

การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะด้วยโยคะ



นางสาวววิวี มิตรธรรมพิทักษ์

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาโทศาสตรพัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

COMMUNICATION FOR HEALTH PROMOTION THROUGH THE PRACTICE OF YOGA

Miss Voravee Mitradarmbidhaks

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2007

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะด้วยโยคะ

โดย

นางสาววรวีร์ มิตรธรรมพิทักษ์


สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ


อาจารย์ที่ปรึกษา


รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

 ..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

 ..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์)

 ..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ)

 ..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(อาจารย์ ดร. นิษฐา หุ่นเกษม)

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วรวิทย์ มิตรธรรมพิทักษ์ : การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะด้วยโยคะ. (COMMUNICATION FOR HEALTH PROMOTION THROUGH THE PRACTICE OF YOGA) อ. ที่ปรึกษา  
วิทยานิพนธ์หลัก : รศ. ดร. กาญจนา แก้วเทพ, 145 หน้า

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการสำรวจการสื่อสารที่มีผลต่อพัฒนาการความนิยมการเล่นโยคะในประเทศไทย สำรวจความแพร่หลายของการสื่อสารเรื่องโยคะในปัจจุบัน สื่อต่างๆมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะ และปัจจัยต่างๆมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง โดยให้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่ม คือ ผู้ฝึกสอนโยคะ และผู้เล่นโยคะ

ผลการวิจัยพบว่า

1. จากการสำรวจการสื่อสารที่มีผลต่อพัฒนาการความนิยมการเล่นโยคะในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 5 ระยะ คือ 1.ระยะก่อตัว (ก่อน พ.ศ.2545) 2.ระยะขยายตัว (พ.ศ.2547) 3.ระยะกระจายตัว (พ.ศ.2547) 4.ระยะระบอบ (พ.ศ.2548) 5.ระยะฝังตัว (พ.ศ.2549-2551)

2. ความแพร่หลายของการสื่อสารเรื่องโยคะในปัจจุบัน พบว่า ในช่วงระยะเวลาของการสำรวจ ระยะเวลา 1 เดือน (มกราคม 2551) สื่อมวลชนที่ผู้เล่นโยคะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโยคะเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยมีดังนี้ คือ 1.นิตยสาร แยกออกเป็น นิตยสารที่มีเรื่องของโยคะโดยตรง นิตยสารที่มีคอลัมน์ประจำและนิตยสารที่ลงเรื่องโยคะเป็นครั้งคราว 2.หนังสือพิมพ์ 3.เว็บไซต์ 4.โทรทัศน์

3. ต่างๆมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน โดยสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะ คือ สื่อบุคคลเป็นหลัก ส่วนสื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชนเป็นสื่อสนับสนุน สื่อบุคคลที่ผู้เล่นโยคะได้รับข่าวสารเรื่องโยคะมากที่สุดคือเพื่อนและสมาชิกในครอบครัว

4. ปัจจัยต่างๆมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร, ปัจจัยด้านสาร, ปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสาร, ปัจจัยด้านความสนใจของผู้เล่นโยคะ, ปัจจัยเสริมภายใน และปัจจัยด้านบริบทสังคม

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนากว

ปีการศึกษา 2550

ลายมือชื่อนิสิต..... *h all* .....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก..... *gr* .....

## 4985247728 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD: : COMMUNICATION / YOGA / HEALTH

VORAVEE MITRADARMBIDHAKS : COMMUNICATION FOR HEALTH PROMOTION  
THROUGH THE PRACTICE OF YOGA.THESIS PRINCIPAL ADVISOR : ASSO PROF  
KANJANA KAEWTHEP Ph.D, 145 pp.

This research is aimed at studying the communication channels that have an effect on the growth of popularity of practicing yoga in Thailand, the prevalence of communication channels relating to yoga at present, the media channels that influence people to practice yoga, and other factors that encourage people to practice yoga on a continuous basis. In this study, qualitative research methodology used was document analysis, observation and in-depth interviews on two groups of people, namely yoga trainers and practitioners.

#### Result

1. The communication channels that have an effect on the growth of popularity of practicing yoga in Thailand are divided into five phases, which are development (2002), expansion (2004), dispersion (2004), propagation (2005), and embedding (2006-2008) phases.
2. After studying the prevalence of communication channels relating to yoga in January 2008, people was exposed to the information about yoga through magazines (including yoga designated magazines, magazines with daily columns on yoga, magazines with occasional information concerning yoga), newspapers, websites, and television channels.
3. Media channels that influence people to practice yoga include personal media, specialized media, and mass media. Personal media especially friends and family members is the most influential channel for people to practice yoga, with the support from mass media.
4. There are six factors that promote people to perform yoga exercises. They are sender, message, communication channels, yoga practitioners' interests, internal motivation, and social influences.

Department: Public Relations

Student's Signature.....*Voravee Mi*.....

Field of Study Development :Communication

Principal Advisor's Signature.....*Kanjana*.....

Academic Year : 2007

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาอย่างยิ่งของรองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ ที่ท่านกรุณาได้รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาให้กับผู้วิจัย พร้อมทั้งให้คำแนะนำ ชี้คิดเห็น และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆในการดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มาโดยตลอด ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

กราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์ ที่ได้กรุณาได้รับเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ดร.นิษฐา หุ่นเกษม ที่ได้กรุณาได้รับเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งให้ความรู้ เป็นที่พึ่งในเวลาที่ผู้วิจัยประสบปัญหา กรุณาให้คำแนะนำและคำปรึกษาเป็นอย่างดีแก่ผู้วิจัย รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ตลอดช่วงระยะเวลาของการศึกษา

ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณเพื่อนๆที่ทั้งหลายที่คอยช่วยเหลือผู้วิจัยมาตลอดตั้งแต่เริ่มทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี รวมถึงเพื่อนๆ Dev.Com. ทุกคน ที่คอยให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือต่างๆแก่ผู้วิจัย และร่วมรับฟังถึงความยากลำบาก รับฟังเวลามีปัญหา และขอขอบคุณสำหรับความช่วยเหลือที่ทุกคนมีให้ตลอดมาขอบคุณจริงๆค่ะ

ท้ายนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และน้อง ที่คอยเป็นกำลังใจให้ความรัก ความเข้าใจ คอยช่วยเหลือ และเป็นที่พักพิงแก่ผู้วิจัยยามเหน็ดเหนื่อยท้อแท้ ทำให้ผู้วิจัยสามารถก้าวเดินมาถึงความสำเร็จทางการศึกษาได้อย่างราบรื่น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญ .....	ช
สารบัญตาราง .....	ณ

### บทที่

1	บทนำ .....	1
	ที่มาและความสำคัญ .....	1
	ปัญหานำการวิจัย .....	8
	วัตถุประสงค์การวิจัย .....	8
	ขอบเขตการวิจัย .....	8
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	8
	นิยามศัพท์ .....	9
2	ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	10
	แนวคิดเกี่ยวกับโยคะ .....	10
	แนวคิดด้านการสื่อสารกับสุขภาพ .....	16
	แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน .....	20
	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม .....	23
	แนวคิดและทฤษฎีอิทธิพลของสื่อ .....	26
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	32
3	ระเบียบวิธีวิจัย .....	35
	กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย .....	35
	แหล่งที่มาของข้อมูล .....	37
	ขั้นตอนการทำวิจัย .....	37
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	38
	การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	41
	การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล .....	41

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	43
ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ฝึกสอนโยคะและผู้เล่นโยคะ .....	43
การสำรวจการสื่อสารที่มีผลต่อพัฒนาการความนิยมการเล่นโยคะในประเทศไทย	52
เพื่อสำรวจความแพร่หลายของการสื่อสารเรื่องโยคะในปัจจุบัน.....	60
5 สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะ.....	68
6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง.....	90
7 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	108
สรุปผลการวิจัย .....	109
อภิปรายผล .....	114
ข้อเสนอแนะ .....	123
รายการอ้างอิง .....	124
ภาคผนวก .....	128
ภาคผนวก ก .....	129
ภาคผนวก ข .....	131
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	145



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนเพศของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฝึกสอน	45
2	แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฝึกสอน	45
3	แสดงระยะเวลาที่เล่นโยคะของผู้ฝึกสอน	46
4	แสดงจำนวนเพศของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เล่นโยคะ	47
5	แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เล่นโยคะ	48
6	แสดงระดับการศึกษาของผู้เล่นโยคะ	49
7	แสดงอาชีพของกลุ่มเป้าหมายที่เล่นโยคะ	49
8	แสดงรายได้ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้เล่นโยคะ	49
9	แสดงระยะเวลาที่เล่นโยคะของผู้เล่นโยคะ	50
10	แสดงช่วงเวลาที่เล่นโยคะของผู้เล่นโยคะ	51
11	แสดงการรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชนของผู้เล่นโยคะ	68
12	แสดงการรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อบุคคลของผู้เล่นโยคะ	70
13	แสดงการรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อเฉพาะกิจของผู้เล่นโยคะ	74
14	แสดงการรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อมวลชนของผู้เล่นโยคะ	84

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญ

ในการดำเนินชีวิตร่างกายของคนเราต้องสร้างพลังงานส่วนหนึ่งสำหรับงานวันต่อๆไป แต่พลังงานเหล่านี้กลับถูกใช้ไปในเวลาไม่กี่นาที เนื่องจากการใช้อารมณ์ต่างๆของมนุษย์ เช่น ความโกรธ อารมณ์เสีย การได้รับบาดเจ็บ หรือความเครียด หากปล่อยให้เกิดจนเป็นนิสัยแล้วจะส่งผลเสียต่อร่างกายและจิตใจ คนเราใช้พลังงานไปกับชีวิตประจำวันอย่างมากมาทั้งในการทำงาน อาหาร และสภาพสังคมปัจจุบันรวมทั้งการพักผ่อน เช่น การเดินทางไปช้อปปิ้ง การเดินรถ การเดินทาง หรือการฟังเพลง สิ่งเหล่านี้จะทำให้ร่างกายไม่ได้มีการผ่อนคลาย ทำให้ความสามารถในการทำงานลดลง การผ่อนคลายร่างกายและจิตใจจะเป็นการเพิ่มพลังงานให้แก่ร่างกาย ในขณะที่ร่างกายผ่อนคลาย ร่างกายจะใช้พลังงานต่ำมาก พลังงานที่ใช้เพียงเพื่อการทำงานขั้นพื้นฐานของร่างกาย สำหรับการผ่อนคลายจะต้องผ่อนคลายทั้งร่างกาย(Physical) จิตใจ (Mental) และจิตวิญญาณ (Spiritual) ซึ่งการนอนหลับเป็นการพักผ่อนร่างกายที่ดีที่สุด

การทำสมาธิก็เป็นกรผ่อนคลายอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งไม่ใช่เรื่องซับซ้อน แต่เป็นคุณสมบัติที่ทุกคนมีอยู่เหมือนการนอนหลับ การที่เราสนใจทำงานอย่างหนึ่งโดยเวลาผ่านไปโดยไม่รู้ตัว เรียกว่า มีสมาธิ ความสุขที่ได้จากการทำสมาธิจะอยู่ช่วงสั้นๆแล้วหายไป การที่จะทำให้มีความสุขนานขึ้น และมีความสงบเยือกเย็นของจิต เราต้องรู้จักการควบคุมจิตใจของเรา และจะต้องมุ่งเน้นไปให้ลึกกว่าจิตใจนั้น คือ อัตตา (Self) คือ การรู้เท่าทันตนเอง ซึ่งก็คือ การเข้าฌาน (Meditation) แต่ยังมีวิธีอื่นอีกที่สามารถผ่อนคลายร่างกายและจิตใจให้มีความสุขขึ้นได้อีก นั่น คือ การทำโยคะ (Yoga) (แหล่งที่มา : [www.http://homedd.com](http://homedd.com) ( 21 มิ.ย. 50) )

โยคะ เป็นวิธีการฝึกร่างกายของคนเราพร้อมๆกับการฝึกควบคุมจิตใจพร้อมๆกัน โยคะเป็นศาสตร์ที่มีประวัติมาจากนักปราชญ์อินเดียสมัยโบราณ มีความเชื่อว่า จะทำให้คนเราสามารถติดต่อกับอำนาจสากลได้ เมื่อบรรลุความสำเร็จดังกล่าวนี้นี้ ซึ่งก่อนที่จะถึงจุดนั้น คนเราจะต้องผ่านการอบรมทางจิตมาแล้วเป็นอย่างดี กล่าวโดยสรุป การฝึกร่างกายจะเป็นจุดเริ่มต้น ก่อนที่จะไปฝึกการอบรมจิตขั้นต่อไป ( แหล่งที่มา : <http://www.bangkokhealth.com> (23 มิ.ย. 50) )

จริงๆ แล้ว โยคะ คือ วิถีชีวิต ที่มุ่งพัฒนา กาย และ จิต ให้เกิดศักยภาพสูงสุด พุดง่ายๆก็คือ โดยหลักการ การฝึกโยคะ ทำให้ ร่างกายของเราทำงานได้เต็มประสิทธิภาพ จิตของเราทำงานได้เต็มกำลังความสามารถและเมื่อกลไกต่างๆ ของทั้งกาย และ จิต ทำงานได้เต็มประสิทธิภาพแล้ว เมื่อนั้น ก็คือ “สุขภาวะ” ( แหล่งที่มา : <http://www.thaihealth.or.th> (23 มิ.ย. 50) )

ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องเข้าใจก่อนว่าโยคะไม่ใช่ยาวิเศษที่จะรักษาโรคได้ โยคะไม่ใช่ปาฏิหาริย์ หลักการของโยคะนั้น เป็นเหตุเป็นผลอย่างยิ่ง เมื่อเราคอยดูแลเอาใจใส่ร่างกาย จิตใจ ของเรา ให้ทำงานเป็นปกติ เมื่อดูแลเอาใจใส่อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง ร่างกายและจิตใจย่อมต้องดีแน่นอน ผู้ที่คอยดูแลเอาใจใส่ตนเอง โอกาสที่จะเจ็บไข้ได้ป่วยก็น้อยลง เราจึงพูดได้อย่างเต็มปากว่า โยคะสามารถป้องกันโรคร้ายไข้เจ็บได้ดีมาก และหากมีโรคร้ายไข้เจ็บเกิดขึ้น ผู้ฝึกทำโยคะอย่างเป็นประจำ ย่อมมีโอกาสที่จะหายจากโรคได้เร็วกว่าผู้ที่ไม่ได้ทำอะไรเลย ((แหล่งที่มา :<http://www.thaihealth.or.th> ( 15 ก.ค. 2550) )

ทุกวันนี้ โยคะ(Yoga) ได้กลายมาเป็นวิธีการออกกำลังกายที่ได้รับความนิยมจากคนทั่วโลกในการช่วยเสริมสร้างร่างกายและจิตใจให้แข็งแรง ช่วยป้องกันและรักษาโรคได้ อาทิเช่น ปวดเข่า ปวดหลัง ท้องอืด ท้องเฟ้อ ไปจนถึงอาจรักษาโรคที่เป็นหนักก็ได้ เพราะหลักการของการฝึกโยคะอยู่ที่เมื่อจิตใจสดชื่น แจ่มใส ร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง ทำให้โรคร้ายไข้เจ็บหนีหาย หรือทุเลาเบาบางลง มีภูมิคุ้มกันโรคที่ดี ( แหล่งที่มา : <http://www.homedd.com> (21 มิ.ย. 2550) )

ผู้วิจัยคิดว่าปัจจัยที่ทำให้ผู้คนให้ความสนใจในการเล่นโยคะมีการดำรงอยู่ของโยคะและการพัฒนารูปแบบของโยคะ ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น คือการสื่อสารและการสื่อสารเพื่อเผยแพร่จึงถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างการดำรงอยู่และการพัฒนาโยคะ กล่าวคือ ในสมัยก่อนการสื่อสารยังไม่ได้เท่าปัจจุบัน การสื่อสารที่มีในยุคแรกๆ นั้น คือ การบอกต่อ เล่าขานกัน หรืออ่านจากตำราที่มีคนรุ่นก่อนบันทึกไว้ หรือสารที่ส่งถึงกัน โดยใช้คนเป็นสื่อกลางในการส่งข่าวสาร ซึ่งในปัจจุบันมีการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น การโฆษณา จากศูนย์ฝึกโยคะต่างๆ

โยคะเป็นศาสตร์เก่าแก่ที่เกิดคู่มากับมนุษยชาติแต่โบราณก่อนพุทธกาลแล้ว เพียงแต่เพิ่งเป็นที่รู้จักแพร่หลายอย่างในรูปลักษณะปัจจุบันนี้ ก็เพราะเมื่อราว ปี ค.ศ. 650 ท่านมหาเมธีปตัญชลีปรมาจารย์แห่งวิชาโยคะได้รวบรวมเรียบเรียงคัมภีร์โยคะโบราณต่างๆของอินเดียออกมาเป็นหนึ่งเดียว โดยตั้งชื่อว่า "โยคสูตร" (YOGA SUTRA) (โยคะศาสตร์ และ มหัทศจารย์แห่งโยคะ : 2535)

โยคะ ศาสตร์ตะวันออกอันเก่าแก่ที่มีอายุมากกว่า 5,000 ปี นับเป็นทางเลือกหนึ่งของการออกกำลังกายที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และแพร่หลายไปทั่วโลก โยคะไม่ใช่ศาสตร์มหัศจรรย์ แต่ด้วยอายุที่ยืนยาวมากกว่า 5 ศตวรรษและจำนวนผู้ฝึกโยคะจากทั่วทุกมุมโลกที่เพิ่มมากขึ้นทุกวัน ย่อมเป็นข้อพิสูจน์ได้ว่า โยคะย่อมดีต่อสุขภาพแน่นอน (หนังสือพิมพ์แนวหน้า ออนไลน์ : 2550)

สำหรับในประเทศไทยตามตำราฤกษ์ตัดตนวัดโพธิ์ เข้าใจว่าวิชาโยคะเป็นที่รู้จักตั้งแต่วัฒนธรรมที่ 1 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช โปรดให้สร้างฤกษ์ตัดตนทำด้วยดินจนกระทั่งต่อมาในปีพ.ศ.2347 ในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 ทรงพระกรุณาโปรดฯให้ปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพนเป็นงานใหญ่ และทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้ปั้นฤกษ์ตัดตนเนื้อชิน 80 ทาน ตั้งไว้ที่เขารฤกษ์ตัดตนฤกษ์ตัดตนด้านใต้ของวิหารทิศพระปัญญาวัคคีย์ คนไทยเริ่มรู้จักฤกษ์ตัดตนมาบริหารร่างกายเพื่อบำบัดอาการต่างๆ เช่น แก้อาการปวดเมื่อย ส่วนโยคะเริ่มมีการเผยแพร่ในประเทศไทยระหว่าง พ.ศ.2468 – 2469 เป็นตำราชื่อ **วิทยาศาสตร์ การหายใจ** ซึ่งแปลโดยพระยานรรัตนราชมานิต และในพ.ศ. 2499 อาจารย์ชด หัสบำเรอ ได้เปิดสอนโยคะและเผยแพร่ขึ้นในประเทศไทย ซึ่งเรียนและฝึกปฏิบัติมาจากท่านมหาวิชชี ศิวะนนทะ เมืองฤกษ์เกษ ประเทศอินเดีย และในปัจจุบันโยคะได้เผยแพร่ไปทั่วโลก ในประเทศไทยมีการเปิดสอนโยคะกันหลายสาขา และในแต่ละสำนักอาจารย์ที่สอนก็ศึกษามาจากสำนักต่างๆในประเทศไทย ประเทศอินเดียซึ่งเป็นต้นตำรับของโยคะและจากต่างประเทศอื่นๆ การสอนโยคะมีทั้งโยคะเพื่อการบำบัด แต่ยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลาย และการสอนที่มีแพร่หลายอยู่นั้น มุ่งเน้นการสอนเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ (สิริพิมล อัญชลิสังกาศ : 2548)

โยคะเป็นกิจกรรมที่เป็นที่นิยมทั่วโลก ในประเทศไทย โยคะได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของคนรักสุขภาพมาเป็นเวลานาน และได้รับความนิยมสูงสุดใน 2 – 3 ปีที่ผ่านมาจวบจนถึงปัจจุบัน พิสูจน์ได้จากสถิติไอทีที่เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็วกว่า 60 แห่งทั่วประเทศ หรือเพิ่มขึ้น 3 เท่าภายใน 1 ปี ผู้เชี่ยวชาญกล่าวไว้ว่า โยคะจะยิ่งแพร่หลายขึ้น โดยมีจำนวนผู้ฝึกแล้วถึง 200,000 คน และจะเพิ่มมากขึ้นเป็นสองเท่าภายใน 3 ปีนี้ (นิตยสารโยคะ เจอร์นอล : 2549)

จากสถิติการออกกำลังกายของคนไทยปี 2547 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ:2547) บ่งบอกว่าคนไทยอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปสนใจการออกกำลังกายมาก คนไทยชอบฮิตตามกระแส ช่วงไหนที่

สังคมนิยมเล่นกีฬาชนิดใด กระแสการออกกำลังกายนั้นก็จะตั้งขึ้นมา สถานที่ออกกำลังกายต่างๆ ก็จะพยายามหาลูกค้าโดยการนำการออกกำลังกายนั้นๆ มาดึงดูดลูกค้า เช่น การเดินแอโรบิก การเล่นฟิตเนส เป็นต้น

จุดเด่นหลายประการที่ทำให้ “โยคะ” โดดเด่นและแตกต่างจากการออกกำลังกายทั่วไปคือ **การที่ต้องฝึกควบคุมจังหวะในการหายใจ การฝึกลมปราณเพื่อก่อให้เกิดสมาธิ และจิตใจที่สงบ ควบคู่ไปกับการฝึกท่าอาสนะต่างๆ** เพราะเหตุนี้ หากได้เรียนรู้และฝึกฝนโยคะอย่างถูกต้อง ตามหลักวิธีอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่องแล้ว ย่อมส่งผลให้ผู้ปฏิบัติมีสุขภาพกายที่แข็งแรงและสุขภาพจิตใจที่ผ่อนคลาย กล่าวกันว่า บรรดาฤๅษีที่สามารถใช้ชีวิตสงบเงียบเพียงลำพังท่ามกลางธรรมชาติในป่าใหญ่ได้นั้น เป็นเพราะได้ฝึกปฏิบัติโยคะจนถึงขั้นสูงสุดแล้ว (แหล่งที่มา : <http://yogalives.com> (21 มิ.ย.2550) ) จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ต้องไปเรียนโยคะเพราะหัดจากหนังสือเองไม่ได้

คุณกวี คงภักดีพงษ์ ( 2547) กล่าวว่า คนไทยหันมาให้ความสำคัญ ในเรื่องการสร้างเสริมสุขภาพด้วยตนเองมากขึ้น โดยเฉพาะการออกกำลังกายด้วยวิธีต่างๆ ทั้งการเดินแอโรบิก การรำไทเก๊ก โดยเฉพาะการฝึกโยคะซึ่งตื่นตัวมากในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากมีการนำโยคะมาเผยแพร่โดยเน้นกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นหลัก จนส่งผลให้เกิดชมรมและเปิดสอนโยคะแพร่หลายขึ้น จากการสำรวจตัวเลขเบื้องต้นพบว่า มีกลุ่มครูอาวุโส ที่สอนโยคะอยู่ประมาณ 20 คน และมีลูกศิษย์อีก 200 กว่าคน กระจายทั่วประเทศโดยเฉพาะในกรุงเทพฯ ที่มีมากกว่าพื้นที่อื่นๆ ซึ่งการเรียนการสอนโยคะที่เกิดขึ้นจำนวนมากนั้น มีความแตกต่างกันและขาดการประสานให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ถึงเป้าหมายหรือปรัชญาของวิชาโยคะที่แท้จริง

"ถ้าจะถามถึงมาตรฐานการฝึกโยคะ และการสร้างความเข้าใจให้กับคนฝึกโยคะนั้นยังมีน้อยมาก บางรายมาเรียนตามกระแส เข้าใจผิดว่าโยคะเป็นการออกกำลังกาย ขณะที่บางรายก็เข้าใจว่าการฝึกโยคะเป็นเรื่องยาก จำกัดเฉพาะคนที่มีรูปร่างดีเท่านั้น ทำให้ผู้มาเรียนโยคะไม่ได้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในศาสตร์ของโยคะ ที่จะนำกลับไปปฏิบัติให้เกิดผลดีต่อสุขภาพเท่าที่ควร และวิชาโยคะกลายเป็นเรื่องของเศรษฐิกิจมากเกินไป มีครูฝึกโยคะเกิดขึ้นจำนวนมาก โดยไม่มีมาตรฐานของวิชาการที่เพียงพอ ส่งผลให้เกิดอันตรายจากการฝึกได้" นี่คือนโยบายของการที่โยคะแพร่หลายออกไป

จากผลการฝึกโยคะโดยขาดความรู้ที่ถูกต้องส่งผลเสีย ให้ผู้เรียนโยคะมีความเสี่ยงที่จะได้รับอันตรายจากการฝึกโยคะด้วย ไม่ว่าจะเป็นการเจ็บข้อของกล้ามเนื้อ ข้อกระดูกเคลื่อน และอาจทำให้บางคนที่คิดจะฝึกโยคะต้องเลิกล้มความตั้งใจเพราะกลัวจะได้รับความเสี่ยงจากการฝึกนี้อาจจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การเล่นโยคะเป็นที่นิยมในช่วงสั้นๆ

ปัจจุบันการฝึกโยคะกำลังฮิตมาก ไม่ว่าจะเป็นสถานออกกำลังกายต่างๆ หนังสือ หรือ VCD/DVD เกี่ยวกับการฝึกโยคะมีให้เลือกศึกษากันมากมาย การฝึกโยคะที่ดีควรเริ่มฝึกกับครูเสียก่อน เพื่อให้ได้พื้นฐานที่ถูกต้อง แล้วค่อยฝึกต่อเองในภายหลัง การฝึกโยคะมีประโยชน์มากมายก็จริง แต่ถ้าฝึกไม่ถูกต้องก็เกิดโทษได้ เช่นเดียวกับอาหาร ถ้ารับประทานไม่ถูกต้องก็เป็นอันตรายต่อร่างกายได้เช่นกัน (นพ.ชูชัย ตั้งเลิศสัมพันธ์ : 2550) ซึ่งหนังสือเหล่านี้จะสื่อให้เห็นว่าการฝึกโยคะมีประโยชน์อย่างไรต่อผู้ฝึกบ้าง จะเห็นได้ว่ากระแสการฝึกโยคะนี้มีผลตอบรับดี ซึ่งเราจะเห็นได้จากตัวอย่างในทีวีซึ่งเป็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์อีกรูปแบบหนึ่ง เช่น โฆษณานมยี่ห่อแอนลิน โดยใช้พิธีเซนต์เตอร์ เป็น คุณอัจฉราพรรณ ไพบูลย์สุวรรณ (ป้าจี้) ดาราผู้มากประสบการณ์ เป็นสื่อบุคคลที่ใคร ๆ ก็รู้จักกันเป็นอย่างดี จากบทบาทการเป็นพิธีกร และบทบาทการแสดงทั้งทางทีวี รวมทั้งทางภาพยนตร์ด้วย ซึ่งปัจจุบันมีอายุ 50 ปีขึ้นไป แต่ยังมีสุขภาพดีหุ่นก็ยังได้สัดส่วนตามที่ตัวเองต้องการ โดยการฝึกโยคะ อันเป็นเครื่องยืนยันได้ว่าการฝึกโยคะนี้มีประโยชน์จริง เพราะตามประวัติของดาราผู้นี้ก็ได้เริ่มจากการเป็นผู้เรียนโยคะก่อน แล้วค่อยๆ พัฒนาตนเองจนมาเป็นครูสอนโยคะในปัจจุบัน และยังแสดงให้เห็นอีกว่า ไม่ว่าผู้ฝึกจะอายุมากน้อยเพียงใดผู้ฝึกก็สามารถฝึกเล่นโยคะได้ แม้แต่คนที่มีปัญหาด้านสุขภาพและกำลังรับการรักษาจากแพทย์อยู่ ก็สามารถให้โยคะเป็นส่วนประกอบในการฟื้นฟูสุขภาพให้ดีขึ้นได้ เพียงแต่ต้องปรึกษาครูโยคะที่มีความเข้าใจในการฝึกอย่างลึกซึ้งก่อน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาแทรกซ้อนขึ้น และหลังจากโฆษณาสินค้ายี่ห่อนี้ผ่านไปไม่นานจะสังเกตเห็นว่า ผู้จัดรายการทีวีหลายช่องเชิญไปออกรายการเพื่อสัมภาษณ์พูดคุย ชักถามประวัติ เหตุผล และคุณประโยชน์ของการฝึกโยคะ เช่น รายการ “วีไอพี” ออกอากาศวันที่ 28 กรกฎาคม 2006 ได้เชิญป้าจี้ อัจฉราพรรณ ไพบูลย์สุวรรณ สัมภาษณ์ถึงการเผยแพร่เคล็ดลับในการรักษาสุขภาพ อีกทั้งนิตยสารหลายฉบับก็เชิญไปให้สัมภาษณ์ เพื่อสื่อออกทางนิตยสารให้ผู้สนใจได้เข้าไปอ่านเคล็ดลับต่าง ๆ ในการฝึกโยคะเป็นการนำทางให้ผู้สนใจจะฝึกโยคะจะต้องเริ่มต้นอย่างไร มีข้อควรระวัง มีคำชี้แนะที่ดูแล้วปลอดภัยเชื่อถือได้ สำหรับทางด้านสื่ออินเทอร์เน็ตก็มีการเปิดเว็บไซต์เกี่ยวกับโยคะโดยเฉพาะเปิดโอกาสให้มีการซักถาม ตอบปัญหา เกี่ยวกับโยคะ

สำหรับตัวฟรีเซนเตอร์ดาราผู้นี้ก็ได้เขียนหนังสือออกมาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การดูแลสุขภาพสุขภาพด้วยการฝึกโยคะอีกเช่นกัน และดูเหมือนจะเป็นการชี้ช่องทางให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์การฝึกโยคะแล้วดีในโฆษณาของสินค้ายี่ห้ออื่นอีกหลายยี่ห้อ หรือแม้แต่การโฆษณาของสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม และสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพก็มีมาเกี่ยวข้องเชื่อมโยงด้วยเช่นกัน

การออกกำลังกายของแต่ละประเทศก็มีวิวัฒนาการพัฒนาตัดแปลงมาเรื่อยๆ และก่อนที่จะถึงยุคที่โยคะเฟื่องฟูนั้น สำหรับประเทศไทยเราก็จะเป็นการออกกำลังกายด้วยการเต้นแอโรบิก โดยใช้วิทยุหรือ เครื่องเสียง เป็นอุปกรณ์เสริมเพื่อให้เกิดเสียงเพลงเป็นสื่อในการปลุกเร้าให้เกิดความสนุกสนานในการออกกำลังกาย ส่งผลให้จิตใจมีความกระชุ่มกระชวย คึกคัก หัวใจได้มีการออกกำลังกาย ทำให้มีการสูบฉีดของโลหิตไหลเวียนดียิ่งขึ้น แต่ถ้าเต้นมากเกินไป ร่างกายและกล้ามเนื้อต่างๆ ในร่างกายก็จะทำงานหนักเกินไป ฉะนั้น เมื่อเวลาออกกำลังกายต้องให้เหมาะสมกับสุขภาพของตนเองด้วย ต้องพิจารณาดูด้วยว่า ขอบเขตของร่างกายเราจะสามารถใช้พลังงานด้านไหนเท่าใด จึงจะไม่เป็นอันตรายต่อตนเอง ซึ่งในยุคนี้ได้มีการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมากทั้งทางวิทยุ ทีวี สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ รวมถึงในหน้าข่าวกีฬาของหนังสือพิมพ์ แถมยังมีสื่อทางอินเทอร์เน็ตมาช่วยย่อโลกให้มนุษย์เราได้รับรู้ข่าวสารอย่างใกล้ชิดและสะดวกสบาย บางครั้งยังมีการเปรียบเปรยสื่อทางอินเทอร์เน็ตว่า “เหมือนย่อโลกไว้ในมือคุณเพียงคุณคลิก” ในยุคที่การออกกำลังกายด้วยการเต้นแอโรบิกเฟื่องฟูนี้ ทั้งทางภาครัฐและเอกชนก็ได้ร่วมกันรณรงค์ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้คนออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่ดีของตนเองและคนรอบข้างด้วย มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เป็นที่กล่าวขวัญถึงได้ตลอด หรือแม้แต่ประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้คนมาร่วมกันออกกำลังกายด้วยการเต้นแอโรบิกพร้อมกันที่ห้องสนามหลวงให้มีคนมากที่สุด เพื่อจะได้ลงบันทึกในกินเนสบุ๊กที่บันทึกหนึ่งเดียวที่สุดในโลก เป็นสถิติของประเทศและของโลกไปด้วย เพื่อให้เห็นว่าประเทศไทยเราก็ส่งเสริมให้พลเมืองของประเทศมีสุขภาพที่ดี ฉะนั้นก็จะเข้าข่าย “กินดี อยู่ดี ในเมืองไทยก็มี” เป็นการให้การลงบันทึกกินเนสบุ๊กเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ประเทศชาติให้ชาวโลกได้รับรู้อีกทางหนึ่ง ในอนาคตเข้าใจว่า ประเทศไทยเราอาจจะมีใครรวบรวมผู้ฝึกโยคะมาร่วมกันทำสถิติของประเทศ เพื่อสื่อให้ชาวโลกได้รู้จักพัฒนาการออกกำลังกายของประเทศไทยเราไปอีกขั้นหนึ่ง

สำหรับปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้โยคะเป็นที่นิยมมากนอกจากนี้ เราจะพบว่าตำราโยคะของแต่ละครูผู้สอนและแต่ละสถาบันก็มักแตกต่างกันไป พร้อมกับแข่งขันกันโฆษณาชวนเชื่อเพื่อเบนเข็มให้ผู้ที่ต้องการเรียนต้องไปเสียค่าใช้จ่ายซึ่งก็สูงลิบลับทีเดียว(กวี คงภักดีพงษ์:

2547) รวมถึงการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ ทั้งในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร หนังสือต่างๆ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หรือวิธีโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยการบอกต่อจากผู้มาใช้บริการ และสถานที่ฝึกโยคะก็มีส่วนสำคัญอย่างมากด้วย สถานที่ฝึกเหล่านี้จะมีกลยุทธ์ในการจูงใจลูกค้าให้เกิดความสนใจสมัครเข้าไปเป็นสมาชิกได้โดยง่าย มีการจัดทำแผ่นพับ หรือมีการจัดทำหนังสือเป็นพ็อคเก็ตบุ๊กเล็กๆ สำหรับการแจกประชาสัมพันธ์บอกรับถึงคุณประโยชน์ของการฝึกเล่นโยคะ มีการบรรยายสรรพคุณต่างๆ และประโยชน์ที่ได้รับ เมื่อฝึกแล้วในแต่ละขั้นตอนเพื่อสื่อให้ลูกค้าอ่านแล้วเกิดจินตนาการขึ้นเอง ซึ่งโดยธรรมชาติของมนุษย์แล้วเมื่ออ่านแล้วมักจะจินตนาการในทางที่ดีเอาไว้ก่อน แถมยังใช้เทคนิคทางการตลาดจูงใจลูกค้าให้เกิดความสนใจ และอยากที่จะมาใช้บริการโดยลืมนึกถึงข้อเสียเปรียบบางประการที่จะได้รับ เช่น ชี้อแพ็คเกจ 1 แกรม 1 หรือทดลองเล่นฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น เนื่องจากคนยังไม่รู้ว่าเล่นโยคะแล้วมีผลอะไรบ้าง ทางสถานที่ฝึกสอนโยคะจึงนำกลยุทธ์นี้เป็นเป้าหมายหลักในการดึงดูดใจลูกค้า

แม้ว่าโยคะกำลังเป็นที่นิยม แต่บางคนอดตั้งคำถามไม่ได้ว่า ทำไมต้องฝึกโยคะ ทำไมไม่ฝึกอย่างอื่น? ความจริงใครจะฝึกอะไรเพื่อสุขภาพก็ล้วนเป็นสิ่งดีทั้งนั้น แต่โยคะมีลักษณะบางอย่างที่ทำให้พิเศษไปจากการออกกำลังกายอย่างอื่น คือ เป็นการบริหารสุขภาพอย่างบูรณาการ เริ่มจากเบาๆ ไปตามสัดส่วนของอวัยวะต่างๆ ในร่างกาย แล้วค่อยเพิ่มมากขึ้นตามลำดับของร่างกายแต่ละคน สมบูรณ์พร้อมทั้งทางกายและใจ นอกจากจะทำให้มีสุขภาพกายดีแล้ว ยังได้สุขภาพใจที่ดีอีกด้วย ทำให้ผู้ฝึกมีจิตใจหนักแน่น มีสมาธิ มีความมั่นคงทางอารมณ์ และมีเมตตากรุณาเป็นที่ตั้ง เป็นการปล่อยวางทางจิต เป็นการเติมพลังงานให้แก่สุขภาพตัวเองอีกทางหนึ่ง การฝึกโยคะไม่จำเป็นต้องมีอุปกรณ์หรือเครื่องมือใดๆ แม้แต่ผ้าเช็ดตัวหรือเสื่อสำหรับทำอาสนะต่างๆ ก็เป็นสิ่งที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในยุคหลังๆ นี้เอง การฝึกโยคะไม่จำเป็นต้องมีสนามกีฬา คอร์ท หรือ โรงยิม มีเพียงพื้นที่ที่ยืนหรือนอนเหยียดได้ก็นับว่าเพียงพอแล้ว ซึ่งผิดกับการออกกำลังกายอย่างอื่นต้องอาศัยอุปกรณ์เสริมมาเข้าช่วย (ดร.สุนทร พลามินทร์ : 2550)

การฝึกโยคะนั้นต่างจากการออกกำลังกายแบบอื่นๆ ที่เป็นที่นิยมกัน เช่น การเดินแอโรบิก ยกน้ำหนัก หรือวิ่งอย่างสิ้นเชิง จุดประสงค์ของการฝึกอาสนะไม่ใช่การพัฒนาความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ หรือความแข็งแรงของกล้ามเนื้อหัวใจ (แม้โยคะจะมีประโยชน์เช่นนั้นด้วยก็ตาม) แต่โยคะมีจุดประสงค์เพื่อฟื้นฟูจิตใจของกาย ให้กลับมาสู่สภาวะความเป็นอยู่ที่ดี ผ่อนคลาย และตื่นตัวอยู่เสมอ (สถาบันไกว้ลยธรรม ประเทศอินเดีย : 2547)



ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สนใจที่จะทำการศึกษาในเรื่องการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะและในขณะเดียวกันก็ต้องวิเคราะห์ถึงสื่อและปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะด้วย

### วัตถุประสงค์

1. การวิเคราะห์การสื่อสารที่มีผลต่อพัฒนาการความนิยมการเล่นโยคะในประเทศไทย
2. เพื่อสำรวจความแพร่หลายของการสื่อสารเรื่องโยคะในปัจจุบัน
3. สื่อต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างไร
4. ปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง

### ปัญหาคำถามวิจัย

1. การสื่อสารมีผลต่อพัฒนาการความนิยมการเล่นโยคะในประเทศไทยอย่างไรบ้าง
2. เพื่อตอบการสำรวจความแพร่หลายของการสื่อสารเรื่องโยคะในปัจจุบัน
3. สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะ
4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างของบุคคลที่เคยได้เรียนโยคะมาแล้ว ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น โดยผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ฝึกสอนโยคะ และผู้เล่นโยคะ และได้ทำการสำรวจสื่อที่เกี่ยวข้องกับโยคะ ในระยะเวลา 1 เดือน (มกราคม 2551)

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงประวัติ ความเป็นมาของโยคะ และการตัดสินใจเล่นโยคะเพื่อสุขภาพ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจในการดูแลสุขภาพใช้เป็นประโยชน์ต่อไป
2. เพื่อส่งเสริมให้ผู้ออกกำลังกายหันมาสนใจในการออกกำลังกายด้วยโยคะกันมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อให้ทราบถึงการสื่อสารที่ศูนย์ฝึกโยคะกับผู้เรียนโยคะ

## นิยามศัพท์

- ผู้ส่งสาร หมายถึง เพื่อน ,ครอบครัว,ผู้ฝึกสอนโยคะ,ผู้มีชื่อเสียง
- สาร หมายถึง เนื้อหาสาระของโยคะ
- ช่องทาง หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับโยคะผ่านสื่อรูปแบบต่างๆ
- ผู้รับสาร หมายถึง ผู้เล่นโยคะ
- การเปิดรับสื่อบุคคล หมายถึง ความบ่อยครั้งในการได้พบปะพูดคุยในเรื่องการเล่นโยคะกับเพื่อน เพื่อนร่วมงาน บิดา-มารดา ญาติพี่น้อง อาจารย์และเจ้าหน้าที่ของสถาบันฝึกโยคะ
- การเปิดรับสื่อมวลชน หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเล่นโยคะ จากการอ่านหนังสือพิมพ์,นิตยสาร ,ฟังวิทยุ หรือดูโทรทัศน์ ,อินเทอร์เน็ต
- การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเล่นโยคะ จากเอกสารของสถาบันการฝึกโยคะ ต่างๆ เช่น โบสเตอร์ แผ่นพับ เป็นต้น

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง“การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะด้วยโยคะ“ผู้วิจัยได้แบ่งทฤษฎี แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับโยคะ
2. แนวคิดด้านการสื่อสารกับสุขภาพ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน
4. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม
5. แนวคิดและทฤษฎีอิทธิพลของสื่อ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับโยคะ

กำเนิดโยคะ [ Origins of YOGA] ( <http://www.thaiabc.com/yoga/>)

โยคะเป็นคำสันสกฤต หมายถึงการรวมให้เป็นหนึ่ง โยคะจะรวมกาย จิต วิญญาณให้เป็นหนึ่ง ทำให้เรามีสติและอยู่บนพื้นฐานของความจริงของชีวิต โยคะไม่ใช่ศาสนา เพราะมีโยคะบางชนิดไม่เกี่ยวกับศาสนาแต่ส่วนใหญ่มาจากพื้นฐานของความเชื่อและแนวทางปฏิบัติของศาสนา การฝึกโยคะคือ การฝึกการปลดปล่อยจากสิ่งลวงตาและการหลงผิด การฝึกโยคะเป็นการฝึกการเปลี่ยนแปลงตัวเอง ทั้งร่างกายและจิตวิญญาณ นอกจากจะเปลี่ยนแปลงแล้วยังสามารถปรับปรุงให้ดีขึ้น

โยคะ เกิดขึ้นที่อินเดียเมื่อประมาณ 4 - 5 พันปีที่ผ่านมานี้ เดิมจะเป็นการฝึกเฉพาะโยคี และชนชั้นวรรณะพราหมณ์ เพื่อเอาชนะความเจ็บป่วย ต่อมาโยคะได้พัฒนาผ่านลัทธิฮินดู มายุคพุทธศาสนา ถึงยุคลัทธิเซนในประเทศจีน โดยแท้จริงแล้ว โยคะไม่ได้เป็นศาสตร์ของศาสนาใดศาสนาหนึ่ง แต่เป็นศาสตร์สากลที่ศาสนาต่าง ๆ สามารถนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายสูงสุดแห่งศาสนานั้น ๆ โยคะจึงเป็นที่แพร่หลายไปทั่วโลก โดยเฉพาะ หะฐะโยคะ

(Heath Yoga) ซึ่งจัดว่าเป็น Modern Yoga ที่พัฒนามาจากการรวมแบบโยคะดั้งเดิม กับวิถีปฏิบัติของพระพุทธศาสนา

การฝึกโยคะจะประกอบไปด้วยส่วนที่สำคัญ 3 อย่างได้แก่

- การออกกำลังกายหรือการฝึกท่าโยคะ การฝึกท่าโยคะจะกระตุ้นอวัยวะและต่อมต่างๆในร่างกายทำงานดีขึ้น สุขภาพจิตจึงดีขึ้นตามไปด้วย
- การกำหนดลมหายใจเข้า-ออก หรือลมปราณ การหายใจเป็นแหล่งก่อให้เกิดพลังของชีวิต การควบคุมการหายใจ จะทำให้จิตใจและสุขภาพดีขึ้น
- การทำสมาธิ การฝึกท่าโยคะและการหายใจจะเป็นพื้นฐานในการทำสมาธิ

หากท่านได้ฝึกทั้งสามอย่างจะทำให้ผู้ฝึกมีสุขภาพที่แข็งแรง จิตใจผ่องใสและเข้มแข็ง

**ระดับของโยคะ** เพื่อการเข้าใจถึงตนเองอย่างแท้จริง และมีเป้าหมายเพื่อยกระดับจิตใจของตนให้สูงขึ้น ควรปฏิบัติ ตาม 8 ระดับ ของโยคะ ดังนี้

1. ศีลธรรม ประกอบด้วยข้อห้ามเพื่อระงับสิ่งชั่วร้ายต่างๆ
  - ไม่ใช้ความรุนแรง
  - พูดแต่ความจริง ไม่พูดโกหก
  - ไม่ลักขโมย
  - เป็นกลางในสิ่งต่าง ๆ
  - ไม่โลภในของของผู้อื่น
2. จริยธรรม ประกอบด้วย สำนึกแห่งวิถีชีวิตอันดีงาม
  - คิดสิ่งที่ดีๆ บริสุทธิ์ สะอาดทั้งกายและใจ ( คิดดี )
  - พูดในแง่ดีและมีทัศนคติทางบวก ( พูดดี )
  - ปฏิบัติทุกสิ่งด้วยความตรงไปตรงมา และยุติธรรม ( ทำดี )
  - พอใจในสิ่งที่ตนมีอยู่ ( พอใจ )
  - ซินชมและเห็นคุณค่า แห่งธรรมชาติ รวมทั้งสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ( ซินชมยินดี )
3. ท่าฝึกอาสนะ การบริหารร่างกาย และดูแลร่างกายให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น
4. ปราณายาม เป็นการบริหารลมหายใจ เพื่อให้ร่างกายได้รับพลังชีวิตอย่างเต็มที่
5. การควบคุมความรู้สึก (การสำรวจจิต ) โดยตั้งจิตสงบอยู่ภายใน ไม่วอกแวก
6. การเพ่งจิต (Concentration) ด้วยการกำหนดจิตให้อยู่กับสิ่งๆเดียว
7. การภาวนาจิต (Meditation) โดยการศึกษา และวิเคราะห์สังขจะให้อ่องแท้

8. สมาธิ (Samadhi) หมายถึง การรักษาสภาวะจิตที่ดี พิจารณาสภาวะความเป็นจริงอย่างแจ่มแจ้ง และบรรลุถึง การเป็นหนึ่งเดียวกับจักรวาล

### ทฤษฎีของโยคะ (Theory of Yoga)

ทฤษฎีของโยคะ คือ การบำบัดโดยการเคลื่อนไหวส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ตามที่กำหนด โดยเน้นการหายใจ เข้า - ออก ให้สอดคล้องกับท่าฝึก และการทำสมาธิระหว่างการฝึก

### การฝึกโยคะที่ถูกต้องจะมีองค์ประกอบด้วย

- Kept Fit บริหารร่างกายให้ถูกต้อง เพื่อคงไว้ซึ่งสุขภาพที่ดี
- Balance การรักษาความสมดุลของร่างกายและจิตใจโดยวางตัว และอารมณ์เป็นกลางไว้
- Harmony ความลงตัวกับระหว่างการฝึกกายและจิต
- Purify Body - Mind - Soul มีการชำระตนเองให้บริสุทธิ์ทั้งกาย - จิตใจ และจิตวิญญาณ โดยยึดหลักมีศีลธรรมจรรยา สำรวมจิตใจหรือทำสมาธิ

### หลักสำคัญของการฝึกโยคะ [ Objectives]

1. หายใจแบบโยคะให้ถูกต้อง : หายใจเข้า - ท้องพอง, หายใจออก - ท้องแฟบ
  - สูดอากาศเข้าให้พอดีกับท่าฝึก เพื่อให้ได้ออกซิเจนมากพอ
  - ปลดปล่อยหายใจออกให้สุด เพื่อขับอากาศเสียออกจากร่างกาย และลดความตึงเครียดของกล้ามเนื้อ
  - หายใจเข้า - ออก ให้สอดคล้องเป็นจังหวะกับท่าฝึกแต่ละท่า
2. ฝึกท่าแต่ละท่า ซ้ำๆ เป็นจังหวะที่ลงตัว ควบคุมการเคลื่อนไหวของร่างกาย ตามข้อจำกัดธรรมชาติร่างกายของแต่ละบุคคล อย่าฝืนเกินไป เช่น ยืดตัวมากเกินไป เกร็งเกินไป ตึงมากเกินไป บิดมากเกินไป
  - สำหรับผู้ที่ผลการตรวจสุขภาพไม่ผ่าน ควรฝึกเฉพาะท่าหายใจ และทำอุ่นร่างกาย (warm-up) ที่แนะนำเท่านั้น หรือ รับการฝึกกับครูโยคะที่มีวุฒิบัตรการสอนโยคะเท่านั้น
  - ผู้มีปัญหาด้านสุขภาพแต่ละประเภท ให้บันทึกท่าฝึกที่ห้ามทำอย่างเคร่งครัด click->
  - ท่าฝึกต่าง ๆ แบ่งเป็น 3 ช่วง ให้เริ่มจากช่วงที่ 1 ก่อน ฝึกจนคล่องสักระยะหนึ่งซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล แล้วค่อยเพิ่มเป็นช่วงที่ 2 และ 3 ตามลำดับ
3. การกำหนดจิต ( Concentration ) ให้เป็นหนึ่งเดียวกับการฝึกโดยไม่ออกแวก จะทำให้จิตสงบเข้าถึงสมาธิได้ดี ขึ้น ห้ามแข่งขัน หรือคุยกันระหว่างการฝึก ควรอดทนและขยันฝึกเป็นประจำควรฝึกอย่างน้อย อาทิตย์ละ 3 - 4 ครั้ง

4. หยุดพักและผ่อนคลาย หลังแต่ละท่าฝึก ( Pause & Relax ) ให้หายใจเข้า - ออก ช้า ๆ ลึก ๆ 6-8 รอบ เพื่อคลายความตึงเครียดของกล้ามเนื้อ และทำให้การเต้นของหัวใจปรับเข้าสู่สภาวะปกติก่อนที่ จะฝึกท่าต่อไป

### ประโยชน์ของการฝึกโยคะ

- ประโยชน์ในทางร่างกาย
  - ทำให้กล้ามเนื้อแข็งแรงและผ่อนคลายกล้ามเนื้อ
  - เพิ่มพูนความยืดหยุ่นของร่างกาย
  - ทำให้ร่างกายเคลื่อนไหวอย่างสง่างาม
  - แก้ไขท่าทางที่ไม่ดีให้ดีขึ้น
  - ทำให้กระดูกสันหลังตรง
  - ทำให้ระบบในร่างกายมีความสมดุล
- ประโยชน์ทางจิตใจ
  - ทำให้คลายเครียด
  - ทำให้จิตใจสงบและเยือกเย็น
  - ทำให้มีความคิดที่แหลมคม
  - ทำให้จิตใจแจ่มใสไม่ฟุ้งซ่าน
  - ทำให้รู้สึกสงบ
- ประโยชน์ในทางพลังงาน
  - ทำให้พลังงานที่หยุดนิ่งในร่างกายของเราได้เคลื่อนไหว
  - ทำให้พลังงานไหลเวียนไปทั่วทั้งระบบของร่างกาย
  - นำพลังงานไปสู่ทุกส่วนของร่างกาย

