

# แนวทางการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิต

## วัยทำงานและวัยสูงอายุในพื้นที่



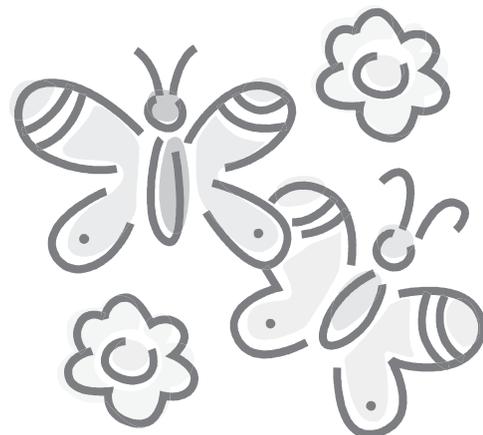
คณะทำงานจัดการความรู้ (KM)

ตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ กรมสุขภาพจิต

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2553

ในประเด็นยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพของประชาชนในการดูแลสุขภาพจิตและเข้าถึงบริการสุขภาพจิตและให้โอกาสผู้ที่อยู่กับปัญหาสุขภาพจิต

ชื่อหนังสือ : แนวทางการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงาน  
และวัยสูงอายุในพื้นที่  
จัดพิมพ์โดย : สำนักสุขภาพจิตสังคม กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข  
พิมพ์ครั้งที่ 1 : สิงหาคม 2553  
จำนวนพิมพ์ : 300 เล่ม  
บรรณาธิการ : นางนิศกร ตั้งสกุล  
พิมพ์ที่ : บริษัท บียอนด์ พับลิชชิง

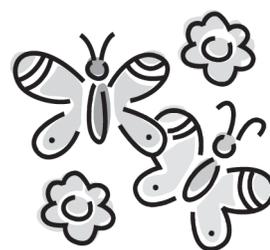


## คำนำ

การเสริมสร้างศักยภาพของประชาชนวัยทำงานและวัยสูงอายุในพื้นที่ให้มีสุขภาพจิตดี สามารถดำเนินการได้หลากหลายกลวิธี กลวิธีหนึ่งที่กรมสุขภาพจิตดำเนินการมาตลอดคือ การรณรงค์และประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ความรู้ และเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ในการดูแลสุขภาพจิตของประชาชนวัยดังกล่าวให้สามารถดูแลตนเองได้ อย่างไรก็ตามการดำเนินงานด้านการรณรงค์ที่ผ่านมาของกรมสุขภาพจิต เป็นการดำเนินงานที่แต่ละหน่วยงานต่างคนต่างทำและยังไม่มีรูปแบบหรือแนวทางการเสริมสร้างสุขภาพจิตในวัยทำงานและสูงอายุอย่างเป็นระบบและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

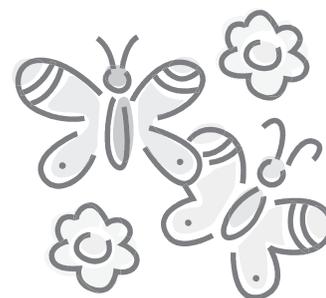
คณะทำงานจัดการความรู้ (KM) ตามคำรับรองการปฏิบัติราชการกรมสุขภาพจิต เห็นความสำคัญของการพัฒนาสื่อสุขภาพจิต และเครือข่ายสุขภาพจิตเพื่อการส่งเสริม ป้องกัน ปัญหาสุขภาพจิต จึงเลือกจัดการความรู้เรื่อง “แนวทางการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุในพื้นที่” เพื่อให้หน่วยงานในสังกัดกรมสุขภาพจิต ได้นำไปใช้เป็นแนวทางการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุในพื้นที่ ให้ประสบความสำเร็จ เพื่อให้ประชาชนวัยทำงานและวัยผู้สูงอายุ มีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพจิตที่ถูกต้องเหมาะสมในการดูแลตนเองด้านสุขภาพจิต ตลอดจนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปขยายผลในการดูแลคนในครอบครัวและชุมชนของตนเองให้มีสุขภาพที่ดียิ่งขึ้นในเบื้องต้นได้ อันจะส่งผลให้สามารถลดอัตราการเจ็บป่วย และลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลต่อไป

คณะทำงานจัดการความรู้ (KM)  
ตามคำรับรองการปฏิบัติราชการ กรมสุขภาพจิต  
สิงหาคม 2553



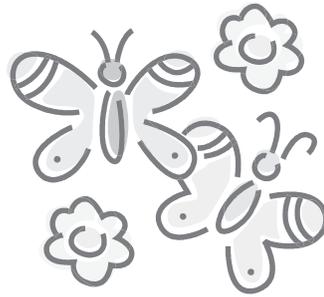
## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข-ค
บทที่ 1 รู้จักกับการรณรงค์ถ่ายทอดความรู้	1-8
- “การรณรงค์ / ถ่ายทอดความรู้” ทำอย่างไร	2
- โครงการรณรงค์ที่จัดทำโดยสถาบัน องค์การหรือหน่วยงานของรัฐ	5
บทที่ 2 สุขภาพจิตวัยทำงาน และวัยสูงอายุ	9-19
บทที่ 3 เตรียมการประสานความร่วมมือเพื่อการจัดกิจกรรมรณรงค์	21-29
- รูปแบบการประสานความร่วมมือเพื่อจัดกิจกรรมรณรงค์	22
- หน่วยงานที่ประสานความร่วมมือ	24
- รูปแบบการทำงานร่วมกัน	25
- รูปแบบที่ดี นำนำไปใช้เป็นแนวทางการรณรงค์ต่อไป (แนวคิด เทคนิค วิธีการ)	28
บทที่ 4 รูปแบบการนำประเด็นรณรงค์ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุไปใช้	31-35
- รูปแบบการนำประเด็นรณรงค์ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุไปใช้	32
- การปรับเปลี่ยนประเด็นรณรงค์ “ความเครียดจากการทำงาน” เพื่อการนำไปใช้	33
- การปรับเปลี่ยนประเด็นรณรงค์ “คุณปู่ คุณย่า คุณตา คุณยาย คือคุณค่าของครอบครัว” ไปใช้เพื่อการนำไปใช้ ประเด็นการรณรงค์ ในอนาคต	34 36
บทที่ 5 รูปแบบ และช่องทางการจัดกิจกรรมรณรงค์	37-49
- ช่องทาง Air war หรือ Ground war	38
- กิจกรรมที่ใช้ในการรณรงค์	43
- กิจกรรมใหม่ๆ ที่ใช้แล้วได้ผลดี	45
- ข้อคิด/เทคนิคที่ได้จากการทำงานร่วมกัน	49
บทที่ 6 สื่อที่ใช้ในการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุ	51-58
- ช่องทาง Air war	52
- ช่องทาง Ground war	53
ประสบการณ์การพัฒนาสื่อเพื่อการรณรงค์	54
- เทคนิคสำคัญและขั้นตอนการผลิตสื่อให้สำเร็จอย่างมีคุณภาพ	55
- ตัวอย่างการผลิตสื่อเพื่อการรณรงค์ให้สำเร็จอย่างมีคุณภาพ	56
บทที่ 7 สรุปบทเรียนการนำ “แนวทางการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงาน และวัยสูงอายุในพื้นที่” ไปใช้	59-65



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>ภาคผนวก</b>	<b>67-103</b>
ภาคผนวก 1 ตัวอย่างการผลิตสื่อที่น่าสนใจของหน่วยงานสังกัดกรมสุขภาพจิต	69
ภาคผนวก 2 รูปแบบการรณรงค์ที่น่าสนใจของหน่วยงานสังกัดกรมสุขภาพจิต	75
ภาคผนวก 3 รายนามคณะผู้จัดทำ และเครือข่าย Mental Health Media Team	97
<b>เอกสารอ้างอิง</b>	<b>103</b>





## บทที่ 1

### รู้จักกับการรณรงค์ถ่ายทอดความรู้

- การรณรงค์ / ถ่ายทอดความรู้ ทำอย่างไร
- โครงการรณรงค์ที่จัดทำโดยสถาบัน องค์กร หรือหน่วยงานของรัฐ



## การรณรงค์ถ่ายทอดความรู้...ทำอย่างไร

**การรณรงค์** พัฒนาขึ้นในประเทศโลกที่สามช่วงระหว่างปี 1960-1970 โดยมุ่งที่จะให้เกิดผล คือ ให้ประชาชนมีความรู้ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ และตัดสินใจที่จะรับเอาความคิดใหม่ๆ ในเรื่องต่างๆ ที่รณรงค์ไปปฏิบัติ

**การรณรงค์** มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Campaign” เป็นคำที่ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย ทั้งในการดำเนินงานของรัฐและธุรกิจ การรณรงค์โดยความหมายอย่างกว้าง หมายถึง วิธีการหรือความพยายามใดๆ ก็ตามเพื่อให้งานนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้

**การรณรงค์** ประชาสัมพันธ์โดยสถาบัน องค์กรต่างๆ จัดทำขึ้นโดยกำหนดแนวคิด (Concept) เพียงประเด็นเดียวที่ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ในเรื่องนั้นๆ และก่อให้เกิดความตระหนัก โดยมีวิธีการต่างๆ ที่ต้องการกระทำอย่างเป็นลำดับขั้นตอน แล้วจึงเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ที่กำหนดไว้ เช่น สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น แผ่นพับ จดหมายข่าว ป้ายกลางแจ้ง ฯลฯ

กล่าวโดยสรุปการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการที่สถาบัน องค์กรใช้ในการกระตุ้นหรือผลักดันให้การสื่อสารประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จ โดยผ่านสื่อต่างๆ หลากหลายรูปแบบ พร้อมกันอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยข่าวสารนั้นต้องเน้นที่ประเด็นสำคัญในการรณรงค์ให้เป็นประเด็นเดียวกัน เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายเกิดการรับรู้ สนใจ และเกิดความตระหนักรวมถึงเห็นผลประโยชน์ และตัดสินใจปฏิบัติตามหรือตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว

### การรณรงค์เพื่อการพัฒนา

การรณรงค์เพื่อการพัฒนาเป็นการนำกลยุทธ์ทางการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์มาใช้ เพื่อนำมาซึ่งผลประโยชน์บางประการ ผลประโยชน์ดังกล่าวมิได้เป็นผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เอื้ออำนวยกับคุณภาพชีวิต และคุณภาพสังคมของคนส่วนใหญ่ หรือกลุ่มคนผู้ด้อยโอกาสในสังคม

การรณรงค์ที่ดีคือต้องขยายผลไปสู่วงกว้างได้ คือ ไม่ได้จำกัดการรับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับการรณรงค์เฉพาะเพียงกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น แต่ควรให้มวลชนได้รับทราบด้วย และด้วยเหตุนี้เองการรณรงค์จึงต้องอาศัยกิจกรรมทางด้านการประชาสัมพันธ์

ทิศทางของการรณรงค์นั้น ไม่จำเป็นที่จะต้องเริ่มจากหน่วยงานของรัฐหรือรัฐบาลเป็นผู้ริเริ่มเสมอไป แต่อาจจะเริ่มจากประชาชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นแกนนำก็ได้

## ลักษณะของการรณรงค์

1. มีการจัดทำเป็นโครงการหรือแผนปฏิบัติการ ที่มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติเอาไว้ล่วงหน้า โดยตรวจสอบความเกี่ยวข้องหรือจุดมุ่งหมายของโครงการ ต้องมีความสอดคล้องและสัมพันธ์กับนโยบายหรือแผนหลักในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของสถาบัน องค์กร และโครงการรณรงค์ต้องอาศัยความร่วมมือในระหว่างหน่วยงานต่างๆ อย่างกว้างขวางเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้
2. การจัดทำโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ต้องเน้นหรือกำหนดประเด็นสำคัญ ในการรณรงค์ประเด็นเดียวให้ชัดเจน เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ สนใจและมีความเข้าใจ ปรารถนาที่จะเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว
3. โครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ต้องมีการกำหนดพื้นที่เป้าหมาย ประชาชนเป้าหมายที่ต้องการติดต่อสื่อสารว่าเป็นใคร อาศัยอยู่ในพื้นที่ใด
4. โครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์เป็นโครงการที่มีลักษณะของการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยสื่อประเภทต่างๆ เพื่อส่งข่าวสารหรือแนวคิดในการรณรงค์ให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายได้เข้าใจ รับรู้ และต้องการทำอย่างต่อเนื่อง
5. มีลักษณะของการโน้มน้าวใจอยู่ด้วยเสมอ โดยเหตุการณ์รณรงค์มีจุดมุ่งหมายที่จะดำเนินกิจกรรมให้ลุล่วง การรณรงค์จึงต้องรวมการจูงใจเพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนความเชื่อ ทศนคติ หรือพฤติกรรม และเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม หรือปฏิบัติตามจุดมุ่งหมายของโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ดังกล่าว
6. มีการกำหนดช่วงระยะเวลาในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจนว่าเริ่มดำเนินการและสิ้นสุดเมื่อไร

**ผศ.โอวาท เสนีตันติกุล** อดีตผู้อำนวยการสำนักการศึกษา E-Learning มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับสื่อและการประชาสัมพันธ์ ในเวที **การเสวนาเรื่อง “สร้างสื่ออย่างสร้างสรรค์”** ในการประชุมปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้การผลิตสื่อสาธารณะเพื่อการรณรงค์ ครั้งที่ 2 ระหว่างวันที่ 18-19 มกราคม 2553 ณ ห้องประชุมโรงแรมมารวย กรุงเทพมหานคร ดังนี้

**สื่อ** ตัวแทนของตัวเราที่จะไปบอกกล่าวเรื่องราวของเราให้ผู้อื่นเข้าใจ ดังนั้นต้องมาคิดกันว่าส่งตัวแทนจะไปในรูปแบบไหนเช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ ส่งไปอย่างไร จะเอาอะไรไปด้วย ต้องมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ วิเคราะห์ ตีโจทย์กันว่าเราจะเอาอะไรไปรณรงค์ เพราะอะไรจึงส่งตัวแทนรูปแบบนี้ออกไป

สิ่งที่เราจะทำคือ สื่อ เอาสื่อมาทำอย่างไรให้สอดคล้องกับเนื้อหาของเราแก่สาธารณสุข คือประชาชนทั่วไป สังคมทั่วไปรับรู้ รับทราบในวงกว้าง

**สื่อสาธารณะที่กำลังมาแรง** เข้าถึงประชาชนได้ง่ายมี **3 จอ จอแรกคือ จอโทรทัศน์** ซึ่งรูปแบบที่นิยมกันอย่างมากในปัจจุบันคือ จานดาวเทียม **จอที่สองคือ จอคอมพิวเตอร์** เช่น อินเทอร์เน็ต, twitter, facebook และ**สุดท้ายเป็นสื่อเล็กแต่มาแรง คือ จอมือถือ** การทำสื่อสร้างสรรค์ไม่จำเป็นต้องผ่าน 3 จอ ไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องใหม่ เอาเรื่องเก่ามาทำใหม่ให้สอดคล้อง ให้โดนใจมากขึ้นเอาของที่มีอยู่เดิมมาปรับให้เข้ากับ SMS ได้ ก็ถือว่าการสร้างสื่ออย่างสร้างสรรค์เช่นกัน **สร้างสรรค์** สิ่งสำคัญคือ มีการประเมินผลว่ากลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงสื่อได้หรือไม่

## สิ่งที่ต้องนึกถึงหรือต้องทำก่อนที่จะสร้างสื่อได้แก่

1. ความชัดเจนในเรื่องของโจทย์ เช่น หัวข้อในการรณรงค์แต่ละเดือน สร้างความชัดเจนกับโจทย์ ว่า concept คืออะไร เป้าหมายปลายทางหรือกลุ่มเป้าหมายเป็นใคร(ยิ่งกลุ่มเป้าหมายกว้างก็จะยากที่จะประเมิน) **ต้องการให้ไปถึง และเกิดผลอย่างไร** ต้องการให้เกิดอะไรกับเขา ต้องการให้เกิดอะไรขึ้นกับผู้สูงอายุ มีอะไรบ้างของโจทย์ที่เราต้องคิด ประเด็นที่ต้องการให้เขาได้
2. ความชัดเจนในเรื่องสาระ ทุกคนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่จะรณรงค์ เช่น ความรักในวัยรุ่น ความต้องการของผู้สูงอายุ แต่สิ่งที่เราต้องเข้าใจคือเราต้องสามารถอธิบายให้กลุ่มเป้าหมายของเราเข้าใจได้
3. ความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมาย ลักษณะหรือธรรมชาติที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งอาจมีปมปัญหาเล็กๆ (Hint) ซ่อนเร้นอยู่ เราต้องมีความเข้าใจและต้องหาความรู้ที่มาร่วม (ต้องสำรวจข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย)
4. รวบรวมข้อมูล เช่น มีสื่อหรือรูปแบบกิจกรรมใดที่เคยทำมาบ้างแล้วเช่น Clip มี sound ต่างๆ
5. กำหนดตัวชี้วัดหรือจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนไปด้วยว่า สื่อเมื่อใช้แล้วควรได้ผลอะไรบ้าง และสามารถแก้ไขปัญหาอะไรได้บ้าง
6. ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายทุกคน โดยที่ทุกคนสามารถเป็น Creative ได้



## โครงการรณรงค์ที่จัดทำโดยสถาบัน องค์กร หรือหน่วยงานของรัฐ

โครงการรณรงค์ของหน่วยงานเหล่านี้มักจะเป็นการสนับสนุน หรือส่งเสริมแนวนโยบายของรัฐ หรือช่วยผลักดันให้การดำเนินงานของหน่วยงานพบกับความสำเร็จ โดยทั่วไปแล้วสถาบัน องค์กรของรัฐ มักจัดทำโครงการขึ้นในกรณีต่างๆดังนี้

1. เมื่อรัฐได้เริ่มโครงการใดโครงการหนึ่งเป็นโครงการใหม่ที่ประชาชนไม่เคยรับรู้สถาบัน องค์กรของรัฐจึงต้องทำการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รู้จักและเข้าใจ เพื่อจะได้รับความร่วมมือจากประชาชนทำให้การดำเนินงานโครงการนั้นๆ บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ
2. เมื่อรัฐได้มีแนวคิดอันเป็นประโยชน์ต่อประชาชน จึงทำการรณรงค์ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนได้รับผลประโยชน์เมื่อนำแนวคิดดังกล่าวไปปฏิบัติ
3. เมื่อมีการออกกฎหมาย กฎระเบียบราชการใหม่ หรือมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหาร หรือมีการจัดตั้งหน่วยงานใหม่ๆ ขึ้น สถาบัน องค์กรของรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ดังกล่าวต้องทำการเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับรู้ เข้าใจ และได้ยึดถือปฏิบัติตาม
4. เมื่อสถาบัน องค์กรของรัฐประสบกับปัญหาในการดำเนินงาน เช่น เกิดปัญหาวิกฤตเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเมื่อมีการเข้าใจผิดเกิดขึ้น สถาบัน องค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องจึงต้องจัดโครงการรณรงค์ขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาดังกล่าว โดยการให้ข่าวสารที่ถูกต้อง เพื่อคลี่คลายปัญหาวิกฤต หรือการเข้าใจผิดนั้นๆ

### ความสำคัญของการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กรรัฐ

1. เป็นการสนับสนุนนโยบายการดำเนินงานของสถาบัน องค์กรรัฐ ตามนโยบายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อให้บริการข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาประเทศ แก่ประชาชนให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ดี และมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ เพราะการให้ข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์จะเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยให้ประชาชนดำเนินชีวิตได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม
2. เป็นการเผยแพร่โครงการ หรือแนวคิดใหม่ๆ รวมทั้งกิจกรรมต่างๆของรัฐไปสู่ประชาชนให้รับรู้และเข้าใจ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ
3. เป็นเครื่องมือช่วยในการแก้ปัญหาวิกฤตอย่างใดอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้น เช่น อุทกภัย อัคคีภัย หรือวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ จะต้องรีบดำเนินการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้เข้าใจ



## การดำเนินการรณรงค์

1. **ขั้นตอนการวางแผนการรณรงค์** ถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการรณรงค์เลยทีเดียว การวางแผนโครงการรณรงค์ ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1.1 การศึกษาข้อมูล ศึกษาสภาพภูมิหลังของสถาบัน องค์กร สถานการณ์ในสังคมในขณะนั้น เพื่อศึกษาค้นหาข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น นโยบายและเป้าหมาย ภารกิจ กระแสสังคม หรือค่านิยมต่างๆในสังคม เพื่อนำมาใช้พิจารณาในการตัดสินใจกำหนดแนวคิดในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์และกำหนดรายละเอียดต่างๆของแผนงาน

1.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ เป็นการกำหนด หรือตัดสินใจว่าต้องการให้เกิดอะไรขึ้นกับผู้รับสารเป้าหมาย ทั้งนี้ควรตัดสินใจให้แน่นอนว่าคาดหวังให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไร ในระดับใด และต้องการสื่อสารในเรื่องอะไร ซึ่งจะกำหนดให้ชัดเจนเพราะวัตถุประสงค์ของโครงการรณรงค์จะนำไปสู่การกำหนดรายละเอียดต่างๆ ในแผนการรณรงค์ต่อไป

1.3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย จะต้องระบุให้แน่ชัดว่าแผนการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นนี้ ต้องการมุ่งสื่อสารกับใคร เช่น วัยรุ่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มทำงาน หรือประชาชนทั่วไป เพราะลักษณะของประชากร ลักษณะเชิงจิตวิทยา ค่านิยม รูปแบบการดำเนินชีวิต และลักษณะทางอารมณ์ เมื่อได้ศึกษาหรือทำความรู้จักกับกลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสารด้วยแล้วจะทำให้สามารถกำหนดรายละเอียดของเนื้อหาข่าวสาร กลยุทธ์ต่างๆในการรณรงค์และการใช้สื่อได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

1.4 การกำหนดวิธีการประเมินผล

1.5 แนวคิดในการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของโครงการรณรงค์ คือ การกำหนดประเด็น ประเด็นตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Issues” หมายถึง จุดยืนของหัวข้อหนึ่งหัวข้อใดสามารถมีคำตอบได้มากกว่าหนึ่ง การรณรงค์ประชาสัมพันธ์จะต้องยกประเด็นที่สำคัญและมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสังคม หรือที่จะเกิดผลกระทบต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมาย จะต้องกำหนดให้แน่ชัดว่าแนวคิดหรือประเด็นที่ต้องการสื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายนั้นจะเน้นไปในทางใด เพื่อนำไปสร้างสรรค์ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

1.6 การเตรียมสาร การนำเสนอ “สาร” อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ควรจะหยิบยกประเด็น หรือสาระสำคัญ ที่จะชี้ให้กลุ่มเป้าหมาย มองเห็นประโยชน์ หรือโทษได้อย่าง ชัดเจนตรงไปตรงมา โดยมีหลักฐานหรือรูปธรรมต่างๆ ประกอบ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

1.7 สื่อและกิจกรรมที่ใช้ในการรณรงค์ มีความสำคัญต่อแนวการรณรงค์ ถ้าเลือกสื่อที่ไม่ตรงกับ ความสนใจของกลุ่มเป้าหมายแล้ว การรณรงค์นั้นอาจไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายและไม่ได้ ได้รับความสนใจเลย ดังนั้นการใช้สื่อในการรณรงค์จึงต้องชั่งชั่งหรือพื้นที่และเวลาเพื่อเผยแพร่กิจกรรมไปยัง กลุ่มหมาย ซึ่งการจะชั่งชั่งนี้ทำให้สถาบัน องค์กร สามารถควบคุมเวลาและเนื้อหาได้อย่างแน่นอน



การกำหนดกิจกรรมหลักของการรณรงค์จะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยคณะทำงานทุกคน จะต้องทำการพิจารณาร่วมกันก่อนมีการตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง จากนั้นจึงกำหนดกิจกรรมเฉพาะอย่าง ขึ้นโดยต้องให้สอดคล้องกับกิจกรรมหลัก แล้วจัดทำเป็นตารางของการรณรงค์ขึ้น สำหรับใช้ในการ ตรวจสอบความถูกต้อง การจัดทำตารางการรณรงค์จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนได้เข้าใจถึงภาพรวมของ โครงการรณรงค์ เพราะเป็นการแสดงรายละเอียดทุกอย่างลงในตาราง ทำให้เกิดความชัดเจนและยึดหยุ่น ได้ สิ่งสำคัญในการกำหนดกิจกรรมหลักและกิจกรรมเฉพาะอย่างต้องพิจารณาให้มีความสอดคล้องกับ ประเด็นหรือแนวคิดของการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้ การเลือกใช้สื่อเพื่อเผยแพร่แนวคิดหรือ ประเด็นกิจกรรมนั้นๆ ควรเหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายและสาธารณสุข การเลือกใช้สื่อจะต้อง สอดคล้องกับความต้องการ ต้องมีการกระจายข่าวสารได้อย่างกว้างขวางและมีความถี่ในการเผยแพร่ ข่าวสารนั้นด้วยในการผลิตสื่อ อาจจะจัดรวบรวมสื่อเหล่านี้ไว้เป็นชุด ซึ่งเรียกว่า “Campaign Kit”

1.8 ระยะเวลาของการรณรงค์ต้องกำหนดระยะเวลาให้ชัดเจนและเหมาะสมกับเวลา และ กลุ่มเป้าหมาย คำนึงถึงความพอเพียงในการที่จะทำให้การปฏิบัติงานนั้นบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย บางครั้งระยะเวลาของการรณรงค์อาจกำหนดเป็นช่วงตามความเหมาะสม หรือควรกำหนดตารางการ รณรงค์ ซึ่งจะทำงานของเราเป็นระบบ โดยเริ่มตั้งแต่กิจกรรมในสัปดาห์แรกไปจนถึงสัปดาห์สุดท้าย และ ผู้ร่วมงานทุกคนก็สามารถมองเห็นได้ตรงกัน

1.9 กำหนดงบประมาณที่ใช้ในการรณรงค์ต้องให้ครอบคลุมถึงการดำเนินงานทั้งโครงการ ได้แก่ การกำหนดค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น เช่น ค่าผลิต ค่าสื่อประชาสัมพันธ์ ค่าบริหารจัดการโครงการ ฯลฯ งบประมาณมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการรณรงค์นั้นๆ หากกำหนดงบประมาณที่น้อยเกินไป อาจทำให้การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ไม่สามารถกระทำได้ งบประมาณมากเกินไปอาจทำให้ผลที่ได้รับจาก การรณรงค์ไม่คุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไป ดังนั้นการกำหนดงบประมาณสำหรับใช้ในการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ นอกจากจะต้องคำนึงถึงความครอบคลุมในการดำเนินงานแล้ว ต้องพิจารณาถึงความ เหมาะสมในปัจจัยต่างๆ ด้วย

## 2. ขั้นตอนการรณรงค์

2.1 การกระจายข่าวสาร เป็นการเผยแพร่ที่มาและความสำคัญของสิ่งที่จะรณรงค์ให้กับคนใน ชุมชนและคนทั่วไปได้รู้และเข้าใจ เพื่อแสวงหาแนวร่วม

2.2 ประกาศจุดยืน เป็นการเปิดตัวอย่างเป็นทางการในการรณรงค์ โดยการจัดงานลักษณะนี้มักจะ มีจุดมุ่งหมายหลักในการสร้างความสนใจอย่างเป็นรูปธรรมจากคนในชุมชนและคนทั่วไป

2.3 ตีความสนใจ คือ การระดมใช้สื่อต่างๆ เพื่อตีความสนใจของคนในชุมชน ตลอดจนโน้มน้าวชักจูงให้เข้าร่วมโครงการ หรือมีการเปลี่ยนแปลง

## 3. วัดและประเมินผลโครงการ

เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการดำเนินงานการรณรงค์เพื่อติดตามและประเมินผลหลังจากการรณรงค์ สิ้นสุดลงตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ว่าผลของการดำเนินงานนั้นเป็นอย่างไร สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ต้องการหรือไม่ ซึ่งเป็นการตรวจสอบประสิทธิภาพของแผนการรณรงค์ และตรวจสอบถึง การใช้ทรัพยากรการสื่อสารต่างๆ ในแผนการรณรงค์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3.1 การประเมินผลการดำเนินโครงการ

3.2 การประเมินผลการใช้สื่อ

3.3 เก็บบันทึก และนำแนวทางที่ได้ไปพัฒนาการจัดกิจกรรมรณรงค์ครั้งต่อไป รวมทั้งนำผลที่ได้ ไปเปรียบเทียบกับการจัดกิจกรรมครั้งถัดๆ ไป เพื่อวางแผนระยะยาวในอนาคต



จากเวทีการเสวนาเรื่อง “สร้างสื่ออย่างสร้างสรรค์” ในการประชุมปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้การผลิตสื่อสาธารณะเพื่อการรณรงค์ ครั้งที่ 2 ระหว่างวันที่ 18-19 มกราคม 2553 ณ ห้องประชุม โรงแรมมารวย กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีผู้เข้าร่วมการเสวนาคือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไอวาท เสนีตันติกุล อดีตผู้อำนวยการสำนักการศึกษา E-Learning มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา คุณธีรนุช ยอดนุ่น ผู้ดำเนินรายการ “คนละไม้ คนละมือ” ที่วีไทย และนายแพทย์ทวีศิลป์ วิษณุโยธิน ผู้อำนวยการสถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ จากการเสวนาดังกล่าวมีแก่นและเกร็ดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานเผยแพร่ รณรงค์ และการผลิตสื่อเพื่อการรณรงค์ ดังนี้

**สื่อ** คือ สิ่งที่เป็นตัวแทนของข้อมูล ข่าวสาร ที่ผู้ส่งต้องการให้ผู้รับสารทราบ และเข้าใจ

**การทำสื่อ** มีสิ่งสำคัญ 2 อย่างคือ ตัวข่าวสารข้อมูล และช่องทาง(เครื่องมือ) ส่งผ่านไปยังผู้รับสาร

**สื่อสาธารณะ** คือ สื่อที่ประชาชนสามารถรับรู้ได้ทั่วไปในวงกว้าง สื่อสาธารณะที่นิยมกระจายไปในวงกว้างในยุคปัจจุบันและมีแนวโน้มในการขยายตัวในอนาคตมี 3 จอ คือ

1. จอโทรทัศน์ โดยมีผลการวิจัยว่า จานดาวเทียมมีการขยายตัวที่กว้างมากขึ้น ปีละ 40 %
2. จอคอมพิวเตอร์ บรรดา อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ไม่ว่าจะเป็น ทวิตเตอร์ เฟสบุ๊ก
3. จอมือถือ ซึ่งกำลังมาแรงมาก และสามารถขยายการสื่อสารได้วงกว้าง

#### **การพัฒนาการจัดกิจกรรมรณรงค์**

1. กำหนดแนวทาง/กรอบแนวคิดของการรณรงค์ในระยะยาวว่าจะทำอะไรในปีนี้ และปีถัดๆไป
2. ศึกษาทำความเข้าใจกับประเด็นให้ชัดเจน ว่ากลุ่มเป้าหมายคือใคร ผลลัพธ์ที่อยากให้เกิดเป็นอย่างไร และช่องทางการสื่อสารคืออะไรบ้าง
3. ศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างกันของการจัดกิจกรรมในแต่ละปี โดยใช้แนวคิดเชิงข้อมูลและการเก็บสถิติ เช่น มีการประเมินผลลัพธ์ที่ได้ มีการประเมินสื่อที่ใช้
4. วิเคราะห์การดำเนินงานว่าได้ผลหรือไม่ได้ผลอย่างไร เช่นการทำ SWOT Analysis และนำผลลัพธ์ที่ได้ ไปพิจารณาวางแผนเพื่อการพัฒนาต่อไป
5. หาแนวทางในการจัดกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อเติม เช่น เชิญหน่วยงานที่ประสบความสำเร็จในการรณรงค์มาร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้
7. ดึงกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามามีส่วนร่วม โดยการนำกลุ่มเป้าหมายมาช่วยสร้างสารเพื่อผลิตสื่อ
8. ควรใช้ อสม.ที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนมาก เป็นสื่อในการเผยแพร่ความรู้ด้านสุขภาพจิต เพราะการดูแลปัญหาสุขภาพจิต สื่อบุคคลเป็นสื่อที่เกิดประสิทธิภาพที่สุด เพราะขณะที่เราเกิดปัญหาขึ้น การอ่านในอินเทอร์เน็ต คงไม่ดีเท่ากับการที่เรามีใครสักคนให้ปรึกษาและพูดคุย และในบางครั้งแม้ไม่ต้องพูดคุย เพียงแค่มองดูและสัมผัสเพียงเล็กน้อยก็ทำให้มีความรู้สึกที่ดีขึ้นมาได้

#### **การพัฒนาให้คิดอย่างสร้างสรรค์**

1. รู้จักหาแรงบันดาลใจ สร้างแรงบันดาลใจ โดยศึกษาจากหนังสือ หรือการเล่นเพื่อค้นหาสิ่งที่น่าสนใจรอบตัวเรา
2. มีอิสระในเชิงความคิด มีอิสระในเชิงเวลา
3. การ Copy and Development โดยการเลือกสื่อ ดีๆ และเข้าถึงผู้คนมาได้ดีมาใช้



## บทที่ 2

### สุขภาพจิตวัยทำงาน และวัยสูงอายุ



# สุขภาพจิตวัยทำงาน (Adulthood) & วัยผู้สูงอายุ (Senior citizen)

## ทำความเข้าใจกับ วัยทำงาน (Adulthood)

**วัยทำงาน** หมายความว่า เขตหรือระยะเวลาของอายุ ของบุคคลที่มีอายุ ตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไป โดยวัยทำงานนับเป็นช่วงระยะเวลาที่ยาวนานมาก นับตั้งแต่สิ้นสุดวัยรุ่น ประมาณอายุ 20 ปีไปจนถึงสิ้นสุดชีวิตนับเวลาโดยเฉลี่ยราว ๆ 50-60 ปี

## สาเหตุปัญหาสุขภาพจิตในวัยทำงาน

ในช่วงวัยทำงาน ปัญหาสุขภาพจิตที่เกิดมักเกี่ยวข้องกับครอบครัว ชีวิตสมรส และการทำงาน ซึ่งปัญหาสุขภาพจิตนี้จะเกิดเป็นมากหรือน้อยก็แล้วแต่สภาพการณ์และยังขึ้นอยู่กับบุคลิกนิสัยของแต่ละคนในการปรับตัวด้วยปัญหาที่เกิดขึ้นในวัยทำงาน มีดังนี้

**ปัญหาสุขภาพจิตที่เกิดจากการทำงาน** ที่พบส่วนใหญ่คือ ความเครียด ซึ่งความเครียดที่เกิดอาจเป็นเพียงเล็กน้อยเกิดขึ้นชั่วคราว และเมื่อผู้นั้นปรับตัวได้หรือรู้แนวทางแก้ไขความเครียดก็หมดไป แต่ในบางรายความเครียดอาจเกิดรุนแรงและไม่สามารถ ขจัด หรือ ให้ลดลงได้ ก็จะทำให้เกิดปัญหาตามมา ความเครียดที่เกิดจากการทำงานนี้ สาเหตุส่วนหนึ่งก็เพราะว่า งานที่ทำนั้นมีความยาก หรือ ซับซ้อน เกินความรู้ ความสามารถของเรา หรือ เมื่อมีปัญหาในงานเราไม่สามารถแก้ไขได้นั้นเอง นอกจากนี้ ก็ยังมีสาเหตุอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น ปรับตัวเข้ากับเพื่อนร่วมงานไม่ได้ เจ้านายขี้นชอบด่า เป็นต้น

**ปัญหาสุขภาพจิตเกี่ยวกับคู่สมรสและครอบครัว** ชีวิตสมรสย่อมมีทั้งทุกข์และสุข คู่สมรสต่างคนย่อมมีข้อดี ข้อเสีย ดังนั้น จึงควรถนอมน้ำใจกันและยอมรับข้อดีข้อเสียของกันและกัน เมื่อเกิดปัญหาขึ้นแม้เป็นเรื่องเล็กน้อยก็ควรพูดปรับความเข้าใจและหาทางแก้ไขร่วมกัน หากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งทำผิด อีกฝ่ายก็ควรให้อภัย ไม่ถือโทษโกรธเคืองให้สุขภาพจิตเสีย สาเหตุที่มักพบในปัญหานี้มีหลายประการ เช่น การปรับตัวของคู่สมรส สามมีเมียน้อย การมีทัศนคติที่ไม่ตรงกันการเตรียมพร้อมเพื่อจะมีบุตรและการอบรมเลี้ยงดูบุตร เป็นต้น

**ปัญหาสุขภาพจิตในด้านความรู้สึกเป็นสุขในสังคม** ปัญหาในด้านนี้เป็นปัญหาสุขภาพจิตที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของมนุษย์ที่ค่อนข้างเป็นนามธรรม ได้แก่ ปัจจัยทางฐานะเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสถานภาพในสังคม เช่น ความมีเกียรติ ความมีชื่อเสียง ความรู้สึกภาคภูมิใจและปัจจัยในการดำรงชีพอยู่ในสังคมอย่างสบาย เหล่านี้ถ้าปัจจัยดังกล่าวไม่เป็นไป ตามเกณฑ์ความต้องการของตนเองและของสังคมก็อาจจะทำให้ผู้นั้นเกิดความไม่สุขกายสบายใจได้เหมือนกันถ้าผู้นั้นปรับตัวไม่ได้



**ปัญหาสุขภาพจิตในลักษณะ โรคทางจิตเวช** ที่พบบ่อยในวัยผู้ใหญ่ก็มีกลุ่มโรคประสาทและกลุ่มโรคอารมณ์แปรปรวน เช่น เบื่อหน่าย หรือ ท้อแท้กับงานที่ทำ ผิดหวังในเรื่องคู่สมรส ไม่เห็นคุณค่าของตนเอง

## ปัญหาสุขภาพจิตที่พบในวัยทำงาน

**1. ความเครียด** ในกลุ่มวัยแรงงานอายุ 15-59 ปี ซึ่งมีประมาณ 45 ล้านคน พบมีความเครียดจัดอยู่ในขั้นรุนแรงอันเป็นผลมาจากการทำงานเฉลี่ยร้อยละ 8 หรือเกือบ 4 ล้านคน โดยอัตราชายหญิงมีความเครียดพอๆ

ความเครียดจากการทำงาน เป็นปฏิกิริยาตอบสนองของร่างกาย จิตใจและอารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการทำงาน สาเหตุอาจมาจากการทำงานที่หนักเกินไป ความเหนื่อยล้า เพื่อนร่วมงาน หรือข้อจำกัดของหน่วยงาน ในปัจจุบันโรคเครียดจากการทำงานเป็นสาเหตุสำคัญของความเจ็บป่วย

### สาเหตุของความเครียดในการทำงาน มาจากปัจจัยต่าง ๆ ต่อไปนี้

**ปัจจัยเฉพาะเรื่องงาน** ได้แก่ภาระงานที่มากเกินไป งานซ้ำซากน่าเบื่อ ไม่มีเวลาพัก ไม่อยากทำงานนั้นแล้ว

**ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม** ได้แก่ เสียงดัง ผู้คนจอแจ อึดอัด อากาศไม่ถ่ายเท มีความไม่ปลอดภัยในการทำงาน(เครื่องจักร,มลพิษ)

**ปัจจัยภายในองค์กร** ได้แก่ ภาระงาน หน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบไม่ชัดเจน มีความสับสนในเป้าหมายของงาน มีหัวหน้างานหลายคน เกิดความสับสน ขาดความสามารถในการตัดสินใจ ขาดการสื่อสารกันภายในองค์กร

**ปัจจัยความไม่มั่นคงของงาน** ได้แก่ มีความเสี่ยงที่จะถูกเลิกจ้าง มีการเปลี่ยนงานของบุคลากรบ่อยครั้ง ขาดโอกาสความก้าวหน้าในสายงาน

