

กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ของมหาวิทยาลัยบูรพา
จังหวัดชลบุรี

Communication process to promote lifelong learning of Burapha University
Chonburi Province

สมเจตน์ ทองเทศ¹ และ สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์²

Somjade Tongtes¹ and Somdech Rungsrissawat²

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: ¹Jacktongtes@gmail.com

Received: March 8, 2023 Revised: April 29, 2024 Accepted: April 30, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของมหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 16 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านผู้ส่งสาร (Sender) จะต้องเป็นผู้ที่มีองค์ความรู้ในศาสตร์วิชาที่ทำการเผยแพร่ โดยเฉพาะสื่อบุคคลเพราะเป็นสื่อที่มีความสำคัญมากต่อการนำเสนอเนื้อหาที่ผู้รับสารสามารถนำสิ่งที่ถ่ายทอดไปใช้ประโยชน์ได้ 2) เนื้อหาของสาร (Message) พบว่าเนื้อหาของสารที่เผยแพร่ ควรเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับทักษะสำคัญที่จำเป็นต้องใช้ 3) ด้านช่องทางสาร (Channel) พบว่า ช่องทางของสาร ควรเป็นการนำเสนอด้วยวิธีใดที่นำเสนอผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่ผู้รับสารเข้าถึงมากที่สุด ซึ่งอาจใช้เป็นการสำรวจถึงการเข้าสู่แอปพลิเคชันที่ผู้รับสารนิยมใช้ 4) ผู้รับสาร (Receiver) พบว่าผู้ส่งสารควรเป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสารที่ใช้น้ำเสียงที่ไม่ราบเรียบ ต้องชวนให้น่าสนใจตั้งแต่เปิดประเด็นเนื้อหา เพราะผู้รับสารส่วนใหญ่อยู่ในวัยรุ่น และมีความสนใจที่ต่างกันออกไป ควรทำการสำรวจก่อนว่าเนื้อหาประเด็นใดที่ผู้รับสารสนใจ ผลจากการวิจัยครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยในการนำผลการศึกษาที่ได้ ไปใช้ในการพัฒนากระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของนักศึกษา และเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยขับเคลื่อนสังคมให้เกิดการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

คำสำคัญ: กระบวนการสื่อสาร; การเรียนรู้ตลอดชีวิต; มหาวิทยาลัยบูรพา

Abstract

The purpose of this research was to study the communication process to promote lifelong learning. of Burapha University Chonburi Province. It is qualitative research. Data were collected by in-depth interviews with 16 key informants and analyzed using content analysis. The result as followed: 1) The sender must be a person who has knowledge in the subject being disseminated especially personal media that is very important for presenting content that the audience can use what is conveyed and 2) Message content It should be about the essential skills required. 3) The channels of substances It should be presented with videos presented through various social media channels that are most reached by the audience. 4) Receiver should be skilled in communicating with uneven tone. Must be interesting since opening the content issue because most of the recipients are in teenagers and have different interests should conduct a survey first to see what content issues the audience is interested in. The results of this research are beneficial to the university in applying the results of the study. used in the development of communication processes to promote lifelong learning of students and be a part in helping to drive society towards efficient and sustainable development.

Keywords: Communication process; lifelong learning; Burapha University

บทนำ

ประเทศไทย 4.0 คือการขับเคลื่อนประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ภายใต้แผนพัฒนา ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 251-2580) โดยที่คนไทยจำเป็นต้องปรับวัฒนธรรมการเรียนรู้ ท่ามกลางเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่เกิดขึ้นมากมาย ซึ่งต้องมีการเรียนรู้ตลอดเวลาจากสถานการณ์มุมมองใหม่ และเรียนรู้ให้มีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม การเรียนรู้จึงเป็นการทำงานเพื่อสามารถทำให้เกิดทักษะที่สามารถนำไปใช้ได้จริงมากกว่าการได้วุฒิการศึกษา (สุดศิริ หิรัญขุนทดและคณะ, 2564) จากแนวทางการพัฒนาการศึกษา สู่ทศวรรษที่ 2030 สหประชาชาติภายใต้การกำกับดูแลของ UNESCO ในปฏิญญาอินซอนว่า การศึกษาคือการ บริการสาธารณะที่รัฐต้องจัดให้มีคุณภาพที่ดี เท่าเทียม และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่ทุกคน ซึ่งแนวทางการ จัดทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 มีข้อเสนอ คือ การพัฒนาคุณภาพการศึกษาจะต้องมีการจัดการศึกษาให้ สอดคล้องกับชุมชนและจัดการศึกษาทางเลือกให้มีความหลากหลายเชื่อมโยงตลอดชีวิต ต้องสามารถสร้าง บรรยากาศในการเรียนรู้ และมีระบบการประเมินผลการศึกษาที่เหมาะสมกับสภาพการจัดการเรียนรู้ (สำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2558)

