

บทที่ 1

กระบวนการสื่อสาร

ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นความพยายามของมนุษย์ที่ต้องการจะแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร หรือความคิดต่อกันและกัน มีนักวิชาการได้นิยามคำจำกัดความของคำว่า "การสื่อสาร" หรือ "Communication" ไว้อย่างมากมายตัวอย่างเช่น

Charles Cooley ให้คำนิยามการสื่อสารว่า หมายถึง "กลไกที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ดำรงอยู่ได้และพัฒนาก้าวหน้าต่อไป หรืออีกนัยหนึ่ง หมายถึง บรรดาสัญลักษณ์ของจิตใจทั้งหมดรวมทั้งวิถีทางจะถ่ายทอดสัญลักษณ์นั้นไว้ด้วย"

Carl Hoveland กล่าวว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการที่บุคคลหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) ส่งสิ่งเร้า (โดยปกติจะเป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียน) เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลอื่น ๆ (ผู้รับสาร)

Wilbur Schramm กล่าวว่า การสื่อสารเป็นการแลกเปลี่ยนสัญญาณข่าวสารระหว่างบุคคล ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ของมนุษย์

George A. Miller กล่าวว่า "การสื่อสาร" หมายถึง "การถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่ง ไปยังอีกที่หนึ่ง"

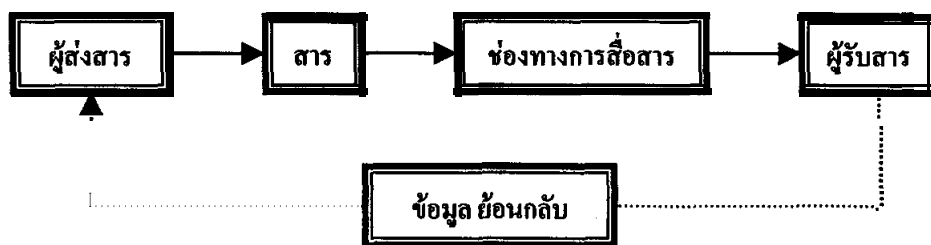
Jurgen Ruesch and Gregory Bateson ให้ความเห็นว่า "การสื่อสารไม่ได้หมายถึง การถ่ายทอดสารด้วยภาษาเขียนที่ชัดเจนและแสดงเจตนาที่แน่นอน แต่การสื่อสารยังรวมไปถึงกระบวนการทั้งหลายที่คนมีอิทธิพลต่อกันด้วย ซึ่งคำนิยามนี้ยึดหลักที่ว่า การกระทำ และเหตุการณ์ทั้งหลาย มีลักษณะเป็นการสื่อสาร หากมีผู้เข้าใจการกระทำและเหตุการณ์

เหล่านั้น นั่นก็หมายความว่าความเข้าใจที่เกิดขึ้นแก่คน ๆ หนึ่งนั้นได้เปลี่ยนแปลงข่าวสารที่คน ๆ นั้นมีอยู่และมีอิทธิพลต่อบุคคลผู้นั้น”

อย่างไรก็ดีเราอาจพอสรุปความได้ว่าการสื่อสารนั้น เป็นกระบวนการของการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนข่าวสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Sender) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อต่าง ๆ (Channel)

องค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร

โดยทั่วไปการสื่อสารนั้นจะมีองค์ประกอบที่สำคัญอย่างน้อย 5 ประการ ด้วยกัน คือ ผู้ส่งสาร (Sender) , ข่าวสาร (Message) , ช่องทางในการสื่อสาร (Medium) , ผู้รับสาร (Receiver) และ ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ตามรูปภาพ 2.1



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของการสื่อสาร

1. บริบท (Context) ในข่าวสารทุก ๆ ข่าวสารนั้น ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารในรูปแบบใด ย่อมมีที่มาจากองค์ประกอบพื้นฐานในด้านต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง เช่น องค์การ, วัฒนธรรม, ภาษา, สิ่งเร้าทั้งจากภายในและภายนอกองค์การ , วิถีปฏิบัติ , ประเพณี , การศึกษา , ทศนคติ , ประสบการณ์ของผู้ส่งสาร และ ผู้รับสาร ฯลฯ เป็นต้น ทั้งหลายดังที่กล่าวนี้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของการสื่อสารทั้งสิ้น

2. **ผู้ส่งสาร (Sender)** อันได้แก่ แหล่งกำเนิดของข่าวสารที่จะทำการส่งออก ผู้ส่งสารนั้นต้องการส่งสารให้ผู้อื่นได้เข้าใจ หรือ รับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารตามที่ตนเองต้องการ ซึ่งอาจทำได้ในหลาย ๆ รูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นด้วยวาจา , ลายลักษณ์อักษร , รูปภาพ , อีเลคทรอนิกส์เมล ฯลฯ ซึ่งผู้ส่งสารจะต้องพิจารณาถึงข่าวสารที่ตนเองต้องการสื่อสารให้เหมาะสมกับรูปแบบวิธีของการสื่อสารที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการสื่อสาร
3. **ข่าวสาร (Message)** คือ ความคิดหรือหัวใจหลักที่ผู้ส่งสารต้องการที่จะสื่อสาร ซึ่งข่าวสารนี้จะรวมถึงเนื้อหา , รายละเอียด , เรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสารต้องการที่จะให้ผู้รับสาร (Receiver) ได้รับโดยผ่านช่องทางของการสื่อสาร
4. **ช่องทางในการสื่อสาร (Medium)** ผู้ส่งสารอาจเลือกใช้วิธีการหรือช่องทางการสื่อสารนั้นได้มากมายหลายประการ เช่น ใช้วิธีการพูด เขียน ใช้สัญลักษณ์ รูปภาพ กราฟ ฯลฯ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม ซึ่งมีปัจจัยสำคัญหลายประการที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้ช่องทางในการสื่อสารของผู้ส่งสาร เช่น จำนวนของผู้รับข่าวสาร, วัฒนธรรมองค์การ, ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่ง กับผู้รับสาร, ความสำคัญของข่าวสาร หรือ ปริมาณของข่าวสารที่ส่ง เป็นต้น