**ปัจจัยด้านสัมพันธภาพของผู้ร่วมงาน** ได้แก่ มีระยะห่างระหว่างหัวหน้างานและ ลูกน้อง มีปัญหาระหว่างผู้ร่วมงานมีปัญหากการทำร้ายร่างกายกันในที่ทำงาน

### โรคที่เกิดจากความเครียด

1. โรคหัวใจและหลอดเลือด
2. มะเร็ง
3. ปวดหลัง
4. โรคซึมเศร้า
5. ปวดหัวเรื้อรัง
6. โรคนอนไม่หลับ
7. ความผิดปกติทางจิต



**2. ซึมเศร้า** ความสุขของภาวะซึมเศร้าในคนไทยอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไปพบได้ร้อยละ 29.2 และมีอัตราเพิ่มขึ้นตามอายุ บุคลากรที่มีภาวะซึมเศร้าจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อการทำงาน ได้แก่ การทำงานไม่ต่อเนื่อง ลาหยุดบ่อย มีปมด้อย และมักจะไม่สนิทสนมกับเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งอาจก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับเพื่อนร่วมงานอีกด้วย ภาวะซึมเศร้านี้มีผลกระทบต่อสมรรถภาพในการทำงานค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับปัญหาสุขภาพด้านอื่น

ปัจจัยหลายประการที่มีผลต่อภาวะซึมเศร้าในบุคลากร เช่น ความเครียดในหน้าที่ทำและความสัมพันธ์ในครอบครัวและการขาดการสนับสนุนทางสังคม ปัจจัยเหล่านี้มีความแตกต่างกันในเพศชายและเพศหญิงการทำงานที่ต้องติดต่อกับบุคคลอื่น เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ และพยาบาล มีโอกาสเสี่ยงต่อการเกิดภาวะซึมเศร้าสูงขึ้น บุคลากรที่ต้องทำงานที่เสี่ยงต่อสุขภาพ เช่น ช่างซ่อมรถยนต์ จะเกิดความเครียดจากการทำงานมากและงานที่มีค่าตอบแทนต่ำหรือไม่มีความมั่นคงในงานที่ตนทำอยู่ บุคลากรเหล่านี้มักจะมีภาวะซึมเศร้าเนื่องจากขาดความมั่นคงในชีวิต

**3. โรควิตกกังวล (Anxiety disorder)** เป็นคำกว้างๆ ซึ่งครอบคลุมถึงความกลัวหรือความวิตกกังวลซึ่งผิดปกติหรือมีพยาธิสภาพในหลายๆ รูปแบบ เกณฑ์การวินิจฉัยโรคทางจิตเวชในปัจจุบันครอบคลุมโรควิตกกังวลหลายชนิด การสำรวจล่าสุดพบว่าชาวอเมริกันถึงร้อยละ 18 มีอาการของโรควิตกกังวลอย่างน้อยหนึ่งชนิด

โรควิตกกังวลมักพบว่าเป็นภาวะเรื้อรังซึ่งปรากฏรูปแบบตั้งแต่ในระยะเริ่มต้นจนถึงเกิดขึ้นทันทีหลังมีเหตุการณ์กระตุ้น โดยมีแนวโน้มจะกำเริบขึ้นเมื่อมีความเครียดสูง และมักมีอาการร่วมด้วยเช่นปวดศีรษะ เหงื่อออก กล้ามเนื้อหดเกร็ง ใจสั่น และความดันโลหิตสูง ซึ่งในบางครั้งอาจทำให้ล้าหรือหมดแรง

ในสถานการณ์ทั่วไปคำว่า ความวิตกกังวล (anxiety) และ ความกลัว (fear) มีความหมายใกล้เคียงกันและมักใช้แทนกันได้ แต่ในทางคลินิกแล้วทั้งสองคำมีความหมายแตกต่างกัน ความวิตกกังวลหมายถึงสภาวะทางอารมณ์ที่ไม่พึงพอใจ โดยไม่สามารถระบุสาเหตุได้หรือรู้สึกว่าคุณควบคุมและหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในขณะที่ความกลัวเป็นการตอบสนองทางอารมณ์และสรีรวิทยาต่อสิ่งคุกคามภายนอกที่สามารถระบุได้ ส่วนคำว่า โรควิตกกังวล นั้นรวมทั้งความกลัวและความวิตกกังวลเข้าด้วย ในขณะที่ โรคกลัว (phobias) ซึ่งเป็นความกลัวที่คงอยู่นานและไม่สมเหตุสมผลนั้นเป็นโรควิตกกังวลอย่างหนึ่งที่พบเป็นส่วนใหญ่

โรควิตกกังวลมักมีอาการเจ็บป่วยร่วมกับความผิดปกติทางจิตอย่างอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือโรคซึมเศร้า การศึกษาพบว่าโรควิตกกังวลนั้นมักปรากฏในครอบครัวที่มีประวัติเป็นโรคซึมเศร้าบางชนิด

**4. ฆ่าตัวตาย** หรือพยายามฆ่าตัวตายเป็นปัญหาสาธารณสุขที่สำคัญของไทยซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้นจากสถิติผู้ที่พยายามฆ่าตัวตายและฆ่าตัวตายสำเร็จรวมกัน ที่มารับบริการ ณ สถานบริการสาธารณสุขช่วงปีพ.ศ.2540-2544 เพิ่มขึ้นจาก 27.4 เป็น 36.4 ต่อประชากรแสนคน



การฆ่าตัวตายเป็นปรากฏการณ์ที่มีผลกระทบอย่างสูงต่อทั้งผู้กระทำ ผู้ใกล้ชิดและสังคมนั้นๆ การฆ่าตัวตายก่อความสูญเสียในด้านต่างๆ มากมาย ตัวอย่างเช่น

- การเสียชีวิตก่อนวัยอันควร
- การสูญเสียค่าใช้จ่ายในการรักษาความเจ็บป่วยทางร่างกายจากการทำร้ายตนเอง และการมีผลกระทบต่อจิตใจของญาติและผู้ใกล้ชิด อาจทำให้พวกเขาไม่สามารถทำงานหรือหย่อนประสิทธิภาพลง
- ในด้านความสูญเสียแก่ประเทศในเชิงเศรษฐกิจ ในประเทศไทยซึ่งวัยที่พบการเสียชีวิตจากการฆ่าตัวตายมากที่สุดในช่วงอายุ 20-40 ปี ซึ่งเป็นวัยหลักในการก่อผลผลิตให้แก่ประเทศ มีผลกระทบต่อครอบครัวอย่างสูง

แม้ในผู้ที่พยายามฆ่าตัวตายแต่ยังไม่ถึงแก่ชีวิต ก็ยังมีความสูญเสียจากการที่ต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล การเกิดภาวะแทรกซ้อน หรือพิการทุพพลภาพ ตลอดจนปัญหาสุขภาพจิตของครอบครัวและผู้ใกล้ชิด ในระดับสังคมจัดว่าเป็นการสูญเสียทั้งแรงงานการผลิตและค่าใช้จ่ายในการรักษา

### สัญญาณเตือนถึงการฆ่าตัวตาย (Suicide Warning Signs)

- พูดคุยถึงการฆ่าตัวตายสำเร็จ
- มีปัญหาการกินหรือการนอน
- พฤติกรรมเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน
- แยกตัวออกจากกลุ่มเพื่อนหรือกิจกรรมทางสังคมต่างๆ
- ไม่สนใจงานอดิเรกที่เคยชอบ, งานที่เคยทำ, การเรียน ฯลฯ
- เตรียมตัวที่จะตายโดยจัดการภาระสุดท้าย
- ยกสมบัติส่วนตัวให้แก่ผู้อื่น
- เคยพยายามฆ่าตัวตายมาก่อน
- ทำสิ่งที่เสี่ยงภัยโดยไม่จำเป็น
- เพิ่งมี/เคยมีการสูญเสียที่รุนแรงในชีวิต
- หมกมุ่นเรื่องความตายและการตาย
- ไม่สนใจรูปลักษณ์ภายนอกของตนเอง
- ดื่มเหล้าหรือใช้สารเสพติดมากขึ้น



### วิธีการจัดการเพื่อให้ห่างไกลปัญหาสุขภาพจิต

จากปัญหาดังกล่าวก็มีแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม ดังนี้

1. **การบริหารร่างกาย** ได้แก่ เปลี่ยนอิริยาบถในการทำงานเป็นครั้งคราว ออกกำลังกาย และจัดตารางเพื่อการพักผ่อนหลังจากทำงานแล้ว
2. **การบริหารจิตใจ** ได้แก่ ระบายให้ผู้อื่น เช่น เพื่อนสนิท หรือ คู่สมรสฟังเมื่อมีความคับข้องใจ วิเคราะห์หาสาเหตุแห่งปัญหา มีสติรู้จักระงับอารมณ์ และมองโลกในแง่ดี
3. **การฝึกปฏิบัติเพื่อคลายเครียด** ได้แก่ การฝึกคลายกล้ามเนื้อ การฝึกสมาธิ
4. **การบริหารสิ่งแวดล้อม** คือ การดูแลจัดการสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัวเราทั้งที่บ้านและที่ทำงานให้มีสภาพที่ไม่รกรุงรัง สะอาด ที่เอื้ออำนวยให้เกิดสุขภาพจิตที่ดี

## ความสุขของบุคคลวัยทำงาน

บุคคลในวัยทำงานจะพบความสุขของชีวิต ต่อเมื่อประสบความสำเร็จในด้านต่าง ๆ ด้วยกัน ช่วยชีวิตที่ผ่านมาได้สร้างสิ่งต่าง ๆ ขึ้นมาก อาจจะเป็นผลงาน ชีวิตครอบครัวการมีบุตร ในช่วงนี้เป็นระยะของการภาคภูมิใจ ความสุขของบุคคลวัยทำงานอาจขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่อไปนี้คือ

1. มีความสงบสุขในชีวิตครอบครัว หมายถึง ที่คู่สามีภรรยาอยู่ร่วมกันมานานจนสร้างหลักฐานได้ มีบุตรธิดาที่ดี อันจะเป็นแรงผลักดันให้ประสบความสำเร็จในชีวิตส่วนอื่น ๆ อีกต่อหนึ่ง
2. มีความสำเร็จในงานอาชีพ มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่มีเกียรติ มีผู้เคารพนับถือ หน้าที่การงานไม่มัวหมอง เป็นตัวอย่างที่ผู้อื่นอ้างถึงและเอาเป็นตัวอย่าง
3. มีผลงานดีเด่นเช่น สามารถสร้างสรรค์ถาวรวัตถุ หนังสือ หรือระเบียบต่างๆของงานไว้ เป็นการวางรากฐานสิ่งที่เป็นประโยชน์ไว้ให้แก่สังคม
4. มีงานอดิเรกที่พอใจ ในการที่ใช้เวลา ร่างกาย ให้เป็นประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว ไม่เป็นคนกินแล้วนอนซึ่งเป็นการสูญเสียที่น่าเสียดาย บุคคลวัยนี้ไม่น้อยที่สามารถผลิตผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมได้อีกมาก



## ทำความเข้าใจกับ วัยผู้สูงอายุ (Senior citizen)

**ผู้สูงอายุ** (Senior citizen) ความเป็นผู้สูงอายุ เริ่มต้นที่อายุเท่าไรนั้น เรื่องของตัวเลขที่แน่นอนยังเป็นปัญหาที่ไม่ยุติ ถ้ามองในด้านการเกษียณอายุ ในประเทศไทยถือว่าอายุ 60 ปี เป็นวัยที่ เกษียณอายุราชการ ขณะที่บางแห่งอาจจะใช้อายุ 55 หรือ 65 ปี ก็ได้ ในทางการแพทย์ แล้วถือว่ามีการเปลี่ยนแปลงในทางเสื่อมลงของร่างกาย ซึ่งอวัยวะต่างๆก็เสื่อมลงในเวลา ไม่เท่ากัน ความสูงอายุนี้อาจมีอัตราการเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละคนไม่เท่ากันด้วย

ผู้สูงอายุเป็นวัยของการเปลี่ยนแปลง มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางกาย มีความเสื่อมของอวัยวะต่างๆ เมื่ออายุมากขึ้น ผิวหน้า กล้ามเนื้อ สายตาแยลง และนอกจากทางกาย เรื่องของจิตใจก็มีการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน ในแง่ดี ได้แก่ ผู้สูงอายุมีประสบการณ์มีความสามารถในการปรับตัวมาก่อน จากด้านสุขภาพจิต “อาบน้ำร้อนมาก่อน” จึงเป็นการที่มีคุณค่ามากในผู้สูงอายุ แต่ในอีกแง่หนึ่ง ผู้สูงอายุจะประสบกับการสูญเสียในชีวิตมาก อาทิ เกษียณอายุการทำงาน สูญเสียเพื่อนจากการเสียชีวิต คู่ครอง ทำให้ผู้สูงอายุต้องปรับตัวมากเมื่อเข้าสู่วัยดังกล่าว จะเป็นการดี ถ้าเราเตรียมตัวกับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในล่วงหน้า

จำแนกกลุ่มของผู้สูงอายุออกได้ เป็น 4 กลุ่ม

**กลุ่มที่ 1** ประพฤติปฏิบัติได้สอดคล้องตามวัยของตน ทำให้ไม่เกิดปัญหาต่อครอบครัว ได้แก่ มีความเป็นอยู่อย่างสงบ มีความสนใจกิจกรรมต่างๆตามความพอใจและความเหมาะสม มุ่งทำประโยชน์ต่อสังคม

**กลุ่มที่ 2** เป็นกลุ่มที่ชอบต่อสู้ มีพลังใจสูง ทำให้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆขึ้นได้

**กลุ่มที่ 3** ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่น มักจะต้องการความสนใจ และความเอาใจ ใส่จากคนในครอบครัวมาก

**กลุ่มที่ 4** ลึนหวังในชีวิต มักจะเกิดความเจ็บป่วยด้วยโรคทางจิตใจ โดยเฉพาะโรคอารมณ์เศร้า

### การเปลี่ยนแปลงและความต้องการทางด้านจิตใจของผู้สูงอายุ

การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายและสังคมจะทำให้จิตใจของผู้สูงอายุเปลี่ยนไปด้วย ผู้สูงอายุจะปรับจิตใจและอารมณ์ไปตามการเปลี่ยนแปลงของร่างกายและสิ่งแวดล้อม จะเห็นได้ว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะมีการปรับปรุงและพัฒนาจิตใจตัวเองให้เป็นไปในทางที่ดีงามมากขึ้น สามารถควบคุมจิตใจได้ดีกว่าหนุ่มสาว ดังนั้นเมื่อคนเราอายุมากขึ้น ความสุขุมเยือกเย็นจะมีมากขึ้นด้วยการแสดงออกจะขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละบุคคล การศึกษา ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมในชีวิตของคนคนนั้น



ความเครียดที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในวัยสูงอายุ มีผลต่อจิตใจของผู้สูงอายุมาก ลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจที่พบคือ

1. การรับรู้ ผู้สูงอายุจะยึดติดกับความคิดและเหตุผลของตัวเอง การรับรู้ในสิ่งใหม่ๆ จึงเป็นไปได้ยาก ความจำก็เสื่อมลง
2. การแสดงออกทางอารมณ์ การแสดงออกทางอารมณ์ของผู้สูงอายุ เกี่ยวเนื่องกับการสนองความต้องการของจิตใจ ต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ผู้สูงอายุจะมีความรู้สึกต่อตนเองในแง่ต่างๆ ส่วนใหญ่ เป็นความท้อแท้ น้อยใจ โดยรู้สึกว่าสังคมไม่ให้ความสำคัญกับตนเอง เหมือนที่เคยเป็นมาก่อน ทำให้ผู้สูงอายุมีอารมณ์ไม่มั่นคง การกระทบกระเทือนใจเพียงเล็กน้อย จะทำให้ผู้สูงอายุเสียใจ หงุดหงิด หรือโกรธง่าย ต้องการการยอมรับและเคารพยกย่องนับถือ และการแสดงออกถึงความมีคุณค่าของผู้สูงอายุ โดยสมาชิกในครอบครัว สังคมของผู้สูงอายุ
3. ความสนใจสิ่งแวดล้อม ผู้สูงอายุจะสนใจสิ่งแวดล้อมเฉพาะที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ และตรงกับความสนใจของตนเองเท่านั้น
4. การสร้างวิถีดำเนินชีวิตของตนเอง การมีอายุมากขึ้นคือ การใช้เวลาว่างสำหรับการพักผ่อนของชีวิต การยอมรับสภาพดังกล่าว ทำให้ผู้สูงอายุบางคนมุ่งสร้างความดีงามให้แก่ตนเองเพิ่มมากขึ้น

### ความผิดปกติทางจิตใจในวัยสูงอายุ

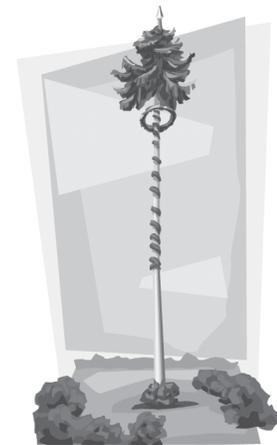
แยกเป็นกลุ่มอาการทางจิต 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

- กลุ่มอาการทางจิตเนื่องจากสมองเสื่อม
- กลุ่มอาการผิดปกติด้านจิตใจและอารมณ์

### วิธีสังเกตผู้สูงอายุที่มีปัญหาสุขภาพจิต

การสังเกตผู้สูงอายุที่มีปัญหาสุขภาพจิตดูได้ง่ายๆ จากการดำเนินชีวิตประจำวัน ได้แก่

- การกิน จะกินมากขึ้นกว่าปกติ เมื่อมีปัญหาไม่สบายยิ่งกินมาก ตรงกันข้ามจะกินน้อยลงเบื่ออาหาร ชูบผอม
- การนอน จะนอนหลับมากกว่าปกติ หรือไม่ก็จะมียาอาการนอนไม่หลับ ชอบตกใจตื่นตอนกลางดึก แล้วนอนไม่สามารถจะหลับต่อไปอีก
- อารมณ์หงุดหงิดบ่อยและเศร้าซึม เคร่งเครียด วิตกกังวลมาก
- พฤติกรรมเปลี่ยนไปจากเดิม เช่น เคยเป็นคนร่าเริงแจ่มใส ก็กลับซึมเศร้า ไม่เคยดื่มเหล้าก็หันมาดื่มเหล้า เคยพูดน้อย ก็กลายมาเป็นคนพูดมาก
- มีอาการเจ็บป่วยตามร่างกาย ซึ่งหาสาเหตุไม่พบ เช่น ปวดเมื่อย



## ปัญหาสุขภาพจิตที่พบบ่อยในผู้สูงอายุ

**1. ความวิตกกังวล** มีความวิตกกังวลเรื่องต้องพึ่งพาผู้อื่น มักแสดงออกเด่นชัดเป็นความกลัว ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง เช่นกลัวไม่มีคนดูแล กลัวว่าตนเองไร้ค่า กลัวถูกทอดทิ้ง กลัวนอนไม่หลับ กลัวตาย อาจแสดงออกทั้งทางอารมณ์ไม่สบายใจ และออกทางร่างกาย เช่น ใจสั่น แขนหน้าอก หายใจไม่อิ่ม

การแก้ไข ควรแก้ที่ความคิดของตนเอง พยายามมองในแง่ความเป็นจริง มากกว่าคิดไปล่วงหน้า ก่อนที่จะเกิดเหตุการณ์ คาดคะเนอนาคตในทางที่ดีมากกว่าจะจินตนาการแต่ในแง่ร้าย รู้สาเหตุเรื่องที่ทำให้กังวลแก้ปัญหานั้นโดยตรง

การทำใจให้สงบโดยวิธีทางพุทธศาสนา จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งถ้าผู้สูงอายุหมั่นศึกษาธรรมะ ไหว้พระฟังสวดจะช่วยให้อารมณ์สงบมากขึ้น

**2. โรคซึมเศร้า** เป็นการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ที่พบบ่อย เพราะวัยสูงอายุจะพบความสูญเสียได้บ่อย ผู้สูงอายุที่มีโรคซึมเศร้า ส่วนใหญ่จะมีอาการทางอารมณ์ เช่น เบื่อหน่าย ท้อแท้ หงุดหงิดง่าย ใจคอไม่ดี เบื่อความสนใจในกิจกรรมที่เคยชอบ พุดง่าย ๆ คือ เซ็ง นอกจากนี้อาจจะกินนอนไม่หลับ เบื่ออาหาร ไม่มีสมาธิ

ผู้สูงอายุบางท่านจะบ่นว่าความจำแย่ง ซึ่งจริง ๆ แล้วไม่ใช่โรคสมองเสื่อมแต่เป็นจากสมาธิไม่ดี ทำให้ลืมง่ายมากกว่า ถ้าซึมเศร้ามาก ๆ อาจมีความคิดอยากตาย ต้องการทำร้ายตนเองซึ่งเป็นภาวะเร่งด่วนมาก ต้องรีบให้ความช่วยเหลือ

การช่วยเหลือ

1. พบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น
2. หางาน หรือกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน และเกิดประโยชน์
3. หลีกเลี่ยงการอยู่คนเดียว เมื่อเกิดอารมณ์เศร้า
4. พบจิตแพทย์ เพื่อขอความช่วยเหลือหากมีอาการรุนแรงหรือมีความคิดอยากตาย



**3. นอนไม่หลับ** ผู้สูงอายุที่มีปัญหานอนไม่หลับ มักชอบตื่นกลางดึก ตื่นเช้ากว่าปกติ ตื่นแล้วหลับต่อไม่ได้ หรือเป็นตั้งแต่เข้านอน นอนหลับยากกว่าปกติ โดยทั่วไปในวัยสูงอายุ มักต้องการเวลานอนน้อยลง จากการเปลี่ยนแปลงของสรีระวิทยา ทำให้นอนหลับน้อยลง ตื่นเช้ากว่าปกติ แต่ผู้สูงอายุบางท่านอาจกังวลมาก ทำให้ปัญหาเพิ่มมากขึ้น และผู้สูงอายุมักมีปัญหาด้านสุขภาพอื่น ๆ อาทิ ปวดเข่า ปวดท้อง ทำให้เป็นสาเหตุของการนอนไม่หลับด้วย

การช่วยเหลือ

1. หาสาเหตุของการนอนไม่หลับ ที่มีจากโรคทางกาย อาทิ โรคปวดต่างๆ การปัสสาวะบ่อย ถ้าแก้ปัญหาด้านเหตุได้ จะทำให้หลับดีขึ้น
2. การฝึกการนอน อาทิ เข้านอนให้ตรงเวลา ตื่นตรงเวลา ไม่งีบหลับเวลากลางวัน ไม่ลุกขึ้นนอนถ้าไม่หลับ ควรลุกขึ้นมาทำโน่น ทำนี่ รอให้วังง่วงเข้านอนใหม่ ออกกำลังกายตอนเย็น จะช่วยให้หลับง่ายขึ้น
3. การปรึกษาแพทย์ เพื่อขอความช่วยเหลือ

**4. ภาวะสมองเสื่อม** เป็นธรรมดาที่ผู้สูงอายุจะมีการเปลี่ยนแปลงเรื่องความจำ อาทิ ลืมง่าย ต้องพูดซ้ำๆ ถามซ้ำๆ จำเหตุการณ์ใหม่ๆ ได้ไม่ดี จำเหตุการณ์ในอดีตได้แม่น แต่ถ้าไม่รบกวนชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุถือว่าไม่ผิดปกติ

แต่ในผู้สูงอายุที่มีโรคสมองเสื่อม การสูญเสียความจำจะรุนแรงมากจนมีผลในชีวิตประจำวัน การช่วยเหลือตนเองแยกลง มีปัญหาในการดูแลช่วยเหลือตนเองไม่ได้ จำต้องให้คำปรึกษาหรือรักษาจากแพทย์

ในผู้สูงอายุที่ลืมนาย อาจหาวิธีต่างๆ มาช่วยเตือนความจำ อาทิ สมุดบันทึก จัดสิ่งของให้เป็นระเบียบ ลูกหลานควรให้ความเชื่อมั่น เข้าใจ และให้ความช่วยเหลือ จัดกิจวัตรประจำวันให้ตรงเวลา เดือนถึงวันเดือนปี ช่วยเตือนความจำอื่นๆ แต่ถ้าอาการรุนแรงมาก นอกจากหลงลืมมีอาการทางจิต พฤติกรรมเปลี่ยนแปลงมาก ควรปรึกษาแพทย์

**5. ปัญหาทางเพศ** ในสังคมไทย มักไม่พูดถึงเรื่องเพศ แท้จริงเรื่องเพศในผู้สูงอายุ อาจพบได้บ่อยกว่าที่คิด ในผู้ชายความต้องการทางเพศจะมีอยู่ได้ตลอด อาจพบได้ในวัยสูงอายุกว่าที่คาดคิด แต่ในเพศหญิง อาจไม่พบมีความต้องการทางเพศแล้ว อาจทำให้เกิดปัญหาขึ้นระหว่างคู่สมรส เราควรตระหนักถึงปัญหาดังกล่าวไว้ ไม่ควรอับอาย หรือถือว่าเป็นเรื่องผิดปกติ ควรเห็นใจ เข้าใจ ปัญหาดังกล่าว ถ้าท่านผู้สูงอายุเกิดปัญหาขึ้นควรปรึกษาแพทย์เพื่อขอความช่วยเหลือต่อไป

ปัญหา 5 ข้อดังกล่าวเป็นเพียงส่วนหนึ่งของปัญหา ในผู้สูงอายุที่เกี่ยวข้องทางสุขภาพจิต แต่ผู้สูงอายุ อาจพบปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจิตและสุขภาพกายร่วมกันได้อีกด้วย

สรุปว่าผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลง หลายอย่างทั้งทางกาย และทางจิตใจ การเปลี่ยนแปลงทั้งในแง่ดี และแง่ร้าย ในแง่ร้ายทำให้เกิดปัญหา ทางจิตใจ ถ้าเรารู้ทันให้การแก้ไขทันที่ ก็จะสามารช่วยเหลือผู้ที่มีพระคุณกับเรา ผู้ที่จะสามารถนำความสามารถของท่านมาสร้างประโยชน์แก่พวกเรา และประเทศชาติต่อไป

### การส่งเสริมสุขภาพจิตผู้สูงอายุ

1. รักษาสุขภาพผู้สูงอายุ ควรระมัดระวังการเจ็บป่วย และการเกิดอุบัติเหตุ ซึ่งมักจะเกิดขึ้นง่ายในผู้สูงอายุ การออกกำลังกายเป็นแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมสุขภาพจิตผู้สูงอายุ เพราะนอกจากจะช่วยให้ร่างกายแข็งแรง กล้ามเนื้อทำงานดีขึ้นยังเป็นการพักผ่อนหย่อนใจและสิ่งสำคัญคือเซลล์สมองทำงานดีขึ้น

2. ความผิดปกติหรือความเจ็บป่วยใด ๆ ที่เกิดขึ้น เมื่อได้รับการวินิจฉัยแล้วควรได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม และให้การรักษาพยาบาลตามสาเหตุ

3. ตระหนักและระวังความรู้สึกของตนเองไม่ให้หงุดหงิด ฉุนเฉียว น้อยใจ เพื่อให้ความสัมพันธ์กับครอบครัว และลูกหลานเป็นไปในทางที่ดี

4. คอยกระตุ้นตนเอง โดยการทำกิจวัตรประจำวันของตนเองอย่างสม่ำเสมอ เพื่อร่างกายจะได้แข็งแรง กระฉับกระเฉง

5. เมื่อมีปัญหา ไม่ว่าจะ เป็นสุขภาพจิต หรือสุขภาพกาย ควรดูแลตนเองและแสวงหาวิธีการช่วยเหลือผู้สูงอายุด้วยกัน

6. ทำงานอดิเรกที่ชอบ เช่น การปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์ เพื่อให้จิตใจเพลิดเพลิน

7. ส่งเสริมสัมพันธ์ภาพในครอบครัวและสังคม เพื่อกระตุ้นให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่ามีค่า

8. ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุออกสังคม หรือทำกิจกรรมนอกบ้านร่วมกับผู้อื่นในชุมชน เช่น เป็นอาสาสมัครของชุมชน เป็นสมาชิกชมรมผู้สูงอายุ เป็นต้น



ในสังคมชนบทส่วนใหญ่ บุตรหลานยังอยู่ในกรอบบรรทัดฐานของสังคม ที่ต้องปฏิบัติต่อผู้สูงอายุ ในฐานะอาวุโส มีความเคารพนับถือ มีความกตัญญู ขณะเดียวกันผู้สูงอายุถูกกำหนดให้ปฏิบัติตนเป็นผู้ที่มี อัจฉริยะดี ใจบุญ เป็นร่มโพธิ์ร่มไทรของบ้าน

ดังนั้น มักพบว่า ผู้สูงอายุจะถูกเชิญเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงเป็นผู้นำทางความคิดและช่วย ตัดสินใจปัญหาสำคัญของสังคมมาโดยตลอด จนเรียกได้ว่าเป็นกลไกสำคัญ ในการเป็นศูนย์กลางที่จะให้ สมาชิกสังคม มีส่วนร่วมในการทำประโยชน์ให้กับสังคม ด้วยการถ่ายทอดประสบการณ์ อบรมสั่งสอนให้ คำปรึกษาแก่บุตรหลานและผู้อื่น จนกล่าวได้ว่า ผู้สูงอายุเป็นร่มโพธิ์ ร่มไทรให้กับบุตรหลาน





## บทที่ 3

### เตรียมการประสานความร่วมมือเพื่อการจัดกิจกรรมรณรงค์

- รูปแบบการประสานความร่วมมือเพื่อจัดกิจกรรมรณรงค์
- หน่วยงานที่ประสานความร่วมมือ
- รูปแบบการทำงานร่วมกัน
- รูปแบบที่ดี นำนำไปใช้เป็นแนวทางการรณรงค์ต่อไป
  - แนวคิด
  - เทคนิค
  - วิธีการ



## รูปแบบการประสานความร่วมมือเพื่อจัดกิจกรรมรณรงค์

โครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ ด้านสุขภาพจิต มีรูปแบบการประสานงาน / รูปแบบการทำงานร่วมกัน และหน่วยงานที่ประสานเพื่อการดำเนินกิจกรรมรณรงค์และประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับบริบทของพื้นที่ รวมถึงหน่วยงานที่ประสานมีทั้งหน่วยงานภายในสังกัดกรมสุขภาพจิตและหน่วยงานนอกสังกัดกรมสุขภาพจิต ทั้งนี้ในภาพรวมมีรูปแบบการประสานงาน / รูปแบบการทำงานร่วมกัน และหน่วยงานที่ประสานดังนี้

### รูปแบบของโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้

1. กรมสุขภาพจิตเป็นหน่วยงานหลัก(เจ้าของโครงการ)มีหน่วยงานภายนอกเข้าร่วมดำเนินงาน
2. กรมสุขภาพจิตและหน่วยงานภายนอกร่วมกันดำเนินงาน (เป็นเจ้าของโครงการร่วมกัน)
3. หน่วยงานภายนอกเป็นหน่วยงานหลัก(เจ้าของโครงการ)มีหน่วยงานกรมสุขภาพจิตเข้าร่วม



### รูปแบบการประสานงานมี 2 รูปแบบ

#### 1. การประสานงานระหว่างหน่วยงานในสังกัดกรมสุขภาพจิต มี 4 รูปแบบ คือ

1.1 การประสานระหว่างหน่วยงานในสังกัดกรมสุขภาพจิตในพื้นที่ ได้แก่โรงพยาบาลจิตเวช และศูนย์สุขภาพจิต คณะทำงานมาจากทุกหน่วยงานที่ต้องรับผิดชอบร่วมกันคิด ร่วมกัน วางแผนว่าจะทำอะไร

**ตัวอย่างเช่น** โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 15 จัดกิจกรรม “เสริมพลังกายสร้างพลังสุขภาพจิตวัยสูงอายุ” ในวันที่ 9 เมษายน 2553 ที่จังหวัดปัตตานี และโรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 12 จัดกิจกรรม “พลังผู้สูงวัย สร้างสังคมไทยรัฐสามัคคี” ในวันที่ 23 เมษายน 2553 ที่จังหวัดสงขลา โดยทั้ง 2 กิจกรรมเป็นการทำงานร่วมกันในระดับโครงการ มีการจัดองค์การการทำงานในรูปแบบ Matrix คณะทำงานมาจากทุกหน่วยงานที่ต้องรับผิดชอบร่วมกัน คิด ร่วมกันและวางแผนร่วมกัน

1.2 การแบ่งความรับผิดชอบระหว่างโรงพยาบาลจิตเวช และศูนย์สุขภาพจิต เนื่องจากมีข้อจำกัดเรื่องของบุคลากรและภาระงานจึงแบ่งกันรับผิดชอบเป็นเรื่องๆไป โดยตั้งคณะทำงานของตนเอง แต่ยังคงต้องมีคนของอีกหน่วยหนึ่งอยู่ด้วยเพื่อการประสานและเชื่อมต่อข้อมูล

**ตัวอย่างเช่น** โรงพยาบาลจิตเวชขอนแก่นกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 6 มีโจทย์ 2 เรื่องแบ่งกันรับผิดชอบหน่วยละเรื่อง โดยตั้งคณะทำงานของตนเองแต่มีคนของอีกหน่วยหนึ่งอยู่ด้วยเพื่อเชื่อมต่อข้อมูล โดยศูนย์สุขภาพจิตที่ 6 รับผิดชอบการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงาน โดยจัดกิจกรรม “จัดการความเครียด ฝ่าฟันวิกฤต เป็นที่ปรึกษาได้” กับพนักงานบริษัทซีพี ออลล์ จำกัด มหาชน ศูนย์กระจายสินค้า RDC ขอนแก่น จำนวนประมาณ 100 คน โดยจัดกิจกรรมให้ความรู้โดยการบรรยาย และกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม ส่วนโรงพยาบาลจิตเวชขอนแก่นราชนครินทร์รับผิดชอบการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยสูงอายุ โดยจัดกิจกรรม “การเสริมสร้างพลังสุขภาพใจด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น” กับผู้สูงอายุในชุมชนบ้านหนองผือ ตำบลนาเพียง อำเภอลำทะเมนชัย จ. ขอนแก่น

1.3 หน่วยงานรับผิดชอบงานภายใต้โจทย์ที่ได้รับโดยไม่ได้ทำงานร่วมกัน ทั้งสองหน่วยจะแยกกัน โดยไม่มีการประสานงานร่วมกัน

**ตัวอย่างเช่น** ศูนย์สุขภาพจิตที่ 5 กับโรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมา แต่ละหน่วยงานรับผิดชอบงานภายใต้โจทย์ที่ได้รับโดยไม่ได้ทำงานร่วมกัน ทั้งสองหน่วยจะแยกกันทำงานโดยไม่มีการประสานงานร่วมกัน โดยศูนย์สุขภาพจิตที่ 5 จัดกิจกรรม “ห่วงใย ใส่ใจ ดูแลสุขภาพจิต คนทำงาน” กับวัยแรงงาน และกิจกรรม “สุขภาพจิตผู้สูงอายุ สำคัญจะไหน? ต้องดูแล” กับกลุ่มผู้สูงอายุ ส่วนโรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมา ราชนครินทร์ จัดกิจกรรม “สุขของท่าน...สุขของเรา” กับบุคลากรวัยทำงานของโรงพยาบาล และกิจกรรม “กตัญญู รู้คุณค่า มหาสงกรานต์” ในวันที่ 12 เมษายน 2553 กับผู้สูงอายุทั่วไป และชมรมผู้สูงอายุของโรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมา ราชนครินทร์

1.4 โรงพยาบาลที่ไม่มีศูนย์เขตที่ร่วมรับผิดชอบในพื้นที่ จะพิจารณาว่าโจทย์หรือประเด็นที่รณรงค์ตรงกับหน่วยงานของกลุ่มงานไหนก็มอบหมายให้กลุ่มงานนั้นรับผิดชอบการรณรงค์ในประเด็นนั้น

**ตัวอย่างเช่น** โรงพยาบาลยุวประสาทไวทโยปถัมภ์ ไม่มีศูนย์เขตที่ร่วมรับผิดชอบดำเนินงาน จึงจัดกิจกรรมรณรงค์เพียงหน่วยเดียว โดยให้หน่วยงานภายในโรงพยาบาลเป็นผู้รับผิดชอบการรณรงค์

## 2. รูปแบบการประสานงานกับหน่วยงานนอกสังกัดกรมสุขภาพจิต มี 3 รูปแบบ คือ

2.1 มีหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพจัดงานอยู่แล้วในพื้นที่ หน่วยงานสังกัดกรมสุขภาพจิตเข้าไปร่วมประสานงานและทำกิจกรรมร่วมกัน

2.2 หน่วยงานสังกัดกรมสุขภาพจิตเป็นเจ้าภาพจัดงานในพื้นที่ และเชิญหน่วยงานอื่นๆ เข้ามาร่วมงานด้วย

2.3 หน่วยงานสังกัดกรมสุขภาพจิตประสานและผลักดันให้หน่วยงานอื่นในพื้นที่เป็นเจ้าภาพในการจัดกิจกรรมรณรงค์



# หน่วยงานที่ประสานความร่วมมือ

## 1. หน่วยงานในสังกัดกรมสุขภาพจิต

**ตัวอย่างเช่น** สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา ดำเนินงานร่วมกับ ศูนย์สุขภาพจิตที่ 3 และ 13 โดยศูนย์สุขภาพจิตที่ 3 รับผิดชอบภาคตะวันออก ศูนย์สุขภาพจิตที่ 13 รับผิดชอบกรุงเทพมหานคร โดยจะมีการจัดประชุมผู้ปฏิบัติงานเป็นระยะๆ ซึ่งการประชุมแต่ละครั้งจะมี ผู้อำนวยการศูนย์สุขภาพจิตเข้าร่วมประชุมด้วย โดยการทำงานส่วนใหญ่สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยาจะเป็นฝ่ายเขียนโครงการ และศูนย์สุขภาพจิต ประสานงานด้านการจัดประชุม/กิจกรรม ทางด้านวิชาการจะเป็นสมเด็จเจ้าพระยาที่ดูแลรวมถึงการผลิตสื่อเพื่อการเผยแพร่ด้วย

**2. หน่วยงานนอกสังกัดกรมสุขภาพจิต** เช่น เครือข่าย อสม. ประชาสัมพันธ์จังหวัด กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ NGO สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด วิทยุชุมชน เคเบิลทีวี ห้างสรรพสินค้า สถานประกอบการต่างๆ อบต. สถานีอนามัย แกนนำชุมชน สถานีวิทยุโทรทัศน์ (True Vistion ช่อง TNN News 24)

**ตัวอย่างเช่น** จังหวัดเชียงใหม่ โรงพยาบาลสวนปรุง กับโรงพยาบาลประสาท โดยโรงพยาบาลประสาทจะช่วยในเรื่องเกี่ยวกับอาการทางสมอง เช่น สมองเสื่อม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ เข้าร่วมการจัดกิจกรรม เช่นองค์การ Genet Chiangmai

จังหวัดอุบลราชธานี มีทั้งศูนย์สุขภาพจิต และโรงพยาบาลจิตเวช การประสานงานกับจังหวัด จะผ่านศูนย์สุขภาพจิตเพื่อลงลึกไปในจังหวัด นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่นกรมอนามัย ในการรณรงค์ความเครียดในวัยทำงาน ส่วนประชาสัมพันธ์สงเคราะห์จังหวัด และสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดจะประสานงานกับโรงพยาบาลจิตเวช โดยมีการจัดประชุมเพื่อชี้แจงประเด็นรณรงค์เรื่องนี้ เพื่อระดมความคิดเห็นต่อประเด็นการรณรงค์ โดยก่อนการประชุม จะมีการร่าง หรือวางกรอบประเด็นการรณรงค์ไว้ก่อนแล้วจึงนำมาทำเป็นเชิงลึก และมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบในการประสานงานต่อไป

**3. การประสานงานในท้องถิ่น** โดยการประสานงานผ่านชมรมผู้สูงอายุในพื้นที่ และการประสานงานผ่านทาง อสม. และแกนนำในชุมชน

**ตัวอย่างเช่น** สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา มีการประสานงานผ่านชมรมผู้สูงอายุรอบๆ สถาบันก่อน เช่น ชมรมจิตอาสาสถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา ชมรมผู้สูงอายุสถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา และชมรมผู้สูงอายุโรงพยาบาลตากสิน เป็นต้น



# รูปแบบการทำงานร่วมกัน

(การวางแผน / การจัดทำโครงการ / การออกแบบกิจกรรม / การดำเนินกิจกรรม / การประเมินผล)

การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งนอกและในสังกัดกรมสุขภาพจิต โดยรวมแล้วมี 2 รูปแบบ คือ แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยความร่วมมือระหว่างโรงพยาบาลจิตเวช และศูนย์สุขภาพจิต ดังนี้

## 1 แบบเป็นทางการ ผ่านการประชุม/หนังสือราชการ ได้แก่

- หน่วยงานสาธารณสุข : คณะกรรมการประสานการพัฒนางานสาธารณสุขระดับเขต (คปสข.) สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ สถานีอนามัยประจำตำบล กรมอนามัย ฯลฯ

**ตัวอย่างเช่น** การขอความร่วมมือในการจัดการรณรงค์หรือประชาสัมพันธ์ จะออกเป็นหนังสือราชการ เพื่อขอความร่วมมือส่งไปยังหน่วยงานสาธารณสุขต่างๆ

- หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัด (พมจ.) ประชาสัมพันธ์จังหวัด แรงงานจังหวัด หน่วยงานของมหาดไทย องค์การบริหารส่วนตำบล โรงงานต่างๆ (ภาคเอกชน)

**ตัวอย่างเช่น** จังหวัดอุบลราชธานี ผู้ว่าราชการจังหวัดจะมีการเรียกประชุมเพื่อความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนเป็นประจำอยู่แล้ว ทำให้ทางโรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์สามารถขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนได้ค่อนข้างง่าย เพราะได้รับความสนับสนุนจากทางจังหวัด

- การประสานงานผ่านองค์กรของสงฆ์ที่ทำหน้าที่เผยแพร่พระธรรมตามพื้นที่สูงเพื่อจัดกิจกรรมกับชนเผ่าตามพื้นที่

**ตัวอย่างเช่น** ศูนย์สุขภาพจิตที่ 10 จัดกิจกรรมกับชาวเขา 8 ชนเผ่า โดยการประสานงานจะขอความร่วมมือจากพระสงฆ์ที่ทำหน้าที่เผยแพร่พระธรรมตามพื้นที่สูง ซึ่งองค์กรของสงฆ์จะให้ความร่วมมือดี เพราะเห็นว่าเป็นประโยชน์ชาวเขา

- การประชุมของทีมงาน/หน่วยงานที่ต้องรับผิดชอบร่วมกัน เพื่อวางแผนในการจัดกิจกรรม และแบ่งหน้าที่กันรับผิดชอบในการทำงาน

**ตัวอย่างเช่น** สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 3 และศูนย์สุขภาพจิตที่ 13 โดยการทำงานส่วนใหญ่สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา จะเป็นผู้เขียนโครงการ และศูนย์สุขภาพจิต จะมาประสานงานด้านการจัดประชุม และการจัดกิจกรรม

## 2 แบบไม่เป็นทางการ

- ประสานผ่านทางวาจา / ทางโทรศัพท์ จากความสนิทสนม คู่กันเคย

**ตัวอย่างเช่น** โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ ผู้ประสานงานของโรงพยาบาลมีเครือข่ายสื่อที่ทำงานร่วมกันอยู่ ซึ่งมีความคุ้นเคยกันอยู่แล้ว จึงขอความร่วมมือโดยการประสานงานโดยการโทรศัพท์คุยกันก่อน จากนั้นจึงมีหนังสือแจ้งอย่างเป็นทางการอีกครั้งในภายหลัง



- การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน (วิทยุ/โทรทัศน์) เช่น การมอบของขวัญปีใหม่  
**ตัวอย่างเช่น** การประสานงานกับวิทยุหรือสื่อมวลชนซึ่งเป็นกลุ่มที่สำคัญ บางครั้งจึงต้องมีการ  
ซื้อใจกัน เช่น วันปีใหม่เราก็อาจจะมีการเข้าของของขวัญไปมอบให้กับพวกเขา จะทำให้การประสานงานอื่นๆ  
ง่ายขึ้น เวลาเราไปขอความร่วมมือเช่นการนำซีดีหรือนำงานไปให้วิทยุชุมชนช่วยประชาสัมพันธ์ให้

### **การประสานการจัดกิจกรรมรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยสูงอายุที่แตกต่างจากวัยทำงาน**

ข้อแตกต่างในด้านการประสานงานเพื่อการรณรงค์เผยแพร่ความรู้สุขภาพจิตวัยสูงอายุ ที่แตกต่าง  
จากการรณรงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้สุขภาพจิตวัยทำงาน คือในพื้นที่ดำเนินงานส่วนมากจะมีชมรมผู้สูงอายุของ  
แต่ละพื้นที่อยู่แล้ว ทำให้การติดต่อประสานงานสะดวกกว่าการรณรงค์เผยแพร่ความรู้สุขภาพจิตวัยทำงาน  
นอกจากนี้ยังสามารถขอความร่วมมือจากชมรมจิตอาสาฯ ส่วนเทคนิคการประสานงาน คือต้องทำด้วยความ  
จริงใจ

### **ตัวอย่างการประสานงานเพื่อการจัดกิจกรรมรณรงค์**

1. โรงพยาบาลสวนสราญรมย์ ใช้การประสานงานโดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุก่อน แล้วจึงเข้าไป  
ขอความร่วมมืออย่างเป็นทางการอีกครั้ง เช่นการออกอากาศทางวิทยุชุมชนเพื่อขอความร่วมมือจากทาง  
โรงงานที่จะเข้าไปทำกิจกรรม จากนั้นจึงเข้าไปขอความร่วมมืออย่างเป็นทางการอีกครั้ง

2. การแสดงความคิดเห็นร่วมกันระหว่างคณะทำงานจัดทำโครงการและขอการสนับสนุนต่างๆ และ  
การประสานงานในการจัดทำสื่อและการรณรงค์

3. รูปแบบการประสานงานของสถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จพระยา แบ่งเป็น 2 ภาคส่วน ได้แก่  
หน่วยงานภาครัฐ และ หน่วยงานภาคเอกชน โดยมีเทคนิคการประสานงาน คือการหาจุดเชื่อมโยงระหว่าง  
กรมสุขภาพจิตและหน่วยงานภายนอก โดยการทำให้สถานประกอบการต่างๆ เห็นความสำคัญต่อภาพลักษณ์  
องค์กร

4. รูปแบบการประสานงานของสถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ โดยการใช้นักองค์กร  
ที่มีชื่อเสียงและมีเครือข่ายสื่อมวลชนและเป็นที่รู้จักของวงการสื่อสารมวลชนและในวงกว้างเป็นที่ยอมรับใน  
สังคม และการใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวในการประสานงาน โดยผู้ประสานงานต้องเป็นบุคคลที่มีความ  
น่าเชื่อถือ โดยอาจให้ผู้บริหารเป็นผู้ประสานงาน หรือติดต่อในครั้งแรกก่อน

5. ผู้ประสานงานมีความเข้าใจถึงมาตรฐานและความต้องการของสถานประกอบการ ในการ  
ประสานงานจึงควรใช้เทคนิค win-win เพื่อผลประโยชน์ร่วมกัน



นอกจากนี้รูปแบบการประสานงาน และรูปแบบการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน ยังอาจแบ่งได้ ดังนี้

### การประสานงานเชิงรุก

1. ประสานหน่วยงานต่างๆ เพื่อขอความร่วมมือในการจัดกิจกรรมโดยตรง ทั้งการโทรศัพท์และหนังสือราชการ เช่น การจัดบูธ บริการให้คำปรึกษา ประเมินความเครียด แจกแผ่นพับ ใบปลิว

ตัวอย่างเช่น โรงพยาบาลศรีธัญญา มีการประสานกับหน่วยงานต่างๆ ผ่านหนังสือราชการเพื่อขอความร่วมมือในการจัดกิจกรรม และเข้าร่วมกิจกรรมการรณรงค์ที่ทางโรงพยาบาลจัดขึ้น

2. ประสานงานในพื้นที่ หากการมีส่วนร่วมของเครือข่ายในการร่วมกันจัดงานรณรงค์ เช่น นำเสนอแนวความคิดการรณรงค์สุขภาพจิตที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนให้กับองค์กรท้องถิ่นต่างๆ

ห้างสรรพสินค้า ซึ่งนำไปสู่การสนับสนุนงบประมาณและการจัดรณรงค์

ตัวอย่างเช่น สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา มีการประสานงานผ่านชมรมจิตอาสา สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา และชมรมผู้สูงอายุต่างๆ เพื่อหากการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมรณรงค์ และมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยให้กลุ่มเป้าหมายแสดงความคิดเห็นในการผลิตสื่อที่จะใช้ในการรณรงค์

3. ประชาสัมพันธ์ หรือจัดแถลงข่าวเกี่ยวกับการรณรงค์

### การประสานงานเชิงรับ

องค์กรทั้งภายในและภายนอก ขอความร่วมมือจากหน่วยงานสังกัดกรมสุขภาพจิตเพื่อการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น เชิญวิทยากรไปให้ความรู้ด้านสุขภาพจิต เชิญออกบูธในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจิต และร่วมกับการบูรณาการการรณรงค์ในเรื่องอื่นๆ

ตัวอย่างเช่น

โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์และศูนย์สุขภาพจิตที่ 7 ได้รับเชิญไปร่วมออกบูธจัดกิจกรรมรณรงค์วัยสูงอายุร่วมกับทางจังหวัดอุบลราชธานีที่ศาลาประชาคม

สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา ได้รับเชิญให้ไปเป็นวิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพจิตวัยทำงานทางสถานีโทรทัศน์ทรูวิชั่น และเข้าร่วมรณรงค์ในการจัดนิทรรศการในการประชุมวิชาการสุขภาพจิตนานาชาติครั้งที่ 9



# รูปแบบการประสานงานที่ดี นำนำไปใช้เป็นแนวทางการรณรงค์ต่อไป

## (แนวคิด เทคนิค วิธีการ)

1. ทำให้ทุกคนรู้สึกว่าเป็นเจ้าของงาน
2. การเลือกคณะทำงาน ที่มีความสามารถตรงกับงานที่รณรงค์ ก็จะสามารถช่วยลดภาระงานได้ เช่น มีคณะทำงานที่มีความสามารถในการเป็นวิทยากรในการอบรมให้ความรู้ได้ ทำให้ไม่ต้องหาวิทยากรจากข้างนอก หรือบุคลากรที่มีความสามารถในการประสานงานกับภาคเอกชน หรือมีความสัมพันธ์ส่วนตัวกับภาคเอกชน เพื่อความสำเร็จในการติดต่อประสานงาน เป็นต้น ดังนั้นถ้าสามารถเลือกคณะทำงานได้เหมาะสมก็จะได้ทีมที่สามารถแบ่งเบาภาระงานได้
3. หน่วยงานที่รับผิดชอบโครงการควรเอื้ออำนวยความสะดวกและเตรียมการทุกอย่าง ในการดำเนินงานให้ ก็จะได้รับความร่วมมือในการดำเนินงานมากขึ้น ผู้ร่วมงานแค่เพียงมาร่วมในกิจกรรมที่จัดขึ้นเท่านั้น หรือในการขอความช่วยเหลือให้ทางวิทยุชุมชนประชาสัมพันธ์งานให้ ถ้าเรามีบทความหรือข้อมูลไปให้เขา เขาเพียงแค่นำไปออกอากาศเท่านั้นก็จะได้รับความร่วมมือดีเพราะเราอำนวยความสะดวกให้เขาทุกอย่าง
4. เทคนิคการประสานงาน เราต้องซื้อใจคน เพื่อให้เขาพร้อมที่จะร่วมมือร่วมใจกับเราเช่น การมอบของขวัญในวันสำคัญๆ เช่น วันเทศกาลต่างๆ วันปีใหม่ หรือของเพื่อขอบคุณเมื่อเขามาช่วยงานเรา
5. การประสานงานกับเครือข่ายบางครั้งต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีส่วนตัว เช่น โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ สามารถขอความร่วมมือกับเอกชนได้ง่ายเพราะว่า ผู้ว่าราชการจังหวัด จะมีการเรียกประชุมเพื่อความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนอยู่แล้ว บ่อยครั้ง จึงทำให้บุคลากรทั้งภาครัฐ/เอกชน สนับสนุนกัน
6. การบูรณาการงานสุขภาพจิตเข้ากับงานของหน่วยงานเครือข่าย เพื่อไม่ให้เป็นการงาน และเต็มใจในการทำงาน
7. การใช้เทคนิคการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน โดยการเชิญทุกหน่วยงานเครือข่ายจัดกิจกรรมรณรงค์ เช่น เชิญชมรมจักรยานเข้าร่วมในการปั่นจักรยานประชาสัมพันธ์ความรู้สุขภาพจิต
8. การ ปรับทัศนคติเรื่องสุขภาพจิตของหน่วยงานในพื้นที่ เพื่อให้ตระหนัก และนำไปสู่การลงมือทำเอง โดยร่วมมือกับหน่วยงานที่มีศักยภาพและมีความสนใจในการร่วมจัดกิจกรรมรณรงค์ โดยใช้
  - (ข้อเสนอ)การนำเทคนิค Marketing มาใช้เพื่อนำเสนอรูปแบบการรณรงค์สุขภาพจิต เป็นเมนูให้หน่วยงานที่สนใจเลือกกิจกรรมรณรงค์ที่หน่วยงานสนใจ
  - การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน เช่น การให้รางวัล ใบประกาศเกียรติคุณ, มีเวทีให้นำเสนอผลงาน เช่น โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ มีการเชิญน้องจากบริษัทแกรมมี่มาร่วมในการจัดกิจกรรม หรือการขอความอนุเคราะห์จากบริษัทในการลงเสียงสปอร์ตวิทูให้ โดยโรงพยาบาลจะมีการมอบโล่/ใบประกาศเกียรติคุณให้เพื่อเป็นการขอบคุณ และเป็นการแสดงน้ำใจต่อหน่วยงานที่มาสับสนุนการทำงาน การจัดเวทีเพื่อนำเสนอผลงาน เช่น การประชุมวิชาการผู้สูงอายุของจังหวัดเชียงใหม่ จะมีการประกวดผลงานเด่นผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นการให้เวทีแสดงความสามารถของผู้สูงอายุอีกทั้งยังเป็นตัวอย่างที่ดีในการสร้างกำลังใจให้ผู้สูงอายุท่านอื่นอีกด้วย



○ การนำเสนอแนวคิดและรูปแบบการรณรงค์ในที่ประชุมผู้บริหารระดับจังหวัด เช่น จังหวัดอุบลราชธานี มีหน่วยงานของกรมสุขภาพจิตคือศูนย์สุขภาพจิตที่ 7 และโรงพยาบาลจิตเวช หน่วยงานนอกสังกัดกรมสุขภาพจิตเช่น กรมอนามัย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และ ประชาสงเคราะห์จังหวัด ประชุมร่วมกันในการจัดกิจกรรมเรื่องความเครียดในการทำงาน โดยจะเสนอประเด็นในการรณรงค์แล้วให้ผู้เข้าร่วมประชุมช่วยกันแสดงความคิดเห็น และมีการมอบหมายหน้าที่และประสานงานกับแต่ละหน่วยงานเพื่อจัดกิจกรรมต่อไป





## บทที่ 4

- รูปแบบการนำประเด็นรณรงค์ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงาน และวัยสูงอายุไปใช้
- การปรับเปลี่ยนประเด็นการรณรงค์เพื่อการนำไปใช้
- ประเด็นการรณรงค์ ในอนาคต



# รูปแบบการนำประเด็นรณรงค์ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิต วัยทำงานและวัยสูงอายุไปใช้

รูปแบบการนำประเด็นรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุ ที่กำหนดให้จาก ส่วนกลางไปใช้ในการรณรงค์ มี 2 รูปแบบคือ

## 1. ใช้ประเด็นที่กำหนดให้จากส่วนกลางในการรณรงค์

ตัวอย่างเช่น โรงพยาบาลจิตเวชเลยราชนครินทร์ใช้ประเด็นที่กำหนดจากส่วนกลางในการรณรงค์ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานแต่จะปรับ Wording ให้น่าสนใจมากขึ้นจากคลายเครียดคนทำงานเป็น หยุคเครียด โดยจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับประเด็น เช่น กิจกรรมให้ความรู้ปัญหาสุขภาพจิตวัยทำงาน กิจกรรมคลายเครียดสำหรับวัยทำงาน

## 2. ปรับเปลี่ยนจากประเด็นที่กำหนดให้ ให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่

ภายใต้แนวคิดของพื้นที่ โดยเลือกข้อความ / คำพูดที่เป็น Positive มีความกระชับ จับใจคนฟัง โดย วัยสูงอายุจะเน้นในเรื่องการเสริมสร้างคุณค่าในผู้สูงอายุ วัยทำงานจะเน้นเรื่องของคุณภาพในการทำงาน ตัวอย่างเช่น สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา มีการปรับเปลี่ยนชื่อที่ใช้ในการรณรงค์ ให้ เป็นข้อความ / คำพูดที่เป็นด้านบวก เพราะหากชื่อที่ใช้ในการรณรงค์เป็นด้านลบ จะทำให้ผู้เข้าร่วม กิจกรรมมีความรู้สึกว่าคุณที่เข้าร่วมกิจกรรมเป็นผู้ที่มีปัญหาสุขภาพจิต แต่หากเราใช้ชื่อในการรณรงค์มี ความหมายในทางบวก จะส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้านสุขภาพจิตเพิ่มมากขึ้น สถาบันจิตเวชศาสตร์ สมเด็จเจ้าพระยา จึงใช้ Theme ของการรณรงค์เน้นการมีความสุขและมีคุณค่าของผู้สูงวัย



# การปรับเปลี่ยนประเด็นการรณรงค์เพื่อการนำไปใช้

## 1. ประเด็น ความเครียดจากการทำงาน

### 1.1 มีการปรับเปลี่ยนจากประเด็น ความเครียดจากการทำงาน

เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทในแต่ละพื้นที่ จึงมีการปรับเปลี่ยนประเด็นการรณรงค์ที่ส่วนกลาง กำหนดให้ โดยประเด็นการรณรงค์ที่กำหนดขึ้นอาจมาจากผลสำรวจความต้องการ/ปัญหาในพื้นที่ หรือ การประชุมของคณะทำงาน เช่น

โรงพยาบาลศรีธัญญาร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 1 ได้ประเมินสถานการณ์ปัญหาสุขภาพจิตด้วย ทำงาน จากนั้นจึงกำหนดประเด็นในการรณรงค์ตามมติของคณะทำงาน

สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา กำหนดประเด็นที่ใช้ในการรณรงค์แต่ละเดือน โดยปรับเปลี่ยนจากที่ส่วนกลางกำหนดให้ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และปรับเปลี่ยนชื่อที่ใช้ในการรณรงค์ ให้เป็นข้อความ / คำพูดที่เป็นด้านบวกมากกว่าด้านลบ เช่นประเด็น “สุขใจวัยทำงานในสถานการณ์วิกฤต” “สุขสนุกกับงาน ใครๆก็ทำได้”

โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ ได้นำประเด็นการรณรงค์วัยแรงงานมาผูกเข้ากับเรื่องการต่อต้าน มะเร็งที่กำลังเป็นที่สนใจของประชาชน โดยปรับเปลี่ยนเป็นประเด็น “สร้างสุขภาพดี ลดเครียดต้าน มะเร็ง”

นอกจากนี้การปรับเปลี่ยน Theme ของการรณรงค์ บางหน่วยงานจะดูศักยภาพของแต่ละพื้นที่ ว่าพื้นที่ไหนทำอะไรได้ แล้วจึงตั้งให้เข้ากับปัญหาของแต่ละพื้นที่ และมีการปรับเปลี่ยนประเด็นการรณรงค์ตามความคิดเห็นของที่ประชุม ที่มาจากการสำรวจปัญหาของประชาชนในพื้นที่ด้วย เช่นประเด็น “สุขภาพใจวัยทำงาน” “ใจสำราญงานสำเร็จ” “ความสุขในการทำงาน”

### 1.2 มีทั้งใช้ประเด็นจากส่วนกลาง คือ ความเครียดจากการทำงาน และมีการปรับเปลี่ยน คำให้เป็นด้านบวก (positive)

เช่นประเด็น “สุขใจวัยทำงาน” / “ความสุขในการทำงาน” / “หยุดเครียด”

ตัวอย่างเช่น

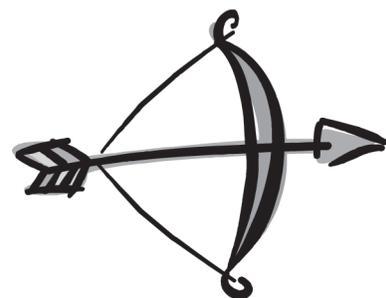
โรงพยาบาลจิตเวชเลย ใช้ประเด็นที่กำหนดจากส่วนกลางในการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิต วัยทำงานแต่จะปรับ Wording ให้น่าสนใจมากขึ้นเป็น หยุดเครียด / รู้ทันความเครียด เนื่องจากคณะทำงาน ลงความเห็นว่าเป็นคำที่ทำให้คนสนใจมากกว่า เพื่อให้กลุ่มคนวัยทำงานเรียนรู้วิธีการลดความวิตกกังวล และความเครียดจากการทำงานได้

การเพิ่มเติมเนื้อหาการรณรงค์โดยเน้นเรื่อง 3 รู้คือ

รู้ทัน คือ รู้ว่าเราเครียด/มีปัญหา อารมณ์เราเป็นอย่างไร

รู้แท้ คือ รู้ว่าสาเหตุมาจากไหน

รู้ทาง คือ รู้วิธีแก้ไข



## 2. ประเด็น คุณปู่ คุณย่า คุณตา คุณยาย คือคุณค่าของครอบครัว

2.1 มีการปรับเปลี่ยนจากประเด็น คุณปู่ คุณย่า คุณตา คุณยาย คือคุณค่าของครอบครัว เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทในแต่ละพื้นที่ จึงมีการปรับเปลี่ยนประเด็นการรณรงค์ที่ส่วนกลาง กำหนดให้ โดยประเด็นการรณรงค์ที่กำหนดขึ้นอาจมาจากผลสำรวจความต้องการ/ปัญหาในพื้นที่ หรือ การประชุมของคณะทำงาน เช่น

ผู้สูงอายุसानใจครอบครัวไทย  
กตัญญูรู้คุณค่า มหาสงกรานต์  
สร้างสุขทางใจวัยผู้สูงอายุ  
การเสริมสร้างพลังสุขภาพใจด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น  
วัยสูงอายุ คุณตา คุณยาย คุณปู่ คุณย่า คือคุณค่าของครอบครัว  
ผู้สูงอายุसानใจครอบครัวไทย  
สุขใจในวัยสูงอายุ  
สุขภาพจิตผู้สูงอายุ  
ผู้สูงอายุคือหลักชัยของครอบครัว  
ครอบครัวอบอุ่นสังคมเข้มแข็ง  
การส่งเสริมคุณค่าของผู้สูงอายุ  
สร้างรอยยิ้มอุ่นใจผู้สูงอายุแข็งแรง



## 2.2 มีการปรับเปลี่ยนประเด็นการรณรงค์ให้เหมาะสมตามกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้สูงอายุ

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายการรณรงค์ครั้งนี้เป็นผู้สูงอายุที่เข้าร่วมกิจกรรม ไม่ใช่ กลุ่มวัยทำงานหรือ วัยเด็กที่ต้องการสื่อให้เห็นว่าผู้สูงอายุเป็นผู้มีคุณค่า จึงมีการปรับเปลี่ยนประเด็นการรณรงค์ เช่น “สุขใจในวัยสูงอายุ” เพื่อให้เหมาะสมและให้ผู้สูงอายุได้มีแนวคิด ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตนเองเพื่อให้บุตรหลานได้มีความรู้สึกที่ว่า “คุณปู่ คุณย่า คุณตา คุณยาย คือผู้ที่มีคุณค่าของครอบครัว” จริงๆ

ตัวอย่างเช่น

โรงพยาบาลจิตเวชเลยราชนครินทร์ ปรับประเด็นการรณรงค์เป็น “สร้างสุขทางใจ วัยผู้สูงอายุ” เนื่องจากต้องการให้ประชาชนวัยสูงอายุสามารถปรับพฤติกรรมดูแลสุขภาพจิตตนเองได้ อย่างถูกต้องเหมาะสม

โรงพยาบาลจิตเวชนครสวรรค์ราชนครินทร์ ใช้ชื่อโครงการว่า “ใจสดใส กายงดงาม ยามสูงวัย” เพราะผู้สูงอายุจะไม่ชอบใช้คำว่า สูงอายุ/สูงวัย เพราะทำให้รู้สึกท้อแท้ เขาเลยใช้ชื่อชมนมหรือหมู่บ้านแทน ซึ่งทางเราก็ตั้งชื่อโดยหลีกเลี่ยงคำว่าผู้สูงอายุมาเป็น ใจสดใส กายงดงาม ยามสูงวัย ดูทั้งใจและกายในยามสูงวัย ใจสดใสดูอย่างไรคือให้ความรู้ทางสุขภาพจิต กายงดงามเน้นที่เรื่องการออกกำลังกาย และการดูแลสุขภาพ

### 2.3 ใช้ทั้งประเด็นจากส่วนกลาง คือ ผู้สูงอายุ สานใจ ครอบครัวไทย และสร้างประเด็นใหม่ ภายใต้ชื่องานในเชิงบวก

โดยที่เนื้อหาการรณรงค์เน้นไปที่ เรื่องสุขภาพผู้สูงอายุ กับปัญหาด้านความจำ และเรื่องความสุขใจ ในวัยสูงอายุ

ตัวอย่างเช่น

สถาบันกัลยาณ์ราชนครินทร์ นำประเด็นจากส่วนกลางมาผนวกเข้ากับวันสำคัญที่ตรงกับวันจัดงาน เป็น “สงกรานต์...สานใจ”

โรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมาราชนครินทร์ ที่ใช้ประเพณีวันสงกรานต์รณรงค์เพื่อให้เห็น ความสำคัญของผู้สูงอายุ โดยจัดกิจกรรม “กตัญญู รู้คุณค่า มหาสงกรานต์”

โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์จัดการรณรงค์ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 12 และศูนย์ สุขภาพจิตที่ 15 โดยใช้ประเด็นจากส่วนกลางคือ ผู้สูงอายุสานใจครอบครัวไทย



## ประเด็นการรณรงค์ ในอนาคต

(สุขภาพจิตวัยสูงอายุ : เดือนเมษายน , สุขภาพจิตวัยทำงาน : เดือนพฤษภาคม)

1. หัวข้อที่ใช้ควรปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และควรเป็นหัวข้อด้านบวกมากกว่าทางลบ
2. หากไม่มีสถานการณ์วิกฤตแทรกซ้อน ประเด็นรณรงค์สำหรับวัยทำงานน่าจะเป็น Theme คนสำราญงานรื่นรมย์ เพราะถ้าคนทำงานมีความสุขก็ยิ่งทำให้งานมีประสิทธิภาพ
3. ข้อเสนอประเด็นการรณรงค์อื่นๆ เช่น
  - “ผู้สูงวัย สุขใจอย่างมีคุณค่า”
  - “ปลูกรัก สร้างคุณค่า อย่างสร้างสรรค์ หลังเกษียณอายุ”
  - “พลังผู้สูงวัย สร้างครอบครัวไทยให้เข้มแข็ง”
  - “Happy life Happy work ชีวิตสำราญ งานสำเร็จ”
4. การรณรงค์เดือนเมษายน : สุขภาพจิตผู้สูงอายุ ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้หลากหลายมากขึ้น โดยอาจร่วมจัดงานกับคนวัยต่างๆ แต่ยังคงเน้นประเด็นที่เสริมสร้าง/ตระหนักในคุณค่าผู้สูงอายุ อยู่
5. ใช้เรื่องความสุขในการทำงาน
6. สกัด แนวคิดจากเพลง ที่มีความหมายเกี่ยวกับความสุข หรือความหมายเชิงบวก
7. ควรเน้นเรื่องความรัก (ตนเอง ครอบครัว สังคม)
8. ควรเสริมสร้างสุขภาพจิตของบุคลากรของกรมสุขภาพจิตก่อน

### เทคนิค/ข้อคิด

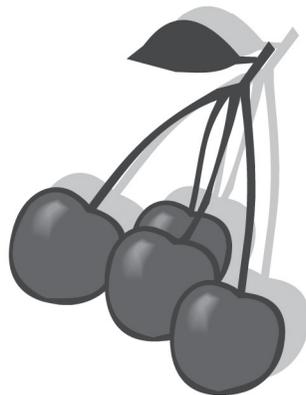
การเขียนประเด็นหรือข้อความที่ใช้ในการรณรงค์นั้น ข้อความต้องบอกว่าจะทำอะไรและทำแล้วเกิดผลอย่างไร เช่น ประเด็น “พลังสุขภาพจิต เสริมสร้างชีวิตการทำงาน” ของศูนย์สุขภาพจิตที่ 7 ซึ่งระบุได้ว่า เป็นการรณรงค์เกี่ยวกับเรื่องของพลังสุขภาพจิตที่ จะช่วยให้วัยทำงานมีชีวิตการทำงานที่ดีขึ้น นั่นคือ ประเด็นต้องสื่อได้ว่า เรารณรงค์เกี่ยวกับเรื่องอะไร และส่งผลอย่างไรต่อกลุ่มเป้าหมาย



## บทที่ 5

### รูปแบบ และช่องทางการจัดกิจกรรมรณรงค์

- ช่องทางการรณรงค์ (Air war หรือ Ground war)
- กิจกรรมที่ใช้
- กิจกรรมใหม่ ๆ ที่ใช้แล้วได้ดี



## ช่องทางการรณรงค์ (Air war หรือ Ground war)

รูปแบบและช่องทางการจัดกิจกรรมรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุ  
ในภาพรวมมี 2 รูปแบบคือ Air War และ Ground War

### 1. Air War : กระบวนการรณรงค์/ถ่ายทอด ในวงกว้างผ่านสื่อมวลชน ได้แก่

- วิทยุชุมชน / ผ่านบทความวิทยุ โดยการออกอากาศเป็นประจำตามผังรายการที่กำหนดให้  
ตลอดปี หรือเป็นครั้งคราว หรือ 6 เดือน ขึ้นอยู่กับระดับของความถี่/หรือความต่อเนื่องของ  
การดำเนินงาน หรืออาจเป็นการส่งเอกสารไปให้ทางสถานีเพื่อออกอากาศ การเปิดสปอต  
วิทยุที่ได้จากสื่อส่วนกลางกรมสุขภาพจิต หรือการร่วมออกรายการ

#### ตัวอย่าง / เทคนิควิธีการเข้าถึงสื่อมวลชน

โรงพยาบาลสวนสราญรมย์ จัดรายการวิทยุเอง เนื่องจากคุณอวัชชัย ที่ปะปาล  
มีเครื่องข่ายวิทยุอยู่แล้ว จึงสามารถนำประเด็นของกรมสุขภาพจิตไปดำเนินการได้เลย

โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ ได้ขอความร่วมมือจากวิทยุชุมชนในการเผยแพร่  
ประชาสัมพันธ์ความรู้สุขภาพจิต โรงพยาบาลขอความร่วมมือค่อนข้างง่ายเพราะผู้ว่า  
ราชการจังหวัดได้จัดประชุมเพื่อขอความร่วมมือจากภาคเอกชนเป็นประจำ ทำให้บุคลากร  
ทางภาครัฐและภาคเอกชนมีความคุ้นเคยกัน จึงมีส่วนช่วยสนับสนุนให้การทำงานเป็นไป  
อย่างง่ายขึ้น

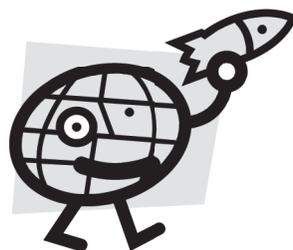
#### ตัวอย่างผังรายการ

โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ ได้ช่วงเวลาของอาจารย์สลาที่จัดที่จังหวัดอุบลราชธานี  
เวลา 12.00-13.00 น.

โรงพยาบาลสวนสราญรมย์ ได้ช่วงเวลาของวิทยุชุมชน ทุกวันอาทิตย์ เวลา 16.30-  
17.00 น. ทางคลื่น FM 89.75 MHz. และ FM 97.75 MHz. และรายการเวทีชาวบ้าน ทุก  
วันพฤหัสบดี เวลา 17.00-18.00 น.

#### ตัวอย่างเอกสารสื่อที่ใช้ / ตัวอย่างบทความต่าง ๆ

โรงพยาบาลสวนสราญรมย์ เปิดบทความ “คลายเครียดหลังเลิกงาน” และ บทความ  
“แล้วมันก็จะผ่านไป” ทั้ง 2 บทความได้รับมาจากสำนักพัฒนาสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต



- สื่อโทรทัศน์ เช่น NBT หรือเคเบิลทีวีท้องถิ่น ผ่านการเขียนสื่อบทข่าว การแถลงข่าว หรือตัวอักษรวิ่งทางโทรทัศน์

**ตัวอย่าง / เทคนิควิธีการเข้าถึงสื่อมวลชน**

**โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์** ใช้วิธีการสร้างความสัมพันธ์ด้วยการซื้อใจสื่อมวลชน เนื่องจากกลุ่มสื่อมวลชน เป็นกลุ่มที่สำคัญ ดังนั้นในวันปีใหม่หรือวันสำคัญๆ ก็อาจจะมีการเข้าของขวัญไปมอบให้ เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพซึ่งจะทำให้การติดต่อขอให้สื่อมวลชนทำการประชาสัมพันธ์ให้ง่ายขึ้น

**ตัวอย่างผังรายการ**

**โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์** ได้เวลาออกอากาศทุกวันอังคารช่วงเวลาเช้า เวลา 08.30 น.-9.00 น. ทางช่อง NBT (ออกอากาศ 19 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

**โรงพยาบาลสวนสราญรมย์** ได้เวลา วันจันทร์-ศุกร์ เวลา 8.00-9.00 น. สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 สทท.สุราษฎร์ธานี (รายการแหล่งข่าวเช้านี้)

**ตัวอย่างเอกสารสื่อที่ใช้ / ตัวอย่างบทความต่าง ๆ**

การเสนอข่าวเกี่ยวกับแผนการรณรงค์ตลอดทั้งปี และเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพจิต

**โรงพยาบาลสวนปรุง** เผยแพร่ความรู้เรื่องสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุ เช่น ข่าวสื่อกับความวิตกกังวล, จิตสงบเมื่อพบธรรม

- Website, Internet หน่วยงานนอกสังกัดเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ ประชาสัมพันธ์ การขอความร่วมมือจากสมาคมนักจิตวิทยา เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม / โครงการต่างๆ ที่จัด รายละเอียดกิจกรรม และข้อมูลความรู้ต่างๆ ผ่าน website ของสมาคมฯ

- สื่อสาธารณะ

สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยาจัดรายการให้ความรู้สุขภาพจิตผ่านสื่อโทรทัศน์ เรื่อง “ปัญหาหัวใจของวัยทำงาน” โดยออกอากาศผ่านรายการ Life & News ทางสถานีโทรทัศน์ทรูวิชั่น

- การส่งข้อความผ่านมือถือ

เป็นข้อความเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมรณรงค์ว่าจัดกิจกรรมอะไรและจัดเมื่อไหร่ที่ไหน



- ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการณรงค์ผ่านตัวอักษรวิ่งหน้าจอโทรทัศน์  
*โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์* ขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านตัวอักษรวิ่งหน้าจอทีวีทางช่อง NBT โดยเป็นข้อความประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมว่าจัดกิจกรรมอะไร เมื่อไหร่ ที่ไหน
- Internet / Website หน่วยงานในสังกัดกรมสุขภาพจิต  
*โรงพยาบาลจิตเวชนครสวรรค์ราชนครินทร์* ทำการเผยแพร่บทความ, แผ่นพับ และสื่อที่ได้รับจากหน่วยที่เป็นหน่วยหลักผ่าน Website ของโรงพยาบาล  
*โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์* ทำการประชาสัมพันธ์งานผ่าน Web site ของหน่วยงาน โดยประชาสัมพันธ์สื่อที่ใช้ และวันเวลา-สถานที่ ในการจัดกิจกรรม

## 2. Ground War : กระบวนการณรงค์/ถ่ายทอด เชิงลึกเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

- สื่อบุคคล โดยบุคลากรในองค์กรที่มีความรู้ความเข้าใจ และสามารถเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ความรู้ด้านสุขภาพจิตเบื้องต้นได้  
*ตัวอย่างบุคคลที่มีความสามารถในการเผยแพร่*  
*สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์* เลือกผู้นำองค์กรที่มีชื่อเสียงและมีเครือข่ายสื่อได้แก่ นายแพทย์ทวีศิลป์ วิษณุโยธิน ซึ่งเป็นที่รู้จักของวงการสื่อสารมวลชน เป็นผู้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานณรงค์/ประชาสัมพันธ์ต่างๆ  
*ศูนย์สุขภาพจิตที่ 7* มีผู้อำนวยการศูนย์สุขภาพจิตที่ 7 เป็นสื่อบุคคลที่ดีเพราะมีหน้าที่การทำงานที่น่าเชื่อถือ บุคลิกภาพดี เป็นภาพลักษณ์ของศูนย์ฯ และกรมสุขภาพจิตได้ ซึ่งผู้อำนวยการมีพรสวรรค์ในการถ่ายทอดได้ดี การพูดหรือชี้แจงประชาสัมพันธ์งานต่างๆ จะมีความชัดเจนและเข้าถึงประชาชน
- การรณรงค์เผยแพร่ความรู้สุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุผ่านประธานชุมชน แกนนำ อสม สาธารณสุขอำเภอ สาธารณสุขจังหวัด สถานีอนามัยประจำตำบล  
*โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์* มีการประชาสัมพันธ์ความรู้ด้านสุขภาพจิต โดยการมอบ CD ที่ได้รับจากโรงพยาบาลศรีธัญญา ให้กับเครือข่ายในการออกเยี่ยมบ้าน เช่น มอบให้สถานีอนามัย อสม. อบต. เป็นต้น



- การประสานงานเชิงรุกโดยการเข้าหาผู้ประกอบการเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่องานสุขภาพจิตและจิตเวช

**ตัวอย่างรูปแบบการติดต่อกับผู้ประกอบการ และวิธีการสร้างทัศนคติที่ดี**

**สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จพระยา** มีการเชิญสถานประกอบการที่อยู่ใกล้กับหน่วยงานเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อสร้างทัศนคติใหม่ที่ดีต่อผู้ป่วยจิตเวช หรือผู้ที่มีปัญหาสุขภาพจิต โดยการพาเข้าเยี่ยมชมบรรยากาศในสถาบันว่าไม่น่ากลัวอย่างที่คิด ทั้งนี้จะเริ่มจากชุมชนใกล้เคียงก่อน แล้วจึงขยายไปในพื้นที่ / ชุมชนรอบนอกต่อไป

- การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในพื้นที่สาธารณะต่างๆ เช่น ติดบอร์ดประชาสัมพันธ์ในหน่วยงาน ประตูห้องน้ำ Cut Out , รถ Mobile, ตั๋ววิ่ง, ไฟวิ่ง (บริเวณแยกไฟแดง) ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

**ตัวอย่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่สาธารณะ และตัวอย่าง ข้อความประชาสัมพันธ์**

**โรงพยาบาลสวนปรุง** เผยแพร่บทความสุขภาพจิตผ่านหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ ทุกวันอาทิตย์

**โรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมาราชชนครินทร์** ประชาสัมพันธ์โดยจัดทำป้าย Cut Out ติดบริเวณหน้าโรงพยาบาล ลักษณะเป็นภาพขันน้ำลายไทยใส่น้ำที่ลอยด้วยดอกมะลิและกลีบกุหลาบ มีพวงมาลัยวางข้างๆ และตัวหนังสือ “กตัญญูรู้คุณค่า มหาสงกรานต์”

**สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จพระยา** ประชาสัมพันธ์ผ่านแผ่นโปสเตอร์ทั้งในหน่วยงานและชมรมผู้สูงต่างๆ

- การลงพื้นที่ในชุมชนเพื่อการประชาสัมพันธ์

**โรงพยาบาลสวนสราญรมย์ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 11** มีการลงพื้นที่จัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพจิตผู้สูงอายุในชุมชนนาร่องที่อำเภอบ้านนาเดิม เป็นกิจกรรมบริการผู้สูงอายุเคลื่อนที่เพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ของผู้สูงอายุทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยจัดโครงการทุกวันพฤหัสบดีแรกและวันพุธที่ 4 ของเดือน

- ประชาสัมพันธ์ผ่านหอกระจายข่าว หรือเสียงตามสาย

**สถาบันกัลยาณ์ราชนครินทร์** ประชาสัมพันธ์การจัดงานผ่านเสียงตามสายของโรงพยาบาลเพื่อเชิญชวนผู้สูงอายุในโรงพยาบาลทั้งที่เป็นผู้ป่วย และญาติผู้ป่วยให้เข้าร่วมกิจกรรม และการอ่านบทความให้ความรู้ ตลอดทั้งเดือนเมษายน

**โรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมาราชชนครินทร์** มีการอ่านบทความเกี่ยวกับผู้สูงอายุ ประวัตีและความหมายของวันสงกรานต์ กิจกรรมต่างๆ ทางระบบเสียงตามสายของโรงพยาบาล



- การจัดอบรม / สัมมนา / มหกรรม

**โรงพยาบาลสวนสราญรมย์** มีการจัดอบรมความรู้เรื่อง โรคสมองเสื่อมและพฤติกรรม  
การดูแลของผู้ดูแลผู้ป่วยโรคสมองเสื่อม

**โรงพยาบาลศรีธัญญา ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 1** จัดอบรมความรู้ความเข้าใจ เรื่อง  
สุขภาพจิตวัยผู้สูงอายุสู่ประชาชนและผู้สูงอายุจากชมรมผู้สูงอายุ

**สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา** มีการจัดการบรรยาย “อยู่อย่างไรให้มีสุขเมื่อ  
สูงวัย” และ “เครียด เศร้าใจ แก้ได้ด้วยปัญญา” โดย นพ. พันธ ธิญญกิจไพศาล แพทย์  
ผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลผู้สูงอายุ



## กิจกรรมที่ใช้ในการรณรงค์

รูปแบบกิจกรรมการรณรงค์ที่ใช้ในการรณรงค์เผยแพร่ความรู้ด้านสุขภาพจิตเพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุ มีรูปแบบดังนี้

### 1. กิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ความรู้

เช่นการบรรยาย Talk show การแจกเอกสารประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางทั้ง Air war และ Ground war

#### ตัวอย่างกิจกรรมการให้ความรู้

โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 15 มีรูปแบบการจัดกิจกรรมรณรงค์ คือมีการจัดนิทรรศการ แจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับผู้สูงอายุ, ถ่ายทอดองค์ความรู้โดยวิทยากร 2 คน ลักษณะเป็นเวทีพูดคุยกับผู้สูงอายุโดยให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วม และมีการมอบสื่อเกี่ยวกับความรู้สุขภาพจิตให้กับผู้ร่วมงาน

### 2. กิจกรรมนันทนาการ

เช่นเกมส์ต่างๆ กิจกรรมการต่อแฉนวนวดให้กัน เป็นต้น

#### ตัวอย่างกิจกรรมนันทนาการ

ศูนย์สุขภาพจิตที่ 10 จัดกิจกรรมรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงาน เรื่องวัฒนธรรม 8 ชนเผ่ากับการดูแลสุขภาพจิต โดยจัดกับชาวเขา 8 ชนเผ่า เป็นกิจกรรมที่เสริมสร้างความสุขโดยนำวัฒนธรรมของแต่ละชนเผ่า เช่น การละเล่นต่างๆ ที่สามารถคลายเครียดได้ มาผนวกเข้ากับการดูแลสุขภาพจิต

### 3. กิจกรรมบริหารร่างกาย/สมอง

เช่นการตอบคำถาม การทายปัญหา และกิจกรรมคลายเครียดต่างๆ เช่น ฝึกหายใจ การนวดคลายเครียด

#### ตัวอย่างกิจกรรมบริหารร่างกาย/สมอง

โรงพยาบาลจิตเวชเลย มีกิจกรรมคลายเครียดสำหรับผู้สูงอายุ เป็นการสอนเทคนิควิธีการผ่อนคลายความเครียด เช่น นวดกดจุด การฝึกการหายใจ

โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 12 และศูนย์สุขภาพจิตที่ 15 มีกิจกรรมนวดคลายเครียด โดยวิทยากรจากโรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์และศูนย์สุขภาพจิตที่ 15



#### 4. กิจกรรมเพื่อเสริมสร้างคุณค่าผู้สูงอายุ

เช่น การร้องหมอลำเพื่อยกย่องผู้สูงอายุ การขับร้องสรภัญญะ หรือการเล่าเรื่องในอดีตที่ภูมิใจ

##### *ตัวอย่างเพื่อเสริมสร้างคุณค่าผู้สูงอายุ*

โรงพยาบาลจิตเวชขอนแก่นราชนครินทร์และศูนย์สุขภาพจิตที่ 6 ร่วมกันจัดกิจกรรมการขับร้องทำนองสรภัญญะ ซึ่งเป็นการขับร้องที่ต้องการสื่อสารถึงความสำคัญของพ่อแม่ พระคุณของพ่อแม่ การสื่อสารโดยการขับร้องทำนองสรภัญญะทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่เบื่อ สนใจรับฟัง

#### 5. กิจกรรมการสร้างสายสัมพันธ์กับลูกหลาน

เช่น จัดการแสดงของลูกหลาน การเล่นเกมส่ระหว่างผู้สูงอายุกับลูกหลาน จัดกิจกรรมตามประเพณีรดน้ำดำหัว และการทำบุญ เป็นต้น

##### *ตัวอย่างกิจกรรมการสร้างสายสัมพันธ์กับลูกหลาน*

โรงพยาบาลจิตเวชขอนแก่นราชนครินทร์และศูนย์สุขภาพจิตที่ 6 ได้จัดให้มีกิจกรรมของลูกหลานของผู้สูงอายุเพื่อเป็นการแสดงความผูกพันของเด็กกับผู้สูงอายุ เช่น การแสดงชุดสงกรานต์ผู้สูงอายุ ชุดพ็อนรำบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น รวมทั้งยังมีเกมระหว่างผู้สูงอายุกับบุตรหลานเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวด้วย



## กิจกรรม/รูปแบบและช่องทางการรณรงค์เผยแพร่ใหม่ ๆ ที่ใช้แล้วได้ผล



### กิจกรรม/รูปแบบและช่องทางการรณรงค์เผยแพร่ใหม่ ๆ ที่ใช้แล้วได้ผล (ภาพรวม)

#### 1. ติดป้ายประชาสัมพันธ์รับจ้าง สามล้อ

การจ้างเจ้าของรถรับจ้าง หรือรถสามล้อเพื่อติดป้ายประชาสัมพันธ์เรื่องที่เราจะรณรงค์ หรืออาจให้เขาติดป้ายประชาสัมพันธ์ให้ในช่วงระยะเวลาที่เราทำการรณรงค์อยู่

#### 2. ทำ สกู๊ป ข้อมูลที่น่าสนใจเสนอเครือข่ายสื่อมวลชน

การทำสกู๊ปข้อมูลด้านสุขภาพจิตที่น่าสนใจ และนำไปเสนอให้เครือข่ายสื่อมวลชน เพื่อให้เข้ามามีส่วนร่วมในการรณรงค์

#### 3. จัดกิจกรรมรณรงค์ภายในหน่วยงาน

เช่น โรงพยาบาลจิตเวชเลยราชนครินทร์จัดกิจกรรมโดยเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักคือบุคลากรของโรงพยาบาล ส่วนประชาชนภายนอกจะประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุชุมชนด้านการประชุมจะจัดประชุมปฏิบัติการในโรงพยาบาลโดยประชุมบุคลากรหรือเจ้าหน้าที่โรงพยาบาล แบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 1 วัน โดยการคัดเลือกผู้เข้าร่วมประชุมจะเลือกโดยวิธีส่งหนังสือเวียนให้ฝ่าย/กลุ่มงานต่างๆ ในโรงพยาบาล ส่งเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรเข้าร่วมประชุม โดยเนื้อหาของความรู้ที่ให้แก่บุคลากรคือ เรื่องสุขภาพจิตวัยทำงาน และความเครียดในการทำงาน

#### 4. การปรับแนวคิด ทศนคติในกลุ่มเป้าหมาย ในเรื่องสุขภาพจิต ไม่ใช่เรื่องของคนบ้า

เพราะถ้าประชาชนยังมีทัศนคติและแนวคิดผิดๆ ในเรื่องสุขภาพจิตอยู่ การจัดกิจกรรมรณรงค์เรื่องสุขภาพจิต จึงเป็นเรื่องยากเพราะคนจะคิดว่าถ้าเราไปเข้าร่วมกิจกรรม คนอื่นอาจมองหรือคิดว่าเราเป็นคนบ้า ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายจะไม่ยอมเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้น

#### 5. ตระหนักในความสำคัญของการสร้างเครือข่าย ซึ่งจะนำไปสู่ความต่อเนื่องในการดำเนินงานสุขภาพจิต

#### 6. การวิเคราะห์ความต้องการของผู้นำองค์กรหรือเครือข่าย เพื่อสร้างแรงจูงใจในการจัดกิจกรรมรณรงค์

#### 7. มีการประยุกต์ใช้การรณรงค์ที่หลากหลาย ไม่ยึดติดกับรูปแบบตายตัว

#### 8. การให้รางวัล หรือการขอเพลง เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของผู้ฟังรายการ

ในการออกวิทยุชุมชนการถาม-ตอบในรายการ ควรมีการให้รางวัล หรือมีการขอเพลง เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของผู้ฟังรายการซึ่งจะทำให้ผู้ฟังติดตามฟังรายการที่กำลังออกอากาศตลอดจนจบ และยังทำให้เขาตั้งใจฟังสิ่งที่เราต้องการรณรงค์ให้เขาได้รู้ด้วย เพราะคำถามก็จะมาจากสิ่งที่เราพูดออกอากาศให้เขาฟังนั่นเอง

#### 9. ควรมีรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย

การออกไปจัดกิจกรรมภายนอกหน่วยงาน ควรมีกิจกรรมที่หลากหลาย โดยเฉพาะถ้าจัดสำหรับคนทำงานทั่วไป ควรมีกิจกรรมที่จูงใจผู้เข้ามาร่วมงาน ดึงดูดให้มีผู้เข้าร่วมงานร่วมกิจกรรมนั้นๆ เช่น มีการเล่นเกมส์หรือจัดกิจกรรมแจกของรางวัล/ของที่ระลึก สื่อที่ใช้ก็ควรเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายด้วย

## 10. การจัดบรรยากาศภายในงานให้ผ่อนคลาย

กิจกรรมดนตรีของโรงพยาบาลจิตเวชเลยราชนครินทร์ มีการใช้ กลิ่น Aroma เพื่อการผ่อนคลาย ผู้เข้าร่วมกิจกรรม เมื่อได้มานั่งนิ่งๆ ภายใต้บรรยากาศที่หอม เย็นจะทำให้ผู้เข้าร่วมงานรู้สึกผ่อนคลาย จึงเป็นกิจกรรมที่ดึงความสนใจของผู้ร่วมงานได้

## 11. การออกแบบกิจกรรมให้ผู้ร่วมงานมีส่วนร่วม

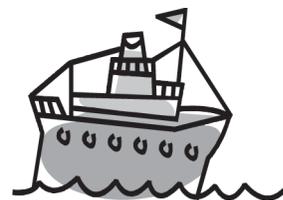
เมื่อไรที่เราออกแบบกิจกรรมความรู้เราต้องให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมแบ่งปันประสบการณ์ดีๆ เพื่อให้คนฟัง/ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีส่วนร่วม เพราะเป็นการทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรู้สึกว่าเขาได้มีส่วนร่วมกับการทำงาน รวมทั้งยังทำให้เกิดความภาคภูมิใจด้วย

### กิจกรรม/รูปแบบและช่องทางการรณรงค์เผยแพร่ใหม่ๆที่ใช้แล้วได้ผล (วัยทำงาน)

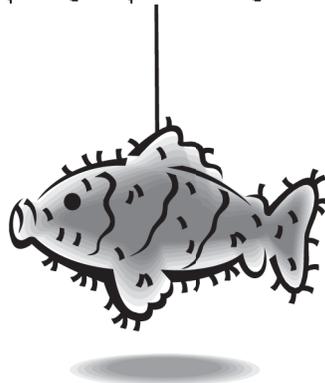
1. ควรจัดในเวลาที่ไม่รบกวนหรือกระทบต่อการการทำงานของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ช่วงเวลา 11.00 – 13.00 น. เช่น โรงพยาบาลสวนสราญรมย์ รณรงค์เรื่องความเครียดในการทำงาน ก็จะไปประสานงานกับโรงงานต่างๆ โดยจะจัดการรณรงค์ในช่วงพักเที่ยงเพื่อไม่ให้กระทบกับการทำงานของแรงงาน
2. กลุ่มวัยทำงานจะมีความหลากหลายในตัวช่องทางการถ่ายทอดและรูปแบบมากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุ อาจเป็นเพราะกลุ่มวัยทำงานจะมีการใช้เทคโนโลยีมากกว่าผู้สูงอายุ เช่น computer มือถือ เป็นต้น และกลุ่มคนวัยทำงานก็ต้องออกมาจากบ้านทุกวันอยู่แล้ว ซึ่งทำให้มีช่องทางที่สื่อจะเข้าถึงได้มากกว่าผู้สูงอายุ
3. การจัดกิจกรรมในกลุ่มวัยทำงานช่วงเวลาค่อนข้างจำกัดเพราะต้องไม่รบกวนเวลางาน ดังนั้นกิจกรรมต้องกระชับรวดเร็วและเรียกความสนใจ/เป็นประเด็นที่กลุ่มนี้สนใจจริงๆ
4. รูปแบบของกิจกรรมรณรงค์ในโรงงานอาจแตกต่างกัน 2 กรณีคือ เราขอเข้าไปจัดกิจกรรมในโรงงาน และโรงงานขอความร่วมมือให้เราเข้าไปจัดกิจกรรม ซึ่งตัวกิจกรรมที่จัดต้องทำให้ทั้งทางกลุ่มเป้าหมายและทางสถานประกอบการพอใจ / ให้ความสนใจ

### กิจกรรม/รูปแบบและช่องทางการรณรงค์เผยแพร่ใหม่ๆที่ใช้แล้วได้ผล (วัยสูงอายุ)

1. การติดต่อกลุ่มผู้สูงอายุจะเข้าถึงได้ง่ายกว่าเพราะจะมีชมรมผู้สูงอายุของท้องถิ่นอยู่แล้ว แต่จะทำอะไรได้ไม่หลากหลายและกลุ่มผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุก็เต็มใจให้ความร่วมมืออยู่แล้วเพียงแค่ว่ามีเวทีให้ท่านได้แสดงออก
2. การจัดเวทีเพื่อให้ผู้สูงอายุแสดงความคิดเห็นเป็นการสร้างคุณค่าให้ตนเองหรือการหาเวทีให้ผู้สูงอายุในการแสดงความสามารถ เพราะการที่ให้ผู้สูงอายุได้แสดงออกนอกจากจะเป็นการแสดงความสามารถของท่านแล้ว ยังทำให้ท่านมีความภาคภูมิใจและมีความสุขด้วย
3. การสอดแทรกความรู้ในกิจกรรมสร้างความบันเทิง เช่น กิจกรรมการตอบคำถามของโรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์



4. การใช้ของที่ระลึกเพื่อดึงดูดความสนใจในการมีส่วนร่วมแบบในการถาม-ตอบ เช่น โรงพยาบาลจิตเวช สงขลานครินทร์ ให้กระเป๋าผ้า สกรีน concept การณรงค์เป็นที่ระลึกแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม / เล่นเกม และร่วมตอบแบบสอบถาม
5. การให้เกียรติผู้สูงอายุ โดยเรียกพวกเขาว่าเป็น อาจารย์เป็นการแสดงออกถึงความเคารพท่าน ซึ่งจะส่งผลให้ท่านมีความภาคภูมิใจในตนเอง
6. ให้ผู้สูงอายุได้แสดงศักยภาพของตนเองให้คนอื่นได้เห็น เช่นการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับสภกรณ์ หรือชมรมของพวกเขา
7. กิจกรรมฝึกปฏิบัติ เช่นการฝึกสมาธิโดยให้ผู้สูงอายุเป็นผู้นำในการทำ ซึ่งการให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการฝึกปฏิบัติจะทำให้เขาสามารถนำไปปฏิบัติต่อได้ที่บ้าน
8. เน้นกิจกรรมที่ผู้สูงอายุชอบเช่น กิจกรรมชมรวิวของสถาบันกัลยาณ์ราชนครินทร์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ไม่ต้องใช้เวลาานาน อยากรหยุดเมื่อไหร่ก็ได้ และยังได้ออกกำลังกายด้วย
9. การเลือกวิทยากรสำหรับผู้สูงอายุควรเน้นบุคลากรที่มีประสบการณ์ โดยอาจเป็นบุคลากรภายใน เช่น พยาบาลที่เกษียณอายุราชการแต่เป็นผู้ที่มีสุขภาพจิตดี
10. จัดกิจกรรมให้ผู้สูงอายุสำหรับสำรวจคุณค่าในตัวเองเพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเห็นถึงคุณค่าในตนเอง ไม่ใช่คิดว่าตัวเองเป็นคนแก่ที่ไม่มีประโยชน์ และเมื่อท่านเห็นแล้วว่าตนเองสามารถทำอะไรที่มีคุณค่าได้ท่านก็จะมีความสุขมากขึ้น
11. ส่งเสริมภูมิปัญญาผู้สูงอายุ เช่น สอนกิจกรรมต่างๆ แก่คนรุ่นใหม่ เพื่อนเยี่ยมเพื่อน และนำประเด็นสุขภาพจิตไปพูดคุยกัน
12. การตรวจสุขภาพทั้งกายและใจ รวมถึงการให้ความรู้สุขภาพจิต
13. บริการให้คำปรึกษาด้านต่างๆ เช่น การรับประทานอาหาร การออกกำลังกาย
14. จัดเวทีเล่าประสบการณ์ และนำไปเขียนเป็นบทความเช่น โรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมา ราชนครินทร์มีกิจกรรมให้ผู้สูงอายุที่เกษียณราชการแล้ว กล่าวถึงความรู้สึกและความประทับใจ รวมทั้งประสบการณ์ในการทำงานในอดีต
15. จัดประกวดกิจกรรมต่างๆระหว่างชมรมผู้สูงอายุ
16. ลักษณะของกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุควรเป็นกิจกรรมที่สามารถนำไปผนวกกับกิจกรรมที่ผู้สูงอายุทำเป็นประจำ การไปทำบุญที่วัด ซึ่งผู้สูงอายุจะรวมกลุ่มกันได้อยู่แล้วเราก็ไปจัดกิจกรรมเลย เช่น ตรวจสุขภาพทั่วไป ประเมินความเครียด ความสุขประเมินภาวะ Dementia
17. จัดกิจกรรมการพบปะผู้สูงอายุโดยใช้วัดเป็นศูนย์รวมที่จะจัดกิจกรรมดูแลสุขภาพจิตผู้สูงอายุ ในเรื่องของความเครียด ความสุข มีผู้นำชุมชนเป็นผู้ประสานงานอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรม



18. จัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ใน 25 อำเภอ เอาผลงานเด่นของอำเภอมานำเสนอ โดยเน้นเรื่องภูมิปัญญาพื้นบ้าน เช่น การนำนวัตกรรมพื้นบ้านมาดูแลการสร้างระบบกล้ามเนื้อ: การออกกำลังกายดึงกะลา, การนวดสมุนไพร, การประคบ ผู้สูงอายุที่อายุมากที่สุด และสุขภาพดีทั้งด้านร่างกาย จิตใจ ความจำเพื่อเป็นต้นแบบในการดูแลตนเอง, กิจกรรมการให้ความรู้โดยแพทย์, กิจกรรมฝึกความจำ: การเล่นเกม
19. กิจกรรมการรวบรวมผลงานเด่นของผู้สูงอายุ เพื่อนำมาเป็นกิจกรรมรองรับในชมรมผู้สูงอายุ เช่น ชมรมดนตรีได้มีการพัฒนาดนตรีพื้นบ้านที่สูญหายไปแล้ว นำกลับมา ขณะเดียวกันชมรมนี้ก็จะเป็นคนไปดูดูแลสุขภาพผู้สูงอายุในชุมชนด้วยซึ่งจะเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่ผู้สูงอายุที่มาร่วมงาน และเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้สูงอายุคนอื่นๆ ว่าถึงเขาจะเกษียณแล้วแต่เขายังมีคุณค่าต่อสังคมอยู่
20. ใช้เทศกาลที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ จัดนิทรรศการเพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญของผู้สูงอายุ จะจัดร่วมกับศูนย์มะเร็ิงโดยจัดรวมวันผู้สูงอายุกับงานวันครอบครัว มีการให้ผู้สูงอายุนำแบบประเมินด้านสุขภาพจิตไปใช้ดูแลตนเองที่บ้านเช่น สถาบันกัลยาณ์ราชนครินทร์ จัดกิจกรรมโดยใช้เทศกาลสงกรานต์ โดยใช้ชื่อโครงการว่า “สงกรานต์สานใจ” หรือโรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมา นครินทร์ จัดกิจกรรมโดยใช้เทศกาลสงกรานต์เป็นสื่อ โดยใช้ชื่อโครงการว่า “กตัญญูรู้คุณค่ามหาสงกรานต์”
21. การเข้าไปร่วมจัดกิจกรรมของหน่วยงานอื่นเป็นเจ้าภาพ เช่น โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 7 ไปร่วมจัดกิจกรรมกับจังหวัดอุบลราชธานีที่ศาลาประชาคม



## ข้อคิด/เทคนิคที่ได้จากการทำงานในพื้นที่

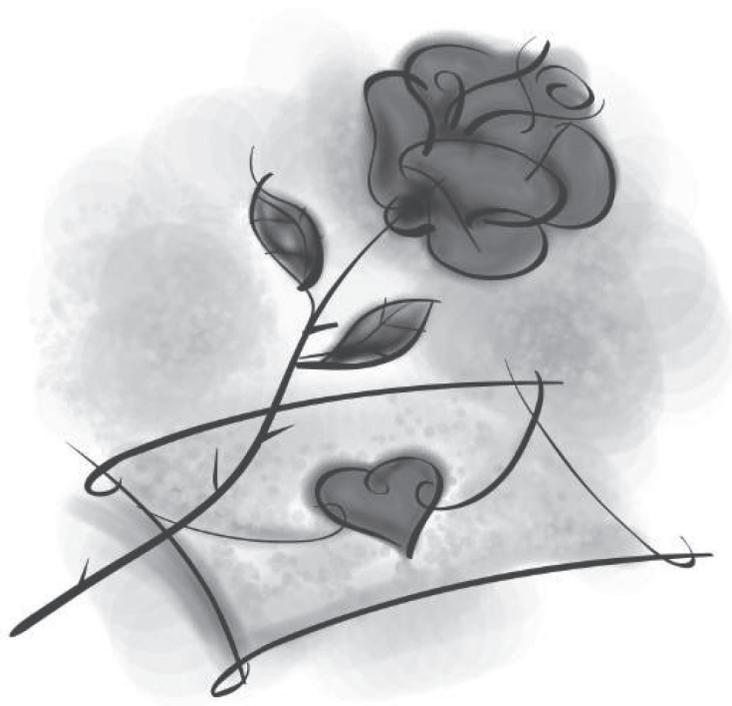
- ❖ การมีส่วนร่วมของชุมชนกับพื้นที่ มีความสำคัญเพราะถ้าชุมชนให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมการทำงานก็จะประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้
- ❖ การสร้างบรรยากาศที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงาน เช่น ทำกิจกรรมก่อนนำเข้าสู่การเรียนรู้ต่างๆ จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมมากขึ้น
- ❖ การได้สำรวจความต้องการของพื้นที่ จะช่วยในการวางแผนงาน การกำหนดวัตถุประสงค์ และกำหนดกิจกรรมต่างๆ ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย จะทำให้สามารถจัดกิจกรรมการรณรงค์ได้ตรงกับสิ่งที่พื้นที่ / กลุ่มเป้าหมายต้องการ ซึ่งจะทำให้พวกเขาให้ความสนใจกับสิ่งที่เราทำมากขึ้น
- ❖ สร้างเครือข่ายใหม่ ๆ เพื่อใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อต่างๆ ของหน่วยงานในสังกัดกรมสุขภาพจิต ซึ่งเป็นการต่อยอดการทำงานออกไปสู่ประชาชนในท้องถิ่น
- ❖ จากประสบการณ์การประสานงานกับพื้นที่ต่างๆ เราต้องรับฟังเหตุผลของพื้นที่ และนำมาปรับในการวางแผนการทำงาน
- ❖ กิจกรรมที่ได้รับความสนใจ ต้องมีความสนุกสนาน ดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย
- ❖ การให้กลุ่มเป้าหมายทำแบบประเมินต้องคำนึงถึงความสามารถของบุคคลด้วย ตัวอย่างเช่น เรื่องของภาษาในการรับรู้ หรือความสามารถในการอ่าน
- ❖ ความร่วมมือร่วมใจและการเสียสละเวลา รวมถึงความตั้งใจและมุ่งมั่นในการทำงานของทีมงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่สนับสนุนให้การทำงานลุล่วงไปด้วยดี
- ❖ การมีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ
- ❖ การยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น
- ❖ การทำงานเป็นทีมต้องมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์เดียวกัน
- ❖ ตระหนักในสำคัญของการสร้างเครือข่าย ซึ่งจะนำไปสู่ความต่อเนื่องในการดำเนินงานสุขภาพจิต





## บทที่ 6

- สื่อที่ใช้ในการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงาน และวัยสูงอายุ
- ประสบการณ์การพัฒนาสื่อเพื่อการรณรงค์



# สื่อที่ใช้ในการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุ

## 1. ช่องทางการรณรงค์เผยแพร่ทาง Air War

(กระบวนการรณรงค์/ถ่ายทอด ในวงกว้างผ่านสื่อมวลชน)

วิทยุชุมชน สื่อโทรทัศน์ เช่น NBT เคเบิลทีวีท้องถิ่น Website Internet ส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์มือถือ

รูปแบบสื่อ	เรื่อง	พัฒนาเอง/ สื่อส่วนกลาง
CD : spot วิทยุและโทรทัศน์	คุณค่าผู้สูงอายุ บทความสั้น เรื่องการออกกำลังกาย โรคมองเสื่อม	<input type="checkbox"/> พัฒนาเอง <input checked="" type="checkbox"/> สื่อส่วนกลาง
ไวนิล ,roll up โปสเตอร์ บอร์ด นิทรรศการ	เรื่อง 5 สุขในผู้สูงอายุ,5 มอบผู้สูงอายุ	<input checked="" type="checkbox"/> พัฒนาเอง <input type="checkbox"/> สื่อส่วนกลาง
บทความ(Paper)	เรื่อง 5 สุขในผู้สูงอายุ, 5 มอบผู้สูงอายุ, ส่งเสริมคุณค่าผู้สูงวัย สุขใจวัยสูงอายุ Spot วิทยุ: มีใครบางคนรอฟังคำนี้อยู่, 5 สุข 5 มอบ	<input checked="" type="checkbox"/> พัฒนาเอง <input type="checkbox"/> สื่อส่วนกลาง
แผ่นพับ	เรื่องความจำในผู้สูงอายุ	<input checked="" type="checkbox"/> พัฒนาเอง <input type="checkbox"/> สื่อส่วนกลาง
ภาพพลิก	กิจกรรมเยี่ยมบ้านผู้สูงอายุ	<input checked="" type="checkbox"/> พัฒนาเอง <input type="checkbox"/> สื่อส่วนกลาง



## 2. ช่องทางการรณรงค์เผยแพร่ทาง Ground War

(กระบวนการรณรงค์/ถ่ายทอดเชิงลึกเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย)

การจัดงานรณรงค์ / อบรม / สัมมนา / มหกรรม / นิทรรศการ  
 ในสถานประกอบการ หน่วยบริการสาธารณสุข พื้นที่สาธารณะ ชุมชน ฯลฯ  
 โดยใช้รูปแบบสื่อเช่น สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ หอกระจายข่าว เสียงตามสาย ฯลฯ

รูปแบบสื่อ	เรื่อง	พัฒนาเอง/ สื่อส่วนกลาง
แผ่นพับ	สุขภาพจิตดีในวัยสูงอายุ	<input type="checkbox"/> พัฒนาเอง <input checked="" type="checkbox"/> สื่อส่วนกลาง
CD : spot วิทยู	คุณค่าผู้สูงอายุ บทความสั้น เรื่องการออกกำลังกาย	<input type="checkbox"/> พัฒนาเอง <input checked="" type="checkbox"/> สื่อส่วนกลาง
คู่มือ	กิจกรรมเยี่ยมบ้านเพื่อส่งเสริมสุขภาพจิตผู้สูงอายุในชุมชน	<input type="checkbox"/> พัฒนาเอง <input checked="" type="checkbox"/> สื่อส่วนกลาง
ไวนิล roll up โปสเตอร์ บอร์ด นิทรรศการ	เรื่อง 5 สุขในผู้สูงอายุ, 5 มอบผู้สูงอายุ ใช้เนื้อหาจากเอกสารคู่มือของกรมสุขภาพจิตมาสรุปย่อ และเพิ่มเติมเนื้อหาจากข้อมูลทาง internet	<input checked="" type="checkbox"/> พัฒนาเอง <input type="checkbox"/> สื่อส่วนกลาง
กระเป๋าผ้าสกรีน	เนื้อหาตามคอนเซ็ป การรณรงค์	<input checked="" type="checkbox"/> พัฒนาเอง <input type="checkbox"/> สื่อส่วนกลาง
คู่มือ	10 วิธีคลายเครียด	<input checked="" type="checkbox"/> พัฒนาเอง <input type="checkbox"/> สื่อส่วนกลาง
การบรรยาย	สุขภาพจิตวัยทำงานในสถานการณวิฤต	<input checked="" type="checkbox"/> พัฒนาเอง <input type="checkbox"/> สื่อส่วนกลาง
การมีส่วนร่วมในการ บรรยายและเข้าเยี่ยม ชมบรรยากาศ	การเชิญสถานประกอบการเข้ามามีส่วนร่วมในการ บรรยายและเข้าเยี่ยมชมบรรยากาศเพื่อสร้างทัศนคติ ใหม่ต่อผู้ป่วยจิตเวชหรือผู้ที่มีปัญหาสุขภาพจิต	<input checked="" type="checkbox"/> พัฒนาเอง <input type="checkbox"/> สื่อส่วนกลาง
หนังสือ ที่คั่นหนังสือ แผ่นพับ	สุขใจในวัยสูงอายุ เรื่องความจำในผู้สูงอายุ	<input checked="" type="checkbox"/> พัฒนาเอง <input type="checkbox"/> สื่อส่วนกลาง
บทความ(Paper)	เรื่อง 5 สุขในผู้สูงอายุ, 5 มอบผู้สูงอายุ, ส่งเสริม คุณค่าผู้สูงวัย สุขใจวัยสูงอายุ Spot วิทยู: มีใครบางคนรอฟังคำนี้อยู่, 5 สุข 5 มอบ	<input checked="" type="checkbox"/> พัฒนาเอง <input type="checkbox"/> สื่อส่วนกลาง
ภาพพลิก	กิจกรรมเยี่ยมบ้านผู้สูงอายุ	<input checked="" type="checkbox"/> พัฒนาเอง <input type="checkbox"/> สื่อส่วนกลาง

# ประสบการณ์การพัฒนาสื่อเพื่อการรณรงค์

## เทคนิคสำคัญในการผลิตสื่อให้สำเร็จอย่างมีคุณภาพ

1. มีการประยุกต์ใช้การรณรงค์ที่หลากหลาย ไม่ยึดติดกับรูปแบบตายตัว เช่น
  - ประชาสัมพันธ์ผ่าน web site ของหน่วยงาน
  - ประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีวิทยุชุมชน
  - ประชาสัมพันธ์ผ่านสมาคมผู้สูงอายุ
  - บริการออกเสียงตามสายภายในหน่วยงานตลอดเดือนรณรงค์
  - จัดบอร์ดนิทรรศการที่ OPD หรือในสถานที่ที่มีความพร้อม ตลอดเดือนรณรงค์
  - ประชาสัมพันธ์ผ่านงานสุขภาพจิตและจิตเวชชุมชนของโรงพยาบาล
  - แผ่นพับสุขภาพจิต
2. สื่อที่เข้าถึงได้ง่ายน่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ในกลุ่มผู้สูงอายุ) เพราะผู้สูงอายุมีข้อจำกัดในการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ แต่สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้สำหรับผู้สูงอายุควรมีตัวอักษรตัวโตๆ
3. ถ้าเป็นไปได้อย่าใส่ภาษาวิชาการและตัวหนังสือภาษาอังกฤษลงในสื่อ
4. ไม่มีประสบการณ์/เทคนิคการผลิตสื่อรูปแบบใหม่ ๆ เช่น spot โทรทัศน์/spot วิทยุ มีน้อยหรือไม่มีเลยเพราะที่ผ่านมาแบบการจัดงานเน้นการบรรยายและให้ความรู้ โดยเฉพาะการทำสื่อ spot วิทยุ เพราะในแต่ละพื้นที่จะมีเครือข่ายวิทยุชุมชนอยู่แล้ว สามารถเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันได้  
**ตัวอย่างการผลิตสื่อ CD Spot วิทยุ เรื่องการส่งเสริมสุขภาพจิตผู้สูงอายุ ของโรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์ ภายใน CD ประกอบด้วย สปอตวิทยุ : คุณค่าของผู้สูงอายุ และ บทความสั้น : อยู่อย่างผู้สูงอายุที่มีความสุข, การออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ โดยจัดทำทั้ง 2 ภาษา คือ ภาษาไทยและภาษายาวี ภาษาไทยใช้ในการรณรงค์ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 12 และในพื้นที่กลุ่มเป้าหมายที่นับถือศาสนาพุทธ ส่วนภาษายาวีใช้ในการรณรงค์ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิต 15 และกับกลุ่มเป้าหมายที่นับถือศาสนาอิสลาม เพราะส่วนมากชาวไทยมุสลิม โดยเฉพาะใน 3 จังหวัดชายแดนใต้จะพูดเฉพาะภาษายาวีในชีวิตประจำวัน จะฟังภาษาไทยไม่รู้เรื่องเลย CD เรื่องการส่งเสริมสุขภาพจิตผู้สูงอายุนี้ จะมอบให้กับเครือข่ายนำไปเผยแพร่ต่อไปยัง อสม. อบต. ชมรมผู้สูงอายุ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้สูงอายุ**
5. เทคนิคการเลือกวิทยากร
  - สอนสนุก พูดคุยเก่ง อธิบายดี จะทำให้สามารถสร้างสัมพันธ์ภาพกับคนชุมชนได้ง่าย
  - เป็นที่รู้จักในวงกว้าง โดยอาจขอความร่วมมือจากบุคลากร อาทิต พยาบาล ในหน่วยงาน เพราะโดยอาชีพจะเป็นที่ยอมรับกับคนในชุมชน
  - การใช้บุคลากรจากภายในองค์กร สามารถช่วยประหยัดประมาณ เนื่องจากเป็นการใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวในการติดต่อสื่อสาร
6. ให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการออกแบบสื่อ



## ขั้นตอนการผลิตสื่อให้สำเร็จอย่างมีคุณภาพ

1. การเลือกประเด็นการณรงค์จากผลการสำรวจ/วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย หรือประชุมคณะทำงานเพื่อลงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดการรณรงค์
  - การสำรวจภาวะสุขภาพจิตผู้สูงอายุ/ความต้องการของผู้สูงอายุ
  - ข้อมูลจากสถิติ / รายงานการเข้ารับบริการต่างๆของแต่ละวัยจากสถาบัน/โรงพยาบาล/ศูนย์สุขภาพจิต
2. การสืบค้นข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการต่างๆ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์
  - การศึกษาข้อมูลลักษณะของสื่อที่เหมาะสมของในแต่ละวัย
  - การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสี รูปเล่ม รูปภาพ ขนาดตัวอักษรที่เหมาะสมกับวัยทำงาน
3. สร้างกรอบแนวคิด โดยบูรณาการความต้องการของพื้นที่ และงานสุขภาพจิตไว้ด้วยกันและร่วมกันออกแบบรูปแบบการรณรงค์

**โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์** มีรูปแบบการจัดกิจกรรมในกลุ่มผู้สูงอายุ โดยการให้ผู้สูงอายุได้มารวมกลุ่มทำกิจกรรมที่เป็นลักษณะของการแสดงที่ให้เกียรติ ให้ความเคารพนับถือถือเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ท่านมีความสุข รวมทั้งให้มีกิจกรรมเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่มีลักษณะผ่อนคลายและได้รับความสนุกสนาน จึงเป็นส่วนเสริมให้ท่านมีสุขภาพกายและใจดีขึ้น

**สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา** แนวคิดการจัดกิจกรรมรณรงค์คือ

- ง่ายและสะดวกต่อทั้งผู้จัดกิจกรรมและผู้เข้าร่วมฯ
  - มีวิทยากร/ผู้สูงวัยต้นแบบที่น่าสนใจในการถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ที่ทรงคุณค่าได้
  - ตอบสนอง/ตรงต่อความต้องการของผู้สูงวัยจริง
  - กิจกรรม ควรมีหลากหลายรูปแบบ รวมทั้งควรส่งเสริมด้านสุขภาพกายด้วย
  - สื่อที่ใช้ในการรณรงค์ต้องสามารถนำไปใช้ได้จริงและเป็นประโยชน์ คุ่มค่ากับการลงทุน และสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ต้องตอบสนองต่อทั้ง Air war และ Ground war
  - สื่อที่ใช้เผยแพร่ทาง Air war : การให้ความรู้ทางสื่อโทรทัศน์ รายการ “Life & News” (TNN News 24)
  - สื่อที่ใช้เผยแพร่ทาง Ground war : หนังสือ “สุขใจในวัยสูงอายุ” การจัดกิจกรรมให้ความรู้ในสถาบันฯ และชุมชนที่มีการประสานและทำงานร่วมกันซึ่งมีทั้งภาครัฐและเอกชน
  - ต้องตอบตัวชี้วัด/ภารกิจที่องค์กรได้รับมอบหมายด้วย
4. การแบ่งหน้าที่การทำงาน โดยทีมสหวิชาชีพ เช่น
    - มอบหมายให้นักวิชาการ/นักจิตวิทยา รวบรวมเนื้อหาข้อมูล
    - การผลิตสื่อ/การออกแบบรูปเล่มมอบหมายให้บุคลากรด้านโสตทัศนศึกษา
  5. ตรวจสอบความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยผู้เชี่ยวชาญ/นักวิชาการ
    - ขอความร่วมมือจากบุคลากรภายในสำนักงาน อาทิ แพทย์ นักจิตวิทยา นักสังคมสงเคราะห์ โดยการทาบถามส่วนตัว หรือติดต่อเป็นทางการ
  6. นำร่างคู่มือเข้าที่ประชุมคณะกรรมการ เพื่อร่วมพิจารณาและแสดงความคิดเห็นร่วมกัน
  7. การนำไปทดลองใช้งานในพื้นที่และประเมินผลในกลุ่มเป้าหมาย เช่นผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกชมรมจิตอาสา

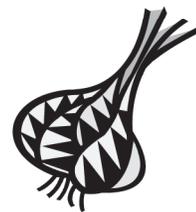
## ตัวอย่างขั้นตอนการผลิตสื่อเพื่อการรณรงค์ให้สำเร็จอย่างมีคุณภาพ

สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา ได้ดำเนินการผลิตสื่อที่ใช้เพื่อการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสุขภาพจิตของประชาชนวัยทำงานและวัยสูงอายุ โดยมีขั้นตอนการผลิตสื่อ ดังนี้

1. **ขั้นวางแผนทางวิชาการ (Planning Stage)** เป็นการวางแผนการในการผลิตสื่อโดยผู้รับผิดชอบด้านเนื้อหาและด้านการผลิตสื่อร่วมประชุมเพื่อกำหนดเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายในการผลิตที่ชัดเจน
2. **กำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Target Group)** คือ กำหนดว่าใครคือกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใช้สื่อประเภทนั้น ๆ เพราะจะต้องพิจารณารูปแบบ หรือ ประเภทของสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและต้องพิจารณาธรรมชาติของผู้ใช้สื่อด้วย
3. **ขั้นดำเนินการ (Development Stage)** โดยนำข้อมูลที่ได้และผ่านการพิจารณาเนื้อหา มาดำเนินการผลิตสื่อตามรูปแบบหรือประเภทของสื่อที่ต้องการ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ก็ดำเนินการส่งให้โรงพิมพ์เพื่อดำเนินการจัดทำ Art Work และจัดส่งให้เจ้าของผลงานตรวจสอบความถูกต้อง เช่น การใช้สี การจัดหน้า การพิสูจน์อักษร การสื่อความหมาย
4. **ขั้นการทดลองใช้ (Try out)** หลังจากดำเนินการปรับแก้สื่อที่นั้นจนเป็นที่พึงพอใจในรูปแบบของสื่อแล้ว จากนั้นต้องนำสื่อที่ผลิตไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อประเมินประสิทธิภาพของสื่อทั้งทางด้านเนื้อหาและด้านการผลิตว่ามีคุณภาพอยู่ในระดับใด ซึ่งผู้ทดลองใช้จะต้องประเมินตามแบบสอบถามเพื่อพัฒนาคุณภาพของสื่อให้ได้ตรงตามเกณฑ์คุณภาพที่ต้องการ
5. **ขั้นนำไปใช้งาน (Implementation)** นำสื่อรูปแบบนั้นๆ ที่ดำเนินการผลิตเสร็จและผ่านการตรวจสอบในคุณภาพทั้งด้านเนื้อหาและด้านการผลิต เพื่อนำไปให้กลุ่มเป้าหมายจริงได้ใช้และประเมินหลังการใช้งานอีกครั้ง

## ตัวอย่างขั้นตอนการผลิตสื่อรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตประชาชนวัยทำงาน

สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา ได้ผลิตสื่อเพื่อใช้สำหรับประชาชนวัยทำงาน ประกอบด้วย สื่อ 3 รูปแบบ ได้แก่ หนังสือ **สุขใจวัยทำงาน** แผ่นป้ายนิทรรศการเคลื่อนที่ (Roll Up) เรื่อง **รู้ทัน รู้แท้ รู้ทาง...สร้างสุข** และที่คั่นหนังสือบรรจุข้อความ 3 รูปแบบ ได้แก่ **เหนื่อยก็พัก หนักก็วาง มองหาโอกาสในวิกฤต** และ **ทุกปัญหา มีทางออก**



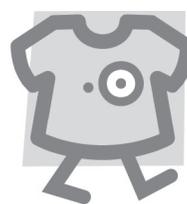
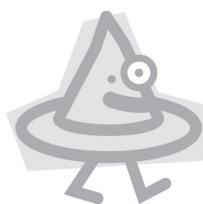
## ตัวอย่างการผลิตที่คั่นหนังสือ

ซึ่งได้ดำเนินการตามขั้นตอนการผลิตสื่อ ดังนี้

1. **ขั้นวางแผนวิชาการ** มีการประชุมเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการผลิตสื่อ โดยคำนึงถึงความสุขของคนวัยทำงาน เนื่องจากขณะดำเนินชีวิตประจำวันและขณะปฏิบัติงานประชาชนวัยทำงานอาจต้องเผชิญกับคน งาน และสิ่งกระตุ้นเร้าที่คาดเดาไม่ได้ ซึ่งส่งผลต่อความคิดและอารมณ์ในทางที่ไม่ส่งเสริมสุขภาพจิต การมีมุมมองแง่คิดที่ดี จะช่วยส่งเสริมสุขภาพจิต เป็นกำลังใจ ช่วยปรับเปลี่ยนความคิดรวมถึงอารมณ์ที่หวนไหวแกว่งไกวหรือเสียสมดุลย์จากสิ่งกระทบทั้งจากภายในและภายนอกให้กลับคืนสู่ความสงบและมั่นคงขึ้น เป็นแนวทางส่งเสริมประชาชนวัยทำงานให้รู้วิธีบำบัดทุกข์บำรุงสุขและเรียนรู้ที่จะพึ่งพิงและช่วยเหลือตนเอง ทั้งเป็นการส่งเสริมและป้องกันปัญหาสุขภาพจิตในเบื้องต้น
2. **กำหนดกลุ่มเป้าหมาย(Traget Group)** ธรรมชาติของผู้ใช้สื่อ “ที่คั่นหนังสือ” ได้แก่ ประชาชนวัยทำงานซึ่งประกอบอาชีพในสำนักงาน หรือประชาชนที่มีความรู้อ่านออกเขียนได้ หรือเป็นกลุ่มประชาชนที่อ่านหนังสือเป็นงานอดิเรก
3. **ขั้นดำเนินการ (Development Stage)** การทำที่คั่นหนังสือมี 2 ประการที่ต้องพิจารณา คือ การกำหนดถ้อยคำและงานศิลป์ ประการแรก ต้องเลือกเฟ้นถ้อยคำที่กระชับ ดึงดูดใจ เรียกขวัญ สร้างกำลังใจ โน้มน้าวคนที่กำลังเผชิญปัญหาหรือวิกฤตให้ปรับเปลี่ยนแง่คิดมุมมองให้กว้างขึ้น หรือไปมองอีกด้านที่เสริมสร้างสุขภาพจิตที่ดี

ในโอกาสครบรอบ 100 ปีสุขภาพจิตไทย เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2552 สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา ได้จัดงาน “มหัศจรรย์วันคิดบวก” มีประชาชนกว่าพันคนเข้าร่วมงาน ชุมหนึ่งชื่อ “แฮปปี้แพลนด์แดนคิดบวก” ได้จัดบอร์ดนิทรรศการ “หนึ่งถ้อย...ร้อยกำลังใจ” เชิญชวนประชาชนและบุคลากรให้ร่วมคิดร่วมเขียนข้อความที่สร้างขวัญและกำลังใจแก่ตนเองและผู้คนในยามเผชิญความทุกข์หรือวิกฤตในชีวิต จึงเลือกและโหวตคะแนนได้ 3 ข้อความ ได้แก่ “เหนื่อยก็พัก หนักก็วาง” “มองหาโอกาสในวิกฤต” และ “ทุกปัญหามีทางออก ไม่ใช่ทุกทางออกมีปัญหา”

ประการที่สอง คือ การจัดรูปแบบงานศิลป์ เริ่มต้นจากการนำข้อมูลที่ผ่านการพิจารณาเนื้อหา มาดำเนินการผลิตที่คั่นหนังสือ กำหนดรูปแบบให้โรงพิมพ์ดำเนินการจัดทำ Art Work และจัดส่งผลงานให้ตรวจสอบความถูกต้องเรื่องการใช้สี การวางตำแหน่งข้อความและภาพ การพิสูจน์อักษร การสื่อความหมายทั้งข้อความและภาพซึ่งต้องสอดคล้องกัน



ตัวอย่างกรณีสื่อความหมาย เช่น มองหาโอกาสในวิกฤต โรงพิมพ์เน้นข้อความ “ในวิกฤต” ใหญ่กว่าข้อความ “มองหาโอกาส” ให้เพิ่มขนาดข้อความ “มองหาโอกาส” และลดข้อความ “ในวิกฤต” ให้เล็กลง ข้อความ “เหนื่อยก็พัก นกก็วาง” โรงพิมพ์เน้นพิมพ์สีเข้มที่คำว่า “เหนื่อย” และ “นก” ให้ปรับแก้โดยเน้นที่คำว่า “พัก” และ “วาง” สำหรับข้อความ “ทุกปัญหา มีทางออก ไม่ใช่ทุกทางออก มีปัญหา” ปรับให้สั้น กระชับ โดยตัดข้อความที่ไม่ใช่และไม่ต้องการสื่อความออก เหลือเฉพาะข้อความ “ทุกปัญหา มีทางออก” ซึ่งได้บรรจุในที่คั่นหนังสือ

การจัดทำสื่อ ที่คั่นหนังสือ ใช้วิธีประสานกับโรงพิมพ์และผู้ผลิตของสถาบันฯ ได้แก่ นักจิตวิทยาคลินิกและนักวิชาการโสตทัศนศึกษา โดยปรับแก้ไขงานผ่านทาง e-mail ส่งไปส่งกลับ จนได้สื่อที่คั่นหนังสือตามรูปแบบตามที่กำหนด

4. **ขั้นการทดลองใช้ (Try out)** จากนั้นต้องนำสื่อที่ผลิตไปทดลองใช้เพื่อประเมินประสิทธิภาพของสื่อ ทั้งทางด้านเนื้อหาและด้านการผลิตว่ามีคุณภาพอยู่ในระดับใด ปรากฏว่าได้รับการตอบรับดีจากผู้ทดลองใช้สื่อ ร้อยละ 100 ของผู้ประเมินพึงพอใจสื่อ ให้ข้อมูลว่าที่น่าสนใจ สวยงาม เนื้อหาเข้าใจง่าย กระชับ ช่วยสร้างขวัญกำลังใจ ช่วยให้ผู้อ่านฉุกคิดและเปิดมุมมองให้กว้างขึ้น ภาพประกอบและเนื้อหาสอดคล้องกลมกลืนและสื่อความหมายได้ดี ส่วนผู้ทดลองใช้ที่เป็นบุคลากรกรมสุขภาพจิตให้ข้อมูลว่าเหมาะสมกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
๕. **ขั้นนำไปใช้งาน (Implementation)** กำหนดนำสื่อที่ดำเนินการผลิตเสร็จและผ่านการตรวจสอบในคุณภาพทั้งด้านเนื้อหาและด้านการผลิตไปใช้กับประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมสุขใจวัยทำงาน ซึ่งดำเนินการในวันที่ 8 กรกฎาคม 2553 และวางแผนการประเมินหลังใช้งานอีกครั้ง



## บทที่ 7

### สรุปบทเรียนการนำ แนวทางการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิต วัยทำงานและวัยสูงอายุในพื้นที่ ไปใช้

- เป้าหมายการนำ แนวทางการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุในพื้นที่” ไปใช้
- การนำกิจกรรมรณรงค์ในทั้ง 2 ประเด็น (วัยทำงานและวัยสูงอายุ) ไปใช้ (ทำอะไร/ทำที่ไหน/อย่างไร)
- ข้อคิด / บทเรียน ที่ได้จากการนำแนวทางการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุในพื้นที่ไปใช้
- เนื้อหาที่ควรเพิ่มเติมในแนวทางการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุในพื้นที่ ให้สมบูรณ์ จากประสบการณ์การรณรงค์ในทั้ง 2 ประเด็น (วัยทำงานและวัยสูงอายุ) เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์เพิ่มขึ้น
- ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุ ในปีงบประมาณ 2554
- ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมอื่นๆ



■ เป้าหมายการนำ แนวทางการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุในพื้นที่ ไปใช้

1. ใช้เป็นแนวทางการทำงานว่าจะเริ่มต้นจากอะไร มีรายละเอียดขั้นตอนการทำงานอย่างไรบ้าง
2. เผยแพร่ให้กับเครือข่าย อสม. เพื่อนำไปเผยแพร่ด้วยกระบวนการของ อสม.
3. เป็นคู่มือสำหรับคนที่ปฏิบัติงาน ซึ่งจะได้แนวทางใหม่ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ๆ การส่งข้อความผ่านมือถือ/face book
4. ใช้เป็นองค์ความรู้ในเรื่องของการประชาสัมพันธ์เพื่อให้งานในพื้นที่เกิดผลลัพธ์ที่ดีมากยิ่งขึ้น

■ การนำกิจกรรมรณรงค์ในทั้ง 2 ประเด็น (วัยทำงานและวัยสูงอายุ) ไปใช้ (ทำอะไร/ทำที่ไหน/อย่างไร)

1. ใช้หัวข้อความรู้ด้านสุขภาพจิตของวัยทำงานและวัยสูงอายุ
2. ใช้หัวข้อความรู้เรื่องซึมเศร้า โดยศูนย์สุขภาพจิตที่ 10 ร่วมกับเครือข่ายสุขภาพของหน่วยงานอื่น นำมาผลิตละครขอเป็นละครพื้นเมืองเกี่ยวกับซึมเศร้าของผู้สูงอายุ
3. ใช้รณรงค์เรื่องความเครียดของหญิงวัยทำงาน ซึ่งมีการทำสื่อเป็นละครสั้น 5 ตอน ตอนละ 1 นาที

■ ข้อคิด / บทเรียน ที่ได้จากการนำแนวทางการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุในพื้นที่ไปใช้

1. บทความที่จะเผยแพร่ทางวิทยุชุมชนควรระมัดระวัง เพราะบางครั้งอาจสื่อความหมายผิดๆ เช่น เรื่องโรคซึมเศร้า ถ้ามีการแปลความหมายผิดหลักอาจทำให้ข้อมูลที่สื่อออกไปผิด แต่ถ้าแปลงจากบทความเป็น **บทความที่อัดเสียงแล้ว** ก็จะไม่เกิดปัญหานี้
2. โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ ขอความร่วมมือไปยังบริษัทแกรมมี่ในการผลิต spot โดยเขียนข้อความที่ต้องการประมาณ 5-6 บรรทัด แล้วทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ส่งให้บริษัทแกรมมี่ ซึ่งเคยทำงานร่วมกันและเคยเชิญกร้องในค่ายบริษัทแกรมมี่มารณรงค์ให้แล้วให้โล่รางวัลเพื่อแสดงความขอบคุณและแสดงน้ำใจกับหน่วยงานที่สนับสนุน เพื่อความสัมพันธ์ที่ดีในการร่วมงานกันในอนาคต
3. การจัดกิจกรรมรณรงค์ของโรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ จะดึงเอาจุดเด่นของบุคลากรมาร่วมงาน เช่น คุณเข็มพร ทองผาย เป็นมือหนึ่งด้านการออกแบบโปสเตอร์ คุณณัฐธินิสา สุขภาพ เก่งในเรื่องการประชาสัมพันธ์ มาคิดร่วมกันทั้งนักวิชาการและคนทำสื่อ
4. การเอาศิลปินวัฒนธรรมพื้นบ้านมาผนวกเข้ากับความรู้จะทำให้เข้าถึงประชาชนได้ดีกว่า และเข้าใจได้ง่ายขึ้น



5. การจัดกิจกรรมรณรงค์ในขนาดควรทำให้เป็นลักษณะของที่จริงจัง ทั้งศูนย์สุขภาพจิตเขต และโรงพยาบาลจิตเวชทำงานร่วมกัน
6. ในด้านการจัดการรณรงค์ ควรมองก่อนว่าเราต้องการแค่จัดกิจกรรมหรือสร้างกระแส ถ้าจัดกิจกรรมก็แค่จัดตามที่ได้รับมอบหมายวันเดียวเสร็จ แต่ถ้าเราบอกว่าเรากำลังสร้างกระแสการดูแลสุขภาพจิตวัยสูงอายุและวัยทำงาน เราต้องมีวิธีการที่ทำให้ภาคส่วน ตระหนักเห็นความสำคัญ
7. เรื่องการผลิตสื่อ บางครั้งไม่จำเป็นต้องเป็นสื่อที่หน่วยงานเจ้าภาพจัดทำ แต่ทุกหน่วยงาน สามารถมีความคิดสร้างสรรค์ของตัวเอง เพียงเราชัดเจนใน concept อะไรเน้นตรงจุดไหน
8. ในกลุ่มผู้สูงอายุเองจะไม่ใช้คำว่า สูงอายุ/สูงวัย เพราะทำให้รู้สึกท้อใจห่อเหี่ยว แต่จะใช้ ชื่อชมรมหรือหมู่บ้านต่อท้ายกิจกรรมแทน
9. ตัวสารหรือรูปแบบกิจกรรมที่จะจัด ต้องค้นหาจากกลุ่มเป้าหมายแล้วผสมผสานกับสิ่งที่เรา คิดว่าสำคัญและเขาน่าจะต้องรู้เข้าไป
10. การเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องอายุมาร่วมงาน เช่น มาวางพวงมาลัยท่านหลวงวิเชียร งานรดน้ำผู้ใหญ่ หรือให้แสดงความสามารถในการเขียนบทความ หรือการให้สัมภาษณ์ออกสื่อทีวี จะช่วย สร้างความภาคภูมิใจให้กลุ่มผู้สูงอายุอย่างมาก

■ **เนื้อหาที่ควรเพิ่มเติมในแนวทางการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและ วัยสูงอายุในพื้นที่ ให้สมบูรณ์ จากประสบการณ์การรณรงค์ในทั้งวัยทำงานและวัย สูงอายุ**

1. การจัดทำ spot วิทยู จากประสบการณ์การผ่านการอบรมการจัดทำสื่อ ของคุณอภิญา ปัญญาพร พยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลจิตเวชนครสวรรค์ราชนครินทร์ กล่าวว่าเราต้องดู ว่าเรามีกลุ่มเป้าหมายคือใคร มีวัตถุประสงค์อะไร แล้วมาดัดแปลงเขียน โดยอาจหาตัวอย่าง มาดูว่าที่อื่นเขาทำอย่างไร ซึ่งบางครั้งอาจยังไม่โดนใจ เราต้องพยายามตามกระแสที่กำลัง นิยมเช่น ละครที่กำลังเป็นที่นิยม หรือประเด็นที่คนนิยม ติดตามสถานการณ์แล้วดึงเอา ประเด็นตรงนั้นมาเขียนให้เข้ากับเรื่องสุขภาพจิต จากนั้นใช้โปรแกรมเลือกที่ใช้เสียงดนตรี แบบไหนจึงจะน่าสนใจ spot ที่น่าสนใจต้องไม่ยาวเกิน 1 นาที เรื่องเสียงสอดแทรกต้อง ระวัง ถ้าเป็นเสียงร้องในระหว่างที่เราพูดจะดึงความสนใจไปจากสิ่งที่เราพูด
2. ในกลุ่มผู้ใช้แรงงาน จะมีโปรแกรมการจัดกิจกรรมกับแรงงานในต่างประเทศ โดย กำหนดให้กลุ่มผู้ใช้แรงงานตั้งเป้าว่ามาทำอะไร มีเป้าหมายอะไร และต้องการอะไร แล้วให้ ดูว่ารายได้ทุกวันนี้ใช้ไปในเรื่องไหน แล้วเป้าหมายที่คาดหวังไว้จะเป็นจริงหรือไม่ ถ้ามี รายได้เหลือเก็บอย่างไรในปัจจุบัน โดยเราสามารถเพิ่มเติมเนื้อหาด้วนวิธีการจัดการปัญหา ทางสุขภาพจิตเข้าไปได้



3. **สื่อที่มีความสำคัญคือ สื่อบุคคล** แบ่งได้ 2 กลุ่ม **กลุ่มแรก**เป็นบุคคลที่ดึงดูดความสนใจได้ในเรื่องการทำ spot ถ้า spot ตัวที่ทำเป็นใครก็ไม่รู้มาอัดเสียงก็จะไม่น่าสนใจ แต่เมื่อเป็นบุคคลที่เป็นที่รู้จัก เช่น นักร้อง คนก็จะสนใจเพราะเป็นบุคคลที่คนทั่วไปสนใจอยู่แล้ว ตัวอย่างเช่น เขตตรวจราชการที่ 13 ครงศ์เรื่อง 50. ในกลุ่มของเจ้าหน้าที่สาธารณสุข อสม.และประชาชนทั่วไป โดยจะนำองค์ความรู้ไปทำเป็นเพลง 1-2 เพลงโดยใช้บุคคลในองค์กรที่มีความสามารถในการแต่งเพลงเป็นคนแต่งเพลง จากนั้นอัดเสียงแล้วให้คุณวิทยุมุ่งหมาย เป็นผู้ร้องเพลงในวันเปิดตัวการรณรงค์ กลุ่มประชาชนจะจำเพลงได้
- กลุ่มที่สอง** เป็นสื่อบุคคลใกล้ชิด คือ ผู้อำนวยการศูนย์สุขภาพจิตที่ 7 เป็นสื่อบุคคลที่ดี เพราะมีหน้าที่การงานน่าเชื่อถือ บุคลิกภาพดี เป็นภาพลักษณ์ของศูนย์ และกรมได้ ซึ่งผู้อำนวยการ จะมีพรสวรรค์ในการถ่ายทอดได้ดี เวลาพูดหรือชี้แจงประชาสัมพันธ์มีลักษณะที่ชัดเจนเข้าถึงประชาชน สื่อบุคคลจึงเป็นสิ่งดึงดูดและทำให้เกิดภาพลักษณ์ของงาน

■ **ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุ ในปีงบประมาณ 2554**

**วัยสูงอายุ** ผู้สูงอายุมี 3 กลุ่มคือ **กลุ่มแรก** เป็นผู้สูงอายุที่มีศักยภาพ ยังเป็นคลังสมองให้กับสังคม ชุมชนหรือองค์กรได้ **กลุ่มที่สอง** เป็นผู้สูงอายุที่ต้องได้รับการช่วยเหลือ ดูแลตนเองไม่ได้ ความสามารถในการพึ่งพาตนเองต่ำ แต่ขณะเดียวกันศักยภาพทางจิตใจยังมีอยู่ ยังมีความคิดตบประสบการณ์ที่ยังบอกเล่าได้ **กลุ่มสุดท้าย** เป็นกลุ่มที่ไม่ได้เป็นคลังสมอง แต่สามารถดูแลตนเองได้ โดยข้อเสนอสำหรับการรณรงค์ในกลุ่มผู้สูงอายุในปีถัดไป ควรมุ่งเน้นการเห็นคุณค่าพลังที่มีอยู่ในตัวผู้สูงวัยถึงแม้จะเป็นกลุ่มที่พึ่งพาตนเองไม่ได้ แต่ยังมีพลังทางความคิด และทางสติปัญญา

- พลังผู้สูงวัยสร้างครอบครัวไทยให้เข้มแข็ง
- พลังผู้สูงวัยสร้างความสุขใจให้ครอบครัว
- ประเด็นเชิง positive จะมีพลังมากกว่า เช่น “พลังผู้สูงวัยสร้างสรรค์สังคมไทยให้เข้มแข็ง”
- พลังผู้สูงวัย สร้างความสุขในสังคมไทย
- เรื่องพลังผู้สูงวัยที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ต้องให้ความรู้ว่าจะต้องทำอะไรเมื่อเป็นผู้สูงวัยแล้วยังมีพลังอยู่ โดยจะต้องมีการเตรียมพร้อมด้านร่างกาย จิตใจและสมองอย่างไร
- ควรมีตัวอย่างผู้สูงวัยที่มีสมรรถนะที่ดี ว่ามีการเตรียมตัวอย่างไรให้มีสมรรถนะที่ดี มีการดูแลตัวเองอย่างไร
- ผู้สูงอายุควรรู้คุณค่าของตนเอง ดังนั้นในกิจกรรมที่จะรณรงค์จะทำอย่างไรให้คนที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุเห็นคุณค่า เพราะความสำคัญของผู้สูงอายุไม่สามารถกำหนดได้ด้วยตนเองโดยกำหนดทิศทางที่ชัดเจนว่าคุณค่าในด้านไหน ให้เป็นรูปธรรมและเห็นได้ชัดเจนมากขึ้น
- ต้องส่งเสริมให้ผู้สูงอายุกู้ตัวเองว่าจริง ๆ แล้วเขายังมีคุณค่า ยังแสดงออกได้มากกว่าสิ่งที่เขารู้ และให้เขาได้รู้ว่าเขายังมีบทบาททางสังคมอยู่



## วัยทำงาน

- คุณภาพชีวิตของคนทำงาน
- สมดุลชีวิต กับเรื่องของ work place
- กายใจ สัมคม สิ่งแวดล้อม
- คำว่า **สมดุลชีวิต** เหมาะกับวัยทำงานมาก โดยอาจขยายความให้เค้าเข้าใจว่าคุณจะใช้ชีวิตการทำงานอย่างไรให้สมดุล ทั้งการงาน ครอบครัว และรายได้ ชีวิตคุณก็จะมีความสุข โดยอาจใช้คำพูดที่ฟังง่ายกว่านี้
- สร้างสุขในที่ทำงาน (Joy at work) โดยความสุขจากการทำงานแบ่งเป็น 4 องค์ประกอบคือ การติดต่อสื่อสาร, ความรักในงาน, ความสำเร็จในงาน และการเป็นที่ยอมรับ
- การทำงานอาจทำให้คนมีความเครียดเพิ่มขึ้น ดังนั้นการใช้ชีวิต เช่น การใช้ชีวิตวิถีไทยทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น หรือการใช้ชีวิตให้ช้าลง ใช้การสังเกตให้มากขึ้น ใช้เวลาในการทำกิจกรรมบางอย่างให้มากขึ้น
- การใช้ชีวิตให้ช้าลง โดยใช้หลัก 3 no คือ no hurry อย่าเร่งรีบมาก, no worry ต้องวางใจหลัง และ no hurry คืออย่าไปเสาะแสวงหาของกินอะไรมากนัก ให้กินอะไรอย่างพอประมาณ
- การสร้างความสัมพันธ์ในองค์กรทุกระดับ ตั้งแต่ระดับผู้บริหารภายในองค์กร คือทุกคนต้องสามารถเชื่อมโยงกันได้ ซึ่งจะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น
- ในประเด็นสมดุลชีวิต เราจะทำอย่างไรให้รู้จักใช้ชีวิตให้สมดุลในด้านการงานและการใช้ชีวิตส่วนตัว เพราะบางครั้งถ้าเราทำงานหนักไป ก็จะส่งผลต่อชีวิตส่วนตัวซึ่งถ้าชีวิตส่วนตัวมีปัญหา ก็จะส่งผลต่อหน้าที่การงานด้วย ถ้าเรารู้จักทำให้สมดุลกันเราก็จะมีความสุขมากขึ้น
- กลุ่มเป้าหมายของหลักการณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงาน ในปีถัดๆไป อาจเน้นมาที่บุคลากรในกรมสุขภาพจิตก่อน หรือถ้าจะให้กว้างก็คือบุคลากรสาธารณสุขทั้งหมด เราเสริมพลังให้ตัวเองก่อนแล้วค่อยไปที่ประชาชน



## ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมอื่น ๆ

1. เนื้อหาเล่มแนวทางการรณรงค์ฯ ที่ใช้กระบวนการ KM จัดทำฉบับนี้มีข้อมูลอยู่ 3 ส่วนคือ
  - เนื้อหาตามหลักวิชาตามตำราแนวคิดทฤษฎี มี 2 ส่วนคือ หลักวิชาเรื่องสุขภาพจิตวัยทำงาน และวัยสูงอายุ กับหลักวิชาเรื่องกระบวนการจัดทำสื่อสาธารณะ หรือหลักวิชาเรื่องการทำกรรณรงค์ การจัดทำสื่อเพื่อการรณรงค์
  - เกร็ดความรู้ที่เกิดจากการปฏิบัติงาน จากผู้ที่อยู่หน้างานมาแลกเปลี่ยนประสบการณ์เราจะได้อข้อมูล/วิธีการทำงานอาจมาจากเรื่องเล่า หรือจากประเด็นที่เราตั้งขึ้นเพื่อการแลกเปลี่ยน
  - เป็นการนำเกร็ดความรู้จากข้อ 2 มาประมวลเพื่อให้ได้หลักปฏิบัติ

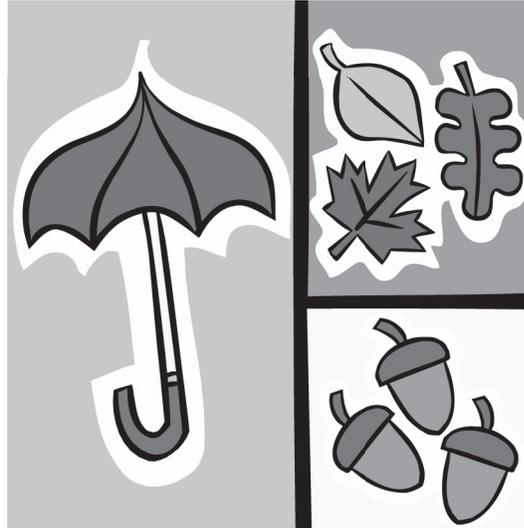
2. ในการให้ความรู้แก่บุคลากร Mental Health Media Team ควรเพิ่มเติมเนื้อหาเรื่องการผลิต spot ให้โดนใจมีขั้นตอนอย่างไร หรือถ้าเราจะผลิตรายการ/คลิป VDO สักเรื่องต้องทำอย่างไร
3. เพิ่มเติมบทความสั้นๆ เพื่อออกอากาศทางสื่อชุมชน โดยใช้เวลาประมาณ 3-4 นาที
4. เพิ่มเติมเนื้อหารายละเอียดทางวิชาการในเรื่องซึมเศร้า ฆ่าตัวตาย เพื่อให้มีความน่าสนใจทางวิชาการ เช่น สถิติในรายภาคเป็นอย่างไร สถานการณ์ปัจจุบันเป็นอย่างไร เน้นที่วัยทำงานเพราะทางภาคเหนือวัยทำงานจะมีปัญหาเรื่องนี้มาก ทำอย่างไรให้วัยทำงานเข้าใจ 2 ประเด็น
5. เพิ่มเติมเนื้อหาเรื่องสาเหตุที่คนวัยทำงานเกิดความเครียดจะมีประเด็นเศรษฐกิจ คือการบริหารจัดการรายได้ และข้อมูลความรู้เกี่ยวกับแรงงานต่างด้าว
6. ปีถัดๆไป ควรมีการแยกแนวทางการรณรงค์ฉบับนี้ออกเป็น 2 เล่ม คือแนวทางการรณรงค์วัยสูงอายุ เล่มหนึ่ง วัยทำงานอีกเล่มหนึ่ง
7. ควรจะนำ CD ที่มีอยู่ที่ใช้ในการรณรงค์แนบไปกับตัวเล่มด้วย เพื่อเป็นสื่อต้นแบบ
8. ให้สำนักสุขภาพจิตสังคมเป็นคนกลางในการเผยแพร่สื่อผ่านหน้า web โดยให้หน่วยที่รับผิดชอบผลิตสื่อส่งให้กับทางสำนักฯ แล้วนำขึ้น website
9. ประเด็นการรณรงค์ควรทันสถานการณ์หรือเหตุการณ์ปัจจุบัน เช่น ปีนี้มีบอลโลก แต่เราไม่ได้จับประเด็นนี้เลย ปีหน้าจึงควรหารูปแบบการทำงานใหม่ในเรื่องของการรณรงค์
10. การส่งสื่อถึงมือสื่อท้องถิ่นโดยตรงจากเดิมที่เราส่งในเครือข่ายของเราเอง ปีหน้าเราอาจลงสื่อเป็น local air war มากขึ้น ในวิทยุชุมชน เคเบิลทีวีหรือในคนจัดรายการ รวมถึงสื่อบุคคลคือ อสม. ที่สามารถลงไปถึงภาคประชาชน
11. ชิ้นงานหนึ่งที่ทางโรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์คิดไว้ เป็นประเด็นสร้างสุขในการทำงาน โดยศึกษาพฤติกรรมของแมว แล้วตั้งชื่อว่า **ความสุขแบบแมวๆ** มีอยู่ 12 ข้อ เช่น ยืดเหยียดกายา ซึ่งน่าจะมีการนำมาปรับใช้ในการรณรงค์ในปีถัดๆ ไปได้
12. คุณจุฑามาศ วรรณศิลป์ นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ ศูนย์สุขภาพจิตที่ 7 กล่าวถึงสื่อบุคคลที่สามารถใช้เพื่อการรณรงค์เผยแพร่ความรู้สุขภาพจิตไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

สื่อบุคคล (personal media) เพื่อการประชาสัมพันธ์งานสุขภาพจิต คือ ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพจิต สื่อบุคคลมีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์งานสุขภาพจิต เนื่องจาก คนส่วนใหญ่จะรู้สึกเชื่อใจและไว้วางใจบุคคลที่เขารู้จักและศรัทธา จึงทำให้บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของหน่วยงานในสังกัดกรมสุขภาพจิต มีอิทธิพลต่อความคิดและความรู้สึกของเครือข่ายสุขภาพจิต เช่น บุคลากรสาธารณสุข องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อาสาสมัครสาธารณสุข รวมถึงประชาชนทั่วไป ซึ่งคุณลักษณะของสื่อบุคคลที่ดี ประกอบด้วย

- มีความน่าเชื่อถือ (credibility)
- มีบุคลิกภาพดี ชวนมอง (attractively)
- เป็นบุคคลที่เป็นที่ชื่นชอบ (likeability)
- เป็นบุคคลที่น่าไว้วางใจ (trustworthy)
- เป็นบุคคลที่มีความเที่ยงธรรมและเป็นกลาง (objectivity)
- เป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ (expertise)



สื่อบุคคลในหน่วยงานสังกัดกรมสุขภาพจิตอาจจะเป็น ผู้บริหารหน่วยงาน เช่น ผู้อำนวยการศูนย์สุขภาพจิต ผู้อำนวยการโรงพยาบาล หรือ บุคลากรในหน่วยงานนั้นเองการพัฒนาตนเองให้เป็นสื่อบุคคลที่ดีควรเริ่มต้นจากการมีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง งานที่รับผิดชอบและหน่วยงาน หลังจากนั้นควรมีการพัฒนาบุคลิกภาพ ทักษะการสื่อสาร และองค์ความรู้ในด้านสุขภาพจิต ตลอดจนศึกษาข่าวสารรอบตัวให้เป็นผู้ที่ทันเหตุการณ์ และทันสมัยอยู่ตลอดเวลา





## **ภาคผนวก**

**ภาคผนวก 1 ตัวอย่างการผลิตสื่อที่น่าสนใจของหน่วยงานสังกัดกรมสุขภาพจิต**

**ภาคผนวก 2 รูปแบบการรณรงค์ที่น่าสนใจของหน่วยงานสังกัดกรมสุขภาพจิต**

**ภาคผนวก 3 รายนามคณะผู้จัดทำ และเครือข่าย Mental Health Media Team**



## ภาคผนวก 1

ตัวอย่างการผลิตสื่อที่น่าสนใจของหน่วยงานสังกัดกรมสุขภาพจิต

## เล่าเรื่อง การผลิตสปีดวิทยุกระจายเสียง

อภิญา ปัญญาพร

รพ.จิตเวชนครสวรรค์ราชชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต

วันนี้มาเล่าเรื่อง “การผลิตสปีดวิทยุกระจายเสียง” มีหลายคนที่อยู่ในแวดวงของการผลิตสปีด บอกว่าการผลิตสปีด เป็นเรื่องง่าย ๆ แต่จะทำอย่างไรให้ดี เร้าใจ เชิญชวน ให้ความรู้ ฯลฯ เป็นเรื่องที่ยาก...ยิ่งกว่า

**การทำสปีดที่ดี : สปีดวิทยุที่ดีใช้เวลาในการนำเสนอสั้นกระทัดรัด 30 – 60 วินาที โดยเน้นความเร้าใจ และการตอกย้ำสารที่จะสื่อออกไปให้มีความน่าสนใจ**

### องค์ประกอบของสปีดวิทยุกระจายเสียง

1. เสียงคนอ่านสปีด (Voice) ไม่ต้องอธิบาย... จะเป็นผู้ชาย ผู้หญิง เด็ก คนแก่ ก็ว่าไป
2. เสียงประกอบ (Sound Effect) เช่นเสียงตอกตะปู้ เด็กเล่นสนุกสนาน ฟังร้องฟ้าไม่ร้อง เมียน้อย ตบเมียน้อย 3 ฉาด อะไรแบบนี้
3. เสียงดนตรี จะแบ่งออกเป็น 2 อย่างคือ ดนตรีมีเนื้อร้อง (Jingle) เช่น “ฉันตั้งความหวังของคนทั้งโลก...” และ ดนตรีแบบไม่มีเนื้อร้อง ซึ่งส่วนมากใช้เป็นแบ็คกราวนด์ หรือเป็นเสียงประกอบ เพื่อให้สปีดสมบูรณ์ หรือได้บรรยากาศที่ โอ... น่าฟังมากขึ้น

### วัตถุประสงค์ของสปีดวิทยุ

- เพื่อการโฆษณาสินค้าและบริการ
- เพื่อการประชาสัมพันธ์ ของเราชาวกรมสุขภาพจิตภาครัฐส่วนใหญ่จะอยู่ในข้อนี้ จึงเล่าขยายความ ดังนี้

### สปีดเพื่อการประชาสัมพันธ์

#### 1. สปีดเพื่อส่งเสริมงานพัฒนา

- กระตุ้นเร้าให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาตามนโยบายของรัฐในด้านต่างๆ

#### ตัวอย่าง.....สปีด สภาที่ปรึกษา

ดนตรี	.....
ชาย	การขับเคลื่อนพลังแห่งแผ่นดิน โดย นาวาภาคประชาชน นามว่า “สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ” เดินหน้าสู่เป้าหมายและเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ เพื่อสะท้อนปัญหาจากทุกภาคส่วนของสังคมสู่ภาครัฐบาล
หญิง	มาร่วมเป็นพลังสำคัญในการแก้ปัญหา สู่ทิศทางที่มั่นคงและสร้างสรรค์ ที่ 0-2612-9222 และ <a href="http://www.nesac.or.th">www.nesac.or.th</a>
ชาย	สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ “อิสระ เปิดเผย โปร่งใส คือ หัวใจการทำงาน”

### ตัวอย่าง ...สปอต อนาคต

ดนตรี .....  
คุณย่า 70 สมัยรุ่นย่า พ่อแม่เคยออกอีแป้นแตกกับการนุ่งประโปรงเปิดสะกาดเปิดหัวเข่าของพวกเรา  
คุณป้าวัย 50 รุ่นป้านะอะ... ใครพูดไทยคำฝรั่งคำ เป็นโตนค่อนข้างดัดจริต  
คุณพี่วัย 30 ตอนปี 3 ถ้าใครไม่มีกระเป๋าลูยส์ เพื่อนเลิกคบ  
คุณน้องวัย 16 ทำไมแม่ต้องตกใจด้วยอะ แค่ขอค้างบ้านแฟนเอง  
ดนตรี .....  
ชาย ลองคิดดูซิว่า อะไรจะเป็นเรื่องธรรมดาๆ ในวันข้างหน้า ถ้าวันนี้เราไม่ปลูกฝังให้เยาวชนไทยเห็นคุณค่าความเป็นไทย “ สำนักงานเสริมสร้างเอกลักษณ์ของชาติ”

### ตัวอย่าง....สปอต ผู้สูงอายุ

SFX เสียงเด็กแรกเกิด  
หญิง จากวันนั้น ถึงวันนี้ ก็ปีแล้ว  
จำเสียงแจ๊ว แว่วหวาน ชับซานไซ (เสียงเพลงกล่อมลูกเป็นแบ็คกราวด์)  
คือพลัง แห่งความรัก จากดวงใจ  
แม่คืนวัน ผ่านไป ไม่ลืมเลือน  
ชาย ผู้สูงวัยเป็นหลักชัยของครอบครัว  
13 เมษายน วันผู้สูงอายุแห่งชาติ  
หญิง เพราะท่าน...คุณจึงมีวันนี้  
ดนตรี .....

