

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



1. แนวคิดและทฤษฎีเรื่องรูปแบบการสื่อสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเรื่องปัจจัยการสื่อสาร
3. แนวคิดเรื่องการสื่อสารกับสุขภาพ
4. แนวคิดทฤษฎีอิทธิพลของสื่อ
5. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
6. แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
7. แนวคิดเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตนเอง
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสาร

“การสื่อสาร” (Communication) มาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า Communication แปลงว่าเหมือนกัน ร่วมกัน กลุ่มนักคิดทางการสื่อสาร ได้ให้ความหมายการสื่อสารที่หลากหลาย ดังนี้

อริสโตเติล (Aristotle) ให้ความหมายว่า “การสื่อสาร” คือการหาวิธีโน้มน้าวใจ ชักจูงใจทุกวิถีทาง

เชอรัมม์ (Wilbur Schramm, 1974:13) กล่าวว่า “การสื่อสาร” คือการทำความเข้าใจตรงกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร

ปรมะ สตะเวทิน (2538:17) กล่าวว่า “การสื่อสาร” คือกระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

องค์ประกอบของการสื่อสาร

เบอร์โล (Berlo, 1960 : 40) อธิบายว่าการสื่อสารจะประสบประสิทธิผลหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพขององค์ประกอบต่างๆ และได้แสดงปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพของ

องค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบไว้ในแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในนาม S M C R Model นั่นเอง แบบจำลองกระบวนการสื่อสารมีดังนี้

SOURCE	MESSAGE	CHANNEL	RECEIVER
S	M	C	R
ผู้ส่งสาร	สาร	สื่อ	ผู้รับสาร

จากแบบจำลองนี้สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อผู้ส่งสารต้องการจะทำการสื่อสาร ผู้ส่งสารก็ต้องนำเอาสิ่งที่ตนต้องการจะสื่อสารมาผลิตให้ปรากฏเป็นสาร แล้วถ่ายทอดผ่านสื่อเพื่อส่งไปยังผู้รับสาร (ปรมา สตะเวทิน, 2538 : 65)

เบอร์โล (Berlo, 1960:40) กล่าวว่า การที่การสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 4 ประการว่า จะมีประสิทธิภาพเพียงใด ประสิทธิภาพขององค์ประกอบขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้

1. ผู้ส่งสาร (Sender) หมายถึงบุคคล หรือ กลุ่มบุคคลที่ต้องการจะทำการสื่อสาร ความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ตน ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงอาจเป็นคน ๆ เดียว หรือ หลาย ๆ คน เช่น กลุ่มนิสิตนักศึกษา กลุ่มผู้ประท้วง หรืออาจจะเป็นสถาบัน เช่น พรรคการเมือง บริษัท รัฐบาล หรือหน่วยงานราชการก็ได้ ปัจจัยของผู้ส่งสารประกอบด้วย ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) , ทศนคติ (Attitude) , ความรู้ (Knowledge) , ระบบสังคม (Social System) , และวัฒนธรรม (Culture)
2. สาร (Message) หมายถึงผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการข่าวสาร และ วัตถุประสงค์ของตนที่ปรากฏออกมาในรูปแบบของรหัส เช่น เมื่อเราพูด สารก็คือถ้อยคำที่เราพูด เมื่อเราเขียน สาร ก็คือ ตัวหนังสือที่เราเขียนเป็นคำเป็นประโยค เมื่อเราแสดงกิริยาท่าทาง สาร ก็คือ ข่าว ข้อความ และภาพ ที่ปรากฏในสถานการณ์รอบบริบทต่าง ๆ ปัจจัยของสารประกอบด้วย รหัส (Code) , เนื้อหา (Content) , และการจัดเสนอ (Treatment) ซึ่งมีองค์ประกอบ 2 องค์ประกอบ คือ ส่วนย่อย (Elements) และ โครงสร้าง (Structure)
3. สื่อ (Channel) หมายถึง สิ่งที่น่าหรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสาร เช่นเมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์ คลื่นแสงในอากาศและหนังสือพิมพ์เป็นสื่อ เมื่อเราฟังวิทยุ สื่อก็คือคลื่นแสง คลื่นเสียง และจอวิทยุโทรทัศน์ ในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ สื่อตามความหมายของเบอร์โล คือ

ช่องทางที่จำนวนสารไปสู่ประสาทความรู้สึก หรือการถอดรหัสของผู้รับสาร อันได้แก่ การเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่น และ การลิ้มรส

4. ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึงบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ดังนั้น ผู้รับสารอาจจะเป็นคน ๆ เดียว หรือเป็นคนหลายคน เช่น กลุ่มผู้ฟังการอภิปราย หรืออาจจะเป็นสถาบัน เช่น บริษัท องค์การ พรรคการเมือง เป็นต้น ปัจจัยของผู้รับสารมีองค์ประกอบเช่นเดียวกับผู้ส่งสาร โดยผ่านสื่อ องค์ประกอบทั้ง 4 นั้น มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีผลกระทบซึ่งกันและกัน รวมทั้งมีผลต่อการสื่อสารด้วย ดังนั้น หากผู้ส่งสารมีประสิทธิภาพ แต่สื่อและผู้รับสารด้อยประสิทธิภาพ สารไม่ชัดเจน แม้จะมีสื่อและผู้รับสารที่มีประสิทธิภาพด้วยแล้ว การสื่อสารจะมีโอกาสประสบผลสำเร็จน้อยที่สุด การสื่อสาร จะมีประสิทธิภาพมากที่สุดก็ต่อเมื่อองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสูงสุด

รูปแบบของการสื่อสาร

ได้มีการจำแนกรูปแบบการสื่อสารในหลายลักษณะตามหลักเกณฑ์ ที่ใช้ในการพิจารณาที่แตกต่างกันออกไป ในที่นี้จะกล่าวถึง รูปแบบการสื่อสาร 4 ลักษณะ คือ

1. จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร
2. จำแนกตามลักษณะการใช้
3. จำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร
4. จำแนกตามการไหลของข่าวสาร

จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

1. การสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดข่าวสารหรือคำสั่งไปสู่ผู้รับสาร มีลักษณะเป็นเส้นตรง ไม่มีการย้อนกลับหรือดูปฏิกิริยาของผู้รับสาร โดยทั่วไปการติดต่อสื่อสารแบบนี้ จะเป็นไปในรูปแบบของนโยบาย คำสั่ง และอาจผ่านสื่อมวลชนในการเสนอข่าว หรือรายงานข่าวสารต่างๆขององค์กร เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการสื่อสารแบบทางเดียวมีข้อได้เปรียบ คือ รวดเร็ว เมื่อคนหลายคนร่วมกันคิด กว่าจะตกลงกันได้ ต้องใช้เวลานานมาก แต่ถ้าคนคนเดียวเสนอความคิด ความคิดนั้นจะเกิดขึ้นได้เร็วกว่า การสื่อสารแบบทางเดียนี้ เหมาะกับสถานการณ์ที่ผู้สื่อสารมีความรู้ ขวัญและกำลังใจ อีกฝ่ายหนึ่งถูกระทบกระเทือนและความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ สูงกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง

2. **การสื่อสารสองทาง (Two-way Communication)** หมายถึง การที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถส่งข่าวสาร และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันและกัน การสื่อสารสองทางนี้ ผู้ส่งสารจะให้ความสนใจกับปฏิกิริยาโต้กลับของผู้รับสาร (Feedback) ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นมากเปรียบเสมือนผู้ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจากสมาชิก ในขณะที่เดียวกัน การเปิดโอกาสให้สมาชิกได้แสดงความคิดเห็นและความเข้าใจในเรื่องต่างๆ นับเป็นการลดช่องว่างของการสื่อสารที่ดี ป้องกันการตีความหมายผิด ประการสำคัญ คือ การสื่อสารสองทางสามารถสร้างขวัญ และการมีส่วนร่วมในงานความรู้สึกเป็นเจ้าของงาน ซึ่งรูปแบบของการสื่อสารสองทาง จะออกมาในลักษณะของการประชุมหรือการปรึกษาหารือ

ฮาร์โลด เจ ลิฟวิท (Harold J. Leavitt) ได้กล่าวถึงการทดลองเปรียบเทียบระหว่างการสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารสองทาง ปรากฏผลการทดลองว่า

- I. การสื่อสารทางเดียวรวดเร็วกว่าการสื่อสารสองทาง
- II. การสื่อสารสองทางมีความถูกต้องแม่นยำกว่าการสื่อสารทางเดียว
- III. การสื่อสารสองทางสามารถสร้างความมั่นใจแก่ผู้รับสารมากกว่าการสื่อสารทางเดียว
- IV. การสื่อสารทางเดียวมีความถูกต้องแม่นยำน้อยกว่า แต่ก็มีความเป็นระเบียบมากกว่า
- V. การสื่อสารสองทางมักมีการรบกวนและยุ่งเหยิงมากกว่า

นอกจากนี้ ลิฟวิท (Leavitt) ยังได้ให้ข้อเสนอแนะว่า หากองค์กรประกอบมีความต้องการความรวดเร็วและความถูกต้องแม่นยำอย่างง่าย ๆ ในการติดต่อสื่อสารแล้ว การสื่อสารทางเดียวจะมีความเหมาะสมมากกว่า ดังนั้น จึงพอสรุปได้ว่า ภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ในการบริหารงานย่อมต้องใช้การสื่อสารทั้งสองแบบควบคู่กันไป

จำแนกตามลักษณะการใช้ แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

1. การสื่อสารโดยการใช้ถ้อยคำและการเขียน การสื่อสารระหว่างบุคคลส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารแบบนี้ ไม่ว่าจะเป็นคำพูดหรือการเขียน ผู้บริการหรือผู้นำ ควรจะต้องสร้างความสามารถในด้านต่อไปนี้ (เสริมศักดิ์ ศาลาภรณ์, 2521 : 197)

การสื่อสารด้วยถ้อยคำ หรือการเขียน

ถ้อยคำ

การพบปะเป็นรายบุคคล

การพบปะเป็นกลุ่ม

การเขียน

คำสั่งเป็นลายลักษณ์อักษร

หนังสือเวียน

การประชุม

วารสาร

การประชุมคณะกรรมการ

บันทึก

2. การสื่อสารโดยไม่ใช้ถ้อยคำ เป็นการสื่อสารโดยท่าทางการเคลื่อนไหว ซึ่งแต่ละบุคคลก็มีความหมายเฉพาะของตนเอง เมื่อเวลาแสดงพฤติกรรมต่างๆ เช่น การแสดงออกท่าทางและสีหน้าท่าทาง เป็นต้น หากพิจารณาให้ดีแล้วมีความสำคัญและประโยชน์ไม่น้อยเนื่องจาก(เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์, 2521 : 198)

- อารมณ์และความรู้สึกส่วนใหญ่ แสดงโดยไม่ใช้ถ้อยคำได้ถูกชัดเจนกว่าการใช้ถ้อยคำ
- ลักษณะท่าทางบางอย่าง เป็นเครื่องชี้เพื่อการเสนอแนะและให้คำแนะนำเป็นอย่างดี
- คำพูดอาจบิดเบือนได้ง่ายกว่าการไม่ใช้คำพูด

ช่องทางการเดินสาร แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

จำแนกตามช่องทางการเดินสาร แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ

1. การสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) หรือเรียกอีกอย่างว่าการสื่อสารตามแนวตั้ง เป็นลักษณะการสื่อสารในองค์กรแบบคลาสสิก คือ ข่าวสารจะส่งออกจากเบื้องบนลงไป คือ จากผู้นำไปสู่ผู้ตามเรื่อยไปจนถึงระดับต่ำสุด โดยมีจุดประสงค์โดยทั่วไปดังนี้ คือ (วุฒิชัย จ้านง, 2520 : 116-118)

- เพื่อให้แนวปฏิบัติงานที่จำเพาะเจาะจงในการสั่งงาน
- เพื่อให้ข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติและขั้นตอนการดำเนินการ
- เพื่อให้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเหตุผลสำคัญของงาน
- เพื่อให้ข่าวสารแบบอุดมการณ์ที่จะช่วยให้ซาบซึ้งในเป้าหมาย

การสื่อสารจากบนลงล่าง เป็นการสื่อสารแบบทางการที่ใช้กันมาก และมีประสิทธิภาพแต่ทั้งนี้ การสื่อสารชนิดนี้มีข้อควรระวัง คือ (เสนาะ ดิยาวี, 2527 : 434)

- องค์กรที่ใช้การสื่อสารเป็นลายลักษณ์อักษรมากไปจะทำให้ขาดความเป็นกันเอง
- การได้รับข้อมูลมากเกินไป ทำให้เกิดปัญหาในการจดจำข้อมูล

- ระยะเวลาในการส่งข้อมูลไม่เหมาะสม ทำให้ข้อมูลตกหล่นและไม่ทั่วถึง
- ข้อมูลผิดพลาดจากการกลั่นกรองจากบุคคลหลายระดับ

2. การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) หรือการสื่อสารแนวตั้งเป็นลักษณะการเดินทางของข่าวสารจากผู้ตาม เสนอไปตามสายงานจนถึงผู้นำความคิด โดยมากมักอยู่ในรูปของการประชุมปรึกษาหารือ สัมมนา

การสื่อสารจากล่างขึ้นบนนี้เป็นสิ่งสำคัญยิ่งสำหรับตำแหน่งหรือส่วนต่างๆ ที่ต้องทำงานประสานกัน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างขวัญในการทำงาน และทัศนคติของบุคคลากร เพราะจะช่วยให้เห็นว่าบุคคลากรมีความรู้ และความเข้าใจในสารที่เขาได้รับจากผู้บังคับบัญชาเพียงใด ในบางครั้งการสื่อสารจากล่างขึ้นบนจะมีการกรองข่าวหรือบิดเบือนข่าวสารเฉพาะผู้ที่ปฏิบัติงาน ต้องการให้ผู้บริหารทราบเท่านั้น

การสื่อสารในแนวตั้งจะให้ทั้งข้อมูลในทางบวกและทางลบแก่ผู้นำทางความคิด หากเป็นข้อมูลในทางบวกผู้นำก็นำไปตัดสินใจได้ แต่ถ้าเป็นข้อมูลในทางลบผู้นำจะต้องแก้ปัญหา อย่างไรก็ตาม การสื่อสารในแนวตั้ง มีข้อพิจารณาได้สองข้อ คือ หลักของการสื่อสารในแนวตั้ง และวิธีการที่ทำให้ได้รับข้อมูลจากผู้ตามไปยังผู้นำความคิด หลักของการสื่อสารในแนวตั้ง ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่เป็นทางการ ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำความคิด กับผู้ตาม คือ

- 1) จะต้องมีการกำหนดแผนงานการสื่อสารในแนวตั้งไว้ล่วงหน้า การกำหนดแผนของการสื่อสารในแนวตั้งชี้ให้เห็นว่า ผู้นำเห็นความสำคัญและจะส่งเสริมให้ผู้ตามร่วมมือในการส่งข้อมูล
- 2) แผนงานเกี่ยวกับการสื่อสารในแนวตั้ง จะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องและผู้นำจะต้องเต็มใจรับข้อมูลและตอบสนองในการดำเนินการทันทีและเป็นการให้ความสำคัญส่งเสริมให้ผู้ตามส่งข้อมูลให้ทุกครั้งตามขั้นตอนของการปฏิบัติงาน
- 3) ผู้นำจะต้องกำหนดช่องทางการสื่อสาร ที่ผู้ตามจะติดต่อกับผู้บริหารไว้แน่นอน โดยอาศัยวิธีการตามปกติ เพราะกำหนดให้แตกต่างจากปกติ ผู้ตามจะไม่กล้าติดต่อกับ นอกจากนั้น จะทำให้รู้ว่าเมื่อมีปัญหาที่จะปรึกษาควรติดต่อใคร
- 4) จะต้องยอมรับความคิดเห็นจากบุคคลในระดับล่าง ซึ่งอาจจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ผู้บริหารจะต้องเตรียมพร้อมที่จะรับฟัง โดยถือว่าข้อคิดและความเห็นทุกอย่างเป็นประโยชน์เพื่อทราบถึงปัญหาที่แท้จริงจากข้อมูลที่ส่งขึ้นมาจากระดับล่าง
- 5) จะต้องรับฟังข้อมูลอย่างมีเป้าหมาย โดยปล่อยให้ผู้ตามแสดงความคิดเห็นอย่างมีอิสระและพิจารณา ค้นหาให้พบว่าเป้าหมายนั้นคืออะไร

- 6) จะต้องปรับปรุงส่งเสริมให้มีการส่งข้อมูล จากผู้ปฏิบัติงานอยู่ตลอดเวลา โดยการใช้ช่องทางหรือวิธีการสื่อสารหลายๆวิธี ซึ่งตามปกติวิธีที่ใช้ได้ผลมากที่สุด คือ การสื่อสารด้วยวาจาและพบหน้ากัน แต่ก็ควรส่งเสริมให้ใช้วิธีการอย่างอื่นด้วย เช่น การร้องทุกข์ การสำรวจทัศนคติ การให้คำปรึกษาแนะนำการรับประทานอาหารร่วมกัน และผู้รับความคิดเห็น เป็นต้น

