



สถาบัน **THE BEST CENTER**

2145/7 ซ.รามคำแหง 43/1 ถ.รามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

โทร.0-2318-6868, 0-2314-1492 โทรสาร 0-2718-6274

www.thebestcenter.com facebook.com/bestcentergroup

คุณภาพทางวิชาการต้องมาที่ 1

คู่มือเตรียมสอบ

นักวิชาการเผยแพร่ปฏิบัติการ

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

แนวข้อสอบมากกว่า 300+ ข้อ **ปี 68**

ความรู้ความสามารถทั่วไปและความสามารถที่ใช้เฉพาะตำแหน่ง

หลักสูตรและวิธีการสอบแข่งขันเพื่อวัดความรู้ความสามารถที่ใช้เฉพาะตำแหน่ง

ทดสอบความรู้โดยวิธีการสอบข้อเขียน (คะแนนเต็ม 200 คะแนน)

ซึ่งประกอบด้วยขอบเขตของเนื้อหา ดังนี้

1. ทดสอบความรู้เกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิด หลักการสื่อสาร การเผยแพร่กิจกรรม ความรู้ การวางแผนการสื่อสารสุขภาพและการสื่อสารประชาสัมพันธ์
2. ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำสื่อความรู้สุขภาพและสื่อประชาสัมพันธ์ และการเลือกใช้สื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
3. ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ
4. ความรู้เกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์
5. ความรู้เกี่ยวกับการเชี่ยวชาญ บทความ

สนใจสั่งซื้อ หรือสอบถามเพิ่มเติม โทร.081-496-9907



LINE: @thebestcenter

280.-

คู่มือสอบนักวิชาการเผยแพร่ปฏิบัติการ
กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

รวบรวมและเรียบเรียงโดย.....

ฝ่ายวิชาการ สถาบัน THE BEST CENTER

ห้ามตัดต่อหรือคัดลอกส่วนใดส่วนหนึ่งของเนื้อหา

สงวนลิขสิทธิ์ตาม พ.ร.บ.ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

ราคา 280 บาท

จัดทำและจำหน่ายโดย



The Best Center InterGroup Co., Ltd.

บริษัท เดอะเบสท์ เซ็นเตอร์ อินเตอร์กรุป จำกัด

บริหารงานโดย ดร.สิงห์ทอง บัวชุมและอาจารย์จันทน์ บัวชุม (ติวเตอร์ก๊วง ย่าน ม. ราม)

เลขที่ 2145/7 ซอยรามคำแหง 43/1 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

โทรศัพท์.081-496-9907,0-2314-1492, 0-2318-6868 โทรสาร. 0-2718-6274 line id: @thebestcenter

www.thebestcenter.com หรือ www.facebook.com/bestcentergroup

คู่มือสอบ

นักวิชาการเผยแพร่ปฏิบัติการ
กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

ราคา 280-.

คำนำ

สำหรับชุดคู่มือสอบสำหรับตำแหน่งนักวิชาการเผยแพร่ปฏิบัติการ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
เล่มนี้ ทางสถาบัน THE BEST CENTER และฝ่ายวิชาการของสถาบันได้เรียบเรียงขึ้น เพื่อให้ผู้สมัครสอบ
ใช้สำหรับเตรียมสอบในการสอบแข่งขันฯ ในครั้งนี้

ทางสถาบัน THE BEST CENTER ได้เล็งเห็นความสำคัญจึงได้จัดทำหนังสือ เล่มนี้ขึ้นมา
ภายในเล่มประกอบด้วยทุกส่วนที่กำหนดในการสอบ เจาะข้อสอบทุกส่วน พร้อมคำเฉลยอธิบาย มาจัดทำเป็น
หนังสือชุดนี้ขึ้น เพื่อให้ผู้สอบได้เตรียมตัวอ่านล่วงหน้า มีความพร้อมในการทำข้อสอบ

ท้ายนี้ คณะผู้จัดทำขอขอบคุณทางสถาบัน THE BEST CENTER ที่ได้ให้การสนับสนุนและ
มีส่วนร่วมในการจัดทำฉบับนี้ ทำให้หนังสือเล่มนี้สามารถสำเร็จขึ้นมาเป็นเล่มได้ พร้อมกันนี้คณะผู้จัดทำ
ขอน้อมรับข้อบกพร่องใดๆ อันเกิดขึ้นและยินดีรับฟังความคิดเห็นจากทุกๆ ท่าน เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงแก้ไข
ให้ดียิ่งขึ้น

ขอให้โชคดีในการสอบทุกท่าน

ฝ่ายวิชาการ

สถาบัน The Best Center

www.thebestcenter.com

สารบัญ

➤ ความรู้เกี่ยวกับกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ	1
➤ ความรู้เกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิดและหลักการสื่อสาร	7
➤ ความรู้เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเผยแพร่ให้ความรู้ (การจัดนิทรรศการ)	16
➤ ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่	22
➤ ความรู้เกี่ยวกับการเผยแพร่ผ่าน News Media การประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media	31
➤ ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และกลยุทธ์การสื่อสารออนไลน์	39
➤ ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์	49
➤ ความรู้เกี่ยวกับการเขียนแผนประชาสัมพันธ์	59
➤ ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนการสื่อสารสุขภาพ	90
➤ ความรู้เกี่ยวกับการเขียนข่าวและรายงานข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์	96
➤ ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำบทความสารคดี เพื่อเผยแพร่ในช่องทางต่าง ๆ	125
➤ ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อความรู้สุขภาพและสื่อประชาสัมพันธ์ และการเลือกใช้สื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	143
➤ ความรู้เกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์	196
➤ ความรู้เกี่ยวกับการเรียบเรียงข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์	199
➤ ความรู้เกี่ยวกับการประเมินผลการประชาสัมพันธ์	206
➤ ความรู้เกี่ยวกับการวางกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์	214
➤ ความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์	222
✦ แนวข้อสอบความรู้เกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิด หลักการสื่อสาร การเผยแพร่กิจกรรม ความรู้ การวางแผนการสื่อสารสุขภาพและการสื่อสารประชาสัมพันธ์	225
✦ แนวข้อสอบความรู้เกี่ยวกับการจัดทำสื่อความรู้สุขภาพและสื่อประชาสัมพันธ์ และการเลือกใช้สื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย	234
✦ แนวข้อสอบความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ	243
✦ แนวข้อสอบความรู้เกี่ยวกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	252
✦ แนวข้อสอบความรู้เกี่ยวกับการเขียนข่าว บทความ	260
✦ แนวข้อสอบความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานในตำแหน่งนักวิชาการเผยแพร่	267
➤ เทคนิคการสอบสัมภาษณ์	279

ความรู้เกี่ยวกับกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

ประวัติความเป็นมาของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เป็นกรมที่จัดตั้งใหม่หลังจากการปรับบทบาทภารกิจและโครงสร้างกระทรวงสาธารณสุข ตาม พ.ร.บ. ปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 ซึ่งประกาศ ณ วันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2545 โครงสร้างใหม่ในส่วน of กระทรวงสาธารณสุข กำหนดให้มีการจัดกลุ่มภารกิจ (Cluster) ในการสนับสนุนหน่วยบริการสุขภาพในทุกระดับให้มีประสิทธิภาพในการดูแลสุขภาพของประชาชน โดยส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาระบบบริหารจัดการ ระบบบริการสุขภาพ และระบบคุ้มครองประชาชน ด้านบริการสุขภาพ ทำให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดีสามารถพิทักษ์สิทธิ และเข้าถึงบริการสุขภาพที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข

ภารกิจและหน้าที่รับผิดชอบของหน่วยงาน

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ มีภารกิจเกี่ยวกับการสนับสนุนหน่วยบริการสุขภาพทุกระดับให้มีประสิทธิภาพในการดูแลสุขภาพของประชาชน โดยส่งเสริมและสนับสนุนระบบคุ้มครองประชาชน ด้านบริการสุขภาพ ส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรภาคเอกชนเพื่อการบริการสุขภาพ อันจะทำให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดี สามารถพิทักษ์สิทธิและเข้าถึงบริการสุขภาพที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน โดยให้มีหน้าที่และอำนาจ ดังต่อไปนี้

- (1) ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการประกอบโรคศิลปะ กฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองเด็กที่เกิดโดยอาศัยเทคโนโลยีช่วยการเจริญพันธุ์ทางการแพทย์ กฎหมายว่าด้วยสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
- (2) พัฒนาระบบและกลไก เพื่อให้มีการดำเนินการบังคับใช้กฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบให้เกิดผลสำเร็จ แก่ราชการและประชาชน
- (3) ส่งเสริมและสนับสนุนสถานพยาบาลหรือสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน และพัฒนาการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมบริการสุขภาพครบวงจร
- (4) ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนามาตรฐานด้านสุขศึกษา มาตรฐานด้านอาคารสถานที่สถาปัตยกรรม ด้านสาธารณสุขและมาตรฐานครุภัณฑ์ทางการแพทย์และสาธารณสุข
- (5) ส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาการดำเนินการสุขศึกษาและการสาธารณสุขมูลฐาน
- (6) ดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านความช่วยเหลือ ความร่วมมือ และการประสานงานกับหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- (7) ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย พัฒนา และถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีด้านระบบบริการสุขภาพแก่ องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- (8) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นหน้าที่และอำนาจของกรม หรือตามที่รัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

แผนปฏิบัติราชการ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ระยะ 5 ปี พ.ศ.2566-2570

วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรหลักในการบริหารจัดการระบบบริการสุขภาพและระบบสุขภาพภาคประชาชน
ให้มีคุณภาพ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคและการพึ่งตนเองด้านสุขภาพที่ยั่งยืนแบบมีส่วนร่วม

เป้าประสงค์

1. ประชาชนได้รับบริการสุขภาพที่มีมาตรฐาน คุณภาพ ปลอดภัย และสมประโยชน์
2. ประชาชนทุกคนสามารถดูแลสุขภาพตนเองได้และชุมชนจัดการสุขภาพเพื่อการพึ่งตนเอง
ด้านสุขภาพได้อย่างยั่งยืน
3. ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมการแพทย์ในระดับนานาชาติ

พันธกิจ

1

พัฒนามาตรฐานระบบบริการสุขภาพและกลไกการขับเคลื่อนให้สถานพยาบาลภาครัฐ
เอกชน และสถานประกอบการเพื่อสุขภาพมีคุณภาพมาตรฐานสากล

2

พัฒนาและบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพในการคุ้มครองผู้บริโภค
ด้านระบบบริการสุขภาพ

3

พัฒนาและขับเคลื่อนให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรม
การแพทย์ครบวงจร

4

พัฒนาและขับเคลื่อนการจัดการระบบสุขภาพภาคประชาชน โดยการมีส่วนร่วม
ของประชาชนและภาคีเครือข่าย

5

พัฒนาการวิจัย องค์ความรู้ นวัตกรรม และการถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านระบบบริการสุขภาพ
และการจัดการสุขภาพภาคประชาชน

6

พัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถของระบบบริหารจัดการองค์กร

ผลสัมฤทธิ์

1. ประชาชนมีความรอบรู้ด้านสุขภาพ สามารถจัดการสุขภาพตนเองได้
2. ประชาชนได้รับบริการจากสถานพยาบาล สถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่มีคุณภาพมาตรฐาน และปลอดภัย
3. กลุ่มอุตสาหกรรมบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีมาตรฐานและได้รับการส่งเสริมให้มีมูลค่าเพิ่มในระบบเศรษฐกิจสุขภาพ

อัตลักษณ์กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

เป็นผู้บริหารจัดการให้สถานพยาบาลและสถานประกอบการเพื่อสุขภาพมีคุณภาพ และเป็นผู้บริหารจัดการระบบสุขภาพภาคประชาชน

คำนิยาม**ยุทธศาสตร์ที่ 1**

พัฒนาและยกระดับมาตรฐานสถานพยาบาลภาครัฐ เอกชน และสถานประกอบการเพื่อสุขภาพให้มีมาตรฐานที่กำหนด

ยุทธศาสตร์ที่ 2

พัฒนาอุตสาหกรรมและบริการทางการแพทย์

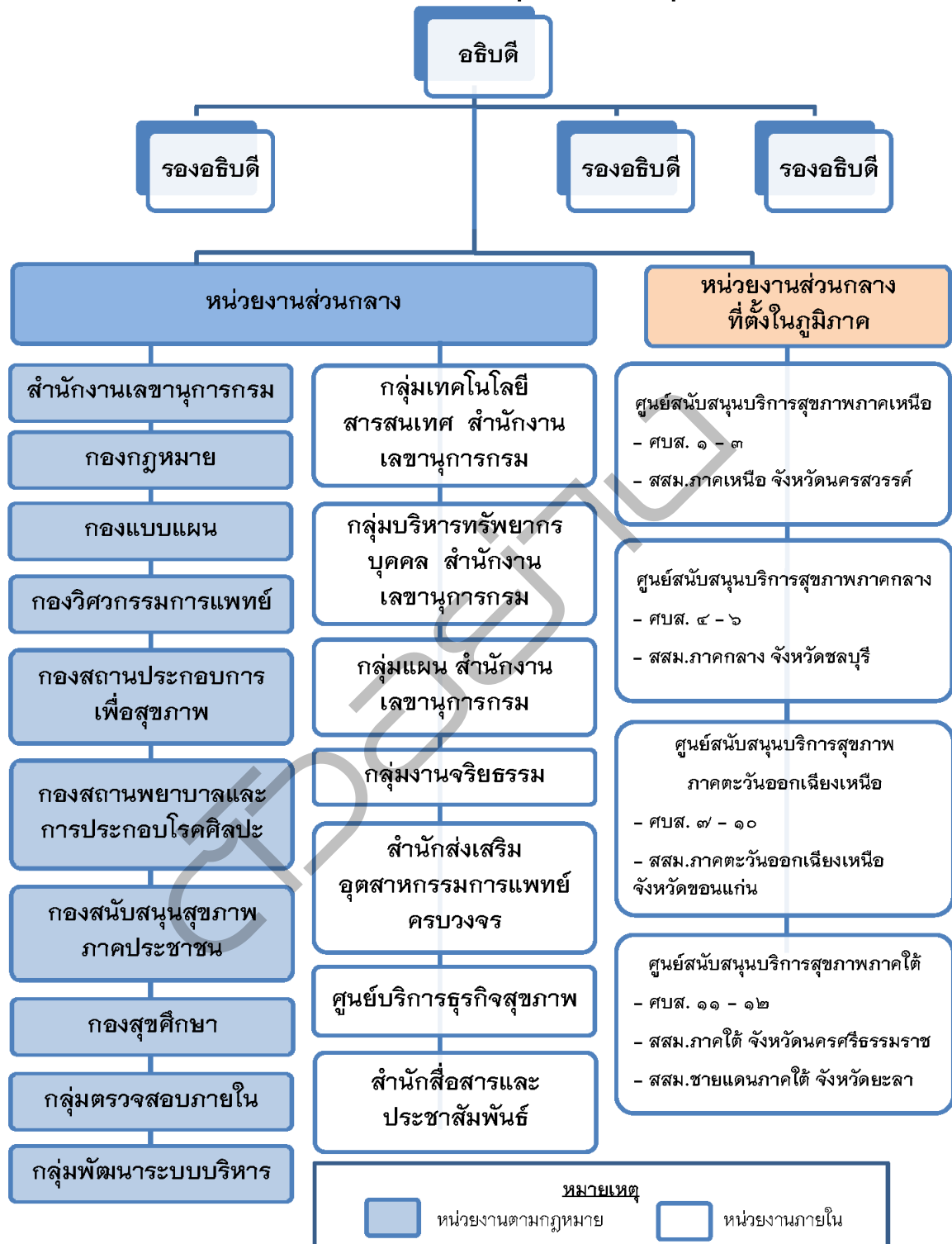
ยุทธศาสตร์ที่ 3

พัฒนาและยกระดับการจัดการสุขภาพภาคประชาชน โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนและเครือข่าย

ยุทธศาสตร์ที่ 4

พัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรสมรรถนะสูงตามหลักธรรมาภิบาล

โครงสร้างกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ





กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
Department of Health Service Support

นโยบายและแนวทางการดำเนินงาน กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

5. สนับสนุนระบบสุขภาพปฐมภูมิ

- ส่งเสริมกิจการดูแลผู้สูงอายุและผู้มีภาวะพึ่งพิง
- ส่งเสริมการผลิต และจ้างงานผู้ดูแลสุขภาพ
- สนับสนุนหน่วยบริการในชุมชนพื้นที่ชายแดนห่างไกล

6. สนับสนุนมาตรฐานสถานพยาบาล

- ผลักดัน พ.ร.บ. มาตรฐานด้านระบบงานวิศวกรรมการแพทย์
- พัฒนามาตรฐานการออกแบบและบริหารงานก่อสร้างอาคารสถานพยาบาล

7. สร้างขวัญกำลังใจบุคลากรและพัฒนาองค์กร ให้มีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Trust)

- ผลักดัน สสพ. และ ศบส.ภาค/เขต ให้เป็นหน่วยงานในโครงสร้างองค์กรตามกฎหมาย
- เสริมสร้างความก้าวหน้าแก่บุคลากรทุกสายงาน
- ส่งเสริมสวัสดิการแก่บุคลากร
- พัฒนาศักยภาพและองค์กรด้วย "พลาคุณภาพแห่งความไว้วางใจ" (Speed of Trust)

1. สนับสนุนนโยบายยกระดับ 30 บาท รักษาทุกคนที่ด้วยบัตรประชาชนใบเดียว

- การเชื่อมโยงข้อมูลสุขภาพ
- Digital Health Transformation
- Health tech (เทคโนโลยีดูแลสุขภาพ)
- อสม. Health Riders

2. ส่งเสริมอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

- Medical Service Hub and Wellness Hub
- พัฒนากฎหมายรองรับการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการแพทย์
- ยกระดับผู้ให้บริการในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ
- พัฒนาระบบการอนุญาตให้สะดวกรวดเร็ว
- พัฒนาระบบการเฝ้าระวังและคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ

3. สร้างความเข้มแข็งเครือข่าย สุขภาพภาคประชาชน

- ขับเคลื่อน พ.ร.บ. อสม.
- พัฒนาศักยภาพ อสม. , องค์กร อสม. และเครือข่ายสุขภาพ
- สร้างขวัญกำลังใจและส่งเสริมสวัสดิการต่างๆแก่ อสม.
- ส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิด้านสุขภาพของประชาชนทุกกลุ่ม

4. สนับสนุนการต่อสู้กับ NCDs

- สนับสนุนให้ อสม. มีบทบาทสำคัญ ในการป้องกันและควบคุมโรค NCDs
- สนับสนุนให้ชุมชนเข้มแข็งและมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิต



หลักการทำงาน : คิดใหญ่ ทำใหม่ สร้างความไว้วางใจ

นโยบายกำกับองค์กรที่ดี

1. ด้านรัฐ สังคมและสิ่งแวดล้อม

สร้างระบบการมีส่วนของภาคีเครือข่ายด้านสุขภาพ โดยมุ่งเน้นการหาฉันทามติที่เกิดประโยชน์ต่อสังคมไทย

2. ด้านผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2.1 มุ่งมั่นสร้างจิตสำนึกในการให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเสมอภาค

2.2 พัฒนาระบบการเรียนรู้ความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการและความคาดหวังของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสามารถตอบสนองได้ครอบคลุมทุกกลุ่ม

2.3 ให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะคำชมเชยเกี่ยวกับบริการของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3. ด้านองค์กร

3.1 มุ่งมั่นในการดำเนินงานตามภารกิจขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับของสังคมและบรรลุผลสัมฤทธิ์โดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดและเกิดความคุ้มค่า

3.2 สร้างและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของทีมงานบุคลากรเพื่อให้องค์กรมีความเข้มแข็ง สามารถผลิตผลงานที่มีคุณภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

3.3 ส่งเสริมให้เกิดระบบสร้างจิตสำนึก คุณธรรม จริยธรรมในการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยยึดหลักธรรมาภิบาล

4. ด้านผู้ปฏิบัติงาน

4.1 มุ่งมั่นส่งเสริมให้บุคลากร มีสมรรถนะที่สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยให้กระบวนการบริหารจัดการความรู้ที่เหมาะสม

4.2 เสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ขององค์กร เพื่อเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้



นายแพทย์ภานุวัฒน์ ปานเกตุ
อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

ความรู้เกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิดและหลักการสื่อสาร

ทฤษฎีการสื่อสาร คือ การอธิบายการสื่อสารในด้านความหมาย กระบวนการ องค์ประกอบ วิธีการ บทบาทหน้าที่ ผล อิทธิพล การใช้ การควบคุม แนวคิดของศาสตร์ต่าง ๆ แนวโน้มอนาคต และปรากฏการณ์เกี่ยวกับการสื่อสาร แต่การอธิบายต้องมีการอ้างอิงอย่างมีเหตุผลที่ได้จากหลักฐาน เอกสาร หรือปากคำของมนุษย์

เราแปลคำนี้มาจากภาษาอังกฤษที่ว่า communication theory ซึ่งมีความหมายครอบคลุมกว้างขวาง รวมไปถึง theory of communication (ทฤษฎีของการสื่อสาร) theories in communication (ทฤษฎีในการสื่อสาร) theories for communication (ทฤษฎีเพื่อการสื่อสาร) และ theories about communication (ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร)

ความสำคัญของทฤษฎีการสื่อสาร

ทฤษฎีการสื่อสาร โดยรวมจัดว่าเป็นแก่นหรือองค์ความรู้ในทางนิเทศศาสตร์ที่ใช้เป็นหลักในการศึกษาวิจัย และการปฏิบัติงานทางด้านนิเทศศาสตร์โดยตรง หรือโดยทางอ้อม... โดยทางตรง อาทิ การสื่อสารมวลชน การโฆษณา การประชาสัมพันธ์... โดยทางอ้อม อาทิ การสื่อสารภายในบุคคล (จิตวิทยา) การสื่อสารระหว่างบุคคล (จิตวิทยาและสังคมวิทยา) การสื่อสารภายในองค์กร (การบริหารองค์กร) การสื่อสารของประเทศ (รัฐศาสตร์) เราอาจแยกแยะให้เห็นความสำคัญของทฤษฎีการสื่อสารแนวต่าง ๆ ได้ดังนี้

ทฤษฎีแนวปฏิบัติ (Operational theory)

ใช้เป็นหลักในการบริหารและปฏิบัติงานสื่อสารทุกประเภทในสาขานิเทศศาสตร์ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาสร้างเป็นกลยุทธ์ เพื่อการเพิ่มประสิทธิผลและประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชน การสื่อสารพัฒนาการ การสื่อสารการเมืองหรือการสื่อสารธุรกิจ

ทฤษฎีการสื่อสารแนวปฏิบัติสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ทั้งในด้านการศึกษ การพัฒนาอารมณ์ และจิตใจ รวมทั้งการพัฒนาพฤติกรรม อาทิ การใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้ ความเพลิดเพลิน ความบันเทิงหรือจิตบำบัด นอกจากนั้นยังจะเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสาร เพื่อการพัฒนาการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

วิชาต่าง ๆ ในหลักสูตรปริญญาตรี สาขานิเทศศาสตร์ จัดว่าเป็นการรวมทฤษฎีแนวปฏิบัติไว้ เพื่อสะดวกแก่การศึกษาทั้งในเชิงองค์รวมและเชิงแยกส่วน... เชิงองค์รวมอยู่ในวิชาแกนบังคับร่วมเชิงแยกส่วนอยู่ในวิชาเอกบังคับสาขาต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์

ทฤษฎีแนววิพากษ์ (Critical theory)

ใช้เป็นหลักในการศึกษาวิจัย และวิพากษ์วิจารณ์การสื่อสารภายในองค์กร การสื่อสารสาธารณะ การสื่อสารมวลชน การสื่อสารระหว่างประเทศ หรือการสื่อสารของโลก สามารถใช้เป็นพื้นฐานความคิดของการสร้างสมมติฐานในงานวิจัย และการแสวงหาแนวหรือประเด็นในการวิพากษ์วิจารณ์สื่อหรือการสื่อสาร โดยนักวิชาการหรือนักวิจารณ์สื่อ (media critics) การศึกษาทฤษฎีแนววิพากษ์ ควรอยู่ในวิชาปีสูงของระดับปริญญาตรี

ทฤษฎีแนวปรัชญาวิทยาศาสตร์ (Scientific-philosophical theory)

ใช้เป็นหลักในการแสวงหา (searching) หรือพิสูจน์ (proving) ข้อเท็จจริง หรือสัจจะ ในเชิงวิทยาศาสตร์ เพื่อนำไปเป็นพื้นฐานหลักเพื่อการพัฒนาการบริหารหรือการปฏิบัติงานการสื่อสาร ทุกประเภท รวมทั้งใช้เป็นหลักในการปรับปรุงวิพากษ์วิจารณ์สื่อ หรือการสื่อสารให้มีคุณค่าในเชิงสร้างสรรค์ ปรัชญาในที่นี้มีได้หมายถึงวิชาปรัชญาทั่วไป (general philosophy) แต่หมายถึงแนวคิดลึกซึ้งและกว้างขวาง บนพื้นฐานการวิจัยเชิงวิทยาศาสตร์ สามารถนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างสมมติฐานของการวิจัย และการอ้างอิงในการศึกษาวิจัยทางนิเทศศาสตร์

ทฤษฎีการสื่อสารแนวปรัชญาวิทยาศาสตร์เปิดโอกาสให้เพิ่มขยายขอบเขตของนิเทศศาสตร์ออกไป ทั้งในแนวดิ่งและแนวราบ แนวดิ่ง ได้แก่ การศึกษาค้นคว้าลึกซึ้งในความหมายปรัชญา วัตถุประสงค์บทบาทหน้าที่ สิทธิเสรีภาพ และความรับผิดชอบของการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ส่วนใหญ่ของระดับปริญญาโท

แนวราบ ได้แก่ การศึกษาความสัมพันธ์เกี่ยวโยงระหว่างนิเทศศาสตร์กับศาสตร์อื่น ๆ อาทิ จิตวิทยา สังคมวิทยา สังคมศาสตร์แขนงต่าง ๆ รวมทั้งวิทยาศาสตร์กายภาพ วิทยาศาสตร์ชีวภาพ (Life sciences) ฟิสิกส์ (Earth sciences)

นอกจากนั้น ยังอาจนำไปสู่การปฏิรูปหรือการปฏิวัติวิชาการและวิชาชีพนิเทศศาสตร์ ให้มีคุณประโยชน์ ยิ่งขึ้นต่อชีวิตและโลก ก่อให้เกิดความคุ้มค่าคุ้มทุนในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในประเทศต่าง ๆ และในโลก มนุษย์โดยรวม

ทฤษฎีไซเบอร์เนติกส์ของนอร์เบิร์ต วินเนอร์ และทฤษฎีสารเวลาของสมควร กวียะ (เสนอที่ประชุม ราชบัณฑิตยสถาน เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2545) เป็นตัวอย่างของทฤษฎีแนวปรัชญาวิทยาศาสตร์ที่ขยายขอบเขตของนิเทศศาสตร์ออกไปบูรณาการกับศาสตร์ทุกแขนงทั้งในทางมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์

ส่วนทฤษฎีพัฒนาซึ่งเริ่มต้นโดยวิลเบอร์ชราวม์แสดงให้เห็นถึงการศึกษาจะลึกลงไปใบบทบาทหน้าที่หรือภารกิจของสื่อในบริบทของประเทศต่าง ๆ ที่มีปทัสถานทางการเมืองและเศรษฐกิจแตกต่างกัน ได้แก่ เสรีนิยม อำนาจนิยม เบ็ดเสร็จนิยม และทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม

โดยสรุป ทฤษฎีการสื่อสารทุกแนวและทุกระดับมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการศึกษา ทางนิเทศศาสตร์ที่ จำเป็นต่อการทำงานและการวิจัยที่เกี่ยวกับการสื่อสาร เช่นเดียวกับทฤษฎีในศาสตร์ทุกแขนง

