

Article

*The Communication in Organization and using the Principles
& practices in Islamic Perspective*

Thirawat Japrang

M.A. (Management), Lecturer

Department of Management, Yala Islamic University

Abstract

This article aims of studying The Communication in Organization and using the Principles & practices in Islamic Perspective

The article; in its study, Nowadays the communication is more and more influen for Society. This article aims to study the principles & practices development processing effective in term of communication and combining the principle & modeling of Phophet (S.W.). The importance of Communication as the Al-Quran:

And Among His Signs is the creation of the heavens and the earth, and the variation in your languages and your colours : verily in that are Signs for those who know. (Al-Quran 30:22)

We sent not a messenger expect (to teach) in the language of this (own) people, in order to make (things) clear to them. Now Allah leaves straying those whom he pleases and guides whom he pleases : and he is Exalted in power, full of Wisdom.(Al- Quran 14:4)

Keywords: Commuication, Principles, Practices, Islamic



บทความวิชาการ

การสื่อสารภายในองค์กรกับการประยุกต์หลักการและการปฏิบัติในทัศนะอิสลาม

ธีรวัช จาปรั่ง*

*ปริญญาโท (การจัดการ)

อาจารย์ประจำสาขา วิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยอิสลามยะลา

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารภายในองค์กร การประยุกต์หลักการและการปฏิบัติในทัศนะอิสลาม ในปัจจุบันการสื่อสารภายในองค์กร นับวันยิ่งเพิ่มความสำคัญมากยิ่งขึ้น ดังนั้นบทความนี้จึงเน้นการศึกษาหลักการและหลักปฏิบัติ วิวัฒนาการ กระบวนการ วิธีการ ประสิทธิภาพของการสื่อสาร และรวบรวมแหล่งที่มาของการสื่อสาร และแบบอย่างจากการปฏิบัติของท่านศาสดา (ซ.ล) เพื่อสร้างความมั่นคงทางสังคม แม้ว่า จะเป็นสังคมที่มีขนาดไม่ใหญ่ แต่การสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลนั้น นำมาซึ่งความสงบสุขของสังคมเช่นกัน ดังที่กรูอานกล่าว :

และหนึ่งจากสัญญาณทั้งหลายของพระองค์ คือ การสร้างชั้นฟ้าทั้งหลายและแผ่นดิน และความแตกต่างของภาษาของพวกเจ้า และผิวพรรณของพวกเจ้า แท้จริงในการนี้แน่นอน ย่อมเป็นสัญญาณสำหรับบรรดาผู้รู้ (30: 22)

และเราได้ส่งร่อซูลคนใด นอกจากด้วยภาษาชนชาติของเขา เพื่อจะได้ชี้แจงอย่างชัดเจนแก่พวกเขา อัลลอฮฺจะทรงให้ผู้ที่พระองค์ทรงประสงค์หลงทาง และทรงชี้แนะทางแก่ผู้ที่พระองค์ทรงประสงค์ และพระองค์เป็นผู้เดชะนภาพ ผู้ทรงปรีชาญาณ (อัลกรูอาน, 14:4)

คำสำคัญ: การสื่อสาร, การประยุกต์, ปฏิบัติ, อิสลาม



บทนำ

โลกกาวิวัฒน์นั้นทำให้โลกของเราเล็กลง การติดต่อสื่อสารนั้นทำได้ง่ายมากขึ้น ดังนั้นสิ่งที่มีอิทธิพลสำคัญ การสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และอื่นๆ ความก้าวหน้าด้านการติดต่อสื่อสารนั้นมีมากขึ้น บุคคลธรรมดาสามารถเข้าถึงการสื่อสารได้โดยง่าย หรือแม้แต่บางครั้งบุคคลไม่มีความต้องการ ก็ยังมีการบังคับ ยัดเยียดให้บริโภคข่าวสารนั้น ซึ่งบางครั้งข่าวสารนั้นไม่มีแหล่งที่มา หรือแม้กระทั่งข้อเท็จจริง (ข่าวลือ) นั้นแสดงให้เห็นว่าการสื่อสาร หากเป็นการสื่อสารที่มีจริยธรรม ความจริงใจ และเหมาะสมกับเวลา สถานที่

ย่อมนำมาซึ่งความสงบสุขของสังคม แต่หากเป็นไปในทางตรงกันข้ามผลที่เกิดขึ้นย่อมส่งผลที่เสียหายใหญ่หลวงเช่นกัน

การติดต่อสื่อสาร แม้ปัจจุบันจะมีช่องทางมากมายในการสื่อสาร แต่เป็นการยากยิ่งในการคัดกรอง กระทั่งองค์กรต่างๆ ที่มีการสื่อสารกันอยู่เป็นประจำ มีวัฒนธรรมขององค์กร มีการกำกับ ระบบโครงสร้าง หน้าที่ที่ชัดเจน และแน่นอน การดำเนินการ เพื่อความก้าวหน้าขององค์กร นั้นยังมีอุปสรรคในการสื่อสาร ซึ่งต้องมีการพัฒนาต่อไป การสื่อสารในทัศนะอิสลามนั้น รูปแบบกระบวนการ และการดำเนินการนั้นโดยทั่วไปแล้วมิได้ระบุเป็นการชัดเจน แต่วางกรอบสำหรับการยึดถือปฏิบัติ เนื่องจากการสื่อสาร ของอิสลามนั้นได้ ให้ความหมายกว้างครอบคลุมการดำเนินชีวิต และจะให้ความสำคัญกับหลักจริยธรรม โดยมีรากฐาน มาจาก อัลกุรอาน และซุนนะเป็นเสมือนกรอบในการสื่อสารระหว่างกัน ดังเช่น กรูอาน กล่าว:

โอ้มนุษยชาติทั้งหลาย! แท้จริงเราได้สร้างพวกเจ้าจากเพศชาย และเพศหญิง และเราได้ให้พวกเจ้าแยกเป็นเผ่า และตระกูลเพื่อจะได้รู้จักกัน แท้จริงผู้ที่มีเกียรติในหมู่พวกเจ้า ณ ที่อัลลอฮ์นั้น คือผู้ที่มีความยำเกรงในหมู่พวกเจ้า แท้จริงอัลลอฮ์นั้น เป็นผู้ทรงรอบรู้อย่างละเอียดถี่ถ้วน (กรูอาน 49:13)

ความหมายและความสำคัญของการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) เป็นการส่งมอบสารสนเทศและสิ่งที่มีความหมายต่างๆ จากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง โดยการใช้สัญลักษณ์ที่เป็นที่ยอมรับกัน

(Bateman and Snell. 1999) หรือเป็นการแลกเปลี่ยนสารสนเทศและการส่งมอบสิ่งที่มีความสำคัญ (Dessler. 1998: 674) อ้างในหนังสือ องค์การและการจัดการ: 255

Keith Davis (1972) กล่าวไว้ว่า การติดต่อสื่อสาร หมายถึง กระบวนการหรือขั้นตอนที่เกี่ยวกับการส่งข้อมูล ข่าวสาร และความเข้าใจจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอื่นๆ

Schermerhon, Hunt และ Osborn (1995) กล่าวไว้ว่า การติดต่อสื่อสารในองค์กร หมายถึง กระบวนการที่เกิดขึ้นเพื่อทำการแลกเปลี่ยนสารสนเทศ และเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน

(Lewis, 1987) กล่าวไว้ว่า การสื่อสารในองค์กร คือ การแบ่งปันข่าวสาร ความคิดและทัศนคติในองค์กร ระหว่างผู้จัดการ พนักงาน และทีมงาน โดยมีการใช้เทคโนโลยีสื่อสารหรือสื่อสารมวลชนเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารกัน อ้างในหนังสือ การจัดการ: 201

การสื่อสารภายในองค์กร เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่าง บุคคล ทุกระดับ ทุกหน่วยงาน โดยความสัมพันธ์กัน ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ บุคคล หรือวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร เช่น การสนทนา การสัมภาษณ์ การประชุม การประกาศ การใช้สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการสื่อสาร ระหว่างผู้ร่วมงาน ผู้บริหารไปยังพนักงาน หรือพนักงานไปยังผู้บริหาร

การสื่อสารในองค์กรมีความสำคัญต่อการบริหาร เป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์อันดีหรือในทางตรงกันข้าม สามารถทำให้เกิดการประสานงานร่วมมือหรือสร้างความแตกแยกของบุคลากรหรือหน่วยงาน ช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานหรือความล้มเหลว ทั้งยังเป็นเครื่องมือในการสร้างขวัญและ

กำลังใจในการทำงานหรือสร้างความท้อแท้ในการร่วมมือ ดังนั้นการสื่อสารถือได้ว่ามีส่วนความสำคัญต่อการก้าวหน้าหรือถดถอยขององค์กร

การสื่อสารที่เกี่ยวกับโครงสร้างและหน้าที่ นิยมสนองต่อหลักการบริหารการสื่อสาร (communication administration) เพราะมุ่งเน้นอิทธิพลของการสื่อสารในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้การบริหารและการจัดการดำเนินไปอย่างราบรื่นเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงานท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่



เปลี่ยนแปลงไป (ตามหลัก communication of administration) ในขณะเดียวกันก็เป็นทั้งเป้าหมายที่หน่วยงานจะหันมาบริหารหรือการจัดการและพัฒนากิจการสื่อสารขององค์กรให้เท่าทันต่อสภาพการณ์และความต้องการที่เปลี่ยนแปลงด้วย (ตามหลัก administration of communication) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการสื่อสารโดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารเปรียบเสมือนเป็นแหล่งพลังงานในการขับเคลื่อนหน่วยงานไม่ว่าในแง่การผลิต การให้บริการ และการส่งเสริมความคิด/ความรู้ให้กับผู้ที่มี

ส่วนเกี่ยวข้องกับหน่วยงาน (stakeholders) พนักงานในองค์กร ผู้เปิดรับสาร และผู้ให้การสนับสนุน ไม่ว่าที่เป็นวัจนภาษาหรืออวัจนภาษาแล้ว ยังรวมหมายถึงกิจกรรมทั้งปวงเพื่อใช้สร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารเช่น ผู้บังคับบัญชา/ผู้ใต้บังคับบัญชา และหน่วยงานกับลูกค้า เป็นต้น