การสื่อสาร เป็นกระบวนการถ่ายทอดที่สามารถทำให้เกิดความเข้าใจต่อกัน ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ส่งสาร สาร ช่องทางสาร และผู้รับสาร การสื่อสารนั้นถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับผู้บริหารในการที่จะถ่ายทอด

นโยบาย ความรู้สึกรักคิด และการชักจูงใจให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม กระบวนการสื่อสาร งานด้านนี้ถือว่าเป็นหัวใจหลักสำคัญและมีความจำเป็นอย่างมากต่อสถาบันการศึกษา เพราะเป็นการส่งเสริมให้บุคลากรทั้งภายในและภายนอกได้รับทราบถึงข่าวสารความเคลื่อนไหวโครงการ การดำเนินงาน รวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อทำให้เกิดการจดจำและสร้างการรับรู้ร่วมกันระหว่างองค์กรและกลุ่มเป้าหมายด้วยช่องทางสื่อที่เหมาะสมในการสื่อสาร ดังนั้นการสื่อสารย่อมนำไปสู่ประโยชน์ในด้านการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ และเกิดความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติตามนโยบาย (เอกนถน บางท่าไม้, 2555) เช่นเดียวกับที่ ลักษณะ สตะเวทิน (2554) ที่กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ อาจทำได้หลายวิธีเช่น การใช้สื่อต่าง ๆ เป็นเครื่องมือสื่อสารในการนำข้อมูลต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายให้รับรู้รับทราบ เพราะถ้าองค์กรไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์หรือเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ที่ไม่เหมาะสมจะส่งผลให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรไม่ประสบผลสำเร็จ

มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นมหาวิทยาลัยที่ขึ้นชื่อว่าเป็นชุมปัญญาทางตะวันออก และเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อองค์กรทางการศึกษาที่มองเห็นความสำคัญของการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมปัญญา โดยตั้งเป้าเป็นแหล่งเพื่อการเรียนรู้ ในการใฝ่หาความรู้ได้ตลอดชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยฯ ข้อที่ 1 คือ ดำเนินการจัดการศึกษาอย่างเสมอภาคเท่าเทียม ควบคู่กับการเสริมสร้างเสรีภาพทางวิชาการ และการใฝ่เรียนรู้ตลอดชีพ บนพื้นฐานของหลักคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ ซึ่งการใฝ่เรียนรู้ตลอดชีพ คือ การเป็นนักเรียนรู้ตลอดชีวิต “Lifelong Learning” มีการพัฒนาผู้เรียนในทุกด้าน เพื่อให้พร้อมที่จะอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข และปรับตัวได้ดีตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป โดยใช้กระบวนการจัดการเรียนรู้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาผู้เรียน โดยให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ของการเรียนรู้ และพัฒนาจากความต้องการของผู้เรียน ผ่านกระบวนการแก้ปัญหา และค้นคว้าด้วยตนเอง กระบวนการที่ต้องลงมือปฏิบัติทั้งในและนอกห้องเรียน ซึ่งจะนำไปสู่การเรียนรู้ที่ยั่งยืน และจากแนวคิดที่ว่า การพัฒนาคือการเปลี่ยนแปลง การเรียนรู้จึงไม่ได้หยุดอยู่เพียงภายในมหาวิทยาลัยแต่จะดำเนินไปตลอด (มหาวิทยาลัยบูรพา, 2565)

เสริมศรี สามารถกิจ (2551) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักศึกษา ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาได้แสดงความคิดเห็นถึงกระบวนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยว่า ข้อมูลไม่มีความทันสมัย และสื่อประชาสัมพันธ์น้อย เช่นเดียวกับงานวิจัยของ สิทธิโชค วิรุณราช (2559) ได้ทำการศึกษาระสิทธิภาพของเครื่องมือประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยบูรพานั้นยังมีสภาพปัญหาและอุปสรรคต่อการรับรู้และการเข้าถึงนักศึกษาเป็นอย่างมาก เช่น ด้านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย สื่อเฟซบุ๊ก และการนำเสนอเนื้อหาที่ต้องเป็นข้อมูลใหม่ และยังขาดความโดดเด่น และในปี 2559 งานวิจัยของ อุทิศ บำรุงชีพ (2559) ศึกษาสภาพปัญหาของปัญหาการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์และการสื่อสารของมหาวิทยาลัยบูรพามีข่าวสารปริมาณน้อยและไม่ทันต่อเหตุการณ์การให้บริการข้อมูลข่าวสารในเรื่องของกิจกรรมการเรียนการสอน และกิจกรรมทางการศึกษาผ่านสื่อใหม่ เหล่านี้คือปัญหาสำคัญต่อความสนใจและการเปิดรับสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาครั้งนี้ว่า เมื่อระยะเวลาผ่านไป กระบวนการสื่อสารโดยเฉพาะด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นอย่างไร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยในการนำผลการศึกษา

ที่ได้ ไปใช้ในการพัฒนากระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของนักศึกษา และเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยขับเคลื่อนสังคมให้เกิดการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของมหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่สำคัญที่สุดคือตัวของผู้วิจัยเอง ซึ่งต้องทำการเตรียมตัวในการศึกษาเรื่องระเบียบวิธีวิจัย เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งนี้ผู้วิจัยจะต้องมีจรรยาบรรณของนักวิจัยพื้นฐานที่สำคัญ โดยการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เตรียมเครื่องมือในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ประกอบไปด้วย กลุ่มที่ 1 นักวิชาการด้านการศึกษา กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ปฏิบัติงานฝ่ายประชาสัมพันธ์ กลุ่มที่ 3 นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ กลุ่มที่ 4 นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่เคยเข้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งเป็นเว็บไซต์ในการเข้าถึงข้อมูลด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Study) ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลในลักษณะข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหนังสือและเอกสารงานวิชาการต่าง ๆ ที่เป็นหนังสือและสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ได้แก่ บทความวิจัย วิทยานิพนธ์ งานเขียนทางวิชาการ บทความทางวิชาการ ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกเฉพาะในส่วนที่เชื่อมโยง หรือที่มีส่วนสัมพันธ์กับเนื้อหาสาระ และกรอบแนวคิดในการวิจัย และเป็นข้อมูลที่มีส่วนสัมพันธ์กับบทสัมภาษณ์ นอกจากนี้ในขั้นตอนการเตรียมการสัมภาษณ์หรือก่อนลงสนาม ผู้วิจัยจะเริ่มต้นด้วยการนัดหมายวัน เวลา และทำการส่งรหัสการเข้าร่วมสัมภาษณ์ผ่านโปรแกรม Zoom Application ที่จะสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และในขั้นการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะเริ่มต้นด้วยการสนทนาเรื่องทั่ว ๆ ไปเพื่อสร้างความคุ้นเคย พร้อมทั้งแจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ นอกจากนี้ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกไว้จะเก็บเป็นความลับจนกว่าจะเสร็จสิ้นงานวิจัย และข้อมูลจะถูกลบทิ้งหลังจากที่งานวิจัยได้สิ้นสุดลง ขณะเดียวกันในช่วงที่สัมภาษณ์ถ้าผู้ให้ข้อมูลไม่ประสงค์ที่จะให้บันทึกเสียงในช่วงใด ผู้วิจัยจะทำการกดหยุดบันทึกทันที ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การจำแนกชนิดข้อมูล (Typological Analysis) หมายถึง ขั้นตอนของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในกรณีที่นักวิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว นักวิจัยจำเป็นต้องจัดระบบข้อมูลโดยอาศัยหลักเกณฑ์ ที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้น ซึ่งการจำแนกหรือการจัดกลุ่มข้อมูลนี้ แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) การจำแนกข้อมูลในระดับจุลภาค การจำแนกข้อมูลระดับนี้แบ่งเป็น 2 ประเภทย่อย ได้แก่ การวิเคราะห์คำหลัก (Domain Analysis) กับการวิเคราะห์สารระบบ (Taxonomy Analysis) การวิเคราะห์คำหลัก

หมายถึงการจำแนกจัดกลุ่มคำชุดหนึ่งให้อยู่ภายใต้คำอีกชุดหนึ่ง ซึ่งคำดังกล่าวนี้มีความหมายครอบคลุมคำชุดนั้น ๆ หรืออาจกล่าวได้ว่า การวิเคราะห์คำหลัก เป็นการจัดกลุ่มคำชุดหนึ่งให้อยู่ร่วมกันโดยอาศัยลักษณะความสัมพันธ์บางอย่างของคำแต่ละคำที่นำมาใช้จัดกลุ่ม ทั้งนี้ลักษณะความสัมพันธ์บางอย่างที่ว่านี้เป็นความสัมพันธ์เชิงวัฒนธรรมที่บุคคลแต่ละสังคมเป็นผู้จัดจำแนก

