



เอกสารประกอบการสอน รายวิชา 0105342

นิเทศศาสตร์เบื้องต้น

Introduction to Communication Arts



อ.ว่าที่ร้อยตรี ดร.เบญจรงค์ ภิระพลิกะ

สังเขปรายวิชา

รหัสวิชา/ชื่อวิชา

0105111 นิเทศศาสตร์เบื้องต้น (Introduction to Communication Arts)

คำอธิบายรายวิชา

แนวคิดพื้นฐานของการสื่อสาร องค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร ทฤษฎีและแบบจำลองทางการสื่อสารบทบาทของการสื่อสารและการสื่อสารมวลชนต่อสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

Concepts of communication, basic elements and procedure of communication, theories and models of communication; social, economic, and cultural roles of communication

เนื้อหาโดยสังเขป

บทที่ 1 แนวคิดพื้นฐานของการสื่อสารและการสื่อสารมวลชน (ใช้เรียนในสัปดาห์ที่ 1 และ 2)

บทที่ 2 องค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร (ใช้เรียนในสัปดาห์ที่ 3)

บทที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี (ใช้เรียนในสัปดาห์ที่ 4 และ 5)

บทที่ 4 ทฤษฎี และแบบจำลองการสื่อสารภายในบุคคล (ใช้เรียนในสัปดาห์ที่ 6)

บทที่ 5 ทฤษฎี แบบจำลองการสื่อสาร และการสื่อสารระหว่างบุคคล (ใช้เรียนในสัปดาห์ที่

7 และ 8)

บทที่ 6 ทฤษฎีสื่อสารมวลชน (ใช้เรียนในสัปดาห์ที่ 9)

บทที่ 7 การสื่อสารกับสังคม (ใช้เรียนในสัปดาห์ที่ 10)

บทที่ 8 ปัจจัยที่กำหนดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสาร (ใช้เรียนในสัปดาห์

ที่ 11 และ 12)

บทที่ 9 บทบาทของการสื่อสารและการสื่อสารมวลชนต่อสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

(ใช้เรียนในสัปดาห์ที่ 13 และ 14)

จุดมุ่งหมายของรายวิชา

เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้/มีความสามารถ/สมรรถนะที่ต้องการด้านต่าง ๆ

1.1 เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจแนวคิดพื้นฐานของการสื่อสาร

1.2 เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจทฤษฎีการสื่อสารและสามารถประยุกต์ใช้อธิบายปรากฏการณ์

การสื่อสาร

1.3 เพื่อให้ผู้เรียนสามารถสื่อสารในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

1.4 เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจบทบาทของการสื่อสารต่อสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ของรายวิชา

เพื่อสร้างเนื้อหาการเรียนการสอนที่ทันสมัย เหมาะสมกับสถานการณ์ในสังคมสมัยใหม่ ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรมการสื่อสารในทุกระดับ และเพื่อผู้เรียนสามารถนำ การสื่อสารไปใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการสื่อสารในชีวิตประจำวันได้ รวมถึงเพื่อให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ ใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม

การวัดและประเมินผลการเรียนรู้

ลำดับ	หัวข้อ/ประเด็น/รายละเอียด	วิธีการประเมิน/ลักษณะ การประเมิน	สัปดาห์ที่ประเมิน	คะแนน
1	1) การสังเกตพฤติกรรมด้านการมีระเบียบ วินัยและการตรงต่อเวลา 2) การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	1) การสังเกตพฤติกรรม ด้านการมีระเบียบวินัย และการตรงต่อเวลา 2) การมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	ทุกสัปดาห์	10
2	กิจกรรมท้ายบทเรียนหรือทดสอบย่อย	กิจกรรมท้ายบทเรียน หรือทดสอบย่อย	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14	20
3	1) การนำเสนอรายงาน 2) การนำเสนอหน้าชั้นเรียน 3) การตอบคำถามจากการวิพากษ์	1) การนำเสนอรายงาน 2) การนำเสนอหน้าชั้นเรียน 3) การตอบคำถามจากการ วิพากษ์	5, 11, 15	40
4	สอบปลายภาค	สอบปลายภาค	สัปดาห์ที่มี การจัดสอบ	30
คะแนนรวม				100

การกำหนดช่วงคะแนนของเกรด

เกรด	A	B+	B	C+	C	D+	D	E/F
ช่วงคะแนน	≥80	≥75	≥70	≥65	≥60	≥55	≥50	≥0

แนวการเรียนการสอน

สัปดาห์ที่ 1	1. ผู้สอนแนะนำรายวิชา แนะนำผู้สอนและผู้เรียน ความคาดหวังของนักศึกษา และบรรยาย ในหัวข้อแนวคิดพื้นฐานของการสื่อสาร 2. ให้นิสิตแสดงความคิดเห็น และทำแบบทดสอบวัดความรู้เบื้องต้น
สัปดาห์ที่ 2	1. ผู้สอนบรรยายในหัวข้อแนวคิดพื้นฐานของการสื่อสาร และการสื่อสารมวลชน (ตอนที่ 1) 2. ให้นิสิตแสดงความคิดเห็น และทำแบบทดสอบ ถ้ามตอบ และกิจกรรมท้ายคาบ
สัปดาห์ที่ 3	1. ผู้สอนบรรยายในหัวข้อแนวคิดพื้นฐานของการสื่อสาร และการสื่อสารมวลชน (ตอนที่ 2)

	2. ให้นิสิตแสดงความคิดเห็น และทำแบบทดสอบ ถามตอบ Active Learning และกิจกรรม ท้ายคาบ
สัปดาห์ที่ 4	1. ผู้สอนบรรยายในหัวข้อองค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร 2. ให้นิสิตแสดงความคิดเห็น และทำแบบทดสอบ ถามตอบ Active Learning และกิจกรรม ท้ายคาบ
สัปดาห์ที่ 5	1. นิสิตนำเสนอรายงานชิ้นที่ 1 2. ผู้สอนให้คำแนะนำ ความเห็น และให้นิสิตร่วมแสดงความคิดเห็น
สัปดาห์ที่ 6	1. ผู้สอนบรรยายในหัวข้อแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี และแบบจำลองทางการสื่อสาร 2. ให้นิสิตแสดงความคิดเห็น และทำแบบทดสอบ ถามตอบ และกิจกรรมท้ายคาบ
สัปดาห์ที่ 7	1. ผู้สอนบรรยายในหัวข้อทฤษฎีและแบบจำลองทางการสื่อสารภายในบุคคลและระหว่าง บุคคล 2. ให้นิสิตแสดงความคิดเห็น และทำแบบทดสอบ ถามตอบ และกิจกรรมท้ายคาบ
สัปดาห์ที่ 8	1. ผู้สอนบรรยายในหัวข้อทฤษฎีและแบบจำลองการสื่อสารมวลชน (ตอนที่ 1) 2. ให้นิสิตแสดงความคิดเห็น และทำแบบทดสอบ ถามตอบ และกิจกรรมท้ายคาบ
สัปดาห์ที่ 9	1. ผู้สอนบรรยายในหัวข้อทฤษฎีและแบบจำลองการสื่อสารมวลชน (ตอนที่ 2) 2. ให้นิสิตแสดงความคิดเห็น และทำแบบทดสอบ ถามตอบ และกิจกรรมท้ายคาบ
สัปดาห์ที่ 10	1. ผู้สอนบรรยายในหัวข้อทฤษฎีและแบบจำลองการสื่อสารมวลชน (ตอนที่ 3) 2. ให้นิสิตแสดงความคิดเห็น และทำแบบทดสอบ ถามตอบ และกิจกรรมท้ายคาบ
สัปดาห์ที่ 11	1. นิสิตนำเสนอรายงานครั้งที่ 2 2. ผู้สอนให้คำแนะนำ ความเห็น และให้นิสิตร่วมแสดงความคิดเห็น
สัปดาห์ที่ 12	1. ผู้สอนบรรยายในหัวข้อหลักการสื่อสาร 2. ให้นิสิตแสดงความคิดเห็น และทำแบบทดสอบ ถามตอบ และกิจกรรมท้ายคาบ
สัปดาห์ที่ 13	1. ผู้สอนบรรยายในหัวข้อปัจจัยที่กำหนดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสาร 2. ให้นิสิตแสดงความคิดเห็น และทำแบบทดสอบ ถามตอบ Active Learning และกิจกรรม ท้ายคาบ
สัปดาห์ที่ 14	1. ผู้สอนบรรยายในหัวข้อบทบาทของการสื่อสารและการสื่อสารมวลชนต่อสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม 2. ให้นิสิตแสดงความคิดเห็น และทำแบบทดสอบ ถามตอบ Active Learning และกิจกรรม ท้ายคาบ
สัปดาห์ที่ 15	1. นิสิตนำเสนอครั้งที่ 3 2. ผู้สอนให้คำแนะนำ ความเห็น และให้นิสิตร่วมแสดงความคิดเห็น

ตำรา เอกสารหลัก และข้อมูลสำคัญ

- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์
- กาญจนา มีศิลป์วิภักย์. (2553). ความรู้เบื้องต้นและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- กาญจนา แก้วเทพ. (2540). การศึกษาสื่อสารมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ (Critical theory): แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทว.)

เอกสารและข้อมูลแนะนำ

- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2557). แนวคิดการศึกษาชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช
- Rogers, E. M. (1994). *History of communication study*. New York: Free Press.
- Schramm, Wilbur. (1973). *Channels and Audiences in Handbook of Communication*. Chicago : Rand McNelly Colledge.

คำนำ

เอกสารประกอบการสอนฉบับนี้เขียนขึ้นเพื่อใช้ประกอบการสอนรายวิชา 0105111 นิเทศศาสตร์เบื้องต้น จำนวน 3 หน่วยกิต ซึ่งเป็นรายวิชาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต พ.ศ. 2567 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

รายละเอียดในเอกสารประกอบการสอนฉบับนี้มีเนื้อหาสาระครอบคลุมคำอธิบายรายวิชานิเทศศาสตร์เบื้องต้น โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 9 บท ดังนี้ บทที่ 1 แนวคิดพื้นฐานของการสื่อสารและการสื่อสารมวลชน บทที่ 2 องค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร บทที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี บทที่ 4 ทฤษฎี และแบบจำลองการสื่อสารภายในบุคคล บทที่ 5 ทฤษฎี แบบจำลองการสื่อสาร และการสื่อสารระหว่างบุคคล บทที่ 6 ทฤษฎีสื่อสารมวลชน บทที่ 7 การสื่อสารกับสังคม บทที่ 8 ปัจจัยที่กำหนดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสาร และบทที่ 9 บทบาทของการสื่อสารและการสื่อสารมวลชน พร้อมทั้งสอดแทรกเอกสารอ้างอิง เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถติดตามไปศึกษาต่อได้เพิ่มเติม

ทั้งนี้ เนื้อหาในเอกสารประกอบการสอนเขียนขึ้นจากการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารประกอบการสอนหนังสือ บทความทางวิชาการทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งงานวิจัยและงานศึกษาเชิงวิชาการของผู้เขียน โดยได้พยายามเรียบเรียงให้ทันสมัย และผู้ที่สนใจทั่วไปสามารถนำไปศึกษาได้ด้วยตนเอง

ผู้เขียนหวังว่าเอกสารประกอบการสอนเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่ออนิสิต และผู้สนใจทั่วไป เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์เบื้องต้นต่อไป

อาจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.เบญจรงค์ ธีระผลิกะ
ผู้เขียน

สารบัญ

เนื้อหา	
คำนำ	5
สารบัญ	6
สารบัญรูปภาพ.....	11
บทที่ 1 แนวคิดพื้นฐานของการสื่อสารและการสื่อสารมวลชน	12
1. เกริ่นนำ	12
2. ความหมายของการสื่อสาร	12
3. วัตถุประสงค์การสื่อสาร	14
4. ความสำคัญของการสื่อสาร.....	15
5. ประเภทของการสื่อสาร	16
6. บทสรุป.....	21
7. แบบฝึกหัดท้ายบท.....	22
8. เอกสารอ้างอิง	22
บทที่ 2 องค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร.....	24
ก. ใจความสำคัญของบท.....	24
1. องค์ประกอบของการสื่อสาร.....	24
1. ผู้ส่งสาร.....	24
2. ผู้รับสาร	27
3. สาร	29
4. ช่องทางการสื่อสาร.....	29
5. องค์ประกอบเพิ่มเติมของการสื่อสาร	30
6. ปฏิกริยาตอบสนอง.....	30
7. ผลของปฏิกริยาตอบกลับ	31
8. ผลของการสื่อสาร	32

2. บทสรุป.....	34
3. แบบฝึกหัดท้ายบท.....	35
4. เอกสารอ้างอิง	36
บทที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี.....	37
1. ความหมายของการสื่อสารมวลชน.....	37
2. ประเภทของสื่อมวลชน	38
3. คุณลักษณะของสื่อมวลชน	41
4. บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคม	43
5. มุมมองทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน	44
6. บทสรุป.....	45
7. แบบฝึกหัดท้ายบท.....	47
8. เอกสารอ้างอิง	47
บทที่ 4 ทฤษฎี และแบบจำลองทางการสื่อสารภายในบุคคล	49
1. ความหมายของทฤษฎี และแบบจำลอง.....	49
2. การสื่อสารภายในบุคคล	49
3. กลุ่มของทฤษฎีการสื่อสาร	50
1) ทฤษฎีการสื่อสารยุคเริ่มแรก.....	50
2) ทฤษฎีการสื่อสารที่อิงกับทฤษฎีด้านจิตศาสตร์.....	51
3) ทฤษฎีการสื่อสารที่อิงกับทฤษฎีทางสังคมศาสตร์	52
4) ทฤษฎีการสื่อสารที่อิงทฤษฎีทางจิตวิทยา.....	52
4. รูปแบบของการสื่อสาร	52
5. แบบจำลองการสื่อสารภายในบุคคล	53
1. การรับรู้ (Perception)	53
2. การรับรู้ตนเองและอัตมโนทัศน์ (Self-perception and self-concept)	55
3. การรับรู้บุคคลอื่นหรือการรับรู้สังคม (Others perception or social perception)	55

6. บทสรุป.....	58
7. แบบฝึกหัดท้ายบท.....	59
8. เอกสารอ้างอิง	59
บทที่ 5 ทฤษฎี แบบจำลองทางการสื่อสารระหว่างบุคคล	61
1. ทฤษฎีและแบบจำลองทางการสื่อสารและระหว่างบุคคล	61
1.1 การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)	61
1.2 การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large group Communication or Public Communication).....	62
1.3 การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication).....	62
1.4 การสื่อสารมวลชน (Mass Communication).....	63
2. แบบจำลองการสื่อสาร	63
2.1 แบบจำลองการสื่อสารขั้นพื้นฐานตามแนวคิดของแซนน์และวีเวอร์.....	64
2.2 แบบจำลองการสื่อสารขั้นพื้นฐานตามแนวคิดของลาสเวลล์	65
2.3 แบบจำลองการสื่อสารตามแนวความคิดของออสกู๊ดและวิลเบอร์ ชแรมม์	67
2.4 แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โล.....	68
2.5 แบบจำลองการสื่อสารของแฟรงค์ แคนซ์	70
3. บทสรุป.....	72
4. แบบฝึกหัดท้ายบท.....	73
5. เอกสารอ้างอิง	73
บทที่ 6 ทฤษฎีสื่อสารมวลชน.....	75
1. นิยามศัพท์การสื่อสารมวลชน.....	75
2. ความหมายของการสื่อสารมวลชน.....	75
3. ความสำคัญของการสื่อสารมวลชน.....	76
4. อิทธิพลและผลกระทบของการสื่อสารมวลชน	78
4.1 ยุคทฤษฎีระยะแรกที่ว่าสื่อมวลชนทรงพลังอำนาจและมีอิทธิพลอย่างยิ่ง (Early theories of powerful effects).....	78

4.2 ยุคทฤษฎีที่ว่าอิทธิพลที่จำกัดของสื่อมวลชน (Theories of limited effects).....	80
4.3 ยุคทฤษฎีที่ว่าด้วยการกลับมาของแนวคิดสื่อมวลชนทรงพลังอำนาจและมีอิทธิพล (The powerful media revisited).....	81
5. บทสรุป	83
6. แบบฝึกหัดท้ายบท	85
7. เอกสารอ้างอิง	85
บทที่ 7 การสื่อสารกับสังคม	87
1. การสื่อสารกับสังคม.....	87
1.1 ความจำเป็นของการสื่อสาร.....	88
1.2 มนุษย์สื่อสารกันได้อย่างไร	88
1.3 มนุษย์กับการสื่อสารผ่านสัญลักษณ์.....	90
2. ความสำคัญของการสื่อสารเพื่อพัฒนาสังคม.....	92
3. บทสรุป.....	95
4. แบบฝึกหัดท้ายบท.....	97
5. เอกสารอ้างอิง	97
บทที่ 8 ปัจจัยที่กำหนดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสาร	99
1. เกริ่นนำ	99
2. 7 องค์ประกอบของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ	99
2.1 ความชัดเจนของการสื่อสาร (Clear).....	100
2.2 ความกระชับของการสื่อสาร (Concise).....	101
2.3 ความเป็นรูปธรรมในการสื่อสาร (Concrete).....	102
2.4 ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร (Correct)	103
2.5 ความเชื่อมโยงสอดคล้องของข้อมูลข่าวสาร (Coherent)	105
2.6 ความสมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสาร (Complete).....	106
2.7 ความมีจรรยาบรรณของผู้สื่อสาร (Courteous).....	107

3. บทสรุป.....	109
4. แบบฝึกหัดท้ายบท.....	110
5. เอกสารอ้างอิง	110
บทที่ 9 บทบาทของการสื่อสารและการสื่อสารมวลชนต่อสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม	111
ก. ใจความสำคัญของบท.....	111
1. กรณีศึกษาที่ 1 เรื่อง การศึกษาเรื่องผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยม วัยรุ่นในพระนครศรีอยุธยา	111
2. กรณีศึกษาที่ 2 เรื่อง นวัตกรรมสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการบริหารจัดการองค์กรภาครัฐและ ภาคเอกชนในยุคดิจิทัล	113
3. กรณีศึกษาที่ 3 เรื่อง อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อพฤติกรรมเบี่ยงเบนของเด็กและเยาวชนในเขต กรุงเทพมหานคร.....	114
4. แบบฝึกหัดท้ายบท.....	116
5. เอกสารอ้างอิง	116

สารบัญรูปภาพ

รูป 1 ทฤษฎีหน้าต่างโจฮารี.....	18
รูป 2 กระบวนการสื่อสาร.....	24
รูป 3 แบบจำลองการสื่อสารภายในตัวบุคคล.....	53
รูป 4 แบบจำลองของแซนน์และวีเวอร์.....	64
รูป 5 แบบจำลองของลาสเวลล์.....	66
รูป 6 แบบจำลองของชาร์ลส์ อี ออสกูด.....	67
รูป 7 แบบจำลองของเดวิด เค เบอร์โล.....	69
รูป 8 แบบจำลองของแดนซ์.....	71
รูป 9 แบบจำลองเข็มฉีดยา.....	79
รูป 10 แบบจำลองการไหลของข่าวสารแบบสองขั้นตอน.....	81
รูป 11 แบบจำลองกระบวนการยอมรับนวัตกรรม.....	94

บทที่ 1

แนวคิดพื้นฐานของการสื่อสารและการสื่อสารมวลชน

1. เกริ่นนำ

มนุษย์มีธรรมชาติที่ต้องการอยู่รวมกันเป็นกลุ่มต้องการความรัก ความเข้าใจและความไว้วางใจจากกลุ่มและบุคคลอื่น การสื่อสารจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้มนุษย์ได้รับสิ่งเหล่านั้น การสื่อสารช่วยให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจ ความเข้าใจกัน ความรู้สึกที่ดีต่อกันและไว้วางใจกัน การสื่อสารของมนุษย์นั้นได้รับการพัฒนาตลอดเวลาอย่างต่อเนื่องจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ไม่ว่าจะสมัยโบราณหรือสมัยปัจจุบันต่างมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นระหว่างกัน การสื่อสารเป็นการสื่อสารความคิดของคนหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่ง เพื่อจะให้บุคคลอื่นทราบว่าการทำอะไรหรือต้องการสื่ออะไร วิธีในการสื่อสารจึงมีการพัฒนา มาตลอดและมีความยุ่งยากซับซ้อนมากขึ้นโดยเฉพาะในสังคมปัจจุบัน ซึ่งมีการสร้างเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ มากมายเป็นเครื่องมือช่วยทำหน้าที่ในการสื่อสาร

อย่างไรก็ตามในฐานะที่เป็นมนุษย์ที่ต้องใช้การสื่อสารอยู่ตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องทราบเกี่ยวกับความหมายและความสำคัญของการสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสาร สื่อที่ใช้ในการสื่อสาร การสื่อสารเชิงวัจนะและอวัจนะเพื่อนำความรู้มาปรับปรุงและพัฒนาการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (ภาทิพย์ ตรีสกุล, 2563)

2. ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินคำว่า Communis ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Communicate ซึ่งแปลตามตัวอักษรว่า Make Common หมายถึง ทำให้มีสภาพร่วมกัน ซึ่งเป็นความหมายที่ตรงกับธรรมชาติของการสื่อสาร คือ การทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ตรงกัน กล่าวคือ มนุษย์มีการสื่อสารซึ่งกันและกันก็เพื่อเข้าใจให้ตรงกันนั่นเอง ดังนั้นการนิยามความหมายคำว่า การสื่อสารจึงเป็นการนิยามที่ตั้งอยู่บนรากฐานของรากศัพท์เดิม คือ ความเข้าใจร่วมกัน นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายไว้ต่าง ๆ กัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2534) ดังนี้

การสื่อสารเป็นกระบวนการในการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีสาระสำคัญที่ผู้สื่อสารทำหน้าที่เป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร แต่ไม่อาจจะบอกได้ว่าการสื่อสารเริ่มต้นและสิ้นสุดที่จุดใด เพราะถือว่าการสื่อสารมีลักษณะเป็นวงกลมและไม่มีที่สิ้นสุด มีผู้ให้ความหมายไว้อีกหลากหลาย ดังนี้

โรเจอร์ (Rogers, 1976) ให้ความหมายไว้ว่า การติดต่อสื่อสารเป็นการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงความรู้สึกความคิด หรือการกระทำต่าง ๆ โดยมีเจตนาที่จะเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรม และทัศนคติที่แสดงออกโดยเปิดเผย

นอกจากนั้น แบลโลว์ กิลสัน และโอดิออร์น (Ballow, Gilson and Odiorne, 1962) ได้กล่าวว่า การสื่อสารในองค์กร หมายถึง การแลกเปลี่ยนคำพูด สัญลักษณ์ ตัวอักษรเพื่อเป็นการส่งผ่านข่าวสารที่ต้องการให้

ทราบถึงนโยบายและคำสั่งเพื่อนำไปปฏิบัติพร้อมกับรับฟังข้อเสนอแนะและความคิดเห็นต่าง ๆ กลับมาเพื่อให้เข้าใจความหมายและสื่อสารกันได้

หรือชราชม์ (Schramm, 1973) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ กันไปเรื่อย ๆ หรือที่เรียกว่าเป็นวงจรในการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างบุคคล โดยจะเริ่มตั้งแต่แต่การแปลความหมายไปจนถึงการส่งต่อข้อมูลซึ่งกันและกันจนกว่า ทั้งสองฝ่ายจะเข้าใจซึ่งกันและกัน

อาจไม่สามารถสรุปได้ว่าคำจำกัดความของการสื่อสารอย่างไรอย่างหนึ่งอาจจะนำไปใช้ไม่ได้กับพฤติกรรมสื่อสารทุกรูปแบบเพราะบางในบางครั้งความหมายของการสื่อสารยังกว้างมาก โดยแต่ละคำจำกัดความมักจะมีวัตถุประสงค์ในการใช้ที่แตกต่างกันจึงทำให้เมื่อนำไปใช้ต้องพิจารณาและเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์และลักษณะการสื่อสารเป็นเรื่องๆ ไป ดังนั้น การสื่อสารจึงมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ ผู้ส่งสาร (Sender) ผู้รับสาร (Receiver) และตัวสาร (Message) เมื่อนำมารวมกันจึงเรียกว่าเป็นการสื่อสาร

อย่างไรก็ตาม จุดเริ่มต้นของการสื่อสารนั้น มักเริ่มต้นด้วย การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล ที่สามารถแตกแขนงออกได้เป็น การพูดคุยแบบตัวต่อตัว ทั้งในพื้นที่ออฟไลน์และออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จนไปถึงการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) ที่เกี่ยวกับการสื่อสารในวงกว้างของสังคม เช่นการสื่อสารในกลุ่มใหญ่ การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน

อย่างไรก็ดี รูปแบบการสื่อสารในปัจจุบันมีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงไปตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี รวมถึงความต้องการของผู้ใช้ในแต่ละสถานการณ์ รูปแบบการสื่อสารที่โดดเด่นในยุคนี้ เช่น

1) การสื่อสารแบบดิจิทัล

ตัวอย่างเช่น อาศัยการส่งข้อความผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Line, WhatsApp, Messenger, และ SMS เป็นที่นิยม เพราะสะดวก รวดเร็ว และสามารถแนบไฟล์หรือสื่ออื่นได้ หรือการสื่อสารผ่านข้อความอย่างเป็นทางการผ่านการเขียนอีเมล การสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Twitter, Instagram, และ TikTok ถูกใช้ในการสื่อสารทั้งแบบส่วนตัวและแบบธุรกิจ การสื่อสารด้วยการอาศัยวิดีโอคอลและประชุมออนไลน์: Zoom, Microsoft Teams, และ Google Meet เป็นที่นิยมในการทำงานระยะไกลและการประชุมทางไกล

2) การสื่อสารแบบเรียลไทม์

ตัวอย่างเช่น การใช้การสื่อสารด้วยการพูดคุยในเวลาจริงผ่านแพลตฟอร์ม เช่น Discord หรือ Slack ช่วยในการทำงานและการติดต่อมีความคล่องตัว หรือการสตรีมสด ที่มักมีวัตถุประสงค์ใช้สำหรับการสื่อสารที่ต้องการการโต้ตอบแบบเรียลไทม์ เช่น YouTube Live, Twitch หรือ Facebook Live

3) การสื่อสารแบบไม่เรียลไทม์

ตัวอย่างเช่น การสื่อสารโดยใช้อพอดแคสต์และวิดีโอ ซึ่งผู้ส่งสารสามารถสร้างเนื้อหาให้ผู้ฟังเข้าถึงได้ในเวลาที่สะดวก บล็อกและบทความ ที่ใช้ในการแบ่งปันข้อมูลให้ผู้รับสามารถอ่านได้ตามต้องการ

4) การสื่อสารผ่าน AI และเทคโนโลยีอัตโนมัติ

ตัวอย่างเช่น การใช้แชทบอทในเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มบริการลูกค้าเพื่อโต้ตอบอัตโนมัติ หรือการใช้ผู้ช่วยเสมือน: เช่น Siri, Google Assistant, และ Alexa ช่วยตอบคำถามและสื่อสารในชีวิตประจำวัน

5) การสื่อสารแบบผสมผสาน (Omnichannel Communication)

หมายถึงการสื่อสารโดยอาศัยรูปแบบผสมผสานหลายช่องทาง เช่น การส่งข้อความผ่านมือถือ ควบคู่กับอีเมล หรือการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อการติดตามผลและประชาสัมพันธ์ เพื่อวัตถุประสงค์หลักของการสื่อสาร

3. วัตถุประสงค์การส่งสาร

เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม มนุษย์จึงต้องมีความเกี่ยวข้องหรือความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ อยู่เสมอและความเกี่ยวข้องหรือความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมนุษย์มีการติดต่อสื่อสารกัน โดยการติดต่อสื่อสารนี้หากพิจารณาจากความสัมพันธ์ในองค์ประกอบของการสื่อสารแล้วจะเห็นว่าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารจะแบ่งออกเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายผู้ส่งสารและฝ่ายผู้รับสาร สามารถแบ่งวัตถุประสงค์ของการสื่อสารได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) วัตถุประสงค์ของการส่งสาร และ 2) วัตถุประสงค์ของการรับสาร ในการสื่อสารนั้นผู้ส่งสารอาจส่งสารด้วยวัจนภาษาคือการพูดและการเขียน หรืออวัจนภาษา เช่น อากัปกริยาต่าง ๆ เครื่องแต่งกาย การจัดระยะห่าง ฯลฯ หรืออาจใช้ทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษาประกอบกันก็ได้ (อรพิน กิตติเวช, สุรีย์รัตน์ บำรุงสุข และวิชาติ บุรณะประเสริฐสุข, 2549)

3.1 การส่งสารมีวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1) เพื่อแจ้งให้ทราบหรือบอกให้รู้ (to inform or to tell) เป็นการส่งสารที่ผู้ส่งสารต้องการเล่าเรื่องหรือแจ้งเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเองหรือในสังคมให้ผู้รับสารได้ทราบ
- 2) เพื่อการสอนหรือให้การศึกษา (to teach or to education) เป็นการส่งสารเพื่อให้ผู้รับสารมีความรู้ความเข้าใจ สามารถนำความรู้นั้นไปใช้ประโยชน์ สามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินค่าสิ่งต่าง ๆ ได้
- 3) เพื่อชักจูงหรือโน้มน้าวใจ (to propose or to persuade) เป็นการส่งสารที่มุ่งเน้นให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความรู้สึกนึกคิดทัศนคติหรือพฤติกรรม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมักส่งผลดีกับผู้ส่งสาร
- 4) เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (to please or to entertain) เป็นการส่งสารที่มุ่งเน้นให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ เกิดความสนุกสนานเพื่อเป็นการพักผ่อนและผ่อนคลายความตึงเครียดจากการเรียนหรือการทำงาน
- 5) เพื่อสอบถามหรือขอความช่วยเหลือ (to inquire or to ask help) เป็นการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์ชัดเจนว่าต้องการข้อมูลข่าวสารความช่วยเหลือ ตลอดจนสอบถามความคิดเห็นจากผู้รับสาร

3.2. การรับสารมีวัตถุประสงค์ดังนี้

ในการรับสารนั้น ผู้รับสารอาจได้รับสารผ่านสื่อหรือประสาทสัมผัสทางร่างกาย โดยสามารถจำแนกวัตถุประสงค์ของการรับสารได้ดังนี้

1) เพื่อรับทราบ (to know) เกิดจากการที่ผู้รับสารต้องการจะทราบเรื่องราว เหตุการณ์ ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง

2) เพื่อศึกษาเรียนรู้หรือทำความเข้าใจ (to learn or to understand) เกิดจากการที่ผู้รับสารต้องการมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของวิชาการต่าง ๆ เพิ่มพูนความสามารถของตนเองให้มีความเชี่ยวชาญ และสามารถนำความรู้ที่ไปวิเคราะห์ สังเคราะห์ หรือประเมินค่า เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไปได้

3) เพื่อกระทำการหรือตัดสินใจ (to dispose or decide) เกิดจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับนั้นต้องมีมากพอที่จะทำให้เปลี่ยนแปลงความคิดทัศนคติ พฤติกรรม เพื่อการตัดสินใจ

4) เพื่อความพอใจหรือความรื่นเริง (to please or to entertain) เกิดจากผู้รับสารต้องการผ่อนคลายความเครียดจากการดำเนินชีวิตประจำวัน ดังนั้น เมื่อทราบวัตถุประสงค์ของการส่งสารและรับสารแล้ว ในฐานะผู้ส่งสารจำเป็นต้องทราบวัตถุประสงค์ของการสื่อสารให้ชัดเจนเพื่อเตรียมตนเองให้ดีและในฐานะของผู้รับสาร หากมีความตั้งใจในการรับสารอย่างจริงจังและพยายามทำความเข้าใจก็จะสามารถตีความสารนั้นได้ใกล้เคียงและตรงกับสิ่งที่ผู้ส่งสารได้ดี ซึ่งทำให้การสื่อสารในครั้งนั้นมีโอกาสสัมฤทธิ์ผลได้มากยิ่งขึ้น

4. ความสำคัญของการสื่อสาร

การสื่อสารมีความสำคัญ ดังนี้

1. การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกเพศ ทุกวัย ไม่มีใครที่จะดำรงชีวิตได้โดยปราศจากการสื่อสารทุกสาขาอาชีพก็ต้องใช้การสื่อสารในการปฏิบัติงาน การทำธุรกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะสังคมมนุษย์ที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตลอดเวลาพัฒนาการทางสังคมจึงดำเนินไปพร้อม ๆ กับพัฒนาการทางการสื่อสาร

2. การสื่อสารก่อให้เกิดการประสานสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลและสังคม ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในสังคมช่วยสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีสะท้อนให้เห็นภาพความเจริญรุ่งเรืองวิถีชีวิตของผู้คนช่วยดำรงสังคมให้อยู่ร่วมกันเป็นปกติสุขและอยู่ร่วมกันอย่างสันติ

3. การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าทั้งตัวบุคคลและสังคม การพัฒนาทางสังคมในด้านคุณธรรม จริยธรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ฯลฯ รวมทั้งศาสตร์ ในการสื่อสารจำเป็นต้องพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์และพัฒนาความเจริญก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ

นอกจากนี้ความสำคัญของการสื่อสารที่มีต่อมนุษย์แล้วสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประการคือ

1. ความสำคัญต่อความเป็นสังคม การที่มนุษย์อยู่รวมตัวกันเป็นกลุ่มเป็นสังคม ตั้งแต่สังคมระดับเล็กคือ ครอบครัว ชุมชนเผ่าพันธุ์ ไปจนถึงการรวมตัวเป็นสังคมขนาดใหญ่ในระดับประเทศจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นพื้นฐาน เพราะการสื่อสารทำให้เกิดความเข้าใจและทำความเข้าใจกันได้ มีการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างระเบียบของสังคมให้เป็นที่ยอมรับระหว่างสมาชิก ทั้งนี้เพื่อจะได้อยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขเป็นสังคม

กล่าวคือ การมีสังคมมนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารสังคมมนุษย์เกิดจากการใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจะรวมคนหลาย ๆ คนให้มาอยู่ร่วมกัน

2. ความสำคัญต่อชีวิตประจำวัน การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมากเรียกได้ว่าตลอดเวลาที่เราตื่น เราจะทำการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มใหญ่ การสื่อสารด้วยคำพูดการสื่อสารด้วยตัวหนังสือ การสื่อสารด้วยกิริยาท่าทางและการสื่อสารมวลชนกิจกรรมต่าง ๆ ที่เราทำประจำวันนั้น มีการสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่เสมอไม่ว่าวันแม้กระทั่งเวลาเรานอนหลับอยู่ หากเราฝันหรือละเมอเรื่องใดก็ตามนั้นก็ถือว่าเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งคือ การสื่อสารภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Communication)

3. ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมและธุรกิจ ปัจจุบันวงการอุตสาหกรรมมีการปฏิวัติทางด้านเทคโนโลยีการผลิตตลอดจนการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน ทำให้ต้องอาศัยการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพราะโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งถือเป็นองค์กรหรือสถาบันที่จะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและประชาชนในทางตรงข้ามลูกจ้างของสถาบันเองก็จะมีการรวมตัวกันเป็นองค์การในรูปของสหภาพแรงงานเพื่อให้มีพลังต่อรองแสดงความต้องการของตนและชี้ข้อบกพร่องของฝ่ายบริหาร นอกจากนี้โรงงานอุตสาหกรรมยังเกี่ยวข้องกับบุคคลภายนอกฝ่ายต่าง ๆ อีกมากมายไม่ว่าจะเป็นประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงกับที่ตั้งของโรงงาน ผู้บริโภคสินค้า เจ้าหน้าที่ของรัฐบาล ฯลฯ

ฉะนั้น การดำเนินงานหรือการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงงานอุตสาหกรรมย่อมมีผลกระทบต่อบุคคลเหล่านี้ไม่โดยตรงก็โดยอ้อม นอกจากนี้สิ่งหนึ่งที่องค์กรต้องการก็คือความสนับสนุนและความร่วมมือจากบุคคลเหล่านั้น โดยองค์กรจะต้องสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลเหล่านี้ด้วยการใช้วิธีการด้านสื่อสารที่เรียกว่า "การประชาสัมพันธ์" (Public relations) ในการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อลดปัญหาความขัดแย้งและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และยังสามารถตรวจสอบประสามติหรือความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ที่มีต่อองค์กรด้วย

5. ประเภทของการสื่อสาร

การจำแนกประเภทของการสื่อสารนั้น สามารถใช้เกณฑ์ต่าง ๆ จำแนกได้มากมาย เช่น จำนวนของผู้สื่อสาร ลักษณะของภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ความแตกต่างระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เป็นต้น

ซึ่งในที่นี้ จะนำเสนอเฉพาะประเภทของการสื่อสารที่ใช้จำนวนของผู้สื่อสารเป็นเกณฑ์ ซึ่งแบ่งได้ 5 ประเภท ดังนี้

1. การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) คือ การสื่อสารของบุคคลคนเดียว โดยทำหน้าที่เป็นทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร เช่น การพูดกับตัวเอง การเขียนและอ่านตรวจทานก่อนส่งงานหรือเอกสารต่าง ๆ ฯลฯ

1.1 ความสำคัญของการสื่อสารภายในบุคคล

1) กระบวนการสื่อสารภายในบุคคลเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการสื่อสารทุกประเภท กระบวนการสื่อสารภายในบุคคลเกิดขึ้นก่อนและระหว่างการสื่อสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นพื้นฐานในการรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัว

2) ศักยภาพในการสื่อสารภายในบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง ในการกำหนดสัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารระหว่างบุคคล ความสามารถในการสื่อสารกับบุคคลอื่น เกิดจากความสามารถภายในตัวบุคคล รู้ว่าตนเชื่อสิ่งใด มีทัศนคติอย่างไร ส่งผลให้เกิดการพิจารณาประเด็นตัวตนประกอบอีกด้วย

ตัวตน (Self) เป็นแนวคิดของ จอร์จ เฮอร์เบิร์ต มีด (George Herbert Mead) นักสังคมวิทยา ที่พยายามอธิบายเรื่อง “Self = I + me” ในมุมมอง “I” = “self-conception” ตัวตนตามลักษณะเฉพาะของเราเองภายในปัจเจกบุคคล (impulsive tendency) แสดงออกทางความคิดว่าตนเองคิดอย่างไร ในมุมมอง “Me” = “views of others” เป็นตัวตนที่เกิดจากความเห็นและปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (incorporated others) แสดงออกทางความคิดในมุมมองที่ผู้อื่นมองเรา จากแนวคิด Self หรือ ตัวตนเกิดจากผลรวมของ I + me หมายถึง ตัวตนที่เกิดขึ้นจากภายในตัวบุคคลให้ความหมายโดยปัจเจกบุคคลเองรวมกับตัวตนที่เกิดจากความเห็นและปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในมุมมองที่ผู้อื่นมองเรา

2. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) คือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปในลักษณะที่ผู้รับสารและผู้ส่งสารสามารถที่จะแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง เช่น การเขียนจดหมายถึงกัน การสนทนาทางโทรศัพท์ การเรียนในชั้นเรียน เป็นต้น

สามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดของโจเซฟ ลูฟท์ และ ฮารี อิงแฮม ทฤษฎีหน้าต่างโจฮารี ใช้อธิบายถึงระดับของการพัฒนาความสัมพันธ์และปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ระดับการการรับรู้ตนเองและการรับรู้ของบุคคลอื่นที่มีต่อตนเอง



รูป 1 ทฤษฎีหน้าต่างโจฮารี

ที่มา <https://becommon.co/life/heart-johari-window/#accept>

สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1) ช่องบนซ้าย คือ open self (ทุกคนรู้) เป็นตัวตนที่เปิดเผยอย่างตรงไปตรงมา เรา รู้ตัวและตั้งใจ แสดงพฤติกรรมนั้นซึ่งมีจุดประสงค์ชัดเจนให้คนอื่นเห็นและเข้าใจได้ทันที เช่น ยิ้มให้ หัวเราะเสียงดัง รวมถึงความคิดความอ่าน ทศนคติ มุมมอง ยิ่งเรามีท่าทีที่เปิดกว้างต่อความเป็นตัวเองมากเท่าไร ยิ่งมีความเป็นไปได้ว่าผู้อื่นก็จะตอบโต้ด้วยท่าทีที่เปิดเผยเหมือนกัน ทำให้เกิดความใกล้ชิดสนิทสนมมากขึ้น

2) ช่องบนขวา คือ blind self (เราไม่รู้ แต่เขาคุ่ออก) เป็นพื้นที่บอด เพราะเราแสดงพฤติกรรมออกไปโดยไม่รู้ตัว แต่ผู้อื่นรับรู้ได้ เขามองเห็นตัวเราในมุมที่เราเองไม่เคยสังเกตมาก่อน ส่วนใหญ่เป็นข้อเสียหรือจุดบกพร่องที่เราอาจทำผิดพลาดจากความไม่ตั้งใจและไม่ได้ตระหนักรู้ว่าตนเองได้ทำสิ่งที่ไม่เหมาะสมลงไป เราจะรับรู้ได้ก็ต่อเมื่อผู้อื่นเตือนหรือชี้แนะ ซึ่งต้องยอมรับและปรับปรุงตัวเองให้ดีขึ้น หากไม่เปลี่ยนแปลงตัวเอง จะยิ่งสร้างปัญหาและความขัดแย้งกับผู้อื่น

3) ช่องล่างซ้าย คือ hidden self (เรารู้อยู่คนเดียว) เป็นตัวตนที่เราเก็บซ่อนไว้ไม่ให้ใครล่วงรู้ มักจะเป็นความรู้สึกนึกคิดภายในใจ หรือเป็นพฤติกรรมลับที่ไม่เคยแสดงออกให้ใครเห็น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะว่าหากคนอื่นรู้เข้าจะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทันที อาจสร้างความห่างเหินหรือทำให้ไม่สนิทใจจนไม่ยอม

รู้จักกันอีกต่อไป เช่น ในใจเกลียดชังคนนี้นัก แต่ต้องทำที่ท่าว่ารู้สึกดี ภาพที่คนอื่นเห็นจึงตรงข้ามกับความจริงที่ใจคิด

4) ช่องว่างขวา คือ unknown self (ไม่มีใครรู้) เป็นตัวตนที่รอการค้นพบ โดยไม่รู้ว่าจะเจอหรือไม่ และจะเจอเมื่อไหร่ แต่จะรู้ได้ก็ต่อเมื่อพบเจอประสบการณ์ใหม่หรือเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึง เช่น เราอาจไม่รู้ว่าตัวเองมีความสามารถหรือพรสวรรค์ด้านใดด้านหนึ่งมากๆ จนกว่าจะได้ลองทำหรือหยิบจับสิ่งนั้น นอกจากนี้ยังรวมถึงพฤติกรรมที่เราอาจแสดงออกมาภายใต้สถานการณ์คับขัน เช่น เมื่อต้องต่อสู้เอาชีวิตรอด

หน้าตาของโจฮารีจึงยืนยันความจริงเกี่ยวกับตัวตนของมนุษย์ว่า ไม่มีใครรู้จักตนเองได้อย่างถ่องแท้ แต่นั่นไม่ใช่ปัญหาเพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องเชื่อมสัมพันธ์กับผู้อื่นตลอดเวลา จุดนี้เองเป็นทั้งเหตุผลและความหวังที่ทำให้คนเรารู้จักปรับพฤติกรรมไปในทางที่ดีขึ้นได้เสมอ นำไปสู่เป้าหมายหลักที่ลูฟท์และอิงแกรมเสนอไว้เป็นแนวทางเพื่อพยายามขยายช่องบนซ้าย หรือ open self ให้ใหญ่ขึ้น ด้วยวิธีดังนี้

1) เปิดเผยตัวตนมากขึ้น โดยแบ่งปันเรื่องราว ประสบการณ์ และมุมมองของชีวิตกับผู้คนรอบตัว เพื่อให้เกิดความเชื่อใจและไว้วางใจต่อกัน เพิ่มความสนิทชิดเชื้อ

2) หมั่นถามความเป็นเราจากคนที่คิดดีและหวังดีกับเรา อาจเป็นคนในครอบครัว คนรัก เพื่อนสนิท และหัวหน้างาน เพราะทำให้เรามองเห็นตัวตนในอีกแง่มุมได้ เพื่อพัฒนาส่วนที่ดี และแก้ไขส่วนที่แย่

3) สังเกตและทบทวนความสัมพันธ์ บางครั้งความเกรงใจทำให้คนอื่นเลือกไม่พูดถึงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของเราโดยตรง แต่เขาจะแสดงออกด้วยท่าทีที่ผิดไปจากปกติ ซึ่งเป็นสัญญาณเตือนให้เราระวังการกระทำของตัวเองให้มากขึ้น และในท้ายที่สุดเมื่อเราขยาย open self ได้ใหญ่กว่าช่องอื่น ๆ แสดงว่าเราเข้าใจตัวเอง และเข้าขั้นตัวตนของผู้อื่น ซึ่งความเข้าใจจะคอยทำหน้าที่เป็นกาวคอยเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างกัน และกันให้คงอยู่ไม่จางหาย แต่ถ้าหากชีวิตปราศจากความเข้าใจ ก็คงไม่อาจรักษาความสัมพันธ์ใด ๆ ไว้ได้เช่นกัน

3. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication) คือ การสื่อสารระหว่างคนจำนวนมากที่อยู่ในที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น การอภิปรายในหอประชุม การพูดเพื่อหาเสียงเลือกตั้ง หรือการนำเสนอผลงานของนิสิตในรายวิชาโรงเรียนทางนิเทศศาสตร์ ฯลฯ ซึ่งการสื่อสารประเภทนี้ ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะมีโอกาสแลกเปลี่ยนสารโดยตรงน้อยกว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยปกติสามารถแบ่งได้ 2 กรณี ดังนี้

1) การสื่อสารแบบกลุ่มเล็ก (Small-group communication) เป็นกลุ่มที่มีสมาชิกจำนวน 3 คนขึ้นไป (แต่ไม่มากจนเกินไปสมาชิกรู้จักซึ่งกันและกันอย่างทั่วถึง และมีเป้าหมายเดียวกัน ซึ่งการสื่อสารแบบกลุ่มเล็กนี้ จะเป็นไปอย่างไม่เป็นทางการ

2) การสื่อสารแบบกลุ่มใหญ่ (Large-group communication) หรือการพูดในที่สาธารณะชน เป็นกลุ่มที่มีสมาชิกจำนวนมากจนไม่สามารถรู้จักซึ่งกันและกันอย่างทั่วถึง ลักษณะการสื่อสารจะเป็นไปในทางการอภิปราย การบรรยาย หรือการปาฐกถา ซึ่งการสื่อสารแบบกลุ่มใหญ่นี้จะต้องมีหัวหน้าควบคุมการปฏิบัติงานอย่างเป็นอย่างเป็นทางการ

4. การสื่อสารในองค์กร (Organization Communication) คือ การสื่อสารระหว่างผู้ที่เป็นสมาชิกในองค์กรหรือหน่วยงานเพื่อปฏิบัติภารกิจของหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย เช่น การสื่อสารในบริษัทหรือการสื่อสารในหน่วยงานราชการ เป็นต้น มี 2 มิติ ดังนี้

1) มิติของการบอกกล่าวหรือการรายงาน (report) จัดเป็น ระดับเนื้อหา (content) เพื่อแจ้งสาระสำคัญของข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสาร

2) มิติของการสั่ง (command) จัดเป็นระดับความสัมพันธ์ (relationship) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ตัวอย่าง ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดกล่าวกับพนักงานในฝ่าย “คุณต้องเสนอรายงานกิจกรรมการตลาดไว้บนโต๊ะผมภายในเช้าวันจันทร์หน้า”

5. การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) คือ การสื่อสารไปสู่มวลชนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน โดยที่ผู้รับสารอยู่คนละที่กันเป็นการสื่อสารที่ใช้ช่องทางที่เข้าถึงคนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น

ลักษณะสำคัญของการสื่อสารมวลชน ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร

1.1 อยู่ในรูปขององค์การสื่อสารมวลชน (Mass media organization)

1.2 ผู้ส่งสารไม่รู้จักผู้รับสารเป็นการส่วนตัว และไม่มีเจตนาส่งสารไปยังผู้รับสารคนไหนคนใด โดยเฉพาะ

1.3 ผู้ส่งสารมีสถานะเป็นสถาบันทางสังคม (Social institute)

1.4 ผู้ส่งสารจะทำหน้าที่เป็นผู้รักษาช่องทางการสื่อสารหรือนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper)

2. สาร

2.1 สารในกระบวนการสื่อสารมวลชนมีความเป็นสาธารณะ (Public)

2.2 สารถูกส่งออกไปอย่างรวดเร็ว (Rapid)

2.3 ในอดีตสารของกระบวนการสื่อสารมวลชนมีอายุจากดูไม่ยั่งยืน (Transient)

2.4 สารในกระบวนการสื่อสารมวลชนจะมีความหลากหลาย (Variety)

3. สื่อ

3.1 ต้องเป็นสื่อที่สามารถนำข่าวสารไปยังมวลชนผู้รับสารซึ่งอาศัยในหลากหลายพื้นที่ได้อย่างรวดเร็ว

3.2 เป็นสื่อที่มีความสลับซับซ้อนเนื่องจากต้องอาศัยเทคโนโลยีในการดำเนินงานและต้องมีการลงทุนสูง

3.3 เป็นสื่อมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบเอกวิถีและไม่เอื้อให้เกิดปฏิกิริยาตอบกลับแบบทันทีทันใด (ในอดีต)

3.4 สื่อมวลชนมีหลายประเภทและมีหลากหลายทางเลือกในสื่อประเภทเดียวกัน

4. ผู้รับสาร

4.1 ผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชนมีจำนวนมาก

4.2 ผู้รับสารมีความแตกต่างกัน

4.3 ผู้ส่งสารไม่รู้จักผู้รับสาร

4.4 ในขณะที่รับสารจากกระบวนการสื่อสารมวลชน ผู้รับสารจะมีลักษณะความเป็นปัจเจกบุคคลมากกว่าความเป็นสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งปัจเจกบุคคลนั้นเป็นสมาชิก

6. บทสรุป

แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน ประกอบด้วย (1) ความหมายของการสื่อสารมวลชน การสื่อสารมวลชน หมายถึง กระบวนการสื่อสารขององค์กรสื่อสารมวลชนที่จัดขึ้นอย่างเป็นทางการมี คนทำงานจำนวนมากที่เรียกว่านักสื่อสารมวลชน ทำการผลิตเนื้อหาสารที่มีความสดใหม่ ทันสมัย หรือสามารถ นำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความรู้ใหม่หรือการตัดสินใจหรือการแก้ไขปัญหาต่างๆ ผ่านช่องทางการสื่อสาร ต่างๆ อาทิโทรทัศน์วิทยุ หนังสือพิมพ์อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น ไปยังผู้รับสารจำนวนมากที่อยู่ กระจายไปทั่วและไม่เป็นที่รู้จักระหว่างกัน (2) คุณลักษณะของการสื่อสารมวลชน เป็นการส่งข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิดที่หลากหลายจากองค์กรหรือสถาบันสื่อมวลชนไปยังประชาชนโดยอาศัยเครื่องมือการสื่อสาร นั้นก็คือสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ อาทิ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์หนังสือ ภาพยนตร์หนังสือพิมพ์วารสารและ นิตยสาร เป็นต้น และส่งผลหรือมีอิทธิพลมากกว่าการสื่อสารประเภทอื่นๆ (3) ประเภทของสื่อมวลชนที่ จำแนกด้วยการพิจารณาคุณสมบัติและสถานการณ์คือ 1) สื่อมวลชนหรือสื่อเก่า ได้แก่ หนังสือพิมพ์นิตยสาร วิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์และ 2) สื่อใหม่ (4) คุณลักษณะของสื่อมวลชน สามารถพิจารณาได้จาก 1) ความรวดเร็วของสื่อมวลชน 2) ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร 3) โอกาสที่จะได้รับข่าวสาร และ 4) ปริมาณและ ความสมบูรณ์ของเนื้อหา (5) บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ได้แก่ 1) การให้ข่าวสาร (Information) 2) การ สังคมประกิตหรือสังคมกรรม (Socialization) 3) การสร้างแรงจูงใจ (Motivation) 4) การถกเถียงอภิปราย (Debate and Discussion) เป็นต้น (6) มุมมองทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชนในสังคมไทย สื่อเป็น เครื่องมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริง แต่สิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมบางครั้ง สื่อไม่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบ ข้อเท็จจริงกลับเป็นเครื่องมือของคนชั้นนำในสังคม เพราะว่าความเป็นเสรีทำให้ระบบทุนนิยม

7. แบบฝึกหัดท้ายบท

1. สื่อสารมวลชน หมายถึง

.....
.....
.....

2. ขอให้นิสิตอธิบายคุณลักษณะของการสื่อสารมวลชน หมายถึง

.....
.....
.....

3. ขอให้นิสิตอธิบายประเภทของสื่อมวลชนและ คุณลักษณะของสื่อมวลชน พร้อมยกตัวอย่าง

.....
.....
.....

8. เอกสารอ้างอิง

ปรมะ สตะเวทิน. (2534). เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1-8 (พิมพ์ครั้งที่ 10).

นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ภาทิพย์ ตรีสกุล, วิภาณี แม้นอินทร์, และเรวดี ไวยวาสนา. (2563). หลักนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 7). ศูนย์

หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

วิรัช วงศ์ภินันท์วัฒนา. (มปป). ภาษากับการสื่อสารมวลชน. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ. (2550). การพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ :

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

อรประพิน กิตติเวช สุรีย์รัตน์ บำรุงสุข และวิชาติ บุรณะประเสริฐสุข. (2549). ภาษาเพื่อการสื่อสาร.

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Ballow. R.; Gilson. T.Q.; & Odiome, G.S. (1962) *Executive Skills: Their Dynamics and Development*. Englewood Cliffs. NJ : Prentice Hall.

Rogers, E. M. (1994). *History of communication study*. New York: Free Press.

Schramm, Wilbur. (1973). *Channels and Audiences in Handbook of Communication*. Chicago
: Rand Mcnelly Colledge.

บทที่ 2

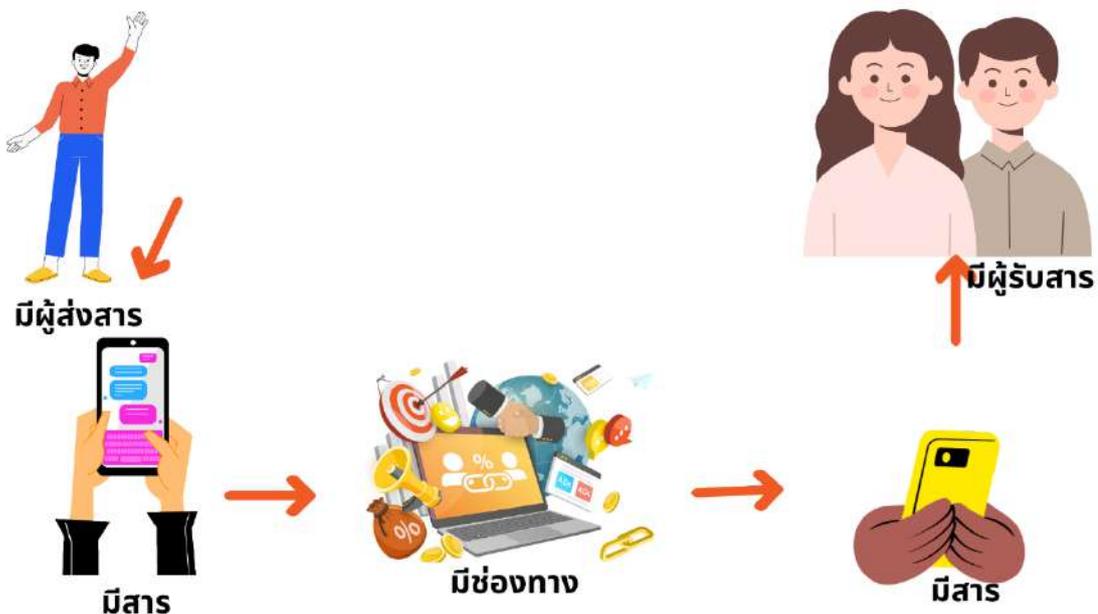
องค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร

ก. ใจความสำคัญของบท

กระบวนการสื่อสารเกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบในกระบวนการสื่อสาร ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน (interdependent) พร้อมกันหรือในเวลาเดียวกัน (simultaneously) และต่อเนื่องกันไป (continuously) ตลอดกิจกรรมการสื่อสาร ดังนั้นแต่ละองค์ประกอบจึงมีอิทธิพลซึ่งกันและกันและส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการสื่อสาร ดังนั้นเพื่อให้เข้าใจปรากฏการณ์ของกระบวนการสื่อสารได้ชัดเจนยิ่งขึ้นจึงจำเป็นต้องศึกษาลักษณะและรายละเอียดต่าง ๆ ของแต่ละองค์ประกอบซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของกระบวนการสื่อสาร และส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสารของมนุษย์

1. องค์ประกอบของการสื่อสาร

กระบวนการถ่ายทอดสารของมนุษย์ประกอบโดยทั่วไป จะประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 4 ประการ คือ 1. ผู้ส่งสาร หรือผู้เข้ารหัส (sender / encoder) 2. ผู้รับสาร หรือ ผู้ถอดรหัส (receiver / decoder) 3. สาร (message) 4. ช่องทางการสื่อสาร (channel) โดยมีรายละเอียดตามภาพประกอบด้านล่างนี้



รูป 2 กระบวนการสื่อสาร
ที่มา โดยผู้เขียน

สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร

ผู้ส่งสาร (Sender) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มหรือเริ่มต้นส่งสารไปให้อีกบุคคลหนึ่งจะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม หรือเป็นผู้ทำหน้าที่ส่งสารผ่านช่องทางหนึ่งไปยังผู้รับสาร ฉะนั้น ผู้ส่งสารจึงมีบทบาทใน

การชี้แนะว่าพฤติกรรมการสื่อสารภายในสถานการณ์หนึ่งๆ นั้น จะเป็นไปได้และมีผลอย่างไรหรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ผู้ส่งสารคือ ผู้กระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) จากผู้รับสาร หรือผู้ส่งสารอาจเรียก ผู้เข้ารหัส (Encoder) คือ ผู้ที่รับผิดชอบในการนำความคิดของผู้ริเริ่ม ความคิดหรือแหล่งสาร (Source) ส่งไปยังผู้ที่ต้องการจะสื่อสารด้วย โดยการใช้สัญญาณ (Signal) และสัญลักษณ์ (Symbol) หรือเรียกว่า การเข้ารหัส (Encoding) ซึ่งแสดงถึงเป้าหมายหรือสิ่งที่แหล่งสารต้องการสื่อ

สำหรับปัจจัยที่ควรพิจารณาเกี่ยวกับผู้ส่งสารมี 5 ประการดังนี้

1.1 ทักษะในการสื่อสาร (Communication skills) หมายถึง ความสามารถของผู้ส่งสารในการสื่อสารซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประการ ได้แก่

(1) ทักษะในการสื่อสารด้วยวจนภาษา (Verbal communication skills) ซึ่งประกอบด้วยทักษะ 3 ประการดังนี้

- 1) ทักษะในการเข้ารหัส ได้แก่ ความสามารถในการเขียน และการพูด
- 2) ทักษะในการถอดรหัส ได้แก่ ความสามารถในการอ่าน และการฟัง
- 3) ทักษะในการคิดและการใช้เหตุผล ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อความสามารถในการเข้ารหัสและถอดรหัส

ถอดรหัส

(2) ทักษะในการสื่อสารด้วยอวจนภาษา (Nonverbal communication skills) หมายถึง ความสามารถในการใช้อวจนภาษา เช่น ภาษาท่าทางหรือภาษากาย การสัมผัสปริภาษา ฯลฯ ซึ่งใช้เสริมความหมาย หรือแทนความหมายของวจนภาษา ทักษะหรือความสามารถในการสื่อสารดังกล่าวนี้มีอิทธิพลต่อผู้ส่งสาร 2 ประการ คือ ช่วยให้ผู้ส่งสารสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการสื่อสาร และช่วยให้ผู้ส่งสารสามารถเข้ารหัสสารที่ต้องการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับเรื่องที่ต้องการสื่อสาร ผู้รับสาร และบริบทหรือสถานการณ์แวดล้อมในขณะสื่อสาร

1.2 ทศนคติ (Attitudes) หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อบุคคล วัตถุ หรือสิ่งแวดลอมซึ่ง ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของมนุษย์ ทศนคติของผู้ส่งสารแบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

(1) ทศนคติที่ผู้ส่งสารมีต่อตนเอง (Attitude toward self) หมายถึง การประเมินตนเองของผู้ส่งสารทั้งในด้านบวกและด้านลบ ซึ่งล้วนมีผลต่อการสื่อสารของผู้ส่งสาร กล่าวคือ หากผู้ส่งสารประเมินตนเองในด้านบวก เช่น คิดว่าตนมีความสามารถและรอบรู้ในเรื่องที่จะสื่อสารก็จะทำให้เกิดความมั่นใจและประสบความสำเร็จในการสื่อสาร หากประเมินตนเองในทางตรงกันข้ามก็จะทำให้เกิดความไม่มั่นใจ ดังนั้น ทศนคติจึงส่งผลต่อวิธีการสื่อสาร สารที่สร้างขึ้น และลักษณะของปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารด้วยเช่นกัน

(2) ทศนคติต่อเรื่องที่จะสื่อสาร (Attitude toward subject matter) หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อเรื่องหรือประเด็นที่จะสื่อสาร กล่าวคือหากผู้ส่งสารมีทศนคติที่ดีต่อเรื่องที่จะสื่อสารก็จะทำให้เกิดความมั่นใจ และสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพแต่หากไม่เห็นด้วยกับเรื่องที่จะพูด แต่ต้องพูดเรื่องนั้นในเชิงเห็นด้วยก็จะทำให้เกิดความลำบากใจในการพูด

(3) ทักษะติดต่อผู้รับสาร (Attitude toward Receiver) หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อผู้รับสาร กล่าวคือหากผู้ส่งสารกับผู้รับสารมีความรู้สึกที่ดีต่อกัน ก็จะส่งผลให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการสื่อสาร การเลือกภาษาถ้อยคำ และการแสดงออกในการสื่อสาร รวมทั้งระดับความสัมพันธ์ที่มีต่อกันด้วยเช่นกัน

1.3 ความรู้ (Knowledge) ความรู้ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้ส่งสาร ประกอบด้วย

(1) ความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสาร (Knowledge of subject matter) หมายถึง ระดับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อเรื่องที่จะสื่อสาร หากผู้ส่งสารมีความรู้ความเข้าใจเรื่องนั้นอย่างดีก็จะส่งผลให้เกิดความมั่นใจในการสื่อสาร และทำให้ผู้รับสารเข้าใจสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อสารได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

(2) ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร (Knowledge of the communication process) หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ และทักษะที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร รวมทั้ง ความสามารถในการวิเคราะห์ห้องประกอบต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสาร ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมในขณะสื่อสารและประสิทธิผลในการสื่อสารของผู้ส่งสาร

1.4 สถานภาพทางสังคมและวัฒนธรรม (Position within a social-cultural system) หมายถึง สถานภาพทางสังคมของผู้ส่งสาร การเป็นสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ ซึ่งรวมเรียกว่า ภูมิหลังทางสังคมและวัฒนธรรม (social-cultural background) ของผู้ส่งสารจะส่งผลต่อความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้ส่งสาร ความรู้สึกของผู้รับสาร และความเข้าใจที่เกิดขึ้นระหว่างกัน หากภูมิหลังทางสังคมและวัฒนธรรมของทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความใกล้เคียงกัน ประสิทธิภาพของการสื่อสารก็มากขึ้นด้วย

1.5 ขอบเขตประสบการณ์ (Field of experience) หมายถึง ประสบการณ์หรือการเรียนรู้ของผู้ส่งสาร ซึ่งจะเป็นปัจจัยกำหนดระดับความสอดคล้องต้องกันระหว่างความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อสารไปยังผู้รับสารกับความหมายของสารที่ผู้รับสารมีหลังจากที่ได้รับสารจากผู้ส่งสาร หากผู้ส่งสารมีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ร่วมกันก็จะช่วยให้เข้าใจความหมายของสารได้ตรงกันหรือสอดคล้องกัน ดังนั้นผู้ส่งสารจึงต้องคำนึงถึงขอบเขตประสบการณ์ของผู้รับสารเพื่อสร้างสารที่สามารถสื่อความหมายได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของตน

ในทฤษฎีของเบอร์โล (Berlo, 1977) การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้เมื่อผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความคล้ายคลึงกัน หากทั้งสองฝ่ายไม่มีความคล้ายคลึงกันการสื่อสารก็เกิดขึ้นไม่ได้ โรเจอร์ส และ ชูเมคเกอร์ (Rogers, & Shoemaker, 1971) อธิบายว่าลักษณะความคล้ายคลึงกันของผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้น ได้แก่ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา สถานะทางสังคม ฯลฯ ซึ่งแชรหม์เรียกว่า “ประสบการณ์” (Schramm, 1960) อริสโตเติล อธิบายว่า ผู้ส่งสารที่จะสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้นต้องมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้ (Ruben, & Stewart, 1998)

1) บุคลิกลักษณะที่น่าเชื่อถือของผู้พูดในจิตใจของผู้รับสาร หมายถึง มีความรู้จริงในสิ่งที่พูด มีคุณธรรมความดีในใจ มีความจริงใจ และปรารถนาดีต่อผู้ฟัง

2) ความเข้าใจในสภาพอารมณ์และทัศนคติของผู้รับสาร เพื่อเลือกถ้อยคำที่เหมาะสมสำหรับผู้ฟัง

3) การเรียบเรียงคำพูดและวิธีการพูด โดยใช้ข้อเท็จจริง เหตุผล หลักฐาน และหลักตรรกวิทยามาใช้ประกอบการพูด

2. ผู้รับสาร

ผู้รับสาร (Encoder) คือ ผู้ที่รับสารจากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง เมื่อได้รับสารผู้รับสารจะเกิดการตีความและการตอบสนองจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม และส่งปฏิกิริยาตอบสนอง (Feedback) กลับไปให้ผู้ส่งสาร หรือผู้รับสารเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ผู้ถอดรหัส (Decoder) คือ ผู้ที่ถอดความหมายของสัญญาณหรือสัญลักษณ์ที่ผู้เข้ารหัสส่งมา หรืออีกนัยหนึ่ง คือ ผู้รับผิดชอบการถอดรหัสของสาร (Decoding) เพื่อให้ผู้รับสารปลายทาง (Receiver / Destination) หรือผู้รับสารที่ผู้ส่งสารต้องการให้ได้รับสารของตน

ปัจจัยที่ควรพิจารณาและเกี่ยวข้องกับผู้รับสาร มี 5 ประการเหมือนกับผู้ส่งสาร แต่มีรายละเอียดแตกต่างกันในบางประเด็น ดังนี้

2.1 ทักษะในการสื่อสาร (Communication skills) หมายถึง ความสามารถในการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

(1) ทักษะในการสื่อสารด้วยวัจนภาษา (Verbal communication skills) ซึ่งแบ่งเป็น การฟัง การพูด

- 1) ทักษะในการถอดรหัส ได้แก่ ความสามารถในการอ่าน
- 2) ทักษะในการเข้ารหัส ได้แก่ ความสามารถในการเขียน
- 3) ทักษะในการคิดและการใช้เหตุผล ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อความสามารถในการถอดรหัสและเข้ารหัส

(2) ทักษะในการสื่อสารด้วยอวัจนภาษา (Nonverbal communication skills) หมายถึง ความสามารถในการแปลความหมายของอวัจนภาษาที่ได้รับ และใช้อวัจนภาษา เช่น ภาษาท่าทาง หรือภาษากาย การสัมผัส ปริภาษา ฯลฯ ซึ่งใช้เสริมความหมายหรือแทนความหมายของวัจนภาษาได้เช่นกัน ทักษะหรือความสามารถในการสื่อสารมีอิทธิพลต่อผู้ส่งสาร 2 ประการคือ

- 1) ช่วยให้ผู้รับสารสามารถทราบวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของผู้ส่งสารและการรับสารของตนและ
- 2) ช่วยให้ผู้รับสารสามารถถอดรหัสสาร แปลความหมายสาร และเข้าใจสารได้ตรงกันหรือสอดคล้องกับความหมายซึ่งผู้ส่งสารต้องการสื่อไปยังผู้รับสาร

2.2 ทศนคติ (Attitudes) หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อบุคคล วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อมซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ ทศนคติของผู้รับสารแบ่งเป็น 3 ประเภทดังนี้

(1) ทศนคติที่ผู้รับสารมีต่อตนเอง (Attitude toward self) หมายถึง การประเมินตนเองของผู้รับสารทั้งในด้านบวกและด้านลบ ซึ่งล้วนมีผลต่อการสื่อสารของผู้รับสาร กล่าวคือ หากผู้รับสารประเมินตนเองในด้านบวก เช่น คิดว่าตนมีความพร้อม มีความตั้งใจ และมีความสามารถก็จะทำให้เกิดความมั่นใจและ

ประสบความสำเร็จในการสื่อสาร หากประเมินตนเองในทางตรงกันข้ามก็จะทำให้เกิดความไม่มั่นใจ ดังนั้นทัศนคติจึงส่งผลต่อสารที่ได้รับ และลักษณะของปฏิสัมพันธ์กับผู้ส่งสารด้วยเช่นกัน

(2) ทัศนคติต่อเรื่องที่จะสื่อสาร (Attitude toward subject matter) หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อเรื่องหรือประเด็นที่จะสื่อสาร กล่าวคือหากผู้รับสารมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องที่จะสื่อสารก็ทำให้เกิดความมั่นใจและเพิ่มประสิทธิภาพในการรับสารได้ แต่หากไม่เห็นด้วยกับ เรื่องที่ได้รับก็อาจทำให้ผู้รับสารไม่ต้องการรับรู้ต่อต้าน หรือไม่เห็นด้วยกับสารนั้นทันที

(3) ทัศนคติต่อผู้ส่งสาร (Attitude toward sender) หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อผู้ส่งสาร กล่าวคือ หากผู้รับสารกับผู้ส่งสารมีความรู้สึกที่ดีต่อกันก็จะส่งผลให้เกิดบรรยากาศที่ดีในขณะสื่อสาร ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจที่ดีต่อสาร ระดับความสัมพันธ์ที่มีต่อกัน รวมทั้งลักษณะของปฏิกริยาตอบกลับด้วยเช่นกัน

2.3 ความรู้ (Knowledge) ความรู้ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้รับสาร ประกอบด้วย

(1) ความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสาร (Knowledge of subject matter) หมายถึง ระดับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อเรื่องที่จะสื่อสาร หากผู้รับสารมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องที่กำลังสื่อสารจะส่งผลให้เข้าใจเรื่องราวที่ได้รับมากขึ้นและทำให้เกิดความมั่นใจในการแสดงปฏิกริยาตอบกลับ

(2) ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร (Knowledge of the communication process) หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ และทักษะที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร รวมทั้ง ความสามารถในการวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสารซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมในขณะสื่อสาร และประสิทธิผลในการสื่อสารของผู้ส่งสาร

2.4 สถานภาพทางสังคมและวัฒนธรรม (Position within a social-cultural system) หมายถึง สถานภาพทางสังคมของผู้รับสาร การเป็นสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ประเพณีวัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ ซึ่งรวมเรียกว่า ภูมิหลังทางสังคมและวัฒนธรรม (Social-cultural background) ของผู้รับสาร ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมของคู่สื่อสาร ความรู้สึก ของคู่สื่อสาร และความเข้าใจระหว่างกัน หากภูมิหลังทางสังคมและวัฒนธรรมของทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสารมีความใกล้เคียงกันประสิทธิผลของการสื่อสารก็สูงขึ้นด้วย

2.5 ขอบเขตประสบการณ์ (Field of experience) หมายถึง ประสบการณ์ หรือ การเรียนรู้ของผู้รับสารซึ่งส่งผลต่อระดับความเข้าใจความหมายของสารร่วมกันระหว่างคู่สื่อสาร หากคู่สื่อสารมีประสบการณ์หรือเรียนรู้เรื่องหนึ่งเรื่องใดร่วมกัน หรือมีความสอดคล้องกันก็จะส่งผลให้สามารถรับรู้ความหมายของสารร่วมกับผู้ส่งสารได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เนื่องจากผู้รับสารเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร หากผู้รับสารเข้าใจสารของผู้ส่งสาร การสื่อสารก็ประสบความสำเร็จ ดังนั้นผู้ส่งสารจึงต้องเตรียมตัว เตรียมสาร และเตรียมสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารของตน การเตรียมความพร้อมดังกล่าวนี้เริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ผู้รับสาร หมายถึง การกำหนดผู้รับสารเป้าหมาย การจัดกลุ่มผู้รับสาร และการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นของกลุ่มผู้รับสารเหล่านั้น เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการกำหนดรูปแบบ วิธีการสื่อสาร ฯลฯ เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ข้อมูลที่จำเป็นของกลุ่มผู้รับสารนั้นได้แก่ คุณสมบัติที่มองเห็นได้จากภายนอกเช่น เพศ อายุ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม รายได้ ภูมิลำเนา ฯลฯ ซึ่งยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) เรียกรวมน่า

คุณสมบัติทางประชากร (Demographic characteristics) และคุณสมบัติที่ไม่อาจมองเห็นได้ เช่น ค่านิยม ทัศนคติ ความเชื่อ ความสนใจ และรูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นต้น

3. สาร

สาร (Message) หมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารไปให้ผู้รับสารในรูปของรหัสคำว่า “รหัส” หมายถึง สัญญาณ (Signal) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) หรือกลุ่มของสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในลักษณะที่มีความหมายต่อคน และผู้รับสารสามารถเข้าใจความหมายของมันได้ต่อเมื่อมีการถอดความหมายของสัญญาณหรือสัญลักษณ์ออกมา สัญญาณหรือสัญลักษณ์ในที่นี้อาจเป็น คำพูด ตัวหนังสือ รูปภาพ เครื่องหมาย หรือการทำทางต่างๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงหรือถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการและวัตถุประสงค์ของผู้รับสาร ซึ่งส่วนใหญ่แล้วสารก็คือ ภาษา (Language) โดยสามารถแบ่งเนื้อหาของสารได้ 2 ประเภทคือ

3.1. รหัสของสารที่ใช้คำ (Verbal Message Codes) ได้แก่ ภาษาอันเป็นระบบของสัญลักษณ์และหรือระบบของสัญญาณที่มนุษย์ใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อซึ่งกันและกัน มนุษย์ได้สร้างขึ้นและพัฒนาสืบต่อมาโดยลำดับ ภาษาจะมีโครงสร้าง (Structure) ที่ทำให้ส่วนประกอบต่างๆ (Elements) รวมเข้าไปด้วยกันอย่างมีความหมาย (ส่วนประกอบของภาษา เช่น เสียง (Sound) ตัวอักษร (Letters) คำ (Words) คำสะกด การันต์ เครื่องหมายต่างๆ ฯลฯ) ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถนำมาเรียบเรียงเข้าเป็นถ้อยคำ เป็นวลี และประโยคที่มีความหมาย โดยอาศัยระเบียบและกฎเกณฑ์ของภาษานั้นๆ เป็นหลัก เช่น โครงสร้างประโยคตามหลักการเขียนภาษาไทย ภาษาอังกฤษ เป็นต้น

3.2 รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ (Nonverbal Message Codes) ได้แก่ ระบบสัญลักษณ์สัญญาณหรือเครื่องหมายใดๆ ก็ตามที่ไม่เกี่ยวข้องกับการใช้ถ้อยคำ เช่น ดนตรี การเดินระบำ อากัปกิริยาท่าทาง (Gesture) การแสดงทางหน้าตา (Facial Expression) สี ธง สัญญาณไฟ ควิน สัญญาณ การวาดภาพ ฯลฯ ซึ่งแต่ละอย่างมีส่วนประกอบย่อย และเมื่อรวมเข้าด้วยกันตามแบบที่กำหนดก็ทำให้มีความหมายขึ้น

4. ช่องทางการสื่อสาร

ช่องทางการสื่อสาร คือ ตัวกลางที่ช่วยในการนำส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ช่องทางเปรียบเหมือนทางหรือพาหะระหว่างผู้ร่วมสื่อสาร เดวิด เบอโรล (David K. Berlo, 1960) แบ่งช่องทางการสื่อสารออกเป็น 3 ประเภท

4.1 ช่องทางที่เป็นตัวกลางนำสารจากผู้ส่งสารไปให้ผู้รับสาร ซึ่งได้แก่ คลื่นแสง คลื่นเสียง วิทยุ โทรเลข โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น ช่องทางเหล่านี้เน้นหนักในเรื่องสื่อทางเทคโนโลยี

4.2. ช่องทางที่เป็นพาหะของสิ่งที่นำสาร เช่น อากาศ ซึ่งเป็นตัวนำคลื่นเสียงไปสู่ประสาทรับความรู้สึกต่างๆ หรือประสาททั้งห้า (ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การสัมผัส และการลิ้นรส) ช่องทางประเภทนี้พบในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล

4.3 วิธีในการเข้ารหัสและถอดรหัสสาร (Mode of encoding and decoding) เช่น การใช้วิธีพูด การใช้วิธีเขียน เป็นต้น ซึ่งนักทฤษฎีนิเทศศาสตร์โดยทั่วไปไม่ยอมรับว่า “ช่องทางการสื่อสาร” ในความหมายนี้ โดยเรโอ (Rao) เน้นว่าช่องทางการสื่อสารมีลักษณะดังต่อไปนี้

(1) ช่องทางเป็นหน่วยพลังงานมวลสาร (Matter – energy unit) ประเภทหนึ่งเรียกว่าสื่อ (medium)

(2) ช่องทางเป็นตัวนำส่งหน่วยพลังงานมวลสาร ซึ่งมีการจัดเป็นระเบียบแบบแผนที่เรียกว่าสารสนเทศ (information)

(3) ช่องทางเป็นตัวเชื่อมระหว่างบุคคลที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง

5. องค์ประกอบเพิ่มเติมของการสื่อสาร

1) สิ่งรบกวน

สิ่งรบกวน (Noise) คือ สิ่งจำกัดประสิทธิภาพการถ่ายทอดสารหรือสิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร ทำให้การสื่อสารไม่บรรลุผลเท่าที่ควร หรือบางครั้งอาจทำให้การสื่อสารไม่สามารถดำเนินต่อไปได้

มีการแบ่งประเภทของสิ่งรบกวนหลายวิธีด้วยกัน เช่น แชนนอนและวีเวอร์ (Shannon and Weaver) แบ่งสิ่งรบกวนเป็น

(1) สิ่งรบกวนทางกายภาพ (Physical noise) หมายถึง สิ่งรบกวนซึ่งเกิดขึ้นภายนอกตัวบุคคล เช่น เสียงรถยนต์ เสียงคนคุยกัน เสียงประตู ฯลฯ

(2) สิ่งรบกวนทางจิตใจ (Psychological noise) หมายถึง สิ่งรบกวนซึ่งเกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ภายใต้อารมณ์ จิตใจ และอารมณ์ของผู้สื่อสาร เช่น ผู้พูดมีอคติต่อเรื่อง มีปัญหาในใจก่อนการพูด หรืออารมณ์ไม่ดี หรือผู้ฟังขาดสมาธิในการฟัง เป็นต้น

6. ปฏิกริยาตอบสนอง

ปฏิกริยาตอบสนอง (Feedback) คือ สาร แต่เป็นสารที่ผู้รับสารไปให้กับผู้ส่งสารเมื่อได้ตีความหมายของสารที่ตนได้รับ ในเมื่อความหมายของสารมีได้อยู่ที่ตัวสาร แต่อยู่ที่การตีความของผู้รับสาร ผู้สื่อสารจึงจำเป็นที่จะต้องสนใจและให้ความสำคัญกับปฏิกริยาตอบสนอง เนื่องจากบางครั้งผู้ส่งสารอาจต้องการส่งสารที่มีความหมาย A ไปให้ผู้รับสาร แต่ผู้รับสารกลับตีความหมายของสารนั้นเป็น B ซึ่งไม่ตรงกับที่ผู้ส่งสาร ถ้าผู้ส่งสารสังเกตปฏิกริยาตอบสนองว่าไม่เป็นไปในทางที่ตนต้องการ ผู้ส่งสารก็สามารถปรับสารของตนให้ผู้รับสารเข้าใจสารตรงตามที่ต้องการได้ในที่สุด

ยิ่งไปกว่านั้น ปฏิกริยาตอบสนองเป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารที่ช่วยให้ผู้ส่งสารรับรู้ถึงผลลัพธ์ของการสื่อสารและประเมินว่าข้อความที่ส่งไปนั้นถูกเข้าใจและตอบสนองตามที่ตั้งใจหรือไม่ การตอบสนองนี้มีลักษณะและรูปแบบที่แตกต่างกันระหว่างการสื่อสารแบบดั้งเดิมและการสื่อสารในสื่อดิจิทัล (Berlo, 1960; McQuail, 2010)

1) การสื่อสารแบบดั้งเดิม

ในบริบทการสื่อสารแบบดั้งเดิม เช่น การพูดคุยต่อหน้า การประชุม หรือการเขียนจดหมาย Feedback มักเกิดขึ้นในรูปแบบดังนี้:

คำพูด (Verbal): การตอบคำถาม การแสดงความคิดเห็น เช่น ในการประชุมถ้าผู้พูดอธิบายหัวข้อแล้วมีผู้ฟังถามคำถาม แสดงว่าผู้รับสารเข้าใจหรือสนใจประเด็นนั้น

ภาษากาย (Non-verbal): การพยักหน้า การสบตา หรือการแสดงสีหน้า เช่น การพยักหน้าของผู้ฟังระหว่างพูดแสดงถึงการเข้าใจหรือยอมรับข้อความ

ตัวอย่าง ในการบรรยายของอาจารย์ ถ้านักศึกษาคำถามหรือจดโน้ต อาจารย์สามารถใช้การตอบสนองนี้ในการปรับปรุงวิธีการสอน

2) การสื่อสารในสื่อดิจิทัล การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดีย อีเมล หรือแพลตฟอร์มการสื่อสารออนไลน์ Feedback มีลักษณะเฉพาะที่หลากหลายน่าสนใจและอาจเกิดขึ้นในรูปแบบที่รวดเร็วมาก เช่น:

การแสดงความคิดเห็น (Comments): เช่น การแสดงความคิดเห็นใต้โพสต์ใน Facebook หรือ YouTube

การกดไลค์หรือปฏิกิริยาทางสังคม (Reactions): เช่น การกด "ไลค์" หรือ "หัวใจ" ใน Instagram แสดงความรู้สึกที่มีต่อเนื้อหา

การแชร์ (Sharing): การแชร์โพสต์บนโซเชียลมีเดียแสดงถึงการเห็นด้วยหรือสนับสนุนเนื้อหา

การตอบกลับทันที (Instant Messaging): การส่งข้อความตอบกลับในแอปแชต เช่น การตอบด้วยสติ๊กเกอร์ หรือข้อความสั้น

ตัวอย่าง ธุรกิจที่โปรโมตสินค้าผ่าน Instagram หากผู้ใช้กดไลค์ คอมเมนต์ หรือแชร์โพสต์ ธุรกิจสามารถวิเคราะห์ข้อมูลนี้เพื่อนำมาปรับปรุงแคมเปญการตลาดให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

ตารางการเปรียบเทียบปฏิกิริยาตอบสนองระหว่างสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล (Kaplan & Haenlein, 2010)

ลักษณะ	สื่อสารแบบดั้งเดิม	สื่อดิจิทัล
1. ความรวดเร็ว	ช้าหรือขึ้นกับบริบท	เกือบจะทันที
2. ความหลากหลาย	จำกัด (คำพูด/ภาษากาย)	หลากหลาย (ข้อความ, อีโมจิ, ฯลฯ)
3. การวิเคราะห์	ยากในการเก็บข้อมูล	เก็บและวิเคราะห์ข้อมูลได้ง่าย

7. ผลของปฏิกิริยาตอบกลับ

ปฏิกิริยาตอบกลับส่งผลต่อกระบวนการสื่อสาร และ พฤติกรรมการสื่อสาร 2 ประการ ดังนี้ (Berlo, 1977)

7.2.1 ทำให้ผู้ส่งสารทราบว่าผู้รับสารได้รับสารที่ส่งไปหรือไม่ ผู้รับสารแปลความหมายสารและเข้าใจความหมายของสารได้ตรงกับที่ผู้ส่งสารตั้งใจหรือไม่ และการสื่อสารบรรลุผลหรือไม่

7.2.2 ปฏิกิริยาตอบกลับจะส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้สื่อสารในเวลาต่อมา กล่าวคือปฏิกิริยาตอบกลับจะเป็นตัวกำหนดเนื้อหาของสารและวิธีการสื่อสาร เนื่องจากปฏิกิริยาตอบกลับมีประโยชน์สำหรับทั้ง

ผู้ส่งสารและผู้รับสารในการเสริมสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ระหว่างกัน อีกทั้งส่งผลต่อการปรับพฤติกรรมการสื่อสาร และสารให้เหมาะสมแก่กันและกัน ดังนั้นรูปแบบ และวิธีการสื่อสาร ที่เอื้อให้ผู้รับสารแสดงปฏิกิริยาตอบกลับไปยังผู้ส่งสารจึงเป็นปัจจัยซึ่งควรพิจารณาเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสาร

8. ผลของการสื่อสาร

ดังที่ได้กล่าวแล้วว่ามนุษย์สื่อสารกันด้วยวัตถุประสงค์ในการสร้างอิทธิพลหรือตั้งใจจะมีอิทธิพลเหนือบุคคลที่เราสื่อสารด้วยเพื่อให้เกิดการตอบสนองและเกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม จากแนวคิดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าในขณะที่มนุษย์มีปฏิสัมพันธ์กันในสถานการณ์ของการสื่อสารนั้นการสื่อสารก่อให้เกิดผลประการหนึ่งคือต่างฝ่ายต่างมีอิทธิพลซึ่งกันและกันทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ และการรับรู้หรือทั้งสามประการร่วมกัน (Gamble, & Gamble, 2005) ดังนั้นผลของการสื่อสาร (Communication effect) จึงหมายถึงการเปลี่ยนแปลงหรือ ความแตกต่างซึ่งเกิดขึ้นกับผู้สื่อสารหลังจากที่ได้รับสาร

8.1 การพิจารณาผลของการสื่อสาร ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ดังต่อไปนี้

8.1.1 การเปลี่ยนแปลงหรือความแตกต่าง การพิจารณาการเปลี่ยนแปลงหรือความแตกต่างซึ่งเกิดขึ้นกับคู่สื่อสารในขณะที่สื่อสารและสิ้นสุดการสื่อสารระหว่างกัน ทำให้ทราบถึงผลที่เกิดจากกระบวนการสื่อสารระหว่างกันได้ เนื่องจากการสื่อสารเป็นกระบวนการที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ดังนั้นในสถานการณ์ของการสื่อสารซึ่งคู่สื่อสารต่างมีปฏิสัมพันธ์กันต่อเนื่องตลอดเวลา นั้น จะส่งผลให้คู่สื่อสารเกิดการเปลี่ยนแปลง ความรู้ ทักษะ พฤติกรรม และประสบการณ์ระหว่างกันตลอดเวลา ดังนั้นการเปรียบเทียบความแตกต่างก่อนและหลังการสื่อสารจะช่วยกำหนดระดับของผลสัมฤทธิ์ในการสื่อสารได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

8.1.2 อิทธิพลที่เกิดขึ้นระหว่างคู่สื่อสาร ดังที่ได้กล่าวในตอนต้นแล้วว่าในกระบวนการสื่อสารนั้น คู่สื่อสารต่างพยายามสร้างอิทธิพลต่อกันและกันด้วยวัตถุประสงค์ของแต่ละฝ่าย ดังนั้นผลของการสื่อสารจึงหมายถึงอิทธิพลที่เกิดจากการสื่อสารด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามระดับความมากน้อยของอิทธิพลที่มีต่อกันนั้นจะขึ้นอยู่กับลักษณะพื้นฐานขององค์ประกอบต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสารด้วย เช่น ระดับความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร สาร และสื่อในทรรศนะของผู้รับสารย่อมส่งผลต่อระดับอิทธิพลที่เกิดขึ้นกับผู้รับสาร เป็นต้น

8.1.3 สัมฤทธิ์ผลหรือประสิทธิผลของการสื่อสาร หมายถึง ความสอดคล้อง ต้องกันระหว่างความหมายของสารที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อไปยังผู้รับสารกับความหมายของสารที่ผู้รับสารได้รับนั้น เป็นปัจจัยหนึ่งในการพิจารณาถึงระดับความสำเร็จ หรือผลของการสื่อสารด้วยเช่นกัน กล่าวคือหากการรับรู้ความหมายของผู้รับสารตรงกันกับความหมายของสารที่ผู้ส่งสารต้องการแสดงว่าการสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จหรือเกิดสัมฤทธิ์ผลในการสื่อสาร โกเยอร์ (Goyer, 1970, p.10) เสนอวิธีวัดสัมฤทธิ์ผลของการสื่อความหมายไว้ดังนี้

สิ่งที่ควรพิจารณาในการสื่อสารจากการศึกษาวิเคราะห์ห้องค์ประกอบทั้ง 9 ประการในกระบวนการสื่อสารนั้นสรุปได้ว่า ในการเสริมสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารนั้น มีสิ่งที่ผู้สื่อสารควรพิจารณา 7 ประการ ซึ่งรู้จักในชื่อ “The 7Cs of Communication” (Krishna, 2018) ได้แก่

1. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความน่าเชื่อถือในการสื่อสารแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่
 - 1) ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารตามความรู้สึกรับรู้ของผู้สื่อสาร ได้แก่ วิทยุคุณวุฒิ บุคลิกภาพ ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่สื่อสาร จริยธรรมและจรรยาบรรณการสื่อสาร เป็นต้น
 - 2) ความน่าเชื่อถือของสาร ซึ่งเกิดขึ้นโดยการสร้างสารที่ประกอบด้วยข้อเท็จจริง หลักฐาน เหตุผล หรือหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ ฯลฯ เพื่อให้เกิดการยอมรับสารนั้น
 - 3) ความน่าเชื่อถือของสื่อที่ใช้ ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อความน่าเชื่อถือของสารและผู้ส่งสาร เช่น ข่าว ซึ่งตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ที่มีคุณภาพมักจะได้รับความเชื่อถือจากผู้รับสารมากกว่าการนำเสนอในหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ เป็นต้น
2. เนื้อหาสาระ (Content) โดยปกติผู้รับสารมักเลือกรับเนื้อหาสาระ หรือสารซึ่งสอดคล้องกับความรู้นึกคิด ความสนใจของตน และสิ่งที่พิจารณาแล้วว่าเป็นประโยชน์แก่ตน และจะหลีกเลี่ยงการรับสารที่ขัดแย้งกับความรู้ทัศนคติ หรือความเชื่อของตน ดังนั้นผู้ส่งสารควรคำนึงถึงประเด็นดังกล่าวนี้ และพยายามสร้างสารที่สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของผู้สื่อสาร หรือในกรณีที่ต้องการสื่อสารเพื่อปรับเปลี่ยนความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้สื่อสารก็ควรระมัดระวังในการสร้างสารเพื่อทำให้ผู้สื่อสารเห็นประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ลดการต่อต้าน และสร้างการยอมรับ
3. บริบทหรือสภาพแวดล้อมในการสื่อสาร (Context) เนื่องจากบริบทหรือสิ่งแวดล้อมในการสื่อสารมีผลต่อพฤติกรรมสื่อสารของผู้สื่อสารและส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลในการสื่อสาร ดังนั้นการคำนึงถึงความสำคัญของบริบทที่เอื้อให้เกิดประโยชน์ต่อการสื่อสาร การหลีกเลี่ยงบริบทที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อการสื่อสาร และความสามารถในการสร้างบรรยากาศที่ดีในการสื่อสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง
4. ความชัดเจน (Clarity) ความชัดเจนในการสื่อสาร ได้แก่
 - 1) ความชัดเจนในการกำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร
 - 2) ความชัดเจนในการระบุกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายและข้อมูลที่เกี่ยวข้องของผู้รับสาร
 - 3) ความชัดเจนของสารที่เสนอทั้งในด้านเนื้อหาสาระและการนำเสนอสาร
5. ความต่อเนื่องและความสอดคล้อง (Continuity and consistency) ความต่อเนื่องและความสอดคล้องในการสื่อสาร ได้แก่
 - 1) ความต่อเนื่องของเนื้อหาสาระที่นำเสนอ และกระบวนการสื่อสาร
 - 2) ความสอดคล้องต้องกันระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร
6. ช่องสาร (Channel) การเลือกใช้ช่องสาร และ สื่อที่สอดคล้องกับศักยภาพผู้ส่งสาร เนื้อหาสาระของสาร รวมทั้ง ทัศนคติและพฤติกรรมในการเปิดรับสารของผู้รับสาร
7. ความสามารถของผู้รับสาร (Capability of audience) ความสามารถของผู้รับสาร ได้แก่

- 1) ความสามารถในการเปิดรับและเข้าถึงสื่อและสาร
- 2) ความสามารถในการสร้างความเข้าใจเนื้อหาสาระของสารที่ได้รับ

2. บทสรุป

องค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร ประกอบด้วย (1) **องค์ประกอบของการสื่อสาร** ซึ่งหมายถึง 8 องค์ประกอบย่อย ดังนี้ 1) **ผู้ส่งสาร** คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มหรือเริ่มต้นส่งสารไปให้อีกบุคคลหนึ่งจะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม 2) **ผู้รับสาร** คือ ผู้ที่รับสารจากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง เมื่อได้รับสารผู้รับสารจะเกิดการตีความและการตอบสนองจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม 3) **สาร** คือ สิ่งที่ผู้ส่งสารไปให้ผู้รับสารในรูปของรหัสคำว่า “รหัส” หมายถึง สัญลักษณ์ หรือสัญลักษณ์ หรือกลุ่มของสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในลักษณะที่มีความหมายต่อคน 4) **ช่องทางการสื่อสาร** คือ ตัวกลางที่ช่วยในการนำส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ช่องทางเปรียบเหมือนทางหรือพาหะระหว่างผู้ร่วมสื่อสาร 5) **องค์ประกอบเพิ่มเติมของการสื่อสาร** ในที่นี้หมายถึง สิ่งรบกวน คือ สิ่งจำกัดประสิทธิภาพการถ่ายทอดสารหรือสิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารทำให้การสื่อสารไม่บรรลุผลเท่าที่ควร 6) **ปฏิกิริยาตอบสนอง** คือ สาร แต่เป็นสารที่ผู้รับสารไปให้กับผู้ส่งสารเมื่อได้ตีความหมายของสารที่ตนได้รับ 7) **ผลของปฏิกิริยาตอบกลับ** มักเกี่ยวข้องกับปฏิกิริยาตอบกลับส่งผลต่อกระบวนการสื่อสาร และ พฤติกรรมการสื่อสาร และ 8) **ผลของการสื่อสาร** หมายถึง มนุษย์สื่อสารกันด้วยวัตถุประสงค์ในการสร้างอิทธิพลหรือตั้งใจจะมีอิทธิพลเหนือบุคคลที่เราสื่อสารด้วยเพื่อให้เกิดการตอบสนองและเกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

3. แบบฝึกหัดท้ายบท

1. จงอธิบายปัจจัยที่ควรพิจารณาเกี่ยวกับผู้ส่งสารว่าปัจจัยใดบ้างมีความจำเป็นในสถานการณ์การสื่อสารปัจจุบัน

.....

