

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและผลกระทบของรายการด้านโภชนาการทางโทรทัศน์ที่มีต่อความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” มุ่งศึกษา การเปิดรับข่าวสารด้านโภชนาการของกลุ่มตัวอย่าง และความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรม หลังจากเปิดรับรายการและโฆษณาด้านโภชนาการ รวมทั้งศึกษารายการและโฆษณาด้านโภชนาการจากสถานีโทรทัศน์ Free TV ช่อง 3 5 7 9 11 และ TITV ด้วยเล็งเห็นความรู้ด้านโภชนาการเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อประชาชน โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครที่ทุกคนต่างเร่งรีบ แข่งกับเวลา ทำให้ไม่มีเวลาใส่ใจกับอาหารการกินเท่าใดนัก และเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ต่อการวางแผนการสื่อสารให้แก่ภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาประเทศด้านต่างๆ โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบความคิดในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดด้านประชากรศาสตร์
2. แนวคิดอิทธิพลของสื่อมวลชน
3. แนวคิดด้านโภชนาการและรายการโทรทัศน์ด้านโภชนาการ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
5. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์

ในการส่งสารออกไปนั้นผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงผู้รับสารอยู่เสมอ เพราะผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร หากผู้รับสารเข้าใจสารของผู้ส่งสารการสื่อสารก็ประสบความสำเร็จ ในทางตรงกันข้ามหากไม่เข้าใจสารของผู้ส่งสารการสื่อสารก็จะล้มเหลว ดังนั้นผู้ส่งสารจะต้องทำการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการหนึ่งที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากในกรณีของการสื่อสารกลุ่มใหญ่และการสื่อสารมวลชนก็คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะทางประชากร (demographic characteristics) เช่น จำแนกตามอายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

การศึกษา เป็นต้น (Burgoon, 1974, pp. 57-58) โดยมีสมมติฐานว่า ผู้รับสารมีลักษณะดังกล่าวร่วมกันย่อมจะมีทัศนคติและพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน เมื่อผู้ส่งสารทราบว่าคุณสมบัติเป้าหมายเป็นใครมีลักษณะอย่างไร จะได้วางแผนปรับการสื่อสารของตนให้เข้ากับลักษณะของผู้รับสาร เพื่อผลสำเร็จของการสื่อสารโดยการปรับตัวเอง ปรับสาร ปรับวิธีการจัดสาร ตลอดจนการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้เป็นแนวทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัยเดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้น ๆ สังคมทำให้ผู้หญิงมีลักษณะนิสัยและพฤติกรรมแตกต่างจากผู้ชาย คนที่มีการศึกษามีพฤติกรรมแตกต่างไปจากคนที่ด้อยการศึกษา กล่าวโดยสรุปคือ แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อในความคิดที่ว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วยผลการศึกษาวิจัยที่ผ่านมาในอดีต ได้แสดงให้เห็นแบบแผนบางอย่างของการเปิดรับสื่อมวลชนของผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่าง ๆ กัน ดังนี้

เพศและการเปิดรับสื่อและข่าวสาร

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารตามแนวทฤษฎีประชากรศาสตร์ นักวิจัยยังให้ความสนใจกับความแตกต่างในพฤติกรรมการเปิดรับสารระหว่างเพศหญิงและเพศชายด้วย แม้จะไม่นับพบความแตกต่างเด่นชัดมาก แต่ก็มีความแตกต่างบ้างระหว่างเพศหญิงและเพศชายในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า หากดูโทรทัศน์เพศชายมักนิยมดูรายการข่าวและกีฬา และในการรับชมโทรทัศน์นั้น เพศชายมักดูขณะพักผ่อน แต่เพศหญิงมักดูในขณะที่ทำงานอื่น ๆ ด้วย (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534, น. 69)

อายุและการเปิดรับสื่อและข่าวสาร

ในบรรดาตัวแปรทั้งหลายด้านประชาระนั้น ตัวแปร “อายุ” เป็นตัวแปรที่ค่อนข้างมีความสำคัญอย่างมาก อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนหรือแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรมทั้งนั้น เพราะแบบแผนความคิด ภูมิหลังและประสบการณ์ของบุคคลนั้น มักจะถูกกำหนดมาจากบริบทสังคมในช่วงเวลานั้น ๆ อายุของผู้รับสารจึงสามารถบ่งชี้ได้ว่า “เขาเป็นคนรุ่นไหน” (generation) โดยที่แต่ละช่วงเวลานั้นสภาพแวดล้อมระดับกว้างของสังคมจะแตกต่างกันไป ในแง่นี้ อายุของปัจเจกบุคคลที่เป็นตัวแปรระดับจุลภาคจะถูกพิจารณาโดยมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมของสังคมซึ่งเป็นตัวแปรระดับมหภาค และการที่เราสามารถใช้ “อายุ” เป็นตัวแปรหนึ่งในการจัดกลุ่มของผู้รับสารก็เนื่องมาจากความเชื่อว่า คนในรุ่นราวคราวเดียวกันจะผ่านประสบการณ์ ทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2542, น. 179) โดยทั่วไปแล้วคนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่า (more Liberal) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดอนุรักษ์นิยมมากกว่า (more idealistic) ใจร้อนกว่า (more impatient) และมองโลกในแง่ดีกว่า (more optimistic) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่อายุน้อยมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า (more pragmatic) มีความระมัดระวัง (cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (pessimistic) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากคนที่อายุน้อยมีประสบการณ์ในชีวิตเคยผ่านยุคเชิฐต่าง ๆ คนที่มีอายุมากกว่าจึงมักไม่ค่อยยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสังคมเพราะการเปลี่ยนแปลง ในสังคมย่อมมีผลกระทบต่อทรัพย์สิน สถานะทางสังคมและความยากลำบากในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงนอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วยการวิจัยทางจิตวิทยาพบว่าเมื่อคนมีอายุมากขึ้นโอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง นอกจากนั้น โดยปกติแล้วคนที่วัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วยเช่น คนวัยกลางคนและคนสูงอายุมักจะคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การรักษาพยาบาล เป็นต้น ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง คนที่มีอายุมากมักจะอ่านหนังสือถึงบรรณธิการ ข่าว การเมือง บทบรรณาธิการ ในการฟังวิทยุก็เช่นเดียวกับคนที่อายุน้อยมักจะฟังรายการที่หนัก ๆ เช่น ข่าวการอภิปรายปัญหาสังคม คนที่มีอายุมากมักจะดูรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับข่าวและข่าวสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2539, น. 105-106)

การศึกษาและการเปิดรับสื่อและข่าวสาร

การศึกษาหรือความรู้เป็นอีกลักษณะที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกรู้คิด อุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยม และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มักเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนที่มีการศึกษาสูง (Bur goon, 1974, p. 64) นอกจากนี้ มีการวิจัยหลายชิ้นแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการศึกษากับพฤติกรรมการรับสาร เช่น คนที่เรียนจบระดับปริญญาโทจะมีความแตกต่างจากคนเรียนจบระดับปริญญาตรีคือ มีการอ่านข้อมูลอย่างวิพากษ์วิจารณ์มากกว่า (critical) และตั้งข้อสงสัยมากกว่า (skeptical) คนที่มีการศึกษาน้อยจะถูกชักชวนได้ง่ายกว่าหากใช้กลยุทธ์การโน้มน้าวแบบให้ข้อมูลด้านเดียว (one-Sided information) ในขณะที่คนมีการศึกษาสูงจะต้องใช้ข้อมูลแบบสองด้าน (two-sided information) จึงจะสามารถโน้มน้าวได้ คนที่มีการศึกษาสูงมักจะมีลักษณะในการเลือกเนื้อหาของสื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย (กาญจนา แก้วเทพ, 2542, น. 182) นอกจากความแตกต่างด้านปริมาณการเปิดรับสื่อแล้ว ยังพบความแตกต่างเกี่ยวกับเนื้อหาที่ผู้รับสารนิยมรับจากสื่อด้วย ได้พบว่าคนที่มีการศึกษาสูงอายุมากนิยมเปิดรับข่าวและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณสุขมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาน้อยและอายุน้อย ผลของการศึกษาวิจัยทั้งหลายทำให้มองเห็นค่อนข้างชัดเจนว่า ยิ่งคนที่มีการศึกษาสูงเท่าไร ความสนใจในข่าวสาร บทบรรณาธิการ และคอลัมน์ที่มีเนื้อหาหนักก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น (ปรมะ สตะเวทิน, 2539, น. 108)

