

12. สื่อและการสื่อสาร (Media and communication)

การสื่อสารมวลชนสามารถสนับสนุนความรู้ด้านสุขภาพได้หลายวิธี สำหรับในยุโรป แหล่งข้อมูลทางสุขภาพที่ประชาชนเชื่อถือคือ จากแพทย์หรือผู้ให้บริการเป็นหลัก แต่ก็หาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลที่เป็นสื่อมวลชน

Franklin Apfel *Mass mediated health communications and health literacy* (unpublished)

What is known

1. ข้อมูลข่าวสารอย่างเดียวไม่เพียงพอ การสื่อสารด้วยข้อความอย่างเดียว ไม่สามารถที่จะทำให้ประชาชนตัดสินใจเลือกทางเลือกต่างๆได้ จึงมีศึกษาวิจัยทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ หรือสังคมศาสตร์ รวมถึง การตลาดเพื่อสังคม จิตวิทยาสังคม พฤติกรรมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์ และประสาทวิทยา เพื่อหาแนวทางที่สามารถปฏิบัติได้จริง และคุ้มค่าในเชิงต้นทุน ประสิทธิภาพ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจในการเลือกทางเลือกต่างๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพที่ต้องเผชิญในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการรักษาพยาบาล การป้องกันโรค หรือการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อให้ดำรงรักษา หรือปรับปรุงสุขภาพ ให้มีคุณภาพชีวิตตลอดชั่วอายุ (Sørensen K et al. Health literacy and public health: a systematic review and integration of definitions and models. *BMC Public Health*, 2012, 12:80) (Box 14).

Box 14 กรณีศึกษา การตลาดเพื่อสังคมเพื่อเร่งให้เกิดความรู้ด้านสุขภาพเกี่ยวกับไข้หวัดนก ระหว่างปี 2005-2006 ได้เกิดการระบาดของโรคไข้หวัดนกในตุรกี UNICEF coordinated a multisectoral, multiagency task force ได้ใช้การตลาดเพื่อสังคมในการสื่อสารไปยังกลุ่มที่มีพฤติกรรมเสี่ยง เช่น การนำไก่เข้าไปเลี้ยงในบ้าน ได้ทำการกำหนด Message และแรงจูงใจเพื่อลดปัจจัยเสี่ยงดังกล่าวผ่านการสื่อสารมวลชน (Mass media) หรือผ่านช่องทางของชุมชน (เช่น ผ่านทางวิทยุหรือโทรทัศน์โดยใช้ภาษาเฉพาะถิ่น) เพื่อส่งข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้ เข้าใจง่าย สอดคล้องกับระดับของความรู้ด้านสุขภาพของประชาชน รวมถึงการออกข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการชดเชยเกษตรกรที่เลี้ยงสัตว์ปีก

2. Communication is an integral part of comprehensive public health initiatives. การสื่อสารได้รับการยอมรับว่าสามารถที่จะลดพฤติกรรมเสี่ยงต่างๆได้ (เช่น พฤติกรรมมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ได้ป้องกัน) การป้องกันโรค (เช่น การคาดเข็มขัดนิรภัย) โดยสกัดข้อมูลข่าวสารที่เฉพาะเจาะจงให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นทำการรณรงค์เพื่อที่จะลดพฤติกรรมเสี่ยง

Box 15. Enhancing the health literacy of policy-makers in Ukraine

การตลาดเพื่อสังคมสามารถนำมาใช้เพื่อส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพของ วิชาชีพ องค์กร และผู้กำหนดนโยบาย การรณรงค์คัดการสูบบุหรี่ใน Ukraine โดยใช้การตลาดเพื่อสังคม เพื่อให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมายคือ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หวังผลให้ผ่านกฎหมายเกี่ยวกับการใส่ภาพบนซองบุหรี่ รวมถึงการเพิ่มภาษีบุหรี่ โดยเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับผลดีต่อสุขภาพที่จะเกิดขึ้น รวมถึงการเยียวยาผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมยาสูบ

รวมถึงการออกเสนอแนะเชิงนโยบายที่จะทำให้เกิดทางเลือกทางสุขภาพ เช่นโฆษณาการงดการสูบบุหรี่หรือเหล้า ในที่สาธารณะ

3. **Health-compromising mass-media communication.** ในยุคก่อนหน้านั้น ประชาชนได้รับข่าวสารจากหลายแหล่ง และบางแหล่งนั้นเป็นข้อมูลที่เป็นปัญหาว่าจะส่งผลต่อสุขภาพในทางลบ การใช้การตลาดในการโฆษณาบุหรี่ เหล้า หรืออาหารหรือเครื่องดื่มที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ โดยชี้นำประชาชนให้เกิดพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่เอื้อต่อสุขภาพ ซึ่งน่าจะส่งผลให้โรคไม่ติดต่อเรื้อรังเพิ่มจำนวนมากขึ้น

What is known to work – promising policy and other interventions

1. การแบ่งระดับของการสื่อสารที่จะนำเสนอ การตลาดเพื่อการรณรงค์ลด ละเลิก อบายมุขต่างๆ เช่นการบุหรี่ยี่ห้อหรือเหล้า ทำให้ message การส่งเสริมสุขภาพปรากฏสู่สายตาของประชาชน ผ่าน mass media เช่นวิทยุ หรือโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ รวมถึงการมีกฎหมายการควบคุมการโฆษณาที่ไม่ได้เป็นตามที่กฎหมายกำหนด ปัจจุบัน social media ได้แก่ facebook ,Twitter, You Tube ได้เปิดโอกาสให้สามารถสื่อสาร Health Message ผ่าน social Media (Chapter 13) ซึ่งเป็นทั้งโอกาสและสิ่งท้าทาย เนื่องจาก social media ก็เปิดโอกาสให้ Message ที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพสามารถสื่อสารผ่านช่องทางนี้ได้ด้วย
2. การเพิ่มความสามารถในการสื่อสารที่เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ กลยุทธ์ในการสื่อสารโดยใช้สื่อสารมวลชน เพื่อส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพให้กับประชาชน รวมถึงการเพิ่มความสามารถในการส่งข้อมูลข่าวสารที่เฉพาะให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงความสามารถในการจัดการกับข้อมูลข่าวสารที่ไม่ถูกต้อง (Misinformation) การที่จะสื่อสารเพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ หรือข้อเสนอเชิงนโยบาย เพื่อให้ผู้กำหนดนโยบายพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อความรู้ด้านสุขภาพได้นั้น นักการสาธารณสุขที่ทำหน้าที่สื่อสาร รวมถึงนักศึกษาคือต้องเรียนรู้จากนักธุรกิจว่าการสื่อสารเพื่อให้เกิดความสำเร็จต้องดำเนินการอย่างไร เช่น การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การแบ่ง segment ทางการตลาด การสกัดข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย(Tailor made Health Message) การทดสอบ Tailor Health Message เป็นต้น
วิธีการที่ให้ความรู้ร่วมกับความบันเทิง หรือ Educational Entertainment (Edutainment) ส่งผลต่อการเรียนรู้ และเกิดการปรับเปลี่ยนภายหลังจากการเรียนรู้ จากการศึกษาพบว่า เมื่อผสมผสาน Edutainment ร่วมกับการขับเคลื่อนทางสังคม หรือร่วมกับการสื่อสารระหว่างบุคคล จะเกิดประสิทธิผลในหลายบริบท เช่น การพูดเรื่องการให้ภูมิคุ้มกัน ร่วมกับ Soap Operas ทำให้มารดาพาลูกไปรับวัคซีนเพิ่มขึ้น
3. การจัดการข้อมูลข่าวสารที่คลาดเคลื่อน (Misinformation) เชิงรุก และการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องคุณภาพของข้อมูล การพัฒนาระบบประกันคุณภาพของข้อมูล เพื่อป้องกันข้อมูลข่าวสาร หรือการสื่อสารที่คลาดเคลื่อนช่วยให้สามารถส่งมอบข้อมูลข่าวสารทางสุขภาพที่น่าเชื่อถือ ระบบรับประกัน (Accreditation schemes for health literacy-friendly information materials) สามารถจัดตั้งขึ้นในระดับองค์กร และจำเป็นที่ต้องพัฒนาทักษะที่เรียกว่า Media health literacy skills เพื่อที่จะแยกแยะข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้และมีความอิสระ (independent source) ออกจาก ข้อมูลข่าวสารที่หวัง