2) การจำแนกข้อมูลในระดับมหภาค การจำแนกข้อมูลในระดับมหภาค เป็นการจำแนกข้อมูลตามเหตุการณ์ (Event) หรือการวิเคราะห์เหตุการณ์ตามเรื่องราว (Event Analysis) ที่ปรากฏ หลังจากนั้นจะนำมาเขียนสรุปเป็นแบบแผนของความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล เพื่อเชื่อมโยงให้มีความสอดคล้องตามกรอบแนวคิด ทฤษฎี หรือตอบปัญหาของการวิจัยได้เหมาะสม พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลเป็นองค์ความรู้ที่ได้จากการสังเคราะห์การวิจัย

3) ใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ การแสวงหาความเชื่อถือของข้อมูลจากแหล่งที่ต่างกัน โดยใช้วิธีการตรวจสอบดังนี้

การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ได้แก่ การเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ละสนทนากลุ่ม เพื่อนำมาพิจารณาว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้สอดคล้องกันหรือไม่ หลังจากนั้นจะใช้การรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันจากบุคคลที่ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) ที่ได้คัดเลือกมาจากกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้และนำมาปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา

การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) ได้แก่ การตรวจสอบว่าถ้าใช้แนวคิดทฤษฎีที่แตกต่างกันไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลต่างกันมากน้อยเพียงใด

การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย ได้แก่ ข้อมูลจากผู้วิจัยที่ได้ศึกษาค้นคว้าวิจัยในเรื่องเดียวกันมาตรวจสอบว่าได้ข้อมูลที่ตรงกันหรือไม่ (Escalada & Heong, 2014)

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร

การติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่ต้องเกี่ยวข้องกับปัจจัย หรือ องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ อันได้แก่ ผู้ส่งข่าวสาร (Sender) ผู้รับข่าวสาร (Receiver) และตัวข่าวสาร (Message) องค์ประกอบทั้ง 3 เมื่อนำมารวมกันจึงเรียกว่าเป็นการติดต่อสื่อสาร (สร้อยตระกูล ดิวนานท์ และ อรรถมานะ, 2541) การสื่อสารยังเป็นกระบวนการถ่ายทอดที่ไม่หยุดนิ่ง มีการรับรู้และโต้ตอบ การถ่ายทอดสาระ (ข่าวสาร ข้อมูล ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก) และเป็นไปตามทักษะ ประสบการณ์ ความรู้ ความสนใจทั้งของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร โดยผู้รับสาร (ผู้ฟัง ผู้อ่าน) จะเป็นผู้ตีความ กำหนดความหมาย สิ่งที่ได้ยิน ได้เห็น ได้รับรู้ บางครั้งจึงพูดกันว่า “ผู้รับสาร คือ ผู้กำหนดสาร” คนฟังหลายคนก็จะตีความออกไปหลายทาง (เข้าใจไม่ตรงกัน) ซึ่งเป็นอุปสรรค หรือ ปัญหาในการสื่อสารที่เกิดขึ้นเสมอ ผู้ส่งสารจึงต้องระมัดระวังในการเสนอสาร โดยปรับให้เหมาะกับผู้ฟัง แต่มีได้หมายความว่าต้องแก้ไขสาระเป็นการเอาใจผู้ฟัง (กริช สืบสนธิ์, 2556) การสื่อสารยังเป็นการถ่ายทอดข้อมูลที่ก่อให้เกิดความหมายและความเข้าใจ ด้วยเหตุนี้ ความคิด ข้อค้นพบ หรือองค์ความรู้ที่สำคัญ แทบจะกล่าวได้ว่าไร้ประโยชน์หากไม่มีการถ่ายทอดที่นำไปสู่ความเข้าใจ (มณีวรรณ ฉัตรอุทัย, 2551)

เบอร์โล (Berlo, 1960) ได้นำเสนอแบบจำลององค์ประกอบการสื่อสาร ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ส่งสาร (Source, Sender) สาร (Message) ช่องทางการส่งสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) โดยที่เบอร์โลได้อธิบายว่าประสิทธิภาพของการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้มากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของแต่ละองค์ประกอบดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (Source) จะสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องประกอบไปด้วย คุณสมบัติ 5 ประการ ดังนี้

1.1 ทักษะการสื่อสาร (communication skills) หมายถึง ความสามารถทั้งในด้านการพูด การเขียน การอ่าน การฟัง และการใช้เหตุผล

1.2 ความรู้ (knowledge) คือความรู้ของข้อมูลข่าวสารในเรื่องของข้อมูลที่จะถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร

1.3 ทักษะคติ (Attitudes) เป็นความโน้มเอียงในการเข้าถึงแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ ทักษะคติต่อตนเอง ทักษะคติต่อเรื่องที่จะสื่อสาร และทักษะคติต่อผู้รับสาร