วิธีการที่ทำให้ได้รับข้อมูลจากผู้นำความคิด ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้คนในการติดต่อสัมพันธ์กัน คือ แรงจูงใจในตัวบุคคลนั่นเอง การที่คนติดต่อกันต่างก็มีเป้าหมายของตนเอง สนองความต้องการของตนเอง และปรับปรุงสถานที่ทำงานของตนให้น่าอยู่ ดังนั้น สิ่งที่เป็นพื้นฐานของบรรยากาศการสื่อสารคือ ความไว้วางใจซึ่งกัน เมื่อเกิดความไว้วางใจ ผู้ตามทางความคิดก็สามารถแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระเสรี และตรงไปตรงมา ขณะเดียวกันผู้นำทางความคิดก็รับฟังข้อมูล และแปลความหมายได้อย่างถูกต้อง

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารตามแนวดิ่ง มีตัวแปรที่กำหนดบทบาทระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร คือ ตำแหน่ง (Status) และอำนาจ (Power) กล่าวคือ ตำแหน่ง หมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกิดจากตำแหน่งหน้าที่การงาน รวมทั้งการให้รางวัลหรือลงโทษ ส่วนอำนาจ หมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกิดจากความสามารถบุคลิกลักษณะส่วนตัวในการควบคุม หรืออิทธิพลต่อคนอื่น และเหตุการณ์นั้นๆ ในบางหน่วยงาน บุคคลที่ไม่มีตำแหน่งเหนือกว่าในฐานะผู้บังคับบัญชา อาจสามารถสร้างอำนาจบุคลิกลักษณะจูงใจให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม หรือได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นๆ อย่างไม่เป็นทางการ แต่ไม่มีศักยภาพจูงใจให้ปฏิบัติงานได้

3. การสื่อสารในแนวนอน (Horizontal Communication) หมายถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่ดำรงตำแหน่งในระดับเดียวกันขององค์การ ตามปกติเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างพนักงานที่อยู่ในหน่วยงานเดียวกัน มีผู้บังคับบัญชาคนเดียวกัน การสื่อสารในแนวนอนจะเป็นสิ่งแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพราะพื้นฐานการสื่อสารนี้ ขึ้นอยู่กับบรรยากาศการไว้วางใจซึ่งกันและกัน เกิดขึ้นโดยความสมัครใจของแต่ละคนโดยไม่ต้องมีสิ่งจูงใจ(เสนาะ ตีเขาว์, 2537 : 442)

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารแนวนอน

- การประชุมกรรมการ
- แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างหยุดพักงาน
- การคุยกันทางโทรศัพท์
- บันทึกข้อความ

- กิจกรรมทางสังคม เช่น การเล่นเกม ไปเที่ยว

เนื่องจากการสื่อสารในแนวนอน เป็นกิจกรรมทางการสื่อสารในแนวดิ่งและแนวดิ่ง ปัญหาและอุปสรรคที่ควรระวังมี 3 ประการ คือ

1. การขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน เนื่องจากการสื่อสารในแนวนอน มีลักษณะค่อนข้างเป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ คือ มักจะเป็นเรื่องส่วนตัว ไม่ว่าจะเป็นการประสานงาน การแลกเปลี่ยนข้อมูล หรือการสร้างควมเข้าใจร่วมกัน ความไว้วางใจจึงเป็นสิ่งจำเป็น ที่จะทำให้การสื่อสารดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์

2. ผลกระทบต่อการสื่อสารในแนวดิ่ง เมื่อสมาชิกในระดับเดียวกันติดต่อกันเอง แม้จะทำให้งานสำเร็จลุล่วงรวดเร็วโดยไม่จำเป็นต้องรายงานให้หัวหน้างานสั่ง บางครั้งการประสานงานกันเอง อาจเกิดการผิดพลาดขึ้นได้ ทำให้งานไม่เป็นแบบอย่างเดียวกัน

3. ก่อให้เกิดการแข่งขัน กิจกรรมการสื่อสารในแนวนอนมักจะนำไปสู่การแข่งขันซึ่งกันและกัน ซึ่งผลของการแข่งขันจะกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

งานวิจัยเรื่องนี้เกี่ยวข้องกับรูปแบบการสื่อสารของผู้สูงอายุ ดังนั้นจึงมีความจำเป็น ที่จะต้องเข้าใจทฤษฎีเรื่อง “รูปแบบการสื่อสาร” ซึ่งเป็นแก่นสาระสำคัญอย่างยิ่ง ที่จะใช้เป็นกรอบแนวคิดในการตอบปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องรูปแบบการสื่อสารของผู้สูงอายุ ว่ามีรูปแบบในการสื่อสารเกี่ยวกับสุขภาพอย่างไร เพื่อให้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์พฤติกรรม การดูแลรักษาสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุได้

นอกจากนี้ยังมีการจำแนกรูปแบบการสื่อสารอีก 3 เกณฑ์ คือ

1. การจำแนกประเภทโดยใช้จำนวนของผู้ทำการสื่อสาร
2. การจำแนกประเภทโดยการใช้การเห็นหน้าค่าตากันเป็นเกณฑ์
3. ลักษณะการใช้ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการเป็นเกณฑ์

1. การจำแนกประเภทโดยใช้จำนวนของผู้ทำการสื่อสารเป็นเกณฑ์

การจำแนกในลักษณะนี้คำนึงถึงจำนวนของบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสถานการณ์การสื่อสาร (communication situation) หนึ่ง ๆ เป็นเกณฑ์ว่าในสถานการณ์นั้น ๆ มีผู้ทำการสื่อสารมากน้อยเท่าใด ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

1.1 การสื่อสารภายในบุคคล (intrapersonal communication)

การสื่อสารภายในบุคคลเป็นการสื่อสารของบุคคลคนเดียว บุคคลคนเดียวนั้นทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร กล่าวคือระบบประสาทส่วนกลาง (central nervous system) ของบุคคลนั้น จะทำหน้าที่ทั้งส่งสารและรับสาร ตัวอย่างของการสื่อสารภายในบุคคลได้แก่ การพูดกับตัวเอง, การร้องเพลงฟังคนเดียว, การเขียนจดหมายแล้วอ่านตรวจทานก่อนส่ง, การคิดถึงงานที่จะทำ เป็นต้น หรือ คือการสื่อสารสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นภายในตัวบุคคล กล่าวง่าย ๆ คือการมีปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายในตัวเอง การสื่อสารภายในบุคคลเป็นไปได้เพราะเราสามารถคำนึงถึงตนเอง โดยใช้สัญลักษณ์ที่ตนเองใช้ในการสื่อสารกับผู้อื่น สัญลักษณ์ที่เราพูดกับผู้อื่นก็เหมือนกับที่บุคคลพูดกับตนเอง ขณะที่มีการสื่อสารทุกประเภทมันจะขยายไปถึงการสื่อสาร ระหว่างบุคคลเสมอ กล่าวคือ การตีความหมายจะเกี่ยวข้องในการสื่อสารทุกประเภท แนวคิดสำคัญของการสื่อสารภายในตัวบุคคลมีขอบข่ายกว้างขวาง ดังนี้

การสื่อสารภายในบุคคลของแต่ละคนเป็นอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ สิ่งแวดล้อมรอบตัว คนเราจะเห็นสิ่งต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ รู้สึกตามที่อวัยวะรับรู้ยอมรับสัมพันธ์กับรหัสต่าง ๆ ตามพลวัตของบุคลิกภาพของตนเอง

จุดสำคัญของการสื่อสารภายในบุคคลดังกล่าวนี้ ย่อมมีความสืบเนื่องกับการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคลโดยผ่านสื่อเทคนิค และการสื่อสารมวลชน

1.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

คือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาทำการสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว (person-to-person) กล่าวคือทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (direct) ในขณะที่ใครคนหนึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คนอื่น ๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร ดังนั้นการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นได้ทั้งในกรณีคน 2 คน เช่น การพูดคุยกันระหว่าง 2 คน, การเขียนจดหมายถึงกัน และการใช้โทรศัพท์คุยกัน เป็นต้น ในทำนองเดียวกันการสื่อสารระหว่างบุคคลก็เกิดขึ้นได้ในกรณีของกลุ่มย่อย (small group) ซึ่งมีคนมากกว่า 2 คนขึ้นไปมารวมตัวกันในลักษณะที่สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง เช่น การประชุมกลุ่มย่อย, การเรียนในชั้นเรียน เป็นต้น

การสื่อสารระหว่างบุคคล คือการสื่อสารโดยตรงระหว่างคนสองคนหรือมากกว่าสองในระยะห่างทางกายภาพพอที่จะเลือกใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า (หู ตา จมูก ลิ้น ผิวกาย)และปฏิกิริยาตอบสนองแบบปัจจุบันทันที

แนวคิดอย่างกว้าง ๆ ในเรื่องนี้ปรับมาจากของฮอฟแลนด์ ซึ่งนิยามว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลคือสถานการณ์ปฏิสัมพันธ์ซึ่งบุคคล (ผู้สื่อสาร) ส่งสิ่งแก่ (ปกติจะใช้สัญลักษณ์ก่อนทำ) เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของอีกบุคคลหนึ่ง (ผู้รับสาร) ในลักษณะซึ่งหน้ากัน ต่อมาภายหลังบาร์นสันต์ได้กำหนดคุณลักษณะ 5 ประการของกิจกรรมการสื่อสารประเภทนี้ดังนี้

1. ในเบื้องต้นจะมี “ความเกี่ยวเนื่องรับรู้ต่อกัน” (perceptual engagement) ในคนสองคนหรือมากกว่าซึ่งมีความใกล้ชิดกันทางกายภาพ นี่เป็นส่วนหนึ่งของการติดต่อกันทางสังคมเบื้องต้นซึ่งเป็นที่ต้องเกิดขึ้นก่อนกิจกรรมสื่อสารประเภทนี้
2. การรับรู้ระหว่างกันทำให้เกิดการพึ่งพากันในการสื่อสารซึ่งเน้นถึงปฏิสัมพันธ์ซึ่งเป็นจุดเน้นของการเอาใจใส่ในด้านความนึกคิดและการเห็นภาพ เช่นในการสนทนากันในการมีปฏิสัมพันธ์กันนั้นแต่ละคนจะมีการตอบสนองต่อประเด็นโดยคนอื่น ๆ
3. จุดเน้นของการปฏิสัมพันธ์นี้ผ่านการแลกเปลี่ยนสารระหว่างกัน การแลกเปลี่ยนนี้ผู้มีส่วนร่วมจะขบคิดประเด็นอย่างกว้างขวาง ประเด็นนั้น ๆ ทำให้นำมาซึ่งสารใหม่จากอีกคนหนึ่ง
4. ปฏิสัมพันธ์นี้อยู่บนพื้นฐานของการสื่อสารแบบซึ่งหน้ากัน แต่ละคนเผชิญหน้ากับอีกคนหนึ่งอย่างเต็มที่
5. การสื่อสารระหว่างบุคคลมักจะไม่มีโครงสร้างที่แน่ชัด มีกฎน้อยมากในการควบคุมความถี่ รูปแบบ หรือเนื้อหาของสารระหว่างบุคคล

กล่าวโดยสรุป บาร์นสันต์กล่าวว่า การศึกษาในเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางสังคม ของการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการซึ่งบุคคลมีการปะทะสังสรรค์กันแบบซึ่งหน้า (face-to-face encounters) โดยผ่านสารที่แลกเปลี่ยนกับทั้งสองฝ่าย ทั้งที่เป็นวจนสารและอวจนสาร

1.3 การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication)

เป็นการสื่อสารระหว่างคนจำนวนมากซึ่งอยู่ในที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น การอภิปรายในหอประชุม, การพูดหาเสียงเลือกตั้ง, การสอนที่มีกลุ่มผู้เรียนจำนวนมากซึ่งอยู่ในหลายห้องเรียน จำต้องอาศัยสื่อการสอน เช่น โทรทัศน์วงจรปิดเข้าช่วย, และการปราศรัยในงานสังคม เป็นต้น การสื่อสารในกลุ่มใหญ่นี้โอกาสที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะติดต่อกันแลกเปลี่ยนสารกันโดยตรงมีอยู่น้อย และขาดลักษณะของการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (person-to-person)

1.4 การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication)

เป็นการสื่อสารระหว่างผู้เป็นสมาชิกขององค์กรหรือหน่วยงานเพื่อปฏิบัติการกิจของหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย การสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา, การสื่อสารระหว่างผู้ร่วมงานในระดับเดียวกัน ตัวอย่างของการสื่อสารในองค์กร ได้แก่ การสื่อสารในบริษัทและการสื่อสารในหน่วยงานราชการ เป็นต้น

การสื่อสารในองค์กร คือ รูปแบบหนึ่งของการสื่อสารระหว่างบุคคล แต่มีคุณลักษณะที่เป็นการกำหนดสร้างขึ้น โดยระบุว่าต้องมีอาณาบริเวณที่ชัดเจนและมีนัยสำคัญในการศึกษา โดยเฉพาะ

ประการแรก การสื่อสารในองค์กรมีคุณลักษณะเด่นในแง่ที่เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล คือเป็นปฏิสัมพันธ์แบบซึ่งหน้า เน้นจำเพาะที่มีการใช้ประสาทรับรู้ทุกอย่างและมีปฏิกิริยาตอบสนองอย่างทันทีทันใด อย่างไรก็ตามการสื่อสารภายในองค์กรมีเรื่องของสถานภาพและบทบาทของบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น บทบาทที่ได้รับการกำหนด บรรทัดฐานของวิชาชีพ เส้นทางการสื่อสารถึงกัน การขัดขวาง และอื่น ๆ

ยิ่งอาณาบริเวณใหญ่ขึ้นเพียงไร การสื่อสารระหว่างบุคคลในองค์กรนั้นก็จะมีการกำหนดเป็นกติกาลักษณะมากขึ้น มีความผูกพันกันน้อยลง ในการปฏิสัมพันธ์ที่จำเพาะเจาะจงจะทำให้บุคคลรู้ได้ว่าตนอยู่ “ใน” หรือ “นอก” องค์กร แต่โดยปกติเขาจะตระหนักในความเป็นสมาชิกขององค์กร ถ้าเขาถูกกำจัดออกจากองค์กร เขาก็จะไม่สามารถสื่อสารในฐานะเป็นสมาชิกคนหนึ่ง ถ้าเขาถูกจัดรวมอยู่ในองค์กร เขาก็จะได้รับมอบหมายให้สื่อสารในลักษณะที่กำหนดไว้ว่าจะต้องปฏิบัติอย่างไร

แม้ว่าองค์กรต่าง ๆ มีความผันแปรในเรื่องขนาด ความมั่นคง และลักษณะงานที่ทำ แต่องค์กรทั้งหลายก็ย่อมต้องมีสมาชิกที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ดำรงสถานะทางสังคมต่าง ๆ กัน และแสดงบทบาททางสังคมนั้น ๆ แบบแผนบางอย่างของการกระทำคือ รางวัลและการเสริมแรงโดยสมาชิกขององค์กร ส่วนแบบแผนบางอย่างจะไม่ได้รับการยอมรับ ด้วยเหตุนี้พฤติกรรมที่เหมาะสมจึงมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับสมาชิกของกลุ่มด้วยการกำหนดมาตรฐานสำหรับความเหมาะสมของการกระทำการสื่อสาร การสื่อสารในองค์กรหนึ่ง ๆ จะกลายมาเป็นสิ่งที่คาดหมายถึงทิศทาง ความถี่ รูปแบบ และแม้กระทั่งเนื้อหาในสารที่แลกเปลี่ยนกัน

คุณลักษณะประการสุดท้ายของการสื่อสารในองค์การ คือ การสืบทอดและสร้างสรรค์ขึ้นใหม่นี้ สารจะส่งผ่านจากคนหนึ่งไปยังอื่น ๆ และไปเรื่อย ๆ แต่การกระทำการสื่อสารแต่ละครั้งจะคงไว้ซึ่งการครอบงำกันล่วงหน้าของปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 2 คน (dyadic or two-person interaction)

รูปแบบหลักของการสื่อสารในองค์การ คือ การสื่อสารทางการพูด (oral communication) อย่างไรก็ตาม สิ่งพิมพ์ซึ่งปรากฏอยู่ในรูปของบันทึกความจำ บัตรเจาะ ฯลฯ ก็มักจะถูกใช้บ่อย ๆ แต่ในท้ายที่สุดก็จะวิเคราะห์ได้ว่ารูปแบบเหล่านี้เป็นเครื่องช่วยการสื่อสารแบบซึ่งหน้ากัน หรือใช้แทนชั่วคราวเท่านั้น (เช่น โทรศัพท์) ในด้านกว้าง ๆ การศึกษาเรื่องการสื่อสารในองค์การจะต้องนับรวม “ช่องทางการสื่อสารที่เป็นภาพเงา” (shadow channels) หรือช่องทางการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการในองค์การด้วย การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการจะทำหน้าที่เป็นภาพเงาของความเหมาะสมขององค์การ ที่เป็นทางการกระจายข้อมูลข่าวสารและกระทำตอบสนองในฐานะกลไกของปฏิริยาตอบสนอง มันเป็นเครื่องประกอบที่มีประโยชน์หรือทำให้กลไกดำเนินหน้าที่ไปได้ ขณะเดียวกันก็อาจเป็นอันตรายหรือเป็นอุปสรรคต่อการทำหน้าที่ประโยชน์แก่องค์การ

