บทที่ 9
กระบวนการการจูงใจและสมาชิกผู้ร่วมกระบวนการจูงใจ

กระบวนการการจูงใจ คือ กระบวนการสื่อสารที่มีจุดมุ่งหมายเฉพาะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลหนึ่งส่งข่าวสารไปให้อีกบุคคลหนึ่ง เพื่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบต่อข่าวสารนั้น

องค์ประกอบของกระบวนการการจูงใจ

จากความหมายของกระบวนการจูงใจข้างต้นจะเห็นได้ว่า การที่จะเกิดกระบวนการจูงใจขึ้นได้ จะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. สมาชิกผู้เข้าร่วมกระบวนการจูงใจ อันได้แก่
   1.1 แหล่งข่าวสารการจูงใจ หรือผู้จูงใจ
   1.2 ผู้รับข่าวสารการจูงใจ หรือผู้ถูกจูงใจ
2. เครื่องมือที่จะใช้ในการจูงใจ อันได้แก่
   2.1 ตัวข่าวสารที่ใช้ในการจูงใจ
   2.2 ช่องทางหรือวิธีการจูงใจ
   2.3 เครื่องมือหรืออุปกรณ์ช่วยการจูงใจ

ลักษณะของวิธีการจูงใจ

ในการสร้างให้เกิดกระบวนการจูงใจขึ้นนั้น เราสามารถพิจารณาได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. กระบวนการจูงใจฝ่ายเดียว (One-Way Motivation Process)

หมายถึง การที่แหล่งข่าวหรือผู้จูงใจพยายามที่จะจูงใจ โดยการส่งข่าวสารให้แก่ผู้รับเพียงฝ่ายเดียว เพื่อมุ่งหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบางอย่างขึ้น ในวิธีการของกระบวนการจูงใจฝ่ายเดียวนี้ ผู้จูงใจจะเลือกวิธีที่จะสร้างหรือแพร่ข่าวสารโดยตั้งใจให้ผู้ถูกจูงใจทำหน้าที่เป็นผู้รับฝ่ายเดียว ในขณะเดียวกัน ก็ต้องการที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้รับให้เป็นไปตามเจตนารมณ์

ของผู้จูงใจ ยกตัวอย่างเช่น การที่บิดามารดาว่ากล่าวตักเตือนสั่งสอนบุตร โดยให้บุตรเป็นฝ่ายรับฟัง และจดจำนำไปปฏิบัติ บุตรไม่มีหน้าที่หรือสิทธิที่จะโต้ตอบหรือถกเถียง

ในวิธีการจูงใจแบบทางเดียวนี้ สิ่งที่น่าสนใจก็คือ รูปแบบที่จะอธิบายว่า ผู้ถูกจูงใจได้รับข่าวสารมาได้อย่างไร มีสถานการณ์ใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อวิถีทางที่ผู้ถูกจูงใจจะปฏิบัติตอบต่อข่าวสาร รูปแบบดังกล่าวจะช่วยเป็นเครื่องทำนายสถานการณ์ต่างๆ ว่า การจูงใจครั้งนั้นจะสัมฤทธิ์ผลหรือไม่เพียงใด องค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้สามารถทราบคำตอบดังกล่าวนี้ มีอยู่ 3 ประการคือ

ก. การศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception)

ข. การศึกษาเกี่ยวกับการเรียนรู้ (Learning)

ค. การศึกษาเกี่ยวกับความสมดุล (Balance)

2. **กระบวนการจูงใจสองฝ่าย** (Two-Way Motivation Process)

เป็นกระบวนการซึ่งเกิดจากการที่บุคคลสองฝ่าย อันอาจประกอบด้วย บุคคลสองคนหรือมากกว่านั้น ทำการสื่อสารกัน โดยที่มีทั้งการส่งและการรับข่าว ทั้งนี้เพื่อมุ่งที่จะแสวงหาสิ่งเดียวกัน อันเป็นสิ่งที่ทั้งสองฝ่ายเห็นชอบด้วย ยกตัวอย่างเช่น ผู้ฝึกซ้อมและนักมวยปรึกษาหารือกันถึงกลยุทธและวิธีการที่จะเอาชนะคู่ต่อสู้ เป็นการแสดงความคิดเห็นแบบโต้ตอบกันทั้งสองฝ่าย เพื่อหาข้อยุติที่ดีที่สุดซึ่งทั้งสองฝ่ายยอมรับ

การที่เราจะพิจารณาการจูงใจในลักษณะนี้ จะเห็นว่ามีการปฏิบัติตอบต่อกัน สองฝ่ายระหว่างผู้ร่วมกระบวนการจูงใจ ในการนี้จะต้องศึกษาให้ทราบว่า ผู้ร่วมกระบวนการจูงใจทั้งสองฝ่ายนึกเห็นภาพพจน์ของสถานการณ์การจูงใจครั้งนั้นอย่างไร อะไรทำให้เขานึกเช่นนั้น เขาอาจนึกเหมือนกันหรือต่างกัน เช่น นักมวยอาจนึกว่ามีหนทางชนะสูงมาก ขณะที่ผู้ฝึกซ้อมไม่เห็นด้วย ดังนี้เป็นต้น เหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น นอกจากนี้ ยังต้องศึกษาต่อไปว่า หลังจากที่เกิดกระบวนการจูงใจ และต่างฝ่ายต่างได้รับข่าวสารจากอีกฝ่ายหนึ่งแล้ว เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไรหรือไม่ ในบุคคลทั้งสองฝ่าย รวมทั้งต้องคาดคะเนได้ว่าผู้เข้าร่วมในกระบวนการจูงใจจะปฏิบัติตอบอย่างไรต่อสถานการณ์การจูงใจนั้น การพิจารณาถึงเรื่องของการนึกเห็นภาพพจน์ การเรียนรู้ และความสมดุล จะช่วยให้เราเข้าใจถึงการจูงใจในลักษณะนี้ได้เช่นเดียวกัน

การสื่อสารเพื่อการจูงใจ

การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดความคิด หรือข้อความจากผู้ส่ง (Sender) ไปยังผู้รับ (Receiver) กระบวนการถ่ายทอดข้อความและความคิดนี้จะเริ่มต้นจากผู้ส่งและสิ้นสุดลง

เมื่อผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูลหรือความคิดพร้อมกับมีความเข้าใจในข่าวสารข้อมูลหรือความคิดนั้นตรงกับที่ผู้ส่งต้องการ และแสดงพฤติกรรมตามที่ผู้ส่งได้คาดหวังเอาไว้

กระบวนการสื่อสารประกอบด้วยส่วนสำคัญคือ ผู้ส่ง (Sender) ข่าวสาร (Message) ช่องทางการติดต่อ (Channel) ผู้รับ (Receiver) ปฏิกิริยาตอบกลับ (Feed Back) และสิ่งรบกวน (Noise) อุปสรรคที่สำคัญต่อการสื่อข้อความและการจูงใจ ก็คือ การรับรู้ (Perception) ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคลอันมีส่วนสำคัญที่ทำให้ตีความหมายของข้อมูลหรือข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกัน เป็นเหตุทำให้การสื่อสารไม่สมบูรณ์ และอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดและเกิดขัดแย้งกันได้

ภายในองค์การระบบการสื่อสารเราถือเป็นตัว Linking Machanism ที่คอยเชื่อมโยงระบบอื่นๆ ภายในองค์การให้ประสานกันและเป็นเครื่องมือที่สำคัญของผู้บริหารที่จะอำนวยการดำเนินงานขององค์การให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ นอกจากนี้การสื่อสารเพื่อการจูงใจยังเป็นเครื่องมือในการก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ปฏิบัติงานด้วยกันภายในองค์การ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องจัดให้มีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและคอยปรับปรุงแก้ไขระบบการสื่อสารให้เหมาะสมกับสภาพการเปลี่ยนแปลงของภาวะแวดล้อมอยู่เสมอ รวมทั้งสามารถจูงใจผู้ปฏิบัติงานได้ด้วย

การสื่อสารเพื่อการจูงใจถือได้ว่าเป็นกุญแจสำคัญที่ก่อให้เกิดความเข้าใจกัน การประสานงานกันระหว่างบุคคลกับบุคคลหรือระหว่างบุคคลกับกลุ่มหรือระหว่างกลุ่มกับกลุ่ม ในองค์การใดก็ตาม ถ้าการสื่อสารขาดตกบกพร่องหรือขาดประสิทธิภาพไปก็จะเกิดการประสานงานเกิดความขัดแย้ง เกิดความแตกแยกกันภายในองค์การ การดำเนินงานขององค์การนั้นก็ไม่อาจบรรลุถึงวัตถุประสงค์ และองค์การนั้นก็จะค่อยๆ เสื่อมทรามลงไปเรื่อยๆ จนกระทั่งล้มเลิกไปในที่สุด ดังมีคำกล่าวไว้ว่า จะไม่มีองค์การ (ความร่วมมือ) เกิดขึ้น ถ้าไม่มีการติดต่อสื่อสารเพื่อการจูงใจที่ดี

การกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อการจูงใจ

ในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ มีขั้นตอนตามลำดับ ทั้งนี้ ต้องพิจารณาก่อนว่า เราต้องการได้ผลอะไรจากการจูงใจครั้งนี้ ผู้รับข่าวสารต้องการอะไร หลังจากนั้นจึงจัดเตรียมข้อมูลข่าวสาร และสถานการณ์ต่างๆ ให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้รับข่าวสาร หรือเพื่อให้ตรงกับความต้องการที่ผู้รับการจูงใจได้ประสงค์ ขั้นตอนในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อการสื่อสารจูงใจได้แก่

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสารครั้งนั้นๆ ว่าทำเพื่ออะไร มีเป้าหมายอย่างไรบ้าง และจะสื่อสารไปถึงกลุ่มเป้าหมายใด

