

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Franklin Apfel *Mass mediated health communications and health literacy* (unpublished)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