เป็นต้น

ภาษากาย หรือ ภาษาท่าทาง ได้แก่

3) การแสดงออกับกิริยาท่าทาง (**Gestures**) ได้แก่ การใช้ส่วนของอวัยวะของร่างกาย เคลื่อนไหวในลักษณะ ต่าง ๆ เช่น การก้มมือ การชูสองนิ้ว การพยักหน้า การแสดงสีหน้า (**Facial Expression**) ได้แก่

การแสดงออกทางสีหน้าอันแสดงถึงลักษณะอารมณ์ เช่น บุคคลที่มีอารมณ์ดีใจ สบายใจ จะแสดงสีหน้าเป็นบวก หากมีอารมณ์ โกรธ ไม่พอใจ ก็จะแสดงสีหน้าเป็นลบ เป็นต้น

4) ระยะห่างของบุคคล (**Personal Space**) ได้แก่ การรักษาระยะห่าง ของร่างกาย ระหว่างบุคคล ซึ่งแสดงถึงระดับความสัมพันธ์ของบุคคลได้ เช่น

ถ้าบุคคลใดชอบพอกันหรือสนิทสนมกันก็จะนั่งใกล้ชิดกัน เป็นต้น

ตัวอย่าง ภาษาภายในลักษณะต่างๆ สื่อความหมายได้ดังนี้

การใช้สายตา

- ทำตาเศร้า ละห้อย แสดงว่า เศร้า หมดหวัง เสียใจ
- ทำตาหวาน ตาขี้ ตาเจ้าชู้ แสดงถึง อารมณ์รัก
- ทำตาลอกแล่ง ไม่หยุดนิ่ง แสดงถึง มีเล่ห์เหลี่ยม
- ทำตาดมิงทึง จ้องตา แสดงว่า กำลังโกรธ
- ไม่สบตากัน แสดงว่า กำลังทำความผิด

การแสดงสีหน้า

- ขมวดคิ้ว แสดงว่า ไม่พอใจ สงสัย ไม่เข้าใจ
- ยักคิ้ว แสดงว่า ยั่วเย้า ล้อเลียน
- เม้มริมฝีปาก แสดงว่า ใช้ความคิด ใจจ้อจ้วง โกรธ

อากัปกิริยาท่าทาง

- สั่นขา ไม่ว่าจะนั่งหรือยืน แสดงว่า ไม่มั่นใจในตนเอง
- ผุดลุกผุดนั่ง แสดงว่า วิตกกังวล ตัดสินใจไม่ได้ รอคอยเป็นเวลานาน
- เกาศีรษะ แสดงว่า ทำสิ่งใดพลาด ไม่ถูกใจ หงุดหงิด
- คอดคก ห่อไหล่ แสดงว่า ท้อแท้ หมดกำลังใจ รู้สึกสำนึกผิด
- มืออยู่ไม่นิ่ง (จับโน่น-จับนี่) แสดงว่า ก่อเขิน กระดากอาย วัวเหว เหงา
- การลูบหลัง โอบไหล่ กอด แสดงถึง ความสนิทสนม เอาใจช่วย ห่วงใย รัก
- การจับมือ แสดงถึง ความเข้าใจดีต่อกัน

ระยะห่างระหว่างบุคคล

- ระยะใกล้ชิด แสดงถึง ความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดสนิทสนม
- ระยะห่างกัน แสดงถึง ความเกรงใจ ไม่คุ้นเคย



ภาษาภาษาวัตถุ (Object Language) คือ การตีความหมายของวัตถุ และ สัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อสื่อความหมายไปยังผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- 1) วัตถุประเภทโครงสร้างของร่างกาย (Body) บุคคลที่มีโครงสร้างสูง ใหญ่ จะสื่อความหมายถึง ความแข็งแรง ความน่าเกรงขาม การให้ความ **คุ้มครอง ในทางตรงกันข้าม** บุคคลที่มีโครงสร้างร่างกายเตี้ย ผอม และเล็ก จะสื่อความหมายถึง ความอ่อนแอ ความ น่ารัก ต้องให้การดูแลทนุถนอม เป็นต้น การแสดงสีหน้า (Facial Expression) ได้แก่ การแสดงออกทางสีหน้าอันแสดงถึงลักษณะอารมณ์ เช่น บุคคลที่มีอารมณ์ดีใจ สบายใจ จะแสดงสีหน้าเป็นบวก หากมีอารมณ์ โกรธ ไม่พอใจ ก็จะแสดงสีหน้าเป็นลบ เป็นต้น
- 2) วัตถุประเภทที่ประกอบเป็นบุคลิกภาพ (Personality) บุคคลจะเลือกใช้วัตถุลักษณะต่าง ๆ มาประกอบเป็น บุคลิกภาพของตนเอง เช่น เสื้อผ้าสีสรรต่าง ๆ แบบ รู ปทรง ตลอดจน รองเท้า กระเป๋า ซึ่งสื่อถึง ความหมายของนิสัย ค่านิยม รสนิยม และความเป็น ระเบียบเรียบร้อย ซึ่งประกอบเป็นบุคลิกภาพของบุคคล นั้น

ภาษากาย หรือ ภาษาท่าทาง 'ได้แก่'

3) วัตถุประเภทที่มีความหมายเฉพาะ (Specific) และความหมายไม่เฉพาะเจาะจง (Non Specific) วัตถุที่มีความหมายเฉพาะ เช่น

ดอกมะลิ สื่อความหมายถึง พระคุณของแม่

ดอกกุหลาบ สื่อความหมายถึง ความรัก

ดอกบัว สื่อความหมายถึง การระลึกถึงคุณของพระพุทธ พระธรรม และพระสงฆ์

สำหรับวัตถุประเภทความหมายไม่เฉพาะเจาะจง (Non Specific) มักเป็นวัตถุทั่วไป
'ได้แก่' กระจก ผ้าเช็ดหน้า กรรไกร ฯลฯ เช่น กระจก ถ้ามอบสิ่งของดังกล่าวให้กับบุคคลใดก็ตาม ผู้รับอาจสื่อ
ความหมายว่า ผู้ให้ปรารถนาดี ให้ของเพื่อไปใช้ประโยชน์ **ในทางตรงกันข้าม** ผู้รับอาจสื่อความหมายว่า ผู้ให้
กล่าวว่าตนเป็นไม่ได้เรื่อง เป็นคนที่แย่มาก ต้องให้กระจกช่วยส่องให้เห็นความ

ภาษาธรรมเนียมและมารยาท (Etiquette and Manners)

ภาษาธรรมเนียมและมารยาท เป็นการแสดงพฤติกรรมตามธรรมเนียมและมารยาทของสังคมนั้น เช่น ธรรมเนียมไทย “ใครไปถึงเรือนชานต้องต้อนรับ” ดังนั้นเมื่อมีบุคคลมาที่บ้านก็จะยกน้ำหรืออาหารมาให้ดื่มกิน พูดคุยด้วยรอยยิ้มและไมตรีจิต เพื่อแสดงถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ส่วนมารยาท เช่น การไหว้ จึงมีการปฏิบัติในลักษณะ “การไป-มาลา-ไหว้” เป็นต้น หรือมารยาทในการรับประทานอาหาร ไม่พูดขณะที่กำลังเคี้ยวอาหาร หรืออาหารยังอยู่ในปาก

การสื่อสารเชิงวิจนะและอวิจนะ เป็นการสื่อสารที่บุคคลใช้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา จึงสรุปประโยชน์ของการสื่อสารทั้ง 2 รูปแบบ

ประโยชน์ของการสื่อสาร	
เชิงวิจนะ	เชิงอวิจนะ
<ol style="list-style-type: none">1. ถ้อยคำ ไม่ว่าจะเป็นการพูด การเขียน เป็นสื่อแทนความจริงจากมนุษย์ทั้งภายใน และภายนอก ประกอบด้วยสถานการณ์ ความคิด อารมณ์ และความรู้สึก2. ได้สาระหรือประเด็นที่ต้องการสื่อสาร อย่างตรงไปตรงมา3. สร้างความเข้าใจในการสื่อสาร4. มีอำนาจในการจูงใจและโน้มน้าวใจ5. ทำให้ทราบถึงอดีตที่ผ่านมา และบอกถึง ความเป็นปัจจุบัน รวมทั้งแนวโน้มของ อนาคตได้	<ol style="list-style-type: none">1. ช่วยบอกความต้องการในการสื่อสาร โดยไม่ต้องใช้คำพูด2. ช่วยย้ำความหมาย เช่น การพยักหน้า การส่ายหน้า การโบกมือ การชี้หน้า เป็นต้น ประกอบการใช้คำพูด จะทำให้เกิดความหนักแน่นในการสื่อสารเรื่องนั้น3. ทำให้เกิดความรู้สึกซาบซึ้ง ประทับใจ และสร้างสีสันในการสื่อสาร4. แสดงถึงความสามารถในการสื่อสารของ บุคคลได้



ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารเชิงวัจนะและการสื่อสารเชิงอวัจนะ มีความสัมพันธ์กันในลักษณะดังนี้

1) ใช้แทนคำพูด ด้วยการแสดงกริยาอาการ ทำทาง หรือ สีหน้า เช่น การยิ้ม การทาสีหน้านิ่งเฉย เป็นต้น

2) ใช้ขยายความ เช่น เมื่อพูดว่า “ไม่ไป” พร้อมกับส่ายหน้าไปด้วย

3) ใช้ย้าความหมาย เช่น เมื่อพูดว่า “ฉันชอบเธอ” พร้อมกับส่งสายตาที่แสดงถึง ความนิยมและชื่นชมด้วย

4) บอกถึงความขัดแย้ง เป็นการสื่อสารเชิงอวัจนะที่ตรงข้ามกับความเป็นจริง เช่น การนัดหมายกัน เมื่อคู่กันมาสายมักจะชอบบอกว่า “ขอโทษด้วยที่มาสาย” อีกฝ่ายก็ตอบว่า “ไม่เป็นไร” ด้วยน้ำเสียงที่ห้วนสั้นและสีหน้าที่บึ้งตึง หรืออาจจะตอบด้วยว่า “ฉันเบื่อคุณมากเลย” แต่สีหน้ายิ้มแย้ม ซึ่งแสดงความหมายที่แตกต่างกัน ในคำพูดกับภาษาทำทาง

5) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ด้วยกริยา ทำทาง หรือ สีหน้าต่าง ๆ ทั้งการแสดงอาการ ยิ้มแย้ม การจับมือ การโอบไหล่ การปรบมือ เป็นต้น

ปัญหาหรืออุปสรรคในการสื่อสาร

ปัญหาจากตัวบุคคล ระหว่างผู้รับสาร – ผู้ส่งสาร ได้แก่

1. ความบกพร่องของอวัยวะที่ใช้ในการสื่อสาร เช่น ลิ้นไก่สั้น ท ำให้พูด ไม่ชัดเจน หูตึง ท ำให้ปัญหาในการฟัง เป็นต้น
2. ขาดทักษะในการสื่อสาร เช่น ไม่มีมารยาทในการพูดหรือพูดไม่ถูก กาลเทศะและบุคคล **1.6.1.3** ใช้ภาษาหรือถ้อยค ำที่ยากเกินไป
3. ใช้ภาษาต่างประเทศปนภาษาไทย
4. ผู้ส่งสารไม่เข้าใจเรื่องที่จะสื่อสารดีพอ
5. ผู้ส่งสารมีเจตนาบิดเบือนข่าวสารเพื่อผลประโยชน์บางอย่าง
6. มีอคติ ความละเอียดงเพราะชอบ รัก หรือไม่ชอบ ไม่รัก
7. ขาดศรัทธาในการฟัง ท ำให้ไม่สนใจและขาดสมาธิในการฟัง
8. พูดผิด โดยไม่เจตนา

ปัญหาด้านข้อมูลข่าวสาร



ปัญหาจากตัวบุคคล ระหว่างผู้รับสาร – ผู้ส่งสาร ได้แก่

1. ข้อมูลบิดเบือน ข้อมูลข่าวสารอาจถูกบิดเบือนได้ เพราะผู้ส่งสารมี เจตนาบิดเบือนข้อมูล หรืออาจเพราะข้อมูลถูกส่งผ่านบุคคลหลายคนมีผลให้ข้อมูลบิดเบือนได้
2. ข้อมูลไม่ชัดเจนคลุมเครือ
3. ข้อมูล ทำให้มีความเข้าใจยาก (ไม่เหมาะสมกับผู้รับฟัง)

ปัญหาด้านสื่อ



1. ภาษา ทั้งการพูด การเขียน กิริยาท่าทาง ย่อมมีข้อบกพร่อง ได้แก่ ค าพูดค าเดียว มีหลายความหมาย ภาษาถิ่น ข่าวลือ ค าพูดที่เคลือบแฝง
2. ภาษาท่าทางที่ไม่สอดคล้อง
3. สัญลักษณ์ของกลุ่ม
4. สื่อมวลชน เช่น การพาดหัวข่าวที่ต้องการเร้าความสนใจ จึงใช้ข้อความที่ เกินความจริง สัญลักษณ์ไม่ดีหรือขาดหายท าให้เป็นอุปสรรคต่อการส่งสารและรับสาร

ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

-
1. เสียงรบกวน
 2. แสงที่ไม่เหมาะสม
 3. อุณหภูมิ ที่ร้อนหรือเย็นเกินไป
 4. ระยะทางของการสื่อสาร





หลักในการสื่อสารที่ดี

การสื่อสารที่ดีควรปฏิบัติ ดังนี้

1. ผู้สื่อสารต้องเข้าใจตนเอง ก่อนที่จะสื่อสารกับใครจะต้องเข้าใจว่าตนเองมีนิสัยใจคอเป็นอย่างไร มีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ ความต้องการอย่างไร มีความบกพร่องทางร่างกายและ จิตใจอย่างไร และพร้อมที่จะแก้ไข ปรับปรุงตนเอง เพื่อช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ
2. พิจารณาจุดประสงค์ในสื่อสารว่าควรเป็นอย่างไร เช่น ควรสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา หรือบอกข้อมูลบางส่วน บางส่วนเก็บไว้เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหาย
3. ควรรู้จักลักษณะของผู้ที่จะสื่อสารด้วยว่าเขาเป็นใคร เป็นคนอย่างไร ชอบอะไรจะทำให้เอื้อต่อการสื่อสาร
4. ควรเลือกใช้รูปแบบวิธีการสื่อสารให้เหมาะสม
5. เลือกใช้การสื่อสารเชิงอวัจนภาษาให้เหมาะสม เช่น สีหน้า ท่าทาง หรือน้ำเสียง

การสื่อสารที่ดีควรปฏิบัติ ดังนี้

6. เลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับเรื่องราวสถานการณ์และบุคคล

7. การสื่อสารควรมีลักษณะจูงใจ โน้มน้าวใจ หรือทำให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน ดังนั้น ควรใช้น้ำเสียงที่นุ่มนวล ท่าทีที่อ่อนโยน พูดในสิ่งที่มีสาระและเกิดประโยชน์ต่อผู้ฟัง

8. ควรเลือกใช้การสื่อสารโดยตรงกับผู้ฟัง ถ้าเป็นคำพูดไม่ควรส่งผ่านบุคคลหลายคน และควรมีการจดบันทึกถ้อยคำไว้เป็นหลักฐานด้วย

9. เลือกใช้ภาษาให้ถูกต้อง โดยเฉพาะภาษาพูดควรเลือกให้เหมาะกับบุคคลและกาลเทศะ

มนุษย์จะพัฒนาพฤติกรรมการสื่อสารได้ดี ถ้าได้ปฏิบัติบัญญัติ 10 ประการ

1. จงมีความคิดที่ระจ่างชัดเสียก่อน ก่อนมีการสื่อความหมาย
2. มีวัตถุประสงค์ของการสื่อความหมายที่แน่ชัด
3. ตะหนักถึงสภาพของสิ่งแวดล้อม เพราะสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการสื่อความหมายเช่นกัน
4. ใช้ Two-way Communication ในการสื่อความหมาย
5. มีเนื้อหาและถ้อยคำ การออกเสียงที่ดีและถูกต้องตามวรรคตอนในการสื่อความหมาย

การสื่อสารแบบ "One-Way" vs "Two-Way" ควรเลือกเวย์ไหนมาใช้ ในงานประชาสัมพันธ์

One-Way Communication

การสื่อสารทางเดียว
เหมาะสำหรับงาน PR
ที่ต้องการสร้างการรับรู้
หรือแชร์ความรู้ต่างๆ

- Press Release
- Scoop News
- Promotion News
- Photo Caption

Two-Way Communication

การสื่อสารสองทาง
เหมาะสำหรับงาน PR
ที่ต้องการการ Feedback
เพื่อดูกระแสการตอบรับแบบทันที

- Press Conference
- Exclusive Interview
- Group Interview



เหตุใดการสื่อสารแบบสองทางจึงคอนโทรล ได้ยากกว่าการสื่อสารทางเดียว

1. ควบคุมทิศทางเนื้อหาได้ยาก

- เมื่อเปิดโอกาสให้โต้ตอบ ผู้รับสารสามารถตั้งคำถาม ขยายประเด็น หรือโต้แย้ง ทำให้เนื้อหาอาจ “ออกนอกประเด็น” หรือไปในทิศทางที่ผู้สื่อสารไม่ได้คาดคิด

2. มีความหลากหลายของความคิดเห็น

- แต่ละบุคคลมีพื้นฐาน ประสบการณ์ และทัศนคติแตกต่างกัน จึงอาจเกิดความเห็นต่าง การโต้แย้ง หรือความขัดแย้ง ซึ่งผู้สื่อสารต้องบริหารจัดการสถานการณ์

3. มีอารมณ์และความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้อง

- การโต้ตอบทันทีอาจทำให้เกิดการใช้อารมณ์ เช่น ความไม่พอใจ ความเข้าใจผิด หรือการตอบโต้ที่รุนแรง ซึ่งควบคุมได้ยากกว่าการสื่อสารทางเดียว

4. เวลาไม่แน่นอน

- อาจใช้เวลามากกว่าที่กำหนด เพราะมีคำถาม การอภิปราย หรือประเด็นต่อยอด ทำให้ควบคุมกรอบเวลาได้ยาก

เหตุใดการสื่อสารแบบสองทางจึงคอนโทรล ได้ยากกว่าการสื่อสารทางเดียว

- **5.** ความเสี่ยงต่อความเข้าใจคลาดเคลื่อนแบบทันที
- เมื่อมีการสื่อสารโต้ตอบ หากมีการตีความผิด อาจถูกถามเป็นความขัดแย้งได้รวดเร็ว หากผู้ดำเนินการสื่อสารไม่มีทักษะในการอธิบายหรือไกล่เกลี่ย
- **6.** ต้องใช้ทักษะการฟังและการบริหารกลุ่มสูง
- ผู้สื่อสารต้องมีทักษะ
- การฟังอย่างตั้งใจ (Active Listening)
- การตั้งคำถาม
- การสรุปประเด็น
- การควบคุมบรรยากาศ

การสื่อสารผ่านรูปแบบไหน สิ่งที่น่า
ประชาสัมพันธ์ (PR) ต้องคำนึงเสมอคือ
ข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำ ความรวดเร็ว และ
การแก้ปัญหาในกรณีที่หากสารที่ส่งไปเกิด
ความผิดพลาด

มนุษย์จะพัฒนาพฤติกรรมการสื่อสารได้ดี ถ้าได้ปฏิบัติ บัญญัติ 10 ประการ

6. ในขณะที่เป็นผู้ส่งสารหรือผู้พูดควรแยกประเด็นการพูดออกให้เห็นเด่นชัด เช่น แยก ออกเป็นข้อ ๆ
7. การสื่อความจะมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อมีการติดตามผลการสื่อความหมายนั้น ๆ
8. ข่าวสารที่ส่งออกไปต้องมีความหมายและมีความสำคัญ
9. กริยาท่าทาง (Body Language) จำเป็นต้องสอดคล้องและเหมาะสมกับการสื่อ ความหมายนั้น ๆ
10. ผู้สื่อความหมายต้องเป็นผู้ฟังที่ดีด้วย

การสื่อสาร

“กระบวนการเชิงความสัมพันธ์ของการสร้างและการตีความสารที่ทำให้เกิดการตอบสนอง” คำนิยามนี้สะท้อนถึง **5** องค์ประกอบหลักของการสื่อสาร