เพื่อเป็นการเสริมความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการสื่อสาร จำเป็นอย่างยิ่งที่เราต้องเรียนรู้พัฒนา คุณลักษณะ และการสื่อสาร ดังตารางข้างล่างนี้

ยุคสมัย	คุณลักษณะ	การติดต่อสื่อสาร
เก่าแก่และล้าสมัย	เริ่มต้นการพยายามติดต่อซึ่งกันและกัน	การบันทึกโดยการเขียน
การจัดการตามหลักวิทยาศาสตร์	ชัดเจนในการกำหนดภาระหน้าที่ มีการกำหนดเวลาที่แน่นอน มีการปฏิบัติตามกฎอย่างเคร่งครัด	สื่อสารทางเดียว มีความไว้วางใจในการเขียนโครงการและกฎข้อบังคับ
การบริหารการจัดการ	ให้ความสำคัญกับอำนาจและกฎข้อบังคับ	สื่อสารเดียวทางเดียว มีความไว้วางใจในการเขียนโครงการและข้อบังคับ
การปฏิสัมพันธ์	ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดการกับพนักงาน	การรับฟัง และการสื่อสารสองทาง
พฤติกรรม	มีความซับซ้อนในการเข้าใจองค์กรและการยอมรับการสื่อสาร	ยากในการประยุกต์ใช้
การกระจายอำนาจ	กระจายอำนาจสู่ทุกคนในองค์กร	การสื่อสารสองทาง พนักงานเป็นผู้ปฏิบัติ
เหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้	มีความเป็นอิสระในหน้าที่การงาน องค์กรและบุคคล	กลยุทธ์การสื่อสารขึ้นอยู่กับสถานการณ์

จากพัฒนาการของการสื่อสารจากอดีตจนถึงปัจจุบัน การสื่อสารของมนุษย์นั้นได้มีการพัฒนามาเป็นลำดับ หากพิจารณาจะเห็นได้ว่า วัตถุประสงค์ของการสื่อสารแต่ละยุค แต่ละสมัย นั้นมุ่งเน้นให้ผู้สื่อสาร กับผู้รับสารมีความเข้าใจที่ตรงกันมากที่สุด แม้ว่าในช่วงแรกๆของการสื่อสารจะเป็นการสื่อสารที่ผู้รับสาร ไม่มีบทบาท หรือมีส่วนร่วมในกระบวนการ เช่นการโต้ตอบ หรือ แสดงความคิดเห็น ดังนั้นประสิทธิภาพในการสื่อสารอาจจะไม่สมบูรณ์ และในยุคปัจจุบัน การพัฒนา การสื่อสารที่นิยมใช้มีดังนี้

การสื่อสารในองค์กรมีการไหลเวียนของข่าวสารใน 4 ลักษณะคือ

การสื่อสารจากผู้บริหารไปยังบุคคลากรระดับต่างๆ หรือเรียกว่า การสื่อสารในแนวดิ่ง (Downward Communication) จะอยู่ในรูปแบบของการสั่งงาน การกำกับดูแล การออกนโยบายสู่บุคลากรในระดับปฏิบัติงาน และปัญหาที่มักพบด้วยเสมอ คือ เป็นการสื่อสารทางเดียว

การสื่อสารจากบุคลากรในระดับต่างๆ ไปยังผู้บริหาร หรือเรียกว่า การสื่อสารแนวตั้ง (Upward



Communication) เป็นการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้บุคลากรในระดับล่างได้แสดงความคิด ความเห็นหรือสภาพปัญหาต่างโรจนการทำงานสู่ผู้บริหาร และมักเป็นการสื่อสาร 2 ทาง เพราะผู้บริหารจะสื่อสารตอบกลับเพื่อให้ข้อมูลแก่บุคลากร

การสื่อสารแนวนอน เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคลากรในระดับเดียวกัน เรียกว่า การสื่อสารแบบคู่ขนานหรือการสื่อสารระดับเดียวกัน (Lateral Communication) เป็นการสื่อสารที่มีอิทธิพลและมีความเข้มแข็งมากที่สุด จุดเน้นของการสื่อสาร คือ การร่วมมือและการประสานการทำงาน รวมถึงการแก้ไขปัญหาคัดค้านข้อขัดข้องใจต่างๆในการทำงาน

การสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในองค์กรเป็นการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ข้ามหน้าที่กันระหว่างบุคคลที่ต่างหน้าที่กันหรือระหว่างบุคคลที่อยู่ต่างหน่วยงาน โดยการรวมเอาทุกช่องทางการสื่อสารมาอยู่รวมกัน โดยจะต้องมีการ Diagonal Communication การสื่อสารข้ามสายงาน และข้ามระดับ (ลักษณะทแยงมุม)