แม้ว่าคุณลักษณะของการสื่อสารในองค์การ กับช่องทางการสื่อสารแบบเป็นทางการมีความคล้ายคลึงกันมาก แต่ก็ไม่ควรใช้หรือให้ความหมายสับสนกัน การสื่อสารในองค์การมีหลักพื้นฐานเกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายข่าวสารสู่สมาชิกของกลุ่ม (องค์การ) รวมถึงการมีรูปแบบต่าง ๆ ของการกระจายข่าวสารด้วย นี่คือนิยามของการสื่อสารประเภทนี้ ส่วนหลักเกณฑ์ของช่องทางการสื่อสารอย่างเป็นทางการตรงข้ามกับการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ ช่องทางการสื่อสารอย่างเป็นทางการนั้นอาจเกี่ยวข้องกับอำนาจสื่อสาร (บังคับบัญชา) หรือไม่ก็ได้ แต่การสื่อสารในองค์การจะต้องเกี่ยวข้องกับอำนาจบังคับบัญชา

สายงานในด้านการงานของการสื่อสารในองค์การ เป็นการสื่อสารที่มีช่องทางอย่างเป็นทางการ แต่ช่องทางการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการไม่ได้จำกัดอยู่แต่ในองค์การเท่านั้นยังรวมตลอดถึงการสื่อสารที่มีผู้รับสารจำนวนมากหรือสาธารณชนด้วย

โดยสรุป การสื่อสารในองค์การ คือ การสื่อสารที่เกิดขึ้นในปริณทลอันจำกัด และมีความข้องเกี่ยวกับความสัมพันธ์ตามเป้าหมายขององค์การนั้น ๆ

1.5 การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

เป็นการสื่อสารกับมวลชนจำนวนมากในขณะเดียวกันพร้อม ๆ กัน โดยที่สมาชิกของมวลชนแต่ละคนอยู่ในที่ต่าง ๆ กัน เพื่อให้ข่าวสารไปถึงมวลชนได้พร้อมกันจึงต้องอาศัยสื่อที่เข้าถึง

ประชาชนจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว คือ สื่อมวลชน (Mass Media) ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์ เป็นต้น

การสื่อสารมวลชนเป็นกระบวนการซึ่งไรท์ (Wright) ได้ระบุลักษณะดังนี้

1. เป็นการสื่อสารที่มุ่งไปที่ผู้รับจำนวนมาก ไม่รู้จักมักคุ้นกัน และมีความแตกต่างกันในหมู่ผู้รับ

2. มีการถ่ายทอดสารอย่างเปิดเผย ส่วนใหญ่จะกำหนดเวลาให้ถึงกลุ่มผู้รับพร้อม ๆ กัน

3. ผู้ส่งสารมักจะสื่อสารภายในองค์การที่ซับซ้อน ซึ่งมีการใช้จ่ายสูง

ณ เวลานั้นเวลาใด ผู้รับสารจำนวนมากซึ่งเสมือนอยู่ไกลกันและไม่ได้อยู่ใน

สภาพแวดล้อมแบบส่วนตัวจะได้รับตัวกระตุ้นอย่างเดียวกัน ภายใต้สภาพการณ์เช่นนี้ ผู้รับสารจะได้รับประสบการณ์ทางสังคมในลักษณะและขอบข่ายที่อยู่นอกเหนือวงจรชีวิตในสังคมธรรมดา และที่อยู่นอกเหนือการสื่อสารในครอบครัวหรือการสื่อสารพื้นฐานอื่นๆ เนื่องจากการสื่อสารมวลชนลดหรือจำกัดมิติของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลลง และมักจะดึงบุคคลออกจากสภาพสังคมวัฒนธรรมที่อยู่รอบตัวโดยทั่วไป

การสื่อสารมวลชนทั้งหลายประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 5 ประการ คือ

- 1) ผู้ส่งสาร ซึ่ง
- 2) ส่งสาร ๆ หนึ่ง
- 3) โดยผ่าน ช่องทาง ๆ หนึ่ง
- 4) ถึงผู้รับสาร กลุ่มหนึ่ง
- 5) และทำให้เกิดผลบางประการ

แต่โดยทั่วไป คำจำกัดความของคำว่า “สื่อมวลชน” มักเน้นเฉพาะ 4 องค์ประกอบแรก

2. การจำแนกประเภทโดยใช้การเห็นหน้าค่าตากันเป็นเกณฑ์

การจำแนกประเภทของการสื่อสารในลักษณะนี้กำหนดโดยพิจารณาว่าผู้ส่งสารกับผู้รับสารเห็นหน้าค่าตากันหรือไม่ในขณะที่ทำการสื่อสาร ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

2.1 การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากัน (Face-to-face Communication)

ในการสื่อสารประเภทนี้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเห็นหน้าซึ่งกันและกันได้ สามารถสังเกตกิริยาท่าทางของฝ่ายตรงกันข้ามได้ ตัวอย่างของการสื่อสารประเภทนี้ได้แก่การพูดคุยกันต่อหน้า, การประชุมกลุ่มย่อย, การเรียนในชั้นเรียน เป็นต้น

2.2 การสื่อสารแบบไม่เห็นหน้าค่าตากัน (Interposed Communication)

การสื่อสารในลักษณะนี้ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่เห็นหน้าค่าตากันเพราะอยู่ห่างไกลกันด้วยระยะทางและสถานที่ ทั้งสองฝ่ายไม่สามารถสังเกตกิริยาท่าทางของฝ่ายตรงกันข้ามได้ เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างกันจึงมักจะเป็นสื่อโทรคมนาคม (Telecommunication media) และสื่อมวลชน (Mass media) ตัวอย่างของการสื่อสารประเภทนี้ เช่น การเขียนจดหมายถึงกัน, การพูดโทรศัพท์, การส่งโทรเลข ซึ่งเป็นการสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunication) ส่วนในการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) ก็ใช้สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์, วิทยุและโทรทัศน์ เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร

3. ลักษณะการใช้ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการเป็นเกณฑ์

3.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) คือ เมื่อสารถูกส่งต่อตามลำดับขั้น หรือตามลักษณะหน้าที่ของภารกิจสารนั้นก็จะไหลผ่านไปตามสายใยความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการจะถูกส่งขึ้นบนหรือลงล่าง ที่เป็นไปตามการมอบหมายอำนาจหน้าที่ และการตัดสินใจ สารจะถูกส่งข้ามหน่วยงานก็ต่อเมื่อกำหนดไว้โดยหน้าที่การปฏิบัติ จะสังเกตได้ว่าความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการภายในองค์กร จะเป็นตัวกำหนดทิศทางการไหลของสาร นอกจากนี้ การสื่อสารแบบเป็นทางการมักจะเน้นสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรมากกว่าคำพูด

การสื่อสารที่เป็นทางการเป็นการสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้โดยชัดเจน (สมพงษ์ เกษมสิน : 258 อ้างถึงใน โชติรส ทิมพัฒนพงศ์ , 2537 : 14-15) การสื่อสารของระบบราชการจะมีระเบียบแบบแผนและต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร การสื่อสารแบบนี้มีลักษณะสำคัญบางประการ ได้แก่

1. เป็นการนำเอานโยบาย การสั่งการ หรือคำแนะนำผ่านไปตามสายการบังคับบัญชา
2. เป็นการนำกลับมายังผู้บังคับบัญชา หรือหัวหน้าหน่วยงาน ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะ รายงานและการสนองตอบของผู้บังคับบัญชา
3. เป็นการแจ้งนโยบายทั่วไปขององค์กรแก่ข้าราชการ พนักงานหรือเจ้าหน้าที่

3.2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) หมายถึง การสื่อสารในลักษณะที่ฝ่ายต่างๆ กระทำกันเองเป็นการส่วนตัว ส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารโดยใช้คำพูด และมักจะเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในทางส่วนตัวมากกว่าทางตำแหน่ง อำนาจ หน้าที่ ลักษณะสำคัญของการสื่อสารแบบนี้ คือ ความรวดเร็วในการสื่อสารจะมีมากแต่ก็มีข้อเสีย คือ ข่าวสารข้อมูลต่างๆ อาจจะผิดไปจากความเป็นจริงได้ง่าย ดังนั้น ควรจะเริ่มต้นด้วยการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการในระยะแรกก่อน แล้วจึงตามด้วยการสื่อสารแบบเป็นทางการในภายหลัง หรือใช้ควบคู่กันไป จะได้ทั้งความรวดเร็วและความถูกต้อง

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสาร

เมื่อการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญชนิดหนึ่งในการรณรงค์ เพื่อให้ประชาชนมีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดน้อยลง ดังนั้นการศึกษาปัจจัยการสื่อสารจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ควรศึกษาเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยการสื่อสารที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่โครงการพึงประสงค์ อันนำไปสู่ความสำเร็จของโครงการอย่างแท้จริง

เบอร์โล (1996) อธิบายว่า การสื่อสารจะประสบประสิทธิผลหรือไม่ขึ้น ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพขององค์ประกอบต่างๆ และได้แสดงปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพขององค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบไว้ในแบบจำลองกระบวนการสื่อสารซึ่งเป็นที่รู้จักกันในนาม S M C R model นั้นเอง

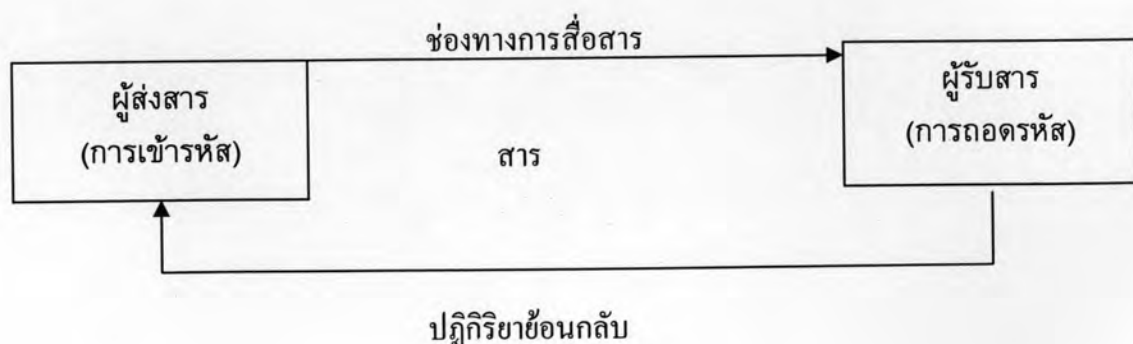
แผนภาพที่ 2: แบบจำลองกระบวนการสื่อสาร (S M C R model)

ผู้ส่งสาร ประกอบด้วย	สาร ประกอบด้วย	ช่องทางการสื่อสาร ประกอบด้วย	ผู้รับสาร ประกอบด้วย
ทักษะในการสื่อสาร (Comm. Skill)	รหัส (Code)	การเห็น (Seeing)	ทักษะในการสื่อสาร (Comm. Skill)
ทัศนคติ (Attitude)	สัญลักษณ์ (Symbol)	การได้ยิน (Hearing)	ทัศนคติ (Attitude)
ความรู้ (Knowledge)	สัญญาณ (Signal)	การสัมผัส (Touching)	ความรู้ (Knowledge)
ระบบสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural System)	เนื้อหาของสาร (Content) การนำเสนอสาร (Treatment)	การลิ้มรส (Testing) การดม (Smelling)	ระบบสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural System)

เกสึนึ จูทาวิจิตร (2542:13) กล่าวว่าจุดเด่นของแบบจำลองของเบอร์โลอูที่การแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบ ซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารทั้งกระบวนการ

นอกจากนี้แล้ว โรเจอร์ส (Everett M. Rogers, 1973:45) ได้กล่าวถึงกระบวนการการสื่อสารว่า หมายถึง กระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสาร (Source) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างของผู้รับสาร

แผนภาพที่ 3: แบบจำลองกระบวนการสื่อสาร



แบบจำลองของโรเจอร์สนี้ แสดงให้เห็นว่า กระบวนการสื่อสารจะเสร็จสมบูรณ์เมื่อเนื้อหาที่ส่งเป็นรหัสไปสู่ผู้รับนั้น ไม่ได้ถูกถอดออกและผู้รับได้รู้เนื้อหาสารที่ส่งไปนั้น แต่การที่จะตรงตามที่ผู้ส่งสารต้องการหรือไม่ นั้น ก็แล้วแต่ประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร(Field of Experience) ในกระบวนการสื่อสารยังต้องมีปฏิริยาตอบกลับ (Feedback) ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อข่าวสารของผู้ส่งสาร เพราะสามารถนำมาพิจารณาว่าการสื่อสารบรรลุผลสำเร็จหรือไม่

โครงการศาลายาอิมสุข มีองค์ประกอบของการสื่อสารอย่างครบถ้วนทั้งผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสารองค์ประกอบทั้ง 4 ประการข้างต้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสื่อสารในการดำเนินโครงการเพื่อให้ประชาชนมีพฤติกรรมที่เหมาะสม เนื่องจากองค์ประกอบดังกล่าวเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารในการดำเนินโครงการศาลายาอิมสุข ดังนั้นการทำความเข้าใจปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบทั้ง 4 อย่างถ่องแท้ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการวางแผนจัดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

บุญศรี ปรานณศักดิ์ (2534:41-46) อธิบายถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการสื่อสารตามแบบจำลองของเบอร์โล ไว้ดังนี้

แหล่งสาร (Source)

แหล่งสาร (Source) ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการสื่อสาร ผู้ส่งสารจึงมีบทบาทในการชี้แนะว่า พฤติกรรมสื่อสารภายใต้สถานการณ์หนึ่งๆ นั้นจะมีรูปแบบใด และมีผลอย่างไร

คุณลักษณะสำคัญของแหล่งสาร

เมื่อคนเราทำการสื่อสาร ปัจจัยในตัวเราหลายอย่างมีผลต่อสารที่เราส่งออกไปหรือการแปลความสารที่เรารับกลับมา ดังนี้

1 **ทักษะในการสื่อสาร** ได้แก่ ความชำนาญในการสื่อสาร เมื่อเราสื่อสารด้วยวิธีใด เราต้องมีทักษะในการสื่อสารด้วยวิธีนั้นๆ เช่น การพูด เราต้องมีทักษะในการเปล่งเสียงได้ชัดถ้อยชัดคำ จัดประโยคได้ถูกต้อง ใช้คำที่แสดงความหมายได้ตรง จึงจะทำให้พูดออกไปได้ตรงกับที่ตนเองต้องการ และผู้ฟังมีโอกาสได้ยินตามที่เรต้องการ ทักษะในการส่งสาร เช่น การเรียน การวาด การแสดงสีหน้า การทำท่าทาง หรือใช้สัญลักษณ์ต่างๆ เช่น ภาษามือของคนใบ้ เป็นต้น

2 **ทัศนคติ** คือ ทำที่หรือความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่งที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติของผู้ส่งสารแบ่งออกได้เป็น 3 ประการ คือ

2.1 ทัศนคติต่อตนเอง การที่ผู้ส่งสารจะประสบความสำเร็จในการสื่อสารได้นั้นจำเป็นต้องมีความมั่นใจในตนเอง

2.2 ทัศนคติต่อเรื่องราวที่จะสื่อสาร ผู้ส่งสารจะต้องมีความเชื่อหรือเลื่อมใสในเรื่องที่ตนทำการสื่อสาร เพื่อให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ

2.3 ทัศนคติต่อผู้รับสาร ถือได้ว่ามีความสำคัญมากต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ส่งสาร เพราะถ้าผู้ส่งสารมีความรู้สึกที่ดีต่อผู้รับสาร ก็จะทำให้อยากสื่อสารด้วย และพยายามเลือกคำพูดที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความพอใจ

3 **ความรู้ (Knowledge)** ความรู้ของผู้ส่งสารก็มีผลต่อการสื่อสาร เพราะสามารถทำให้การสื่อสารมีประสิทธิผลหรือไม่ก็ได้ ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการสื่อสาร ประกอบด้วย

3.1 ความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่สื่อสาร คนเราขอมสื่อสารเรื่องที่เรามีความรู้เป็นอย่างดีดีกว่าเรื่องที่เราไม่รู้หรือรู้เพียงเล็กน้อย การมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่สื่อสารมากเพียงพอ เราก็จะส่งเนื้อหาที่ถูกต้องและครบถ้วน

3.2 ความรู้เกี่ยวกับคู่สื่อสารของตน การมีความรู้เกี่ยวกับบุคคลที่เราจะสื่อสารด้วย จะช่วยให้เราสามารถสื่อสารได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น เช่น นักพูดในที่ชุมชนทั้งหลายต้องวิเคราะห์ผู้ฟังของตนว่าเป็นใคร จำนวนเท่าใด เพศ วัย การศึกษา อาชีพ เชื้อชาติ ศาสนา ความสนใจ เป็นอย่างไร ทั้งนี้เพื่อจัดเรื่องราวและวิธีการพูดของตนให้เหมาะสมกับผู้ฟัง

4 สถานภาพทางสังคม (Social Status)

สถานภาพทางสังคมของบุคคลมีผลต่อการสื่อสาร ในการสื่อสารบุคคลจะพิจารณาสถานภาพทางสังคมของผู้ส่งสารด้วย ถ้าคู่สื่อสารของตนมีสถานภาพทางสังคมสูง มีบทบาทและหน้าที่ทางสังคมเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป ก็จะทำให้ผู้ส่งสารนั้นเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้รับสารสูงกว่าผู้ที่มีสถานภาพทางสังคมต่ำกว่า ซึ่งจะมีโอกาสที่ผู้รับสารนั้นจะยอมรับข่าวสารได้มากกว่า เช่น ผู้นำชุมชน ผู้นำความคิด กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน พระสงฆ์ แพทย์ เป็นต้น

