

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างสุขภาพของเครือข่ายสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดจันทบุรี” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเครือข่ายสุขภาพ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเครือข่ายสุขภาพ

1. ความหมายของกลุ่ม

มนุษย์เป็นสัตว์สังคม คือ ชอบการอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม และไม่สามารถอยู่ได้อย่างโดดเดี่ยว จึงทำให้เกิดครอบครัว หมู่บ้าน ชุมชน ประเทศชาติ จนเกิดเป็นสังคมมนุษย์ขึ้น และการอยู่รวมกันเป็นสังคมทำให้มนุษย์เรามีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน (Interaction) ระหว่างกัน

ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ (2528) ได้ให้ความหมายของ “กลุ่ม” ไว้ว่า คือการชุมนุมกันของบุคคลมากกว่าสองคนขึ้นไปที่มีเป้าหมายร่วมกัน และมีปฏิสัมพันธ์กันหรือมีการสื่อสารกัน

สุชา จันท์ธรม (2539 อ้างถึงใน สุรัชตา รากา, 2550) ได้ให้คำนิยามของคำว่ากลุ่มไว้ดังนี้ กลุ่ม คือ การรวมตัวกันของบุคคลที่มีสิ่งเร้าและความสนใจที่ตรงกัน หรือร่วมกันทำกิจกรรมในเวลาเดียวกันและสถานที่เดียวกัน

กลุ่ม คือ การรวมตัวกันตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่มีจุดประสงค์ กิจกรรม และมาตรฐานทางพฤติกรรมร่วมกัน

สมาชิกของกลุ่มจะต้องมีความรู้สึก มีทัศนคติ และมีเป้าหมายเป็นของกลุ่ม มิใช่เป็นบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

กลุ่มจะต้องมีการจัดระเบียบและมีโครงสร้างที่แน่นอน

ดังนั้น ความหมายของคำว่า กลุ่ม จึงหมายถึง การที่บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปมารวมตัวกัน โดยการมีการติดต่อปฏิสัมพันธ์ มีความสนใจร่วมกัน และมีจุดหมายที่จะกระทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน เช่นเดียวกับการรวมกลุ่มของชมรมเบดมินตัน ชมรมแอโรบิก ชมรมลีลาศ และผู้มาใช้บริการออกกำลังกายในสวนสาธารณะสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช (ทุ่งนาเซย) ที่เป็นการรวมกลุ่มของบุคคลที่ชื่นชอบกีฬา และชื่นชอบการออกกำลังกาย โดยสนใจในกีฬาประเภทเดียวกัน มีการติดต่อสื่อสารหรือทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน

2. จุดมุ่งหมายกลุ่ม

ดิเรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2558) ได้จำแนกจุดมุ่งหมายกว้างๆ ของกลุ่มได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. กลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร คือ กลุ่มแบบนี้มีจุดมุ่งหมายพื้นฐานเพื่อการค้นหา และแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ต่างๆ
2. กลุ่มเพื่อการสังคม คือ กลุ่มแบบนี้จะมีจุดมุ่งหมายโน้มเอียงไปในมิติด้านอารมณ์ – สังคมมากกว่าเพื่อให้เกิดผลงานกลุ่มจะเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกเป็นหลัก เพื่อให้สมาชิกรู้จักกัน และกัน ในฐานะที่แต่ละคนมีบุคลิกเฉพาะตัว
3. กลุ่มเพื่อการแก้ปัญหา คือ กลุ่มแบบนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อแสวงหาทางเลือกต่างๆ ในการแก้ไขปัญหาใดปัญหาหนึ่ง โดยที่สมาชิกกลุ่มต้องร่วมกันนิยามขอบข่ายของปัญหาให้ชัดเจน จึงจะสามารถค้นหาสาเหตุและวิธีการแก้ปัญหาได้

3. ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มดำรงอยู่และดำเนินไปได้

Reeves (1970 อ้างถึงใน สุริย์รัตน์ โกสมศุภมาลา, 2550) ได้กล่าวถึงลักษณะของกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งนำมาสรุปเป็นข้อได้ดังนี้

1. เป็นกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ทำได้จริง สอดคล้องกับความสามารถของผู้นำ และสมาชิก มีความร่วมมือภายในกลุ่มสูง
2. สมาชิกมีความกระตือรือร้นสนใจกิจการของกลุ่ม ไม่ปล่อยให้เป็นที่ผู้นำเพียงฝ่ายเดียว
3. สมาชิกเต็มใจที่จะทำงานหนักเพื่อให้กลุ่มบรรลุเป้าหมายและรักษาความเป็นกลุ่มไว้
4. กลุ่มมีการตัดสินใจโดยกลุ่มเองในเรื่องงานและความก้าวหน้าของกลุ่ม
5. สมาชิกมีความจงรักภักดีและภาคภูมิใจในความสำเร็จของกลุ่ม
6. กลุ่มมีผู้นำที่ดีและเข้มแข็ง
7. ผู้นำและสมาชิกร่วมกันวางแผนและควบคุมการกระทำ ตลอดจนเพิ่มประสิทธิภาพของกลุ่ม โดยเน้นการกระตุ้นจิตสำนึก

การสื่อสารเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่ม และกลุ่มสามารถดำเนินต่อไปได้ เนื่องจากการสื่อสารมีส่วนช่วยให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน สามารถทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งปริมาณและคุณภาพของการสื่อสารภายในกลุ่มจะขึ้นอยู่กับตัวแปรดังต่อไปนี้

1. สถานภาพของสมาชิก (Member status) สถานภาพของสมาชิก หมายถึง คุณสมบัติของสมาชิกที่เป็นที่ยอมรับหรือเป็นที่ปรารถนาของสังคม จากการศึกษาพบว่า สมาชิกที่มีสถานภาพสูงจะสื่อสารได้มากกว่าสมาชิกที่มีสถานภาพต่ำ กล่าวคือ สมาชิกที่มีสถานภาพสูงจะมีการสื่อสารกับสมาชิกที่มีสถานภาพสูงด้วยกันเองบ่อยครั้งกว่าการสื่อสารกับสมาชิกที่มีสถานภาพต่ำ ส่วนสมาชิกที่มีสถานภาพต่ำจะมีการสื่อสารกับสมาชิกที่มีสถานภาพต่ำด้วยกันเองเช่นกัน ซึ่งผลการวิจัยบางเรื่องพบว่า สมาชิกที่มีสถานภาพต่ำอาจมีการสื่อสารอย่างไม่เป็นมิตร เมื่อพวกเขาหวังที่จะมีสถานภาพที่สูงขึ้น

2. ขนาดของกลุ่ม (Group size) มีความสัมพันธ์กับการสื่อสาร เมื่อกลุ่มมีขนาดใหญ่ขึ้น จะมีผลต่อระดับของปฏิกิริยาย้อนกลับ (Feedback) ลดน้อยลง ทำให้การสื่อสารผิดพลาด และเพิ่มความขัดแย้งไม่เป็นมิตรต่อกัน และนอกจากนี้ขนาดของกลุ่มยังมีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกเช่นกัน

3. บรรทัดฐานของความสอดคล้อง (Conformity) และการสื่อสารมีความสัมพันธ์กัน คือ หากสมาชิกมีความเห็นที่ไม่สอดคล้องกับกลุ่มก็จะเป็นเป้าหมายที่ถูกมุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร แต่เมื่อเขายังคงไม่สอดคล้องกับกลุ่มเหมือนเดิม เขาจะถูกปฏิเสธการสื่อสารด้วย

4. การรวมตัวกันของกลุ่ม (Cohesiveness) กลุ่มที่รวมตัวกันอย่างเหนียวแน่น การสื่อสารของสมาชิกจะเท่าเทียมกัน มีปริมาณการสื่อสารมาก และมองว่าการสื่อสารมีคุณค่ามากกว่ากลุ่มที่สมาชิกรวมตัวกันน้อย และการสื่อสารระหว่างสมาชิกกลุ่มที่มีการรวมตัวกันน้อย

5. โครงสร้างอำนาจ (Power Structure) หมายถึง อิทธิพลของสมาชิกกลุ่มที่มีการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นระหว่างการอภิปราย ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม จากการศึกษาพบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจของสมาชิกกลุ่มกับพฤติกรรมการสื่อสาร ซึ่งในขณะเดียวกันทิศทางและเนื้อหาของการสื่อสารก็ได้รับอิทธิพลมาจากโครงสร้างอำนาจด้วย

6. บทบาท (Role) บทบาทของบุคคลสำคัญจะมีความสัมพันธ์กับปริมาณการสนทนากับสมาชิก และได้รับการสนทนาตอบกลับจากสมาชิกด้วย และนอกจากนี้ ปริมาณการสื่อสารยังมีความสัมพันธ์กับข้อเสนอแนะและความคิดที่ดีที่สุด

7. บุคลิกของสมาชิก (Member personality) มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารอย่างชัดเจน ทั้งในแง่ของการวัดบุคลิกของสมาชิกจากการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นจากบุคคลต่างๆ ในกลุ่ม ในสถานการณ์ต่างๆ จะขึ้นอยู่กับหลักการที่ว่า การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ก่อให้เกิดการตอบสนองของบุคคลแตกต่างกัน รวมทั้งความแตกต่างในปริมาณการสื่อสาร อัตราการสื่อสาร และประเภทของการสื่อสารด้วยเช่นกัน

8. การทำงานของกลุ่ม (Group tasks) การบรรลุความสำเร็จของการทำงานหรือเป้าหมายของกลุ่ม มีความสัมพันธ์กับการสื่อสาร ปริมาณของการส่ง และการรับข่าวสาร ตลอดจนการออกแบบการไหลของข่าวสาร เพื่อให้เกิดความคิดในกลุ่มล้วนมีความสัมพันธ์กับการประสบความสำเร็จของกลุ่ม เมื่อเป้าหมายของกลุ่มมีความยากปานกลาง

ในกระบวนการกลุ่ม การสื่อสารถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญ เนื่องจากถ้ากลุ่มต้องการที่จะทำให้การทำงานได้ผลอย่างเต็มที่ บุคคลที่เป็นสมาชิกของกลุ่มจะต้องสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างง่าย และมีประสิทธิภาพ เราจึงจำเป็นต้องศึกษาเรื่องของ “เครือข่ายการสื่อสาร” เพราะถือเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารของสมาชิกในกลุ่ม (สุปรีดา ช่อลำไย, 2549)

4. ความหมายของเครือข่าย

เมื่อมีการรวมกลุ่มกันขึ้นอย่างหลากหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มเพื่อน กลุ่มอาชีพ เป็นต้น ก็จะมีการพัฒนาจนสร้างเป็น “เครือข่าย” ดังที่ ประพันธ์ ช่างภูศรี (2550 อ้างถึงใน สุรัชดา รากา, 2550) ได้อธิบายถึงรูปแบบและลักษณะของเครือข่ายได้ดังนี้

เครือข่าย หมายถึง การรวมตัวของกลุ่มองค์กรต่างๆ ที่มีลักษณะความสัมพันธ์ภายในองค์กรเครือข่ายเนวราบ มีการเชื่อมประสานการทำงานร่วมกันตามลักษณะกิจกรรมและอาจแบ่งตามพื้นที่ เช่น เครือข่ายกลุ่มออมทรัพย์ เครือข่ายสลัม 4 ภาค เครือข่ายองค์กรชุมชนเมืองเพื่อที่อยู่อาศัย เป็นต้น

เครือข่าย หมายถึง การขยายขอบเขตความสัมพันธ์กับกลุ่มหรือองค์กรอื่นๆ ที่มีลักษณะกิจกรรมแบบเดียวกัน หรือเสริมกัน เช่น กลุ่มออมทรัพย์ฯ จับมือเป็นเครือข่ายกับกลุ่มอาชีพ กลุ่มสตรีจับมือเป็นเครือข่ายกับกลุ่ม อสม. เป็นต้น

เครือข่าย หมายถึง การประสานการทำกิจกรรมร่วมกันบางอย่างของกลุ่มหรือองค์กรต่างๆ เพื่อช่วยเหลือกัน องค์กรหรือกลุ่มที่เข้าร่วมประสานกันเป็นเครือข่ายต่างมีความเป็นอิสระ ไม่ขึ้นต่อกัน

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2555 : 196) ได้ให้ความหมายของ “เครือข่าย” หมายถึง การที่ปัจเจกบุคคล องค์กร หน่วยงาน หรือสถาบันใดๆ ได้ตกลงประสานความเชื่อมโยงเข้าหากัน ภายใต้วัตถุประสงค์ หรือข้อตกลงอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกันอย่างเป็นระบบ โดยมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน กลุ่มเครือข่ายนี้ต้องมีการแสดงออกเป็นการลงมือกระทำกิจกรรมร่วมกัน

ดังนั้น เครือข่าย คือ กลุ่มของคนหรือองค์กรที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ระหว่างกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน โดยมีการจัดรูปแบบหรือจัดระเบียบโครงสร้างคนหรือองค์กร สมาชิก ยังคงมีความเป็นอิสระ โดยในที่นี้สาระสำคัญ คือ ความสัมพันธ์ของสมาชิกในเครือข่าย ต้องเป็นไปโดยสมัครใจทำกิจกรรมในเครือข่ายที่มีลักษณะเท่าเทียมหรือแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน และการเป็นสมาชิกเครือข่ายจะไม่มีผลกระทบต่อความเป็นอิสระหรือความเป็นตัวของตัวเอง ของคนหรือองค์กรนั้นๆ

5. การสร้างเครือข่าย

การทำให้มีการติดต่อและการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และความร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ การสร้างเครือข่ายควรสนับสนุนและอำนวยความสะดวก ให้กับสมาชิกในเครือข่ายมีความสัมพันธ์กันฉันท์เพื่อนที่ต่างก็มีความอิสระมากกว่าการคบค้าสมาคม แบบฟุ้งฟิง นอกจากนี้ การสร้างเครือข่ายจะต้องไม่ใช่การสร้างระบบการติดต่อเผยแพร่ข่าวสาร แบบทางเดียว ดังนั้น เครือข่ายจึงไม่ใช่การส่งจดหมายไปให้กับสมาชิกตามรายชื่อเท่านั้น แต่ต้องมีการแลกเปลี่ยนด้วย (สุรัชตา รากา, 2550)

6. ประโยชน์ของการสร้างเครือข่าย

เครือข่ายจะช่วยให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ทักษะ ความรู้ ประสบการณ์ เครื่องมือ และสื่อผ่านการประชุม การทดลอง การประชาสัมพันธ์ และการให้ความร่วมมือในการดำเนินโครงการ การแบ่งปันทักษะและประสบการณ์ให้แก่กัน เป็นการเสริมความสมบูรณ์ให้กับสมาชิกเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือองค์กร การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการประสานงานในเครือข่าย จะช่วยลดการทำงานและการใช้ทรัพยากรที่ซ้ำซ้อน ทำให้การพัฒนาสามารถเชื่อมโยงคนที่อยู่ใน ระดับต่างกัน มีวิธีการทำงาน การจัดองค์กร และมีภูมิหลังต่างกันที่ไม่มีโอกาสได้ติดต่อกัน เข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลทำให้เกิดความเข้าใจกันมากขึ้นนำไปสู่การทำงานร่วมกัน เพื่อประโยชน์ของทุกฝ่าย เครือข่ายสามารถทำให้คนและองค์กรที่ไม่มีความสัมพันธ์กันได้ทราบว่า ยังมีบุคคลหรือหน่วยงานอื่นอีกมากที่สนใจทำงานในเรื่องเดียวกัน และเผชิญกับปัญหาเหมือนกัน เครือข่ายสามารถทำให้ความต้องการของประชาชนได้รับการตอบสนองจากภาครัฐ และเครือข่าย ทำให้คนและองค์กรได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อน ได้รับกำลังใจ การจูงใจ และการยอมรับ ซึ่งมีความสำคัญต่อหน่วยงานเล็กๆ ที่อยู่นอกระบบราชการ (สุรัชตา รากา, 2550)

7. การจัดการเครือข่าย

การจัดการเครือข่ายมีอยู่หลายประเด็นด้วยกัน ซึ่ง ปทุมมา ศรีนครธรรม (2550) ได้สรุปประเด็นเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญต่อการจัดการเครือข่ายไว้ 6 ประการ คือ 1) มีจุดหมายร่วมกัน 2) บุคคล 3) การเชื่อมโยง 4) การสร้างความรู้สึกร่วม 5) การพัฒนาระบบที่โปร่งใสตรวจสอบได้ 6) การจัดระบบข้อมูลข่าวสาร

การจัดการเครือข่าย พระราชวรมุณี (อ้างถึงใน ณิชากัทธ เลิศพรมาตุลี, 2554 : 38) ได้เสนอแนวคิดในการพัฒนาและการจัดการกลุ่มและเครือข่าย ดังนี้

1. การสร้างความน่าเชื่อถือ เพื่อให้เครือข่ายเป็นเครือข่ายที่เกิดจากความศรัทธา ความจริงใจ ความเป็นมิตร หรือมีความตระหนักในสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง
2. การกำหนดข้อตกลง หรือ กฎ กติกา เพื่อให้เครือข่ายมีข้อตกลงร่วมกัน มีกระบวนการทำงานที่หลากหลาย และมีกลไกที่เหมาะสมต่อการดำเนินงาน
3. การสร้างแหล่งเรียนรู้ เป็นการกำหนดให้เครือข่ายเป็นศูนย์รวมแห่งการเรียนรู้ และเป็นศูนย์รวมที่ถูกต้อง เป็นจริง และทันต่อสถานการณ์
4. การดำเนินการในเชิงรุก เป็นการกำหนดแนวทางเพื่อให้เครือข่ายมีกระบวนการทำงานในเชิงรุก มีการจัดทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง มีการวางแผนการพัฒนาที่เหมาะสม
5. การเป็นองค์กรแห่งปัญญา เป็นการพัฒนาและการจัดการความรู้เพื่อให้เครือข่ายมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การจัดการเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพ สมาชิกและผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ ถึงขั้นตอนและวงจรชีวิตของเครือข่าย กระบวนการจัดการเครือข่าย 4 ขั้นตอน ตามวงจรชีวิตของเครือข่าย ได้แก่

