

## บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากวัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์เรื่อง "สถานภาพวิทยานิพนธ์ทางวาทวิทยาในคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย" นี้ เพื่อสำรวจและรวบรวมสถานภาพองค์ความรู้ของวิทยานิพนธ์ทางวาทวิทยาที่ทำการศึกษาในระหว่างปีการศึกษา พ.ศ. 2542 – 2548 โดยศึกษาประเด็นในการศึกษาวิจัย องค์ประกอบในการสื่อสาร ระดับการสื่อสาร บริบทการสื่อสาร กรอบแนวคิดทฤษฎี วิธีการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง ปัญหาและอุปสรรคในการวิจัย และข้อค้นพบที่เป็นที่เป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร

รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณและคุณภาพ (Quantitative and Qualitative Content Analysis) โดยการสร้างแบบ (Template) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต้องการจากวิทยานิพนธ์ และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบปัญหานำวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัยสถานภาพวิทยานิพนธ์ทางวาทวิทยาในคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่สำรวจมาได้มีจำนวนทั้งสิ้น 107 เล่ม สามารถนำมาสู่องค์ความรู้ทางด้านวาทวิทยาโดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 มิติต่าง ๆ ของวิทยานิพนธ์ทางด้านวาทวิทยา

ตอนที่ 2 ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยในวิทยานิพนธ์ทางด้านวาทวิทยา

## ตอนที่ 1 มิติต่าง ๆ ของวิทยานิพนธ์ทางด้านวาทวิทยา

จากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาวิจัยในวิทยานิพนธ์ทางด้านวาทวิทยา จำนวน 107 เล่ม นั้น ขอเสนอผลการศึกษาโดยเรียงลำดับตามแบบบันทึก (Template) ดังนี้

1. ประเด็นการศึกษาในวิทยานิพนธ์ทางด้านวาทวิทยา
2. ระดับการสื่อสารในวิทยานิพนธ์ทางด้านวาทวิทยา
3. บริบทการสื่อสารในวิทยานิพนธ์ทางด้านวาทวิทยา
4. แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในวิทยานิพนธ์ทางด้านวาทวิทยา
5. วิธีการวิจัยในวิทยานิพนธ์ทางด้านวาทวิทยา
6. กลุ่มตัวอย่างในวิทยานิพนธ์ทางด้านวาทวิทยา
7. ปัญหาและอุปสรรคทางการวิจัยในวิทยานิพนธ์ทางด้านวาทวิทยา

### 1. ประเด็นการศึกษาในวิทยานิพนธ์ทางด้านวาทวิทยา

ได้ศึกษารวบรวมจากหัวข้อการวิจัย วัตถุประสงค์ทางการศึกษาและคำสำคัญ (keyword) ที่พบในการค้นหาข้อมูลทางห้องสมุดออนไลน์ ([www.omega.car.chula.ac.th](http://www.omega.car.chula.ac.th))

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของประเด็นการศึกษารูปแบบและลักษณะการสื่อสาร โดยรวม

รูปแบบและลักษณะการสื่อสาร	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบและลักษณะการสื่อสารแบบกว้าง ๆ	16	36.36
2. รูปแบบและลักษณะการสื่อสารแบบเน้นวัตถุประสงค์หนึ่ง ๆ	28	63.64
รวม	44	100

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่ารูปแบบและลักษณะการสื่อสารแบบเฉพาะเจาะจงมีค่า ร้อยละสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 63.64 อันดับรองลงมาได้แก่ รูปแบบและลักษณะการสื่อสารแบบ ไม่เฉพาะเจาะจง คิดเป็นร้อยละ 36.36

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของประเด็นการศึกษารูปแบบและลักษณะการสื่อสารโดย  
แจกแจงรายละเอียด

รูปแบบและลักษณะการสื่อสาร	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบและลักษณะการสื่อสารแบบเฉพาะเจาะจง		
- การป้องกันและแก้ไขปัญหา	5	17.86
- การสร้างความสัมพันธ์	5	17.86
- การสัมภาษณ์	3	10.71
- การฝึกอบรม	3	10.71
- กระบวนการตัดสินใจ	3	10.71
- การปรับตัว	2	7.14
- การเจรจาต่อรอง	2	7.14
- ความขัดแย้ง	2	7.14
- กระบวนการหล่อหลอม	1	3.57
- การเปิดรับข่าวสาร	1	3.57
- การจัดการเรียนรู้	1	3.57
รวม	28	100

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่ารูปแบบและลักษณะการสื่อสารแบบเฉพาะเจาะจงนั้น ได้ศึกษาเรื่องการป้องกันและแก้ไขปัญหา และการสร้างความสัมพันธ์มากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 17.86 อันดับรองลงมาได้แก่ การสัมภาษณ์, การฝึกอบรมและกระบวนการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 10.71 การปรับตัว, การเจรจาต่อรองและความขัดแย้ง คิดเป็นร้อยละ 7.14 และรูปแบบและลักษณะการสื่อสารที่น้อยที่สุด ได้แก่ กระบวนการหล่อหลอม, การเปิดรับข่าวสารและการจัดการเรียนรู้ คิดเป็นร้อยละ 3.57

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของประเด็นการศึกษาในเรื่ององค์ประกอบการสื่อสารและปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยรวม

องค์ประกอบการสื่อสารและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	จำนวน	ร้อยละ
1. ผู้ส่งสาร	51	28.02
2. ผู้รับสาร	43	23.63
3. สาร	13	7.14
4. ช่องทางการสื่อสาร	0	0
5. บริบท / สภาพแวดล้อม	37	20.33
6. ผลการสื่อสาร	15	8.24
7. ปัญหาและอุปสรรค	12	6.59
8. กระบวนการสื่อสาร	11	6.04
รวม	182	100

(\* มีคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ )

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าประเด็นการศึกษาในเรื่ององค์ประกอบการสื่อสารและปัจจัยที่เกี่ยวข้องนั้น ได้มีการศึกษาในประเด็นของผู้ส่งสารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.02 รองลงมาเป็นการศึกษาในประเด็นของผู้รับสาร คิดเป็นร้อยละ 23.63 บริบท / สภาพแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 20.33 ผลการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 8.24 ประเด็นเกี่ยวกับสาร คิดเป็นร้อยละ 7.14 ปัญหาและอุปสรรค คิดเป็นร้อยละ 6.59 และกระบวนการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 6.04 เรียงตามลำดับ ส่วนช่องทางการสื่อสารไม่พบประเด็นทางการศึกษาในวิทยานิพนธ์ทางวาทวิทยา

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของประเด็นการศึกษาในเรื่ององค์ประกอบการสื่อสารและปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยแจกแจงรายละเอียด

องค์ประกอบการสื่อสารและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	จำนวน	ร้อยละ
1. ผู้ส่งสาร		
- การสร้างการยอมรับ / การโน้มน้าวใจ	18	9.89
- การสื่อความหมาย	13	7.14
- อັดลักษณ์ / เอกลักษณ์	7	3.85

องค์ประกอบการสื่อสารและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	จำนวน	ร้อยละ
- บุคลิกภาพทางการสื่อสาร	7	3.85
- ภาพลักษณ์	3	1.64
- ความน่าเชื่อถือ	3	1.64
2. ผู้รับสาร		
- การรับรู้ / ตีความ	18	9.89
- ทักษะคิด / ความคิดเห็น	15	8.24
- พฤติกรรมการสื่อสาร	10	5.50
3. สาร		
- อวัจนภาษา	6	3.30
- วัจนภาษา	7	3.85
4. ช่องทางการสื่อสาร	1	0.78
5. บริบท / สภาพแวดล้อม		
- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสาร	22	12.09
- บริบททางการสื่อสาร	15	8.24
6. ผลการสื่อสาร		
- ผลการสื่อสาร	7	3.85
- ความคาดหวัง	5	2.75
- ความพึงพอใจ	3	1.65
7. ปัญหาและอุปสรรค	12	6.59
8. กระบวนการสื่อสาร	11	6.04
รวม	182	100

(\* มีคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ )

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าเมื่อแจกแจงรายละเอียดของประเด็นการศึกษาในเรื่อง องค์ประกอบการสื่อสารและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารมีการศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 12.09 อันดับรองลงมา คือ การสร้างการยอมรับ / การโน้มน้าวใจ และการรับรู้ / ตีความ มีการศึกษาในจำนวนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 9.89 การสื่อความหมาย คิด

เป็นร้อยละ 7.14 ปัญหาและอุปสรรคทางการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 6.59 เรียงตามลำดับ ส่วน  
ภาพลักษณ์, ความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจมีการศึกษาน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.64

เนื่องจากบางงานวิจัยมีการศึกษามากกว่า 1 องค์ประกอบ จึงนำเสนอให้เห็นการศึกษา  
ร่วมกันในแต่ละองค์ประกอบการสื่อสาร ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของความสัมพันธ์ในเรื่ององค์ประกอบการสื่อสาร

องค์ประกอบการสื่อสาร					จำนวน	ร้อยละ
ผู้ส่งสาร	สาร	ช่องทาง	ผู้รับสาร	สภาพแวดล้อม		
✓	✓		✓		18	16.82
	✓				18	16.82
✓	✓				12	11.21
	✓		✓		9	8.41
	✓		✓	✓	9	8.41
✓				✓	7	6.54
✓			✓	✓	7	6.54
	✓			✓	6	5.61
✓			✓		5	4.67
✓	✓			✓	4	3.73
✓	✓		✓	✓	4	3.73
			✓	✓	4	3.73
✓					2	1.87
✓		✓			1	0.93
	✓	✓	✓		1	0.93
รวม					107	100

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบการสื่อสารที่มีการศึกษาร่วมกันมากที่สุดในวิทยานิพนธ์ทางวาทวิทยา คือ ผู้ส่งสาร – สาร – ผู้รับสาร และ การศึกษาตัวสารเพียงอย่างเดียว โดยมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 16.82 อันดับรองลงมา คือ ผู้ส่งสาร – สาร คิดเป็นร้อยละ 11.21 องค์ประกอบ สาร – ผู้รับสาร และ สาร – ผู้รับสาร – สภาพแวดล้อม มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 8.41 องค์ประกอบ ผู้ส่งสาร – สภาพแวดล้อม และ ผู้ส่งสาร – ผู้รับสาร – สภาพแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 6.54 เรียงตามลำดับ ส่วน ผู้ส่งสาร – ช่องทางการสื่อสาร และ สาร – ช่องทางการสื่อสาร – ผู้รับสาร มีการศึกษาน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.93

## 2. การศึกษาระดับการสื่อสารในวิทยานิพนธ์ทางวาทวิทยา

ได้ศึกษารวบรวมจากวัตถุประสงค์และผลการวิจัยที่ได้ โดยอิงคำนิยามของแต่ละระดับการสื่อสารจากแนวคิดและทฤษฎีในบทที่ 2 มาเป็นกรอบในการจัดระดับการสื่อสารในวิทยานิพนธ์ทางวาทวิทยา โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผลการศึกษาในประเด็นของระดับการสื่อสารในวิทยานิพนธ์ทางวาทวิทยา

ระดับการสื่อสาร	จำนวน	ร้อยละ
Interpersonal Communication	40	23.67
Group Communication	28	16.57
Mass Communication	24	14.20
Organization Communication	19	11.24
Public Communication	17	10.06
Intercultural Communication	14	8.28
Intrapersonal Communication	11	6.51
Mediated Communication	1	0.59
รวม	169	100

(\* มีคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ )

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีการศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.67 รองลงมาคือ การสื่อสารภายในกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 16.57 สื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 14.20 การสื่อสารภายในองค์กร คิดเป็นร้อยละ 11.24 การสื่อสารในที่สาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 10.06 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม 8.28 และการสื่อสารภายในตนเอง คิดเป็นร้อยละ 6.51 ส่วนการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมีการศึกษาน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.59

### 3. การศึกษาบริบทการสื่อสารในวิทยานิพนธ์ทางวาทวิทยา

ได้ศึกษารวบรวมโดยวิเคราะห์จาก สถานการณ์/ เหตุการณ์, โอกาส, บุคคลที่ศึกษา โดยศึกษาจากผลการวิจัย, หัวข้อการวิจัย, วัตถุประสงค์การวิจัย และคำสำคัญที่แสดงถึงบริบทการสื่อสารดังที่กล่าวมาข้างต้น โดยแจกแจงรายละเอียดตามทที่วิทยานิพนธ์ได้ระบุไว้

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพรวมของผลการศึกษาในประเด็นบริบทการสื่อสารในวิทยานิพนธ์ทางวาทวิทยา

บริบทการสื่อสาร	จำนวน	ร้อยละ
การสื่อสารทั่วไปไม่เน้นบริบท	48	44.86
การสื่อสารเพื่อความบันเทิง	14	13.08
การสื่อสารทางการเมือง	11	10.28
การสื่อสารในการบริหาร/จัดการ	9	8.41
การสื่อสารในครอบครัว	6	5.61
การสื่อสารในการพัฒนา	5	4.67
การสื่อสารในการให้บริการ	4	3.74
การสื่อสารทางการแพทย์/สาธารณสุข	3	2.80
การสื่อสารทางการศึกษา	3	2.80
การสื่อสารทางการตลาด	2	1.87
การสื่อสารทางการเกษตร	1	0.93
การสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต	1	0.93
รวม	107	100



จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารทั่วไปแบบไม่เน้นบริบท เช่น องค์กรกว้าง ๆ ไม่ระบุ การวิเคราะห์ตัวแปรบางตัว การศึกษาในบริบทของการสื่อสารการแสดง มีการศึกษา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.73 รองลงมาคือ การสื่อสารทางการเมือง คิดเป็นร้อยละ 18.64 การสื่อสารในการบริหารจัดการ คิดเป็นร้อยละ 15.25 การสื่อสารในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 10.17 การสื่อสารในการพัฒนา คิดเป็นร้อยละ 8.47 เรียงตามลำดับ ส่วนการสื่อสารทางการเกษตร และการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต มีการศึกษาน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.69

นอกเหนือจากการวิเคราะห์นี้แล้ว ยังสามารถแยกให้เห็นถึง ภาพรวมของสถานที่ศึกษา บริบท สภาพแวดล้อมที่ศึกษา ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพรวมของบริบทการสื่อสารในประเด็นของสถานที่ที่ ปรากฏอย่างชัดเจน

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
องค์กรไทยเฉพาะเจาะจง	17	62.96
องค์กรต่างชาติ	7	25.93
องค์กรไทยไม่เฉพาะเจาะจง	3	11.11
รวม	27	100

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า มีการระบุถึงองค์กรไทยเฉพาะเจาะจงมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 62.96 อันดับรองลงมา คือ องค์กรต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 25.93 ส่วนองค์กรไทยไม่ เฉพาะเจาะจง มีการระบุถึงน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.11

ในส่วนต่อไปเป็นภาคขยายการศึกษา เพื่อให้เห็นถึงแหล่งที่ใช้ในการศึกษาว่าเป็นที่ใด ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผลของบริบทการสื่อสารในประเด็นของสถานที่ที่ปรากฏ  
อย่างชัดเจนโดยแจกแจงรายละเอียด

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
<b>องค์กรไทย / ชุมชน</b> <b>องค์กรสาธารณประโยชน์</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น"จันเสน"</li> <li>- สถานสงเคราะห์คนชรา</li> <li>- ชมรมผู้สูงอายุ จังหวัดน่าน</li> <li>- มูลนิธิเด็กเร่ร่อน</li> <li>- บ้านพักฉุกเฉิน สมาคมส่งเสริมสถานภาพสตรี</li> </ul>	4	22.22
<b>หน่วยงาน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย</li> <li>- สถานีตำรวจนครบาล</li> <li>- กองทัพ</li> <li>- สวนดุสิตโพล</li> <li>- โรงเรียนการเมือง พลตรีสนั่น ขจรประศาสน์</li> </ul>	5	27.78
<b>สถานศึกษา</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มหาวิทยาลัย</li> </ul>	3	16.67
<b>ชุมชน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไชน่าทาวน์</li> <li>- ชุมชนหัวหิน</li> <li>- ชุมชนแออัดคลองเตย</li> </ul>	3	16.67
<b>บริษัท</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เครือซิเมนต์ไทย</li> <li>- บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)</li> </ul>	2	11.76
<b>อื่น ๆ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานออกกำลังกาย</li> </ul>	1	11.11
<b>รวม</b>	18	100

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ในบริบทขององค์กรไทยเฉพาะเจาะจงนั้น ได้ศึกษาใน ส่วนของ สถานบริการสังคมและหน่วยงานมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 23.53 รองลงมาคือ การศึกษาในสถานศึกษาและบริการสังคม คิดเป็นร้อยละ 17.65 การศึกษาในบริษัท คิดเป็น ร้อยละ 11.76 เรียงตามลำดับ

นอกจากสถานที่แล้ว การศึกษาทางด้านบริหารการสื่อสารยังระบุให้เห็นถึงบุคคลที่เป็น ประเด็นสำหรับการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผลของบริหารการสื่อสารในประเด็นของบุคคลที่ปรากฏ อย่างชัดเจนโดยแจกแจงรายละเอียด

บุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>ราชวงศ์</b> - สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี - สมเด็จพระนารายณ์มหาราช - พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช - สมเด็จพระนเรศวรมหาราช - พระราชชายาเจ้าดารารัศมี - สมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว - สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ	7	43.75
<b>ผู้นำทางความคิด</b> <b>นักคิด</b> - พุทธทาสภิกขุ - ผู้ร่วมปาฐกถา โทมัส คิมทอง <b>นักเขียน</b> - หลวงวิจิตรวาทการ - บินหลา สันกาลาคีรี - ฮายาโอะ มียาซากิ <b>ผู้เคลื่อนไหวทางสังคม</b> - สนิธิ สิมทองกุล - กลุ่มผู้คัดค้านท่อก๊าซไทย - มาเลเซีย	7	43.75

บุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>นักปกครอง</b>		
- จอมพล ป.พิบูลสงคราม	2	12.50
- นายชวน หลีกภัย		
<b>รวม</b>	16	100

จากตารางที่ 10 บริบทที่มีการศึกษาในประเด็นของบุคคลมากที่สุด คือ ราชวงศ์และกลุ่มผู้นำทางความคิด โดยศึกษาในบริบทของกษัตริย์จำนวน 4 เรื่อง คือ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช, สมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, สมเด็จพระนารายณ์มหาราช และสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ในส่วนของกลุ่มผู้นำความคิด ได้แบ่งย่อยออกเป็น นักคิด, นักเขียน และผู้เคลื่อนไหวทางสังคม โดยทั้งราชวงศ์และกลุ่มผู้นำทางความคิด คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมา เป็นกลุ่มนักปกครอง คิดเป็นร้อยละ 12.50

#### 4. กรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในวิทยานิพนธ์ทางวาทวิทยา

ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีจากวิทยานิพนธ์ทั้งหมดจำนวน 107 เรื่อง แล้วนำมาจัดกลุ่ม ให้อยู่ในหมวดหมู่เดียวกันเพื่อให้เห็นภาพของแนวคิดทฤษฎีได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ทั้งหมด 7 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มปรัชญา
2. กลุ่มรูปแบบและองค์ประกอบการสื่อสาร
3. กลุ่มที่เกี่ยวกับระดับการสื่อสาร (Communication Level)
4. กลุ่มที่เกี่ยวกับแก่นสาระ (Thematic)
5. กลุ่มที่เกี่ยวกับบริบท (Contextual)
6. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้
7. แนวคิดทฤษฎีเฉพาะกลุ่ม (Specific Group)

เมื่อวิเคราะห์รายละเอียดของทฤษฎีในแต่ละข้อ สามารถแยกย่อยได้ดังนี้

##### 1. กลุ่มปรัชญา

แนวคิดเกี่ยวกับปรัชญา

- ทฤษฎีความจริง (อภิปรัชญา: Metaphysics และภาววิทยา : Ontology )

- ทฤษฎีความรู้ (ญาณวิทยา : Epistemology)
- ทฤษฎีคุณค่า (คุณวิทยา : Axiology)
- อภิปรัชญาแนวพุทธ

## 2. กลุ่มรูปแบบและองค์ประกอบการสื่อสาร

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวคิดทฤษฎีทางด้านรูปแบบและลักษณะการสื่อสาร

แนวคิดทฤษฎีทางด้านรูปแบบและลักษณะการสื่อสาร	จำนวน	ร้อยละ
แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างการยอมรับ	9	19.57
แนวคิดเรื่องการเรียนรู้	7	15.22
แนวคิดเกี่ยวกับการฝึกอบรม	6	13.04
แนวคิดเรื่องการปรับตัว	5	10.87
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร	5	10.87
แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP)	4	8.69
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร	2	4.35
แนวคิดเกี่ยวกับการสัมภาษณ์	1	2.17
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการขัดเกลาทางสังคม	1	2.17
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการหล่อหลอม	1	2.17
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ	1	2.17
แนวคิดเกี่ยวกับแนวโน้มค่านิยม	1	2.17
แนวคิดเกี่ยวกับความขัดแย้ง	1	2.17
แนวคิดและการศึกษาเกี่ยวกับการคาดหวัง	1	2.17
แนวคิดเกี่ยวกับความคิด	1	2.17
รวม	46	100

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดทฤษฎีทางด้านรูปแบบและลักษณะการสื่อสาร นั้น ได้นำเอาแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างการยอมรับมาใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.57 รองลงมาคือ แนวคิดเรื่องการเรียนรู้ คิดเป็นร้อยละ 15.22 แนวคิดเกี่ยวกับการฝึกอบรม คิดเป็น

ร้อยละ 13.04 แนวคิดเรื่องการปรับตัวและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็น ร้อยละ 10.87 เรียงตามลำดับ ส่วนแนวคิดที่นำมาใช้น้อยที่สุดมีจำนวนเท่ากันแปดแนวคิด คือ แนวคิดเกี่ยวกับการสัมภาษณ์, แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการขัดเกลาทางสังคม, แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการหล่อหลอม, แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ, แนวคิดเกี่ยวกับแนวโน้มค่านิยม, แนวคิดเกี่ยวกับความขัดแย้งแนวคิดและการศึกษาเกี่ยวกับการคาดหวังและแนวคิดเกี่ยวกับความคิด คิดเป็นร้อยละ 2.17

### 3. กลุ่มที่เกี่ยวกับระดับการสื่อสาร (Level communication)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพรวมแนวคิดทฤษฎีในระดับการสื่อสารต่าง ๆ ที่ปรากฏในวิทยานิพนธ์

แนวคิดทฤษฎี	จำนวน	ร้อยละ
แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารภายในตนเอง	13	13.54
แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล	26	27.08
แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารในกลุ่ม	11	11.46
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กร	12	12.50
แนวคิดทฤษฎีการพูดในที่ชุมชน	7	7.29
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	12	12.50
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน	14	14.58
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต	1	1.04
รวม	96	100

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล มีการนำมาใช้ในวิทยานิพนธ์ทางด้านวาทวิทยามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.08 รองลงมา คือ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน คิดเป็นร้อยละ 14.58 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารภายในตนเอง คิดเป็นร้อยละ 13.54 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กรและแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 12.50 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารในกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 11.46 แนวคิดทฤษฎีการพูดในที่ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 7.29 เรียงตามลำดับ ส่วนแนวคิด

ทฤษฎีที่มีการนำมาใช้น้อยที่สุด คือ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 1.04

เพื่อให้เห็นรายละเอียดแจกแจงในแต่ละระดับการสื่อสาร ผู้วิจัยจึงนำเสนอรายละเอียดแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ โดยแยกตารางในแต่ละระดับ ดังนี้

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารภายในตนเอง

แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารภายในตนเอง	จำนวน	ร้อยละ
อัตลักษณ์ / เอกลักษณ์	6	46.15
การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง	3	23.08
การนำเสนอตนเอง	2	15.38
การมองตนเอง	2	15.38
รวม	13	100

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารในตนเองนั้น ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ / เอกลักษณ์ มาใช้ในวิทยานิพนธ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.15 รองลงมาคือ การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง คิดเป็นร้อยละ 23.08 อันดับสุดท้ายมีจำนวนเท่ากันสองแนวคิด คือ การนำเสนอตนเองและการมองตนเอง คิดเป็นร้อยละ 15.38

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล

แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
นิยาม / ความหมายการสื่อสารระหว่างบุคคล	14	53.85
ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	7	26.92
ความคล้ายคลึงและแรงดึงดูดระหว่างบุคคล	3	11.54
แบบจำลองกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล ในเชิงประกอบสร้างทางสังคม	2	7.69
รวม	26	100

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า นิยาม / ความหมายการสื่อสารระหว่างบุคคล มีการนำมาใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.85 รองลงมาคือ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล คิดเป็นร้อยละ 26.92 ความคล้ายคลึงและแรงดึงดูดระหว่างบุคคล คิดเป็นร้อยละ 11.54 เรียงตามลำดับ ส่วนแนวคิดทฤษฎีในระดับของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีการนำมาใช้น้อยที่สุด คือ แบบจำลองกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล ในเชิงประกอบสร้างทางสังคม คิดเป็นร้อยละ 7.69

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารในกลุ่ม

แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารในกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
นิยาม / ความหมายการสื่อสารในกลุ่ม	4	36.36
การแบ่งกลุ่มทางสังคม	3	27.27
การรวมกลุ่ม	2	18.18
การดำรงอยู่ของกลุ่ม	1	9.09
อัตลักษณ์กลุ่ม	1	9.09
รวม	11	100

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารในกลุ่มนั้น ได้นำเอา นิยาม / ความหมายการสื่อสารในกลุ่มมาใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาคือ การแบ่งกลุ่มทางสังคม คิดเป็นร้อยละ 27.27 การรวมกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 18.18 เรียงตามลำดับ แนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้น้อยที่สุดมีจำนวนเท่ากันสองแนวคิด คือ เรื่องการดำรงอยู่ของกลุ่มและเรื่องอัตลักษณ์กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 9.09

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กร

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กร	จำนวน	ร้อยละ
วัฒนธรรมองค์กร	6	50.00
นิยาม / ความหมายการสื่อสารในองค์กร	4	33.33
ค่านิยมความมีอาวุโสในองค์กรไทย	2	16.67
รวม	12	100



จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กรนั้น ได้นำเอาแนวคิดวัฒนธรรมองค์กรมาใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ นิยาม / ความหมายการสื่อสารในองค์กร คิดเป็นร้อยละ 33.33 อันดับสุดท้ายคือ แนวคิดเรื่องค่านิยมความมีอาวุโสในองค์กรไทย คิดเป็นร้อยละ 16.67

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการพูดในที่ชุมชน

แนวคิดทฤษฎีการพูดในที่ชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
การพูดต่อหน้าชุมชน	4	57.14
แบบจำลองของอริสโตเติล	2	28.57
ทฤษฎีการจัดเรียงเรียงคำพูดตามแนวคิดโรมัน	1	14.29
รวม	7	100

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการพูดในที่ชุมชน ได้นำเอาแนวคิดเรื่องการพูดต่อหน้าชุมชนมาใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมาคือ แบบจำลองของอริสโตเติล คิดเป็นร้อยละ 28.57 อันดับสุดท้ายคือ ทฤษฎีการจัดเรียงเรียงคำพูดตามแนวคิดโรมัน คิดเป็นร้อยละ 14.29

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	จำนวน	ร้อยละ
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	5	41.67
แนวคิดเกี่ยวกับการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม	2	16.67
แนวคิดเกี่ยวกับมิติของความแตกต่างทางวัฒนธรรม	2	16.67
แนวคิดเรื่องกระบวนการปรับตัวทางวัฒนธรรม	2	16.67
แนวคิดเรื่องการปรับเปลี่ยนทางวัฒนธรรม	1	8.33
รวม	12	100

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้น ได้นำเอาแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมมาใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมา มีจำนวนเท่ากันสามแนวคิดทฤษฎี คือ แนวคิดเกี่ยวกับการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม แนวคิดเกี่ยวกับมิติของความแตกต่างทางวัฒนธรรม และแนวคิดเรื่องกระบวนการปรับตัวทางวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 16.67 อันดับสุดท้ายคือ แนวคิดเรื่องการปรับเปลี่ยนทางวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 8.33

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับสื่อมวลชน

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน	จำนวน	ร้อยละ
การใช้สื่อสร้างอุดมการณ์	4	28.57
นิยาม / ความหมายของสื่อมวลชน	3	21.43
รูปแบบและช่องทางการสื่อสาร	2	14.29
การเปิดรับสื่อและอิทธิพลของสื่อมวลชน	1	7.14
ความสมบูรณ์ของสื่อ	1	7.14
การแทรกแซงสื่อ	1	7.14
การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ	1	7.14
เครือข่ายการสื่อสาร	1	7.14
รวม	14	100

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชนที่นำมาใช้มากที่สุด คือ การใช้สื่อสร้างอุดมการณ์ คิดเป็นร้อยละ 28.57 รองลงมาคือ นิยาม / ความหมายของสื่อมวลชน คิดเป็นร้อยละ 21.43 รูปแบบและช่องทางการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 14.29 เรียงตามลำดับ ส่วนแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้น้อยที่สุดมีจำนวนเท่ากัน 5 แนวคิดทฤษฎี คือ การเปิดรับสื่อและอิทธิพลของสื่อมวลชน, ความสมบูรณ์ของสื่อ, การแทรกแซงสื่อ, การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ และแนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 7.14

ในส่วนสุดท้ายเป็นแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีเพียงแนวคิดเดียวในการศึกษา ในวิทยานิพนธ์ทางวาทวิทยาที่พบ

#### 4. กลุ่มที่เกี่ยวกับแก่นสาระ (Thematic)

ประกอบไปด้วย แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจ และภาษา สามารถแจกแจงให้เห็นรายละเอียด ดังนี้

ในส่วนแรกจะเป็นแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจในภาพรวม ดังนี้

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพรวมแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจ	จำนวน	ร้อยละ
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโต้แย้งแสดงเหตุผล	21	37.50
แนวคิดทฤษฎีการโน้มน้าวใจ	20	35.71
นิยาม / ความหมายการโน้มน้าวใจ	15	26.79
รวม	56	100

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจที่นำมาใช้มากที่สุดคือ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโต้แย้งแสดงเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือแนวคิดทฤษฎีการโน้มน้าวใจ คิดเป็นร้อยละ 35.71 อันดับสุดท้ายคือ นิยาม / ความหมายการโน้มน้าวใจ คิดเป็นร้อยละ 26.79

เพื่อให้เห็นรายละเอียดในแต่ละส่วน ผู้วิจัยจึงแยกย่อยตารางในการนำเสนอแนวคิดทฤษฎีในตารางข้างต้น เพื่อให้เห็นรายละเอียดในแต่ละทฤษฎี

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโต้แย้งแสดงเหตุผลโดยแจกแจงรายละเอียด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโต้แย้งแสดงเหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
- การวิเคราะห์โดยอิงหลักการตอบโต้สถานการณ์ของลอย บิทเซอร์	7	33.33
- การใช้หลักฐาน และการแสดงเหตุผล	4	19.05
- การอ้างเหตุผลของสตีเฟน ทูลมิน	2	9.52
- การใช้เหตุผลพยานหลักฐานตามหลักการโน้มน้าวใจสมัยใหม่	2	9.52
- การโต้แย้งแสดงเหตุผล	2	9.52

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโต้แย้งแสดงเหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
- การเจรจาต่อรอง	2	9.52
- การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจโดยใช้หลักฐานและเหตุผล	1	4.76
- การโน้มน้าวใจโดยการใช้นิรนุฐาน	1	4.76
รวม	21	100

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโต้แย้งแสดงเหตุผลที่นำมาใช้มากที่สุด คือ การวิเคราะห์โดยอิงหลักการตอบโต้สถานการณ์ของลอย บิทเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ แนวคิดเกี่ยวกับการใช้นิรนุฐาน และการแสดงเหตุผล คิดเป็นร้อยละ 19.05 อันดับต่อมามีจำนวนเท่ากันได้แก่ การอ้างเหตุผลของสตีเฟน ทูลมิน, การใช้เหตุผลพยานหลักฐานตามหลักการโน้มน้าวใจสมัยใหม่, การโต้แย้งแสดงเหตุผล และการเจรจาต่อรอง คิดเป็นร้อยละ 9.52 อันดับสุดท้ายมีจำนวนเท่ากันสองทฤษฎี คือ การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจโดยใช้หลักฐานและเหตุผลและการโน้มน้าวใจโดยการใช้นิรนุฐาน คิดเป็นร้อยละ 4.76

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจโดยแจกแจงรายละเอียด

แนวคิดทฤษฎีการโน้มน้าวใจ	จำนวน	ร้อยละ
การโน้มน้าวใจของอริสโตเติล	5	25.00
ทฤษฎีของซีโรและควินทิลเลียน	4	20.00
แบบจำลองการโน้มน้าวใจ Elaboration Likelihood Model	3	15.00
แรงจูงใจของมาสโลว์	2	10.00
ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอรัชเบอร์ก	1	5.00
การเปลี่ยนแปลงตามลำดับขั้นตอนการโน้มน้าวใจของมอนโร	1	5.00
การโน้มน้าวใจด้วยบุคลิกที่น่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร	1	5.00
การโน้มน้าวใจของสารโดยใช้อารมณ์และจิตวิทยา	1	5.00
การเรียนรู้กับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ	1	5.00
แรงจูงใจของ Murray	1	5.00
รวม	20	100

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจที่นำมาใช้มากที่สุด คือ ทฤษฎีการโน้มน้าวใจของอริสโตเติล คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ ทฤษฎีของซีเซโรและควินทิลิเียน คิดเป็นร้อยละ 20.00 แบบจำลองการโน้มน้าวใจ Elaboration Likelihood Model คิดเป็นร้อยละ 15.00 ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ 10.00 เรียงตามลำดับ โดยทฤษฎีที่นำมาใช้น้อยที่สุดมีจำนวนเท่ากับหกทฤษฎี คือ ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอรัชเบอร์ก, ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงตามลำดับขั้นตอนการโน้มน้าวใจของมอนโร, ทฤษฎีการโน้มน้าวใจด้วยบุคลิกความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร, ทฤษฎีการโน้มน้าวใจของสสารโดยใช้อารมณ์และจิตวิทยา, ทฤษฎีการเรียนรู้กับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ และแรงจูงใจของ Murray คิดเป็นร้อยละ 5.00

