



การศึกษารูปแบบรายการและการนำเสนอของเนื้อหารายการสุขภาพ
บนสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย

THE STUDY OF TELEVISION PROGRAM FORMATS AND PRESENTATION
OF HEALTH CONTENT ON TELEVISION MEDIA IN THAILAND

ชัยอนันต์ วชิรเมธี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2564

การศึกษารูปแบบรายการและการนำเสนอของเนื้อหารายการสุขภาพ
บนสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารวิทยาศาสตร์และสุขภาพ
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

THE STUDY OF TELEVISION PROGRAM FORMATS AND PRESENTATION
OF HEALTH CONTENT ON TELEVISION MEDIA IN THAILAND



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF ARTS
(Science and Health Communication)
College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University
2021
Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง
การศึกษารูปแบบรายการและการนำเสนอของเนื้อหารายการสุขภาพ
บนสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย
ของ
ชัยอนันต์ วัชรเมธี

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารวิทยาศาสตร์และสุขภาพ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก	 ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จารุวัธ หนูทอง)	(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนันท์ ศิริเจริญ)
	 กรรมการ
	(อาจารย์ ดร.ปรัชญา เปี่ยมการุณ)

ชื่อเรื่อง	การศึกษารูปแบบรายการและการนำเสนอของเนื้อหารายการสุขภาพบนสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย
ผู้วิจัย	ชัยอนันต์ วัชรเมธี
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จารุวัธ หนูทอง

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบรายการที่มีเนื้อหาสุขภาพในสื่อโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลของประเทศไทย เพื่อศึกษาจำนวนรายการที่มีเนื้อหาสุขภาพ รูปแบบรายการ องค์ความรู้ที่นำเสนอ และเนื้อหารายการที่นำเสนอ ในโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลของประเทศไทย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือรายการโทรทัศน์จากช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างคือช่องโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด ในเดือน มกราคม - เดือนมิถุนายน 2562 โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงจากจากช่องโทรทัศน์ทั้งหมดจำนวน 26 ช่อง โดยเลือกช่องที่ได้รับเรตติ้งสูงสุดในกลุ่มช่องโทรทัศน์สาธารณะ และ ช่องบริการทางธุรกิจ อย่างละ 1 ช่อง รวมเป็นจำนวน 2 ช่อง ผลการวิจัยพบว่า (1) ช่องโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดประเภทช่องสาธารณะได้แก่ช่อง Thai PBS โดยได้รับเรตติ้ง 0.068 ประเภทบริการทางธุรกิจได้แก่ช่อง 7 HD โดยได้รับเรตติ้ง 1.845 (2) ปริมาณรายการที่มีเนื้อหาสุขภาพ พบว่า ช่อง Thai PBS และ ช่อง 7 HD มีรายการโทรทัศน์ที่เท่ากันคือจำนวน 2 รายการ แต่จำนวนการนำเสนอในแต่ละสัปดาห์แตกต่างกัน ช่อง Thai PBS มีการนำเสนอรายการสุขภาพ 11 ครั้งต่อสัปดาห์ ในขณะที่ช่อง 7 HD นำเสนอ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ (3) รูปแบบรายการ พบว่า รายการกลุ่มตัวอย่างทั้งสามรายการมีการนำเสนอรูป ดังนี้ รายการ ข ขยับเป็นรายการรูปแบบรายการกีฬา รายการคนสู้โรคเป็นรายการรูปแบบรายการวาไรตี้ รายการพบหมอศิริราชเป็นรายการในรูปแบบสารคดี (4) องค์ความรู้ที่นำเสนอในรายการที่มีเนื้อหาสุขภาพ พบว่า องค์ความรู้ที่นิยมนำเสนอที่สุดคือองค์ความรู้ประเภทส่งเสริมสุขภาพ รองลงมาคือองค์ความรู้ด้านการป้องกัน ด้านการรักษา และด้านการฟื้นฟู ตามลำดับ เมื่อพิจารณาทีละรายการจะพบว่า รายการ ข ขยับนิยมนำเสนอองค์ความรู้ประเภทส่งเสริมสุขภาพมากที่สุด รายการคนสู้โรคนิยมนำเสนอองค์ความรู้ประเภทส่งเสริมสุขภาพมากที่สุด ในขณะที่รายการพบหมอศิริราชนิยมนำเสนอองค์ความรู้ประเภทรักษาสุขภาพมากที่สุด (5) เนื้อหาสุขภาพที่ได้นำเสนอในรายการสุขภาพ พบว่า ระบบอวัยวะที่นิยมเสนอมากที่สุดได้แก่ระบบกล้ามเนื้อ ระบบอวัยวะที่มีการนำเสนอน้อยที่สุดคือระบบต่อมไร้ท่อ เมื่อพิจารณาแต่ละรายการจะพบว่า รายการ ข ขยับ นิยมนำเสนอระบบกล้ามเนื้อมากที่สุด รองลงมาคือระบบกระดูก รายการคนสู้โรคนิยมนำเสนอระบบกล้ามเนื้อมากที่สุด รองลงมาคือ เนื้อหาที่ไม่เจาะจงระบบใดระบบหนึ่ง และ ระบบประสาทตามลำดับ โดยรายการคนสู้โรคเป็นเพียงรายการเดียวจากสามรายการที่นำเสนอเนื้อหาครบทุกระบบอวัยวะ รายการพบหมอศิริราชนิยมนำเสนอเนื้อหา ระบบประสาท ระบบไหลเวียนโลหิต และ ระบบทางเดินหายใจ โดยนำเสนอเนื้อหาเท่ากันทั้งสามระบบ

คำสำคัญ : รายการโทรทัศน์, โทรทัศน์, เนื้อหาสุขภาพ, รายการสุขภาพ, วิเคราะห์รูปแบบรายการ

Title	THE STUDY OF TELEVISION PROGRAM FORMATS AND PRESENTATION OF HEALTH CONTENT ON TELEVISION MEDIA IN THAILAND
Author	CHAIANUN WATCHAREEMETHEE
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2021
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Jaruwat Nhuthong

The purposes of this study were to analyze content and presentation formats of health programs on Thai television programming, to study the number of health programs on television, as well as the presentation format and the analysis of health knowledge and content presented on Thai television. The samples were television programs on Thai television channels, consisting of the most popular television channels, obtained by Neilson ratings from January to June of 2019. The samples were selected from Channel 26 and Channel 2 by the purposive sampling method in the public service channel and business channel categories, a total of two channels. The findings were as follows: (1) the most popular television channel in the public service channel category was Thai PBS, with a rating of 0.068. The most popular television channel in the business category was Channel 7HD, with a rating of 1.845; (2) the quantity of health programs in the public channel category and business channel category were two each. However, the on-air quantity per week were different. The Thai PBS channel health program aired 11 times per week, while Channel 7HD health programs aired twice a week; (3) the presentation formats of the health programs found that KorKhaYab is a sports program, KonSuRoak is a variety program, PhobMorSiriraj is a documentary program; (4) the health knowledge on Thai television was health promotion, health protection, treatment and rehabilitation, respectively. The type of health knowledge present in the KorKhaYab and KonSuRoak programs was health promotion and in the PhobMorSiriraj program it was health treatment; (5) the most popular health content on Thai television was the muscular system and the least popular was the endocrine system. The health content of the KorKhaYab program was the muscular and skeletal systems, respectively. The KonSuRoak health content was not specifically on the muscular and nervous systems, respectively. KonSuRoak was the only program that presented all of the organ systems. The PhobMorSiriraj health content was on the nervous system, which was equal to the circulatory and respiratory systems.

Keyword : television, health content, television health program, content analysis

กิตติกรรมประกาศ

เราคิดแบบติดตลกอยู่เสมอว่าถ้าจะขอบคุณทุกคนที่ทำให้เรามาถึงตรงนี้ได้เราอาจจะต้อง
 ลิสรายชื่อยาวซักสองสามหน้ากระดาษ หรืออาจจะต้องขึ้นเป็น end credits แบบในหนัง ตลอด
 ช่วงเวลาที่เรียน ป โท เราได้ผ่านประสบการณ์มาหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็น ความสุข ความสมหวัง
 หรือความผิดหวัง ซึ่งความสุขและอุปสรรคที่ผ่านมานั้นเมื่อมองย้อนไปจากวันนี้ไม่ว่าเรื่องนั้นจะเป็น
 เรื่องร้ายหรือเรื่องดีมันคือประสบการณ์ที่ทำให้เราเป็นเราอย่างทุกวันนี้ ในหลายครั้งเรื่องที่เรารู้สึก
 ค่อนข้างหนักซึ่งเราคิดว่าเราไม่สามารถผ่านไปได้เลยถ้าขาดบุคคลต่างๆที่คอยสนับสนุนเราในวัน
 แ่ๆ จากหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็น พี่แมค ชนะชัย บัณฑิต หัสนางานและผู้ที่ให้การสนับสนุนเราใน
 การเรียนปริญญาโทในครั้งนี้ น้องและแม่ของเราที่คอยสนับสนุนในด้านชีวิตส่วนตัว เหล่าอาจารย์
 จากคณะวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคมตั้งแต่ อาจารย์ วส ผศ.ดร.จารุวัส หนูทอง ที่เป็นทีปรึกษา
 คอยแนะนำเราตลอดในการสร้างงานชิ้นนี้ขึ้นมา อ ปุ๊ก ผศ.ดร.ศรัทธา ภักดีธรรมาธิ ที่คอยช่วยสนับสนุน
 เรามาตลอด รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆที่มีมากจนไม่อาจจะเอ่ยนามได้หมดที่สอนให้เราเป็นเราในทุก
 วันนี้ นอกจากครอบครัว คนรอบตัว และ อาจารย์ที่คอยสนับสนุนเราแล้วอีกกลุ่มที่คอยสนับสนุนเรา
 อยู่ตลอดคือเพื่อนซึ่งเรารู้จักทั้งในชีวิตจริงและโลกออนไลน์ หลายคนตอนเรารู้จักเมื่อสิบกว่าปีที่แล้ว
 ผ่านโลกออนไลน์เราไม่คิดว่าวันหนึ่งในอนาคตอันไกลเขาจะมาช่วยเหลือเราอย่างเช่น จฉว.ฉัตรระวี
 ที่คอยมาทะเลาะตบตีกับเราเรื่องงานเขียนจากอีกมุมมองที่มีความเป็นวิทยาศาสตร์สูงมาก และ
 เพื่อนที่เราเจอในชีวิตจริงหลายคนๆ ทั้งในสมัย ป ตรี หรือ ตอนเรียนปโทก็ตาม เราคิดว่าเราคงไม่
 สามารถมาถึงตรงนี้ได้ถ้าไม่ได้รับการสนับสนุนทั้งทางกายภาพและทางจิตใจจากทุกคน นอกจากคน
 ที่เราเคยเจอแล้วเราคิดว่าเราควรขอบคุณคนที่กำลังอ่านวิจัยเล่มนี้อยู่เราหวังว่าสิ่งที่เราพบเจอมาจะ
 ช่วยให้คุณพบเจอสิ่งที่คุณกำลังหาได้ง่ายยิ่งขึ้น

และข้อสุดท้ายที่จะขอบคุณคงเป็นตัวเราเองในปีก่อนๆที่ยังไม่ขำขี้สัสเล่มนี้ทิ้งลงถังขยะ
 แล้วเผาไฟซ้ำแล้วเลิกทำมันไป ...ในที่สุดนายก็นายทำเสร็จและได้เขียนหน้านี้สมใจแล้ว

ชัยอนันต์ วชิรเมธิ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญรูปภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
ขอบเขตงานวิจัย	4
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	5
กรอบแนวคิดการวิจัย	5
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
1. สถานการณ์สุขภาพของคนไทยในปัจจุบัน	9
2. ปัญหาการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาด (information Disorder).....	10
3.แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ	11
3.1 ความหมายและประเภทของการสื่อสารสุขภาพ.....	11
3.2 ประเภทขององค์ความรู้ด้านสุขภาพ	12
3.3 ระบบอวัยวะ	13
3.4 แนวคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจายองค์ความรู้ด้านสุขภาพ	15

4.แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน.....	16
4.1 แนวคิดเรื่องสื่อคือสาร (The medium is the message)	16
4.2 ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of innovations)	16
4.3 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการพัฒนาด้านสาธารณสุข.....	17
5.แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์.....	18
5.1 ความหมายและความสำคัญของสื่อโทรทัศน์.....	18
5.2 สื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย	21
5.3 รูปแบบของรายการโทรทัศน์.....	24
5.4 การจัดเรตติ้งรายการโทรทัศน์	26
5.5 การวิเคราะห์เนื้อหา.....	26
6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
งานวิจัยในประเทศ.....	26
งานวิจัยในต่างประเทศ.....	29
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	32
การออกแบบการวิจัย	32
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	33
การสร้างเครื่องมือวิจัย	35
การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล	35
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
สถิติที่ใช้ในการวิจัย	36
การนำเสนอข้อมูล.....	36

บทที่ 4 ผลการดำเนินงานวิจัย	38
ส่วนที่ 1 ปริมาณความถี่ของรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพในช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจและช่องบริการสาธารณะ	38
ส่วนที่ 2 ปริมาณความถี่ของช่วงเวลานำเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ	41
ส่วนที่ 3 ปริมาณความถี่ของรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ	42
ส่วนที่ 4 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้ด้านสุขภาพในรายการโทรทัศน์ในแต่ละตอน	43
ส่วนที่ 5 ปริมาณความถี่เนื้อหาสุขภาพที่รายการโทรทัศน์ได้นำเสนอในแต่ละรายการ	54
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	61
สรุปผลการวิจัย	61
ส่วนที่ 1 ปริมาณความถี่ของรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพในช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจและช่องบริการสาธารณะ	62
ส่วนที่ 2 ปริมาณความถี่ของช่วงเวลานำเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ	62
ส่วนที่ 3 ปริมาณความถี่ของรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ	63
ส่วนที่ 4 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้ด้านสุขภาพในรายการโทรทัศน์ในแต่ละตอน	63
ส่วนที่ 5 ปริมาณความถี่เนื้อหาสุขภาพที่รายการโทรทัศน์ได้นำเสนอในแต่ละรายการ	65
อภิปรายผล	65
1 ปริมาณความถี่ของรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพในช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจและช่องบริการสาธารณะ	65
2 ช่วงเวลานำเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ	69
3 ปริมาณความถี่ของรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ	71
4 องค์ความรู้ที่ใช้ในการสื่อสารสุขภาพ	73
5 เนื้อหาสุขภาพที่รายการโทรทัศน์นำเสนอ	75

ข้อเสนอแนะ	77
ข้อเสนอแนะต่อการจัดทำรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ	77
ข้อเสนอแนะการวิจัยในอนาคต	78
บรรณานุกรม	79
ประวัติผู้เขียน.....	84



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 การจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ไทย	24
ตาราง 2 แสดงปริมาณเรตติ้ง (Rating)เฉลี่ยของช่องโทรทัศน์ในเดือน มกราคม ถึง มิถุนายน 2562	38
ตาราง 3 แสดงจำนวนรายการสุภาพจากช่อง 7HD และ ช่อง ThaiPBS.....	40
ตาราง 4 แสดงปริมาณความถี่การนำเสนอรายการสุภาพในโทรทัศน์.....	41
ตาราง 5 แสดงปริมาณความถี่ของรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุภาพ	42
ตาราง 6 แสดงปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุภาพในรายการพบ หมอศิริราชในแต่ละตอน.....	43
ตาราง 7 แสดงปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุภาพในรายการข.ขยับ	44
ตาราง 8 แสดงปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุภาพในรายการคนสู้ โรค ในช่วงที่ 1 ของรายการ.....	46
ตาราง 9 แสดงปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุภาพในรายการคนสู้ โรค ในช่วงที่ 2 ของรายการ.....	48
ตาราง 10 แสดงปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุภาพในรายการคนสู้ โรค ในช่วงที่ 3 ของรายการ.....	50
ตาราง 11 แสดงปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุภาพในรายการคนสู้ โรค ในช่วงที่ 4 ของรายการ.....	51
ตาราง 12 แสดงปริมาณความถี่ของเนื้อหาสุภาพในรายการพบหมอศิริราช.....	54
ตาราง 13 แสดงปริมาณความถี่ของเนื้อหาสุภาพในรายการข ขยับ.....	56
ตาราง 14 แสดงปริมาณความถี่ของเนื้อหาสุภาพในรายการคนสู้โรค	58

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการพบ หมอศิริราช	44
ภาพประกอบ 2 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการ ข ขยับ	45
ภาพประกอบ 3 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการ คนสู้ โรค ช่วงที่ 1	47
ภาพประกอบ 4 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการ คนสู้ โรค ช่วงที่ 2	49
ภาพประกอบ 5 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการ คนสู้ โรค ช่วงที่ 3	51
ภาพประกอบ 6 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการ คนสู้ โรค ช่วงที่ 4	52
ภาพประกอบ 7 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการ คนสู้ โรคทั้งหมด	53
ภาพประกอบ 8 แผนภูมิแสดงปริมาณความถี่ของเนื้อหาสุขภาพในรายการพบหมอศิริราช	55
ภาพประกอบ 9 แผนภูมิแสดงปริมาณความถี่ของเนื้อหาสุขภาพในรายการ ข ขยับ	57
ภาพประกอบ 10 แผนภูมิแสดงปริมาณความถี่ของเนื้อหาสุขภาพในรายการ คนสู้โรค	60
ภาพประกอบ 11 องค์ความรู้ที่นำเสนอในรายการ พบหมอศิริราช	63
ภาพประกอบ 12 องค์ความรู้ที่นำเสนอในรายการ ข ขยับ	64
ภาพประกอบ 13 องค์ความรู้ที่นำเสนอในรายการ คนสู้โรค	64
ภาพประกอบ 14 แผนภูมิ เรตติ้งรายการโทรทัศน์ ช่อง 7HD,3HD และ Mono 29 ตั้งแต่วันที่ 2556 – 2561	66

ภาพประกอบ 15 แผนภูมิ เรตติ้งรายการโทรทัศน์ ช่อง Thai PBS,NBT และ ททบ.5 ตั้งแต่ปี 2556 – 2561	67
ภาพประกอบ 16 ประมาณการสัดส่วนรายการของช่องโทรทัศน์ Thai PBS	70
ภาพประกอบ 17 สัดส่วนการนำเสนอความรู้ในรายการสุขภาพ.....	74



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์สุขภาพของประเทศไทยหากดูข้อมูลผู้ป่วยในระบบสาธารณสุขย้อนกลับไปใน 10 ปี จะพบว่าตั้งแต่ปี 2552 ประเทศไทยมีจำนวนผู้ป่วยในระบบสาธารณสุขจำนวนทั้งสิ้น 10.30 ล้านคน แต่ในปี 2562 จำนวนผู้ป่วยในระบบสาธารณสุขของไทยเพิ่มมาอยู่ที่ 21.42 ล้านคน จำนวนผู้ป่วยที่เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยปีละ 1 ล้านคนนั้น จากสถิติจะพบว่าโรคที่ผู้ป่วยเหล่านี้เป็นก็จะพบว่าโรคที่เป็นมากที่สุด ในทุกปี อันดับ 1 คือ โรคความดันโลหิตสูง และ อันดับ 2 คือ โรคเบาหวาน โดยในปี 2552 ประเทศไทยมีผู้ป่วยด้วยโรคความดันโลหิตสูงจำนวน 7 แสนคน แต่ในปี 2562 จำนวนผู้ป่วยเพิ่มขึ้นมาเป็น 1.5 ล้านคน ในขณะที่โรคเบาหวานในปี 2552 มีจำนวนผู้ป่วย 5 แสนคน แต่ในปี 2562 จำนวนผู้ป่วยเพิ่มขึ้นมาเป็น 1 ล้านคน (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. 2563) ซึ่งทั้งสองโรคนี้นั้นเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรังหรือโรค (Non-Communicable diseases, NCDs) ที่สามารถหลีกเลี่ยงได้ด้วยการปรับพฤติกรรมทางสุขภาพให้เหมาะสม ซึ่งจากการสำรวจสุขภาพประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกาย ครั้งที่ 5 พบว่า ในกลุ่มตัวอย่าง 23,760 คนนั้น พบปัญหาสุขภาพดังนี้ (วิชัย เอกพลากร. 2557)

ร้อยละ 37.5 ภาวะอ้วน

ร้อยละ 37.5 ไขมันในเลือดผิดปกติ

ร้อยละ 24.7 ภาวะความดันโลหิตสูง

ร้อยละ 24.7 ภาวะโลหิตจาง

ร้อยละ 8.9 โรคเบาหวาน

จากข้อมูลสุขภาพเหล่านี้ทำให้เราทราบว่าโรคที่เกิดในคนไทยส่วนใหญ่นั้นเป็นโรคที่สามารถที่จะป้องกันและหลีกเลี่ยงได้หากเรามีการใช้ชีวิตที่เหมาะสมและมีความรู้ทางสุขภาพที่เพียงพอ ซึ่งโรคในกลุ่ม NCDs นอกจากจะเป็นสาเหตุหลักในการเสียชีวิตของประเทศไทยแล้วยังทำให้ภาครัฐสูญเสียค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพประมาณ 4 แสนล้านบาทต่อปีคิดเป็นร้อยละ 13 ของงบประมาณของประเทศไทยเพราะโรคในกลุ่ม NCDs เป็นเรื้อรังทำให้ผู้ป่วยจำเป็นต้องรับการรักษาต่อเนื่อง (Bangkok. 2561; MoneyHub. 2561) ภาครัฐเองก็ได้เล็งเห็นปัญหาทางสุขภาพของประชาชน จึงมีการผลักดันให้ประชาชนได้รับความรู้ทางด้านสุขภาพที่มากขึ้นผ่านโครงการสนับสนุนทางสุขภาพต่างๆ เช่นโครงการ 3 อ 2 ส ส่งเสริมให้คนมีสุขภาพดีด้วย 3 อ. ได้แก่ อาหาร

ออกกำลังกาย อารมณ์ และลดสิ่งที่ไม่ดีต่อร่างกายด้วยการหลีกเลี่ยง 2 ส. ได้แก่ ไม่สูบบุหรี่ และ เลี่ยงสุรา แต่ผลจากการดำเนินโครงการพบว่าร้อยละ 59.4 ของประชากรทั้งหมด มีความรู้ไม่ เพียงพอต่อการปฏิบัติตามหลักความรู้ของโครงการ 3 อ 2 ส ภาครัฐจึงได้จัดทำแผนพัฒนาสุขภาพ ฉบับที่ 12 ขึ้นมาโดยมียุทธศาสตร์การพัฒนาสุขภาพ 4 ยุทธศาสตร์ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เร่งส่งเสริมสุขภาพของคนไทยในเชิงรุก

ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างความเป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำในระบบบริการสุขภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาและสร้างกลไกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ กำลังคนด้านสุขภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาและสร้างความเข้มแข็งในการอภิบาลระบบสุขภาพ

ยุทธศาสตร์ที่จะกล่าวถึงในงานศึกษาค้นครั้งนี้คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 เร่งการเสริมสร้างสุขภาพ คนไทยในเชิงรุก ที่มีเนื้อหามุ่งเน้นให้เกิดการสร้างความเข้มแข็งและความรู้ทางสุขภาพของคนใน ประเทศ ให้มีความรู้และทัศนที่ถูกต้องลดพฤติกรรมเสี่ยงด้านสุขภาพลงและลดการเกิดปัญหา สุขภาพและการตายก่อนวัยอันควรจากโรค NCDs ด้วยการเสริมสร้างภาคีเครือข่ายและพันธมิตร ต่างๆ เพื่อให้สื่อไปถึงประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเป็นวงกว้าง โดยสื่อหนึ่งที่มี ความสามารถในการสื่อสารไปยังคนจำนวนมากได้ดีเหมาะสำหรับสื่อสารไปยังคนจำนวนมากและ สามารถใช้งานได้ง่ายนั้นคือสื่อโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ในการส่งเสริมสุขภาพได้เป็นอย่างดี เนื่องจาก ตัวสื่อโทรทัศน์เองเป็นสื่อที่มีความสามารถในการสื่อสารทั้งทางภาพและทางเสียงทำให้สามารถ เข้าถึงได้ง่ายและสามารถส่งสัญญาณครอบคลุมได้กว้างไกล โดยจากงานศึกษาการ ประชาสัมพันธ์โครงการด้านสุขภาพในประเทศสหรัฐอเมริกาของ Davis; et al. (2016: 235) พบว่า สื่อโทรทัศน์นั้นเป็นสื่อที่สามารถสื่อสารไปยังคนหมู่มากได้ดีโดยเสียค่าใช้จ่ายในการ ประชาสัมพันธ์ต่อหัวน้อยกว่าสื่อออนไลน์(Online) เนื่องจากความนิยมและปริมาณของคนที่รับชม สื่อโทรทัศน์นั้นมีจำนวนมากกว่าสื่อออนไลน์ ประกอบกับอินเทอร์เน็ต(internet)ซึ่งเป็นปัจจัย สำคัญในการเข้าถึงสื่อออนไลน์ยังไม่สามารถเข้าถึงได้ในทุกพื้นที่ของประเทศ ทำให้สื่อโทรทัศน์ เหมาะสมที่จะใช้เป็นสื่อหลักในการรณรงค์และให้ความรู้ในด้านสุขภาพโดยมีสื่อออนไลน์เข้ามา เป็นตัวช่วยในการสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์ และจากการศึกษาของBurzyńska;Binkowska-Bury;andJanuszewicz (2015: 174-184)ได้พบว่าโทรทัศน์เป็นช่องทางที่ผู้มีรายได้น้อยได้รับรู้ ข้อมูลด้านสุขภาพเป็นหลักรองจากการคุยกับผู้เชี่ยวชาญโดยตรง โดยการประชาสัมพันธ์ด้าน สุขภาพผ่านสื่อโทรทัศน์นั้นสามารถช่วยในการป้องกันปัญหาทางสุขภาพในคนจำนวนมากได้ดี

และคนก็ยังจดจำการการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ไปในระยะเวลาหนึ่งถึงแม้จะไม่ได้ประชาสัมพันธ์แล้วก็ตาม แต่ในขณะเดียวกันเองสื่อโทรทัศน์เองก็เป็นสื่อที่รวบรวมข้อมูลด้านสุขภาพไว้ทั้งในด้านที่ดีและไม่ดีต่อสุขภาพเอาไว้เช่นกัน สำหรับการประชาสัมพันธ์ด้านสุขภาพผ่านสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยนั้นกลุ่มที่มีรายได้น้อยและกลุ่มรายได้ปานกลางจะเปิดรับการสื่อสารสุขภาพจากช่องทางโทรทัศน์เป็นอันดับสูงเช่นเดียวกัน แต่คนในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยจะเชื่อถือข้อมูลสุขภาพจากสื่อโทรทัศน์มากกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางและผู้มีรายได้สูง(กาญจนา แก้วเทพ. 2547) จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าสื่อโทรทัศน์สามารถทำให้คนเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและเกิดที่ ทำให้คนสามารถเข้าถึงความรู้ทางสุขภาพและเกิดการรู้เท่าทันทางด้านสุขภาพ (health literacy) ได้โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางและรายได้ต่ำ ซึ่งการมีความรู้ด้านสุขภาพที่ถูกต้องนั้นเป็นทางหนึ่งที่จะช่วยลดการเจ็บป่วยจากโรคที่สามารถป้องกันได้และเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้เกิดสุขภาพที่ดีขึ้นได้ตามแผนพัฒนาสุขภาพฉบับที่ 12 ที่ภาครัฐได้จัดทำขึ้น

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อหนึ่งที่สามารถพูดได้ว่าสามารถเข้าถึงได้ง่ายที่สุดสื่อหนึ่งด้วย เนื่องจากสื่อสามารถเข้าถึงได้ที่ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ด้านการออกเขียนได้หรือความรู้ด้านเทคโนโลยีต่างๆ จึงทำให้ทุกช่วงวัยสามารถใช้งานสื่อโทรทัศน์ได้โดยไม่มีข้อจำกัดทางการอ่านออกเขียนได้และสื่อโทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง ทำให้ผู้รับสารสามารถที่จะเข้าใจสื่อโทรทัศน์ได้แม้จะไม่ได้ฟังอยู่ก็ตาม (ศุภางค์ นันตา. 2552: 16) ในด้านการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์สื่อโทรทัศน์ยังสามารถที่จะส่งสัญญาณครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ประเทศไทยได้ ประกอบกับจำนวนครัวเรือนที่มีสื่อโทรทัศน์อยู่ที่ร้อยละ 98 ซึ่งเป็นอัตราส่วนการเข้าถึงที่สูงที่สุดในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก และยังมีการใช้งานสื่อโทรทัศน์โดยเฉลี่ยอยู่ที่วันละ 2-4 ชั่วโมงในทุกวัน ทั้งวันธรรมดาและวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ซึ่งเวลาที่ผู้คนนิยมรับชมสื่อโทรทัศน์นั้นในวันธรรมดาระับชมอยู่ที่ช่วงเวลา 17:00-24:00น. และวันเสาร์อาทิตย์จะรับชมอยู่ที่ช่วงเวลา 19:00-23:00น. โดยสถานที่รับชมส่วนใหญ่ของสื่อโทรทัศน์จะเป็นภายในที่พักอาศัย (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาองค์กรภาครัฐ. 2558) จากปริมาณการใช้งานสื่อโทรทัศน์และความสามารถในการกระจายสัญญาณครอบคลุมพื้นที่ของประเทศไทยของสื่อโทรทัศน์ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพของรายการสุขภาพที่อยู่บนสื่อโทรทัศน์ต่อไป

ซึ่งในปัจจุบันโทรทัศน์ในประเทศไทยประกอบไปด้วยช่องโทรทัศน์จำนวน 25 ช่อง โดยทั้งหมดอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ(กสทช.) ซึ่งจะคอยกำหนดและตรวจสอบการนำเสนอของช่องโทรทัศน์แต่ละประเภทให้เป็นไปตามประเภทที่ได้ขอใบอนุญาตเอาไว้ ช่องโทรทัศน์สามารถแบ่ง

ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆได้แก่ช่องประเภทบริการทางธุรกิจ และ ช่องประเภทบริการทางสาธารณะ ซึ่งความแตกต่างของสองประเภทนี้คือช่องประเภทบริการทางสาธารณะนั้นจะได้รับ การสนับสนุนทางด้านรายได้จากภาครัฐ ในขณะที่ช่องประเภทบริการทางธุรกิจจำเป็นต้องมี ช่องทางหารายได้ของตนเองผ่านทางโฆษณาและผู้สนับสนุนที่ต่างๆ ปัจจุบันช่องบริการทางธุรกิจ มีจำนวนทั้งหมด 22 ช่อง และ ช่องประเภทบริการทางสาธารณะมีจำนวน 3 ช่อง ความแตกต่าง ของโทรทัศน์ทั้งสองประเภททำให้ผู้จัดทำจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเนื้อหาของรายการสุขภาพของ ช่องโทรทัศน์ในประเภทบริการทางธุรกิจ และประเภทบริการสาธารณะ ว่าในแต่ละช่องโทรทัศน์ แต่ละประเภทมีการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพในด้านใดและมีการสื่อสารในรูปแบบใด และมีความ แตกต่างในการนำเสนอรายการอย่างไรเพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาจำนวนรายการสุขภาพที่นำเสนอในช่องโทรทัศน์ประเภท บริการสาธารณะ และบริการทางธุรกิจ ช่วงเดือน มกราคม - มิถุนายน 2562 ว่าแต่ละช่องมีจำนวนรายการสุขภาพ ในปริมาณเท่าไร
2. เพื่อศึกษาช่วงเวลาที่ยรายการสุขภาพนำเสนอในช่องบริการสาธารณะ และ บริการทาง ธุรกิจ ช่วงเดือน มกราคม - มิถุนายน 2562 ถูกนำเสนออยู่ในช่วงเวลาใดบ้าง
3. เพื่อศึกษารูปแบบของรายการสุขภาพที่นำเสนอในช่องบริการสาธารณะ และ บริการ ทางธุรกิจช่วงเดือน มกราคม - มิถุนายน 2562 ถูกนำเสนออยู่ในรายการรูปแบบใดบ้าง
4. เพื่อศึกษาองค์ความรู้ที่ถูกนำเสนอในรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพนำเสนอใน ช่องบริการสาธารณะ และ บริการทางธุรกิจช่วงเดือน มกราคม - มิถุนายน 2562 แต่ละรายการมี การนำเสนอองค์ความรู้สุขภาพในปริมาณเท่าไร
5. เพื่อศึกษาเนื้อหาสุขภาพที่ยรายการสุขภาพนำเสนอในช่องบริการสาธารณะ และ บริการทางธุรกิจช่วงเดือน มกราคม - มิถุนายน 2562 แต่ละรายการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพในเรื่อง ใดและมีปริมาณเท่าไร

ขอบเขตงานวิจัย

รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพซึ่งออกอากาศผ่านสถานีโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในช่องประเภทบริการทางธุรกิจและโทรทัศน์สาธารณะ ในเดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน ปี 2562 จากช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล ช่องที่ได้รับความนิยมสูงสุดของช่อง

โทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจจำนวน 1 ช่อง และ ช่องโทรทัศน์สาธารณะจำนวน 1 ช่อง รวมเป็น 2 ช่องโทรทัศน์

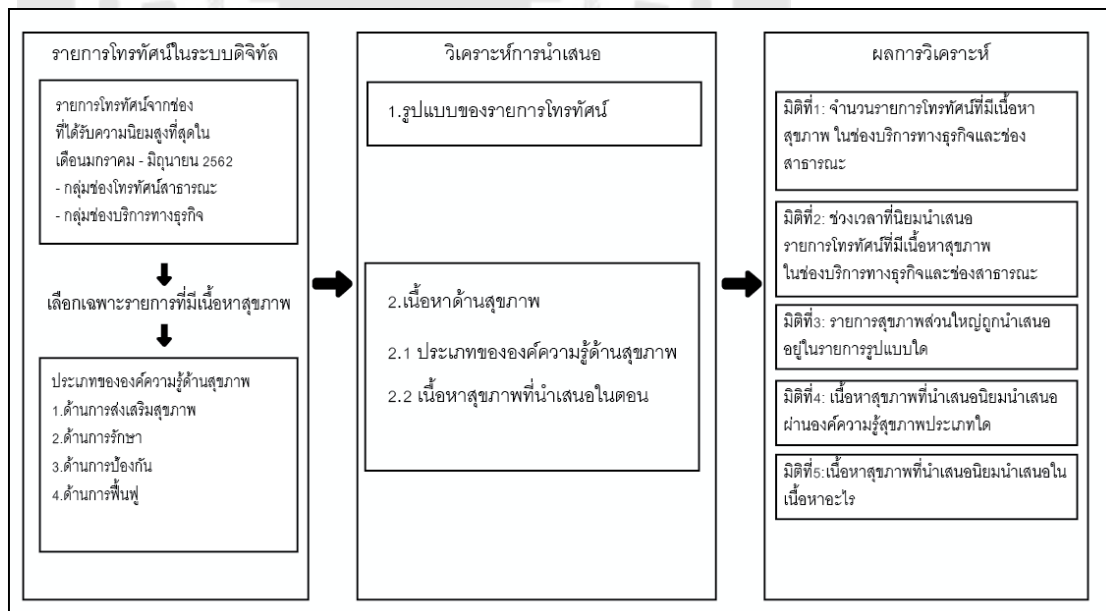
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือรายการโทรทัศน์จากช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล

กลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกช่องโทรทัศน์จำนวน 2 ช่องจากช่องโทรทัศน์ทั้งหมด 26 ช่อง โดยเลือกศึกษารายการสุขภาพจากช่องโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด (rating) จาก Nelson ในเดือนมกราคม - มิถุนายน 2562 ในกลุ่มช่องโทรทัศน์สาธารณะจำนวน 1 ช่อง และ ช่องโทรทัศน์ที่เป็นช่องบริการทางธุรกิจจำนวน 1 ช่องรวมเป็น 2 ช่องโทรทัศน์กลุ่มตัวอย่างมีดังนี้

1. ประเภทบริการสาธารณะ
2. ประเภทช่องบริการทางธุรกิจ

กรอบแนวคิดการวิจัย



นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

เรตติ้งรายการโทรทัศน์ หรือ เรตติ้ง หมายถึงตัวเลขแทนความนิยมของคนดูโทรทัศน์แต่ละช่อง โดยวัดเป็นเปอร์เซ็นต์ของคนดูเฉลี่ยต่อหน้าที่ในปัจจุบันเรตติ้งในประเทศไทยถูกวัดโดย บริษัท เอจีบี นีลเส็น (ประเทศไทย)

รายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล หมายถึง ช่องโทรทัศน์ในระบบสัญญาณดิจิทัลที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ กสทช. โดยอ้างอิงจากผังรายการโทรทัศน์ของ กสทช.

รูปแบบรายการ หมายถึง วิธีการถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ด้านสุขภาพ ปริมาณความถี่ในการนำเสนอ ช่วงเวลาในการนำเสนอเนื้อหาในการนำเสนอ และระยะเวลาในการนำเสนอ

เนื้อหารายการโทรทัศน์ หมายถึง เนื้อหาเรื่องราวที่รายการโทรทัศน์นำมาเสนอภายในช่วงเวลาออกอากาศของรายการ โดยไม่รวมช่วงเวลาโฆษณา

ช่วงรายการ หมายถึง ระยะเวลาการนำเสนอเนื้อหารายการตั้งแต่เริ่มต้นประเด็นหนึ่งจนถึงสิ้นสุดประเด็นนั้น ในรายการโทรทัศน์รายการหนึ่งจะประกอบด้วยช่วงรายการตั้งแต่ 1 ช่วงรายการขึ้นไป

ผังรายการ หมายถึง แผนผังการนำเสนอรายการโทรทัศน์โดยระบุ วันและเวลาที่รายการจะออกอากาศในแต่ละสัปดาห์ ผังรายการจะเป็นตัวกำหนดว่าในสัปดาห์หนึ่งมีรายการใดบ้างและออกอากาศในเวลาใด

ช่องโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ หมายถึง ช่องโทรทัศน์ที่ได้รับเงินสนับสนุนในการจัดทำเนื้อหาจากรัฐบาลหรือหน่วยงานต่างๆ โดยช่องโทรทัศน์ประเภทนี้เนื้อหาส่วนใหญ่จะเป็นไปเพื่อการพัฒนาทางความรู้ของคนในสังคมตามแต่จุดประสงค์ของแต่ละช่อง ในปัจจุบัน ช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางสาธารณะมีจำนวน 3 ช่อง ได้แก่ ช่อง Thai PBS , ช่อง ททบ. 5 และช่อง NBT

ช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ หมายถึง ช่องโทรทัศน์ที่ดำเนินการโดยมีจุดประสงค์ทางธุรกิจ โดยเนื้อหารายการจะเป็นไปตามประเภทของใบอนุญาตของแต่ละช่อง ช่องโทรทัศน์ประเภทนี้สามารถเปิดรับโฆษณาได้ ปัจจุบันช่องโทรทัศน์ประเภทนี้มีจำนวน 23 ช่อง ตัวอย่างเช่น ช่อง 3HD, ช่อง 7HD, ช่อง MONO 29 เป็นต้น

วันที่เวลาออกอากาศ หมายถึง วันเวลาที่รายการโทรทัศน์นำเสนอซึ่งจะถูกกำหนดมาจากทางสถานีโทรทัศน์ วันเวลาออกอากาศของรายการจะเป็นเวลาเดิมในทุกสัปดาห์ แต่สามารถมีการเปลี่ยนแปลงได้ถ้าหากมีรายการพิเศษมาคั่น

เวลาเนื้อหารายการ หมายถึง เวลาที่รายการนำเสนอโดยไม่รวมเวลาพักโฆษณาในระหว่างรายการ

รายการสุขภาพ หมายถึง รายการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลที่มีการนำเสนอด้านสุขภาพในด้านการรักษา การป้องกัน การฟื้นฟู และการส่งเสริมสุขภาพไม่ต่ำกว่า 1 ช่วงของรายการ โดย

ไม่ใช่การบอกเล่าข่าวสาร และเป็นรายการที่มีการออกอากาศเป็นประจำในวันและเวลาเดิมทุกสัปดาห์

องค์ความรู้ หมายถึง แนวคิด หลักการต่างๆ ที่นำมาใช้ โดยในการวิจัยนี้หมายถึงองค์ความรู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับด้านสุขภาพซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้านได้แก่ 1.ด้านการส่งเสริมสุขภาพ 2.ด้านการป้องกัน 3.ด้านการรักษา และ 4.ด้านการฟื้นฟู

องค์ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง การนำเสนอองค์ความรู้ด้านสุขภาพโดยมีจุดหมายเพื่อให้บุคคลที่ร่างกายยังแข็งแรงสามารถดำรงความแข็งแรงนั้นไว้หรือมีความแข็งแรงเพิ่มขึ้น เช่นการแนะนำอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย การแนะนำแนวทางการออกกำลังกายที่ถูกต้อง เป็นต้น

องค์ความรู้ด้านการป้องกัน หมายถึง การนำเสนอองค์ความรู้ด้านสุขภาพโดยมุ่งเน้นให้ผู้ได้รับความรู้สามารถหลีกเลี่ยงอาการเจ็บป่วยที่จะเกิดขึ้นได้ เช่น การปฏิบัติตัวที่ถูกต้องเมื่อต้องเจอกับผู้ป่วยโรคต่างๆ หรือ ต้องเข้าไปในพื้นที่เสี่ยง เป็นต้น

องค์ความรู้ด้านการรักษา หมายถึง การนำเสนอองค์ความรู้ด้านสุขภาพเพื่อให้ผู้ป่วยหรือ ผู้ที่มีหน้าที่ดูแลผู้ป่วยได้รับทราบว่าจะต้องทำอะไรเพื่อให้ผู้ป่วยสามารถหลุดพ้นจากอาการเจ็บป่วยที่เป็นอยู่ได้ เช่น การแนะนำการรักษาโรคหืด การดูแลตัวเองเมื่อมีอาการเจ็บกล้ามเนื้อ เป็นต้น

องค์ความรู้ด้านการฟื้นฟู หมายถึง การนำเสนอองค์ความรู้ด้านสุขภาพเพื่อให้ผู้ป่วยหรือ ผู้ที่มีหน้าที่ดูแลคนป่วย หรือผู้สูงอายุ ทำให้ผู้ป่วยหรือผู้สูงอายุสามารถให้ร่างกายสามารถกลับมาแข็งแรงได้ดังเดิมมากที่สุด ตัวอย่างเช่น การดูแลตัวเองหลังการผ่าตัด การดูแลผู้สูงอายุ เป็นต้น

เนื้อหาสุขภาพ หมายถึง เนื้อหารายการที่นำเสนอในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพร่างกายโดยการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพนั้นจะต้องประกอบด้วย 1 ใน 4 องค์ความรู้ทางด้านสุขภาพด้านใดด้านหนึ่ง

ระบบอวัยวะ หมายถึง กลุ่มของอวัยวะที่ทำงานร่วมกันเพื่อทำหน้าที่ใดหน้าที่หนึ่งอย่างเป็นระบบโดยแบ่งออกเป็น 11 ระบบดังต่อไปนี้ 1.ระบบปกคลุมร่างกาย 2.ระบบโครงกระดูก 3.ระบบกล้ามเนื้อ 4.ระบบประสาท 5.ระบบต่อมไร้ท่อ 6.ระบบไหลเวียนโลหิต 7.ระบบขับถ่าย 8.ระบบทางเดินหายใจ 9.ระบบน้ำเหลือง 10.ระบบทางเดินอาหาร 11.ระบบสืบพันธุ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1 ทราบรูปแบบในการนำเสนอรายการสุขภาพเพื่อที่จะสามารถนำมาสร้างสรรค์รายการสุขภาพต่อไปได้ในอนาคต

2 เพื่อนำเสนอว่ารายการสุขภาพรูปแบบใดและเนื้อหาแบบใดที่ได้รับความนิยมในการผลิตและรายการสุขภาพในรูปแบบใดและเนื้อหาแบบใดที่ไม่ค่อยมีผู้สนใจที่จะผลิต

3 ได้ทราบว่าปัจจุบันในโทรทัศน์เน้นนำเสนอเนื้อหาในด้านใดบ้าง และเนื้อหาประเภทใดบ้างที่ไม่ได้รับความนิยมในการนำเสนอ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การศึกษารูปแบบรายการและการนำเสนอเนื้อหารายการสุขภาพบนสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษารูปแบบของรายการและปริมาณของรายการโทรทัศน์ไทยที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพบนช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล เพื่อศึกษาแนวโน้มของรายการสุขภาพของในแต่ละช่องว่าเป็นไปในทิศทางใด โดยมีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. สถานการณ์สุขภาพของคนไทยในปัจจุบัน
2. ปัญหาการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาด (Information Disorder)
3. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ
 - 3.1 ความหมายและประเภทของการสื่อสารสุขภาพ
 - 3.2 ประเภทขององค์ความรู้ด้านสุขภาพ
 - 3.3 แนวคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจายองค์ความรู้ด้านสุขภาพ
4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน
 - 4.1 แนวคิดเรื่องสื่อคือสาร (The medium is the message)
 - 4.2 ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of innovations)
 - 4.3 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการพัฒนาด้านสาธารณสุข
5. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์
 - 5.1 ความหมายของสื่อโทรทัศน์
 - 5.2 สื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย
 - 5.3 รูปแบบรายการโทรทัศน์
 - 5.4 การจัดเรตติ้งรายการโทรทัศน์
 - 5.5 การวิเคราะห์เนื้อหา
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. สถานการณ์สุขภาพของคนไทยในปัจจุบัน

ปัจจุบันคนไทยกำลังประสบปัญหาภาวะสุขภาพโดยเมื่อมองข้อมูล 10 ปี ย้อนหลังจะพบว่าในปี 2552 ประเทศไทยมีจำนวนผู้ป่วยในระบบสาธารณสุขจำนวนทั้งสิ้น 10.30 ล้านคน แต่ในปี 2562 จำนวนผู้ป่วยในระบบสาธารณสุขของไทยเพิ่มมาอยู่ที่ 21.42 ล้านคน จำนวนผู้ป่วยที่เพิ่มขึ้น จากสถิติจะพบว่าโรคที่ผู้ป่วยเหล่านี้เป็น อันดับ 1 คือ โรคความดันโลหิตสูง และ

อันดับ 2 คือ โรคเบาหวาน โดยในปี 2552 ประเทศไทยมีผู้ป่วยด้วยโรคความดันโลหิตสูงจำนวน 7 แสนคน แต่ในปี 2562 จำนวนผู้ป่วยเพิ่มขึ้นมาเป็น 1.5 ล้านคน ในขณะที่โรคเบาหวานในปี 2552 มีจำนวนผู้ป่วย 5 แสนคน แต่ในปี 2562 จำนวนผู้ป่วยเพิ่มขึ้นมาเป็น 1 ล้านคน (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. 2563) อีกสาเหตุที่แสดงว่าปัจจุบันคนไทย กำลังประสบปัญหาภาวะสุขภาพคือผลจากการสำรวจสุขภาพโดยการตรวจร่างกายครั้งที่ 5 พ.ศ. 2557 พบว่าคนไทยเป็นโรคอ้วน โรคเบาหวาน และโรคความดันโลหิตสูง เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับการสำรวจเดียวกันในปี 2552 (วิชัย เอกพลากร. 2557) ซึ่งโรคในกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังหรือ Non-Communicable Diseases (NCDs) เช่นโรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง และโรคอ้วน นั้นสาเหตุหนึ่งเกิดจากการขาดการดูแลสุขภาพที่เหมาะสมและการเอาใจใส่ในภาวะโภชนาการที่ดี ผลจากการขาดการดูแลสุขภาพที่เหมาะสมทำให้คนไทยจำนวนกว่า 14 ล้านคนป่วยด้วยโรคในกลุ่ม NCDs และส่งผลให้การคนไทยร้อยละ 73 ของเสียชีวิตจากโรคในกลุ่ม NCDs (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). 2562) ซึ่งโรคในกลุ่ม NCDs นอกจากจะเป็นสาเหตุหลักในการเสียชีวิตของประเทศไทยแล้วยังทำให้ภาครัฐสูญเสียค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพประมาณ 4 แสนล้านบาทต่อปีคิดเป็นร้อยละ 13 ของงบประมาณของประเทศไทยเพราะโรคในกลุ่ม NCDs เป็นเรื้อรังทำให้ผู้ป่วยจำเป็นต้องรับการรักษาต่อเนื่อง (Bangkok. 2561; MoneyHub. 2561) โดยภาครัฐก็ไม่ได้คำนึงถึงปัญหาด้านสุขภาพของประชาชนจึงได้มีการออกนโยบายส่งเสริมสุขภาพ ประชาชนไทยดังเช่น แผนยุทธศาสตร์การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อระดับชาติ 5 ปี (2560-2564) เพื่อส่งเสริมให้ภาคประชาชนมีความรู้ด้านสุขภาพเพื่อที่จะลดความเสี่ยงในการเกิดโรคเพิ่มขึ้น ผ่านการสื่อสารร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ วิทยุชุมชน อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค. 2560)

2. ปัญหาการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาด (information Disorder)

ปัญหาการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาด (Information Disorder) มีปริมาณเพิ่มขึ้น เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของเว็บไซต์ (website) เพราะในปัจจุบันมีเว็บไซต์ต่างๆ อยู่มากมายจนทำให้คนไม่สามารถตัดสินใจได้ว่าข้อมูลจากเว็บไซต์ใดที่ควรเชื่อถือซึ่งจากการสำรวจของ BBC ในกลุ่มตัวอย่าง 16,000 คนจาก 18 ประเทศได้พบว่าร้อยละ 79 นั้นมีความกังวลว่าเรื่องที่อยู่ในอินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อได้ไหม (Rory. 2017) โดยปัญหาการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาดนี้สามารถแบ่งออกเป็นสามประเภทใหญ่ได้แก่ (Claire Wardle;&Derakhshan. 2017: 5)

1. ข้อมูลผิดพลาด (Misinformation) คือข้อมูลที่ไม่ถูกต้องแต่ไม่ได้สร้างผลเสียกับผู้ใด

2. ข้อมูลถูกบิดเบือน (Dis-information) คือข้อมูลประเภทที่ถูกส่งต่อโดยมีจุดประสงค์ให้เกิดผลในทางที่ไม่ดี

3. ข้อมูลใส่ร้ายป้ายสี (Mal-information) คือข้อมูลที่ประกอบที่มีจุดประสงค์เพื่อทำลายฝ่ายตรงข้ามมักจะประกอบด้วยความเกลียดชัง (Hate Speech) หรือเป็นข่าวหลุด (Leaks)

ในประเทศไทยปัญหาการส่งต่อข้อมูลที่ผิดพลาดและข้อมูลที่ถูกบิดเบือนสามารถพบได้ทั่วไปโดยเฉพาะกับเรื่องสุขภาพเช่นเรื่องการใช้สมุนไพรเพื่อรักษาโรคมะเร็ง (พินดา สงวนเสรีวานิช. 2560) การกินต้นป้าข้าเหงาเพื่อรักษาโรคเบาหวาน (ไทยรัฐออนไลน์. 2561) เป็นต้น ดังนั้นการพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพพื้นฐานของภาคประชาชนจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ

3. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพ

3.1 ความหมายและประเภทของการสื่อสารสุขภาพ

คำว่า การสื่อสารสุขภาพเป็นการนำคำว่า ศาสตร์การสื่อสาร (communication) และ สาธารณสุข (Public Health) มาประกอบเข้าด้วยกันกล่าวคือการนำเรื่องราวของสุขภาพมาทำให้ผู้คนเข้าใจผ่านการใช้การสร้างสรรค์สื่อเพื่อเล่าเรื่องราวของสุขภาพให้ผู้คนเข้าใจได้ง่ายขึ้น (กาญจนา แก้วเทพ. 2556) โดยศูนย์ควบคุมและป้องกันโรคแห่งยุโรป (European Centre for Disease Prevention and Control. 2010) ได้ให้ความหมายเอาไว้ว่าเป็นการสื่อสารในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพไปยังกลุ่มคนโดยการสื่อสารนั้นได้ผ่านการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและไม่มีเรื่องที่เป็นเรื่องโกหก หลอกลวง หรือเรื่องที่ทำแล้วเกิดผิดเสียต่อสุขภาพปะปนอยู่ การสื่อสารสุขภาพสามารถที่จะปรับพฤติกรรม ทักษะ ทศคติ ความเชื่อ ในด้านสุขภาพของประชาชนให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้นได้ ซึ่งองค์การอนามัยโลก (World Health Organization. 2009) ได้ระบุว่า การสื่อสารด้านสุขภาพนั้นมีความเกี่ยวข้องกับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีทุกด้าน รวมถึงการป้องกันโรคการส่งเสริมสุขภาพและคุณภาพชีวิต โดยที่ผู้ที่สื่อสารด้านสุขภาพนั้นจะต้องเข้าใจในพฤติกรรมของมนุษย์เพื่อที่จะใช้ สื่อมวลชน นวัตกรรมทางเทคโนโลยี และกลยุทธ์ต่างๆ ในการเผยแพร่ข้อมูลด้านสุขภาพทั้งในทางด้านข่าวสาร การป้องกันโรค และประเด็นสุขภาพที่ประชาชนควรจะรับรู้ให้แก่ประชาชนเพื่อให้เกิดความตระหนักในด้านสุขภาพทั้งในระดับตนเองและสังคม

จึงสรุปได้ว่าการสื่อสารสุขภาพนั้นเป็นการนำเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพมานำเสนอให้แก่ประชาชนโดยออกแบบให้สามารถเข้าถึง เข้าใจได้ง่ายและเรื่องทั้งหมดที่นำเสนอจะต้องเป็น

ความจริง ซึ่งการสื่อสารสุขภาพนั้นสามารถเป็นได้ทั้งการสื่อสารในเชิงรุกและในเชิงรับโดยมีจุดประสงค์เพื่อให้สุขภาพของผู้รับสารมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น

3.2 ประเภทขององค์ความรู้ด้านสุขภาพ

การสื่อสารในด้านสุขภาพนั้นจากการศึกษาพบว่านิยมทำใน 4 แนวทางได้แก่ (กาญจนา แก้วเทพ. 2556; ศรีรัฐ ภักดีรัตนจิต. 2556)

1. การสื่อสารเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) เป็นการให้ความรู้โดยมุ่งเน้นกลุ่มผู้ที่มีสุขภาพแข็งแรงอยู่แล้ว ให้เกิดความเข้าใจในการเสริมสร้างสุขภาพกายและสุขภาพจิต การส่งเสริมสุขภาพจะเน้นไปทางการให้ความรู้ด้านสุขอนามัยแก่ประชาชน ดังตัวอย่างเช่น การโภชนาการ การทันตสาธารณสุข การศึกษาการส่งเสริมสุขภาพจิต เพื่อช่วยให้คนกลุ่มที่ยังมีสุขภาพดีอยู่สามารถดำรงรักษาสุขภาพที่ดีของตนเอาไว้ได้ดังเดิม

2. การสื่อสารเพื่อป้องกันโรค (Prevention) เป็นแนวทางที่เน้นการสร้างภูมิคุ้มกันแก่คนที่ยังไม่เจ็บป่วยเพื่อลดการเจ็บป่วยและอัตราการเสียชีวิตด้วยโรคติดต่อ โรคติดต่อ และโรคอื่นๆ ที่สามารถป้องกันได้ ดังตัวอย่างเช่นการเสริมภูมิคุ้มกันโรค การเฝ้าระวังโรค การรณรงค์ให้เกิดการฉีดวัคซีน เป็นต้นซึ่งแบ่งเป็นสองแนวทางได้แก่ การป้องกันและควบคุมโรคโดยบุคลากรทางการแพทย์เป็นผู้ควบคุมป้องกัน ส่วนอีกแนวทางหนึ่งคือ การป้องกันตนเองในแต่ละบุคคล เช่น การทำลายแหล่งเพาะเชื้อ เป็นต้น

3. การสื่อสารเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ (Rehabilitation) เป็นแนวทางการฟื้นฟูบำบัดหลังจากการรักษาโรคให้กลับมาสู่สภาพปกติโดยเร็วที่สุดเพื่อให้สามารถใช้ชีวิตได้เป็นปกติเหมือนเดิม และยังหมายความรวมถึงการฟื้นฟูสุขภาพในผู้สูงอายุ และการดูแลผู้ป่วยที่ได้รับผลกระทบต่อเนื่องจากการเจ็บป่วย เช่นผู้ที่มีอาการของโรคโปลิโอ ผู้ประสบอุบัติเหตุ โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือผู้ที่กำลังฟื้นตัวจากอาการเจ็บป่วย

4. การสื่อสารเพื่อรักษาพยาบาลเยียวยา (Curation) เป็นการให้ความรู้การปฏิบัติตัวที่ถูกต้องเมื่อเกิดอาการเจ็บป่วย อุบัติเหตุ สามารถแบ่งย่อยได้เป็นสองลักษณะคือ แบบรักษาแบบเฉียบพลัน คือมุ่งให้หลุดพ้นจากสภาพความเจ็บป่วยทุกทรมานและอันตรายที่อาจถึงแก่ชีวิตให้เร็วที่สุด เช่นการดูแลผู้ประสบอุบัติเหตุ และแบบการรักษาดูแลในระยะยาว การสื่อสารประเภทนี้รวมไปถึงการให้ความรู้ในการรักษาโรคแบบใหม่ การให้ความรู้ด้านการฟื้นฟู เช่น การลุก การนั่ง การยืน การเดิน เพื่อให้ร่างกายกลับมาเป็นปกติโดยเร็วที่สุด โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือผู้ที่มีความเจ็บป่วยอยู่แล้ว

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้ทำวิจัยได้นำองค์ความรู้สุขภาพทั้ง 4 ประเภท คือ 1.ประเภทส่งเสริมสุขภาพ 2.ประเภทป้องกัน 3.ประเภทรักษา และ 4.ประเภทฟื้นฟู มาใช้ในการวิเคราะห์การวิจัยในครั้งนี้

3.3 ระบบอวัยวะ

อวัยวะคือการรวมกลุ่มกันของเนื้อเยื่อเพื่อทำหน้าที่เฉพาะของตนเองตามแต่ละส่วนของอวัยวะ โดยอวัยวะที่ทำงานเกี่ยวข้องกันหลายชิ้นจะถูกเรียกว่าเป็นระบบอวัยวะ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 11 ระบบ ดังนี้ (Grewal;&Mandeep. 2021)

1.ระบบปกคลุมร่างกาย (Integumentary system) ระบบปกคลุมร่างกายประกอบด้วยอวัยวะสำคัญเช่น ผิวหนัง ขน และ เล็บ โดยผิวหนังเป็นอวัยวะที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในร่างกาย โดยมีหน้าที่ปกป้องและรับสัมผัสต่างๆที่เข้ามา และระบบนี้ยังเป็นระบบแรกสุดที่จะเผชิญหน้ากับเชื้อโรคต่างๆ

2.ระบบโครงกระดูก (Skeletal system) ประกอบด้วยอวัยวะสำคัญ ได้แก่กระดูก ข้อต่อ และ ฟัน โดยระบบกระดูกจะถูกยึดโยงด้วยเส้นเอ็นต่างๆ หน้าที่หลักของระบบโครงกระดูกคือเป็นที่ยึดเกาะของกล้ามเนื้อ ช่วยปกป้องอวัยวะภายในต่างๆ และเป็นแหล่งผลิตเซลล์เม็ดเลือดแดง(red blood cell) และเซลล์เม็ดเลือดขาว(white blood cell)

3.ระบบกล้ามเนื้อ (Muscular system) ประกอบด้วยกล้ามเนื้อสามชนิด กล้ามเนื้อเหล่านี้จะยึดกับกระดูกโดยผ่านเส้นเอ็น ได้แก่ กล้ามเนื้อเรียบ (Smooth Muscle) ทำหน้าที่ควบคุมการทำงานของอวัยวะต่างๆ ,กล้ามเนื้อหัวใจ (Cardiac Muscle) ทำหน้าที่ควบคุมการสูบฉีดโลหิตของหัวใจด้วยการบีบและการคลายตัว และ กล้ามเนื้อลาย (Skeletal Muscle) ทำหน้าที่ควบคุมการเคลื่อนไหวของร่างกาย

4.ระบบประสาท (Nervous system) เป็นระบบที่มีอยู่ทั่วทั้งร่างกายโดยมีศูนย์กลางอยู่ที่กระดูกสันหลัง ระบบประสาทคอยควบคุมการทำงานของอวัยวะต่างๆ และการตอบสนองของร่างกายโดยสมองถูกนับเป็นอวัยวะชิ้นหนึ่งในระบบประสาท

5.ระบบต่อมไร้ท่อ (Endocrine system) เป็นระบบที่หน้าที่ในการผลิตฮอร์โมนส์ (Hormones) ซึ่งเป็นสารเคมีที่ช่วยให้เกิดภาวะต่างๆในร่างกาย เช่นการมีประจำเดือน การเติบโต เป็นต้น

6.ระบบไหลเวียนโลหิต (Circulatory system) มีหน้าที่สูบฉีดโลหิตและลำเลียงออกซิเจน(Oxygen) จากปอด และสารอาหารต่างๆไปตามเส้นเลือดเพื่อไปหล่อเลี้ยงอวัยวะต่างๆ

ของร่างกาย และนำคาร์บอนไดออกไซด์ (Carbon dioxide) และของเสียจากเซลล์(cell) ไปกำจัดออกจากร่างกายผ่านทางปอด และ ไต

7.ระบบขับถ่ายปัสสาวะ (Urinary system) มีหน้าที่ในการขับของเสียจากเลือดโดยผ่านทางไต และระบบนี้ยังมีหน้าที่ในการควบคุมสมดุลของน้ำในร่างกาย และควบคุมความดันโลหิตให้อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม

8.ระบบทางเดินหายใจ (Respiratory system) เป็นระบบที่มีหน้าที่ในการนำออกซิเจน(Oxygen)ในอากาศเข้าสู่กระแสเลือด และนำคาร์บอนไดออกไซด์ (Carbon dioxide) ออกจากร่างกายโดยอวัยวะที่สำคัญในระบบนี้ได้แก่ ปอด และ ทางเดินหายใจ

9.ระบบน้ำเหลือง (Lymphatic system) ประกอบไปด้วยน้ำเหลือง (Lymph) อวัยวะน้ำเหลือง (Lymph organ) และท่อน้ำเหลือง (Lymph vessel) มีหน้าที่ในการคอยสร้างภูมิคุ้มกัน โดยจะสร้างเข้าสู่กระแสเลือดผ่านทางเพื่อทำลายสิ่งแปลกปลอมที่หลุดเข้ามาในกระแสเลือด