อย่างไรก็ตามมีผลของวิจัยซึ่งค้นพบในเชิงเปรียบเทียบคุณลักษณะของการสื่อสารโดยใช้วิธีพูด (Oral) กับวิธีเขียน (Written) ไว้ที่น่าสนใจดังนี้

วิธีการพูด (Oral)

- สามารถได้ข้อมูลย้อนกลับทันที
- ประโยค และ คำพูดสั้นกระชับรัด
- มีลักษณะในเชิงส่วนตัว
- เน้นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
- สามารถทำได้ทันที

วิธีการเขียน (Written)

- ข้อมูลย้อนกลับช้า
- ใช้ประโยค และ คำพูดที่ยาวกว่า
- มีความเป็นทางการมากกว่า
- เน้นถึงเนื้อหา
- การดำเนินการช้าและใช้เวลามาก

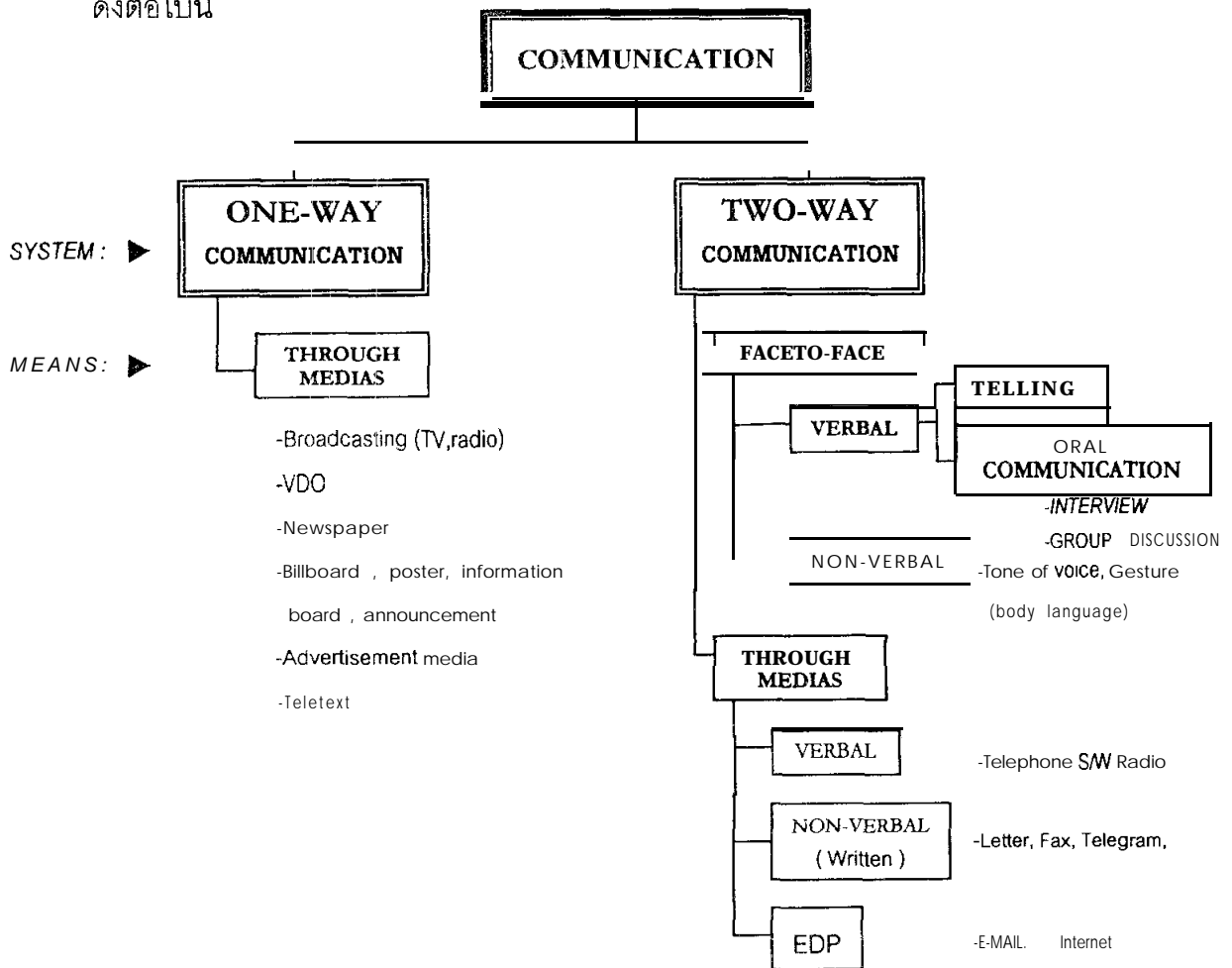
- มีข้อมูลในเชิงรายละเอียดทางเทคนิคน้อยกว่า
- ภาษาที่ใช้แบบไม่เป็นทางการ
- ใช้ประโยชน์ในเชิงอ้างอิง หรือ บันทึกน้อยกว่า
- มีข้อมูลในเชิงรายละเอียดทางเทคนิคมากกว่าวิธีการพูด
- ภาษาที่ใช้ซับซ้อน และเป็นทางการมากกว่า
- ใช้ประโยชน์ในเชิงบันทึก หรือ อ้างอิงได้ดีกว่า

