



การสื่อสารระหว่างบุคคล จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ

ชนิษฐา จิตแสง

การสื่อสารระหว่างบุคคล
จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ

การสื่อสารระหว่างบุคคล จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ

ชนิษฐา จิตแสง

 **สำนักพิมพ์**
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2563

340.-

ชนิษฐา จิตแสง

การสื่อสารระหว่างบุคคล : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ / ชนิษฐา จิตแสง

1. การสื่อสารระหว่างบุคคล. 2. การสื่อสาร.

153.6

ISBN 978-974-03-3917-5

สพจ. 2405



asskunคำวิชาการ สู่สังคม
Knowledge to All
www.cupress.chula.ac.th

สิทธิในการผลิตและพิมพ์หนังสือเล่มนี้เป็นของสำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแต่ผู้เดียว

การผลิตและการลอกเลียนหนังสือเล่มนี้ไม่ว่ารูปแบบใดทั้งสิ้น

ต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากสำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จัดพิมพ์โดย สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พิมพ์ครั้งที่ 1 จำนวน 800 เล่ม พ.ศ. 2563

ผู้จัดจำหน่าย ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

สาขา

ศาลาพระเกี้ยว โทร. 0-2218-7000-3 โทรสาร 0-2255-4441

สยามสแควร์ โทร. 0-2218-9881-2 โทรสาร 0-2254-9495

ม.นเรศวร จ.พิษณุโลก โทร. 0-5526-0162-4 โทรสาร 0-5526-0165

ม.เทคโนโลยีสุรนารี จ.นครราชสีมา โทร. 0-4421-6131-4 โทรสาร 0-4421-6135

ม.บูรพา จ.ชลบุรี โทร. 0-3839-4855-9 โทรสาร 0-3839-3239

โรงเรียนนายร้อย จปร. จ.นครนายก โทร. 0-3739-3023 โทรสาร 0-3739-3023

ม.พะเยา จ.พะเยา โทร. 0-5446-6799-800 โทรสาร 0-5446-6798

จัตุรัสจามจุรี (CHAMCHURI SQUARE) ชั้น 4 โทร. 0-2160-5301-2 โทรสาร 0-2160-5304

หัวหมาก โทร. 0-2374-1378 โทรสาร 0-2374-1377

ม.เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จ.นครราชสีมา โทร. 0-4492-2662-3 โทรสาร 0-4492-2664

Call Center (จัดส่งทั่วประเทศ) โทร. 0-2255-4433 <http://www.chulabook.com>

และเครือข่าย

ร้านค้าติดต่อ แผนกขายส่ง สาขาหัวหมาก โทร. 0-2374-1375-6 โทรสาร 0-2374-1375

กองบรรณาธิการ : ทศนีย์ ผิวขำ

พิสูจน์อักษร : รวิวรรณ จันทรมั่น

ออกแบบปก : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ออกแบบรูปเล่ม : กิตติกร สุรางค์

พิมพ์ที่ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (CUB 6211-020) โทร. 0-2218-3562-3 โทรสาร 0-2218-3547

www.cupress.chula.ac.th

คำนำ

การสื่อสารมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์และการสร้างสัมพันธภาพกับผู้อื่น มนุษย์จะสามารถตอบสนองความต้องการของตนและอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคมได้อย่างต้องมีอาศัย การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นเครื่องมือสำคัญในการปฏิสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจร่วมกัน ไม่ว่า เทคโนโลยีการสื่อสารจะเจริญก้าวหน้าเพียงใด การสื่อสารระหว่างบุคคลยังคงเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในทุกระดับ

ตำราเรื่อง “การสื่อสารระหว่างบุคคล : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ” เป็นตำราที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในแนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารระหว่างบุคคล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ประสิทธิภาพและความสำเร็จในการสื่อสาร รวมทั้งแนวทางในการพัฒนาทักษะการสื่อสารระหว่าง บุคคล เพื่อส่งเสริมสัมพันธภาพระหว่างบุคคล ขจัดความขัดแย้ง และชักจูงใจให้บรรลุผลตาม วัตถุประสงค์ในการสื่อสารระหว่างบุคคล