10.ระบบทางเดินอาหาร (Digestive system) ประกอบไปด้วยอวัยวะหลายชิ้น เช่น ช่องปาก,ทางเดินอาหาร,และกระเพาะ รวมถึงอวัยวะที่มีส่วนในการผลิตน้ำย่อยอย่างเช่นตับและตับอ่อน มีหน้าที่ในการบดย่อย และดูดซึมสารอาหาร

11.ระบบสืบพันธุ์ (Reproductive system) เป็นเพียงระบบเดียวที่เพศชายและเพศหญิงมีลักษณะและหน้าที่แตกต่างกัน โดยของเพศหญิงประกอบไปด้วย รังไข่ รังไข่, ท่อนำไข่, มดลูก, ช่องคลอด ในขณะที่ของเพศชายจะประกอบไปด้วย อัณฑะ, หลอดน้ำอสุจิ, ถุงน้ำอสุจิ, ต่อมลูกหมาก, และองคชาต

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้ทำวิจัยได้แบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหาสุขภาพในงานวิจัยออกเป็น 11 ประเภทได้แก่ 1.ระบบปกคลุมร่างกาย (Integumentary system) 2.ระบบโครงกระดูก (Skeletal system) 3.ระบบกล้ามเนื้อ (Muscular system) 4.ระบบประสาท (Nervous system) 5.ระบบต่อมไร้ท่อ (Endocrine system) 6.ระบบไหลเวียนโลหิต (Circulatory system) 7.ระบบขับถ่ายปัสสาวะ (Urinary system) 8.ระบบทางเดินหายใจ (Respiratory system) 9.ระบบน้ำเหลือง (Lymphatic system) 10.ระบบทางเดินอาหาร (Digestive system) 11.ระบบสืบพันธุ์ (Reproductive system) มาใช้ในการวิเคราะห์การวิจัยในครั้งนี้

3.4 แนวคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจายองค์ความรู้ด้านสุขภาพ

การสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทในการแพร่กระจายองค์ความรู้ด้านสุขภาพ เพื่อตอบสนองการมีสุขภาพที่ดีในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นสามด้านได้แก่ (จำเรียง กุระมະสุวรรณ อ้างถึงในเข็มจิรา ทองสม. 2553)

1. ด้านการนำเสนอข่าวสาร เพื่อให้ภาคประชาชนเกิดความสนใจในการเฝ้าระวัง ป้องกันตนเองจากโรคและความเจ็บป่วย หรือเพื่อให้เกิดความเข้าใจและลดความตื่นตระหนกต่อสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น

2. การชักจูงให้คล้อยตาม เช่นการรณรงค์ให้เกิดการเลิกบุหรี่ซึ่งเป็นการเปลี่ยนทัศนคติในทางด้านสุขภาพให้เกิดความเต็มใจยินยอมที่จะร่วมมือเพื่อทั้งสุขภาพของตนเองและเพื่อสังคม

3. การกระตุ้นเตือน เป็นการให้ความรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อเน้นย้ำในประเด็นที่ต้องการจะสื่อสารเนื่องจากความถี่ในการได้รับข้อมูลมีผลต่อรับรู้ การเห็นความสำคัญของสิ่งนั้น

ในการสื่อสารสุขภาพให้ประสบความสำเร็จนั้นจำเป็นที่จะต้องสื่อสารเข้าถึง ทั้งในระดับบุคคล ระดับครัวเรือน ระดับชุมชน และระดับสังคม จึงจำเป็นที่จะต้องมีการแพร่กระจายองค์ความรู้โดยมีวิธีการและองค์ประกอบดังนี้ (ศุภางค์ นันตา. 2552; ศรีรัฐ ภักดีธรรมา. 2556)

1. ผู้ส่งสาร (Sender) หมายถึงผู้นำในทางสุขภาพ ผู้ปฏิบัติการด้านสุขภาพ ซึ่งในสื่อโทรทัศน์สามารถหมายถึงพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการได้เช่นเดียวกัน

2. สาร (Message) ในการสื่อสารสุขภาพเนื้อหาของสารจำเป็นที่จะต้องทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และทำให้เกิดพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต

3. ช่องทางการสื่อสาร (Channel) รวมไปถึงรูปแบบและวิธีการส่งสารที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความน่าเชื่อถือ

4. ผู้รับสาร (Receiver) หรือกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการรณรงค์

5. ผลของการสื่อสาร (Destination) หลังจากได้รับสารผู้ฟังหรือผู้ชมหลังจากได้รับสารนั้นเกิดผลอย่างไร

6. ปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากได้รับสาร

จึงสามารถสรุปได้ว่าการสื่อสารสุขภาพให้ประสบความสำเร็จนั้นการสื่อสารที่ดีผ่านการนำเสนอข่าวสารที่เป็นความจริงและการกระตุ้นเตือนที่เหมาะสมจากสื่อมวลชนสามารถ

ทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจทางด้านสุขภาพ ซึ่งจำเป็นจะต้องได้รับการสนับสนุนจากภาคสื่อมวลชนเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

4.แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน

4.1 แนวคิดเรื่องสื่อคือสาร (The medium is the message)

แนวคิดเรื่องสื่อคือสารเป็นแนวคิดของ ของ มาแชล แม็คลูฮัน Marshall McLuhan (1964) กล่าวถึงการมีบทบาทของตัวสื่อเองว่าตัวของสื่อนั้นก็คือสารประเภทหนึ่ง เพราะรูปแบบของสื่อสามารถเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของบุคคลและสังคมได้ โดยสื่อเป็นตัวกำหนดรูปแบบของการสื่อสารโดยไม่สำคัญว่าเนื้อหาที่ส่งออกไปว่าเป็นเนื้อหาแบบใด เนื้อหาเดียวกันเมื่ออยู่ในแต่ละสื่อจะสร้างอารมณ์ความรู้สึกของผู้รับสารที่แตกต่างกันออกไป เทคโนโลยีมีส่วนในการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์เหล่านี้ เช่นในสมัยก่อนที่ยังไม่มีเทคโนโลยีการพิมพ์มนุษย์สื่อสารกันด้วยการพูด เมื่อมีการพิมพ์เข้ามาทำให้มนุษย์มีวิธีการทางการสื่อสารใหม่ที่เพิ่มขึ้นมาคือการอ่าน และเมื่อมีโทรทัศน์การสื่อสารนั้นก็แตกต่างออกไปกลายเป็นการดูและฟังในเวลาเดียวกัน ซึ่งเมื่อเทคโนโลยีพัฒนาต่อไปวิธีการสื่อสารก็จะแตกต่างออกไปอีกโดยตัวสื่อเองเป็นมากกว่าเครื่องมือที่จะเอาไว้นำเสนอเนื้อหาแต่สื่อนั้นมีผลกระทบต่อชีวิตของผู้คน

แมคลูฮันได้กล่าวว่าลักษณะเฉพาะของสื่อทั้งหมดคือเนื้อหาของสื่อใดๆก็จะเป็นอีกสื่อหนึ่งเสมอ เนื้อหาของการเขียนนั่นคือคำพูดที่ต้องการจะสื่อออกไป เช่นเดียวกันคำที่เขียนก็คือเนื้อหาในการพิมพ์ และการพิมพ์เป็นเนื้อหาโทรเลข และเนื้อหาของคำพูดนั่นคือความคิดที่ต้องการแสดงออกมา

4.2 ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of innovations)

การแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นคำเปรียบเทียบกับองค์ความรู้ด้านฟิสิกส์ซึ่งเป็นการอธิบายการแตกตัวของอนุสารออกไป (Diffusion) ในการแพร่กระจายนวัตกรรมได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยหลักสี่ด้านได้แก่ นวัตกรรม ช่องทางการสื่อสาร ระยะเวลาและระบบสังคม(ปาริชาติ สถาปิตานนท์. 2546)

นวัตกรรม ในความหมายของ Everett Rogers คือการกระทำ ความคิด การปฏิบัติ หรือวัตถุที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อนและพบว่าเป็นสิ่งใหม่ เช่นการเดินเข้าไปในร้านสะดวกซื้อที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมงอาจจะเป็นเรื่องปกติสำหรับคนในชุมชนเมืองแต่สำหรับคนที่อยู่ในหมู่บ้านที่ยังไม่เจริญอาจจะเป็นเรื่องใหม่ เป็นต้น ซึ่งนวัตกรรมที่ได้รับการยอมรับต้องมีลักษณะ 5 ประการ ได้แก่

- 1.มีอรรถประโยชน์ที่เหนือกว่าสิ่งที่มีอยู่เดิม (Relative advantages)

2. มีความสอดคล้อง (Compatibility) กับความเชื่อค่านิยมความต้องการ ประเพณี วิถีชีวิตที่มีอยู่เดิม

3. ความยากง่าย (Complexity) ในการทำความเข้าใจหรือการนำนวัตกรรมไปใช้

4. มีโอกาสได้ทดลองใช้หรือทดสอบก่อนการนำไปใช้จริง (Trialability)

5. มีโอกาสได้ยินได้เห็นจากคนอื่น (Observability)

ซึ่งลักษณะที่กล่าวมานั้นสามารถเกิดได้จากการสื่อสารสองลักษณะคือ สื่อสารมวลชน และการสื่อสารแบบบุคคลผ่านการสื่อสารที่มีเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง ในการผลักดันการสื่อสารให้แพร่กระจายออกไปจากเดิมที่สามารถพูดคุยกันได้ก็ต่อเมื่อพบหน้ากัน เท่านั้น ต่อมาเมื่อมีสื่อโทรทัศน์เข้ามามีการสื่อสารก็ได้ถูกเผยแพร่ออกไปในกลุ่มคนที่กว้างขึ้นจาก พูดแค่บุคคลหรือกลุ่มคนมาเป็นการพูดคุยกับคนทั่วประเทศได้ในเวลาเดียวกัน

วิวัฒนาการสื่อสารทำให้เห็นว่าสื่อ (Media) มีบทบาทต่อชีวิตของคนไม่ว่าจะเป็นสื่อ สิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ หรือสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งได้สอดคล้องกับที่ Marshall McLuhan ได้กล่าวว่า “สื่อก็คือสาร” (The medium is the message) ซึ่งตัวสื่อเองเป็นมากกว่าเครื่องมือที่จะเอาไว้ นำเสนอเนื้อหาแต่สื่อนั้นมีผลกระทบต่อชีวิตของผู้คน สำหรับการยอมรับนวัตกรรมใหม่นั้นผู้คน จำเป็นที่จะต้องใช้เวลาในการเข้าถึง โดยเริ่มจากการรับรู้ (Knowledge) ว่านวัตกรรมนั้นมีตัวตน มี ประโยชน์อะไรและใช้งานอย่างไร หลังจากเรียนรู้ว่านวัตกรรมนั้นทำอะไรได้แล้วสิ่งต่อมาที่ทำให้ เกิดการยอมรับคือการจูงใจ (persuasion) ให้เกิดความต้องการใช้นวัตกรรมนั้น และนำไปสู่การ ตัดสินใจ (decision) ว่าจะยอมรับนวัตกรรมนั้นหรือไม่ ซึ่งจะเกิดการยอมรับต่อเมื่อนวัตกรรมได้ถูก นำไปใช้ (Implementation) และอีกปัจจัยที่มีส่วนช่วยในการแพร่กระจายนวัตกรรมคือระบบสังคม โดยระบบสังคมในความหมายของ Rogers หมายถึง โครงสร้างของแต่ละสังคม โดยเน้นการ วิเคราะห์เครือข่ายเพื่อระบุว่าใครเป็นผู้นำทางความคิด สามารถใช้ใครเพื่อที่จะขายไอเดียเพื่อที่จะ เชื่อมโยงระหว่างผู้รณรงค์กับกลุ่มเป้าหมายได้

4.3 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการพัฒนาด้านสาธารณสุข

สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่ช่วยส่งเสริมให้คนในสังคมสามารถอยู่ร่วมกันได้ด้วยความ เข้าใจกันเปรียบเหมือนสายใยที่ยึดโยงกันไว้โดยสื่อมวลชนในฐานะของสื่อมีหน้าที่พื้นฐาน 4 ประการได้แก่ (Charles R. Wright อ้างถึงในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2554: บทที่2 หน้า 24 - บทที่ 22 หน้า 25)

1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร

2. หน้าที่ในการให้ความคิดเห็น

3.หน้าที่ในการให้การศึกษา

4.หน้าที่ในการให้ความบันเทิง

ในด้านการพัฒนาด้านสาธารณสุขนั้นสื่อมวลชนเป็นกระบวนการที่สำคัญ กระบวนการหนึ่งในการพัฒนา เพราะสื่อมวลชนเป็นผู้นำเสนอข่าวสารสิ่งใหม่ๆให้แก่ประชาชน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้เข้าใจและยอมรับนวัตกรรมโดยมีหลักในการปฏิบัติ 5 ประการดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2554: บทที่2หน้า33)

1.การทำให้รู้ (Awareness) สื่อมวลชนจะมีบทบาทในการกระจายข่าวสาร ปัญหา และ ความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลงของเป้าหมาย

2.การให้ข่าวสาร (Information) สื่อมวลชนจะเป็นผู้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งใหม่ที่จะเกิดขึ้นเช่นด้านคุณสมบัติ และ ประโยชน์ต่อประชาชน

3.การให้หลักประเมิน (Evaluation) สื่อมวลชนช่วยสอนหลักการประเมินแก่ผู้รับสารด้วยการชี้แนะแนวทางที่ถูกต้อง

4.การทดลอง (Trial) สื่อมวลชนจะช่วยสอนทักษะในการนำไปปฏิบัติเพื่อให้ประชาชนรู้สึกว่าเขาได้รับความสะดวกในการปฏิบัติ

5.การยอมรับ (Adoption) สื่อมวลชนต้องช่วยตอกย้ำอย่างต่อเนื่องว่าสิ่งที่ประชาชนได้ทำนั้นเป็นสิ่งที่เหมาะสมและถูกต้องแล้ว

5.แนวคิดเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์

5.1 ความหมายและความสำคัญของสื่อโทรทัศน์

วิทยุโทรทัศน์ (Television) หรือ“โทรทัศน์”หรือ“ทีวี” (TV) มีความหมายในทางเทคนิคหมายถึงการรับ-ส่งสัญญาณภาพและสัญญาณเสียงด้วยเครื่องรับและเครื่องส่งอิเล็กทรอนิกส์ออกอากาศด้วยคลื่นวิทยุส่งไปยังเครื่องรับที่อยู่ห่างออกไปส่วนความหมายในทางสื่อสารมวลชนนั้น วิทยุโทรทัศน์หมายถึงสื่อที่แพร่ภาพออกไปยังมวลชนผู้รับสารโดยอาศัยการได้ยินด้วยหู และ การมองเห็นด้วยตา โทรทัศน์เป็นเครื่องมือสื่อสารที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ง่าย ถึงแม้ผู้รับสารจะอ่านหนังสือไม่ได้ก็ตาม (ศุภางค์ นันตา. 2552: 16) โดยคุณสมบัติที่สำคัญของโทรทัศน์มีดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2554: บทที่ 1 หน้า 29-30)

1.คุณสมบัติที่เป็นจุดเด่นของโทรทัศน์

1.1 การให้ทั้งภาพและเสียงแก่ผู้รับสาร สื่อโทรทัศน์มีคุณสมบัติในการให้ทั้งภาพและเสียงทั้งนี้การรับรู้จะสูงสุดผ่านการมองเห็นถัดไปก็คือการรับรู้ผ่านการฟังซึ่งการมองเห็นภาพและเสียงจะทำให้เกิดผลการสื่อสารดังต่อไปนี้

1.2 ความสามารถในการถ่ายทอดความเป็นจริง ด้วยภาพและเสียงของ โทรศัพท์ทำให้ผู้ชมสามารถนำเสนอเหตุการณ์ให้ผู้ชมได้ประจักษ์ด้วยการรับรู้ของผู้ชมเอง เช่น การนำเรื่องราวความทุกข์ของชาวบ้านมาเปิดเผยเป็นต้น

1.3 ความสามารถในการสร้างความน่าเชื่อถือ เนื่องจากผู้ชมได้ฟังและได้เห็นภาพเหตุการณ์ด้วยตัวเองจากโทรศัพท์ทำให้สื่อโทรศัพท์มีความน่าเชื่อถือมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์

1.4 ความสามารถในการโน้มน้าวใจสูง เพราะสื่อโทรศัพท์ให้ทั้งภาพและเสียง การเลือกภาพกำหนดมุกกล้อง ตลอดจนแสงสี เสียง และ คำพูดล้วนมีผลในการดึงดูดผู้ชม ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วมที่เรียกว่า “In” และนำตัวเองเข้าไปผูกพันมากโดยไม่รู้สึกตัว ซึ่งเป็นลักษณะที่คล้ายตามด้วยอารมณ์มากกว่าเหตุผลก็เป็นได้

2.การเป็นสื่อที่มีอิทธิพล เนื่องจากโทรศัพท์มีคุณสมบัติดังนี้

2.1 ความสามารถในการสื่อสารได้เร็วเมื่อเหตุการณ์เกิดขึ้น

2.2 ความสามารถในการสื่อสารได้ไกล

2.3ความสามารถในการเข้าถึงผู้รับสาร เนื่องจากโทรศัพท์นี้ใช้การดูและฟัง ผู้รับสารไม่จำเป็นต้องอ่านออกเขียนได้ก็สามารถใช้งานโทรศัพท์นี้ได้

อีกทั้งสื่อโทรศัพท์ยังเป็นสื่อที่ให้ความรู้ลึกเป็นพลเมืองของประเทศเดียวกันและมีความ “ชาตินิยม” ได้มากกว่าสื่ออื่นและสื่อโทรศัพท์มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกับสื่ออื่นที่สำคัญในสามด้านดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ. 2556)

1. ด้านความแปลกใหม่ที่เกิดขึ้นในสื่อกระจายเสียงคือเป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดและรับสารได้ในเวลาเดียวกันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

2. ด้านการควบคุม กล่าวคือสื่อโทรศัพท์เป็นสื่อที่ได้รับการควบคุม กำกับ ดูแลจากกลุ่มผู้มีอำนาจค่อนข้างสูง ทั้งนี้เนื่องมาจากหลายเหตุผลเช่น ความจำเป็นทางด้านเทคนิค เนื่องจากคลื่นสัญญาณโทรศัพท์นั้นมียุ่จำกัด ด้านผลประโยชน์ของรัฐ หรือจากการแข่งขันทางธุรกิจ เป็นต้น

3. แบบแผนการกระจาย เนื่องจากสื่อโทรศัพท์มีคุณสมบัติที่จะมีความเป็น “สากล” ได้ง่ายกว่าสื่อประเภทอื่น และด้วยสภาพของเศรษฐกิจโลกทำให้สื่อโทรศัพท์เป็นสื่อที่มีการไหลจากประเทศศูนย์กลางทางเศรษฐกิจมาสู่ประเทศชายขอบหรือแม้แต่ในประเทศเดียวกัน สื่อโทรศัพท์ก็กระจุกตัวอยู่ในเมืองหลวงก่อนจึงค่อยกระจายมาสู่ชนบท

โทรศัพท์ยังเป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับการประชาสัมพันธ์ทางด้านสุขภาพและเตือนถึงอันตรายต่างๆเพราะสื่อโทรศัพท์เป็นสื่อที่มีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก และสามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่า

สื่อชนิดอื่นเนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่ประกอบด้วยภาพและเสียงทำให้ข้อจำกัดในการเข้าถึงได้ถูกลดลงไป ทำให้สามารถสื่อสารไปยังคนต่างชาติหรือคนที่ไม่สามารถอ่านออกเขียนได้ง่ายกว่าสื่อชนิดอื่น (Burzyńska; Binkowska-Bury; & Januszewicz. 2015) ซึ่งจากการศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลสุขภาพในประเทศสหรัฐอเมริกา ในกลุ่มตัวอย่างผู้ที่การศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา (High school) พบว่าคนในกลุ่มนี้เชื่อถือข้อมูลสุขภาพจากสื่อโทรทัศน์มากเป็นอันดับสองรองจากข้อมูลที่ได้รับจากบุคลากรทางการแพทย์โดยตรงและกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษานิยมเปิดรับสื่อในที่เป็นภาพและเสียงมากกว่าการอ่านหนังสือซึ่งจากการสำรวจพบว่าผู้ที่เรียนในระดับ มัธยมศึกษาขึ้นไปมีสุขภาพที่ดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา (Feinberg; et al. 2016) และจากการสำรวจทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลสุขภาพของโครงการ Tips From Former Smokers ไปยังประชาชนโดยเปรียบเทียบระหว่างการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่ออินเทอร์เน็ตในประเทศสหรัฐอเมริกาด้วยการซื้อโฆษณาทั้งสองสื่อ แล้วนำมาเปรียบเทียบกันพบว่าสื่อโทรทัศน์สามารถที่จะประชาสัมพันธ์ไปยังผู้คนได้ในปริมาณที่มากกว่าโดยเสียค่าใช้จ่ายต่อหัวในปริมาณที่น้อยกว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เพราะสื่อโทรทัศน์มีปริมาณผู้ชมที่มากกว่าเนื่องจากเข้าถึงได้ง่ายกว่า และจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างในเขตที่ได้รับสื่อออนไลน์มากกว่าพบว่ามีเพียงร้อยละ 2.3 ที่ไม่เห็นการประชาสัมพันธ์จากสื่อโทรทัศน์ จึงสรุปว่าสื่อโทรทัศน์เหมาะสมที่จะเป็นสื่อหลักที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางด้านสุขภาพโดยมีสื่อออนไลน์เข้ามาช่วยส่งเสริมทำให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพที่มากยิ่งขึ้นเนื่องจากโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ต่างก็เป็นสื่อที่เกื้อกูลซึ่งกันและกัน (Davis ; et al. 2016)

สำหรับในประเทศไทยสื่อโทรทัศน์จึงถือได้ว่าเป็นสื่อหนึ่งที่คนไทยให้ความสำคัญและใช้เวลาด้วยเป็นอย่างมากโดยที่คนไทยใช้เวลาในการดูโทรทัศน์อยู่ที่ 2-4 ชั่วโมงต่อวันและครัวเรือนร้อยละ 98 ของประเทศมีโทรทัศน์อย่างน้อยครัวเรือนละ 1 เครื่อง ซึ่งเป็นอัตราส่วนการเข้าถึงโทรทัศน์ที่สูงที่สุดในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาองค์กรภาครัฐ. 2558: 16, 125-132, 200-205) และจากการสำรวจของสถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2559: 3) ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6,000 คนจากทั่วประเทศยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 10,000 – 20,000 บาทและมีการศึกษาสูงสุดอยู่ที่ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีโทรทัศน์ที่ใช้เป็นประจำในครัวเรือนจำนวน 1 เครื่องซึ่งเป็นโทรทัศน์ประเภทจอแก้ว (CRT) ที่มีอายุการใช้งานมากกว่า 3 ปี

จึงสามารถที่จะสรุปได้ว่าโทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบันและเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้มีรายได้น้อยและผู้มีระดับการศึกษาไม่สูงได้เป็นอย่างดี

5.2 สื่อโทรทัศน์ในประเทศไทย

สื่อโทรทัศน์เริ่มเคลื่อนตัวเข้ามาในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2498 ในช่วงแรกภาพที่ปรากฏบนสื่อโทรทัศน์ยังเป็นภาพสีขาวดำและมีไว้สำหรับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลจากทางภาครัฐเพียงเท่านั้น ในเวลาต่อมาจึงถูกพัฒนาเพิ่มขึ้นทั้งในมิติของเทคโนโลยีการแพร่ภาพให้กลายเป็นโทรทัศน์สีขึ้นมาและในมิติของเนื้อหาการให้เข้ากับสังคมไทยมากยิ่งขึ้น ประเทศไทยเริ่มทำการเปลี่ยนจากโทรทัศน์ในระบบแอนะล็อก (analog) มาเป็นในระบบดิจิทัล (Digital) เมื่อปีพ.ศ. 2557 ตามมติประชุมรัฐมนตรีสารสนเทศอาเซียน (ASEAN Ministers Responsible for Information: AMRI) ที่กำหนดให้ทุกประเทศจะต้องเผยแพร่ภาพโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลให้แล้วเสร็จภายในปีพ.ศ. 2558 - 2563 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) จึงได้ทำการเปลี่ยนการส่งสัญญาณของโทรทัศน์ จากเดิมที่ส่งสัญญาณในมาเป็นการส่งสัญญาณในรูปแบบดิจิทัลและเปิดการประมูลคลื่นความถี่ในระบบดิจิทัลเพื่อมาทดแทนโทรทัศน์ในระบบเดิมทำให้จำนวนช่องโทรทัศน์ถูกเพิ่มจากเดิมที่มีอยู่ 6 ช่องมาเป็น 27 ช่องซึ่งแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภทตามใบอนุญาตสัมปทานคลื่นความถี่ของ กสทช. ได้แก่ (สุภาพร โพธิ์แก้ว. 2558: 38-39)

1. ช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางสาธารณะ

ช่องประเภทบริการสาธารณะ คือช่องโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อบริการสาธารณะ แบ่งเป็นสามประเภทคือ กิจการบริการสาธารณะประเภทที่หนึ่ง เพื่อการส่งเสริมความรู้ การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมหรือการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชน กิจการบริการสาธารณะประเภทที่สอง เพื่อความมั่นคงของรัฐหรือความปลอดภัยสาธารณะ กิจการบริการสาธารณะประเภทที่สาม เพื่อการกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชนและรัฐสภากับประชาชน ซึ่งช่องโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ มีจำนวน 4 ช่อง ได้แก่

ช่อง ททบ.5

ช่อง NBT

ช่อง ThaiPBS

ช่อง โทรทัศน์รัฐสภา

2. ช่องประเภทบริการทางธุรกิจ

2.1 ช่องประเภทบริการทางธุรกิจ: หมวดยุติและเยาวชน

ช่องประเภทบริการทางธุรกิจ:หมวดหมู่เด็กและเยาวชน คือช่องโทรทัศน์ที่มีการให้บริการโทรทัศน์ที่นำเสนอรายการ ส่งเสริมการเรียนรู้การศึกษาในวิทยาการสาขาต่าง ๆ รวมถึงรายการสาระที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา คุณภาพชีวิตของเด็ก เยาวชน ตามประกาศของ กสทช. ในปัจจุบันมีจำนวน 2 ช่อง ได้แก่

ช่อง MCOT Kids&Family

ช่อง 3 Family

2.2ช่องประเภทบริการทางธุรกิจ:หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ

ช่องประเภทบริการทางธุรกิจ:หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ คือโทรทัศน์ที่เน้นการนำเสนอรายการที่เป็นการเผยแพร่ข่าวสารหรือสาระ ทั้งข้อเท็จจริง ข้อวิเคราะห์และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่มีผลกระทบกับสังคมเศรษฐกิจ หรือคุณภาพชีวิต และคำนึงถึงความเท่าเทียม และโอกาสของประชาชนทุกกลุ่มในสังคมการนำเสนอรายการข่าวสารหรือสาระต้องมีการกระจายเวลาที่เหมาะสม โดยมีสัดส่วนรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 และมีการนำเสนอรายการข่าวสารสาระในช่วงเวลาที่ผู้ชมส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้ (ไพรม์ไทม์) ไม่น้อยกว่าร้อยละ50 ในปัจจุบันมีจำนวน 6 ช่อง ได้แก่

ช่อง TNN24

ช่อง นิวทีวี (NEW TV)

ช่อง Spring News

ช่อง Bright TV

ช่อง Voice TV

ช่อง Nation TV

2.3ช่องประเภทบริการทางธุรกิจ:หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ

ช่องประเภทบริการทางธุรกิจ:หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดปกติ คือช่องโทรทัศน์ที่นำเสนอรายการที่เป็นไปตามสัดส่วนที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งเป็นไปตามหลักเกณฑ์เกี่ยวกับผังรายการ เนื้อหารายการ สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ที่คณะกรรมการกำหนด และไม่ขัดกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยออกอากาศในแบบความคมชัดปกติตามมาตรฐานที่คณะกรรมการกำหนดโดยมีสัดส่วนรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ในปัจจุบันมีจำนวน 7 ช่อง ได้แก่

ช่อง เวอร์คพอยท์ ทีวี

ช่อง ทรูโฟร์ยู (True 4 U)

ช่อง GMM25

ช่อง NOW

ช่อง 8

ช่อง 3SD

ช่อง โมโน เทนตีไนน์ (MONO 29)

2.4 ช่องประเภทบริการทางธุรกิจ:หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง

ช่องประเภทบริการทางธุรกิจ:หมวดหมู่ทั่วไปแบบความคมชัดสูง คือช่องโทรทัศน์ที่นำเสนอรายการที่เป็นไปตามสัดส่วนที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งเป็นไปตามหลักเกณฑ์เกี่ยวกับผังรายการ เนื้อหารายการ สำหรับการให้บริการโทรทัศน์ที่คณะกรรมการกำหนด และไม่ขัดกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยออกอากาศในแบบความคมชัดสูงตามมาตรฐานที่คณะกรรมการกำหนดโดยมีสัดส่วนรายการที่เป็นข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ในปัจจุบันมีจำนวน 7 ช่อง ได้แก่

ช่อง MCOT HD

ช่อง ONE

ช่อง ไทยรัฐทีวี

ช่อง 3HD

ช่อง Amarin TV HD

ช่อง 7 HD

ช่อง พีพีทีวี (PPTV)

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้ทำวิจัยได้นำประเภทช่องรายการโทรทัศน์ 2 ประเภท ได้แก่ 1.ช่องประเภทบริการสาธารณะ 2.ช่องประเภทบริการทางธุรกิจ มาใช้ในการวิเคราะห์การวิจัยการสื่อสารด้านสุขภาพของสื่อโทรทัศน์ต่อไปโดยจะเลือกช่องที่ได้รับความนิยมสูงที่สุด (Rating) ในช่วง เดือนมกราคม 2562 – เดือนมิถุนายน 2562 ซึ่งนอกจากจะมีการแบ่งช่องออกเป็นประเภทต่างๆแล้วในการทำผังรายการโทรทัศน์แต่ละช่องยังต้องคำนึงถึงช่วงอายุของผู้ชมรายการและเวลาที่จะออกอากาศ โดยมีการจัดแบ่งไว้ดังต่อไปนี้

ตาราง 1 การจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ไทย

ประเภทรายการ	ช่วงอายุ	ช่วงเวลาออกอากาศ
รายการสำหรับเด็กปฐมวัย	3-5 ปี	ไม่จำกัดช่วงเวลาในการออกอากาศ
รายการสำหรับเด็ก	6-12 ปี	ไม่จำกัดช่วงเวลาในการออกอากาศ
รายการทั่วไป	ทุกวัย	ไม่จำกัดช่วงเวลาในการออกอากาศ
รายการที่เหมาะสมสำหรับผู้มีอายุ 13 ปีขึ้นไป	มากกว่า 13 ปี	ห้ามมิให้ออกอากาศในช่วงเวลาก่อน 20.30 น. ของทุกวัน และให้ออกอากาศได้จนถึงเวลา 05.00 น. ของวันถัดไป
รายการที่เหมาะสมสำหรับผู้มีอายุ 18 ปีขึ้นไป	มากกว่า 18 ปี	ห้ามมิให้ออกอากาศในช่วงเวลาก่อน 22.00 น. ของทุกวัน และให้ออกอากาศได้จนถึงเวลา 05.00 น. ของวันถัดไป
รายการเฉพาะผู้ใหญ่	ไม่เหมาะกับเด็กและเยาวชน	ห้ามออกอากาศในช่วงเวลาก่อน 24.00 น. ของทุกวัน และให้ออกอากาศได้จนถึงเวลา 05.00 น. ของวันถัดไป

ที่มา: <https://th.wikipedia.org/wiki/การจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ไทย>

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้ทำวิจัยได้นำประเภทรายการโทรทัศน์ 6 ประเภทได้แก่ 1. รายการสำหรับเด็กปฐมวัย 2. รายการสำหรับเด็ก 3. รายการทั่วไป 4. รายการสำหรับผู้มีอายุ 13 ปีขึ้นไป 5. รายการที่เหมาะสมสำหรับผู้มีอายุ 18 ปีขึ้นไป 6. รายการ เฉพาะผู้ใหญ่ มาใช้ในการวิเคราะห์การวิจัยการสื่อสารด้านสุขภาพของสื่อโทรทัศน์ต่อไป

5.3 รูปแบบของรายการโทรทัศน์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2554: บทที่8หน้า20 - บทที่28หน้า21) ได้รวบรวมและอธิบายรูปแบบรายการโทรทัศน์เอาไว้ดังต่อไปนี้

1.ละคร (Drama) เป็นรูปแบบที่อยู่คู่กับสื่อโทรทัศน์มาตั้งแต่แรกจุดเด่นของรูปแบบนี้คือการให้ความบันเทิง ละครสามารถนำเสนอได้หลายวิธีเช่น

1.1 ละครเรื่องยาวหลายตอนจบ เป็นละครเรื่องเดียวแต่มักนิยมนำเสนอต่อเนื่องเป็นตอนๆหลายตอนจบ

1.2 ละครชุด เป็นละครที่นำเสนอเป็นตอนๆ แต่ละตอนจะผูกปมของเรื่องดำเนินเรื่องอย่างมีอรรถรสแต่ปมของเรื่องจะคลี่คลายและจบภายในตอน

1.3 ละครอิงข้อเท็จจริง เป็นละครที่นำเสนอเนื้อหาตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงขณะเดียวกันก็มีความบันเทิงอยู่ด้วยเรียกว่า “Docudrama”

2.รายการตลก (Comedy) วัตถุประสงค์ของรายการประเภทนี้คือสร้างเสียงหัวเราะและรอยยิ้มของผู้ชมรายการประเภทตลกเมื่อดูถูกนำเสนอในหลายรูปแบบเช่น

2.1 ซิทคอม (Situation comedies) เป็นรูปแบบรายการตลกเมื่อดูที่นิยมผูกเรื่องจากสถานการณ์หนึ่งแล้วดำเนินเรื่องให้จบในตอนเป็นเรื่องราวสมอแงอารมณ์ขัน

2.2 Stand-up Comics เป็นรูปแบบการนำเสนอที่มีผู้ทำหน้าที่สร้างความบันเทิง (comic) ด้วยการเล่าเรื่องสนุกสนาน หรือการแสดงตลก

2.3 Sketch Comedy เป็นการนำเสนอรายการชวนหัวมีผู้แสดงเป็นกลุ่มมีบทบาทคร่ำๆแต่ในบางส่วนของการเล่นจะเป็นการพูดสด

3.เรียลลิตี้ (Reality) ลักษณะของรายการรูปแบบนี้จะเน้นการนำเสนอกิจกรรมที่เป็นชีวิตจริงเป็นการบันทึกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

4.เกมส์โชว์ (Game Show) เป็นรูปแบบรายการที่นำผู้แข่งขันจากทางบ้านหรือดารานักแสดงเข้ามาร่วมตอบปัญหาหรือทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งโดยมีรางวัลที่รายการจัดเตรียมไว้ให้

5.วาไรตี้ (Variety Show) เป็นรูปแบบของรายการที่มุ่งนำเสนอความบันเทิงสู่ผู้ชมด้วยเนื้อหาที่หลากหลาย

6.ดนตรี (Music) รายการดนตรีเป็นรูปแบบหนึ่งในรายการโทรทัศน์เช่นการนำเสนอคอนเสิร์ต หรือนำเสนอมิวสิกวิดีโอ (Music video) เป็นต้น

7.ข่าว (News) รายการประเภทข่าวสามารถมีการนำเสนอได้ในหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอข่าวต้นชั่วโมง หรือ การนำเสนอสรุปข่าวในรอบวัน

8.สารคดี (Documentary) เป็นรายการที่มีการนำเสนอเจาะลึกในประเด็นใดประเด็นหนึ่งโดยนำเสนอผ่านข้อเท็จจริงหรือมุมมองของผู้เชี่ยวชาญ

9.กีฬา (Sports) เป็นรายการเกี่ยวกับกีฬาที่ผู้ชมสนใจโดยนำเสนอในมุมมองต่างๆเกี่ยวกับกีฬานั้นเช่น สรุปผลการแข่งขัน ตารางคะแนน การสัมภาษณ์นักกีฬา เป็นต้น

ซึ่งจากที่กล่าวมาข้างต้นผู้ทำวิจัยได้นำรูปแบบรายการ 9 ประเภทได้แก่ 1.ละคร 2.รายการตลก 3.รายการเรียลลิตี้ 4.รายการเกมโชว์ 5.รายการวาไรตี้ 6.รายการดนตรี 7.รายการข่าว 8.รายการสารคดี 9.รายการกีฬา มาใช้ในการวิเคราะห์การวิจัยการสื่อสารด้านสุขภาพของสื่อโทรทัศน์ต่อไป

5.4 การจัดเรตติ้งรายการโทรทัศน์

เรตติ้ง (Rating) คือตัวเลขสำหรับแทนค่าความนิยมที่ผู้ชมโทรทัศน์เป็นเครื่องมือสำหรับวัดความสำเร็จของรายการและสถานีโทรทัศน์โดยรายการใดที่มีคนดูมากรายการนั้นก็จะได้รับรายได้มากตามเพราะเอเจนซี่โฆษณาจะยึดเอาเรตติ้งเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจซื้อสื่อโฆษณา ซึ่งเรตติ้งได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านการติดตั้งกล่องบันทึกข้อมูลไว้ตามบ้านของกลุ่มตัวอย่างแล้วนำไปคำนวณด้วยวิธีการทางสถิติจึงได้เป็นตัวเลขเปอร์เซ็นต์คนดูเฉลี่ยต่อนาที โดย $\text{Rating} = 1$ หมายถึงมีคนดูประมาณ 670,000 คนต่อนาที สำหรับในประเทศไทยการวัดเรตติ้งถูกจัดทำโดยบริษัท เอจีบี นีลเส็น (ประเทศไทย) (เสมอ นิมเงิน. 2561)

5.5 การวิเคราะห์เนื้อหา

กาญจนา แก้วเทพ (2552: 10-13) ได้กล่าวถึงการการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อในด้านนิเทศศาสตร์เอาไว้ดังนี้ การวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อในทางนิเทศศาสตร์จำเป็นต้องมีความเข้าใจธรรมชาติและเอกลักษณ์ของตัวสื่อและข้อจำกัดของสื่อแต่ละชนิด เช่น วิทยูเป็นสื่อที่สื่อสารได้ด้วยเสียงเท่านั้นไม่สามารถแสดงภาพได้ หนังสือพิมพ์เป็นสื่อสิ่งพิมพ์มีข้อจำกัดในการแสดงภาพเคลื่อนไหว และ สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถแสดงได้ทั้งเสียงและภาพเป็นต้น ธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิดจะส่งผลให้ให้สื่อแต่ละชนิดมีความแตกต่างกันในหลายด้านเช่น กระบวนการผลิต การสื่อความหมาย และ ผลกระทบ เป็นต้น ซึ่งในการวิเคราะห์สื่ออย่างเป็นวิชาการนั้นนอกจากจะต้องเข้าใจถึงปรากฏการณ์ที่แสดงออกแล้วยังจำเป็นต้องเข้าไปถึงปรากฏการณ์ที่อยู่เบื้องหลังของสื่อด้วย และเป้าหมายของการวิเคราะห์สื่อ นั้นมักจะอยู่ที่การพยายามอธิบายเงื่อนไขและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวสื่อมากกว่าการพยายามประเมินค่าของตัวสื่อ

6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2546) ได้รวบรวมและศึกษางานวิจัยด้านสื่อสารสุขภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศจำนวน 60 เรื่อง และได้พบว่างานวิจัยทางด้านสื่อสารสุขภาพนิยมทำ

ในสองลักษณะได้แก่ 1.งานวิจัยเชิงปริมาณผ่านการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย 2. งานวิจัยด้านการวิเคราะห์หัตถ์สื่อ และเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อ ผลจากการสำรวจการศึกษาด้านสื่อสารสุขภาพในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสื่อพบว่าร้อยละ 50 ของการศึกษาเป็นไปในมิติของการเปิดรับสื่อ (Media exposure) มีผลวิจัยส่วนใหญ่พบว่าตัวแปรด้านการเปิดรับสื่อเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรด้านทัศนคติ และ พฤติกรรมด้านสุขภาพ ซึ่งหากมองลงไปบริบทของเวลานั้นพบว่ามักจะดำเนินในช่วงที่มีกระแสข่าวด้านสุขภาพในประเด็นที่ผู้ทำการวิจัยเลือกที่จะศึกษานอกจากนั้นยังพบว่านิยมทำการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของตัวแปรด้านประชากรและการเปิดรับสื่อเช่นกัน ประเด็นการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพโดยการใช้ความกลัวไม่สามารถที่จะช่วยส่งเสริมด้านสุขภาพได้ดีเท่าที่ควรหากขาดหลักฐานอ้างอิงที่แน่นชัดหรือขาดงานวิจัยที่มารองรับ

ดาร์รัตน์ เจริญนาถ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการเพื่อสุขภาพ “รายการคลับสุขภาพ” ทางสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7” ด้วยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยสอบถามถึงการเปิดรับข้อมูลด้านสุขภาพ การใช้ประโยชน์จากข้อมูลสุขภาพ และพฤติกรรมการดูแลตนเองของกลุ่มตัวอย่าง และได้พบว่าจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีจำนวน 280 คนที่ชมรายการ “คลับสุขภาพ” ซึ่งกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 71.1 เป็นเพศหญิงโดย ส่วนใหญ่มีอายุที่ 36-41 ปี และมีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ที่ ปวช./ปวส. โดยกลุ่มตัวอย่างนิยมเนื้อหาสุขภาพในด้านความงาม เช่นการดูแลผิวพรรณ และการจัดฟัน เป็นต้น

หนึ่งหทัย ขอมผลกลาง และกิตติ กันภัย (2553) ได้ศึกษาเรื่อง “งานวิจัยด้านการสื่อสารสุขภาพ: กลไกในการพัฒนาสังคม” และได้พบว่าการศึกษาเรื่องการสื่อสารสุขภาพที่ปรากฏอยู่ในประเทศไทยมักจะเริ่มจากการศึกษาปัญหาสุขภาพที่อาจนำไปสู่การเกิดปัญหาหรือวาระสาธารณะที่เกี่ยวกับสุขภาพและมีสื่อเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการแสวงหาคำตอบ ซึ่งการสื่อสารสุขภาพมักจะมีจุดเริ่มต้นจากความสนใจศึกษาปัญหาสุขภาพในลักษณะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับปัจจัยทางสังคม ซึ่งจะเป็นตัวแปรก่อให้เกิดปัญหาต่อสภาวะสุขภาพของคนไทย ซึ่งจะนำไปสู่การค้นพบองค์ความรู้เพื่อการแก้ไขปัญหาไม่ว่าจะเป็นความรู้ใหม่หรือความรู้เดิมก็ดี โดยการสื่อสารสุขภาพนั้นมีความสำคัญต่อการสร้างองค์ความรู้แก่ประชาชนซึ่งจะสามารถแก้ไขปัญหาสุขภาพได้ตั้งแต่ในระดับเล็กจนถึงปัญหาระดับใหญ่

เชมจิรา ทองสม (2553) ได้ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารสุขภาพของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย” โดยศึกษาแนวคิดในการนำเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาในด้านสุขภาพของช่องโทรทัศน์ทีวีไทย

(ThaiPBS)โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานี่2คนและผู้ผลิตรายการสุขภาพ 5รายการ ได้แก่ รายการคนสู้โรค รายการสถานี่อนามัย รายการขบวนการไร้พุง รายการชีวิตที่ออกแบบได้และ รายการเพศผมาติเจียบ ซึ่งพบว่าแนวคิดในการดำเนินงานของผู้บริหารสถานี่โทรทัศน์นั้นเน้นให้เกิดประโยชน์แก่ภาคประชาชน และเน้นให้เกิดข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและเชื่อถือได้เหมาะสมสำหรับประชาชนที่จะนำไปดูแลสุขภาพของตนเอง และได้พบว่าในการผลิตรายการทางสุขภาพนั้น มีปัญหาจากในด้านการนำเสนอข้อมูลวิชาการทางการแพทย์เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านวิชาชีพซึ่ง ทำให้กระบวนการผลิตรายการเกิดความล่าช้าและไม่สามารถผลิตได้ทันในเวลาที่กำหนด

ศรีรัฐ ภัคดิธนชิต(2556) ได้ศึกษาเรื่อง“การวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสารด้านสุขภาพ ไทย”โดยศึกษานิตยสารสุขภาพในช่วงรอยต่อของแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) และ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559)จำนวน 4 เล่ม เล่มละ 4 ฉบับได้แก่ 1)นิตยสารชีวิต 2)นิตยสารHealth today 3)นิตยสารMen's Health 4)นิตยสาร Women's Healthรวมทั้งหมด 16ฉบับและได้แบ่งเกณฑ์การจัดประเภทเนื้อหาออกเป็น4ประเภทด้วยกันได้แก่ 1.เนื้อหาด้ว่นส่งเสริมสุขภาพ 2.เนื้อหาด้ว่นการป้องกันโรค 3.เนื้อหาด้ว่นการฟื้นฟูสุขภาพ และ 4.เนื้อหาด้ว่นการรักษา ผลจากการศึกษาพบว่าในนิตยสารของไทยส่วนใหญ่มีเนื้อหารู้ด้ว่นสุขภาพประเภทส่งเสริมสุขภาพในประมาณมากที่สุดรองลงมาคือ การป้องกัน การรักษา และการฟื้นฟูตามลำดับ และพบความแนวมั่นของเนื้อหาในนิตยสารจะเป็นการให้ความรู้ด้ว่นการออกกำลังกายมากที่สุด

จารุวรรณ นิธิไพบูลย์ , สันทัต ทองรินทร์ , วิทยาธร ท่อแก้ว (2559)ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ”โดยการสัมภาษณ์คนจำนวน 30 คน ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุซึ่งพบว่ารายการเพื่อผู้สูงอายุมีแนวมั่นที่จะมีเพิ่มขึ้นเนื่องจากสังคมไทยกำลังจะก้าวสู่สังคมสูงอายุโดยมีปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการได้แก่ 1)การเพิ่มปริมาณของผู้สูงอายุ 2)นโยบายของสถานี่โทรทัศน์ 3)การขยายกลุ่มอายุของผู้ชม และจากการสำรวจความต้องการรายการโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง 400 คนจากจังหวัด กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ นครราชสีมา นครสวรรค์ ชลบุรี และ สงขลา ซึ่งได้พบว่าผู้สูงอายุชอบดูรายการโทรทัศน์ประเภทความรู้ ข่าวสาร และความบันเทิง เนื่องจากข่าวสารที่ได้จากสื่อโทรทัศน์นั้นรวดเร็วมากกว่าการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์และวิทยุ

เหมือนตะวัน สุทธิวิจิตรวรรณ(2559) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมรายการต่อดิจิทัลทีวี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” โดยทำการศึกษาการเปิดรับ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมรายการต่อดิจิทัลทีวี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผ่านการทำแบบสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป จาก

การสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นิยมเปิดรับชมโทรทัศน์ในช่วงเวลา 18:01-22:00 น. โดยสถานีโทรทัศน์ที่เปิดมากที่สุดคือช่วง 3HD และช่อง 7HD

อดิพล เชื้อจรัสพันธุ์(2561) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเงินเนอเรชั่น เอ็กซ์และเงินเนอเรชั่นวาย” โดยทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มตัวอย่าง 800 คน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มเงินเนอเรชั่นวายคือผู้มีอายุระหว่าง 18 – 34 ปี และ กลุ่มเงินเนอเรชั่น เอ็กซ์ คือผู้มีอายุ 39 – 53 ปี โดยศึกษาใน ผลการศึกษาพบว่า ทั้งสองกลุ่มใช้มือถือเป็นอุปกรณ์หลักในการเข้าถึงข่าวสาร รองลงมาคือ คอมพิวเตอร์ และ โทรทัศน์ตามลำดับ ช่วงเวลากลุ่มเงินเนอเรชั่นวายนิยมใช้สื่อมากที่สุด ร้อยละ 85.75 ช่วงเวลา 21:01 – 24:00 น. รองลงมา ร้อยละ 83.50 ช่วง 18:01-21:01 น. นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่ม เงินเนอเรชั่น วาย มีการใช้สื่อในช่วง เข้าเวลา 09:01 – 12:00 น. และ ช่วงบ่ายเวลา 12:01 – 15:00 น. อยู่ที่ ร้อยละ 49.23 และ ร้อยละ 45.25 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มเงินเนอเรชั่น เอ็กซ์ ร้อยละ 97 มีการเข้าถึงสื่ออยู่ในช่วง 18:01-21:01 น. รองลงมา ร้อยละ 86.25 ช่วงเวลา 21:01 – 24:00 น. สำหรับการใช้สื่อในช่วงเช้าเวลา 09:01 – 12:00 น. และ ช่วงบ่ายเวลา 12:01 – 15:00 น. อยู่ที่ ร้อยละ 15.50 และ ร้อยละ 12.00 ตามลำดับ ซึ่งเมื่อเทียบกันกลุ่มเงินเนอเรชั่นวายจะความหลากหลายในด้านช่วงเวลากการใช้สื่อมากกว่ากลุ่มเงินเนอเรชั่นเอ็กซ์ โดยรูปแบบสื่อที่ เงินเนอเรชั่นวายชื่นชอบมากที่สุดได้แก่ ร้อยละ 91.25 สื่อสังคมออนไลน์รองลงมา คือ ร้อยละ 76 โทรทัศน์ และร้อยละ 73.25 เว็บไซต์ สื่อที่กลุ่มเงินเนอเรชั่น เอ็กซ์ชอบที่สุด ร้อยละ 96.50 คือ โทรทัศน์ และร้อยละ 91.25 หนังสือพิมพ์ โดยทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญต่อข่าวสารจากโทรทัศน์มากที่สุดรองลงมาคือหนังสือพิมพ์

งานวิจัยในต่างประเทศ

Burzyńska;Binkowska-Bury;andJanuszewicz (2015) ได้ทำการ ศึกษาผลดีผลเสียของการให้ข้อมูลสุขภาพผ่านสื่อโดยทัศน์โดยศึกษาจากข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ จากงานวิจัยจำนวน 47 ชิ้น ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อโทรทัศน์จากการศึกษาพบว่าในงานวิจัยทางด้านสื่อโทรทัศน์โดยจากงานวิจัยสามารถแบ่งข้อมูลของสื่อโทรทัศน์ออกเป็น 8 กลุ่มได้แก่

- 1.ข้อมูลสุขภาพในละคร/ซีรีส์
- 2.ข้อมูลสุขภาพในรายการทอล์คโชว์
- 3.รายการข่าวสุขภาพ
- 4.โทรทัศน์กับพฤติกรรมเชิงกายภาพและโภชนาการ
- 5.โทรทัศน์กับสารเสพติด

6.โทรทัศน์กับข้อมูลโรคมะเร็งและโรคต่างๆ

7.โทรทัศน์กับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลสุขภาพ

8.การศึกษา

โดยพบว่าข้อมูลสุขภาพที่มาจากทีวีนั้นคนเข้าถึงได้ง่ายและมีเรตติ้งสูงการรูปแบบอื่นแต่ว่าข้อมูลอาจจะมีผลผลิตได้ค่อนข้างง่าย ข้อมูลสุขภาพจากรายการทอล์คโชว์เป็นข้อมูลที่สามารถชักจูงคนฟังได้ง่ายแต่ว่ามีโอกาสให้ข้อมูลผิดพลาดได้ค่อนข้างสูง ข้อมูลจากรายการข่าวสุขภาพเป็นข้อมูลที่มีมากที่สุดในอเมริกา แต่เนื้อหาข้อมูลนั้นมีความเข้าใจยากจนอาจจะนำไปสู่ความสับสนได้ และพบว่ารายการโทรทัศน์กับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลสุขภาพเช่นรายการกีฬาไม่ได้มีส่วนในการทำให้ผู้ชมมีสุขภาพดีขึ้น อีกทั้งเนื้อหาในโทรทัศน์ก็พบว่ามีสารบุนุหรือมากกว่าสื่ออื่น แต่ในด้านการประชาสัมพันธ์ด้านสุขภาพกลับพบว่าโทรทัศน์สามารถช่วยป้องกันปัญหาสุขภาพของคนในจำนวนมากได้ดี และการประชาสัมพันธ์จะยังถูกพูดถึงในระยะหนึ่งแม้ว่าจะไม่ได้ประชาสัมพันธ์แล้วก็ตาม

Davis ; et al. (2016) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “Does Digital Video Advertising Increase Population-Level Reach of Multimedia Campaigns? Evidence From the 2013 Tips From Former Smokers Campaign” โดยศึกษาการประชาสัมพันธ์รณรงค์โครงการ Tips from former smoker โดยเปรียบเทียบระหว่างการประชาสัมพันธ์โครงการด้วยการใช้สื่อออนไลน์และ สื่อโทรทัศน์ ในการประชาสัมพันธ์โครงการในประเทศสหรัฐอเมริกาผ่านทางสื่อออนไลน์และ สื่อโทรทัศน์โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นสามกลุ่มได้แก่ 1.กลุ่มที่ประชาสัมพันธ์ทั้งสองสื่อในปริมาณที่เท่ากัน กลุ่มที่เพิ่มการใช้สื่อออนไลน์ประชาสัมพันธ์ และ 3 กลุ่มที่เพิ่มการใช้สื่อโทรทัศน์ประชาสัมพันธ์ จากนั้นสุ่มตัวอย่างจากทั่วประเทศจำนวน 15,400คน เพื่อทำการสอบถามว่าเคยเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ชิ้นนี้จากสื่อใด ซึ่งผลที่ได้พบว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์สามารถเข้าถึงผู้คนโดยใช้ค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่าสื่อโทรทัศน์สามารถเพิ่มยอดการเข้าถึงของผู้ชมได้ร้อยละ6.6 น้อยกว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ที่เพิ่มยอดการเข้าถึงได้ร้อยละ8.6 สาเหตุที่สื่อโทรทัศน์สามารถเข้าถึงผู้คนได้ในปริมาณที่มากกว่าเนื่องจากในประเทศสหรัฐอเมริกามีกลุ่มผู้ใช้งานสื่อโทรทัศน์ในจำนวน 285ล้านคนแต่สื่อออนไลน์มีผู้ใช้งานเพียง 146ล้านคน และจากการศึกษาพบว่าในกลุ่มที่เพิ่มการใช้สื่อออนไลน์ประชาสัมพันธ์มีเพียงร้อยละ 2.3ของกลุ่มตัวอย่างที่เห็นการรณรงค์ผ่านทางสื่อออนไลน์เพียงแหล่งเดียวเท่านั้น จึงสรุปได้ว่าการประชาสัมพันธ์ข้อมูลสุขภาพสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ต่างช่วยส่งเสริมซึ่งกันและกันแต่สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เหมาะสมในการใช้เป็นช่องทางหลักสำหรับประชาสัมพันธ์และรณรงค์ในด้านสุขภาพเนื่องจากสื่อโทรทัศน์มี

ผู้ชมในปริมาณที่มากกว่าทำให้เข้าถึงคนในในจำนวนที่มากกว่าสื่อออนไลน์ โดยสื่อออนไลน์
เหมาะสำหรับนำมาช่วยส่งเสริมให้ผู้คนเข้าถึงข้อมูลได้ดียิ่งขึ้นเพราะมีต้นทุนที่ต่ำกว่า



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การนำเสนอเนื้อหารายการสุขภาพของโทรทัศน์ในประเทศไทย” เป็นการศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยแบบบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหา ด้านสุขภาพที่นำเสนอรายการสุขภาพในเดือน มกราคม - มิถุนายน ปี 2562 ของช่องโทรทัศน์ที่ ดำเนินการในเชิงธุรกิจกับช่องโทรทัศน์สาธารณะแต่ละช่องโทรทัศน์ว่าเป็นไปในลักษณะใด เป็น การนำเสนอโรคในกลุ่มใดและมีเนื้อหาแตกต่างกันอย่างไร

- 1.การออกแบบการวิจัย
- 2.ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 4.เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
- 5.การสร้างเครื่องมือวิจัย
- 6.วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 7.การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล
- 8.สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การออกแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยสรุปในการ วิจัยดังนี้

1. ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี เนื้อหา จากเอกสารทางวิชาการ ตำรา วารสาร บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง
2. รวบรวมรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศในเดือน มกราคม 2562 - เดือน มิถุนายน 2562 จากช่องโทรทัศน์ในประเภทบริการสาธารณะ และ ประเภทบริการทางธุรกิจที่ได้รับความนิยมสูง ที่สุด (Rating) ในแต่ละประเภท
3. ทำการวิเคราะห์ประเภทรายการของรายการ ประเภทขององค์ความรู้ด้านสุขภาพและ เนื้อหาด้านสุขภาพ จากนั้นบันทึกลงในแบบบันทึกข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือรายการโทรทัศน์จากช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัล

กลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกช่องโทรทัศน์จำนวน 2 ช่องจากช่องโทรทัศน์ทั้งหมด 26 ช่อง โดยเลือกศึกษารายการสุขภาพจากช่องโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด (rating) จาก Nelson ในเดือนมกราคม - มิถุนายน 2562 ในกลุ่มช่องโทรทัศน์สาธารณะจำนวน 1 ช่อง และ ช่องโทรทัศน์ที่เป็นช่องบริการทางธุรกิจจำนวน 1 ช่องรวมเป็น 2 ช่องโทรทัศน์กลุ่มตัวอย่างมีดังนี้

1. ประเภทบริการสาธารณะ
2. ประเภทช่องบริการทางธุรกิจ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลรายการของสถานีโทรทัศน์ตั้งแต่เดือน มกราคม 2562 – มิถุนายน 2562 โดยใช้ข้อมูลผังรายการที่ทางช่อง ระบุไว้ในเว็บไซต์ทางการของช่อง และใช้การดูรายการย้อนหลังจากเว็บไซต์ของทางสถานีและทางช่อง Youtube ของทางสถานี หรือของบริษัทที่ผลิตรายการดังกล่าว

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ด้านสุขภาพต่อไป โดยมีการจำแนกเนื้อหา ดังนี้

1. ในแต่ละช่องโทรทัศน์มีรายการสุขภาพในจำนวนเท่าใด โดยบันทึกความถี่เป็นจำนวนรายการที่ออกใน 1 อาทิตย์ หน่วยในการวิเคราะห์เป็นความถี่ (Frequency)
2. ช่วงเวลาที่แต่ละช่องโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาสุขภาพ หน่วยในการวิเคราะห์เป็นช่วงเวลาที่รายการสุขภาพออกอากาศ และหน่วยระบุจำนวนเป็นความถี่ (Frequency) ที่ออกอากาศใน 1 อาทิตย์
3. รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพนิยมนำเสนอในประเภทของรายการโทรทัศน์แบบใดโดยบันทึกความถี่เป็นจำนวนรายการโดยแบ่งออกเป็น 9 ประเภทได้แก่

- 3.1 ละคร
- 3.2 รายการตลก
- 3.3 รายการเรียลลิตี้
- 3.4 รายการเกมโชว์

3.5 รายการवाईตี้

3.6 รายการดนตรี

3.7 รายการข่าว

3.8 รายการสารคดี

3.9 รายการกีฬา

4.รายการสุขภาพแต่ละเทปได้นำเสนอองค์ความรู้ด้านสุขภาพในด้านใดโดยบันทึกความถี่ตามจำนวนครั้งที่นำเสนอเนื้อหาในแต่ละประเด็น หน่วยในการวิเคราะห์เป็นรายการประเภทของชิ้นงาน (item) และหน่วยระบุจำนวนเป็นความถี่ (Frequency) โดยแบ่งประเภทของสุขภาพออกเป็น 4 ด้านคือ

4.1.ด้านการส่งเสริมสุขภาพ

4.2.ด้านการป้องกัน

4.3.ด้านการรักษา

4.4.ด้านการฟื้นฟูดูแลสุขภาพ

5.รายการสุขภาพที่เลือกมาในแต่ละตอนนั้นนำเสนอเนื้อหาสุขภาพในด้านใดโดยบันทึกความถี่ตามจำนวนครั้งที่นำเสนอเนื้อหาในแต่ละประเด็น หน่วยในการวิเคราะห์เป็นรายการประเภทของชิ้นงาน (item) และหน่วยระบุจำนวนเป็นความถี่ (Frequency) โดยแบ่งประเภทออกเป็น 11 ประเภทคือ

5.1ระบบปกคลุมร่างกาย (Integumentary system)

5.2 ระบบโครงกระดูก (Skeletal system)

5.3 ระบบกล้ามเนื้อ (Muscular system)

5.4 ระบบประสาท (Nervous system)

5.5 ระบบต่อมไร้ท่อ (Endocrine system)

5.6 ระบบไหลเวียนโลหิต (Circulatory system)

5.7 ระบบขับถ่ายปัสสาวะ (Urinary system)

5.8 ระบบทางเดินหายใจ (Respiratory system)

5.9 ระบบน้ำเหลือง (Lymphatic system)

5.10 ระบบทางเดินอาหาร (Digestive system)

5.11 ระบบสืบพันธุ์ (Reproductive system)

การสร้างเครื่องมือวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ด้วยแบบบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การวิเคราะห์เนื้อหา

1.1. ศึกษาแนวทางการวิเคราะห์เนื้อหา

1.2. กำหนดขอบเขตและทำการจัดแบ่งประเภทรายการและประเภทขององค์

ความรู้

1.3. นำแนวทางการวิเคราะห์เนื้อหาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัยเพื่อพิจารณาตรวจสอบและปรับปรุงให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

1.4. นำแนวทางการวิเคราะห์เนื้อหาปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน เพื่อพิจารณาประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงความถูกต้องเหมาะสม และปรับปรุงแก้ไขทางด้านภาษาตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

2. แบบบันทึกข้อมูล

2.1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบบันทึกข้อมูล

2.2. กำหนดขอบเขตและทำการจัดแบ่งของรายการและประเภทขององค์ความรู้

2.3. นำแบบบันทึกข้อมูลที่สร้างเสร็จแล้วนำเสนอแก่อาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัยเพื่อพิจารณาตรวจสอบและไปปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.4. นำเสนอแบบบันทึกข้อมูลแก่ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์การสอนในระดับอุดมศึกษาตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอผลงานวิจัยครั้งนี้โดยใช้ตัวเลขทางสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์รายการสุภาพ เพื่อที่จะแสดงให้เห็นรูปแบบและลักษณะของเนื้อหารายการสุภาพที่แต่ละช่องทางโทรทัศน์นำเสนอโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลโทรทัศน์ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. จำนวนของรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุภาพในช่องทางโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ และช่องทางโทรทัศน์สาธารณะ

