



สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



การสื่อสารสุขภาพ: แนวคิดและการประยุกต์ใช้
WA590 1256ก 2561 9.1



Barcode *10047919*

ห้องสมุดวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สุรินทร์

การสื่อสาร สุขภาพ

แนวคิดและการประยุกต์ใช้

ดร.วรรณรัตน์ รัตนวรางค์

สารบัญ

หน้า

คำนำ.....	(9)
บทที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ.....	1
ความจำเป็นของการศึกษาการสื่อสารสุขภาพ.....	2
นิยามความหมายของการสื่อสารสุขภาพ.....	5
ประวัติความเป็นมาของการสื่อสารสุขภาพ.....	8
ขอบเขตของการสื่อสารสุขภาพ.....	10
ลักษณะของการสื่อสารสุขภาพ.....	12
องค์ประกอบของการสื่อสารสุขภาพ.....	14
ประโยชน์ของการสื่อสารสุขภาพ.....	17
บทที่ 2 แบบจำลองและทฤษฎีทางการสื่อสารที่ใช้ในการสื่อสารสุขภาพ.....	19
แบบจำลองการสื่อสาร.....	20
ประเภทการสื่อสาร.....	45
ทฤษฎีทางการสื่อสารที่ใช้ในการสื่อสารสุขภาพ.....	50
บทที่ 3 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาพ.....	67
แนวคิดกระบวนการสื่อสาร.....	68
แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม.....	70
แนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรม.....	72
แนวคิดการโน้มน้าวใจ.....	74
แนวคิดเครือข่าย.....	76

	หน้า
บทที่ 4 มุมมองใหม่ในการสื่อสารสุขภาพ.....	81
การเปลี่ยนแปลงด้านการสื่อสารสุขภาพที่เกิดขึ้นในสังคม.....	82
การแสดงผลบทบาทของการสื่อสารสุขภาพในสื่อต่างๆ.....	87
การมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ ในการสื่อสารสุขภาพ.....	97
บทที่ 5 การสื่อสารสุขภาพในการสื่อสารระดับต่างๆ.....	101
การสื่อสารภายในตนเองกับการสื่อสารสุขภาพ.....	103
การสื่อสารระหว่างบุคคลกับการสื่อสารสุขภาพ.....	105
การสื่อสารระดับกลุ่มกับการสื่อสารสุขภาพ.....	109
การสื่อสารมวลชนกับการสื่อสารสุขภาพ.....	113
บทที่ 6 ความสัมพันธ์ของผู้สื่อสารกับการสื่อสารสุขภาพ.....	117
ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการทางการแพทย์กับผู้รับบริการ.....	119
ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการทางการแพทย์ด้วยตนเอง.....	128
ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการทางการแพทย์กับครอบครัวผู้ป่วย.....	132
ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ป่วยกับครอบครัว.....	134
บทที่ 7 การวิเคราะห์ผู้รับสารในการสื่อสารสุขภาพ.....	137
พื้นฐานการวิเคราะห์ผู้รับสาร.....	138
การวิเคราะห์ผู้รับสารในด้านต่างๆ.....	142
บทที่ 8 การโน้มน้าวใจในการสื่อสารสุขภาพ.....	149
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.....	150
การสร้างสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.....	159

	หน้า
บทที่ 9 โครงการณ์รณรงค์ด้านสุขภาพ.....	169
พื้นฐานการรณรงค์.....	170
ทฤษฎีการรณรงค์.....	173
การวางแผนโครงการรณรงค์ด้านสุขภาพ.....	178
ขั้นตอนการรณรงค์.....	185
บทที่ 10 การรู้เท่าทันข้อมูลสุขภาพ.....	189
นิยามและความหมายของการรู้เท่าทันข้อมูลสุขภาพ.....	190
การจำแนกระดับของการรู้เท่าทันข้อมูลสุขภาพ.....	195
มุมมองการรู้เท่าทันข้อมูลสุขภาพ.....	197
ตัวอย่างการวิเคราะห์การรู้เท่าทันข้อมูลสุขภาพ.....	201
บทที่ 11 สื่อในการสื่อสารสุขภาพ.....	213
ความหมายของการผลิตสื่อ.....	214
สื่อมวลชนและการจัดประเภทสื่อ.....	215
สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโสตทัศน์.....	221
บรรณานุกรม.....	231
ดัชนีค้นคำ.....	241