

Public health
communication
M-health
E-health
Edutainment
Message
design
Health
Literacy
Media
advocacy
Audience
analysis
Soc
Risk Communication

การสื่อสาร สุขภาพ ๑ เพื่อความรอบรู้ด้านสุขภาพ

0

การสื่อสารสุขภาพเพื่อความรอบรู..
WA590 ม213ก 2563



B0011022
bib:13399116819

พิมพ์ครั้งที่

2

การสื่อสารสุขภาพเพื่อความรู้ด้านสุขภาพ

ชื่อหนังสือ	การสื่อสารสุขภาพเพื่อความรู้ด้านสุขภาพ
ผู้เขียน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มลินี สมภพเจริญ
ออกแบบปก/ออกแบบเนื้อหาในเล่ม	อาจารย์สินชัย กิตติมงคลสุข / อาจารย์ปรีญา ตันต์เจริญรัตน์/ สินล กิตติมงคลสุข
พิธีจูนอักษร	มนัส รงทอง และ มณีนรัตน์ สนวนม่วง
จำนวนพิมพ์	500 เล่ม
พิมพ์ครั้งที่ 1	กรกฎาคม 2562 (100 เล่ม)
พิมพ์ครั้งที่ 2	พฤศจิกายน 2563 (500 เล่ม)
จัดพิมพ์โดย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มลินี สมภพเจริญ
พิมพ์ที่	โรงพิมพ์เจริญดีมั่นคงการพิมพ์ 55/4 ซอยเลียบคลองภาษีเจริญฝั่งเหนือ10 แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160 โทรศัพท์ 02-489-1431
คำสำคัญ	การสื่อสารสุขภาพ การสื่อสารสาธารณสุข
ISBN	978-616-572-790-7

สงวนลิขสิทธิ์

ข้อมูลทางบรรณานุกรม

มลินี สมภพเจริญ

การสื่อสารสุขภาพเพื่อความรู้ด้านสุขภาพ

รายการอ้างอิง

มลินี สมภพเจริญ. (2563). การสื่อสารสุขภาพเพื่อความรู้ด้านสุขภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.

WA.590
ม 213ก 2563
ชทะเบียน B0011022
15 ต.ค. 2564

สารบัญ

คำนำ	1
สารบัญ	2
สารบัญตารางและแผนภาพ	4
บทที่ 1 การสื่อสารสุขภาพ (HEALTH COMMUNICATION).....	5
1.1 หน้าที่การสื่อสารสุขภาพ.....	7
1.2 ความหมายการสื่อสารสุขภาพ	9
1.3 คำที่มีความหมายใกล้เคียงกับการสื่อสารสุขภาพ (HEALTH COMMUNICATION).....	10
1.4 ความสำคัญของการสื่อสารสุขภาพในงานสาธารณสุข.....	11
1.5 ประเภทการสื่อสารสุขภาพ.....	12
1.6 องค์ประกอบการสื่อสารสุขภาพ.....	13
1.7 ประวัติการสื่อสารสุขภาพ	15
1.8 สมรรถนะที่จำเป็นสำหรับนักสื่อสารสุขภาพ.....	18
1.9 ความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดสุขภาพโลกและการสื่อสารสุขภาพโลก (GLOBAL HEALTH COMMUNICATION)	21
บทที่ 2 การสื่อสารระหว่างบุคลากรทางการแพทย์และการสาธารณสุขกับผู้รับบริการ.....	25
2.1 ความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้การสื่อสาร	26
2.2 พฤติกรรมการสื่อสารที่บกพร่อง	26
2.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการทางการแพทย์และการสาธารณสุขกับ ผู้รับบริการ.....	29
2.4 ความหมายของการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการทางการแพทย์และการสาธารณสุขกับผู้รับบริการ	29
2.5 หลักของการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการทางการแพทย์และการสาธารณสุขกับผู้รับบริการ	29
2.6 ทักษะการสื่อสารของนักวิชาชีพด้านสุขภาพ (COMMUNICATION SKILLS FOR HEALTH PROFESSIONALS).....	31
2.7 การปรับปรุงการให้คำปรึกษา	31
2.8 การพูดให้กำลังใจ (SUPPORTIVE COMMUNICATION).....	33
2.9 การสนทนาระหว่างผู้ให้บริการทางการแพทย์และการสาธารณสุขกับผู้รับบริการ	37
2.10 การสร้างตัวแบบที่เป็นคนไข้	39
2.11 การสื่อสารกับผู้ป่วยเด็ก.....	40
บทที่ 3 วัจนภาษาและอวัจนภาษาในการสื่อสารสุขภาพ.....	45
3.1 แบบจำลองของการทำความเข้าใจข้อความ (MODEL OF COMPREHENSION).....	47
3.2 ข้อความประเภทต่าง ๆ	47
3.3 การใช้วัจนภาษาในการสื่อสารสุขภาพ.....	48
3.4 การใช้อวัจนภาษาในการสื่อสารสุขภาพ	55
3.5 เทคนิคการสร้างข่าวสารสุขภาพ.....	61
3.6 การทดสอบข้อความที่เราสร้างขึ้นมาก่อนเผยแพร่ (MESSAGE PRETESTING)	72
3.7 การวัดประเมินหลังจากเผยแพร่ข้อความ.....	75
3.8 การตีความสารของผู้รับสารด้วยแนวคิดของเกสตาท (GESTALT)	77

