



คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual)

กระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

นางสาวชนกนาถ ทองบุญ
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

กรกฎาคม 2565

คำนำ

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่มีวิสัยทัศน์มุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านวิชาการและวิจัยทางเศรษฐศาสตร์ทั้งระดับชาติและนานาชาติ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรม ความรู้ ความก้าวหน้า และผลงานของคณะเศรษฐศาสตร์ จึงถือเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่ง และถือเป็นภารกิจหลักของงานโสตทัศนศึกษา ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่หน่วยงานภายใน และหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและภาคเอกชน สื่อมวลชน และผู้มาติดต่อ โดยงานโสตทัศนศึกษามีหน้าที่ความรับผิดชอบในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของคณะเศรษฐศาสตร์ เพื่อให้นำไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบและกิจกรรมต่าง ๆ

คู่มือกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางให้ผู้ปฏิบัติงาน และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ได้มีความเข้าใจในสาระสำคัญของขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ให้มีมาตรฐานไปในทิศทางเดียวกัน และเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ ซึ่งช่วยให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีความคล่องตัว เกิดผลสัมฤทธิ์ และถูกต้อง ตลอดจนบุคลากร ผู้ปฏิบัติงาน หรือผู้สนใจสามารถนำไปใช้ประโยชน์และค้นหารายละเอียดเพิ่มเติม เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมสอดคล้องกับการปฏิบัติงาน ระเบียบ วิธีการ และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปในอนาคต

งานโสตทัศนศึกษา หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อบุคลากรและผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการศึกษาและค้นคว้า เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น

นางสาวชนกนาถ ทองบุญ

กรกฎาคม 2565

ผ่านมติที่ประชุมคณะกรรมการประจำคณะเศรษฐศาสตร์

ครั้งที่ 7/2565 เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2565

วาระพิจารณาเชิงนโยบายที่ 5.4

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
1. หลักการและเหตุผล	4
2. วัตถุประสงค์ของการจัดทำคู่มือ	4
3. ขอบเขต	4
4. คำจำกัดความ	5
5. หน้าที่ความรับผิดชอบ	5
6. Work Flow กระบวนการ	6
7. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	8
8. มาตรฐานคุณภาพงาน	10
9. ปัญหาอุปสรรค / แนวทางแก้ไขและพัฒนา	11
10. ระบบติดตามประเมินผล	11
11. เอกสารอ้างอิง	12
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบฟอร์มการขอส่งข่าวเพื่องานประชาสัมพันธ์คณะเศรษฐศาสตร์	13
ภาคผนวก ข ทฤษฎีที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์	16
ภาคผนวก ค ขั้นตอนการเผยแพร่ภาพผ่านช่องทางต่างๆ	31
ภาคผนวก ง ขั้นตอนการจัดเก็บภาพลงระบบฐานข้อมูล	50

คู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

1. หลักการและเหตุผล

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มีภารกิจในการผลิตบัณฑิต วิจัย บริการวิชาการ และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมด้านเศรษฐศาสตร์ โดยมุ่งประโยชน์ของส่วนรวม เพื่อสร้างเสริมการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรม ความรู้ ความก้าวหน้า และผลงาน ของคณะเศรษฐศาสตร์ จึงถือเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่ง และถือเป็นภารกิจหลักของงานโสตทัศนศึกษาใน การเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ โดยเผยแพร่ผ่านทางช่องทางการประชาสัมพันธ์ เช่น Website, facebook Fanpage และ LINE Official เป็นต้น

งานโสตทัศนศึกษา คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จึงได้จัดทำคู่มือกระบวนการ สื่อสารและประชาสัมพันธ์ฉบับนี้ขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางให้ผู้ปฏิบัติงาน และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ได้ทราบถึง ขั้นตอนการดำเนินงานอย่างถูกต้องและเป็นไปตามมาตรฐานเดียวกัน

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อใช้เป็นคู่มือและกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ให้มีมาตรฐาน เพื่อให้ ผู้ปฏิบัติสามารถปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน
- 2.2 เพื่อเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ ให้สามารถผลิตและเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างชัดเจน ถูกต้อง รวดเร็ว และครบถ้วนตามมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์
- 2.3 เพื่อลดปัญหาการทำงานซ้ำซ้อน และลดข้อผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน
- 2.4 เพื่อใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน หรือใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรที่เข้า มาทำงานใหม่

3. ขอบเขต

คู่มือกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

- 3.1 การเขียนภาพข่าวให้ถูกต้องตามแบบฟอร์มและหลักภาษาไทย โดยคำนึงถึงความกระชับ รัดกุม ของข่าวสารที่เผยแพร่สู่ภายในและภายนอกองค์กร
- 3.2 ช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ วิธีการส่งข่าวสารภายในหน่วยงาน การรับ ส่ง ข่าวสารภายใน หน่วยงานเดียวกัน เพื่อนำมาเผยแพร่ต่อให้บุคคลภายในองค์กรและภายนอกองค์กรรับทราบ

4. คำจำกัดความ

ข่าว หมายถึง คำบอกเล่าเรื่องราวซึ่งโดยปกติมันเป็นเรื่องเกิดใหม่หรือเป็นที่สนใจ คำบอกเล่า คำเล่า ลือ คำว่า ข่าว ถ้ามองในแง่ของการสื่อสารข้อมูล ก็จัดว่าเป็นข้อมูลชนิดหนึ่งที่จะต้อง มี ผู้ที่ทำให้เกิดข่าว ผู้ส่งข่าว สื่อกลางที่ใช้ในการส่งข่าว และผู้รับข่าวในระหว่างสงคราม ข่าวส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลของฝ่ายตนเอง และฝ่ายตรงข้าม

การเผยแพร่ข่าว (Publicity) หมายถึง การให้ข้อมูล หรือเรื่องราวข่าวสารเกี่ยวกับบุคคล ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ซึ่งปรากฏเป็นข่าวอยู่ในสื่อกระจายเสียงและสื่อสิ่งพิมพ์

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกระทำทั้งสิ้น ทั้งหลายทั้งปวง ที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้า ใน การที่จะสร้างความเข้าใจกับ สาธารณชนที่เกี่ยวข้องเพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดี อันจะนำไปสู่ สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือกัน เป็นอย่างดี

5. หน้าที่ความรับผิดชอบ

5.1 ผู้ช่วยคนบดีฝ่ายวิเทศสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ทำหน้าที่ ให้คำปรึกษา แนะนำ ควบคุม ตรวจสอบ เกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ก่อนดำเนินการเผยแพร่ต่อไป

5.2 นักวิชาการโสตทัศนศึกษา ทำหน้าที่จัดเตรียมความพร้อม อุปกรณ์ถ่ายภาพ ก่อนการถ่ายภาพ คัดเลือก และปรับแต่งภาพ ก่อนเผยแพร่ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ ช่องทางการสื่อสาร (LINE) และ facebook Fanpage

5.3 ช่างภาพ ทำหน้าที่ในการทำข่าว ภาพข่าว พร้อมบันทึกภาพถ่าย เพื่อทำงานประชาสัมพันธ์

สรุปกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ คณะเศรษฐศาสตร์

กระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มีขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

1. ได้รับหนังสือ/รับแจ้งกิจกรรม
2. เข้าร่วมกิจกรรม / ลงพื้นที่
3. เขียนข่าว/ภาพข่าว เพื่อเผยแพร่
4. ตรวจสอบความถูกต้อง
5. การจัดส่งข่าวประชาสัมพันธ์
6. การติดตามผลของข่าว
7. ตอบข้อซักถาม
8. รายงานผลการปฏิบัติงาน

6. Work Flow กระบวนการ

ชื่อกระบวนการ : กระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์

ตัวชี้วัดผลลัพธ์กระบวนการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน : ระดับความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ ของ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (สามารถส่งข่าวภายใน 1 เดือนได้ประมาณ 20-30 ข่าว ที่มีข้อมูลถูกต้อง และรวดเร็ว)

ผู้รับผิดชอบโครงการ / นักวิชาการโสตทัศนศึกษา	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา	ขั้นตอนการทำงาน (Work Flow)	ระยะเวลา
<pre> graph TD Start([Start]) --> A[เมื่อได้รับหนังสือ/รับแจ้งกิจกรรม] A --> B[เข้าร่วมกิจกรรม / ออกแบบสื่อ] B --> C[เขียนข่าว/ภาพข่าวเพื่อเผยแพร่] C --> D{ตรวจสอบความถูกต้อง} D -- No --> C D -- Yes --> E[การจัดส่งข่าวประชาสัมพันธ์] E --> F[การติดตามผลของข่าว] F --> G[ตอบข้อซักถาม] G --> H[รายงานผลการปฏิบัติงาน] H --> End([End]) </pre>		1. เมื่อมีกิจกรรมหรือภารกิจงานที่สำคัญอาจได้รับสั่งทางหนังสือหรือทางวาจาให้ไปร่วมกิจกรรมดังกล่าว	1 วัน
		2. ลงพื้นที่ร่วมกิจกรรมดังกล่าว/ออกแบบสื่อ	1 วัน
		3. เมื่อจบงาน/กิจกรรม ให้ร่างข่าวในการเผยแพร่ โดยต้องมีข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง	30 นาที
		4. ให้หัวหน้าหรือผู้ที่เป็นเจ้าของงานเป็นผู้ตรวจเนื้อหากิจกรรมก่อนส่งออกเผยแพร่	10 นาที
		5. เมื่อดำเนินการตรวจสอบความเรียบร้อยแล้ว จึงดำเนินการจัดส่งตามช่องทางต่างๆ	20 นาที
		6. มีการติดตามข่าวสารที่เผยแพร่ไปว่ามีการแสดงความคิดเห็น หรือข้อซักถามอย่างไร	ตลอดโครงการ
		7. ทำการตอบข้อซักถาม ภายใน 1 วันทันที	ภายใน 1 วัน
		8. จัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานให้ ผู้อำนวยการสำนักงานคณบดีรับทราบ	- รอบ 3 เดือน - รอบ 6 เดือน

หมายเหตุ

เวลายาตรฐานของการทำข่าวประชาสัมพันธ์ ใช้เวลา 15 ชั่วโมง

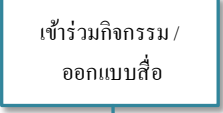
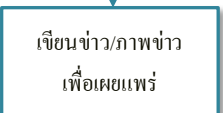
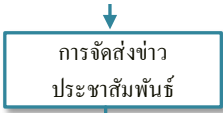
.....

7. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

รายละเอียดงาน	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ระเบียบเอกสาร บันทึก แนวทาง แบบฟอร์มที่ใช้	ผู้รับผิดชอบ
1. เมื่อได้รับ หนังสือ/ รับแจ้ง กิจกรรม	กรณีลงพื้นที่ 1.1 ประสานงานกับเจ้าของเรื่อง เพื่อสอบถามสถานที่ กำหนดการผู้ที่เข้าร่วมงาน 1.2 ขอข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการทำข่าว การเขียนข่าว 1.3 เตรียมอุปกรณ์ เช่น กล้องถ่ายภาพ ไมโครโฟน กรณีไม่ลงพื้นที่ 1.1 ประสานงานกับเจ้าของเรื่อง เพื่อขอข้อมูลในการทำข่าว 1.2 ออกแบบสื่อ เช่น โปสเตอร์	- แบบฟอร์ม 1 รายละเอียดข่าว	ผู้รับผิดชอบ โครงการ / นักวิชาการ โสตทัศนศึกษา
2. เมื่อลงพื้นที่ / เข้าร่วมกิจกรรม	2.1 แบ่งหน้าที่ในการบันทึกภาพ สัมภาษณ์ จดราย ละเอียดของ กิจกรรมหรือการประชุม 2.2 สอบถามเพิ่มเติมในกรณีที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่ไม่มี เช่น ชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมนอกเหนือจากในกำหนดการ ตำแหน่ง หน่วยงาน รายละเอียดของเนื้อหาที่มีความน่าสนใจและสามารถ เผยแพร่ต่อไปได้		ผู้รับผิดชอบ โครงการ / นักวิชาการ โสตทัศนศึกษา
3. การเขียนข่าว / ภาพข่าว เพื่อ เผยแพร่	ขั้นตอนการเขียนข่าว 3.1 ร่างรายละเอียดที่ต้องการเขียน ว่ามีข้อมูลครบถ้วนตรง ตามที่ต้องการหรือไม่ก่อนจะลงมือเขียนข่าว โดยคำนึงถึง หลักการที่ว่า 5W+1H คือ ใคร (Who) ทำอะไร (What) ที่ไหน (Where) เมื่อไหร่ (When) เพราะอะไร (Why) และทำอย่างไร (How) 3.2 รูปภาพที่ใส่ในข่าวไม่ควรมากเกินไป ควรมีรูปประธานใน งาน/กิจกรรมหลักๆ และรูปกิจกรรม รูปพื้นที่ ถ้าเป็นภาพไม่ เหมาะสมไม่ควรลงในข่าวเช่น การแต่งกายไม่เรียบร้อย ยืน ล้วงกระเป๋า กอดอก เล่นโทรศัพท์ การนั่งที่ไม่สำรวม หรืออื่นๆ ที่เห็นว่าเป็นไม่เหมาะสม		นักวิชาการ โสตทัศนศึกษา

รายละเอียดงาน	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ระเบียบเอกสาร บันทึก แนวทาง แบบฟอร์มที่ใช้	ผู้รับผิดชอบ
4. การตรวจสอบความถูกต้อง	4.1 ผู้จัดทำข่าวดำเนินการส่งข่าวที่จัดทำให้ผู้เกี่ยวข้องตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนดำเนินการจัดส่งต่อไป อาจจะเป็นหัวหน้า หรือผู้รับผิดชอบโครงการ		นักวิชาการ โสตทัศนศึกษา
5. การจัดส่งข่าวประชาสัมพันธ์	เมื่อดำเนินการตรวจสอบแก้ไขให้ถูกต้องแล้วให้ดำเนินการเผยแพร่ต่อไป 5.1 การเผยแพร่ภาพผ่าน Website คณะเศรษฐศาสตร์ ดำเนินการคัดเลือกภาพประมาณ 5 – 10 ภาพต่องาน แบ่งออกเป็นภาพสำหรับหน้า Website ประกอบหัวข้อข่าว จำนวน 1 ภาพ และภาพสำหรับลงข่าวประชาสัมพันธ์หน้า Website 5.2 การเผยแพร่ภาพผ่าน Facebook fanpage : PR ECON SWU ของคณะเศรษฐศาสตร์ พร้อมข้อมูลที่ถูกต้อง 5.3 การเผยแพร่ภาพผ่าน Line Official @ECONSWU พร้อมข้อมูลที่ถูกต้อง		นักวิชาการ โสตทัศนศึกษา
6. การติดตามผลของข่าว	6.1 มีการติดตามข่าวที่เผยแพร่ไปว่ามีการแสดงความคิดเห็นหรือข้อซักถามเกี่ยวกับข่าวอย่างไร โดยติดตามผลตลอดโครงการ		ผู้รับผิดชอบ โครงการ / นักวิชาการ โสตทัศนศึกษา
7. ตอบข้อซักถาม	7.1 ตอบข้อซักถาม ภายใน 1 วันทันที		ผู้รับผิดชอบ โครงการ / นักวิชาการ โสตทัศนศึกษา
8. รายงานผลการปฏิบัติงาน	8.1 จัดทำรายงานผลการ ปฏิบัติงานให้ ผู้อำนวยการสำนักงาน คณบดี รับทราบ		นักวิชาการ โสตทัศนศึกษา

8. มาตรฐานคุณภาพงาน

กระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	ผู้รับผิดชอบ
	1 วัน	1. เมื่อมีกิจกรรมหรือภารกิจงานที่สำคัญอาจได้รับสั่งทางหนังสือหรือทางวาจาให้ไปร่วมกิจกรรมดังกล่าว	- มีหนังสือหรือบันทึกข้อความแจ้ง - มีเบอร์ผู้ที่สามารถติดต่อได้	ผู้รับผิดชอบโครงการ / นักวิชาการโสตทัศนศึกษา
	1 วัน	2. ลงพื้นที่ร่วมกิจกรรมดังกล่าว/ออกแบบสื่อ	- มีการบันทึกภาพถ่ายและจดยรายละเอียดของกิจกรรม - ออกแบบสื่อ โดยเน้นข้อมูลที่จำเป็นให้ครบถ้วน	ผู้รับผิดชอบโครงการ / นักวิชาการโสตทัศนศึกษา
	30 นาที	3. เมื่อจบงาน/กิจกรรม ให้ร่างข่าวในการเผยแพร่ โดยต้องมีข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง	- ในภาพข่าวมีเนื้อหาข่าวครบถ้วน ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร เพื่ออะไร - มีการลงภาพถ่ายอย่างน้อย 1 ภาพ	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา
	10 นาที	4. ให้หัวหน้าหรือผู้ที่ป็นเจ้าของงานเป็นผู้ตรวจเนื้อหากิจกรรมก่อนส่งออกเผยแพร่	- มีคำผิดให้น้อยที่สุด	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา
	20 นาที	5. เมื่อดำเนินการตรวจสอบความเรียบร้อยแล้ว จึงดำเนินการจัดส่งตามช่องทางต่างๆ	- จัดส่งข่าวให้ถูกต้องทางและรวดเร็ว	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา
	ตลอดโครงการ	6. มีการติดตามข่าวสารที่เผยแพร่ไปว่ามีกระแสความคิดเห็น หรือข้อซักถามอย่างไร	- ข่าวสารได้รับความสนใจและมีบุคคลติดตามเป็นจำนวนมาก	ผู้รับผิดชอบโครงการ / นักวิชาการโสตทัศนศึกษา
	ภายใน 1 วัน	7. ทำการตอบข้อซักถาม ภายใน 1 วันทันที	- สามารถตอบข้อซักถามได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	ผู้รับผิดชอบโครงการ / นักวิชาการโสตทัศนศึกษา
	- รอบ 3 เดือน - รอบ 6 เดือน	8. จัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานให้ผู้อำนวยการสำนักงานคณบดี รับทราบ	รายงานผลการปฏิบัติงานได้ถูกต้อง และทันตามระยะเวลาที่กำหนด	นักวิชาการโสตทัศนศึกษา
				

หมายเหตุ

เวลามาตรฐานของการทำข่าวประชาสัมพันธ์ ใช้เวลา 15 ชั่วโมง

9. ปัญหาอุปสรรค / แนวทางแก้ไขและพัฒนางาน

ปัญหาอุปสรรค	แนวทางแก้ไข
1. เรื่องระยะเวลาในการแจ้งข่าวหรือกิจกรรม กระทั่งกัน ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้ทันที หรืออาจต้องยุติกิจกรรมอื่นๆก่อน	ขอความร่วมมือในการแจ้งข่าวหรือกิจกรรมให้เร็วขึ้น หรือควรเผื่อเวลาอย่างน้อย 1 วัน
2. การให้ข้อมูลข่าวหรือกิจกรรมไม่ครบถ้วน จนบางครั้งไม่สามารถเขียนข่าวได้ หรืออาจต้องตามข่าวนั้นๆด้วยตนเอง	ขอความร่วมมือในการให้รายละเอียดกิจกรรมต่างๆ เช่น ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร หรือแนบบันทึกข้อความโครงการ

10. ระบบติดตามประเมินผล ตรวจสอบการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของคณะเศรษฐศาสตร์

10.1 ผ่าน Website <https://econ.swu.ac.th/>

10.2 ผ่าน Facebook : PR ECON SWU <https://www.facebook.com/preconswu>

10.3 ผ่าน Line Official @ECONSWU

11. เอกสารอ้างอิง

กิดานันท์ มลิทอง, **เทคโนโลยีและการสื่อสารเพื่อการศึกษา**, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อรุณการพิมพ์ , 2548), หน้า 45.

