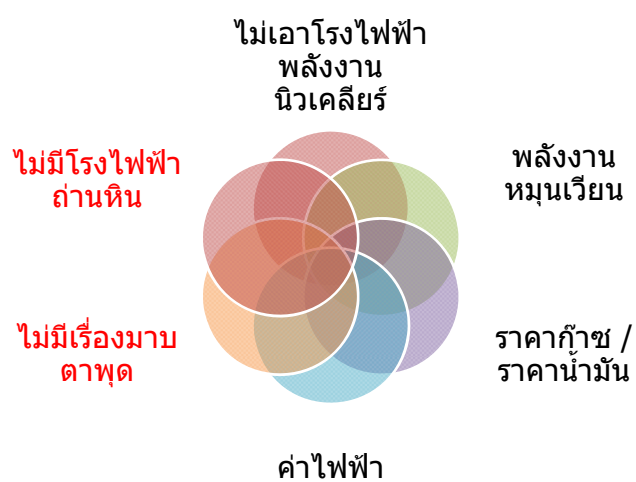


Discourse & Viral Communication

เรื่องใหม่ๆที่คนทำงานด้านการสื่อสารควรทำความเข้าใจ

เอกสารบรรยายครั้งที่ 7

นโยบายของพรรคการเมือง



http://www.squeks.com/home/ยงลักษณ์_ชินวัตร

Plus Gmail Imageplus.co.th Imageplus Webmail (old) Hotmail - Sign In Soontorn Blogger Soontorn Koonchaima... SCB Thailand Facebook

Squeks™ Home Profile Connect

ยงลักษณ์ ชินวัตร Worth: 501 Tweet 0

Current Owner: Déjà Vu Use points here [?]

LOVE 4399 people love this 63 % 37 % **HATE** 2547 people hate this

850 like this image Album



Suggestion

- Dakota Fanning** 105 loves, 4 hates Love Hate
- lady gaga** 148 loves, 42 hates Love Hate
- Facebook** 138 loves, 4 hates Love Hate
- Levi's** 39 loves, 6 hates Love Hate
- Alan Rickman** 12 loves, 4 hates Love Hate
- อัยการ: สวัสดิ์** 166 loves, 70 hates Love Hate
- เศรษฐี: เขียว** 70 loves, 146 hates Love Hate

Most Popular

ยงลักษณ์ ชินวัตร 4399 loves, 2547 hates

Squeks™ Home Profile Connect

อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ Worth: 150 Tweet 0

Current Owner: Wong Joew Use points here [?]

LOVE 2067 people love this 41 % 59 % **HATE** 2927 people hate this

-5 like this image Album



Suggestion

- Katy Perry** 90 loves, 6 hates Love Hate
- Christina Hendricks** 23 loves, 3 hates Love Hate
- Madonna** 41 loves, 6 hates Love Hate
- Arnold Schwarzenegger** 99 loves, 21 hates Love Hate
- Song Joong Ki** 24 loves, 22 hates Love Hate
- Memoirs Of A Geisha** 24 loves, 6 hates Love Hate
- Bon Jovi** 31 loves, 5 hates Love Hate

Most Popular

ชวรินทร์ กมลวิศิษฐ์ Worth: 60 Tweet: 0

Current Owner: **Wong Joew** Use points here (?)

LOVE 3522 people love this **HATE** 538 people hate this

377 like this image



Suggestion

- Penelope Cruz** 50 loves, 5 hates
- Jensen Ackles** 17 loves, 11 hates
- Zoe Saldana** 13 loves, 5 hates
- Darren Hayes** 12 loves, 5 hates
- Yui Yoshioka** 16 loves, 3 hates
- Lady Gaga** 15 loves, 7 hates
- Apple Ipad** 11 loves, 1 hates

Most Popular

5

Squeaks™ Home Profile f Connect

ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์ Worth: 3 Tweet: 0

Current Owner: **none** Use points here (?)