การสื่อสารที่ดี ควรเป็นการสื่อสารทั้ง 2 ทาง คือมีทั้งรับและส่ง มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันละกัน ข้อมูลที่ส่งออกไป ต้องกระชับ ชัดเจน มีสาระและใจความครบถ้วน และมีความสม่ำเสมอ ผู้ที่ทำการสื่อสารควรเปิดกว้างที่จะรับฟังข้อโต้แย้งที่จะกลับมาด้วยใจเป็นกลาง ปราศจากอคติเพราะข้อมูลที่ส่งออกไป สามารถเป็นผลดี หรือเป็นผลเสียก็ได้ ขึ้นอยู่กับตัวผู้ส่งและผู้รับด้วยเช่นกันเมื่อใดที่ต้องการทำการสื่อสาร มีข้อควรคำนึงถึงดังนี้คือ ฝ่ายบริหารต้องการจะสื่ออะไรฝ่ายพนักงานอยากทราบอะไร และปัญหาที่เคยเกิดขึ้นของการสื่อสารคืออะไรมีสาเหตุมาจากอะไรวิเคราะห์จากหัวข้อ 3 ข้อดังกล่าว จะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และลดผลกระทบในทางลบที่จะเกิดขึ้นได้

ประการแรก สิ่งที่ฝ่ายบริหารต้องการสื่อสารไปยังพนักงาน คือความคาดหวังที่องค์กรมีต่อพนักงาน ฝ่ายบริหารต้องการสื่อให้พนักงานทราบเพื่อให้ทิศทางการทำงานของพนักงานทุกคนตรงกัน เป็นการขอความร่วมมือร่วมใจจากพนักงานในการช่วยกันผลักดันความ

คาดหวังขององค์กรนั้นให้ประสบผลสำเร็จ แต่จะทำอย่างไรให้พนักงานเข้าใจ และนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องผู้ที่ทำการสื่อสารต้องแน่ใจว่าข้อมูลที่ส่งออกไปถูกต้อง ชัดเจน มีความเป็นไปได้และได้สร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงานด้วย ทศคติของผู้บริหารก็เป็นเรื่องที่สำคัญเช่นกัน ฝ่ายบริหารต้องปรับมุมมองที่มีต่อพนักงาน ตัวแทนพนักงานและสหภาพแรงงานด้วยว่า พวกเขาไม่ได้เป็นฝ่ายตรงข้ามแต่เราเป็นครอบครัวเดียวกัน และตัวแทนจากพนักงานเหล่านี้จะเป็นช่องทางการสื่อสารจากระดับบนลงสู่ระดับล่าง และจากระดับล่างขึ้นสู่ระดับบนที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดอีกช่องทางหนึ่งในขณะเดียวกัน การสื่อสารแบบ 2 ช่องทางที่มีอยู่ในองค์กร โดยทั่วไปมักเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นกลับมา (Feedback) หรือให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายแผนงานต่างๆ แต่หากฝ่ายบริหารไม่นำข้อมูลจากพนักงานมาปฏิบัติให้เกิดผลจริงๆ Feedback จากพนักงานนั้นก็ไม่มีประโยชน์อะไร และจะทำให้ความศรัทธาเชื่อถือในองค์กรลดน้อยลงอีกด้วย หากสิ่งที่พนักงานเสนอนั้น ทำไม่ได้หรือแก้ไขไม่ได้ อย่างน้อยที่สุดฝ่ายบริหารต้องชี้แจงเหตุผลให้แก่พนักงานทราบ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือสิ่งที่ฝ่ายบริหารปฏิบัติให้พนักงานเห็นนั้นสามารถสื่อสารได้ดีกว่าคำพูดของฝ่ายบริหาร

ประการที่สอง สิ่งที่พนักงานต้องการทราบส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับผลกระทบต่อตัวพนักงาน โดยตรง เช่น ค่าจ้าง เงินเดือน ผลตอบแทน สภาพแวดล้อมในการทำงาน ปัจจัยที่มีผลต่อความก้าวหน้าในการทำงาน การเปลี่ยนแปลงนโยบาย ขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงาน เป็นต้น

ประการสุดท้าย การวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารที่ผ่านมา มีอะไรบ้าง มี สาเหตุมาจากอะไรและเกิดขึ้นในระหว่างการสื่อสารหรือหลังจากที่ได้สื่อสารไปแล้ว ปัญหาที่พบ

ส่วนใหญ่ สามารถแบ่งเหตุปัจจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ตัวบุคคลกับจากการสื่อสารกระบวนการและวิธีการในการสื่อสารนั้น จะนำมาซึ่งประสิทธิภาพของการสื่อสาร การสื่อสารในสถานการณ์ที่แตกต่างกระบวนการและวิธีย่อมแตกต่างกัน



ประสิทธิภาพของวิธีการสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ

สถานการณ์	ประสิทธิภาพสูงสุด	ประสิทธิภาพต่ำสุด
1. ข้อมูลที่ต้องการให้บุคลากรปฏิบัติตามคำสั่งทันที	ด้วยวาจาแล้วตามด้วยหนังสือ	ด้วยหนังสืออย่างเดียว
2. ข้อมูลที่ต้องการให้บุคลากรปฏิบัติตามคำสั่งในวันข้างหน้า	ด้วยหนังสืออย่างเดียว	ด้วยวาจาอย่างเดียว
3. ข้อมูลที่เป็นคำสั่งหรือประกาศในเรื่องทั่วไปไม่เฉพาะเจาะจง	ด้วยหนังสืออย่างเดียว	ด้วยวาจาอย่างเดียว
4. ข้อมูลที่เป็นคำสั่งหรือคำบัญชาขององค์กร	ด้วยวาจาแล้วตามด้วยหนังสือ	ด้วยวาจาอย่างเดียว
5. ข้อมูลที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงนโยบายที่สำคัญขององค์กร	ด้วยวาจาแล้วตามด้วยหนังสือ	ด้วยวาจาอย่างเดียว
6. ข้อมูลที่ต้องแจ้งให้ผู้บังคับบัญชาโดยตรงเกี่ยวกับเรื่องความก้าวหน้าของงาน	ด้วยวาจาแล้วตามด้วยหนังสือ	ด้วยวาจาอย่างเดียว
7. ข้อมูลที่เกี่ยวกับการรณรงค์ให้รักษาความปลอดภัย	ด้วยวาจาแล้วตามด้วยหนังสือ	ด้วยวาจาอย่างเดียว
8. ข้อมูลที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะให้บุคลากรทำงานให้ดีขึ้น	ด้วยวาจาแล้วตามด้วยหนังสือ	ด้วยหนังสืออย่างเดียว
9. ข้อมูลที่เป็นการตำหนิว่ากล่าวบุคลากรที่ทำงานไม่มีคุณภาพ	ด้วยวาจาอย่างเดียว	ด้วยหนังสืออย่างเดียว
10. ข้อมูลที่ต้องเวียนให้บุคลากรทุกคนทราบเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำงาน	ด้วยวาจาอย่างเดียว	ด้วยหนังสืออย่างเดียว

การสื่อสารในทัศนะอิสลาม

อิสลาม ครอบคลุมถึงการดำเนินชีวิต โดยการชี้แนะและแนะนำจากอัลลอฮ์ โดยการแนะนำสำหรับการ



พัฒนาการสื่อสารกันของมนุษย์ ในกรอบความคิดของอิสลามเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างกันภายในองค์กรพยายามในเป็นไปตามผู้บริหาร อิสลามให้ความสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารของมนุษย์ ศาสนาแสดงให้เห็นว่าการสื่อสาร คือ ของขวัญอันล้ำค่า ซึ่งอัลลอฮ์ได้มอบให้แก่มนุษย์หลังจากการสร้าง ดังกรูอาน กล่าวว่า:

พระผู้ทรงกรุณาปรานี พระองค์ทรงสอนกรูอาน พระองค์ทรงสร้างมนุษย์ พระองค์ทรงสอนเขาให้เปล่งเสียงพูด (55:1-4)

ในทัศนะอิสลาม มนุษย์ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากการสื่อสารโดยไร้ขอบเขต ดังที่เขาพอใจ เขาต้องมีเหตุผลอธิบาย สิ่งที่เขาได้กระทำในขณะที่เขามีชีวิตอยู่ ดังนั้น มนุษย์จำเป็นต้องระมัดระวัง เคร่งครัด และรับผิดชอบ ต่อการสื่อสารของเขาออกไป อัลกรูอาน ได้เตือนไว้ว่า “แท้จริงการได้หู และตา และหัวใจ ทุกสิ่งเหล่านั้นจะถูกสอบสวน (ในวันคิดบัญชี)” (17:36)

มีปัจจัยหลากหลายที่มีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารในทัศนะอิสลาม ส่วนหนึ่งที่จะนำมาอภิปรายดังต่อไปนี้

การแสดงของมนุษย์โดยคำพูด: พระผู้ทรงกรุณาปรานี พระองค์ทรงสอนกรูอาน พระองค์ทรงสร้างมนุษย์ พระองค์ทรงสอนเขาให้เปล่งเสียงพูด (55:1-4)

ความหลากหลายของภาษา: และหนึ่งจากสัญญาณทั้งหลายของพระองค์ คือ การสร้างชั้นฟ้าทั้งหลายและแผ่นดิน และความแตกต่างของภาษาของพวกเจ้า และผิวพรรณของพวกเจ้า แท้จริงในการนี้แน่นอน ย่อมเป็นสัญญาณสำหรับบรรดาผู้รู้ (30: 22) และเราได้ส่งร่อซูลคนใด นอกจากด้วยภาษาชนชาติของเขา เพื่อจะได้ชี้แจงอย่างชัดเจนแก่พวกเขา อัลลอฮ์จะทรงให้ผู้ที่พระองค์ทรงประสงค์หลงทาง และทรงชี้แนะทางแก่ผู้ที่พระองค์ทรงประสงค์ และพระองค์เป็นผู้เดชานุภาพ ผู้ทรงปรีชาญาณ (อัลกรู อาน, 14: 4)

การสื่อสารโดยใช้ภาษาที่ง่ายและค่อยเป็นค่อยไป: ท่านศาสดา (ซ.ล) ส่ง มูอาซ ไปยัง ประเทศเยเมน และได้ให้คำแนะนำแก่มูอาซ: “ ท่านเดินทางไปยังดินแดนผู้คนที่ยึดมั่นในคัมภีร์ เชื่อเชิญพวกเขา ให้เป็นพยานว่า ไม่มีพระเจ้าอื่นใดนอกจากอัลลอฮ์ และฉัน(ซ.ล)