.....

.....

2. ทักษะคติ (Attitudes) ในองค์ประกอบการสื่อสารมีผลอย่างไรต่อการสื่อสาร พร้อมยกตัวอย่างประกอบอย่างน้อย 2 ตัวอย่าง

.....

.....

.....

3. จงอธิบายองค์ประกอบของสาร (Message) พร้อมยกตัวอย่างประกอบ

.....

.....

.....

4. จงอธิบายองค์ประกอบของช่องทางการสื่อสาร (Channel) พร้อมยกตัวอย่างประกอบ

.....

.....

.....

5. The 7Cs of communication มีองค์ประกอบอะไรบ้าง โปรดอธิบายพร้อมยกตัวอย่าง

.....

.....

.....

4. เอกสารอ้างอิง

- ภาคินันท์ ตรีสกุล, วิภาณี แม้นอินทร์, และเรวดี ไวยวาสนา. (2563). หลักนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 7). ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication*. Holt, Rinehart and Winston.
- Berlo, D. K. (1977). Communication as process: Review and commentary. *Annals of the International Communication Association*, 1(1), 11-27.
- Gamble, T. K., & Gamble, M. (2005). *Communication works*. (8th ed.). Boston, MA: McGraw-Hill.
- Goyer, R. S. (1970). Communication, Communicative Processes and Meaning: Toward A Unified Theory. *Journal of communication*, 20(1), 4-16.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Krishna, D. K. (2018). Decoding 7cs in effective communication. *International Journal Of Communication*, 28(1-2), 37-46.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of innovations: A cross-cultural approach*.
- Rubens, B. D., & Stewart, L. P. (1998). *Communication and human behavior*. (4th ed.). Boston, MA: Allyn & Bacon.

บทที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี

1. ความหมายของการสื่อสารมวลชน

การสื่อสารมวลชนเป็นกระบวนการสื่อสารขององค์กรที่เรียกตนเองว่าสื่อมวลชนที่ทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่สาธารณชน ผ่านเครื่องมือการสื่อสารต่าง ๆ อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่อดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น สื่อมวลชนมีบทบาทหน้าที่ในการให้ข่าวสาร เสนอความคิดเห็น ให้ความบันเทิง ให้การศึกษาแก่ประชาชน ตรวจสอบและพัฒนาสังคม และเป็นช่องทางสำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชนแต่ละประเภทมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน อาทิ ด้านความเร็ว ความน่าเชื่อถือ ช่องทางการรับรู้ ปริมาณความสมบูรณ์ของเนื้อหา ความคงทนถาวร การมีส่วนร่วมของประชาชน รวมถึงระบบของการสื่อสารมวลชนด้วยเช่นกัน สำหรับในบทนี้ผู้เขียนจะปูพื้นความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนในประเด็นต่าง ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การสื่อสารมวลชน หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่สามารถกระจายเรื่องราวความรู้เปิดเผยไปสู่คนส่วนใหญ่ ซึ่งมีลักษณะไม่เหมือนกัน และไปถึงผู้รับพร้อมกัน มีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวโน้มทางวัฒนธรรมของมวลชน คำว่า “การสื่อสารมวลชน”

การสื่อสารมวลชน หมายถึง ระบบของสื่อทั้งหมดมิใช่เพียงสื่อหรือช่องทางในการสื่อสารเพียงอย่างเดียว เช่น บุคลากร อันได้แก่ นักจัดรายการ ผู้สื่อข่าว นักหนังสือพิมพ์ รวมไปถึงช่องทางของการสื่อสาร ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ (ภาทิพย์ ตริสกุล และคณะ, 2563)

การสื่อสารมวลชน หมายถึง กระบวนการส่งข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด ไปยังคนจำนวนมาก ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Mass Communication ซึ่งคำว่า Mass หมายถึง มวลชน หรือประชาชนผู้รับสารทั่วไป ซึ่งมีจำนวนมาก ส่วนคำว่า Communication หมายถึง การสื่อสารหรือการสื่อความหมาย ดังนั้นความหมายโดยทั่วไปของการสื่อสารมวลชน จึงหมายถึงการสื่อสารหรือการสื่อความหมายระหว่างกลุ่มบุคคล หรือองค์กรหนึ่ง กับ ประชาชนทั่วไป เป็นกระบวนการสื่อสารที่มีความซับซ้อน เนื่องจากมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องหลายอย่าง มีปริมาณของข่าวสารมาก จำเป็นต้องใช้เครื่องมือ บุคลากร หรือสื่อ (Media) ที่มีประสิทธิภาพสูงเพียงพอที่จะนำข่าวสารไปถึงผู้รับจำนวนมาก สื่อที่ใช้เป็นตัวกลางในการส่งข่าวสารของการสื่อสารมวลชน จึงเรียกว่า สื่อมวลชน (Mass Media) (กรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์, 2516)

อย่างไรก็ตาม คำว่า “สื่อมวลชน” มีความหมายที่แตกต่างกัน คือ การสื่อสารมวลชน เป็นกระบวนการหรือวิธีของการสื่อสาร ที่รวมองค์ประกอบของการสื่อสารทั้งหมด ส่วนสื่อมวลชนนั้น หมายถึง สื่อหรือช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารมวลชน อันได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์วารสาร นิตยสาร ฯลฯ ซึ่งเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของการสื่อสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2526)

ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารมวลชน หมายถึง กระบวนการสื่อสารขององค์กร สื่อสารมวลชนที่จัดขึ้นอย่างเป็นทางการ มีคนทำงานจำนวนมากที่เรียกว่า นักสื่อสารมวลชน ทำการผลิตเนื้อหาสารที่มีความสดใหม่ ทันสมัย หรือสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความรู้ใหม่หรือการตัดสินใจหรือการแก้ไขปัญหา

ต่าง ๆ ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ อาทิ โทรทัศน์วิทยุ หนังสือพิมพ์อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น ไปยังผู้รับสารจำนวนมากที่อยู่กระจายไป ทิวและไม่มีที่รู้จักระหว่างกัน

2. ประเภทของสื่อมวลชน

ประเภทของสื่อมวลชน สามารถจำแนกไว้ว่าครอบคลุมสื่อ 6 ประเภท ดังนี้

- 1) สิ่งพิมพ์ อาทิ หนังสือพิมพ์วารสาร นิตยสาร หนังสือ และสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ
- 2) ภาพยนตร์ ทั้งภาพยนตร์เรื่อง ภาพยนตร์สารคดี และภาพยนตร์ทางการศึกษาบางประเภท
- 3) วิทยุกระจายเสียง ได้แก่ วิทยุที่ส่งรายการออกอากาศ ทั้งระบบ AM และ FM รวมไปถึงระบบเสียงตามสาย
- 4) วิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อทางภาพและทางเสียงที่เผยแพร่ออกไป ทั้งประเภทออกอากาศและส่งตามสาย
- 5) สื่อสารโทรคมนาคม เป็นผลจากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีมีการส่งข้อความ เสียง ภาพ ตัวพิมพ์สัญลักษณ์ต่าง ๆ ได้หลากหลาย ครอบคลุมกิจการสื่อสารผ่านดาวเทียม
- 6) สื่อวัสดุบันทึก ได้แก่ เทปบันทึกเสียง เทปบันทึกภาพ แผ่นบันทึกเสียง แผ่น บันทึกภาพ ซึ่งกลายเป็นสื่อมวลชน เพราะเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้สามารถผลิตเผยแพร่ ได้มากและรวดเร็ว

สมสุข หินวิมาน (2552) ได้จำแนกการสื่อสารด้วยการพิจารณาคุณสมบัติและสถานการณ์ การสื่อสารที่เกิดขึ้นไว้ด้วยกัน คือ 1) สื่อมวลชนหรือสื่อเก่า และ 2) สื่อใหม่ดังนี้

(1) สื่อมวลชนหรือสื่อเก่า (Old Media/Traditional Media) สื่อมวลชนหรือช่องทางการสื่อสารในการสื่อสารมวลชนที่จัดอยู่ในประเภทสื่อเก่า คือ หนังสือพิมพ์นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์และ ภาพยนตร์สื่อเหล่านี้นับเป็นเทคโนโลยีที่ไม่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงกับคอมพิวเตอร์หรือเครือข่ายโทรคมนาคม สื่อแต่ละประเภทมีคุณสมบัติตลอดจนข้อได้เปรียบเสียเปรียบดังต่อไปนี้

2.1) หนังสือพิมพ์ คือ สิ่งพิมพ์ที่มีการจำหน่ายและออกหรือเจตนาจะออกตามลำดับเรื่อง ไปมีกำหนดระยะเวลาหรือไม่ก็ตาม เนื้อหาประกอบด้วย ข่าว ความคิดเห็น บทความและเรื่องราวอื่น ๆ ที่ให้ความรู้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ความบันเทิง

ข้อได้เปรียบของสื่อหนังสือพิมพ์

1) หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่สามารถอ้างอิงได้เนื่องจากเป็นสิ่งตีพิมพ์สามารถเก็บเป็นหลักฐานได้

2) หนังสือพิมพ์มีความคงทนถาวร เพราะหากผู้อ่านไม่เข้าใจก็สามารถย้อนกลับมาอ่านอีกได้

3) หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่สามารถเสนอเรื่องราวได้หลากหลาย เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา บันเทิง สตรีทำให้ผู้อ่านสามารถเลือกได้ตามความชอบและความสนใจและเข้าถึงมวลชนได้หลายสาขาอาชีพ

ข้อเสียเปรียบของสื่อหนังสือพิมพ์

- 1) ผู้รู้หนังสือเท่านั้นจึงจะสามารถรับสื่อหนังสือพิมพ์ได้
- 2) เป็นสื่อที่ผ่านกระบวนการผลิตหลายขั้นตอนทำให้สารล่าช้า
- 3) เป็นสื่อที่ขาดสิ่งเร้าความสนใจด้านเสียงและภาพเคลื่อนไหว

1.2) นิตยสาร คือ สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะเด่นแตกต่างไปจากหนังสือพิมพ์ทั่วไป คือ นิตยสารจะเน้นหนักในการเสนอบทความ สารคดีและข้อเขียนต่างๆ ที่ให้ความรู้ความบันเทิงกับผู้อ่านได้มากกว่า มีโฆษณาที่สวยงามสะดุดตากว่า มีการจัดหน้าที่สวยงาม มีความพิถีพิถันมากกว่ารูปเล่มกะทัดรัดหยิบถือได้สะดวก

1.3) วิทยุ คือ สื่อที่ใช้การกระจายเสียงไปด้วยคลื่นวิทยุการสื่อสารถึงกันได้ต้องมี เครื่องรับเครื่องส่งวิทยุ

ข้อได้เปรียบของสื่อวิทยุ

- 1) เป็นสื่อที่มีความรวดเร็วในการส่งข่าวสาร
- 2) เข้าถึงประชาชนได้ทุกระดับชั้นแม้ผู้อ่านหนังสือไม่ออกก็รับข่าวสารได้
- 3) เป็นสื่อที่ผู้รับสารสามารถทำกิจกรรมอย่างอื่นควบคู่ไปในขณะที่รับสาร

ข้อเสียเปรียบของสื่อวิทยุ

- 1) วิทยุมีแต่เสียงไม่มีภาพประกอบ ทำให้ผู้ฟังอาจเข้าใจสารได้ไม่ชัดเจน
- 2) วิทยุเป็นสื่อที่ผู้ฟังไม่สามารถทบทวนสารได้ในทันทีที่ต้องการ
- 3) วิทยุเป็นสื่อที่ไม่สามารถนำเสนอรายละเอียดของสารจำนวนมากได้

1.4) โทรทัศน์ โทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้ยินทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน เป็นสื่อมวลชนที่ต้องใช้ไฟฟ้าในการทำงาน เป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงมวลชนได้มาก

ข้อได้เปรียบของสื่อโทรทัศน์

- 1) โทรทัศน์เป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียง จึงดูมีความน่าเชื่อถือ ดึงดูดผู้ชม
- 2) โทรทัศน์เป็นสื่อที่รวดเร็ว ทันเหตุการณ์สามารถถ่ายทอดสดเหตุการณ์ที่อยู่ไกล ๆ ให้ประชาชนได้ชมเหมือนกับอยู่ในเหตุการณ์จริง
- 3) ประชาชนที่ไม่รู้หนังสือสามารถเข้าถึงสื่อชนิดนี้ได้

ข้อเสียเปรียบของสื่อโทรทัศน์

1) ไม่สามารถครอบคลุมพื้นที่การออกอากาศได้หมด เพราะบางแห่งมีสิ่งรบกวนในการส่งสาร

2. ไม่มีความคงทนถาวร

1.5) ภาพยนตร์ เป็นสื่อที่ต้องผ่านโสตประสาททางตาและหูด้วยภาพ แสง สี เสียง ภาพยนตร์มีหลายประเภททั้งฉายในโรงภาพยนตร์ออกอากาศทางโทรทัศน์หรือผลิตเป็นวิดีโอเทป อิทธิพลของภาพยนตร์มีค่อนข้างมากต่อจิตใจและพฤติกรรมของผู้รับชม

ข้อได้เปรียบของสื่อภาพยนตร์

- 1) กระตุ้นเร้าอารมณ์ความรู้สึกผู้รับสารให้เกิดอารมณ์ร่วมในภาพยนตร์
- 2) สามารถอธิบายเรื่องราวได้อย่างละเอียด

3) สามารถควบคุมด้านเนื้อหาและเทคนิคได้ตามต้องการ
ข้อเสียเปรียบของสื่อภาพยนตร์

- 1) ต้องใช้ต้นทุนการผลิตสูง
- 2) ต้องใช้ความประณีตในการจัดสร้าง
- 3) มีข้อจำกัดเรื่องสถานที่ฉาย เพราะต้องฉายในที่มืด

(2) สื่อใหม่ (New Media) ในช่วงศตวรรษที่ 20 พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารได้หลอมรวมเทคโนโลยีสื่อสิ่งพิมพ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้มีลักษณะร่วมกัน โดยมีอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางสื่อสารไปสู่ผู้รับสาร สื่อใหม่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีเครือข่ายอันมี คอมพิวเตอร์และ/หรือ โทรมคมนาคมเป็นองค์ประกอบหลัก การพัฒนาการทางเทคโนโลยีและการโน้มเข้าหากันของสื่อการสื่อสารมวลชนมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีตลอดเวลา

จิราภรณ์ สุวรรณวาจกกสิกิจ (2554) กล่าวว่า สื่อมวลชนสมัยใหม่หรือสื่ออินเทอร์เน็ต (The Internet) เป็นผลมาจาก พัฒนาการของเทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ต แต่สื่อใหม่นักวิชาการได้เสนอแนะไว้ โดยเรียกว่า “สื่อ” (media) หรือการสื่อสารผ่านสื่อ (media communication) มากกว่าการสื่อสารมวลชน (mass media communication) อุปกรณ์ชนิดแรกที่ใช้ระบบดิจิทัลในกระบวนการจัดการข้อมูลข่าวสารก็คือ คอมพิวเตอร์นั่นเอง จากนั้นระบบดิจิทัลจึงแพร่หลายไปสู่สื่ออื่น ๆ อย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ หรืออินเทอร์เน็ตเป็นพัฒนาการทางเทคโนโลยีเช่นกันโดยเป็นเครือข่ายการติดต่อสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ที่ทำให้สามารถแบ่งปันแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันได้ทั่วโลก (World Wide) ด้วยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีดิจิทัล (พีระ จิโรโสภณ, 2551)

หากกล่าวให้สรุป จะสามารถอธิบายความแตกต่างได้ว่า สื่อใหม่ หมายถึง สื่อที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งแตกต่างจากสื่อดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ หรือวิทยุ โดยสื่อใหม่สามารถโต้ตอบ (Interactive) กับผู้ใช้งานได้ และมักมีการกระจายข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ตัวอย่างของสื่อใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชันมือถือ วิดีโอสตรีมมิง หรือพอดแคสต์ (McQuail, 2010)

ลักษณะสำคัญของสื่อใหม่ (Manovich, 2001)

- 1) การโต้ตอบ (Interactivity) ผู้ใช้งานสามารถตอบสนองและมีส่วนร่วมกับเนื้อหาที่นำเสนอ เช่น การแสดงความคิดเห็นบนโซเชียลมีเดีย
- 2) ความเป็นดิจิทัล (Digital) สื่อใหม่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลทั้งหมด ทำให้สามารถส่งข้อมูลได้รวดเร็วและแพร่หลาย
- 3) การบูรณาการสื่อ (Media Convergence) สื่อใหม่รวมคุณลักษณะของสื่อดั้งเดิมหลายประเภท เช่น วิดีโอ เสียง และข้อความ ไว้ในแพลตฟอร์มเดียว
- 4) การเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา (Ubiquity) ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น สมาร์ทโฟน หรือคอมพิวเตอร์

ตัวอย่างสื่อใหม่ เช่น โซเชียลมีเดีย ได้แก่ Facebook Instagram และ TikTok ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้งานสร้างและแบ่งปันเนื้อหาได้เอง แพลตฟอร์มวิดีโอ ได้แก่ YouTube หรือ Netflix ที่นำเสนอเนื้อหาวิดีโอในรูปแบบสตรีมมิง หรือพอดแคสต์ (Podcast) สื่อเสียงที่สามารถดาวน์โหลดหรือสตรีมฟังได้

3. คุณลักษณะของสื่อมวลชน

สื่อมวลชนแต่ละประเภท มีคุณสมบัติในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน และเป็นปัจจัยกำหนดลักษณะรูปแบบของข่าวสารที่จะส่งไปด้วย คุณสมบัติที่ต่างกันดังกล่าว ทำให้สื่อมวลชนแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะตัว มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้เสนอความรู้ข่าวสารแตกต่างกัน ทั้งนี้ เป็นไปตามลักษณะของข่าวสารผู้รับ และองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น เวลา ระยะทาง สภาพแวดล้อม งบประมาณ เป็นต้น สื่อมวลชนแต่ละอย่างมีข้อดีและข้อจำกัดที่ไม่เหมือนกัน เราจึงไม่อาจจะบอกว่าสื่อมวลชนชนิดหนึ่งดีกว่าสื่อมวลชนอีกชนิดหนึ่งจนกว่าจะได้มีการพิจารณาองค์ประกอบ และคุณสมบัติด้านต่าง ๆ ของสื่อมวลชนดังต่อไปนี้ (จารุวรรณ นิธิไพบูลย์, 2564)

(1) ความรวดเร็วของสื่อมวลชน เป็นคุณสมบัติของสื่อมวลชนในอันที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ โดยใช้เวลาให้น้อยที่สุด ซึ่งนับว่าเป็นความต้องการของสื่อมวลชนทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นสื่อไฟฟ้าวิทยุสิ่งพิมพ์หรือภาพยนตร์แต่ด้วยคุณสมบัติด้านความเร็วที่ต่างกันของสื่อมวลชนแต่ละประเภท จึงทำให้ข่าวสารไปถึงผู้รับในเวลาที่แตกต่างกัน การพิจารณาคุณสมบัติด้านความเร็วของสื่อมวลชนจะต้องไม่พิจารณาเฉพาะขั้นตอนของการส่งหรือกระจายข่าวสารเท่านั้น เนื่องจากการนำข่าวสารของสื่อมวลชนเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลาส่วนหนึ่งสำหรับการวิเคราะห์ตรวจสอบ คัดเลือก หรือจัดกระทำต่อข่าวสารต่าง ๆ ก่อนที่จะส่งออกไปสู่ผู้รับ หากกระบวนการก่อนการส่งกระจายข่าวสารเกิดความล่าช้าก็อาจทำให้ข่าวสารถึงผู้รับล่าช้าไปด้วย แม้ว่าจะใช้สื่อที่มีความรวดเร็วในการส่งกระจายข่าวสาร

(2) ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร เป็นการยอมรับของประชาชนต่อข่าวสารที่เผยแพร่มาจากองค์กรสื่อมวลชนแต่ละแห่ง ซึ่งข่าวสารจะมีความน่าเชื่อถือได้มากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายอย่างคือ

1) ประเภทของสื่อ โดยธรรมชาติคนมักจะเชื่อในสิ่งที่ได้เห็นหรือได้อ่านมากกว่า สิ่งที่ได้ฟังดังคำกล่าวที่ว่า “สิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น”

2) องค์กรสื่อมวลชน เช่น หน่วยงานสื่อมวลชนของราชการอาจได้รับความเชื่อถือมากกว่า หน่วยงานสื่อมวลชนของเอกชน หรือองค์กรสื่อมวลชนบางแห่งอาจเสนอ ข่าวสารโน้มเอียงเข้าข้างกลุ่มผลประโยชน์หรือกลุ่มอำนาจกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

3) แหล่งข่าวสาร สื่อมวลชนอาจอ้างแหล่งที่มาของข่าวสารได้จากหลายทาง เช่น สำนักข่าวต่างประเทศ แหล่งข่าวกรองทางทหาร ผู้เห็นเหตุการณ์คำให้การของผู้ต้องหา ซึ่งที่มาของข่าวจากแหล่งต่าง ๆ เหล่านี้มีความเชื่อถือไม่เท่ากัน

4) สถานการณ์เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น มีข่าวการสู้รบในประเทศกัมพูชา และมีข่าวชาวกัมพูชาอพยพหนีภัยสงครามติดตามมา หรือมีการเสนอข่าวสอดคล้องกันจากองค์กร สื่อมวลชนหลายแห่งย่อมเป็นสิ่งสนับสนุนให้ข่าวสารที่ออกมาครั้งแรกว่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

(3) โอกาสที่จะได้รับข่าวสาร สื่อมวลชนแต่ละประเภทเปิดโอกาสให้ประชาชนรับข่าวสารได้ไม่เท่ากัน เนื่องจากลักษณะเฉพาะในด้านต่าง ๆ ของสื่อมวลชนเอง คือ

1) เวลาการเสนอข่าวสาร เช่น วิทยุ โทรทัศน์มีกำหนดเวลาเสนอข่าวสารที่แน่นอนและจำกัด ช่วงเวลาผู้รับจะต้องรับตามเวลาที่กำหนด ส่วนสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์มีกำหนดเวลาออกและมีช่วงเวลาที่ยืดหยุ่นมากกว่า

2) การเสนอข่าว เช่น หนังสือพิมพ์เมื่อเสนอข่าวสารไปแล้วมักจะมีการติดตามข่าว นำเสนอรายละเอียดเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง ส่วนวิทยุ โทรทัศน์เปิดโอกาสให้รับข่าวได้น้อยกว่า

3) สภาพสังคมของผู้รับสาร เช่น ประชาชนในชนบททางไกลย่อมมีโอกาสรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์วารสาร นิตยสารน้อยกว่าวิทยุ โทรทัศน์

4) ความสะดวกในการใช้สื่อแต่ละชนิด เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หนังสือ ซึ่งสื่อแต่ละประเภทมีความสะดวกในการใช้งานมากน้อยต่างกัน

(4) ปริมาณและความสมบูรณ์ของเนื้อหา เนื้อหาสาระที่ถูกลำเสนอทางสื่อมวลชนมีปริมาณและความสมบูรณ์ของเนื้อหาแตกต่างกันตามชนิดของสื่อมวลชน และลักษณะของข่าวสาร หนังสือพิมพ์ เสนอเนื้อหาด้านกว้าง คือ มีเนื้อหาหลากหลายสำหรับ ผู้อ่านทั่วไปไม่จำกัดอายุ เพศ วัย การศึกษา อาชีพ วารสาร นิตยสารนำเสนอเนื้อหาได้รายละเอียดที่สมบูรณ์ลึกซึ้ง ส่วนวิทยุ โทรทัศน์ นำเสนอรายการประเภทข่าวที่เน้นความรวดเร็ว มีรายละเอียดน้อยกว่าสื่อสิ่งพิมพ์แต่สำหรับรายการประเภทอื่นนอกจากรายการข่าวแล้ว โทรทัศน์สามารถนำเสนอสาระความรู้ได้หลากหลายละเอียดชัดเจนมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ อีกทั้งปัจจุบันโทรทัศน์ได้รับการปรับปรุงพัฒนาก้าวหน้าไปมาก นอกจากจะมีรายการทั่วไปที่หลากหลายสำหรับทุกคนแล้ว ยังมีรายการที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาโดยตรง ในแต่ละสาขาวิชาอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งปริมาณและความสมบูรณ์ของเนื้อหาของสื่อสารมวลชนแต่ละชนิดสามารถจำแนกได้ดังนี้

- 1) ปริมาณการกระจายข่าวสารไปยังผู้รับจำนวนมากพร้อม ๆ กัน
- 2) ความหลากหลายของข่าวสารที่ถูกลำเสนอ
- 3) ความสมบูรณ์ลึกซึ้งในเนื้อหาแต่ละเรื่อง
- 4) โอกาสในการเลือกรับ หมายถึง จำนวนช่องทางของสื่อสารมวลชนแต่ละชนิดที่จะส่งข่าวสารไปถึงผู้รับ และสภาพความพร้อมของผู้รับข่าวสาร เช่น วิทยุกระจายเสียงออกอากาศพร้อมกันจำนวนมากมายหลายสถานีเปิดโอกาสให้เลือกรับฟังได้มาก โทรทัศน์ในอดีตมีจำนวนช่องความถี่จำกัด ปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มขึ้นและยังสามารถรับสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมได้เป็นจำนวนมาก ส่วนหนังสือพิมพ์มีจำนวนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับวารสาร นิตยสาร

5) การพิจารณาถึงโอกาสในการเลือกรับสื่อมวลชนแต่ละชนิด ควรพิจารณาไปถึงเนื้อหาสาระที่ ถูกนำเสนอด้วย เช่น วิทยุกระจายเสียง แม้ว่ามีจำนวนสถานีมากมายเพียงใดก็ตาม แต่หากสถานีเหล่านั้น นำเสนอรายการที่เหมือน ๆ กัน หรือคล้ายคลึงกัน ย่อมถือว่าโอกาสในการเลือกรับมิได้มีมากตามจำนวนสถานี

6) ช่องทางสำหรับการรับสัมผัส สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ใช้ตัวอักษร และรูปภาพเป็นหลัก ประสิทธิภาพในการจูงใจต่ำ ดังนั้นผู้รับสื่อประเภทนี้จึงต้องมีความตั้งใจ และอดทนสูง วิทยุกระจายเสียง ให้สัมผัสทางหูเพียงอย่างเดียว จึงช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจได้น้อย แต่การรับฟังวิทยุสามารถรับฟัง โดยไม่ต้องตั้งใจมากนัก ผู้ฟังสามารถทำงานอื่นไปพร้อมกับการรับฟังวิทยุก็ได้ ส่วนโทรทัศน์ให้ทั้งเสียง และภาพเคลื่อนไหว เช่นเดียวกับภาพยนตร์และยังสามารถส่งกระจายได้เช่นเดียวกับวิทยุ ใช้เทคนิคดัดแปลง ประยุกต์ให้น่าสนใจได้มาก โทรทัศน์ในปัจจุบันจึงเป็นสื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพ และได้รับความนิยมมากกว่า สื่อใด ๆ ในแง่การรับรู้และความน่าสนใจ

7) ความคงทนถาวร หมายถึงคุณสมบัติในการเก็บรักษาหรือแสดงข่าวสารไว้ได้เป็นเวลานาน ซึ่งกล่าวโดยทั่วไปสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ภาพยนตร์มีความคงทนถาวร เปิดโอกาสให้นำมาอ่าน หรือศึกษาซ้ำ หรือนำไปใช้อ้างอิงได้ง่าย ข่าวสารทางวิทยุ โทรทัศน์เมื่อนำเสนอรายการผ่านไปแล้ว ผู้รับมีโอกาสที่จะรับข่าวสาร ซ้ำทวนได้อีกน้อยกว่าสื่อสิ่งพิมพ์

8) การมีส่วนร่วมของผู้รับสาร เนื่องจากการสื่อสารมวลชน ซึ่งกล่าวโดยทั่วไปเป็นการสื่อสาร แบบทางเดียวขาดการตอบสนองกลับจากฝ่ายผู้รับข่าวสาร ซึ่งถือว่าเป็นข้อเสียที่สำคัญของการสื่อสารมวลชน ดังนั้นสื่อมวลชนต่างๆ จึงมีความพยายามที่จะแก้ข้อเสียอันนี้โดยหาวิธีการให้ประชาชนผู้รับข่าวสารได้มีโอกาส แสดงปฏิกิริยาตอบสนองในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การส่งจดหมาย หรือโทรศัพท์ไปแสดงความคิดเห็น การตอบ ปัญหาการนำผู้รับเข้าไปร่วมในรายการวิทยุ โทรทัศน์การให้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ทาง หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

4. บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคม

สื่อมวลชนยังมีบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมอีกด้วย (สมควร กวียะ, 2547) ดังนี้

(1) การให้ข่าวสาร (Information) หมายถึง การเก็บ การรวบรวม การประมวล และการเผยแพร่ ข่าว ข้อมูล รูปภาพ ข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็น เพื่อยังผลให้เกิดความเข้าใจและมีปฏิกิริยาอย่างถูกต้องตามภาวะ ของบุคคล สภาพแวดล้อม ประเทศและสังคมนานาประเทศ นอกจากนี้ ยังจะช่วยนำไปสู่การตัดสินใจที่ เหมาะสมด้วย

(2) การสังคมประภิตหรือสังคมกรรม (Socialization) ได้แก่ การได้มาซึ่งความรู้ความเข้าใจที่จะ ทำให้ บุคคลดำเนินชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพในฐานะสมาชิกของสังคม ช่วยให้เกิดความสำนึกในการอยู่ร่วมกับ บุคคลอื่น ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจกันเพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวม

(3) การสร้างแรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง การส่งเสริมสนับสนุนให้ไปสู่เป้าหมายระยะสั้น และระยะยาวของสังคม กระตุ้นให้บุคคลเกิดความมานะพยายามและตัดสินใจเลือกแนวทางและพฤติกรรมที่จะ นำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

(4) การถกเถียงอภิปราย (Debate and Discussion) การแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ในสังคม เพื่อก่อให้เกิดความตกลงยินยอมที่มีผลดีต่อส่วนรวม รวมทั้งการแสวงหาพยานหลักฐานมากระตุ้นให้สาธารณชนสนใจและให้ความร่วมมือในกิจกรรมของส่วนรวมไม่ว่าจะในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ หรือระดับนานาชาติ

(5) การให้การศึกษ (Education) คือ การสื่อสารที่เข้ามาช่วยถ่ายทอดวิชาความรู้ ทำให้เกิดการพัฒนาศติปัญญา อุบิสัย ทักษะ และสมรรถภาพของบุคคลทุกช่วงเวลาของชีวิต

(6) การส่งเสริมวัฒนธรรม (Culture Promotion) หมายถึง การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม เพื่อธำรง รักษาไว้ซึ่งมรดกตกทอดมาจากบรรพบุรุษ และการพัฒนาวัฒนธรรมโดยการส่งเสริมสติปัญญา รวมทั้งกระตุ้นความต้องการและความคิดสร้างสรรค์ในทางสุนทรียภาพ

(7) การให้ความบันเทิง (Entertainment) คือการถ่ายทอดผลงานทางการละคร ดนตรี การละเล่น และศิลปะต่าง ๆ โดยอาศัยเครื่องหมาย สัญลักษณ์ เสียง และภาพ

(8) การประสานสามัคคี (Integration) การให้บุคคลกลุ่มบุคคล และประชาชาติ ได้รับรู้ข่าวสารที่จำเป็นต่อการเพิ่มพูนความรู้และความเข้าใจซึ่งกันและกันในแง่ของการดำรงชีวิต และทัศนคติ

จากการปฏิบัติงานของสื่อมวลชน นอกจากต้องทำหน้าที่ภายใต้สังคมที่อยู่และภายใต้อำนาจนายทุน หรือรัฐ ฉะนั้น สื่อมวลชนก็ต้องทำหน้าที่เพื่อตนเองด้วยเช่นกันเพื่อสร้างสมดุลในการแบ่งงาน การตอบสนองความต้องการเฉพาะส่วน และความต้องการโดยรวม (กาญจนา แก้วเทพ, 2543)

5. มุมมองทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน

การสื่อสารมวลชนในสังคมปัจจุบันมีความเกี่ยวข้องกับสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง โดยเฉพาะประเทศไทยเป็นสังคมประชาธิปไตย สื่อเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบข้อเท็จจริง แต่สิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมบางครั้ง สื่อไม่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบข้อเท็จจริง กลับเป็นเครื่องมือของคนชั้นนำใน สังคม เพราะว่าการเป็นเสรีทำให้ระบบทุนนิยมเข้ามามีบทบาทในสังคมสื่อมวลชน ซึ่งบางครั้งทำให้ สื่อละเลยความรับผิดชอบ ความถูกต้อง ความเป็นกลาง ทำให้เกิดผลกระทบขึ้นกับผู้คนในสังคมไทย บรรทัดฐานของสื่อมวลชนในสังคมไทยควรมี 3 สิ่งดังนี้ (พีระ จิโรโสภณ, 2551)

(1) สื่อมวลชนแต่ละแขนงต้องมีใจเป็นกลาง ไม่ยอมถูกรอบงำด้วยคนชั้นนำในสังคม สื่อมวลชนต้องนำเสนอข่าวสารอย่างเป็นธรรมในทุกแง่มุมของทุกฝ่าย เพื่อที่จะให้ประชาชนที่รับข่าวสารได้รู้ข้อเท็จจริงครบทุกองศา และต้องกล้าที่จะหยิบยกประเด็นที่เกี่ยวกับคุณธรรมจริยธรรมมาตีแผ่ให้สังคมรับรู้เพื่อให้เกิดความโปร่งใส และให้ผู้คนมีส่วนร่วมในการตัดสินจึงจะเป็นแนวทางแห่งความเป็นประชาธิปไตยโดยแท้จริง

(2) สื่อมวลชนแต่ละแขนงต้องยอมให้ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนเข้ามาตรวจสอบข้อเท็จจริงของข้อมูลที่ได้นำเสนอ รวมถึงยอมให้มีการตรวจสอบคุณภาพ และมาตรฐานของสื่อ เพื่อเป็นการรับรองว่าสื่อที่ออกสู่ผู้บริโภคนั้นเป็นสื่อจรรยาบรรณสังคมไทยให้เป็นไปในทางสร้างสรรค์

(3) สื่อมวลชนต้องร่วมใจกันต่อต้านการใช้อิทธิพลครอบงำสื่อ หากสื่อแขนงใดถูกคนชั้นนำในสังคมแทรกแซงจะต้องช่วยกันเปิดโปงพฤติกรรมที่เลวร้ายนี้ให้กับสาธารณะชนได้รับรู้เพราะเป็นสิ่งที่บั่นทอนความ

เป็นประชาธิปไตย และความสามัคคีของคนในชาติบ้านเมือง ถ้าปล่อยให้ครอบงำสื่อผู้คนจะเหมือนถูกชักจูงไป โดยไม่รู้ตัว

หน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อใหม่ในยุคปัจจุบัน สื่อใหม่ (New Media) ในยุคปัจจุบันมีบทบาทสำคัญในสังคม โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารจากการสื่อสารทางเดียวในสื่อดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์ ไปสู่การสื่อสารสองทางผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันต่าง ๆ ซึ่งบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมของสื่อใหม่สามารถสรุปได้ดังนี้ (McLuhan, 1964; Kaplan & Haenlein, 2010)

1) การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือ สื่อใหม่มีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องและตรวจสอบได้ เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของข่าวลวงหรือข้อมูลเท็จ (Fake News) ซึ่งอาจสร้างความเข้าใจผิดและส่งผลกระทบต่อสังคม ตัวอย่างเช่น การรายงานข่าวเกี่ยวกับโรคระบาด เช่น COVID-19 หากข้อมูลไม่ถูกต้อง อาจสร้างความตื่นตระหนกหรือพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในสังคม

2) การสร้างพื้นที่สำหรับการแสดงความคิดเห็นและการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สื่อใหม่ส่งเสริมให้ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสังคม การเมือง และสิทธิมนุษยชน ตัวอย่างเช่น การรณรงค์ผ่านแฮชแท็กบนโซเชียลมีเดียที่เป็นกระบอกเสียงให้กับกลุ่มคนที่ถูกกดขี่

3) การสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและสังคม สื่อใหม่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการระดมทุนหรือสร้างความตระหนักในประเด็นสำคัญ เช่น การบริจาคช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติผ่านแอปพลิเคชันการเงินออนไลน์

4) การส่งเสริมจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม สื่อใหม่ควรหลีกเลี่ยงการเผยแพร่เนื้อหาที่อาจกระตุ้นความรุนแรง ความเกลียดชัง หรือการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ตัวอย่างเช่น การจัดการเนื้อหาที่มีการกลั่นแกล้งทางออนไลน์ (Cyberbullying) เพื่อให้แพลตฟอร์มเป็นพื้นที่ปลอดภัยสำหรับผู้ใช้งาน

6. บทสรุป

แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน ประกอบด้วย (1) ความหมายของการสื่อสารมวลชน การสื่อสารมวลชนเป็นกระบวนการสื่อสารที่องค์กรสื่อมวลชนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังสาธารณชนจำนวนมากผ่านเครื่องมือการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อดิจิทัล โดยมีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูล ข่าวสาร การศึกษา ความบันเทิง และการตรวจสอบสังคม รวมถึงการเป็นช่องทางสำหรับโฆษณาประชาสัมพันธ์ (2) ประเภทของสื่อมวลชน สามารถจำแนกออกเป็น 6 ประเภท อีกทั้งสามารถจำแนกตามลักษณะของสื่อได้อีก 2 ประเภท คือสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ (3) คุณลักษณะของการสื่อสารมวลชน (4) คุณลักษณะของสื่อมวลชน แต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะตัวที่ส่งผลต่อการนำเสนอข่าวสารและความเหมาะสมในการใช้งาน โดยพิจารณาจากคุณสมบัติต่าง ๆ เช่น ความรวดเร็วของสื่อมวลชน ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร โอกาสในการรับข่าวสาร เป็นต้น (5) บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน มีบทบาทสำคัญในสังคม โดยทำหน้าที่ต่าง ๆ อีกทั้งต้องปฏิบัติหน้าที่โดยคำนึงถึงความสมดุลระหว่างความต้องการเฉพาะส่วนและความ

ต้องการรวมของสังคม ภายใต้อิทธิพลของทุนและรัฐ พร้อมทั้งคำนึงถึงผลประโยชน์ของตนเอง (6) มุมมอง ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชนในสังคมไทย ควรทำหน้าที่ตรวจสอบข้อเท็จจริงและเสนอข่าวสารอย่างเป็น ธรรม แต่กลับถูกรวบงำโดยระบบทุนนิยมและคนชั้นนำในสังคม ส่งผลให้สื่อบางส่วนละเลยความรับผิดชอบ และความเป็นกลาง ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคม อีกทั้งการสื่อสารผ่านสื่อใหม่เปลี่ยนรูปแบบจากการสื่อสาร ทางเดียวไปสู่การสื่อสารสองทาง เช่น การใช้โซเชียลมีเดียหรือแพลตฟอร์มออนไลน์ บทบาทสำคัญของสื่อใหม่ ฉะนั้นสื่อมวลชนและสื่อใหม่ในยุคปัจจุบันควรดำเนินงานด้วยความรับผิดชอบต่อ ความถูกต้อง และความโปร่งใส เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสังคมในเชิงสร้างสรรค์

7. แบบฝึกหัดท้ายบท

1. ความหมายของการสื่อสารมวลชน คือ

.....

.....

.....

2. สื่อมวลชนสามารถแบ่งได้กี่ประเภท และแต่ละประเภทยังมีจุดแข็งหรือจุดอ่อนอย่างไร

.....

.....

.....

3. จงอธิบายบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน พร้อมยกตัวอย่าง

.....

.....

.....

8. เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2543). สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ศาลาแดง.

จารุวรรณ นิธิไพบูลย์. (2564). หลักการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์พานารณ

จิราภรณ์ สุวรรณวาทกิจ. (2554). แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน. (หน่วยที่ 1). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2523). นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาการสอน. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

นราธิปพงศ์ประพันธ์, กรมหมื่น, พลตรี. (2516). สื่อมวลชนคืออะไร. ปาฐกถาในการสัมมนา การสื่อสารมวลชน ณ ศาลาสันติธรรม วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2507. กรุงเทพฯ : สหมิตร.

พชนี เษยจรรยา และคณะ. (2541). แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: เอลโล่การพิมพ์.

พีระ จิรโสภณ. (2551). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการปริญญาโทนิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 10. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ภาทิพย์ ตรีสกุล, วิภาณี แม้นอินทร์, และเรวดี ไวยวาสนา. (2563). หลักนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 7). ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

- สมควร กวียะ. (2547). การสื่อสารมวลชน : บทบาทหน้าที่ เสรีภาพ และความรับผิดชอบ. (ฉบับปรับปรุงพิมพ์ครั้งที่ 6.). กรุงเทพฯ : โกสินทร์
- สมสุข หินวิมาน. (2552). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารและพฤติกรรมสื่อสาร. ใน เอกสารการสอน ทฤษฎีและพฤติกรรมสื่อสาร. (พิมพ์ครั้งที่ 7). (หน่วยที่ 5). นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์. (2553). กฎหมายและจริยธรรมด้านนิเทศศาสตร์ หน่วยที่ 3 สิทธิ เสรีภาพในการรับรู้ข่าวสาร และการแสดงความคิดเห็น.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. MIT Press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.

บทที่ 4

ทฤษฎี และแบบจำลองทางการสื่อสารภายในบุคคล

1. ความหมายของทฤษฎี และแบบจำลอง

ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theory) คำ 2 คำ คือ "ทฤษฎี" และ "การสื่อสาร" หากพิจารณาความหมายของคำว่า ทฤษฎี จะหมายถึง ข้อความที่อธิบายข้อเท็จจริง หรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น แล้วได้รับการตรวจสอบและได้รับการยอมรับกันพอสมควร ดังนั้นทฤษฎีการสื่อสาร จึงหมายถึง คำอธิบายข้อเท็จจริง หรือ ปรากฏการณ์ของกระบวนการสื่อสารที่ตรวจสอบแล้ว หรือยอมรับกันแล้วตามสมควร ซึ่งหมายความว่า ทฤษฎีได้รับการยอมรับว่า หากเกิดปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์เช่นนี้ขึ้นอีกจะเรียกเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์นั้นว่า "ทฤษฎีการสื่อสาร" (ศุภรศม์ จิตติกุลเจริญ, 2540)

กรณีแบบจำลองทางการสื่อสาร หมายถึง ในรูปของการเขียน รูปความจริงหรือข้อเท็จจริงที่ต้องการอธิบาย อาจจะเป็น แผนภาพ แผนภูมิ กราฟ สัญลักษณ์ใด ๆ สรุปอาจกล่าวได้ว่า แบบจำลองก็คือ ทฤษฎีหรือตัวแทนของทฤษฎีที่ใช้ อธิบายปรากฏการณ์ในโลกแห่งความเป็นจริงได้อย่างง่าย ๆ

โดยข้อความที่อธิบายถึงเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นแล้ว ได้รับการตรวจสอบ และยอมรับกันโดยทั่วไปนี้ หากจะพิจารณาอย่างง่าย ๆ จะสามารถจัดแบ่งประเภทของการสื่อสารได้เป็น ประเด็นกว้าง ๆ คือ 1) แบ่งตามขนาดของสังคม 2) แบ่งตามจำนวนของผู้ร่วมในกระบวนการสื่อสาร 3) แบ่งตามความแตกต่างระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (ภากิตต์ ตรีสกุล และคณะ, 2563)

ดังนั้น แบบจำลองการสื่อสารจะหมายถึง ทฤษฎีหรือตัวแทนของทฤษฎี ไม่ว่าจะเป็น กราฟ แผนภาพ แผนภูมิต่าง ๆ ที่อธิบายการทำงานหรือกระบวนการทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นเพื่อให้สามารถเข้าใจได้อย่างง่าย ๆ นั้นเอง

2. การสื่อสารภายในบุคคล

การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) การสื่อสารที่เกิดขึ้นกับหน่วยวิเคราะห์ (Unit of analysis) ที่เล็กที่สุด คือ บุคคลเพียง คนเดียว การศึกษาค้นคว้าด้านนี้ส่วนใหญ่มีวิวัฒนาการมาจาก สาขาวิชาจิตวิทยา และสังคมวิทยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งจิตวิทยาทางสังคม

ทั้งนี้ การสื่อสารภายในบุคคล หมายถึง กระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในระบบประสาทและความคิดของบุคคล การสื่อสารประเภทนี้คลุมไปถึงโครงสร้างของความคิด (Cognitive structure) การพัฒนา ด้านสติปัญญา (Intellectual development) การรับรู้ (Perception) การเรียนรู้ (Learning) การแปล ข่าวดสาร (Interpretation) การรับรอง (Recognition) และกระบวนการทางจิตวิทยาอย่างอื่น โดยทั่วไปแล้ว ถือว่าการสื่อสารในบุคคลเป็นกระบวนการส่วนหนึ่งของโครงสร้างทางความคิดซึ่งเกี่ยวข้องกับแนวคิด ปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ "Symbolic interaction" (กล่าวคือเป็นแนวคิดที่พิจารณาการสื่อสารระหว่าง สัญลักษณ์ต่าง ๆ กับจิตสำนึก ความรับรู้ สติปัญญาของมนุษย์หรือผู้รับสาร) ในทัศนะของ Mead (1934)

การสื่อสารภายในบุคคลเป็นเสมือนสะพานเชื่อมระหว่างพฤติกรรม และ สิ่งแวดล้อม บุคคลจะไม่สามารถเรียนรู้และเข้าใจทัศนคติของบุคคลอื่นหรือของบุคคล ส่วนรวมจนกว่าเราจะสามารถพิจารณาและเข้าใจตัวเองและสามารถตอบสนองต่อการกระทำของตัวเองเหมือนเช่นที่เขาคาดหวังจะได้รับสนองตอบจากคนอื่น

ตัวอย่างของการสื่อสารภายในบุคคล ได้แก่ การพูดกับตัวเอง การฝัน การละเมอ การร้องเพลงฟังคนเดียว การเขียนจดหมายแล้วอ่านตรวจทานก่อนส่ง การตรวจงานที่จะทำการวางแผนในสมองว่าวันนี้ตนเองจะต้องทำอะไรบ้าง เป็นต้น (ศุภรศมี จิตติกุลเจริญ, 2540) จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า การสื่อสารภายในบุคคลนี้เกิดขึ้นได้ทั้งแบบรู้สึกตัว (การพูดกับตัวเอง การฮัมเพลงฟังคนเดียว อ่านทวนจดหมาย) และแบบไม่รู้ตัว (การฝัน การละเมอ) โดยจะเข้ารหัสของสารเป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียนก็ได้

โดยการสรุปการสื่อสารภายในบุคคลจึงเป็นการสื่อสารของบุคคลเดียวและเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลคนเดียว มีจำนวนเพียงคนเดียวที่กระทำหน้าที่ในการสื่อสาร คือ เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยมีระบบประสาทส่วนกลางของบุคคลควบคุมการสื่อสารและเป็นตัวทำให้การสื่อสารเกิดขึ้น ระบบประสาทส่วนกลางนี้มีระบบประสาท 2 ส่วนแบ่งกันทำหน้าที่เป็น 1) ผู้ส่งสารและ 2) ผู้รับสาร ประสาทส่วนที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารประกอบด้วยกลไกในการออกเสียง (vocal mechanisms) ทำให้เกิดเสียงพูด เสียงร้องไห้ เป็นต้น ระบบกล้ามเนื้อที่มีมือทำให้เกิดตัวหนังสือหรือภาพ เป็นต้น ตลอดจนระบบกล้ามเนื้อในส่วนอื่น ๆ ของร่างกายซึ่งทำให้เกิดกิริยาท่าทาง ขณะที่ประสาทส่วนที่ทำหน้าที่เป็นผู้รับสารเรียกว่า “Sensory skills” กลไกในการได้ยิน (Hearing mechanisms) และประสาทตา เป็นต้น (เทพฤทธิ์ เยาว์ธานี, 2549)

จากลักษณะข้างต้นจะเห็นได้ว่า แม้ในตัวบุคคลคนเดียวก็สามารถเกิดการสื่อสารได้ โดยอาศัยหลักที่ว่าถ้ามีผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งในกรณีของการสื่อสารภายในตัวบุคคลนี้เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน

3. กลุ่มของทฤษฎีการสื่อสาร

ทฤษฎีและแบบจำลองทางการศึกษาได้รับการพิจารณา ศึกษา ค้นคว้า วิจัยเป็นจำนวนมากและ เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ที่มีมาตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 โดยที่ ประกอบเกียรติ อิมศิริ (2556) แบ่งทฤษฎีการสื่อสาร ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้ดังนี้

1. ทฤษฎีการสื่อสารยุคเริ่มแรก
2. ทฤษฎีการสื่อสารที่อิงกับทฤษฎีด้านคณิตศาสตร์
3. ทฤษฎีการสื่อสารที่อิงกับทฤษฎีทางสังคมศาสตร์
4. ทฤษฎีการสื่อสารที่อิงทฤษฎีทางจิตวิทยา

1) ทฤษฎีการสื่อสารยุคเริ่มแรก

ทฤษฎีการสื่อสารยุคเริ่มแรกของอริสโตเติล เป็นยุคก่อนตัว ก่อนที่จะมีการศึกษาศาสตร์ ของการสื่อสาร สาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร คือ วิชาวรรณกรรมหรือวรรณคดี มีการศึกษาเรื่อง วิธีการพูด การออกเสียง โดยเฉพาะการพูดในที่สาธารณะ อาจารย์ที่สอนด้านนี้รวมตัวกันเป็นสมาคม เรียกตัวเองว่า กลุ่มวาทนิเทศ (Speed Communication) กลุ่มนี้ได้ระบุเป้าหมายและขอบเขตของ สาขานี้ให้ต่างจากรวมกัน เน้น

การศึกษาภาษาอย่างเป็นวิทยาศาสตร์ โดยมีประเด็นที่สนใจศึกษา คือ การสื่อสารในที่สาธารณะ ได้มีการรู้ข้อ
พื้นแนวคิดของอริสโตเติล ซึ่งได้เขียนตำราวาทศาสตร์ไว้ โดยกล่าวถึงวาทศาสตร์ในฐานะที่เป็นการพูดเพื่อโน้มน้าว
น้ำใจว่า สามารถใช้แนวทางโน้มน้าวได้ด้วย เหตุผล หรือตรรกะ การใช้อารมณ์ และใช้อัตลักษณ์ของผู้พูดเอง
ตัวอย่างแบบจำลองทางการสื่อสารของอริสโตเติล



The Aristotle Model

ภาพที่

ที่มา กาญจนา มีศิลป์วิภักย์ (2553)

2) ทฤษฎีการสื่อสารที่อิงกับทฤษฎีด้านคณิตศาสตร์

ทฤษฎีการสื่อสารที่อิงกับทฤษฎีด้านคณิตศาสตร์เป็นทฤษฎีการสื่อสารที่นำฐานความคิดเชิงระบบและ
คณิตศาสตร์มาใช้มองการสื่อสารเป็นกลไกคล้ายเครื่องจักร ได้แก่ แบบจำลอง ของแซนนอนและวีเวอร์ เสนอ
แบบจำลองการสื่อสารในลักษณะเป็นเส้นตรงและเน้นผลกระทบของ การสื่อสาร และนอร์เบิร์ต วินเนอร์ คิด
แบบจำลองการสื่อสารเชิงคณิตศาสตร์ไซเบอร์เนติกส์ (Cybernetics) หรือการสื่อสารสมองกล คำว่า
Cybernetics มีรากภาษามาจากภาษากรีก หมายถึง คนถือหางเสือเรือ ในทางวิชาการคำนี้หมายถึง ศาสตร์ที่
เกี่ยวกับการควบคุมหรือรักษาสภาพสมดุลของระบบ โดยเน้นปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback) เป็นกลไก
ควบคุม เปรียบได้กับคนถือหางเสือเรือทุกระบบในสังคมมีแนวโน้มที่จะเป็ยงเบนกระจัดกระจายไม่เป็นระบบ
จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัว และแก้ไขให้ถูกต้องอยู่ในระบบตลอดเวลา ดังนั้นข่าวสารเกี่ยวกับผลการทำงาน
ของระบบเป็นปฏิกิริยาป้อนกลับทำให้ทราบข้อบกพร่องของระบบและช่วยปรับระบบให้กลับสู่สภาพปกติ
แบบจำลองของวินเนอร์ในระยะแรกไม่ค่อยได้รับการกล่าวถึงเท่าใดนัก อย่างไรก็ตามในช่วงปี ค.ศ. 1980 แนวคิด
ของวินเนอร์ได้กลับมารับความสนใจอีกครั้ง (จารุวรรณ นิธิไพบูลย์, 2564)

การศึกษาแนวใหม่ได้จำแนกทฤษฎีการสอนคณิตศาสตร์ออกเป็น 3 ทฤษฎีคือ

- 1) ทฤษฎีแห่งการฝึกฝน (Drill Theory) ทฤษฎีนี้เชื่อว่าคนจะเรียนรู้คณิตศาสตร์ได้โดยการฝึกทำสิ่ง
นั้นซ้ำ ๆ หลายๆ ครั้ง
- 2) ทฤษฎีแห่งการเรียนรู้โดยบังเอิญ (Incidental Learning Theory) ทฤษฎีนี้เชื่อว่าคนจะเรียนรู้
คณิตศาสตร์ได้ดีเมื่อเกิดความพร้อมหรืออยากเรียนรู้ในสิ่งนั้น ๆ
- 3) ทฤษฎีแห่งความหมาย (Meaning Theory) ทฤษฎีนี้เชื่อว่าคนจะเรียนรู้และเข้าใจในสิ่งที่เรียนได้ดี
เมื่อได้เรียนในสิ่งที่มีความหมายต่อเขา

3) ทฤษฎีการสื่อสารที่อิงกับทฤษฎีทางสังคมศาสตร์

ทฤษฎีการสื่อสารที่อิงกับทฤษฎีทางสังคมศาสตร์ เป็นทฤษฎีการสื่อสารที่แสดงให้เห็นว่า สังคมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสารของบุคคลในลักษณะใดบ้าง เช่น แบบจำลองการสื่อสารเชิงการประกอบสร้างความหมายทางสังคม ซึ่งให้ความสำคัญแก่การสื่อสารในฐานะที่เป็นกระบวนการสร้างโลก (World building) ตามนัยที่ว่า การสื่อสารไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลเพียงเท่านั้น แต่ยังเป็นสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัวคนทุกคนและเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงโลกเข้าด้วยกัน โดยกลุ่มคนในสังคมได้ประกอบสร้างความหมายแก่สิ่งต่าง ๆ ทั้งในระดับปัจเจก ระดับกลุ่ม และระดับโลก ผ่านทางกระบวนการสื่อสาร แบบจำลองนี้เสนอการสื่อสาร คือ กระบวนการที่กลุ่มคนได้ร่วมกันประกอบสร้างความหมายทางสังคมแก่ความเป็นจริงที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัวเรา แบบจำลองนี้สะท้อนให้เห็นแนวคิดเบื้องต้นของนักการสื่อสารกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาที่เชื่อว่า ความเป็นจริงนั้นไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่แล้ว แต่เป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้าง (Constructed) ขึ้นมา เครื่องมือในการประกอบสร้างความหมาย 4 ประการได้แก่ รหัสสัญลักษณ์ (Symbolic codes) การเรียนรู้ที่สั่งสมมาจากจารีตประเพณี (Cognitive customs) ธรรมเนียมสืบทอดทางวัฒนธรรม (Culture traditions) และบทบาทเกณฑ์ต่าง ๆ ที่มี (จารุวรรณ นิธิไพบูลย์, 2564)

4) ทฤษฎีการสื่อสารที่อิงทฤษฎีทางจิตวิทยา

ทฤษฎีการสื่อสารที่อิงทฤษฎีทางจิตวิทยา เป็นทฤษฎีการสื่อสารที่อิงกับทฤษฎีทางจิตวิทยา สนใจอธิบายสิ่งที่เกิดขึ้นภายในสมองของผู้กระทำการสื่อสารขณะเกิดกระบวนการสื่อสาร เป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจเรื่องความรู้ ความเข้าใจและพฤติกรรม (Cognitive and Behavioral Theories) โดยการศึกษาของจิตวิทยาแนวพฤติกรรมศาสตร์เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของสิ่งเร้าหรือสิ่งที่ใส่เข้าไปและพฤติกรรมการตอบสนอง คำว่าความรู้ความเข้าใจ (Cognition) คือ การคิดทฤษฎีกลุ่มนี้เน้นศึกษาวิถีทางที่สร้างจะมีผลต่อตัวบุคคล และเชื่อเหมือนกลุ่มแรกว่า ความจริงเป็นสิ่งที่สังเกตและพิสูจน์ได้ตรงกันหมด มองการสื่อสารค่อนข้างจะเป็นกระบวนการเส้นตรง และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ในกระบวนการสามารถพิสูจน์ได้ด้วยการตั้งสมมติฐานและทดสอบตัวอย่างทฤษฎี เช่น ทฤษฎีการสร้างสาร (Message production) และทฤษฎีเกี่ยวกับการรับสาร (Message reception and processing)

4. รูปแบบของการสื่อสาร

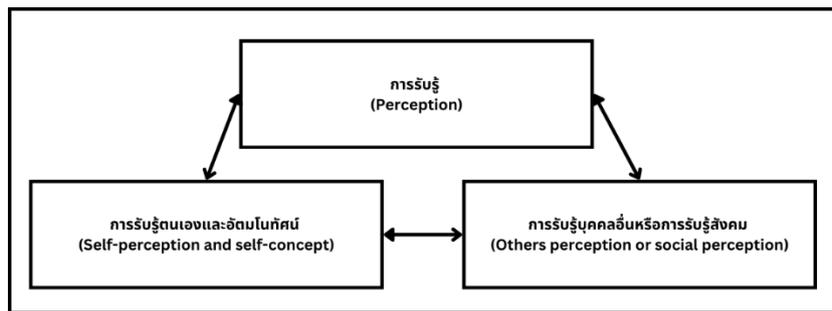
อรรถนพ แสงภู (2551) แบ่งรูปแบบของการสื่อสารสามารถแบ่งออกได้ 2 รูปแบบที่สำคัญ ดังนี้

1. การสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) การสื่อสารแบบทางเดียวเป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีบทบาทหน้าที่ชัดเจนเพียงบทบาทเดียว คือ ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งข้อมูลข่าวสารอย่างเดียว และผู้รับสารก็ทำหน้าที่รับข้อมูลข่าวสารเพียงอย่างเดียวไม่ได้ส่งข้อมูลข่าวสารกลับไปอีก โดยการสื่อสารแบบทางเดี่ยวนี้อประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร ทั้งนี้ผู้ส่งสารในการสื่อสารแบบทางเดี่ยวนี้อจะต้องเข้ารหัสสารก่อน กล่าวคือ ผู้ส่งสารจะนำสารมาจัดกระทำในรูปของข้อความ รูปภาพ แผนภูมิ หรืออื่น ๆ แล้วส่งไปยังผู้รับสารโดยการพูด การแสดงออกทางกิริยาท่าทาง การเขียน เป็นต้น หากเป็นการสื่อสารมวลชนผู้เข้ารหัสและผู้ส่งสารอาจจะแยกส่วนกัน ในขณะที่การสื่อสารระหว่างบุคคลผู้รับสารอาจ

ถอดรหัสโดยระบบประสาทรับรู้ทั้ง 5 ส่วน การสื่อสารมวลชนอาจจะมีผู้นำความคิดเห็นทำหน้าที่ถอดรหัสแทนผู้รับสาร เช่น รายการเรื่องเล่าเช้านี้ คุณสรยุทธในฐานะผู้ประกาศข่าวทำหน้าที่ถอดรหัส โดยจะอ่านข่าวหรือดูเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากแหล่งข่าว หรือสื่อสิ่งพิมพ์ จากนั้นจะนำมาเล่าและอธิบายโดยใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษาอย่างย่อผ่านสื่อทำให้ผู้ฟังเข้าใจในประเด็นของข่าวแต่ละข่าวอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้การถอดรหัสจะร่วมถึงการตีความเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในประเด็นของสารด้วย

2. การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) หมายถึง การถอดรหัส ตีความหมาย เข้ารหัส การสื่อสารแบบสองทาง เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีหน้าที่บทบาทเท่าเทียมกัน มีการสลับบทบาทหน้าที่กันได้ตลอดเวลา คือ ผู้ส่งสารจะเปลี่ยนสภาพเป็นผู้รับสารหรือผู้รับสารเปลี่ยนสภาพเป็นผู้ส่งสารได้โดยตลอดของการสื่อสารนั้น หรืออีกนัยหนึ่งคือรูปแบบการสื่อสารที่มีการสื่อสารกลับ (Feedback) โดยการสื่อสารกลับจะเป็นข้อบ่งชี้ถึงผลสัมฤทธิ์ทางการสื่อสารว่ามีมากน้อยเพียงใด การสื่อสารแบบสองทางมีองค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสาร และมีการสื่อสาร กลับที่แสดงให้เห็นถึงปฏิกิริยาของผู้รับสารและผลของการสื่อสารว่ามีผลมากน้อยเพียงใด โดยผู้ส่งสารจะทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารจะต้องเข้ารหัส ส่วนผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้รับสารจะต้องถอดรหัส และตีความหมายของสารนั้น

5. แบบจำลองการสื่อสารภายในบุคคล



รูป 3 แบบจำลองการสื่อสารภายในตัวบุคคล
ที่มา ศุภรัตน์ ฐิติกุลเจริญ. (2540)

สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1. การรับรู้ (Perception)

การรับรู้ (Perception) ย่อด้วย P แกมเบิล และ แกมเบิล (Gamble, & Gamble, 2005) อธิบายว่าการรับรู้ หมายถึง กระบวนการในการให้ความสนใจและการเลือกรับ การรวบรวมและการจัดระบบและการแปลความหมายหรือการสร้างความหมายให้แก่ข้อมูลที่ได้รับเพื่อให้เข้าใจความหมายของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมรอบตัว

(1) กระบวนการรับรู้ ในทฤษฎีของวิลเบอร์ แชมมัม ความหมาย เกิดจากการรับรู้ หมายถึง กระบวนการแปลความหมายของสิ่งที่พบหรือสิ่งที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมรอบตัว (Schramm, 1960) กล่าวคือ เมื่อมนุษย์ได้รับสิ่งเร้าหรือข้อมูลผ่านทางประสาทรับรู้ทั้งห้า ได้แก่ การเห็นด้วยตา การได้ยินด้วยหู

การได้กลิ่นด้วยจมูก การรับรสด้วยลิ้น และการสัมผัสทางผิวหนังแล้ว สิ่งเร้าหรือข้อมูลเหล่านั้นจะถูกส่งผ่านไปยังสมองซึ่งจะทำหน้าที่รวบรวม และแปลความหมายของสิ่งเร้าหรือข้อมูลที่ได้รับ ด้วยกระบวนการที่รวดเร็วแล้วเกิดเป็นการรับรู้

1.1) การให้ความสนใจและการเลือกรับสิ่งเร้า (Attention and selection) หมายถึง กระบวนการซึ่งประสาทรับรู้ของมนุษย์ถูกกระตุ้นด้วยสิ่งเร้าต่าง ๆ มากมายซึ่งเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมรอบตัว แต่เนื่องจากมนุษย์มีขีดจำกัดในการรับรู้จึงไม่สามารถรับรู้สิ่งเร้าทั้งหมดที่ผ่านเข้ามาได้ (Tubbs, & Moss, 2000) ดังนั้นมนุษย์จึงต้องเลือกสิ่งที่รับรู้ (selective perception) โดยสามารถสรุปได้ 2 ประการ ดังนี้

1) การเลือกสิ่งที่ตนสนใจ (Selective attention)

2) การเลือกที่จะเปิดรับ (Selective exposure)

1.2) การรวบรวมและจัดระบบของสิ่งเร้า (Organization of stimuli) หมายถึง กระบวนการ ซึ่งสมองรวบรวมและจัดระบบของสิ่งเร้าที่ผ่านเข้ามาทางประสาทรับรู้ทั้ง 5 ช่องทาง เพื่อให้เกิดเป็นความหมาย ประกอบด้วย 2 ประการ

1) การจัดกลุ่มการรับรู้ (Perceptual grouping)

2) ความสัมพันธ์ระหว่างภาพและพื้น (Figure-ground relationship)

1.3) การแปลความหมาย (Interpretation) หมายถึง การให้ความหมายแก่สิ่งเร้าหรือข้อมูลที่ได้รับ

(2) การรับรู้และการสื่อสาร การรับรู้ถือเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และเป็นองค์ประกอบสำคัญ ซึ่งคู่สื่อสารจำเป็นต้องศึกษาให้เข้าใจและเสริมสร้างให้เกิดขึ้นเพื่อเพิ่มพูนศักยภาพด้านการสื่อสารและประสิทธิผลในการสื่อสาร ทั้งนี้ เนื่องจากการรับรู้และการสื่อสารมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ดังนี้

2.1) การรับรู้ช่วยให้มนุษย์ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมช่วยมนุษย์ในการสร้างความหมายให้แก่สิ่งต่าง ๆ รอบตัว อีกทั้งช่วยให้มนุษย์รู้จักตนเองและบุคคลอื่น

2.2) การรับรู้ของมนุษย์ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งเร้ารอบตัว

2.3) การรับรู้ของมนุษย์มีความแตกต่างกัน เนื่องจากการแปลความหมายที่แตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคลแต่ละสถานการณ์ แต่ละสถานที่และเวลาที่เกิดเหตุการณ์

2.4) การรับรู้ของมนุษย์เกี่ยวกับตนเองบุคคลอื่น และสังคมมีส่วนสัมพันธ์กับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสาร

2.5) การรับรู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสาร อาทิ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้ส่งสารมีผลต่อการกำหนดเนื้อหาของสารที่ส่งไปยังผู้รับสาร การรับรู้สภาพแวดล้อมของผู้ส่งสารส่งผลต่อรูปแบบหรือวิธีการในการส่งสาร

2.6) การรับรู้มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความรู้สึกหรือทัศนคติที่มีต่อบุคคลอื่นทั้งในด้านบวกและด้านลบ

2. การรับรู้ตนเองและอัตมโนทัศน์ (Self-perception and self-concept)

การรับรู้ตนเองและอัตมโนทัศน์ (Self-perception and self-concept) ย่อด้วย S ในบรรดาการรับรู้ที่เกิดขึ้นกับมนุษย์นั้น การรับรู้ตนเองและอัตมโนทัศน์ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การสื่อสารภายในบุคคลและการสื่อสารระหว่างบุคคล ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ตนเองและอัตมโนทัศน์ ดังต่อไปนี้

(1) การรับรู้ตนเอง หมายถึง วิธีการที่มนุษย์มองตนเอง มีลักษณะสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

1.1) การรับรู้ตนเองหรือการรับรู้ความเป็นตัวตนของมนุษย์ไม่ได้ติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่เกิด

1.1.1) การสื่อสารกับบุคคลพิเศษ (Particular others)

1.1.2) การสื่อสารกับบุคคลทั่วไป (Generalized others) ๑

1.1.3) การสื่อสารกับบุคคลอื่นช่วยให้มนุษย์รับรู้มุมมองของบุคคลอื่นที่มีต่อตนเอง

(2) การรับรู้ตนเองนั้นประกอบด้วยหลากหลายมิติ ได้แก่ ลักษณะ ทางกายภาพหรือลักษณะภายนอกที่สังเกตเห็นได้ เช่น รูปร่างหน้าตา เป็นต้น

2.1) การรับรู้ตนเองเป็นกระบวนการที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ซึ่งเป็นผลมาจากการสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ

2.2) อัตมโนทัศน์หรือแนวคิดเกี่ยวกับตนเองด้วยเหตุที่มนุษย์แต่ละคนคิด ฟัง ตอบสนอง และพูดสิ่งต่าง ๆ จากมุมมองของตน ดังนั้น มนุษย์จึงจำเป็นต้องพิจารณาและศึกษา “ตัวตน (self)” ของตนเอง

2.3) องค์ประกอบของอัตมโนทัศน์ แกมเบิล และ แกมเบิล (Gamble, & Gamble, 2005) อธิบายว่า อัตมโนทัศน์นั้น จะสามารถหมายถึงภาพลักษณ์ของตน (Self-image) หรือภาพความเป็นตัวตนของแต่ละบุคคล หมายถึง การรับรู้ว่าเป็นใคร เป็นบุคคลประเภทใด มีบทบาทหน้าที่อะไร หรือ อีกนัยหนึ่งคือการมองเห็นตนเองตามความเชื่อของตน หรือการมีภาพของตนเองซึ่งแตกต่างไปจากบุคคลอื่น การระบุนามเป็นตนเองนั้นจะสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของตน และจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การสื่อสารภายในและภายนอกบุคคล เริ่มแรกภาพลักษณ์ หรือภาพความเป็นตัวตนของบุคคลนั้นจะถูกกำหนดโดยบุคคลอื่น กล่าวคือ บุคคลอื่นจะแบ่งประเภทของเราด้วยบทบาทของเรา (role) เช่น เป็นสามี พ่อ ผู้บังคับบัญชา ฯลฯ บางคนอาจจะจัดประเภทของเราด้วยคุณลักษณะทางบุคลิกภาพ (Personality traits) เช่น เป็นคนฉลาด กระตือรือร้น หรือแบ่งประเภทโดยอาศัย ลักษณะทางกายภาพ (Physical characteristics) เช่น เป็นคนสูง คนสวย เป็นต้น จากการศึกษาพบว่า บทบาทในครอบครัวถูกใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดประเภทของบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือ อาชีพ สถานภาพการสมรสและการนับถือศาสนา

3. การรับรู้บุคคลอื่นหรือการรับรู้สังคม (Others perception or social perception)

การรับรู้บุคคลอื่นหรือการรับรู้สังคม (Others perception or social perception) ย่อด้วย O ไชลเลอร์ และ บีล (Seiler, & Beall, 2002) อธิบายว่า อัตมโนทัศน์และวิธีการสื่อสารของมนุษย์ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ดังนั้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในกระบวนการ

สื่อสารระดับต่าง ๆ มนุษย์จำเป็นต้องรู้จักตัวตนของตนเองและตัวตนของบุคคลอื่นซึ่งเป็นผู้สื่อสารของตน หลังจากเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับ “ตนเอง” แล้ว สิ่งที่จะต้องเรียนรู้ต่อไปคือ การรับรู้บุคคลอื่นหรือการรับรู้สังคม

ในบรรดาแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้อธิบายถึงการรับรู้บุคคลอื่นของมนุษย์นั้นมีแนวคิดและทฤษฎีสำคัญที่ควรกล่าวถึง ได้แก่

(1) ความประทับใจครั้งแรก (First impression) หมายถึง ความรู้สึกที่คู่สื่อสารมีต่อกันเมื่อพบกันเป็นครั้งแรก ความประทับใจเป็นรูปแบบหนึ่งของการรับรู้บุคคลอื่น ในกระบวนการสื่อสารซึ่งส่งผลต่อการสร้างความเข้าใจและพยากรณ์พฤติกรรมของบุคคลอื่น รวมทั้ง การแสดงพฤติกรรมสื่อสารของคู่สื่อสาร กล่าวคือ โดยปกติมนุษย์จะสังเกตอากัปกริยาและท่าทางการแสดงออก ของบุคคลอื่นซึ่งพบกันครั้งแรก แล้วจึงนำสิ่งที่รับรู้ไปเป็นข้อมูลประเมินบุคคลนั้นอย่างคร่าว ๆ ว่าเป็นคนอย่างไร แล้วจึงแสดงปฏิกิริยาตอบสนองบุคคลนั้น ดังนั้นความประทับใจครั้งแรกจึงส่งผลต่อรูปแบบและวิธีการสื่อสารของมนุษย์

ในกรณีการสร้างความประทับใจแรกพบ สามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด เบญจรงค์ ธีระผลิกะ (2564) ได้สรุปไว้เป็นโมเดลที่เรียกว่า GCDCTA model ดังนี้

ขั้นความสัมพันธ์	สถานะ	คำอธิบาย
1. ขั้นทักทาย (Greeting)	คนแปลกหน้า (Strangers)	เป็นขั้นของการทำความรู้จัก มีการแบ่งปันข้อมูล เพราะมีความรู้สึกไม่ไวใจตนเอง เนื่องจากเป็นการเริ่มต้นของความสัมพันธ์จากสถานะแรกคือคนแปลกหน้า
2. ขั้นเล่าเรื่อง (Chitchat)	คนรู้จัก (Acquaintance)	หลังจากสร้างความประทับใจแรกพบแล้ว เริ่มมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ผ่านการถามตอบเรื่องราวระหว่างกันแบบผิวเผิน รวมทั้งตั้งใจฟังในบทสนทนาเริ่มมีการฟังพาดภัยซึ่งกันและกัน เริ่มเกิดความรู้สึกไวใจตนเองในการเริ่มต้นความสัมพันธ์ในฐานะคนรู้จักกัน
3. ขั้นพูดคุยจริงจัง (Dialogue)	เพื่อน (Friend)	หลังจากการสื่อสารแบบผิวเผินแล้วนั้น เริ่มมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลขึ้นอารมณ์ มีการเอาใจใส่ระหว่างกัน รวมทั้งมีความไวใจในบุคคลอื่น เริ่มรับฟังความเห็นส่วนตวัระหว่างกันในฐานะเพื่อนของเราคนหนึ่ง
4. ขั้นสร้างความเกี่ยวพัน (Connection)	เพื่อนสนิท (Close Friend)	ในฐานะเพื่อนสนิทคนหนึ่ง มีการสื่อสารระหว่างกันรวมทั้งการแลกเปลี่ยนข้อมูลขึ้นคงที่ มีความเชื่อใจไว้วางใจและเชื่อมั่นศรัทธาในความสัมพันธ์อีกทั้งมีการการเปิดเผยความฝัน ความหวัง ความรู้สึกลึก ๆ ร่วมกับการแสดงออกทางอารมณ์ผ่านการมีกิจกรรมร่วมกัน
5. ขั้นเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust)	คู่หู (Buddy)	มีการตอบสนองระหว่างกันอย่างมากขึ้น รวมทั้งยังมีความไวใจในสารที่สื่อระหว่างกัน มีการเปิดเผยอารมณ์ เริ่มมีกิจกรรมนอกสถานที่ร่วมกัน เช่น การท่องเที่ยวด้วยกัน ในฐานะเพื่อนรัก และกิ๊ก
6. ขั้นสนิทแนบแน่น (Affection)	คู่รัก (Couple)	ในขั้นของความใกล้ชิดมีการเปิดเผยความเจ็บปวด ความทรงจำที่แสนสุข และแสนเศร้าระหว่างกัน มีความรู้สึกที่เป็นกันและกัน ในฐานะเพื่อนสนิทที่สนิทสนมกันอย่างมาก รวมทั้งอาจถึงขั้นพัฒนากลายเป็นคู่ชีวิตหรือมีกิจกรรมทางเพศเกิดขึ้นระหว่างกันได้อีกด้วย

(2) ทฤษฎีการอนุมานสาเหตุและแรงจูงใจของพฤติกรรม (Attribution theory) หมายถึง การสังเกตพฤติกรรมของคู่สื่อสารเพื่ออนุมานหรือคาดเดาสาเหตุหรือแรงจูงใจในการแสดงพฤติกรรมเหล่านั้น (Myers,

2010) ดังนั้น การอนุมานสาเหตุและแรงจูงใจของพฤติกรรมจึงช่วยให้มนุษย์เข้าใจถึงสาเหตุของการเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ และเหตุผลที่มนุษย์แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ในขณะที่เราสื่อสารกับบุคคลอื่นเราจะรับรู้คู่สื่อสารของเราจากพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลนั้นเท่าที่เราจะสังเกตได้ ดังนั้น มนุษย์จึงจำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมที่บุคคลอื่นแสดงออกขณะกำลังสื่อสารกับตน เพื่อให้เกิดการรับรู้บุคคลเหล่านั้นและเพื่อแสดง ปฏิกริยาตอบกลับที่เหมาะสม

6. บทสรุป

แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน ประกอบด้วย (1) **ความหมายของทฤษฎีและแบบจำลอง** โดยทฤษฎี สามารถอธิบายได้ว่า การเป็นทฤษฎีได้ต้องรับการยอมรับทั่วไปว่าหากเกิดปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์เช่นนี้ขึ้นอีกจะเรียกเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ขึ้นก็สามารถอธิบายสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้ ส่วนแบบจำลอง หมายถึง การนำทฤษฎีมาสร้างให้อยู่ในรูปแบบของการเขียน รูปความจริงหรือข้อเท็จจริงที่ต้องการอธิบาย อาจจะทำเป็น แผนภาพ แผนภูมิ กราฟ สัญลักษณ์ใด ๆ ซึ่งโดยสรุปอาจจะกล่าวว่า แบบจำลองก็คือ ทฤษฎีหรือตัวแทนของทฤษฎีที่ใช้ อธิบายปรากฏการณ์ในโลกแห่งความเป็นจริงได้อย่างง่าย ๆ (2) **การสื่อสารภายในบุคคล** หมายถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นกับหน่วยวิเคราะห์ (Unit of analysis) ที่เล็กที่สุด คือ บุคคลเพียง คนเดียว การศึกษาค้นคว้าด้านนี้ส่วนใหญ่มีวิวัฒนาการมาจากสาขาวิชาจิตวิทยา และสังคมวิทยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งจิตวิทยาทางสังคม (3) **กลุ่มของทฤษฎีทางการสื่อสาร** สามารถแบ่งได้ 4 ยุค ตามองค์ประกอบในการพิจารณา เช่น ยุคแรก ยุคที่เกี่ยวข้องกับคณิตศาสตร์ ยุคทางสังคมศาสตร์ ยุคจิตวิทยา เป็นต้น (4) **รูปแบบของการสื่อสาร** สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ การสื่อสารทางเดียว และการสื่อสารสองทาง (5) **แบบจำลองการสื่อสารภายในตัวบุคคล** มีองค์ประกอบทั้งสิ้น 3 ส่วน คือ P-S-O ซึ่งในแต่ละส่วนจะมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ทั้งด้านการรับรู้ (P) การรับรู้ตนเองและอัตมโนทัศน์ (S) และการรับรู้บุคคลอื่นหรือรับรู้สังคม (O) ซึ่งทั้งหมดจะส่งผลต่อการสื่อสารภายในตัวบุคคลทั้งสิ้น ทั้งการตีความ การรับสาร การถ่ายทอด รวมทั้งทัศนคติที่มีต่อสารและมีต่อคู่สนทนา

7. แบบฝึกหัดท้ายบท

1. จงอธิบายความหมาย ละความแตกต่างของทฤษฎีและแบบจำลอง พร้อมยกตัวอย่าง

.....

.....

.....

2. การสื่อสารภายในบุคคลหมายความว่าอย่างไร พร้อมยกตัวอย่าง

.....

.....

.....

3. รูปแบบการสื่อสารสามารถจำแนกได้กี่ประเภท พร้อมอธิบายตัวอย่าง

.....

.....

.....

8. เอกสารอ้างอิง

กาญจนา มีศิลป์วิภักย์. (2553). ความรู้เบื้องต้นและทฤษฎีการสื่อสาร Introduction and Theory of Communication. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

จรรุวรรณ นิธิไพบูลย์. (2564). หลักการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์พานารณ

เทพฤทธิ์ เยาว์ธานี. (2549). หลักนิเทศศาสตร์. เชียงราย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

เบญจรงค์ ธีระผลิกะ. (2564). การเปิดเผยตัวตนผ่านการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่ม
ชายรักชายในพื้นที่ทวิตเตอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต สาขาการสื่อสาร. พิษณุโลก :
มหาวิทยาลัยนเรศวร

ประกอบเกียรติ อิมศิริ. 2556. “ปรัชญาพื้นฐานการสร้างองค์ความรู้ด้วยการวิจัยทางนิเทศศาสตร์.” วารสารว
ไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ 3 (1). 197-208.

ภาทิพย์ ตรีสกุล, วิภาณี แม้นอินทร์, และเรวดี ไวยวาสนา. (2563). หลักนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 7). ศูนย์
หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

ศุภรัตน์ ฐิติกุลเจริญ. (2540). ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theory). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
รามคำแหง

อรณพ แสงภู. (2551). หลักนิเทศศาสตร์. บุรีรัมย์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

วิรัช วงศ์ภินันท์วัฒนา. (มปป). ภาษากับการสื่อสารมวลชน. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Gamble, T. K., & Gamble, M. (2005). *Communication works*. (8th ed.). Boston, MA: McGraw-Hill.

Mead, G.H. (1934). *Mind, Self, and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*. University
of Chicago Press: Chicago.

Myers, D. G. (2010). *Myers' psychology for AP*. Macmillan.

Seiler, W. J., & Beall, M. L. (2002). *Communication: Making connections*. (5th ed.). Boston, MA:
Allyn & Bacon.