## 2. สปอตเพื่อให้ความรู้

- รู้และแก้ไขในสิ่งที่ประพฤติดีปฏิบัติไม่ถูกต้อง

### ตัวอย่าง....สปอต ใช้หวัดนก

SFX เสียงนก/ เสียงไก่/ เสียงเป็ด เป็นแบ็คกราวด์  
ชาย นกทุกชนิด..... มีสิทธิ์เป็นไข้หวัดนก  
หญิง ไก่..เป็ด..และห่านทุกชนิด มีสิทธิ์เป็นไข้หวัดนก ถ้าเลี้ยงแบบปล่อยแม้จะไม่แสดงอาการก็อย่าวางใจ  
ชาย คนทุกคน ...หากจับต้องนก เป็ด ห่าน โดยไม่ป้องกัน มีสิทธิ์ติดไข้หวัดนก  
หญิง ใช้หวัดนก...มหันตภัยที่มากับสัตว์ปีกทุกชนิด....แต่ป้องกันได้  
ชาย ร่วมป้องกันและกำจัดไข้หวัดนกเสียแต่วันนี้ แจ้งข้อมูลได้ที่ ปศุสัตว์ในพื้นที่เกษตรตำบล ผู้ใหญ่บ้าน อบต. หรือ อสม. ทุกท้องที่ทั่วประเทศ  
ดนตรี.....

- การจัดกิจกรรมต่าง ๆ
- งานประเพณีสำคัญ
- กิจกรรมสาธารณกุศล

ตัวอย่าง.....สปอต ภาพถ่ายเฉลิมพระเกียรติ	
ดนตรี	.....
หญิง	ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 คือช่วงเวลาสำคัญของการเปลี่ยนแปลงบ้านเมืองสู่ยุคใหม่ และนับเป็นพระมหากษัตริย์ไทยพระองค์แรกที่พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้บันทึกพระบรมฉายาลักษณ์ ซึ่งเป็นหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ในสมัยต่อมา
ชาย	ขอเชิญชม พระบรมฉายาลักษณ์อันทรงคุณค่าเหล่านี้ พร้อมลายพระหัตถ์ฉบับจริงที่ไม่สามารถหาชมที่ใดได้ ในนิทรรศการภาพถ่ายเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสที่วันพระบรมราชสมภพครบ 200 ปี ณ ศาลาสหทัยสมาคม ในพระบรมมหาราชวังวันที่ 9 - 15 ธันวาคม นี้...สอบถามรายละเอียดที่ 0 2618 2323 ต่อ 1612

#### 4. สปอตณรงค์แก้ไขปัญหาล้างคม

- กระตุ้น เร่งรื้อให้ตระหนักและมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาราคาสินค้า การประหยัดน้ำมัน

ตัวอย่าง....สปอต ลดใช้พลังงาน	
ดนตรี	.....
ชาย	พลังไทย ลดใช้พลังงาน กับ 4 มาตรการง่าย ๆ ที่ช่วยประหยัดเงินคุณและประหยัดเงินชาติ
หญิง	ตรวจเช็คครถทุกปี
ชาย	คุณประหยัดปีละ 3,000 บาท ชาติประหยัดปีละ 9,000 ล้านบาท
หญิง	ขับรถความเร็ว 90 กิโลเมตร ต่อ ชั่วโมง แทน 110 กิโลเมตร ต่อ ชั่วโมง
ชาย	คุณประหยัดปีละ 9,600 บาท ชาติประหยัดปีละกว่า 67,000 ล้านบาท
หญิง	ดับไฟแค่ 1 ดวงทุกคืน
ชาย	คุณประหยัดปีละ 420 บาท ชาติประหยัดปีละ 5,200 ล้านบาท
หญิง	ปรับแอร์พอดีที่ 25 องศา
ชาย	คุณประหยัดปีละ 720 บาท ชาติประหยัดปีละ 1,200 ล้านบาท
หญิง	ถึงเวลาร่วมใจกัน...พลังไทย ลดใช้พลังงาน...
ดนตรี	.....

### ตัวอย่าง...สปอต ยาเสพติด

SFX	..... จิ้งเกิ้ลข่าว(พูดตลอด)
ผู้อ่านข่าว	(ญ.) เมื่อคืนที่ผ่านมา เจ้าหน้าที่ตำรวจได้บุกทำลายแหล่งผลิตยาเสพติด รายใหญ่กลางกรุง.....(fade out) (ข.) จากการสืบสวนของแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้ ทำให้ทางตำรวจสามารถ จับแก๊งค์ค้ายาข้ามชาติได้.....(fade out) (ญ.) จับนักร่อนวัยรุ่นชื่อดัง ตั้งตัวเป็นเอเยนต์ค้ายาให้วัยรุ่นตามแหล่งท่องเที่ยว ยามราตรี.....(fade out)
ชาย ดนตรี	มีสักวันมัยที่คุณจะไม่ได้ยินข่าวเหล่านี้ วันนั้นจะมาถึง ถ้าเราทุกคนร่วมมือร่วมใจเป็นหนึ่งเดียว ..... “พลังมวลชน พลังแผ่นดิน ขจัดสิ้นยาเสพติด..... สำนักงานปปส.”

### เทคนิคการผลิตสปอตให้น่าสนใจ

- ต้องวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อหาจุดเด่นของข้อความที่เราจะสื่อออกไป
- ความเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มวัย อาชีพ เพศ เทศกาล สถานการณ์ ฯลฯ
- การเรียบเรียง การใช้คำพูด ต้องสั้นกะทัดรัดได้ใจความ
- การใช้เพลง / เสียงประกอบที่สอดคล้อง และ

### อะไรจะเป็นลักษณะการจูงใจของการผลิตสปอตวิทยุ

1. คนอ่านสปอต (บุคคลผู้ส่งสาร)
  - น้ำเสียงน่าเชื่อถือ
  - ไม่เป็นบุคคลที่ใช้เสียงสำหรับการโฆษณามาก่อน เพื่อให้ผู้รับสารมีความเชื่อถือและมั่นใจ
2. ความแปลก ความหลากหลายของสปอต
  - ดนตรี / เสียงประกอบที่น่าสนใจ
  - การตอบคำถามเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนทัศนคติ
3. เทคนิคการนำเสนอ
  - สั้น กะทัดรัด
  - เน้นการนำเสนอหนึ่งประเด็นที่ชัดเจน
  - ผู้รับไม่สับสน และชัดเจนกับประเด็นที่จะสื่อ
4. การเรียบเรียงสาร
  - การให้เหตุและผลที่สอดคล้องกัน
  - ข้อความสั้น กะทัดรัด ให้ความตรง
5. การสร้างจุดจับใจในสาร
  - เช่น ความโกรธ ความกลัว อารมณ์ขัน
  - เสริมด้วยเพลง/เสียงประกอบ

ขั้นตอนการผลิต		
<b>1. ขั้นเตรียมการ</b> - วางแผน - ข้อมูล - เขียนบท - วัสดุประกอบรายการ *เพลง / เสียงประกอบ *เทปเสียง โปรแกรม บันทึก *ผู้ประกาศ	<b>2. ขั้นซึกซ้อม</b> - ซ้อมแห้ง - ซ้อมกับไมโครโฟน	<b>3. ขั้นลงมือผลิต</b> - บันทึกคำพูด - MIX (เพลง หรือ SFX)

**รูปแบบของสปอตวิทยุ** หลายท่านมีโอกาสได้ฟังสปอตมากจนคงพอนึกออกกว่าเคยฟังแบบ

- \* แบบประกาศ
- \* แบบเล่าเรื่อง หรือ บรรยาย
- \* แบบใช้เพลงสั้น
- \* แบบใช้บุคคล
- \* แบบละคร หรือ การสนทนา
- \* แบบผสมผสาน

**ขั้นตอนการเขียนบท**

- \* เริ่มต้นด้วยคำหรือประโยคที่ดึงดูดความสนใจ
- \* เรียบง่าย สั้นกระชับ ไม่เยิ่นเย้อ
- \* ภาษาง่าย ชัดเจน ไม่มีคำขยาย (ภาษาสร้างภาพ)
- \* แปลก เด่น (ลีลาผู้อ่าน / ดนตรี / เสียงประกอบ)
- \* มีจุดจับใจ (แนวคิด / จุดขาย)
- \* สมเหตุสมผล น่าเชื่อถือ
- \* ลำดับความอย่างต่อเนื่อง
- \* จบต้องประทับใจ

ข้อมูลจากเอกสารการอบรมหลักสูตรนักจัดรายการวิทยุของสถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ รุ่นที่ 4/2549

.....

“ธรรมชาติของสปอตวิทยุ คือเราจะได้ยินแต่เสียง ไม่สามารถมองเห็นภาพได้ ไม่ว่าท่านจะใช้เทคนิคอะไร หรือบ้านอยู่ใกล้สถานีวิทยุแค่ไหน ดังนั้นหลักหรือหัวใจข้อสำคัญในการทำสปอตวิทยุก็คือ ‘ผู้เจ้าจงใช้คำที่ทำให้ผู้ฟัง ฟังเสียงนั้นทางหู แล้วก่อกำเนิดภาพในหัวให้ได้’ และเสียงนั้นควรเป็นเสียงที่น่าฟัง ... สะดุดหู ตรึงให้ผู้ฟังรู้สึกสนใจเสียงของท่านตลอดทั้งสปอต ไม่เลื่อนสถานีไปหาสิ่งที่ดีกว่าในชีวิต”

[www.katikala.com](http://www.katikala.com)

“ต้องหาความรู้ ฟังบ่อย ๆ วิเคราะห์ให้เป็น หัดเขียนให้ได้  
 จะให้เยี่ยมต้องติดต่อโปรแกรมให้ชำนาญ”  
 อภิญญา ปัญญาพร

## ภาคผนวก 2

รูปแบบการรณรงค์ที่น่าสนใจของหน่วยงานสังกัดกรมสุขภาพจิต

**สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา**  
**การรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุ**  
**เรื่อง เสริมสร้างสุขภาพจิตวัยสูงอายุ**

.....

**ประเด็นรณรงค์**                      สุขใจในวัยสูงอายุ

**แนวคิดในการรณรงค์**

ผลการสำรวจและศึกษาภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุ 4 ภาคของไทย ปี 2548-2549 โดยสถาบันจิตเวชศาสตร์ผู้สูงอายุ กรมการแพทย์ พบว่าปัญหาจิตใจที่พบบ่อยในผู้สูงอายุได้แก่อาการซึมเศร้า ความวิตกกังวล และความรู้สึกสิ้นหวัง ซึ่งสอดคล้องกับรายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2550 มูลนิธิสถาบันวิจัยและการพัฒนาผู้สูงอายุไทยกล่าวว่า ภาวะสุขภาพจิตในผู้สูงอายุที่เป็นปัญหามากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ผู้สูงอายุมีภาวะอารมณ์ซึมเศร้ามากที่สุด (ร้อยละ 87) อ่อนเพลีย (ร้อยละ 22.6) และนอนตื่นขึ้นมาไม่สดชื่น (ร้อยละ 20.6) ตามลำดับ

นพ.ชาติรี บานชื่น อธิบดีกรมสุขภาพจิต กล่าวเมื่อวันที่ 8 เมษายน 2552 ว่า จากรายงานปัญหาสุขภาพจิตผู้สูงอายุ ตั้งแต่อายุ 60 ปี ขึ้นไป ในสถานบริการสังกัด กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข พบว่า ใน รอบ 5 ปี (2547 – 2551) ปัญหาที่พบบ่อยในผู้สูงอายุที่เป็นผู้ป่วยนอก 5 อันดับ คือ 1. โรควิตกกังวล และความเครียด ร้อยละ 26.42 2. โรคจิต ร้อยละ 25.73 3. โรคที่มีสาเหตุจากสมองและร่างกาย(สมองเสื่อม) ร้อยละ 18.47 4. โรคซึมเศร้า ร้อยละ 18.24 และ 5. โรคจากสารเสพติด ร้อยละ 3.43 ซึ่งสอดคล้องกับ **สุวิทย์ เจริญศักดิ์** (2551) กล่าวว่าปัญหาสุขภาพจิตที่พบบ่อยในผู้สูงอายุ ตามลำดับ ดังนี้ 1. ความวิตกกังวล 2. โรคซึมเศร้า 3. ปัญหานอนไม่หลับ 4. ภาวะสมองเสื่อม และ 5. ปัญหาเรื่องเพศ

จากรายงานการศึกษาดังกล่าว จึงนำไปสู่การกำหนด theme ที่จะใช้ในการรณรงค์ อีกทั้งวัยสูงอายุเป็นวัยที่ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงหลายด้าน เช่น ร่างกายเสื่อมถอยลง ความคิด ความจำไม่รวดเร็วเหมือนเช่นเคย บางคนต้องเปลี่ยนบทบาทตัวเองจากการเป็นผู้นำครอบครัวมาเป็นสมาชิกในครอบครัว รายได้ลดลง สังคมของผู้สูงอายุจะแคบลงเหลือเพียงครอบครัว เพื่อนสนิท และวัด สิ่งเหล่านี้อาจทำให้ผู้สูงอายุตั้งคำถามว่าตนไม่มีค่า หมดความนับถือ เศร้า ไม่สนใจตนเองและสิ่งรอบตัว

การเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจก็เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย สังคม และสิ่งแวดล้อม ที่ทำให้เกิดความเครียดในชีวิต หากผู้สูงอายุสามารถปรับตัวปรับใจให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆเหล่านั้นได้ ย่อมทำให้ชีวิตในวัยสูงอายุหรือหลังเกษียณมีความสุขมากขึ้น ดังนั้นผู้สูงอายุต้องให้ความสนใจกับเรื่องสุขภาพจิตของตนเองให้มากขึ้น เพื่อจะได้ใช้ชีวิตอย่างสุขกาย สุขใจ และดำรงตนเป็นร่มโพธิ์ ร่มไทรของลูกหลานได้นานๆ

บุตร หลาน ญาติพี่น้องและผู้ดูแลผู้สูงอายุเป็นบุคคลที่มีส่วนสำคัญอย่างมากต่อผู้สูงอายุ ที่จะช่วยให้ผู้สูงอายุดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุขในชีวิตบั้นปลาย

อีกทั้งวัยสูงอายุเป็นวัยแห่งการให้ความเคารพนับถือ ลูกหลานยกย่องให้เกียรติ เป็นวัยแห่งความสุข และหากผู้สูงอายุได้รับการยกย่อง สามารถช่วยเหลือและทำประโยชน์ต่อตนเองและสังคมได้ เขายังคงมีความภาคภูมิใจยิ่งขึ้น นั่นหมายความว่าชีวิตในวัยผู้สูงอายุเป็นชีวิตที่มีคุณค่า มีความหมาย ส่งผลให้ผู้สูงอายุมีกำลังใจในการใช้ชีวิตอย่างสร้างสรรค์ต่อไป

การประชาสัมพันธ์ชื่อโครงการที่ใช้ในการรณรงค์ กล่าวได้ว่ามีความสำคัญมาก ทั้งนี้เนื่องจากมีผลต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมในโครงการ นั่นคือหากชื่อที่ใช้ในการรณรงค์สื่อทางด้านลบจะทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรม มีความรู้สึกที่เข้าร่วมกิจกรรมเป็นผู้ที่มีปัญหาสุขภาพจิต แต่หากเราใช้ชื่อในการรณรงค์ด้านบวก จะส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้านสุขภาพจิตมากขึ้นดังนั้น จึงใช้ theme ของการรณรงค์เน้นการมีความสุขและควมมีคุณค่าของผู้สูงวัย

ดังนั้นสถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จเจ้าพระยา ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 3 และ 13 ได้ตกลงร่วมกันในการใช้ชื่อ theme การรณรงค์ในวัยสูงอายุ ว่า “สุขใจในวัยสูงอายุ”

## วัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย :

ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ได้แก่ ชมรมจิตอาสาสถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จพระเจ้าพระยา ชมรมผู้สูงอายุสถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จพระเจ้าพระยา ชมรมผู้สูงอายุโรงพยาบาลตากสิน ชมรมผู้สูงอายุเขตราชบุรีบูรณะ ชมรมผู้สูงอายุเขตทุ่งครุ ชมรมผู้สูงอายุวัดสารอด ชมรมมุสลิมเจริญพาศน์ ผู้สูงอายุชุมชนใกล้เคียงสถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จพระเจ้าพระยา รวมทั้งญาติและผู้ป่วยที่มารับบริการที่สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จพระเจ้าพระยา

วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อให้ผู้สูงอายุได้มีการปรับพฤติกรรม ปรับแนวคิด ในการอยู่ร่วมกับบุคคลในครอบครัวที่ต่างวัยกันได้อย่างมีความสุข
2. เพื่อให้บุคคลต่างวัยในครอบครัวมีความรู้สึกันว่า การที่มีผู้สูงอายุอาศัยอยู่ในครอบครัวด้วยนั้นเป็นสิ่งที่มีความหมายต่อครอบครัว มิใช่เป็นภาระของครอบครัว หรือรู้สึกว่าคุณค่าผู้สูงอายุนั้นไม่มีคุณค่า ไม่มีความหมายต่อครอบครัว
3. เพื่อให้ผู้สูงอายุมีความรู้ในการสังเกตพฤติกรรม/อาการของตนเอง หรือเพื่อนผู้สูงอายุที่เปลี่ยนไปว่ามีปัญหาสุขภาพจิตหรือไม่ และสามารถให้การช่วยเหลือได้อย่างไร
4. เพื่อให้ผู้สูงอายุได้มีโอกาสพูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ รวมทั้งการร่วมพบปะสังสรรค์ และทำกิจกรรมที่มีประโยชน์ต่อสังคม หรือบุคคลอื่นร่วมกัน
5. เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้รับความรู้และทราบวิธีการสร้างความเข้มแข็งทางใจ รวมทั้งวิธีการป้องกันตนเองมิให้มีปัญหาสุขภาพจิต

## กิจกรรม

ชื่อกิจกรรม : การบรรยาย,เสวนา,ฝึกอบรม,เกมส์นันทนาการ,ตรวจสุขภาพกาย,ระดับน้ำตาลปลายนิ้ว, วัดความดันโลหิต, การให้คำปรึกษาสุขภาพจิต

แนวคิดการทำกิจกรรม :

- ง่ายและสะดวกต่อทั้งผู้จัดกิจกรรมและผู้เข้าร่วมอบรม
- มีวิทยากร/ผู้สูงอายุต้นแบบที่น่าสนใจในการถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ที่ทรงคุณค่าได้
- ตอบสนอง/ตรงต่อความต้องการของผู้สูงอายุจริง
- กิจกรรม ควรมีหลากหลายรูปแบบ รวมทั้งควรส่งเสริมด้านสุขภาพกายด้วย
- สื่อที่ใช้ในการณรงค์ต้องสามารถนำไปใช้ได้จริงและเป็นประโยชน์ คุ่มค่ากับการลงทุน และสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ต้องตอบสนองต่อทั้ง Air war และ Ground war
- สื่อที่ใช้ใน Air war : การให้ความรู้ทางสื่อโทรทัศน์ รายการ “Life & News” (TNN News 24)
- สื่อที่ใช้ใน Ground war : หนังสือ “สุขใจในวัยสูงอายุ” การจัดกิจกรรมให้ความรู้ในสถาบันฯ และชุมชนที่มีการประสานและทำงานร่วมกันซึ่งมีทั้งภาครัฐและเอกชน
- ต้องตอบตัวชี้วัด/ภารกิจที่องค์กรได้รับมอบหมาย

วัตถุประสงค์ : เพื่อให้ผู้สูงอายุมีความสุขจิตดี และรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง

กระบวนการ/วิธีการ :

- การประชาสัมพันธ์โครงการผ่านแผ่นโปสเตอร์ ทั้งในสถาบันฯ และชมรมผู้สูงอายุต่างๆ
- การทำหนังสือเชิญผู้สูงอายุชมรมต่างๆ เข้าร่วมกิจกรรมในโครงการ
- การประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุชุมชนเขตราชบุรีบูรณะ ทุกวันอังคาร เวลา 10.00-11.00 น. รายการ “ยามสาย คลายเครียดกับนายแพทย์พันธ์”
- การประชาสัมพันธ์โครงการผ่านชมรมจิตอาสาฯ
- ประสานงานกับองค์กรสาธารณะ

การออกแบบกิจกรรมมีขั้นตอนอย่างไร :

- การบรรยาย “อยู่อย่างไร ให้มีความสุขเมื่อสูงวัย” และ “เครียด เศร้าใจ แก้ได้ด้วยปัญญา” และ โดย นพ. พันธุ์ ธิญญะกิจไพศาล แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลผู้สูงอายุ และเป็นผู้กำกับดูแลตัวชี้วัดที่ 17.3

- การฝึกสมอง “จิตแจ่มใส ใจสบาย ไร้กังวล” โดยนักกิจกรรมบำบัด
  - การเสวนา “สุขใจอย่างมีคุณค่าในวัยสูงอายุ” โดยผู้สูงวัยต้นแบบสุขภาพจิตดี ซึ่ง พิจารณาจาก บุคลิกภาพ ความรู้ ความน่าเชื่อถือ และความสะอาด
  - การฝึกสติ สมาธิ คลายเครียด “จิตอาสาพาสุขใจ” โดยอาสาสมัครจิตอาสาจากยุวพุทธฯ
  - ผลิตหนังสือ “สุขใจในวัยสูงอายุ” จำนวน 1,000 เล่มและเผยแพร่แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนทั้งใน สถาบันฯ และศูนย์สุขภาพจิตที่ 3 และ 13

- เตรียมของสัมมนาคุณและหนังสืออื่นๆ ที่น่าสนใจอื่นๆ แจกแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ประโยชน์และการประยุกต์ใช้ :

- เอกสารแผ่นพับที่ได้รับจากโรงพยาบาลศรีธัญญา มีจำนวนน้อย และได้นำไปใช้ในกิจกรรมรณรงค์ **ผู้สูงอายุ** ซึ่งจัดในวันที่ 7 เมษายน 2553 จำนวนหนึ่ง ส่วน **กิจกรรมสุขใจในวัยสูงอายุ** ไม่ได้นำมาใช้ เนื่องจากเมื่อนำไปทำรื้อ กราฟจะได้เป็นแผ่นพับภาพขาวดำ ไม่ชัด ไม่น่าอ่าน และไม่น่าหยิบใช้ จึงใช้เฉพาะสื่อ “สุขใจในวัยสูงอายุ” ที่มีเนื้อหา ภาพ รูปเล่มที่น่าสนใจมากกว่า

- หัวข้อที่ใช้ในการรณรงค์ที่กำหนดได้ประยุกต์และปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับช่วงเวลาจัดกิจกรรมของสถาบันฯ ทั้งนี้เนื่องจากมีข้อจำกัดของผู้สูงอายุที่เข้าร่วมกิจกรรมที่มีภารกิจอื่นไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมในช่วงเวลาที่กำหนดได้

ข้อพึงระวัง : การทำกิจกรรมใดๆ กับผู้สูงวัยต้องแสดงให้เห็นว่าสิ่งที่เรากระทำ/จัดขึ้นนั้นมิเกิดจากความตั้งใจจริงใจ ไม่ทำเพื่อผลประโยชน์ของตนเอง อีกทั้งต้องเข้าใจในความเป็นตัวตนของผู้สูงวัย อีกทั้งกิจกรรมต้องเหมาะสม สอดคล้องกับความชอบ ความสนใจ และสถานที่จัดกิจกรรมต้องปลอดภัยจากอุบัติเหตุความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้

**สื่อที่ใช้ในการรณรงค์**

ประเภทของสื่อที่ใช้ :

- Air war : สื่อโทรทัศน์สาธารณะ, วิทยูชุมชน, ซีดีคลายเครียด (สปสช.)
- Ground war : แผ่นโปสเตอร์, แผ่นพับ, หนังสือ “สุขใจในวัยสูงอายุ”

กระบวนการในการพัฒนา

- การสำรวจภาวะสุขภาพจิตผู้สูงอายุทั้งในเขตกรุงเทพฯ และภาคตะวันออก
- การสืบค้นข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์
- การประชุม และแสดงความคิดเห็นร่วมกัน
- การศึกษาข้อมูลลักษณะของสื่อ เนื้อหาที่เหมาะสมของในแต่ละวัย
- การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล/เนื้อหาของสื่อจากผู้ทรงคุณวุฒิ
- การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสื่อรูปแบบรูปภาพ ขนาดตัวอักษรที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย ประสานงานร่วมกับจิตอาสาสถาบันฯ
- การนำไปทดลองและประเมินใช้ในกลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกชมรมจิตอาสาสถาบันฯ

เป็นสื่อที่ใช้ได้ผลกับใคร ผู้สูงวัยทุกคน รวมทั้งบุคคลวัยอื่นในครอบครัวและใช้ได้ทุกโอกาส ทุกเดือนที่รณรงค์

**จุดเด่น-จุดด้อยของการรณรงค์**

จุดเด่น :

- กลุ่มผู้สูงอายุให้ความสำคัญต่อการจัดกิจกรรมด้านสุขภาพจิตและเข้าร่วมกิจกรรมทุกครั้งที่จัด อีกทั้งร่วมกันประชาสัมพันธ์และชักชวนกันมาร่วมกิจกรรม
- การจัดกิจกรรมสำหรับวัยสูงอายุมีหลายกิจกรรม หลายโครงการ ทำให้การรณรงค์/ถ่ายทอดองค์ความรู้สามารถทำได้หลากหลายประเด็นและตอบสนองความต้องการผู้สูงอายุได้จริง
- การจัดกิจกรรมแต่ละครั้งผู้เข้าร่วมกิจกรรม/ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการกำหนดวัน สถานที่ และประเด็นด้านสุขภาพจิตที่ต้องการให้จัดขึ้นจริง โดยผ่านชมรมจิตอาสาสถาบันฯ

- ได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารและหัวหน้างาน
- คณะทำงานมีการทำงานเป็นทีม มีความทุ่มเท มีความตั้งใจ ใส่ใจในทุกรายละเอียดของการดำเนินงาน

จุดด้อย :

- การจัดกิจกรรมบางครั้งไม่ได้เป็นไปตามที่สำนักพัฒนาสุขภาพจิตกำหนด ทั้งนี้ขึ้นกับปัจจัยหลายอย่าง ได้แก่ ความพร้อมของผู้จัดโครงการ สถานที่ วิทยากร และความพร้อมของผู้เข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งภาวะวิกฤติทางการเมือง ซึ่งทำให้การจัดกิจกรรมไม่ได้เป็นไปตามเป้าหมาย

#### ผลที่ได้รับหลังการดำเนินงาน

กิจกรรมงาน สุขใจในวัยสูงอายุ

- ผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจต่อโครงการร้อยละ 85.97
- ผู้เข้าร่วมอบรมมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาความสุขในวัยสูงอายุหลังการอบรมร้อยละ 86.42

ผลลัพธ์ที่ได้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และผู้สูงอายุได้ร่วมแสดงความคิดเห็นว่าควรมีกิจกรรมเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพจิตเช่นนี้อีก ควรจัดทุก 1-2 เดือนและหากต้องการให้มีการแสดงผู้สูงอายุยินดีให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

#### บทเรียน/ความรู้ที่ได้จากการจัดกิจกรรมการดำเนินงาน

- การจัดกิจกรรมต้องให้ความสนใจในทุกรายละเอียด ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คณะทำงาน วิทยากร อาหารกลางวัน อาหารว่าง และกิจกรรมที่จัดในแต่ละช่วงเวลา รวมทั้งของสมนาคุณแก่ผู้มีส่วนร่วมในแต่ละกิจกรรมต้องมีความเหมาะสมและเพียงพอ

- ผู้สูงอายุ เป็นผู้ให้ ผู้มีเมตตา และสึนน้ำใจแบ่งปันแก่ผู้อื่นอย่างน่าเลื่อมใสจริงๆ สืบเนื่องจากการร่วมกันปรึกษาคุณทรัพย์ในการร่วมกันชื้อนหมก่องปรึกษาแก่ผู้ป่วยจิตเวชสูงอายุในสถาบันฯ

- การทำงานร่วมกันของสหสาขาวิชาชีพ

#### ข้อเสนอเพื่อการพัฒนาการดำเนินงานในปีต่อไปมีอะไรบ้าง

- งบประมาณที่ได้รับค่อนข้างน้อยมากในการผลิตสื่อ

- สื่อที่ผลิต หน่วยงานที่รับผิดชอบในแต่ละเดือนควรผลิตและทำแจกจ่ายแก่หน่วยงานอื่นเพื่อนำไปใช้ได้เลย ไม่ต้องไปประยุกต์ใช้อีก และควรมีปริมาณที่เพียงพอ หรือการผลิตสื่อนั้นเป็นความรับผิดชอบของกรมสุขภาพจิตโดยตรงทั้งในการผลิตและจัดแจก แต่อาจใช้วิธีการระดมสมองในการคิดออกแบบก็ได้

- หัวข้อที่ใช้ในการดำเนินงานในแต่ละเดือน ควรมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสภาวะการณ์และควรเป็นหัวข้อด้านบวกมากกว่าด้านลบ

## โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 12 และศูนย์สุขภาพจิตที่ 15

### การดำเนินงานเพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุ

#### ชื่อกิจกรรม ผู้สูงวัย สานใจ ครอบครัวไทย

จังหวัดปัตตานี เสริมพลังกายสร้างพลังสุขภาพจิตวัยสูงอายุ วันศุกร์ที่ 9 เมษายน 2553

จังหวัดสงขลา พลังผู้สูงวัย สร้างสังคมไทย รู้รักสามัคคี วันศุกร์ที่ 23 เมษายน 2553

#### แนวคิดในการดำเนินงาน

เนื่องจากปัญหาผู้สูงอายุหลักๆ จะเป็นเรื่องการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย คือ การเปลี่ยนแปลงในทางเสื่อมสภาพ การทำงานของระบบต่างๆ ของร่างกายลง และการเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจ ปัญหาที่พบบ่อยได้แก่ ความซึมเศร้า ความวิตกกังวล และความรู้สึกสิ้นหวัง และการเปลี่ยนแปลงทางสังคม จะเห็นได้ว่าผู้สูงอายุมีกิจกรรมหรือมีส่วนร่วมทางสังคมลดลง และสังคมก็ยอมรับและให้โอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมของผู้สูงอายุน้อยลงด้วย การมีกิจกรรมน้อยลงนี้ทำให้ผู้สูงอายุมี

ความรู้สึกในคุณค่าของตนเองลดลง ขาดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนจากสังคม การรับรู้ข้อมูลข่าวสารลดลง และนำไปสู่การแยกห่างจากสังคมอย่างสิ้นเชิง

ดังนั้นการจัดกิจกรรมให้ผู้สูงอายุได้มารวมกลุ่มทำกิจกรรมที่เป็นลักษณะของการแสดงที่ให้เกียรติ ให้ความเคารพนับถือ ถือเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ท่านมีความสุข รวมทั้งให้มีกิจกรรมเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่มีลักษณะผ่อนคลายและได้รับความสนุกสนาน จึงเป็นส่วนเสริมให้ท่านมีสุขภาพกายและใจดีขึ้น

#### **วัตถุประสงค์**

1. เพื่อส่งเสริมสุขภาพจิตผู้สูงอายุ ให้ผู้สูงอายุมีกิจกรรมที่ผ่อนคลาย ได้พบปะผู้สูงอายุด้วยกันได้รับรู้ข่าวสาร และมีทักษะในการจัดการสุขภาพจิตของตนเอง
2. เพื่อสร้างเครือข่ายสุขภาพจิตในพื้นที่

#### **กลุ่มเป้าหมาย**

1. ผู้สูงอายุในเขตอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี จำนวนประมาณ 350 คน โดยโรงพยาบาลโคกโพธิ์ร่วมกับชมรมผู้สูงอายุทุกตำบล จัดกิจกรรมในเทศกาลวันสงกรานต์โดยจัดพิธีรดน้ำดำหัวผู้สูงอายุ และโรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์ ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 15 เข้าร่วมจัดกิจกรรมให้ความรู้โดยการบรรยายเป็นแบบการพูดคุย และให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วม
2. ผู้สูงอายุในเขตจังหวัดสงขลา จำนวนประมาณ 1,800 คน กระทรวงพัฒนาและความมั่นคงของมนุษย์ โดยจังหวัดสงขลา ร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา จัดกิจกรรมเนื่องในเทศกาลสงกรานต์ จัดพิธีรดน้ำขอพรผู้สูงอายุ และโรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 12 เข้าร่วมจัดกิจกรรมให้ความรู้ผู้สูงอายุ โดยการจัดบูธนิทรรศการ และมีกิจกรรมภายในบูธ

#### **กิจกรรม**

1. **การประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีวิทยุชุมชน** โดยการมอบ CD ที่ได้รับจาก PM (โรงพยาบาลศรีธัญญา) ให้กับงานสุขภาพจิตและจิตเวชชุมชนของโรงพยาบาล เพื่อนำไปออกอากาศประชาสัมพันธ์
2. **การประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่าย** โดยการมอบ CD ผ่านงานสุขภาพจิตและจิตเวชชุมชนของโรงพยาบาล เพื่อนำไปมอบให้กับเครือข่ายในการออกเยี่ยมบ้าน เช่น มอบให้สถานีอนามัย อสม. อบต.
3. **การประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน** โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์ออกเสียงตามสาย โดยการเปิด CD ทุกวัน และจัดแสดงบอร์ดนิทรรศการบริเวณ OPD ตลอดทั้งเดือนเมษายน

#### **4. การจัดกิจกรรม**

4.1 โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 15 จัดกิจกรรม ณ โรงพยาบาลโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ในวันศุกร์ที่ 9 เมษายน 2553 รูปแบบการจัดกิจกรรม มีการจัดนิทรรศการ แจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับผู้สูงอายุ ถ่ายทอดองค์ความรู้โดยวิทยากร 2 คน เป็นการพูดคุยบนเวทีโดยให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วม ที่มาร่วมพูดคุยกับผู้สูงอายุในงานเพื่อประเมินความพึงพอใจ มีการมอบกระเป๋าสกรีนคำว่า **ผู้สูงวัย สานใจ ครอบครัวไทย** ให้กับผู้สูงอายุเป็นที่ระลึก และมีการมอบสื่อเกี่ยวกับความรู้สุขภาพจิตให้กับโรงพยาบาลโคกโพธิ์ เพื่อนำไปมอบต่อให้กับเครือข่ายต่อไป

4.2 โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 12 จัดกิจกรรม ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ในวันศุกร์ที่ 23 เมษายน 2553 รูปแบบการจัดกิจกรรมเป็นการจัดนิทรรศการ และกิจกรรมประจำบูธ ดังนี้

- 1) มุมเอกสารเผยแพร่ความรู้ แจกแผ่นพับให้ความรู้เกี่ยวกับผู้สูงอายุ
- 2) กิจกรรม/เกมส์ส่งเสริมสุขภาพจิต ผู้สูงอายุจะพอใจมาก จะเห็นได้จากมีผู้สูงอายุมารอคิวเพื่อจะเข้าร่วมในกิจกรรมครั้งต่อไป และหลังจากร่วมกิจกรรม/เล่นเกมเสร็จ ผู้สูงอายุจะได้รับกระเป๋าสกรีนที่ระลึก
- 3) นวดคลายเครียด หลังจากผู้สูงอายุเสร็จจากการร่วมเล่นเกม/กิจกรรม ก็มีกิจกรรมการนวดคลายเครียด โดยวิทยากรของโรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์ และศูนย์สุขภาพจิตที่ 15 กิจกรรมอันนี้ผู้สูงอายุพึงพอใจมากเช่นกันจะเห็นได้จากผู้สูงอายุรู้สึกผ่อนคลายจากการนวด บางคนก็ผลัดเปลี่ยนกันนวด

4) มุมทดสอบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพจิต หลังจากเสร็จจากกิจกรรมการนัดคลายเครียด ที่ทีมงานก็จะพูดคุยกับผู้สูงอายุ เพื่อประเมินความพึงพอใจ และตอบแบบสอบถาม(ส่วนมากที่ทีมงานจะอ่านและอธิบายให้ผู้สูงอายุฟัง เนื่องจากผู้สูงอายุจะสายตาไม่ค่อยดี และค่อนข้างช้า และบางคนอ่านหนังสือไม่ออก)

5) มุมศึกษาความรู้สุขภาพจิตด้วยตนเอง ผู้สูงอายุบางรายมีเวลาค่อนข้างน้อยไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรม/เล่นเกมส์ได้ ก็จะเดินชม/อ่าน ไลน์ที่จัดไว้ ซึ่งเป็นเรื่องการออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ และการส่งเสริมสุขภาพจิต และผู้สูงอายุบางรายเดินผ่านมาชมบูธแล้วครั้งหนึ่งเหมือนกับเดินเซอร์เวย์ เวลาผ่านไปสักพัก หวนกลับมาใหม่ มาร่วมเล่นเกมส์/กิจกรรม และแถมชักชวนเพื่อนๆ มาร่วมด้วย

#### **ประโยชน์ การประยุกต์ใช้ และข้อพึงระวัง**

**ประโยชน์** เพื่อให้ผู้สูงอายุมีกิจกรรมที่ผ่อนคลาย ได้พบปะผู้สูงอายุด้วยกัน ได้รับความรู้เรื่องการออกกำลังกาย การส่งเสริมสุขภาพจิต การจัดการกับความเครียด ได้รับข้อมูลข่าวสารและมีความสุขและสนุกตามประสาผู้สูงอายุ

#### **การประยุกต์ใช้และข้อพึงระวัง**

1) กิจกรรม/เกมส์ ในผู้สูงอายุต้องให้เหมาะสมกับสภาพและวัยของผู้สูงอายุ เช่น การเล่นเกมส์ ไม่ควรหักโหม ระวังเรื่องการอาจะหกล้ม เพราะผู้สูงอายุอยู่ทุอย่างถึงวัยเสื่อม การจัดกิจกรรมครั้งนี้วิทยากรคำนึงถึงข้อนี้มาก เราจัดกิจกรรมโดยให้ผู้สูงอายุหนึ่งคนแก้อีป็นวงกลม วิทยากรอยู่ตรงกลางวง ใช้สื่อที่ได้รับการสนับสนุนจากกรมสุขภาพจิตคือ **คู่มือกิจกรรมเยี่ยมบ้านเพื่อส่งเสริมสุขภาพจิตผู้สูงอายุในชุมชน** โดยวิทยากรซึ่งมีความสามารถค่อนข้างสูง สามารถทำให้ผู้สูงอายุมีความสุขสนุกสนาน หัวเราะครื้นเครง จนน้ำหูน้ำตาไหล ทำให้ทีมงานมีความสุขและสนุกสนานร่วมไปด้วย โดยวิทยากรและทีมงานจะอธิบายให้ผู้สูงอายุทราบก่อนว่าการร่วมกิจกรรมกับเราไม่ได้คาดหวังเรื่องการแพ้-ชนะ ไม่ต้องวิตกกังวลในการตอบคำถามว่าจะผิดหรือจะถูกผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมกับเราจะได้รับของที่ระลึกทุกคน

