

## บทที่ 2

### แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง "การสื่อสารเชิงอวัจนะของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ในปัจจุบัน" นี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษามาไว้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ เพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กล่าวถึงรายละเอียดต่าง ๆ โดยภาพรวมไว้ดังนี้

"การสื่อสารเชิงอวัจนะ" หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า "อวัจนภาษา" นั้น มีนักวิชาการต่างประเทศอย่าง ดร.แฟรงค์ (DR. Lawrence K. Frank) (อ้างถึงใน สุมิตร คุณานุกร, 2524:50) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารโดยไม่ใช่คำพูด เป็นวิธีการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุด และเป็นวิธีการสื่อสารวิธีแรกที่เราใช้ในชีวิต หรืออาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารโดยไม่ใช่คำพูด (Nonverbal Communication) เป็นการสื่อสารที่มีอยู่ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ทุกคน

และมีบุคคลต่างๆ ได้พูดถึงการสื่อสารลักษณะนี้ไว้แตกต่างกันไป เอ็ดเวิร์ด ที ฮอลล์ (Edward T. Hall) ได้ให้ความหมายที่ใกล้เคียงกัน เรียกการสื่อสารโดยไม่ใช่คำพูดนี้ว่า ภาษาเงียบ (Silent Language) และ Julius Fast (อ้างถึงใน สุมิตร คุณานุกร, 2524:4) เรียกการสื่อสารโดยไม่ใช่ภาษาพูดว่า ภาษาร่างกาย (Body Language) และเดวิด มัวร์ (David M. Moor, 1994:146) กล่าวว่า "ภาษาท่าทาง" นั้นมีไว้เพื่ออธิบายถึงการที่มนุษย์และวัตถุสิ่งของสื่อสารได้โดยไม่ใช่ถ้อยคำ

อีกทั้งการศึกษาของเรย์ เบิร์ดวิทเทล (Ray Birdwhistell) (อ้างถึงใน ณจิต ตีปานวงศ์, 2539:2) พบว่าคนปกติจะพูดเป็นคำเพียง 10-11 นาทีต่อวัน พูดเป็นประโยคยาวโดยเฉลี่ย 2.5 วินาที และยังพบว่าการสื่อความหมายโดยการพูดคุยกันต่อหน้ามีการใช้ภาษาพูดเพียงร้อยละ 35 ที่เหลือเป็นการสื่อสารโดยไม่ใช่ภาษาพูด ซึ่งจากการศึกษานี้ทำให้เห็นว่าการสื่อสารโดยไม่ใช่ภาษาพูดนั้นมีความสำคัญอย่างมากในชีวิตประจำวัน

- นอกจากนี้ Ruest ก็ยังให้ความหมายเกี่ยวกับการสื่อสารโดยไม่ใช้ภาษาพูดไว้ว่า หมายถึง
- 1.ภาษาสัญลักษณ์ (Sign Language) เช่น ภาษาใบ และสัญญาณสื่อสารด้วยสิ่งต่างๆ
  - 2.ภาษาการกระทำ (Action Language) หมายถึง การกระทำทุกอย่างทั้งที่ตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจ
  - 3.ภาษาวัตถุ (Object Language) หมายถึง การแสดงออกทั้งที่ตั้งใจ และไม่ตั้งใจในการใช้ เช่นการจัดบ้าน หรือเสื้อผ้าที่สวมใส่

เมื่อกล่าวถึงความหมายโดยนักวิชาการต่างประเทศ ดังรายละเอียดข้างต้นแล้ว แสดงให้เห็นความสำคัญของการสื่อสารเชิงอวัจนะ ว่ามีลักษณะของการใช้เพื่อสื่อความหมายในลักษณะต่างๆ กันไป แต่ก็มุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจในการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น

ในอีกความหมายหนึ่งการสื่อสารโดยไม่ใช้ภาษาพูด หรือเรียกได้ว่าเป็น"ภาษาท่าทาง" (สุมิตร คุณานุกร,2524:4) รวมทั้งตำราภาษาไทยที่มักใช้คำว่า "อวัจนภาษา" หรือ "การสื่อสารเชิงอวัจนะ" นั้นเอง ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้ต่างๆ ดังนี้

สุมิตร คุณานุกร (2524:4) กล่าวไว้ว่า "อวัจนภาษา" คือการใช้ท่าทางเป็นเครื่องมือสื่อความหมาย หรือเป็นภาษาในการถ่ายทอดความหมายและอารมณ์ระหว่างบุคคล หรือระหว่างสัตว์ หรือระหว่างสัตว์กับคน หรือระหว่างคนกับสัตว์

ประมะ สตะเวทิน (2538:36) ให้ความหมายว่า เป็นการสื่อสารโดยใช้รหัส หรือสัญลักษณ์อย่างอื่นในการสื่อสาร แทนที่จะใช้ภาษาพูดหรือภาษาเขียน เช่นการยิ้ม การแสดงกิริยาอาการ เป็นต้น

อวยพร พานิช และคณะ(2530:6) ได้กล่าวว่า "อวัจนภาษา" เป็นภาษาส่วนที่ไม่ใช้ถ้อยคำหรือคำพูด แต่สามารถสื่อให้เกิดความหมาย ความรู้ และความเข้าใจระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้