2. การศึกษาปัญหาหรือสถานการณ์ที่เป็นอยู่

3. การศึกษาวิเคราะห์ผู้รับข่าวสารในด้านต่างๆ เช่น ทัศนคติ ความรู้สึกและอารมณ์ ฯลฯ

4. การจัดเตรียมโครงการในการสื่อสารเพื่อการจูงใจนั้น เช่น เตรียมวิธีการ เครื่องมือ สภาพแวดล้อม หรือช่องในการสื่อสารต่างๆ

ในเรื่องการกำหนดวัตถุประสงค์สำหรับการสื่อสารครั้งนั้นๆ ถือได้ว่า เป็นเรื่องของความจำเป็นในการวางแผน การทำงานเกือบทุกประเภทที่จะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์เสียก่อน วัตถุประสงค์นี้เป็นเรื่องที่ผู้สื่อสารจะต้องเป็นผู้กำหนดหรือค้นหา เพื่อจะสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ คือต้องการให้เกิดปฏิกิริยาหรือพฤติกรรมอย่างไรกับผู้รับข่าวสารนั้นนั่นเอง

อนึ่ง วัตถุประสงค์นั้นจะต้องเป็นวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน แน่นอน ไม่คลุมเคลือ และสามารถปฏิบัติได้

ส่วนในเรื่องการศึกษาปัญหาหรือสถานการณ์ที่เป็นอยู่ มีผลอย่างยิ่งต่อประสิทธิผลในการสื่อสารเพื่อการจูงใจ เพราะปัญหาที่เกิดจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือภาวการณ์แวดล้อมก็สามารถทำให้เกิดความแปรปรวนในการติดต่อสื่อสารได้ทั้งสิ้น การตกลงใจเลือกวิธีการในการสื่อข่าวสารจึงขึ้นอยู่กับผลที่ได้รับจากการประเมินปัญหาหรือสถานการณ์ที่เป็นอยู่ขณะนั้น เช่น สภาวการณ์ทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง หรือแม้แต่ภาวะแวดล้อมเกี่ยวกับสิ่งรบกวนต่างๆ เช่น แสง เสียง อุณหภูมิ สภาพห้อง ฯลฯ การศึกษาเพื่อค้นหาปัญหาหรือสถานการณ์ดังกล่าว อาจใช้วิธีการวิจัยเข้าช่วย หรืออาจประเมินโดยการใช้การตรวจสอบจากเอกสารข่าวสารต่างๆ ซึ่งมีข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่เราต้องการอยู่ เมื่อสามารถทราบปัญหาและสถานการณ์ได้พอควรแล้วก็พร้อมที่จะดำเนินการในขั้นต่อไป

สมาชิกผู้ร่วมกระบวนการจูงใจ

1. ผู้รับข่าวสารการจูงใจ

การศึกษาวิเคราะห์ผู้รับข่าวสารอาจทำได้ในหลายๆ ด้าน เริ่มจากการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เราจะทำการสื่อข่าวสารถึงเสียก่อนว่าเราต้องการสื่อข่าวสารถึงใคร หรือใครที่เราสื่อข่าวถึงแล้วจะให้ประโยชน์แก่การสื่อข่าวนี้ได้มากที่สุด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายนี้อาจกำหนดโดยใช้รายชื่อ อาชีพ หรือใช้การกำหนดตามกลุ่มที่บุคคลเหล่านั้นเป็นสมาชิกอยู่ วิธีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่มักนิยมใช้กันอยู่ก็คือ การกำหนดโดยศึกษาจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับข่าวสาร

นอกจากนี้ การศึกษาวิเคราะห์ผู้รับข่าวสารอีกด้านหนึ่งก็คือ การวัดและประเมินค่าทางด้านทัศนคติ ความเชื่อ และค่านิยมของผู้รับข่าวสาร เพื่อที่ผู้ส่งข่าวสารจะได้สามารถปรับให้ข่าวสารตลอดจนองค์ประกอบอื่นๆ ในการดึงดูดผู้รับข่าวสารมีประสิทธิภาพขึ้น การทราบถึงเหตุผลที่อยู่เบื้องหลังทัศนคติต่างๆ เหล่านั้น สามารถทำให้ทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการตัดสินใจกระทำการของผู้รับข่าว ทั้งเหตุผลด้านสังคมและเหตุผลเฉพาะตัว เช่นในการโฆษณาขายเครื่องซักผ้า มีแม่บ้านบางกลุ่มตัดสินใจซื้อเครื่องซักผ้าด้วยเหตุที่ต้องการแสดงความทัดเทียมกับเพื่อนฝูง หรือถูกกระตุ้นจากสังคมแวดล้อมให้จำเป็นต้องซื้อ ในขณะที่แม่บ้านบางกลุ่มตัดสินใจซื้อเพราะต้องการแบ่งเบาภาระในการทำงานบ้าน ดังนั้นในการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสนใจข่าวสารใดๆ ผู้ส่งข่าวจะต้องค้นหาให้ได้ก่อนว่า สิ่งกระตุ้นที่มีความสำคัญที่สุดต่อทัศนคติในการยอมรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายนั้นมีอะไรบ้าง มีความคิดขัดแย้งหรือสิ่งที่ต้องให้เป็นข้อมูลเพิ่มเติมหรือไม่ ดังเช่นในกรณีของแม่บ้านที่ตัดสินใจซื้อเครื่องซักผ้านี้ ก็จะเห็นว่า ถ้าผู้สื่อสารทราบว่ากลุ่มแม่บ้านที่ต้องการจูงใจมีทัศนคติของการซื้อขึ้นอยู่กับเหตุผลทางสังคมมาก การโฆษณาก็จะเน้นถึงการที่แม่บ้านผู้นั้นจะได้รับการยอมรับให้เข้าได้กับสังคม และได้รับยกย่องจากสังคมนั้น แต่หากแม่บ้านที่เราต้องการสื่อข่าวถึงเป็นพวกที่มุ่งประโยชน์ในการใช้เครื่องซักผ้าเพื่อแบ่งเบาภาระ การจูงใจก็จะเน้นถึงสมรรถนะในการทำงานของเครื่องซักผ้าดังกล่าว

สำหรับการวัดทัศนคติ อาจใช้วิธีการทางด้านสถิติหรือการทำวิจัย เช่น การออกแบบสอบถาม เพื่อวัดทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย หรืออาจใช้วิธีการสำรวจวิธีอื่นๆ เช่น การสังเกตการณ์หรือการสัมภาษณ์ เป็นต้น วิธีการเหล่านี้ เป็นวิธีที่จะวัดทัศนคติ โดยการสำรวจจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง นอกจากนี้ ยังสามารถใช้วิธีการวัด โดยการหาข้อมูลจากบุคคลอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้รับข่าวสารหรือกลุ่มเป้าหมายก็ได้ เช่น จากการสอบถามจากสมาชิกในครอบครัวหรือเพื่อนฝูง

อนึ่ง การวัดทัศนคติ อาจทำเป็นระยะๆ โดยทำตั้งแต่ก่อนการเผยแพร่ข่าวสาร ระหว่างเผยแพร่ข่าวสาร และหลังเผยแพร่ข่าวสาร หรือจะมีการวัดเป็นระยะๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขได้โดยตลอด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความพร้อมทั้งทางด้านบุคคล และงบประมาณ

องค์ประกอบต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพของผู้รับข่าวสาร

การที่ผู้รับข่าวสารจะสามารถเกิดความเข้าใจได้ดีหรือไม่เพียงใดนั้น จะต้องอาศัยองค์-ประกอบต่างๆ ที่จะช่วยมาเสริมด้วยหลายประการ จากการค้นคว้าพบว่า ผู้ที่จะเป็นผู้รับข่าวสารควรมีความสมบูรณ์ในสิ่งต่อไปนี้คือ

1. วุฒิภาวะ (Maturity)

เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ วุฒิภาวะของแต่ละบุคคลจะเจริญเติบโตเป็นขั้นๆ ตามลำดับของวัย ร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา คำว่า วุฒิภาวะในที่นี้หมายถึง การบรรลุถึงขั้นสุดยอดของความเจริญเติบโตเต็มที่ในระยะใดระยะหนึ่ง และพร้อมที่จะประกอบกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งให้ได้เหมาะสมกับวัย การเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาตินี้จะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้รับข่าวสาร เด็กที่เปลี่ยนแปลงจากคลานมาเป็นนั่ง, ยืน และเดินเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เป็นไปตามธรรมชาติ เรียกว่าเด็กมีวุฒิภาวะพร้อมที่จะเป็นเช่นนั้น และเมื่อเด็กพร้อมที่จะเดินได้แล้วได้รับการสอนให้เดินไปหาเมื่อได้ยินเสียงเรียก เรียกว่าเด็กเกิดการเรียนรู้ที่จะรับและเข้าใจข่าวสาร จึงเห็นได้ว่า วุฒิภาวะเป็นปัจจัยส่งเสริมประสิทธิภาพของการรับข่าวสาร

2. ความพร้อม (Readiness)

เป็นสภาวะของบุคคลที่มีวุฒิภาวะ ที่จะเรียนรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างบังเกิดผล ความพร้อมในการเรียนกิจกรรมแต่ละอย่างจะต่างกัน เช่น ความพร้อมในการเรียนการอ่าน หรือความพร้อมในการคำนวณ เป็นต้น ในการเรียนรู้ใดๆ จึงต้องคำนึงถึงความพร้อมที่จะเอื้ออำนวยให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว และบังเกิดผลดี หากผู้เรียนถูกบังคับให้เรียนรู้ในขณะที่ร่างกาย หรือสติปัญญา ตลอดจนอารมณ์ สังคม ประสบการณ์ และความสนใจยังไม่เพียงพอแล้วจะทำให้เกิดความคับข้องใจ และเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น และเมื่อบุคคลมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ในสิ่งใดแล้ว เขาก็ย่อมมีความพร้อมในการทำความเข้าใจกับข่าวสารที่จะได้รับด้วย