ในส่วนที่สองเป็นการนำเสนอ แนวคิดทฤษฎีด้านภาษา / วาทกรรม ดังนี้

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวคิดเรื่องวาทกรรมและการวิเคราะห์วาทกรรม

แนวคิดเรื่องวาทกรรมและการวิเคราะห์วาทกรรม	จำนวน	ร้อยละ
วาทกรรมและการวิเคราะห์วาทกรรมโดยทั่วไป	4	30.76
การวิเคราะห์วาทกรรมแนวทฤษฎีวิพากษ์	3	23.08
แนวคิดองค์ห้า (Pentad) ของ Kenneth Burke	2	15.38
หลักเกณฑ์ทั้ง 5 (Five Canons)	1	7.69
แนวคิดเรื่องวาทศาสตร์ของอริสโตเติลและแนวคิดตามทฤษฎีของ ไอ.เอ.ริชาร์ด	1	7.69
การวิเคราะห์การสนทนา	1	7.69
การวิเคราะห์วาทกรรมทางการเมือง	1	7.69
รวม	13	100

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดเรื่องวาทกรรมและการวิเคราะห์วาทกรรมโดยทั่วไปนั้นได้ถูกนำมาใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.76 รองลงมาคือ แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์วาทกรรมแนวทฤษฎีวิพากษ์ คิดเป็นร้อยละ 23.08 แนวคิดองค์ห้า (Pentad) ของ Kenneth Burke คิดเป็นร้อยละ 15.38 เรียงตามลำดับ อันดับสุดท้ายมีจำนวนเท่ากับสี่แนวคิด คือ หลักเกณฑ์ทั้ง 5 (Five Canons), แนวคิดเรื่องวาทศาสตร์ของอริสโตเติลและแนวคิดตาม

พรรณนะ ของ ไอ.เอ.ริ-ชาร์ด, การวิเคราะห์การสนทนาและแนวคิดเรื่องการวิเคราะห์วาทกรรม  
ทางการเมือง คิดเป็นร้อยละ 7.69

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวคิดทฤษฎีด้านภาษา

แนวคิดทฤษฎีด้านภาษา	จำนวน	ร้อยละ
การสื่อความหมาย	4	26.67
ภาษาศาสตร์สังคม	3	20.00
ภาษาและสหบท (Intertextuality)	2	13.33
ภาษาแสดงความสุภาพของบราวน์และเลวินสัน	1	6.67
การได้มาของภาษา	1	6.67
ภาษากับวิวัฒนาการ	1	6.67
กระบวนการสร้างคำใหม่ในการสื่อสาร	1	6.67
การแบ่งลีลาการใช้ภาษา	1	6.67
ภาษาและผู้แปล	1	6.67
รวม	15	100

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดทฤษฎีด้านภาษาที่นำมาใช้มากที่สุด คือ การ  
สื่อความหมาย คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมาคือ ภาษาศาสตร์สังคม คิดเป็นร้อยละ  
20.00 ภาษาและสหบท (Intertextuality) คิดเป็นร้อยละ 13.33 เรียงตามลำดับ แนวคิดที่น้อย  
ที่สุดมีจำนวนเท่ากันหกแนวคิด คือ ภาษาแสดงความสุภาพของบราวน์และเลวินสัน, การได้มา  
ของภาษา, ภาษากับวิวัฒนาการ, กระบวนการสร้างคำใหม่ในการสื่อสาร, การแบ่งลีลาการใช้  
ภาษาและแนวคิดเกี่ยวกับภาษาและผู้แปล คิดเป็นร้อยละ 6.67

5. กลุ่มที่เกี่ยวกับบริบท (Contextual)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของภาพรวมของแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบริบทการสื่อสาร

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบริบทการสื่อสาร	จำนวน	ร้อยละ
แนวคิดทฤษฎีด้านการสื่อสารทางการเมือง <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวคิดทฤษฎีเรื่องการสื่อสารทางการเมือง (7 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเรื่องอุดมการณ์ อำนาจและภาวะความเป็นใหญ่ (4 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดและระเบียบวิธีในการอภิปรายไม่ไว้วางใจรัฐบาล (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทนักการเมือง (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเรื่องชาตินิยม (1 เรื่อง)</li> </ul>	14	58.33
แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อสุขภาพ <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวคิดเรื่องการแพทย์ (2 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อสุขภาพ (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเรื่องสัมพันธภาพและการสื่อสารเพื่อการบำบัด (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเรื่องการส่งเสริมสุขภาพ (1 เรื่อง)</li> <li>- รูปแบบความเชื่อด้านสุขภาพ (1 เรื่อง)</li> </ul>	6	25.00
แนวคิดเรื่องการสื่อสารภายในครอบครัว <ul style="list-style-type: none"> <li>- รูปแบบความสัมพันธ์ในครอบครัว (1 เรื่อง)</li> <li>- รูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัว (1 เรื่อง)</li> <li>- รูปแบบการสื่อสารเรื่องพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศภายในครอบครัว (1 เรื่อง)</li> <li>- ทรรศนะเกี่ยวกับการแพร่ขยายความรุนแรงในครอบครัวของสังคมไทย (1 เรื่อง)</li> </ul>	4	16.67
รวม	24	100

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบริบทการสื่อสารที่นำมาใช้มากที่สุดคือ แนวคิดทฤษฎีด้านการสื่อสารทางการเมือง คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมาคือ แนวคิดเรื่อง

การสื่อสารเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 25.00 อันดับสุดท้าย คือ แนวคิดเรื่องการสื่อสารภายในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 16.67

## 6. กลุ่มที่เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้	จำนวน	ร้อยละ
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด - ทฤษฎีการขาย - ทฤษฎีแห่งการวิเคราะห์ลูกค้า - หลักการขายของตัวแทนประกันชีวิต - หลักในการวิเคราะห์ผู้มุ่งหวังในการทำประกันชีวิต - ทฤษฎีวิวัฒนาการผู้บริโภค - แนวคิดในการจัดคนเข้าทำงาน - แนวคิดหลักการตลาดและนโยบายมุ่งการตลาด	9	27.27
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่และรับนวัตกรรม ทฤษฎีการรับนวัตกรรม contextual	4	12.12
แนวคิดเรื่องการสื่อสารในลักษณะเชิงการทูต contextual - ทฤษฎีพิธีการทูต (Protocal theory) - ทฤษฎีความนุ่มนวล (Tact theory) - ทฤษฎีปฏิเสธ (Deny theory) - ทฤษฎีการสื่อสารในลักษณะเชิงการทูต	4	12.12
แนวคิดเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน - แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของผู้บังคับบัญชาในเชิงพฤติกรรมสื่อสาร - แนวคิดเรื่องลักษณะการสื่อสารของผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา - แนวคิดเรื่องบทบาททางการสื่อสารของผู้บังคับบัญชา	3	9.09
แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์กับวัฒนธรรม - เอกลักษณะของกลุ่มชาติพันธุ์	3	9.09



แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้	จำนวน	ร้อยละ
- ลักษณะและความแตกต่างทางชาติพันธุ์และการใช้ทฤษฎีวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ - อคติทางชาติพันธุ์	3	9.09
แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา	3	9.09
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ	1	3.03
แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการจัดการ	1	3.03
แนวคิดการเรียนรู้กับการสื่อสาร	1	3.03
รวม	33	100

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่าแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ ที่นำมาใช้มากที่สุด คือ การสื่อสารการตลาด คิดเป็นร้อยละ 27.27 รองลงมามีจำนวนเท่ากัน คือ ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม, แนวคิดเกี่ยวกับปรัชญา และแนวคิดเรื่องการสื่อสารในลักษณะเชิงการทูต คิดเป็นร้อยละ 12.12 อันดับต่อมาเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน, แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์กับวัฒนธรรม และแนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อพัฒนามีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 9.09 อันดับสุดท้ายคือ แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ, แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการจัดการ และแนวคิดการเรียนรู้กับการสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 3.03

#### 7. แนวคิดทฤษฎีเฉพาะกลุ่ม

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของแนวคิดทฤษฎีเฉพาะกลุ่ม

แนวคิดทฤษฎีเฉพาะกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
<b>องค์กร</b>	7	12.07
- สภาพการณ์ทั่วไปขององค์กรร่วมทุนระหว่างประเทศไทยอเมริกันในประเทศไทย (1 เรื่อง)		
- ความเป็นมาของกลุ่มธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องซีเมนต์ไทย (1 เรื่อง)		
- วัฒนธรรมองค์กรของกลุ่มธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องซีเมนต์ไทย (1 เรื่อง)		
- ข้อมูลเกี่ยวกับธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย (1 เรื่อง)		

แนวคิดทฤษฎีเฉพาะกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความเป็นมาเกี่ยวกับองค์กรที่ทำงานเกี่ยวข้องกับผู้ใช้ (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเรื่องพิพาทกันท์ท้องถิ่น (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับโฮมสเตย์ (1 เรื่อง)</li> </ul>		
<b>อาชีพ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวความคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับงานผู้บริหารงานลูกค้าในบริษัทตัวแทนโฆษณา (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับแต่ละศาสตร์ของหมอดู (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับเทคนิคและทักษะการเป็นพิธีกร (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องจิว (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับละครขอ (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับนักพากย์ (1 เรื่อง)</li> </ul>	7	12.07
<b>สังคม</b> <u>ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประวัติศาสตร์ชาวมุสลิมและความขัดแย้งทางประวัติศาสตร์ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ (1 เรื่อง)</li> <li>- หลักศาสนาอิสลาม (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมและสังคมญี่ปุ่น (1 เรื่อง) level</li> </ul>	44	75.86
<u>ผู้สูงอายุ</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ (2 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับผู้ดูแลผู้สูงอายุ (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมผู้สูงอายุ (1 เรื่อง)</li> </ul>	(3)	(6.81)
<u>ชุมชน</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวคิดเรื่องชุมชน (5 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเรื่องประชาสังคม (3 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (2 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคม (1 เรื่อง)</li> </ul>	(4)	(9.09)
<u>เด็กและวัยรุ่น</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาการของเด็กวัย 6-12 ปี (3 เรื่อง)</li> </ul>	(11)	(25.00)

แนวคิดทฤษฎีเฉพาะกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาการทางภาษาของเด็กวัย 6-12 ปี (2 เรื่อง)</li> <li>- การพัฒนาบุคลิกภาพของเด็กวัย 6-12 ปี (3 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเรื่องพฤติกรรมและพัฒนาการทางเพศของวัยรุ่น (2 เรื่อง)</li> <li>- ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเด็กออทิสติก (1 เรื่อง)</li> <li>- สถานภาพของเด็กปัญญาอ่อนในประเทศไทย (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับเด็กปัญญาอ่อน การศึกษาภูมิหลัง (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดพัฒนาการของเด็กปัญญาอ่อน (1 เรื่อง)</li> </ul>	(14)	(31.82)
<p><u>เพศ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กรอบแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสตรีศึกษา (4 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเรื่องเพศในสังคมไทย (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเรื่องชายกับหญิงในสังคมไทย (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับจิตสำนึกด้านเพศ (1 เรื่อง)</li> </ul>	(7)	(15.91)
<p><u>กษัตริย์</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- แนวพระราชดำริเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเรื่องธรรมราชาและทศพิธราชธรรม (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเรื่องชาติตติยราชินี (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเรื่องธรรมราชาและทศพิธราชธรรม (1 เรื่อง)</li> <li>- แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์และพระราชพิธี (1 เรื่อง)</li> </ul>	(3)	(6.82)
รวม	58	100

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่าในส่วนของแนวคิดทฤษฎีเฉพาะกลุ่มนั้น ทางด้านสังคมได้นำมาใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.86 รองลงมาคือ จำนวนเท่ากันคือ ในกลุ่มของอาชีพและองค์กร คิดเป็นร้อยละ 12.07

สำหรับในกลุ่มของสังคมแนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้มากที่สุด คือ แนวคิดเกี่ยวกับเด็กและวัยรุ่น คิดเป็นร้อยละ 31.82 รองลงมาคือ แนวคิดเกี่ยวกับชุมชน คิดเป็นร้อยละ 25.00 แนวคิดเกี่ยวกับเพศ คิดเป็นร้อยละ 15.91 เรียงตามลำดับ

### 5. วิธีการวิจัยที่ใช้ในการศึกษาในวิทยานิพนธ์ทางวาทวิทยา

ผู้วิจัยได้บันทึกวิธีการวิจัยและวิธีการเก็บข้อมูลตามที่วิทยานิพนธ์ฉบับนั้น ๆ ได้อ้างถึงเกี่ยวกับวิธีการวิจัยและวิธีการเก็บข้อมูล โดยเป็นการบันทึกแบบตรงตามที่ระบุไว้ เพื่อนำมาอภิปรายในบทต่อไป

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของวิทยานิพนธ์ที่ใช้วิธีการวิจัยแบบต่าง ๆ

วิธีการวิจัย	จำนวน	ร้อยละ
In-depth Interview	71	28.74
Survey Research	42	17.01
Documentary Research	38	15.38
Content Analysis	22	8.91
Textual Analysis	14	5.67
Non-participant Observation	11	4.45
Historical Approach	9	3.64
Focus Group	9	3.64
Participant Observation	7	2.83
Participatory Observation	6	2.43
Contextual Analysis	4	1.62
Interview	4	1.62
Ethnographic	3	1.21
Observation	3	1.21
Discourse Analysis	2	0.81
Creative Research	2	0.81
Experiment	1	0.40
รวม	248	100

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่าวิธีการวิจัยที่นำมาใช้มากที่สุดคือ In-depth Interview คิดเป็นร้อยละ 28.74 รองลงมาคือ Survey Research คิดเป็นร้อยละ 17.01 อันดับต่อมาคือ Documentary Research คิดเป็นร้อยละ 15.38 เรียงตามลำดับ ส่วนอันดับสุดท้ายคือการวิจัยเชิงทดลอง (Experiment) คิดเป็นร้อยละ 0.40

ส่วนวิธีการเก็บข้อมูลที่ใช้กัน มีการเก็บข้อมูลหลากหลายวิธีด้วยกัน ทั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้หลายวิธีร่วมกัน หรือใช้วิธีเก็บข้อมูลเพียงอย่างเดียว ซึ่งสามารถแจกแจงได้ ดังนี้

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการเก็บข้อมูลของการวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูล					จำนวน	ร้อยละ
วิเคราะห์เนื้อหา	การสัมภาษณ์	การสังเกตการณ์	การสร้างสรรค์	แบบสอบถาม		
	✓			✓	23	21.49
✓					19	17.76
✓	✓				16	14.95
	✓	✓			12	11.21
				✓	11	10.28
✓	✓	✓			7	6.54
✓	✓			✓	6	5.61
	✓				3	2.81
✓		✓			3	2.81
✓	✓	✓			3	2.81
	✓		✓	✓	2	1.87
	✓	✓		✓	2	1.87
รวม					107	100

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลที่มีการนำมาใช้มากที่สุด คือ การสัมภาษณ์ร่วมกับการใช้แบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 21.49 รองลงมาคือ การวิเคราะห์เนื้อหาเพียงอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 17.76 การวิเคราะห์เนื้อหาร่วมกับการสัมภาษณ์ คิดเป็นร้อยละ 14.95 การสัมภาษณ์ร่วมกับการสังเกตการณ์ คิดเป็นร้อยละ 11.21 เรียงตามลำดับ

#### 6. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในวิทยานิพนธ์ทางวาทวิทยา

ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างในระเบียบวิธีวิจัยในบทที่ 3 ทั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคล ไม่ได้รวบรวมในส่วนที่เป็นเอกสารสำหรับในการวิเคราะห์ สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ปรากฏในวิทยานิพนธ์

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลทั่วไป	37	31.09
ผู้ประกอบการวิชาชีพ	29	24.37
เจ้าหน้าที่ / พนักงาน	21	22.68
นักวิชาการ / ผู้เชี่ยวชาญ	13	10.92
ผู้บังคับบัญชา / ผู้บริหาร	12	10.08
ครู / อาจารย์	5	4.2
คู่สมรส	2	1.68
รวม	119	100

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ปรากฏในวิทยานิพนธ์มากที่สุดคือ กลุ่มบุคคลทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 31.09 รองลงมาเป็นผู้ประกอบการวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 24.37 เจ้าหน้าที่ / พนักงาน คิดเป็นร้อยละ 22.68 เรียงตามลำดับ ส่วนคู่สมรสมีอันดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.68

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนของคู่ความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่าง

คู่ความสัมพันธ์	จำนวน
ผู้บังคับบัญชา - ผู้ร่วมงาน	6
นักแสดง - ผู้ชม	4
ครู / อาจารย์ - นักเรียน	2
สามี - ภรรยา	2
พ่อ - แม่ - ลูก	2
แพทย์ - คนไข้	2
เจ้าหน้าที่ - ผู้ใช้บริการ	2
ผู้กำกับการแสดง - นักแสดง	1
พี่เลี้ยง - ผู้สูงอายุ	1
ตัวแทนประกันชีวิต - ผู้เอาประกันชีวิต	1
วิทยากร - ผู้รับการอบรม	1
หมอดู - ผู้เข้ารับการบริการ	1
ชาวไทยพุทธ - ชาวไทยมุสลิม	1
เพื่อน - เพื่อน	1
รวม	25

