

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “การจัดการการสื่อสารเพื่อเสริมพลังในผู้ป่วยโรคมะเร็งระยะแรกโดยชมรมผู้รอดชีวิตจากโรคมะเร็งโรงพยาบาลพระปกเกล้าจังหวัดจันทบุรี” ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อสาร และการสื่อสารเพื่อเสริมพลังที่ได้ทำการศึกษาเอกสารทั้งในด้านวรรณกรรม และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบและแนวทางในการอธิบาย และวิเคราะห์ถึงการจัดการการสื่อสารเพื่อเสริมพลังในผู้ป่วยโรคมะเร็งระยะแรกโดยชมรมผู้รอดชีวิตจากโรคมะเร็งโรงพยาบาลพระปกเกล้าจังหวัดจันทบุรี โดยมีรายละเอียดต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสาร
2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ
4. แนวคิดการรักษาโรคมะเร็งระยะแรก
5. ทฤษฎีการเสริมพลัง
6. ทฤษฎีความคาดหวัง
7. ทฤษฎีความต้องการของแมคเคลออล์แลนด์
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการจัดการการสื่อสาร

การจัดการทางการสื่อสาร เป็นแนวความคิดที่เกิดจากการผสมผสานหลักการสื่อสาร และการจัดการเข้าด้วยกัน การจัดการทางการสื่อสารที่ถูกต้องและเหมาะสม ทั้งการวางแผนการดำเนินงาน การติดตามผล และการปรับปรุงการสื่อสารทุกรูปแบบอย่างให้เป็นระบบระเบียบ และมุ่งเน้นไปที่การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นเครื่องมือที่จะทำให้องค์กรสามารถใช้ การสื่อสารเพื่อให้บรรลุในวัตถุประสงค์ต่างๆ ได้ตามที่ตั้งไว้ ซึ่งจะทำให้ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ดำเนินไปอย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จ ในส่วนการสื่อสารภายในองค์กร ผู้บริหาร บุคลากร ในทุกระดับ จะสามารถเข้าถึงในสิ่งที่ต้องการสื่อสารออกไปในทิศทางเดียวกัน และมีความเข้าใจที่ ตรงกันในการปฏิบัติงาน สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างสำเร็จลุล่วง การจัดการทางการสื่อสาร ยังเป็นการจัดระบบระเบียบของกระบวนการสื่อสารในองค์กร โดยเฉพาะช่องทางการสื่อสารต่างๆ เพื่อให้เกิดความสำเร็จต่อการบริหารระหว่างองค์กร และภายนอกอีกด้วย

สำหรับทางปฏิบัติ ทั้งผู้บริหารและบุคลากรในองค์กร จะต้องได้รับรางวัลใจที่เหมือนกัน เพื่อให้เกิดเป้าหมาย ในการทำงานร่วมกันของคนสองกลุ่มนี้ และนำไปสู่การรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร และความเข้าใจที่ตรงกันกิจกรรมของการจัดการทางการสื่อสาร ประกอบไปด้วย การวางกลยุทธ์ การสื่อสาร ขององค์กร การออกแบบกิจกรรมการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร การควบคุมการไหลของข่าวสาร และการสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยี (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร และอรรรตพร กงวิไล, 2550 : 4) การจัดการการสื่อสารที่ดีจะช่วยสร้างความเข้าใจในนโยบายของผู้บริหาร และเป็นสิ่งเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์กร และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ต่อองค์กรในทางบวก เพราะนโยบายการบริหารงานการจัดการขององค์กรเป็นส่วนสำคัญ และ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย ที่วางไว้ การจัดการการสื่อสาร จึงเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งสำหรับ กิจกรรมและการดำเนินงานต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในองค์กร ทั้งนี้หากการจัดการการสื่อสารภายใน องค์กรมีความชัดเจน ก็จะส่งผลให้การปฏิบัติงานตามนโยบายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน บุคลากร ในองค์กรเกิดความพึงพอใจ และเข้าใจนโยบายได้อย่างชัดเจน และส่งผลต่อประสิทธิภาพ ในการ ทำงาน ดังนั้น กระบวนการทำงานขององค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายจะต้องทำให้การติดต่อสื่อสาร ระหว่างบุคลากรในฝ่ายต่างๆ ทั้งภายใน และภายนอกองค์กรเป็นไปอย่างคล่องตัว เพื่อให้เกิดความ เข้าใจที่ตรงกันเกิดความร่วมมือ และการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การทำงานของ องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมาย และประสบผลสำเร็จด้วยดีซึ่งเทคโนโลยีในปัจจุบันนี้ ก็มี ความก้าวหน้าทั้งในแง่ของการใช้งาน และความรวดเร็วผู้บริหารจะต้องพัฒนาและแสวงหาความรู้ (ภรณ์ทิพย์ สิงห์นิล, 2559 : 14)

เฟ็ร์ริง และ เซอร์เวิร์ด (French and Saward, 1975) ได้นิยามคำว่าจัดการ (Management) ไว้ใน Dictionary of Management ว่า "การจัดการ คือ กระบวนการ กิจกรรมหรือ การศึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ในอันที่จะเชื่อมั่นได้ว่า กิจกรรมต่าง ๆ ดำเนินไปในแนวทางที่ จะบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน้าที่ในอันที่จะสร้างและรักษา ไว้ซึ่งสภาวะที่จะเอื้ออำนวยต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ด้วยความพยายามร่วมของกลุ่มบุคคล" ใน เรื่องนี้นักวิชาการด้านนี้ต่าง ก็ให้คำนิยามแตกต่างกันออกไป ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นความ แตกต่างกันในเรื่องของการใช้ถ้อยคำมากกว่าโดยมีประเด็นหลักของคำนิยามที่คล้ายคลึงกัน ซึ่ง พบว่า Michael A. Hitt และคณะได้ให้คำนิยามไว้อย่างเหมาะสมในหนังสือ Effective Man agreement ซึ่งจัดพิมพ์ขึ้นใน ค.ศ. 1979 เป็นคำนิยามที่กินคำกว้างขวางและทันสมัยที่สุด ที่อธิบาย ถึงความหมายของคำว่าจัดการ คือ การประสานประสานทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงาน เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ จะเห็นได้ว่าคำนิยามนี้

กินความครอบคลุมสาระสำคัญหลัก ซึ่งเป็นประเด็นหลักของการบริหาร 4 ประการ คือ วัตถุประสงค์ ประสิทธิภาพ ทรัพยากร และการประสมประสาน

วัตถุประสงค์ (Objective) เหตุผลเบื้องต้นในการดำเนินงานขององค์กรทุกองค์กรก็คือความเหตุผลเบื้องต้นคงอยู่ หรืออยู่รอดขององค์กร ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ ย่อมต้องเป้าหมายในการดำเนินงาน ซึ่งหมายถึงวัตถุประสงค์ที่ผู้บริหารต้องดำเนินการให้ประสบผลสำเร็จนั่นเอง

ประสิทธิภาพ (Effectiveness) หมายถึงความสามารถขององค์กรในอันที่จะบริหารงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้เป็นอย่างดีในช่วงเวลาที่กำหนด ประสิทธิภาพเน้นการบริหารระยะยาวและต่อเนื่อง เช่น ประสิทธิภาพเบื้องต้นขององค์กรทุกองค์กรคือ ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงดำเนินการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ และยังคงปฏิบัติหน้าที่อยู่ได้ต่อไป คำว่า "ประสิทธิภาพ" มีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า "ประสิทธิภาพ" (Efficiency) ซึ่งคำว่าประสิทธิภาพวัดได้จากความสามารถขององค์กรในการใช้ทรัพยากรในระยะสั้นโดยการเปรียบเทียบปัจจัยนำเข้า (input) และรายจ่าย กับปัจจัยนำออก (output) และรายได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพในระยะสั้นอาจจะไม่มีประสิทธิภาพในระยะยาวก็ได้ แต่การดำเนินงานที่มีประสิทธิผลระยะยาวย่อมต้องเป็นการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมาแล้วในช่วงเวลาสั้น ๆ ในอดีต

ทรัพยากร (Resource) หมายถึงทรัพยากรที่ผู้บริหารเกี่ยวข้องด้วยโดยตรง ซึ่งแต่เดิมนั้นทั่วไปถือกันว่าทรัพยากรดังกล่าวประกอบด้วยเงิน วัสดุ และการจัดการ หรือที่เรียกโดยย่อว่า 4 Ms (man money material and management) แต่โดยที่สภาพแวดล้อมและสังคมในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไป องค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องคำนึงถึงตัวแปรอื่นที่มีผลกระทบต่อองค์กรด้วย นักวิชาการหลาย ๆ ท่านต่างก็ความเห็นในเรื่องของทรัพยากรแตกต่างกันออกไป ซึ่งอาจสรุปได้เป็นทรัพยากรด้านต่าง ๆ ดังนี้

"ทรัพยากรคน" หมายถึงจำนวนหน่วยงานจำนวนคนในหน่วยงานตลอดจนทักษะที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานด้านกำลังคน

"ทรัพยากรด้านทุน" หมายถึงทั้งการหาทุนและการใช้จ่ายเงินทุนในการดำเนินงาน

"ทรัพยากรด้านวิทยาการ" รวมถึงวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร อาคาร สถานที่ตลอดจนวิธีการที่ควรใช้ในการดำเนินการ

"ทรัพยากรด้านลูกค้า" หรือผู้ใช้บริการขององค์กรซึ่งเป็นตัวแปรที่มีผลกระทบต่อความเจริญเติบโตขององค์กรตัวจำกัดสำหรับการดำเนินการ

"ทรัพยากรด้านเวลา" ซึ่งเป็นทรัพยากรที่เป็นตัวจำกัดสำหรับการดำเนินงานทั้งหมดนี้ รวมถึงกำหนดเวลา และระยะเวลา

การประสานประสาน (integration coordination) คือการสร้างความสมดุล และสอดคล้องต่อเนื่องกันระหว่างทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อความสำเร็จขององค์กร องค์กรใดมีวัตถุประสงค์จะสร้างความเจริญเติบโตมากขึ้นเพียงใด ย่อมต้องจัดการให้ทรัพยากร คน ทุน วิทยาการ และเวลาที่มีอัตราส่วนที่จะสามารถทำให้ได้มา ซึ่งผู้ใช้บริการตามจำนวนที่แสดงถึงความเจริญเติบโตที่วัตถุประสงค์กำหนดไว้ การประสานประสานจึงหมายถึง การทำให้กิจกรรมต่าง ๆ สอดคล้องต่อเนื่องกัน มีการจัดสรรทรัพยากรทุน วิทยาการ และเวลาที่สมดุลกับลำดับความสำคัญของหน่วยงานและความต้องการจากภายนอกองค์กร ต้องมีการสานพลังบุคคลที่อยู่ในองค์กรให้เข้ากับงาน ซึ่งบุคคลเหล่านั้นต่างก็มีค่านิยมและความเป็นตัวของตัวเองทั้งสิ้น

การจัดการเป็นศาสตร์ การจัดการเป็นศาสตร์ เพราะมีองค์ความรู้ซึ่งอธิบายการจัดการ โดยอ้างอิงถึงหลักความจริงทั่ว ๆ ไปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ทางการบริหารเป็นสิ่งที่เชื่อถือได้และเป็นหลักการที่นำไปใช้ได้อย่างกว้างขวาง แต่อย่างไรก็ตามยังจำเป็นต้องมีการวิจัยปรับปรุงหลักการให้สอดคล้องกับความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอเช่นเดียวกับศาสตร์อื่น ๆ ที่ต้องเปลี่ยนแปลงอยู่เป็นประจำบ้างน้อยบ้าง เพราะการเปลี่ยนแปลงทำให้ความรู้กว้างไกลลึกซึ้งขึ้น ถ้าขาดการเปลี่ยนแปลงแล้วทุกวันนี้เราคงไม่มีความรู้มากกว่าชาวอียิปต์ในสมัยก่อนหรือนักปราชญ์ในสมัยจักรวรรดิโรมันเป็นแน่

การจัดการเป็นศิลป์ หมายถึงการรู้ว่า ทำอย่างไรถึงจะประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ ศิลปะของการบริหารเป็นทักษะที่ได้มาจากประสบการณ์ การสังเกต การศึกษา และความสามารถ ในการประยุกต์ใช้ความรู้ทางการบริหารศิลปะแห่งการบริหารต้องอาศัยความคิดริเริ่มซึ่งขึ้นอยู่กับความเข้าใจในศาสตร์ทางการบริหารหมายถึงหลักการบริหารที่จะช่วยเป็นแนวทางให้นักบริหารทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและไม่ต้องเสี่ยง ดังนั้นศาสตร์และศิลป์แห่งการบริหารจึงเป็นสิ่งที่เสริมสร้างซึ่งกันและกัน คุณภาพแห่งศาสตร์และศิลปะจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการบริหาร

การจัดการเป็นเรื่องที่มีจุดมุ่งหมาย แต่ไม่อาจวัดได้โดยตรง การจัดการคือ การพยายามที่จะบรรลุผลเฉพาะอย่างซึ่งแสดงออกในรูปของวัตถุประสงค์ทั้งนี้โดยมีความพยายามของกลุ่มบุคคล เป็นเครื่องช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยธรรมชาติของตัวเองแล้วการจัดการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนไม่อาจมองเห็นหรือวัดได้โดยตรง แต่ก็อาจเห็นได้จากผลงานที่พอใจ ความพอใจของผู้ปฏิบัติงาน และผลผลิตของงานทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีขึ้น

การจัดการเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความสำเร็จของเป้าหมาย โดยอาศัยความพยายามของผู้อื่น ในอันที่จะปฏิบัติให้เป็นไปตามกิจกรรมที่กำหนดไว้ล่วงหน้าให้ดีที่สุด ซึ่งย่อมขึ้นอยู่กับความรู้ว่าบุคคลเหล่านั้นควรจะทำอะไร ความเข้าใจว่าจะทำอย่างไรถึงจะทำให้พวกเขาทำในสิ่งควรจะทำ และมั่นใจว่าความพยายามของพวกเขาจะมีประสิทธิผล นอกจากนี้ยังต้องมีการสร้างและรักษาไว้

ซึ่งสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยให้บุคคลต่าง ๆ ทำงานร่วมกันได้ดี รวมทั้งภาวะที่ตอบสนองข้อ
ได้เปรียบและข้อจำกัดทางเศรษฐกิจ จิตวิทยา สังคม การเมือง และวิทยาการด้วย

การจัดการมีความสำคัญต่อองค์การ ซึ่งอาจพิจารณาได้ 2 ทาง คือ

1) ภายในองค์การ มนุษย์ใช้องค์การเป็นเครื่องมือสำหรับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ
ของกลุ่มบุคคล ความสำคัญของการจัดการจึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรับผิดชอบในอันจะทำให้การ
รวมตัวกันของทรัพยากรภายในขององค์การทั้งด้านกำลังคน ทุน วิทยาการ และเวลา เป็นไปด้วยดี
และสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ และในการรวมทรัพยากรดังกล่าวจำเป็นต้องมีระเบียบและการ
ประสานกันได้อย่างเหมาะสม ปัญหาสำคัญที่สุดของเรื่องนี้ก็คือปัญหาเกี่ยวกับปัจจัยกำลังคนซึ่ง
เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด เพราะคนหรือมนุษย์ต่างก็มีความต้องการและแนวความคิดของตนเองอาจ
พิจารณาได้ในแง่ของความต้องการด้านวัตถุ และด้านจิตใจ ดังนี้

1.1 ความต้องการด้านวัตถุ ซึ่งส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับความต้องการเบื้องต้นใน
การดำรงชีวิตอันได้แก่ อาหาร เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม และที่อยู่อาศัย

1.2 ความต้องการด้านสังคมหรือด้านจิตใจเนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมซึ่ง
สมาชิกขององค์การอาจแสวงหาการตอบสนองความต้องการด้านนี้ได้จากการพบปะและสังคมกับ
เพื่อนสมาชิกในองค์การควบคู่ไปกับการทำงานในองค์การ

โดยที่ความต้องการและแนวความคิดส่วนตัวของบุคคลต่าง ๆ ในองค์การแตกต่างกัน
ออกไปโอกาสที่การรวมกลุ่มกันทำงานในลักษณะองค์การจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวอาจเกิดขึ้นได้
จากความขัดแย้งกันภายในที่จะตอบสนองความต้องการส่วนตัวของแต่ละบุคคล และความขัดแย้ง
กันในด้านแนวความคิด ประสิทธิภาพขององค์การจึงขึ้นอยู่กับผู้นำขององค์การ ซึ่งจะต้องมีหน้าที่
ในการจัดระเบียบและประสานประสานกิจกรรมของบุคคลต่าง ๆ เพื่อผลงานของส่วนรวม ผู้นำที่
กล่าวถึงนี้หมายถึงผู้ที่มีหน้าที่ในการจัดการหรือผู้บริหารนั่นเอง ในทุกองค์การผู้บริหารจะเป็น
ผู้สร้างกลไกให้ทรัพยากรต่าง ๆ สามารถเข้ามารวมกันและดำเนินไปได้ภายในองค์การ และบุคคล
ดังกล่าวนี้เองที่จะเป็นผู้รับผิดชอบในผลสำเร็จของงานทั้งหมดที่ได้ดำเนินไปแล้ว

2) ภายนอกองค์การ องค์การส่วนใหญ่จะต้องเกี่ยวพันกับทรัพยากรภายนอกในลักษณะ
ของความเกี่ยวพันโดยตรง และโดยทางอ้อม

การเกี่ยวพันโดยตรง ทรัพยากรภายนอกที่ต้องเกี่ยวพันโดยตรง ได้แก่ ลูกค้า คู่แข่งขัน
และหน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง

การเกี่ยวพันโดยทางอ้อม ทรัพยากรภายนอกบางประเภท แม้ว่าจะไม่มีผลกระทบต่อ
องค์การโดยตรงก็เป็นสิ่งที่จะมองข้ามไปเสียไม่ได้ ซึ่งได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ วัฒนธรรม กฎหมาย
และการเมือง ตลอดจนการต่างประเทศ

องค์กรต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องเรียนรู้วิธีการที่จะดำรงอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถในการประสานประสานทรัพยากร เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และอาศัยการตรวจสอบแนวโน้มของทรัพยากร ภายนอกดังกล่าวอยู่เสมอ

ความสำคัญของแนวคิดการจัดการ

แนวความคิดของการจัดการ โดยทั่วไปในอดีตจะเป็นการมุ่งเน้นในการประสานงานกันระหว่างผู้บริหารกับบุคลากรเพื่อมุ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรแต่จากการที่ผู้บริหารมีสมมติฐานว่ามนุษย์เป็นผู้ที่มีเหตุผลในการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพของผลงานเกิดการแบ่งงานกันทำตามความถนัดแต่ผู้บริหาร ไม่ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านสภาวะแวดล้อมและพฤติกรรมของมนุษย์ในองค์กรทำให้การปฏิบัติงานและประสิทธิภาพของผลงานไม่เป็นไปตามที่ต้องการ เช่น การที่บุคลากรไม่ทราบวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนงานมีลักษณะที่เป็นงานประจำจนขาดให้การความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้าแต่ผลผลิตสามารถจำหน่ายได้ทั้งหมดและทรัพยากรที่มีคุณภาพมิให้ใช้ได้อย่างไม่จำกัด เป็นต้น

แม้ว่าแนวความคิดทางการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์จะช่วยเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้นก็ตามแต่ก็สามารถทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับมนุษย์ขึ้นได้ เช่น คนงานส่วนใหญ่ไม่ชอบงานในลักษณะที่เป็นงานประจำจนเป็นผลทำให้ผู้บริหารคิดหาทางนำไปสู่การขยายงานการเพิ่มคุณค่าของงานและการให้อำนาจตัดสินใจกับพนักงานเพิ่มขึ้นหรือการนำแนวความคิดของการจ่ายค่าตอบแทนตามจำนวนผลงานมาประยุกต์ใช้กับคนงานจนสามารถเพิ่มผลผลิตได้เกินจากมาตรฐานที่กำหนดซึ่งจะได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่าคนงานที่ทำได้น้อยกว่ามาตรฐานก็สามารถผลักดันให้คนงานแต่ละคนทำงานได้ตามเป้าหมายที่กำหนดในการจ่ายตอบแทนตามระบบดังกล่าวนี้ผู้บริหารเชื่อว่าจะทำให้หัวหน้าคนงานมีกำลังใจที่จะสอนงานให้คนงานทำงานให้ดีขึ้นกว่าเดิมด้วย

ในการออกแบบองค์กร โดยผู้บริหารจะต้องเผชิญกับการตัดสินใจที่มีความยุ่งยากและซับซ้อนหลายประการผลลัพธ์ของการตัดสินใจที่ต้องการคือโครงสร้างองค์กรที่มีความเหมาะสมที่สุดที่ได้จากแนวคิดและทฤษฎีทางการจัดการเพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุผลสำเร็จที่ต้องการ โดยทั่วไปการออกแบบองค์กรจะมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจที่สำคัญของผู้บริหารได้แก่การแบ่งงานออกเป็นงานย่อย ๆ ตามลำดับความสำคัญการจัดสรรอำนาจหน้าที่ระหว่างงาน เพื่อการตัดสินใจ การรวมกลุ่มงานแต่ละด้านเข้าด้วยกัน และการกำหนดขนาดของกลุ่มงานของผู้บริหารแต่ละคนอย่างเหมาะสม (สมยศ นาวิการ, 2533 : 163 - 164) ดังนี้

1. ผู้บริหารจะต้องดำเนินการแบ่งงานออกเป็นงานย่อย ๆ ตามลำดับความสำคัญซึ่งคุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของการแบ่งงานนั้นคือการมุ่งเน้นด้านความชำนาญความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของงานถึงแม้ว่างานจะมีลักษณะที่แตกต่างกันก็ตาม

2. ผู้บริหารจะต้องดำเนินการรวมกลุ่มงานแต่ละด้านเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสมงานที่สามารถรวมกลุ่มเข้าด้วยกันอาจจะอยู่บนรากฐานของความคล้ายคลึงกันเป็นสำคัญ

3. ผู้บริหารจะต้องดำเนินการจัดสรรอำนาจหน้าที่ระหว่างงานเพื่อให้บุคลากรสามารถทำการตัดสินใจโดยไม่ต้องขออนุมัติจากผู้บริหารทุกครั้งทำให้บุคลากรมีสิทธิเพื่อการตัดสินใจภายในขอบเขตที่กำหนดไว้จนส่งผลทำให้การดำเนินงานได้อย่างราบรื่นจากการตัดสินใจที่ทันเหตุการณ์

4. ผู้บริหารจะต้องกำหนดขนาดของกลุ่มงานของผู้บริหารแต่ละคนอย่างเหมาะสมดังนั้นโครงสร้างองค์กรย่อมจะมีความแตกต่างกันตามการตัดสินใจของผู้บริหารจากการใช้แนวคิดและทฤษฎีทางการจัดการและถ้าหากพิจารณาถึงการตัดสินใจของผู้บริหารข้างต้นแล้วจะพบว่าในการแบ่งงานกันทำเฉพาะด้านจะขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านความเชี่ยวชาญมากหรือน้อยในการมอบอำนาจหน้าที่จะขึ้นอยู่กับปัจจัยความมากหรือน้อยของอำนาจหน้าที่ที่ได้รับมอบการวางแผนงานจะขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานด้านความเหมือนกันหรือความแตกต่างกันของลักษณะงานและขนาดในการควบคุมจะขึ้นอยู่กับปัจจัยของจำนวนบุคลากร เป็นต้น

เพื่อให้การแก้ไขปัญหาด้านบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการขององค์กรนั้นผู้บริหารสามารถทำได้โดยการจัดโครงสร้างองค์กรและกำหนดแนวทางการจัดการที่มีความเหมาะสมกับสภาวะแวดล้อม เช่น การแสวงหาผู้บริหารที่มีความชำนาญเฉพาะด้านนำมาบริหารงาน การมุ่งเน้นเกี่ยวกับการแบ่งงานกันทำของบุคลากร การแสวงหาบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้านมาปฏิบัติการใช้วิธีการจูงใจด้านเงินเดือนและตำแหน่งงานการสังเกตและวิเคราะห์งานเพื่อหาวิธีการทำงานที่ดีที่สุดเป็นต้น จากแนวคิดและทฤษฎีทางการจัดการข้างต้นจะเป็นแนวทางที่ผู้บริหารสามารถนำมาปรับใช้ได้และสามารถก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ดังนั้นผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญกับแนวคิดและทฤษฎีทางการจัดการเพื่อที่จะทำให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจกำหนดแนวทางที่มีความเหมาะสมตลอดจนองค์กรสามารถบรรลุผลตามที่ต้องการ ได้อย่างราบรื่น

ทฤษฎีองค์การเป็นศาสตร์ที่มีการพัฒนามาไม่ยาวนานนักทั้งนี้เนื่องมาจากในเบื้องต้นสังคมส่วนใหญ่เป็นสังคมแบบเกษตรกรรมทฤษฎีองค์การจึงเป็นสิ่งที่ไม่มีความจำเป็นจนถึงในช่วงต้นของศตวรรษที่ 19 สภาพสังคมได้เริ่มเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมอุตสาหกรรมส่งผลให้ทฤษฎีองค์การเริ่มได้รับความสนใจขึ้นมีการพัฒนารวมทั้งมีวิวัฒนาการต่อกันมาอย่างต่อเนื่องดังนั้นทฤษฎีองค์การจึงเป็นแนวความคิดที่มีความสัมพันธ์และแสดงถึงภาพรวมของพฤติกรรมของบุคคลกลุ่ม

ย่อย และกลุ่มต่าง ๆ ภายในองค์กรอย่างเป็นระบบสามารถแสดงถึงปฏิสัมพันธ์ของรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่าง ๆ ของกิจกรรมในองค์กรดั่งนั้น โดยเนื้อหาที่แท้จริงแล้วทฤษฎีองค์กร คือ การกำหนดกรอบของแนวความคิดจากทฤษฎีต่าง ๆ ที่ศึกษาเฉพาะเรื่องโครงสร้างขององค์กร (Organization design) กล่าวคือการกำหนด โครงสร้างขององค์กรเป็นการศึกษาเพื่ออธิบายถึงการจัดโครงสร้างองค์กร การออกแบบขององค์กรรวมทั้งการเสนอทางเลือกในการบริหารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

จากแนวความคิดเชิงสถานการณ์ต่อการจัดการพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างขององค์กรกับการประสานงานของบุคลากรจะมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด ซึ่งจากทฤษฎีการจัดการแนวใหม่ที่ยึดแนวความคิดเชิงระบบกับแนวความคิดเชิงสถานการณ์เพื่อให้ผู้บริหารสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการได้นั้นจะต้องมีการวิเคราะห์ถึงปัญหาต่าง ๆ ในเชิงระบบว่าปัจจัยต่าง ๆ นั้นมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันและจะต้องตระหนักถึงความสอดคล้องระหว่างองค์กรกับสภาวะแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นด้านของการออกแบบ โครงสร้างองค์กรหรือวิธีการในการจัดการต่าง ๆ กล่าวคือจะไม่มีวิธีที่ดีที่สุดในการจัดการแต่การจัดการนั้นขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อมขององค์กรเสมอในการพัฒนาแนวความคิดทางการจัดการที่เกิดขึ้นนั้นจะมีลักษณะเป็นวิวัฒนาการตั้งแต่แนวความคิดทางการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ จากนั้นจึงเป็นแนวความคิดเชิงกระบวนการ แนวความคิดเชิงพฤติกรรมศาสตร์ แนวความคิดเชิงระบบ และแนวความคิดเชิงสถานการณ์ จากการศึกษาที่เห็นการพัฒนาแนวความคิดต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้นนี้ทำให้ไม่มีแนวความคิดใดจะเป็นที่ยอมรับที่จะเป็นแนวความคิดที่มีประสิทธิผลมากที่สุด ดังนั้นการนำแนวคิดทางการจัดการใดมาใช้กับองค์กรผู้บริหารจะต้องพิจารณาถึงสภาวะแวดล้อมขององค์กรที่เป็นสถานการณ์ที่องค์กรเผชิญอยู่มาพิจารณาคด้วย

แนวความคิดของการจัดการในอดีตจะมุ่งเน้นในการประสานงานกันระหว่างผู้บริหารกับบุคลากรเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานแต่จากการที่ผู้บริหารมีสมมติฐานว่ามนุษย์ว่าเป็นผู้ที่มิเหตุผลในการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพของผลงานเกิดจากการแบ่งงานกันทำตามความถนัดแต่ผู้บริหาร ไม่ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านสภาวะแวดล้อมและพฤติกรรมของมนุษย์ทำให้ผลการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพของผลงานไม่เป็นไปตามที่ต้องการ เช่น คนงานไม่ชอบงานในลักษณะที่เป็นงานประจำเป็นต้น จนเป็นผลทำให้ผู้บริหารเกิดหาทางนำไปสู่การขยายงานการเพิ่มคุณภาพของงานและการให้อำนาจตัดสินใจกับพนักงานเพิ่มขึ้นหรือการนำแนวความคิดของการจ่ายค่าตอบแทนตามจำนวนผลงานมาประยุกต์ใช้กับคนงานจนสามารถเพิ่มผลผลิตได้เกินจากมาตรฐานที่กำหนดซึ่งจะได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่าคนงานที่ทำได้น้อยกว่ามาตรฐานก็สามารถผลักดันให้คนงานทำงานได้ตามเป้าหมายที่กำหนดได้

ในการแก้ปัญหาให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร นั้นสามารถทำได้ โดยการจัดโครงสร้างองค์กรและกำหนดแนวทางการจัดการที่มีความเหมาะสม กับภาวะแวดล้อมจะทำให้ผู้บริหารสามารถกำหนดแนวทางในการตัดสินใจที่มีความเหมาะสมได้ เช่นการแสวงหาผู้บริหารที่มีความชำนาญเฉพาะด้านมาบริหารงาน การมุ่งเน้นเกี่ยวกับการแบ่งงาน กันทำของคนงาน การแสวงหาคนงานที่มีความชำนาญเฉพาะด้านมาปฏิบัติการใช้วิธีการจูงใจด้าน เงินเดือนและตำแหน่งงาน การสังเกตและวิเคราะห์งานเพื่อหาวิธีการทำงานที่ดีที่สุด เป็นต้น

สำหรับแนวคิดและทฤษฎีทางการจัดการประกอบด้วยแนวความคิดทางการจัดการในสมัย เดิมหรือยุคคลาสสิก ได้แก่ แนวความคิดทางการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ แนวความคิดการจัดการ องค์กรแบบราชการ และแนวความคิดทางการจัดการเชิงกระบวนการ แนวความคิดทางการจัดการ เชิงพฤติกรรมศาสตร์ ได้แก่ แนวความคิดทางการจัดการเชิงมนุษย์สัมพันธ์ แนวความคิดทางการ จัดการเชิงสังคมศาสตร์ และแนวความคิดทางการจัดการเชิงพฤติกรรมศาสตร์ แนวความคิดทางการ จัดการสมัยใหม่ ได้แก่ แนวความคิดทางการจัดการเชิงปริมาณ แนวความคิดเชิงระบบ และแนวคิด เชิงสถานการณ์ และแนวความคิดทางการจัดการยุคโลกาภิวัตน์ ได้แก่ การควบคุมคุณภาพโดยรวม การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง การรีรูปรับระบบ เป็นต้น