การเลือกใช้การเขียนเป็นวิธีการสื่อสารนั้นปกติเหมาะกับข่าวสารที่ยาว มีข้อมูลที่เป็นเทคนิค มีลักษณะเป็นทางการและเมื่อต้องการให้มีข้อมูลบันทึกไว้เป็นหลักฐาน ส่วนการใช้วิธีการพูดนั้นจะใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อข่าวสารนั้นมีความเร่งด่วน มีลักษณะเป็นส่วนตัวไม่เป็นทางการ และต้องการการตอบสนองอย่างรวดเร็วทันที

5. **ผู้รับสาร (Receiver)** หมายถึง ปลายทางของการส่งข่าวสาร หรือ ผู้ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ได้รับข่าวสาร ซึ่งผู้รับสารนั้นอาจมีจำนวนมากกกว่าหนึ่งก็ได้ ทั้งผู้รับสาร และ ผู้ส่งสารนั้นมักจะได้รับอิทธิพลจากบริบท หรือ สิ่งเร้าต่าง ๆ ทั้งที่เกิดจากภายในและภายนอก เช่น ข่าวสารที่รับมานอกจากจะรับได้โดยตาหู หรือ หูฟังแล้ว ยังอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยอื่น ๆ เช่น การสัมผัส , กลิ่น , ทัศนคติ และ ประสบการณ์ในอดีตของผู้รับอีกด้วย
6. **ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback)** ท้ายที่สุดแล้วปฏิกิริยาสนองกลับของผู้รับข่าวสารที่มีต่อข่าวสารที่ได้รับนั้นจะถือเป็นข้อมูลย้อนกลับ ซึ่งอาจเป็นการตอบสนองในเชิงบวกตามที่ผู้ส่งสารต้องการ หรือ การตอบสนองในเชิงลบซึ่งผู้ส่งสารไม่ปรารถนา อาจตอบสนองได้ทั้งในรูปแบบการเขียน การพูดการกระทำ หรือ แม้กระทั่งการเงียบ (Silence) บางครั้งก็ถือเป็นข้อมูลย้อนกลับได้ เช่นเดียวกันการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจึงต้องคำนึงถึงบริบท , ตัวข้อมูลข่าวสาร วิธีการสื่อสาร ผู้รับข่าวสาร ตลอดจนถึงผลย้อนกลับด้วย หากผู้รับข่าวสารเกิดความเข้าใจผิด หรือ การสื่อสารล้มเหลว อาจต้องมีการดำเนินการสื่อสารใหม่ เพื่อให้ผู้รับเข้าใจอย่างชัดเจน

การสัมภาษณ์ : วิธีการหนึ่งในภาพรวมของกระบวนการสื่อสาร

การติดต่อสื่อสารอาจจำแนกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ ระบบการติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว (ONE WAY COMMUNICATION) และ ระบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (TWO WAY COMMUNICATION) ซึ่งกระบวนการสัมภาษณ์นั้นเป็นส่วนหนึ่งของระบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นภาพเพื่ออำนวยความสะดวกเข้าใจดังรูปภาพดังต่อไปนี้



แบบที่ 2.2 ระบบการติดต่อสื่อสาร

จากภาพดังกล่าว เราจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า การสัมภาษณ์นั้นเป็นวิธีการหนึ่งของกระบวนการสื่อสารซึ่งฝ่ายทรัพยากรมนุษย์นั้นนำมาใช้ประโยชน์เพื่อให้เกิดการสื่อสาร และแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้สัมภาษณ์ และ ผู้ที่รับการสัมภาษณ์ ซึ่งนำมาซึ่งความเข้าใจซึ่งกันและกัน และ/หรือ การตัดสินใจในการดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดในที่สุด

วิธีการในการสื่อสารให้ประสบผลสำเร็จ

ในการสื่อสารนั้นเราจะมั่นใจได้อย่างไรว่า การสื่อข้อความของเราในแต่ละครั้งนั้นจะประสบผลสำเร็จอย่างที่เรที่ตั้งใจไว้ ต่อไปนี้เป็นข้อพึงปฏิบัติในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการสื่อสารในอันจะสร้างหลักประกันความมั่นใจในผลสำเร็จดังกล่าว