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่าคู่ของความสัมพันธ์ที่ศึกษามากที่สุด คือ ผู้บังคับบัญชา - ผู้ร่วมงาน มีจำนวน 6 เรื่อง จากทั้งหมด 107 เรื่อง รองลงมาคือ นักแสดง - ผู้ชม มีจำนวน 4 เรื่อง ครู / อาจารย์ - นักเรียน, สามี - ภรรยา, แพทย์ - คนไข้ และเจ้าหน้าที่ - สตรีผู้ถูกกระทำรุนแรง มีจำนวนเท่ากันคือ 2 เรื่อง

## 7. ปัญหาและอุปสรรคทางการวิจัยที่ระบุในวิทยานิพนธ์ทางวาทวิทยา

ศึกษาและรวบรวมจากปัญหาและอุปสรรคในการวิจัยที่ระบุไว้ในวิทยานิพนธ์

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาและอุปสรรคในการวิจัยที่ระบุในวิทยานิพนธ์

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ระบุปัญหาและอุปสรรคในการวิจัย	55	51.40
ระบุปัญหาและอุปสรรคในการวิจัย	52	48.60
รวม	107	100

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่าวิทยานิพนธ์ที่ไม่ระบุถึงปัญหาและอุปสรรคในการวิจัยมีจำนวนมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 51.4 ส่วนวิทยานิพนธ์ที่ระบุปัญหาและอุปสรรคในการวิจัยมีจำนวนน้อยกว่า คิดเป็นร้อยละ 48.6

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาและอุปสรรคในการวิจัยโดยวิธีสัมภาษณ์

ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาทั่วไป		
- ข้อจำกัดทางด้านเวลา	11	14.86
- ข้อจำกัดของผู้ถูกสัมภาษณ์	10	13.51
- ข้อจำกัดในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง	9	12.16
- เหตุการณ์เกิดขึ้นมานานส่งผลต่อการจดจำของผู้ให้ข้อมูล	7	9.46
- ความแตกต่างทางด้านภาษา	6	8.11
- ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่ให้ข้อมูล / รายละเอียดในการสัมภาษณ์	5	6.76
- มีระยะเวลาจำกัดในการสัมภาษณ์	5	6.76
- ปัญหาในตัวผู้วิจัย	5	6.76
- ระยะเวลาในการติดต่อ / รอสัมภาษณ์	4	5.41
- สถานที่ในการสัมภาษณ์	3	4.05
- การเปลี่ยนแปลงของเหตุการณ์ในช่วงการเก็บข้อมูล	3	4.05



ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน	ร้อยละ
- พื้นฐานความรู้ของผู้ให้สัมภาษณ์	2	2.70
- ข้อมูลทางด้านเอกสารมีน้อย / หายาก	2	2.70
- ความปลอดภัยของผู้วิจัย	2	2.70
รวม	74	100

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้วิธีการสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูล คือ ข้อจำกัดทางด้านเวลา คิดเป็นร้อยละ 14.86 รองลงมาคือ ข้อจำกัดของผู้ถูกสัมภาษณ์ คิดเป็นร้อยละ 13.51 ข้อจำกัดในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 12.16 เรียงตามลำดับ

ในส่วนของการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามพบปัญหาและอุปสรรคในการวิจัย ดังนี้

- การไม่ตอบกลับแบบสอบถามเนื่องจากส่งเป็นไปรษณีย์
- แบบสอบถามมีคำถามมากทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามบางรายตอบคำถามไม่ครบตามจำนวนข้อ
- กลุ่มตัวอย่างแคบทำให้แบบสอบถามที่ได้รับคืนมีจำนวนน้อย
- กลุ่มตัวอย่างที่รวมตัวกันอยู่ในบริเวณที่ใกล้กัน จะมีผลต่อการตอบแบบสอบถามจนกลายเป็นการชี้นำ
- การไม่ติดบัตรเจ้าหน้าที่มีผลต่อความไว้วางใจในการให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง

## ตอนที่ 2 ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยในวิทยานิพนธ์ทางด้านวาทวิทยา

ในส่วนของข้อค้นพบที่เป็นความรู้จากประเด็นการศึกษาจะนำเสนอโดยเรียงลำดับตามปี การศึกษาที่ระบุไว้ในวิทยานิพนธ์ เพื่อนำมาสู่องค์ความรู้ในส่วนของกรอบทฤษฎีต่อไป

### สถานภาพการศึกษาวิจัยการสื่อสารในองค์กรไทยในวิทยานิพนธ์ (2524-2541)

*พรพรรณ เขยจิตร, 2542*

ข้อค้นพบที่ได้เรื่องการสื่อสารในองค์กรไทย ส่วนใหญ่จะเน้นประสิทธิภาพของการสื่อสาร สองทางและการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการสื่อสาร รูปแบบการ สื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาที่มีผลต่อความพึงพอใจในการสื่อสารและการทำงาน การเลือกใช้สื่อภายในองค์กรและการสร้างการยอมรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีการสื่อสารในองค์กร

### การใ้มน้ำใจในกลุ่มผู้ใช้บริการและผู้ที่ยังไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

*จินตนา มานิตยโชติพิสิฐ, 2542*

ปัจจัยในการใ้มน้ำใจให้มีพฤติกรรมใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส คือ ความสะดวกรวดเร็ว ค่าธรรมเนียมในการเดินทางได้แน่นอน ความสะอาด และปลอดภัย โดยคาดหวังให้รถไฟฟ้าบีทีเอสมีการเพิ่มเส้นทางให้มากขึ้น ขยายเส้นทางสู่ชานเมืองลดอัตราค่าบริการลง และเพิ่มความ สะดวกในการขึ้นลงสถานที่

### การเลือกปฏิบัติของผู้บังคับบัญชาและผลต่อการสื่อสารในกลุ่มผู้ร่วมงานในองค์กรไทย

*สุรัสวดี จักขุรักษ์, 2542*

ความใกล้ชิดสนิทสนมมีผลต่อการเลือกปฏิบัติ และการให้สิทธิประโยชน์ที่ไม่เท่ากันมี ผลกระทบต่อองค์กรไทยมากที่สุด

### การสื่อสารเพื่อสร้างการยอมรับจากผู้บังคับบัญชาของข้าราชการตำรวจในสถานีตำรวจนครบาล

*เขมรินทร์ พิศมัย, 2542*

สถานการณ์ที่ผู้ใต้บังคับบัญชาต้องการการยอมรับจากผู้บังคับบัญชามากที่สุด คือ ต้องการให้รับฟังปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อปรับเปลี่ยนนโยบายหรือคำสั่ง โดยใช้กลยุทธ์เชิงบวก เช่น การชี้แจงเหตุผล การพูดถึงผลสำเร็จในอดีต ในการสร้างการยอมรับ

องค์ประกอบที่มีผลต่อการรับสาร ในบทกลอนถวายเป็นความอาลัย แต่สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี

รติยา วิรุฬห์ลี้อาชา, 2542

คำกลอนที่ผู้รับสารระบุว่าทำให้เกิดความสะเทือนใจเป็นคำกลอนที่มีจินตภาพ คือ อุปมาอุปไมยและอิทธิพนธ์

วาทศิลป์ในพระราชสาส์นสมเด็จพระนารายณ์มหาราช

บัณฑิต โคกานุ, 2542

สมเด็จพระนารายณ์มหาราชได้ทรงใช้วาทศิลป์ในพระราชสาส์น โดยมีราชทูต ชุนนาง และบาทหลวงเป็นผู้แทนของพระองค์ในการเชื่อมสัมพันธ์ไมตรีระหว่างประเทศ ทรงใช้วาทศิลป์เปลี่ยนประเด็นจากการใช้ศาสนาเป็นเครื่องต่อรองทางการทูตของฝ่ายฝรั่งเศสมาเป็นการค้าได้สำเร็จ ทั้งนี้บรรดาราชทูตและชุนนางในราชสำนัก คือ บุคคลสำคัญผู้สนองพระบรมราชโองการ

การฝึกอบรมทางวัฒนธรรมของบริษัทนานาชาติในประเทศไทย

มิ่งขวัญ สิ้นธุวงศ์, 2542

ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดในการฝึกอบรม ได้แก่ นโยบายของบริษัท โดยการฝึกอบรมนั้นได้เน้นหนักด้านการสื่อสารตามมิตวัฒนธรรมไทย ค่านิยมไทยที่นำเสนอให้กับบุคคลากรต่างชาติ 5 ลำดับแรก ได้แก่ การเคารพอาวุโส การไม่เผชิญหน้า ความเกรงใจ การยึดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความเป็นมิตร ใจดี โดยข้อมูลมาจากชาวต่างชาติเรียงขึ้นเป็นหลัก

วาทวิเคราะห์เชิงจิตสภาวะกรณีการเข้าร่วมโครงการรณรงค์ขยะแห้งแลกต้นไม้ของประชาชนในชุมชนแออัดคลองเตย

กฤดา ศิริตันติกร, 2542

สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เป็นองค์ประกอบที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการฯ ขยะแห้งแลกต้นไม้ โดยที่ความชอบต้นไม้และการเฉลิมฉลองพระชนมายุ 72 พรรษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเป็นแรงบันดาลใจให้คนในชุมชนเข้าร่วมโครงการรณรงค์ขยะแห้งแลกต้นไม้

บทบาทการสื่อสารเชิงอวัจนะของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ในปัจจุบัน

ศุกลมาน เอี่ยมโอภาส, 2542

ผู้ชมข่าวโทรทัศน์ให้ความสำคัญกับลักษณะการสื่อสารเชิงอวัจนะ ที่เกี่ยวกับการอ่านออกเสียง น้ำเสียงและการสบตากับผู้ชมมากที่สุด ซึ่งจะทำให้ผู้ชมเชื่อถือและติดตามการรายงานข่าว

วาทวิเคราะห์พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ภูมิพลอดุลยเดช เนื่องในวโรกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา (พ.ศ.2493-2542)

วินี เชียงเกียรติ, 2542

แก่นเรื่องสำคัญในพระราชดำรัสเกี่ยวข้องกับ สังคมเศรษฐกิจ การเมือง เน้นเรื่องคุณธรรมและการพัฒนาโดยสอดคล้องกับบริบททางบ้านเมือง ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารมีสำนวนที่เรียบง่าย สั้น และกระชับรัด ใช้วิธีการโน้มน้าวใจด้วยการอ้างเหตุผลต่าง ๆ

การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจของผู้บริหารงานลูกค้า ในบริษัทตัวแทนโฆษณา

ดวงพร บุญยะสาระนันท์, 2543

ผู้บริหารงานลูกค้าใช้วิธีการในการโน้มน้าวใจลูกค้าอย่างผสมผสาน คือ การใช้หลักฐานการให้เหตุผลและการเรียบเรียงสารด้วยการเสนอปัญหาและวิธีการแก้ไข ปัจจัยเสริมในการโน้มน้าวใจ คือ องค์ประกอบความน่าเชื่อถือในด้านความเป็นผู้เชี่ยวชาญ บุคลิกภาพ การแต่งกาย ความคล่องตัว และความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

การสื่อความหมายในเพลงปลุกใจสี่เหล่าทัพ

วรรณลดา พิรุณสาร, 2543

ช่วงสมัยของ จอมพล ป. พิบูลสงคราม เป็นยุคที่เพลงปลุกใจของกองทัพมีความเจริญสูงสุด พบว่า การสื่อความหมายในเพลงปลุกใจใช้ถ้อยคำสร้างจินตภาพ โดย มีการนำอนุนามนัยมาใช้มากที่สุด รองลงมาคือ อธิพจน์ วัตถุประสงค์ในการสื่อความหมายของผู้ประพันธ์ คือปลุกใจให้เกิดความเสียสละ ความกล้าหาญ และสร้างสำนึกของหน้าที่และความรับผิดชอบ

วาทวิเคราะห์บทละครของหลวงวิจิตรวาทการกับการสร้างค่านิยม

พรพรหม ทิพยมนตรี, 2543

ปัจจัยทางบริบทที่มีผลต่อประดิษฐกรรมในบทละครมากที่สุด คือ ปัจจัยทางการเมืองการปกครอง บทละครที่ได้รับความนิยมสูงสุดมีแนวคิดหลักในการปลุกฝังค่านิยมรักชาติ บทละครประสบความสำเร็จในการสร้างความสะเทือนใจก่อน แล้วจึงตามด้วยสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการโดยสื่อสารค่านิยมเหล่านี้ผ่าน ฉากหน้ามาน บทสนทนาเนื้อเรื่อง บุคลิกของตัวละครและบทเพลง เป็นส่วนใหญ่ผู้รับสารจะประทับใจและจดจำเพลงที่ใช้ประกอบละครได้มากที่สุด

#### วาทะในการอภิปรายไม่ไว้วางใจรัฐบาล ของนายชวน หลีกภัย กรณีส.ป.ก.4-01

พรทิพย์ เอื้ออุฬาร, 2543

การแสดงเหตุผลของฝ่ายค้าน ข้อเสนอสนับสนุนเป็นการยกขึ้นมาลอย ๆ เช่น ผิดกฎหมาย ปฏิรูปที่ดิน แต่มิได้อธิบายว่า เป็นกฎหมายที่ดินมาตราใด มีใจความสำคัญใดที่จะพอนำมาอ้างอิงได้ และหลักฐานที่ใช้ในการอภิปรายในครั้งนี้ส่วนใหญ่จะเป็นข้อกฎหมายที่นำมาหักล้างกัน ในการอภิปรายเพื่อให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือว่าได้ปฏิบัติตามนโยบายตามหลักกฎหมายรัฐธรรมนูญไทยอย่างถูกต้อง

#### วาทศิลป์ในเพลงไทยสมัยนิยม

อภिरดี ภูภิรมย์, 2543

ปัจจัยที่จะทำให้เพลงนั้นน่าประทับใจหรือไม่ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของเนื้อร้องกับทำนอง เนื้อร้องกับดนตรี ทำนองกับดนตรี และความสัมพันธ์ของทั้งสามส่วน

#### การสื่อสารระหว่างบุคคลในการสนับสนุนให้เกิดการทำประกันชีวิต

วารุณี สุวรรณภาพิสิทธิ์, 2543

ตัวแทนประกันชีวิตเริ่มต้นการสื่อสารโดยการสร้างความสนิทสนมกับผู้เอาประกันชีวิต โดยใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจ ได้แก่ การบอกถึงผลเสีย, การอ้างผลกระทบที่ตามมาถ้าไม่ทำตาม, การอ้างบุญคุณ, การกล่าวถึงสิ่งที่ถูกต้องดีงาม, การสร้างความรู้สึที่ดี, การคาดถึงอนาคตที่ดี และการคาดถึงอนาคตที่ไม่ดีผู้เอาประกันชีวิตมีการรับรู้ต่อการประกันชีวิตว่าเป็นสิ่งที่ดี มีประโยชน์ ต่อตนเองและครอบครัว มีทัศนคติต่อตัวแทนประกันชีวิตว่ายังขาดการเอาใจใส่ในการดูแลบริการ

#### สัญลักษณ์ในสื่อสารการแสดง "ลิเก" ยุคโลกาภิวัตน์

สุกัญญา สมไพบุลย์, 2543

สัจนิยมในการแสดงนั้น เน้นที่ความสวยงามเป็นหลักทั้งการแต่งกาย แต่งหน้า เวทีฉาก แสง สี ผู้แสดงก็ต้องมีความสามารถในการร้องรำ มีปฏิภาณไหวพริบที่ดีมีลีลาเฉพาะตัวที่ดึงดูดคนดู สามารถนำเหตุการณ์รอบตัวมาผสมผสานกับการแสดง และสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับคนดูได้

### สุนทรียรูปในสื่อสารการแสดง "จิว" ของคนไทยในปัจจุบัน

ปรีดา อัครจันทโชติ, 2543

การถ่ายทอดความงามของจิวมีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตสองลักษณะคือ การเปลี่ยนแปลงเชิงลดทอน อันได้แก่การฝึกหัดและความประณีตในการแสดงที่ย่อหย่อนลง จำนวนบุคคลากรที่ลดน้อยลง กับการเปลี่ยนแปลงเชิงทดลอง อันได้แก่ความพยายามที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อการพัฒนาจิว ซึ่งผู้ชมยังคงเข้าใจกระบวนการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงนี้ได้เพราะจิวแต่จิวในประเทศไทยยังคงมีแบบแผนเดียวกันกับจิวแต่จิวในประเทศจีน

### รูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏในบทสนทนาบนเครือข่ายไออาร์ซี

วิทวัส เกื่อนทอ, 2543

การสื่อสารที่ปรากฏในบทสนทนาเป็นการสื่อสารเพื่อรักษาความสัมพันธ์เดิมและสร้างสารความสัมพันธ์ใหม่ อีกทั้งธรรมชาติของการสื่อสารบนเครือข่ายไออาร์ซีมีความจำกัดในการสื่อสารด้วยตัวอักษร ความจำกัดของเวลาในการสื่อสาร และมีการสนทนาพร้อมกันหลายบุคคล อีกทั้งการใช้ภาษาในการสื่อสารมีลักษณะเฉพาะ