อาชีพและการเปิดรับสื่อและข่าวสาร

อาชีพของแต่ละบุคคลจะเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะทางจิตวิทยาของผู้ประกอบอาชีพนั้น (professional predisposition) ตัวอย่างเช่น

นักสื่อสารมวลชน	ต้องมีลักษณะกระตือรือร้น อยากรู้ อยากเห็น
ครู/อาจารย์	จะค่อนข้างเจ้าระเบียบ มีวินัย
นักบัญชี	ต้องรอบคอบ ชอบตรวจสอบ
ทนายความ	ต้องช่างซัก ช่างสังเกต ละเอียด
แพทย์	ต้องสนใจเรื่องสุขภาพ
สถาปัตยกรรม	ต้องรักสวยรักงาม สนใจเรื่องประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่

การประกอบอาชีพนั้นนอกจากจะเป็นแหล่งที่มาของรายได้แล้ว ยังเป็นตัวแปรที่กำหนดรูปแบบการใช้เวลาและสถานที่ของบุคคลอีกด้วย ผู้รับสารที่มีอาชีพแม่บ้านหรือขายของที่บ้านย่อมมีโอกาสใช้สื่อบ้าน แต่สำหรับผู้รับสารที่ออกไปทำงานนอกบ้านสื่อที่ใช้ย่อมมีลักษณะเปลี่ยนไป (กาญจนา แก้วเทพ, 2542, น. 181)

รายได้และการเปิดรับสื่อและข่าวสาร

รายได้เป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (socioeconomic status) ของบุคคลการศึกษาวิจัยที่ใช้แนวทฤษฎีประชากรศาสตร์จึงมักมีตัวแปรรายได้ของบุคคลรวมอยู่ด้วยเสมอเพื่อช่วยให้มองเห็นความสำคัญของฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม และพฤติกรรมของบุคคลชัดเจนขึ้น รายได้และการศึกษาเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก โดยเฉลี่ยแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะมีรายได้สูงตามไปด้วย ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อยส่วนใหญ่มักมีรายได้น้อยถึงปานกลางไม่ค่อยมีรายได้สูง ดังนั้น ตัวแปรทั้ง 2 ตัวนี้จึงมักถูกมองรวม ๆ กันไปว่าเป็นฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมย่อมไม่เป็นที่น่าแปลกใจเมื่อมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารและฐานะทางเศรษฐกิจหรือรายได้จะปรากฏผลเช่นเดียวกันกับตัวแปรการศึกษาของผู้รับสาร เช่น ผู้ที่มีรายได้สูงมักเป็นผู้ที่นิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และนิยมเนื้อหาค่อนข้างหนักไม่ค่อยสนใจเนื้อหาตื้นเขิน คนที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูงเป็นกลุ่มคนที่ได้รับข่าวสารที่มี เนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ผู้รับสารที่มีรายได้สูงและมีการศึกษาสูงจะอ่านหนังสือพิมพ์มาก (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, น. 71-72)

แนวคิดอิทธิพลของสื่อมวลชน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (ปรเมะ สตะเวทิน, 2533, น. 142) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ที่มีต่อทัศนคติ พฤติกรรมด้านต่างๆ ของประชาชนผู้รับสารไว้ ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่างๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (predisposition) ประชาชนจะมีความเห็นและมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหา

สมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่คนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (selective process) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นและความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อ และค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (personnel influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคล หรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกลงของตนเข้าไปด้วย

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (economic aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็น และค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพที่จะเลือกเชื่อถือ ความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนใดดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือสื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกันจะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ในกรณีที่บุคคลนั้นๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้ จะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสมมิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใดหรือในระยะเวลานั้น

บอล-โรคีช และ เดอร์เฟอร์ (Ball-Rokeach; S. J. and De Fleur, M. L., 1976, pp. 3-21) กล่าวว่า การสื่อสารมวลชนจะมีผลต่อผู้รับสารหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของตัวแปร 3 หน่วย คือ ระบบสื่อมวลชน ผู้รับสาร และระบบสังคม การที่ข่าวสารจากสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และการกระทำของผู้รับสารเมื่อใดนั้นขึ้นอยู่กับระดับของความพึ่งพา (dependency) ของผู้รับสารที่มีต่อสารจากสื่อมวลชน

นอกจากนั้น เดอร์ เฟลอร์ ยังได้แสดงกรอบแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับอิทธิพล ของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยการพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นตัวแปรแทรก (Intervening variables) ระหว่างสื่อ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้น (stimulus) กับพฤติกรรมการตอบสนอง (response) โดยแยกเป็นทฤษฎีต่าง ๆ คือ

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (The individual differences theory) ทฤษฎีนี้เชื่อว่า การที่มนุษย์เรียนรู้ต่าง ๆ กัน มีสภาวะแวดล้อมที่เติบโตขึ้นมาต่างกันเป็นผลให้เกิดรูปแบบทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ ประกอบกันเป็นบุคลิกภาพส่วนบุคคลที่แตกต่างกันโครงสร้างทางบุคลิกภาพเหล่านี้ จะมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดพฤติกรรม แบบของการรับรู้ หรือการเรียนรู้ ของมนุษย์ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนการรับข่าวสารที่ต่างกัน

2. ทฤษฎีการจัดลำดับชั้นในสังคม (The social categories theory) ทฤษฎีนี้ได้แยกแยะบุคคลในสังคมออกเป็นกลุ่ม โดยยึดถือ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม มารวมเข้าไว้ในกลุ่มเดียวกัน และถือว่ามีโครงสร้างทางสังคมใกล้เคียงกัน ตัวแปรเหล่านี้มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และเป็นตัวแปรแทรกระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และปฏิกิริยาตอบสนองที่คล้าย ๆ กัน

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The social relationship theory) ทฤษฎีนี้กล่าวถึงความสัมพันธ์ภายในกลุ่มว่ามีอิทธิพลต่อการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำความคิดเห็นในสังคมจะเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายข่าวสาร ความคิดและการตัดสินใจยอมรับของบุคคลในสังคมนั้น

4. ทฤษฎีบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม (The cultural norms theory) ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญของบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม และเหตุการณ์แวดล้อมในสังคมว่ามีผลต่อพฤติกรรม เพราะโดยปกติแล้ว บุคคลย่อมประพฤติตามแนวบรรทัดฐานอย่างใดอย่างหนึ่ง จะมีผลให้บุคคลคล้อยตาม

แนวคิดด้านโภชนาการและรายการโทรทัศน์ด้านโภชนาการ

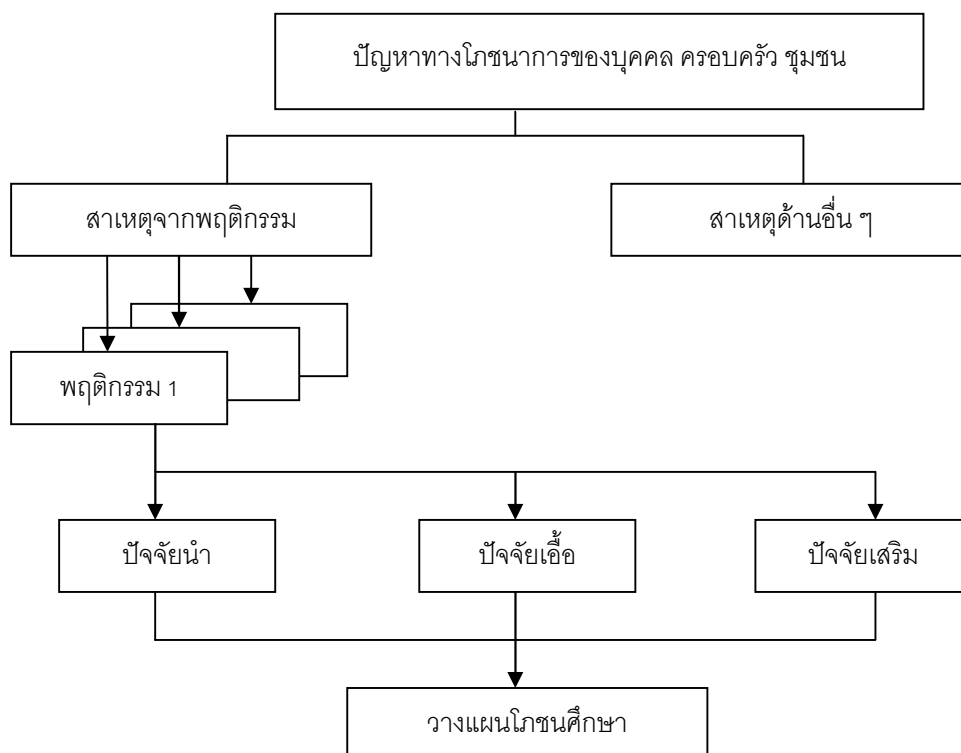
นักพฤติกรรมศาสตร์ทำการศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวทำนายพฤติกรรมโดยมีการมองปัจจัยที่ครอบคลุมทั้งปัจจัยที่ครอบคลุมทั้งปัจจัยภายในตัวบุคคล และปัจจัยภายนอกตัวบุคคล ซึ่งทำให้มีการอธิบายพฤติกรรมสุขภาพเรื่องต่าง ๆ ได้ดีขึ้น ทั้งนี้ทฤษฎีพฤติกรรมที่ได้รับการกล่าวถึงและมีการนำมาใช้ในการอธิบายพฤติกรรมสุขภาพ รวมทั้งพฤติกรรมทางโภชนาการที่สำคัญและใช้บ่อยคือ แบบจำลอง PRECEDE (Predisposing Reinforcin and Enabling Causes in Educational Diagnosis and Evaluation)