2. แหล่งข่าวสารหรือผู้สื่อข่าวสารเพื่อการจูงใจ

ในกระบวนการสื่อสารเพื่อการจูงใจ แหล่งข่าวสารเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญยิ่งและมีอิทธิพลต่อผู้รับข่าวสารอย่างมาก ในสถานการณ์ที่เป็นจริง เรามักจะพบว่า บุคคลแต่ละคนจะมีความสามารถในการจูงใจได้ไม่เท่ากัน ผู้สื่อข่าวสารคนหนึ่งอาจมีอิทธิพลเหนือทัศนคติและการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้รับข่าวสารมากกว่าอีกคนหนึ่งก็ได้ เหตุผลที่ทำให้เกิดความแตกต่างเช่นนี้ บางกรณีก็สามารถอธิบายได้ แต่บางกรณีก็ไม่อาจทราบสาเหตุ สำหรับในเรื่องของการจูงใจนี้ หากพิจารณาเฉพาะตัวแหล่งข่าวสาร จะมีตัวแปรบางประการที่มีผลให้แหล่งข่าวสารนั้นสามารถมีอิทธิพลในการจูงใจมากน้อย อันได้แก่

2.1 ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวสารนั้น

ความน่าเชื่อถือของบุคคลที่ถูกวัดโดยสายตาของบุคคลต่างกลุ่ม อาจแตกต่างกันไปตามทัศนคติ และค่านิยม เช่น เด็กเล็กๆ ที่เพิ่งเข้าโรงเรียนใหม่ๆ จะให้ความเชื่อถือกับครู

ประจำชั้นอย่างมาก หากพ่อแม่สอนวิธีทำแบบฝึกหัดเลขคณิตที่ต่างไปจากที่ครูเคยสอน เด็กจะไม่เชื่อถือ เพราะถือว่าครูเป็นผู้ที่น่าเชื่อถือที่สุดในกรณีเช่นนี้ หรือการที่นักศึกษามาบอกงดบรรยายย่อมไม่มีผลเท่าอาจารย์เป็นผู้มาบอก

มีการศึกษาวิจัยกันมากมาย เพื่อค้นหาว่า ลักษณะใดที่จะทำให้บุคคลเป็นที่น่าเชื่อถือ และพบว่าความน่าเชื่อถือเป็นเรื่องของสิ่งต่างๆ ที่ผู้รับข่าวสารได้รับรู้เกี่ยวกับตัวผู้สื่อข่าวสารนั้น เช่น สถานะทางสังคม ความรู้ อายุ เพศ วัย ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะได้รับค่าในความรู้สึกของแต่ละคนไม่เท่ากัน รวมทั้งอาจจะประเมินค่าในแต่ละสถานการณ์ไม่เหมือนกันก็ได้

ความน่าเชื่อถือที่มักมีอิทธิพลต่อการจูงใจที่เห็นได้ชัดก็คือ ความชำนาญการ และความซื่อสัตย์ เช่นเมื่อเราจะใช้ยารักษาโรค เราก็อยากจะไปปรึกษากับแพทย์หรือเภสัชกรมากกว่าคนอื่น เป็นต้น นี่คือตัวอย่างที่เห็นได้ชัดว่า เรามองดูที่ความชำนาญเป็นสำคัญ ส่วนในเรื่องของความซื่อสัตย์นั้น เป็นผลทางด้านจิตใจที่ทำให้คนเกิดความเชื่อถือเนื่องจากได้รับประสบการณ์และมีทัศนคติที่ดีต่อบุคคลนั้น จะเห็นว่าคุณสมบัติทั้งสองประการนี้ ผู้รับข่าวสารอาจเคยมีประสบการณ์กับแหล่งข่าวสารมาก่อนหรือไม่ก็ได้ เช่น เรามักคิดว่าหมอเป็นผู้ที่มีความชำนาญในเรื่องโรคภัยไข้เจ็บ เพราะเป็นหมอ ทั้งๆ ที่บางทีเราเองก็ไม่รู้จักหมอคนนี้มาก่อน หรือเราคิดว่าหมอคนนี้ต้องมีความชำนาญ เพราะเราได้ยินกิตติศัพท์มาจากคนอื่น เป็นต้น ส่วนในด้านของความซื่อสัตย์ก็เช่นเดียวกัน คือเราอาจมีประสบการณ์ถึงความซื่อสัตย์ของผู้ส่งข่าวสารมาด้วยตนเอง หรือทราบมาจากแหล่งอื่นก็ตาม แต่อิทธิพลของความซื่อสัตย์นี้ก็สามารถทำให้เราเกิดความเชื่อถือและไว้วางใจในตัวเขาได้

นอกจากปัจจัยสองประการดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ยังมีผู้ให้ความคิดเห็นถึงปัจจัยตัวอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือของผู้สื่อข่าวสารอีกหลายๆ ตัว อาทิเช่น ลักษณะนิสัย ความมีอำนาจ ความน่าไว้วางใจ ความมีเหตุผล ความกล้า การประเมินสถานการณ์ ฯลฯ

ลักษณะของผู้สื่อข่าวสารที่จะมีอิทธิพลต่อการจูงใจอีกอย่างหนึ่งที่เห็นได้ชัดคือเรื่องของคุณวุฒิ ซึ่งเป็นลักษณะที่เกี่ยวข้องใกล้ชิดกับเรื่องของความชำนาญการ การมีคุณวุฒิสูงอาจเกิดการได้รับการศึกษา อบรม ฝึกฝน จนมีประสบการณ์และความชำนาญ บุคคลที่มีคุณสมบัติทางด้านนี้สูงจะมีความสามารถในการจูงใจให้บุคคลเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่าผู้อื่น และจะนำไปสู่เรื่องของตำแหน่ง ชื่อเสียง อันเป็นบทบาทที่เป็นที่ยอมรับของสังคม ยิ่งบุคคลมีบทบาทเป็นที่ยอมรับของสังคมมากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งทำให้อิทธิพลในการจูงใจสูงขึ้นเท่านั้น

จะเห็นได้ว่า ในการจูงใจไม่ว่าจะเป็นการจูงใจในสถานการณ์ใดก็ตาม สิ่งสำคัญที่แท้จริงก็คือการนึกเห็นภาพพจน์หรือการรับรู้ ที่ผู้รับข่าวสารมีต่อผู้ส่งข่าวนั้น แม้คุณสมบัติส่วนตัว

บางสิ่งที่ผู้สื่อข่าวสารแสดงออก หรือสร้างให้เกิดภาพพจน์แก่ผู้รับข่าวสารก็เป็นสิ่งสำคัญ เช่น การแต่งกาย บุคลิกภาพ วัย เพศ กิริยาท่าทาง ฯลฯ หากผู้รับข่าวสารมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ส่งข่าวในด้านต่างๆ ดังกล่าวนี้แล้ว ก็ย่อมไม่เป็นการยากในการสื่อข่าวสารเพื่อการจูงใจ

2.2 ความสามารถในการโน้มน้าวชักจูงใจ

เป็นความสามารถเฉพาะตัวที่แต่ละบุคคลมีไม่เท่ากัน อาจจะเป็นสิ่งที่มีมาแต่กำเนิด หรือเป็นสิ่งที่ได้ศึกษาฝึกฝนจนเกิดความสามารถชำนาญการภายหลัง ความสามารถในการโน้มน้าวชักจูงใจนี้ มีลักษณะที่ทำให้ผู้สื่อสารกลายเป็นผู้นำทางด้านความคิดของกลุ่ม และมีอิทธิพลในการครอบงำหรือชักจูงให้เห็นคล้อยตามได้ คนที่เป็นผู้นำทางความคิดดังกล่าว จะสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับข่าวสารได้อย่างมากที่สุด การเป็นผู้นำทางความคิดเกิดจากการที่กลุ่มยอมรับให้บุคคลผู้นี้ เป็นผู้ที่มีความรู้หรือเชื่อถือได้ในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่ได้เป็นเพราะการศึกษาสูงกว่า หรือตำแหน่งหน้าที่การงานสูงกว่า ฉะนั้นการเป็นผู้มีความสามารถในการโน้มน้าวชักจูงในลักษณะของการเป็นผู้นำทางความคิดนี้ จึงเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดโดยผู้รับข่าวสาร ไม่ใช่เกิดจากผู้ส่งข่าวสารเป็นผู้กำหนดเอง

อย่างไรก็ตาม ผู้สื่อสารเพื่อการจูงใจ อาจฝึกฝนตนเองให้มีความสามารถในการโน้มน้าวชักจูงใจได้โดยการฝึกฝน เทคนิควิธีการทางการปฏิบัติให้มาก ไม่ว่าจะเป็นการพูด การเขียน หรือการใช้เครื่องมือช่วยเหลืออื่นๆ ในลักษณะเช่นนี้ ผู้สื่อข่าวสารจึงอาจไม่ใช่ผู้นำทางความคิดโดยตรง แต่ทำการสื่อสารโดยการได้รับมอบหมาย หรือมีความจำเป็นต้องทำ เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ก็จะอาศัยความสามารถในการโน้มน้าวชักจูงใจมาช่วยให้การสื่อสารได้ผลดีขึ้น

2.3 ความเป็นผู้นำ

เป็นที่ยอมรับกันมาเป็นเวลานานแล้วว่า ผู้นำมักมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อทัศนคติและความคิดเห็นของกลุ่มชน ในสมัยก่อนการอยู่รวมกันเป็นเผ่าพันธุ์ ต้องอาศัยหัวหน้าเผ่าเป็นผู้นำ และชนในเผ่าก็จะเชื่อถือยอมรับหัวหน้าเผ่าตลอด ไม่ว่าหัวหน้าเผ่าจะบัญชาให้ทำอะไรก็ทำตาม ในปัจจุบันก็ยังมีลักษณะเช่นนั้นอยู่ในสังคม เช่นสังคมทหารที่ถือผู้บังคับบัญชาเป็นผู้ที่มีบทบาทมากและมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อ ตลอดจนการประพฤติปฏิบัติต่างๆ ตัวอย่างเช่น มหาจักรพรรดินโปเลียน ผู้นำคนสำคัญที่สามารถชักจูงความเชื่อความคล้อยตามให้กับคนในชาติได้อย่างดี หรืออับราฮัม ลินคอร์น, เคเนดี้, เหมาเจ๋อตุง ฯลฯ บุคคลเหล่านี้มีความสามารถในการก่อให้เกิดทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยการสื่อสารเพื่อการจูงใจได้อย่างน่ามหัศจรรย์

