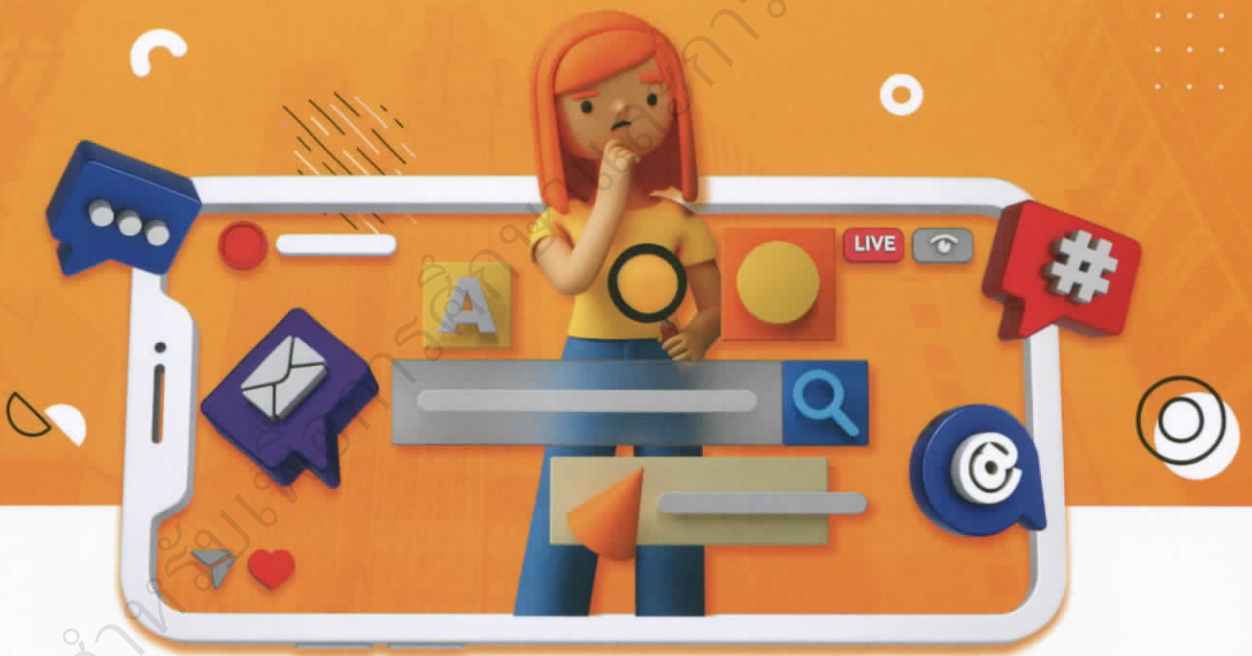




สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร
Naresuan University Publishing House

รู้เท่าทัน

การสื่อสาร โฉบฉวยใจ



การจ้องใจมีทั้งจ้องใจ และโฉบฉวยใจในเชิงประโยชน์
ทุกคนต้องมีภูมิคุ้มกันตนเองในการรับรู้ เชื่อ และเลียนแบบ
"สาร" ที่มาพร้อมกับ "สื่อ"

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



ห้องสมุดเทอร์



401016764

พนิดา จงสุขสมสกุล

คำนำ

จิตใจของมนุษย์ที่ไม่เคย
หยุดนิ่ง ก่อกำเนิดเรื่องราว
ต่าง ๆ ผ่านเทคโนโลยี
การแปลงคลื่นเสียงให้
กลายเป็นกระแสไฟฟ้า
ส่งผลให้การสื่อสารภายใน
จิตใจถูกสื่อผ่านกระดาน
ข่าวสาร ส่งไปยังผู้คนที่
เข้าถึงการสื่อสารนั้นทั้ง
แบบตั้งใจและแบบไม่ตั้งใจ
ตลอดทุกที่ ทุกเวลา

จากที่เคยเป็นการสื่อสารระหว่าง
บุคคล ขยายพื้นที่และไม่จำกัดเวลา
กระจายไปทั่วโลก เปลี่ยนแปลงบทบาท
หน้าที่ของผู้รับสารที่เคยเป็นเพียงรับสาร
เข้ามาอย่างเดียว สามารถเปลี่ยนตัวเอง
เป็นผู้ส่งสารได้