### ชนิดของโยคะ

1. Raja-Yoga (the royal path of meditation) เป็นโยคะที่เน้นการเข้าฌานเพื่อทำให้เกิดสมาธิ ซึ่งต้องการความสงบทั้งร่างกายและจิตใจ ข้อดีของการฝึกโยคะชนิดนี้คือฝึกง่ายมีวิธีปฏิบัติที่แน่นอน เป็นการฝึกแบบวิทยาศาสตร์ ผู้ฝึกจะได้รับความสงบและปัญญา ข้อเสียคือการฝึกจะต้องใช้เวลามากอาจจะทำให้ผู้ฝึกต้องแยกตัวเองออกจากสังคม

2. Karma-Yoga (the path of self-transcending action) เป็นโยคะที่เกี่ยวข้องกับศาสนา มากที่สุด มีการยึดเหนี่ยว พิธีกรรมบวงสรวงเทพเจ้า มีการสวด มีการเข้าเข้าฌาน เทพเจ้าที่บูชาได้แก่ พระวิษณุเป็นต้นข้อดีคือผู้ฝึกจะไม่เห็นแก่ตัว ไม่มีจิตี ทำงานบริการได้ดี

3. Bhakti-Yoga (the path of devotion) เป็นโยคะสำหรับผู้ต้องการเสียสละ

4. Jnana-Yoga (the path of wisdom) เป็นโยคะแห่งปัญญา เน้นเรื่องความจริง Reality เป็นหนึ่ง โลกที่เราคุ้นเคยมักจะมีภาพลวงตา เช่นการเห็นเชือกเป็นงู การที่จะทราบจะต้องเพ่งพินิจ การที่เราเห็นผิดเป็นชอบเรียกมายา(maya)หรือหลงผิด การแก้การหลงผิดสามารถทำได้โดยการ ปลีกวิเวก(viveka)เมื่อรู้ว่าอะไรไม่จริงก็สละสิ่งนั้น

5. Tantra-Yoga (which includes Kundalini-Yoga) เป็นโยคะที่รวมหลายชนิดของโยคะ รวมกัน Tantra-yoga สอนให้รู้จักด้านมืดของชีวิต เน้นพิธีการบวงสรวง เน้นการเข้าสมาธิเพื่อปลุก พลังภายในร่างกาย Tantra-yoga เน้นการประสานกายและพลังจิต

6. Mantra-Yoga (the path of transformative sound) เป็นโยคะที่ไม่ซับซ้อน เน้นการ สวดภาวนาและกล่าวคำว่า โอม

7. Hatha-Yoga (the forceful path of physical self-transformation) จุดประสงค์โยคะนี้ เป็นการเตรียมร่างกายเพื่อให้มีพลังที่จะบรรลุสู่ความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยการออกกำลังกายและ ฝึกลมปราณ การฝึกโยคะนี้จะทำให้ร่างกายและจิตใจแข็งแรง อดทนต่อความหิว ร้อน หรือหนาว เมื่อร่างกายและจิตใจแข็งแรงก็ทำให้ผู้ฝึกเข้าถึงสมาธิภาวนาได้ง่าย

โยคะเป็นการออกกำลังกายที่สามารถปฏิบัติได้ทุกสถานที่ที่ต้องการไม่ต้องมีอุปกรณ์ใด ๆ ช่วย สวมเสื้อผ้าที่สบายเพื่อความคล่องตัวในการเคลื่อนไหว ขณะบริหารท่าโยคะ ที่เรียกกันว่า **อาสนะ** ต้องรักษาจังหวะการหายใจควบคู่กับจังหวะร่างกาย (<http://yogalives.com>)

### ข้อแตกต่างระหว่าง โยคะอาสนะ กับ การออกกำลังกาย

แปลจากคำบรรยายของ S.K. Ganguly สถาบันโยคะ ไกวัลยธรรม อินเดีย

อาสนะ	การออกกำลังกาย
1 อาสนะหมายถึง การนั่ง ที่นั่ง ทำนั่ง เป็นท่า ของร่างกายที่นิ่งอยู่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง	1 การออกกำลังกายหมายถึง การเคลื่อนไหว การใช้ความพยายาม
2 เป็นสภาวะนิ่งสงบ อยู่ในท่าแบบเป็นฝ่ายรับ (passive) ความตึงของกล้ามเนื้อค่อยๆลดลง ไปสู่ความผ่อนคลาย ให้ความสำคัญที่จิต	2 เป็นการทำซ้ำๆ เพิ่มความตึงของ กล้ามเนื้อ กล้ามเนื้อเกร็งอยู่ตลอดเวลา เป็น แบบ (active) ให้ความสำคัญที่กล้ามเนื้อ
3 เป็นการเหยียด มากกว่าการเกร็งตึงกล้ามเนื้อ	3 เป็นการเกร็งกล้ามเนื้อ พัฒนาระบบกล้ามเนื้อ

เน้นที่การประสานของระบบประสาทกับกล้ามเนื้อ	โดยตรง
4 การทำอาสนะ เป็นการเรียนรู้สิ่งที่เกิดขึ้นภายในตนเอง ใช้ความรู้สึกภายในเป็นตัวนำ	4 การออกกำลังกายเป็นการรับรู้จากภายนอก ใช้การรับรู้ต่อสภาวะภายนอกเป็นตัวนำ
5 พัฒนาวัยวะภายในทรวงอกและอวัยวะภายในช่องท้อง	5 พัฒนากล้ามเนื้อกลุ่มหลักๆของร่างกาย โดยเฉพาะที่บริเวณแขน ขา
6 พิจารณามนุษย์อย่างเป็นองค์รวม ช่วยรักษาสมดุลของทั้งร่างกาย	6 เน้นความเชี่ยวชาญ ความชำนาญที่ส่วนหนึ่งส่วนเดียว
7 กระตุ้นระบบประสาทอัตโนมัติ ที่รับผิดชอบด้านการผ่อนคลาย Parasympathetic Nervous System	7 กระตุ้นระบบประสาทอัตโนมัติ ที่รับผิดชอบด้านการตื่นตัว Sympathetic Nervous System
8 ทำอาสนะโดยใช้แรงน้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ ทำเพียงเท่าที่สามารถทำได้ ไม่มีการฝืนแต่อย่างใด	8 การออกกำลังกายเป็นการใช้แรงให้มากที่สุด ใช้แรงเพิ่มขึ้นไปเรื่อยๆ
9 ลดการรับรู้ของประสาทสัมผัสทั้งห้า ต่อสิ่งเร้าภายนอก	9 เปิดประสาทสัมผัสทั้งห้า ให้รับรู้กับสิ่งเร้าภายนอกตลอดเวลา
10 เป็นกิจกรรมที่ใช้ "ความรู้สึก" เป็นตัวนำ	10 เป็นกิจกรรมที่ใช้ "การกระทำ" เป็นตัวนำ

เมื่อดูเพียงผิวเผิน คนทั่วไปจะเข้าใจว่า อาสนะ คือการออกกำลังกายชนิดหนึ่ง คนหลายคนถึงกับทำอาสนะด้วยนิยามของแอโรบิคเลยด้วยซ้ำ คือทำจนหัวใจเต้นแรงขึ้นกว่า 120 ครั้งต่อนาทีเป็นเวลาต่อเนื่องกัน 30 นาที เหงื่อออกโทรมกาย แล้วเกิดความรู้สึกว่า ตนเองได้ "ทำ" โยคะแล้ว

อาสนะนั้น ต้องปฏิบัติด้วยความ นิ่ง สบาย ใช้แรงแต่น้อย ก็เกิดความสงสัยว่า มันเราจะได้ประโยชน์อะไรจากการฝึกอาสนะ? จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้สนใจโยคะจริงจัง ต้องมีความเข้าใจอย่างกระจ่างแจ้ง ถึงธรรมชาติของอาสนะ เข้าใจผลของอาสนะตามที่เป็นจริง ซึ่งจะเอื้อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ตน



การฝึกโยคะช่วยสร้างความคงที่และผ่อนคลายที่สัมผัสได้ผ่านจิตของกาย อันจะก่อประโยชน์ทั้งด้านสมาธิและชีวิตประจำวันโดยทั่วไป (<http://yogalives.com>)

## 2. การสื่อสารกับสุขภาพ

การสื่อสาร เป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มความรู้ สร้างทัศนคติที่ดี และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านสาธารณสุข เพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดีทั้งกายและใจ อันเป็นพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งยกระดับมาตรฐานการครองชีพต่างๆได้ (อรสา ปานขาว, 2539 : 621)

Costello (1977) ได้ให้ความหมายของ “การสื่อสารกับสุขภาพ” ไว้ว่า เป็นการศึกษาระบบการที่บุคคลได้รับและตีความข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ ออกมาเป็นข้อมูลที่มีความหมายในเชิงการบริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหรือความคิด

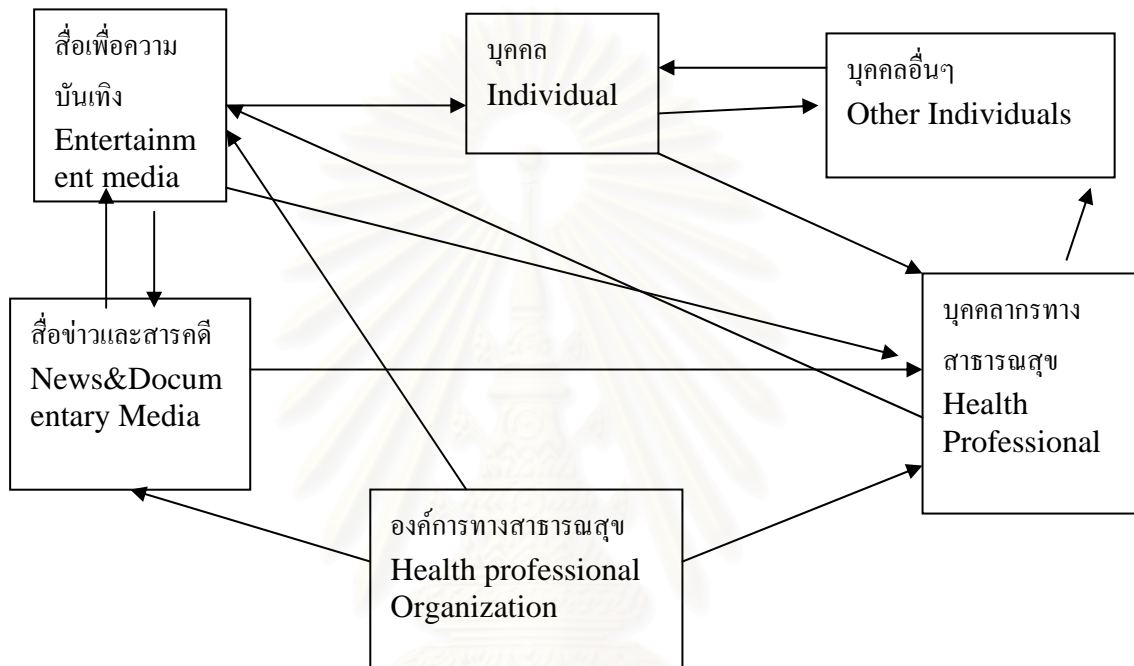
Kreps and Thornton (1984) กล่าวว่า การสื่อสารกับสุขภาพนี้ คือ “ปฏิบัติการของมนุษย์ที่มีต่อกระบวนการในการดูแลสุขภาพ” โดยเน้นที่ความจำเป็นของผู้ป่วย/ผู้บริโภคภายใต้บริบทของสุขภาพ ทั้งนี้อาจเป็นกระบวนการสื่อสารทั้งภายในบุคคล ระหว่างบุคคล ระดับกลุ่ม องค์การ สาธารณะและมวลชน

การสื่อสารในทางสาธารณสุขนี้ มีอยู่หลายระดับด้วยกันทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกับกลุ่มและการสื่อสารกับมวลชน และอาจพิจารณาได้ตามทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi – Step Flow Theory) กล่าวคือ การสื่อสารด้านสุขภาพจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารนั้น ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงช่องทางเดียวแต่มีเครือข่ายทางสังคมหลายเครือข่ายที่จะมีอิทธิพลต่อความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร ผู้รับสารสามารถรับสารได้จากหลายแหล่ง ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน การสื่อสารระหว่างบุคคล สื่อเฉพาะกิจ หรือแม้กระทั่ง สื่อInternet ในปัจจุบันที่นับวันจะยังมีอิทธิพลมากขึ้น

เมื่อบุคคลรู้สึกความผิดปกติที่เกิดขึ้นกับร่างกาย และบุคคลนั้นมีความเชื่อมั่นว่า เป็นอาการของความเจ็บป่วย โดยพยายามอธิบายหรือตีความอาการที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ของตนเอง ในขณะเดียวกันก็จะมีการปรึกษาเพื่อน ญาติพี่น้อง และพยายามแสวงหาความช่วยเหลือด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้อาการนั้นทุเลาหรือหมดไป ก่อนที่บุคคลนั้นจะไปพบแพทย์กล่าวคือ เป็นการแสวงหาความคิดเห็นและคำแนะนำจากบุคคลอื่น ซึ่งมีความรู้ด้านสุขภาพ โดยไม่คำนึงว่าบุคคลนั้นจะเป็นที่ยอมรับของสังคมส่วนใหญ่หรือไม่ อาจเป็นผู้ร่วมงาน เพื่อนบ้าน มิตรสหาย ญาติพี่น้อง หมอพื้นบ้าน และรวมถึงพฤติกรรมที่บุคคลนั้นไม่ได้ทำอะไรเลย นอกจากสังเกตอาการ

ว่า ความผิดปกติจะหายไปเองได้หรือไม่ ตลอดจนสามารถตัดสินใจได้ว่า ควรไปหาแพทย์ได้แล้ว เมื่อเห็นว่าการรักษาตนเองไม่ดีขึ้น (จินตนา งามวิทยาพงศ์ ,2537:10)

เราอาจพิจารณาอิทธิพลของแหล่งต่างๆ ที่มีต่อบุคคลในการดูแลสุขภาพได้ดังภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 3 แสดงอิทธิพลในด้านต่างๆ ที่มีต่อบุคคลในทางสาธารณสุข

(Kimberly A.Neuendorf, 1990:113)

แผนภาพข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นถึงข้อมูลข่าวสารและอิทธิพลจากแหล่งต่างๆ ที่อยู่ล้อมรอบตัวบุคคลหนึ่งๆ โดยมีเส้นที่เชื่อมถึงกันระหว่างหน่วยต่างๆ ในที่นี้ บุคคลได้รับอิทธิพลและข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพจากแหล่งข้อมูลข่าวสารหลัก 4 ด้านคือ

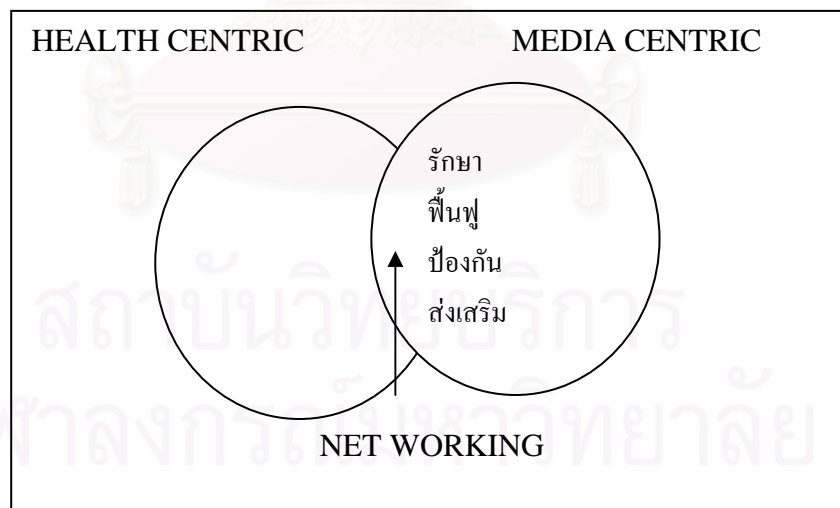
1. สื่อข่าวและสารคดี
2. สื่อบันเทิง
3. บุคลากรทางสาธารณสุข
4. บุคคลอื่น ๆ เช่น ครอบครัว เพื่อนที่ทำงาน

ในภาพ บุคคลจะไม่ได้ติดต่อกับองค์กรทางสาธารณสุขโดยตรง แต่จะเป็นการติดต่อผ่านสื่อต่างๆ ทั้งสื่อที่เป็นข่าวและสารคดี และสื่อเพื่อความบันเทิงที่สอดแทรกความรู้ทางด้านสุขภาพไว้ด้วย

## สื่อกับสุขภาพ

สื่อมีความสำคัญในฐานะที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน อันจะนำไปสู่พฤติกรรมที่เป็นที่คาดหวังไว้ได้ สื่อที่สำคัญที่บุคคลจะให้ความสำคัญในการเผยแพร่และแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ก็คือ สื่อมวลชน ซึ่งจากภาพข้างต้นก็หมายถึง สื่อบันเทิงและสื่อสารคดีนั่นเอง ในสายตาของผู้ส่งสารนั้น จากลักษณะของสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงคนไปจำนวนมากภายในเวลาเดียวกัน สื่อมวลชนจึงกลายเป็นความหวังของผู้ส่งสารที่จะใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารของตน ในขณะที่ผู้รับสารก็สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ และเลือกแหล่งสารได้มากยิ่งขึ้น จากการพัฒนาเทคโนโลยีทางการสื่อสาร “สุขภาพอนามัย” เป็นประเด็นหนึ่งที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารต้องการได้รับข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยอาศัยสื่อมวลชน

บทบาทของสื่อมวลชนในด้านสุขภาพอาจพิจารณาได้ดังนี้ ( ศิริชัย ศิริกายะ, 2540)



แผนภาพที่ 4 บทบาทของสื่อมวลชนในด้านสุขภาพ

จากแผนภาพที่ 4 สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการรักษา (เช่น บอกวิธีการต่างๆ ในการรักษาสุขภาพ) การฟื้นฟู (เช่น สื่ออาจช่วยให้ความบันเทิง) การป้องกันและการส่งเสริม ซึ่งถือเป็นหน้าที่หลักของสื่อมวลชนในด้านนี้ (เช่น รายการส่งเสริมสุขภาพ รายการแอมโอบิค)

สื่อมวลชน ที่ใช้ในด้านสาธารณสุขอาจพิจารณาได้ดังนี้

1. สื่อสิ่งพิมพ์ อาทิ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ ที่ได้สอดแทรกข่าวสารด้านสุขภาพไว้เสมอ สารที่ปรากฏออกมามักจะจูงใจและเรียกความสนใจผู้อ่านเพราะเป็นเรื่องใกล้ตัว ทันสมัย ทันเหตุการณ์ สำหรับนิตยสาร มีอยู่ 2 ลักษณะคือ นิตยสารเพื่อสุขภาพอนามัยโดยตรง เช่น นิตยสารหมอชาวบ้าน ซึ่งไม่ได้มีจุดมุ่งหมายทางการค้าแต่มุ่งถ่ายทอดความรู้ และ นิตยสารเพื่อความบันเทิงทั่วไป ที่ได้สอดแทรกเนื้อหาสาธารณสุขไว้
2. สื่อภาพและเสียง ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งมีรายการเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยจำนวนมาก ทั้งในรูปแบบสอดแทรกในรายการบันเทิง และบทความทางวิชาการออกอากาศอยู่เป็นประจำ Lawrence Wallack (1991) ได้กล่าวว่า มี 3 ทฤษฎี ที่อธิบายถึงบทบาทของสื่อมวลชนในด้านสาธารณสุข คือ
  1. Impact Theory ที่เชื่อว่าสื่อมีพลังในการแก้ปัญหาสุขภาพของประชาชน
  2. ทฤษฎีนี้เสนอว่าสื่อมวลชนเป็นอุปสรรคที่ขัดขวางการมีสุขภาพที่ดีของประชาชน เนื่องจากลักษณะที่เป็นธุรกิจของสื่อมวลชนเอง ที่ทำให้เกิดการ “หากิน” กับปัญหาสุขภาพ
  3. ทฤษฎีนี้เห็นว่าสื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลมากมายหรือโดยตรงต่อประชาชน แต่ต้องทำงานร่วมกับปัจจัยอื่น

อย่างไรก็ดี Wallack ไม่ได้เห็นด้วยกับทั้ง 3 ทฤษฎีที่กล่าวมา โดยเขาเห็นว่า สื่อมวลชน ไม่ได้มีผลต่อสุขภาพ แต่ขึ้นกับบุคคลนั้นว่าจะเลือกรับอย่างไร (อ้างใน นิภาพรรณ สุขศิริ ,2540:5-6)

ความแตกต่างของผู้รับสารทั้งเรื่องลักษณะประชากร จิตวิทยา วัฒนธรรม มีผลต่อรูปแบบการคิด และวิธีการทำความเข้าใจของบุคคลต่างๆ ซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละที่ การใช้สื่อมวลชนอย่างเดียวย่อมไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนทุกกลุ่มได้เท่ากัน ในลักษณะเช่นนี้ สื่อบุคคลจะมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งผู้ส่งสารทุกคนต้องคำนึงถึง ซึ่งตามทฤษฎีการโน้มน้าวใจ สื่อบุคคลจะมีบทบาทสำคัญมากในเรื่องของการโน้มน้าวใจคนให้ปฏิบัติตามได้มากกว่า สื่อมวลชน สื่อบุคคลถือว่ามีสำคัญอย่างยิ่งและเป็นแกนหลักในการนำนวัตกรรมไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ฉะนั้น ในการสื่อสารสาธารณสุขจึงต้องอาศัยสื่อบุคคลด้วย ดังภาพข้างต้นที่ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของบุคคลอื่น ๆ รวมทั้งบุคลากรทางสาธารณสุขที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคลในด้านสุขภาพ

นอกจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล การพัฒนาทางเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศในปัจจุบัน ส่งผลให้ Internet มีบทบาทสำคัญมากขึ้น ซึ่งถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการดูแลคุณภาพ จากที่มีแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ การรักษาสุขภาพและรวมไปถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมากมาย

### 3. แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication)

จากกระแสการแข่งขันทางธุรกิจที่นับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น อันเนื่องมาจากผู้ผลิตสินค้าต่างหากกลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบใหม่ๆ ออกมาเพื่อกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นแนวคิดการตลาดที่เน้นเพียงแค่องค์ประกอบของ 4P ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในการนำเสนอต่อผู้บริโภคอาจไม่มีประสิทธิภาพที่พอเพียงอีกต่อไป (Belch&Belch,2001) ทำให้อีกหนึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดที่นักการตลาดไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าเป็นเครื่องมือที่ทำให้ธุรกิจสามารถประสบความสำเร็จได้ในเวลาอันรวดเร็ว นั่นคือ การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication) หรือที่เรามักจะเรียกกันว่า IMC

การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ได้เข้ามาเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และด้วยกระแสความแรงของการตลาดยุคใหม่นี้ จึงได้มีผู้ให้นิยามความหมายของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (IMC) ไว้หลายท่านด้วยกัน

สมาคมบริษัทตัวแทนโฆษณาแห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานว่า เป็นแนวคิดของการวางแผนการสื่อสารการตลาดที่ตระหนักถึงความสำคัญของคุณค่าเพิ่มของการวางแผนการสื่อสารที่มีความครอบคลุมและเป็นแบบแผน ซึ่งมีการประเมินบทบาททางกลยุทธ์ของการใช้การสื่อสารหลายรูปแบบเข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น โดยรวมกลยุทธ์ทางการสื่อสารการตลาดทั้งหมดเข้าด้วยกัน เพื่อกำหนดแนวทางที่มีความสอดคล้องต่อเนื่องกัน และมีความชัดเจน โดยผ่านการสื่อสารที่มีความเป็นหนึ่งเดียวกัน (Kotler,2003)

Shultz (1993) ให้ความหมายของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (IMC) ไว้ว่า เป็นกระบวนการของการพัฒนา และใช้รูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายในการสื่อสารกับลูกค้าและผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งให้แต่ละกลุ่มผู้รับสารที่เลือกสรรแล้วเกิดพฤติกรรมตามเป้าหมายที่วางไว้ แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานจะพิจารณาทุกจุดที่ลูกค้าหรือ

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมีการติดต่อกับตราสินค้าหรือองค์กร และใช้การสื่อสารทุกรูปแบบอย่าง สอดคล้อง โดยเริ่มต้นแผนงานที่กลุ่มเป้าหมายผู้รับสารคือลูกค้าและผู้บริโภคเป้าหมายเป็นหลัก แล้วจึงย้อนกลับมาวางแผนงานในการสื่อสาร ทั้งการออกแบบตัวสารและการใช้เครื่องมือสื่อสาร อย่างผสมผสาน จึงกล่าวได้ว่าแนวคิดของการวางแผนการสื่อสารเพื่อการตลาดที่มุ่งเน้นการเพิ่ม คุณค่าของแผนงานที่ซับซ้อนในการประเมินบทบาทเชิงกลยุทธ์ของเครื่องมือสื่อสารต่างๆ อย่างผสมผสาน เพื่อให้ผลการสื่อสารนั้นมีความชัดเจน ต่อเนื่อง และสร้างผลกระทบทางการตลาดได้ อย่างสูงสุด หรือกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า เมื่อการสร้างสัมพันธภาพคือหัวใจของการตลาดยุคใหม่ การ สื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ก็คือ เครื่องมือในการสร้างสัมพันธภาพนั้น (Shultz, Tannebaum and Lauterborn, 1993)

Duncan (2005) ให้ความหมายของการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานว่า คือ กระบวนการในการวางแผน (Planning) นำเสนอ (Execution) และตรวจสอบ (Monitor) ข้อความ ของตราสินค้า (Brand Message) ที่นักการตลาดสร้างขึ้นมาเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างตรา สินค้ากับลูกค้า โดยการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน จะเน้นให้เกิดความร่วมมือ ความคิด สร้างสรรค์ การผสมผสานในการสื่อสาร

Belch&Belch (2001) กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน จะเกี่ยวข้องกับการ ส่งเสริมการตลาด (Promotion) หลากหลายรูปแบบ และกิจกรรมทางการตลาด (Marketing Activities) ที่จะสื่อสารไปยังลูกค้าของบริษัท ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องพิจารณาเครื่องมือที่ใช้ใน การส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม เช่น ประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) และการตลาดทางตรง (Direct Marketing) เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่มี ประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Sirgy (1998) ที่เห็นว่าเป็นการเพิ่มคุณค่า ให้กับแผนการสื่อสารการตลาด ด้วยการผสมผสานเครื่องมือการสื่อสารอย่างกลมกลืน มีความ สอดคล้องชัดเจน และก่อให้เกิดการสื่อสารที่มีคุณค่า

นอกจาก Schultz จะให้ความสำคัญกับ IMC ว่าเป็นกระบวนการพัฒนาและใช้รูปแบบ การสื่อสารที่หลากหลายในการสื่อสารกับลูกค้าและผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องแล้ว ในอีก ด้านหนึ่ง Schultz (Cited In Sirgy, 1998 : 4) ยังให้มุมมองเพิ่มเติมว่า เป็นกระบวนการจัดการ ข่าวสารข้อมูลหรือสินค้า ที่จะส่งมอบให้กับลูกค้า หรือผู้มุ่งหวัง เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้า และนำมาซึ่งความจงรักภักดีของลูกค้าในที่สุด

ดังนั้น การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (IMC) หมายถึง กระบวนการในการสื่อสารข้อมูลหรือตราสินค้าขององค์กรไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ด้วยการส่งผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่มีการผสมผสานอย่างเหมาะสม เช่น การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นต้น โดยเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่ใช้นั้นต้องมีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันและนำเสนออย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการสื่อสาร อันจะก่อให้เกิดคุณค่าต่อตราสินค้า และนำมาซึ่งความจงรักภักดีต่อตราสินค้าในที่สุด

● **เครื่องมือในการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication tools)**

ความสำเร็จขององค์กรธุรกิจในทุกวันนี้ คงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายในการนำสาร หรือสิ่งที่นักการตลาดต้องการนำเสนอไปยังผู้บริโภค โดยการผสมผสานเครื่องมือด้านต่างๆของการสื่อสารการตลาดเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ตราสินค้าตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่เป็นที่ยอมรับกันในวงกว้างของธุรกิจทั่วไปมีมากมายหลายรูปแบบด้วยกัน โดย Sirgy (1998) and Shultz&Kitchen (2000) ได้แบ่งเครื่องมือการสื่อสารการตลาดออกเป็น 4 แบบ คือ การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) ส่วน Duncan (2005) ได้แบ่งเครื่องมือออกเป็น 9 แบบ โดยเพิ่มในส่วนของการขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) การเป็นผู้สนับสนุน (Sponsorships) การตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) และการบริการหลังการขาย (Customer Service) ในขณะที่ Smith (1998) ได้แบ่งออกเป็น 12 แบบ โดยเพิ่มในส่วนของการนิทรรศการ (Exhibitions) การสื่อสาร ณ จุดขาย (Point-Of-Sales And Merchandising) และ อินเทอร์เน็ต (Internet) ขึ้น

● **แนวคิดการใช้สื่อแบบผสมผสาน**

การผสมผสานช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเข้าไว้ด้วยกัน เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่ใช้กันในสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์อย่างแพร่หลาย ทั้งนี้เพราะการกำหนดสื่อเพียงสื่อเดียวไม่อาจมีพลังมากพอที่จะพัฒนาความรู้ สร้างทัศนคติ และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้สมบูรณ์แบบ ดังที่ Katz และ Lazarsfeld อธิบายไว้ในหนังสือเรื่อง “The Personal Influence” (อ้างถึงใน จิตราภรณ์ สุทธิวร เศรษฐ์, 2537) ว่าการตัดสินใจของบุคคลในการยอมรับหรือให้การสนับสนุน มิใช่ได้รับอิทธิพลจาก

สื่อสารมวลชนเพียงอย่างเดียว แต่มาจากบุคคลซึ่งคนเหล่านั้นให้การยอมรับปลະให้ความเชื่อถือมากกว่า

การสื่อสารประยุกต์มิได้จำกัดขอบเขตการใช้สื่อเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง แต่เป็นความพยายามในการผสมผสานสื่อ (media mix) และประยุกต์การใช้สื่อต่างๆอย่างหลายอย่าง โดยเน้นหนักไปที่พิจารณาความเป็นไปได้ของสื่อในการเข้าถึงบุคคลที่ถูกต้อง (right person) ในช่วงเวลาที่ถูกต้อง(right time) และด้วยข้อความที่ถูกต้อง (right message) ซึ่งถือว่าเป็นหลักเกณฑ์สำคัญในการจัดการการสื่อสาร (Michael L.Ray,1982 อ้างถึงใน กุลวิตา จินตกะวงศ์,2548)

#### 4. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

คำว่า “พฤติกรรม” นั้นหมายถึง ปฏิกริยาหรือกิจกรรมทุกชนิดที่มนุษย์กระทำ แม้ว่าจะสังเกตได้หรือสังเกตไม่ได้ก็ตาม สำหรับในด้านพฤติกรรมสุขภาพก็มีความหมายเช่นเดียวกับพฤติกรรมทั่วไป แต่มุ่งเน้นเฉพาะในเรื่องของสุขภาพอนามัย เช่น การปฏิบัติตนเกี่ยวกับการรักษาความสะอาดร่างกาย ซึ่งได้แก่ การอาบน้ำ การแปรงฟัน การตัดเล็บ สระผม ฯลฯ สิ่งแสดงออกดังตัวอย่างที่ยกมานี้ จะสามารถมองเห็นได้หรือสังเกตได้อย่างชัดเจนว่าบุคคลได้กระทำหรือปฏิบัติ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ 2526: 155)

Carter V. Good (1959: 55-56) ได้กล่าวถึงความหมายของพฤติกรรมสุขภาพว่าหมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งภายใน (Covert Behaviors) และเกิดขึ้นภายนอก (Overt Behaviors) ที่คาดหวังจะให้ผู้เรียนมีหรือเกิดขึ้นในตัวผู้เรียนที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพอนามัย พฤติกรรมทางด้านสุขภาพนี้จะรวมถึงการปฏิบัติที่สังเกตได้ และการเปลี่ยนแปลงภายในที่สังเกตไม่ได้แต่สามารถจะจัดได้ว่าเกิดขึ้น

##### ● ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมสุขภาพ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526: 201) ได้กล่าวถึงแนวคิดของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพไว้ดังนี้คือ

1. พฤติกรรมอาจเปลี่ยนแปลง โดยการบังคับ การเลียนแบบ และการเห็นความสำคัญของสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้
2. การใช้วิธีทางการศึกษาในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ได้ผลถาวร
3. พฤติกรรมสุขภาพบางอย่างสามารถเปลี่ยนได้โดยการบังคับซึ่งจะเปลี่ยนได้เฉพาะพฤติกรรมด้านการปฏิบัติเท่านั้น ส่วนพฤติกรรมด้านความรู้และทัศนคติจะไม่เปลี่ยน



### ● องค์ประกอบที่มีผลต่อพฤติกรรมสุขภาพ

องค์ประกอบหรือปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมสุขภาพโดยทั่วไปนั้น มีอยู่ 3 องค์ประกอบคือ องค์ประกอบด้านความรู้ องค์ประกอบด้านทัศนคติ และองค์ประกอบด้านการปฏิบัติ ส่วนการเกิดพฤติกรรมนั้นเป็นกระบวนการที่สลับซับซ้อนมาก และมีองค์ประกอบหลายอย่างที่มีผลต่อพฤติกรรมสุขภาพของบุคคล เช่น องค์ประกอบทางด้านจิตวิทยา องค์ประกอบทางด้านสังคมและวัฒนธรรม องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ องค์ประกอบด้านการศึกษา และองค์ประกอบทางด้านการเมือง (ประภาเพ็ญ สุวรรณ 2526: 173-185)

ธนวรรณ อิมสมบุญ (ธนวรรณ อิมสมบุญ 2529: 131-133) ได้กล่าวถึงเรื่องพฤติกรรมสุขภาพไว้ว่า การที่จะทำให้บุคคลมีพฤติกรรมสุขภาพที่เหมาะสมในเรื่องหนึ่งเรื่องใดนั้น ตามปกติมิใช่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ง่ายเหมือนอย่างที่เราเข้าใจกันอยู่ในขณะนี้ การให้ความรู้แต่เพียงอย่างเดียวไม่อาจทำให้เกิดพฤติกรรมหรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพในเรื่องที่ต้องการได้

ตามหลักพฤติกรรมศาสตร์นั้นพฤติกรรมสุขภาพจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีปัจจัยต่างๆ หลายประการด้วยกันซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ลักษณะด้วยกันคือ ปัจจัยที่ช่วยโน้มน้าวบุคคลให้เกิดพฤติกรรมสุขภาพ (Predisposing Factors) ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมสุขภาพ (Enabling Factors) และปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างให้เกิดพฤติกรรมสุขภาพ (Reinforcing Factors)

ปัจจัยโน้มน้าว เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ เจตคติ และค่านิยมของบุคคลที่มีต่อเรื่องหนึ่งเรื่องใดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมสุขภาพของบุคคล ปัจจัยประเภทนี้เกิดขึ้นจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ที่ได้จากการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล ซึ่งส่วนใหญ่แล้วมักจะได้รับการให้ความรู้ การเปลี่ยนแปลงเจตคติ และการสร้างค่านิยมที่บุคคลได้รับทั้งในทางตรงและทางอ้อม หรือจากการเรียนรู้ของตนเอง

ปัจจัยสนับสนุน เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากการที่บุคคลต่างๆ ได้มีบริการอุปกรณ์ ตลอดจนสิ่งต่างๆ ที่เป็นส่วนประกอบของพฤติกรรมอยู่อย่างพอเพียง และมีโอกาสที่จะใช้บริการหรืออุปกรณ์รวมทั้งสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่และจัดหาไว้ให้อย่างทั่วถึง ตัวอย่างเช่น ปัจจัยสนับสนุนของพฤติกรรมสุขภาพในการดูแลรักษาสุขภาพของตนเอง ได้แก่สถานบริการทางการแพทย์และสาธารณสุขต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชนและโอกาสที่จะใช้บริการต่างๆ เหล่านั้น การที่จะให้คนเกิดพฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับการรักษาความสะอาด ก็จะต้องมีถังขยะและระบบการเก็บรวบรวมขยะให้ทั่วถึง หรือการที่จะทำให้ชาวบ้านในชนบทมีพฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับการโภชนาการได้อย่างเหมาะสมก็จำเป็นต้องมีแหล่งอาหารหรือแหล่งผลิตอาหารในท้องถิ่นให้พอเพียงเป็นปัจจัยที่สนับสนุนเหล่านี้เป็นต้น

ปัจจัยสร้างเสริม เป็นปัจจัยที่สำคัญมากในกระบวนการสุขภาพศึกษา นอกเหนือไปจากปัจจัย โน้มน้าวและปัจจัยสนับสนุนแล้ว ปัจจัยสร้างเสริมในที่นี้ได้แก่ปัจจัยเกิดจากการกระทำของบุคคล ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทั้งในทางตรงและทางอ้อม ตัวอย่างเช่น การปลูกฝังหรือ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพในเรื่องต่างๆ ในกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชน ปัจจัยสร้าง เสริมที่สำคัญได้แก่ พ่อแม่ ผู้ปกครอง พี่น้อง ครู บุคลากรอื่นๆ ในโรงเรียนและกลุ่มเพื่อนนักเรียน ด้วยกัน รวมทั้งบุคคลที่เป็นสิ่งแวดล้อมในสังคมภายนอก บ้านและโรงเรียนด้วย บุคคลเหล่านี้จะมี อิทธิพลต่อการปลูกฝังหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพในแง่ของการอบรมสั่งสอน การกระตุ้น เตือน การชักจูง การเป็นตัวอย่าง การดูแลรอดขัน รวมทั้งการส่งเสริมให้เกิดการกระทำหรือการ ปฏิบัติในลักษณะที่เหมาะสม สำหรับกลุ่มเป้าหมายในชุมชนก็เช่นกัน ปัจจัยสร้างเสริมที่สำคัญใน การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพได้แก่ ครอบครัว เครือญาติ เพื่อนๆ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข แพทย์ พยาบาล ตลอดจนบุคคลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจึงมีบทบาทในการชี้แนะชักจูง สนับสนุน กระตุ้น เตือนและจูงใจให้เกิดการกระทำหรือพร้อมที่จะกระทำในสิ่งที่จะนำไปสู่การมีสุขภาพหรือ พฤติกรรมสุขภาพตามเป้าหมาย (อ้างถึงใน กรมพลศึกษา, 2529: 5-12)

#### ● สุขภาพปัจจัยสำคัญของมนุษย์

มนุษย์ย่อมต้องการแสวงหาการดำรงชีวิตอยู่ด้วยอย่างมีความสุข ต้องการมีชีวิตที่ยืนยาวนาน มีร่างกายสมบูรณ์แข็งแรงปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ และปราศจากอันตรายใดๆ ทั้งปวง ดังพุทธ ภาษิตที่ว่า “ความไม่มีโรคเป็นลาภอันประเสริฐ” หรือคำกล่าวที่ว่า “ผู้มีสุขภาพดีเสมือนมีทุกอย่าง” แต่ความปรารถนาเช่นว่านั้นจะเกิดผลเป็นความจริงขึ้นมาได้นั้น ทุกคนจักต้องมีความรู้ความเข้าใจ เรื่องสุขภาพอนามัย (Health knowledge) ที่ถูกต้องและสามารถนำความรู้เรื่องสุขภาพนั้นไป ปฏิบัติ (Health practice) จนเกิดความเคยชินหรือเกิดสุขนิสัยและทักษะ (Health habits and skills) และการปฏิบัติอย่างถูกต้องอยู่เสมอเป็นประจำจะเกิดความรู้สึกรับซึ่งอยู่ในจิตใจจนเกิด เป็นเจตคติที่ดีต่อสุขภาพ (Health attitude) ฉะนั้นการศึกษาหาความรู้ปฏิบัติตนจนเกิดเป็นสุข นิสัยและเกิดเจตคติในทางสุขภาพที่ดีนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด ที่จะช่วยให้การดำเนินชีวิตอย่าง สมบูรณ์พูนสุขตลอดชีวิต

คำว่า “อนามัย” (Hygiene) นั้นหมายถึง “วิทยาการแขนงหนึ่งที่ว่าด้วยหลักในการบำรุง ป้องกัน ส่งเสริม และดำรงไว้ซึ่งสุขภาพ (Health) ที่ดีของบุคคล เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในการ ดำรงชีวิตให้มีความสุขสมบูรณ์พูนสุขตลอดชีวิต (Healthful living)”

การที่บุคคลจะดำรงชีวิตอยู่อย่างสุขสมบูรณ์ดังกล่าวนั้นได้จักต้องประกอบด้วย “สุขภาพ” ที่ดี ที่สมบูรณ์ ซึ่งสุขภาพที่ดีที่นั่นจะต้องประกอบด้วยสุขภาพที่ดีทางกาย (Physical health) และสุขภาพที่ดีทางจิตใจ (Mental health) ด้วย จะขาดเสียอย่างใดอย่างหนึ่งไม่ได้ เพราะ

“ร่างกายกับจิตใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ไม่สามารถแยกออกจากกันได้” จึงต้องได้รับการส่งเสริมสุขภาพทั้งทางกายและจิตใจให้ดีอยู่เสมอ

แต่ก่อนจะส่งเสริม “สุขภาพ” ให้ดีนั้น จำเป็นต้องทำความเข้าใจกับคำว่า “สุขภาพ” ให้ดีเสียก่อน เพราะจะช่วยให้เข้าใจถึงคำว่า “อนามัย” ได้ดี และแจ่มแจ้งยิ่งขึ้น “สุขภาพ” (Health) ตามคำจำกัดความขององค์การอนามัยโลก (WHO) กล่าวว่า “สุขภาพหมายถึงสภาพแห่งความสมบูรณ์ของร่างกาย จิตใจและการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้ด้วยดี มิใช่เพียงแต่ความปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ และความทุพพลภาพเท่านั้น” จากคำจำกัดความนี้สุขภาพมีความหมายถึงสุขภาพทางกายและทางจิต

สุขภาพทางกาย (Physical health) หมายถึง สภาพที่ดีทางร่างกาย อวัยวะส่วนต่างๆ อยู่ในสภาพที่มีความสมบูรณ์แข็งแรงสามารถทำงานได้เป็นปกติ และมีความสัมพันธ์กันทุกส่วนเป็นอย่างดี และก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานด้วย

ฉะนั้นเมื่อทุกคนเป็นว่าสุขภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิต ทุกคนจะต้องเรียนรู้เรื่องสุขภาพและจะต้องปฏิบัติตนให้ถูกหลักสุขภาพนั้น จึงจะได้ชื่อว่าเป็นผู้มี “อนามัย” ดี (จรินทร์ ธานีรัตน์, 2523:1-6)

## 5 .แนวคิดและทฤษฎีอิทธิพลของสื่อ

ก่อนที่เราจะกล่าวถึงอิทธิพลของสื่อที่มีต่อการตัดสินใจ หากปราศจากกระบวนการสื่อสารที่สื่อต้องการจะสื่อให้กับผู้รับก็ไม่สามารถจะถึงผู้รับได้ ดังนั้น ต้องเกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ประสงค์จะนำข่าวสารส่งต่อไปให้กับบุคคลอื่นๆ และนั่นก็คือกระบวนการในการสื่อสารที่ต้องมีทั้ง ผู้ส่งข่าวสาร สาร สื่อและผู้รับสาร

โดยปกติในกระบวนการสื่อสารจะมีองค์ประกอบอย่างน้อย 4 ประการด้วยกัน คือ แหล่งสาร สาร ช่องสาร ผู้รับสาร ผลที่เกิดจากการสื่อสาร และปฏิกิริยาตอบสนอง เราอาจสร้างแบบจำลองของการสื่อสารที่ประกอบด้วยองค์ประกอบทั้งหกประการด้วยคำพูด ดังต่อไปนี้ คือ กระบวนการที่ผู้ส่งสาร ส่งสารผ่านช่องทางสารไปยังผู้รับสาร แล้วก่อให้เกิดผลบางประการขึ้น โดยผู้รับสารมีปฏิกิริยาตอบสนองออกไป

### 1. แหล่งสาร (Source)

การสื่อสารทุกชนิดต้องมีแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร แหล่งสารอาจเป็นคนคนหนึ่ง หรือคนหลายคนทำงานร่วมกันเป็นองค์กร ที่พูด เขียน หรือแสดงกิริยาท่าทางให้บุคคล หรือองค์กรอื่น

ทราบ จะเห็นว่า มีปัจจัยสำคัญอย่างน้อย 4 ประการในตัวของแหล่งสารที่กำหนดความสามารถของแหล่งสารในการสื่อสาร ปัจจัยที่สำคัญเหล่านี้ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ และระดับของสังคมและวัฒนธรรม การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพถ้าหากว่าแหล่งสารและผู้รับสารมีคุณลักษณะทั้ง 4 ประการนี้ คล้ายๆ กัน

## 2. สาร (Message)

หมายถึง สิ่งเร้าที่แหล่งสารส่งออกไปยังผู้รับสาร เราอาจกล่าวถึงสารในลักษณะต่างๆ กันได้ เช่น กล่าวถึงสารในลักษณะของสัญญาณผู้รับสาร สามารถแปลหรือเข้าใจได้ สารถือได้ว่าเป็นผลผลิตของผู้ส่งสารที่ส่งผ่านช่องทางสารไปยังผู้รับสารในแผนภาพได้แสดง องค์ประกอบของสารไว้ได้แก่ รหัสของสาร เนื้อหาของสาร การปฏิบัติต่อสาร ส่วนประกอบ และโครงสร้าง สารทุกชนิดต้องเกี่ยวข้องกับรหัสอย่างใดอย่างหนึ่ง รหัสคือกลุ่มของ สัญลักษณ์ที่สามารถนำมาจัดระเบียบเพื่อให้เกิดความหมายต่อบุคคลบางคน เนื้อหาของสารเกี่ยวข้องกับความคิดที่อยู่ภายในตัวสาร ในแต่ละเรื่องที่สื่อสารกันจะมีความคิดหลายความคิด ซึ่งแหล่งสารสามารถเลือกนำมาเข้ารหัส การปฏิบัติต่อสาร คือการตัดสินใจของแหล่งสารเกี่ยวกับการเลือกและจัดระเบียบรหัสและเนื้อหา รวมทั้งวิธีการถ่ายทอดรหัสและเนื้อหานั้น ภายในแต่ละองค์ประกอบของสาร คือ รหัส เนื้อหา และการปฏิบัติที่กล่าวแล้ว จำเป็นต้องพิจารณาส่วนประกอบและโครงสร้างด้วย แต่ละองค์ประกอบของสาร ล้วนต้องมีส่วนประกอบและส่วนประกอบต่างๆ ต้องถูกจัดระเบียบเข้าเป็นโครงสร้างอย่างใดอย่างหนึ่ง ส่วนประกอบของรหัส เช่น ภาษา อาจเป็นสระหรือพยัญชนะซึ่งต้องถูกจัดระเบียบเข้าเป็นโครงสร้างในรูปของวลีหรือประโยคเป็นต้น

## 3. ช่องสาร (Channel)

เราอาจคิดถึงช่องสารในแง่ของคลื่นแสง หรือสื่อในการสื่อสาร เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ แผนภาพนี้ให้ข้อคิดเกี่ยวกับช่องสารในลักษณะของประสาทสัมผัสทั้ง 5 ดังนั้นจึงอาจเห็นได้ยิบ สัมผัส ลิ้มรส หรือดมกลิ่นสารได้

## 4. ผู้รับสาร (Receiver)

เมื่อมีแหล่งสารหรือผู้ส่งสารในการสื่อสารทุกครั้ง จึงจำเป็นต้องมีผู้รับสารในการสื่อสารทุกครั้ง เช่นเดียวกับแหล่งสารผู้รับสารอาจเป็นคน ๆ หนึ่ง คนกลุ่มหนึ่งหรือเป็นองค์กรก็ได้ การที่ผู้รับสารจะสารได้ดีแค่ไหนขึ้นอยู่กับ ปัจจัยในตัวของผู้รับสาร อันได้แก่ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้และระดับของ สังคมและวัฒนธรรม

นอกจากองค์ประกอบทั้ง 4 แล้ว ในการสื่อสารทุกครั้งต้องเริ่มที่มีแหล่งสาร แหล่งสารจะเอาสารเข้ารหัส เพื่อส่งไปตามช่องทางสารถึงผู้รับสาร และก่อนที่ผู้รับสารจะเข้าใจสารต้องมีการถอดรหัสที่ผู้ส่งสารส่งมา ให้กลายเป็นสารเสียก่อน จึงจะเข้าใจสารนั้นได้ ในกระบวนการส่งสารจากแหล่งสารถึงผู้รับสารนี้ อาจมีอุปสรรคต่างๆ ที่ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพน้อยลงหรือ ไม่บรรลุ เป้าหมาย อุปสรรคจะปรากฏอยู่ในทุกขั้นตอนของกระบวนการสื่อสาร

จากแผนภาพจะเห็นได้ชัดเจนว่า การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ ซึ่งหมายถึงการมีลักษณะต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา ไม่มีการหยุดนิ่ง จะต้องมีบางสิ่งบางอย่างที่เกิดขึ้นก่อนกระบวนการและมีบางสิ่งบางอย่างที่เกิดหลังกระบวนการต่อเนื่องกันอยู่เสมอ กล่าวอีกนัยหนึ่งในกระบวนการสื่อสารนั้น จะมีการกระทำโต้ตอบกลับไปกลับมาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารตลอดเวลาผู้ส่งสารกลายเป็นผู้รับสารและผู้รับสารกลายเป็นผู้ส่งสารในเวลาเดียวกัน

ทฤษฎีเกี่ยวข้องกับอิทธิพลของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล โดยแบ่งออกเป็น สื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ มีรายละเอียดดังนี้

#### ● อิทธิพลของสื่อบุคคล

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่น่าพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คนหรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป สื่อบุคคลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคคลในครอบครัว (พ่อ แม่ ญาติ) ครู อาจารย์ เพื่อน ในที่นี้จะกล่าวถึงหลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล

#### หลักการและแนวความคิดการสื่อสารระหว่างบุคคล

แคทซ์ และ ลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1995:27) ให้ความเห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล มีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและยอมรับที่จะให้ความร่วมมือ ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคล จึงมีความสำคัญ มากกว่าสื่อมวลชนในชั้นจูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการ ให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องและอาจมีผลบ้าง ในการสร้างทัศนคติ ในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคย รับรู้มาก่อน

โรเจอร์ และ ชูเมเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) ได้กล่าวไว้ว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไป หรือให้การสื่อสาร มีประสิทธิภาพที่สุดสื่อที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจ ยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสาร ระหว่างบุคคลโดยใช้สื่อบุคคล เป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร ทัศนคติและพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสาร มีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสารและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นอีกด้วย

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งสาร และ ผู้รับสาร สามารถซักถามทำความเข้าใจ และมีปฏิกิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้โดยทันที จัดเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์มาในการใช้เป็นเครื่องซักจูงใจ โน้มน้าวใจผู้รับสาร ดังที่ Rogers and Shoemaker ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิถี หากผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถ ได้ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็ไม่สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน การที่ข่าวสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับปฏิกิริยาตอบสนอง หรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับสูง สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสาร ที่เกิดจากการเลือกรับสารการเลือก แปลหรือตีความสารและการเลือกจำสารได้

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้ การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ Rogers and Shoemaker แบ่งออกได้เป็นการติดต่อสื่อสาร โดยตรงและการติดต่อสื่อสารโดยกลุ่ม ดังนี้

