

คณะ นิเทศศาสตร์ (Communication Arts)  
ภาควิชา / สาขาวิชา การสื่อสารการเมืองบูรณาการ (Political Communication)

### หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

- รหัส และ ชื่อวิชา  
รหัสวิชา นท.3704 (CM.3704)  
ชื่อวิชา การผลิตสื่อ สำหรับ องค์การการเมือง  
(Media Production for Political Organizations)
- จำนวนหน่วยกิต หรือ จำนวนชั่วโมง 3 หน่วยกิต (3-2-3)
- หลักสูตร และ ประเภทรายวิชา  
หลักสูตรระดับปริญญาตรี ประเภทวิชาเอกบังคับ การสื่อสารการเมืองบูรณาการ
- อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา และ อาจารย์ผู้สอน  
อาจารย์สุติน ชาวหินฟ้า
- ภาคการศึกษา หรือ ชั้นปีที่เรียน  
ภาคเรียนที่ 2 ของปีการศึกษา
- รายวิชาที่เรียนมาก่อน (Pre-requisite) ไม่มี
- รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) ไม่มี
- สถานที่เรียน วัน เวลา  
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
- วันที่จัดทำ หรือ ปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชา ครั้งล่าสุด เดือนมิถุนายน 2556

### หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมาย และ วัตถุประสงค์

- จุดมุ่งหมายรายวิชา

1.1 เพื่อให้ นักศึกษา มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับ แนวคิดการสื่อสาร การเผยแพร่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์ ผ่านสื่อประเภทต่างๆ ภายใต้อหลักปรัชญาการเมืองสากล ระบบการเมืองแบบตัวแทน (political agency) และ การเมืองแบบประชาชนมีส่วนร่วม (participative politics)

1.2 เพื่อให้นักศึกษา สามารถวิเคราะห์ ปัจจัย-องค์ประกอบ-การสื่อสาร และกลยุทธ์ในการใช้สื่อประเภทต่างๆ ขององค์กรการเมือง ทั้งภาครัฐ (government org.) ภาคเอกชน (non-government org.) และ ภาคชุมชน-เครือข่ายชุมชน (community-social network)

1.3 เพื่อให้นักศึกษา สามารถสังเคราะห์ หลักทฤษฎีการสื่อสาร (communication theory) แนวคิดสร้างสรรค์ (creativity) และ ยุทธศาสตร์การใช้สื่อ ที่เหมาะสมกับสภาพปัญหาการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของประเทศไทย ในการสร้างภาพลักษณ์ (image) คุณสมบัติ (property) คุณภาพ (quality) และนโยบาย (policy) ของ องค์กรการเมือง และนักการเมือง ในระดับต่างๆ

1.4 เพื่อให้นักศึกษา สามารถผลิต นำเสนอ และ ประเมิน คุณลักษณะ คุณภาพ และความเหมาะสมของสื่อเหล่านั้น ภายใต้ หลักนิเทศศิลป์-นิเทศศาสตร์ (audio-visual communications) หลักจิตวิทยาการสื่อสาร หลักจริยธรรม-ปรัชญาการเมือง และ หลักเศรษฐกิจพอเพียง

## 2. วัตถุประสงค์ ในการพัฒนา / ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษา สามารถประยุกต์ใช้หลักการ วิเคราะห์ สังเคราะห์ ประเมินค่า ในกระบวนการผลิตสื่อ ให้เหมาะสมกับ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ทรัพยากร และ ภาวะทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ตลอดจนผลกระทบต่อระบบสุขภาพโดยรวม

2.1 วิเคราะห์ สังเคราะห์ (1) **ด้านปรัชญา แนวคิด ทฤษฎี** (philosophy-principle-theory ) ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรม (2) **ด้านการสื่อสาร** (communication) (3) **ด้านเทคโนโลยี** โทรคมนาคม การขนส่ง พลังงาน จักรกล ไฟฟ้า-แม่เหล็กไฟฟ้า-ดิจิทัล นวัตกรรมชีวภาพ อาหาร สุขภาวะ สิ่งแวดล้อม (4) **ด้านการบริหารจัดการ ศักยภาพและทรัพยากร** มนุษย์ เครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ เทคโนโลยี การสื่อสาร

2.2 ประเมินค่า (1) ด้านอารมณ์เชิงปัญญา (intelligence emotion) (2) ด้านความคิดสร้างสรรค์ (creative thinking) เชิงนวัตกรรม ความงาม ประโยชน์ใช้สอย (3) ด้านเศรษฐกิจพึ่งตน ชุมชนเข้มแข็ง หรือ หลักเศรษฐกิจพอเพียง (เข้าใจ-เข้าถึง-พัฒนา)

2.3 กระบวนการผลิต (1) **ขั้นวางแผน** (pre-production) (2) **ขั้นปฏิบัติการผลิต** (production) (3) **ขั้นเผยแพร่** (post-production and publicity)

2.4 เกณฑ์ความเหมาะสมของสื่อ (สื่อเป็นกลาง) ตามหลักจริยธรรม 9 ประการ และ หลักแห่งนวัตกรรม พลัง สื่อ สาร 10 ประการ

### หมวดที่ 3 ลักษณะ และการดำเนินการ

#### 1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษา หลักปรัชญาการเมืองสากล ระบบการเมืองแบบตัวแทน (political agency) และการเมืองแบบมีส่วนร่วม (participative politics) ที่มีอิทธิพล ต่อ แนวคิดการสื่อสาร เพื่อการเผยแพร่การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์ ทางการเมือง และสาธารณะ

ศึกษาเปรียบเทียบ การสื่อสารของ องค์กรการเมือง ทั้งภาครัฐ (government org.) ภาคเอกชน (non-government org.) และ ภาคชุมชน-เครือข่ายชุมชน (community-social network) ด้านภาพลักษณ์ (image) คุณสมบัติ (property) คุณภาพ (quality) แนวคิดทฤษฎี (theory) และนโยบาย (policy) ที่นำไปสู่การกำหนด กลยุทธ์สื่อ (strategic media)

ศึกษา สถานการณ์ และ กลยุทธ์การสื่อสาร ของสถาบันการเมือง และ องค์กรการเมือง เพื่อเป็นกรณีศึกษา ในการออกแบบและวางแผนสื่อ

เพื่อให้นักศึกษา สังเคราะห์ หลักคิด ทฤษฎี แนวคิดสร้างสรรค์ ด้านปรัชญา วิทยาศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และสุนทรียศาสตร์ ในการผลิตสื่อประเภทต่างๆ สำหรับใช้ในงานสื่อสารการเมือง (การเผยแพร่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และ การรณรงค์)

ศึกษาและปฏิบัติ การออกแบบ วางแผนสื่อ งานสื่อสารการเมือง เพื่อสนับสนุนนโยบาย และ ยุทธศาสตร์การเมือง รวมทั้งการใช้เทคนิค และจิตวิทยาการสื่อสารในเชิงการเมือง ภายใต้ (1) หลักนิเทศศิลป์-นิเทศโสตทัศน (audio-visual communication) และ หลักจิตวิทยาการสื่อสาร (2) หลักจริยธรรม-ปรัชญาการเมือง และ (3) หลักเศรษฐกิจพอเพียง

#### 2. จำนวนเวลาที่ใช้ ต่อภาคการศึกษา (ชั่วโมง / คาบเวลา) <sup>[1]</sup>

บรรยาย	สอนเสริม	การฝึกปฏิบัติงาน	การศึกษาด้วยตนเอง
2 ชั่วโมง ต่อสัปดาห์ (จำนวน 14 สัปดาห์)	ไม่มี	3 ชั่วโมง ต่อ สัปดาห์ โดยให้คำปรึกษาภาคปฏิบัติ	แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ผ่านสื่อออนไลน์

3. จำนวนชั่วโมง ต่อสัปดาห์ ที่อาจารย์ให้คำปรึกษา และ แนะนำทางวิชาการ แก่นักศึกษา เป็นรายบุคคล จำนวน 9 คาบ หรือ 8 ชั่วโมง ต่อสัปดาห์