Box 16. แหล่งข้อมูลทางสุขภาพที่อิสระหรือเป็นกลาง Independent sources of health information แหล่งข้อมูลอิสระ ไม่ว่าจะเป็นระดับองค์กรท้องถิ่น ระดับชาติ หรือองค์กรระหว่างประเทศ เช่น WHO, the European Commission หรือ NHS Direct in the United Kingdom ช่วยให้ประชาชนแยกแยะความจริงออกจากเรื่องเล่าหรือนิยายได้ ข้อมูลทางสุขภาพบน Web site โดยทั่วไปจะขาดการควบคุมคุณภาพ แต่บาง Web site ก็มีคุณภาพผ่านเกณฑ์มาตรฐาน เช่น Health on the Net standards พัฒนขึ้นเพื่อควบคุมคุณภาพของ Web site ทางสุขภาพ แต่ก็ยังไม่ได้ถูกนำมาใช้ทั่วโลก และไม่ได้รับประกันว่า เป็น Web site ที่ง่ายต่อการเข้าใจ

ผลทางการตลาด (sales-driven product marketing and advertising) . Media literacy จะพิจารณาทั้งแหล่งที่มาของข้อมูล และวิธีการได้มาซึ่งข้อมูล (Box 16).

4. สร้างความเสมอภาคใน **electronic health (eHealth) literacy**. การมีสุขภาพที่ดีขึ้น (Health gains) ในกลุ่ม eHealth-literate people ได้สร้างความไม่เท่าเทียมใหม่ใน digital health information. โดยได้ทิ้งอีกกลุ่มหนึ่งที่เปราะบางไว้ข้างหลัง ฉะนั้นกลุ่มเสี่ยงที่จำเป็นต้องให้ความรู้และช่วยเหลือเพื่อให้เข้าถึงเทคโนโลยีที่ออกแบบให้ทุกคนได้เข้าถึง (accessibility by all in mind) (Box 17).

Box 17 อะไรคือ e Health Literacy

นิยาม ของ e Health Literacy คือความสามารถในการค้นหา และเข้าใจ และประเมินข้อมูลทางสุขภาพจากแหล่งข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ และประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้รับเพื่อกำหนด (Address) หรือแก้ปัญหาสุขภาพ (solve) e Health Literacy แตกต่างจาก Literacy อื่น โดยประกอบด้วยทักษะหลัก (Core skill) ได้แก่ traditional literacy, health literacy, information literacy ,scientific literacy, media literacy and computer literacy.

13. Social Media and online Health

สถานบริการสุขภาพต้องไปยังที่คนอยู่ในขณะนี้ (บนโลก online หรือ social Media) มากกว่าที่สร้าง web site แล้วโดดเดี่ยวตัวเองบนเกาะของ Web นั้น (web islands) ซึ่งเป็น web ที่สื่อสารข้อมูลสุขภาพทางเดียว โดยหวังว่าประชาชนจะเข้ามาอ่านข้อมูลใน web นั้น

Maged N. Kamel Boulos *Using social media for improving health literacy* (unpublished)