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสาร เช่น วิธีเยี่ยมบ้านเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชนของ หน่วยงานต่างๆ วิธีนี้หากประชาชนหรือผู้รับสารสงสัย ไม่เข้าใจ ก็สามารถซักถามทำ ความเข้าใจได้เป็นอย่างดี ฉะนั้น ในกิจการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจ หรือชักจูงโน้มน้าวใจจึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรงแต่มีข้อจำกัดคือ การสื่อสารประเภทนี้ ต้องใช้สื่อบุคคล เป็นจำนวนมากสิ้นเปลืองเวลา และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group contact of community public) คือ การติดต่อโดยผ่านกลุ่มกลุ่ม จะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่างๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ ดังที่บลูเมอร์ (Blumer) กล่าวไว้ว่า “สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ใช้ชีวิต ร่วมกันอยู่ทั้งหมด จะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติและมีพฤติกรรมร่วมของบุคคล เมื่อกลุ่มมีความสนใจ มุ่งไปสู่ทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจ ไปในทางนั้นด้วย” การติดต่อโดยกลุ่มนี้ อาจทำได้ โดยการประชุมอภิปราย และสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิกิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนในการตัดสินใจยอมรับหรือ ปฏิเสธข่าวสารนั้น

ลาซาร์เฟลด์ และเมนเซน (Lazarsfeld and Menzel,1968:97) ได้ให้เหตุผลที่ทำให้การสื่อสาร ระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้เนื่องจาก การหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือรับฟัง เป็นไปได้ยากกว่าการรับฟังข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตน หรือเรื่องที่ตน ไม่สนใจได้ง่าย

2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้ในการสนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว หากว่าเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา

3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลมักจะมีลักษณะง่ายเป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม

4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจ และความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อนแล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

#### อิทธิพลของสื่อมวลชน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper,1960:15-49) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของ สื่อมวลชนประเภทต่างๆ ที่มีต่อทัศนคติและ พฤติกรรมด้านต่างๆของประชาชนไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อบุคคลนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่างๆที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predispositions) บุคคลจะมีความคิดเห็น ค่านิยมและมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่นและสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัส กับสื่อมวลชน ก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) บุคคลจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยง ไม่ยอมรับสารที่ไม่ สอดคล้องหรือที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นและความสนใจของตน บุคคลจะพยายามตี ความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่มีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชน ในสังคมแบบเสรีนิยม แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเป็นก่อนจะไปถึงประชาชนผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับ

ความเชื่อถือเสื่อมใสและไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็น และค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และบุคคลก็มีเสรีภาพในการเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใด ความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของบุคคลให้มีความเข้มแข็งและพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม
3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงบุคคลได้เช่นกัน จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้วหากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น
4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่บุคคลได้ ในกรณีที่บุคคลนั้น ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น

นอกจากนี้ เออร์วิน พี เบททิงฮอส (1968) ยังได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคมไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ สิ่งที่สื่อมวลชนเปลี่ยนแปลงได้มากที่สุดคืออารมณ์ ส่วนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้น ยังไม่ปรากฏผลจากการวิจัยที่แน่นอนกว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมแต่อย่างใด เพราะส่วนใหญ่ กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลมาจากการสื่อสาร ระหว่างบุคคลทั้งสิ้น



- สื่อเฉพาะกิจ

นอกจากสื่อบุคคลและสื่อมวลชนที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ผู้ส่งสารใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลไปยังมวลชน บุคคล หรือกลุ่มบุคคล สื่อดังกล่าวนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ

#### ประสิทธิภาพของสื่อเฉพาะกิจ

อาดัมส์ (Adams, 1971 อ้างถึงใน วิไลลักษณ์ วิฐิตินันท์, 254 0:27) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะไว้ดังนี้ คือ สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้น เพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะการใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่าง สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ หรือแผ่นปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์ นอกจากนี้การปิดโปสเตอร์ตาม ชุมชนต่างๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์มากรรมแปลกๆและทันสมัยในสังคมนั้นๆ

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัญชนิ วิชยาภย์ บุญนาค (2540) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การแสวงหาข่าวสาร ทักษะคนติ และพฤติกรรม การบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และมีพฤติกรรมการบริโภคในระดับต่ำ โดยผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์มีความสะดวกและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ แต่ยังจัดเป็นสิ่งที่ฟุ่มเฟือย และเกินจำเป็น และอาจมีความเสี่ยงจากการบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่มีการบริโภคมากที่สุดคือ วิตามิน อาหารเสริมและเครื่องสำอางต่างๆผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเพื่อบริโภคเองและมีจำนวนไม่น้อยที่ได้รับเป็นของขวัญ เศรษฐกิจมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในด้านการแสวงหาข่าวสาร ผู้บริโภคส่วนใหญ่แสวงหาข่าวสารในรับต่ำ โดยนิยมแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนและบริโภคข่าวสารประเภทใกล้ตัวมากที่สุด

ยุพดี บุณรัตน์ (2546) ได้ศึกษาขั้นตอนในการตัดสินใจบริโภคยาลดความอ้วนของวัยรุ่นสตรีในกรุงเทพมหานคร และปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคยาลดความอ้วนของวัยรุ่นสตรีในกรุงเทพมหานคร โดยนำแนวคิดด้านปรากฏการณ์วิทยาเข้ามาใช้ในการศึกษาและ

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกวัยรุ่นสตรีที่บริโภคยาลดความอ้วน ผลการวิจัยพบว่า ขั้นตอนการสนใจบริโภคยาลดความอ้วนของสตรีในกรุงเทพมหานคร มี 3 ระยะเวลา คือ ระยะเวลาก่อนการตัดสินใจ ระยะเวลาการตัดสินใจ และระยะเวลาหลังการตัดสินใจ และสื่อบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคยาลดความอ้วนของวัยรุ่นสตรีมากที่สุด เนื้อหาสารที่มีผลต่อการตัดสินใจลดความอ้วน ได้แก่ เนื้อหาที่ขู่ให้กลัว และปัจจัยผู้รับสารที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคยาลดความอ้วน คือ ความคิดของวัยรุ่นมีต่อตัวเอง คำพูดของเพื่อนและบุคคลใกล้ชิด บุคคลในอาชีพ ดารา-นางแบบ และข้อความต่างๆเกี่ยวกับรูปร่างอ้วน-ผอม

ภาณุมาศ บุญญาธิเกษม ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน เพื่อการสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้าของบัตรเครดิต KTC และการรับรู้ของผู้บริโภค ได้สัมภาษณ์เจาะลึกกับนักการตลาดที่เกี่ยวข้องและสนทนากลุ่มกับผู้ถือบัตรเครดิต KTC ผลการวิจัยพบว่านักการตลาดมีวิธีการสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้าผ่านการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานด้วยวิธีการสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า เพื่อให้เกิดความแตกต่างโดยวางตำแหน่งตราสินค้าเป็น Innovator ทางด้านบัตรเครดิตมินิการ์ด และวางบุคลิกภาพของตราสินค้า ให้มีบุคลิกภาพที่หลากหลาย เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่มตามกลุ่มที่ได้จัดแบ่งไว้

จารุณี พชรพิมานสกุล (2542) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวิติต และปัจจัยสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาการของเครือข่ายกลุ่มชีวิติต ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มแกนนำ กลุ่มผู้บริโภค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวิติตเป็นเครือข่ายการสื่อสารแบบแนวระนาบ และเครือข่ายประกอบด้วย 3 กลุ่มหลัก รูปแบบการสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 ส่วน รูปแบบการสื่อสารภายในกลุ่มแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ และรูปแบบการสื่อสารระหว่างเครือข่ายแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ และปัจจัยสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาการของเครือข่ายกลุ่มชีวิติต ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ ด้านผู้ส่งสาร ด้านคุณสมบัติของแนวคิดชีวิติต ด้านช่องทางการสื่อสาร ด้านผู้รับสาร และด้านบริบทสังคม

ณัฐฐณิษฐ์ ศรีมาเสริม (2547) ได้ศึกษาเรื่องการรณรงค์เพื่อลดการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในชุมชนศาลายา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรณรงค์เพื่อลดการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในชุมชนศาลายา และปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการลดการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลการวิจัย พบว่า แนวคิดหลักการรณรงค์เพื่อลดการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในชุมชนศาลายา ได้แก่ การสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนเขตชานเมืองในงานคุ้มครอง

ผู้บริโภคโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและพฤติกรรมการลดการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร  
ในชุมชนศาลายา การรณรงค์ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นตอนการวิจัย 2) ขั้นตอนการ  
วางแผน - กระทำ 3) ขั้นตอนการสื่อสาร 4) ขั้นตอนการประเมินผล ด้านปัจจัยการสื่อสารที่มีผล  
ต่อพฤติกรรมการลดการบริโภคอาหารเสริม มี 5 ด้าน คือ 1.ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร 2.ปัจจัยด้านสาร  
3.ปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสาร 4.ปัจจัยด้านผู้รับสาร 5.ปัจจัยด้านบริบท



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะด้วยโยคะ” ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) เพื่อสำรวจการสื่อสารที่มีผลต่อพัฒนาการความนิยมการเล่นโยคะในประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์ความแพร่หลายของการสื่อสารเรื่องโยคะในปัจจุบัน สื่อและปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะ เพื่อตอบคำถามตาม**ปัญหาคำถามวิจัย** ดังนี้

1. การวิเคราะห์การสื่อสารที่มีผลต่อพัฒนาการความนิยมการเล่นโยคะในประเทศไทย
2. เพื่อสำรวจความแพร่หลายของการสื่อสารเรื่องโยคะในปัจจุบัน
3. สื่อต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะหรือไม่
4. ปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะด้วยโยคะ” มีปัญหาคำถามในการวิจัยทั้งสิ้น 4 ประเด็น ซึ่งใช้รูปแบบในการวิจัย ดังนี้

1. **การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research)** โดยศึกษาเอกสารชั้นต้น (Primary Source) ได้แก่ เอกสารจากศูนย์ฝึกโยคะ โบรชัวร์ นิตยสาร ข่าวจากหนังสือพิมพ์ ตลอดจนเว็บไซต์ต่างๆ เป็นต้น
2. **การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation)** ในระหว่างการดำเนินการเก็บข้อมูล โดยเข้าไปร่วมเล่นโยคะตามศูนย์ฝึกโยคะ 2 แห่ง ได้แก่ Absolute Yoga สาขา อัมรินทร์ พลาซ่า เมื่อวันที่ 11 – 13 มกราคม 2551 โดยผู้วิจัยได้สังเกตผู้เล่นโยคะร้อน มีผู้เข้าเรียนโยคะ 20 ท่าน มีผู้เรียนครั้งแรก 2 ท่าน และ Element Yoga Studio ตึก Vanissa ติดกับเซ็นทรัล ซิดลม สังเกตเมื่อวันที่ 20 – 23 มกราคม 2551 มีผู้เข้าเรียน 15 ท่าน ซึ่งศูนย์ฝึกโยคะที่ผู้วิจัยเลือก เพราะผู้วิจัยเคยเป็นสมาชิกของศูนย์ฝึกนั้น
3. **การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)** กับผู้ฝึกสอนโยคะและผู้เล่นโยคะ ตามศูนย์ฝึกโยคะ

## การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

ใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (Indepth Interview) โดยกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 20 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มผู้ฝึกสอนโยคะ จำนวน 10 ท่าน ได้แก่

### ผู้ฝึกสอนโยคะ (นามสมมติ)

1. คุณอารีท	อายุ 25 ปี เพศชาย	สอนโยคะมา 3 ปี
2. คุณบอม	อายุ 24 ปี เพศชาย	สอนโยคะมา 5 ปี
3. คุณกุ่ม	อายุ 35 ปี เพศชาย	สอนโยคะมา 5 ปี
4. คุณจ๊อบ	อายุ 40 ปี เพศชาย	สอนโยคะมา 3 ปี
5. คุณหนึ่ง	อายุ 33 ปี เพศชาย	สอนโยคะมา 4 ปี
6. คุณเมย์	อายุ 26 ปี เพศหญิง	สอนโยคะมา 2 ปี
7. คุณจอย	อายุ 37 ปี เพศหญิง	สอนโยคะมา 2 ปี
8. คุณน้อง	อายุ 37 ปี เพศหญิง	สอนโยคะมา 2 ปี
9. คุณหมี	อายุ 42 ปี เพศหญิง	สอนโยคะมา 6 ปี
10. คุณตั้ม	อายุ 39 ปี เพศหญิง	สอนโยคะมา 3 ปี

2. กลุ่มผู้เล่นโยคะ จำนวน 10 ท่าน ได้แก่

### ผู้เล่นโยคะ (นามสมมติ)

1. คุณภัทร	อายุ 22 ปี เพศชาย	รายได้ 10,000 บาท/เดือน
2. คุณชา	อายุ 21 ปี เพศชาย	รายได้ 15,000 บาท/เดือน
3. คุณไอ้ต	อายุ 28 ปี เพศชาย	รายได้ 25,000 บาท/เดือน
4. คุณฝน	อายุ 21 ปี เพศหญิง	รายได้ 10,000 บาท/เดือน
5. คุณพลอย	อายุ 26 ปี เพศหญิง	รายได้ 25,000 บาท/เดือน
6. คุณน้ำตาล	อายุ 28 ปี เพศหญิง	รายได้ 22,000 บาท/เดือน
7. คุณนุ้ย	อายุ 26 ปี เพศหญิง	รายได้ 22,000 บาท/เดือน
8. คุณก้อย	อายุ 42 ปี เพศหญิง	รายได้ 33,000 บาท/เดือน

9. คุณเจ็น อายุ 25 ปี เพศหญิง รายได้ 21,000 บาท/เดือน  
 10. คุณผึ้ง อายุ 25 ปี เพศหญิง รายได้ 25,000 บาท/เดือน

### แหล่งที่มาของข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการศึกษาจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภทด้วยกัน คือ

- 1) **แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร** ผู้วิจัยศึกษาแหล่งข้อมูลนี้เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลเบื้องต้นก่อนจะดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ได้แก่
  - เอกสารประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือ เอกสารของศูนย์ฝึกโยคะ นิตยสาร โบรชัวร์ Billboard Banner หนังสือพิมพ์ (ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด คมชัดลึก)
  - เอกสารประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ เว็บไซต์ต่างๆที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับโยคะ ซึ่งได้จากการสืบค้นผ่านเว็บไซต์ [www.google.com](http://www.google.com) เป็นหลัก และ [www.thaihealth.or.th](http://www.thaihealth.or.th) [www.homedd.com](http://www.homedd.com) และ [www.yogathailand.com](http://www.yogathailand.com) เป็นต้น
  - สื่อโทรทัศน์ ได้แก่ รายการวาไรตี้ ระยะเวลาต่างๆ
- 2) **แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล** ได้แก่ ผู้ฝึกสอนโยคะ และผู้เล่นโยคะ ตามศูนย์ฝึกโยคะต่างๆ เช่น Absolute Yoga , Element yoga Studio และ Fitness first เป็นต้น

### ขั้นตอนในการทำวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

#### 1. ข้อมูลจากสื่อ

พิจารณาสื่อมวลชน ได้แก่ 1.) นิตยสาร นิตยสารทั้งหมด 20เล่ม ได้แก่ Health&Cuisine , ชีวจิต , ครีว , แพรว,ดิฉัน,สุดสัปดาห์,ขวัญเรือน,Shape,HerWorld,In magazine,Cosmo,Cosmopolitan ,Elle, lips Slim up,,Healthtoday,Lisa,Yoga Journal Thailand โดยนิตยสารทั้งหมดที่เลือกมา ดูจากนิตยสารที่เกี่ยวกับสุขภาพและผู้หญิงเป็นหลัก 2.) หนังสือพิมพ์ ทำการสำรวจทั้งหมด 4 เล่มในช่วงเดือนมกราคม ได้แก่ เดลินิวส์ ,ไทยรัฐ,ข่าวสด และคมชัดลึก 3.)เว็บไซต์ ทั้งหมดประมาณ 30 กว่าเว็บไซต์ ตัวอย่างเช่น [www.absoluteyoga.com](http://www.absoluteyoga.com), [www.thaihone.com](http://www.thaihone.com) [www.ThaiYogaInstitute.com](http://www.ThaiYogaInstitute.com) 4.)โทรทัศน์ ได้แก่ รายการ Health Talk ทางช่อง 7 ,รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ทางช่อง 3 ,โฆษณาน้ำขิงจินเจิน โดยผู้วิจัยเลือกดูข้อมูลของสื่อมวลชนที่เกี่ยวกับสุขภาพ ผู้หญิง และการออกกำลังกายเป็นหลัก

2. ข้อมูลจากบุคคล ได้แก่ บุคคลที่มาออกกกำลังกายด้วยโยคะตามศูนย์ฝึกโยคะ

ผู้วิจัยแบ่งขั้นตอนการดำเนินงานออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

#### 1. ขั้นเตรียมการก่อนเก็บข้อมูล

พิจารณาจากเอกสาร หรือ หลักฐานต่างๆ และติดต่อประสานงานนัดหมายการสัมภาษณ์ เพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูล โดยชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย และผลประโยชน์ที่จะได้รับเป็นสำคัญ

#### 2. ขั้นเก็บข้อมูล

เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interview) กับกลุ่มเป้าหมาย และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

### เครื่องมือในการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ซึ่งผู้วิจัยจำเป็นต้องมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความถูกต้องครบถ้วนในรายละเอียด อันได้แก่ ประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้เตรียมแนวคำถามไว้ล่วงหน้า เพื่อให้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์เพื่อกลุ่มเป้าหมายสามารถตอบได้อย่างละเอียดและตรงตามความเป็นจริง โดยคำถามจะครอบคลุมตามกรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่ได้ศึกษา ซึ่งจะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) ใช้การจดบันทึกและเทปบันทึกเสียงประกอบจากการสัมภาษณ์

### คำถามถามผู้ฝึกสอนโยคะ

- ก่อนที่ท่านจะเล่นโยคะ ท่านได้ออกกำลังกายอะไรมาก่อน ( ถ้ามีระบุด้วยได้ออกกำลังกายอะไร)
- เพราะเหตุใดจึงเปลี่ยนมาเล่นโยคะ
- ท่านเริ่มเล่นโยคะมาเป็นเวลานานเท่าไร
- เพราะเหตุใดจึงมาเป็นครูสอนโยคะ
- ท่านเริ่มเป็นครูสอนโยคะมานานเท่าไร และสอนที่ไหนบ้าง
- ก่อนการสอน/หลังการสอนโยคะ ท่านได้มีการพูดคุยอะไรกับผู้เรียนหรือไม่

(มาปรึกษาปัญหาต่าง ๆ เช่น บาดเจ็บ , ทำท่าบางท่าไม่ได้ ฯลฯ)

- ท่านคิดว่าผู้ที่มาเรียนโยคะส่วนมากเมื่อเรียนแล้วจะมาเรียนอย่างต่อเนื่องไหม เพราะเหตุใด หรือว่ามาเป็นช่วงสั้นๆ เพราะเหตุใด
- ท่านได้มีการสังเกตท่าที่ของผู้เรียนโยคะที่เข้ามาเรียน ในช่วงแรกๆ ว่ามีท่าที่อย่างไร กับการสอนของท่านบ้าง
- ส่วนใหญ่ผู้เรียนมีอายุประมาณเท่าไร เพศอะไร
- ท่านคิดว่าผู้เรียนโยคะมาเรียนเพราะอะไร ( ป่วย,อยากสวย เป็นต้น)
- ผู้ที่เรียนโยคะส่วนมากมาเรียนคนเดียวหรือมากับเพื่อน
  - ❖ ผู้ที่มาเรียนโยคะพร้อมกับเพื่อนส่วนมากมาเรียนสม่ำเสมอหรือไม่
  - ❖ ผู้ที่มาเรียนโยคะคนเดียวส่วนมากมาสม่ำเสมอหรือไม่
- ปัญหาที่ท่านพบในการสอนโยคะคืออะไร (ใช้การสื่อสารช่วยได้ไหม)
- ส่วนใหญ่คนมาเรียนโยคะอย่างสม่ำเสมอใหม่ / เรียนต่อเนื่องยาวนานไหม (ท่าใหม่)
- ท่านใช้กลยุทธ์ด้านการสื่อสารวิธีใดช่วยสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนอยากเรียนนานๆ
- เวลาผู้เรียนเกิดความท้อแท้อยากเลิก ท่านมีวิธีพูดคุยกับผู้เรียนอย่างไร (ใช้การสื่อสารช่วยอย่างไร) เช่น ผู้เรียนไม่สามารถทำท่าบางท่าได้ ท่านมีวิธีพูดให้กำลังใจอย่างไร เป็นต้น

### คำถามสำหรับถามผู้เล่นโยคะ

- ก่อนเล่นโยคะ ได้ออกกำลังกายอะไรมาก่อน ( ถ้ามีระบุด้วยได้ออกกำลังกายอะไรและท่าใหม่ถึงเปลี่ยนมาเล่นโยคะ )
- ใครบ้างที่มีบทบาทต่อการเริ่มเล่นโยคะ
- ท่านเล่นโยคะมานานเท่าไรแล้ว / คิดว่าจะเล่นต่อไปไหม (เพราะเหตุใด) และคิดอยากเลิกไหม
- สาเหตุที่ท่านสนใจเล่นโยคะเพราะอะไร
- ท่านเล่นโยคะเพื่ออะไร(สุขภาพ ,ความสวยงาม,ตามแฟชั่น)
- ท่านได้รับข่าวสารเรื่องโยคะผ่านทางไหนบ้าง (เช่น TV, radio, magazine, โบรชัวร์ , โปสเตอร์ เป็นต้น) ช่วยระบุว่าประมาณเมื่อไร ที่ไหน
- ท่านใช้เวลาในการตัดสินใจนานเท่าใดก่อนจะมาเริ่มเรียนโยคะ หลังจากได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องโยคะแล้ว
- ท่านคิดว่าการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ มีการบรรยายสรรพคุณของโยคะเกินความเป็นจริงไปหรือไม่ และหลังจากที่ได้ เรียนแล้วท่านได้ประโยชน์ตามที่โฆษณาหรือไม่



- ความคิดเห็นและทัศนคติของท่านที่มีต่อการเล่นโยคะ
- เมื่อท่านได้เล่นโยคะแล้วได้มีการแนะนำต่อไปยังบุคคลอื่นหรือไม่
  - แนะนำ เพราะเหตุใดจึงแนะนำต่อ.....
  - .....
  - และบุคคลที่ท่านให้คำแนะนำสนใจเล่นโยคะหรือไม่
    - สนใจเล่น  ไม่สนใจเล่น
    - ไม่แนะนำ เพราะเหตุใดจึงไม่แนะนำ.....
- ตอนเรียนโยคะ ผู้สอนได้สื่อสารอะไรบ้างกับท่าน
- ระหว่างเล่นโยคะมีการสื่อสารระหว่างผู้สอนกับผู้เล่นหรือไม่
- ท่านรู้สึกอย่างไรกับผู้สอน (ผู้สอนมีส่วนสำคัญในการให้เราเล่นโยคะต่อไปหรือไม่ อย่างไร)
- คุณเคยมีการพูดคุยกับผู้ร่วมเล่นโยคะท่านอื่นเกี่ยวกับการเล่นโยคะบ้างไหม
- เวลาที่ผู้สอนโยคะสอนใน Class ได้มีการบอกชื่อและประโยชน์ของท่าต่างๆ ของการเล่นโยคะหรือไม่ว่าท่าใดก็ให้เกิดประโยชน์แก่ร่างกายส่วนใด อย่างไร ฯลฯ (เช่นสามารถทำให้หน้าใส ,สามารถช่วยให้การย่อยอาหารให้ดีขึ้น เป็นต้น)
- ท่านคิดว่าหลังจากที่ท่านได้เล่นโยคะและฝึกปฏิบัติตามผู้สอนแล้ว ได้เป็นไปตามที่ผู้สอนบอกหรือไม่
- ท่านคิดว่าการเล่นโยคะเป็นการออกกำลังกายที่ราคาแพงไปหรือไม่ และเหมาะสมกับเราหรือไม่
- พอท่านได้เล่นมาสักระยะแล้ว (ระบุด้วยว่าเล่นมานานเท่าไรแล้ว) คิดว่าจะเล่นต่อไปไหม เพราะอะไร

### วิธีการบันทึกข้อมูล

1. จดบันทึก
2. บันทึกเทป

โดยก่อนที่จะมีการจดบันทึก และบันทึกเทปทุกครั้ง ผู้วิจัยจะทำการขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนทุกครั้ง

## วิธีการรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์ปลายเปิดให้กลุ่มเป้าหมายแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ โดยเริ่มต้นจากการแนะนำตัวพร้อมทั้งบอกวัตถุประสงค์ของการขอสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก

## การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เบื้องต้นก่อนที่ผู้วิจัยจะนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้ในการรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

1. ทดสอบความตรงทางด้านเนื้อหา (content validity) ว่าแบบสัมภาษณ์มีความตรงและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการจะทำการศึกษา
2. ทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) ว่าแบบสัมภาษณ์มีความครบถ้วนตามแนวคิดทฤษฎีที่ได้วางเอาไว้

โดยผู้วิจัยจะนำแบบสัมภาษณ์นี้ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขอคำแนะนำและปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ของตนให้มีประสิทธิภาพก่อนที่จะดำเนินการวิจัย

ก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกครั้ง ผู้วิจัยจะสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการแนะนำตนเองเพื่อสร้างความคุ้นเคย ตลอดจนมีการอธิบายให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจถึงความสำคัญของการวิจัยนี้ เมื่อกลุ่มเป้าหมายเกิดความไว้วางใจผู้วิจัยและเห็นถึงความสำคัญของการวิจัย จึงยินดีให้ความร่วมมือในการเปิดเผยข้อมูลตามความเป็นจริงโดยไม่ปิดบัง ซึ่งภายหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลแต่ละครั้ง ผู้วิจัยต้องรีบจดประเด็นสำคัญไว้โดยการทำบันทึกสนาม (Field note) วันต่อวันเพื่อป้องกันการลืม และเรียบเรียงความคิดในการดำเนินการวิจัยในครั้งต่อไปได้ รวมทั้งสรุปข้อมูลได้เป็นระยะๆ

## การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มีวัตถุประสงค์ 4 ประการดังนี้

- 1) การวิเคราะห์การสื่อสารที่มีผลต่อพัฒนาการความนิยมการเล่นโยคะในประเทศไทย
- 2) เพื่อสำรวจความแพร่หลายของการสื่อสารเรื่องโยคะในปัจจุบัน
- 3) สื่อต่างๆมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างไร

#### 4) ปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสารทั้งหมดร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ภายใต้กรอบแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เพื่อให้เป็นไปตามหลักการทางวิชาการ

#### การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลในรูปของการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analysis Description) เพื่อตอบประเด็นจากปัญหานำวิจัยทั้ง 4 ข้อ ได้แก่

- 1) การสื่อสารมีผลต่อพัฒนาการความนิยมการเล่นโยคะในประเทศไทยอย่างไรบ้าง
- 2) เพื่อตอบการสำรวจความแพร่หลายของการสื่อสารเรื่องโยคะในปัจจุบัน
- 3) สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะ
- 4) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะด้วยโยคะ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจถึงวิธีการสื่อสารที่มีผลต่อความนิยมเล่นโยคะ สื่อต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างไร และปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ฝึกสอนโยคะและผู้เล่นโยคะ
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้สอนโยคะและผู้เล่นโยคะ

1. ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมาย
2. การวิเคราะห์การสื่อสารที่มีผลต่อพัฒนาการของการเล่นโยคะในประเทศไทย

#### 1. ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มผู้ฝึกสอนโยคะและผู้เล่นโยคะ

กลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยได้ไปทำการสัมภาษณ์มานั้น แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มด้วยกัน คือ ผู้ฝึกสอนโยคะ จำนวน 10 คน และผู้เล่นโยคะ จำนวน 10 คน

##### ( 1.1) การวิเคราะห์ผู้ฝึกสอนโยคะ

จากการวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ พบว่า กลุ่มคนที่สนใจในการเล่นโยคะจากที่ได้ทำการสัมภาษณ์มานั้น สำหรับผู้ฝึกสอน เป็นชาย 5 คน หญิง 5 คน ได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มด้วยกัน คือ

### (ก) มวลเหตุจูงใจในการมาเป็นผู้ฝึกสอน

กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มที่มีแรงจูงใจและเหตุผลส่วนตัวที่ต้องการศึกษาการเล่นโยคะอย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการเข้ามาเป็นครูสอนโยคะ ใน 10 คนมี 5 คน เป็นผู้เล่นโยคะมาก่อน แล้วจึงเรียนเพิ่มเพื่อมาเป็นครูสอนโยคะ

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่มาเป็นครูสอนโยคะ เนื่องจากเหตุผลของสถานที่ทำงานเป็นองค์กรประกอบสำคัญ โดยการส่งให้ไปเข้ารับการฝึกกับผู้เชี่ยวชาญด้านนี้เฉพาะ ใน 10 คนมี 5 คน สอนโยคะที่ Fitness จึงต้องเข้ารับการฝึกกับผู้เชี่ยวชาญก่อน

“ที่หันมาเล่นโยคะ คือ จริงๆสนใจ Body Balance มาก่อนแล้วที่ทำงานเลยส่งไปเทรน 3 เดือน แล้วจึงมาเป็นครูสอนโยคะ”

( คุณอาร์ท , สอนโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 20 มกราคม 2551)

จากข้อมูลตรงนี้จะเห็นได้ว่า “ช่องทางสำหรับการสร้างผู้ส่งสาร” ของโยคะนั้นได้ขยายจากช่องทางเดิม ซึ่งมีช่องทางเดียว คือ “สนใจโยคะ” มาเพิ่มอีกช่องทาง คือ “สถานออกกำลังกายแบบสมัยใหม่ เช่น Fitness” การเปิดช่องทางที่หลากหลายขึ้นช่วยอธิบายความแพร่หลายของโยคะในปัจจุบัน

### (ข) อายุ

หากพิจารณากลุ่มที่เป็นทั้งผู้ฝึกสอนโยคะ ในเชิงลักษณะทางประชากรจากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ฝึกสอนส่วนใหญ่อายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป (รายละเอียดในตารางที่ 1) กลุ่มคนที่อายุต่ำกว่า 21 ปีมีเพียง 3 คน โดยจากการสัมภาษณ์พบว่าบุคคลที่อายุต่ำสุดจากการสัมภาษณ์ครั้งนี้ อายุ 21 ปี สูงสุดอายุ 50 ปี

**ตารางที่ 1**  
**แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฝึกสอน**

อายุ	จำนวน(คน)
21 – 30 ปี	3
31 – 40 ปี	6
41 – 50 ปี	1

จากตารางที่ 1 จะพบว่าอายุของผู้เล่นโยคะส่วนมากเป็นผู้ใหญ่ในช่วง 30-50 ปี แต่ไม่ถึงกับสูงอายุ( อายุ 50ปีขึ้นไป) ซึ่งหมายความว่า การจะเป็นครูโยคะได้เป็นวัยผู้ใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุพอสมควร เพราะต้องใช้สมาธิและต้องใช้ช่วงเวลาในการฝึกฝนพอสมควรในการฝึกโยคะ

**(ข) เพศ**

ผู้ฝึกสอนโยคะเป็นผู้หญิงและผู้ชายจำนวนเท่าๆกัน ซึ่งปัจจุบันนี้ผู้หญิงให้ความสนใจเรื่องการออกกำลังกายมากขึ้น อาจจะเริ่มจากการเล่น Fitness มาก่อน แล้วจึงเปลี่ยนมาเล่นโยคะ

**ตารางที่ 2**  
**แสดงจำนวนเพศของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฝึกสอน**

เพศ	จำนวน (คน)
ชาย	5
หญิง	5

จากตารางที่ 2 อธิบายได้ว่า ปกติตามประวัติโยคะที่กล่าวมาข้างต้น ผู้สอนที่เป็นโยคีมักจะเป็นผู้ชาย แต่ปัจจุบันนี้ คนที่เรียนโยคะมาอย่างยาวนานและมีความชำนาญจนถึงระดับที่เป็นครูได้มีทั้งผู้หญิง และผู้ชายเท่าๆกัน จึงน่าจะตีความได้ว่า การเรียน การสอน โยคะได้เปลี่ยนแปลงความหมายและกลุ่มเป้าหมายไปแล้ว กล่าวคือ ได้เปิดกว้างให้ทั้งสองเพศ คือ หญิงและชายฝึกฝนได้เท่าเทียมกัน

### (ง) ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

ส่วนใหญ่แล้วจะจบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป เป็นครูฝึกสอนโยคะอยู่ 2-3 แห่งมีอาชีพเป็นครูฝึกสอนโยคะอย่างเดียว

### (จ) ระยะเวลาในการฝึกสอนโยคะ

ครูฝึกสอนโยคะส่วนใหญ่ คือเล่นเป็นแล้วไปเรียนเป็นครู ใช้เวลาในการฝึกไม่มากนัก 2-3 ปีก็สามารถมาเป็นครูฝึกสอนตามศูนย์ฝึกโยคะได้แล้ว แต่ต้องฝึกเป็นประจำอาทิตย์ละ 3-4 ครั้ง

### ตารางที่ 3

#### แสดงระยะเวลาที่เล่นโยคะของผู้ฝึกสอน

ระยะเวลาที่เล่นโยคะ (ปี)	จำนวน (คน)
2 - 3 ปี	6
4 - 5 ปี	3
6 - 7 ปี	1

จากตารางที่ 3 อธิบายได้ว่า ปัจจุบันการเป็นผู้ฝึกสอนโยคะ จะเป็นได้เร็วมาก ใช้เวลาเรียนมาเพียง 2-3 ปีก็เป็นครูสอนโยคะได้แล้ว ซึ่งอาจจะอธิบายได้ปัจจุบันการเป็นครูโยคะไม่ต้องสอนท่าที่ยากมาก หรือขั้นสูงมาก บรรดาครูที่ฝึกมา 2-3 ปีนี้ จะทำการสอนเพียงท่าพื้นฐานอย่างเดียว หรืออาจเป็นเพราะมีการแพร่หลายของโยคะมีมาก จึงทำให้มีความต้องการครูฝึกมาก โดยศูนย์ฝึกโยคะบางแห่งจึงมีการเปิดสอนการเป็นครูโยคะโดยเฉพาะ เช่น ศูนย์ ธรรมราชาโยคะศรม อาคารจอตลอดโรงแรมเอเชีย หรือ ศูนย์โยคะสถาน เป็นต้น

### ( 1.2 ) การวิเคราะห์ผู้เล่นโยคะ

สำหรับผู้เรียนโยคะ เป็นชาย 3 คน หญิง 7 คน ได้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน คือ

#### (ก) มุมเหตุจูงใจในการเล่นโยคะ

กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มผู้สนใจในเรื่องของการดูแลสุขภาพ กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ร่างกายค่อนข้างแข็งแรง แต่ไม่ยอมเจ็บป่วย ใน 10 คนมี 9 คนที่เล่นโยคะด้วยเหตุผลนี้

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่สนใจเรื่องความสวยงาม กลุ่มนี้จะมาเล่นโยคะเพื่อรูปร่างที่สวยงาม ผอมเพรียว ใน 10 คนมี 2 คนเล่นโยคะด้วยเหตุผลนี้

กลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มผู้ป่วย ซึ่งส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องความปวดเมื่อยของกล้ามเนื้อ ปวดหลัง ปวดท้อง ปวดประจำเดือน เป็นต้น ใน 10 คนมี 2 คนเล่นด้วยเหตุผลนี้

จากข้อมูลนี้อธิบายได้ว่า การเล่นโยคะนั้นมีสถานะเป็นเสมือน “วิธีการออกกำลังกาย” อย่างหนึ่ง ผู้ที่มีร่างกายแข็งแรงจึงมาหัดโยคะ แต่ผู้ที่มาหัดโยคะในฐานะ “โยคะบำบัด” (กลุ่มที่ 3) มีไม่มาก อาจเนื่องจากการหัดโยคะ เพื่อการรักษาโรคจำเป็นต้องเรียนกับครูที่มีความรู้จริงและมีความชำนาญ ซึ่งปริมาณครูสอนโยคะที่มีความชำนาญดังกล่าวมีไม่มากนัก

#### (ข) อายุ

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ที่สนใจและเล่นโยคะนั้น ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป กลุ่มคนที่อายุต่ำกว่า 25 ปีมีเพียง 7 คนจาก 10 คน โดยจากการสัมภาษณ์พบว่าบุคคลที่อายุต่ำสุดจากการสัมภาษณ์ครั้งนี้ อายุ 21 ปี สูงสุดอายุ 42 ปี แสดงว่าโยคะไม่ใช่กีฬาสำหรับวัยรุ่น เพราะไม่ได้แข็งแรง (แต่อาจจะเนื่องมาจากมีค่าใช้จ่าย) แต่ผู้สูงอายุหลายๆก็ไม่เรียนเหมือนกัน

#### ตารางที่ 4

##### แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เล่นโยคะ

อายุ	จำนวน (คน)
21 – 30	7
31 – 40	2
41 – 50	1

จากตารางที่ 4 อธิบายได้ว่า โยคะเริ่มเป็นที่นิยมในกลุ่มวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ซึ่งน่าจะมาจากกระแสรักษาสุขภาพ ความงาม โยคะเริ่มเป็นวิธีการออกกำลังกายของคนรุ่นใหม่



**(ค) เพศ**

ผู้เล่นโยคะส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าผู้ชาย จากการสัมภาษณ์พบว่าเพศหญิงจะนิยมการออกกำลังกายแบบส่วนตัว คือมีห้องออกกำลังกายโดยเฉพาะ จำกัดคนออกกำลังกาย แต่เพศชายจะนิยมการออกกำลังกายประเภทฟิตเนสมากกว่า

**ตารางที่ 5****แสดงจำนวนเพศของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เล่นโยคะ**

เพศ	จำนวน (คน)
ชาย	3
หญิง	7

จากตารางที่ 5 พบว่า โยคะค่อยๆเปลี่ยนมือจากผู้ชายมาเป็นผู้หญิง อาจจะเป็นเนื่องจากกระแสการรับรู้ข้อมูลว่า การเล่นโยคะช่วยให้มีรูปร่างดี

“ส่วนใหญ่ผู้มาเล่นจะเป็นผู้หญิง อายุประมาณ 25-40 ปี มาเล่นเพื่อ ลดไขมัน เพิ่มความยืดหยุ่นของร่างกาย ผู้ชายก็มีบ้างแต่ไม่เยอะ”

( คุณจ๊ีบ , สอนโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 30 มกราคม 2551)

**(ค) ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม**

เมื่อพิจารณาทางด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม กลุ่มคนเหล่านี้จัดได้ว่าเป็นกลุ่มคนชั้นกลางของสังคม(วัดจากการศึกษาและรายได้)เนื่องจากการเล่นโยคะเป็นการออกกำลังกายที่มีค่าใช้จ่ายสูง แต่ละ คอร์สมีราคาไม่ต่ำกว่า 10,000 บาท ( 1 คอร์ส = 3 เดือน \*) ซึ่งอาศัยอยู่ในเมืองเพราะขอบเขตการผลิตของการเล่นโยคะยังอยู่แค่นั้น และเป็นกลุ่มคนที่มีการศึกษา ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะจบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป เป็นพนักงานบริษัทเอกชน แม่บ้าน นักศึกษา โดยกลุ่มคนเหล่านี้ค่อนข้างมีรายได้แน่นอนในระดับหนึ่ง จึงอาจกล่าวได้ว่าสถานะปัจจุบันของการเล่นโยคะนั้นถือได้ว่าเป็นการออกกำลังกายที่มีค่าใช้จ่ายสูง และขอบเขตการเล่นอยู่ที่ในสังคมในเมืองเท่านั้น

\* ข้อมูลจาก Absolute Yoga วันที่ 31 มกราคม 2551

**ตารางที่ 6**  
**แสดงระดับการศึกษาของผู้เล่นโยคะ**

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2
ปริญญาตรี	7
ปริญญาโท	1

จากตารางที่ 6 อธิบายได้ว่าโยคะเป็นวิธีการออกกำลังกายของคนที่มีความรู้

**ตารางที่ 7**  
**แสดงอาชีพของกลุ่มเป้าหมายที่เล่นโยคะ**

อาชีพ	จำนวน (คน)
นักเรียน – นักศึกษา	2
พนักงานบริษัทเอกชน	5
แม่บ้าน	3

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้เล่นโยคะที่เป็นนักศึกษา ซึ่งยังไม่ค่อยมีรายได้ จึงมีจำนวนน้อยเพียง 2 คน พนักงานบริษัท มีรายได้พอสมควร จึงเป็นคนกลุ่มใหญ่ที่เล่นโยคะ จำนวน 5 คน และแม่บ้าน ซึ่งตามปกติคนกลุ่มนี้ไม่ค่อยออกกำลังกายโดยเฉพาะในที่โล่งแจ้ง เช่นการวิ่งจ็อกกิ้ง แต่เนื่องจากโยคะเล่นในที่ลับ/ตัวอาคาร และอาจจะมาจากกระแสตื่นแอรอบิก ซึ่งอาจจะหนักเกินไปสำหรับแม่บ้าน จึงเปลี่ยนมาออกกำลังกายด้วยโยคะ

**ตารางที่ 8**  
**แสดงรายได้ของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้เล่นโยคะ**

รายได้ / เดือน	จำนวน (คน)
10,000 – 20,000	3
21,000 – 30,000	6
31,000 – 40,000	1

จากตารางที่ 8 แสดงว่า ผู้เล่นโยคะมีรายได้ค่อนข้างดี

จากการพิจารณาลักษณะทางประชากร ในด้านของอายุ และสถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มคนที่มีความสนใจและเล่นโยคะนั้นจะเป็นกลุ่มคนวัยทำงานจนถึงมีอายุ มีการศึกษาและฐานะทางเศรษฐกิจค่อนข้างดี ทำให้มีเวลามากเพียงพอที่จะให้ความสนใจในเรื่องของการดูแลสุขภาพของตนเอง หรืออาจมีจากกรณีที่ตนเองเจ็บป่วย จึงต้องหันหาแนวทางที่จะทำให้สุขภาพของตนเองดีขึ้น

“ใน class ที่พี่สอน ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง อายุประมาณ 25 ขึ้นไป เป็นพวกแม่บ้าน หรือไม่ก็พนักงานบริษัท นักศึกษาไม่ค่อยเจอนะ อาจจะอายุน้อยเลยยังไม่ค่อยสนใจเรื่องการออกกำลังกายมากนัก”

( คุณน้อง , สอนโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2551)

รวมทั้งอาจมีกรณีที่มาเล่นโยคะเพื่อบริหารทรวงอกให้ตรงงาม ซึ่งอาจเป็นผลมาจากวิธีการให้ข่าวสารของผู้ให้บริการโยคะ เช่น หนังสือโยคะ ผอมได้ สวยได้ ภายใน...สิบชั่วโมงของวรรณษา ทองวิเศษ

#### (จ) ระยะเวลาในการเล่นโยคะ

ระยะเวลาในการเล่นโยคะของผู้เล่นโยคะนั้น ส่วนใหญ่จะเล่นอยู่ในช่วง 2-3 ปี ผู้ที่เล่นต่อเนื่องเป็นระยะยาวช่วง 4-5 ปี มีเพียง 1 คนเท่านั้น

#### ตารางที่ 9

##### แสดงระยะเวลาที่เล่นโยคะของผู้เล่นโยคะ

ระยะเวลาที่เล่น (เดือน / ปี)	จำนวน (คน)
4 เดือน – 1 ปี	4
2 – 3 ปี	5
4 – 5 ปี	1

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าเล่นโยคะระยะยาวไม่ค่อยได้ อาจจะเพราะไม่สะดวกในเรื่องของเวลาในการเล่นโยคะ

**ตารางที่ 10**  
**แสดงช่วงเวลาที่เล่นโยคะของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้เล่นโยคะ**

ช่วงเวลาที่เล่นโยคะ	จำนวน (คน)
9.00 – 12.00 น.	3
12.00 – 16.00 น.	2
16.00 – 19.00 น.	5

จากตารางที่ 10 อธิบายได้ว่า ช่วงเวลา 9.00 – 12.00 น. น่าจะเป็นช่วงเวลาที่แม่บ้านและนักศึกษาเล่นโยคะ เพราะเป็นช่วงเวลาที่พนักงานบริษัททำงาน ส่วนช่วงเวลา 16.00 – 19.00 น. น่าจะเป็นช่วงเวลาที่พนักงานบริษัทเล่นโยคะ เพราะเป็นช่วงเวลาที่เลิกงาน

จากการที่ผู้วิจัยได้เข้าไปสังเกตที่ศูนย์ฝึกโยคะ 2 แห่ง พบว่า กลุ่มผู้ที่เล่นโยคะ ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง และจะมาเล่นคนเดียว มีการพูดคุยกันก่อนเรียนระหว่างผู้เรียนด้วยกัน ซึ่งคาดว่าน่าจะรู้จักกันตอนมาเรียนโยคะ เพราะคำพูดนั้นเป็นการทักทายกันธรรมดา การสนทนาระหว่างผู้ฝึกกับผู้เรียนก็มีบ้าง และช่วงเวลาที่คนมาเล่นโยคะนั้นเป็นช่วงเย็นหลังเลิกงาน คนเล่นส่วนใหญ่จึงน่าจะมีอาชีพทำงานแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลในตารางที่ 10

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 4 ประเด็นดังนี้

1. การสื่อสารมีผลต่อพัฒนาการความนิยมการเล่นโยคะในประเทศไทยอย่างไรบ้าง
2. เพื่อตอบการสำรวจความแพร่หลายของการสื่อสารเรื่องโยคะในปัจจุบัน
3. สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะ
4. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง

## ปัญหานำข้อที่ 1

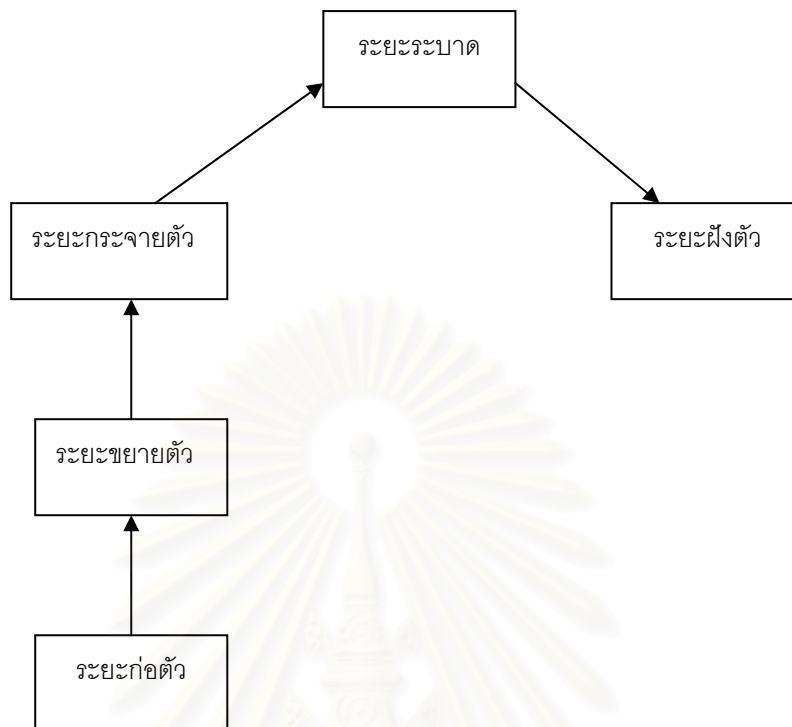
### การวิเคราะห์การสื่อสารที่มีผลต่อพัฒนาการความนิยมการเล่นโยคะในประเทศไทย

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การวิเคราะห์การสื่อสารที่มีผลต่อพัฒนาการความนิยมการเล่นโยคะในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การสื่อสารที่มีผลต่อพัฒนาการความนิยมการเล่นโยคะในประเทศไทย ดังนี้

ช่วงเวลาที่ผ่านมามีจนถึงปัจจุบันนี้ การเล่นโยคะได้สร้างกระแสการตื่นตัวในเรื่องของการดูแลสุขภาพ ซึ่งถือว่าเป็นปรากฏการณ์น้อยครั้งที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ผู้วิจัยได้ดัดแปลงเกณฑ์การแบ่งระยะของพัฒนาการของนวัตกรรมใหม่ จากงานวิจัยเรื่องการศึกษาเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มชีวิตจิต ซึ่งในที่นี้คือ การเล่นโยคะออกเป็น 5 ระยะ คือ (จารุณี พัชรพิมานสกุล 2542 : หน้า 49) โดยครอบคลุมระยะเวลาตั้งแต่ปีพ.ศ.2545-2551

1. *ระยะก่อตัว* (ก่อน พ.ศ.2545) เป็นระยะที่โยคะถูกนำมาเผยแพร่ในสังคมไทยเป็นครั้งแรกและได้รับความสนใจจากกลุ่มบุคคลกลุ่มเล็กๆในสังคม
2. *ระยะขยายตัว* (พ.ศ.2547) เป็นระยะที่โยคะเริ่มเป็นที่รู้จักของคนในสังคมมากขึ้น โดยเฉพาะภายในกลุ่มผู้รักสุขภาพ
3. *ระยะกระจายตัว* (พ.ศ.2547) เป็นระยะที่มีสถาบันต่างๆเปิดสอนโยคะอย่างเป็นทางการมากขึ้น
4. *ระยะระบาด* (พ.ศ.2548) เป็นระยะที่การเล่นโยคะได้รับการตอบรับจากสาธารณชนอย่างมากมาย จนก่อให้เกิดกระแสการตื่นตัวในเรื่องของการดูแลสุขภาพขึ้นมา โดยมีสื่อมวลชนเป็นตัวผลักดัน
5. *ระยะฝังตัว* (พ.ศ. 2549 - 2551) เป็นระยะที่กลุ่มคนให้ความสนใจ เล็งเห็นถึงประโยชน์ของการเล่นโยคะอย่างแท้จริงและได้พยายามแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโยคะ รวมทั้งสนใจที่จะมาเล่นโยคะอย่างจริงจังมากขึ้น

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอรูปแบบการพัฒนาการเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง เป็นแบบจำลอง ดังนี้



เพื่อให้เห็นภาพและเกิดความเข้าใจที่ชัดเจน เกี่ยวกับการพัฒนาการเล่นโยคะ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอเกี่ยวกับรายละเอียดของระยะต่างๆ ดังต่อไปนี้

### 1. ระยะก่อตั้ง ( ก่อน พ.ศ.2545)

ระยะก่อตั้ง เป็นช่วงเวลาที่การเล่นโยคะถูกนำมาเผยแพร่ในสังคมไทยเป็นครั้งแรก จริงๆ ในเมืองไทย มีกลุ่มคนที่นิยมฝึกโยคะกันมานานแล้วเป็นสิบๆ ปี แต่ไม่ได้เป็นที่นิยม พอมาเมื่อประมาณ 5 ปีก่อน(พ.ศ.2545) กระแสโยคะเริ่มเข้ามาในไทย (อ้างอิงจาก [www.yogasutrathai.com](http://www.yogasutrathai.com)) โยคะดั้งเดิม เกิดขึ้นที่อินเดียเมื่อประมาณ 4 - 5 พันปีที่ผ่านมา แต่ในสังคมไทยได้รู้จักโยคะอย่างจริงจังจากศูนย์โยคะสถาน ซึ่งเป็นบุคคลแรกที่นำเอาเรื่องโยคะมาเผยแพร่ในสังคมไทย ([www.yogathailand.com](http://www.yogathailand.com)) ในช่วงแรกๆ (ก่อน ปีพ.ศ. 2545) ยังไม่เป็นที่รู้จักกันมากนัก จะจำกัดอยู่ในกลุ่มผู้ที่สนใจออกกำลังกายด้วยโยคะเท่านั้น อาจออกกำลังกายด้วยการเดินแอโรบิกมาก่อน แล้วจึงหันเป็นเล่นโยคะแทน ซึ่งแต่ก่อนที่คนไม่ค่อยเล่นโยคะเลย เนื่องจากว่าโยคะยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลาย ทำให้รู้จักเฉพาะกลุ่มที่สนใจเล่นโยคะเท่านั้น

ส่วนสาเหตุที่บุคคลอื่นๆ ได้รับรู้เกี่ยวกับโยคะ และเริ่มรู้จักโยคะมากขึ้น เป็นเพราะบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม เช่น ดารา นักแสดง ให้ความใส่ใจกับสุขภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเต้นแอโรบิก เล่นฟิตเนส ว่ายน้ำ วิ่ง เทนนิส เป็นต้น และมีการนำโยคะเข้ามาเป็นเรื่องของการออกกำลังกายชนิดใหม่ ซึ่งเป็นข้อเด่นของโยคะที่แตกต่างจากการออกกำลังกายทั่วไป

ทำให้บุคคลอื่นๆ เกิดความสนใจด้วย ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบบอกกันปากต่อปาก

## 2. ระยะขยายตัว ( พ.ศ. 2547)

ระยะขยายตัว เป็นระยะที่การเล่นโยคะเริ่มไม่จำกัดเฉพาะกลุ่มเพื่อนและญาติพี่น้องเท่านั้น แต่เริ่มขยายตัวออกไปสู่กลุ่มบุคคลภายนอก เริ่มแพร่หลายทางโทรทัศน์ และโฆษณา โดยดาราผู้มีชื่อเสียง คือ ป้าจี้ อัคราพรรณ พงษ์ไพบูลย์ ได้เริ่มเผยแพร่โยคะ ด้วยการเป็นครูสอนโยคะ ในปี 2547 โดยเฉพาะจากการเห็นสปอตโฆษณา ตัวอย่างเช่น โฆษณานมแอลดีน ที่มีป้าจี้ออกกำลังกายด้วยโยคะ แล้วดื่มนมเพื่อเสริมสร้างกระดูก ทำให้บุคคลภายนอกเริ่มรู้จักโยคะซึ่งจะมีบุคคลที่มีชื่อเสียงเริ่มออกกำลังกายด้วยโยคะแล้วเห็นผล ว่าทำให้สุขภาพดี รูปร่างดี จึงมีการเผยแพร่ไปสู่กลุ่มบุคคลต่างๆ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน คือ

กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มผู้สนใจในเรื่องของการดูแลสุขภาพ กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ร่างกายค่อนข้างแข็งแรง ต้องการดูแลสุขภาพ บุคคลในกลุ่มนี้จะออกกำลังกายอยู่แล้วไม่ว่าจะเป็นเต้นแอโรบิก วิ่ง สายพาน หรือเริ่มห่วงเรื่องสุขภาพมากขึ้น จึงสนใจการออกกำลังกายด้วยโยคะ ซึ่งผู้เล่นโยคะจำนวน 9 คน สนใจเล่นโยคะด้วยเหตุผลนี้ เช่น

“ก่อนที่จะมาเล่นโยคะมีการออกกำลังกายมาก่อนคือว่ายน้ำและเล่นบาสเกตบอล.....

