

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มา ของปัญหา

ในโลกของสังคมข่าวสาร สถาบันสื่อมวลชนนับว่าเป็นสถาบันที่สำคัญและมีอิทธิพลสูงต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ จากการที่สื่อมวลชนมีพลังผลักดันในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทางสังคม ทำให้บุคคลหลากหลายกลุ่มมุ่งหวังที่จะใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร โน้มนำความคิดต่าง ๆ ทางสังคม ในการเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนนั้นพบว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง ความรู้ (knowledge change) เปลี่ยนแปลงทัศนคติ (attitude changes) และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (performance changes) ของประชาชนในระดับหนึ่งซึ่งประเด็นในการนำเสนอข่าวสารนี้ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm) ได้กำหนดไว้ว่าเป็นหน้าที่ ซึ่งเปรียบเหมือนการเป็นครูเพื่อเตรียมสมาชิกในสังคมให้พร้อมกับ การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ สอนทักษะการปฏิบัติตนตลอดจนปลูกฝังค่านิยมที่เหมาะสมในสังคม (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2546, น. 3) ในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลายโทรทัศน์ถือได้ว่าเป็นสื่อที่ครองความนิยมของประชาชนมากที่สุด โดยเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีรายงานผลการสำรวจจำนวนครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์ประมาณ 1,950,900 ครัวเรือน และแนวโน้มการมีเครื่องรับโทรทัศน์ในครอบครองของชาวกรุงเทพมหานครยังเพิ่มมากขึ้นตั้งแต่มีเครื่องรับโทรทัศน์ 1 เครื่องต่อ 1 ครัวเรือนถึง 7 เครื่องขึ้นไปต่อ 1 ครัวเรือน รายละเอียดดังแสดงตามตาราง (“รายงานจำนวนครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์และมีเครื่องรับโทรทัศน์ในครอบครอง จำแนกตามจำนวนเครื่องรับโทรทัศน์ ภาคและเขตการปกครอง,” ออนไลน์, 2551)

ตารางที่ 1.1

แสดงจำนวนครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์และมีเครื่องรับโทรทัศน์ในครอบครอง

จำแนกตามจำนวนเครื่องรับโทรทัศน์ในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2546

จำนวนเครื่องรับโทรทัศน์ในกรุงเทพมหานคร							
1 เครื่อง	2 เครื่อง	3 เครื่อง	4 เครื่อง	5 เครื่อง	6 เครื่อง	7 เครื่องขึ้นไป	ยอดรวม
1,313,600	417,800	140,000	47,100	19,600	6,500	6,300	1,950,900

ในปัจจุบันกิจกรรมเกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพนับว่าเป็นกิจกรรมด้านหนึ่งที่พยายามใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยของประชาชนในเชิงป้องกัน บำบัด รักษา และฟื้นฟู ตลอดจนพยายามโน้มนำประชาชนให้เกิดความตระหนักต่อประเด็นปัญหาด้านสุขภาพ โดยเราสามารถพบเห็นข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยปรากฏในสื่อมวลชนในรูปของข่าว สารคดีสั้น โฆษณา รายการบันเทิง (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2546, น. 4) โดยเฉพาะบทบาทของโทรทัศน์ ต่อสุขภาพ อนามัยของประชาชน ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และ นิคม ทาแดง (2528, น. 728-729) ได้จำแนกรายการโทรทัศน์ออกเป็น 5 ประเภท คือ รายการข่าวสาร รายการความรู้และการศึกษา รายการโน้มน้าวและจูงใจ รายการบันเทิง และรายการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รายการที่นำเสนอด้านโภชนาการเป็นประเด็นสุขภาพอีกเรื่องหนึ่งที่มีความจำเป็นต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนไม่น้อยไปกว่าประเด็นสุขภาพด้านอื่น การให้ความรู้ด้านโภชนาการเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถใช้เป็นมาตรการเชิงรุกในการป้องกันปัญหาจากโรคต่าง ๆ ได้ เพราะ การสื่อสารด้านโภชนาการ หรือ การให้โภชนศึกษา นับได้ว่าเป็นกระบวนการที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจ ร่วมกัน จนนำไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งไม่แตกต่างจากการสื่อสารด้านอื่น ๆ ที่เป็นกระบวนการที่มีองค์ประกอบ 5 อย่าง อันได้แก่ ผู้ส่งสาร (source) สาร (message) ช่องทางสารหรือสื่อ (channel) ผู้รับสาร (receiver) และปฏิกิริยาสะท้อนกลับ (feedback) โดยอยู่ภายใต้อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมหรือบริบทอื่น ๆ (context) ดังนั้น ความสำเร็จของการให้โภชนศึกษาย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบดังกล่าวซึ่งมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากันเลย โดยเฉพาะสื่อที่เป็นองค์ประกอบที่มักจะถูกละเลยคือความสำคัญด้อยไปกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ ซึ่งอาจเป็นสาเหตุของความไม่บรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสารได้ การให้โภชนศึกษา แม้จะเตรียมข้อมูลอย่างดี มีความเชี่ยวชาญ มีเนื้อหาขององค์ความรู้ที่ง่ายต่อการเข้าใจ สอดคล้อง และเหมาะสมต่อวิถีชีวิตของผู้รับซึ่งได้ผ่านการวิเคราะห์มาแล้วก็ตาม แต่กระบวนการดังกล่าวถ้าหากขาดสื่อที่เหมาะสมไร้ประสิทธิภาพ จะมีผลทำให้การให้โภชนศึกษานั้นล้มเหลว หมายถึง พฤติกรรมทางอาหารและโภชนาการของผู้รับหรือประชาชนอาจไม่เปลี่ยนแปลงสู่ทิศทางที่พึงประสงค์ได้ การใช้สื่อในงานสื่อสารทางอาหารและโภชนาการก็เหมือนการใช้สื่อในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพด้านอื่น ๆ ซึ่งการปรับพฤติกรรมทางอาหารและโภชนาการ จะต้องใช้สื่อผสมให้มีความหลากหลายในทุกกลุ่มเป้าหมายและมีรูปแบบที่น่าสนใจและเหมาะสม รวมทั้งมีเนื้อหาของสื่อที่สอดคล้องคล้อยตามวิถีชีวิต มีความง่ายต่อการเข้าใจ และที่สำคัญผู้รับมองเห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากสื่อเหล่านั้น ๆ สิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ สื่อที่พัฒนาขึ้นมานั้นใคร คือ ผู้ใช้สื่อ เครื่องชี้วัดว่าสื่อทางอาหารและโภชนาการจะมีประสิทธิภาพหรือไม่เพียงใดนั้น วัดกันที่สื่อเหล่านั้นจะสามารถ