บทที่ 5

ทฤษฎี แบบจำลองทางการสื่อสารระหว่างบุคคล

1. ทฤษฎีและแบบจำลองทางการสื่อสารและระหว่างบุคคล

ทฤษฎี แบบจำลองทางการสื่อสาร และการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นแนวทางสำคัญในการสื่อสารระหว่างกันของมนุษย์ เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคม และเป็นนักเล่าเรื่อง ฉะนั้นเพื่อให้การดำรงอยู่ของเผ่าพันธุ์มนุษย์เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ลดการเกิดปัญหา รวมทั้งสามารถพัฒนากระบวนการทางสังคมไทย จึงจำเป็นที่จะต้องศึกษากระบวนการ รูปแบบในการสื่อสาร บทนี้ประกอบไปด้วย การศึกษาทฤษฎีและแบบจำลองทางการสื่อสารทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล และแบบจำลองทางการสื่อสารจากนักคิดและนักทฤษฎีต่าง ๆ ดังที่จะกล่าวต่อไป

การสื่อสารประเภทนี้ มีการนำไปใช้และได้รับการศึกษาค้นคว้าอย่างแพร่หลายมาก การศึกษาวิชาการสื่อสารส่วนมากมักจะเน้นการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารมวลชนควบคู่กันไป

1.1 การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) หมายถึง กระบวนการของการติดต่อสื่อสาร หรือการแสดงปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ (Reciprocal interaction) ระหว่างบุคคลอย่างน้อยสองคน (Dyadic) ซึ่งอาจเป็นสามคน (Triadic) หรือกลุ่มย่อย (Small-group) แล้วแต่จำนวนคนที่เกี่ยวข้องในแต่ละสถานการณ์ จำนวนคนที่เกี่ยวข้องนี้ เป็นมาตรการสำคัญอย่างหนึ่งที่แยกระหว่างการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชน

การสื่อสารระหว่างบุคคลนับว่าเป็นตัวอย่างที่ดีที่สุดสำหรับแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบและกระบวนการทำงานของระบบการสื่อสารโดยทั่วไป การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ มีองค์ประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสารครบถ้วนจำแนกออกได้อย่างชัดเจน นับตั้งแต่ผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อ (Channel) ผู้รับสาร (Receiver) ผล (Effect) และปฏิริยาสนองตอบ (Feedback) นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นกระบวนการทำงานของการสื่อสารได้ชัดเจน รวมทั้งชี้ให้เห็นกลไกบางอย่างซึ่งยากจะประเมินได้จากการสื่อสารมวลชน และสื่อสารประเภทอื่น เช่น ผลกระทบ (Effect) และปฏิริยาสนองตอบ (Feedback) เป็นต้น (ภาภิรัตน์ ตรีสกุล และคณะ, 2563)

การสื่อสารระหว่างบุคคล ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีกิจกรรมการสื่อสารกันในลักษณะที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถแลกเปลี่ยนสารกันโดยตรง (direct) หรือเป็นการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (person-to-person) หรือเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเห็นหน้ากันได้ในขณะที่ทำการสื่อสารกัน และสามารถสังเกตกิริยาท่าทางของฝ่ายตรงกันข้ามได้โดยตรงและทันที การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ บางครั้งผู้ส่งกับผู้รับก็ไม่ได้ทำการสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน เช่น การพูดคุยกันทางโทรศัพท์ เป็นต้น

ดังนั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นได้ทั้งในกรณีที่บุคคล 2 คน ทำการสื่อสารกัน เช่น การเขียนจดหมายโต้ตอบกัน การพูดคุยหรือการสนทนากันระหว่าง 2 คน การพูดคุยทางโทรศัพท์กัน ในขณะที่เดียวกัน การสื่อสารระหว่างบุคคลอาจจะมีจำนวนคนมากกว่า 2 คนก็ได้ หากคนเหล่านั้นสามารถทำการสื่อสารกันได้ และผู้ส่งสารกับผู้รับสารสามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารกันได้โดยตรง และเป็นแบบตัวต่อตัวหรือแบบเผชิญหน้า จากลักษณะดังกล่าวนี้ย่อมจะเป็นการจำกัดจำนวนคนที่ทำการสื่อสารประเภทนี้ไปด้วยในตัว คือ จะต้องมีความจำนวนไม่มากจนเกินไปนัก เพราะถ้าหากมากเกินไป ลักษณะของการแลกเปลี่ยนข่าวสาร โดยตรงกับ การสื่อสารแบบตัวต่อตัวจะหมดไป ทำให้การสื่อสารนั้นไม่เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลต่อไป แต่จำนวนของคนที่ร่วมทำการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีมากกว่า 2 คนนั้น ไม่สามารถกำหนดหรือระบุให้ชัดเจนได้ว่าจะเป็นการสื่อสาร (ศุภรศม์ จิตติกุลเจริญ, 2540)

อาจจะพอสรุปได้ว่า เป็นการสื่อสารในลักษณะกลุ่มย่อย (small group) เช่น การประชุมกลุ่มย่อย การบรรยายหรือการเรียนในชั้นเรียน เป็นต้น คือ ในขณะที่คนหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คนอื่น ๆ ก็ทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร และผู้รับสารกับผู้ส่งสารสามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารกันได้โดยตรงแบบตัวต่อตัวเหมือนกัน แต่จะช้ากว่าการสื่อสารแบบ 2 คน ฉะนั้นเหตุการณ์ใดหรือปรากฏการณ์ใดก็ตามที่มีลักษณะดังที่อธิบายข้างต้นนี้สามารถเรียกว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล หรือทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล

1.2. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large group Communication or Public Communication)

การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large group Communication or Public Communication) หมายถึง เป็นการสื่อสารที่ประกอบด้วยคนจำนวนมากซึ่งมารวมอยู่ในที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เนื่องจากจำนวนของคนที่มาทำการสื่อสารกันนั้นมีจำนวนมาก จึงไม่เข้าลักษณะการสื่อสารระหว่างบุคคล เพราะการสื่อสารกลุ่มใหญ่ โอกาสที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะแลกเปลี่ยนข่าวสารกันโดยตรงนั้นมีอยู่น้อย และจะสื่อสารกันแบบตัวต่อตัวก็เป็นไปได้ยาก ตัวอย่างของการสื่อสารกลุ่มใหญ่ เช่น การอภิปรายในหอประชุม การปราศรัย หาเสียง การปาฐกถา การสอนที่มีผู้เรียนจำนวนมากจนต้องจัดผู้เรียนไปอยู่หลาย ๆ ห้องเรียน โดยอาศัยสื่อการสอนเข้ามาช่วยในการสอน เช่น การใช้โทรทัศน์วงจรปิด เครื่องฉาย ไมโครโฟน หรือการใช้เอกสารแสดงประกอบ เป็นต้น (วิรัช วงศ์ภินันท์วัฒนา, มปป)

การสื่อสารประเภทนี้ ประกอบด้วยคนจำนวนมาก ผู้พูดหรือผู้ส่งสารกับผู้ฟังหรือผู้รับสารอยู่ห่างไกลกัน โอกาสที่จะแลกเปลี่ยนข่าวสารกันโดยตรงจึงมีน้อย และทำให้เกิดการสื่อสารแบบตัวต่อตัวยาก ดังนั้น เหตุการณ์ใดหรือสถานการณ์ใดที่มีลักษณะตามที่กล่าวข้างต้นนี้ จะสามารถเรียกว่า การสื่อสารกลุ่มใหญ่ หรือการสื่อสารสาธารณะ หรือเป็นทฤษฎีการสื่อสารขั้นพื้นฐานทฤษฎีหนึ่ง

1.3 การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication)

การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication) เป็นลักษณะพิเศษของการสื่อสารในองค์กรอยู่ที่ว่าเป็นการสื่อสารระหว่างผู้ที่เป็นสมาชิกขององค์กรหรือหน่วยงานที่เป็นทางการ ซึ่งจัดขึ้นอย่างมีวัตถุประสงค์ เงื่อนไข นโยบาย มีการจัดองค์การมีการแบ่งงานกันทำ เป็นกลุ่มย่อย เป็นแผนก เป็นภาคส่วน

เพื่อปฏิบัติภารกิจขององค์การหรือหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย เนื่องจากในการจัดองค์การนั้น มีการแบ่งสายงานและลำดับชั้นของความรับผิดชอบและการบังคับบัญชา ลักษณะของการสื่อสารในองค์การจึงจำเป็นต้องจัดให้สอดคล้องกับโครงสร้างขององค์การด้วย การสื่อสารในองค์การจะประกอบไปด้วย การสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารระหว่างผู้ร่วมงานในระดับเดียวกัน และการสื่อสารระหว่างผู้ปฏิบัติที่อยู่คนละสายงานกันและต่างระดับ ซึ่งทั้งหลายเหล่านี้จำเป็นที่จะต้องมีการติดต่อสื่อสารกันอยู่เสมอ เพื่อสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือเพื่อความสมัคสมานสามัคคี เพื่อสร้างความสงบสุขความกลมเกลียวกันของคนในหน่วยงาน ตัวอย่างของการสื่อสารในองค์การ ได้แก่ การสื่อสารในบริษัท การสื่อสารในโรงงาน อุตสาหกรรม การสื่อสารในหน่วยงานราชการ โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล เป็นต้น

จากคำจำกัดความข้างต้น จะเห็นได้ว่าเหตุการณ์หรือสถานการณ์ใด ๆ ทาง การสื่อสารที่เกิดขึ้นแล้วมีลักษณะเช่นว่านี้ สามารถเรียกว่า การสื่อสารในองค์การ ซึ่งก็เป็นทฤษฎีการสื่อสารขั้นพื้นฐานทฤษฎีหนึ่งเหมือนกัน

1.4 การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นกิจกรรมด้านการสื่อสารในปัจจุบันเป็นกิจกรรมที่มีความสลับซับซ้อนมากและเกี่ยวข้องกับคนจำนวนมากเพื่อนำเสนอ จัดส่ง เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (Information Society) ให้กว้างขวาง การสื่อสารในสังคมปัจจุบัน จึงต้องอาศัยระบบการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) และเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ ๆ เป็นสำคัญ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถทำการติดต่อสื่อสารกับคนจำนวนมากที่อยู่กระจัดกระจายกันตามต่าง ๆ ได้ เครื่องมือเครื่องใช้ที่ใช้ในการสื่อสารได้ถูกพัฒนาขึ้นมาเป็นลำดับตามความเจริญของเทคโนโลยี เพื่อใช้เป็นสื่อในการสื่อสารกับมวลชนได้โดยไม่ถูกจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ นอกจากนี้ผู้ชมผู้ฟัง หรือผู้รับสารยังสามารถรับชมและรับฟังได้พร้อม ๆ กันจำนวนมากแม้จะอยู่ต่างสถานที่กัน สื่อมวลชนจึงมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น เพราะการแสดงบทบาทของสื่อมวลชนก่อให้เกิดผลกระทบแก่สังคมโดยทั่วไปเช่นเดียวกับที่อธิบายในทฤษฎีต้น ๆ หากเหตุการณ์ใด หรือสถานการณ์ทางการสื่อสารใด ที่มีลักษณะดังกล่าวนี้ จะเรียกว่า การสื่อสารมวลชน หรือทฤษฎีการสื่อสารมวลชน

ทฤษฎีการสื่อสารมักพิจารณาจากความแตกต่างระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารเป็นเกณฑ์นอกเหนือจากการแบ่งประเภทของการสื่อสารข้างต้นที่นิยมใช้กันโดยทั่วไปแล้วยังมีการแบ่งอีกประเภทหนึ่งที่น่าจะมีการพิจารณาถึง คือ การจำแนกประเภทของการสื่อสารโดยใช้ความแตกต่างระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารเป็นเกณฑ์ การจำแนกในลักษณะนี้ คำนึงถึงความแตกต่างในเรื่องเชื้อชาติ วัฒนธรรมและประเภทของผู้ส่งสารกับผู้รับสารเป็นหลักในการจำแนก

2. แบบจำลองการสื่อสาร

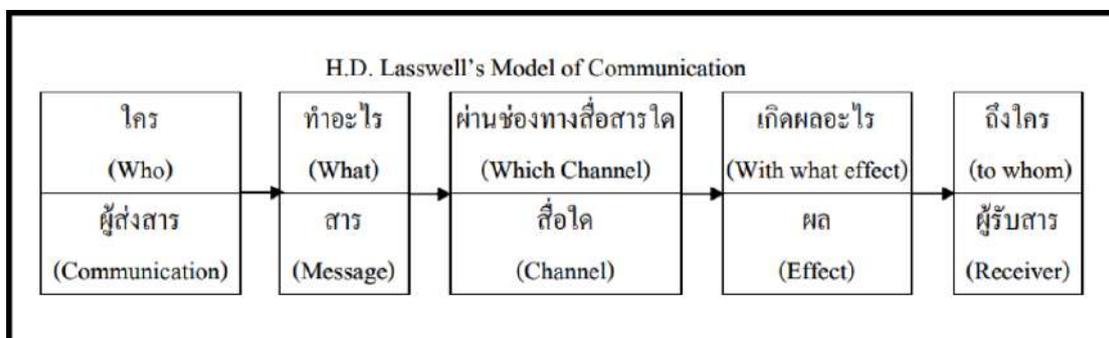
แบบจำลองการสื่อสาร เป็นแผนภาพที่ใช้อธิบายการสื่อสารอย่างง่าย ๆ หรือในบางแบบจำลองอาจมีความยุ่งยากซับซ้อน บางแบบอธิบายปัจจัยในตัวคน บางแบบก็อธิบายความสัมพันธ์ของคนกับสังคมหรือ

สิ่งแวดล้อม หรือบางแบบก็มองอิทธิพลของสังคมต่อการกระทำการสื่อสารของคน อย่างไรก็ตามแบบจำลองแต่ละแบบก็มีจุดมุ่งหมายในการอธิบายกระบวนการสื่อสารที่แตกต่างกันเพราะแบบจำลอง เช่น คำอธิบายตัวทฤษฎีโดยพยายามทำให้ง่ายและสามารถพิสูจน์ให้เห็นจริงได้ สามารถกำหนดทางเลือกของการคาดคะเนพฤติกรรม หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในอนาคตได้ นอกจากนี้ยังสามารถนำไปประยุกต์ เป็นคำอธิบายของกระบวนการสื่อสารโดยทั่วไปโดยไม่ได้เจาะจงว่าเป็นกระบวนการสื่อสารประเภทใด แต่สิ่งหนึ่งที่จะต้องคำนึงถึงก็คือว่า แต่ละทฤษฎีหรือแบบจำลองนั้นไม่สามารถจะอธิบายกระบวนการสื่อสารทั้งหมดได้อย่างสมบูรณ์ แต่ต้องอาศัยทฤษฎีหลายทฤษฎีหรือแบบจำลองมาประกอบอธิบายเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ซึ่งในเอกสารฉบับนี้จะกล่าวถึงแบบจำลองการสื่อสารที่มีการศึกษาอย่างแพร่หลาย และได้รับการยกตัวอย่างเพื่อใช้ในงานนิเทศศาสตร์ 4 แบบจำลอง ดังนี้

2.1 แบบจำลองการสื่อสารขั้นพื้นฐานตามแนวคิดของแชนนอนและวีเวอร์

แชนนอน (C. Shannon) และวีเวอร์ (W. Weaver) (Shannon, 1948) ได้สร้างแบบจำลองการสื่อสารขั้นพื้นฐาน เมื่อปี พ.ศ. 2492 ซึ่งถือเป็นแบบจำลองที่รู้จักกันแพร่หลายในวงการสื่อสารยุคเริ่มต้นในชื่อว่าแบบจำลองการสื่อสารเชิงทฤษฎีคณิตศาสตร์ (The Mathematical Theory of Communication) ที่ชื่อเป็นแบบนี้เพราะผู้คิดค้นแบบจำลองที่ชื่อว่า แชนนอน เป็นนักคำนวณด้านวิศวกรรมไฟฟ้า โดยเขาคิดค้นขึ้นเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในงานด้านการสื่อสารทางโทรศัพท์ในประเด็นที่ว่า การติดต่อสื่อสารประเภทใดจึงจะทำให้จำนวนของสัญญาณมีได้มากที่สุด และสัญญาณที่ถ่ายทอดไปจะถูกทำลายโดยสิ่งรบกวนมากน้อยเพียงไรนับแต่เริ่มส่งสัญญาณไปจนถึงผู้รับแบบจำลองการสื่อสารประเภทนี้ เป็นแบบจำลองการสื่อสารที่พยายามเอาวิชาการหรือทฤษฎีทางด้านคณิตศาสตร์มาอธิบายถึงกระบวนการหรือปรากฏการณ์ทางการสื่อสาร การสื่อสารตามแนวความคิดของแชนนอน และเพื่อนร่วมงานที่ชื่อว่าวีเวอร์นั้นเป็นแบบจำลองกระบวนการสื่อสารทางเดียวในเชิงเส้นตรง คือ ถือว่าการสื่อสารเกิดขึ้นจากการกระทำของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเพียงฝ่ายเดียว ซึ่งองค์ประกอบของการกระทำการสื่อสารตามแบบจำลองของแชนนอนและวีเวอร์ มีด้วยกัน 6 ประการ ตามแผนภาพดังนี้



รูป 4 แบบจำลองของแชนนอนและวีเวอร์

ที่มา โดยผู้เขียน

สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

จากแบบจำลองนี้จะเห็นได้ว่า "แหล่งสารสนเทศ" จะทำหน้าที่สร้างสารหรือเนื้อหาข่าวสารซึ่งอาจเป็นรูป คำพูด ข้อเขียน ดนตรี หรือ รูปภาพ เป็นต้น ซึ่งสารนี้จะถูกส่งออกไป โดยสารนั้นจะถูกสร้างขึ้นเป็นสัญญาณโดย "ตัวถ่ายทอด" หรือ "ตัวแปลสาร" สัญญาณนี้จะถูกปรับเปลี่ยนโดยเหมาะสมกับ "ทางติดต่อ" หรือ "ผ่านช่องทาง" ไปถึง "ผู้รับ" หน้าที่ของ "ผู้รับ" จะแปลงสัญญาณที่ได้รับกลับมาเป็นสาร แสดงว่า "สาร" ไปถึงจุดหมายปลายทางของการสื่อสาร

ตัวอย่าง เช่น แฮรี่ แหล่งสารสนเทศ ส่งเนื้อหาข่าวสารเป็นคำเขียนโดยส่งผ่านเครื่องส่งหรือตัวแปลสารหรือตัวถ่ายทอด แปลงคำเขียนเป็นสัญญาณ เช่น สัญญาณโทรเลข โทรสารส่งผ่านช่องทางโดยสัญญาณนั้นจะต้องเหมาะสมกับช่องทางด้วยก่อนไปสู่จุดหมายปลายทาง โดยผ่านสัญญาณนั้นมาที่เครื่องรับทางฝ่ายผู้รับ เพื่อแปลงสัญญาณกลับมาเป็นเนื้อหาของสาร (คำเขียน) อีกครั้งหนึ่ง แล้วจึงส่งไปยังจุดหมายปลายทาง (สมมติ รอนเป็นผู้รับสาร ผู้รับสารรับทราบสารดังกล่าว) ซึ่งอาจเกิดอุปสรรคหรือเสียงรบกวนหรือสิ่งรบกวนได้ในขบวนการของช่องทางสื่อสาร แล้วแต่กรณี ๆ ไป เช่น กรณีโทรสารที่ส่งผ่านมาทางสัญญาณโทรศัพท์ ผู้ส่งอาจส่งมาจำนวน 5 หน้า แต่ผู้ได้รับอาจได้รับเพียง 4 หน้า อุปสรรคอาจเกิดจากปัญหาของสัญญาณ หรือจากการส่งถึงฝ่ายสารบรรณ ก่อนถึงตัวผู้รับแล้วจำนวนหน้าอาจหายไป 1 หน้าก็เป็นได้

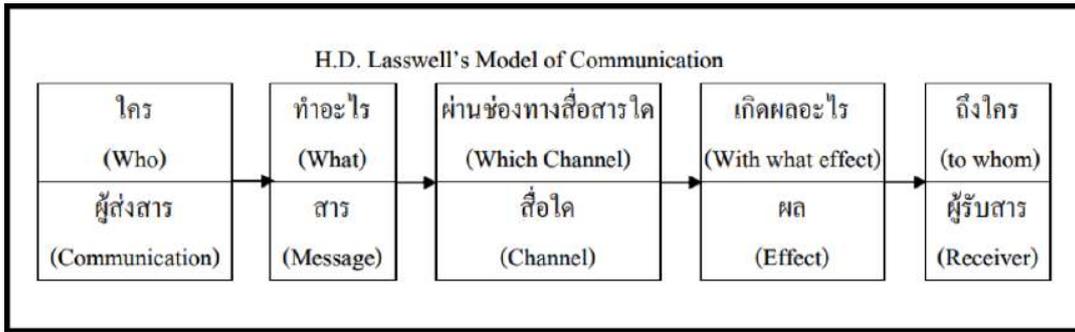
ดังนั้น จึงต้องมีการติดต่อสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งสารใหม่ เพื่อให้ส่งเนื้อหาของสารหน้าที่ขาดหายไปมาใหม่ (ตามกระบวนการเดิมข้างต้น) แต่สิ่งที่ควรคำนึงถึงก็คือ การลดอุปสรรคทางการสื่อสารนี้อาจทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน สิ่งที่กระทำในการลดอุปสรรคทางการสื่อสารนี้อาจทำให้ต้องเสียเวลา เสียค่าใช้จ่าย หรือทำให้ข้อมูลที่ต้องการส่งออกไปยังผู้รับลดน้อยลงได้ ในครั้งหนึ่ง ๆ เช่น ในกรณีข้างต้นที่ต้องมีการติดต่อกลับไปยังผู้ส่งสารใหม่ เพื่อจัดส่งข้อมูลหน้าที่ขาดหายไป ส่วนกรณีหลังการส่งข้อมูลซ้ำ ๆ ในช่องทางของการโทรสาร (Fax) จะทำให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย หรือถ้าหากมีการกำหนดในการส่งสัญญาณแต่ละครั้งว่ากี่หน้า ก็จะทำให้ส่งข้อมูลออกไปได้น้อยลง แบบจำลองการสื่อสารเชิงคณิตศาสตร์ของแชนนันและวีเวอร์นี่ ถือได้ว่าเป็นต้นแบบแห่งความคิดและกระตุ้นให้นักวิชาการเกิดความสนใจในการคิดค้นแบบจำลองการสื่อสารของมนุษย์มากยิ่งขึ้น

2.2 แบบจำลองการสื่อสารขั้นพื้นฐานตามแนวคิดของลาสเวลล์

ฮาโรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Lasswell, 1945) นักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกันได้เสนอบทความที่เป็นการเริ่มต้นอธิบายการสื่อสารที่มีคนรู้จักมากที่สุด ในปี พ.ศ. 2491 โดยเสนอว่า วิธีที่สะดวกที่จะอธิบายการกระทำการสื่อสารก็คือ การตอบคำถามต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ใคร (who)
2. กล่าวอะไร (says what)
3. ผ่านช่องทางใด (in which channel)
4. ถึงใคร (to whom)
5. เกิดผลอะไร (with what effect)

จากข้อความดังกล่าวข้างต้น สามารถเขียนเป็นแบบจำลองการสื่อสารได้ดังนี้



รูป 5 แบบจำลองของลาสเวลล์

ที่มา โดยผู้เขียน

สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์ (Lasswell, 1948) เป็นทฤษฎีการสื่อสารที่อธิบายกระบวนการสื่อสารเชิงพฤติกรรม เป็นการศึกษาปฏิกิริยาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาข่าวสารชนิดของสื่อ และผลที่เกิดจากการกระทำการสื่อสารนั่นเอง

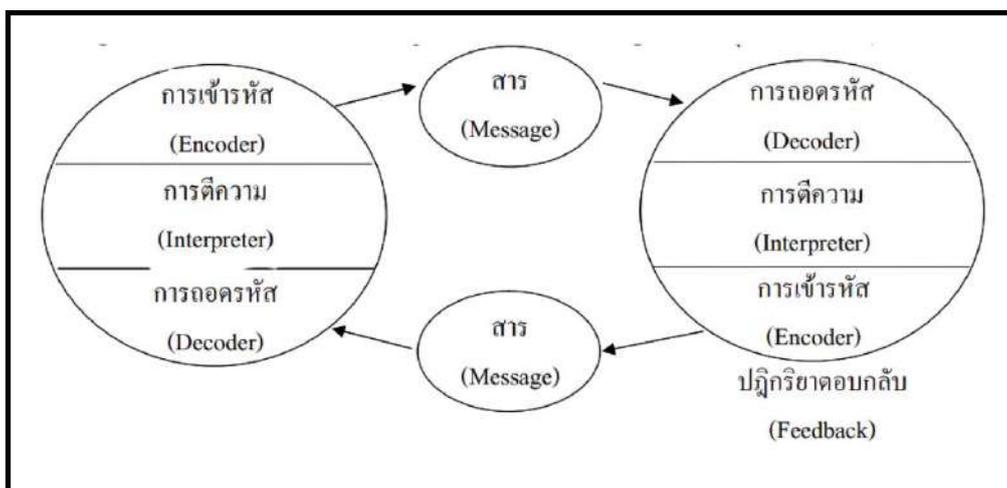
นอกเหนือจากนั้นแบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์ข้างต้นนี้ ยังถือว่าเป็นตัวแทนของแบบจำลองการสื่อสารในระยะแรก ๆ แบบจำลองนี้ถือว่า ผู้ส่งสารมีเจตนาในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้รับสาร เพราะช่วงระยะเวลาที่ลาสเวลล์ให้คำอธิบายนี้ เป็นระยะที่นักวิชาการผู้สนใจวิชาการทางด้านนี้มีความเชื่อว่าการสื่อสารนั้น ส่วนใหญ่แล้วเป็นกระบวนการในเชิงโน้มน้าวใจ และถือว่า สารที่ส่งไปนั้นจะต้องมีผลเสมอไป และโดยส่วนตัวแล้วลาสเวลล์เป็นผู้ที่สนใจต่อการสื่อสารทางการเมืองและการโฆษณาชวนเชื่อ แบบจำลองนี้จึงเหมาะแก่การใช้วิเคราะห์การโฆษณาชวนเชื่อทางการเมืองและการโน้มน้าวใจ อย่างไรก็ตามมีผู้วิจารณ์ทฤษฎีนี้ว่า ลาสเวลล์อธิบายกระบวนการสื่อสารอย่างง่ายเกินไปเพราะจริง ๆ แล้วกระบวนการสื่อสารมีความซับซ้อนมากกว่าที่จะพิจารณาเพียงว่าผู้ส่งสารส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านช่องทางการสื่อสารแบบหนึ่งแบบใด และเกิดผลจากการสื่อสารนั้น ๆ ซึ่งผลในขั้นนี้ไม่ได้ดูในแง่ปฏิกิริยาตอบกลับของผู้รับสารว่าพอใจหรือไม่พอใจ เชื่อหรือไม่เชื่อ คิดแต่เพียงว่าจะต้องมีผลตามเจตนารมณ์ที่ผู้ส่งสารต้องการ เช่นต้องการโฆษณาชวนเชื่อหรือโน้มน้าวใจสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นต้น เพราะการสื่อสารโดยทั่วไปยังมีปัจจัยอื่น ๆ เกิดขึ้นในขณะที่ทำการสื่อสารด้วย เช่น สภาพสิ่งแวดล้อม จุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร และข้อสำคัญทฤษฎีนี้ขาดปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งในกระบวนการสื่อสารนั่นคือ ผลสะท้อนกลับหรือปฏิกิริยาตอบกลับ (feedback) ในกรณีของปฏิกิริยาย้อนกลับ (Feedback) หรือบางคนก็เรียกว่าผลสะท้อนกลับหรือปฏิกิริยาตอบกลับนี้ ถือว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญในกระบวนการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มเล็ก-กลุ่มใหญ่ หรือการสื่อสารมวลชน เพราะปฏิกิริยาสะท้อนกลับนี้จะเป็นตัวบ่งชี้ได้ถึงผลของการสื่อสารในแต่ละครั้งว่าผู้รับสารมีความรู้สึกนึกคิดอย่างไรต่อสารที่ได้รับนั้น นอกจากนี้ ปฏิกิริยาสะท้อนกลับจะทำให้องค์ประกอบของการสื่อสารครบบริบูรณ์ขึ้น คือ มีการสื่อสารทั้งจากผู้ส่งสาร และผู้รับสารที่เรียกว่า Two-way Communication หรือการสื่อสารสองทาง

ตัวอย่างในเรื่องของปฏิริยาสะท้อนกลับนี้ หากเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลจะสังเกตเห็นได้ง่าย โดยตรงและทันที เช่น นายอ้อฟ ผู้ส่งสาร ทำการสื่อสารกับ นางสาวแอนนา ผู้รับสารโดยคุยกันเกี่ยวกับหัวข้อเรื่องใดเรื่องหนึ่งอยู่ หาก นางสาวแอนนามีความรู้สึก หรือมีความคิดหรือมีทัศนคติไม่เห็นด้วย นางสาวแอนนาก็สามารถแสดงปฏิริยาสะท้อนกลับไปได้ทันทีด้วยการใช้คำพูดหรือการใช้กิริยาท่าทางที่นิ่งเฉยก็ได้ ซึ่ง นายอ้อฟจะได้รับรู้ในเวลาเดียวกัน แต่ถ้าหากว่าเป็นการสื่อสารในระดับการสื่อสารมวลชนที่ผ่านทางองค์กรสื่อสารมวลชนต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นั้นปฏิริยาสะท้อนกลับจะเป็นไปได้ช้ากว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อหนังสือพิมพ์ ที่ลงข่าวหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แล้วผู้อ่านไม่เห็นด้วย ผู้อ่านหรือผู้รับสารอาจสามารถแสดงปฏิริยาสะท้อนกลับได้ด้วยการส่งจดหมายถึงบรรณาธิการหนังสือพิมพ์นั้น ๆ หรือหากไม่ชอบกับการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ฉบับใดมาก ๆ อาจจะแสดงปฏิริยาสะท้อนกลับด้วยการเลิกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นก็ได้ แต่ถ้าเป็นสื่อวิทยุ และวิทยุโทรทัศน์แล้วเป็นการจัดรายการสดมีการเปิดโอกาสให้ผู้รับฟังและรับชมสามารถโทรศัพท์เข้าไปแสดงความคิดเห็นในรายการได้โดยตรง ก็ถือว่าเป็นปฏิริยาสะท้อนกลับไปยังผู้ส่งสารได้รวดเร็วเช่นกัน เพียงแต่ผู้รับสารจำนวนมาก ๆ เหล่านั้นไม่สามารถแสดงปฏิริยาตอบกลับได้ในเวลาเดียวกันหมดทุกคน (มีความแตกต่างในเวลาในการแสดงปฏิริยาตอบกลับ)

2.3 แบบจำลองการสื่อสารตามแนวความคิดของออสกู๊ดและวิลเบอร์ ชแรมม์

แบบจำลองการสื่อสารที่ชาร์ลส์ อี ออสกู๊ด (Osgood, 1966) เป็นต้นคิดและวิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm) นำมาขยายความและเป็นผู้เสนอไว้ในปี พ.ศ. 2497 นี้ มีลักษณะเป็นวงกลม ที่เน้นให้เห็นว่า ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างกระทำหน้าที่อย่างเดียวกันในกระบวนการสื่อสาร นั่นคือ การเข้ารหัส (encoding) การถอดรหัส (decoding) และการตีความ (interpreting) สามารถแสดงเป็นภาพได้ดังนี้

แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของชาร์ลส์ อี ออสกู๊ด (Charles E. Osgood) และวิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm)



รูป 6 แบบจำลองของชาร์ลส์ อี ออสกู๊ด

ที่มา โดยผู้เขียน

สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

ความหมายของการเข้ารหัส การถอดรหัส และการตีความสาร

การเข้ารหัส หมายถึง การที่ผู้ส่งสาร แปลสาร (ข้อมูล ความคิด ความรู้สึก) ให้เป็นภาษาหรือรหัสอื่น ๆ ที่เหมาะแก่วิธีการถ่ายทอด หรือสื่อ หรือช่องทางการสื่อสาร และเหมาะกับผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย การถอดรหัส หมายถึง การที่ผู้รับสารแปลรหัส หรือ ภาษากลับเป็นสาร (ข้อมูล ความคิด ความรู้สึก) อีกครั้งหนึ่งเพื่อสกัดเอา ความหมายที่ผู้ส่งสารส่งมาหรือต้องการสื่อความหมายมาการตีความสาร หมายถึง การที่ผู้ส่งสารและผู้รับสาร สามารถที่จะตีสารที่ตนได้รับไปในทางที่อีกฝ่ายหนึ่งประสงค์ (ตีความหมายสารได้ตรงกัน) การสื่อสารในครั้งนั้น ๆ ก็จะสัมฤทธิ์ผล การตีความสารนี้มีความสำคัญมากต่อผลของการสื่อสาร และการตีความสารของผู้ส่งสารและผู้รับสารจะคล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกันจะขึ้นอยู่กับกรอบแห่งการอ้างอิง (Frame of reference) ของผู้กระทำการสื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายเป็นสำคัญ

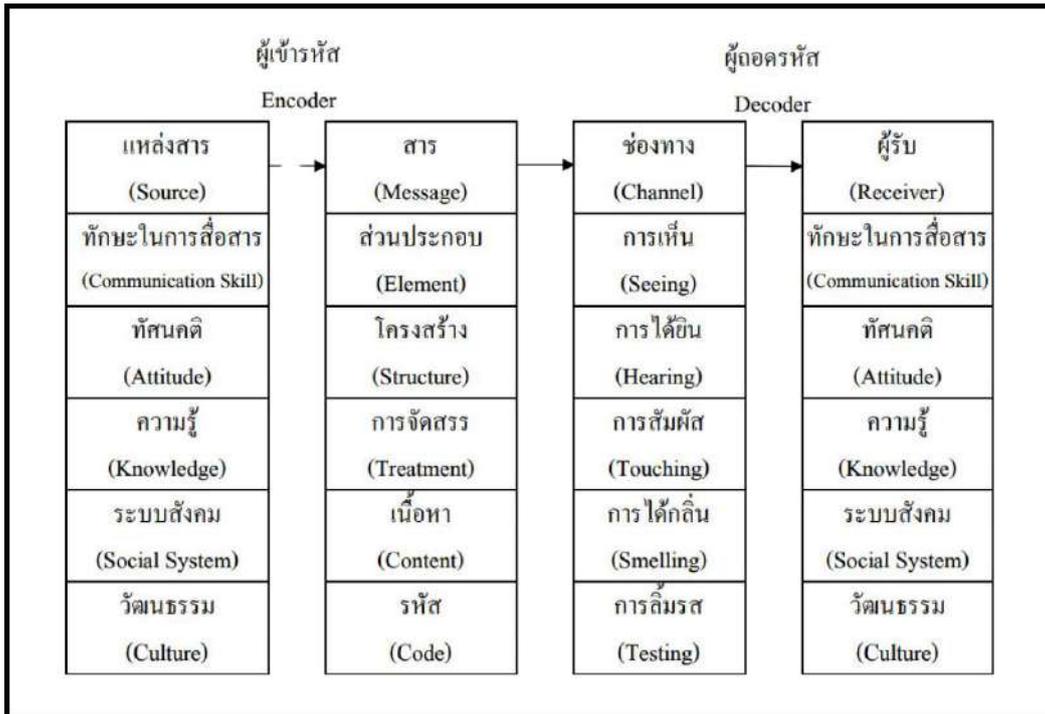
ตัวอย่างของการเข้ารหัสและการถอดรหัส เช่น ในการสนทนาระหว่างบุคคล 2 คน การทำหน้าที่เข้ารหัสสาร กระทำได้โดยกลไก การพูด และกล้ามเนื้อซึ่งสามารถแสดงออกกับกิริยาได้ ส่วนการถอดรหัสจะเกิดขึ้นได้โดยประสาทสัมผัสทั้งหลายเช่น ประสาทสัมผัสของการได้ยินได้ฟัง ประสาทสัมผัสของการเห็น สัมผัสแตะต้อง ตลอดจนการได้กลิ่นและการได้ลิ้มรส

2.4 แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โล

เดวิด เค เบอร์โล (Berlo, 1977) เสนอแบบจำลองการสื่อสารไว้ เมื่อปี พ.ศ. 2503 โดยอธิบายว่า การสื่อสารประกอบด้วยส่วนประกอบพื้นฐานสำคัญ 6 ประการ คือ

1. ต้นแหล่งสาร (communication source)
2. ผู้เข้ารหัส (encoder)
3. สาร (message)
4. ช่องทาง (channel)
5. ผู้ถอดรหัส (decoder)
6. ผู้รับสาร (communication receiver)

จากส่วนประกอบพื้นฐานสำคัญ 6 ประการนั้น เบอร์โล ได้นำเสนอเป็นแบบจำลองการสื่อสารที่รู้จักกันดีโดยทั่วไปว่า "แบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล" (Berlo's SMCR Model) โดยเบอร์โลได้รวมต้นแหล่งสารกับผู้เข้ารหัสไว้ในฐานะต้นแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร และรวมผู้ถอดรหัสกับผู้รับสารไว้ในฐานะผู้รับสาร แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โลนี้ จึงประกอบไปด้วย S (Source or Sender) คือ ผู้ส่งสาร M (Message) คือ สาร C (Channel) คือ ช่องทางการสื่อสาร R (Receiver) คือ ผู้รับสาร ซึ่งปรากฏในภาพต่อไปนี้



รูป 7 แบบจำลองของเดวิด เค เบอร์โล

ที่มา โดยผู้เขียน

สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเดวิด เค เบอร์โล (แบบจำลองการสื่อสาร S M C R) จากแบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โลข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นว่า ผู้ส่งสาร (Source or S) คือ ผู้เริ่มต้นการสื่อสาร ทำหน้าที่ในการเข้ารหัส ซึ่งผู้ส่งสารจะทำหน้าที่ในการสื่อสารได้ดีเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติต่าง ๆ 5 ประการคือ

1. ทักษะในการสื่อสาร เช่น ความสามารถในการพูด การเขียน และ ความสามารถในการคิดและการใช้เหตุผล เป็นต้น

2. ทัศนคติ หมายถึง วิธีการที่บุคคลประเมินสิ่งต่าง ๆ โดยความโน้มเอียงของตนเองเพื่อที่จะเข้าถึงหรือเป็นการหลีกเลี่ยงสิ่งนั้น ๆ เช่น ทัศนคติต่อตนเอง ต่อหัวข้อของการสื่อสาร ต่อผู้รับสาร ต่อสถานการณ์แวดล้อมการสื่อสารในขณะนั้น เป็นต้น

3. ความรู้ หมายถึง ความรู้ของผู้ส่งสาร ในเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ บุคคลหรือกรณีแวดล้อมของสถานการณ์การสื่อสารในครั้งหนึ่ง ๆ ว่ามีความแม่นยำหรือถูกต้องเพียงไร

4. ระบบสังคม ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของบุคคล เพราะบุคคลจะขึ้นอยู่กับกลุ่มทางสังคมที่ตนเองอยู่ร่วมด้วย

5. ระบบวัฒนธรรม หมายถึง ขนบธรรมเนียม ค่านิยม ความเชื่อ ที่เป็นของตัวมนุษย์ในสังคม และเป็นตัวกำหนดที่สำคัญในการสื่อสารด้วย เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคลต่างวัฒนธรรมกัน อาจประสบความล้มเหลวได้เนื่องจากความคิดและความเชื่อที่มีไม่เหมือนกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

ในแง่ของสาร (Message or M) นั้น เบอร์โล หมายถึง ถ้อยคำ เสียง การแสดงออกด้วยสีหน้า อากัปกิริยาท่าทาง ที่มนุษย์สร้างขึ้นในขณะที่เป็นผู้ส่งสาร ถ้าความหมายเป็นทางการ ก็คือ ผลผลิตทาง ภายภาพที่เป็นจริงอันเกิดจากผลการเข้ารหัสของผู้ส่งสารนั่นเอง ตามความคิดของเบอร์โลนั้น สารมีคุณสมบัติ 3 ประการคือ

1. รหัสของสาร (message code) เช่น ภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาท่าทาง หรือรหัสอื่น
2. เนื้อหา (content)
3. การจัดสาร (treatment) คือ วิธีการที่ผู้ส่งสารเลือกและจัดเตรียมเนื้อหาของสาร เช่น การใช้ภาษา ไวยากรณ์ ศัพท์ รวมถึง คำถาม คำอุทาน ความคิดเห็น เป็นต้น สารที่ถูกจัดเตรียมไว้ดี จะทำให้เกิดการรับรู้ ความหมายในผู้รับสารได้

ส่วนช่องทาง (Channel or C) ช่องทาง ซึ่งเป็นพาหนะนำสารไปสู่ผู้รับสาร และตามทัศนะของเบอร์โล ทางติดต่อหรือช่องทางที่จะนำสารไปสู่ประสาทรับรู้สักทั้ง 5 ประการของมนุษย์ ได้แก่ 1) การเห็น 2) การได้ยิน 3) การสัมผัส 4) การได้กลิ่น 5) การลิ้มรส

ประการสุดท้ายในด้านของผู้รับสาร (Receiver or R) นั้น ก็จำเป็นจะต้องมีคุณสมบัติด้านต่าง ๆ 5 ประการ เช่นเดียวกับผู้ส่งสาร คือ ทักษะในการสื่อสาร ทัศนคติ ความรู้ ระบบสังคมและระบบวัฒนธรรม

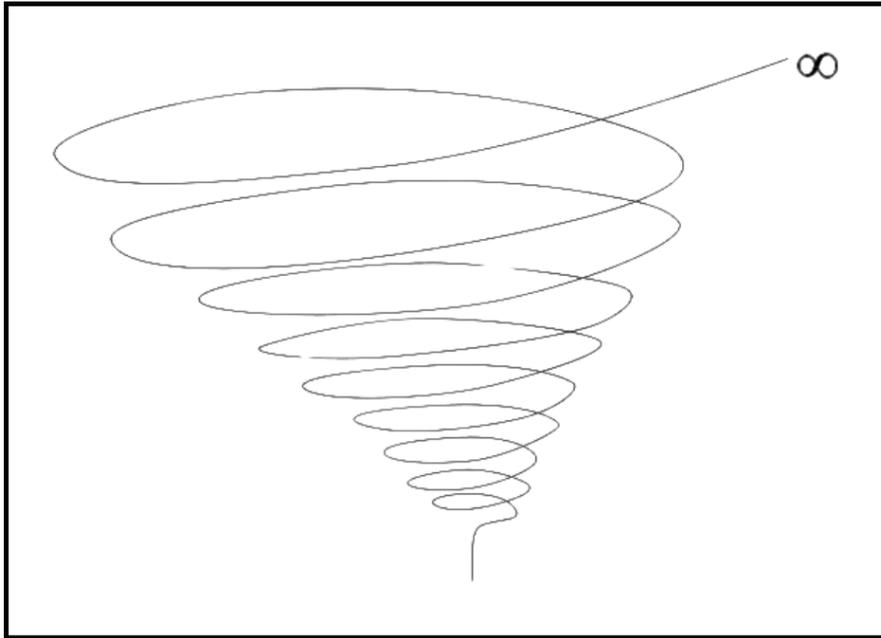
2.5 แบบจำลองการสื่อสารของแฟรงค์ แดนซ์

แฟรงค์ แดนซ์ (Dance, 1967) พัฒนาแบบจำลองการสื่อสาร ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับกันหอยหรือที่ เรียกว่าเกียร์วคลื่นแห่งการสื่อสารขึ้นในปี ค.ศ. 1967 เป็นมุมมองใหม่ของกระบวนการสื่อสารที่มีความซับซ้อน และเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา แดนซ์ได้อธิบายถึงกระบวนการสื่อสารว่ามีลักษณะคล้ายเส้นที่หมุน ขึ้นอย่างต่อเนื่องไม่มีที่สิ้นสุด

แดนซ์อธิบายกระบวนการสื่อสารตามโครงสร้างของเกียร์วคลื่นแห่งการสื่อสารนี้และเปรียบเทียบกับ การสื่อสาร ในโครงสร้างเกียร์วคลื่นแห่งการสื่อสารส่วนล่างหรือจุดเริ่มต้นมีขนาดเล็กมาก จากนั้นจะค่อย ๆ เคลื่อนขึ้นไปด้านบนเป็นวงกลมไปมาจนเกิดเป็นวงกลมขนาดใหญ่ที่ด้านบนและยังคงเคลื่อนที่ต่อไป กระบวนการทั้งหมดใช้เวลาพอสมควรในการเข้าถึง เช่นเดียวกับเกียร์ว กระบวนการสื่อสารเริ่มต้นอย่างช้า ๆ และกำหนดวงกลมเล็กๆ เท่านั้น

ผู้สื่อสารแบ่งปันข้อมูลกับส่วนเล็ก ๆ ของตัวเองในความสัมพันธ์ของพวกเขาเท่านั้น ค่อยๆ พัฒนาไปสู่ ระดับถัดไป แต่จะต้องใช้เวลาพอสมควรในการเข้าถึงและขยายขอบเขตไปยังระดับถัดไป ในภายหลัง ผู้สื่อสาร จะทุ่มเทมากขึ้นและแบ่งปันส่วนต่างๆ ด้วยตัวเองมากขึ้น

ซึ่งปรากฏในภาพต่อไปนี้



รูป 8 แบบจำลองของแดนซ์
ที่มา โดยผู้เขียน

สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

แดนซ์พัฒนาแบบจำลองมาจากแบบจำลองวงกลมของออสกูด และแชรรม์ ซึ่งแดนซ์ ได้อธิบายว่า จุดสุดท้ายของการสื่อสารจะมาต่อที่จุดเริ่มต้นพอดี แต่กระบวนการสื่อสารที่แท้จริงจะมีลักษณะเป็นวงจรที่เคลื่อนที่ไปข้างหน้าไม่มีจุดสิ้นสุด แบบจำลองของแดนซ์อธิบายกระบวนการสื่อสารที่ชัดเจน และช่วยลบจุดอ่อน ข้อจำกัดของแบบจำลองวงกลมของออสกูด และแชรรม์ได้ นอกจากนี้แดนซ์ยังได้เสนอว่า การสื่อสารมีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นองค์ประกอบการสื่อสารแต่ละตัวจะต้องสัมพันธ์กัน และมีอิทธิพลต่อกัน ในการสื่อสารของมนุษย์แต่ละครั้งมีการเพิ่มข่าวสาร ความคิด และทัศนคติต่อเรื่องที่สื่อสารมากขึ้นไปเรื่อย ๆ ในขณะที่เดียวกันพฤติกรรมการสื่อสารในอดีตจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาการสื่อสารต่อไปในอนาคต (Dance, 1967) แบบจำลองชิ้นนี้ถูกนักวิชาการวิจารณ์และปฏิเสธ เนื่องจากมีคำอธิบายที่ค่อนข้างน้อย รวมทั้งมองว่าการสื่อสารเกิดจากการตั้งคำถามจึงจะทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

สามารถสรุปได้ว่า แบบจำลองการสื่อสารของแดนซ์ มีลักษณะเหมือนขดลวดที่มีม้วนยาวไปเรื่อย ๆ และขนาดของขดลวดจะมีการขยายวงกว้างหรือแคบลงขึ้นอยู่กับเรื่องที่น่าสนใจที่นำมาสื่อสาร หากผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความเข้าใจในสิ่งที่กำลังสื่อสารขดลวดจะขยายออกกว้างออกไปเรื่อย ๆ แต่ถ้าไม่มีความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสาร ขดลวดจะขยายออกไปเช่นกันแต่อยู่ในวงแคบ ๆ

3. บทสรุป

ทฤษฎีและแบบจำลองทางการสื่อสารและระหว่างบุคคล ประกอบด้วย (1) **แบบจำลองการสื่อสารขั้นพื้นฐานตามแนวคิดของแซนแนลและวีเวอร์** ให้ความสำคัญกับแหล่งสารสนเทศ ซึ่งทำหน้าที่สร้างสารหรือเนื้อหาข่าวสารและถูกส่งออกไป ผ่านตัวถ่ายทอดมักถูกปรับเปลี่ยนให้เหมาะกับช่องทางไปหาผู้รับโดยสังเกตการแปลงสัญญาณที่ได้รับกลับมาเป็นสาร ซึ่งเมื่อสารได้รับการแปลงกลับมาแสดงว่า "สาร" ถูกส่งถึงจุดหมายปลายทางของการสื่อสารเรียบร้อยแล้ว (2) **แบบจำลองการสื่อสารขั้นพื้นฐานตามแนวคิดของลาสเวลล์** เป็นกระบวนการสื่อสารเชิงพฤติกรรม ที่ศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาข่าวสารชนิดของสื่อ และผลที่เกิดจากการกระทำการสื่อสาร (3) **แบบจำลองการสื่อสารตามแนวความคิดของออสกูดและวิลเบอร์ ชแรมม์** เชื่อว่าผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างกระทำหน้าที่อย่างเดียวกันในกระบวนการสื่อสาร นั่นคือ การเข้ารหัส การถอดรหัส และการตีความ (4) **แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โล** เป็นแบบจำลองพื้นฐานที่เน้นการสื่อสารทั่วไปมักจะนำมากล่าวถึงและอ้างอิง เมื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารต่าง ๆ โดยมี 6 องค์ประกอบ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง ผู้รับสาร การเข้ารหัส การถอดรหัส ซึ่งให้ความสำคัญกับการเข้ารหัสและการถอดรหัส (5) **แบบจำลองการสื่อสารของแฟรงค์ แดนซ์** มีลักษณะเป็นขดกันหอย ที่อธิบายว่าเมื่อใดการสื่อสารมีคุณภาพหรือตรงตามทัศนคติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ขนาดของเกรียวคลื่นแห่งการสื่อสารจะขยายขึ้นไปเรื่อย ๆ ในทางกลับกัน หากการสื่อสารครั้งนั้นไม่เป็นไปตามทัศนคติขดกันหอยก็จะเล็กลง

4. แบบฝึกหัดท้ายบท

ให้นักนิสิตเลือกสื่อ ไม่ว่าจะ เป็นตอนหนึ่งของภาพยนตร์/เพลง/มิวสิกวิดีโอ/ซีรีส์ ที่นิสิตสนใจแล้วนำมาวิเคราะห์ว่า

1. สื่อที่เลือกใช้แบบจำลองการสื่อสารของใคร จากนักวิชาการท่านใด ที่สามารถอธิบายสถานการณ์หรือกรณีศึกษาได้ดีที่สุดในทัศนคติของนิสิตและเพราะเหตุใด

.....
.....
.....