2. ช่วงเวลาที่นำเสนอรายการโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequencies) เพื่อนำเสนอให้เห็นภาพรวม

3.ประเภทของรายการที่มีเนื้อหาสุขภาพโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequencies) และการคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) และมีการจัดลำดับเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นภาพรวมทั้งหมด

4.ประเภทขององค์ความรู้ในรายการที่มีเนื้อหาสุขภาพโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequencies) และการคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) และมีการจัดลำดับเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นภาพรวมทั้งหมด

5.เนื้อหาสุขภาพที่รายการในแต่ละตอนได้นำเสนอโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequencies) และการคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) และมีการจัดลำดับเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นภาพรวมทั้งหมด

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพของโทรทัศน์ในประเทศไทย

การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอผลงานชิ้นนี้ในลักษณะของตัวเลขสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบกับการพรรณนาเพื่อให้เห็นภาพลักษณะของเนื้อหาที่แต่ละช่องโทรทัศน์นำเสนอและเปรียบเทียบความแตกต่างในการนำเสนอของสื่อโทรทัศน์ประเภทบริการทางสาธารณะและสื่อโทรทัศน์ในประเภทบริการทางธุรกิจโดยประเด็นที่จะนำเสนอมีดังต่อไปนี้

1.จำนวนรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอในช่องโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะและบริการทางธุรกิจว่าแต่ละช่องโทรทัศน์มีปริมาณแตกต่างกันน้อยอย่างไร

2.ปริมาณความถี่ของการนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาสุขภาพในโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะและบริการทางธุรกิจ

3.ปริมาณของรูปแบบรายการที่นำเสนอว่ามีการนำเสนอในแต่ละประเภทมากน้อยเพียงใดโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequencies) และการคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) และมีการจัดลำดับเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นภาพรวมทั้งหมด

4.องค์ความรู้ที่นำเสนอในรายการสุขภาพแต่ละรายการว่าแต่ละรายการมีองค์ความรู้ที่ใช้นำเสนอในประเภทใดบ้างโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequencies) และการคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) และมีการจัดลำดับเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นภาพรวมทั้งหมด

5. ประเด็นเนื้อหาสุขภาพที่รายการแต่ละรายการนำมานำเสนอในแต่ละตอนนำเสนอเรื่องใดบ้างโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequencies) และการคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) และมีการจัดลำดับเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นภาพรวมทั้งหมด



บทที่ 4

ผลการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหาสุขภาพบนสื่อโทรทัศน์ โดยผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปริมาณความถี่ของรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพในช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจและช่องโทรทัศน์สาธารณะ

ส่วนที่ 2 ปริมาณความถี่ของช่วงเวลานำเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ

ส่วนที่ 3 ปริมาณความถี่ของรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ

ส่วนที่ 4 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้ด้านสุขภาพในรายการโทรทัศน์

ส่วนที่ 5 ปริมาณความถี่เนื้อหาสุขภาพที่รายการโทรทัศน์ได้นำเสนอในแต่ละรายการ

ส่วนที่ 1 ปริมาณความถี่ของรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพในช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจและช่องบริการสาธารณะ

ตาราง 2 แสดงปริมาณเรตติ้ง (Rating)เฉลี่ยของช่องโทรทัศน์ในเดือน มกราคม ถึง มิถุนายน 2562

อันดับ	ช่องโทรทัศน์	หมายเลขช่อง	ประเภท	เรตติ้ง
1	7 HD	35	บริการทางธุรกิจ	1.845
2	3 HD	33	บริการทางธุรกิจ	1.199
3	MONO29	29	บริการทางธุรกิจ	0.798
4	เวิร์คพอยท์ทีวี	23	บริการทางธุรกิจ	0.697
5	One	31	บริการทางธุรกิจ	0.543
6	Thairat TV	32	บริการทางธุรกิจ	0.426
7	8	27	บริการทางธุรกิจ	0.309
8	Amarin TV HD	34	บริการทางธุรกิจ	0.307
9	3 SD	28	บริการทางธุรกิจ	0.305
10	PPTV	36	บริการทางธุรกิจ	0.193
11	SPRING 26	26	บริการทางธุรกิจ	0.184

ตาราง 2 (ต่อ)

อันดับ	ช่องโทรทัศน์	หมายเลขช่อง	ประเภท	เรตติ้ง
12	NATION TV	22	บริการทางธุรกิจ	0.181
13	MCOT HD	30	บริการทางธุรกิจ	0.152
14	GMM 25	25	บริการทางธุรกิจ	0.134
15	True 4 U	24	บริการทางธุรกิจ	0.110
16	Voice TV	21	บริการทางธุรกิจ	0.087
17	Thai PBS	3	บริการสาธารณะ	0.068
18	3 Family	13	บริการทางธุรกิจ	0.058
19	New 18	18	บริการทางธุรกิจ	0.044
20	TNN 16	16	บริการทางธุรกิจ	0.028
21	Bright TV	20	บริการทางธุรกิจ	0.026
22	ททบ.5	1	บริการสาธารณะ	0.025
23	MCOT Family	14	บริการทางธุรกิจ	0.021
24	NBT	2	บริการสาธารณะ	0.018
25	Spring News	19	บริการทางธุรกิจ	0.012

ที่มา: <https://www.tvdigitalwatch.com/25-rating-compare2018-2019/>

(TVDigitalWatch. 2562)

ตารางที่ 2 จากผลการสำรวจเรตติ้งของบริษัท Nelson ผู้วิจัยได้ทำการเลือกช่องที่ได้รับเรตติ้งอันดับ 1 จาก ช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ และ ประเภทบริการสาธารณะ จากเรตติ้งรายการของช่องโทรทัศน์จำนวน 25 ช่อง เพื่อจะทำการตรวจสอบรายการโทรทัศน์ จำนวน 2 ช่อง ดังนี้

- 1.ช่อง 7HD ได้เรตติ้ง 1.845 สูงสุดในกลุ่ม บริการทางธุรกิจ
- 2.ช่อง Thai PBS ได้เรตติ้ง 0.068 สูงสุดในกลุ่ม บริการสาธารณะ

ตาราง 3 แสดงจำนวนรายการสุขภาพจากช่อง 7HD และ ช่อง ThaiPBS

เดือน	ช่องโทรทัศน์	จำนวนรายการทั้งหมด	จำนวนรายการที่มีเนื้อหาสุขภาพ	คิดเป็นร้อยละ
มกราคม	7HD	81	2	2.46
	ThaiPBS	85	2	2.35
กุมภาพันธ์	7HD	81	2	2.46
	ThaiPBS	86	2	2.32
มีนาคม	7HD	75	2	2.66
	ThaiPBS	90	2	2.22
เมษายน	7HD	74	2	2.70
	ThaiPBS	91	2	2.19
พฤษภาคม	7HD	79	2	2.53
	ThaiPBS	92	2	2.17
มิถุนายน	7HD	73	2	2.73
	ThaiPBS	94	2	2.12

จากการตรวจสอบเนื้อหารายการโทรทัศน์จากช่อง 7 HDและช่อง ThaiPBS พบว่ามีรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพจำนวน 2 รายการเท่ากันดังนี้

- 1.ช่อง 7 HD รายการ การแพทย์ก้าวหน้า
- 2.ช่อง 7 HD รายการ พบหมอศิริราช
- 3.ช่อง ThaiPBS รายการ คนสู้โรค
- 4.ช่อง ThaiPBS รายการ ขขยับ

ส่วนที่ 2 ปริมาณความถี่ของช่วงเวลานำเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ

ตาราง 4 แสดงปริมาณความถี่การนำเสนอรายการสุขภาพในโทรทัศน์

ช่อง	รายการ	วันและเวลาออกอากาศออกอากาศ	จำนวนตอน	จำนวนช่วงรายการ
7HD	การแพทย์ก้าวหน้า	วันเสาร์ 04:30น. - 04:40น.	-	1 ช่วง
7HD	พบหมอศิริราช	วันอาทิตย์ 15:30น. - 15:35น.	24	1 ช่วง
ThaiPBS	ข ขยับ	วันจันทร์ - ศุกร์ 16:55น. - 17:00น.	161	1 ช่วง
		วันเสาร์ - อาทิตย์ 05:55 น. - 06:00น.		
ThaiPBS	คนสู้โรค	วันอังคาร - ศุกร์ 15:05น. - 15:30น.	90	3 ช่วง จำนวน 4 ตอน
				4 ช่วง จำนวน 86 ตอน

ตารางที่ 4 จากการตรวจสอบเนื้อหารายการโทรทัศน์จากช่อง 7 HD และช่อง ThaiPBS ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2562 – 30 มิถุนายน 2562 พบว่ามีรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ จำนวน 4 รายการ โดยแบ่งออกดังนี้

1. ช่อง 7HD จำนวน 2 รายการ ได้แก่ รายการการแพทย์ก้าวหน้า และ รายการพบหมอศิริราช

1.1 รายการการแพทย์ก้าวหน้า โดยออกอากาศทุกเสาร์เวลา 04:30 – 04:40 น. แต่เนื่องจากไม่สามารถหาข้อมูลของรายการที่บันทึกเอาไว้ได้จึงได้นำออกจากการศึกษาในครั้งนี้

1.2 รายการพบหมอศิริราช โดยออกอากาศทุกวันอาทิตย์เวลา 15:30 -15:35 น. มีจำนวนตอนที่ออกอากาศในช่วงเดือนมกราคม – เดือนมิถุนายน จำนวน 24 ตอน โดยใน 1 ตอน มีช่วงรายการทั้งหมด 1 ช่วง เวลาเนื้อหารายการ 3 นาที

2. ช่อง Thai PBS จำนวน 2 รายการ ได้แก่รายการ คนสู้โรค และ รายการ ขยับ

2.1 รายการ ข ขยับ ออกอากาศทุกวัน โดยวันจันทร์ - ศุกร์ ออกอากาศเวลา 16:55 – 17:00น. และ วันเสาร์-อาทิตย์ ออกอากาศในเวลา 05:55-06:00 มีจำนวนตอนที่ออกอากาศในช่วงเดือนมกราคม – เดือนมิถุนายนจำนวน 161 ตอนโดยใน 1 ตอนมีช่วงรายการทั้งหมด 1 ช่วง เวลาเนื้อหารายการ 5 นาที 30 วินาที

2.2รายการคนสู้โรค ออกอากาศทุกวันอังคาร - ศุกร์ เวลา 15:05 – 15:30น. มีจำนวนตอนที่ออกอากาศในช่วงเดือนมกราคม – เดือนมิถุนายน จำนวน 90 ตอนโดยใน 1 ตอนมีช่วงรายการทั้งหมด 4 ช่วง เวลารายการรวม 25นาที

ส่วนที่ 3 ปริมาณความถี่ของรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ

ตาราง 5 แสดงปริมาณความถี่ของรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ

รายการ	รูปแบบรายการ	ร้อยละ
พบหมอศิริราช	รายการสารคดี	33
ข ชัยป์	รายการกีฬา	33
คนสู้โรค	รายการวาไรตี้	33

ตารางที่ 5 จากการวิเคราะห์ความถี่ของรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพพบว่า มีรูปแบบรายการโทรทัศน์ ดังนี้ รายการพบหมอศิริราชเป็นรายการรูปแบบรายการสารคดี คิดเป็นร้อยละ 33 , รายการ ข ชัยป์ เป็นรายการรูปแบบกีฬา คิดเป็นร้อยละ 33,รายการ คนสู้โรคเป็นรายการรูปแบบวาไรตี้ คิดเป็นร้อยละ 33

ส่วนที่ 4 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้ด้านสุขภาพในรายการโทรทัศน์ในแต่ละตอน

ตาราง 6 แสดงปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการพบหมอศิริราชในแต่ละตอน

องค์ความรู้ที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการส่งเสริมสุขภาพ	6	25.00
ด้านการป้องกัน	4	16.67
ด้านการรักษา	12	50.00
ด้านการฟื้นฟูดูแลสุขภาพ	1	4.17
ไม่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ	1	4.17
รวม	24	100

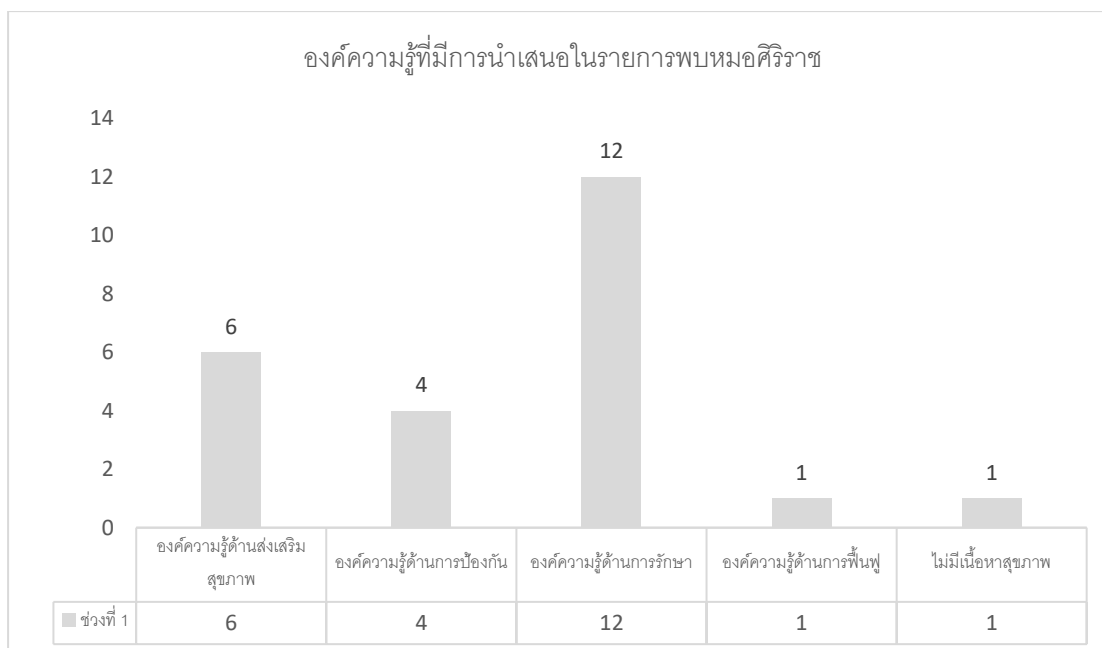
ตารางที่ 6 จากการวิเคราะห์ความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการพบหมอศิริราช 24 ตอน พบว่ามีปริมาณเนื้อหาสุขภาพเรียงจากมากไปน้อยดังนี้

อันดับ 1 องค์ความรู้ด้านการรักษาจำนวน 12 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 50 ของเนื้อหาที่นำเสนอ

อันดับที่ 2 องค์ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพจำนวน 6 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 25 ของเนื้อหาที่นำเสนอ

อันดับที่ 3 องค์ความรู้ด้านการป้องกันจำนวน 4 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 16.67 ของเนื้อหาที่นำเสนอ และ

อันดับที่ 4 และ 5 องค์ความรู้ด้านการฟื้นฟูดูแลสุขภาพ และ ไม่มีเนื้อหาสุขภาพ มีจำนวนอย่างละ 1 ตอน คิดเป็นร้อยละ 4.17 ของเนื้อหาที่นำเสนอ



ภาพประกอบ 1 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการพบหมอศิริราช

ตาราง 7 แสดงปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการข.ขยับ

องค์ความรู้ที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการส่งเสริมสุขภาพ	117	72.67
ด้านการป้องกัน	12	7.45
ด้านการรักษา	25	15.53
ด้านการฟื้นฟูดูแลสุขภาพ	6	3.73
ไม่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ	1	0.62
รวม	161	100

จากการวิเคราะห์ความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการข.ขยับ 161 ตอน พบว่ามีปริมาณเนื้อหาสุขภาพเรียงจากมากไปน้อยดังนี้

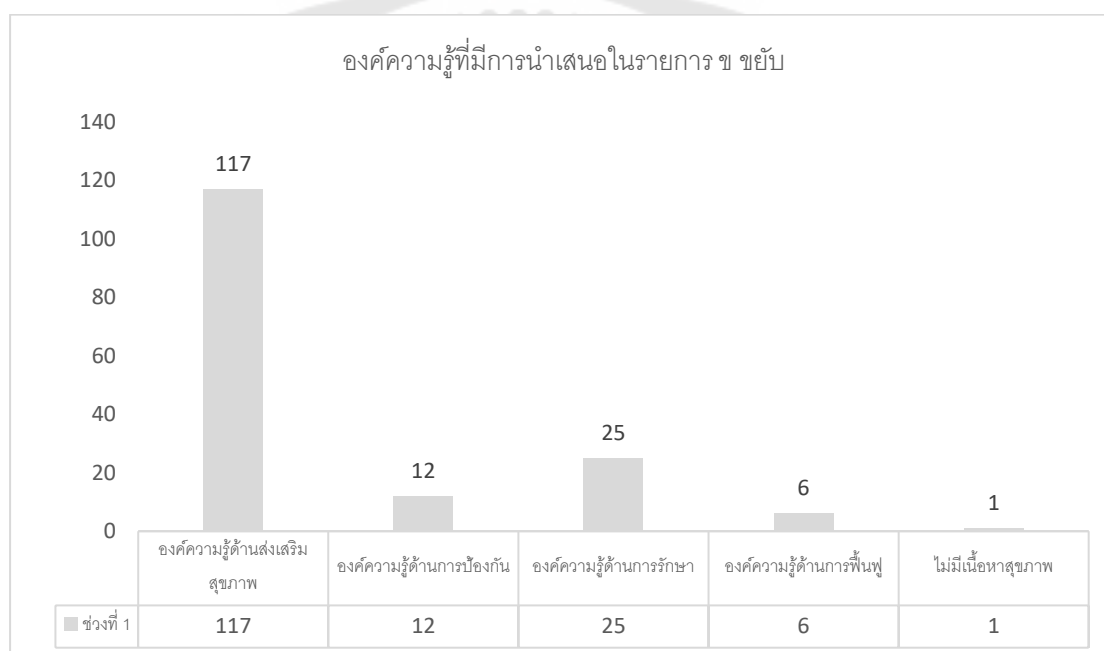
อันดับ 1 องค์ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพจำนวน 117 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 72.67 ของเนื้อหาที่นำเสนอ

อันดับที่ 2 องค์ความรู้ด้านการรักษาจำนวน 25 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 15.53 ของเนื้อหาที่น่าสนใจ

อันดับที่ 3 องค์ความรู้ด้านการป้องกันจำนวน 12 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 7.45 ของเนื้อหาที่น่าสนใจ

อันดับที่ 4 องค์ความรู้ด้านการฟื้นฟูดูแลสุขภาพจำนวน 6 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 3.73 ของเนื้อหาที่น่าสนใจ

อันดับที่ 5 ไม่มีเนื้อหาสุขภาพ มีจำนวน 1 ตอน คิดเป็นร้อยละ 0.62 ของเนื้อหาที่น่าสนใจ



ภาพประกอบ 2 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการ ข ขยับ

ตาราง 8 แสดงปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการคนสู้โรค ในช่วงที่ 1 ของรายการ

องค์ความรู้ที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการส่งเสริมสุขภาพ	36	40.00
ด้านการป้องกัน	35	38.89
ด้านการรักษา	13	14.44
ด้านการฟื้นฟูดูแลสุขภาพ	5	5.56
ไม่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ	1	1.11
รวม	90	100

ตารางที่ 8 จากการวิเคราะห์ความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการคนสู้โรคพบว่าในช่วงที่ 1 ของรายการมีจำนวน 90 ตอน มีปริมาณเนื้อหาสุขภาพเรียงจากมากไปน้อยดังนี้

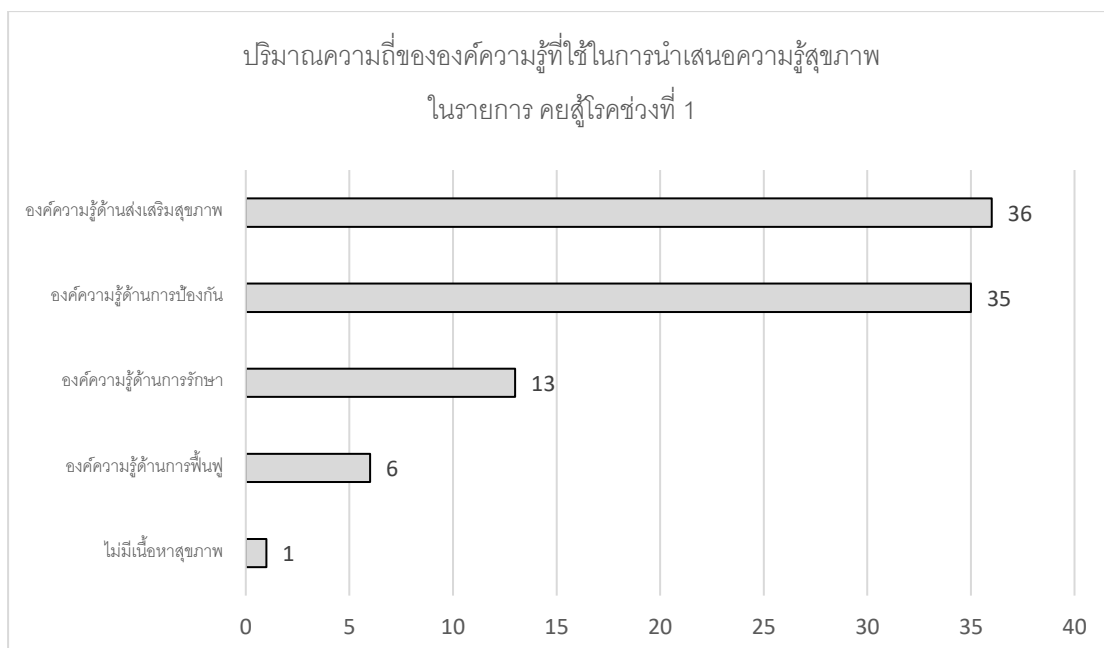
อันดับ 1 องค์ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพจำนวน 36 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 40.00 ของเนื้อหาที่นำเสนอ

อันดับที่ 2 องค์ความรู้ด้านการป้องกันจำนวน 35 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 38.89 ของเนื้อหาที่นำเสนอ

อันดับที่ 3 องค์ความรู้ด้านการรักษาจำนวน 13 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 14.44 ของเนื้อหาที่นำเสนอ

อันดับที่ 4 องค์ความรู้ด้านการฟื้นฟูดูแลสุขภาพจำนวน 5 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 5.56 ของเนื้อหาที่นำเสนอ

อันดับที่ 5 ไม่มีเนื้อหาด้านสุขภาพจำนวน 1 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 1.11 ของเนื้อหาที่นำเสนอ



ภาพประกอบ 3 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการ คนสู้โรค ช่วงที่ 1

ตาราง 9 แสดงปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการคนสู้โรค ในช่วงที่ 2 ของรายการ

องค์ความรู้ที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการส่งเสริมสุขภาพ	38	42.22
ด้านการป้องกัน	12	13.33
ด้านการรักษา	12	13.33
ด้านการฟื้นฟูดูแลสุขภาพ	6	6.67
ไม่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ	22	24.44
รวม	90	100

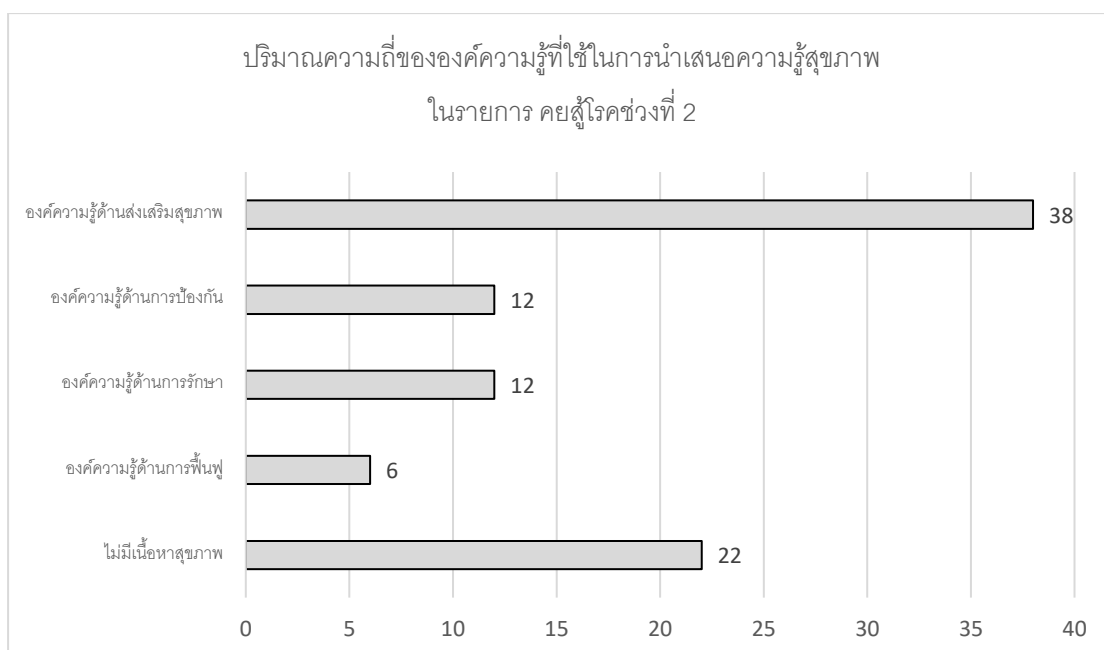
ตารางที่ 9 จากการวิเคราะห์ความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการคนสู้โรคในช่วงที่ 2 ของรายการมีจำนวน 90 ตอน พบว่ามีปริมาณเนื้อหาสุขภาพเรียงจากมากไปน้อยดังนี้

อันดับ 1 องค์ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพจำนวน 38 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 42.22 ของเนื้อหาที่นำเสนอ

อันดับที่ 2 ไม่มีเนื้อหาด้านสุขภาพโดยมีจำนวน 22 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 24.44 ของเนื้อหาที่นำเสนอ

อันดับที่ 3 องค์ความรู้ด้านการรักษา และ องค์ความรู้ด้านการป้องกันโดยจำนวน 12 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 13.33 ของเนื้อหาที่นำเสนอ

อันดับที่ 4 องค์ความรู้ด้านการฟื้นฟูดูแลสุขภาพจำนวน 6 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 6.67 ของเนื้อหาที่นำเสนอ



ภาพประกอบ 4 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการ คนสู้
โรค ช่วงที่ 2

ตาราง 10 แสดงปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการคนสู้โรค ในช่วงที่ 3 ของรายการ

องค์ความรู้ที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการส่งเสริมสุขภาพ	36	40.45
ด้านการป้องกัน	6	6.74
ด้านการรักษา	16	17.98
ด้านการฟื้นฟูดูแลสุขภาพ	3	3.37
ไม่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ	28	31.46
รวม	89	100

ตารางที่ 10 จากการวิเคราะห์ความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการคนสู้โรคในช่วงที่ 3 ของรายการ มีจำนวน 89 ตอน พบว่ามีปริมาณเนื้อหาสุขภาพเรียงจากมากไปน้อยดังนี้

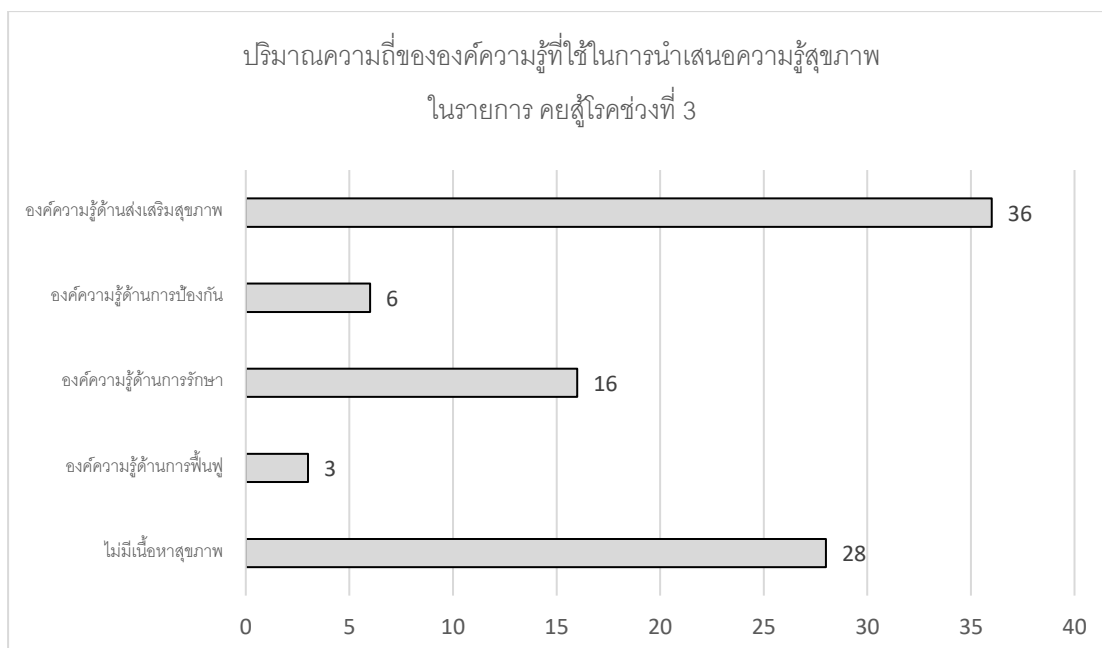
อันดับ 1 องค์ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพจำนวน 34 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 40.45 ของเนื้อหาที่นำเสนอ

อันดับที่ 2 ไม่มีเนื้อหาด้านสุขภาพโดยมีจำนวน 28 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 31.46 ของเนื้อหาที่นำเสนอ

อันดับที่ 3 ด้านการรักษาจำนวน 16 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 17.98 ของเนื้อหาที่นำเสนอ

อันดับที่ 4 องค์ความรู้ด้านการป้องกันจำนวน 6 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 6.74 ของเนื้อหาที่นำเสนอ

อันดับที่ 5 องค์ความรู้ด้านการฟื้นฟูดูแลสุขภาพจำนวน 3 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 3.4 ของเนื้อหาที่นำเสนอ



ภาพประกอบ 5 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการ คนสู้โรค ช่วงที่ 3

ตาราง 11 แสดงปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการคนสู้โรค ในช่วงที่ 4 ของรายการ

องค์ความรู้ที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการส่งเสริมสุขภาพ	25	33.33
ด้านการป้องกัน	33	44.00
ด้านการรักษา	11	14.67
ด้านการฟื้นฟูดูแลสุขภาพ	5	6.67
ไม่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ	1	1.33
รวม	75	100

ตารางที่ 11 จากการวิเคราะห์ความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการคนสู้โรคในช่วงที่ 4 ของรายการมีจำนวน 75 ตอน พบว่ามีปริมาณเนื้อหาสุขภาพเรียงจากมากไปน้อยดังนี้