นอกจากนี้ สังคมพหุวัฒนธรรมได้เพิ่มความท้าทายในการสื่อสารระหว่างบุคคล ทั้งนี้เพราะ คู่สื่อสารมีความแตกต่างทั้งด้านภาษา วัฒนธรรม และบริบททางสังคม ซึ่งอาจสร้างความแปลกแยก และความคลาดเคลื่อนในการตีความทำความเข้าใจสารระหว่างคู่สื่อสาร ตำราเล่มนี้ได้เสนอหลักการที่จะ เป็นประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ เพื่อเสริมสร้างการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีประสิทธิภาพ

ผู้เขียนใคร่ขอขอบคุณกำลังใจจากครอบครัวและความรักอันยิ่งใหญ่จากคุณพ่อและคุณแม่ ที่เป็นพลังผลักดันให้ผู้เขียนสรรค์สร้างตำราเล่มนี้ให้สำเร็จลุล่วงตามความตั้งใจ เพื่อประโยชน์แก่ ผู้เรียนและผู้สนใจต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชนิษฐา จิตแสง

กุมภาพันธ์ 2563

สารบัญ

หน้า

คำนำ

สารบัญ

บทนำ

1

ส่วนที่ 1 : หลักการ ความหมาย ความสำคัญ และวัตถุประสงค์

7

บทที่ 1 แนวคิดด้านการสื่อสารและการสื่อสารระหว่างบุคคล

9

1. บทนำ

11

2. แนวคิดด้านการสื่อสาร

12

2.1 ความหมายของการสื่อสาร

12

2.2 องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร

13

2.3 คุณลักษณะสำคัญของการสื่อสาร

14

2.4 ประเภทของการสื่อสาร

17

3. แนวคิดด้านการสื่อสารระหว่างบุคคล

20

3.1 ความหมายการสื่อสารระหว่างบุคคล

20

3.2 องค์ประกอบของการสื่อสารระหว่างบุคคล

21

3.3 คุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคล

24

3.4 แบบจำลองการสื่อสารระหว่างบุคคล

26

4. วัจนภาษาและอวัจนภาษาในการสื่อสารระหว่างบุคคล

27

4.1 วัจนภาษากับการสื่อสารระหว่างบุคคล

27

4.2 อวัจนภาษากับการสื่อสารระหว่างบุคคล

28

5. บทสรุป

35

แบบฝึกหัดและกิจกรรมท้ายบทเรียน

36

บรรณานุกรม

37

บทที่ 2 บทบาทและความสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคล

39

1. บทนำ

41

2. บทบาทการสื่อสารและการสื่อสารระหว่างบุคคล

42

2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ในการสื่อสาร

42

2.1.1 ทฤษฎีทางสรีรศาสตร์เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร

43

2.1.2 ทฤษฎีทางสังคมศาสตร์เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ในการสื่อสาร	45
3. ความสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคล	55
3.1 ความสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคลในระดับบุคคล	55
3.2 ความสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคลในระดับองค์การ	57
3.3 ความสำคัญของการสื่อสารในระดับสังคม	59
4. บทสรุป	62
แบบฝึกหัดและกิจกรรมท้ายบทเรียน	63
บรรณานุกรม	64
บทที่ 3 วัตถุประสงค์การสื่อสารระหว่างบุคคล	67
1. บทนำ	69
2. วัตถุประสงค์การสื่อสารระหว่างบุคคล	70
3. การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อสร้างความสัมพันธ์	76
3.1 ความหมายของความสัมพันธ์	76
3.2 ความสำคัญของความสัมพันธ์	77
3.3 องค์ประกอบสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์ของมนุษย์	77
3.4 รูปแบบของความสัมพันธ์	78
3.5 ขั้นตอนในการสร้างความสัมพันธ์	81
4. การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อจัดการความขัดแย้ง	84
4.1 ความหมายของ “ความขัดแย้ง”	84
4.2 สาเหตุของความขัดแย้ง	84
4.3 ประเภทของความขัดแย้ง	86
4.4 การสื่อสารกับความขัดแย้ง	87
4.4.1 ลักษณะการสื่อสารที่นำไปสู่ความขัดแย้ง	87
4.4.2 ลักษณะการสื่อสารที่ช่วยลดความขัดแย้ง	88
4.5 แนวทางแก้ปัญหาความขัดแย้ง	89
5. การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อชักจูงใจ	92
5.1 ความหมายของการสื่อสารเพื่อชักจูงใจ	92
5.2 องค์ประกอบพื้นฐานในการชักจูงใจ	93
5.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารเพื่อชักจูงใจ	96
5.4 กระบวนการสื่อสารเพื่อชักจูงใจ	99
6. บทสรุป	102
แบบฝึกหัดและกิจกรรมท้ายบทเรียน	104
บรรณานุกรม	105