1.4 ระบบสังคม (social system) เป็นอิทธิพลของสังคมที่ส่งผลกระทบต่อบุคคล และพฤติกรรมในการสื่อสาร

1.5 วัฒนธรรม (Culture) เป็นขนบธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยม และความเชื่อซึ่งเป็นตัวกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมในการสื่อสารของมนุษย์

2. สาร (Message) หมายถึง ผลผลิตที่เกิดจากการเข้ารหัสของผู้ส่งสาร ประกอบไปด้วย

2.1 รหัสของสาร (Message code) เป็นกลุ่มของสัญลักษณ์ซึ่งต้องใช้แทนสิ่งต่าง ๆ ได้ เช่น ภาษาเขียน ภาษาพูด ภาษาท่าทาง รูปภาพ ดนตรี และรหัสของสารสามารถแบ่งส่วนประกอบได้ ดังนี้ 1) ส่วนประกอบย่อย ได้แก่ พยัญชนะ สระ วรรณยุกต์ และโครงสร้าง หมายถึง การนำส่วนประกอบย่อยของรหัสมารวมกันเป็นคำที่ใช้แทนหรือให้ความหมายสิ่งต่าง ๆ 2) เนื้อหาของสาร เป็นข้อความที่ต้องการจะสื่อความหมายแก่ผู้รับสารประกอบไปด้วย 2 ส่วนคือ ส่วนประกอบย่อย ได้แก่ กลุ่มคำที่ยังไม่ได้เรียบเรียงตามโครงสร้างและหน้าที่ทางไวยากรณ์ โครงสร้าง หมายถึง การเรียบเรียงลำดับของคำตามหลักไวยากรณ์ 3) การจัดเรียงลำดับของสาร หมายถึง การตัดสินใจเลือกและจัดลำดับของรหัสสารและเนื้อหา ซึ่งได้แก่ ข่าวสารที่จะนำเสนอให้เหมาะสมและสนองวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร

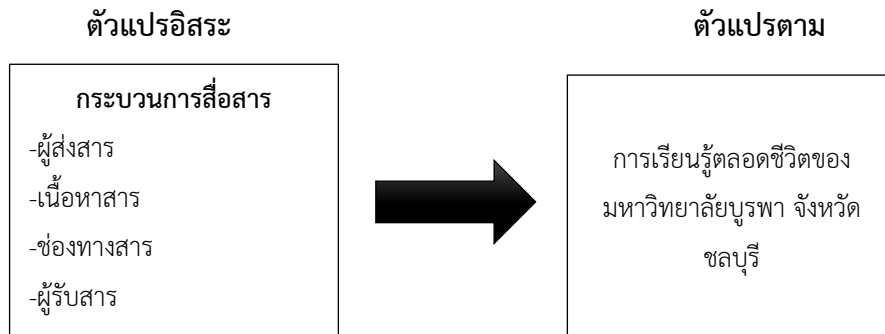
3. ช่องทางในการส่งสาร (Channel) ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ 1) ช่องสารที่เป็นตัวกลางในการนำสารจากผู้ส่งสารมายังผู้รับสารเช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สื่อออนไลน์ เป็นต้น 2) ช่องสารซึ่งเป็นสิ่งที่เป็นสื่อที่นำสารไปสู่ประสาทรับรู้ทั้ง 5 ของมนุษย์ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่น และการลิ้มรส 3) วิธีการเข้ารหัสและการถอดรหัสสารเช่น การใช้วิธีพูด หรือวิธีเขียน

4. ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง ความสามารถหรือทักษะในการสื่อสารของผู้รับสารในประเด็นต่างๆ ได้แก่ การถอดรหัส การแปลความสาร การคิดและใช้เหตุผล ภูมิหลัง ทักษะคติต่อผู้ส่งสาร สารและสื่อ พฤติกรรม การเปิดรับสื่อ รวมทั้งความสามารถในการแสดงปฏิกิริยาตอบกลับ

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการสื่อสารเป็นการสื่อสารความหมายในทางใดทางหนึ่ง มีลักษณะของการรับส่งสารผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ และเป็นกระบวนการของการส่งผ่านข่าวสาร เพื่อให้เกิด

ความเข้าใจกัน ทั้งที่เป็นข้อเท็จจริง ความคิด ความเห็น ความรู้สึก ทศนคติ และอารมณ์ ระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย อัน ได้แก่ ผู้ส่งข่าวสาร และผู้รับข่าวสาร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของมหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี พบว่า