LOVE 39 people love this **HATE** 27 people hate this

30 like this image



Suggestion

- Sandra Bullock** 51 loves, 3 hates
- Sarah Jessica Parker** 24 loves, 3 hates
- Michelle Trachtenberg** 21 loves, 3 hates
- New Edition** 9 loves, 15 hates
- Peter Dinklage** 18 loves, 4 hates
- Eminem** 42 loves, 6 hates
- Hikaru Benson Mori** 14 loves, 5 hates

Most Popular

คำอธิบายแบบองค์ประกอบของ rational

- ผลที่เกิดจาก “วาทกรรม” – เรื่องที่ไม่ใช่อิงตามความเป็นจริงหรือระบบความรู้ (rational) แต่เป็นการรับรู้ที่ “ประชาชน” คิดโดยสรุป ณ. เวลานี้ ว่า “เป็นความจริง / เป็นเหตุ เป็นผล เพียงพอต่อการตัดสินใจอย่างใด แล้ว
- สถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบัน ปชป.และคุณอภิสิทธิ์ กำลังประสบในหล่มของกระแส –วาทกรรม “ดีแต่พูด”
- ข้อสรุปเบื้องต้น
 - เทียบเคียงได้กับ “การรับรู้” ของสังคมในเรื่องที่เกี่ยวกับภาคเศรษฐกิจ-อุตสาหกรรมและการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ **มาบตาพุด – โรงไฟฟ้าพลังงานนิวเคลียร์ / โรงไฟฟ้าถ่านหิน ฯลฯ**
 - เป็นเรื่องที่ไม่ใช่การพิจารณาโดยระบบความรู้ ซึ่งจะเห็นได้จากผลของคะแนนการเลือกตั้งที่คุณชวรัตน์ น่าจะได้คะแนนสนับสนุนมากกว่าคุณประชัย

7

ปฏิบัติการของ **คนเสื้อแดง** ต่อ **คุณอภิสิทธิ์**



ดีแต่พูด
& 91 ศพ

8

ปฏิบัติการของ **คนเสื้อเหลือง** ต่อ **คุณทักษิณ**



Get Out!!!

ระบอบทักษิณ

- เผด็จการแบบเบ็ดเสร็จ
- คอร์รัปชันเชิงนโยบาย
- ประชานิยม
- ระบบเครือญาติ / พวกพ้อง
- ทุนนิยมบริโภคนิยม
- ฯลฯ



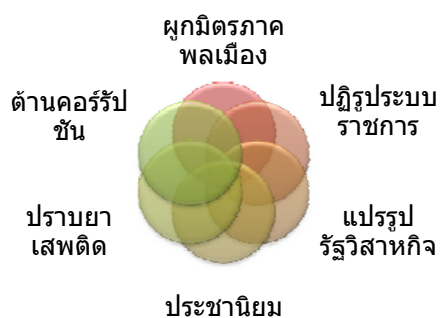
(19 ส.ค.2549) ที่สยามพารากอน เมื่อเวลา 12.00 น. พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร รักษาการนายกรัฐมนตรี เดินทางไปเป็นประธานในพิธีเปิดการจำหน่ายหนังสือและวีดีทัศน์ที่ระลึกงานนิทรรศการเฉลิมพระเกียรติ จุลจอมสิริราชสมบัติครบ 60 ปี อย่างเป็นทางการ ณ Life Style Hall ในเวลา 14.00 น. โดยก่อนถึงเวลาเปิดงาน พ.ต.ท.ทักษิณ พร้อมด้วยคุณหญิงพจมาน ชินวัตร ภริยา ได้ไปรับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านอาหารในสยามพารากอน แต่ไม่ให้ผู้สื่อข่าวติดตามแต่อย่างใดเพื่อความเป็นส่วนตัว