แบบจำลอง PRECEDE

แบบจำลอง PRECEDE ของกรีน และกรูเตอร์ (Green and Kreuter) (นิตยาเพ็ญศิริภา, 2547, น. 109-110) ใช้สำหรับการวินิจฉัยปัญหาโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์วินิจฉัยปัจจัยที่เป็นสาเหตุของพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เป็นต้นเหตุของปัญหาสุขภาพและส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยสามารถนำผลวิเคราะห์ดังกล่าวมาใช้ในการวางแผนแก้ไขหรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพ แบบจำลอง PRECEDE จึงสามารถนำมาใช้กับการวิเคราะห์ปัจจัยสาเหตุของพฤติกรรมทางโภชนาการที่เป็นพฤติกรรมสุขภาพที่สำคัญพฤติกรรมหนึ่ง ซึ่งเป็นสาเหตุของปัญหาโภชนาการและปัญหาสุขภาพทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว และชุมชน ทั้งนี้ในการวิเคราะห์จะต้องระบุพฤติกรรมทางโภชนาที่เป็นสาเหตุของปัญหาโภชนาการ รวมทั้งสาเหตุอื่น ๆ โดยพฤติกรรมทางโภชนาการที่เป็นสาเหตุสำคัญของปัญหาโภชนาการสามารถมีได้หลายพฤติกรรม เช่น การบริโภคขาด การบริโภคเกิน การบริโภคอาหารปนเปื้อน การบริโภคอาหารซ้ำ ๆ ไม่หลากหลาย เป็นต้น ซึ่งในการจัดกิจกรรมโภชนศึกษาจะมุ่งแก้ไขพฤติกรรมทางโภชนาการที่เป็นสาเหตุสำคัญของปัญหาและสามารถแก้ไขได้ โดยจะต้องนำมาวิเคราะห์ปัจจัยสาเหตุของพฤติกรรมดังกล่าวตามแนวความคิดของแบบจำลอง ผลการวิเคราะห์จะสามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนโภชนศึกษาในกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว สำหรับสาระสำคัญของแบบจำลอง PRECEDE ในที่นี้จะกล่าวถึงการอธิบายปัจจัยสาเหตุของพฤติกรรมทางโภชนาการที่ได้มีการจำแนกออกเป็น 3 ประการคือ ปัจจัยนำ ปัจจัยเอื้อ และปัจจัยเสริม ดังนี้

แผนภาพที่ 2.1

แสดงการนำแบบจำลอง PRECEDE มาใช้ในการวิเคราะห์สาเหตุของ
พฤติกรรมและวางแผนโภชนาการ



1. ปัจจัยนำ (predisposing factors) คือ ปัจจัยภายในบุคคลที่เป็นตัวจูงใจให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติพฤติกรรมทางโภชนาการที่ถูกต้องหรือไม่ถูกต้อง ปัจจัยที่จัดให้อยู่ในกลุ่มของปัจจัยนำ ได้แก่ ความรู้ การรับรู้ ความเชื่อทัศนคติ ค่านิยม และความตั้งใจ เช่น การที่มารดาหลังคลอดจะมีพฤติกรรมเลี้ยงลูกด้วยนมแม่และไม่ให้อาหารอย่างอื่นแก่ทารกก่อนวัยอันควร ปัจจัยนำที่มารดาจะต้องมี ได้แก่ การมีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการให้นมแม่และอาหารที่เหมาะสมกับวัยทารก มีการรับรู้และความเชื่อที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่และไม่เชื่อตามประเพณีการปฏิบัติแบบพื้นบ้านที่เคยทำกันมาที่มักให้อาหารทารกตั้งแต่สัปดาห์แรกหลังคลอด มีทัศนคติที่ดีต่อการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ ตลอดจนมีความตั้งใจว่า ถ้ามีลูกจะพยายามเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ เป็นต้น ทั้งนี้ในแต่ละพฤติกรรมทางโภชนาการของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยนำสำคัญที่เด่นชัดซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมอาจเป็นเพียงบางปัจจัยก็ได้ เช่น พฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วนของวัยรุ่น เพราะทัศนคติของวัยรุ่นที่ชื่นชอบอาหารจานด่วนว่าเป็นตัวแทนของความทันสมัย จึงส่งผลให้วัยรุ่นมีพฤติกรรมนิยมบริโภคอาหารจานด่วน ประเภท พิซซ่า

แฮมเบอร์เกอร์ กันมากขึ้น ในขณะที่ค่านิยมเรื่องสุขภาพในบุคคลบางกลุ่ม ทำให้หันมาดื่มน้ำผลไม้ แทนเครื่องดื่มประเภท น้ำอัดลมหรือกาแฟ เป็นต้น อย่างไรก็ตามปัจจัยนำเพียงลำพังมิได้เป็นตัว บังคับพฤติกรรมทางโภชนาการของบุคคลที่แน่นอน เนื่องจากการแสดงพฤติกรรมจำเป็นต้องอาศัย ปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยเอื้อและปัจจัยเสริมมาประกอบด้วย

2. **ปัจจัยเอื้อ** (enabling factors) คือ ปัจจัยที่เป็นสิ่งจำเป็นต่อการปฏิบัติพฤติกรรม ทางโภชนาการของบุคคลซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกบุคคล หรือเป็นปัจจัยที่ต้องจัดให้เพิ่มเติมจากเดิม ที่บุคคลไม่เคยมีอยู่ โดยพบว่า ถึงแม้บุคคลจะมีความรู้ ความเชื่อ ทักษะ ค่านิยม ความตั้งใจ หรือความพร้อมภายในที่จะมีพฤติกรรมทางโภชนาการที่พึงประสงค์อยู่แล้วก็ตาม แต่ถ้าบุคคล ขาดสิ่งจำเป็นต่อการปฏิบัติบางประการ จะทำให้บุคคลไม่มีการแสดงพฤติกรรมทางโภชนาการ ดังกล่าว ปัจจัยเอื้อประกอบด้วย การมี การยอมรับ และการเข้าถึง อาหารและบริการทางด้าน โภชนาการต่าง ๆ รวมทั้งการมีทักษะที่จำเป็นต่อการแสดงพฤติกรรมทางโภชนาการนั้น ๆ ตัวอย่าง การมี เช่น มีอาหารในท้องถิ่น มีทักษะในการปรับปรุงและถนอมอาหาร การเข้าถึง เช่น สามารถหา อาหาร หรือซื้ออาหารมาบริโภคได้และการยอมรับ เช่นยอมรับในรสชาติของอาหารที่ส่งผลดีต่อ สุขภาพ ยอมรับเกลือเสริมไอโอดีน เป็นต้น ตัวอย่างปัจจัยเอื้อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางโภชนาการ เช่นในกรณีที่จะให้เด็กนักเรียนมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่สะอาด มีคุณค่าทางโภชนาการ จำเป็นต้องดูแลให้มีปัจจัยเอื้อต่อการแสดงพฤติกรรมดังกล่าว เช่น จัดให้มีอาหารที่สะอาดถูก สุขลักษณะและขายอาหารสุขภาพที่เด็กนักเรียนชอบหรือยอมรับในโรงเรียน เด็กนักเรียนได้รับการ พัฒนาในการเลือกบริโภคอาหารที่มีคุณค่า ได้มาตรฐาน มีเครื่องหมาย อย. ไม่มีสีหรือสารเจือปน และมีราคาที่เหมาะสม เป็นต้น