1. สาร (Messages) เป็นองค์ประกอบสำคัญในการศึกษาการสื่อสาร การสื่อสารไม่เพียงแค่เป็นการเขียน การอ่าน การฟัง การพูด ล้วนเกี่ยวข้องกับ “สาร” ที่ถ่ายทอดผ่านสื่อในสถานการณ์ต่าง ๆ

2. การสร้างสาร (Creation of Messages) ผู้ส่งสารมีการวางแผนเลือกเนื้อหาและรูปแบบของสาร เช่น นิด ส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์มือถือไปยังเพื่อนร่วมงานแทนการสื่อสารแบบเห็นหน้าคาตา โดยเลือกใช้คำและ สัญลักษณ์ที่จะสื่อความหมายได้ตรงกับความต้องการ

3. การตีความหมายสาร (Interpretation of Messages) คำหรือภาษาไม่ได้มีความหมายในตัวเอง ความหมายจึงไม่ได้อยู่ในคำที่เราพูดหรือเขียน แต่มนุษย์เป็นผู้กำหนดความหมาย นอกจากนี้ คำพูดและ สัญลักษณ์ต่าง ๆ ยังมีหลายความหมายและเปิดต่อการตีความได้อย่างหลากหลาย

การสื่อสาร

“กระบวนการเชิงความสัมพันธ์ของการสร้างและการตีความสารที่ทำให้เกิดการตอบสนอง” คำนิยามนี้สะท้อนถึง **5 องค์ประกอบหลัก** ของการสื่อสาร

4. กระบวนการเชิงความสัมพันธ์ (Relational Process) การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตลอด และมีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ของคู่สื่อสาร เช่น การพูดคุยกันผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารคุ้นเคยกันมากขึ้นหรือผู้ชมละครโทรทัศน์มีการตอบสนองทางอารมณ์ในเชิงชอบ หรือเกลียดตัวละคร

5. การตอบสนอง (Response) องค์ประกอบสุดท้ายของการสื่อสาร คือ ผลกระทบของสารในการกระตุ้นปฏิกิริยาตอบสนองของผู้รับสารในด้านความคิด อารมณ์ และพฤติกรรม เช่น แม่ถามลูกว่าปิดทอมนี้ไปเที่ยวทะเลกันไหม ทำให้ลูกรู้สึกดีใจที่จะได้ไปเที่ยวทะเล แต่ถ้าลูกกำลังชมโทรทัศน์และไม่ได้ยินเสียงแม่ จึงไม่มีการตอบสนองใด ๆ ถือได้ว่าการสื่อสารยังไม่เกิดขึ้น

บริบทของการสื่อสาร

1. การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal communication)

การสื่อสารภายในบุคคลเป็นการสื่อสารหรือการสนทนากับตัวเองที่เกิดขึ้นภายในใจตลอดเวลา แม้แต่ในขณะที่กำลังสื่อสารอยู่กับผู้อื่น เราก็สื่อสารกับตัวเองไปพร้อมกันด้วย เราต้องเกี่ยวข้องกับการสื่อสารภายในตัวเอง มากกว่าสื่อสารอื่น

นอกจากการพูดหรือสื่อสารกับตัวเองแล้ว การสื่อสารภายในบุคคลยังครอบคลุมถึงจินตนาการ การรับรู้ การคิด การประเมินหรือรับรู้ตนเองในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพลักษณ์ ความสามารถ จุดแข็ง จุดอ่อน

การสื่อสารภายในบุคคลยังรวมถึงการคาดเดาเหตุผลของพฤติกรรมผู้อื่นด้วย เช่น เราคิดว่าสาเหตุที่เพื่อนร่วมงานเจียบขีริมลงและมาทำงานสายบ่อย ๆ ว่าน่าจะมาจากปัญหาที่บ้าน

บริบทของการสื่อสาร

2. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication)

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากันระหว่างผู้สื่อสาร 2 คน ความสัมพันธ์ระหว่าง คู่สื่อสาร เช่น สามี-ภรรยา หมอ-คนไข้ ครู-นักเรียน พ่อแม่-ลูก เจ้านาย-ลูกน้อง เป็นประเด็นการวิจัยที่สำคัญในสาขาการสื่อสารระหว่างบุคคล ในการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน ผู้สื่อสารถ่ายทอดสารได้หลายช่องทาง ทั้งการมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส เช่น แม่โอบกอดลูกที่กำลังร้องไห้พร้อมกับแสดงออกถึงความรักผ่านสายตาและคำพูด เพื่อให้ลูกหยุดร้องไห้

นอกจากนี้ ยังมีประเด็นการวิจัยอื่นอีก เช่น ความไม่แน่ใจ อำนาจ ความชอบ ความดึงดูด อารมณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมไปถึงประเด็นการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์

บริบทของการสื่อสาร

3. การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small-group communication)

การสื่อสารกลุ่มย่อย หมายถึง การสื่อสารที่มีผู้สื่อสารอย่างน้อยที่สุด **3** คน นักวิชาการบางคนเห็นว่าจำนวนสูงสุดของสมาชิกในกลุ่ม คือ **5-7** คน ในขณะที่บางคนไม่กำหนดจำนวนสูงสุดของสมาชิกกลุ่ม กลุ่มย่อยในที่นี้หมายถึง เฉพาะกลุ่มคนที่รวมกันทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

งานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารกลุ่มย่อยมุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มทำงาน (**Task groups**) ซึ่งแตกต่างไปจากกลุ่มเพื่อนและครอบครัวในบริบทการสื่อสารระหว่างบุคคล ประเด็นที่ได้รับความสนใจ เช่น ความขัดแย้ง อำนาจในกลุ่ม การ चुบชิบ ความแตกต่างทางวัฒนธรรม

บริบทของการสื่อสาร

4. การสื่อสารในองค์กร (Organizational communication)

การสื่อสารในองค์กรแตกต่างจากการสื่อสารกลุ่มย่อย โดยเป็นการสื่อสารในสิ่งแวดล้อมที่มีขนาดใหญ่และ ความหลากหลายมากขึ้น

การสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การสนทนาระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา

การสื่อสารสาธารณะ เช่น การชี้แจงนโยบายของผู้บริหารระดับสูง

การสื่อสารกลุ่มย่อย เช่น กลุ่มงานที่รับผิดชอบโครงการ

การสื่อสารผ่านสื่อ อาทิ บันทึกข้อความ อีเมล การประชุมผ่านระบบออนไลน์ ที่มักนำมาใช้แทนการสื่อสารแบบเห็นหน้าคาตา

องค์กรมักมีการกำหนดลำดับชั้น (Hierarchy) อย่างชัดเจน เพื่อจัดระเบียบการสื่อสาร ความสัมพันธ์ของกิจกรรมต่าง ๆ และบุคลากร

ภายใน


บริบทของการสื่อสาร

5. การสื่อสารสาธารณะ (Public communication)

การสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังผู้รับสารกลุ่มใหญ่ การพูดในที่สาธารณะ (Public speaking) หรือการกล่าวสุนทรพจน์มีมาตั้งแต่ยุคกรีก บุคคลสาธารณะหลายคนได้รับการยอมรับในเรื่องการพูด ในที่สาธารณะ เช่น บิลล์เกตส์ (Bill Gates) โอปราห์ วินฟรีย์ (Oprah Winfrey) วัตถุประสงค์ของการพูดในที่สาธารณะ ได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสาร การให้ความบันเทิง และการโน้มน้าวใจ

สำหรับการโน้มน้าวใจเป็นแก่นหลักของการสื่อสารเชิงวาทศิลป์ (Rhetorical communication) ที่ครอบคลุมเรื่องการวิเคราะห์ผู้รับสาร ความน่าเชื่อถือของผู้พูด การถ่ายทอด วจนสารและอวจนสาร กลยุทธ์ทางวาทศิลป์หรือวิธีโน้มน้าวใจในยุคกรีกและโรมันยังคงนำมาใช้กับการพูดในที่สาธารณะ ในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ





สำหรับการโน้มน้าวใจเป็นแก่นหลักของการ
สื่อสารเชิงวาทศิลป์ (Rhetorical
communication) ที่ครอบคลุมเรื่องการวิเคราะห์
ผู้รับสาร ความน่าเชื่อถือของผู้พูด การถ่ายทอดวัจนสาร
และอวัจนสาร

กลยุทธ์ทางวาทศิลป์หรือวิธีโน้มน้าวใจในยุคกรีก
และโรมันยังคงนำมาใช้กับการพูดในที่สาธารณะ ในปัจจุบัน
ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

‘โน้มน้าวใจ’ หรือจูงใจผู้คน

·

1. อีธอส (Ethos) ความน่าเชื่อถือของผู้พูด เช่น รู้จริง จริงใจ ปราศจากอคติต่อผู้ฟัง ซึ่งคนฟังมีแนวโน้มจะเห็นด้วยกับคนพูดที่เขานับถือในความสำเร็จ ตำแหน่ง ประสบการณ์ เป็นต้น

·

2. โลกอส (Logos) วิธีจูงใจผ่านการใช้ข้อเท็จจริง เหตุผล หลักฐาน ข้อมูล หรือตรรกะต่างๆ มาใช้ประกอบการพูด

·

3. พาธอส (Pathos) การแสดงออกที่เข้าถึงอารมณ์ ความรู้สึก หรือทัศนคติของผู้ฟัง



หลักในการสื่อสารที่ดี

การสื่อสารที่ดีควรปฏิบัติ ดังนี้

1. ผู้สื่อสารต้องเข้าใจตนเอง ก่อนที่จะสื่อสารกับใครจะต้องเข้าใจว่าตนเองมีนิสัยใจคอเป็นอย่างไร มีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ ความต้องการอย่างไร มีความบกพร่องทางร่างกายและ จิตใจอย่างไร และพร้อมที่จะแก้ไข ปรับปรุงตนเอง เพื่อช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ
2. พิจารณาจุดประสงค์ในสื่อสารว่าควรเป็นอย่างไร เช่น ควรสื่อสารอย่างตรงไปตรงมา หรือบอกข้อมูลบางส่วน บางส่วนเก็บไว้เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหาย
3. ควรรู้จักลักษณะของผู้ที่จะสื่อสารด้วยว่าเขาเป็นใคร เป็นคนอย่างไร ชอบอะไรจะทำให้เอื้อต่อการสื่อสาร
4. ควรเลือกใช้รูปแบบวิธีการสื่อสารให้เหมาะสม
5. เลือกใช้การสื่อสารเชิงอวัจนภาษาให้เหมาะสม เช่น สีหน้า ท่าทาง หรือน้ำเสียง