What is known

- 1) Social Media มีศักยภาพที่จะเพิ่มความสามารถของผู้ใช้ในการ การได้มาซึ่งข้อมูล การทำความเข้าใจข้อมูลและบริการทางสุขภาพนั้น จากนั้นทำการประเมิน และตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมต่อสุขภาพ Viral social marketing สามารถไปถึงผู้คนได้มากขึ้น เร็วขึ้น ด้วยต้นทุนที่ต่ำเมื่อเทียบกับวิธีการอื่นทางการตลาดหรือการโฆษณา ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของ social media และเป็นบทบาทที่สำคัญในการให้ความรู้ทางสุขภาพ การส่งเสริมสุขภาพ การโปรแกรมการให้บริการสุขภาพเชิงรุก เช่น viral social marketing การรณรงค์การใช้ถุงยางอนามัยที่ประสบความสำเร็จในประเทศตุรกี
- 2) Online Social network และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้เกิดการสนับสนุนแบบเพื่อนช่วยเพื่อน (Peer to peer support) ผู้ป่วยและครอบครัวสามารถช่วยเหลือกันระหว่างกันได้ ทำให้ทั้งระบบบริการแบบดั้งเดิมลดลง เป็นการลดภาระของระบบบริการสุขภาพ (Box 18) Social Network ที่ชื่อ PatientsLikeMe, เป็นเครือข่ายที่ให้ความช่วยเหลือผู้ป่วย ซึ่งเป็นตัวอย่างของการช่วยเหลือกันระหว่างผู้ป่วยกับผู้ป่วย ซึ่งมีการศึกษาแล้วพบว่าสามารถทำให้ผู้ป่วยจัดการตนเองทางสุขภาพได้ดีขึ้น รวมถึงผลลัพธ์ทางสุขภาพที่ดีขึ้น

Box 18. Teen2Xtreme

เป็น social media ที่จะเพิ่มความรอบรู้ด้านสุขภาพของวัยรุ่น พัฒนาโดย UCLA School of Public Health และ Health Net, Inc. in the United States of America โดย T2X สามารถ link กับ Facebook-linked โดยเนื้อหาผลิตโดย กลุ่มวัยรุ่น และวิชาชีพที่ทำเรื่องวัยรุ่น เนื้อหาครอบคลุมทั้งเรื่อง games, quizzes, polls, blogs, video clips (YouTube) และการสื่อสารแบบ interactive และมีส่วนร่วม T2X ยังมี content เกี่ยวกับ lifestyle สำหรับวัยรุ่น เช่น โภชนาการ, fitness, การจัดการความเครียด, สารเสพติด และพฤติกรรมทางเพศ. และสามารถเชื่อมโยงกับ Social media อื่นๆ ทำให้เป็น App ที่รวมทุกอย่างที่เป็น life style ของวัยรุ่นเข้ามาอยู่ใน App เดียว

- 3) Mobile social web ทำให้คนใช้ (Users) สามารถที่จะ Share ,ให้คะแนน (Rate) หรือให้ข้อเสนอแนะ ได้ง่ายขึ้น และสามารถ Download App ประเภทต่างๆได้มากมาย รวมถึง App ทางด้านสุขภาพ เช่นมีการ download App ของ NHS ของ England จำนวน 1 ล้านคนภายใน 6 เดือน หลังจากเปิดใช้ใน May 2011.

- 4) Smart phone และ Application ได้ Transform ระบบบริการสุขภาพ โดยเฉพาะผู้ป่วยโรคเรื้อรัง ทำให้สามารถนำระบบบริการสุขภาพไปวางบน App สามารถเชื่อมโยงผู้ให้และผู้รับบริการ รวมถึงผู้เกี่ยวข้องต่างๆ เช่น Non clinical Care Giver, นักกายภาพบำบัด นักสังคมสงเคราะห์ มาทำงานร่วมกันได้ รวมถึงการวางแผนการดูแลร่วมกัน ซึ่งการรักษาผ่าน App ส่งผลให้ต้นทุนการรักษาต่ำลง ให้บริการได้ครอบคลุมมากขึ้น เร็วขึ้น สะดวกขึ้น และผลลัพธ์ทางสุขภาพดีขึ้น เนื่องจากการใช้ Mobile App ที่เพิ่มสูงขึ้น the United States Food and Drug Administration ได้กำหนด guideline และกำหนดขอบเขตและประเภทของ Mobile App โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับทางการแพทย์เพื่อควบคุมไม่ให้ถูกใช้นอกวัตถุประสงค์

Box 19. Plain-language medical dictionary

พัฒนาโดย University of Michigan's Taubman Health Science Library สามารถใช้ได้ผ่าน web site หรือ iPhone app. Dictionary สามารถเปลี่ยนศัพท์ทางการแพทย์ที่เข้าใจยากเป็นเป็นศัพท์ธรรมดาที่ใช้กันโดยทั่วไป ที่เข้าใจง่าย

- 5) แต่ Social media ก็มีความเสี่ยงมากกว่าสื่อดั้งเดิม เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ เนื่องจากสามารถแพร่กระจายข้อมูลเป็นวงกว้างมากกว่า และรวดเร็วกว่า และผู้ใช้เป็นได้ทั้งผู้ผลิตและผู้รับสื่อ การตัดข้อความเหลือบางส่วน ทำให้ความเข้าใจคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงได้ ความเสี่ยงที่จะแพร่กระจายข้อมูลที่ผิดหรือคลาดเคลื่อน (misinformation and disinformation) จะแพร่กระจายไปยังรวดเร็วผ่านทาง viral messages หรือ videos หรือ electronic word of mouth โดยเฉพาะเวลาที่มี mass stress หรือ panic. วิธีการที่สำคัญในประเมินความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลที่ง่ายคือการดูแหล่งที่มาของข้อมูลว่าเป็นแหล่งที่น่าเชื่อถือหรือไม่ เช่นแหล่งข้อมูลที่เป็น independence source เช่น WHO , UN น่าเชื่อถือมากกว่า social media

What is known to work – promising areas for action

1. สร้าง social media ที่น่าเชื่อถือ ผู้ใช้สามารถเรียนรู้และประเมินข้อมูลข่าวสารทางสุขภาพ online และสามารถที่จะรู้ว่าจะหาข้อมูลข่าวสารทางสุขภาพที่ดีและมีคุณภาพจากที่ใด ถ้ามีการแข่งขันสร้าง social media ทางสุขภาพที่มีคุณภาพ จะทำให้มีข้อมูลข่าวสารทางสุขภาพที่ดีมากมายให้เข้าถึง เช่น official channels for the NHS Choices in England and United States Centers for Disease Control and Prevention and anti-tobacco campaigns on Facebook เป็นต้น
2. **Monitor and moderate.** จุดเด่นของ Social media คือ Users สามารถ post และ comment ผ่าน social Media ได้ และจุดที่เป็นความเสี่ยงของ social media คือการที่ users สามารถ post และ Comment ได้ เพราะฉะนั้น social media masters ต้องติดตามกำกับ เนื้อหาการ post อย่างสม่ำเสมอ ลบส่วนที่เป็น Spam หรือส่วนที่ละเมิดกฎเกณฑ์ที่วางไว้หรือละเมิดลิขสิทธิ์ Account administrators ต้องปกป้อง spammers ในการ hack accounts. องค์กรควรกำหนดกฎเกณฑ์หรือนโยบายให้กับบุคลากรในองค์กรและบังคับใช้ให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์หรือนโยบายที่กำหนดไว้
3. ปรับช่องให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งเนื้อหาและรูปแบบ และระดับของความรอบรู้ด้านสุขภาพ (Tailor channels to audiences) โดยต้องแปลงภาษาทางการแพทย์ที่ซับซ้อนยากต่อการเข้าใจให้เป็นภาษาที่ประชาชนทั่วไปเข้าใจ รวมถึงการประเมินผล การใช้ข้อมูลสุขภาพจากกลุ่มเป้าหมาย