### การสร้างแนวคิดเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวกับ ความสามารถในการสื่อสารระดับองค์กรในประเทศไทย

อุเทน ลิ้มปิติรสันต์, 2543

องค์กรไทยที่มีความสามารถทางการสื่อสารคือ องค์กรที่มีความสามารถในการถ่ายทอดและตีความสารให้สมาชิกในองค์กรเข้าใจได้ตรงกัน โดยอาศัยความรู้การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ซึ่งได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารจัดการและเอกลักษณ์ขององค์กร ความรู้ในเชิงวัฒนธรรมองค์กรรวมถึงศักยภาพในการสื่อสารองค์กร ซึ่งได้แก่ การเลือกใช้สื่อขององค์กรให้เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร การสร้างเครือข่ายการสื่อสารขององค์กรทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

### การสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นชุมชนเข้มแข็งของชมรมผู้สูงอายุ จังหวัดน่าน

อรวรรณ ศิริสวัสดิ์, 2543

วิธีการสื่อสาร 4 ลักษณะ คือ หนึ่ง-การสื่อสารระหว่างสมาชิกชมรมด้วยกันเอง ไม่ว่าจะเป็นการประชุมหรือการกระจายข่าวที่วัด สอง-การสื่อสารระหว่างชมรมกับชุมชน โดยใช้กิจกรรมเป็นสื่อกลาง สาม-การสื่อสารระหว่างชมรมกับชมรม โดยใช้เครือข่ายการสื่อสารระหว่างชมรมพบปะแลกเปลี่ยนกัน สี่-การสื่อสารระหว่างชมรมกับหน่วยงานรัฐ โดยการนำเสนอความคิดเห็นและความต้องการไปยังโรงพยาบาลน่าน

### การสร้างแนวคิดเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวกับ ความสามารถในการสื่อสารระดับกลุ่มในองค์กรไทย

วิริยา ขุนพรหม, 2543

กลุ่มที่มีความสามารถในการสื่อสารระดับกลุ่มในองค์กรไทยคือ กลุ่มที่สมาชิกมีความสามารถในการถ่ายทอดสารและตีความสารได้เข้าใจตรงกัน โดยอาศัยความรู้การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ อันได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของกลุ่ม ความรู้ในเชิงวัฒนธรรมและความรู้ที่เกิดจากความเข้าใจร่วมกัน รวมถึงทักษะการสื่อสาร อันได้แก่ ทักษะในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทักษะการจัดการความขัดแย้งและทักษะการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มอื่น

### พัฒนาการภาพลักษณ์ของนักร้องลูกทุ่งไทย

ประเสริฐ ช่วยแก้ว, 2543

ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของนักร้องลูกทุ่งมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยภายในองค์กรด้านผู้บริหาร รองลงมาคือ นักประพันธ์เพลง โดยต้องปรับให้สอดคล้องกับภาวะในปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันอย่างสูง ผู้บริหารองค์กรในฐานะเจ้าของธุรกิจ คือ ผู้ที่มีอำนาจสูงสุดในการกำหนดภาพลักษณ์ของนักร้องลูกทุ่ง

### ปรัชญาการสื่อสารในธรรมสารของพุทธทาสภิกขุ

บุญยง ชูติมา, 2543

พุทธทาสภิกขุเห็นว่าความจริงมีสองระดับคือ (1) ปรมัตถสัจจะ (ความจริงแท้) คือธรรมะซึ่งเป็นความจริงสากล มีลักษณะเป็นความว่างเปล่าจากความเป็นตัวตน (2) สมมุติสัจจะ (ความจริงเชิงสมมุติ) เป็นความจริงที่ใช้สื่อสารในชีวิตประจำวัน การสื่อสารคือ ระบบสัมพันธ์ภาพของมนุษย์ แบ่งระดับของการสื่อสารได้เป็น (1) การสื่อสารในระดับของมนุษย์กับธรรมชาติและมนุษย์กับตนเอง เน้นบทบาทในการเป็นผู้รับสาร (2) การสื่อสารในระดับของมนุษย์กับเพื่อนมนุษย์ และมนุษย์กับสังคม

### การสื่อสารของขบวนการเสรีไทยในสงครามโลกครั้งที่ 2

มณีจุฑา วัชรโรทัยางกูร, 2544

การสื่อสารการพูดแบบการพูด ด้วยวิธีล้อบบีถูกนำมาใช้ในการเจรจาต่อรอง ติดต่อกับ หน่วยงานต่าง ๆ ระหว่างขบวนการเสรีไทยทั้งสามสาย ได้แก่ ขบวนการเสรีไทยในประเทศไทย ขบวนการเสรีไทยสายอังกฤษและขบวนการเสรีไทยสายสหรัฐอเมริกา โดยการสื่อสารจะให้ความสำคัญ ในประเด็นที่ว่าประเทศไทยไม่ปรารถนาจะเข้าข้างญี่ปุ่นโดยเจตนา การไม่ประสงค์จะ ประกาศสงครามกับประเทศสหรัฐอเมริกาและอังกฤษ และประเด็นสำคัญที่สุด คือการเจรจา ต่อรองให้ประเทศไทยรอดพ้นจากการตกเป็นประเทศผู้แพ้สงครามดังเช่นญี่ปุ่น

### วิเคราะห์วาทกรรมกรณีอุบัติเหตุรังสีโคบอลต์ 60

อ้อยทิพย์ สอดแสง, 2544

วาทกรรมสอนำเสนอด้วยการขยายตีความรุนแรง ใช้ภาษาที่เข้าใจ หรือหวา สร้าง อารมณ์ความแตกตื่นหรือความเวทนาสงสารให้แก่สาธารณชน แต่ไม่ได้สร้างความตระหนักและ เข้าใจในปัญหาหรือสถานการณ์ทางสิ่งแวดล้อมนั้นอย่างถ่องแท้ ประเด็นที่สื่อนิยมนำเสนอคือ เรื่องความเดือดร้อนของประชาชนและการสูญเสียทรัพยากรธรรมชาติ นำไปสู่ประเด็นของความ ชัดแย้งของกลุ่มต่าง ๆ

### การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารเพื่อลดความขัดแย้งของคู่สมรส

จัสมิน สุวรรณชีพ, 2544

พฤติกรรมการสื่อสารเพื่อลดความขัดแย้ง ได้แก่ การพูดคุยกันอย่างเปิดเผย ระยะเวลา สมรส อาชีพ และจำนวนบุตร มีผลต่อการสื่อสารเพื่อลดความขัดแย้ง ส่วนระดับการศึกษาไม่มี ผลใด ๆ

### กระบวนการฝึกอบรมหลักสูตรพัฒนาการพูดและการเมือง โรงเรียนการเมือง

พลตรีสนั่น ขจรประศาสน์

จิตติมา หลอมทอง, 2544

เนื้อหาการอบรมแบ่งเป็นสองส่วน ได้แก่ หนึ่ง-กลยุทธ์การพูดทางการเมือง สอนการพูด เฉพาะกิจทางการเมืองและหลักการพูดในที่สาธารณะทั่วไป สอง-ภารกิจทางการเมือง ให้ความรู้ เรื่องเศรษฐกิจ สังคม การเมืองกฎหมาย รวมทั้งการปฏิบัติตัวตามหน้าที่ในระบอบประชาธิปไตย ส่วนเนื้อหาเรื่องคุณธรรม จริยธรรมในการพูดและการเมืองมีสัดส่วนค่อนข้างน้อย



### บทบาทและวาทะของผู้ผู้นำในธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย

โชคชัย อัครวรารวงศ์, 2544

คุณลักษณะของผู้ผู้นำที่มีผลมากต่อการสร้างแรงบันดาลใจได้แก่ การเป็นผู้มีบุคลิกภาพ และอุปนิสัยใจคอดี และมีทักษะในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าว อย่างมีประสิทธิภาพ วาทะที่มีผลต่อการสร้างแรงบันดาลใจแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ 1. วาทะเกี่ยวกับความเชื่อในศักยภาพของมนุษย์ 2. วาทะเกี่ยวกับพลังของความคิดของมนุษย์ 3. วาทะเกี่ยวกับการควบคุมภาวะจิตใจของตนเอง 4. วาทะที่มาจากสุภาษิต ประชญา คติสอนใจต่าง ๆ วาทะเหล่านี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับตัวแทนประกันชีวิตในด้านทำงานและการดำเนินชีวิตที่เหมาะสม

### การศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างพิธีกรและวิทยากรรายการสุขภาพทางโทรทัศน์ในเชิงชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสาร

ปอรรวิษม์ ยอดเนตร, 2544

รายการพลิกฟื้นสุขภาพคนเมืองจะมีการกำหนดประเด็นในการนำเสนอ โดยมุ่งเน้นเรื่องโรคที่เกี่ยวกับอวัยวะเฉพาะส่วนมากที่สุด ส่วนรายการวาไรตี้พลิกฟื้นสุขภาพจะเน้นการนำเสนอในเรื่องการดูแลสุขภาพทั่ว ๆ ไป โดยทั้งสองรายการเน้นแนวคิดเรื่องระบบการแพทย์สมัยใหม่และการพึ่งสถาบันแพทย์

### การสื่อสารและการปรับตัวของอาจารย์ต่างชาติในมหาวิทยาลัยไทย

ธานิชฎ์ กองแก้ว, 2544

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการปรับตัวของอาจารย์ต่างชาติคือ ระยะเวลาที่อยู่ในประเทศไทย สัญชาติของอาจารย์ต่างชาติ รวมถึงสื่อวิทยุก็มีความสัมพันธ์กับการปรับตัวของอาจารย์ต่างชาติ

### กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อฟื้นฟูจิตใจผู้ป่วยจิตเวช

จรัสพร กิรติเสวี, 2544

ทีมจิตเวชมีกลยุทธ์การสื่อสารระหว่างบุคคลที่ปรับให้เข้ากันได้กับทั้งอาการของผู้ป่วย อารมณ์ของผู้ป่วย และปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมของผู้ป่วยแต่ละคน ตามแต่ละสถานการณ์ ทำให้ผู้ป่วยเชื่อถือ ไว้วางใจ มีสัมพันธภาพที่ดีในการสื่อสารเพื่อการบำบัด ส่งผลให้ผู้ป่วยมีความสบายใจ และปรับตัวได้ดีขึ้น และสิ่งค้นพบสำคัญคือ ผู้ป่วยต้องการให้สื่อสารกับตนเหมือนเป็นคนธรรมดาไม่ใช่ผู้ผิดปกติหรือผู้ก่อเกิดปัญหา

ความสามารถในการสื่อสารของผู้หญิงไทยที่ทำงานในบริษัทข้ามชาติอเมริกัน

จันทร์จิรา อาภาเขต, 2544

ลักษณะของผู้หญิงไทยที่มีความสามารถในการสื่อสาร เป็นผู้ที่มีบุคลิกดี เปิดเผย ใจกว้าง และรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น มั่นใจในตนเอง กล้าพูด กล้าคิด กล้าทำในลักษณะที่ไม่ก้าวร้าว มีความรู้เกี่ยวกับข้อปฏิบัติในองค์กรและมีจริยธรรมในการทำงาน นอกจากนี้ผู้หญิงไทยที่มีความสามารถทางการสื่อสารยังเป็นผู้ที่มีวิธีการ และพฤติกรรมในการสื่อสารที่ได้รับการยอมรับ รวมถึงทักษะในการเป็นผู้นำ ทักษะในการสั่งงาน ทักษะในการรับฟัง ทักษะในการสร้างเครือข่าย การสื่อสาร และทักษะในการทำงานเป็นทีม

ความสามารถในการสื่อสารของผู้หญิงในส่วนราชการที่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมประสิทธิภาพของสำนักงาน ก.พ.

ผานิต อมราพิทักษ์, 2544

ปัจจัยที่ส่งผลต่อบทบาทและสถานภาพการทำงาน ได้แก่ ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษและคอมพิวเตอร์ อายุ ประสบการณ์ในการทำงานและระดับการศึกษา ลักษณะการสื่อสารของผู้บังคับบัญชาหญิงที่ได้รับการยอมรับ เช่น สามารถทำงานเป็นทีม ถ่ายทอดความรู้ อย่างเป็นระบบและชัดเจน ลักษณะการสื่อสารของผู้ร่วมงานที่ได้รับการยอมรับ เช่น สามารถทำงานร่วมกันได้เมื่อเกิดปัญหา ช่วยรักษาน้ำใจ แสดงความคิดเห็นอย่างตรงไปตรงมา

วาทกรรมวิเคราะห์พระราชนิพนธ์เรื่องพระมหาชนก

ณัฐพงศ์ แยมเจริญ, 2544

พระราชนิพนธ์พระมหาชนกมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ และเป็นการสะท้อนถึงตัวผู้ประพันธ์เพื่อให้เกิดการเทียบเคียงกับตัวละคร อำนาจทางวาทกรรมได้โยงใยเกี่ยวกับเรื่องของศาสนา สถาบันพระมหากษัตริย์ เศรษฐกิจและสังคม จนไปถึงวัฒนธรรมของชาติสำหรับผู้รับสารโดยทั่วไปรู้จักและให้การตอบรับเป็นอย่างดีแต่ไม่ได้มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง

การสื่อความหมายและอุดมการณ์ในเพลงมหาวิทยาลัย

ชัยวัฒน์ หอวรรณภากร, 2544

เนื้อหาและความหมายของเพลงมหาวิทยาลัยนั้น ส่วนใหญ่จะแปรผันไปตามบริบทแวดล้อมของผู้ประพันธ์ มีการสื่อความหมายโดยใช้ภาพพจน์ประเภทอนุนามนัยมากที่สุด

นอกจากนี้พบว่ามีการใช้คำเพื่อสร้างอารมณ์รักในมหาวิทยาลัยมากที่สุด แรงจูงใจที่ผู้ประพันธ์นำมาใช้มากที่สุด คือ ความต้องการผูกพันกับสถาบันและเป็นที่ยอมรับของสังคม

#### วาทวิเคราะห์รายการวิทยุสำหรับเด็ก

นัฏฐา เอื้อภราดร, 2545

รูปแบบรายการวิทยุเกี่ยวกับเด็กเกือบทั้งหมดมีรูปแบบที่เน้นการสนทนาของนักจัดรายการเป็นหลักเพื่อเสนอสารที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์กับเด็ก โดยมีทั้งการเปิดเพลงสำหรับเด็ก และการเล่านิทาน ส่วนเนื้อหาที่นักจัดรายการเสนอ ได้แก่ ข่าวหรือเหตุการณ์ปัจจุบันที่เด็กสามารถรับฟังได้ การประชาสัมพันธ์กิจกรรมเพื่อเด็ก การเสนอความรู้รอบตัวต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์กับเด็ก นักจัดรายการจึงต้องมีความรู้ในเรื่องที่จะนำเสนอเป็นอย่างดี ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารว่านักจัดรายการจะต้องเป็นผู้ค้นหาสารที่จะเสนอด้วยตนเอง เพื่อให้เข้าใจได้ดีที่สุด

#### การสื่อสารเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมของชาวจีนในเขตไชน่าทาวน์

เอมอร ชลพิไลพงศ์, 2545

รูปแบบในการสื่อสารของชาวจีนในไชน่าทาวน์มี 2 รูปแบบ คือ การสื่อสารแบบเป็นกิจจะลักษณะ (การสื่อสารโดยตรง) โดยชาวจีนรุ่นแรกจะใช้วิธีการพูด บอก หรือสอนโดยตรงเพื่อให้ลูกหลานได้รับรู้วัฒนธรรมจีนด้านต่าง ๆ อีกรูปแบบที่ชาวจีนรุ่นแรกใช้ก็คือ การสื่อสารแบบไม่เป็นกิจจะลักษณะ (การสื่อสารโดยอ้อม) เป็นการสื่อสารโดยไม่ได้ตั้งใจจะสื่อสาร เป็นการทำซ้ำบ่อย ๆ หรือบางครั้งก็ไม่มี การสื่อสารใด ๆ แต่ลูกหลานเกิดกระบวนการเรียนรู้จนสามารถรับรู้วัฒนธรรมจีนต่าง ๆ ได้เองในที่สุด

#### การสื่อสารต่างวัฒนธรรมและทัศนคติของคู่สมรสไทย-อเมริกัน เกี่ยวกับบทบาทของครอบครัวและเครือญาติในชีวิตสมรส

นิลอุบล บัวงาม, 2545

คู่สมรสฝ่ายไทยส่วนใหญ่สื่อสารแบบอ้อม เมื่อต้องการสื่อสารถึงความรู้สึกในทางลบที่มีต่อครอบครัวคู่สมรส ให้คู่สมรสของตนรับรู้ ในขณะที่ฝ่ายอเมริกันสื่อสารแบบตรงไปตรงมา ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติที่คู่สมรสมีต่อบทบาทของครอบครัวและเครือญาติ คือ อายุ อายุสมรส การสื่อสารระหว่างคู่สมรส ระยะห่างในการพักอาศัย ความสามารถทางภาษา วัฒนธรรม ตลอดจนบุคลิกส่วนบุคคล