3. **ปัจจัยเสริม** (reinforcing factors) คือ ปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือ กลุ่มบุคคล ซึ่งมีผลต่อการกระตุ้นหรือสนับสนุนให้บุคคลมีการปฏิบัติพฤติกรรมทางโภชนาการ ดังกล่าวและปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง ปัจจัยเสริมจะเกี่ยวข้องกับการได้รับคำชมเชย ความ สนใจ การยอมรับ การเห็นพ้อง การติเตียน การลงโทษ ฯลฯ จากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มี ความสำคัญต่อการเกิดพฤติกรรมทางโภชนาการดังกล่าว เช่น การที่กลุ่มเพื่อนนิยมบริโภคอาหาร จานด่วน รวมทั้งการโฆษณาทางสื่อมวลชนว่าการบริโภคอาหารจานด่วนเป็นเรื่องของวัยรุ่นที่ ทันสมัยจะเป็นปัจจัยเสริมในทางลบที่กระตุ้นให้เด็กวัยรุ่นมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารจานด่วน กันมากขึ้น แทนที่จะบริโภคอาหารที่มีคุณค่าครบถ้วนและมีโภชนาการสมดุลตามที่ครูสอน หรือ พฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้สูงอายุที่ป่วยเป็นเบาหวาน จะได้รับปัจจัยเสริมในทางบวกจาก ความสนใจ ดูแล และกระตุ้นเตือนของบุตรหลานที่ใกล้ชิดรวมทั้งเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เป็นต้น จะ

เห็นได้ว่าพฤติกรรมทางโภชนาการของบุคคลจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยทั้งภายในตัวบุคคล เช่น การรับรู้ ความรู้ ทศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผ่านมา และปัจจัยภายนอกบุคคล เช่น ทรัพยากรที่มีอยู่ อุปสรรคในการแสดงพฤติกรรม ทักษะที่จำเป็น การสนับสนุนโดยเครือข่ายทางสังคม ความสนใจของเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เป็นต้น การวิเคราะห์ปัจจัยสาเหตุของพฤติกรรมทางโภชนาการตามแนวความคิดของแบบจำลอง PRECEDE จะช่วยให้เกิดความเข้าใจในปัจจัยหรือเงื่อนไขที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคล ทำให้มองเห็นแนวทางการดำเนินการจัดให้มีปัจจัยในทางบวกหรือลดปัจจัยในทางลบที่สำคัญเหล่านั้น ผ่านทางการจัดประสบการณ์การเรียนรู้หรือโภชนาการศึกษให้แก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อมุ่งให้เกิดพฤติกรรมทางโภชนาการที่พึงประสงค์ อันนำไปสู่การมีภาวะโภชนาการและสุขภาพดีของบุคคล ครอบครัว และชุมชน

แนวคิดรายการโทรทัศน์ด้านโภชนาการเพื่อการดำเนินงานโภชนาการทางสื่อมวลชน เป็นการเผยแพร่ความรู้ทางโภชนาการให้แก่ประชาชนทั่วไปในลักษณะมวลชน โดยก่อให้เกิดความเท่าเทียมกันในการได้รับข่าวสาร และความสามารถที่เลือกรับข่าวสารได้ตามความชอบและโอกาส เพื่อให้ประชาชนได้รับข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ เพื่อให้เกิดพฤติกรรมบริโภคที่เหมาะสม เลือกบริโภคอาหารที่ได้มาตรฐานปลอดภัย และส่งผลดีต่อสุขภาพ

ในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลายโทรทัศน์ ถือได้ว่าเป็นสื่อที่ครองความนิยมในกลุ่มผู้ชมมากที่สุด และยังมีอิทธิพลสูงต่อการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ ในสังคม ที่เป็นเช่นนี้ ก็เพราะว่าโทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีคุณสมบัติเด่นกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ที่ก่อให้เกิดความสนใจ ได้แก่ (วสันต์ อดิศักดิ์, 2533, น. 13)

1. โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่รวมเอาสื่อประเภทอื่น ๆ ไว้ในตัวเองไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง จึงทำให้มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดสารต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี
2. ภาพและเสียงที่แสดงออกมาจากโทรทัศน์ สามารถเร้าและจูงใจในการติดตามของผู้ชมเป็นอย่างยิ่ง
3. ความสามารถทางเทคนิค ในการทำภาพพิเศษต่าง ๆ (special effects) ย่อมช่วยในการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพได้มากขึ้น
4. การเสนอเนื้อหาสาระทางโทรทัศน์ กระทำได้หลายรูปแบบและเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชม
5. โทรทัศน์ มีอิทธิพลต่อจิตใจผู้คนสูง ไม่ว่าจะเป็นค่านิยมทางวัฒนธรรม การเมือง เศรษฐกิจ สื่อโทรทัศน์สามารถทำให้ผู้ชมรู้สึกคล้อยตามได้

6. ผู้ชมสามารถรับชมรายการโทรทัศน์ได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นจากการออกอากาศ การส่งตามสายเคเบิล การยืมเทปโทรทัศน์มาชมเอง ทำให้ผู้ชมมีทางเลือกได้ตามความเหมาะสมของแต่ละคน

ด้วยคุณลักษณะต่าง ๆ ดังกล่าวนี้อย่างนี้ โทรทัศน์จึงกลายเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลสูง และมีผลต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคม เราจะเห็นได้ว่าเกือบทุกครัวเรือนที่มีโทรทัศน์ที่บ้าน สมาชิกในครอบครัวมักชอบที่จะพักผ่อนอยู่กับบ้านเพื่อดูรายการต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ มากกว่าจะออกไปข้างนอก โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มอบความสะดวกและความบันเทิง รวมไปถึงสาระประโยชน์อันมากมายกับทุกคน และยังสามารถทดแทนสิ่งบันเทิงนอกบ้านได้

โทรทัศน์ มีหน้าที่สำคัญหลัก ๆ ดังนี้ (อรทัย ศรีสันติสุข, 2522, น. 116) คือ

1. หน้าที่ในการเสนอข่าวสาร จากความต้องการที่จะต้องมีผู้คอยเฝ้ายาม คอยดูแลความปลอดภัยให้ ซึ่งการเฝ้าคอยดูแลเหตุการณ์ต่าง ๆ นั้นโทรทัศน์ ก็ต้องมีหน้าที่จะรายงานถึงเหตุการณ์หรือส่งข่าวสารให้ผู้อื่นได้ทราบด้วย

2. หน้าที่ในการเสนอความคิดเห็นมนุษย์เราต้องมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อช่วยในการตัดสินใจหรือหาข้อตกลง ข้อยุติในประเด็นปัญหาต่าง ๆ คนเราจึงต้องการสถานที่หรือเวลาเพื่อแสดงความคิดเห็น ซึ่งปัญหาต่าง ๆ คนเราจึงต้องการสถานที่หรือเวทีเพื่อแสดงความคิดเห็น ซึ่งโทรทัศน์ก็สามารถตอบสนองต่อความต้องการนี้ได้เป็นอย่างดี

3. หน้าที่บริการความบันเทิง ความรื่นเริงบันเทิงใจ ความสนุกสนาน เป็นสิ่งที่ทุกคนต่างแสวงหากันอย่างมาก เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจจากการทำกิจกรรม การงานต่าง ๆ โทรทัศน์มีศักยภาพเหมาะสมที่จะสร้างสรรค์สิ่งบันเทิงต่าง ๆ ให้แก่ทุกคนในหลายรูปแบบ

4. หน้าที่บริการการศึกษาโทรทัศน์จะทำหน้าที่ในการส่งเสริมความรู้และการศึกษา เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ศิลปวิทยาการต่าง ๆ ในการจะนำไปใช้ประกอบอาชีพและเพื่อการอยู่ดีมีสุขในชีวิต

การเผยแพร่ความรู้ด้านโภชนาการทางโทรทัศน์ ทำได้หลายแบบ เช่น การสัมภาษณ์แพทย์และผู้เชี่ยวชาญออกบรรยายปัญหาสุขภาพ การจัดทำสารคดีสุขภาพและโภชนาการ เสนอข่าวหรือแถลงข่าวที่น่าสนใจ ขอความร่วมมือผู้จัดรายการบันเทิง เกมโชว์ ละครในการนำเสนอสาระด้านสุขภาพและโภชนาการสอดแทรกในรายการที่ผลิต เป็นต้น