- 1) ขั้นตระหนักและการก่อตัวของเครือข่าย คือ การศึกษาข้อมูลและสภาพการณ์ ความพร้อมภายในกลุ่มของตนเองและเครือข่ายอื่น เพื่อทราบถึงกิจกรรมและบริบทที่เกี่ยวข้อง เป็นการเปิดโอกาสให้ทุกคนเข้ามาแสดงความคิดเห็นและได้มีบทบาทในการพัฒนาเครือข่าย
- 2) ขั้นการสร้างพันธมิตรและการบริหารเครือข่าย เป็นการกำหนดวัตถุประสงค์ และข้อตกลงร่วมกัน มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ และการวางผังเครือข่ายเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ ผู้ที่เข้าร่วมเป็นเครือข่าย โดยเฉพาะแกนนำและคณะทำงานต่างๆ การเสริมสร้างและพัฒนาผู้นำ มีการขับเคลื่อนกิจกรรมของเครือข่าย การจัดระบบการติดต่อสื่อสารระหว่างปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล และเครือข่าย เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน กระบวนการส่งเสริมเรียนรู้ ที่ต่อเนื่อง การติดตามและประเมินผลแบบมีส่วนร่วม ซึ่งจะช่วยให้เห็นศักยภาพและข้อจำกัด

ของตนเองและพยายามหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และการส่งเสริมและดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์ คือ การส่งเสริมและการรักษาผลประโยชน์และการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

3) ขั้นการพัฒนาความสัมพันธ์และการใช้ประโยชน์ ในขั้นนี้เป็นกระบวนการหนึ่งที่จะให้เครือข่ายมีความเข้มแข็งและยั่งยืน โดยการทบทวนและสรุปผลเพื่อให้ได้รู้ถึงศักยภาพและปัญหาที่เกิดขึ้นภายในเครือข่ายเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและการจัดการเครือข่ายที่ต่อเนื่อง การเสริมสร้างผู้นำและหน่วยงานของเครือข่าย ให้เกิดการเรียนรู้และเกิดอำนาจ/พลัง ในการต่อรอง การสร้างความรู้ใหม่และการจัดการความรู้ที่ต่อเนื่อง การเสริมสร้างวัฒนธรรมเครือข่าย เพื่อจัดการความขัดแย้ง และการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและระบบตรวจสอบแบบมีส่วนร่วม

4) ขั้นรักษาความสัมพันธ์และความต่อเนื่อง คือ การจัดกิจกรรมที่ต่อเนื่อง การรักษาความสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างสมาชิกของเครือข่าย การเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีและความรู้ใหม่ การกำหนดแรงจูงใจในการทำงาน การบริหารจัดการข้อมูล ระบบการสื่อสาร และการจัดการความรู้ที่ต่อเนื่อง การให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหภายในเครือข่าย และการเสริมสร้างผู้นำรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง

8. ความหมายและความสำคัญของเครือข่ายการสื่อสาร

วินิต เกตุขำ (2552) กล่าวว่า เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง แบบแผนการติดต่อเกี่ยวข้งกัน และประสานงานกันภายในกลุ่ม โดยสมาชิกในกลุ่มจะมีการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้

ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ (2526) กล่าวว่า เครือข่ายการสื่อสารเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งเชื่อมโยงกันโดยรูปแบบการไหลของข่าวสาร

Roger (1986 อ้างถึงใน จารุณี พัทธพิมานสกุล, 2542) เครือข่ายการสื่อสารเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งเชื่อมโยงกันโดยรูปแบบการไหลของสาร

ตติยา เลหาศิริรานนท์ (2543 อ้างถึงใน ชนกานต์ รักษาติ, 2558) เครือข่ายการสื่อสารกลุ่ม คือ แบบแผนการพูดคุยติดต่อประสานงาน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลหนึ่งกับบุคคลอื่นๆ ในกลุ่มและภายนอกกลุ่มที่มีความสนใจร่วมกันในงานและกิจกรรมที่จัดขึ้น โดยบุคคลดังกล่าว อาจอยู่ในสถานภาพที่แตกต่างกันคือ ผู้นำกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม ผู้สนใจกิจกรรมของกลุ่ม และสมาชิกในสังคม

ดังนั้น เครือข่ายการสื่อสาร หมายถึง การแพร่กระจายของข้อมูลข่าวสารระหว่างสมาชิกในกลุ่ม จากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง รวมถึงการสื่อสารที่ใช้ในการสานสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่ม โดยสมาชิกภายในกลุ่มอาจมีสถานภาพที่แตกต่างกัน คือ มีผู้นำกลุ่ม และสมาชิกของกลุ่ม และเครือข่ายการสื่อสารนั้นยังมีเครือข่ายที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

9. ประเภทและรูปแบบของเครือข่ายการสื่อสาร

พัชนี เขจรรรยา และคณะ (2541 อ้างถึงใน สุริย์รัตน์ โกสุมศุภมาลา, 2550) ได้แบ่งเครือข่ายการสื่อสาร ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. เครือข่ายการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Network) หรือเครือข่ายการสื่อสารที่เกิดขึ้นเอง (Emergent Communication Network) เกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งไม่มีใครได้รับมอบหมาย หรือบังคับให้ใช้การติดต่อผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งอย่างตั้งใจ ตรงกันข้ามเครือข่ายเหล่านั้นเกิดขึ้นเมื่อสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอย่างอิสระในอัตราความถี่และความเข้มข้นของการสื่อสารที่ต่างกัน จากการศึกษาพบว่า เมื่อเวลาผ่านไปเครือข่ายที่เกิดขึ้นนี้จะค่อยๆ กลายเป็นแหล่งข้อมูลที่ไม่เป็นระเบียบ

2. เครือข่ายการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Network) หรือ เครือข่ายการสื่อสารที่ได้ถูกกำหนดไว้ (Prescribed Communication Network) เป็นประเภทของการสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งเกิดปฏิสัมพันธ์ในเครือข่ายที่มีการวางแผนอย่างแน่นอน ดังนั้น เครือข่ายเหล่านี้มีโครงสร้างที่มีแบบแผน บทบาทและสถานภาพของสมาชิกจึงเป็นสิ่งที่ควรพิจารณาอย่างมาก ชีวิตในสังคมส่วนใหญ่ทุกวันนี้ต้องการวางรูปแบบเครือข่ายการสื่อสารแทบทั้งสิ้น

เครือข่ายทั้งสองประเภทต่างมีตาข่ายที่ต่อเนื่องกัน (Net-Connectivity) คือ เส้นทางติดต่อสมาชิกสามารถสื่อสารเข้าถึงสมาชิกอื่นในเครือข่ายแบบ “All-channel” คือ สมาชิกทุกคนจะมีทางติดต่อถึงกันได้หมด ในขณะที่เครือข่ายแบบ “Restricted net” นั้น สมาชิกบางคนมีทางการสื่อสารถึงบุคคลอื่นในเครือข่ายอย่างจำกัด หรืออาจไม่มีทางสื่อสารกับบุคคลอื่นเลย

สำหรับเครือข่ายการสื่อสารของชมรมแบดมินตัน และชมรมลีลาศ ในปัจจุบันพบว่า เป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบกึ่งทางการ เนื่องจากมีการสื่อสารผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งอย่างตั้งใจ และมีการกำหนดหน้าที่บุคคลในกลุ่ม และสมาชิกภายในกลุ่มมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันภายในเครือข่ายของตนเองอย่างต่อเนื่อง แต่เนื่องด้วยภาระหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละบุคคลจึงทำให้บุคคลในกลุ่มไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา และสำหรับการสื่อสารของชมรมแอโรบิก และผู้มาใช้บริการออกกำลังกายในสวนสาธารณะสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช (ทุ่งนาเขย) ในปัจจุบันพบว่า เป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งใช้สื่อบุคคลเป็นหลักในการสื่อสาร ไม่มีการกำหนดหน้าที่บุคคลภายในกลุ่ม และสมาชิกบางคนมีการสื่อสารถึงบุคคลอื่นอย่างจำกัด และบางคนไม่ได้สื่อสารกับบุคคลอื่นเลย

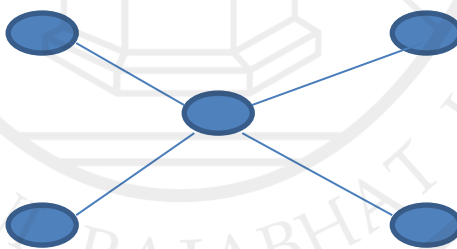
Mark V. Remond (2001, pp. 266 - 267 อ้างถึงใน สุรัชตา รากา, 2550) ได้กล่าวถึงรูปแบบของเครือข่ายการสื่อสาร ซึ่งพูดถึงระบบของโครงสร้างที่มีรูปแบบการสื่อสารได้สรรสร้างเครือข่าย และเครือข่ายก็มีผลกระทบต่อระบบการสื่อสาร ซึ่งได้รูปแบบจำลองของเครือข่ายการสื่อสารไว้ 5 ประเภท ได้แก่

1. Chain network คือ เครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่ เป็นเครือข่ายที่สมาชิกแต่ละคนจะติดต่อไปยังสมาชิกที่อยู่ถัดไปเท่านั้น เนื่องจากมีข้อจำกัดในแง่การประสานงานและการติดต่อระหว่างสมาชิกในกลุ่ม บางครั้งจึงเป็นความยากลำบากที่กลุ่มจะทำงานให้สำเร็จได้ตามที่ต้องการ เพราะขาดความเป็นอิสระในการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น



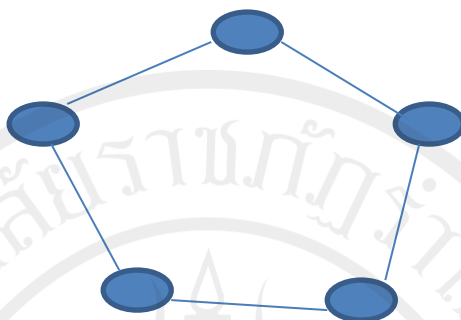
ภาพที่ 2 เครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่

2. Wheel network คือ เครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ เป็นเครือข่ายที่รวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลางมากที่สุด บุคคลที่อยู่ตรงกลางจะเป็นผู้นำและมีอำนาจมากที่สุด สมาชิกคนหนึ่งซึ่งรับข่าวสารนั้นไปยังสมาชิกคนอื่นๆ



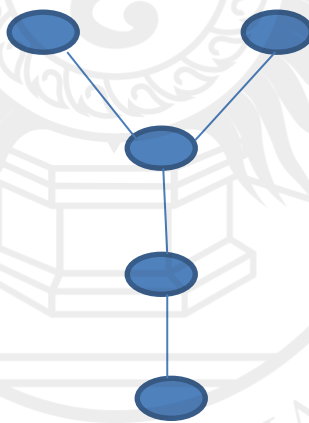
ภาพที่ 3 เครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ

3. Circle network คือ เครือข่ายการสื่อสารแบบวงกลม เป็นเครือข่ายการสื่อสารที่มีสมาชิกทุกคนมีฐานะเท่าเทียมกัน สามารถติดต่อสื่อสารได้ทั้งสองด้าน



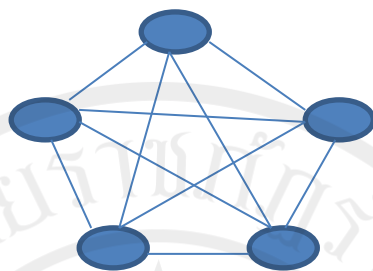
ภาพที่ 4 เครือข่ายการสื่อสารแบบวงกลม

4. Y network คือ เครือข่ายการสื่อสารแบบตัววาย เป็นเครือข่ายการสื่อสารที่มีสมาชิกอยู่ตรงกลางเพียงสองคน ทำหน้าที่ประสานงานและส่งข้อมูลที่ได้รับจากสมาชิกคนอื่นๆ ที่อยู่รอบนอก รูปแบบของการสื่อสารแบบตัวยานี้ มักเกิดขึ้นในกลุ่มสมาชิกเพียง 1 หรือ 2 คน เท่านั้นที่เต็มใจที่จะทำงานและรับผิดชอบต่อผลสำเร็จของงาน ในขณะที่ส่วนที่เหลือจะไม่ได้รับผิดชอบ



ภาพที่ 5 เครือข่ายการสื่อสารแบบตัววาย

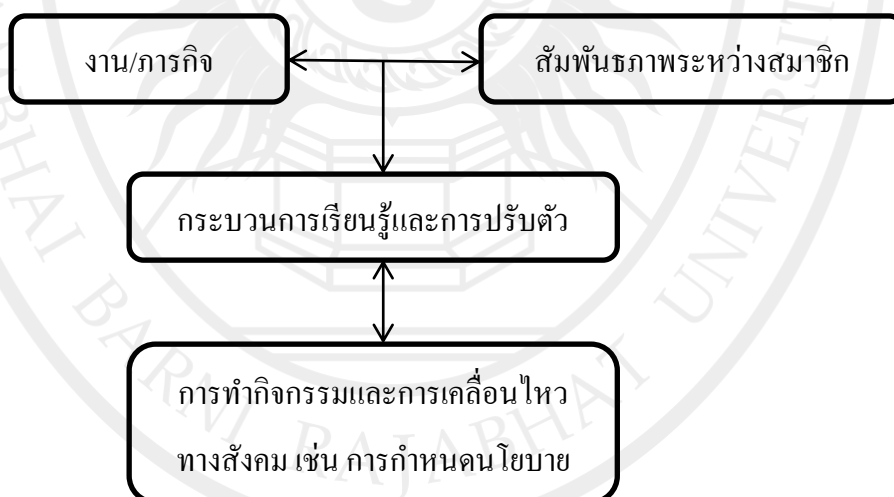
5. All-channel network คือ เครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง เป็นเครือข่ายการสื่อสารที่เอื้อให้สมาชิกทุกคนมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างทั่วถึงได้โดยตรง ไม่ต้องผ่านสมาชิกคนอื่นๆ เรียกได้ว่าเป็นเครือข่ายที่สมบูรณ์มากที่สุด เพราะไม่มีข้อจำกัดการสื่อสารของสมาชิก โดยเครือข่ายนี้จะเปิดโอกาสให้มีปฏิริยาย้อนกลับสูงที่สุด



ภาพที่ 6 เครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง

10. กระบวนการทำงานของเครือข่าย

เครือข่ายเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการประสานความร่วมมือ เป็นการทำงานด้วยการถ้อยทีถ้อยอาศัยระหว่างสมาชิกและภาคร่วม โดยมีจุดเริ่มต้นจากการทำงานพื้นที่และประเด็นเล็กๆ แล้วขยายเป็นกระบวนการเป็นเครือข่ายที่กว้างขวางออกไป พร้อมทั้งแสวงหาความรู้ใหม่ วิธีการใหม่ที่เหมาะสมกว่า โดยมีระบบการสื่อสารและนวัตกรรมใหม่เป็นเครื่องมือที่จะสร้างความหมายและความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน (พระมหาสุทิตย์ อาภากรโ, 2547 : 103 อ้างถึงใน สุรัชดา รากา, 2550)



ภาพที่ 7 กระบวนการทำงานของเครือข่าย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

11. การวิเคราะห์เครือข่ายทางการสื่อสาร : กระบวนการ

การพิจารณาถึงกระบวนการของเครือข่ายนี้ เป็นการสร้างความเข้าใจในความเป็นเครือข่าย โดยพิจารณาจากกระบวนการของเครือข่าย ซึ่งเป็นกระบวนการที่หลากหลายซับซ้อน และแปรเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา โดยเป็นการมองถึงการเข้ามาอยู่ร่วมกันอย่างมีจุดมุ่งหมายของบุคคล และองค์กร บนเส้นทางของการสร้างสรรค์และการจัดการแนวใหม่ ที่ใช้การประสานพลัง และการมองอย่างเป็นองค์รวม เป็นเครื่องมือในการทำงาน โดยมีแนวทางในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์เครือข่ายโดยนัยแห่งการประสานพลัง (synergy) เป็นการพิจารณาถึงกระบวนการทำงานเครือข่ายที่เป็นการเชื่อมประสานผู้คน กระบวนการ และสิ่งต่างๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดการจัดการแนวใหม่ที่เกิดจากความพึงพอใจและการประสานผลประโยชน์ระหว่างกัน โดยอาจจะพิจารณาจากกระบวนการทำงานในจุดเล็กๆ และการทำงานโดยภาพรวมของหน่วยใหญ่ โดยสามารถกำหนดตัวชี้วัดได้ เช่น การกำหนดวัตถุประสงค์ของเครือข่าย การประสานงานภายในเครือข่าย การติดต่อสื่อสารสังคมภายนอก การเข้าถึงช่องทางการสื่อสารของสมาชิกและกระบวนการพัฒนาเครือข่าย เป็นต้น

2. การวิเคราะห์เครือข่ายโดยนัยของการจัดการตนเอง เป็นมิติของการจัดลำดับความสัมพันธ์ระหว่างภารกิจและกระบวนการที่นำไปสู่การเรียนรู้ การปรับตัว และการทำกิจกรรมความเคลื่อนไหวในสิ่งต่างๆ ของเครือข่าย เป็นภาวะที่เป็นระเบียบและความไร้ระเบียบ (Chaordic) ตัวชี้วัด คือ เครือข่ายมีการจัดการความรู้หรือไม่ การไหลเวียนของข่าวสารเป็นอย่างไร กระบวนการเรียนรู้ การสร้างความสัมพันธ์ภาพอย่างไร และการพัฒนาเครือข่ายเป็นอย่างไร เป็นต้น

3. การวิเคราะห์ความเป็นพหุลักษณะของเครือข่าย เป็นการพิจารณาความหลากหลายของสมาชิก พื้นที่ดำเนินการ กระบวนการ ประเภทกิจกรรม รูปแบบความสัมพันธ์ การรวมตัว การกระจายตัว เป็นการวิเคราะห์ในภาพรวม เพื่อนำสู่การจัดการเครือข่ายอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะเป็นการสร้างความเข้าใจและการเรียนรู้เชิงประเมินถึงสถานการณ์และกระบวนการทำงาน รวมทั้งกำหนดเป้าหมายการพัฒนาเครือข่าย ซึ่งจะต้องมีการกำหนดเกณฑ์ชี้วัดในแต่ละด้านที่เหมาะสม เป็นต้น