2.4 ความสามารถในการปรับปรุงการสื่อสารเพื่อการจูงใจ

หมายถึงความสามารถที่จะปรับสิ่งต่างๆ ให้เข้าได้และเหมาะสมกับสถานการณ์ เนื่องจากผู้รับข่าวสารมีมากมายหลายประเภท และมีความแตกต่างกันอย่างมากในสาระรายละเอียด ผู้สื่อข่าวสารอาจต้องค้นหาให้ได้ก่อนว่า ผู้รับข่าวในครั้งนั้นมีทัศนคติ หรือภาพพจน์ต่อตัวผู้สื่อข่าว และตัวข่าวสารในขณะนั้นอย่างไรบ้าง มีลักษณะที่น่าสนใจที่จะช่วยให้ผู้สื่อข่าวสารใช้พิจารณาเกี่ยวกับผู้รับข่าวสาร เพื่อให้การสื่อข่าวสารมีประสิทธิภาพขึ้นดังต่อไปนี้

2.4.1 โดยปกติผู้รับข่าวสารมักมองผู้สื่อข่าวสารที่คนยังไม่รู้จักไปในทางดีก่อน การมองในลักษณะนี้เป็นการมองแบบใจกว้าง คือจะมองในแง่ดีจนกว่าจะได้ข้อมูล หรือได้รับการเผยแพร่ข่าวสารแล้ว ดังนั้น เมื่อเริ่มการสื่อสาร หากผู้สื่อสารไม่เป็นที่รู้จัก การสื่อสารจะได้ผลดีกว่าการสื่อสารที่ผู้รับข่าวสารเคยมีทัศนคติ หรือภาพพจน์ในทางไม่ดีมาก่อนแล้ว

2.4.2 การประเมินคุณสมบัติและความเชื่อถือในผู้สื่อสารจะเกิดขึ้นในทันทีที่ได้มีการพบเห็น หรือปรากฏตัว ดังนั้น การเกิดทัศนคติจึงมิใช่เริ่มขึ้นเมื่อเกิดการสื่อสารขึ้นแล้ว หรือระหว่างการสื่อสาร แต่เริ่มจากวินาทีแรกที่เขาปรากฏให้เห็นเลยทีเดียว ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด เช่น เมื่อนักพูดก้าวขึ้นสู่เวที บุคลิกที่แสดงออก จะเป็นสิ่งที่ผู้ฟังใช้ประเมินและเกิดทัศนคติต่อเขาทันที

2.4.3 การสื่อสารจะได้ผลดีหากผู้รับข่าวสารรู้สึกว่า ผู้สื่อสารมีบางสิ่งบางอย่างคล้ายคลึง หรือเป็นพวกเดียวกับเขา เช่น เป็นพวกเดียวกัน ศาสนาเดียวกัน เรียนโรงเรียนเดียวกันมา ผู้รับข่าวสารจะเกิดความอยากที่จะรับฟังข่าวสารนั้น และมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือในข่าวสารที่ส่งให้ด้วย

2.4.4 หากผู้สื่อสารสามารถพัฒนาความน่าเชื่อถือได้ ก็จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง แม้ว่าความน่าเชื่อถือจะมีผลมาจากภาพพจน์เดิมของผู้รับสารที่มีต่อผู้สื่อข่าวก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้สามารถพัฒนาและปรับปรุงได้ เช่น การปรับปรุงการพูด การแต่งกาย บุคลิกลักษณะ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับข่าวสารได้ทั้งสิ้น

2.4.5 ระดับทางสังคม เป็นส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญในการจูงใจ คนทุกคนต่างมีฐานะทางสังคม ถ้าผู้สื่อข่าวสารมีฐานะในทางสังคมที่เอื้ออำนวยให้การสื่อสารก็จะราบรื่น ตัวอย่างเช่น ในสังคมไทย เชื่อถือบุคคลบางกลุ่มให้อยู่ในฐานะที่ควรยกย่อง ได้แก่ พระสงฆ์ ครู ฯลฯ หรืออาจวัดระดับทางสังคมโดยดูฐานะทางเศรษฐกิจ เชื้อสายวงศ์ตระกูล เช่นพวกที่อยู่ในราชนิกูล ก็จะได้รับการยกย่องเป็นพิเศษ

2.4.6 ความสามารถในการทำตนให้เป็นผู้นำทางความคิดของกลุ่ม การเป็นผู้นำทางความคิดจะทำทันทีไม่ได้ แต่ผู้สื่อข่าวสารต้องพยายามสร้างให้เกิดขึ้น เพื่อที่จะ

สามารถเข้าได้และสามารถร่วมกับกลุ่มให้กลุ่มยอมรับ และหากถึงขั้นที่ได้เป็นผู้นำทางความคิดแล้ว โอกาสที่จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติและความคิดเห็นของสมาชิกก็ย่อมทำได้

2.4.7 ความสามารถในการจูงใจมีผลมาจากบุคคลที่ผู้สื่อข่าวสารเกี่ยวข้องด้วย เพราะผู้รับข่าวสารจะนำเอาคุณสมบัติ และภาพพจน์ของบุคคลที่ผู้สื่อข่าวเกี่ยวข้องนั้นมาสัมพันธ์กันกับตัวผู้สื่อข่าวเอง เช่นถ้าผู้สื่อข่าวสารเกี่ยวข้องใกล้ชิดกับคนที่น่าเชื่อถือ ผู้รับข่าวสารก็จะพลอยเชื่อถือตัวผู้สื่อข่าวไปด้วย ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าได้มีการนำเทคนิคนี้ไปใช้ในกรณีที่ผู้สื่อสารยังไม่เป็นที่รู้จัก โดยหาผู้ที่มีคุณสมบัติน่าเชื่อถือช่วยแนะนำ หรือเป็นที่อ้างอิงเพื่อเพิ่มโอกาสในการจูงใจให้มากขึ้น ตัวอย่างที่เห็นได้เช่น การโฆษณาขายสินค้าที่ใช้ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ

ในทางตรงกันข้ามหากผู้สื่อข่าวสารไปมีความสัมพันธ์กับผู้ที่ไม่น่าเชื่อถือ หรือเป็นบุคคลที่ผู้รับข่าวสารไม่ให้การยอมรับ ผู้สื่อข่าวสารก็จะไม่ได้รับการยอมรับไปด้วย

3. ข่าวสารเพื่อการจูงใจ

ในการติดต่อสื่อสารซึ่งมีทั้งผู้ส่งและผู้รับจะประสบความสำเร็จไปไม่ได้หากปราศจากองค์ประกอบที่สำคัญ คือตัวข่าวสาร ตัวข่าวสารดังกล่าว คือสิ่งที่ผู้ส่งข่าวพยายามส่งไปถึงผู้รับ การส่งข่าวสารให้ผู้รับต้องคำนึงถึงสิ่งสำคัญในข้อที่ว่า ผู้รับข่าวสารจะรับรู้หรือเข้าใจข่าวสารนั้นได้ดีหรือไม่เพียงใด ข่าวสารที่เสนอไปนั้นอาจอยู่ในรูปของคำพูดหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งผู้ส่งข่าวและผู้รับเข้าใจความหมายร่วมกัน หรือเป็นที่รู้กันในหมู่ผู้ที่ใช้สัญลักษณ์เหล่านั้น เช่น นักดนตรีก็เข้าใจระบบการใช้โน้ตดนตรี การใช้วิธีการหรือสัญลักษณ์เพื่อเป็นข่าวสารในการจูงใจอาจจำแนกออกได้ดังนี้

3.1 การเสนอข่าวสารด้วยการใช้คำพูด

เป็นวิธีการที่อาศัยหลักการด้านไวยากรณ์และภาษาเข้ามาเกี่ยวข้อง การใช้สระ พยัญชนะ วรรณยุกต์ หรือเครื่องหมายต่างๆ มาประสมกันเพื่อก่อให้เกิดคำที่มีความหมายขึ้น การใช้คำนี้หมายความรวมทั้ง ภาษาพูดและภาษาเขียน เป็นวิธีการที่คนส่วนใหญ่เห็นและเข้าใจตลอดจนใช้กันอยู่ในสังคม และการดำเนินชีวิต เพราะในชีวิตคนเรา จำเป็นต้องมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันอยู่เสมอ

สิ่งที่น่าศึกษาเกี่ยวกับการใช้คำพูดเพื่อการสื่อสาร ได้แก่

3.1.1 การใช้ภาษา

เป็นความเข้าใจระหว่างบุคคลที่ให้ความหมายของภาษาที่ตรงกัน เช่น คนไทยพูดภาษาไทย ก็จะเป็นที่รู้กันเฉพาะในหมู่ของผู้ที่รู้ภาษาไทยเท่านั้น การใช้ภาษาเป็น

เรื่องที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางไวยากรณ์ของภาษานั้นๆ ฉะนั้น การใช้วิธีการสื่อข่าวโดยอาศัยภาษานี้ ผู้ที่ทำหน้าที่ในการสื่อจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความหมายและวิธีใช้ของภาษานั้นๆ มาเสียก่อน