9

ปฏิบัติการของ **ไทยรักไทย** ต่อ **ปชป./2544**

ชวนเชื่องช้า

คิดใหม่ ทำใหม่ เพื่อไทยทุกคน



10

What's Discourse

- วาทกรรม หมายถึงระบบ และกระบวนการในการสร้าง/ผลิต (Constitute) เอกลักษณ์/อัตลักษณ์ (Identity) และความหมาย (Significance) ให้กับสรรพสิ่งต่าง ๆ ในสังคมที่ห่อหุ้มเราอยู่ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความจริง อำนาจ หรือตัวตนของเราเอง นอกจากนั้นแล้ว วาทกรรมยังคงทำหน้าที่ตรึงสิ่งที่สร้างขึ้นมานั้นให้ดำรงอยู่และเป็นที่ยอมรับของสังคมในวงกว้าง (Valorize) จนกลายเป็นวาทกรรมหลัก (Dominant Discourse) ขึ้นมาในสังคม
- วาทกรรม คือระบบที่ทำให้การพูด/การเขียนถึง (รวมทั้งการปฏิบัติ) ในเรื่องต่าง ๆ ในสังคมหนึ่ง ๆ เป็นไปได้ เพราะวาทกรรมจะเป็นตัวกำหนดกฎเกณฑ์ เงื่อนไข และกลไกต่าง ๆ ในการพูด การเขียน (รวมทั้งการปฏิบัติ) ในเรื่องราว/ในรูปแบบต่าง ๆ ด้วย

(ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2543 : 19 – 20)

ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. วาทกรรมการพัฒนา : อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณ์ และความเป็นอื่น. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วิภาษา, 2545.

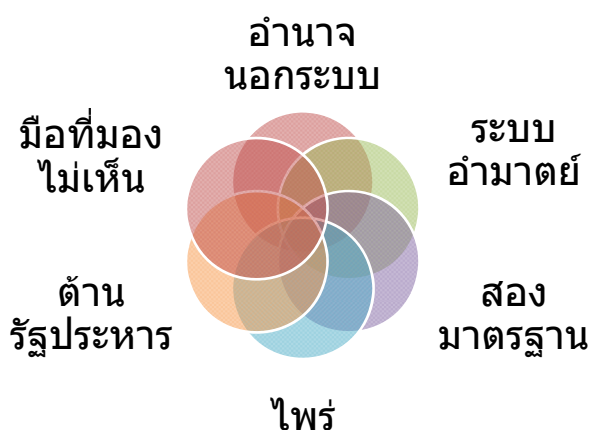
ลักษณะของสังคมสมัยใหม่ จะมีลักษณะที่ล้ำความจริง (hyper reality) มีส่วนของความเป็นจริงที่ยุบตัวลง (implosion) มีสื่อสารโดยเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาทำหน้าที่ซ้อนทับความเป็นชุมชน ทำให้ความเป็นชุมชน "ซับซ้อน" มากยิ่งขึ้น

(Bogard, 1992)

จันทน์ เจริญศรี

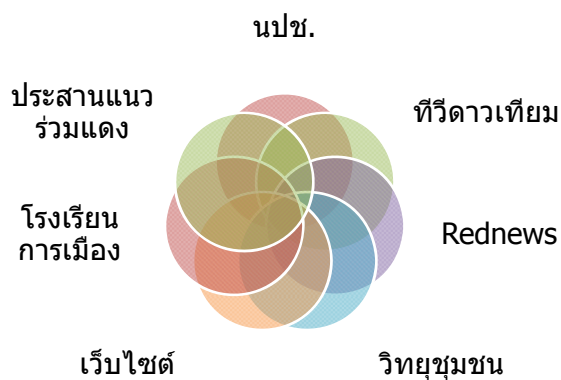
11

Case Study : ผลิตวาทกรรมสู่



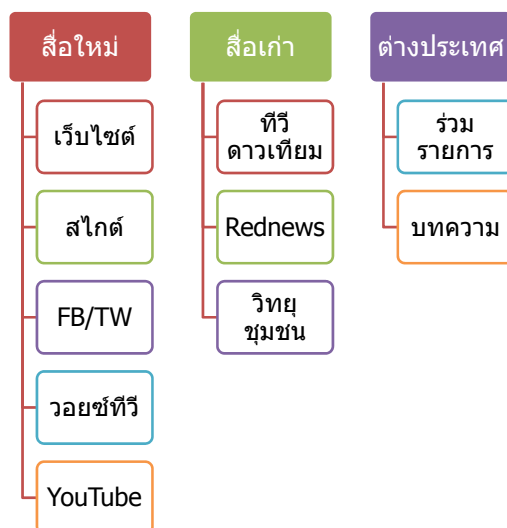
12

Case Study : ผลงานมวชน



13

Case Study : ผลงานสื่อ



14

Case Study : ผลงานและกลุ่มวิชาการ

เป็นกรณีตัวอย่าง
ของการแก้ไข
ประเด็นทางวาท
กรรมโดยงานวิจัย
และกลุ่ม
นักวิชาการ

จะเป็นไปโดย
บังเอิญหรือโดย
การ เป็นประเด็น
ที่ควรพิจารณาใน
แง่การจัดการ
ต่อประเด็น

- **พิชิต ลิขิตกิจสมบูรณ์**

รองศาสตราจารย์ ดร.พิชิต ลิขิตกิจสมบูรณ์ (18 พฤศจิกายน 2499)
อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สาขาที่
เชี่ยวชาญคือเศรษฐศาสตร์การเมืองแนวทางดั้งเดิมและแนวทางมาร์กซ
ประวัติศาสตร์แนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์มหภาค[1]

เป็นผู้หนึ่งที่ไม่เห็นด้วยกับการรัฐประหารในประเทศไทยเมื่อ 19 กันยายน
พ.ศ. 2549 และกล่าวว่าวาทกรรม "ระบอบทักษิณ" นั้นเป็นการจงใจสม
ปนเปทางความคิดด้วยการจับเอาระบอบประชาธิปไตยตามรัฐธรรมนูญ
พ.ศ. 2540 ตลอดจนสถาบันการเมืองประชาธิปไตยทั้งหมด มาผูกติดกับ
ตัวบุคคลนักการเมือง (ทักษิณ ชินวัตร) และวาทกรรมนี้ได้ถูกใช้เป็นตรรกะ
ที่สร้างความถูกต้องชอบธรรมให้กับรัฐประหาร ว่าการรัฐประหารครั้งนี้
'จำเป็นและเสียไม่ได้' และเห็นว่าการโค่นล้มระบอบทักษิณนั้น แท้ที่จริง
แล้วคือการโค่นล้มประชาธิปไตย ฉีกรัฐธรรมนูญ และรื้อฟื้นระบอบเผด็จ
การอำนาจนิยมแบบเบ็ดเตล็ดของพวกจารีตนิยมขึ้นมาอีกครั้ง แล้วโยน
ความผิดทั้งหมดให้กับนักการเมือง[2] โดยก่อนหน้านี้เหตุการณ์รัฐประหาร
เขาได้ให้ความเห็นไว้ว่าการต่อต้านทักษิณที่กำลังดำเนินอยู่ในขณะนั้นนั้น
แท้จริงจุดเปลี่ยนที่สังคมไทยต้องเลือกว่า จะก้าวไปสู่ทุนนิยมที่พัฒนาแล้ว
หรือทุนนิยมล่าหลัง นั่นคือ "จะเอาโลกาภิวัตน์หรือไม่"[3]

15

Case Study : ผลิตการเคลื่อนไหวใหม่

What do these news items have in common? They are examples of the "flash mobs" that have spread quickly across the United States, Europe, Australia, and China. A *flash mob* is a large group of people who gather in a usually predetermined location, perform some brief action, and then quickly disperse. The flash mob is related to a *smart mob*, which was introduced by the futurist Howard Rheingold in his book *Smart Mobs: The Next Social Revolution* (2003). Smart mobs are made up of people who use technologies such as e-mail, websites, and cell phones to organize an event that is often political in nature.



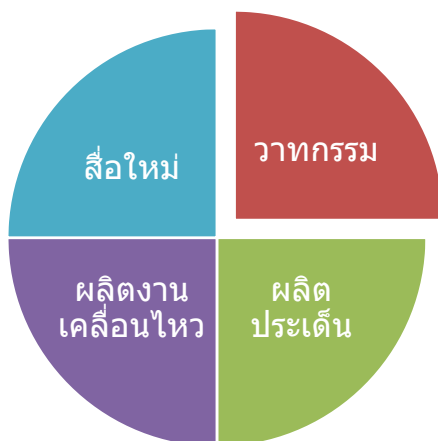
สมบัด บุญงามอนงค์ (ถือโพธิ์ธง) เข้าร่วมประท้วงต่อต้านการเซ็นเซอร์อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย หน้าศูนย์การค้าคำพิณใต้พญา 9 มิถุนายน พ.ศ. 2552

Flash Mob- Smart Mobs

การประท้วงของกรีนพีซ หรือกลุ่มคนเสื้อแดงในสังกัดของคุณสมบัติ บุญงามอนงค์ (**กลุ่มอาทิตย์สีแดง**) ที่ชวนสมาชิกไปทำกิจกรรมผูกผ้าแดง หรือกดทดสอบเอทีเอ็ม ที่ธนาคารกรุงเทพ ฯ หรือการเดินทางแบบเดินไปยังเป้าหมาย-เดินกลับที่ตั้งเหมือน

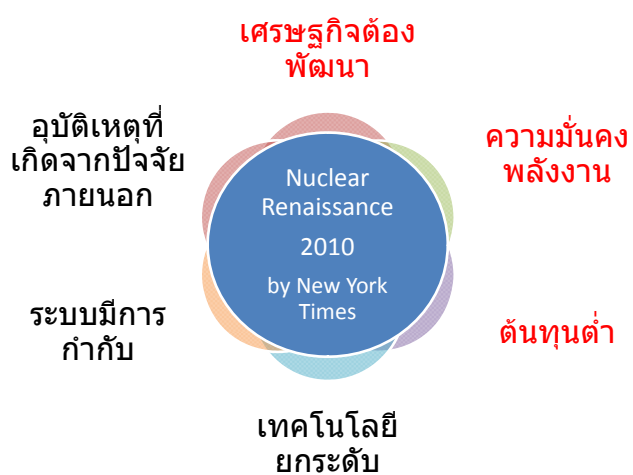
16

Conclusion : การบริหารประเด็น-วาทกรรม



17

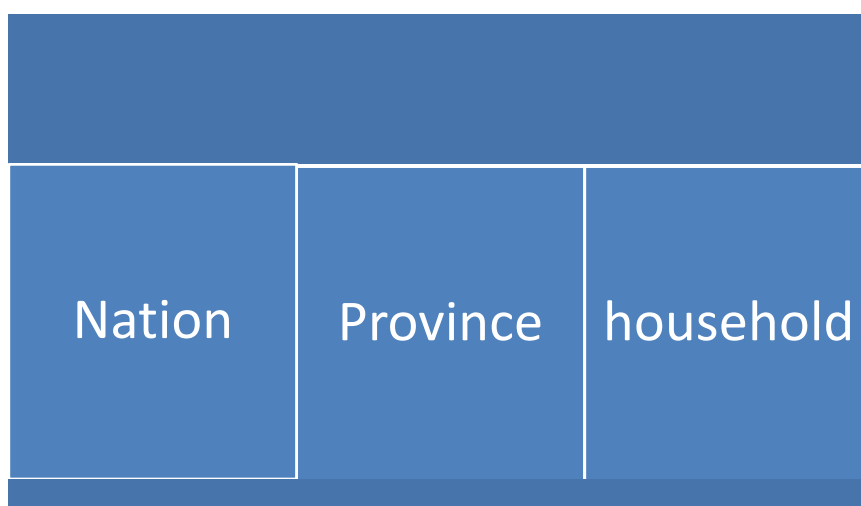
วาทกรรมฝายสนับสนุน –Nuclear Renaissance



วาทกรรมฝ่ายต่อต้าน - ไม่เอานิวเคลียร์



Conclusion : Discourse



What's Viral Communication



21



22

Word of Mouth & Word of Mouse

- รศ.ดร.ธีรยุทธ วัฒนาสุโข Teerayout@acc.chula.ac.th ประชาชาติธุรกิจ วันที่ 08 มิถุนายน พ.ศ. 2552
- โดยในความหมายไวรอลมาร์เก็ตติ้งนั้น คือคล้ายคลึงกับการใช้กลยุทธ์แบบปากต่อปาก นั่นคือ จะผลักดันส่งเสริมให้ลูกค้าที่รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการของกิจการไปบอกต่อยังคนอื่น ๆ เพื่อสร้างความตระหนักและผูกพันต่อตราสินค้าของกิจการนั่นเอง
- แนวคิดไวรอลมาร์เก็ตติ้งนี้จะคล้ายคลึงกับการใช้เทคนิคปากต่อปาก (Word of Mouth) แต่เป็นลักษณะของปากต่อปากในอินเทอร์เน็ต หลายท่านอาจเรียกว่า Word of Mouse เนื่องจากส่งผ่านข้อมูลได้เพียงแค่การคลิกเท่านั้น ซึ่งจะทำให้บอกต่อกันได้อย่างรวดเร็วกว่า เข้าถึงตัวลูกค้าจำนวนมากมากกว่า รวมถึงแทบไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายอะไรเกิดขึ้นมากนัก เพียงแค่พยายามกระตุ้นให้ผู้รับข่าวสารส่งต่อไปยังกลุ่มเพื่อนคนสนิทของตนในอินเทอร์เน็ตเท่านั้น

23

Happy - Viral Marketing

ผู้จัดการรายสัปดาห์ เมษายน 2550

- ภาพยนตร์โฆษณาที่แอปปีเตรียมจะตัดเป็นคลิปวิดีโอ โดยจะนำไปโพสต์ไว้ในเว็บไซต์ชื่อดัง เว็บไซต์ยูทูบ (www.youtube.com) ปัจจุบันถือเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการรับฝากและแลกเปลี่ยนภาพวิดีโอออนไลน์แหล่งใหญ่ที่สุด เนื้อหาของภาพยนตร์โฆษณาดังกล่าวทางแอปปีได้นำท่วงทำนองคล้ายเพลง "I need somebody" มาแปลงเนื้อเพลงใหม่ โดยมีนักแสดงที่มีนิคมชื่อว่า น้อง "เหลน" เป็นตัวเอก และใช้พลังของเพื่อให้บรรดาสาวกไซเบอร์, บนเว็บพันทิปดอตคอมของไทย พร้อมทั้งให้พนักงานดีแทคช่วยกันส่งต่อคลิปวิดีโอไปยังพี่น้องเพื่อนฝูงบนไซเบอร์สเปซช่วยกระจายต่อๆ กันไป "เราจะลองกระจายผ่านยูทูบก่อนประมาณ 2 สัปดาห์ วัดผลว่าจะมีคนสนใจเข้ามาดู และฟอร์เวิร์ดต่อกันแค่ไหน ในส่วนตัวถ้าหากมีคนฟอร์เวิร์ดคลิปนี้มาให้ผม ก็ถือว่าประสบความสำเร็จแล้ว" แต่นั่นยังไม่เท่าไร ธนาตัดสินใจนำคลิปนี้ขึ้นเวบดีแทค แล้วให้คนเข้ามาส่งต่อ โดยมีสินน้ำใจเล็ก ๆ น้อย ๆ ติดมือกลับไปด้วย "เอาคลิปไปปะในเวบแอปปี ถ้าคนมาโหลดไป แล้วส่งให้เพื่อน 3 คน เราจะให้โทรศัพท์ 20 บาท" ธนาเล่า "หนังเรื่องนี้เป็นหนังรณรงค์ให้คนใช้มือถืออย่างพอดี ถ้าเป็นหนังโฆษณาขายของของเรา คงไม่มีใครจะไปฟอร์เวิร์ดต่อให้กันดู"

24

Gladwell - Tipping Point

- Gladwell บอกว่าการระเบิดระเบือของสินค้าหรืออะไรก็ตาม ที่จู่ๆ ก็บูบิขึ้นราวกับไฟไหม้ ฟางนั้น ล้วนแล้วแต่อยู่ภายใต้ **Pattern** ของโรคระบาดทั้งสิ้น