ปรมะ สตะเมหิน, **หลักนิเทศศาสตร์**, (กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532)

รองศาสตราจารย์ กิติมา สุรสนธิ, **ความรู้ทางด้านการสื่อสาร**, พิมพ์ครั้งที่ 4, (กรุงเทพมหานคร : จามจุรีโปรดักท์, 2548), หน้า 39.

เสรี วงษ์มณฑา, **สื่อประชาสัมพันธ์ = Public relations media**, (กรุงเทพมหานคร: Diamond in Business World, 2546).

Amatai Etzioni, **Modern Organizations Englewood Cliffs**, (N...: Prentice–Hall, 1964), page 32.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M., **Effective public relations**, (9th ed.), Upper Saddle River, NJ: Prentice–Hall, 2006.

David K, Berlo. **Process of Communication**, (New York : Holt, Rinehart and Winton) 1960,p.57.

Grunig, J. E., & Hunt, T., **Managing public relations**, New York: Holt, Rinehart, & Winston, 1984.

Harold D. Lasswell, **"The Structure and Function of Communication. In society"**, The Communication of Ideal Bryson Ed, (New York: Harper and Row publishers), 1948, page 62.

Shannon, C, and Weaver, **The Matemathical Theory of Communication**. (Urbana : University of Illinois Press), 1949, page 53.

ภาคผนวก ก



แบบฟอร์มการขอส่งข่าวเพื่องานประชาสัมพันธ์คณะเศรษฐศาสตร์

<https://forms.gle/AtQLVZ8NEFQy41ts8>

แบบฟอร์มการขอส่งข่าวเพื่องานประชาสัมพันธ์ คณะเศรษฐศาสตร์

chanoknart@g.swu.ac.th [Switch account](#)

Draft restored

The name and photo associated with your Google account will be recorded when you upload files and submit this form. Your email is not part of your response.

* Required

1. ผู้ส่งข่าว *

Choose

2. งานที่มอบหมาย/รายละเอียดข่าว *

Your answer

3. ข่าวประจำเดือน *

Choose

4. ข่าวนี้สำหรับ *

- ☐ บุคลากรคณะเศรษฐศาสตร์
- ☐ นิสิต
- ☐ คณาจารย์
- ☐ บุคคลทั่วไป
- ☐ อื่นๆ

5. สิ่งที่ต้องการเพิ่มเติม *

- ☐ ออกแบบสื่อ (โปสเตอร์)
- ☐ ออกแบบ (Zoom Background)
- ☐ ถ่ายภาพ
- ☐ ดูแลงานโสตทัศนูปกรณ์
- ☐ ลงข่าวประชาสัมพันธ์
- ☐ ทำเกียรติบัตร
- ☐ อื่นๆ

6. สื่อที่ต้องการให้ลงข่าวประชาสัมพันธ์ *

- ☐ Website คณะเศรษฐศาสตร์
- ☐ Facebook fanpage : PR ECON SWU
- ☐ Line line official @ECONSWU
- ☐ Website มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ☐ Facebook fanpage มหาวิทยาลัย : PRSWU
- ☐ อื่นๆ

7. กำหนดวันลงข่าว/กำหนดจัดงาน

Date

8. แจ้งข้อมูลเพิ่มเติม

9. เอกสารแนบ

ภาคผนวก ข

ทฤษฎีด้านประชาสัมพันธ์

การศึกษาศาสตร์ทางด้านการประชาสัมพันธ์ผู้ที่ศึกษาควรมีความรู้ความเข้าใจในแบบจำลองและทฤษฎีพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการปฏิบัติงานต่อไป

1. แบบจำลองการประชาสัมพันธ์ (models of public relations) แบบจำลองของการประชาสัมพันธ์แสดงให้เห็นถึงคุณค่า เป้าหมาย และพฤติกรรมการสื่อสารทางการประชาสัมพันธ์เมื่อองค์การนั้นๆ นำเอาการประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติสามารถจำแนกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1.1 แบบจำลองตัวแทนเผยแพร่ การเผยแพร่ (press agency/publicity) เป็นแบบจำลองที่อธิบายถึงการประชาสัมพันธ์เชิงโฆษณาชวนเชื่อ (propagandistic public relations) ซึ่งใช้วิธีการแสวงหาความสนใจจากสื่อมวลชนในทุกวิถีทางเท่าที่จะทำได้ จัดอยู่ในลักษณะแบบจำลองการสื่อสารทางเดียว

1.2 แบบจำลองประชนาเทศ (public information) เป็นลักษณะการประชาสัมพันธ์ที่มุ่งเน้นการเผยแพร่กระจายข่าวทั่วไปที่ถูกต้องขององค์กร แต่ไม่สมัครใจที่จะให้ข่าวเชิงลบขององค์กร แบบจำลองนี้จัดเป็นแบบจำลองการสื่อสารทางเดียวเช่นกัน โดยผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์มุ่งให้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรไปสู่ประชาชนแต่ไม่แสวงหาข่าวสารจากประชาชนโดยผ่านทางกรวิจัยหรือวิธีการประเมินแบบไม่เป็นทางการ

1.3 แบบจำลองการสื่อสารสองทางที่ไม่สมดุล เป็นแบบจำลองที่อธิบายการปฏิบัติงานที่มีการใช้การวิจัยและการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง แต่เป็นการสื่อสารแบบสองทางที่สามารถชักจูงใจประชาชนได้โดยใช้การวิจัยที่ให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนสนับสนุนโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมขององค์กรจึงเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่ไม่มีดุลยภาพ

1.4 แบบจำลองการสื่อสารสองทางที่มีดุลยภาพ เป็นแบบจำลองที่ให้ประโยชน์แก่ประชาชนและองค์กร โดยองค์กรมุ่งใช้การประชาสัมพันธ์แบบการต่อรอง การเจรจาและการใช้ยุทธวิธีแก้ปัญหาคัดแย้งเพื่อนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงความคิด ทศนคติ และพฤติกรรม ทั้งขององค์กรและประชาชนปัจจุบันองค์กรต่างๆ ใช้การประชาสัมพันธ์ในลักษณะ 4 แบบจำลองดังกล่าวข้างต้นร่วมกัน โดยแบบจำลองที่ 1 เป็นแบบที่นิยมมากที่สุดในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ส่วนแบบที่ 2 เป็นแบบที่นิยมสำหรับองค์กรภาครัฐ และแบบที่ 3 เป็นที่นิยมสำหรับบริษัทต่างๆ อย่างไรก็ตามองค์กรต่างๆ จำนวนมากเริ่มใช้แบบที่ 4 ร่วมกับแบบที่ 3 ด้วยกัน

ทฤษฎีทางสังคมวิทยากับการประชาสัมพันธ์

จุดเน้นของศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ที่ความสัมพันธ์ขององค์กรกับกลุ่มประชาชนไม่ว่าจะเป็นกลุ่มประชาชนภายในหรือภายนอกองค์กรหรือทั้งสองกลุ่ม นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ได้อาศัยทฤษฎีทางด้านการประชาสัมพันธ์เท่าที่มีอยู่ทางการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ขององค์กรกับประชาชนพร้อมทั้งพยายามคิดค้นทฤษฎีใหม่ ๆ ขึ้นมาสำหรับนักวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ใช้มากกว่าหนึ่งแนวความคิดในการอธิบายความสัมพันธ์ในองค์กร ในขณะเดียวกันนักวิชาการประชาสัมพันธ์หลายท่าน

อาทิ Cutlip และ Center ได้ตั้งข้อสังเกตว่างานวิจัยในสาขาการประชาสัมพันธ์อาจใช้มากกว่าสิบสำนักวิจัย บางก็มาจากสำนักวิจัยทางสังคมวิทยา บางก็มาจากการวิจัยของนักจิตวิทยาสังคม บางก็มีพื้นฐานมาจากจิตวิทยาเศรษฐศาสตร์และรัฐศาสตร์

ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interactionism)

Symbolic Interactionism มีกรอบความคิดว่า ความเป็นจริงทางสังคม (social reality) คือสิ่งที่คนเราคิดว่ามันเป็นเช่นนั้น ซึ่งก็หมายความว่า ความหมาย (meaning) ของปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถูกกำหนดโดยความหมายที่ผู้ทำปฏิสัมพันธ์ยึดถือ จุดเด่นของแนวคิด Symbolic Interactionism คือ การยอมรับกันว่า คนเราใช้สัญลักษณ์ symbol ในการมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและความหมายของสัญลักษณ์เหล่านี้สามารถต่อรองกันได้ โดยแนวคิด Symbolic Interactionism แสดงให้เห็นว่า ปรากฏการณ์ทางสังคมอยู่ในภาวะของการต่อรองอย่างต่อเนื่องของบุคคลอย่างน้อย 2 คนที่ต่างมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน นอกจากนี้มุมมองของ Symbolic Interactionism ยังเห็นว่า องค์การ คือ สิ่งที่มีมนุษย์เชื่อว่าเป็นอยู่ มีอยู่ องค์การจึงเป็นผลผลิตของการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งมุมมองนี้เป็นมุมมองของนักจิตวิทยาสังคม ตัวอย่างนักคิดของทฤษฎีนี้ได้แก่ George Herbert Mead, Charles Horton Cooley, W.I. Thomas

นักจิตวิทยาสังคมมีสมมติฐานที่ว่า สิ่งที่ย่ำสำหรับการที่เราจะเข้าใจคนกลุ่มใหญ่ได้นั้นเราควรศึกษาบุคคลแต่ละคนก่อน ศึกษาว่าบุคคลแต่ละคนมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างไรในการสร้างบุคลิกภาพของกลุ่มหรือโครงสร้างสังคมอื่นๆ ซึ่งนั่นก็คือ องค์การนั่นเอง ดังนั้นแนวคิดแบบ Symbolic Interactionism จึงเป็นประโยชน์อย่างยิ่งที่ช่วยให้ผู้ศึกษาเข้าใจมิติต่างๆ เกี่ยวกับองค์การอย่างถ่องแท้ ซึ่งหมายรวมถึงกระบวนการต่างๆ ภายในองค์การด้วย ตัวอย่างที่สอดคล้องกับแนวคิดนี้ดังจะเห็นได้จากองค์การที่ให้ความสำคัญทางด้าน การประชาสัมพันธ์จะทุ่มเทงบประมาณ เวลา และทรัพยากรบุคคลอย่างมากเพื่อพัฒนาเอกลักษณ์ขององค์การ ผ่านการสร้างสัญลักษณ์หรือข้อความคำขวัญขององค์การเพื่อผลทางการตลาด สินค้า บริการและภาพลักษณ์ที่ดี

ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory)

แก่นของทฤษฎีนี้มองว่าโครงสร้างสังคมเป็นผลมาจากการแลกเปลี่ยนทางสังคมระหว่างบุคคลในสังคม ในขณะที่บุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การกำลังดำเนินการแลกเปลี่ยนกันนั้นต่างก็จะแสวงหาความสมดุลของสัดส่วนระหว่างสิ่งที่นำเข้า (input) และผลผลิตที่ได้ออกมา (output) โดยผู้เสนอแนวความคิดนี้ได้แก่ Peter M. Blau, George C. Homans, Richard M. Emerson, Emerson, Turner, Wilson

ทฤษฎีว่าด้วยการชักจูงใจ การโน้มน้าวใจ

ทฤษฎีที่ว่าด้วยการชักจูงใจ การโน้มน้าวใจ (Theory of persuasion) เป็นทฤษฎีหนึ่งในกลุ่มทฤษฎีโครงสร้างในสมอง ทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่าการที่จะชักจูงใจบุคคลใดบุคคลหนึ่งนั้นเหมือนกันการกระตุ้น

บุคคลนั้น เพื่อให้เกิดการตอบสนองในสิ่งที่เราต้องการให้เป็น และในกระบวนการสื่อสารจะมีช่องว่างหรือตัวกลางระหว่างกระบวนการกระตุ้นและการตอบสนองซึ่งเรียกว่าพื้นเพเดิมของบุคคล ซึ่งถือว่าเป็นตัวกลางที่สำคัญมากในการสื่อสาร ดังนั้นในการจูงใจบุคคลหรือจะสื่อสารสิ่งใดนั้น เราจะต้องศึกษาถึงพื้นเพเดิมของบุคคลคนนั้นก่อน นั่นคือศึกษาถึงองค์ประกอบต่างๆ ของบุคคลๆ นั้น เช่น ทักษะคติ ค่านิยม ความเชื่อ ระดับการศึกษา ความแน่นแฟ้นของครอบครัว เป็นต้น ทฤษฎีนี้จะแบ่งคนออกเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

5.1 กลุ่มเชื่อ (Believer) เป็นกลุ่มที่ง่ายที่สุดในการจะทำการประชาสัมพันธ์ชักจูงให้ปฏิบัติตามที่ผู้ทำการประชาสัมพันธ์ต้องการ เพราะเป็นกลุ่มที่ได้รับทัศนคติความรู้ ประสบการณ์ ข้อมูลต่างๆ เป็นแนวทางเดียวกันกับผู้ทำการประชาสัมพันธ์ จึงเชื่อและเห็นด้วยในสิ่งที่ผู้ทำการประชาสัมพันธ์ได้ประชาสัมพันธ์ออกไป

5.2 กลุ่มสงสัย (Skeptic) เป็นกลุ่มที่ได้รับข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับสิ่งที่จะสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ทั้งในด้านบวกและด้านลบ คนกลุ่มนี้จึงเกิดความสงสัยในเรื่องนั้น เช่น ในการสร้างเขื่อน จะมีข้อมูลว่ามีทั้งประโยชน์และโทษคือ เชื่อใช้ผลดีกระแสไฟฟ้าถือว่าเป็นผลดี แต่เขื่อนจะทำลายสภาพแวดล้อมด้วยหรือไม่ ข้อสงสัยดังกล่าวจะทำให้คนกลุ่มนี้ตัดสินใจไม่ได้ว่าระหว่างประโยชน์และโทษนั้นสิ่งใดมีมากกว่ากัน เขาจึงยังไม่ตกลงใจเชื่อว่าการสร้างเขื่อนเป็นสิ่งที่ดี ดังนั้น ในการทำการประชาสัมพันธ์กับคนกลุ่มนี้จึงต้องเริ่มพูดเรื่องที่กลุ่มเป้าหมายนี้สงสัยให้เขาหายสงสัยก่อน

5.3 กลุ่มเฉื่อย (Apathetic) เป็นกลุ่มที่ไม่สนใจ ไม่ได้ตอบหรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่ประชาสัมพันธ์เนื่องจากรู้สึกว่าเป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันตนเอง เช่น รู้สึกว่าการจะสร้างเขื่อนหรือไม่สร้างเขื่อนนั้นไม่เกี่ยวข้องกับตนเองเพราะเขื่อนสร้างที่ต่างจังหวัดแต่ตนเองอยู่กรุงเทพฯ ตนเองไม่ได้รับผลประโยชน์หรือผลเสียอะไรจากการสร้างเขื่อนนั้น ดังนั้นหลักในการทำการประชาสัมพันธ์กับคนกลุ่มเฉื่อยนี้จึงต้องพยายามดึงเรื่องให้ใกล้ตัว

5.4 กลุ่มปฏิกษ์ (Hostile) กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ยากที่สุดในการทำการประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นกลุ่มไม่เห็นด้วยสิ่งที่เราต้องการจะสื่อสารและพยายามต่อต้าน ในการทำการประชาสัมพันธ์กับคนกลุ่มนี้จึงต้องทำให้เขาเกิดความปั่นป่วนในแง่ของความคิดหรือเกิดความไม่สมดุลเสียก่อนโดยอาจจะให้คนที่เขานับถือเป็นผู้ชักจูง นั่นคือให้เขาเปลี่ยนจากกลุ่มปฏิกษ์มาเป็นกลุ่มสงสัยก่อนและในช่วงที่เขาเกิดความปั่นป่วนทางความคิด สมองของมนุษย์ก็จะเริ่มเปิดรับข้อมูลต่างๆ เราจึงเริ่มให้การประชาสัมพันธ์ในช่วงนี้ โดยให้ข้อมูลที่ดี เป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์นั้น จนเขากลายเป็นกลุ่มเชื่อ

จะเห็นว่า บุคคลทั้ง 4 กลุ่มจะเป็นกลุ่มที่ทำการประชาสัมพันธ์จากยากที่สุดถึงง่ายที่สุด ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีวิธีการทำการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกันไปเพื่อให้เปลี่ยนลักษณะมาเป็นกลุ่มที่ทำการประชาสัมพันธ์ได้ง่ายขึ้น กลุ่มปฏิกษ์ กลุ่มเฉื่อย และกลุ่มสงสัย จะต้องมีการเปลี่ยนลักษณะมาจนกระทั่งกลายเป็นกลุ่มเชื่อก่อนจึงจะถึงขั้นบอกวิธีการปฏิบัติ และในการเปลี่ยนลักษณะความคิดของทั้ง 3 กลุ่มไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนลักษณะตามลำดับชั้น

ในการประชาสัมพันธ์ทุกครั้งผู้ทำการประชาสัมพันธ์ควรจะเลือกกลุ่มที่ทำการประชาสัมพันธ์

ได้ง่ายที่สุดก่อน คือ จากกลุ่มเชื่อก่อน เพราะเป็นกลุ่มที่ชักจูงได้ง่ายที่สุด เพื่อมาเป็นแนวร่วมและออกมาแสดงความเคลื่อนไหว

แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร

สื่อหรือช่องทางในการถ่ายทอดและวิธีการในการติดต่อเพื่อเป็นแนวทางอย่างได้ผลดีที่สุด สิ่งสำคัญที่สุดอย่างหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร คือ การที่จะสื่อความหมายอย่างไรเพื่อให้ผู้รับสารนั้นเข้าใจได้อย่างถูกต้องว่าผู้ส่งหมายความว่าอะไรในข่าวสารนั้น มีนักวิชาการหลายท่านได้นำเสนอทฤษฎีการสื่อสารที่นำมาใช้เป็นหลักในการศึกษาถึงวิธีการส่งผ่านข้อมูลสารสนเทศการใช้สื่อและช่องทางการสื่อสาร ทฤษฎีการสื่อสารเหล่านี้ได้นำมาใช้ในขอบข่ายของเทคโนโลยีการศึกษาตั้งแต่ทศวรรษ 980 เป็นต้นมา เพื่อเอื้อประโยชน์สำหรับใช้เป็นแนวทางในสื่อสาร รวมถึงการเลือกใช้สื่อเพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการเรียนรู้ได้อย่างดี

แนวคิดทางด้านการสื่อสาร (Theories about communication)

การสื่อสารมีบทบาทในการพัฒนาระบบสังคมและวัฒนธรรม (socio – culture systems) พัฒนาประเทศและโลก ซึ่งระบบสังคมและวัฒนธรรมของคนในแต่ละชาติเป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในประเทศนั้นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติด้วยหลักวิธีการนำเสนอเนื้อหาจากผู้ส่งไปยังผู้รับ เป็นกลไกทางสังคมที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตมนุษย์มาตั้งแต่ครั้งอดีตจนถึงปัจจุบัน คือ นอกจากการพัฒนาทางด้านด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคมแล้ว มนุษย์มีความต้องการพัฒนาในด้าน การสื่อสารเพื่อให้เกิดความสะดวกในคุณประโยชน์การสื่อสารไม่แพ้กัน โดยมีการพัฒนาควบคู่กันไปเพื่อที่จะเอื้ออำนวยในด้านข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกนี้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วขึ้น มีความสัมพันธ์กับความต้องการที่สอดคล้องกันในการพัฒนาการช่อระบบทางสังคม ด้วยเหตุนี้เองทฤษฎีการสื่อสารจึงมีบทบาทในการพัฒนาระบบสังคมและวัฒนธรรม (socic – culture systems) พัฒนาประเทศและโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติย่อมมีความแตกต่างกัน การติดต่อสื่อสารของบุคคลต่างชาติต่างภาษา จะต้องมีการศึกษาถึงกฎข้อบังคับทางศาสนาของแต่ละศาสนา หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 มหาวิทยาลัยในสหรัฐได้พัฒนาการศึกษานิเทศศาสตร์ที่เน้นสอนการปฏิบัติงานทางวิชาชีพ (professional practice) ไปสู่ การศึกษาวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีแนวปรัชญาวิทยาศาสตร์โดยแรงผลักดันส่วนหนึ่งจากอิทธิพลทางปัญญา (intellectual in(luence) ของนักวิชาการที่อพยพมาจากยุโรป อาทิ ลูอินและลาซาร์สเฟลด์ ทฤษฎีของการสื่อสารจึงเริ่มก่อตั้งขึ้น

โดยค่อยๆ แยกจากทฤษฎีทางสังคมวิทยา จิตวิทยาและภาษา กลายมาเป็นศาสตร์ใหม่ในตัวของมันเองที่เรียกว่า การสื่อสารมวลชน (mass communication study) มุ่งวิจัยผลของสื่อมวลชนที่มีต่อการเมือง สังคมและวัฒนธรรม เราเรียกทฤษฎีแนวปรัชญาวิทยาศาสตร์ในระยะเริ่มแรกนี้ว่า ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน

(Mass Communication Theory) ซึ่งจะได้เห็นได้จากผลงานของวิลเบอร์ ชรามม์ เมลวิน เดอเฟอร์ และ เดนิส แมคเคเวล แต่กลุ่มทฤษฎีระบบ (Systems Theories) ของวีเนอร์ แชนนอน และ วีเวอร์ (Wiener-Sannon-Weaver) และในเชิงการสื่อสารของมนุษย์ (Human Communication) ของเบอร์โล (Berlo) รวมทั้งในเชิงการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) ของไฮเดอร์ นิวคอมบ์ เฟสติเกอร์และออสกู๊ด (Heider-Newcomb-Festiger-Osgood) ส่งผลให้การศึกษาด้านสื่อสารมวลชนขยายตัวออกไปครอบคลุมอาณาบริเวณของการสื่อสาร (communication spheres) ที่กว้างขวางขึ้น

วิชาการสื่อสารมวลชนจึงได้ปรับปรุงตนเองและขยายตัวจากความเป็นเพียงนิเทศศิลป์ (communication art) มาเป็นนิเทศศาสตร์ (Communication art and science หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า communication arts) สมบูรณ์ในสองทศวรรษสุดท้ายของศตวรรษที่ 20 ทฤษฎีของการสื่อสารมิได้จำกัดอยู่เฉพาะที่เกี่ยวกับสื่อมวลชนเท่านั้น แต่จะครอบคลุมการสื่อสารทุกประเภทและในทุกบริบท (context) นับตั้งแต่การสื่อสารภายในบุคคล (intrapersonal communication) จนไปถึงการสื่อสารของโลก (global communication) สร้างเป็นองค์ความรู้ที่อธิบายการสื่อสารทั่วไป ในแง่ขององค์ประกอบ โครงสร้าง กระบวนการ บทบาทหน้าที่ จุดประสงค์ (purposes) ประสิทธิภาพ (effectiveness) ประสิทธิภาพ (efficiency) และค่าประสิทธิภาพ (cost-efficiency) ทฤษฎีของการสื่อสารดังกล่าว อาจจำแนกแยกย่อยออกเป็นทฤษฎีต่างๆ ในการสื่อสาร (theories in communication) เมื่อองค์ความรู้เข้าไปเกี่ยวข้องกับการสื่อสารประเภทใดประเภทหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น ทฤษฎีต่างๆ ในการสื่อสารระหว่างบุคคล หรือในการสื่อสารมวลชน เป็นต้น

การสื่อสารจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ ในการเอื้ออำนวยหลักปัจจัยพื้นฐาน 4 อย่าง อันได้แก่ อาหาร น้ำ เครื่องดื่มและที่อยู่อาศัย แม้การสื่อสารมิได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความต้องการพื้นฐานทางกายโดยตรง แต่เป็นตัวสื่อกลางที่มีความจำเป็นในกระบวนการของวิถีชีวิตและสังคมที่ขาดไม่ได้ ยิ่งสังคมมีความซับซ้อนมากขึ้นเพียงไร มีองค์ประกอบยิ่งมากเท่าไร การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญและต้องการมากขึ้นเท่านั้น สังคมที่มีความหนาแน่นและมีความหลากหลายอย่างมากมาในปัจจุบัน ซึ่งมีการแข่งขันกันมากในเรื่องข้อมูลข่าวสาร ภายใต้ข้อจำกัดในด้านเวลาอย่างเช่นในปัจจุบัน เพื่อแก้ปัญหาต่างๆ ดังกล่าว ระบบการสื่อสารที่ดีจึงมีความจำเป็นมากขึ้น โดยสามารถจำแนกถึงความจำเป็นของการสื่อสารออกเป็น 6 ประการด้วยกัน คือ

1. ความสำคัญต่อตนในชีวิตประจำวัน
2. ความสำคัญต่องานในสังคมสภาพแวดล้อมและผลกระทบต่างๆ
3. ความสำคัญต่องานด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม
4. ความสำคัญต่องานการเมืองการปกครอง
5. ความสำคัญต่อความมั่นคงของชาติและระหว่างประเทศ
6. งานความสำคัญต่อการสืบทอดศาสนาวัฒนธรรมและการอนุรักษ์

ทฤษฎีการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) คือกระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) เป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหว และเป็นการกระทำอย่างต่อเนื่องในการส่งและรับสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารโดยผ่านสื่อต่างๆ (Channels) อย่างมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน

องค์ประกอบของการสื่อสาร

องค์ประกอบของการสื่อสารตามหลักการทฤษฎีการสื่อสาร สามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วนได้แก่

1. **ผู้ส่งสาร (Source)** คือผู้ที่ทำหน้าที่ส่งข้อมูลสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านช่องทางที่เรียกว่า สื่อ ถ้าหากเป็นการสื่อสารทางเดียวผู้ส่งจะทำหน้าที่ส่งเพียงประการเดียวแต่ถ้าเป็นการสื่อสาร 2 ทาง ผู้ส่งสารจะเป็นผู้รับในบางครั้งด้วย ผู้ส่งสารจะต้องมีทักษะในการสื่อสาร มีเจตคติต่อตนเอง ต่อเรื่องที่จะส่ง ต้องมีความรู้ในเนื้อหาที่จะส่งและอยู่ในระบบสังคมเดียวกับผู้รับก็จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

2. **ข่าวสาร (Message)** ในกระบวนการติดต่อสื่อสารก็มีความสำคัญข่าวสารที่ดีต้องแปลเป็นรหัสเพื่อสะดวกในการส่งการรับและตีความเนื้อหาสาระของสารและการจัดสารก็จะต้องทำให้การสื่อความหมายง่ายขึ้น

3. **ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channels)** คือ ช่องทางเพื่อใช้ในการรับรู้ในประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา หู จมูก ลิ้น และกายสัมผัส ตลอดจนจุดกลางที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเช่น สิ่งพิมพ์ กราฟิก สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่จะพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ตามเกณฑ์ต่างๆได้แก่เกณฑ์สื่อที่เป็นบุคคล เกณฑ์การมีส่วนร่วมในสื่อของผู้รับสารและเกณฑ์แหล่งกำเนิดสื่อ

4. **ผู้รับสาร (Receiver)** คือผู้ที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพผู้รับสารจะต้องมีประสิทธิภาพในการรับรู้ มีเจตคติที่ดีต่อข้อมูลข่าวสารต่อผู้ส่งสารและต่อตนเองในการเลือกที่จะรับสารอย่างไร เช่น ถ้าผู้รับสารต้องการรับสารตามที่ผู้ส่งสารกระทำอยู่ในขณะนั้นและผู้รับสารสามารถทำความเข้าใจได้ในสารนั้น การสื่อสารก็กระทำสำเร็จโดยง่าย

การสื่อสารจำแนกแบบใช้จำนวนของผู้ทำการสื่อสารเป็นเกณฑ์ สามารถ จำแนกได้เป็น 5 ลักษณะ คือ

1. **การสื่อสารภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Communication)** เป็นการสื่อสารของบุคคลคนเดียว โดยคนเดียวกันทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ตัวอย่าง เช่น การร้องเพลง การพูดกับตัวเอง การฟัง การเขียนจดหมาย

2. **การสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารกลุ่มเล็ก (Interpersonal and Small Group Communication)** คือการสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาทำการสื่อสารลักษณะตัวต่อตัว กล่าว คือ ทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง ในขณะที่อีกคนส่งสาร อีกคนทำหน้าที่รับสาร ดังนั้นการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดได้ทั้ง 2 กรณี ตัวอย่าง เช่น การพูดคุยกันระหว่างคน 2 คน การเขียนจดหมายถึงกันและการโทรศัพท์ถึงกันเป็นต้นและกรณีของกลุ่มย่อยที่มีคน

มากกว่า 2 คนมารวมกันในลักษณะการติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันโดยตรง เช่น การเรียนหนังสือในชั้นเรียน การประชุมกลุ่ม เป็นต้น

3. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication) เป็นการสื่อสารในคนจำนวนมากซึ่งอยู่ในสถานที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น การอภิปรายในที่ประชุม การหาเสียงในการเลือกตั้งและการปราศรัยในวาระต่างๆ เป็นต้น

4. การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างสมาชิกองค์กรต่างๆ หรือของหน่วยงาน ประกอบด้วยผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารระหว่างผู้ร่วมงานระดับเดียวกันทุกระดับ ทุกหน่วยงาน โดยมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันภายใต้สภาพแวดล้อมบรรยากาศขององค์กรที่สามารถเปลี่ยนไปตามกาลเทศะและตัวบุคคลตลอดจนสาระเรื่องราวและวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

5. การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นการสื่อสารข้อมูลอย่างเดียวกัน จากองค์กรหรือสถาบันสื่อสารมวลชนไปยังคนจำนวนมากที่อยู่ในที่ต่างกันและผู้รับสารจะมีคุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน เป็นการส่งข่าวสารให้กับคนจำนวนมากที่มีความแตกต่างกัน อยู่ในถิ่นต่าง ๆ กันได้อย่างทั่วถึงในเวลาอันรวดเร็วมีประสิทธิภาพและมีสมรรถภาพ สื่อประเภทนี้ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น

การสื่อสารของมนุษย์ สามารถแบ่งได้โดยใช้เกณฑ์ 5 ประการ คือ

1. การจำแนกประเภทโดยใช้จำนวนผู้ทำการสื่อสาร
 - ก. การสื่อสารภายในบุคคล
 - ข. การสื่อสารระหว่างบุคคล
 - ค. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ Large Group Com
 - ง. การสื่อสารในองค์การ
 - จ. การสื่อสารมวลชน Mass Com
2. การจำแนกประเภทโดยใช้ภาษา
 - ก. การสื่อสารเชิงวจนะภาษา (Verbal Communication)
 - ข. การสื่อสารเชิงอวัจนภาษา (Nonverbal Communication)
3. การจำแนกประเภทโดยใช้การเห็นหน้า
 - ก. การสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน
 - ข. การสื่อสารแบบไม่เห็นหน้ากัน
4. การจำแนกประเภทโดยใช้ความแตกต่างระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร
 - ก. การสื่อสารระหว่างเชื้อชาติ
 - ข. การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
 - ค. การสื่อสารระหว่างประเทศ

5. การจำแนกประเภทโดยใช้ลักษณะทางวิชาการ

- ก. ระบบข่าวสาร
- ข. การสื่อสารระหว่างบุคคล
- ค. การสื่อสารมวลชน
- ง. การสื่อสารในองค์การ
- จ. การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
- ฉ. การสื่อสารการเมือง
- ช. การสื่อสารการสอน
- ซ. การสื่อสารสาธารณสุข

ทฤษฎีต่างๆ ของการสื่อสาร

การสื่อสารแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะด้วยกัน คือ แบบที่มีการไหลของสารทางเดียว (One way Communication) และแบบที่มีการไหลของสารในลักษณะสองทาง (TwoWays Communication) ซึ่งให้ความสำคัญกับปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) คำอธิบายแบบง่ายๆ ในรูปแบบของการเขียนความจริงหรือข้อเท็จจริงที่ต้องการอธิบายสิ่งต่างๆ ในการกำหนดทฤษฎีด้วยกระบวนการสื่อสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน จึงมีผู้ที่คิดค้นแบบจำลองแต่ละแนวคิดแตกต่างกันตามความสนใจของแต่ละคน ทฤษฎีต่างๆ ได้แก่

1. ทฤษฎี SMCR ของ เบอร์โล ได้พัฒนาทฤษฎีที่ผู้ส่งจะส่งสาร การแปลความหมายผู้รับ และการโต้ตอบกับสารนั้น ทฤษฎี SMCR ประกอบด้วย ผู้ส่ง (source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการเข้ารหัส (Encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่งและควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วยกระบวนการสื่อสารของ เดวิด เคเบอร์โล (Davic K. Berlo) ที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาในครั้งนี้สามารถอธิบายส่วนประกอบของกระบวนการสื่อสารได้ดังรายละเอียด คือ

1.1 การส่งสารเริ่มตั้งแต่ผู้ส่งสาร คือบุคคลที่ต้องการส่งสารไปยังผู้อื่น โดยในการส่งสารนั้นผู้ส่งสารทำการแปลสารให้อยู่ให้อยู่ในลักษณะที่มนุษย์ร่วมกันสร้างขึ้นและเกิดความเข้าใจร่วมกัน เช่น ภาษาและอากัปกิริยาต่างๆ ดังนั้นในกระบวนการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารจึงถือได้ว่าเป็นผู้มีส่วนสำคัญที่ทำให้กระบวนการสื่อสารนั้นเกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้ ผู้ส่งสารจึงมีหน้าที่และบทบาทสำคัญได้แก่

ก. ผู้ส่ง (source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการเข้ารหัส (encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับ เพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่งและควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย ผู้ส่งสารนั้นสามารถแบ่งออกได้หลายประเภทตามหลักเกณฑ์ที่ในการแบ่ง เช่น การแบ่งโดยใช้หลักเกณฑ์ของการสื่อสาร คือผู้ส่งสารในการสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ส่งสารในการสื่อสารแบบสื่อมวลชน

และการแบ่งประเภทการสื่อสารโดยใช้หลักเกณฑ์ตามหน้าที่ในการสื่อสาร เช่น ผู้ส่งสารที่มีหน้าที่ในการให้ความรู้ ผู้ส่งสารมีหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารหรือมีหน้าที่ในการให้ความบันเทิง เป็นต้น

ข. ข้อมูลข่าวสาร (message) เกี่ยวข้องด้านเนื้อหาสัญลักษณ์และวิธีการส่งข่าวสาร ซึ่งข่าวสารประกอบไปด้วยเรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกต่างๆ โดยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ สารเกิดจากความคิดต่างๆ ของผู้ส่งสารและมีความต้องการที่จะส่งหรือแสดงความคิดออกไปสู่ผู้รับสาร การส่งสารจึงเป็นการที่ผู้ส่งสารแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายๆ อย่างเพื่อแทนความคิดต่างๆ ด้วยคำพูด การเขียนการวาดและการแสดงอาการใดๆ ความสำคัญของสาร คือการทำหน้าที่เป็นสิ่งเร้าให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนองของสารนั้น

ค. ช่องทางในการส่ง (channel) หมายถึง การที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือการได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น เป็นสื่อหรือตัวกลางที่นำพาข่าวสารไปยังผู้รับโดยทั่วไปสารที่ถ่ายทอดไปยังผู้รับ มีทั้งแบบที่อยู่ต่อหน้าและการสื่อสารไปยังกลุ่มคนที่อยู่ห่างไกลกันหรือเป็นกลุ่มใหญ่ จึงมีความจำเป็นต้องมีการใช้สื่อที่จะนำพาข่าวสารไปยังผู้รับที่เหมาะสมต่อผู้รับแต่โดยสำคัญแล้ว การแบ่งประเภทของช่องทางของสารหรือสื่อในกระบวนการสื่อสารมีความสำคัญน้อยกว่าการพยายามเสนอให้ได้ทราบถึงยังผู้รับสารให้มีข้อมูลที่ได้รับครบมากที่สุด เพราะการแบ่งสื่อไม่ขึ้นอยู่กับการใช้หลักเกณฑ์อะไร บางสื่อใช้เพียงอย่างเดียว บางครั้งอาจใช้หลายๆ สื่อก็ได้

ง. ผู้รับ (receiver) คือ องค์ประกอบสำคัญในกระบวนการสื่อสาร เพราะการสื่อสารใดๆ ก็ตาม อาจไม่ประสบความสำเร็จ หรืออาจจะสำเร็จไม่เต็มถ้าหากผู้รับสารไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ในบทบาทของตนที่มีต่อการติดต่อสื่อสารนั้น บทบาทหน้าที่ของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมีอยู่ 2 ประการ คือการรับรู้ความหมายตามเรื่องราวของผู้ส่งสารผ่านสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งมาถึงตนและการแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อผู้ส่งสารหรือข่าวสารนั้น การแบ่งจำแนกประเภทของผู้รับสารก็เช่นกัน สามารถแบ่งได้หลายรูปแบบด้วยเช่นกัน เช่นการแบ่งตามลักษณะการสื่อสารเช่น กลุ่มระหว่างผู้รับสารระหว่างบุคคล ผู้รับสารแบบการสื่อสารกลุ่ม หรือผู้รับสารที่เป็นระบบสื่อสารมวลชน เป็นต้น

1.2 ปัจจัยที่สำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและรับ จะทำการสื่อสารความหมายนั้นได้ผลสำเร็จหรือไม่เพียงใด ตามลักษณะของทฤษฎี SMCR นี้ ประกอบด้วย

ก. ทักษะในการสื่อสาร (communication skills) หมายถึง ทักษะซึ่งทั้งผู้ส่งและผู้รับควรจะต้องมีความชำนาญในการส่งและการรับการเพื่อให้เกิดความเข้าใจกันได้อย่างถูกต้อง เช่น ผู้ส่งต้องมีความสามารถในการเข้ารหัสสาร มีการพูดโดยใช้ภาษาพูดที่ถูกต้อง ใช้คำพูดที่ชัดเจนฟังง่าย มีการแสดงสีหน้าหรือท่าทางที่เข้ากับการพูด ท่วงทำนองลีลาในการพูดเป็นจังหวะน่าฟัง หรือการเขียนด้วยถ้อยคำสำนวนที่ถูกต้องสละสลวยน่าอ่าน เหล่านี้เป็นต้น ส่วนผู้รับต้องมีความสามารถในการถอดรหัสและมีทักษะที่ให้เหมือนกันกับผู้ส่งโดยมีทักษะการฟังที่ดีฟังภาษาที่ผู้ส่งพูดมารู้เรื่อง หรือสามารถอ่านข้อความที่ส่งมานั้นได้

ข. ทักษะ (attitudes) เป็นทัศนคติของผู้ส่งและผู้รับซึ่งมีผลต่อการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งและผู้รับ มีทัศนคติที่ดีต่อกันจะทำให้การสื่อสารได้ผลดี ทั้งนี้เพราะทัศนคติย่อมเกี่ยวข้องไปถึงการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับด้วย เช่น ถ้าผู้ฟังมีความนิยมชมชอบในตัวผู้พูดก็มักจะมีความเห็นคล้อยตามไปได้ง่าย แต่ในทางตรงข้าม ถ้าผู้ฟังมีทัศนคติไม่ดีต่อผู้พูดก็จะฟังแล้วไม่เห็นชอบด้วยและมีความเห็นขัดแย้งในสิ่งที่พูดมานั้น หรือถ้าทั้งสองฝ่ายมีทัศนคติไม่ดีต่อกันท่วงทำนองหรือหน้าเสียงในการพูดก็อาจจะห้วนห้าวไม่น่าฟัง แต่ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อกันแล้วมักจะพูดกันด้วยความไพเราะอ่อนหวานน่าฟัง เหล่านี้เป็นต้น

ค. ระดับความรู้ (knowledge levels) ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีระดับความรู้เท่าเทียมกันก็จะทำให้การสื่อสารนั้นลุล่วงไปด้วยดี แต่ถ้าหากความรู้ของผู้ส่งและผู้รับมีระดับที่แตกต่างกันย่อมจะต้องมีการปรับปรุงความยากง่ายของข้อมูลที่จะส่ง ความยากง่ายของภาษาและถ้อยคำสำนวนที่ใช้ เช่น ไม่ใช่คำศัพท์ทางวิชาการ ภาษาต่างประเทศ หรือถ้อยคำยาวๆ สำนวนสลับซับซ้อน ทั้งนี้เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อความเข้าใจ ตัวอย่างเช่น การที่หมอรัรักษาค้นใช้แล้วพูดแต่คำศัพท์การแพทย์เกี่ยวกับโรคต่างๆ ย่อมทำให้คนไข้ไม่เข้าใจว่าตนเองเป็นโรคอะไรแน่หรือพัฒนาการจากส่วนกลางออกไปพัฒนาหมู่บ้านต่างๆ ในชนบท เพื่อให้คำแนะนำทางด้านการเกษตรและเลี้ยงสัตว์แก่ชาวบ้าน ถ้าพูดแต่ศัพท์ทางวิชาการโดยไม่อธิบายด้วยถ้อยคำภาษาง่าย ๆ หรือไม่ใช้ภาษาท้องถิ่นก็จะทำให้ชาวบ้านไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดได้ หรือในกรณีของการใช้ภาษามือของผู้พิการทางสายตา ถ้าผู้รับไม่เคยได้เรียนภาษามือมาก่อนทำให้ไม่เข้าใจและไม่สามารถสื่อสารกันได้เป็นต้น

ง. ระบบสังคมและวัฒนธรรม (socio-culture systems) ระบบสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติเป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในประเทศนั้นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติ สังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติย่อมมีความแตกต่างกัน เช่น การให้ความเคารพต่อผู้อาวุโส หรือวัฒนธรรมการกินอยู่ ดังนั้นในการติดต่อสื่อสารของบุคคลต่างชาติต่างภาษาจะต้องมีการศึกษาถึงกฎข้อบังคับทางศาสนาของแต่ละศาสนาด้วย

2. การสื่อสารของ ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell) ฮาโรล ดิลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell) เป็นนักรัฐศาสตร์ สนใจศึกษาการสื่อสารจากการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) ได้ทำการวิจัยในเรื่องการสื่อสารมวลชนไว้ในปี พ.ศ. 2491 และได้คิดสูตรการสื่อสารที่ถึงพร้อมด้วยกระบวนการสื่อสารที่สอดคล้องกัน โดยในการสื่อสารนั้นจะต้องตอบคำถามต่อไปนี้ให้ได้ คือ สูตรการสื่อสารของลาสเวลล์เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายและเป็นที่นิยมใช้กันทั่วไปโดยสามารถนำมาเขียนเป็นรูปแบบจำลองและเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการสื่อสารในการที่จะจัดให้การเรียนการสอนเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพดังนี้ เราสามารถนำสูตรของ ลาสเวลล์ มาใช้ได้เช่นเดียวกับการสื่อสารธรรมดา คือ

2.1 ใคร (Who) เป็นผู้ส่งหรือทำการสื่อสาร เช่น ในการอ่านข่าวผู้อ่านข่าวเป็นผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้ฟังที่บ้าน ในสถานการณ์ในห้องเรียนธรรมดาก็เช่นเดียวกันย่อมเป็นการพูดระหว่าง

ผู้สอนกับผู้เรียน หรือการที่ผู้เรียนกลายเป็นผู้ส่งโดยการตอบสนองกลับไปยังผู้สอน แต่ถ้าเป็นการสอนโดยใช้ ภาพยนตร์หรือโทรทัศน์ ตัวผู้ส่งก็คือภาพยนตร์หรือโทรทัศน์นั้น

2.2 กล่าวอะไร ด้วยวัตถุประสงค์อะไร (Says what, with what purpose) เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับเนื้อหาข่าวสารที่ส่งไป ผู้ส่งจะส่งเนื้อหาอะไรโดยจะเป็นข่าวสารธรรมดาเพื่อให้ ผู้รับทราบความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่างๆ ในแต่ละวัน หรือเป็นการให้ความรู้โดยที่ผู้สอนจะต้องทราบว่า จะสอนเรื่องอะไร ทำไมจึงจะสอนเรื่องนั้น สอนเพื่อวัตถุประสงค์อะไร และคาดว่าจะได้รับการตอบสนอง จากผู้เรียนอย่างไรบ้าง โดยใช้วิธีการและช่องทางใด (By what means, in what channel) ผู้ส่งทำการส่ง ข่าวสารโดยการพูด การแสดงกริยาท่าทาง ใช้ภาพ หรืออาจจะใช้อุปกรณ์ระบบไฟฟ้า เช่น ไมโครโฟน หรือ เครื่องเล่นวีซีดี เพื่อถ่ายทอดเนื้อหาข่าวสารให้ผู้รับได้โดยสะดวก ถ้าเป็นในการเรียนการสอน ผู้สอนอาจจะ สอนโดยการบรรยายหรือใช้สื่อการสอนต่างๆ เพื่อช่วยในการส่งเนื้อหาบทเรียนไปให้ผู้เรียนรับและเข้าใจได้ อย่างถูกต้อง ทำให้เกิดการเรียนรู้ขึ้น

2.3 ผ่านช่องทาง (In which channel) เป็นการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับช่อง ทางการสื่อสาร โดยดูถึงความสามารถหรือประสิทธิภาพของสื่อแต่ละชนิดประเภทว่า สื่อนั้นมีอิทธิพล อย่างไรต่อผู้รับสาร หรือดูความให้เหมาะสมของสื่อในการสื่อสารว่ามีการใช้สื่อต่างๆอย่างให้เหมาะสม หรือไม่ ซึ่งการศึกษาเรื่องนี้เรียกว่า การวิเคราะห์สื่อที่ใช้ (Media Analysis)

2.4 ส่งไปยังใคร ในสถานการณ์อะไร (To whom, in what situation) ผู้ส่งจะส่งข่าวสารไปยังผู้รับเป็นใครบ้าง เนื่องในโอกาสอะไร เช่น การอ่านข่าวเพื่อให้ผู้ฟังทางบ้านทราบถึง เหตุการณ์ ประจำวัน หรือแสดงการทำกับข้าวให้กลุ่มแม่บ้านชม ผู้ส่งย่อมต้องทราบว่าผู้รับเป็นกลุ่มใดบ้าง เพื่อสามารถเลือกสรรเนื้อหาและวิธีการส่งให้ให้เหมาะสมกับผู้รับ การเรียนการสอนก็เช่นเดียวกัน การสอน ผู้เรียนอายุ 8 ปี กับอายุ 5 ปี ต้องมีวิธีการสอนและการใช้สื่อการสอนต่างกัน ผู้สอนต้องทราบถึงระดับ สติปัญญาความสามารถและภูมิหลังของผู้เรียนแต่ละคนว่ามีการเรียน เช่น มีสื่อการสอนอะไรที่จะนำมาใช้ สอนได้บ้าง สภาพแวดล้อมห้องเรียนที่จะสอนเป็นอย่างไร

2.5 ได้ผลอย่างไรในปัจจุบันและอนาคต (With what effect, immediate and long term) การส่งข่าวสารนั้นเพื่อให้ผู้รับฟังผ่านไปเฉยๆ หรือจดจำด้วยซึ่งต้องอาศัย เทคนิควิธีการที่แตกต่างกันและเช่นเดียวกันกับการเรียนการสอนที่จะได้ผลนั้น ผู้สอนจะต้องตระหนักอยู่ เสมอว่าเมื่อสอนแล้ว ผู้เรียนจะได้รับความรู้เกิดการเรียนรู้มากน้อยเท่าใดและสามารถจดจำความรู้ที่ได้รับนั้น ได้นานเพียงใด โดยที่ผู้เรียนอาจได้รับความรู้เพียงบางส่วน หรือไม่เข้าใจเลยก็ได้ การวัดผลของการถ่ายทอด ความรู้ นั้นอาจทำได้ยากเพราะบางครั้งผู้เรียนอาจจะไม่แสดงการตอบสนองออกมา และบางครั้ง การตอบสนองนั้นก็อาจจะวัดผลไม่ได้เช่นกัน

3. การสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรงของ แชนแนลและรีเวอร์ ได้คิดทฤษฎี
การสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรง การสื่อสารเริ่มด้วยผู้ส่งซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลทำหน้าที่ส่งเนื้อหาข่าวสารเพื่อ ส่งไปยังผู้รับ โดยผ่านทางเครื่องส่งหรือตัวถ่ายทอดในลักษณะของสัญญาณที่ถูกส่งไปในช่องทางต่างๆ กัน

แล้วแต่ลักษณะของการส่งสัญญาณแต่ละประเภท เมื่อทางฝ่ายผู้ได้รับสัญญาณแล้วสัญญาณที่ได้รับจะถูกปรับให้ให้เหมาะสมกับเครื่องรับหรือการรับเพื่อทำการแปลสัญญาณให้เป็นเนื้อหาข่าวสารนั้นอีกครั้งหนึ่งให้ตรงกับที่ผู้ส่งส่งมาก ในขั้นนี้เนื้อหาที่รับจะไปถึงจุดหมายปลายทางคือผู้รับตามที่ต้องการ แต่ในบางครั้งสัญญาณที่ส่งไปอาจถูกรบกวนหรืออาจมีบางสิ่งบางอย่างมาขัดขวางสัญญาณนั้น ทำให้สัญญาณที่ส่งไปกับสัญญาณที่ได้รับมีความแตกต่างกันเป็นเหตุให้เนื้อหาข่าวสารที่ส่งจากแหล่งข้อมูลไปยังจุดหมายปลายทางอาจผิดเพี้ยนไปนับเป็นความล้มเหลวของการสื่อสารเนื่องจากที่ส่งไปกับข้อมูลที่ได้รับไม่ตรงกัน วันจะทำให้เกิดการแปลความหมายผิดหรือความเข้าใจผิดในการสื่อสารกันได้

จากทฤษฎีการสื่อสารนี้พิจารณาได้ว่า แชนนัลและวีเวอร์ สนใจว่าเมื่อมีการสื่อสารกันจะมีอะไรเกิดขึ้นกับข้อมูลข่าวสารที่ส่งไปนั้น ไม่ว่าจะเป็นการส่งโดยผ่านอุปกรณ์ระบบไฟฟ้า หรือการส่งโดยใช้สัญญาณต่างๆ เช่น เมื่อมีการเปิดเพลงออกอากาศทางสถานีวิทยุ เสียงเพลงนั้นจะถูกแปลงเป็นสัญญาณและส่งด้วยการกล้ำสัญญาณ (modulation) จากสถานีวิทยุไปยังเครื่องรับวิทยุ โดยเครื่องรับจะแปลงสัญญาณคลื่นนั้นเป็นเพลงให้ผู้รับได้ยิน ในขณะที่สัญญาณถูกส่งไปจะมีสิ่งต่างๆ, สิ่งรบกวน Noise source เช่น ในการส่งวิทยุระบบ AM สัญญาณจะถูกรบกวนโดยไฟฟ้าในบรรยากาศ หรือในขณะที่ฉายวิดีโอ การรับภาพและเสียงของผู้เรียนถูกรบกวนโดยสิ่งรบกวนหลายอย่าง เช่น แสงที่ตกลงบนจอโทรทัศน์และเสียงพูดคุยจากภายนอก เป็นต้น จึงสรุปได้ว่า สิ่งรบกวน คือ สิ่งที่ทำให้สัญญาณเสียไปภายหลังไปภายหลังที่ถูกส่งจากผู้ส่งและก่อนที่จะถึงผู้รับทำให้สัญญาณที่ส่งไปกับสัญญาณที่ได้รับมีลักษณะแตกต่างกันและอาจกล่าวได้ว่าเป็นอุปสรรคของการสื่อสารเนื่องจากทำให้การสื่อสารไม่ได้ผลเต็มที่ถูกต้องตามที่ควรจะเป็น

4. การสื่อสารเชิงวงกลมของ ออสกู๊ด และ ชแรมม์ (Charles E. Osgood and Wibur L. Schramm) ตามปกติแล้วในการสื่อสารระหว่างบุคคลและแบบกลุ่มบุคคลนั้น ผู้ส่งและผู้รับจะมีการเปลี่ยนบทบาท กันไปมาในลักษณะการสื่อสารสองทาง โดยเมื่อผู้ส่งได้ส่งข้อมูลข่าวสารไปแล้ว ทางฝ่ายผู้รับทำการแปลความหมายข้อมูลที่ได้รับมาและจะเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับกลับเป็นผู้ส่งเดิมเพื่อตอบสนองต่อสิ่งที่รับมา ในขณะเดียวกันผู้ส่งเดิมจะเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้รับเพื่อรับข้อมูลที่ส่งกลับมาและทำการแปลความหมายสิ่งนั้น ถ้ามีข้อมูลที่จะต้องส่งตอบกลับไปก็จะเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้ส่งอีกครั้งหนึ่งเพื่อส่ง ข้อมูลกลับไปยังผู้รับเดิม การสื่อสารในลักษณะที่ ทั้งผู้ส่งและผู้รับจะวนเวียนเปลี่ยนบทบาทกันไปมาในลักษณะเชิงวงกลมด้วยลักษณะดังกล่าวทำให้ ออสกู๊ด(Charles E. Osgood) และ ชแรมม์ (Wibur L. Schramm) ได้สร้างแบบจำลองการสื่อสารเชิงวงกลมขึ้น โดยเน้นถึงไม่เพียงแต่องค์ประกอบของการสื่อสารเท่านั้น แต่รวมถึงพฤติกรรมของทั้งผู้ส่งและผู้รับด้วยโดยที่แบบจำลองการสื่อสารเชิงวงกลมนี้จะมีลักษณะของการสื่อสารสองทางซึ่งตรงกันข้ามอย่างเห็นได้ชัดกับการสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรงของ แชนนัลและวีเวอร์ ข้อแตกต่างอีกประการคือในขณะที่ความสนใจของ แชนนัลและวีเวอร์ อยู่ที่ช่องทางการติดต่อระหว่างผู้ส่งและผู้รับ แต่ ออสกู๊ดและชแรมม์ ได้มุ่งพิจารณาและเฉพาะพฤติกรรมของผู้ส่งและผู้รับซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญในกระบวนการสื่อสาร

ขอบข่ายประสบการณ์ในทฤษฎีการสื่อสารของ ชแรมม์ ได้นำทฤษฎีการสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรงของแชนน์และวีเวอร์ มาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการอธิบายการสื่อสารที่เกิดขึ้นในการเรียนการสอน โดยเน้นถึงวัตถุประสงค์ของการสอน การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้อย่างดีมีประสิทธิภาพเฉพาะในส่วนที่ผู้ส่งและผู้รับทั้งสองฝ่ายต่างมีวัฒนธรรม ประเพณีความเชื่อ ความรู้ฯลฯ ที่สอดคล้องคล้ายคลึงและมีประสบการณ์ร่วมกัน จึงจะทำให้สามารถเข้าใจความหมายที่สื่อกันนั้นได้ ทั้งนี้เพราะผู้ส่งสามารถเข้ารหัสและผู้รับสามารถถอดรหัสเนื้อหาข่าวสารในขอบข่ายประสบการณ์ที่แต่ละคนมีอยู่ เช่น ถ้าไม่เคยเรียนภาษารัสเซียเราคงไม่สามารถพูดหรือแปลความหมายของภาษารัสเซียได้ ดังนั้นเป็นต้น ถ้าส่วนของประสบการณ์ของทั้งผู้ส่งและผู้รับซ้อนกันเป็นวงกว้างมากเท่าใด จะทำให้การสื่อสารนั้นเป็นไปได้โดยสะดวกและง่ายมากยิ่งขึ้น เพราะต่างฝ่ายจะเข้าใจสิ่งที่กล่าวถึงนั้นได้เป็นอย่างดี แต่เมื่อใดที่วงของขอบข่ายประสบการณ์ซ้อนกันน้อยมากหรือไม่ซ้อนกันเลย แสดงว่าทั้งผู้ส่งและผู้รับแทบจะไม่มีประสบการณ์ร่วมกันเลย การสื่อสารนั้นจะทำได้ยากลำบากหรือแทบจะสื่อสารกันไม่ได้อย่างสิ้นเชิง ซึ่งสามารถทราบได้จากผลป้อนกลับที่ผู้ส่งกลับไปยังผู้ส่งนั่นเอง

สรุปแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารได้ว่า เป็นหลักวิธีการนำเสนอเนื้อหาจากผู้ส่งไปยังผู้รับ เป็นกลไกทางสังคมที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตมนุษย์มาตั้งแต่ครั้งอดีตจนถึงปัจจุบัน ที่ทำให้มนุษย์เข้าใจกันระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ในการส่งสารรับสารติดต่อกัน ไม่ว่าจะเป็นทางวาจาหรือการกระทำ การแสดงออกหรือการแฝงความรู้สึกอยู่ข้างในหรือการใช้ท่าทางภาษาคำพูดต่างๆ ใช้เป็นเครื่องมือเชื่อมต่อในการพัฒนาทางด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม มนุษย์มีความต้องการพัฒนาในด้านการสื่อสารเพื่อให้เกิดความสะดวกในคุณประโยชน์การเอื้ออำนวยในด้านข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกนี้อย่างรวดเร็วขึ้น และสัมพันธ์กับความต้องการที่สอดคล้องกันในการพัฒนาการขอระบบทางสังคม

การสื่อสาร (Communication) คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งตามหลักทฤษฎีในข้างต้นที่มีความเกี่ยวข้องในด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์สามารถสรุปได้โดยย่อๆ ได้ว่าเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือบุคคลต่อกัน โดยใช้สัญลักษณ์ สัญญาณ หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน มีการไหลของสารสองแบบ คือ การไหลทางเดียว (One way Communication) และแบบที่มีการไหลของสารในลักษณะสองทาง (Two Ways Communication) ใช้หลัก $S =$ ผู้ส่งสาร $M =$ ตัวข้อมูลข่าวสาร $C =$ ช่องทางในการใช้สื่อสารและ $R =$ ผู้รับหรือแปลข้อมูลข่าวสารที่ส่งมา การวัดผลของการถ่ายทอดความรู้นั้นว่าได้ผลอย่างไรในปัจจุบันและอนาคต การรับส่งสารที่ถูกรบกวนมีสิ่งรบกวนเป็นอุปสรรคของการสื่อสารทำให้การสื่อสารไม่ได้ผลเต็มที่ และความสำคัญของการสื่อความหมาย การรับรู้และการแปลความหมายของสัญลักษณ์ เป็นการสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับการเรียนการสอนที่สอดคล้องคล้ายคลึงและมีประสบการณ์ร่วมกัน เป็นต้น

การสื่อสารในประชาสัมพันธ์ได้ให้ประโยชน์หลายประการทั้งต่อองค์กรและหน่วยงาน เป็นส่วนที่ช่วยส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการดำเนินกิจการองค์กรหรือสถาบันด้วย เป็นการช่วยสร้าง

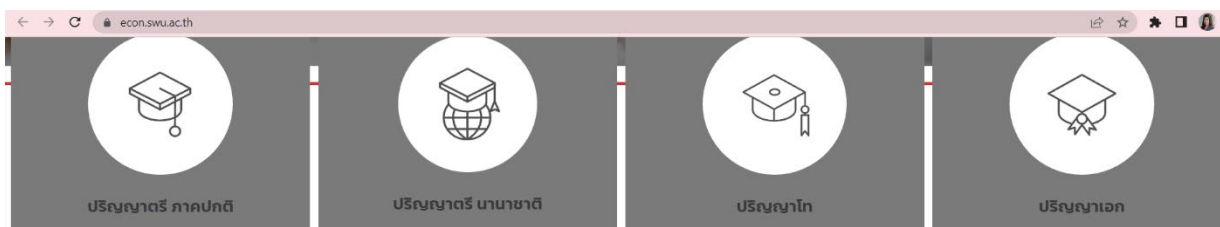
และทำความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างองค์กรและกลุ่มเป้าหมายให้แต่ละฝ่ายได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น ความต้องการ ความสนใจ และทัศนคติต่อเรื่องราวต่างๆ ที่ต้องเกี่ยวข้องโดยการใช้สื่อและเครื่องมือตลอดถึง หลักวิธีการดำเนินการขั้นตอนการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง

ภาคผนวก ค

ขั้นตอนการเผยแพร่ภาพผ่านช่องทางต่างๆ

1. ขั้นตอนการเผยแพร่ภาพผ่าน Website คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

1.1 เปิด Google Chrome พิมพ์ <https://econ.swu.ac.th> และทำการ Login เพื่อเข้าใช้งานระบบ



นิสิตคณะเศรษฐศาสตร์ สำเร็จการศึกษาปี 2563

1	20	23	117	8	3
สำนักวิชาเศรษฐศาสตร์ และนโยบายสาธารณะ	คณะเศรษฐศาสตร์	คณะเศรษฐศาสตร์	คณะเศรษฐศาสตร์	คณะเศรษฐศาสตร์	คณะเศรษฐศาสตร์
สาขาเศรษฐศาสตร์บัณฑิต (ศ.บ.)	สาขาเศรษฐศาสตร์บัณฑิต เกียรติคุณอันดับหนึ่ง (ศ.บ.)	สาขาเศรษฐศาสตร์บัณฑิต เกียรติคุณอันดับสอง (ศ.บ.)	สาขาเศรษฐศาสตร์บัณฑิต (ศ.บ.)	สาขาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (ศ.ม.)	สาขาเศรษฐศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต (ศ.ด.)



1.2 กรอกข้อมูล Username และ Password แล้วคลิก Login



คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ชื่อผู้ใช้หรือที่อยู่อีเมล

รหัสผ่าน

☐ บันทึกการใช้งานของฉัน

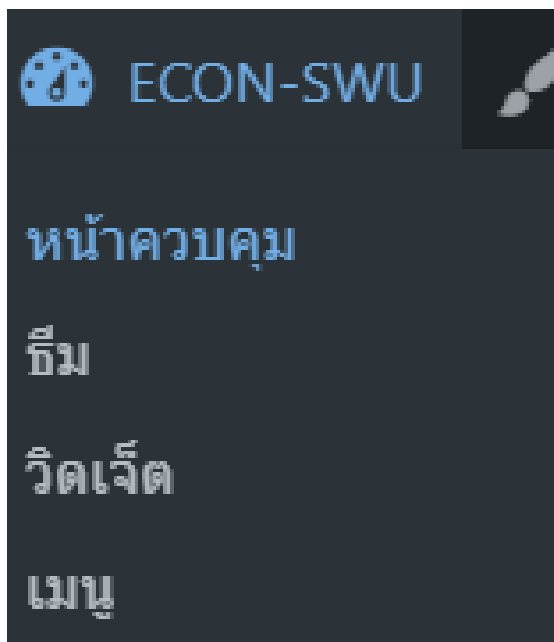
เข้าสู่ระบบ

ลืมรหัสผ่านของคุณ?

← กลับไปที่ ECON-SWU

[หน้าแรก](#)

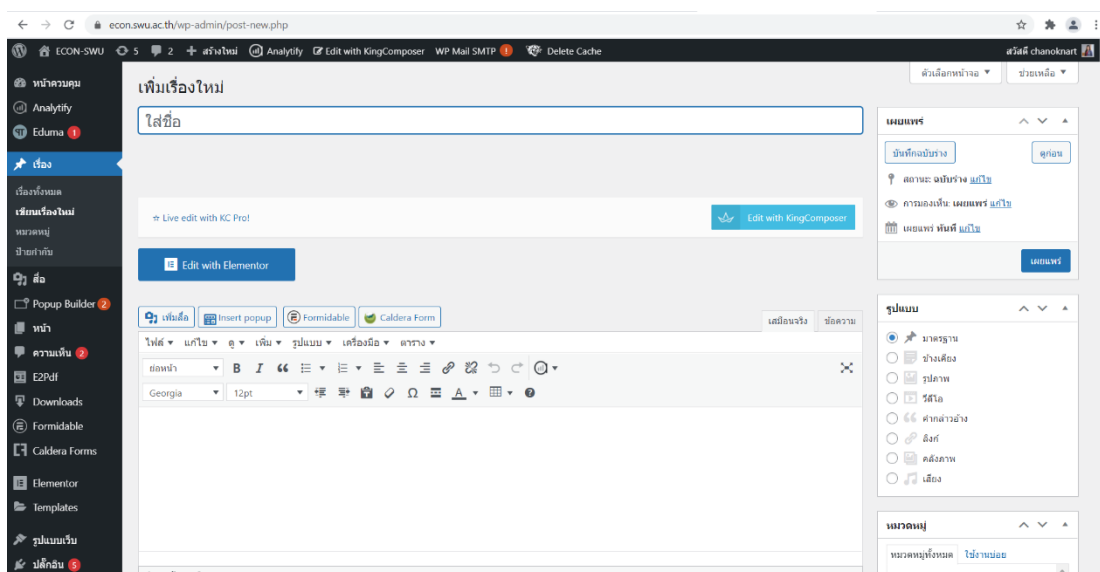
1.3 คลิกที่แถบเมนู “ECON-SWU” จากนั้นเลือก “หน้าควบคุม”



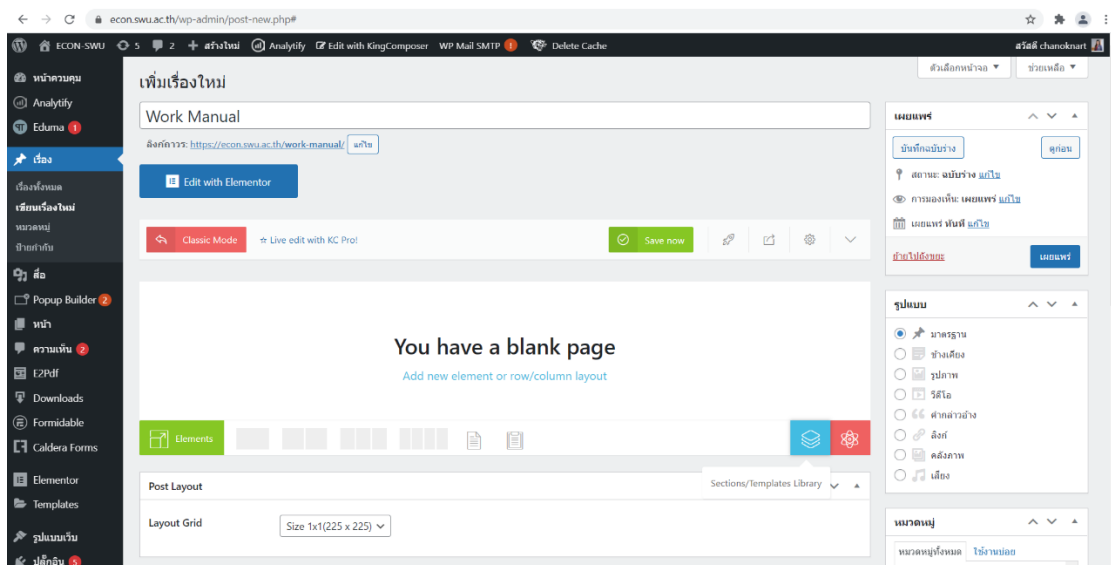
1.4 คลิก “เรื่อง” จากนั้น คลิก “เขียนเรื่องใหม่”

The screenshot shows the WordPress dashboard interface. On the left, the 'เรื่อง' (Posts) menu is expanded, showing 'เขียนเรื่องใหม่' (Write New Post) as the selected option. The main area displays a notification about a PHP update, followed by an 'Elementor Overview' section showing the current version (v2.9.12) and a 'Create New Page' button. Below this is a 'Recently Edited' list with entries for 'หน้าแรก' (Home) and 'Document'. The right sidebar features a 'Quick Draft' form with fields for title and content, and a list of recent drafts including 'ZIPMEX: CRYPTO 101 & TRADING STRATEGIES' and 'Low Fertility and Female Labor Supply in Japan'.

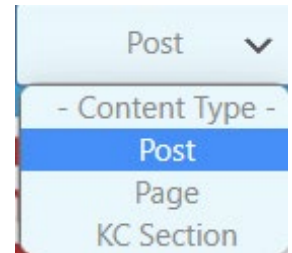
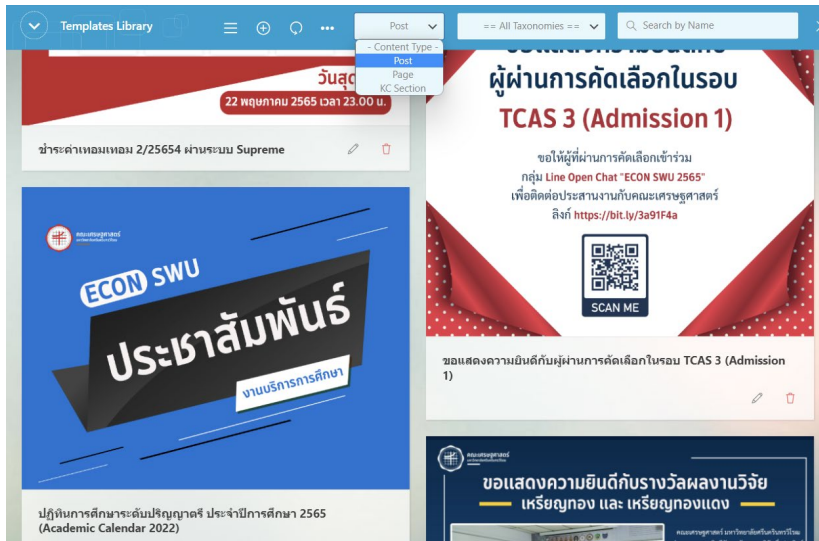
1.5 เพิ่มชื่อเรื่อง ในช่อง “ใส่ชื่อ” จากนั้นคลิกที่ปุ่ม “Edit with KingComposer”



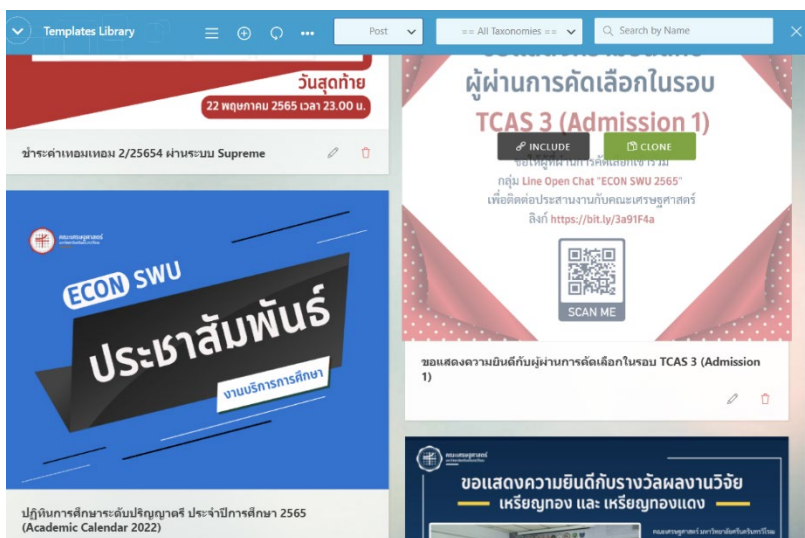
1.6 คลิกที่ปุ่มสีฟ้า “Sections/Templates Library”



1.7 เลือก “Post”

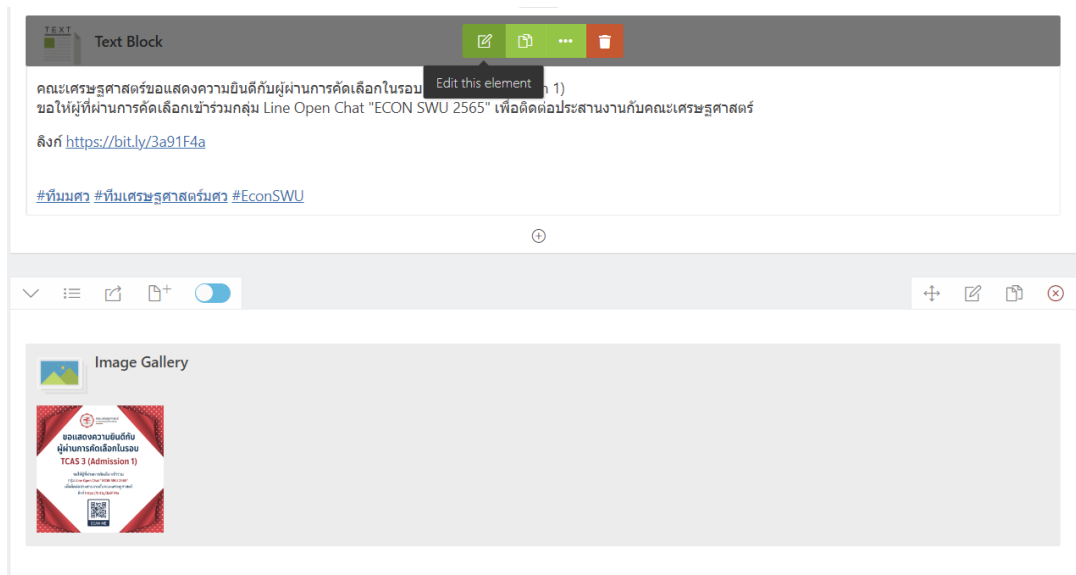


1.8 ทำการ “CLONE” โดยคลิกที่ปุ่มสีเขียว

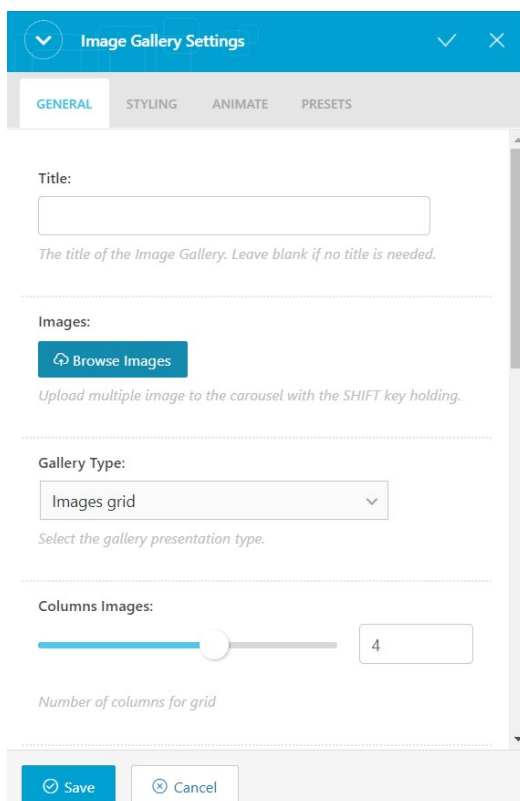


1.9 ใส่เนื้อหาในช่อง “Text Block” และคลิกที่ปุ่มสี่เหลี่ยม “Edit this element” เพื่อทำการใส่

รูปภาพ



1.10 จากนั้นจะขึ้นหน้าต่าง “Image Gallery Settings” ขึ้นมา คลิกที่ปุ่ม “Browse Images”

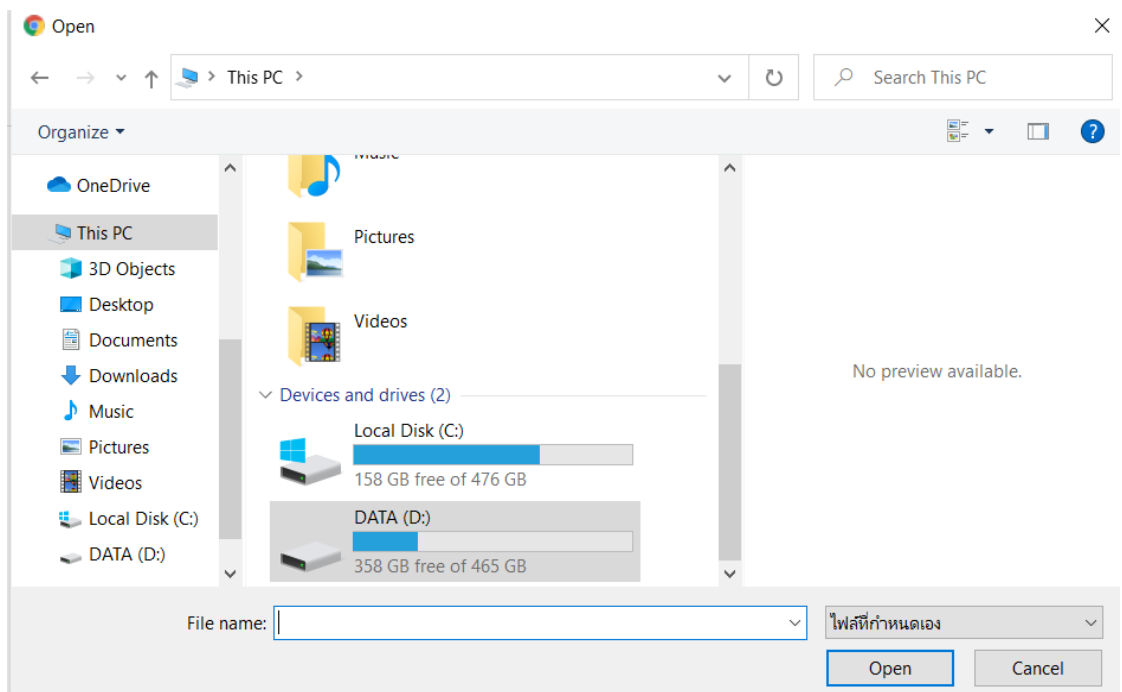


ไฟล์”

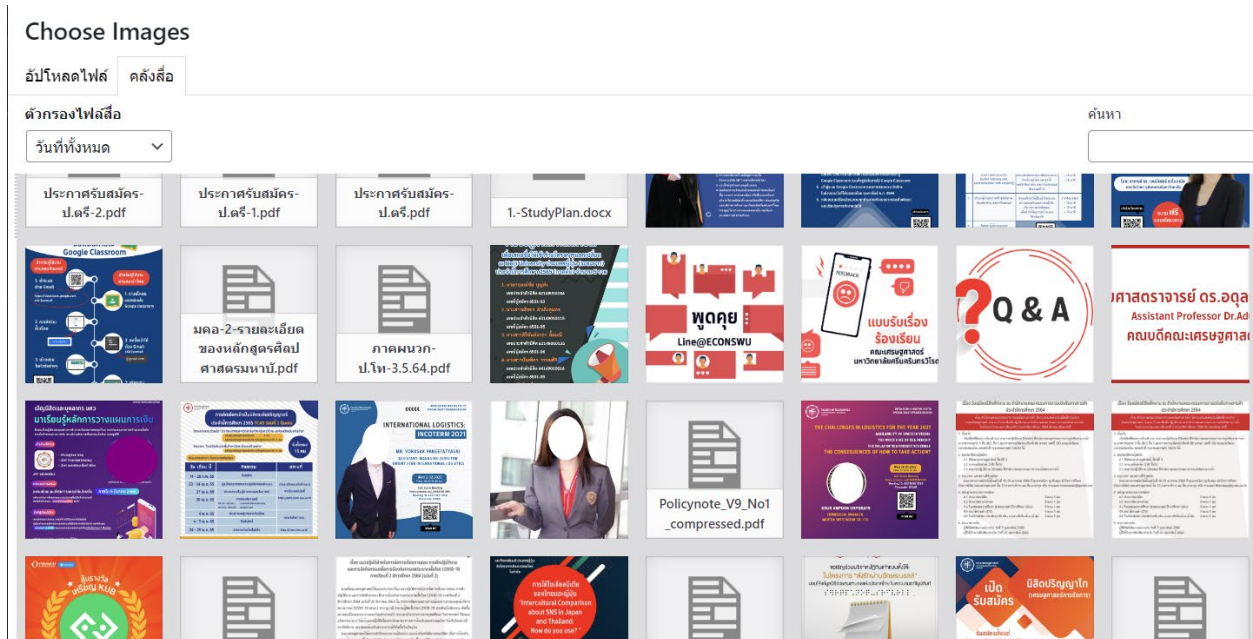
1.11 จะขึ้นหน้าต่าง “Choose Images” คลิกแถบเมนู “Upload files” และคลิกปุ่ม “เลือกหลาย



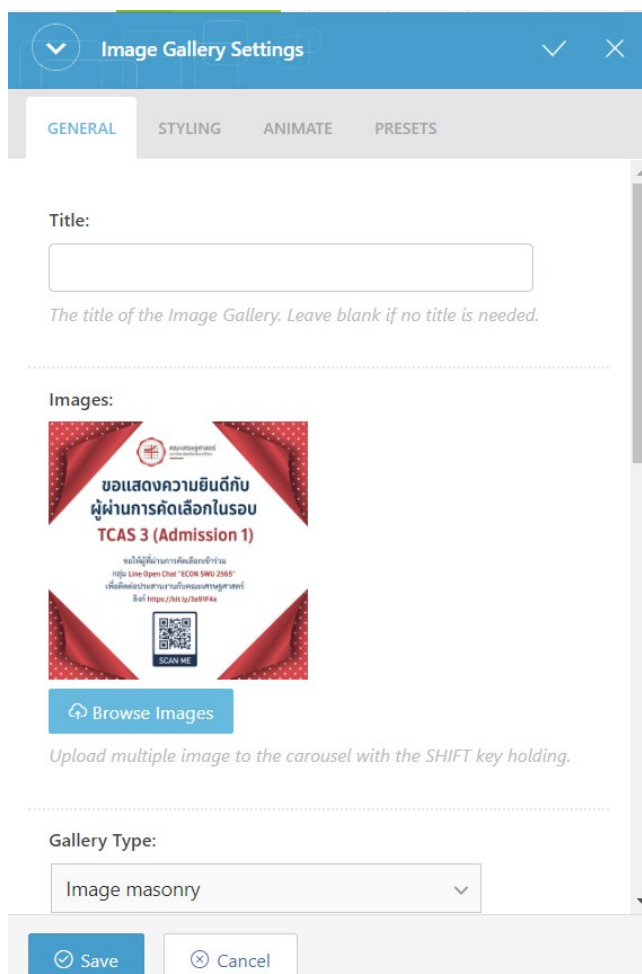
1.12 เปิดและเลือกgrupจากแหล่งเก็บไฟล์



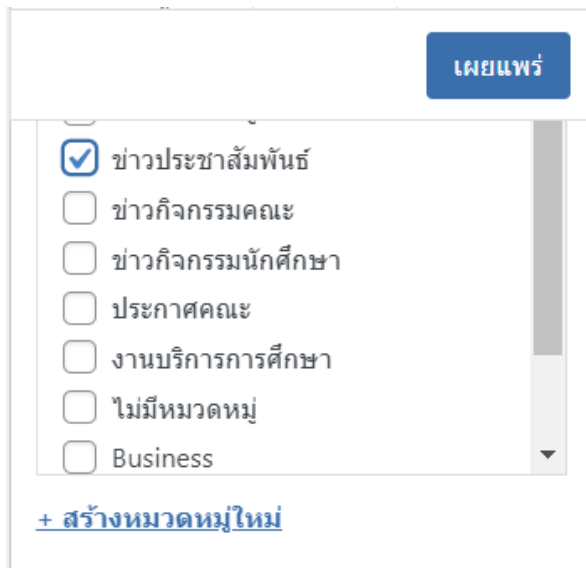
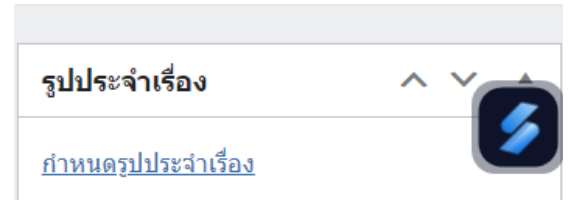
1.13 รูปทั้งหมดจะอยู่ในหน้าต่าง “Choose Images” คลิกที่แถบเมนู “คลังสื่อ” เลือกรูปที่ต้องการ (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 รูป) และคลิกปุ่ม “Choose Images”



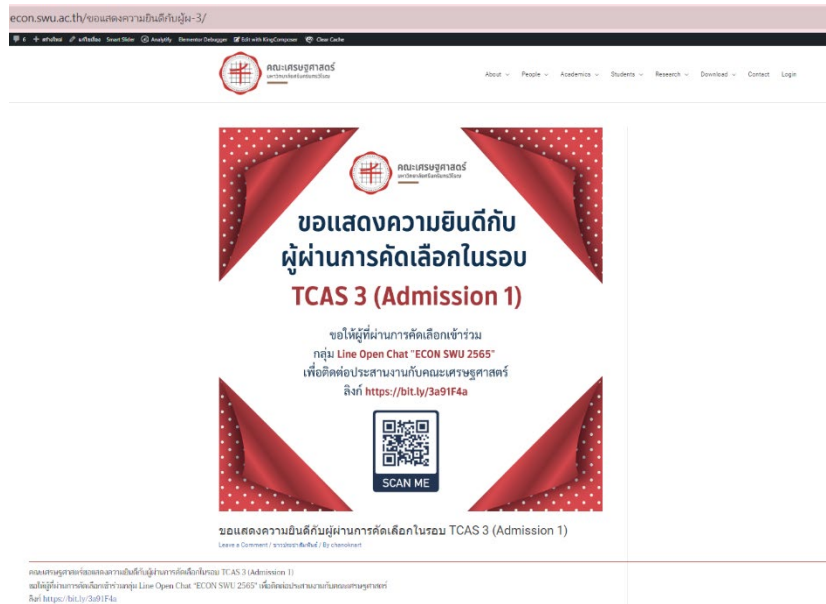
1.14 รูปทั้งหมดจะปรากฏในหน้าต่าง “Image Gallery Settings” จากนั้นคลิกปุ่ม “Save”



1.15 คลิกเครื่องหมายถูกตรง “ชาวประชาสัมพันธ์” และคลิกที่ข้อความ “กำหนดรูปประจำเครื่อง” จากนั้นคลิกปุ่ม “เผยแพร่”

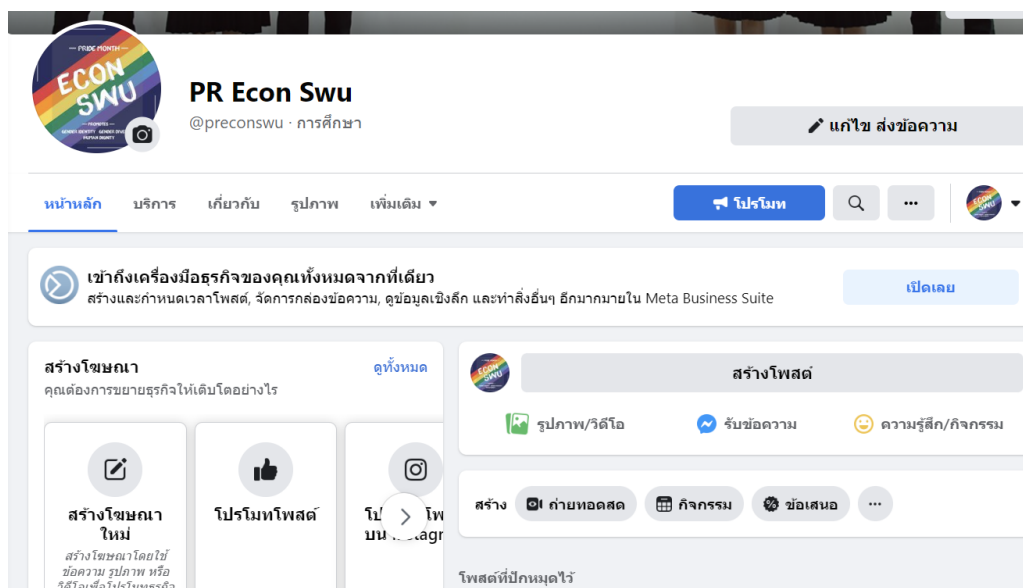
1.16 ชาวก็จะทำการเผยแพร่ในหน้าเว็บไซต์คณะ



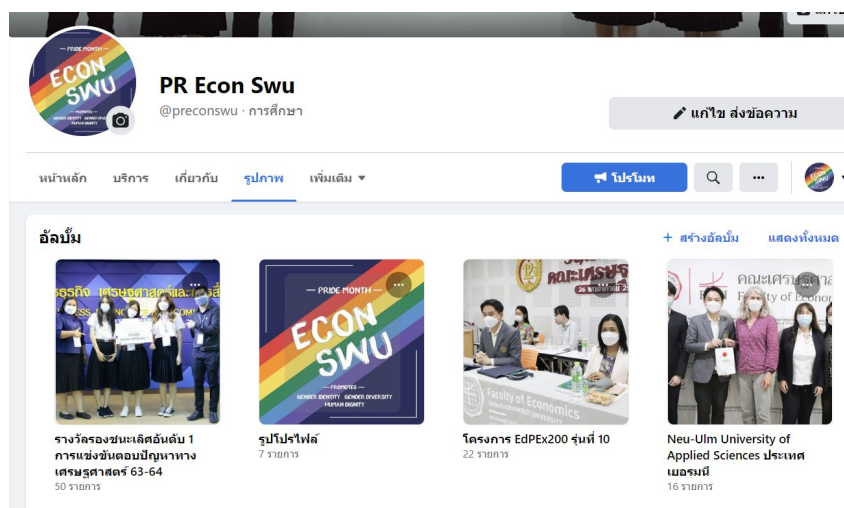
2. ขั้นตอนการเผยแพร่ภาพผ่าน Facebook ข่าวและภาพกิจกรรมคณะเศรษฐศาสตร์

2.1 เข้า Facebook ข่าวและภาพกิจกรรมคณะเศรษฐศาสตร์ PR Econ Swu

<https://web.facebook.com/preconswu/> จากนั้นคลิกที่ปุ่ม “รูปภาพ”



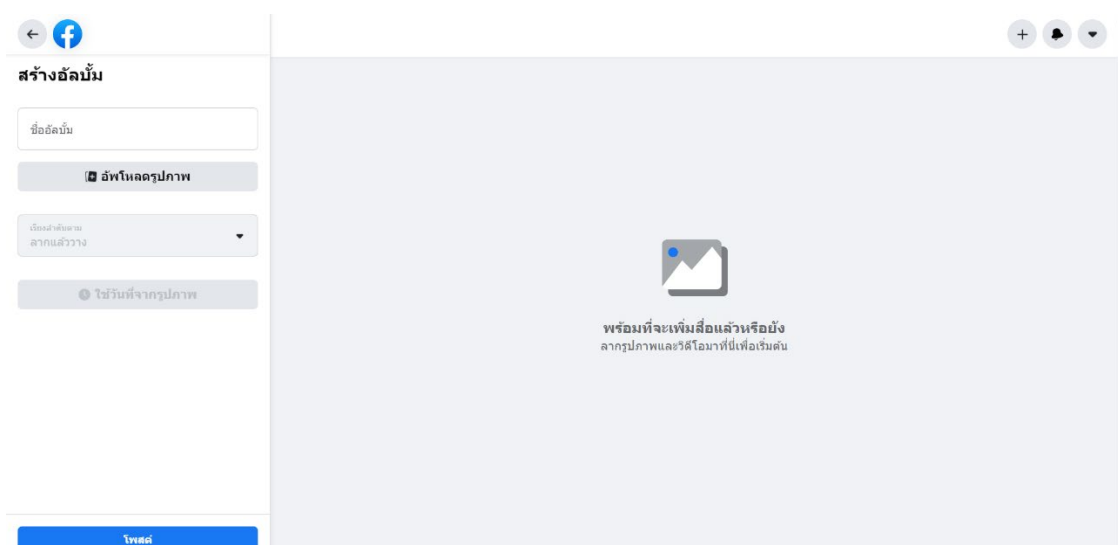
2.2 กดเลือกเมนู “รูปภาพ” และ กด “สร้างอัลบั้ม”



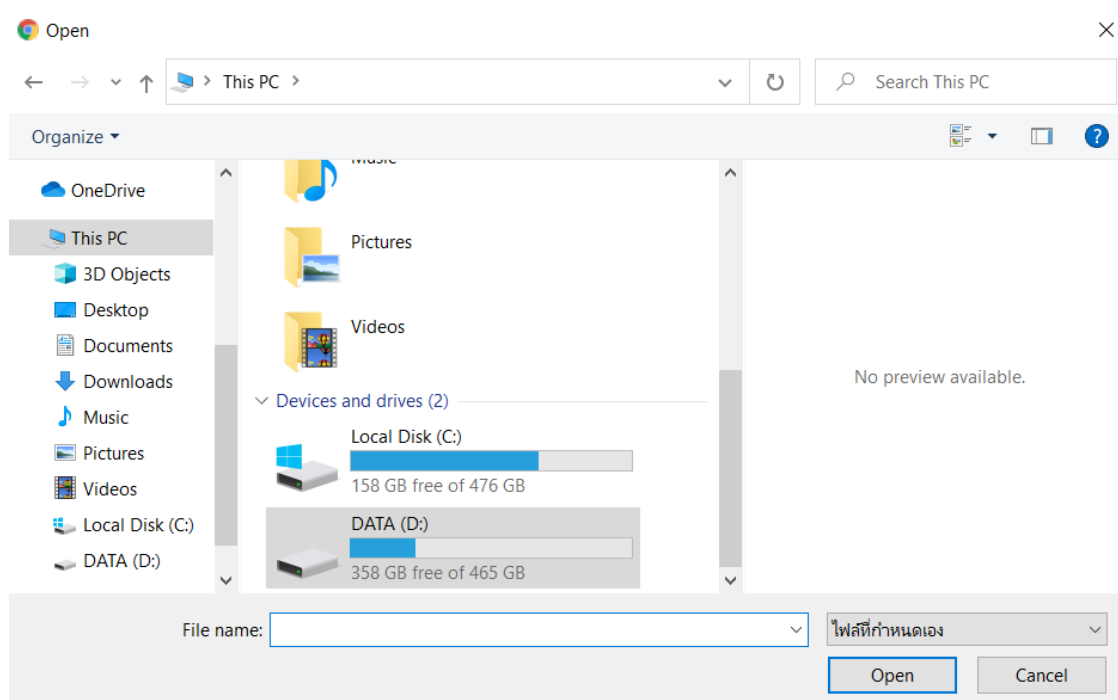
+ สร้างอัลบั้ม

แสดงทั้งหมด

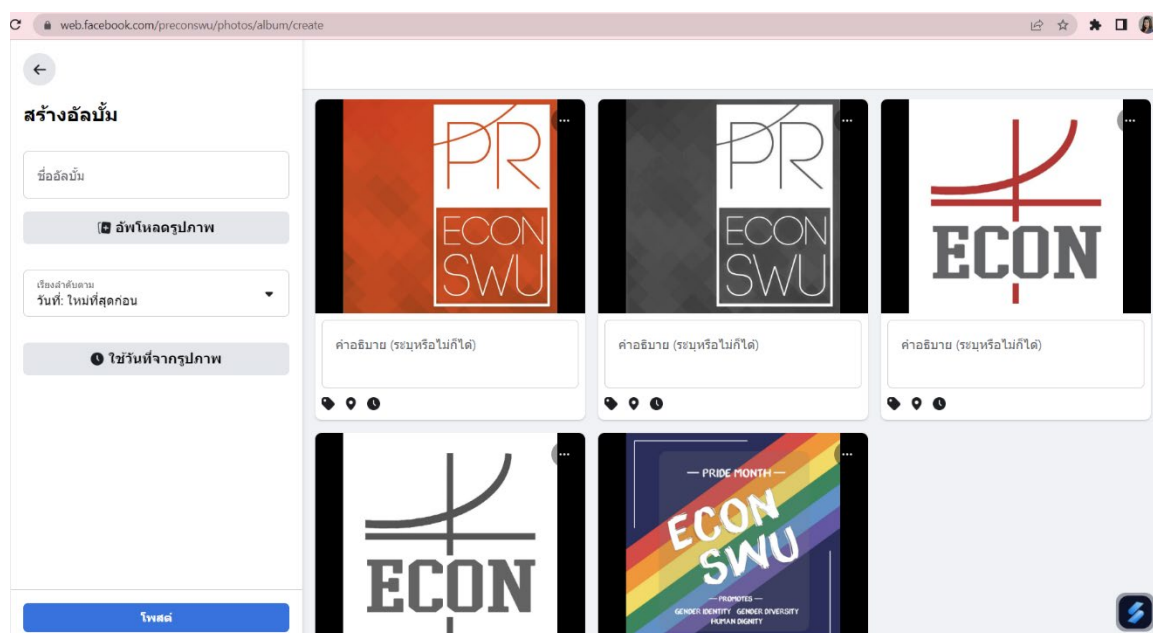
2.3 ใส่อัลบั้มในช่อง “ชื่ออัลบั้ม” จากนั้นคลิกปุ่ม “อัปโหลดรูปภาพ”



2.4 เปิดและเลือกรูปจากแหล่งเก็บไฟล์

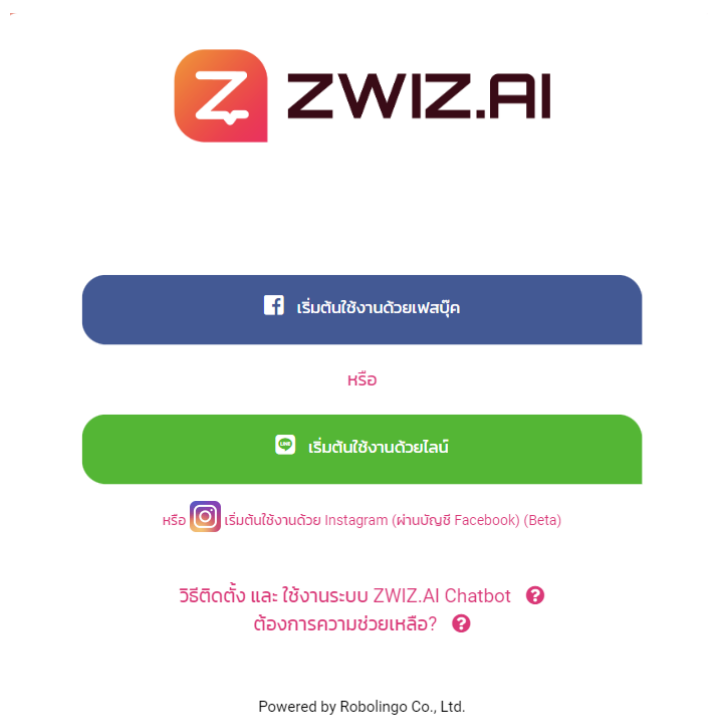


2.5 เมื่อรูปอัฟโหลดแล้ว ให้เขียนคำอธิบายภาพกิจกรรม ใส่รายละเอียดของข่าวแบบสมบูรณ์ จากนั้นจึงคลิกปุ่ม “โพสต์” เสร็จสิ้นกระบวนการ



3. ขั้นตอนการเผยแพร่ภาพผ่าน Line Official @ECONSWU

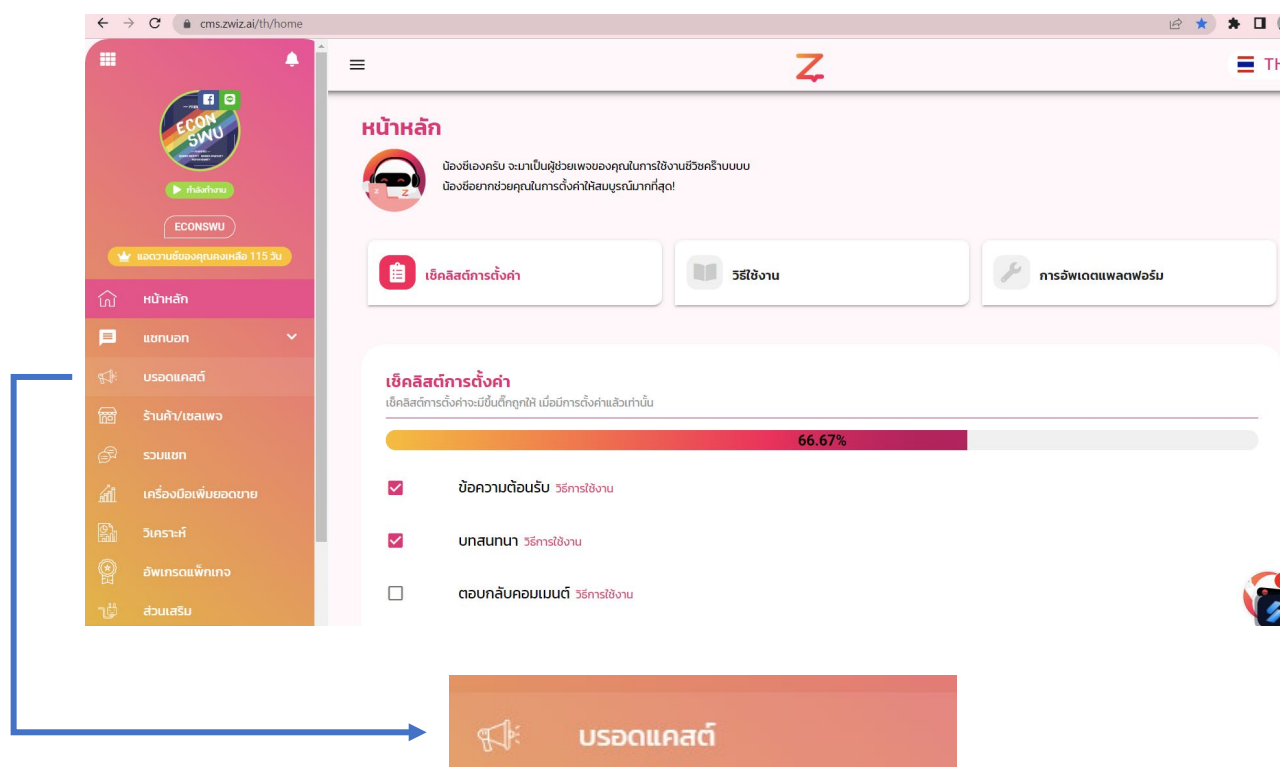
3.1 เข้า <https://cms.zwiz.ai/th> ด้วยเครื่อง PC ในบัญชีของผู้ส่ง



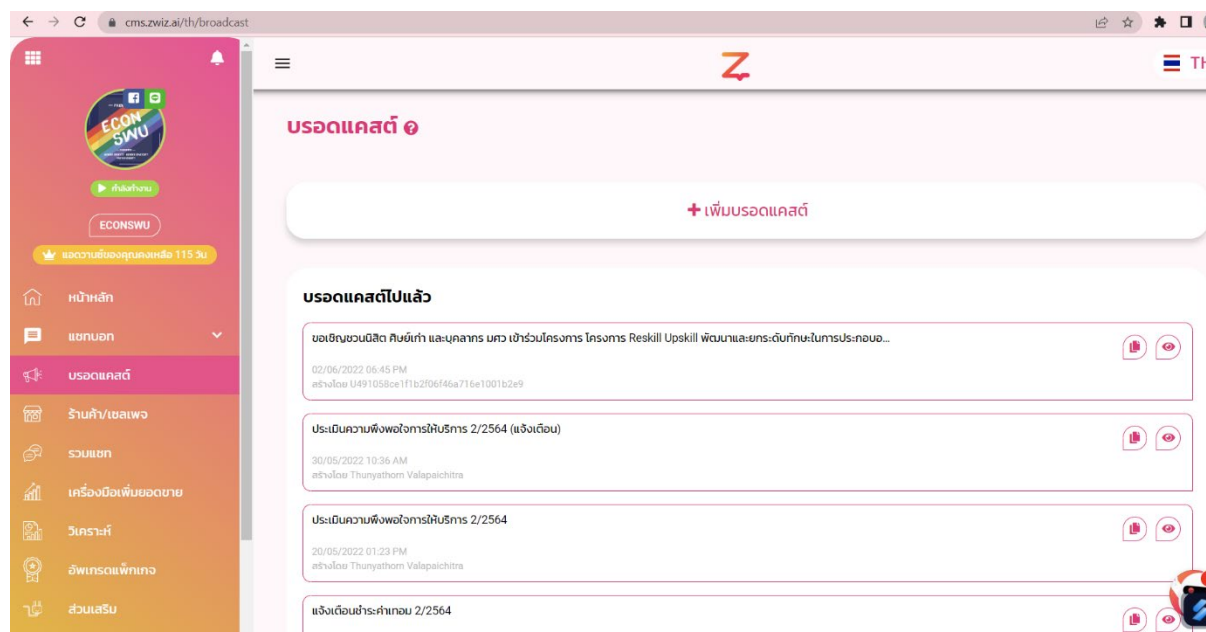
3.2 เลือกบอทในการใช้งาน เป็น “ECONSWU”



3.3 เมื่อเข้าสู่หน้าหลัก ในเลือกเมนู “บรอดแคสต์”



3.4 เมื่อเข้าสู่หน้าหลัก ในเลือกเมนู “บรอดแคสต์”



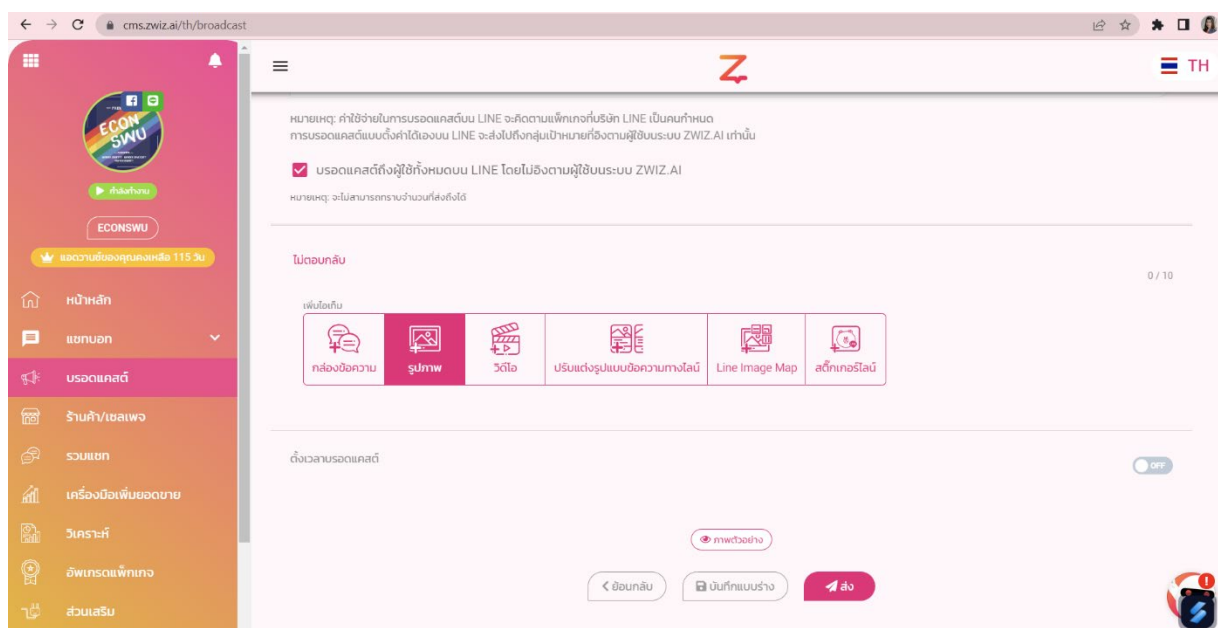
3.5 พิมพ์ “หัวข้อข่าว” ในช่อง “ชื่อ broadcast แคสต์” และเลือกกลุ่มเป้าหมายเป็น “Line”

3.6 จากนั้น กดเลือก “Broadcast ถึงผู้ใช้ทั้งหมดบน Line”

☒ Broadcast ถึงผู้ใช้ทั้งหมดบน LINE โดยไม่ต้องตามผู้ใช้นระบบ ZWIZ.AI

หมายเหตุ: จะไม่สามารถทราบจำนวนที่ส่งถึงได้

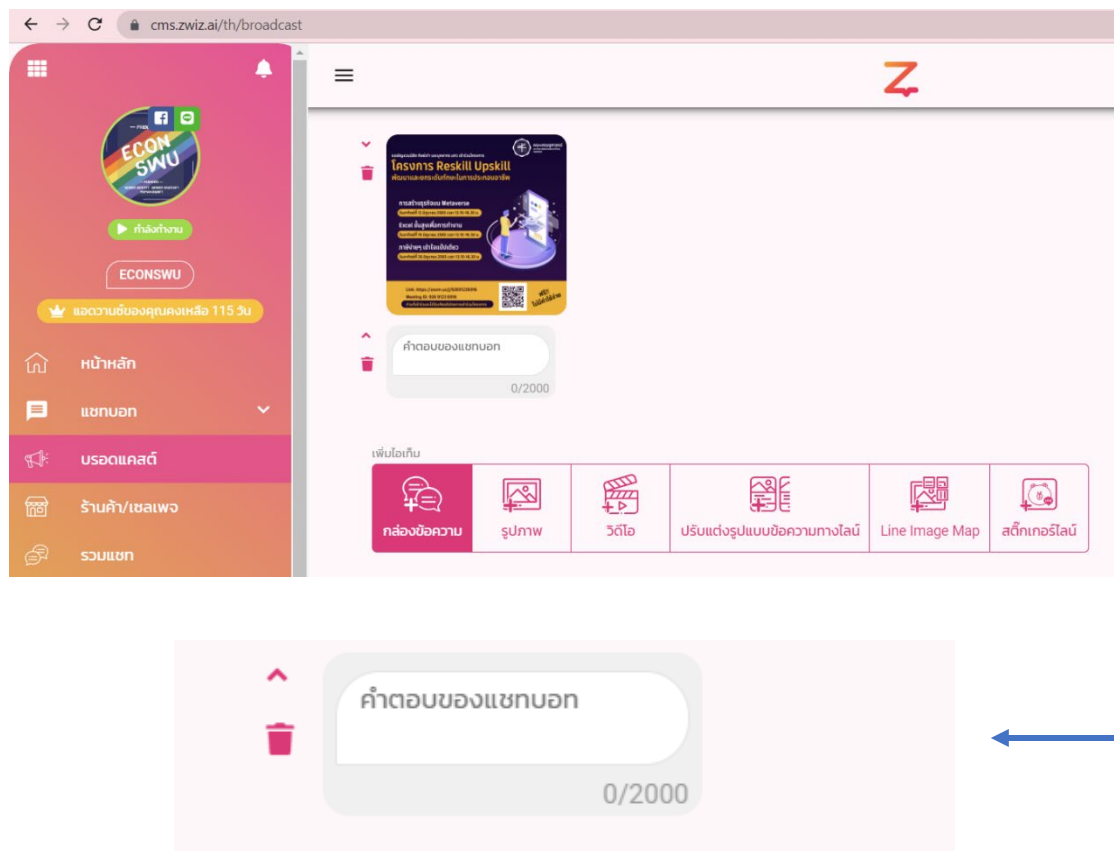
3.7 กดเลือก “รูปภาพ”



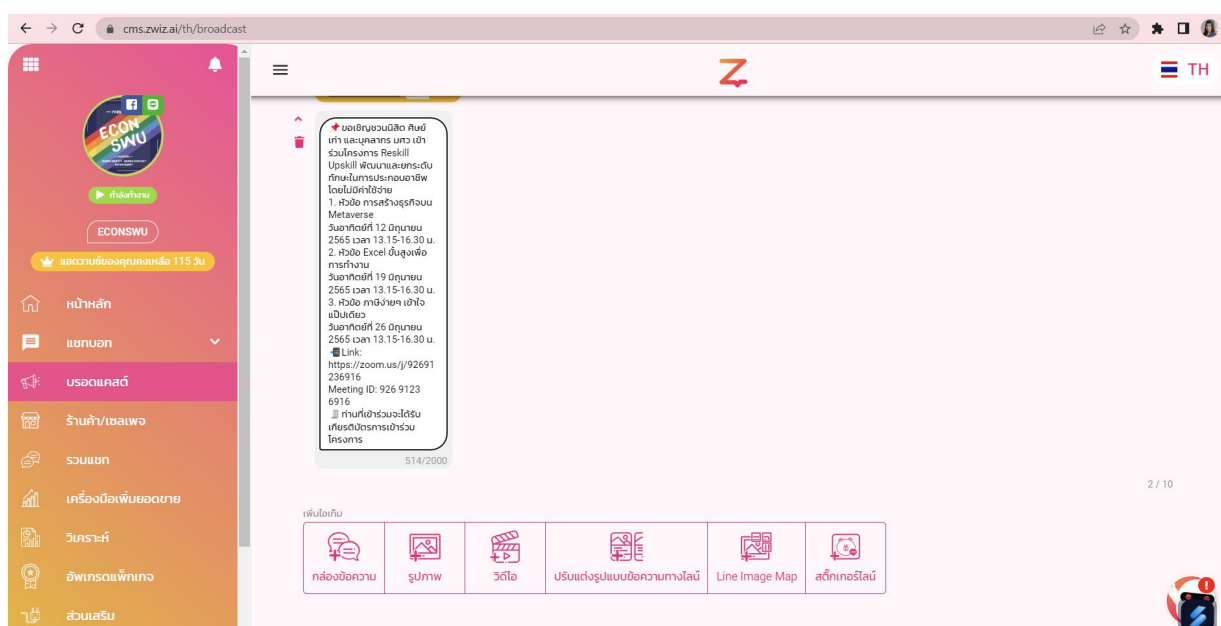
3.8 เมื่อกดแล้วจะปรากฏ กล่องให้ “เลือกไฟล์ที่จะอัปโหลด” เมื่อเลือกไฟล์แล้วก็จะปรากฏรูปภาพ ดังรูปด้านล่าง



3.9 จากนั้น กดเลือก “กล่องข้อความ” จะปรากฏ กล่องข้อความ เพื่อพิมพ์รายละเอียดข่าว ขึ้นมาดังรูป

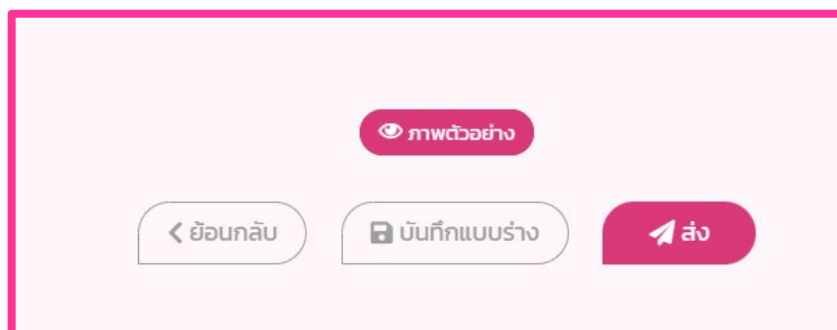


3.10 เมื่อพิมพ์แล้วจะปรากฏข้อความขึ้นมา โดยสามารถพิมพ์ข้อความได้ไม่เกิน 2,000 ตัวอักษร



3.11 สามารถกดปุ่มเพื่อดู “ภาพตัวอย่าง” ได้ ก่อนจะโพสต์ เมื่อกดแล้วจะปรากฏ Pop Up มือถือขึ้นมา

ดังรูป เมื่อตรวจสอบความถูกต้องแล้ว จึงกดปุ่ม “ส่ง”



3.12 เมื่อกดปุ่ม “ส่ง” แล้ว ระบบจะขึ้นหน้ามาเพื่อให้ กดปุ่ม “ยืนยัน” อีกครั้ง



ต้องการบรอดแคสต์ ขอเชิญชวนนิสิต ศิษย์เก่า และบุคลากร มศว เข้าร่วม โครงการ โครงการ Reskill Upskill พัฒนาและยกระดับทักษะในการประกอบ อาชีพ หรือไม่

คำเตือน!! ถ้าบรอดแคสต์ ถี มากเกินไป Inbox ของคุณจะได้รับแจ้งเตือน

คำเตือน!! ข้อความของคุณจะต้องตรงตามเงื่อนไขของประเภท
ข้อความที่เลือกเท่านั้น! กรุณาตรวจสอบข้อความของคุณอีกครั้ง
ก่อนกดส่ง เพื่อป้องกันการโดนแบนจากเฟสบุ๊ก

ยกเลิก

ยืนยัน

3.2 เมื่อกดปุ่ม “ยืนยัน” แล้ว ระบบจะส่งข่าวเข้าสู่ Line Official @ECONSWU เป็นการเสร็จสิ้นกระบวนการ

บ่นทีก็ | บ่นทีก็เป็น... | แชร์ | Keep

ขอเชิญชวนนิสิต ศิษย์เก่า และบุคลากร มศว เข้าร่วมโครงการ Reskill Upskill พัฒนาและยกระดับทักษะในการประกอบอาชีพ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

- หัวข้อ การสร้างธุรกิจบน Metaverse
วันอาทิตย์ที่ 12 มิถุนายน 2565 เวลา 13.15-16.30 น.
- หัวข้อ Excel ขั้นสูงเพื่อการทำงาน
วันอาทิตย์ที่ 19 มิถุนายน 2565 เวลา 13.15-16.30 น.
- หัวข้อ ภาษีง่ายๆ เข้าใจแป๊บเดียว
วันอาทิตย์ที่ 26 มิถุนายน 2565 เวลา 13.15-16.30 น.

ภาคผนวก ง

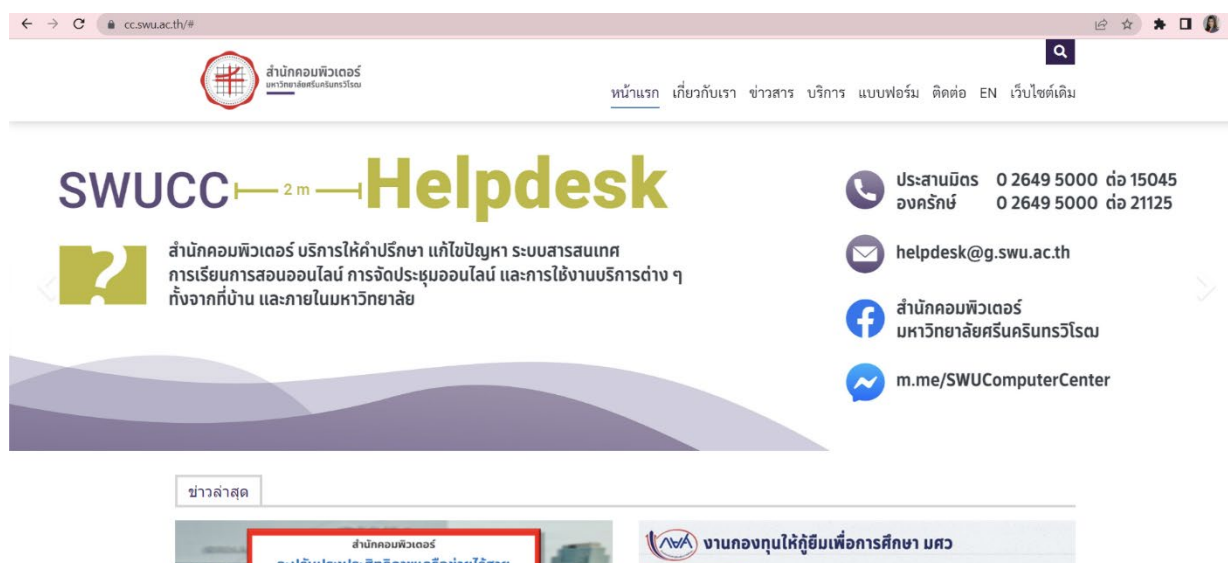
4. ขั้นตอนการจัดเก็บภาพลงระบบฐานข้อมูล

การใช้งานสามารถใช้งานได้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ภายนอก (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ) และเครื่องคอมพิวเตอร์ภายใน (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ) ซึ่งมีขั้นตอนการใช้งาน ดังนี้

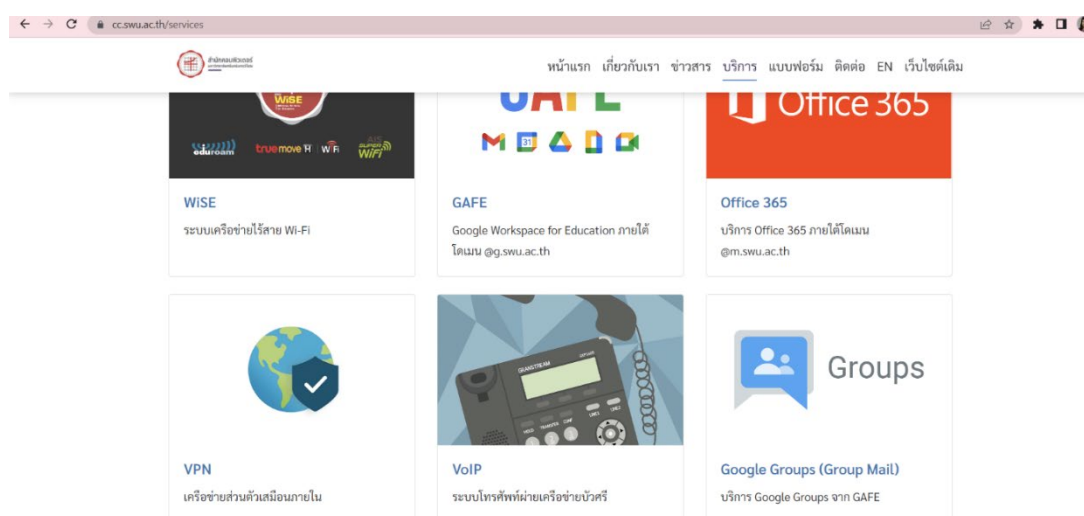
4.1 กรณีการใช้งานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ภายนอก

หมายเหตุ: การใช้งานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ภายใน สามารถเข้าไปที่ข้อ 4.6

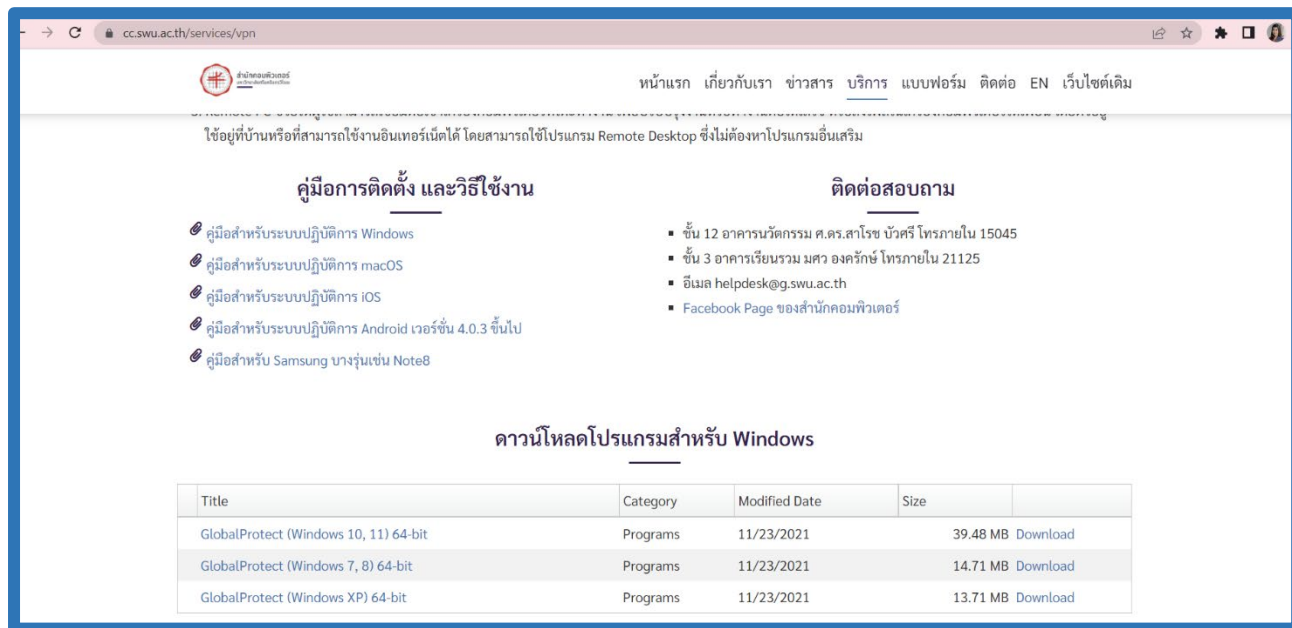
เข้าเว็บไซต์ สำนักคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ <https://cc.swu.ac.th> จากนั้นคลิกแถบเมนู “บริการ”



4.2 เลือก “เครือข่ายส่วนตัวเสมือนภายใน (VPN)”



4.3 เลือก “GlobalProtect” ให้เหมาะสมกับเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใช้งาน จากนั้นคลิกที่ “Download” พร้อมคู่มือการติดตั้ง



cc.swu.ac.th/services/vpn

หน้าแรก เกี่ยวกับเรา ข่าวสาร บริการ แบบฟอร์ม ติดต่อ EN เว็บไซต์เดิม

ใช้ที่บ้านหรือที่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ โดยสามารถใช้โปรแกรม Remote Desktop ซึ่งไม่ต้องหาโปรแกรมอื่นเสริม

คู่มือการติดตั้ง และวิธีใช้งาน

- คู่มือสำหรับระบบปฏิบัติการ Windows
- คู่มือสำหรับระบบปฏิบัติการ macOS
- คู่มือสำหรับระบบปฏิบัติการ iOS
- คู่มือสำหรับระบบปฏิบัติการ Android เวอร์ชัน 4.0.3 ขึ้นไป
- คู่มือสำหรับ Samsung บางรุ่นเช่น Note8

ติดต่อสอบถาม

- ชั้น 12 อาคารนวัตกรรม ศ.ดร.สว. บัณฑิต ทรูทนาย 15045
- ชั้น 3 อาคารเรียนรวม มศว องค์กรไทยภายใน 21125
- อีเมล helpdesk@g.swu.ac.th
- Facebook Page ของสำนักคอมพิวเตอร์

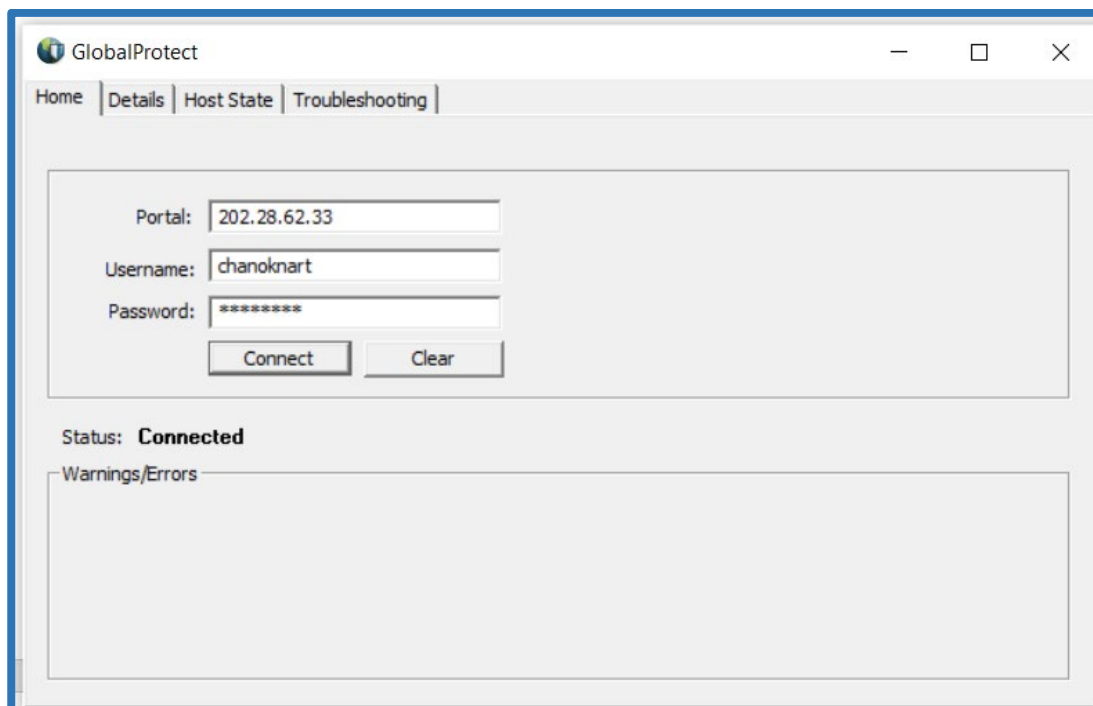
ดาวน์โหลดโปรแกรมสำหรับ Windows

Title	Category	Modified Date	Size	
GlobalProtect (Windows 10, 11) 64-bit	Programs	11/23/2021	39.48 MB	Download
GlobalProtect (Windows 7, 8) 64-bit	Programs	11/23/2021	14.71 MB	Download
GlobalProtect (Windows XP) 64-bit	Programs	11/23/2021	13.71 MB	Download

4.4 เมื่อทำการติดตั้งแล้วจะมี Icon “GlobalProtect” ขึ้นมา ให้ทำการ Double-Click



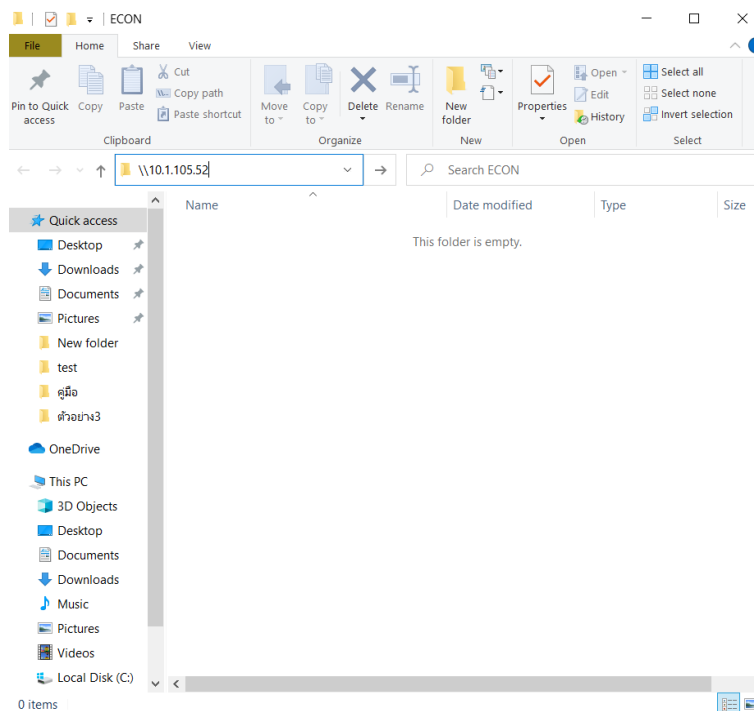
4.5 จะขึ้นหน้าต่าง “GlobalProtect” ให้กรอกข้อมูลในช่อง Portal: 202.28.62.33
 Username/Password: ชื่อและรหัสบัตรของพนักงาน จากนั้นคลิกปุ่ม “Connect” จนกว่า Status จะขึ้นคำว่า
 “Connected”



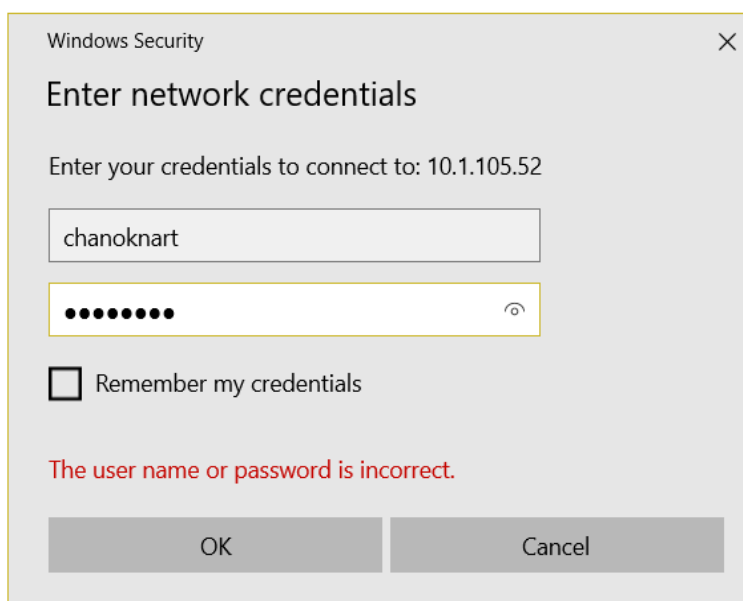
4.6 ทำการ Double-Click ที่ Folder ได้ก็ได้อัตโนมัติ



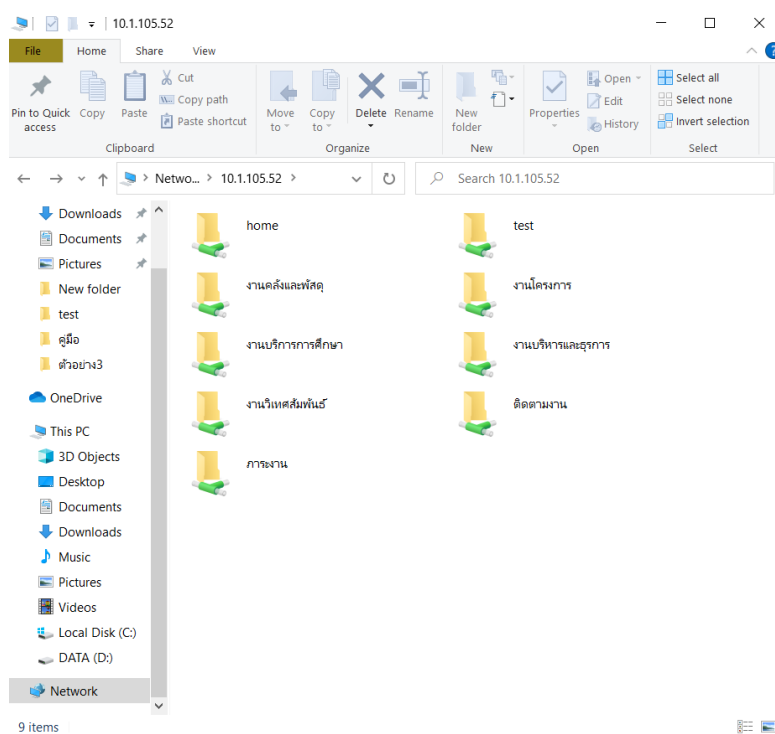
4.7 จะขึ้นหน้าต่าง Folder ขึ้นมา ให้กรอกรหัสเลข [\\10.1.105.52](#) ในช่องว่างด้านบน จากนั้นกด Enter



4.8 จะขึ้นหน้าต่างเพื่อให้กรอกข้อมูล โดยสามารถใส่ชื่อผู้ใช้งาน พร้อมรหัสผ่านที่ทางคณะฯ ได้แจ้งไว้ จากนั้นคลิกปุ่ม “OK”



4.9 เข้าไปที่ Folder “งานโครงการ”



4.10 ต่อจากนั้นเข้าไปที่ Folder “ภาพโครงการ”