อรุณีประภา หอมเศรษฐี (อ้างถึงใน ณจิต ตีปานวงศ์,2539:2) ได้ให้ความหมายว่า เป็น ภาษาที่ไม่ออกเสียงเป็นถ้อยคำ แต่มีลักษณะเป็นภาษาที่แฝงอยู่ในถ้อยคำนั้น เช่น น้ำเสียง จังหวะ ของการพูด การหยุดพูด และยังหมายถึงกิริยาท่าทาง การเคลื่อนไหว การใช้สีหน้า หรือสายตา แล้วยังรวมตลอดไปถึงสิ่งอื่นๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการแปลความหมายของมนุษย์ด้วย เช่น ระยะเวลาที่กำหนดไว้สำหรับคนแปลกหน้าหรือคนใกล้ชิด การเลือกใช้เสื้อผ้า การเลือกสีสำหรับของใช้ หรือเครื่องตกแต่ง การมาสาย การตรงต่อเวลา ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่สามารถสื่อความหมายได้ ทั้งสิ้น

นอกจากนั้น ณภัทร เทพพรธนะ (บรรณาธิการ,2541::2-3) ได้กล่าวไว้อีกความหมาย หนึ่งว่า "อวัจนภาษา" คือกิริยาท่าทางต่างๆ ที่ปรากฏออกมาทางร่างกายของมนุษย์เป็นส่วนใหญ่ และสามารถสื่อความหมายได้ จึงมีผู้ใช้คำอีกอย่างหนึ่งว่า "กายภาษา" (Body Language)

ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารประเภทอวัจนภาษา เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสาร เป็นการสื่อสารอารมณ์ ความรู้สึก ความคิดของมนุษย์ออกมาโดยไม่ใช้ถ้อยคำ อวัจนภาษาอาจเกิดขึ้นโดย ตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ได้ และจะเกิดขึ้นตลอดเวลาที่สื่อสารกันอยู่ สามารถแสดงได้พร้อมๆ กันหลาย รูปแบบ และสามารถสื่อความหมายได้ในลักษณะที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการตีความหมาย ของผู้รับสารด้วย (อวยพร พานิช และคณะ,2532:7)

หรืออาจกล่าวได้ว่าอวัจนภาษานั้นมีลักษณะเป็นสากล กล่าวคือทุกสังคมสามารถเข้าใจ ในความหมายของอวัจนภาษาได้ตรงกัน แต่ก็มีอวัจนภาษาจำนวนมากที่ในสังคมซึ่งแตกต่างกัน เข้าใจในความหมายต่างกัน (ณจิต ตีปานวงศ์,2539:3)

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า "อวัจนภาษา" หรือ "การสื่อสารเชิงอวัจนะ" นั้น เป็นลักษณะของ การสื่อสารที่ไม่ใช้คำพูดในการสื่อความหมาย แต่ใช้ภาษาทางกาย ที่มีส่วนในการสื่อความหมาย ให้เกิดความชัดเจนมากขึ้นในการสื่อสารของบุคคลในลักษณะต่างๆ ตามแต่โอกาส และ สถานการณ์ ซึ่งหมายรวมถึงการแสดงออกด้านต่างๆ เช่น การแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง แววตา น้ำเสียง และอื่นๆ อันจะก่อให้เกิดความเข้าใจ หรือย้ำความรู้สึกที่เกิดขึ้นตามการสื่อสารนั้นๆ อีกทั้งเป็นการสร้างความหมาย และปกป้องถึงความสัมพันธ์ของบุคคลหนึ่งๆ นอกจากนั้นยังรวมถึง เป็นสิ่งที่แสดงออกซึ่งบุคลิกภาพ และภาพลักษณ์ของบุคคลในลักษณะต่างๆ ด้วย เช่น เครื่อง แต่งกาย เครื่องประดับ และองค์ประกอบอื่นๆ ที่เป็นส่วนเสริมสร้างบุคลิกภาพและความน่าเชื่อถือ ต่อบุคคลนั้น

จากความหมายต่างๆ ข้างต้น เราสามารถแบ่งประเภทของ "การสื่อสารอวัจนะ" หรือ "อวัจนภาษา" ให้เป็นที่ชัดเจนยิ่งขึ้น และเป็นส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาในเรื่อง "การสื่อสารเชิงอวัจนะของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ในปัจจุบัน" ได้เป็น 7 ประเภทดังต่อไปนี้ (ณภัทร เทพพรธนะ, 2541:2-3)

1.เทศภาษา หมายถึง ภาษาที่เกิดขึ้นจากลักษณะของสถานที่ที่บุคคลทำการสื่อสารกันอยู่ รวมทั้งช่วงระยะเวลาจะแสดงให้เห็นความหมายบางประการที่อยู่ในจิตสำนึกของบุคคลผู้กำลังสื่อสารกันได้ เช่น เราชอบนั่งชิลกับเพื่อน แต่จะนั่งหรือยืนห่างจากอาจารย์พอสมควร เพื่อรักษาเกียรติมารยาทให้เหมาะสม

2.กาลภาษา หมายถึง อวัจนภาษาที่เกิดจากการใช้เวลาในการสื่อสาร เพื่อแสดงเจตนาของผู้ส่งสารที่จะก่อให้เกิดความหมายเป็นพิเศษอย่างใดอย่างหนึ่งแก่ผู้รับสาร เช่น นักเรียนเข้าชั้นเรียนตรงเวลา ย่อมแสดงว่านักเรียนสนใจเรียน และให้เกียรติแก่อาจารย์ผู้สอน

3.เนตรภาษา หมายถึง อวัจนภาษาที่เกิดจากการใช้ดวงตา หรือสายตา เพื่อสื่อสารอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความประสงค์และทัศนคติบางประการในตัวผู้ส่งสาร เช่น การสบตา การจ้องหน้า การหลบสายตา การขำเลียง ฯลฯ

4.สัมผัสภาษา หมายถึง อวัจนภาษาที่เกิดจากการใช้อากัรสัมผัส เพื่อสื่อสารความรู้สึกและอารมณ์ ตลอดจนความปรารถนาที่ฝังลึกอยู่ในใจของผู้สื่อสารไปยังผู้รับสาร เช่น การจับมือ การคล้องแขน การโอบกอด การจุมพิต ฯลฯ