ทฤษฎีการสื่อสารมีประโยชน์ต่อชีวิต องค์กร สังคม และโลก ทั้งโดยตรงและทางอ้อม การศึกษาหรือการทำงานที่ปราศจากหลักการหรือทฤษฎี ย่อมเปรียบเสมือนการล่นเรือออกไปสู่จุดหมายปลายทางอีกฝั่งหนึ่งของมหาสมุทร โดยปราศจากความรู้ทางภูมิศาสตร์ อดุนิยม คาราศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ นอกจากจะขาด ประสิทธิภาพ (คือล่นเรือไปไม่ถึงจุดหมายปลายทาง) หรือขาดประสิทธิภาพ (คือล่นเรือไปถึงช้ากว่ากำหนด) แล้วยังมีความเสี่ยงต่อความเสียหายที่สำคัญสองประการคือ ความเสียหายจากภัยอันตราย (เช่น เรือเกยหินโสโครก หรือเรือแตกเพราะพายุ) และความเสียหายจากการพลาดโอกาส (เช่น ท้องเรือว่าง ยังบรรทุกสินค้าบางประเภทได้อีก แต่ไม่รู้ไม่สนใจความต้องการ ของตลาด)

ในทางนิเทศศาสตร์ ความเสียหายจากภัยอันตราย (risk cost) เห็นได้ชัดจากการสื่อสารโดยไม่รู้กฎหมาย หรือจริยธรรมและการสื่อสารโดยไม่รู้หลักจิตวิทยา

ความเสียหายจากการพลาดโอกาส (opportunity cost) อาจได้แก่ การบริหารสถานีวิทย์หรือโทรทัศน์ โดยขาดความรู้หรือไม่คำนึงถึงศักยภาพของเครื่องส่งหรือของบุคลากร การไม่ถือโอกาสสื่อสารทำความเข้าใจ เมื่อเราได้พบบุคคลที่มีปัญหาขัดแย้งกับเรา ทั้งนี้เพราะเราไม่รู้ไม่เข้าใจทฤษฎีความโน้มเอียงร่วมของนิวคอมป์ ซึ่งบอกว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นโอกาสสำคัญของการประนีประนอมความคิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน ความเสียหายอันเกิดจากการพลาดโอกาสในทางนิเทศศาสตร์ อาจมีผลกระทบรุนแรงต่อชีวิตและทรัพย์สิน อาทิ การมิได้รายงานหรือเตือนภัยเกี่ยวกับสภาพอากาศให้ชาวประมงทราบ อาจทำให้เกิดความเสียหายอย่างมหาศาลต่อชีวิตและเรือประมง ดังเช่น กรณีพายุที่ขึ้นฝั่งภาคใต้ของไทย หลายครั้ง

การมิได้สื่อสารสร้างความอบอุ่นในครอบครัว อาจนำไปสู่การติดยาของลูกหลาน หรือแม้แต่การฆ่าตัวตายตามทฤษฎีของเอมิลดูร์แกง (Émile Durkheim) นักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศส ผู้เขียน “Le Suicide” (การฆ่าตัวตาย) ในปี ค.ศ. 1897 ซึ่งได้เสนอว่าสาเหตุสำคัญอย่างหนึ่งของการฆ่าตัวตาย คือความวิปริตผิดปกติ (anomaly) ที่มีได้มีกระบวนถ่ายเทด้วยการสื่อสารกับบุคคลอื่น

➤ ทฤษฎีการสื่อสารยุคปัจจุบัน

ยุคนี้อาจแบ่งได้เป็น 2 ช่วง คือ ช่วงแรกตั้งแต่ประมาณปี 1980 ถึงประมาณปี 1995 และช่วงที่สองประมาณปี 1990 จนถึงปัจจุบัน คือปี 2002

1. ในช่วงแรก มีแนวโน้มการพัฒนาแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารมาใน 2 ทิศทาง คือ

การวิพากษ์เชิงองค์รวม (holistic approach criticism) ที่นำโลกการสื่อสารเข้าสู่ยุคหลังสมัยนิยม และการปฏิรูปแนวคิดและแนวทางการพัฒนาการสื่อสารในสังคมใหม่

1.1 การวิพากษ์เชิงองค์รวม หมายถึง การที่นักคิด นักวิจัย จากสาขาวิชาต่าง ๆ หันมาใช้ความคิดเชิงองค์รวม วิเคราะห์และวิพากษ์การสื่อสารในระบบทุนนิยมเสรีของสังคมเศรษฐกิจการตลาด (liberal capitalism in market economy)

ในเชิงเศรษฐกิจการเมือง เกิดกลุ่มทฤษฎีการครอบงำกำหนด (determinism) ที่วิพากษ์ว่าเทคโนโลยีลัทธิสมัยนิยม และลัทธิการแพร่กระจายของรอเจอร์ส (Rogers's Diffusionism) มีอำนาจในการกำหนดชะตากรรมของประเทศ (fatalism) เทคโนโลยีสร้างสื่อให้เป็นพระเจ้า (dei ex machina) และ “เปิดโอกาสให้ชนชั้นนำมีอำนาจเหนือความรู้และการตัดสินใจของประชาชน” ตามทัศนะของ ฌ็อง ฟร็องซัวส์ ลีโอดาร์ต (Jean Francois Lyotard) ในหนังสือเรื่อง “La Condition Postmoderne” (1979) มองลึกและกว้างไปในปรัชญาเชิงองค์รวม ฌาคส์ เดริดา (Jacques Derrida) และมิเชล ฟูโกต์ (Michel Foucault) สนับสนุนแนวคิดเชิงวิพากษ์ของลีโอดาร์ต และเสริมต่อว่าในยุคสื่อหลากหลาย รัฐบาลและชนชั้นนำยังได้ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารควบคุมพฤติกรรมสังคมแบบตามจำลอง “กวาดดูโดยรอบ” (panopticon) ซึ่งถือว่าการละเมิดสิทธิและคุณค่าความเป็นมนุษย์ของประชาชน ทั้งสามนักวิชาการจึงได้เสนอแนวคิดใหม่ที่เรียกว่า ลัทธิหลังสมัยนิยม (postmodernism) ถือว่าในสังคมใหม่ เอกชนต้องเข้ามามีบทบาทในการสร้างระบบสารสนเทศเสรี (free flow of information) ทั้งในองค์กรและในสังคม

สมควร กวียะ เสนอแนวคิดไว้เมื่อปี 1986 ว่า มองในแง่อำนาจอิทธิพลของเทคโนโลยี เราอาจแบ่งประเทศในโลกออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มประเทศที่กำหนดเทคโนโลยี และกลุ่มประเทศที่ถูกกำหนดโดยเทคโนโลยี กลุ่มแรกสร้างเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม กลุ่มที่สองถูกเทคโนโลยีจากกลุ่มแรกเข้ามากำหนดวิถีชีวิต และระบบเศรษฐกิจสังคมของประเทศ ก่อให้เกิดความเสียเปรียบทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมวัฒนธรรม ประเทศจะต้องใช้เงินมหาศาล เป็นต้นทุนของการทำเพื่อทำเกินอย่างฟุ่มเฟือยโดยไม่จำเป็น (redundancy cost) รวมทั้งต้นทุนของการสูญเสียโอกาสในการผลิตเทคโนโลยีของตนเอง (opportunities cost) วิชาธุรกิจหรือการประกอบการ (enterprise) ในทศวรรษ 1980 มีลักษณะเป็นนามธรรม และหลากหลายรูปแบบเต็มไปด้วยภาษาสัญลักษณ์ และกระแสการสื่อสารที่เป็นบ่อเกิดของการปรับโครงสร้าง และลำดับชั้นของการพึ่งพาอาศัยกันในระดับโลก แต่การต่อสู้แข่งขันที่ขยายขอบเขตและเพิ่มความเข้มข้นได้บีบบังคับให้เจ้าของกิจการและผู้บริหารต้องนำความรุนแรง และความวิจิตรวิจิตร

(violence and hardcore fantasy) ของศิลปะประยุกต์มาใช้ในการสื่อสารและวิทยายุทธการบริหารองค์กร

วัฒนธรรมการโฆษณาและการโฆษณาชวนเชื่อแอบแฝงตามแบบฮอลลีวูด (Hollywoodian hidden propaganda) แทรกซึมเข้าไปสู่วิถีและวิธีการสื่อสารของมนุษย์ในสังคมหลังสมัยใหม่ จนถึงขนาดที่อาจมีส่วนในการสร้างวัฒนธรรมสงครามเย็นหรือแม้สงครามยิ่ง

1.2 แนวโน้มที่สองในช่วงแรกของทฤษฎีการสื่อสารยุคปัจจุบัน คือการปฏิรูปแนวคิดและแนวทางของการพัฒนาการสื่อสารในสังคมใหม่

สังคมใหม่ต้องอาศัยสารสนเทศเป็นปัจจัยหลักของการสร้างและธำรงพัฒนาสังคม จึงต้องสร้างและพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งในองค์กรและในสังคม

บนพื้นฐานแนวคิดจากรายงานเรื่อง L' Informatisation de la Societe (การสร้างสังคมให้เป็นระบบสารสนเทศ) ของซิมองโนราและอะแลงแมงก์ (Simon Nora และ Alain Minc) ที่เสนอต่อรัฐบาลฝรั่งเศส ในปี 1978 องค์กรกลายเป็นองค์กรสารสนเทศ (Information Organization) สังคมกลายเป็นสังคมสารสนเทศ (Information Society) ต้องอาศัยการสนับสนุนทางเทคโนโลยีจากระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักของการสร้างระบบสารสนเทศ (Informationization) สหรัฐอเมริกา ยุโรปตะวันตก และญี่ปุ่น จึงเริ่มวางแผนพัฒนาทิศทางนี้มาตั้งแต่ต้นทศวรรษ 1980 แผนของญี่ปุ่นดำเนินงานโดยบริษัทโทรเลขและโทรศัพท์แห่งชาติ (NTT) ภายใต้โครงการ 15 ปี เพื่อพัฒนาระบบเครือข่ายสารสนเทศ (Information Network System) กลายเป็นแม่แบบสำคัญสำหรับสาธารณรัฐเกาหลี มาเลเซีย และประเทศกำลังพัฒนาอีกหลายประเทศ จุดมุ่งหมายก็เพื่อนำเทคโนโลยีของชาติมาสร้างสังคมสารสนเทศที่พึ่งตนเองได้

ต่อมาภายหลังความหมายของคำ “สังคมสารสนเทศ” ได้ขยายครอบคลุมมาถึงคำ “สังคมความรู้” (Knowledge Society) และ “สังคมสื่อสาร” (Cyber หรือ Communication Society)

สังคมความรู้ หมายถึง สังคมสารสนเทศที่เน้นสารสนเทศประเภทความรู้สำคัญกว่าประเภทอื่น เพราะเชื่อกันว่าความรู้คือสารสนเทศที่พิสูจน์แล้วว่าจริง และเป็นความจริง และมีสาระพร้อมจะนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อชีวิตและสังคม

สังคมสื่อสาร คือ สังคมสารสนเทศที่ประชากรส่วนใหญ่มีเครื่องมือสื่อสารหรือเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) พร้อมทั้งจะสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง อาณาบริเวณของการสื่อสารครอบคลุมทุกท้องถิ่นของสังคม และสามารถขยายออกไปได้ทั่วโลกในยุคโลกาภิวัตน์ (globalisation)

ทฤษฎีโลกาภิวัตน์ถือกำเนิดขึ้นในบทความเรื่อง Globalization ที่ศาสตราจารย์ธีโอดอร์ เวิตต์ (Theoder Levitt) เสนอในวารสาร “Harvard Business Review” เมื่อปี 1983 แม้ว่าก่อนหน้านี้ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง มีการใช้คำนี้กันแล้วในทางด้านการเงิน (financial globalization) มีความหมายถึงการค้าข้ามพรมแดนในระบบการเงินระหว่างประเทศ

2. ในช่วงที่สองของทฤษฎีการสื่อสารยุคปัจจุบัน ซึ่งเริ่มตั้งแต่ประมาณกลางทศวรรษ 1990 มาถึงปี 2002 นับว่าเป็นช่วงวิกฤตทางทฤษฎี (Theoretical Crisis) ที่สำคัญมากอีกครั้งหนึ่งในประวัติศาสตร์ทฤษฎีการสื่อสาร ทั้งนี้เพราะถึงแม้โลกจะมีเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะระบบอินเทอร์เน็ตที่สามารถทำให้ทุกองค์กรและทุกสังคมติดต่อเชื่อมโยงกันได้ใในอาณาจักรไซเบอร์ (Cyberspace) หรือโลกไซเบอร์ (Cyberworld) แต่โลกภายใต้การบริหารจัดการขององค์กรโลก หรือสหประชาชาติก็ยังอยู่ในสภาพไร้ระเบียบและแตกแยกจลาจลกันจนถึงขั้นทำศึกสงคราม

รายงานการศึกษาปัญหาการสื่อสารของโลก โดยคณะกรรมการ “แม็คไบรด์” ของยูเนสโก ได้พบมาตั้งแต่ปี 1978 ว่า ในโลกหนึ่งเดียวนี้นี้มีหลายความคิด หลายความเชื่อ หลายความเห็น (“Many Voices, One World” ชื่อของรายงานที่พิมพ์เป็นหนังสือในปี 1979) แต่ที่โลกมีปัญหา ก็เพราะว่าประเทศต่าง ๆ และสังคมวัฒนธรรมต่าง ๆ ไม่พยายามสื่อสารทำความเข้าใจและประนีประนอมยอมรับกัน ทั้งนี้เพราะมีทิฐิในลัทธิความเชื่อของตน หรือมีผลประโยชน์ขัดแย้งกันทางเศรษฐกิจการเมือง จนกระทั่งทศวรรษสุดท้ายของศตวรรษที่ 20 ทิฐิหรือความขัดแย้งเหล่านั้นก็ยังไม่บรรเทาเบาบาง แต่กลับยิ่งรุนแรงจนกลายเป็นความตึงเครียดระหว่างภูมิรัฐศาสตร์ (geopolitics) ภูมิเศรษฐศาสตร์ (geo-economics) และภูมิสังคมวัฒนธรรม (geosocio-culture) อาณาจักรทางเศรษฐกิจของโลกขยายเข้าไปก้าวล้ำแทรกซ้อนกับอาณาจักรทางการเมือง การปกครอง ซึ่งมีความเหลื่อมล้ำกันอยู่แล้วกับอาณาจักรทางสังคมวัฒนธรรม ความตึงเครียด (tension) กลายเป็นความเครียดของโลก (world stress) ที่บั่นทอนทั้งสุขภาพกายและจิตของประชากร

การทำศึกสงคราม การก่อการร้าย การต่อสู้เชิงกลยุทธ์เศรษฐกิจ หรือแม้แต่การแข่งขันกันชิงอุตสาหกรรม กลายเป็นสิ่งที่บ่อนทำลายคุณภาพชีวิต คุณภาพของสิ่งแวดล้อม หรือระบบนิเวศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขวัญ กำลังใจ และศักดิ์ศรีเกียรติภูมิของมนุษยชาติ

ท้ายที่สุดความขัดแย้งในความเป็นจริงก็นำมาสู่ความรู้สึกขัดแย้งในเชิงทฤษฎี เข้าทำนอง “สื่อยิ่งมาก การสื่อสารยิ่งน้อย” (The more the media, the less the communication) ซึ่งอาจจะเป็นเพราะว่าสื่อส่วนใหญ่มักถูกใช้เพื่อสร้างสังคมบริโภคนิยมที่มนุษย์แข่งขันกันด้วยการโฆษณาสินค้าฟุ่มเฟือย หรือโฆษณาชวนเชื่อลัทธิเศรษฐกิจการเมืองที่ไม่คำนึงถึงสิทธิเสรีภาพและคุณค่าของความเป็นมนุษย์ สื่อส่วนน้อยเท่านั้นที่ถูกใช้เพื่อสร้างสังคมสารสนเทศหรือสังคมความรู้ที่แท้จริง ซึ่งมนุษย์อยู่ร่วมกันด้วยสติปัญญาและคุณธรรมความรับผิดชอบร่วมกัน แต่เหตุผลที่แน่นอนก็คือ ทฤษฎีการสื่อสารตั้งแต่ก่อนยุคทฤษฎี ยุคสมัยนิยม ยุคหลังสมัยนิยม แม้มีการวิพากษ์วิจารณ์ และปรับปรุงพัฒนามาแล้วเพียงใด ทฤษฎีการสื่อสารก็ยังอยู่ในกรอบของปรัชญาตะวันตกที่เน้นเทคนิคนิยม (technism) มากกว่ามนุษยนิยม (humanism) และเป็นการสื่อสารทางเดียวมากกว่าการสื่อสารสองทาง ทั้งนี้เพราะปรัชญาตะวันตกมีรากฐานมาจากลัทธิเทวนิยมแนวศาสนาคริสต์ (Christian theism) ซึ่งถือว่าพระเจ้าองค์เดียวมีอำนาจเหนือมนุษย์ ถ่ายทอดมาเป็นกระบวนการทัศนการสื่อสารเบี่ยงบนสู่เบื้องล่าง (top-down communication) จากผู้นำถึงประชาชน จากคนรวยถึงคนจน จากคนมีถึงคนไม่มี (have to have-not) จากนายทุนผู้ผลิตถึงประชาชนผู้บริโภค จากผู้มีอำนาจทางเศรษฐกิจหรือการเมืองถึงผู้บริโภคสัญญา ซึ่งหมายถึงผู้จ่ายเงินส่วนหนึ่งซื้อความเป็นนามธรรมที่ไม่มีตัวตนของสินค้าหรืออุดมการณ์

การแสวงหากระบวนการทัศน์ใหม่จึงค่อย ๆ เริ่มขึ้นในตอนต้นทศวรรษ 1990 และค่อยทวีความเข้มข้นจริงจังในครึ่งหลังของทศวรรษนี้

รัฐธรรมนูญฉบับ 2540 ของประเทศไทยได้รับทฤษฎีสื่อมวลชนประชาธิปไตยมาเป็นแนวทางของรัฐในการปฏิรูปการสื่อสารมวลชนให้มีหลักประกันเสรีภาพ อิสรภาพ ความเสมอภาค ความรับผิดชอบ และประสิทธิภาพเพื่อสาธารณประโยชน์ และเพื่อสังคมตามที่บัญญัติในมาตรา 39, 40 และ 41