-ผู้ส่งข่าวสาร (Sender) ต้องคิด และทำความเข้าใจอย่างแจ่มแจ้งและสมเหตุสมผลต่อข่าวสารหรือข้อมูลที่ต้องการส่ง ความเข้าใจ และการยอมรับจะเกิดขึ้นเมื่อผู้รับได้รับข้อมูลที่ชัดเจน ไม่คลุมเครือ และ จัดวางลำดับมาเป็นอย่างดี

-ผู้ส่งต้องเลือกสื่อที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับมากที่สุดโดย :

1. พิจารณาในแง่ความรู้สึกของผู้รับ ว่าต้องการอย่างไรบ้าง
2. พิจารณาในแง่ความยาก และ ความซับซ้อนของข้อมูลข่าวสาร
3. พิจารณาในแง่ปริมาณของข้อมูลข่าวสาร
4. รู้จักและเข้าใจตัวผู้รับเพียงพอที่จะเลือกสื่อชนิดที่เหมาะสมที่สุด

-ผู้ส่งต้องหลีกเลี่ยงอุปสรรคต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกทั้งหมด และ พึงระวังถึงผลกระทบของความคลาดเคลื่อนของข้อมูลข่าวสารอันอาจเกิดขึ้นได้จากการใช้สื่อ นั้น ๆ

-ผู้ส่งต้องมั่นใจว่าผู้รับได้รับการติดต่อและสามารถรับรู้ข่าวสารนั้น ๆ ผู้ส่งจะต้องดึงดูดให้ผู้รับเกิดความสนใจอยู่ตลอดเวลา

-ปฏิกิริยาตอบสนองของผู้รับเป็นตัววัดที่ดีที่สุดว่า การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จหรือไม่ ถ้าผู้รับตอบสนองต่อ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับในแนวทางที่ผู้ส่งต้องการ ก็แสดงว่าการสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จ แต่ถ้าผู้รับไม่ตอบสนองในทิศทางที่ต้องการนั้นหมายถึง ผู้รับไม่สามารถเข้าใจได้ครบถ้วน หรือไม่ยอมรับในข้อมูลนั้น หรือมีการประเมินที่ผิดพลาดไปจากความต้องการของผู้ส่ง

เทคนิค 7 ประการที่ช่วยให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล (The Seven C's of Effective Communication)

การที่จะทำให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ และสัมฤทธิ์ผลสูงสุดนั้น เราอาจมีหลักการหรือเทคนิคที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางได้ ซึ่งเราอาจเรียกหลักการหรือเทคนิคเหล่านี้ว่า "7 C's" ซึ่งจะประกอบไปด้วย ความสมบูรณ์ครบถ้วน (Completeness) ความกระชับรัด (Conciseness) การพิจารณาไตร่ตรอง (Consideration) มีความชัดเจนเป็นรูปธรรม (Concreteness) ความชัดเจน (Clarity) ความสุภาพอ่อนน้อม (Courtesy) และสุดท้ายคือ ความถูกต้อง (Correctness)

1. ความสมบูรณ์ครบถ้วน (Completeness)

ข่าวสารจะมีความสมบูรณ์ต่อเมื่อข่าวสารนั้นได้ครอบคลุมถึงเนื้อหาและข้อเท็จจริงได้อย่างครบถ้วน เพียงพอที่จะทำให้ผู้รับข่าวสารตอบสนองต่อข่าวสารที่ถูกส่งไป และพึงระลึกไว้เสมอว่า ผู้ส่งข่าวสาร และ ผู้รับข่าวสารนั้นอาจได้รับอิทธิพลจากความแตกต่างของภูมิหลัง ประสบการณ์ ความต้องการทัศนคติ สถานภาพ และ สภาวะทางอารมณ์ของตนเอง ความสมบูรณ์ของข่าวสารจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมากมายเช่น

ประการแรก ข่าวสารที่สมบูรณ์จะทำให้ได้รับผลตอบสนองตามที่ต้องการ

ประการที่สอง จะทำให้ผลลัพธ์ของงานจะสามารถก่อให้เกิดค่านิยม

(Goodwill) ที่ดี

ประการที่สาม ข้อมูลที่สมบูรณ์จะช่วยลดค่าใช้จ่าย หรือ ต้นทุนที่ไม่จำเป็นในการส่งข่าวสารซ้ำ และเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ครบถ้วนนั้น เราควรคำนึงถึงแนวทางที่สำคัญทุกครั้งของการสื่อสารดังต่อไปนี้

1.1 ให้ข้อมูลที่จำเป็นอย่างครบถ้วน (Provide All Necessary Information) วิธีการพื้นฐานในการสร้างความมั่นใจในความครบถ้วนของข่าวสารอาจทำได้โดยดูว่าข่าวสารนั้นสามารถบอกถึง 5W หรือ 5M อันได้แก่ ใคร (Who), อะไร (What), เมื่อไร (When), ที่ไหน (Where), ทำไม (Why) และรวมถึงอื่นๆ ที่จำเป็น เช่น อย่างไร (How) หลักการนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสัมภาษณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการตั้งคำถามกับผู้สมัครงาน เป็นต้น