5.อาการภาษา หมายถึง อวัจนภาษาที่อยู่ในรูปของการเคลื่อนไหวร่างกายเพื่อสื่อสารอันได้แก่ การเคลื่อนไหวศีรษะ แขน ขา และลำตัว เป็นต้น

6.วัตถุภาษา หมายถึง อวัจนภาษาที่เกิดการใช้ และเลือกวัตถุมาใช้ เพื่อแสดงความหมายบางประการปรากฏ เช่น เครื่องแต่งกาย การจัดแต่งบ้านเรือน การเลือกใช้เครื่องประดับ ฯลฯ

7.ปริภาษา หมายถึง อวัจนภาษาที่เกิดจากการใช้น้ำเสียงประกอบด้อยคำที่พูดออกไป เช่น การเน้นเสียงพูด ความดัง ระดับความทุ้มแหลม ความเร็วจังหวะชัดเจน และคุณภาพของ น้ำเสียงที่เปล่งออกไปนี้ไม่ใช่ด้อยคำแบบสนิทอยู่โดยรอบด้อยคำ และมีความสำคัญมากในการ สื่อความหมาย

ทั้งนี้ สามารถสรุปลักษณะอวัจนภาษาประเภทต่างๆ ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับที่ ฌกัทร เทพพรธนะ ได้ให้ไว้ดังนี้คือ *เทศภาษา* หมายถึงภาษาที่ปรากฏขึ้นจากลักษณะของ สถานที่ที่ทำการสื่อสารกันอยู่ระยะห่างระหว่างบุคคล *กาลภาษา* หมายถึง ภาษาที่ใช้เวลาเป็น เครื่องมือ ความหมายอาจหมายถึงเวลาพูดใดพูดหนึ่งหรือช่วงเวลาใดก็ได้ *นัยภาษา* หมายถึง ภาษาจาก ดวงตาสื่ออารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด *สัมผัสภาษา* หมายถึง การใช้สัมผัสสื่อความหมาย *อาการภาษา* หมายถึง ภาษา ที่อยู่ในรูปของการเคลื่อนไหวร่างกายส่วนต่างๆ *กิริยาท่าทาง* *วัตถุภาษา* หมายถึง ภาษาที่เกิดจากการใช้และการเลือกวัตถุมาใช้ *เสื้อผ้าอาภรณ์* *ปริภาษา* หมายถึง น้ำเสียง (อวยพร พานิช และคณะ,2530:7)

จากประเภทของอวัจนภาษาดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าการใช้อวัจนภาษานั้น ทำให้เกิด ความชัดเจนในการสื่อสารยิ่งขึ้น โดยภาพรวมของอวัจนภาษามักจะถูกถ่ายทอดออกมายังตัว บุคคล อาจเรียกได้ว่าเป็นบุคลิกภาพ และภาพลักษณ์ที่เกิดเฉพาะตน การศึกษาครั้งนี้จึงเน้น เฉพาะการสื่อสารเชิงอวัจนะที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกต่างๆ ของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ อันก่อให้เกิดความประทับใจ และความน่าเชื่อถือต่อผู้ชม ซึ่งผู้วิจัยจะยกลักษณะความเกี่ยวพัน ของอวัจนภาษากับความรู้สึกประทับใจ และอวัจนภาษากับสารสัมพันธ์มาไว้ในที่นี้ด้วย เพื่อแสดง ให้เห็นความสำคัญของอวัจนภาษากับการนำมาใช้ในตัวบุคคล

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## อวัจนภาษากับความรู้สึกประทับใจฉบับพลัน

คนเรามักมีความรู้สึกต่างๆ นานา ต่อผู้ที่เราพบเห็นหรือสัมพันธ์ด้วยเป็นครั้งแรก ความรู้สึกต่างๆ เหล่านี้ ส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากอวัจนภาษาที่แสดงออกมาระหว่างการสื่อสารนั้น ซึ่งอาจพิจารณาได้ 3 ลักษณะด้วยกันคือ (อวยพร พานิช และคณะ, 2530: 23)

1. ลักษณะทางกายภาพ เป็นลักษณะสำคัญที่เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้คนประทับใจครั้งแรกที่พบเห็นซึ่งกันและกัน ทั้งในด้านดีและด้านตรงข้าม เป็นสิ่งที่บอกให้รู้ถึง อายุ เพศ เชื้อชาติ และลักษณะทั่วไป เช่น รูปร่าง ความสูง น้ำหนัก เป็นต้น โดยดูได้จาก ลักษณะภายนอก เช่น การแต่งกาย แต่งหน้า ทำผม เครื่องประดับ ซึ่งสามารถบ่งบอกอายุ เพศ เชื้อชาติ และรูปร่างได้ เสียงทุ้ม/แหลม นุ่ม/ห้าว รวดเร็ว/ยืดยาว ทำให้ผู้ฟังคะเน วัย เพศ และเชื้อชาติได้วิธีการใช้กิริยาทางต่างๆ ก็สามารถบ่งบอกวัย เพศ และเชื้อชาติ ระยะห่างระหว่างบุคคลสามารถบ่งบอกวัย เพศ รูปร่างได้ และที่สำคัญการสัมผัสกันย่อมเป็นสิ่งบอกข้อมูลเรื่องเพศได้อย่างดีที่สุด