การสื่อสารที่ดีควรปฏิบัติ ดังนี้

6. เลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับเรื่องราวสถานการณ์และบุคคล

7. การสื่อสารควรมีลักษณะจูงใจ โน้มน้าวใจ หรือทำให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน ดังนั้น ควรใช้น้ำเสียงที่นุ่มนวล ท่าทีที่อ่อนโยน พูดในสิ่งที่มีสาระและเกิดประโยชน์ต่อผู้ฟัง

8. ควรเลือกใช้การสื่อสารโดยตรงกับผู้ฟัง ถ้าเป็นคำพูดไม่ควรส่งผ่านบุคคลหลายคน และควรมีการจดบันทึกถ้อยคำไว้เป็นหลักฐานด้วย

9. เลือกใช้ภาษาให้ถูกต้อง โดยเฉพาะภาษาพูดควรเลือกให้เหมาะกับบุคคลและกาลเทศะ

มนุษย์จะพัฒนาพฤติกรรมการสื่อสารได้ดี ถ้าได้ปฏิบัติบัญญัติ 10 ประการ

1. จงมีความคิดที่ระจ่างชัดเสียก่อน ก่อนมีการสื่อความหมาย
2. มีวัตถุประสงค์ของการสื่อความหมายที่แน่ชัด
3. ตะหนักถึงสภาพของสิ่งแวดล้อม เพราะสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการสื่อความหมายเช่นกัน
4. ใช้ Two-way Communication ในการสื่อความหมาย
5. มีเนื้อหาและถ้อยคำ การออกเสียงที่ดีและถูกต้องตามวรรคตอนในการสื่อความหมาย

การสื่อสารแบบ "One-Way" vs "Two-Way" ควรเลือกเวย์ไหนมาใช้ ในงานประชาสัมพันธ์

One-Way Communication

การสื่อสารทางเดียว
เหมาะสำหรับงาน PR
ที่ต้องการสร้างการรับรู้
หรือแชร์ความรู้ต่างๆ

- Press Release
- Scoop News
- Promotion News
- Photo Caption

Two-Way Communication

การสื่อสารสองทาง
เหมาะสำหรับงาน PR
ที่ต้องการการ Feedback
เพื่อดูกระแสการตอบรับแบบทันที

- Press Conference
- Exclusive Interview
- Group Interview



เหตุใดการสื่อสารแบบสองทางจึงคอนโทรล ได้ยากกว่าการสื่อสารทางเดียว

1. ควบคุมทิศทางเนื้อหาได้ยาก

- เมื่อเปิดโอกาสให้โต้ตอบ ผู้รับสารสามารถตั้งคำถาม ขยายประเด็น หรือโต้แย้ง ทำให้เนื้อหาอาจ “ออกนอกประเด็น” หรือไปในทิศทางที่ผู้สื่อสารไม่ได้คาดคิด

2. มีความหลากหลายของความคิดเห็น

- แต่ละบุคคลมีพื้นฐาน ประสบการณ์ และทัศนคติแตกต่างกัน จึงอาจเกิดความเห็นต่าง การโต้แย้ง หรือความขัดแย้ง ซึ่งผู้สื่อสารต้องบริหารจัดการสถานการณ์

3. มีอารมณ์และความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้อง

- การโต้ตอบทันทีอาจทำให้เกิดการใช้อารมณ์ เช่น ความไม่พอใจ ความเข้าใจผิด หรือการตอบโต้ที่รุนแรง ซึ่งควบคุมได้ยากกว่าการสื่อสารทางเดียว

4. เวลาไม่แน่นอน

- อาจใช้เวลามากกว่าที่กำหนด เพราะมีคำถาม การอภิปราย หรือประเด็นต่อยอด ทำให้ควบคุมกรอบเวลาได้ยาก

เหตุใดการสื่อสารแบบสองทางจึงคอนโทรล ได้ยากกว่าการสื่อสารทางเดียว

- **5.** ความเสี่ยงต่อความเข้าใจคลาดเคลื่อนแบบทันที
- เมื่อมีการสื่อสารโต้ตอบ หากมีการตีความผิด อาจถูกถามเป็นความขัดแย้งได้รวดเร็ว หากผู้ดำเนินการสื่อสารไม่มีทักษะในการอธิบายหรือไกล่เกลี่ย
- **6.** ต้องใช้ทักษะการฟังและการบริหารกลุ่มสูง
- ผู้สื่อสารต้องมีทักษะ
- การฟังอย่างตั้งใจ (Active Listening)
- การตั้งคำถาม
- การสรุปประเด็น
- การควบคุมบรรยากาศ

การสื่อสารผ่านรูปแบบไหน สิ่งที่น่า
ประชาสัมพันธ์ (PR) ต้องคำนึงเสมอคือ
ข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำ ความรวดเร็ว และ
การแก้ปัญหาในกรณีที่หากสารที่ส่งไปเกิด
ความผิดพลาด

มนุษย์จะพัฒนาพฤติกรรมการสื่อสารได้ดี ถ้าได้ปฏิบัติ บัญญัติ 10 ประการ

6. ในขณะที่เป็นผู้ส่งสารหรือผู้พูดควรแยกประเด็นการพูดออกให้เห็นเด่นชัด เช่น แยก ออกเป็นข้อ ๆ
7. การสื่อความจะมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อมีการติดตามผลการสื่อความหมายนั้น ๆ
8. ข่าวสารที่ส่งออกไปต้องมีความหมายและมีความสำคัญ
9. กริยาท่าทาง (Body Language) จำเป็นต้องสอดคล้องและเหมาะสมกับการสื่อ ความหมายนั้น ๆ
10. ผู้สื่อความหมายต้องเป็นผู้ฟังที่ดีด้วย

การสื่อสาร

“กระบวนการเชิงความสัมพันธ์ของการสร้างและการตีความสารที่ทำให้เกิดการตอบสนอง” คำนิยามนี้สะท้อนถึง **5** องค์ประกอบหลักของการสื่อสาร

1. สาร (Messages) เป็นองค์ประกอบสำคัญในการศึกษาการสื่อสาร การสื่อสารไม่เพียงแค่เป็นการเขียน การอ่าน การฟัง การพูด ล้วนเกี่ยวข้องกับ “สาร” ที่ถ่ายทอดผ่านสื่อในสถานการณ์ต่าง ๆ

2. การสร้างสาร (Creation of Messages) ผู้ส่งสารมีการวางแผนเลือกเนื้อหาและรูปแบบของสาร เช่น นิด ส่งข้อความสั้นทางโทรศัพท์มือถือไปยังเพื่อนร่วมงานแทนการสื่อสารแบบเห็นหน้าคาตา โดยเลือกใช้คำและ สัญลักษณ์ที่จะสื่อความหมายได้ตรงกับความต้องการ

3. การตีความหมายสาร (Interpretation of Messages) คำหรือภาษาไม่ได้มีความหมายในตัวเอง ความหมายจึงไม่ได้อยู่ในคำที่เราพูดหรือเขียน แต่มนุษย์เป็นผู้กำหนดความหมาย นอกจากนี้ คำพูดและ สัญลักษณ์ต่าง ๆ ยังมีหลายความหมายและเปิดต่อการตีความได้อย่างหลากหลาย

การสื่อสาร

“กระบวนการเชิงความสัมพันธ์ของการสร้างและการตีความสารที่ทำให้เกิดการตอบสนอง” คำนิยามนี้สะท้อนถึง **5 องค์ประกอบหลัก** ของการสื่อสาร

4. กระบวนการเชิงความสัมพันธ์ (Relational Process) การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตลอด และมีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ของคู่สื่อสาร เช่น การพูดคุยกันผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารคุ้นเคยกันมากขึ้นหรือผู้ชมละครโทรทัศน์มีการตอบสนองทางอารมณ์ในเชิงชอบ หรือเกลียดตัวละคร

5. การตอบสนอง (Response) องค์ประกอบสุดท้ายของการสื่อสาร คือ ผลกระทบของสารในการกระตุ้นปฏิกิริยาตอบสนองของผู้รับสารในด้านความคิด อารมณ์ และพฤติกรรม เช่น แม่ถามลูกว่าปิดทอมนี้ไปเที่ยวทะเลกันไหม ทำให้ลูกรู้สึกดีใจที่จะได้ไปเที่ยวทะเล แต่ถ้าลูกกำลังชมโทรทัศน์และไม่ได้ยินเสียงแม่ จึงไม่มีการตอบสนองใด ๆ ถือได้ว่าการสื่อสารยังไม่เกิดขึ้น

บริบทของการสื่อสาร

1. การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal communication)

การสื่อสารภายในบุคคลเป็นการสื่อสารหรือการสนทนากับตัวเองที่เกิดขึ้นภายในใจตลอดเวลา แม้แต่ ในขณะที่กำลังสื่อสารอยู่กับผู้อื่น เราก็กสื่อสารกับตัวเองไปพร้อมกันด้วย เราต้องเกี่ยวข้องกับการสื่อสารภายในตัวเอง มากกว่าสื่อสารอื่น

นอกจากการพูดหรือสื่อสารกับตัวเองแล้ว การสื่อสารภายในบุคคลยังครอบคลุมถึงจินตนาการ การรับรู้การคิด การประเมินหรือรับรู้ตนเองในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพลักษณ์ความสามารถ จุดแข็ง จุดอ่อน

การสื่อสารภายในบุคคลยังรวมถึงการคาดเดาเหตุผลของพฤติกรรมผู้อื่นด้วย เช่น เราคิดว่าสาเหตุที่เพื่อนร่วมงานเงียบขี้อายและมาทำงานสายบ่อย ๆ ว่าจะมาจากปัญหาที่บ้าน



บริบทของการสื่อสาร

2. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication)

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากันระหว่างผู้สื่อสาร 2 คน ความสัมพันธ์ระหว่าง คู่สื่อสาร เช่น สามี-ภรรยา หมอ-คนไข้ ครู-นักเรียน พ่อแม่-ลูก เจ้านาย-ลูกน้อง การสื่อสารระหว่างบุคคลในการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน ผู้สื่อสารถ่ายทอดสารได้หลายช่องทาง ทั้งการมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส เช่น แม่โอบกอดลูกที่กำลังร้องไห้พร้อมกับแสดงออกถึงความรักผ่านสายตาและคำพูดเพื่อให้ลูกหยุดร้องไห้

นอกจากนี้ ยังมีประเด็นการวิจัยอื่นอีก เช่น ความไม่แน่ใจ อำนาจ ความชอบ ความดึงดูด อารมณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมไปถึงประเด็นการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์

บริบทของการสื่อสาร

3. การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small-group communication)

การสื่อสารกลุ่มย่อย หมายถึง การสื่อสารที่มีผู้สื่อสารอย่างน้อยที่สุด 3 คน นักวิชาการบางคนเห็นว่าจำนวนสูงสุดของสมาชิกในกลุ่ม คือ 5-7 คน ในขณะที่บางคนไม่กำหนดจำนวนสูงสุดของสมาชิกกลุ่ม กลุ่มย่อยในที่นี้หมายถึง เฉพาะกลุ่มคนที่รวมกันทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

งานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารกลุ่มย่อยมุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มทำงาน (Task groups) ซึ่งแตกต่างไปจากกลุ่มเพื่อนและครอบครัวในบริบทการสื่อสารระหว่างบุคคล ประเด็นที่ได้รับความสนใจ เช่น ความขัดแย้ง อำนาจในกลุ่ม การซุบซิบ ความแตกต่างทางวัฒนธรรม



บริบทของการสื่อสาร

4. การสื่อสารในองค์กร (Organizational communication)

การสื่อสารในองค์กรแตกต่างจากการสื่อสารกลุ่มย่อย โดยเป็นการสื่อสารในสิ่งแวดล้อมที่มีขนาดใหญ่และ ความหลากหลายมากขึ้น

การสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การสนทนาระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา

การสื่อสารสาธารณะ เช่น การชี้แจงนโยบายของผู้บริหารระดับสูง

การสื่อสารกลุ่มย่อย เช่น กลุ่มงานที่รับผิดชอบโครงการ

การสื่อสารผ่านสื่อ อาทิ บันทึกข้อความ อีเมล การประชุมผ่านระบบออนไลน์ ที่มักนำมาใช้แทนการสื่อสารแบบเห็นหน้าคาตา

องค์กรมักมีการกำหนดลำดับชั้น (Hierarchy) อย่างชัดเจน เพื่อจัดระเบียบการสื่อสาร ความสัมพันธ์ของกิจกรรมต่าง ๆ และบุคลากร

ภายใน

บริบทของการสื่อสาร

5. การสื่อสารสาธารณะ (Public communication)

การสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังผู้รับสารกลุ่มใหญ่ การพูดในที่สาธารณะ (Public speaking) หรือการกล่าวสุนทรพจน์มีมาตั้งแต่ยุคกรีก บุคคลสาธารณะหลายคนได้รับการยอมรับในเรื่องการพูด **ในที่สาธารณะ** วัตถุประสงค์ของการพูดในที่สาธารณะ ได้แก่ การให้ข้อมูลข่าวสาร การให้ความบันเทิง และการโน้มน้าวใจ

สำหรับการโน้มน้าวใจเป็นแก่นหลักของการสื่อสารเชิงวาทศิลป์ (Rhetorical communication) ที่ครอบคลุมเรื่องการวิเคราะห์ผู้รับสาร ความน่าเชื่อถือของผู้พูด การถ่ายทอด วิจารณ์และอวิจารณ์สาร กลยุทธ์ทางวาทศิลป์หรือวิธีโน้มน้าวใจในยุคกรีกและโรมันยังคงนำมาใช้กับการพูดในที่สาธารณะ ในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ



สำหรับการโน้มน้าวใจเป็นแก่นหลักของการสื่อสารเชิง
วาทศิลป์ (Rhetorical communication) ที่ครอบคลุม
เรื่องการวิเคราะห์ผู้รับสาร ความน่าเชื่อถือของผู้พูด การถ่ายทอดวจน
สารและอวัจนสาร

กลยุทธ์ทางวาทศิลป์หรือวิธีโน้มน้าวใจในยุคกรีกและโรมัน
ยังคงนำมาใช้กับการพูดในที่สาธารณะ ในปัจจุบันได้อย่างมี
ประสิทธิผล



‘โน้มน้าวใจ’ หรือจูงใจผู้คน

·
1. อีธอส (Ethos) ความน่าเชื่อถือของผู้พูด เช่น รู้จริง จริงใจ ปราศจากอคติต่อผู้ฟัง ซึ่งคนฟังมีแนวโน้มจะเห็นด้วยกับคนพูดที่เขานับถือในความสำเร็จ ตำแหน่ง ประสบการณ์ เป็นต้น

·
2. โลกอส (Logos) วิธีจูงใจผ่านการใช้ข้อเท็จจริง เหตุผล หลักฐาน ข้อมูล หรือตรรกะต่างๆ มาใช้ประกอบการพูด

·
3. พาธอส (Pathos) การแสดงออกที่เข้าถึงอารมณ์ ความรู้สึก หรือทัศนคติของผู้ฟัง

บริบทของการสื่อสาร

6. การสื่อสารมวลชน (Mass communication) ใหญ่

เป็นการถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสารขนาดใหญ่

- ช่องทางสื่อสารต่าง ๆ รวมถึงการสื่อสารผ่าน
- สื่อใหม่ซึ่งเป็นเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์
- เครือข่ายสังคม

ผู้ส่งสารและผู้รับสารในการสื่อสารมวลชนต่างมีบทบาทควบคุมการสื่อสาร ผู้ส่งสาร เช่น บรรณาธิการข่าวหนังสือพิมพ์ตัดสินใจเลือกส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ หรือนักโฆษณาเลือกที่จะใช้ใคร เป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้า ในขณะที่ผู้รับสารก็สามารถควบคุมเช่นกัน โดยการตัดสินใจเลือกอ่าน ฟัง หรือรับชมข่าวสารใด รวมทั้งตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าใด การสื่อสารมวลชนมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นักวิชาการให้ความสนใจศึกษา ประเด็นผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร และสังคม

บริบทของการสื่อสาร

7. การสื่อสารวัฒนธรรม (Cultural communication)

“วัฒนธรรม” มีหลายความหมาย โดยสามารถมองวัฒนธรรมในแง่ของ “ชุมชนของความหมายและการแบ่งปันองค์ความรู้ในท้องถิ่น”

การสื่อสารวัฒนธรรมจึงหมายถึงการสื่อสาร ระหว่างหรือในกลุ่มคนที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน โดยไม่จำเป็นต้องเป็นผู้อาศัยอยู่คนละประเทศ เพราะคนในประเทศเดียวกันก็อาจมีวัฒนธรรมแตกต่างกันออกไป

คำว่า วัฒนธรรมร่วมกัน (Co-cultures) ใช้กับกลุ่มคนที่เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมใหญ่ร่วมกัน แต่ยังแบ่งประเภทได้อีกตามคุณลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น เชื้อชาติ อายุ เพศ เป็นต้น

แบบจำลองการสื่อสาร

- .
- 1. แบบจำลองการสื่อสารเชิงเส้นตรง (The Linear Model of Communication).
- 2. แบบจำลองการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์ (The Interactional Model of Communication).
- 3. แบบจำลองการสื่อสารเชิงการติดต่อแลกเปลี่ยน (The Transactional Model of Communication)



ความหมายของการสื่อสารมวลชน

การสื่อสารมวลชน



รูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่สามารถกระจายเรื่องราวความรู้เปิดเผยไปสู่คนส่วน
ใหญ่ ซึ่งมีลักษณะไม่เหมือนกัน และไปถึงผู้รับพร้อมกัน มีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวโน้มทาง
วัฒนธรรมของมวลชน

คำว่า “การสื่อสารมวลชน” และคำว่า “สื่อมวลชน” มีความหมายที่แตกต่างกัน
การสื่อสารมวลชน เป็นกระบวนการหรือวิธีการของการสื่อสาร ที่รวมองค์ประกอบ
ของการสื่อสารทั้งหมด

ส่วนสื่อมวลชน หมายถึง สื่อหรือ ช่องทาง ที่ใช้ในการสื่อสารมวลชน อันได้แก่
วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร เป็นต้น

การสื่อสารมวลชน

กระบวนการส่งข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด ไปยังคนจำนวนมาก ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า
Mass Communication

คำว่า **Mass** หมายถึง มวลชน หรือประชาชนผู้รับสารทั่วไป ซึ่งมีจำนวนมาก

ส่วนคำว่า **Communication** หมายถึง การสื่อสารหรือการสื่อความหมาย

ดังนั้นความหมาย การสื่อสารมวลชน หมายถึงการสื่อสารหรือการสื่อความหมายระหว่างกลุ่มบุคคล หรือองค์กรหนึ่ง กับ ประชาชนทั่วไป เป็นกระบวนการสื่อสารที่มีความซับซ้อน เนื่องจากมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องหลายอย่าง มีปริมาณของข่าวสารมาก จำเป็นต้องใช้เครื่องมือ บุคลากร หรือสื่อ (**Media**) ที่มีประสิทธิภาพสูงเพียงพอ ที่จะนำข่าวสารไปถึงผู้รับจำนวนมาก สื่อที่ใช้เป็นตัวกลางในการส่งข่าวสารของการสื่อสารมวลชน จึงเรียกว่า สื่อมวลชน (**Mass Media**)

สื่อมวลชนประเภทต่างๆ

สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)

สื่อกระจายเสียงและภาพ

สื่อดิจิทัลและออนไลน์

สื่อบันเทิงและอื่นๆ



สรุปความหมาย

การสื่อสารมวลชน หมายถึง กระบวนการสื่อสารขององค์กร สื่อสารมวลชนที่จัดขึ้น
อย่างเป็นทางการ มีคนทำงานจำนวนมากที่เรียกว่า นักสื่อสารมวลชน ทำการผลิตเนื้อหาสารที่มี
ความสดใหม่ ทันสมัย หรือสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความรู้ใหม่หรือการตัดสินใจ
หรือการแก้ไขปัญหาต่างๆ ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ไปยังผู้รับสารจำนวนมากที่อยู่กระจายไป
ทั่วและไม่เป็นที่รู้จักระหว่างกัน