1.2 ตอบทุก ๆ คำถาม (Answer All Questions Asked) ในทุก ๆ ครั้งเมื่อต้องตอบคำถาม ขอให้มั่นใจว่าได้ตอบคำถามทุก ๆ คำถามอย่างครบถ้วน คำถามที่ไม่ได้รับการตอบนั้นอาจถูกตีความไปในทางลบได้ เช่น ขาดความรอบคอบ ใจไม่ปกปิดข้อมูลในทางลบ หรืออื่น ๆ ในการสัมภาษณ์นั้น ผู้ที่ทำการสัมภาษณ์อาจเป็นได้ทั้งผู้ส่งข่าวสาร และผู้รับข่าวสาร ในหลายกรณี นอกจากสัมภาษณ์ซึ่งต้องการข้อมูลจากผู้รับการสัมภาษณ์แล้ว ผู้ที่รับการสัมภาษณ์ซึ่งอาจเป็น

ผู้สมัครงานก็ต้องกรข้อมูลจากบริษัทเช่นเดียวกัน ดังนั้นคำถามทุก ๆ คำถาม ควรได้รับการตอบ เช่นนี้จะก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารและเข้าใจกัน มากขึ้น

1.3 ให้ข้อมูลพิเศษเมื่อเป็นที่ต้องการ (Give Something Extra, When Desirable)

ในบางครั้งผู้สื่อสารอาจเห็นความจำเป็นในการให้ข่าวสารที่พิเศษมากไปกว่าปกติ หรือให้คำตอบ ให้ข้อมูลเกินกว่าคำถามที่ได้รับ ข้อมูลเพิ่มเติมพิเศษนี้จะ ช่วยเพิ่มความสัมฤทธิ์ผลในการสื่อสาร และยังสร้างความประทับใจ ความเข้าใจ และทัศนคติที่ดีต่อกันมากยิ่งขึ้น เช่น ผู้ที่ทำการสัมภาษณ์อาจให้ข้อมูลเกี่ยวกับ บริษัทฯ กับผู้สมัครงาน เป็นต้น

2. ความกระชับ (Conciseness)

หมายถึงการสื่อสารโดยการสื่อเฉพาะในส่วนที่จำเป็น หากเป็นการใช้ถ้อยคำซึ่งอาจ เป็นทั้งภาษาพูดหรือภาษาเขียนก็จะต้องใช้ถ้อยคำเท่าที่จำเป็นเท่านั้น ให้มีปริมาณที่น้อยที่ สุดทราบเท่าที่ข่าวสารยังคงความสมบูรณ์ และไม่กระทบต่อเนื้อหา หรือ คุณภาพในการ สื่อสาร ความกระชับ ไม่ฟุ่มเฟือยจะทำให้การสื่อสารนั้นประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายทั้ง ผู้ส่งข่าวสาร และผู้รับข่าวสาร

หลักปฏิบัติ 3 ประการที่จะช่วยให้เกิดความกระชับ ได้แก่

2.1 ขจัดคำที่ไม่จำเป็น (Eliminate wordy expressions) เช่น ใช้ประโยคสั้น ๆ หรือ

คำ ๆ เดียวแทนวลี หรือประโยคที่ยาว ตัวอย่างเช่น

การใช้ถ้อยคำยาว : ในงานที่คุณทำขณะนี้ คุณทำหน้าที่ใน ตำแหน่งอะไร

ถ้อยคำกระชับ : คุณทำหน้าที่อะไรในปัจจุบัน

2.2 ครอบคลุมเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้อง (Include Only Relevant Material) โดยยึดวัตถุประสงค์หลักของข่าวสาร หลีกเลี่ยงบทนำ การทำความ การอธิบาย ตลอดจนคำคุณศัพท์ต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็นในข่าวนั้น ๆ

2.3 หลีกเลี่ยงการซ้ำข้อมูลที่ไม่จำเป็น (Avoid Unnecessary Repetition) ถึงแม้ในบางกรณี การตอกย้ำ หรือเน้นถึงข้อมูลเป็นสิ่งจำเป็น แต่ในหลายกรณีการย้ำหรือซ้ำข้อมูลเดิมอย่างปราศจากเหตุผลก็เป็นสิ่งที่ไม่สมควร ดังนั้นเพื่อความกระชับรัดกุมไม่ควรย้ำข้อมูลบ่อยมากเกินไป

3. การพิจารณาไตร่ตรอง (Consideration)

หมายถึง การพิจารณาถึงข่าวสารที่จะส่งในมุมมองของผู้รับข่าวสาร ทั้งนี้โดยให้ลองคิดกลับในฐานะของผู้รับข่าวนั้นว่า เมื่อได้รับข่าวนั้นแล้วจะมีปฏิกิริยาตอบสนองอย่างไร เช่น มีอารมณ์ต่อข่าวสารหรือไม่ รู้สึกถูกล่วงเกินหรือถูกกล่าวหาหรือไม่ เข้าใจอย่างแจ่มแจ้งต่อข่าวสารหรือไม่ ภาษาที่ใช้เป็นที่เข้าใจหรือไม่

ในลักษณะนี้เป็นการแทนความรู้สึกของตนเองในฐานะเป็นผู้รับข่าวนั้น จากวิธีการนี้ก็จะสามารถแก้ไขปรับปรุงการสื่อสารให้เหมาะสมกับผู้รับได้ดียิ่งขึ้น มีเทคนิค 3 ประการดังที่จะกล่าวต่อไปซึ่งสามารถช่วยให้การสื่อสารมีการพิจารณาไตร่ตรองมากขึ้น