2. ลักษณะทางวัฒนธรรมสังคม อวัจนภาษาสามารถบอกถึง เศรษฐกิจ การศึกษา สถานภาพทางสังคม ถิ่นที่อยู่อาศัย เชื้อชาติ วัฒนธรรม กลุ่มศาสนา การเมือง และทัศนคติทางสังคม โดยดูได้จากลักษณะภายนอก และน้ำเสียงที่พูด เช่น การแต่งกายสามารถบอกระดับสถานภาพทางสังคมระดับต่าง ๆ ได้ชัดเจนเสียงที่พูดสามารถบอกถิ่นที่เกิดและการศึกษาได้เป็นอย่างดีว่าผู้พูดมาจากท้องถิ่นใดและการศึกษาประมาณระดับใด

3. ลักษณะทางจิตวิทยา อวัจนภาษาบอกบุคลิกลักษณะนิสัย และอารมณ์ของผู้เป็นเจ้าของได้ โดยดูจาก การแต่งกาย เครื่องประดับ และทรงผม หรือการแต่งหน้า รวมทั้งน้ำเสียงที่เปล่งออกมา ทำให้ผู้ฟังวัดได้ว่า ผู้นั้นมีอารมณ์อย่างไร เป็นคนเช่นไร

คนเราใช้ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตอวัจนภาษาในการสร้างความประทับใจต่อคนอื่น โดยที่อวัจนภาษานั้น อาจเกิดขึ้นโดยตั้งใจ หรือไม่ตั้งใจก็ได้ และการรับรู้ซึ่งเกิดขึ้นนั้น อาจตรงหรือไม่ตรงกับความเป็นจริงก็ได้ แม้ว่า อวัจนภาษามีความสำคัญในระยะแรกของการสัมพันธ์กับบุคคลอื่น แต่ความประทับใจครั้งแรก ก็ไม่ใช่ของจริง เพราะเมื่อบุคคลคบค้ากันมากขึ้นความรู้สึกที่มีต่อกันครั้งแรกก็อาจแปรเปลี่ยนไปได้

## อวัจนภาษากับสารสัมพันธ์ (Relational Messages)

ในอวัจนภาษาแต่ละประเภท มีสาระที่จะสื่อถึงผู้รับสารได้หลายประเด็น ในแง่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อวัจนภาษาให้ข้อมูลด้านสารสัมพันธ์ไว้ 4 ประการด้วยกัน คือ (อวยพร พานิช และคณะ, 2530: 24)

1. บอกให้รู้สึกถึงการอยากอยู่ใกล้ หรืออยากอยู่ห่าง ทำที่ที่แสดงออกสื่อให้ผู้อื่นสังเกตเห็น ความชอบไม่ชอบในจิตใจของผู้ส่งสาร โดยดูจากระยะห่าง และกิริยาท่าทาง
  2. บอกให้รู้ถึงการยอมรับหรือปฏิเสธ อวัจนภาษาสามารถบอกความศรัทธา ความน่าเชื่อถือหรือความหวาดระแวง หวาดกลัว เช่น ท่าที่ลุกสี่ลุกถน การแต่งกายที่ไม่เรียบร้อย ย่อมไม่สามารถสร้างความศรัทธาแก่ผู้พบเห็นได้ คนเสียงดี รูปร่างดี แต่งกายดี มักได้รับความน่าเชื่อถือมากกว่า และผู้ที่ไว้ผมสั้นมักน่าเชื่อถือมากกว่า ผมยาว เป็นต้น
  3. บอกถึงการมีอำนาจเหนือคนอื่น อาจดูได้จากกิริยาท่าทาง เช่น คนมีอำนาจมักกล้าสบตาและกล้าแสดงออกเต็มที่ ไม่รู้สึกเกร็งหรือกลัวที่จะสื่อสารตำแหน่งที่นั่งยืนมักจะเด่นกว่าคนอื่น และผู้อื่นมักไม่กล้าเข้าใกล้ ผู้มีอำนาจมักเป็นผู้กำหนดเวลาในการสื่อสาร ในด้านเสียง มักใช้เสียงดัง พูดเป็นกันเองกับสถานการณ์ที่ต่ำกว่าได้มากกว่าที่ผู้ที่อยู่ในสถานการณ์ต่ำกว่าจะกล้าพูด
  4. บอกให้รู้ถึงความรักความสนิทสนม ดูได้จากวิธีการสัมผัสและการแสดงกิริยาท่าทาง และระยะห่าง ผู้ที่รักใคร่กันมักมีวิธีการสัมผัสที่นุ่มนวล ทะนุถนอม และอยู่ใกล้ชิดกันมากกว่าผู้ที่รู้จักกันเพียงผิวเผิน
- ฉะนั้น จะเห็นได้ว่า อวัจนภาษาสามารถเป็นตัวกำหนด ความรู้สึกต่างๆ ช่างต้นที่บุคคลหนึ่งได้อย่างชัดเจน และแนวความคิดอื่นๆ ที่มีผลต่อการสร้างความน่าเชื่อถือของแต่ละบุคคลได้ ผู้วิจัยจึงนำแนวความคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับ ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร และภาพลักษณ์ มาเป็นส่วนหนึ่งบทนี้ เพื่อขยายขอบเขตความคิดอันจะเป็นภาพรวมของการสื่อสารเชิงอวัจนะ ให้ได้ภาพที่ชัดเจนขึ้น

## แนวคิด และทฤษฎีการโน้มน้าวใจด้วยบุคลิกความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร

ตามแนวคิดเรื่องวาทศาสตร์ อริสโตเติล (Cooper, 1932) กล่าวว่า วาทศิลป์เป็นอำนาจที่จะค้นพบวิธีการต่างๆ เพื่อใช้โน้มน้าวใจ (persuasion) สำหรับ ไอ.เอ.ริชาร์ด (อรรถรรณปิลันธน์โอวาท , 2535:183) ได้กล่าวว่า วาทศาสตร์เป็นการศึกษาไปที่ความหมายของประโยคในวาทะชนิดต่างๆ เป็นการแยกแยะหน้าที่ของภาษาที่ให้อารมณ์นำไปสู่ความเข้าใจในวาทะชนิดต่างๆ ที่จะทำให้มีการเลือกใช้คำได้อย่างถูกต้อง