<sup>1</sup> วิชานี้มีหน่วยกิตการเรียน 3 หน่วยกิต ใช้เวลาศึกษา จำนวน 16 สัปดาห์ รวม 74 ชั่วโมง คิดเป็นสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ครั้งละ 5 ชั่วโมง โดยที่ สัปดาห์ที่ 1 – 14 เป็นกิจกรรมบรรยาย และ การฝึกปฏิบัติ (แต่ละครั้ง จะใช้เวลาบรรยาย ไม่น้อยกว่า 2 ชั่วโมง ที่เหลือ เป็นเวลาฝึกปฏิบัติงาน หรือการฝึกงาน และ การศึกษาด้วยตนเอง) สัปดาห์ที่ 15 – 16 ประเมินผล และสอบปลายภาค

## หมวดที่ 5 แผนการสอน และการประเมินผล

### 1. แผนการสอน

#### 1.1 เนื้อหา และ สาระสำคัญ

##### บทที่ 1 การสื่อสาร และ ทักษะการสื่อสาร

- (1) องค์ประกอบ และ ปัจจัยการสื่อสาร
- (2) เครื่องมือการสื่อสาร (communication tool) และ การสื่อสารการเมือง
- (3) บทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสาร
- (4) ปัจจัยด้านความเสี่ยงในการสื่อสาร
- (5) กลยุทธ์สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อออนไลน์ ในยุคโลกาภิวัตน์
- (6) หลักนิเทศศิลป์-นิเทศศาสตร์ (audio-visual communications) และ หลักจิตวิทยาการสื่อสาร

##### บทที่ 2 สื่อ และการสื่อสารมวลชน

- (1) ประเภทสื่อ ลักษณะ ความสำคัญ
- (2) บทบาท การแข่งขันด้านสื่อ และ ผลกระทบ
- (3) การวางแผนสื่อ ในงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และ การรณรงค์
- (4) การเลือกใช้สื่อมวลชน ในงานการเมือง และ การบริการสาธารณะ
- (5) ปัญหาและโอกาส การเลือกกลยุทธ์สื่อ ในประเทศไทย

##### บทที่ 3 การสื่อสารการเมือง

- (1) ลักษณะ ความหมาย คำสำคัญเกี่ยวกับ การสื่อสารการเมือง
- (2) ปรัชญา แนวคิด ในการดำเนินงานทางการเมือง  
จริยธรรม-อำนาจ  
ความยุติธรรม-ความเป็นกลาง  
ความชอบธรรม-เผด็จการ  
ระบบชนชั้นในสังคมไทย สื่อ-เทคโนโลยี-การสื่อสาร
- (3) ระบบการเมืองแบบตัวแทน (agency politics) และ การเมืองแบบมีส่วนร่วม (participative politics)
- (4) หลักประชาธิปไตย (publicitization) และ เศรษฐกิจพอเพียง (เข้าใจ-เข้าถึง-พัฒนา)
- (5) ปัจจัยทางการเมือง และ การประเมินผลทางการเมือง

บทที่ 4 การดำเนินงาน สื่อสารการเมือง (operating political communication)

- (1) ปัจจัยการดำเนินงานทางการเมือง
  - ขอบข่าย องค์ประกอบ ของงานการเมือง
  - ประเภทขององค์กรการเมือง กิจกรรมทางการเมือง
  - การวิเคราะห์ปัญหา แนวนโยบาย
- (2) กลยุทธ์สื่อ (strategic media)
  - หลักการ แนวคิดทฤษฎี (principle)
  - ภาพลักษณ์ (image) คุณสมบัติ (property) คุณภาพ (quality) และ นโยบาย (policy)
- (3) กลยุทธ์สื่อสารการเมือง (strategic for political communication)
  - ยุทธการ สงครามสื่อ (กรณีศึกษา กลุ่ม นปช. กับ กลุ่ม พทม.)
  - การรณรงค์ ความสัมพันธ์ทางการเมือง (กรณีศึกษา คดีการเมืองสำคัญ)
  - การบริหารจัดการสังคมสื่อ ข่าวสาร (กรณีศึกษา ปัญหาความไม่สงบในภาคใต้ของไทย)
- (4) การบริหารจัดการ การวางแผนสื่อ เพื่อการเผยแพร่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์ (กรณีศึกษา การพัฒนาศักยภาพคนไทย คู่ AEC และ ข้อตกลง GATS)
- (5) การประเมิน สื่อการเมือง

บทที่ 5 การผลิตสื่อการเมือง เพื่อสันติภาพ และ ความมั่นคง

(politics media planning for peace and stabilized)

- (1) วิเคราะห์ขอบข่าย เป้าหมาย บทบาท ของสื่อ และ กิจกรรม
- (2) การจัดทำแผนงาน โครงการ กิจกรรม (planning)
  - โครงสร้างองค์กร การบริหาร และการพัฒนาบุคลากร
  - แผนงานผลิตสื่อ-การประชาสัมพันธ์
  - แผนงานวิจัย-การประเมินคุณภาพ
  - แผนการดำเนินงาน-แผนงบประมาณ
  - ผลกระทบและความยั่งยืน

บทที่ 6 กระบวนการผลิต และการนำเสนอ

- (1) การใช้เครื่องมือ และเทคโนโลยีการผลิต
- (2) การนำเสนอ และการประเมินสื่อที่ผลิต

## 1.2 กิจกรรม

สัปดาห์ ที่	เนื้อหา สาระสำคัญ	เวลา (ชั่วโมง)	กิจกรรม สื่อการเรียน
1	บทที่ 1 การสื่อสาร และ ทักษะการสื่อสาร (1) – (2)	5	- แนะนำรายวิชา เนื้อหา สื่อ เครื่องมือ และ กิจกรรมการเรียน - บรรยาย บทที่ 1 (1) – (2)
2	บทที่ 1 การสื่อสาร และ ทักษะการสื่อสาร (3) – (6)	5	- บรรยาย บทที่ 1 (3) – (4) – (5) – (6) วิเคราะห์ รูปแบบโครงสร้างสื่อ
3	บทที่ 2 สื่อ และการสื่อสารมวลชน (1) – (2) – (3)	5	- บรรยาย บทที่ 2 วิเคราะห์ เนื้อหา ความคิดสร้างสรรค์ - ปฏิบัติการเขียนแผนการผลิต
4	บทที่ 2 สื่อ และการสื่อสารมวลชน (4) – (5)	5	- บรรยาย บทที่ 2 วิเคราะห์ SWOT สื่อ กลยุทธ์ นำเสนอแผนการผลิตสื่อ
5	บทที่ 3 การสื่อสารการเมือง (1) – (2) – (3)	5	- บรรยาย บทที่ 3 (1) – (2) – (3) วิเคราะห์ ทฤษฎี แนวคิด
6	บทที่ 3 การสื่อสารการเมือง (4) – (5)	5	- บรรยาย บทที่ 3 วิเคราะห์ ทฤษฎี แนวคิด และ ประเมินสื่อ ขององค์กรการเมืองในปัจจุบัน
7	บทที่ 4 การดำเนินงาน สื่อสารการเมือง (1) – (2)	5	- บรรยาย บทที่ 4 (1) – (2) วิเคราะห์ ทฤษฎี แนวคิด
8	บทที่ 4 การดำเนินงาน สื่อสารการเมือง (3) – (4) – (5)	5	- บรรยาย บทที่ 4 (3) – (4) – (5) วิเคราะห์ แนวนโยบาย แนวปฏิบัติ
9	บทที่ 5 การผลิตสื่อการเมือง เพื่อสันติภาพ และ ความมั่นคง (1) – (2)	5	- บรรยาย บทที่ 5 (1) – (2) สังเคราะห์ แผนปฏิบัติ แผนงานผลิต
10	กิจกรรม workshop	5	- ปฏิบัติการ ผลิตสื่อ
11	กิจกรรม workshop	5	- การนำเสนอ และ การกำหนดเกณฑ์การประเมินสื่อ และกลยุทธ์