3.1 เน้น "คุณ" มากกว่า "ฉัน" หรือ "เรา" (Focus on "YOU" Instead of "I" or "WE")

การสร้างความน่าสนใจของข่าวสารประการหนึ่งก็คือ การทำให้ข่าวนั้นดึงดูดผู้รับข่าวสารโดยเน้นหรือมุ่งความสนใจไปที่ตัวผู้รับโดยตรง ข่าวสารควรมีลักษณะที่มีความโน้มเอียงไปทางผู้รับข่าวสาร (Audience-Oriented) ซึ่งอาจบอกถึงประโยชน์ที่เขาจะได้รับ อะไรเป็นสิ่งที่เขาต้องการ หรือ จำเป็นต้องรู้การใช้เทคนิคนี้จะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น

การสื่อสารแบบเน้น "ฉัน" : ผมยินดีจะแจ้งให้ทราบว่าบริษัทเรามีขนาดใหญ่ และ มีฐานะความมั่นคงทางการเงินสูง โดยผมจะมอบรายงานประจำปีให้ไว้หนึ่งฉบับ

การสื่อสารแบบเน้น “คุณ” : คุณจะทราบถึงรายละเอียดของบริษัทจากรายงานประจำปีที่คุณจะได้รับฉบับนี้

อย่างไรก็ดี ผู้ส่งข่าวสารควรพึงระวังไว้เช่นเดียวกันว่าการเน้น “คุณ” มากจนเกินไปในบางครั้งอาจก่อให้เกิดปฏิกิริยาในเชิงลบตอบสนองจากผู้รับข่าวสารได้

3.2 แสดงถึงประโยชน์ที่จะได้รับ (Show Benefit or Interest in the Receiver) ผู้รับข่าวสาร

จะมีการสนองตอบในทางบวกเสมอเมื่อเขาได้รับทราบถึงประโยชน์ที่เขาจะได้รับ และจะปฏิบัติ ตามคำแนะนำหรือข้อเสนอแนะอย่างเต็มที่ ถ้าได้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับว่าคุ้มค่า

เมื่อเทียบกับต้นทุนหรือความพยายามที่เขาต้องใช้ การสื่อสารโดยใช้เทคนิคโดยเน้น “คุณ” ในข้อ 3.1 บางครั้งอาจไม่เพียงพอ ตัวอย่างเช่น “คุณจะได้รับสวัสดิการที่ดีจากบริษัทของเรา”

คำถามที่อาจเกิดขึ้นจากผู้รับข่าวสารคือ “แล้วอะไรล่ะ ที่ว่าดี” แต่หากเราสื่อสารใหม่โดยได้แสดงถึงประโยชน์ที่เขาจะได้เช่น “คุณจะได้สวัสดิการที่ดี ดังต่อไปนี้ ข้อแรกบริษัทจะทำประกันชีวิตให้คุณในวงเงินหนึ่งล้านบาท ประการที่สอง.....” หรือแม้กระทั่งในสถานการณ์อื่น

เช่น การลงโฆษณารับสมัครพนักงานในหนังสือพิมพ์ก็สามารถบอกถึงรายละเอียด และ ผลตอบแทนสำหรับตำแหน่งงานนั้น ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้สมัคร เป็นต้น

3.3 เน้นในเชิงบวกเสมอ (Emphasize Positive, Pleasant Facts) ด้วยวิธีการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์และเชิงบวก โดยบอกถึงสิ่งที่ดี สิ่งที่สามารถทำได้ แทนสิ่งที่ไม่ดีหรือสิ่งที่ทำไม่ได้ เน้นถึงข่าวสารที่ผู้รับสามารถรับอย่างพอใจ และรู้สึกดี ตัวอย่างเช่น

ข่าวสารในเชิงลบ : เราจะไม่พิจารณารับคุณ เข้าทำงานในบริษัทของเรา

ข่าวสารในเชิงบวก : เราเชื่อว่าคุณสมบัติของคุณมีความเหมาะสมกับตำแหน่งงานอื่นมากกว่า เราจะพิจารณาคุณอีกครั้งเมื่อตำแหน่งงานนั้นว่างลง

การใช้ภาษาและถ้อยคำที่เหมาะสมจะช่วยให้เป็นอย่างดี ถ้อยคำในเชิงลบต่าง ๆ ควรหลีกเลี่ยง เช่น ความผิด, ล้มเหลว, ตก, ปฏิเสธ, ไม่เหมาะสม, ปัญหา, ไม่ถูกต้อง, ต่ำหนิ ฯลฯ และใช้ถ้อยคำในเชิงบวกแทนซึ่งจะได้รับการตอบสนองที่ดี และเป็นมิตรกว่า เช่น ด้วยความยินดี, เอื้อเฟื้อ, ช่วยเหลือ, ขอขอบคุณ, ประารถนาดี, อย่างรอบคอบ เป็นต้น

4. มีความชัดเจนเป็นรูปธรรม (Concreteness)