จากทฤษฎีการโน้มน้าวใจด้วยบุคลิกความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนั้น อริสโตเติล กล่าวว่า บุคลิกของผู้พูด (ethos) เป็นวิธีการที่มีผลมากที่สุดในการโน้มน้าวใจ (Cooper. 1960:8-9) การโน้มน้าวใจจากเหตุ 3 ประการ คือ

1. ผู้พูดเป็นผู้มีสติปัญญาเฉียบแหลม ลึกซึ้ง มีไหวพริบ (Intelligence) ไม่แสดงความเห็นหรือคำแนะนำที่ไร้สาระ
2. ผู้พูดเป็นผู้มีน้ำใจไมตรีต่อผู้ฟัง (Good will) สามารถแสดงให้ผู้ฟังเห็นว่าตนมีความปรารถนาดีต่อผู้ฟัง มุ่งให้ผู้ฟังเกิดประโยชน์ และมีความตั้งใจจริงที่จะรักษาประโยชน์ของผู้ฟัง
3. ผู้พูดแสดงให้ผู้ฟังเห็นว่าตนเป็นผู้มีนิสัยดี มีศีลธรรม (Good character) ซึ่งผู้ที่ยึดมั่นในคุณความดี หรือ virtue นั้นจะต้องประกอบไปด้วย
  - เป็นผู้รักความยุติธรรม (justice)
  - เป็นผู้มีความกล้าหาญ (courage)
  - เป็นผู้รู้จักยับยั้งชั่งใจ (temperance)
  - เป็นผู้มีความใจเมตตาากรุณา (magnanimity)
  - เป็นผู้มีความโอบอ้อมอารี (magnificence)
  - เป็นผู้มีความรักในเสรีภาพ (liberality)
  - เป็นผู้มีความสุภาพ (gentleness)
  - เป็นผู้มีความรอบคอบ (prudence)
  - เป็นผู้มีความสุข (wisdom)



และสำหรับ ชิมป์ (Shimp .1979:169) ได้กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Source Credibility) คือชุดของการรับรู้ (an entire set of perception) ที่ผู้รับสารมีต่อผู้ส่งสาร ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 มิติ ดังนี้

1. ความเชี่ยวชาญ (expertise) หมายถึง การที่ผู้รับสารประเมินว่าผู้ส่งสารมีความรู้ มีประสบการณ์ มีทักษะและมีความชำนาญทั้งยังมีความสามารถในการสื่อสารเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
2. ความน่าไว้วางใจ (trustworthiness) หมายถึง การที่ผู้รับสารประเมินว่า ผู้ส่งสารมีความซื่อตรง อ่อนน้อมเมื่อได้ใกล้ชิดหรือสื่อสารด้วย
3. ความคล่องแคล่ว (dynamic) หมายถึง การที่ผู้รับสารประเมินว่าผู้ส่งสารมีลักษณะกระตือรือร้น มีการตื่นตัว รวดเร็ว เป็นต้น
4. ความมีศักยภาพ (potential) ในที่นี้หมายรวมไปถึงปัจจัยอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านรูปร่างที่สง่างาม เสียง น่าเชื่อถือ ตลอดจนการที่มีหน้าตาดี เป็นต้น

นอกจากนั้นยังมีการวิจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารที่พัฒนาโดยเบอร์โล และคณะ ซึ่งวิเคราะห์หรือออกมาจนเป็นข้อสรุปว่ามีปัจจัย 3 ประการ ที่ผู้รับสารมักจะใช้ในการตัดสินใจความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Berlo . อ้างถึงใน อรวรรณ ปิรันธน์โฆวาท , 2537 : 85) ได้แก่

1. ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่น (Safety factors) ผู้ส่งสารที่จะมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ คือ
  - ใจดี (kind)
  - เข้ากับคนอื่นได้ง่าย (congenial)
  - มีความเป็นเพื่อน (friendly)
  - ไม่ขัดคอใคร (agreeable)
  - น่าคบ (pleasant)
  - สุภาพ (gentle)
  - ไม่เห็นแก่ตัว (unselfish)
  - ยุติธรรม (justice)
  - รู้จักให้อภัย (forgiving)
  - เชื้อเพื่อน (hospitable)

- ร่าเริง (cheerful)
- มีศีลธรรม (ethical)
- ออดทน (patient)
- สงบเยือกเย็น (calm)

2. ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification Factors) โดยเน้นที่ความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ของผู้ส่งสาร คุณสมบัติเหล่านี้ เช่น

- มีประสบการณ์ด้านใดด้านหนึ่ง (experience)
- ได้รับการฝึกฝน (trained)
- มีความชำนาญ (skilled)
- มีอำนาจในหน้าที่ (authoritative)
- มีความสามารถ (able)
- มีเชาวน์ปัญญา (intelligent)

3. ปัจจัยด้านพลวัตของผู้ส่งสาร (dynamism factors) เป็นปัจจัยที่แสดงถึงความคล่องแคล่ว กระตือรือร้น ความไม่เฉื่อยชาของผู้ส่งสาร ลักษณะเหล่านี้ได้แก่

- มุทะลุ (aggressive)
- รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา (empathic)
- ตรงไปตรงมา (frank)
- กล้าหาญ (courage)
- กระตือรือร้น (active)
- รวดเร็ว (fast)
- คล่องแคล่ว (energetic)