1) ด้านผู้ส่งสาร (Sender) จากการให้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีประเด็นสำคัญของการเป็นผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารซึ่งเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยบูรพา คือ ผู้ส่งสารนั้นจะต้องเป็นผู้ที่มีองค์ความรู้ในศาสตร์วิชาที่ทำการเผยแพร่ โดยเฉพาะสื่อบุคคลเพราะเป็นสื่อที่มีความสำคัญมากต่อการนำเสนอเนื้อหาที่ผู้รับสารสามารถนำสิ่งที่ถ่ายทอดไปใช้ประโยชน์ได้ กล่าวคือผู้ส่งสารจะต้องสื่อสารในประเด็นเรื่องวิธีการเข้าถึงว่า สามารถเข้าถึงได้อย่างไร และประโยชน์ที่ผู้รับสารจะได้ โดยผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงว่า สิ่งที่ยกถ่ายทอดไปนั้น ทำอย่างไรให้ผู้รับสารซึ่งเป็นช่วงวัยที่ต้องมีการปรับตัว และมีการเข้าถึงสื่ออย่างรวดเร็ว สามารถรับรู้และเข้าใจในสิ่งที่ผู้ส่งสารสื่อสารออกไป หรืออาจกำหนดระยะเวลา ความถี่ ในการเผยแพร่ เพื่อให้เกิดกระบวนการจดจำ และความสนใจจากผู้รับสาร

2) เนื้อหาของสาร (Message) จากการให้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างพบว่า เนื้อหาของสารที่เผยแพร่ ควรเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับทักษะสำคัญที่จำเป็นต้องใช้ และสิ่งที่น่าสนใจ สถานที่ทำงานต้องการเมื่อจบการศึกษา มากกว่าการทำเนื้อหาให้เป็นวิชาการมากเกินไป รวมถึงการทำเนื้อหาให้น่าสนใจ เป็นภาพอินโฟกราฟิกใช้ตัวเลข หรือใช้การสัมภาษณ์ผู้ที่เป็นตัวแทนของผู้ที่เป็นนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยบูรพาว่า เมื่อจบการศึกษาออกไปทำงานแล้ว ทักษะใดที่องค์กรต้องการ เพื่อให้นักศึกษาได้เกิดการเตรียมพร้อมในการก้าวเข้าสู่การเรียนรู้จากสถานการณ์จริง เพราะเนื้อหาการเรียนรู้ตลอดชีวิต ต้องมีความแตกต่างจากเนื้อหาที่สามารถเรียนได้ในห้องเรียน นอกจากนี้ต้องทำการสำรวจถึงความต้องการของผู้รับสารด้วยว่า เนื้อหาอะไรที่ผู้รับสารสนใจ และ การนำเสนอควรเป็นอย่างไร มากกว่า การคิดแค่คนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพราะการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่มีประสิทธิภาพ คือ เนื้อหาที่เป็นช่วงแนะนำให้ผู้รับสารรู้ว่า เนื้อหานั้นเกี่ยวกับอะไร มากกว่าการใช้เนื้อหาที่เป็น Mass แล้วผู้รับสารเกิดการ Passive มากกว่า Active

3) ด้านช่องทางสาร (Channel) จากการให้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ช่องทางของสาร ควรเป็นการนำเสนอด้วยวิดีโอที่มีความยาวไม่มาก นำเสนอผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่ผู้รับสารเข้าถึงมากที่สุด ซึ่งอาจใช้เป็นการสำรวจถึงการเข้าสู่แอปพลิเคชันที่ผู้รับสารนิยมใช้ โดยต้องแบ่งเป็นสื่อสามแบบคือ สื่อที่เป็นทางการของมหาวิทยาลัยเช่น สื่อเว็บไซต์ ไลน์ เฟซบุ๊กเพจ ยูทูบ และสื่อที่ไม่เป็นทางการเช่น TikTok และสื่อดั้งเดิมเช่น สื่อบิลบอร์ด ป้ายโฆษณาบริเวณที่ทำให้สามารถมองเห็นได้ตลอดเวลา หรือแม้กระทั่งสื่อเคลื่อนที่ประกาศตามรถประจำทางผู้รับสารต้องใช้การโดยสารบ่อยครั้ง ก็เป็นช่องทางที่ทำให้เกิดการรับรู้และจดจำได้เป็นอย่างดีรวมถึงการทำเว็บไซต์ โดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการโต้ตอบสนทนา และสามารถเข้าถึงเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการเนื้อหาการเรียนรู้ตลอดชีวิต กรณีที่ผู้รับสารไม่เข้าใจในเนื้อหา ผู้สอนที่ทำหน้าที่ผลิตเนื้อหา สามารถเข้ามาตอบข้อสงสัยได้ ก็เป็นกระบวนการหนึ่งในการสร้างความสนใจให้กับผู้รับสาร