2. อธิบายว่าเพราะอะไรจึงเลือกสื่อชิ้นนี้มานำเสนอในครั้งนี้ ปัจจัยหรือองค์ประกอบใดมีความสำคัญในการเลือกกรณีศึกษาชิ้นนี้

.....
.....
.....

3. แบบจำลองการสื่อสารใดที่นิสิตคาดว่าจะสามารถสร้างความสัมพันธ์ใหม่ ๆ กับเพื่อนต่างคณะ/สาขาวิชา

.....
.....
.....

5. เอกสารอ้างอิง

จารุวรรณ นิธิไพฑูลย์. (2564). หลักการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์สุวรรณารณ
ภากิตดี ตรีสกุล, วิภาณี แม้นอินทร์, และเรวดี ไวยวาสนา. (2563). หลักนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 7). ศูนย์
หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
ศุภรัศมี จิตติกุลเจริญ. (2540). ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theory). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
รามคำแหง
Berlo, D. K. (1977). Communication as process: Review and commentary. *Annals of the
International Communication Association*, 1(1), 11-27.
Dance, F. E. (1967). *A helical model of communication*. Human Communication Theory, New
York, NY: Holt, Rinehart and Winston.

- Lasswell, H. (1948). "The Structure and Function of Communication in Society". In Bryson, L. (ed.). *The Communication of Ideas*. New York: Institute for Religious and Social Studies. pp. 37–51.
- Lasswell, H. D. (1945). The science of communication and the function of libraries. *College & Research Libraries*, 6(4), 387-406.
- McQuail, D., & Windahl, S. (2015). *Communication models for the study of mass communications*. Routledge.
- Mead, G.H. (1934). *Mind, self, and society*. Chicago: University of Chicago.
- Osgood, C. E. (1966). Dimensionality of the semantic space for communication via facial expressions. *Scandinavian journal of Psychology*, 7(1), 1-30.
- Sapienza, Z. S., Iyer, N., & Veenstra, A. S. (2018). Reading Lasswell's model of communication backward: Three scholarly misconceptions. In *Advances in Foundational Mass Communication Theories* (pp. 38-61). Routledge.
- Schram, W. E. (1954). *The process and effects of mass communication*.
- Shannon, C. E. (1948). A mathematical theory of communication. *The Bell system technical journal*, 27(3), 379-423.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (2000). *Human communication*. Boston, MA: McGraw-Hill.

บทที่ 6

ทฤษฎีสื่อสารมวลชน

1. นิยามศัพท์การสื่อสารมวลชน

การสื่อสารมวลชนเป็นรูปแบบหนึ่งของกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ ดังนั้นการสื่อสารมวลชนจึงมีความสำคัญสำหรับสมาชิกของสังคม และสังคมโดยรวม เพราะสื่อสารมวลชนมีหน้าที่สำคัญพอสังเขปดังต่อไปนี้ ในฐานะผู้รายงานข่าวสาร ในฐานะผู้สร้างและผู้ขยายโลกทรรศน์ของประชาชน ในฐานะตัวเร่งให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ในฐานะผู้สนับสนุนระบบและกลไกของสังคม ในฐานะผู้สร้างและผู้สะท้อนประชามติ ในฐานะเป็นเวทีเพื่อการอภิปรายแสดงความคิดเห็น ในฐานะผู้ส่งเสริมและถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งจากหน้าที่สำคัญของการสื่อสารมวลชนส่งผลให้เกิดอิทธิพลจำนวนมากแต่สังคมโลก รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ต่าง ๆ ในสังคม ดังที่จะกล่าวต่อไป

การสื่อสารมวลชน มาจากคำในภาษาอังกฤษว่า “Mass communication” ซึ่งบัญญัติขึ้นใช้เป็นครั้งแรกในปลายทศวรรษที่ 1930 คำว่า “การสื่อสารมวลชน” ในภาษาไทยนั้นเป็นคำที่บัญญัติขึ้นโดย พลตรี ศาสตราจารย์ พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ โดยทรงแปลคำว่า การสื่อสาร จากคำว่า Communication และคำว่า มวลชน จากคำว่า Mass และทรงอธิบายความหมายไว้ว่าเป็นการติดต่อสื่อสารไปสู่บุคคลมากมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งบุคคลเหล่านั้นมีฐานะ อาชีพ วัยแตกต่างกัน ผู้ที่รับสารได้แก่ผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ผู้ฟังวิทยุกระจายเสียง ผู้ชมโทรทัศน์ และภาพยนตร์เป็นบุคคลแต่ละคน หากมีความสนใจในเรื่องเดียวกัน ทั้งนี้ด้วยการตัดสินใจของตนเอง และเลือกปฏิบัติของตนเอง บุคคลเหล่านี้เมื่อได้อ่าน ได้ฟังและได้ชม แล้วอาจปรารถนาปราศรัยกับญาติมิตรเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน และในการนี้สารที่ตนได้รับก็อาจแพร่ไปในหมู่ของตน (กรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์, 2516)

2. ความหมายของการสื่อสารมวลชน

เพื่อให้เข้าใจความหมายของการสื่อสารมวลชนได้ชัดเจนขึ้น จึงขอยกตัวอย่างนิยามความหมายในทรรศนะของนักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน ดังต่อไปนี้

เดนิส แม็คควอล (McQuail, 2000) อธิบายว่า การสื่อสารมวลชนประกอบด้วยสถาบันและเทคนิค ซึ่งกลุ่มคนผู้มีความชำนาญในการใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี (หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง ภาพยนตร์ ฯลฯ) ส่งข่าวสารเชิงสัญลักษณ์ไปสู่ผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกัน และอาศัยการจัดกระจายในที่ต่าง ๆ

ไรท์ (Wright, 1975) การสื่อสารมวลชน หมายถึง การสื่อสารที่มุ่งส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกัน และไม่เป็นที่รู้จักของผู้ส่งสาร สารจะถูกส่งผ่านสื่อมวลชนเพื่อให้ผู้รับสารทั่วไปได้รับสารนั้นได้อย่างรวดเร็วในเวลาเดียวกัน สารที่ส่งไปนั้นจะมีอายุจำกัดไม่ยั่งยืน และผู้ส่งสารจะเป็นองค์การซึ่งดำเนินงานภายใต้โครงสร้างที่สลับซับซ้อน และมีค่าใช้จ่ายจำนวนมาก

โดมินิก (Dominick, 1999, p.15) ให้คำนิยามไว้ว่า การสื่อสารมวลชน หมายถึง กระบวนการซึ่งองค์การที่มีโครงสร้างการทำงานที่ซับซ้อนอาศัยเครื่องมือหนึ่งหรือมากกว่าหนึ่งชนิดในการผลิตและส่งข่าวสาร

ซึ่งมีความเป็นสาธารณะไปยังกลุ่มผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ และอาศัยการจัดกระจายในพื้นที่ต่าง ๆ

เทรนโฮล์ม (Trenholm, 2001) อธิบายว่าการสื่อสารมวลชน คือ การสื่อสารรูปแบบหนึ่ง ที่ผู้ส่งสารซึ่งอยู่ในรูปขององค์การ (สื่อมวลชน) ส่งสารไปยังกลุ่มผู้รับสารขนาดใหญ่หลากหลายกลุ่มซึ่งมีสมาชิกที่ความแตกต่างกันแต่ละบุคคล การติดต่อสื่อสารในลักษณะดังกล่าวนั้นเป็นการสื่อสารทางอ้อมโดยใช้สื่อเป็นตัวกลางระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

บาราน (Baran, 2002) ให้คำจำกัดความของการสื่อสารมวลชนไว้ว่า การสื่อสารมวลชน คือ กระบวนการในการสร้างความหมายร่วมกันระหว่างสื่อมวลชนกับผู้รับสาร

ส่วนคำว่า “สื่อมวลชน” ซึ่งตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Mass media” บัญญัติขึ้น โดยกระทรวงศึกษาธิการ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2545) หมายถึง สื่อที่ใช้ในการส่งสารเพื่อให้มวลชนผู้รับสาร ซึ่งอาศัยในพื้นที่ต่าง ๆ สามารถรับสารนั้นได้อย่างเวลารวดเร็ว พร้อมกัน หรือในเวลาใกล้เคียงกัน

จากนิยามความหมายที่แสดงไว้ทั้งหมดนั้น สรุปได้ว่า การสื่อสารมวลชน หมายถึง กระบวนการ ซึ่งองค์การสื่อมวลชนส่งสารผ่านสื่อมวลชนไปยังมวลชนผู้รับสารซึ่งอาศัยกระจายในพื้นที่ต่าง ๆ และมีภูมิหลังที่แตกต่างกันให้ได้รับสารนั้นอย่างรวดเร็วในเวลาเดียวกัน หรือเวลาใกล้เคียงกัน

3. ความสำคัญของการสื่อสารมวลชน

การสื่อสารมวลชนเป็นรูปแบบหนึ่งของกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ ดังนั้นการสื่อสารมวลชนจึงมีความสำคัญสำหรับสมาชิกของสังคม และสังคมโดยรวม ดังนี้

1. ความสำคัญในฐานะผู้รายงานข่าวสาร

สื่อมวลชนทำหน้าที่รายงานข่าวสารข้อมูลและเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกสังคม ซึ่งจะเป็ประโยชน์ในการสร้างร่วมมือร่วมใจของคนในสังคม เพื่อสร้างสรรค์สิ่งที่ดีและป้องกันภัยหรือสิ่งเลวร้ายที่อาจเกิดขึ้นต่อประชาชนและสังคม

2. ความสำคัญในฐานะผู้สร้างและผู้ขยายโลกทรรศน์ของประชาชน

การสื่อสารมวลชนช่วยสร้างและขยายโลกทรรศน์ของประชาชนในสังคมให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการเสริมสร้างศักยภาพของแต่ละบุคคล และเพิ่มพูนศักยภาพโดยรวมของสังคมในการเสริมสร้างและพัฒนาสังคมให้เจริญก้าวหน้า

3. ความสำคัญในฐานะตัวเร่งให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

การสื่อสารมวลชนคือเครื่องมือสำคัญในการเสริมสร้าง เพิ่มพูน และปรับเปลี่ยน ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของประชาชนให้สอดคล้องกับทิศทางและนโยบายการบริหาร และการพัฒนาประเทศ

4. ความสำคัญในฐานะผู้สนับสนุนระบบและกลไกของสังคม การสื่อสารมวลชนช่วยเสนอข่าวสารและความคิดเห็น ซึ่งส่งเสริมสนับสนุนระบบ กลไก และสถาบันของสังคมให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยดีและบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

5. ความสำคัญในฐานะผู้สร้างและผู้สะท้อนประชามติ

การสื่อสารมวลชนเป็นเครื่องมือในการสร้างและสะท้อนประชามติ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเมืองการปกครองระบอบประชาธิปไตย

6. ความสำคัญในฐานะเป็นเวทีเพื่อการอภิปรายแสดงความคิดเห็น

การสื่อสารมวลชนเป็นเสมือนเวทีในการอภิปราย และนำเสนอข้อคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อจัดการปัญหาความขัดแย้งและสร้างสรรค์ความเข้าใจ และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน

7. ความสำคัญในฐานะผู้ส่งเสริมและถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรม

การสื่อสารมวลชนทำหน้าที่ส่งเสริมและสืบทอดค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติ พฤติกรรม และประเพณี วัฒนธรรมของประชาชนและสังคม

8. ความสำคัญในฐานะปัจจัยหนึ่งในการกำหนดแนวทางการดำเนินชีวิตของประชาชนและรูปแบบทางสังคม

การสื่อสารมวลชนมีผลต่อการกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิต วิธีชีวิตของคน จิตสำนึก ค่านิยมที่พึงประสงค์ และบรรทัดฐานของสังคม

9. ความสำคัญในฐานะผู้ส่งเสริมธุรกิจและอุตสาหกรรม

การสื่อสารมวลชนคือปัจจัยหนึ่งในการส่งเสริมสนับสนุนการลงทุน การดำเนินธุรกิจ และอุตสาหกรรม ทั้งในด้านการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หรือการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการดำเนินธุรกิจและการแรงงานสัมพันธ์

10. ความสำคัญในฐานะผู้สร้างความบันเทิง

การสื่อสารมวลชนเป็นสื่อกลางในการสร้างความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน ความบันเทิง และความผ่อนคลายให้แก่สมาชิกของสังคม

11. ความสำคัญในฐานะผู้ส่งเสริมและตัวเร่งกระบวนการโลกาภิวัตน์

การสื่อสารมวลชนทำให้เกิดกระบวนการโลกาภิวัตน์เป็นการหลอมประเทศต่าง ๆ และประชาชนในแต่ละประเทศให้กลายเป็นสมาชิกของสังคมเดียวกัน คือสังคมโลกซึ่งเอื้อให้คนส่วนใหญ่ในโลกมีโอกาสและมีเสรีภาพในการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล ความรู้สึกนึกคิด แนวทางการดำเนินชีวิต และความร่วมมือระหว่างกันได้อย่างอิสระเสรียิ่งขึ้น

12. ความสำคัญในฐานะผู้ส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างประเทศต่าง ๆ ในสังคมโลก

การสื่อสารมวลชนเป็นเครื่องมือสำคัญประการหนึ่งในการดำเนินนโยบายและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่ากระบวนการสื่อสารมวลชนและสื่อมวลชนนั้นเปรียบเสมือนดาบสองคมคือมีทั้งประโยชน์และผลกระทบเชิงลบ

จากความสำคัญของการสื่อสารมวลชนข้างต้นแสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนมีความสำคัญ ทั้งบทบาทหน้าที่ อิทธิพล และผลกระทบ ซึ่งจะนำเสนอในส่วนตัวไป

4. อิทธิพลและผลกระทบของการสื่อสารมวลชน

อิทธิพลและผลกระทบของการสื่อสารมวลชนเป็นอีกประเด็นหนึ่งซึ่งได้รับความสนใจ และศึกษากันอย่างกว้างขวางด้วยเหตุจากความหวาดกลัวและความหวังใญ่ว่า สื่อมวลชนอาจนำเสนอข่าวสารที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสมาชิกของสังคมและสังคมโดยรวม และเพื่อแสวงหาวิธีการในการควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนเพื่อป้องกันอิทธิพลและผลกระทบเชิงลบดังกล่าว ในขณะที่สื่อมวลชนเองก็พยายามจะเรียกร้องสิทธิเสรีภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของตนด้วยเหตุผลที่ว่า สิทธิเสรีภาพนั้นเปรียบเสมือนแรงพลังสนับสนุนให้ตนทำหน้าที่ตอบสนองสังคมได้อย่างเต็มกำลังความสามารถของตน การศึกษาถึงอิทธิพลและผลกระทบของการสื่อสารมวลชนให้เข้าใจอย่างชัดเจนนั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงเสรีภาพและอำนาจของการสื่อสารมวลชน รวมทั้งสภาพการณ์ต่าง ๆ ของสังคม ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม พฤติกรรมของสมาชิกในสังคม ฯลฯ ล้วนแต่ส่งผลต่อการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน รวมทั้งอิทธิพลและผลกระทบของการสื่อสารมวลชนอย่างปฏิเสธไม่ได้

แมคควอล (McQuail, 2000) อธิบายว่า การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชนที่ผ่านมามากตั้งอยู่บนสมมุติฐานว่า สื่อมวลชนเป็นสื่อที่ทรงพลังอำนาจและมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร แม้ว่าจะความคิดเห็นที่แตกต่างกันเกี่ยวกับธรรมชาติและขอบเขตของอิทธิพลของสื่อมวลชนก็ตาม

บาราน และ เดวิส (Baran, & Davis, 1995) แบ่งพัฒนาการในการศึกษาเรื่องอิทธิพล และผลกระทบของสื่อมวลชนไว้ 3 ยุค ดังต่อไปนี้ 1) ยุคทฤษฎีระยะแรกที่ว่าสื่อมวลชนทรงพลังอำนาจและมีอิทธิพลอย่างยิ่ง (Early theories of powerful effects) 2) ยุคทฤษฎีที่ว่าอิทธิพลที่จำกัดของสื่อมวลชน (Theories of limited effects) 3) ยุคทฤษฎีว่าด้วยการกลับมาของแนวคิดสื่อมวลชนทรงพลังอำนาจและมีอิทธิพล (The powerful media revisited) รายละเอียด ดังต่อไปนี้

4.1 ยุคทฤษฎีระยะแรกที่ว่าสื่อมวลชนทรงพลังอำนาจและมีอิทธิพลอย่างยิ่ง (Early theories of powerful effects)

ฮีธ และ ไบรอันท์ (Heath, & Bryant, 2000) สรุปว่า ช่วงก่อนทศวรรษที่ 1930 จนถึงปลายทศวรรษที่ 1930 นักทฤษฎีสื่อสารมวลชนจำนวนมากสรุปว่า ข่าวสารจากสื่อมวลชนมีพลังอำนาจและมีอิทธิพลโดยตรงและต่อเนื่องต่อค่านิยม ความคิดเห็น และอารมณ์ความรู้สึกของมวลชนผู้รับสาร ข้อสรุปดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของโบเออร์ และ โบเออร์ (Bauer, & Bauer, 1960 as cited in McQuail, 2000, p. 147) ซึ่งอธิบายว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการสร้างความคิดเห็นและความเชื่อการปรับเปลี่ยนนิสัยและการหล่อหลอมให้เกิดพฤติกรรมและอิทธิพลดังกล่าวนั้นจะเกิดขึ้นได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความตั้งใจของสื่อมวลชนในการควบคุมผู้รับสาร ทั้งนี้แมคควอล (McQuail, 2000) อธิบายเพิ่มเติมว่า ข้อสรุปที่ว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างมากนั้นไม่ได้เกิดจากการศึกษาด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ แต่เกิดจากข้อสังเกตถึงความนิยมที่เพิ่มขึ้นอย่างมากมาในสื่อหนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ และ วิทยุกระจายเสียงจึงกลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันของประชาชนและสังคม

1. ปรากฎการณ์ซึ่งเป็นพื้นฐานของทฤษฎีดังกล่าว ได้แก่

1.1 ผลสัมฤทธิ์ของการใช้สื่อมวลชนในการทำสงครามโฆษณาชวนเชื่อของทั้งฝ่ายพันธมิตรและฝ่ายตรงข้าม ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 โดยเฉพาะกรณีของฮิตเลอร์ซึ่งประสบความสำเร็จในการใช้วิทยุกระจายเสียงเพื่อปลุกกระตมคนเยอรมัน และกรณีรัฐบาลอเมริกันใช้ภาพยนตร์ในการปลุกเร้าให้ชาวอเมริกันสมัครเข้าเป็นทหารร่วมรบในสงครามโลกครั้งที่ 2

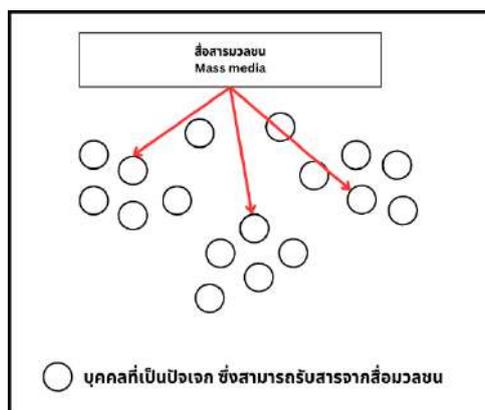
1.2 ความสำเร็จของพรรคบอลเชวิคของรัสเซียในการใช้ภาพยนตร์เพื่อปรับเปลี่ยนความคิดของประชาชนให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมหลังการปฏิวัติในรัสเซีย

1.3 ผลการศึกษาเกี่ยวกับความสำเร็จของการโฆษณาชวนเชื่อในสงครามโลก ครั้งที่ 2 ของแฮโรลด์ ดี ลาสเวลล์

1.4 เหตุการณ์ตื่นตระหนกตกใจกลัวและการหลบหนีออกจากบ้านของประชาชนชาวนิวยอร์กและนิวยอร์ก ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงค่ำของคืนฮาโลวีน (วันที่ 30 ตุลาคม ค.ศ.1938) เนื่องจากประชาชนเหล่านั้นได้รับข้อมูลจากวิทยุกระจายเสียงว่า มียานอวกาศจากดาวอังคารบุกโลกและกำลังโจมตีเมืองทั้งสองดังกล่าว โดยไม่ทราบว่าเป็นฉากหนึ่งของละครวิทยุเรื่องสงครามระหว่างโลก (War of the Worlds) ซึ่งจัดโดย ออร์สันเวลล์ (Orson Wells)

2. ทฤษฎีและแนวคิดสำคัญภายใต้กระบวนทัศน์ที่ว่าสื่อมวลชนทรงพลังอำนาจและมีอิทธิพลอย่างยิ่ง ได้แก่

2.1 ทฤษฎีกระสุนเงิน (Silver bullet theory) หรือ แบบจำลองเข็มฉีดยา (Hypodermic needle model) ซึ่งนักทฤษฎีบางท่านเรียกทฤษฎีนี้ตามแบบจำลองเชิงจิตวิทยาว่า "ทฤษฎีสั่งรื้อและการตอบสนอง (S - R theory)" ฮีท และ ไบรอันท์ (Heath, & Bryant, 2000) อธิบายแนวคิดของทฤษฎีนี้ว่า เมื่อผู้ส่งสารส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้รับสารจะได้รับสารนั้น และยอมรับสารนั้นโดยไม่มีข้อโต้แย้งใด ๆ เหมือนกับตัวยาสั่งฉีดผ่านเข็มฉีดยาเข้าสู่ร่างกายของคนไข้ ซึ่งแสดงให้เห็นแนวคิดพื้นฐานที่ว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลโดยตรงต่อมวลชนผู้รับสาร



รูป 9 แบบจำลองเข็มฉีดยา
ที่มา โดยผู้เขียน

4.2 ยุคทฤษฎีที่ว่าอิทธิพลที่จำกัดของสื่อมวลชน (Theories of limited effects)

ในช่วงปลายของทศวรรษที่ 1930 และต้นทศวรรษที่ 1940 เริ่มมีความคลางแคลงใจเกี่ยวกับกระบวนทัศน์ (paradigm) ความเชื่อในอิทธิพลและศักยภาพมหาศาลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนและสังคมตามเจตจำนงของสื่อมวลชนและมีการทดสอบแนวคิดดังกล่าวด้วยการทำวิจัยเพื่อตรวจสอบกระบวนทัศน์ดังกล่าวในช่วงทศวรรษที่ 1940-1960 ผลจากการวิจัยทำให้เกิดกระบวนทัศน์ใหม่เกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน คือ กระบวนทัศน์เรื่องผลกระทบที่จำกัดของสื่อมวลชน

1. ปราบกฏการณ์ซึ่งเป็นพื้นฐานของทฤษฎีดังกล่าว ได้แก่

1.1 ในปี ค.ศ.1940 พอล เอฟ ลาซาร์สเฟลด์ (Paul F. Lazarsfeld) เบอ์นาร์ต เบเรลสัน (Bernard Berelson) และ เฮเซล กอเดท (Hazel Gaudet) ทำวิจัยเรื่องพฤติกรรมกรรมการออกเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา ผลการวิจัยพบว่า ไม่มีหลักฐานแสดงให้เห็นอิทธิพลแบบเข็มฉีดยา ลาซาร์สเฟลด์ และคณะ นักวิจัยเขียนรายงานผลการวิจัยไว้ในหนังสือชื่อ "People's Choice" มีสาระสรุปดังนี้ (Littlejohn, 2002)

1) สื่อมวลชนค่อนข้างมีอิทธิพลโดยตรงต่อการลงคะแนนเสียง เลือกตั้งของประชาชนน้อย

2) สื่อมวลชนทำหน้าที่เพียงแค่เน้นย้ำหรือสนับสนุนความเชื่อเดิมของประชาชน

3) อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อการลงคะแนนเสียงของประชาชนนั้นเป็นอิทธิพลทางอ้อมผ่านผู้นำความคิดในลักษณะการสื่อสารแบบสองขั้นตอน

1.2 การทบทวนแนวคิดของทฤษฎีกระสุนเงินหรือแบบจำลองเข็มฉีดยา ในปี ค.ศ. 1960 เคลปเปอร์ (Klapper) ได้ประมวลสรุปผลการวิจัยทั้งหมดในรอบ 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมา และสรุปว่า "สื่อมวลชนมิใช่ปัจจัยเดียว ไม่ใช่ปัจจัยที่จำเป็น และปัจจัยที่เพียงพอที่จะส่งผลกระทบต่าง ๆ ต่อผู้รับสารได้ หากทว่าสื่อมวลชนต้องทำงานร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ" (กาญจนา แก้วเทพ, 2545, หน้า 154)

1.3 ผลการวิจัยของกลุ่มนักวิจัยของมหาวิทยาลัยพรินสตันซึ่งศึกษาสาเหตุที่รายการละครของออร์สัน เวลล์ จึงมีอิทธิพลต่อความตื่นตระหนกของประชาชน ในปี ค.ศ.1938 ซึ่งมีข้อสรุป ดังนี้

1) ปัจเจกบุคคลได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชนน้อยกว่าผู้รับสาร ซึ่งเป็นผู้นำความคิด

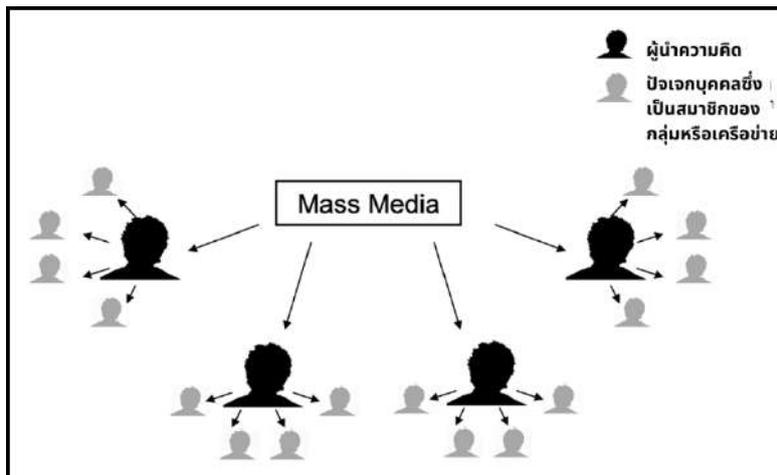
2) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับผลกระทบของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสาร คือ คุณลักษณะหรือบุคลิกภาพของผู้รับสาร

3) สื่อมวลชนไม่ใช่ปัจจัยหลักซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้รับสาร แต่เป็นเพียงปัจจัยเสริมเท่านั้น

2. ทฤษฎีและแนวคิดสำคัญภายใต้กระบวนทัศน์เรื่องผลกระทบที่จำกัดของสื่อมวลชน มีดังนี้

2.1. ทฤษฎีการไหลของข่าวสารแบบสองขั้นตอน (Theory of two - step flow of information) แคทซ์ และ ลาซาร์สเฟลด์ (Katz ,& Lazarsfeld, 1955) ได้นำแนวคิดเรื่อง การสื่อสารแบบสองขั้นตอนซึ่งเป็นผลจากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมกรรมการออกเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ. 1940 ของลาซาร์สเฟลด์ เบเรลสัน และโกเดท มาศึกษาวิจัยเพื่อทดสอบ และรายงานผลการวิจัยในหนังสือชื่อ

Personal Influence ในปี ค.ศ.1955 สรุปได้ว่า อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้นมีลักษณะเป็นสองชั้นตอน โดยที่อิทธิพลของสื่อมวลชนจะถูกสกัดกั้นโดยอิทธิพลของบุคคล ทั้งนี้ เพราะประชาชนในสังคมไม่ได้อยู่ตามลำพังแต่จะเป็นสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมซึ่งมีความสัมพันธ์และสื่อสารกันในลักษณะเครือข่าย (interpersonal network) และประกอบด้วยสมาชิกสองกลุ่ม คือ 1) ผู้นำความคิด (opinion leader) ซึ่งมีคุณลักษณะพิเศษแตกต่างจากสมาชิกคนอื่น ได้แก่ มีความกระตือรือร้น มีการเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่า ชอบติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น รวมทั้งมีอิทธิพลต่อบุคคลอื่น ๆ ในกลุ่ม และ 2) กลุ่มสมาชิกซึ่งคอยรับข่าวสารและความคิดเห็นจากผู้นำความคิด ดังนั้น ข่าวสารจากสื่อมวลชนจึงผ่านไปยังผู้นำความคิดก่อนที่จะไปถึงมวลชนผู้รับสาร



รูป 10 แบบจำลองการไหลของข่าวสารแบบสองชั้นตอน
ที่มา โดยผู้เขียน

4.3 ยุคทฤษฎีว่าด้วยการกลับมาของแนวคิดสื่อมวลชนทรงพลังอำนาจและมีอิทธิพล (The powerful media revisited)

กาญจนา แก้วเทพ (2545) อธิบายว่ากระแสความคิดในยุคที่สามนี้ แบ่งออกได้เป็น 2 กระแสย่อย กระแสแรกเป็นการย้อนกลับไปสู่ยุคแรก คือ 1) การตรวจสอบว่าสื่อยังคงทรงพลังใช้หรือไม่ ในเงื่อนไขใดที่เรียกว่า การกลับมาของแนวคิดสื่อมวลชนทรงพลังอำนาจและมีอิทธิพล (The powerful media revisited) 2) กระแสที่สองเป็นการยอมรับทั้งพลังอำนาจหรืออิทธิพลของสื่อมวลชน และพลังอำนาจของมวลชนผู้รับสาร (Negotiated media influence) ซึ่งแมคควอล (McQuail, 2000) อธิบายว่า การศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อโดยเฉพาะข่าว การวิเคราะห์ผู้รับสาร รวมทั้งการวิเคราะห์ห้องค้การสื่อสารมวลชน ซึ่งเริ่มในช่วงปลายทศวรรษที่ 1970 ทำให้เกิดแนวทางใหม่ในการศึกษาผลกระทบของสื่อมวลชน ซึ่งเน้นมุมมองเรื่องอิทธิพลที่สำคัญที่สุดของสื่อในแง่การสร้างความหมายทางสังคม แม้ว่ากระบวนการคิดแบบใหม่จะมีความแตกต่างและลึกซึ้งกว่าการศึกษาในแนวทางเดิมแต่ยังคงมีแนวคิดบางประการที่คล้ายคลึงกับแนวคิดในยุคแรกซึ่งเชื่อในพลังอำนาจของสื่อมวลชนอย่างท่วมท้น เช่น เชื่อว่าสื่อมีพลังอำนาจ เช่นเดียวกันแต่แตกต่างกันที่แนวคิดใหม่นี้เชื่อ

ว่าผลกระทบนั้นไม่ใช่ผลกระทบในระยะสั้นแต่เป็นผลกระทบในระยะยาว การเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์ใหม่นี้ผลักดันให้เกิดแนวคิดสองประการ ได้แก่

1. สื่อมวลชนสร้างรูปลักษณ์หรือแบบแผนทางสังคมและประวัติศาสตร์โดยการสร้างภาพความเป็นจริงด้วยวิธีการที่มีรูปแบบและสามารถคาดเดาได้

2. มวลชนผู้รับสารสามารถสร้างภาพความเป็นจริงทางสังคมได้ด้วยตนเองด้วยการมีปฏิสัมพันธ์กับโครงสร้างเชิงสัญลักษณ์ที่ได้รับจากสื่อมวลชน

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่ากระแสที่สองจึงยอมรับทั้งพลังอำนาจของสื่อและพลังอำนาจของผู้รับสารในการเลือกรับสื่อมวลชน

กาญจนา แก้วเทพ (2545) ให้ทรรศนะเพิ่มเติมว่า แม้ว่าแนวคิดจะแยกออกเป็นกระแสน้อยสองกระแสหากทว่าจุดร่วมระหว่างกระแสทั้งสองกระแสคือ ความเชื่อมั่นในอำนาจที่มีในระดับหนึ่งของสื่อมวลชน ปราบกฏการณ์ ซึ่งเป็นพื้นฐานของทฤษฎีดังกล่าว ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 มีบริบททางสังคมหลายประการซึ่งก่อให้เกิดการทบทวนกระบวนทัศน์เรื่องอิทธิพลที่มากมายของสื่อมวลชนอีกครั้ง ได้แก่

1) การขยายตัวทางเศรษฐกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา และการแพร่ขยายของสื่อโทรทัศน์ซึ่งแทรกตัวจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนในสังคม

2) วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ขยายขอบเขตไปเป็น "สื่อนานาชาติ" ด้วยความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านดาวเทียม ซึ่งส่งผลให้อาณาเขตอิทธิพลของสื่อมวลชนแผ่กว้างครอบคลุมเกือบจะทุกส่วนของโลกจนดูเหมือนไร้ขอบเขต

3) มีผลการวิจัยหลายชิ้นยืนยันว่าสื่อมวลชนสามารถส่งผลกระทบต่อสังคม และเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนพลังทางสังคมและทางการเมืองได้ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2545)

4) การขยายวงในการศึกษาเรื่องผลกระทบของสื่อมวลชนจากการศึกษา ผลระยะสั้นไปสู่การศึกษาผลกระทบระยะยาว ซึ่งส่งผลให้เกิดทฤษฎีใหม่ที่สนับสนุนว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อบุคคลและสังคม เช่น ทฤษฎีการกำหนดวาระทางสังคมและทฤษฎี กระบวนการขัดเกลาทางสังคม เป็นต้น

5) ในปี ค.ศ. 1973 นักสังคมวิทยาชาวเยอรมันชื่อ เอลิซาเบธ โนเอล-นอยมานน์ (Elizabeth Noelle-Neumann) ได้โจมตีทฤษฎีที่ว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลน้อยและเรียกร้องให้กลับไปยอมรับกระบวนทัศน์ที่ว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างยิ่งอีกครั้ง (McQuail, 2000) โดยให้เหตุผลโจมตีความไม่สมเหตุสมผลของการวิจัยอิทธิพลของสื่อมวลชนในห้องทดลองซึ่งมีสภาพแตกต่างไปจากชีวิตจริงและละเลยการศึกษาปัจจัยสำคัญหลายปัจจัยทำให้ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ที่แท้จริงของสังคม นอกจากนี้โนเอล-นอยมานน์ยังแสดงทรรศนะต่อต้านแนวคิดเรื่องกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสารซึ่งเป็นการจำกัดอิทธิพลของสื่อมวลชนรวมทั้งยังสร้างแบบจำลองปรากฏการณ์การสะสมของความเงียบ (The spiral of silence) ซึ่งอธิบายให้เห็นถึงอิทธิพลที่มากมายของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชาติ

พลังของสื่อมวลชนในสื่อสังคมออนไลน์จึงมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงสังคมในหลากหลายแง่มุม โดยขึ้นอยู่กับวิธีการใช้งานและการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ในกระบวนการสื่อสารนั้น ๆ พลังของสื่อมวลชนในสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในยุคปัจจุบันมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้เป็น

เพียงช่องทางในการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังคงกลายเป็นพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และความคิดเห็นในระดับโลก ผู้ใช้สามารถสร้างเนื้อหา (User-Generated Content) และเผยแพร่สู่สาธารณชนได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย ส่งผลต่อสังคมในหลากหลายมิติ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และการศึกษา (Castells, 2012) โดยสามารถอธิบายได้ผ่านหัวข้อสำคัญได้ 2 หัวข้อ ดังนี้

(1) พลังของสื่อมวลชนในสื่อสังคมออนไลน์ (Berger & Luckmann, 1966)

1) การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง กล่าวคือ สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ข้อมูลข่าวสารถูกเผยแพร่สู่ผู้คนทั่วโลกได้ในเวลาอันสั้น เช่น การใช้แฮชแท็ก (#) เพื่อรวมเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลที่สนใจได้อย่างรวดเร็ว

2) การสร้างวาทกรรมทางสังคม หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่สำหรับการถกเถียง แสดงความคิดเห็น และสร้างวาทกรรมทางสังคม เช่น การเรียกร้องสิทธิพลเมืองผ่านแคมเปญออนไลน์

3) การมีส่วนร่วมของผู้ใช้ โดยที่ผู้ใช้สามารถมีบทบาทเป็นทั้งผู้รับและผู้ผลิตข่าวสาร ซึ่งสร้างการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารมากยิ่งขึ้น

(2) การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการสื่อสาร (Shirky, 2008)

1) ทฤษฎีวารสารศาสตร์พลเมือง (Citizen Journalism Theory) คือผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถทำหน้าที่เป็นนักข่าวพลเมืองที่รวบรวมและเผยแพร่ข่าวสารผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น Twitter หรือ Facebook การรายงานเหตุการณ์สำคัญ เช่น การประท้วงหรือภัยพิบัติ ได้แสดงถึงพลังของการสื่อสารในลักษณะนี้

2) ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovations Theory) ทฤษฎีนี้อธิบายถึงวิธีที่นวัตกรรมหรือแนวคิดใหม่ๆ ถูกนำไปใช้ในสังคม สื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ข้อมูลกระจายตัวอย่างรวดเร็วและส่งเสริมการยอมรับนวัตกรรม เช่น การใช้แอปพลิเคชันใหม่ หรือการสนับสนุนแคมเปญสิ่งแวดล้อม (Rogers, 2003) ซึ่งจะกล่าวในส่วนต่อไป

3) ทฤษฎีการสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality Theory) กล่าวคือ สื่อสังคมออนไลน์ช่วยสร้างความเป็นจริงทางสังคมผ่านกระบวนการตีความและการแลกเปลี่ยนความหมาย ตัวอย่างเช่น การสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลหรือองค์กรในเชิงบวกผ่านการประชาสัมพันธ์

(3) ตัวอย่าง แคมเปญ #MeToo แสดงถึงพลังของสื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการล่วงละเมิดทางเพศ หรือการระดมทุนผ่านแพลตฟอร์มอย่าง GoFundMe ที่ช่วยสนับสนุนโครงการต่างๆ ทั้งในด้านสังคมและการกุศล

5. บทสรุป

การสื่อสารมวลชน หมายถึง กระบวนการซึ่งองค์การสื่อสารมวลชนส่งสารผ่านสื่อมวลชนไปยังมวลชนผู้รับสารซึ่งอาศัยการจัดกระจายในพื้นที่ต่าง ๆ และมีภูมิหลังที่แตกต่างกันให้ได้รับสารนั้นอย่างรวดเร็วในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน การสื่อสารมวลชนเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสาร ดังนั้น การศึกษากระบวนการสื่อสารมวลชนให้เข้าใจอย่างชัดเจนจึงจำเป็นต้องศึกษาองค์ประกอบพื้นฐานทั้ง 4 องค์ประกอบของ

กระบวนการสื่อสารมวลชน ซึ่งมีลักษณะพิเศษแตกต่างไปจากการสื่อสารรูปแบบอื่นของมนุษย์ การสื่อสารมวลชนและสื่อมวลชนมีบทบาทหน้าที่ อิทธิพล และผลกระทบต่อสังคม และสมาชิกของสังคมทั้งในเชิงสร้างสรรค์ และก่อให้เกิดโทษภัยหรือผลกระทบเชิงลบซึ่งถือเป็นบทบาทที่ล้มเหลวของการสื่อสารมวลชน นักวิชาการซึ่งศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลและผลกระทบของการสื่อสารมวลชน สรุปว่าแนวคิดเกี่ยวกับระดับของอิทธิพลและผลกระทบนั้นแบ่งออกได้ เป็น 3 ยุค คือ 1) **ยุคที่ว่าสื่อมวลชนทรงพลังอำนาจและอิทธิพลอย่างยิ่ง** 2) **ยุคที่ว่าด้วยอิทธิพลและผลกระทบที่จำกัดของสื่อมวลชน** และ 3) **ยุคที่ว่าด้วยการกลับมาของแนวคิดที่ว่าสื่อมวลชนทรงพลังอำนาจและมีอิทธิพล** ในการศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่ อิทธิพล และผลกระทบของการสื่อสารมวลชนควรพิจารณาถึงโครงสร้างและแนวคิดทางการเมืองของประเทศ รวมทั้งระบบสังคม ซึ่งสื่อมวลชนนั้นสังกัดอยู่เพื่อให้ได้มุมมองที่ชัดเจนเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ เสรีภาพของสื่อ รวมทั้งอิทธิพลและผลกระทบของการสื่อสารมวลชน

6. แบบฝึกหัดท้ายบท

1. จงอธิบายความหมายของ “การสื่อสารมวลชน” ในทฤษฎีของนิลิต

.....

.....

.....

2. จงอธิบายความแตกต่างของการสื่อสารมวลชน กับการสื่อสารระหว่างบุคคล

.....

.....

.....

3. การสื่อสารมวลชนมีความสำคัญอย่างไรต่อสังคมและสมาชิกของสังคม

.....

.....

.....

7. เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2545). สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ศาเลาแดง.
- นราธิปพงศ์ประพันธ์, กรมหมื่น, พลตรี. (2516). สื่อมวลชนคืออะไร. ปาฐกถาในการสัมมนา การสื่อสารมวลชน ณ ศาลาสันติธรรม วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2507. กรุงเทพฯ : สหมิตร.
- ภาทิพย์ ตรีสกุล, วิภาณี แม้นอินทร์, และเรวดี ไวยวาสนา. (2563). หลักนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 7). ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2545). สื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Baran, S. J. & Davis, D. K. (1995). Mass communication theory. CA: Wadsworth.
- Baran, S. J. (2002). Introduction to mass communication: Media literacy and culture. (2nd ed.). New York: McGraw – Hill.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor Books.
- Castells, M. (2012). *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. Polity Press.

- Dominick, J. R. (1999). *The dynamics of mass communication*. (6th ed.). New York: McGraw - Hill.
- Heath, R. L., & Bryant, J. (2000). *Human communication theory and research: Concepts, contexts, and challenges*. (2nd ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Littlejohn, S. W. (2002). *Theories of human communication*. (7th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- McQuail, D. (2000). *McQuail's mass communication theory*. (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. Penguin Press.
- Trenholm, S. (2001). *Thinking through communication: An introduction to the study of human communication*. (3rd ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Wright, C. R. (1975). *Mass communication*. New York: Random House.