### กลวิธีการสื่อสารในการพากย์ภาพยนตร์โทรทัศน์

ทศตรีย์ พิสิฎภควัต, 2545

กลวิธีการพากย์ มีดังนี้คือ การออกเสียงให้ตรงกับจังหวะปากตัวละคร การใช้เสียงได้อย่างสม่ำเสมอ การให้น้ำเสียงได้อารมณ์ตามตัวละคร การเสริมมุขนอกเหนือบทพากย์และการให้เสียงเข้ากับบุคลิกตัวละคร

### สุนทรียทัศน์ของสื่อสารการแสดงจากกามารมณในภาพยนตร์ไทย

สลิตตา ททรัพย์ภิญโญ, 2545

ภาพยนตร์ไทยมีจากกามารมณเป็นส่วนประกอบมากขึ้น แต่ไม่โป๊ เปลือยมาก ส่วนใหญ่นำเสนอเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด ความเหมาะสมในการนำเสนอ ขึ้นอยู่กับเจตนาของผู้สร้าง การยอมรับของสังคม และรสนิยมในการชมของผู้ชมภาพยนตร์ ในส่วนของผู้สร้างมีเหตุผลในการนำเสนอจากกามารมณ แต่ผู้ชมส่วนใหญ่ไม่รับรู้ถึงเหตุผลนั้น ๆ จากภาพยนตร์ได้

### การรับรู้ของผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา ต่อความสามารถในการสื่อสารของผู้บังคับบัญชา เฉพาะในกลุ่มธุรกิจจัดจำหน่าย เครื่องซีเมนต์ไทย

สกนธ์ นาคใหม่, 2545

ระดับการรับรู้ตนเองของผู้บังคับบัญชาต่อความสามารถในการสื่อสารสูงกว่าระดับการรับรู้ของผู้ใต้บังคับบัญชาต่อความสามารถในการสื่อสารของผู้บังคับบัญชา

### การสื่อสารในสถานสงเคราะห์คนชราประเภทเสียค่าบริการของรัฐบาลและเอกชน

อรรวรรณ ขำสุวรรณ, 2545

ผู้สูงอายุในสถานสงเคราะห์ของเอกชนมองสถานภาพในความสัมพันธ์กับพี่เลี้ยงว่าตนเป็นเหมือนญาติผู้ใหญ่ของพี่เลี้ยง ซึ่งต่างจากผู้สูงอายุในสถานสงเคราะห์ของรัฐบาลที่มองว่าตนเป็นเพียงผู้มาพึ่งพิงอาศัย โดยมีพี่เลี้ยงเป็นเจ้าหน้าที่คอยดูแล ลักษณะการสื่อสารระหว่างพี่เลี้ยงกับผู้สูงอายุมีลักษณะที่ไม่แตกต่างกัน ดังนี้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ มีรูปแบบการสื่อสารที่ค่อนข้างตายตัว ใช้สรรพนามแบบนับญาติ ใช้วัจนภาษาที่มีความชัดเจน เข้าใจได้ง่ายและมีความสุภาพ โดยใช้วัจนภาษาประกอบ

### การวิเคราะห์สารจากตัวตลกหนังตะลุง

คนางค์ บุญทิพย์, 2545

สารที่ตัวตลกแสดงออกมาทางวจนสารประกอบด้วยการให้ความรู้พื้นฐานในการดำเนินชีวิต การอบรมสั่งสอนทางจริยธรรมและการวิพากษ์วิจารณ์สังคม วจนสารของตัวตลกแสดงลักษณะที่สอดคล้องสัมพันธ์กับชาวบ้านในสังคมภาคใต้ส่วนใหญ่และก่อให้เกิดความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันกับตัวตลกหนังตะลุง

### ความสามารถทางการสื่อสารระหว่างบุคคลในบริษัทนานาชาติญี่ปุ่น

สุชาดา สุขเสถียรพาณิชย์, 2545

ผู้บังคับบัญชาชาวญี่ปุ่นเน้นความสามารถทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างตัวบุคคลที่สื่อสาร คือ ความสามารถของผู้รับสารในการทำความเข้าใจสารและวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร โดยมีความเข้าใจในบุคลิกลักษณะภูมิหลังและวัฒนธรรมของผู้ที่สื่อสารเป็นองค์ประกอบสำคัญ ทำให้ความเข้าใจสารนั้นยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ ส่วนแนวคิดของผู้ได้บังคับบัญชาชาวไทยจะเน้นความสามารถเฉพาะตัวบุคคลของผู้ที่สื่อสาร นอกจากนี้ ความสามารถทางการสื่อสารของผู้บังคับบัญชาชาวญี่ปุ่นเน้นความสามารถในเชิงวัฒนธรรมเฉพาะ ในขณะที่ความสามารถทางการสื่อสารของผู้ได้บังคับบัญชาชาวไทยเน้นความสามารถในเชิงวัฒนธรรมสากล

### การสื่อความหมายและการรับรู้เอกลักษณ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหัวหิน

วิไลพร สาคริก, 2545

การสื่อความหมายเอกลักษณ์ของชุมชนมีวิธีการคือการใช้คำขวัญและสโลแกน, การใช้นโยบาย, การสร้างพระบรมราชานุสาวรีย์และอนุสรณ์สถาน, การอนุรักษ์สถาปัตยกรรม, การจัดงานประเพณี ส่วนการสื่อสารนั้น มีการสื่อสารระหว่างหน่วยงาน การสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับชาวบ้านในชุมชน และการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว การรับรู้เอกลักษณ์ในกลุ่มนักท่องเที่ยวพบว่าเอกลักษณ์ที่เกิดการรับรู้ได้แก่ ภาพลักษณ์ในด้านการเป็นเมืองที่สงบ, การเป็นเมืองเจ้านาย, สถานที่ท่องเที่ยวและอาหาร

### วาทกรรมวิเคราะห์รายการนายกฯ ทักษิณคุยกับประชาชน และรายการชวนออนไลน์

รัตนาวดี ส้าราญสุข, 2545

วาทกรรมที่เกิดขึ้นมีเรื่องของสถานภาพ บทบาท สิทธิอำนาจ อุดมการณ์ การครองความเป็นใหญ่ และการแย่งชิงพื้นที่ทางการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้อง รูปแบบวาทะที่ปรากฏในรายการนายกษัตถิณคุยกับประชาชนส่วนใหญ่เป็นวาทะที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย และวาทะที่เกี่ยวข้องกับค่านิยม คุณธรรม จริยธรรม ในขณะที่รายการชวนออนไลน์มีรูปแบบวาทะที่เกี่ยวกับข้อเท็จจริงมากที่สุด

### จินตทัศน์ในกระบวนการสื่อสารการแสดงของคณะละครเวทีสมัยใหม่

ศิริินทร์พร ศรีใส, 2545

ลักษณะของคณะละครสามารถแบ่งประเภทของแนวคิดในการทำละครได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ ละครเพื่อการละคร ละครเพื่อศิลปการแสดง ละครเพื่อความบันเทิงใจ ละครเพื่อการพัฒนา และละครเพื่อสังคมและการเมือง ในส่วนของละครเพื่อพัฒนามีกกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่ชัดเจนคือ เด็กและเยาวชน ละครประเภทอื่น ๆ ไม่ได้มีการกำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน

### การสื่อสารในกระบวนการตัดสินใจของทีมบริหารในองค์กรร่วมทุนระหว่างประเทศไทย-อเมริกันในประเทศไทย

ปภัทสรภา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม, 2545

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของทีมบริหารในองค์กรร่วมทุนไทย-อเมริกันถูกกำหนดโดยบทบาทของบริษัทแม่ในการบริหารจัดการองค์กร กระบวนการตัดสินใจขึ้นอยู่กับตัวแปรดังนี้ (1) ตัวผู้ร่วมตัดสินใจ (2) ทิศทางและรูปแบบการสื่อสาร (3) ลักษณะการแลกเปลี่ยนข้อมูล (4) เกณฑ์ในการตัดสินใจ (5) การสร้างข้อสรุป (6) ช่องทางการสื่อสาร และ (7) อุปสรรคในการสื่อสาร

### การสื่อสารในการอบรมเพื่อเผยแพร่เกษตรทฤษฎีใหม่ในรัชกาลที่ 9 ณ ศูนย์กิจกรรมธรรมชาติมาบฉีอง อ. บ้านบึง จ. ชลบุรี

อนันต์ แสงสีวัฒนกุล, 2545

การสื่อสารในการอบรม วิทยากรที่ให้การอบรมเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องที่สอน โดยเนื้อหาที่ใช้ในการอบรมแบ่งออกเป็น 7 หมวดหมู่ตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจพอเพียง และทฤษฎีใหม่ ใช้วิธีการบรรยาย (Lecture) การสาธิต (Demonstration) และให้เกษตรกรลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง (On-the-Job Training) รวมทั้งการอภิปรายกลุ่ม (Group Discussion) และการระดมสมอง (Brainstorming)

กระบวนการสื่อสารของนักการเมืองรุ่นใหม่ในการเข้าสู่อาชีพนักการเมือง

จุฑารัตน์ สัมฤทธิ์ผล, 2545

การเข้าสู่อาชีพนักการเมืองมีแรงจูงใจจากครอบครัวมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ใช้ช่องทางการสื่อสารจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเมืองระดับท้องถิ่น นักการเมืองรุ่นใหม่ส่วนใหญ่ได้รับแรงจูงใจในการเข้าสู่พรรคการเมืองจากผู้นำ นโยบาย และอุดมการณ์ทางการเมือง โดยใช้ช่องทางการสื่อสารในการเข้าสู่พรรค ได้แก่ การสื่อสารกับแกนนำพรรค

การสื่อสารระหว่างสูตินรีแพทย์กับคนไข้ในการตรวจรักษาโรค

จิตตากรณี กล่อมแดง, 2546

ปัญหาที่พบในการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ 1) ปัญหาในการสื่อสารระหว่างสูตินรีแพทย์กับคนไข้ 2) ปัญหาของคนไข้เมื่อต้องเข้ารับการตรวจจากสูตินรีแพทย์ 3) วิธีการเสริมสร้างการสื่อสารเชิงบวกของสูตินรีแพทย์กับคนไข้ ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ การที่แพทย์ไม่ค่อยให้รายละเอียด

การสื่อสารการเมืองของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช

กฤษณะ นาคประสงค์, 2546

รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองที่ใช่ ได้แก่ การสื่อสารเพื่อการจัดการ การสื่อสารโน้มน้าวใจ การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารในเชิงสัญลักษณ์ เป็นต้นโดยรูปแบบที่พบมากที่สุด คือ รูปแบบการสื่อสารโน้มน้าวใจ โดยใช้จุดมุ่งใจในความ "เด็ดเดี่ยว" ของพระองค์

การสื่อสารในวังหลวง กรุงรัตนโกสินทร์ ของพระราชชายาเจ้าดารารัศมี

สุวดี พันธุ์พานิช, 2546

สถานการณ์การสื่อสารทั้ง 3 รูปแบบ ได้แก่ การสื่อสารเพื่อคงอัตลักษณ์, การสื่อสารเพื่อขจัดความขัดแย้ง และการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เกิดจากสาเหตุที่เกี่ยวข้องกัน แรงจูงใจในการสื่อสารนั้นเกิดจากความภาคภูมิใจในศักดิ์ศรีของชาวล้านนา การได้รับการสนับสนุนจากเจ้านายจักรีวงศ์ และอุปนิสัยส่วนพระองค์ของพระราชชายา โดยจุดมุ่งหมายของการสื่อสารนั้นเพื่อสร้างการยอมรับ ทั้งจากเจ้านายราชวงศ์จักรีและผู้คนอื่น ๆ ที่อยู่ในวังหลวง วิธีการที่พระราชชายา เลือกใช้นั้น เน้นการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นหลัก ผ่านทั้งสื่อบุคคลและสื่อสัญลักษณ์

การสื่อสารของผู้บังคับบัญชาเพื่อสร้างการยอมรับจากผู้ใต้บังคับบัญชาที่มีอาวุโสมากกว่าในองค์กรไทย

ชลทิพย์ อัครวาทญาน์, 2546

การใช้กลยุทธ์การสื่อสารของผู้บังคับบัญชาที่สามารถสร้างการยอมรับจากผู้ใต้บังคับบัญชาที่มีอาวุโสมากกว่าใน 9 สถานการณ์การทำงาน คือ การสั่งงาน, การให้ข้อมูลงาน, การให้คำปรึกษา, การสอนงาน, การติดตามงาน, การจูงใจในการทำงาน, การประเมินผลทางบวก, การประเมินผลทางลบ และการนำประชุม ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ได้แก่ บุคลิกภาพ และภาวะผู้นำ

การสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ระหว่างครูและเด็กออทิสติก

วัลลภัตม์ โคตะนนท์, 2546

ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบและวิธีการสื่อสารระหว่างครูและเด็กออทิสติก ได้แก่ 1) ปัจจัยภายในตัวเด็กออทิสติก 2) ปัจจัยภายในตัวครู 3) การจัดบรรยากาศในชั้นเรียน 4) นโยบายโรงเรียน 5) ปัจจัยภายในกลุ่มเด็กออทิสติก และ 6) ปัจจัยภายนอกห้องเรียน ในส่วนรูปแบบการสื่อสารของครู พบว่า ครูจะใช้วิธีการเรียกชื่อบ่อย ๆ เพื่อกระตุ้นความสนใจของเด็ก เมื่อต้องการจะหยุดพฤติกรรมที่ผิดปกติโดยทันที ใช้วิธีการสัมผัส การว่ากล่าวตักเตือนและการลงโทษ ส่วนความผิดปกติด้านการสื่อความหมายและภาษาครูจะใช้วิธีการพูดนำให้เด็กพูดตาม รวมถึงมีการใช้ท่าทางประกอบการพูดอย่างมาก

กระบวนการสื่อสารการเดินในการตลาดเชิงกิจกรรม

งามทัศน์ สุทธิประภา, 2546

ขั้นตอนในการทำงานของนักออกแบบท่าเดินสรุปได้ดังนี้ 1. การรับแนวคิดและเพลงที่ใช้ในการเดิน 2. ตีความออกแบบท่าเดินและเครื่องแต่งกาย 3. นำเสนอความคิดและตีความกับลูกค้า 4. แบ่งฝ่ายในการทำงาน 5. เลือกและติดต่อนักเต้นเพื่อนัดหมายในการฝึกซ้อม 6. ถ่ายทอดกระบวนการเดินแก่นักเต้น 7. การซ้อมและการจัดวางตำแหน่งบนเวทีจริง 8. การซ้อมใหญ่พร้อมเครื่องแต่งกาย 9. แสดงจริง 10. ประเมินผลการทำงานร่วมกับทีมควบคุมการสร้างสรรค์งานและลูกค้า

การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของบริษัท ปตท.จำกัด(มหาชน)

อุรษา กาญจนวิทย์, 2546



บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีวิธีการสร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นในหมู่พนักงาน โดยการเปิดโอกาสให้พนักงานส่งตัวแทนพนักงานเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการแปรรูป ทั้งเข้าร่วมการประชุมและร่วมออกเสียง อีกทั้งยังมีการเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคนสามารถสอบถามข้อสงสัยและข้อเสนอแนะผ่านทางสื่อต่าง ๆ ที่บริษัทเตรียมไว้ให้โดยไม่มีการตรวจสอบว่ามาจากพนักงานคนใด รวมถึงการวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ ความเข้าใจ อีกทั้งความจำเป็นที่บริษัทต้องดำเนินการแปรรูปรัฐวิสาหกิจแก่พนักงานในระยะเวลาที่ถูกต้องและสม่ำเสมอ

### การรับรู้และการสื่อสารในการแสดงอัตลักษณ์ความเป็นชาวใต้ของนักศึกษาภาคใต้ในกรุงเทพมหานคร

ศรินาถ ปิ่นทองพันธ์, 2546

นักศึกษาภาคใต้และเพื่อนนักศึกษาร่วมสถาบันต่างภูมิภาค มีการรับรู้อัตลักษณ์ความเป็นชาวใต้ที่ต่างจากคนภาคอื่นในด้านภาษาสูงที่สุด นักศึกษาภาคใต้จะมองตนเองในทางบวกค่อนข้างสูง แต่กลับคิดว่าคนต่างภาคจะมองตนเองในทางลบ โดยภาพรวมนักศึกษาภาคใต้คิดว่าตนเองมีการพูดคุยสื่อสารกับเพื่อนชาวใต้ด้วยกันมากกว่าและเข้าใจง่ายกว่าเพื่อนต่างภาค นอกจากนี้ยังพบว่านักศึกษาภาคใต้มีการแสดงอัตลักษณ์ความเป็นคนใต้ผ่านทางคำนิยม / พฤติกรรมสูงที่สุด

### กระบวนการสื่อสารในการเก็บข้อมูลของ "สวนดุสิตโพล"

นภาพรรณ ธนีสสร, 2546

กระบวนการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ "สวนดุสิตโพล" จะเริ่มด้วยการวิเคราะห์ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อที่จะกำหนดวิธีการในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างแต่ละประเภท ปัจจัยหลักที่เป็นตัวกำหนดการได้รับการยอมรับจากผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ลักษณะดึงดูดใจของคู่มือสื่อสารในรูปร่างหน้าตาและบุคลิกภาพ ปัจจัยรอง คือ ประสิทธิภาพและทักษะในการสื่อสารของเจ้าหน้าที่