การสื่อสารควรมีความชัดเจน เจาะเจาะจง และเน้น ไม่มีลักษณะทั่วไปแบบกว้าง ๆ หรือมีลักษณะคลุมเครือ ไม่แน่นอน เนื้อหาต้องไม่สามารถตีความไปในทิศทางอื่น การสื่อสารที่ขาดความชัดเจนเป็นรูปธรรมจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิด และผลเสียหายที่ไม่อาจคาดเดาได้ ประโยชน์ที่ได้ต่อธุรกิจจากการใช้ข่าวสารที่ชัดเจน หรือเป็นตัวเลขในบางกรณี จะทำให้ผู้รับข่าวสารรู้อย่างแจ่มแจ้งว่าข่าวสารนั้นสื่ออะไร อะไรที่เป็นที่ต้องการจากผู้ส่งข่าวสารนั้น มีเทคนิค 3 ประการที่ช่วยให้การสื่อสารนั้นมีความชัดเจนเป็นรูปธรรมได้แก่

4.1 พยายามใช้ตัวเลขและข้อเท็จจริงที่จำเพาะเจาะจง (Use Figures and Specific Facts)

ในทุกโอกาส ผู้ส่งสารควรใช้การสื่อที่มีความเจาะจงชัดเจน และใช้ตัวเลขแทนการใช้ถ้อยคำที่มีลักษณะกว้าง ๆ ทั่วไป ยกตัวอย่างเช่น

การสื่อแบบกว้างและคลุมเครือ : ผู้สมัครคนนี้จะฉลาดและเก่งในการเรียนรู้

การสื่อแบบชัดเจนเป็นรูปธรรม : ผู้สมัครคนนี้จะฉลาดในการเรียนรู้ เมื่อพิจารณาจากเกรดเฉลี่ยที่ได้ถึง 3.90 จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง

4.2 ใช้คำกริยาที่แสดงถึงการกระทำ (Put Action)

เทคนิคนี้จะเป็นการเน้นย้ำถึง “การกระทำ” ซึ่งผู้รับข่าวสารถูกคาดหวังให้กระทำ ซึ่งจะทำให้การสื่อสารข้อความมีความจริงจัง น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น

การสื่อทั่วไป : เรื่องนี้ต้องถูกรายงานไปยังผู้บังคับบัญชา

การสื่อแบบย้ำกริยา : คุณต้องรายงานเรื่องนี้ต่อผู้บังคับบัญชา

จะเห็นได้ว่าข้อความในประโยคหลังจะเป็นการตอกย้ำการกระทำที่ต้องทำ โดยผู้รับข่าวสาร

5. มีความชัดเจน (Clarity)

วัตถุประสงค์หลักอันหนึ่งก็คือการสร้างให้เกิดความเข้าใจในข่าวสาร ความหมายของข้อมูลจากผู้ส่งที่ส่งไปให้ผู้รับจะต้องเป็นที่เข้าใจได้อย่างถูกต้อง ความไม่รอบคอบหรือระวังจะทำให้การสื่อสารล้มเหลวได้ จำเป็นที่ต้องย้ำอีกครั้งว่า ทุกคนมีความแตกต่างในเรื่องประสบการณ์ ความคิดความเข้าใจ ซึ่งอาจทำให้การแปลความหมายมีความผิดพลาดหรือบิดเบือนไปได้ ด้วยเหตุนี้ผู้สื่อสารจึงอาจใช้เทคนิคสองประการดังต่อไปนี้ช่วยให้เกิดความชัดเจนขึ้น

5.1 เลือกใช้ถ้อยคำที่ถูกต้อง ชัดเจนเป็นรูปธรรมและมีความคุ้นเคย (Choose Precise, Concrete, and Familiar Words)

การใช้คำที่ง่าย สั้น เป็นที่คุ้นเคยจะทำให้ผู้รับข่าวสารสามารถรับและเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว การใช้คำที่เหมาะสมกับสถานการณ์และผู้รับจะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.2 สร้างประโยคและข้อความที่มีประสิทธิภาพ (Construct Effective Sentences)

โดยคำนึงถึง ความยาว (Length) ไม่ให้มีความเยิ่นเย้อหรือยาวเกินไป มี เอกภาพของเนื้อหา (Unity) หรือ มีเนื้อหาหลัก (One Main Idea) ไม่ว่าจะ

ประโยคจะมีความซับซ้อนอย่างไร มีการเน้นย้ำ (Emphasis) ส่วนที่สำคัญ ๆ ไม่ว่าจะโดยการใช้น้ำเสียงในกรณีสื่อสารด้วยวาจา หรือการใช้ตัวเน้นตัวใหญ่ ตัวเอียง หรืออื่น ๆ ในกรณีสื่อด้วยลายลักษณ์อักษร มีการจัดเรียงเรียงถ้อยคำที่ดีชัดแจ้ง ตัวอย่างเช่น

ประโยคที่ไม่ชัดแจ้ง : ในการเป็นทนายที่เก่ง ผมมั่นใจว่าคุณช่วยเราได้

ประโยคที่ชัดแจ้งกว่า : ในฐานะที่คุณเป็นทนายที่เก่ง คุณสามารถช่วยเราได้อย่างแน่นอน

6. ความสุภาพอ่อนน้อม (Courtesy)