3.1.2 คุณภาพของเสียง

หมายถึงลักษณะต่างๆ ของการพูด อันได้แก่ ความช้า เร็ว ลีลาการพูด ระดับเสียง เสียงแหลม แหบพร่า หรือเสียงที่ดังชัดเจนแค่ไหน สิ่งนี้จะบอกให้ทราบถึงความหมายของการสื่อสาร เช่น ความเร่งรีบ ความเป็นมิตร ความโกรธแค้น หรือเป็นสิ่งกำหนดประสิทธิภาพในการส่งข่าวสารครั้งนั้น เช่น การพูดเร็วๆ รัวๆ อาจทำให้ไม่เข้าใจความหมายหรือความหมายคลาดเคลื่อนไปได้

3.1.3 การออกเสียง

หมายถึงเสียงที่เปล่งออกมา อาจจะโดยที่มีความตั้งใจให้มีความหมายหรือโดยที่ไม่ได้ตั้งใจก็ได้ เช่น เสียงที่เปล่งออกมาแสดงถึงอารมณ์โกรธ การถอนหายใจ การหาว ฯลฯ หรือเสียงอุทานต่างๆ เพื่อประกอบการใช้คำพูดให้มีความหมายชัดเจนขึ้น เช่น อ้อ เอ้อ อือ ฯลฯ

3.2 การเสนอข่าวสารด้วยการใช้เครื่องหมายอากัปกิริยาหรือสัญลักษณ์

คือลักษณะการแสดงออกที่ไม่ใช้คำพูด แต่เป็นการแสดงอากัปกิริยาแทนการใช้คำพูด เช่น การแสดงออกทางใบหน้า กริยาท่าทาง การแต่งกาย การยืน การเดิน วัฒนธรรมต่างๆ เป็นต้น วิธีการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ที่ไม่ใช้คำพูดนี้ บุคคลที่อยู่ในสังคมเดียวกันต้องเข้าใจความหมายเหมือนๆ กัน

การเสนอข่าวสารโดยไม่ใช้คำพูดอาจจำแนกได้เป็น

3.2.1 การใช้เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์เป็นการแสดงออกที่สามารถแปลออกมาเป็นภาษาได้โดยตรง เช่น การยกมือโบก แสดงการทักทาย การยกกำปั้นขึ้นชูแสดงความโกรธ หรือการยกนิ้วทำเครื่องหมายรูปตัว V เป็นเครื่องหมายแสดงชัยชนะ เป็นต้น การใช้สัญลักษณ์นี้อาจใช้เพื่อสื่อข่าวสารในโอกาสที่ต้องการความรีบเร่ง หรือต้องการสื่อในหมู่ผู้ที่เข้าใจความหมายด้วยกัน หรือสำหรับผู้ที่มีความจำกัดในโอกาสและความสามารถที่จะใช้คำพูด เช่น อยู่ห่างไกลกันมากจนพูดกันไม่ได้ยิน ภาษาของคนหูหนวก ฯลฯ เป็นต้น

3.2.2 การใช้กิริยาท่าทางหรือสัญลักษณ์ที่มีความหมายเฉพาะตัวบุคคล

เป็นลักษณะพฤติกรรมที่สร้างขึ้นเฉพาะ และมีความหมายเฉพาะสำหรับบุคคลนั้น ไม่อาจใช้กับบุคคลอื่นได้ หรือถ้าใช้ความหมายก็จะต่างกันออกไป เช่น คนบางคน

เมื่อเกิดความโกรธจะเอานิ้วมือถูที่จมูก เวลาตื่นเต้นจะพูดติดอ่าง เป็นต้น กิริยาเหล่านี้เป็นสิ่งบอกความรู้สึกหรือลักษณะนิสัยเฉพาะบุคคล เพื่อทราบว่าเขามีความรู้สึกอย่างไร ลักษณะเช่นนี้หากผู้สื่อข่าวสารทราบ ก็จะทำให้สามารถเข้าใจตัวผู้รับข่าวได้ดียิ่งขึ้น

3.2.3 การใช้กิริยาท่าทางแสดงประกอบคำพูด

หมายถึงการเพิ่มความชัดเจนของการพูดโดยใช้กิริยาท่าทางประกอบ เช่น การยกมือแสดงขนาดใหญ่ ขนาดเล็ก หรือใช้นิ้วมือวาดเป็นรูปพรรณสัณฐานให้ดูว่า กลม ยาว แบน สูง ฯลฯ การใช้กิริยาท่าทางประกอบนี้ จะช่วยขยายความเข้าใจให้ชัดเจน และเน้นคำพูดให้เห็นสมจตริงสมจังขึ้น

3.2.4 การใช้กิริยาท่าทางเพื่อเป็นการกำหนดกฎเกณฑ์

ในการใช้กิริยาท่าทางหรือการเคลื่อนไหว จะช่วยในการควบคุมหรือสร้างเกณฑ์ในการสื่อสารครั้งนั้นให้อยู่ในขอบเขตได้ เช่น อาจบ่งชี้ให้เห็นได้ว่า การสื่อสารควรดำเนินต่อไปหรือควรหยุดตลอดจนควรเปลี่ยนรูปแบบในการสื่อสารหรือไม่ เช่น การยกนาฬิกาขึ้นมองขณะสนทนา เป็นการเตือนว่าควรมีการยุติการสื่อสารได้แล้ว การยกนิ้วชี้ขึ้นชูพร้อมกับพยักหน้าอีกหนึ่งครั้งในขณะที่ฟังคำพูด เป็นการแสดงให้เห็นว่าขอให้มีการพูดใหม่อีก 1 ครั้ง ซึ่งจะทำให้ทั้งผู้สื่อ และผู้รับ อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด

3.2.5 การใช้กิริยาท่าทางแสดงอารมณ์

เป็นการใช้กริยาอาการเพื่อบ่งบอกสถานะทางอารมณ์ เช่น การยกกำปั้นทุบโต๊ะ แสดงอาการโกรธ การยิ้มแย้ม แสดงความพอใจ การก้มหน้าประสานมือกัน แสดงการยอมรับ สำนึกผิด โดยทั่วไป ผู้สื่อสารจะใช้กิริยาท่าทางนี้ เป็นเครื่องบ่งชี้ว่าเขามีความรู้สึกอย่างไร อาจใช้กิริยาอาการแสดงความหมายล้วนๆ หรือใช้ประกอบคำพูดก็ได้

3.3 การเสนอข่าวสารด้วยวิธีการเขียน

เป็นวิธีการหนึ่งในการสื่อข้อมูลข่าวสารนอกเหนือจากสองวิธีดังกล่าวข้างต้น โดยการบันทึกข่าวสารลงบนสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น กระดาษ ใบลาน ไม้ พลาสติก เพื่อถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปสู่บุคคล ภาษาเขียนมักเป็นภาษาที่บันทึกเป็นตัวอักษร แต่มีบางกรณีที่อาจใช้รูปสัญลักษณ์ต่างๆ แทนการใช้ตัวหนังสือ เช่น ลักษณะที่มนุษย์ยุคโบราณใช้วิธีการแกะสลักไว้ตามฝาผนังถ้ำ ตลอดจนการใช้ภาพเขียน หรือภาพถ่ายต่างๆ เป็นต้น

4. ช่องทางการสื่อสารเพื่อการจูงใจ

มนุษย์เราเรียนรู้วิธีการสื่อสารเพื่อการจูงใจมาเป็นเวลานานแล้ว เริ่มตั้งแต่การพูด การขีดเขียน และการใช้ภาษาอันเป็นวัฒนธรรมที่พัฒนามาตามความเจริญของมนุษย์ชาติ โดย

ทั่วไปการสื่อสารเพื่อการจูงใจจะเกิดขึ้นเมื่อมนุษย์ต้องมาอยู่ร่วมกัน ต้องเผชิญหน้ากัน และต้องการชักนำให้เกิดความเป็น "พวกเดียวกัน" การคิดค้นหาวิธีการต่างๆ เพื่อสื่อความหมายจึงเป็นผลมาจากความพยายามในการโน้มน้าวชักจูงจิตใจนั่นเอง

ในปัจจุบัน อุปกรณ์อำนวยความสะดวกและเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ถูกประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่อประโยชน์และเอื้ออำนวยให้การติดต่อสื่อสารทำได้ง่ายขึ้น เริ่มตั้งแต่การประดิษฐ์คิดค้นเครื่องพิมพ์ วิทยุ จนกระทั่งปัจจุบัน อุปกรณ์การสื่อสารต่างๆ ถูกสร้างขึ้นมานับไม่ถ้วน ข่าวสารที่ส่งออกมาจากแหล่งต่างๆ ถูกพัฒนาให้มีประสิทธิภาพในการจูงใจมากขึ้น ด้วยเทคนิคและวิธีการต่างๆ แม้ประชาชนที่ไม่รู้หนังสือก็สามารถรับทราบและเข้าใจข่าวสารต่างๆ ได้

การเลือกช่องทางในการสื่อสารเพื่อการจูงใจ อาจทำได้หลายหนทาง ตามความเหมาะสมและสถานการณ์ที่อำนวยให้ เช่น

- การใช้วิธีการพูดโดยตรง
- การใช้วิธีการพูดประกอบกับอุปกรณ์ช่วยอื่นๆ เช่น ประกอบภาพ ภาพยนตร์ แผนภูมิ ฯลฯ

สำหรับการรับข่าวสารของผู้อื่น จะสามารถรับได้โดยผ่านประสาทสัมผัสต่างๆ มีผู้สนใจศึกษาว่ามนุษย์เราจะสามารถรับข่าวสารในเวลาเดียวกันมากกว่า 1 ช่องทางได้หรือไม่ คือเราจะฟังไปด้วยดูไปด้วย หรือสัมผัสไปด้วย พร้อมๆ กันได้ไหม คำตอบก็คือ ขึ้นอยู่กับความสนใจและความตั้งใจของผู้รับข่าวสารที่จะมีต่อข่าวสารนั้นๆ ตลอดจนความรู้สึกของผู้รับข่าวต่อข่าวสารดังกล่าว คนบางคนสนใจเรื่องนั้นมากๆ ทั้งฟัง ทั้งดู ก็สามารถแยกแยะและจำได้หมด แต่คนบางคน ดูก็แล้ว ฟังก็แล้ว จับต้องก็แล้ว กลับไม่รับทราบอะไรเลยก็มี