### คำนิยมเรื่อง "ความเกรงใจ" กับความสัมพันธ์ในการปฏิบัติงาน ระหว่างพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

สุระ ศิริมหาวรรณ, 2546

ความหมายของ "ความเกรงใจ" ตามทัศนะของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินชาวไทยที่มีผู้ระบุมากที่สุดคือ พฤติกรรมที่แสดงออกเนื่องจากไม่ต้องการรบกวนผู้อื่น ถึงแม้ว่าความคิดกับการกระทำนั้นจะไม่สอดคล้องกันก็ตามโดยจะต้องแสดงออกมา มักจะอยู่ในรูปแบบของความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น และไม่แสดงความรู้สึกทางด้านลบของตนเองออกมา สำหรับ "ความเกรงใจ" ตาม

ทัศนคติของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินชาวต่างชาติ คือ การยิ้มเสมอและไม่บ่น รวมไปถึงการแสดงความเห็นอกเห็นใจผู้อื่นด้วย

#### สถานภาพและบทบาทของพิธีกรถ่ายทอดสดงานพระราชพิธีทางโทรทัศน์

อุรัสยาน์ สุขะตุงคะ, 2546

กระบวนการทำงานของพิธีกรแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ การเตรียมความพร้อมและเตรียมข้อมูลก่อนถ่ายทอดสด การทำงานระหว่างการถ่ายทอดสด และการประเมินผลหลังการถ่ายทอดสด ส่วนปัญหาและอุปสรรคการทำงานแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยที่เกิดจากตัวพิธีกรเอง ได้แก่ เตรียมข้อมูลไม่มากพอ มีเวลาเตรียมงานน้อยและการใช้คำราชาศัพท์ สำหรับปัจจัยที่เกิดจากภายนอก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงหมายกำหนดการ สถานที่นั่งบรรยาย และอุปกรณ์ทางด้านเทคนิค

#### การสื่อสารระหว่างผู้กำกับการแสดงและนักแสดงในการแสดงละครเวที (พ.ศ.2486-2519) และละครโทรทัศน์ (พ.ศ. 2498-2519)

กนกพันธ์ จินตนาติก, 2546

การเข้าสู่บทบาททางการแสดงสำหรับผู้กำกับและนักแสดงในยุคนั้น นิยมใช้การแสดงจากภายนอกเป็นหลัก โดยควบคุมสีหน้า กิริยา ท่าทาง น้ำเสียงให้ออกมาเหมาะสมกับบทบาทและดูสวยงามสำหรับตัวพระตัวนาง เพื่อสร้างความนิยมจากผู้ชม การค้นหาต้นแบบทางการแสดงเพื่อใช้เป็นหลักในการดำเนินรอยตามความสำเร็จ นอกจากนี้ในบทที่มีความเข้มข้นทางอารมณ์สูง นักแสดงอาจใช้หลักการแสดงจากภายในโดยการสมมุติตนเองเป็นตัวละครนั้น ซึ่งเป็นวิธีการที่เกิดจากประสบการณ์ของนักแสดงที่มีความชำนาญ และสำหรับนักแสดงหน้าใหม่ผู้กำกับอาจใช้วิธีตำหนิว่ากล่าว ให้นักแสดงเกิดความเจ็บช้ำน้ำใจ เพื่อให้เกิดความรู้สึกภายในขึ้นมา

#### ความคาดหวังและการสื่อสารระหว่างข้าราชการทุนรัฐบาลไทย ผู้บังคับบัญชาและผู้ร่วมงานในยุคปฏิรูประบบราชการ

ปริญญช เกตุนุติ, 2546

ข้าราชการทุนรัฐบาลไทยสามารถแสดงปฏิภิกิริยาโต้ตอบต่อคำวิจารณ์ได้ดี แต่การแสดงประสิทธิภาพการทำงานไม่ต่างจากข้าราชการทั่วไป แม้ส่วนใหญ่เห็นว่าจะได้รับสิทธิพิเศษในการแสดงความสามารถและความไว้วางใจในงานสำคัญ โดยพบว่าอุปสรรคนั้น คือ ลักษณะงานจำกัดระยะเวลาการทำงานสั้น ความล่าช้าของบุคลากรในองค์กร และระเบียบขั้นตอนการทำงาน

มากขึ้นไป อย่างไรก็ตามก็ ยังพบว่าในอนาคต หน่วยงานต่าง ๆ มีความต้องการข้าราชการทุน  
รัฐบาลไทยมาทำงานด้วย

#### กระบวนการสื่อสารในการเคลื่อนไหวของกลุ่มผู้คัดค้านโครงการท่อก๊าซไทย-มาเลเซีย

หทัยสิริ เจาวัฒนา, 2546

กระบวนการสื่อสารในการคัดค้านโครงการ มีลักษณะของการเคลื่อนไหวทางสังคม  
รูปแบบใหม่ (New social movement) ซึ่งไม่ได้มุ่งเน้นที่จะโค่นล้มอำนาจรัฐ แต่ต้องการสื่อสาร  
เพื่อปกป้องสิทธิชุมชน และยืนยันที่จะดำรงชีวิตอยู่ที่เป็นอยู่ โดยกลุ่มผู้คัดค้านได้ใช้วิธีต่าง ๆ  
ในการดำเนินการเคลื่อนไหว เช่น การยื่นหนังสือ การออกแถลงการณ์ การจัดเวทีสัมมนา เป็น  
ต้น แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ เพราะรัฐบาลยังคงเดินหน้าก่อสร้างโครงการต่อไป

#### วาทะของนักคิดไทยจากปาฐกถาโกมล คีมทอง

พรพิศตรา ไชยเศรษฐ, 2546

วิธีคิดของนักคิดไทยนั้น เกิดจากการสังสมประสบการณ์ทางการเมือง ศาสนาและงาน  
พัฒนา ปัจจัยด้านสถานภาพขององค์ปาฐกถา เช่น การเป็นข้าราชการ เป็นบรรพชิต เป็น  
นักพัฒนาขององค์กรเอกชน เป็นตัวกำหนดระบบความคิดที่หล่อหลอมออกมาเป็นลักษณะร่วมที่  
สำคัญขององค์ปาฐกถา บริบททางสังคมสมัยนั้น ส่งผลต่อเนื้อหา กลวิธีการโน้มน้าวใจและการ  
อ้างเหตุผลขององค์ปาฐกถา เน้นการมองโลกใน 3 แนวทางที่สำคัญ คือ สัจนิยม จิตนิยม และ  
ปฏิบัตินิยม ใช้การอ้างอิง การยกตัวอย่าง และใช้ภาษาที่เรียบง่าย

#### การสื่อสารในครอบครัวของเจ้าหน้าที่ฝ่ายข่าวเรื่องพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศ

กรสุมา เจียมสระน้อย, 2546

ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการสื่อสารของพ่อแม่ ได้แก่ เพศ รายได้ของพ่อแม่ และ  
ระยะเวลาที่ทำงานต่าง ๆ ร่วมกับบุตรของตน โดยแม่จะให้การอธิบาย พูดคุยแสดงผลกับ  
บุตรมากกว่าพ่อที่ใช้การห้ามปราม และปฏิบัติเป็นตัวอย่าง

#### วาทวิเคราะห์พระราชดำรัสในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2411- 2453)

ชนะศักดิ์ ศรีพุดผา, 2546

แนวคิดสำคัญของพระราชดำรัสมีการเปลี่ยนแปลงสอดคล้องไปตามบริบทของบ้านเมือง  
และจุดมุ่งหมายของพระราชดำรัสแต่ละองค์ สื่อสารโดยใช้หลักฐานและการอ้างเหตุผลใน  
หลากหลายรูปแบบ รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ซึ่งพระราชดำรัสของพระองค์มีส่วนช่วย

ในการประนีประนอมในวิกฤตการณ์วังหน้า การเจรจาต่อรองในวิกฤตการณ์ ร.ศ.112 การประสานผลประโยชน์ในการเลิกทาส การจัดการในการปฏิรูประบบราชการ และการวางรากฐานความเจริญของบ้านเมืองในการปฏิรูปการศึกษา

การตีความพฤติกรรมการล่วงละเมิดทางเพศในหมู่ผู้ปฏิบัติงานภายในองค์กรไทย

ชลธิชา อึ้งคณิงเดชา, 2546

พฤติกรรมการสื่อสารที่ถูกตีความว่าเป็นการล่วงละเมิดทางเพศ ได้แก่ 1) พฤติกรรมการล่วงละเมิดทางวาจา เช่น การเล่าเรื่องหรือหยอกล้อโดยส่อนัยยะทางเพศ 2) พฤติกรรมการล่วงละเมิดทางอากัปกริยา เช่น การเข้าประชิดตัวและไล่ต้อนผู้ถูกกระทำ และ 3) พฤติกรรมการล่วงละเมิดทางการสัมผัส เช่น การสัมผัสแบบหอมแก้ม / จูบหรือสัมผัสร่างกายของผู้ถูกกระทำ

ปัจจัยการโน้มน้าวใจของสถานออกกำลังกาย

ปัทมพันธ์ พลเดช, 2547

ปัจจัยในการโน้มน้าวใจให้มีพฤติกรรมใช้บริการของสถานออกกำลังกาย คือ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง สภาพแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี และราคา โดยเป็นการโน้มน้าวใจผ่านทางสื่อบุคคลมากที่สุด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการพูดต่อหน้าชุมชนของเด็กไทยอายุ 6-12 ปี

พิมพ์วิฑูรา วัจนะพุกกะ, 2547

อุปนิสัยส่วนตัวด้านความกล้าแสดงออกของเด็ก โอกาสในการร่วมกิจกรรมเสริมหลักสูตร การพูด การเปิดรับสื่อภาพยนตร์ และการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต ส่งผลต่อความสามารถ ทั้งด้านวัจนภาษา และอวัจนภาษา ในการพูดต่อหน้าชุมชนของเด็กไทยอายุ 6 - 12 ปี

สื่อสารการแสดงแบบไม่เหมือนจริงในละครโทรทัศน์ไทยแนวเรียลลิสต์

ณัฐภรณ์ รัตนชัยวงศ์, 2547

บทละครมุ่งนำเสนอประเด็นปัญหาสังคม ขณะเดียวกันก็ใช้เรื่องราวความรักและจากตลกเข้ามาผ่อนคลายอารมณ์ให้ผู้ชม การคัดเลือกตัวแสดงให้ความสำคัญกับความมีชื่อเสียง

และรูปร่างหน้าตาที่ดึงดูดผู้ชม ใช้เทคนิคด้านภาพและเสียงเพื่อประโยชน์ในการเร้าอารมณ์ผู้ชม ในฉากสำคัญต่าง ๆ แทนการนำเสนออย่างตรงไปตรงมา

การเจรจาต่อรองของเจ้าหน้าที่ตำรวจกับคนร้ายในกรณีคนร้ายจับตัวประกัน

ปานจิต รวีอร่ามวงศ์, 2547

รูปแบบที่ใช้คือ การสร้างความไว้วางใจ ซึ่งประกอบไปด้วย การพูดคุยเพื่อปลดปล่อย ประโยชน์ การสอบถามข้อมูลทั่วไป และการแต่งกายที่มีไข่มุกตำรวจ การสร้างความสัมพันธ์ การแสดงความเห็นอกเห็นใจ การใช้คำถามปลายเปิด การหลีกเลี่ยงการพูดโกหกแต่ไม่พูดความจริงโดยอ้างหลักเหตุผล การถ่วงเวลา การใช้ความเงียบและการใช้สรรพนามที่เหมาะสม ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลว คือ พื้นฐานของคนร้าย เป้าหมายการเจรจา และข้อจำกัดในการตั้งเงื่อนไขของคนร้าย

การสื่อสารเชิงวัจนะในการพูดต่อหน้าชุมชนของเด็กไทยอายุ 6-12 ปี

ปณิธา รวงศาสุลักษณ์, 2547

ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ การออกเสียงอักขระควบกล้ำไม่ถูกต้อง สาเหตุที่สำคัญที่สุดของปัญหาคือ ความเคยชินในการใช้ภาษาที่ผิดและไม่ได้รับการแก้ไขให้ถูกต้อง แนวทางในการพัฒนา คือ การปลูกฝังทัศนคติที่ดีในการพูดต่อหน้าชุมชนเพื่อให้เด็กมีความกล้า ความมั่นใจ และมีความต้องการแก้ไขและพัฒนาการใช้ภาษาให้ถูกต้อง

ปฏิสัมพันธ์และการปรับตัวทางวัฒนธรรมของพนักงานธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย

เยาวนุช ขอหะซัน, 2547

การปรับตัวของพนักงานขึ้นกับปัจจัยทั้ง 3 ระดับ คือ ระดับระบบ ระดับระหว่างบุคคล และระดับบุคคล แต่ที่มีผลต่อการปรับตัวมากที่สุดคือ วัฒนธรรมหลักขององค์กร องค์ประกอบที่สัมพันธ์กับระดับการปรับตัว คือ ความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติ ความรู้สึก ส่วนองค์ประกอบที่มีผลต่อลักษณะและทิศทางการปรับตัว คือ ประสบการณ์ทำงานร่วมกับมุสลิม การมีเพื่อน สนิทมุสลิมก่อนเข้าทำงาน การเปิดรับสื่อ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ การเปิดรับสื่อบุคคล และการเรียนรู้จากแหล่งอื่น ๆ

การสื่อสารเชิงวัจนะในการพูดต่อหน้าชุมชนของเด็กไทยอายุ 6-12 ปี

อมลิน ศิริสวัสดิ์, 2547

ปัญหาที่พบมากที่สุดคือ เด็กขาดความเชื่อมั่นในตนเองในการแสดงออก แนวทางในการพัฒนาทักษะการสื่อสารเชิงอวัจนภาษาในการพูดต่อหน้าชุมชนของเด็กไทยอายุ 6-12 ปี คือ การเปิดโอกาสให้เด็กได้แสดงออกอย่างสม่ำเสมอจนเกิดความมั่นใจในตนเอง และมีความต้องการที่จะพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

นาฏยพรรณของนิสิตคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและนักศึกษาคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาจากละครเวทีประจำปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2530-2546

ฐิตวินน์ คำเจริญ, 2547

ละครเวทีประจำปีคณะนิเทศศาสตร์ มีแนวคิดหลักเกี่ยวกับความดีความเลว ความฝัน และจินตนาการ รูปแบบเมโลดราม่าเป็นหลัก ใช้นักแสดงประมาณ 30-50 คน มีความบันเทิงแต่มีประเด็นสังคมน้อย และมีแนวโน้มว่าจะคงรูปแบบนี้ต่อไป

ละครเวทีประจำปีคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มีแนวคิดหลักเกี่ยวกับสังคม และความคิดของคน รูปแบบสังคมนิยมประยุกต์เป็นหลัก ใช้นักแสดงประมาณ 7-15 คน เน้นศิลปการแสดงโดยให้ความสำคัญกับความบันเทิงรองลงมา

รูปแบบหลักในการสื่อสารของครูกับเด็กปัญญาอ่อนระดับตติยภูมิ

พิมพ์ภรณ์ นวลมี, 2547

แผนการสื่อสารที่ใช้ร่วมกันในชั้นเรียนคือ 1) แนวทางด้านวิธีการสื่อสาร คือ การใช้ประโยคสั้น ๆ, การให้เด็กสบตาเมื่อพูดหรือฟัง, การให้โอกาสเด็กได้คิดก่อนตอบ, หากเป็นคำสั่งให้เด็กทวนคำสั่งให้ฟังก่อนทุกครั้ง, ครูต้องมีวิธีการพูดและการใช้คำพูดที่ถูกต้อง, ครูจะค่อย ๆ พูดและสั่งอย่างช้า ๆ เพื่อให้เด็กจับใจความได้ 2) นโยบายด้านสภาพแวดล้อมทางการสื่อสาร ได้แก่ การจัดเวลาในแต่ละวัน คือ ให้เวลาในแต่ละคาบมีความยืดหยุ่นและมีเวลาพักยาวนาน, การจัดเนื้อหาวิชา ที่มุ่งเน้นทักษะทางสังคม, การเสริมกิจกรรมบำบัด เพื่อเรียนรู้การอยู่ร่วมกันและเกิดความผ่อนคลาย

ประติษฐกรรมในการเล่าเรื่องและสุนทรียรสในภาพยนตร์ชุดดิเอ็กซ์ไฟล์ส

จิวิดี วิไลลอย, 2547

ประติษฐกรรมในการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ชุดดิเอ็กซ์ไฟล์ส มีแก่นเรื่องคือความไม่ไว้วางใจต่อรัฐบาล ซึ่งเล่าเรื่องผ่านตัวละครสองตัวที่มีความคิดแตกต่างกัน โดยใช้วิธีการผสม

แนวเรื่อง เพื่อให้ทำให้งานเรื่องหลักที่มุ่งเน้นผลทางวิทยาศาสตร์ มีความหลากหลายและเข้าใจได้ง่ายขึ้น รวมถึงมีการใช้แนวคิดนิยายวิทยาศาสตร์มาอธิบายโครงเรื่องที่เกี่ยวกับทฤษฎีสัมพัทธภาพและเรื่องเหนือธรรมชาติในภาพยนตร์ชุดดิเอ็กซ์ไฟล์ส์ด้วย