5 **พื้นฐานทางวัฒนธรรม** หมายถึง แบบวิถีของคนในสังคมทั้งด้านความเป็นอยู่ อาหาร การกิน การแต่งกาย การหาความบันเทิง ศิลปดนตรี ความเชื่อ ประเพณี ค่านิยม อาชีพ และการสื่อสาร วัฒนธรรมจะหล่อหลอมแบบของการรับรู้และการตีความไว้ บุคคลต่างวัฒนธรรมจะมีการปฏิบัติเพื่อสื่อความหมายในสื่อเดียวกันแตกต่างกันออกไป

นอกจากปัจจัยเกี่ยวกับผู้ส่งสารที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว อรพรรณ ปีตันธนโอบาท (2542 : 119-122) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ส่งสารไว้อีก คือ ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร

การศึกษาเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ได้มีการศึกษามาตั้งแต่สมัยกรีกโบราณ โดยอริสโตเติลได้ทำการวิเคราะห์ถึงความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร และสรุปได้ว่าเกิดจากลักษณะของผู้ส่งสาร คือ ประการแรก ความเป็นผู้มีสติปัญญา มีไหวพริบเชาว์ปัญญาอุปถัมภ์ด้วยวิจรรณญาณอย่างดี (Intelligence) ประการที่สอง ความเป็นผู้มีเจตนาดี และจริงใจต่อผู้รับสาร (Good Will) ประการที่สาม ความเป็นผู้มีลักษณะภายนอกที่ดี (Good Character)

จากการวิจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารซึ่งได้พัฒนาโดยเบอร์โล และคณะ (Berlo , 1966) วิเคราะห์ออกมาได้ข้อสรุปว่ามีปัจจัย 3 ประการที่ผู้รับสารมักใช้ในการตัดสินใจความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ได้แก่

1. ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นใจ (Safety Factor) ผู้ส่งสารที่จะมีคุณสมบัติด้านนี้ต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ คือ

- ใจดี	(Kind)
- เข้ากับคนอื่นได้ง่าย	(Congenial)
- มีความเป็นเพื่อน	(Friendly)
- ไม่ขัดคอใคร	(Agreeable)
- น่ารัก	(Pleasant)
- สุภาพ	(Gentle)
- ไม่เห็นแก่ตัว	(Unselfish)
- ยุติธรรม	(Just)
- รู้จักให้อภัย	(Forgiving)
- เอื้อเฟื้อ	(Hospitable)
- ร่าเริง	(Cheerful)
- มีศีลธรรม	(Ethical)
- อคทน	(Patient)
- สงบเยือกเย็น	(Calm)

2. ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification Factor) ส่วนใหญ่ปัจจัยนี้จะเน้นความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ของผู้ส่งสาร คุณสมบัติเหล่านี้ อาทิเช่น

- มีประสบการณ์ด้านใดด้านหนึ่ง (Experienced)
- ได้รับการฝึกฝน (Trained)
- มีความชำนาญ (Skilled)
- มีอำนาจในหน้าที่ (Authoritative)
- มีความสามารถ (Able)
- มีไหวพริบ (Intelligence)

3. ปัจจัยด้านพลวัตของผู้ส่งสาร (Dynamism Factor) ปัจจัยนี้คือ ปัจจัยที่แสดงวามคล่องแคล่ว กระตือรือร้น ความไม่เลื่อยชาของผู้ส่งสาร ลักษณะเหล่านี้ ได้แก่

- เป็นฝ่ายรุก (Aggressive)
- รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา (Empathic)
- ตรงไปตรงมา (Frank)
- กล้า (Bold)
- กระตือรือร้น (Active)
- รวดเร็ว (Fast)
- คล่องแคล่ว (Energetic)

จากปัจจัยทั้ง 3 ประการนี้ หากผู้รับสารพิจารณาว่าผู้ส่งสารมีคุณลักษณะดังกล่าวแล้ว ก็กล่าวได้ว่า ผู้ส่งสารมีความสามารถในการโน้มน้าวใจได้ เชื่อกันว่าเรื่องที่ผู้ส่งสารพูดมา มีความสำคัญน้อยกว่าบุคลิกภาพของตัวผู้ส่งสารเอง เพราะจะเป็นพลังสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารได้มากกว่า หรืออีกนัยหนึ่ง ถ้าผู้ฟังเห็นว่าผู้พูดไม่น่าเชื่อถือแล้ว ไม่ว่าเรื่องที่พูดเป็นอะไรก็ย่อมจะไม่น่าเชื่อถือไปด้วย (อรวรรณ ปิรันธน์ โอวาท 2542:122)

สาร Message

การสื่อสารจะราบรื่นและบรรลุวัตถุประสงค์เพียงใด สารที่ใช้ก็มีส่วนเป็นตัวกำหนดที่สำคัญไม่น้อยทีเดียว ข้อมูลนับเป็นแก่นสารสำคัญในการบวนการโน้มน้าวจิตใจบุคคลให้มาเข้าร่วม ซึ่งเป็นเป้าหมายหรือจุดประสงค์ในการสื่อสาร เพื่อให้ผู้รับสารได้รับอิทธิพลจากเนื้อหาของสารที่ส่ง ซึ่งประสิทธิผลของสารมักจะขึ้นอยู่กับลักษณะของการเร้าอารมณ์ที่ใช้ (Type of Appeal) รูปแบบการนำเสนอ (Presentation Style) ชนิดของสารที่ต้องการสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่พึงประสงค์ รวมถึงปัจจัยทางด้านผู้ส่งสาร ซึ่งมีอิทธิพลในการกำหนดเนื้อหาสารเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง

คุณสมบัติของสาร

คุณลักษณะภายในตัวสารที่มีผลต่อการสื่อสาร ได้แก่

1 รหัสสาร (Message Code) ได้แก่ กลุ่มของสัญลักษณ์ซึ่งสามารถนำมาจัดโครงสร้างให้มีความหมายที่ผู้รับสารเข้าใจได้ ทั้งนี้การที่รหัสสารจะเกิดขึ้นได้ ต้องมีส่วนประกอบ (Group of Element) และกระบวนการในการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ส่วนประกอบเหล่านั้นมีความหมายขึ้นมา

2 เนื้อหาสาร (Message Content) คือ ส่วนประกอบในตัวละคร ที่ผู้ส่งสารใช้เพื่อการถ่ายทอดสาระ ข้อมูลหรือเจตนาารมณ์ของคน ซึ่งเนื้อหาของสารแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท หลายลักษณะตามเนื้อหาของสารในรูปแบบต่างๆ เช่น เนื้อหาโดยทั่วไป และเนื้อหาเฉพาะ เนื้อหาทางวิชาการต่างๆ และเนื้อหาที่ไม่ใช่วิชาการ หรือเนื้อหาประเภทบอกเล่า กับเนื้อหาประเภทความคิดเห็น เนื้อหาที่เป็นข่าว เนื้อหาบันเทิง และเนื้อหาชักจูงใจ เป็นต้น

เนื้อหาสารเป็นสิ่งที่เป็นเรื่องราวถ่ายทอดความคิดและความต้องการของผู้ส่งสาร การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้น เนื้อหาสารควรจะต้องมีสาระ มีคุณค่าเพียงพอในสายตาผู้สื่อสารทุกฝ่าย ขณะเดียวกันต้องเสนอสาระได้ครบถ้วนเพียงพอที่จะทำให้เกิดความเข้าใจด้วย หากสาระไม่มีคุณค่าเพียงพอ การสื่อสารนั้นก็จะถูกประเมินว่า “ไร้สาระ” และหากเสนอสารไม่ครบถ้วนก็อาจไม่เกิดประโยชน์

โดยปกติแล้วเนื้อหาของสารอาจประกอบด้วยข้อมูล ข้อเสนอ ข้อคิดเห็น ข้ออ้างอิง และข้อสรุป หรือมองในแง่หนึ่งอาจกล่าวได้ว่า เนื้อหาของสารจัดเป็น 2 ประเภท คือ สารประเภทข้อเท็จจริง และสารประเภทข้อคิดเห็น

สารประเภทข้อคิดเห็น ได้แก่ สารที่รายงานให้ทราบถึงความจริงต่างๆ ที่มีอยู่ในโลกทางกายภาพ อันอยู่ในวิสัยที่มนุษย์จะตรวจสอบได้ถึงความแน่นอนถูกต้องของสารนั้น ถ้าพิสูจน์ตรวจสอบแล้วสารนั้นเป็นจริง สารนั้นก็จัดได้ว่าเป็นสารที่มีคุณภาพควรแก่การเชื่อถือ

สารประเภทข้อคิดเห็น ได้แก่ สารซึ่งเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในจิตใจจากการประเมินของผู้ส่งสาร อาจจะเป็นความรู้สึก แนวคิด ความเชื่อที่บุคคลมีต่อตนเอง ต่อบุคคลอื่น ต่อวัตถุ หรือต่อเหตุการณ์ใดๆก็ตาม สารประเภทนี้เป็นสารที่ไม่อยู่ในวิสัยที่ตรวจสอบได้ว่าเป็นจริงหรือไม่ อาจทำให้เพียงแต่การประเมินความน่ารับฟัง ความสมเหตุสมผล ตลอดจนความเป็นไปได้ของสารเท่านั้น

สำหรับสารประเภทข้อคิดเห็นยังจำแนกได้เป็น 5 ชนิด คือ

1 ข้อคิดเห็นเชิงประเมินค่า คือ สารที่ชี้บ่งลงไปว่าอะไรดี อะไรไม่ดี ควรหรือไม่ควร ถูกหรือผิด มีประโยชน์หรือโทษ

2 ข้อคิดเห็นเชิงแนะนำ คือ สารที่บอกกล่าวให้ผู้รับสารทราบว่า ควรทำอะไร ด้วยขั้นตอนอย่างไรจึงได้ผลสมความมุ่งหมาย

3 ข้อคิดเห็นเชิงตั้งข้อสังเกต คือ สารที่ชี้ให้เห็นลักษณะที่แฝงอยู่ในตัวบุคคล วัตถุ เหตุการณ์ และพฤติกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดการพิจารณาอย่างถ่องแท้ นำระมัดระวัง

4 ข้อคิดเห็นเชิงตัดสินใจ คือ สารที่เป็นข้อเสนอ หลักการ ทางเลือก เพื่อการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ

5 ข้อคิดเห็นเชิงแสดงอารมณ์ คือ สารซึ่งแสดงสภาพอารมณ์ ความรู้สึก นิสัยใจคอทัศนคติ ความกระตือรือร้นของผู้ส่งสาร

3 การจัดการ (Message Treatment) คือ การพิจารณาเลือกสาร จัดโครงสร้างรหัสและเนื้อหาสารซึ่งกระทำโดยผู้ส่งสารผู้ส่งสารจำเป็นต้องสามารถถ่ายทอดความคิดออกมาในรูปแบบที่ผู้รับสารเข้าใจได้ ดังนั้นในการส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารจะต้องคำนึงถึงความสามารถในการรับสารของผู้รับสาร โดยคำนึงถึง รูปแบบการใช้ภาษา ความยากง่ายของผู้รับสารในการตีความสารของตน สารจะต้องไม่มีความสลับซับซ้อนคลุมเครือ และต้องมีการจัดลำดับเรื่องราวอย่างเป็นระเบียบ ซึ่งส่วนใหญ่จะจัดเรียงลำดับสารมักจะออกมาในรูปแบบ (Style) ของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะแตกต่างกันไป

ระวีวรรณ ประกอบผล (2528 อ้างในศิรินันท์ ลิมนชัยพรกุล, 2546: 41) อธิบายว่า ความสำคัญของสารที่ถูกส่งมาจากผู้รับสาร คือ การทำหน้าที่เร้าให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมาย และมีปฏิกิริยาตอบสนอง การที่ผู้รับสารจะรับสารที่ถูกส่งมาในรูปของสัญลักษณ์ได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับว่าผู้รับสารมีทักษะในการรับสารมากหรือน้อย ผู้รับสารซึ่งมีทักษะในการรับสารย่อมจะช่วยให้พฤติกรรมรับสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ชแรมม์ (Schramm:1969) กล่าวว่า ลักษณะของเนื้อหาสารจัดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสาร โดยมีลักษณะดังนี้

1 สารนั้นจะต้องมุ่งถึงผู้รับสารและได้รับความสนใจจากผู้รับสาร โดยการสร้างสารให้ผู้รับสารสนใจ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงกาลเทศะ การส่งรหัส เป็นต้น

2 สารนั้นต้องมีสัญลักษณ์แสดงถึงความเหมือนกันของผู้ส่งสารและผู้รับสารเพื่อแลกเปลี่ยนความหมายให้กันและกันได้ทราบชัด ซึ่งมีใช้เพียงแต่คำนึงถึงภาษาในการสื่อสารอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังคงเข้าใจในส่วนของความนึกคิดของผู้รับสารด้วย เพื่อให้สารที่สื่อไปนั้นบรรลุประสิทธิผล

3 สารต้องเร้าความต้องการของผู้รับสารและแนะนำวิธีการที่ผู้รับจะได้รับการตอบสนอง ความต้องการ เช่น การโฆษณาสินค้า นอกจากจะเร้าความต้องการของผู้รับสารแล้ว ผู้ส่งสารจะต้องบอกวิธีการซื้อ หรือสถานที่ที่จะซื้อด้วย

4 การที่มนุษย์อาศัยรวมกันเป็นกลุ่ม ค่านิยมที่เกิดขึ้นก็จะอิงที่ความสอดคล้องกับการลงวิถีชีวิตของกลุ่มด้วย

ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channel)

สื่อเป็นตัวเชื่อมผู้ส่งสารกับผู้รับสารเข้าด้วยกัน ทำให้ผู้ส่งสารทำการสื่อสารไปยังผู้รับสารได้ ในการสื่อสารนั้นผู้ส่งสารจำเป็นต้องมีสื่อและเลือกใช้สื่อเพื่อนำสารไปสู่ผู้รับสาร ประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารเช่นเดียวกับองค์ประกอบอื่นๆ การเลือกใช้สื่อย่อมสามารถจะเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสารได้ หากผู้ส่งสารเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร (Communication situation) ประสิทธิภาพของการสื่อสารก็จะมาก ในทางตรงกันข้าม หากผู้ส่งสารเลือกใช้สื่อที่ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร ประสิทธิภาพของการสื่อสารก็จะน้อย (ปรมะ สตะเวทิน ,2540:71)

อนันต์ธนา อังกินันท์ (2524) เสนอความเห็นว่าการเลือกใช้สื่อมักมีวิธีการแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับ ลักษณะของข่าวสาร และขั้นตอนกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร การเลือกสื่อที่ไม่เหมาะสมแล้ว ความสำเร็จของโครงการอาจเป็นไปได้ยาก ในการส่งข่าวสารหรือให้ความรู้ย่อมต้องอาศัยสื่อ (media) เป็นเครื่องช่วยนำเนื้อหาข่าวสารไปยังผู้รับให้เกิดความเข้าใจ ชัดเจน ถูกต้อง

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้ส่งสารซึ่งอาจเป็นบุคคลเดียวหรือกลุ่มบุคคลที่สามารถส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายในเวลาอันรวดเร็ว ได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 ขึ้นไป

สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ใบปลิว ใบประกาศ คู่มือภาพ โฆษณา เอกสารรายงานประจำปี หนังสือเล่มเล็กจุลสาร แผ่นปลิว แผ่นพับ ฯลฯ เป็นสื่อที่ผลิตขึ้นมาเพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้รับสาร โดยมีหลักคือ ใช้ข้อความและภาษาต่างๆ เร้าใจผู้อ่านด้วยภาพประกอบ ตัวอักษรสี และการจัดหน้าเล่ม

ลักษณะของสื่อที่ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับ (สุโขทัยธรรมมาราช ,2534) ได้แก่

- 1 เป็นสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) หรืออีกนัยหนึ่ง ผู้รับสารจะไปเปิดรับสื่อที่ตนเองไม่สามารถจัดหาหรือเปิดรับได้
- 2 เป็นสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน
- 3 เป็นสื่อที่ผู้รับสารเปิดรับได้สะดวก (Convenience) กล่าวคือ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ตนไม่ต้องใช้ความพยายามในการจัดหาหรือเปิดรับมากนัก
- 4 เป็นสื่อที่ผู้รับสารเปิดรับอยู่เป็นประจำ หรืออีกนัยหนึ่ง ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อตามความเคยชิน

รุ่งนภา พิตรปรีชา (2528) กล่าวว่า การสื่อสารที่จะเข้าไปถึงผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ คือ

- 1 ความสะดวกของผู้รับในการใช้สื่อ ได้แก่ ความสามารถของสื่อในการที่จะเข้าไปถึงผู้รับในที่ใดๆ ก็ตาม ไม่ว่าจะห่างไกลเพียงใด และหมายรวมถึงความสามารถของผู้รับที่จะเป็นเจ้าของสื่อและความสะดวกต่อการใช้สื่อนั้นๆ เช่น สื่อวิทยุกระจายเสียง ซึ่งนับว่าเป็นสื่อที่ผู้รับมีความสะดวกในการใช้สูง เพราะออกอากาศด้วยคลื่นความถี่ที่มีรัศมีกว้างไกล มีราคาไม่แพงสามารถนำติดตัวไปในที่ต่างๆ ได้
- 2 ความสามารถในการรับสารได้ทันทีที่ต้องการ คือ ความสะดวกในการเลือกรับสารและรับสารซ้ำๆ จากสื่อใดๆ เมื่อผู้รับต้องการจะทบทวนสารที่ได้รับไปแล้ว เช่น หนังสือพิมพ์ นับเป็นสื่อที่มีความสามารถสูง เพราะผู้อ่านสามารถหยิบมาอ่านได้อีกทันทีที่ต้องการ และยังสามารถเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดหรือไม่อ่านฉบับใดก็ได้
- 3 ความรวดเร็วในการส่งสาร คือ ความสามารถในการส่งสาร คือความสามารถในการส่งสารไปยังผู้รับสารอย่างรวดเร็ว โดยผู้รับสารรับสารได้ในขณะที่ผู้ส่งสารกำลังจะส่งสารอยู่ ณ ต้นทาง เช่น วิทยุการสศ

ผู้รับสาร

ผู้รับสารถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในกระบวนการสื่อสาร ดังคำที่กล่าวว่า “The receiver is the most important link in the communication process” (Berlo, 1960:52) เนื่องจากผู้รับสารเป็นตัวตัดสินถึงความสำเร็จหรือไม่สำเร็จในการสื่อสารของผู้รับสาร การจะทำโครงการสื่อสารใดๆ ก็ตาม ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงผู้รับสารตลอดเวลาทั้งก่อนสื่อสาร และหลังทำการสื่อสาร โดยการวิเคราะห์ผู้รับสารก็คือการพิจารณาผู้รับสารก่อนทำการสื่อสารจริงๆ เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังของผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดนั่นเอง (ปรมะ สตะเวทิน, 2540:120)

ในกระบวนการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงผู้รับสารเสมอ เพราะผู้รับสารเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร หากผู้รับสารเข้าใจสารของผู้ส่งสาร การสื่อสารก็จะประสบความสำเร็จ ในทางตรงกันข้ามหากผู้รับสารไม่เข้าใจสารของผู้ส่งสาร การสื่อสารก็ล้มเหลว ดังนั้น ผู้ส่งสารจะต้องทำการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สารนั้นไปถึงผู้รับสาร เพื่อให้สารเป็นที่เข้าใจของผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารมีความหมายต่อสารตรงกับความหมายของผู้ส่งสาร การสื่อสารจึงจะมีประสิทธิผล

คุณลักษณะสำคัญของผู้รับสาร

ในการทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จ ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงลักษณะของผู้รับสารเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งสามารถแบ่งผู้รับสารออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics of Audience) ได้แก่

1.1 อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม นอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงด้วย การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่าเมื่อคนมีอายุมากขึ้น โอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงจะน้อยลง อีกทั้งคนที่อายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อคนมีอายุมากขึ้น

1.2 เพศ (Sex) ความแตกต่างทางเพศทำให้นักคนมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวนั้นด้วย

1.3 สถานะทางสังคมเศรษฐกิจ (Socio-economic Status) หมายความว่า อาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว กล่าวคือ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวที่ต่างกันย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน สิ่งต่างๆเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคน

1.4 การศึกษา (Education) เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกันไป ผู้ส่งสารจึงควรตระหนักและระมัดระวังว่าในการให้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ในลักษณะใด เพื่อให้การเสนอข่าวสาร คำแนะนำ และบริการ โดยเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

1.5 ศาสนา (Religion) การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสารเองทั้งในด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรม ศาสนามีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมในชีวิตของคนตลอดชีวิต ตั้งแต่เกิดจนตาย ในระยะเริ่มต้น เด็กได้รับอิทธิพลของศาสนา และการประเพณีในพิธีกรรมต่างๆ และในที่สุดก็ได้รับอิทธิพลโดยตรงของศาสนาในโอกาสต่างๆ ในการดำเนินชีวิตของคน จะพบว่า คนที่นับถือศาสนาต่างกัน จะมีความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป

2 ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographics) ได้แก่

2.1 ค่านิยม (Values) คือ เกณฑ์ที่ประชาชนยึดถือในการจัดระบบชีวิต โดยประชาชนมองว่าเกณฑ์เหล่านี้มีความสำคัญต่อพวกเขา ผู้รับสารจะตอบสนองในเชิงบวกต่อผู้ส่งสารและสารที่ไม่ขัดแย้งหรือล่วงเกินค่านิยมที่พวกเขายึดถือ ดังนั้นผู้ส่งสารที่ประสงค์จะสื่อสารกับผู้รับสารควรทำความเข้าใจถึงค่านิยมและผลกระทบที่ค่านิยมเหล่านี้จะมีต่อกระบวนการสื่อสารของตน

2.2 ความเชื่อ (Beliefs) คือ สิ่งที่ประชาชนยอมรับว่าเป็นจริงโดยไม่จำเป็นต้องมีการพิสูจน์ความถูกต้องมาขึ้นขั้นตราบไคที่บุคคลยังคงเชื่อในสิ่งนั้น ความเชื่อจะอยู่บนพื้นฐานการรับรู้ของบุคคล ความเชื่อแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ 1) ความเชื่อที่สร้างสมมา (Established beliefs) เป็นความเชื่อที่ฝังรากลึกอยู่ในจิตใจคน เปลี่ยนแปลงได้ยาก 2) ความเชื่อที่เพิ่งเริ่มก่อตัวขึ้น (Tentative beliefs) คือ ความเชื่อที่บุคคลไม่ได้ยึดถือ อย่างเคร่งครัดและสามารถเกิดใหม่ได้เรื่อยๆ ความเชื่อแบบนี้เกิดในขั้นตอนแรกๆ ก่อนที่จะกลายเป็นสิ่งที่บุคคลเชื่อมั่นในจิตใจต่อไป และเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่าความเชื่อที่สร้างสมมา

2.3 ทัศนคติ (Attitude) คือ ความโน้มเอียงที่บุคคลมีในเชิงบวกหรือลบต่อบุคคลอื่น สถานที่ สิ่งของ และแนวคิดต่างๆ ผู้ส่งสารควรพยายามค้นหาว่าผู้รับสารมีทัศนคติต่อสารที่ต้องการนำเสนอไปในทิศทางใด และทัศนคติเช่นนั้น รุนแรงมากน้อยเพียงใด เพื่อช่วยกำหนดกลยุทธ์และวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมเช่นเดียวกับผู้รับสาร ซึ่งปัจจัยทางด้านทัศนคตินี้ แบ่งออกเป็น 3 ประการคือ

- ทัศนคติต่อตนเอง ในการเป็นผู้รับสารนั้น ถ้าผู้รับสารมีความเชื่อมั่นในตนเอง โอกาสที่จะเข้าใจสารของผู้ส่งสารก็จะมามาก
- ทัศนคติต่อสารก็เป็นปัจจัยในการเพิ่มหรือลดประสิทธิภาพของการสื่อสาร
- ทัศนคติต่อผู้ส่งสาร หากผู้รับสารมีความเชื่อมั่นหรือประทับใจในตัวผู้ส่งสาร โอกาสที่การสื่อสารจะประสบความสำเร็จก็จะมามาก

ความสอดคล้องของบริบท

การสื่อสารไม่ได้เกิดขึ้นอย่างโดดเดี่ยว แต่การสื่อสารทุกครั้ง ทุกขณะที่เกิดขึ้นภายใต้บริบทหรือสิ่งแวดล้อมอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนั้น สิ่งแวดล้อมการสื่อสาร จึงมีผลต่อการสื่อสารของมนุษย์ด้วย สิ่งนี้อาจมีผลต่อการสื่อสาร ได้แก่ เวลา สถานที่ บุคคล อุปกรณ์ต่างๆ และรวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างตัวผู้ที่มาสื่อสารกัน การสื่อสารจะราบรื่นและเกิดผลดีถ้าผู้สื่อสารทำการสื่อสารได้เหมาะสมกับกาลเทศะและสิ่งแวดล้อม

จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบของการสื่อสารทั้งหมดที่กล่าวมาแล้วนั้น จะมีอิทธิพลอย่างมากต่อแนวคิดของบุคคล อันจะนำไปสู่พฤติกรรมต่างๆ ของบุคคลที่แสดงออกมา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการสื่อสารเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาถึงปัจจัยการสื่อสารในการดูแลสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุในศูนย์สุขภาพผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร สวนลุมพินี

3. แนวคิดเรื่องการสื่อสารกับสุขภาพ

การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มความรู้ สร้างทัศนคติที่ดี และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านสาธารณสุข เพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดีทั้งกายและใจ อันเป็นพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งยกระดับมาตรฐานการครองชีพต่าง ๆ ได้ (อรสา ปานขาว 2539 : 621)

Costello (1977) ได้ให้ความหมาย "การสื่อสารกับคุณภาพ" ไว้ว่า เป็นการศึกษากระบวนการที่บุคคลได้รับและตีความข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ ออกมาเป็นข้อมูลที่มีความหมายในเชิงการบริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหรือความคิด

Krep and Thornton (1984) กล่าวว่า การสื่อสารกับสุขภาพนี้ คือ "ปฏิกิริยาของมนุษย์ที่มีต่อกระบวนการในการดูแลสุขภาพ" โดยเน้นที่ความจำเป็นของผู้ป่วย/ผู้บริโภคภายใต้บริบทของสุขภาพ ทั้งนี้ อาจเป็นกระบวนการสื่อสารทั้งภายในบุคคล ระหว่างบุคคล ระดับกลุ่ม องค์การ สาธารณะและมวลชน

การสื่อสารมีหน้าที่ต่าง ๆ ดังนี้

1. เผยแพร่ข่าวสารด้านสุขอนามัยที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน



2. ให้ความรู้แก่ประชาชนด้านสาธารณสุขที่ยังเป็นที่สงสัย ไม่เข้าใจ รวมทั้งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

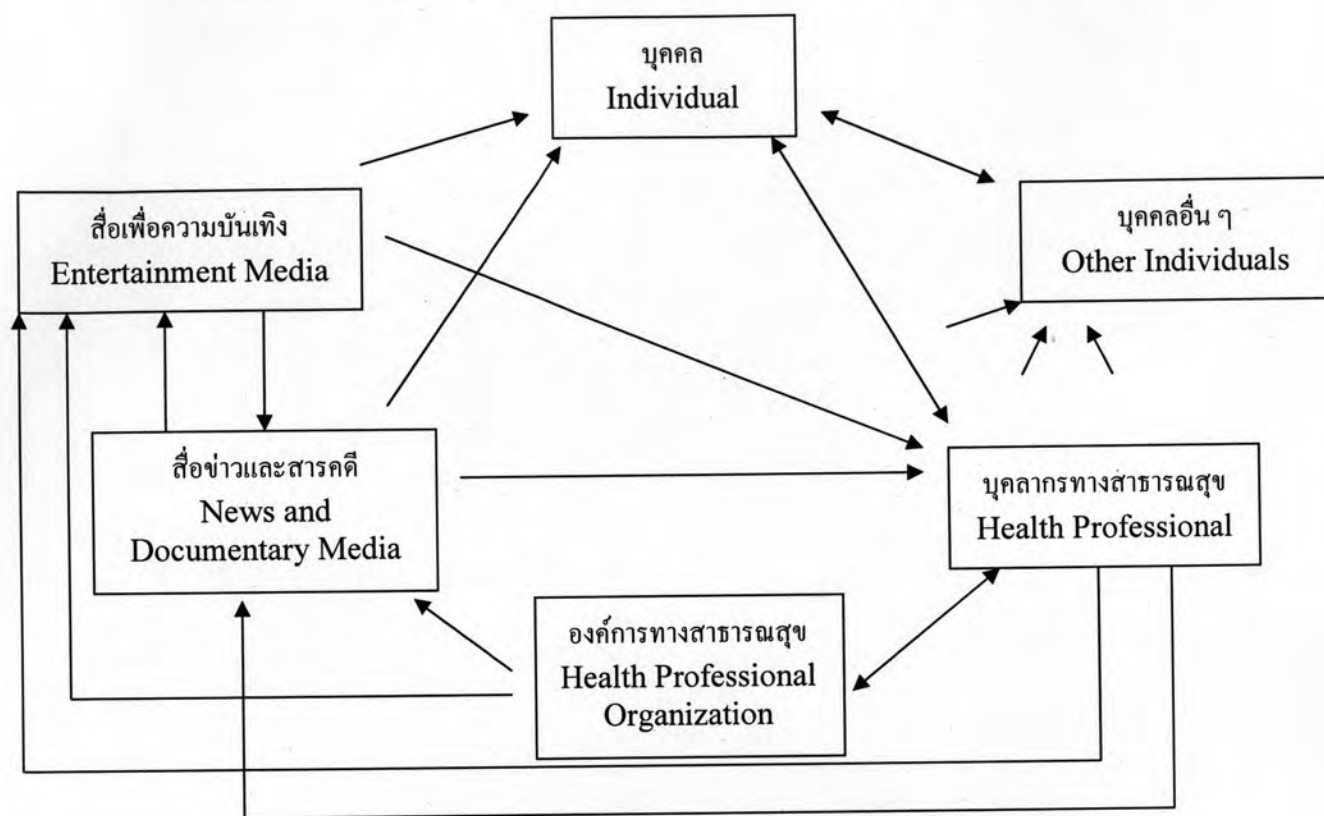
3. ชักจูงให้คล้อยตามหรือให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมทางสาธารณสุขต่าง ๆ

4. กระตุ้นเตือนให้ประชาชนแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบอย่างต่อเนื่อง (อรสา ปานขาว, 622)

ทั้งนี้ การสื่อสารในทางสาธารณสุข มีอยู่หลายระดับด้วยกันทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกับกลุ่มและการสื่อสารกับมวลชน และอาจพิจารณาได้ตามทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-Step Flow Theory) กล่าวคือ การสื่อสารด้านสุขภาพจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารนั้น ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงช่องทางเดียว แต่มีเครือข่ายที่มีอิทธิพลต่อความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับข่าวสาร ผู้รับสารสามารถรับสารได้จากหลายแหล่งไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน การสื่อสารระหว่างบุคคล สื่อเฉพาะ หรือแม้กระทั่งสื่อ Internet ในปัจจุบันนับวันจะมีอิทธิพลมากขึ้น

เมื่อบุคคลรู้ถึงความผิดปกติที่เกิดขึ้นกับร่างกาย และบุคคลเหล่านั้นมีความเชื่อมั่นว่า เป็นอาการของความเจ็บป่วย โดยพยายามอธิบายหรือตีความอาการที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ของตนเอง ในขณะที่เดียวกันก็จะมีการศึกษาเพื่อน ญาติพี่น้อง และพยายามแสวงหาความช่วยเหลือด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้อาการเหล่านั้นทุเลาหรือหมดไป ก่อนที่บุคคลนั้นจะไปพบแพทย์ กล่าวคือ เป็นการแสวงหาความคิดเห็นหรือคำแนะนำจากบุคคลอื่น ซึ่งมีความรู้ด้านสุขภาพ โดยไม่คำนึงว่าบุคคลนั้นจะเป็นที่ยอมรับของสังคมส่วนใหญ่หรือไม่ อาจจะเป็นผู้ร่วมงาน เพื่อนบ้าน มิตรสหาย ญาติพี่น้อง หมอพื้นบ้าน และรวมถึงพฤติกรรมที่บุคคลนั้นไม่ได้ทำอะไรเลย นอกจากสังเกตอาการว่าความผิดปกติจะหายไปเองได้หรือไม่ ตลอดจนสามารถตัดสินใจได้ว่า ควรไปหาแพทย์ได้แล้ว เมื่อเห็นว่าการรักษาตนเองไม่ดีขึ้น

เราอาจพิจารณาอิทธิพลของแหล่งต่างๆ ที่มีต่อบุคคลในการดูแลสุขภาพได้ดังภาพต่อไปนี้



แผนภาพแสดงอิทธิพลในด้านต่างๆ ที่มีต่อบุคคลในทางสาธารณสุข

(Kimberly A. Neuendorf, 1990 : 113)

แผนภาพข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นถึงข้อมูลข่าวสารและอิทธิพลจากแหล่งต่าง ๆ ที่อยู่ล้อมรอบตัวบุคคลหนึ่ง ๆ โดยมีเส้นเชื่อมถึงกันระหว่างหน่วยต่าง ๆ ในที่นี้ บุคคลได้รับอิทธิพลและข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพจากแหล่งข้อมูลข่าวสารหลัก 4 ด้าน คือ

1. สื่อข่าวและสารคดี
2. สื่อบันเทิง
3. บุคลากรทางสาธารณสุข
4. บุคคลอื่น ๆ เช่น ครอบครัว เพื่อนที่ทำงาน

ในภาพ บุคคลจะไม่ได้ติดต่อกับองค์กรทางสาธารณสุขโดยตรง แต่จะเป็นการติดต่อผ่านทางสื่อต่าง ๆ ทั้งที่เป็นข่าวและสารคดี และสื่อเพื่อความบันเทิงที่สอดแทรกความรู้ด้านสุขภาพไว้ด้วย

สุทธิลักษณ์ สมิตะสิริ (2544 : 4 - 36) ได้นำเสนอแนวคิดในเรื่องของการสื่อสารเพื่อพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพไว้ดังนี้

การสื่อสารมีความสำคัญต่องานพัฒนาทุกประเภท รวมทั้งการพัฒนาสุขภาพ ซึ่งการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในกระบวนการพัฒนามีผลอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของงาน ทั้งนี้เพราะโดยทั่วไปแล้ว การพัฒนาจำเป็นต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ไม่ว่าจะเป็นระดับบุคคล ชุมชน ระดับประเทศและนานาชาติ

การสื่อสารอาจมีความหมายได้หลายประการแตกต่างกันไปตามเจตนาของผู้ที่นำคำนี้ไปใช้ ในที่นี้ การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการที่ก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน จากความหมายนี้จะเห็นว่าในการพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพนั้น ทั้งผู้นำการพัฒนา (ผู้ส่งสาร) และประชาชนเป้าหมาย (ผู้รับสาร) ต่างมีความสำคัญในการสื่อสาร トラบใดที่ผู้ส่งสารยังไม่มี ความเข้าใจวิธีคิดและการกระทำของผู้รับสาร โอกาสที่ผู้ส่งสารจะสามารถสื่อสารให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจร่วมกัน อันที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาพฤติกรรมของผู้รับสารก็ย่อมจะเป็นไปได้ยาก และในขณะเดียวกัน หากผู้รับสารไม่ได้มีความต้องการที่จะทำความเข้าใจ ความเข้าใจร่วมกันก็ไม่อาจเกิดขึ้นได้ ดังนั้นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาสุขภาพจึงหมายถึง กระบวนการที่ก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน อันนำไปสู่การพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพตามที่พึงประสงค์ในที่สุด

แต่เนื่องจากการพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพไม่ได้เกี่ยวข้องกับเฉพาะในระดับบุคคลเท่านั้น แต่ยังมีความเกี่ยวข้องในระดับชุมชน ระดับประเทศและนานาชาติด้วย ในที่นี้ได้นำเสนอคำจำกัดความของการสื่อสารเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพไว้ดังนี้ คือ กระบวนการที่ผ่านการวางแผนอย่างเป็นระบบ เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันตั้งแต่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายจนถึงผู้นำชุมชน ผู้บริหารและผู้กำหนดนโยบายการพัฒนาสุขภาพเพื่อให้เกิดกิจกรรมหรือการกระทำอันนำไปสู่สุขภาพะ ซึ่งหมายถึง สุขภาพที่สมบูรณ์ทั้งทางกาย ทางใจ ทางสังคม และทางจิตวิญญาณ

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะมีส่วนช่วยในการพัฒนาพฤติกรรม ดังนี้

1. ประชาชนคือผู้กำหนดการพัฒนาพฤติกรรม ความสำเร็จขึ้นกับความเข้าใจของประชาชน

กระบวนการทำงานในด้านการสื่อสารจะช่วยทำให้ทราบถึงทัศนคติ ความต้องการ ความสามารถและอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นกับประชาชนที่จะยอมรับการพัฒนา ในการศึกษาโดยทั่วไปจะอาศัยการพูดคุยปรึกษาหารือหรือวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ซึ่งผลที่เกิดขึ้น คือ การสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อประเด็นการพัฒนานั้นเอง

2. การสื่อสารที่ดี จะช่วยให้เกิดการรวมพลังและช่วยกันให้เกิดการพัฒนายิ่งขึ้น

การพัฒนาพฤติกรรมที่เปิดโอกาสให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการวางแผน โครงการ มักจะประสบความสำเร็จในการสร้างความมีส่วนร่วมต่อเนื่องไปจนถึงการดำเนินโครงการ ดังนั้นเมื่อมีการสื่อสารต่อเนื่องเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม กระตุ้นและสร้าง

เสริมแรงจูงใจให้เกิดกิจกรรมหรือการกระทำด้วยโอกาสที่จะประสบความสำเร็จจะมีมากขึ้น และที่สำคัญคือการสื่อสารไปยังกลุ่มประชาชนกลุ่มอื่น โดยกลุ่มประชาชนที่ประสบผลสำเร็จใจการพัฒนาสุขภาพไปขั้นหนึ่งแล้ว จะมีผลต่อการพัฒนาพฤติกรรมที่จะขยายกว้างขึ้นไปอีก

3. การสื่อสารหากใช้อย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้การพัฒนาเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง ซึ่งหากเครื่องมือทางการสื่อสารถูกนำมาใช้อย่างเหมาะสมจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุ ดังนั้นแนวคิดเรื่องการสื่อสารกับสุขภาพจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการช่วยตอบ โจทย์ทั้งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการสื่อสารและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการสื่อสาร เพราะได้อธิบายถึงเนื้อหาของหนังสือสารที่มีต่อเรื่องสุขภาพ และกล่าวถึงอิทธิพลของแหล่งสื่อต่าง ๆ ที่มีผลต่อบุคคลในการดูแลสุขภาพ ดังนั้นจึงมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับงานวิจัยชิ้นนี้ และยังช่วยในการสร้างแบบสอบถามเพื่อให้สามารถวัดข้อมูลที่เรากำลังต้องการศึกษาได้

4. แนวคิดและทฤษฎีอิทธิพลของสื่อ

1. อิทธิพลของสื่อมวลชน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Clapper, 1960 : 15-49) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ของประชาชนไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อบุคคลนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชนนั้นไว้ ปัจจัยดังกล่าวได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับข่าวสาร (Predispositions) บุคคลจะมีความเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลนั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน ก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) บุคคลจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือขัดแย้งกับความคิดเห็นและความสนใจของตน บุคคลจะพยายามตีความตามความเชื่อและค่านิยมที่มีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงบุคคลในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคล หรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือเลื่อมใส และไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมแบบเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้อย่างเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็น และค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และบุคคลก็มีเสรีภาพในการเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อถือสื่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ทัศนคติ ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของบุคคลให้มีความเข้มแข็ง และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงบุคคลได้เช่นกัน จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่บุคคลได้ ในกรณีที่บุคคลนั้นไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม มิใช่อิทธิพลที่เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น

2. อิทธิพลของสื่อบุคคล

สื่อบุคคล หมายถึงตัวบุคคลผู้นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งโดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป สื่อบุคคลในการ

วิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคคลในครอบครัว (บุตร หลาน ญาติ) เพื่อน เจ้าหน้าที่ศูนย์ ในที่นี้จะกล่าวถึง หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล

หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล

แคทซ์ และลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1995 :27) ให้ความเห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล มีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นสูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรู้มาก่อน

โรเจอร์ และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) ได้กล่าวไว้ว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไป หรือให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพที่สุด สื่อที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจในการยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์มาก ในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสารและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจอีกด้วย

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งสารและผู้รับสาร สามารถซักถามทำความเข้าใจ และมีปฏิริยาตอบโต้ซึ่งกันและกันได้โดยทันที จัดเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์มากในการใช้เป็นเครื่องชักจูงใจ โน้มน้าวใจผู้รับสาร ดังที่ Rogers and Shoemaker ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบยุทธวิธี หากผู้รับสารไม่เข้าใจ ก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็ไม่สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไป ให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน การที่ช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับปฏิริยาตอบสนอง หรือปฏิริยาสะท้อนกลับสูง สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปลหรือตีความ และการเลือกจำสารได้

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ Rogers and Shoemaker แบ่งออกได้เป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรงและการสื่อสารโดยกลุ่ม ดังนี้

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสาร เช่น วิธีการเยี่ยมบ้านเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชนของหน่วยงานต่าง ๆ วิธีนี้หากประชาชนสงสัย ไม่เข้าใจ ก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำรวจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้น ในกิจการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจ หรือชักจูงโน้มน้าวใจจึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือ การสื่อสารประเภทนี้ ต้องใช้สื่อบุคคลจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลา และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Communication Public) คือการติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่าง ๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ ดังที่ บลูเมอร์ (Blumer) กล่าวไว้ว่า "สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันทั้งหมด จะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติ และมีพฤติกรรมร่วมของบุคคล เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปสู่ทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมีคามสนใจไปในทางนั้นด้วย" การติดต่อโดยกลุ่มนี้ อาจทำได้โดยการประชุม อภิปราย และสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิริยาตอบโต้กัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารนั้น

ลาซาร์สเฟลด์ และ เมนเซน (Lazarsfeld and Menzel, 1968:97) ได้ให้เหตุผลที่ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือการรับฟังเป็นไปได้อย่างกว่าการรับฟังข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตน หรือ เรื่องที่ตนไม่สนใจได้ง่าย
2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้ในการสนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว หากว่าเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลมักจะมีลักษณะง่าย เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจ และ ความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อนแล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

3. สื่อเฉพาะกิจ

นอกจากสื่อบุคคลและสื่อมวลชนที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ผู้ส่งสารใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลไปยังมวลชน บุคคล หรือกลุ่มบุคคล สื่อดังกล่าวนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เรียกว่าสื่อเฉพาะกิจ

งานวิจัยเรื่องนี้กล่าวถึงปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ ดังนั้นการเข้าใจในเรื่องอิทธิพลของสื่อประเภทต่าง ๆ ก็จะช่วยให้สามารถทราบถึงปัจจัยในด้านสื่อใดบ้างที่ส่งผลและมีอิทธิพลต่อบุคคล ซึ่งสามารถช่วยในการตอบ โจทย์การวิจัยในข้อที่เกี่ยวกับเรื่องปัจจัยการสื่อสารได้

5. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้/การสัมผัสรับรู้เป็นปัจจัย 1 ใน 3 ปัจจัยการรู้ (Awareness) ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคการรับรู้/การสัมผัสรับรู้เป็นเรื่องเกี่ยวกับวิธีการที่บุคคลมีการมองเห็นหรือพิจารณาเกี่ยวกับตนเองและโลกของบุคคลว่าเป็นอย่างไร ซึ่งการรับรู้เป็นปัจจัยหนึ่งที่แยกออกไปไม่ได้จากพื้นฐานอื่น ๆ เนื่องจากความต้องการของบุคคลและแรงจูงใจต่าง ๆ คือสิ่งที่บุคคลได้รับรู้และทำให้บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ส่วนหนึ่งก็เพราะบุคคลมีการรับรู้/การสัมผัสรับรู้ที่แตกต่างกัน และนั่นในบทนี้จึงเป็นเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นผลมาจากการรับรู้/การสัมผัสรับรู้ ซึ่งจำเป็นต้องทราบตั้งแต่ความหมาย ผลการรับรู้/การสัมผัสรับรู้กระทบของการรับรู้ที่มีต่อการตลาด คุณลักษณะของการรับรู้ที่มีผลต่อผู้บริโภค แนวความคิดที่สำคัญที่ว่าด้วยการเลือกสรรสิ่งที่ได้รับรู้ตลอดทั้งกระบวนการรับรู้ของผู้บริโภค และปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคอันจะเป็นประโยชน์ต่อนักการตลาดที่จะได้เข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคนที่แตกต่างกันเพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้ดียิ่งขึ้นได้

ความหมายของการรับรู้/การสัมผัสรับรู้ (Definition of perception)

การรับรู้ (Perception) สามารถอธิบายได้อย่างสั้น ๆ คือ วิธีการที่บุคคลมองโลกที่อยู่รอบ ๆ ตัวของบุคคล ฉะนั้นบุคคล 2 คนอาจมีความติดต่อดัชนีอย่างเดียวกันภายใต้เงื่อนไขเดียวกัน แต่บุคคลทั้ง 2 อาจมีวิธียอมรับถึงตัวกระตุ้น (Recognize) การเลือกสรร (select) การประมวล (organize) และการตีความ (interpret) เกี่ยวกับตัวกระตุ้นดังกล่าวไม่เหมือนกัน อย่างไรก็ตามยังขึ้นกับพื้นฐานของกระบวนการของบุคคลแต่ละคนเกี่ยวกับความต้องการ ค่านิยม การคาดหวัง และปัจจัยอื่น ๆ ดังนั้น การรับรู้สามารถให้คำจำกัดความได้ดังนี้

การรับรู้ (Perception) หมายถึง “กระบวนการที่บุคคลแต่ละคนมีการเลือก การประมวล และการตีความเกี่ยวกับตัวกระตุ้นออกมาให้ความหมายและได้ภาพของโลกที่มีเนื้อหา” (Schiffman and Kanuk, 1991:146)

นอกจากนี้ การรับรู้ยังสามารถอธิบายได้อย่างง่าย ๆ คือหมายถึง “กระบวนการการตีความที่ผ่านประสาทสัมผัสใด ๆ โดยตรง” ซึ่งจากความหมายนี้คำที่จะสื่อความหมายเดียวกับการรับรู้ การสัมผัส อันเป็นการรู้ที่เกิดจากการรับความรู้สึกเข้ามาทางประสาทสัมผัสเกิดเป็นความเข้าใจ หรือความรู้สึกภายในของบุคคล แต่อย่างไรก็ตามจะขอใช้คำว่ารับรู้ตลอดทั้งบทต่อไป ดังนั้น กล่าวอีกอย่างคือ การรับรู้ หมายถึง “การตีความหมายในจิตใจของบุคคลที่จะทำให้เกิดการรับรู้ได้ เข้าใจ”

ดังนั้นการรับรู้ทุกครั้งที่เกิดขึ้นจะต้องมีบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ เพื่อทำการตีความบางสิ่งบางอย่าง หรือ เหตุการณ์ หรือความสัมพันธ์ในฐานะเป็นสิ่งที่สัมผัสอะไรก็ตามที่เกี่ยวข้องในฐานะเป็นสิ่งที่สัมผัส โดยการผ่านประสาทสัมผัส มนุษย์ทุกคนรู้ทุกสิ่งในโลกโดยผ่านเข้ามาทางประสาทสัมผัส เมื่อผู้บริโภคบอกว่า ห้างสรรพสินค้าแห่งนี้ให้ข้อเสนอที่ดีกว่าในการชื้อขายนั้น แสดงว่าบุคคลได้บอกถึงบางสิ่งบางอย่างที่บุคคลได้สัมผัสมาจากการรับรู้ถึงสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปในสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ วิธีการบริโภคมีการจัดการกับข้อมูลใหม่ ๆ ที่รับเข้ามาโดยการประมวลและตีความถึงสิ่งกระตุ้นที่เข้ามากระทบประสาทสัมผัสของผู้บริโภค ซึ่งก็คือ การรับรู้นั่นเอง

กระบวนการการรับรู้

เป็นที่เข้าใจแล้วว่า การรับรู้ นั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิตใจ ซึ่งกระบวนการรับรู้จะเกิดขึ้นได้ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการคือ

1. การเปิดรับตัวกระตุ้น
2. การประมวลความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการรับรู้
3. ความเข้าใจที่เกิดขึ้นจากสิ่งที่ได้รับรู้

โดยมีรายละเอียดดังนี้

การเปิดรับตัวกระตุ้น (Conveyance)

การเปิดรับตัวกระตุ้น (Conveyance) คือการกระทำในการนำความรู้สึกที่ได้รับจากกระตุ้น หรือสิ่งที่ได้รับรู้ไปยังสมองโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 เป็นการนำเอาตัวกระตุ้นจากภายนอกไป

ยังจิตใจที่อยู่ในการประมวลความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ (Elaborated) การประมวลความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ (Elaborated) คือ เป็นขั้นแรกของการรับรู้ที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งเป็นขั้นที่เกี่ยวกับการจำแนกรายละเอียดของความรู้สึกในจิตใจตามความรู้ และ ประสบการณ์ของบุคคล ในขั้นนี้บุคคลจะได้รับรู้ถึงความรู้สึกนั้นว่าเป็นอะไร ไม่ว่าจะมีความรู้สึกในอดีตมาก่อนหรือไม่ก็ตาม นอกจากนี้ความรู้สึกที่เกิดขึ้นจะเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจของบุคคล ความโน้มเอียง ความรู้สึก ทศนคติ และความรู้สึกที่เคยมีมาก่อนด้วย การประมวลความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ ซึ่งก็คือการจัดการกับข้อมูลที่รับเข้ามา ให้เป็นรูปแบบที่จะสื่อความหมายได้

ความเข้าใจที่เกิดขึ้นจากสิ่งที่ได้รับรู้ (Comprehension)

จะเป็นขั้นตอนอันหนึ่งซึ่งอยู่ภายใต้ของกระบวนการการรับรู้ แต่จะเป็นผลที่เกิดขึ้นมาจากขั้นของการประมวลความรู้สึกความเข้าใจที่เกิดขึ้นจากสิ่งที่ได้รับรู้ เมื่อความเข้าใจของความรู้สึกที่เกิดขึ้นในจิตใจนั้นคือ ความรู้สึกได้เริ่มมีการรับรู้แล้วว่าสิ่งที่รับรู้นั้นคืออะไร นั้นจะเห็นได้ว่าการเกิดการรับรู้ได้จะต้องผ่านกระบวนการการรับรู้ทั้ง 3 ประการจึงจะทำให้บุคคลได้รับรู้ถึงตัวกระตุ้นต่าง ๆ ที่ผ่านเข้ามาทางประสาทสัมผัสทั้ง 5

องค์ประกอบในการรับรู้ (Perceptual Component)

การที่บุคคลจะมีการรับรู้ได้ดีเพียงใดขึ้นอยู่กับลักษณะ ข้อจำกัด และความสามารถของบุคคลที่มีไม่เหมือนกัน ดังนั้นภายใต้หัวข้อองค์ประกอบในการรับรู้จึงเป็นเรื่องที่กล่าวถึงประเด็นต่อไปนี้ คือ (1) ชีตขั้นการรับรู้ต่ำสุดที่บุคคลจะรับรู้ได้ (2) ชีตขั้นการรับรู้ถึงความแตกต่างกันน้อยที่สุด ที่บุคคลจะรับรู้ได้ (3) ระดับชิตขั้นของการรับรู้ที่บุคคลจะรับรู้ได้ และ (4) การรับรู้ถึงตัวกระตุ้น โดยไม่รู้สีกตัว โดยมีรายละเอียดดังนี้

ชิตขั้นการรับรู้ต่ำสุดที่บุคคลจะรับรู้ได้ (The absolute threshold)

ชิตขั้นการรับรู้ต่ำสุดที่บุคคลจะรับรู้ได้ หมายถึง “ระดับต่ำสุดที่บุคคลจะรับรู้หรือสัมผัสรับรู้ได้ซึ่งจุดนี้เป็นจุดที่ทำให้บุคคลจะมองเห็นข้อแตกต่างระหว่าง “การรับรู้บางสิ่ง (something)” และ “การไม่รับรู้อะไรเลย (nothing)” สำหรับตัวกระตุ้นที่ได้รับ” (Schiffman and Kanuk, 1997:148) เช่นระดับเสียงที่เบามากจนไม่ได้ยิน กลิ่นที่จางมากจนไม่ได้กลิ่น หรือภาพที่เล็กมากจนมองไม่เห็น เพราะฉะนั้นเวลาที่บุคคลทำอะไรตามจะมีระดับหนึ่งที่บุคคลจะบอกว่าต่ำกว่าจุดนี้แล้วจะไม่สามารถรับรู้ได้ ชิตขั้นการรับรู้ต่ำสุดที่บุคคลจะรับรู้ได้สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการตั้งราคา

ผลิตภัณฑ์ว่า ระดับราคาต่ำสุดไม่จำเป็นจะต้องขายได้เสมอไป หากลูกค้ามองว่าระดับราคาต่ำนั้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาจไม่ดีก็ได้ ฉะนั้น การตั้งราคาผลิตภัณฑ์ให้ต่ำจะต้องระมัดระวังต้องไม่ต่ำไปกว่าระดับที่ลูกค้าจะรับรู้ได้ถึงคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้วย ขีดขั้นการรับรู้ถึงความแตกต่างกันน้อยที่สุดที่บุคคลจะรับรู้ได้ (The differential threshold)

ระดับขีดขั้นของการรับรู้ที่บุคคลจะรับรู้ได้ (Threshold of awareness)

ระดับขีดขั้นของการรับรู้ที่บุคคลจะรับรู้ได้ หมายถึง ระดับต่ำสุด สูงสุด และระดับความแตกต่างของการรับรู้ที่บุคคลจะรับรู้ได้ ซึ่งมีด้วยกัน 3 ระดับ คือ

- (1) ขีดขั้นการรับรู้ขั้นต่ำที่บุคคลจะสามารถรับรู้ได้ (lower threshold) หมายถึงจุดที่การรับรู้ถึงตัวกระตุ้นที่อยู่เหนือจุดนี้จะไม่มีความรุนแรงพอที่จะสังเกตหรือรับรู้โดยผ่านบุคคล หรือความสามารถในการรับรู้ของบุคคลมีน้อยเกินไป
- (2) ขีดขั้นการรับรู้ขั้นสูงที่บุคคลจะสามารถรับรู้ได้ (upper threshold) หมายถึงจุดที่เหนือจุดนี้ ถ้ามีการเพิ่มการกระตุ้นเข้าไปจะไม่ผลต่อการตอบสนองที่เพิ่มขึ้น คือความสามารถในการรับรู้ของบุคคลมีมากอยู่แล้ว
- (3) ขีดขั้นการรับรู้ที่แตกต่างกับที่บุคคลจะสามารถรับรู้ได้ (difference threshold) หมายถึงจำนวนการเพิ่มตัวกระตุ้นที่น้อยที่สุดที่บุคคลจะสามารถสังเกตเห็นได้ คือบุคคลที่สามารถรับรู้เรื่องต่าง ๆ ได้แตกต่างจากคนอื่น

การที่ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมในการดูแลสุขภาพเป็นผลสืบเนื่องมาจากการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ และรวมถึงการรับรู้จากสื่อต่าง ๆ ที่ส่งผลแสดงออกเป็นพฤติกรรมในการดูแลสุขภาพตนเอง ซึ่งการเข้าใจในแนวคิดเรื่องการรับรู้จะช่วยในการทำความเข้าใจในพฤติกรรมที่ผู้สูงอายุแสดงออกในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพได้

6. แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

องค์การสหประชาชาติ (1990) และสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุจากการประชุมสมัชชาโลกเกี่ยวกับผู้สูงอายุเมื่อปี พ.ศ. 2525 ณ กรุงเวียนนา ประเทศออสเตรเลียว่า ใ้ว่า ผู้สูงอายุ คือ บุคคลทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

ความหมายและเกณฑ์ในการกำหนดว่าผู้ใดเป็นผู้สูงอายุนั้น มีแพทย์ นักวิชาการและนักจิตวิทยาหลายท่านได้ให้แนวทางไว้ดังนี้

บรรลุนิติภาวะ (2542, น.24-25) ได้กล่าวถึงบุคคลที่เรียกว่า เป็นผู้สูงอายุ นั้น อาจพิจารณาจากเกณฑ์ 3 ประการดังนี้ คือ

1. ลักษณะทางกายภาพ เช่น เรียกว่า คนแก่ คนชรา คนเฒ่า (The Aged, Aging, Oldman) เป็นการเรียกตามลักษณะทางสรีระที่บ่งบอกว่าผู้นั้นแก่ เช่น ผมหงอก ผิวหนังเหี่ยวย่น เป็นต้น ทั้ง ๆ ที่บางคนมีลักษณะแก่ชราตั้งแต่อายุยังไม่มากก็ได้

2. อายุมากหรือน้อยตามปฏิทิน เช่น เรียกว่า ผู้สูงอายุ (Elderly, Older Person) ปัญหาที่ตามมาคือ อายุเท่าใดจึงเรียกว่าผู้สูงอายุ เรื่องนี้ได้มีการถกเถียงกันในที่ประชุมสมัชชาว่า ด้วยเรื่องผู้สูงอายุโลกขององค์การสหประชาชาติ ส่วนใหญ่ฝรั่งหรือคนภาคพื้นยุโรปและอเมริกามักเรียกคนอายุ 65 ปีขึ้นไปเป็นผู้สูงอายุ แต่ภาคพื้นเอเชียมักถือเอา 60 ปีขึ้นไปเป็นเกณฑ์ผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตาม เป็นที่ตกลงกันในวงการระหว่างประเทศแล้วว่า ให้ยึดเอา 60 ปีขึ้นไปเป็นผู้สูงอายุ

3. สถานภาพทางสังคม เช่น เรียกว่า ผู้ใหญ่ ผู้อาวุโส (Senior Citizens) ในองค์กรหนึ่งๆ ผู้เป็นหัวหน้าย่อมเป็นผู้ใหญ่ขององค์กร ทั้ง ๆ ที่อาจอายุไม่มาก หรือไม่ใช้คนแก่

เมื่อปี พ.ศ. 2525 ได้มีการประชุมปีสมัชชาผู้สูงอายุและได้บัญญัติคำขึ้นมาแทนคำว่า ผู้ใหญ่ หรือผู้อาวุโสว่า “ผู้สูงอายุ” และคำนี้ถูกนำไปใช้จนถึงในปัจจุบัน เพราะเป็นกลาง ๆ ไม่บ่งชี้ว่าแก่หรือชรา ให้ผู้ถูกเรียกเสียความรู้สึก (จิตรา วิบรินนท์, 2546, น. 18)

ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปทั้งชายและหญิง เป็นประชากรที่เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าของชาติ เพราะเป็นผู้ที่สามารถถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้แก่ลูกหลานและเยาวชนรุ่นหลัง อีกทั้งยังเป็นผู้นำและเป็นผู้ทำประโยชน์ให้แก่สังคมหากมีสุขภาพร่างกายและสุขภาพจิตที่ดีจะเป็นมิ่งขวัญของคนในครอบครัว และถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมให้อนุชนรุ่นหลังได้เป็นอย่างดี

การเปลี่ยนแปลงของวัยผู้สูงอายุ

กระบวนการชราภาพของผู้สูงอายุเป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อนและมีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย จิตใจ และการดำรงอยู่ในสังคมของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงจากวัยอันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงและความเสื่อมของอวัยวะต่าง ๆ ทั้งร่างกายโดยเฉพาะระบบประสาท ระบบหายใจ ระบบหัวใจ ระบบหลอดเลือด ระบบขับถ่าย ระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ โดยผู้สูงอายุจะมี

อัตราการเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างกันซึ่งเป็นกฎเกณฑ์ทางธรรมชาติที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ แต่เราก็ไม่สามารถแยกออกกระหว่างความแก่ชราและสาเหตุโรคร้ายไข้เจ็บกับความชราตามกฎเกณฑ์ตามธรรมชาติทั้งนี้สาเหตุอาจจะเป็นเพราะสุขภาพร่างกายแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกัน บางคนอาจจะเป็นเพราะ (นิตยา ศรีสังวาล, 2546, น.6)

1. ส่วนประกอบของเซลล์ต่าง ๆ ในร่างกาย ในท่ามกลางการเกิด แก่ เจ็บ ตาย ก็จะเกิดการทดแทน เซลล์เก่าจะตายไป เซลล์ใหม่จะเกิดขึ้นมา เซลล์ใหม่ที่เกิดขึ้นต้องมีสารอาหารที่ดีมาหล่อเลี้ยง การเจริญเติบโตของคนเราร่างกายขาดสารอาหารที่ดีก็จะกระทบกระเทือนถึงสุขภาพร่างกาย ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการแก่ชรา

2. ร่างกายของมนุษย์เราจะเจริญเติบโตได้ต้องอาศัยโปรตีนเป็นสำคัญเพราะโปรตีนจะช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อให้แข็งแรง ถ้าร่างกายขาดสารอาหารที่ดีก็จะทำให้ทุกส่วนของร่างกายพลอยอ่อนแอไปด้วย ดังนั้นการสร้างเซลล์ใหม่ ๆ ทดแทนขึ้นมาจึงไม่เพียงพอ เป็นสาเหตุให้เกิดความชรา

3. สาเหตุเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงของกรดต่างๆ ภายในเซลล์ของร่างกาย

4. เมื่ออายุมากขึ้น ระบบขับถ่ายเสื่อมโทรมลง ฉะนั้นการขับถ่ายเอาของเสียออกจากร่างกายจึงมักมีปัญหาและเกิดการสะสมสารพิษจึงเป็นสาเหตุของการเป็นโรคร้ายไข้เจ็บและทำให้เกิดความชรา

5. สมรรถภาพของต่อมเพศเสื่อมลง ก็เป็นสาเหตุของความแก่ชรา สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ก็คือ ความรู้เกี่ยวกับสาเหตุของความแก่ชรา

เมื่อบุคคลย่างเข้าสู่วัยผู้สูงอายุจะมีการเปลี่ยนแปลงในหลายด้านด้วยกันพอสรุปประเด็นสำคัญดังนี้ (สุมาลี สังข์ศรี, 2544, น.12-13 อ้างถึงใน จิตรา วีรบุรินทร์ 2546, น.21)

1. ด้านร่างกาย ร่างกายจะเปลี่ยนแปลงตามวัย อวัยวะทุก ๆ ส่วนเสื่อมสภาพลง การทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ไม่เหมือนอยู่ในวัยหนุ่มสาว ร่างกายอ่อนแอ สุขภาพไม่แข็งแรง อาจเจ็บป่วยได้ง่าย

2. ด้านอาชีพการงาน เมื่อเข้าวัยสูงอายุ ผู้สูงอายุจำนวนมากต้องหยุดพักจากอาชีพ เนื่องจากเกิดความบกพร่องทางร่างกายบ้าง ไม่มีเรี่ยวแรงการทำงาน หรือแม้แต่ผู้สูงอายุที่ประกอบอาชีพของตนเอง ก็มักจะพักงานและให้ลูกหลานดำเนินต่อ

3. ด้านรายได้ รายได้ที่เคยได้รับเป็นประจำจะมีการเปลี่ยนแปลงไป บางราย รายได้ลดลงไปมาก จนทำให้สภาพการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไป

4. สถานภาพทางสังคม จากที่เคยมีเพื่อนร่วมงาน มีผู้บังคับบัญชา มีลูกน้อง (กรณีของผู้ที่ทำงานในหน่วยงานต่าง) มีตำแหน่งหน้าที่ที่มีคนยกย่องนับหน้าถือตามากมาย แต่เมื่อเข้าสู่วัย

ผู้สูงอายุต้องเกษียณจากหน้าที่การงานแล้ว สถานภาพทางสังคมเหล่านี้จะลดลงไปหรืออาจจะหายไป ทำให้ผู้สูงอายุต้องปรับตัวเข้ากับสภาพความเป็นอยู่แบบใหม่

5. ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว โดยปกติผู้สูงอายุส่วนใหญ่มักจะอาศัยอยู่กับบุตรหลานในครอบครัว แต่เมื่อบุตรหลานไม่มีครอบครัวมักจะปล่อยให้ผู้สูงอายุรู้สึกว้าเหว รู้สึกสูญเสียบุตรหลานและรู้สึกถูกทอดทิ้ง เป็นต้น

6. สภาพจิตใจ เนื่องจากผู้สูงอายุมีสรีระร่างกายเปลี่ยนแปลง ซึ่งผลของการเปลี่ยนแปลงนั้นกระทบมาถึงสภาพจิตใจด้วย เช่น เหงา หวาดระแวงวิตกกังวล นอกจากนั้น การเปลี่ยนแปลงด้านอื่นทั้งในด้านการงาน สถานภาพทางสังคม ความมั่นคงของรายได้ล้วนมีผลต่อสภาพจิตใจด้วยทั้งสิ้น

สรุปได้ว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และ สังคม

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความสูงอายุ

ทฤษฎีนี้เกี่ยวข้องกับความสูงอายุ เป็นทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับความสูงอายุ ซึ่งทฤษฎีที่สำคัญ ๆ ได้รับความสนใจมาก คือ ทฤษฎีด้านจิตสังคม

ทฤษฎีด้านจิตสังคม (Psychosocial Theory)

1. ทฤษฎีถอยห่างจากสังคม (Disengagement Theory)

ทฤษฎีนี้เน้นการปรับตัวในช่วงหลังของชีวิต โดยกล่าวถึงการถอยห่างระหว่างบุคคลและสังคมว่าเป็นการพัฒนาการตามธรรมชาติ โดยมีหลักการสำคัญ คือ

- 1.1 การถอยห่างออกจากสังคมของบุคคล
- 1.2 การถอยห่างจากสังคมเป็นเรื่องที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้
- 1.3 การถอยห่างจากสังคมเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจร่วมกันทั้งบุคคลและสังคม
- 1.4 การถอยห่างจากสังคมเป็นเรื่องปรกติ

2. ทฤษฎีความต่อเนื่อง (Continuity Theory)

ทฤษฎีนี้เชื่อว่า การที่ผู้สูงอายุจะมีความสุขและมีกิจกรรมต่าง ๆ ใต้นั้นขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพและแบบแผนการดำเนินชีวิตของแต่ละคน ผู้สูงอายุที่ชอบกิจกรรมร่วมกันในสังคมก็ยังคงมีกิจกรรมเหมือนเดิม ในขณะที่ผู้สูงอายุที่ไม่เคยมีบทบาทในสังคมมาก่อน ย่อมจะแยกตัวออกจากสังคมเมื่อมีอายุมากขึ้น

ทฤษฎีทางด้านจิตสังคม จะมุ่งอธิบายถึงพฤติกรรมและการปรับตัวของบุคคล ซึ่งเป็นการตอบสนองการเปลี่ยนแปลงไป มากกว่าจะอธิบายถึงสาเหตุที่ทำให้บุคคลเปลี่ยนแปลงไปสู่ภาวะสูงอายุ

การเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะการเปลี่ยนแปลงของวัยผู้สูงอายุ ในด้านที่เกี่ยวข้องกับ ร่างกาย จิตใจ สังคม จะช่วยให้สามารถเข้าใจรูปแบบการสื่อสารและพฤติกรรมดูแลสุขภาพของตนเองของผู้สูงอายุได้ดียิ่งขึ้น ยังช่วยเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาในเรื่องคุณลักษณะของผู้สูงอายุได้อีกด้วย

7. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเอง

ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1970 เป็นต้นมา ในสหรัฐอเมริกาได้หันมาสนใจการดูแลสุขภาพตนเองในรูปแบบของการเสนอแนวคิดและประโยชน์ในการดูแลสุขภาพตนเอง เช่น การรวมกลุ่มกันเพื่อช่วยเหลือผู้ที่มีปัญหาสุขภาพคล้าย ๆ กัน การจัดกลุ่มเพื่อช่วยเหลือบุคคลอื่น ๆ ที่มีความรู้กว่า เป็นต้น

การดำเนินงานสาธารณสุขในประเทศไทยก็ได้ใช้นโยบายให้ประชาชนมีการดูแลสุขภาพตนเองและมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของตน โดยวิธีการสาธารณสุขมูลฐานและใช้ความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) เป็นเครื่องชี้วัด ซึ่งทั้งนี้ก็เพื่อให้ประชาชนมีการดูแลสุขภาพโดยพึ่งตนเองได้ทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว และชุมชน

การดูแลตนเองเป็นพฤติกรรมขั้นแรกของบุคคลที่ตอบสนองต่อความรู้สึกไม่สบายหรือเจ็บป่วยรวมถึงความสามารถที่จะเผชิญกับความเจ็บป่วยและการกระทำอันเป็นการป้องกันเพื่อดำรงรักษาสุขภาพตนเองในการนิยามความหมายของการดูแลสุขภาพตนเองนั้น ได้มีผู้ให้คำนิยามไว้ต่าง ๆ กันคือ

วิลเลียมสัน และ ดานาฮอร์ (Williamson and Danaher, 1978) ได้เสนอว่าการดูแลตนเองเป็นการรักษาสุขภาพเบื้องต้น ซึ่งเป็นส่วนใหญ่ในระบบการดูแลสุขภาพพบว่ามากกว่าร้อยละ 75 ของการดูแลสุขภาพ เป็นเรื่องของการดูแลตนเอง

เลวิน (1976:206) ได้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับการดูแลตนเองว่า เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลปฏิบัติด้วยตนเองเพื่อส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันโรค ค้นหาหรือรักษาโรคในระยะเริ่มแรก รวมทั้งการสังเกตอาการ ความรุนแรงและทางเลือกในการตัดสินใจรับการรักษาด้วยตนเองเพื่อให้การดำรงชีวิตเป็นไปอย่างมีคุณภาพ โดยการใช้แหล่งบริการสุขภาพและรวมถึงแหล่งสนับสนุนอื่น ๆ ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เครือข่ายในสังคม กลุ่มสังคมต่าง ๆ และเน้นว่าผลจากการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมรวมทั้งชุมชน เป็นพื้นฐานในการริเริ่มการดูแลตนเองของประชาชน นอกจากนี้เหตุผลในการดูแลตนเองยังเกี่ยวเนื่องกับค่าใช้จ่ายปัญหาทางเศรษฐกิจ ตลอดจนนโยบายของสถานบริการ

นอร์ริส (Norris, 1979 : 486-489) การดูแลสุขภาพตนเองเป็นกระบวนการที่ให้ประชาชนและครอบครัวมีโอกาสช่วยตนเองและรับผิดชอบตนเองเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย

เพนเดอร์ (Pender, 1982 : 150) การดูแลตนเอง เป็นกิจกรรมที่บุคคลริเริ่มและปฏิบัติเพื่อประโยชน์ของตนที่จะดำรงไว้หรือทำให้ชีวิตของตนดำเนินไปอย่างปกติ มีสุขภาพแข็งแรง สมบูรณ์

โอเรียม (Orem) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการดูแลตนเองไว้เป็นครั้งแรกในปี 1959 และพัฒนาแนวคิดนี้ขึ้นมาเป็นลำดับ โอเรียมกล่าวว่า การดูแลตนเองหมายถึง การปฏิบัติกิจกรรมที่บุคคลริเริ่มและกระทำเพื่อที่จะรักษาไว้ซึ่งชีวิต สุขภาพ และสวัสดิการของตน การดูแลตนเองเป็นการกระทำที่มีเป้าหมาย (Deliberate action) และเมื่อกระทำไปอย่างมีประสิทธิภาพจะมีส่วนช่วยให้โครงสร้างหน้าที่ และพัฒนาการของแต่ละบุคคลดำเนินไปถึงขีดสุด แม้ว่าเป้าหมายของการดูแลสุขภาพของบุคคลคือเพื่อรักษาไว้ซึ่งสุขภาพและสวัสดิภาพก็ตาม แต่กิจกรรมการดูแลตนเองหรือดูแลบุคคลที่ต้องพึ่งพาบางอย่างอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิตสุขภาพได้ เช่น การรคน้ำมันดี การใช้ยาพื้นบ้านหรือสมุนไพรบางชนิด ซึ่งโอเรียมเรียกการดูแลตนเองนั้นว่าเป็น Non-Therapeutic ดังนั้นการดูแลตนเองจะเป็น Therapeutic ต่อเมื่อก่อให้เกิดต่อบุคคลดังนี้

1. รักษาไว้ซึ่งสุขภาพและการทำหน้าที่ที่เป็นไปตามปกติ
2. ส่งเสริมการเจริญเติบโต พัฒนาการ และการบรรลุนิติภาวะของบุคคลตามศักยภาพ
3. ป้องกัน ควบคุม และรักษากระบวนการของโรคและการบาดเจ็บ
4. ป้องกันหรือชดเชยภาวะไร้สมรรถภาพ
5. ส่งเสริมสวัสดิภาพและความผาสุกของบุคคล

ลินน์และลีวิส (Lin and Lewis) กล่าวว่า การดูแลตนเองเป็นการกระทำสิ่งต่างๆด้วยตนเองซึ่งจะก่อให้เกิดการส่งเสริมสุขภาพในบุคคล ลดค่าใช้จ่ายในการรักษา ลดการใช้บริการสาธารณสุข

ที่ไม่จำเป็นพร้อมกับเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษา ส่งเสริมให้ผู้ป่วยรับผิดชอบตนเองทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจเพื่อลดภาระในการดูแลรักษาของแพทย์

มัลลิกา มัติโก กล่าวว่า การดูแลตนเองของประชาชนเป็นพฤติกรรมดั้งเดิมของประชาชนที่ผสมผสานการอบรมขัดเกลา และถ่ายทอดความรู้ทางสังคมตั้งแต่การสังเกตด้วยตนเอง การรับรู้อาการ การให้ความหมายของอาการ การตัดสินใจเกี่ยวกับความรุนแรง การเลือกวิธีการรักษาและประเมินการรักษาด้วยตนเอง รูปแบบการดูแลตนเองจะแตกต่างกันตามวัฒนธรรม ความเชื่อและทรัพยากรที่มีอยู่ในแต่ละสังคม

มัลลิกา มัติโก จำแนกพฤติกรรมดูแลตนเอง ออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ

1. การดูแลตนเองในสภาวะปกติ (Self Care in Health) เป็นพฤติกรรมดูแลตนเองและสมาชิกในครอบครัว เพื่อสนับสนุนการดำรงชีวิตให้เป็นปกติในขณะที่มีสุขภาพแข็งแรง มี 2 ลักษณะ คือ

1.1 การดูแลส่งเสริมสุขภาพ (Health Maintenance) คือ พฤติกรรมที่รักษาสุขภาพให้แข็งแรง ปราศจากความเจ็บป่วย สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างปกติโดยหลีกเลี่ยงอันตรายต่างๆที่ส่งผลต่อสุขภาพ เช่น การออกกำลังกาย การควบคุมอาหาร การไม่ดื่มสุรา ไม่สูบบุหรี่ การกินวิตามินต่างๆ การตรวจสุขภาพฟันทุก 6 เดือน การตรวจร่างกายประจำปี เป็นต้น ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่กระทำสม่ำเสมอ

1.2 การป้องกันโรค (Disease Prevention) เป็นพฤติกรรมที่กระทำโดยมุ่งที่จะป้องกันไม่ให้เกิดความเจ็บป่วยหรือโรคต่างๆ เช่น การไปปรับภูมิคุ้มกันโรค โดยแบ่งระดับของการป้องกันโรคได้เป็น 3 ระดับ คือ

- การป้องกันโรคเบื้องต้น (Disease Prevention) เช่น การไปปรับภูมิคุ้มกันโรค
- การป้องกันความรุนแรงของโรค (Secondary Prevention) เป็นระดับของการป้องกันที่มุ่งขจัดโรคให้หมดไปก่อนที่อาการของโรคจะรุนแรงขึ้น เช่น การนัดหญิงอาชีพพิเศษมาตรวจเลือดทุก 3 เดือนภายหลังตรวจพบเชื้อซิฟิลิส เพื่อเฝ้าระวังมิให้อาการรุนแรงมากขึ้น
- การป้องกันการแพร่ระบาดของโรค (Tertiary Prevention) เป็นระดับการป้องกันที่มีเป้าหมายเพื่อต้องการยับยั้งการแพร่กระจายของโรคไปสู่ผู้ป่วยอื่นๆ

2. การดูแลสุขภาพเมื่อเจ็บป่วย (Self-care in illness)

ความเจ็บป่วย (Illness) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลที่มีต่อตัวเองว่า มีความผิดปกติไปจากเดิมซึ่งอาจตัดสินใจด้วยตนเอง จากครอบครัวหรือเครือข่ายทางสังคมและจะเข้าสู่พฤติกรรมความเจ็บป่วยโดยแต่ละคนจะตอบสนองต่อความเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นแตกต่างกัน เช่น การงดอาหาร แผลง การซื้อยามากินเอง และการตัดสินใจไปพบแพทย์ เป็นต้น นักสังคมวิทยาและนักมานุษยวิทยาหลายท่านได้กล่าวถึงพฤติกรรมดูแลตนเองเมื่อเจ็บป่วยว่าควรมีองค์ประกอบอย่างน้อย 4 ระดับด้วยกันคือ การดูแลสุขภาพตนเองของแต่ละบุคคล (individual Self Care) การดูแลสุขภาพตนเองของครอบครัว (Family Care) การดูแลสุขภาพโดยเครือข่ายของสังคม (Care from the extended social network) และการดูแลสุขภาพโดยกลุ่มหรือบุคคลในชุมชน (Mutualid หรือ Self help Group)

การดูแลสุขภาพตนเองของแต่ละบุคคลเมื่อเจ็บป่วย หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกิดขึ้นตั้งแต่บุคคลตระหนักและประเมินผลเกี่ยวกับอาการผิดปกติ ตลอดจนตัดสินใจที่จะกระทำสิ่งใดๆลงไปเพื่อตอบสนองต่ออาการผิดปกติ รวมทั้งการตัดสินใจที่จะไม่กระทำการใดเกี่ยวกับอาการนั้นๆ การรักษาอาจเริ่มจากการรักษาอาการผิดปกติด้วยตนเอง หรือแสวงหาคำแนะนำรักษาจากผู้อื่น ครอบครัว รวมทั้งเครือข่ายทางสังคมของตน พร้อมทั้งตัดสินใจที่จะกระทำตามคำแนะนำที่ตนได้รับ โดยที่บุคคลจะรับรู้และตระหนักถึงความรุนแรงของการเจ็บป่วยนั้น จากพฤติกรรมเจ็บป่วย 4 แบบ คือ

1. การตัดสินใจไม่ทำอะไรเลยเกี่ยวกับการผิดปกติ
2. การใช้ยารักษาตนเอง
3. การรักษาตนเองด้วยวิธีการต่างๆที่ไม่ใช่การใช้ยา เช่น การนอนพัก การดื่มน้ำอุ่นเมื่อมีอาการเจ็บคอ การลดการสูบบุหรี่เมื่อมีอาการไอเรื้อรัง เป็นต้น
4. การตัดสินใจที่จะไปพบบุคลากรสาธารณสุขเพื่อรับการรักษาและขอคำแนะนำ

สำหรับบุคคลที่ต้องเผชิญปัญหาสุขภาพอนามัยที่เรื้อรังและสร้างความวิตกกังวลให้ตนอยู่ตลอดเวลา เช่น ผู้ป่วยในวัยสูงอายุ ผู้ป่วยเบาหวาน ผู้ป่วยโรคเอดส์ จะมีการรวมกลุ่มกันขึ้นเพื่อการช่วยเหลือซึ่งกันและกันเป็นกลุ่มที่ช่วยเหลือตนเอง (Self-help group) ขึ้นภายใต้โครงสร้างสังคมที่ตนสัมพันธ์อยู่ตลอดจนระบบสาธารณสุขที่มีอยู่ กลุ่มช่วยเหลือตัวเองเหล่านี้จึงเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการดูแลสุขภาพตนเอง โดยกลุ่มบุคคลที่มีปัญหาเดียวกันมารวมตัวกัน เพื่อการช่วยเหลือซึ่งกันและกันทั้งในด้านสุขภาพ ข่าวสาร การสนับสนุนทางสังคม อารมณ์และจิตใจ

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม การดูแลตนเองเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลที่ตอบสนองต่อความรู้สึกไม่สบายเจ็บป่วย รวมถึงความสามารถที่จะเผชิญกับความเจ็บป่วยและการกระทำอันเป็นการป้องกันเพื่อดำรงรักษาสุขภาพตนเอง ดังนั้นจึงช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรม การดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุได้ว่าเป็นการกระทำด้วยสาเหตุใด และการสื่อสารมีส่วนช่วยหรือเกี่ยวข้องกับ การกระทำเหล่านั้นหรือไม่ ซึ่งจะช่วยในการวิเคราะห์เรื่องที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการสื่อสาร และ ปัจจัยการสื่อสารได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุวิมล พนาวัฒน์กุล (2534) ศึกษาอัตมโนทัศน์ ความสามารถในการดูแลตนเอง และคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุซึ่งอยู่ในเขตอำเภอเมืองและเป็นสมาชิกของชมรมผู้สูงอายุจังหวัดหนองคาย จำนวน 20 ราย ผลการศึกษาปรากฏว่า ผู้สูงอายุยังคงอยู่กับบุตรหลานเมื่อผู้สูงอายุมีแหล่งประโยชน์และการสนับสนุนทางสังคมที่เพียงพอ คือรายได้จากบุตรหลาน ความเคารพความเอาใจใส่ และความห่วงใยดูแลของบุตรหลาน

มัลลิกา มัติโก (2541) ศึกษาภาวะสุขภาพอนามัยและการดูแลตนเองเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยของผู้สูงอายุในพื้นที่ภาคเหนือจำนวน 838 คน พบว่า ภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุ ด้านสุขภาพกาย ผู้สูงอายุหญิงส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะประเมินว่าตนมีสุขภาพปานกลางและสุขภาพไม่ดี สำหรับด้านสุขภาพจิต พบว่า ผู้สูงอายุโดยทั่วไปมีภาวะสุขภาพจิตในเกณฑ์ค่อนข้างดี ด้านการอยู่อาศัยผู้สูงอายุส่วนใหญ่อยู่ร่วมกับบุตรหลานและผู้สูงอายุเกือบทั้งหมดมีความสามารถในการดำเนินกิจวัตรประจำวันได้เป็นอย่างดี มีกิจกรรมด้านการออกกำลังกาย ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและกิจกรรมที่พัฒนาจิตใจและเชาวน์ปัญญา สำหรับพฤติกรรมการดื่มสุรา สูบบุหรี่และการใช้สารเสพติด พบว่า ผู้สูงอายุชายมีส่วนร่วมการสูบบุหรี่ ดื่มสุราและยาบำรุงกำลังสูงกว่าผู้สูงอายุหญิง ในทางกลับกันผู้สูงอายุหญิงจะกินหมากและกินยาชูดในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้สูงอายุชาย

อร่ามศรี ถาวรนุรักษ์ (2541) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรม การดูแลตนเองของผู้สูงอายุในอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา โดยมุ่งศึกษา 2 ประเด็น คือ การส่งเสริมสุขภาพ และการบำบัดรักษาโรค พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่ออกกำลังกาย ไม่มีปัญหาเรื่องการนอน การขับถ่าย ไม่ตรวจสุขภาพ แต่จะมาเข้ารับการรักษาเมื่อเจ็บป่วย

สิริพรรณ วิบูรณ์พรรณ (2542) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการดูแลสุขภาพตนเองของสตรีวัยทอง พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตนเอง โทรทัศน์เป็นสื่อที่สตรีวัยทองเปิดรับมากที่สุด รองลงมา คือ ญาติพี่น้องและแพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ สำหรับสื่อบุคคลสตรีวัยทองรับข่าวสารจากเพื่อนมากที่สุด สตรีวัยทองที่มีอาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตนเองที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ พฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตนเองทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและจากคู่สมรส ญาติพี่น้อง เพื่อน แพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพตนเองจากบุตรสุดท้ายสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความน่าเชื่อถือในการให้ความรู้ และการยอมรับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองต่างกัน โดยสื่อมวลชนมีความน่าเชื่อถือมากที่สุดและมากกว่าสื่อบุคคล

บริสุทธิ พึ่งผดุง (2542) ได้ศึกษาการดูแลสุขภาพตนเอง พบว่า การตรวจสุขภาพปัจจุบันในภาพรวม มีการตรวจสุขภาพเป็นประจำ มีน้อย แต่เมื่อเปรียบเทียบกับอดีตที่ผ่านมา มีการตรวจสุขภาพประจำมีสัดส่วนมากขึ้น โดยปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดความหลากหลายของแบบแผนพฤติกรรมการตรวจสุขภาพ คือ ปัจจัยด้านอายุและการศึกษา

สุมาลี สังข์ศรี (2544) ได้ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผู้สูงอายุเกี่ยวกับการจัดแนวทางจัดการบริการให้ความรู้ด้านข้อมูล ข่าวสารแก่ผู้สูงอายุอย่างเหมาะสม จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนารูปแบบหรือแนวทางในการจัดบริการให้ความรู้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุยังคงต้องการที่จะรับความรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องอยู่ ประเภทของข้อมูลข่าวสารที่ผู้สูงอายุต้องการมีหลายประเภท ที่ต้องการมากที่สุดได้แก่ ความรู้ด้านสุขภาพร่างกายรองลงไปคือ ข่าวสารทั่วไป ความรู้ด้านสุขภาพจิต ความรู้เรื่องสภาพแวดล้อม ศาสนา นันทนาการ กฎหมาย อาชีพ เป็นต้น