บทที่ 7

การสื่อสารกับสังคม

1. การสื่อสารกับสังคม

การใช้แนวคิดทฤษฎีจะช่วยให้เราเข้าใจการสื่อสารในแต่ละบริบทได้ชัดเจนขึ้น และสามารถนำความรู้นี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมกับแต่ละระดับสังคม การสื่อสารในสังคมโลก สังคมเอเชีย และสังคมไทยในปัจจุบันได้รับอิทธิพลจากความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน การวิเคราะห์ลักษณะการสื่อสารในแต่ละระดับจะช่วยให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะตัว ความเหมือน และความแตกต่าง รวมถึงการนำแนวคิดทฤษฎีด้านการสื่อสารมาอธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าว

(1) การสื่อสารในสังคมโลก

ในระดับสังคมโลก การสื่อสารได้รับอิทธิพลจากการเชื่อมโยงของโลกาภิวัตน์ (globalization) ที่ช่วยลดพรมแดนทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดียและแอปพลิเคชันสื่อสาร (เช่น Facebook, Twitter) ทำให้การแลกเปลี่ยนข้อมูลสามารถเกิดขึ้นได้แบบเรียลไทม์

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovations Theory) โดย Everett Rogers ช่วยอธิบายว่าการยอมรับนวัตกรรม เช่น โซเชียลมีเดีย แพร่กระจายอย่างไรในกลุ่มประชากร (Rogers, 2003)

ตัวอย่างเช่น การรณรงค์เพื่อสร้างความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (climate change) ผ่านแคมเปญระดับโลก เช่น "Fridays for Future" ซึ่งได้รับการสนับสนุนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

(2) การสื่อสารในสังคมเอเชีย

ในบริบทเอเชีย วัฒนธรรมแบบกลุ่ม (collectivism) มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร โดยเน้นความสัมพันธ์ในชุมชนและการเคารพในโครงสร้างสังคม การสื่อสารมักแสดงออกในเชิงอ้อม (indirect communication) เพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎีบริบทสูง-บริบทต่ำ (High-Context and Low-Context Communication) โดย Edward T. Hall ช่วยอธิบายว่าสังคมเอเชียส่วนใหญ่ใช้การสื่อสารแบบบริบทสูง (high-context) ซึ่งเน้นการเข้าใจความหมายโดยอาศัยบริบทมากกว่าคำพูดตรงๆ (Hall, 1976)

ตัวอย่างเช่น การเจรจาธุรกิจในประเทศญี่ปุ่นที่ให้ความสำคัญกับมารยาท การแสดงความเคารพ และการสื่อสารแบบอ้อม

(3) การสื่อสารในสังคมไทย

สังคมไทยได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมเอเชียและโลกาภิวัตน์ สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญต่อการแสดงออกความคิดเห็น ในขณะเดียวกัน วัฒนธรรมแบบลำดับชั้น (hierarchical culture) ยังคงมีอิทธิพล

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎีอำนาจและความห่างระหว่างบุคคล (Power Distance Theory) โดย Geert Hofstede ช่วยอธิบายว่าความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่มีอำนาจและผู้ใต้บังคับบัญชายังคงมีบทบาทในการกำหนดวิธีการสื่อสารในประเทศไทย (Hofstede, 2001)

ตัวอย่างเช่น การใช้โซเชียลมีเดียในการรณรงค์ประเด็นทางสังคม เช่น การเรียกร้องสิทธิมนุษยชน ที่ผู้นำการรณรงค์เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ยุติความห่างทางอำนาจ

จากระดับข้างต้นจะพบว่า การสื่อสารเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับตัวเราตลอดเวลาแต่ความหมายของการสื่อสารนั้น เราแยกพิจารณาได้ 2 ส่วน คือ 1) ส่วนที่เป็นการสื่อสารในระบบวงจรทางวิทยาศาสตร์ เช่น เครื่องประมวลผลระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Computer) การสื่อสารในระบบวงจรอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ในอีกส่วนหนึ่งนั้นเป็น 2) การสื่อสารที่มนุษย์กระทำขึ้นเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างกัน โดยให้เกิดความหมายร่วมกัน เป็นผลมาจากการที่มนุษย์ต้องการอยู่ร่วมกันในสังคม การสื่อสารในสังคมนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากต่อการอาศัยร่วมกันในสังคม จึงต้องทำความเข้าใจให้รู้ถึงพื้นฐานของกระบวนการนิยามที่กำหนดโดยนักทฤษฎี การสื่อสาร และรูปแบบของการสื่อสารที่ใช้อธิบายกระบวนการสื่อสารจะทำให้ผู้ศึกษามีความเข้าใจการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

1.1 ความจำเป็นของการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) เข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตมนุษย์ ในแต่ละวันตั้งแต่ตื่นนอนจนกระทั่งเข้านอนในเวลากลางคืน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารโดยการเขียน การพูด การฟัง และการอ่าน เป็นต้น นักปราชญ์กรีกโบราณได้กล่าวถึงมนุษย์ว่าเป็นสัตว์สังคม ซึ่งย่อมาหมายความว่ามนุษย์ เรานั้นมีสัญชาตญาณแห่งการรวมกันเป็นกลุ่มเป็นพวก ซึ่งเป็นการก่อให้เกิดสังคมขึ้นในระดับ แตกต่างกันไปตามลักษณะการรวมกลุ่ม และสมาชิกในกลุ่ม การที่คนเราสามารถอยู่ร่วมกันเป็น กลุ่มได้นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การติดต่อสื่อสารกันและกันหรือสังคมจะดำรงอยู่ตลอดไปตราบเท่าที่ยังมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันของสมาชิกในกลุ่มการติดต่อสื่อสารนี้มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ตั้งแต่คนเราได้ละทิ้งการใช้ชีวิตอย่างโดดเดี่ยวตามลำพังมาสู่การมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น เริ่มจากการสร้างสารที่มีความซับซ้อนน้อยที่สุด คือ การพูดจากัน ไปจนถึงการติดต่อสื่อสาร โดยอาศัยสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ นักเขียนชาวเยอรมันชื่อ Thomas Mann ได้นิยามการสื่อสารโดยเฉพาะเรื่องวาทศาสตร์ ไว้ว่า เป็นอารยธรรมโดยตัวของมันเองซึ่ง Mann มีความเชื่อว่า คำต่าง ๆ ถ้าไม่มีการกล่าวออกมา ก็เท่ากับว่าคำนั้นกำลังถูกโดดเดี่ยวซึ่งถ้าหากเราลองจินตนาการดูว่าในโลกของเราถ้าปราศจากการสื่อสาร เรายังอาจจะมีความสามารถที่ได้เห็นได้กลิ่น รู้รสชาติ แต่เราไม่สามารถจะถ่ายทอดความคิดของเราไปสู่บุคคลอื่นได้รวมทั้งไม่สามารถที่จะรับความคิดของคนอื่นที่เขาเหล่านั้นพยายามจะสาธยายออกมา ในทางความเป็นจริงแล้วเราจะถูกโดดเดี่ยวในโลกของความเงียบยิ่งกว่าคนที่หูหนวกหรือเป็นใบ้

1.2 มนุษย์สื่อสารกันได้อย่างไร

(1) วิธีการสื่อสารของมนุษย์

มนุษย์สื่อสารกันด้วยวิธีการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการพยักหน้าเพื่อตอบรับว่าเห็นด้วย อาจจะเดินด้วยท่าทางบางอย่างเพื่อแสดงถึงบุคลิกภาพตัวเองหรือเพื่อแสดงความรู้สึกบางอย่าง หรือเราอาจจะสื่อสารอะไรบางอย่างเพื่อแสดงถึงตัวของเราเองกับทุกคนที่เราพูด โดยเพียงการแต่งกายเท่านั้น เหล่านี้ล้วนเป็นการสื่อสารแบบอวัจนภาษา (Nonverbal Communication) อย่างไรก็ตาม มนุษย์สื่อสารได้ดีก็โดยการพูดและการเขียนวิธีการสื่อสารแบบนี้เป็นการสื่อสารแบบ วัจนภาษา (Verbal Communication) โดยการใช้คำหรือการใช้สัญลักษณ์แทน ความคิดที่อยู่ใใจ ซึ่งมนุษย์เราสามารถถ่ายทอดความหมายของความคิดต่าง ๆ ไปยังบุคคลอื่นก็ได้ นั่นคือ การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการถ่ายทอดความหมายของความคิดจากคนหนึ่งให้กับคนอื่น ถูกต้องและตรงความหมายที่สุด ถ้าเป็นการถ่ายทอดความคิดโดยการใช้ เสียงเราก็เรียกว่า เป็นการสื่อสารแบบ วาวิทยา

(2) ความสำคัญของการสื่อสาร

จากคำนิยามดังกล่าวข้างต้นที่ได้กล่าวถึงกระบวนการสื่อสาร ทำให้เราได้ทราบว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการแห่งความสัมพันธ์ของมนุษย์คุณลักษณะเด่นชัดแห่งความสัมพันธ์ สามารถจำแนกได้ดังนี้

1) การสื่อสารเกิดขึ้นเพราะบุคคลต้องการสร้างความสัมพันธ์เป็นการทำให้ร่วมกัน (Commonness) ทั้งประสบการณ์และความคิดโดยการสื่อความหมายจากการสื่อสารนั้นทั้งยังเป็นการผสมผสานกันของบุคคลที่ถือเป็นหน่วยที่เล็กที่สุดเข้ากับหน่วยอื่น ๆ ในสังคม

2) การสื่อสาร เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ความคิด และ พฤติกรรมของบุคคลอื่น การสื่อสารเกิดขึ้นได้จะต้องมีการรับรู้จากบุคคลอื่นนั่นหมายความว่าใน ขณะที่เราส่งสาร หรือต้องการจะสื่อสารกับบุคคลอื่นนั้น บุคคลที่เราจะสื่อสารด้วยจะต้องรับรู้ใน สิ่งที่เราได้แสดงออกมาไม่ว่าจะเป็นคำพูด กริยาท่าทางหรือสัญลักษณ์ สัญลักษณ์ต่าง ๆ และผู้ที่เราสื่อสารด้วยนั้นสามารถสื่อความหมายได้

นอกจากรับรู้และเข้าใจความหมายที่เราสื่อสารแล้วความเข้าใจนั้นจะต้องถูกต้องตรงตามที่ผู้สื่อสารต้องการด้วยนั้นย่อมาความว่าบุคคลทั้ง 2 ฝ่าย คือ ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจะต้องมีประสบการณ์ในข่าวสารที่กำลังสื่อสารนั้นเป็นอย่างเดียวกันหรือมีความเข้าใจประสบการณ์ของอีกฝ่ายหนึ่ง โดยพยายามนำเอาภูมิหลัง หรือประสบการณ์ที่มีมาเข้ารหัส (Encode) เพื่อส่งสารออกไป และผู้ส่งสารก็ถอดรหัส (Decode) การสื่อสารนั้นและตีความหมายของสารที่รับมาโดยใช้ประสบการณ์มาเป็นวงกรอบแห่งการอ้างอิง (Frame of Reference) ในการแปลความหมายของสารบุคคลแต่ละคนย่อมต้องมีความแตกต่างกัน ในเรื่องของประสบการณ์เป็น ธรรมดาแต่ในสถานการณ์แห่งการสื่อสารนั้นบุคคลทั้ง 2 ฝ่ายพยายามที่จะใช้ประสบการณ์ของ แต่ละฝ่ายมาสร้างความร่วมกัน เพื่อให้การตีความหมายของสารเป็นอย่างเดียวกัน (Common Meaning) ให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน (Common Understanding) ตีความหมายของสารเป็นอย่างเดียวกัน

3) ความหมายของการสื่อสารมีบทบาทในการสร้างความเข้าใจและปรองดองกัน เนื่องจากการที่คนเราต้องการที่จะอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคมรวมกันเข้าเป็นกลุ่มเป็นสังคม โดยอาศัยการสื่อสารสร้างความเข้าใจกัน และในขณะเดียวกันการสื่อสารของบุคคลก็ได้พยายามที่จะเลือกสรร (select) ถ้อยคำให้เป็น

สารที่พอใจต่อบุคคลอื่นและในขณะเดียวกันก็ให้บุคคล ที่เราสื่อสารด้วยนั้นพอใจเราด้วย การสื่อสารนับได้ว่าเป็นกิจกรรมที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยเฉพาะในด้านความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น บทบาทของการสื่อสารถือได้ว่าเป็นเครื่องมือหรือกระบวนการที่ช่วยสร้างความเข้าใจระหว่างมนุษย์ตั้งแต่สองคนขึ้นไป การสื่อสารทำให้มนุษย์มีพัฒนาการ และเจริญขึ้นทั้งนี้เพราะมนุษย์เราสามารถเรียนรู้ และสื่อความหมายได้นั่นเอง มนุษย์สร้างภาษาขึ้นมาเพื่อเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดสิ่งที่ได้เรียนรู้มาสู่บุคคลอื่นจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนรุ่นอื่น ๆ จนปัจจุบัน

ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถยืนยันให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารได้ชัดเจนขึ้น การสื่อสารจึงนับได้ว่าเป็นกระบวนการพื้นฐานของสังคม กลุ่มของสังคมระดับใดก็ดี ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มขนาดเล็ก ไปจนถึงระดับประเทศ สังคมต่าง ๆ เหล่านี้จะดำรงอยู่ได้ก็เพราะการ สื่อสารเป็นปัจจัยประการสำคัญ รวมไปถึงการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสังคมที่ล้าสมัยเป็นสังคมที่ก้าวหน้า หากพิจารณาการสื่อสารในอีกแง่มุมหนึ่ง โดยพิจารณาถึงการเรียนรู้ของมนุษย์ จะเห็นได้ว่ามนุษย์เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ส่วนหนึ่งมาจากการเรียนรู้หรือการมีประสบการณ์โดยตรงด้วยตนเอง ถ้าเป็นอย่างนั้นก็ถือว่ามนุษย์เรียนรู้ได้ในวงแคบ อย่างไรก็ตามในโลกแห่งความเป็นจริงมนุษย์มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ระหว่างกันตลอดเวลา ทำให้การเรียนรู้ของมนุษย์เราขยายขอบเขตได้อย่างกว้างขวางและยังสามารถถ่ายทอดต่อไปยังคนรุ่นหลังโดยอาศัยการสร้างระบบสัญลักษณ์เป็นเครื่องมือสำหรับการสื่อสาร

1.3 มนุษย์กับการสื่อสารผ่านสัญลักษณ์

มนุษย์แตกต่างจากสัตว์โลกชนิดอื่น ๆ เพราะมนุษย์มีความสามารถในการใช้เหตุผลและสื่อความหมายหรือสื่อสารโดยใช้สัญลักษณ์ มนุษย์มีพฤติกรรมต่าง ๆ ไม่เพียงเพื่อตอบสนองความต้องการของร่างกายเพียงอย่างเดียวเท่านั้น เพราะพฤติกรรมที่มนุษย์มีนั้นยังคำนึงถึงสัญลักษณ์ที่ตนเองสร้างขึ้นมามีด้วย เช่น สัตว์เมื่อหิวก็แสวงหาอาหารเพื่อบำบัดความต้องการของร่างกาย แต่มนุษย์ยังคำนึงถึงสิ่งอื่นด้วยไม่เพียงแต่อาหารที่เขาบริโภคเท่านั้น หากแต่ยังเลือกที่จะรับประทานอาหารบางประเภทและไม่รับประทานอาหาร บางประเภท เพราะพระเจ้าที่เขาเชื่อถือไม่อนุญาตให้รับประทานและบางครั้งก็ยังดี้นรนแสวงหาอาหาร บางอย่างมาบริโภคเพื่อแสดงออกถึงสถานภาพของตน เช่น การรับประทานอาหารรังนกนางแอ่นของคนจีน

มนุษย์ไม่ได้ดี้นรนเพื่อการดำรงอยู่ในปัจจุบันเท่านั้น หากแต่ยังนึกถึงอดีตและอนาคตอีกด้วย ในฐานะที่เป็นผู้สร้างสัญลักษณ์ได้มอบความจริงที่เป็นความรู้แก่มนุษย์ด้วย นอกจากการกระตุ้นและการตอบสนองตามปกติยังสร้างระบบสัญลักษณ์ขึ้น เช่น ภาษา ศิลปะความเชื่อต่าง ๆ แล้วถ่ายทอดต่อไปยังบุคคลอื่นและคนรุ่นต่อ ๆ มา ทั้งจากประสบการณ์โดยตรง และที่เรียนรู้มาจากคนอื่นหรือโดยอาศัยระบบสัญลักษณ์นำไปสู่การติดต่อสื่อสารระหว่างมนุษย์ ซึ่งเป็นกระบวนการทางสังคมอย่างหนึ่ง

ระบบสัญลักษณ์จึงเป็นเครื่องมือเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างกันเครื่องมือหรือสัญลักษณ์ที่มนุษย์ใช้ในการสื่อสารที่ทำให้ประสบความสำเร็จที่สุดก็คือ ภาษา ซึ่งสามารถให้คำอธิบายได้ในสถานะที่ชัดเจนแน่นอนและกว้างขวาง การติดต่อสื่อสารของคนเราจะกว้างขวางได้ก็ขึ้นอยู่กับความสามารถในการใช้ภาษาบุคคลที่มีความรู้และความเข้าใจในเรื่องภาษาได้มากก็จะรับรู้โลกภายนอกได้กว้างขวางมากตามไปด้วยเช่นกัน

ภาษาเป็นผลมาจากการสะสมประสบการณ์ของบุคคลและเป็นสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนเป็นสิ่งทีสะท้อนวิถีชีวิตของกลุ่มสมาชิกใหม่ของแต่ละกลุ่มสามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจกับความเชื่อค่านิยมต่าง ๆ ได้โดยอาศัยภาษาเป็นเครื่องช่วยในการถ่ายทอด

มนุษย์และการสื่อสารผ่านสัญลักษณ์เป็นหัวใจสำคัญของวัฒนธรรมและการดำรงชีวิตในสังคม การใช้สัญลักษณ์ในแต่ละระดับ เช่น ระดับโลก ระดับเอเชีย และระดับไทย สะท้อนถึงความหลากหลายของวัฒนธรรมและบริบทที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อรูปแบบการสื่อสารและความเข้าใจระหว่างบุคคล (Hofstede, 2001; McNeill, 1992; Emoji Foundation, 2021)

1) ระดับสังคมโลก

ในสังคมโลก การสื่อสารผ่านสัญลักษณ์มักมีลักษณะเป็นสัญลักษณ์ที่เข้าใจได้ในระดับสากล เช่น ภาษาภาพ (visual language) (Kress & Van Leeuwen, 2006) ที่ใช้ในป้ายสัญลักษณ์จราจร อิโมจิ หรือโลโก้แบรนด์ที่สามารถแปลความหมายได้โดยไม่ต้องใช้คำพูด ตัวอย่างที่ชัดเจนคือสัญลักษณ์ "หัวใจ" (❤️) ที่ใช้แทนความรัก หรือโลโก้ของบริษัทอย่าง Apple ที่คนทั่วโลกสามารถระบุได้ทันทีว่าหมายถึงบริษัทเทคโนโลยี สื่อสังคมออนไลน์ (social media) ยังเป็นช่องทางสำคัญที่ช่วยเชื่อมโยงคนทั่วโลกผ่านสัญลักษณ์ เช่น การใช้แฮชแท็ก (#) เพื่อรวบรวมความคิดเห็นในประเด็นเดียวกัน

ตัวอย่าง การใช้ธงสีรุ้งในระดับโลกเพื่อสนับสนุนสิทธิ LGBTQ+ หรือโลโก้ขององค์การสหประชาชาติ (UN) ที่ใช้แสดงถึงความร่วมมือระหว่างประเทศ

2) ระดับสังคมเอเชีย

ในเอเชีย สัญลักษณ์มักสะท้อนวัฒนธรรมและความเชื่อในระดับภูมิภาค เช่น สัญลักษณ์ของศาสนา ได้แก่ "โอม" ในศาสนาฮินดู หรือ "ดอกบัว" ที่เป็นตัวแทนของศาสนาพุทธ (Hall, 1976) นอกจากนี้ สีในวัฒนธรรมเอเชียยังมีความหมายสำคัญ เช่น สีแดงที่ใช้ในจีนแสดงถึงความโชคดีและความสุข ทั้งนี้ เทคโนโลยียังมีบทบาทในการสร้างสัญลักษณ์ร่วมในเอเชีย ตัวอย่างเช่น การใช้สติ๊กเกอร์ในแอปพลิเคชัน LINE ซึ่งได้รับความนิยมในประเทศญี่ปุ่น เกาหลี และไทย สติ๊กเกอร์เหล่านี้กลายเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อสารความรู้สึกแทนคำพูด

ตัวอย่าง การใช้สัญลักษณ์ "มังกร" ในวัฒนธรรมจีนเพื่อแสดงถึงพลังและอำนาจ รวมทั้งการใช้สัญลักษณ์ "โคมไฟ" ในงานเทศกาลต่าง ๆ

3) ระดับสังคมไทย

ในสังคมไทย สัญลักษณ์มีบทบาทสำคัญในการสะท้อนวัฒนธรรมและประเพณี เช่น สัญลักษณ์ทางศาสนา (พระพุทธรูป) ที่แสดงถึงศรัทธา สัญลักษณ์ของพระมหากษัตริย์ (Mulder, 2000) เช่น พระบรมฉายาลักษณ์ ที่แสดงถึงความเคารพรัก ในชีวิตประจำวัน สัญลักษณ์ที่ใช้กันทั่วไป เช่น "พวงมาลัย" ที่มักใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ หรือการพนมมือที่เป็นสัญลักษณ์ของการแสดงความเคารพ นอกจากนี้ เทรนด์ในปัจจุบันยังมีการใช้อิโมจิและสัญลักษณ์โซเชียลมีเดีย เช่น การส่ง "ไลก์" หรือ "หัวใจ" บน Facebook

ตัวอย่าง การใช้สัญลักษณ์ "ช้าง" ในฐานะสัญลักษณ์แห่งชาติ และการใช้ "ศาลพระภูมิ" ในสถานที่ต่าง ๆ

ดังนั้น มนุษย์ในทุกระดับสังคมใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารเพราะสามารถถ่ายทอดความหมายที่ซับซ้อนออกมาในรูปแบบที่กระชับและเข้าใจง่าย ความแตกต่างในสัญลักษณ์สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและบริบททางสังคมเฉพาะของแต่ละพื้นที่ ขณะเดียวกันก็ยังมีสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อสารข้ามวัฒนธรรมได้ในระดับสากล เพื่อให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพสูงสุด จึงจำเป็นต้องมีการสร้างรูปแบบหลักการเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสื่อสารเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2. ความสำคัญของการสื่อสารเพื่อพัฒนาสังคม

เพราะการสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาสังคม ดังนั้นจึงมีการพัฒนากระบวนการสื่อสารให้สอดคล้องกับการพัฒนาสังคม การสร้างเครือข่ายแห่งการเรียนรู้ร่วมกัน บทบาทของการสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งสู่การพัฒนาอย่างไม่สิ้นสุด โดยมีการติดต่อสื่อสารต่อกัน มีการเอื้อเฟื้อต่อกัน มีการเรียนรู้ร่วมกัน และมีการจัดการที่ดี และได้มีการสร้างแนวคิดทางทฤษฎีอธิบายความสัมพันธ์ต่าง ๆ ไว้อย่างหลากหลายดังต่อไปนี้

1) ทฤษฎีของเลนเนอร์ Lerner, D. (1958) ซึ่งเลนเนอร์ได้จำแนกได้ 2 ระดับคือ ระดับสังคม (Societal Level) เรียกว่าการพัฒนาประเทศ และระดับบุคคล (Individual Level) เรียกว่าการทำให้คนทันสมัย โดยเลนเนอร์ได้เสนอขั้นตอนการพัฒนาของสังคมมนุษย์ว่า จะเริ่มจากสังคมโบราณผ่านสังคมที่กำลังเปลี่ยนรูปไปสู่สังคมสมัยใหม่ (Modern Society) และชี้ให้เห็นว่าระบบการสื่อสารในสังคมโบราณและสังคมสมัยใหม่มีลักษณะแตกต่างกัน ซึ่งในสังคมโบราณนั้น ระบบการสื่อสารเป็นการติดต่อโดยอาศัยปากเปล่า (Oral Communication) การแลกเปลี่ยนข่าวสารจำกัดอยู่เฉพาะภายในกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องเพียงส่วนน้อย เนื้อหาข่าวสารส่วนใหญ่เป็นเรื่องของระเบียบข้อบังคับความประพฤติของสมาชิกภายในกลุ่มและผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารมักเป็นผู้ที่มีตำแหน่งทางสังคมสูง ส่วนในสังคมสมัยใหม่นั้น ระบบการติดต่อสื่อสารเป็นในรูปแบบการติดต่อสื่อสารโดยอาศัยสื่อกลาง (Mediated Systems) การแลกเปลี่ยนข่าวสารจึงขยายขอบเขตกว้างขวางครอบคลุมไปถึงกลุ่มชนต่าง ๆ ที่กระจัดกระจายกันอยู่ เนื้อหาข่าวสารมักเป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกกลุ่มชนและผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการสื่อสารมักเป็นผู้ที่ได้รับการฝึกอบรมและมีความชำนาญในด้านนี้โดยตรง

ทั้งนี้ เลนเนอร์ได้กล่าวถึงขั้นตอนการพัฒนาการสื่อสารว่าจะเริ่มจากปากเปล่า (Oral) ในสังคมโบราณไปสู่ระบบสื่อกลาง (Media) ในสังคมสมัยใหม่ ดังนั้น การพัฒนาระบบการสื่อสารจึงขนานเคียงคู่ไปกับการพัฒนาสังคมด้วย ประเด็นสำคัญตามข้อเสนอของเลนเนอร์ คือ การพัฒนาระบบการสื่อสารถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบสังคมส่วนรวมทั้งหมด และมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาส่วนอื่น ๆ ในสังคมด้วยอันได้แก่ การพัฒนาเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม

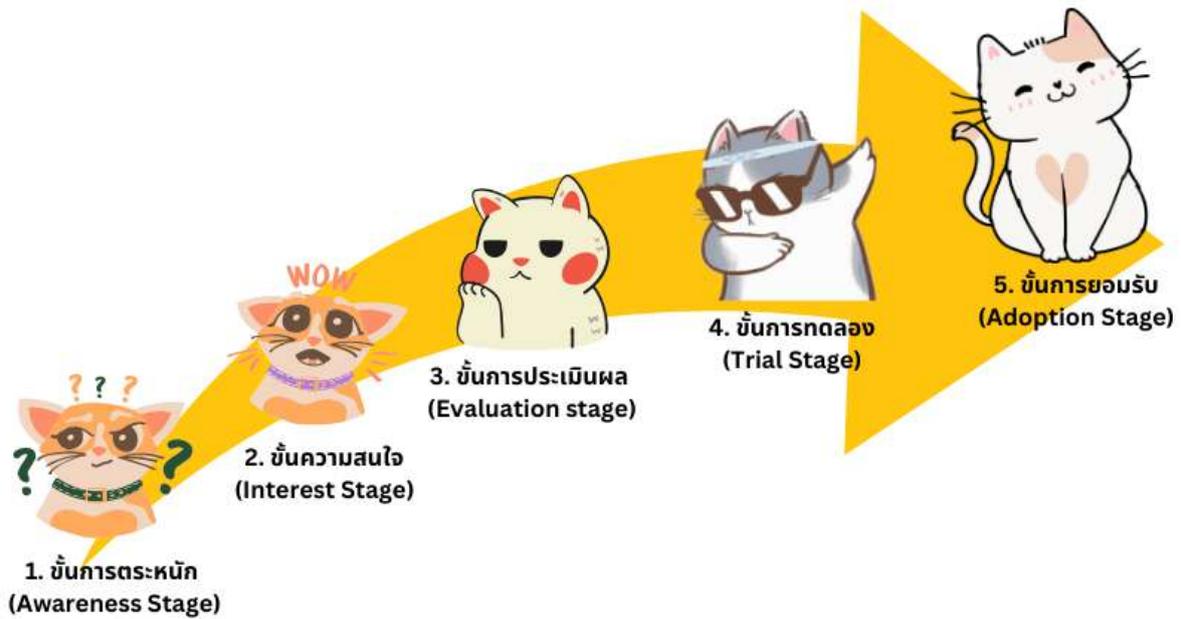
เลนเนอร์กล่าวว่า “ระบบการสื่อสารเป็นทั้งเครื่องชี้ (Index) และตัวแทน (Agent) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระบบสังคมใหญ่ทั้งหมด แต่ทั้งนี้มิได้หมายถึงความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (Causality) ระหว่างปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องทันทีที่กระบวนการพัฒนาเริ่มต้น ดังเช่น ไก่กับไข่ต่างก็เป็นสาเหตุ (Cause) ซึ่งกันและกัน”

2) เอเวอร์เรต เอ็ม โรเจอร์ส (Everett M. Rogers) ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory) ของ Everett M. Rogers (1962) อธิบายกระบวนการที่นวัตกรรม (innovation) ถูกเผยแพร่ (diffused) และนำมาใช้งาน (adopted) ในกลุ่มสังคมหรือวัฒนธรรมหนึ่ง กระบวนการนี้เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการยอมรับแนวคิด ผลิตภัณฑ์ หรือเทคโนโลยีใหม่ โดยประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) นวัตกรรม (Innovation): สิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนา เช่น ผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี หรือแนวคิด (2) ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channels): วิธีการที่นวัตกรรมถูกเผยแพร่ เช่น สื่อมวลชน หรือปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (3) เวลา (Time): ระยะเวลาที่ใช้ในกระบวนการยอมรับนวัตกรรม ตั้งแต่เริ่มต้นจนมีการแพร่หลาย (4) ระบบสังคม (Social System): กลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์กันในสังคมที่รับนวัตกรรม และ (5) ผู้ยอมรับ (Adopters): บุคคลหรือกลุ่มที่ยอมรับนวัตกรรม ซึ่งแบ่งเป็น 5 กลุ่มตามความเร็วในการยอมรับ ได้แก่

- 1) Innovators: ผู้ริเริ่มใช้
- 2) Early Adopters: ผู้ยอมรับนวัตกรรมในช่วงแรก
- 3) Early Majority: กลุ่มใหญ่ที่เริ่มใช้ตาม
- 4) Late Majority: กลุ่มใหญ่ที่ใช้ช้ากว่า
- 5) Laggards: ผู้ยอมรับช้าที่สุด

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้แนวคิด การเปิดตัวสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ เช่น iPhone เมื่อเปิดตัวครั้งแรก กลุ่ม Innovators จะเป็นคนกลุ่มแรกที่ซื้อและทดลองใช้ หลังจากนั้น Early Adopters จะเริ่มซื้อตามเพราะเชื่อว่าสินค้านั้นมีประโยชน์ Early Majority และ Late Majority จะเข้ามาใช้งานเมื่อสินค้ากลายเป็นที่นิยม ส่วน Laggards จะซื้อเมื่อสมาร์ทโฟนกลายเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน

กระบวนการรับนวัตกรรมนี้ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การตระหนัก (Awareness) 2) ความสนใจ (Interest) 3) การประเมินผล (Evaluation) 4) การทดลอง (Trial) 5) การยอมรับ (Adoption) โดยสามารถอธิบายรายละเอียดได้ ดังนี้



รูป 11 แบบจำลองกระบวนการยอมรับนวัตกรรม
ที่มา โดยผู้เขียน

สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

2.1 ขั้นการตระหนัก (Awareness Stage) คือ การที่บุคคลได้รับรู้ว่ามีแนวคิดหรือวิทยาการใหม่ ๆ แต่ยังไม่มีความรู้ที่ลึกซึ้งในเนื้อหาและรายละเอียดต่าง ๆ การรับรู้ที่สำคัญของกระบวนการยอมรับ ได้แก่ การรับรู้ที่สามารถกระตุ้นให้เกิดความสนใจที่จะศึกษาความรู้ในนวัตกรรมเพิ่มเติมหรือการรับรู้ที่จะนำไปสู่ขั้นต่อไปของกระบวนการยอมรับ เพราะการรับรู้แต่ละครั้งไม่จำเป็นจะต้องมีกระบวนการยอมรับขั้นอื่น ๆ ตามมาเสมอไป

ดังนั้น การรับรู้เรื่องที่ตรงกับปัญหาความต้องการ หรือสามารถที่จะมองเห็นประโยชน์ที่จะเกิดตามมาได้อย่างเด่นชัดเหล่านี้ย่อมกระตุ้นให้เกิด ความสนใจได้ง่ายกว่าการรับรู้ในเรื่องทั่ว ๆ ไป

2.2 ขั้นความสนใจ (Interest Stage) คือ การที่บุคคลเกิดความสนใจที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวิทยาการแผนใหม่ ขั้นนี้ยังไม่มีมีการประเมินวิทยาการแผนใหม่เข้ากับสถานการณ์ที่แท้จริงของแต่ละบุคคลเพียงแต่ต้องการความรู้เพิ่ม

สิ่งสำคัญในขั้นนี้ได้แก่ ความรู้ (Cognitive or Knowledge) ความสนใจศึกษาหาความรู้ของบุคคล นอกจากจะขึ้นอยู่กับความสามารถทางสมองแล้ว ในการรับรู้อย่างขึ้นอยู่กับจิตลักษณะบางประการของบุคคลนั้นด้วย เป็นต้นว่า ความทันสมัย การชอบเปลี่ยนแปลง ทศนคติและบรรทัดฐานของระบบสังคม (Social System Norms) ที่ทันสมัย มีระบบสื่อสารที่ดี สิ่งเหล่านี้จะช่วยกระตุ้นการแสวงหาความรู้ในขั้นนี้ได้เป็นอย่างดี

2.3 ขั้นการประเมินผล (Evaluation stage) บุคคลใช้ความสามารถทางสมองเพื่อจะประเมินวิทยาการแผนใหม่ให้เข้ากับสถานการณ์ของตน ขั้นนี้เป็นการทดลองในระดับความคิด (Mental Trial) ถ้า

บุคคลมีความรู้สึกว่าการขยายการแพร่ใหม่มีคุณค่าและมีประโยชน์ที่จะลงมือทดลองทำดูในขั้นที่ 4 ซึ่งเป็นการทดลองในภาคปฏิบัติ

ความสำคัญของขั้นนี้ คือ การสร้างความรู้สึกที่ดี (Affective) ต่อการขยายการแพร่ใหม่ เพราะความรู้และข้อมูลต่าง ๆ ในขั้นที่ 2 จะเป็นรากฐานที่สำคัญในขั้นนี้ คือ การประเมินประสิทธิผลสำเร็จและต่อเนื่องไปยังกระบวนการในขั้นที่ 4

2.4 ขั้นการทดลอง (Trial Stage) คือการได้ลงมือทดลองทำดูเพียงบางส่วนในสถานการณ์จริงของบุคคล เป็นการย้ำความแน่ใจว่าผลจะดีจริงอย่างที่คิดในขั้นประเมินหรือไม่ ในขั้นนี้ความรู้เกี่ยวกับวิธีทำ (How-to-Knowledge) จะมีความสำคัญมาก เพราะจะเป็นผลต่อเนื่องของการตัดสินใจที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับหรือการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ตามมา

2.5 ขั้นการยอมรับ (Adoption Stage) คือขั้นสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจยอมรับ ในขั้นนี้เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม (Behavior) ที่สามารถสังเกตเห็นได้ง่ายกว่าในขั้นอื่น ๆ

3) ทฤษฎีการมีส่วนร่วมทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนา การศึกษาทฤษฎีการมีส่วนร่วมทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นการศึกษาทฤษฎีที่เน้นให้เห็นว่าในทุกขั้นตอนของการพัฒนา ควรเน้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่การกำหนดนโยบายจนถึงขั้นตอนการปฏิบัติเพราะการมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยสำคัญของการสื่อสารเพื่อพัฒนามีขอบเขตทั้งในระดับแนวตั้งและในระดับแนวนอน เน้นประชาชนที่เป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาการเสริมสร้างอำนาจแก่ประชาชน โดยเฉพาะในระดับรากหญ้าเพื่อนำไปสู่สังคมแบบประชาธิปไตยอย่างแท้จริง

ทฤษฎีการสื่อสารแต่ละทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น นับว่ามีบทบาทและอิทธิพลต่อการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงในระดับสังคม รวมถึงการพัฒนาด้านต่าง ๆ นับตั้งแต่สิ่งที่แวดล้อมอยู่ใกล้ตัวจนกระทั่งสิ่งที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันในระบบใหญ่ก็ตาม ซึ่งผลที่ตามมาจากการพัฒนาก็คือ สิ่งใหม่ ๆ ที่เรียกว่า นวัตกรรม

3. บทสรุป

การสื่อสารเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือในการพัฒนาสังคม ดังนั้นเพื่อให้การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับพัฒนาสังคม จึงมีนักคิด นักทฤษฎี นักวิชาการจำนวนมากพัฒนารูปแบบวิธีการในการพัฒนาการสื่อสาร ประกอบด้วย 3 ประเด็นสำคัญ คือ 1) การสื่อสารกับสังคม มีองค์ประกอบคือ ความจำเป็นของการสื่อสาร แต่ละวันตั้งแต่ตื่นนอนจนกระทั่งเข้านอนในเวลากลางคืน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารโดยการเขียน การพูด การฟัง และการอ่าน ความหมายและบทบาทของการสื่อสารสื่อหมายถึงศิลปะของการถ่ายทอดข่าวสาร ความคิด ทศนคติจากบุคคลหนึ่ง ไปยังบุคคลอื่น รวมทั้งมนุษย์กับการสื่อสารผ่านสัญลักษณ์ มนุษย์ถูกออกจากสัตว์โลกอื่น ๆ เพราะมนุษย์มีความสามารถในการใช้เหตุผลและสื่อความหมายหรือสื่อสารโดยใช้สัญลักษณ์ มนุษย์มีพฤติกรรมต่าง ๆ ไม่เพียงเพื่อตอบสนองความต้องการของร่างกายเพียงอย่างเดียวเท่านั้น บทบาทของการสื่อสาร มีองค์ประกอบคือ มนุษย์สื่อสารกันได้อย่างไร ทั้งการสื่อสารผ่านอวัจนภาษาและวัจนภาษา บทบาทของการสื่อสาร เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับ ทศนคติ ความคิด และ พฤติกรรมของบุคคลอื่น และมนุษย์และสัญลักษณ์ มนุษย์เรามีความสามารถในการใช้เหตุผลและสื่อความหมายหรือสื่อสารโดยใช้

สัญลักษณ์ มนุษย์มีพฤติกรรมต่าง ๆ ไม่เพียงเพื่อตอบสนองความต้องการของร่างกายเพียงอย่างเดียว

2) ความสำคัญของการสื่อสารเพื่อพัฒนาสังคม เพราะการสื่อสารช่วยให้สังคมพัฒนาไปได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด

4. แบบฝึกหัดท้ายบท

1. ให้นิสิตจินตนาการว่าหากในวันหนึ่ง ๆ หากเราไม่ได้ติดต่อกับบุคคลอื่นเลย ไม่ว่าจะพูดคุยด้วย หรือ ฟังคนอื่นพูด รวมทั้งการสื่อสารโดยท่าทางต่าง ๆ ว่าจะเกิดอะไรขึ้น

.....

.....

.....

2. ให้นักศึกษาพิจารณาว่า เพราะเหตุใดเราพูดคุยหรือสื่อสารกับบุคคลอื่น และทำไมเราจึงมีเพื่อน

.....

.....

.....

3. จงอธิบายทฤษฎีของเอเวอร์เร็ด เอ็ม โรเจอร์ส เกี่ยวกับ “กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม” มีกี่ขั้นตอน อะไรบ้าง

.....

.....

.....

5. เอกสารอ้างอิง

ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์. (2557). ปรัชญาวิทยาศาสตร์ : กระบวนทัศน์ในการพัฒนาทฤษฎีและศึกษาวิจัยการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศุภรัตน์ ฐิติกุลเจริญ. (2540). ทฤษฎีการสื่อสาร (Communication Theory). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Cart Hovland, Irving L. Janis and Harold H. Kelly, *Communication and Persuasion*, (New Haven: Yale University Press, 1953), p. 12.

Emoji Foundation. (2021). *The History and Global Impact of Emoji Communication*. Retrieved from <https://www.emoji.foundation.org>

Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. Anchor Books.

Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Sage Publications.

J. Regis O'Connor, *Speech: Exploring Communication* (New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1981). p. 15

- Kress, G., & Van Leeuwen, T. (2006). *Reading images: The grammar of visual design*. Routledge.
- Lerner, D. (1958). *The passing of traditional society: Modernizing the Middle East*.
- McNeill, D. (1992). *Hand and Mind: What Gestures Reveal About Thought*. University of Chicago Press.
- Mulder, N. (2000). *Thai images: The culture of the public world*. Silkworm Books.
- R. de. O. Campos, *Reflections of Loth America Development*, 2d ed. (Texas: University of Texas, 1969).
- Roger, Everett M. (1971). *Communication of Innovations : A Cross-Culture Approach*. New York. : The Free Press.
- Schramm, W. (1971). *The Nature of Communication between Humans* WILBUR SCHRAMM. *Process of Effects of Mass Communication/Rev. ed. by Witbur Schramm and Donald F. Roberts.- Urbana, 15-26.*

บทที่ 8

ปัจจัยที่กำหนดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสาร

1. เกริ่นนำ

กระบวนการสื่อสารทั้งหมดมาตรวจสอบถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสาร ด้วยปัจจัยสำคัญทั้ง 7 ประการหรือ 7 C's of Communication เพราะปัจจัยทั้งหมดนี้จะช่วยให้การสื่อสารมีความชัดเจน ตรงประเด็น และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในกรณีการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารระดับกลุ่มใหญ่ การสื่อสารมวลชน รวมทั้งหากนำวิธีการดังกล่าวมาใช้ในองค์กร จะช่วยสร้างสัมพันธ์ที่ดีในองค์กร ทำให้ทุกทีมมีการสื่อสารกันด้วยความเป็นมิตรภาพ ซึ่งช่วยสร้างความมั่นใจ ความไว้วางใจในกันและกัน องค์กรที่มีการสื่อสารกันอย่างใกล้ชิดในหมู่สมาชิกจะสามารถพัฒนานวัตกรรมในองค์กรเติบโตได้อย่างยั่งยืน

บุคคลและกลุ่มต่าง ๆ มักจะเข้ามามีความสัมพันธ์กันเพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นร่วมกัน อย่างไรก็ตาม ในชุมชนโลกที่เชื่อมโยงกัน การพึ่งพากันที่เพิ่มมากขึ้นทำให้ต้องมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจที่ซับซ้อนมากขึ้น ดังนั้น การสร้างและรักษาความสัมพันธ์ในทุกระดับของระบบสังคมจึงกลายเป็นหัวข้อสำคัญของการศึกษาวิชาการและการปฏิบัติวิชาชีพ (Schramm, 1971; Reddi, C. N. 2019)

ตัวอย่างเช่น ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความสัมพันธ์ระหว่างสามีภรรยา และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อธิบายถึงการศึกษาและการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ในอีกแง่หนึ่ง ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในระบบสังคมที่ใหญ่ที่สุด หลักสูตรและหนังสือต่าง ๆ อูทิสให้กับการศึกษาความสัมพันธ์ทั้งหมดเหล่านี้ รวมถึงความสัมพันธ์ในครอบครัว ทีมงาน กลุ่ม องค์กร ชุมชน และหน่วยงานทางสังคมอื่นๆ

ดังนั้นการตรวจสอบประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง 7Cs of Communication เป็นรายการตรวจสอบการสื่อสารเพื่อให้มั่นใจว่าการสื่อสารที่ส่งผ่านไปมีประสิทธิผล เพราะมนุษย์สื่อสารกับผู้อื่นทุกวัน ทั้งที่ทำงานและในชีวิตส่วนตัว สื่อสารโดยใช้หลากหลายวิธี เช่น การพบหน้า โทรศัพท์ อีเมล จดหมาย รายงาน การประชุม การนำเสนอ และอื่น ๆ

2. 7 องค์ประกอบของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ คือ การที่ผู้ส่งสารสามารถสื่อความต้องการของตัวเองออกไปผ่านคำพูดหรือตัวหนังสือได้อย่างกระชับ ชัดเจน ตรงประเด็น เรียกความสนใจจากผู้รับสารให้หันมารับรู้สิ่งที่ตนกำลังสื่อสารและเข้าใจสิ่งที่สื่อออกมาได้อย่างไม่ผิดพลาด การศึกษารูปแบบสื่อสารจึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้มีทักษะการสื่อสารที่ดี ช่วยเปิดโอกาสการเรียนรู้ได้ไม่มีขีดจำกัดและสามารถอธิบายความรู้ ความคิด ความรู้สึกของตนเองได้ ลดปัญหาความขัดแย้งอันเกิดจากความไม่เข้าใจ ทำให้ใช้ชีวิตได้ราบรื่นมากขึ้น ดังนั้นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมักมีองค์ประกอบสำคัญ (Krishna, 2018) ดังนี้ 1) การเป็นผู้ฟังที่ดี 2) การสื่อสารด้วยอวัจนภาษา 3) การเปิดใจ 4) การถามคำถาม 5) ความเป็นมิตรระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร 6) ความมั่นใจระหว่าง

การสื่อสาร 7) การให้เกียรติคู่สนทนา และที่สำคัญที่สุดคือ 8) การให้ผลสะท้อนจากการสื่อสาร เพื่อให้คู่สนทนาทราบว่าระหว่างการใช้สื่อสารมีความเข้าใจตรงกันหรือไม่ โดยวิธีการที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไป มักใช้เทคนิค 7 C's of Communication (Cutlip, 1962; Ramakrishnan, 2018)

องค์ประกอบของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพประกอบไปด้วย 7 C (7 C's of Communication) ดังนี้

- 1) Clear หมายถึง ความชัดเจนของการสื่อสาร
- 2) Concise หมายถึง ความกระชับของการสื่อสาร
- 3) Concrete หมายถึง ความเป็นรูปธรรมในการสื่อสาร
- 4) Correct หมายถึง ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร
- 5) Coherent หมายถึง ความเชื่อมโยงสอดคล้องของข้อมูลข่าวสาร
- 6) Complete หมายถึง ความสมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสาร
- 7) Courteous หมายถึง ความมีจรรยาบรรณของผู้อสื่อสาร โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

2.1 ความชัดเจนของการสื่อสาร (Clear)

เมื่อทำการสื่อสารกับบุคคลต่าง ๆ มุ่งว่าจะด้วยวิธีการเขียนหรือพูดคุย วิธีการที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จำเป็นที่ผู้สื่อสารจะต้องระบุเป้าหมายหรือข้อความในการสื่อสารให้ชัดเจน จุดประสงค์ในการสื่อสารกับบุคคลคืออะไร เพราะหากผู้ส่งสารไม่แน่ใจแล้ว ผู้รับสารก็จะเกิดความไม่มั่นใจเช่นกัน เพื่อให้ชัดเจนพยายามพิจารณาระดับของภาษา การใช้ภาษากาย รวมทั้งการเลือกใช้คำศัพท์เฉพาะแต่ละสาขาวิชาให้น้อยลง เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจความหมายของข้อความที่ต้องการสื่อสารได้ง่าย และประเด็นที่ฟังต้องระวังคือ การที่สื่อสารไปแล้ว ผู้รับสารต้องตีความหรือสรุปความเพื่อทำความเข้าใจในสิ่งที่ผู้ส่งสารพยายามจะสื่อ ความกระจางชัดเจนจะทำให้เนื้อหาของสารมีความเป็นปรนัยและเหมาะสมต่อบริบทของการสื่อสาร ดังนั้น การสื่อสารไม่ว่าจะด้วยการพูด การเขียน จะต้องเป็นการสื่อสารที่มีความชัดเจน เรียบง่าย เมื่อสื่อสารออกไปแล้วผู้รับสารต้องมีความเข้าใจที่ชัดเจนเช่นเดียวกับผู้ส่งสาร

ตัวอย่างการสื่อสารที่ชัดเจน

ตัวอย่างที่ไม่ดี

สวัสดีครับ

ฉันอยากเขียนบันทึกสั้น ๆ ถึงคุณเกี่ยวกับแดเนี่ยลซึ่งทำงานในแผนกของคุณ เขาเป็นพนักงานที่ทำงานได้ดีมาก และฉันอยากคุยกับคุณเกี่ยวกับเขาเพิ่มเติมเมื่อคุณมีเวลา

ขอแสดงความนับถือ

รอรีน

เมื่อพิจารณาถึงข้อเสียของอีเมลฉบับนี้ จะพบว่า

อีเมลฉบับนี้ไม่มีวัตถุประสงค์การสื่อสารที่ชัดเจน ว่าการขอข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์อะไร ระยะเวลาที่ต้องการหรือคือช่วยไหน ความด่วนของข้อมูลเป็นอย่างไร ทั้งนี้หากในแผนกหรือฝ่ายนั้นมีแดเนี่ยลหลายคน เหนือจะทราบหรือไม่ว่าต้องการสื่อสารถึงแดเนี่ยลคนไหน ดังนั้นจึงค่อนข้างสับสน

ตัวอย่างที่ดี

สวัสดีแฮรี่

ฉันอยากเขียนบันทึกสั้น ๆ ถึงคุณเกี่ยวกับแดเนี่ยล หวัง ซึ่งทำงานในแผนกของคุณ ในช่วงไม่กี่สัปดาห์ที่ผ่านมา เขาช่วยแผนกไอทีทำงานให้เสร็จทันกำหนด ส่งงานเร่งด่วนหลายครั้ง ซึ่งถือว่าเป็นผลงานที่สำคัญ

เรากำลังมีการปรับโครงสร้างของบริษัทในอีกสามเดือนข้างหน้า ฉันพิจารณาแล้วพบว่า ความรู้และทักษะของเขาสามารถก้าวเข้ามาในงานที่เรากำลังจะปรับโครงสร้างได้

ฉันอยากคุยกับคุณเกี่ยวกับเรื่องนี้มาก หากคุณอ่านอีเมลฉบับนี้แล้ว โทรหาฉันทันที

ขอให้โชคดี

รอร์น

2.2 ความกระชับของการสื่อสาร (Concise)

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพไม่จำเป็นต้องเขียนหรือพูดด้วยถ้อยคำยืดยาวเชิงปริมาณ แต่การสื่อสารที่ดีควรมีความสั้นกระชับ ลักษณะของการสื่อสารที่กระชับคือ การเน้นเนื้อหา และข้อความที่สำคัญเป็นหลัก หลีกเลี่ยงการใช้คำที่ฟุ่มเฟือยหรือสื่อความหมายกำกวม ข้อความที่กระชับจะช่วยให้ประหยัดเวลาการรับรู้ และพิจารณาสาร รวมทั้งดึงดูดผู้รับสารได้มากขึ้นไม่เกิดความเบื่อหน่าย การสื่อสารให้กระชับเป็นสิ่งสำคัญมากในการสื่อสาร เพราะจะทำให้ผู้รับสารเข้าใจที่ตัวแก่นของข้อมูลหรือข้อเท็จจริง ไม่ออกนอกประเด็น ซึ่งหากสื่อสารด้วยข้อมูลที่เยิ่นเย้อ ประโยคซับซ้อน หรือใช้คำที่ยากและวกไปวนมา ก็อาจเกิดการเข้าใจผิดในสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อออกไปได้ ผู้ส่งสารควรทำความเข้าใจเป้าหมายและเนื้อหาที่เป็นภาพรวมของสิ่งที่จะสื่อสารออกไปก่อน ไม่ใช่คำที่ไม่จำเป็นหรือขยายความมากเกินไป หยิบยกมาแต่ประเด็นหลักที่เป็นเนื้อหาสำคัญจริง ๆ และที่สำคัญคือไม่พูดซ้ำเรื่องที่พูดไปแล้วอีก

ตัวอย่างการสื่อสารที่กระชับ

ตัวอย่างที่ไม่ดี

สวัสดีเจนจิรา

ฉันอยากคุยกับคุณเกี่ยวกับแคมเปญการตลาดทางที่พวกเราได้ร่างไว้เมื่อวันพฤหัสบดีที่ผ่านมา ฉันคิดจริง ๆ ว่าตลาดเป้าหมายของเราต้องการเห็นความพยายาม ฉันคิดว่านั่นอาจสร้างผลกระทบครั้งใหญ่ และจะอยู่ในความคิดของพวกเขาได้นานกว่าการขาย

ตัวอย่างเช่น หากเราพูดถึงความพยายามของบริษัทที่จะยั่งยืน รวมถึงงานการกุศลที่เราทำในโรงเรียนในท้องถิ่น ผู้คนที่เราต้องการดึงดูดก็จะจดจำข้อความของเราได้นานขึ้น ผลกระทบจะยิ่งมากขึ้น

คุณคิดอย่างไร

กันตรี

เมื่อพิจารณาถึงข้อเสียของอีเมลฉบับนี้ จะพบว่า

อีเมลฉบับนี้ไม่มีวัตถุประสงค์การสื่อสารที่ชัดเจน รวมทั้งการวางรูปแบบประโยคที่ค่อนข้างสับสน รวมทั้งการใช้ลักษณะของคำบอกอารมณ์ เช่น ฉันคิดจริง ๆ ว่า และใช้คำซ้ำซ้อนจำนวนมาก

ตัวอย่างที่ดี

สวัสดีคุณเจนจิรา

ฉันต้องการพูดคุยเกี่ยวกับแคมเปญการตลาดที่เราวิเคราะห์เมื่อวันพฤหัสบดีที่แล้วอย่างรวดเร็ว ลูกค้าในตลาดเป้าหมายของเราต้องการทราบเกี่ยวกับความพยายามเรื่องงานการกุศลของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป้าหมายของเราในการทำให้ยั่งยืนและช่วยเหลือโรงเรียนในท้องถิ่น

วิธีนี้จะสร้างพลังงานทางการตลาดได้มากกว่าและจะอยู่ในความคิดของลูกค้านานกว่าการขายแบบเดิมๆ หากคุณอ่านอีเมลฉบับนี้แล้ว โทรหาฉันทันที

คุณคิดอย่างไร

กันตรี

2.3 ความเป็นรูปธรรมในการสื่อสาร (Concrete)

การสื่อสารที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมด้วยเนื้อหาที่ประกอบด้วยข้อเท็จจริงที่ชัดเจนจะทำให้ผู้รับสารรับรู้และตีความไม่คลาดเคลื่อน ดังนั้น ความเป็นรูปธรรมจึงเป็นหลักการสำคัญของการลดความผิดพลาดในการสื่อความหมาย เมื่อข้อความหรือประเด็นที่ต้องการสื่อสารของผู้ส่งสารมีความชัดเจน ผู้รับสารก็จะเห็นภาพชัดเจนว่าผู้ส่งสารต้องการหรือกำลังจะบอกอะไร มีรายละเอียด (แต่ไม่มากเกินไป) และข้อเท็จจริงที่ชัดเจน และมีการโฟกัสที่ชัดเจน ข้อความของคุณก็จะมีเนื้อหาที่แน่นอน ทังนี้ การที่ผู้ส่งสารจะสามารถถ่ายทอดข้อมูลที่มีลักษณะเป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้นั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยความสามารถของผู้ส่งสารในการเชื่อมโยงข้อมูลในเชิงแนวคิดกับวัตถุ บุคคล หรือเหตุการณ์ที่มีคุณลักษณะคล้ายกันซึ่งจะช่วยให้ผู้รับสารสามารถสร้าง ประกอบการยกตัวอย่าง การอธิบายให้ชัดเจนเพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจประเด็นที่ต้องการสื่อสารได้

ตัวอย่างการสื่อสารที่กระชับ

ตัวอย่างที่ไม่ดี

ลองพิจารณาข้อความโฆษณานี้

รองเท้ายี่ห้อปุยนุ่น จะช่วยรักษาเท้าคุณในทุกวัน

เมื่อพิจารณาถึงข้อเสีย จะพบว่า

ข้อความแบบนี้คงไม่สามารถขายสินค้าเหล่านี้ได้มากนัก ไม่มีความหลงใหล ไม่มีรายละเอียดที่ชัดเจน ไม่มีสิ่งสร้างอารมณ์ และไม่มีย่อไรที่บอกผู้คนในกลุ่มผู้ชมว่าทำไมพวกเขาจึงควรสนใจ ข้อความนี้ไม่ชัดเจนเพียงพอที่จะสร้างความแตกต่าง

ตัวอย่างที่ดี

ลองพิจารณาข้อความโฆษณานี้

คุณใช้เวลาวันละเท่าไรในการเดินในแต่ละวัน รองเท้าปุยนุ่น คือคุณค่าที่คุณคู่ควร เพราะทำจากยางอย่างดี เหมาะกับหลักการวิทยาศาสตร์ ช่วยโอบอุ้มเท้าของคุณ รักตัวเอง รักเท้า รักปุยนุ่น

เมื่อพิจารณาถึงข้อดี จะพบว่า

มีภาพของรองเท้าที่ชัดเจน สดใส ผู้ชมสามารถนึกภาพการใช้รองเท้าที่มีคุณภาพ ถูกต้องตามหลักหลักการวิทยาศาสตร์

2.4 ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร (Correct)

ความถูกต้องของการสื่อสาร คือ การไม่มีข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์ การสื่อสารและสาระสำคัญ ไตแก ความถูกต้องของข้อความและเวลาที่ใช้ ใช้ระดับภาษาที่เหมาะสม มีความแม่นยำและความถูกต้องของข้อเท็จจริงและตัวเลขที่ใช้ในข้อความ หากการสื่อสารถูกต้องจะช่วยเพิ่มระดับ ความเชื่อมั่นของผู้รับสารได้ ความถูกต้องของเนื้อหาจึงเป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องตรวจสอบก่อนที่จะส่งสารออกไปว่า สารที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อสารออกไปเป็นข้อมูลข่าวสารที่มีความถูกต้องชัดเจนหรือไม่ หากไม่ถูกต้องควรแก้ไขให้ถูกต้องก่อนที่จะส่งสารออกไป เมื่อผู้ส่งสารสามารถสื่อสารถูกต้อง ผู้รับสารก็จะเข้าใจได้และมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อย่างไรก็ตาม

อีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญคือการใช้ข้อความที่ผิดพลาด การสะกดชื่อ นามสกุล การใช้คำเรียกขานตำแหน่งไม่ถูกต้อง ดังนั้นจึงต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าข้อความถูกต้องโดยถามตัวเองด้วยคำถามต่อไปนี้

1. สอบถามตนเองว่า ผู้ฟังเป็นใคร มีระดับการสื่อสารอย่างไร
 2. หากเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ หรืออาศัยข้อความทางการสื่อสาร จำเป็นที่จะต้องตรวจไวยากรณ์ หรือการสะกดคำให้ถูกต้อง
 3. ตรวจสอบตำแหน่ง ชื่อ นามสกุล หากในเนื้อหาข้อความเหล่านี้ปรากฏ
- ตัวอย่างการสื่อสารที่ถูกต้อง**

ตัวอย่างที่ไม่ดี

สวัสดีจอร์นนี่

ขอบคุณมากที่พบกันตอนเที่ยงวันนี้ ฉันสนุกกับการเสวนาของเรา และตั้งตารอที่จะก้าวหน้าต่อไปในโปรเจกต์ของเรา ฉันแน่ใจว่ากำหนดส่งงานแบบสองขั้นตอนจะไม่เป็นปัญหา ฝากขอบคุณคุณแดง ผู้ช่วยอำนวยการของคุณด้วย

ขอบคุณอีกครั้ง แล้วฉันจะคุยกับคุณเร็ว ๆ นี้

ขอให้โชคดี

แจ๊ค มิลเลอร์

เมื่อพิจารณาถึงข้อเสีย จะพบว่า

ข้อความแบบนี้ใช้ผิดวัตถุประสงค์ การเสวนา ในบริบทนี้ควรใช้คำว่าสนทนา และก้าวหน้าต่อไป ควรเป็นคำว่าเดินหน้า จึงจะเหมาะสมกับบริบทนี้เช่นกัน

ตัวอย่างที่ดี

สวัสดีจอร์นนี่

ขอบคุณมากที่พบกันเมื่อตอนเที่ยงวันนี้ ฉันสนุกกับการสนทนาของเรามาก ทำให้ฉันได้เรียนรู้เรื่องประเด็นใหม่ ๆ จากคุณ และตั้งตารอที่จะเดินหน้าต่อไปในโปรเจกต์ของพวกเขา ฉันแน่ใจว่ากำหนดส่งงานฉบับร่างจะช่วยให้ฉันคุณและทีมงานของเราเข้าใจตรงกันมากยิ่งขึ้น ฉันของฝากคำขอบคุณไปยังคุณแดง ผู้อำนวยการฝ่ายของคุณด้วย

ขอบคุณอีกครั้ง แล้วฉันจะคุยกับคุณเร็ว ๆ นี้

ขอให้โชคดี

2.5 ความเชื่อมโยงสอดคล้องของข้อมูลข่าวสาร (Coherent)

เมื่อการสื่อสารของคุณมีความสอดคล้องกัน ถือว่ามีความสมเหตุสมผล ทุกประเด็นมีความเชื่อมโยง และเกี่ยวข้องกับหัวข้อหลัก รวมทั้งน้ำเสียงและการไหลของข้อความก็มีความสอดคล้องกัน ทั้งนี้เพื่อให้การสื่อสารสอดคล้องกันจึงนิยมใช้กลวิธีโน้มน้าวใจร่วมด้วย กล่าวคือ การกล่าวถึงเหตุและผลของการกระทำหรือประเด็นนั้น ๆ ว่าผู้รับสารจะได้รับประโยชน์อย่างไร เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจ รวมทั้งมีความรู้สึกนึกคิดไปในทิศทางเดียวกันกับผู้ส่งสาร เช่น หากนิสิตเข้าเรียนทุกคาบร่วมกับการตอบคำถามหากอาจารย์ถาม นิสิตจะได้คะแนนส่วนร่วมเต็ม 10 คะแนน เป็นต้น

ตัวอย่างการสื่อสารที่เชื่อมโยงสอดคล้อง

ตัวอย่างที่ไม่ดี

สวัสดีครับ

ฉันอยากเขียนบันทึกสั้น ๆ ถึงคุณเกี่ยวกับรายงานที่คุณทำเสร็จเมื่อสัปดาห์ที่แล้ว ฉันส่งให้เดวิดตรวจทาน และเธอทราบเกี่ยวกับการประชุมแผนกที่เราจะจัดขึ้นในวันศุกร์นี้ เราจะสร้างโครงสร้างสำหรับคู่มือพนักงานใหม่

ขอบคุณ

ดาร์กซ์

เมื่อพิจารณาถึงข้อเสีย จะพบว่า

ข้อความแบบนี้ใช้ผิดวัตถุประสงค์ รวมทั้งไม่ได้กำหนดว่าการประชุมจะเป็นผู้ใดเข้าร่วม เหตุผลของการจัดทำโครงสร้างคู่มือสำหรับพนักงานใหม่อยู่ในแผนข้างต้นด้วยหรือไม่

ตัวอย่างที่ดี

สวัสดีครับ

ฉันอยากเขียนบันทึกสั้น ๆ ถึงคุณเกี่ยวกับรายงานที่คุณทำเสร็จเมื่อสัปดาห์ที่แล้ว ฉันส่งให้เคล
ตรวาทาน และเธอแจ้งให้ฉันทราบว่าฉันต้องทำการเปลี่ยนแปลงบางอย่าง เธอจะส่งความคิดเห็นโดย
ละเอียดถึงคุณทางอีเมลในช่วงบ่ายของวันนี้

ขอบคุณอีกครั้ง แล้วฉันจะคุยกับคุณเร็ว ๆ นี้

ขอให้โชคดี

ดาร์ง

2.6 ความสมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสาร (Complete)

การสื่อสารที่ดีต้องมีความสมบูรณ์ครบถ้วน สารที่ส่งควรมีความครบถ้วนสมบูรณ์ของเนื้อหาที่จะส่ง
ออกไปยังผู้รับสารเพื่อให้เขาใจจุดมุ่งหมายของการสื่อสารตรงกัน การสื่อสารที่สมบูรณ์จะทำให้ผู้รับสารได้ข้อมูล
ที่ถูกต้อง ลดความสับสนหรือสงสัย ช่วยให้ตัดสินใจเพื่อดำเนินการต่อไปได้ การสื่อสารที่มีคุณภาพจึงช่วยให
้องการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้ส่งสารจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องตรวจสอบสารและเลือกกระบวนการส
งสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้การสื่อสารเกิดความสมบูรณ์มากที่สุด ในข้อความหรือเนื้อหาที่สมบูรณ์ ผู้รับสาร
จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบข้อมูลทั้งหมดที่จำเป็นในการแจ้งให้ทราบ และหากจำเป็น ให้ดำเนินการต่อไป เพื่อให้
ผู้ฟังทราบอย่างชัดเจนว่าผู้ส่งสารต้องการสื่อสารอะไร และผู้รับสารต้องดำเนินการอย่างไรต่อไป หรือเพียงแค
ทราบ เท่านั้น รวมทั้งการระบุ ชื่อผู้ติดต่อ วันที่ เวลา สถานที่ และอื่น ๆ ให้ชัดเจนเพื่อให้การสื่อสารเป็นไปตาม
วัตถุประสงค์

ตัวอย่างการสื่อสารที่เชื่อมโยงสอดคล้อง

ตัวอย่างที่ไม่ดี

สวัสดีทุกคน

ฉันแค่ต้องการส่งคำเตือนถึงคุณทุกคนเกี่ยวกับการประชุมที่เราจะจัดขึ้นในวันพรุ่งนี้

แล้วเจอกันนะ

รุจน์

เมื่อพิจารณาถึงข้อเสีย จะพบว่า

ข้อความนี้ยังไม่สมบูรณ์ด้วยเหตุผลที่ชัดเจน การประชุมอะไร เมื่อไหร่ ที่ไหน คริสป่อยให้ทีมของเขา
ไม่มีข้อมูลที่จำเป็น

ตัวอย่างที่ดี

สวัสดีทุกคน

ฉันแค่ต้องการเตือนคุณเกี่ยวกับการประชุมในวันพรุ่งนี้เกี่ยวกับนโยบายการทำงานที่บ้านใหม่ การประชุมจะมีขึ้นในเวลา 10.00 น. ในห้องประชุมชั้นสอง โปรดแจ้งให้ฉันทราบหาก你不能เข้าร่วมได้

แล้วเจอกันนะ
รุจน์

2.7 ความมีจรรยาบรรณของผู้สื่อสาร (Courteous)

การสื่อสารอย่างสุภาพต้องเป็นมิตร เปิดเผย และซื่อสัตย์ ไม่มีการดูถูกหรือน้ำเสียงเชิงรุกรานแอบแฝง คุณต้องคำนึงถึงมุมมองของผู้อ่าน และคุณต้องเห็นอกเห็นใจต่อความต้องการของกลุ่มที่เป็นคู่สนทนา กล่าวคือ การสื่อสารจำเป็นที่คู่สนทนาต้องมีการให้เกียรติซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากกล่าวถึงบุคคลที่สาม เพราะการกล่าวถึงผู้อื่นในขณะที่เจ้าตัวไม่อยู่นั้น อาจทำให้เกิดความไม่พอใจระหว่างกันได้ การสื่อสารที่ดีต้องพิจารณาคุณลักษณะของผู้รับสาร ประกอบด้วย ด้านความคิด ความเชื่อ ระดับการศึกษา ความพยายามทำความเข้าใจผู้รับสาร ความต้องการ อารมณ์ และปัญหาเฉพาะตน แม้จะไม่สามารถคิดแทนผู้รับสารได้แต่ก็ควรดำเนินการสื่อสารเสมือนตนเป็นผู้รับสารเพื่อให้การสื่อสารบรรลุวัตถุประสงค์

การสื่อสารที่สุภาพเปนมรรยาทประการหนึ่งของการแสดงออกถึง ความคิดและความรู้สึกของผู้ส่งสาร ที่จะถึงผู้รับสาร ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงต้องเคารพสิทธิและความรู้สึกของผู้รับสาร การสื่อสารที่ดีจึงต้องคำนึงถึง ความสุภาพ ไม่กระทบความรู้สึกทางลบ ทั้งนี้ การสื่อสารเป็นทั้งศาสตร์และ ศิลป ความสุภาพจึงเป็นศิลปะการสื่อสารที่ดีที่บุคคลต้องตระหนักและหมั่นฝึกฝน

ตัวอย่างการสื่อสารที่มีมารยาทจรรยา

ตัวอย่างที่ไม่ดี

เจฟฟ์

ฉันอยากให้คุณทราบว่าฉันไม่พอใจกับการที่ทีมของคุณมักจะผูกขาดการอภิปราย ประเด็นในที่ประชุมประจำสัปดาห์ของเรา ฉันมีโครงการมากมาย และฉันต้องการเวลาเพื่อหารือเกี่ยวกับความคืบหน้าของทีมด้วย จนถึงตอนนี้ ฉันไม่สามารถทำเช่นนั้นได้เนื่องจากแผนกของคุณ คุณช่วยทำให้แน่ใจได้ไหมว่าพวกเขาจัดสรรเวลาให้ฉันและทีมของฉันในสัปดาห์หน้า

ขอบคุณ

ทอม

เมื่อพิจารณาถึงข้อเสีย จะพบว่า

ข้อความประเภนี้สามารถทำให้เกิดการทะเลาะเบาะแว้ง รวมทั้งสร้างความไม่พึงพอใจระหว่างหน่วยงานได้

ตัวอย่างที่ดี

สวัสดี เจฟฟ์

ฉันอยากเขียนบันทึกสั้น ๆ ถึงคุณเพื่อขอความช่วยเหลือ ในระหว่างการประชุมประจำสัปดาห์ทีมของคุณทำหน้าที่เน้นย้ำความคืบหน้าของพวกเขาได้เป็นอย่างดี แต่การดำเนินการนี้ใช้เวลาบางส่วนจากทีมของฉันในการรายงานความคืบหน้า ฉันจะขอบคุณมากหากคุณสามารถให้เวลาเพิ่มเติมแก่ทีมของฉันในแต่ละสัปดาห์เพื่อจัดทำรายงานความคืบหน้าให้ครบถ้วน

ขอบคุณมาก และโปรดแจ้งให้ฉันทราบหากฉันสามารถช่วยอะไรคุณได้บ้าง

แล้วเจอกันนะ

ทอม

3. บทสรุป

กระบวนการสื่อสารทั้งหมดมาตรวจสอบถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสาร ด้วยปัจจัยสำคัญทั้ง 7 ประการหรือ 7 C's of Communication ประกอบไปด้วย 1) Clear หมายถึง ความชัดเจนของการสื่อสาร 2) Concise หมายถึง ความกระชับของการสื่อสาร 3) Concrete หมายถึง ความเป็นรูปธรรมในการสื่อสาร 4) Correct หมายถึง ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร 5) Coherent หมายถึง ความเชื่อมโยงสอดคล้องของข้อมูลข่าวสาร 6) Complete หมายถึง ความสมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสาร 7) Courteous หมายถึง ความมีจรรยาบรรณของผู้สื่อสาร เพื่อให้กระบวนการสื่อสารมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ประการที่สำคัญคือการพิจารณาว่าผู้รับสารมีความเข้าใจในวิธีการสื่อสารหรือไม่ ดังนั้นก่อนจะมีการสื่อสารหรือเกิดกระบวนการสื่อสาร ผู้ส่งสารต้องพิจารณาให้ถี่ถ้วนว่าผู้รับสารเป็นใคร และผู้รับสามารถมีความสามารถในการสื่อสารอย่างไร เช่น สามารถสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศหรือไม่ สามารถสื่อสารด้วยคำศัพท์เชิงเทคนิคหรือไม่ สามารถสื่อสารด้วยอวัจนภาษามากน้อยเพียงใด ทั้งหมดนี้เองจะส่งให้การสื่อสารประสบความสำเร็จเป็นไปตามวัตถุประสงค์สูงสุด

4. แบบฝึกหัดท้ายบท

1. ให้นิสิตยกตัวอย่างสื่อ 1 สื่อเพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์

.....

.....

.....

2. จาก 7 องค์ประกอบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ นิสิตคิดว่าข้อใดสำคัญที่สุด เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

3. นิสิตคิดว่า มีข้อใดที่ควรเพิ่มเติมใน 7 องค์ประกอบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพอีกหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

5. เอกสารอ้างอิง

Al-Refai, A. M., Ahmad, A., Akroush, L. W., Suwan, R., & Sumadi, M. (2022). The Impact of 7Cs of Communication Interaction on Effective Teaching Among Students of Jordanian Universities. *Journal of Positive School Psychology*, 6(8), 5451-5467.

Krishna, D. K. (2018). Decoding 7cs in effective communication. *International Journal of Communication*, 28(1-2), 37-46.

Ramakrishnan, G. (2018). The “7 C’s of Communication to Improve the teaching communication skills. *International Journal of Trend in Research and Development (IJTRD)*.

Reddi, C. N. (2019). *Effective public relations and media strategy*. PHI Learning Pvt. Ltd.

Schramm, W. (1971). The nature of communication between humans. *The process and effects of mass communication*, 3-53.

Cutlip, S. M. (1962). *Effective public relations*. Pearson Education India.

บทที่ 9

บทบาทของการสื่อสารและการสื่อสารมวลชนต่อสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม

ก. ใจความสำคัญของบท

บทนี้แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารมีความสำคัญสำหรับการรวมกลุ่ม การขยายกลุ่ม รวมทั้งการส่งมอบวัตถุประสงค์บางอย่างจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งมีกรณีศึกษาสำคัญ 1 – 2 กรณี โดยจะแสดงให้เห็นว่าการสื่อสาร สื่อสารมวลชน สามารถทำให้เกิดปรากฏการณ์ต่าง ๆ มากมาย ดังที่จะนำเสนอต่อไป

1. กรณีศึกษาที่ 1 เรื่อง การศึกษาเรื่องผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยมวัยรุ่นในพระนครศรีอยุธยา

จากการศึกษาเรื่องผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยมวัยรุ่นในพระนครศรีอยุธยาของ ปัทมาภรณ์ สุขสมโสด และปฐมพงษ์ พุ่มพฤกษ์ กล่าวถึงพฤติกรรมการบริโภคสื่อของวัยรุ่นไทยทั่ว ๆ ไป เราคงนึกถึงภาพวัยรุ่นกับจอดีจิจิตอล ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นที่แน่ชัดว่าอุปกรณ์ดีจิจิตอลเหล่านี้ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของพวกเขาอย่างขาดไม่ได้ และอุปกรณ์เหล่านี้ยังสามารถตอบสนองความต้องการของวัยรุ่นที่เป็น Active audience ที่แสวงหาข้อมูลเองตลอดเวลาจะเห็นว่าวัยรุ่นจะบริโภคสื่อออนไลน์ที่หลากหลายมากกว่าสื่อออฟไลน์ เนื่องจากวัยรุ่นจะใช้เวลากับสื่อออนไลน์ในแต่ละครั้ง ครั้งละสั้น ๆ ซึ่งจะแตกต่างกับสื่อทีวีที่แต่ละครั้งที่ใช้จะกินเวลานานกว่า โดยสื่อออนไลน์ที่วัยรุ่นใช้มากที่สุดก็จะเป็น สื่อค้นออนไลน์ ร้อยละ 79 และเครือข่ายสังคม ร้อยละ 76 นอกจากนี้ ออนไลน์วิดีโอและทีวีออนไลน์ก็เป็นช่องทางที่วัยรุ่นนิยมเข้าไปรับชมเนื้อหาที่ชื่นชอบ และยังเป็นกลุ่มที่นิยมใช้สมาร์ตโฟน รวมถึงแท็บเล็ตในการท่องอินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มอื่นๆ อีกด้วย

ทั้งนี้ การใช้สังคมออนไลน์ของวัยรุ่นสร้างค่านิยมการลอกเลียนแบบและตามกระแสที่ผิดกลุ่มเยาวชนส่วนใหญ่เห็นตรงว่า บางครั้งการใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่งผลให้เกิดค่านิยมและพฤติกรรมการเลียนแบบ รวมทั้งการตามกระแสในทางที่ผิด ขาดความเป็นตัวของตัวเอง เพราะกลัวว่าตนเองจะตกกระแส เช่น การใช้ของหรือซื้อของตามศิลปินนักแสดงในอินสตาแกรม การแต่งตัวไปล้อแหลมตามศิลปินดารา การมีพฤติกรรมฟุ่มเฟือยอยากได้อะไรก็ตามที่เห็นจากผู้อื่น เยาวชนส่วนใหญ่ยอมรับว่าสื่อใหม่มีผลทำให้ตนเกิดความรู้สึกต้องการเลียนแบบ และตามกระแสสังคม โดยเฉพาะการเลียนแบบดารานักแสดง เช่น เรื่องแฟชั่น การแต่งกาย และลักษณะการโพสต์ท่าถ่ายรูป แต่ยังสามารถควบคุมตนเองได้โดยพยายามไม่ลอกเลียนแบบในทางที่ผิดอันก่อให้เกิดอันตรายบางรายต้องการมีบุคลิกภาพที่ดี มีความสวย อยากขาว จึงเกิดกระแสค่านิยมการทำศัลยกรรมในกลุ่มวัยรุ่นอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

ในการศึกษาชิ้นนี้ชี้ประเด็นสำคัญ 2 ส่วน คือ ปัจจัยที่ทำให้วัยรุ่นไทยใช้สื่อสังคมออนไลน์จำนวนมาก คือ ปัจจัยด้านเจตคติ ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านการเลี้ยงดูของครอบครัว เป็นต้น ต่อมาคือผลกระทบ

ทางบวกและทางลบ เมื่อจำแนกแล้วจะพบว่า ผลกระทบทางบวกคือ ค่านิยมในการศึกษาและใฝ่รู้ เรื่องความกตัญญูตทวทวทว เรื่องการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และมีจิตอาสา และค่านิยมการรักสุขภาพ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การศึกษาขึ้นดังกล่าวชี้ผลกระทบทางลบไว้อย่างน่าสนใจ ประกอบไปด้วย ค่านิยมความฟุ่มเฟือย ค่านิยมการใช้ภาษาที่ผิดเพี้ยน ค่านิยมการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรและค่านิยมอยู่ก่อนแต่ง เป็นต้น

การใช้สื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อค่านิยมด้านการบริโภคนิยม จากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างมักนิยมบริโภคอาหารและขนมจากการเสพข้อมูลจากสื่อออนไลน์เนื่องจากเมื่อเห็นเพื่อนไปร้านอาหารหรือร้านขนมแล้วเช็คอิน หรือถ่ายรูปแล้วออกมาสวยดูน่ากิน ก็จะตามไปกินพร้อมถ่ายรูปลงสื่อออนไลน์ด้วยเช่นกันเพื่อเป็นการอวดเพื่อนและคนในสังคมสื่อออนไลน์เห็นว่าเราไม่ตกกระแส ไม่เชย ทั้งนี้หากมีสินค้าประเภทต่างๆ ออกมาขายในท้องตลาดแล้วมีการแชร์ในโลกออนไลน์ที่เป็นกระแสสังคมมักจะซื้อมาใช้แล้วโพสต์ว่าได้มาครอบครองเพื่อไม่ให้ตกกระแสเช่นกัน ทั้งนี้ยังนิยมบริโภคของแพง เลียนแบบบุคคลสาธารณะที่ตนชื่นชอบเช่น การซื้อรองเท้าแบรนด์เนมเหมือนกับบุคคลที่เราชื่นชอบ เป็นต้น รักความสะดวกสบาย ใช้ง่ายเกินตัวเป็นการนำไปสู่การมีหนี้สินมากมายซึ่งถือเป็นค่านิยมสังคมเมืองชอบหรูหราใช้จ่ายฟุ่มเฟือย และ การใช้สื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อค่านิยมในเรื่องของแฟชั่นการแต่งตัวในปัจจุบัน การใช้สื่อออนไลน์ที่ส่งผลต่อการชื่นชอบและเลียนแบบค่านิยมด้านนิยมนิตะวันตกและตะวันออกสมัยก่อนวัยรุ่นไทยนิยมใช้สื่อออนไลน์ในการเสพสื่อตะวันตก แต่ปัจจุบันนิยมประเทศตะวันออกคือ เกาหลี ญี่ปุ่น ได้แก่ การดูหนัง ฟังเพลง ดูภาพยนตร์เกาหลี หรือที่เรียกว่า ซีรีส์เกาหลี ที่กลุ่มตัวอย่างเล่าว่าสามารถดูได้แบบไม่หลับไม่นอน ดูจนเสียการเรียน ตื่นสาย โดยดูจากออนไลน์เรียกว่า ยูทูป เพราะสามารถดูซ้ำไปมาได้ และจะดูเมื่อใดก็ได้ที่ต้องการดู นอกจากนี้ยังใช้สื่อออนไลน์ในการดูข้อมูลเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อตามเส้นทางหรือสถานที่ถ่ายทำซีรีส์เกาหลี และดูอินสตาแกรมบุคคลที่ชื่นชอบที่เดินทางไปยังต่างประเทศ จึงมีความคิดที่เก็บเงินเพื่อไปเที่ยวในสถานที่นั้นๆ เพื่อไปถ่ายรูป เช็คอิน และกินอาหารของประเทศนั้น และปัจจุบันค่านิยมของเกาหลีกลับแซงหน้าค่านิยมตะวันตก อย่างไม่น่าเชื่อ เช่น เพลงอาหารการกิน สไตลเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง สไตลการแต่งหน้า ทำผม จะเห็นว่าวัยรุ่นในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นหญิงหรือชายส่วนใหญ่ นิยมแต่งตัวเสื้อผ้าสไตล์เกาหลีวัยรุ่นหญิงมีความกล้าในการแต่งกายกันมากขึ้น ทั้งนี้ยังมีค่านิยมด้านการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรและค่านิยมอยู่ก่อนแต่ง วัยรุ่นที่มาอยู่หอนิยมทดลองอยู่ด้วยกันก่อนแต่งงานเป็นการเลียนแบบจากวัฒนธรรมตะวันตก และมองว่าการมีเพศสัมพันธ์กันในวัยเรียนเป็นสิ่งที่ไม่ผิด เพียงแต่ต้องมีการคุมกำเนิดให้เหมาะสม

อย่างไรก็ตาม การศึกษาขึ้นดังกล่าว อาจเก็บข้อมูลผลกระทบด้านลบมากกว่าด้านบวก จึงมีผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงผลกระทบมากกว่าผลกระทบด้านบวก ต่างกับการศึกษาในขั้นต่อไป

2. กรณีศึกษาที่ 2 เรื่อง นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการบริหารจัดการองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนในยุคดิจิทัล

จากการศึกษาเรื่องนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการบริหารจัดการองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนในยุคดิจิทัลของ ญัฐวุฒิ เอี่ยมเนตร และคณะ ให้ความสนใจประเด็นการนำนวัตกรรมการสื่อสารมาใช้สำหรับการบริหารจัดการองค์กรภาครัฐและเอกชนในสถานการณ์ปัจจุบัน รูปแบบการบริหารภาครัฐ หรือภาคเอกชนการบริหารจัดการจะเป็นกระบวนการที่สำคัญเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จและยั่งยืนโดยการบริหารจัดการมีกระบวนการที่สำคัญผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน การตัดสินใจ หรือการควบคุม ศักยภาพของการบริหารจัดการจะถูกแสดงให้เห็นผ่านวิธีการวิเคราะห์ การวางแผน และการปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายและความต้องการขององค์กรซึ่งมีนักวิชาการมากมายได้ให้แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ เช่น Simon ได้นิยามว่าปัจจัยการบริหารจัดการก็เป็นเสมือนเครื่องมือที่คอยสนับสนุนให้งานบรรลุวัตถุประสงค์โดยมีองค์ประกอบ 7 อย่างได้แก่ บุคลากร เงิน การบริหารทั่วไป เป็นต้น หรือเรียกว่า 7M's หรือแนวคิดที่กล่าวถึงกระบวนการจัดการ 5 ประการคือ การวางแผน การจัดองค์การ การบังคับบัญชา เป็นต้น หรือที่เรียกว่าทฤษฎี POCCC การบริหารจัดการมีรูปแบบที่หลากหลายและได้รับการวิวัฒนาการมาโดยตลอด

ซึ่งในอดีตอาจไม่ซับซ้อน โดยการบริหารจัดการนั้นเข้ามามีบทบาทในการจัดการทางการทหารและการบริหารทรัพย์สินในรูปแบบง่าย ๆ แต่เมื่อเวลาผ่านไปการบริหารจัดการยังมีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันเป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วการใช้ชีวิต กระบวนการทำงาน และมุมมองความคิดของมนุษย์เปลี่ยนไปจากเดิมมาก การบริหารจัดการในรูปแบบเก่าย่อมได้รับผลกระทบไปด้วย อีกทั้งการเปลี่ยนถ่ายนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้เกิดรูปแบบวิธีการใหม่ ๆ ในการทำงานและการใช้ชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการสื่อสาร ที่ทำให้มนุษย์ติดต่อกันมากขึ้น ง่ายขึ้น และรวดเร็ว ผู้คนทุกช่วงชั้นอายุเริ่มเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้อย่างง่ายดายและอย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลต่อบุคคล ระหว่างบุคคลต่อหน่วยงาน และระหว่างหน่วยงานต่อหน่วยงาน ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับยุคสมัย เช่นการหยิบยกทฤษฎีแนวคิด หรือองค์ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการมาบูรณาการกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อให้เกิดการบริหารรูปแบบใหม่ ๆ จากการศึกษาพบผลที่น่าสนใจว่าการสร้างความเข้าใจกระบวนการแพร่กระจายของนวัตกรรมและกระบวนการยอมรับนวัตกรรม จะก่อให้เกิดการบูรณาการระหว่างนวัตกรรม, การสื่อสาร และการบริหารจัดการ

ซึ่งจะทำได้เพิ่มความสามารถขององค์กรใน 5 รูปแบบคือ เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ เพิ่มการตอบสนองที่รวดเร็ว เพิ่มความสามารถการทำงานเป็นทีม และพร้อมปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น หากนำนวัตกรรมการสื่อสารมาบูรณาการกับองค์กรอย่างถูกต้องและเหมาะสมจะเป็นการยกระดับองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมต่อไป

จากตัวอย่างงานศึกษาที่ยกมาขั้นที่ 2 จะพบว่า มีผลแตกต่างจากการศึกษาขั้นแรก ด้วยเหตุที่การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อ หรือการเลือกสื่อมาเพื่อใช้ประโยชน์จะช่วยให้การสื่อสารเป็นประโยชน์ต่อสังคมมากที่สุด

นอกเหนือจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการพัฒนาองค์กร ในการใช้ประโยชน์ในระดับปัจเจกบุคคลแล้ว สื่อสังคมออนไลน์ยังอยู่ในฐานะผู้ส่งอิทธิพลต่อบุคคลในสังคมทางสังคมอีกด้วย

3. กรณีศึกษาที่ 3 เรื่อง อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อพฤติกรรมเบี่ยงเบนของเด็กและเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาเรื่องอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อพฤติกรรมเบี่ยงเบนของเด็กและเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ของชุดิมาภรณ์ คำชาย พบประเด็นที่น่าสนใจคือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเบี่ยงเบน ได้แก่ แรงดึงดูดให้กระทำความผิดระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ แรงขัดขวางภายนอก และความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ตามลำดับ โดยแรงดึงดูดให้กระทำผิด ระยะเวลาในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีทิศทางบวกกับพฤติกรรมเบี่ยงเบน นั่นคือ เมื่อเด็กและเยาวชนใช้สื่อสังคมออนไลน์บ่อยครั้งต่อวัน มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเวลานานต่อวัน และมีแรงดึงดูดให้กระทำผิดสูง จะทำให้มีโอกาสเกิดพฤติกรรมเบี่ยงเบนสูงตามไปด้วย

ในขณะที่แรงขัดขวางภายนอกมีทิศทางเป็นลบกับพฤติกรรมเบี่ยงเบน นั่นคือ ถ้าเด็กและเยาวชนมีแรงขัดขวางภายนอกต่ำจะทำให้มีโอกาสเกิดพฤติกรรมเบี่ยงเบนสูงขึ้น โดยพฤติกรรมเบี่ยงเบนแต่ละพฤติกรรมได้รับอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ข้อเสนอแนะที่สำคัญคือความรักความอบอุ่นจากครอบครัว กลุ่มเพื่อน ผนวกกับการมีจริยธรรมในตนเอง การปฏิบัติตามกฎระเบียบในสังคม สนับสนุนให้เด็กและเยาวชนใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์จะสามารถลดอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อเด็กและเยาวชนได้

โดยคำอธิบายที่เกี่ยวข้องกับการเบี่ยงเบน หมายถึง การดื่มสุรา และการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก เนื่องจากเฟซบุ๊กมีคุณสมบัติหรือฟังก์ชันมากมาย เช่น สามารถไลฟ์สด สามารถติดต่อสื่อสารกันได้โดยตรงผ่านกล่องแชทและมีจุดเด่นที่แพลตฟอร์มพื้นฐานที่เป็นโซเชียลเน็ตเวิร์ก ดังนั้น วิดีโอที่ปรากฏบนเฟซบุ๊ก เป็นวิดีโอที่แสดงผ่านนิวฟิต ซึ่งผู้ใช้งานจะเห็นวิดีโอได้จากเพจที่ตนติดตาม หรือจากการแชร์ของเพื่อน สามารถมีปฏิสัมพันธ์อย่างใดอย่างหนึ่งกับคอนเทนต์นั้น ๆ ได้ ต่างกับยูทูปที่ผู้ใช้งานจะเห็นวิดีโอได้ก็ต่อเมื่อผู้ใช้งานเข้าไปในเว็บไซต์เพื่อค้นหาวิดีโอขึ้นมา หรือจะปรากฏเป็นโฆษณาขึ้นมาจึงทำให้การเข้าถึงข่าวสารจากเฟซบุ๊กสามารถเข้าถึงข่าวสารได้ง่ายกว่ายูทูป

อีกทั้งสื่อสังคมออนไลน์ยังสร้างแรงผลักดันให้กระทำความผิด ส่งผลทำให้เกิดการหนีเรียน เนื่องจากบุคคลได้ถูกอิทธิพลของของแรงผลักดัน หลายประการให้กระทำความผิดกฎหมาย ประกอบกัน คือ แรงกดดันทางสังคม ได้แก่ สภาพความเป็นอยู่ ความขัดแย้งภายในครอบครัว สถานภาพต่ำ การขาดโอกาสในการประกอบ

อาชีพสุจริต แรงผลักดันให้กระทำความผิด ทางชีวภาพ หรือจิตใจ (Biological or Psychological Pushes) ซึ่งมีอยู่ในร่างการของบุคคล อันได้แก่ ความอ่อนเพลีย ความไม่พอใจ ความตึงเครียดภายในจิตใจ การเป็นปรปักษ์ ความก้าวร้าว การต้องการได้รับการตอบสนองโดยเร็ว ซึ่งบุคคลได้ถูกอิทธิพลของแรงผลักดันหลายประการให้กระทำความผิดกฎหมาย แรงผลักดันทั้งภายในและภายนอก ตลอดจนแรงดึงทั้งภายในและภายนอกจะกระตุ้นหรือจูงใจให้บุคคลมีพฤติกรรมอาชญากรรม

ดังนั้น จากตัวอย่างของงานวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นว่า สื่อมีบทบาทสำคัญต่อสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม เพราะนอกจากส่งเสริมให้เกิดการบริหารจัดการองค์กรใหม่ ๆ แล้ว สื่อยังเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้รับสารกระทำการบางอย่างอีกด้วย หากผู้รับสารปราศจากความรู้เท่าทัน หรือไม่ได้รับการแนะนำจากผู้ปกครอง

4. แบบฝึกหัดท้ายบท

1. นิสิตเห็นด้วยหรือไม่ที่บทความเรื่องผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยมวัยรุ่นในพระนครศรีอยุธยา หากเปรียบเทียบกับเพื่อนรอบข้างของนิสิต

.....

.....

.....

2. นิสิตคิดว่า การสื่อสารช่วยให้ส่วนเสริมการบริหารจัดการได้อย่างไร ตามบทความที่ 2

.....

.....

.....

3. นิสิตคิดว่า อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อพฤติกรรมเบี่ยงเบนของเด็กและเยาวชนจังหวัดสงขลาหรือไม่ อย่างไร พร้อมยกตัวอย่าง

.....

.....

.....

5. เอกสารอ้างอิง

ชุตินาภรณ์ คำชาย. (2561). อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อพฤติกรรมเบี่ยงเบนของเด็กและเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ณัฐวุฒิ เอี่ยมเนตร สุวลังก์ วงศ์สุรวัดน์ พระครูปลัดประวิทย์ ทรัพย์อุไรรัตน์ นภัทร์ แก้วนาค จิตภา เร่งมีศรีสุข. (2567). นวัตกรรมสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการบริหารจัดการองค์กร ภาครัฐและภาคเอกชนในยุคดิจิทัล. วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย. ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 (2024): มกราคม - กุมภาพันธ์ 2567. 291 – 302

ปัทมาภรณ์ สุขสมโสด และปฐมพงษ์ พุ่มพฤษ. (2021). ผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยมวัยรุ่นในพระนครศรีอยุธยา. วารสารวิชาการอยุธยาศึกษา. ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 (2021): มกราคม - มิถุนายน 2564. 119-137.