คุณลักษณะของการ สื่อสารมวลชน



1. ผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารมวลชนจะมีลักษณะที่ทำเป็นอาชีพ (Professional) ซึ่ง ทำหน้าที่รวบรวมผสมผสานเนื้อหาต่างๆ เพื่อเสนอให้กับมวลชนตามวัตถุประสงค์ต่างๆกัน ผู้ส่งสาร อาชีพเหล่านี้ได้แก่

ผู้ชำนาญการ (Specialists) ซึ่งมีอาชีพประจำอยู่ในอุตสาหกรรมการ สื่อสาร (Communication Industry)

เช่น นักข่าว บรรณาธิการ ผู้ผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์
ผู้สร้างภาพยนตร์ เป็นต้น

คุณลักษณะของการสื่อสารมวลชน

2. ข่าวสาร (Message) ของการสื่อสารมวลชน จะถูกแพร่กระจายออกไปด้วยวิธีการที่ รวดเร็วและต่อเนื่อง (Rapid and Continue) โดยผ่านทางระบบกลไกของสื่อ อันได้แก่ สื่อ สิ่งพิมพ์ (Printed Media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร และสื่อที่ใช้ไฟฟ้า (Electronic Media) เช่น วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น

3. ความรวดเร็ว (Rapid) ข่าวสารที่ถูกส่งออกไปหมายถึง ความสำเร็จที่สื่อมวลชนสามารถ นำสารผ่านระยะทาง (Distance) และช่วงเวลา (Time) ไปยังผู้รับสารได้อย่างทันทีทันใด ในกรณีของสื่อไฟฟ้า เช่น วิทยุโทรทัศน์

คุณลักษณะของการสื่อสารมวลชน

4. ความต่อเนื่อง (Continue)

- การสื่อสารมวลชนมักจะส่งหรือถ่ายทอดข่าวสารโดยใช้หลักของการกำหนดเวลา (**Schedule**) มากกว่าที่จะเป็นแบบตามอำเภอใจ หรือตามสะดวก เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารรายอาทิตย์รายปักษ์หรือรายเดือน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิทยุและ โทรทัศน์จะเห็นได้ชัดเจน
- ส่วนหนังสือและภาพยนตร์แม้จะมีลักษณะความเป็นประจำ (**Regularly**) น้อยกว่าอย่างอื่นแต่ยังคงความต่อเนื่องที่ผู้เขียนหรือผู้ผลิตเสนอผลงานออกสู่มวลชน อย่างไรก็ตามในรายละเอียดที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของการสื่อสารมวลชนแต่ละประเภทนั้น ยังมี ข้อแตกต่างกันในเรื่องของความสามารถและข้อจำกัดของสื่อซึ่งทำให้ประสิทธิภาพของสื่อแต่ละสื่อ แตกต่างกันไป เช่น สื่อวิทยุสื่อโทรทัศน์จะมีข้อดีกว่าหนังสือพิมพ์ตรงที่มีความรวดเร็วหรือมีความ สบายงามดึงดูดใจมากกว่า แต่มีข้อจำกัดตรงที่ส่งไปนั้นจะไม่คงทนถาวร (**Permanent**) และ มีลักษณะที่ผ่านเลยไป (**Transitory**) ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์จะสามารถเก็บไว้อ่านใหม่ได้ทำให้สารมีโอกาส ที่จะถูกส่งซ้ำอีก

คุณลักษณะของการ สื่อสารมวลชน

5. ผู้รับสารของการสื่อสารมวลชน จะมีจำนวน
มากและมีลักษณะหลากหลาย (Numerous and Diverse) หรือ
ที่เรียกว่า มวลชน (Mass Audience) ซึ่งมีความแตกต่างกันในเรื่อง
คุณลักษณะ ทางด้านประชากรศาสตร์ (Heterogeneous) และไม่
เป็นที่รู้จักของผู้ส่งสาร



1. สิ่งพิมพ์อาทิหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือ และสิ่งพิมพ์ ประเภทอื่นๆ

2. ภาพยนตร์ทั้งภาพยนตร์ เรื่อง ภาพยนตร์สารคดีและภาพยนตร์ทางการศึกษาบาง ประเภท

3. วิทยุกระจายเสียง ได้แก่ วิทยุที่ส่งรายการออกอากาศ ทั้งระบบ AM และ FM รวมไปถึงระบบเสียงตามสาย

4. วิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อทูลง ภาพและทางเสียงที่เผยแพร่ออกไป ทั้ง ประเภท ออกอากาศและส่งตามสาย

5. สื่อสารโทรคมนาคม เป็น ผลจากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีมีการส่ง ข้อความ เสียง ภาพ ตัวพิมพ์สัญลักษณ์ต่างๆ ได้หลากหลาย ครอบคลุมกิจการสื่อสารผ่าน ดาวเทียม

6. สื่อวัสดุบันทึก ได้แก่ เทป บันทึกเสียง เทปบันทึกภาพ แผ่นบันทึกเสียง แผ่น บันทึกภาพ ซึ่งกลายเป็นสื่อมวลชน เพราะเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้สามารถ ผลิตเผยแพร่ ได้มากและรวดเร็ว



ประเภทของสื่อมวลชน

จำแนกการสื่อสารด้วยการพิจารณา
คุณสมบัติและสถานการณ์ การสื่อสาร
ที่เกิดขึ้นไว้ด้วยกัน

1) สื่อมวลชนหรือสื่อเก่า 2) สื่อใหม่

1. สื่อมวลชนหรือสื่อเก่า (Old Media/Traditional Media)

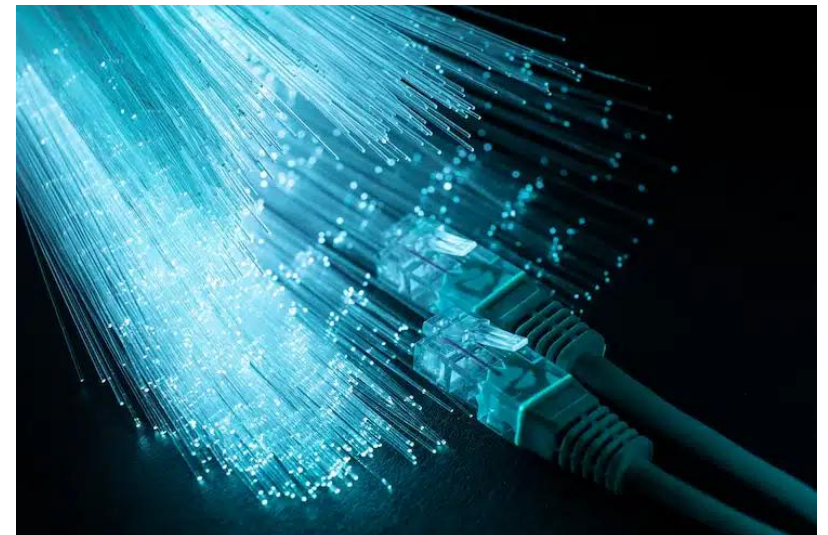
สื่อมวลชนหรือช่องทางการสื่อสารในการสื่อสารมวลชน ที่จัดอยู่ในประเภทสื่อเก่าคือ หนังสือพิมพ์นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์และ ภาพยนตร์สื่อเหล่านี้นับเป็นเทคโนโลยีที่ไม่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงกับคอมพิวเตอร์หรือเครือข่าย โทรคมนาคม



2. สื่อใหม่ (New Media)

สื่อมวลชนหรือช่องทางการสื่อสารในการสื่อสารมวลชน ที่จัดอยู่ในประเภทสื่อเก่าคือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และ ภาพยนตร์ สื่อเหล่านี้นับเป็นเทคโนโลยีที่ไม่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงกับคอมพิวเตอร์หรือเครือข่าย โทรคมนาคม

ในช่วงศตวรรษที่ **20** พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารได้ หลอมรวมเทคโนโลยีสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้มีลักษณะร่วมกัน โดยมีอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสารนำสารไปสู่ผู้รับสาร สื่อใหม่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีเครือข่าย อันมี คอมพิวเตอร์ และ/หรือ โทรคมนาคม เป็นองค์ประกอบหลัก



คุณลักษณะของสื่อมวลชน

1. ความรวดเร็วของสื่อมวลชน เป็นคุณสมบัติของสื่อสารมวลชน ในอันที่จะนำ ข่าวสาร ไปสู่ผู้รับ โดยใช้เวลาน้อยที่สุด ซึ่งนับว่าเป็นความต้องการของสื่อสารมวลชน ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นสื่อไฟฟ้า วิทยุ สิ่งพิมพ์ หรือภาพยนตร์ แต่ด้วยคุณสมบัติด้านความรวดเร็วที่แตกต่างกัน ของสื่อมวลชนแต่ละประเภท จึงทำให้ข่าวสารไปถึงผู้รับในเวลาที่แตกต่าง กันการพิจารณาคุณสมบัติด้านความรวดเร็วของสื่อมวลชน จะต้องไม่พิจารณาเฉพาะขั้นตอนของ การส่ง หรือกระจายข่าวสารเท่านั้น

เนื่องจากการนำข่าวสารของสื่อสารมวลชนเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลาส่วนหนึ่ง **สำหรับการวิเคราะห์ ตรวจสอบ คัดเลือก หรือจัดกระทำ ต่อข่าวสารต่างๆ** ก่อนที่จะส่งออกไปสู่ผู้รับ หากกระบวนการก่อนการส่งกระจายข่าวสาร เกิด ความล่าช้า ก็อาจทำให้ข่าวสาร ถึงผู้รับล่าช้าไปด้วย แม้ว่าจะใช้สื่อที่มีความรวดเร็วในการส่ง กระจายข่าวสาร เช่น วิทยุ โทรทัศน์ แต่หากพิจารณาคุณสมบัติโดยรวม สื่อประเภทใช้ไฟฟ้า วิทยุย่อมมีความรวดเร็วกว่าสื่อประเภทอื่น

คุณลักษณะของสื่อมวลชน



2. ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร เป็นการยอมรับของประชาชนต่อข่าวสาร ที่เผยแพร่มาจากองค์กรสื่อมวลชนแต่ละแห่ง ซึ่งข่าวสารจะมีความน่าเชื่อถือได้มากน้อยเพียงใด นั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายอย่าง คือ