พัฒนาพฤติกรรมทางอาหารและโภชนาการของประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้เป็นไปในทิศทางที่พึงประสงค์ได้หรือไม่เป็นสำคัญ (สง่า ดามาพงษ์, 2538, น. 155) ซึ่งประเทศไทยมี ประสบการณ์ การดำเนินงานอาหารและโภชนาการมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน โดยได้บรรจุไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติโดย แผนอาหารและโภชนาการได้รับการอนุมัติบรรจุเป็นแผนทางสังคมที่สำคัญตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ระยะที่ 4 (2520-2524) ซึ่งจัดทำเป็นแผนแม่บทให้ ส่วนงานที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทาง จัดทำแผนของส่วนที่รับผิดชอบให้สอดคล้องกัน ได้แก่ เกษตร สาธารณสุขศึกษา และพัฒนาชุมชน ได้บูรณาการเข้าไปในงานส่งเสริมสุขภาพงานการ สาธารณสุขมูลฐาน และการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมด้านอื่น ๆ จนถึงปัจจุบันแผนอาหารและ โภชนาการได้เป็นส่วนหนึ่งใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) มุ่งสู่ “สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน” ภายใต้แนวปฏิบัติของ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” สถานะของประเทศขณะนี้มีการเจ็บป่วยด้วยโรคที่ป้องกันได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง เช่นโรค ความดันโลหิตสูง เบาหวาน โรคหัวใจ มะเร็ง สาเหตุจากคนไทยจำนวนมากยังให้ความสำคัญใน การดูแลสุขภาพน้อยและหลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพไม่มากเท่าที่ควร พฤติกรรมการบริโภคและการดำรงชีวิตที่ไม่เหมาะสม อาทิ ปัญหาภาวะโภชนาการเกิน (อ้วน) มี แนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกกลุ่มอายุ จากนโยบายด้านโภชนาการดังกล่าวที่ผ่านมาภาครัฐ จึงเป็น ผู้ดำเนินการเป็นส่วนใหญ่ในการพัฒนาสื่อและผลิตสื่อด้านอาหารและโภชนาการ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจด้านโภชนาการให้แก่ประชาชน ซึ่งมีข้อจำกัดมากมาย อาทิ ศักยภาพบุคลากร งบประมาณและการบริหารจัดการ ซึ่งส่งผลให้ประสิทธิภาพการสื่อสารที่ออกมานั้นไม่กระจาย ทั่วถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย ประกอบกับในปัจจุบันนี้ความเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและสังคม เป็นไปอย่างรวดเร็วคนไทยส่วนมากไม่สามารถจะควบคุมการบริโภคอาหารได้ด้วยตนเองหรือ ประกอบขึ้นเอง รวมทั้ง โลกยุคเทคโนโลยีการสื่อสารแบบไร้พรมแดน เข้ามามีอิทธิพลต่อวิถีชีวิต ด้านการบริโภคอาหารของคนไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นการพัฒนาสื่อด้านอาหารและ โภชนาการให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จึงมีความสำคัญอย่าง ยิ่งต่อการปรับพฤติกรรมทางอาหารและโภชนาการที่ดีได้ สื่อด้านอาหารและโภชนาการ ควรได้รับการ พัฒนาให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรมการสื่อสารทางอาหารและโภชนาการซึ่ง แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ สื่อเพื่อส่งเสริมภาวะโภชนาการในกลุ่มคนทั่วไปกับสื่อ เพื่อใช้แก้ไข ปัญหาภาวะทุพโภชนาการในกลุ่มคนที่มีปัญหา ดังนั้น จากสภาพปัญหาในการสื่อสารโภชนาการ ดังกล่าวนี ผู้เกี่ยวข้องทุกส่วนไม่ว่าจะเป็น ภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ควรประสานความร่วมมือในการ ดำเนินงานเรื่องการสื่อสารอย่างเป็นระบบ กล่าวคือ ในส่วนของ

ภาครัฐที่มีความเข้าใจสภาพปัญหาด้านโภชนาการเป็นอย่างดี และเข้าใจกระบวนการ ขั้นตอนในการให้ความรู้ที่ถูกต้องด้านโภชนาการ ทั้งในแง่ของ คุณค่าโภชนาการ การบำบัด รักษา และป้องกันโรคด้วยอาหาร รวมถึงควรมีการสนับสนุนงบประมาณเพื่อดำเนินการเรื่องการสื่อสารด้วย และ ภาคเอกชน สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ผู้ผลิตรายการที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตสื่อ ซึ่งมีวิธีการนำเสนอที่สามารถโน้มน้าวใจให้ผู้ชมเกิดความสนใจได้มาก ควรประสานความร่วมมืออย่างจริงจัง ซึ่ง ปัจจุบันพบว่าภาครัฐและเอกชนได้ร่วมผลิตรายการด้านโภชนาการมากขึ้นกว่าอดีต ดังจะเห็นได้จากสปอตเพื่อการรณรงค์ต่าง ๆ รายการส่งเสริมสุขภาพด้วยอาหารบางรายการ แนวทางหนึ่งที่จะช่วยสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว คือ การให้ความรู้ผ่านรายการด้านโภชนาการทางโทรทัศน์ ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่รายการที่มีการออกอากาศอยู่ในปัจจุบัน ยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างความรู้ที่เป็นวิชาการด้านโภชนาการโดยตรง ดังนั้น การศึกษาผลกระทบของรายการและโฆษณาด้านโภชนาการทางโทรทัศน์ที่มีต่อ ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ จึงถือได้ว่าเป็นการวัดประสิทธิภาพของสื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อที่ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสนใจ เพราะสามารถเข้าถึงและสนใจในการติดตามของผู้ชมได้มากกว่าสื่ออื่นถึงผลกระทบต่อ ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายได้มาน้อยเพียงใด และมากกว่านั้น อาจมีข้อค้นพบที่อาจเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสื่อโทรทัศน์ในการนำเสนอรายการด้านโภชนาการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพในอนาคต ซึ่งในปัจจุบันพบว่า แนวโน้มทางโภชนาการในประเทศไทยนั้นการได้รับสารอาหารที่ไม่เหมาะสมยังคงเป็นปัญหาที่ยังต่อเนื่องไปอีกระยะหนึ่ง ทั้งในรูปของภาวะโภชนาการขาดเนื่องจากพฤติกรรมการบริโภคของประชากร เช่นในกลุ่มเด็กจะบริโภคผักและผลไม้ไม่ค่อยบริโภคข้าวเป็นอาหารหลัก แต่จะชอบบริโภคอาหารจานด่วน ประกอบกับวิถีชีวิตของประชาชนเปลี่ยนไป ทำให้โอกาสของการดูแลทางด้านโภชนาการของครอบครัวน้อยลงและภาวะโภชนาการเกิน โรคอ้วน เป็นปัญหาที่จะเพิ่มความรุนแรงทั้งในเด็ก ผู้ใหญ่ และผู้สูงอายุ มีสาเหตุมาจากการบริโภคอาหารมากเกินไปเกินความต้องการและสัดส่วนไม่เหมาะสม โรคเรื้อรังที่เกิดจากอาหารและโภชนาการ เช่น โรคมะเร็งบางชนิด โรคเบาหวาน โรคหัวใจ นอกจากนี้ ยังมีปัญหาความไม่ปลอดภัยของอาหารบริโภคที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (สมชาย คุรงค์เดช และ ดวงพร แก้วศิริ, 2547, น. 36-37) รวมถึงวิถีชีวิตและค่านิยมของคนไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน โดยเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีชีวิตเร่งรีบแข่งกับเวลา ชอบความสะดวกสบาย นิยมซื้ออาหารปรุงสำเร็จบริโภคอาหารจานด่วน (fast food) และอาหารขยะ (junk food) อันเป็นผลมาจากการรับรู้ผ่านสื่อมวลชนรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ จึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการดำรงชีวิตและการ

บริโภคนิยมของบุคคลมาก เช่น ทำให้มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าตามโฆษณา หรือการเลียนแบบวัฒนธรรมการบริโภคของชาวตะวันตก เป็นต้น ในทางตรงข้าม ถ้าสื่อสารมวลชนให้ข้อมูลข่าวสารโภชนาการที่ดีมีประโยชน์จะช่วยให้ประชาชนเกิดการเรียนรู้และมีพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้องเหมาะสมได้เช่นกัน จะเห็นว่าผลกระทบของสื่อโทรทัศน์ด้านโภชนาการนั้น เป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ในเชิงบวกนั้นจะอย่างไรให้ประชาชนได้รับ ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในเรื่องอาหารและโภชนาการ ทั้งในแง่ของ ความรู้ด้านคุณค่าโภชนาการ ความรู้เรื่องการป้องกันโรคด้วยอาหาร (caring & prevention) และความรู้เรื่องการรักษาบำบัดโรคด้วยอาหาร (curing) ในสภาวะที่สังคมมีการแข่งขันสูงและเร่งรีบตลอดเวลาเช่นปัจจุบันโดยไม่เป็นอุปสรรคต่อวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป สิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้ข้อมูล ข่าวสารด้านโภชนาการแก่ประชาชน คือการให้ความรู้ผ่านรายการด้านโภชนาการทางโทรทัศน์ เมื่อพิจารณาผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ พบว่า ทุกสถานีมีรายการด้านโภชนาการอยู่ในผังรายการอยู่แล้ว ส่วนใหญ่มีการออกอากาศทุกวัน แบ่งเป็นประเภทรายการ สอนทำอาหาร/แนะนำร้านอาหาร รายการส่งเสริมสุขภาพด้วยอาหาร รายการให้ความรู้และข้อแนะนำเกี่ยวกับสุขภาพและโภชนาการโดยแพทย์และผู้เชี่ยวชาญ และรายการให้ความรู้ที่หลากหลายในรูปนิตยสารทางอากาศ รายการด้านโภชนาการส่วนใหญ่เป็นประเภท รายการสอนทำอาหาร/แนะนำร้านอาหารและรายการให้ความรู้ที่หลากหลายในรูปนิตยสารทางอากาศ ที่มักเน้นความบันเทิงและสอดแทรกความรู้ด้านโภชนาการบ้างเล็กน้อย รายการประเภทส่งเสริมสุขภาพด้วยอาหารโดยตรงยังมีน้อย ส่วนใหญ่นี้อาจเป็นการให้ความรู้ด้านโภชนาการง่าย ๆ ซึ่งเนื้อหารายการมักเน้นการส่งเสริมสุขภาพด้วยอาหารมากกว่าการบำบัดรักษาด้วยอาหาร ส่วนรายการให้ความรู้และข้อแนะนำเกี่ยวกับสุขภาพและโภชนาการโดยแพทย์และผู้เชี่ยวชาญ และรายการให้ความรู้ที่หลากหลายในรูปนิตยสารทางอากาศนั้น ส่วนใหญ่นี้อาจเป็นการไม่ได้ให้ความรู้เฉพาะด้านโภชนาการเป็นประจำทุกตอนแต่มีเนื้อหาเรื่องสุขภาพอื่น ๆ สลับหมุนเวียนกันไป รายการที่มีเนื้อหาด้านโภชนาการส่วนใหญ่มักออกอากาศช่วงเช้า ในวันปกติและวันหยุด ซึ่งมีผลการศึกษาที่ช่วยสนับสนุนผลเชิงบวกด้านโภชนาการของโทรทัศน์ โดยกองโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2545 (ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารและภาวะโภชนาการของนักเรียนวัยรุ่นในโรงเรียน เขตกรุงเทพมหานครฯ นนทบุรี ปทุมธานี และนครปฐม) การศึกษาพบว่านักเรียนวัยรุ่นส่วนใหญ่มีภาวะโภชนาการปกติ (น้ำหนักตามเกณฑ์ส่วนสูง) ร้อยละ 85.44 ภาวะโภชนาการต่ำกว่ามาตรฐานร้อยละ 4.33 และภาวะโภชนาการเกินมาตรฐานร้อยละ 10.22 นักเรียนวัยรุ่นบริโภคอาหารมื้อหลักครบ 3 มื้อ ทุกวัน ร้อยละ 40.11 และพบว่า นักเรียนวัยรุ่นเห็นว่าโทรทัศน์ เป็นสื่อในการรับความรู้ และเป็นช่องทางที่เป็นประโยชน์ในการ