ส่วนที่ 2 : ปัจจัยที่นำไปสู่การสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีประสิทธิภาพ	111
บทที่ 4 ปัจจัยด้านตนเอง (Self)	113
1. บทนำ	115
2. ทักษะภาพกับการสื่อสาร	116
2.1 ความหมาย “ทักษะภาพ”	116
2.2 ทักษะภาพในการสื่อสาร	116
2.3 ทักษะภาพและพฤติกรรมการสื่อสาร	118
2.4 ลักษณะของทักษะภาพในการสื่อสาร	120
3. การรับรู้และการเข้าใจตนเองกับการสื่อสาร	123
3.1 ความหมายการรับรู้	123
3.2 กระบวนการรับรู้ของมนุษย์	123
3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์	126
3.4 การรับรู้ตนเอง	127
3.4.1 ความหมาย “การรับรู้ตนเอง”	127
3.4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดและรับรู้ตนเอง	128
3.4.3 แนวทางในการรับรู้ตนเอง	136
3.4.4 อาณาเขตการรับรู้ตนเอง	137
3.4.5 การพัฒนาการรับรู้ตนเอง	141
3.4.6 ความเข้าใจตนเอง	143
3.4.7 การสื่อสารตนเองกับผู้อื่น	143
4. การประกอบสร้างและการนำเสนอตนเองผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	146
5. บทสรุป	149
แบบฝึกหัดและกิจกรรมท้ายบทเรียน	151
บรรณานุกรม	152
บทที่ 5 ปัจจัยด้านคู่สื่อสาร (Communicatee)	161
1. บทนำ	163
2. การวิเคราะห์คู่สื่อสารและความสำคัญของคู่สื่อสาร	164
2.1 ความหมายการวิเคราะห์คู่สื่อสาร	164
2.2 ความสำคัญของคู่สื่อสาร	164
3. การรับรู้บุคคลอื่นกับการสื่อสาร	166
3.1 ผลจากการรับรู้บุคคลอื่นต่อกระบวนการสื่อสาร	167
3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้	168

4. การรับรู้และการวิเคราะห์คู่มือสื่อสาร	168
4.1 การวิเคราะห์คู่มือสื่อสารตามทฤษฎีการสื่อสาร	169
4.2 การวิเคราะห์คู่มือสื่อสารตามทฤษฎีทางประชากรศาสตร์	175
4.3 การวิเคราะห์คู่มือสื่อสารตามทฤษฎีทางจิตวิทยา	182
5. บทสรุป	186
แบบฝึกหัดและกิจกรรมท้ายบทเรียน	188
บรรณานุกรม	189
บทที่ 6 ปัจจัยด้านสื่อ (Media)	193
1. บทนำ	195
2. บทบาทและความสำคัญของสื่อในกระบวนการสื่อสาร	196
2.1 ความหมายของสื่อ	196
2.2 ประเภทของสื่อในกระบวนการสื่อสาร	201
2.3 บทบาทและความสำคัญของสื่อในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล	213
2.3.1 บทบาทของสื่อในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล	213
2.3.2 ความสำคัญของสื่อในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล	216
3. บทบาทของสื่อในการเสริมสร้างการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีประสิทธิภาพ	218
4. ปัจจัยที่ควรพิจารณาในการเลือกใช้สื่อเพื่อเสริมสร้างการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีประสิทธิภาพ	221
5. บทสรุป	224
แบบฝึกหัดและกิจกรรมท้ายบทเรียน	226
บรรณานุกรม	227
บทที่ 7 ปัจจัยด้านสารและการสร้างสาร (Message and message creation)	229
1. บทนำ	231
2. บทบาทและความสำคัญของสารในกระบวนการสื่อสาร	232
2.1 ความหมายของสาร	232
2.2 บทบาทความสำคัญของสาร	233
2.3 ประเภทของสาร	236
3. การสร้างสารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การสื่อสาร	242
3.1 การสร้างสารเพื่อการสนทนา	242
3.1.1 ความหมายของการสนทนา	242
3.1.2 ขั้นตอนการสนทนา	243
3.1.3 หลักการ “สร้างสาร” ในการสนทนาเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพในการสื่อสาร	246