Rogers and Kincaid (1980 อ้างถึงใน สุรัชดา รากา, 2550) ได้กล่าวถึงเรื่อง “การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร” ไว้ว่า เป็นวิธีการวิจัยเพื่อให้ได้มาซึ่งโครงสร้างในระบบที่มีความเกี่ยวข้องกับ การไหลของสาร ที่ใช้สัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลเป็นหน่วยในการวิเคราะห์

12. บทบาทของสมาชิกในเครือข่าย

กาญจนา แก้วเทพ (2551, น.14 - 15) ได้กล่าวถึงเรื่องของภาระหน้าที่ของเครือข่ายสรุปได้ว่า บทบาทของสมาชิกในเครือข่าย ประกอบด้วย

ตำแหน่งที่ 1 ศูนย์กลางของเครือข่าย (Star) เนื่องจากเครือข่ายเป็นรูปแบบการจัดการความสัมพันธ์ของผู้คน ดังนั้น ตำแหน่งศูนย์กลางของเครือข่ายเป็นสตาร์ประจำกลุ่ม คือ ตำแหน่งที่มี “เส้นสายความสัมพันธ์จากสมาชิกคนอื่นๆ” พุ่งเข้ามาหามากที่สุด ตำแหน่งนี้อาจเป็น ประธานเครือข่าย หรือรองประธานเครือข่าย ฯลฯ

ตำแหน่งที่ 2 ผู้ประสานงาน/ติดต่อสื่อสาร (Liaison) ในขณะที่สตาร์เป็นเส้นทางสายความสัมพันธ์นั้น ผู้ประสานงานจะทำหน้าที่เป็นเส้นทางในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งเป็นตำแหน่งที่สำคัญอีกตำแหน่งหนึ่ง เป็นต้น

ตำแหน่งที่ 3 ชุมชนย่อย/โหนด (Node) ในกรณีที่เครือข่ายมีขนาดใหญ่หรือครอบคลุมพื้นที่กว้างมากๆ เนื่องจากสตาร์นั้นเป็นบุคคลธรรมดา จึงต้องมีข้อจำกัดทั้งเรื่องของเวลาและพื้นที่ ซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถติดต่อกับสมาชิกได้อย่างทั่วถึง ในลักษณะแบบนี้ต้องมีชุมชนย่อยๆ หรือ โหนด มาทำหน้าที่ประสานงานเป็นตัวกลางระหว่างสมาชิกแต่ละกลุ่มกับสตาร์ และผู้ประสานงาน

ตำแหน่งที่ 4 สมาชิก (Member) นับเป็นส่วนประกอบสำคัญสำหรับการดำรงอยู่ และความเข้มแข็งของเครือข่ายเช่นเดียวกัน แม้จะดูเป็นตำแหน่งปกติธรรมดาก็ตาม แต่เครือข่ายที่เข้มแข็งย่อมมีสมาชิกที่มีความกระตือรือร้น

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2547 อ้างถึงใน ชนกานต์ รักษาติ, 2558) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง “การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร” ซึ่งได้กล่าวถึงบทบาทเบื้องต้นของบุคคลในเครือข่ายโดยรวมแล้วเครือข่ายมักจะประกอบไปด้วยบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่ แกนนำเครือข่าย สมาชิกเครือข่าย และพันธมิตรของเครือข่าย

1. แกนนำเครือข่าย ได้แก่ บุคคลที่สมาชิกเครือข่ายศรัทธา เชื่อถือ ยกย่อง โดยอาจประกอบไปด้วยแกนนำเครือข่ายอย่างเป็นทางการ ซึ่งมีการประกาศให้รับรู้ทั่วกัน และแกนนำเครือข่ายอย่างไม่เป็นทางการ เป็นบุคคลที่สมาชิกเครือข่ายมักจะขอความคิดเห็นในวาระต่างๆ โดยแกนนำเครือข่ายมีบทบาทสำคัญในด้านต่างๆ เช่น การเป็นส่วนหนึ่งของการริเริ่มเครือข่าย เป็นบุคคลที่มีบทบาทในการตัดสินใจ ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของเครือข่าย ทั้งในด้านการกระจายข้อมูลข่าวสารสู่สมาชิก การริเริ่มตั้งประเด็น การจัดกระบวนการ ในการระดมสมองหรือรับฟังความคิดเห็นของสมาชิก การแสวงหาแนวทางในการผลักดันให้เกิดกระบวนการตัดสินใจของเครือข่ายในเรื่องต่างๆ

2. สมาชิกเครือข่าย ได้แก่ บุคคลที่เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่าย ทั้งในด้านการกระทำ กิจกรรม การร่วมเสนอความคิดเห็น การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ตลอดจนร่วมรับผิดชอบกับผลต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นหลังจากตัดสินใจไปแล้ว ซึ่งการที่บุคคลหนึ่งๆ จะเข้ามาเป็นสมาชิกในเครือข่ายหนึ่งแล้ว ไม่ได้หมายความว่า จะไม่สามารถเป็นสมาชิกของเครือข่ายอื่นๆ ได้อีก ในทางปฏิบัติบุคคลหนึ่งๆ สามารถเป็นสมาชิกได้หลายเครือข่าย ขึ้นอยู่กับความสนใจของแต่ละบุคคล การแบ่งบทบาท/หน้าที่ เวลา ตลอดจนความรู้สึกไว้นับถือใจของสมาชิกอื่นๆ ในเครือข่าย

3. พันธมิตรเครือข่าย ได้แก่ บุคคลที่ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่าย แต่มีส่วนช่วยสนับสนุนเครือข่ายในเรื่องต่างๆ เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารหรือข้อคิดเห็นต่างๆ การอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับบุคคลอื่นๆ การให้การสนับสนุนด้านนโยบาย กิจกรรม บุคลากร ตลอดจนงบประมาณ เป็นต้น

ปัจจัยสำคัญของพฤติกรรมมนุษย์ คือ การมีปฏิสัมพันธ์หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน โดยแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคลหนึ่งต่อบุคคลหนึ่ง หรือมากกว่าหนึ่งก็ได้ บุคคลแต่ละคนในระบบสามารถติดต่อสื่อสารกันระหว่างบุคคลได้ และสามารถที่จะไม่รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากอีกหลายคนได้ (หากระบบมีขนาดค่อนข้างใหญ่) การไหลของการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงกลายเป็นรูปแบบที่เรียกว่า “โครงสร้างการสื่อสาร” (Communication Structure) หรือ เครือข่าย (Network) ซึ่งจะกลายเป็นความสัมพันธ์คงที่ และสามารถทราบถึงพฤติกรรมล่วงหน้าได้

จากแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเครือข่ายสุขภาพ เป็นเครือข่ายทางสังคมหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กันในสังคมมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการสื่อสาร การร่วมมือ การพึ่งพาอาศัย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ฯลฯ ซึ่งเครือข่ายสุขภาพเป็นเครือข่ายเชิงประเด็นกิจกรรม เกิดขึ้นจากประเด็นปัญหา และความสนใจทางด้านสุขภาพ และใช้ความเป็นเครือข่ายเป็นเครื่องมือในการพัฒนา ส่งเสริม ป้องกัน แก้ไขปัญหาสุขภาพ โดยใช้วิธีการที่หลากหลายในการสร้างโอกาสและการแก้ไขปัญหาด้านสุขภาพ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดการจัดการเครือข่ายสุขภาพมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ถึงลักษณะการสร้างเครือข่ายของชมรมแบดมินตัน ชมรมลีลาศ ชมรมแอโรบิก และผู้มาใช้บริการสวนสาธารณะสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช (ทุ่งนาเขย) ในจังหวัดจันทบุรี ว่ามีรูปแบบการจัดการในการสร้างเครือข่ายสุขภาพอย่างไร

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ

สังคมมนุษย์มีสภาพอยู่ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและกำลังจะดำเนินไปในอนาคตได้นั้น การสื่อสาร (Communication) จึงเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการถ่ายทอดความรู้ที่นึกคิดจากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง หรือจากบุคคลหนึ่งไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่มากกว่าประชาชนเพียงหนึ่งคน โดยนักวิชาการได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารไว้ดังนี้

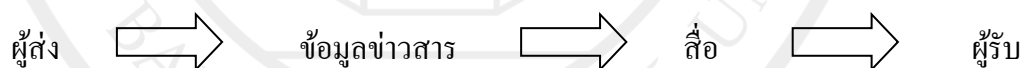
ปรมะ สตะเวทิน (2546, หน้า 30) การสื่อสาร (Communication) คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ

เอื้อการย์ สันติศิริ (2546, หน้า 51) การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งอาจเป็นคำพูด การเขียน การแสดงท่าทางไปยังผู้รับสาร อย่างมีวัตถุประสงค์ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมาย และมีการตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

กิติมา สุรสนธิ (2548, หน้า 1) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญต่อมนุษย์ทั้งในด้านการดำเนินชีวิต สังคม เศรษฐกิจและการศึกษาเป็นพื้นฐานของเครื่องจักรกลแห่งสังคมที่ทำให้สังคมดำเนินไปได้โดยไม่หยุดยั้ง เนื่องจากการสื่อสารเป็นทั้งเครื่องมือ (Instrument) และวิธีการ (Means) ในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่งทั้งต่อปัจเจกบุคคล ต่อองค์กร และต่อสังคม

กระบวนการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือบุคคลต่อกลุ่ม โดยใช้สัญลักษณ์ สัญลักษณ์ หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน โดยมีองค์ประกอบดังนี้



ภาพที่ 8 Model การสื่อสาร

กระบวนการติดต่อสื่อสารสามารถอธิบายได้ว่า เป็นกระบวนการอย่างหนึ่งที่ข่าวสารได้ถูกเข้ารหัสและถูกถ่ายทอดผ่านทางสื่อบางอย่างไปยังผู้รับที่ทำหน้าที่ถอดรหัสข่าวสาร และการถ่ายทอด การป้อนกลับบางอย่างไปยังผู้ส่ง กระบวนการสื่อสารได้เริ่มต้นเมื่อบุคคลหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) ต้องการส่งข้อเท็จจริงความคิดเห็น หรือข้อมูลบางอย่างไปยังบุคคลใดๆ ก็ตาม (ผู้รับสาร) รับข้อเท็จจริงความคิดเห็นหรือข้อมูลบางอย่างที่มีความหมายต่อผู้ส่งสาร ไม่ว่าจะธรรมดา มีตัวตน หรือมีความซับซ้อนก็ตาม หรือกล่าวได้ว่าการติดต่อสื่อสารมีลักษณะเป็น กระบวนการ (Process)

หมายถึง การมีลักษณะที่ต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา เป็นการกระทำโต้ตอบ กลับไป - มา ระหว่างผู้ส่งสาร กับผู้รับสาร หรือทั้งสองฝ่ายอาจจะสลับกันเป็นผู้รับสารและผู้ส่งสารในเวลาเดียวกัน

ผู้ส่งสาร คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ส่งข้อมูลสาร ไปยังผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางที่เรียกว่า “สื่อ” ถ้าหากเป็นการสื่อสารทางเดียว ผู้ส่งจะทำหน้าที่ส่งเพียงอย่างเดียว แต่ถ้าเป็นการสื่อสาร 2 ทาง ผู้ส่งสาร จะเป็นผู้รับสารในบางครั้งด้วย ผู้ส่งสารต้องมีทักษะในการสื่อสาร และมีเจตคติต่อตนเองหรือต่อเรื่องที่จะส่ง ต้องมีความรู้ในเนื้อหาที่จะส่งและอยู่ในระบบสังคมเดียวกันกับผู้รับสารจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

ข้อมูลข่าวสาร ในกระบวนการติดต่อสื่อสารก็มีความสำคัญ ข่าวสารที่ดีต้องแปลเป็นรหัส เพื่อสะดวกในการส่ง การรับ การตีความ เนื้อหาสาร และการจัดสาร ก็จะทำให้การสื่อความหมาย นั้นง่ายขึ้น

สื่อ หรือ ช่องทาง ในการสื่อสาร คือ ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น และกายสัมผัส และตัวกลางที่มนุษย์สร้างขึ้นมา เช่น สิ่งพิมพ์ กราฟิก สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ผู้รับสาร คือ ผู้ที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพ ผู้รับสารจะต้องมีประสิทธิภาพในการรับรู้ มีเจตคติที่ดีต่อข้อมูลข่าวสาร และต่อตนเอง

โดยมีวิธีการสื่อสารแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. การสื่อสารด้วยวาจา หรือ วจนภาษา คือ ภาษาพูดที่เปล่งออกมาเป็นเนื้อหา เช่น การร้องเพลง การพูด เป็นต้น

2. การสื่อสารที่มีใช้วาจา หรือ อวจนภาษา คือ ภาษากาย กิริยา ท่าทาง สีหน้า ดวงตา น้ำเสียง การแต่งกาย สัญลักษณ์

เสนาะ ดิเชาว์ (2541 : 27 - 32) ได้แบ่งระดับของการสื่อสารออกเป็น 6 ระดับ ดังนี้

1. การสื่อสารระดับตัวเอง (Intrapersonal Communication) เป็นกิจกรรมการสื่อสารอย่างหนึ่ง เกิดขึ้นเมื่อมีการสื่อสารกับตนเอง ทั้งคิด วิเคราะห์ ตัดสินใจหรือพูดกับตนเองกิจกรรมต่างๆ เกิดขึ้นในใจของบุคคลเพียงลำพังที่สำคัญความหมายของการสื่อสารที่เกิดขึ้นนั้นตนเองเป็นผู้แปลความหมายนั้นๆ

2. การสื่อสารระดับบุคคล (Interpersonal Communication) เป็นกิจกรรมการสื่อสารตั้งแต่สองคนขึ้นไป เพื่อสร้างความเข้าใจกันและรู้ข่าวสารต่างๆ ของโลก รวมถึงทำให้รู้จักตนเองด้วย เพราะการสื่อสารเป็นเสมือนภาพสะท้อนของตนเอง การสื่อสารระดับบุคคลนั้นจะก่อให้เกิดผล

3 ประการ คือ

- 1) ลดความกลัว หรือความรู้สึกไม่เชื่อมั่นในตนเองที่จะติดต่อบุคคลอื่น
- 2) ความสอดคล้องของการกระทำที่ตรงกับความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมของตนเอง
- 3) สร้างความไว้วางใจกัน การสื่อสารที่มีความจริงใจย่อมมีประสิทธิภาพและเสริมสร้าง

ความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล

3. การสื่อสารระดับกลุ่มย่อยเป็นกระบวนการที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากการสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ การสื่อสารระดับกลุ่มย่อยมีประสิทธิภาพสูงกว่าที่ต่างคนต่างทำและความสัมพันธ์มีความสลับซับซ้อนมากกว่า พลังภายในของกลุ่มหรือระหว่างกลุ่มมีผลกระทบโดยตรงต่อความสำเร็จและความล้มเหลวส่วนตัวและสมาชิกในกลุ่มและต่อเป้าหมายของกลุ่มด้วยการสื่อสารระดับกลุ่มทำงานในบรรยากาศที่ทุกคนมีส่วนร่วมในการทำงาน โดยมีวัตถุประสงค์ของกลุ่มชัดเจนและแน่นอน ทำให้การทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ และที่เน้นการปรึกษาหารือมากกว่ามุ่งที่จะคัดค้านหรือเอาชนะกัน

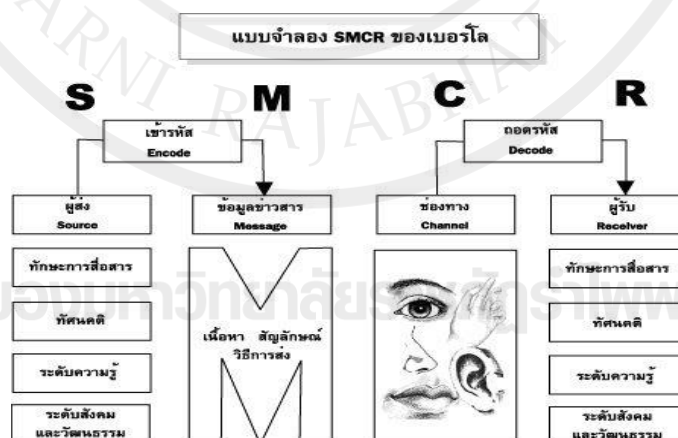
4. การสื่อสารระดับเทคโนโลยีเป็นเทคโนโลยีทางการสื่อสารต่างๆ ในแง่ของการใช้สื่อทางการสื่อสาร เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระดับนี้ต้องมีความรู้ความเข้าใจในการใช้อุปกรณ์ทางการสื่อสารอย่างดี เป็นผู้สร้างเนื้อหาที่สามารถส่งข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และมีปริมาณการส่งที่แพร่กระจายได้มาก รวมถึงมีความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารโดยสามารถเข้าใจภาษาในรูปแบบต่างๆ เพื่อที่จะนำเอาเครื่องมือทุกอย่างมาใช้กับภาษาในรูปแบบต่างๆ กัน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการสื่อสาร

5. การสื่อสารระดับชุมชน (Public Communication) เกิดขึ้นเมื่อผู้รับข่าวสารจำนวนมากโดยโอกาสที่จะก่อให้เกิดข้อมูลย้อนกลับมีน้อย ในแง่ของจำนวนผู้รับสารอาจเป็นการยากที่จะระบุจำนวนที่แน่นอนแต่จะมีจำนวนที่มากกว่ากลุ่มย่อยแต่น้อยกว่าระดับมวลชน การสื่อสารระดับชุมชนเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง เป็นแนวทางเดียวกันเป็นส่วนใหญ่ มักจะเกิดขึ้นในโอกาสพิเศษ ซึ่งการเตรียมตัวสำหรับการสื่อสารในระดับชุมชนจึงต้องจัดทำเป็นการเฉพาะกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน ซึ่งส่วนใหญ่จะสื่อสารเพื่อแจ้งข้อมูลหรือชักชวนให้คล้อยตามและเพื่อความบันเทิง ที่สำคัญการแจ้งข้อมูลจะต้องมีลักษณะการนำเสนอที่ผู้รับสารไม่เคยรู้มาก่อนหรือวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ไปกว่าเดิม เพื่อให้การสื่อสารระดับชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้รับสาร