การสื่อสารโดยเทคนิคนี้มีได้หมายถึงเพียงการพิจารณาถึงความเหมาะสมและความสุภาพต่อผู้รับข่าวสารด้วยการใช้ถ้อยคำทั่วไปเช่น “ขอบคุณ” หรือ “กรุณา” เพียงเท่านั้น แต่หมายความรวมถึง ทัศนคติในทางบวก วิธีการปฏิบัติอย่างมีมารยาททางสังคม และการให้ความเคารพตลอดจนการคำนึงถึงบุคคลอื่นอีกด้วย มีข้อแนะนำที่ดี 2 ประการที่น่าจะใช้เป็นแนวทางได้คือ

6.1 ใช้ความแนบเนียนไตร่ตรอง และคำชื่นชม (Be tactful, Thoughtful, and Appreciative) . โดยธรรมชาติของคนทั่วไปมักรู้สึกไม่ดีและต่อต้านต่อข่าวสารในเชิงลบ และในหลาย ๆ ครั้งการใช้ถ้อยคำในเชิงลบอาจถูกตีความไปในเชิงของความไม่สุภาพ

ในการสื่อสารอีกด้วย ดังนั้นจึงควรใช้การพิจารณาเลือกใช้ข้อความหรือการสื่อที่ดีที่มีความสุภาพเหมาะสมกับวัฒนธรรม หรือใช้คำพูดที่ชื่นชมต่อผู้รับข่าวสาร ตัวอย่างเช่น

ข้อความที่ขาดความแนบเนียน : นี่เห็นได้ชัดว่าคุณไม่เข้าใจที่ผมพูด

ข้อความที่มีความแนบเนียน : บางครั้งคำพูดของผมอาจไม่ถูกต้องชัดเจนเพียงพอ ผมจะพยายามดูใหม่อีกครั้ง

หรือในกรณีที่ใช้ภาษาท่าทาง เราต้องพิจารณาถึงวัฒนธรรมและ ประเพณีของผู้รับข่าวสารด้วย เช่น การจับมือทักทายตามแบบตะวันตก การที่จับมือเขย่าแรง ๆ อาจหมายถึงการความสนิทสนม แต่ในตะวันตก อาจหมายถึงความไม่สุภาพ หรือการจ้องตาในสายตาตะวันตกอาจ หมายถึง ความมั่นใจ และ ความเชื่อมั่นในตนเอง แต่วัฒนธรรมแบบ ไทยอาจตีความหมายถึง ความก้าวร้าว ความหยาบค้าย ได้เป็นต้น

6.2 เลือกใช้ถ้อยคำที่แสดงถึงความเคารพ (Use Expressions That Show Respect)

ไม่มีผู้รับคนใดที่ต้องการได้รับข่าวสารที่มีลักษณะก้าวร้าว ล่วงเกิน หรือ ขาดความสุภาพและการเคารพต่อกัน ดังนั้นจึงควรใช้ถ้อยคำที่แสดง ถึงการให้เกียรติและเคารพต่อผู้อื่นเสมอ ให้หลีกเลี่ยงถ้อยคำที่ก้าวร้าว ต่าง ๆ เช่น

ผมไม่เห็นด้วยกับคุณ	ถ้าคุณให้ความสนใจ
ไม่รับผิดชอบ	คุณสิ้ม
ไร้สาระ	คุณลั้มเหลว
เราแปลกใจที่คุณไม่สามารถ	คุณควรรู้ว่า
คุณมองข้ามอย่างชัดเจน	คุณละเลย

ฯลฯ

7. ความถูกต้อง (Correctness)

สิ่งสำคัญของความถูกต้อง ก็คือการใช้ไวยากรณ์ หลักภาษา คำสะกด หรือสำนวน ที่ถูกต้องเหมาะสม อย่างไรก็ตามบางครั้งข้อความที่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ก็มีได้หมายถึงว่า การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพข้อความที่ใช้那儿จะต้องเป็นข้อความในเชิงธุรกิจที่คำนึงถึงหลัก

7.1 การใช้ระดับภาษาที่ถูกต้อง (Use the Right Level of Language) เราควรใช้ภาษาที่เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น ใช้ภาษาที่เป็นทางการ (Formal) ในกรณีที่เป็นสัญญา , ข้อตกลงทางธุรกิจ , บทความเชิงวิชาการ , งานวิจัย หรือ ใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ (Informal) กับข้อความทั่วไป เช่น การเขียนจดหมาย อีเลคทรอนิกส์ (E-Mail) การฝากข้อความสั้น ๆ (Short Message) เป็นต้น

7.2 ตรวจสอบความถูกต้องของตัวเลข และข้อเท็จจริง (Check Accuracy of Figures and Facts) โดยเฉพาะข่าวสารที่มีข้อมูลในเชิงตัวเลข สถิติ หรือมีแหล่งที่มา ควรจะมีการตรวจสอบว่าตัวเลข สถิติ หรือข้อเท็จจริงนั้นถูกต้องหรือไม่ ควรหลีกเลี่ยงการคาดเดา เนื่องจากข่าวสารนั้นจะถูกส่งไปยังผู้อื่น หากพบข้อผิดพลาดภายหลัง อันเนื่องมาจากความประมาท ขาดความรอบคอบในการตรวจสอบ ความถูกต้องจะทำให้ผู้รับข่าวสารไม่เชื่อถือในตัวผู้ส่งข่าวสาร หรือข่าวสารส่วนอื่น ๆ อีกด้วย