

การสื่อสาร

ความหมายและองค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) หมายถึง กระบวนการส่งข่าวสารข้อมูลจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงให้ผู้รับข่าวสารมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับมา โดยคาดหวังให้เป็นไปตามที่ผู้ส่งต้องการ

องค์ประกอบของการสื่อสาร ประกอบด้วย

๑. ผู้ส่งข่าวสาร (Sender)
๒. ข้อมูลข่าวสาร (Message)
๓. สื่อในช่องทางการสื่อสาร (Media)
๔. ผู้รับข่าวสาร (Receivers)
๕. ความเข้าใจและการตอบสนองของกระบวนการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสาร (Communication Process)

โดยทั่วไปเริ่มต้นจากผู้ส่งข่าวสาร (Sender) ทำหน้าที่เก็บรวบรวมแนวความคิดหรือข้อมูล จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เมื่อต้องการส่งข่าวไปยังผู้รับข่าวสาร ก็จะแปลงแนวความคิดหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องออกมาเป็น ตัวอักษร น้ำเสียง สี การเคลื่อนไหว ฯลฯ ซึ่งเรียกว่าข่าวสาร (Message) จะได้รับการใส่รหัส (Encoding) แล้วส่งไปยังผู้รับข่าวสาร (Receivers) ผ่านสื่อกลาง (Media) ในช่องทางการสื่อสาร (Communication Channels) ประเภทต่าง ๆ หรืออาจจะถูกส่งจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสารโดยตรงก็ได้ ผู้รับข่าวสาร เมื่อได้รับข่าวสารแล้วจะถอดรหัส (Decoding) ตามความเข้าใจและประสบการณ์ในอดีต หรือสภาพแวดล้อมในขณะนั้น และมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับไปยังผู้ส่งข่าวสารซึ่งอยู่ในรูปของความรู้ ความเข้าใจ การตอบรับ การปฏิเสธหรือการนิ่งเงียบก็เป็นได้ ทั้งนี้ข่าวสารที่ถูกส่งจากผู้ส่งข่าวสารอาจจะไม่ถึงผู้รับข่าวสารทั้งหมดก็เป็นได้ หรือข่าวสารอาจถูกบิดเบือนไปเพราะในกระบวนการสื่อสาร ย่อมมีโอกาสเกิดสิ่งรบกวน หรือตัวแทรกแซง (Noise or Interferes) ได้ ทุกขั้นตอนของการสื่อสาร

คุณลักษณะของผู้ประสบความสำเร็จในการสื่อสาร

๑. มีความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ
๒. มีทักษะในการสื่อสาร
๓. เป็นคนช่างสังเกต เรียนรู้ได้เร็ว และมีความจำดี
๔. มีความซื่อตรง มีความกล้าที่จะกระทำในสิ่งที่ถูกต้อง
๕. มีความคิดสุขุม รอบคอบ
๖. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
๗. คิดและแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
๘. มีความสามารถแยกแยะและจัดระเบียบข่าวสารต่าง ๆ
๙. มีความสามารถในการเขียนได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
๑๐. มีศิลปะและเทคนิคการจูงใจคน
๑๑. รู้ขั้นตอนการทำงาน
๑๒. มีมนุษยสัมพันธ์ดี

ลักษณะของการสื่อสารที่ดี

การสื่อสารโดยการพูดหรือการเขียน ที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพต่อการดำเนินธุรกิจ ควรมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

๑. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง สารที่สามารถทำให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือในสารนั้น
 ๒. มีสาระ (Content) หมายถึง สารนั้นมีสาระ ให้ความพึงพอใจ แรงจูงใจ และชี้แนะให้เกิดการตัดสินใจ
 ๓. ชัดเจน (Clarity) หมายถึง การเลือกใช้คำ หรือข้อความที่เข้าใจง่าย ข้อความไม่คลุมเครือ
 ๔. เหมาะสมกับโอกาส (Context) หมายถึง การเลือกใช้ภาษาและวิธีส่งสาร ตลอดจนผู้รับได้เหมาะสมกับสังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
 ๕. ช่องทางการสื่อสาร (Channels) หมายถึง การเลือกวิธีการส่งข่าวสารได้เหมาะสมและรวดเร็วที่สุด
 ๖. ความต่อเนื่องและแน่นอน (Continuity and Consistency) หมายถึง การสื่อสารที่กระทำอย่างต่อเนื่อง มีความแน่นอนถูกต้อง
 ๗. ความสามารถของผู้รับสาร (Capability of Audience) หมายถึง การเลือกใช้วิธีการสื่อสารซึ่งมั่นใจว่าผู้รับสารจะสามารถรับสารได้ง่ายและสะดวก โดยคำนึงถึงความรู้ เจตคติ อุปนิสัย ทักษะการใช้ภาษา สังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสารเป็นสำคัญ
- การใช้ภาษาสื่อสารธุรกิจ เช่น การประชาสัมพันธ์ การเขียนข้อความโฆษณา มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยหรือสภาพความ

เป็นจริงในสังคม วัฒนธรรม การเมือง และเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังมีอิทธิพลที่สามารถกำหนดพฤติกรรมทัศนคติ และความเชื่อของประชาชน ซึ่งส่งผลให้ภาษาเปลี่ยนแปลงมาจากสภาพสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมการใช้ภาษาจึงมีความสำคัญยิ่ง โดยเฉพาะการใช้ภาษาสื่อสารทางธุรกิจ เช่นการโฆษณาผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ซึ่งเป็นการเผยแพร่ได้รวดเร็ว มีผู้รับสารจำนวนมาก และถึงตัวผู้รับ ผู้ส่งสารควรคำนึงถึงผลประโยชน์ต่อสังคม และประเทศชาติ มิใช่มุ่งหวังผลกำไรจากการประกอบธุรกิจเพียงอย่างเดียว

ข้อควรคำนึงเกี่ยวกับการใช้ภาษาไทยในการสื่อสาร

๑. ใช้คำที่กะทัดรัด เข้าใจง่าย สื่อความหมายได้ชัดเจน
๒. ใช้คำสุภาพ เหมาะสมแก่โอกาส ไม่ใช้คำหรือข้อความที่ดีความหมายได้หลายทาง
๓. ใช้ข้อความหรือประโยคที่ไพเราะ ไม่ใช้สำนวนหรือรูปประโยคของภาษาต่างประเทศ
๔. ใช้ภาษาที่สร้างสรรค์สังคมและรักษาวัฒนธรรมประเพณีที่ดีงามของชาติไทย

การพัฒนาทักษะการเรียนรู้เพื่อที่จะเท่าทันสื่อได้นั้นมีองค์ประกอบที่สำคัญเรียงลำดับ ได้ดังนี้

๑. การเข้าถึง (Access)

การเข้าถึงสื่อ คือ การได้รับสื่อประเภทต่างๆ ได้อย่างเต็มที่และรวดเร็วสามารถรับรู้และเข้าใจเนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆ ได้อย่างเต็มความสามารถ พร้อมทั้งทำความเข้าใจความหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดย

- อ่านเนื้อหาจากสื่อนั้นๆ และทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้
- จดจำและเข้าใจความหมายของคำศัพท์ สัญลักษณ์ และเทคนิคที่ใช้ในการสื่อสาร
- พัฒนากลยุทธ์ เพื่อหาที่มาของข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่หลากหลาย
- เลือกคัดกรองข้อมูล ประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

๒. การวิเคราะห์ (Analyze)

การวิเคราะห์ คือ การตีความเนื้อหาสื่อตามองค์ประกอบและแบบฟอร์มของสื่อ แต่ละประเภทว่าสิ่งที่สื่อนำเสนอ นั้นส่งผลกระทบอะไรบ้างต่อสังคม การเมืองหรือเศรษฐกิจโดยใช้พื้นความรู้เดิมและประสบการณ์ในการคาดการณ์ถึงผลที่จะเกิดขึ้น โดยอาจใช้วิธีการวิเคราะห์เปรียบเทียบ การแยกองค์ประกอบย่อยต่างๆ หรือการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเหตุและผลการทำงาน เข้าใจเนื้อหาบริบทที่ต้องการสื่อ เช่น

- ใช้ความรู้และประสบการณ์เดิมเพื่อทำนายผลที่จะเกิด
- ตีความเนื้อหา โดยใช้หลักการวิเคราะห์พื้นฐาน
- ใช้กลวิธีต่างๆ ได้แก่การเปรียบเทียบ/หาความแตกต่าง/ข้อเท็จจริง/ความคิดเห็น เหตุและผล การลำดับความสำคัญ
- ใช้ความรู้เกี่ยวกับบริบททางประวัติศาสตร์ การเมือง เศรษฐกิจเป็นพื้นฐานของการสร้างสรรค์และตีความหมาย

๓. การประเมินค่าสื่อ (Evaluate)

การประเมินค่าของสื่อ เป็นผลจากการวิเคราะห์สื่อที่ผ่านมาทำให้สามารถที่จะประเมินคุณภาพ ของเนื้อหาที่มี คุณค่าต่อผู้รับสารมากน้อยเพียงใด สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับสารในด้านใดได้บ้าง คุณค่าที่เกิดขึ้นเป็นคุณค่าที่เกิดขึ้นทางใจ อารมณ์ ความรู้สึก หรือมีคุณค่าทางศีลธรรม จรรยาบรรณ สังคม วัฒนธรรมหรือประเพณี ความสามารถในการประเมินเนื้อหา โดยสร้างความเกี่ยวข้องของเนื้อหา กับประสบการณ์ พร้อมเสนอความเห็นในแง่มุมที่หลากหลาย

๔. การสร้างสรรค์ (Create)

การเรียนรู้สื่อ รวมถึงการพัฒนาทักษะ การสร้างสื่อในแบบฉบับของตนเองขึ้นมา เมื่อผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจสามารถวิเคราะห์วิจารณ์ ประเมินค่าสื่อได้อย่างถ่องแท้แล้ว ทุกคนจะต้องวางแผน เขียนบท ค้นหาข้อมูลเนื้อหา มาประกอบความสามารถในการสร้างสรรค์ (หรือสื่อสาร) เนื้อหาโดยการเขียนบรรยายความคิด ใช้คำศัพท์ เสียง หรือการสร้างภาพให้มีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย ซึ่งมีวิธีการสร้างสื่อแบบสร้างสรรค์ ดังนี้

- ใช้ประโยชน์จากขั้นตอนการระดมสมอง วางแผน เรียบเรียง และแก้ไข
- ใช้ภาษาเขียนและภาษาพูดอย่างมีประสิทธิภาพที่สุดตามหลักของภาษาศาสตร์
- สร้างสรรค์และเลือกภาพอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อบรรลุเป้าหมายต่างๆ ที่กำหนดไว้
- ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในการวางโครงสร้างของเนื้อหา

เทคนิคการออกแบบสื่อนำเสนอ

สื่อนำเสนอที่ดี มีความโดดเด่น น่าสนใจ จะต้องผ่านขั้นตอนการออกแบบ จะต้องเน้นแนวคิด “หนึ่งสโลต์ ต่อหนึ่งความคิด” มีการสรุปประเด็น หรือสาระสำคัญ โดยมีแนวทาง ๓ ประการช่วยในการออกแบบ ได้แก่

- สื่อความหมายได้รวดเร็ว
- เนื้อหาเป็นลำดับ
- สื่อนำเสนอต้องสะดุดตา น่าสนใจ

สื่อความหมายได้รวดเร็ว

สื่อนำเสนอที่ดี ต้องสามารถสื่อความหมายให้ผู้ฟัง ผู้ชมได้อย่างรวดเร็ว การออกแบบสื่อนำเสนอในประเด็นนี้ผู้ออกแบบ จะต้องทราบกลุ่มเป้าหมาย (Audience) เนื้อหาสาระที่ต้องการนำเสนอ และสถานที่/เวลาที่ต้องการนำเสนอเพื่อประกอบการออกแบบสื่อ

เนื้อหาเป็นลำดับ

สื่อนำเสนอที่ดี ควรมีการจัดลำดับเนื้อหาเป็นลำดับ มีระเบียบ ดูง่าย ไม่สับสน สื่อนำเสนอต้องทำให้ ผู้ฟัง ผู้ชมทราบว่าข่าวสาร ข้อมูลใดที่ต้องอ่านก่อน และอันดับต่อไปต้องอ่านข้อความใดตามลำดับ โดยปกติคนไทยจะอ่านจากข้างบนซ้ายก่อน และควรมีช่องว่างระหว่างอักขระ หรือระหว่างภาพที่เหมาะสม สิ่งที่จะช่วยในการออกแบบสื่อนำเสนอที่ต้องการจัดลำดับเนื้อหาให้เป็นระเบียบ และดูง่าย

สื่อนำเสนอต้องสะดุดตา น่าสนใจ

สื่อนำเสนอที่ดีนั้นจะต้องมีจุดเด่นที่น่าสนใจ สามารถดึงดูดสายตาผู้ฟัง ผู้ชมได้ จุดเด่นนี้ได้จากการใช้เลือกใช้อาพแทนข้อความ การใช้สี และการเลือกใช้ Effect ที่เหมาะสมประกอบการนำเสนอ