6. การสื่อสารระดับมวลชน (Mass Communication) เกี่ยวข้องกับความก้าวหน้าทางสื่อหรือตัวกลางของการสื่อสาร ต้องอาศัยสื่ออย่างมากจึงจะทำให้การสื่อสารมวลชนประสบความสำเร็จ โดยมีผู้รับสารจำนวนมากอย่างไม่จำกัดซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ทั้งด้านชนชั้นทางสังคม และพฤติกรรมส่วนบุคคล รูปแบบของการสื่อสารมวลชนมีลักษณะแตกต่างกันโดยอาศัยสื่อหลากหลายประเภท เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หนังสือเป็นต้น

แบบจำลอง SMCR ของ เบอร์โล (Berlo) Berlo (1960, pp. 40 - 71) เป็นผู้คิดกระบวนการของการสื่อสารไว้ในลักษณะรูปแบบจำลอง SMCR Model ซึ่งแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบต่างๆของการสื่อสารไว้อย่างชัดเจนประกอบด้วย

1. ผู้ส่ง (Sources) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการ “การเข้ารหัส” (Encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสาร มีความรู้ที่ดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่งและควรมีความสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนมีพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย
2. ข่าวสาร (Message) เกี่ยวข้องทางด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสารนั้น
3. ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึง วิธีการที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับข่าวสาร ข้อมูลผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง เช่น การฟัง การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น
4. ผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการ “การถอดรหัส” (Decode) สารเป็นผู้มีทัศนคติ ระดับความรู้และพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรม เช่นเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งสารจึงจะทำให้การสื่อสารนั้นได้ผล



ที่มา : ที่มาจากหนังสือเทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรมของ กิดานันท์ มลิทอง

ภาพที่ 9 แบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล

แบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล ได้ให้ความสำคัญในปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จได้แก่

1. ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) หมายถึง ทักษะซึ่งทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารควรมีความชำนาญในการส่งและการรับเพื่อให้เกิดความเข้าใจกันได้อย่างถูกต้อง
2. ทักษะคติ (Attitudes) เป็นทัศนคติของผู้ส่งสารและผู้รับสารซึ่งมีผลต่อการสื่อสารถ้าผู้ส่งสารและผู้รับสารมีทัศนคติที่ดีต่อกันส่งผลทำให้การสื่อสารนั้นได้ผลดี ทั้งนี้ เพราะทัศนคดีย่อมเกี่ยวข้องไปถึงการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารด้วย
3. ระดับความรู้ (Knowledge Levels) ถ้าผู้ส่งสารและผู้รับสารมีระดับความรู้ที่เท่าเทียมกันสามารถทำให้การสื่อสารนั้นสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี แต่ถ้าหากความรู้ของผู้ส่งสารและผู้รับสารมีระดับที่แตกต่างกันย่อมต้องมีการปรับความยากง่ายของข้อมูลที่จะส่งในด้านของความยากง่ายของภาษาและถ้อยคำสำนวนที่ใช้
4. ระบบสังคมและวัฒนธรรม (Socio-culture Systems) ระบบสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติเป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในชาตินั้น ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติ สังคม และวัฒนธรรมในแต่ละชาติย่อมมีความแตกต่างกันไป

การสื่อสารเป็นกระบวนการ และภายในกระบวนการสื่อสารนั้นก็มียุทธศาสตร์ประกอบย่อยๆ ที่สัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ (กิตติมา สุรสนธิ, 2548) ซึ่งองค์ประกอบของการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งข่าวสาร (Sender) ข่าวสาร (Message) ช่องทางข่าวสาร (Channel) ผู้รับข่าวสาร (Receiver) และการให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) โดยสามารถพิจารณาองค์ประกอบเหล่านั้นได้ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ส่งข่าวสาร เป็นองค์ประกอบแรกในกระบวนการสื่อสารเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการผู้ส่งสาร หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความคิด มีความต้องการ มีความตั้งใจที่จะส่งข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ทัศนคติ ความเชื่อ และอื่นๆ ไปยังผู้รับสาร ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าผู้ส่งสารเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งการเลือกข้อมูลข่าวสารที่จะส่งถ่ายทอดไป การเลือกวิธีการและช่องทางการสื่อสารจะทำให้สารไปถึงผู้รับสาร รวมทั้งการเลือกและกำหนดผู้รับสารที่จะเป็นผู้รับข้อมูลข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับใดระดับหนึ่ง หรือในด้านใดด้านหนึ่งกับบุคคลที่ตนสื่อสารด้วย เช่น การเปลี่ยนแปลงการรับรู้ การเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคล กลุ่ม หรือสังคม เป็นต้น

2. สาร หมายถึง เรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารจะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนอง ซึ่งโดยทั่วไปแล้วสารจะประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ

2.1 รหัสสาร คือ ภาษา สัญลักษณ์ หรือสัญญาณที่มนุษย์คิดขึ้น เพื่อแสดงออกแทนความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม วัตถุประสงค์ต่าง ๆ ของผู้ส่งสาร ซึ่งรหัสสารอาจถูกแสดงออกมาเป็นสารที่เป็นภาษาพูด ภาษาเขียน และรหัสของสารที่ไม่ใช่ภาษาพูด หรือภาษาเขียน

2.2 เนื้อหาของสาร หมายถึง เรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร ซึ่งเนื้อหาของสารนั้นอาจแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท หลายลักษณะตามเนื้อหาของสารในรูปแบบต่างๆ เช่น เนื้อหาโดยทั่วไป และเนื้อหาเฉพาะ เนื้อหาเชิงวิชาการต่างๆ และเนื้อหาที่ไม่ใช่วิชาการ หรืออาจเป็นเนื้อหาประเภทบอกเล่า เนื้อหาประเภทความคิดเห็น เนื้อหาที่เป็นข่าว เนื้อหาบันเทิง หรือเนื้อหาชักจูงใจ เป็นต้น

2.3 การเรียงลำดับสาร หมายถึง รูปแบบวิธีการในการนำรหัสสารมาเรียบเรียงเพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหาที่ต้องการ ซึ่งมักขึ้นอยู่กับลักษณะ โครงสร้างของภาษาและบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคลซึ่งส่วนใหญ่การจัดเรียงลำดับสารจะออกมาในรูปแบบลีลา (Styles) ส่วนตัวที่ขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะของผู้ส่งสารแต่ละคนว่ามีบุคลิกลักษณะแตกต่างกันไปอย่างไร เช่น คนที่อารมณ์เยือกเย็นมักพูดจาด้วยวิธีการที่สุภาพ สุขุม เยือกเย็น ในขณะที่คนอารมณ์ร้อนมักพูดรวบรัด สรุปลง เพื่อให้จบได้รวดเร็ว เป็นต้น

3. ช่องทางการสื่อสาร หรือสื่อ หมายถึง พาหนะที่นำหรือพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ดังนั้น ช่องทางการสื่อสารจึงอาจหมายถึง ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ที่รับรู้ความหมายจากสิ่งต่าง ๆ อันได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่น การสัมผัส และการลิ้มรส เป็นต้น นอกจากนี้ ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อยังอาจหมายถึง คลื่นแสง คลื่นเสียง และอากาศที่อยู่รอบๆ ตัวคนเราด้วย ซึ่งสื่อแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

3.1 สื่อที่เป็นมนุษย์ หรือสื่อบุคคล อันได้แก่ บุคคลที่เป็นผู้นำสารไปยังผู้รับสาร หรือในอีกแง่หนึ่งก็คือ ผู้ส่งสารนั่นเองที่ทำการเข้ารหัสสาร (Encode) ให้ผู้รับสารได้รับรู้และเข้าใจในสิ่งที่ตนต้องการ

3.2 สื่อที่ไม่ใช่มนุษย์ ซึ่งอาจหมายถึง สื่อธรรมชาติ หรือสื่อที่ถูกประดิษฐ์ขึ้น อันได้แก่ สื่อมวลชน และสื่อระยะไกล สำหรับสื่อที่เป็นสื่อมวลชนนี้ แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือสื่อสิ่งพิมพ์ อันได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ แผ่นพับ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อันได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์

4. ผู้รับสาร หมายถึง ผู้ที่รับข่าวสารจากแหล่งสาร เป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึง อาจเป็นบุคคลธรรมดาที่กำลังรับฟัง ดู หรืออ่านข่าวสาร หรือเป็นสมาชิกของกลุ่มหรือไม่ก็เป็นมวลชน

5. ผลของการสื่อสาร หมายถึง การเปลี่ยนแปลงหรือข้อแตกต่าง ซึ่งเกิดขึ้นกับบุคคล หรือกลุ่มบุคคล อันเนื่องมาจากข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งสามารถแยกเป็นระดับบุคคลหรือระดับส่วนรวม หรือกระทั่งระดับระหว่างบุคคลก็ได้ในระดับบุคคล ซึ่งเป็นระดับจุลภาค ผลของการสื่อสารมักจะปรากฏในรูปของการเปลี่ยนแปลง ระดับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

6. ปฏิกริยาโต้ตอบ หมายถึง วิธีการหรือกิริยาท่าทางที่ผ่านผู้รับสารใช้หรือแสดงออกมา ให้ผู้ส่งสาร ได้รับทราบ ทั้งนี้ สืบเนื่องจากผลของข่าวสารปฏิกริยาโต้ตอบนับว่าเป็นกลไกสำคัญ ที่ทำให้ผู้ส่งสารสามารถหยั่งทราบข่าวสารที่ส่งออกไปนั้น ได้รับผลตามเป้าหมายหรือไม่เพียงไร ลักษณะของปฏิกริยาโต้ตอบอาจเป็นไปโดยตั้งใจและโดยไม่ได้ตั้งใจก็ได้ และมีลักษณะที่เป็นทั้ง ผลดีและผลเสียได้เช่นเดียวกัน ปฏิกริยาโต้ตอบนั้นมีหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ เป็นกลไก ควบคุมของกระบวนการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งปฏิกริยาโต้ตอบที่เป็นผลเสียหรือเชิงลบ มีบทบาทสำคัญมากเพราะจะคอยแจ้งให้ผู้ส่งสารทราบว่าการส่งสารผิดพลาดล้มเหลวหรือบกพร่อง แคลไทน เพียงไร เพื่อจะได้หาทางปรับปรุงและแก้ไขให้ดีขึ้น

เมื่อเกิดสถานการณ์การสื่อสารขึ้นจะมีกระบวนการซึ่งดำเนินไปดังนี้ คือ ผู้ส่งสารจะส่งสารออกไป อาจส่งไปด้วยวิธีการพูดหรือเขียน ใช้สัญลักษณ์หรือท่าทางอื่น ๆ ส่วนสารนั้น หมายถึง สารต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารปฏิบัติตาม อาจจะเป็นเพียงการแจ้งให้ผู้รับสารทราบ บอกให้ผู้รับสารทำ หรือถามให้ผู้รับสารตอบ สารนี้จะส่งผ่านสื่ออาจเป็นสื่อธรรมชาติ เช่น อากาศ หรือแสง สื่อเทคโนโลยี ได้แก่ ไมโครโฟน วิทยุ โทรทัศน์ ผู้รับสารก็จะรับสารนั้นและมีปฏิกริยาตอบสนองกลับไป หากปฏิกริยาตอบสนองเป็นไปดังที่ผู้ส่งสารต้องการ ถือว่าการสื่อสารนั้น สัมฤทธิ์ผล และหากปฏิกริยาไม่เป็นไปตามที่ผู้ส่งสารต้องการ จึงถือว่าการสื่อสารนั้นไม่สัมฤทธิ์ผล (จูไรรัตน์ ลักษณะศิริ, 2540 : 1)

คุณฉวี นิลคำ (2548) ได้อธิบายถึงการสื่อสารต้องประกอบไปด้วย

1. ผู้ส่งสาร เป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการส่งข่าวสาร/ข้อมูลให้ผู้รับสาร โดยมีวิธีการที่ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ ลักษณะของผู้รับสารอาจมีความแตกต่างกันในด้านภาษา วัฒนธรรม ความรู้สึก ทักษะ ความเชื่อ และระดับความรู้ ซึ่งผู้ส่งสารพึงตระหนักถึงการเลือกโอกาสและวิธีการที่เหมาะสมที่เอื้อให้ผู้รับสารเข้าใจและตอบสนองได้ง่าย โดยผู้ส่งสารต้องการที่จะแจ้งข่าวสารเหตุการณ์ ข้อมูล หรือสิ่งอื่นใดให้ผู้รับสารทราบหรือเกิดความเข้าใจและต้องการให้การศึกษามีลักษณะเป็นวิชาการเพื่อให้ผู้รับสารมีความรู้เพิ่มขึ้นตลอดจนสร้างความพึงพอใจ

หรือให้ความบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นการพูด การเขียน หรือแสดงปฏิกิริยาท่าทาง จูงใจให้เกิดการคล้อยตาม หรือปฏิบัติตามข้อเสนอแนะ

2. สาร สิ่งที่แสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใด ๆ ที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ สารเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารเกิดความคิดขึ้นและต้องการส่งหรือถ่ายทอดความคิดนั้นไปสู่การรับรู้ของผู้รับสารความสำคัญของสารที่ถูกส่งมาจากผู้ส่งสารคือการทำหน้าที่ให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนอง

3. สื่อ หรือช่องทางในการสื่อสารใด ๆ ที่ผู้ส่งสารต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางทำหน้าที่นำสารไปยังผู้รับสาร สื่อมีหลายประเภท เช่น สื่อธรรมชาติ สื่อมนุษย์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

4. ผู้รับสาร เป็นองค์ประกอบสุดท้ายในกระบวนการสื่อสาร สื่อสารใดๆ จะไม่ประสบความสำเร็จถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจหน้าที่และบทบาทของตนเองที่มีต่อการสื่อสาร ทั้งนี้ ผู้รับจะต้องทราบเรื่องราว เหตุการณ์หรือสิ่งอื่นใดที่ผู้ส่งสารได้แจ้งให้ทราบ หากเป็นข่าวสารใหม่ผู้รับสารได้ทราบสิ่งใหม่เพิ่มเติม และถ้าเป็นสิ่งที่เคยทราบมาก่อนแล้วจะเป็นการยืนยันความถูกต้องของสาร ซึ่งเป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในข่าวสารนั้นและผู้รับสารต้องแสวงหาความรู้จากข่าวสารสร้างความพอใจ สามารถตัดสินใจในการเลือกรับข่าวสารได้

5. ปฏิกิริยาตอบกลับของผู้รับสาร เป็นการแสดงปฏิกิริยาตอบสนองของผู้รับสารหลังจากได้รับสารมาว่ามีความเข้าใจต่อสิ่งที่รับมาหรือไม่อย่างไร เพื่อให้การสื่อสารนั้นบรรลุจุดมุ่งหมาย

ดังนั้น จะเห็นได้ว่ากระบวนการสื่อสาร มีลักษณะเป็นวงจรไม่มีที่สิ้นสุดเป็นกระบวนการที่ทั้งผู้ข่าวสารและผู้รับข่าวสารเป็นได้ทั้งผู้เข้ารหัสและถอดรหัส และส่งข่าวสารอยู่ตลอดเวลา ข่าวสารที่ผู้รับสารส่งกลับไปยังผู้ส่งข่าวสาร เรียกว่าข้อมูลสะท้อนกลับ หรือ Feedback ซึ่งข้อมูลสะท้อนกลับนี้ เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของกระบวนการสื่อสารเพราะเป็นข้อมูลที่จะบอกให้แหล่งข่าวสารหรือผู้ส่งข่าวสารรู้ว่าข่าวสารที่ส่งออกไปนั้น กำลังได้รับการแปลความหมายและการแปลนั้นตรงกับความหมายที่ผู้ส่งข่าวสารต้องการให้แปลหรือไม่ กระบวนการสื่อสารดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของการสื่อสารนั้นจะสมบูรณ์ที่สุดก็ต่อเมื่อมีการส่งข้อมูลสะท้อนกลับมายังผู้ส่งสารแต่ทั้งนี้ หากกระบวนการสื่อสารขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปย่อมเป็นการสื่อสารที่ไม่สมบูรณ์ซึ่งอาจก่อให้เกิดการเข้าใจผิด ตลอดจนผู้รับสารไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ส่งสารได้

สรุปได้ว่า กระบวนการสื่อสารเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนและสลับซับซ้อน หากบุคคลสามารถทำความเข้าใจกับกระบวนการนี้ได้จะช่วยทำให้สามารถสื่อสารกันได้ดีขึ้น ชัดเจนขึ้น และมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นเป็นผลทำให้การปฏิบัติงานต่างๆ สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ขององค์การ ในทางกลับกันถ้าผู้รับสารและผู้ส่งข่าวสารมีวัตถุประสงค์ไม่สอดคล้องกัน การรับรู้ในข่าวสาร

ไม่ตรงกัน การบรรลุเป้าหมายของการสื่อสารจะไม่เกิดขึ้น กล่าวคือ ทั้งสองฝ่ายทำให้เกิดสภาพการสื่อสารที่ไม่เข้าใจ ประสิทธิภาพของงานก็จะไม่เกิดขึ้น

สุขภาพ

ประเวศ วะสี (2545 : 5) นักคิดผู้ที่ได้รับการยกย่องให้เป็นราชทูรอาสุโสและเป็นบุคคลดีเด่นของชาติ ได้ขยายแนวคิดเกี่ยวกับสุขภาพขององค์การอนามัยโลกและได้ให้แนวคิดที่สะท้อนให้เห็นถึงขนบธรรมเนียมประเพณีและพระพุทธศาสนา ไว้ว่า “สุขภาพ” (Healthy) คือ สุขภาวะทางกาย ทางจิตวิญญาณ ทางสังคม และทางปัญญา โดยได้ให้ความหมายของสุขภาพไว้ในลักษณะของความสุข คือ ความเป็นอิสระหรือการหลุดพ้นจากความบีบคั้นทางกาย ทางจิต ทางสังคม และทางปัญญา ดังนี้

