

มหาวิทยาลัยเกริก

คณะ

นิเทศศาสตร์

ภาควิชา / สาขาวิชา

การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

หมวดที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป

1. รหัส และ ชื่อวิชา

รหัสวิชา นท.3205 (CM.3205)

ชื่อวิชา การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์งานโฆษณาและประชาสัมพันธ์

(Print for Advertising and Public Relations)

2. จำนวนหน่วยกิต หรือ จำนวนชั่วโมง 3 หน่วยกิต (3-2-3)

3. หลักสูตร และ ประเภทรายวิชา

หลักสูตรระดับปริญญาตรี ประเภทวิชาเอกเลือก ของสาขาวิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

4. อาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา และ อาจารย์ผู้สอน

อาจารย์สุทิน ชาวหินฟ้า

5. ภาควิชา หรือ ชั้นปีที่เรียน

ภาคเรียนที่ 1 ของปีการศึกษา

6. รายวิชาที่เรียนมาก่อน (Pre-requisite) บธ.1600 คอมพิวเตอร์พื้นฐาน (ไม่มีหน่วยกิต)

7. รายวิชาที่ต้องเรียนพร้อมกัน (Co-requisites) ไม่มี

8. สถานที่เรียน

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

9. วันที่จัดทำ หรือ ปรับปรุงรายละเอียดของรายวิชา ครั้งล่าสุด เดือนมิถุนายน 2556

หมวดที่ 2 จุดมุ่งหมาย และ วัตถุประสงค์

1. จุดมุ่งหมายรายวิชา

1.1 เพื่อให้นักศึกษา มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับ ความหมาย ความสำคัญ ลักษณะ คุณสมบัติ ประเภท และองค์ประกอบทางกายภาพ ของสื่อสิ่งพิมพ์ ที่ใช้ในงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ ตลอดจนบทบาทและความรับผิดชอบของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีต่อบุคคล สังคม ระบบเศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง

1.2 เพื่อให้นักศึกษา สามารถสังเคราะห์ หลักทฤษฎีการสื่อสาร (communication theory) แนวคิดสร้างสรรค์ (creativity) จากที่ได้ศึกษามา ออกแบบ วางแผน ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ สำหรับใช้ในงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ คำนึงถึงผลกระทบต่อระบบสุขภาพโดยรวม และคุณธรรมจริยธรรมสื่อสารมวลชน จากการใช้สื่อดังกล่าว

1.3 เพื่อให้นักศึกษา สามารถผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ เพื่องานโฆษณาและงานประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งการนำเสนอ และการประเมินคุณภาพ และความเหมาะสมของสื่อเหล่านั้น ตามหลักนิเทศศิลป์-นิเทศศาสตร์ (audiovisual communications) และหลักจิตวิทยาการสื่อสาร

2. วัตถุประสงค์ ในการพัฒนา / ปรับปรุงรายวิชา

เพื่อให้นักศึกษา สามารถประยุกต์ใช้หลักการ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และกระบวนการผลิต ให้เหมาะสมกับ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และภาวะทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ตลอดจนผลกระทบต่อระบบสุขภาพโดยรวม และคุณธรรมจริยธรรมสื่อสารมวลชน

หมวดที่ 3 ลักษณะ และการดำเนินการ

1. คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาความหมาย ความสำคัญ ลักษณะ คุณสมบัติ ประเภท และองค์ประกอบทางกายภาพ ของสื่อสิ่งพิมพ์ ที่ใช้ในงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนประวัติความเป็นมาพัฒนาการของสื่อสิ่งพิมพ์ และสถานการณ์ปัจจุบันการตลาดที่เกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์

ศึกษาภารกิจ อิสรเสรีภาพ และความรับผิดชอบของสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐาน ให้แก่ผู้เรียน ในการประยุกต์ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ และการวางแผนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่องานโฆษณาและประชาสัมพันธ์

วิเคราะห์ ปัจจัย องค์ประกอบ การสื่อสาร และกลยุทธ์ต่างๆ ในการใช้สิ่งพิมพ์เป็นเครื่องมือสื่อสาร (communication tool)

ศึกษากระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่องานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่ขั้นการออกแบบ เตรียมการผลิต ขั้นตอนการผลิต เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้และทักษะในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ตามที่ต้องการได้

