

ปก

สื่อสารศาสตร์

MEDIUMOLOGY

ศึกษานานาชาติ นวัตกรรม

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว



สารบัญ

จากสำนักพิมพ์	8
คำนำ	10
บทที่ 1 ทฤษฎีการสื่อสาร	12
1.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทฤษฎี	13
1.1.1 ความหมายของทฤษฎี	13
1.1.2 บทบาทและประโยชน์ของทฤษฎี	16
1.1.3 ระดับของทฤษฎีทางสังคม	19
1.2 ปรัชยานิเทศศาสตร์และการสื่อสาร	23
1.2.1 ความหมายและประโยชน์ของปรัชญา	23
1.2.2 ความหมายของนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร	26
1.2.3 ปรัชยานิเทศศาสตร์และการสื่อสาร	31
1.3 ทฤษฎีและแนวคิดทางการสื่อสาร	34
1.3.1 พัฒนาการของทฤษฎีการสื่อสาร	34
1.3.2 จารีตทฤษฎีของการสื่อสาร	39
1.3.3 จากแนวคิดทางสังคมสู่ทฤษฎีการสื่อสาร	43
บทที่ 2 ทฤษฎีการสื่อสารกับบริบททางสังคม	52
2.1 การสื่อสารกับบริบททางการเมือง	53

2.1.1	ความหมายของการเมือง	53
2.1.2	การสื่อสารกับการเมือง	56
2.2	การสื่อสารกับบริบททางเศรษฐกิจ	60
2.2.1	ความหมายของเศรษฐกิจ	60
2.2.2	การสื่อสารกับเศรษฐกิจ	63
2.3	การสื่อสารกับบริบททางวัฒนธรรม	66
2.3.1	ความหมายของวัฒนธรรม	66
2.3.2	การสื่อสารกับวัฒนธรรม	69
2.4	การสื่อสารกับบริบทโลกาภิวัตน์	71
2.4.1	ความหมายของโลกาภิวัตน์	71
2.4.2	การสื่อสารกับโลกาภิวัตน์	75
2.4.3	แนวคิดเรื่องชาติและความเป็นชาติ	78
2.4.4	โลกาภิวัตน์กับการสร้างภาพตัวแทน	81
2.4.5	การสื่อสารกับสังคมความเสี่ยง	87
บทที่ 3	ทฤษฎีการสื่อสารกับโลกาภิวัตน์	92
3.1	แนวคิดเรื่องโลกาภิวัตน์	93
3.1.1	ข้อถกเถียงเรื่องโลกาภิวัตน์	93
3.1.2	โลกาภิวัตน์ทางเศรษฐกิจ	98
3.1.3	โลกาภิวัตน์ทางการเมือง	107
3.2	การบูรณาการการสื่อสารกับโลกาภิวัตน์	116
3.2.1	บทบาทของสื่อกับโลกาภิวัตน์	116
3.2.2	การสื่อสารกับโลกาภิวัตน์ทางวัฒนธรรม	118

3.2.3 โลกาวิจัดน์กับการประกอบสร้างอัตลักษณ์	128
3.3 กรณีศึกษา การสื่อสารกับโลกาวิจัดน์	130
3.3.1 ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อม	130
3.1.2 ประเด็นเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม	135
บทที่ 4 ทฤษฎีนวัตกรรมการสื่อสารและสื่อใหม่	140
4.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่	141
4.1.1 ความหมายและความสำคัญของสื่อใหม่	141
4.1.2 คุณสมบัติและประเภทการใช้งานสื่อใหม่	150
4.2 ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมการสื่อสาร	162
4.2.1 การแพร่กระจายนวัตกรรมกับสื่อใหม่	162
4.2.2 งานวิจัยสื่อใหม่กับความเป็นจริงเสริม	165
4.3 ประเด็นการศึกษาด้านนวัตกรรมสื่อใหม่	178
4.3.1 นวัตกรรมสื่อใหม่ในเชิงพาณิชย์	178
4.3.2 เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากสื่อใหม่	185
4.3.3 นวัตกรรมสื่อใหม่ในเชิงสังคมวัฒนธรรม	190
บทที่ 5 อนาคตโลกด้านสื่อสารมวลชน	196
5.1 สื่อสารมวลชนยุคมวลชน	201
5.1.1 เทคโนโลยีการสื่อสาร	202
5.1.2 การไปรษณีย์	203
5.1.3 เทคโนโลยีโทรเลข	205
5.1.4 เทคโนโลยีโทรศัพท์	205

5.1.5 การสื่อสารดาวเทียม	207
5.1.6 สื่อหนังสือพิมพ์	208
5.1.7 สื่อวิทยุกระจายเสียง	210
5.1.8 สื่อวิทยุโทรทัศน์	211
5.1.9 สื่อภาพยนตร์	213
5.1.10 สำนักข่าวโลก	213
5.2 เมื่อเทคโนโลยีดิจิทัลเปลี่ยนโฉมสื่อ	215
5.3 สังคมสารสนเทศ สังคมเครือข่าย	218
5.4 มนุษย์พันธุ์ใหม่ยุคสื่ออินเทอร์เน็ต	224
5.5 บทสรุป สื่อกับมวลชนยุคสังคมสารสนเทศ	231
บทที่ 6 วัตกรรมการสื่อสารสังคมกับประชาคมออคติ	236
6.1 สื่อใหม่ สื่อสังคม	237
6.2 อัจฉาสาธารณะและประชาคมออคติ	245