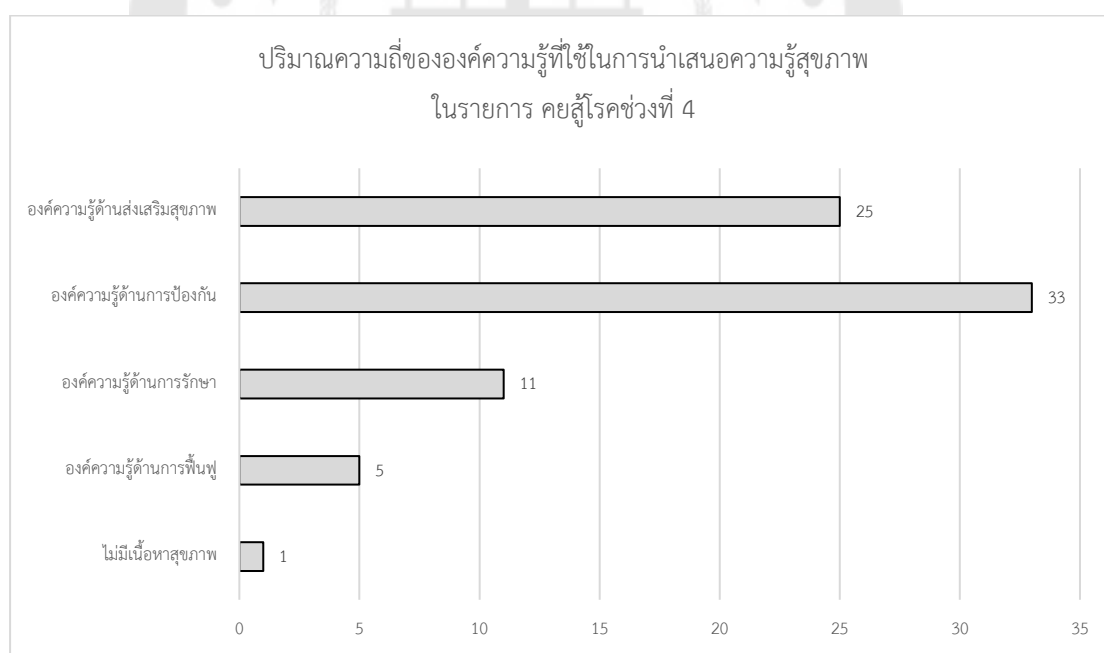
อันดับ 1 องค์ความรู้ด้านการด้านการป้องกันจำนวน 33 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 44.00 ของเนื้อหาที่น่าสนใจ

อันดับที่ 2 องค์ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพโดยมีจำนวน 25 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 33.33 ของเนื้อหาที่น่าสนใจ

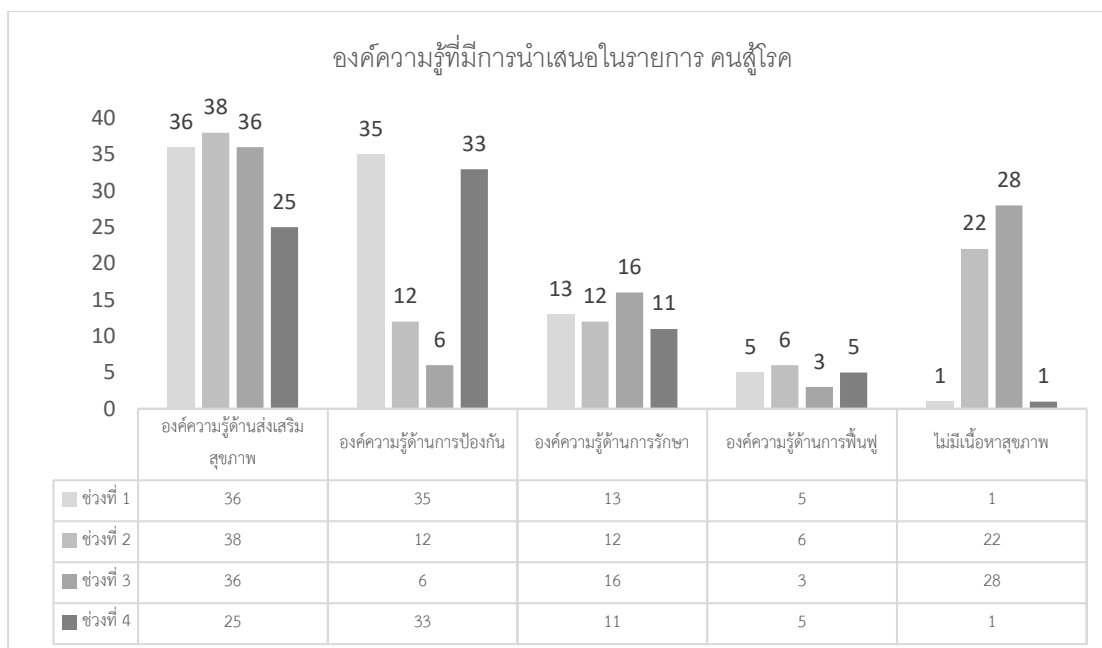
อันดับที่ 3 องค์ความรู้ด้านการรักษาโดยมีจำนวน 11 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 14.67 ของเนื้อหาที่น่าสนใจ

อันดับที่ 4 องค์ความรู้ด้านการฟื้นฟูดูแลสุขภาพจำนวน 5 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 6.67 ของเนื้อหาที่น่าสนใจ

อันดับที่ 5 ไม่มีเนื้อหาด้านสุขภาพจำนวน 1 ตอน คิดเป็น ร้อยละ 1.33 ของเนื้อหาที่น่าสนใจ



ภาพประกอบ 6 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการ คนสู้โรค ช่วงที่ 4



ภาพประกอบ 7 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้สุขภาพในรายการ คนสู้โรคทั้งหมด

ส่วนที่ 5 ปริมาณความถี่เนื้อหาสุขภาพที่รายการโทรทัศน์ได้นำเสนอในแต่ละรายการ

ตาราง 12 แสดงปริมาณความถี่ของเนื้อหาสุขภาพในรายการพหุหมอศิริราช

เนื้อหาสุขภาพที่นำเสนอ	จำนวน	ร้อยละ
ระบบปกคลุมร่างกาย (Integumentary system)	2	8.33
ระบบโครงกระดูก (Skeletal system)	3	12.50
ระบบกล้ามเนื้อ (Muscular system)	0	0.00
ระบบประสาท (Nervous system)	4	16.67
ระบบต่อมไร้ท่อ (Endocrine system)	0	0.00
ระบบไหลเวียนโลหิต (Circulatory system)	4	16.67
ระบบขับถ่ายปัสสาวะ (Urinary system)	0	0.00
ระบบทางเดินหายใจ (Respiratory system)	4	16.67
ระบบน้ำเหลือง (Lymphatic system)	0	0.00
ระบบทางเดินอาหาร (Digestive system)	2	8.33
ระบบสืบพันธุ์ (Reproductive system)	3	12.50
ไม่ได้มีเนื้อหาเจาะจงที่ระบบใดระบบหนึ่ง	1	4.17
ไม่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ	1	4.17
รวม	24	100

ตารางที่ 12 จากการวิเคราะห์ความถี่ของเนื้อหาสุขภาพที่รายการ พหุหมอศิริราช นำเสนอจำนวน 24 ตอน พบว่ามีการนำเสนอเนื้อหาเรื่องต่างๆ ในรายการ 24 ครั้ง มีเนื้อหาสุขภาพจำนวน 23 ครั้งและไม่มีเนื้อหาด้านสุขภาพจำนวน 1 ครั้ง เรียงจากมากไปน้อยดังนี้

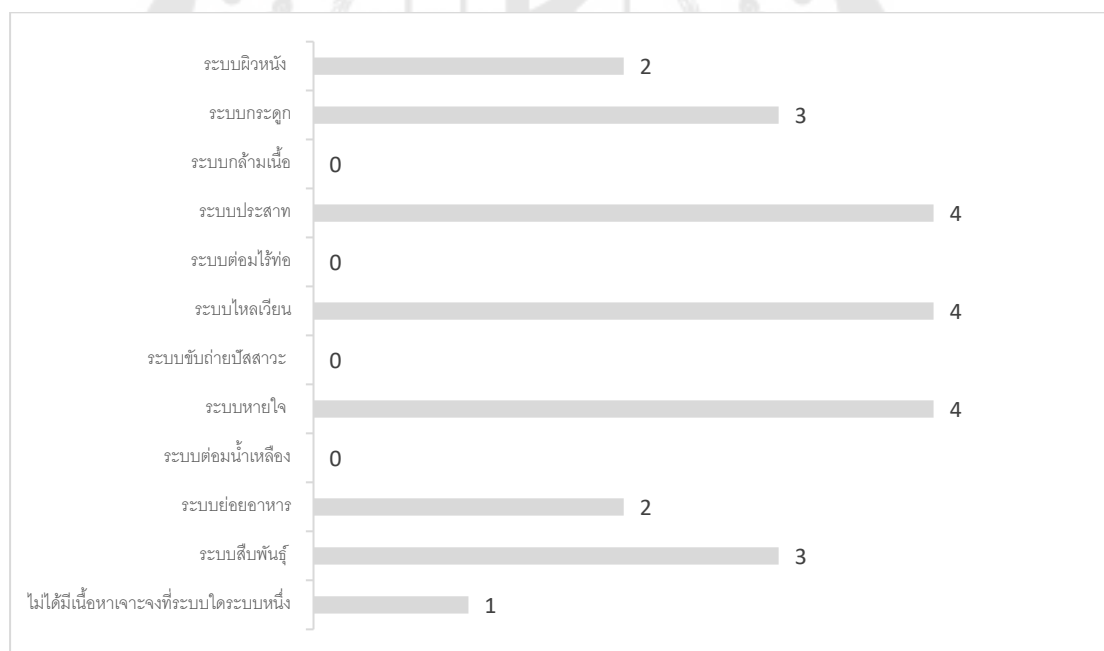
อันดับ 1 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ระบบประสาท (Nervous system) , ระบบไหลเวียนโลหิต (Circulatory system) และ ระบบทางเดินหายใจ (Respiratory system) จำนวนอย่างละ 4 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 16.67

อันดับที่ 2 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ระบบโครงกระดูก (Skeletal system) และ ระบบสืบพันธุ์ (Reproductive system) จำนวนอย่างละ 3 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 12.50

อันดับที่ 3 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ระบบปกคลุมร่างกาย (Integumentary system) และ ระบบทางเดินอาหาร (Digestive system) จำนวนอย่างละ 2 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 8.33

อันดับที่ 4 เนื้อหาที่ไม่ได้เจาะจงที่ระบบใดระบบหนึ่งจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 4.17

โดยไม่มีการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพจำนวน 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 4.17 และไม่พบว่ามี การนำเสนอเนื้อหาในส่วนของ ระบบกล้ามเนื้อ (Muscular system) และ ระบบน้ำเหลือง (Lymphatic system)



ภาพประกอบ 8 แผนภูมิแสดงปริมาณความถี่ของเนื้อหาสุขภาพในรายการพบหมอศิริราช

ตาราง 13 แสดงปริมาณความถี่ของเนื้อหาสุขภาพในรายการข ชัยบ

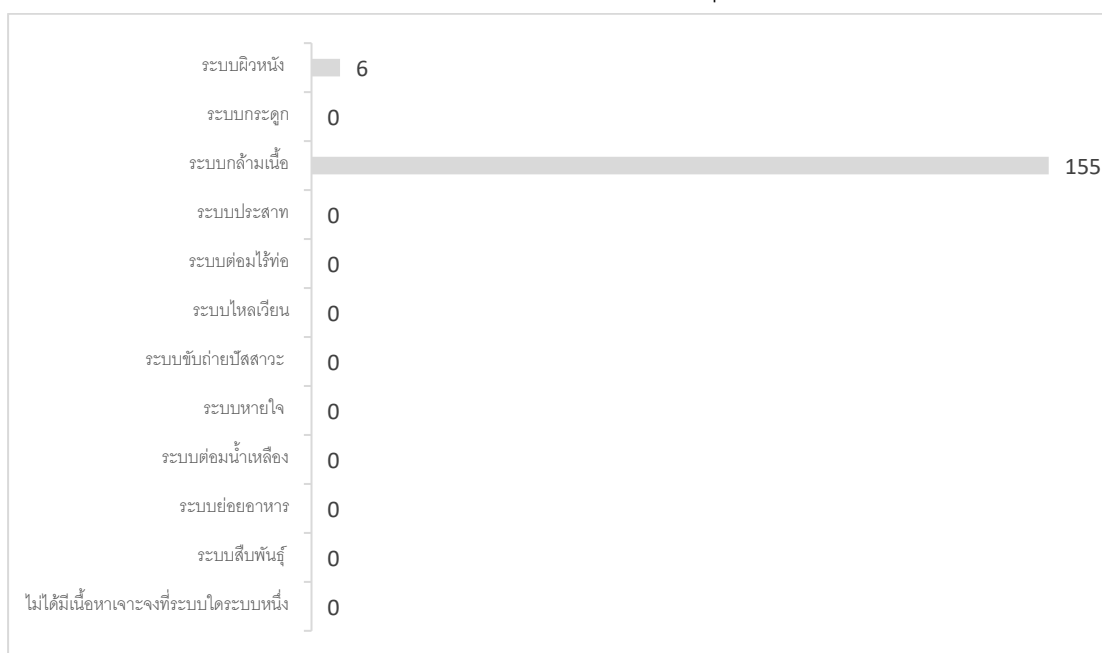
เนื้อหาสุขภาพที่น่าสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
ระบบปกคลุมร่างกาย (Integumentary system)	0	0
ระบบโครงกระดูก (Skeletal system)	6	3.73
ระบบกล้ามเนื้อ (Muscular system)	155	96.27
ระบบประสาท (Nervous system)	0	0
ระบบต่อมไร้ท่อ (Endocrine system)	0	0
ระบบไหลเวียนโลหิต (Circulatory system)	0	0
ระบบขับถ่ายปัสสาวะ (Urinary system)	0	0
ระบบทางเดินหายใจ (Respiratory system)	0	0
ระบบน้ำเหลือง (Lymphatic system)	0	0
ระบบทางเดินอาหาร (Digestive system)	0	0
ระบบสืบพันธุ์ (Reproductive system)	0	0
ไม่ได้มีเนื้อหาเจาะจงที่ระบบใดระบบหนึ่ง	0	0
ไม่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ	0	0
รวม	161	100

ตารางที่ 13 จากการวิเคราะห์ความถี่ของเนื้อหาสุขภาพที่รายการ ข ชัยบ นำเสนอ จำนวน 161 ตอน พบว่ามีการนำเสนอเนื้อหาเรื่องต่างๆในรายการ 24 ครั้ง เป็นเนื้อหาสุขภาพ จำนวน 161 ครั้ง เรียงจากมากไปน้อยดังนี้

อันดับ 1 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ระบบกล้ามเนื้อ (Muscular system) จำนวน 155 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 96.27

อันดับ 2 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ระบบโครงกระดูก (Skeletal system) จำนวน 6 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 3.73

โดยไม่พบว่ามี การนำเสนอนี้ในส่วน ของ ระบบปกคลุมร่างกาย (Integumentary system), ระบบประสาท (Nervous system), ระบบต่อมไร้ท่อ (Endocrine system), ระบบไหลเวียนโลหิต (Circulatory system), ระบบขับถ่ายปัสสาวะ (Urinary system), ระบบทางเดินอาหาร (Digestive system), และ ระบบสืบพันธุ์ (Reproductive system)



ภาพประกอบ 9 แผนภูมิแสดงปริมาณความถี่ของเนื้อหาสุขภาพในรายการ ข ขยับ

ตาราง 14 แสดงปริมาณความถี่ของเนื้อหาสุขภาพในรายการคนสู้โรค

เนื้อหาสุขภาพที่น่าสนใจ	จำนวน	ร้อยละ
ระบบปกคลุมร่างกาย (Integumentary system)	12	3.49
ระบบโครงกระดูก (Skeletal system)	34	9.88
ระบบกล้ามเนื้อ (Muscular system)	74	21.51
ระบบประสาท (Nervous system)	41	11.92
ระบบต่อมไร้ท่อ (Endocrine system)	2	0.58
ระบบไหลเวียนโลหิต (Circulatory system)	13	3.78
ระบบขับถ่ายปัสสาวะ (Urinary system)	5	1.45
ระบบทางเดินหายใจ (Respiratory system)	14	4.07
ระบบน้ำเหลือง (Lymphatic system)	3	0.87
ระบบทางเดินอาหาร (Digestive system)	28	8.14
ระบบสืบพันธุ์ (Reproductive system)	11	3.20
ไม่ได้มีเนื้อหาเจาะจงที่ระบบใดระบบหนึ่ง	57	16.57
ไม่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ	50	14.53
รวม	344	100.00

ตารางที่ 14 จากการวิเคราะห์ความถี่ของเนื้อหาสุขภาพที่รายการ คนสู้โรค นำเสนอ จำนวน 90 ตอน พบว่ามีการนำเสนอเนื้อหาเรื่องต่างๆในรายการ 344 ครั้ง เป็นเนื้อหาสุขภาพ จำนวน 294 ครั้ง และไม่มีเนื้อหาด้านสุขภาพจำนวน 50 ครั้ง เรียงจากมากไปน้อยดังนี้

อันดับ 1 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ ระบบกล้ามเนื้อ (Muscular system) จำนวน 74 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 21.51

อันดับ 2 เนื้อหาที่ไม่ได้มีเนื้อหาเจาะจงที่ระบบใดระบบหนึ่งจำนวน 57 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 16.57

อันดับ 3 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบประสาท (Nervous system) 41 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 11.92

อันดับ 4 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบโครงกระดูก (Skeletal system) 34 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 9.88

อันดับ 5 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบทางเดินอาหาร (Digestive system) 28 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 8.14

อันดับ 6 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบทางเดินหายใจ (Respiratory system) 14 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 4.07

อันดับ 7 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบไหลเวียนโลหิต (Circulatory system) 13 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 3.78

อันดับ 8 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบปกคลุมร่างกาย (Integumentary system) 12 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 3.49

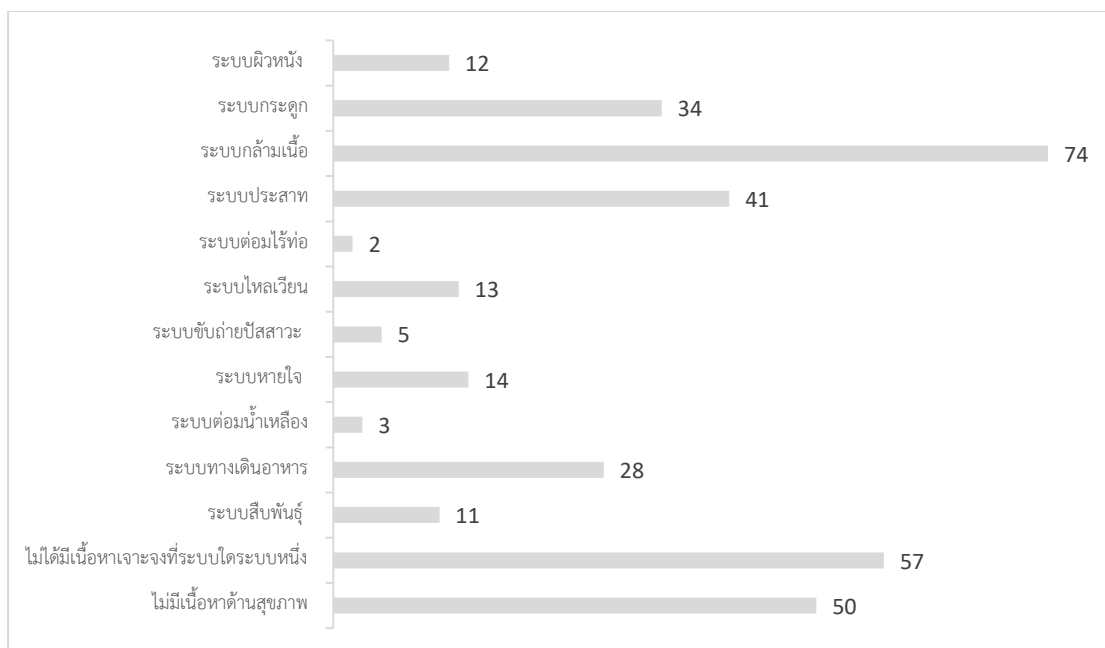
อันดับ 9 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบสืบพันธุ์ (Reproductive system) 11 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 3.20

อันดับ 10 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบขับถ่ายปัสสาวะ (Urinary system) 5 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 1.45

อันดับ 11 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบน้ำเหลือง (Lymphatic system) 3 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 0.87

อันดับ 12 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบต่อมไร้ท่อ (Endocrine system) 2 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 0.58

โดยไม่มีการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพจำนวน 50 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 14.53



ภาพประกอบ 10 แผนภูมิแสดงปริมาณความถี่ของเนื้อหาสุขภาพในรายการ คนสู้โรค

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง “การศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพของรายการโทรทัศน์ในประเทศไทย” ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการรวบรวมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพที่ออกอากาศในช่วงเดือน มกราคม - มิถุนายน 2562 จากช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลที่ได้รับเรตติ้งมากที่สุดในกลุ่มบริการสาธารณะ จำนวน 1 ช่อง และ กลุ่มบริการธุรกิจ จำนวน 1 ช่อง รวมเป็นจำนวน 2 ช่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอปริมาณความถี่ รูปแบบของรายการ รูปแบบองค์ความรู้ด้านสุขภาพและเนื้อหาของรายการสุขภาพที่นำเสนอผ่านโทรทัศน์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามกระบวนการจนบรรลุโดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 2 อภิปรายผลการศึกษา

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในอนาคต

สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “การศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพของรายการโทรทัศน์ในประเทศไทย” จะแสดงให้เห็นปริมาณของรายการสุขภาพ ช่วงเวลาในการนำเสนอ รูปแบบรายการที่นำเสนอ รูปแบบองค์ความรู้ด้านสุขภาพและเนื้อหาของรายการที่นำเสนอ ของช่องโทรทัศน์ในรูปแบบสาธารณะและรูปแบบบริการทางธุรกิจ ผ่านรายการโทรทัศน์ 3 รายการ ได้แก่ รายการพบหมอศิริราช รายการ ขยับ และ รายการคนสู้โรค ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้แบ่งการศึกษาออกเป็น 5 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ปริมาณความถี่ของรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพในช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจและช่องบริการสาธารณะ

ส่วนที่ 2 ปริมาณความถี่ของช่วงเวลานำเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ

ส่วนที่ 3 ปริมาณความถี่ของรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ

ส่วนที่ 4 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้ด้านสุขภาพในรายการโทรทัศน์ในแต่ละตอน

ส่วนที่ 5 ปริมาณความถี่เนื้อหาสุขภาพที่รายการโทรทัศน์ได้นำเสนอในแต่ละรายการ

ส่วนที่ 1 ปริมาณความถี่ของรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพในช่องโทรทัศน์ ประเภทบริการทางธุรกิจและช่องบริการสาธารณะ

จากช่องโทรทัศน์จำนวน 25 ช่อง ทางผู้วิจัยได้เลือกช่องโทรทัศน์ที่มีเรตติ้งสูงที่สุดใน
กลุ่มช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ และ ช่องโทรทัศน์สาธารณะจำนวนอย่างละ 1 ช่อง รวม
2 ช่อง ได้แก่

กลุ่มบริการทางธุรกิจได้แก่ช่อง 7 HD โดยได้รับเรตติ้ง 1.845

กลุ่มช่องบริการสาธารณะได้แก่ช่อง Thai PBS โดยได้รับเรตติ้ง 0.068

ด้านปริมาณรายการสุขภาพในช่องโทรทัศน์จากการตรวจสอบพบว่ามีรายการที่มี
เนื้อหาสุขภาพจำนวน 4 รายการ โดยแบ่งออกเป็น 2 รายการจากช่องประเภทบริการทางธุรกิจ
ได้แก่รายการ การแพทย์ก้าวหน้า และรายการ พบหมอศิริราช และ 2 รายการจากช่องประเภท
โทรทัศน์สาธารณะ ได้แก่รายการ ข ขยับ และ รายการ คนสู้โรค

ส่วนที่ 2 ปริมาณความถี่ของช่วงเวลานำเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ

จากช่องโทรทัศน์ที่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 ช่อง ได้แก่ช่อง 7HD และ ช่อง
Thai PBS พบว่ามีการนำเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ รวมทั้งหมด 4 รายการดังนี้

รายการ การแพทย์ก้าวหน้า ออกอากาศทางช่อง 7 HD ทุกวันเสาร์ เวลา 04:30
น. - 04:40น. ทางช่อง 7 HD แต่เนื่องจากรายการการแพทย์ก้าวหน้าไม่ได้มีการบันทึกเอาไว้บน
ช่องทางหลักของช่องโทรทัศน์จึงถูกนำออกจากการศึกษาครั้งนี้

รายการ พบหมอศิริราช ออกอากาศทางช่อง 7 HD ทุกวันอาทิตย์ เวลา 15:30น.
- 15:35น. มีช่วงรายการจำนวน 1 ช่วงรายการ

รายการ คนสู้โรค ออกอากาศทางช่อง Thai PBS ทุกวัน อังคาร – ศุกร์ เวลา
15:05 – 15:30น. มีช่วงรายการจำนวน 3 ช่วงรายการ และเพิ่มขึ้นมาเป็น 4 ช่วงรายการใน
ภายหลัง

รายการ ข ขยับ ออกอากาศทางช่อง Thai PBS ทุกวัน โดยวันจันทร์ - ศุกร์
ออกอากาศเวลา 16:55น.- 17:00น. และ วันเสาร์ - อาทิตย์ออกอากาศเวลา 05:55 น.- 06:00น. มี
ช่วงรายการจำนวน 1 ช่วงรายการ

จึงสรุปได้ว่าช่วงเวลาที่ช่องโทรทัศน์นิยมนำเสนอรายการเพื่อสุขภาพมีสองช่วงเวลา
คือเวลาในช่วง 03:01 – 06:00 น. และ 15:01 – 18:00

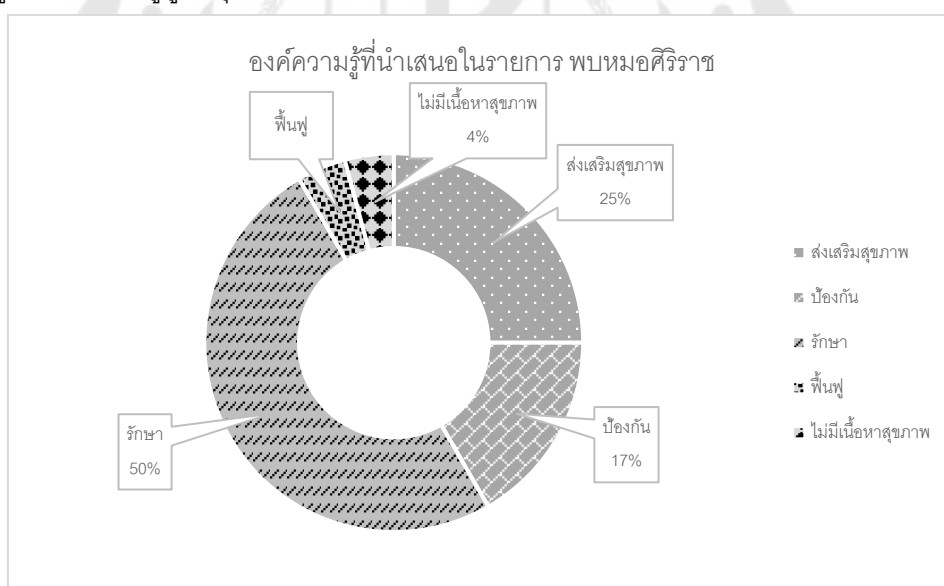
ส่วนที่ 3 ปริมาณความถี่ของรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ

จากการวิเคราะห์ความถี่ของรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพพบว่ามี 3 รูปแบบรายการโทรทัศน์ ดังนี้ รายการพหุหมอศิริราชเป็นรายการรูปแบบรายการสารคดี, รายการ ขยับ เป็นรายการรูปแบบกีฬา, และรายการ คนสู้โรคเป็นรายการรูปแบบวาไรตี้

ส่วนที่ 4 ปริมาณความถี่ขององค์ความรู้ที่ใช้ในการนำเสนอความรู้ด้านสุขภาพ ในรายการโทรทัศน์ในแต่ละตอน

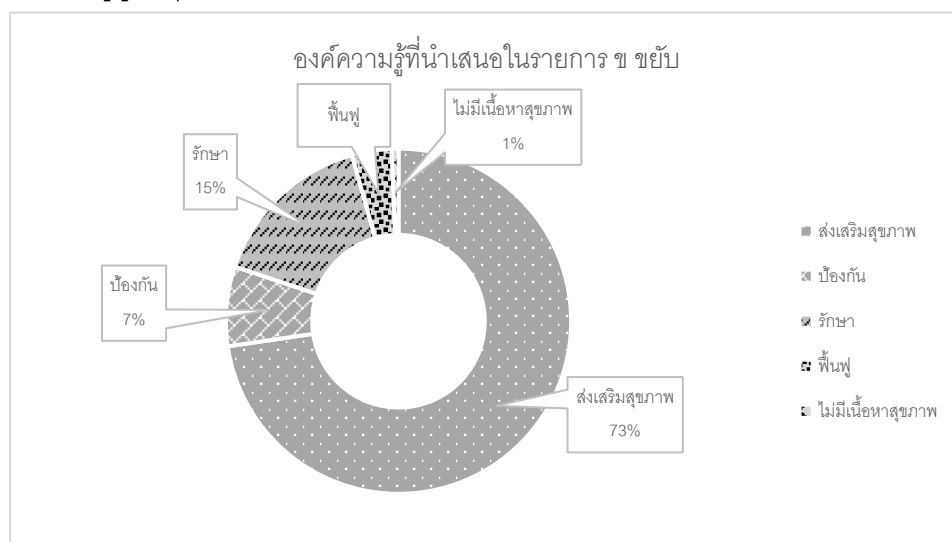
จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ 3 รายการ จำนวน รวม 275 ตอน พบว่ารายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพนิยมนำเสนอด้วยองค์ความรู้ ด้านการ ส่งเสริมสุขภาพมากที่สุด รองลงมาคือองค์ความรู้ด้านการป้องกัน ด้านการรักษา และด้านการ ฟื้นฟูตามลำดับเมื่อพิจารณาแยกเป็นรายการจะเป็นดังนี้

รายการพหุหมอศิริราช องค์ความรู้ที่นำเสนอมากที่สุดคือองค์ความรู้ด้านการ รักษา รองลงมาเป็น องค์ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพ องค์ความรู้ด้านการป้องกัน และ องค์ความรู้ด้านการฟื้นฟูแลสุขภาพ ตามลำดับ



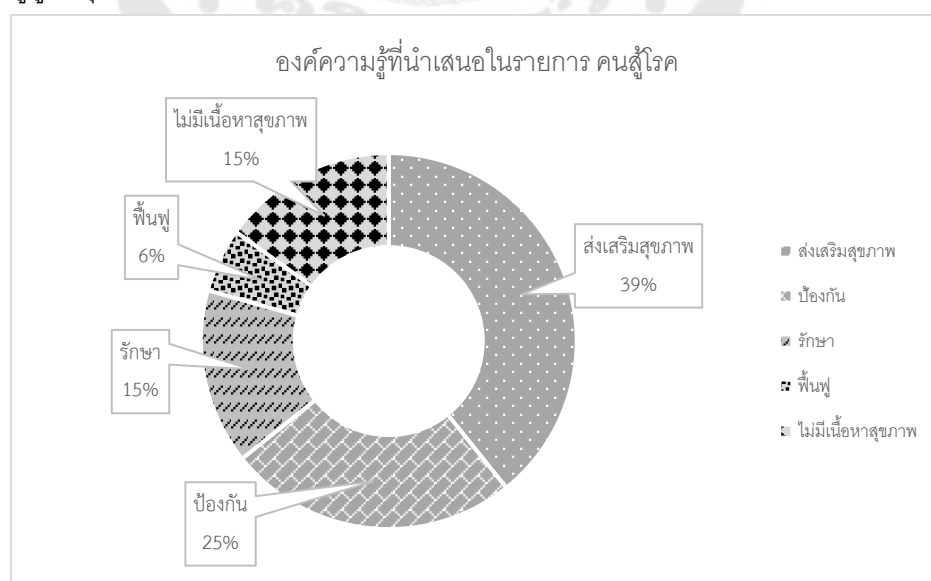
ภาพประกอบ 11 องค์ความรู้ที่นำเสนอในรายการ พหุหมอศิริราช

รายการ ขยับ องค์ความรู้ที่นำเสนอมากที่สุดคือองค์ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพ รองลงมาเป็น องค์ความรู้ด้านการรักษา องค์ความรู้ด้านการป้องกัน และองค์ความรู้ด้านการฟื้นฟูดูแลสุขภาพตามลำดับ



ภาพประกอบ 12 องค์ความรู้ที่นำเสนอในรายการ ขยับ

รายการคนสู้โรค องค์ความรู้ที่นำเสนอมากที่สุดคือองค์ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพ รองลงมาเป็น องค์ความรู้ด้านการป้องกัน องค์ความรู้ด้านการรักษา และ องค์ความรู้ด้านการฟื้นฟูดูแลสุขภาพ ตามลำดับ



ภาพประกอบ 13 องค์ความรู้ที่นำเสนอในรายการ คนสู้โรค

ส่วนที่ 5 ปริมาณความถี่เนื้อหาสุขภาพที่รายการโทรทัศน์ได้นำเสนอในแต่ละ

รายการ

จากการวิเคราะห์ความถี่เนื้อหาสุขภาพที่รายการนำเสนอในช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลจำนวน 3 รายการ ได้แก่รายการ พบหมอศิริราช รายการ ขยับ และ รายการคนสู้โรค ในช่วง เดือนมกราคม - มิถุนายน สามารถแจกแจงความถี่เนื้อหาสุขภาพที่แต่ละรายการนิยมนำเสนอได้ดังต่อไปนี้

รายการ พบหมอศิริราชมีจำนวน 24 ตอน โดยนำเสนอตอนละ 1 ช่วงรายการ เนื้อหาสุขภาพที่นำเสนอเรียงจากลำดับมากไปน้อยมีดังนี้ เนื้อหาที่ถูกนำเสนอมากที่สุดคือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบประสาท ระบบไหลเวียนโลหิต และ ระบบทางเดินหายใจ

รายการ ขยับ เนื้อหาสุขภาพที่นำเสนอมีจำนวน 161 ตอน โดยนำเสนอตอนละ 1 ช่วงรายการ เนื้อหาที่นำเสนอมากที่สุดคือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบกล้ามเนื้อ รองลงมาคือระบบโครงกระดูก

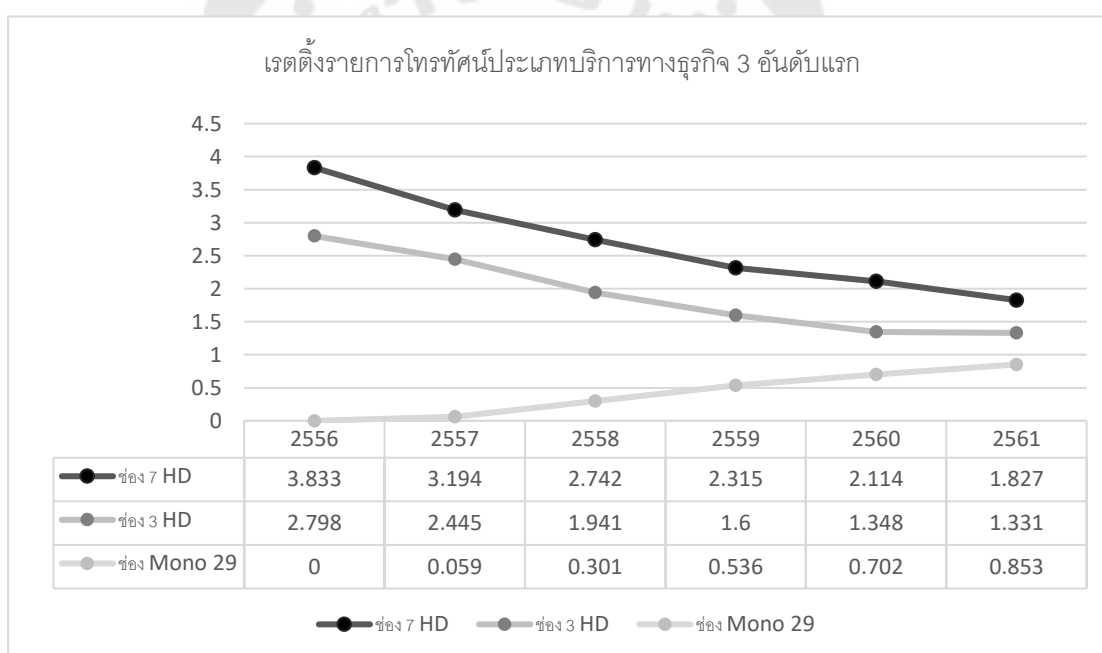
รายการ คนสู้โรค เนื้อหาสุขภาพที่นำเสนอมีจำนวน 90 ตอน โดยนำเสนอตอนละ 3 ช่วงรายการจำนวน 4 ตอน และ 4 ช่วงรายการ จำนวน 86 ตอน เนื้อหาสุขภาพที่นำเสนอมากที่สุดคือ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบกล้ามเนื้อ รองลงมาคือเนื้อหาสุขภาพที่เนื้อหาที่ไม่ได้มีเนื้อหาเจาะจงที่ระบบใดระบบหนึ่ง และ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับระบบประสาท ตามลำดับ โดยเป็นเพียงรายการเดียวในรายการที่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่นำเสนอเนื้อหาครบทุกระบบที่ได้กล่าวมา

อภิปรายผล

1 ปริมาณความถี่ของรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพในช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจและช่องบริการสาธารณะ

ช่องโทรทัศน์ที่นำมาใช้ในการศึกษาค้างนี้ได้จากการเลือกช่องที่ได้รับ เรตติ้ง (Rating) สูงที่สุดในกลุ่มช่องบริการสาธารณะและช่องบริการทางธุรกิจในช่วงเดือน มกราคม - มิถุนายน 2562 อย่างละ 1 ช่อง เป็นจำนวนรวม 2 ช่อง โดยอ้างอิงมาจากการสำรวจเรตติ้งของบริษัท เอจีพี นิลเด็น (ประเทศไทย) ช่องโทรทัศน์ที่ได้รับเรตติ้งสูงสุดในกลุ่มบริการทางธุรกิจได้แก่ช่อง 7HD และช่องที่ได้รับเรตติ้งสูงสุดในกลุ่มช่องบริการสาธารณะได้แก่ช่อง Thai PBS ความนิยมในช่องโทรทัศน์สาธารณะนั้นสอดคล้องกับการศึกษาของสำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2562: 3-22) ในขณะที่ความนิยมการรับชมช่องโทรทัศน์ในกลุ่ม

บริการทางธุรกิจกลับไม่เท่ากันเนื่องจากความแตกต่างของวิธีการเก็บข้อมูลซึ่งวิธีที่ บริษัท เนลสัน นีลเสน (ประเทศไทย) ใช้ในการเก็บข้อมูลผ่านการดึงข้อมูลผ่านสายโทรศัพท์แบบ Online วันต่อวันจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2,400 หลังคาเรือน ต่างกับสำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่ใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการการทำแบบสำรวจประชากรจำนวน 10,000 ครัวเรือน ซึ่งความแตกต่างของการเก็บข้อมูลสองวิธีนี้ส่งผลให้จำนวนเรตติ้งที่ได้ออกมาแตกต่างกันออกไปตามแต่ละวิธีการเก็บข้อมูล โดยทางผู้วิจัยได้เลือกใช้ข้อมูลเรตติ้งจากบริษัท เนลสัน นีลเสน (ประเทศไทย) เนื่องจากเป็นวิธีการเก็บข้อมูลโดยดึงข้อมูลตรงจากโทรทัศน์ที่ผู้ชมกำลังรับชมอยู่ซึ่งมีโอกาสได้ข้อมูลที่ต้องการมากกว่า ประกอบกับบริษัทที่ทำข้อมูลเรตติ้งให้กับช่องโทรทัศน์ในประเทศไทยมาอย่างยาวนานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523จนถึงปัจจุบัน (www.nielsentam.tv.2561)



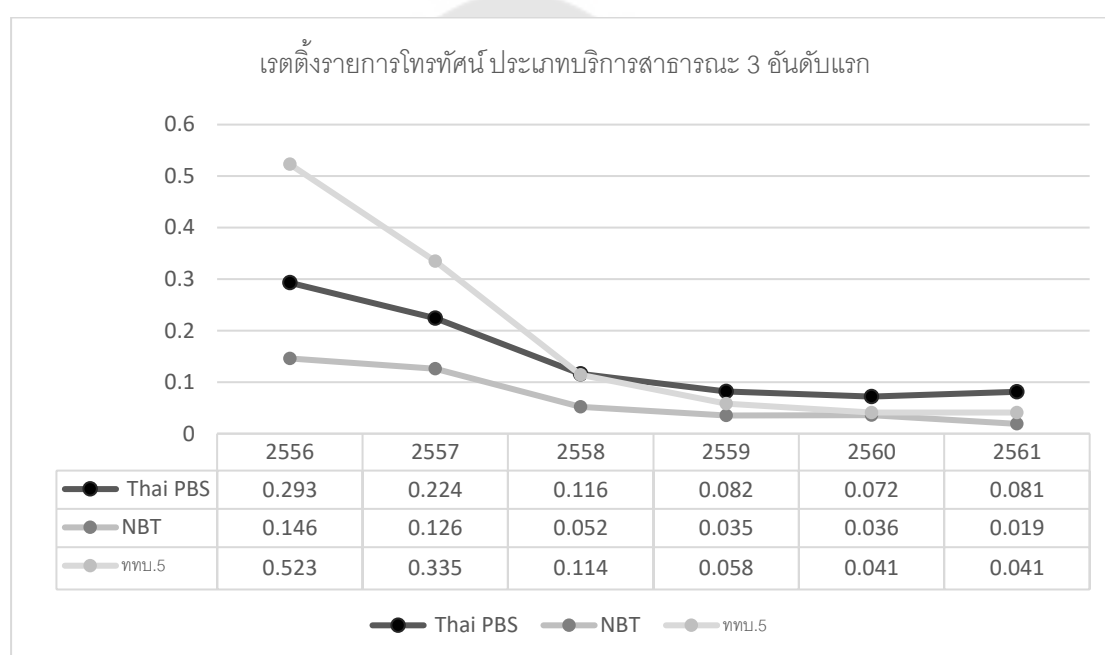
ภาพประกอบ 14 แผนภูมิ เรตติ้งรายการโทรทัศน์ ช่อง 7HD,3HD และ Mono 29 ตั้งแต่ปี 2556 – 2561

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ (2562)

ช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจเป็นช่องโทรทัศน์ประเภทที่ได้เรตติ้งสูงในกลุ่มช่องโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลโดยช่องโทรทัศน์เหล่านี้เป็นช่องโทรทัศน์ที่เน้นนำเสนอเนื้อหาใน

ประเภทที่คนสนใจเป็นหลักโดยแต่ละช่องก็มีรายการและวิธีการนำเสนอเพื่อจะดึงดูดใจผู้ชมที่แตกต่างกันออกไปตามนโยบายของแต่ละช่อง ซึ่งช่อง 7 HD ก็เป็นโทรทัศน์ช่องหนึ่งในกลุ่มโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ โดยช่อง 7HD เน้นนำเสนอเนื้อหาประเภท ละคร ละครพื้นบ้าน และ กีฬา โดยมีฐานคนดูอยู่ในกลุ่มคนในต่างจังหวัดมากกว่าในกรุงเทพฯ และโดยช่วงอายุที่นิยมดูช่อง 7HD มากที่สุดคือช่วงวัย 50 ปี ขึ้นไป (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์. 2562: 46-49)

โดยจำนวนรายการสุขภาพจากการตรวจสอบรายการโทรทัศน์ในช่อง 7HD พบว่ามีจำนวน 2 รายการได้แก่ รายการ การแพทย์ก้าวหน้า และรายการ พบหมอศิริราช



ภาพประกอบ 15 แผนภูมิ เรตติ้งรายการโทรทัศน์ ช่อง Thai PBS, NBT และ ททบ.5 ตั้งแต่ปี 2556 – 2561

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ (2562)

ช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางสาธารณะนั้นเมื่อดูในภาพรวมจะพบว่าเรตติ้งของช่องโทรทัศน์ในประเภนี้น้อยกว่าช่องโทรทัศน์ในกลุ่มบริการทางธุรกิจ ช่องโทรทัศน์ในกลุ่มนี้จะเน้นนำเสนอเนื้อหาที่พัฒนาสังคมตามจุดประสงค์ของแต่ละช่อง ช่องโทรทัศน์ประเภทนี้จะได้รับเงินสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งช่อง Thai PBS ก็เป็นหนึ่งในช่องโทรทัศน์ในกลุ่มนี้โดยช่อง Thai PBS ได้รับเงินสนับสนุนในการผลิตรายการจากเงินภาษีด้านสุราและยาสูบ ช่อง Thai PBS เน้นนำเสนอ

เนื้อหาประเภท รายการข่าวและรายการสารคดี โดยมีฐานคนดูอยู่ในกลุ่มคนกรุงเทพและ
ปริมณฑลเป็นส่วนใหญ่ และช่วงอายุที่นิยมดูช่อง Thai PBS มากที่สุดคือช่วงวัย 50 ปี ขึ้นไป
เช่นเดียวกับช่อง 7 HD (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์. 2562:
102-103)โดยจำนวนรายการสุขภาพจากการตรวจสอบรายการโทรทัศน์ในช่อง Thai PBS พบว่า
มีจำนวน 2 รายการได้แก่ รายการ ข ขยับ และ รายการ คนสู้โรค

เมื่อพิจารณาจากแผนภูมิเรตติ้งของช่องโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะและ
ประเภทบริการทางธุรกิจจะพบว่าสิ่งที่มีเหมือนกันคือ จำนวนเรตติ้งของช่องโทรทัศน์ทั้งสอง
ประเภทค่อยๆลดลงในแต่ละปีโดยมีสาเหตุสำคัญ 2 ประการได้แก่

1 จำนวนช่องทีวีดิจิทัลที่มากขึ้นจาก 6 ช่อง เป็น 26 ช่องเนื่องจากในปี 2557 ได้
มีการเริ่มต้นการใช้งานโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลทำให้จำนวนช่องโทรทัศน์จากเดิมที่มี 6 ช่องเพิ่ม
ขึ้นมาเป็น 26 ช่อง ทำให้เกิดการแข่งขันกันเพื่อแย่งชิงจำนวนผู้ชมที่มากขึ้นซึ่งส่งผลให้ช่องโทรทัศน์
ทั้งหมดเรตติ้งลดต่ำลง (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์. 2562)

2 การที่ผู้คนสามารถเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตได้มากขึ้นทำให้ความสำคัญของสื่อ
โทรทัศน์ได้ถูกลดทอนลงไปโดยเฉพาะในกลุ่มคนอายุต่ำกว่า 41 ปี พบว่ามีการใช้งานสื่อโทรทัศน์ที่
ลดลงอย่างเห็นได้ชัด โดยกลุ่มคนอายุ 24-41ปีมีการใช้งานสื่อโทรทัศน์ใน 1 วัน อยู่เพียงร้อยละ 13
และในกลุ่มคนอายุน้อยกว่า 24 ปี มีการใช้งานสื่อโทรทัศน์อยู่ที่ร้อยละ 6.1 ในขณะที่จำนวน
ผู้ใช้สื่อโทรทัศน์ก็ค่อยๆลดลงไปเช่นกันโดยคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ.2567 ปริมาณผู้ใช้งานสื่อ
โทรทัศน์จะลดลงจาก ร้อยละ 35.9 เหลือเพียงร้อยละ 28.2 (สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษา
แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2562)

จากที่ได้กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการที่ช่องโทรทัศน์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นนั้นทำให้สื่อ
โทรทัศน์แต่ละช่องต้องทำการปรับตัวเพื่อดึงดูดฐานคนดูให้มากยิ่งขึ้น และการที่กลุ่มคนที่อายุต่ำ
กว่า 41 ปีลงไปมีการใช้งานสื่อโทรทัศน์น้อยลงแสดงให้เห็นถึงว่าในปัจจุบันคนไม่ได้ยึดติดกับการ
รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์เพียงอย่างเดียวแต่มีการเปิดรับสื่ออื่นๆมากขึ้นโดยเฉพาะสื่อ
ประเภทอินเทอร์เน็ตตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปในอนาคตวิธีการบริโภคสื่อก็จะเปลี่ยนไปเช่นกันดัง
เช่นทฤษฎี สื่อคือสารของมาร์แชล แมคลูฮัน(McLuhan. 1964)

2 ช่วงเวลานำเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ

จากการตรวจสอบรายการสุขภาพในช่องโทรทัศน์พบว่า มีจำนวน 4 รายการ โดยแบ่งเป็น 2 รายการจากช่อง 7HD และ 2 รายการจากช่อง Thai PBS เมื่อแจกแจงช่วงเวลาออกอากาศของแต่ละช่องจะได้ดังนี้

รายการในช่อง 7 HD มี 2 รายการได้แก่

1.รายการการแพทย์ก้าวหน้า ออกอากาศทุกเสาร์เวลา 04:30 – 04:40น. แต่เนื่องจากรายการการแพทย์ก้าวหน้าไม่ได้มีการบันทึกเอาไว้บนช่องทางหลักของช่องโทรทัศน์จึงถูกนำออกจากการศึกษาครั้งนี้

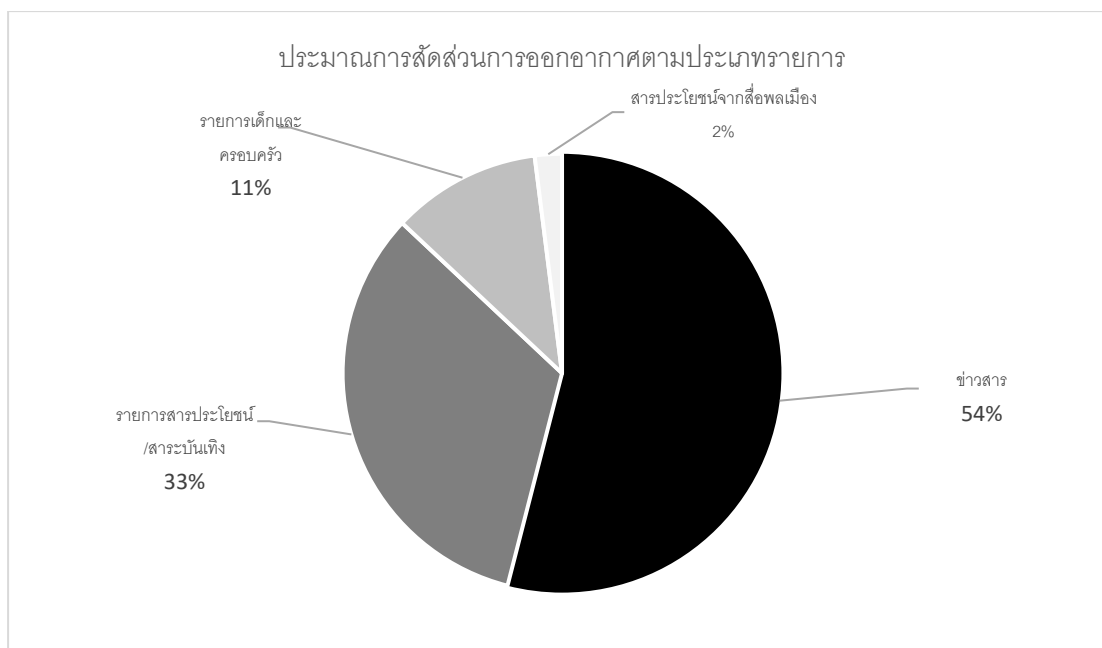
2.รายการพบหมอศิริราช โดยออกอากาศทุกวันอาทิตย์เวลา 15:30 -15:35น.

รายการในช่อง Thai PBS ได้แก่ มี 2 รายการได้แก่

1.รายการ คนสู้โรค ออกอากาศทางช่อง Thai PBS ทุกวัน อังคาร – ศุกร์ เวลา 15:05 – 15:30น.

2.รายการ ข ชัยป์ ออกอากาศทางช่อง Thai PBS ทุกวัน โดยวันจันทร์ - ศุกร์ ออกอากาศเวลา 16:55น.– 17:00น. และ วันเสาร์ – อาทิตย์ออกอากาศเวลา 05:55 น.– 06:00น.

จะเห็นได้ว่าจำนวนรายการที่นำเสนอในช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางสาธารณะ และประเภทบริการทางธุรกิจมีจำนวนเท่ากันคือ 2 รายการ แต่ความถี่ในการนำเสนอของแต่ละรายการนั้นมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด โดยช่องประเภทบริการสาธารณะจะมีความถี่ในการนำเสนอรายการที่มากกว่าช่องประเภทบริการทางธุรกิจเนื่องจากวัตถุประสงค์ของการจัดทำช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางสาธารณะนั้นมีจุดประสงค์หลักเพื่อการเผยแพร่ความรู้แก่สังคม ซึ่งช่องได้มีการจัดสรรเวลาเอาไว้เพื่อสนับสนุนให้เกิดรายการที่มีเนื้อหาส่งเสริมเนื้อหาในประต่างๆ ตามนโยบายของช่องโทรทัศน์สาธารณะในแต่ละปีตัวอย่างเช่นช่อง Thai PBS ที่มีการจัดสัดส่วนรายการในแต่ละประเภทเอาไว้ ดังภาพประกอบที่ 13



ภาพประกอบ 16 ประมาณการสัดส่วนรายการของช่องโทรทัศน์ Thai PBS

ที่มา คณะกรรมการบริหารองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (2562: 13)

ในขณะที่ช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจการนำเสนอเนื้อหาจำเป็นต้องสนใจเรื่องของเรตติ้งความนิยมของคนดูทำให้ในการนำเสนอรายการ ต้องคำนึงถึงว่าผู้ชมจะสนใจเนื้อหารายการที่นำเสนอไปมากหรือน้อยเพียงใดจึงทำให้รายการส่วนใหญ่ของช่องเป็นรายการในกลุ่มให้ความบันเทิงแก่ผู้ชม

ในด้านของเวลาการนำเสนอเนื้อหาจากข้อมูลที่ได้กล่าวมาจะพบว่าช่วงเวลาในการนำเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุภาพนั้นนำเสนอใน 2 ช่วงเวลาคือช่วงเช้าเวลา 03:01 – 06:00 น. และช่วงบ่ายเวลา 15:01 – 18:00 น. เมื่อนำช่วงเวลาที่รายการออกอากาศมาเปรียบเทียบกับงานศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อ จะพบว่าช่วงเวลาที่รายการสุภาพออกอากาศทั้งหมดล้วนไม่ใช่ช่วงเวลาที่คนนิยมใช้งานสื่อโทรทัศน์ จากการศึกษาของ เหมือนตะวัน สุทธิวิจิตร (2559: 66) ได้ระบุว่าช่วงเวลา 02.01-06.00 น. และ 14.01-18.00 น. มีการรับชมโทรทัศน์อยู่ที่ร้อยละ 1.3 และ ร้อยละ 7.7 ตามลำดับ และจากการศึกษาของ อติพล เอื้อจรัสพันธุ์ (2561: 59-65) ระบุว่ากลุ่มหลักของผู้ชมสื่อโทรทัศน์เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในวัย 39-53 ปี ซึ่งในช่วงเวลา 03:01 – 06:00 น. และ 15:01 – 18:00 น. กลุ่มคนเหล่านี้มีใช้งานสื่อเพียง ร้อยละ 8.50 และ ร้อยละ 10.25 ตามลำดับ จะแสดงให้เห็นว่าช่วงเวลาที่ยุทธศาสตร์การนำเสนอเนื้อหาสุภาพนั้นไม่ได้เป็นช่วงเวลา

คนนิยมในการดูโทรทัศน์ โดยจากรายงานจากสถิติการดูโทรทัศน์ของบริษัทนิลเส็นประเทศไทย (MarketingOops! 2560) ได้ระบุเอาไว้ว่าเวลาช่วงที่คนนิยมดูโทรทัศน์ที่สุดอยู่ในช่วง 19:00 น. – 21:00 น. เวลาที่รายการออกอากาศนั้นก็เป็นส่วนหนึ่งที่มีผลกับพฤติกรรมของคนดูเช่นกัน เพราะถ้าช่วงเวลาที่ย่อยการโทรทัศน์ออกอากาศไม่สัมพันธ์กับช่วงเวลาของคนดูโทรทัศน์จำนวนคนก็จะดูน้อยลง ซึ่งช่วงเวลาที่ย่อยการออกอากาศนั้นไม่ใช่ตัวตัดสินเพียงอย่างเดียวว่ารายการนั้นจะไม่มีผู้รับชม การจะทำให้รายการโทรทัศน์ที่อยู่ในช่วงเวลาที่ไม่นิยมได้รับความนิยมนั้นรายการโทรทัศน์รายการนั้นก็ต้องมีความน่าสนใจตัวอย่างเช่น รายการ ครีวคุณต๋อย ที่ออกอากาศในช่วงเวลา 13.15 – 13.45 น. แต่ได้รับเรตติ้ง 1.414 ซึ่งสูงสุดช่อง 3HD ในการจัดเรตติ้งรายการประเภทวาไรตี้ประจำวัน (TV DIGITAL WATCH. 2561) ซึ่งตรงนี้เป็นอุปสรรคใหญ่อย่างหนึ่งของการจัดทำรายการสุขภาพในโทรทัศน์ว่าจะจัดทำอย่างไรให้น่าสนใจ

3 ปริมาณความถี่ของรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ

จากการวิเคราะห์ความถี่ของรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพพบว่ามีรูปแบบรายการโทรทัศน์อยู่สามแบบ ตามแต่ละรายการได้แก่ รายการพบหมอศิริราชเป็นรายการรูปแบบรายการสารคดี, รายการ ข ขยับ เป็นรายการรูปแบบกีฬา, รายการ คนสู้โรคเป็นรายการรูปแบบวาไรตี้โดยแต่ละรายการมีรายละเอียดการนำเสนอดังต่อไปนี้

รายการพบหมอศิริราชจะเป็นการนำเสนอรายการในลักษณะสารคดีสั้นในเรื่องของโรคภัยไข้เจ็บผ่านการเล่าเรื่องโดยแพทย์ในสาขาที่เกี่ยวข้องกับโรคนั้น โดยวิธีการเล่าเรื่องของรายการพบหมอศิริราชจะให้ความรู้สึกเหมือนกำลังไปพบกับหมอ ในการนำเสนอเนื้อหาของรายการพบหมอศิริราชแต่ละตอนจะเปิดรายการด้วยการนำเสนอว่าโรคที่จะนำมาเสนอในครั้งนี้เกิดจากอะไร แล้วจะเล่าต่อไปในด้าน วิธีการตรวจโรค ขั้นตอนการรักษา และ วิธีการป้องกันตามลำดับ ซึ่งการที่รายการ พบหมอศิริราช นำเสนอองค์ความรู้ในด้านการรักษาเป็นหลักก็เป็นไปตามการออกแบบการนำเสนอรายการ ที่ต้องการให้ผู้ชมมีความรู้ความเข้าใจโรคและรับรู้วิธีการในการรักษา

รายการของรายการ ข ขยับ จะนำเสนอในลักษณะรายการกีฬาให้ความรู้สึกเหมือนกำลังออกกำลังกายกับผู้ฝึกสอนอยู่ โดยรายการจะเริ่มต้นจากการนำเสนอท่าออกกำลังกายที่จะใช้ในวันนี้ หลังจากนั้นจะเป็นการบอกเล่าโดยผู้ฝึกสอนว่าท่าออกกำลังกายที่กำลังจะทำนั้นเป็นการออกกำลังกายที่ตรงไหนและมีส่วนช่วยในด้านใด มีจุดไหนที่ต้องระวังบ้างซึ่งการที่รายการ ข ขยับ นำเสนอองค์ความรู้ในด้านการส่งเสริมสุขภาพนั้นก็จะเป็นไปตามการออกแบบการนำเสนอรายการ ที่เน้นให้ผู้รับชมที่ร่างกายยังคงแข็งแรงอยู่ได้รักษาสุขภาพที่ดีนี้เอาไว้

รายการของรายการคนสู่โรคจะเป็นไปในลักษณะรายการว่าไรดี ในแต่ละช่วงรายการ จะมีการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกันด้วยวิธีการที่แตกต่างกัน ช่วงจะให้ความรู้สึกเหมือนเป็นการ นำเสนอรายการแบบย่อย ๆ รายการหนึ่งโดยมีการนำเสนอความรู้ในลักษณะต่างๆ สามารถแบ่ง ออกเป็น 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

1.การให้ความรู้ด้านสุขภาพ การให้ความรู้ด้านสุขภาพในรายการจะเป็นการให้ ความรู้โดยผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการดูแลตัวเองในโรคนั้น เช่น ให้ความรู้ด้านการดูแลรักษาฟันโดย ทันตแพทย์ การดูแลรักษาดวงตาโดยจักษุแพทย์ เป็นต้น โดยวิธีการนำเสนอความรู้เหล่านี้จะเป็น การนำผู้ให้ความรู้มานั่งพูดคุยกับพิธีกรในรายการ และ อาจจะมีการเปิดตอบคำถามกับผู้ชมใน รายการที่ถามเข้ามาทางสื่อสังคมออนไลน์ ถ้าหากรายการในตอนนั้นเป็นการออกอากาศสด

2การให้ความรู้ด้านอาหารสุขภาพ การให้ความรู้ด้านอาหารสุขภาพในรายการ จะเป็นการนำเสนออาหารที่มีประโยชน์ต่างๆ พร้อมทั้งสูตรการทำอาหารชนิดนั้น โดยวิทยากรจะ ค่อยๆแนะนำส่วนผสมไปที่ละอย่างว่าอันไหนมีประโยชน์อย่างไรแล้วก็จะปรุงอาหารชนิดนั้นต่อ หน้าผู้ชมรายการในห้องส่งก่อนจะจบช่วงรายการด้วยการนำ

3.การให้ความรู้ด้านการออกกำลังกาย การให้ความรู้ด้านการออกกำลังกายใน รายการจะเป็นการออกกำลังกายในสองลักษณะได้แก่ การให้ความรู้ในการออกกำลังกายด้วยการ วิ่งโดยจะแนะนำปัญหาและวิธีการเตรียมตัวต่างๆที่นักวิ่งต้องทำก่อนจะออกไปวิ่ง และอีกอย่างคือ การให้ความรู้ด้านการออกกำลังกายประเภทโยคะโดยจะแนะนำท่าโยคะต่างๆพร้อมทั้งสาธิต วิธีการทำโยคะทำนั้นๆไปในเวลาเดียวกัน

4.เนื้อหาอื่นๆที่ไม่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ นอกจากการนำเสนอเนื้อหารายการด้าน สุขภาพแล้วในรายการคนสู่โรคยังมีเนื้อหาส่วนอื่นๆที่เป็นเนื้อหาที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับด้านสุขภาพ โดยตรง เช่น การพาผู้สูงวัยไปเที่ยวพักผ่อนตามสถานที่ต่างๆ และให้ความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมและ สถานที่นั้น

จากรายการสุขภาพทั้งสามรายการที่ได้กล่าวมาจะเห็นว่าวิธีการนำเสนอรายการ สุขภาพของช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางสาธารณะและประเภทบริการทางธุรกิจมีความ แตกต่างกันพอสมควรโดยช่องโทรทัศน์ประเภทสาธารณะนั้นจะมีการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพด้วย รูปแบบที่หลากหลายกว่าช่องโทรทัศน์ประเภทบริการทางธุรกิจ ถึงแม้จะเป็นการนำเสนอเรื่อง สุขภาพในด้านเดียวกันก็ตาม

เมื่อย้อนกลับไปพิจารณาถึงช่วงเวลาออกอากาศของทั้งสามรายการ ที่ทั้งสาม รายการนั้นมีช่วงเวลาออกอากาศในช่วงที่คนดูน้อยจึงอาจจะเข้าใจได้ว่ารูปแบบรายการที่นำเสนอ

นั้นไม่ใช่รูปแบบที่นิยมเพราะหากมองในมุมมองของผู้บริหารสถานีโทรทัศน์โดยเฉพาะจากมุมมองของสถานีสถานีโทรทัศน์ประเภทธุรกิจ รายการที่ควรจะต้องจัดเอาไว้ในเวลาที่คนนิยมดูโทรทัศน์ก็ควรจะเป็นรายการในกลุ่มที่คนนิยมดู จากการสำรวจของ เหมือนตะวัน สุทธิวิจิตร (2559: 68) ได้ระบุว่าเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่คนส่วนใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลชอบดูคือรายการประเภทละคร แต่เมื่อมองออกมาในภาพรวมของประเทศจากการศึกษาของ สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2562: 5-19) พบว่ากลุ่มคนส่วนใหญ่ของประเทศนิยมดูรายการประเภทข่าวมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งได้รับความนิยมอยู่ที่ ร้อยละ 94.6 โดยมีละครเป็นอันดับรองลงมาอยู่ที่ ร้อยละ 80.8 ในขณะที่รายการในกลุ่มรายการสารคดีและรายการสุขภาพนั้นมีความต้องการรับชมอยู่ที่ ร้อยละ 52.4 จากความนิยมเหล่านี้แสดงให้เห็นว่ารายการสุขภาพ ที่นำเสนอเนื้อหาสุขภาพเพียงอย่างเดียวเป็นหลักอาจจะไม่ได้ตอบสนองความต้องการของผู้ชม การจะนำเสนอเนื้อหาทางด้านสุขภาพผ่านทางช่องโทรทัศน์นั้นอาจจะต้องปรับการนำเสนอให้น่าสนใจขึ้นโดยสอดแทรกเข้าไปกับเนื้อหาอื่นที่ผู้ชมสนใจ เช่น เป็นช่วงหนึ่งของรายการข่าว หรือ สอดแทรกไปในละคร เป็นต้น

4 องค์ความรู้ที่ใช้ในการสื่อสารสุขภาพ

นอกจากรูปแบบรายการของสามรายการสุขภาพที่ได้นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างแล้วองค์ความรู้ที่นำเสนอในรายการสุขภาพทั้งสามรายการนั้นก็มีการนำเสนอที่แตกต่างกันไปตามจุดมุ่งหมายของแต่ละรายการ

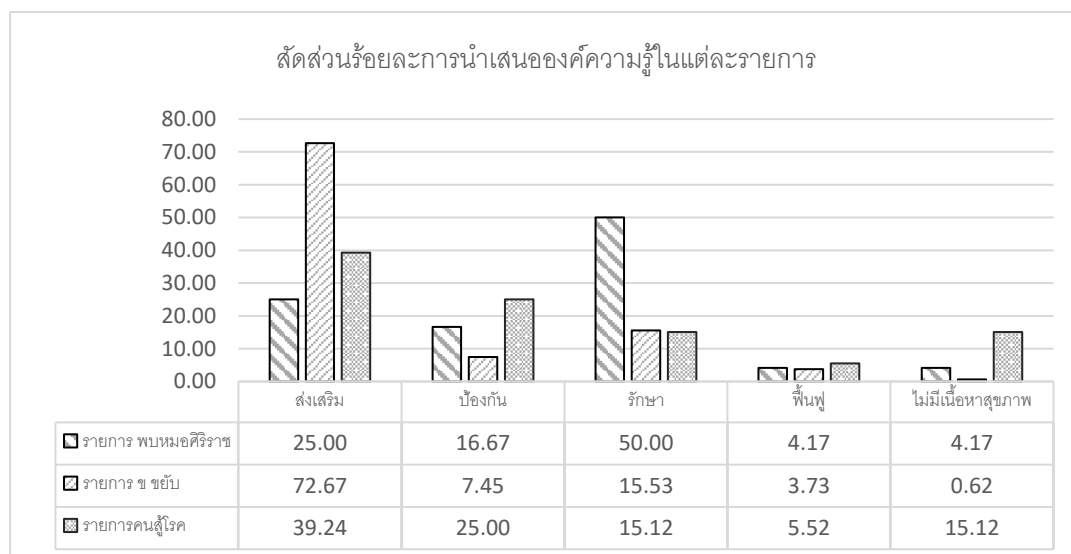
รายการพบหมอศิริราช เน้นนำเสนอองค์ความรู้ในรูปแบบขององค์ความรู้ด้านการรักษาเป็นหลัก รองลงมาคือองค์ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพ องค์ความรู้ด้านการป้องกัน และองค์ความรู้ด้านการฟื้นฟูตามลำดับ การนำเสนอองค์ความรู้ด้านสุขภาพในลักษณะนี้สอดคล้องกับวิธีการนำเสนอรายการที่จะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ

รายการ ข ชัยบ นั้นจะเน้นนำเสนอในองค์ความรู้ด้านส่งเสริมสุขภาพเป็น รองลงมาคือองค์ความรู้ด้านการรักษา องค์ความรู้ด้านการป้องกัน และความรู้ด้านการฟื้นฟูตามลำดับ ซึ่งตรงกับจุดประสงค์ของรายการที่เป็นรายการในประเภทกีฬาทำให้มุ่งนำเสนอในเรื่องการออกกำลังกายเป็นหลัก

ทางด้านรายการ คนสู้โรค ซึ่งเป็นรายการวาไรตี้ด้านสุขภาพโดยใน 1 ตอน จะมีช่วงรายการแบ่งออกเป็น 3 – 4 ช่วงรายการ แต่ละช่วงรายการจะนำเสนอเนื้อหาสุขภาพที่แตกต่างกันในหลากหลายด้านไม่ว่าจะเป็นด้านโภชนาการ ด้านโรคภัยไข้เจ็บ ด้านการออกกำลังกาย เป็นต้น มีการนำเสนอองค์ความรู้ส่วนใหญ่ส่วนใหญ่อยู่ในด้านการส่งเสริมสุขภาพ โดยจากเนื้อหาทั้งหมดมี

การนำเสนอองค์ความรู้ส่วนใหญ่ด้านส่งเสริมสุขภาพ รองลงมาคือการนำเสนอองค์ความรู้ด้านการป้องกัน องค์ความรู้ด้านการรักษา และองค์ความรู้ด้านการฟื้นฟู ตามลำดับ

เมื่อนำสัดส่วนการนำเสนอองค์ความรู้ที่นำเสนอในรายการโทรทัศน์ทั้งสามรายการ มาจัดเรียงให้เห็นภาพจะได้เป็นตารางดังนี้



ภาพประกอบ 17 สัดส่วนการนำเสนอความรู้ในรายการสุขภาพ

จะเห็นได้ว่าการนำเสนอเนื้อหารายการนั้นจะมีลักษณะที่คล้ายกันโดยรายการ คนสู้โรค และรายการ ข ขยับ จะเน้นไปในการนำเสนอเนื้อหาด้านส่งเสริมสุขภาพเป็นหลัก ในขณะที่รายการพบหมอศิริราชจะเน้นการนำเสนอเนื้อหาในด้านการรักษา แต่เนื้อหาที่ทุกรายการนำเสนอจะมีการนำเสนอเนื้อหาในประเภทส่งเสริมสุขภาพ ป้องกัน และการรักษา อยู่ปะปนกันไปมกน้อยแล้วแต่ลักษณะของรายการโดยที่ทั้งสามรายการจะมีการนำเสนอเนื้อหาประเภทการฟื้นฟู น้อยที่สุด

ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพโดยเน้นให้มีการส่งเสริมสุขภาพเป็นหลักนั้นเป็นการกระตุ้นเตือนให้หันมาดูแลสุขภาพของตนเองตั้งแต่ตัวเองยังมีสุขภาพที่ดีอยู่ ทั้งนี้การนำเสนอเนื้อหาในด้านการส่งเสริมสุขภาพเป็นจำนวนมากและเป็นการช่วยทำให้ยอดผู้ป่วยลดลงได้หนึ่งหน้เพราะการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์จะยังอยู่ในความจำของผู้คนได้ในช่วงเวลาหนึ่ง ถึงแม้จะไม่ได้ประชาสัมพันธ์แล้วก็ตาม (Burzyńska;Binkowska-Bury;&Januszewicz. 2015) ซึ่งจะส่งผลให้จำนวนผู้ป่วยในโรคประเภทไม่ติดต่อเรื้อรังหรือโรค (Non-Communicable

diseases, NCDs)ที่เกิดจากการมีสุขภาวะที่ไม่ดี เช่นโรค เบาหวานและความดันซึ่งเป็นโรคที่คนไทยมีจำนวนผู้ป่วยเพิ่มขึ้นในทุกปีสามารถลดจำนวนลงได้ (วิชัย เอกพลากร. 2557)

เมื่อนำการนำเสนอองค์ความรู้ของรายการสุขภาพในโทรทัศน์ที่กล่าวมาข้างต้นมาเปรียบเทียบกับการสื่อสารสุขภาพในนิตยสารของ ศิริรัฐ ภัคดีรัตนชิต (2556: 59-60) จะพบว่าการนำเสนอองค์ความรู้ในโทรทัศน์ กับ ในนิตยสารนั้นมีความคล้ายคลึงกันคือนำเสนอในองค์ความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพเป็นหลัก โดยองค์ความรู้อื่น อย่างเช่นการป้องกัน การรักษา ก็จะมีการนำเสนอบ้างแล้วแต่รูปแบบของนิตยสารเล่มนั้น แต่องค์ความรู้ในด้านการฟื้นฟูและสุขภาพ จะมีการนำเสนอน้อยที่สุดไม่ว่าจะเป็นในนิตยสารสุขภาพหรือในรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ ซึ่งการนำเสนอองค์ความรู้ด้านฟื้นฟูที่น้อยในทุกสื่อ นั้นแสดงให้เห็นว่าเรายังไม่ได้มีการเตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเท่าที่ควร เพราะหนึ่งในเนื้อหาประเภทฟื้นฟูและสุขภาพนั้นคือเนื้อหาด้านการดูแลและฟื้นฟูสุขภาพของผู้สูงอายุตรงนี้เองที่เป็นจุดที่น่าสนับสนุนให้เกิดการจัดทำเนื้อหาประเภทฟื้นฟูและสุขภาพให้มากยิ่งขึ้น

5 เนื้อหาสุขภาพที่รายการโทรทัศน์นำเสนอ

เนื้อหาสุขภาพที่รายการสุขภาพทั้งสามรายการนำเสนอในแต่ละรายการมีการมุ่งเน้นเนื้อหาสุขภาพในประเด็นที่แตกต่างกันออกไป เมื่อนำรายการสุขภาพทั้งสามรายการมาวิเคราะห์เนื้อหาที่แต่ละรายการได้นำเสนอออกมาว่าแต่ละรายการนั้นมีการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพในแต่ละเรื่องมากน้อยเพียงใด ก็จะสามารถจัดแบ่งประเภทการนำเสนอ ที่แต่ละรายการนำเสนอได้เป็นสองลักษณะได้แก่ 1.รายการที่นำเสนอเนื้อหาสุขภาพโดยไม่ได้เจาะจงที่ประเด็นใดประเด็นหนึ่ง และ 2.รายการที่มุ่งเน้นนำเสนอเนื้อหาสุขภาพเฉพาะประเด็นใดประเด็นหนึ่ง

รายการที่นำเสนอเนื้อหาสุขภาพโดยไม่ได้เจาะจงที่ประเด็นใดประเด็นหนึ่งคือรายการที่ไม่ได้มุ่งเน้นนำเสนอเนื้อหาในประเด็นใดประเด็นหนึ่งเป็นพิเศษเนื้อหาที่รายการนำเสนอ นั้นจะออกมาในลักษณะที่พยายามครอบคลุมประเด็นสุขภาพต่างๆเท่าที่มี รายการที่อยู่ในประเภทนี้ได้แก่ รายการ พบหมอศิริราช และ รายการคนสู้โรค รายการทั้งสองรายการมีการนำเสนอเนื้อหาที่คล้ายคลึงกัน โดยจะนำเสนอประเด็นสุขภาพแบบไม่ได้เจาะจงที่ประเด็นใดประเด็นหนึ่ง เช่นการนำเสนอเรื่องโรคผิวหนัง, การดูแลสุขภาพให้ดี, วิธีการกินยาที่ถูกต้อง เป็นต้น จะเห็นได้ว่าในแต่ละเนื้อหาที่นำเสนอ นั้นเป็นคนละเรื่องกันแต่ยังคงอยู่ใต้กรอบของคำว่าสุขภาพ

รายการที่มุ่งเน้นนำเสนอเนื้อหาสุขภาพในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง คือรายการที่เน้นนำเสนอเนื้อหาสุขภาพโดยจะเจาะจงที่ประเด็นใดประเด็นหนึ่งโดยเฉพาะตามแต่แนวทางการ

นำเสนอเนื้อหาของรายการนั้นๆ รายการประเภทนี้ได้แก่รายการ ข ขยับเพราะเป็นรายการที่มุ่งเน้นส่งเสริมการออกกำลังกายตามชื่อของรายการโดยเนื้อหาสุขภาพที่รายการนำเสนอ นั้น ส่วนใหญ่จะเป็นในเรื่องของระบบกล้ามเนื้อ เช่นการออกกำลังกายด้วยท่าทางต่างๆ การยืดเหยียดกล้ามเนื้อ การเพิ่มความแข็งแรงของมัดกล้ามเนื้อ เป็นต้น เมื่อเจาะจงที่เนื้อหาของระบบอวัยวะแต่ละระบบที่รายการทั้งสามได้นำเสนอจะเป็นดังนี้

ระบบปกคลุมร่างกาย (Integumentary system) ระบบปกคลุมร่างกายถูกนำเสนอโดยส่วนใหญ่ในสองด้านได้แก่ ด้านความสวยความงาม เช่นการดูแลผิว สารอาหารที่ทำให้ผิวพรรณงดงาม และ ด้านโรคที่เกิดขึ้นบนระบบนี้

ระบบโครงกระดูก (Skeletal system) ระบบโครงกระดูกถูกนำเสนอส่วนใหญ่ได้แก่ด้าน การดูแลบำรุงรักษาให้ระบบกระดูกมีความแข็งแรง และด้านโรคที่เกิดในระบบนี้เช่น โรคที่เกี่ยวข้องกับเส้นเอ็น

ระบบกล้ามเนื้อ (Muscular system) เป็นระบบที่ถูกนำเสนอมากที่สุดโดยเฉพาะในรายการ ข ขยับ ที่เป็นรายการกีฬาจะนำเสนอระบบนี้มากที่สุดโดยนำเสนอในแทบจะทุกตอนของเนื้อหา ในขณะที่รายการ คนสู้โรค มีการนำเสนอระบบกล้ามเนื้อมากที่สุดเช่นกันแต่มีปริมาณที่น้อยกว่ารายการ ข ขยับ โดยเนื้อหาที่นำเสนอจะมีสองประเด็นได้แก่ ประเด็นแรก การออกกำลังกายเพื่อเพิ่มความแข็งแรงของระบบนี้ และ อีกประเด็นคือ ท่าทางในการยืดเหยียดกล้ามเนื้อ

ระบบประสาท (Nervous system) ระบบประสาทเป็นเนื้อหาที่ถูกนำเสนอมากที่สุดระบบหนึ่งในรายการพบหมอศิริราช โดยเนื้อหาที่นำเสนอระบบนี้จะได้แก่ การเสริมสร้างให้ระบบนี้มีสุขภาพที่ดี เช่นการแนะนำการตรวจสายตา อาหารบำรุงสายตาเป็นต้น และการดูแลรักษาระบบนี้ เช่นการรักษาโรคพาร์กินสัน เป็นต้น

ระบบต่อมไร้ท่อ (Endocrine system) ระบบต่อมไร้ท่อเป็นระบบหนึ่งที่ถูกนำเสนอน้อยที่สุด โดยระบบนี้ถูกนำเสนอเพียงสองครั้งในรายการคนสู้โรค โดยเนื้อหาจะเกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูดูแลระบบนี้ในวัยทอง

ระบบไหลเวียนโลหิต (Circulatory system) ระบบไหลเวียนโลหิตถูกนำเสนอในสามประเด็นได้แก่ การส่งเสริมสุขภาพให้ระบบนี้ การป้องกันโรคที่เกิดกับระบบนี้ และการรักษาโรคที่เกิดในระบบนี้

ระบบขับถ่ายปัสสาวะ (Urinary system) ระบบขับถ่าย ถูกนำเสนอในด้านของการส่งเสริมให้ระบบนี้สามารถทำงานได้ดียิ่งขึ้น และ การป้องกันปัญหาที่จะเกิดกับระบบนี้

ระบบทางเดินหายใจ (Respiratory system) ระบบหายใจถูกนำเสนอในด้านของการป้องกันปัญหาที่จะเกิดกับระบบนี้ เช่น การป้องกันปัญหาฝุ่น และ การรักษาโรคที่เกิดในระบบนี้ เช่น โรคหอบหืด

ระบบน้ำเหลือง (Lymphatic system) ระบบน้ำเหลืองเป็นอีกระบบหนึ่งที่ถูกนำเสนอโดยถูกนำเสนอเพียงสามครั้งโดยเนื้อหาที่นำเสนอจะเป็นการส่งเสริมให้ระบบนี้มีความแข็งแรงมากขึ้น เช่น แนะนำอาหารที่ดีต่อระบบน้ำเหลือง และ การป้องกัน เช่น การตรวจมะเร็งต่อมน้ำเหลือง

ระบบทางเดินอาหาร (Digestive system) ระบบทางเดินอาหารถูกนำเสนอในสามด้านได้แก่ การส่งเสริมสุขภาพระบบนี้ เช่น อาหารที่ดีต่อระบบทางเดินอาหาร การป้องกัน เช่น การดูแลสุขภาพช่องปาก และด้านการรักษา เช่น การรักษาการนอนกัดฟัน

ระบบสืบพันธุ์ (Reproductive system) ระบบสืบพันธุ์ถูกนำเสนอส่วนใหญ่ในด้านการป้องกัน เช่น การป้องกันการเกิดมะเร็งรังไข่ และ การดูแลรักษาปัญหาภาวะการมีบุตรยาก การนำเสนอเนื้อหาการดูแลสุขภาพที่กล่าวมานั้นเป็นการแพร่กระจายนวัตกรรมทางหนึ่งตามทฤษฎีของ Everett Rogers (ปาริชาติ สถาปิตานนท์. 2546) เพราะว่าผู้ชมรายการจะได้รับความรู้ในเนื้อหาที่มีประเด็นทางสุขภาพต่างๆ ซึ่งจะมีทั้งเนื้อหาที่ผู้ชมมีความรู้เดิมอยู่บ้าง หรือ อาจจะเป็นเรื่องแปลกใหม่สำหรับผู้ชมไปเลย ตามแต่พื้นฐานความรู้ที่ผู้ชมมีอยู่เดิม การที่ผู้ชมได้รับความรู้ใหม่ที่รายการโทรทัศน์ได้นำเสนอนั้นก็จะเป็นการเปิดประตูสู่การเข้าถึงนวัตกรรมของผู้ชมที่ยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ ให้ผู้ชมได้เริ่มรู้จักและสามารถเข้าถึงความรู้เหล่านั้นต่อไปได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

จากการทำวิจัยเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาการดูแลสุขภาพในโทรทัศน์ผู้ทำวิจัย มีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะต่อการจัดทำรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพ

การจัดทำรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพในปัจจุบัน จะถูกจำกัดด้วยช่วงเวลาในการนำเสนอ แต่การเปลี่ยนแปลงช่วงเวลาที่น่าสนใจให้ไปอยู่ในช่วงที่คนดูโทรทัศน์นิยม ก็ไม่ได้เป็นการการันตีว่าจะทำให้รายการสุขภาพนั้นได้รับความนิยมขึ้นมา ในมุมมองของผู้ทำวิจัยจึงมีความเห็นว่าควรที่จะเริ่มจากทำให้รายการสุขภาพอยู่ในรูปแบบที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น หรือไปสอดแทรกอยู่ตามเนื้อหาของรายการในประเภทที่ผู้ชมนิยมดู ถึงแม้ว่าในปัจจุบันผู้ชมจะสามารถหาความรู้ด้านสุขภาพจากสื่ออินเทอร์เน็ตได้แต่การนำเสนอเนื้อหาสุขภาพ ผ่านรายการโทรทัศน์

นั่นก็ยังจำเป็นที่จะต้องทำเพราะอัตราการเข้าถึงของโทรทัศน์นั้นอยู่ในจำนวนที่สูงกว่า และ การเชื่อมต่อสื่อโทรทัศน์ก็ยังมีมากกว่าสื่ออินเทอร์เน็ต

ข้อเสนอแนะการวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะตัวสาร ได้แก่รายการโทรทัศน์ และ เนื้อหาที่รายการโทรทัศน์นำเสนอทำให้ ขาดมุมมองในด้านของผู้ส่งสาร และ ผู้รับสาร ในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรมีการศึกษาโดยพิจารณาถึงประเด็นดังกล่าว เพื่อให้เกิดเนื้อหาทางการศึกษาที่ครบถ้วน อันได้แก่ ผู้ส่งสาร ตัวสาร และ ผู้รับสาร

2. การศึกษาเกี่ยวกับโทรทัศน์ในประเทศไทยยังมีจำนวนที่น้อยอยู่ จึงทำให้มีข้อมูลไม่สามารถหาได้อย่างง่ายจึงควรมีการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสื่อโทรทัศน์เพิ่มเติม

3. ควรศึกษาถึงเนื้อหาสุขภาพที่มีการแฝงอยู่ตามรายการ / ละคร ต่างๆ เนื่องจากในปัจจุบันคนเริ่มหันมาสนใจทางด้านสุขภาพมากขึ้น ทำให้เกิดการสอดแทรกเนื้อหาในส่วนนี้เข้ามาตามสื่อดังกล่าว

บรรณานุกรม

- Bangkok, BLT. (2561). ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของคนไทยในอนาคต. Retrieved 3 มีนาคม, from <http://www.bltbangkok.com/WellBeing/%E0%B8%84%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B9%83%E0%B8%8A%E0%B9%89%E0%B8%88%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%A%E0%B8%B8%E0%B8%82%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9E%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%99%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%84%E0%B8%95>
- Burzyńska, J.; Binkowska-Bury, M.; & Januszewicz, P. (2015). Television as a Source of Information on Health and Illness - Review of Benefits and Problems. *Progress in Health Sciences*. 5(2): 174-184.
<https://search.proquest.com/docview/1757677884?accountid=44800>
- Claire Wardle, PhD; & Derakhshan, Hossein. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*.
- Davis, Kevin C.; et al. (2016). Does Digital Video Advertising Increase Population-Level Reach of Multimedia Campaigns? Evidence from the 2013 Tips from Former Smokers Campaign. *Journal of Medical Internet Research*. 18(9): e235.
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5040867/>
- European Centre for Disease Prevention and Control. (2010). *What Is Health Communication?* from <https://ecdc.europa.eu/en/health-communication/facts>
- Feinberg, Iris; et al. (2016). Examining Associations between Health Information Seeking Behavior and Adult Education Status in the U.S.: An Analysis of the 2012 Piaac Data. *PLOS ONE*. 11(2): e0148751. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0148751>
- Grewal, Suzanne Wakim; & Mandeep. (2021). *Human Organs and Organ Systems*. Retrieved 2021/03/06, from <https://chem.libretexts.org/@go/page/16777>

MarketingOops! (2560). นีลเสน เผย *Insight* คนไทย กับการดูทีวีออนไลน์ย้อนหลัง. from

<https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/nielsen-insight-thailand-digital-content/>

McLuhan, Herbert Marshall. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.

MoneyHub. (2561). โรค Ncds สร้างค่าใช้จ่ายมากที่สุด คร่าชีวิตคนไทยสูงสุด. Retrieved 3

มีนาคม, from <https://moneyhub.in.th/article/ncds/>

Rory, Cellan-Jones. (2017). *Fake News Worries 'Are Growing' Suggests Bbc Poll*.

Retrieved 3 มีนาคม, from <https://www.bbc.com/news/technology-41319683>

TV DIGITAL WATCH. (2561). กิก ดู่ สงครามเพลง แชมป์เรตติ้งวไรต์วันอังคาร. Retrieved 7

มิถุนายน, from <https://www.tvdigitalwatch.com/analysis-10rating-variety-27-03-61/>

TVDigitalWatch. (2562). ผลงานครึ่งปีแรกทีวีดิจิทัล. from <https://www.tvdigitalwatch.com/25-rating-compare2018-2019/>

World Health Organization. (2009). *Why Health Communication Is Important in Public*

Health. from <https://www.who.int/bulletin/volumes/87/4/08-056713/en/>

www.nielsentam.tv. (2561). ธุรกิจของการตรวจวัดเรตติ้งโดยสังเขป. from

<https://www.nielsentam.tv/where2/dynPage2.asp?hash=67e2da51ed5c582294b394d31899a2ae&crypt=N%B6%9D%A6%AC%92%B1%9B%A8%B3%8FL%A1%8Dd%8C%94%93%5D%B4%C2%C7%BB%C3%D2%D9%8B%B0%BE%9B%97%C0%A6%A6%C3I%8E%A8%9C%8CAA%CF%60v%5D%B8%A3%A3%A7%A9%92%AC%9B%C0%9C>

เขมจิรา ทองสม. (2553). การสื่อสารสุขภาพของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย. บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชา

การบริหารสื่อสารมวลชนคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน:

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เสมอ นิมจิน. (2561). เรตติ้ง (*Rating*) คืออะไร และแปลความหมายได้อย่างไร. Retrieved 3

พฤศจิกายน, from http://www.prd.go.th/ewt_dl_link.php?nid=210474

เหมือนตะวัน สุทธิวิวัฒน. (2559). การเปิดรับ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมรายการต่อ

ดิจิทัลทีวี

ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ไทยรัฐออนไลน์. (2561). กินยังงี้ไม่อันตราย! ‘ป่าช้าเหงาม’ สมุนไพรช่วยคุมน้ำตาลในเลือด.

Retrieved 25 เมษายน, from <https://www.thairath.co.th/content/1383368>

กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค. (2560). แผนยุทธศาสตร์การป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อระดับชาติ 5 ปี (พ.ศ. 2560 - 2564).

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2563). ข้อมูลสถานะสุขภาพ. from https://bps.moph.go.th/new_bps/healthdata

กาญจนา แก้วเทพ. (2547). การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ (*Critical Theory*) : แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4.. ed.: กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดเคชั่น จำกัดจำหน่าย.

----- (2552). การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค. [พิมพ์ครั้งที่ 4]. ed.: กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

----- (2556). สื่อสาร อาหาร สุขภาพ. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สกว.

----- (2556). สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4.. ed.: กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดจำหน่าย.

คณะกรรมการบริหารองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. (2562).

แผนการจัดทำรายการประจำปี 2563. Retrieved

จารุวรรณ นิธิไพบูลย์, สันหัด ทองรินทร์, วิทยาธร ท่อแก้ว,. (2559). การพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อผู้สูงอายุ. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. 10(2).

ดารารัตน์ เจริญนาค. (2551). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการเพื่อสุขภาพ

“รายการคลับสุขภาพ” ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2546). การสื่อสารสุขภาพ : ศักยภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดจำหน่าย.

พนิดา สงวนเสรีวานิช. (2560). แชรไปได้บาป ‘มะนาวไซดา’ ไม่รักษามะเร็ง ถึงเวลา ‘เปลี่ยน’ สู้สังคมความรู้. Retrieved 20 พฤษภาคม, from

https://www.matichon.co.th/prachachuen/news_562853

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, สาขาวิชานิเทศศาสตร์. (2554). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน : เอกสารการสอน 15231 = *Introduction to Mass Media*. นนทบุรี :

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย.

- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาองค์กรภาครัฐ. (2558). รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาแนวทางในการจัดเก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์. กสทช. วิจัย เอกพลากร, (บก.); . (2557). รายงานการสำรวจสุขภาพประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกาย ครั้งที่ 5 พ.ศ. 2557. นนทบุรี: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.
- ศรีรัฐ ภัคดีธนิต. (2556). การวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสารด้านสุขภาพไทย. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศุภางค์ นันตา. (2552). หลักการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ = *Principles of Broadcasting*. พิมพ์ครั้งที่ 1.. ed. มหาสารคาม: มหาสารคาม : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2559). โครงการศึกษาลดการรับชมโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล. Retrieved
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), ;. (2562). กลุ่มโรค Ncds Retrieved 8 เมษายน, from <https://www.thaihealth.or.th/microsite/categories/5/ncds/2/173/176-%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B9%82%E0%B8%A3%E0%B8%84+NCDs.html>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์, และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2562). 5 ปี บนเส้นทางทีวีดิจิทัล : บทเรียน และการเปลี่ยนแปลง = *5-Year Digital Tv Transition : Lessons Learned and Changes*. กรุงเทพฯ : สำนักงาน.
- สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2562). รายงานผลการศึกษาฉบับสมบูรณ์ "โครงการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย".
- สุภาพร โพธิ์แก้ว. (2558). จดหมายเหตุ 60 ปี โทรทัศน์ไทย : วิวัฒนาการกิจการโทรทัศน์ไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1.. ed.: กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- หนึ่งหทัย ขอมผลกลาง; & กิตติ กันภัย. (2553). งานวิจัยด้านการสื่อสารสุขภาพ: กลไกในการพัฒนาสังคม. *Suranaree J. Soc. Sci.* 4(1).
- อดิพล เอื้อจรัสพันธุ์. (2561). พฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเงินเนอเรชั่น เอ็กซ์ และเงินเนอเรชั่นวาย. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม* 6(1).

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

ชัยอนันต์ วชิรเมธี

วัน เดือน ปี เกิด

08 กุมภาพันธ์ 2534

สถานที่เกิด

วุฒิการศึกษา

ที่อยู่ปัจจุบัน