สรุป ในการศึกษาในครั้งนี้ การจัดการเป็นความรู้ทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งอธิบายถึงการ จัดการโดยอ้างอิงถึงหลักความจริงทั่ว ๆ ไป และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ทาง การบริหาร ซึ่งเป็นสิ่งที่เชื่อถือได้และเป็นหลักการที่ผู้วิจัยนำไปใช้เกี่ยวกับการตั้งองค์กร คือ ชมรม ผู้รอดชีวิตจากโรคมะเร็งโรงพยาบาลพระปกเกล้า ซึ่งต้องมีการคัดเลือกบุคลากรมาปฏิบัติหน้าที่ ในการสื่อสารเพื่อเสริมพลังให้กับผู้ป่วยมะเร็งรายใหม่ระยะแรก ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมการ สื่อสาร ที่ต้องมีการวางแผนกำลังคน เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

มนุษย์ใช้เวลาในการสื่อสารมากกว่ากิจกรรมอื่นๆ มนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ ตลอดเวลา ในแต่ละวันมนุษย์ต้องพูดและฟังบุคคลอื่นๆ ที่อยู่รอบข้าง สนทนากับตัวเอง และมีส่วน ร่วมในกิจกรรมการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ อาทิ การประชุม การให้สัมภาษณ์ การติดตาม ข่าวสาร และความบันเทิงจากสื่อต่างๆ การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต ด้วยเหตุที่ มนุษย์ต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งนอกเหนือจาก ปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ การสื่อสารมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินชีวิต ของมนุษย์ ตั้งแต่เกิดจนตายมนุษย์ได้รับอิทธิพลจากการสื่อสารในการเสริมสร้างบุคลิกลักษณะ ของตน การเรียนรู้โลกภายนอก การสร้างความก้าวหน้าในอาชีพ การมีชีวิตอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นใน

สังคม และการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง ดังนั้นการสื่อสารจึงเปรียบเสมือนทักษะที่สำคัญในการดำรงอยู่ของมนุษย์ (Wood, 2000 P. 11) ซึ่งปัจจุบันได้ชื่อว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์ เป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารจึงมีความสำคัญอย่างทวีคูณ การสื่อสารมีประโยชน์ทั้งในแง่บุคคลและสังคม การสื่อสารทำให้คนมีความรู้และโลกทัศน์ที่กว้างขวางขึ้น การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ทำให้สังคมเจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้มนุษย์สามารถสืบทอดพัฒนา เรียนรู้ และรับรู้วัฒนธรรมของตนเองและสังคมได้ การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศ สร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าแก่ชุมชน และสังคมในทุกด้าน (อุไรพัฒน์ แก้วตาชนวิวัฒนา, 2563 : 24) สอดคล้องกับแนวความคิดของ (สุรัตน์ ตรีสุกต, 2547 : 51) ที่กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งสำหรับมนุษย์ มนุษย์ใช้เวลาประมาณร้อยละ 75 ของเวลาในแต่ละวันเพื่อการสื่อสารมนุษย์ใช้เวลาในการสื่อสารมากกว่ากิจกรรมอื่นๆ มนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา ซึ่งในแต่ละวันมนุษย์ต้องพูดและฟังบุคคลอื่นๆ ที่อยู่รอบข้าง สนทนากับตัวเอง และมีส่วนร่วมในกิจกรรมการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ เหตุที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะว่ามนุษย์ใช้การสื่อสารเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองนั่นเอง

ความหมายของการสื่อสาร

จุดมุ่งหมายสำคัญในการนิยามความหมายของคำ คือการกำหนดหรือชี้ให้เห็นถึงขอบเขต ความสนใจที่ผู้ศึกษาหรือผู้กำหนดคำนิยามมีต่อสิ่งที่กำลังศึกษาและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในขณะนั้น (Littleton, 1999 : 19) ดังนั้นการพิจารณาคุณค่าของคำนิยามจึงไม่ตัดสินว่าผิดหรือถูก แต่จะพิจารณาว่าคำนิยามนั้นเป็นประโยชน์หรือเป็นแนวทางสำหรับการศึกษาของเราได้หรือไม่ (Trenholm & Jensen, 1991)

การนิยามความหมายของการสื่อสารให้ชัดเจนและครอบคลุมทุกประเด็นเป็นสิ่งที่ยากเนื่องจากการสื่อสารเป็นกระบวนการที่สลับซับซ้อนมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา และมีลักษณะเป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ ดังนั้นการสื่อสารจึงมีความหมายหลากหลายไปตามมุมมองของผู้ศึกษา ในปี ค.ศ. 1973 แดนซ์ และลาร์สัน (Dance & Larson, 1976) สามารถรวบรวมคำนิยามของการสื่อสารได้ถึง 126 คำนิยาม และหลังจากนั้นนักวิชาการด้านการสื่อสารอีกหลายคนก็ได้มีการนิยามความหมายของการสื่อสารไว้อีกมากมาย จึงขอยกตัวอย่างความหมายในทรรศนะของนักวิชาการสื่อสารแต่ละท่าน ดังนี้

กรีซ สืบสนธิ์ (2537) ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอด ที่ไม่หยุดนิ่ง มีการรับรู้และการโต้ตอบ การถ่ายทอดสาระ (ข่าวสาร ข้อมูลความคิด อารมณ์ ความรู้สึก) จะเป็นไปตามทักษะ ประสบการณ์ ความรู้ ความสนใจของผู้รับสารผู้ส่งสาร

ชงชัย สันติวงษ์ และ ชนาธิป สันติวงษ์ (2542) กล่าวว่า คำจำกัดความที่เหมาะสม สำหรับการสื่อสาร จะครอบคลุมถึงลักษณะและส่วนประกอบสำคัญ ดังนี้ การสื่อสารเป็นเรื่อง ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มคน ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีขอบเขตในกรอบ 2 ประการ คือจำกัดเฉพาะการสื่อสารระหว่างมนุษย์ด้วยกัน ไม่รวมสิ่งมีชีวิตอื่นๆ และ การแสดงออกในกรอบสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น ซึ่งสามารถนำไปใช้ ได้ดีกับการอธิบายการสื่อสารในองค์การการสื่อสารนั้น จะต้อง มีกระบวนการต่อเนื่อง มีลักษณะเป็น รายการโต้ตอบระหว่างกัน ซึ่งมีบางสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์ เกิดขึ้นตามมาด้วยเสมอ เครื่องมือที่ใช้ ดีความสัญลักษณ์นี้ คือที่เป็นสัญลักษณ์ เกิดขึ้นตามมาด้วยเสมอ เครื่องมือที่ใช้ ดีความสัญลักษณ์นี้ คือ ภาษา นั่นเอง และการสื่อสาร จะเป็นการดำเนินไปโดยมีเจตนา

อริสโตเติล (Aristotle) ให้คำจำกัดความของการสื่อสารในเชิงวาทศิลป์ (rhetoric) ไว้ว่าการสื่อสาร คือการแสวงหา "วิธีการในการโน้มน้าวใจทุกรูปแบบ" (Berlo, 1960 : 7) สาเหตุที่อริสโตเติลนิยามความหมายไว้เช่นนี้ เนื่องจากอริสโตเติลเน้นการสื่อสารในเชิงวาทศิลป์ซึ่งเน้นแนวคิดและทักษะในการโน้มน้าวใจผู้ฟัง

เอ็ดเวิร์ด สะเพียร์ (Edward Sapir, 1933 : 79) นิยามความหมายของการสื่อสารไว้ว่า “การสื่อสาร คือการแปลความหมายด้วยสัญลักษณ์ต่อท่าทางที่แสดงออกเป็นสัญลักษณ์โดยไม่รู้ตัวต่อความคิด และพฤติกรรมเชิงวัฒนธรรมของบุคคล” การแปลความหมายซึ่งสะเพียร์อธิบายไว้ นั่นคือกิจกรรมหนึ่งในกระบวนการรับรู้ของมนุษย์ซึ่งทำให้มนุษย์เข้าใจความหมายของสิ่งต่างๆ รอบตัว

วอเรน คับเบิลยู วีเวอร์ (Warren W. Weaver, 1949: 95) อธิบายว่าการสื่อสารมีความหมายครอบคลุมถึงกระบวนการทุกกระบวนการที่ทำให้จิตใจของบุคคลหนึ่งอาจก่อให้เกิดผลต่อจิตใจของอีกบุคคลหนึ่ง การสื่อสารตามทรรศนะนี้ไม่ได้จำกัดว่าการสื่อสารต้องเกิดขึ้น โดยใช้การเขียนและการพูดเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงดนตรี ภาพ การแสดง การเต้นบัลเล่ย์ และพฤติกรรมทุกอย่างของมนุษย์อีกด้วย ความหมายซึ่งวีเวอร์อธิบายไว้ นี้แสดงให้เห็นแนวคิดเรื่องการสื่อสาร โดยใช้วัจนภาษาและอวัจนภาษา

เจอร์เกน รอยซ์ และ เกรเกอร์ เบทสัน (Jurgen Ruesch, & Gregory Bateson, 1951: 5-6) อธิบายว่า การสื่อสารไม่ได้หมายความว่า การถ่ายทอดสารด้วยภาษาพูด และภาษาเขียนที่ชัดเจน และแสดงเจตนาอย่างเด่นชัดในการสื่อสารเท่านั้น แต่การสื่อสารยังรวมไปถึงกระบวนการทั้งหลายที่ทำให้บุคคลมีอิทธิพลต่อกัน คำนิยามนี้ชี้ให้เห็นว่า พฤติกรรมและเหตุการณ์ทั้งหลายเป็นการสื่อสารด้วยเช่นกัน หากมีผู้เข้าใจพฤติกรรมและเหตุการณ์เหล่านั้น แสดงว่าความเข้าใจนั้นได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่บุคคลนั้นมีอยู่ และมีอิทธิพลต่อบุคคลนั้นด้วย

คาร์ล ไอ โฮฟแลนด์ เออร์วิง แอด เจนีส และแฮรอลด์ เอช เคลลี (Carl I. Hovland, Irvin L. Janis, & Harold H. Kelly, 1953 : 12) อธิบายว่า การสื่อสารคือ กระบวนการที่บุคคลหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) ส่งสิ่งเร้า (ซึ่งโดยปกติได้แก่ภาษาพูดหรือภาษาเขียน) เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลอื่น (ผู้รับสาร) ความหมายของการสื่อสารตามทฤษฎีนี้มีพื้นฐานมาจากแนวคิดทางจิตวิทยาเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนองซึ่งเชื่อว่าเมื่อผู้ส่งสารส่งสารใดก็ตามไปยังผู้รับสารก็จะทำให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ตามที่ผู้ส่งสารต้องการ ซึ่งขัดแย้งกับลักษณะธรรมชาติของมนุษย์ เพราะมนุษย์ไม่ได้รับสารด้วยจิตใจที่ว่างเปล่า แต่ภูมิหลัง ประสบการณ์ และกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์จะเป็นตัวกรองให้เกิดการรับรู้และการแสดงปฏิสัมพันธ์ที่เหมาะสมตามทฤษฎีและความรู้สึกของบุคคลนั้น

คอลิน เชอร์รี่ (Colin Cherry, 1957: 219) การสื่อสาร คือการกระทำซึ่งเครื่องหมายอันแรกได้แก่ สิ่งเร้าก่อให้เกิดเครื่องหมายที่สองคือ ปฏิกริยาตอบสนองซึ่งขึ้นอยู่กับผู้รับสิ่งเร้าแต่ละคนว่าจะแสดงปฏิกริยาตอบสนองอย่างไร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะนิสัยซึ่งส่งผลมาจากประสบการณ์การสื่อสารในอดีต คำนิยามนี้แสดงให้เห็นแนวคิดสำคัญประการหนึ่งคือ ภูมิหลังและประสบการณ์ของแต่ละบุคคลจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในกระบวนการสื่อสารของกลุ่มสื่อสาร

ธีโอดอร์ เคลเวนเจอร์ เจอร์ (Theodore Clevenger, JR. 1959 : 5) อธิบายว่าการสื่อสารเป็นชื่อที่ใช้เรียกกระบวนการในการรับรู้ข่าวสารที่ไม่หยุดนิ่งและมีชีวิตจิตใจร่วมกัน คำนิยามนี้แสดงแนวคิดเรื่องพลวัตของการสื่อสาร และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสื่อสารกับอารมณ์ความรู้สึกของกลุ่มสื่อสาร

เบอร์นาร์ด เบเรลสัน และ แกรี เอ สเตายเนอร์ (Bernard Barelson, & Gary A. Steiner, 1964: 527) นิยามความหมายของการสื่อสารว่า "เป็นพฤติกรรม หรือกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก ทักษะ ฯลฯ โดยการใช้อยุทธศาสตร์ ได้แก่คำพูด รูปภาพ ตัวเลข กราฟ ฯลฯ" ความหมายของการสื่อสารตามทฤษฎีนี้แสดงให้เห็นว่า "สาร" ในกระบวนการสื่อสารนั้นมีความหลากหลายไม่เพียงเฉพาะข้อมูลข่าวสารเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงอารมณ์ความรู้สึก ความรู้ความสามารถ ฯลฯ ซึ่งผู้ส่งสารต้องการจะสื่อความหมายไปยังผู้รับสารของตน

วิลเบอร์ แชรรมม์ (Wilbur Schramm, 1974 : 13) นิยามความหมายของการสื่อสารไว้ว่า "การสื่อสาร คือการมีความเข้าใจร่วมกันในสัญลักษณ์ที่แสดงข่าวสาร" คำนิยามนี้แสดงให้เห็นแนวคิดของชรรมม์ซึ่งเน้นความเข้าใจที่เกิดจากการมีประสบการณ์ร่วมกันระหว่างกลุ่มสื่อสาร

ชาร์ล อี ออสกู๊ด (Charles E. Osgood) อธิบายว่าการสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่งคือผู้ส่งสาร สร้างอิทธิพลเหนืออีกฝ่ายหนึ่งซึ่งได้แก่ผู้รับสาร โดยใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งส่งผ่านสื่อที่เชื่อมระหว่างสองฝ่าย (Schramm, 1974: 12)

เมลวิน เอล เดอเฟลอร์ และเอเวอเรต อี เคนนิส (Melvin L. DeFleur, & Everette E. Dennis, 1981: 498) ให้คำจำกัดความของการสื่อสารว่า หมายถึง “ความสำเร็จของผู้ส่งสารในการส่งความหมายให้ผู้รับสารเข้าใจได้ตรงกับผู้ส่งสารต้องการ” คำนิยามดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นถึงจุดเน้นของผู้นิยามในเรื่องผลของการสื่อสารหรือสัมฤทธิ์ผลในการสื่อสารซึ่งเกิดจากการรับรู้ความหมายร่วมกันระหว่างคู่สื่อสาร

จูเลีย ที วูด (Julia T. Wood, 2000: 15) การสื่อสาร หมายถึง "กระบวนการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กันโดยใช้และผ่านทางสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อสร้างและแปลความหมายของสัญลักษณ์นั้น โดยแต่ละองค์ประกอบของกระบวนการจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องและส่งผลซึ่งกันและกัน" คำนิยามในทฤษฎีของวูดนั้นให้เห็นแนวคิดที่ว่าองค์ประกอบทุกองค์ประกอบในกระบวนการสื่อสารนั้นต่างส่งผลซึ่งกันและกัน และยังส่งผลต่อรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นระหว่างคู่สื่อสารในกระบวนการสื่อสารด้วย

ลิตเติลจอห์น (Littlejohn, 1999) เสนอทฤษฎีว่า ความพยายามในการนิยามความหมายของการสื่อสารเพื่อใช้ร่วมกันเพียงความหมายเดียวนั้นเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ และไม่เกิดประโยชน์อะไรสำหรับการศึกษา ดังนั้นการศึกษาความหมายที่แต่ละบุคคลนิยามไว้นั้นจึงเป็นประโยชน์สำหรับผู้ศึกษาในการเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารในมุมมองที่แตกต่างกัน ซึ่งช่วยให้มองกระบวนการสื่อสารได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ความสำคัญของการสื่อสาร

ในบรรดาความรู้และทักษะทั้งหลายที่มนุษย์พยายามสั่งสม และสร้างขึ้นมา และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารถือว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นและมีความสำคัญยิ่งต่อชีวิตมนุษย์ งานวิจัยหลายชิ้นได้ระบุว่า ในช่วงชีวิตหนึ่งของมนุษย์ เราใช้เวลาประมาณ ร้อยละ 75 ไปในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร (Tubbs & Moss, 1994 : 4) ทั้งโดยที่เรารู้ตัวและไม่รู้ตัว ตั้งใจและไม่ตั้งใจ ที่เป็นเช่นนี้ก็เนื่องจากการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในดำรงชีวิต และการประกอบอาชีพ ที่เราต้องทำการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา ทำให้การสื่อสารกลายเป็นส่วนหนึ่งของกิจวัตรประจำวัน จนบางครั้งเราก็ไม่ได้ "ตระหนัก" ว่าเรากำลังทำการสื่อสารอยู่ คำกล่าวที่ว่า "การสื่อสารเป็นหัวใจในการดำรงอยู่ของมนุษย์ชาติ" (Melvin et al, 1993 : 6) เป็นสิ่งที่ยืนยันถึงความสำคัญของการสื่อสารได้เป็นอย่างดี ความสามารถในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะเป็นตัวกำหนดและส่งผลให้การดำรงชีวิตของมนุษย์เกิดประสิทธิผลสูงสุด (DeVito, 2000: 2) ทั้งนี้เนื่องจากความสามารถในการ

สื่อสารที่แตกต่างกันของมนุษย์จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างกัน (DeFleur, Kearney, & Flax, 1992: 6) ดังนั้นการศึกษาถึงความสำคัญของการสื่อสารในแง่มุมต่างๆ จะช่วยให้มนุษย์เข้าใจและตระหนักถึงความจำเป็นในการศึกษาระบบการสื่อสารได้อย่างถ่องแท้มากขึ้น หากเราย้อนกลับไปมองพัฒนาการของมนุษย์แล้ว จะเห็นได้ว่าความรุ่งเรืองในยุคต่าง ๆ ล้วนเป็นผลมาจากการพัฒนาระบบการสื่อสารทั้งสิ้น

หากพิจารณาจากในภาพรวมแล้ว จะเห็นว่าการสื่อสารมีความสำคัญในลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ ภัทวดี นิติเกษตรสุนทร (2558: 8-9) ได้อธิบายให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารไว้ 3 ลักษณะดังนี้

1. การสื่อสารเป็นบ่อเกิดของอารยธรรมมนุษย์ ปรากฏการณ์ที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อ 4,000 ปีมาแล้ว เมื่อมนุษย์โครมันยองได้พัฒนาคำพูด และภาษาพูดในลักษณะของการเลียนแบบเสียงสัตว์ขึ้นมา การพัฒนาดังกล่าวนี้เองที่เป็นจุดแบ่งมนุษย์และสัตว์ทั่วไปออกจากกัน และถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นอารยธรรมมนุษย์อย่างแท้จริง ฮวน เฮนริเกซ (Juan Henriquez) ผู้อำนวยการ โครงการวิทยาศาสตร์ของคณะพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยฮาวาร์ด ผู้เขียนหนังสือที่โด่งดัง เรื่อง “เมื่ออนาคตไล่ล่าคุณ” (As the Future Catches You) ได้กล่าวไว้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการของการสื่อสารว่า “สิ่งที่ทำให้มนุษย์แตกต่างจากสัตว์ คือ ความสามารถในการเข้าใจแนวคิดที่เป็นนามธรรม และสื่อสารแนวคิดเหล่านั้นถึงกันได้” (Henriquez, 2001: 6)

2. การสื่อสารเชื่อมโยงบุคคลและสังคมเข้าด้วยกัน มนุษย์ได้พัฒนารูปแบบการสื่อสารต่าง ๆ ขึ้นมา ด้วยเหตุผลหลักในการดำรงชีวิต โดยเริ่มใช้สิ่งของที่มีอยู่ตามธรรมชาติ (เช่น การใช้ควันไฟ การตีกลอง เป็นต้น) เป็นสัญญาณและสัญลักษณ์ในการสื่อสารระหว่างกัน ในขณะเดียวกันก็ได้พัฒนารูปแบบของภาษาขึ้น เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารภายในกลุ่มของตน ภาษาที่ได้รับการพัฒนาขึ้นในช่วงนี้ มีรูปแบบที่ชัดเจน และเป็นต้นแบบของการสื่อสารของมนุษย์ (human communication) ในปัจจุบัน

การสื่อสารที่มีรูปแบบชัดเจนนี้เองที่ทำให้มนุษย์ใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างสังคม เพื่อเชื่อมโยงสมาชิกในกลุ่มเข้าด้วยกัน ล็อกค (Locke) นักปรัชญาชาวอังกฤษ ได้กล่าวว่า "การใช้ภาษาเป็นเงื่อนไขสำคัญในการสร้างสังคมของมนุษย์" (locke, 1975: 402)

ต่อมา สังคมมนุษย์มีการพัฒนาไปอย่างกว้างขวาง การสื่อสารยิ่งทวีความสำคัญในการเชื่อมโยงสังคมเหล่านี้เข้าด้วยกัน โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ประชากรทั่วโลกสามารถจำแนกออกได้เป็นชาติพันธุ์ต่าง ๆ มากมาย

3. การสื่อสารเป็น เครื่องมือและกลไกในการดำเนินชีวิต การสื่อสาร เป็น "เครื่องมือ" ที่บุคคลใช้ในการขับเคลื่อนให้การดำเนินชีวิตประจำวันเป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่เราตื่นนอน

ในตอนเช้า เราต้องใช้ ภาษา เพื่อสื่อสารกับสมาชิกในครอบครัว จากนั้นก็เริ่มรับฟังข่าวสารที่มีการนำเสนอผ่านทางสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ซึ่งเป็นช่องทางหลักในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร และเรื่องราวที่เกิดขึ้นทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับโลกให้สมาชิกในสังคมได้รับรู้ร่วมกัน อาจกล่าวได้ว่า ข้อมูลข่าวสารที่ถ่ายทอดผ่านสื่อมวลชนนี้เป็นเสมือนตัวกลางที่เชื่อมโยงบุคคลต่าง ๆ เข้าด้วยกัน หากปราศจากสื่อมวลชนแล้ว สมาชิกในสังคมที่อยู่กระจัดกระจายกัน คงไม่สามารถเชื่อมโยงถึงกันและกันได้แน่นอน

นอกจากข้อมูลข่าวสารจะเป็นเครื่องมือเชื่อมโยงบุคคลเข้าด้วยกันแล้ว ข้อมูลข่าวสารยังเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนสังคม เนื่องจากข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นได้ถูกนำไปใช้ในการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้าน การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ไม่ว่าจะเป็นการนำข่าวสารที่ได้มาใช้ในการตัดสินใจ หรือนำข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินชีวิตของบุคคลในสังคม

ในส่วนของการทำงาน การสื่อสารยังเข้ามาเป็นเครื่องมือที่สำคัญทั้งในการสื่อสารระดับกลุ่ม และการสื่อสารองค์การ โดยเฉพาะในยุคโลกาภิวัตน์ที่เครื่องมือทางการสื่อสารเอื้อให้บุคคลจากทุกมุมโลกสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ตลอดเวลา รูปแบบทางการสื่อสารที่จะส่งเสริมความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงมีความสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่ง

ตัวอย่างที่ยกมาข้างต้น เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นความสำคัญของการสื่อสารในภาพรวม ซึ่งนอกจากความสำคัญในภาพรวมนี้แล้ว เรายังสามารถแจกแจงความสำคัญของการสื่อสารได้อีกมากมาย ตามบทบาทหน้าที่ และวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่ผู้ส่งสารได้กำหนดไว้เป็นกรณี ๆ ไป

สุวรรณ์ ตรีสุก (2547: 14-19) ได้ศึกษาความสำคัญของการสื่อสาร พบว่า การสื่อสารมีความสำคัญสำหรับมนุษย์และสังคมในแง่มุมต่างๆ ดังนี้

1. ความสำคัญต่อชีวิตประจำวัน

1.1 การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสนองตอบความต้องการและความพึงพอใจของมนุษย์ (Williams, 1989, Barker. & Gaut, 2001) มนุษย์ใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการแสวงหาปัจจัยสี่ในการดำรงชีพและสนองความต้องการส่วนตน ตามแนวคิดความต้องการ 5 ชั้นของอับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) นอกจากนั้นมนุษย์ยังใช้การสื่อสารเป็นส่วนเชื่อมโยงตนเองกับสังคม และใช้การสื่อสารเพื่อสนองความพึงพอใจของตน เช่น ใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสร้างความบันเทิงให้แก่ตนและบุคคลอื่น เป็นต้น

1.2 การสื่อสารช่วยให้มนุษย์เข้าใจตนเองและสิ่งแวดล้อมรอบตัว (Wood, 2000) จอร์จ เฮร์เบิร์ต มีด (George Herbert Mead, 1934) กล่าวว่า มนุษย์พูดหรือสื่อสารกันเพื่อสร้างความเป็นมนุษย์ให้แก่ตน ในวัยเด็กมนุษย์ใช้การสื่อสารกับบุคคลอื่นเพื่อเรียนรู้หรือรู้จักตนเองด้วย

การเลียนแบบพฤติกรรมของบุคคลรอบตัว แล้วสั่งสมเป็นบุคลิกภาพของตน เมื่อโตขึ้นมนุษย์ก็เริ่มเรียนรู้การใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ในการสื่อสารด้วยการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้มนุษย์สามารถขยายขอบเขตประสบการณ์ของตนออกไปกว้างขึ้นตามลำดับ พฤติกรรมดังกล่าวเกิดขึ้นจากการสื่อสารนั่นเอง หากปราศจากการสื่อสารแล้วมนุษย์คงไม่สามารถเรียนรู้ตนเองและโลกรอบตัวได้

1.3 การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างและธำรงรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน (Williams, 1989 ; Gamble, & Gamble, 1999 ; Verderber, 1999 ; DeVito, 2000 ; Wood, 2000) วัตถุประสงค์สำคัญประการหนึ่งในการสื่อสารของมนุษย์คือ การสร้างเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากมนุษย์ส่วนใหญ่ต้องการความรักและเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น นอกจากนั้น ความพึงพอใจที่มนุษย์ได้รับ และความสำเร็จในอาชีพการงานล้วนแล้วแต่เกิดจากความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน ดังนั้นมนุษย์จึงใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อสนองวัตถุประสงค์ดังกล่าวด้วยการใช้เวลาส่วนใหญ่ในการสื่อสารเพื่อเรียนรู้ซึ่งกันและกัน รวมทั้งเพื่อเป็นรากฐานในการสร้างสรรค์ความเข้าใจที่ดีให้เกิดขึ้นระหว่างกัน

1.4 การสื่อสารช่วยเสริมสร้างสุขภาพจิตใจและร่างกายของมนุษย์ให้ดีขึ้น จากผลการวิจัยพบว่า การพบปะพูดคุยกับบุคคลอื่นช่วยให้คนมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตดีขึ้น ส่วนคนที่ไม่ชอบพบปะผู้คนมักมีอาการเครียด มีแนวโน้มป่วยเป็นโรคต่างๆ และเสียชีวิตเร็ว (Bolger, & Kelleher, 1993; Crowley, 1995) สอดคล้องกับผลการศึกษาของจอห์น สจวร์ท (John Stewart, 1989) ซึ่งพบว่าบุคคลที่ชอบเก็บตัวและไม่ค่อยได้พบปะผู้คนมีแนวโน้มจะตายก่อนถึงวัยอันควร ส่วนชายซึ่งหย่าร้างมีอัตราการตายด้วยโรคต่างๆ สูงกว่าชายซึ่งไม่ได้หย่าร้าง ข้อสรุปจากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าสุขภาพจิตและสุขภาพกายมีความสัมพันธ์กับระดับปฏิสัมพันธ์หรือการสื่อสารกับบุคคลอื่น

1.5 การสื่อสารคือทักษะสำคัญซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จในวิชาชีพของมนุษย์ (Ruben, & Stewart, 1998; Tubbs, & Moss, 2000; Berko, Wolvin, & Wolvin, 2001) ทักษะการสื่อสารส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของมนุษย์ เนื่องจากการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้นจะเป็นตัวกำหนดวิธีการวางแผนการปฏิบัติงาน การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการทำงาน ความสามารถในการแสดงความคิดเห็นให้บุคคลอื่นรับรู้และเข้าใจ รวมทั้งความสามารถในการเข้าใจความคิดเห็นของบุคคลอื่น ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยให้มนุษย์ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวในการประกอบอาชีพอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นการสื่อสารจึงเป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งของความสำเร็จในวิชาชีพของมนุษย์นั่นเอง

2. ความสำคัญต่อความเป็นสังคม

2.1 การสื่อสารเป็นพื้นฐานของสังคม เป็นที่ยอมรับกันว่าภาษาพูดและภาษาเขียนคือจุดเริ่มต้นของความคิดมนุษย์และเป็นพื้นฐานในการดำรงอยู่ร่วมกันในสังคมมนุษยชาติ ในปี ค.ศ. 1960 จอห์น ล็อก (John Locke) นักปรัชญาชาวอังกฤษแสดงทรรศนะไว้ว่า โดยธรรมชาติแล้วมนุษย์เป็นสัตว์สังคมโดยกำเนิด มนุษย์ใช้ภาษาเป็นเครื่องมือพื้นฐานสำคัญในการดำรงชีวิตอยู่ร่วมกัน (Niditch, (Ed), 1975:402) ดังนั้นการสื่อสารจึงเป็นเสมือนปัจจัยในการหล่อหลอมความเป็นสังคม และยังเป็นวิถีทางของมนุษย์ในการสร้างสรรค์ความคิดและจินตนาการของตนอีกด้วย หากจะกล่าวว่าการสื่อสารและสังคมเปรียบเสมือนด้านสองด้านของเหรียญหนึ่งเหรียญซึ่งแยกจากกันไม่ได้ ก็คงเป็นคำกล่าวที่ไม่เกินจริงเพราะหากไม่มีการสื่อสารก็ไม่มีสังคมและหากไม่มีสังคมก็คงไม่ต้องการสื่อสาร

2.2 การสื่อสารเป็นทักษะที่จำเป็นของสังคม สังคมจะดำรงอยู่อย่างสงบสุขได้นั้นต้องอาศัยปัจจัยหลายประการ อาทิ สัมพันธภาพที่ีระหว่างสมาชิกของสังคม การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกเพื่อเรียนรู้ รับรู้ และสนองตอบความต้องการของกันและกัน รวมทั้งการสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นกับสังคมของตน ปัจจัยทั้งหลายเหล่านั้นเกิดขึ้นได้จากการสื่อสารนั่นเอง ดังนั้นการสื่อสารจึงเป็นทักษะที่จำเป็นของสังคมซึ่งจะเอื้อให้สมาชิกของสังคมและสังคมดำรงอยู่ได้