เพื่อให้นักศึกษา สังเคราะห์ หลักทฤษฎี แนวคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบ วางแผน ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ สำหรับใช้ในงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อระบบสุขภาพโดยรวม และคุณธรรมจริยธรรมสื่อสารมวลชน จากการใช้สื่อดังกล่าว

2. จำนวนเวลาที่ใช้ ต่อภาคการศึกษา (ชั่วโมง / คาบเวลา) ¹⁾

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

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

หมวดที่ 5 แผนการสอน และ การประเมินผล

1. แผนการสอน

1.1 เนื้อหา และ สาระสำคัญ

บทที่ 1 การสื่อสาร และ ทักษะการสื่อสาร

- องค์ประกอบ และ ปัจจัยการสื่อสาร
- เครื่องมือการสื่อสาร (communication tool)
- กลยุทธ์การโฆษณา การโฆษณา และการรณรงค์ ภายใต้อิทธิพลสื่อมวลชน
- หลักนิเทศศิลป์-นิเทศศาสตร์ (audiovisual communications)
- หลักจิตวิทยาการสื่อสาร

บทที่ 2 สื่อสิ่งพิมพ์ และเทคโนโลยีเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์

- ความหมาย และความสำคัญ องค์ประกอบ ด้านผู้ผลิต ผู้ใช้ และผู้ควบคุม
- สิ่งพิมพ์งานโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การวางแผนสื่อ ในหน่วยงานโฆษณา ประชาสัมพันธ์
- สถานการณ์สื่อสิ่งพิมพ์ในปัจจุบัน บทบาท การแข่งขันด้านสื่อ และผลกระทบ
- การเลือกใช้สื่อมวลชน เพื่อการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

บทที่ 3 การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

- เนื้อหา โครงสร้าง รูปแบบ (หนังสือพิมพ์ วารสาร หนังสือเล่ม)
- ความสามารถการผลิต งบประมาณ และ ระยะเวลา การผลิต
- การวางแผนการผลิต แผนสื่อ แผนงบประมาณ แผนการเผยแพร่ แผนการประเมินผล

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

บทที่ 4 สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ (digital printing)

- ความหมาย ลักษณะ ความสำคัญ (โปสเตอร์ โบรชัวร์ แผ่นพับ แผ่นป้าย)
- บทบาท การแข่งขัน ผลกระทบ
- คอมพิวเตอร์ สำหรับงานสิ่งพิมพ์ และ สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ

บทที่ 5 กระบวนการผลิต และการนำเสนอ

- เครื่องมือ เทคโนโลยีการผลิต (การออกแบบโครงร่าง การจัดทำอาร์ตเวิร์ค การสิ่งพิมพ์)
- การนำเสนอ และการประเมินสื่อที่ผลิต (ตัวอย่างสิ่งพิมพ์ การปรับปรุง)

1.2 กิจกรรม

สัปดาห์ ที่	เนื้อหา สาระสำคัญ	เวลา (ชั่วโมง)	กิจกรรม สื่อการเรียนรู้
1	บทที่ 1 การสื่อสาร และ ทักษะการสื่อสาร	5	- แนะนำรายวิชา เนื้อหา สื่อ เครื่องมือ และ กิจกรรมการเรียนรู้
2	ต่อ... บทที่ 1	5	- บรรยายบทที่ 1 และ วิเคราะห์ รูปแบบโครงสร้างสื่อ โดยอิงหลักนิเทศศิลป์-นิเทศศาสตร์ และ หลักจิตวิทยาการสื่อสาร
3	บทที่ 2 สื่อสิ่งพิมพ์ และเทคโนโลยีเกี่ยวกับสิ่ง พิมพ์	5	- บรรยายบทที่ 2 และ วิเคราะห์ เนื้อหา ความคิดสร้างสรรค์ โดยอิงกับแผนการผลิต - ปฏิบัติการเขียนแผนการผลิตสิ่งพิมพ์ (แผน และ โครงร่าง)
4	ต่อ... บทที่ 2	5	- บรรยายบทที่ 2 นำเสนอแผนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ - ประเมินคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสื่อที่ใช้ในการโฆษณา
5	บทที่ 3 การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์	5	- บรรยายบทที่ 3 สังเคราะห์ หลักทฤษฎี แนวคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบสื่อ ให้ได้ตามแผนการผลิต - นำเสนอแผน และโครงร่าง สิ่งพิมพ์หนังสือพิมพ์ วารสาร
6	ต่อ... บทที่ 3	5	- บรรยายบทที่ 3 และประเมินรูปลักษณะ เนื้อหาสาระ และเทคโนโลยีการผลิตสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย - แนะนำการใช้โปรแกรมเครื่องมือ จัดทำอาร์ตเวิร์ค สิ่งพิมพ์
7	บทที่ 4 สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ (digital printing)	5	- บรรยาย บทที่ 4 (1) และ ปฏิบัติการ ออกแบบสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ

สัปดาห์ ที่	เนื้อหา สาระสำคัญ	ชั่วโมง. นาที	กิจกรรม สื่อการเรียน
8	ต่อ... บทที่ 4	5	- ปฏิบัติการ ออกแบบสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ (แผนและโครงร่าง) - แนะนำการใช้โปรแกรมเครื่องมือ จัดทำอาร์ตเวิร์ค สิ่งพิมพ์
9	ต่อ... บทที่ 4	5	- ปฏิบัติการ จัดทำอาร์ตเวิร์คด้วยคอมพิวเตอร์
10	บทที่ 5 กระบวนการผลิต และการนำเสนอ	5	- บรรยาย บทที่ 5 - ปฏิบัติการ จัดทำอาร์ตเวิร์คด้วยคอมพิวเตอร์
11	ต่อ... บทที่ 5	5	- บรรยาย บทที่ 5 และ วิเคราะห์ รูปแบบโครงสร้างสิ่งพิมพ์ โดยอิงหลักนิเทศศิลป์-นิเทศศาสตร์ และ หลักจิตวิทยาการสื่อสาร
12	กิจกรรม workshop	5	- ปฏิบัติการ ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์
13	กิจกรรม	5	- นำเสนองาน และประเมินผลงาน
14	กิจกรรม	5	- สรุปสาระสำคัญ และ การประเมินกิจกรรมการเรียนรู้ ประมวลองค์ความรู้และทักษะต่างๆ ในการผลิตสื่อ เพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และ การสื่อสารการตลาด แนะนำการสอบวัดผล แนะนำอาชีพ
15-16	สอบปลายภาค	4	
	รวม (16 สัปดาห์)	74	

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

ที่	เนื้อหา กิจกรรม	วิธีการ / เครื่องมือ	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วน (ร้อยละ)
1	โครงการแผนการผลิตสื่อ (งานกลุ่ม)	การวิเคราะห์ โครงการ กระบวนการผลิต และ การประเมินสื่อ ² โดยใช้เกณฑ์วัดระดับคุณภาพ 5 ระดับ	3, 5, 12	20
2	งานที่ได้รับมอบหมาย (งานส่วนบุคคล)	การประยุกต์ใช้ หลักนิเทศศิลป์-นิเทศศาสตร์ (audiovisual communications) นิเทศศิลป์-นิเทศศาสตร์ จิตวิทยาการสื่อสาร โดยใช้เกณฑ์วัดระดับคุณภาพ-ศักยภาพ 5 ระดับ	5, 8, 11	20
3	กิจกรรมการมีส่วนร่วมในชั้นเรียน	การตอบสนองกิจกรรม กฎเกณฑ์ต่างๆ โดยใช้เกณฑ์วัดระดับคุณภาพ-ศักยภาพ 5 ระดับ	10 ครั้ง (โดยการสุ่ม)	10
4	รายงานการศึกษาค้นคว้า		4 ครั้ง	10
4	สอบปลายภาค	แบบทดสอบ ใช้ใช้เกณฑ์วัดระดับคะแนน	15-16	40
		รวม		100

² คู่มือการประเมินสื่อ ในผนวก หมายเลข 05

หมวดที่ 5 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน

1. ตำรา และ เอกสารหลัก

กรรณิการ์ อิศวทรเดชา. **สื่อและเครื่องมือเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Media and Tools for Public relations)**. กรุงเทพฯ: โครงการตำรา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544. บทที่ 4, 5, 10

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ (Introduction to Print Media) หน่วยที่ 1-12

รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา. **สื่อประชาสัมพันธ์ (Public Relations Media)**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์, 2546. บทที่ 4 สื่อสิ่งพิมพ์พิเศษ

รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรวิรัตน์. **การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา, 2537.

2. เอกสาร และ ข้อมูลสำคัญ

สุทิน ชาวหินฟ้า. **คอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสารมวลชน**. บทที่ 4-5 (เอกสารการเรียนวิชาคอมพิวเตอร์เพื่อการสื่อสารมวลชน). 2554.

3. เอกสาร และ ข้อมูลแนะนำ

ยอร์จ อี. เบลซ์ และ ไมเคิล เอ. เบลซ์ (George E. Belch and Michael A. Belch) **คิวกูทรี พงศกรรังศิลป์ แพลดและเรียบเรียง. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion an IMC Perspective)**. กรุงเทพมหานคร: ทัอป, 2548.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร (Principles and Theories of Communication)**. หน่วยที่ 1. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2541.

สมควร กวียะ. **ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ใหม่ การสื่อสารองค์กรเชิงบูรณาการ (Integrated Organizational Communication)**. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, 2547.

4. เว็บไซต์ และสื่อออนไลน์

<http://www.igoodmedia.net>

www.facebook.com/sudin.chaohinfa

e-mail: 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. พึงสุจริตต่อหน้าที่โดยไม่ยอมรับอำมิสลินจ้างให้บิดเบือนเจตนารมณ์ของตนเอง
7. พึงงดเว้นอบายมุขต่างๆ อันจะนำไปสู่การเสียอิสรภาพในการประกอบอาชีพด้านนี้
8. พึงงดเว้นการใช้สื่อมวลชนเพื่อการกลั่นแกล้งหรือการแก้แค้น
9. ไม่พึงยอมให้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือของผู้ใดผู้หนึ่งที่มีเป้าหมายมิชอบ
10. พึงส่งเสริมให้อำนาจทุกฝ่ายตามรัฐธรรมนูญ มีเสรีภาพในการปฏิบัติหน้าที่ของตนตามกฎหมาย
11. พึงถือว่าเกียรติและบุคลิกภาพของตนอยู่เหนือสิ่งใดทั้งหมด
12. พึงกล้าชี้ข้อผิดพลาดในสังคมด้วยความบริสุทธิ์ใจ

(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

อารมณ์อุคตปัญญา (i-emotion: intelligence emotion) คิดฉลาดสร้างสรรค์ (i-thinking: intelligence thinking) ปัญญาสร้างสรรค์ (i-creativity: intelligence creativity) องอาจปัญญา (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) อารมณ์อุคตปัญญา (i-emotion: intelligence emotion) คือ ความมั่นคงของอารมณ์ ที่จะไม่อ่อนไหว ไปตามแรงยั่วยุ หรือ แรงกดดัน ที่จะก่อให้เกิด การละเมิดกฎเกณฑ์ทางสังคม 4 ระดับ คือ ประพฤติผิดกติกาสังคม ประพฤติผิดกฎหมาย ประพฤติผิดคุณธรรม-จริยธรรม ประพฤติผิดศีลธรรม (หมายความว่า การสะกดกัน 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-อนุปาติ

(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) องอาจปัญญา (i-action) หรือ "ความรู้ ทำให้องอาจ" คือ ผลของ ปัญญาทั้ง 3 ข้อ ที่จะก่อให้เกิด ภาวะภาพ 5 ประการ ในชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม คือ อิสระเสรีภาพ (independence/freedom) สมรรถภาพ (ability/potency/efficiency) ภาวธรรมภาพ (charity/brotherhood) สันติภาพ (peace) บูรณภาพ (integrity) องอาจปัญญา 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 ตามมนทัศน์ของบุญนิยม หมายถึง องค์รวมของสรรพสิ่ง (Holistic Information).



(05) หลักเกณฑ์ การประเมิน การออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์

รายการประเมิน	เกณฑ์การประเมิน 4=Excellent 3=Good 2=Satisfactory 1=Poor	
	มี	เหมาะสม
ก. การใช้สื่อ และ กลยุทธ์โฆษณา ประชาสัมพันธ์	มี	เหมาะสม
(1) เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย		
(2) สร้างภาพลักษณ์ขององค์กร สอดคล้องกับ ผลิตภัณฑ์ โครงการ กิจกรรม		
(3) ไม่เป็นปฏิปักษ์ต่อสิ่งแวดล้อม และระบบสุขภาพโดยรวม		
ข. ส่วนประกอบ	มี	เหมาะสม
(1) พาดหัว (headline)		
(2) ภาพประกอบ (illustration)		
(3) เนื้อหา (body copy)		
(4) ภาพสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการ กิจกรรม (product)		
(5) โลโก้ (logo)		
ค. องค์ประกอบศิลป์ การสร้างสรรค์	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)		
ง. แนวคิด การสร้างสรรค์ ทางกายภาพ เนื้อหา และแนวเขียน	มี	เหมาะสม
(1) แนวคิดหลัก (theme) เชื่อมโยงกับ การออกแบบ (design) เนื้อหา (information) เทคโนโลยีสื่อ (technology) และ จิตวิทยาการสื่อสาร (psychology)		
(2) ภาษาเขียน ภาษาภาพ (ระดับที่ใช้ เหมาะสมกับผู้อ่าน)		
(4) โน้มน้าวใจด้วย ดิลา อารมณ์คุณปัญญา (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) เว้นแต่จะ ทำลาย หรือตัดดวงจร “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 เฮิรท์ซ์ 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 การค้นพบจักรวาลของสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า 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 เติบโต ดำรงอยู่	-	-	สิ่งมีชีวิต พืช (plant)
เดรัจฉาน (wildness)	ธาตุ 5	เคลื่อนไหว เติบโต ดำรงอยู่	ภพชาติ ขรา มรณะ / อวิชชา	วิญญู (eternity) นรก เปรต อสุรกาย	สิ่งมีชีวิต สัตว์ (animal)
คน-มนุษย์. (homo sapiens)	ธาตุ 5	เคลื่อนไหว เติบโต ดำรงอยู่	กิเลส ตัณหา / อวิชชา	นรก (-) สวรรค์ (+)	คน-มนุษย์ (human)
เทพ (God)	ธาตุ 5	เคลื่อนไหว เติบโต ดำรงอยู่	กิเลส อัตตา / ปัญญา	ภพ (อัตตา -) สวรรค์ (อัตตา +)	เทพ / พระเจ้า (God / Angle)
ธรรมะ. (integrity)	ธาตุ 5	เคลื่อนไหว เติบโต ดำรงอยู่	กาละ / วิชชา	สุญญตา (อัตตา=0) ไตรลักษณ์	พระอาริยะ (extreme human)
องค์ประกอบ	ธาตุสาร (วัตถุธาตุ) (physical)	อาหาร ปัจจัย (เครื่องดำรงชีพ) (biological)	กุตระ (รับรู้-รู้สึก) (psychology)	ปาณะ (วิญญาน-อารมณ์) (moral-ethics)	

คำอธิบาย

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

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^s)**

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-สุขภาพและสิ่งแวดล้อม) (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. การบริหารจัดการองค์การ 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 ปลอดภัย สุขลักษณะ สร้างนิสัย)

(8) มิติของการสื่อสารเวลา หรือ Q-SPORT (6-D^{it} Dimension of info-Time)

เวลา มีลักษณะทางสังขารธรรม ที่แตกต่างจากสังขารธรรมอื่น คือ ไม่มีการหยุดนิ่ง แต่ก็มีคามเที่ยงแท้ในตัว ในวงโคจรของเวลา ในแต่ละคาบ (วัฏฏะ) ³ จะมีความเที่ยงตรง เวลาเป็นบ่อเกิดของสรรพสิ่ง

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 ที่มีลักษณะของการตื่นพร้อมอยู่ตลอดเวลา ไม่หยุดนิ่ง และมีความแข็งแกร่ง พร้อมใช้งาน

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

ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับ คุณสมบัติของเวลา

มิติของเวลา จะถูกสอดแทรก และบูรณาการไปกับ กระบวนการสื่อสาร โดยเฉพาะการจัดทำแผนสื่อ หรือแผนกลยุทธ์อื่นใด ย่อมเกี่ยวข้องกับ มิติของเวลา เสมอ.

(9) หลักแห่งนวัตกรรม 10 ประการ ของพลัง สื่อ สาร

นวัตกรรม (innovation) คือ สิ่งที่มีมนุษย์ 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) เพื่อชี้วัด **สมการ ต่อไปนี้ ให้เป็นจริง**

- | | | |
|-----------------------------|---|---------------------------------------|
| (1) คน (human) | = | เข้าใจได้ 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) ชยัน (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” (อภากาลโก) ไม่จำกัดด้วยบุคคล ใครทำใครได้ (สันทิฏฐิโก) เป็นสิ่งที่พิสูจน์ได้ (เอหิปัสสิโก) เป็นประโยชน์แน่ๆ (โอปะนะยโก) ปัญญาชนผู้ฉลาด ทำถูก ทำจริง เท่านั้น จึงจะรู้ จะเห็น ยอมรับ (ปัจจัตตัง เวทิตัพโพ วิญญู ทิ)