3.9 ทฤษฎีการเสาะแสวงหาข้อมูลข่าวสารทางสุขภาพ (HEALTH INFORMATION SEEKING THEORY) ..	77
บทที่ 4 การผลิตสื่อและกลยุทธ์ด้านสื่อเพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม.....	83
4.1 ความหมายของช่องทางสื่อในงานสาธารณสุข.....	85
4.2 ประเภทของสื่อต่างๆในงานสาธารณสุข	85
4.3 กลยุทธ์ของการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในงานสาธารณสุข	101
4.4 กลวิธีด้านสื่อ (UNDERSTANDING MEDIA TACTICS)	103
4.5 เครื่องมือในการวางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมระดับบุคคล	110
4.6 กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมระดับชุมชนและสังคม.....	115
บทที่ 5 การวิเคราะห์ผู้รับสารในงานสาธารณสุข	119
5.1 ความหมายของผู้รับสาร หรือกลุ่มเป้าหมายในงานสาธารณสุข	120
5.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้รับสาร หรือกลุ่มเป้าหมาย.....	120
5.3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายแยกย่อย(SEGMENTATION TECHNIQUE).....	133
บทที่ 6 การสื่อสารความเสี่ยง (RISK COMMUNICATION).....	147
6.1 มิติพื้นฐานของความเสี่ยง	148
6.2 ความหมายของการสื่อสารความเสี่ยง	150
6.3 ประเภทของความเสี่ยง.....	151
6.4 ประเภทของการสื่อสารความเสี่ยง	157
6.5 กลยุทธ์การจัดการความเสี่ยงต่างๆ ด้านสาธารณสุข	158
6.6 หลักการของการสื่อสารความเสี่ยง	160
6.7 ทฤษฎีด้านการสื่อสารความเสี่ยง	164
6.8 เครื่องมือในการรวบรวมความเชื่อพื้นฐานเพื่อนำไปวางแผนการสื่อสารความเสี่ยง.....	170
6.9 ขั้นตอนการออกแบบข่าวสารเพื่อสร้างการรับรู้ความเสี่ยง.....	171
6.10 การสื่อสารความเสี่ยงเกี่ยวกับโรคติดต่อ	172
6.11 สื่อที่นำมาใช้ในการสื่อสารความเสี่ยง.....	174
6.12 หลักการนำการสื่อสารความเสี่ยงไปใช้ในการขับเคลื่อนนโยบาย.....	174
บทที่ 7 การสื่อสารสุขภาพดิจิทัล (DIGITAL HEALTH COMMUNICATION).....	179
7.1 ความเป็นมาของสื่อใหม่.....	180
7.2 ความหมายของสื่อใหม่	182
7.3 กลยุทธ์การใช้โทรศัพท์มือถือในการสื่อสารสาธารณสุข.....	183
7.4 SOCIAL MEDIA และการตลาดเชิงสังคม	185
7.5 SOCIAL MEDIA กับการสร้างโอกาสใหม่ๆในงานสุขภาพ.....	186
7.6 รูปแบบของโฆษณาบนโลกออนไลน์	188
7.7 เทคโนโลยีการสื่อสารกับงานสาธารณสุข.....	190
ดัชนี.....	195
INDEX.....	197

สารบัญตารางและแผนภาพ

ตารางที่ 1.1 แสดงประเภท การสื่อสาร ความหมายและกิจกรรมการสื่อสาร.....	6
แผนภาพที่ 3.1 แสดงการใช้สีพื้นของบุหรืแบบเรียบที่มีผลต่อการกระตุ้นเร้าให้คนไม่ซื้อบุหรืมาสูบ	59
ตารางที่ 3.2 แสดงปัจจัยในแต่ละขั้นตอนการเปลี่ยนแปลง	71
ตารางที่ 3.3 แสดง MATRIX PROCESS หลังการทำ CRT TRANSCRIPT.....	74
แผนภาพที่ 4.1 แสดงภาพติดตา (PERSISTENCE OF VISION)	87
แผนภาพที่ 4.2 แสดงสัดส่วนการใช้สีของโฆษณา.....	103
ตารางที่ 4.3 แสดงเทคนิคการพิจารณาเลือกใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นเครื่องมือ	107
ตารางที่ 4.4 แสดงการใช้สีเพื่อสร้างแรงสนับสนุนทางสังคม.....	108
ตารางที่ 4.5 แสดงแนวทางการออกแบบสีที่ใช้ในการรณรงค์สุขภาพผ่านการศึกษาวิจัยทางด้านการสื่อสารสุขภาพ	109
ตารางที่ 5.1 แสดงการจัดแบ่งข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย.....	140
ตารางที่ 5.2 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายแยกย่อย	141
ตารางที่ 5.3 แสดงตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายแยกย่อย.....	142
ตารางที่ 6.1 แสดงยุทธวิธีในการรับมือกับภาวะวิกฤต.....	159
แผนภาพที่ 6.2 แสดงผลการใช้การเสริมพลังอำนาจร่วมกับการสื่อสารความเสี่ยง	168
ตารางที่ 6.3 แสดงลำดับขั้นตอนของการมีส่วนร่วม.....	168