2.3 การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในกระบวนการสังคมประกิดหรือกระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) หากมนุษย์ซึ่งมีภูมิหลังและประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ต้องมาอยู่ร่วมกันในสังคมและดำเนินชีวิตตามที่ต้องการ สังคมคงสับสนวุ่นวายและคงไม่สามารถดำรงอยู่ได้ ดังนั้นเมื่อมนุษย์เข้าไปเป็นสมาชิกของสังคมใดจึงต้องผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคมโดยการเรียนรู้จุดมุ่งหมาย กฎ ระเบียบ แนวปฏิบัติ ข้อห้าม ฯลฯ ซึ่งเป็นกรอบของสังคม เป็นปัจจัยให้สมาชิกของสังคมดำรงชีวิตได้อย่างปกติสุขและส่งผลให้สังคมดำรงอยู่ได้อย่างเข้มแข็งกระบวนการดังกล่าวนี้จึงเป็นสิ่งจำเป็นและเกิดขึ้นโดยอาศัยกระบวนการสื่อสารเช่นกัน

2.4 การสื่อสารคือเครื่องมือในการรายงานความเคลื่อนไหวของสังคมแลควบคุมสังคม ด้วยเหตุที่สังคมประกอบด้วยส่วนย่อยหรือหน่วยย่อยต่างๆ มากมายซึ่งเกี่ยวพันกับชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกในสังคม ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวใดๆ ในสังคมจึงส่งผลกระทบต่อสมาชิกในสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การสื่อสารจึงเข้ามามีบทบาทในการรายงานเหตุการณ์ทั้งหลายให้สมาชิกได้รับทราบเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความสับสนวุ่นวาย จนส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของสังคม

2.5 การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมของสังคม เนื่องจากการสื่อสารคือส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมและไม่สามารถแยกออกจากกันได้

ดังนั้นการดำรงชีวิตอยู่ในสังคม การเรียนรู้ การปฏิบัติ การถ่ายทอด รวมทั้งการรักษาภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้นโดยอาศัยการสื่อสาร (Smith, (Ed.), 1966 : 5 ; Jandt, 1999 : 22; Samovar, & Porter, 2000 : 21)

2.6 การสื่อสารเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาสังคม นอกจากการสื่อสารจะเป็นสายใยเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ของสังคมเข้าไว้ด้วยกันแล้ว การสื่อสารยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาให้สังคมเข้มแข็งและก้าวหน้าโดยทำหน้าที่ในการเผยแพร่นวัตกรรม (diffusion of innovation) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของสมาชิกในสังคมไปในทิศทางที่เอื้อต่อการพัฒนา ด้วยบทบาทที่สำคัญเช่นนี้จึงเกิดการเรียนการสอนหลักสูตรนิเทศศาสตร์ พัฒนาการหรือการสื่อสารเพื่อการพัฒนาขึ้นในมหาวิทยาลัยทั้งในและนอกประเทศ

ลักษณะสำคัญของการสื่อสาร

การสื่อสารมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งสำหรับมนุษย์ การสื่อสารช่วยขับเคลื่อนให้ได้มาซึ่งสิ่งที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิต การสื่อสารจึงเปรียบเสมือนลมหายใจ และเป็นทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงอยู่ของมนุษย์ อีกทั้งยังเป็นสิ่งแสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการที่สูงส่งเหนือสัตว์ประเภทอื่น การสื่อสารของมนุษย์เป็นกระบวนการที่สลับซับซ้อนและเข้าใจได้ยาก ดังนั้นการศึกษาลักษณะธรรมชาติหรือลักษณะสำคัญของการสื่อสารนั้นจะช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจกระบวนการสื่อสารได้ชัดเจนยิ่งขึ้นจากคำนิยามความหมายของการสื่อสารที่ยกมา และจากการศึกษาของนักวิชาการด้านการสื่อสาร ได้สะท้อนให้เห็นลักษณะสำคัญของการสื่อสาร ได้สะท้อนให้เห็นลักษณะของการสื่อสาร สามารถสรุปลักษณะสำคัญของการสื่อสารของมนุษย์ได้ดังนี้

1. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เป็นพลวัต (Dynamic process) มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา (Berlo, 1960 : 24) โดยไม่มีที่สิ้นสุด นั่นคือ มนุษย์ต้องกระทำ การสื่อสารในรูปแบบต่างๆ อยู่ตลอดเวลาขณะตื่นและรู้สึกตัว โดยที่รูปแบบการสื่อสารต่าง ๆ เหล่านั้น จะถูกปรับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสมของสถานการณ์แวดล้อม (ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร, 2558 : 7) ตัวอย่างที่สามารถอธิบายว่าการสื่อสารมีลักษณะไม่หยุดนิ่งที่เห็นได้อย่างเด่นชัด คือการที่บุคคลหนึ่งพูดคุยกับอีกบุคคลหนึ่งในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จะไม่จบการสนทนาพูดคุยกันในเรื่องนั้นๆ เพียงอย่างเดียว เช่น การเจรจาซื้อขายรถยนต์ คนขายจะนัดผู้ซื้อเพื่อมาดูรถยนต์ และเมื่อผู้ซื้อ มาพบผู้ขาย ผู้ขายเมื่อพบเจอผู้ซื้อก็จะมีการกล่าวสวัสดิ์ ทักทาย แนะนำตัว และอาจจะอธิบายถึงคุณสมบัติของรถยนต์คันนั้น ส่วนผู้ซื้อจะมีปฏิสัมพันธ์ตอบกลับว่ารถคันนี้ได้อย่างไร ราคาเท่าไร มีส่วนลดอีกหรือไม่ ฯลฯ จากตัวอย่างที่ยกมาจะเห็นได้ว่า ตั้งแต่เริ่มต้นการซื้อขายรถยนต์ดังกล่าว มีการพูดคุยระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายรถยนต์ หลายประเด็นตั้งแต่เริ่มต้นสวัสดิ์ทักทาย อธิบายคุณสมบัติรถยนต์ การต่อรองราคา ฯลฯ แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารนั้นมีลักษณะที่ไม่หยุดนิ่ง ผู้ส่ง

สารและผู้รับสารก็มักจะผลัดบทบาทกันในการเป็นผู้รับสารและส่งสาร เพื่อให้การสื่อสารดำเนินต่อไปได้ ถ้าการสื่อสารนั้นหยุดนิ่งกระบวนการซื้อขายรถยนต์ดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้น เหตุที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะว่าการสื่อสารมีลักษณะที่เป็นพลวัตนั่นเอง

2. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่แต่ละองค์ประกอบการสื่อสารมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันในเวลาเดียวกันและต่อเนื่องกันไป (simultaneously and continuously transaction) และส่งผลซึ่งกันและกันตลอดกระบวนการสื่อสาร การสื่อสารเป็นกระบวนการทำงานเชิงระบบ (Systematic process) กระบวนการทำงานของการสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน ทั้งองค์ประกอบหลัก (ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร) ที่จะขาดเสียไม่ได้ในกระบวนการสื่อสาร เนื่องจากถ้าขาดองค์ประกอบใด องค์ประกอบหนึ่งไป การสื่อสารก็จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ และ องค์ประกอบของการสื่อสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ปฏิกริยาป้อนกลับ สภาพแวดล้อมทางการสื่อสาร บริบททางการสื่อสาร ฯลฯ ที่เป็นส่วนที่ช่วยเสริมให้กระบวนการทำงานของการสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้เช่นกัน การสื่อสารเป็นกระบวนการที่แต่ละองค์ประกอบการสื่อสารมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันในเวลาเดียวกันและต่อเนื่องกันไป และส่งผลซึ่งกันและกันตลอดกระบวนการสื่อสาร กล่าวคือคู่สื่อสารจะทำหน้าที่ทั้งการเข้ารหัสและถอดรหัสในเวลาเดียวกันและต่อเนื่องกัน ซึ่งส่งผลให้คู่สื่อสารเกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะคติ พฤติกรรม และประสบการณ์ระหว่างกันตลอดเวลา (Byers, 1997; Wood, 2000; Barker, & Gaut 2001; Berko, Wolvin, & Wolvin, 2001; Morreale, Spitzberg, & Barge, 2001)

3. การสื่อสารเป็นพฤติกรรมที่มนุษย์หลีกเลี่ยงไม่ได้ (One cannot not communicate) (Gamble, & Gamble.1999, p 19) เพราะการสื่อสารเกิดขึ้นทุกสถานที่และทุกเวลาตลอดชีวิตมนุษย์ มนุษย์ใช้การสื่อสารเพื่อดำรงชีวิตอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคมเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน การสื่อสารของมนุษย์เป็นพฤติกรรมที่เป็นเอกลักษณ์และแตกต่างจากสัตว์ประเภทอื่นอย่างเห็นได้ชัด (Trenholm, & Jensen, 1991: 8) เนื่องจากมนุษย์สามารถสร้างรหัสหรือสัญลักษณ์ (symbol) ที่ใช้แทนความหมายของสิ่งต่างๆ รอบตัว สัญลักษณ์ ในที่นี้หมายถึงสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการสื่อสาร ทั้งที่เป็นตัวแทนแสดง หรือสะท้อนถึงความรู้สึนึกคิดที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ และเพื่อเชื่อมโยงตนเองกับผู้อื่นในสังคม สัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสารทั้งที่เป็นภาษาพูดและภาษาเขียน ที่เรียกว่า **วจนภาษา** และไม่ใช่ภาษาพูด และภาษาเขียน หรือที่เรียกว่า **อวจนภาษา**

4. การสื่อสารเป็นพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับจิตใจและการแสดงออกของคู่สื่อสาร กล่าวคือ อารมณ์ความรู้สึกของคู่สื่อสารจะส่งผลต่อการเข้ารหัสและถอดรหัส รวมทั้งการแสดงออก

ของคู่สื่อสาร เช่น หากฝ่ายหนึ่งอารมณ์ไม่ดี คำพูดที่ใช้และสีหน้าที่แสดงออก สามารถสื่อให้อีกฝ่ายหนึ่งรับรู้อารมณ์ความรู้สึกดังกล่าวได้

5. ในการสื่อสารต้องมีการแลกเปลี่ยนหรือถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึก ข้อมูล ข่าวสาร ความคิด ฯลฯ ซึ่งรวมเรียกว่า สาร เพื่อเชื่อมโยงให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน นั่นหมายความว่า การสื่อสารที่สมบูรณ์ ต้องมีส่วนที่เป็นสัญลักษณ์ และความหมาย หากปราศจากซึ่งสัญลักษณ์ และความหมายแล้ว ก็คงไม่สามารถเรียกได้ว่าเป็นการสื่อสาร เพราะในการสื่อสารของมนุษย์ในแต่ละครั้งนั้น มนุษย์จะทำการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันอยู่เสมอ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร มนุษย์ต้องสร้างรหัสสาร โดยการนำสัญลักษณ์ต่างๆ พร้อมทั้งอารมณ์ ความรู้สึก ให้เป็นสารที่สามารถสื่อความหมายให้คู่สื่อสารรับรู้

6. ในการสื่อสารคู่สื่อสารต้องอาศัยรหัสหรือสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อแทนความหมาย ที่ต้องการสื่อสารในรูปของวัจนภาษา อวัจนภาษา หรือสัญลักษณ์อื่นๆ ซึ่งสามารถสื่อความหมายระหว่างกันได้ เช่น คลิปวิดีโอ เรื่องแนวทางการป้องกันตัวเองจากโรคติดต่อโควิด 19 (COVID 19) ซึ่งในคลิปวิดีโอจะมีเสียงวิทยากรที่พูดให้ความรู้ และยังมีภาษาเขียนที่บอกว่าวิทยากรคือใคร หน่วยงานใดสนับสนุน ฯลฯ มีการนำข้อมูลสถิติที่เป็นภาพกราฟิก ฯลฯ มาประกอบเพื่อสื่อความหมายให้คู่สื่อสารมีเข้าใจเนื้อหามากยิ่งขึ้น

7. การสื่อสารเกิดขึ้นทั้งโดยเจตนาหรือไม่เจตนาก็ได้ (Andersen, 1991: 309-325; Trenholm, 2001: 19-21)

โดยปกติมนุษย์มักคิดว่าการสื่อสารกับบุคคลอื่นจะเกิดขึ้นจากความตั้งใจที่จะสื่อสารและสามารถสื่อสารกับบุคคลอื่นด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ ตามที่ตนต้องการได้ รวมทั้งสามารถหยุดการสื่อสารได้ แต่ที่จริงแล้วบ่อยครั้งที่มนุษย์สื่อสารโดยไม่เจตนาจะสื่อสาร เช่น บางครั้งเรานั่งเฉยๆ และคิดว่าการที่เรานั่งเฉยๆ นั้นคือการหยุดการสื่อสารกับบุคคลอื่น เราไม่ได้ตั้งใจจะสื่อความหมายใดแก่ผู้อื่น แต่บุคคลรอบข้างอาจแปลความหมายได้ว่าเรากำลังมีความทุกข์ กำลังนั่งคิด และอื่นๆ ตามแต่จะแปลความหมาย กรณีดังกล่าวนี้ถือว่าการสื่อสารเกิดขึ้นแล้ว

แต่อย่างไรก็ตามยังมีนักวิชาการสื่อสารอีกหลายท่านเห็นว่าการสื่อสารต้องเกิดขึ้นด้วยเจตนาที่จะสื่อสารเท่านั้น เช่น มิลเลอร์ (Miller, 1967: 88-98) และมอทเลย์ (Motley, 1991: 326-339) ซึ่งระบุชัดในคำนิยามความหมายของการสื่อสารว่าต้องเกิดขึ้นด้วยเจตนาเท่านั้น นอกจากนี้ คลีเวนเจอร์ (Clevenger, 1991: 340-353) แสดงทรรศนะในเรื่องนี้ว่า เห็นด้วยกับแนวคิดของมอทเลย์ที่ว่า การสื่อสารต้องเกิดจากเจตนา แนวคิดนี้ยังตรงกับความเห็นของภัสวดี นิติเกษตรสุนทร (2558:7) ที่อธิบายว่าการสื่อสารเป็นการกระทำที่เกิดจากความตั้งใจ (intent) และมีจุดมุ่งหมาย (purposive) ในการก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง ความตั้งใจของผู้ส่งสารในการดำเนินการสื่อสาร

และจุดมุ่งหมายในการสื่อสาร เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการสื่อสารที่แท้จริง ความตั้งใจและจุดมุ่งหมายในการสื่อสาร มักเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นควบคู่กันไปในกระบวนการสื่อสาร โดยทั่วไปแล้ว การสื่อสารมักเกิดจากความตั้งใจและจุดมุ่งหมาย 3 ประการ ได้แก่ ความตั้งใจและจุดมุ่งหมายในการบอกกล่าว (informing) ความตั้งใจและจุดมุ่งหมายในการโน้มน้าวใจ (persuading) และความตั้งใจและจุดมุ่งหมายในการเข้าสังคม (socializing)

แต่ประเด็นที่ว่า การสื่อสารเกิดได้โดยไม่เจตนา นั้นเป็นเรื่องที่ตัดสินยากเนื่องจากยังไม่มีการข้อสรุปที่ชัดเจนในประเด็นดังกล่าว จึงยังคงถือว่าการสื่อสารเกิดขึ้นได้ทั้งที่เจตนาและไม่เจตนา (สุรัตน์ ตรีสุกต 2548:38-39) ซึ่ง ปรานี กุลละวณิช และคณะ (2540:4-5) ก็สนับสนุนประเด็นนี้โดยกล่าวว่า เราทราบว่า การที่จะเกิดการสื่อสารนั้นต้องมีผู้ส่งสารและผู้รับสาร เราอาจจะถามคำถามได้ว่า ในการส่งสารนั้นจำเป็นหรือไม่ที่ผู้ส่งสารจะต้องเจาะจงผู้รับสาร เพื่อที่จะให้มีการสื่อสารขึ้น กล่าวอีกอย่างหนึ่งคือ ถ้าจะให้มีการสื่อสารผู้ส่งสารต้องเจาะจงผู้รับสารเพื่อให้เกิดการรับสารขึ้นหรือไม่ ตัวอย่าง ของนกตัวผู้ที่ร้องเพลงเกี่ยว ซึ่งเริ่มร้องเพลงโดยไม่เจาะจงนกตัวเมียตัวใดเป็นรับสาร ก็แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารเกิดได้ถึงแม้ว่าผู้รับสารจะ ไม่มีการเจาะจง トラบใดที่มีผู้รับสารก็ถือว่าเกิดการสื่อสารขึ้น ตรงกันข้ามแม้ว่าผู้ส่งสารจะเจาะจงตัวผู้รับสาร แต่ถ้าสารที่เขาส่งออกไป ผู้รับสารรับไม่ได้ ก็ถือว่าไม่มีผู้รับสาร และดังนั้นจึงไม่มีการสื่อสารเกิดขึ้น ตัวอย่าง เช่น ผู้ชายคนหนึ่งต้องการ ไปสวนจตุจักร แต่เกิดหลงทางและเขาพูดได้แค่ภาษาจีนเท่านั้น เขาจึงพยายามส่งสารขอความช่วยเหลือโดยพูดภาษาจีนกับคนไทยที่พูดได้แต่ภาษาไทย ซึ่งผ่านไปมาหลายคน ผลปรากฏว่าผู้พูดภาษาไทยเดินหนีบ้าง สั้นหัวบ้าง พูดว่า "ฟังไม่รู้เรื่อง" บ้าง ผู้ชายจีนคนนั้นจึงไม่สามารถสื่อสารขอความช่วยเหลือได้ ตัวอย่างนี้แสดงให้เห็นว่าแม้จะมีผู้ส่งสาร และแม้ผู้ส่งสารจะเจาะจงบุคคลใดให้เป็นผู้รับสารก็ตาม การสื่อสารก็ยังไม่สัมฤทธิ์ผล คือไม่มีการสื่อสารเกิดขึ้นได้

ด้วยเหตุนี้จึงอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ต้องมีผู้รับสารและผู้ส่งสาร トラบใดที่มีผู้รับสาร โดยที่ผู้ส่งสารจะเจาะจงส่งสารให้เขาหรือไม่ การสื่อสารก็จะเกิดขึ้น ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เราอาจมีความรู้สึกว่าการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ เมื่อผู้ส่งสารมีเจตนาส่งสารเท่านั้น ตัวอย่างต่อไปนี้จะแสดงให้เห็นว่าคำกล่าวนี้ไม่เป็นความจริง ผู้หญิงคนหนึ่งรูปร่างหน้าตาดีเดินผ่านหน้าผู้ชายคนหนึ่งไปอย่างไม่สนใจ แต่ชายคนนั้นรู้สึกท้อใจว่าหญิงคนนั้นเดินช่วยวนเขา กรณีนี้มีการสื่อสารเกิดขึ้นโดยผู้ส่งสารไม่มีเจตนาส่งสารเลยแม้แต่น้อย นอกจากนี้ยังมี ตัวอย่างอื่นก็คือคำพูดซึ่งเรามักได้ยินเสมอๆ เช่น "ฉันพูดก็จริง แต่ฉันไม่ได้หมายความอย่างที่เธอคิด เธอคิดเอาเองทั้งนั้น" หรือ "ก็เธอถูกขึ้นยืนฉันก็เลยคิดว่าเธอจะกลับ" คำพูดทั้งสองคำพูด ที่ยกมานี้แสดงให้เห็นว่า มีการส่งสารที่ผู้ส่งสารไม่มีเจตนาจะส่งเกิดขึ้นแล้ว

8. การสื่อสารตั้งอยู่บนหลักการของความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสาร การสื่อสาร (Communication) มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินคำว่า Communis ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Communicate ซึ่งแปลตามตัวอักษรว่า Make Common หมายถึง ทำให้มีสภาพร่วมกัน ซึ่งเป็นความหมายที่ตรงกับธรรมชาติของการสื่อสาร คือ การทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ตรงกัน กล่าวคือ มนุษย์มีการสื่อสารซึ่งกันและกันก็เพื่อเข้าใจให้ตรงกันนั่นเอง ดังนั้นการสื่อสาร คือ การสร้างความเข้าใจร่วมกันซึ่งเป็นพื้นฐานของความสัมพันธ์ของคู่สื่อสารนั่นเอง การสื่อสารเป็นสิ่งเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินกิจกรรมประจำวันของบุคคลให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสาร จึงเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งสำหรับกิจกรรมและการดำเนินงานต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น ทั้งนี้หากความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสารดีมีความชัดเจน ก็จะส่งผลให้เกิดการความเข้าใจที่ตรงกัน เกิดความพึงพอใจ และเข้าใจซึ่งกันและกันส่งผลให้คู่สื่อสารร่วมมือและปฏิบัติตนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นไปตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร (Schramm & Robert, 1974; Fisher, 1987; Verderber, 1999) ผู้สื่อสารคือบุคคลที่เข้าไปสู่ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น หากไม่มีการสื่อสารมนุษย์ก็ไม่สามารถสร้างสัมพันธ์ภาพกับบุคคลอื่นได้ ในแต่ละวันมนุษย์มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล ความรู้สึกนึกคิด และสร้างความหมายของสารร่วมกัน โดยใช้ความสัมพันธ์ที่ดีเป็นจุดเริ่มต้น และในขณะเดียวกันมนุษย์ใช้การสื่อสารเพื่อช่วยเสริมสร้างและธำรงรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกันให้คงอยู่ต่อไป (Gamble, & Gamble, 1999 : 5) ด้วยเหตุที่การสื่อสารเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสาร ดังนั้นระดับของความสัมพันธ์ระหว่างกันจึงขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการสื่อสารของคู่สื่อสาร (Berko, Wolvin, & Wolvin, 2001)

9. การสื่อสารเป็นกระบวนการซึ่งมีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา (Tubbs, & Moss, 2000) ทั้งนี้เนื่องจากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันอย่างต่อเนื่องและส่งผลต่อกันตลอดเวลา (DeVito, 2000) เมื่อกระบวนการสื่อสารดำเนินไปคู่สื่อสารจะเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เกิดความสัมพันธ์ระหว่างกัน และเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้สึกนึกคิด ประสบการณ์ ฯลฯ อย่างต่อเนื่อง (Wood, 2001: 9) การสื่อสารเป็นกระบวนการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กัน โดยใช้และผ่านทางสัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างและแปลความหมายของสัญลักษณ์ นั้น โดยแต่ละองค์ประกอบของกระบวนการจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันและส่งผลซึ่งกันและกัน” การสื่อสารในธรรมชาติของมวลมนุษย์ให้เห็นแนวคิดที่ว่าองค์ประกอบทุกองค์ประกอบในกระบวนการสื่อสารนั้นต่างส่งผลซึ่งกันและกัน และยังส่งผลต่อรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นระหว่างคู่สื่อสารในกระบวนการสื่อสารด้วย

10. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องทางความคิดต้องอาศัยสติปัญญา อารมณ์ และประสบการณ์ ซึ่งรวมเรียกว่าข้อมูลภายใน (internal information) เข้ามาเกี่ยวข้อง (Byers, 1997: 12) ข้อมูลภายในนี้ หมายถึงถึงสิ่งต่างๆ ในอดีตที่ตนเองพบเจอ ทั้งที่เป็นสถานการณ์ เหตุการณ์ ฯลฯ กล่าวคือในขณะที่เข้ารหัสและถอดรหัสนั้น ข้อมูลภายในจะส่งผลต่อการเข้ารหัสหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสารและการแปลความหมายของสารที่ได้รับเช่นกัน ข้อมูลภายในบุคคลเป็นส่วนสำคัญในการเข้ารหัส ถอดรหัสนี้และใช้สัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อใช้สื่อความหมายร่วมกัน ข้อมูลภายในของบุคคลจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นต้องเปิดกว้างรับรู้ข้อมูลข่าวสาร สนใจที่จะค้นหาข้อมูล ข้อมูลภายในที่ถูกนำมาใช้ประโยชน์ในการสื่อสารนั้นอาจกล่าวได้ว่าเป็นทักษะที่ดีในการสื่อสาร ทักษะที่ดีในการสื่อสารจะช่วยสร้างบรรยากาศการสื่อสารที่เป็นกันเอง ทำให้คู่สื่อสารมีทัศนคติที่ดีต่อกัน ให้เกียรติซึ่งกันและกัน ยึดถือว่าทุกความคิดมีคุณค่า ก็จะทำให้การสนทนามีประโยชน์ และเกิดการพัฒนาสัมพันธภาพระหว่างกันต่อไป

11. การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยบริบท (context) ของการสื่อสาร เพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจความหมายของสาร ได้ชัดเจนขึ้น (Verderber, 1999; Lewis, & Slade, 2000)

บริบททางการสื่อสารที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล (วิภากร มาพบสุข, 2540:232) การรับรู้ของบุคคลอาจมีความแตกต่างกัน และไม่ตรงกับความเป็นจริงเสมอไป ขึ้นอยู่กับการตีความ อันเป็นผลมาจาก ความรู้ความเข้าใจ หรือความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในอดีต ระดับสติปัญญา การสังเกตพิจารณา ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม การคาดหวัง สภาวะจิตใจของบุคคล ตลอดจนชนิดของสิ่งเร้าที่เข้ามากระตุ้นอวัยวะสัมผัสในขณะนั้น ในส่วนของของการรับรู้ที่ส่งผลต่อการสื่อสาร นั้น เมื่อผู้สื่อสารรู้ว่าการรับรู้ของบุคคลมีความแตกต่างกันตามที่อธิบายข้างต้น เพื่อให้การสื่อสารบรรลุตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้สื่อสาร บริบททางการสื่อสารก็จะเป็นส่วนที่ช่วยเกิดความเข้าใจความหมายของสิ่งที่ผู้สื่อสารต้องการสื่อไปถึงคู่สื่อสาร เช่น ผู้รับสารไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวเรื่องราวที่ผู้ส่งสารบอกเล่าออกไป การเน้นย้ำบอกเรื่องราวนั้นบ่อยๆ ด้วยน้ำเสียงซึ่งสามารถแสดงอารมณ์ความรู้สึกของกันและกันได้นั้น และอาจใช้สื่อ (สิ่งเร้า) ประกอบเพื่อทำให้เรื่องราวน่าสนใจคู่สื่อสารเกิดการรับรู้มากยิ่งขึ้น จะช่วยให้คู่สื่อสารรับรู้ความหมายของสารได้ดียิ่งขึ้น

12. การสื่อสารเป็นกระบวนการย้อนกลับไม่ได้และทำซ้ำเหมือนเดิมไม่ได้ (DeVito, 2000) กิจกรรมบางอย่างทำย้อนกลับไปได้ เช่น การทำน้ำให้เป็นน้ำแข็ง และทำน้ำแข็งให้เป็นน้ำ แต่มีกิจกรรมหลายกิจกรรมที่ทำย้อนกลับไม่ได้ เช่น นำองุ่นมาทำไวน์ได้แต่ไม่สามารถทำไวน์ให้กลับเป็นองุ่น การสื่อสารก็เป็นพฤติกรรมหนึ่งที่ย้อนกลับไม่ได้ เมื่อผู้รับสารรับสารที่ส่งมา ถอดรหัสนี้และแปลความหมายของสารแล้ว ผู้ส่งสารไม่สามารถนำสารหรือความหมายของสารกลับคืนจาก

ผู้รับสาร และไม่สามารถทำให้ผู้รับสารรู้สึกประหนึ่งว่ายังไม่ได้รับสารนั้นได้ การสื่อสารเป็นกระบวนการย้อนกลับไม่ได้และทำซ้ำเหมือนเดิมไม่ได้ ในที่นี้หมายถึงอารมณ์และความรู้สึกที่ผู้รับสารได้รับจากสารที่ผู้ส่งสารส่งมา ถ้าผู้รับสารเกิดอาการเสียใจ ดีใจ โมโห ฯลฯ แล้ว ผู้ส่งสารไม่สามารถบอกกับผู้รับสารว่า ให้ลืมสิ่งต่างๆ เหล่านั้น ไปเสีย นึกเสียว่าอารมณ์และความรู้สึกของผู้รับสาร ไม่เคยเกิดขึ้น จึงเป็นสิ่งเป็นไปไม่ได้ ย้อนกลับเหมือนไม่เคยเกิดขึ้นไม่ได้

ส่วนที่ว่า การสื่อสารทำซ้ำเหมือนเดิม ไม่ได้ นั้น เนื่องจากความจริงที่ว่า การสื่อสารเป็นสิ่งเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไปเรื่อยๆ ตลอดเวลา เมื่อเวลาผ่านไป คู่สื่อสารจะเกิดการเปลี่ยนแปลงขอบเขตประสบการณ์ของตน การเข้ารหัสและถอดรหัสในสถานการณ์การสื่อสารที่เกิดขึ้นในปัจจุบันนั้น เป็นผลจากประสบการณ์ในอดีตและความคาดหมายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยประสบการณ์ในอดีตและความคาดหมายในอนาคตจะส่งผลต่อการรับรู้ และการแปลความหมายสารของมนุษย์ (Byers, 1997: 12) ตัวอย่างเช่น การบอกรักครั้งแรกระหว่างชายและหญิงคู่หนึ่ง กับการบอกรักครั้งที่ 100 จะไม่เหมือนเดิม เมื่อเวลาผ่านไป อารมณ์ความรู้สึกและความสัมพันธ์ระหว่างกันก็เปลี่ยนไป จึงส่งผลให้การรับรู้ความหมายของคำว่า "รัก" เปลี่ยนแปลงไปด้วย

13. การสื่อสารเกิดขึ้นด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ ทั้งที่ระลึกได้และระลึกไม่ได้ (Kellerman, 1992; DeVito, 2000; Barker & Gaut, 2001) สอดคล้องกับเบอร์โล ที่สรุปว่า มนุษย์สื่อสารกันด้วยวัตถุประสงค์ในการสร้างอิทธิพลหรือตั้งใจที่จะมีอิทธิพลเหนือบุคคลที่เราสื่อสารด้วย เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามที่ต้องการ แต่บ่อยครั้งที่มนุษย์สื่อสาร โดยไม่ได้ระลึกถึงวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของตนเอง (Berlo, 1960)

จากลักษณะสำคัญของการสื่อสารที่นำเสนอไว้ข้างต้นนั้น จะช่วยให้ผู้ศึกษามีพื้นฐานความเข้าใจ และมองการสื่อสารด้วยจุดเริ่มต้นเดียวกัน ซึ่งจะส่งผลให้การศึกษาหลักการ แนวคิด และทฤษฎีนิเทศศาสตร์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

บทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร

คำว่า "บทบาทหน้าที่" หมายถึง "ภารกิจ พันธกิจ หรือ งานที่จะต้องทำ หรืองานที่ผูกพันครอบคลุมถึงสิ่งที่ควรจะทำโดยธรรมชาติ จารีตประเพณี จริยธรรม และสิ่งที่ต้องกระทำตามภาระที่กำหนดไว้ (สมควร กวียะ, 2540 อ้างถึงใน ณรงค์ สมพงษ์, 2543 : 31)

ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร (2558:10-12) กล่าวอธิบายเพิ่มเติมว่าหากวิเคราะห์ตามคำนิยามข้างต้นแล้ว เราอาจแบ่งบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารได้เป็น บทบาทหน้าที่ซึ่งเกิดขึ้นตามธรรมชาติ และบทบาทหน้าที่ซึ่งถูกกำหนดโดยสังคม บทบาทหน้าที่ทั้ง 2 ลักษณะนี้ผสมกลมกลืนจนยากที่จะแยกออกจากกันได้โดยเด็ดขาด เนื่องจากการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ และในขณะเดียวกันก็เป็นกิจกรรมเชิงสังคมด้วยเช่นกัน ในที่นี้ ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร ได้อธิบายถึง

บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารแต่เฉพาะในฐานะที่เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติที่เราต้องเผชิญในชีวิตประจำวันของเราซึ่งเป็นบทบาทหน้าที่ในระดับปัจเจกบุคคลเท่านั้น เนื่องจากบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารที่เป็นกิจกรรมเชิงสังคมของมนุษย์ มักจะเป็นการวิเคราะห์การสื่อสารในระดับภาคที่เกี่ยวข้องกับ "การสื่อสารมวลชน" โดยเฉพาะ ซึ่งผู้สนใจจะสามารถศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่เชิงสังคมของการสื่อสารได้ในการสื่อสารมวลชน

บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารในระดับปัจเจกบุคคล

บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารในระดับปัจเจกบุคคล เป็นบทบาทหน้าที่ในการสนองต่อความต้องการในด้านต่าง ๆ ของบุคคล ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ด้าน คือ

1. การสนองต่อความต้องการทางกายภาพ (physical need) ความต้องการทางกายภาพเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของร่างกายที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ซึ่งเริ่มตั้งแต่ความต้องการปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตและการตอบสนองต่อความต้องการทางสรีระ บุคคลโดยทั่วไปจะใช้เวลาเพื่อแสวงหาสิ่งเหล่านี้ผ่านทาง "การสื่อสาร" ในรูปแบบต่าง ๆ

นอกจากนี้ งานวิจัยในช่วงหลังยังแสดงให้เห็นถึงบทบาทของการสื่อสารที่มีต่อ "สุขภาพกาย" (Physical health) ของบุคคลอย่างชัดเจน เช่น คนที่ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นโดยสิ้นเชิงมีแนวโน้มที่จะเสียชีวิตได้เร็วกว่าผู้ที่มีการติดต่อสื่อสารในระดับปกติถึง 23 เท่า ในขณะที่ร่างกายมีความสมบูรณ์เท่าเทียมกัน และผู้ที่แยกตัวจากสังคม (social isolation) มีภาวะเสี่ยงต่อการเป็นโรคเกี่ยวกับหัวใจ (coronary disease) มากกว่าคนทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญ (Adler and Rodman, 1994: 11)

2. การสนองต่อความต้องการด้านการสร้างอัตลักษณ์ให้แก่ตนเอง (identity needs) ในเชิงสังคมวิทยา "อัตลักษณ์" หมายถึง ภาพลักษณ์ที่บุคคลสร้างให้กับตนเอง ผ่านทางการรับรู้ที่เกิดจากปฏิกิริยาของคนอื่น ๆ แบ่งเป็น **อัตลักษณ์ทางคุณลักษณะ** (เช่น สวย เก่งดี ขยัน ฯลฯ) และ **อัตลักษณ์ที่บ่งชี้ถึงสถานภาพและบทบาททางสังคม** (เช่น ผู้หญิง ผู้ชาย อาจารย์ โจร ฯลฯ) มนุษย์เราทุกคนจำเป็นต้องมีอัตลักษณ์ และอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ได้มาจากการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นใน 2 ลักษณะต่อไปนี้

- . บุคคลรู้ว่าตนเองเป็นใครตามคำนิยามที่ผู้อื่นให้แก่ตน
- บุคคลรู้ว่าตนเองเป็นคนอย่างไรตามวิถีทางที่ผู้อื่นมีปฏิสัมพันธ์กับตน

การสร้างอัตลักษณ์ให้แก่ตนเอง เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นตลอดชีวิต แต่การรับรู้ที่ฝังแน่นที่ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ที่แท้จริง ได้แก่ อัตลักษณ์ที่เกิดในวัยเด็ก มีการศึกษาทางสังคมวิทยาชิ้นสำคัญที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสาร และการสร้างอัตลักษณ์ ได้แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดว่าเด็กที่เติบโตขึ้นมาในห้องมืดโดยลำพังปราศจากการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น เนื่องจากการถูกกักขังเป็นเวลานานถึง 12 ปี ไม่สามารถพูด และรับรู้ได้ว่าตนเองเป็นใคร จนกระทั่งได้นำเธอเข้าสู่

สังคมมนุษย์ และให้เรียนรู้กระบวนการสื่อสาร จึงทำให้เด็กผู้นั้น สามารถกลับมาดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมได้อีกครั้ง (Curtiss, 1993) นอกจากนี้ ยังมีงานทางวิชาการอีกหลายชิ้นได้ชี้ให้เห็นว่า ความสามารถในการใช้ภาษาเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ ที่ทำให้นุคคลดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมั่นคง และเป็นที่ยอมรับในสังคม (Billot et al, 1982; Hall, 1976 อ้างใน Mun-Sun Kim, 2002)

แต่อย่างไรก็ตามการรับรู้ทางสังคมว่าตนเองเป็นใคร และการรับรู้ว่าตนเองเป็นคนอย่างไร เป็นกระบวนการรับรู้ รู้จักและทำความเข้าใจตนเองจากบุคคลอื่น และสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบตัว ที่จะเป็นคนบอกกล่าวลักษณะของตัวเราว่าเป็นคนอย่างไร อย่างไรก็ตามการรับรู้ตนเองผ่านสังคมของบุคคลก็มีข้อควรคำนึงที่ต้องตระหนักที่มักจะเกิดขึ้นเสมอๆ คือ ความคลาดเคลื่อนของข้อมูล จนทำให้การรับรู้ของบุคคลนั้นไม่ตรงกับความเป็นจริงในสังคมเสมอไป เนื่องจากในกระบวนการรับรู้ของคนเรามีปัจจัยหลายประการอันนำมาสู่การรับรู้ที่คลาดเคลื่อน อาทิ การเกิดแฮโรเอฟเฟกต์ การเกิดฮอร์นเอฟเฟกต์ การเกิดลักษณะร่วมหรือภาพในความคิด การเกิดความประทับใจแรกพบ และ ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้รับรู้ที่มีความแตกต่างกัน การรับรู้ทางสังคมที่คลาดเคลื่อน นำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาด และส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของบุคคลได้ ดังนั้นการมีสติรู้เท่าทันการรับรู้ ทางสังคมที่ผิดพลาดจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินชีวิตในสังคม (ดวงกมล ทองอยู่, 2559:143-145)

ภัสวาลี นิตติเกษตรสุนทร, (2558) การสื่อสารสามารถตอบสนองความต้องการด้านสังคมในระดับพื้นฐาน 3 ระดับ ได้แก่ การเชื่อมโยงกับบุคคลอื่นในสังคม การทำให้ตนเองเป็นที่ยอมรับในสังคม และ การทำให้ตนเองรู้สึกมีส่วนร่วมในสังคม เนื่องจากการเชื่อมโยงกับผู้อื่นทำให้เราไม่เกิดความรู้สึกโดดเดี่ยว และก่อให้เกิดความรู้สึกการเป็นส่วนหนึ่งของ "กลุ่มสังคม" ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มสังคมในระดับ หรือรูปแบบใดก็ตาม

เราสามารถเปรียบเทียบบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs) ที่เสนอโดยอับราฮัม มาสโลว์ (A. H. Maslow, 1941:396-370) ในรายงานเรื่อง "A Theory of Human Motivation" ที่กล่าวว่า โดยทั่วไปแล้ว บุคคลจะมีความต้องการใน 5 ลำดับ ได้แก่ 1) ความต้องการทางกายภาพ (physiological needs) หมายถึง ความต้องการพื้นฐานของร่างกายในการดำรงชีวิต 2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (safety needs) หมายถึง ความต้องการความปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ 3) ความต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ (love and belonging needs) หมายถึง ความต้องการมีสัมพันธภาพกับผู้อื่น โดยได้รับความรู้สึกในเชิงบวกเป็นการตอบสอง 4) ความต้องการที่จะรู้สึกว่าตนเองมีค่าและเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น (esteem needs) หมายถึง ความต้องการให้ตนเองเป็นที่ยอมรับ และผู้อื่นได้

เห็นคุณค่าในการกระทำของตน และ 5) ความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริง (self-actualization needs) เป็นความต้องการที่จะเกิดต่อเนื่องมาจากลำดับชั้นความต้องการในขั้นต้น ๆ เพื่อพัฒนาชีวิตให้สมบูรณ์ โดยใช้กระบวนการพัฒนาตนเองอย่างเต็มที่ตามศักยภาพของตน

การเปรียบเทียบบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร และทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ สามารถแสดงได้ตามตารางข้างล่างนี้

ตารางที่เปรียบเทียบบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารและทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์

ลำดับชั้นความต้องการ	บทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร
1. ความต้องการทางกายภาพ	-การสนองตอบต่อความต้องการทางกายภาพ
2. ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย	-การสนองตอบต่อความต้องการทางกายภาพ -การสนองตอบต่อความต้องการด้านการสร้างอัตลักษณ์
3. ความต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ	-การสนองตอบต่อความต้องการด้านการสร้างอัตลักษณ์ -การสนองตอบต่อความต้องการด้านสังคม
4. ความต้องการที่จะรู้สึกว่ามีค่าและเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น	-การสนองตอบต่อความต้องการด้านการสร้างอัตลักษณ์ -การสนองตอบต่อความต้องการด้านสังคม -การสนองตอบต่อความต้องการด้านอาชีพ
5. ความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพที่แท้จริง	* การพัฒนาตนเองอย่างเต็มที่ตามศักยภาพของตน

เนื่องจากบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารเป็นสิ่งที่ เป็นรูปธรรม จึงสามารถเปรียบเทียบกับทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ได้ในลำดับ 1-4 ซึ่งเป็นลำดับชั้นความต้องการที่สามารถสนองตอบด้วยสิ่งที่ เป็นรูปธรรมได้ ตรงข้ามกับลำดับชั้นความต้องการในลำดับที่ 5 ซึ่งเป็นความต้องการที่ได้รับการสนองตอบได้ยากมาก แบบอย่างของการสนองตอบต่อความต้องการในขั้นนี้* คือ การปฏิบัติของมหาตมะ คานธี ที่มีการดำเนินชีวิตอย่างสันโดษ และช่วยเหลือสังคมอย่างแท้จริง (วิภากร มาพบสุข, 2540: 280)

วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารเป็นตัวกำหนดทิศทางของการสื่อสารว่าจะดำเนินไปในลักษณะใด เพื่อให้ผลที่เกิดขึ้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การสื่อสารทุกประเภททั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ เป็นกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์ในเบื้องต้นเสมอ แต่เนื่องจากการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและเสมือนจะเกิดขึ้นได้เองตามธรรมชาติ เราจึงมักไม่ตระหนัก เรากระทำการสื่อสารโดยไม่มีวัตถุประสงค์ แม้แต่การสื่อสารที่เกิดขึ้นในช่วงแรกของชีวิต เช่น การร้องไห้ของทารก ก็เป็นการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อบอกกล่าวสิ่งใดสิ่งหนึ่งแก่มารดา หรือคนรอบข้างด้วยเช่นกัน (ภัสวดี เกษตรนิติสุนทร, 2558:13)

การสื่อสารคือหัวใจในการดำรงอยู่ของมนุษย์ เป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน และยังเป็นสายใยเชื่อมโยงอารยธรรมของมนุษยชาติ การศึกษาถึงวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนของการสื่อสารของมนุษย์จะช่วยให้นักสื่อสารสามารถใช้การสื่อสารให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อตนเองและสังคมโดยรวม (สุรัตน์ ตรีสุกุล, 2547:40)

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป ได้พัฒนามาจากแนวคิดของวิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm, 1974) ผู้ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นบิดาแห่งการสื่อสารท่านหนึ่ง จำแนกออกเป็นวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและวัตถุประสงค์ของผู้รับสาร ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร	วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร
1. เพื่อบอกกล่าว (to inform)	1. เพื่อเข้าใจ (to understand)
2. เพื่อให้ความรู้ (to educate)	2. เพื่อเรียนรู้ (to learn)
3. เพื่อโน้มน้าวใจ (to persuade)	3. เพื่อตัดสินใจ (to decide)
4. เพื่อสร้างความเพลิดเพลิน (to please)	4. เพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน (to enjoy)

ต่อมา วัตถุประสงค์ “เพื่อสร้างความเพลิดเพลิน” และ “เพื่อเพลิดเพลิน” ได้ปรับเปลี่ยนเป็น “เพื่อสร้างความบันเทิง” (to entertain) และ “เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ” (to relax) เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของการสื่อสารที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ในการสื่อสารของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. วัตถุประสงค์เพื่อบอกกล่าว/เพื่อเข้าใจ ในการสื่อสารระหว่างบุคคล ครอบคลุม เป็นวัตถุประสงค์ เบื้องต้นของมนุษย์ในการสื่อสารความต้องการของตนให้ผู้อื่นได้ทราบ นอกจากนี้ ในการสื่อสารประเภทอื่น ๆ วัตถุประสงค์ เพื่อบอกกล่าว ยังหมายรวมถึง การส่ง และเผยแพร่เรื่องราว

หรือข้อมูลข่าวสาร ของหน่วยงาน/องค์กร ให้ผู้รับสาร ได้ทราบ เนื่องจากผู้รับสารเองก็ต้องการ ข้อมูลข่าวสารที่จะนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

2. วัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้/เพื่อเรียนรู้ เป็นวัตถุประสงค์ที่ลึกซึ้งกว่าการบอกกล่าว ในการสื่อสาร ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ และเพื่อเรียนรู้นี้ ผู้ส่งสารและผู้รับสารมักมีวัตถุประสงค์ เฉพาะอยู่แล้วว่าต้องการให้ความรู้ และเรียนรู้ในเรื่องใด ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งในลักษณะที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ

3. วัตถุประสงค์เพื่อ โน้มน้ำใจ/เพื่อตัดคตินใจ เป็นวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารใช้ข้อมูลที่มีใน การโน้มน้ำใจให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกคล้อยตามในการปรับเปลี่ยนทัศนคติ หรือการปฏิบัติ ในขณะที่ ผู้รับสารก็ต้องการ ได้ข้อมูลเพื่อใช้ตัดคตินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ การโน้มน้ำใจ และเพื่อตัดคตินใจนี้ พบมากในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ และการโฆษณา

4 วัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเพลิดเพลิน/เพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน เป็นวัตถุประสงค์ที่ ผู้ส่งสารต้องการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้รับสาร ส่วนผู้รับสารเองก็ต้องการ ได้รับความ พึงพอใจจากการสื่อสาร

หากพิจารณาสถานการณ์การสื่อสารในชีวิตประจำวันทั่วไป จะพบว่าผู้ส่งสารและผู้รับสาร อาจมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารมากกว่าหนึ่งอย่างได้ เช่น ในการแสดงทอล์คโชว์ของนักพูดชื่อดัง นอกจากจะเป็นการให้ความบันเทิงแล้วยังแฝงสาระความรู้ไว้ด้วย ในโฆษณาของบริษัทประกัน ชีวิตบริษัทหนึ่ง นอกเหนือจากจะแสดงให้เห็นถึงข้อดีในการทำประกันชีวิตแล้วยังพยายาม โน้มน้ำใจให้ผู้ชมตัดคตินใจทำประกันชีวิตกับบริษัทของตนด้วย เป็นต้น

แม้ว่าวัตถุประสงค์ของการสื่อสารจะเป็นเรื่องที่สามารถอธิบายให้เป็นที่เข้าใจได้ง่าย แต่ก็มี ประเด็นสำคัญที่ควรคำนึงถึง ดังต่อไปนี้

1) ในการสื่อสารแต่ละครั้ง ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ไม่จำเป็นต้องมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่าง หนึ่งแต่เพียงอย่างเดียว เช่น ในขณะที่เรากำลังพูดคุยกับเพื่อน เราอาจต้องการถ่ายทอดเรื่องราวที่ได้ ไปเจอมาให้เพื่อนฟัง โดยต้องการให้เพื่อนรู้สึกสนุกสนานไปกับเราด้วย หรือ การปราศรัยหาเสียง ของพรรคการเมือง อาจเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ข้อ คือ บอกกล่าวนโยบายพรรค ให้ความรู้ด้าน การเมืองแก่ผู้ฟัง โน้มน้ำใจผู้ฟังให้เลือกพรรคตนเอง และสร้างความสนุกสนานด้วยลีลาการพูดที่ ชวนให้ติดตาม เป็นต้น

2) วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับผู้ส่งสารเสมอไป ในหลาย ๆ กรณี ผู้รับสารอาจเข้าร่วมการสื่อสารด้วยวัตถุประสงค์ที่ไม่มีความสอดคล้อง โดยสิ้นเชิงกับวัตถุประสงค์ ของผู้ส่งสาร เช่น ในการรณรงค์เรื่องการป้องกันยาเสพติดผ่านลิเก ซึ่งเป็นสื่อพื้นบ้านที่เข้าถึง

ชาวบ้านได้เป็นจำนวนมาก ผู้ส่งสารมีวัตถุประสงค์หลักในการใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อการโน้มน้าวใจ แต่ผู้รับสารกลับมารับสื่อเพื่อความเพลิดเพลิน เป็นต้น

3) วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร อาจก่อให้เกิดผลสืบเนื่องทางการสื่อสาร ที่เรียกว่า "หน้าที่ชัดแจ้ง" (Manifest function) และ "หน้าที่ซ่อนเร้น" (latent function)

"หน้าที่ชัดแจ้ง" และ "หน้าที่ซ่อนเร้น" มาจากทฤษฎีหน้าที่ทางสังคม (Social Functional Theory) ของโรเบิร์ต เค. เมอร์ตัน (Robert K. Merton, 1949) ที่อธิบายว่า ผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำ การสื่อสาร ไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในตอนต้นเสมอไป ผลที่เกิดขึ้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เรียกว่า "หน้าที่ชัดแจ้ง" และผลที่ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ แต่เป็นผลพลอยได้ที่เกิดขึ้น โดยไม่ได้คาดหมาย เรียกว่า "หน้าที่ซ่อนเร้น" ตัวอย่างเช่น การที่ สื่อมวลชนเสนอข่าวเกี่ยวกับภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อชาวบ้านในพื้นที่ เพื่อต้องการแจ้งข่าวสารให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ แต่กลับทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกโกรธแค้น และก่อให้เกิดความช่วยเหลือในลักษณะต่าง ๆ ตามมา

4 วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร และผู้รับสารอาจให้เกิด "บทบาทหน้าที่ล้มเหลว" (dysfunction) ได้ "บทบาทหน้าที่ล้มเหลว" หมายถึง บทบาทที่ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่ตั้งไว้ ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ในการสื่อสารทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นในระดับบุคคล องค์กร หรือสังคม สาเหตุที่ ก่อให้เกิดบทบาทที่ล้มเหลว มาจากการที่ข้อมูลข่าวสารที่ส่งออกไป ก่อให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดี และบทบาทหน้าที่ล้มเหลวนี้อาจเกิดจากความตั้งใจ หรือไม่ตั้งใจของผู้ส่งสารก็ได้ เช่น การเสนอ ข่าวเรื่องวิกฤตเศรษฐกิจทางสื่อมวลชนที่มุ่งหวังให้ประชาชนได้เข้าใจสถานการณ์และมีการเตรียม รับอย่างเหมาะสม อาจส่งผลให้ประชาชนเกิดความวิตก จนไม่กล้าออกไปจับจ่ายใช้สอย เป็น บทบาทหน้าที่ล้มเหลวที่เกิดจากความไม่ตั้งใจของผู้ส่งสาร หรือ การนำทักษะในการโน้มน้าวใจไป ใช้หลอกลวงประชาชนให้หลงเชื่อในบริการ หรือสินค้าของตน จัดว่าเป็นบทบาทหน้าที่ล้มเหลวที่ เกิดจากความตั้งใจของผู้ส่งสาร เป็นต้น

ในทฤษฎีของเดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo, 1960 : 11-12) มนุษย์สื่อสารกับบุคคล อื่นด้วยวัตถุประสงค์ในการสร้างอิทธิพล หรือตั้งใจที่จะมีอิทธิพล (influence to affect with intent) เหนือบุคคลนั้น เพื่อให้เกิดการตอบสนอง รวมทั้งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะและ พฤติกรรม เบอร์โลยังชี้ให้เห็นถึงความจริงที่ปฏิเสธไม่ได้ว่าบางครั้งมนุษย์สื่อสารด้วยวัตถุประสงค์ ที่ชัดเจน แต่บ่อยครั้งมนุษย์ก็สื่อสาร โดยไม่ได้ระลึกถึงวัตถุประสงค์ในการสื่อสารในทำนอง เดียวกันบางครั้งมนุษย์พยายามเรียนรู้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารของคู่สื่อสาร แต่บ่อยครั้งที่มนุษย์ สื่อสาร โดยไม่ได้พยายามจะเรียนรู้วัตถุประสงค์ของคู่สื่อสารเลย อย่างไรก็ตามการศึกษาถึง วัตถุประสงค์ในการสื่อสารของมนุษย์ก็ยังคงเป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะการเรียนรู้และเข้าใจ

วัตถุประสงค์ในการสื่อสารของตนเองจะช่วยในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อนำไปสู่การบรรลุจุดมุ่งหมายในการสื่อสาร ส่วนการเรียนรู้และเข้าใจวัตถุประสงค์ของคู่สื่อสารนั้น จะช่วยให้มนุษย์สามารถกำหนดท่าทีในการแสดงปฏิสัมพันธ์กับคู่สื่อสาร ได้อย่างเหมาะสม

เบอร์โล (Berlo, 1960 : 1420) แสดงทรรศนะไว้ว่า การศึกษาวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของมนุษย์นั้นควรพิจารณาใน 2 มิติ ได้แก่

1. วัตถุประสงค์ "โดยใคร" (The "Who" of Purpose) การพิจารณาวัตถุประสงค์ในการสื่อสารตามมิตินี้ มุ่งศึกษาวัตถุประสงค์ของคู่สื่อสารว่าผู้ส่งสารและผู้รับสารมีวัตถุประสงค์อย่างไร มีความต้องการอะไรในการสื่อสารถ้าความต้องการของทั้งสองฝ่ายสอดคล้องกันก็ถือว่าการสื่อสารนั้นบรรลุผลในระดับหนึ่งหากวัตถุประสงค์แตกต่างกันและไม่สามารถสนองตอบความต้องการของกันและกันได้ ก็ถือว่าเกิดความล้มเหลวในการสื่อสาร

นอกจากนั้นเบอร์โล (Berlo, 1960:15) ยังให้ข้อสังเกตว่าในขณะที่ผู้ส่งสารสื่อสารด้วยวัตถุประสงค์บางอย่างไปยังผู้รับสารเป้าหมาย (intended receiver) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารสอดคล้องกับผู้ส่งสารนั้นถือว่าการสื่อสารประสบผลสำเร็จ และคู่สื่อสารนั้นสามารถสนองตอบวัตถุประสงค์ในการสื่อสารได้ แต่ต้องไม่ลืมว่าในขณะที่สื่อสารนั้น อาจมีบุคคลซึ่งไม่ใช่ผู้รับสารเป้าหมาย (non-intended receiver) เผอิญได้รับสารนั้นโดยไม่เจตนา ซึ่งเท่ากับว่าผู้ส่งสารได้สร้างอิทธิพลโดยไม่เจตนาต่อผู้รับสารเหล่านั้นด้วย ดังนั้นจึงควรระลึกไว้เสมอว่า การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารได้ทั้ง ในแง่ของการตอบสนองวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร และการกำหนดขอบเขตของผลสำเร็จ ผลกระทบ และอิทธิพลที่มีต่อผู้รับสารและสังคมในภาพรวม

2. วัตถุประสงค์ "อย่างไร" (The "How" Purpose) นอกเหนือจากการพิจารณาวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในมิติของผู้ส่งสารและผู้รับสารแล้ว เบอร์โล (Berlo, 1960 : 17) ยังเสนอมิติในการพิจารณาถึงวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร โดยพิจารณาถึงผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารว่าเกิดขึ้น "อย่างไร" หรือก่อให้เกิดผลโดยตรงหรือโดยอ้อม ดังนี้

2.1 วัตถุประสงค์ที่เกิดผลทันที (Consummator Purpose) หมายถึง วัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้นเกิดผลต่อคู่สื่อสารโดยตรง ทำให้ผู้ส่งสารสามารถสร้างอิทธิพลเหนือผู้รับสารทันที และผู้รับสารก็จะได้รับอิทธิพล และผลจากการสื่อสารทันทีเช่นกัน ลักษณะการเกิดผลเช่นนี้ แชรรมม์ (Schramm, 1949 : 259-269) เรียกว่าการเกิดความพึงพอใจแบบทันทีทันใด (immediate reward) เช่น ภาพยนตร์ที่มุ่งให้ความบันเทิงแก่ผู้ชม เมื่อผู้ชมชมภาพยนตร์ก็จะได้รับความบันเทิงและรู้สึกเพลิดเพลินทันที

2.2 วัตถุประสงค์ที่ใช้เป็นเครื่องมือ (Instrumental Purpose) หมายถึง วัตถุประสงค์ซึ่งผู้ส่งสารไม่ได้หวังจะให้เกิดขึ้นแก่ตนและผู้รับสารโดยตรงและทันทีทันใด แต่ผู้ส่งสาร

มุ่งหวังว่าผู้รับสารจะนำข่าวสารข้อมูลที่ได้รับนั้นไปเป็นจุดเริ่มต้น หรือเป็นเครื่องมือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม หรือนำไปเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจหรือใช้ในการแก้ปัญหาต่างๆ ต่อไป ดังนั้นวัตถุประสงค์ประเภทนี้จึงส่งผลต่อผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ช้าและเป็นผลทางอ้อมแถมมีเรียกลักษณะการเกิดผลประเภทนี้ว่า การเกิดความพึงพอใจแบบช้า(delayed reward) (Schramm, 1949, : 259-269)

ปรมะ สตะเวทิน (2540 : 34) แสดงทรรศนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ "อย่างไร" ไว้ว่า วัตถุประสงค์ประเภทนี้อาจก่อให้เกิดความไม่สอดคล้องตรงกันระหว่างวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารก็ได้ เนื่องจากผู้รับสารอาจมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการให้เป็นเครื่องมือไปสู่การกระทำอย่างอื่น แต่ผู้รับสารมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการใช้ทันที หรือการสื่อสารนั้นก่อให้เกิดผลทันทีต่อผู้รับสารเลยก็ได้ ตัวอย่างเช่น หน่วยงานหนึ่งพยายามรณรงค์ให้ประชาชนประหยัดพลังงานโดยจัดทำสปอต (spot) แนวตลกออกเผยแพร่ทางโทรทัศน์เพื่อให้ผู้ชมได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการประหยัดพลังงานและนำไปปฏิบัติ แต่ผู้รับสารกลับได้ความบันเทิงจากนักแสดงในสปอต ในขณะที่รับชม แทนที่จะนำเนื้อหาสาระไปปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตน

นอกจากทรรศนะของเบอร์โลแล้ว โดยสรุปแล้วมนุษย์สื่อสารกันด้วยวัตถุประสงค์ต่างๆ ดังนี้

1. เพื่อบอกกล่าวหรือแจ้งข้อมูลข่าวสารให้ผู้อื่นทราบ (To Inform)
2. เพื่อศึกษาหรือเรียนรู้ตนเอง บุคคลอื่น และ โลกภายนอก (To Learn)
3. เพื่อสร้างอิทธิพลหรือเพื่อให้เกิดผลอย่างหนึ่งอย่างใดต่อตนเอง บุคคลอื่น และ สิ่งแวดล้อมรอบตัว (To Influence)
4. เพื่อสร้างสรรค์และรักษาสัมพันธภาพระหว่างกัน (To Relate and Maintain)
5. เพื่อสร้างความเพลิดเพลินบันเทิงใจ (To Entertain)
6. เพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกัน (To Help)
7. เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนา (To Develop)

2. การแบ่งประเภทโดยใช้ภาษาเป็นเกณฑ์

การจำแนกประเภทของการสื่อสารโดยใช้ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเป็นเกณฑ์นั้นเป็นการจำแนกประเภทของการสื่อสารโดยคำนึงถึงสัญลักษณ์ (symbol) หรือรหัส (code) ที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นหลัก ดังนั้นจึงแบ่งประเภทของการสื่อสารได้ 2 ประเภท ดังนี้

2.1 การสื่อสารโดยใช้วจนภาษา (Verbal Communication) หมายถึง การสื่อสารซึ่งผู้ส่งสาร ใช้ภาษาพูด และ/หรือ ภาษาเขียนเป็นสัญลักษณ์หรือรหัสแทนความหมายที่ต้องการสื่อสารไปยังผู้รับสาร

2.2 การสื่อสารโดยใช้วัจนภาษา (Nonverbal Communication) หมายถึงการสื่อสารซึ่งผู้ส่งสารใช้สัญลักษณ์ หรือรหัสประเภทอื่นซึ่งไม่ใช่ภาษาพูด หรือภาษาเขียนแทนความหมายที่ต้องการสื่อสารไปยังผู้รับสาร สัญลักษณ์หรือรหัสซึ่งถือเป็นวัจนภาษา ได้แก่

2.2.1 ภาษาท่าทางหรือการเคลื่อนไหวทางกาย (Kinesics: Behavior or Body Movement) เช่น ท่าทาง การเคลื่อนไหวของร่างกาย การแสดงสีหน้า การมอง หรือการเคลื่อนไหวทางสายตา เป็นต้น

2.2.2 ปริภาษา (Paralanguage) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นควบคู่หรือพร้อมกับภาษาพูดและภาษาเขียน เช่น ระดับเสียง ความดัง ความเร็ว และน้ำเสียงในภาษาพูด การเว้นวรรคตอนและขนาดตัวอักษรในภาษาเขียน ฯลฯ ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของสารได้ชัดเจนขึ้น

2.2.3 การแสดงออกหรือการแสดงตน (Self-Presentation) ได้แก่ การแต่งกาย การทรงตัว หรืออริยาบถของร่างกาย การสัมผัส การให้ความสำคัญเรื่องเวลา เป็นต้น

2.2.4 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) ได้แก่ ระยะห่างระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ความสว่าง อุณหภูมิ สี กลิ่น ฯลฯ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการรับรู้ และการแปลความหมายของสาร