สัปดาห์ ที่	เนื้อหา สาระสำคัญ	ชั่วโมง. นาที	กิจกรรม สื่อการเรียน
12	บทที่ 6 กระบวนการผลิต และการนำเสนอ (1) – (2)	5	– บรรยาย บทที่ 6 (1) – (2) – การประเมินสื่อ และ กลยุทธ์
13	กิจกรรมเสวนา สื่อเพื่อสันติภาพ และ ความมั่นคง (กรณีศึกษา)	5	– ปฏิบัติการ เวทีเสวนา
14	กิจกรรมเสวนา วิชาชีพสื่อสารการเมือง สำหรับสังคมไทย	5	– สรุปสาระสำคัญ และ การประเมินกิจกรรม การเรียนรู้ ประมวลองค์ความรู้และทักษะต่างๆ ในการผลิตสื่อ เพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และ การสื่อสารการตลาด แนวทางการสอบ วัดผล แนวทางอาชีพ
15-16	สอบปลายภาค	4	
	รวม (16 สัปดาห์)	74	

## 2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ที่	เนื้อหา กิจกรรม	วิธีการ / เครื่องมือ	สัปดาห์ที่ ประเมิน	สัดส่วน (ร้อยละ)
1	โครงการผลิตสื่อ (งานกลุ่ม)	การวิเคราะห์ โครงการ กระบวนการผลิต และ การประเมินสื่อ <sup>2</sup> โดยใช้เกณฑ์วัด ระดับคุณภาพ 5 ระดับ	3, 10, 12	25
2	งานที่ได้รับมอบหมาย (งานส่วนบุคคล)	การประยุกต์ใช้ หลักนิเทศศิลป์-นิเทศศาสตร์ และ จิตวิทยาการสื่อสาร โดยใช้เกณฑ์วัดระดับคุณภาพ- ศักยภาพ 5 ระดับ	4, 11	25
3	กิจกรรมการมีส่วนร่วม ในชั้นเรียน สื่อออนไลน์	การตอบสนองกิจกรรม กฎเกณฑ์ต่างๆ โดย ใช้เกณฑ์วัดระดับคุณภาพ-ศักยภาพ 5 ระดับ	10 ครั้ง (โดยการสุ่ม)	20
4	สอบปลายภาค	แบบทดสอบ ใช้ใช้เกณฑ์วัดระดับคะแนน	15-16	30
		รวม		100

<sup>2</sup> คู่มือการประเมินสื่อ ในผนวก หมายเลข 05

## หมวดที่ 5 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

### 1. ตำรา และ เอกสารหลัก

รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2537). **การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.

วาสนา สุขกระสานติ. (2541). **โลกของคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ (World of Computer and Information)**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. เอกสารการสอนชุดวิชา **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์**. หน่วยที่ 1-7

สุติน ชาวหินฟ้า. (2552). สไลด์ประกอบคำบรรยาย การสื่อสารการเมือง ชุด **news politics**. Microsoft Power Point, 6 files.

### 2. เอกสาร และ ข้อมูลสำคัญ

ทิพาวดี เมฆสวรรค์. (2551). **คู่มือการประเมินคุณภาพเนื้อหา รายการโทรทัศน์** (โครงการวิจัยและพัฒนา ระบบประเมินคุณภาพเนื้อหาสื่อ สนับสนุนโดย กระทรวงวัฒนธรรม). (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก: E-Book / ME live, <http://www.me.in.th/ebook/>

นันทนา นันทวิโรภาส. (2549). **ชนะเลือกตั้งด้วยพลังการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: ขอคิดด้วยคน.

สุนัย เศรษฐบุญสร้าง. (2550). **แนวทางปฏิบัติ 7 ขั้น สู่วิถีเศรษฐกิจพอเพียง**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ซีเค็ดยูเคชั่น.

สุติน ชาวหินฟ้า. (2550). “การจัดการคุณภาพ ระหว่าง จริยธรรม กับ อำนาจ ท่ามกลาง ความแตกต่าง และ ความขัดแย้ง ในสังคม.” **วารสารร่วมฤกษ์** ปีที่ 25 ฉบับที่ 3 เดือนมิถุนายน-กันยายน 2550, มหาวิทยาลัยเกริก. น.123. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก: Intelligence good media network, [http://www.igoodmedia.net/@author/01\\_article&research/2007\\_ethic/index.html](http://www.igoodmedia.net/@author/01_article&research/2007_ethic/index.html)

สุติน ชาวหินฟ้า. (2554). **คอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสารมวลชน**. (เอกสารการเรียนวิชา คอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสารมวลชน).

เสถียร เขยประทับ. (2551). **การสื่อสาร การเมือง และประชาธิปไตยในสังคมพัฒนาแล้ว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

### 3. เอกสาร และ ข้อมูลแนะนำ

ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์, อริสรา กำธรเจริญ และ อัจฉรา ปัทมานวงศ์. (2547). ผลงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในกรุงเทพมหานคร.”



- คณิน บุญสุวรรณ. (2547). **7 ปีปฏิรูปการเมือง: หนีเลื้อยประจระเข้?**. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ, 2547.
- ไชยันต์ ไชยพร. (2541). “ชีวิตและความตายของปรัชญาการเมืองในยุควิทยาศาสตร์” **รัฐศาสตร์สาร**. ปีที่ 20, ฉบับที่ 3 (2541) : หน้า 1-33.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2548). **คนชั้นกลางไทยในกระแสทุนนิยม**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พฤทธิสถาน ชุมพล, ม.ร.ว. 2540. **ระบบการเมือง : ความรู้เบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 4, กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร (Principles and Theories of Communication)**.หน่วยที่ 1. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2541.
- ยอร์จ อี. เบลช และ ไมเคิล เอ. เบลช (George E. Belch and Michael A. Belch) **จิตวิทยา พงศกรรังศิลป์ แพลดและเรียบเรียง. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion an IMC Perspective)**. กรุงเทพมหานคร: ท้อป, 2548.
- วิภา อุดมฉันท. (2546). **ปฏิรูปสื่อเพื่อสังคม : หลักคิดและบทเรียนจากนานาประเทศ**. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพมหานคร : ไอคอน พรินติ้ง.
- วิทยากร เชียงกูล. (2548). **ปรัชญาการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ที่ทุกคนควรรู้**. กรุงเทพมหานคร: สายธาร.
- สมควร กวีส. **ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ใหม่ การสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ (Integrated Organizational Communication)**. กรุงเทพมหานคร : โอเคเอ็นเอสโตร์, 2547.
- สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์. (2555). **ระเบียบโลกใหม่ (New World Order)**. กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์พรินติ้งฯ.
- สังคีต พิริยะรังสรรค์ และคณะ. (2547). **คอร์รัปชัน: ข้าราชการ นักการเมือง และนักธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันปรึกษาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติ.
- สังคีต พิริยะรังสรรค์. (2549). **ทฤษฎีคอร์รัปชัน**. กรุงเทพมหานคร: ร่วมด้วยช่วยกัน.
- สุนัย เศรษฐบุญสร้าง. (2551). **กระบวนทัศน์ใหม่ของการพัฒนาและแก้ปัญหาความยากจนตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (กรณีศึกษากลุ่มบริษัทของชาวอโศกในประเทศไทย)**. กรุงเทพมหานคร: ฟ้าอภัย.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2556). **โลกเปลี่ยน ไทยปรับ**. สมุทรปราการ : คับบลิงพีเอส.
- ไสว บุญมา. (2555). **ประชานิยม ทางสู่ความหายนะ**. กรุงเทพมหานคร : โพสต์ พับลิชชิง.

เอก ตั้งทวีพัฒน์. (2548). “การเมืองหลังเลือกตั้งปี 2548:

เผชิญประชานิยมหรือประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม” รัฐศาสตร์สาร. ปีที่ 16 ฉบับที่ 2 (หน้า 1 – 34).

McNair, Brian. 1999. **An Introduction to Political Communication**. 2nd edition,  
New York: Routledge

4. เว็บไซต์ และสื่อออนไลน์

<http://www.igoodmedia.net>

[www.facebook.com/sudin.chaohinfa](http://www.facebook.com/sudin.chaohinfa)

e-mail: [sudin.expert@yahoo.com](mailto:sudin.expert@yahoo.com)



## ผนวก

## (01) จรรยาบรรณ ของวิชาชีพสื่อมวลชน

1. พึงตระหนักในความรับผิดชอบต่อทุกเรื่องที่น่าเสนอทางสื่อมวลชน
2. พึงเสนอข่าวตามที่มีหลักฐาน ถ้าหากภายหลังพบว่าผิดพลาด พึงแก้ไขด้วยความรับผิดชอบ
3. พึงเสนอความรู้รอบตัวที่มีคุณประโยชน์ต่อคนจำนวนมาก โดยพิจารณาจากเหตุผล มีข้อมูลตามความต้องการของธุรกิจสื่อมวลชนแต่เพียงอย่างเดียว
4. พึงเสนอความบันเทิงที่ไม่เป็นพิษเป็นภัย ถ้าจำเป็นก็พึงแยกประเภทของผู้ชมและประกาศให้ทราบ
5. พึงเสนอเป้าหมายของสังคมไทย โดยสนับสนุนการธำรงชาติ ศาสนา สถาบันกษัตริย์และระบบประชาธิปไตย
6. พึงสุจริตต่อหน้าที่โดยไม่ยอมรับอำมริตสินจ้างให้บิดเบือนเจตนารมณ์ของตนเอง
7. พึงงดเว้นอบายมุขต่างๆ อันจะนำไปสู่การเสียอิสรภาพในการประกอบอาชีพด้านนี้
8. พึงงดเว้นการใช้สื่อมวลชนเพื่อการกลั่นแกล้งหรือการแก้แค้น
9. ไม่พึงยอมให้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือของผู้ใดผู้หนึ่งที่มีเป้าหมายมิชอบ
10. พึงส่งเสริมให้อำนาจทุกฝ่ายตามรัฐธรรมนูญ มีเสรีภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของตนตามกฎหมาย
11. พึงถือว่าเกียรติและบุคลิกภาพของตนอยู่เหนือสิ่งใดทั้งหมด
12. พึงกล้าชี้ข้อตำหนิในสังคมด้วยความบริสุทธิ์ใจ

## (02) หลักจริยธรรม 9 ประการ

คือ หลัก หรือ เกณฑ์ที่ใช้ประเมิน การยอมรับ หรือ ปฏิเสธ ความชอบธรรม ของสื่อ และ สื่อบุคคล มี 9 คู่ หรือ 9 ลำดับ คือ

1. จริง – เท็จ สื่อนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ที่เป็นจริง หรือ เป็นเท็จ
2. ประโยชน์สุข – โทษทุกข์ สื่อนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ที่เป็นประโยชน์สุข หรือ โทษทุกข์ ต่อประชาชน
3. ถูก – ผิด สื่อนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ถูกต้อง หรือ ผิดเพี้ยนจากความเป็นจริง หรือ ความจริง
4. ดี – ชั่ว สื่อนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร หรือแสดงจุดยืน ที่ขัดต่อหลักศีลธรรม หรือ ไม่ (จุดแบ่ง ดี ชั่ว คือ หลักศีลธรรมอันดีของประชาชน)
5. คิลปะ – อนาจาร สื่อนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ที่เป็น คิลปะ หรือ อนาจาร (จุดแบ่ง “คิลปะ” กับ “อนาจาร” คือ การรับรู้ ตีความ และความรู้สึก ที่เกิดแก่ผู้รับสาร ว่า เพิ่มกิเลส (ราคะ โทสะ โมหะ) หรือ ลดกิเลส)
6. สาระ – ไร้สาระ สื่อนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ที่มีสาระ หรือ ไร้สาระ (ความเป็น “สาระ” วัดจากผลที่เกิดขึ้น ที่เป็น จริง ประโยชน์ ถูก ดี คิลปะ)
7. เทียงธรรม – ลำเอียง สื่อนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ที่มีจุดยืนเพื่อความเที่ยงธรรม (จริง ประโยชน์ ถูก ดี คิลปะ สาระ) หรือ ลำเอียง (เท็จ โทษทุกข์ ผิด ชั่ว อนาจาร ไร้สาระ)
8. เหมาะควร – ไม่เหมาะสม สื่อนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ที่เหมาะสม (จริง ประโยชน์ ถูก ดี คิลปะ สาระ เทียงธรรม) หรือ ไม่เหมาะสม (เท็จ โทษทุกข์ ผิด ชั่ว อนาจาร ไร้สาระ ลำเอียง)
9. หมต (สุญญะ) – เหลือ เป็นตัวชี้วัดสุดท้าย ของความเป็นสื่อ และสื่อบุคคล ที่แสดงจุดยืนในความชอบธรรม ว่ามีความสะอาดหมดจด (สุญญะ) หรือ ยังเหลือความไม่ชอบธรรมเล็กๆ น้อยๆ อยู่เท่าใด

การตัดสิน เรียงตามลำดับ จาก 1. – 9. ผั่งซ้าย ยอมรับ ผั่งขวา ปฏิเสธ

### (03) หลักสัมมาปัญญา 4 ประการ

อารมณ์อุคตมปัญญา (i-emotion: intelligence emotion) คิดฉลาดสร้างสรรค์ (i-thinking: intelligence thinking) ปัญญาสร้างสรรค์ (i-creativity: intelligence creativity) ของเราปัญญา (i-action: intelligence action) รวมกัน เรียกว่า igood (intelligence good)

เกณฑ์ตัดสินเลือก ข้อความสื่อสาร (message) ที่จะนำไปใช้ ในงานสื่อสาร คือ คุณสมบัติ และคุณภาพ ของ ข้อความสื่อสาร (message) มีพลัง มีอำนาจ เพียงพอ ที่จะก่อให้เกิด สัมมาปัญญา (intelligence good) แก่ผู้รับสาร ได้แก่

(1) อารมณ์อุคตมปัญญา (i-emotion: intelligence emotion) คือ ความมั่นคงของอารมณ์ ที่จะไม่อ่อนไหว ไปตามแรงยั่วยุ หรือ แรงกดดัน ที่จะก่อให้เกิด การละเมิดกฎเกณฑ์ทางสังคม 4 ระดับ คือ ประพฤติผิดกติกาสังคม ประพฤติผิดกฎหมาย ประพฤติผิดคุณธรรม-จริยธรรม ประพฤติผิดศีลธรรม (หมายความว่า การสะกดกั้น พฤติกรรมการละเมิดทุกระดับ ต้องเริ่มต้นที่ ความคิด หากคิดผิด คิดชั่ว ก็ไม่ควรให้เกิดขึ้น แต่ถ้าเกิดขึ้น ต้องระงับ และอย่าให้แสดงออกทางการกระทำ)

(2) คิดฉลาดสร้างสรรค์ (i-thinking: intelligence thinking) คือ คิดฉลาด เมื่อประสบกับปัญหา ทำท่ายให้ตัดสินเลือกข้าง หรือต้องกระทำ หรือละเว้น คิดฉลาดสร้างสรรค์ มีลำดับความคิด 9 ชั้น (4 คู่ + 1) ได้แก่ ถูก-ผิด จริง-เท็จ ประโยชน์-โทษ ดี-ชั่ว (4 คู่นี้ คือเกณฑ์ทางกายภาพ) ศิลปะ-อนาจาร สาระ-ไร้สาระ เทียงธรรม-ลำเอียง เหมาะ-ไม่เหมาะสม (4 คู่นี้ คือเกณฑ์ทางจิตภาพ) และ หมด-เหลือ หรือ สุญญาตา-อนุภาทิ

(3) ปัญญาสร้างสรรค์ (i-creativity: intelligence creativity) คือ คิดสร้าง (production) และ รู้จักใช้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมต่างๆ (technology and innovation) มาใช้สร้างสรรค์ สื่อ (media) กิจกรรม (activity-event) กิจการ (business) พิธีกรรมต่างๆ ทางสังคม (traditional) “เลือกสรร-ส่งเสริม-สร้าง-สื่อสาร-ซ่อมแซม/รักษา”

(4) ของเราปัญญา (i-action) หรือ "ความรู้ ทำให้องอาจ" คือ ผลของ ปัญญาทั้ง 3 ข้อ ที่จะก่อให้เกิด ภาพภาพ 5 ประการ ในชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม คือ อิสระเสรีภาพ (independence/freedom) สมรรถภาพ (ability/potency/efficiency) ภราดรภาพ (charity/brotherhood) สันติภาพ (peace) บูรณภาพ (integrity) ของเราปัญญา เป็นพฤติกรรมภายในจิตใจของมนุษย์ มี 5 ลำดับ คือ รู้จริง (truth) รู้จำ (trust) รู้แจ้ง (taste) รู้แจ้ง (testability & tangibility) รู้จบ (turn off)

หมายเหตุ คำว่า i มีความหมาย 2 นัยยะ คือ i หมายถึง "identity" ความมีตัวตน ลักษณะเฉพาะตน i หมายถึง "ฉัน" (me) i หมายถึง "intelligence" ปัญญาฉลาด รู้ว่าสิ่งใดควร สิ่งใดไม่ควร และ i หมายถึง "ฉัน" (me) ซึ่งเป็นผู้กระทำ หรือเป็นประธาน สัมมาปัญญา ไม่อาจเกิดขึ้นได้ หากปราศจากตัวบุคคล หรือ ปฏิเสธความมีตัวตน (without i without i-Good) ไม่อาจเกิดขึ้นได้จากภายนอก

## (04) นวัตกรรมการสื่อสาร

คือ ความสัมพันธ์ระหว่าง “วิทยาศาสตร์” (ศาสตร์ที่ว่าด้วยสัมพันธภาพของ สสาร กับ พลังงาน) กับ “นามศาสตร์” (ศาสตร์ที่ว่าด้วย อารมณ์ ความรู้สึก ที่เกิดกับจิต ประกอบด้วยปฏิกิริยาทางจิต ที่ส่งผลกระทบต่อความรู้สึก การเรียนรู้ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ของบุคคล กลุ่มคน องค์กร เพื่อรักษาสมดุลภาพ (equilibrium) ระหว่าง ปัจจัย องค์ประกอบ 5 คู่ คือ

- 1) สุขภาวะ (health and happiness) กับ ความทันสมัยและการพัฒนาทางด้านวัตถุ (Development and Modernity)
- 2) จริยธรรม (ethics) กับ การใช้อำนาจในการบริหารปกครอง (Authority Political)
- 3) กฎหมายต่างๆ (laws) กับ อิสรภาพและเสรีภาพ (liberty) ของปวงชน
- 4) ศีลธรรม และ ระเบียบวินัยต่างๆ (morality and commandments) ของคนในชาติ กับ การพัฒนาการความก้าวหน้า ของเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ (technology and innovation)
- 5) ระบบจักรกล (mechanics) กับ ความคิดสร้างสรรค์ (creativity)

นวัตกรรมการสื่อสาร เป็นการค้นหาความรู้ใหม่ วิธีการใหม่ หรือทักษะใหม่ ของกระบวนการทางภาษาและสื่อ เพื่อบอกหรือ อธิบาย (explain) และทำนาย (explicit) ปรัชญาการณ “การเกิดใหม่” “การเปลี่ยนแปลง” (อนิจจตา, ทุกขตา) และ “การดับสลาย” ของปฏิกิริยาทางจิตวิญญาณ ที่ส่งผลต่อปฏิกิริยาทางฟิสิกส์ หรือ ปฏิกิริยาทางฟิสิกส์ ที่ส่งผลต่อปฏิกิริยาทางจิตวิญญาณ

นวัตกรรมการสื่อสาร เป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีจักรกล (mechanics technology) เทคโนโลยีทางไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ (electronics technology) เทคโนโลยีทางชีวภาพ (bio-technology) และเทคโนโลยีทางจิตภาพ ในองค์ประกอบการสื่อสาร และกระบวนการสื่อสาร อย่างเหมาะสม และเกิดประโยชน์ต่อมวลมนุษยชาติ

นวัตกรรมการสื่อสาร เป็นความสัมพันธ์ระหว่าง “วิทยาศาสตร์” กับ “นามศาสตร์” โดยใช้กระบวนการทางภาษาและสื่อ เพื่อบอกหรือ อธิบาย (explain) และทำนาย (explicit) ปรัชญาการณ “การเกิดใหม่” “การเปลี่ยนแปลง” (อนิจจตา, ทุกขตา) และ “การดับสลาย” ของปฏิกิริยาทางจิตวิญญาณ ที่ส่งผลต่อปฏิกิริยาทางฟิสิกส์ หรือ ปฏิกิริยาทางฟิสิกส์ ที่ส่งผลต่อปฏิกิริยาทางจิตวิญญาณ

นาม จิต วิญญาณ มีคุณสมบัติและคุณลักษณะทางธรรมชาติ 4 ข้อ คือ (1) ความรู้สึก (2) ความจำได้หมายรู้ (3) ความคิดปรุงแต่ง วิเคราะห์ สังเคราะห์ (4) การรับรู้ทุกสิ่ง เป็น องค์ความรู้ องค์ปัญญา ปฏิกิริยาทางจิตวิญญาณ 4 อากาโร คือ อากาโร (action) ลิงคะ (origination) นิमित (happen) อุกเทศ (meaning) ของ ความรู้สึก ความจำ ความคิดปรุงแต่ง และ การรับรู้ (เจตสิก 4: เวทนา สัญญา สังขาร วิญญาณ) การเรียนรู้จิตใจ และจิตวิญญาณ คือ การเรียนรู้ “คุณสมบัติ” “อากาโร” และ “ผล” (ที่เกิดจากอากาโร) ของสาร ตามมโนทัศน์ของบุญนิยม หมายถึง องค์รวมของสรรพสิ่ง (Holistic Information).

## (05) หลักเกณฑ์ การประเมิน การออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์

รายการประเมิน	เกณฑ์การประเมิน 4=Excellent 3=Good 2=Satisfactory 1=Poor	
	มี	เหมาะสม
<b>ก. การใช้สื่อ และ กลยุทธ์โฆษณา ประชาสัมพันธ์</b>	มี	เหมาะสม
(1) เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย		
(2) สร้างภาพลักษณ์ขององค์กร สอดคล้องกับ ผลิตภัณฑ์ โครงการ กิจกรรม		
(3) ไม่เป็นปฏิปักษ์ต่อสิ่งแวดล้อม และระบบสุขภาพโดยรวม		
<b>ข. ส่วนประกอบ</b>	มี	เหมาะสม
(1) พาดหัว (headline)		
(2) ภาพประกอบ (illustration)		
(3) เนื้อหา (body copy)		
(4) ภาพสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการ กิจกรรม (product)		
(5) โลโก้ (logo)		
<b>ค. องค์ประกอบศิลป์ การสร้างสรรค์</b>	มี	เหมาะสม
(1) Font (style, size, color, effect)		
(2) การออกแบบ (จุด เส้น รูปทรง พื้นผิว แสง เงา สี ที่ว่าง)		
(3) องค์ประกอบศิลป์ (ทิศทาง สัดส่วน สมดุล เอกภาพ กลมกลืน จังหวะ)		
<b>ง. แนวคิด การสร้างสรรค์ ทางกายภาพ เนื้อหา และแนวเขียน</b>	มี	เหมาะสม
(1) แนวคิดหลัก (theme) เชื่อมโยงกับ การออกแบบ (design) เนื้อหา (information) เทคโนโลยีสื่อ (technology) และ จิตวิทยาการสื่อสาร (psychology)		
(2) ภาษาเขียน ภาษาภาพ (ระดับที่ใช้ เหมาะสมกับผู้อ่าน)		
(4) โน้มน้าวใจด้วย ดีลลา อารมณ์อุดมปัญญา (emotion-intelligence)		
(5) ส่งเสริมปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และความรับผิดชอบต่อสังคม		
รวม (ก. + ข. + ค. + ง.)		