นอกจากนี้ ประสิทธิภาพของการรับผ่านช่องทางต่างๆ ยังขึ้นอยู่กับความพอใจ และความถนัดของผู้รับด้วย เช่น บางคนชอบให้พูดให้ฟัง บางคนชอบให้เขียนให้อ่าน หรือบางคนชอบดูรูปประกอบจึงจะเข้าใจ เหล่านี้เป็นต้น

อนึ่ง การใช้ช่องทางต่างๆ ในการสื่อข่าวสารเพื่อการจูงใจ จะมีประสิทธิภาพหรือไม่เพียงใดขึ้นอยู่กับ

- ความเข้าใจถึงเป้าหมาย
- ความถี่บ่อยในการส่งข่าว
- ประสิทธิภาพในการส่งข่าว
- ความชัดเจนของข่าวสาร

โดยสรุปแล้ว ช่องทางการติดต่อสื่อสารเพื่อการจูงใจ อาจทำได้ในรูปลักษณะต่างๆ ตามแนวทางและความเหมาะสมแต่ละสถานการณ์ โดยพื้นฐานความจริงที่ว่า มนุษย์เราสามารถได้รับข้อมูลข่าวสารต่างๆ จากสิ่งแวดล้อมด้วยวิธีการที่เป็นความสามารถส่วนบุคคลของเขา โดยทางประสาทสัมผัสต่างๆ หน้าที่ของผู้สื่อสารเพื่อการจูงใจคือ จะต้องคัดเลือกหาวิธีการที่ดี หรือช่องทางที่ดีที่จะถ่ายทอดข่าวสารไปสู่ผู้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด

การสื่อสารผ่านช่องทางเดียวหรือหลายช่องทาง

จากที่ได้กล่าวมาแล้วว่า บุคคลมีวิธีการในการติดต่อสื่อสารได้หลายหนทาง เช่น

- การสื่อสารทางวาจา
- การสื่อสารโดยการเขียน หรือการพิมพ์
- การสื่อสารโดยการใช้อุปกรณ์ประกอบหรือโสตทัศนูปกรณ์ต่างๆ

วิธีการทั้ง 3 ประเภท ต่างมีข้อดี ข้อเสีย แตกต่างกันไปตามสถานการณ์ของความจำเป็นในการใช้ จะขอกล่าวในที่นี้โดยสังเขปคือ

1. การสื่อสารด้วยการพูดหรือทางวาจา

เป็นวิธีการที่เก่าแก่ และใช้ได้ผลดีมาเสมอ และยังเป็นวิธีที่เสียค่าใช้จ่ายต่ำสุดตรงกลุ่มเป้าหมาย และรวดเร็ว ทำให้ทราบถึงปฏิกิริยาของกลุ่มผู้รับข่าวสารได้อย่างทันที มีผลให้ผู้ส่งข่าวสารสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพในการส่งข่าวได้ดียิ่งขึ้น

2. การสื่อสารโดยการเขียนหรือการพิมพ์

เป็นวิธีที่มีหลักฐานอ้างอิงแน่นอน สามารถเก็บรักษาให้มีอายุยืนนาน รวมทั้งสามารถนำกลับมาทบทวนหากสงสัยหรือไม่เข้าใจ เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงคนได้เป็นจำนวนมากในอาณาบริเวณที่ห่างไกล แต่การสื่อสารวิธีนี้ ผู้สื่อสารอาจไม่ทราบถึงปฏิกิริยาของผู้รับข่าวสารว่าเป็นอย่างไร

3. การสื่อสารโดยการใช้อุปกรณ์หรือโสตทัศนูปกรณ์ต่างๆ

สามารถเข้าถึงคนจำนวนมากได้ และบุคคลที่อยู่ในระยะทางไกลๆ ก็สามารถครอบคลุมถึง นอกจากนี้ การใช้เทคนิควิธีการประกอบอาจช่วยให้ดึงดูดความสนใจได้ดีเป็นพิเศษ เช่น การใช้ภาพ เสียง หรือการเคลื่อนไหว เช่น ในกรณีของสื่อทางทีวี สื่อประเภทนี้จัดเป็นสื่อที่มีความคงทนถาวร และน่าสนใจมาก

จากสื่อที่ใช้เป็นช่องทางการสื่อสารหลายๆ ประเภทนี้ ทำให้เกิดเป็นปัญหาสำหรับผู้สื่อข่าวสารว่า ควรจะเลือกใช้สื่อใดดี หรือควรใช้กี่สื่อในการส่งข่าว นอกจากข้อจำกัดของสื่อที่

กล่าวไว้โดยสังเขปข้างต้นนี้ ยังมีสิ่งที่ช่วยในการพิจารณาได้ดังต่อไปนี้คือ

1. เมื่อเป็นเรื่องที่มีความสลับซับซ้อน การใช้สื่อหลายสื่อจะช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการส่งข่าวมากขึ้น เช่น การบรรยาย โดยฉายภาพสไลด์ประกอบ หรือการอธิบายพร้อมทั้งแสดงแผนภูมิที่แสดงให้เห็นข้อมูลชัดเจนขึ้น

2. การใช้ช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง จะเป็นประโยชน์ในการดึงดูดความสนใจของผู้รับมากกว่าการใช้ช่องทางเดียว

3. การใช้ช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง จะเป็นประโยชน์ในการรักษาความสนใจของผู้รับไว้ เมื่อมีการเผยแพร่ข่าวสารที่มีความยาวมากๆ เพราะจะทำให้ผู้รับเกิดความรู้สึกเบื่อหน่ายต่อการอดทนรับการสื่อสารช่องทางเดียวกันนานๆ

การสื่อสารโดยการพูดหรือการเขียน

การเลือกใช้วิธีการสื่อสารในการจูงใจด้วยการพูดหรือการเขียน สามารถพิจารณาได้จากสถานการณ์ต่อไปนี้

1. ดูจากความจำกัดด้านเวลา และความสะดวก ในกรณีที่มีเวลาที่จะใช้ในการสื่อสารน้อยมาก การพูดย่อมเป็นวิธีที่สะดวกกว่าการเขียน

2. ดูจากความยากง่ายของข่าวสารที่จะเผยแพร่ จะพบว่า การสื่อสารโดยการเขียนจะได้ผลดีกว่าการพูด ถ้าข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่เป็นเรื่องที่ค่อนข้างยากแก่การเข้าใจ เพราะการเขียนจะทำให้ผู้รับข่าวสารมีโอกาสได้อ่านทบทวน และทำความเข้าใจได้มากกว่า

3. ความสามารถในการใช้ภาษาของผู้สื่อข่าว ปกติคนทั่วไปมักมีความสามารถในการใช้ภาษาเขียนสู้ การพูดปากเปล่าไม่ได้ แต่สิ่งนี้ก็ไม่ใช่ความแน่นอนเสมอไปทุกกรณี แต่อย่างไรก็ตาม การใช้วิธีการเขียน จำเป็นต้องมีการกลั่นกรองถ้อยคำมากพอสมควร

4. ขนาดของผู้รับข่าวสาร หากมีจำนวนมากและอยู่อย่างกระจัดกระจาย ความสะดวกในการเผยแพร่ข่าวสารด้วยการพูดก็ย่อมลดน้อยลง เพราะอาจไปได้ไม่ทั่วถึง การใช้วิธีการเขียนจะทำให้ข่าวสารกระจายไปทั่วถึงกว่า ขณะเดียวกัน การติดต่อด้วยวิธีการพูดกับกลุ่มคนกลุ่มใหญ่จะทำให้มีผลทางด้านการจูงใจอย่างมีประสิทธิภาพได้ยาก เพราะผู้สื่อข่าวอาจไม่สามารถสังเกตผู้รับข่าวได้อย่างทั่วถึง

5. ในกรณีที่จำเป็นต้องมีการติดต่อแบบเผชิญหน้า หรือต้องการเห็นปฏิกิริยาของฝ่ายตรงข้าม รวมทั้งเป็นเรื่องส่วนตัว เรื่องลับเฉพาะ การติดต่อสื่อสารด้วยการพูดจะใช้ได้ผลดีมากกว่าการเขียน

6. ความสามารถในตัวผู้สื่อข่าวสาร สิ่งนี้ขึ้นอยู่กับว่าผู้สื่อข่าวสารมีความสามารถพิเศษในด้านใดมากกว่ากัน คนบางคนพูดดีแต่เขียนไม่เป็น บางคนพูดเป็นแต่เขียนไม่ดี ฉะนั้น การเลือกใช้วิธีการใดระหว่างการพูด หรือการเขียน จึงขึ้นอยู่กับความสามารถเฉพาะตัวของผู้สื่อข่าวด้วย

การสื่อข่าวสารผ่านสื่อมวลชน

สื่อมวลชน หมายถึง ระบบการสื่อสารที่เข้าถึงบุคคลจำนวนมากโดยผ่านองค์การหรือสถาบันที่ทำหน้าที่จัดส่งข่าวจากแหล่งข่าวไปยังผู้รับ ได้มีการศึกษาถึงประสิทธิภาพของการสื่อข่าวสารต่างๆ โดยผ่านบรรดาสื่อมวลชน ว่าจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับหรือไม่เพียงใด ปรากฏว่า ในระยะแรกผลที่ได้ไม่เห็นเด่นชัด แต่หลังจากนั้นมาระยะหนึ่ง ปรากฏว่าข่าวสารได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ที่เป็นดังนี้ เนื่องจากว่า สื่อมวลชนมีความสามารถในการแผ่ขยายอิทธิพลและขอบเขตของการสื่อสารออกไปได้อย่างกว้างขวาง รวมทั้งสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับประชามติ แม้ว่าข่าวสารที่ผ่านไปยังสื่อมวลชนอาจจะเข้าไม่ถึงบรรดาผู้นำทางความคิด แต่ก็ซึมแทรกไปในกลุ่มผู้รับข่าวสารรายบุคคลได้โดยง่าย ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติแบบบุคคลขึ้นได้ เช่นการอ่านหนังสือพิมพ์ ฟังวิทยุ หรือชมโทรทัศน์ ฯลฯ ผู้รับข่าวสารจะค่อยๆ เปลี่ยนแนวความคิดและทัศนคติไปเองโดยที่ไม่ต้องมีผู้นำทางความคิดมาชักจูงแต่อย่างใด ฉะนั้น กลุ่มชนที่มีโอกาสได้รับข้อมูลข่าวสารจากบรรดาสื่อมวลชน ต่างๆ มาก โอกาสที่ผู้นำความคิดจะมามีอิทธิพลครอบงำจึงลดน้อยลง