การโน้มน้าวใจให้ผู้คนสนใจ
ชื่นชม เข้าใจ ยอมรับ สร้างข้อตกลงทาง
การค้าขาย หรือประโยชน์ในระดับ
ปัจเจกด้วยการสื่อสารเป็นเรื่องของ
การดำรงชีวิตให้อยู่รอดในพฤติกรรม
มนุษย์ ซึ่งสามารถสื่อสารทั้งในระดับ
บุคคลแต่ขยายขอบเขตปริมาตรผ่านไป
ยังผู้คนได้กว้างขึ้นเมื่ออาศัยการสื่อสาร
ออนไลน์ จากที่เคยสื่อสารระหว่างคน

ในครอบครัว ในกลุ่มเพื่อน ก็เปลี่ยนมาเป็นการบอกเล่าเรื่องราวของตนเองในเครือข่าย
เพราะพื้นฐานเดียวของมนุษย์ คือ เป็นสัตว์สังคม และมนุษย์ต้องการอยู่ร่วมกันกับผู้อื่น
ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับตัวเองในฐานะเพื่อน ทั้งในเพื่อนร่วมชะตากรรมและเพื่อนร่วมงาน
หากขาดการติดต่อทางสังคมแล้วมนุษย์จะพยายามแสวงหาทางออกที่จะทำให้เกิดประโยชน์
จากการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายของตนเองไปยังสาธารณะต่าง ๆ แม้แต่สื่อมวลชนที่เคย
มีพลังอำนาจในการครอบคลุมข่าวสาร เป็นฐานันดรที่ห้าในสังคมแต่ละประเทศ กำหนด
วาระข่าวสารให้กับสังคมรับรู้ยังต้องเลือกที่จะนำเรื่องราวของปัจเจกบุคคลมาเผยแพร่
เพื่อตอบสนองต่อจำนวนผู้เข้าชมและรายได้ที่จะได้ หน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ก็เข้ามาใช้
ประโยชน์ของการสื่อสารได้ทั่วโลกในสังคมเครือข่ายออนไลน์สำหรับโน้มน้าวใจให้ผู้คน

ยอมรับ จดจำ และเชื่อถือ ทางออกที่ดีที่สุดก่อนที่จะขาดสติและกลายเป็นเหยื่อในกระบวนการสื่อสาร คือ ความเข้าใจจิตวิทยาการสื่อสารโน้มน้าวใจที่ปัจเจกบุคคล กลุ่มคน องค์กร ใช้การสื่อสารจูงใจ การจูงใจมีทั้งจูงใจ และโน้มน้าวในเชิงประโยชน์ ทุกคนต้องมีภูมิคุ้มกันตนเองในการรับรู้ เชื่อ และเลียนแบบ “สาร” ที่มาพร้อมกับ “สื่อ”

หนังสือเล่มนี้ต้องการเป็น *กัลยาณมิตรที่ดี* ในเวลาที่ *การสื่อสาร*

เข้ามาแทนพื้นที่ทางสังคมของผู้คนทั่วโลก



พนิดา จงสุขสมสกุล

สารบัญ

01

การสื่อสารโน้มน้าวใจ.....	1
ความหมายและความสำคัญของการสื่อสารโน้มน้าวใจ.....	2
ความหมายของการสื่อสาร.....	4
ยุคสมัยการสื่อสารและอิทธิพลของการสื่อสาร.....	18
การสื่อสารแบบวจนภาษา.....	25
ยุคดิจิทัลแพลตฟอร์ม.....	42
ยุคการหลอมรวมสื่อ.....	47
ความหมายของการโน้มน้าวใจ.....	54
องค์ประกอบขั้นพื้นฐานในการโน้มน้าวใจ.....	57
รู้เท่าทันวจนภาษาในการสื่อสารโน้มน้าวใจ.....	61
รู้เท่าทันอวจนสารในการสื่อสารโน้มน้าวใจ.....	77
หลักฐาน.....	80
สรุป.....	85