#### การสื่อสารเชิงสุนทรีย์ในละครสมัยใหม่ของชาวล้านนา

วิวัฒน์ สุขเจริญ, 2547

พบว่า ความงามอยู่ที่การขับขอมผสมผสานรูปแบบการแสดง ซึ่งเน้นบทขอแบบมุขปาฐะเป็นหลัก โดยมีพื้นที่ (space) และเวลา (time) เป็นเครื่องกำหนดแนวทางการแสดง และขึ้นอยู่กับปฏิภาณในการแสดงของช่างขอแต่ละคน ที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม และรสต่าง ๆ ในละครขอที่ผสมผสานกัน คือ รสแห่งความโคกเศร้า รสแห่งความขบขัน รสแห่งความรัก และรสอื่น ๆ รวมทั้งความทันสมัย ได้แก่ เรื่องสมัย อันเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับสมัยปัจจุบัน การแต่งกายภาษาสมัยใหม่ และการนำเข้าของสื่ออื่น ได้แก่ เพลงลูกทุ่ง ดนตรีสากล เพลงบรรเลงประกอบการแสดง

#### การสื่อสารของมูลนิธิผู้หญิงในการป้องกันและแก้ไขปัญหาของสตรี พ.ศ. 2527-พ.ศ. 2547

นิรมล บางพระ, 2547

พบว่า สื่อที่ดีที่สุดในการสื่อสารระหว่างมูลนิธิผู้หญิงกับสตรีที่เข้ารับการบริการ คือ สื่อบุคคล เพราะสื่อบุคคลนั้นเป็นผู้ที่จะเข้าถึงผู้ที่ประสบปัญหาได้เนื่องจากผู้ประสบปัญหามีความเชื่อใจและสามารถปรึกษาแก้ไขปัญหาพร้อมกันได้ สื่อบุคคลที่สำคัญอีกสื่อคือ อาสาสมัครของมูลนิธิที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างมูลนิธิกับประชาชนในพื้นที่ ในการให้ความรู้และข้อมูลที่ถูกต้องในสิ่งที่มูลนิธิต้องการสื่อสารให้กับกลุ่มเป้าหมายได้เข้าใจและบรรลุวัตถุประสงค์ที่มูลนิธิตั้งใจ

#### การสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบริหารที่เข้าทำงานทางการเมือง

สุภาภรณ์ สุธรรมโกศล, 2547

กลุ่มบุคคลในวงการบริหารที่สนใจเข้าทำงานการเมืองจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ เพราะยังขาดประสบการณ์การทำงานการเมือง และควรวางแผนล่วงหน้าในการเข้าทำ

กิจกรรมทางการเมือง และกิจกรรมสังคมเพื่อส่วนรวม เพื่อสร้างการยอมรับ และความไว้วางใจจากประชาชน

การสื่อสารระหว่างหมอดูกับผู้เข้ารับบริการ

สิรินทร์ศุภฎ์ วิณิชสร, 2548

รูปแบบและวิธีการสื่อสารของหมอดู คือ หมอดูแต่ละประเภทจะมีรูปแบบที่เป็นไปตามความเชื่อในศาสตร์ของตน ซึ่งจะสื่อสารออกทางการสร้างพิธีกรรม จะมีความแตกต่างไปตามบุคลิกลักษณะ การรับรู้ในบทบาทหน้าที่ของหมอดูในแต่ละคน ส่วนปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้เข้ารับบริการ คือ ปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้เข้ารับบริการ ได้แก่ ความเชื่อทัศนคติ ความต้องการ ความคาดหวัง จำนวนครั้งในการเข้ารับบริการ วิธีการคิด การให้เหตุผล รวมถึงบุคลิกลักษณะของผู้เข้ารับบริการ

วาทวิเคราะห์พระราชดำรัสในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เนื่องในวันเฉลิมพระชนมพรรษา (พ.ศ.2510-2548)

ทิพย์สุดา อิมใจ, 2548

แนวคิดสำคัญของพระราชดำรัสนั้น มีสัดส่วนและประเด็นที่แตกต่างกันตามบริบทของบ้านเมือง ในด้านกลวิธีการสื่อสาร ทรงใช้การสื่อสารที่บางส่วนเน้นอารมณ์ และบางส่วนอ้างอิง

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างการยอมรับของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรสตรี

ระพีพร ฤทธิไพโรจน์, 2548

กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในนั้น แตกต่างตามบทบาทต่าง ๆ โดยพบว่า บทบาทในสภาผู้แทนราษฎร ใช้การนำเสนออย่างมีเหตุผล, บทบาทในการประชุมสภาผู้แทนราษฎร ใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาที่จะนำเสนอ พยายามเสนอเรื่องที่เป็นที่สนใจของสาธารณชน, การทำงานในคณะกรรมการ ได้แก่ กลยุทธ์การเรียนรู้งานการเมืองเพิ่มเติม ส่วนกลยุทธ์ในบทบาทนอกสภาผู้แทนราษฎร ได้แก่ การเยี่ยมเยียนประชาชน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างการยอมรับ ได้แก่ บุคลิกลักษณะ ความสามารถและวิธีการในการพูดและประวัตินส่วนตัว ส่วนพรรคการเมืองที่สังกัดเป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการยอมรับ

กระบวนการคัดเลือกพิธีกรและผู้ประกาศข่าว 7 สี

เหมือนฝัน ประสานพานิช, 2548



ในกระบวนการคัดเลือกนั้น มีปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ นโยบายของผู้บริหารสถานี่ รวมทั้ง ปัจจัยทางการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้อง ส่วนปัจจัยทางด้านคุณสมบัติ ได้แก่ เสียงพูด รูปลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ ทักษะในการสื่อสาร ความเชื่อมั่นในตนเองและความมีไหวพริบ

#### รูปแบบและลีลาการสัมภาษณ์ของพิธีกรรายการประเภทสนทนาเชิงสาระทางโทรทัศน์

จิตต์สุขุม พวงเพชร, 2548

พิธีกรรายการสนทนาเชิงสาระส่วนใหญ่มีสไตล์การสัมภาษณ์เชิงรุก ถามคำถามเปิดเป็นหลัก เปิดประเด็นด้วยการบรรยายหรือพรรณนา ปัจจัยที่มีผลต่อสไตล์การสัมภาษณ์ของพิธีกรคือ ภูมิหลังและประสบการณ์ด้านการทำข่าว โดยที่กลุ่มผู้ชมนั้นให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพและการนำเสนอตัวเองของพิธีกรเป็นหลัก รวมถึงเนื้อหาารูปแบบรายการและองค์ประกอบด้านการผลิต

#### กระบวนการสื่อสารกลุ่มและอัตลักษณ์ของศิลปิน "เพลงอินดี้"

ฐิติมา ธารรัตน์กุล, 2548

อัตลักษณ์ของศิลปินอินดี้ คือ เอกลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะของแต่ละวงที่แตกต่างกันไป จุดร่วมที่เหมือนกันคือ การได้ปลดปล่อยจินตนาการความคิดผ่านบทเพลงที่เป็นอิสระ ไม่มีใครบังคับ กระบวนการสื่อสารกลุ่ม สามารถสร้างการดำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ให้กับศิลปินอินดี้ได้ เพราะมีทั้งแรงสนับสนุนและแรงสกัดที่ลดความเข้มแข็งของศิลปินลงไป

#### วิวัฒนาการการสื่อความหมาย "รูปร่าง" ในสังคมไทย

ศิริพร โชติพิณฑุ, 2548

พบว่า "รูปร่าง" มีบทบาทในการเป็นสิ่งกำหนดชนชั้น ชาติกำเนิด บทบาทสถานภาพ และหน้าที่ของบุคคลมากที่สุด มีบทบาทเป็นทรัพย์สินสมบัติโดยเฉพาะกับผู้หญิง เป็นพื้นที่แสดงความเป็นตัวตน สังคมไทยในสมัยรัชกาลที่ 4 – 5 บทบาทสถานภาพทางเพศระหว่างชายหญิง เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดลักษณะทางโครงสร้างของ "รูปร่าง" คุณค่าความงามของผู้หญิง ถูกนำไปเชื่อมโยงกับความงามของใบหน้าและรูปร่าง ด้วยบทบาทของความเป็นเมียและแม่ ในขณะที่คุณค่าของผู้ชายอยู่ที่ความแข็งแรง สมบูรณ์ของร่างกาย เพราะมีบทบาทเป็นผู้นำมากกว่า

วาทกรรมชาตินิยมจอมพล ป. พิบูลสงคราม

วรวรรณ ทองสุกร, 2548

วาทกรรมชาตินิยมที่ปรากฏ พบว่ามีลักษณะที่วางตัวของภาษาทางการเมือง 3 ประเภทคือ 1) ภาษาที่ใช้เพื่อการชักชวน 2) ภาษาทางการบริหาร 3) ภาษาทางกฎหมาย ส่วนวิธีในการโน้มน้าวใจในวาทกรรมชาตินิยมของจอมพล ป. พิบูลสงครามจะเป็นการใช้หลักฐานแบบพรรณนา และการใช้หลักฐานแบบให้รายละเอียดเป็นหลัก

กระบวนการสร้างสรรค์ละครสำหรับเด็ก จากเรื่อง "เจ้าหญิง" ของบินหลา

กุสุมา เทพรักษ์, 2548

สื่อผ่านโดยการใช้แสดงสีชมพู และเสียงกลองดนตรีและเปียโนเป็นดนตรีประกอบ การออกแบบเครื่องแต่งกาย จากและอุปกรณ์ประกอบฉาก เน้นที่ความเรียบง่ายเพื่อสื่อแก่นความคิดของเรื่องที่มีแง่มุมเสียดสีระบอบเศรษฐกิจและวิถีคิดแบบทุนนิยม ผลการรับรู้สารัตถะและสุนทรีย์รสสรูปได้ว่า องค์ประกอบของละคร 3 อันดับแรกที่ผู้ชมชื่นชอบ คือ นักแสดง บทละคร ดนตรีและเสียงประกอบ ในส่วนของตัวละครนั้นส่วนใหญ่ชื่นชอบตัวละครที่มีความตลก มีทักษะทางการแสดงสูง และมีบทบาทในการปรากฏตัวบนเวทีมากพอสมควร

กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการก่อตั้งและดำรงอยู่ของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น "จันเสน" จังหวัดนครสวรรค์

สุนทรี ลีลา, 2548

ใช้กระบวนการสื่อสารเป็นกลไกในการสร้างการมีส่วนร่วมกับทั้งภายในกลุ่มชุมชนและภายนอกกลุ่มชุมชน อันได้แก่ นักวิชาการและนักท่องเที่ยว ซึ่งประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกา ก่อตั้งและดำรงอยู่ของพิพิธภัณฑ์จันเสน มีดังนี้ 1) การรวบรวมวัตถุโบราณ 2) เรื่องการจัดการอาคารสถานที่ 3) การจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์ 4) การบริหารงานของพิพิธภัณฑ์ 5) รายรับ - รายจ่ายของพิพิธภัณฑ์ 6) กิจกรรมเสริมของพิพิธภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

นวลักษณ์ในการเล่าเรื่องและเอกลักษณ์ในภาพยนตร์แอนิเมชันของฮายาโอะ มิยาซากิ

นับทอง ทองใบ, 2548

กลวิธีการเล่าเรื่อง เป็นการคิดเรื่องราวขึ้นเอง โดยนำเอาความเชื่อเรื่องวิญญาณ และเทพเจ้ามาสร้างโลกจินตนาการขึ้นใหม่ ตัวละครเอกส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง แก่นเรื่องที่สะท้อนแง่มุมชีวิตมนุษย์อย่างลึกซึ้ง บทสรุปของเรื่องที่ทิ้งพื้นที่ให้ผู้ชมจินตนาการต่อได้ และการนำเสนอ

สัญลักษณ์ให้ขบคิดตีความ ในส่วนของการออกแบบตัวละครมนุษย์ ด้วยการวาดมือที่ให้ภาพ 2 มิติ เพื่อถ่ายทอดอารมณ์ให้ได้มากที่สุด ทำให้รักษาเอกลักษณ์ในผลงานของตัวเองไว้ได้

#### การสื่อสารในการดำเนินงานของโฮมสเตย์มาตรฐานไทยในเขตพื้นที่ภาคกลาง

ชลลดา พุ่มพฤกษ์, 2548

ลักษณะการสื่อสารที่จำเป็นต่อการดำเนินงานของโฮมสเตย์ ได้แก่ การสื่อสารเพื่อสร้างความหมายและการมีส่วนร่วมให้กับชุมชน การสร้างความเข้าใจกับชาวบ้านในชุมชน การสื่อสารในการบริการกับนักท่องเที่ยว การสื่อสารเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโฮมสเตย์ การสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ให้เป็นที่รู้จัก

#### กระบวนการสร้างสรรค์การแสดงงิ้วไทยจากการผสมผสานทางวัฒนธรรม

ธนิช ถินวัฒนากุล, 2548

ลักษณะที่สำคัญที่ผู้วิจัยเลือกนำมาสร้างสรรค์ คือ วรรณกรรมที่ใช้ในการแสดงเรื่อง "พระสุธน" ที่มีความแตกต่างจากวรรณกรรมที่ใช้ในการแสดงเดิมที่เป็นวรรณกรรมจีน ในส่วนของทัศนคติของผู้ชม พบว่า บทบาทของตัวละคร เครื่องแต่งกายและการแต่งหน้า เป็นสุนทรียลักษณ์ของการแสดงงิ้วที่มีผู้ชมชื่นชอบมากที่สุด แต่ขณะที่ดนตรีและการขับร้อง ซึ่งเป็นสุนทรียลักษณ์ที่สำคัญกลับไม่ได้รับความชื่นชอบเท่าที่ควร

#### การสื่อสารและการรับรู้ความหมายของ "รอยสัก" ในสังคมไทยปัจจุบัน

สุขสันต์ กมลสันติโรจน์, 2548

รอยสักมีบทบาทการสื่อสารในระดับต่าง ๆ คือ การสื่อสารในตนเอง รอยสักช่วยสร้างความมั่นใจในเรื่องการอยู่ยงคงกระพันและนำโชคลาภมาให้ผู้สัก และเป็นเครื่องย้ำเตือนความทรงจำและความประทับใจต่าง ๆ ส่วนในการสื่อสารระหว่างบุคคล รอยสักมีบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ในตัวผู้สัก ทั้งในการสร้างอัตลักษณ์ที่ผู้สักต้องการให้ผู้อื่นรับรู้ และอัตลักษณ์ที่ผู้อื่นรับรู้ผ่านทางรอยสักที่พบเห็น รอยสักยังมีบทบาทในการดึงดูดหรือลดความสนใจจากเพศตรงข้าม เพิ่มหรือลดอำนาจและเป็นปัจจัยสนับสนุนหรือเป็นอุปสรรคในการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น

#### การจัดการเรียนรู้สุนทรียนิเทศศาสตร์เชิงบูรณาการเพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์

ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร, 2548

กระบวนการจัดการเรียนรู้แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ ก่อนการแสดง การแสดง และหลังการแสดง ในแง่ของสาระวิชามีการบูรณาการ 4 ลักษณะได้แก่ 1) บูรณาการแบบสอดแทรกวิชาการกับทักษะชีวิต 2) บูรณาการภายในวิชา 3) บูรณาการแบบสหวิทยาการ คือ ระหว่างวิชาและสาขาวิชา และ 4) บูรณาการกับวิถีชีวิตและวาระทางสังคม ในแง่รูปแบบกิจกรรมการเรียนการสอนมีการบูรณาการ 3 ลักษณะได้แก่ 1) บูรณาการแบบสอดแทรกกิจกรรม 2) บูรณาการโดยใช้กิจกรรมโครงการและ 3) บูรณาการด้วยการแก้ปัญหาจากสถานการณ์จริง

การสื่อสารระหว่างชาวไทยพุทธและชาวไทยมุสลิม ในชุมชนรัฐสะมิแล จ. ปัตตานี ในช่วงระหว่างวิกฤตการณ์ความรุนแรงของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

อาทิตยา เทียงวงศ์, 2548

พบว่า จะเกิดความรู้สึกไม่ดีหากเพื่อนต่างศาสนากระทำการที่ขัดต่อวัฒนธรรมของตน และทั้งสองฝ่ายมักจับกลุ่มร่วมกับคนศาสนาเดียวกันมากกว่าคนต่างศาสนา นอกจากนี้ ผู้นำชาวไทยมุสลิม มีความเห็นว่า การนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชน ทำให้ทัศนคติระหว่างกันเป็นไปในทางลบมากยิ่งขึ้น

วาทกรรมการพัฒนา : การสร้างกระแสไฟฟ้าในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ญาณิศา คำภีระ, 2548

พบว่า รัฐได้พยายามสร้างความหมายที่แสดงถึงความเจริญก้าวหน้าด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นแก่ชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่น และการเพิ่มพูนรายได้ของมหาศาลจากการบริการนักท่องเที่ยว โดยผูกโยงเข้ากับอุดมการณ์การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็น "นครแห่งชีวิตและความมั่งคั่ง ในขณะที่ชุมชนท้องถิ่นได้เคลื่อนไหวด้านอุดมการณ์ ปลุกระดมพลังชุมชน จึงกลายเป็นวาทกรรมทวนกระแสที่มีพลังอำนาจในการต้านทานวาทกรรมการพัฒนากระแสหลักได้