1. สุขภาวะทางกาย (physical well-being) หมายถึง การมีสภาพที่ดีทางด้านร่างกาย และอวัยวะส่วนต่างๆ อยู่ในสภาพที่มีความสมบูรณ์แข็งแรงสามารถทำงานได้อย่างเป็นปกติ และมีความสัมพันธ์กับทุกส่วนในร่างกายเป็นอย่างดี และก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

2. สุขภาวะทางจิต (mental well-being องค์การอนามัยโลก (World Health Organization) ได้ให้ความหมายของคำว่า สุขภาพจิต ว่า ความสามารถของบุคคลที่จะปรับตัวให้มีความสุขอยู่กับบุคคลอื่น และสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ด้วยความสุขสบาย โดยไม่มีข้อขัดแย้งภายในจิตใจ ทั้งนี้ คำว่า สุขภาพจิต มิได้หมายความเฉพาะเพียงแต่ความปราศจากอาการของโรคประสาท และโรคจิตเท่านั้น แต่จะเห็นได้ว่าสุขภาพจิตจะเกี่ยวข้องกับการฝึกคิด ความรู้สึก และการกระทำของบุคคล ในบางครั้งผู้มีสุขภาพจิตปกติอาจจะมีสุขภาพจิตดีหรือแย่ลงก็ได้ คนที่มีสุขภาพจิตดีจะสามารถปรับตัวให้เข้ากับคนอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี แม้ว่าบางครั้งอาจขัดแย้งหรือมีอารมณ์โกรธหรือมีปัญหาชีวิต แต่ก็สามารถที่จะปรับอารมณ์และเผชิญกับปัญหาต่างๆ ได้เป็นอย่างดี โดยไม่เสียดุลทางจิต จึงอาจกล่าวได้ว่า สุขภาพจิต คือ “ความมั่นคงทางจิตใจ”

3. สุขภาวะทางจิตวิญญาณ (spiritual well - being) จิตวิญญาณ เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของมนุษย์ และเป็นแกนหลักของชีวิตที่ทำหน้าที่ประสานและเชื่อมโยงระหว่างการทำหน้าที่ของร่างกาย จิตใจ และสังคม ให้เป็นองค์รวมและมีความสุขในชีวิต กล่าวคือ จิตวิญญาณเป็นองค์ประกอบหนึ่งของบุคคลที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ซึ่งยากแก่การอธิบายให้เข้าใจหรือให้ความจำกัดความได้ เพราะไม่สามารถมองเห็นด้วยตาเปล่า การสัมผัสด้วยมือ การทดสอบด้วยเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ หรืออธิบายได้ด้วยเหตุผลทางวิทยาศาสตร์ได้ ดังนั้น จึงเป็นสิ่งที่ยากที่จะให้คำจำกัดความ เพราะการมีความสมบูรณ์ทางจิตวิญญาณนั้นเกิดจากสัมพันธ์กับการให้คุณค่าและความหมายของชีวิต

4. สุขภาวะทางสังคม (social well - being) หมายถึง สุขภาวะที่เกิดจากการอยู่ร่วมกัน ด้วยดีของกลุ่มคนหรืออยู่ในลักษณะต่างๆ เช่น อยู่ในครอบครัว อยู่ในชุมชน อยู่ในสถานที่ทำงาน อยู่ในเมือง อยู่ในสังคมขนาดใหญ่ หรือในประเทศ การอยู่ร่วมกันด้วยดีทั้งโลก การอยู่ร่วมกัน เป็นฝูงชนชาติ กล่าวคือ สิ่งมีชีวิตย่อมพบเอง โดยธรรมชาติว่า การกระจุกตัวหรืออยู่ร่วมกัน เป็นฝูงทำให้มีโอกาสที่จะรอดชีวิตมากกว่าที่จะอยู่เดี่ยวๆ และมนุษย์แต่ก่อนก็อยู่ร่วมกันเป็นธรรมชาติ ไม่ว่าจะอยู่ในสมัยยุคล่าสัตว์ เก็บของป่ากิน หรือในยุคเกษตรกรรม ก็อยู่ด้วยกันเป็นกลุ่มหรืออยู่กัน เป็นชุมชนเกษตรกรรม และเมื่อมีศาสนาเกิดขึ้น หัวใจของคำสอนของทุกศาสนาก็เหมือนกัน คือ “ความดี”

จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ประเวศ วะสี นักคิดที่ได้ขยายแนวคิดเกี่ยวกับ สุขภาพขององค์การอนามัยโลกที่ได้ให้ความหมายของ “สุขภาพ” (Healthy) คือ สุขภาวะทางกาย ทางจิตวิญญาณ ทางสังคม และทางปัญญา และให้ความหมายของสุขภาพไว้ในลักษณะของความ สุข คือ ความเป็นอิสระหรือการหลุดพ้นจากความบีบคั้นทางกาย ทางจิต ทางสังคม และทางปัญญา มาใช้ในการตั้งประเด็นคำถามสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดจันทบุรี

การสื่อสารสุขภาพ

บนโลกนี้ในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต เป็นโลกแห่งการสื่อสารที่นับวันจะมีการพัฒนาก้าวหน้าต่อไปอย่างต่อเนื่องและไม่หยุดยั้ง “การสื่อสารสุขภาพ” จึงนับเป็นยุทธศาสตร์ ที่จะสร้างและขับเคลื่อนกระบวนการสร้างสุขภาพด้วยการผสมผสานทางนิเทศศาสตร์ และสาธารณสุขศาสตร์ รวมทั้งศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้านสุขภาพเข้าด้วยกัน เช่น สังคมศาสตร์ พฤติกรรมศาสตร์ ตลอดจนจนศาสตร์แห่งการใช้ภูมิปัญญาไทย ภูมิปัญญาท้องถิ่น การศึกษาเรื่อง การสื่อสารสุขภาพจึงมีความสำคัญและจำเป็นสำหรับการที่จะพัฒนาองค์ความรู้เสริมสร้างทักษะ การปฏิบัติและการดำเนินงานด้านสุขภาพอย่างรู้เท่าทัน (Health Liter) ด้วยการบูรณาการระหว่าง องค์ความรู้ด้านการสื่อสารและด้านสุขภาพที่มีประสิทธิภาพตามแนวทางของการสื่อสาร การส่งเสริม และการสร้างเสริมสุขภาพ

พนา ทองมีอาคม และเพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญกิจ (2551) ได้กล่าวถึง สาเหตุที่ทำให้ คนสนใจการสื่อสารสุขภาพนั้น เกิดจากการระดมความคิดเห็นของนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้าน “การสื่อสารเพื่อสุขภาพ” พบว่าจุดเริ่มต้นที่ทำให้คนสนใจศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสุขภาพ” มีหลากหลายเหตุผล ได้แก่

ประการแรก การสื่อสารสุขภาพเป็นเรื่องใกล้ตัว ไม่ว่าจะเป็นความสนใจส่วนตัว ประสบปัญหาจากคนใกล้ตัว สื่อใกล้ตัว หรืออาจเป็นปัญหาของตนเองที่กำลังเดือดร้อน

ประการที่สอง เป็นเรื่องของกระแสสังคมที่ปัจจุบันคนหันมาสนใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดวาระโดยรัฐบาล สื่อมวลชน หรือองค์กรต่างๆ เช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุน การสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้ทำคำขวัญ “สร้างนำซ่อม” กลายเป็นกระแสที่ปลูกเร้าให้คนหันมาสนใจการสร้างเสริมสุขภาพให้แข็งแรง ก่อนการเจ็บป่วยต้องซ่อมแซมสุขภาพ โดยระบบบริหาร หรือกระแสสุขภาพที่ปรับเปลี่ยนจากเรื่อง “เชื้อโรคและการจัดการเชื้อโรค” มาสู่เรื่อง “คุณภาพชีวิตและการจัดการกับความเครียดที่ก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ไม่ดี” เป็นต้น ซึ่งการสร้างกระแสดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยเรื่องการสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้อง

ประการที่สาม อาจมีจุดเริ่มต้นจากปัญหาในการสื่อสารของผู้ที่ต้องการสื่อสารเรื่องสุขภาพ เช่น นักสื่อสารสุขภาพมักประสบปัญหาในเรื่องการสื่อสารให้คนเข้าใจเรื่องสุขภาพ และการดูแลรักษาสุขภาพตนเอง ดังนั้น จึงต้องแสวงหาวิธีการสื่อสารสุขภาพระหว่างหมอกับคนไข้ (Patient-provider) ที่ก่อให้เกิดความหมายร่วมกัน และเกิดพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้อง รวมทั้งการสื่อสารสุขภาพในภาวะวิกฤติ เช่น การสื่อสารกับคนไข้ที่เรียกเรื่องค่าเสียหายจากการรักษาพยาบาล เป็นต้น

Shart และ Poer (1988 อ้างถึงใน เหมือนฝัน ไม่สูญผล, 2557 : 62) กล่าวว่า “การสื่อสารสุขภาพ” (Health Communication) เป็นคำที่ได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการเป็นเอกฉันท์แทนคำว่า “การสื่อสารสายสุขภาพ” (Medical Health) แต่อย่างไรก็ตามการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง “การสื่อสาร” (Communication) และ “สุขภาพ” (Health) ซึ่งถือว่าเป็นบริบทหนึ่งของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่มองว่าเราจะใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดการด้านสุขภาพนั้นอย่างไร มีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารเพื่อสุขภาพเชิงป้องกัน พฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพ และการศึกษาผลลัพธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในระดับชุมชนและสังคม โดยมีเป้าหมายในการสร้างสังคมให้มีความมั่นคงทางด้านสุขภาพ

ความหมายของการสื่อสารสุขภาพ

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันยังไม่มีข้อสรุปเกี่ยวกับคำนิยามความหมายของคำว่า “การสื่อสารเพื่อสุขภาพ” ที่ลงตัวหรือเป็นมาตรฐานที่ยอมรับร่วมกัน เนื่องจาก “การสื่อสารสุขภาพ” นี้ มีความสัมพันธ์กันระหว่าง 2 ศาสตร์ คือ “สุขภาพ” (Health) และ “การสื่อสาร” (Communication)

WHO Washington (1996 อ้างถึงใน อภิชา น้อมศิริ, 2552 : 18) ให้ความหมาย “การสื่อสารเพื่อสุขภาพ” ว่าเป็นการใช้กลยุทธ์หลักๆ ในการแจ้งหรือบอกกล่าว (Inform) ให้สาธารณชนสุขภาพเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพด้วย การใช้ “การสื่อสารมวลชน” (Mass Communication) และการใช้สื่อประสมประเภทต่างๆ (Multimedia) รวมทั้งนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ โดยมุ่งเผยแพร่เนื้อหาสาระ และข้อมูลด้านสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน เพื่อให้เกิดการตระหนักในประเด็นดังกล่าว

ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลในระดับสังคม และยังรวมถึงการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาสุขภาพ (Health development) ด้วย ดังนั้น “การสื่อสารสุขภาพ” จึงเป็นกลยุทธ์บอกรู้หรือการแจ้งให้ทราบ (informing) รวมทั้งการส่งอิทธิพล (influencing) และการจูงใจให้บุคคล สถาบัน และสาธารณชน รับทราบเกี่ยวกับความสำคัญของประเด็นสุขภาพต่างๆ ที่รวมทั้งการป้องกันโรคการสร้างเสริมสุขภาพ รวมถึงนโยบายการดูแลสุขภาพ ชุมกิจสุขภาพ และในขณะเดียวกันก็ยังรวมถึงคุณภาพชีวิต และสุขภาพของแต่ละบุคคลในสังคมนั้นๆ และ WHO ได้ให้คำอธิบายเพิ่มเติม อีกดังนี้

“การสื่อสารเพื่อสุขภาพ” เป็นกระบวนการที่ส่งผลโดยตรงต่อการปรับปรุงสุขภาพ ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับสังคมโดยรวม และได้มีการผสมผสานวัฒนธรรมใหม่ๆ (Modern Cultures) ผ่านสื่อประเภทต่างๆ ตามความเหมาะสม เพื่อให้สามารถส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายตามที่ต้องการได้ ทั้งนี้ มีงานศึกษาวิจัยหลายเล่มที่แสดงให้เห็นแบบชัดเจน ว่าการใช้ทฤษฎีการสื่อสารในการขับเคลื่อนการสร้างเสริมสุขภาพ (Health Promotion) จะสามารถช่วยสร้างพลังให้กับการนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับสุขภาพต่อสังคมได้ และยังสามารถเสริมแรงให้คนในสังคมสามารถค้นหาและเรียนรู้ข้อมูลด้านสุขภาพเพิ่มเติม เพื่อการพัฒนาสุขภาพ หรือสร้างวิถีชีวิต (lifestyle) ไปสู่การมีสุขภาพดีให้กับตนเองได้

ทั้งนี้ WHO ได้อธิบายเพิ่มเติมอีกว่า “การสื่อสารเพื่อสุขภาพ” ประกอบด้วยศาสตร์หลายๆ สาขา เช่น สารบันเทิง (Edutainment) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การสื่อสารภายในองค์กร (Organization Communication) การสื่อสารเพื่อสังคม (Social Communication and Social Marketing) การชี้แนะโดยสื่อมวลชน (Media Advocacy) ฯลฯ ซึ่งประเด็นของเนื้อหา ด้านสุขภาพต่างๆ จะถูกนำเสนอโดยใช้สื่อหลายรูปแบบ เช่น การเล่าเรื่อง การนำเสนอด้วยเพลง การแสดงละครหุ่นเชิด ฯลฯ รวมถึงการใช้สื่อประสมที่ประกอบด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยต่างๆ ในปัจจุบัน เพื่อให้สามารถเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพแก่กลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น และมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) คือ การศึกษาและการใช้กลยุทธ์การสื่อสาร ในงานด้านสุขภาพ ซึ่งเป็นกลวิธีในการนำเสนอข้อมูลการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพ ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้รับรู้ สนใจ และตระหนักในเรื่องของสุขภาพ โดยเน้นกระบวนการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร คือ การแจ้งให้ทราบ (to inform) การสอนหรือการให้การศึกษา (to educate) การสร้างความพอใจ หรือความบันเทิง (to entertain) การเสนอหรือโน้มน้าวชักจูงใจ (to persuade) ทั้งนี้ เพื่อความสำเร็จ ในการดำเนินงาน “การสื่อสารเพื่อสุขภาพ” (Communication for health) ที่เกิดจากการเรียนรู้

และพัฒนาองค์ความรู้ที่เท่าทันในด้านสุขภาพ (Health Literacy) และแนวคิดของการสื่อสารสุขภาพจะมองได้หลากหลายมิติ เพราะเรื่องของสุขภาพเป็นพลวัตมีความต่อเนื่องในวิถีชีวิตของบุคคล เป็นเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพที่สมบูรณ์และเชื่อมโยงกันเป็นองค์รวมอย่างสมดุลทั้งทางด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านจิตวิญญาณ และด้านสังคม ซึ่งหมายถึง การมีสติและปัญญา กินดี อยู่ดี ในสังคม และสิ่งแวดล้อมที่ตีรวมถึงการมีหลักการแห่งชีวิตที่ดีงาม (Spiritual well being) ที่เกี่ยวข้องกับทุกอย่างและทุกงาน ทั้งด้านสาธารณสุข เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม การอยู่ร่วมกันในสังคม และการอยู่ร่วมกันด้วยสันติภาพ (วาสนา จันทรสว่าง, 2548)

Northouse & Northouse (1992 อ้างถึงใน เหมือนฝัน ไม่สูญผล, 2557 : 62 - 63) ได้ให้คำนิยามการสื่อสารเพื่อสุขภาพ หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสารด้านสุขภาพระหว่างผู้ที่มีส่วนร่วมในการให้บริการด้านสุขภาพ คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพที่มีความสัมพันธ์ต่อผู้รับบริการมีบทบาทของการดูแลรักษาสุขภาพ

มาลี บุญศิริพันธ์ (2548) กล่าวว่า การสื่อสารสุขภาพ หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนข่าวสารด้านสุขภาพ เช่น การรักษาพยาบาล การสร้างเสริมสุขภาพ เป็นต้น โดยผ่านสื่อมวลชน และสื่อบุคคล โดยเน้นการสื่อสารสองทาง

หนึ่งฤทัย ขอมผลกลาง (2552) ให้คำนิยามการสื่อสารสุขภาพในงานวิจัยเรื่อง พัฒนาการและแนวโน้มของการวิจัยด้านการสื่อสารสุขภาพในประเทศไทย หมายถึง กระบวนการแลกเปลี่ยนสื่อสารระหว่างกันที่เชื่อว่าคนเราเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร พร้อมทั้งรับความคิดเห็นของผู้อื่นได้ในรูปแบบการสื่อสารทั้งสองทาง

กล่าวโดยสรุป การสื่อสารสุขภาพ จึงหมายถึง กระบวนการถ่ายทอด แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันที่เชื่อมั่นว่าคนเราเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อการเรียนรู้ข้อมูลและความหมายสุขภาพร่วมกัน อันนำไปสู่การสร้างวิถีชีวิตสู่การมีสุขภาพที่ดีให้กับตนเอง

องค์ประกอบของการสื่อสารสุขภาพ

อย่างไรก็ตาม จากการนิยามความหมายการสื่อสารสุขภาพนี้ ทำให้เห็นว่าไม่ว่ารูปแบบการสื่อสารเพื่อสุขภาพในรูปแบบใดก็ตาม สิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้คือ “องค์ประกอบของการสื่อสาร” คือ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร มีลักษณะ ดังนี้ (วาสนา จันทรสว่าง, 2548)

1. ผู้ส่งสาร หมายถึง ผู้นำด้านสุขภาพ ความเข้าใจ หรือผู้ปฏิบัติการด้านสุขภาพ
2. เนื้อหาของสาร ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจ การสร้างจิตสำนึก เพื่อการสร้างเสริมปรับเปลี่ยน และคงไว้ซึ่งพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องและตามความเหมาะสมเพื่อพัฒนาสุขภาพและคุณภาพชีวิต
3. สื่อ หรือช่องทาง กิจกรรม รูปแบบ วิธีการ

4. กลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มเป้าหมายรอง และประชาชนทั่วไป

5. ผลของการสื่อสาร อาจเกิดขึ้นในรูปแบบการรับรู้ ความสนใจ ความตระหนัก และการปฏิบัติตนด้านสุขภาพ

6. ผลกระทบ คือ ประโยชน์หรือโทษที่เกิดขึ้นตามมาจากการดำเนินงานของการสื่อสาร ผู้วิจัยได้นำแนวคิดองค์ประกอบของการสื่อสารสุขภาพนี้มาวิเคราะห์ถึงคุณลักษณะองค์ประกอบในการสื่อสารสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดจันทบุรี จากองค์ประกอบของการสื่อสารเหล่านี้ทำให้เห็นว่าประสิทธิภาพของการสื่อสารสุขภาพนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหนึ่งเท่านั้น แต่เป็นการกำหนดรูปแบบ หรือกำหนดวิธีการของการสื่อสารสุขภาพ ซึ่ง Ratzan (อ้างใน เหมือนฝัน ไม่สุญผล, 2557) ได้กำหนดแนวคิดในการแบ่งการสื่อสารสุขภาพ ออกเป็น 2 แนวคิด และมีวิธีการ ดังนี้

1. ใช้ระดับการสื่อสารเป็นตัวกำหนดขอบเขต (The Communication - Levels Approach) คือ การกำหนด โครงสร้างของตัวมันเองเป็นการสื่อสารระดับต่างๆ เช่น การสื่อสารกับตนเอง (Intrapersonal Communication) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การสื่อสารในกลุ่มย่อย (Small Group Communication) การสื่อสารในองค์กร (Organization Communication) การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) และการสื่อสารสาธารณะ (Public Communication)

2. ใช้บริบทและประเด็นการสื่อสารเป็นตัวกำหนดขอบเขต (Operational Approach) ประกอบด้วย

2.1 การใช้บริบทของการสื่อสาร (Context of Communication) เป็นตัวกำหนดขอบเขตของการสื่อสารสุขภาพ เป็นการมองกระบวนการสื่อสารทั้งในประเด็นสิ่งแวดล้อม และในประเด็นที่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสารที่มุ่งเน้นการถ่ายทอดประเด็นสุขภาพเพื่อให้สามารถส่งผลต่อการมีสุขภาพดีทั้งกายและจิตใจของกลุ่มเป้าหมาย

2.2 ส่วนการใช้ประเด็นการสื่อสาร (Top of Communication) เป็นตัวกำหนดขอบเขต จะมีจุดเน้นเพียงประเด็นเดียว คือ ต้องเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพเท่านั้น การสื่อสารสุขภาพจึงนับว่าเป็นระบบหนึ่งของการสื่อสารของมนุษย์ (Human Communication)

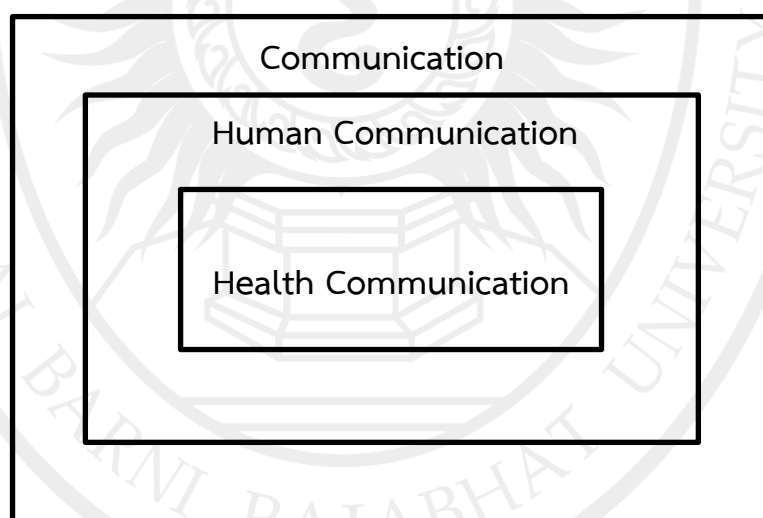
นอกจากนี้ Ratzan และคณะ (1994 อ้างถึงใน เหมือนฝัน ไม่สุญผล, 2557 : 67 - 68) กล่าวว่า การสื่อสารสุขภาพ ประกอบไปด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่เชื่อมประสานซึ่งกันและกัน เพื่อตอบสนองต่อการมีสุขภาพที่ดีในกลุ่มเป้าหมายในระดับที่แตกต่างกันออกไป คือ ระดับสังคม ระดับกลุ่ม หรือระดับปัจเจกบุคคล ทั้งนี้ กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อสุขภาพดังกล่าวจะประกอบไปด้วย

1. การให้ศึกษา (Health Education) เป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นการส่งเสริมการมีพฤติกรรมสุขภาพที่ดี โดยการแจ้งให้ทราบ หรือการให้การศึกษาแก่ปัจเจกบุคคลผ่านสื่อและกิจกรรมต่างๆ
2. การสื่อสารเพื่อสังคม (Social Marketing) หรือการสื่อสารเพื่อทำให้เกิดการขับเคลื่อนในสังคม เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมสุขภาพ หรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางสุขภาพ ผู้พฤติกรรมในทางบวก โดยใช้หลักการตลาดเข้ามาช่วยเสริมกับสื่อมวลชนประเภทต่างๆ
3. การชี้แนะ (Advocacy) เป็นกิจกรรมที่ใช้สื่อมวลชนในการส่งเสริมนโยบาย กฎระเบียบ และโครงการต่างๆ เพื่อการส่งเสริมสุขภาพในระดับต่างๆ
4. การสื่อสารกับภาวะความเสี่ยง (Risk Communication) เป็นกิจกรรมสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับเฉพาะกลุ่ม โดยมีการพิจารณาสภาพการณ์แวดล้อม และวิธีการ รวมไปถึงทางเลือกต่างๆ ในการจัดการกับสภาวะเสี่ยงนั้นๆ เช่น การให้คำปรึกษาส่วนตัว (Individual counseling) เป็นต้น
5. การสื่อสารกับผู้ป่วย (Patient Communication) เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาวะด้านสุขภาพเพื่อการบำบัดรักษา การให้ความรู้ การเข้าใจในรูปแบบ และวิธีการต่างๆ เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ให้การรักษากับคนไข้ และกำลังเป็นที่นิยม คือ การสื่อสารระหว่างกลุ่มเพื่อน หรือกลุ่มที่อยู่ในสภาพเดียวกัน หรืออาจเคยอยู่ในสภาพเดียวกันมาก่อน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างกัน และกันที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
6. การให้ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ (Consumer Health Information) เป็นการช่วยให้บุคคลสามารถเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพของตนเองได้ และสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับสุขภาพของตนเองหรือของครอบครัวได้ โดยสามารถนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพในลักษณะต่างๆ เช่น การประกันสุขภาพ การป้องกัน และการดูแลสุขภาพของตนเอง ฯลฯ
7. การใช้สื่อใหม่ประเภทต่างๆ (New media) ในที่นี้ หมายถึง เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารต่างๆ เพราะกระแสความเจริญก้าวหน้าและการสื่อสารในปัจจุบัน มีการใช้อินเทอร์เน็ต และ www ต่างๆ ที่นำมาช่วยเสริมกับสื่อประเภทเดิมที่มักใช้กันมากในการสื่อสารเพื่อสุขภาพ คือ สื่อมวลชนและการสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อทำให้เกิดการแพร่กระจายแนวคิด วิธีการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อสุขภาพที่สามารถกระจายได้มากและทั่วถึง เช่น Telehealth ที่เป็นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางการแพทย์ ให้บริการเกี่ยวกับสุขภาพ และเป็นการให้คำปรึกษาทางการแพทย์ระยะไกล โดยผ่านระบบประชุมทางไกล หรือผ่านระบบโทรคมนาคมอื่นๆ หรือ มีการส่งข้อมูลอื่นๆ เช่น เวชระเบียน ภาพเอ็กซเรย์ หรือเสียงการเดินของหัวใจผ่านระบบจากผู้ขอรับการรักษาไปยังผู้ให้คำปรึกษาได้ และในขณะที่ Telemedicine เป็นการนำเทคโนโลยีที่ช่วยให้ผู้ป่วยและบุคลากรทางการแพทย์สามารถพูดคุยตอบโต้กันได้แบบ Real-time เช่นเดียวกับการสื่อสารผ่านระบบ video conference ที่คู่สนทนาสามารถมองเห็นหน้าและสนทนากันได้ทั้ง 2 ฝ่าย

ในปัจจุบันมีการพัฒนาทางการสื่อสารไปอย่างก้าวกระโดด นั้นหมายความว่า ไม่ว่าคุณจะอยู่ที่ไหนก็ตามบนโลกใบนี้ ถ้าสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้คุณก็จะสามารถเข้าถึงแพทย์ที่มีความชำนาญได้เช่นเดียวกัน ทั้งนี้ การใช้สื่อสมัยใหม่มีเข้ามาในรูปแบบของ web site, on - line services ต่างๆ และยังรวมถึงพวก CD-ROM/DVD ต่างๆ เป็นต้น

ในปัจจุบันกระแสของ Interactive Health Communication ได้รับความสนใจมากขึ้น ในการเปิดโอกาสให้ใครก็ได้ที่สนใจ เข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ แนวคิดระหว่างกันผ่านสื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยในปัจจุบัน โดยอาจมีการแยกย่อยออกมาเป็นกลุ่มเฉพาะเล็กๆ เช่น Consumer Health Information ที่เน้นการให้บริการด้านสุขภาพเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิกเท่านั้น (โครงการพัฒนาองค์ความรู้การสื่อสารเพื่อสุขภาพ สสส., 2548)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดในเรื่ององค์ประกอบการสื่อสารสุขภาพนี้ มาวิเคราะห์ถึงคุณลักษณะด้านองค์ประกอบที่เป็นตัวกำหนดระดับการสื่อสารโดยใช้บริบทของกระบวนการสื่อสาร (Northouse and Northouse. 1992 อ้างถึงใน ปาจริย์ ฐนะสมบุญณกิจ, 2551) ดังนี้



ภาพที่ 10 ระดับการสื่อสารโดยใช้บริบทของกระบวนการสื่อสาร

ที่มา: (Northouse and Northouse. 1992 อ้างถึงใน ปาจริย์ ฐนะสมบุญณกิจ, 2551)

แนวคิดจากแผนภาพแสดงให้เห็นว่า กรอบใหญ่ของการสื่อสารสามารถแบ่งออกเป็นหลายรูปแบบโดยใช้เกณฑ์บริบทของกระบวนการสื่อสาร อันประกอบไปด้วย

- การสื่อสารกับตนเอง (Intrapersonal Communication)
- การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

- การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small Group Communication)
- การสื่อสารในองค์กร (Organization Communication)
- การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)
- การสื่อสารสาธารณะ (Public Communication)

ต่อมาถูกกรอบให้แคบลงมาเป็น Human Communication ที่หมายถึง การสื่อสารของมนุษย์ที่เป็นหนึ่งในการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ ทำให้การศึกษาในงานวิจัยขั้นนี้จึงมุ่งไปเฉพาะที่การสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารกลุ่มย่อย เพียงเท่านั้น

การสื่อสารเพื่อสุขภาพที่มีประสิทธิภาพ

การสื่อสารเพื่อสุขภาพ มีผู้ศึกษา ผู้รู้ และผู้ที่มีประสบการณ์ในสาขาการสื่อสารเพื่อสุขภาพต่างให้ข้อสรุปร่วมกันว่า การสื่อสารเพื่อสุขภาพที่มีประสิทธิภาพควรจะประกอบไปด้วยคุณลักษณะต่างๆ ดังนี้ (Franklin Apfel : The Nuffield Trust. 1998 : 25 – 27 ; อ้างใน อภิชา น้อมศิริ, 2552)

1. การที่จะสามารถเข้าถึงเนื้อหาด้านสุขภาพ (Availability) ของกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ที่มีความต้องการที่หลากหลายต่างกัน และโอกาสในการเข้าถึงอาจอยู่ในรูปแบบของสื่อประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อเดิม สื่อใหม่ หรือสื่อผสม เป็นต้น
2. ความต่อเนื่องและการทวนซ้ำ (Repetition) ที่ต้องมีความต่อเนื่องและมีการทวนซ้ำในบางประเด็น เพื่อให้เกิดผลกระทบตามที่คาดหวังหรือเพื่อเป็นการส่งต่อสู่คนกลุ่มใหม่ หรือคนรุ่นใหม่ในประเด็นสุขภาพที่ต้องการให้เกิดขึ้นอย่างถาวร
3. ความถูกต้องของเนื้อหาหรือข้อมูล (Accuracy)
4. ความเชื่อถือได้ของเนื้อหา หรือ ข้อมูล (Reliability) ที่ต้องมีการตรวจสอบและปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา หรือสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เป็นจริง
5. ความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีจำนวนมาก (Reach)
6. ความต่อเนื่องของเนื้อหา หรือ ข้อมูล (Consistency) จะต้องมีความต่อเนื่องและสอดคล้องกับแหล่งข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
7. การเท่าทันต่อเวลา (Timeliness) โดยเนื้อหาหรือข้อมูลต้องสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือสถานการณ์ปัญหาต่างๆ ตามที่ต้องการได้
8. ความสมดุล (Balance) ข้อมูล หรือ เนื้อหา รวมทั้งวิธีการต่างๆ จะต้องมีความสมดุลในการนำเสนอในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ หรือส่วนที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเสี่ยงต่างๆ และการนำเสนอต้องมีความเที่ยงตรง
9. ความเหมาะสมกับความแตกต่างในเชิงวัฒนธรรม สังคม สิ่งแวดล้อม (Culturally sensitive) ของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

10. ความสามารถในการสื่อสารความเข้าใจ (Understandability) กับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ที่มีความหลากหลายแตกต่างกันออกไป

11. การมีแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ (Evidence-based) เป็นสิ่งที่จำเป็นมาก ซึ่งอาจได้มาจากการสำรวจ การศึกษาวิจัย หรืออาจได้มาจากผลการดำเนินงาน การถอดบทเรียนจากกิจกรรม หรือจากโครงการอื่นๆ เป็นต้น

12. การเชื่อมประสาน (Multidimensionality) ต้องมีการเชื่อมประสานจากหลากหลายมิติ ทั้งนี้ อาจเป็นการเชื่อมประสานสื่อในรูปแบบของการใช้สื่อประสม การเชื่อมประสานภาคี การเชื่อมประสานนโยบายกิจกรรม หรือโครงการต่างๆ ที่สอดคล้องซึ่งกันและกัน

ในภาพรวมแล้ว “การสื่อสารเพื่อสุขภาพ” ที่มีประสิทธิภาพจะต้องประกอบไปด้วย “การใช้สื่อ” (Use of media) และ “การใช้ช่องทางต่างๆ” (Using various channels) ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ซึ่งก็หมายถึงความต้องการที่แตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น การใช้สื่อแต่ละประเภทต้องมีความแตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารมวลชน ในรูปแบบสื่อเดิมและสื่อใหม่ การใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล รวมทั้งกลุ่มเพื่อนฝูง กลุ่มนักวิชาการ สมาชิกในครอบครัวเดียวกัน หรือแม้แต่คนในชุมชนอื่นๆ ทั้งนี้ พวกเขาอาจจะต้องใช้ทั้งการสื่อสารแบบพบหน้าคำตา (Face-to-face Communication) และการสื่อสารผ่านสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ก็ได้แล้วแต่ความเหมาะสมในแต่ละกรณีไป ดังนั้น การประเมินผลเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสุขภาพในด้านกลยุทธ์ ด้านสื่อประเภทต่างๆ หรือด้านเนื้อหา รวมทั้งด้านวิธีการหรือกลยุทธ์ที่ใช้ ฯลฯ จึงเป็นสิ่งพื้นฐานที่สุดที่มีความจำเป็นมากต่อประสิทธิภาพการสื่อสารเพื่อสุขภาพ

โดยสรุปอาจกล่าวได้ว่า “การสื่อสารเพื่อสุขภาพ” เป็นศาสตร์ที่มีความหลากหลายที่จำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงกับองค์ประกอบสำคัญต่างๆ เข้ามาไว้ร่วมกันอย่างสมดุล ไม่ว่าจะเป็นเชิงกายภาพวิชาชีพ สติปัญญา สังคม และอารมณ์ การสื่อสารสุขภาพไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการสื่อสาร 2 ประเภท ที่ได้รับความนิยมมาก คือ การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) และการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) และประเด็นที่สำคัญ คือ สามารถเชื่อมประสานกับการสื่อสารประเภทอื่นๆ ประเด็นสุขภาพ และประเด็นจริยธรรม เพื่อจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ สามารถนำไปสู่การป้องกันโรค และการส่งเสริมสุขภาพให้กับสังคมโดยรวมได้อย่างยุติธรรมและทั่วถึง ทั้งนี้ เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบันเป็นไปอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ส่งผลต่อวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในสังคมทุกระดับ รวมถึงเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพด้วย ดังนั้น การสื่อสารเพื่อสุขภาพ จึงเป็นอีกกลไกหนึ่งที่ใช้เป็นเครื่องมือช่วยสร้างกระบวนการต่างๆ เข้าสู่การสร้างเสริมสุขภาพที่ดีโดยทั่วกัน

ตามกระแสแนวคิด เรื่องสุขภาพในปัจจุบันคงที่ว่าสุขภาพจะต้องครอบคลุมทั้งเรื่องกาย จิตใจ จิตวิญญาณ/ปัญญา และสังคม

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น องค์ประกอบของการสื่อสารสุขภาพนี้ ผู้วิจัยจึงสรุปว่า ในกระบวนการสื่อสารสุขภาพนั้นจะต้องมีการปฏิสัมพันธ์กัน ในระหว่างที่การสื่อสารเกิดขึ้น โดยปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวผู้วิจัยวิเคราะห์ออกมาเพื่อให้เหมาะสมกับงานวิจัย ดังนี้ 1) การสื่อสารระหว่างประชาชนชมรมกับสมาชิกในชมรม 2) การสื่อสารระหว่างประชาชนชมรมกับประชาชนชมรมแห่งอื่น 3) การสื่อสารระหว่างสมาชิกในชมรมด้วยกันเอง 4) การสื่อสารระหว่างสมาชิกชมรมกับสมาชิกชมรมแห่งอื่น