02

การใช้เสียงและภาพในการโน้มน้าวใจ.....	87
เสียงที่มองไม่เห็น.....	92
จิตวิทยาของรายการวิทยุ.....	93
เสียงที่เหมาะสมกับการพูด.....	95
สรุป.....	103



03

กลยุทธ์การออกแบบสาร..... 105

กลยุทธ์การออกแบบสาร..... 107

หลักการพิจารณาคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Ethos) 108

หลักการพิจารณาคุณลักษณะทางอารมณ์ (Pathos) 111

หลักการพิจารณาคุณลักษณะของข้อมูลที่มีความเป็นเหตุและเป็นผล 123

ขั้นตอนการออกแบบสารรู้ให้ทันก่อนจะถูกโน้มน้าวใจ 125

กลยุทธ์การยืนยันสาร..... 126

กฎแห่งการเสนอภาพความขัดแย้ง 128

กฎแห่งการตอบแทน..... 129

กฎแห่งเวลา 131

กฎว่าด้วยการเสนอสิ่งที่คิดว่าจะถูกปฏิเสธแล้วลดระดับข้อเสนอลงมา... 133

กฎว่าด้วยพันธะผูกพันและการทำตนให้สอดคล้อง 134

กฎแห่งการมีอยู่น้อยหรือการมีจำนวนจำกัด หรือกฎว่าด้วยของหายาก ... 135

กฎว่าด้วยสังคมยอมรับ 136

กฎแห่งความหวัง..... 137

กฎแห่งการยึดมั่น และการยืนยันหยัด..... 139

ทฤษฎีการตัดสินใจทางสังคม 143

ทฤษฎีคลาสสิกของกลุ่มพาลี อัลไต 146

ทฤษฎีว่าด้วยการพัฒนาและธำรงรักษาความสัมพันธ์..... 150

ทฤษฎีลดความไม่แน่นอน ความไม่แน่ใจ..... 151

ทฤษฎีสอดคล้องต้องกันหรือทฤษฎีสมดุล154

ทฤษฎีสมดุลกับการตอบสนองต่อสารหลายชนิด (สิ่งเร้าหลายตัว) 160

การสื่อความหมายเพื่อมุ่งชนะ..... 163

การสื่อสารด้วยการพูดเพื่อหลีกเลี่ยง166

สรุป..... 176

04

รู้เท่าทันการโน้มน้าวใจในยุคดิจิทัล..... 177

ความรู้ทั่วไปอิทธิพลทางการสื่อสารร่วมสมัยสู่ยุคดิจิทัล..... 178

การรู้เท่าทันการสื่อสารโน้มน้าวใจ 194

สรุป.....205

05

การวัดทัศนคติในการโน้มน้าวใจยุคดิจิทัล..... 207

การวัดทัศนคติ208

การโน้มน้าวใจทงให้เกิดอคติ 219

ความเกี่ยวข้องกัน.....220

สรุป.....236



06

รู้เท่าทันการสื่อสารยุคดิจิทัล 237

ความเป็นมาของแนวคิดการรู้เท่าทันการสื่อสาร.....238

คุณลักษณะของสื่อจากแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ.....241

การตระหนักรู้คุณค่าในตนเอง250

การรู้เท่าทันการสื่อสารความขัดแย้ง.....256

สรุป.....269

บรรณานุกรม.....270

ดัชนี.....282

สำหรับเพื่อการศึกษาและการอ้างอิงเท่านั้น

สามารถยืมและติดตามหนังสือใหม่ได้ที่ ระบบห้องสมุดอัตโนมัติ Walai Autolib


<https://lib.rmutp.ac.th/catalog/Bibltem.aspx?BibID=b00106905>



Multi view

View map

รู้เท่าทันการสื่อสารโน้มน้าวใจ / พนิดา จงสุขสมสกุล.

Author	พนิดา จงสุขสมสกุล
Published	พฤษภาคม : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2564
Edition	พิมพ์ครั้งที่ 1
Detail	ix, 286 หน้า : ภาพประกอบ ; 20 ซม
Subject	การโน้มน้าวใจ(+) การสื่อสาร(+)
ISBN	9786164262317
ประเภทแหล่งที่มา	 Book

สำหรับการศึกษาระดับปริญญาตรีและการอ้างอิงเท่านั้น