- ประเภทของสื่อ โดยธรรมชาติคนมักจะเชื่อในสิ่งที่ได้เห็น หรือได้อ่านมากกว่า สิ่งที่ได้ฟังดังคำกล่าวที่ว่า “สิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น”
- องค์กรสื่อมวลชน เช่น หน่วยงานสื่อมวลชนของราชการ อาจได้รับความ เชื่อถือมากกว่าหน่วยงานสื่อมวลชนของเอกชน หรือองค์กรสื่อมวลชนบางแห่งอาจเสนอ ข่าวสารโน้มเอียงเข้าข้างกลุ่มผลประโยชน์หรือกลุ่มอำนาจกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง
- แหล่งข่าวสาร สื่อมวลชนอาจอ้างแหล่งที่มาของข่าวสารได้จากหลายทาง เช่น สำนักข่าวต่างประเทศ แหล่งข่าวกรองทางทหาร ผู้เห็นเหตุการณ์คำให้การของผู้ต้องหา ซึ่ง ที่มาของข่าวจากแหล่งต่างๆ เหล่านี้มีความเชื่อถือไม่เท่ากัน
- สถานการณ์เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น มีข่าวการสู้รบในประเทศเขมร และมี ข่าวชาวเขมรอพยบหนีภัยสงครามติดตามมา หรือมีการเสนอข่าวสอดคล้องกันจากองค์กร สื่อมวลชนหลายแห่ง ย่อมเป็นสิ่งสนับสนุนให้ข่าวสารที่ออกมาครั้งแรกน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

คุณลักษณะของสื่อมวลชน



3. โอกาสที่จะได้รับข่าวสาร สื่อมวลชนแต่ละอย่าง เปิดโอกาสให้ประชาชนรับ ข่าวสารได้ไม่เท่ากัน เนื่องจากลักษณะเฉพาะในด้านต่างๆ ของสื่อมวลชนเอง คือ

- เวลาการเสนอข่าวสาร เช่น

วิทยุ โทรทัศน์มีกำหนดเวลาเสนอข่าวสารที่แน่นอน และจำกัดช่วงเวลา ผู้รับจะต้องรับตามเวลาที่กำหนด

ส่วนสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์มี กำหนดเวลาออก และมีช่วงเวลารับที่ยืดหยุ่นมากกว่า

- การเสนอข่าว เช่น

หนังสือพิมพ์เมื่อเสนอข่าวสารไปแล้ว มักจะมีการติดตาม ข่าว นำเสนอรายละเอียดเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง

ส่วนวิทยุ โทรทัศน์เปิดโอกาสให้รับซ้ำได้น้อยกว่า

- สภาพสังคมของผู้รับสาร เช่น ประชาชนในชนบทห่างไกล ย่อมมีโอกาสรับ ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์วารสาร นิตยสารน้อยกว่าวิทยุ โทรทัศน์

- ความสะดวกในการใช้สื่อแต่ละชนิด เช่น วิทยุ โทรทัศน์หนังสือพิมพ์หนังสือ ซึ่งสื่อแต่ละประเภทมีความสะดวกในการใช้งานมากน้อยต่างกัน



คุณลักษณะของสื่อมวลชน

4. ปริมาณและความสมบูรณ์ของเนื้อหา เนื้อหาสาระที่ถูกรนำเสนอทางสื่อมวลชน มีปริมาณและความสมบูรณ์ของเนื้อหามากน้อยแตกต่างกันตามชนิดของสื่อมวลชน

ลักษณะของข่าวสาร หนังสือพิมพ์ เสนอเนื้อหา ด้านกว้าง คือ มีเนื้อหาหลากหลายสำหรับผู้่าน ทั่วไปไม่จำกัดอายุ เพศ วัย การศึกษาอาชีพ วารสาร นิตยสารนำเสนอเนื้อหาได้ รายละเอียดที่สมบูรณ์ลึกซึ้ง

ส่วนวิทยุ โทรทัศน์ นำเสนอรายการประเภทข่าวที่เน้นความ รวดเร็ว มีรายละเอียดน้อยกว่าสื่อสิ่งพิมพ์แต่สำหรับรายการประเภทอื่นนอกจากรายการข่าว แล้ว โทรทัศน์สามารถนำเสนอสาระความรู้ได้หลากหลาย รายละเอียด ชัดเจนมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ อีกทั้งปัจจุบันโทรทัศน์ได้รับการปรับปรุงพัฒนา ก้าวหน้าไปมาก

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

1. สอดส่องระวังภัยสิ่งแวดล้อมให้กับสังคม เพื่อเป็นการเตือนภัยและสร้างการตระหนักรู้ให้เตรียมพร้อมและปรับตัว

2. ประสานเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของสังคม หรือสมาชิกในสังคม เพื่อให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ในการตอบสนอง ต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในสังคมและเพื่อความเป็นปึกแผ่นสมานฉันท์

3. ถ่ายทอดมรดกทางสังคมให้กับสมาชิกจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง

4. การให้ความบันเทิง (entertainment) คือ เผยแพร่ความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ เช่น การแสดง ดนตรีศิลปะ เพื่อให้เกิดความผ่อนคลาย และลดความตึงเครียดให้กับผู้รับสาร แสดง

คุณลักษณะของสื่อมวลชน



บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

1. สอดส่องระวังภัยสิ่งแวดล้อมให้กับสังคม เพื่อเป็นการเตือนภัยและสร้างการตระหนักรู้ให้เตรียมพร้อมและปรับตัว

2. ประสานเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ของสังคม หรือสมาชิกในสังคม เพื่อให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ในการตอบสนอง ต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในสังคมและเพื่อความเป็นปึกแผ่นสมานฉันท์

3. ถ่ายทอดมรดกทางสังคมให้กับสมาชิกจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นหนึ่ง

4. การให้ความบันเทิง (entertainment) คือ เผยแพร่ความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ เช่น การแสดง ดนตรีศิลปะ เพื่อให้เกิดความผ่อนคลาย และลดความตึงเครียดให้กับผู้รับสาร แสดง

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

หน้าที่ของสื่อมวลชน	ผลของสื่อมวลชนในระดับสังคม		ผลของสื่อมวลชนในระดับบุคคล	
	ทางบวก	ทางลบ	ทางบวก	ทางลบ
1. หน้าที่สอดส่อง และรายงาน / สัมภาษณ์ เกี่ยวกับ สิ่งแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none">- ใช้ในการเตือน ภัยหรืออันตราย ต่างๆ เช่น ภัย ธรรมชาติ สงคราม	<ul style="list-style-type: none">- กระทบ กระเทือน เสถียรภาพทาง สังคม เช่น ข่าวสาร เกี่ยวกับ สังคมอื่นที่ ดึกว่า	<ul style="list-style-type: none">- การเตือน- การให้ข้อมูล เพื่อใช้ ประโยชน์ การ ลงทุน โรคภัย ไข้เจ็บ	<ul style="list-style-type: none">- ทำให้เกิดวิตก กังวล- ทำให้เกิดการ แยกตัวจากกลุ่ม และทำให้เกิดความเหงา
	<ul style="list-style-type: none">- การให้ข้อมูล เพื่อใช้ประโยชน์ ในด้าน ต่างๆ เช่น ข่าวสารที่ จำเป็นต่อ วงการ ธุรกิจ การเศรษฐกิจ การสาธารณสุข และอื่นๆ- การยกระดับ จริยธรรม	<ul style="list-style-type: none">- ทำให้เกิดความ ตระหนก	<ul style="list-style-type: none">- เพื่อเพิ่มพูน ศักดิ์ศรี เกียรติภูมิ เช่น ผู้นำทางความ คิดเห็น	

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

หน้าที่ของสื่อมวลชน	ผลของสื่อมวลชนในระดับสังคม		ผลของสื่อมวลชนในระดับบุคคล	
	ทางบวก	ทางลบ	ทางบวก	ทางลบ
2. ประสานให้เกิด ความสัมพันธ์ ในส่วนต่างๆ ของสังคม	<ul style="list-style-type: none">- ช่วยในการ เคลื่อนย้ายทาง สังคม เช่น การ เปลี่ยนแปลง เกษตรกรรม เป็น สังคม อุตสาหกรรม- ช่วยมิให้เกิด ความกระทบ กระทบ ต่อ เสถียรภาพทาง สังคม- ช่วยมิให้เกิด ความตระหนก	<ul style="list-style-type: none">- จิตขวางการ เปลี่ยนแปลงทาง สังคม เช่น เมื่อไม่ มีการ โต้แย้ง- วิพากษ์วิจารณ์ ทาง สังคม เนื่องจาก เกรงถูก จับตามอง จาก สื่อมวลชน	<ul style="list-style-type: none">- ทำให้บุคคลมี คุณภาพ เช่น มี การ ซึมซับ ข่าวสารมาก- ช่วยมิให้เกิด ความวิตกกังวล- ความเฉื่อยชา การ แยกตัวจาก กลุ่ม	<ul style="list-style-type: none">- ทำให้บุคคลลด หรือขาดความ กระตือรือร้นที่ จะคิดทำสิ่ง ต่างๆ

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

หน้าที่ของสื่อมวลชน	ผลของสื่อมวลชนในระดับสังคม		ผลของสื่อมวลชนในระดับบุคคล	
	ทางบวก	ทางลบ	ทางบวก	ทางลบ
3. รักษาและ ถ่ายทอด วัฒนธรรม	<ul style="list-style-type: none">- เพิ่มความกระชับแน่นทางสังคม- ลดการฝ่าฝืนระเบียบทางสังคม	<ul style="list-style-type: none">- ทำให้เกิดความยึดมั่นไม่ยอมรับ การเปลี่ยนแปลง	<ul style="list-style-type: none">- ช่วยให้บุคคลมีทางลบ การรวมตัวกัน เนื่องจากเปิดรับบรรทัดฐานทางสังคม- ลดความเห็นแก่ตัว การฝ่าฝืนระเบียบทางสังคม	<ul style="list-style-type: none">- ทำให้เป็นคนที่ไม่มี ความทันสมัย เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