โดยทั่วไปเรามักเพ่งเล็งว่า สื่อมวลชน น่าจะเป็นสื่อที่ดี และสำคัญที่สุดในการสื่อข่าวสาร ซึ่งก็มีส่วนที่เป็นจริงอยู่ เพราะสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับ และให้ประโยชน์อย่างมากในด้านการให้ข่าวสาร แต่สื่อมวลชนก็ไม่ใช่ช่องทางที่มีคุณสมบัติครอบจักรวาลเสมอไป ผู้สื่อข่าวสารจึงควรคำนึงถึงสื่อมวลชน เพื่อผลในการที่จะทำให้เกิดข้อมูลข่าวสารแก่บรรดาผู้นำทางความคิดเพื่อนำไปชักจูงบุคคลอื่นๆ ต่อไป หรือเพื่อบุคคลอีกกลุ่มหนึ่ง ที่มิได้อยู่ใต้อิทธิพลของผู้นำทางความคิด หากแต่ต้องการข่าวสารข้อมูลที่จะใช้ประกอบการตัดสินใจด้วยตนเอง

การสื่อสารและการโน้มน้าวชักจูงใจ

ในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวชักจูงจิตใจนั้น มีสภาพที่แตกต่างไปจากรูปแบบของการสื่อสารธรรมดา การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจนั้น จะมุ่งชี้ให้เห็นถึงเรื่องของการพิจารณาความตั้งใจ หรือความพยายามของผู้สื่อ (Communicator) ให้เกิดผลหรือปฏิกิริยาตอบจากผู้รับ (Receiver) เป็นสำคัญ ในขณะที่การสื่อสารธรรมดาอาจไม่ได้มุ่งหวังปฏิกิริยาโต้ตอบกลับมาให้เห็นได้ชัดก็ได้

ผลของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวชักจูงใจ

การสร้างสถานการณ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวชักจูงใจของผู้ส่งข่าว (Communicator) กับผู้รับ (Receiver) จะก่อให้เกิดผลที่สังเกตได้ 3 ประการคือ

1. เกิดการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ (Perception)

เนื่องจากข้อมูลใหม่และประสบการณ์ใหม่ที่ผู้สื่อข่าวป้อนให้แก่ผู้รับ เช่น แต่เดิมคนทั่วไปอาจมีภาพพจน์กับนักศึกษาของมหาวิทยาลัยรามคำแหงไปในทางลบ เพราะได้อ่านข่าวจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับความประพฤติในทางเสียหายของนักศึกษารามคำแหงบางคน แต่เมื่อได้มารู้จักกับนักศึกษารามคำแหงที่มีความประพฤติดี ได้พูดคุยวิสาสะด้วยตนเอง ก็จะทำให้เกิดการรับรู้ใหม่ๆ ขึ้นมา และเปลี่ยนแปลงการรับรู้ที่มีอยู่เดิมได้

2. เกิดการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น (Opinion)

เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งทำให้การประเมินค่าในสิ่งต่างๆเปลี่ยน-แปลงไปด้วย เมื่อบุคคลมีการเปลี่ยนแปลงด้านการรับรู้ ก็จะมีผลไปถึงเรื่องของทัศนคติและค่านิยมด้วย ผู้รับข่าวสารจะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปจากเดิม

3. การเปลี่ยนแปลงการกระทำ (Action)

โดยปกติมนุษย์เราเพื่อมีการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติ ค่านิยม การรับรู้ และความคิดเห็นแล้ว อาการที่แสดงออกก็ย่อมมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปด้วย พฤติกรรมเกี่ยวข้องกันกับเรื่องอารมณ์และความรู้สึก (Feeling and Emotion) เช่น คนที่ถูกโน้มน้าวชักจูงจิตใจให้ประพฤติตนเป็นคนดี ละเว้นอบายมุข จนถึงขั้นยอมรับ ก็จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างไปจากเดิม เช่น ละเว้นการพนัน เลิกดื่มเหล้า เที่ยวเตร่ ทั้งๆ ที่เดิมเคยปฏิบัติมาก่อน

วงกรอบเพื่อการอ้างอิงกับการสื่อสารเพื่อการจูงใจ

ในชีวิตประจำวัน มนุษย์มักพบปัญหาที่ต้องขบคิดอยู่เสมอว่า เหตุใดเมื่อคนสองคนพูดจากันด้วยภาษาเดียวกัน แต่กลับเกิดปัญหาขึ้นมาเนื่องจากมีความเข้าใจแตกต่างกันในเรื่องของความคิด ประสบการณ์ ทัศนคติ ความเชื่อ และความรู้สึก ฯลฯ

การที่บุคคลสองฝ่ายมีความแตกต่างกันในความเข้าใจ ก็เนื่องมาจากการที่ต่างมีขอบข่ายของความคิด ความรู้ และประสบการณ์ หรือที่เรียกว่า "วงกรอบเพื่อการอ้างอิง" (Frame of Reference) เฉพาะของตน นั่นคือ การมองสิ่งต่างๆ ที่ได้พัฒนามาแต่เกิด ทำให้แต่ละคนมีทัศนะเฉพาะของตน เราจะไม่สามารถเข้าใจความคิด หรือวงกรอบเพื่อการอ้างอิงของบุคคลอื่น

ได้อย่างสมบูรณ์ และผู้อื่นก็ไม่สามารถเข้าใจของเราได้เช่นเดียวกัน แต่ถึงกระนั้นก็ตาม บุคคลก็ยังจำเป็นต้องมีการสื่อสารกับผู้อื่น เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี และมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและค่านิยมซึ่งกันและกัน การใช้ความรู้ในเรื่องของการสื่อสารเพื่อการจูงใจจะช่วยในการประสานวงกรอบเพื่อการอ้างอิงของบุคคลสองฝ่ายเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดความเข้าใจกัน เข้ากันได้ และอยู่ร่วมได้ในที่สุด

แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบุคคลมิอาจสละวงกรอบเพื่อการอ้างอิงของตนที่มีอยู่เดิมทิ้งไปได้ ทำให้การเปลี่ยนแปลงต่างๆ โดยวิธีการจูงใจทำได้ไม่ง่ายนัก เช่นถ้าเรามีความเชื่อว่าคนที่ไม่นับถือศาสนาอะไรเลยต้องเป็นคนไม่ดีเสมอ ไม่ว่าคนๆ นั้นจะทำอะไรเราก็มองว่าไม่ถูกต้องไปหมด

ความยากลำบากสำหรับสถานการณ์ดังกล่าว อาจแก้ไขได้เป็นบางส่วน โดยการพิจารณาสถานภาพของวงกรอบเพื่อการอ้างอิงกับข่าวสารที่เราจะสื่อเพื่อการจูงใจ ดังต่อไปนี้

1. ถ้าวงกรอบเพื่อการอ้างอิงเดิมยังไม่สมบูรณ์ หรือกว้างขวางพอ หากมีข่าวสารใหม่ที่เข้ามาและสอดคล้องกับวงกรอบเพื่อการอ้างอิงที่มีอยู่ก็จะทำให้เขาเกิดความแน่ใจขึ้น และเพิ่มความสมบูรณ์ของวงกรอบเพื่อการอ้างอิงให้ดีขึ้น เช่น รัฐบาลชักชวนให้ประชาชนร่วมกันอนุรักษ์ธรรมชาติ และช่วยกันรักษาต้นไม้อันเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ ประชาชนเองพอจะทราบอยู่แต่ยังไม่คุ้นเคยและยังไม่ค่อยให้ความสนใจกับสิ่งเหล่านี้มากนัก ต่อมาเมื่อรัฐบาลได้ให้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม และประชาชนได้มีโอกาสไปเห็นถึงผลเสียของการตัดไม้ทำลายป่าด้วยตนเอง ทำให้ข่าวสารที่รัฐบาลให้เพิ่มความแข็งแกร่งขึ้น และสร้างความมั่นคงให้กับวงกรอบของประชาชนขึ้นด้วยเช่นกัน

2. ถ้าวงกรอบเพื่อการอ้างอิงมีขอบเขตกว้างขวางสมบูรณ์ ข่าวสารใหม่ที่สอดคล้องกับวงกรอบจะยิ่งทำให้วงกรอบมีความแข็งแกร่งขึ้น เช่น พุทธศาสนิกชนมีความศรัทธาเลื่อมใสในพระธรรมคำสั่งสอนของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าอยู่แล้ว เมื่อพระสงฆ์มาเทศนาโปรด โดยกล่าวว่าเป็นคำสั่งสอนที่ถ่ายทอดมาจากของพระพุทธองค์ พุทธศาสนิกชนเหล่านั้นก็ยิ่งมีความเชื่อถือยิ่งขึ้น

3. ถ้าวงกรอบเพื่อการอ้างอิงของบุคคลค่อนข้างสมบูรณ์แล้ว ข่าวสารใหม่ที่เข้ามาและไม่สอดคล้องกับวงกรอบเพื่อการอ้างอิง จะมีผลต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมน้อยมาก เช่น เวลาเรารักเราชอบใคร เรามักย่อมมีภาพพจน์ที่ดีมากกับคนๆ นั้น เมื่อมีใครพูดถึงผู้ที่เรารักในแง่ไม่ดี เราจึงไม่ค่อยเชื่อและไม่ให้ความสนใจ

4. ถ้าวงกรอบเพื่อการอ้างอิงของบุคคลไม่สมบูรณ์ และข่าวสารใหม่ก็ไม่สอดคล้องกับวงกรอบเพื่อการอ้างอิงนั้น จะยิ่งเพิ่มระดับความไม่แน่ใจ ไม่เข้าใจ ในข่าวสารมากยิ่งขึ้น เช่น

คนไทยส่วนใหญ่ยังไม่ให้ความสนใจกับเรื่องเกี่ยวกับการเมืองมากนัก ในขณะเดียวกันมักมองว่าพวกผู้บริหารประเทศก็ไม่ใช่นักการเมืองที่สมบูรณ์แบบ ดังนั้น พวกเขาจึงไม่ใคร่ให้ความสนใจ และไม่แน่ใจในทุกๆ เรื่องที่เกี่ยวกับข่าวสารการเมืองหรือนักการเมืองต่างๆ ดังกล่าว

ในบรรดาสรรพสัตว์ต่างๆ มีมนุษย์เท่านั้นที่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้โดยอาศัยประสบการณ์จากการสื่อสารและการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ แต่จากตัวอย่างที่เราได้พบเห็นกันอยู่ในชีวิตประจำวัน จะเห็นได้ว่า การสื่อสารไม่สามารถสร้างความเข้าใจอันดีได้เสมอไป สาเหตุของปัญหาเกิดจากความแตกต่าง หรือช่องว่างในการสื่อสารโดยปกติความหมายของการสื่อสารก็คือการเชื่อมโยงความรู้สึกต่างๆ ของบุคคลที่ทำการสื่อสารเข้าด้วยกัน การสื่อสารที่ไม่ได้ผลหรือประสบความล้มเหลว (Communication Breakdown) มักจะเห็นได้จากการสื่อสารที่ยอมให้ช่องว่างระหว่างวงกรอบเพื่อการอ้างอิงเข้ามามีอิทธิพลเหนือการสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น พ่อแม่ลูกพูดกันไม่รู้เรื่อง เพราะพ่อแม่มองว่าลูกไม่เอาถ่าน ไม่รักดี ส่วนลูกมองว่า พ่อแม่เชย ไม่ทันสมัย ไม่ทำความเข้าใจ เป็นต้น

จากปัญหาเหล่านี้ทำให้คนเราต้องใช้เวลาในการศึกษาถึงวิธีการสื่อสารถึงบุคคลว่าอะไรคือสิ่งที่เราควรจะสื่อให้ผู้อื่นรับรู้ และจะสื่อสารอย่างไรจึงจะเหมาะสม เมื่อมีการสื่อสารขึ้นมาครั้งใด เราจะต้องคำนึงถึงอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการสื่อสาร ต้องหาจุดบกพร่องให้พบ และยิ่งถ้าเป็นการสื่อสารเพื่อการจูงใจก็ยิ่งมีความยากลำบากเป็นทวีคูณ

แนวความคิดของการสื่อสาร

การทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวความคิดของการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อจะได้ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรมในการสื่อสารอย่างกว้างขวางต่อไป

แนวความคิดของการสื่อสารประกอบด้วย 5 นัยยะ คือ

1. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา คือมีการเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่งนั่นเอง

2. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีการเคลื่อนไหวในความคิด นั่นคือ บุคคลที่จะติดต่อสื่อสารจะต้องมีการเคลื่อนไหวด้านความคิดอยู่เสมอ และต้องมีเรื่องของประสบการณ์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

3. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ย้อนกลับสู่อดีตไม่ได้ เนื่องจากการสื่อสารเป็นผลส่งไปถึงอนาคต โดยที่เราไม่สามารถสร้างหรือย้อนกลับไปสู่อดีตได้อีก การสื่อสารในอดีตจะมีผลต่อปัจจุบันและมีผลไปถึงอนาคต และการสื่อสารจะเป็นกระบวนการที่เคลื่อนไปข้างหน้า จากจุด

หนึ่งไปอีกจุดหนึ่ง ในระหว่างการสื่อสารจึงมีเนื้อหา และความหมายที่กว้างขวางขึ้นเรื่อยๆ อย่างไม่หยุดยั้ง

4. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ต้องมีความสัมพันธ์ ทั้งนี้เพราะการสื่อสารของบุคคลเป็นการนำเอาประสบการณ์รวมกันเข้าเพื่อส่งและแปลความหมาย การสื่อสารจะไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจ ถ้าไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันภายในและภายนอกของบุคคล

- ความสัมพันธ์ภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Interaction) เป็นส่วนของกระบวนการเสริมสร้างประสบการณ์ บุคคลจะตีความสิ่งต่างๆ ของตนที่เกิดขึ้นเหมือนหรือแตกต่างไปจากบุคคลอื่นเนื่องจากปฏิสัมพันธ์ภายในตัวบุคคล

- ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Interaction) เป็นความสัมพันธ์ของบุคคล 2 คนหรือมากกว่า เป็นกระบวนการที่มีความสลับซับซ้อนมาก เพราะแต่ละคนย่อมมีการปรับปฏิสัมพันธ์ภายในตัวบุคคลของตน ให้สามารถสื่อสารกับบุคคลอื่นได้เป็นอย่างดี

5. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ต้องมีสิ่งอื่นเข้ามาเกี่ยวข้อง การสื่อสารจะไม่เกิดขึ้นอย่างเอกเทศ ไม่ใช่กระบวนการบริสุทธิ์ที่เกิดขึ้นในตัวของมันเอง สภาพการณ์การสื่อสารต้องอาศัยการรับรู้ของมนุษย์ต่อสิ่งแวดล้อม ความหมายของการสื่อสารจึงต้องประกอบด้วยคุณลักษณะทางกายภาพมากมาย รวมทั้งเรื่องของวัฒนธรรมในสังคม

กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล

บุคคลแต่ละคนมีระบบการรับและถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน การรับสารนั้นเราจะได้รับจากบุคคลที่เราทำการสื่อสารด้วย ในทำนองเดียวกันก็จะมีการส่งสารให้กับบุคคลอื่นด้วยเช่นกัน มนุษย์ไม่อาจดำรงชีวิตอยู่ได้โดยไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ความต้องการมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นนี้เอง ที่เป็นที่มาของการสื่อสารระหว่างบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากขึ้น มีการเปลี่ยนข่าวสารระหว่างสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งแต่ละคนมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป การสื่อสารที่เป็นกลุ่มจึงจำเป็นต้องมีพื้นฐานมาจากการสื่อสารระหว่างบุคคล ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเป็นพื้นฐานของการสื่อสารโดยทั่วไปอยู่ และระบบการสื่อสารระหว่างบุคคลก็ยังเป็นศูนย์กลางของการสื่อสารทั้งหมดด้วย

การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึงการถ่ายทอดความรู้ความคิดและความรู้สึก ความต้องการของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเพื่อก่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง จำนวนผู้สื่อสารจะมีมากน้อยแล้วแต่กรณี อาจจะเพียง 2 คน 3 คน หรือมากกว่านั้น หากแต่หลักเกณฑ์สำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคล ได้แก่

1. ทุกคนที่ร่วมในการสื่อสารต้องมีความใกล้ชิดกัน
2. ทุกคนที่ร่วมในการสื่อสารจะมีบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับสาร
3. สารที่ส่งประกอบด้วยสารที่ใช้วิธีการพูดและวิธีการอื่นๆ

ขอบข่ายการสื่อสารระหว่างบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคลจะเกิดขึ้นเป็นประจำ โดยที่เราอาจรู้สึกหรือไม่รู้สึกตัว เช่น การพูดคุย ทักทาย การทำงาน การเรียน ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งสิ้น ในแต่ละวันเราใช้ความสามารถในการสื่อสารที่ต่างกันไป การสื่อสารระหว่างบุคคลที่เราใช้กันมากๆ ก็คือการพูดและการฟัง

กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการคือ

1. ช่องทางการสื่อสาร (Channels)

ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลคือหนทางที่จะทำ มีการติดต่อสัมพันธ์กันได้ ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ถือว่าครบทุกขั้นตอน คือ การพูด การฟัง การเห็น การสัมผัส ซึ่งจะทำให้การสื่อสารนั้นสมบูรณ์ที่สุด

2. มีการตอบสนองกลับ (Feedback)

เพื่อมีการสื่อสารระหว่างบุคคลก็ย่อมมีปฏิกิริยาตอบสนองซึ่งอาจเป็นการแสดงสีหน้า การพูด หรือกิริยาท่าทางต่างๆ การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกระบวนการสองทางที่เห็นได้ชัดเจนมาก คือมีทั้งรับและส่ง ทำให้เกิดความเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น

3. มีสภาพแวดล้อม (Environment)

สภาพแวดล้อมมีหลายลักษณะ เช่นพวกสิ่งรบกวนต่างๆ (Noise) บางครั้งในขณะที่เราพูด อาจมีเสียงดังมารบกวนทำให้ต้องชะงักการพูดเสียกลางคัน สิ่งรบกวนเหล่านี้ถือเป็นสภาพแวดล้อม ที่มีผลต่อการสื่อสาร

นอกจากนี้ สภาพแวดล้อมอื่นๆ ก็มีอิทธิพลต่อการติดต่อสื่อสารด้วย เช่น กฎระเบียบทางสังคม ทางวัฒนธรรม หรือทางจิตวิทยา เมื่อเรามีความเข้าใจในเรื่องของสภาพแวดล้อมเหล่านี้ได้เป็นอย่างดีแล้ว ก็จะทำให้สามารถพิจารณาความเหมาะสมของแต่ละสถานการณ์ในการสื่อสารได้ดีขึ้น