สรุป การสื่อสารมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่เกิดจนตาย มนุษย์ได้รับอิทธิพลจากการสื่อสารในการเสริมสร้างบุคลิกภาพของตน การเรียนรู้โลกภายนอก และการเรียนรู้ตนเอง ทั้งนี้เพราะการสื่อสารมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เป็นที่พึงประสงค์ การศึกษาเรื่องการจัดการการสื่อสารเพื่อเสริมพลังในผู้ป่วยมะเร็งรายใหม่ระยะแรกของชมรมผู้รอดชีวิตจากโรคมะเร็งโรงพยาบาลพระปกเกล้า จึงนำแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาเพื่อให้ผู้ป่วยมะเร็งรายใหม่ระยะแรกเกิดการเรียนรู้ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอันเป็นผลจากอิทธิพลและวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication Theory)

เนื่องด้วยกระแสความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีทั้งทางด้านสารสนเทศ และทางด้านการแพทย์นั้นเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้มีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งในปัจจุบันการสื่อสารนั้นถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมสุขภาพในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการป้องกัน การดูแล การรักษา การแสดงถึงความห่วงใยในประเด็นสำคัญ ๆ ทางสุขภาพต่อสาธารณชน โดยใช้สื่อมวลชนและสื่อประกอบอื่น ๆ โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศในการแพร่กระจาย แต่ทั้งนี้การสื่อสารเพื่อสุขภาพนั้นไม่ได้พูดถึงแค่การป่วย-ไม่ป่วยเท่านั้น ยังรวมไปถึง

ความสมบูรณ์ของชีวิตทั้ง 4 มิติ คือ กาย ใจ สังคม และจิตวิญญาณของผู้ป่วย แต่เนื่องด้วยความรู้ความเข้าใจของทั้งแพทย์และผู้ป่วยนั้นอาจมีความไม่เท่าเทียมกัน จึงทำให้เกิดอุปสรรคในการสื่อสาร ดังนั้นการสื่อสารที่ดีต่อกันระหว่างทุกฝ่าย ทั้งแพทย์ ผู้ป่วยและญาติ ถือเป็นหัวใจสำคัญและจำเป็นที่ทำให้เกิดความเข้าใจกัน ทั้งในการรักษาและการยอมรับความจริงที่เกิดขึ้น

ความเป็นมาของการสื่อสารเพื่อสุขภาพ (Health Communication) เริ่มเกิดขึ้นเมื่อมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสาร (Communication) กับสุขภาพ (Health) เนื่องจากการยอมรับว่าการสื่อสารได้กลายเป็นศาสตร์ เครื่องมือ และเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในโลกยุคปัจจุบันที่มนุษย์มีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ และฝึกทักษะด้านการสื่อสาร เพื่อให้ตนเองสามารถก้าวทันกับความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของมนุษย์ทุกระดับ ทุกสังคม และด้านสุขภาพก็ถือว่าเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีการสื่อสารได้ถูกนำไปใช้ในกระบวนการซ่อมแซมสุขภาพ ซึ่งเป็นการรักษาความเจ็บป่วยต่าง ๆ ในยุคแรก ๆ ต่อมาเมื่อเกิดการปฏิรูปสุขภาพในประเทศไทยประมาณช่วงปี 2540 เป็นต้นมา มุมมองด้านสุขภาพได้เปลี่ยนไปเป็น “สร้าง” นำ “ซ่อม” คือการเสริมสร้างการมีสุขภาพดี (Good Health) ไม่ใช่รอให้เสียสุขภาพ (Ill Health) แล้วจึงซ่อม (สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.2541 : 13) อันเป็นการสร้างจิตสำนึกด้านสุขภาพแนวใหม่ในวงการสาธารณสุขและประชาชน การสื่อสารสุขภาพ เป็นวิธีการที่มุ่งปรับปรุงสุขภาพทั้งในระดับตัวบุคคล และประชากรทั้งประเทศ โดยมีการผสมผสานวัฒนธรรมใหม่ ๆ โดยสื่อสารมวลชนและสื่อประสม ทั้งในแง่บวกและในแง่ลบที่เกี่ยวกับสุขภาพ งานวิจัยต่าง ๆ แสดงให้เห็นทฤษฎีแรงขับเคลื่อนของสื่อในรายการส่งเสริมสุขภาพต่าง ๆ ที่สามารถบรรจุเรื่องสุขภาพเพื่อเป็นวาระประชาชน (Public Agenda) เนื้อหาการส่งเสริมสุขภาพ (Reinforce, Health Message) การกระตุ้นการแสวงหาข้อมูลของประชาชน และข้อเท็จจริงบางประการในการนำมาสร้างวิถีสุขภาพที่ดี การสื่อสารสุขภาพจึงประกอบไปด้วยศาสตร์อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น สาระบันเทิง (Edutainment or Enter - education) วารสารสุขภาพ (Health Journalism) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Intrapersonal Communication) การชี้นำด้านสื่อ (Media Advocacy) การสื่อสารในองค์กร (Organization Communication) การสื่อสารความเสี่ยง (Risk Communication) การสื่อสารเพื่อสังคม (Social Communication) และการตลาดทางสังคม (Social Marketing) ที่สามารถนำเสนอข้อมูลได้หลากหลายรูปแบบ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างสื่อประสมและเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถช่วยในการให้ข้อมูลด้านสุขภาพได้เป็นอย่างดี ในการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพที่มีมากขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ทั้งในระดับบุคคลและในระดับสังคม

ความหมายของการสื่อสารสุขภาพ

นักวิชาการหลายท่านได้ให้คำนิยามของการสื่อสารสุขภาพ ดังนี้

วาสนา จันทรสว่าง (2550) ได้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพว่า “การสื่อสารสุขภาพ คือ การเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ด้านสุขภาพผ่านสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย และประชาชนทั่วไปได้รับรู้ สนใจ ตระหนักและมีพฤติกรรมที่ถูกต้องเหมาะสมในเรื่องของการสื่อสารสุขภาพนั้น ได้มีการดำเนินงานในสาขารณสุขของประเทศมาตลอด ตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบันในชื่อของการดำเนินงานสุขศึกษา ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารสุขภาพนั่นเอง”

สถาบันมะเร็งแห่งชาติ (The nation Cancer Institute. อ้างถึงใน มลินี สมภาพเจริญ. 2551) ได้ให้คำจำกัดความของการสื่อสารสุขภาพไว้ว่า “การสื่อสารสุขภาพหรือการสื่อสารสาธารณสุข (Health Communication) หมายถึง ความสามารถในการเพิ่มระดับความรู้ และความตระหนักในปัญหาสุขภาพ แนวทางการแก้ปัญหาสุขภาพ และมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ความเชื่อ ทศนคต ซึ่งจะเปลี่ยนบรรทัดฐานทางสังคม ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างทันทีทันใด มีทักษะในการอธิบายบอกต่อถึงเรื่องการดูแลสุขภาพ ให้ร่วมมือกับนโยบายสุขภาพ และต้องการเข้ารับบริการทางด้านสุขภาพ”

แผนงานวิจัยและพัฒนาระบบสื่อสารสุขภาพสู่ประชาชน สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (อ้างถึงใน พนา ทองมีอาคม และเพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญกิจ. 2552) ได้กล่าวว่า “การสื่อสารสุขภาพ หมายถึง การดำเนินงานเพื่อการสื่อสารสองทางระหว่างผู้รับและผู้ส่งสาร ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารด้านสุขภาพได้ง่ายและทั่วถึง มีการจัดองค์ความรู้แบบมีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในหมู่ประชาชน”

ปาจริย์ ณะสมบุญกิจ (อ้างถึงใน พนา ทองมีอาคม และเพ็ญพักตร์ เตียวสมบุญกิจ. 2552) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารสุขภาพว่า “การสื่อสารสุขภาพ หมายถึงการแลกเปลี่ยนสื่อสารระหว่างกันที่เชื่อมั่นว่าคนเราเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร พร้อมทั้งจะรับความคิดเห็นของผู้อื่น และยินดีแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่นได้”

จากคำนิยามข้างต้นพอจะสรุป “การสื่อสารสุขภาพ” ได้ว่าเป็นกระบวนการถ่ายทอดความรู้ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้สึนึกคิดเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ การรักษาพยาบาล การเสริมสร้างสุขภาพ อันนำไปสู่สุขภาพที่ดีให้กับตัวเอง

การสื่อสารสุขภาพจะประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่เชื่อมประสานซึ่งกันและกันเพื่อตอบสนองต่อการมีสุขภาพที่ดีในกลุ่มเป้าหมายในระดับแตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นในระดับสังคม ระดับกลุ่ม หรือระดับปัจเจกบุคคล ทั้งนี้กิจกรรมที่เกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพดังกล่าวมักจะประกอบไปด้วย

1) สุขศึกษา (Health Education) เป็นกิจกรรมที่มุ่งสู่การส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพดี โดยการแจ้งให้ทราบ การให้การศึกษากับปัจเจกบุคคลผ่านสื่อและกิจกรรมต่าง ๆ

2) การสื่อสารเพื่อสังคม (Social Marketing) หรือการสื่อสารเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนในสังคม เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างสุขภาพ หรือการเปลี่ยนพฤติกรรมทางสุขภาพสู่พฤติกรรมทางบวก โดยใช้หลักการตลาดเข้ามาเสริมกับสื่อมวลชนต่าง ๆ

3). การชี้แนะ (Advocacy) มักเป็นกิจกรรมที่ใช้สื่อมวลชนในการส่งเสริมนโยบาย กฎระเบียบ และโครงการเพื่อส่งเสริมสุขภาพในระดับต่าง ๆ

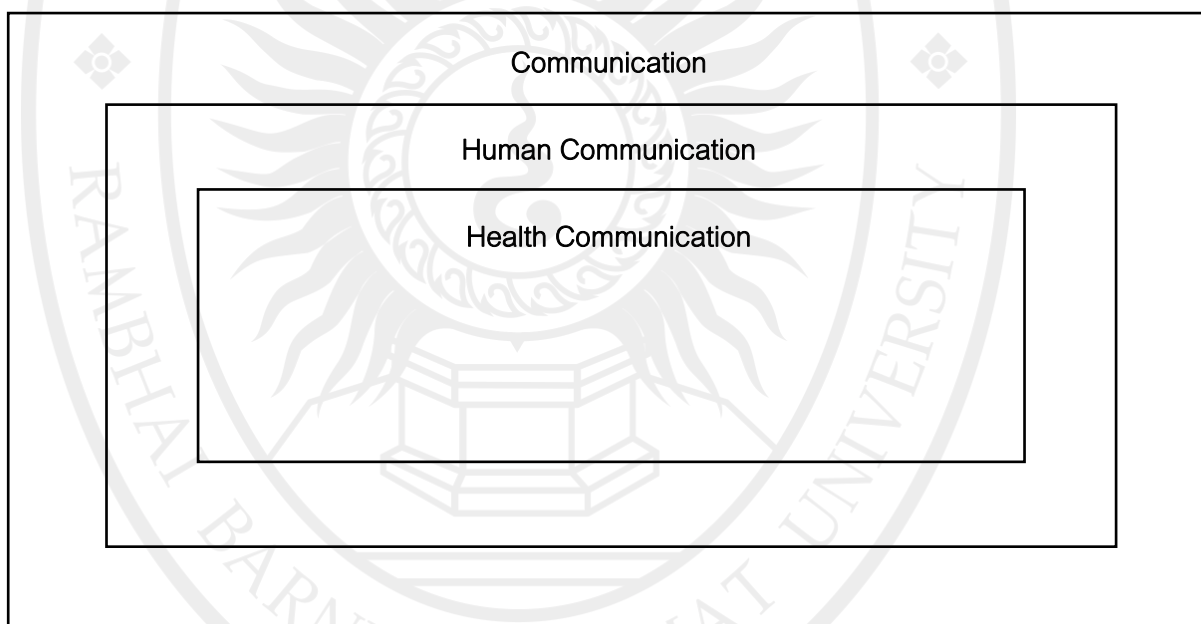
4) การสื่อสารเกี่ยวกับภาวะเสี่ยง (Risk Communication) มักเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับเฉพาะกลุ่ม ที่ต้องการพิจารณาสถานการณ์แวดล้อม และวิธีการลดจนทางเลือกในการจัดการกับภาวะเสี่ยง เช่น การให้คำปรึกษาส่วนตัว (Individual Counseling)

5) การสื่อสารกับผู้ป่วย (Patient Communication) จะเกี่ยวกับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานะด้านสุขภาพเพื่อบำบัดรักษา การให้ความรู้ ความเข้าใจในรูปแบบและวิธีการต่าง ๆ เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ให้การรักษากับคนไข้ (Provider-patient Communication) และที่กำลังเป็นที่นิยมคือ การสื่อสารระหว่างกลุ่มเพื่อน หรือกลุ่มผู้ที่อยู่ในสภาพเดียวกัน หรือที่เคยอยู่ในสภาพเดียวกันมาก่อน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างกันที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Peer-to-Peer Communication)

6) การให้ข้อมูลด้านสุขภาพ (Consumer Health Information) จะเป็นการช่วยให้บุคคลเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพของตนเอง และสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับสุขภาพของตนเองได้ หรือของครอบครัวได้ รวมทั้งการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพในลักษณะต่าง ๆ เช่น การประกันสุขภาพ การป้องกันและการดูแลสุขภาพของตนเอง

7) การใช้สื่อใหม่ประเภทต่าง ๆ (New Media) ซึ่งในพื้นที่นี้หมายถึง เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารต่าง ๆ ทั้งนี้เป็นเพราะกระแสความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบัน โดยเฉพาะการใช้อินเทอร์เน็ตและ www. ต่าง ๆ ที่นำมาเสริมกับสื่อประเภทเดิมที่มีการใช้กันมากในการสื่อสารเพื่อสุขภาพ คือ สื่อมวลชน และการสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อที่จะทำให้การแพร่กระจายแนวคิด วิธีการเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพสามารถกระจายได้มากขึ้นและทั่วถึงยิ่งขึ้น ดังเช่น Tele health ที่มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศขยายการให้บริการเกี่ยวกับสุขภาพ ในขณะที่ Tele medicine ก็จะมีลักษณะคล้าย ๆ กัน แต่จะมุ่งการให้บริการเฉพาะกลุ่ม หรือเฉพาะเรื่องมากกว่า มักรวมเรื่องของการบำบัดรักษาด้วย (Clinical Care) โดยมีการใช้สื่อสมัยใหม่เข้ามาในรูปแบบของ website, on-line service และยังรวมถึง CD-ROM/DVD ต่าง ๆ เป็นต้น

ปัจจุบันการติดต่อสื่อสารสุขภาพแบบมีส่วนร่วม (Interactive Health Communication) ได้รับความสนใจมากขึ้น เปิดโอกาสให้เข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ แนวคิดระหว่างกัน ซึ่งเป็นกระบวนการพัฒนาองค์ความรู้ด้านด้านการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างสุขภาพโดยผ่านสื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยในปัจจุบัน โดยมีการแตกย่อยออกมาเป็นกลุ่มเล็ก ๆ เช่น ข้อมูลด้านสุขภาพของผู้บริโภค (Consumer Health Information) ที่เน้นการให้บริการด้านสุขภาพเฉพาะกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาชิกเท่านั้น (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ: สสส. 2548 : 18) สามารถนำแนวคิดองค์ประกอบการสื่อสารสุขภาพนี้ มาวิเคราะห์ถึงคุณลักษณะด้านองค์ประกอบที่เป็นตัวกำหนดระดับการสื่อสาร โดยใช้บริบทของกระบวนการสื่อสารเพื่อใช้อธิบายให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ความรู้ด้านการสื่อสารที่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์หรือเครื่องมือในการดูแลและสุขภาพ (Northouse. 1992)



ภาพประกอบ 2 แผนภาพเกณฑ์บริบทของกระบวนการสื่อสาร

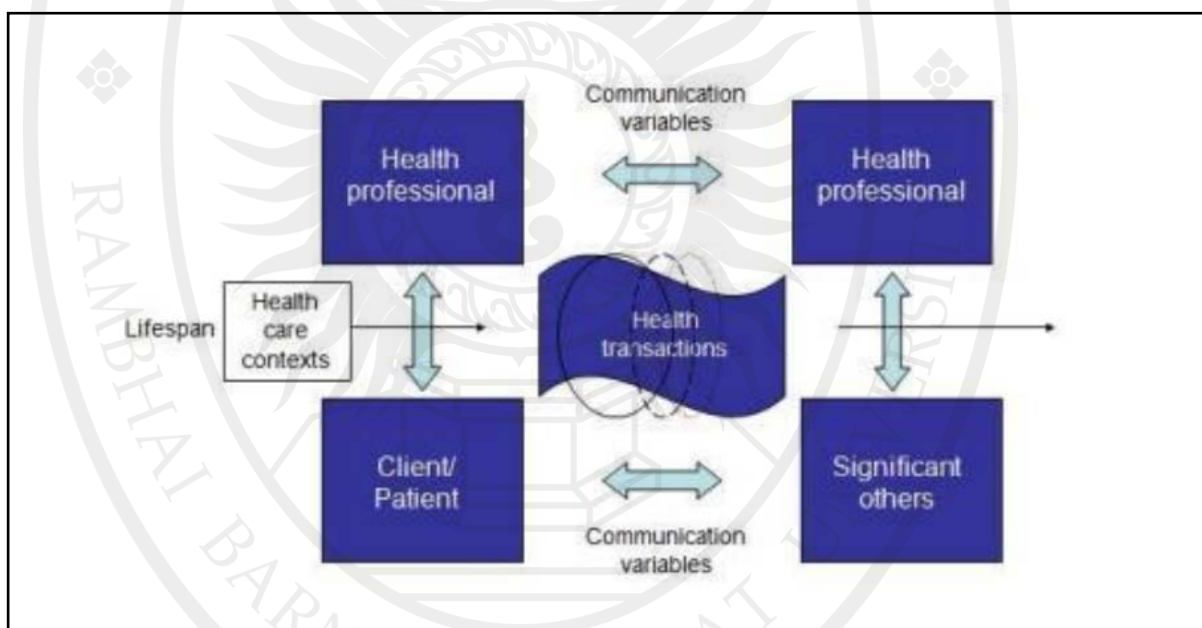
ที่มา : (Northouse. 1992 อ้างถึงใน พรทิพย์ เย็นจะบก. 2548 : 20)

ซึ่งต่อมานักวิชาการด้านการสื่อสารและนักวิชาการด้านการแพทย์ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพของประชาชน ได้ตีกรอบการสื่อสารสุขภาพให้สอดคล้องกับบริบทการสื่อสารที่มีลักษณะแคบลง เป็น Human Communication ที่หมายถึง การสื่อสารของมนุษย์ที่เป็นหนึ่งในการสื่อสารต่าง ๆ ที่มีอยู่ ทำให้การสื่อสารนี้ในวิจัยมุ่งไปเฉพาะที่การสื่อสารภายในบุคคล, การสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารกลุ่มย่อย เพียงเท่านั้น การสื่อสารที่เกิดจากองค์ประกอบข้างต้น จะสามารถเห็นได้ว่าระหว่างเกิดการสื่อสารสุขภาพนั้นก็มิปฏิเสธสัมพันธ์ของมนุษย์เกิดขึ้น

ด้วย ซึ่งต่อมานั้น ได้นำองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารมาใช้กับประเด็นเรื่องสุขภาพ จึงได้นำมาสร้างแบบจำลองโดย King แล้วถูกนำมาอ้างในหนังสือของ Northouse เพื่อแสดงความหมายและองค์ประกอบของการสื่อสารสุขภาพไว้ ดังนี้

1. แบบจำลองการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication Model : HCM)

นี้ นำเสนอแนวคิดว่าการสื่อสารเพื่อสุขภาพ หมายถึง กระบวนการการถ่ายทอดข่าวสารด้านสุขภาพระหว่างผู้ที่มีส่วนร่วมในการให้บริการด้านสุขภาพ เช่น ผู้เชี่ยวชาญด้านสาธารณสุขที่มีความสัมพันธ์ต่อผู้มารับใช้บริการ ผู้ป่วย หรือประชาชนที่เข้ามาใช้บริการทั่วไปในบทบาทของการดูแลสุขภาพ



ภาพประกอบ 3 แบบจำลองการสื่อสารสุขภาพ

ที่มา : (Northouse. 1992 อ้างถึงใน พรทิพย์ เย็นจะบก. 2548 : 22)

แบบจำลองแบบจำลองการสื่อสารสุขภาพนี้เน้นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น ในสถานะแวดล้อมการดูแลรักษาสุขภาพ 3 ประการ คือ

1. ความสัมพันธ์ (Relationships)
2. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน (Transaction)
3. บริบท (Context)

ซึ่งสามารถอธิบายให้เห็นได้อย่างชัดเจนขึ้น ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ (Relationships) แบบจำลองการสื่อสารสุขภาพนี้แสดงให้เห็น ความสัมพันธ์ (Relationships) ขององค์ประกอบหลัก 3 ประการ คือ

1.1 ผู้ให้บริการสาธารณสุข (Health Professional) หมายถึง บุคลากรที่ได้อยู่ใน สาขาวิชาชีพสาธารณสุขต่าง ๆ ที่ได้รับการอบรม มีประสบการณ์ในการให้บริการด้านสุขภาพ ได้แก่ แพทย์ พยาบาล บุคลากรที่ให้บริการสาธารณสุขทุกแขนง เกษัชกร นักกายภาพบำบัด จิตแพทย์ นักเทคนิคการแพทย์ และผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ เป็นต้น บุคลากรสาธารณสุขเหล่านี้มีส่วนในการ สร้างวิถีชีวิต ทักษะคิด ค่านิยม ความเชื่อ ความรู้ ความเข้าใจ ในประเด็นสุขภาพต่อผู้คนที่เข้ามา มีปฏิสัมพันธ์ด้วย ไม่ว่าจะเป็นผู้ป่วยที่เข้ามารับการบริการรักษา หรือคนที่เข้ามารับบริการประเภท ต่าง ๆ หรือคนที่ต้องการแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ หรือประชาชนในสังคมทั่วไปที่มีความ สนใจในสุขภาพ

1.2 ผู้รับบริการ (Client) ในที่นี้คือ ลูกค้ำ ผู้ป่วย หรือบุคคลที่เข้ามารับบริการด้าน สุขภาพในสถานการณ์ต่าง ๆ อาจจะเป็นผู้ป่วยที่เจ็บป่วยต้องการเข้ารับการรักษาในสถานพยาบาล หรือผู้ป่วยนอกที่เข้ามารับการรักษาและรับยากลับบ้าน หรือมารับคำแนะนำเรื่องสุขภาพทั่วไป หรือ ประชาชนทั่วไปที่เป็นผู้มาติดต่อเกี่ยวกับสุขภาพ โดยผู้รับบริการเหล่านี้มีลักษณะเป็นปัจเจกที่มี ความแตกต่างกันในด้านความรู้ ทักษะคิด ค่านิยม ความเชื่อ ที่ทำให้ความสามารถในการรับรู้ใน ประเด็นด้านสุขภาพได้ไม่เท่ากัน การที่ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพจะมีปฏิสัมพันธ์เพื่อให้เกิดผล กระทบต่อการเปลี่ยนแปลงความคิด หรือพฤติกรรมด้านการดูแลสุขภาพจึงต่างกัน และปัจจัย ที่ส่งผลต่อลักษณะความเป็นปัจเจกของผู้เข้ารับบริการอีกปัจจัยหนึ่ง คือเครือข่ายทางสังคม (Social Network) ของผู้รับบริการที่เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการสื่อสารสุขภาพ

1.3 บุคคลที่มีความสัมพันธ์อื่น ๆ (Significant Other) เครือข่ายทางสังคมของ ผู้รับบริการ (Social Network) หมายถึง บุคคลที่เข้ารับบริการ (Clients) มีความสัมพันธ์ในทุกระดับ เป็นกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้รับบริการด้านสุขภาพเหล่านี้ อันเนื่องมาจากบุคคลเหล่านี้จะมีส่วน ร่วมในกระบวนการสื่อสารสุขภาพ ในลักษณะที่เป็นเครือข่ายที่อยู่รอบตัวผู้เข้ารับบริการ การ ทำงาน ของเครือข่ายอาจจะเป็นการแนะนำ ชี้ชวน ชักจูงใจให้รับบริการ และการได้มาซึ่งข่าวสาร สุขภาพจากเครือข่ายทางสังคมที่เข้ามามีส่วนร่วมนั่นเอง

2. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน (Transaction) หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสารด้าน สุขภาพที่เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้ามามีส่วนร่วมในการ สื่อสารสุขภาพ กระบวนการสื่อสารในที่นี้จะใช้ทั้งภาษาและอวัจนภาษา เพื่อทำการส่งข่าวสาร ด้านสุขภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพไปสู่ผู้รับบริการ และรวมถึงกระบวนการแสวงหาข่าวสาร

ของผู้รับบริการเอง อันส่งผลต่อความรู้ การตีความข่าวสารสุขภาพของผู้ให้บริการ ในส่วนของตัวแปรด้านการสื่อสาร (Communication Variables) แบบจำลองนี้ได้มีการนำเสนอภาพกลมตรงกลางที่แสดงถึงกระบวนการสื่อสารเป็นมิติที่มีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องและไม่มีที่สิ้นสุด ทำการเคลื่อนไหวเพื่อส่งต่อข่าวสารระหว่างเครือข่ายของผู้ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการนี้ ที่อยู่ในกรอบสี่เหลี่ยมนี้ หมายถึง การสื่อสารของการให้บริการสุขภาพ ผู้รับบริการสุขภาพ และเครือข่ายทางสังคมของผู้รับบริการที่มีการสื่อสารถึงกันในลักษณะโต้ตอบกัน ไปมา (Two-way Communication) ในขณะที่เดียวกันความเคลื่อนไหวนี้บ่งบอกถึงความไม่หยุดนิ่งของกระบวนการสื่อสารสุขภาพที่มีตัวแปรตามเหตุการณ์ สภาพแวดล้อมของแต่ละชีวิตในสังคม แต่ละสถานการณ์ที่มีการแปรผันอย่างต่อเนื่อง

3. บริบท (Context) บริบทในการดูแลรักษาสุขภาพ ซึ่งเป็นบริบทของการสื่อสารสุขภาพ ที่มีอิทธิพลที่สำคัญมากต่อการติดต่อสื่อสารในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญสุขภาพ ผู้รับบริการและเครือข่ายทางสังคมของผู้รับบริการ ที่เป็นสมาชิกครอบครัว และรวมถึงบุคคลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยบริบทอาจแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 บริบทของการดูแลรักษาสุขภาพ หมายถึง สภาพแวดล้อม สถานที่ และการจัดการในระบบบริการสุขภาพ อาทิ โรงพยาบาล บ้านพักคนชรา คลินิก สำนักงานแพทย์ ห้องไอซียู (ICU : Intensive Care Unit) เป็นต้น ซึ่งบริบทเหล่านี้ เป็นการให้บริการด้านสุขภาพที่จะเป็นตัวกำหนดรูปแบบการติดต่อสื่อสารในวิธีการที่แตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมการบริการสุขภาพในแต่ละแห่ง

ระดับที่ 2 บริบทของการดูแลสุขภาพ หมายถึง รูปแบบการสื่อสารของบุคคลากรที่มีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารสุขภาพ ที่อาจเกิดรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) หนึ่งต่อหนึ่ง หรือสามฝ่าย หรือกลุ่มเล็กๆ (Small Group Communication) หลายกลุ่ม และระหว่างบุคคลต่าง ๆ ในกลุ่มขนาดใหญ่

ทักษะการสื่อสารทางการแพทย์ ตัวอย่างของทักษะการสื่อสารที่สำคัญและนิยมใช้ คือ

1. การใช้ภาษาท่าทาง เป็นทักษะที่ใช้ประกอบภาษาพูดและความสำคัญไม่น้อยไปกว่าภาษาพูด เช่น ท่าทาง ที่ทำ สีหน้า แววตา

2. การตั้งคำถาม เป็นทักษะที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้ป่วยสามารถพูดคุยได้สะดวกใจขึ้น ก่อนเข้าสู่สาระที่สำคัญต่อไป นิยมใช้ทักษะนี้ระหว่างการให้ข้อมูล เพื่อดึงความสนใจของผู้ป่วยโดยใช้คำถามปลายเปิด

3. การทวนซ้ำ/สรุปความ เป็นทักษะที่หมอกเล่าวพูดซ้ำ หรือสรุปประเด็นสำคัญจากเรื่องราวของผู้ป่วย ทักษะนี้ทำให้ผู้ป่วยมีความรู้สึกว่ามีคนสนใจ และเข้าใจในเรื่องราวของเขาอย่างแท้จริง ทำให้มีความรู้สึกและศรัทธาในตัวหมอ พร้อมทั้งจะเล่าเรื่องราวให้ฟังต่อได้โดยง่าย

4. การเจียบ เป็นทักษะที่สำคัญแต่ทำได้ไม่ถนัด ควรนำไปใช้ใน ช่วงถามตอบหรือการ แสดงความคิดเห็น การเว้นระยะเจียบสั้นเกินไปอาจทำให้ผู้ป่วยมีเวลาทบทวนเรื่องราวไม่เพียงพอ ทำให้เสียโอกาสในการเล่าเพิ่มเติมหรือซักถามต่อไป

5. การให้กำลังใจ เป็นทักษะเสริมและให้กำลังใจกับผู้ป่วย โดยเฉพาะในช่วงที่มีความรู้สึกเสียใจ เศร้าโศกหรือติดอยู่ในภาวะเครียด เพื่อให้ผู้ป่วยมองเห็นความหวังที่เป็นกำลังใจ ให้เขารู้สึกเข้มแข็งและสามารถต่อสู้ปัญหาต่อไป การชี้ให้เห็นข้อมูลในทางบวก และการมีชีวิตอยู่ อย่างมีความหวังจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง สำหรับผู้ป่วยเรื้อรังหรือป่วยด้วยโรคที่รักษาไม่หายขาด

6. การให้ข้อมูล แพทย์ต้องทราบข้อมูลที่เพียงพอและถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องท่านกำลังจะสื้อ ให้ผู้ป่วยทราบ การรักษาควรเพิ่มเติมข้อมูลประเด็นที่ขาดหายหรือผิดพลาดไป เพื่อให้ผู้ป่วยได้รับทราบและเข้าใจอย่างถูกต้อง เนื้อหาที่ใช้ควรมีความกะทัดรัด เข้าใจง่ายและตรงไปตรงมา

7. การสะท้อนความรู้สึก เป็นทักษะที่แพทย์สะท้อนความรู้สึกของผู้ป่วยเพื่อแสดงให้ เห็นว่ารู้สึกเห็นใจและเข้าใจ

ขั้นตอนการสื่อสารทางการแพทย์ มีความแตกต่างกันตามประเภทของการสื่อสาร โดยทั่วไปมีขั้นตอนโดยสังเขป ดังนี้

1. การสร้างสัมพันธภาพ แพทย์ควรสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ป่วย โดยการแนะนำตัวเอง ทักทายเรื่องทั่วไป ชี้แจงวัตถุประสงค์ ขั้นตอน และเวลาที่จะใช้ ขั้นตอนนี้เสมือนบทนำไปสู่เนื้อหา สาระที่สำคัญในการสื่อสารต่อไป

2. การให้ข้อมูลเมื่อแพทย์ทราบปัญหา หรือความต้องการของผู้ป่วยแล้ว อาจให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ โดยเสนอข้อมูลที่กะทัดรัด เข้าใจง่าย และเป็นข้อมูลที่เป็นมุมมองเสมอ หลีกเลี่ยง การจู่โจมหรือบีบบังคับผู้ป่วย

3. การซักถามและแสดงความคิดเห็น แพทย์ควรเปิด โอกาสให้ผู้ป่วยทบทวนความเข้าใจ หลังจากได้รับฟังข้อมูลจากแพทย์ได้ซักถามข้อสงสัย และให้แสดงความคิดเห็นถึงความเป็นไปได้ใน การปฏิบัติตนตามคำแนะนำของแพทย์

4. การสรุป แพทย์ควรทำการสรุปสาระสำคัญจากการพูดกันสัก 3-4 ประเด็น ให้กำลังใจ ผู้ป่วย และเปิดโอกาสให้มาพบหรือปรึกษาเพิ่มเติมได้ในอนาคต

จากองค์ประกอบของแบบจำลองการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication Model : HCM) นี้ จึงสรุปว่าในกระบวนการสื่อสารสุขภาพนั้นจะต้องมีการปฏิสัมพันธ์กัน ในระหว่างที่

สื่อสารเกิดขึ้นโดยปฏิสัมพันธ์ดังกล่าว จะต้องมิตักษะการสื่อสารทางการแพทย์ การให้ความรู้หรือการแนะนำโดยตรง ขั้นตอนการสื่อสารทางการแพทย์ การใช้ภาษาและภาษาใจ และวิธีการสื่อสารกับผู้ป่วยในภาวะต่างๆ ทำให้การตัดสินใจดังกล่าวเป็นไปได้ไม่ง่าย กล่าวคือผู้ตัดสินใจอาจต้องการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลเท่าที่มีอยู่ หรืออาจต้องใช้ข้อมูลในอดีต หรืออาจต้องหาข้อมูลเพิ่มเติม หรืออาจต้องใช้ข้อมูลหลายๆ ทางมาประกอบการตัดสินใจ แต่ทั้งนี้ในการตัดสินใจบางครั้งอาจต้องอาศัยเรื่องความน่าจะเป็นเข้ามาช่วยในการพิจารณาด้วย กระบวนการตัดสินใจมีหัวข้อดังต่อไปนี้ 1) ความน่าจะเป็น 2) โครงสร้างของปัญหาการทำการตัดสินใจ และ 3) ประเภทของปัญหาการทำการตัดสินใจ ประเภทของการตัดสินใจก็ยังต้องตัดสินใจอีก 2 สถานการณ์ คือ สถานการณ์ที่แน่นอน และการทำการตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน

1. ความน่าจะเป็น (Chance) หมายถึง ตัวเลขที่ใช้เป็นมาตรการในการบอกโอกาสของการเกิดเหตุการณ์ที่สนใจจากการทดลอง ปัญหาหรือการกระทำต่าง ๆ ว่ามีโอกาสเกิดขึ้นมากหรือน้อยเพียงใด เช่น ในการทดลองโยนเหรียญปกติ 1 อัน 1 ครั้ง ถ้าสนใจความน่าจะเป็นที่เหรียญจะขึ้นหัว จะได้ความน่าจะเป็นที่เหรียญจะขึ้นหัวเท่ากับ $1/2$ โดยที่ค่าของตัวเศษเท่ากับ 1 เพราะจำนวนด้านที่เหรียญจะขึ้นหัวมีเพียงด้านเดียวและค่าของตัวส่วนเท่ากับ 2 เพราะจำนวนด้านที่เป็นไปได้ทั้งหมดของการทดลองโยนเหรียญปกติ 1 อัน 1 ครั้ง มี 2 ด้าน

2. โครงสร้างของปัญหาการทำการตัดสินใจ (Structure of Decision Making Problem) การตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด หรือเหมาะสมที่สุดเพียงทางเลือกเดียวในปัญหาหนึ่ง ๆ นั้น มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทำการตัดสินใจหลายปัญหาแต่ในที่นี้จะกล่าวเฉพาะปัจจัยเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

1) ทางเลือก (Action) ในปัญหาหนึ่งๆ ที่ต้องการตัดสินใจมีทางเลือก มากกว่า 1 ทางเลือก ผู้ทำการตัดสินใจควรระบุทางเลือกที่เป็นไปได้ทั้งหมด

2) สถานการณ์นอกบังคับ (State of Nature) ในปัญหาหนึ่งๆ ที่ต้องการตัดสินใจ นอกจากจะมีทางเลือกมากกว่า 1 ทางเลือกแล้วในแต่ละทางเลือกยังมีสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้มากกว่า 1 สถานการณ์ ยกเว้นการทำการตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องดังกล่าวเรียกว่าสถานการณ์นอกบังคับ จากปัจจัยดังกล่าวนำมาพิจารณาประกอบกันภายใต้แต่ละทางเลือก และแต่ละสถานการณ์โดยกำหนดผลลัพธ์ (Outcome) ของแต่ละทางเลือกและแต่ละสถานการณ์ขึ้น และจัดเรียงผลลัพธ์ดังกล่าวให้อยู่ในรูปของตาราง ซึ่งเรียกว่าตารางการตัดสินใจ การตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด หรือเหมาะสมที่สุด

3. ประเภทของปัญหาการทำการตัดสินใจ (Type of Decision Making Problem)

1) การทำการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หรือเหมาะสมที่สุดในปัญหาหนึ่ง ๆ นั้นขึ้นอยู่กับผู้ทำการตัดสินใจทราบข้อมูลเกี่ยวกับสภาวะการณ์ที่แน่นอน (Decision Making Under Certainty) เป็นการทำการตัดสินใจที่ผู้ทำการตัดสินใจทราบแน่นอนว่าสภาวะการณ์ใด ๆ จะเกิดขึ้น และทำการตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์นั้น การที่ทำการตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ที่แน่นอนเป็นการทำการตัดสินใจที่ผู้ตัดสินใจทราบแน่ชัดว่า สภาวะการณ์ใดที่จะเกิดขึ้นและผู้ทำการตัดสินใจจะเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หรือเหมาะสมที่สุดภายใต้สภาวะการณ์ที่ทราบแน่ชัดนั้น นั่นคือผู้ทำการตัดสินใจจะเลือกทางเลือกให้ผลตอบแทนสูงสุดนั่นเอง

2) การทำการตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ที่ไม่แน่นอน (Decision Making Under Uncertainty) เป็นการทำการตัดสินใจที่ผู้ตัดสินใจทราบแต่เพียงว่ามีสภาวะการณ์ใดที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่กำลังตัดสินใจที่อาจเกิดขึ้นได้บ้าง โดยไม่ทราบโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นของแต่ละสภาวะการณ์ แต่พอที่จะกำหนดความน่าจะเป็นของแต่ละสภาวะการณ์ได้โดยพิจารณาในเชิงจิตพิสัย หรืออาศัยข้อสันนิษฐานจากตัวอย่าง เป็นการทำการตัดสินใจที่ผู้ทำการตัดสินใจทราบแต่เพียงว่ามีสภาวะการณ์ใดที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่กำลังตัดสินใจที่อาจเกิดขึ้นได้บ้าง โดยไม่ทราบโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นของแต่ละสภาวะการณ์ สามารถบังปัญหา การทำการตัดสินใจภายใต้สภาวะการณ์ที่ไม่แน่นอนออกได้ 3 ลักษณะ ดังนี้

2.1) การทำการตัดสินใจ โดยไม่ใช้ข้อมูลสารสนเทศที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Decision Making Not Using Prior Information)

2.2) การทำการตัดสินใจ โดยใช้ข้อมูลสารสนเทศที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Decision Making Sample Information)

2.3) การทำการตัดสินใจ โดยใช้ข้อมูลสารสนเทศที่มีอยู่ก่อนแล้วและข้อสันนิษฐานจากตัวอย่าง (Decision Making Using Prior and Sample Information)

3) การทำการตัดสินใจภายใต้ความเสี่ยง (Decision Making Under Risk) เป็นการทำการตัดสินใจที่นอกจากการตัดสินใจ จะทราบว่ามีสภาวะการณ์ใดที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่กำลังตัดสินใจเกิดขึ้นบ้างแล้วยังทราบถึงความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นของแต่ละสภาวะการณ์ด้วย

สรุป แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ เป็นการให้ข้อมูลด้านสุขภาพ เพื่อบำบัด รักษา การให้ความรู้ความเข้าใจในรูปแบบต่างๆ เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ให้การรักษากับคนไข้ เป็นการช่วยให้ผู้ป่วยมีระเบียบวิธีใหม่ระยะแรกเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพของตนเอง และสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับสุขภาพของตนเองหรือครอบครัวได้ เป็นการสื่อสารที่เปิดโอกาส ให้แพทย์ พยาบาล ผู้ป่วยมีระเบียบวิธีเก่า และผู้ป่วยมีระเบียบวิธีใหม่ระยะแรกแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ แนวคิดระหว่างกัน

ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพเป็นตัวแปรในการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อเสริมพลังให้กับผู้ป่วยมะเร็งรายใหม่ระยะแรกของชมรมผู้รอดชีวิตจากโรคมะเร็งโรงพยาบาลพระปกเกล้า

แนวคิดเกี่ยวกับการรักษาโรคมะเร็งระยะแรก (Cancer Therapy for New patient)

โรคมะเร็งมีอยู่สองชนิด ได้แก่ มะเร็งของระบบเซลล์ของเม็ดเลือด และต่อมน้ำเหลือง หรือ Hematologic Malignancies เป็นเซลล์มะเร็งที่อยู่กระจัดกระจาย เช่น มะเร็งเม็ดเลือดขาว มะเร็งต่อมน้ำเหลือง ส่วนมะเร็ง อีกชนิด ได้แก่ มะเร็งของอวัยวะแบบที่เป็นก้อน หรือ Solid Tumor “ในกรณีของมะเร็งแบบแรก เราใช้การผ่าตัดไม่ได้ เนื่องจากเซลล์มะเร็งกระจัดกระจายไปทั่วร่างกาย การรักษาจึงใช้เคมีบำบัดเป็นส่วนมากและอาจใช้รังสีรักษาเข้ามาเสริมบ้าง ขณะที่มะเร็งชนิดที่เป็นก้อนซึ่งมีที่กั้นแน่นอน มักจะใช้การผ่าตัดเป็นการรักษาหลัก โดยมะเร็งบางชนิด เช่น มะเร็งเต้านม มะเร็งปอด เมื่อตัดออกแล้ว แพทย์อาจให้มีการฉายรังสี หรือให้ยาเคมีบำบัดเพิ่มเพื่อจำกัดบริเวณ และควบคุมทั้งร่างกายไปด้วย ในกรณีที่มะเร็งมีขนาดใหญ่เกินไป แพทย์อาจให้ยาเคมีบำบัดหรือฉายแสงก่อนเพื่อลดขนาดของก้อนมะเร็งลงเพื่อให้สามารถผ่าตัดได้อย่างปลอดภัย ส่วนการใช้รังสีรักษา เป็นการใช้สารกัมมันตรังสี หรือคุณสมบัติของสารกัมมันตรังสีในการจัดการกับเซลล์มะเร็ง โดยจะแบ่งเป็นการฉายรังสีรักษามะเร็งจากภายนอกร่างกาย และการใช้รังสีจัดการมะเร็ง โดยพุ่งเข้าไปในร่างกายให้ชิดกับก้อนมะเร็งเพื่อผลในการรักษา ประคับประคองหรือควบคุมขอบเขตของมะเร็งขณะที่ยาเคมีบำบัดเป็นการให้ยาเข้าไปทำลายเซลล์มะเร็งซึ่งมีคุณลักษณะที่สำคัญคือ มีการแบ่งตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งหมายความว่า การทำลายเซลล์มะเร็งของยาเคมีบำบัดจะมีผลทำลายเซลล์อื่นๆ ในร่างกายที่มีการแบ่งตัวเร็วด้วยเช่นเดียวกัน รักษาโรคมะเร็งด้วยวิธีที่ได้ประสิทธิภาพเพื่อคืนคุณภาพชีวิตแก่ผู้ป่วยสรุปมีการรักษาดังนี้

1. การผ่าตัด (Surgery) เป็นเทคนิคการรักษาโรคมะเร็งดั้งเดิมที่ในปัจจุบันยังคงเป็นมาตรฐานการรักษาโรคมะเร็งหลายชนิด โดยเฉพาะมะเร็งในระยะเริ่มต้น เนื่องจากก้อนและการกระจายตัวยังอยู่ในบริเวณเดียวกัน จึงสามารถรักษาให้หายขาดได้จากการผ่าตัดที่เหมาะสม

2. การฉายรังสี (Radiotherapy) ถูกพัฒนามากกว่า 100 ปีก่อน รักษาโรคมะเร็งโดยใช้คลื่นเอกซเรย์ขนาดสูง หรือคลื่นกัมมันตรังสี เพื่อยับยั้งการเจริญเติบโตและฆ่าเซลล์มะเร็ง โดยรังสีความเข้มสูงสามารถทำลายเซลล์ได้ถึงระดับ DNA แต่ยังมีข้อจำกัดในการใช้รังสีรักษา เนื่องจากมีมะเร็งเพียงไม่กี่ชนิดที่ตอบสนองต่อการฉายรังสี และมีความจำเพาะค่อนข้างต่ำ ทำให้เนื้อเยื่อข้างเคียงได้รับผลกระทบมากพอสมควร และการฉายรังสีบริเวณกว้างยังเพิ่มความเสี่ยง ของการเกิดมะเร็งในตำแหน่งใหม่ที่เคยโดนรังสีอีกด้วย

3. การใช้ยาเคมีบำบัด หรือ คีโม (Chemotherapy) หลังจากมีการใช้รังสีในการรักษาโรคมะเร็งมาระยะเวลาหนึ่ง จึงมีการศึกษาและพัฒนา “ยา” ที่สามารถยับยั้งการเจริญเติบโตของเซลล์มะเร็งในขั้นตอนการแบ่งเซลล์ และมีความสามารถในการฆ่าเซลล์มะเร็ง โดยเรียกสารเหล่านั้นว่า Cytotoxic และการใช้สารดังกล่าวเพื่อรักษาโรคมะเร็ง เรียกว่า “เคมีบำบัด” แต่ข้อเสียหลัก ๆ ของยาเคมีบำบัดคือ การมีความจำเพาะต่ำ แม้จะออกฤทธิ์ทำลายเซลล์มะเร็งเป็นหลัก แต่ก็ทำลายเนื้อเยื่อที่ดีด้วยเช่นกัน ทำให้เกิดผลข้างเคียงและเกิดความไม่สบายแก่ผู้ป่วยแต่ข้อดีคือ ยากระจายไปตามกระแสเลือด จึงสามารถออกฤทธิ์ได้ทั่ว ซึ่งเหมาะกับการรักษาโรคมะเร็งระยะแพร่กระจาย ที่ไม่สามารถระบุตำแหน่งในการฉายรังสีได้ หรือไม่สามารผ่าตัดออกได้หมด

4. การรักษาโดยใช้ฮอร์โมน (Hormonal Therapy) เป็นการรักษาโรคมะเร็งโดยให้ฮอร์โมนหรือสารบางชนิด เพื่อไปยับยั้งฮอร์โมนที่ไม่พึงประสงค์ เนื่องจากฮอร์โมนบางชนิดสามารถกระตุ้นมะเร็งได้ การรักษาด้วยวิธีนี้ปลอดภัยพอสมควร ผลข้างเคียงน้อยเมื่อเทียบกับการใช้ยาเคมีบำบัด แต่ข้อจำกัดคือยาเพียงไม่กี่ชนิด โดยปัจจุบันใช้รักษาโรคมะเร็งเต้านม ที่ถูกกระตุ้นโดยฮอร์โมนเพศหญิง และมะเร็งต่อมลูกหมาก ที่ถูกกระตุ้นโดยฮอร์โมนเพศชาย

5. การรักษาด้วยยามุ่งเป้า (Targeted Therapy) จากประสบการณ์การใช้ยาเคมีบำบัดเป็นระยะเวลานาน ประกอบกับองค์ความรู้ชีววิทยาของเซลล์มะเร็ง จึงทำให้มีการพัฒนา “ยา” ที่สามารถทำลายเซลล์มะเร็ง โดยไม่ออกฤทธิ์กับเซลล์ปกติ หรือมีผลกับเซลล์ปกติน้อยที่สุด ซึ่งชื่อเรียกของ “ยามุ่งเป้า” นั้น สืบเนื่องมาจากการออกฤทธิ์ของยา ที่สามารถเลือกเจาะจงในการออกฤทธิ์กับเซลล์มะเร็ง โดยอาจมีตัวรับยาจำเพาะที่ปรากฏเฉพาะในเซลล์มะเร็ง หรือออกฤทธิ์ยับยั้งสารเคมีที่เซลล์มะเร็งผลิตออกมาเพื่อใช้ในการสื่อสารกัน ซึ่งจำเป็นสำหรับการเจริญเติบโตหรือแพร่กระจายนั่นเอง ข้อดีคือเป็นยาที่มีประสิทธิภาพดีมาก ผลข้างเคียงน้อย ปลอดภัย แต่เนื่องจากเป็นยาค่อนข้างใหม่ ใช้เทคโนโลยีในการศึกษาและการผลิตระดับสูง ยาจึงมีราคาแพง ปัจจุบันมีข้อมูลทางการแพทย์ว่า การรักษาโรคมะเร็งจำนวนมากตอบสนองต่อการรักษาด้วยยามุ่งเป้าดี เช่น มะเร็งปอด มะเร็งเต้านม มะเร็งลำไส้ใหญ่ มะเร็งเม็ดสีผิว มะเร็งไต และมะเร็งระบบเลือด เป็นต้น

6. การรักษาโดยระบบภูมิคุ้มกัน (Immunotherapy) หลักของการรักษาโรคมะเร็งด้วยวิธีนี้คือการให้ยาหรือสารเพื่อไปปรับระบบภูมิคุ้มกัน โดยมีผลกระตุ้นระบบภูมิคุ้มกันที่ออกฤทธิ์ต้านเซลล์มะเร็ง และไปลดการทำงานของระบบภูมิคุ้มกันบางส่วน ซึ่งมีหน้าที่สนับสนุนการโตของเซลล์มะเร็ง นอกจากนี้ การรักษาโดยระบบภูมิคุ้มกัน ยังรวมไปถึงเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เรียกว่า “CAR-T cell” คือการนำ T-cell (มีหน้าที่ทำลายสิ่งแปลกปลอมในร่างกายของผู้ป่วย) มาปรับเปลี่ยนโครงสร้าง หลังจากนั้นจะใส่กลับเข้าไปในร่างกายผู้ป่วยตามเดิม โดย T-cell ที่ถูกดัดแปลง จะไปเกาะจับกับผิวเซลล์ของเซลล์มะเร็ง และเริ่มต้นทำลายเซลล์มะเร็ง อย่างไรก็ตาม การรักษาโดย

ระบบภูมิคุ้มกัน ยังเป็นการรักษาใหม่มาก ส่วนใหญ่ยังอยู่ในขั้นตอนการศึกษา ไม่ได้ใช้เป็นมาตรฐานการรักษาโรคมะเร็งในปัจจุบัน โดยโรคที่มีข้อมูลเพียงพอและเป็นมาตรฐานในการรักษา ส่วนใหญ่ คือ มะเร็งระบบเลือด และมะเร็งต่อมน้ำเหลือง

7. การปลูกถ่ายไขกระดูก (Bone Marrow/Stem Cell Transplantation) การปลูกถ่ายไขกระดูก มีทั้งการใช้เซลล์ต้นกำเนิดของตัวเอง หรือของบุคคลที่มีความเข้ากันได้ของระบบภูมิคุ้มกัน ข้อมูลในปัจจุบันส่วนใหญ่ยังจำเป็นต้องใช้หลายวิธีร่วมกันเพื่อให้ได้ผลการรักษาที่ดีที่สุด โดยการเลือกวิธีในการรักษาแพทย์จะพิจารณาจากชนิดของมะเร็ง ลักษณะของเซลล์ การแสดงออกทางระบบภูมิคุ้มกันวิทยา ระยะของโรค ตำแหน่งของโรค รวมถึงสุขภาพความแข็งแรงโดยรวมของผู้ป่วย เพื่อเลือกการรักษาโรคมะเร็งที่เหมาะสมที่สุด โดยเป้าหมายคือให้การรักษาที่หวังผลได้มากที่สุด ควบคู่ไปกับการพยายามให้เกิดผลข้างเคียงน้อยที่สุดนั่นเองเป็นการรักษาโรคมะเร็งเม็ดเลือดขาว มะเร็งต่อมน้ำเหลือง มะเร็งระบบเลือดอื่น ๆ หรือมะเร็งเซลล์สืบพันธุ์บางชนิด ทั้งนี้ การศึกษา มะเร็งในปัจจุบันค่อนข้างกว้างขวาง นำไปสู่การรักษาโรคมะเร็งที่หลากหลายและบางกรณีการรักษาที่หวังผลได้มากที่สุด ควบคู่ไปกับการพยายามให้เกิดผลข้างเคียงน้อยที่สุดนั่นเอง

สรุป การรักษาโรคมะเร็งระยะแรกด้วยวิธีที่ดีมีประสิทธิภาพ ด้วยวิทยาการทางการแพทย์แผนปัจจุบัน เช่นการผ่าตัด การฉายรังสี การใช้ยาเคมีบำบัด การรักษาด้วยฮอร์โมน ฯลฯ ทำให้ทราบระยะของโรคมะเร็ง อวัยวะที่เกิดโรคมะเร็ง และความร้ายแรงของโรคมะเร็ง ทำให้ชมรมผู้รอดชีวิตจากโรคมะเร็งโรงพยาบาลพระปกเกล้าสามารถดำเนินกิจกรรมการสื่อสารเพื่อเสริมพลังให้กับผู้ป่วยมะเร็งรายใหม่ระยะแรกได้อย่างเหมาะสมกับผู้ป่วยแต่ละคน

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเสริมพลัง (Reinforcement Theory)

ทฤษฎีการเสริมพลัง (Skinner, 1995 อ้างถึงใน นันทพร ดำรงพงศ์, 2541: 8) ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่พยายามพัฒนาหรือเสริมความแข็งแกร่งของพฤติกรรมที่พึงประสงค์ อาจโดยวิธีการเสริมพลังในทางบวกหรืออยู่พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์โดยวิธีการเสริมพลังทางลบก็ได้ทฤษฎีนี้เกิดจากแนวคิดที่ว่าพฤติกรรมมนุษย์เป็นเรื่องของการทำพฤติกรรมซ้ำอันสืบเนื่องมาจากผลทั้งทางบวกและลบที่ได้จากพฤติกรรมเดิม โดยที่มนุษย์เชื่อว่าการมีพฤติกรรมซ้ำนี้จะให้ผลที่น่าพอใจเหมือนเดิมอีก สกินเนอร์ เชื่อว่าพฤติกรรมมนุษย์สามารถควบคุมและกำหนดรูปแบบให้เป็นไปตามความต้องการได้ด้วยการให้รางวัลตอบแทน (Rewarding) หรือเสริมพลัง (Reinforcing) แก่พฤติกรรมที่พึงประสงค์โดยขณะเดียวกันต้องไม่สนใจหรือเอาใจใส่ต่อพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์เมื่อเวลาผ่านไป พฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์จะลดลงตามลำดับจนเหลือแต่พฤติกรรมที่พึงประสงค์เท่านั้น สกินเนอร์

ได้แนวคิดจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรางวัลกับการทำงาน โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญ 3 ประการ คือ

1. สิ่งเร้า (Stimulus) หมายถึง สิ่งแวดล้อมหรือเงื่อนไขหรือสถานะของพฤติกรรม
2. การตอบสนอง (Response) หมายถึง การมีพฤติกรรมการทำงานหรือการปฏิบัติงาน
3. ตัวเสริมพลัง (Reinforcer) หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่ทำให้เกิดพฤติกรรม เช่น รางวัล

ตอบแทน

ปัจจัยทั้งสามนี้มีความสัมพันธ์กัน โดยเงื่อนไขเชิงปฏิบัติการ (Operant condition) หมายความว่า การที่บุคคลใดมีพฤติกรรมการทำงานที่ดีแล้วได้รับผลตอบแทนเป็นที่พอใจของบุคคลนั้นเมื่อมีแนวโน้มว่าจะมีสิ่งเร้าหรือเงื่อนไขที่เหมือนเดิมเกิดขึ้นอีกบุคคลจะมีแรงกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองสิ่งเร้าขึ้น โดยบุคคลจะเชื่อมโยงความคิดไปสู่การตอบสนองหรือพฤติกรรมที่ทำให้เกิดตัวเสริมพลังในอดีตที่รับรู้ เช่น การที่คนหนึ่งมีการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งในการทำงานแล้วได้รางวัลตอบแทนเมื่อเกิดเงื่อนไขเหมือนเดิมซ้ำอีกคน ๆ นั้นเชื่อมโยงความคิดไปถึงพฤติกรรมที่ทำให้ได้รางวัล คน ๆ นั้นจะมีพฤติกรรมซ้ำเหมือนเดิมเพราะคิดว่าจะได้รับรางวัลอีก การให้รางวัล ในลักษณะนี้เป็นการเสริมพลังทางบวก (Positive Reinforcement) ถ้ามีการเสริมพลังอย่างต่อเนื่องจะเป็นการสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรทำงานสูงขึ้นเป็นลำดับผู้บริหารควรมานำมาใช้ในการปรับปรุงพฤติกรรมของบุคลากร

ในทางตรงกันข้ามหากมีการเสริมพลังด้วยการใช้ตัวเสริมพลังที่เป็นการลงโทษแก่บุคลากรบุคลากรเคยมีพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ซึ่งเป็นการบอกให้รู้ว่าห้ามมีพฤติกรรมเช่นนี้อีก และต่อมาบุคลากรสามารถยุติการมีพฤติกรรมซ้ำได้หมายความว่าสามารถยับยั้งพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์นั้นได้ก็นำตัวเสริมพลังทางลบ (Negative Reinforcement) โดยมากเป็นการเสริมพลังเพื่อเพิ่มความถี่ในการตอบสนองหรือทำให้มีพฤติกรรมการทำงานเพิ่มขึ้น

การประยุกต์ใช้แนวคิดการเสริมพลังอำนาจ

การนำเรื่องการเสริมสร้างพลังอำนาจมาใช้ในมิติทางสุขภาพ คือกระบวนการวิธีที่จะให้กลุ่มเป้าหมาย สามารถดึงศักยภาพที่มีอยู่ในตนเองมาใช้ในการดูแลและสร้างเสริมสุขภาพมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาตนเอง ไม่ว่าบุคคลคนนั้นจะเริ่มจากศักยภาพที่ต่ำต้อย ยากลำบาก หากไม่ท้อแท้หรือท้อถอย จะดำรงจิตใจที่มุ่งมั่น ฝ่าฟันอุปสรรค รู้จักสังเกตและเชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ มองเห็นภาพรวม มองเห็นปัญหาและแนวทางแก้ปัญหา และสามารถแก้ปัญหาได้ดีทั้งในระยะสั้น และระยะยาวการเสริมพลังอำนาจการทำงานในตนเอง

พลังอำนาจ (Empowerment) หมายถึง ศักยภาพ หรือความสามารถจากภายใน (Inner strength) ของบุคคล ที่มีอิทธิพลหรือควบคุมการตัดสินใจในการกระทำของตนภายใต้สถานการณ์

ต่าง ๆ นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการเสริมพลังอำนาจการทำงานในตนเอง กระบวนการของการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาการมีส่วนร่วม และการเพิ่มพลังการทำงานภายใน บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ด้วยการสนับสนุนส่งเสริมในสิ่งที่เป็นเหตุปัจจัย สภาวะการณ์หรือวิธีการต่าง ๆ ที่ช่วยให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นได้พัฒนาตนเองและพัฒนาความสามารถในการทำงานให้เพิ่มมากขึ้น อย่างริเริ่มสร้างสรรค์และตระหนักถึงคุณค่าของตนเอง (Wilson.1996)

1. วิธีเสริมพลังอำนาจการทำงานในตนเอง ประกอบด้วยแนวคิดหลัก 3 ประการ คือ

1.1 หลักการแบ่งปัน (Sharing) เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารความคิด และวิธีเสริมพลังอำนาจ ความรู้สึกซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนในกลุ่ม เกี่ยวกับวัตถุประสงค์เป้าหมายวิธีการทำงานและเกณฑ์การประเมินผลการทำงานเพื่อสร้างความรู้สึกรับผิดชอบงานนั้นร่วมกันเพื่อสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนในกลุ่ม

1.2 หลักการร่วมแรงร่วมใจ(Collaboration) เป็นการร่วมร่วมแรงร่วมใจกัน ปฏิบัติงาน โดยสร้างทีมงานการทำงาน และทำงานเป็นทีม

1.3 หลักการเป็นกัลยาณมิตร(Mutuality) เป็นการสร้างความไว้วางใจ การยอมรับนับถือการพึ่งพาและการให้คุณค่าต่อความสามารถของกันและกัน

2. เป้าหมายของการเสริมพลังอำนาจ

การเสริมพลังอำนาจมีเป้าหมายคือ เป็นการนำพลังในตัวบุคคลมาใช้ให้เกิดประโยชน์ การพัฒนาศักยภาพในการทำงานของบุคคล การเพิ่มพูนความรู้สึกมีคุณค่า(Self – Esteem)และการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self – Efficient)การสร้างความรัก ความผูกพัน ความยึดมั่นในองค์กร และการพัฒนาคุณภาพการดำเนินงานขององค์กรทั้งด้านกระบวนการผลิต (ทิพาภรณ์ โพธิ์ฉวี และคณะ. 2554)

3. องค์ประกอบของการเสริมพลังอำนาจ

การเสริมพลังอำนาจมีองค์ประกอบที่สำคัญ (โสภา อ่อนโอภาส. 2553) คือ การให้ทรัพยากร (Recourse) การให้ความช่วยเหลือสนับสนุน (Support) การให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) การได้รับความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (Advancement) การได้รับการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ ทักษะ (Competence and Skill) และการได้รับการยกย่อง ชมเชย และการยอมรับนับถือ (Reward and Recognition)

4. กระบวนการเสริมพลังอำนาจ

กระบวนการเสริมพลังอำนาจ มีขั้นตอนการทำงานอย่างเป็นระบบ เพราะต้องสัมพันธ์กับแนวคิด ความเชื่อและวิธีการทำงานกับบุคคลที่มีความอ่อนไหว และอาจกำลังอยู่ในสถานการณ์สูญเสียพลังไว้พลังในตนเองดังนั้น กระบวนการทำงานจึงต้องเน้นการค้นหาและการ

ประเมินสถานะของกลุ่มเป้าหมายก่อนทั้งการประเมินสถานะที่เป็นปัญหา และสถานะพลังงานในตัวตนของบุคคล กระบวนการสำคัญในการทำงานต้องให้คุณค่าในการทำงานที่เคารพและยอมรับในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของกลุ่มบุคคลที่เราทำงานด้วย และเป็นกระบวนการที่ต้องทำให้เกิดสัมพันธภาพทางวิชาชีพให้การเคารพ ยอมรับ ไม่คว้นตัดสิน ต่ำหนิ ประณามกัน เพื่อเป็นการเปิดใจยอมรับกันทั้ง 2 ฝ่าย และพร้อมเปิดข้อมูล อารมณ์ ความรู้สึกให้กัน ได้ทราบบนความไว้วางใจกัน (อภิญา เวชชชัย.2527)

กระบวนการทำงานนี้เป็นการศึกษาจากนักวิชาการหลายท่านที่นำมาประมวลเชื่อมโยงให้เห็นขั้นตอนต่างๆ ในการทำงานเสริมพลังอำนาจอย่างครอบคลุม (Lorraine M.Gutierrez, et al., 1988 : 8 -10 ; Robert Adams, 2003; Robert Adams; 2008, อ้างถึงในอภิญา เวชชชัย. 2557) ได้แก่

1. การศึกษา ประเมินสถานะพลังหรือต้นทุนเดิมที่มีของคน กลุ่ม ชุมชนหมายถึง การสืบค้นข้อเท็จจริงเพื่อค้นหาความเข้มแข็ง หรือต้นทุนเดิมในชีวิตของผู้ใช้บริการเป็นการค้นหาและประเมินศักยภาพของพลังเหล่านั้น เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง เช่น

1) สถานการณ์ปัญหา และความต้องการจำเป็นของผู้ใช้บริการ เป็นการประเมินเพื่อศึกษาสถานการณ์ และข้อเท็จจริงของปัญหาในระดับบุคคล ระดับครอบครัว หรือระดับกลุ่มชุมชน ตามลักษณะและผลกระทบของปัญหา

2) ศักยภาพ ความเข้มแข็ง ทักษะคิดความเชื่อและการตระหนักต่อคุณค่าที่ตนยึดถือ ทั้งต่อตนเองหรือผู้อื่น เช่น การมองตนเองอย่างไรให้คุณค่า หรือเห็นแต่ด้านที่เป็นปมด้อยและคอยตำหนิตนเอง รวมทั้งความศรัทธาในศาสนา ความเชื่อต่างๆ ที่มีผลต่อการดำรงชีวิต

3) จุดอ่อนและอุปสรรค ประสบการณ์ที่ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าเป็นความล้มเหลวของชีวิตที่ผ่านมา และกลายเป็นสาเหตุของปัญหาปัจจุบัน ซึ่งนักสังคมสงเคราะห์จะต้องพูดคุยให้ผู้ใช้บริการเห็นถึงคุณค่าของตนเองที่ผ่านมา และทำความเข้าใจว่าจุดอ่อนหรืออุปสรรคดังกล่าวเป็นเพียงสถานการณ์ปัญหา ณ ช่วงเวลาหนึ่งไม่ใช่ปัญหาถาวรของตน สถานการณ์ดังกล่าวมักจะมีการนำมาใช้ในกลุ่มของผู้หญิงที่ประสบปัญหาในชีวิตสมรส มีการหย่าร้าง ซึ่งทำให้ผู้หญิงจำนวนหนึ่งลงโทษตนเองในความล้มเหลวและไม่มีแรงบันดาลใจที่จะปรับเปลี่ยนชีวิตของตน

4) โอกาสในการได้รับการสนับสนุนและการเข้าถึงทรัพยากรในแต่ละระดับการเข้าถึงทรัพยากรของผู้ใช้บริการแต่ละรายสะท้อนถึงต้นทุนที่เป็นฐานพลังของผู้ใช้บริการ

5) ทักษะ ประสบการณ์ ความพร้อมในการรับมือกับปัญหา ประสบการณ์ที่ผ่านมาของชีวิตทั้งในระดับส่วนตัว กลุ่ม และการมีส่วนร่วมหรือมีความสามารถในการแบ่งปันประสบการณ์ต่อกลุ่มและสังคม ทั้งในฐานะการเป็นผู้กระทำและถูกกระทำ

2. การประเมินความรู้ วิธีคิด ทักษะ ความสามารถในการคิดอย่างวิเคราะห์วิจารณ์ตนเอง จนถึงการวิพากษ์ความคิด ความเชื่อของตนจากอดีตถึงปัจจุบัน ในกระบวนการนี้ต้องให้ความสำคัญกับข้อมูลที่มาทบทวนในการตัดสินใจ และความกล้าหาญในการวิพากษ์วิจารณ์ตนเองอย่าง เป็นจริง ไม่ปิดบัง เพื่อให้บุคคลสามารถมองปัญหาเชิงวิเคราะห์ วิพากษ์ วิจารณ์ ได้ในระดับลึก ตัวอย่างของคำถามในการประเมิน ได้แก่

- 1) ผู้ใช้บริการมีความรู้พื้นฐานและความคิดต่อปัญหาของตนอย่างไร
- 2) ผู้ใช้บริการมีวิธีคิดและทักษะในการตั้งคำถามในระดับใด หรือมีลักษณะที่เชื่อ และคล้อยตามผู้อื่นมากกว่าหรือไม่ เพียงใด
- 3) ผู้ใช้บริการมีข้อมูลที่เพียงพอหรือมากเกินไปเพียงใดในการตัดสินใจ และสามารถ มองปัญหาเชิงวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ได้ในระดับใด
- 4) ผู้ใช้บริการมีความสามารถในการมองปัญหาในแต่ละบริบทอย่างตายตัวหรือ ยืดหยุ่นหรือไม่ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

3. การประเมินความสามารถในการคิดเชื่อมโยงปัญหาส่วนตัวต่อประเด็นสาธารณะ เพื่อ พิจารณาว่าปัญหาที่เกิดกับบุคคล อาจเป็นปัญหาของระบบ โครงสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ประเมินความสามารถในการตั้งคำถาม ต่อยอดความคิดจากปัญหาส่วนตัวไปสู่ปัญหาระดับกลุ่ม สังคมหรือไม่ เพียงใด เช่น ผู้ใช้บริการมีความกล้าที่จะถาม และแสดงออกอย่างเป็นธรรมชาติอย่าง เต็มที่หรือไม่ หรือยังคงอยู่ภายใต้ความกดดันของปัจจัยใด มีลักษณะปกปิดหรืออายต่อปัญหา ของตนหรือไม่ และผู้บริการสามารถยอมรับและเชื่อมโยงว่าปัญหาส่วนตัวแท้จริงแล้วเป็นเรื่อง สาธารณะที่คนในสังคมทั่วไปควรมีส่วนร่วมรับผิดชอบด้วย

4. การประเมินความสามารถในการมองเห็นความสัมพันธ์ของปัญหาแต่ละระดับและการ เชื่อมโยงผลกระทบจากปัจเจกสู่ระบบและโครงสร้าง อันจะนำไปสู่การดำเนินการสืบค้นข้อเท็จจริง ของสถานการณ์ปัญหาในลักษณะกระบวนการว่า เกิดปัญหาอย่างไร ใครกระทำ ใครถูกกระทำ และ สามารถจัดทำแผนที่ทางเดินของปัญหาในรูปแบบ Mapping Route เพื่อเห็นการเคลื่อนไหวของ ปัญหาอย่างเป็นระบบและมองเห็นผู้เกี่ยวข้อง

5. การศึกษาผลกระทบ จุดแข็ง จุดอ่อน ความเข้มแข็ง ความอ่อนแอ จุดอ่อนไหวการมอง ปัญหาเป็นแบบเชื่อมโยงสัมพันธ์ระหว่างปัญหาระดับปัจเจกสู่ระบบอื่นๆ ในสังคมได้หรือไม่ ความห่วงใยในใจ อารมณ์หรือจุดเปราะบางที่ควรต้องสนใจเป็นพิเศษของบุคคล รวมถึงระบบ ของงาน กิจกรรม และองค์กร

6. การปฏิบัติ การแสดงออก กระบวนการดำเนินงานควรกำหนดขึ้นภายใต้การวางแผน อย่างเหมาะสม ประกอบกับการมีส่วนร่วมคิด แสดงออกของผู้มีส่วนร่วม หรือผู้เป็นเจ้าของปัญหา

โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยอารมณ์ความรู้สึกของผู้เป็นเจ้าของประสบการณ์นั้น เช่นการให้ความสำคัญกับกระบวนการถ่ายทอด แบ่งปัน ความทุกข์ ประสบการณ์ โดยมีการสร้างระบบสนับสนุน ให้กำลังใจจากกันและกันในกลุ่มเดียวกัน สร้างระบบการจัดการ ธุรูปงาน ระบุภารกิจที่ต่างฝ่ายได้รับมอบหมายและร่วมกันสรุปประเด็นสำคัญ เพื่อสะสมชัยชนะจากเล็กสู่ใหญ่

7. การรับรู้บทเรียน และความสามารถในการปรับใช้บทเรียนกับปัญหาของตนเอง เช่น การพิจารณาความเชื่อมั่น ความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง ว่าเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่พฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ เพราะเหตุใด อย่างไร รวมทั้งการร่วมกำหนดเป้าหมายและความต้องการทั้งระดับบุคคล คู่ระดับกลุ่ม ชุมชน และการติดตามประเมินแนวทางการดำเนินงาน กระบวนการเปลี่ยนแปลงจากภายในสู่ภายนอกนอกจากนี้ ระพีพรรณ คำหอม ยังได้แบ่งกระบวนการหรือขั้นตอนของการเสริมพลังอำนาจ ออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ (ระพีพรรณ คำหอม.2554)

1) ระยะเวลาแรก (Initial Phase) ได้แก่ การสำรวจ การประเมิน และการวางแผนโดยการสนทนาอย่างมีสุนทรียภาพ (Dialogue) เช่น เตรียมทำงานแบบหุ้นส่วน ท้าทาย หาความเข้มแข็ง และกำหนดทิศทางการทำงาน

2) ระยะดำเนินงานที่สอง (Implementation Phase) ได้แก่ การดำเนินงานและการบรรลุวัตถุประสงค์ โดยการค้นพบทางเลือก (Discovery) สำรวจระบบทรัพยากร หาสมรรถภาพ และกำหนดทางเลือก

3) ระยะสิ้นสุด (Termination Phase) ได้แก่ การสิ้นสุดการช่วยเหลือและการประเมินผล โดยการพัฒนา (Development) เช่น การขยายโอกาสและการบูรณาการงานนี้ ภาพรวมของกระบวนการดำเนินงานเสริมพลังอำนาจนี้ให้ความสำคัญกับกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ในการแสวงหาข้อมูลและการประเมินสถานการณ์ข้อเท็จจริงร่วมกัน ในลักษณะของการแบ่งปันความคิด การตีความที่มีต่อสถานการณ์ปัญหาาร่วมกัน เพื่อประเมินปัจจัยภายใน และปัจจัยแวดล้อมภายนอก ทั้งนี้ในกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลต้องเป็นกระบวนการที่ควรมีการถกเถียง ซักถาม ทบทวนข้อเท็จจริง ค้นหาความเจ็บปวดในปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อทำความเข้าใจประเด็นความทุกข์และปัญหาอย่างละเอียด ลึกซึ้งขึ้น กระบวนการนี้อาจมีสถานะโต้แย้ง ขัดแย้งกันได้ (a dialectic process) เพื่อให้ทั้งสองฝ่ายได้เข้าถึงความรับรู้เชิงลึกระหว่างกันและเข้าใจกันมากขึ้น ดังนั้น สัมพันธภาพบนพื้นฐานการสร้างการยอมรับและเชื่อมั่นในตนเองเป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะผู้ให้บริการที่เป็นเจ้าของปัญหาเอง มักจะรู้สึกอ่อนล้า โทษตนเอง ต่ำหนิและเห็นข้อด้อยของตน ดังนั้น การค้นหาจุดแข็ง ข้อเด่น แม้เพียงเล็กน้อยก็เป็นเรื่องสำคัญที่ผู้ให้บริการต้องแสวงหาและแจ้งให้ทราบ เพื่อเป็นการปลุกปลอบใจ ปลุกเร้าให้กล้าคิด กล้าเผชิญปัญหา และสร้างความเชื่อมั่นในตนเองกลับคืนมา กระบวนการดำเนินงานนี้เน้นว่าต้องทำงาน

ร่วมกันเป็นทีม เพื่อคลี่คลายปัญหาาร่วมกัน วางแผนร่วมกัน จึงจะเป็นทั้งการพัฒนา หาแนวทาง เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง เห็นคุณค่าและพลังในตัวเองหลักการข้อนี้เป็นการเพิ่มคุณค่า เพิ่มพลังอำนาจให้กับผู้ใช้บริการได้เกิดความรู้สึกเชิงบวกกับตนเอง และนำไปสู่การปรับวิธีคิดของผู้ใช้บริการจากการ “พึ่งพาคนอื่น” ให้ไปสู่การ “พึ่งพาตนเอง” นักสังคมสงเคราะห์จึงต้องกระตุ้นสร้างความมั่นใจต่อการดึงพลังแฝงที่อยู่ในตัวของผู้ใช้บริการมาใช้ต่อการจัดการปัญหาของตนเอง (ระพีพรรณ คำหอม, 2554)

การสร้างให้มีอำนาจในตนเองเป็นบทบาทสำคัญที่จะนำไปสู่การพัฒนาตนเองของผู้ใช้บริการหรือกลุ่มเป้าหมายที่ถูกกดขี่ กลุ่มที่ถูกเอารัดเอาเปรียบโดยการใช้อำนาจรัฐอย่างไม่เป็นธรรม เป็นต้น บทบาทสำคัญของนักสังคมสงเคราะห์ ได้แก่ การเป็นผู้ท้าทายให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักตนเองโดยการกล้าคิด กล้าทำ กล้าใช้สิทธิใช้เสียงความเป็นประชาชนของตนเองเพื่อแสดงถึงอำนาจที่มีอยู่จริงในตัวเองของผู้ใช้บริการ นักสังคมสงเคราะห์จะเป็นผู้กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ใหม่ในชีวิตของผู้ใช้บริการหรือกลุ่มเป้าหมาย การเป็นที่ปรึกษาเกี่ยวกับแหล่งทรัพยากรบริการของหน่วยงาน ซึ่งเป็นการช่วยให้ผู้ใช้บริการได้มีโอกาสที่ดี เพิ่มความภาคภูมิใจในตัวเอง (Self-Esteem) อันจะนำไปสู่ทางเลือกใหม่ๆ ในชีวิต (ระพีพรรณ คำหอม, 2544)

การแก้ไขปัญหาและพัฒนาพลังของผู้ใช้บริการไปด้วยพร้อมๆ กัน (อภิญา เวชชัย, 2557) การเสริมพลังอำนาจ ยังเป็นหลักการในการสำรวจและประเมินปัญหาความต้องการของผู้ใช้บริการได้ด้วย โดยหลักการเสริมพลังอำนาจถือเป็นหลักการที่นักสังคมสงเคราะห์พึงตระหนักในการปฏิบัติงานสังคมสงเคราะห์จุลภาค การประเมินที่ส่งเสริม สนับสนุนการให้คุณค่าของผู้ใช้บริการ การค้นหาศักยภาพ ความสามารถที่แฝงอยู่ในตัวของผู้ใช้บริการซึ่งผู้ใช้บริการไม่เคยรู้มาก่อนเพื่อเป็นการสร้างความนับถือในตนเอง การดึงความสามารถ ศักยภาพของผู้ใช้บริการออกมา

การเสริมพลังอำนาจ เป็นกระบวนการและวิธีการที่เริ่มตั้งแต่การประเมินสิ่งที่จะส่งเสริม สนับสนุน การให้คุณค่าของผู้ใช้บริการ การค้นหาศักยภาพหรือความสามารถที่แฝงอยู่ในตัวของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นการสร้างความนับถือในตนเองจนเกิดเป็นความเชื่อมั่น จนสามารถดึงความสามารถหรือศักยภาพของตนเองออกมาใช้ แยกออกเป็นแนวคิดที่สามารถใช้ในการเสริมพลังอำนาจเป็น 3 กลุ่มแนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดกลุ่มเพื่อนช่วยเพื่อน (Support Group) แนวคิดกลุ่มเพื่อนช่วยเพื่อนคือกลุ่มคนที่มีความทุกข์เหมือนกันที่มีปัญหาเหมือนกันหรือป่วยเป็นโรคเดียวกันมารวมตัวเป็นกลุ่มเป็นพวก เพื่อให้การแก้ปัญหาของแต่ละคนง่ายขึ้นกว่าทำอยู่คนเดียว ทั้งนี้กลุ่มจะดูแลกันเอง ไม่มีคนภายนอกมาชี้นำหรือบังคับ

2. แนวคิดการสนับสนุนทางสังคม (Social support) แนวคิดสนับสนุนทางสังคม คือ การปฏิสัมพันธ์อย่างมีจุดมุ่งหมายที่นำมาซึ่งการช่วยเหลือในด้านต่างๆ ทั้งรูปธรรมและนามธรรมที่มีความสัมพันธ์กับสุขภาพพฤติกรรมและเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดผลดีต่อสุขภาพ ประกอบด้วย

1) ความหมายของการสนับสนุนทางสังคม การสนับสนุนทางสังคมมีผู้ให้นิยามไว้ในหลากหลายแง่มุมแต่สอดคล้องไปในแนวทางเดียวกันและสะท้อนถึงการเอื้อประโยชน์ร่วมกันระหว่างเพื่อนมนุษย์ Kahn and Antonucci (1980. cited in Frese. 1999) กล่าวว่า การสนับสนุนทางสังคมเป็นลักษณะของการสนับสนุนทางด้านอารมณ์จิตใจ เช่น การสนับสนุนทางด้านการรักความเอาใจใส่ ความชื่นชมยินดี และการยอมรับ ภายใต้การให้ความสำคัญกับคุณธรรมและความเป็นจริง ซึ่งเป็นทั้งการกระทำและการช่วยเหลือทางตรง เช่น การช่วยเหลืองาน การให้ข้อมูลข่าวสารหรือการช่วยเหลือทางการเงิน เป็นต้น แม้ว่า Kahn and Antonucci มีจุดเน้นที่การสนับสนุนทางอารมณ์เป็นหลัก แต่มิได้ละเลยการช่วยเหลือทางตรง ซึ่งแตกต่างจาก Sally A. Shumaker and Arlene Brownell ที่เห็นว่า การสนับสนุนทางสังคมเป็นการแลกเปลี่ยนทรัพยากรผ่านการรับรู้ซึ่งกันและกันอย่างน้อยที่สุดในระหว่าง 2 คน โดยเป็นผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ อันก่อให้เกิดความตั้งมั่นว่าสามารถส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นให้กับผู้ใช้บริการ (Shumaker & Brownell, 1984) Sally and Arlene ให้ความสำคัญกับการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล แต่จุดร่วมของทั้ง 2 ชุดความคิดนี้คือ ความเชื่อมั่นในศักยภาพและความสามารถของมนุษย์อันเป็นพื้นฐานของการสนับสนุนทางสังคม การสนับสนุนทางสังคม ยังแสดงให้เห็นถึงผลที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ของบุคคลซึ่งอยู่ในเครือข่ายทางสังคมที่มีโครงสร้างแน่นชัด ปฏิสัมพันธ์นี้เป็นการมีส่วนร่วมของบุคคลที่เกี่ยวข้องบุคคลได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เขาทราบว่าเขามีคนรัก ได้รับการเอาใจใส่ยกย่อง มีคนเห็นคุณค่ารู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคมเดียวกัน มีการให้คำแนะนำ การให้สิ่งของ การให้ความช่วยเหลือ โดยมาเป็นแรงงาน ให้เวลา ให้ความคิดเห็น ให้ข้อมูลข่าวสาร การสนับสนุนทางสังคมยังมีขอบเขตครอบคลุมการให้การรับจากบุคคลในครอบครัว อาทิ บิดามารดา ญาติพี่น้อง เพื่อนครูอาจารย์ คนในชุมชน นักวิชาชีพ เป็นต้น โดยที่บุคคลที่ได้รับการสนับสนุนทางสังคมสามารถตระหนักถึงศักยภาพของตนเองอันจะเอื้อประโยชน์ต่อการแก้ไขปัญหาทั้งต่อตนเองและผู้อื่น และสามารถปรับตัวหรือดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข (วันทนีย์ วาสิกะสิน, สุรางค์รัตน์ วศินารมณ และ กิติพัฒน์ นนทปัทมคุลย์, 2543) ฉะนั้น การสนับสนุนทางสังคม จึงหมายถึง การที่บุคคลได้รับการช่วยเหลือเกื้อกูลในด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านวัตถุสิ่งของ และด้านจิตใจ เพื่อสนับสนุนให้บุคคลรู้ว่าเขามีคนรักเอาใจใส่ เป็นส่วนหนึ่งของสังคม และได้รับการยอมรับจากผู้อื่น ตลอดจนการที่บุคคลตระหนักในคุณค่าของตนเอง สามารถเอื้อประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาของตนเอง และสามารถปรับตัวหรือ

ดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุขจากแหล่งสนับสนุนทางสังคมที่มีอยู่ เช่น ญาติพี่น้อง บุคคลในครอบครัว เพื่อน คนในชุมชน นักวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2) หลักการของการสนับสนุนทางสังคม หลักการของการสนับสนุนทางสังคมให้ความสำคัญกับกระบวนการสื่อสารระหว่างผู้ให้และผู้รับการสนับสนุนทางสังคม ซึ่งถือเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยใช้การสนับสนุนทางสังคมเป็นปัจจัยในการนำเข้าสู่กระบวนการดังกล่าว เช่น ข้อมูลข่าวสารการช่วยเหลือทางการเงิน การเอาใจใส่ยกย่อง การให้ข้อคิดเห็น การช่วยเหลืองาน เป็นต้น ทั้งนี้กระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นมีวัตถุประสงค์เพื่อก่อให้เกิดการช่วยเหลือให้ผู้รับการสนับสนุนทางสังคมสามารถแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเองและนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในอนาคต (Shumaker & Brownell, 1984; วันทนีย์ วาสิกะสิน, สุรางค์รัตน์วิชาธรรม์ และกิติพัฒน์ นนทปัทมะคุลย์, 2543)

3. ประเภทของการสนับสนุนทางสังคม ประเภทของการสนับสนุนทางสังคม แบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1) การสนับสนุนทางสังคมเชิงนามธรรม เป็นการสนับสนุนทางด้านอารมณ์และด้านสังคม เป็นการให้ความสำคัญกับพลังภายในตัวของบุคคลและสนับสนุนบุคคลผ่านการเสริมพลังในเชิงบวก เพื่อสนับสนุนให้บุคคลสามารถแก้ไขปัญหาที่เผชิญอยู่ได้ด้วยตนเองรวมทั้งการกระตุ้นให้บุคคลรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

2) การสนับสนุนทางสังคมเชิงรูปธรรม เป็นการสนับสนุนทางสังคมด้านข้อมูลข่าวสารและการช่วยเหลือ โดยตรงที่เห็นภาพชัดเจน เช่น การสนับสนุนทางด้านการเงินวัสดุสิ่งของ การให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ การให้คำปรึกษา การให้ข้อเสนอแนะ เป็นต้น

ทั้งนี้ การสนับสนุนทางสังคมทั้ง 2 ลักษณะ เป็นการช่วยเหลือโดยตรงกับบุคคลเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นและสามารถเผชิญกับสถานการณ์ของปัญหาได้อย่างรู้เท่าทัน และสามารถแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเอง

4. ระดับของการสนับสนุนทางสังคม

แรงสนับสนุนทางสังคมแบ่งได้เป็น 3 ระดับ (Gottlieb & Bergen, 2010) คือระดับกว้าง ระดับกลาง และระดับลึก

1) ระดับกว้าง เป็นการเข้าร่วมในสังคม พิจารณาจากความสัมพันธ์กับสถาบันในสังคม การเข้าร่วมกลุ่มด้วยความสมัครใจ

2) ระดับกลาง เป็นการเน้นถึงบุคคลที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสม่ำเสมอ เช่นกลุ่มเพื่อน ชนิดของการสนับสนุนในระดับนี้ เช่น การให้คำแนะนำ การช่วยเหลือด้านสิ่งของความเป็นมิตร การสนับสนุนทางอารมณ์และการยกย่อง

3) ระดับลึก เป็นความสัมพันธ์ของบุคคลที่มีความใกล้ชิดกันมากที่สุด โดยมีความเชื่อว่า คุณภาพของความสัมพันธ์มีความสำคัญมากกว่าปริมาณ บุคคลในระดับนี้ได้แก่ สมาชิกในครอบครัวตลอดจนคนรัก เป็นการให้การสนับสนุนทางจิตใจ การแสดงออกถึงความรัก ความห่วงใย ระดับกว้าง ระดับกลาง และระดับลึก

การสนับสนุนทางสังคมเป็นสิ่งจำเป็นกับชีวิตของมนุษย์ เพราะมนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของสังคม หากขาดการสนับสนุนทางสังคมระหว่างเพื่อนมนุษย์ด้วยกันเองอาจส่งผลทำให้บุคคลไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ การได้รับการสนับสนุนทางสังคมช่วยเหลือหนุนให้ชีวิตมนุษย์สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างสง่างาม รวมถึงการที่บุคคลสามารถแก้ไขปัญหาและสามารถเผชิญภาวะวิกฤตของชีวิตได้ด้วยตนเอง

5. ที่มาของการสนับสนุนทางสังคม ที่มาของการสนับสนุนทางสังคม สามารถสรุปได้ 2 ลักษณะ คือ

1) การสนับสนุนทางสังคมอย่างไม่เป็นทางการ แหล่งการสนับสนุนทางสังคมกลุ่มนี้เป็นแหล่งการสนับสนุนทางสังคมที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิด และมักเป็นระดับบุคคลและกลุ่มคนขนาดเล็กที่มีอิทธิพลต่อผู้รับการรับการสนับสนุนทางสังคมโดยตรง ได้แก่ บิดามารดาปู่ย่าตายาย ลูกหลาน ครอบครัวญาติพี่น้อง เพื่อน เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งการสนับสนุนทางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับต่ำ

2) การสนับสนุนทางสังคมอย่างเป็นทางการ แหล่งการสนับสนุนทางสังคมกลุ่มนี้เป็นระดับกลุ่มคนหรือองค์กรที่มีความสัมพันธ์ที่มีแบบแผน แต่ระดับความสัมพันธ์ที่มีความใกล้ชิดกันมาน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับบุคคลที่สังกัดกลุ่มหรือองค์กรนั้นๆ เช่น กลุ่มนักศึกษาฝึกกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุข มูลนิธิเอกชน กลุ่มผู้รับงานไปทำที่บ้าน กลุ่มเพื่อนช่วยเพื่อน แผนกธุรกิจเพื่อสังคม (CSR-Corporate Social Responsibility) ของบริษัทเอกชน เป็นต้น ทั้งนี้ กลุ่มหรือองค์กรเหล่านี้มักมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

6. การวัดแรงสนับสนุนทางสังคม ในการวัดแรงสนับสนุนทางสังคมออกเป็น 3 แนวทาง คือ

1) การสนับสนุนทางสังคมในฐานะเป็นความผูกพันลึกซึ้ง (Social Embeddeness) เป็นความสัมพันธ์ที่ปรากฏขึ้นจริงของบุคคลกับบุคคลอื่นที่อยู่ในสถานะแวดล้อมของเขา การวัดแรงสนับสนุนทางสังคมในฐานะที่เป็นความผูกพันลึกซึ้ง โดยปกติต้องพิจารณาพุ่งความสนใจไปที่เครือข่ายทางสังคมหนึ่งแน่นอนลงไป การวัดเช่นนี้ก็เป็นการระบุถึงสายสัมพันธ์ที่บุคคลมีต่อครอบครัว เพื่อนสนิท และกลุ่มเพื่อน สายสัมพันธ์หรือความผูกพันเหล่านี้จะเป็นตัวชี้วัดถึงทรัพยากรทางสังคมที่มีศักยภาพเป็นแรงสนับสนุนทางสังคมในยามที่บุคคลอยู่ในภาวะวิกฤตความ

ผูกพันทางสังคมเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงกับความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและยังมีนัยแย้งพรายให้เห็นถึงภาวะที่เป็นความแปลกแยกและโดดเดี่ยวทางสังคมในบุคคลรายที่ขาดความผูกพันทางสังคม

2) การสนับสนุนทางสังคมในฐานะเป็นการรับรู้ (Perceive Social Support) เป็นการมองการสนับสนุนในแง่ของ “การประเมินบุคคลหนึ่งว่ามีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับผู้อื่นอย่างไร การวัดแรงสนับสนุนทางสังคมในแง่มุมมองของการรับรู้เป็นการตระหนักว่า สายใยสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อมไม่จำเป็นต้องนำไปสู่การสนับสนุนทางสังคมเสมอไป สายใยสัมพันธ์แม้มีศักยภาพสูงที่จะทำหน้าที่ให้ความสนับสนุนทางสังคมได้ แต่หากมิได้อยู่ในการรับรู้ของบุคคลที่เกี่ยวข้องว่ามีความเหมาะสมเพียงพอ สายใยสัมพันธ์ดังกล่าวก็ไม่ได้ทำหน้าที่เป็นแรงสนับสนุนทางสังคม ในบางกรณีความพยายามที่จะจัดการสนับสนุนทางสังคมเป็นไปอย่างไม่เหมาะสมผิดจังหวะ หรือเป็นการทำให้สถานการณ์นั้นเลวร้ายไปกว่าเดิม การวัดแรงสนับสนุนทางสังคมในมิติของการรับรู้จึงมุ่งประเด็นไปที่การประเมินสถานะแวดล้อมทางสังคมของบุคคลและความมั่นใจว่าหากบุคคลอยู่ในสภาพที่กำลังต้องการแรงสนับสนุน เขาจะได้รับการสนับสนุนที่เหมาะสมเพียงพอ และอยู่ในการรับรู้ว่าเป็นประโยชน์

3) การสนับสนุนทางสังคมในฐานะเป็นกิจกรรม (Enacted Support) เป็นการมองการสนับสนุนทางสังคมในรูปของพฤติกรรม การกระทำของบุคคลอื่นที่แสดงให้เห็นการให้ความช่วยเหลือหรือการสนับสนุนเกื้อกูล พฤติกรรมการกระทำดังกล่าวกินความกว้างตั้งแต่การฟัง การแสดงความห่วงใย การให้ยืมเงิน การเป็นธุระช่วยจัดการงาน การให้คำแนะนำ การชี้แนะแนวทาง และการแสดงความรักเข้าใจ การวัดแรงสนับสนุนในมิติของการกระทำเป็นการเน้นในสิ่งที่คนได้กระทำเมื่อเขาให้การสนับสนุนทางสังคม กล่าวอีกอย่างหนึ่ง คือ การสนับสนุนในฐานะเป็นกิจกรรม ก็คือ การประเมินพฤติกรรมด้านการสนับสนุนทางสังคม การวัดในมิตินี้ส่วนใหญ่จะเป็นการให้บุคคลรายงานเรื่องราวของตนเอง (Self-report) เกี่ยวกับประสบการณ์ที่ได้ให้ความช่วยเหลือผู้อื่นไปแล้วมากกว่าเป็นการสังเกตจากสถานการณ์จริง

4) อุปสรรคและแนวทางการส่งเสริมการสนับสนุนทางสังคมอุปสรรคในการได้รับการสนับสนุนทางสังคมของผู้ดูแล มาจากการที่ไม่มีเครือข่ายที่ให้การสนับสนุนทางสังคมอย่างแท้จริงเมื่อผู้ดูแลประสบปัญหา หรือไม่มีผู้เข้ามาเยี่ยมเพื่อให้ความช่วยเหลือ ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะผู้ดูแลต้องทุ่มเทเวลาในการดูแลผู้ป่วย ทำให้ไม่ได้สามารถออกจากบ้านเพื่อมารับการสนับสนุนจากภายนอก การไม่ได้รับการสนับสนุนทางสังคมมาจากเครือข่ายหรือแหล่งสนับสนุนทางสังคมที่ออกแบบมาเพื่อผู้ดูแลไม่ตอบสนองหรือไม่ตรงตามความต้องการของผู้ดูแล อีกทั้งหน่วยงานที่ให้บริการสนับสนุนทางสังคมมีมิติของการมองมนุษย์เป็นกลไก ทำให้ขาดความเป็นมนุษย์ในการให้บริการ แต่อย่างไรก็ตามแหล่งสนับสนุนทางสังคมต้องสามารถเข้าถึงง่ายและให้

การช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงที เพื่อให้ผู้ดูแลไม่ปฏิเสธการช่วยเหลือ นักวิชาชีพทางสุขภาพต้องตระหนักถึงอารมณ์และความเครียดต่อการดูแลของผู้ดูแล ให้ผู้ดูแลยังคงมีความสุขกับการดูแลอยู่ แต่ผู้ดูแลที่ยังไม่มีความเครียด นักวิชาชีพทางสุขภาพก็ยังคงให้ความสำคัญและให้การดูแลเนื่องจากการดูแลเป็นกระบวนการที่ยาวนาน หากมีหน่วยให้บริการสนับสนุนทางจิตสังคมหรือหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนทางสังคมอย่างไม่เป็นทางการในให้บริการกับผู้ดูแลในรูปแบบของเพื่อนสนิท (Buddy System) (Balfé M., Keohane K., O'Brien K. & Sharp L. 2016) ผลกระทบจากการดูแลส่วนใหญ่เป็นผลกระทบทางอารมณ์ เช่น ความวิตกกังวล ความเหน็ดเหนื่อยทางกาย การไม่มีเวลาว่างในการท กิจกรรมอย่างอื่น และการที่ต้องดูแลแต่เพียงคนเดียวภายในบ้าน ทำให้ถูกแยกออกจากสังคมโดยปริยายและขาดการสนับสนุนทางสังคมตามไปด้วย (Zuurmond M. A., Mahmud I., Polack S. & Evans J. 2015) ผู้ดูแลมีประสบการณ์ในการเข้าไม่ถึงการสนับสนุนทางสังคมและต้องการความรู้และทักษะในการดูแลที่เพิ่มมากขึ้น และต้องการความร่วมมือและเครือข่ายจากผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ รวมถึงต้องการการสนับสนุนและการดูแลระยะยาวจากรัฐ (Duangkamol W. & Ankana S. 2014)

สรุป ทฤษฎีการเสริมพลังเป็นการศึกษาถึงความพยายามพัฒนาหรือเสริมความแข็งแกร่งของพฤติกรรมที่พึงประสงค์ อาจโดยวิธีการทางบวกเพื่อยุติพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ ที่เชื่อว่าพฤติกรรมมนุษย์สามารถควบคุมและกำหนดรูปแบบให้เป็นไปตามความต้องการได้ด้วยการให้การเสริมพลัง (Reinforcing) การนำเรื่องการเสริมสร้างพลังมาใช้ในมิติทางสุขภาพ คือ กระบวนการวิธีที่จะให้กลุ่มผู้ป่วยมะเร็งรายใหม่ระยะแรกที่เป็นเป้าหมายของการศึกษาครั้งนี้ สามารถดึงศักยภาพที่มีอยู่ในตนเองมาใช้ในการดูแลและสร้างเสริมสุขภาพมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาตนเอง ไม่ว่าจะผู้ป่วยใหม่คนนั้นจะเริ่มจากความยากลำบาก หากไม่ท้อแท้หรือท้อถอย รู้จักสังเกตและเชื่อมโยงเรื่องราวต่างๆ มองเห็นภาพรวม มองเห็นปัญหาและแนวทางแก้ปัญหา และสามารถแก้ปัญหาได้ดีทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีการเสริมพลังมาใช้ในการศึกษาเรื่องการจัดการการสื่อสารเพื่อเสริมพลังในผู้ป่วยมะเร็งรายใหม่ระยะแรกของชมรมผู้รอดชีวิตจากโรคมะเร็งโรงพยาบาลพระปกเกล้า

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory)

ทฤษฎีความคาดหวังเกิดจากการศึกษาของนักวิชาการชื่อ Victor Vroom (1995 อ้างถึงใน อ้อยทิพย์ กองสมบัติ, 2538 : 7) ทฤษฎีนี้เน้นการรับรู้ของบุคคลโดยมีความเชื่อว่าแรงจูงใจเกิดจากผลได้ที่บุคคลคาดหวังจะให้เกิดขึ้นจากการทำงานของตนแนวคิดตามทฤษฎีนี้มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ

1. ความคาดหวัง (Expectancy) หมายถึง การที่บุคคลประเมินความเป็นไปได้ว่าความพยายามจะทำให้สามารถทำงานสำเร็จจะเกิดผลได้ (Out comes) ซึ่งหมายถึงผลที่เกิดจากพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งในการทำงานประกอบด้วยผลได้ 2 ระดับ

1) ผลได้ระดับที่ 1 หมายถึง ผลการทำงานที่เป็นประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งต่อองค์กร เช่น การที่บุคลากรประเมินความเป็นไปได้ว่าถ้ามีความพยายามในการทำงานจะทำให้เกิดศักยภาพในการผลิตระดับใดระดับหนึ่ง

2) ผลได้ระดับที่ 2 เป็นผลได้ที่เกิดขึ้นสืบเนื่องจากการประสบความสำเร็จในผลได้ระดับที่ 1 โดยส่วนใหญ่เป็นผลได้ที่เป็นประโยชน์ต่อบุคลากรและมักเป็นไปตามความเหมาะสมกับแต่ละบุคคลกล่าวคือเป็นผลได้อย่างใดอย่างหนึ่ง ที่บุคลากรปรารถนาที่จะได้รับจากผลงานของตน ได้แก่ค่าตอบแทนความรู้สึกพอใจและภูมิใจในผลสำเร็จและการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน

2. สิ่งที่เป็นเครื่องมือจูงใจ (Instrumentality) หมายถึงความเป็นไปได้ว่าเกิดผลได้ระดับที่ 1 และเกิดผลได้ระดับที่ 2 ตามมานั้นก็คือความเป็นไปได้ในความสัมพันธ์ระหว่างผลที่ได้ระดับที่ 1 และผลที่ได้ระดับที่ 2 เช่นเมื่อระดับที่ 1 ซึ่งกำหนดให้มีค่าระหว่าง -1 ถึง +1 คือการทุ่มเทความพยายามหรือพฤติกรรมการทำงานที่นำไปสู่โอกาสที่จะเกิดผลได้ระดับที่ 2 ที่ต้องการเพียงร้อยละ 60 สิ่งที่เป็นเครื่องมือจูงใจหรือค่าความสัมพันธ์ระหว่างผลที่ได้ระดับที่ 2 ที่ต้องการเพียงร้อยละ 60 สิ่งที่เป็นเครื่องมือจูงใจหรือค่าความสัมพันธ์ระหว่างผลที่ได้ระดับที่ 1 และระดับที่ 2 จึงเท่ากับ .6 กล่าวได้ว่าองค์ประกอบนี้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างผลการทำงานกับรางวัลตอบแทน

3. ความชอบพอ (Valence) หมายถึง ระดับความพอใจของแต่ละบุคคลที่มีต่อการมีคุณค่าของผลได้ระดับที่ 2 หรือค่านิยมต่อผลได้ระดับที่ 2 หรืออาจกล่าวว่าเป็นความชอบพอในรางวัลตอบแทนก็ได้ความชอบพอนี้ไม่ได้มีสาเหตุจากปัจจัยภายนอก (ผลได้) แต่มีสาเหตุจากปัจจัย

สรุป ทฤษฎีการคาดหวัง เป็นการศึกษาถึงการประเมินความเป็นไปได้ว่าความพยายามจะ
ให้สามารถทำงานสำเร็จตามความคาดหวัง โดยมีสิ่งที่เป็นเครื่องที่ใช้ในการจูงใจให้คนปฏิบัติตาม
หรือมีพฤติกรรมถึงความพยายามดังกล่าวออกมาใช้ ที่เป็นประโยชน์ต่อบุคลากรและมักเป็นไป
ตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล จนถึงระดับความพอใจที่แต่ละบุคคลมีต่อศักยภาพจนส่งผล
เป็นค่านิยมของตนความชอบพอนี้มีสาเหตุมาจากปัจจัยภายใน การสื่อสารเพื่อเสริมพลังในมิติทาง
สุขภาพจิตใจของกลุ่มผู้ป่วยมะเร็งรายใหม่ระยะแรก ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีการเสริมพลังมาใช้กับ
การศึกษาเรื่องการจัดการการสื่อสารเพื่อเสริมพลังในผู้ป่วยมะเร็งระยะแรกของชมรม
ผู้รอดชีวิตจากโรคมะเร็งโรงพยาบาลพระปกเกล้า

ทฤษฎีความต้องการของแมคเคลลันด์ (McClelland's Needs Theory)

McClelland (1996 อ้างถึงใน นันทพร คำรณพงศ์, 2541:78) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความต้องการระดับสูงตามทฤษฎีของมาสโลว์และเห็นว่าความต้องการระดับ 3 ถึงระดับ 5 นั้น มนุษย์เรียนรู้และแสวงหาการตอบสนองได้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ทฤษฎีของเขาจึงเน้นการศึกษาเชื่อมโยงระหว่างความต้องการของมนุษย์กับปัจจัยแวดล้อมที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจพื้นฐานของมนุษย์ 3 ประการ ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ (nAch) ความต้องการอำนาจ (nPow) และความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (nAff)

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for achievement) แมคเคลลันด์ได้ทำการวิจัยและพบว่าคนที่มีความต้องการความสำเร็จอยากมีความรับผิดชอบในการแก้ปัญหาต่างๆ มักแสวงหาความเป็นเลิศในการปฏิบัติงานชอบเป้าหมายที่ยากและท้าทาย แต่ไม่ใช่เป้าหมายที่บรรลุความสำเร็จไม่ได้เป้าหมายที่กำหนดจึงมีความเหมาะสมเป็นจริงและสามารถบรรลุผลสำเร็จได้ปรารถนาที่จะได้รับข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับการปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรมรวมตลอดทั้งมีพลังและความเต็มใจสูงที่จะทำงานหนักด้วยความพากเพียรอดสาหัสเพื่อการแข่งขันและเห็นว่าคุณค่าของการบรรลุผลสำเร็จในเป้าหมายความยากและความเสี่ยงของเป้าหมายนั้นพอสมควรมีอัตราพอประมาณอาจกล่าวได้ว่าความต้องการความสำเร็จเป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเลิศและการแข่งขัน เป้าหมายที่ท้าทายความมุ่งมั่น และการแก้ไขปัญหายากๆ ยุ่งยากดั่งนั้นรูปแบบพฤติกรรมที่สนองความต้องการความสำเร็จจึงเป็นรางวัลตอบแทนในตัวเองอยู่แล้ว พบว่าคนที่มีความต้องการความสำเร็จสูงกว่ามักทำงานได้ดีกว่าคนที่มีความต้องการความสำเร็จต่ำ และความต้องการประเภทนี้เป็นสิ่งที่เรียนรู้และพัฒนาขึ้นได้ด้วยการฝึกรวม

2. ความต้องการอำนาจ (Need for power) หมายถึง ความต้องการที่จะมีอิทธิพลหรือสามารถควบคุมคนอื่นได้บุคคลที่มีความต้องการอำนาจจึงเป็นคนที่มุ่งหาวิธีสร้างอิทธิพลเหนือคนอื่น รวมทั้งใช้อำนาจและยึดอำนาจที่มีเหนือบุคคลนั้นไว้ บุคคลเหล่านี้ชอบการแข่งขันและชอบการเผชิญหน้ากับคนอื่นในสถานการณ์ที่เห็นว่าตัวเองได้เปรียบการใช้อำนาจมี 2 รูปแบบ คือ

1) การใช้อำนาจทางบวกเป็นการใช้อำนาจเพื่อแสวงหาประโยชน์ให้กับองค์กรโดยส่วนรวมซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้บริหารซึ่งต้องอาศัยความพยายามของผู้อื่นสร้างความสำเร็จ

2) การใช้อำนาจทางลบ เป็นการใช้อำนาจของผู้ที่แสวงหาอำนาจเพื่อประโยชน์ส่วนตัว

3. การต้องการได้เข้าร่วมในสังคม (Need for affiliation) เป็นความต้องการที่จะได้รับความรักความชอบพอ และมิตรภาพจากคนอื่นคนที่มีความต้องการนี้ชอบงานเลี้ยง ชอบทำกิจกรรมทางสังคม และแสวงหาเป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยการเข้าร่วมในกลุ่มหรือสมาคมต่าง ๆ แมค

เคลอส์แลนด์เห็นว่ามนุษย์ต่างก็มีความต้องการ 3 ประเภทนี้ทั้งนั้นเพียงแต่ว่าระดับความต้องการแต่ละประเภทในตัวบุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกันออกไปตามวัฒนธรรมส่วนบุคคลและวัฒนธรรมประจำชาติการที่บุคคลมีความต้องการประเภทหนึ่งประเภทใดหรือหลายประเภทอย่างรุนแรงมักแสดงออกให้เห็นชัดเจนเป็นบุคลิกลักษณะประจำตัวซึ่งมีผลกระทบต่อพฤติกรรมในการทำงานความต้องการทั้ง 3 นี้จึงมีชื่อเรียกรวมๆ ว่าความต้องการที่โดดเด่น (Main fest needs) แมคเคลอส์แลนด์มีข้อสมมติฐานว่าความต้องการการเกิดจากการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมในสังคมนี้ การฝึกอบรมและการศึกษาสามารถเสริมสร้างและมีอิทธิพลต่อความรุนแรงของความต้องการในตัวบุคคลได้และวิธีปรับสภาพแวดล้อมของงานให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคลากรจะช่วยสร้างแรงจูงใจ ซึ่งมีผลต่อเนื่องไปถึงการเพิ่มการปฏิบัติงานได้อีกด้วย

สรุป ทฤษฎีความต้องการของแมคเคลอส์แลนด์ มนุษย์เรียนรู้ และแสวงหาการตอบสนองได้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่ 1) ความต้องการความสำเร็จ มีความรับผิดชอบในการแก้ปัญหา มีพลังและความเต็มใจสูงที่จะทำงานหนัก 2) ความต้องการอำนาจ หมายถึงต้องการที่จะมีอิทธิพล หรือสามารถควบคุมคนอื่นได้ 3) การต้องการได้เข้าร่วมทางสังคม เป็นความต้องการที่จะได้รับความชอบและมิตรภาพจากคนอื่น การศึกษาเรื่องการจัดการการสื่อสารเพื่อเสริมพลังในผู้ป่วยมะเร็งระยะแรกของชมรมผู้รอดชีวิตจากโรคมะเร็งโรงพยาบาลพระปกเกล้า จำเป็นต้องได้บุคลากรที่มีความสามารถในการสื่อสาร มีความรับผิดชอบสูงสามารถแก้ปัญหาให้กับผู้ป่วยมะเร็งระยะแรก เป็นบุคคลที่มีภาวะผู้นำที่สามารถสื่อสารเพื่อเสริมพลังให้ผู้ป่วยใหม่ปฏิบัติตาม ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีความต้องการของแมคเคลอส์แลนด์ มาใช้กับการศึกษาเรื่องการจัดการการสื่อสารเพื่อเสริมพลังในผู้ป่วยมะเร็งระยะแรกของชมรมผู้รอดชีวิตจากโรคมะเร็งโรงพยาบาลพระปกเกล้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตตพิมพ์ สถิติวารวศ์ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง การสื่อสารเพื่อการตัดสินใจเลือกการรักษาแพทย์แผนปัจจุบันในผู้ป่วยมะเร็งระยะแรกของศูนย์ความเป็นเลิศด้านมะเร็ง โรงพยาบาลพระปกเกล้าจังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า แพทย์ พยาบาล เภสัชกร นักสังคมสงเคราะห์ และกลุ่มผู้ป่วยชมรมผู้รอดชีวิตจากโรคมะเร็งของศูนย์ความเป็นเลิศด้านมะเร็ง โรงพยาบาลพระปกเกล้า จังหวัดจันทบุรี เป็นผู้ส่งสารข้อมูลที่เป็นสาเหตุของข้อกังวลใจอย่างครบถ้วน ครอบคลุม เพื่อลดข้อกังวลใจของผู้ป่วยมะเร็งระยะแรก เป็นการสื่อสารที่ช่วยให้ผู้ป่วยมะเร็งระยะแรกตัดสินใจเข้ารับการรักษาแพทย์แผนปัจจุบัน

มนตรี สังกษนาท (2563) ได้ศึกษา เรื่องการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการการสื่อสารภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี และ 3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีการแบ่งแนวทางการจัดการการสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การจัดการการสื่อสารภายในองค์กรพบว่า บุคลากรทุกระดับมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย ทำให้เกิดวัฒนธรรมที่ดีในการทำงาน โดยมีเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนการจัดการการสื่อสารภายนอกองค์กร พบว่าแนวทางการจัดการการสื่อสารมุ่งสร้างความเข้าใจและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอกกลุ่มต่างๆ เช่น ประชาชนทั่วไป และประชาชนที่มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิด ผู้นำในท้องถิ่น รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง ผ่านกิจกรรมการให้ความช่วยเหลือทางวิชาการ การบริการวิชาการ การทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และให้ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี และพบว่า การจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ มุ่งเน้นนำเสนอข้อมูลระหว่างมหาวิทยาลัยกับนักศึกษาและประชาชนทุกกลุ่ม ผ่านวิธีการเพื่อแพร่กระจายข้อมูลของมหาวิทยาลัยให้เป็นไปอย่างกว้างขวาง เช่น เว็บไซต์ เว็บบอร์ด สายตรงผู้บริหาร แผ่นพับ โปสเตอร์ วิทยุกระจายเสียง รวมถึงกิจกรรมแนะแนวต่างที่มหาวิทยาลัยจัดขึ้น ส่งผลให้ประชาชนทุกกลุ่มยอมรับและให้ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย และยังพบอีกว่า ประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการจัดการการสื่อสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

มิ่งขวัญ คงเจริญ และอาชัญญา รัตนอุบล (2561) ศึกษา เรื่องการพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างพลังอำนาจของชุมชนเพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนของชุมชนแห่งการเรียนรู้ พบว่าการเสริมสร้างพลังอำนาจของชุมชนมีทั้งในระดับบุคคลและในระดับชุมชน การเสริมสร้างพลังอำนาจในระดับบุคคล เป็นเรื่องของการพัฒนาศักยภาพตนเองให้ มีความเข้มแข็งพอที่จะควบคุมตนเองจากปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลในการดำเนินชีวิต สามารถพึ่งพาตนเองได้ และเห็นคุณค่าในสิ่งที่ตนเองประพฤติ ปฏิบัติ จนมีความภาคภูมิใจในตนเอง ส่วนการเสริมสร้างพลังอำนาจในระดับชุมชน เกิดจากการรวมกลุ่มของสมาชิกที่มีความรู้สึกร่วมกัน มีวิถีชีวิตเดียวกัน มีความร่วมมือ ร่วมใจ สร้างประโยชน์ และควบคุมสมาชิกในชุมชน ที่จะจัดการให้เกิดความเสมอภาคการกระจายทรัพยากร แล้วส่งผลดีต่อชุมชน

กมลวรรณ โชตินิพัทธ์ (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาวิทัศน์สำหรับการให้คำแนะนำในการปฏิบัติตัวในผู้ป่วยมะเร็งลำไส้ใหญ่และทวารหนักที่ได้รับยาเคมีบำบัด พบว่า หลังการฉายวิทัศน์ ครั้งที่ 3 ผู้ป่วยมะเร็งลำไส้ใหญ่และทวารหนัก มีความรู้เรื่องเคมีบำบัด การจัดการกับอาการข้างเคียงจากยาเคมีบำบัด และแนวทางการดูแลตนเองของผู้ป่วย และพบอีกว่า ผู้ป่วยมะเร็งลำไส้ใหญ่และทวารหนักเกิดพฤติกรรมการดูแลตนเองที่ถูกต้องเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญและผู้ป่วยมะเร็งลำไส้ใหญ่และทวารหนักมีความพึงพอใจวิทัศน์ที่มีเนื้อหาในการให้คำแนะนำหรือให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลตนเองโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก

ศิริพร เสมสสาร และสุธีรา ชัยวิบูลย์ธรรม (2560) ศึกษา เรื่องการดูแลผู้ป่วยมะเร็งปอดระยะลุกลามแบบประคับประคองบทบาทของผู้ปฏิบัติการพยาบาลขั้นสูง พบว่าผู้ป่วยระยะประคับประคองนั้นจะคำนึงถึงผลกระทบต่อตัวผู้ป่วยในด้านภาวะทางสุขภาพ (clinical outcome) ร่างกาย จิตใจอารมณ์สังคม และจิตวิญญาณ ภายใต้วัฒนธรรมความเชื่อของแต่ละบุคคลในด้านครอบครัวหรือผู้ดูแลและคำนึงถึงผลกระทบในประเด็นของคุณภาพชีวิต ความเป็นภาระด้านการดูแลความรู้สึกลึกลับหรือสับสนภายหลังการสูญเสีย และผลลัพธ์สุดท้ายคือการประเมินผลกระทบจากคุณภาพการดูแลของผู้ให้บริการ ด้านความพึงพอใจต่อการได้รับการดูแล การวางแผนการดูแลล่วงหน้า ความต่อเนื่องในการดูแลและการให้ความช่วยเหลือผู้ป่วยและครอบครัว

แสงระวี รุ่งเรืองเสถียร (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารสุขภาพการแพทย์แบบองค์รวมของศูนย์ธรรมชาติบำบัดบัววิเวียงพิจังจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า สื่อบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการ สื่อบุคคลที่เป็นผู้ส่งสารต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านการดูแลสุขภาพ อีกทั้งต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถทางการสื่อสาร สามารถอธิบายข้อมูลที่เป็นเนื้อหาสาระใน 3 ประเด็น คือ 1) การดูแลตนเองทั้งนี้ผู้รับบริการต้องการกำลังใจที่ได้รับจากครอบครัว หรือญาติ เพื่อนร่วมงาน ฯลฯ และต้องสร้างขวัญกำลังใจที่เกิดจากตนเอง 2) การตระหนักถึงปัจจัยเสี่ยงผู้ส่งสารต้องสื่อสารให้ผู้รับสารสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นในจิตสำนึก และ 3) การส่งเสริมสุขภาพ

จิตรปิติ ฐิติมนตรี (2558) ศึกษาวิจัย เรื่องการจัดการทางสื่อสารใน 3 โครงการหลักของสำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กร และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการสื่อสารกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์กร โครงการเพิ่มทุนกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองระยะที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรของสำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสาร ดังนี้ ด้านผู้ส่งสาร สามารถสื่อสารให้บุคลากรของสำนักงานทราบได้อย่างชัดเจน ด้านสารมีความน่าเชื่อถือ ด้านช่องทาง การสื่อสารสามารถแจ้งข้อมูล ข่าวสารได้อย่างทั่วถึง และด้านผู้รับสารสามารถทำความเข้าใจกับข้อมูล ข่าวสารหรือคำสั่งที่ได้รับได้อย่าง

รวดเร็ว สำหรับลักษณะประชากร เพศและระดับการศึกษาไม่มีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์กร แต่อายุ ตำแหน่ง สังกัดและระยะเวลาในการปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์กร ส่วนปัจจัยการสื่อสาร ผู้ส่งสารมีความสัมพันธ์กับ ประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์กร แต่สาร ช่องทางการสื่อสารและผู้รับสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์กร และพบว่าปัจจัยการสื่อสารทั้ง 4 องค์ประกอบ คือ 1) ผู้ส่งสารสามารถเลือกใช้วิธีการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม 2) สารมีความน่าเชื่อถือ 3) ช่องทางการสื่อสารสามารถแจ้งข้อมูล ข่าวสารได้อย่างทั่วถึง และ 4) ผู้รับสารมีทักษะในการสื่อสารที่ดี สามารถคิดวิเคราะห์ ทำความเข้าใจ ข้อมูล ข่าวสารหรือคำสั่งที่ได้รับได้อย่างรวดเร็วและรับรู้ความหมายของเนื้อหาได้ ส่วนปัจจัยการสื่อสาร ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสารและผู้รับสาร มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์กร

ไปรมา กลั่นนิรัญ (2558) ศึกษาเรื่อง ผลของการเสริมสร้างพลังอำนาจต่อพฤติกรรมการดูแลตนเอง ของผู้ป่วยความดันโลหิตสูงของโรงพยาบาลท่าโรงช้าง อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี การศึกษานี้เป็นการศึกษาแบบกึ่งทดลอง (quasi experimental) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ผลของการเสริมสร้างพลังอำนาจต่อพฤติกรรมการดูแลตนเองของผู้ป่วยความดันโลหิตสูง โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ป่วยความดันโลหิตสูงที่มารับบริการรักษาที่แผนกผู้ป่วยนอก ของโรงพยาบาล ท่าโรงช้างอำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 70 คน แบ่งเป็นกลุ่มควบคุม 35 คน และกลุ่มทดลอง 35 คน เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ กิจกรรมแทรกแซง คือ แผนการสร้างเสริมพลังอำนาจแบบสอบถามประเมิน ตนเอง, แบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกต วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงวิเคราะห์ t-test ผลการทดลอง พบว่าพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้ป่วย ความดันโลหิตหลังการได้รับ แผนการสร้างเสริมพลังอำนาจในด้านความรับผิดชอบต่อสุขภาพของตนเองมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาด้านการมีปฏิสัมพันธ์ และกิจกรรมโภชนาการ และเปรียบเทียบพฤติกรรมการดูแลสุขภาพ ของผู้ป่วยความดันโลหิตก่อนและหลังทดลอง พบว่า พฤติกรรมการดูแลสุขภาพของผู้ป่วยความดันโลหิตหลังการทดลองสูงกว่าก่อนทดลองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เหมือนฝัน ไม่สูญผล (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการสื่อสารสุขภาพในบริบทการแพทย์แผนไทย ที่ศึกษากระบวนการสื่อสารสุขภาพภายในบริบทการแพทย์แผนไทยในฐานะผู้สื่อสารสุขภาพจะมีคุณค่าของการแพทย์แผนไทย ในมุมมองของผู้มีรายได้น้อย ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ป่วยโรคเรื้อรัง และผู้ป่วยร้ายแรง ผลการศึกษาพบว่า เจ็อนใจสำคัญที่ทำให้การแพทย์แผนไทยได้รับการยอมรับเกิดจากการส่งเสริมประสบการณ์ในการรักษา ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดทักษะในการสื่อสารสุขภาพ ที่ทำให้เกิดการยอมรับในวิธีการรักษาด้วยแพทย์แผนไทย

ยงยุทธ สุขพิทักษ์ (2554) ศึกษา เรื่องการเสริมพลังอำนาจเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมเสี่ยงต่อการเกิดโรคเบาหวาน ในประชาชนกลุ่มเสี่ยงอายุ 40 ปีขึ้นไป พื้นที่ตำบลเขาพระบาท อำเภอเชียรใหญ่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการเสริมพลังมีผลทำให้กลุ่ม ทดลองเกิดการเรียนรู้ เกิดการรับรู้ มีความตระหนัก เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตนเองที่ถูกต้อง ลดระดับน้ำตาลในเลือดเพื่อป้องกันการเกิด โรคเบาหวานได้

สถาบันวิจัยสาธารณสุข ณะสุข (2541) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสาร (Communication) กับสุขภาพ (Health) พบว่า ความเป็นมาของการสื่อสารเพื่อสุขภาพ (Health Communication) เริ่มเกิดขึ้นเมื่อมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสาร (Communication) กับสุขภาพ (Health) เนื่องจากการยอมรับว่าการสื่อสาร ได้กลายเป็นศาสตร์ เครื่องมือ และเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในโลกยุคปัจจุบันที่มนุษย์มีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ และฝึกทักษะด้านการสื่อสาร เพื่อให้ตนเองสามารถก้าวทันกับความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของมนุษย์ทุกระดับ ทุกสังคม และพบว่า การสื่อสารได้ถูกนำไปใช้ในกระบวนการซ่อมแซมสุขภาพ ซึ่งเป็นการรักษาความเจ็บป่วยต่าง ๆ ในยุคแรก ๆ ต่อมาเมื่อเกิดการปฏิรูปสุขภาพในประเทศไทยประมาณช่วงปี 2540 เป็นต้นมา มุมมองด้านสุขภาพได้เปลี่ยนไปเป็น “สร้าง” นำ “ซ่อม” คือการเสริมสร้างการมีสุขภาพดี (Good Health) ไม่ใช่รอให้เสียสุขภาพ (Ill Health) แล้วจึงซ่อม เป็นการสร้างจิตสำนึกด้านสุขภาพแนวใหม่ในวงการสาธารณสุขและประชาชน การสื่อสารสุขภาพ เป็นวิธีการที่มุ่งปรับปรุงสุขภาพทั้งในระดับตัวบุคคล และประชากรทั้งประเทศ โดยมีการผสมผสานวัฒนธรรมใหม่ ๆ โดยสื่อสารมวลชนและสื่อประสม ทั้งในแง่บวก และในแง่ลบที่เกี่ยวกับสุขภาพ

สรุป ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวน 11 เรื่อง ผู้วิจัยนำมาใช้อธิบายผลการศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาการสื่อสารเพื่อเสริมพลังในผู้ป่วยมะเร็งระยะแรกของชมรมผู้รอดชีวิตจากโรคมะเร็งโรงพยาบาลพระปกเกล้า ประกอบด้วยการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการตัดสินใจ การจัดการการสื่อสารการพัฒนาแบบการเสริมพลังอำนาจ การพัฒนาวิดิทัศน์สำหรับการให้คำแนะนำ การดูแลผู้ป่วยมะเร็ง การสื่อสารสุขภาพ กระบวนการสื่อสารสุขภาพ และการผลของการเสริมพลังอำนาจต่อการแสดงออกทางพฤติกรรม ที่ล้วนศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับสุขภาพ การสื่อสารได้รับการยอมรับว่าเป็นศาสตร์ ซึ่งการแพทย์แผนปัจจุบันนำการสื่อสารสารมาใช้เป็นเครื่องมือและเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในปัจจุบันที่ผู้ป่วยมะเร็งจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้เพื่อให้ตนเองรู้จักวิธีการดูแลรักษาสุขภาพหรือการเสริมสร้างการมีสุขภาพที่ดี