3.2 การสร้างสารเพื่อการสัมภาษณ์	248
3.2.1 ความหมายของ “การสัมภาษณ์”	248
3.2.2 ขั้นตอนการสัมภาษณ์	249
3.2.3 หลักการสัมภาษณ์เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการสื่อสาร	251
4. บทสรุป	255
แบบฝึกหัดและกิจกรรมท้ายบทเรียน	257
บรรณานุกรม	258
บทที่ 8 ปัจจัยด้านบริบทสิ่งแวดล้อม (Context)	261
1. บทนำ	263
2. บทบาทและความสำคัญของบริบทสิ่งแวดล้อมในการสื่อสาร	264
2.1 ความหมายของบริบทสิ่งแวดล้อมในการสื่อสาร	264
2.2 ประเภทของบริบทสิ่งแวดล้อมในการสื่อสาร	265
2.3 บทบาทของบริบทสิ่งแวดล้อมในการสื่อสาร	267
2.4 ความสำคัญของบริบทสิ่งแวดล้อมในการสื่อสาร	270
3. บริบทสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารระหว่างบุคคล	271
3.1 ระดับบุคคล	271
3.2 ระดับองค์การ	277
3.3 ระดับสังคม	283
4. บริบทสิ่งแวดล้อมในการเสริมสร้างการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีประสิทธิภาพ	289
5. บทสรุป	292
แบบฝึกหัดและกิจกรรมท้ายบทเรียน	293
บรรณานุกรม	294
บรรณานุกรม	297
ประวัติผู้เขียน	317

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 แบบจำลองการสื่อสารระหว่างบุคคล	26
ภาพที่ 3.1 แผนภูมิแสดงองค์ประกอบมนุษย์สัมพันธ์	78
ภาพที่ 3.2 6 ขั้นตอนในการสร้างความสัมพันธ์ (The Six Stages of Relationship)	81
ภาพที่ 3.3 แผนภูมิแสดงแนวทางการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งตามแนวคิดของ Joseph A. Devito	90
ภาพที่ 3.4 แผนภูมิแบบจำลองการสื่อสารเพื่อชักจูงใจ	100
ภาพที่ 4.1 กระบวนการรับรู้ของมนุษย์	125
ภาพที่ 4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดและรับรู้ตนเอง	130
ภาพที่ 4.3 วงล้อที่ประกอบสร้างตัวตนของบุคคล (Identity Wheel)	131
ภาพที่ 4.4 อิทธิพลของครอบครัวต่อการหล่อหลอมและประกอบสร้างตัวตนของบุคคล	132
ภาพที่ 4.5 รูปแบบความผูกพัน	134
ภาพที่ 4.6 อาณาเขตการรับรู้ตนเองตามแนวคิดหน้าต่างโจฮารี (Johari Window)	139
ภาพที่ 4.7 สายยูเครนแปลงโคมเป็นตุ๊กตาอนิเมะ	142
ภาพที่ 5.1 แบบจำลอง Berlo (The Berlo Model)	170
ภาพที่ 7.1 เกณฑ์การแบ่งสารตามลักษณะที่เป็นเรื่องจริงจังและลักษณะที่เป็นเรื่อง เร้าอารมณ์	239
ภาพที่ 7.2 ขั้นตอนการสนทนาตามแนวคิดของ Joseph A. Devito	245

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 ตัวอย่างสถานการณ์การสื่อสาร : ทักษะภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรม การสื่อสารที่ต่างกัน	119
ตารางที่ 5.1 การวิเคราะห์คู่มือสื่อสารตามทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของ Sigmund Freud	183
ตารางที่ 5.2 การวิเคราะห์คู่มือสื่อสารตามทฤษฎีแรงงูใจ	185

บทนำ



การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นจุดเริ่มต้นของความสัมพันธ์และความเข้าใจทั้งในระดับบุคคลและกลุ่มบุคคล ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายการสื่อสารและความร่วมมือในระดับสังคม ตราบใดที่มนุษย์ต้องอาศัยอยู่ร่วมกันตามธรรมชาติของการเป็นสัตว์สังคม การสื่อสารก็ยังคงจำเป็นในฐานะเครื่องมือสำคัญในการสร้างการปฏิสัมพันธ์และความใกล้ชิดระหว่างบุคคล รวมทั้งการเรียนรู้ถ่ายทอด และการส่งสมประสบการณ์เพื่อพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันและสร้างสังคมให้เป็นปึกแผ่น

อย่างไรก็ดี การสื่อสารระหว่างบุคคลจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยองค์ประกอบพื้นฐาน 5 ประการ ได้แก่ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และบริบทแวดล้อมในการสื่อสาร (Devito, 2015) โดยผู้ส่งสารไม่เพียงเป็นจุดเริ่มต้นของสาร

และการสื่อสารระหว่างบุคคล แต่ความเข้าใจตนเองของผู้ส่งสารยังสามารถส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ ติความ และปฏิกิริยาตอบสนองต่อสื่อสารตลอดกระบวนการ หากผู้สื่อสารรับรู้ตนเองต่างกันย่อม ส่งผลต่อผลลัพธ์และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อสารแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะการรับรู้และความเข้าใจ ตนเองเป็นพื้นฐานสำคัญในการรับรู้และเข้าใจผู้อื่น (Wood, 2013) โดยเฉพาะคู่สื่อสาร ซึ่งเป็นองค์- ประกอบด้านบุคคลอีกประการหนึ่งที่ทำให้กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสมบูรณ์ กล่าวคือ คู่สื่อสารหรือผู้รับสารเป็นบุคคลที่ถอดรหัสและตีความสารที่ได้รับ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันในด้าน ความหมายกับผู้ส่งสาร อีกทั้งยังสะท้อนปฏิกิริยาตอบสนองกลับไปยังผู้ส่งสารเพื่อสร้างการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล (interaction) ภายใต้อะบวนการสื่อสารสองทาง อย่างไรก็ตาม การสื่อสารระหว่าง บุคคลจะสัมฤทธิ์ผลได้นั้น ความเข้าใจร่วมกันในเนื้อหาสาระและบริบทสิ่งแวดล้อมในการสื่อสารนับว่า มีความสำคัญยิ่ง ทั้งนี้เพราะความหมายของสารอาจแปรเปลี่ยนไปตามบริบทสิ่งแวดล้อมในการสื่อสาร ได้ ดังที่ Ray Archee, Myra Gurney and Terry Mohan (2013) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นการสร้างความหมายร่วมกันระหว่างผู้สื่อสารภายใต้บริบทหนึ่ง ๆ ทั้งนี้เพราะภาษาและสัญลักษณ์ในการสื่อสาร ล้วนมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความหมายร่วมระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งค่ากล่าวนี้ได้สะท้อนถึง ความสำคัญของความหมาย (meaning) มากกว่าตัวสาร (message) เช่นเดียวกับช่องทางการสื่อสาร ซึ่งทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารควรมีทักษะในการสื่อสารผ่านช่องทางดังกล่าวร่วมกัน เพื่อให้การส่ง และรับสารมีประสิทธิภาพ สามารถเชื่อมโยงและสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อสารทั้ง 2 ฝ่ายได้ตาม จุดมุ่งหมายของการสื่อสาร

การสื่อสารระหว่างบุคคลได้มีพัฒนาการต่อเนื่องจากอดีตถึงปัจจุบันตามความก้าวหน้าของ เทคโนโลยีการสื่อสาร โดย Amy L. Gonzales (2014) ระบุว่า ปัจจุบันสมาชิกในสังคมล้วนปฏิสัมพันธ์ ผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ในสัดส่วนที่มากกว่าอดีต และมีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต ตามอิทธิพลของเทคโนโลยีการสื่อสาร ส่งผลให้ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลปรับเปลี่ยนจากการ รับรู้วัจนสาร (สารที่ใช้ถ้อยคำ) และอวัจนสาร (สารที่ไม่ใช้ถ้อยคำ) ผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้าสู่การ สื่อสารผ่านสื่อและอุปกรณ์การสื่อสารยุคใหม่ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน สื่อสังคมออนไลน์ และการสนทนาแบบเห็นหน้าผ่านโปรแกรมประยุกต์ต่าง ๆ โดย Duggan and Brenner (2013) ศึกษาพบว่า กลุ่มคนที่ยอมรับนวัตกรรมการสื่อสารยุคใหม่ โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านเทคโนโลยี สื่อสังคม (Social Media Technology: SMT) คือกลุ่มวัยเรียนและวัยทำงานตอนต้น อายุระหว่าง 18-29 ปี นอกจากนี้ ยังพบว่าเยาวชนมักใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและติดต่อ สื่อสารกับกลุ่มเพื่อนเพิ่มมากขึ้น (Gross, 2004) และใช้การส่งข้อความแบบทันทีทันใด (instant messaging) ในการสื่อสารปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่และเพื่อนเก่าเป็นประจำ (Lenhart, Madden & Hitlin, 2005) ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นบทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารที่เข้ามาแทนที่ การสื่อสารแบบเผชิญหน้า โดยคนในสังคมหันมาใช้สื่อเป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารมากยิ่งขึ้น

ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2558 ของสำนักงานพัฒนา ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าบุคคลใน Generation Y (อายุ 15-34 ปี) เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ต

มากที่สุด โดยเฉลี่ยวันละ 8 ชั่วโมง และพบว่ากิจกรรมบนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือ การใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 92.1 รองลงมาคือการใช้ไลน์ (Line) ร้อยละ 85.1 เมื่อสำรวจเพิ่มเติมพบว่าคนไทยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยพบว่ากลุ่มคนใน Generation X Generation Y และ Generation Z ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับที่ 1 (เฉลี่ยวันละ 5.7 ชั่วโมง) ขณะที่กลุ่ม Baby Boomer ยังคงนิยมใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และมีสัดส่วนการใช้ไลน์ในการติดต่อสื่อสารสูงเป็นอันดับ 1 นอกจากนี้ ยังพบว่ากลุ่มคนเพศที่สามใช้อินสตาแกรม (Instagram) และทวิตเตอร์ (Twitter) มากที่สุด และมีสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าเพศหญิงและชาย เฉลี่ยสัปดาห์ละ 58.3 ชั่วโมง ยิ่งไปกว่านั้น ผลการศึกษาการใช้สื่อดิจิทัลและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2559 (Thailand's key digital statistical indicators 2016) ของบริษัทตัวแทนดิจิทัล (digital agency) ประเทศสิงคโปร์ ยังระบุว่าประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกว่า 38 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 56 ของประชากรทั้งหมด โดยร้อยละ 86 ของบุคคลกลุ่มนี้ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน อีกทั้งยังพบว่ามีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน จำนวน 34 ล้านคน หรือร้อยละ 64 เฉลี่ยใช้งานวันละ 3 ชั่วโมง 53 นาที ผลการสำรวจดังกล่าวสะท้อนถึงอิทธิพลที่เพิ่มสูงขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์และโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคมไทย สื่อใหม่ซึ่งเป็นผลิตผลจากพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนในสังคมยุคใหม่

นวัตกรรมของสื่อใหม่ไม่เพียงเปลี่ยนแปลงรูปแบบการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคลของสมาชิกในสังคม แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการทำงานขององค์กรและสถาบันต่าง ๆ ให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ดังที่ Ellison et al. (2007) กล่าวว่า เฟซบุ๊กช่วยสร้างเสริมทุนทางสังคม โดยการส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนใหม่และช่วยรื้อฟื้นความสัมพันธ์กับเพื่อนเก่า ซึ่งไม่เพียงส่งผลต่อสัมพันธภาพระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคล แต่ยังเป็นพลังขับเคลื่อนและสร้างความร่วมมือเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม (Cheung, Chiu & Lee, 2011; Drigas, Ioannidou, Kokkalia & Lytras, 2014; Ellison, Steinfield & Lampe, 2007; Zhang et al., 2014) นอกจากนี้ ผลการศึกษาของ Andraz-Petrovic et al. (2015) ได้ระบุว่ากลุ่มผู้ใช้สูงอายุในประเทศสโลวีเนีย (Slovenia) จะใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการพัฒนาและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว เพื่อน และผู้ดูแล (caregivers) เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม และดูแลให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ในด้านการพัฒนาระบบงานองค์กรและความสัมพันธ์ของบุคลากรภายในหน่วยงานนั้น Cem Tonova and Halil Nadiri (2016) ศึกษาพบว่า การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และข้อมูลเชิงนโยบาย เพื่อกำหนดทิศทางในการทำงานร่วมกัน นอกจากนี้ เทคโนโลยีการสื่อสารยังช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากร และลดช่องว่างการสื่อสารระหว่างบุคลากรและผู้บริหาร ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กรนั้นเป็นทุนทางสังคมที่สร้างพลังร่วมในการแก้ปัญหา