หน้าที่ของสื่อมวลชน	ผลของสื่อมวลชนในระดับสังคม		ผลของสื่อมวลชนในระดับบุคคล	
	ทางบวก	ทางลบ	ทางบวก	ทางลบ
4. การให้ความบันเทิง	<ul style="list-style-type: none">- ผ่อนคลายความ ตึงเครียด ทางด้านจิตใจให้แก่คนใน สังคม - การรวมกลุ่ม เพื่อความ บันเทิง	<ul style="list-style-type: none">- ทำให้เกิดการ เลียนวัฒนธรรม บางอย่างโดยไม่ รู้ตัว อันเป็น ต้นเหตุของการ ถูกครอบงำทาง วัฒนธรรม	<ul style="list-style-type: none">- ลดความเครียด ด้านจิตใจ- หลีกหนีสภาพ ปัญหาใน ปัจจุบันที่ เกิด ขึ้นในสภาพ ความเป็นจริง	<ul style="list-style-type: none">- เกิดการ เลียนแบบ- คิดฟุ้งซ่านเพื่อ ผันเกินความ จริง- แยกแยะไม่ถูก ระหว่างนิยาย กับชีวิตจริง

จุดประสงค์ของสื่อมวลชน 5 ประการ

1. ด้านข่าวสาร (Information) ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และสถานะเงื่อนไขของ สังคมและโลกชี้ให้เห็น ความสัมพันธ์ของอำนาจต่างๆ ในสังคมและช่วยให้เกิดนวัตกรรม การปรับตัว และความก้าวหน้า

2. ด้านประสานสัมพันธ์ (Correlation) ขยาย ตีความ วิพากษ์วิจารณ์ให้ความหมายต่อ เหตุการณ์และข่าวสารต่างๆ ช่วย เสริมสร้างสนับสนุนอำนาจและบรรทัดฐานในสังคม สร้างการอบรม ป่มเพาะและเรียนรู้ทางสังคม ประสานกิจกรรมทางสังคมที่หลากหลาย กระจาย และสร้าง ความเห็นพ้องต้องกันในสังคม

จุดประสงค์ของสื่อมวลชน 5 ประการ

3. ด้านสร้างการสืบสานต่อเนื่อง (continuity) นำเสนอวัฒนธรรมหลักและให้การยอมรับ ต่อวัฒนธรรมย่อยต่างๆ รวมทั้งพัฒนาสังคม วัฒนธรรมใหม่ และผดุงรักษาคุณค่าร่วมทางสังคม

4. ด้านความบันเทิง (Entertainment) ให้ความหยรษาบันเทิง หั้นเหจาก ความเครียดให้ หนทางการพักผ่อนลดความกดดันทางสังคม

5. การสร้างเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง (Mobilization) รณรงค์กิจกรรมทางสังคมที่ เกี่ยววกับ การเมือง การทหาร พัฒนาเศรษฐกิจ อาชีพ ศาสนา วัฒนธรรม จุดประสงค์ด้านนี้มีลักษณะ ใน เชิงการพัฒนาสังคม

ระบบการสื่อสารมวลชน

ไซเบิร์ต และวิลเบอร์ ได้ เสนอ แนวความคิด **Four Theories of Press** เกี่ยวกับทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชนซึ่งถูกนำไปใช้ใน ประเทศที่มีระบบการเมืองแตกต่างกัน **4** แบบด้วยกัน คือ

1. อำนาจนิยม (Authoritarian Theory) ช่วงศตวรรษที่ **16-17** ในประเทศตะวันตก ทฤษฎีคือำนาจนิยมมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล หรือกษัตริย์ ปัจจุบัน ยังมีให้เห็นอยู่ในบางประเทศ สื่อมวลชนไม่ว่าของรัฐบาลหรือเอกชนจะอยู่ภายใต้การควบคุมของ รัฐบาล ซึ่งมีข้อจำกัดในการวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาล การควบคุมสื่อมวลชนทำได้หลายแบบ เช่น การเซ็นเซอร์ (Censorship)

2 อิสระภาพนิยม (Libertarian Theory) ความคิดมาจากมูลเหตุความเชื่อของนักเสรีนิยม (radical Libertarian) ซึ่งได้ให้เหตุผลต่อส่วนรวมว่า สื่อไม่ควรถูกรับควบคุมและการดำเนินการของสื่อ ไม่ควรจะมีการปกครองด้วยกฎหมาย ซึ่งส่วนใหญ่จากการวางข้อกำหนดของสื่อจะผู้มีอำนาจที่เป็น คณะกรรมการหรือตัวแทนของรัฐบาล เน้นการให้เสรีภาพแก่สื่อมวลชน โดยเฉพาะเสรีภาพจากการ ควบคุมของรัฐบาล มีวัตถุประสงค์ที่ให้ความสำคัญกับการค้นพบความจริง และเป็นการใช้ประโยชน์

ระบบการสื่อสารมวลชน

3. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Theory) แยกออกมาจาก ทฤษฎีอิสรภาพนิยมพบเห็นในประเทศอเมริกา เพิ่งเกิดขึ้นในศตวรรษที่ **20** เน้นความรับผิดชอบต่อ สังคมของสื่อมวลชน และจริยธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการปฏิบัติงานของสื่อมวลชน การควบคุม สื่อมวลชนจะมาจากความเห็นของสังคมมวลชน การกระทำของลูกค้า และจริยธรรมความเป็นมือ อาชีพของสื่อมวลชน

ระบบการสื่อสารมวลชน

4. โซเวียตคอมมิวนิสต์ (Soviet-Totalitarian Theory)

ระบบสื่อสารมวลชนอยู่ใต้บังคับควบคุมของพรรคและรัฐบาลอย่างชัดเจน หน้าที่หลักคือ ถ่ายทอดนโยบายของพรรค และ ทฤษฎีคอมมิวนิสต์ให้มวลชนรับรู้รองรับเพื่อสนับสนุนพรรคและรัฐบาล โซเวียตคอมมิวนิสต์ เป็นทฤษฎีเบ็ดเสร็จนิยมแบบมาร์กซิสต์-เลนินิสต์

แนวคิดสำคัญ คือ สื่อมวลชนจะต้องเป็นของรัฐโดยการควบคุมของพรรค มีหน้าที่ในการให้การศึกษาแก่ชนชั้นกรรมาชีพ มิใช่ทำธุรกิจขายข่าวเช่นในประเทศ เสรีนิยม ซึ่งสื่อมวลชนมักจะกลายเป็นเพียงเครื่องมือของนายทุนซึ่งในปัจจุบันได้ถูกพัฒนากลายเป็น ทฤษฎีการพัฒนา (Development Theory) เพราะโซเวียตคอมมิวนิสต์ได้ล่มสลาย เน้นการประสานงาน ร่วมกันระหว่างสื่อมวลชน และรัฐบาล มีเป้าหมายของการพัฒนาประเทศเป็นสำคัญ

ทฤษฎีการพัฒนา พบในประเทศโลกที่สามหรือประเทศกำลังพัฒนา เช่น อัฟริกา เอเชีย ผู้นำเล็งเห็นความสำคัญของสื่อมวลชนที่ช่วยพัฒนาประเทศให้เร็วขึ้น และมีประสิทธิภาพ ทำให้รัฐบาลเข้ามาควบคุม และ ดำเนินงานด้านสื่อมวลชน เพื่อที่จะได้ประสานสื่อเข้ากับความพยายามของรัฐบาลในการพัฒนาประเทศ

ทฤษฎีการพัฒนาแตกต่างจากทฤษฎีอำนาจนิยมตรงที่ทฤษฎีการพัฒนา รัฐบาลมีการควบคุมด้านสารน้อยกว่ามีการเซ็นเซอร์น้อยกว่า เน้นการประสานงานร่วมกันระหว่างสื่อมวลชนและรัฐบาล มีเป้าหมายของการพัฒนาประเทศเป็นสำคัญ



มุมมองทฤษฎีบรรทัดฐาน ของสื่อมวลชนใน สังคมไทย

สื่อเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริง แต่สิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม
บางครั้ง สื่อไม่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบข้อเท็จจริง กลับเป็นเครื่องมือของคนชั้นนำใน
สังคม เพราะว่าเป็นเสรีทำให้ระบบทุนนิยมเข้ามามีบทบาทในสังคมสื่อมวลชน
ซึ่งบางครั้งทำให้ สื่อละเลยความรับผิดชอบ ความถูกต้อง ความเป็นกลาง ทำให้เกิดผล
กระทบขึ้นกับผู้คนในสังคมไทย บรรทัดฐานของสื่อมวลชนในสังคมไทยควรมี **3** สิ่ง

มุมมองทฤษฎีบรรทัดฐาน ของสื่อมวลชนใน สังคมไทย

1. สื่อมวลชนแต่ละแขนงต้องมีใจเป็นกลาง ไม่ยอมถูกรอบงำด้วยคน
ชั้นนำในสังคม สื่อมวลชนต้องนำเสนอข่าวสารอย่างเป็นธรรมในทุกแง่มุมของทุกฝ่าย
เพื่อที่จะให้ประชาชนที่รับ ข่าวสารได้รู้ข้อเท็จจริงครบทุกองศา และต้องกล้าที่จะหยิบ
ยกประเด็นที่เกี่ยวกับคุณธรรมจริยธรรม มาตีแผ่ให้สังคมรับรู้เพื่อให้เกิดความโปร่งใส
และให้ผู้คนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจจะเป็นแนวทางแห่ง ความเป็นประชาธิปไตยโดย
แท้จริง

มุมมองทฤษฎีบรรทัดฐาน ของสื่อมวลชนใน สังคมไทย

2. สื่อมวลชนแต่ละแขนงต้องยอมให้ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนเข้ามาตรวจสอบข้อเท็จจริง ของข้อมูลที่ได้นำเสนอ รวมถึงยอมให้มีการตรวจสอบคุณภาพ และมาตรฐานของสื่อ เพื่อเป็นการ รับรองว่าสื่อที่ออกสู่ผู้บริโภคนั้นเป็นสื่อจรรยาบรรณสังคมไทยให้ เป็นไปในทางสร้างสรรค์

3. สื่อมวลชนต้องร่วมมือกันต่อต้านการใช้อิทธิพลครอบงำสื่อ หากสื่อแขนงใดถูกคนชั้นนำ ในสังคมแทรกแซงจะต้องช่วยกันเปิดโปงพฤติกรรมที่เลวร้ายนี้ให้กับ สาธารณะชนได้รับรู้ เพราะเป็นสิ่ง ที่บั่นทอนความเป็นประชาธิปไตย และความสามัคคีของ คนในชาติบ้านเมือง ถ้าปล่อยย้ให้ครอบงำสื่อ ผู้คนจะเหมือนถูกชักจูงไปโดยไม่รู้ตัว