**(06) หลักสังขารธรรม**

วิตุธรรม ทั้งหลายในโลก แบ่งออกได้เป็น 10 ประเภท 25 ประการ (พระไตรปิฎก เล่ม 35 ข้อ 36 หน้า 19)

- |  |                                |
|--|--------------------------------|
| (1) ประสาทรับรู้ (Sensitive Awareness) | (2) อารมณ์ (Sense-field)       |
| (3) เพศ (Sex)                          | (4) จิตใจ (Mind)               |
| (5) ชีวิต (Life)                       | (6) อาหาร (Food, Nutrition)    |
| (7) เทชะ (Delimitation)                | (8) การสื่อสาร (Communication) |
| (9) อากา (Alterability)                | (10) (Feature)                 |

**หลักสังขารธรรม** กล่าวถึงต้นกำเนิด การคงอยู่คงสภาพ และการสูญสลายของสรรพสิ่ง ซึ่งเรียกว่าสังขารธรรม ที่ถูกจำแนกโดยระดับคุณภาพ องค์ประกอบ คุณลักษณะและสถานะ ของวิตุธรรมดังกล่าว

จิต เป็น วิตุธรรม ที่มี สภาวะ และ กระบวนการ ที่สืบต่อเนื่อง ไม่ขาดตอน ระหว่าง ดวงจิตหนึ่ง (“เกิดขึ้น-ตั้งอยู่-ดับไป”) กับ อีกดวงจิตหนึ่ง โดยที่ ดวงจิตหนึ่ง จะส่งผลกระทบที่เกิดขึ้น “ตั้งอยู่” (ขั้นนี้ประกอบด้วย กรรม-วิบาก หรือ ความดี-ความชั่ว ความรู้-ความจำ หรือ สัญญา รวมแล้วเรียกว่า “เจตสิก” ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ ความรู้สึก หรือ เวทนา ความจำได้หมายรู้ หรือ สัญญา การปรุงแต่ง ให้เป็นเรื่องราว ตัวตน หรือ สังขาร จนเกิดเป็น องค์รวม เรียกว่า วิญญาณ ซึ่งจะถูกต่อไปยัง ดวงจิตดวงถัดไปทันที ก่อนที่ดวงจิต ดวงเดิมจะดับสลายไป) ของดวงจิตดวงเดิม ที่จะสลายไป ไปยังดวงจิตดวงใหม่ ต่อเนื่องกันไปไม่ขาดตอน และไม่สิ้นสุด (สังสารวัฏฏ์) วันแต่จะ ทำลาย หรือดับดวงจร “เกิดขึ้น-ตั้งอยู่-ดับไป” ของดวงจิตดวงใดดวงหนึ่ง และจุดที่สามารถตัดดวงจรได้ (ตัดกรรม) คือ ผลกรรมที่เกิดขึ้นในขั้น “ตั้งอยู่” แห่งดวงจิต นั่นคือ การทำลาย กิเลส ตัณหา จนเป็น ศูนย์ (สูญญะ)

**จิต** มีสภาวะ และ กระบวนการ เกิดดับ แบบเดียวกับ **ไฟฟ้า** (ไฟฟ้า เกิดจาก สนามแม่เหล็ก เคลื่อนที่ผ่าน ขดลวดตัวนำไฟฟ้า เพื่อให้เกิดแรงผลัก อิเล็กตรอน ในขดลวด เคลื่อนที่ไป) เช่น กระแสไฟฟ้าสลับ ขนาด 1 เฮิร์ตซ์ หรือ Hz. ใน 1 วินาที จะมีอิเล็กตรอน จากอะตอมหนึ่ง (ในขดลวด) เคลื่อนที่ไปในทิศทางเดียวกัน ไปยังอะตอมหนึ่ง (ในขดลวดเดียวกัน) ทำให้เกิดกระแสไฟฟ้า (เกิดขึ้น-ตั้งอยู่) และ เมื่อ มันเคลื่อนที่ผ่านไป กระแสไฟฟ้า ก็ไม่มีชั่วคราว (ดับไป) ถ้ามีตัวกลางเหนี่ยวนำ ให้อะตอมมันเคลื่อนที่ จนครบวงจร ก็จะเกิดกระแสไฟฟ้า ติด-ดับ ต่อเนื่องกันไป จนกว่าจะตัดดวงจร การเคลื่อนที่ของอะตอมออกไปได้ และถ้ามีการเร่งความเร็ว ให้มีการ ติด-ดับ เร็วขึ้น จาก 1 รอบ (ครั้ง) ต่อ 1 วินาที เป็น 50 รอบ ต่อวินาที เรียกว่า กระแสไฟฟ้า 50 Hz.

แต่ความเร็วรอบการ เกิด-ดับ ของ จิต กับ ไฟฟ้า แตกต่างกันอย่างมากมาย ยังไม่สามารถหาหน่วยวัดค่าความเร็วรอบ ของจิต ไม่ได้ และที่แตกต่างกันประการหนึ่งคือ ภาวะการตั้งอยู่ของ จิต มีผลเป็น กรรม-วิบาก แต่ ไฟฟ้า ไม่มี ดังนั้น กระแสไฟฟ้า จึงไม่มีวิญญาณ ไม่มีชีวิต ส่วนการสื่อความหมาย ของไฟฟ้า ใช้สื่อด้วยระบบ เลขฐานสอง (digital) (โดยการเปลี่ยน ไฟฟ้าแบบ อนุโลมให้ เป็น ดิจิทัล ก่อน) ซึ่งสื่อได้มากที่สุดเพียง 4 มิติ (กว้าง-ยาว-สูง-เวลา) เท่านั้น แต่จิต



ใช้สื่อสารได้มากกว่า 4 มิติ ซึ่งปัจจุบัน นักวิทยาศาสตร์ – คาราศาสตร์ ต่างก็ยอมรับกันว่า ในระบบจักรวาล (universe system) ทั้งหมด มีการสื่อสารกันได้มากถึง 11 มิติ ซึ่งสอดคล้องกับ การค้นพบจักรวาลของสมเด็จพระสันตปาปาสมเด็จพระเจ้า ว่า โลก และจักรวาล มีไม่สิ้นสุด.

### องค์ประกอบสังขารธรรม (Factor of Formative Phenomena)

ชนิดระดับ	สสาร พลังงาน (mass energy)	กิริยา (action, reaction)	กรรม (doing)	วิบาก (result)	ลักษณะ (type)
วัตถุธาตุ (mass)	ธาตุ 5 (ดิน น้ำ ลม ไฟ ช่องว่าง)	แรง 4 การเคลื่อนไหว	-	-	วัตถุ ดิน สินแร่
พืช (organic)	ธาตุ 5	เคลื่อนไหว เต็มโต ดำรงอยู่	-	-	สิ่งมีชีวิต พืช (plant)
เดรัจฉาน (wildness)	ธาตุ 5	เคลื่อนไหว เต็มโต ดำรงอยู่	ภพชาติ ขรา มรณะ / อวิชชา	วิญญู (eternity) นรก เปรต อสุรกาย	สิ่งมีชีวิต สัตว์ (animal)
คน-มนุษย์. (homo sapiens)	ธาตุ 5	เคลื่อนไหว เต็มโต ดำรงอยู่	กิเลส ตัณหา / อวิชชา	นรก ( - ) สวรรค์ ( + )	คน-มนุษย์ (human)
เทพ (God)	ธาตุ 5	เคลื่อนไหว เต็มโต ดำรงอยู่	กิเลส อัดตา / ปัญญา	ภพ (อัดตา - ) สวรรค์ (อัดตา + )	เทพ / พระเจ้า (God / Angle)
ธรรมะ. (integrity)	ธาตุ 5	เคลื่อนไหว เต็มโต ดำรงอยู่	กาละ / วิชชา	สุญญตา (อัดตา=0) ไตรลักษณ์	พระอาริยะ (extreme human)
องค์ประกอบ	<b>ธาตุสาร</b> (วัตถุธาตุ) (physical)	<b>อาหาร ปัจจัย</b> (เครื่องดำรงชีพ) (biological)	<b>กุตระ</b> (รับรู้-รู้สึก) (psychology)	<b>ปาณะ</b> (วิญญาน-อารมณ์) (moral-ethics)	

#### คำอธิบาย

**ธาตุ 5** ได้แก่ สภาวะของวัตถุธาตุ 5 สภาวะ คือ ของแข็ง (ดิน) ของเหลว (น้ำ) ก๊าซ (ลม) อุณหภูมิ (ไฟ) และ ช่องว่าง (อากาศธาตุ)

**แรง 4** ได้แก่ (1) แรงโน้มถ่วง (2) แรงแม่เหล็กไฟฟ้า (3) แรงยึดเกาะนิวเคลียส ของอะตอม (4) แรงสลายอะตอม ทั้งหมดเป็นแรงที่มีอยู่ในภาวะของมวลสารวัตถุ ทำให้วัตถุในจักรวาลเคลื่อนไหวตลอดเวลา

**อาหาร** คือ การเคลื่อนที่ หรือแปรสภาพของ ธาตุทั้ง 5 ออกมาเป็นพลัง หรือกำลังงาน (energy)

**กิริยา** หมายถึง อาการที่เป็นผลจากการแปรสภาพของ ธาตุทั้ง 5

**ภูต** คือ จิตใจ ที่สามารถรับรู้ได้ หรือรู้สึกได้ เมื่อสัมผัสกับ (1) อุณหภูมิ (2) แสง สี (3) เสียง (4) รส (5) กลิ่น (6) ความรู้สึกสัมผัส (7) อารมณ์

สัตว์ไม่สามารถรับรู้เรื่อง ปาณะ หรือ วิญญาณได้ ดังนั้น ความดีความชั่ว สัตว์ไม่รู้จัก กรรมของสัตว์ จึงเป็น วัฏฏะ มีใช้วิบาก เพราะกรรมนั้นขาดเจตนา ด้วยเหตุนี้ ภพชาติ ขรา มรณะ ของสัตว์จึงยาวนาน

**ปาณะ** หรือ **วิญญาณ** คือ การรับรู้ได้ เรียนรู้ได้ มีจริงได้ และ เป็นจริงได้ (being) ในเรื่องของ (1) ความดี-ความชั่ว (2) ถูก-ผิด (3) จริง-เท็จ (4) ประโยชน์-โทษ (5) ศิลปะ-อนาจาร (6) เทียงธรรม-ลำเอียง (7) สาระ-อสาระ (8) ควรทำ-ควรละเว้น (9) ความหมด-ความหลงเหลือ ส่วน **กิเลส** เป็นเครื่องแบ่งเขตความเป็นปุถุชน กัลยาณชน มนุษยชน โดยใช้เกณฑ์ อากาโรทางจิต ที่เกิดขึ้น ได้แก่ อากาโร (action) สิ่งที่แสดงปรากฏ หรือ ดิงค (origination) สิ่งอุบัติขึ้นทางจิต หรือ นิमित (happen) และ สิ่งที่เป็นตัวตนเรียกขานได้ หรือ อุเทศ (meaning) เป็นตัวชี้วัด

ถ้ารับรู้ได้ เรียนรู้ได้ จัดเป็นสังขารธรรม ระดับ “คน” แต่ถ้ามีจริงได้ เป็นจริงได้ ก็เป็นสังขารธรรมระดับ “มนุษย์” และ “เทวดา” ตามลำดับ

**ภพ** คือ ความติด ความเหลือ ที่ค้างอยู่ในจิต (ชิวะนุปาติ-ชิวะนุปาติ) หรือ ค้างอยู่ในวัฏฏะ (ภพ ชาติ ขรา มรณะ) บางทีก็เรียก สักคะ หรือ สวรรค์

**สูญญาตา** หรือ ความว่าง (naught) คือ สภาวะที่ไม่หลงเหลือสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่อไปนี้ ไว้ในจิตและวิญญาณเลย ได้แก่ ความชั่ว ความเท็จ สังโยค อกุศล อวิชชา (ทุกข้อมีค่าเป็น 0)

**กรรม** ของสิ่งมีชีวิตระดับธรรม เป็นกรรมบริสุทธิ์ ที่ไม่มีผลกระทบต่อดี หรืออะไร คงมีแต่ เวลา เท่านั้นเป็นสิ่งที่ดำเนินไปเคียงคู่กับ กรรม หรือ การกระทำ ผู้ที่มี กรรม กับ กาละ เป็นเครื่องดำเนินไป เรียกว่า อรหัตตบุคคล เป็นบุคคลผู้ที่ไม่เหลือแม้ ชิวะนุปาติ และ ชิวะนุปาติ มีชีวิตเพื่อผู้อื่น หมดสิ้นอัตตาตัวตน ไม่มีอดีต ไม่มีอนาคต มีแต่ปัจจุบัน ไม่กลับมาเกิดอีก (แต่ในขณะที่มีชีวิต ก็จะใช้ชีวิตที่เหลืออยู่เพื่อคนอื่นเท่านั้น).

**ไตรลักษณ์** คือหลักใหญ่ 3 ประการ เป็นหลักพื้นฐานที่สุดของจักรวาล ไม่มีสิ่งใดในโลกและจักรวาล ที่จะอยู่นอกเหนือกฎแห่งไตรลักษณ์ ได้แก่ (1) อนิจจตา หลักแห่งความไม่เที่ยงแท้ ถาวร (2) ทุกขตา หลักแห่งการแปรเปลี่ยน ที่วัตถุตัวตน ไม่อาจทนสภาพเดิมอยู่ได้ และ (3) อนัตตตา หลักแห่งความไร้ตัวตน

## (7) องค์ประกอบ ของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน และ การพึ่งตนเอง (7-Function of SME<sup>s</sup>)

1. ผลผลิต หรือ ผลิตภัณฑ์ (5P-product)
  - แผนการผลิต (แผนชีวิต-แผนชุมชน) (plan)
  - การเพาะปลูก (กลไกกรรม-เกษตรกรรม) (plant)
  - การเก็บเกี่ยว (กลไกกรรม-เกษตรกรรม) (pick)
  - การแปรรูป (กลไกกรรม-เกษตรกรรม-หัตถกรรม-อุตสาหกรรม-สถาปัตยกรรม) (preserve / protect)
  - การบรรจุภัณฑ์ (ศิลปกรรม-การสื่อสาร-วัฒนธรรม-สุขภาพะ สวัสดิภาพ และสิ่งแวดล้อม) (package)
2. ตลาด (market)
3. สื่อ และ การสื่อสาร (media / communication)
4. เครือข่าย (network) ประกอบด้วย เครือข่ายชุมชน สังคม (community network / social network) เครือข่ายการสื่อสาร (social media / media network / community online) และ เครือข่ายการศึกษา วัฒนธรรม (บ้าน-วัด-โรงเรียน: บ ว ร)
5. การขนส่ง (logistics)
6. การบริหารจัดการองค์กร ในชุมชน (organization) และ การจัดการความรู้ (knowledge management)
7. การจัดการ พฤติกรรมหลังการบริโภค (after-consumption: 6R5ส.) ประกอบด้วย การนำกลับมาใช้ซ้ำ (reuse) การซ่อมแซม (repair) การนำไปเวียนใหม่ (recycle) การกำจัดมลพิษ (reject) การควบคุม และการกำจัดอารมณ์ หรือ กิเลส (retire) และ การเสียสละ คืนสู่สังคม (return) 5ส.: (สะอาด สะดวก สะอาด สุขลักษณะ สร้างนิสัย)