หลักการสื่อสารสำคัญที่ทำให้การสื่อสารด้านโภชนาการประสบความสำเร็จ คือ (นิตยา เพ็ญศิริินภา, 2547, น. 109)

1. กระบวนการสื่อสาร มีองค์ประกอบพื้นฐานดังต่อไปนี้ คือ ผู้ส่งสาร ข่าวนสาร ช่องทางหรือสื่อ ผู้รับสาร และการสะท้อนกลับ โดยทุกองค์ประกอบในการสื่อสารจะมีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร ดังนั้น การสื่อสารในงานโภชนาการเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับสารและเกิดการเรียนรู้ จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับทุกองค์ประกอบพื้นฐานในกระบวนการ และที่สำคัญควรมีการวางแผนการสื่อสารโดยยึดผู้รับหรือกลุ่มเป้าหมายเป็นศูนย์กลาง เช่น ส่งสารจะต้องวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายว่า มีความต้องการได้รับข่าวสารทางโภชนาการในเรื่องใด พิจารณาความยากง่ายของข่าวสารและภาษาที่ใช้ มีความเหมาะสมและผู้รับสามารถเข้าใจได้ เลือกใช้สื่อหรือช่องทางที่เหมาะสมซึ่งผู้รับสามารถเปิดรับสื่อดังกล่าวได้ รวมทั้งต้องพยายามให้ผู้รับข่าวสารได้สะท้อนกลับ เพื่อที่จะได้ทราบว่าผู้รับสารเข้าใจสารตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่

2. หลักการสื่อสาร 7 ประการ (7C's) ประสิทธิภาพของการสื่อสารประกอบด้วยหลักการสำคัญ ดังต่อไปนี้ (Cutlip and Center, 1989, pp. 209-210 อ้างถึงใน นิตยา เพ็ญศิริรักษา, 2547, น. 109-110)

2.1 ความถูกต้องและน่าเชื่อถือ (credibility) การสื่อสารที่ได้ผลนั้น สารที่สื่อออกไปจะต้องมีความถูกต้อง ผู้ส่งสารควรเป็นผู้ที่น่าเชื่อถือ หรือเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีความน่าไว้วางใจและเป็นที่ยอมรับต่อผู้รับสาร

2.2 ความเหมาะสมกับบริบท (context) ได้แก่ เนื้อหาสาระที่สื่อสารจะต้องสอดคล้องกลมกลืนกับสภาพสังคมและวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม บุคคล เวลาและสถานที่

2.3 เนื้อหาสาระ (content) สารที่ส่งจะต้องมีเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ มีคุณค่าและสำคัญต่อผู้รับสาร รวมทั้งเหมาะสมและสอดคล้องกับความคิด ความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมของผู้รับสารให้มากที่สุด และต้องก่อให้เกิดความหมายบางอย่างแก่ผู้รับสาร โดยผู้รับสารเข้าใจความหมาย เพื่อนำสารดังกล่าวไปปฏิบัติต่อไป

2.4 ความแจ่มแจ้งชัดเจน (clarity) สารนั้นต้องง่าย มีความชัดเจนแจ่มแจ้งสามารถมองเห็นภาพพจน์ได้ชัดเจน ไม่คลุมเครือหรือตีความหมายได้หลายแง่

2.5 ความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง (continuity and consistency) เป็นการย้ำและเตือนความจำของผู้รับสาร แต่ต้องระวังมิให้เกิดความซ้ำซาก น่าเบื่อหน่าย และต้องมีความต่อเนื่อง ต้องสื่อสารเป็นประจำ มีกำหนดเวลาแน่นอน

2.6 ช่องทางการสื่อสาร (channel) สื่อแต่ละชนิดมีความแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์ ฉะนั้นผู้ส่งสารควรเลือกช่องทางสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารและสถานการณ์ของการสื่อสารต้องรู้ว่าสื่อสารกับใคร อย่างไร เมื่อใด

2.7 ความสามารถของผู้รับสาร (capability of audience) ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงขีดความสามารถของผู้รับสารทั้งทางด้านความรู้ การรับรู้ทางร่างกายและจิตใจ พฤติกรรม และความสามารถของผู้รับจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดปัจจัยทั้ง 6 ประการข้างต้น ดังนั้น หากผู้รับผิดชอบการดำเนินงานโภชนาการพบว่าผู้รับสารคือใคร มีความสามารถเพียงใด สนใจปัญหาโภชนาการในเรื่องใด จะสามารถเตรียมเนื้อหา สร้างความชัดเจนน่าเชื่อถือของสาร เลือกสื่อและช่องทาง ตลอดจนความถี่บ่อยในการสื่อสารให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมส่งผลให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ในการสื่อสารนั้น อีกสิ่งหนึ่งที่ไม่ควรมองข้ามไปคือ ทำอย่างไรจึงจะทำให้ข่าวสารที่ส่งไปเข้าถึงความสนใจของผู้รับสารได้มาก ดังที่ชเรมม์ (Schramm, 1973, p. 200) ให้ความเห็นไว้ว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารได้มากจะมีแนวโน้มทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวผู้รับข่าวสารได้ข้อมูลมากมายเป็นหลักฐานยืนยันและทำให้เชื่อได้ว่า ผู้รับข่าวสารนั้นมีใจจะเปิดรับหรือมีทางที่จะเปิดรับหรือสนใจข่าวสารทุกคนเสมอไป ยิ่งกว่านั้นในการรับข่าวสาร ผู้รับข่าวสารแต่ละคนยังมีการรับ มีความจดจำ มีการตอบสนองต่อข่าวสารแตกต่างกันไป ทั้งในฐานะที่เป็นรายบุคคลและสมาชิกของสังคม (ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527, น. 156)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารที่สำคัญ ได้แก่ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร (selective processes) ซึ่งประกอบด้วย (Klapper, 1960, pp. 19-25)

1. การเลือกเปิดรับ (selective exposure) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจที่มีอยู่เดิมและพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติและความคิดเห็นเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม ก็จะก่อให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจที่เรียกว่า “cognitive dissonance” ซึ่งบุคคลอาจลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะความไม่สมดุลนี้ได้โดยการเปลี่ยนทัศนคติ ความรู้หรือพฤติกรรมการแสดงออก หรือแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (selective attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสาร แล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ ในขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติหรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกรู้สึกของเขา จะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พอใจ

3. การเลือกรับรู้ (selective perception) เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายของสารนั้นตามทัศนคติ

4. การเลือกจดจำ (selective relation) หลังจากบุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะเดียวกันมักจะไม่นำจดจำในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจหรือขัดแย้งกับความคิดของตนเอง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP theory)

ทฤษฎีนี้ เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (knowledge) ทัศนคติ (attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อสังคมต่อไป จากการรับสารนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทนี้ จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิดทัศนคติและขั้นสุดท้าย คือการก่อให้เกิดการกระทำ

ทฤษฎีนี้อธิบายการสื่อสารหรือสื่อมวลชนว่าเป็นตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ ด้วยการอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, น. 118) จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการนำข่าวสารต่าง ๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนในสังคมได้รับทราบว่าจะมีปัญหาคืออะไร เมื่อประชาชนได้รับทราบ ข่าวสารนั้น ๆ ย่อมก่อให้เกิดทัศนคติและเกิดพฤติกรรมต่อไป ซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่เป็นที่ยอมรับกันว่าการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการต่าง ๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ซึ่งต้องประกอบด้วย (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, น. 120-121)

แนวคิดด้านความรู้ (Knowledge)

แนวคิดด้านความรู้เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยาด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรร ซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้ก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ และผลกระทบที่ผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้นอาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (ambiguity resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความ สับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศโดยการอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบ ข้อสงสัย และความสับสนของตน

2. การสร้างทัศนคติ (attitude formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคตินั้น ส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่ นวัตกรรม นั้น ๆ (ในฐานะความรู้)

3. การกำหนดวาระ (agenda setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไป เพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของ ปัจเจกชนและค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (expansion of belief system) การสื่อสารสังคมมัก กระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนจึงทำให้ผู้รับสารรับทราบ ระบบความเชื่อถือหลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (value clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและ อุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นแจ้งชัดขึ้น

เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S. Bloom, 1967, p. 271) ได้ให้ความหมายของ ความรู้ว่า ความรู้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการระลึกถึงเฉพาะเรื่อง หรือเรื่องทั่ว ๆ ไป ระลึกถึงวิธี กระบวนการหรือสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเน้นความจำได้แยกระดับความรู้ไว้ 6 ระดับ

1. ระดับที่ระลึกได้ (recall) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการจำและการระลึกถึง เหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งออกเป็น ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาวิชาโดยเฉพาะ ความรู้เกี่ยวกับวิธีและการดำเนินการที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวม แนวความคิดและโครงสร้าง

2. ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (comprehension) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการใช้สติปัญญาและทักษะเบื้องต้นแบ่งออกเป็น การแปลความ คือการแปลจากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่ง โดยรักษาความหมายได้ถูกต้อง การตีความ คือขยายจากเนื้อหาเดิมด้วยการสร้างขึ้นด้วยรูปแบบใหม่

3. ระดับของการนำไปใช้ (application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริงและความคิดที่เป็นนามธรรมปฏิบัติได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม

4. ระดับของการวิเคราะห์ (analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกเป็นส่วน เป็นประเภทหรือนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง

5. ระดับของการสังเคราะห์ (synthesis) คือ การนำข้อมูลและแนวความคิดมาประกอบกันแล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นสิ่งใหม่แตกต่างไปจากเดิม

6. ระดับของการประเมินค่า (evaluation) คือความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์การรวบรวมและวัดข้อมูลตามมาตรฐานเพื่อให้ข้อตัดสินถึงระดับของประสิทธิผลของกิจกรรมแต่ละอย่าง

แนวคิดด้านทัศนคติ (Attitude)

โรเจอร์ส (Rogers, 1978, pp. 208-209) ได้กล่าวถึง ทัศนคติว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้างวัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, p. 122)

ทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ (J. Freeman, et.al, 1970, p. 247)

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ (cognitive component) เป็นเรื่องความรู้ ความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเป็นการรับรู้เกี่ยวกับวัตถุ สิ่งของ บุคคล หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อเป็นเหตุผลที่จะสรุปความ และอาจเป็นความเชื่อต่อสิ่งนั้น ๆ

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (affective component) เป็นองค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก ของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความรู้สึกนี้จะแสดงออกมาในทางใดทางหนึ่ง เช่น ชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ เป็นต้น

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (behavioral component) เป็นองค์ประกอบทางด้าน ความพร้อมหรือความโน้มเอียงที่บุคคลจะประพฤติหรือตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในทางใดทางหนึ่ง คือ พร้อมที่จะสนับสนุน ส่งเสริม ช่วยเหลือ หรือ ชัดขวาง ต่อผู้เป็นต้น

โดยทั่วไปแล้วทัศนคติจะเกิดขึ้นได้จากการเรียนรู้ และโดยมากเป็นการเรียนรู้ทาง สังคม ดังนั้นการเกิดทัศนคติจึงมีได้หลายทางดังรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ชม ภูมิภาค, 2523, น. 108-109)

1. ประสบการณ์เฉพาะ เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดีจะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้น ไปในทิศทางที่เขาเคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การสอน อาจเป็นแบบแผนหรือไม่เป็นแบบแผนก็ได้ โดยได้รับการสอนผ่านบุคคล หรือองค์กรที่ทำหน้าที่สอน เช่น บ้าน โรงเรียน จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จาก ผู้อื่นและนำมาขยายตามแต่ประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

3. ตัวอย่าง การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้น โดยการแปลพฤติกรรมของคนอื่น ออกมาเป็นรูปทัศนคติ ถ้ามีการยอมรับนับถือหรือเคารพคนนั้น ก็มักจะยอมรับแนวความคิดของ เขาตามที่เข้าใจด้วย

4. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความ เกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น การปฏิบัติตนในวัด หรือการแต่งกายของคนในสถานการณ์ต่าง ๆ จะเป็น สิ่งที่ทำให้แนวทัศนคติแก่บุคคลเป็นอันมาก

ประเภทของทัศนคติ บุคคลสามารถแสดงทัศนคติได้ 3 ประการด้วยกัน คือ (ชม ภูมิภาค, 2523, น. 109)

1. ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่จะชักนำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาในด้านดีต่อบุคคล อื่นและสิ่งแวดล้อมรอบตัว รวมทั้งอาจมีส่วนทำให้คนหรือกลุ่มคนตัดสินใจมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ เป็นประโยชน์ต่อสังคมด้วย

2. ทัศนคติเชิงลบ เป็นทัศนคติที่จะชักนำให้บุคคลมีความรู้สึกที่ไม่ดี หรือเป็นไปในทาง ลบต่อบุคคลอื่นและสิ่งแวดล้อมรอบตัว ซึ่งเป็นทิศทางตรงกันข้ามกับทัศนคติทางบวก ทัศนคติ ในทางลบมักจะเกิดขึ้นร่วมกับความไม่พอใจ อันจะมีผลให้เกิดความไม่สงบขึ้นในองค์กรหรือ สังคมได้

3. ทักษะการนิ่งเฉย เป็นทัศนคติของบุคคลที่แสดงออกมาในลักษณะไม่มีความรู้สึกต่อบุคคล เรื่องราว หรือสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอาจเนื่องมาจากการไม่มีความคิดเห็นต่อบุคคล เรื่องราว หรือสิ่งต่าง ๆ นั้นเอง

แนวคิดด้านพฤติกรรม (Performance)

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) กล่าวว่าพฤติกรรมคือการกระทำที่ส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันก็เนื่องจากการมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งเกิดจากการเปิดรับสื่อและการแปลความสารที่แตกต่างกันจึงทำให้เกิดการสั่งสมประสบการณ์ที่แตกต่างกันและมีผลกระทบต่อบุคคล พฤติกรรมของบุคคลพฤติกรรมเป็นผลของการเลือกปฏิบัติที่เหมาะสมที่สุด เพื่อมาสนองสิ่งเร้าในสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งคอนบาช (Conbach, 1963, pp. 68-70) ได้กล่าวว่าพฤติกรรมของมนุษย์มีองค์ประกอบ 7 ประการ ดังต่อไปนี้

1. เป้าหมายหรือความมุ่งหมาย (Goal) คือ วัตถุประสงค์หรือความต้องการซึ่งก่อให้เกิดการกระทำขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ถ้ามีเป้าหมายหลาย ๆ อย่างเกิดในเวลาเดียวกันบุคคลมักจะเลือกสนองความต้องการที่มีความสำคัญน้อยกว่าทีหลัง

2. ความพร้อม (readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะและความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

3. สถานการณ์ (situation) หมายถึง โอกาสหรือลู่ทางหรือเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (interpretation) เป็นการพิจารณาลู่ทางหรือสถานการณ์เพื่อเลือกหาวิธีที่คิดว่าจะสนองความต้องการเป็นที่พอใจมากที่สุด

5. การตอบสนอง (response) คือ การทำกิจกรรมตามที่ตัดสินใจเลือกไว้แล้ว

6. ผลที่ตามมา (consequence) คือ ผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำกิจกรรมนั้น ซึ่งอาจได้ผลตรงกับที่คาดไว้หรือตรงกันข้ามกับที่คิดไว้ก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (reaction to thwarting) เป็นปฏิกริยาที่เกิดขึ้น เมื่อสิ่งที่เกิดขึ้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ ซึ่งอาจต้องย้อนกลับไปแปลความหมายใหม่เพื่อเลือกหาวิธีที่จะตอบสนองความต้องการได้ แต่ถ้าเห็นว่าความต้องการนั้นเกินความสามารถ ก็อาจต้องยอมเลิกความต้องการนั้น

โดยทั่วไปการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวพฤติกรรมจะสามารถเกิดขึ้นได้ทุกระดับ ตั้งแต่ระดับบุคคลไปจนถึงสังคม และการโน้มน้าวพฤติกรรมอาจผ่านสื่อโดยอาศัยวิธีการต่าง ๆ ดังนี้ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, น. 123-124)

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (emotion arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นตัวในการติดตาม เช่น สถานการณ์ที่น่าวิตกและน่าเป็นห่วงต่าง ๆ
2. การแสดงความเข้าใจเขามาใส่ใจเรา (empathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละและความกรุณาปรานี
3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (internalized norms) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้นเพื่อเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม
4. การให้รางวัล (reward) เช่น การลด แลก แจก แถม เพื่อเป็นการจูงใจ

ผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการดังกล่าวได้ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐานใน 2 ลักษณะ คือกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่องหรือหยุดยั้งพฤติกรรมเก่า ซึ่งการกระตุ้นและหยุดยั้งจะเป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่น ๆ ตามมา เช่น การตัดสินใจ วินิจฉัยต่อประเด็นปัญหา หรือการสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม

ความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ด้านโภชนาการ

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (knowledge) ทักษะ (attitude) และพฤติกรรม (performance) ของผู้รับสารที่อาจมีผลกระทบต่อสังคม โดยมีหลักว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้าบุคคลมีความรู้ความเข้าใจที่ดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลง ก็จะมีการยอมรับปฏิบัติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดังนั้น ทั้งความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกัน การที่จะมีการยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนแปลงทัศนคติก่อนโดยให้ความรู้

ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้น แนนซี ชวาร์ตซ์ (อรรถรรณ ปิณฑโนโวาท, 2542, น. 39-40) ได้กล่าวว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ในรูปแบบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ทักษะเป็นตัวกลางให้เกิดการเรียนรู้และพฤติกรรม ดังนั้นความรู้มีความสัมพันธ์กับทักษะและมีผลต่อพฤติกรรม
2. ความรู้และทักษะมีความสัมพันธ์กันและทำให้เกิดพฤติกรรมตามมา

3. ความรู้และทัศนคติต่างทำให้เกิดพฤติกรรมได้โดยที่ความรู้และทัศนคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน

4. ความรู้มีผลต่อพฤติกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม

การแสดงออกของพฤติกรรมมักจะมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับความรู้ ทัศนคติ เช่น การที่บุคคลเลือกบริโภคผลไม้แทนของหวานที่มีน้ำตาลสูง บุคคลนั้นจะต้องมีความรู้ว่ามีผลไม้เป็นอาหารที่มีคุณค่า มีพลังงานต่ำ มีทัศนคติต่อผลไม้ว่าเป็นอาหารสุขภาพและทำให้ไม่อ้วน ตลอดจนมีค่านิยมในเรื่องสุขภาพว่าเป็นสิ่งที่ปรารถนา พฤติกรรมบางอย่างมีการกระทำซ้ำ ๆ จนเกิดความเคยชิน หรือกลายเป็นนิสัยของบุคคล ทำให้การแสดงออกของบุคคลในเรื่องดังกล่าวเป็นไปโดยอัตโนมัติ โดยบุคคลอาจไม่ได้คิดในเรื่องดังกล่าว เช่น บางคนมีพฤติกรรมการดื่มน้ำอัดลมเป็นประจำ ทุกครั้งที่บริโภคอาหารจะต้องสั่งน้ำอัดลมมาดื่ม หรือการชอบบริโภคอาหารจุจิกขณะทำงานจนกลายเป็นนิสัย เป็นต้น ในบางครั้งทัศนคติและพฤติกรรมก็อาจไม่สอดคล้องกัน เช่น บุคคลมีความรู้สึกริษยาบุคคลอื่นที่บริโภคอาหารปิ้งสุก ๆ ดิบ ๆ ที่วางอยู่ตรงหน้า แต่ปฏิเสธว่าไม่อยากริษยาบุคคลเมื่อมีเจ้าหน้าที่สาธารณสุขมาพบ เพราะเกรงจะถูกว่ามโนนิสัยการบริโภคไม่ถูกต้องหรือรู้สึกอาย ดังนั้นพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลจึงไม่ได้เป็นเหตุเป็นผล และเป็นความจริงตามความคิดภายในของบุคคลเสมอไป โดยมีข้อสังเกตดังนี้ คือ พฤติกรรมต้องมีสาเหตุ แต่จากสาเหตุที่เหมือนกันบุคคลอาจแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกันได้ เช่น ความรู้สึกอยากเท่ ดูเป็นคนทันสมัยของวัยรุ่น วัยรุ่นบางคนอาจมีพฤติกรรมเลือกบริโภคอาหารจานด่วนที่มีการโฆษณาว่าเป็นอาหารของคนยุคใหม่ ในขณะที่วัยรุ่นบางคนอาจแสดงความเท่ ความทันสมัยโดยการแสดงออกแบบอื่น เช่น การแต่งกายตามแฟชั่น ทั้ง ๆ ที่สาเหตุเกิดจากการความรู้สึกอยากเท่ ดูเป็นคนทันสมัยเหมือนกัน พฤติกรรมหนึ่งอาจมีหลายสาเหตุก็ได้ เช่น การที่บุคคลซื้ออาหารถุงที่ปรุงสำเร็จจากร้านขายอาหารมาบริโภค อาจมีสาเหตุมาจากการไม่มีเวลาปรุงอาหารเอง หรือปรุงอาหารไม่เป็น ทำเองไม่อร่อย หรือมองว่าการซื้ออาหารปรุงเสร็จสำหรับคนเพียง 2-3 คนมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าการซื้ออาหารสดมาปรุงเอง หรือบางครั้งครอบครัวอาศัยอยู่อาคารชุดซึ่งไม่มีครัวสำหรับปรุงอาหาร เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลัดดา ประพันธ์พงษ์ชัย (2536) ศึกษาการวิเคราะห์รายการสุขภาพอนามัยทางโทรศัพท์ที่มีต่อการส่งเสริมสุขภาพ ผลการวิจัยพบว่ามียาการ 4 ประเภท คือ นิติสารทางอากาศ 2 รายการ สารเคมี 8 รายการ ละครสั่น 3 รายการและรายการสนทนา 1 รายการและพบว่ามีเนื้อหา

รายการในสาขาอายุรศาสตร์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ สาขาจิตเวชศาสตร์ กุมารเวชศาสตร์และสาขาอื่น ๆ และเนืหาดังกล่าวสะท้อนแนวคิดด้านการส่งเสริมสุขภาพในเรื่องความรู้ด้านการป้องกันและควบคุมโรค การฟื้นฟูสภาพผู้ป่วย และการรักษาพยาบาล ผลการศึกษาพบด้วยมีเทคนิคการนำเสนอรายการ 4 ลักษณะ คือ บรรยาย การบรรยายสลับการสัมภาษณ์ การสนทนา และนำเสนอในรูปแบบละครสั้น

จิตสุดา รูปงาม (2537) ศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับโภชนาการของหนังสือพิมพ์รายวันไทย (2535-2536) ประชากร คือ หนังสือพิมพ์รายวันไทยที่ออกจำหน่ายระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2535 – 30 กันยายน 2536 กลุ่มตัวอย่าง คือ หนังสือพิมพ์รายวันไทย 4 ชื่อฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐและหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ผลการวิจัยปรากฏว่า (1) หนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 4 ชื่อฉบับ เสนอเนื้อหาประเภทการส่งเสริมพฤติกรรมบริโภคเพื่อโภชนาการและการคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารและโภชนาการมากที่สุด (2) หนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 4 ชื่อฉบับ มีปริมาณความถี่ในการเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโภชนาการโดยเฉลี่ยไม่ถึงฉบับ 1 ชิ้น และมีปริมาณเนื้อหาที่ไม่ถึงร้อยละ 1 ของเนื้อที่ในการเสนอเนื้อหาทั้งฉบับ (3) หนังสือพิมพ์รายวันไทย 4 ชื่อฉบับเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโภชนาการในรูปแบบของคอลัมน์ประจำมากที่สุด และมีบทบาทเป็นแหล่งแจ้งข่าวและให้ความรู้มากที่สุด (4) หนังสือพิมพ์รายวันประเภทประชานิยมเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโภชนาการทั้งในปริมาณความถี่และปริมาณเนื้อที่มากกว่าหนังสือพิมพ์รายวันประเภทคุณภาพ

บาหยัน อิมสำราญ (2539) ศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อการเรียนรู้เรื่องการดูแลสุขภาพตนเอง: ศึกษากรณีนิตยสารหมอชาวบ้าน ผลการวิจัยสรุปว่า นิตยสารหมอชาวบ้านมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้เรื่องการดูแลสุขภาพของตนเอง โดยมี อายุ รายได้ การมีโรคประจำตัวเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ระดับการเรียนรู้ด้านพุทธรณีสัยแตกต่างกัน และ อายุ การศึกษา รายได้เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ระดับการเรียนรู้ด้านจิตพิสัยแตกต่างกัน นอกจากนี้ การเรียนรู้ด้านจิตพิสัยที่แตกต่างกัน ยังเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำพฤติกรรมสุขภาพที่แสดงให้เห็นถึงการดูแลสุขภาพของตนเองแตกต่างกันอีกด้วย

สุภาภรณ์ พรหมดีราช (2541) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมรายการสุขภาพกับการดูแลตนเอง สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับจากรายการสุขภาพทางโทรทัศน์และเห็นว่าเป็นรายการที่น่าสนใจ นำความรู้ที่ได้ไปเป็นประโยชน์ต่อการทำงานและชีวิตประจำวัน ระดับความรู้ที่ได้รับมากที่สุดจากรายการสุขภาพทางโทรทัศน์ คือ ความรู้ในการป้องกันและควบคุมโรค กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการดูแลสุขภาพตนเอง พฤติกรรม

ในการดูแลสุขภาพตนเองที่พบมากที่สุด คือ การหมั่นตรวจสุขภาพประจำปีกับแพทย์อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

ธันดดา วิบูลยาคม (2541) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคผักและเป็ปชีของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมการบริโภคของประชากรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมบริโภคน้ำอัดลมอยู่มาก ถึงแม้จะทราบว่าไม่มีประโยชน์ต่อร่างกายก็ตาม โดยให้เหตุผลว่าเครื่องดื่มน้ำอัดลมจะช่วยทำให้ดับกระหาย ทำให้สดชื่น และมีแนวโน้มจะบริโภคมากขึ้นถ้าอากาศร้อนอบอ้าว การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องดื่มผักและเป็ปชี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมื่อมีการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ก็จะทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อและการบริโภคมากขึ้น สื่อที่นิยมมากที่สุดคือสื่อโทรทัศน์

สายฤดี วานิกานุกูล (2545) ศึกษาเรื่อง ความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชน ชาวจังหวัด ปทุมธานี ในโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรคผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรคของกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารผ่านโทรทัศน์มากที่สุด ความรู้เกี่ยวกับโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในระดับปานกลาง ทักษะที่มีต่อโครงการนี้พบว่าโดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีทักษะที่ดี

อรชума บริเวชานนท์ (2547) ศึกษา การรับรู้และความคิดเห็นด้านวิถีชีวิตที่ถูกสุขภาพและคุณค่าทางโภชนาการของผู้บริโภคเพื่อวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงการตลาด กรณีศึกษา บริษัท แมคไทย จำกัดผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับร้านแมคโดนัลด์ผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด สำหรับการรับรู้ และความคิดเห็นในด้านวิถีชีวิตที่ถูกสุขภาพและคุณค่าทางโภชนาการพบว่า ผู้บริโภคยังไม่มี การรับรู้เรื่องคุณค่าสารอาหารเท่าที่ควร ดังนั้น จึงควรนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการของอาหารภายในร้าน โดยเพิ่มความถี่ของข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ไปยังผู้บริโภคให้มากขึ้น เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจ และรับรู้ข่าวสารใหม่ รวมถึงเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นด้วย

ภาวดี ลิขิตวงษ์ (2547) ศึกษา ความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมการบริโภค ต่อภาวะโภชนาการของเด็กวัยร่นตอนต้นในเขตการศึกษาที่ 2 ของกรุงเทพมหานคร พบว่า ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการส่วนใหญ่อยู่ในระดับพอใช้ เจตคติเกี่ยวกับโภชนาการอยู่ในระดับดี พฤติกรรมการบริโภคอยู่ในระดับค่อนข้างดี ภาวะโภชนาการอยู่ในเกณฑ์ผอม ปัจจัยทำนายความรู้ เจตคติ พฤติกรรมการบริโภค ภาวะโภชนาการได้แก่ เพศ อายุ ได้รับความรู้เกี่ยวกับการบริโภคจากนิตยสาร

หนังสือพิมพ์ สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับประทานอาหารคือ วิทยุ โทรทัศน์ ราคา ความสะดวกเพื่อน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว สมาชิกในครอบครัวรับประทานร่วมกัน กลุ่มเพื่อนมีผลต่อการเลือกรับประทานอาหาร ผู้จัดเตรียมหรือจัดรายการอาหาร อาหารประจำวัน

สุกัญญา คงนิวัฒน์ศิริ (2549) ศึกษาเรื่องความต้องการข้อมูล ข่าวสารด้านสุขภาพของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยสรุปว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพโดยรวมในระดับปานกลาง และมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพในระดับสูงมาก โดยจะเปิดรับข้อมูลจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อบุคคลที่เป็นเพื่อน และวิทยุตามลำดับ ในด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรับประทานอาหารมากที่สุด ในด้านความต้องการข่าวสารสุขภาพรูปแบบต่าง ๆ จากสื่อ ในสื่อหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/วารสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการข้อมูล ข่าวสารด้านสุขภาพในรูปแบบคอลัมน์ ถาม ตอบ ปัญหา ในสื่อโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพในรูปแบบสัมภาษณ์/สนทนา เป็นต้น

บริษัท นาโน เซิร์ช จำกัด (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง บริโภคเพื่อสุขภาพ ป้องกันโรคภัยมาเยือนพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า พฤติกรรมของการรับประทานอาหารนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นแบบ ซื้ออาหารสดมาทำทานเองภายในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ ซื้ออาหารแบบใส่ถุงมารับประทาน ร้อยละ 25.6 การให้ความสำคัญในการรับประทานอาหารนั้น พบว่า มีผู้บริโภคร้อยละ 58.0 ที่ให้ความสำคัญในการรับประทานอาหาร รองลงมา คือ ร้อยละ 38.0 ที่ให้ความสำคัญแต่ไม่มากนัก ประเภทของอาหารที่นิยมรับประทานมักเน้นไปอาหารประเภทโปรตีน เช่น เนื้อสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมา คือ เน้นไปที่ประเภทอาหารวิตามินและเกลือแร่ พวก ผัก ผลไม้ ร้อยละ 27.5 ตามลำดับ ความคาดหวังที่ผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญในการรับประทานอาหารมากขึ้น ก็เพื่อต้องการป้องกันโรคภัยต่างๆ มิให้เกิดขึ้นก่อนเวลาอันควร คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมา คือ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย ร้อยละ 23.9 และต้องการให้สุขภาพดีขึ้น ร้อยละ 23.5 ตามลำดับ

บริษัท นาโน เซิร์ช จำกัด (2551) ได้สำรวจพฤติกรรมการดูโทรทัศน์ของวัยรุ่นถึงวัยปลายอายุระหว่าง 20-50 ปี เพื่อสะท้อนให้เห็นมุมมองและพฤติกรรมของแต่ละกลุ่มการวิจัยขึ้นนี้ เข้ากับยุคสื่อทีวีที่หันมาเล่น “รายการข่าว” เน้นผัง เพื่อชิงเรตติ้งคนดู จากการศึกษพบว่า ในช่วงอายุ 20-30 ปี พฤติกรรมของพวกเขา คือ การเปิดดูรายการอื่นๆ ก่อนที่มีการดูข่าวร้อยละ 75.38 ซึ่งพฤติกรรมนี้จะเหมือนกับผู้บริโภคในกลุ่ม 31-40 ปี คือ ร้อยละ 75.0 ทั้งนี้ สังเกตเห็นความแตกต่างของพฤติกรรมในช่วงอายุ 41-50 ปี ที่สัดส่วนของการเปิดดูรายการอื่นก่อนการดูข่าวลดลง

เหลือเพียง 57.6 และสัดส่วนของการเปิดรับรายการข่าวเพียงอย่างเดียวมีถึงร้อยละ 42.4 รูปแบบของ “รายการข่าว” ที่แต่ละช่องได้พัฒนาและเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองความต้องการของคนดูรายการ โดยส่วนใหญ่แล้วรายการข่าวที่คนดูชอบที่สุด คือ การนำเสนอในรูปแบบของ “การนำเสนอข่าวแบบการเล่าข่าวจากสื่อต่างๆ มาเล่าให้ฟัง” ร้อยละ 73.5

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งนำเสนอมานั้น สามารถนำมาสร้างกรอบอ้างอิงการศึกษาเรื่อง การเปิดรับและผลกระทบของรายการด้านโภชนาการทางโทรทัศน์ที่มีต่อความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครครั้งนี้ได้ ซึ่งผู้ศึกษาจะนำไปใช้ในการอธิบายผลการศึกษาในส่วนของ การเปิดรับรายการด้านโภชนาการเชื่อมโยงกับเนื้อหารายการที่แพร่ภาพอยู่ในปัจจุบัน และอธิบายในส่วนของผลกระทบที่มีต่อ ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมว่ามีผลกระทบในส่วนใด มีทิศทางอย่างไรในบทสุดท้าย