อมาตยา เสน (Amartya sen) นักเศรษฐศาสตร์ผู้ได้รับรางวัลโนเบล ในปี 1996 เสนอทฤษฎีกระแสเสรีของข่าวสารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ (free flow of information for economic development) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าความเปิดกว้างของข่าวสาร (informational openness) จะส่งเสริมระบอบประชาธิปไตยและระบอบประชาธิปไตยจะส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจที่แท้จริงและยั่งยืน เพราะผู้นำในระบอบนี้จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเพื่อการริเริ่มและดำเนินโครงการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ

โจเซฟ สติกลิตซ์ (Joseph Stiglitz) นักเศรษฐศาสตร์อีกคนหนึ่งที่ได้รับรางวัลโนเบล ในปี 2000 เสนอทฤษฎีสารสนเทศอสมมาตร (Asymmetric Information) แสดงเป็นสมการว่าความแตกต่างทางสารสนเทศทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรวยกับคนจน เช่น การรับรู้ข่าวสารเรื่องสัมปทานของรัฐเร็วกว่าหรือดีกว่าย่อมได้เปรียบในการยื่นซองประกวดราคา ทำให้มีโอกาสดีกว่าในการได้มาซึ่งสัมปทาน ทำให้มีโอกาสที่จะเพิ่มกำไรรายยิ่งกว่าคนที่มิได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสัมปทาน

ทฤษฎีนี้ยืนยันถึงบทบาทสำคัญของการเผยแพร่สารสนเทศเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ทว่าการเผยแพร่สารสนเทศนั้นจะต้องยึดหลักความโปร่งใส ความเสมอภาค และความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวม ไม่ว่าจะเป็น การเผยแพร่สารสนเทศของสื่อประเภทใด การทำงานบนพื้นฐานอุดมการณ์ดังกล่าว จึงต้องมีอิสรภาพในทางวิชาชีพ (professional independence) ซึ่งถือว่าเป็นจริยธรรมที่สำคัญ

ในช่วงเวลาเดียวกัน สมควร กวียะ ได้นำเอาทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมมาปฏิรูปการประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม สร้างเป็นทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ใหม่ที่เรียกว่า การสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ (Integrated Organizational Communication) ทฤษฎีนี้เสนอว่าองค์กรจะต้องปรับเปลี่ยนปรัชญา (1) จากการสื่อสารมิติเดียวมาเป็นการสื่อสารหลายมิติ (multi-dimensional communication) ใช้หลายสื่อ หลายทิศทาง และมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมทั้งองค์กรและสังคมอย่างเป็นธรรมชาติ (2) จากการสื่อสารถึงสาธารณชนหรือมวลชนมาเป็นการสื่อสารกับสมาชิกของสังคม เน้นสังคมภายในองค์กรและชุมชนรอบองค์กร ก่อนขยายขอบเขตออกไปสู่องค์กรอื่น และสังคมมวลชน (3) จากการสื่อสารโน้มน้าวใจให้คล้อยตามมาเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นหนึ่งเดียวบนพื้นฐานความแตกต่าง (oneness of differences) ของความรู้ ความคิด และบทบาทหน้าที่ (4) จากการสื่อสารเพื่อสร้างเสริมภาพลักษณ์ (mind image) ขององค์กรเพียงด้านเดียวมาเป็นการสื่อสารเพื่อเสริมภาพจริง (real image) ที่แสดงความรับผิดชอบขององค์กรต่อสังคมต่อโลกและต่อชีวิตของเพื่อนมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายขององค์กรหรือไม่

แต่การเปลี่ยนกระบวนทัศน์ (paradigm shift) ที่มีความหมายสำคัญมาก เริ่มต้นโดย ฟรีดจอฟ คาปรา (Fritjof Capra) นักวิทยาศาสตร์ฟิสิกส์ จากมหาวิทยาลัยเวียนนา ซึ่งต่อมาได้เป็นผู้อำนวยการศูนย์นิเวศศึกษา (Ecoliteracy) ที่มหาวิทยาลัยเบิร์กลีย์ แคลิฟอร์เนีย ในปี 1975 เขาจัดบรรยายกระบวนทัศน์ใหม่เชิงปรัชญาฟิสิกส์ในหนังสือเรื่อง The Tao of Physics (เต๋าแห่งฟิสิกส์) โดยการประยุกต์ทฤษฎีแนวปรัชญาตะวันออกโดยเฉพาะฮินดู พุทธ และเต๋า เข้าบูรณาการกับสังขมทางวิทยาศาสตร์ที่ค้นพบใหม่ในศตวรรษที่ 20 อาทิ ทฤษฎีควอนตัม (Quantum Theory) และทฤษฎีจักรวาลวิทยาต่าง ๆ (Cosmological Theories) เสนอให้เห็นคุณค่าเชิงวิทยาศาสตร์ของปรัชญาตะวันออกที่สมควรจะนำมาปฏิรูปสังคมที่ได้ถูกกระทำให้เป็นทาสความคิดของตะวันตกตลอดมา

ปี 1982 เขาเสนอปรัชญาสังคมนิวใหม่เชิงองค์รวมในหนังสือเรื่อง “The Turning Point” (จุดเปลี่ยนแปลงแห่งศตวรรษ) เสนอให้ใช้การคิดเชิงองค์รวม (holistic thinking) ในการแก้ปัญหาของสังคมและของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้สังคมมวลชนคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม มีจิตสำนึกที่จะทำความรู้จัก เข้าใจ ช่วยอนุรักษ์ระบบนิเวศ และส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน

ในปี 1996 หนังสือเรื่อง “The Web of Life” (ใยแห่งชีวิต) ของเขา ปฏิรูปปรัชญาวิทยาศาสตร์บนพื้นฐานทฤษฎีระบบ (Systems Theories) ทฤษฎีไซเบอร์เนติกส์ และทฤษฎีเกอา (Gaia Theory) ของเจมส์ เลิฟล็อก (James Lovelock) ที่เสนอว่า โลกก็เป็นสิ่งมีชีวิตเป็นอภิจีvit (Superbeing) ที่ชีวิตทั้งหลายอยู่ร่วมกันเป็นสหชีวิต (symbiosis) เช่นเดียวกับที่แบคทีเรียในลำไส้มีชีวิตร่วมกันกับร่างกายมนุษย์ สรุปให้เห็นว่าการสื่อสารหรือสันนิฐานกรรม (communication) คือความเชื่อมโยงระหว่างกัน (interconnectedness) ของทุกระบบ ระบบชีวิต ระบบสังคม ระบบโลก เป็นกระบวนการเชื่อมโยงด้วยสารสนเทศในรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ระหว่างการป้อนไปและการป้อนกลับ (feed forward – feedback interaction) ทำให้ทุกส่วนของระบบติดต่อเชื่อมโยงกันตามหลักปรัชญาของนิเวศวิทยาแนวลึก (deep ecology)

จากพื้นฐานแนวคิดหนังสือสามเล่มของฟริตจอฟ คาปรา สมควร กวียะ พยายามนำมาสร้างเป็นกระบวนการทัศน์ใหม่ของการสื่อสารมวลชน ในหนังสือเรื่องนิเวศนิเทศ (Eco-communication) ในปี 1997

นิเวศวิทยาเป็นแนวคิดการสื่อสารเชิงนิเวศวิทยา (Ecological Communication) ที่เสนอให้สื่อมวลชนเปลี่ยนมโนทัศน์ของการทำงาน จากการเสนอข่าวสารตามกระแสในรูปแบบดั้งเดิมของวารสารศาสตร์อเมริกัน (American journalism) ซึ่งวางรากฐานยังลึกลงมาตั้งแต่ต้นศตวรรษมาเป็นการเฝ้าติดตามสืบสวนสอบสวน พฤติกรรมและผลกระทบของอุตสาหกรรมเชิงลบ (negative industry) ที่มีต่อระบบนิเวศ ดิน น้ำ อากาศ อาหาร ชีวิต และโลก สื่อมวลชนใหม่จะต้องมีจิตสำนึกรับผิดชอบอย่างลึกซึ้งต่อความเสื่อมโทรมของชีวิตโลก และหลีกเลี่ยงการโฆษณาสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่กำลังก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบระยะยาวต่อพิภพ (The Earth) ซึ่งเป็นที่อยู่แห่งเดียวและอาจจะเป็นแหล่งสุดท้ายของมนุษยชาติ

สำหรับกระบวนการทัศน์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภายในบุคคล และการสื่อสารระหว่างบุคคล มีความเคลื่อนไหวที่น่าสนใจในการเสนอทฤษฎีปัญญาแห่งจิตวิญญาณ (Spiritual Intelligence Quotient หรือ SQ) ในสหรัฐอเมริกา โดยไมเคิล เพอร์ซิงเกอร์ (Micheal Persinger) นักจิตประสาทวิทยา เริ่มต้นในปี 1990 แต่มีการขยายความคิดโดย วีเอส รามจันทรัน (V.S. Ramachandran) แห่งมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ในปี 1997 และเป็นที่ยอมรับกว้างขวางในปี 2000 เมื่อมิเชล เลวิน (Michel Levin) เขียนหนังสือเรื่อง “Spiritual Intelligence Awakening the Power of Your Spirituality and Intuition”

เส้นทางเดินของปัญญาแห่งจิตวิญญาณ (Paths of SQ) มี 6 ประการคือ การรู้จักหน้าที่ (Duty) การรู้จักทะนุถนอม (Nurturing) การแสวงหาความรู้ (Knowledge) การปรับเปลี่ยนลักษณะตน (Personal Transformation) การสร้างภราดรภาพ (Brotherhood) และการเป็นผู้นำแบบบริการ (Servant Leadership)

ทฤษฎีปัญญาแห่งจิตวิญญาณ เป็นแนวคิดใหม่ในการพัฒนาการสื่อสารของมนุษย์ คล้ายทฤษฎีเส้นทางที่ปราศจากกาลเวลา (The Timeless Way) ของดีปิก โชปรา (Deepak Chopra) ในหนังสือ “Ageless Body, Timeless mind” (1993) ที่เสนอว่ามนุษย์จะต้องรู้จักใช้ธรรมชาติหรือพลังแห่งวิวัฒนาการ (power of evolution) มาเป็นพลังสร้างสรรค์ร่างกายและจิตใจ โดยปฏิบัติตนในเส้นทางที่ปราศจากกาลเวลาหรือความเสื่อมโทรมตามอายุขัยที่เร็วเกินไป คือ

- (1) รู้จักชื่นชมกับความเงียบ (silence)
- (2) รู้จักความสัมพันธ์เชิงบวกของตนกับธรรมชาติ (nature)
- (3) ไว้วางใจในความรู้สึกของตนเอง (trust in own feeling)
- (4) มีความมั่นคงในท่ามกลางความสับสนวุ่นวาย (self – centered amid chaos)
- (5) รู้จักเล่นสนุกสนานเหมือนเด็ก (childlike fantasy and play)
- (6) มั่นใจในสติสัมปชัญญะของตน (trust in own consciensness) และ
- (7) ไม่ยึดติดความคิดดั้งเดิมแต่สร้างเสริมความคิดสร้างสรรค์ตลอดเวลา (non – attachment but openness to won creativity)

ทั้งทฤษฎีปัญญาแห่งจิตวิญญาณ (SQ) และทฤษฎีเส้นทางที่ปราศจากกาลเวลา (Timeless Way) นับว่าเป็นพัฒนาการมาสู่กระบวนทัศน์ใหม่ของทฤษฎีการสื่อสารภายในบุคคลที่เริ่มต้นโดยชกมุนด์ฟรอยด์ และทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคลที่เริ่มต้นโดยฟริตซ์ไฮเดอร์ เป็นการนำเอาจริยศาสตร์มาผสมผสานเป็นจริยธรรมการสื่อสารของมนุษย์ (Ethics of Human Communication) ที่ถูกทำให้เสื่อมโทรมมาหลายทศวรรษ โดยลัทธิบริโกล และกระแสโลกาภิวัตน์ของระบอบทุนนิยมเสรี

โดยเฉพาะอย่างยิ่งทฤษฎีเส้นทางที่ปราศจากการเวลา มีส่วนช่วยสนับสนุนให้เกิดกระบวนทัศน์ล้ำสมัยและแนวอนาคต (ultramodernist and futuristic paradigm) ที่มีเวลาเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญของสารสนเทศและการสื่อสารทุกประเภท นั่นคือ ทฤษฎีสารเวลา (The Infotime Theory) ซึ่ง สมควร กวียะ ได้นำเสนอต่อที่ประชุมราชบัณฑิตยสถานนักธรรมศาสตร์และการเมือง เมื่อเดือนมีนาคม 2002 หลังจากที่ได้วิจัยและพัฒนามาตั้งแต่ปี 1997

ทฤษฎีสารเวลามาจากการวิจัยเชิงทดลองทางความคิด (thought experiment) บนพื้นฐานความคิดเชิงองค์รวม และความรู้ทางนิเทศศาสตร์ มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ทุกแขนง ได้รับแรงบันดาลใจจากแนวคิดทฤษฎีของพระพุทธรองค์ 'อินส์ไตร์น ดาร์วิน ฟรอยด์ ชรามม์ วินเนอร์ คาปรา โขปรา และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสตีเฟน ฮอว์กิง (Stephen Hawking) ในหนังสือเรื่อง "A Brief History of Time" (1990)

ตามทฤษฎีสารเวลาสาร (Information) หมายถึงทุกสรรพสิ่งในเอกภพ คือสารทางกายภาพ (Physical Information) สารทางชีวภาพ (Biological Information) สารทางสมอง (Brain Information) และสารนอกร่างกาย (Extrasomatic Information) หรือสารสังคม (Social Information)

การสื่อสาร คือการสร้างสภาพร่วมระหว่างผู้สื่อสาร (commonness-making) หรือการสร้างความเป็นหนึ่งเดียว (oneness-making) ของทุกสาร นับตั้งแต่อะตอม โมเลกุล ดาวฤกษ์ กาแล็กซี หรือดาราจักร ดาวเคราะห์ ชีวิต สังคม มาจนถึงองค์กร

การสื่อสารเป็นกระบวนการพลวัตของความเชื่อมโยงติดต่อกัน (dynamic process of interconnectedness) ที่ก่อให้เกิดสารหรือระบบ (information or system)

แต่จากทฤษฎีเวลาทั้งในทางวิทยาศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ พบว่าการสื่อสารอย่างเดียวนั้นพอที่จะเกิดให้เกิดระบบได้ ระบบต้องมีกระบวนการเปลี่ยนแปลงโดยตลอด (perpetual change) นับตั้งแต่การเกิดไปจนถึงการตาย

ทุกระบบหรือทุกสารจึงต้องมีเวลาเป็นองค์ประกอบที่จะขาดเสียมิได้ เรียกรวมเสียใหม่ว่า สารเวลา หรือ Infotime... สารคือโครงสร้างและกระบวนการก็คือ เวลา ซึ่งจะต้องรวมกันเป็นหนึ่งเดียว

โดยสรุป ทฤษฎีสารเวลาก็คือ สมมติฐานหลักของทฤษฎีการสื่อสารหรือสันนิษฐานกรรมทั่วไป (The General Communication Theory) ซึ่งคาดว่าจะปฐมนิเทศสำคัญ (major postulate) สำหรับทฤษฎีของทุกสิ่งทุกอย่าง (The Theory of Everything and Every Non-Thing)

ความรู้เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมเผยแพร่ให้ความรู้ (การจัดนิทรรศการ)

นิทรรศการ หมายถึง การให้การศึกษาอย่างหนึ่งด้วยการแสดงงานให้ชม เป็นการจัดแสดงและนำ
วัตถุทัศนวัสดุรวมถึงวัสดุต่าง ๆ ที่ให้ข้อมูล ข่าวสาร ที่ผู้ชมสามารถสัมผัส เรียนรู้ ทดลองใช้ หรือมีกิจกรรมเสริม
ประกอบ นิทรรศการเป็นสื่อในการให้การศึกษา ความรู้ความเข้าใจ เพื่อกระตุ้นความสนใจ ตอบสนองและ
เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชมให้บรรลุสู่เป้าหมายในเรื่องนั้น ๆ

ประเภทของนิทรรศการ

➤ การแบ่งประเภทของนิทรรศการ สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. แบ่งตามการจำแนกประเภทของนิทรรศการ
2. แบ่งตามขนาดของนิทรรศการ
3. แบ่งตามจุดมุ่งหมาย

1. แบ่งตามการจำแนกประเภทของนิทรรศการ

ประเสริฐ ศิลรัตน์ (2549.: 18) ได้จำแนกประเภทของการจัดนิทรรศการเป็น 2 วิธี คือ จำแนกจาก
กำหนดระยะเวลา และจำแนกจากกำหนดสถานที่ ไว้ดังนี้

1. จำแนกจากกำหนดระยะเวลา แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 นิทรรศการถาวร (Permanent Exhibition) คือ นิทรรศการที่จัดอยู่ในที่ใดที่หนึ่งเป็นระยะเวลานาน
ๆ หรือตลอดไป เป็นการรวบรวมและการจัดแสดงสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะวัตถุสิ่งของที่แสดงเรื่องราวที่เกิดขึ้น
แน่นอน เช่น สิ่งที่แสดงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ สังคมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ โบราณคดีและศิลปะ เป็นต้น
ได้แก่ นิทรรศการในหอศิลป์แห่งชาติ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้ง เมืองโบราณ เมืองจำลอง ห้อง
แสดงประวัติศาสตร์บ้าน เป็นต้น

เป็นการจัดนิทรรศการที่จัดแสดงไว้ตลอดเวลา สามารถดูได้ตลอดเวลาโดยไม่ลำสมัย เป็นนิทรรศการที่
จัดอยู่ในส่วนใดส่วนหนึ่งของพิพิธภัณฑ์หรือหอศิลป์ หรือในสถาบันต่าง ๆ นิทรรศการถาวรอาจจัดได้ทั้งในที่
ร่ม (Indoor Exhibition) และกลางแจ้ง (Outdoor Exhibition)

1.2 นิทรรศการชั่วคราว (Temporary Exhibition) คือ นิทรรศการที่จัดอยู่ในที่ใดที่หนึ่งเป็น
ระยะเวลาสั้น ๆ สามารถแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการจัดได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.2.1 นิทรรศการชั่วคราวที่จัดแสดงเป็นเอกเทศ

1.2.2 นิทรรศการชั่วคราวที่จัดแสดงเพื่อเสริมนิทรรศการถาวร

การจัดแสดงเรื่องราวเรื่องใดเรื่องหนึ่งในโอกาสต่าง ๆ หรือโอกาสพิเศษ เช่น การจัดนิทรรศการในงาน
สัปดาห์หนังสือแห่งชาติ การจัดนิทรรศการในงานสัปดาห์ห้องสมุด เช่น นิทรรศการสารนิเทศระบบเครือข่าย
อินเทอร์เน็ต นิทรรศการในห้องสมุด เช่น วันปีใหม่ วันตรุษจีน วันเข้าพรรษา นำเสนอหนังสือใหม่ ฯลฯ

2. การจำแนกจากกำหนดสถานที่ แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

2.1 นิทรรศการในร่ม (Indoor Exhibition) เป็นนิทรรศการที่จัดแสดงขึ้นภายในอาคาร โดยอาจใช้สถานที่บริเวณส่วนต่าง ๆ เช่น ภายในห้อง เถลิง ห้องโถง หอประชุม เป็นต้น

2.2 นิทรรศการกลางแจ้ง (Outdoor Exhibition) เป็นการจกนิทรรศการขนาดใหญ่ มีผู้ร่วมงานจากหน่วยงาน องค์กรธุรกิจหลายสาขา มีจุดมุ่งหมายให้ประชาชนจำนวนมากได้มีโอกาสเข้าชม โดยจัดในบริเวณที่มีพื้นที่กว้าง เช่น สนามหลวง วังสราญรมย์ สวนลุมพินี หรือที่สนามในสถาบันการศึกษา

2.3 นิทรรศการหมุนเวียน (Traveling Exhibition) เป็นนิทรรศการหมุนเวียน เปลี่ยนสถานที่จัดแสดง เช่น ผลงานศิลปะที่นักศึกษาในกรุงเทพฯ นำไปจัดแสดงที่เชียงใหม่ สงขลา หรือภาคอีสานหมุนเวียนสลับกันไป เป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ทักษะและเผยแพร่ให้ผู้ชมในท้องถิ่นได้รู้เห็นเพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการ หรือข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ บางครั้งนิทรรศการชั่วคราวบางอย่างก็ใช้เป็นนิทรรศการหมุนเวียนด้วย

ฉวีวรรณ คูหาภินันท์ (2542.: 278-279) ได้กล่าวถึงนิทรรศการเคลื่อนที่หรือนิทรรศการสัญจร คือนิทรรศการที่จัดแสดงในที่ต่าง ๆ เคลื่อนที่ไปเรื่อย ๆ หมุนเวียนกันตามที่ตั้งต่าง ๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ชุมชนกลุ่มเป้าหมาย นิทรรศการชั่วคราวบางเรื่อง ก็อาจใช้เป็น นิทรรศการเคลื่อนที่ได้ เช่น นิทรรศการส่งเสริมประชาธิปไตย นิทรรศการพิพิธภัณฑ์เคลื่อนที่ของศูนย์บริรักษ์เพื่อการศึกษา เป็นต้น นิทรรศการเคลื่อนที่หรือนิทรรศการสัญจรนี้ มักจะจัดในรถหรือเรือเคลื่อนที่ไปในที่ต่าง ๆ เช่น นิทรรศการดวงตราไปรษณีย์ จะมีรถนิทรรศการ นอกจากรูปภาพต่างๆ และคำอธิบายแล้ว ยังมีบุคลากรให้คำแนะนำ ชักชวน สาธิตการใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น การทำกระทง ทำพวงหรีดด้วยใบตอง ฟางข้าว กระดาษและดอกไม้ ตลอดจนฉายภาพยนตร์ ภาพนิ่ง และวีดิทัศน์ประกอบ เป็นต้น นิทรรศการเคลื่อนที่อาจจัดได้ทั้งในร่มและกลางแจ้ง จัดในที่ร่ม เช่น จัดในห้องประชุม ในศูนย์การค้า จัดในรถ ในเรือ ฯลฯ และจัดกลางแจ้ง เช่น จัดในสนามของโรงเรียนและในชุมชนต่างๆ เป็นต้น

2. แบ่งตามขนาดของนิทรรศการ

วัฒนะ จูทะวิภาต (2542.: 1) ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับลักษณะหรือขอบวนการของการสื่อความหมายของคำที่มีความหมายใกล้เคียงกับคำว่านิทรรศการอีกคำหนึ่ง คือคำว่า ดิสเพลย์ (Display) ซึ่งบางคนเข้าใจว่ามีความหมายเดียวกันกับนิทรรศการ แต่แท้จริงแล้ว ดิสเพลย์ หมายถึง การจัดแสดงภาพและวัตถุเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีขนาดย่อมกว่านิทรรศการ และมุ่งผลต่อกลุ่มเป้าหมายในวงจำกัด เช่น ดิสเพลย์หนังสือใหม่ของห้องสมุด ดิสเพลย์วันเข้าพรรษา เป็นต้น

นิทรรศการมีลักษณะเป็นการสื่อความหมายสองทาง (Two-way communication) ระหว่างสถาบันผู้จัดนิทรรศการ กับประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายที่มาชม กล่าวคือผู้ชมสามารถสอบถามเจ้าหน้าที่ผู้จัดถึงเรื่องราวความเป็นไปของการจัดแสดงได้

ส่วนดิสเพลย์นั้น เป็นการสื่อความหมายแบบเอกวิธี หรือแบบทางเดียว (One-way communication) มีความหมายเพียงเพื่อชี้แจงแถลงข่าว รายงานเรื่องราวเหตุการณ์หรือชักชวนให้ผู้ชมเกิดความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ในวงการธุรกิจการค้าก็มีการจัดกิจกรรมบางอย่างที่คล้ายกับการจัดนิทรรศการ เช่น การจัดงานมหกรรมสินค้า (Exposition) การแสดงสินค้า (Trade fair หรือ Trade show) และการจัดมุมแนะนำสินค้า (Window show) ซึ่งเมื่อพิจารณาให้ลึกซึ้งแล้ว จะเห็นว่างานมหกรรมสินค้าก็ดี หรืองานแสดงสินค้าก็ดี ผู้จัดมุมแนะนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่หรือขายสินค้าของตนเท่านั้น มิได้มุ่งผลในแง่การประชาสัมพันธ์มากนัก จึงไม่จัดเป็นนิทรรศการ

➤ จากทัศนะดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่านิทรรศการ แบ่งออกเป็น 3 ขนาด ได้แก่

1. นิทรรศการขนาดเล็ก (Display) ได้แก่ การจัดนิทรรศการต่าง ๆ ที่มีเนื้อเรื่องไม่ยาวนานและใช้เนื้อที่ในการจัดไม่มากนัก อาจจะจัดเพียง 1-2 ป้าย หรือจัดวางบนชั้น บนโต๊ะเล็ก ๆ บนโต๊ะรับจ่ายหนังสือ เช่น การจัดนิทรรศการหนังสือใหม่ การจัดนิทรรศการวันสำคัญต่าง ๆ ฯลฯ ในห้องสมุดหรือในชั้นเรียน ตามร้านค้า เช่น นิทรรศการในตู้กระจก (Window display) เป็นต้น (ฉวีวรรณ คูหาภินันท์, 2542.: 278-279) อาจจัดทำเกี่ยวกับหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งเพียงหัวข้อเดียว หรือจุดมุ่งหมายอันใดอันหนึ่งโดยเฉพาะ เช่นการจัดตู้โชว์สินค้าหน้าร้าน การจัดแสดงสินค้าในบล็อก (Block) พื้นที่แต่ละส่วนในห้างสรรพสินค้า การแสดงผลงานดีเด่นของใครคนใดคนหนึ่ง เป็นต้น (ประเสริฐ สิริธรรณา, 2549.: 9)

2. นิทรรศการขนาดกลาง (Exhibition) คือ การจัดแสดงที่มีจุดมุ่งหมายหลากหลายอยู่ในพื้นที่กว้างขวาง โดยอาจมีการจัดแสดงขนาดย่อมรวมอยู่ในบริเวณเดียวกัน เช่น การจัดแสดงนิทรรศการทางวิชาการ งานแสดงอัญมณีและเครื่องประดับ นิทรรศการทางศิลปะ ตลอดจนการแสดงสินค้าตกแต่งบ้าน และการแสดงสิ่งต่าง ๆ ในรูปแบบพิพิธภัณฑ์ (ประเสริฐ สิริธรรณา, 2549.: 10) การจัดป้ายนิทรรศการหลาย ๆ ป้าย หรือหลายตู้หลายชั้น เป็นป้ายนิทรรศการขนาดใหญ่ อาจมีกิจกรรมอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น จัดนิทรรศการงานสัปดาห์ห้องสมุดในโรงเรียน หรือห้องสมุดมีกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมการแสดงบนเวที ตอบปัญหา เล่าเรื่องหนังสือ เชิญนักเขียนมาบรรยาย นิทรรศการพระราชประวัติของพระเจ้าตากสินมหาราช นิทรรศการตราไปรษณียากร ฯลฯ (ฉวีวรรณ คูหาภินันท์, 2542.: 279)

3. นิทรรศการขนาดใหญ่ (Exposition) ได้แก่ การจัดนิทรรศการระดับชาติ หรือระดับโลก ที่เรียกว่ามหกรรม ซึ่งรวมทั้งงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ด้วย เช่น งานแสดงสินค้าโลก งาน EXPO งานกล้วยไม้โลก นิทรรศการงานแสดงเกษตรและอุตสาหกรรมโลก

© THE BEST CENTER INTER GROUP CO., LTD.

All rights reserved

ห้ามผู้ใดทำการคัดลอก ตีพิมพ์ แจกจ่าย ปรับเปลี่ยน
ดัดแปลง หรือแก้ไขส่วนใดส่วนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้
เพื่อการเผยแพร่หรือนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์โดยเด็ดขาด

หากตรวจพบจะดำเนินการตามกฎหมายถึงที่สุด

หากผู้ใดพบเห็น สามารถแจ้งเบาะแสที่
081-496-9907 มีรางวัลตอบแทน