## (8) มิติของการสื่อสารเวลา หรือ Q-SPORT (6-D<sup>th</sup> Dimension of info-Time)

เวลา มีลักษณะทางสังขารธรรม ที่แตกต่างจากสังขารธรรมอื่น คือ ไม่มีการหยุดนิ่ง แต่ก็มีความเที่ยงแท้อยู่ในตัว ในวงโคจรของเวลา ในแต่ละคาบ (วัฏฏะ)<sup>3</sup> จะมีความเที่ยงตรง เวลา เป็นบ่อเกิดของสรรพสิ่ง

การสื่อสารเวลา หรือ เวลาของการสื่อสาร มี 6 มิติ

(1) มิติขนาด หรือ Quantity คือ การบอกขนาด หรือรูปทรงของเวลา มีหน่วยนับเป็น วินาที นาที ชั่วโมง วัน สัปดาห์ เดือน ปี ทศวรรษ ศตวรรษ เช่น 60 วินาที, 60 นาที, 24 ชั่วโมง, 30 วัน, 4 สัปดาห์, 12 เดือน, 10 ปี, 10 ทศวรรษ, 1 ศตวรรษ เป็นต้น

(2) มิติของลำดับ หรือ Sequence คือ การจัดลำดับก่อนหลัง ใช้หน่วยนับเป็นตัวเลข เช่น ที่ 1. ที่ 2. ที่ n... ใช้หน่วยนับเป็นวลี เช่น เมื่อวาน วันนี้ พรุ่งนี้ หน่วยนับเป็นเหตุเป็นผล เช่น หลังจากนั้น ดังนั้นจึงเมื่อ...จึง...

(3) มิติตำแหน่งนัดหมาย หรือ Point คือ การบ่งบอกความหมาย ณ จุดเวลาใดๆ มีหน่วยความหมายเป็น นาฬิกา (น.) เช่น 06.30 น., 24.00 น. วันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2549 เป็นต้น

(4) มิติโอกาส หรือ Opportunity คือ การบ่งบอกความไม่แน่นอนว่า มีหรือไม่มี ได้หรือไม่ได้ เป็นหรือไม่เป็น เรียกว่า โอกาส บางครั้ง บางสถานการณ์ก็มีโอกาส หรือได้โอกาส หรือเป็นโอกาส ในการสอดแทรกเข้าไปร่วมกิจกรรม ในการกำหนดหรือหาโอกาส ถ้าเกี่ยวกับกลไกทางวัตถุ หรือเทคโนโลยี ใช้หลักทฤษฎีความน่าจะเป็นมาวิเคราะห์ ถ้าเกี่ยวกับคน องค์กร การใช้อำนาจ ใช้หลักทฤษฎีความประพฤติ และหลักทางสังคมศาสตร์เข้ามาช่วยวิเคราะห์) โดยใช้คำว่า “มี - ไม่มี”, “ได้-ไม่ได้”, “เป็น-ไม่เป็น” เป็นหน่วยประสิทธิผล

(5) มิติสัดส่วนสัมพันธ์ หรือ Relations คือ การบ่งบอกสัดส่วน หรืออัตราส่วน ที่แสดงความสัมพันธ์หรือผกผันกันระหว่าง (1) หน่วยเวลา กับ หน่วยเวลา ใช้จำนวนเท่าเป็นหน่วยนับ เช่น ความเร็ว 10 เท่า (2) หน่วยเวลา กับ หน่วยมาตรา ชั่ง ตวง วัด เช่น น้ำหนักเพิ่มขึ้น 50 กรัม ทุกๆ 1 วินาที ความจุ 5 ลบ.ม. ต่อ 1 นาที ความเร็ว 10 กิโลเมตร ต่อ ชั่วโมง เป็นต้น

(6) มิติความถี่ หรือ Times คือ การบ่งความถี่ของการกระทำ หรือปรากฏการณ์ของสิ่งใดๆ ใช้จำนวนครั้งเป็นหน่วยนับ เช่น 1 ครั้ง, 2 ครั้ง, n ครั้ง เป็นต้น

เมื่อรวมอักษรย่อ ของมิติเวลาทั้ง 6 มิติ จะได้คำว่า Q-SPORT รวมกันเป็นคำอีกคำหนึ่ง ในความหมาย อีกนัยหนึ่ง Q = Queen หมายถึง สตรี หรือความเป็นเพศแม่ กับ SPORT หมายถึง กีฬา

<sup>3</sup> 1 วัฏฏะ ของ รอบเวลา เท่ากับ การเกิดระเบิดครั้งใหญ่ของจักรวาล หรือ Big Bang 1 ครั้ง (หรือ 1 อสงไขยกับปี) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการนับเวลาในแต่ละรอบ ของการเกิดดับ ของระบบจักรวาล ซึ่งนับเวลาได้ประมาณ 14,000 ล้านปี

ที่มีลักษณะของการตื่นพร้อมอยู่ตลอดเวลา ไม่หยุดนิ่ง และมีความแข็งแกร่ง พร้อมใช้งาน  
ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับ คุณสมบัติของเวลา

มิติของเวลา จะถูกสอดแทรก และบูรณาการไปกับ กระบวนการสื่อสาร โดยเฉพาะการจัดทำแผนสื่อ  
หรือแผนกลยุทธ์อื่นใด ย่อมเกี่ยวข้องกับ มิติของเวลา เสมอ.

### (9) หลักแห่งนวัตกรรม 10 ประการ ของพลัง สื่อ สาร

นวัตกรรม (innovation) คือ สิ่งที่มนุษย์ คิดใหม่ ทำใหม่ คิดต่อยอด และทำต่อยอด  
(จากสิ่งที่มีอยู่เดิม) แล้ว “แสดงตน” ว่าเป็นผู้คิดผู้ทำ (copy right) พันธกิจสำคัญ ของนวัตกรรม คือ (1)  
การแสดงศักยภาพ (potential) และ คุณภาพ (quality) (2) สื่อ (media-mean) และ สาร (mass-  
motive) เพื่อชีวิต **สมการ ต่อไปนี้ ให้เป็นจริง**

- |                             |   |  |
|-----------------------------|---|--|
| (1) คน (human)              | = | เข้าใจ ถิ่น นิพพาน (หมดทุกข์ หมดปัญหา) |
| (2) ระบบ (system)           | = | พลวัต (dynamic)                        |
| (3) สังคม วัฒนธรรม (social) | = | นิเวศน์สมดุล (ecological equilibrium)  |
| (4) อำนาจ (authority)       | = | จริยธรรม (ethics)                      |
| (5) เทคโนโลยี (technology)  | = | ศีลธรรม (moral)                        |
| (6) พัฒนา (development)     | = | ความงาม (aesthetics)                   |
| (7) ฉลาด (intelligence)     | = | เสียสละ (unselfish)                    |
| (8) ขยัน (hardy)            | = | สรรสร้าง (creative)                    |
| (9) ซื่อสัตย์ (be honest)   | = | ถูกต้อง (be rightful)                  |
| (10) สิ่งใหม่ (original)    | = | สิ่งเก่า (copy)                        |

นิพพาน (nirvana) คือ ที่สุดของนวัตกรรม ของมนุษยชาติ (สวากขาตธรรม) คือ ทำได้ตลอดเวลา  
ไม่จำกัดด้วย “สถานที่” และ “กาละ” (อภัสสิโก) ไม่จำกัดด้วยบุคคล ใครทำใครได้ (สันทิฏฐิโก)  
เป็นสิ่งที่พิสูจน์ได้ (เอหิภัสสิโก) เป็นประโยชน์แน่ๆ (โอปะนะยิโก) ปัญญาชนผู้ฉลาด ทำถูก ทำจริง เท่านั้น  
จึงจะรู้ จะเห็น ยอมรับ (ปัจฉิตตัง เวทิตัพโพ วิญญู ทิ)