จากปัจจัยทั้ง 3 ประการดังกล่าวข้างต้นนี้ หากผู้รับสารพิจารณาว่าผู้ส่งสารมีคุณสมบัติ ดังกล่าวแล้ว ก็อาจกล่าวได้ว่า ผู้ส่งสารมีความสามารถในการโน้มน้าวใจได้ เบนริโตนและคณะยัง แนะนำว่า ผู้ส่งสารที่ได้รับความน่าเชื่อถือต้องคำนึงถึงเรื่องที่จะพูดเป็นสำคัญด้วย

นอกจากเรื่องของความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว “ภาพลักษณ์” ก็เป็นอีกแนวความคิดหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการแสดงออกของตัวบุคคล และได้มีนักวิชาการให้ความหมายของคำว่า “ภาพลักษณ์” ไว้ดังนี้

Keneth E. Boulding (1975) ให้ความหมายว่า ภาพลักษณ์เป็นกระบวนการของความคิดจิตใจ ที่หล่อหลอมความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่างๆ อันเนื่องมาจากประสบการณ์ทั้งโดยตรงและ

โดยอ้อม

Frank Jetkins ให้ความหมายว่า ภาพลักษณ์ เกิดขึ้นจากความประทับใจ ซึ่งได้จากการได้มีความรู้ และความเข้าใจในข้อเท็จจริงนั้นๆ

Daniel J. Boorstin (1973) ให้ความหมายว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นด้วยเหตุการณ์เทียม กล่าวได้เป็น 6 ลักษณะดังต่อไปนี้

- 1).ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกจำลองขึ้นมา ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ
- 2).ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เชื่อถือได้
- 3).ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่นิ่ง ไม่ขัดแย้งกับความเป็นจริง
- 4).ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจน ด้วยการสร้างสรรค์จากนามธรรม
- 5).ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ทำให้ดูง่ายต่อการเข้าใจและจำ
- 6).ภาพลักษณ์มีความหมายหลายแง่มุม ระหว่างความคาดหวังกับความจริง

พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร มีแนวคิดว่าปัจเจกบุคคลที่มีเหตุการณ์มาถึงตนเองแล้ว ได้พัฒนาเป็นภาพลักษณ์ได้อย่างไร แบ่งเป็นขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

- 1).เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม (Events and Environment)
- 2).ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) ได้แก่ การได้ยิน ได้เห็น ได้สัมผัส และได้กลิ่น
- 3).องค์ประกอบเฉพาะบุคคล (Personal Elements) หมายถึง ลักษณะของการสื่อสาร ทักษะคติ ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรม
- 4).การรับรู้และความประทับใจ (Perception and Impression)

จากรายละเอียดต่างๆ ข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า "ภาพลักษณ์" เป็นความประทับใจที่เกิดขึ้น ในจิตใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล องค์กร หรือสถาบัน เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้กับสถาบันทุกแห่ง เพียงแต่จะเลือนลางหรือชัดเจน เป็นภาพที่ตีหรือไม่ตีเท่านั้น เช่นเดียวกับภาพลักษณ์ของ ผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจโทรทัศน์ ดังนั้น ผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์จึงจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นต่อผู้ชมซึ่งเป็นผู้บริโภคอยู่เสมอ

รายละเอียดต่างๆ ข้างต้น เป็นส่วนแสดงให้เห็นได้ว่าการสื่อสารเชิงอวัจนนั้น สามารถจะ นำมาใช้ได้กับตัวบุคคลในทุกสถานการณ์ โดยมีภาพรวมที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ และ ภาพลักษณ์ของบุคคลด้วย เพราะจะทำให้เกิดความชัดเจนขึ้นในลักษณะทางการใช้อวัจนภาษา ของแต่ละบุคคล ทั้งนี้ก็มีผู้ที่ทำการศึกษเกี่ยวกับอวัจนภาษาไว้ดังนี้

อวยพร พานิช และคณะ: 2526 ได้ทำการศึกษาเรื่อง "อวัจนภาษาในนวนิยายรอบ ศตวรรษ 2516-2525 จากผลการศึกษาพบว่าตัวละครในนวนิยายไทย มีการใช้กิริยาท่าทาง หรือ การเคลื่อนไหวของร่างกายมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากเป็นสิ่งที่เห็นเด่นชัดว่าการใช้อวัจนภาษาประเภท อื่นๆ กอปรกับการเขียนนวนิยายจำเป็นอาศัยการบรรยายอิริยาบถ และการเคลื่อนไหวของตัว ละครเป็นอย่างมาก รวมทั้งคำนิยามของการใช้กิริยาอาการเอง การครอบคลุมการใช้อวัจนส่วน ต่างๆ ของร่างกายในการสื่อสารมากมาย นับแต่ลำตัว มือ ไหล่ เท้า ฯลฯ ไม่เหมือนอวัจนภาษา อื่นๆ ที่เน้นหนักบางประเภทเช่น การใช้สีหน้า สายตา หรือเสียง

และจากจำนวนความถี่การใช้อวัจนภาษาพบว่า มีความถี่ของการใช้มือ และไหล่สูงมาก เช่น การกุมมือ จับมือ จับไหล่ ยกไหล่ สบัดมือ ฯลฯ ส่วนการใช้เท้าและขามีน้อย เพราะเนื่องจาก การแสดงออกโดยใช้เท้าและขามักจะถูกมองว่าเป็นการแสดงกิริยาที่ไม่เหมาะสม