กฎข้อแรกของโรคระบาดคือ ผู้แพร่เชื้อมีจำนวนน้อยมาก

ในกรณีหนังโฆษณาเหลานั้น เพียงนำคลิปโฆษณาไปอัฟโหลดที่ youtube.com จากนั้นก็กระจายข่าวผ่านการประชาสัมพันธ์โดยการใช้อีเมลล์มาร์เก็ตติ้ง คือ **Forward mail** จากกลุ่มพนักงานและคนรู้จัก รวมถึงอีเมลล์จากฐานลูกค้าและออกข่าวประชาสัมพันธ์โดยการให้ข่าว หากเป็นแฟชั่น เทรนด์หรือสินค้าต่างๆ ที่กลายเป็นปรากฏการณ์ในเวลาต่อมานั้น ก็จะเกิดจากคนเพียงไม่กี่คนเท่านั้น ซึ่งคนเหล่านี้ย่อมไม่ใช่คนธรรมดา

คนเพียงหยิบมือเดียวแต่สามารถแพร่ระบาดความคิด แฟชั่นหรือสินค้าให้คนหมู่มากนิยมนั้นคือ **ผู้ทรงอิทธิพล**

25

- **กฎข้อสองคือปัจจัยที่ติดตรึง (Stickiness Factor)** เมื่อต้องการแพร่ความคิดหรืออุดมการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งไปนั้น สิ่งที่น่าการตลาดต้องครุ่นคิดอย่างมากก็คือ ทำอย่างไรให้ความคิดนั้นแพร่ไปราวโรคระบาด คือแพร่ไปโดยเร็วที่สุดและไปถึงคนมากที่สุด และที่สำคัญก็คือ ต้องไม่เข้าหูซ้ายทะลุหูขวา การติดตรึงนั้นหมายถึง "สาร" ที่สื่อออกไปนั้นจะมี **Impact** มาก สลัดจากหัวไม่ได้
- ในกรณีของการส่งคลิปวิดีโอ นั้น ปัจจัยตราตรึงก็คือ ตลก สนุก แปลก เซ็กส์ ความลับ ฯลฯ
- หรือต้องได้ผลตอบแทนจากการแพร่เชื้อ

ในกรณีคลิปเหลานั้น ปัจจัยตราตรึงก็คือ ใครมาคลิควัดและส่งต่อให้เพื่อนอีก 3 คน จะเติมเงินเพิ่มให้ 20 บาท(เฉพาะในเว็บดีแทค)

26

- **กฎข้อสามคือบริบท (Context)** มีความสำคัญมากต่อการแพร่ของโรคระบาดไทยจะไม่เกิดโรคหัดนกเลย หากเหล่าสกุณาไม่บินหนีหนาวจากไซบีเรียมาหาอากาศอบอุ่นในประเทศไทย โดยเฉพาะที่นครสวรรค์ ณ บึงบอระเพ็ด ซึ่งเป็นสวรรค์ของวิหคอพยพ

สภาพแวดล้อมเช่นนี้ทำให้โรคไข้หวัดนกแพร่ที่นครสวรรค์เป็นแห่งแรกก่อนจะแพร่ระบาดไปเกือบครึ่งประเทศ

เช่นเดียวกัน คลิปเพลงและคลิปอื่นๆที่สามารถทำให้คนเข้าไปเปิดดูและบอกต่อแพร่ระบาดไปอย่างรวดเร็ว นั้น เป็นเพราะภายใต้บริบทปัจจุบัน ความนิยมเว็บไซต์ **youtube.com** เพิ่มขึ้นมาก ใครต่อใครก็อัพโหลดคลิปไปที่เว็บนี้ทั้งสิ้น อีกทั้งอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงยังเป็นที่แพร่หลาย

ดังนั้นการใช้ **Viral Marketing** โดย **forward** คลิปวิดีโอ จึงมีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่าสมัยก่อน

27



หลักการและ
การปฏิบัติใน
เรื่องการดูแล
แอนิเมชัน –
ฟูกุชิมะ ไดอิจิ
เกิดขึ้นใน
หลักการนี้

เรายังจะทำงาน
การสื่อสารโดย
หลักการแบบ
แยกเรื่องแยก
ส่วน - ไม่ใช่
ทางเดินที่
ถูกต้อง

28

facebook
Keep me logged in

Sign Up Facebook helps you connect and share with the people in your life.



การสร้างสรรค์
งานและสื่อ
แบบ Viral
Communication

๑๑ มิถุนายน ๑ ล้านคนไม่เอานิวเคลียร์
Share · Public Event

Time Saturday, June 11 · 12:00am - 11:30pm

Location ทั่วโลก

Created By นิวเคลียร์เหวอ? ไม่เอาอะ จูบจูบ

More Info

ปฏินิวัติการพลเมือง ๑๑ มิถุนายน : ๑๑ มิถุนายน หนึ่งล้านคนไม่เอานิวเคลียร์
ปฏินิวัติการพลเมือง "๑๑ มิถุนายน หนึ่งล้านคนไม่เอานิวเคลียร์" จัดขึ้นโดยการรวมตัวของพลเมืองผู้ชุมนุมในกรุงเทพฯ และเมืองอื่นในไทยและต่างประเทศในวันที่ ๑๑ มิถุนายน ๒๕๕๔ จากวันนั้นจนถึงวันนี้เราเห็นว่านิวเคลียร์ที่ถูกต้องและปลอดภัยยังมีคนเชื่อและสิ่งผิดๆ อย่างต่อเนื่อง ไม่มีใครอยากให้มีนิวเคลียร์ที่ถูกต้องและปลอดภัยอีกต่อไปแล้ว เราจึงต้องทำอะไรสักอย่างเพื่อหยุดยั้งการรวมตัวของคนเหล่านี้ในวันที่ ๑๑ มิถุนายน กับเราใน "๑๑ มิถุนายน หนึ่งล้านคนไม่เอานิวเคลียร์" พร้อมกับคนทั่วโลก แล้วคุณล่ะ? สื่อของพลเมืองจะไม่ถูกและเสีย

ประชาชนผู้ชุมนุมจำนวนมากกำลังเตรียมจัดกิจกรรมและเดินขบวนคัดค้านพลังงานนิวเคลียร์ในวันที่ ๑๑ มิถุนายน ๒๕๕๔ เราต้องการพลเมืองจากทุกพื้นที่เข้าร่วมและเสียงทั่วโลกจับตามองว่า ประชาชนในต่างประเทศจะสนับสนุนนิวเคลียร์ซึ่งเป็นพลังงานที่เกิดจากเทคโนโลยีที่เกินขีดความสามารถของมนุษย์ในการจัดการและรับมือหรือไม่

โปรดร่วมสนับสนุน ปฏินิวัติการพลเมืองล้านคนไม่เอานิวเคลียร์

โปรดคลิกไปที่
http://nonukes.jp/wordpress/?page_id=137

29

What's Viral Communication



Reproduce
 Reproduce
 Reproduce
 Reproduce
 Reproduce
 Reproduce
 Reproduce
 Reproduce
 Reproduce
 Reproduce
 Reproduce
 Reproduce

ทางเดินของข้อมูลข่าวสารที่ไม่ได้เดินทางด้วยความ
สำคัญของ "คนพูดหรือประพจน์กร" แต่เป็นไปด้วย
ความสำคัญตามสาระของประเด็นที่สื่อความระหว่างกัน

การเปลี่ยนสถานะ
ของการผู้รับข้อมูล
ข่าวสาร เป็นผู้ส่งสาร
และ ปฏิสัมพันธ์แบบ
two-way
communication

*ปฏิสัมพันธ์ที่สอดคล้อง
กันในกระแสนี้ ทั้งใน
เรื่องของการสื่อสาร
การจัดการปกครอง
การจัดการทาง
เทคโนโลยี*

30

Conclusion : Viral Communication

- อย่างน้อยที่สุด / เบื้องต้น
 - การทดสอบของการประเมินผลการสื่อสาร (evaluate) ต้องถี่ขึ้นหรือมีรอบระยะเวลาที่หัดตัวลง หรือ ต้องผนวกรวมเข้ากับการปฏิบัติการ... เพราะการปฏิบัติการระหว่างรับ/ส่งข้อมูลข่าวสาร เปลี่ยนรูปไปแล้ว
 - การบริหารต้องพิจารณาในเชิงสังคม มากกว่าการสื่อสาร ควรดูเรื่อง sign & impact (before & after) แล้วค่อยแะงานกลับไปที่ "การสื่อสาร"... เพราะ "สาร" เป็นสิ่งที่ต้องอิงตามการดำเนินอยู่ของสังคม

31