สื่อสารข่าวสารเรื่องโภชนาการที่ดีที่สุด นอกจากนี้ ภวดี ลิขิตวงศ์ (2547) ศึกษา ความรู้ เจตคติ และ พฤติกรรมการบริโภค ต่อภาวะโภชนาการของเด็กวัยร่นตอนต้นในเขตการศึกษาที่ 2 ของ กรุงเทพมหานคร พบว่า ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการส่วนใหญ่อยู่ในระดับพอใช้ เจตคติเกี่ยวกับ โภชนาการอยู่ในระดับดี พฤติกรรมการบริโภคอยู่ในระดับค่อนข้างดี ภาวะโภชนาการอยู่ในเกณฑ์ ผอม สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับประทานอาหารคือ วิทยุ โทรทัศน์ ราคา ความสะอาด เพื่อน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว สมาชิกในครอบครัวรับประทานร่วมกัน กลุ่มเพื่อนมีผลต่อการ เลือกรับประทานอาหาร ผู้จัดเตรียมหรือจัดรายการอาหารประจำวัน จากผลการศึกษาดังกล่าว แสดงให้เห็นว่ารายการทางโทรทัศน์สามารถ ส่งเสริมให้ความรู้ในเชิงบวกแก่ประชาชนได้ ดังนั้น หากจัดช่วงเวลาออกอากาศของรายการด้านโภชนาการได้เหมาะสมกับกลุ่ม ผู้รับชม ก็อาจช่วย สร้างพฤติกรรมด้านโภชนาการที่ดีให้กับประชาชนได้มากขึ้น ในขณะที่รายการโฆษณาด้าน โภชนาการทางโทรทัศน์ในบางแง่มุมอาจให้ผลในเชิงลบ เช่น การโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าอาหาร หรือ สินค้าสุขภาพที่มุ่งหวังผลทางธุรกิจมีการให้ข้อมูลหรือความรู้ที่ขัดแย้งกัน ซึ่งมักให้ข้อมูลหรือ ความจริงไม่ครบถ้วน มักให้ข้อมูลด้านเดียวหรืออาจให้ข้อมูลผิด ๆ เมื่อให้ข้อมูลดังกล่าวบ่อย ๆ ด้วยวิธีการที่แยบยลผู้ชมก็จะคล้อยตามเกิดความเชื่อและค่านิยมที่ผิด ส่งผลต่อพฤติกรรมผิด ๆ ได้ ในปัจจุบันกล่าวได้ว่า การโฆษณาสามารถเข้าถึงคนทุกกลุ่มได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ธนิตดา วิบูลยาคม (2541) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคได้แก่และเป็ชีของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมการบริโภคของประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมบริโภคน้ำอัดลมอยู่มาก ถึงแม้จะทราบว่าไม่มีประโยชน์ต่อร่างกายก็ตาม โดยให้เหตุผลว่าเครื่องดื่มน้ำอัดลมจะช่วยทำ ให้ดับกระหาย ทำให้สดชื่น และมีแนวโน้มจะบริโภคมากขึ้นถ้าอากาศร้อนอบอ้าว การเปิดรับ ข่าวสารเกี่ยวกับโฆษณาเครื่องดื่มได้กและเป็ชี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมื่อมีการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ก็จะทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อและการบริโภคมก สื่อที่นิยมมากคือ สื่อโทรทัศน์

โดยสรุป จากคำกล่าวที่ว่า “You are what you eat” หรือ “อาหารคือตัวเรา” เป็น ประโยคที่ได้มีการกล่าวและยอมรับกันโดยทั่วไป ซึ่งสะท้อนถึงภาวะโภชนาการและสุขภาพว่าเป็น ผลพวงที่เกิดจากการบริโภคของแต่ละบุคคล ดังนั้น ในการส่งเสริมสุขภาพให้ประชาชนมีสุขภาพดี ไม่ป่วยเป็นโรค จึงควรให้ความสำคัญเพื่อการพัฒนาพฤติกรรมทางโภชนาการที่พึงประสงค์ของ กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ควบคู่กับการพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพอื่น ๆ เช่น การส่งเสริมให้บริโภค

อาหารถูกโภชนาการและสุขภาพอาหาร การส่งเสริม การเฝ้าระวังและ ควบคุมน้ำหนักตัว ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม เป็นต้น ดังนั้นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยป้องกัน แก้ไขปัญหาดังกล่าวนี้ได้ คือการให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการแก่ประชาชนใน 3 แนวทาง ทั้งในแง่ของความรู้ด้านคุณค่าโภชนาการ ความรู้เรื่องการป้องกันโรคด้วยอาหาร (caring & prevention) และความรู้เรื่องการรักษำบำบัดโรคด้วยอาหาร (curing) ผ่านสื่อโทรทัศน์เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวางรวดเร็ว ซึ่งผลการศึกษาค้างนี้ อาจเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพของเนื้อหาด้านโภชนาการและการจัดสรรช่วงเวลาที่จะออกอากาศให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของคนในสังคมเมือง ดังนั้นการศึกษาค้างนี้ จึงทำการศึกษากการเปิดรับและผลกระทบของรายการด้านโภชนาการทางโทรทัศน์ที่มีต่อความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครโดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา สมมติฐานการศึกษา ขอบเขตการศึกษา นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง และประโยชน์ที่ได้รับดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับรายการรวมทั้งโฆษณาด้านโภชนาการทางโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง
2. เพื่อศึกษาความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม ด้านโภชนาการของกลุ่มตัวอย่างหลังการเปิดรับรายการรวมทั้งโฆษณาเกี่ยวกับโภชนาการโทรทัศน์
3. เพื่อศึกษารายการและโฆษณาด้านโภชนาการทางสถานีโทรทัศน์ (ฟรีทีวี) ช่อง 3 5 7 9 11 และ TITV

สมมติฐานการศึกษา

1. กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการโทรทัศน์ด้านโภชนาการแตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโภชนาการแตกต่างกัน
2. กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการโทรทัศน์ด้านโภชนาการแตกต่างกัน มีการรับชมรายการโฆษณาแตกต่างกัน
3. กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีความบ่อยครั้งในการรับชมรายการโทรทัศน์ด้านโภชนาการแตกต่างกัน มีความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม ด้านโภชนาการแตกต่างกัน

4. กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโภชนาการแตกต่างกัน

5. กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน มีการรับชมรายการโฆษณาแตกต่างกัน

6. กลุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์ที่มีการรับชมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับโภชนาการจากประเภทรายการแตกต่างกัน มีความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านโภชนาการแตกต่างกัน

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) นั้นมีการสุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครโดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) 4 ช่วงอายุ กำหนดกลุ่มละ 100 คนเพื่อให้ได้ตัวแทนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ครอบคลุมทั้ง 4 กลุ่ม แบ่งเป็นช่วงก่อนวัยทำงาน วัยทำงานตอนต้น วัยทำงานตอนกลาง และวัยสูงอายุ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ใช้การศึกษารายการและโฆษณาด้านโภชนาการทางสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ช่อง 3 5 7 9 11 และ TITV ในเดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2550 การศึกษารายการด้านโภชนาการทั้งหมด 54 รายการนั้น ผู้ศึกษาสุ่มดูบางรายการและใช้ข้อมูลจาก website เพื่อให้เนื้อหาเกี่ยวกับรายละเอียดรายการพิจารณาแยกประเภทรายการ ซึ่งบางรายการอาจแบ่งประเภทได้ไม่ชัดเจน และสำหรับการศึกษารายการโฆษณาผู้ศึกษาใช้ข้อมูลจากเอกสารเป็นหลักในการวิเคราะห์ประกอบกับการสังเกตของผู้ศึกษา เนื่องจากโฆษณามีอยู่ในรายการด้านโภชนาการและรายการอื่น ๆ และมีในทุกสถานี จึงไม่สามารถตรวจสอบความบ่อยถี่ในการออกอากาศได้อย่างทั่วถึง โดยข้อมูลที่ได้จากแหล่งดังกล่าวจะใช้เป็นประโยชน์ในการศึกษานี้ด้วย

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว และอาชีพ

การเปิดรับสื่อโทรทัศน์ หมายถึง ความบ่อยครั้งในการรับชมรายการด้านโภชนาการ ระดับการรับชมเนื้อหาด้านโภชนาการ รายการด้านโภชนาการ ข่าวสารด้านโภชนาการ และโฆษณา ด้านโภชนาการ

ผลกระทบ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นอันเป็นผลมาจากการสื่อสาร ในที่นี้ผลกระทบของ โทรทัศน์หมายถึงการที่ผู้รับได้รับข้อมูล ข่าวสาร และส่งผลต่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมด้าน โภชนาการ ซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ในรูปแบบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ทักษะเป็นตัวกลางให้เกิดการเรียนรู้และพฤติกรรม ดังนั้นความรู้มีความสัมพันธ์ กับทักษะและมีผลต่อพฤติกรรม

2. ความรู้และทักษะมีความสัมพันธ์กันและทำให้เกิดพฤติกรรมตามมา

3. ความรู้และทักษะต่างกันทำให้เกิดพฤติกรรมได้โดยที่ความรู้และทักษะไม่ จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน

4. ความรู้มีผลต่อพฤติกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม

สื่อโทรทัศน์ หมายถึง สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ช่อง 3 5 7 9 11 และ TITV

รายการด้านโภชนาการทางโทรทัศน์ หมายถึง รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับ การสอน ทำอาหาร การแนะนำอาหารเพื่อสุขภาพ และรายการที่มีเนื้อหาครอบคลุมถึงแนวทางการส่งเสริม สุขภาพด้วย 3 แนวทาง ได้แก่ ความรู้เรื่องคุณค่าด้านโภชนาการ ความรู้เรื่องการป้องกันโรคด้วย อาหาร (caring & prevention) ความรู้เรื่องการรักษำบำบัดโรคด้วยอาหาร (curing)

โฆษณา ในที่นี้ หมายถึง การโฆษณาแบบสปอต (spot) คือ การโฆษณาสั้น ๆ ของ สินค้าและบริการ สำหรับตลาดของสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่งอาจมีความยาว 30 วินาที 15 วินาที 1 นาที ที่เกี่ยวข้องกับอาหารและโภชนาการ

คุณค่าทางโภชนาการ หมายถึง การได้รับสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย

การป้องกันโรค หมายถึง กระบวนการป้องกันและควบคุมการเกิดโรคที่ทำให้ เกิดผลเสียต่อสุขภาพในที่นี้คือการรับประทานอาหารช่วยป้องกันโรค

การรักษำบำบัดโรค หมายถึง การให้การรักษำ โดยมีแนวทางในการรักษำตาม ลักษณะของโรคในที่นี้ คือการรักษำบำบัดโดยการเลือกรับประทานอาหารที่เหมาะสม

รายการสอนทำอาหาร-แนะนำร้านอาหาร หมายถึง รายการที่สอนความรู้ในการ ทำอาหาร เคล็ดลับในการปรุงอาหารรวมถึงรายการที่มีการพาไปแนะนำอาหารหลากหลายเมนู ตามสถานที่ต่าง ๆ

รายการส่งเสริมสุขภาพด้วยอาหาร หมายถึง รายการที่เน้นให้ความรู้ด้านอาหารเพื่อสุขภาพ ทั้งในแง่ของ คุณค่าสารอาหาร การป้องกันและบำบัดโรคด้วยอาหาร

รายการให้ความรู้และข้อแนะนำเกี่ยวกับสุขภาพและโภชนาการโดยแพทย์และผู้เชี่ยวชาญ หมายถึง รายการที่มีแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญซึ่งอาจเป็นนักวิชาการ บุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีความรู้ ประสบการณ์แนะนำความรู้ในการดูแลสุขภาพและโภชนาการ

รายการหลากหลายวัฒนธรรมโดยสารทางอากาศ หมายถึง รายการที่มีเนื้อหาหลาย ๆ เรื่อง มีการนำเสนอหลายแบบ เช่น อภิปราย สัมภาษณ์ รวมอยู่ในรายการเดียวกัน โดยมีแกนกลาง (theme) ของรายการอยู่อันหนึ่งอันเดียวของรายการ (unity) ขึ้นมา

ความรู้ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจด้านโภชนาการ

ทัศนคติ หมายถึง ความเชื่อ ความรู้สึก และความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อตนเองต่อบุคคลอื่น และต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ในที่นี้หมายถึงด้านโภชนาการ

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกที่มีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติ ประสบการณ์ในด้านโภชนาการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบของสื่อโทรทัศน์ที่มีต่อ ความรู้ ทัศนคติ และ พฤติกรรม ด้านโภชนาการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกประเภทและรูปแบบรายการนำเสนอด้านโภชนาการทางโทรทัศน์ ในวัน เวลา ที่เหมาะสม
3. เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาค รัฐ และ ภาคเอกชน เช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) กองโภชนาการ กระทรวงสาธารณสุข และสื่อมวลชน เพื่อทราบถึง ความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรม ด้านโภชนาการโดยภาพรวมของประชาชนและนำไปสู่การวางแผนการสื่อสารด้านโภชนาการได้