นอกจากนั้นลักษณะการใช้อวัจนภาษาต่างๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกนิสัยของคนไทย โดยเฉพาะในเรื่องของความเกรงใจ และการรู้จักสำรวมและควบคุมตัวเองได้ รวมทั้งการใช้อวัจนภาษาในนวนิยายไทยทำหน้าที่เป็นเครื่องแสดงอารมณ์และความรู้สึก (affect display) ซึ่งมี ลักษณะเป็นสากลเหมือนๆ กับวัฒนธรรมอื่นๆ เช่น เสียงสั่นเมื่อโกรธ หน้าแดงเมื่ออาย เบิ่งตา เมื่อตื่นเต้นหรือตกใจ ร้องไห้เมื่อเสียใจ ฯลฯ

จากการวิเคราะห์การใช้อวัจนภาษาในนวนิยายไทยนั้น แสดงให้เห็นได้ว่า แม้แต่ในการเขียนก็ยังมีการนำอวัจนภาษามาใช้ เพื่อสร้างความคิด อารมณ์และความรู้สึก ซึ่งจะเป็นส่วนเพิ่มสีสัน และความเข้าใจในการสื่อความหมายของตัวละครได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาของ ณจิต ตีปานวงศ์ : 2539 ที่ได้ศึกษาเรื่อง "อิทธิพลของอวัจนภาษาของนักเรื่องกรรมมี เอ็นเตอร์เทนเมนท์ต่อเยาวชน" ผลการวิจัยพบว่า

1.วัยรุ่นที่มีเพศ อายุ การศึกษา และรายได้รวมของครอบครัวต่างกัน มีการเปิดรับสารด้านอาการภาษา และวัตุภาษาต่างกัน

2.กิจกรรมความสนใจ และความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารด้านอาการภาษา และวัตุภาษา

3.การเปิดรับสารด้านอาการภาษา และวัตุภาษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจดจำสารด้านอาการภาษา และวัตุภาษา

4.การจดจำสารด้านอาการภาษา และวัตุภาษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเลียนแบบ

การศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่มีต่ออวัจนภาษาได้ชัดเจนขึ้น ซึ่งการศึกษาที่ผ่านมาทำให้พบว่าอวัจนภาษามีความสำคัญ ต่อการประกอบกิจกรรมต่างๆ ได้เป็นอย่างดีเช่นกัน

เนื่องจากในการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาลักษณะการสื่อสารเชิงอวัจนะของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ จึงได้นำแนวความคิดที่เกี่ยวกับผู้ประกาศข่าว รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอยู่รวมไว้ในบทนี้ด้วยดังต่อไปนี้

### แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกาศข่าว

นางนุช ศิริโรจน์ (2539,73-79) ได้ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการกำหนดบุคลิกภาพของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ โดยวิเคราะห์วิวัฒนาการทางบุคลิกของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ได้ผลดังนี้

1.ผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์ มีหน้าที่นำเสนอในฐานะผู้ประกาศข่าว ดังนี้

- ผู้ประกาศข่าวหลักและผู้ประกาศข่าวร่วม เป็นหลักในการนำเสนอข่าว ประกาศและเชื่อมโยงขึ้นข่าวต่างๆ ให้เป็นไปตามบทโทรทัศน์

- ผู้ประกาศข่าวร่วม มีการนำเสนอสลับกับผู้ประกาศข่าวหลักและอาจได้รับมอบหมายให้นำเสนอข่าวและละข่าวและหรือแต่ละประเภทของข่าว

- ผู้รายงานข่าว เป็นผู้ได้รับเลือกให้เป็นผู้ประกาศข่าวในรายการนั้นๆ

การประกาศ บรรยายและรายงานข่าวหรือวิจารณ์ข่าว จำเป็นต้องอาศัยผู้ประกาศข่าว ดำเนินการ ดังนั้น รายการประเภทข่าวจะได้รับความนิยมและเชื่อถือจากผู้ชมเพียงใด ขึ้นอยู่กับ บุคลิกภาพ และความสามารถของผู้ทำหน้าที่เกี่ยวกับข่าวทั้งหมด

นอกจากนี้นักวิชาการอย่าง บรูซ เลวิส (Bruce Lewis) ได้กล่าวถึงบุคลิกภาพของผู้ ประกาศข่าวที่ดีควรมีคุณสมบัติ ดังนี้

- 1.รูปร่าง หน้าตาที่ดี
- 2.น้ำเสียงและคำพูดชัดเจน
- 3.ความรู้และประสบการณ์
- 4.เฉลียวฉลาด
- 5.มีอารมณ์ขัน
- 6.อดทน
- 7.ความคิดสร้างสรรค์
- 8.กระตือรือร้น
- 9.มั่นใจในตนเอง
- 10.สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี

เรย์ ไวท์ (Ray White) (1990) ได้วางกฎเกณฑ์พื้นฐานสำหรับบุคคลผู้ทำหน้าที่อ่านข่าว โทรทัศน์ โดยปัจจัย ดังนี้

- 1.รูปร่างหน้าตา (Looks) เป็นสิ่งสำคัญ เพราะภาพเป็นรูปร่างหน้าตาที่ปรากฏ ถ้าไม่ดี สามารถเสริมแต่งได้
- 2.น้ำเสียง (Voice) น้ำเสียงที่พูดชัดเจน ถูกต้องตามอักขระ มีจังหวะวรรคตอนที่ถูกต้อง
- 3.ความน่าเชื่อถือ (Credibility) เป็นคุณสมบัตินอกเหนือจากรูปร่างหน้าตาที่สามารถดึงดูด ผู้ชมให้ติดตามได้
- 4.องค์ประกอบอื่นๆ นอกจากรูปร่างหน้าตา เช่น ทรงผม การแต่งหน้า การแต่งกาย ซึ่ง สามารถปรุงแต่งได้
- 5.ประสบการณ์ (Experience) ผู้ประกาศข่าวที่มีประสบการณ์ย่อมเป็นปัจจัยอย่างหนึ่ง ที่ส่งเสริมให้การเป็นผู้ประกาศข่าวดีขึ้น
- 6.การมีอารมณ์ขันและสนุกสนาน (Sense of Humor) เป็นส่วนที่ช่วยให้การทำงานเป็น ผู้ประกาศข่าวไม่น่าเบื่อสำหรับผู้ชม

7.การทำงานร่วมกับผู้อื่น / การทำงานเป็นทีม (Teamwork) ทำให้การทำงานได้รับความสำเร็จ รวดเร็วและราบรื่น

จากข้อมูลข้างต้นเป็นการแสดงถึงลักษณะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกาศข่าวว่าควรจะมีกรอบ และแนวคิดที่สามารถนำมาใช้กับตัวผู้ประกาศข่าว เพื่อทำให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อตัวผู้ประกาศข่าวเอง และเพื่อให้เห็นความสำคัญของอวัจนภาษาของผู้ประกาศข่าว ผู้วิจัยได้นำงานวิจัยที่มีผู้ทำการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกาศข่าวไว้ดังนี้

นางนุช ศิริโรจน์ (2536) ทำการศึกษาเรื่อง "การวิเคราะห์วิวัฒนาการทางบุคลิกภาพของผู้ประกาศข่าวโทรทัศน์" จากผลการศึกษาพบว่า การให้ความสำคัญในองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพของผู้ประกาศข่าวมีความแตกต่างกันไปตามบริบททางสังคม วัฒนธรรม อาชีพ และเทคโนโลยีของการนำเสนอข่าว ทั้งนี้แบ่งเป็นช่วงเวลาออกได้เป็น 3 ยุคสมัยคือ

1.ยุคเริ่มต้นงานข่าว (พ.ศ.2498 – ต้นปี พ.ศ.2528) หน้าที่ของผู้ประกาศข่าวจำกัดเฉพาะผู้ชายที่ร่วมอยู่ในทีมงานผู้บุกเบิก โดยให้ความสำคัญกับน้ำเสียง บุคลิกความน่าเชื่อถือตามแบบอย่างสากล ส่วนองค์ประกอบเรื่องรูปร่างหน้าตาถือเป็นเรื่องรอง

2.ยุคการปรับเปลี่ยน (ปลาย ปีพ.ศ. 2528 – ต้นปี พ.ศ. 2529) รูปแบบและเนื้อหาของ การนำเสนอข่าวเปลี่ยนแปลงอย่างมาก เนื่องจากเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกวงการเข้ามาทำ และมีการโฆษณาค้นเวลา เน้นบุคลิกความเป็นกันเอง และให้ผู้ประกาศข่าวทั้งหญิงและชายจนทำให้ประชาชนนิยม หันมาดูข่าวกันมากขึ้น

3.ยุคการแข่งขัน (ปลายปี พ.ศ.2529 – พ.ศ.2535) ภาพลักษณ์ด้านรูปร่างหน้าตา ความทันสมัยและความมีชื่อเสียงของบุคคลที่เลือกมาเป็นผู้ประกาศข่าวจากหลายวิชาชีพเป็น องค์ประกอบเด่นที่ใช้ในการดึงดูดใจให้ดูข่าว

ศรสวรรค์ ภูวิจิตร (2540) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในชีวิตและผลงานของคุณเอกชัย นพจินดา ในฐานะนักสื่อสารมวลชนด้านกีฬา พบว่าสิ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของเอกชัย นพจินดาก็คือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในด้านกีฬา ซึ่งถือเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของเขาตลอดมาจนทำให้มีชื่อเสียงในฐานะผู้ประกาศข่าวกีฬา

ขอฝาก วิทยานิพนธ์ (2538) ได้ศึกษากระบวนการสร้าง และรักษาความนิยมของพิธีกร  
โทรทัศน์ พบว่า กระบวนการสร้างความนิยมของพิธีกรโทรทัศน์ ประกอบด้วย

- 1.บุคลิกภาพส่วนบุคคล
- 2.ความสามารถเฉพาะบุคคลในด้านการสื่อสาร
- 3.สิ่งแวดล้อมในการทำงาน
- 4.การสร้างภาพลักษณ์

การศึกษาดังกล่าวเป็นการแสดงให้เห็นความสำคัญในด้านบุคลิกภาพของบุคคลที่ทำ  
หน้าที่ในวงการโทรทัศน์ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นความสำคัญในการสื่อสารเชิงอวัจนะทั้งสิ้น

ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจและต้องการศึกษาให้เห็นความสำคัญของ  
การใช้อวัจนภาษาให้มีความชัดเจน และเจาะลึกลงไปมากขึ้น โดยผู้วิจัยได้ใช้กลุ่มบุคคลที่เรียกว่า  
ผู้ประกาศข่าว เนื่องจากเป็นผู้ที่ต้องเสนอข้อมูล ข่าวสารที่มีความสำคัญต่อบุคคล และสังคมอยู่  
อย่างสม่ำเสมอ และการศึกษานี้จะเจาะลึกในด้านการสื่อสารอวัจนะที่มีส่วนสร้างความน่าเชื่อถือ  
และความสำเร็จของ ผู้ประกาศข่าวเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่ากรอบแนวคิดต่างๆ ที่ได้กล่าวไปแล้ว  
จะเป็นแนวทางที่จะนำไปสู่ผลของการวิเคราะห์ได้เป็นอย่างดี ดังที่ผู้วิจัยจะกล่าวในบทต่อไป

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย