



# ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร

INTRODUCTION TO COMMUNICATION



๓๗.๒  
 ๓๗.๒  
 ๓๕๕  
 ๕.๑

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ วิเศษสิง

ISBN 074-010-030-0

บทที่ ๑	ความหมายและลักษณะธรรมชาติของการสื่อสาร	1
	ความหมายของการสื่อสาร	1
	ลักษณะธรรมชาติของการสื่อสาร	2
บทที่ ๒	ข้อได้เปรียบทางการสื่อสาร หน้าที่และความสำคัญของการสื่อสาร	9
	ข้อได้เปรียบทางการสื่อสาร	9
	การสื่อสารและเจตนาในการสื่อสาร	9
	การสื่อสารเป็นพฤติกรรมที่มีการวางแผน	11
	ธรรมชาติของการสื่อสารและการเปลี่ยนแปลงการสื่อสาร	12
	หน้าที่ของการสื่อสาร	13
	ความสำคัญของการสื่อสาร	14
บทที่ ๓	แบบจำลองการสื่อสาร	17
	องค์ประกอบพื้นฐานของแบบจำลองการสื่อสาร	17
	แบบจำลองพื้นฐาน	20
	แบบจำลองของลาตเวอส์	20
	แบบจำลองของทรานสแซนและไวเออร์	21
	แบบจำลองของกรอนบ์	21
	แบบจำลองของเวสต์ดีและแมคคีน	23
	แบบจำลองของเบโล	24
	ประเภทของกระบวนการการสื่อสาร	24
	ประเภทของปฏิสัมพันธ์กับตัว	24
บทที่ ๔	ภาษาและความหมาย	27
	หน้าที่ของภาษา	27
	ความสามารถของภาษา	28
	ธรรมชาติของความสามารถของภาษา	28
	ความสามารถของภาษาและความหมายโดยนัย	29
	โครงสร้างของภาษา (ในภาษาสันสกฤต)	30
	ประเภทของโครงสร้างภาษา	31
	การถอดรหัสภาษาสันสกฤต	31
	องค์ประกอบของภาษา	31

การเคลื่อนไหวร่างกาย	33
บุคลิกการแต่งกาย	34
การสัมผัส	34
ระยะห่างระหว่างบุคคล	34
ความหลากหลายของน้ำเสียง	35
เวลา	36

<b>บทที่ 5 การรับรู้และการสื่อสาร</b>	37
ขั้นตอนของการรับรู้	37
ความเป็นตัวคนในการสื่อสาร (The Self in Communication)	41
ภาพลักษณ์ตนเอง (Self-concept)	41
การรู้จักตนเอง (Self-awareness)	43
หน้าต่างโจฮารี (Johari Window)	43
ความภูมิใจในตนเอง (Self-esteem)	44
การเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure)	46

<b>บทที่ 6 การสื่อสารระหว่างบุคคล</b>	50
พฤติกรรมของการสร้างบรรพบุรุษที่เห็นในการสื่อสาร	51
การเอาใจเขามาใส่ใจเรา	51
การเปิดเผยข้อมูล	51
ความไว้วางใจ	51
การพัฒนาความไว้วางใจในการสื่อสารระหว่างบุคคล	52
การพรรณนา	53
การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นแสดงความคิดเห็น	54
การไม่คิดว่าตนเองดีกว่าหรือด้อยกว่าผู้อื่น	54
ตัวแปรอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารระหว่างบุคคล	54
เพศ (Gender)	54
วัฒนธรรม (Culture)	55
ระดับชนชั้น (Class)	55
ปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback)	55
อวัจนภาษา (Nonverbal Communication)	56
ความดึงดูดใจ (Attraction)	56
การเปิดเผยตนเอง (Self-disclosure)	57
ทฤษฎีในการสื่อสารระหว่างบุคคล	58
ทฤษฎีทรงกระดุน	58

ทฤษฎีได้ - เสีย	58
ทฤษฎีการแตกเป็ดี่บนทางสังคม	58
ทฤษฎีความเท่าเทียมกัน	58
<b>บทที่ 7 การสื่อสารกลุ่ม</b>	<b>60</b>
ประเภทของกลุ่ม	61
The Primary Group	61
The Discussion Group	61
วิธีการตัดสินใจของกลุ่ม	62
บทบาทและสถานการณ์ของสมาชิก	63
บรรทัดฐาน (Norms)	63
บทบาทในการปฏิบัติงานของสมาชิก	63
เหตุผลของการเข้าเป็นสมาชิก	64
รูปแบบการเป็นผู้นำกลุ่ม	65
การพัฒนาของกลุ่ม	65
<b>บทที่ 8 การสื่อสารภายในองค์กร</b>	<b>67</b>
ลักษณะขององค์กร	68
ลักษณะของการสื่อสารภายในองค์กร	69
ประเภทของข่าวสารในองค์กร	69
การสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ	70
การสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ	70
ประเภทของการสื่อสารองค์กรที่นำมาบูรณาการ	70
ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กร	71
การไหลของการสื่อสารภายในองค์กร	72
เสริมช่วยการสื่อสารในองค์กร	73
รูปแบบของผู้นำในการบริหารองค์กร	74
<b>บทที่ 9 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม</b>	<b>76</b>
นิยามของวัฒนธรรม	76
ลักษณะของวัฒนธรรม	77
วัฒนธรรมกลุ่มย่อย	77
ข้อขัดแย้งในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	77
ข้อขัดแย้งระหว่างวัย	77

ข้อคิดแย้งระหว่างเชื้อชาติ	73
ข้อคิดแย้งระหว่างเพศ	73
อิทธิพลของวัฒนธรรมต่อกระบวนการสื่อสาร	73
อิทธิพลต่อการรับรู้	73
อิทธิพลต่อภาษา	73
วัฒนธรรมที่มีผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสาร	73
การมองวัฒนธรรมอื่นว่าด้อยกว่า (Ethnocentrism)	73
ทัศนคติ (Attitude)	73
ภาพเหมารวม (Stereotypes)	73
อคติ (Prejudice)	73
การให้ความสำคัญกับบริบททางการสื่อสาร (Low and High-Context cultures)	73
<b>บทที่ 10 การสื่อสารสาธารณะ และการวิเคราะห์ผู้รับสาร</b>	73
การสื่อสารสาธารณะ	73
วัตถุประสงค์ของการสื่อสารสาธารณะ	73
ประเภทของผู้รับสาร	73
การวิเคราะห์ผู้รับสาร	73
ข้อมูลทางประชากรศาสตร์	73
<b>บทที่ 11 การสื่อสารมวลชน</b>	73
นิยามของสื่อมวลชน	73
ลักษณะของสื่อมวลชน	73
ลักษณะของสื่อมวลชน	73
ลักษณะของสื่อมวลชน	73
บทบาทของสื่อมวลชน	73
บทบาทของสื่อมวลชน	73
บทบาทของสื่อมวลชน	73
บทบาทของสื่อมวลชน (The Mass Media Theory)	73
บทบาทของสื่อมวลชน (The Two-Step Flow Theory of Mass Communication)	73
บทบาทของสื่อมวลชน (The Social Responsibility Theory)	73
บทบาทของสื่อมวลชน (The Public Choice Theory)	73
บทบาทของสื่อมวลชน (The Agenda Setting Theory)	73
บทบาทของสื่อมวลชน (The Framing Theory)	73
บทบาทของสื่อมวลชน (The Spiral of Silence Theory)	73
บทบาทของสื่อมวลชน (The Diffusion of Innovations Theory)	73

บทที่ 12 การสื่อสารในสาขาวิทยาศาสตร์	97
การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)	97
ความหมายและความสำคัญ	97
วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์	97
ประเภทของการประชาสัมพันธ์	97
องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารและกระบวนการสื่อสารเพื่อการ ประชาสัมพันธ์	98
ผู้ส่งสาร	98
สาร	98
สื่อหรือช่องทาง	99
ผู้รับสาร	99
ผลย้อนกลับของปฏิกิริยาตอบกลับ	99
หลักการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ	99
หลักการจัดการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์	100
การวางแผนสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์	101
ขั้นตอนการวางแผนการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์	101
การสื่อสารในการโฆษณา (Advertising)	102
ขั้นตอนในการผลิตชิ้นงานโฆษณา	102
หน่วยงานที่ดูแลการผลิตงานโฆษณา	104
วารสารศาสตร์ (Journalism)	105
ข่าวคืออะไร	105
ประเภทข่าว	107
โครงสร้างของข่าว	107
รูปแบบการเขียนข่าว	108
หน้าที่และความรับผิดชอบในงานวารสารศาสตร์	109
จรรยาบรรณและจริยธรรมของนักวารสารศาสตร์	110
วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (Broadcasting)	110
ประเภทของสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์	110
บุคลากรในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์	110
ขั้นตอนของการผลิตรายการสำหรับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์	112
สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อสังคม	112
 บรรณานุกรม	 114