คือผู้นำสาร หากพวกเขายอมรับมัน แจ้งแก่พวกเขาว่าอัลลอฮ์ทรงมีบัญชา ให้พวกเขาทำการละหมาด 5 ครั้งต่อวัน หากพวกเขายอมรับ แจ้งแก่พวกเขาว่า อัลลอฮ์ทรงมีบัญชา ให้พวกเขาจ่ายภาษี(ซากาต) เพื่อเป็นการกระจายความมั่งคั่งนั้นสู่คนจน หากพวกเขายอมรับมัน ห้ามเอาสิ่งมีค่าจากพวกเขา จงระมัดระวังการسابแข่งจากปกครองด้วยการกดขี่ เพราะจะไม่มีสิ่งใดบดบังการسابแข่งจากอัลลอฮ์

ใคร่ครวญในการสื่อสารที่เป็นการสร้างความเสื่อมเสีย : สิ่งที่เป็นคือ การสื่อไปตามข้อเท็จจริง พูดในสิ่งที่ดีต่อบุคคลอื่น และจดจำ เรา เอาข้อตกลงจากเด็กชาวอิสราเอล (จากผลกระทบนี้) ไม่มีการสักการะแต่อัลลอฮ์จะรักษาด้วยการปฏิบัติที่ดี ต่อบิดามารดา และญาติมิตร เด็กกำพร้า และเหล่านั้นหากต้องการเพิ่มขึ้น การใช้วาจาที่ไพเราะต่อบุคคล แน่แน่นอน คือการสักการะ และการบริจาค หลังจากนั้นเขากลับไป เว้นแต่ส่วนน้อยจากเขา และเขา คือ ผู้ที่มีความผิดพลาดที่เกิดขึ้นหลังพยายามเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม(แม้กระทั่งปัจจุบัน)

ความดีเยี่ยมของการใช้วาจาที่ไพเราะ: รายงานจาก อิบุนุรรอยเราะห์: ท่านศาสดา (ซ.ล.) กล่าวว่า: การใช้วาจาที่ไพเราะ คือ การบริจาค (Sadaqah)

รายงานจาก มาลิก: ผู้ใดศรัทธาในอัลลอฮ์และวันสุดท้ายของการตัดสิน ควรจะพูดสิ่งที่ดี หรือไม่ก็นิ่งเงียบ (เช่น การละเว้นการพูดในสิ่งที่ไม่ดี ชั่วร้าย และควรคิดก่อนพูด)

ความเป็นเลิศในการกล่าวพระนามของอัลลอฮ์และการท่องจำกรูอาน : รายงานโดย อิบู มูซา: ท่านศาสดา (ซ.ล) กล่าวว่า, ตัวอย่างของการศรัทธา, ผู้ใดท่องจำกรูอาน เสมือนมะงั่ว (ผลไม้สีเหลืองอ่อนลักษณะคล้ายมะนาว) ที่มีรสชาติที่อร่อยและมีกลิ่นที่หอม และผู้ศรัทธาใดที่ไม่ท่องจำกรูอาน เสมือน ผลอิทพลัม ที่มีรสชาติที่อร่อยแต่ไร้ซึ่งกลิ่น และสำหรับผู้ที่ไม่ศรัทธา ผู้ใดที่ท่องจำกรูอาน เสมือน (Arrihana) พืชชนิดหนึ่งที่มีกลิ่นหอม แต่มีรสชาติขม และสุดท้ายตัวอย่างสำหรับผู้ไม่ศรัทธา เสมือน Colocynth ไร้ซึ่งรสชาติและไร้ซึ่งกลิ่น

หลักเลี้ยงการสร้างความสับสน: รายงาน จาก อัซวาส: อิบน์ อัส ซุบัย กล่าวต่อฉัน: อาอิชะฮ์ ได้กล่าว



ความลับเกี่ยวกับตัวเลข อะไรที่เธอบอกกับท่านเกี่ยวกับ Ka'aba? หล่อนบอกกับฉัน ครั้งหนึ่งท่านศาสดา (ซ.ล) กล่าวว่า โอ! อาอิชะฮ์ มีหรือไม่ว่า บรรดาบุคคลอยู่ในช่วง ก่อนการมาของอิสลามที่ไม่มีความรู้ ฉันควรจะแยกออก Ka'aba และควรมีสองประตูในมัน: ประตูที่หนึ่งสำหรับการเข้า และอีกประตูหนึ่งสำหรับการออก

การใช้สื่อสารที่ไม่ใช่คำพูด: รายงานโดย อิบน์ อับบาส: บางคนพูดกับท่านศาสดา (ซ.ล) ในระหว่างการ ทำฮัจญ์ครั้งสุดท้าย “ฉันได้ฆ่าสัตว์เพื่อเป็นอาหาร ก่อน การทำ Ram'i(การเดิน 7รอบระหว่าง ภูเขา ซอฟา และมรรวะฮ์ช่วงทำฮัจญ์) ท่านศาสดา(ซ.ล) ส่งสัญญาณ โดยใช้มือ และกล่าวว่า สิ่งเหล่านั้นไม่เป็นที่ต้องห้าม รายงาน โดย อิบน์ ฮุรัยเราะฮ์ : ท่านศาสดา (ซ.ล) กล่าวว่า “(ศาสนา) ความรู้จะจางหาย (จากการตายของผู้รู้)

ความไม่รู้(ศาสนา) และโรคภัยไข้เจ็บจะปรากฏ และ harj ที่จะมีมากขึ้น”เขาถาม “อะไรคือ harj ที่จะมี มากขึ้น” เขาถาม “อะไร คือ harj”ท่านศาสดา ของอัลลอฮ์ ? ท่านศาสดา ตอบกลับโดยการ ส่ง สัญญาณโดยใช้มือ บ่งบอกถึง การฆ่ากัน

แหล่งที่มาของการสื่อสารในอิสลาม

อิสลามให้ความสำคัญกับประสิทธิผลของการ สื่อสารในช่วงชีวิตของมนุษย์ มีข้อจำกัด มีลักษณะเฉพาะ และมีการชี้แนะ รายละเอียด โดยพระเจ้าคือแหล่งที่มา แหล่งที่มานั้นเป็นสากล และไม่เปลี่ยนแปลงการนำไปใช้ ดังเช่น ต้นฉบับจากแหล่งที่มา โดยปฏิบัติตามการอธิบาย แหล่งที่มา จาก อัลกรุอาน และซุนนะห์

ลักษณะที่ปฏิบัติในการสื่อสาร	ลักษณะที่หลีกเลี่ยงในการสื่อสาร
เมตตากรุณา และความรักไปสู่ผู้อื่น	พูดให้ร้าย ทำลายชื่อเสียง
ความสุภาพอ่อนโยน ความนอบน้อม	หลีกเลี่ยงความสงสัย
พูดในสิ่งที่จริง และตรงไปตรงมา	การหลอกลวง
ชัดเจน และกระชับ	พูดมากกว่าทำ
กล่าวซ้ำในประเด็นสำคัญ	สับสนประมาท หรือ เยาะเย้ย
การสื่อสารสองทาง	การสนทนาที่ไร้สาระ
ตรวจสอบหาความจริงเกี่ยวกับข่าวลือ	โกรธ และใช้อารมณ์
จริงใจซึ่งกันและกัน มั่นใจ	ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์
สื่อสารโดยกริยาท่าทาง	ซุบซิบในกลุ่มเล็กๆ
ทักทาย และแสดงความขอบคุณต่อผู้อื่น	พูอย่างเร่งรีบ และหยุดชะงักบ่อยครั้ง
	การกลับไปกลับมา (เปลี่ยนแปลง)

ลักษณะสำคัญที่พึงปฏิบัติและลักษณะที่พึง หลีกเลี่ยงนั้น อาจจะมีมากมายกว่าที่ได้นำเสนอ เนื่องจากกการสื่อสารในทัศนะอิสลามมีความหมายที่ ครอบคลุมกว้างกว่า การสื่อสารทั่วไป การสื่อสารใน ทัศนะอิสลามกล่าวถึงการสื่อสารที่อัลลอฮ์ทรงสื่อสาร มายังมนุษย์ โดยผ่านผู้นำศาสน์ คือท่าน ศาสดา (ซ.ล) และการสื่อสารระหว่างมนุษย์ด้วยกัน

โอ้ศรัทธาชนทั้งหลาย! พวกเจ้าจงปลื้มตัวให้พ้น จากส่วนใหญ่ของการสงสัย แท้จริงการสงสัยบางอย่าง

นั้นเป็นบาป และพวกเจ้าอย่าสอดแนม และบางคนใน หมู่พวกเจ้ายำนิินทาซึ่งกันและกัน คนหนึ่งในหมู่พวก เจ้าชอบที่จะกินเนื้อพี่น้องของเขาที่ตายไปแล้วกระนั้น หรือ? พวกเจ้าย่อมเกลียดมัน และจงยำเกรงอัลลอฮ์เถิด แท้จริงอัลลอฮ์นั้นเป็นผู้ทรงอภัยโทษ ผู้ทรงเมตตาเสมอ (กรุอาน 49:12)

สรุป

โอ้มนุษยชาติทั้งหลาย! แท้จริงเราได้สร้างพวก เจ้าจากเพศชาย และเพศหญิง และเราได้ให้พวกเจ้าแยก



เป็นเผ่า และตระกูลเพื่อจะได้รู้จักกัน แท้จริงผู้ที่มีเกียรติในหมู่พวกเจ้า ณ ที่อัลลอฮ์นั้น คือผู้ที่มีความยำเกรงในหมู่พวกเจ้า แท้จริงอัลลอฮ์นั้น เป็นผู้ทรงรอบรู้อย่างละเอียดถี่ถ้วน (กรุอาณ 49:13)

การสื่อสาร นั้นมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิต เพราะเครื่องมือหนึ่งในการแลกเปลี่ยน ข้อมูล ข่าวสาร โดยเฉพาะภายในองค์กรนั้น การสื่อสารย่อมมีอิทธิพลต่อการก้าวหน้า หรือ ทดถอย ขององค์กร ดังนั้นการสานสัมพันธ์หรือการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กรโดยใช้การสื่อสารจึงมีความสำคัญยิ่ง ซึ่งปัจจัยที่จะทำให้การสื่อสารภายในองค์กรมีประสิทธิภาพดังนี้ โดยการประยุกต์ จาก 4 P ในวิชาการตลาด คือ

Place-เปิดพื้นที่ให้มีการสื่อสารระหว่างกัน กล่าวคือ เปิดพื้นที่ให้ทั้ง สองฝ่ายหรือมากกว่า ได้มีสถานที่ บริเวณ หรือ ช่องทางที่ ทุกฝ่ายมีความรู้สึกรู้ว่าปลอดภัยในการสื่อสาร ไม่มีการแทรกแซง คุกคาม หรือ อื่นๆที่บีบบังคับให้ต้องทำการสื่อสารที่บิดเบือนไปจากข้อเท็จจริง

People-สื่อสารกับบุคคลที่ต้องการสื่อ และรับสาร กล่าวคือ การที่บุคคลทั้งสองฝ่ายหรือมากกว่า ได้มีการสื่อสารกันนั้น ทุกฝ่ายจะต้องไม่ตั้งกำแพง หรือตั้ง/สร้างอุปสรรคหรือการสื่อสาร เช่น การมีอคติซึ่งกันและกัน การไม่เปิดใจกว้างรับฟังข้อคิดเห็นหรือเสนอแนะจากบุคคลอื่น

Purpose- วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร กล่าวคือ การสื่อสารในแต่ละครั้ง วัตถุประสงค์และความมุ่งหมายในการสื่อสารถือเป็นหัวใจสำคัญ หากการสื่อสารนั้นขาดซึ่งวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน แน่นนอน และไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย แน่นนอนผลของการสื่อสารนั้น ย่อมถือว่าล้มเหลว และขาดประสิทธิภาพ

Priority-จัดความลำดับความสำคัญ กล่าวคือ ปัจจุบันการสื่อสารระหว่างกันนั้นมี เนื้อหา ข้อมูล วัตถุประสงค์ กระบวนการสื่อ บุคคลที่จะสื่อ และสาระที่แตกต่างกัน การจัดเรียงลำดับความสำคัญในการสื่อสารนั้น ย่อมมีความสำคัญที่ไม่ยิ่งหย่อนด้วยเช่นกัน เพราะหากการสื่อสารที่มี องค์ประกอบทุกอย่างครบถ้วน แต่ช่วงเวลาในการสื่อสารไม่เหมาะสม ดังนั้นการสื่อสาร

อาจจะมีประสิทธิภาพที่ค่อนข้างจะนำมาซึ่งความล้มเหลว

ผู้ใดศรัทธาในอัลลอฮ์และวันสุดท้าย พวกเขางพูดในสิ่งที่ดี หรือไม่ก็นิ่งเงียบ (รายงาน โดย อัลบุคอรี๊ยะ และมุสลิม)

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ และ ฉัตยาพร เสมอใจ. 2547, **การจัดการ** .พิมพ์ที่ บ. ส.เอเชีย เพรส 1989 จำกัด
- สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับแห่งประเทศไทย. ปีอิญเราะฮ์ ศักราช 1419. (พุทธศักราช 2542). **พระมหาคัมภีร์อัลกรุอาณ พร้อมความหมายภาษาไทย**. ราชอาณาจักร ซาอุดีอาระเบีย (อัลมาดีนะฮ์ อัลมูนาว่าเราะฮ์): ศูนย์กษัตริย์พะฮัดเพื่อการพิมพ์อัลกรุอาณ
- พูนสุข สังข์รุ่ง. 2550. **มนุษย์สัมพันธ์ในองค์กร**. กรุงเทพฯ: บริษัท วิรัตน์ เอ็ดดุกะชั่น จำกัด.
- สมยศ นาวิการ. 2544. **การติดต่อสื่อสารขององค์กร**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ บรรณกิจ.
- เสนาะ ดิยาว. 2541. **การสื่อสารในองค์กร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ 2545, **องค์กรและการจัดการฉบับมาตรฐานปรับปรุงใหม่**. พิมพ์ที่ บ.ธรรมสาร จำกัด 83
- AbdurRahman O. Olayiwala. 1993. **Interpersonal Communication, Human Interaction and Societal Relationships in Islam**. Africa Media Review Vol.7 No. 3 1993
- An-Nawawi. 1976. **Forty Hadith: An Anthology of the Sayings of the Phophet Muhammad**. Translated by E. Ibrahim and D.Johnson –Davies. Abdul Wadoud, Beirut: The Holy Koran Publishing House.



- Merrier, Patricia. 2000. **Business Communication**. Ohio: South-Western Educational Publishing
- Lesikar, Raymond Vincent. 1993. **Basic Business Communication**. 6th ed. Burr Ridge: Irwin.
- Khaliq Ahmad, 2008. **Management from Islamic Perspective: Principle & practices**. IIUM Press, IIUM
- Yusuf Macit, n.d. **some of Prophet Muhammad's Principles of Communication**.
- Syed Mohammad Ather, Farid Ahammad Sobhani. 2007. **Managerial Leadership: An Islamic Perspective**. IIUC STUDIES