#### **2) การจัดทำ CD เรื่องการส่งเสริมสุขภาพจิตผู้สูงอายุ ซึ่งภายในประกอบด้วย**

2.1) สปอตวิทยุ : คุณค่าของผู้สูงอายุ

2.2) บทความสั้น : -อยู่อย่างผู้สูงอายุที่มีความสุข /การออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ

ประยุกต์ใช้โดยจัดทำทั้ง 2 ภาษา คือ ภาษาไทยและภาษายาวี ภาษาไทยใช้ในการรณรงค์ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิตที่ 12 และในพื้นที่กลุ่มเป้าหมายที่นับถือศาสนาพุทธ ส่วนภาษายาวีใช้ในการรณรงค์ร่วมกับศูนย์สุขภาพจิต 15 และกับกลุ่มเป้าหมายที่นับถือศาสนาอิสลาม เพราะส่วนมากชาวไทยมุสลิม โดยเฉพาะใน 3 จังหวัดชายแดนใต้จะพูดเฉพาะภาษายาวีในชีวิตประจำวัน จะฟังภาษาไทยไม่รู้เรื่องเลย CD เรื่องการส่งเสริมสุขภาพจิตผู้สูงอายุนี้ จะมอบให้กับเครือข่ายนำไปเผยแพร่ต่อไปยัง อสม. อบต. ชมรมผู้สูงอายุ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้สูงอายุ

3) เรื่องการตอบแบบประเมินความพึงพอใจ และการตอบแบบสัมภาษณ์ เพื่อทดสอบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพจิต ทีมงานประยุกต์ใช้โดยการพูดคุย อ่าน และอธิบายให้ผู้สูงอายุฟัง แต่จะใช้เวลาค่อนข้างมากในแต่ละรายจึงจะแล้วเสร็จ

#### **สื่อที่ใช้ในการรณรงค์**

##### **1. สื่อประชาสัมพันธ์**

- ประชาสัมพันธ์ผ่าน web site ของหน่วยงาน
- ประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีวิทยุชุมชน
- ประชาสัมพันธ์ผ่านสมาคมผู้สูงอายุ
- บริการออกเสียงตามสายภายในหน่วยงานตลอดเดือนเมษายน
- จัดบอร์ดนิทรรศการที่ OPD ตลอดเดือนเมษายน
- ประชาสัมพันธ์ผ่านงานสุขภาพจิตและจิตเวชชุมชนของโรงพยาบาลโดยการมอบ CD ที่ได้รับจาก PM ให้หน่วยงานที่กล่าวมาดำเนินการประชาสัมพันธ์ต่อ

##### **2. แผ่นพับสุขภาพจิต**

- ที่ได้รับสนับสนุนจาก PM
- ที่ผลิตโดยหน่วยงาน(โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์ผลิตแผ่นพับวิทยุทุกปี ๑ละ 100,000 บาท)

- คู่มือกิจกรรมเยี่ยมบ้านเพื่อส่งเสริมสุขภาพจิตผู้สูงอายุในชุมชน ที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักพัฒนาสุขภาพจิต

### 3. ไวนิล

- เรื่องการออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ
- เรื่องการส่งเสริมสุขภาพจิต

4. CD เรื่องการส่งเสริมสุขภาพจิตผู้สูงอายุ จำนวน 100 แผ่น เป็นภาษาไทย 50 แผ่น ภาษาอังกฤษ 50 แผ่น

5. กระเป๋าผ้าสกรีนคำว่า **ผู้สูงวัย สานใจ ครอบครัวไทย** จำนวน 300 ใบ โดยมอบให้กับผู้สูงอายุที่เข้าร่วมกิจกรรม/เล่นเกมส์ และร่วมตอบแบบสอบถาม

สื่อที่ใช้ในการรณรงค์ เป็นสื่อที่ใช้ได้ผลกับกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้สูงอายุ แต่ผู้สูงอายุจะอ่านหรือฟัง ค่อนข้างมีปัญหา เนื่องจากอวัยวะทุกอย่างถึงวัยเสื่อม จะได้ผลดียิ่งขึ้นถ้าลูกหลานหรือผู้ดูแล ให้การดูแลเอาใจใส่อาจจะอ่านหรือบอกหรือทำ เป็นตัวอย่างให้ผู้สูงอายุปฏิบัติตาม เช่น การออกกำลังกาย และต้องดูแลอย่างใกล้ชิดเพราะอาจจะเกิดอุบัติเหตุขึ้นได้

และจากการที่ทีมงานได้ร่วมกันรณรงค์กิจกรรมนี้ 2 ครั้ง มีข้อแม้แต่ผู้สูงอายุที่สนใจกิจกรรมนี้มีลูกหลานผู้สูงอายุ ญาติ/ผู้ดูแล และมาขอแผ่นพับ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการดูแลผู้สูงอายุด้วย

**ประเด็นหลักที่ตั้งใจทำ และสิ่งที่ได้ทำจริงเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร**

**ประเด็นหลักที่ตั้งใจทำ** คือ การส่งเสริมสุขภาพจิต เพื่อป้องกันโรคซึมเศร้าในผู้สูงอายุ

**สิ่งที่ทำได้จริง** คือ การให้ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพจิต และการให้ความรู้เรื่องโรคซึมเศร้าสอดแทรกเข้าไป ด้วย รวมถึงการทำให้ผู้สูงอายุมีกิจกรรมที่ผ่อนคลาย เกิดความสนุกสนานได้คลายเครียด ได้พบปะพูดคุยกับเพื่อน ๆ ผู้สูงอายุด้วยกัน

**ความประทับใจในการรณรงค์**

1. ความร่วมมือร่วมใจของทีมงานระหว่างโรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์ ศูนย์สุขภาพจิตที่ 12 และศูนย์สุขภาพจิตที่ 15

2. การประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานการพัฒนาความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดสงขลา สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา สมาคมผู้สูงอายุจังหวัดสงขลา โรงพยาบาลโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

3. ความสุขของผู้สูงอายุที่เข้าร่วมกิจกรรมที่ต้องการให้กิจกรรมลักษณะนี้เกิดขึ้นในชุมชน

4. กระบวนการจัดกิจกรรมรณรงค์ที่หลากหลาย

5. การเล็งเห็นความสำคัญของงานสุขภาพจิตของผู้สูงอายุ

**จุดที่ส่งผลให้งานผ่านไปได้อย่างดี**

1. ทีมงาน
2. การประสานงานแบบบูรณาการร่วมกับระดับจังหวัด
3. การสนับสนุนจากผู้บริหาร
4. การร่วมแชร์ทรัพยากร

**จุดอ่อน/จุดแข็งของการรณรงค์**

**จุดอ่อน**

-งบประมาณ (ไม่ได้รับการจัดสรรด้านงบประมาณเลย)

-แบบประเมิน (เนื้อหาเยอะ เข้าใจค่อนข้างยาก ผู้สูงอายุไม่เข้าใจ/อ่านหนังสือไม่ออก ต้องอ่านและอธิบายให้ฟัง ซึ่งต้องใช้เวลาค่อนข้างมาก)

**จุดแข็ง**

-ทีมงาน

-องค์ความรู้/เทคโนโลยีสุขภาพจิต

-ผู้บริหารหน่วยงาน

**โรงพยาบาลจิตเวชเลยราชนครินทร์**  
**การรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุ**  
**ชื่อกิจกรรม สร้างสุขทางใจ วัยผู้สูงอายุ**

**ประเด็นการรณรงค์** สร้างสุขทางใจ วัยผู้สูงอายุ  
(เพื่อให้ประชาชนวัยผู้สูงอายุ ได้เข้าถึงความรู้ มีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพจิตที่ถูกต้อง  
เหมาะสมในการดูแลตนเอง)

**แนวคิดในการรณรงค์**

การสร้างความสุขทางใจ ทำให้อ่อนหลับ ลดความวิตกกังวล และคลายความตึงเครียด เพื่อให้ผู้สูงอายุ มี  
ความรู้ เพื่อให้สามารถดูแลสุขภาพจิตของตนเอง ครอบครัว และผู้อื่นให้ใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข

**วัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย**

**วัตถุประสงค์**

1. เพื่อให้ประชาชนวัยผู้สูงอายุ ได้เข้าถึงความรู้ มีความรู้ ความเข้าใจ มีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพจิตที่ถูกต้อง  
เหมาะสมในการดูแลตนเอง
2. เพื่อรณรงค์ เผยแพร่สื่อสาธารณะในการดูแลสุขภาพจิตของตนเอง และผู้อื่น

**กลุ่มเป้าหมาย** ประชาชนกลุ่มเป้าหมายวัยสูงอายุ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย จำนวน 150 คน

**กิจกรรม**

1. กิจกรรมให้ความรู้ เช่น ปัญหาสุขภาพจิตในวัยผู้สูงอายุ
2. กิจกรรมคลายเครียดสำหรับผู้สูงอายุ สอนเทคนิควิธีการผ่อนคลายความเครียด เช่น นวดกดจุด การฝึกการ  
หายใจ เป็นต้น
3. กิจกรรมทำแบบประเมินความเครียด
4. แนวคิดการทำกิจกรรม
5. เพื่อให้ผู้สูงอายุมีความรู้เรื่องการผ่อนคลายความเครียด สามารถดูแลสุขภาพจิตของตนเองได้

**วัตถุประสงค์** เพื่อให้ผู้สูงอายุมีความรู้ และวิธีการผ่อนคลายความเครียด

**กระบวนการ/วิธีการ**

1. มีการเชิญชวนผู้สูงอายุมาทำกิจกรรมที่วัด
2. ให้ความรู้เรื่องการผ่อนคลายความเครียด
3. ประเมินความเครียดแก่ผู้สูงอายุ
4. สอนเทคนิคการผ่อนคลายความเครียดแก่ผู้สูงอายุ
5. ประเมินความรู้ความเข้าใจ

**ประโยชน์ และการประยุกต์ใช้** ผู้สูงอายุสามารถผ่อนคลายความเครียดได้

**ข้อพึงระวัง** ในการทำกิจกรรมอาจจะต้องพูดซ้ำๆ และมีคนช่วยในการทำกิจกรรมหลายคน เนื่องจากผู้สูงอายุอาจมี  
ปัญหาด้านการได้ยิน

**สื่อที่ใช้ในการรณรงค์**

- ประเภทของสื่อ : แผ่นพับ ไลน์ เว็บไซต์
- เป็นสื่อที่ใช้ได้ผลกับใครประชาชนทั่วไป

**กิจกรรมรณรงค์เพื่อส่งเสริมสุขภาพจิตวัยทำงาน**

**theme ของการรณรงค์** รู้ทันความเครียด วัยทำงาน

(การลดความวิตกกังวล และคลายความตึงเครียด เพื่อให้ประชาชนวัยทำงาน มีความรู้ เพื่อให้สามารถดูแลสุขภาพจิต  
ของตนเอง และผู้อื่นให้ใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข)

### แนวคิดในการรณรงค์

ให้ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย มีความรู้ ความเข้าใจและทัศนคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับสุขภาพจิต เพื่อให้สามารถดูแลสุขภาพจิตและ รู้วิธีการผ่อนคลายความเครียดของตนเอง ครอบครัว และ ผู้อื่นให้ใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข

### วัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย

1. เพื่อให้ประชาชนวัยทำงาน ได้เข้าถึงความรู้ มีความรู้ ความเข้าใจ มีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพจิตที่ถูกต้องเหมาะสมในการดูแลตนเอง
2. เพื่อรณรงค์ เผยแพร่สื่อสาธารณะในการดูแลสุขภาพจิตของตนเอง และผู้อื่น

**กลุ่มเป้าหมาย** ประชาชนกลุ่มเป้าหมายวัยทำงาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเลย จำนวน 120 คน

### กิจกรรม

1. กิจกรรมให้ความรู้ เช่น ปัญหาสุขภาพจิตในวัยทำงาน
2. กิจกรรมคลายเครียดสำหรับวัยทำงาน สอนเทคนิควิธีการผ่อนคลายความเครียด เช่น นวดกดจุด การฝึกการหายใจ เป็นต้น
3. กิจกรรมทำแบบประเมินความเครียด

**แนวคิดการทำกิจกรรม** เพื่อให้ประชาชนวัยทำงานมีความรู้เรื่องการผ่อนคลายความเครียด สามารถดูแลสุขภาพจิตของตนเองได้

**วัตถุประสงค์** เพื่อให้ประชาชนวัยทำงานมีความรู้ และวิธีการผ่อนคลายความเครียดด้วยตนเอง

### กระบวนการ/วิธีการ

1. เชิญบุคลากรเข้าร่วมโครงการ
2. ให้ความรู้เรื่องการผ่อนคลายความเครียด
3. ประเมินความเครียดแก่ประชาชนวัยทำงาน
4. สอนเทคนิคการผ่อนคลายความเครียดแก่ประชาชนวัยทำงาน
5. ประเมินความรู้ความเข้าใจ

**ประโยชน์ และการประยุกต์ใช้** ประชาชนวัยทำงาน สามารถผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานได้

**สื่อที่ใช้ในการรณรงค์** ประเภทของสื่อที่ใช้ : แผ่นพับ ไลน์ วิดีโอ เว็บไซต์

-----

### สถาบันกัลยาณ์ราชนครินทร์

การรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุ

ชื่อกิจกรรม สงกรานต์...सानใจ

-----

### แนวคิดในการรณรงค์

เมื่อก้าวสู่วัยอายุ ผู้สูงอายุจะมีการเปลี่ยนแปลงด้านบทบาทหน้าที่ ทั้งในที่ทำงาน ทางสังคม ตลอดจนการปฏิบัติกิจกรรมตามบทบาทหน้าที่ ที่เคยปฏิบัติในครอบครัว ทำให้ผู้สูงอายุมีการใช้กำลังกาย สติปัญญา และความสามารถต่าง ๆ ลดลง สิ่งเหล่านี้มีผลให้ผู้สูงอายุเกิดความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าลดลง แยกตัวออกจากสังคมมากขึ้น

การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพจิตเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยในการป้องกันความเสื่อมถอยของสมอง ป้องกันการถดถอยในเรื่องการสูญเสียบทบาทหน้าที่ทางสังคมและเป็นการส่งเสริมความมีคุณค่าในตนเอง ก่อให้เกิดการประคับประคองซึ่งกันและกัน ทำให้ผู้สูงอายุได้มีบทบาทในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันภายในกลุ่ม

กิจกรรมประเพณีสงกรานต์ผู้สูงอายุร่วมกับผู้ป่วยถือเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญในการฟื้นฟูสมรรถภาพและตระหนักถึงคุณค่าของความเป็นมนุษย์ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆในสังคม

### วัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจ โดยได้รับการยกย่อง สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ และสามารถทำประโยชน์ให้กับผู้อื่นได้
2. เพื่อให้ผู้สูงอายุได้มีพบปะสังสรรค์ พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นและประสบการณ์ซึ่งกันและกัน
3. เพื่อการป้องกันการถดถอยในเรื่องการสูญเสียบทบาทหน้าที่ทางสังคมและเป็นการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้เห็นคุณค่าในตนเอง
4. เพื่อส่งเสริมการดูแลสุขภาพกายและจิตใจของผู้สูงอายุ
5. เพื่อส่งเสริมกิจกรรมประเพณีและวัฒนธรรม
6. เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจให้กับผู้สูงอายุในบั้นปลายของชีวิต

#### กลุ่มเป้าหมาย

1. ชมรมผู้สูงอายุสถาบันกัลยาณ์ราชนครินทร์
2. ผู้สูงอายุจากชมรมญาติ
3. ผู้สูงอายุที่เป็นผู้ป่วยในสถาบันกัลยาณ์ราชนครินทร์
4. ผู้สูงอายุในชุมชนใกล้เคียง

#### กิจกรรม

ประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุชุมชน โดยการเปิด CD ที่ได้รับจากโรงพยาบาลศรีธัญญา

#### ประชาสัมพันธ์ในหน่วยงาน

- เสียตามสาย
- ติดประกาศเชิญชวน
- บอร์ดประชาสัมพันธ์
- อ่านบทความ

#### การจัดกิจกรรม

- แจกเอกสารให้ความรู้แก่ผู้สูงอายุ
- กิจกรรมทำบุญตักบาตรพระสงฆ์
- กิจกรรมสรงน้ำพระพุทธรูป
- กิจกรรมรดน้ำขอพรผู้ใหญ่ โดยกิจกรรมนี้จะจัดให้ผู้ป่วยในสถาบันกัลยาณ์ราชนครินทร์ รวมทั้งเจ้าหน้าที่รดน้ำขอพรจากผู้สูงอายุ โดนผู้สูงอายุจะเป็นทั้งเจ้าหน้าที่ในสถาบันฯ, จากชมรมผู้สูงอายุ, ชมรมญาติ และผู้สูงอายุที่เป็นผู้ป่วยในสถาบันฯ
- กิจกรรมซุ้มต่างๆ โดยมีซุ้มเกมส์จากหน่วยงานในสถาบันฯช่วยเป็นเจ้าภาพในแต่ละซุ้ม เช่น ซุ้มเกมส์ปิงโก จากจิตเวชชุมชน, ซุ้มปาเป้าจาก สหวิชาชีพ, ซุ้มร่ำวงจากตึกผู้ป่วยใน, ซุ้มปาลูกบอลจากส่วนอำนวยการ

#### ประโยชน์ การประยุกต์ใช้ และข้อพึงระวัง

**ประโยชน์** ผู้สูงอายุได้มีกิจกรรมมีสันทนาการคลาย ได้พบปะพูดคุย และได้ความรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆที่สามารถนำไปใช้ได้ในชีวิตประจำวัน

#### การประยุกต์ใช้และข้อพึงระวัง

- การแจกเอกสารความรู้ต่างๆ เพื่อให้ผู้สูงอายุได้อ่าน และได้นำความรู้ที่ได้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน ทางสถาบันฯได้นำแผ่นพับที่ได้จากโรงพยาบาลศรีธัญญามาส่งทำโรกราฟเพิ่มเติมเพื่อที่จะได้แจกแก่ผู้สูงอายุ และผู้ที่เป็นลูกหลานหรือว่านำไปให้แก่ผู้สูงอายุที่อยู่ในชุมชนที่ตนอาศัยอยู่ แต่เอกสารที่นำไปโรกราฟจะเป็นภาพขาวดำ และอาจจะไม่ชัดเจน
- กิจกรรมการรดน้ำขอพรผู้ใหญ่ จะให้ผู้ป่วยที่เป็นผู้สูงอายุมาร่วมด้วย ซึ่งท่านก็ให้พรแก่ทุกคนที่มารดน้ำ

- กิจกรรมช้เกมส้ต่าง ๆ บางกิจกรรมผู้สูงอายุจะไม่ค่อยให้ความสนใจ เช่นช้เกมส้ป้ิงโก เพราะอาจใช้เวลาและช้บ้ช้อนเกินไปทำให้ผู้สูงอายุจะไม่ค่อยสนใจ ส่วนช้ที่ได้รับความสนใจมากที่สุดคือช้ม้ร้าว ซึ่งเป็นเพราะไม่ต้องใช้เวลานานอยากหยุดเมื่อไหร่ก็ได้ อยากร้องเองก็ได้ และถือว่าเป็นการออกกำลังกายได้ด้วย ช้ควรว้งในช้ม้นี้คือเนื่องจากจัดกิจกรรมร้าวในศาลาซึ่งพื้นเป็นหินอ่อน และในกิจกรรมงานสงกรานต์จะมีการเล่นน้ำด้วยซึ่งอาจทำให้พื้นเปียกแล้วล้่นได้ ดังนั้นไม่ควรให้เล่นน้ำบนลานร้าว

#### สื่อที่ใช้ในการรณรงค์

- ประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีวิทยุชุมชน
- ประชาสัมพันธ์ผ่านชมรมผู้สูงอายุ
- บริการออกเสียงตามสายภายในหน่วยงานตลอดเดือนเมษายน
- จัดบอร์ดนิทรรศการที่ OPD ตลอดเดือนเมษายน
- เปิดช้ดีให้ความรู้ผ่านทางโทรทัศน์ออนไลน์ในสถาบันฯ
- แผ่นพับที่รับสนับสนุนจากโรงพยาบาลศรีธัญญา
- ช้ดีคลายเครียด
- บอร์ดประชาสัมพันธ์เรื่องโภชนาการในผู้สูงอายุ
- บอร์ดประชาสัมพันธ์เรื่องการส่งเสริมสุขภาพจิต

สื่อที่ใช้ในการรณรงค์ส่วนมากผู้สูงอายุจะให้ความสนใจช้ดีคลายเครียด เป็นเพลงบรรเลงและสอนการปฏิบัติ ซึ่งผู้สูงอายุใช้เปิดฟังโดยไม่ต้องอ่านเนื่องจากส่วนมากแล้วผู้สูงอายุจะมีปัญหาด้านสายตา

#### จุดเด่น-จุดด้อยของการรณรงค์

##### จุดเด่น

1. ได้รับความร่วมมือจากคณะทำงาน
2. ได้รับความร่วมมือจากประชาชนที่ตอบแบบสำรวจเพื่อค้นหาปัญหาและความต้องการของวัยแรงงานและวัยสูงอายุในพื้นที่เป้าหมาย
3. ได้รับความร่วมมือจากทุกหน่วยงานในสถาบันฯ ในการจัดกิจกรรมและร่วมเป็นเจ้าของในการจัดช้กิจกรรม
4. ผู้บริหารให้การสนับสนุน

##### จุดด้อย

1. เนื่องจากในช่วงการจัดงานมีอากาศร้อน และกิจกรรมในครั้งนี้เป็นการจัดงานกลางแจ้งจึงทำให้เป็นอุปสรรคในการจัดกิจกรรม
3. ผู้สูงอายุมีความเสื่อมสภาพของร่างกาย ทำให้เกิดอุปสรรคในการเข้าร่วมกิจกรรม เช่น ช้ม้บ้ิงโก ผู้เข้าร่วมกิจกรรมต้องนั่งพื้น ซึ่งผู้สูงอายุจะลุกนั่งลำบาก
4. ระยะเวลาในการจัดกิจกรรมน้อย เนื่องจากเป็นช่วงที่มีอากาศร้อนมาก จึงได้จัดกิจกรรมแค่ในช่วงเช้า แต่มีกิจกรรมเยอะ จึงทำให้เข้าร่วมกิจกรรมไม่ทั่วถึง

#### ผลที่ได้รับหลังจากการรณรงค์

ผู้สูงอายุที่เข้าร่วมกิจกรรมมีความสุข สนุกสนาน และพบปะสังสรรค์ พูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน รวมทั้งได้ความรู้และวิธีการปฏิบัติตนเองในชีวิตประจำวัน

สิ่งที่ได้เกินความคาดหวัง ผู้สูงอายุอยากให้ออกกิจกรรมแบบนี้อย่างต่อเนื่อง และอยากให้ออกกิจกรรมทุกเดือน

#### บทเรียน / ความรู้ที่ได้จากการจัดกิจกรรม

- พลังความสามารถในตัวผู้สูงอายุ
- ความสามารถในการให้ความช่วยเหลือและการพูดให้กำลังใจแก่ผู้ที่มีความทุกข์หรือเจ็บป่วย
- เป็นผู้นำในการทำกิจกรรม
- เป็นผู้คอยให้คำปรึกษา ถ่ายทอดประสบการณ์แก่คนอื่นๆ

## ข้อเสนอเพื่อการพัฒนาการรณรงค์ในปีต่อไปมีอะไรบ้าง

- สนับสนุนงบประมาณในปีต่อไป
- อยากให้จัดกิจกรรมพาไปดูงาน ทักสอนศึกษานอกสถานที่
- สนับสนุนวิทยากรให้ความรู้ที่มีประโยชน์ในทุกด้านให้แก่ผู้สูงอายุ

## โรงพยาบาลจิตเวชขอนแก่นราชนครินทร์และศูนย์สุขภาพจิตเขต 6 การรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยสูงอายุ

**theme ของการรณรงค์** การเสริมสร้างพลังสุขภาพจิตด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น  
**แนวคิดในการรณรงค์** การดูแลสุขภาพจิตของผู้สูงอายุ โดยเน้นให้ตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของประชาชนอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

### วัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ ทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และจิตวิญญาณ
2. เพื่อให้นักเรียน ประชาชนมีส่วนร่วมเรียนรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพจิต สุขภาพกายด้วยภูมิปัญญาอีสาน
3. เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและรับผิดชอบในการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

#### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจเรื่องสุขภาพกาย ใจ อย่างถูกต้อง
2. กลุ่มเยาวชน ประชาชน ผู้นำชุมชน มีส่วนร่วม ในกิจกรรมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ
3. ร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมโครงการ
4. ผู้สูงอายุมีความรู้ และใช้ศักยภาพในการดูแลสุขภาพตนเองได้ ต่อเนื่อง ยั่งยืน
5. เกิดชมรม แกนนำในการดูแลสุขภาพหมู่บ้าน

**กลุ่มเป้าหมาย** ผู้สูงอายุ ประชาชน นักเรียน และผู้นำชุมชน จำนวน 140 คน (ชุมชนบ้านหนองผือ ตำบลนาเพียง อำเภอลำทะเมนชัย จ. ขอนแก่น)

**ระยะเวลา** มกราคม 2553 – เมษายน 2553

#### กิจกรรม

#### ระยะเตรียม

1. ชี้แจงการดำเนินโครงการ วางแผนร่วมกับภาคีเครือข่าย ( 4 มกราคม 2553 )
2. ประชาคมทุกภาคส่วน ผู้นำชุมชน วัด โรงเรียน ครู ผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มแกนนำแม่บ้าน อ.บ.ต และ กรมพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
3. ประเมินภาวะสุขภาพใจ กาย สัมภาษณ์ประเมินภาวะสุขภาพ
4. วิเคราะห์ปัญหา สรุปผลปัญหา ความต้องการ ผลการวิเคราะห์ปัญหา สรุปผลปัญหา

#### ข้อมูลทั่วไป

- ผู้สูงอายุ 116 คน ( 83.45 % )
  - ชาย 46 คน ( 39.65% )
  - หญิง 70 คน ( 60.35% )

## ภาวะสุขภาพ

- ไม่เครียด 54 คน (46.55%)
- เครียดเล็กน้อย 51 คน (43.97%)
- เครียดระดับปานกลาง 7 คน (6.03%)
- เครียดระดับมาก 4 คน (3.45%)

### จุดเด่นของชุมชนนี้คือ

ความเข้มแข็งของชุมชน มีความสามัคคี เอื้ออาทรกัน และมีความช่วยเหลือเกื้อกูลกันดี ผู้นำชุมชน ครู อ.บ.ต. พ.ม. ซึ่งเป็นคนในชุมชนทำให้มีความเข้มแข็งมาก

### ความต้องการของชุมชน

#### สิ่งที่ผู้สูงอายุต้องการทราบคือ

- ความรู้ทางสุขภาพกาย วิธีการดูแลสุขภาพตนเอง แหล่งรักษาพยาบาลที่เฉพาะทาง การดูแลบุคคลในครอบครัวที่เจ็บป่วยด้วยโรคทางกายและใจ กิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพ การจัดการกับความเครียด วิธีคลายเครียด วิธีการแก้ไขปัญหาต่างๆในการดำเนินชีวิต

#### ขั้นตอนการดำเนินการ

รณรงค์ให้ความรู้การดูแลสุขภาพใจ ภาย ผ่านหอกระจายข่าว ตั้งแต่วันที่ 20 มกราคม - 13 เมษายน 2553

## โรงพยาบาลจิตเวชขอนแก่นราชนครินทร์และศูนย์สุขภาพจิตเขต 6

### การรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและผู้สูงอายุ

#### ชื่อกิจกรรม ผู้สูงอายุ สานใจ ครอบครัวไทย

**theme ของการรณรงค์** การเสริมสร้างพลังสุขภาพใจด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น

**แนวคิดในการรณรงค์** การดูแลสุขภาพจิตของผู้สูงอายุ โดยเน้นให้ตรงกับความต้องการและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของประชาชนอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

**วัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย**

**วัตถุประสงค์**

1. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ ทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และจิตวิญญาณ
2. เพื่อให้นักเรียน ประชาชนมีส่วนร่วมเรียนรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพจิต สุขภาพกายด้วยภูมิปัญญาอีสาน
3. เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและรับผิดชอบในการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

**ผลที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจเรื่องสุขภาพกาย ใจ อย่างถูกต้อง
2. กลุ่มเยาวชน ประชาชน ผู้นำชุมชน มีส่วนร่วม ในกิจกรรมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ
3. ร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมโครงการ
4. ผู้สูงอายุมีความรู้ และใช้ศักยภาพในการดูแลสุขภาพตนเองได้ ต่อเนื่อง ยั่งยืน
5. เกิดชมรม แกนนำในการดูแลสุขภาพหมู่บ้าน

**กลุ่มเป้าหมาย** ผู้สูงอายุ ประชาชน นักเรียน และผู้นำชุมชน จำนวน 140 คน (ชุมชนบ้านหนองผือ ตำบลนาเพียง อำเภอชุมแพ จ. ขอนแก่น)

**ระยะเวลา** มกราคม 2553 - เมษายน 2553

## กิจกรรม

### ระยะเตรียม

1. ชี้แจงการดำเนินโครงการ วางแผนร่วมกับภาคีเครือข่าย( 4 มกราคม 2553 )
2. ประชาคมทุกภาคส่วน ผู้นำชุมชน วัด โรงเรียน ครู ผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มแกนนำแม่บ้าน อ.บ.ต และ กรมพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
3. ประเมินภาวะสุขภาพใจ กาย สัมภาษณ์ประเมินภาวะสุขภาพ
4. วิเคราะห์ปัญหา สรุปผลปัญหา ความต้องการ

### ข้อมูลทั่วไป

- ผู้สูงอายุ 116 คน ( 83.45 % ) ชาย 46 คน ( 39.65% ) หญิง 70 คน( 60.35%)

### ภาวะสุขภาพ

- ไม่เครียด 54 คน (46.55% )
- เครียดเล็กน้อย 51 คน ( 43.97% )
- เครียดระดับปานกลาง 7 คน ( 6.03% )
- เครียดระดับมาก 4 คน ( 3.45 % )

### จุดเด่นของชุมชนนี้คือ

ความเข้มแข็งของชุมชน มีความสามัคคี เอื้ออาทรกัน และมีความช่วยเหลือเกื้อกูลกันดี ผู้นำชุมชน ครู อ.บ.ต. พ.ม. ซึ่งเป็นคนในชุมชนทำให้มีความเข้มแข็งมาก

### ความต้องการของชุมชน

#### สิ่งที่ผู้สูงอายุต้องการทราบคือ

- ความรู้ทางสุขภาพกาย วิธีการดูแลสุขภาพตนเอง แหล่งรักษาพยาบาลที่เฉพาะทาง การดูแลบุคคลในครอบครัวที่เจ็บป่วยด้วยโรคทางกายและใจ กิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพ การจัดการกับความเครียด วิธีคลายเครียด วิธีการแก้ไขปัญหาต่างๆในการดำเนินชีวิต

### ขั้นตอนการดำเนินการ

รณรงค์ให้ความรู้การดูแลสุขภาพใจ ภายผ่านหอกระจายข่าว ตั้งแต่วันที่ 20 มกราคม - 13 เมษายน 2553

จัดกิจกรรมรณรงค์ให้ความรู้ด้วยการผสมผสานประเพณีท้องถิ่น 14 เมษายน 2553 มีกิจกรรมต่างๆ คือ

- 1.) มีการบรรยายให้ความรู้ เรื่องความเครียด และพลังสุขภาพจิต
- 2.) แจกเอกสารความเผยแพร่รู้สุขภาพจิต

เพื่อให้ผู้สูงอายุและประชาชนได้มีความมีความรู้ และสามารถนำความรู้ที่ได้รับนำไปใช้ในการดูแลสุขภาพตนเองได้ ต่อเนื่องยั่งยืน

- 3.) การขับร้องสรภัญญะ เป็นการขับร้องสื่อสารความรู้เนื้อหาเกี่ยวกับความสำคัญพ่อแม่ พระคุณของพ่อแม่ บุตรหลาน ต้องดูแลทดแทนพระคุณ ดูแลให้พ่อแม่มีความสุข

### วัตถุประสงค์

เพื่อให้ประชาชนได้รับฟังข้อมูลถึงความสำคัญของพ่อแม่ สื่อสารโดยการขับร้องสรภัญญะทำให้ไม่เกิดความเบื่อ สนใจรับฟัง เข้าใจและเกิดความตระหนักในการเข้าใจและดูแลผู้สูงอายุ

### กระบวนการ /วิธีการ

- ประสานกับอบต. ผู้นำชุมชน ให้มีการค้นหาบุคคลที่สามารถขับร้องสรภัญญะได้
  - มีการซ้อมการขับร้องสรภัญญะ ช่วงตอนเย็น
- 4.) การร้องหมอลำ เป็นการขับร้องสื่อสารความรู้เนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมของหมู่บ้านหนองผือ ตำบลนาเพียง อำเภอชุมแพ จ. ขอนแก่น

## วัตถุประสงค์

เพื่อให้ประชาชนได้รับฟังข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมของหมู่บ้านหนองผือ ตำบลนาเพียง อำเภอชุมแพ จ. ขอนแก่น สื่อสารโดยการร้องหมอลำ ทำให้ผู้ที่รับฟัง สนุก ไม่เกิดความเบื่อ สนใจรับฟัง เข้าใจและเกิดความรู้สึกที่ดีต่อดีวัฒนธรรม นำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

## กระบวนการ / วิธีการ

- ประสานกับอบต. ผู้นำชุมชน ให้มีการค้นหาบุคคลที่สามารถร้องหมอลำได้
- มีการซ้อมการร้องหมอลำ ช่วงตอนเย็น

## กิจกรรมของนักเรียน

มีการแสดงของนักเรียน 3 ชุด คือ ชุดสงกรานต์ผู้สูงวัย ชุดพ่อนรำบายศรีสู่ขวัญ ชุดแข่งกะโป้(แข่งกะลา)

## วัตถุประสงค์

เพื่อให้นักเรียนได้แสดงผลสะท้อนของความภาคภูมิใจของเด็กที่มีต่อผู้สูงวัย และในการแสดงของนักเรียนผู้สูงวัยได้มีส่วนร่วมเช่นทำกะลาให้เด็ก ทำบายศรี

## กระบวนการ / วิธีการ

- ประสานงานกับ ครูเป็นผู้ดำเนินการประสานงานกับเด็กและผู้ปกครอง
  - มีการซ้อมการแสดง
- 5.) มีกิจกรรมสัมพันธ์เล่นเกมส์
- เล่นเกมส์ในผู้สูงวัย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในกลุ่มผู้สูงวัย
  - เล่นเกมส์ระหว่างผู้สูงวัยกับบุตรหลานเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว
- 6.) รดน้ำดำหัว ขอพรผู้สูงอายุ และมอบของที่ระลึก
- เพื่อสร้างความสัมพันธ์และแสดงความภาคภูมิใจต่อผู้สูงวัย
- 7.) ทำบุญถวายภัตตาหารพระ

## สื่อที่ใช้ในการรณรงค์

- การให้ความรู้การดูแลสุขภาพใจและกายผ่านหอกระจายข่าว
- แผ่นพับสุขภาพจิตดีในวัยสูงอายุ
- การขับร้องสรภัญญะสื่อสารความรู้เนื้อหาเกี่ยวกับความสำคัญพ่อแม่ พระคุณของพ่อแม่ บุตรหลานต้องดูแลทดแทนพระคุณ ดูแลให้พ่อแม่มีความสุข
- การร้องหมอลำสื่อสารความรู้เนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมของหมู่บ้านหนองผือ ตำบลนาเพียง อำเภอชุมแพ จ. ขอนแก่น

## การประเมินผล

1. จากการสังเกตผู้สูงวัยและประชาชน นักเรียนที่เข้าร่วมโครงการมีสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส ตั้งใจ สนใจรับฟังความรู้ มีร่วมมือในการทำกิจกรรมตลอด

### 2. จากผลการประเมิน พบว่า

ผลการประเมินความรู้ด้านสุขภาพจิตผู้เข้าร่วมโครงการ มีระดับคะแนน 7 คะแนนจำนวน 1 คนคิดเป็น ร้อยละ 0.7 (ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมิน) และส่วนใหญ่มีระดับคะแนนความรู้ด้านสุขภาพจิต ผ่านเกณฑ์การประเมินผล คือมีคะแนน 8-10 คะแนน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 99 (ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้)

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมประชุมต่อการถ่ายทอดองค์ความรู้ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ **ในระดับมากถึงมากที่สุด**ซึ่งเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้ 1.) วิธีการถ่ายทอดความรู้เปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับความรู้มีส่วนร่วม ร้อยละ 98.5 2.) ความรู้เหมาะสมกับผู้รับความรู้ ร้อยละ 96.9 3.) ระยะเวลาที่ใช้ในการถ่ายทอดความรู้มีความเหมาะสม นำไปใช้ประโยชน์ได้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการและความพึงพอใจต่อการถ่ายทอดความรู้ในภาพรวม ร้อยละ 95.4 4.) สื่อ / เอกสารประกอบการถ่ายทอดความรู้ถ่ายทอดการนำไปใช้ ความรู้เหมาะสม

กับผู้รับความรู้ ร้อยละ 93.9 5.) เนื้อหาความรู้ที่ได้รับเข้าใจง่ายและมีความพอเพียงต่อจำนวนผู้รับความรู้ ร้อยละ 92.3 6) สื่อ / เอกสารประกอบการถ่ายทอดความรู้ดึงดูดความสนใจ ร้อยละ 83.1 ตามลำดับ (ความพึงพอใจต่อโครงการภาพรวม ร้อยละ 95.4 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้)

#### ข้อเสนอแนะ / ข้อคิดเห็นอื่น ๆ

1. ดีมาก ควรมีการจัดต่อเนื่องทุกปี
2. อยากให้จัดแบบนี้อีกต่อไป
3. จัดได้ดีมาก

#### การมีส่วนร่วมในการดูแลผู้สูงอายุ ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานอื่น ๆ ดังนี้

1. ชาวบ้าน - แม่บ้าน (ผู้หญิง) จัดเตรียมอาหารให้ผู้สูงอายุรวมทั้งเก็บล้างจาน  
- พ่อบ้าน (ผู้ชาย) ดูแลจัดเตรียมสถานที่ทั้งหมด
2. ลูกหลานสนับสนุน ขนม นม อุปกรณ์ให้ผู้สูงอายุใช้ปฏิบัติธรรมที่วัดเช่น มุ้ง เสื้อ
3. อ.บ.ต. เป็นผู้ประสานงานทั้งสถานที่ เครื่องเสียง และเป็นผู้คัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย
4. กรมพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์สนับสนุนของขวัญให้ผู้สูงอายุ
5. โรงพยาบาลจิตเวชขอนแก่นราชนครินทร์และศูนย์สุขภาพจิตเขต 6 เป็นผู้ที่เอื้อให้เกิดโครงการนี้
6. ชุมชนเริ่มจัดตั้งชมรมดูแลผู้สูงอายุของหมู่บ้านหนองผือ

สิ่งที่ได้เรียนรู้จากการทำโครงการครั้งนี้คือ ความรู้ กิจกรรม แบบประเมินของโครงการควรจะสอดคล้องกับบริบทของชุมชน และความต้องการของชุมชนนั้นๆ

#### ปัญหา / อุปสรรค

จากการที่ใช้แบบประเมินผลของกรมสุขภาพจิต ปัญหาคือผู้สูงอายุไม่มีความรู้ อ่านหนังสือไม่ออก ต้องใช้วิธีการอ่านคำถามให้ฟัง แล้วใช้วิธีการตอบแบบยกมือว่าใช่หรือไม่ และต้องมีการปรับแบบสอบถามให้สอดคล้องกับชุมชน

---

### โรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมาราชนครินทร์ การรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยสูงอายุ ชื่อกิจกรรม สุขของท่าน...สุขของเรา

---

#### แนวคิดในการรณรงค์

เนื่องจากสภาพสังคมในปัจจุบัน ครอบครัวส่วนใหญ่จะแยกตัวออกมาเป็นครอบครัวเล็ก ที่มีเฉพาะ พ่อ-แม่-ลูก จึงทำให้บทบาทของ ปู่-ย่า-ตา-ยาย ที่อยู่ในวัยสูงอายุ จึงถูกลดบทบาทและ ลดความสำคัญลงไป ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งของปัญหาด้านสุขภาพจิตของผู้สูงอายุ

โรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมาราชนครินทร์ ได้ใช้ประเพณีวันสงกรานต์ รณรงค์เพื่อให้เกิดการระลึกถึงและให้ความสำคัญแก่ผู้สูงอายุ โดยการจัดกิจกรรม “กตัญญู รู้คุณค่า มหาสงกรานต์” ซึ่งลักษณะของกิจกรรม จะเป็นการแสดงความเคารพนับถือให้ความสำคัญให้ผู้สูงอายุได้มีส่วนร่วม และได้รำลึกถึงความสุขและความประทับใจในอดีต

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อสืบสานประเพณีและวัฒนธรรมไทย
2. เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตผู้สูงอายุ

กลุ่มเป้าหมาย ผู้สูงอายุทั่วไป และชมรมผู้สูงอายุของโรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมาราชนครินทร์

## กิจกรรม

1. คณะอนุกรรมการชมรมจริยธรรมและเสริมสร้างคุณภาพชีวิตในการทำงาน ของโรงพยาบาล ได้กำหนดจัดกิจกรรมเพื่อสืบสานประเพณีสงกรานต์ขึ้น ในวันที่ 12 เมษายน 2553 โดยใช้ชื่อกิจกรรม “กตัญญู รู้คุณค่า มหาสงกรานต์”
2. เชิญสมาชิกชมรมผู้สูงอายุของโรงพยาบาล เจ้าหน้าที่ที่เกษียณอายุราชการไปแล้ว และเจ้าหน้าที่ที่จะเกษียณอายุราชการในปีนั้น เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว
3. จัดให้มีพิธีแห่ขบวนสงกรานต์ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ เพื่อสร้างบรรยากาศความสนุกสนานครื้นเครงเชิญตัวแทนผู้สูงอายุที่เกษียณราชการแล้ว กล่าวแสดงความรู้สึกหรือความประทับใจ ที่มีต่อการทำงานในอดีต
4. พิธีรดน้ำดำหัวขอพร และมอบของที่ระลึกแก่ผู้สูงอายุ

## สื่อที่ใช้ในการรณรงค์

1. สื่อบุคคล ได้แก่ผู้สูงอายุที่เข้าร่วมกิจกรรม
2. ป้ายคัทเอ้าท์ ได้จัดทำป้ายคัทเอ้าท์ติดตั้งที่บริเวณหน้าโรงพยาบาล เป็นภาพขันน้ำลายไทยใส่หน้าที่ลอยด้วยดอกมะลิและกลีบกุหลาบ มีพวงมาลัยวางข้าง ๆ และตัวหนังสือ “กตัญญู รู้คุณค่า มหาสงกรานต์”
3. เสียงตามสาย โดยการอ่านบทความเกี่ยวกับผู้สูงอายุ ประวัติและความหมายของวันสงกรานต์ กิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับประเพณีสงกรานต์ของไทย รวมทั้งการเปิดเพลง ทางระบบเสียงตามสายของโรงพยาบาล

---

## โรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมาราชสิมาราชนครินทร์ การรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงาน ชื่อกิจกรรม สุขของท่าน...สุขของเรา

---

### ชื่อกิจกรรม สุขของท่าน...สุขของเรา

#### แนวคิดในการรณรงค์

- การทำงานงานทุกอย่างมีความหมาย
- คนเราอยู่ในที่ทำงานมากกว่าที่บ้าน ทั้งความสุขและความทุกข์ส่วนใหญ่มักเกิด ในที่ทำงาน
- งานบริการเช่นโรงพยาบาล ผู้ให้บริการจะมีความสุขได้ก็ต่อเมื่อเห็นผู้รับบริการ มีความสุข

#### วัตถุประสงค์

- เพื่อให้เห็นคุณค่าของงานที่เราปฏิบัติ
- เพื่อสร้างความสุขในการปฏิบัติงาน

#### กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนทั่วไปในวัยทำงาน

#### กิจกรรม

- คัดเลือกภาพถ่ายสมัยอดีตของโรงพยาบาล โดยในภาพแสดงถึงการปฏิบัติงานการให้บริการผู้ป่วย 3 ยุค คือ ปี 2510 , 2528 และยุคปัจจุบัน
- จัดทำป้ายคัทเอ้าท์ โดยนำภาพดังกล่าวข้างต้นมาประกอบกัน โดยมีข้อความขนาดใหญ่ อธิบายได้ภาพว่า “สุขของท่าน...สุขของเรา”
- เผยแพร่ความรู้เรื่อง “ความสุขในการทำงาน” แก่ผู้มารับบริการ และประชาสัมพันธ์ทางระบบเสียงตามสายของโรงพยาบาล

## สื่อที่ใช้ในการรณรงค์

- ป้ายคัทเออร์ สื่อความหมายเกี่ยวกับความสุขที่เกิดจากการทำงาน เพื่อให้บุคคลที่สัญจรผ่านไปมาได้รับทราบ
- เสี่ยงตามสาย โดยการเผยแพร่บทความสุขภาพจิตที่เกี่ยวข้องทางเสียงตามสายของโรงพยาบาลฯ
- วิทยุกระจายเสียงในท้องถิ่น จัดส่งบทความสุขภาพจิตเพื่อเผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงในท้องถิ่น

## โรงพยาบาลจิตเวชนครพนมราชนครินทร์

### การรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุ

#### ชื่อกิจกรรม คนวัยทำงานรุ่นใหม่ สุขใจไม่เครียด

**Theme** คนวัยทำงานรุ่นใหม่ สุขใจไม่เครียด

ต้องการสื่อให้เห็นว่าประชาชนวัยทำงานย่อมมีความเครียดจากการทำงานได้ซึ่งหากความเครียดมีระดับสูงกว่าปกติ และจัดการกับความเครียดอย่างไม่เหมาะสมอาจเป็นปัญหาต่อตนเองและผู้อื่น ดังนั้นเราจึงควรสร้างบรรยากาศของการผ่อนคลายความเครียดที่เหมาะสมจะทำให้ลดความเครียดจากการทำงานได้

#### แนวคิดในการรณรงค์

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะสุขภาพจิตของบุคคลวัยทำงาน ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยความไม่มั่นคงของงาน และปัจจัยด้านสัมพันธภาพของผู้ร่วมงาน เช่น การทำงานที่หนักเกินไป ความเหนื่อยล้า ปัญหาจากเพื่อนร่วมงาน หรือข้อจำกัดของหน่วยงาน อาจเป็นสาเหตุให้เกิดปัญหาความเครียดจากการทำงานได้ ความเครียดจากการทำงานจะนำไปสู่ความเจ็บป่วยด้วยโรคต่าง ๆ เช่น โรคหัวใจและหลอดเลือด มะเร็ง ปวดหลัง โรคซึมเศร้า ปวดหัวเรื้อรัง โรคนอนไม่หลับ ความผิดปกติทางด้านจิตใจ หากบุคคลวัยทำงานมีพฤติกรรมจัดการกับความเครียดไม่เหมาะสม เช่น การสูบบุหรี่ การดื่มสุรา การใช้สารเสพติด การเที่ยวกลางคืน จะทำให้เกิดปัญหาอื่นตามมาได้ และจะทำให้เครียดมากยิ่งขึ้น

การส่งเสริมป้องกันปัญหาสุขภาพจิตของบุคคลวัยทำงาน โดยสนับสนุนให้รู้จักวิธีการคลายเครียดที่เหมาะสม ได้แก่ การออกกำลังกาย การพักผ่อนหย่อนใจ การทำงานอดิเรก การพูดคุยสังสรรค์กับเพื่อนฝูงจะช่วยให้คลายเครียดได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับครอบครัวและบุคคลอื่นในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข และลดปัญหาภาวะเสี่ยงจากการเจ็บป่วยต่าง ๆ อันเป็นผลมาจากความเครียดได้อีกด้วย

#### วัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย

1. เพื่อให้ประชาชนวัยแรงงานมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องความเครียดในการทำงาน และสามารถประเมินความเครียดด้วยตนเองได้
2. ประชาชนวัยแรงงานมีทักษะการคลายเครียดในการทำงาน
3. เพื่อให้ประชาชนวัยแรงงานสามารถนำความรู้และทักษะที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อลดเครียดจากการทำงาน และมีความสุขในการทำงานมากขึ้น

#### กลุ่มเป้าหมาย

พนักงานประจำโรงงานบริษัทโกโรเบสท์อาหารแช่แข็ง จำกัด ตำบลเวินพระบาท อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม จำนวนทั้งสิ้น 100 ราย

**กิจกรรม** การสำรวจภาวะสุขภาพจิตของพนักงานโรงงานบริษัทโกโรเบสท์อาหารแช่แข็ง จำกัด ซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 99 หมู่ที่ 1 ตำบลเวินพระบาท อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม 48120 จำนวน 100 คน

#### แนวคิดในการทำกิจกรรม :

บุคคลที่อยู่ในวัยทำงาน ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นการเผชิญกับปัญหาความเครียดจากการทำงาน ซึ่งสาเหตุอาจมาจากปัจจัยหลายประการ เช่น ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยความไม่มั่นคงของงาน และปัจจัยด้าน

สัมพันธภาพของผู้ร่วมงาน พนักงานประจำโรงงานแต่ละคนย่อมมีความเครียดแตกต่างกันไป บางคนอาจได้รับผลกระทบต่อนตนเองและผู้อื่นในลักษณะต่าง ๆ กัน ทั้งในรูปแบบของพฤติกรรมการทำงานและโรคประจำตัว ซึ่งพนักงานแต่ละคนจะมีวิธีการจัดการกับความเครียดแตกต่างกันทั้งวิธีที่เหมาะสมและไม่เหมาะสม การสำรวจภาวะสุขภาพจิต เป็นการประเมินภาวะสุขภาพจิตของพนักงานในโรงงานเพื่อค้นหากลุ่มเสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพจิต และสามารถจัดกิจกรรมให้คำแนะนำช่วยเหลือที่เหมาะสมแก่กลุ่มเสี่ยงในโอกาสต่อไป

#### วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อรวบรวมข้อมูลของพนักงานโรงงาน เกี่ยวกับ อัตรากำลัง ช่วงอายุ เพศ ระดับการศึกษา ลักษณะงานที่รับผิดชอบ ความเครียด ผลกระทบของความเครียดในลักษณะของพฤติกรรมการทำงาน โรคประจำตัว และวิธีการเผชิญความเครียด
2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ประเมินภาวะสุขภาพจิตของพนักงานโรงงานดังกล่าว
3. เพื่อจัดทำโครงการรณรงค์เพื่อส่งเสริมสุขภาพจิตวัยทำงาน โดยมีแนวคิดหลัก (Theme) เรื่อง “การลดความเครียดจากการทำงาน” สำหรับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

#### กระบวนการ/วิธีการ :

1. จัดประชุมทีมงาน เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ และร่วมกันวางแผนการดำเนินงาน
2. กำหนดประเด็นสำหรับการสัมภาษณ์พนักงาน ดังนี้
  - 2.1 ผู้บริหารหรือฝ่ายบุคคล ใช้แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับ
    - ข้อมูลเกี่ยวกับโรงงาน ได้แก่ ประวัติความเป็นมาของการก่อตั้งโรงงาน ลักษณะของสถานประกอบการเป็นอุตสาหกรรมประเภทใด สินค้าหรือบริการที่โรงงานผลิต อัตรากำลังของบุคลากร
    - ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา
  - 2.2 พนักงาน
    - ใช้แบบสัมภาษณ์ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะงานที่รับผิดชอบ
    - ใช้แบบประเมินความเครียด 20 ข้อ ของกรมสุขภาพจิต
    - ใช้แบบสัมภาษณ์เพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและลักษณะของความเครียด ได้แก่ สาเหตุของความเครียด ผลกระทบของความเครียดในลักษณะของพฤติกรรมการทำงาน โรคประจำตัว และวิธีการเผชิญความเครียดของพนักงานส่วนใหญ่
3. ประสานฝ่ายบุคคลของโรงงาน เพื่อขออนุญาตและนัดหมายวันเวลา สถานที่เข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูล
4. จัดทำหนังสือขออนุญาตเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูล จัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ และนัดหมายทีมคณะทำงานเพื่อเข้าไปเก็บรวบรวมข้อมูลตามแผนที่กำหนดไว้
5. สรุป วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยการแจกแจงความถี่ และคำนวณหาค่าร้อยละ

#### ขั้นตอนในการออกแบบกิจกรรม :

1. จัดประชุมทีมงาน เพื่อระดมสมองคิดหารูปแบบ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. มอบหมายหน้าที่ให้คณะทำงานแต่ละคนรับผิดชอบ เช่น การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับสื่อ เทคโนโลยี คู่มือแบบประเมินที่ใช้สำรวจภาวะสุขภาพจิต
3. สร้างเครื่องมือที่จะใช้ในการสำรวจ
4. เก็บรวบรวมข้อมูลตามแผนการดำเนินงาน
5. วิเคราะห์ สรุปผล

#### ประโยชน์และการประยุกต์ใช้ :

1. มีข้อมูลสำหรับใช้ประกอบการตัดสินใจในการจัดกิจกรรมรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานโดยสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2. กลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะกลุ่มเสี่ยงต่อปัญหาความเครียดจากการทำงาน ได้รับการดูแลช่วยเหลือตามความเหมาะสม
3. เป็นการประยุกต์ใช้สื่อ/เทคโนโลยีเดิมของกรมสุขภาพจิตมาดัดแปลงให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชนในพื้นที่
4. เป็นการเผยแพร่สื่อ/เทคโนโลยีสุขภาพจิตเชิงรุกไปยังกลุ่มเป้าหมายอันจะเป็นการพัฒนางานสุขภาพจิตชุมชนให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

**ข้อพึงระวัง :** การสำรวจภาวะสุขภาพจิตนั้น เป็นการประเมินสภาพจิตใจว่าสามารถดำเนินชีวิต ได้อย่างมีความสุข สภาพจิตใจมีความสมบูรณ์เพียงไร ซึ่งดูได้จากสมรรถภาพของจิตใจ ตามปกติการดำรงชีวิตประจำวันอยู่ในสังคมนั้น หากคนเราสามารถดำเนินชีวิตอยู่ได้โดยไม่พบว่าตนเองมีปัญหาที่กระทบต่อความเป็นอยู่ของตนเองและผู้อื่นและยังคงมีความสุขดี อยู่ย่อมไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการประเมินภาวะสุขภาพจิต ยิ่งไปกว่านั้นในบางคนที่มีความคิดในเรื่องสุขภาพจิตว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับผู้ที่มีความผิดปกติทางจิตเท่านั้น ในเมื่อเขาไม่ได้เจ็บป่วยทางจิตจึงไม่จำเป็นต้องประเมินภาวะสุขภาพจิตและอาจไม่ให้ความร่วมมือ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายได้มีความเข้าใจและเล็งเห็นความสำคัญของการเข้าร่วมโครงการจึงมีความจำเป็นต้องดำเนินการก่อนจัดทำโครงการ

การนำสื่อ/เทคโนโลยีสุขภาพจิตเข้าไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย ควรระมัดระวังในเรื่องการสื่อความหมายตามประเด็นเนื้อหาในสื่อ/เทคโนโลยีนั้น ๆ เนื่องจากเนื้อหาบางอย่างเป็นการบรรยายในลักษณะภาษาหนังสือ อาจเข้าใจยาก เช่น คำว่า “เครียด” สำเนียงของชาวอีสานจะแปลความหมายว่า “โกรธ” มากกว่า ความเครียดตามความหมายที่ตรงกับบุคลากรทีมสุขภาพจิต ซึ่งหมายถึง ปฏิกริยาที่มีต่อสิ่งเร้าหรือสถานการณ์ที่กระตุ้นให้รู้สึกว่าคุณกดดันให้เกิดความเปลี่ยนแปลง รู้สึกไม่แน่นอนต่อสถานการณ์นั้นๆ จนมีผลทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายและจิตใจ ดังนั้น ในขณะที่เข้าไปสำรวจภาวะสุขภาพจิตจึงควรอธิบายเพิ่มเติมด้วยภาษาท้องถิ่นโดยระมัดระวังไม่ให้ความหมายผิดพลาดไปจากนิยามที่กำหนดไว้ในสื่อ/เทคโนโลยีนั้น ๆ

#### สื่อที่ใช้ในการรณรงค์

##### - ประเภทของสื่อที่ใช้ :

1. แบบประเมินความเครียดของกรมสุขภาพจิต 20 ข้อ
2. แผ่นพับเรื่อง “ความเครียดในวัยทำงาน” (ดัดแปลงจากแผ่นพับเรื่อง “ดูแลจิตใจคนวัยทำงาน”

ของสำนักสุขภาพจิตสังคม)

##### - กระบวนการในการพัฒนา :

1. จัดประชุมทีมผู้รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุในพื้นที่ ที่ประชุมมีมติเลือกจัดกิจกรรมเฉพาะประชาชนกลุ่มวัยทำงาน
2. ทบทวนเนื้อหาจากสื่อ/เทคโนโลยีเดิมที่มี และคัดเลือกนำมาพิจารณาใช้ในการจัดกิจกรรมการรณรงค์ดังกล่าว ได้แก่ แบบประเมินความเครียด 20 ข้อของกรมสุขภาพจิต
3. จัดทำแผ่นพับเรื่อง “ความเครียดในวัยทำงาน” โดยดัดแปลงจากแผ่นพับเรื่อง “ความเครียดในวัยทำงาน” ของสำนักสุขภาพจิตสังคม เพื่อนำไปใช้ในการจัดอบรมให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมายต่อไป

##### - เป็นสื่อที่ใช้ได้ผลกับใคร :

1. แบบประเมินความเครียด จำนวน 20 ข้อ ใช้ได้กับประชาชนไทยทั่วไป โดยเฉพาะบุคคลวัยทำงาน ซึ่งมีโอกาสเผชิญกับความเครียดมากกว่าบุคคลวัยอื่น ๆ
2. แผ่นพับเรื่อง “ความเครียดในวัยทำงาน” ใช้ได้กับประชาชนในวัยทำงาน หลากหลายอาชีพ เนื่องจากเนื้อหาสาระมีความเหมาะสมกับบุคคลดังกล่าว

#### จุดเด่น – จุดด้อยของการรณรงค์

##### 1. จุดเด่น

- โครงการนี้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากพนักงานโรงงาน ที่เข้าไปจัดกิจกรรมรณรงค์ย่อมประสบความเครียดอยู่เป็นประจำในชีวิตประจำวัน
- สถานที่ในการจัดกิจกรรมอยู่ใกล้โรงพยาบาล จึงทำให้สะดวกในการเข้าไปจัดกิจกรรม

## 2. จุดด้อย

- คณะทำงานมีอัตรากำลังจำกัด รวมทั้งมีภาระงานรับผิดชอบหลายด้าน ทั้งการให้บริการแก่ผู้ป่วยและญาติภายในโรงพยาบาล และการให้บริการผู้ป่วยในชุมชน จึงดำเนินการได้ไม่เต็มที่
- การริเริ่มจัดทำโครงการไม่ได้เกิดจากความตระหนักและความต้องการจัดกิจกรรมของสถานประกอบการมาก่อน ทางโรงพยาบาลเป็นผู้ริเริ่มเข้าไปขออนุญาตจัดทำโครงการภายในโรงงาน การดำเนินงานตามโครงการจึงมีข้อจำกัดบางประการ เช่น โรงงานให้เวลาจัดกิจกรรมน้อยมาก เพียง 2-3 ชั่วโมง

### ผลที่ได้รับหลังจากการรณรงค์

จากการสำรวจปัญหาสุขภาพจิตในวัยทำงานที่คณะทำงานโรงพยาบาลจิตเวชนครพนมราชนครินทร์ได้ทำการสำรวจพนักงานโรงงานดังกล่าว พบปัญหาความเครียดระดับเล็กน้อย ร้อยละ 26.6 เครียดระดับปานกลาง ร้อยละ 6.6 รวมทั้งมีปัญหาคือความเครียดคือ ร้อยละ 33.2 มีสาเหตุส่วนใหญ่มาจากเรื่องการเงินและหนี้สิน ร้อยละ 46.0 รองลงมา คือ เรื่องครอบครัว ร้อยละ 36.0

เมื่อพิจารณาจากการสำรวจความเครียดในโรงงานพบว่าส่วนใหญ่ไม่พบว่ามีอาการเครียดมีสุขภาพจิตดี (ร้อยละ 66.8) และมีความเครียดอยู่ในระดับเล็กน้อยถึงปานกลาง (ร้อยละ 33.2) ดังนั้นคณะทำงานจึงเสนอ ให้มีการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจและการจัดการแก้ปัญหาเกี่ยวกับความเครียดในกลุ่มวัยทำงาน โดยใช้หลักการของการส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) ซึ่งยังอยู่ในระหว่างการดำเนินงานโดยวางแผนไว้ว่าจะดำเนินการภายในเดือนมิถุนายน 2553

### ผลลัพธ์/ผลงานที่ได้เมื่อเทียบกับเป้าหมายที่วางไว้

#### ผลลัพธ์ที่ตรงตามเป้าหมาย

1. มีข้อมูลเกี่ยวกับภาวะสุขภาพจิตของพนักงานโรงงาน ได้แก่ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลทั่วไป ความเครียด ผลกระทบของความเครียดในลักษณะของพฤติกรรมการทำงาน โรคประจำตัว และวิธีการเผชิญความเครียด
2. มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาวะสุขภาพจิตของพนักงานโรงงานดังกล่าว เพื่อเตรียมจัดทำโครงการรณรงค์เพื่อส่งเสริมสุขภาพจิตวัยทำงาน โดยมีแนวคิดหลัก (Theme) เรื่อง “คนวัยทำงานรุ่นใหม่ สุขใจไม่เครียด” สำหรับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

#### ส่วนที่เกินกว่าเป้าหมาย

-

### บทเรียน/ความรู้ที่ได้จากการจัดกิจกรรมการรณรงค์

1. ได้นำแนวคิด/หลักการจากแนวทางการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุที่ได้รับจากคณะทำงานจัดการความรู้ (KM) ของกรมสุขภาพจิตมาทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทำให้คณะทำงานมีการพัฒนาองค์ความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานมากขึ้น
2. ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนมากขึ้นในด้านการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงาน โดยออกไปมีส่วนร่วมกับสถานประกอบการในการสำรวจภาวะสุขภาพจิตของประชาชนวัยทำงานซึ่งเป็นการพัฒนาสุขภาพจิตชุมชนเชิงรุก

### ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการรณรงค์ในปีต่อไป

1. ควรมีการดำเนินงานร่วมกับชุมชนมากขึ้นในการสำรวจ ประเมินภาวะสุขภาพจิต และจัดทำโครงการรณรงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพจิตวัยทำงานและวัยสูงอายุในพื้นที่มากขึ้น โดยเน้นให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและตระหนักถึงความสำคัญของการจัดกิจกรรมต่าง ๆ
2. ควรมีการพัฒนาสื่อ/เทคโนโลยี นวัตกรรมด้านสุขภาพจิตเพิ่มขึ้น โดยผลิตให้มีรูปแบบ ลักษณะที่เหมาะสมต่อการนำไปใช้ในพื้นที่ มีขนาดกะทัดรัด พกพาสะดวก ประหยัดค่าใช้จ่ายในการผลิตและดูแลรักษา ซึ่งจะทำให้กลุ่มเป้าหมายคุ้นเคยและชินต่อการเรียนรู้จากสื่ออยู่เป็นประจำ เช่น สติกเกอร์ ซองใส่บัตรประจำตัว ปฏิทินพกพา หรือสื่อจำพวกแผ่น CD ต่าง ๆ เป็นต้น

### ภาคผนวก 3

## รายนามคณะผู้จัดทำ และเครือข่าย Mental Health Media Team

### คณะผู้จัดทำ

1	นางสาวสมพร	อินทร์แก้ว	นักจิตวิทยาคลินิกชำนาญการพิเศษ กลุ่มที่ปรึกษา กรมสุขภาพจิต	ที่ปรึกษา
2	นางนันทนา	รัตนากร	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการพิเศษ ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการสำนักสุขภาพจิตสังคม	ที่ปรึกษา
3	นางสาวภคินพิน	กิตติรักษนนท์	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการพิเศษ สำนักพัฒนาสุขภาพจิต	ที่ปรึกษา
4	นางนิศกร	ตั้งสกุล	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	สำนักสุขภาพจิตสังคม
5	นางนิภา	ชาญสวัสดิ์	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลศรีธัญญา
6	นางปัฐมาภรณ์	อิงคสิทธิ์	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	สถาบันกัลยาณ์ราชนครินทร์
7	นางเพ็ญศิริ	สมใจ	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการพิเศษ	โรงพยาบาลจิตเวชขอนแก่นราชนครินทร์
8	นายชูพงษ์	สังข์ผลิพันธ์	นักวิชาการสาธารณสุข ชำนาญการพิเศษ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ ๑๐
9	นายเข็มพร	ทองผาย	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์
10	นางจิรังกูร	ณัฐรังสี	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์
11	นางสาวอภิญา	ปัญญาพร	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลจิตเวชนครสวรรค์ราชนครินทร์
12	นางสาวจุฑามาศ	วรรณศิลป์	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ ๗
13	นางสาววัชรวรรณ	พานิชเจริญ	นักจิตวิทยา	สำนักสุขภาพจิตสังคม
14	นางสาวคำแก้ว	จันทร์ประสิทธิ์	นักวิชาการสาธารณสุข	สำนักสุขภาพจิตสังคม
15	นางสาวนิภาพร	พูลแสงทรัพย์	นักสังคมสงเคราะห์	สำนักสุขภาพจิตสังคม
16	นางสาวอัญชลี	ตุ้ทอง	นักวิชาการเผยแพร่	สำนักสุขภาพจิตสังคม
17	นางสาวสุวิมล	อินทร์เชื้อ	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน	สำนักสุขภาพจิตสังคม

### เครือข่าย Mental Health Media Team (คุณกิจ)

1	นางกฤษฎา ชลวิริยะกุล	นักจิตวิทยาคลินิกชำนาญการพิเศษ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 1
2	นายปองพล ชูขณะโชติ	นักจิตวิทยาคลินิกปฏิบัติการ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 2
3	นางสาวประภาพร สังข์ประไพ	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 3
4	นางสาวลำไพเราะ เฝ้าไกร	นักจิตวิทยาคลินิกชำนาญการ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 4
5	นางสาววรรรณ หนึ่งในจาก	นักจิตวิทยาชำนาญการ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 5
6	นายวิวัฒน์ สังฆะบุตร	นักวิชาการสาธารณสุขปฏิบัติการ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 6
7	นางสาวจุฑามาศ วรรณศิลป์	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 7
8	นางสาวพัชรินทร์ วรรณรักษ์	นักจิตวิทยา	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 7
9	นางสาวอรสา ใจจิณา	นักจิตวิทยาคลินิกปฏิบัติการ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 8
10	นางสาวรัชชวัลย์ บุญโถม	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการพิเศษ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 9
11	นางสาวไพลิน วิญญูกุล	นักจิตวิทยา	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 9
12	นางสาววัลยา บางม่วงงาม	นักสังคมสงเคราะห์ปฏิบัติการ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 9
13	นายชูพงษ์ สังข์ผลิพันธ์	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 10
14	นางสาวเรืองรอง ตรูณเดช	นักจิตวิทยาคลินิกชำนาญการ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 11
15	นางสุจิรา เหนวรัตน์	นักสังคมสงเคราะห์ชำนาญการพิเศษ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 12
16	นายณัฐ วัชรทัย	เจ้าพนักงานธุรการ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 13
17	นายอิลพาน ตอแลมา	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	ศูนย์สุขภาพจิตที่ 15
18	นางนฤภัค ฤธาทิพย์	นักจิตวิทยาคลินิกชำนาญการ	สำนักพัฒนาสุขภาพจิต
19	นางสาวศจี แซ่ตั้ง	นักจิตวิทยาคลินิกปฏิบัติการ	สำนักพัฒนาสุขภาพจิต
20	นางอรวรรณ สุวรรณบุญ	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	สำนักงานโครงการ To Be Number One
21	นางสาวปัทมา พ่วงเจริญ	นักสังคมสงเคราะห์ปฏิบัติการ	สำนักงานโครงการ To Be Number One
22	นางสาวอรอนงค์ ศรีทอง	นักวิชาการเผยแพร่	สำนักงานโครงการ To Be Number One
23	นางสาวสุจิรา นิลโสม	นักประชาสัมพันธ์	สำนักงานโครงการ To Be Number One
24	นางนิภา ชาญสวัสดิ์	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลศรีธัญญา
25	นางนารีรัตน์ รุจิรพัฒน์	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลศรีธัญญา

26	นางสาวอัญญา นิลภูธ	นักประชาสัมพันธ์	โรงพยาบาลศรีธัญญา
27	นางสาวมาณีวรรณ ฮงสวัสดิ์	ผู้ช่วยเหลือคนไข้	โรงพยาบาลศรีธัญญา
28	นางณัฐชนก สุวรรณานนท์	นักวิชาการโสตทัศนศึกษาปฏิบัติการ	สถาบันราชานุกูล
29	นางสาวสุตารัตน์ แฉ่งอารีย์	เจ้าหน้าที่ธุรการ	สถาบันราชานุกูล
30	นางสาววรรณภา ศรีจันทร์	นักวิชาการโสตทัศนศึกษาชำนาญการ	สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จพระเจ้าพระยา
31	นายโกเมศ จันทร์เจริญ	นักประชาสัมพันธ์	สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จพระเจ้าพระยา
32	นางสาวจิตรพรรณ โพธิ์ไพโรจน์	นักจิตวิทยาชำนาญการพิเศษ	สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จพระเจ้าพระยา
33	นางสาวสมฤดี ชุ่มแก้ว	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	สถาบันจิตเวชศาสตร์สมเด็จพระเจ้าพระยา
34	นางสุภาพร เลาคำ	นักวิชาการศึกษาพิเศษ	โรงพยาบาลยุวประสาทไวทโยปถัมภ์
35	นางสาวนันทินี เอี่ยมยัง	นักสังคมสงเคราะห์	โรงพยาบาลยุวประสาทไวทโยปถัมภ์
36	นางสาวชยาวดี จุฑะเดมีย์	นักประชาสัมพันธ์	โรงพยาบาลยุวประสาทไวทโยปถัมภ์
37	นางรัตติยา พัทธกุล	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์
38	นางสาวจวีรัตน์ บังดำรงค์	เจ้าพนักงานเภสัชกรรมชำนาญงาน	สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์
39	นางสาวชนิดา ชาภิโกฏ	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	สถาบันกัลยาณ์ราชนครินทร์
40	นางสาวศุภกร โคตา	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	สถาบันกัลยาณ์ราชนครินทร์
41	นางปัฐมาภรณ์ อิงคสิทธิ์	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	สถาบันกัลยาณ์ราชนครินทร์
42	นายธวัชชัย ทีปะपाल	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลสวนสราญรมย์
43	นางสาวนงลักษณ์ ปิยกาญจน์	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลสวนสราญรมย์
44	นางสาวลดา คำทอง	เจ้าพนักงานโสตทัศนศึกษาชำนาญงาน	โรงพยาบาลสวนปรุง
45	นางสาวทศวรรณ ปัญญารักษา	นักประชาสัมพันธ์	โรงพยาบาลสวนปรุง
46	นางวีนิส วัชระคุปต์	เจ้าพนักงานโสตทัศนศึกษาชำนาญงาน	โรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมาราชนครินทร์
47	นางสุรดา ภูมิปัญญา	เจ้าพนักงานธุรการชำนาญงาน	โรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมาราชนครินทร์
48	นางเยาวนาถ สุวลักษณ์	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์
49	นางสาวนัยนา ทองสุวรรณ	เจ้าพนักงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ	โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์
50	นางเสาวณี จุทอง	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลจิตเวชสงขลาราชนครินทร์
51	นางเพ็ญศิริ สมใจ	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลจิตเวชขอนแก่นราชนครินทร์
52	นางวิภาดา คณะไชย	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลจิตเวชขอนแก่นราชนครินทร์

53	นายฉัตรชัย แสงขวงค์	เจ้าพนักงานโสตทัศนศึกษาชำนาญงาน	สถาบันพัฒนาการเด็กราชนครินทร์
54	นางจรรย์กร ญรั้งสี	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์
55	นายเข้มพร ทองผาย	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์
56	นางสาวณัฐธินิชา สุภาพ	นักประชาสัมพันธ์	โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์
57	นายรณชิต สมรรถนะกุล	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลจิตเวชนครพนมราชนครินทร์
58	นางณัฐพัชร สุนทโรวิทย์	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลจิตเวชเลยราชนครินทร์
59	นายชยพล สันติวารากร	เจ้าพนักงานโสตทัศนศึกษา	โรงพยาบาลจิตเวชเลยราชนครินทร์
60	นางสาววีรัตน์ ช้อนจันดี	พยาบาลวิชาชีพปฏิบัติการ	โรงพยาบาลจิตเวชเลยราชนครินทร์
61	นางสาวอภิญา ปัญญาพร	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลจิตเวชนครสวรรค์ราชนครินทร์
62	นายอนุชา ขุนเมือง	พยาบาลวิชาชีพชำนาญการ	โรงพยาบาลจิตเวชสระแก้วราชนครินทร์
63	นายถวิล มีสงอน	เจ้าพนักงานธุรการ	โรงพยาบาลจิตเวชสระแก้วราชนครินทร์
64	นายไพฑูรย์ บุญอารักษ์	ประธาน ชมรม อสม.แห่งประเทศไทย	ชมรม อสม. แห่งประเทศไทย
65	นายธัญย์ พันภัย	ประธาน ชมรม อสม.ภาคกลาง	ชมรม อสม. ภาคกลาง
66	นายพันธ์ อ่อนเกลี้ยง	ประธาน ชมรม อสม.ภาคใต้	ชมรม อสม. ภาคใต้
67	นายบุญทอง บุญประเสริฐ	ประธาน ชมรม อสม.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ชมรม อสม. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
68	นายวิสุทธิ ศุภสกุล	ประธาน ชมรม อสม.ภาคเหนือ	ชมรม อสม. ภาคเหนือ
69	นางธัญพัทธ์ ดีวัน	อสม.	ชมรม อสม. ภาคเหนือ
70	นางผ่องนภา เนียมน่วม	ประธาน ชมรม อสม. สุโขทัย	ชมรม อสม. สุโขทัย
71	นางสาวอาวีณี เย็นวัฒนา	รองประธานชมรม อสม. กรุงเทพมหานคร	ชมรม อสม. กรุงเทพมหานคร
72	พ.อ.อ.พะเยาว์ ปักซี่	สื่อวิทยุชุมชน	ชมรม อสม. กรุงเทพมหานคร
73	นางสาวนัยรมภา ปักซี่	อสม.	ชมรม อสม. กรุงเทพมหานคร
74	นางจุฬาลักษณ์ ปะเสระกั๋ง	คณะกรรมการ อสม.	ชมรม อสม. กรุงเทพมหานคร
75	นายณัฐวุฒิ สุดใจดี	อสม.กรุงเทพมหานคร	ชมรม อสม. กรุงเทพมหานคร
76	นางศิรินาถ เชิงหอม	อสม.กรุงเทพมหานคร	ชมรม อสม. กรุงเทพมหานคร
77	นางเพ็ญศรี โตเทศ	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	ศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาสุขภาพ ภาคประชาชน ภาคเหนือ นครสวรรค์
78	นายวัฒนา โปธา	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการพิเศษ	ศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาสุขภาพ ภาคประชาชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขอนแก่น
79	นางมณฑา กิตติวารุณี	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการพิเศษ	ศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาสุขภาพ ภาคประชาชน ภาคกลาง ชลบุรี

80	นายนิรุจน์ อุทธา	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	ศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาสุขภาพภาคประชาชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขอนแก่น
81	นายวิทยา โคตรท่าน	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	ศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาสุขภาพภาคประชาชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ขอนแก่น
82	นางวิณาพร ลำอาจศรี	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	ศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาสุขภาพภาคประชาชน ภาคใต้ นครศรีธรรมราช
83	นางพนิตนาฏ วิสุทธิธรรม	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการพิเศษ	ศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาสุขภาพภาคประชาชน ภาคใต้ นครศรีธรรมราช
84	นางกัญญามณี โสพรม	นักจัดรายการวิทยุ	ชมรม อสม. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
85	นางเสริมจิต ไชยรัตน์	อสม.ดีเด่น ด้านสุขภาพจิตในชุมชน	อสม.ดีเด่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
86	นางสาวกรรวิ สีองคำใส	พยาบาลวิชาชีพปฏิบัติการ	สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดร้อยเอ็ด
87	นางนันทิพา กงเพชร	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดร้อยเอ็ด
88	นางหอมจันทร์ กันหาเล่ห์	เลขานุการนิช อสม.จังหวัดสระแก้ว	ชมรม อสม. ภาคกลาง
89	นางวาสนา พันพลวงค์	อสม.ดีเด่น ด้านสุขภาพจิตในชุมชน	อสม.ดีเด่น ภาคกลาง
90	นางสาวร้อปีตะ กระบี่วงศ์	อสม.ดีเด่น ด้านสุขภาพจิตในชุมชน	อสม. ดีเด่น ภาคใต้
91	นางบุศรา จิระรัตนการ	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	ชมรม อสม. ภาคใต้
92	นางปารณีย์ ไสบุตร	อสม.	ชมรม อสม. ภาคใต้
93	นายสำรอง สละชีพชาติ	คณะกรรมการ อสม.	ชมรม อสม. ภาคใต้
94	นางเกศสุดา จันทวีกุล	คณะกรรมการ อสม.	ชมรม อสม. ภาคใต้
95	นายมีชัย เมฆสุวรรณ	อสม.ดีเด่น ด้านสุขภาพจิตในชุมชน	อสม. ดีเด่น ภาคเหนือ
96	นางอนงค์ เงินยวง	อสม.	ชมรม อสม. ภาคเหนือ
97	นายทวี ชัยพัฒน์ราษฎร์	อสม.	ชมรม อสม. ภาคเหนือ
98	นางสาวสุวรรณณี ถนัดกิจ	อสม.	ชมรม อสม. ภาคเหนือ

## เอกสารอ้างอิง

การรณรงค์เสริมสร้างสุขภาพในชุมชน. ผศ.ดร.นันทิยา ดวงภูมเมศ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ค้นหาจาก <http://dhtchai.org/elearning/elearning2.ppt>

คู่มือการจัดการความเครียดในที่ทำงาน. กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข.

คู่มือการจัดกิจกรรมการเยี่ยมบ้านเพื่อส่งเสริมสุขภาพจิตผู้สูงอายุในชุมชน, 2551.

สำนักพัฒนาสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต, กระทรวงสาธารณสุข.

คู่มือการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพจิตผู้ปฏิบัติงานในสถานประกอบการ. กรมสุขภาพจิต, กระทรวงสาธารณสุข.

คู่มือการดูแลสุขภาพจิตผู้สูงอายุ, 2547. สำนักพัฒนาสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต, กระทรวงสาธารณสุข.

จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย เล่ม 2 วัยรุ่น-วัยสูงอายุ, 2545. ดร.ศรีเรือน แก้วกังวาน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุขภาพจิตผู้สูงอายุ. กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข.

Ageing and Mental Health ค้นหาจาก [www.helpage.org](http://www.helpage.org)

