

มหาวิทยาลัยแพทยศาสตร์ วิทยาลัยการแพทย์ วิทยาลัยพยาบาล

แนวคิดหลัก

แนวคิดศาสตร์

KEY CONCEPTS IN
COMMUNICATION

พิมพ์ครั้งที่ 4

302.2
W1127
ค.3

พิมพ์โดย
เมตตา ธรรมานานกุล
สำนักพิมพ์ อเนกประสงค์

สารบัญ

สารบัญ

ภาคที่หนึ่ง พื้นฐานของกระบวนการสื่อสาร	1
1. ความหมายของการสื่อสาร (Communication)	3
2. กระบวนการและองค์ประกอบของการสื่อสาร (Communication Process and Elements)	7
3. ผู้ส่งสาร/ผู้รับสาร (Sender/Receiver)	11
4. เจตจำนงของผู้สื่อสาร (Communicator's Intent)	15
5. การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis)	19
6. สาร (Message)	23
7. สัญลักษณ์ (Symbol)	27
8. ช่องทางการสื่อสาร/สื่อ (Channel/medium/media)	29
9. ช่องทางการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Channel)	35
10. ช่องทางการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Channel)	39

11. เครือข่ายการสื่อสาร (Communication Network)	43
12. ปฏิกริยาตอบสนอง (Feedback)	45
13. สภาพแวดล้อมของการสื่อสาร (Communication Environment)	47
14. สิ่งรบกวนการสื่อสาร (Noise)	49
15. ผลของการสื่อสาร (Communication Effect)	53
ภาคที่สอง ประเภทและรูปแบบของการสื่อสาร	57
16. การสื่อสารภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Communication)	59
17. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)	61
18. การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication)	63
19. การสื่อสารแบบกึ่งกลาง (Medio Communication)	67
20. การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)	69
21. สื่อมวลชน (Mass Media)	75
22. การสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunication)	79
23. การสื่อสารเชิงอวัจนะ (Nonverbal Communication)	81
24. การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication)	83
25. ข่าว (News)	87
26. ข่าวลือ (Rumor)	91
27. การโฆษณา/การเผยแพร่ (Advertising/Publicity)	93
28. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)	97
29. การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda)	101
ภาคที่สาม จิตวิทยาและปริบททางสังคมของการสื่อสาร	103
30. การรับรู้ (Perception)	105
31. การเลือกรับรู้ (Selective Perception)	109

32. ความสนใจ (Attention)	111
33. ความเชื่อ/ทัศนคติ/ความคิดเห็น (Belief/Attitude/Opinion)	115
34. การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)	119
35. สังคมประกิตหรือการขัดเกลาทางสังคม (Socialization)	121
36. ความตื่นตระหนกของฝูงชน (Collective Excitement)	123
37. ประชาชาติ (Public Opinion)	127
38. กระบวนการประชาชาติ (Public Opinion Process)	131
39. สังคมมวลชน/วัฒนธรรมมวลชน (Mass Society/Mass Culture)	135
ภาคที่สี่ การสื่อสารมวลชน	139
40. ทฤษฎีสื่อสารมวลชน (Theories of the Press)	141
41. เสรีภาพของสื่อมวลชน (Freedom of the Press)	147
42. การเซ็นเซอร์ (Censorship)	151
43. นายทวารข่าวสาร (Gatekeeper)	153
44. กิจกรรมหลักของสื่อมวลชน (Major Mass Communication Activities)	157
45. หน้าที่ในการสร้างบรรทัดฐานของสังคม (Social Norm Function)	165
46. หน้าที่ในการให้สถานภาพ (Status-Conferral Function)	169
47. หน้าที่ด้านเสียในการทำให้เกิดความมึนเมา (Narcotizing Dysfunction)	171
48. ความใส่ใจเฉพาะตน (Privatization)	173 ✓
49. การเสริมหรือสนับสนุน (Supplementation)	175 ✓
50. เอกสิทธิ์ในการควบคุม (Monopolization)	177
51. การปูทางพฤติกรรม (Canalization)	179

52. อิทธิพลในการสร้างภูมิคุ้มกัน (Inoculation Effect)	181
ภาคที่ห้า ทฤษฎีและวิธีศึกษาวิจัยทางการสื่อสาร	183
53. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory)	185
54. ทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางสังคม (Social Categories Theory)	187
55. ทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (Two-Step Flow of Communication Theory)	189
56. ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders or Influentials)	191
57. เส้นโค้งแสดงการยอมรับนวัตกรรม (Adoption Curve)	195
58. การใช้และความพอใจต่อสื่อ (Uses and Gratification Approach)	199
59. การกำหนดประเด็นการรับรู้ข่าวสาร (Agenda-Setting)	201
60. ทฤษฎีสารสนเทศ (Information Theory)	203
61. ไชเบอร์เนติกส์ (Cybernetics)	205
62. วิธีสำรวจประชามติแบบโพล (Poll)	207
63. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)	211
64. การวิจัยทางการสื่อสาร (Communication Research)	215
65. อนาคตของทฤษฎีการสื่อสาร (The Future of Communication Theory)	221
บรรณานุกรม	225