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

คำว่า การบริหาร (administration) มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน “administratiae” หมายถึง ช่วยเหลือ (assist) หรืออำนวยความสะดวก (direct) การบริหารมีความสัมพันธ์หรือมีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า “minister” ซึ่งหมายถึง การรับใช้หรือผู้รับใช้ หรือผู้รับใช้รัฐ คือ รัฐมนตรี สำหรับความหมายดั้งเดิมของคำว่า administer หมายถึง การติดตามดูแลสิ่งต่าง ๆ

ส่วนคำว่า การจัดการ (management) นิยมใช้ในภาคเอกชนหรือภาคธุรกิจซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเพื่อมุ่งแสวงหากำไร (profits) หรือกำไรสูงสุด (maximum profits) สำหรับผลประโยชน์ที่จะตกแก่สาธารณชนถือเป็นวัตถุประสงค์รองหรือเป็นผลพลอยได้ (by product)

การบริหาร บางครั้งเรียกว่า การบริหารจัดการ หมายถึง การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ของหน่วยงานของรัฐ และ/หรือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ (ถ้าเป็นหน่วยงานภาคเอกชน หมายถึงของหน่วยงาน และ/หรือ บุคคล) ที่เกี่ยวข้องกับคน สิ่งของและหน่วยงาน โดยครอบคลุมเรื่องต่าง ๆ เช่น (1) การบริหารนโยบาย (Policy) (2) การบริหารอำนาจหน้าที่ (Authority) (3) การบริหารคุณธรรม (Morality) (4) การบริหารที่เกี่ยวข้องกับสังคม (Society) (5) การวางแผน (Planning) (6) การจัดองค์การ (Organizing) (7) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Staffing) (8) การอำนวยความสะดวก (Directing) (9) การประสานงาน (Coordinating) (10) การรายงาน (Reporting) และ (11) การงบประมาณ (Budgeting) เช่นนี้ เป็นการนำ “กระบวนการบริหาร” หรือ “ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหาร” ที่เรียกว่า แฟ้มส์-โพสคอร์ด (PAMS-POSDCoRB) แต่ละตัวมาเป็นแนวทางในการให้ความหมาย พร้อมกันนี้ อาจให้ความหมายได้อีกว่า การบริหาร หมายถึง การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับ คน สิ่งของ และหน่วยงาน โดยครอบคลุมเรื่องต่าง ๆ เช่น (1) การบริหารคน (Man) (2) การบริหารเงิน (Money) (3) การบริหารวัสดุอุปกรณ์ (Material) (4) การบริหารงานทั่วไป (Management) (5) การบริหารการให้บริการประชาชน (Market) (6) การบริหารคุณธรรม (Morality) (7) การบริหารข้อมูลข่าวสาร (Message) (8) การบริหารเวลา (Minute)

และ (9) และการบริหารการวัดผล (Measurement) เช่นนี้ เป็นการนำ “ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหาร” ที่เรียกว่า 9M แต่ละตัวมาเป็นแนวทางในการให้ความหมาย

การให้ความหมายทั้ง 2 ตัวอย่างที่ผ่านมานี้ เป็นการนำหลักวิชาการด้านการบริหาร คือ “กระบวนการบริหาร” และ “ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหาร” มาใช้เป็นแนวทางหรือกรอบแนวคิด ในการให้ความหมายซึ่งน่าจะมีส่วนทำให้การให้ความหมายคำว่า การบริหาร เช่นนี้ ครอบคลุม เนื้อหาสาระสำคัญที่เกี่ยวกับการบริหาร ชัดเจน เข้าใจได้ง่าย เป็นวิชาการ และมีกรอบแนวคิดด้วย นอกจาก 2 ตัวอย่างนี้แล้ว ยังอาจนำปัจจัยอื่นมาใช้เป็นแนวทางในการให้ความหมายได้อีก เป็นต้นว่า 3M ซึ่งประกอบด้วย การบริหารคน (Man) การบริหารเงิน (Money) และการบริหารงานทั่วไป (Management) และ 5P ซึ่งประกอบด้วย ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ประหยัด ประสานงาน และประชาสัมพันธ์

การบริหาร (Administration) หรือคำว่า การจัดการ (Management) คำสองคำนี้มีความหมาย ใกล้เคียงกันสามารถใช้แทนกันได้ และสองคำนี้มักใช้ร่วมกันเพราะสองคำนี้มีความหมาย หมายถึง การบริหารเช่นเดียวกัน แต่นิยมใช้ต่างกัน กล่าวคือ คำว่า “Administration” นิยมใช้ในการบริหารราชการ และคำว่า “Management” นิยมใช้ในการบริหารธุรกิจ

การบริหารจัดการมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินงานขององค์กร การที่องค์กร จะประสบผลสำเร็จหรือไม่มากนักน้อยเพียงใด องค์กรจะอยู่รอดหรือไม่และมีความมั่นคงขึ้นอยู่กับ การบริหารจัดการที่ดี ถ้าองค์กรใดขาดการบริหารจัดการที่ดีแล้วจะทำให้องค์กรนั้นล่มสลายไป หรือไม่สามารถดำเนินงานต่อไปได้

เดล (Dale. 1978 : 4) ได้ให้ความหมายของการบริหาร หมายถึง กระบวนการจัดองค์การ และการใช้ทรัพยากรต่างๆ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ล่วงหน้า

ดริคเกอร์ (Drucker. 1979 : 142) ให้ความหมายของการจัดการว่าหมายถึง ศิลปะในการทำงาน ให้บรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายร่วมกับผู้อื่น

คูลซ์ และโอเดเนลล์ (Koontz and O Denell. 1982 : 151) ได้ให้ความหมายว่า การจัดการ หมายถึง การดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยอาศัยปัจจัยทั้งหลาย ได้แก่ คน เงิน วัสดุ สิ่งของ เป็นอุปกรณ์การจัดการทั้งนั้น

สมคิด บางโม (2545) มีความเห็นว่า การจัดการ หมายถึง ศิลปะในการใช้คน เงิน วัสดุ อุปกรณ์ขององค์กร และนอกองค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ จากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการจัดการมีองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

1. การจัดการศิลปะในการใช้คนทำงาน
2. การจัดการต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐาน คือ คน เงิน และวัสดุอุปกรณ์

3. การจัดการเป็นการดำเนินงานของกลุ่ม

การจัดการมีใช้การทำงานเพื่อให้งานเสร็จสิ้นไปแต่เพียงอย่างเดียวในภาวะปัจจุบัน ซึ่งวิทยาการก้าวหน้าการจัดการจึงจำเป็นต้องใช้หลักวิชาการเข้ามาช่วยมิใช่ประสบการณ์แต่เพียงอย่างเดียว การศึกษาวิชาการจัดการมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับงานย่อมเกิดคุณค่าหลายประการ คือ (สมคิด บางโม, 2542 : 32 - 33)

1. คุณค่าในด้านการประหยัด หมายถึง ทำให้เกิดการใช้จ่ายเงินทุนเกิดประโยชน์สูงสุดได้กำไรหรือผลตอบแทนสูงสุด ประหยัดทั้งคน เงิน วัสดุ สิ่งของ และเวลา

2. คุณค่าในด้านประสิทธิผล การทำงานให้ลุล่วงไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ หรือคาดหวังไว้ เรียกว่า การจัดการนั้นมีประสิทธิผล แต่ผลสำเร็จของงานดังกล่าวนี้อาจไม่ประหยัดหรือไม่มีประสิทธิภาพหากไม่ใช้หลักวิชาการเข้ามาช่วยในการจัดการ

3. คุณค่าในด้านประสิทธิภาพ หมายถึง การทำงานได้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้และให้ได้รับประโยชน์สูงสุดโดยใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด

4. คุณค่าด้านความเป็นธรรมาภิบาลจัดการงานหากปฏิบัติตามความพอใจของผู้จัดการ โดยมิได้ยึดหลักเกณฑ์และทฤษฎีต่างๆ เป็นหลักย่อมก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมขึ้น โดยมิได้ตั้งใจ ทำให้ขวัญในการทำงานของคนในหน่วยงานไม่ดี ซึ่งจะส่งผลไปถึงคุณภาพของงานที่ปฏิบัติด้วย

5. คุณค่าในเกียรติยศชื่อเสียงผู้จัดการที่ดีมีประสิทธิภาพในมุมสาขางานและในทุกระดับ ย่อมเป็นผู้ได้รับการยกย่องสรรเสริญตรงข้ามกับผู้จัดการที่บริหารงานตามใจตนเอง ปราศจากหลักเกณฑ์ เล่นพวกพ้อง ดังนั้น การศึกษาวิชาการบริหารและการจัดการจะช่วยให้มีความเข้าใจลึกซึ้ง มองเห็นลู่ทางที่จะบริหารงานให้ลุล่วงไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับของสังคม

จากความหมายการจัดการสรุปได้ว่าการจัดการจำเป็นต้องมีทรัพยากรอันเป็นพื้นฐานทางการจัดการ โดยทั่วไปถือว่าทรัพยากรที่เป็นปัจจัยสำคัญของการจัดการมีอยู่ 4 ประการซึ่งรู้จักกันในนามของ 4 M ได้แก่ คน (Man) เป็นผู้ปฏิบัติกิจกรรมขององค์กรนั้นๆ เงิน (Money) ใช้สำหรับเป็นค่าจ้างและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ วัสดุสิ่งของ (Materials) อุปกรณ์ เครื่องใช้ เครื่องมือต่างๆ รวมทั้งอาคารสถานที่และการบริหารจัดการ (Management)

เกษม จันทร์แก้ว (2540 : 512 - 514) ได้ให้ความหมาย การบริหาร หมายถึง ศิลปะการดำเนินการนำวัตถุดิบสู่กระบวนการผลิตจนได้ผลผลิตตามที่กำหนดไว้ การบริการจึงเป็นการดำเนินการให้ทุกโครงการทำหน้าที่สัมพันธ์กัน เป็นเรื่องที่ยากที่จะทำให้เกิดการผสมผสานกัน ถ้าไม่วางแผนการดำเนินการที่ดี ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้บริหารที่วางแผนบริหารอย่างไร องค์กรที่ดีผู้บริหารมีหน้าที่อำนวยความสะดวกตามอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานที่เป็นผู้รับผิดชอบควบคุม ในการนำแผนงาน

ที่ได้กำหนดไว้แล้วไปดำเนินการร่วมกับทรัพยากร ทำให้เกิดผลผลิตหรือการใช้ปัจจัยการบริหาร ได้แก่ คน งบประมาณ เครื่องมือ อุปกรณ์ สวัสดิการ ฯลฯ ก่อให้เกิดผลผลิตขั้นสุดท้าย

สมยศ นาวิการ (2544 : 24 - 25) กล่าวว่า กระบวนการบริหารควรประกอบด้วย 4 ประการ คือ

1. การวางแผน หมายถึง กรกำหนดเป้าหมายที่ต้องการพิจารณาถึงความพร้อมขององค์การตลอดจนปัจจัยที่ช่วยให้องค์การหรือหน่วยงานบรรลุเป้าหมายและจัดทำแผนงานขึ้นมาเพื่อดำเนินงาน

2. การจัดองค์การ หมายถึง การให้รายละเอียดงานทุกอย่างที่ต่อควรกระทำเพื่อความสำเร็จของเป้าหมายขององค์การ การแบ่งปริมาณงานทั้งหมดกลไกของการประสานงานของสมาชิกองค์การเพื่อทำให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

3. การสั่งการ หมายถึง กระบวนการของการสั่งการ และการใช้อิทธิพลต่อกิจกรรมต่างๆ ของสมาชิกของกลุ่ม

4. การควบคุม หมายถึง ความพยายามอย่างมีระบบเพื่อกำหนดมาตรฐานของการปฏิบัติงาน การออกแบบระบบข้อมูลย้อนกลับ การเปรียบเทียบผลกรปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นจริงกับมาตรฐานที่กำหนดไว้ล่วงหน้า พิจารณามีข้อแตกต่างหรือไม่ และทำการแก้ไขใดๆ ที่ต้องการเพื่อเป็นหลักประกันว่าทรัพยากรทุกอย่างขององค์การได้ถูกใช้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อความสำเร็จของเป้าหมายขององค์การ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545 : 19) ได้กล่าวถึงกระบวนการบริหารจัดการ โดยแบ่งหน้าที่ของการบริหารจัดการออกเป็น 4 หน้าที่ คือ

1. การวางแผน เป็นขั้นตอนในการกำหนดวัตถุประสงค์และพิจารณาถึงวิธีการที่ควรปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น ดังนั้น ผู้บริหารจึงต้องตัดสินใจว่าองค์กรมีวัตถุประสงค์อะไรในอนาคต และต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น โดยมีลักษณะการวางแผนดังนี้

1.1 การดำเนินการตรวจสอบตัวเองเพื่อกำหนดสถานภาพในปัจจุบันขององค์กร

1.2 การสำรวจสภาพแวดล้อม

1.3 การกำหนดวัตถุประสงค์

1.4 การพยากรณ์สถานการณ์ในอนาคต

1.5 การกำหนดแนวทางปฏิบัติงานและความจำเป็นในการใช้ทรัพยากร

1.6 การประเมินแนวทางการปฏิบัติงานที่วางไว้

1.7 การทบทวนและปรับแผนเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงและผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด

1.8 การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการวางแผนเป็นไปอย่างทั่วถึง

2. การจัดองค์การ เป็นขั้นตอนในการจัดบุคคลและทรัพยากรที่ใช้ในการทำงาน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในการทำงานนั้น หรือเป็นการจัดแบ่งงานและจัดสรรทรัพยากรสำหรับงานเพื่อให้งานเหล่านั้นสำเร็จ ซึ่งการจัดองค์การประกอบด้วย

- 2.1 การระบุและอธิบายงานที่จะถูกนำไปดำเนินการ
- 2.2 การกระจายงานออกเป็นหน้าที่
- 2.3 การรวมหน้าที่ต่างๆ เข้าเป็นตำแหน่งงาน
- 2.4 การอธิบายสิ่งจำเป็นหรือความต้องการของตำแหน่งงาน
- 2.5 การรวมตำแหน่งงานต่างๆ เป็นหน่วยงานที่มีความสัมพันธ์อย่างเหมาะสม และสามารถบริหารจัดการได้
- 2.6 การมอบหมายงานความรับผิดชอบและอำนาจหน้าที่
- 2.7 การทบทวนและปรับโครงสร้างขององค์การเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด
- 2.8 การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการจัดองค์การเป็นไปอย่างทั่วถึง
- 2.9 การกำหนดความจำเป็นของทรัพยากรมนุษย์
- 2.10 การสรรหาผู้ปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ
- 2.11 การคัดเลือกจากบุคคลที่สรรหามา
- 2.12 การฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต่างๆ
- 2.13 การทบทวนและปรับคุณภาพและปริมาณของทรัพยากรมนุษย์เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด
- 2.14 การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการจัดคนเข้าทำงานเป็นไปอย่างทั่วถึง

3. การนำขั้นตอนในการกระตุ้นให้เกิดความกระตือรือร้น และชักนำความพยายามของพนักงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการใช้ความพยายามของผู้จัดการที่จะกระตุ้นให้พนักงานมีศักยภาพในการปฏิบัติงานสูง ดังนั้น การนำจะช่วยให้งานบรรลุสำเร็จ เสริมสร้างขวัญ และจงใจผู้ได้บังคับบัญชา การนำประกอบไปด้วย

- 3.1 การติดต่อสื่อสารและอธิบายวัตถุประสงค์ให้แก่ผู้ได้บังคับบัญชาได้ทราบ
- 3.2 การมอบหมายมาตรฐานของการปฏิบัติงานต่างๆ
- 3.3 การให้คำแนะนำและคำปรึกษาแก่ผู้ได้บังคับบัญชาให้สอดคล้องกับมาตรฐานของการปฏิบัติงาน
- 3.4 การให้รางวัลแก่ผู้ได้บังคับบัญชาบนพื้นฐานของผลการปฏิบัติงาน

3.5 การยกย่องและสรรเสริญและการดำเนินคดีอย่างยุติธรรมและถูกต้องเหมาะสม

3.6 การจัดหาสภาพแวดล้อมมากระตุ้นการจูงใจ โดยการติดต่อสื่อสารเพื่อสำรวจความต้องการและสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง

3.7 การทบทวนและปรับวิธีการของสภาวะการเป็นผู้นำเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงและผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด

3.8 การติดต่อสื่อสารโดยทั่วทุกแห่งในกระบวนการของภาวะความเป็นผู้นำ

4. การควบคุม เป็นการติดตามผลการดำเนินงานและแก้ไขปรับปรุงสิ่งที่จำเป็นหรือเป็นขั้นตอนของการวัดผลของการทำงานและดำเนินการแก้ไขให้บรรลุผลที่ต้องการ ซึ่งประกอบด้วย

4.1 การกำหนดมาตรฐาน

4.2 การเปรียบเทียบและติดตามผลการปฏิบัติงานกับมาตรฐาน

4.3 การแก้ไขข้อบกพร่อง

4.4 การทบทวนและปรับวิธีการควบคุมเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง และผลลัพธ์ของการควบคุมไม่เป็นไปตามที่กำหนด

4.5 การติดต่อสื่อสารในกระบวนการของการควบคุมเป็นไปอย่างทั่วถึง

ธงชัย สันติวงษ์ (2538 : 4) ได้ให้ความหมายว่า งานบริหาร คือ การจัดการ หมายถึง ภาระหน้าที่ของบุคคลใดๆ ที่ปฏิบัติตนเป็นผู้บริหารที่ต้องเข้ามาทำหน้าที่จัดระเบียบและดำรงไว้ซึ่งสภาพภายใน (ทั้งที่เป็นคน วัสดุ เงินทุน ฯลฯ) ของกลุ่มหรือหน่วยงานเพื่อให้กลุ่มดังกล่าวสามารถทำงานจนบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ จะประกอบไปด้วยหน้าที่ 4 หน้าที่ คือ การวางแผน ซึ่งเป็นขั้นตอนในการกำหนดวัตถุประสงค์และวิธีการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์นั้น การจัดองค์การจะเป็นขั้นตอนในการจัดบุคคลและทรัพยากรที่ใช้ในการทำงานเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายในการทำงาน การนำจะเป็นขั้นตอนที่สามารถทำงานให้บรรลุผลสำเร็จ โดยการสร้างขวัญและจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชา การควบคุมจะเป็นการติดตามผลการดำเนินงานและปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้บรรลุผลที่ต้องการ

แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

ความหมายของผู้สูงอายุ

องค์การสหประชาชาติได้ประชุมสมัชชาโลกเกี่ยวกับผู้สูงอายุเมื่อปี พ.ศ. 2525 ณ กรุงเวียนนา ประเทศออสเตรีย และได้ให้ความหมายของคำว่า "ผู้สูงอายุ" คือ บุคคลทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

ประเทศไทย "ผู้สูงอายุ" ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 หมายความว่า บุคคลซึ่งมีอายุเกินกว่าหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย

ธราธร ดวงแก้ว และหิรัญญา เดชอุดม (2550 : 11) ได้ให้ความหมายของผู้สูงวัยว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นธรรมดาในสิ่งมีชีวิตและได้แบ่งระดับของความสูงอายุออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การสูงอายุตามวัย หมายถึง การสูงอายุตามปีปฏิทินโดยนับจากปีที่เกิดเป็นต้นไป
2. การสูงอายุตามสภาพร่างกาย หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย และกระบวนการหน้าที่ที่ปรากฏขณะที่มีอายุเพิ่มมากขึ้น
3. การสูงอายุตามสภาพจิตใจ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในหน้าที่ของการรับรู้ แนวความคิด ความจำ การเรียนรู้ เชาวน์ปัญญา และลักษณะที่ปรากฏในระยะต่างๆ ของแต่ละบุคคล ที่มีอายุเพิ่มมากขึ้น

4. การสูงอายุตามสภาพสังคม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่สถานภาพของบุคคลในระบบสังคม เช่น ครอบครัว หน้าที่การงาน รวมถึงความสำคัญในฐานะผู้ที่มีประสบการณ์ สุริย์ สร้อยทอง (2554 : 16) ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุไว้ว่า บุคคลทั้งเพศชาย และเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่มีการเปลี่ยนแปลงของสภาพร่างกาย จิตใจ สังคม เป็นไปตามธรรมชาติในทางเสื่อมถอย

อิทธิพล คู่มงคล (2554 : 8) ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุวัดเป็นจำนวนปีตามปฏิทินของเวลาที่ได้มีชีวิตอยู่หมายความว่า คนที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ตามเกณฑ์ของกฎหมายการปลดเกษียณอายุราชการ

เบญจลักษณ์ อัครพสุชาติ (2550 : 8) ได้ให้ความหมายของคำว่า "ผู้สูงอายุ" หมายถึง การพัฒนาที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในระยะสุดท้ายของช่วงอายุของมนุษย์ ความสูงอายุนี้จะเริ่มตั้งแต่เกิดมาและดำเนินการต่อเนื่องไปจนถึงสิ้นสุดอายุขัยของสิ่งมีชีวิตนั้น และได้กำหนดให้บุคคลที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นผู้สูงอายุ

อภิภาวีส ปาลวัฒน์ (2554 : 20) ได้ให้ความหมายคำว่า ผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติของวัยสภาพร่างกาย จิตใจ และสังคม ซึ่งมีกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่สัมพันธ์กันและผู้สูงอายุแต่ละคนจะมีรูปแบบการเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างกันไปตามปัจจัยและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อสภาพทางร่างกาย จิตใจ และสังคมของคนทำให้เกิดความเครียดและแก่เร็ว

วาสนา ทองจันทร์ (2550 : 9) ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้สูงอายุทั้งเพศชาย และเพศหญิงที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และประสบกับปัญหาอย่างไรอย่างหนึ่ง คือ ไม่มีผู้อุปการะเลี้ยงดู

ไม่มีที่อยู่อาศัยหรือไม่ได้อยู่ร่วมกับครอบครัว ไม่มีความสุข และได้รับการช่วยเหลือจากกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ โดยได้รับตัวเข้าไปอยู่ในศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการผู้สูงอายุเพื่อให้การอุปการะเลี้ยงดู

พระสุรชัย อยู่สาโก (2550 : 17) ได้สรุปความหมายของผู้สูงอายุหมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และมีสภาพร่างกายและจิตใจที่เปลี่ยนแปลงไปในทางเสื่อมถอย มีโอกาสเกิดโรคภัยไข้เจ็บได้ง่ายสมควรได้รับการดูแลช่วยเหลือและเป็นวัยที่ปลดเกษียณจากการทำงาน ซึ่งยึดตามเกณฑ์ที่องค์การระหว่างประเทศได้ตกลงกัน โดยนับตามอายุปฏิทินเป็นมาตรฐานสากลในการเป็นผู้สูงอายุ

จากการทบทวนความหมายข้างต้น ผู้สูงอายุ คือ บุคคลทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นวัยหลังเกษียณอายุการทำงาน โดยยึดตามเกณฑ์ปฏิทินขององค์การระหว่างประเทศเป็นสากล มีความเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติวัย สภาพร่างกาย จิตใจ และสังคม ซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติในทางเสื่อมถอยตามสภาพและมีโอกาสเกิดโรคภัยไข้เจ็บได้ง่าย ผู้สูงอายุจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องได้รับการดูแลทั้งจากครอบครัว ลูกหลาน รวมทั้งหน่วยงานของรัฐเพื่อให้ผู้สูงอายุมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

การเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ

1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย

ธาริน และคณะ (2550 : 9 - 14) การเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายของผู้สูงอายุจะเกิดขึ้นในทุกระบบของร่างกายตั้งแต่ระบบเซลล์เป็นต้นไป ทำให้ความสามารถในการทำงานของระบบต่างๆ ลดลง ดังนี้

1.1 ระบบเซลล์และเนื้อเยื่อเซลล์ทุกเซลล์มีอายุขัยของเซลล์แตกต่างกันไปแล้วแต่ชนิด เมื่อเซลล์เก่าตายจะมีการสร้างเซลล์ใหม่ขึ้นมาทดแทนเพื่อซ่อมแซม ยกเว้นเซลล์ประสาทและเซลล์กล้ามเนื้อเรียบ กระบวนการเจริญเติบโตหรือการดำรงรักษาของเนื้อเยื่อต่างๆ เปลี่ยนแปลงไปโดยเมื่อเข้าสู่ผู้สูงอายุเซลล์ต่างๆ ก็จะเหี่ยวลง

1.2 ระบบประสาทสัมผัสพิเศษ ผู้สูงอายุจะมีการเสื่อมของประสาทสัมผัสภายนอกต่างๆ คือ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง

1.3 ระบบโครงกระดูกผู้สูงอายุ กล้ามเนื้อลดความยืดหยุ่น การเคลื่อนไหวของข้อไม่สะดวกทำให้เกิดอาการปวดตามข้อ

1.4 ระบบประสาท เซลล์สมอง และเซลล์ประสาทซ้าลงทำให้ขาดสมาธิและความจำเสื่อม

1.5 ระบบการไหลเวียนเลือด มีความผิดปกติ

1.6 ระบบทางเดินอาหาร การย่อยอาหาร และความอยากอาหารจะลดลง และยังมีอาการท้องอืด ท้องเฟ้อ แน่นท้อง ท้องผูก และท้องเสีย

1.7 ระบบขับถ่ายของเสีย ไม่เป็นปกติ

1.8 ระบบการหายใจ การหายใจช้าลง และเหนื่อยง่าย

1.9 ระบบต่อมไร้ท่อ มีการเสื่อมหน้าที่ลงอย่างรวดเร็ว ทำให้เบื่อบริโภคอาหาร น้ำหนักลด อ่อนเพลีย รูปร่างผอม อาจเป็นเบาหวานอย่างอ่อนๆ ได้ หรือมีแนวโน้มที่จะเป็นเบาหวานได้ง่าย

2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและอารมณ์

ผู้สูงอายุจะมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและอารมณ์ ลักษณะการเปลี่ยนแปลงที่พบในผู้สูงอายุส่วนใหญ่ ได้แก่ (ชาริน และคณะ, 2550 : 33 - 35)

2.1 การรับรู้ ผู้สูงอายุมักยึดติดกับความคิดและเหตุผลของตัวเอง และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้ยาก เพราะมีความไม่มั่นใจในการปรับตัว

2.2 การแสดงออกทางอารมณ์ลักษณะของความท้อแท้ ใจน้อย หงุดหงิดง่าย โกรธง่าย และซึมเศร้า

2.3 ความสนใจสิ่งแวดล้อมน้อยลง ผู้สูงอายุจะสนใจเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตนเอง มากกว่าเรื่องของผู้อื่น

2.4 การสร้างวิถีชีวิตของตนเอง เพื่อให้ไม่ให้เป็นภาระกับผู้อื่น การพึ่งตนเองได้ในระดับหนึ่ง

2.5 การยอมรับสภาพของการเข้าสู่วัยสูงอายุ จะใช้เวลาส่วนใหญ่ในการศึกษาปฏิบัติ ตามคำสอนในศาสนา บางคนอยากอยู่ร่วมกับลูกหลาน หรือบางคนชอบอยู่คนเดียว ฯลฯ เป็นต้น

3. การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมในที่นี้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสถานภาพ ทางสังคม และบทบาททางสังคมของผู้สูงอายุ เช่น การเกษียณอายุของผู้ที่ทำงานราชการเมื่ออายุ 60 ปี จะเป็นการสูญเสียตำแหน่งหน้าที่การงาน รวมทั้งเกียรติยศและสิทธิต่างๆ ด้วย (ชราธร ดวงแก้ว และหิรัญญา เดชอุดม, 2550 : 45)

จากการศึกษาสรุปได้ว่า "ผู้สูงอายุ" คือ บุคคลทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป และมีการเปลี่ยนแปลงในวัยผู้สูงอายุ ประกอบด้วย 1) การเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยา 2) การเปลี่ยนแปลงทางจิตใจและอารมณ์ และ 3) การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และนอกจากนี้ ยังพบว่าการเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุในแต่ละบุคคลจะมีการเปลี่ยนแปลงแต่ละด้านมากขึ้นแตกต่างกัน ทั้งนี้ เนื่องจากผู้สูงอายุแต่ละคนต่างมีการเสื่อมถอยของร่างกาย อีกทั้งผู้สูงอายุยังมีสิ่งแวดล้อมทั้งมีชีวิตและไม่มีชีวิต และมีปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกันออกไป ตลอดจนการมีพฤติกรรมที่จะดำรงและรักษาซึ่งภาวะสุขภาพมากขึ้นแตกต่างกันด้วย

จากการทบทวนเอกสารดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงข้อมูลเบื้องต้นของผู้สูงอายุในการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม ที่อาจส่งผลต่อการสื่อสารสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดจันทบุรี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฐานะวัฒนา สุขวงศ์ และ วรภัทร จัตูชัย (2557) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการสร้างเครือข่ายการสื่อสารเพื่อสร้างเสริมสุขภาพของเทศบาลนคร นนทบุรี พบว่า แนวทางในการสร้างเครือข่ายการสื่อสารเพื่อสร้างเสริมสุขภาพของเทศบาลนครนนทบุรี 5 อันดับแรก คือ ควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างเครือข่ายเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ สร้างจิตสำนึก ให้คนในชุมชนเกิดจิตอาสาเพื่อช่วยเหลืองานด้านสุขภาพสาธารณสุข ควรมีเสียงตามสายหรือวิทยุชุมชน ที่เป็นประโยชน์เพื่อรับทราบข้อมูลที่ชัดเจน ถูกต้อง และเพิ่มการสื่อสารด้านข่าวสารทุกรูปแบบ สร้าง แรงจูงใจและเพิ่มการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ส่งเสริมด้านสุขภาพ มีบริการตรวจเลือด เบาหวาน และไขมัน โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ผู้นำชุมชนควรมีความเสียสละ มีความเป็นประชาธิปไตย และควรมีสนามกีฬากลางแจ้งสนามแบดมินตัน และสระว่ายน้ำ

กันตพล บันทัดทอง (2557) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และความพึงพอใจของกลุ่มคนผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่ม ตัวอย่างที่เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 55 ขึ้นไป รวมถึงผู้ที่ถึงอายุเกษียณรับราชการเมื่ออายุครบ 60 ปี และผู้ที่เกษียณอายุก่อนกำหนดตามนโยบายเออร์ลี่ไทร์ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดตามข่าวสารมากที่สุด โดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือและนิยมนำมาใช้ที่บ้าน โดยใช้ครั้งละ 1 - 2 ชั่วโมงและมากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยช่วงเวลาที่ใช้เป็นเวลากลางวัน 11.01 - 16.00 น. และนิยมนำมาใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านทาง แอปพลิเคชัน Line

วรรษญา ทิพย์มัลย์ (2562) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสิทธิของผู้สูงอายุผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมนำมาใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท เฟสบุ๊ก (Facebook) โดยใช้นำโทรศัพท์มือถือมีจุดประสงค์ในการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อติดต่อเพื่อนเก่า/ครอบครัว โดยใช้ในช่วงกลางวัน เวลา 11.01-15.00 น. ความถี่น้อยกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์และเข้าใช้ครั้งละ 1 - 2 ชั่วโมง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารสิทธิของผู้สูงอายุผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่

เคยรับรู้ข้อมูลข่าวสารสิทธิของผู้สูงอายุผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ แต่สัดส่วนไม่ต่างจากผู้ที่ไม่เคยรับรู้เล็กน้อย และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดต้องการรับรู้จากเพื่อน/คนรู้จัก มากที่สุด ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสิทธิของผู้สูงอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้สิทธิด้านการช่วยเหลือเงิน เบี้ยยังชีพมากที่สุด ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสิทธิของผู้สูงอายุผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ การเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ และการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสิทธิของผู้สูงอายุผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

แสงรวี รุ่งเรืองเสถียร (2560) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารสุขภาพการแพทย์แบบองค์รวมของศูนย์ธรรมชาติบำบัดบัววิ เวียงพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ส่งสารต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการดูแลสุขภาพ อีกทั้งต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถการสื่อสาร ได้แก่ 1) ทักษะการสื่อสาร โดยมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี 2) ปฏิบัติการสื่อสาร โดยการอธิบายข้อมูลที่เพียงพอด้วยการใช้ภาษาที่ง่ายต่อการเข้าใจ ด้านเนื้อหาสาร พบว่า ผู้ส่งสารนำเสนอประเด็นข้อมูลสุขภาพใน 3 ประเด็น ได้แก่ (1) ดูแลตนเอง (2) การตระหนักถึงปัจจัยเสี่ยง (3) การส่งเสริมสุขภาพ สำหรับเนื้อหาสารการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม มีการให้ข้อมูลอยู่ 2 ประเด็น 1) ภาวะสมบรูณ์ทางร่างกาย 2) ภาวะสมบรูณ์ของจิตใจ ในส่วนช่องทางการสื่อสาร พบว่า สื่อที่ทำให้ตัดสินใจเข้ารับบริการ คือ สื่อบุคคล และสื่อที่ทำให้เข้ารับข้อมูล คือ สื่อวิทยุ และสื่อออนไลน์ และสำหรับผู้รับสาร มีการคิดรับรู้ โดยผู้รับสารมีการรับรู้ความสามารถในตนเอง มีการรับรู้ภาวะสุขภาพของตนเอง และรับรู้ถึงประโยชน์ของพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ อีกทั้งผู้รับสารมีการดูแลสุขภาพตนเองด้านร่างกายกับด้านจิตใจ

จารึก หนูชัย (2557) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในอำเภอแม่ลาน จังหวัดปัตตานี พบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในอำเภอแม่ลาน จังหวัดปัตตานี ด้านทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพ มีระดับความคิดเห็นในระดับสูง ด้านการรับรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก ด้านการเข้าถึงแหล่งบริการด้านการออกกำลังกาย มีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองในการออกกำลังกายมีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง และด้านแรงสนับสนุนทางสังคมมีระดับความคิดเห็นในระดับต่ำ 2) พฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีพฤติกรรมออกกำลังกายอยู่ในระดับปานกลาง 3) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในอำเภอแม่ลาน จังหวัดปัตตานี พบว่า ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในอำเภอแม่ลาน กับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ ลักษณะ, ทัศนคติเกี่ยวกับสุขภาพ, การรับรู้ประโยชน์ของการออกกำลังกาย, การเข้าถึงแหล่งบริการด้านการออกกำลังกาย, การรับรู้ความสามารถของตนเอง

ในการออกกำลังกายและแรงสนับสนุนทางสังคมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ 4) ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การออกกำลังกายของผู้สูงอายุในอำเภอแม่ลาน จังหวัดปัตตานี ผู้สูงอายุในเขตอำเภอแม่ลาน มีการออกกำลังกายอยู่ในระดับปานกลาง และส่วนใหญ่ยังมีพฤติกรรมการออกกำลังกายที่ไม่ถูกต้องในเรื่องของระยะเวลาในการออกกำลังกายและการอบอุ่นร่างกาย ซึ่งทางหน่วยงานบริการสุขภาพหรือโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพในเขตรับผิดชอบควรมีการดำเนินการส่งเสริมความรู้ในการออกกำลังกายที่ถูกต้องและเหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุเพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง และมีสุขภาพดี

อำภพร ปิงมุล (2560) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารกับการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของประชากรในอำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารออนไลน์ที่ช่วยตัดสินใจออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย เพื่อศึกษาช่องทางการเข้าถึงสื่อสารออนไลน์ และเพื่อศึกษาความตั้งใจและพฤติกรรมในการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพของประชากรในเขตอำเภอเวียงชัย จังหวัดเชียงราย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี