

หัวข้อศิลปนิพนธ์	อำนาจ การสื่อสาร และการสร้างคำ
ผู้เขียน	นางสาวกมลรัศม์ คุรุทหิรัณย์
ปริญญา	ปริญญาศิลปบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)
อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัศนัย เศรษฐเสถียร

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง อำนาจ การสื่อสาร และการสร้างคำ มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อศึกษาวิธีการสื่อสารของบุคคลผู้ผลิตคำ ในการชักจูงผู้รับสื่อ (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสื่อต่อวลี และ สโลแกนที่ได้รับจากบุคคลผู้สร้าง (3) เพื่อสังเคราะห์ให้ได้สื่อเชิงวิพากษ์อำนาจ การสื่อสาร และการสร้างคำ โดยมีกรอบแนวคิดหลักในการศึกษา คือ แนวคิดสัญญศาสตร์ (Semiology) ทฤษฎีการสื่อสาร ความหมายของภาษา แนวคิดเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) และการสื่อสารกับการเมือง

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Dept Interviews) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ ตัวอย่างนักศึกษาที่ใช้บริการในหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มละ 4-5 คน และ กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาที่ผู้วิจัยคัดเลือกเพื่อสังเกตพฤติกรรมเชิงลึก จำนวน 5 คน ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กับผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์อายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 50 คน

จากการศึกษาอภิปรายผลได้ว่าในกระบวนการสื่อสารของบุคคลผู้ผลิตคำและการสื่อสารทางเมืองนั้น แม้จะมีกลวิธีในการสื่อสารที่แตกต่างกัน แต่สิ่งที่เหมือนกันคือจุดมุ่งหมายของการสื่อสาร กล่าวคือ บุคคลเหล่านี้ต้องการที่จะสื่อสารเพื่อโน้มน้าว ชักจูงประชาชนให้อยู่ในกรอบความเชื่อเดียวกัน ผ่านการกล่าวนโยบายและการหาเสียงที่วาดฝัน พฤติกรรมในการสื่อสารของบุคคลผู้ผลิตสารจะเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่ได้เผชิญ โดยช่วงเวลาที่การสื่อสารเข้มข้นมากที่สุดคือช่วงก่อนการรับตำแหน่ง เพราะเป็นช่วงเวลาที่มีการแข่งขันทางการสื่อสารสูงที่สุด ในส่วนของประชาชนผู้รับสาร การมีทัศนคติที่ตีร่วมกันระหว่างผู้รับและผู้ส่งสารจะช่วยเสริมให้การสื่อสารนั้นๆเป็นไปได้อย่างราบรื่น ท้ายที่สุดเมื่อกระบวนการสื่อสารนั้นจบลง หากผู้รับสารเห็นด้วยก็จะเกิดการส่งต่อข้อมูล และเป็นตัวแทนบุคคลผู้ผลิตการสื่อสารโดยการโน้มน้าวคนอื่นๆต่อ ในทางตรงกันข้ามหากผู้รับสารไม่เห็นด้วยในการสื่อสารนั้น ก็จะเกิดข้อโต้แย้งและการกล่าวโจมตีเพื่อแสดงจุดยืนทางความคิดว่าไม่เห็นด้วยต่อการสื่อสารนั้นๆ ดังนั้น กลวิธีในการพูดของผู้ส่งสาร จึงเป็นส่วนที่สำคัญมากในการกระบวนการสื่อสารทางการเมืองนี้

Thesis Title	The power of communication and the creation of words.
Author	Miss Kamonrak Kruthiran
Degree	Bachelor of Fine Arts (Media Arts and Design)
Thesis Advisor	Assistant Professor Tassanai Setthaseri,Ph.D.

ABSTRACT

The power of communication and the creation of work. The objectives of the study were 1) to investigate the communication strategies of politicians to convince people , 2) to investigate the audience's behavior on words,phases and slogans which received from the politicians , 3) to investigate synthesis type thinking about the power of communication and the creation of words. The concept ideas are the concept of semiology , communication theory , the meaning of languages , the concept of propaganda and the political communication.

The research used the qualitative research method for in-dept interviews that separated in 2 groups as 3 groups of the students who use the services in Chiang Mai University Library (CMUL) and 5 students who were selected by researcher to observe the behavior. In addition , the research used the quantitative research method in target group were 50 persons who use the social media by questionnaire.

The study results were discussed in communication strategies of politicians and the political communication. Despite the tactics of communication is different,but the same thing is the aim of the communication, i.e. the politician need to communicate in order to convince people to be in the same belief. Though the speech which is just like building castles in the air. The behavior in the communication of the the word's creator will change depending on the situation that they faced. The most intensive communication time is the period before accepting the position because it was a time that is the highest competition of communications. On the part of the audiences , positive attitude shared between the recipient and sender will help to communicate goes smoothly. Finally, when the communication process ended, If the audience agrees, the messages will be forwarded. As a representative to communicate by persuading others. On the other hand, the audience disagrees. It will be an argument and attacks to the presentation of ideas. So,the strategies of the communication are the most important part in the political communication.