อยากลองอะไรใหม่ๆ เลยมาลองเล่นโยคะดู....”

(คุณชา, ผู้เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2551)

ซึ่งอธิบายได้ว่า ตอนแรกผู้เล่นโยคะยังไม่ได้รับรู้จุดเด่น เพียงแต่อยากหาความแปลกใหม่

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้เล่นโยคะที่เปลี่ยนจากการออกกำลังกายแบบเดิม มาเป็นการเล่นโยคะ ด้วยเหตุผลที่ว่าอยากลองอะไรใหม่ๆ คือ ออกกำลังกายแบบเดิมเป็นการออกกำลังกายที่เหนื่อยเกินไป ไม่สบายเหมือนเล่นโยคะ เพราะมีสถานที่ที่สบายกว่า

“.....ก็ไม่ใช่เชิงเปลี่ยนสักทีเดียวเรียกว่าเป็นการออกกำลังกายเพิ่มขึ้นเนื่องจากว่าว่ายน้ำจะเจอแดด ส่วนโยคะอยู่ในร่มจะสบายกว่า”

(คุณภัทร, ผู้เล่นโยคะมา 1 ปี 6 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2551)

กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มที่สนใจเรื่องความสวยความงาม กลุ่มนี้จะมาเล่นโยคะเพื่อรูปร่างที่สวยงาม ผอมเพรียว บุคคลในกลุ่มนี้เข้ามาเล่นโยคะเพื่อรูปร่างที่ดีขึ้น ผอมเพรียว ซึ่งมาจากกระแสดูแลความอ้วน คือเห็นจากการที่เหล่าผู้มีชื่อเสียงได้ออกกำลังกายด้วยโยคะแล้ว เห็นผลว่าแต่ละคนรูปร่างดี ผอมเพรียว จึงหันมาสนใจการออกกำลังกายด้วยโยคะ ซึ่งผู้เล่นโยคะ 2 คนจะเล่นโยคะด้วยเหตุผลนี้

“มีคนบอกว่า เล่นโยคะตอนอายุ 20 ปี จะไม่แก่....รูปร่างก็จะดี”

(คุณชา, ผู้เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 3 มีนาคม 2551)

“สาเหตุที่เริ่มเล่นโยคะคือสุขภาพดีมีผลในเรื่อง การควบคุมน้ำหนัก หน้าตาสดชื่นแจ่มใส .....เล่นเพื่อทำให้ผอมลง ลดความอ้วน....”

(คุณน้ำตาล, เล่นโยคะมา 2 ปี 4 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2551)

กลุ่มที่ 3 คือ กลุ่มผู้ป่วย ซึ่งส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องความปวดเมื่อยของกล้ามเนื้อ ปวดหลัง ปวดท้อง ปวดประจำเดือน เป็นต้น บุคคลในกลุ่มนี้ได้หันมาออกกำลังกายด้วยโยคะ เพราะว่ามีอาการปวดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการปวดเมื่อยของกล้ามเนื้อ ปวดท้อง ปวดหลัง ปวดประจำเดือน ซึ่งได้ยีนประโยชน์จากการเล่นโยคะมาจากเพื่อน หรือญาติพี่น้องที่เล่นโยคะมาก่อน แล้วการเล่นโยคะสามารถช่วยลดอาการปวดเหล่านั้นได้จริง จึงสนใจมาเล่นโยคะ ซึ่งผู้เล่นโยคะ 2 คน เล่นโยคะด้วยเหตุผลนี้ โดยอาการป่วยมีทั้งแบบเบาๆและแบบหนักหน่วง

“ที่เลือกเล่นโยคะ เพราะ เป็นคนไม่สบายบ่อยและปวดท้องประจำเดือน ซึ่งพอเล่นโยคะได้ระยะหนึ่งแล้ว โยคะสามารถช่วยได้จริงๆ”

( คุณน้ำตาล, เล่นโยคะมา 2 ปี 4 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2551)

“ก่อนมาเล่น เมื่อ 4-5 ปีที่แล้ว เกิดอุบัติเหตุจนเกือบเดินไม่ได้ เพราะลื่นกันกระแทกอย่างแรง แล้วไม่ได้ไปหาหมอ ปล่อยเวลาให้ผ่านไป 1- 2 อาทิตย์ จนเกือบเดินไม่ได้ ...ไปนวดแผนไทยโบราณ ก็นิดขึ้น แต่ยังไม่ดีที่สุด คุณหมอก็บอกให้ออกกำลังกาย ก็ไปว่ายน้ำ ตีเทนนิส แต่มันไม่



หายขาด เพื่อนแนะนำให้มาฝึกโยคะ รู้สึกว่ามันใช่เลย มันค่อยๆ เล่น ซ้ำๆ เหมาะกับคนบาดเจ็บที่สุด พอฝึกแล้วหายปวดหลังเลย ก็เลยรักโยคะเพราะเหตุนี้”

( คุณต้อม , สอนโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2551)

จากตรงนี้วิเคราะห์ได้ว่า การรับรู้ประโยชน์ของโยคะมีหลายแง่มุม ซึ่งในตัวนวัตกรรมมีผลประโยชน์หลากหลายอยู่แล้ว ก็ขยายตัวได้ง่าย การสร้างเสริมสุขภาพ แบ่งเป็น

1. เป็นการออกกำลังกายชนิดหนึ่ง
2. รักษาทรงทรง ความงาม
3. รักษาโรคทางร่างกาย

### 3. ระยะกระจายตัว (พ.ศ. 2547)

ระยะกระจายตัว เป็นระยะที่โยคะเริ่มขยายกว้างเข้าไปในผู้คนในแวดวงต่างๆ ไม่จำกัดเฉพาะแวดวงดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงเท่านั้น ซึ่งสะท้อนเลยว่า ดารา/นักแสดงเป็น opinion Leader / Role Model ที่ดี เพราะเป็นผู้ที่มีชื่อเสียง (Celebrity) เป็นบุคคลสาธารณะ (Public Figure) โดยการเล่นโยคะได้กลายเป็นตัวอย่างไปสู่กลุ่มที่มีความหลากหลายมากขึ้น ในระยะนี้จะมี ความแตกต่างจากระยะขยายตัว เนื่องจากว่าลักษณะของการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับโยคะเป็นเชิงรุกมากขึ้น โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งได้แก่ การที่ศูนย์ฝึกโยคะ ได้มีการจัดพิมพ์หนังสือเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโยคะ ให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ทำให้กลุ่มบุคคลภายนอกได้รู้จักโยคะมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะซึ่งมีความสนใจจริงๆ ในการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องการดูแลสุขภาพเท่านั้น เช่น จุลสารโยคะสารัตถะ ของสถาบันโยคะวิชาการ

“...ใน class ที่สอน ก็จะมีดารามาเรียนด้วย เช่น คุณแนน ชลิตา ซึ่งคุณแนนเนี่ยมาเล่นเป็นประจำ นอกนั้นก็จะเป็นพวกนางแบบ แต่ไม่ค่อยมาประจำนะ น่าจะเป็นเรื่องของเวลาด้วย..”

(คุณจอย , สอนโยคะ 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2551)

“ได้รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์, แม็กกาซีน เนื่องจากมันเป็นหนังสือที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเทรนด์โยคะ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโยคะเพิ่มมากขึ้น รวมถึงแม็กกาซีนผู้หญิง ครั้งล่าสุดที่ได้รับก็เป็นแม็กกาซีนโยคะ”

(คุณชา , เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 3 มีนาคม 2551)

#### 4. ระยะระบาด ( พ.ศ. 2548)

ระยะระบาด เป็นช่วงระยะเวลาที่การออกกำลังกายด้วยโยคะเป็นที่รู้จักของคนในสังคมอย่างรวดเร็วและได้รับการตอบรับจากคนในสังคมอย่างกว้างขวาง จนก่อให้เกิดกระแสการตื่นตัวในเรื่องของการดูแลสุขภาพในด้านการออกกำลังกายด้วยโยคะ

และมีการเผยแพร่เนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับโยคะผ่านทางสื่อมวลชน ผลการวิจัย พบว่า สิ่งที่ปรากฏในระยะระบาดประกอบไปด้วย

1. การเผยแพร่ผ่านรายการโทรทัศน์ยอดนิยม โดยการออกกำลังกายด้วยโยคะนั้น ถูกนำมาเผยแพร่ เช่นใน “รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง” ออกอากาศช่อง 3 ช่วงเวลา 9.00-10.30น. ซึ่งเป็นรายการที่มียอดความนิยมสูงและค่อนข้างได้รับความนิยมเชื่อถือจากคนในสังคมด้านเนื้อหาของรายการที่นำเสนอออกมา เป็นความรู้ในเรื่องต่างๆ เน้นถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิง เป็นรายการเพื่อผู้หญิง เรื่องสุขภาพ เพื่อสังคม ออกอากาศเรื่องโยคะ โดยเนื้อหารายการเป็นการสัมภาษณ์ผู้ฝึกสอนโยคะที่โยคะสุตรา วันที่ 21 พฤษภาคม 2006 เป็นครั้งแรก

2. การเกิดขึ้นของศูนย์ฝึกโยคะที่เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายทั่วกรุงเทพฯ ไม่ว่าจะเป็น Absolute Yoga(ค.ศ.2002) มีผู้ฝึกสอน 27 คน , Element Yoga(ค.ศ.2003) มีผู้ฝึกสอน 7 คน ,Yoga Sutra(ค.ศ.2003) มีผู้ฝึกสอน 3 คน ,Pure Sutee Yoga (ค.ศ.2003) มีผู้ฝึกสอน 5 คน , สุนีย์ โยคะสถาน (พ.ศ.2515) มีผู้ฝึกสอน 2 คน, Goodlifecenter (พ.ศ.2544) มีผู้ฝึกสอน 4 คน ซึ่งเป็นศูนย์ฝึกโยคะอย่างเดียว California Wow มีผู้ฝึกสอน 6 คน

3. เป็นกิจกรรมหนึ่งของ Fitness เห็นได้จากการที่ฟิตเนสชื่อดัง นำการเล่นโยคะร้อนเข้ามาอยู่ในการออกกำลังกายด้วย เช่น True Fitness, Fitness First, California fitness เพื่อเพิ่มความหลากหลายในด้านการออกกำลัง และการรักษาสุขภาพที่ไม่ซ้ำใคร

รวมทั้งร้านขายเสื้อผ้ากีฬา, อุปกรณ์การเล่นโยคะ เช่น เสื้อโยคะ ได้ปรากฏขึ้นอย่างมากตามที่สาธารณะต่างๆ ได้แก่ ศูนย์การค้า ร้านขายเครื่องกีฬา ตลอดจนศูนย์ฝึกโยคะ ก็จะมีขายพวกเสื้อผ้า, อุปกรณ์การเล่นด้วย

4. การออกหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กของเหล่าผู้มีชื่อเสียงจากวงการต่างๆ เช่น ดารา ,ผู้ชำนาญด้านโยคะโดยเฉพาะ อาจารย์ผู้ฝึกสอนโยคะที่เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป เป็นต้น โดยเนื้อหาจะเกี่ยวกับกับการเริ่มเล่นโยคะ, ประวัติส่วนตัว ,การเข้ามาเล่นโยคะอย่างเต็มตัว ,ประโยชน์ของการเล่นโยคะ รวมถึงท่าต่างๆของการเล่นโยคะด้วย ตัวอย่างเช่น คุณสุนีย์ ยุวจิตติ เขียนหนังสือ “โยคะเพื่อพลังกายและพลังจิต” ได้รับการยอมรับและได้รับการตีพิมพ์ถึง 8 ครั้ง รวบรวมวิธีการฝึกโยคะเพื่อพลังกายและพลังจิตอย่างเป็นระบบทุกขั้นตอน พร้อมภาพประกอบสาธิตการทำโยคะ โดยเนื้อหาภายในเล่มเริ่มตั้งแต่ วิธีปฏิบัติตนก่อนฝึกโยคะ, ระหว่างฝึกโยคะ, หลังฝึกโยคะ โยคะสำหรับผู้เริ่มฝึกใหม่, ท่าเตรียมพร้อมก่อนฝึกสมาธิ, ท่าโยคะที่ช่วยให้ระบบภายในเกิดพลัง, โยคะอาสนะกับโรคต่างๆ เป็นต้น ,คุณวรรณษา ทองวิเศษ เขียนหนังสือ “โยคะผอมได้ สวยได้ ภายใน 10 ชั่วโมง” ,หนังสือชีวิตจริงจังของ”จี”อัจฉราพรรณ ไพบูลย์สุวรรณ เป็นต้น

5. การจัดทำ web site ทางอินเทอร์เน็ตของผู้ฝึกสอนที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ,ทางศูนย์ฝึกโยคะจัดสร้าง web site สำหรับผู้ที่สนใจเล่นโยคะ ซึ่งปัจจุบันมีหน้าเว็บไซต์ประมาณ 10,000 กว่ารายการทั่วประเทศ โดยเนื้อหาจะบอกถึงความเป็นมาของโยคะ ประวัติของตัวผู้สอน ประวัติของศูนย์ฝึกโยคะ ประโยชน์จากการเล่นโยคะ รวมถึงราคาแต่ละคอร์สด้วย เป็นต้น ทำให้ผู้ที่สนใจเรื่องโยคะสามารถหาข้อมูล ข่าวสารเพิ่มเติมได้จากทางอินเทอร์เน็ต ตัวอย่างเช่น [www.yogathailand.com](http://www.yogathailand.com) ของอ.สุนีย์ ยุวจิตติ เป็นผู้ฝึกสอนโยคะที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก , [www.absolutedyoga.com](http://www.absolutedyoga.com) ของศูนย์ฝึกโยคะabsolute

6. หนังสือคู่มือฝึกโยคะ เป็นหนังสือที่บอกถึงท่าฝึกโยคะในท่าต่างๆที่สามารถทำได้ด้วยตนเอง ฝึกโยคะประจำวัน หรือเคล็ดลับการฝึกโยคะเพื่อความงาม ตัวอย่างเช่น หนังสือสาวและสวยด้วยโยคะ เรียบเรียงโดยพีระ บุญจริง , คู่มือฝึกโยคะประจำวัน ของศุภนรี , หนังสือโยคะยืดอายุ เรียบเรียงโดย อมรรัตน์ จันทร์เพ็ญสว่าง , ประทีปแห่งโยคะ คู่มือการปฏิบัติด้วยตนเอง เรียบเรียงโดย เอกชัย พรรณเชษฐ์ , หนังสือโยคะสุขภาพ สบายจิต ชด ทัศนีย์ รวบรวมโดย ชุติมา ณะประ

## 5. ระยะเวลาฝึก (พ.ศ. 2549 - 2551)

ระยะเวลาฝึก เป็นระยะที่ปริมาณของคนที่ไม่ได้สนใจโยคะอย่างแท้จริงเริ่มลดลง ทำให้การขยายตัวของกลุ่มผู้เล่นโยคะเป็นไปอย่างช้าๆ โดยความสนใจหลักยังคงอยู่ในกลุ่มคนที่สนใจเล่น

โยคะอย่างจริงจัง และเห็นถึงประโยชน์และยังให้ความสนใจอยู่ โดยกลุ่มคนเหล่านี้เป็นบุคคลที่ตั้งใจเล่นโยคะอย่างจริงจัง จึงแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถนำไปเล่นโยคะได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งได้เข้ามาร่วมกิจกรรม Work shop ที่ตามศูนย์ฝึกโยคะจัดขึ้น ซึ่งแปลว่าคนกลุ่มนี้ไม่เพียงปฏิบัติโยคะเท่านั้น แต่ยังต้องการความรู้ ความเข้าใจอีกด้วยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่นที่ให้ความสนใจในเรื่องเดียวกัน

“เล่นโยคะมา 1 ปี 6 เดือน แล้วก็เล่นโยคะไปเรื่อยๆ จนกว่าจะมีเหตุการณ์ที่จะต้องหยุดเล่น”

(คุณภัทร, เล่นโยคะมา 1 ปี 6 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2551)

“เล่นมา 8-9 เดือน คิดว่าจะเล่นต่อไป เพราะเล่นแล้วสุขภาพดี”

(คุณก้อย, เล่นโยคะมา 8-9 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 23 ธันวาคม 2550)

จากการวิเคราะห์ พบว่า เวลาเข้ามาเล่นอาจจะมาเพราะอิทธิพลจากการสื่อสาร เช่นการชักชวน โฆษณา แต่ที่จะทำให้เล่นต่อไป ต้องมาจากการเห็นผลที่ดีของตัวนวัตกรรม เช่น การเล่นโยคะเอง

“เล่นมา 3 ปีแล้ว ถ้ามีเวลาว่างก็จะเล่นต่อไป”

(คุณชา, เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2551)

ผลการวิเคราะห์จากการสังเกตและสัมภาษณ์ พบว่า ในช่วงระยะเวลาี้ การเผยแพร่เรื่องเกี่ยวกับการเล่นโยคะผ่านสื่อมวลชนได้ลดจำนวนลงไป เหลือแต่เพียงนิตยสารและหนังสือพิมพ์ที่ยังคงเป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่เรื่องเกี่ยวกับโยคะ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการโปรโมชันของศูนย์ต่างๆมากกว่า และได้มีการจัดทำนิตยสารโยคะโดยเฉพาะ คือ นิตยสาร Yoga Journal Thailand (2007)ตีพิมพ์ฉบับแรกในประเทศไทย เมื่อปี ค.ศ.2007 ออกเป็นราย 2 เดือน มีทั้งหมด 106 หน้า ขนาด A4 ซึ่งเป็นนิตยสารบอกเกี่ยวกับเรื่องราว ทำต่างๆ ประโยชน์ของโยคะเป็นฉบับแรกของเมืองไทย นิตยสารโยคะ เจอร์นอล ไทย เอดิชั่น ฉบับพฤศจิกายน/ธันวาคม 2549โดย บริษัท โยคะเอเชีย มีเดีย (ประเทศไทย) จำกัด ภายใต้ลิขสิทธิ์โยคะ เจอร์นอลฉบับอเมริกา นิตยสารโยคะอันดับหนึ่งซึ่งได้รับความชื่นชมมาตลอด 32 ปี

จากการวิเคราะห์ พบว่า ผู้เล่นโยคะจะมาเล่นโยคะอย่างต่อเนื่องนั้น ต้องอยู่ที่เงื่อนไข  
เอื้ออำนวยด้วย เช่น มาเล่นเวลาว่าง เวลาสะดวก มีรายได้ดีที่จะสามารถจ่ายค่าเรียนได้

จากขั้นการพัฒนาของการเล่นโยคะที่กล่าวมานี้ ทำให้ทราบถึงขั้นตอนการเผยแพร่ ข้อมูล  
ข่าวสารของโยคะที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ตั้งแต่ระยะก่อตัวจนถึงระยะฝังตัว ซึ่งมีการพัฒนาต่อกัน  
มา ไม่ว่าจะเป็นการสนใจเรื่องโยคะเพื่อสุขภาพ ความสวยงาม หรือความเจ็บป่วย

โยคะเริ่มต้นจากคนกลุ่มเล็กๆ การสื่อสารไม่แพร่หลายเป็นแบบปากต่อปาก ต่อมาการ  
สื่อสารมวลชน เช่น โทรทัศน์ได้นำเอาบุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity) มาเผยแพร่ ทำให้เกิดปริมาณ  
คนกลุ่มใหญ่มาก เกิดความสนใจเป็น “กระแส” และยังมีคนสนใจมาก การสื่อสารรูปแบบอื่นๆ ก็ยัง  
ขยายตัว แต่เนื่องจากโยคะเป็นสิ่งที่ต้องฝึกฝนอย่างจริงจัง ในระยะสุดท้ายก็เหลือ “กลุ่มคนที่  
เกาะติด” กลุ่มเล็กๆ อยู่กลุ่มเดียว แบบแผนของการเผยแพร่การสื่อสารก็เช่นเดียวกัน ในระยะ  
ระบอบ ก็จะมีรูปแบบ / เนื้อหาการสื่อสารที่หลากหลาย

## ปัญหานำวิจัยข้อที่ 2

### การสำรวจความแพร่หลายของการสื่อสารเรื่องโยคะในปัจจุบัน

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การสำรวจความแพร่หลายของการสื่อสารเรื่องโยคะ  
ในปัจจุบัน ผู้วิจัยจะทำการสำรวจความแพร่หลายของการสื่อสารเรื่องโยคะในปัจจุบัน

จากการสำรวจสื่อมวลชนทั้งในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ เว็บไซต์ และหนังสือคู่มือ  
ต่างๆ ในการฝึกโยคะด้วยตนเอง ในระยะเวลา 1 เดือน ( 1 – 31 มกราคม 2551) ซึ่งผู้ฝึกสอน, ผู้มี  
ชื่อเสียงและศูนย์ฝึกโยคะ ได้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโยคะ ประโยชน์ของการเล่นโยคะ การ  
ผ่อนคลายด้วยโยคะ การฝึกสมาธิกับการเล่นโยคะ โดยแบ่งออกเป็นดังนี้

#### (1) นิตยสาร

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจนิตยสารเกี่ยวกับผู้หญิงและสุขภาพ มีเนื้อหาเกี่ยวกับโยคะ ทั้ง  
ด้านประโยชน์ ความรู้ทั่วไป ลักษณะท่าของการฝึกโยคะ การนำท่าการเล่นโยคะมาประยุกต์ใช้ใน  
ชีวิตประจำวัน โดยผู้วิจัยได้ทำการสำรวจนิตยสารทั้งหมด 20 เล่ม ได้แก่ Health&Cuisine , ชีวจิต

,ครัว ,แพรว,ดิฉัน,สุดสัปดาห์,ขวัญเรือน,Shape,HerWorld,In magazine,Cosmo,Cosmopolitan ,Elle, lips Slim up,,Healthtoday,Lisa,Yoga Journal Thailand โดยนิตยสารทั้งหมดที่เลือกมา จากนิตยสารที่เกี่ยวกับสุขภาพและผู้หญิงเป็นหลัก ซึ่งพบว่านิตยสาร 5 เล่ม ที่มีคอลัมน์ เกี่ยวกับโยคะประจำเดือนมกราคม 2551

นิตยสารเกี่ยวกับโยคะ แยกออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

### 1.1 นิตยสารที่มีเรื่องของโยคะโดยตรง

นิตยสารโยคะ เจอร์นอล ก่อตั้งขึ้นโดยสมาคมครูฝึกโยคะในรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศ สหรัฐอเมริกา ในปี 1975 อีก 20 ปีต่อมา โยคะได้เป็นกิจกรรมที่แพร่หลายมากขึ้น ทำให้มียอด พิมพ์ที่สูงขึ้นถึง 66,000 ฉบับ และมากเป็น 1 ล้านฉบับในปัจจุบัน

ในปี 1988 มร.จอห์น แอบบ็อต นายธนาคารผู้สนใจโยคะเป็นทุนเดิมตัดสินใจซื้อลิขสิทธิ์ และนำโยคะเจอร์นอลมาปรับเปลี่ยนดีไซน์ให้ทันสมัยยิ่งขึ้นพร้อมวางแผงโยคะเจอร์นอลในฉบับ เดือนมกราคม 2000 และได้รับความชื่นชมจากผู้อ่านอย่างต่อเนื่องจวบจนถึงปัจจุบันล่าสุด

นิตยสารโยคะ เจอร์นอล ไทย เอดิชั่น ฉบับพฤศจิกายน/ธันวาคม 2549โดย บริษัท โยคะ เอเชีย มีเดีย (ประเทศไทย) จำกัด ภายใต้ลิขสิทธิ์โยคะ เจอร์นอลฉบับอเมริกา นิตยสารโยคะอันดับ หนึ่งซึ่งได้รับความชื่นชมมาตลอด 32 ปี

ในเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา นิตยสารโยคะ เจอร์นอลได้เข้าร่วมกิจการและได้รับการ บริหารภายใต้ Active Interest Media Inc. บริษัทสื่อชั้นนำระดับโลกที่ยังคงมุ่งหวังในการรักษา คุณภาพ และการเป็นที่หนึ่งในใจของผู้อ่านอย่างต่อเนื่อง

นิตยสารโยคะ เจอร์นอล ฉบับภาษาไทยตีพิมพ์ 6 ฉบับต่อปี เป็นนิตยสารราย 2 เดือน ราคา 100 บาท มีทั้งหมด 106 หน้า นิตยสารโยคะ เจอร์นอล ฉบับภาษาไทยนำเสนอบทความ และนิตยสารเกี่ยวกับสุขภาพ การออกกำลังกาย แง่คิด ความงาม อาหาร ท่องเที่ยว และไลฟ์ สไตล์ (Life,Health,Practice,Inspiration Interview และOn the cover ) พร้อมมุ่งเน้นการปฏิบัติ โยคะ ซึ่งนับเป็นกิจกรรมที่กำลังเป็นที่นิยมทั่วโลก

นิตยสารโยคะเจอร์นอลวางแผงแล้วตามแผงหนังสือชั้นนำ ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต และโยคะสตูดิโอชั้นนำทั่วไป โดยมุ่งสู่กลุ่มเป้าหมายชายหญิง อายุระหว่าง 25 – 35 ปี (ข้อมูลจาก [www.yogajournalthailand.com](http://www.yogajournalthailand.com))

ตัวอย่างเช่น

“...สิ่งสำคัญประการหนึ่งของโยคะ นั่นคือการฝึกที่เป็นอิสระจากความทุกข์ทรมาน ท่านปติยชลีก้าวไว้โยคะสูตรว่า ก้าวแรกที่จะนำไปสู่อิสรภาพ ก็คือการฝึกยเมหรือความอดกลั้น แม้ผู้คนมักสับสน และมองการอดกลั้นและการควบคุมเหมือนการเก็บกด หรือการขาดความสามารถในการสร้างสรรค์ แต่แท้จริงแล้ว ทั้งสองสิ่งนี้สามารถนำเราไปสู่เป้าหมายที่แท้จริงของโยคะ นั่นก็คือความเป็นอิสระนั่นเอง เพราะฉะนั้น เมื่อใดก็ตามที่คุณสังเกตเห็นความอดกลั้นระหว่างการฝึกโยคะตลอดจนการดำเนินชีวิตต่างๆ คุณก็จะรู้สึกเจ็บปวดน้อยลง ทั้งยังเจ็บปวดเพราะผู้อื่นน้อยลงด้วย....”

(ข้อมูลจาก นิตยสาร Thailand yoga journal ISSUE มค.-กพ.51 )

ทั้งยังเป็นเรื่องดี ที่ในวันนี้มีโยคะให้เราเลือกสรรตามความเหมาะสม พร้อมครูสอนที่มีความรู้และความชำนาญจากหลากหลายสาขา ไม่ว่าจะ อัสทังกาโยคะ (Ashtanga) หรือโยคะ (Hatha) ไอนเณคารโยคะ (Iyengar) หรือ บิครัมโยคะ (Bikram) กิจกรรมที่ไม่ใช่เป็นเพียงการออกกำลังกาย หรือเป็นเรื่องของศาสนา แต่เป็นไลฟ์สไตล์สุดทันสมัย ที่ผู้ฝึกทุกเพศทุกวัยสามารถฝึกได้ในชีวิตประจำวัน

(ข้อมูลจาก [www.yogajournalthailand.com](http://www.yogajournalthailand.com))

## 1.2 นิตยสารที่มีคอลัมน์ประจำ

นิตยสาร ครั้ว เป็นนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและวัฒนธรรม (All about Food&Culture) เป็นนิตยสารรายเดือน โดยในนิตยสารครั้วนั้นจะมีบทความที่เกี่ยวกับโยคะเป็นประจำ เนื้อหาเกี่ยวกับทำต่างๆ มีการประยุกต์มาใช้กับชีวิตประจำวันได้ ตัวอย่างเช่น

ตลอดที่ข้าพเจ้าเขียนถึงเรื่องโยคะอาสนะมาหลายตอนติดต่อกัน โดยเริ่มตั้งแต่ทำไหว้พระอาทิตย์ เรียงตามลำดับมาด้วยทำยืนด้วยไหล่ ท่าเพชร ท่าคันทิ ท่าคิม และอื่นๆจนกระทั่งท่ากรรไกร และท่าหุน.....เนื่องจากปัจจุบันนี้ความรู้เรื่องโยคะได้เผยแพร่ออกไปอย่างกว้างขวาง

ในรูปแบบและวิธีต่างๆกันมากมาย ดังนั้นผู้ฝึกฝนโยคะในแต่ละแบบควรจะทราบว่าแนวที่ตนฝึกนั้นเรียกว่าอย่างไร เป็นมาอย่างไร มีจุดมุ่งหมายอะไร หรือฝึกแล้วได้ประโยชน์อย่างไร....อย่างไรก็ตาม ดังที่กล่าวไว้หลายครั้งแล้วว่า แนวทางที่ถูกต้องของโยคะมีอยู่วิธีเดียว คือ เพื่อร่างกายและจิตใจที่แข็งแรงและเป็นสุข....ในฉบับนี้ขอแสดงเพียงภาพบางท่าของท่าพลิกแพลง หรือท่าที่ทำได้ยากบางท่า โดยไม่ได้บอกกล่าวหรือแนะนำว่าทำอย่างไร เพราะข้าพเจ้าเห็นว่าเป็นท่าที่ยากเกินบุคคลทั่วไปสามารถจะฝึกได้ด้วยตัวเอง อาจเกิดการบาดเจ็บได้ (ข้อมูลจากนิตยสารครวั ฉบับที่ 163 เดือนมกราคม 2008)

จากข้อมูลจากนิตยสารครวั สามารถอธิบายได้ว่าเพราะโยคะมีความหลากหลายมีท่าหลายท่า จึงมีสำนักต่างๆเกิดขึ้นมากมาย

### 1.3 นิตยสารที่ลงเรื่องโยคะเป็นครั้งคราว

นิตยสารที่ลงเรื่องโยคะเป็นครั้งคราว เช่น นิตยสาร Health&Cuisine นิตยสารเพื่อการดูแลสุขภาพอย่างครบสูตรตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้า, นิตยสารแพรว เป็นนิตยสารเกี่ยวกับผู้หญิง ความสวยความงาม, นิตยสารชีวจิต เป็นนิตยสารสุขภาพ รำตะบอง อาหารเพื่อสุขภาพ วิธีการป้องกันการเกิดโรคต่างๆ ตัวอย่างเช่น

*Chair exercise* เป็นการออกกำลังกายที่ประยุกต์มาจากศาสตร์โยคะ พิลาทิส และไทชิ แต่ฝึกได้ไม่ยากและไม่มีอันตราย อุปกรณ์ที่ใช้มีเพียงเก้าอี้ที่มั่นคงและไม่มีพนักแขน เดิมทีนักกายภาพบำบัดนำการออกกำลังกายวิธีนี้มาช่วยฟื้นฟูสภาพร่างกายผู้ป่วยที่มีปัญหาน้ำหนักตัวมาก กระดูกพรุน กระดูกบาง ข้อต่อเสื่อมสภาพ และผู้สูงอายุ เพราะมีเก้าอี้ช่วยลดแรงกดทับบริเวณหัวเข่าและข้อต่อส่วนล่างได้ ต่อมาจึงเป็นที่นิยมในหมู่คนทำงานที่อยู่ออฟฟิศเป็นประจำ มีเวลาน้อยแต่อยากออกกำลังกายอย่างง่ายๆ .....เมื่อทำครบทั้ง 8 ท่าจะช่วยบริหาร 3 ส่วน คือ กระดูกสันหลัง ข้อต่อ และฝึกการทรงตัว ใช้เวลาประมาณ 30 นาที แนะนำสำหรับผู้ที่มีน้ำหนักตัวมาก ผู้ป่วยโรคหัวใจ แต่สำหรับคนที่มีประวัติบาดเจ็บบริเวณหลังให้งดทำท่าที่ 3-6 ส่วนท่าอื่นๆ ฝึกได้ตามปกติ

(ข้อมูลจาก Health&Cuisine ฉบับวันที่ 84 เดือนมกราคม 2551)

นิตยสารส่วนใหญ่จะเป็นคอลัมน์การฝึกท่าโยคะ ประโยชน์ของการเล่นโยคะ ตัวอย่าง นิตยสารเช่น นิตยสาร Health&Cuisine ฉบับที่ 84 เดือนมกราคม 2551 ในคอลัมน์ Exercise



Issue เรื่อง “Chair Exercise” ,นิตยสารแพรว ฉบับที่ 682 เดือนมกราคม ในคอลัมน์ 360 WOMEN'S GUIDE , นิตยสาร Thailand Yoga Journal เป็นนิตยสารราย 2 เดือน,นิตยสารชีวิต ฉบับที่ 223 เดือนมกราคม 2551 คอลัมน์ สุขภาพดีคนดัง ,นิตยสาร ครีว ฉบับที่ 163 เดือนมกราคม 2008 บทความ เรื่องท่าโยคะแบบพลิกแพลง ซึ่งนิตยสารสุขภาพบางเล่มจะมีเรื่องโยคะอย่างต่อเนื่อง เช่น นิตยสาร ครีว จะมีคอลัมน์ประจำ เป็นการฝึกสอนท่าโยคะ ดัดแปลงมาใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นการแนะนำท่าต่างๆของโยคะ ที่มีประโยชน์ต่ออวัยวะต่างๆของร่างกาย ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความแพร่หลายของโยคะ

## (2) หนังสือพิมพ์

เนื้อหาในหนังสือพิมพ์จะเป็นในลักษณะคอลัมน์ บทความ เกี่ยวกับสุขภาพและผู้หญิง รวมถึง โฉมหน้าดีของบุคคลที่มีชื่อเสียงด้วย โดยผู้วิจัยได้ทำการสำรวจทั้งหมด 4 เล่ม ในช่วงเดือนมกราคม ได้แก่ เดลินิวส์ ,ไทยรัฐ,ข่าวสด และคมชัดลึก

ผลการวิจัยพบว่า

- หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ วันที่ 13 มกราคม 2551 คอลัมน์บันเทิง “ปิดทองบอกรับบริหาร ฝึกโยคะผ่อนคลายสบายใจ”
- หนังสือพิมพ์ข่าวสด วันที่ 8 มกราคม 2551 บทความเรื่อง “โยคะบำบัด ทางเลือกเพื่อสุขภาพ”
- หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ วันที่ 9 มกราคม 2551 คอลัมน์บันเทิง “โดนัท หยุดฟุ้งซ่าน เล่นโยคะสร้างสุขภาพจิต”
- หนังสือพิมพ์คมชัดลึก วันที่ 29 มกราคม 2551 คอลัมน์ผู้หญิง “ผสานโยคะ&สปา เพื่อการผ่อนคลายทั่วเรือนร่าง”

โดยทั่วไปเนื้อหาในหนังสือพิมพ์จะกล่าวถึงเรื่องของโยคะ ไม่ว่าจะเป็นท่าต่างๆของโยคะ, ประโยชน์ของการเล่นโยคะ, เรื่องสมาธิ นั้น จะอยู่ในรูปแบบคอลัมน์เกี่ยวกับสุขภาพ ,สตรีหรือบทความในหนังสือพิมพ์นั้นๆ รวมถึงการโฆษณาเชิญชวนมาเล่นโยคะจากศูนย์ฝึกโยคะต่างๆด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่าบุคคลที่มีชื่อเสียงที่มาเล่นโยคะ ตัวอย่างเช่น

“โยคะเป็นการออกกำลังกายที่ดีมากเลยนะคะ โดนัทรู้สึกตัวเองนั่งขึ้น เป็นคนอารมณ์ดีเวลามีข่าว หรือเรื่องอะไรก็จะไม่ฟุ้งซ่าน สมาธิจะดีมาก โดนัทเป็นคนที่ต้องมีสมาธิในการท่องบท

ถ่ายละคร โค้กก็เอาเรื่องสมาธิมาใช้ แกรมจะช่วยเรื่องการปรับสมดุลในร่างกาย เมื่อก่อนโดนัทไม่ค่อยแข็งแรง แต่พอเล่นโยคะรู้สึกว่าคุณแข็งแรงขึ้น....”

(ข้อมูลจาก เดลินิวส์ วันที่ 9 มกราคม 2551 คอลัมน์บันเทิง)

สุขภาพดีมีชัยไปกว่าครึ่ง ในฐานะที่เป็น “เพื่อนเลิฟ” ซึ่ย้ายปักถิ่นมานานถึง 15 ปี ป๊อด-ธนชัย เลย์ซัทจน “เจ้าพ่อเพลงรัก” บอย โกสิยพงษ์ มาผ่อนคลายสลายความเครียด ด้วยวิธีโยคะบำบัดกันที่ ช.พัฒนาการ 32 ยก เครื่องทำร่างกายให้ พิถีพิถันแล้วค่อยออกไปสูดศึก

โดยมี “ครูหนู” ครูสอนโยคะของ ป๊อด ยืนรอต้อนรับนักเรียนใหม่อยู่ ป๊อด นั้นเรียน โยคะมานาน 10 ปี ถ้าไม่ เอาดีทางการร้องเพลง ป่านนี้คงถึงขั้นครูไปแล้ว แต่ ป๊อด เรียนเพื่อการมีสุขภาพดี จะได้ร้องเพลงเพราะให้ แฟนๆ ได้ฟังกัน ในฐานะคนเก๋เกมสในสายนี้ ป๊อด เลย์รับอาสาเป็นคนคอยสาธิตท่าโยคะให้ดู เล่นเอานักเรียนใหม่ อย่าง บอย แคฟังยังไม่ทันได้เล่นก็เลยหนาว ..ว ปรี๊ด ป๊อด เริ่มสาธิตจากท่าง่ายไปถึงยาก เริ่มกันที่ท่าศพอาสนะ ป๊อด บอกว่าชอบท่านี้ที่ซู้ด...ด เนื่องจากง่าย แคต้องจดจ่ออยู่กับลมหายใจ .....เพ็งจะรู้เนี่ยว่า นอกจากเสียงดี ป๊อดยังหัวแข็งอีกตะหาก.

(ข้อมูลจาก หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คอลัมน์บันเทิง วันที่ 13 มกราคม 2551)

กระแสการรักษาสุขภาพโดยเฉพาะการออกกำลังกายด้วยการเล่นโยคะ เป็นที่นิยมอย่างต่อเนื่องในสังคมเมือง ล่าสุด นวพลพรรณ โอสถานนท์ ร่วมกับเพื่อนๆ ขยายไลน์ธุรกิจให้ครอบคลุมการดูแลปรนนิบัติร่างกายทั้งภายในและภายนอก โดยเปิดสตูดิโอโยคะ ดาร์มาโยคะ บาย สรীরามย์ (Dharma Yoga by Sareerarom) เจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่รักสุขภาพโดยงานนี้ได้รับเกียรติจาก พิมล ศรีวิกรม์ นายกสมาคมเทควันโดแห่งประเทศไทยเป็นประธานเปิดงาน เมื่อสุดสัปดาห์ที่ผ่านมา บริเวณ เดอะ คริสตัล ย่านเอกมัย-รามอินทรา .....ตบท้ายด้วยการสาธิตการเล่นโยคะแบบ Power Vinyasa จาก ครูสมชาย ครูวรรณวีร์ ครูฝึกโยคะมากประสบการณ์แห่งดาร์มา โยคะ บาย สรীরามย์ ซึ่งดาร์มาเป็นภาษาสันสกฤต หมายถึงการเรียนรู้ หรือ Teaching ดาร์มา โยคะ บาย สรীরามย์ จึงเป็นโยคะสตูดิโอที่ต้องการให้ผู้ฝึกได้ค้นหาความชอบส่วนตัว แสวงหาและเรียนรู้ความลึกๆ ภายในจิตใจตนเองผ่านศาสตร์โยคะ รวมถึงพัฒนาท่วงท่า สร้างความยืดหยุ่นและเสริมความแข็งแรงให้ร่างกายอีกด้วย

(ข้อมูลจาก หนังสือพิมพ์คมชัดลึก วันที่ 29 มกราคม 2551)

## (3) เว็บไซต์

โดยจะเป็น Web Site ต่างๆเกี่ยวกับโยคะโดยตรง ,สุขภาพทั่วไป ,ความสวยความงาม รวมถึง Web site ของศูนย์ฝึกที่เปิดตัวอย่างแพร่หลายจากผู้มีความชำนาญและมีประสบการณ์เกี่ยวกับการเล่นโยคะจากการสำรวจทั้งหมดประมาณ 30 กว่าเว็บไซต์ ตัวอย่างเช่น [www.absoluteyoga.com](http://www.absoluteyoga.com), [www.thaibone.com](http://www.thaibone.com) [www.ThaiYogaInstitute.com](http://www.ThaiYogaInstitute.com) , ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติของโยคะ ท่าต่างๆของโยคะ รวมถึงประโยชน์ของการเล่นโยคะ,[www.sanook.com](http://www.sanook.com) วันที่ 15 มกราคม 2551 คอลัมน์ women เรื่องโยคะ “ 4 คลาสสุดฮิตเหมาะชีวิตคนเมือง “ ตัวอย่างเช่น

“โยคะเป็นกระบวนการที่มีจุดเริ่มต้น เป้าหมายและการสิ้นสุด สิ่งสำคัญที่เราต้องมุ่งไปสู่เป้าหมายสูงสุด การฝึกโยคะ ประกอบด้วย การหายใจเป็นแหล่งก่อให้เกิดพลังของชีวิต การควบคุมการหายใจ การฝึกท่าโยคะและการหายใจ ซึ่งเป็นพื้นฐานในการทำสมาธิ หากฝึกได้จะทำให้ผู้ฝึกมีสุขภาพที่แข็งแรง จิตใจผ่องใสและเข้มแข็งสิ่งสำคัญ โยคะไม่ใช่ยาวิเศษที่จะรักษาโรคได้ โยคะไม่ใช่ปาฏิหาริย์

หลักของโยคะ จะต้องเป็นเหตุเป็นผล เมื่อเราคอยดูแลเอาใจใส่ร่างกาย จิตใจของเราอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง ร่างกายและจิตใจย่อมต้องดีแน่นอน โอกาสที่จะเจ็บป่วยก็น้อยลง .....

(ข้อมูลจาก [www.sanook.com](http://www.sanook.com) วันที่ 15 มกราคม 2551 คอลัมน์ ผู้หญิง)

## (4) โทรทัศน์

รายการในโทรทัศน์จะมีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ การดูแลสุขภาพ ,ผู้หญิงทันสมัย เช่น รายการคลับสุขภาพ ช่อง Health Talk ทางช่อง 7 ออกอากาศทุกวันอังคาร เวลา 16.15 – 16.30 น. ซึ่งเป็นช่วงการสัมภาษณ์ของบุคคลที่มีชื่อเสียงพูดถึงการออกกำลังกาย,สุขภาพ,รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ทางช่อง 3 ออกอากาศวันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 8.45 – 9.45 น. ซึ่งเป็นรายการเฉพาะผู้หญิง มีเนื้อหารายการเกี่ยวกับความสวยงาม ความทันสมัย กระแสต่างๆที่ฮิตในช่วงนั้นๆ มีการสัมภาษณ์ศูนย์ฝึกโยคะที่กำลังเป็นที่นิยมด้วย หรือสัมภาษณ์ผู้มีชื่อเสียง เช่น ดารา,เหล่า Celebrity ต่างๆ ว่าดูแลตัวเองอย่างไร ถึงดูดี มีรูปร่างสวยงาม หน้าตาสดใส ดูอ่อนกว่าวัย หรือสุขภาพ ร่างกายแข็งแรงทั้งๆที่อายุมากแล้ว เป็นต้น ตัวอย่างโฆษณาเดือนเมษายน 2551 โฆษณาน้ำขิงจินเจิน เป็นโฆษณาที่แสดงถึงการออกกำลังกายด้วยโยคะ แล้วดื่มน้ำขิงจินเจินด้วย

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างบางคนรับรู้เรื่องเกี่ยวกับโยคะจากการชักชวนของเพื่อนหรือคนใกล้ชิดมาก่อนแล้วจึงเปิดหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโยคะ, ศูนย์ฝึกโยคะ ทาง Web Site เพิ่มเติมด้วย

“เป็นสมาชิกของนิตยสารแพรว ได้อ่านบทสัมภาษณ์ของป้าจี้ อัจฉราพรรณ เคยสนใจอยากเล่นโยคะ”

( คุณพลอย ,เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2551)

#### (5) หนังสือคู่มือฝึกโยคะ

หนังสือคู่มือฝึกโยคะ เป็นหนังสือที่ผู้ฝึกโยคะที่มีความเชี่ยวชาญหรือเป็นที่รู้จัก เป็นที่ยอมรับของกลุ่มคนที่เล่นโยคะ เขียนหนังสือคู่มือฝึกโยคะเบื้องต้นด้วยตนเอง เพื่อให้ผู้ที่สนใจฝึกโยคะสามารถฝึกที่บ้านได้อย่างง่ายๆ เช่น คู่มือโยคะเพื่อสุขภาพอายุยืนยาว ของนายแพทย์โสภณ กาญจนาคพันธ์ หรือหนังสือชีวิตจริงจังของ”จี้”อัจฉราพรรณ ไพบูลย์สุวรรณ เป็นต้น

#### สรุปสื่อมวลชน

จากผลการสำรวจ พบว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการผลักดันให้การเล่นโยคะกลายเป็นวาระของสังคม จึงทำให้การออกกำลังกายด้วยโยคะเป็นที่รู้จักของคนในสังคมไทย

ด้วยลักษณะของสื่อมวลชนซึ่งมีลักษณะของการเข้าถึงกลุ่มบุคคลได้เป็นจำนวนมาก โดยสื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในระยะระบอบของการเล่นโยคะ อีกทั้งยังมีส่วนช่วยผลักดันให้เกิดกระแสโยคะขึ้นมาในสังคม ซึ่งสื่อมวลชนที่เข้ามามีบทบาทในการขยายตัวของกลุ่มผู้เล่นโยคะ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีคอลัมน์เกี่ยวกับโยคะ

โดยนิตยสารจะได้รับความนิยมมากที่สุดที่ผู้เล่นโยคะนิยมใช้หาประวัติ ข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมเกี่ยวกับโยคะ ซึ่งเป็นนิตยสารที่เกี่ยวกับสุขภาพ ผู้หญิง หรือโยคะโดยตรง เพราะนิตยสารสามารถให้เนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร และรายละเอียดได้ชัดเจน ทำให้ผู้อ่านได้เข้าใจถึงโยคะได้อย่างแท้จริง

## บทที่ 5

### การศึกษาสื่อต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะ

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 3 สื่อต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาสื่อต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะ

จากผลการวิจัย พบว่า การที่ผู้เล่นจะมาเล่นโยคะนั้น จะได้รับข่าวสารจากสื่อต่างๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน ตามลำดับ โดยผู้ที่สนใจเล่นโยคะส่วนใหญ่มาเล่นโยคะจากการชักชวนของสื่อบุคคล อันได้แก่ เพื่อน บุคคลใกล้ชิด ครอบครัว ผู้มีชื่อเสียง ผู้ฝึกสอนโยคะ และพนักงานขาย ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

ตารางที่ 11 แสดงการรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชนของผู้เล่นโยคะ

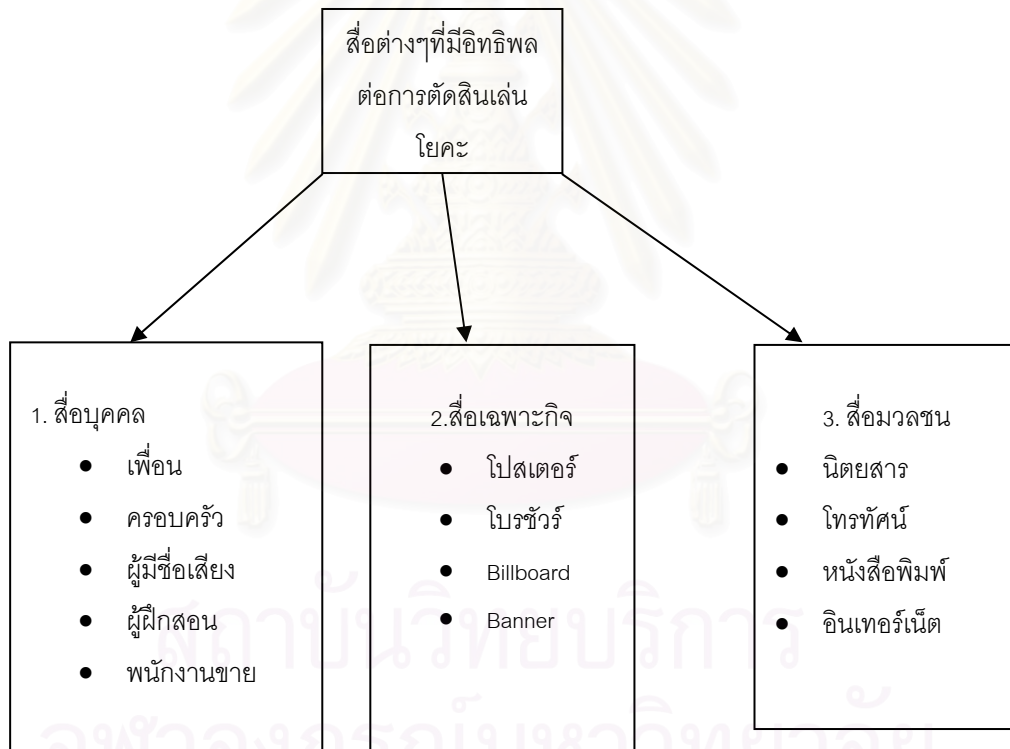
ผู้เล่นโยคะ	สื่อบุคคล	สื่อเฉพาะกิจ	สื่อมวลชน
1. คุณนุ้ย	/	/	/
2. คุณน้ำตาล	/	/	/
3. คุณก้อย	/	/	
4. คุณผึ้ง	/	/	
5. คุณฝน	/		/
6. คุณเจิน	/	/	
7. คุณไอ้ต	/	/	/
8. คุณพลอย	/	/	
9. คุณชา	/	/	/
10. คุณภัทร	/		
รวม	10	8	5

จากตารางที่ 11 อธิบายได้ว่า ผู้เล่นโยคะได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคลมากที่สุด ไม่ว่าจะ เป็นเพื่อน ครอบครัว หรือบุคคลใกล้ชิด สื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับปานกลาง คือ พบเห็นข่าวสารหรือโฆษณาได้ทั่วไป และสื่อมวลชนน้อยที่สุด

อย่างไรก็ตามจากตารางที่ 11 นี้ก็ได้แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ตัดสินใจเล่นโยคะนั้น ไม่ได้เปิดรับสื่อเพียงประเภทเดียว หากแต่เปิดรับสื่อหลายประเภท กล่าวคือ

1. กลุ่มที่เปิดรับสื่อทั้ง 3 ประเภท มีจำนวน 4 คน ที่เปิดรับทั้งสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน
2. กลุ่มที่เปิดรับสื่อ 2 ประเภท มีจำนวน 5 คน โดยเปิดรับสื่อบุคคลกับสื่อเฉพาะกิจ หรือเปิดรับสื่อบุคคลกับสื่อมวลชน แต่ทว่าทุกคนจะเปิดรับสื่อบุคคลเป็นพื้นฐาน
3. คนที่เปิดรับสื่อบุคคลเพียงประเภทเดียวก็ตัดสินใจเล่นโยคะมีเพียง 1 คนเท่านั้น

แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างยังมีความรู้เกี่ยวกับโยคะไม่มาก จึงต้องใช้สื่อหลายประเภทก่อนจึงตัดสินใจเล่นโยคะ



## ▪ สื่อบุคคล

ผลการวิจัย พบว่า จากผู้เล่นโยคะ จำนวน 10 คน ได้รับรู้เรื่องเกี่ยวกับโยคะมาจากสื่อบุคคลมากที่สุด เนื่องจากสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญในด้านโน้มน้าวและชักจูงใจ ซึ่งต่างจากสื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญอยู่ที่การให้ข่าวสารหรือความรู้ ดังนั้นสื่อบุคคลจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของการตัดสินใจมาเล่นโยคะอย่างมาก ทั้งเพื่อนและครอบครัวเป็นปัจจัยหลักของการเริ่มเล่นโยคะ เพราะสื่อบุคคลสามารถเข้าถึงได้ง่ายและน่าเชื่อถือมากกว่าสื่ออื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการบอกเล่า ปากต่อปาก โดยจะอยู่ในรูปแบบการชักชวนกันมาเล่นโยคะ ซึ่งคำนึงถึงประโยชน์ด้านสุขภาพเป็นหลัก ก็คือเมื่อบุคคลเหล่านั้นทดลองเล่นโยคะแล้วเห็นถึงประโยชน์ของโยคะ ก็จะไปเชิญชวนเพื่อนฝูง ญาติพี่น้อง มาร่วมเล่นโยคะด้วย หรืออาจเป็นเพราะมีปัญหาเรื่องสุขภาพ เช่น ปวดหลัง ปวดท้อง เป็นต้น

สำหรับประเภทของสื่อบุคคลที่ผู้เรียนโยคะให้เปิดรับข่าวสารนั้น ประกอบด้วยบุคคลหลายประเภท ทั้งที่เป็นบุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อน คนในครอบครัว บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือบุคคลที่ทำงานเกี่ยวข้องกับโยคะโดยตรง เช่น ผู้ฝึกสอนโยคะ หรือพนักงานขาย

### ตารางที่ 12 แสดงการรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อบุคคลของผู้เล่นโยคะ

ผู้เล่นโยคะ	เพื่อน	ครอบครัว	ผู้มีชื่อเสียง	ผู้ฝึกสอนโยคะ	พนักงานขาย
1. คุณนุ้ย			/		
2. คุณน้ำตาล			/		
3. คุณก้อย	/				/
4. คุณผึ้ง	/				
5. คุณฝน	/				
6. คุณเงิน		/			
7. คุณไอ้ต		/		/	
8. คุณพลอย	/	/			
9. คุณชา	/	/			
10. คุณภัทร	/	/		/	
<b>รวม</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

○ การรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อบุคคลที่เป็นเพื่อน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโยคะ จำนวน 6 คน มีการเปิดรับข่าวสารจากเพื่อนมากที่สุด เนื่องจากเพื่อนเป็นสื่อบุคคลที่ใกล้ชิด มีโอกาสพบปะได้ง่ายที่สุด ดังนั้น เพราะเป็นการสื่อสารที่เข้าถึงคนได้มากที่สุด ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะไม่อยากเล่นคนเดียวหรืออาจไปเล่นมาแล้วรู้สึกดี เลยชวนเพื่อนให้มาออกกำลังกายด้วยโยคะก็ได้

“...ที่มาเล่นโยคะ เพราะเพื่อนบอกว่าเล่นโยคะแล้วสุขภาพดีขึ้น เลยชวนกันมาสมัครเรียนโยคะ ...”