4) ผู้รับสาร (Receiver) จากการให้ข้อมูลของกลุ่มตัวที่เป็นผู้รับสารพบว่า ผู้ส่งสารควรเป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสารที่ใช้คำเสียงที่ไม่ราบเรียบ ต้องชวนให้น่าสนใจตั้งแต่เปิดประเด็นเนื้อหา เพราะผู้รับสารส่วนใหญ่อยู่ในวัยรุ่น และมีความสนใจที่ต่างกันไป ควรทำการสำรวจก่อนว่าเนื้อหาประเด็นใดที่ผู้รับสารสนใจ มากกว่าการคิดทำเนื้อหาขึ้นมาเอง เพราะการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต ต้องส่งเสริมจากสิ่งที่น่าสนใจ มากกว่าทำตามใจของฝ่ายผลิตเนื้อหา และใช้ช่องทางสื่อที่ผู้รับสารเข้าถึงได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และมีแรงจูงใจในการเข้าถึงสารเช่น การให้เล่นเกมส์ หรือ กิจกรรมกระตุ้นให้เกิดความสนใจ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในด้านผู้ส่งสาร สื่อบุคคลเป็นสื่อที่สำคัญที่สุดในการเผยแพร่ข้อมูลไปยังผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารจะต้องเป็นผู้ที่เชี่ยวชาญในเนื้อหาการนำเสนอ มีความชัดเจนในประเด็น และต้องเป็นการสื่อสารที่บอกถึงประโยชน์ที่ผู้รับสารจะได้รับ ดังที่งานวิจัยของ บุญคง สีเสน และคณะ (2559) ซึ่งได้ระบุถึงความสำคัญของผู้รับสารในงานวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พบว่า สื่อบุคคลนับว่าเป็นสื่อที่มีความสำคัญมาก เพราะต้องถ่ายทอดความรู้สึนึกคิดของตนเอง โดยผ่านวาจาหรือคำพูดไปยังผู้ฟัง หรือ ผู้รับสาร เช่นเดียวกับสิ่งที่ เพียงกมล เกิดสมศรี และปรีชา พันธุ์แน่น (2563) ระบุว่า การสื่อสารที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพคือ 1. Clear: คือ การสื่อสารที่ดีต้องมีความชัดเจนเรียงง่ายเมื่อสื่อออกไปยังกลุ่มเป้าหมาย 2. Consider: คือ การสื่อสารที่ดีต้องมีความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอด้านเนื้อหา 3. Consistency: คือ การสื่อสารที่ดีต้องมีความเสมอกันเสมอ

นอกจากนี้ในส่วนของเนื้อหาสารพบว่า เนื้อหาควรเป็นภาพอินโฟกราฟฟิก ใช้ตัวเลข หรือใช้การสัมภาษณ์ผู้ที่เป็ตัวแบบของผู้ที่ประสบความสำเร็จ ต้องทำการสำรวจถึงความต้องการของผู้รับสารด้วยว่า เนื้อหาอะไรที่ผู้รับสารสนใจ และ การนำเสนอควรเป็นอย่างไร มากกว่า การคิดแค่คนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพราะการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่มีประสิทธิภาพ คือเนื้อหาที่เป็นช่วงแนะนำให้ผู้รับสารรู้ว่า เนื้อหานั้นเกี่ยวกับอะไร มากกว่าการใช้เนื้อหาที่เป็น Mass แล้วผู้รับสารเกิดการ Passive มากกว่า Active ดังที่ เมธาวิน สารายาน (2564) กล่าวว่า การผลิตสื่อวีดิทัศน์ ต้องมีเนื้อหาการนำเสนอที่หลากหลายน่าสนใจครอบคลุมในกิจกรรมต่าง ๆ

เน้นการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดความน่าสนใจและอยากมีส่วนร่วมในกิจกรรม และใช้การสื่อสารที่ง่ายต่อการสร้างความเข้าใจและการจดจำซึ่งจะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม

ด้านช่องทางสาร พบว่า ช่องทางของสาร ควรเป็นการนำเสนอด้วยวิดีโอที่มีความยาวไม่มาก นำเสนอผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่ผู้รับสารเข้าถึงมากที่สุด ซึ่งอาจใช้เป็นการสำรวจถึงการเข้าสู่แอปพลิเคชันที่ผู้รับสารนิยมใช้ โดยต้องแบ่งเป็นสื่อสามแบบคือ สื่อที่เป็นทางการของมหาวิทยาลัยเช่น สื่อเว็บไซต์ ไลน์ เฟซบุ๊ก เพจยูทูบ และสื่อที่ไม่เป็นทางการเช่น TikTok และสื่อดั้งเดิมเช่น สื่อบิลบอร์ด ป้ายโฆษณาบริเวณที่ทำให้สามารถมองเห็นได้ตลอดเวลา ดังที่ไมตรี บัวศรีจันทร์และ เอกนถน บางท่าไม้ (2559) ที่กล่าวว่า แนวทางในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีช่องทางในการทราบข่าวสารการประชาสัมพันธ์ตามลำดับ ดังนี้ (1) Facebook (2) E-mail (3) เว็บไซต์ (4) บล็อก (5) เมสเซ็นเจอร์(คนส่งเอกสาร) (6) Twitter (7) เว็บบอร์ด ซึ่งการแบ่งช่องทางการเผยแพร่สื่อที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ จะทำให้ทราบและประเมินได้ว่าผู้รับสารเข้าถึงช่องทางใดมากกว่า และสามารถเผยแพร่ผ่านช่องทางดังกล่าวเพื่อให้เกิดการรับรู้ที่ถูกต้อง

ในส่วนของผู้รับสาร พบว่า ผู้ส่งสารควรเป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสารที่ใช้ซ้ำเสียงที่ไม่ราบเรียบ ต้องชวนให้น่าสนใจตั้งแต่เปิดประเด็นเนื้อหา เพราะผู้รับสารส่วนใหญ่อยู่ในวัยรุ่น และมีความสนใจที่ต่างกันออกไป ควรทำการสำรวจก่อนว่าเนื้อหาประเด็นใดที่ผู้รับสารสนใจ มากกว่าการคิดทำเนื้อหาขึ้นมาเอง ดังที่ กรรณิกา นาราชภูร (2564) ระบุว่า ผู้รับสาร (Receiver) ควรเป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสาร มีความรู้ มีทัศนคติที่ดีต่อผู้ส่งสาร เพื่อให้ผลในการสื่อสารกลับ มีความเข้าใจ ถูกต้อง รวมถึงมีพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้ส่งสารด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิกา นาราชภูร. (2564). กระบวนการสื่อสารเพื่อการเรียนรู้ภายในโรงเรียนของเด็กที่มีความบกพร่องทางการเรียนรู้. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 6(1), 17-24.
- บุญคง สีเสน และคณะ. (2559). กระบวนการสื่อสารแนวพุทธเพื่อพัฒนางาน ประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. *Journal of Research and Development Institute Rajabhat Maha Sarakham University*, 3(3), 159-171.
- มนีวรรณ ฉัตรอุทัย. (2551). *แนวคิดและหลักการบริหารคนเพื่อผลงาน*. กรุงเทพฯ: วีเจ.พรินติ้ง.
- มหาวิทยาลัยบูรพา. (2565). *ประวัติมหาวิทยาลัยบูรพา*. ค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2566, จาก <http://www.buu.ac.th/th/index.php?link=layoutbuu.php>
- เมธาวิณ สารยาน. (2564). การสร้างสรรค์สื่อวิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง อำเภอยาง่าง จังหวัดเพชรบุรี. *วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ*, 11(1), 1-12.
- ไมตรี บัวศรีจันทร์, เอกนถน บางท่าไม้. (2559). สภาพความต้องการและแนวทางในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับบุคลากรภายในสำนักงานอธิการบดีมหาวิทยาลัยมหิดล. *วารสารสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ*, 9(1), 470-482.

- ลักษณ์ สตะเวทิน. (2554). *สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: เพื่องฟ้าพรินต์.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2558). *แนวทางการจัดทำทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่เน้นสมรรถนะทางสาขาวิชาชีพ*. กรุงเทพฯ: สำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย.
- สุดศิริ หิรัญชุมหะ, หทัยรัตน์แสงจันทร์, ประณีต ส่งวัฒนา และวงจันทร์ เพชรพิเชฐเชียร. (2550). สมรรถนะทางวัฒนธรรมทางการพยาบาล: องค์ความรู้สู่ภาคปฏิบัติ. *วารสาร สภาการพยาบาล*, 22(1), 9-27.
- เสริมศรี สามารถกิจ. (2551). *ความคิดเห็นของนิสิตปริญญาตรีที่มีต่อระบบบริการการศึกษาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมหาวิทยาลัยบูรพา* (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อุทิศ บำรุงชีพ. (2559). การศึกษาความพึงพอใจ สภาพปัญหา และความต้องการของนิสิตที่มีต่อการบริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. *วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม*, 2(1), 175-187.
- เอกนถน บางท่าไม้. (2555). *หลักการประชาสัมพันธ์ เอกสารคำสอนวิชา 468208 ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา*. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Berlo, David K. (1960). *The Process of Communication*. New York: The Free Press.
- Escalada, M., & Heong, K. L. (2014). Focus group discussion. *Research Gate Journal*, 3, 178.