( คุณก้อย, เล่นโยคะมา 9 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 23 ธันวาคม 2550)

“บุคคลที่แนะนำให้มาเล่นโยคะก็คือ เพื่อนๆ โดยจับกลุ่มกันไปเล่น”

( คุณผึ้ง, เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2551)

“ดิฉันรู้จักโยคะเริ่มแรกจากเพื่อน ตอนนั้นเพื่อนชวนไปทดลอง”

( คุณฝน, เล่นโยคะมา 4 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2551)

“เพื่อนไปเล่นโยคะมา แล้วมาเล่าให้ฟัง ...คุณนำปวดหลังแล้วไปเล่นโยคะจึงหาย...เลยไปสมัครเรียนเลย”

( คุณพลอย, เล่นโยคะมา 1 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2551)

○ การรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อบุคคลที่เป็นครอบครัว

ผลการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโยคะ จำนวน 5 คน มีการเปิดรับข่าวสารจากครอบครัว หรือ คนใกล้ชิด เช่น พ่อแม่, ญาติพี่น้อง นั้นล้วนมีส่วนในการตัดสินใจมาออกกำลังกายด้วยเช่นกัน คือมีคนในครอบครัว หรือ ญาติพี่น้อง ไปเล่นโยคะแล้วรู้สึกว่าคุณภาพดี หายจากการเจ็บป่วย เลยมีการชักชวนให้มาเล่นโยคะ

“...เป็นคนไม่ชอบออกกำลังกาย แต่คุณพ่อเล่นโยคะอยู่ เลยให้มาเล่นเป็นเพื่อน พอมาเล่นแล้วดีใจเพราะไม่เหนื่อยมาก แถมรู้สึกสบายตัวด้วย เลยเล่นมาตลอด...”

( คุณชา, เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2551)



“คุณแม่อยากให้ออกกำลังกายที่ฟิตเนส .....ผมคิดว่าเล่นโยคะน่าจะดีกว่าและใกล้บ้าน”

(คุณโอ๊ต, เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2551)

“บุคคลที่แนะนำให้มาเล่นโยคะก็คือ คุณน้ำ คุณป่า”

(คุณเจิน, เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2551)

#### ○ การรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อบุคคลที่เป็นผู้มีชื่อเสียง

ผลการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโยคะ จำนวน 2 คน มีการเปิดรับข่าวสารจากผู้มีชื่อเสียง การที่บุคคลนั้นมาเล่นโยคะตามกระแสหรือตามดาราก็ชื่นชอบก็มีผลทำให้บุคคลนั้นทำตามเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมได้ อาทิเช่น ชื่นชอบป่าจี้ อยากรูปร่างที่ดี มีสุขภาพที่ดีเหมือนอย่างป่าจี้ ก็เลยสมัครเรียนโยคะเหมือนอย่างป่าจี้ เป็นต้น เมื่อผู้มีชื่อเสียงต่างๆได้มาเป็นครูสอนโยคะก็มีส่วนทำให้บุคคลนั้นมาเล่นโยคะ

“.....ดาราย่างเช่น ป๊อด โมเดิร์นด็อก, ป่าจี้, แนน ซลิตา ก็มีบทบาทต่อการตัดสินใจ....”

(คุณน้ำตาล, เล่นโยคะมา 2 ปี 4 เดือน– สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2551)

“ดิฉันสนใจเล่นโยคะเพราะ เกิดผลต่อร่างกายดีและเห็นดาราลเล่นกัน”

(คุณนุ้ย, เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2551)

#### ○ การรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อบุคคลที่เป็นผู้ฝึกสอนโยคะ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโยคะ จำนวน 2 คน ผู้ฝึกสอนโยคะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะของผู้เล่นโยคะให้เข้าเรียนหรือเรียนอย่างต่อเนื่องด้วย เพราะถ้าบุคคลเหล่านั้นเริ่มเรียนกับผู้สอนที่ไม่ดี ไม่เอาใจใส่ ทำไหนทำไม่ได้ก็บังคับให้ทำ หรือไม่สนใจเลยว่าทำได้หรือไม่ได้ ผู้ฝึกสอนโยคะสอนเร็วเกินไป ผู้เล่นโยคะทำตามไม่ทัน ก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้บุคคลเหล่านั้นเลิกเรียนเลย แต่ถ้าผู้สอนโยคะให้ความใส่ใจ มีการพูดคุยก่อนและหลังเรียนก็จะสร้างความสนิทสนม ความเป็นกันเองให้กับผู้เรียนโยคะ ทำให้ผู้เรียนรู้สึกสบายใจ ไม่เกร็ง ซึ่งผู้เรียนโยคะก็จะมาเรียนอย่างต่อเนื่อง

คุณลักษณะบางประการของผู้สอนก็เป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งที่คนให้ความสนใจมาเล่นโยคะ คือ ผู้สอนเป็นผู้มีชื่อเสียง เป็นที่นับถือของคนทั่วไป เช่น คุณอัจฉราพรรณ ไพบูลย์สุวรรณ หรือ อ.สุนีย์ ยุวจิตติ เป็นต้น

“ก่อนสอน ก็จะถูกผู้มาเรียนใหม่ คุยว่ามีปัญหาสุขภาพใหม่ ฝึกเพื่ออะไร หลังการสอนจะถามว่าไหวไหม คือบางท่าสำหรับผู้ฝึกใหม่จะถือว่ายาก ต้องให้กำลังใจกันไป”  
( คุณอาร์ท, ผู้สอนโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 20 มกราคม 2551)

“ผู้สอนนั้นก็ผลต่อการตัดสินใจต่อการเล่นโยคะแต่ก็ไม่ได้หมายความว่า เราจะต้องหยุดเล่น ก็แค่ไม่ชอบผู้สอนคนนี้ เราก็กเลือกที่จะไม่ไปช่วงเวลานี้ หรือเปลี่ยนตัวผู้สอนแทน การหยุดเล่นโยคะ”  
( คุณฝน, เล่นโยคะมา 4 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2551)

○ การรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อบุคคลที่เป็นพนักงานขายของศูนย์ฝึกโยคะ, Fitness

ผลการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโยคะ จำนวน 1 คน มีการเปิดรับข่าวสารจากพนักงานขายของศูนย์ฝึกโยคะ โดยผู้ที่สมัครสมาชิกไม่ว่าจะเป็นของศูนย์ฝึกโยคะ หรือสถานที่ออกกำลังกายอื่นๆ (Fitness) ที่มีการสอนโยคะด้วย จะมีวิธีการชักชวนให้มาสมัครเป็นสมาชิกของสถานที่นั้นๆ โดยใช้รูปแบบการโทรศัพท์บอกถึงโปรโมชั่น ประโยชน์ของการออกกำลังกาย หรือชักชวนโดยตรง ด้านหน้าสถานที่ออกกำลังกาย (Fitness) หรือ ตามห้างสรรพสินค้า ซึ่งวิธีนี้พนักงานขายจะต้องใช้วิธีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะลด แลก แจก แถม พยายามพูดชักจูงใจให้บุคคลนั้นๆสนใจ สมัครเป็นสมาชิกกับทางสถานที่ออกกำลังกายนั้นๆ

เป็นที่น่าสังเกตว่า สำหรับสื่อบุคคล 2 ประเภทสุดท้าย คือ ผู้ฝึกสอนและพนักงานขายนั้นจะเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ก็ต่อเมื่อกลุ่มตัวอย่างเริ่มมีความสนใจในเรื่องโยคะมาบ้างแล้ว (กล่าวคือเป็นสื่อเชิงรับ) และยังมีความถี่ (Frequency) ที่จะได้พบกับกลุ่มตัวอย่างน้อยกว่ากลุ่มบุคคลใกล้ชิด (เพื่อน / คนในครอบครัว) ซึ่งเป็นสื่อเชิงรุกด้วย

อย่างไรก็ตามหากกลุ่มตัวอย่างได้มีโอกาสพบปะกับผู้ฝึกสอน / พนักงานขายโดยตรง การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวชักจูงก็จะเป็นไปอย่างเข้มข้น และมีผลต่อการตัดสินใจสูง

## ▪ สื่อเฉพาะกิจ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโยคะ จำนวน 8 คนนั้นได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโปสเตอร์ แผ่นพับ หรือโบรชัวร์ เป็นสื่อที่เข้าถึงคนง่าย พบเห็นได้ทั่วไปและบ่อยครั้ง ทำให้ผู้ที่สนใจเล่นโยคะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโยคะ

รวมถึงโปรโมชั่นต่างๆที่สถานที่สอนต่างๆ ชักชวนให้ผู้เล่นมาเล่นที่สถาบันของตัวเอง ซึ่งผลการวิจัยพบว่า โปรโมชั่นมีส่วนในการตัดสินใจมาเล่นโยคะด้วย โดยจะสมัครเล่นเป็นรายปี เพราะจะคุ้มกว่าเป็นรายเดือน และเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้เล่นสนใจเล่นอย่างต่อเนื่องด้วย ซึ่งค่าใช้จ่ายในการเล่นโยคะต่อครั้ง\* ราคา 650 บาท ถ้าเล่นเป็นเดือนจะมีราคา 5,500 บาท และถ้าสมัครรายปีจะมีราคา 26,900 บาท

### ตารางที่ 13 แสดงการรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อเฉพาะกิจของผู้เล่นโยคะ

ผู้เล่นโยคะ	โปสเตอร์	โบรชัวร์	Billboard	Banner
1. คุณนุ้ย	/	/		
2. คุณน้ำตาล	/	/	/	
3. คุณก้อย	/	/		
4. คุณผึ้ง	/	/		
5. คุณฝน				
6. คุณเจิน			/	/
7. คุณไฉ่ต		/		
8. คุณพลอย	/	/		
9. คุณชา			/	/
10. คุณภัทร				
<b>รวม</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>2</b>

\* ข้อมูลจาก Absolute Yoga ประจำเดือนเมษายน 2551

○ การรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อเฉพาะกิจที่เป็นโปสเตอร์

ผลการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโยคะ จำนวน 5 คนนั้นได้รับข้อมูลข่าวสารจากการเห็นโปสเตอร์ ซึ่งโปสเตอร์เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการช่วยกระจายข่าวสาร เป็นการติดต่อสื่อสารที่ทางศูนย์ฝึกโยคะใช้ในการโฆษณาเชิญชวนให้ผู้สนใจมาสมัครเป็นสมาชิกของศูนย์ฝึกโยคะนั้นๆ ซึ่งส่วนมากโปสเตอร์ก็จะกระจายอยู่ตามศูนย์ฝึกโยคะ

“...ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโยคะจากโปสเตอร์และเวลาเดินผ่านข้างทางก็จะพบเห็นส่วนทางหนังสือพิมพ์ไม่เคยเห็นเลย...”

( คุณเอ๋, เล่นโยคะมา 1 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2551)

ตัวอย่างโปสเตอร์



○ การรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อเฉพาะกิจที่เป็นโบรชัวร์

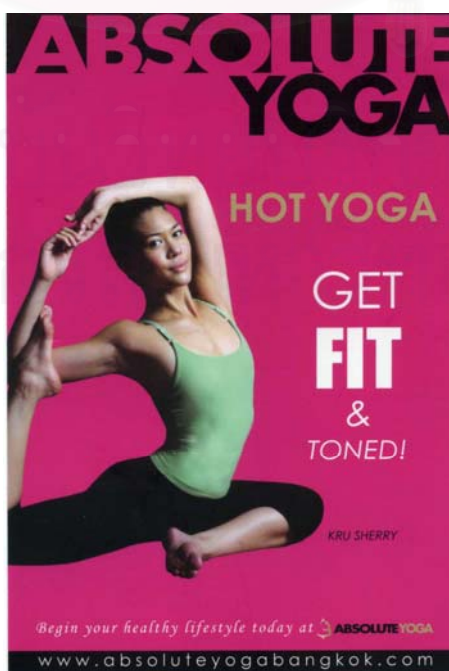
ผลการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโยคะ จำนวน 6 คนนั้นได้รับข้อมูลข่าวสารจากโบรชัวร์ที่แจกตามสถานที่ต่างๆ เป็นการเผยแพร่ข่าวสารอีกช่องทางหนึ่งในการที่ศูนย์ฝึกโยคะต่างๆ ใช้แจ้งโปรโมชั่นต่างๆ ที่มีขณะนั้น ช่วงเวลานั้นๆ ให้ผู้ที่สนใจได้รับทราบและเชิญชวนให้มาเข้าร่วมเล่นโยคะที่ทางศูนย์ฝึกโยคะจัดขึ้น อาทิเช่น แพ็คเกจพิเศษประจำเดือน เป็นต้น ซึ่งอาจมีการแจกโบรชัวร์ตามงาน Event ต่างๆ ที่ศูนย์ฝึกโยคะนั้นๆ ได้ออกงานด้วย ตัวอย่างเช่น

แอ็บเซอคูทโยคะ สตูดิโอโยคะที่สอนโยคะสมบรูณ์แบบที่สุดของประเทศไทย เปิดให้บริการกว่า 300 ชั้นเรียนต่อสัปดาห์กับ 6 สาขาทั่วกรุงเทพและอีก 2 สาขาที่เกาะสมุยและพัทยาร่วมกับโยคะหลากหลายสไตล์มาตรฐานสากลให้คุณสามารถเลือกให้เหมาะสมกับความต้องการของตัวเอง

ประโยชน์ของโยคะร้อน

- ช่วยให้ออกกำลังกายและน้ำหนักลดลง (400-600 แคลลอรี่/ คลาส)
- ช่วยขจัดของเสียออกจากร่างกายในรูปของเหงื่อ (1/2 ลิตร/คลาส)
- ช่วยให้ระบบไหลเวียนโลหิตดีขึ้นและลดความตึงเครียด

ตัวอย่างโบรชัวร์





**ABSOLUTE YOGA**  
Thailand's Premier Studios for Health & Well Being

**แอนเชอริ่งโยคะ** สตูดิโอโยคะที่สอนโยคะสมบูรณแบบที่สุดของประเทศไทย เปิดให้บริการกว่า 300 ชั้นเรียนต่อสัปดาห์กับ 6 สาขาทั่วกรุงเทพและอีก 2 สาขาที่เกาะสมุยและพัทยา พบกับโยคะหลากหลายสไตล์มาตรฐานสากลให้คุณสามารถเลือกให้เหมาะสมกับความต้องการของคุณเอง...

**HOT YOGA (FIRST IN THAILAND)**  
HOT FLOW \* VINYASA FLOW \* YIN YOGA  
ASHTANGA \* MYSORE CLASS \* PILATES

**ประโยชน์ของโยคะร้อน**

- ช่วยไหลเวียนเลือดและนำหนักลดลง (400-600 แคลลอรี่/คลาส)
- ช่วยขจัดของเสียออกจากร่างกายในรูปของเหงื่อ (½ ลิตร/คลาส)
- ช่วยโหระบบไหลเวียนโลหิตดีขึ้นและลดความตึงเครียด

**ชั้นเรียนโยคะต่าง ๆ ได้ถูกออกแบบไว้ให้เหมาะสำหรับผู้เริ่มฝึกโยคะทุกระดับ!**  
ทุกสตูดิโอของแอนเชอริ่งโยคะได้จัดเตรียม เสื้อโยคะ, ผ้าเช็ดตัว, ล็อกเกอร์และห้องอาบน้ำไว้ให้เรียบร้อยแล้ว

**Flagship Studio**  
สตูดิโอ 1 อัมรินทร์ พลาซ่า

ชั้น 4 อาคารอัมรินทร์ พลาซ่า  
ถ.เพลินจิต อุมพินี กทม.  
โทร : 0-2252-4400

สตูดิโอ 3 สปอร์ต ซิตี้  
ชั้น 2 สปอร์ตซิตี อ.ปราชญ์  
ปากเกร็ด นนทบุรี 11120  
โทร : 0-2574-5419-20

สตูดิโอ 4 ลาดพร้าว  
ชั้น 13 อาคารสำนักงาน  
เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว  
โทร : 0-2937-0747-8

สตูดิโอ 6 ปิ่นเกล้า  
ชั้น 14 อาคารเซ็นทรัล ปิ่นเกล้า  
ทาวเวอร์ บี อ.บรมราชชนนี  
กทม. 10700  
โทร : 0-2884-9577-8

สตูดิโอ 7 เกาะสมุย  
43 หมู่ 1 อ.บ่อผุด  
จ.สุราษฎร์ธานี 84140  
โทร : 077-430-290

สตูดิโอ 8 พัทยา  
แฟร์เท็ก สปอร์ต คลับ  
179/185-212 ถ.พญาเหนือ  
ถนนเลี้ยว อ.บางละมุง จ.ชลบุรี 20150  
โทร : 038-253-870-4

สตูดิโอ 2 ทองหล่อ  
ชั้น 2 อาคารพรีซิทีฟ พลาซ่า,  
สุขุมวิท 55 ทองหล่อ ซอย 2  
กทม. 10110  
โทร : 0-2381-0697-8

สตูดิโอ 5 ศาคราภิรม  
อาคารยูนิโก แกรนด์ สภา  
ร.พิพัฒน์ 2 ถ.สีลม กทม. 10500  
โทร : 0-2636-8342-3

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


# ABSOLUTE YOGA

ต้นแขนกระชับ ได้สัดส่วน  
ด้วย...**VINYASA**


หน้าท้องเฟิร์มสุดๆ  
ด้วย...**PILATES**

สะโพก Sexy นามกสิงได้รูป  
ด้วย...**HATHA YOGA**


ต้นขาเรียวงาม ก้าวอย่างเป็นใจ  
ด้วย...**HOT YOGA**




**HOT YOGA**




**VINYASA**




**YIN**



**HOT FLOW**





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



**ทดลองเรียน 7 คลาส ใน 1 สัปดาห์!**  
**ราคาพิเศษเพียง 950 บาท**  
 (135 บาท/คลาส จากราคาปกติ 650 บาท/คลาส)

**ชั้นเรียนโยคะต่าง ๆ ได้ถูกออกแบบไว้ให้เหมาะสำหรับผู้เริ่มฝึกโยคะทุกระดับ!**  
 ทุกคลาสโยคะออนไลน์เชอคูโยคะได้จัดเตรียม เสื้อโยคะ, ผ้าเช็ดตัว, ลีอกเกอร์และห้องอาบน้ำไว้ให้เรียบร้อยแล้ว

ABSOLUTE YOGA STUDIOS	
 <p><b>สตูดิโอ 1</b> สัมพันธ์ สุราษฎร์ธานี ชั้น 4 อาคารเอ็มโพวเวอร์ สุราษฎร์ธานี เลขที่ 101 ถนน 44 ม. 10110 โทร : 0-2222-4200</p>	 <p><b>สตูดิโอ 4</b> ลาดพร้าว ชั้น 12 อาคารเอ็มโพวเวอร์, เซ็นทรัล ลาดพร้าว ลาดพร้าว โทร : 0-2222-4200</p>
 <p><b>สตูดิโอ 2</b> หนองจอก ชั้น 2 อาคารเอ็มโพวเวอร์ หนองจอก เลขที่ 101 ถนน 44 ม. 10110 โทร : 0-2222-4200</p>	 <p><b>สตูดิโอ 5</b> ภูเก็ต อาคารเอ็มโพวเวอร์ ชั้น 2 เลขที่ 101 ถนน 44 ม. 10110 โทร : 0-2222-4200</p>
 <p><b>สตูดิโอ 3</b> ภูเก็ต ซิตี้ ชั้น 2 อาคารเอ็มโพวเวอร์ ภูเก็ต ซิตี้ เลขที่ 101 ถนน 44 ม. 10110 โทร : 0-2222-4200</p>	 <p><b>สตูดิโอ 6</b> ภูเก็ต ซิตี้ ชั้น 2 อาคารเอ็มโพวเวอร์ ภูเก็ต ซิตี้ เลขที่ 101 ถนน 44 ม. 10110 โทร : 0-2222-4200</p>

**HOT YOGA (FIRST IN THAILAND)**  
 HOT FLOW \* VINYASA FLOW \* YIN YOGA  
 ASHTANGA \* MYSORE CLASS \* PILATES

**ประโยชน์ของโยคะร้อน**

- ช่วยไท้กตามเนื้อกระชับและน้ำหนักลดลง (400-600 แคลอรี่/คลาส)
- ช่วยขจัดของเสียออกจากร่างกายในรูปของเหงื่อ (1% ไขมัน/คลาส)
- ช่วยให้ระบบไหลเวียนโลหิตดีขึ้นและลดความตึงเครียด

วิเคราะห์ได้ว่า ศูนย์บริการต่าง ๆ นิยมใช้สื่อเฉพาะกิจมากกว่าสื่อมวลชน เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง โดยใช้สีสรรเป็นตัวดึงดูดให้ผู้พบเห็นเกิดความสนใจ เช่น Absolute Yoga ใช้สีชมพูเป็นหลัก ไม่ว่าจะโปสเตอร์ โบรชัวร์ โปสเตอร์ หรือสติ๊กเกอร์ก็ตาม

ตัวอย่าง Leaflet ขนาด A4

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ABSOLUTE YOGA**  
Thailand's Premier Studios for Health & Well Being

## Class Descriptions

**โยคะ** เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญต่อรูปแบบการดำรงชีวิตที่ดีในสุขภาพแข็งแรง ท่าฝึกต่าง ๆ ใช้ทั้งจิตใจและลมหายใจในการนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงอย่างลึกซึ้งก่อให้เกิดแรงบันดาลใจและความมีชีวิตชีวาที่เพิ่มมากขึ้น รูปแบบการออกกำลังกายที่สลับกันส่งเสริมสุขภาพและการเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ลดความตึงเครียดที่เป็นผลมาจากรูปแบบการดำรงชีวิตที่แสนวุ่นวาย เสริมการเรียนรู้ที่เหมาะสมต่อธรรมชาติอันเป็นหนึ่งและความต้องการของคุณเอง

**A/L (ALL-LEVELS)**  
แนะนำสำหรับผู้ที่ทุกระดับ ผู้ฝึกสอนจะนำเสนอนวัตกรรมและความแตกต่างหลากหลายที่ท้าทาย ดังนั้นชั้นเรียนต่างๆจึงเหมาะสำหรับผู้ที่ทุกคนตั้งแต่มือใหม่จนถึงผู้ฝึกที่เชี่ยวชาญแล้ว ภายในบรรยากาศเพื่อสร้างและทำให้การฝึกฝนของคุณแข็งแกร่งยิ่งขึ้นทุกเวลา

**INTERMEDIATE**  
แนะนำสำหรับผู้ฝึกที่ผ่านการฝึกฝนโยคะขั้นพื้นฐานมาแล้วมากกว่า 20 ครั้งขึ้นไป

**1 & 2 HOT YOGA (BIKRAM & ABSOLUTE SERIE)/ โยคะร้อน (บิกรัมโยคะ และ แอ็บเซอูลูทซีรี่) (A/L)**  
โยคะร้อน คือ การฝึกโยคะท่าต่าง ๆ (26-35 ท่า) ในห้องที่มีอุณหภูมิ 37 องศาเซลเซียส ซึ่งเป็นอุณหภูมิใกล้เคียงกับอุณหภูมิของร่างกาย โดยท่าต่าง ๆ ได้ถูกออกแบบมาเพื่อสร้างความยืดหยุ่นและความแข็งแรงให้กล้ามเนื้อ ทั้งยังช่วยให้อุณหภูมิในร่างกายเย็นลง นอกจากนี้ความร้อนยังช่วยผ่อนคลายร่างกายท่ามกลางแสงและเสียงอันดีด้วยตัวเองและปลอดภัยในการฝึกท่าโยคะต่าง ๆ โยคะร้อนช่วยลดความตึงเครียดทางเนื้อเยื่อ ทำให้รูปร่างกระชับ ลดน้ำหนักส่วนเกิน ลดความเครียดและความกดดัน นำมาซึ่งสุขภาพที่ดีและมีชีวิตชีวา

**3 HOT FLOW/ฮอตโฟลว์ (A/L)**  
ฮอตโฟลว์ คือ การฝึกโยคะท่าต่าง ๆ (45-50 ท่า) อย่างต่อเนื่องกันในห้องที่มีอุณหภูมิ 30 องศาเซลเซียส ลำดับชุดของท่าโยคะได้ถูกออกแบบเป็นลักษณะเฉพาะสำหรับผู้ที่ฝึกโยคะที่แอ็บเซอูลูทซีรี่ การเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้เกิดการเผาผลาญพลังงานในร่างกาย เสริมสร้างกล้ามเนื้อให้แข็งแรงและกระชับ สร้างความยืดหยุ่นและความสมดุลร่างกายและจิตใจ เป็นการฝึกโยคะที่เน้นกระชับหน้าท้อง สะโพก ต้นขาและน่อง ช่วยแก้ปัญหาไหล่และกระดูกสันหลัง

**4 ABSOLUTE FREE FLOW (VINYASA) แอ็บเซอูลูทซีรี่โฟลว์**  
แอ็บเซอูลูทซีรี่โฟลว์ คือ การฝึกโยคะรูปแบบที่คล่องตัว มีนักกีฬาร่วมด้วยไปกับการเคลื่อนไหวเป็นผลให้เกิดความร้อนขึ้นภายในร่างกายและเสริมสร้างความแข็งแรงของกล้ามเนื้อ ลำดับชุดของท่าโยคะถูกออกแบบสำหรับผู้ที่ต้องการบริหารน้ำหนักตัวควบรวมและเน้นกระชับหน้าท้อง

- 4A Level 1/2 (A/L)  
เป็นการฝึกเคลื่อนไหวระดับปานกลาง โดยเน้นที่ความแข็งแรงและความยืดหยุ่น
- 4B Level 2/3 (INTERMEDIATE)  
เป็นการฝึกเคลื่อนไหวอย่างเต็มที่และเต็มไปด้วยพลังเพื่อกระตุ้นให้เกิดความแข็งแรงและความยืดหยุ่น

**5 ASHTANGA (INTERMEDIATE)**  
การฝึกท่าโยคะที่ต่อเนื่องกันเป็นลำดับโดยเริ่มจากท่าไหวพระอาทิตย์เพื่อเป็นการอบอุ่นร่างกาย ลำดับท่าในชุดแรก (Primary Series) ถูกคิดค้นจากฤๅษาวินศิโย ศรี ปฐพี โจเอล ถูกตั้งชื่อตามหลักการ 8 แขนงโบราณที่รู้จักกันในนาม Ashtanga เหมาะสำหรับผู้ฝึกที่มีแรงจูงใจและคงความสดชื่นทางกายภาพ

**6 YIN YOGA/ยิน โยคะ (A/L)**  
เต๋า โยคะ โยคะเพื่อผ่อนคลายเน้นย้ำความยืดหยุ่น ทำให้กระดูกอ่อนนุ่ม การเคลื่อนไหวช่วยฟื้นฟูความตึงเครียดกล้ามเนื้อส่วนต่างๆ เน้นเป้าหมายไปที่เนื้อเยื่อส่วนเชื่อมของสะโพก กระดูกเชิงกรานและกระดูกสันหลังช่วงล่าง การหยุดชะงัก (ควบคุม) เป็นเวลานานทำให้การเป็นส่วนลึกต่างๆ ง่ายขึ้น เป็นการฝึกซึ่งใคร่ครวญความเคลื่อนไหวอย่างช้าๆ

**7 HOT FLOW ON THE GO & HOT HOUR (A/L)**  
โยคะที่มีพลังและรวดเร็ว ออกแบบสำหรับมือหัดที่กลางวันของคุณ ทั้งยังมีเวลาเหลือเฟือสำหรับการอาบน้ำ ระยะเวลา 45 นาทีและความรู้สึกของคุณทำให้มีชีวิตชีวาและใช้ชีวิตในวันทั้งร่างกายและจิตใจ

**8 PILATES MAT WORK (A/L)**  
พิลาเตสถูกคิดค้นและพัฒนาในปี ค.ศ. 1920 โดยบียอเครอร์โยคี โจเซฟ พิลาเตส การฝึกโยคะพิลาเตสจะเน้นการบริหารกล้ามเนื้อโดยเน้นการสร้างความแข็งแรงของลำตัวคานหนา (Core Strength) พิลาเตสช่วยเสริมสร้างกระดูกสันหลังและร่างกายให้สมบูรณ์แข็งแรง ช่วยลดความเครียดและเพิ่มความยืดหยุ่นให้กับกล้ามเนื้อส่วนมากขึ้น

**9 MY SORE STYLE (A/L)**  
นักเขียนจะถูกฝึกฝนแบบเฉพาะเรียกศาสตร์การเขียนโยคะตัวต่อตัว จากครูไปยังนักเรียน นิตยสารโยคะที่ถูกเสนอโดยกูรู กูรู, ศรี เค. ปฐพี โจเอล ณ มวยเซอร์ซินเดีย จึงได้ชื่อคานหนา "มวยเซอร์ซินเดีย" ขึ้นเรียนต่างๆ เป็คสำหรับผู้ที่ทุกระดับและนักเรียนถูกกระตุ้นอย่างสูงให้เรียนชุดต่อเนื่องเบื้องต้นในวิถีทางนี้

**ABSOLUTE YOGA STUDIOS 0-2252-4400**  
อัมรินทร์ พลาซ่า - ทองหล่อ - สปอร์ต ซิตี้ - ลาดพร้าว - สาทร/สีลม - ปิ่นเกล้า - เกษสมุย - พัทยา - สิงคโปร์  
[www.absoluteyogabangkok.com](http://www.absoluteyogabangkok.com)

○ การรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อเฉพาะกิจที่เป็น Billboard

ผลการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโยคะ จำนวน 3 คนนั้นได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องโยคะหรือจากการเห็นโฆษณาผ่านทาง Billboard ตามข้างทางด่วน หรือตามถนนใหญ่ ซึ่งเนื้อหาจะเป็นการโฆษณาบอกถึงรายการโปรโมชั่น โดยจะมีรูปของคนมีชื่อเสียง เช่น ป๋าจี้, ลูกเกด เมทินี เป็นพรีเซนเตอร์ ทำท่าโยคะประกอบด้วย ซึ่งดึงดูดความสนใจแก่ผู้พบเห็น

“ได้รับข่าวสารจากใบปลิว, ป้ายโฆษณา เวลานั้นรถผ่านจะเห็นเป็นประจำ”  
(คุณน้ำตาล, เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2551)



○ การรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อเฉพาะกิจที่เป็น Banner

ผลการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโยคะ จำนวน 2 คนนั้นได้รับข้อมูลข่าวสารจาก Banner โดยส่วนใหญ่จะมี Banner ติดอยู่ที่หน้าอาคาร หรือสถานที่จอดรถของศูนย์ฝึกโยคะนั้นๆ ทำให้ผู้ที่สนใจเล่นโยคะให้ความสนใจ เข้าไปสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม

“เดินผ่านตึกอัมรินทร์ โซโก้ เห็นป้ายผ้าโฆษณาบอกถึงโปรโมชั่นเดือนมกราคม คิดว่า น่าสนใจเลยเดินเข้าไปสอบถามที่ Absolute Yoga สาขานั้น”  
(คุณเจ๊จ , เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2551)

ตัวอย่าง Banner



## ■ สื่อมวลชน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโยคะจำนวน 5 คนนั้นได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโยคะมาจากสื่อมวลชน ซึ่งสื่อมวลชนมีผลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะน้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ถือว่าเป็นสื่อที่มีความหลากหลาย แต่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพราะเป็นกลุ่มเฉพาะเท่านั้น ถ้าไม่เป็นสมาชิกหรืออ่านอยู่เป็นประจำก็ไม่ได้รับข้อมูลเรื่องต่างๆ ของโยคะได้เลย ส่วนใหญ่จะแทรกเป็น (1) คอลัมน์ (2) บทความต่างๆรวมทั้งโฆษณาในหนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ตัวอย่างเช่น

“สื่อที่ได้รับบอยที่สุดจะเป็น นิตยสารเพราะ มีรายละเอียดมาก “

( คุณผึ้ง , เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2551)

“ได้รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์, แม็กกาซีน เนื่องจากมันเป็นหนังสือที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเทรนด์โยคะ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโยคะเพิ่มมากขึ้น รวมถึงแม็กกาซีนผู้หญิง ครั้งล่าสุดที่ได้รับก็เป็นแม็กกาซีนโยคะ”

( คุณชา , เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2551)

ตัวอย่างคอลัมน์

### โดนัท หยุดฟุ้งซ่าน เล่น โยคะ สร้างสุขภาพจิต

เป็นดาราสาวที่มีผลงานออกมาให้ได้ชมกันตลอด สำหรับ “โดนัท-มนัสนันท์ พันเลิศวงศ์สกุล” และที่เราเห็นเธอรูปร่างดี หน้าตาสดใสก็เพราะเธอมีเคล็ดลับ คือสาวโดนัทเธอชอบออกกำลังกายด้วยการเล่นโยคะ เพื่อสุขภาพจิต และสุขภาพกาย ในเรื่องนี้เธอเผยว่า

“โยคะเป็นการออกกำลังกายที่ดีมากเลยนะคะ โดนัทรู้สึกว่าคุณเองนี่ขึ้น เป็นคนอารมณ์ดี เวลาไม่ไหว หรือเรื่องอะไรก็ไม่ฟุ้งซ่าน สมาธิจะดีมาก โดนัทเป็นคนที่ต้องมีสมาธิในการท่องบท ถ่ายละคร โดนัทเอาเรื่องสมาธิมาใช้ แถมจะช่วยเรื่องการปรับสมดุลในร่างกาย เมื่อก่อนโดนัทไม่ค่อยแข็งแรง แต่พอเล่นโยคะรู้สึกว่าคุณเองแข็งแรงขึ้น ที่เรียนโยคะเป็นสถานที่ที่โดนัทใช้ชีวิตอยู่ เยอะพอๆ กับอยู่ที่บ้านเลย เพราะตื่นเช้ามาก็ไปเล่นโยคะ ถ้าว่างตอนเย็นก็จะไปเล่นอีก เพื่อนๆ โดนัทที่จิตใจวุ่นวายโดนัทก็จะจับไปเล่นโยคะหมด เพราะช่วยได้มากจริงๆ ดีกว่าชวนกันไปเที่ยวที่ทำให้เสียสุขภาพจริงไหมคะ”

(ข้อมูลจากเดลินิวส์ คอลัมน์บันเทิง วันที่ 9 มกราคม 2551)

**เบญจพร การุณกรสกุล “ธุรกิจ + ความฝัน = ความสำเร็จ”**

คนเราทุกคนย่อมมีความฝัน และหนึ่งในความฝันของหลายๆ คนคือการได้ทำงานที่รัก และมีอิสระในการใช้ชีวิต ทว่า “ฝันที่เป็นจริง” ไม่ได้เกิดขึ้นง่ายๆ หากแต่ต้องอาศัยจังหวะ การแสวงหา และความเพียรพยายามเต็มที่

เชื่อว่าหลายคนที่รักสุขภาพและการออกกำลังกาย คงจะคุ้นเคยกับศาสตร์ที่เรียกว่า “โยคะ” กันมาบ้าง ยิ่งถ้าถามว่าเคยได้ยินชื่อ Absolute Yoga บ้างหรือไม่ หลายคนอาจจะร้องอ้อ เพราะคุ้นตากันดีกับแบรนด์สีชมพูสดโดนใจ หรืออย่างน้อยๆ อาจจะได้เห็น “ป้าจี้” อัจฉราพรรณ ไพบูลย์สุวรรณ ดารานักแสดงมากความสามารถซึ่งหันมาฝึกโยคะเพื่อสุขภาพจนกลายเป็นฟรีเซนเตอร์คนดัง และครูฝึกสอนโยคะที่สถาบันแห่งนี้

แต่ถ้าถามว่า Absolute Yoga เป็นของใคร หลายๆ คนต้องส่ายหน้า Wonderful Time ประเดมิปีหนูจะพาไปรู้จักกับเธอ “เบญจพร การุณกรสกุล” กรรมการผู้จัดการ ผู้ก่อตั้ง Absolute Yoga เธอสร้าง Absolute Yoga จนก้าวเข้าสู่ปีที่ 6 นอกจากประวัติการทำงานของเธอจะน่าสนใจตั้งแต่แรกเห็นในกระดาษแล้ว มุมมองความคิด ตลอดจนบุคลิกภาพที่คล่องแคล่วของเธอ ยังฉายชัดและเต็มไปด้วยพลัง ชนิดที่หากใครได้สัมผัสเป็นต้องอยากเรียนโยคะกันเดี๋ยวนั้นเลยทีเดียว

เนื่องจากเป็นผู้หญิงที่รักการออกกำลังกายและใส่ใจเรื่องสุขภาพ โยคะจึงเป็นศาสตร์ที่เธอให้ความสนใจทั้งการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นและได้ทดลองทำด้วยตนเอง ซึ่งก็ทำให้เธอตัดสินใจได้ทันทีว่านี่เป็นสิ่งที่เธอค้นหามานาน

“โยคะเป็นกีฬาที่มีจุดเด่นเยอะ เล่นได้จนแก่เพราะมันช้าและไม่มี impact ต่อร่างกาย ตอนทดลองครั้งแรกช่วงทำงานอยู่ที่ฮ่องกง ก็คือ Bikram โยคะซึ่งเป็นโยคะร้อน เห็นผลชัดเลยว่าร่างกายเราดีขึ้นทั้งในแง่ของสัดส่วนและที่มากกว่านั้นก็คือผิวดีขึ้น เลือดลมดี ซึ่งก็ส่งผลต่อจิตใจ และสมองเราตามมาเพราะให้ด้านสมาธิและคลายความเครียดด้วย”

ขณะสัมภาษณ์เธอ สังเกตเห็นลูกค้าที่ทยอยเข้ามาใช้บริการรวมถึงสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับคอร์สการเรียนการสอนไม่ขาดสาย ซึ่งเธอบอกว่ากว่าจะมาถึงขั้นนี้ก็ต่อแลกกับการทำงานหนัก ความอดทนและความรับผิดชอบโดยเฉพาะในช่วงเปิดตัวระยะแรก

แต่ถ้ามองความสุขที่ได้รับแน่นอนว่าผู้หญิงที่รักอิสระเช่นเธอ ย่อมพึงพอใจกับการงานในปัจจุบันมากที่สุด

ก่อนจะจบการสัมภาษณ์ในวันนี้ เบญจพรเล่าถึงเป้าหมายธุรกิจของ Absolute Yoga ที่นอกจากจะเดินหน้าเรื่องฟิสิกส์แบรนด์ดังอย่างต่อเนื่องแล้ว ยังมีแผนขยายสาขาในปีนี้อีก 3 แห่ง จากปัจจุบันมีสาขาในกรุงเทพฯ 6 แห่ง สมุยและพัทยาที่ละ 1 แห่ง และสิงคโปร์อีก 2 แห่ง ภายใต้การฝึกสอนของครูฝึกสอนทั้งหมด 30 คน .....

( ข้อมูลจาก Moneychannel.co.th วันที่ 3 มกราคม 2551)

## โยคะบำบัดทางเลือกเพื่อสุขภาพ

หากถามว่า "โยคะ" สามารถสร้างเสริมสุขภาพได้แค่ไหน คงเป็นเรื่องยากในการค้นหาคำตอบ เพราะการฝึกโยคะไม่ได้เห็นผลทันตา จึงต้องฝึกฝนอย่างต่อเนื่องให้ถูกวิธี ไม่เช่นนั้นอาจเกิดอาการเคล็ดขัดยอกปวดเมื่อย

ปัจจุบันวงการแพทย์แผนปัจจุบัน ได้นำโยคะมาปรับใช้กับผู้ป่วยบางโรค เพราะโยคะเป็นการบริหารอย่างช้าๆ ใช้แรงแต่น้อย ผสานลมหายใจให้เป็นหนึ่งเดียว ทำให้รู้สึกถึงความเบิกบาน มีสติระหว่างการเคลื่อนไหว การฝึกโยคะจึงมีผลต่อข้อต่อเอ็นและกล้ามเนื้อ เมื่อร่างกายมีความยืดหยุ่นดี ย่อมมีผลกระทบต่อต่อมไทรอยด์ ต่อมใต้สมอง ฯลฯ รวมถึงการไหลเวียนของเลือด และสภาวะจิตใจ จึงเป็นที่มาของการนำโยคะมาปรับใช้เพื่อบำบัดโรคควบคู่ไปกับการรักษาสมัยใหม่

พ.ญ.สิริธร โชติพิทกุล โรงพยาบาลเชียงใหม่รามาธิบดี นำโยคะมาใช้กับผู้ป่วยโรคหัวใจที่ขาดเลือดใน "โครงการหัวใจใหม่ ชีวิตใหม่" เพื่อให้ผู้ป่วยรู้จักดูแลสุขภาพแบบองค์รวม โดยทดลองกับผู้ป่วย 12 คน จัดกิจกรรมเดือนละ 3 ครั้ง เป็นเวลา 6 เดือน

ปรากฏว่า ผู้ป่วยอารมณ์ดีขึ้นและให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายยืดเส้นมากขึ้น มีความมั่นใจในตัวเอง กล้าเลือกวิธีการรักษาอื่นๆ มากขึ้น ลดการใช้ยา มองโลกในแง่ดีจากที่เคยคิดถึงแต่เรื่องความตาย ก็มีความหวังและเข้าใจชีวิตมากขึ้น .....แพทย์แผนใหม่รู้จักนำโยคะมาปรับใช้กับผู้ป่วยโรคหัวใจ เพื่อดูแลและให้กำลังใจผู้ป่วยมีความหวังใหม่กับชีวิตอีกครั้ง จึงไม่แปลกหากโยคะจะมีส่วนในการสร้างเสริมสุขภาพและนำมาใช้รักษาผู้ป่วยหลอดเลือดแดง อันนำไปสู่โรคเบาหวาน ความดันโลหิตและไขมันในเลือด ซึ่งมีสถิติการตายจำนวนมากในบ้านเรา (ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ข่าวสด วันที่ 15 มกราคม 2551)

จากข้อมูลในหนังสือพิมพ์ข่าวสด แสดงให้เห็นถึงสาเหตุที่ทำให้คนเลิกฝึก เพราะคนส่วนใหญ่คิดว่าโยคะไม่ได้เห็นผลทันตา ต้องฝึกอย่างต่อเนื่อง

ด้านอินเทอร์เน็ตนั้น ในกรณีส่วนใหญ่บุคคลจะได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลมาในระดับหนึ่งก่อนแล้วจึงใช้อินเทอร์เน็ตหาข้อมูล รายละเอียดเพิ่มเติมอีกที ซึ่งอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลกับการใช้ชีวิตประจำวันอย่างมาก เพราะปัจจุบันมีเทคโนโลยีทันสมัยเยอะมาก ทำให้เราต้องตามให้ทัน ไม่ตกยุคสมัย เช่น การใช้อินเทอร์เน็ต , การส่ง E-mail หากัน เป็นต้น

ทางศูนย์ฝึกโยคะต่างๆ ใช้วิธีการส่ง E-mail เป็นการส่งข้อมูลข่าวสารให้กับสมาชิกผู้เรียนโยคะ เป็นวิธีการที่สะดวก และรวดเร็ว ให้สมาชิกได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็วด้วย เป็นข้อดีของการที่เป็นสมาชิกแล้ว ตัวอย่างเช่น Absolute Yoga จะส่ง E-mail ให้สมาชิกทุกเดือน แจ้ง

ข่าวสารในเดือนนั้นๆ รวมถึงโปรโมชั่น แพ็คเก็จรายเดือน ให้สมาชิกได้รับทราบ ซึ่งเป็นอีก Function หนึ่งแล้ว การสื่อสารเพื่ออํารงรักษาความสัมพันธ์กับสมาชิก / รักษาความต่อเนื่อง ไม่ใช่ โน้มน้าวให้เข้ามาเล่น

จากการวิจัย พบว่า ปัจจุบันมีศูนย์โยคะต่างๆลงโฆษณากับทางหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร เพื่อให้ผู้ที่สนใจการออกกำลังกายด้วยโยคะ ได้รับทราบข้อมูลว่า ตอนนี้ทางศูนย์โยคะต่างๆมีโปรโมชั่นอะไรบ้าง เช่น Absolute yoga จะลงโฆษณากับทาง True Vision ทุกเดือนว่าแต่ละเดือนมีโปรโมชั่นอะไรบ้าง, California wow ได้ทำการโฆษณาผ่านทาง Banner ด้านหน้าตึกของ fitness ว่าเดือนนี้มีโปรโมชั่นพิเศษ หรือ ตามไปสเตอร์บริเวณใกล้เคียง

#### ตารางที่ 14 แสดงการรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อมวลชนของผู้เล่นโยคะ

ผู้เล่นโยคะ	นิตยสาร	โทรทัศน์	หนังสือพิมพ์	อินเทอร์เน็ต
1. คุณนุ้ย	/			/
2. คุณน้ำตาล	/	/		/
3. คุณก้อย				
4. คุณผึ้ง				
5. คุณฝน				
6. คุณเจิน				
7. คุณไฉ่ต	/	/		/
8. คุณพลอย				
9. คุณชา	/		/	
10. คุณภัทร				
<b>รวม</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>

#### ○ การรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อมวลชนที่เป็นนิตยสาร

ผลจากการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโยคะ จำนวน 4 คนนั้น ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโยคะผ่านทางนิตยสาร ซึ่งนิตยสารเป็นช่องทางหนึ่งในการติดต่อสื่อสารระหว่างศูนย์ฝึกโยคะกับสมาชิก ซึ่งเป็นช่องทางที่พบในกลุ่มของผู้ที่สนใจโยคะเท่านั้น

### (ก) นิตยสารเฉพาะสำหรับโยคะ

นิตยสารที่จัดทำขึ้นมาเกี่ยวกับโยคะโดยตรง คือ โยคะ เจอร์นอล (นิตยสารโยคะฉบับแรกในเมืองไทย ออกจำหน่ายปี 2007) นิตยสารโยคะ เจอร์นอล ฉบับภาษาไทยนำเสนอบทความ และ นานาสาระเกี่ยวกับสุขภาพ การออกกำลังกาย แรงคิด ความงาม อาหาร ท่องเที่ยว และไลฟ์สไตล์ พร้อมมุ่งเน้นการปฏิบัติโยคะ ซึ่งนับเป็นกิจกรรมที่กำลังเป็นที่นิยมทั่วโลก จากเสียงของผู้อ่านในสหรัฐอเมริกา พบว่านิตยสารโยคะเจอร์นอล เป็นนิตยสารด้านสุขภาพที่ประสบความสำเร็จสูงสุดหนึ่งรางวัลที่การันตีคือ รางวัล Best Health & Fitness Magazine 4 ปีซ้อนจากเวที Maggie Award และถูกจัดเป็นหนึ่งในนิตยสารน่าอ่าน จากผู้อ่าน Chicago Tribune ในปี 2005 (ข้อมูลจาก [www.yogajournalthailand.com](http://www.yogajournalthailand.com))

นิตยสารโยคะ เจอร์นอล ไทยแลนด์ เป็นนิตยสารออกราย 2 เดือน ออกจำหน่ายครั้งแรกเดือน Nov / Dec 2007 ราคา 100 บาท มีทั้งหมด 106 หน้า โดยแบ่งเป็นคอลัมน์ต่างๆ เช่น Life, Health, Practice, Inspiration รวมทั้ง Interview, Features และ on the cover โดยในนิตยสารนั้นจะมีการโฆษณาของศูนย์ฝึกโยคะชั้นนำของไทยด้วย วางแผงตามแผงหนังสือชั้นนำ ร้านสะดวกซื้อ ซูเปอร์มาร์เก็ต และโยคะสตูดิโอชั้นนำทั่วไป โดยมุ่งสู่กลุ่มเป้าหมายชายหญิง อายุระหว่าง 25 – 35 ปี

#### ตัวอย่างคอลัมน์ เช่น

เมื่อรู้จักยอมรับในข้อจำกัดของตนเอง อาสนะแสนท้าทายเหล่านี้ จะกลายเป็นสื่อกลางแห่งการนำความสุขสงบและอิสรภาพมาสู่คุณ แทนที่จะเป็นความอึดอัดหรือการบาดเจ็บ สิ่งสำคัญประการหนึ่งของโยคะ นั่นคือการฝึกที่เป็นอิสระจากความทุกข์ทรมาน ท่านปัทมชลี กล่าวไว้ในโยคะสูตรว่า ก้าวแรกที่จะนำไปสู่อิสรภาพ ก็คือการฝึกยกมะหรือความอดกลั้น แม้ผู้คนมักสับสน และมองการอดกลั้นและการควบคุมเหมือนการเก็บกด หรือการขาดความสามารถในการสร้างสรรค์ แต่แท้จริงแล้ว ทั้งสองสิ่งนี้สามารถนำเราไปสู่เป้าหมายที่แท้จริงของโยคะ นั่นก็คือความเป็นอิสระนั่นเอง เพราะฉะนั้น เมื่อใดก็ตามที่คุณสังเกตเห็นความอดกลั้นระหว่างการฝึกโยคะตลอดจนการดำเนินชีวิตต่างๆ คุณก็จะรู้สึกเจ็บปวดน้อยลง ทั้งยังเจ็บปวดเพราะผู้อื่นน้อยลงด้วย.....อย่างไรก็ตาม หากรู้สึกว่าทำได้ยาก ลองฝึกชุดท่าดัดแปลงที่เราจัดเตรียมไว้ให้เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการสำรวจตัวเอง ในที่สุดแล้ว คุณจะค้นพบข้อจำกัดที่ว่า รวมทั้งจุดแข็งและ

จุดอ่อนของตนในเวลาเดียวกัน และอย่าลืมด้วยว่าควรมีความอดทน และปล่อยให้ร่างกายได้พัฒนาไปที่ละขั้นเป็นที่ตั้ง

.....การทำท่าได้อย่างสมบูรณ์แบบไม่ใช่เป้าหมายหลัก คุณควรมองไปที่ความเรียบง่าย จริงใจ และความสงบเยือกในธรรมชาติของแต่ละท่วงท่า และเมื่อคุณฝึกบนพื้นฐานของอหิงสาและสัตยา คุณจะได้สัมผัสกับแก่นแท้ของโยคะ ที่มีทั้งความสงบและอิสรภาพในจิตใจและร่างกายของตนเอง (ข้อมูลจากนิตยสาร Thailand yoga journal คอลัมน์ Practice เดือนมกราคม)

### (ข) นิตยสารทั่วไป

นิตยสารทั่วไป เนื้อหาของโยคะจะอยู่ในคอลัมน์หรือบทความต่างๆของนิตยสาร เช่น คอลัมน์สุขภาพ , คอลัมน์ผู้หญิง เป็นต้น ซึ่งถ้าไม่ได้เป็นสมาชิกหรือซื้ออ่านเป็นประจำก็จะไม่สามารถเห็นบทความนั้นๆได้เลย แต่ก็สามารถเข้าถึงคนได้ในระดับหนึ่ง บางกลุ่มเท่านั้น จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่คนหันมาเล่นโยคะเพื่อความสวยงาม

“ได้รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์, แม็กกาซีน เนื่องจากมันเป็นหนังสือที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเทรนโยคะ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโยคะเพิ่มมากขึ้น รวมถึงแม็กกาซีนผู้หญิง”

(คุณชา , เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2551)

“สื่อที่ได้รับบ่อยที่สุดจะเป็นนิตยสารผู้หญิง นิตยสารเพื่อสุขภาพ เพราะ มีรายละเอียดมาก”

(คุณไอ้ต, เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2551)

เนื่องจากผู้เล่นโยคะส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง และนิตยสารเป็นสื่อของผู้หญิงที่ผู้หญิงใช้อย่างเป็นประจำ โอกาสที่จะได้พบเรื่องราวของโยคะในนิตยสารจึงมีสูง

- การรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อมวลชนที่เป็นโทรทัศน์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้เล่นโยคะ จำนวน 2 คน ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นรายการต่างๆเกี่ยวกับผู้หญิงและสุขภาพก็ตาม รายการต่างๆเหล่านี้จะพูดถึงเรื่องโยคะในรูปเชิงธุรกิจมากกว่า คือ สัมภาษณ์ผู้มีชื่อเสียงว่าเล่นโยคะที่ไหนบ้าง หรือมีศูนย์ฝึกที่ไหนที่

มีชื่อเสียงคนไปนิยมเล่น ด้านสุขภาพก็จะบอกว่าท่าต่างๆของโยคะสามารถช่วยบรรเทาอาการต่างๆได้ อาทิเช่น รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง , รายการ Health Talk

“ดิฉันรู้จักโยคะเริ่มแรกจากโทรทัศน์ ถ้าไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารก็ไม่มีผลต่อการตัดสินใจหรือจะมีทัศนคติที่เปลี่ยนไปเพราะคิดว่าสื่อไม่ได้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอะไรขนาดนั้น”  
(คุณน้ำตาล, เล่นโยคะมา 1 ปี ,สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2551)

“ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโยคะจากสื่อโทรทัศน์, แม็กกาซีน, คอลัมน์ต่างๆ อย่างในรายการสไตล์ผู้หญิง”  
(คุณไอ้ต, เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2551)

#### ○ การรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อมวลชนที่เป็นหนังสือพิมพ์

ผลการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโยคะ จำนวน 1 คนได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางหนังสือพิมพ์ ซึ่งหนังสือพิมพ์เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับโยคะในรูปของบทความ, คอลัมน์เกี่ยวกับสุขภาพ, ผู้หญิง ซึ่งจะบอกถึงประโยชน์ของการเล่นโยคะ หรือ โยคะเป็นเทรนด์ที่กำลังมาแรงในช่วงนี้ เช่น หนังสือพิมพ์ข่าวสด ลงบทความเกี่ยวกับโยคะ เรื่อง โยคะบำบัด ทางเลือกเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

“ได้รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์, แม็กกาซีน เนื่องจากมันเป็นหนังสือที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเทรนด์โยคะ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโยคะเพิ่มมากขึ้น รวมถึงแม็กกาซีนผู้หญิง ครั้งล่าสุดที่ได้รับก็เป็นแม็กกาซีนโยคะ”  
(คุณซา, เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2551)

#### ○ การรับรู้เรื่องโยคะจากสื่อมวลชนที่เป็นอินเทอร์เน็ต

ผลการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโยคะ จำนวน 3 คนได้มีการหาข้อมูลเพิ่มเติมผ่านทางอินเทอร์เน็ต ปัจจุบันนี้อินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมอย่างมาก สามารถหาข้อมูล ข่าวสาร ประวัติของโยคะ ศูนย์ฝึกโยคะ ได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อให้ผู้ที่สนใจเรื่องโยคะ เข้ามาสืบค้นได้เป็นอย่างดีส่วนใหญ่ก่อนการตัดสินใจมาเล่นโยคะ และภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง มีการศึกษาดี อยู่ในเมือง สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างคล่องแคล่ว



### (ก) Web Site

ผู้เล่นจะศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโยคะด้วยอินเทอร์เน็ต จากเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อประโยชน์แก่ตัวผู้เล่นเอง

### (ข) E-Mail

การรับ E-mail จากศูนย์ฝึกโยคะที่ผู้เล่นโยคะเป็นสมาชิกด้วย เป็นการเชื่อมโยงสมาชิกกับศูนย์ฝึกโยคะ ซึ่งการส่ง E-mail เป็นวิธีที่นิยมในการส่งข้อมูล ข่าวสารหากันอย่างแพร่หลาย เพราะสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งศูนย์ฝึกโยคะนิยมใช้การส่ง E-mail ส่งข่าวสารของศูนย์ฝึกให้กับสมาชิกของศูนย์ฝึกนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็น การจัดเวิร์คช็อป หรือ รายการส่งเสริมการขายต่างๆ ราคาโปรโมชั่นของเดือนต่างๆ เป็นต้น ตัวอย่างเช่น

“...สื่อที่เห็นก็จะเป็นสื่ออินเทอร์เน็ต, โทรทัศน์, แม็กกาซีน, โบรชัวร์ แต่ส่วนใหญ่ก็จะเป็นการค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมากกว่า “

( คุณนุ้ย, เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2551)

“... เป็นสมาชิกที่ Absolute Yoga มาได้ 2 ปีแล้ว ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับแพ็คเกจต่างๆ ประจำเดือนหรือกิจกรรม ผ่านทางE-mail ที่เคยให้ไว้ตอนสมัคร...”

( คุณน้ำตาล, เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2551)

### สรุป แบบแผนของการใช้สื่อเกี่ยวกับโยคะ

แบบแผนการใช้สื่อเกี่ยวกับโยคะ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 แบบ คือ

#### (1) การใช้สื่อบุคคลเดียว

จากการวิจัย พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะมากที่สุด คือ สื่อบุคคล โดยผู้เล่นโยคะ จำนวน 10 คน ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโยคะ การชักจูงใจ การบอกต่อปากต่อปาก

การเชิญชวนมาเล่นโยคะ มาจากสื่อบุคคลอย่างเดียว ซึ่งถือว่าเป็นสื่อที่มีบทบาทต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างมาก สามารถโน้มน้าวใจให้ผู้สนใจคล้อยตามได้และเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย

### (2) การใช้สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ

จากกลุ่มผู้เล่นโยคะ จำนวน 5 คน ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโยคะมาจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ คือได้ยินมาจากสื่อบุคคลแล้วได้เห็นข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่อเฉพาะกิจด้วย

### (3) การใช้สื่อบุคคลและสื่อมวลชน

จากกลุ่มผู้เล่นโยคะ จำนวน 8 คน ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโยคะมาจากสื่อบุคคลก่อนแล้วจึงมาหาข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่อมวลชน

สรุปคือ สื่อบุคคลเป็นสื่อหลักและเป็นสื่อต้นทาง ส่วนสื่ออื่น ๆ นั้นเป็นเพียงสื่อเสริม

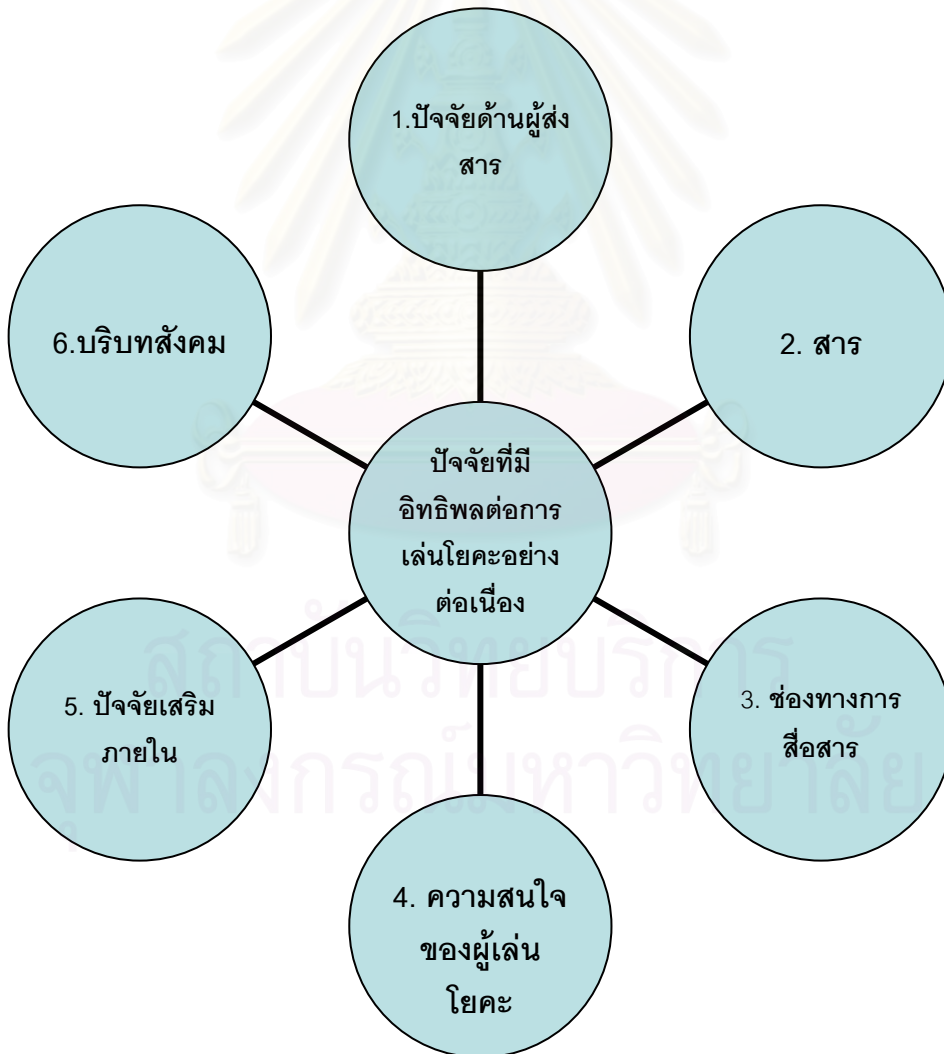
สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 6

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ศึกษาปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะ นั้น มีปัจจัยหลายอย่างด้วยกัน ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ด้าน คือ ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร ปัจจัยด้านสาร ปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสาร ปัจจัยด้านความสนใจของผู้เล่นโยคะ ปัจจัยเสริมภายในสังคม และ ปัจจัยด้านบริบท โดยผู้วิจัยจะนำเสนอเป็นแผนภาพ



## 1. ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร

- ผู้ฝึกสอนโยคะ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ฝึกสอนโยคะมีบทบาทในการให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา ให้ข้อมูลข่าวสาร และเมื่อแนะนำไปแล้วเกิดข้อสงสัยก็สามารถซักถามได้ โดยส่วนมากจะปรึกษาหรือซักถามถึงท่าต่างๆที่ผู้เล่นไม่สามารถทำได้ เนื่องจากผู้ฝึกสอนโยคะมีความเชี่ยวชาญในเรื่องโยคะโดยเฉพาะนั้น ผู้เล่นโยคะจะให้ความนับถือ เลื่อมใส และศรัทธากับตัวผู้ฝึกสอน และอยากเรียนโยคะกับผู้ฝึกสอนนั้น ผู้เล่นโยคะจะให้ความสำคัญกับผู้ฝึกสอนโยคะด้วย คือ ทำให้ผู้เล่นโยคะอยากมาเรียนโยคะอย่างต่อเนื่อง อาจมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ฝึกสอนโยคะกับผู้เรียนโยคะด้วย

ถ้าผู้ฝึกสอนโยคะไม่บังคับผู้เล่นโยคะมากเกินไป ไม่กดดันผู้เล่นโยคะ ทำท่าไหนไม่ได้จริงๆก็ให้พักก่อน ทำให้ผู้เล่นโยคะรู้สึกผ่อนคลาย ไม่เกรง ผู้เล่นโยคะก็จะกลับมาเรียนอีกครั้ง จึงเกิดการเล่นโยคะอย่างต่อเนื่องขณะผู้ฝึกสอนโยคะกำลังสอนก็จะบอกถึงประโยชน์ของท่าต่างๆ ให้ผู้เล่นโยคะได้รับทราบด้วย

เมื่อวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ฝึกสอนโยคะในฐานะผู้ส่งสาร จะพบคุณสมบัติเหล่านี้ คือ

- ความสามารถของผู้สอน (Expertise)

### (1) ความเชี่ยวชาญของผู้ฝึกสอน

“ถ้าครูสอนโยคะไม่จริงจังๆ ทำไปก็ไม่มีประโยชน์....ก็คงไม่เล่น”

(คุณไอ้ต, เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2551)

“ราคาในการเล่นโยคะนั้นแพง อาจเป็นเพราะ ผู้สอนมีความเชี่ยวชาญเลยต้องมีค่าตัวที่แพง ส่วนในเรื่องอุปกรณ์นั้นก็ไม่ได้ใช้มากมาย รวมๆ ก็อยู่ในราคาที่พอจ่ายได้”

(คุณนุ้ย , เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2551)

## (2) ความสนใจของผู้ฝึกสอน

“ผู้สอนนั้นก็มีผลต่อการตัดสินใจต่อการเล่นในครั้งต่อไป เช่น ถ้าผู้สอนสนใจดูเหมือนเอาใจใส่ เดินเข้ามาดู, กำกับท่าทาง หรือจับท่าทางที่ถูกต้อง”

( คุณภัทร , เล่นโยคะมา 1 ปี 6 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2551)

## (3) ความรู้ของผู้ฝึกสอน

“ถ้าผู้สอนไม่สามารถบอกหาเหตุผลและท่าที่ถูกต้องมีประโยชน์จริงๆ ได้ก็คงเลิกเล่น”

( คุณพลอย , เล่นโยคะมา 1 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2551)

## (4) การรู้จักศักยภาพผู้เรียน

“...ที่จะเน้นคนมาเรียนครั้งแรกเลยนะ เพราะว่ารู้ว่ามันยากสำหรับคนมาเรียนครั้งแรก คือเขาจะทำ หมดกำลังใจในการเล่นโยคะ พอจบ Class เรียน พี่ก็จะเข้าไปคุยกับเขาว่าเป็นไบบ้าง ครั้งแรกก็อย่างนี้แหละ ค่อยฝึกไปนะ ...”

( คุณจ๊อบ , สอนโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 30 มกราคม 2551)

“ผู้สอนโยคะที่ดีจะต้องดูศักยภาพของคนแต่ละคน บางคนที่ไม่ค่อยได้ก็จะค่อยเป็นค่อยไป บางคนที่ไม่ได้จนไม่ไหวก็จะทำให้ไม่ยอมไปที่นั่นอีกหรืออยากไปที่อื่น”

(คุณชา, เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2551)

“ผู้สอนนั้นก็มีผลต่อการตัดสินใจต่อการเล่นโยคะ อย่างเราจะเลือกคนที่ไม่ผลักดันว่าต้องทำวันนี้ให้ได้ ถ้าคนที่ตกลงเราก็จะอารมณ์ดีด้วย ไม่ชอบคนที่โหดจะเลือกเล่นกับคนที่ชอบ”

(คุณผึ้ง , เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่

“ในฐานะที่พี่เป็นคนเรียนด้วยคนสอนด้วย พี่คิดว่าผู้สอนมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในกับการที่ผู้เรียนจะมาเรียนด้วย คือถ้าผู้สอนโยคะ สอนดีก็จะเกิดการบอกต่อกัน ทำให้คนมาเรียนกับผู้สอนคนนั้นๆมากขึ้น”

คุณจอย , สอนโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2551)

- ความมีชื่อเสียง (Celebrity)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้มีชื่อเสียง เช่น ดารา มีบทบาทสำคัญอย่างมากที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการออกกำลังกายด้วยโยคะถูกนำเข้ามาในสังคมโดยผู้มีชื่อเสียงเริ่มเล่นโยคะอย่างแพร่หลาย ดาราผู้มีชื่อเสียงอาจจะเป็นขวัญใจของบุคคลเหล่านั้น เป็นผู้มีประสบการณ์ในการเล่นโยคะ มีความเชี่ยวชาญในการเล่นโยคะ ดังนั้น ดาราผู้มีชื่อเสียง จึงมีบทบาทสำคัญอย่างมากที่ต้องสื่อสารให้คนทั่วไปที่สนใจเล่นโยคะ เกิดความรู้ ความเข้าใจ เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจเล่นโยคะ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการผลักดันให้บุคคลเหล่านั้นยอมรับและเข้าใจในประโยชน์ของเรื่องราวที่นำเสนอออกไปได้

ที่สำคัญคือ การเป็น “บุคคลสาธารณะ” (Public Figure) เรื่องราวของดาราก็ถูกเผยแพร่ต่อสาธารณะ (คนทั่วไปเล่นโยคะไม่เป็นข่าว ดาราเล่นโยคะเป็นข่าว) โอกาสที่คนจะได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโยคะจึงมีมากไปด้วย

“...เลือกเรียนที่ Absolute Yoga เพราะอยากเรียนโยคะกับป้าจี อัจฉราพรรณ ...”

(คุณน้ำตาล, เล่นโยคะมา 2 ปี 4 เดือน- สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2551)

## 2. สาร

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโยคะไม่ว่าจะเป็นเรื่องความสวยงาม ความแข็งแรง หรือ การเจ็บป่วย โดยส่วนใหญ่จะเน้นเรื่องความสวยงาม รูปร่างที่ดี ซึ่งข้อมูลข่าวสารเหล่านี้เกี่ยวข้องกับบุคคลต่างๆในแต่ละบทบาทต่างกันและมีการสื่อสารในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านการสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง

ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาของสารนั้น ทำให้รู้ว่าเพราะเหตุใดแต่ก่อนคนไม่ค่อยหัดเล่นโยคะ เพราะในช่วงแรกที่โยคะเข้ามาในสังคมไทยนั้น ยังไม่เป็นที่รู้จักกันมากนัก จะจำกัดอยู่ในกลุ่มผู้ที่สนใจเรื่องโยคะเท่านั้น ศูนย์ฝึกโยคะหรือผู้ฝึกสอนโยคะจึงต้องให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นความรู้แท้จริง

ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่เกี่ยวกับโยคะ ซึ่งผู้วิจัยได้ข้อมูลมาจากวิธีการเก็บข้อมูลจากสื่อมวลชนที่ผู้วิจัยได้สำรวจมาจากนิตยสาร หนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์ต่างๆ พบลักษณะของเนื้อหา ดังนี้

## 2.1 ลักษณะเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริง

ผลการวิจัย พบว่า ข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนอผ่านสื่อจะเห็นเป็นรูปธรรม เช่น การเล่นโยคะมีประโยชน์อย่างไร โดยเน้นในเรื่องของการสร้างเสริมสุขภาพของผู้ที่เล่นโยคะ ซึ่งจัดได้ว่าเป็นสารที่มีคุณภาพควรแก่การเชื่อถือ นอกจากนั้น ผู้ส่งสารทั้งผู้ฝึกสอน หรือศูนย์ฝึกโยคะนั้น ให้ความสำคัญโดยเน้นการให้ข้อมูลเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริง ผู้ส่งสารต้องทราบข้อมูลที่ถูกต้อง ก่อนที่จะทำการสื่อสารออกไป ตัวอย่างเช่น

“ ในเว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวกับโยคะ ก็จะมีบอกเลยว่าโยคะคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร โดยเราเลือกดูเว็บที่น่าเชื่อถือ เช่น เว็บของอ.สุณีย์ เว็บโยคะวิชาการ ..ซึ่งเป็นข้อมูลวิชาการบ้าง หรือประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญด้านโยคะ...ทำให้เราได้รู้ข้อมูลคร่าวๆก่อนมาเล่นโยคะ”  
( คุณนุ้ย , เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2551)

เนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริง สามารถแยกประเภทของเนื้อหา ออกมาเป็น

### (2.1.1) เนื้อหาที่เกี่ยวกับประโยชน์ของโยคะโดยทั่วไป

ผลการวิจัย พบว่า เนื้อหาที่เกี่ยวกับประโยชน์ของโยคะนั้น ผู้เรียนโยคะ 5 คน บอกว่าโยคะมีประโยชน์ตามที่ผู้ฝึกสอนได้บอกจริงๆ แต่ต้องใช้เวลาในการฝึกด้วยจึงจะได้รับประโยชน์ตามนั้น

“ถ้าเรารู้ประโยชน์ก็ทำให้อยากมามากขึ้นถึงเราจะยังไม่เห็นผลแต่ก็เชื่อว่าเป็นจริง แต่ถ้าไม่ได้รับข่าวสารเพิ่มเติมก็คิดว่า ไม่ทำให้คนเราเปลี่ยนมุมมองไปเลยเหมือนเรารู้ว่าประโยชน์มันเป็นอย่างไร ข่าวสารมันทำให้ดูวิชาการมากขึ้น มีประสบการณ์ทำให้ชัดเจนขึ้น”  
( คุณก้อย , เล่นโยคะมา 9 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 23 ธันวาคม 2550)

“ผู้สอนก็จะบอกให้ทำทำนั้นทำนั้นไปเรื่อยๆ ทำนี้มีประโยชน์อย่างไร ซึ่งบางท่าเกร็งหน้าท้อง ทำให้หน้าท้องแข็งแรงขึ้น แรกๆ จะเจ็บ หลังๆ จะดีขึ้น”  
( คุณไอ้ต , เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2551)

### (2.1.2) เนื้อหาเกี่ยวกับการทำท่า

นอกจากโยคะจะเป็นศาสตร์ที่มีอายุยาวนาน 5000 ปีแล้ว ความรู้ของโยคะก็ยังมีอยู่มากมาย เพียงแค่ท่าต่างๆก็มี 10800 ท่าแล้ว จึงมีเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับการทำท่าต่างๆมาเผยแพร่ได้

ท่าฝึกโยคะต่างๆในคู่มือฝึกโยคะ เช่น ท่าอาสนะ การฝึกโยคะในท่าอุนเครื่อง ท่าแสดง ความเคารพต่อดวงอาทิตย์ (สุริยะนมัสการ) ลมปราณแห่งชีวิต

**การฝึกโยคะในท่ายืน** ท่าภูเขา ท่ารูปสามเหลี่ยม ท่างอตัวในท่าสามเหลี่ยม

**การฝึกโยคะในท่านั่ง** ท่าสายฟ้าฟาด ท่าผู้พิชิต ท่าเด็ก ท่าผีเสื้อ ท่านั่งให้สมดุล ท่ายกแขนและยกไหล่

**การฝึกในท่านอนพื้น** ท่านอนหงายและท่านอนคว่ำ ท่ากิ้งตัวและท่าโยกตัว ท่ายืนบนไหล่ ท่าคั่นไถ ท่าสุนัข ท่างูเห่า ท่านอนหงายปิดตัว

“ผู้สอนโยคะ จะบอกวิธีการทำท่าแต่ละท่า บอกสรรพคุณของการเล่นโยคะว่า ทำให้จิตใจสงบ ไม่เครียด ทำท่านี้ได้ผลอะไร”

( คุณผึ้ง , เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2551)

### (2.1.3) การเตือนอันตราย

“เวลาสอนโยคะนั้น จะต้องคอยบอกผู้เรียนด้วยว่า ในการเล่นโยคะนั้นอาจเกิดอันตรายได้ เช่น ท่าบางท่าอาจพิสดารหัวลงพื้น เท้าชี้ฟ้า ถ้าเราเกิดทำไม่ถูกวิธีก็อาจได้รับบาดเจ็บได้ อย่าไปฝืนตัวเอง”

( คุณกั้ง , สอนโยคะมา 5 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2551)

“ในการเล่นโยคะนั้นอาจเกิดอันตรายได้ เช่น ถ้าดื่มน้ำไม่พอจะทำให้มีน้ำขุ่น เพราะการเล่นโยคะทำให้สูญเสียน้ำจากร่างกาย ถ้าดื่มน้ำไม่เพียงพอก็จะส่งผลไม่ดีต่อร่างกาย”

( คุณจ๊อบ , สอนโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 30 มกราคม 2551)



## 2.2 มีลักษณะเป็นเนื้อหาที่เข้าใจได้ง่าย

ผลการวิจัย พบว่า การที่ผู้ออกกำลังกายสนใจการเล่นโยคะ เนื่องจากผู้ส่งสารได้มีการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารออกมาในรูปแบบที่ผู้รับสารเข้าใจได้ง่าย โดยคำนึงถึงรูปแบบการใช้ภาษา ซึ่งผู้ส่งสารเลือกใช้ภาษาที่ไม่เป็นวิชาการมากนัก อีกทั้งยังง่ายต่อการตีความหมายและไม่สลับซับซ้อนทำให้ผู้รับสารเข้าใจข้อมูลที่สื่อออกมาได้อย่างชัดเจน

## 3. ช่องทางการสื่อสาร

ผลการวิจัย พบว่า ช่องทางการสื่อสารถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโยคะให้เป็นที่รู้จักของคนในสังคมไทย เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้และสร้างความรู้เข้าใจอย่างถูกต้องและเหมาะสม และสามารถแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารออกไปสู่วงกว้างได้ ซึ่งช่องทางการสื่อสารที่ส่งผลต่อการเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง มีดังต่อไปนี้

### ➤ การพบปะให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล

ผลจากวิจัย พบว่า การพบปะให้คำปรึกษาถือว่าเป็นช่องทางการสื่อสารช่องทางหนึ่งซึ่งมีบทบาทเด่นในระยะก่อตัวและขยายตัว เป็นลักษณะการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ฝึกสอนโยคะ กับ ผู้เล่นโยคะ โดยส่วนมากผู้เล่นโยคะจะมาปรึกษาเรื่องเกี่ยวกับการเล่นโยคะในท่าต่างๆ ว่าทำท่านี้ไม่ได้ ควรทำอย่างไร ปวดหลังควรทำท่าไหนดี หรือเรื่องต่างๆไป เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน เรื่องสุขภาพ มีทั้งให้ข้อมูลใน Group conversation และให้คำปรึกษาเป็น Individual case

“...พี่จะเน้นคนมาเรียนครั้งแรกเลยนะ เพราะว่ารู้ว่ามันยากสำหรับคนมาเรียนครั้งแรก คือเขาจะท้อ หมดกำลังใจในการเล่นโยคะ .....

พอจบ Class เรียน พี่ก็จะเข้าไปคุยกับเขาว่าเป็นไงบ้าง ครั้งแรกก็อย่างนี้แหละ ค่อยฝึกไปนะ ...”

(คุณจ๊อบ , สอนโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 30 มกราคม 2551)

กลยุทธ์สำคัญอย่างหนึ่งของผู้สอนโยคะ คือ เป็นผู้ให้คำปรึกษาเป็น Individual case

“ปัญหาส่วนใหญ่ที่มาปรึกษา คือ หน้ามืด เหนื่อย ไม่ค่อยมีเรื่องเจ็บปวดนะ คือ พี่จะไม่  
กอดถ้าคิดว่าผู้เรียนทำไม่ได้ ...

แต่บางคนเกือบทำได้ก็จะหาเครื่องมือมาช่วย เช่น ผ่าขนหนูมาให้เขาจับจะได้ทำทำนั้นๆ  
ได้ง่ายขึ้น”

(คุณจอย , สอนโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2551)

“ระหว่างเล่นโยคะก็มีผู้สอนมาสอนท่าบ้างในชั้นเรียน แต่หากเราไม่เข้าใจหรือทำไม่ได้ก็  
จะถามนอกชั้นเรียน ผู้สอนจะอธิบายว่า ต้องทำที่ละนิดถึงจะได้ผลไม่ใช่ครั้งสองครั้งแล้วเห็นผล  
เลย”

(คุณก้อย , เล่นโยคะมา 9 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 23 ธันวาคม 2550)

“ระหว่างเล่นโยคะก็มีผู้สอนก็จะบอกให้ทำท่าที่นั่นไปเรื่อยๆ ทำนี้มีประโยชน์อย่างไร ซึ่ง  
บางท่าเกร็งหน้าท้อง ทำให้หน้าท้องแข็งแรงขึ้น แรกๆ จะเจ็บ หลังๆ จะดีขึ้น”

(คุณไอ้ต , เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2551)

“ก่อนเริ่มสอนก็จะมี การพูดคุยกันบ้าง สร้างความสนิทสนมกันหน่อย เพื่อให้ผู้เรียนผ่อนคลาย  
เป็นกันเอง จะได้ไม่รู้สึกว่าการทำท่าไม่ได้

(คุณอาร์ท , สอนโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 20 มกราคม 2551)

การที่ผู้ฝึกสอนโยคะมีบทบาทการสื่อสาร เพื่อสร้างความสัมพันธ์ การผ่อนคลาย เพราะ  
การทำท่าโยคะ ทำให้เกร็ง / กลัว / เจ็บ ได้

มีถามบ้างว่าคราวที่แล้วทำท่าไหนแล้วรู้สึกเจ็บปวดบ้างบ้าง แล้วพูดคุยถึงท่าต่างๆที่  
ผู้เรียนคิดว่าทำไม่ได้ หลังสอนก็จะถามว่าเป็นไงบ้าง วันนี้รู้สึกยังไง ทำท่าไหนไม่ได้บ้าง”

(คุณอาร์ท , สอนโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 20 มกราคม 2551)

ผู้ฝึกสอนใช้การสื่อสารเพื่อการดูแล เอาใจใส่ (Monitor) ผู้เรียนโยคะ

“ก่อนเรียน จะบอกถึงประโยชน์ของท่าต่างๆคร่าวๆ บอกว่าอย่าเกรง ทำตามสบายๆ ถ้า  
ทำไม่ได้ไม่ต้องฝืน จะเจ็บปวดได้

หลังเลิกเรียน จะคุยกันบ้างว่าทำทำนี่ยังไม่ถูกนะ อย่าเกรง หรือถ้าผู้เรียนบอกว่าปวดหลัง ก็จะบอกว่าให้ทำทำนี้จะช่วยให้ลดอาการปวดหลังได้ มีการพูดคุยเรื่องทั่วไปด้วย เช่น วันนี้เป็นไง เหนื่อยไหม ถ้าไม่ค่อยเห็นหน้าก็จะถามว่าหายไปไหนมา ไม่เห็นมาเรียนเลย ส่วนใหญ่จะมีปัญหาเรื่องเวลาซะมากกว่า”

(คุณเมย์ , สอนโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 3 มีนาคม 2551)

การที่ผู้ฝึกสอนโยคะ ใช้ช่องทางการสื่อสารเหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุยทั้งก่อนเรียนและหลังเลิกเรียน ซึ่งเป็นการสื่อสารทุกระยะ และการพูดคุยเรื่องทั่วไป เช่นถามสารทุกข์สุกดิบ กับผู้มาเรียนโยคะ ทำให้เกิดความคุ้นเคย ความเป็นกันเองระหว่างผู้ฝึกโยคะกับผู้เล่นโยคะ ทำให้ผู้เล่นโยคะมาเรียนโยคะอย่างต่อเนื่อง

### ➤ การบอกปากต่อปาก

ผลการวิจัย พบว่า การบอกปากต่อปาก ถือได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากในระยะก่อดตัวของการเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากว่าในระยะนี้ถือเป็นระยะก่อดตัว ซึ่งเป็นระยะที่สื่อมวลชนยังไม่ได้เข้ามามีบทบาท

อีกทั้งการเล่นโยคะก็เป็นการออกกำลังกายชนิดใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคม คนไทยเริ่มรู้จักโยคะกันบ้างแล้ว ในรูปแบบการบอกปากต่อปาก ซึ่งเป็นลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคลอย่างหนึ่ง จึงช่วยในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับบุคคลกลุ่มอื่นๆและก็ยังคงมีบทบาทในระยะอื่นๆของการเล่นโยคะอย่างต่อเนื่องอีกด้วย โดยเป็นปัจจัยสนับสนุนเพื่อเผยแพร่การเล่นโยคะให้เป็นที่รู้จัก และช่วยกระจายการเล่นโยคะออกไปสู่บุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อน ครอบครัว ญาติพี่น้อง จากการทำบุคคลเหล่านี้ได้ลองเล่นโยคะ และเห็นว่าการออกกำลังกายด้วยโยคะมีประโยชน์จึงทำการบอกต่อกับบุคคลใกล้ชิด หรือบุคคลที่มีปัญหาด้านสุขภาพ ซึ่งกล่าวได้ว่าช่องทางการสื่อสารในลักษณะนี้มีอิทธิพลอย่างมาก ในการโน้มน้าวใจให้ออกกำลังกายด้วยโยคะจึงทำให้เกิดการขยายตัวออกไป

“ในฐานะที่พี่เป็นคนเรียนด้วยคนสอนด้วย พี่คิดว่าผู้สอนมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในกับการที่ผู้เรียนจะมาเรียนด้วย คือถ้าผู้สอนโยคะ สอนดีก็จะเกิดการบอกต่อกัน ทำให้คนมาเรียนกับผู้สอนคนนั้นๆมากขึ้น”

(คุณหนึ่ง , ผู้ฝึกสอนโยคะมา 4 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2551)

“เมื่อได้เล่นโยคะก็มีการแนะนำบอกต่อให้พี่ไปสมัครด้วยกัน ไปเล่นด้วยกัน ซึ่งพี่ไปบ่อยกว่าดิฉันอีก”

(คุณชา, เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2551)

“ส่วนตัวดิฉันก็ได้มีการแนะนำบอกต่อให้กับเพื่อนๆ ที่มีนิสัยคล้ายกันคิดว่า เพื่อนคงจะชอบเหมือนกัน แล้วก็มีเพื่อนที่สนใจเล่นแล้วชอบ”

(คุณภัทร , เล่นโยคะมา 1 ปี 6 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2551)

“แนะนำบอกต่อให้กับน้องสาว เพราะน้องสาวก็เป็นคนที่ไม่ได้ออกกำลังกายเป็นประจำ คิดว่าน่าจะไปลองเล่นก็เลยชวนน้องไป”

(คุณฝน , เล่นโยคะมา 4 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2551)

“หลังจากที่เล่นโยคะก็มีการแนะนำเพื่อนๆ ให้ไปเล่นเพื่อสุขภาพเพราะเกิดทัศนคติที่ดีต่อโยคะ”

(คุณก้อย , เล่นโยคะมา 9 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 23 ธันวาคม 2550)

“ได้แนะนำบอกต่อให้กับเพื่อนหลายๆ คน ให้ไปเล่นด้วยกัน ซึ่งเพื่อนๆ ก็ไปเล่นโยคะนะ”

(คุณผึ้ง , เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2551)

#### ➤ การใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย

ผลการวิจัย พบว่า การเล่นโยคะอย่างต่อเนื่องนั้น จะเน้นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อบุคคลซึ่งถือได้ว่าเป็นสื่อที่สำคัญมากที่สุด เพราะสามารถเข้าถึงบุคคลเหล่านั้นได้ง่าย ไม่ว่าจะ เป็นครูผู้สอนโยคะ ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านโยคะโดยเฉพาะ เพื่อน ผู้ใกล้ชิด ครอบครัวญาติพี่น้อง นอกจากสื่อบุคคลแล้วยังได้มีการใช้ช่องทางการสื่อสารอื่นๆ ควบคู่ไปด้วยเพื่อให้เกิดความหลากหลายและเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้มากที่สุด เช่น ได้รับการชักชวนให้มาเล่นโยคะจากเพื่อน แล้วหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโยคะจากทางอินเทอร์เน็ต , นิตยสาร เป็นต้น ถึงแม้ว่าจะตัดสินใจเล่นโยคะแล้ว ผู้เล่นก็ยังแสวงหาข้อมูลที่ยังไม่เข้าใจตลอดเวลา ดังข้อมูลที่ได้แสดงข้างหน้า

#### 4. ความสนใจของผู้เล่นโยคะเอง

ผลการวิจัย พบว่า การเริ่มเล่นโยคะ ส่วนหนึ่งเกิดมาจากความสนใจของตัวผู้เล่นเอง อาจจะเป็นในเรื่องของการสนใจรักษาสุขภาพ , สนใจดูแลรูปร่าง หรือต้องการหากิจกรรมเพื่อผ่อนคลาย เป็นต้น ปัจจัยด้านความสนใจของผู้เล่นโยคะถือว่าเป็นหลักพื้นฐานที่มีความสำคัญมากในการผลักดันให้เกิดการเล่นโยคะ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่องด้วย เพราะว่าการเล่นโยคะจะขยายกว้างออกไปได้จะต้องได้รับการยอมรับจากคนในสังคม โดยคนในสังคมเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการเล่นโยคะ จึงถือว่าเป็นปัจจัยขั้นแรกที่มีอิทธิพลผลักดันในการเล่นโยคะนี้แพร่กระจายออกไป ซึ่งปัจจัยนี้ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

##### 4.1 ความเอาใจใส่ต่อสุขภาพ

ผลการวิจัย พบว่า เนื่องจากในปัจจุบัน กระแสสังคมกระตุ้นให้คนดูแลเอาใจใส่สุขภาพของตนเอง แทนที่จะรอให้เจ็บป่วยแล้วไปหาหมอ อยากให้ตนเองมีสุขภาพร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง อีกทั้งคนรอบตัวก็ออกกำลังกายด้วย จึงทำให้หันมาให้ความสนใจกับประเด็นที่สื่อๆต่าง ๆ นำเสนอ

##### 4.2 การทดลองเรียนโยคะ

จากผลการวิจัย พบว่า การที่กลุ่มบุคคลซึ่งมีความสนใจในเรื่องโยคะ และได้ทดลองเรียนโยคะไปช่วงระยะเวลาหนึ่งแล้ว ผลที่ได้รับหลังการเรียนแล้ว คือ ทำให้ร่างกายสมบูรณ์แข็งแรงขึ้น รวมถึงสามารถแก้ไขปัญหาความเจ็บป่วยให้ทุเลาลงได้ จึงส่งผลให้บุคคลเหล่านั้นเกิดความเชื่อถือมากขึ้นและตัดสินใจมาเล่นโยคะอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

*“มีอาการเจ็บหลัง คุณหมอเลยแนะนำให้มาลองเล่นโยคะ พอเล่นมาได้ระยะหนึ่งแล้วหายปวดหลัง เลยเล่นโยคะมาเรื่อยๆตั้งแต่นั้นมา”*

(คุณพลอย ,เล่นโยคะมา 1 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2551)

*“คิดว่าผู้มาเรียนโยคะมาเรียนอย่างต่อเนื่อง คืออาจจะเพราะว่าเห็นผลของการเล่นโยคะก็เป็นได้ คือครั้งแรกอาจมีน้เป็นไข้ แต่ถ้าปรับตัวแล้ว ผ่านไป 2-3 สัปดาห์ปรับตัวได้ก็จะมาเรียนอย่างต่อเนื่อง”*

( คุณจ๊อบ, สอนโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 30 มกราคม 2551)

#### 4.3 การได้เห็นตัวอย่างจากบุคคลตัวอย่าง

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มบุคคลบางส่วนที่ให้ความเชื่อถือในเรื่องโยคะ เพราะว่ามีตัวอย่างบุคคล ซึ่งองค์ประกอบนี้เป็นองค์ประกอบเด่นในระยะเวลากระจายตัวและระยะระบอด เนื่องจาก การที่มีบุคคลที่มีอาการป่วย เช่น ปวดหลัง ปวดท้อง เป็นต้น ได้เล่นโยคะเพื่อช่วยลดอาการปวดต่างๆเหล่านั้นแล้วอาการดีขึ้น ได้ถูกเสนอผ่านสื่อต่างๆ หรือ บุคคลใกล้ชิดได้ ทดลองเล่นโยคะแล้วมีสุขภาพที่ดีขึ้น จึงเกิดความเชื่อถือและปฏิบัติตาม ส่งผลให้กลุ่มคนหรือบุคคลนั้นๆ ที่มีความสนใจเกี่ยวกับการเล่นโยคะนี้เพิ่มมากขึ้น ตัวอย่างเช่น

“คุณน้ำก็มีอาการปวดหลัง แล้วเล่นโยคะก็หาย จึงลองไปเล่นดู”

( คุณพลอย, เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2551)

“เคยดูรายการโทรทัศน์รายการหนึ่ง มีบ๊ายจีเป็นแขกรับเชิญ มาพูดเรื่องโยคะ ว่าออกกำลังกายด้วยโยคะ แล้วทำให้ไม่แก่ ร่างกายแข็งแรง รูปร่างดี ทั้งๆที่อายุก็มากแล้ว จึงสนใจเรียนโยคะ”

( คุณน้ำตาล, เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2551)

“โฆษณาในสื่อต่าง ๆ ว่ามีการบรรยายสรรพคุณของโยคะเกินความเป็นจริงหรือเปล่านั้นก็คิดว่า ไม่เกินจริง ถ้าปฏิบัติอย่างเคร่งครัดมีวินัยในการเล่นและปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง มีการควบคุมอาหาร แต่ถ้าเล่นๆ หยุดๆ ก็ไม่ได้ผลอะไร”

( คุณนุ้ย, เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2551)

#### 1.4 ด้านประโยชน์เชิงเทียบ

ผลจากการวิจัย พบว่า การที่บุคคลเหล่านี้ให้ความสนใจและยอมรับการออกกำลังกายด้วยโยคะ เนื่องจากว่า หลังจากได้ทดลองเล่นมาช่วงเวลาหนึ่ง และเห็นผลจากการเล่นโยคะเมื่อเทียบกับการออกกำลังกายแบบอื่นๆ เห็นว่า การเล่นโยคะให้ประโยชน์มากกว่า ไม่เหน็ดเหนื่อย และไม่ต้องใช้อุปกรณ์ให้ยุ่งยาก ในเรื่องของราคาก็เป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเล่นโยคะด้วย ถ้าผู้เล่นโยคะรู้สึกว่าเป็นการออกกำลังกายที่คุ้มค่า ก็จะทำให้เกิดความมั่นใจมากขึ้นในการยอมรับและเล่นโยคะต่อไป

“...เมื่อก่อนเล่นฟิตเนสมาก่อน รู้สึกเหนื่อยมาก และอุปกรณ์เยอะ ลำบากต่อการเดินทางมาก แต่พอมาเล่นโยคะใช้เวลาเล่นพอๆกัน กลับรู้สึกไม่เหนื่อยมาก แกรมสบายตัว เลยเปลี่ยนมาเล่นโยคะแทน ...”

( คุณผึ้ง, เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2551)

“...โยคะเป็นการออกกำลังกายที่ง่ายไม่ต้องใช้อุปกรณ์มากดีกว่าการวิ่งและไม่เหนื่อยกว่า...”

(คุณเงิน, เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2551)

#### 1.5 อิทธิพลจากกลุ่มเพื่อน (Group like)

“ตอนนั้นเพื่อนชวนไปทดลอง หลายปีแล้ว แต่ว่าไปแค่ครั้งเดียวก็ไม่ได้ไปอีกเลย เพราะตอนนั้นขี้เกียจยังไม่อยากออกกำลังกาย แต่ตอนนี้เพื่อนๆออกกำลังกายกันหมด เลยกลับมาเล่นโยคะอีกครั้ง แล้วก็เล่นมาเรื่อยๆได้ 4 เดือนแล้ว”

( คุณฝน , เล่นโยคะมา 4 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2551)

### 5. ปัจจัยเสริมภายใน

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยเสริมภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะ คือ ลักษณะทางประชากร ซึ่งประกอบด้วย อายุ อาชีพ และรายได้ โดยสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

- อายุ

ผลการวิจัย พบว่า อายุของผู้เล่นโยคะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเล่นโยคะ โดยผู้เล่นโยคะ จำนวน 7 คน จะมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 21 – 25 ปี ผู้เล่นโยคะ จำนวน 2 คน จะมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 26 – 30 ปี และผู้เล่นโยคะ จำนวน 1 คน มีอายุ 42 ปี จะเห็นได้ว่าผู้เล่นโยคะส่วนใหญ่จะมีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป โดยผู้เล่นโยคะ จำนวน 5 คนให้เหตุผลว่า เป็นช่วงที่มีความต้องการในการออกกำลังกาย เพราะห่วงเรื่องสุขภาพและความสวยงามในรูปร่าง ก่อนที่รูปร่างจะทรุดโทรมไปมากกว่านี้ ตัวอย่างที่อธิบายปรากฏการณ์นี้ได้แก่

“คิดว่าถ้าไม่เล่นโยคะตอนนี้ กลัวว่าร่างกายจะไม่สามารถเล่นได้ ถ้าอายุมากกว่านี้ เส้นคง ยึดไปหมดแล้ว”

( คุณเจ็ญ , เล่นโยคะมา 2 ปี, สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2551)

“ผู้ที่มาเรียนส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุประมาณ 25-40 ปี เป็นวัยทำงานนะ เลิกงานแล้วก็ มาเล่นโยคะ”

( คุณกั้ง , สอนโยคะมา 5 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2551)

“ผู้มาเรียนส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุประมาณ 20 ปลายๆขึ้นไป....ที่สังเกตดู คือ มาคนเดียว จะเล่นอย่างต่อเนื่อง เพราะน่าจะอยากเล่นด้วยตัวเองมากกว่า แต่บางทีก็เห็นคุยๆกัน นั่งข้างกัน ไม่น่าจะรู้จักกันมาก่อนหรือว่ารู้จักกันใน Class ”

( คุณจอย , สอนโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2551)

- อาชีพ

จากผลการวิจัย พบว่า อาชีพของผู้ใช้บริการเป็นปัจจัยภายในอีกประการหนึ่งที่มีผลต่อการเล่นโยคะ กล่าวคือ ผู้เล่นโยคะ จำนวน 5 คน ส่วนใหญ่มีลักษณะการทำงานหลายประการคล้ายคลึงกัน โดยให้เหตุผลว่า ลักษณะการทำงานต้องเกี่ยวข้องกับการใช้ร่างกายส่วนใดส่วนหนึ่งเป็นพิเศษ ส่งผลให้เกิดการเมื่อยล้าหรืออาการปวด

“ก่อนที่จะมาเป็นครูสอนโยคะ เคยทำงานบริษัทมา ต้องนั่งทำงานหน้าคอมพิวเตอร์ทุกวัน รู้สึกปวดไหล่ เพื่อนที่ทำงานเลยชวนมาเล่นโยคะ บอกว่าจะได้ยืดเส้นยืดสาย ทำให้หายจากการปวดไหล่...พอมาเล่นโยคะแล้ว หายปวดไหล่จริงๆ....เลยเล่นตั้งแต่นั้นมา....ถึงวันนี้ก็ 2 ปีแล้วนะ.”

( คุณน้อง , สอนโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2551)

- รายได้

จากผลการวิจัย พบว่า รายได้เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างมาก เพราะการเล่นโยคะเป็นการออกกำลังกายราคาค่อนข้างสูง กล่าวคือ ผู้เล่นโยคะ จำนวน 6 คน มีรายได้สูง เหมาะแก่การออกกำลังกายด้วยโยคะ



“ราคาในการเล่นโยคะนั้นขึ้นอยู่กับเราเองว่าเราไปบ่อยแค่ไหน ถ้าซื้อคอร์สการเล่นราคาอยู่ที่ 2,500-3,000 บาท ถ้าไปเล่นทุกวันก็ตกวันละ 100 บาท สำหรับดิฉันก็คิดว่าไม่แพงเพราะเราไปเล่นเป็นประจำอยู่แล้ว”

( คุณผึ้ง, เล่นโยคะมา 2 ปี, สัมภาษณ์วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2551)

“ถามถึงเรื่องราคา ดิฉันคิดว่า ถ้าจ่ายเป็นรายปีไม่แพง แต่ถ้ารายเดือนค่อนข้างแพงมากเลยเลือกสมัครเป็นรายปี....คิดว่าถ้าหมดอายุการเป็นสมาชิกก็ต้องดูก่อนว่ามีโปรโมชั่นดีๆหรือไม่ ถ้ายังไม่มีที่นำเสนอใจก็อาจยังไม่สมัครต่อ....”

( คุณก้อย, เล่นโยคะมา 9 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 23 ธันวาคม 2550)

“ราคาในการเล่นโยคะนั้นค่อนข้างแพง ทำให้มีผลกระทบต่อทางเลือกที่จะเล่นเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ที่ได้รับคือ ถ้ามีรายได้น้อยก็ต้องหาที่อื่นที่มีราคาถูกกว่า Absolute Yoga ก็มีราคาที่ไม่แพงอยู่เหมือนกันแต่ก็มีความสมเหตุสมผล”

( คุณภัทร , เล่นโยคะมา 1 ปี 6 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2551)

“ราคาในการเล่นโยคะนั้นไม่แพง เนื่องจากช่วงที่ไปสมัครมีหลายที่และหลายโปรโมชั่นยอมรับว่า ในช่วงแรกๆ มีราคาที่ย่อมเยา แต่ตอนนี้มีทั้ง Absolute Yoga, แคลิฟอเนียร์ ว้าว ให้เลือกเยอะทำให้ราคาถูกลง”

( คุณฝน , เล่นโยคะมา 4 เดือน – สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2551)

“การเล่นโยคะนั้นมีราคาแพง บางทีก็แพงเกินไป ก็เลยสมัครตลอดชีวิตจ่ายแค่ครั้งเดียวอย่างนี้ก็ดีขึ้นหน่อยจะเล่นเมื่อไรก็ได้”

( คุณชา , เล่นโยคะมา 3 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2551)

“การเล่นโยคะนั้นตอนแรกคิดว่ามีราคาแพง เพราะจริงๆ แล้วการเล่นโยคะไม่จำเป็นต้องลงทุนอุปกรณ์อะไรสักเท่าไร.....แต่ก็พอเห็นสถานที่ ความสะอาดสบาย ก็คิดว่าคุ้มนะ”

( คุณพลอย , เล่นโยคะมา 1 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2551)

“การเล่นโยคะในแต่ละคอร์สนั้นมีราคาไม่แพงอย่างดิฉันเล่นโยคะร้อนก็คิดว่า ราคาเหมาะสม”

( คุณน้ำตาล , เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 2551)

## 6. ด้านบริบทสังคม

ผลการวิจัย พบว่า สภาพแวดล้อมของสังคมถือว่าเป็นปัจจัยเสริมปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลในการจุดประกายทำให้คนในสังคมได้รู้จักและหันมาให้ความสนใจ รวมถึงส่งผลให้คนเกิดการยอมรับ จากการวิเคราะห์พบว่า องค์ประกอบด้านบริบทสังคมนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

### 1.1 กระแสการตื่นตัวในเรื่องของการดูแลสุขภาพ

ผลจากการวิจัย พบว่า กระแสการตื่นตัวในเรื่องของการดูแลสุขภาพนั้นเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ องค์ประกอบหนึ่งที่มีส่วนผลักดันให้คนหันมาให้ความสนใจเรื่องโยคะก็เนื่องมาจากว่า สังคมเกิดการตื่นตัวในเรื่องของการดูแลสุขภาพ มีการนำการออกกำลังกายในรูปแบบต่างๆ มาเผยแพร่ในสังคมเป็นจำนวนมาก ประกอบกับช่วงเวลานั้น คนในสังคมเริ่มรู้สึกว่าการแพทย์ในปัจจุบันไม่สามารถที่จะช่วยแก้ปัญหาในเรื่องของสุขภาพได้ ทำให้คนพยายามที่จะหาทางออก จึงหันมาให้ความสนใจในเรื่องของการออกกำลังกายมากขึ้น จนเป็นปัจจัยผลักดันอย่างหนึ่ง ที่ทำให้การเล่นโยคะได้รับการตอบรับจากคนในสังคมเป็นจำนวนมาก จนก่อให้เกิดการระบาดขึ้นมา ดังตัวอย่างเช่น

“...เพื่อนๆ ที่ทำงาน ออกกำลังกายเกือบทุกคนเลยเพราะห่วงเรื่องสุขภาพมากขึ้น ทำให้เราต้องหันมาออกกำลังกายด้วยเพื่อไม่ให้ตกเทรนเรื่องสุขภาพ ...”  
(คุณผึ้ง, เล่นโยคะมา 2 ปี – สัมภาษณ์วันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2551)

“เดี๋ยวนี้ อะไรก็เพื่อสุขภาพไปหมด ไม่ว่าจะเรื่องอาหาร หรือเรื่องการออกกำลังกายก็ตาม”  
(คุณบอม, เล่นโยคะมา 5 เดือน, สัมภาษณ์วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2551)

### 1.2 กระแสโยคะ

ผลการวิจัย พบว่า กระแสโยคะเป็นบริบททางสังคมที่เกิดขึ้นในระยะระบาด ซึ่งมีผลผลักดันให้การเล่นโยคะเป็นที่นิยมอย่างรวดเร็ว เนื่องจากว่าการที่สังคมพูดถึงเรื่องโยคะ และการเกิดสถาบันสอนโยคะต่างๆ เพิ่มขึ้นมากมายในเวลาอันรวดเร็ว ก็ทำให้คนเริ่มหันมาให้ความสนใจ

ไปตามกระแสที่เกิดขึ้นในสังคม อีกทั้งยังทำให้สามารถที่จะเล่นโยคะได้อย่างสะดวกสบาย เนื่องจากมีสถานประกอบการสอนโยคะเปิดขึ้นมากมายทั่วกรุงเทพฯ ปัจจุบันมีทั้งหมด 79 แห่ง ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล (ข้อมูลจาก [www.thailandjournalyoga.com](http://www.thailandjournalyoga.com) : 31 มีนาคม 2551) จึงถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่จุดประกายความสนใจให้กับสาธารณชน

สำหรับคนที่ยอมรับในระยณะนี้ส่วนมากเป็นบุคคลที่จะอยากเข้ามาเรียนรู้เรื่องโยคะว่าเป็นอย่างไร เมื่อกระแสความสนใจของคนในสังคมลดลง คนเหล่านี้ก็จะค่อยๆเลิกเล่นโยคะไป มีเพียงบางส่วนที่ยังคงเล่นโยคะอยู่ ก็เนื่องจากการเห็นถึงประโยชน์ของการเล่นโยคะอย่างแท้จริง ซึ่งปัจจัยนี้จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง ดังตัวอย่างเช่น

“ส่วนใหญ่ผู้เรียนมักจะเป็นผู้หญิง เพราะ จะเน้นเรื่องความงาม รูปร่าง เน้นเรื่องนี้ ประมาณ 90 % ไม่ได้มาเล่นเพื่อสุขภาพสักเท่าไรที่คิดว่าน่าจะมาเล่นตามกระแสมากกว่า เรื่องสุขภาพก็เป็นผลพลอยได้”

( คุณจอย , ผู้สอนโยคะมา 2 ปี - สัมภาษณ์วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2551)

“ตอนนี้โยคะกำลังเป็นที่นิยม บางคนมาเล่นเพราะอยากลดน้ำหนัก ต้องลดให้ได้ แต่จริงๆอยากให้เห็นว่าเรื่องนั้นเป็นเหมือนของแถมมากกว่า หรือบางคนมาเล่นตามกระแส เขาก็จะไปตามกระแส

แต่บางคนก็อาจมาตามกระแส แต่พอเล่นแล้วรู้สึกว่ามันดีจริงๆและเป็นส่วนหนึ่งในชีวิต เขาก็จะชอบ....”

( คุณหมี , สอนโยคะมา 6 ปี - สัมภาษณ์วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2551)

“การเล่นโยคะเป็นกระแสแฟชั่น ดิฉันก็คิดว่า เป็นความจริงในช่วงที่โยคะเพิ่งเข้ามาใหม่ เห็นได้จากดาราที่มาเล่นแล้วก็มีคนเล่นตาม เพื่อให้หุ่นดี เมื่อฟังประโยคนี้นั้นตัวแล้วก็ไม่ชอบ เพราะ เหมือนกับว่าเราก็ดิ้นเหมารวม... ซึ่งก็ไม่ใช่ทั้งหมดเลยสักทีเดียวในการเล่นโยคะนั้น นอกจากมีผลดีทางร่างกายแล้วก็มีผลทางจิตใจด้วย เวลาตื่นเข้ามาถ้าทำโยคะก็จะอารมณ์ดีทั้งวัน “

( คุณภัทร , เล่นโยคะมา 1 ปี 6 เดือน - สัมภาษณ์วันที่ 19 มกราคม 2551)

ผลจากการวิจัยถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะ พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการส่งผลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง และยังคงทำให้กลุ่มบุคคลเหล่านี้ยังคงเล่น

โยคะอย่างต่อเนื่อง ก็คือ ปัจจัยด้านของบุคคล เนื่องจากว่าการเล่นโยคะเป็นการออกกำลังกายที่ช่วยในการรักษาสุขภาพ ซึ่งเป็นลักษณะของผลประโยชน์ส่วนตัว ถ้าบุคคลใดเล่นโยคะอย่างถูกต้อง จากผู้ฝึกสอนที่มีความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะนั้นก็ทำให้บุคคลนั้นมีร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง เมื่อการออกกำลังกายด้วยโยคะนี้สามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลเหล่านั้นได้ จึงทำให้การออกกำลังกายด้วยโยคะดำเนินต่อไปในสังคม อีกทั้งการที่มีช่องทางสื่อสารต่างๆที่เปิดโอกาสให้บุคคลได้เข้าไปเรียนรู้ จึงเป็นปัจจัยผลักดันที่สำคัญทำให้เกิดการเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 7

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะด้วยโยคะ” ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อ

1. การวิเคราะห์การสื่อสารที่มีผลต่อพัฒนาการความนิยมการเล่นโยคะในประเทศไทย
2. เพื่อสำรวจความแพร่หลายของการสื่อสารเรื่องโยคะในปัจจุบัน
3. สื่อต่างๆมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างไร
4. ปัจจัยต่างๆมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเอกสาร (Document Analysis) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกต (observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กลุ่มบุคคล 2 กลุ่มคือ ผู้ฝึกสอนโยคะ และ ผู้เล่นโยคะ

การเก็บรวบรวมข้อมูลมีวิธีการ คือ ผู้วิจัยได้เข้าร่วมเล่นโยคะตามศูนย์ฝึกโยคะ เพื่อสร้างความสนิทสนมทำให้เกิดความไว้วางใจ และเห็นว่าผู้วิจัยมีสถานภาพเป็น “คนใน” ไม่ใช่คนนอกของกลุ่ม ในขณะที่เดียวกันผู้วิจัยก็จะทำการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของคนในกลุ่ม รวมถึงการพูดคุยและสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการควบคู่ไปด้วย เมื่อเกิดความสนิทสนมมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขออนุญาตสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการตามสถานที่ที่บุคคลเหล่านี้สะดวก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกยิ่งขึ้น

เนื่องจากว่าการสัมภาษณ์ตามศูนย์ฝึกโยคะนั้นจะมีข้อจำกัดด้านเวลา และความไม่สะดวกของแหล่งข้อมูล จึงทำให้ต้องมีการนัดสัมภาษณ์เพิ่มเติม ในขณะที่ทำการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้มีการรอบแวนคำถามในการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลครบตามที่ต้องการ พร้อมทั้งบันทึกเทปการสัมภาษณ์ตามแต่ความสมัครใจของแหล่งข้อมูล เพื่อป้องกันการพลาดประเด็นที่ต้องการ หลังจาก

ที่ทำการสัมภาษณ์แต่ละบุคคลเรียบร้อยแล้ว ก็จะขอให้บุคคลเหล่านั้นช่วยแนะนำบุคคลอื่นๆในกลุ่ม เพื่อให้ผู้วิจัยจะได้ทำการสัมภาษณ์ต่อไปให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตามที่ต้องการ

ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 15 ธันวาคม 2550 ถึงวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2551 และสามารถสรุปผลการศึกษิตตามปัญหานำการวิจัยได้ดังนี้

## ปัญหานำการวิจัย ข้อที่ 1

### การวิเคราะห์การสื่อสารที่มีผลต่อพัฒนาการความนิยมการเล่นโยคะในประเทศไทย

ช่วงเวลาที่ผ่านมามาจนกระทั่งถึงปัจจุบันนี้ การเล่นโยคะได้สร้างกระแสการตื่นตัวในเรื่องของการดูแลสุขภาพ ซึ่งถือว่าเป็นปรากฏการณ์น้อยครั้งที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ผู้วิจัยได้ดัดแปลงเกณฑ์การแบ่งระยะของพัฒนาการของนวัตกรรมใหม่ ซึ่งในที่นี้คือ การเล่นโยคะออกเป็น 5 ระยะ คือ (จารุณีพัชรพิมาณสกุล 2542 : หน้า 49)

1. *ระยะก่อตัว* (ก่อน พ.ศ.2545) เป็นระยะที่โยคะถูกนำมาเผยแพร่ในสังคมไทยเป็นครั้งแรกและได้รับความสนใจจากกลุ่มบุคคลกลุ่มเล็กๆในสังคม
2. *ระยะขยายตัว* (พ.ศ.2547) เป็นระยะที่โยคะเริ่มเป็นที่รู้จักของคนในสังคมมากขึ้น โดยเฉพาะภายในกลุ่มผู้รักสุขภาพ
3. *ระยะกระจายตัว* (พ.ศ.2547) เป็นระยะที่มีสถาบันต่างๆเปิดสอนโยคะอย่างเป็นทางการมากขึ้น
4. *ระยะระบาด* (พ.ศ.2548) เป็นระยะที่การเล่นโยคะได้รับการตอบรับจากสาธารณชนอย่างมากมาย จนก่อให้เกิดกระแสการตื่นตัวในเรื่องของการดูแลสุขภาพขึ้นมา โดยมีสื่อมวลชนเป็นตัวผลักดัน
5. *ระยะฝังตัว* (พ.ศ.2549 – 2551) เป็นระยะที่กลุ่มคนให้ความสนใจ เล็งเห็นถึงประโยชน์ของการเล่นโยคะอย่างแท้จริงและได้พยายามแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโยคะ รวมทั้งสนใจที่จะมาเล่นโยคะอย่างจริงจังมากขึ้น

จากขั้นการพัฒนาของการเล่นโยคะที่กล่าวมานี้ ทำให้ทราบถึงขั้นตอนการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารของโยคะที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ตั้งแต่ระยะก่อตัวจนถึงระยะฝังตัว ซึ่งมีการพัฒนาต่อกันมา ไม่ว่าจะเป็นการสนใจเรื่องโยคะเพื่อสุขภาพ ความสวยงาม หรือความเจ็บป่วย

## ปัญหานำการวิจัย ข้อที่ 2

### เพื่อสำรวจความแพร่หลายของการสื่อสารเรื่องโยคะในปัจจุบัน

ผลจากการศึกษาสรุปได้ว่า จากการสำรวจในระยะเวลา 1 เดือน ( 1 – 31 มกราคม 2551) พบว่า ผู้สนใจโยคะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโยคะจากนิตยสารมากที่สุด รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์, Web Site, โทรทัศน์ ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างบางคนรับรู้เรื่องเกี่ยวกับโยคะจากการชักชวนของเพื่อนหรือคนใกล้ชิดมาก่อนแล้วจึงเปิดหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโยคะ, ศูนย์ฝึกโยคะ ทาง Web Site เพิ่มเติมด้วย

สื่อมวลชนที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ นิตยสาร เพราะสามารถให้ข้อมูลข่าวสารได้ละเอียด ชัดเจน และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง คือ คนที่ใส่ใจเรื่องสุขภาพ ความสวยงาม ก็จะอ่านนิตยสารสำหรับสุขภาพ และผู้หญิงทันสมัย ทำให้เข้าถึงการออกกำลังกายด้วยโยคะ เพราะนิตยสารส่วนใหญ่จะบอกถึงประโยชน์ของการเล่นโยคะ การฝึกโยคะด้วยตนเอง ทำต่างๆของการฝึกโยคะ เป็นต้น โดยจะอยู่ในรูปแบบบทความแทรกอยู่ในนิตยสารต่างๆ

รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์ ซึ่งมีเนื้อหาสาระของการเล่นโยคะ ประโยชน์ต่างๆของการเล่นโยคะ แต่ส่วนมากจะอยู่ในรูปบทสัมภาษณ์ หรือคอลัมน์ต่างๆ แทรกตามหน้าบันเทิง ซึ่งเป็นการบอกเล่าเรื่องต่างๆที่ดารา ผู้มีชื่อเสียงนั้นๆได้ไปเล่นโยคะ แล้วได้ประโยชน์มากมาย

Web site เหมาะกับผู้ที่สนใจเล่นโยคะที่ต้องการทราบถึงประวัติ ความเป็นมาของโยคะ ซึ่งสามารถหาข้อมูลได้จาก web site ที่เกี่ยวข้องโดยตรง

ด้านโทรทัศน์ ส่วนมากจะอยู่ในรูปแบบบันเทิง เป็นรายการวาไรตี้ การสัมภาษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือ ศูนย์ฝึกโยคะที่มีชื่อเสียง รายการจะเป็นเกี่ยวกับผู้หญิงและคนรักสุขภาพ ในเรื่องของโฆษณาที่มีพบเห็นอยู่บ้าง เช่น โฆษณาน้ำขิงจินเจิน

## ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3

### สื่อต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะ

ผลจากการศึกษาสรุปได้ว่า การที่ผู้เล่นจะมาเล่นโยคะนั้น จะได้รับข่าวสารจากสื่อต่างๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน ตามลำดับ โดยผู้ที่สนใจเล่นโยคะส่วนใหญ่มาเล่น

โยคะจากการชักชวนของสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และผู้เล่นโยคะส่วนน้อยจะมาเล่น โดยการเห็นโฆษณาจากสื่อต่างๆไม่ว่าจะเป็นสื่อเฉพาะกิจ หรือสื่อมวลชน

โดยคนที่มาเล่นส่วนใหญ่เน้นเรื่องรูปร่าง ความสวยงามเป็นหลัก ในด้านของสื่อมวลชน ผู้ที่สนใจเล่นโยคะได้เห็นว่าผู้ที่มาเล่น ไม่ว่าจะเป็น ดารา นักร้อง ผู้มีชื่อเสียงต่างๆนิยมเล่นโยคะ อาจเป็นขวัญใจของบุคคลนั้นๆ จึงสนใจมาเล่นโยคะตามกระแสด้วย แต่พอได้มาเล่นจริงจังแล้ว เห็นถึงประโยชน์ด้านสุขภาพที่จะได้รับ จึงเล่นต่อไปอย่างต่อเนื่อง

#### สื่อบุคคล

- เพื่อน
- ครอบครัว
- ผู้มีชื่อเสียง
- ผู้ฝึกสอนโยคะ
- พนักงานขายของศูนย์ฝึกโยคะ

#### สื่อเฉพาะกิจ

- โปสเตอร์
- โบรชัวร์
- Billboard
- Banner

#### สื่อมวลชน

- นิตยสาร
- หนังสือพิมพ์
- โทรทัศน์
- อินเทอร์เน็ต
- คู่มือฝึกโยคะ

สถาบันวิทยบริการ  
วิทยาลัยการพัฒนศาสตร์



## ปัญหานำวิจัยข้อที่ 4

### ปัจจัยต่างๆมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ปัจจัยต่างๆมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง สามารถแบ่งได้เป็น 6 ปัจจัยหลัก คือ

#### 1. ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร

ผู้ส่งสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญอย่างมาก ในการส่งผลให้เกิดอิทธิพลการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากว่าเป็นผู้นำการเล่นโยคะไปแพร่สู่กลุ่มบุคคลต่างๆในสังคม ได้แก่ ผู้ฝึกสอนโยคะ, ความมีชื่อเสียง

#### 2. ปัจจัยด้านสาร

ปัจจัยด้านสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง ได้แก่

##### 2.1 ลักษณะเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริง

ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ที่เผยแพร่ผ่านสื่อเป็นรูปธรรม โดยเน้นเรื่องของการเสริมสร้างสุขภาพในสังคมไทย นอกจากนั้น ผู้ส่งสารทั้งตัวคนยฝึกโยคะหรือ ผู้ฝึกสอนโยคะ โดยเน้นการให้ข้อมูลเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริง ผู้ส่งสารต้องทราบข้อมูลที่ถูกต้องก่อนที่จะทำการสื่อสารออกไป สามารถแยกประเภทของเนื้อหา ออกมาเป็น

1.1.1 เนื้อหาเกี่ยวกับประโยชน์ของโยคะโดยทั่วไป

1.1.2 เนื้อหาเกี่ยวกับการทำท่า

1.1.3 การเตือนอันตราย

##### 2.2 มีลักษณะเนื้อหาที่เข้าใจได้ง่าย

ผู้ส่งสารถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารออกมาในรูปแบบที่ผู้รับสารเข้าใจได้ง่าย โดยคำนึงถึงรูปแบบการใช้ภาษา ซึ่งผู้ส่งสารเลือกใช้ภาษาที่ไม่เป็นวิชาการ อีกทั้งยังง่ายต่อการตีความหมาย และไม่สลับซับซ้อน ทำให้ผู้รับสารเข้าใจข้อมูลที่สื่อออกมาได้อย่างชัดเจน

### 3. ปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสาร

ช่องทางการสื่อสารถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในเผยแพร่การเล่นโยคะให้เป็นที่รู้จักของคนในสังคม และช่วยผลักดันในการเล่นโยคะนั้นเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมจนเกิดเป็นวาระของสังคม ทำให้เกิดการเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง ได้แก่

- 1.1 การพบปะให้คำปรึกษา
- 3.2 การบอกปากต่อปาก
- 3.3 การใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย

### 4. ปัจจัยด้านความสนใจของผู้เล่นโยคะ

ปัจจัยด้านความสนใจของผู้เล่นโยคะถือว่าเป็นหลักพื้นฐานที่มีความสำคัญมากในการผลักดันให้เกิดการเล่นโยคะ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่องด้วย เพราะว่าการเล่นโยคะจะขยายกว้างออกไปได้จะต้องได้รับการยอมรับจากคนในสังคม โดยคนในสังคมเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการเล่นโยคะ จึงถือว่าเป็นปัจจัยขั้นแรกที่มีอิทธิพลผลักดันในการเล่นโยคะนี้แพร่กระจายออกไป ซึ่งปัจจัยนี้ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

- 1.1 ความเอาใจใส่ต่อสุขภาพ
- 1.2 การทดลองเล่นโยคะ
- 1.3 การได้เห็นตัวอย่างจากบุคคลตัวอย่าง
- 1.4 ด้านประโยชน์เชิงเทียบ

### 5. ปัจจัยเสริมภายใน

ปัจจัยเสริม มี 3 ประการ ได้แก่ ลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย อายุ อาชีพ และรายได้ ดังนี้

- อายุ

ผู้เล่นโยคะส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป โดยอายุเป็นปัจจัยภายในของบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะ ด้วยเหตุผลว่า เป็นช่วงที่มีความต้องการในการออกกำลังกายเพราะห่วงเรื่องสุขภาพและความสวยงามในรูปร่าง ก่อนที่ร่างกายจะทรุดทรมไปมากกว่านี้

- อาชีพ

ผู้เล่นโยคะส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ให้เหตุผลว่าโดยปกติเวลาทำงานจะต้องนั่งนานๆหลายชั่วโมง รวมถึงการขยับร่างกาย เป็นเหตุทำให้เกิดการเมื่อยล้า ปวดเมื่อยตามร่างกาย ต้องการหาการออกกำลังกายที่สบายๆไม่หนักมาก ออกกำลังกายแล้วไม่รู้สึกหอบเหนื่อยแรง จึงตัดสินใจมาออกกำลังกายด้วยการเล่นโยคะ

- รายได้

ผู้เล่นโยคะจำนวน 6 คนมีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป ถือว่าเป็นบุคคลที่มีรายได้สูงสามารถเล่นโยคะได้ โดยให้เหตุผลว่า การเล่นโยคะถือว่ามีความคุ้มค่าที่ไม่แพงเกินไป ราคาเหมาะสมกับการเล่นโยคะ

## 6. ด้านบริบทสังคม

สภาพแวดล้อมของสังคมถือว่าเป็นปัจจัยเสริมปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลในการจุดประกาย ทำให้คนในสังคมได้รู้จักและหันมาให้ความสนใจ รวมถึงส่งผลให้คนเกิดการยอมรับ และผลักดันให้เกิดการพัฒนาการเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง พบว่า องค์ประกอบด้านบริบทสังคมนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะดังนี้

6.1 กระแสการตื่นตัวในเรื่องของการดูแลสุขภาพ

6.2 กระแสโยคะ

### อภิปรายผล

#### ปัญหาคำถามข้อที่ 1 : การสำรวจการสื่อสารที่มีผลต่อพัฒนาการเล่นโยคะในประเทศไทย

ผลจากการสำรวจ พบว่า สื่อมวลชนทั้งในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ เว็บไซต์ และคู่มือฝึกโยคะ ในระยะเวลา 1 เดือน ( 1-31 มกราคม 2551) สื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือนิตยสาร เนื่องจากเป็นสื่อที่หาซื้อได้ง่าย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดได้เยอะ ทำให้ผู้รับสารได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามที่ต้องการ ซึ่งตรงกับทฤษฎีของแนวคิดและอิทธิพลของสื่อ

ในเรื่องของอิทธิพลของสื่อมวลชน ที่โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T Klapper, 1960:12-49) ได้กล่าวว่าสื่อมวลชนประเภทต่างๆที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมด้านต่างๆของประชาชนไว้ ดังนี้ อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อบุคคลนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่างๆที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ได้แก่ 1. ความโน้มเอียงของผู้รับสาร คือ เมื่อบุคคลนั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย 2. การเลือกของผู้รับสาร คือ บุคคลจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน บุคคลจะพยายามตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่มีอยู่เดิม และจะจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน 3. อิทธิพลของบุคคล ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือเลื่อมใสและไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ จะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนพฤติกรรมของบุคคลให้ปรากฏออกมา ดังที่ผู้สนใจเรื่องโยคะ ได้ศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับโยคะ คือต้องการข้อมูลที่น่าเชื่อถือมาสนับสนุนความคิดของตนเอง

สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงบุคคลได้เช่นกัน จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้วหากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา ก็จะเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมได้ อย่างที่ผู้ที่ใส่ใจสุขภาพ ได้อ่านข้อมูลเกี่ยวกับโยคะ ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับโยคะ และเกิดพฤติกรรมการออกกำลังกายด้วยโยคะ

สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่บุคคลได้ ในกรณีที่บุคคลนั้นไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน สอดคล้องกับการที่ผู้สนใจเล่นโยคะบางคน ไม่ได้มีความรู้ หรือ สนใจในเรื่องการออกกำลังกายด้วยโยคะมาก่อน แต่อ่านเจอในนิตยสารที่มีบทความหรือคอลัมน์เกี่ยวกับโยคะแทรกเข้ามาในเล่มนั้นๆ ในครั้งแรกอาจจะไม่ได้สนใจในทันที แต่เมื่อพบเห็นพบความหลายๆครั้ง ทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ เกิดทัศนคติที่ดีกับโยคะ และเกิดพฤติกรรมการเล่นโยคะได้

## ปัญหานำข้อที่ 2

### สื่อต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะ

จากผลการวิจัย พบว่า การที่ผู้เล่นจะมาเล่นโยคะนั้น จะได้รับข่าวสารจากสื่อต่างๆ อาทิ เช่น สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน ซึ่งสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเล่นโยคะมากที่สุดคือ สื่อบุคคล รองลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน ตามลำดับ

#### • สื่อบุคคล

สื่อบุคคลในการสื่อสารเรื่องโยคะ ประกอบด้วย เพื่อน ครอบครัว ผู้มีชื่อเสียง ผู้ฝึกสอน และพนักงานขายของศูนย์ฝึกโยคะ เป็นบุคคลที่มีบทบาทอย่างมากในการสื่อสารเรื่องโยคะ เพราะความใกล้ชิดสนิทสนม สามารถจูงใจ โน้มน้าวใจ ให้กับผู้รับสารได้เป็นอย่างดี เป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจ ซึ่งสอดคล้องกับที่อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท (2537) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือเป็นคุณลักษณะภายนอกของผู้ส่งสารซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้รับสาร โดยขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ ความสามารถและความชำนาญและความน่าไว้วางใจ โดยปัจจัยทั้ง 2 ประการนี้ ผู้รับสารต้องรับรู้ว่ามีอยู่ในตัวผู้ส่งสาร นอกจากนี้บุคคลดังกล่าวยังมีสถานภาพที่สูงพอด้วย สอดคล้องกับที่ เบ็ตติงเฮ้าส์ (Bettinghaus, 1980) กำหนดไว้ว่า บุคคลที่เป็นผู้สารที่มีสถานภาพสูงกว่าผู้รับสารจะทำให้เป็นผู้มีความน่าเชื่อถือสูงด้วย

นอกจากนั้น ในด้านของผู้ฝึกสอนโยคะก็มีความสำคัญมากด้วย เพราะเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ ความน่าเชื่อถือและบุคคลให้ความเคารพ สอดคล้องกับที่อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท (2537) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือเป็นคุณลักษณะภายนอกของผู้ส่งสารซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้รับสาร โดยขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ ความสามารถและความชำนาญและความน่าไว้วางใจ โดยปัจจัยทั้ง 2 ประการนี้ ผู้รับสารต้องรับรู้ว่ามีอยู่ในตัวผู้ส่งสาร ยิ่งไปกว่านั้น ผู้ฝึกสอนโยคะที่สามารถตอบสนองของความต้องการของผู้เล่นโยคะได้มากเท่าไร ก็จะส่งผลให้มีผู้มาเล่นโยคะอย่างต่อเนื่องมากขึ้นเท่านั้น สอดคล้องกับที่จาคอบสัน, มิลเลอร์ และเบอร์กูน (Jacobson, Miller และ Burgoon ,1973) กล่าวว่า ยิ่งผู้ส่งสารสามารถตอบสนองของความต้องการของผู้รับสารได้มากเพียงใด ผู้ส่งสารก็ยังมีอิทธิพลมากเพียงนั้น

ในด้านของเพื่อนหรือผู้มีชื่อเสียง ก็ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและสื่อบุคคลเช่นเดียวกับผู้ฝึกสอนโยคะ ในการทำหน้าที่กระจายข่าวสารให้ขยายวงกว้างออกไปในลักษณะปากต่อปาก โดยผลการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโยคะส่วนใหญ่จะบอกต่อเรื่องราวหรือแลกเปลี่ยนข่าวสารกับกลุ่มสังคมที่

ตนเองสังกัดอยู่ อาทิ เพื่อนที่ทำงาน คนรู้จัก คนใกล้ชิด ฯลฯ โดยจะสื่อสารกับผู้รับสารที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของโรเจอร์และสเวนนิ่ง (Roger and Svenning ,1969 :125) ที่ว่าสื่อบุคคลมีความสามารถในการเลือกรับผู้รับสาร ในการที่จะจัดการเลือกรับสารของผู้รับสาร มีปริมาณของปฏิกิริยาตอบสนอง (Feedback) สูง และยังมีผลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติด้วย

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของลาซาร์เฟลด์และเมนเชล (Lazarsfeld and Menzel,1968) ที่ว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น มีลักษณะการพูดคุยแบบเป็นกันเอง ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูด จึงง่ายต่อการจูงใจให้คล้อยตาม และการสื่อสารระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพในการโน้มน้าวใจเนื่องจากผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจและความคิดเห็นของผู้ที่รู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่ไม่เคยรู้จักมาก่อนที่จะติดต่อสื่อสารกัน

#### ● สื่อเฉพาะกิจ

นอกจากสื่อบุคคลแล้ว สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นพับหรือโบรชัวร์ ไปสเตอร์ Billboard และ Banner ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารอย่างมาก กล่าวคือ สื่อเฉพาะกิจสามารถกระจายข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างง่ายดายและเสียค่าใช้จ่ายต่ำ ดังที่ อัดัมส์ (Adams,1971) กล่าวถึง ความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ว่าเป็นสื่อที่สำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารและข่าวสารข้อมูล เพราะจัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ อีกทั้งยังเป็นแหล่งให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมายกำหนดไว้แน่นอน

#### ● สื่อมวลชน

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับโยคะ ผ่านทางสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นนิตยสาร หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ โดยส่งในรูปแบบบทความ คอลัมน์ หรือการโฆษณา โดยเนื้อหาส่วนนี้ให้เป็นการบอกกล่าวถึงความเป็นมาของโยคะ ประโยชน์การเล่นโยคะ ซึ่งการเลือกใช้สื่อมวลชนในลักษณะดังกล่าวสามารถประหยัดเวลาในการเผยแพร่ได้มาก และสามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้อย่างรวดเร็ว ให้ข่าวสารกระจายไปถึงประชาชนจำนวนมากในสังคมได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับที่โรเจอร์และสเวนนิ่ง (Roger and Svenning ,1969 :125) กล่าวถึง คุณสมบัติของสื่อมวลชนว่า เป็น

การสื่อสารทางเดียว (One-way communication) ที่มีความรวดเร็วในการส่งสารไปยังคนจำนวนมาก และสอดคล้องกับที่นภามภรณ์ อัจฉริยะกุล (2527) ได้กล่าวถึงข้อพิจารณาในการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความเร็วมากที่สุด มีความคงทนถาวรน้อย แต่เหมาะสำหรับการใช้เสนอข่าวและโน้มน้าวชักจูงใจ

### ปัญหานำการวิจัยที่ 3 : ปัจจัยต่างๆมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง

จากผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง โดยในแต่ละปัจจัยจะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง

#### 1. ปัจจัยด้านผู้ส่งสาร

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ส่งสาร เป็นผู้ที่มามีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่เรื่องโยคะออกไปสู่สังคม โดยเริ่มจากผู้ฝึกสอน ซึ่งถือว่าเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเล่นโยคะของผู้ที่สนใจเล่นโยคะ ด้วยความที่เป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องโยคะโดยเฉพาะ จึงทำให้เกิดความเลื่อมใส ศรัทธา รวมถึงส่งผลให้บุคคลเหล่านี้มีความจงรักภักดี และชักชวนคนรู้จักให้เข้ามาเล่นโยคะ เกิดการขยายตัวออกไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทรีย์ โคมิน ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยในเรื่อง “ค่านิยม และระบบค่านิยมไทย” พบว่า การสร้างความสัมพันธ์ของคนไทยในลักษณะใกล้ชิดสนิทสนมจะต้องลงทุนด้วยจิตใจอย่างมาก ซึ่งความสัมพันธ์นั้นจะตั้งอยู่บนฐานของความรู้สึกเป็นบุญคุณต่อกัน ความสัมพันธ์แบบบุญคุณนี้มีลักษณะเป็นความรู้สึกที่มีต่อกันเป็นเวลานาน จึงทำให้การเล่นโยคะมีการขยายตัวออกไปและเป็นที่รู้จักในสังคมมากขึ้น

นอกจากนั้น ด้วยลักษณะของผู้ฝึกสอนโยคะรวมถึงผู้เล่นโยคะที่มีความรู้ ความเข้าใจในการเล่นโยคะ สามารถปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ได้เป็นไปในแนวคิดของ Bettinghaus (1980) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารในด้านของความน่าไว้วางใจ ก็คือ ลักษณะของความจริงใจ ไม่เห็นแก่ตัว เป็นมิตร มีผลต่อการยอมรับข้อเสนอ หรือ ความคิดเห็นจากผู้ส่งสาร ซึ่งตรงกับการศึกษาของ Roger (1971) ซึ่งได้ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดสัมฤทธิ์ผลในการสื่อสารเพื่อทำให้ยอมรับนวัตกรรมพบว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และ พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ในกรณีที่ผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือสูง

นอกจากนั้นแล้วการที่มีบางส่วนเป็นบุคคลที่ปฏิบัติตามนี้ แล้วมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง ก็จะทำให้สมาชิกเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกไว้วางใจ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Hovland Janis และ Kelly (1953) อธิบายว่า ความเชี่ยวชาญ และความน่าไว้วางใจก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ โดยผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูงจะสามารถชักจูงใจผู้รับสารได้ดีกว่า

ยิ่งกว่านั้นการที่คุณสมบัติของผู้ส่งสาร อย่างเช่น การศึกษา ทักษะ และสถานภาพทางเศรษฐกิจ มีความคล้ายคลึงกัน (Homophily) กับผู้รับสาร รวมถึงประสบการณ์ต่างๆที่ต่างฝ่ายได้รับมีความคล้ายคลึงกัน อย่างในเรื่องของความเจ็บป่วย ก็ทำให้เกิดการสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน ทำให้เกิดความรู้สึกที่อยากที่จะพูดคุยด้วย ทำให้เกิดการเป็นกลุ่มขึ้นมา ซึ่งสอดคล้องกับ Wilbur Schramm (1960) ที่กล่าวว่า การที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีประสบการณ์ร่วมกัน การสื่อสารก็จะสะดวก

## 2. ปัจจัยด้านสาร

จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านสารก็มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง ด้วยการที่การเล่นโยคะจำเป็นที่จะต้องเป็นที่ยอมรับในระดับบุคคลก่อน การที่บุคคลเหล่านั้นยอมรับการออกกำลังกายด้วยโยคะและสามารถนำมาปฏิบัติได้นั้น เนื่องจากคุณสมบัติของโยคะจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ที่ทำการศึกษากับกลุ่มเป้าหมายเขตกรุงเทพฯ ทำให้พบว่ากลุ่มคนเหล่านี้ให้ความสำคัญในคุณสมบัติด้านของเนื้อหาซึ่งมีหลักวิชาการ ทำให้เกิดความเชื่อถือ และตัดสินใจรับการออกกำลังกายด้วยโยคะนี้ จากการยอมรับของบุคคลซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นบุคคลที่อยู่ในสังคมเมือง ได้สอดคล้องกับค่านิยมในสังคมเมืองของคนไทย จากการศึกษารายชื่อของ สุพัตรา สุภาพ ที่กล่าวว่า คนในสังคมเมืองจะเชื่อในเรื่องเหตุและผล

## 3. ปัจจัยด้านช่องทางการสื่อสาร

จากการวิจัย พบว่า เป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่การเล่นโยคะออกไปสู่สังคม ซึ่งสอดคล้องกับ Roger ที่ให้ความสำคัญต่อสื่อมาก เพราะการที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมนั้น จะต้องตระหนักและรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นเสียก่อน โดยสื่อบุคคลจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการช่วยบอกต่อให้กับบุคคลใกล้ชิดได้รับทราบ ซึ่งลักษณะการสื่อสารในลักษณะนี้จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับสารได้ เนื่องจากเห็นถึงสุขภาพของผู้ปฏิบัติด้วยตนเอง จึงทำให้เกิดการขยายตัวของการเล่นโยคะ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lazarsfeld และ Menzel



(1963) ที่กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการพูดคุยแบบเป็นกันเอง ทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นได้ง่าย แต่ว่าการที่ผู้รับสารเหล่านั้นจะยอมรับก็ต่อเมื่อมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องนั้นก่อนจึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมงายยิ่งขึ้น ยิ่งกว่านั้น Barker และ Gaut (1996) ได้กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล คือเป็นการแบ่งปันความรู้สึกละและความคิดต่อผู้อื่น โดยจะแลกเปลี่ยนข้อมูลกันในลักษณะใกล้ชิด จึงทำให้ช่วยสร้างความเชื่อถือได้ง่าย ประกอบกับลักษณะการสื่อสารแบบปากต่อปาก ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับวัฒนธรรมของสังคมไทยที่มีความผูกพันใกล้ชิดสนิทสนมกัน ส่งผลให้การออกกำลังด้วยโยคะนี้แพร่กระจายไปได้อย่างรวดเร็ว

#### 4. ปัจจัยด้านความสนใจของผู้เล่นโยคะ

จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดและมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ การออกกำลังกายด้วยโยคะนั้นเกิดจากความต้องการรักษาสุขภาพของบุคคลนั้นๆ ในระยะเริ่มต้นนั้นส่วนใหญ่เกิดจากทัศนคติของผู้เล่นโยคะที่มีความรู้สึกในเชิงบวกต่อการเล่นโยคะ เมื่อมีทัศนคติที่ดีแล้ว การตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น

ยิ่งกว่านั้น เรื่องความสนใจของการเล่นโยคะนั้น สอดคล้องกับทฤษฎีของ Roger และ Shoemaker (1971) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ซึ่งผลการวิจัย พบว่า มีลักษณะดังนี้ คือ การสังเกตเห็นได้เนื่องจากการที่มีบุคคลตัวอย่างที่เป็นต้นแบบให้เห็นถึง ประสิทธิภาพของการรักษาทำให้กลุ่มบุคคลเหล่านี้เกิดความมั่นใจในการยอมรับนวัตกรรมไปปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Albert Bandura(1977) บุคคลจะเลียนแบบพฤติกรรมที่เป็นผลสำเร็จ และนำมาใช้ แล้วยังสอดคล้องกับแนวคิดการศึกษานวัตกรรมของ Roger และ Shoemaker (1971) ซึ่งกล่าวว่า การที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของนวัตกรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่เห็นผลง่าย ก็จะทำให้เกิดการยอมรับอย่างรวดเร็ว

นอกจากนั้น การออกกำลังกายด้วยโยคะได้ให้ประโยชน์มากกว่าการออกกำลังกายแบบอื่นๆก็ส่งผลให้เกิดการยอมรับและขยายตัวออกไปอย่างรวดเร็ว เป็นไปตามแนวคิดลักษณะนวัตกรรมของ Roger และ Shoemaker (1971) ที่กล่าวว่า การที่ผู้รับนวัตกรรมรู้สึกว่าการนวัตกรรมนั้นดีกว่า มีประโยชน์มากกว่าวิธีการปฏิบัติเก่าที่ถูกนำมาใช้แทนที่ ซึ่งการวัดนั้นมองได้หลายแง่ แต่ในที่นี้เกิดจากการที่ผู้เล่นโยคะเห็นประสิทธิภาพของการเล่นโยคะ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ นิตยา อังการบุรณะ (2527) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อด้านสุขภาพกับการปฏิบัติตัวของผู้ป่วยกล้ามเนื้อหัวใจตาย พบว่า มีความสัมพันธ์ในทางบวก โดยเฉพาะในด้านของการรับรู้ถึง

ประโยชน์ของการรักษาความสัมพันธ์ในระดับสูงกับการปฏิบัติตน เช่นเดียวกับ Suzanne Lancono และ Rob King (1987) ได้กล่าวว่า การที่บุคคลยอมรับนวัตกรรมเข้ามาใช้ ก็เนื่องมาจากเหตุผลประการหนึ่ง ก็คือ ความคาดหวังถึงความสามารถของนวัตกรรมที่จะสนองตอบความต้องการของตนได้

## 5. ปัจจัยเสริมภายใน

นอกจากปัจจัยที่กล่าวมาแล้ว ยังมีปัจจัยเสริมอีกอย่างที่ทำหน้าที่สนับสนุนให้เกิดการตัดสินใจ ได้แก่ ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการ ผลการวิจัย พบว่า อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจมาเล่นโยคะอย่างต่อเนื่อง โดยผู้เล่นโยคะ ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเบอร์กูน (Burgoon ,1988:58) ที่ว่า อายุเป็นสิ่งที่กำหนดความแตกต่างในแง่ความคิดและความต้องการ คนวัยต่างกันมักมีความต้องการที่ต่างกัน เช่น คนวัยกลางคนและคนสูงอายุมักคิดเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความเจ็บป่วย การรักษาพยาบาล ขณะที่คนหนุ่มสาวอาจสนใจในเรื่องการศึกษา ความยุติธรรม และความเสมอภาคในสังคมมากกว่า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วงศ์สุวรรณ พรหมสถิต (2543) ในบางส่วนที่พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการนวดแผนไทย ณ ศาลาสุขสัมพันธ์

## 6. ปัจจัยด้านบริบทสังคม

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่องนั้น ก็เนื่องมาจากว่าบุคคลในสังคมเห็นความสำคัญ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ผลักดันให้บุคคลเหล่านี้หันมาให้ความสนใจการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ก็เนื่องมาจากความเจ็บป่วย และไม่อยากที่จะเจ็บป่วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วสันต์ ศิลปสุวรรณ (2541) พบว่า ความเชื่อของบุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ ก็เนื่องจากการมีความเชื่อที่ตนเองมีโอกาสเสี่ยงที่จะเกิดโรค และโรคนี้มีความรุนแรงและเมื่อเป็นแล้วคงเจ็บป่วย อาจถึงตายหรือพิการ เช่นเดียวกับการศึกษาวิจัยของ Heinzl man and Bagley (1970) ที่ได้ศึกษาเหตุผลในการเข้าร่วมโครงการออกกำลังกาย พบว่า เหตุผลสำคัญ 2 ประการคือ ต้องการให้รู้สึกดีขึ้น และลดโอกาสเสี่ยงต่อการเป็นโรคหัวใจ แต่ความจริงแล้วจุดประสงค์สำคัญที่สุดของการเข้าร่วมโครงการ ก็คือ การลดอันตรายจากการคุกคามของโรคหัวใจ

นอกจากนั้นแล้วยังพบว่าการศึกษาที่บุคคลหันมาออกกำลังกายด้วยโยคะ เนื่องมาจากว่า ต้องการออกกำลังกายเพื่อให้สุขภาพแข็งแรง รวมไปถึงมีรูปร่างที่ดีด้วย ซึ่งมีลักษณะสอดคล้องกับงานวิจัยด้านการสื่อสารกับสุขภาพในช่วงปี 1970 และ 1980 (Arntson 1985;Krep 1988;Thompson 1984) พบว่า การสื่อสารกลุ่ม (Group communication) เป็นส่วนสำคัญในการดูแลรักษาสุขภาพ ซึ่งมีลักษณะเป็นกลุ่มคนที่มีการแบ่งปันความรู้ และประสบการณ์ให้กับคนในกลุ่มรวมถึงให้ข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับการดูแลรักษาสุขภาพ

ในเรื่องของการตลาดก็เป็นตัวสำคัญอย่างหนึ่งของศูนย์ฝึกโยคะ เนื่องจากในปัจจุบันมีการแข่งขันในเรื่องของการออกกำลังกายมากขึ้น ทำให้ศูนย์ฝึกโยคะต่างๆมีการแข่งขันสูง เพื่อที่จะเรียกลูกค้าเข้ามาเป็นสมาชิกของศูนย์ฝึกโยคะนั้นๆ สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน ที่บอกว่าแนวคิดการตลาดที่มีองค์ประกอบ 4P ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ดังนั้นทางศูนย์ฝึกโยคะจึงต้องใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดหลากหลายเครื่องมืออย่างผสมผสานกันเพื่อให้เกิดผลกระทบต่อการรับรู้ของผู้บริโภคอย่างสูงสุด โดยการใช้โฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การตลาดเชิงกิจกรรม (Event Marketing) และพนักงานขาย (Personal Selling) ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ G.Belch และ M.Belch(2004) กล่าวไว้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานนั้น จะต้องผสมเครื่องมือการสื่อสารต่างๆเข้าด้วยกันเพื่อให้ข้อความที่นักการตลาดสื่อสารออกไปนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นนั่นเอง

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเล่นโยคะอย่างต่อเนื่องนั้น โดยปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญมาจากปัจเจกบุคคล ก็คือ ผลประโยชน์ส่วนตัว เนื่องจากเมื่อบุคคลเหล่านั้นเห็นถึงประโยชน์ที่ได้จากการออกกำลังกายด้วยโยคะ ทำให้เกิดการเล่นโยคะอย่างต่อเนื่องด้วย โดยมีปัจจัยในเรื่องของสื่อเป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลต่างๆ อีกทั้งมีศูนย์ฝึกโยคะมากมาย ซึ่งเป็นสถานที่ในการพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ รวมถึงเข้ามาเรียนรู้ จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การเล่นโยคะแพร่ขยายไป

## ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัย พบว่า ผู้เล่นโยคะส่วนมากเป็นเพศหญิง จึงควรให้ศูนย์ฝึกโยคะให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโยคะ กับกลุ่มบุคคลเหล่านี้ เพื่อที่จะได้มีการออกกำลังกายด้วยโยคะกับกลุ่มบุคคลเหล่านั้น

2. ศูนย์ฝึกโยคะต่างๆควรมีการจัดกิจกรรมหรือการอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บุคคลที่สนใจมีช่องทางในการเข้ามาเรียนรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องได้ง่ายขึ้น เพราะความยากลำบากในการเข้าร่วมกิจกรรมนั้นทำให้บุคคลที่มีความสนใจเกิดความเบื่อหน่าย ทำให้กลุ่มคนที่มีความสนใจลดลง

## ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร จึงควรมีการศึกษาในพื้นที่อื่นๆ หรือเป็นการศึกษาในพื้นที่ที่กว้างขึ้น เพื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยครั้งนี้ว่ามีความแตกต่างหรือสอดคล้องกันอย่างไรบ้าง ซึ่งจะทำให้ได้การวิจัยที่เห็นภาพชัดเจนขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่สนใจเรื่องโยคะได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่เน้นศึกษาเฉพาะการออกกำลังกายด้วยโยคะ การวิจัยในครั้งต่อไปอาจจะเปลี่ยนไปศึกษาเกี่ยวกับการออกกำลังกายแบบอื่นๆด้วยเพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบว่ามีความแตกต่างหรือสอดคล้องกันอย่างไรบ้าง เพื่อผู้ที่สนใจในสุขภาพจะได้นำข้อมูลไปประยุกต์ใช้หาวิธีการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับสภาพร่างกายมากที่สุด

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อเพื่อชุมชน : ประมวลองค์ความรู้. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

กาญจนา แก้วเทพ. การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ : แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2 . กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

กาญจนา แก้วเทพ. มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ . การสื่อสารสุขภาพ : ศักยภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ณัฐ นาคะสุวรรณ. การวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์และนิตยสารไทยเกี่ยวกับความรู้ด้านอาหารเพื่อสุขภาพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขานิเทศศาสตร์พัฒนากิจการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

باهยัน อิมส์สาราญ. อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อการเรียนรู้เรื่อง การดูแลรักษาสุขภาพตนเอง : ศึกษาเฉพาะกรณีนิตยสารหมอชาวบ้าน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์. ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545

ศุภรัศมี ฐิติกุลเจริญ. ทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2540.

สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. การสื่อสารการตลาด. เอกสารการสอนชุดวิชาธุรกิจการโฆษณา (หน่วยที่1- 5). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531.

ยุพดี บุรณ์ชวาล. ปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคยอดความอ้วนของวัยรุ่นสตรีในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

อัญชนี วิชาภัย บุนนาค. การแสวงหาข่าวสารทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

อุรยา วงศ์ไชยคง. การสื่อสารและปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ของวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

จุฑานุช สันธยางกุล. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานของรถกระบะมิตซูบิชิไทรทัน. โครงการพิเศษ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

ภาณุมาศ บุญญาภิเกษม. การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้าของบัตร KTC และการรับรู้ของผู้บริโภค. โครงการพิเศษ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

นิภาพรรณ สุขศิริ. "ทิศทางการดูแลสุขภาพในรายการสุขภาพทางโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540

บรรจบ ชุณหสวัสดิกุล. สุขภาพทางเลือก 1 อยู่อย่างยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์  
รวมวรรณคดี, 2540.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ และคณะ. ปริบทการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2534.

อรวรรณ ปิลาธนโอบาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2537.

พีระ บุญจริง. สาวและสวยด้วยโยคะ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ธรรมรักษ์การพิมพ์, 2545.

เอกชัย พรรณเศรษฐ์. ประทับใจแห่งโยคะ คู่มือการปฏิบัติด้วยตนเอง. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร :  
สำนักพิมพ์มูลนิธิโกมลคีมทอง, 2536.

ศุภานรี. คู่มือฝึกโยคะประจำวัน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไพลิน, 2544.

อมรรัตน์ จันทรพิณสว่าง. โยคะยืดอายุ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไพลิน, 2544.

ชด หัสบัวเรอ. โยคะ สุขกาย สบายจิต. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์รินทร์, 2544.

## ภาษาอังกฤษ

Kotler, Phillip. Marketing Management. 9 th ed. New Jersey : prentice Hall, 1997.

Michmen, R.D. (1991). Lifestyle market segmentation. 1 st ed. New Your : Praeger.

Neuendorf, K. A. Health Images in the Mass Media. Communication and health :  
systems and Applications. Edited by ray, E. B. and Donohew L. New Jersey :  
Lawrence Erlbaum Associates, 1990.

Klapper, Joseph T. The effect of Mass Communication. New York : The Free Press, 1960.

Roger, Everett M. Diffusion of Innovations. New York : The Free Press of Glencoe, 1952.

Everett M. Roger. Diffusion of Innovations. United States of America : The Free Press, 1995.

Schramm, Wilbur ed. The process and Effect of Mass Communication. Urbana, Ill. : University of Illinois Press, 1960.

Larry L. Barker and Deborah A. Gaut. Communication. United States : A Simon & Schuster Company, 1998.

Stephen W. Littlejohn. Theories of Human Communication. Wadsworth Publishing Company, 1996



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาคผนวก ก

### แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ต่อไปนี สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์เจาะลึก (In depth Interview) ประกอบไปด้วยแนวคำถามนี้

แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

#### 1. คำถามถามผู้ฝึกสอนโยคะ

- ก่อนที่ท่านจะเล่นโยคะ ท่านได้ออกกำลังกายอะไรมาก่อน ( ถ้ามีระบุด้วยได้ออกกำลังกายอะไร)
- เพราะเหตุใดจึงเปลี่ยนมาเล่นโยคะ
- ท่านเริ่มเล่นโยคะมาเป็นเวลานานเท่าไร
- เพราะเหตุใดจึงมาเป็นครูสอนโยคะ
- ท่านเริ่มเป็นครูสอนโยคะมานานเท่าไร และสอนที่ไหนบ้าง
- ก่อนการสอน/หลังการสอนโยคะ ท่านได้มีการพูดคุยอะไรกับผู้เรียนหรือไม่ ( มาปรึกษาปัญหาต่าง ๆ เช่น บาดเจ็บ , ทำท่าบางท่าไม่ได้ ฯลฯ)
- ท่านคิดว่าผู้ที่มาเรียนโยคะส่วนมากเมื่อเรียนแล้วจะมาเรียนอย่างต่อเนื่องไหม เพราะเหตุใด หรือว่ามาเป็นช่วงสั้นๆ เพราะเหตุใด
- ท่านได้มีการสังเกตท่าที่ของผู้เรียนโยคะที่เข้ามาเรียน ในช่วงแรกๆ ว่ามีท่าที่อย่างไร กับการสอนของท่านบ้าง
- ส่วนใหญ่ผู้เรียนมีอายุประมาณเท่าไร เพศอะไร
- ท่านคิดว่าผู้เรียนโยคะมาเรียนเพราะอะไร ( ป่วย,อยากสวย เป็นต้น)
- ผู้ที่เรียนโยคะส่วนมากมาเรียนคนเดียวหรือมากับเพื่อน
  - ❖ ผู้ที่มาเรียนโยคะพร้อมกับเพื่อนส่วนมากมาเรียนสม่ำเสมอหรือไม่
  - ❖ ผู้ที่มาเรียนโยคะคนเดียวส่วนมากมาสม่ำเสมอหรือไม่
- ปัญหาที่ท่านพบในการสอนโยคะคืออะไร ( ใช้การสื่อสารช่วยได้ไหม)
- ส่วนใหญ่คนมาเรียนโยคะอย่างสม่ำเสมอไหม / เรียนต่อเนื่องยาวนานไหม (ทำไม่)
- ท่านใช้กลยุทธ์ด้านการสื่อสารวิธีใดช่วยสร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนอยากเรียนนานๆ

- เวลาผู้เรียนเกิดความท้อแท้อยากเลิก ท่านมีวิธีพูดคุยกับผู้เรียนอย่างไร (ใช้การสื่อสารช่วยอย่างไร) เช่น ผู้เรียนไม่สามารถทำท่าบางท่าได้ ท่านมีวิธีพูดให้กำลังใจอย่างไร เป็นต้น

## 2. คำถามสำหรับถามผู้เล่นโยคะ

- ก่อนเล่นโยคะ ได้ออกกำลังกายอะไรมาก่อน ( ถ้ามีระบุด้วยได้ออกกำลังกายอะไรและทำไม่ถึงเปลี่ยนมาเล่นโยคะ )
- ใครบ้างที่มีบทบาทต่อการเริ่มเล่นโยคะ
- ท่านเล่นโยคะมานานเท่าไรแล้ว / คิดว่าจะเล่นต่อไปไหม (เพราะเหตุใด) และคิดอยากเลิกไหม
- สาเหตุที่ท่านสนใจเล่นโยคะเพราะอะไร
- ท่านเล่นโยคะเพื่ออะไร(สุขภาพ ,ความสวยงาม,ตามแฟชั่น)
- ท่านได้รับข่าวสารเรื่องโยคะผ่านทางไหนบ้าง (เช่น TV, radio, magazine, โบรชัวร์ , โปสเตอร์ เป็นต้น) ช่วยระบุว่าประมาณเมื่อไร ที่ไหน
- ท่านใช้เวลาในการตัดสินใจนานเท่าใดก่อนจะมาเริ่มเรียนโยคะ หลังจากได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องโยคะแล้ว
- ท่านคิดว่าการโฆษณาในสื่อต่าง ๆ มีการบรรยายสรรพคุณของโยคะเกินความเป็นจริงไปหรือไม่ และหลังจากที่ได้ เรียนแล้วท่านได้ประโยชน์ตามที่โฆษณาหรือไม่
- ความคิดเห็นและทัศนคติของท่านที่มีต่อการเล่นโยคะ
- เมื่อท่านได้เล่นโยคะแล้วได้มีการแนะนำต่อไปยังบุคคลอื่นหรือไม่

แนะนำ เพราะเหตุใดจึงแนะนำต่อ.....

.....

และบุคคลที่ท่านให้คำแนะนำสนใจเล่นโยคะหรือไม่

สนใจเล่น  ไม่สนใจเล่น

ไม่แนะนำ เพราะเหตุใดจึงไม่แนะนำ.....

- ตอนเรียนโยคะ ผู้สอนได้สื่อสารอะไรบ้างกับท่าน
- ระหว่างเล่นโยคะมีการสื่อสารระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนหรือไม่
- ท่านรู้สึกอย่างไรกับผู้สอน (ผู้สอนมีส่วนสำคัญในการให้เราเล่นโยคะต่อไปหรือไม่ อย่างไร)
- คุณเคยมีการพูดคุยกับผู้ร่วมเล่นโยคะท่านอื่นเกี่ยวกับการเล่นโยคะบ้างไหม

- เวลาที่ผู้สอนโยคะสอนใน Class ได้มีการบอกชื่อและประโยชน์ของท่าต่างๆ ของการเล่นโยคะหรือไม่ว่าท่าใดก็ให้เกิดประโยชน์แก่ร่างกายส่วนใด อย่างไร ฯลฯ (เช่นสามารถทำให้หน้าใส ,สามารถช่วยให้การย่อยอาหารให้ดีขึ้น เป็นต้น)
- ท่านคิดว่าหลังจากที่ท่านได้เล่นโยคะและฝึกปฏิบัติตามผู้สอนแล้ว ได้เป็นไปตามที่ผู้สอนบอกหรือไม่
- ท่านคิดว่าการเล่นโยคะเป็นการออกกำลังกายที่ราคาแพงไปหรือไม่ และเหมาะสมกับเราหรือไม่
- พอท่านได้เล่นมาสักระยะแล้ว (ระบุด้วยว่าเล่นมานานเท่าไรแล้ว) คิดว่าจะเล่นต่อไปไหม เพราะอะไร



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาคผนวก ข

ข้อมูลจาก เดลินิวส์



วันที่ 9 มกราคม 2551



## โดนัท หยุตฟุ้งช่าน เล่น โยคะ สร้างสุขภาพจิต

เป็นดาราสาวที่มีผลงานออกมาให้ได้ชมกันตลอด สำหรับ “โดนัท-มนัสนันท์ พันเลิศวงศ์สกุล” และที่เราเห็นเธอรูปร่างดี หน้าตาสดใสก็เพราะเธอมีเคล็ดลับ คือสาวโดนัทเธอชอบออกกำลังกายด้วยการเล่นโยคะ เพื่อสุขภาพจิต และสุขภาพกาย ในเรื่องนี้เธอเผยว่า

“โยคะเป็นการออกกำลังกายที่ดีมากเลยนะคะ โดนัทรู้สึกว่าคุณเองนี่ขึ้น เป็นคนอารมณ์ดี เวลาไม่สบาย หรือเรื่องอะไรก็ จะไม่ฟุ้งช่าน สมารถดีมาก โดนัทเป็นคนที่ต้องมีสมาธิในการทำงาน ถ่ายละคร โดนัทเอาเรื่องสมาธิมาใช้ แถมจะ ช่วยเรื่องการปรับสมดุลในร่างกาย เมื่อก่อนโดนัทไม่ค่อยแข็งแรง แต่พอเล่นโยคะรู้สึกว่าคุณเองแข็งแรงขึ้น ที่เรียนโยคะเป็นสถานที่ที่โดนัทใช้ชีวิตอยู่เยอะๆ กับอยู่ที่บ้านเลย เพราะตื่นเช้ามากก็ไปเล่นโยคะ ถ้าว่างตอนเย็นก็จะไปเล่นอีก เพื่อนๆโดนัทที่จิตใจวุ่นวายโดนัทก็จะจับไปเล่นโยคะหมด เพราะช่วยได้มากจริงๆ ดีกว่าชวนกันไปเที่ยวที่ทำให้เสียสุขภาพจริงไหมคะ”

## ผสนโยคะและสปาเพื่อการคลายตัวเรื้อรัง

โดย คม ชัด ลึก วัน อังคาร ที่ 29 มกราคม พ.ศ. 2551

กระแสการรักษาสุภาพโดยเฉพาะการออกกำลังกายด้วยการเล่นโยคะ เป็นที่นิยมอย่างต่อเนื่องในสังคมเมือง ล่าสุด นวล นวลพรรณ โอสถานนท์ ร่วมกับเพื่อนๆ ขยายไลน์ธุรกิจให้ครอบคลุมการดูแลปรับนิบัติร่างกายทั้งภายในและภายนอก โดยเปิดสตูดิโอโยคะ ดาร์มาโยคะ บาย สรีรารมย์ (Dharma Yoga by Sareerarom) เจาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ รักสุขภาพโดยงานนี้ได้รับเกียรติจาก พิมลศรีวิกรม์ นายกสมาคมเทววันโดแห่งประเทศไทยเป็นประธานเปิดงาน เมื่อสุดสัปดาห์ที่ผ่านมา บริเวณ เดอะ คริสตัล ย่านเอกมัย-รามอินทรา

นวล นวลพรรณ รัับหน้าที่ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ กล่าวถึงที่มาของการเปิดโยคะสตูดิโอว่า เกิดขึ้นจากประสบการณ์มากกว่า 5 ปี ในการบริหาร สรีรารมย์ ทรอพิคัล สปา ภายใต้ออนเซ็นโฮเทล ฮาวทู บาลานซ์ บอดี, มายด์ แอนด์ สปิริต (How to balance body, mind and spirit) และค้นพบว่าโยคะเป็นศาสตร์ของการสร้างสมดุลของร่างกายและจิตใจผ่านรูปแบบของการออกกำลังกาย ซึ่งเป็นการใช้กล้ามเนื้อทุกส่วนของร่างกายทั้งภายในและภายนอก ช่วยให้ผู้ฝึกแข็งแรงขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้จิตใจผ่อนคลายจากความตึงเครียด ผ่าน pranayama คือการฝึกลมหายใจเพื่อให้เกิดสมาธิและการตระหนักรู้ในระหว่างการฝึกทำอาสนะทุกกระบวนท่าอีกด้วย ดังนั้น ดาร์มาจึงหมายถึงธรรมะหรือธรรมชาตินั่นเอง

งานนี้จึงได้เชิญเชลยบริดีหลากหลายวัยที่หลงใหลในดาร์มาโยคะ มาบอกกล่าวความรู้สึกจากการออกกำลังกายลักษณะนี้ เริ่มจาก ใต้ สุมานกมน รัตนมังคละ ครูสอนบัลเล่ต์คนดังที่บอกว่า ตอนนี้อายุมากขึ้นจึงไม่ได้เต้นบัลเล่ย์แล้ว 5 ปีหลังมานี้ใช้วิธีการดูแลสุขภาพ ดูแลร่างกายด้วยการเล่นโยคะ ซึ่งช่วยในเรื่องของรูปร่าง และมีสมาธิมากขึ้น รวมทั้งทำให้เป็นคนใจเย็นมากขึ้นด้วย

ในขณะที่ปลา อัจฉรา บุรารักษ์ เจ้าของร้านไอศกรีมไอเบอร์รี่ บอกว่า เพิ่งหันมาเล่นโยคะได้เพียง 2 ปี แต่ก็บอกได้เลยว่าทำให้สุขภาพดีขึ้น มีสมาธิมากขึ้น ซึ่งแต่ก่อนจะค่อนข้างเครียด แต่พอมาเล่นโยคะแล้วผ่อนคลายได้มากจริงๆ ที่สำคัญสรีระดีขึ้นกว่าเก่าเยอะมาก ปิดท้ายที่ ว่าที่คุณแม่ที่ตั้งครรภ์ได้ 7 เดือนแล้ว เก๋ วรางคณา ศรีโรจนันท์ บอกว่า เริ่มเล่นโยคะเมื่อท้องได้ 4 เดือน และเล่นมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งใจว่าจะเล่นจนกว่าใกล้จะคลอดเลยทีเดียว เพราะทำให้สุขภาพดีขึ้น ช่วยลดการบวมของเส้นเลือดได้อย่างดี ช่วยผ่อนคลาย และช่วยให้อารมณ์ดีขึ้นเยอะมาก

ต่บท้ายด้วยการสาธิตการเล่นโยคะแบบ Power Vinyasa จาก ครูสมชาย ครูวรรณวีร์ ครูฝึกโยคะมากประสบการณ์แห่งดาร์มา โยคะ บาย สรีรารมย์ ซึ่งดาร์มาเป็นภาษาสันสกฤต หมายถึงการเรียนรู้ หรือ Teaching ดาร์มา โยคะ บาย สรีรารมย์ จึงเป็นโยคะสตูดิโอที่ต้องการให้ผู้ฝึกได้ค้นหาความชอบส่วนตัว แสวงหาและเรียนรู้ความลึกๆ ภายในจิตใจตนเองผ่านศาสตร์โยคะ รวมถึงพัฒนาท่วงท่า สร้างความยืดหยุ่นและเสริมความแข็งแรงให้ร่างกายอีกด้วย

## ข้อมูลจาก หนังสือพิมพ์ข่าวสด

### โฟลว์ โยคะ โยคะเชิงสรีระ

ฟิตเนส เฟิร์ส ประเทศไทย เปิดตัวโฟลว์ โยคะ (Flow Yoga) โปรแกรมโยคะแนวใหม่ที่เน้นประโยชน์ของโยคะในเชิงสรีระมากกว่าการฝึกจิต เหมาะกับการออกกำลังกายในบรรยากาศของฟิตเนส เช่นเตอร์

แนวทางการฝึกของ Flow Yoga เน้นการบริหารร่างกาย จุดเด่นคือมีความต่อเนื่องในการเคลื่อนไหวจากอาสนะหนึ่งสู่อีกอาสนะ อาศัยการกำหนดลมหายใจ ผู้ฝึกจึงได้รับประโยชน์อย่างเด่นชัด ทั้งในด้านการเสริมสร้างกล้ามเนื้อและร่างกายให้แข็งแรง การปรับสัดส่วนรูปร่าง การเพิ่มความยืดหยุ่นและสร้างความสมดุลของร่างกาย เหมาะสำหรับผู้เล่นในทุกระดับความสามารถและประสบการณ์ ซึ่งครูฝึกสอนทุกคนได้รับการฝึกอบรมในระดับสูงสำหรับการเป็นครูโยคะ ในท่าอาสนะต่างๆ ภายวิภาคของมนุษย์ รวมถึงปรัชญาของศาสตร์โยคะ

Flow Yoga มี 3 รูปแบบ คือ Gentle Flow เป็นการฝึกโยคะที่ให้ร่างกายได้ผ่อนคลาย ลดความเครียด และการปวดตึงของกล้ามเนื้อเหมาะกับบุคคลทั่วไปและหญิงมีครรภ์ Dynamic Flow เป็นการฝึกเพื่อให้ร่างกายมีรูปร่างเพรียว ช่วยให้กล้ามเนื้อกระชับสมส่วน Hot Flow เป็นการฝึกในห้องอุณหภูมิสูง 37 องศาเพื่อเน้นการสร้างความแข็งแรงอดทนให้แก่ร่างกาย

แจ็กเกอร์น หว่อง ผู้จัดการฝ่ายออกกำลังกายหมู่ของฟิตเนส เฟิร์ส ประเทศไทย กล่าวว่า ทางฟิตเนสได้ให้ความสำคัญกับการฝึกด้านร่างกายและจิตใจในทุกลับของเรา การฝึก Body Balance เป็นหนึ่งในคลาสที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากสมาชิก และการที่เรามีโปรแกรมโยคะเพิ่มขึ้นอีกแบบหนึ่งจะช่วยให้ตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิก นอกจากนี้ Flow Yoga ยังเป็นการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับผู้รักสุขภาพทุกเพศทุกวัย

และที่พิเศษกว่านั้น การเล่นโยคะที่ฟิตเนส เฟิร์ส จะทำในสตูดิโอพิเศษที่เรียกว่า Mind and Body Studio ที่ออกแบบให้เกิดความสงบเพื่อการบำบัด พ้นจากความวุ่นวายภายในคลับ ด้วยพื้นที่ที่นุ่มนวล เวทีลอยตัว แผ่นรองไฟที่ปรับความสลับได้ แวดล้อมด้วยกำแพงที่สงบนิ่ง สมาชิกเข้าฝึกได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมใดๆ ฟิตเนส เฟิร์ส เดอะมอลล์ งามวงศ์วาน เปิดให้บริการจันทร์-ศุกร์เวลา 8.00-22.00 น. ส่วนเสาร์-อาทิตย์ 9.00-21.00 น. โทร.สอบถามได้ที่ 0-2550-1020-9

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อมูลจาก เคลวินส์



### คลื่นกล้วย ชวน ซาซ่า เล่น พิลาเทส บริหารหน้าท้อง

สาว ๆ สมัยนี้ต้องรักษาหุ่นให้ฟิตแอนด์เฟิร์ม ถึงจะได้ชื่อว่าเป็นสาวสมัยใหม่แบบครบเครื่อง คลื่นกล้วย 89 บานาน่า เอฟเอ็ม เลยจัดกิจกรรมเก๋ พา 3 สาว วงซาซ่า พิมพ์-พิมพ์มาดา บริรักษ์ศุภกร, แก้ว-จรีนา สิริสิงห์ และ น้ำหวาน-พิมรา เจริญภักดี พร้อมด้วย ดีเจ พัพ-สุทธิดา พลาวงศ์ ทำกิจกรรมเก๋ ๆ “PILATES FIT & FIRM” เป็น ซึ่งเป็นการออกกำลังกายแนวใหม่ที่เรียกว่า “พิลาเทส” ที่แอบโซลูท โยคะ สาขาอัมรินทร์ พลาซ่า

พิลาเทส ก็เป็นการออกกำลังกายคล้ายกับโยคะแต่นั่นการบริหารหน้าท้องและทำให้รูปร่างดีขึ้น สาวพิมพ์ดูจะสบายมากเพราะเคยเล่นโยคะมาบ้าง คลาสนี้เลยสบาย แต่แก้วและหวาน ถึงแม้ร่างกายไม่พร้อม เพราะแก้วขาเค็ง น้ำหวานปวดท้อง แต่ขอบอกใจทั้งคู่เกินร้อย พอเข้าคลาสปั๊บก็สู้ตาย

น้ำหวานอยากให้ได้ท้องแขนเฟิร์มแข็งแรงเวลาโบกมือทักทายแฟนเพลงจะได้ไม่หย่อนยาน ส่วนสาวแก้วขอเน้นหน้าท้องเฟิร์มเต็มๆ ส่วนพิมพ์ขอเฟิร์มต้นขาอีกนิด น้ำหวานเพิ่งเคยมาเล่นเป็นครั้งแรกแต่ก็ทำท่าออกมาสวยทีเดียว ส่วนพิมพ์ก็ทำได้อย่างทะมัดทะแมงคล่องแคล่ว

ส่วนดีเจพัพ เคยทดลองเล่นโยคะมาบ้างแล้ว แต่มาเล่นพิลาเทสเล่นเอาหัวเราะไม่ได้ไป 3 วันแต่ขอบอกหน้าท้องกระชับขึ้นจริง ๆ ประโยชน์ของพิลาเทสนั้นจะเน้นในเรื่อง กล้ามเนื้อหน้าท้อง ทำให้หลัง ตะโพก ต้นขาแข็งแรง ด้วยการออกกำลังกายลดหน้าท้องต้นขา ผลพวงตามมาจะได้ บุคลิกภาพหลังตรง มีหน้าท้อง หลังโค้ง เรื่องระบบหายใจเรื่องของสมาธิฝึกคุมลมหายใจ ซึ่งถ้าใครเล่นโยคะอยู่แล้วมันง่ายในการฝึก แหม...ใครอยากมีหุ่นฟิตแอนด์เฟิร์มแบบ 3 สาวซาซ่า ก็ลองฝึกดูก็ได้ไม่ว่ากัน.

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ข้อมูลจาก [www.sanook.com](http://www.sanook.com)

หน้าแรกผู้หนึ่ง > สุขภาพ > ออกกำลังกาย > โยคะ

**FOOD & HEALTH**

บรรยายโดย ธนยุทธ พรธิสาร



โยคะเป็นกระบวนการที่มีจุดเริ่มต้น เป้าหมายและการสิ้นสุด สิ่งสำคัญที่เราต้องมุ่งไปสู่เป้าหมายสูงสุด การฝึกแหล่งก่อให้เกิดพลังของชีวิต

โยคะ ประกอบด้วย การหายใจเป็น  
การควบคุมการหายใจ

การฝึกทำโยคะและการหายใจ ซึ่งเป็นพื้นฐานในการทำสมาธิ หากฝึกได้จะทำให้ผู้ฝึกมีสุขภาพที่แข็งแรง จิตใจ  
ผ่อนคลายและเข้มแข็ง

สิ่งสำคัญ โยคะไม่ใช่ยาวิเศษที่จะรักษาโรคได้ โยคะไม่ใช่ปาฏิหาริย์ หลักของโยคะ จะต้องเป็นเหตุเป็นผล เมื่อ  
เราคอยดูแลเอาใจใส่ร่างกาย จิตใจของเราอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง ร่างกายและจิตใจย่อมต้องดีแน่นอน โอกาสที่  
จะเจ็บป่วยก็น้อยลง

**โยคะ สามารถป้องกันโรคภัยไข้เจ็บได้ดีมาก และหากมีโรคภัยไข้เจ็บเกิดขึ้น ผู้ฝึกทำโยคะอย่างเป็น  
ประจำ ย่อมมีโอกาสหายจากโรคได้เร็วกว่าผู้ที่ไม่ได้ทำอะไร**

การฝึกโยคะ ทำให้ร่างกายแข็งแรง มีความสมดุลของระบบประสาท และรู้ความหมายแท้จริงของชีวิต จิตใจ  
มั่นคงไม่หวั่นไหวตามสิ่งแวดล้อม ไม่เสียใจ ไม่ดีใจเกินไป เป็นการฝึกจนเกิดปัญญา

ในทางกายภาพ โยคะจะช่วยให้เลือดไหลเวียนไปเลี้ยงส่วนต่างๆ ของร่างกาย ผ่อนคลายความเครียด และอาการ  
ปวดเมื่อย ทำให้รูปร่างและทรวดทรงดีขึ้น รวมทั้งการทรงตัว เป็นต้น

**ด้านกายภาพบำบัด** กล้ามเนื้อ ข้อต่อ และเอ็น มีความยืดหยุ่นมากขึ้น ทำให้การเดินคล่องขึ้น การทรงตัวดีขึ้น  
กระดูกสันหลังถูกปรับให้เข้าสภาพปกติ ป้องกันอาการปวดหลัง ปวดต้นคอ หรือ ปวดศีรษะ และปรับรูปร่างให้  
สมดุล กระดูกไม่งอ ไหล่ไม่เอียง ซึ่งทำบริหารโยคะบางท่าถูกดัดแปลงใช้กับคนชรา และคนพิการเพื่อสามารถฝึก  
บนเตียง หรือบนรถเข็นได้

**ด้านจิตบำบัด** โยคะจะช่วยให้จิตสงบและมีสมาธิมากขึ้น ลดความวิตกกังวลและอาการที่ตื่นกลัว รวมทั้งผู้ที่  
มีปัญหาเพศสัมพันธ์บกพร่อง สามารถบรรเทา หรือแก้ไขได้ด้วยทำโยคะหลายๆ ท่า

**โยคะแตกต่างกับการออกกำลังกาย**

- โยคะ-สบาย การออกกำลังกาย-เครียดต่อผลการแข่งขัน โยคะ-ใช้แรงน้อย การออกกำลังกาย-ออกแรงมาก

- โยคะ-มีสติในการฝึก การออกกำลังกาย-สติไปอยู่ที่ภายนอก

หลักง่ายๆ ของผู้ที่ฝึกโยคะ คือควรฝึกตามศักยภาพของตัวเอง ป้องกันการบาดเจ็บ ส่วนการออกกำลังกายก็เป็นสิ่งดีที่เราพอมีเวลาควรลองทำ แต่ส่วนใหญ่ คนทำงานหนักในแต่ละสัปดาห์ ไม่สามารถออกกำลังกายได้สม่ำเสมอ ทำให้ร่างกายอ่อนแอ พอมีเวลาว่างในวันหยุด เราจึงมักโหมออกกำลังกายหนักๆ ทำให้ร่างกายยิ่งทรุดมากขึ้น จนอาจได้รับอันตรายร้ายแรง

โยคะจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือก ที่เราสามารถนำไปปฏิบัติได้ทุกเวลาและทุกสถานที่ แทนการออกกำลังกาย ซึ่งเราไม่ต้องไปหักโหมหรือเครียด เพียงใช้เวลาไม่มากในการนำไปปฏิบัติ

### **ประโยชน์ของการฝึกโยคะ**

การฝึกโยคะดั้งเดิมต้องการค้นหาความสุขที่แท้จริง ความสุขที่ไม่ใช่เกิดจากความพอใจหรือความรื่นรมย์ การฝึกโยคะจะทำให้ร่างกายแข็งแรง มีความสมดุลของระบบประสาท และมีรู้ความหมายแท้จริงของชีวิต จิตใจมั่นคง ไม่หวั่นไหวตามสิ่งแวดล้อม ไม่เสียใจ ไม่ดีใจเกินไป เป็นการฝึกจนเกิดปัญญา เพื่อประโยชน์ดังต่อไปนี้

- ช่วยให้เลือดไหลเวียนไปเลี้ยงส่วนต่างๆของร่างกาย
- ช่วยผ่อนคลายความเครียด และอาการปวดเมื่อย
- ช่วยทำให้รูปร่างและทรวดทรงดีขึ้น รวมทั้งการทรงตัว
- ทำให้การเคลื่อนไหวของข้อดีขึ้น
- ทำให้มีสมาธิในการทำงานดีขึ้น
- ทำให้มีสติดีขึ้นรู้ว่าเรากำลังทำอะไร เพื่ออะไร
- ทำให้ใจเย็นลง
- ช่วยลดอาการปวดประจำเดือน

ข้อมูลจากศูนย์ฝึกโยคะและผลิตครูโยคะ หมู่บ้านปรีชา ร่มเกล้า โทร 081-845-0805 ( ครูซัช )



จากฉบับ ม.ค.-ก.พ.2551

## คอลัมน์ Practice

### True to Yourself

#### เรียนรู้ตัวตน

เมื่อรู้จักยอมรับในข้อจำกัดของตนเอง อาสนะแสนท้าทายเหล่านี้ จะกลายเป็นสื่อกลางแห่งการนำความสุขสงบและอิสรภาพมาสู่คุณ แทนที่จะเป็นความอึดอัดหรือการบาดเจ็บ สิ่งสำคัญประการหนึ่งของโยคะ นั่นคือการฝึกที่เป็นอิสระจากความทุกข์ทรมาน ท่านปตัญชลีกล่าวไว้ในโยคะสูตรว่า ก้าวแรกที่จะนำไปสู่อิสรภาพ ก็คือการฝึกยามะหรือความอดกลั้น แม้ผู้คนมักสับสน และมองการอดกลั้นและการควบคุมเหมือนการเก็บกด หรือการขาดความสามารถในการสร้างสรรค์ แต่แท้จริงแล้ว ทั้งสองสิ่งนี้สามารถนำเราไปสู่เป้าหมายที่แท้จริงของโยคะ นั่นก็คือความเป็นอิสระนั่นเอง เพราะฉะนั้น เมื่อใดก็ตามที่คุณสังเกตเห็นความอดกลั้นระหว่างการฝึกโยคะตลอดจนการดำเนินชีวิตต่างๆ คุณก็จะรู้สึกเจ็บปวดน้อยลง ทั้งยังเจ็บปวดเพราะผู้อื่นน้อยลงด้วย



กฎ ยามะ (Yama) สองข้อแรกคือ 'อหิงสา' (Ahimsa - ไม่ใช้ความรุนแรง)

และ 'สัตยะ' (Satya - ความซื่อสัตย์) การนำหลักการเหล่านี้มาใช้ในการฝึกอาสนะ หมายถึงการอยู่กับสิ่งที่เกิดขึ้นในขณะนี้ อยู่กับแต่ละท่วงท่า และยอมรับข้อจำกัดของตนเอง แทนที่จะฝืนตัวเอง

ในอาสนะอย่าง *อรรระ พัทธะ ปัทโมตตานาสนะ* (Bound Half-Lotus Forward Bend) การฝึกตามหลักดังกล่าว จะเป็นการฝึกอย่างชาญฉลาดก่อนการฝึกอันหนักหน่วง แม้อาสนะนี้จะไม่ใช่อาสนะเบื้องต้น แต่มันก็ปรากฏอยู่ในซีรี่ย์ระดับต้นของอัสทางคโยคะ อย่างไรก็ตาม อาสนะนี้มักทำไปชิดขวางการฝึกอยู่บ่อยครั้ง เพราะเป็นอาสนะที่ทำให้ผู้ฝึกพบข้อจำกัดของตนอย่างชัดเจน และเพื่อการฝึกให้ได้ตามภาพที่เห็น ผู้ฝึกจึงมักจะฝืนข้อจำกัดของตนเอง และบิดเบือนการเคลื่อนไหวไปในรูปแบบต่างๆ เช่นงอขาที่ยืนอยู่ บิดไหล่จนลอคเพื่อเอื้อมมือไปจับเท้า หรือบิดเข้าแทนที่จะเปิดสะโพกเพื่อให้สามารถจับเท้าที่ยกขึ้นมาได้

อย่างไรก็ตาม หากรู้สึกว่าได้ยาก ลองฝึกชุดท่าดัดแปลงที่เราจัดเตรียมไว้ให้เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการสำรวจตัวเอง ในที่สุดแล้ว คุณจะค้นพบข้อจำกัดที่ว่า รวมทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนของตนในเวลาเดียวกัน และอย่าลืมด้วยว่าควรมีความอดทน และปล่อยให้ร่างกายได้พัฒนาไปที่ละขั้นเป็นที่ตั้ง

1. ตรวจสอบรูปร่างกายให้พร้อมก่อน เมื่อร่างกายยืดหยุ่นดีแล้วให้อนลงกลางเสื่อ ยกขาทั้งสองขึ้นพาดผนัง พยายามให้กระดูกก้นกบชิดกับผนัง หรืออาจเคลื่อนตัวออกจากผนังเล็กน้อยหากรู้สึกตึง ไม่เช่นนั้นสะโพกของคุณจะยกขึ้นจากพื้น และหลังส่วนล่างจะเป็นแนวโค้ง จากนั้นยืดเหยียดขาไปถึงส้นเท้า จัดหลังให้โค้งตามธรรมชาติ

แผ่กระดูกหัวไหล่ให้กว้างออกพร้อมกับชี้ไปทางผนัง ใช้ความเหนียวของเส้นช่วยยืดไหล่ให้แนบกับพื้น แล้วยืดกระดูกก้นกบเข้าสู่ผนัง วางแขนทั้งสองไว้ข้างลำตัว บิดแขนส่วนบนออกพร้อมหายใจขึ้น หลับตาสักครู่และเพ่งสมาธิไปที่ลมหายใจ

จัดเชิงกรานและหลังส่วนล่างให้เป็นแนวโค้งตามธรรมชาติ หายใจเข้าออกประมาณ 2 – 3 รอบ จากนั้นงอเข่าขวา แล้ววางข้อเท้าขวาด้านนอกใต้เข่าซ้าย ขณะที่ยืนข้อเท้าขวาขึ้น ให้ยืดส้นเท้าทั้งด้านในและด้านนอกออกจากนั้นค่อยๆ เคลื่อนเข่าขวาเข้าหาผนังโดยไม่ต้องใช้มือช่วย

เมื่อพร้อมแล้วให้งอเข่าซ้ายลงมา และกดหลังเท้าซ้ายเข้าหาผนัง ขณะเดียวกันก็ดันเข่าขวาออกจากทรงอก ไม่ควรรู้สึกหัวเข่าเกิดการบีบอัด ส่วนกระดูกก้นกบหรือหลังส่วนล่างก็ไม่ควรบิดเบี้ยว เพราะการฝึกที่ดีควรส่งแรงมาจากการเปิดเบ้าสะโพก จากนั้นค่อยๆ เคลื่อนเท้าซ้ายลงจากผนัง โดยในที่สุดหน้าแข้งขวาจะขนานกับพื้น ค้างอยู่ในท่าประมาณ 1 – 5 นาที จากนั้นยกขาทั้งสองข้างขึ้นพาดผนังและสลับข้าง

2. ยืนตรงหันหลังให้ผนังโดยเท้าทั้งสองข้างห่างจากผนังประมาณ 1 ฟุตแล้วก้มตัวลง

จากนั้นเดินเท้าจนไปข้างหลังจนส้นเท้า กระทบรองนั่ง และขาด้านหลังติดกับกำแพง ถ้าแตะมือไม่ถึงพื้น อาจใช้โฟมก่อนหรือใช้เก้าอี้ช่วย

จากนั้นแยกเท้าออกห่างจากกันเท่าความกว้างของสะโพก ขอบเท้าด้านในขนานกัน และนิ้วชี้เท้าชี้ไปข้างหน้า กระจายน้ำหนักลงที่เท้าทุกทิศทางให้เท่ากัน เพราะนี่คือฐานสำคัญในการฝึก จากนั้นเดินมือไปข้างหน้าเพื่อยืดลำตัวส่วนหน้า ยืดศีรษะออกจากกระดูกก้นกบ และเหยียดหัวไหล่ออกจากใบหู พร้อมเหยียดกระดูกไหปลาร้าออก เหยียดกระดูกหน้าอกออกจากสะตือ พลังทอดสายตาลงด้านล่างอย่างผ่อนคลาย

ส่งแรงไปที่ขาทั้งสอง และเกร็งต้นขาแต่ละข้างทั้งข้างหน้า ข้างหลัง ข้างในและข้างนอกให้เท่าเทียมกัน เกร็งสะโพกด้านนอกและเกร็งกล้ามเนื้อขาไว้ ตอนนี้กระดูกรองนั่งจะอยู่ในแนวเดียวกับส้นเท้า แต่ก็ไม่ควรเหยียดกว้างออกไป เพราะกระดูกกระเบนเหน็บจะเกร็งแข็งและนุ่มเป็นโพรง เพราะอาจเกิดการบาดเจ็บบริเวณก้น ขาช่วงล่างและช่วงบนควรตั้งตรง ถ้าน่องแต่ละข้างได้ก่อนต้นขาหลัง คุณอาจช่วยด้วยการงอเข่าเล็กน้อย และแทนที่จะฝืนดันขาไปข้างหลัง คุณควรงอเข่าเล็กน้อย และให้น่องห่างออกจากผนังไปทางกระดูกหน้าแข้งด้านหน้า ขณะเดียวกันก็เกร็งต้นขาส่วนบนเพื่อค่อยๆ ยืดขาทั้งสองให้ตรง

สุดท้าย ให้ปล่อยลำตัวลงเป็นเส้นตรง กระจายแขนและขาออกเท่าๆ กัน โดยไม่ต้องกังวลว่าหน้าผากต้องชิดหน้าแข้ง และแทนที่จะโค้งหลังขึ้น ให้พยายามยืดกระดูกสันหลังขณะพับตัวลง ปล่อยให้กระหม่อมชี้ลงพื้น ยืดไหล่ให้ห่างจากใบหู ผ่อนคลายกล้ามเนื้อใบหน้า แล้วค้างอยู่ในท่าประมาณ 10 รอบลมหายใจ

3. ยืนตรงในตาชานะ (Equal Standing) ลงน้ำหนักที่เท้าทั้งสองข้างเท่าๆ กัน จากนั้นงอเข่าขวาและดึงขาขวารับน้ำหนักขาขวาโดยตั้งขาที่ยืนอยู่ไว้ให้มั่น ทั้งนี้ ให้ใช้มือประคองอุ้งมือซ้ายจากข้างใต้เพื่อเลี่ยงการบาดเจ็บบริเวณหัวเข่าที่ยกขึ้น ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก เพราะถ้าคุณจับปลายเท้าโดยวางมือไว้ด้านบน ข้อต่อหัวเข่าอาจบาดเจ็บบาดเจ็บได้ พับข้อเท้าขวาไว้ให้แนวส้นเท้าด้านในและด้าน



นอกเสมอกัน ส่วนขาข้างที่ยืนอยู่ ให้จัดตำแหน่งกระดูกเชิงกรานด้านหน้าทั้งสองให้ตั้งตรงกลาง เกร็งสะโพกซ้ายเข้าหากกลางลำตัว และพยายามไม่ให้หลังโค้งงอโดยการดันหน้าขาท่อนบนไปข้างหลัง และยกกระดูกเชิงกรานด้านหน้าขึ้นเพื่อช่วยยืดหลังส่วนล่าง เปิดทรวงอก และทอดสายตาไปข้างหน้า ค้างอยู่ในท่าประมาณ 5 ถึง 10 รอบหายใจ แล้วจึงสลับขา หากการดัดแปลงนี้ทำท่ายความสามารถคุณเกินไป ให้หยุดที่ท่านี้ อย่างไรก็ตาม ท่านี้เป็นท่าที่ปลอดภัย และเป็นการเตรียมร่างกายที่ดีก่อนไปสู่ท่าสุดท้าย

4. เริ่มต้นเช่นเดียวกับท่าที่ผ่านมา แต่เปลี่ยนเป็นการบิดต้นขาและพาดขาไว้กับตัว เริ่มจากการดึงสันเท้าขวาเข้าหาสะดือ ขณะเดียวกันก็ปล่อยหัวเข่าขวาลงห่างจากสะโพก แล้วสันเท้าจะวางพักอยู่ใต้



สะดือพอดี และส่วนที่เหลือของเท้าจะวางตัวอยู่บนต้นขา รักษาระดับหัวไหล่ทั้งสองให้ขนานกับขอบเสื่อด้านหน้า จากนั้นค่อยๆ เอื้อมมือขวาไปข้างหลัง และอ้อมไปจับเท้าขวาด้านนิ้วโป้ง และใช้มือซ้ายช่วยจับข้อมือขวาอีกแรง ถ้าหัวเข่าของขาที่ยืนอยู่เริ่มงอ หรือสะโพกเริ่มบิดขณะจับเท้า นั้นหมายความว่า คุณต้องฝึกจนสะโพกเปิดให้มากขึ้น ลองเปลี่ยนเป็นการพยุงเท้าขวาดำวยมือซ้ายแทน แล้วใช้มือขวาอ้อมด้านหลังไปจับข้อมือซ้ายดังภาพประกอบ ทอดสายตามองไปข้างหน้าและค้างในท่ายนี้สักครู่ จากนั้นค่อยๆ เปิดขาขวา โดยเริ่มจากบิดขาจากภายในสะโพก ยืดต้นขาขวาภายในเข้าหาเข่าภายใน ขณะเดียวกันก็ดึงเข่าภายนอกขึ้นหาสะโพก

ขณะที่ยืดหัวเข่าขวาลง ให้ดึงเข่ากลับเข้ามาอยู่ในระนาบเดียวกับขาที่ยืนอยู่ ยกกระดูกเชิงกรานด้านหน้าขึ้นและรักษาตำแหน่งสะโพกไว้ให้ตรง การทำเช่นนี้จะเป็นการเพิ่มการยืดเหยียดให้ต้นขา รวมทั้งเป็นการกระตุ้นการทำงานของกล้ามเนื้อขาหนีบ หายใจเข้าออกลึกๆ ในจังหวะที่สม่ำเสมอ จากนั้นให้สลับข้าง

5. เริ่มจากท่าที่ผ่านมาโดยที่ยังไม่ต้องจับเท้า ในจังหวะหายใจออกให้พับตัวลงเป็นอูตตานาสนะ แต่ถ้ายังไม่สามารถเอื้อมมือแตะพื้นได้ ให้กลับไปฝึกท่าก่อนหน้า หรืออาจวางมือไว้บนโพนก้นวางมือทั้งสองข้างไว้บนพื้น โดยนิ้วมืออยู่ในแนวเดียวกันกับนิ้วเท้า หายใจเข้าและยืดลำตัวตั้งที่ทำใน *อรรระ อูตตานาสนะ* (Half-Standing Forward Bend – ก้มตัวครึ่งท่อน) กดมุมเท้าทั้งสองลงอย่างมั่นคง เพื่อเป็นการเกร็งข้อเท้าภายนอกเข้าและยกข้อเท้าภายในให้โค้งขึ้น ในจังหวะหายใจออก ให้ข้อข้อศอกยืดไปข้างหลังแนวเดียวกับข้อมือ และก้มตัวลงเป็นอูตตานาสนะ ให้ขาซ้ายทั้งท่อนบนและล่างให้เป็นเส้นตรง ส่วนเข่าที่งอพับเป็นดอกบัวครึ่งดอกอยู่นั้น ก็



ควรอยู่ในแนวเดียวกันกับขาที่ยืนอยู่ หรืออาจล้าไปข้างหน้าเล็กน้อย สะโพกตั้งตรงและขนานไปกับขอบเสื่อ พยายามไขว้มือไปจับเท้าขวา การโค้งตัวไปข้างหน้าจะช่วยให้เอื้อมมือไปจับเท้าได้ง่ายกว่าการยืนตรง ค้างประมาณ 5 ลมหายใจ เมื่อคลายท่า ให้ปล่อยมือที่จับเท้าออกก่อน ยืดกระดูกสันหลังและทรวงอก และหายใจเข้าเมื่อยืดตัวขึ้นในขณะที่ขาซ้ายยังคงเหยียดตรง ค้างไว้สักครู่ก่อนวางขาขวาลง หยุดพักในตาชานะแล้วสลับข้างปฏิบัติ ฟังระลึกไว้เสมอว่า การทำท่าได้อย่างสมบูรณ์แบบไม่ใช่เป้าหมายหลัก คุณควรมองไปที่ความเรียบง่าย จริงใจ และความสงบเสถียรในธรรมชาติของแต่ละท่วงท่า และเมื่อคุณฝึกบนพื้นฐานของอหิงสาและสัตยา คุณจะได้สัมผัสกับแก่นแท้ของโยคะ ที่มีทั้งความสงบและอิสรภาพในจิตใจและร่างกายของตนเอง

ตัวอย่างโปสเตอร์



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# Largest Planet Yoga Centers In The World!





www.callforlanowow.com

## Get the **WOW** Xperience **NOW!**

**เพียง 399 บาท ต่อเดือน\***

**☎ 0 2791 0000**

### 1000 คลาสต่อสัปดาห์!



**แพลนเน็ตโยคะ: ● แพลนเน็ตโยคะ: ฮอต**

แพลนเน็ตโยคะแพลนเน็ตโยคะ เป็นโยคะที่นำเสนอมุมท่าโยคะที่หลากหลายรวมทั้ง Hot Yoga, Hatha Yoga, Indian Dance, เบลูจินดาโยคะและคอนกรีตโยคะ

**☎ 0 2791 0000** โทร: กลิ่นที่ 11 เหนือ เติษนาสมาชิกวงแหวนหัวเข็มขัด ซีบีแอล เหนือ

<p>เขตบางนา: 8 เขตบางนา-สมุทร (MRT ศูนย์วัฒนธรรม)</p> <p>เขตวัฒนา: 8 เขตวัฒนา เขตวัฒนา เขตวัฒนา</p> <p>เขตปทุมวัน: 31 ชั้น 3-4 เหนือท่าอิฐ เขตปทุมวัน 31 (BTS รัชตพงษ์)</p> <p>เขตบางรัก: ชั้น 4 ศูนย์การค้าบางรัก (BTS สีลม)</p>	<p>เขตปิ่นเกล้า: เขตปิ่นเกล้า เขตปิ่นเกล้า เขตปิ่นเกล้า</p> <p>เขตบางนา: 23 ชั้น 23 เขตบางนา 23 (BTS อโศก, MRT ศูนย์วัฒนธรรม)</p> <p>เขตสาทร: ชั้น 23 ชั้น 23 เขตสาทร (BTS สีลม)</p>	<p>☎ 0 5399 9444 โทร: เหนือ ชั้น 4 เหนือ เขตวัฒนา เขตวัฒนา</p> <p>☎ 0 3838 8955 โทร: สีลม 8 เขตวัฒนา เขตวัฒนา 2 เขตวัฒนา</p>
---	--	--

ส่วนนี้เป็นส่วนหนึ่งของบริการ, ชั้นสมาชิกของคุณจะอยู่ที่ 0 2832 1288 ต่อ 1139, 1136

**สมาชิกริพัฒนาสมของคุณแลกสมาชิกคลับเรา **ฟรี!****




สมัครบัตรเครดิตฟรีกับสมาชิกพัฒนาสม  
พร้อมรับสิทธิพิเศษและโปรโมชั่นพิเศษ  
Citibank PayLife card มี 0% ทุน 10 เดือน




# YOGI & I

**One-on-one yoga training  
from your favorite yoga master**

**คอร์สฝึกโยคะแบบตัวต่อตัว  
กับโยคะมาสเตอร์คนโปรดของคุณ**

Yogi & I is 30-min one-on-one training program created by Master Kamal. Yogi & I is specially designed for your needs. Set your own schedule with your favorite yoga master in Planet Yoga studio! These special techniques and programs are different from other classes!

**Benefits**

One-on-one attention and adjustments from your favorite yoga master. Immediate improvement in your yoga techniques. Learning special posture and technique to deepen your yoga practice.

Yogi & I คือ โปรแกรมฝึกโยคะแบบตัวต่อตัว 30 นาที ที่พัฒนาโดยมาสเตอร์ Kamal Yogi & I จะช่วยให้คุณมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโยคะมากขึ้น เรียนรู้เทคนิคพิเศษที่โยคะมาสเตอร์คนโปรดของคุณได้ถ่ายทอดให้! เทคนิคโยคะที่เรียนพิเศษจะช่วยให้คุณเข้าใจโยคะได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น!  
ประโยชน์  
การได้เรียนโยคะแบบตัวต่อตัวกับโยคะมาสเตอร์คนโปรดของคุณ การมีสมาธิที่มากขึ้น การได้เรียนรู้เทคนิคพิเศษที่โยคะมาสเตอร์คนโปรดของคุณได้ถ่ายทอดให้!

**Introductory Offer**  
ข้อเสนอพิเศษช่วงเปิดตัว

**1,499** บาท  
Baht

ต่อครั้ง / PER SESSION\*

**Major Price Increase**

**ด่วน! coming on May 1st!**  
ก่อนการปรับเพิ่มราคาครั้งใหญ่ในวันที่ 1 พฤษภาคม!

พื้นที่และเวลาจำกัด 300 Yogi & I ของคุณนี่!  
**Space and Time is limited.**  
**Schedule your Yogi&I NOW!**

**FREE!**  
**YOGI & I**  
**Yoga Mat**  
เสื่อโยคะ Yogi & I

\*พิกัดคลับขึ้นอยู่กับสถานที่ / Check club for details



# Shock Sale

กำบพลาด !!  
7 วันเท่านั้น  
19-25 เม.ย.นี้

## รายได้ครึ่งราคา

ภายใต้เงื่อนไข:

- รับเฉพาะเงินสดเท่านั้น
- งดชดเชยวันลาหยุด ยกเว้นวันหยุดของโยคะสุตรา
- งดบัตรลดทุกชนิดและงดแถม Voucher
- ซื้อได้ท่านละไม่เกิน 6 เดือน (ต่อเนื่อง)
- สมาชิกปัจจุบันที่ซื้อล่วงหน้าต้องเริ่มใช้บัตรใหม่ทันทีที่บัตรเก่าหมดอายุ ไม่สามารถขอเว้นช่วงได้ในทุกกรณี
- สมาชิกใหม่ต้องเริ่มใช้บัตรภายใน 30 วันนับจากวันที่ซื้อบัตรจะถูกเริ่มทันทีเมื่อครบกำหนด แต่หากบางรอบเต็มทางร้านจะเป็นผู้กำหนดวันเริ่มให้

โยคะสุตรา สตูดิโอ

ชั้น 32 อาคารสาทรสมศรทาวเวอร์

ถ.สาทรเหนือ

Tel. 026366758-9

Yoga  Sutra

ขอเชิญท่านผู้มีเกียรติและสื่อมวลชนทุกท่านร่วมเป็นเกียรติในงาน

เปิดตัวหนังสือ **โยคะ=10**

พอมได้ สวยได้  
ภายใน...สิบชั่วโมง

ANIT PUBLISHING

เจียงจันทน์

ซี.อี.ดี. (SE-ED) BOOK CENTER

บ้านกิมฮง ยูนส์

Lactasoy

โดยครูกิติ์ดาร์และวรรณษา ทองวิเศษ

สำนักพิมพ์เจ้าสำนักในเครือบริษัท อนิส พับลิชชิ่ง จำกัด เอาใจคนรักโยคะ ด้วยการนำเสนอเคล็ดลับพิเศษจาก อ.กิติ์ดาร์ ครูโยคะมืออาชีพ เพื่อให้สาว ๆ ทุกคนที่รักสุขภาพพอมและสวยได้อย่างใจภายในเวลา 10 ชั่วโมง

ในวันอังคารที่ 11 มีนาคม 2551 ตั้งแต่เวลา 14.00 - 16.00 น.  
ณ ร้าน SE-ED Book Center  
ชั้น 4 สยามพารากอน โซน ไอที เวิลด์

365 วัน  
ทุกวัน

อ.กิติ์ดาร์

\* ขอสงวนสิทธิ์ในวงเล็บเครื่องหมาย \* ในปกหนังสือเล่มนี้ \*  
© 2008 อนิส พับลิชชิ่ง จำกัด

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวรวีร์ มิตรธรรมพิทักษ์ เกิดเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2522 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีในเทคนิศาสตร์บัณฑิต สาขาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในปีการศึกษา 2546 หลังจากนั้นเข้าศึกษาระดับปริญญาโทที่คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในปีการศึกษา 2549



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย