



การศึกษาสภาพความต้องการและรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์  
เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

โดย

นายสิทธิเดช สิทธิสินทรัพย์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา

ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การศึกษาสภาพความต้องการและรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์  
เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา  
ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2558  
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

THE STUDY OF NEED FOR FORMAT OF YOUTH 'S TELEVISION PROGRAMS  
FOR HEALTH COMMUNICATION



A Independent Study Submitted in Partial Fullfilment of The Requirements  
for The Degree

Master of Education Program in Educational Technology

Department of Educational Technology

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2015

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “การศึกษาสภาพความต้องการและรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน” เสนอโดย นายสิทธิเดช สิทธิสินทรัพย์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา

( รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศน์วงศ์ )

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกนถน บางท่าไม้

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์สมหญิง เจริญจิตรกรรม)

...../...../.....

กรรมการ

รองศาสตราจารย์ประทีน คล้ายนาค

...../...../.....

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกนถน บางท่าไม้

...../...../.....

54257336 : สาขาเทคโนโลยีการศึกษา

คำสำคัญ : รูปแบบรายการโทรทัศน์/ สื่อสารสุขภาพ/ เยาวชน

สิทธิเดช สิทธิสินทรัพย์ : การศึกษาสภาพความต้องการและรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์

เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน .อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ :  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกนถน บางท่าไม้.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1.เพื่อสำรวจและศึกษาสภาพความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อ  
การสื่อสารสุขภาพของเยาวชน 2.เพื่อศึกษารูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน 3.เพื่อ  
นำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

ประชากรที่ใช้ศึกษา คือเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 169 คน ได้มาจากการเปิดตาราง  
ของ Krejcie and Morgan จากจำนวน 300 คน กลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาความคิดเห็นประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญที่มี  
ประสบการณ์ด้านการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์หรือวิทยุกระจายเสียง,ด้านเทคโนโลยีการศึกษาหรือโทรทัศน์การศึกษา  
,ด้านการสื่อสารสุขภาพ การสาธารณสุข และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 15 คน และผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อรับรอง  
รูปแบบมีประสบการณ์ด้านการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์หรือวิทยุกระจายเสียง,ด้านเทคโนโลยีการศึกษาหรือโทรทัศน์  
การศึกษา,ด้านการสื่อสารสุขภาพ การสาธารณสุข และวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 9 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย  
คือ แบบสอบถามความคิดเห็น แบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้างสำหรับผู้เชี่ยวชาญ และแบบประเมินรับรองรูปแบบ  
สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัยพบว่า

1.ผลการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเยาวชนที่มีต่อสภาพปัจจุบันของรายการโทรทัศน์ด้านสื่อสารสุขภาพ  
พบว่าต้องการเนื้อหารายการที่เน้นให้คำแนะนำรักษาสุขภาพมากเป็นอันดับที่ 1 และต้องการรายการที่ให้คำแนะนำ  
ในการออกกำลังกาย,ให้ความรู้ด้านอาหารและส่งเสริมการบริโภค (ตามลำดับ) ในด้านรูปแบบรายการต้องการรับชม  
รูปแบบวาไรตี้มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 70.1 รองลงมารูปแบบรายการสนทนา และรูปแบบรายการเกมส์โชว์  
(ตามลำดับ) ในด้านวิธีการนำเสนอพบว่ากลุ่มเยาวชนให้ความสนใจผู้ร่วมรายการ และผู้ปรากฏในรายการมากเป็น  
อันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 43.19 รองลงมาคือทักษะ ความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพของวิทยากรและทักษะ  
ความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพของพิธีกร (ตามลำดับ)

2.ผลการศึกษารูปแบบรายการโทรทัศน์ด้านสุขภาพ พบว่าเยาวชนมีความต้องการรูปแบบรายการที่มี  
วิธีการนำเสนอที่สั้น กระชับ เข้าใจง่าย ไม่น่าเบื่อ มีการนำภาพประกอบกราฟิกหรือเทคนิคการนำเสนอที่น่าสนใจ  
เข้ามาใช้ในการดำเนินรายการ พิธีกร ผู้ดำเนินรายการและผู้ปรากฏตัวในรายการต้องเป็นที่รู้จักของกลุ่มเยาวชน

3.การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์พบว่ามีความเหมาะสมในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.88,S.D. 0.45)

ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2558

ลายมือชื่อนักศึกษา.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ.....

54257336 : MAJOR : EDUCATIONAL TECHNOLOGY

KEY WORDS : FORMAT TELEVISION PROGRAMS / HEALTH COMMUNICATION / YOUTH

SIDHIDEJ SIDHISINSUB : THE STUDY OF NEED FOR FORMAT OF YOUTH 'S TELEVISION PROGRAMS FOR HEALTH.INDIVIDUAL STUDY ADVISOR: ASSIT.PROF.EKNARIN BANGTAMAI.

The objectives of This research were 1.to survey and study the need of watching Television Program's Youth for Health Communication 2.to study format Television Program's Youth for Health Communication 3.to presentation Format Television Program's Youth for Health Communication. The Samples used in the research is youths age between 15 – 24 years old from Krejcie and Morgan statistic methodology summary 300.The Second group are The experts who were professionals in radio broadcasting or television broadcasting including both educational technology and Communication Health, Public Health technician or Health Sciences for interview by the structured interview.The Third group are The experts who were professionals in radio broadcasting or television broadcasting including both educational technology and Communication Health, Public Health technician or Health Sciences for judgment to confirm format Television Program's Youth for Health Communication by evaluation for format approves.The Statistic for data analysis was the frequency,the percentage,the average ( $\bar{x}$ ), the standard deviation (S.D.) and descriptive methods.

The results of this research were as follow :

1.Needs of the content of television program 's youth focused on advice and keep their health are ranked first and advice exercises television programing ,educate food and promotion food consumption (respectively).The Format of television programing's youth focused on Variety program most popular percentage 70.1 secondary were Talk Program and Games show program (respectively).The Presentation of television programing's youth were interested Participant in a show and appear person in a show are ranked first most popular percentage 43.19 secondary were skill knowledge Competency of lecturer and skill knowledge Competency of Master of Ceremony MC. (respectively)

2.The result of interview from experts showed consistent were the presentation must shorty, cleary,compactly,not boring and should have graphic or presentation technique were interested for operate Master of Ceremony (MC) ,Guest or Interviewer in Television Program must be well-known.

3.The approval of the format television program by the specialist ,the appropriateness was good. ( $\bar{x}$ = 3.88,S.D. 0.45

---

Department of Educational Technology Graduate School,Silpakorn University Academic Year2015

Student's signature.....

Independent Study Advisors's signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

คุณประโยชน์บางประการของการทำวิจัยเป็นที่ทราบกันดีโดยทั่วไป คือเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้หรือก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมต่อไปในอนาคต การศึกษาวิจัยเล่มนี้ เฉกเช่นเดียวกัน ผู้วิจัยหวังว่าการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพในประเทศไทย ยิ่ง โดยเฉพาะกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชนผู้ผลิตรายการจะใช้ประโยชน์จากการศึกษาวิจัยเล่มนี้เป็น ไบเบิกทาง แม้จะเป็นเสี้ยวหนึ่งของการทำงานย่อมอาจเกิดผลดี

การศึกษาค้นคว้าอิสระเล่มนี้เสร็จสิ้นลงได้ด้วยความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกนถน บางท่าไม้ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่สละเวลาในการให้คำปรึกษาทั้งการพบ โดยตรง และการประยุกต์ใช้สื่อออนไลน์ในการสอบถาม ทวงถาม และติดตามความคืบหน้าการทำงานกับผู้วิจัยมาโดยตลอดนับเป็นพระคุณอย่างยิ่ง ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์สมหญิง เจริญจิตรกรรม ที่ให้ความกรุณาเป็นประธานสอบ และรองศาสตราจารย์ประทีน คล้ายนาค ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้คำแนะนำและให้โอกาสในการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระเล่มนี้ด้วยดี ผู้วิจัยขอน้อม ระลึกพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญ ทั้งในส่วนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ และเก็บข้อมูล สัมภาษณ์ ที่สำคัญอย่างยิ่งผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 9 ท่าน ที่ให้การรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์ ด้วยความ ใส่ใจเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่าน ที่ ประสิทธิ์ประสาทองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการศึกษา, เพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ เทคโนโลยีการศึกษารุ่น 12 ทุกท่านที่ให้คำปรึกษาได้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์นฤมล ปิ่นโต อาจารย์ประจำคณะวารสาร ศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ให้ความอนุเคราะห์สำรองเงินล่วงหน้าซื้อตำรา ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการโทรทัศน์ ตลอดจนเป็นแบบอย่างที่ดีในการการทำงานด้านวิชาการแก่ ผู้วิจัยได้อย่างดียิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบคุณกำลังหลักในการเก็บข้อมูลเบื้องต้นจากกลุ่มเยาวชน ประกอบด้วยนางสาว พรภัทรา ภาณุนันท์ นายอริวัฒน์ คชภูมิ นักศึกษาคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยอย่างดียิ่ง

องค์ความรู้ที่ปรากฏในการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ขอมอบแต่บิดา มารดา ครูบาอาจารย์ ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชา และกัลยาณมิตรทุกท่านที่ไม่อาจเอ่ยนามได้ครบถ้วน

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและสำคัญของปัญหา

พุทธศาสนสุภาษิตบทหนึ่งที่ว่า “อโรคยา ปรมา ลาภา” ความไม่มีโรคเป็นลาภอันประเสริฐ ถูกสะท้อนผ่านการแสวงหาวิถีการดูแลสุขภาพ การค้นคว้า และการเผยแพร่ความรู้แก่สังคมผ่านรูปแบบการใช้สื่อให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ของสังคม ในสังคมสมัยใหม่ซึ่งได้รับผลกระทบจากการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย (Modernization) และกระแสการบริโภคนิยม (Consumerism) รวมทั้งอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นด้านหลักจึงส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนในทางเศรษฐกิจและสังคมอันส่งผลโดยตรงต่อสุขภาพไม่ว่าจะเป็นการบริโภคอาหารที่ปนเปื้อนด้วยสารเคมี การบริโภคอาหารจานด่วน หรืออาหารตามสมัยนิยมที่ด้อยคุณภาพ รวมทั้งความเจ็บป่วยอันเกิดจากสภาพมลภาวะเป็นพิษ สิ่งแวดล้อมถูกทำลายหรือกระทั่งความเครียดที่เกิดจากการทำงานหรือสภาพการแข่งขันระหว่างผู้คนในสังคม ปัจจัยต่างๆเหล่านี้ส่งผลให้คนไทยเจ็บป่วยจากโรคมะเร็ง โรคติดต่อ และโรคที่เกิดจากความเครียดสูงมากขึ้นเรื่อยๆ ด้วยสาเหตุดังกล่าวข้างต้นทำให้ภาครัฐเกิดความตื่นตัวในเรื่องการปฏิรูประบบสุขภาพ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดีมากยิ่งขึ้น แต่กลับพบว่าประชาชนจำนวนมากยังคงมีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการเกิดโรคหรือพฤติกรรมทำลายสุขภาพ โดยเฉพาะโรคที่เกิดจากพฤติกรรมที่ป้องกันได้ เช่น โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ พฤติกรรมการบริโภคที่ไม่ถูกต้อง ความไม่ใส่ใจในการออกกำลังกายหรือไม่ใส่ใจสุขภาพแวดล้อมที่ตนเองอยู่ ปัญหาเหล่านี้ล้วนมาจากสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งองค์การอนามัยโลก (WHO) คาดการณ์ว่าในอีก 20 ปีข้างหน้า ทั่วโลกจะมีผู้เสียชีวิตจากโรคเรื้อรังถึง 350 ล้านคน จาก 35 ล้านคนในปี 2548 (รัชนิวรรณ ตั้งภักดี 2552 : 10 ,อ้างถึงใน สุรัญชญา สิทธิพล 2554 : 1)

นับตั้งแต่แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535-2539) เป็นต้นมาได้เริ่มมีหน่วยงานด้านสุขภาพเกิดขึ้นแต่ขอบเขตการทำงานยังจำกัดเฉพาะในวงราชการเท่านั้น จนกระทั่งแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) ได้มีการปรับเปลี่ยนจากนโยบายเชิงรับให้เป็นเชิงรุกมากยิ่งขึ้น ด้วยการเปลี่ยนแนวคิดจากการซ่อมแซมสุขภาพมาเป็นการป้องกันสร้างเสริมสุขภาพที่มุ่งสร้างความเข้มแข็งให้กับสังคมไทย เพื่อให้คนไทยสามารถพึ่งพาตนเอง สามารถดูแลสุขภาพของตนเอง ครอบครัว และชุมชนได้ อันเป็นการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุของความเจ็บป่วยและเป็นวิธีการลดจำนวนผู้ที่ต้องซ่อมแซมสุขภาพในสถานพยาบาลต่างๆ ที่เพิ่มมากขึ้นทุกปีจนทำให้ประเทศต้องสูญเสียงบประมาณเป็นจำนวนมาก (สถาบันส่งเสริมสุขภาพไทย และสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข, 2541: 3 -11, อ้างถึงใน เขมจิรา ทองสม 2553 : 2)

1

นอกจากรัฐบาลจะให้ความสำคัญกับปัญหาด้านสุขภาพของประชาชนมากขึ้นแล้วยังมีผลให้วงการอื่นๆ ในสังคมเกิดการตื่นตัวในการดูแลสุขภาพของประชาชนเพื่อสนองรับนโยบายของรัฐบาล ในขณะเดียวกันวงการสื่อสารมวลชนได้มีการตอบรับกระแส “รักสุขภาพ” โดยมีการทำหน้าที่สอดส่องดูแล (Surveillance) ให้ความรู้ ข่าวสาร และระแวงระวังภัยที่จะเกิดขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตในทุกๆ ด้าน รวมถึงการให้ข้อมูลด้านสุขภาพอันเป็นสิ่งที่มี



ความจำเป็นอย่างยิ่งซึ่งปัจจุบันต่างเป็นที่ยอมรับว่าการสื่อสารมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตเป็นอย่างมาก เนื่องจากการสื่อสารเป็นกระบวนการหนึ่งที่เกิดตลอดเวลาในการดำเนินชีวิต และข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นในสังคมที่มีการแข่งขันสูง เพื่อประกอบการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ อย่างถูกต้องในชีวิตประจำวัน ทำให้ในวันหนึ่งๆ มีการบริโภคข่าวสารเป็นจำนวนมาก อีกทั้งความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีมากขึ้น ทำให้การสื่อสารสามารถแพร่กระจายได้เป็นวงกว้าง สามารถลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ได้เป็นอย่างดี

ศาสตราจารย์นายแพทย์ ประเวศ วะสี กล่าวถึงความสำคัญของการนำการสื่อสารมาใช้เป็นช่องทางเพื่อการศึกษาว่า “หากมีการใช้การสื่อสารเพื่อการศึกษาได้เป็นอย่างดีจะเป็นการสร้างเจตคติ มโนธรรม และปัญญาพร้อมกันหมดทั้งชาติถือเป็นยุทธศาสตร์ทางปัญญาอย่างใหญ่ยิ่งยุทธศาสตร์หนึ่ง และเป็นการปฏิรูปการเรียนรู้อย่างขนานใหญ่” ซึ่งเหตุผลสำคัญคือเพื่อให้การสื่อสารตอบสนองจุดมุ่งหมายทางการเรียนรู้และการศึกษาของคนในประเทศเปิดโลกแห่งการเรียนรู้ให้กว้างขวางขึ้น

ดังนั้น การให้การศึกษาระดับความตื่นตัว สร้างทัศนคติที่ถูกต้อง และผลักดันการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดูแลสุขภาพทั้งในเชิงส่วนตัว และสังคมส่วนรวม จึงต้องได้รับการรณรงค์อย่างต่อเนื่องและจริงจัง เครื่องมือสำคัญเพื่อนำไปสู่เป้าหมายดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่ามีสองช่องทางสำคัญ คือ การศึกษาและการสื่อสารมวลชน (สุภิญญา กลางณรงค์ 2548 : 82) จากปัญหาที่เกิดขึ้นทำให้ภาครัฐต้องหาความร่วมมือจากภาคส่วนอื่นและชุมชนเพื่อผลักดันให้เกิดการปฏิรูปสู่สุขภาพที่ดีของประชาชน โดยสถาบันหนึ่งทางสังคมที่มีบทบาทในการช่วยส่งเสริมสุขภาพได้ คือ สื่อมวลชนเพราะสื่อมวลชนสามารถให้ข้อมูลต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตและตอบสนองแนวทางสู่สุขภาพที่ดีของคนในสังคมในฐานะผู้ให้ปัญญาแก่สังคม เพราะในแต่ละวันจะมีผู้บริโภคข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพผ่านสื่ออันหลากหลาย เช่น แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายโฆษณา รวมทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์จัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูง สามารถถ่ายทอดสัญญาณไปหลากหลายพื้นที่ได้ในเวลาเดียวกัน ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้จำนวนมาก (จิราภรณ์ สุวรรณวาทกิจ 2547: 39)

ผู้วิจัยพบว่าการสื่อสารเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่มีความสำคัญและมีประสิทธิผลในการมีส่วนร่วมช่วยในการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในการดูแลสุขภาพของประชาชน โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์ แม้ว่าจะเป็นสื่อดั้งเดิมที่คนส่วนใหญ่มีความคุ้นเคย แต่ยังคงเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอยู่เสมอ เนื่องจากเป็นสื่อที่ง่ายต่อการเข้าถึงและคุณสมบัติของสื่อโทรทัศน์ที่ประกอบด้วยภาพและเสียงก็มีอานุภาพในการดึงดูดให้ผู้ชมติดตามอย่างใกล้ชิดและทำเกิดอารมณ์ร่วมไปกับสิ่งเหล่านั้น ทำให้สื่อวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีศักยภาพสูงในการสร้างผลกระทบต่อการรับรู้ (ปรมะ สตะเวทิน 2546 : 95 อ้างถึงใน เขมจิรา ทองสม 2553 : 2) จึงเป็นเครื่องมือที่มีความเหมาะสมในการให้ความรู้ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ แก่ประชาชน รวมถึงข้อมูลด้านสุขภาพ ปัจจุบันสื่อโทรทัศน์นับเป็นช่องทางการสื่อสารมวลชนที่รวดเร็วทั้งภาพ และเสียง ทำให้ผู้ชมได้รับบรรณสารทั้งสาระ และอารมณ์ร่วมกับสารที่ได้นำเสนอ อีกทั้งยังเป็นสื่อที่รับชมได้สะดวก (วสันต์ อดิศักดิ์ 2533 :13, อ้างถึงใน สุรัญชญา สิทธิพูล 2554 : 2) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของสื่อโทรทัศน์ไว้หลายประการ อาทิ สื่อโทรทัศน์มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดสารต่างๆ ได้ดี เพราะมีทั้งภาพและเสียงที่สามารถเร้าและจูงใจในการติดตามของผู้ชมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันโทรทัศน์มีความสามารถทางเทคนิคใน

การทำภาพพิเศษต่างๆ (Special Effects) ช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้นประกอบกับการเสนอเนื้อหาสาระทางโทรทัศน์กระทำได้หลายรูปแบบทำให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมและสื่อโทรทัศน์ยังมีอิทธิพลต่อจิตใจสามารถทำให้ผู้ชมรู้สึกคล้อยตามได้ไม่ว่าจะเป็นค่านิยมทางวัฒนธรรม การเมือง และเศรษฐกิจ

ในด้านประสิทธิผลของสื่อโทรทัศน์ (นิซิโมโต 2538 : 5, อ้างถึงใน สุรัญชญา สิทธิกุล 2554 : 2) ได้ให้ประสิทธิผลของสื่อโทรทัศน์ต่อผู้ชม 3 ด้าน ประกอบด้วย

1. ประสบการณ์ในมิติแห่งความเป็นจริง (Reality) ซึ่งโทรทัศน์สามารถนำเสนอรายการ สารความรู้ความบันเทิงแทนแนวความคิดความสนใจของผู้ชมซึ่งรับชมอยู่ที่บ้านได้เห็นภาพเหตุการณ์สถานการณ์ต่างๆ ประหนึ่งเข้าไปอยู่ในสถานการณ์นั้นจริงๆ ด้วย

2. ประสบการณ์ในมิติแห่งกาลเวลา (Time) โทรทัศน์ยังช่วยนำภาพเหตุการณ์ในอดีตย้อนรอยประวัติศาสตร์เพื่อนำมาทบทวนและวิเคราะห์ที่ได้ใหม่ผ่านเทคโนโลยีที่น่าเสนอ เป็นเหมือนเครื่องทวนความทรงจำที่ทำให้เรื่องในอดีตที่ผ่านมาได้กลับมาเล่าใหม่ได้อีกครั้งอย่างเป็นระบบ และหาข้อยุติให้กับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ด้วย

3. ประสบการณ์ในมิติของสถานที่ (Space) แม้ในบางสถานที่ บางบริเวณยากที่จะเดินทางเข้าไปถึงได้แต่รายการโทรทัศน์สามารถถ่ายทอดภาพผู้ชมแม้ไม่ได้เดินทางไปด้วยตนเองแต่ก็สามารถคุ้นเคยสถานที่ต่างๆ ได้ผ่านสื่อโทรทัศน์

จึงอาจกล่าวได้ว่าจากประสบการณ์ที่สื่อโทรทัศน์สามารถสร้างได้ต่อผู้รับชม ทั้งมิติด้านความเป็นจริง ด้านกาลเวลา และด้านสถานที่ ทำให้สื่อโทรทัศน์สามารถสร้างมิติอีกด้านหนึ่งให้กับผู้รับชมได้ด้วย คือประสบการณ์การสนทนาในชีวิตประจำวันผ่านกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ขึ้น เช่น รายการบันเทิง รายการวาไรตี้โชว์ รายการทอล์กโชว์ รายการสนทนาข่าว หรือรายการประเภทให้สาระความรู้ ล้วนได้รับความนิยมจากผู้ชม เนื่องจากผู้ผลิตรายการต่างๆ ในแต่ละสถานีต่างเห็นคุณค่าในการส่งทอดข่าวสาร สารความรู้ไปยังผู้ชมผ่านทางรายการโทรทัศน์ ซึ่งนับเป็นช่องทางหลักของการรับชมข่าวสารในปัจจุบันและยังมีการปรับรูปแบบรายการ วิธีการนำเสนอเทคนิคการจูงใจให้ผู้รับชมมีส่วนร่วมในรายการ ตลอดจนได้พัฒนาเนื้อหาสาระของรายการให้เหมาะสมกับสังคมในปัจจุบันมากขึ้น จึงปรากฏรายการที่มีคุณภาพในสถานีโทรทัศน์หลายรายการ (สุรัญชญา สิทธิกุล 2554: 3) นอกจากนี้ในปัจจุบันสื่อมวลชนยังมีบทบาทสำคัญยิ่งในการสร้างความเป็นจริงทางสังคมขึ้นมาแวดล้อมบุคคล ทั้งๆ ที่บุคคลนั้นไม่เคยสัมผัส “โลกทางกายภาพ” นั้นอย่างจริงๆ เลย (กาญจนา แก้วเทพ 2541 : 260) เช่น การเสนอผลกระทบจากปัญหาสุขภาพของประชาชน สถิติความเจ็บป่วยต่างๆ ในประเทศไทยผ่านรายการ แม้ว่าคนอื่นก็สามารถสัมผัสได้และมีความรู้สึกเห็นอกเห็นใจในความเจ็บป่วย ความสูญเสียต่างๆ จนเกิดพลังแห่งการช่วยเหลือและการดูแลตนเองและครอบครัวต่างๆ

ในปัจจุบันแนวโน้มการใช้โทรทัศน์มีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคตด้วยมีการคาดการณ์ว่าปัจจุบันโลกได้ก้าวผ่านสังคมโทรทัศน์ (TV Social) ไปสู่ยุคโครงข่ายสื่อสารข้อมูลความเร็วสูง (Broadband Network) ที่แนวโน้มการพัฒนาการสื่อสารทำให้โทรทัศน์เป็นสื่อเอนกประสงค์ที่สำคัญ เช่น การรับสัญญาณโทรทัศน์จากสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่น การรับโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมจึงเปิดโอกาสให้ศึกษาหาความรู้ผ่านทางโทรทัศน์จากการสื่อสารต่างๆ ได้มาก อีกทั้งในอนาคตโทรทัศน์จะมี

บทบาทเป็นสื่อเพื่อการศึกษาอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น (สรราชัย หนองตรุด 2553 : 2) อย่างไรก็ตาม อิทธิพลของโทรทัศน์ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยทั่วไปแล้ว เด็กและเยาวชนก็เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่ได้รับผลกระทบจากโทรทัศน์เป็นอย่างมาก งานวิจัยทั้งต่างประเทศและในประเทศระบุว่า เด็กใช้เวลากับการดูโทรทัศน์ไม่น้อยไปกว่ากลุ่มวัยอื่น โดยเฉลี่ยส่วนใหญ่ใช้เวลากับการดูโทรทัศน์ประมาณ 3-5 ชั่วโมง (อมรวิรัช นาคทรพรพ และคณะ : 2548)

ผลการวิจัยไลฟ์สไตล์เด็กในเอเชีย News Gender Asians TM ของการ์ตูนเน็ตเวิร์ก (อ้างถึงใน สรราชัย หนองตรุด 2550) พบว่า เด็กไทยเป็นกลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์กลุ่มใหญ่ที่สุดใน 14 ประเทศทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และร้อยละ 89 ของเด็กไทยจะดูโทรทัศน์ทุกวันและจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2546 พบว่ากิจกรรมที่เด็กและเยาวชนไทยอายุ 6 – 24 ปี ทำมากที่สุด ได้แก่ การดูโทรทัศน์ ดูวิดีโอ เป็นร้อยละ 39.62 เมื่อเทียบกับการเลือกทำกิจกรรมอื่นๆ รองลงมา คือ การฟังวิทยุ ฟังเทป และการสังสรรค์กับเพื่อน เด็กจะเลือกทำมากเป็นอันดับสาม อันดับสี่ได้แก่การอ่านหนังสือ จึงอาจกล่าวได้ว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงเด็ก และมีโอกาสในการชี้นำเด็กไทยมาก

นอกจากนี้ผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี พ.ศ.2546 พบว่า มีประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ดูโทรทัศน์จำนวน 54.7 ล้านคน ในขณะที่ฟังวิทยุ 24.8 ล้านคน และอ่านหนังสือพิมพ์ 21.6 ล้านคน และมีการเปรียบเทียบว่าเด็กใช้เวลาในการดูทีวีมากกว่าการเรียนหนังสือในห้องเรียนเสียอีก กล่าวคือ เด็กใช้เวลาดูทีวีเฉลี่ย 6.1 ชั่วโมงต่อวัน หรือ ตลอดทั้งปี ใช้เวลาดูทีวี 2,236 ชั่วโมง ในขณะที่ใช้เวลาในห้องเรียนประมาณ 1,600 ชั่วโมง จากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับเด็กของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2545 ที่สำรวจเกี่ยวกับการใช้เวลาของเด็ก พบว่า ในช่วงปิดเทอมเด็กมีเวลาว่าง (อยู่เฉย)เป็นส่วนใหญ่ ( ร้อยละ 72 ) และเมื่อสำรวจกิจกรรมที่เด็กทำยามว่าง ก็พบว่าเด็กจะเลือกดูทีวีมากที่สุด ( ร้อยละ 43 ) ซึ่งก็สอดคล้องกับงานวิจัยของเอแบคโพลที่พบว่าเด็กใช้เวลาดูทีวีมากที่สุด (แผนงานสื่อสารสุขภาวะเยาวชน,โทรทัศน์กับเด็ก Fact Sheet รวบรวมความรู้เกี่ยวกับโทรทัศน์กับเด็ก [ออนไลน์] ,17 ตุลาคม 2556.แหล่งที่มา [www.childmedia.net](http://www.childmedia.net))

จากการสำรวจและทบทวนเอกสารของผู้วิจัยในประเด็นรูปแบบรายการโทรทัศน์และการสื่อสารสุขภาพ จึงอาจกล่าวได้ว่าปัจจุบันแนวคิดเรื่องการสื่อสารสุขภาพนับเป็นกิจกรรมเพื่อการเสริมสุขภาพโดยมีสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ทั้งในเชิงป้องกัน บำบัดรักษา และฟื้นฟู เพื่อโน้มนำประชาชนให้เกิดความตระหนักต่อประเด็นสุขภาพ ซึ่งปรากฏในรูปแบบของข่าว บทความ สารคดีสั้น โฆษณา รายการโทรทัศน์ และกิจกรรมรณรงค์ต่างๆ ในส่วนของการเลือกใช้สื่อทางโทรทัศน์ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการสื่อสารสุขภาพ ด้วยคุณลักษณะเด่นของสื่อที่เข้าถึงง่าย มีศักยภาพสูงในการสร้างผลกระทบต่อการรับรู้ และลดอุปสรรคของผู้รับสารที่อ่านไม่ออก เขียนไม่ได้ ทำให้สื่อโทรทัศน์เป็นเครื่องมือสำคัญที่นำมาใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร

ในรายงานผลการศึกษาเรื่องสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์เพื่อข่าวสารสุขภาพเพื่อประชาชน (สุภิญญา กลางณรงค์, โสวรรณ คงสวัสดิ์ และพวงพนา คุณวัฒน์ 2548 : 57) ในการสนับสนุนของสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข พบว่า เนื้อหาของรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพโดยภาพรวมสามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

1. รายการสุขภาพแท้ หมายถึง รายการที่มุ่งประเด็นสุขภาพเป็นหลัก โดยนำเสนอเนื้อหาสุขภาพตลอดทั้งรายการ ซึ่งเป็นได้ทั้งรายการขนาดสั้น 1-5 นาที หรือรายการขนาดยาว 1 ชั่วโมง

จากผลการสำรวจพบว่า รายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพส่วนใหญ่จะเป็นแบบรายการสุขภาพแท้ถึงร้อยละ 61

2. รายการกึ่งสุขภาพ หมายถึง รายการที่ไม่ได้มุ่งประเด็นสุขภาพเป็นหลัก แต่มีเนื้อหาด้านสุขภาพเป็นส่วนหนึ่งในรายการเท่านั้น โดยอาจกำหนดเป็น “ช่วงสุขภาพ” โดยเฉพาะหรือบางรายการอาจไม่กำหนดเป็นช่วงสุขภาพที่ชัดเจน แต่มีแนวโน้มว่าจะนำเสนอเรื่องสุขภาพมาเสนอบ่อยครั้ง หรืออาจเป็นเพียงการให้ความรู้เรื่องสุขภาพอย่างผิวเผิน ซึ่งจากการสำรวจพบรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพแบบนี้ร้อยละ 39

จากรายงานผลการศึกษาค้างต้นนี้เป็นเพียงการบ่งบอกเชิงปริมาณ ว่า ภาพรวมของรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มีรายการสุขภาพแท้มากกว่ารายการกึ่งสุขภาพ แต่อย่างไรก็ตามผลสำรวจรายการสุขภาพในฟรีทีวี (โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพของสังคม 2551 : 5-6) ในการสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ทำให้เห็นภาพชัดขึ้นว่า มีเนื้อหาอะไรบ้างในรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพ โดยพบว่าเนื้อหารายการเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดมีดังนี้

1. ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพและข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับโรค ได้แก่ อาการของโรค สถิติโรค การติดต่อ และอันตราย
2. การจัดการสุขภาพหลังจากเกิดโรคหรืออาการผิดปกติ ได้แก่ การรักษา และการควบคุม
3. การจัดการสุขภาพเพื่อไม่ให้เกิดโรคหรืออาการผิดปกติ ได้แก่ การดูแล การป้องกัน และการส่งเสริมสุขภาพ

นับจากอดีตถึงปัจจุบัน รายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพได้มีส่วนในการสร้างกระแสและแรงจูงใจเพื่อการป้องกันและส่งเสริมสุขภาพของประชาชนมาอย่างต่อเนื่อง โดยในยุคก่อนมักนำเสนอในรูปแบบรายการที่เน้นสาระความรู้เป็นหลัก โดยมักจะเป็นรายการพูดคนเดียวหรือรายการสนทนา เช่น รายการปัญหาชีวิตและสุขภาพ รายการรักลูกให้ถูกทาง เป็นต้น แต่ปัจจุบันเมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป รายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพก็มีการพัฒนารูปแบบรายการให้มีความน่าสนใจมากขึ้น โดยนำเสนอในรูปแบบรายการที่หลากหลาย เช่น นำเสนอด้วยรูปแบบรายการวาไรตี้ หรือรายการเกมโชว์ เช่น รายการออโรคาปาร์ตี้ ผลิตโดยบริษัทเวิร์กพอยท์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด, รายการซิดหมอบ เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ชมได้รับความรู้และความเพลิดเพลินไปพร้อมกัน อย่างไรก็ตามเพื่อให้เข้าใจถึงบทบาทการรณรงค์เพื่อสุขภาพของรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพจึงต้องพิจารณาจากเนื้อหาและรูปแบบรายการก่อนเป็นอันดับแรก

ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษารูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน จำเป็นต้องมีการพัฒนารูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีการนำเสนอที่น่าสนใจ มีสัดส่วนของเวลาที่พอเหมาะ เนื้อหารายการที่เหมาะสมกับการส่งเสริมการเรียนรู้ของเยาวชนซึ่งต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนแนวคิดร่วมกันระหว่างผู้เชี่ยวชาญ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ และเยาวชนในฐานะผู้รับชม เพื่อให้ได้รูปแบบรายการที่เหมาะสมกับสภาพความต้องการในการเรียนรู้ของเยาวชนอันเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติสอดคล้องกับปัจจัยสำคัญ คือ เมื่อประชาชนอยู่ดีมีสุข มีสุขภาพที่สมบูรณ์ทั้งด้านร่างกายและจิตใจ เมื่อประชาชนมีความสุขกายสบายใจแล้วย่อมแปรเปลี่ยนพลังงานและความสุขเป็นพลังในการขับเคลื่อนให้ประเทศชาติพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืน ด้วยเหตุนี้การมีสุขภาพทางกายและจิตที่สมดุล จึงมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาประเทศที่สมดุลเช่นกัน

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพของเยาวชน
2. เพื่อศึกษารูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

### คำถามนำในการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันและความต้องการของเยาวชนที่มีต่อรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพเป็นอย่างไร
2. รูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชนควรเป็นอย่างไร
3. รูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพที่นำเสนอได้รับการรับรองอยู่ในเกณฑ์ดีหรือเหมาะสมมาก

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องการนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน มีขอบเขตการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้การศึกษา ประกอบด้วย
  - 1.1 เยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี จำนวน 300 คน
2. กลุ่มตัวอย่าง
  - 2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อสภาพปัจจุบันของรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ และความต้องการ เป็นเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี (ตามนิยามขององค์การสหประชาชาติ) โดยได้มาจากการเปิดตารางของ Krejcie and Morgan จำนวน 125 คนที่เคยรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพได้มาจากจำนวนเยาวชนจำนวน 300 คน จากจำนวน 300 คน (อ้างอิงในธีรศักดิ์ อุ่นอารมณ์เลิศ ,2555)
  - 2.2 กลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาความคิดเห็นในประเด็นการนำเสนอ รูปแบบ และเนื้อหา รายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purpose Sampling) โดยแบ่งผู้เชี่ยวชาญเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้
    - 2.2.1 ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์หรือวิทยุกระจายเสียงที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ จำนวน 5 คน
    - 2.2.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาหรือโทรทัศน์การศึกษา จำนวน 5 คน
    - 2.2.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารสุขภาพ, สาธารณสุข, วิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 5 คน

2.3 กลุ่มตัวอย่างเพื่อรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชนซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purpose Sampling) โดยแบ่งผู้ทรงคุณวุฒิเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

2.2.1 ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้ผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์หรือวิทยุกระจายเสียงที่มีเนื้อหา ด้านสุขภาพ จำนวน 3 คน

2.2.2 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านเทคโนโลยีการศึกษาหรือโทรทัศน์การศึกษา จำนวน 3 คน

2.2.3 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสื่อสารสุขภาพ, สาธารณสุข, วิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 3 คน

2. การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน มุ่งศึกษาในด้านต่างๆ ต่อไปนี้

2.1 เนื้อหาสาระด้านการสื่อสารสุขภาพ ประกอบด้วย (อำพล จินดาวัฒนะ และคณะ, 2550, หน้า 2-4)

2.1.1 สุขภาวะทางกาย (Physical well – being)

2.1.2 สุขภาวะทางจิต (Mental well – being)

2.1.3 สุขภาวะทางสังคม (Social well – being)

2.1.4 สุขภาวะทางปัญญา (Spiritual well –being)

2.2 รูปแบบรายการโทรทัศน์การศึกษา (คัตติยา เพชรชูช่วย, 2537 ; ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2529 ; วสันต์ อดิศักดิ์, 2533 ; มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529 ; สรรชัย หนองตรุด, 2550)

3. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามสำหรับการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเยาวชน, แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) สำหรับผู้เชี่ยวชาญ และแบบประเมินการรับรองรูปแบบสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิ

### นิยามศัพท์เฉพาะในการวิจัย

1. รูปแบบรายการโทรทัศน์ หมายถึง วิธีการในการนำเสนอที่แตกต่างกันไป อันประกอบไปด้วยประเภทรายการ องค์ประกอบรายการ และเทคนิควิธีการในการนำเสนอเนื้อหาสาระในรายการโทรทัศน์

2. เยาวชน หมายถึง บุคคลที่มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี ตามคำนิยามขององค์การสหประชาชาติ (United Nations)

3. สื่อมวลชน หมายถึง สื่อกลางที่นำข่าวสาร สาร และเนื้อหาสาระทุกประเภทไปสู่มวลชนซึ่งผู้วิจัยกำหนดไว้ในงานวิจัย คือ โทรทัศน์

4. สื่อสารมวลชน หมายถึง กระบวนการติดต่อสื่อสารสู่มวลชนโดยส่งสารผ่านสื่อมวลชน

5. การสื่อสารสุขภาพ หมายถึง การใช้กลยุทธ์และเทคนิคต่างๆ ของการสื่อสารผ่านรูปแบบรายการโทรทัศน์ เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงการดูแลสุขภาพของตนเอง เพื่อให้เกิดการสร้างเสริมสุขภาพที่ถูกต้องยั่งยืน และเกิดประโยชน์ต่อตนเองในฐานะที่เป็นประชากรของประเทศที่มีคุณภาพ โดยการนำเสนอที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเกิดสุขภาพที่ดีทั้งกาย ใจ และจิตวิญญาณ

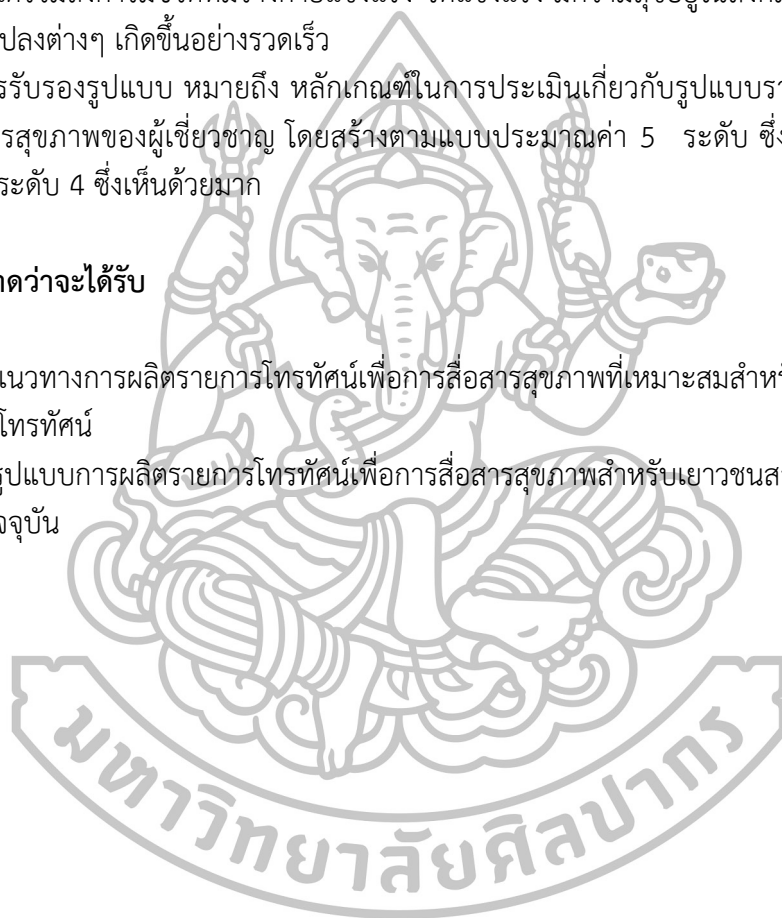
6. สุขภาวะ หมายถึง การดำรงชีพของบุคคลอย่างมีความสุข ทั้งกาย และจิต มิใช่เพียงไม่มีโรคภัยไข้เจ็บแต่รวมถึงการมีชีวิตที่มีร่างกายแข็งแรง จิตแข็งแรง มีความสุขอยู่ในสังคมโลกปัจจุบันซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

7. การรับรองรูปแบบ หมายถึง หลักเกณฑ์ในการประเมินเกี่ยวกับรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพของผู้เชี่ยวชาญ โดยสร้างตามแบบประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งกำหนดให้ผ่านเกณฑ์คะแนนระดับ 4 ซึ่งเห็นด้วยมาก

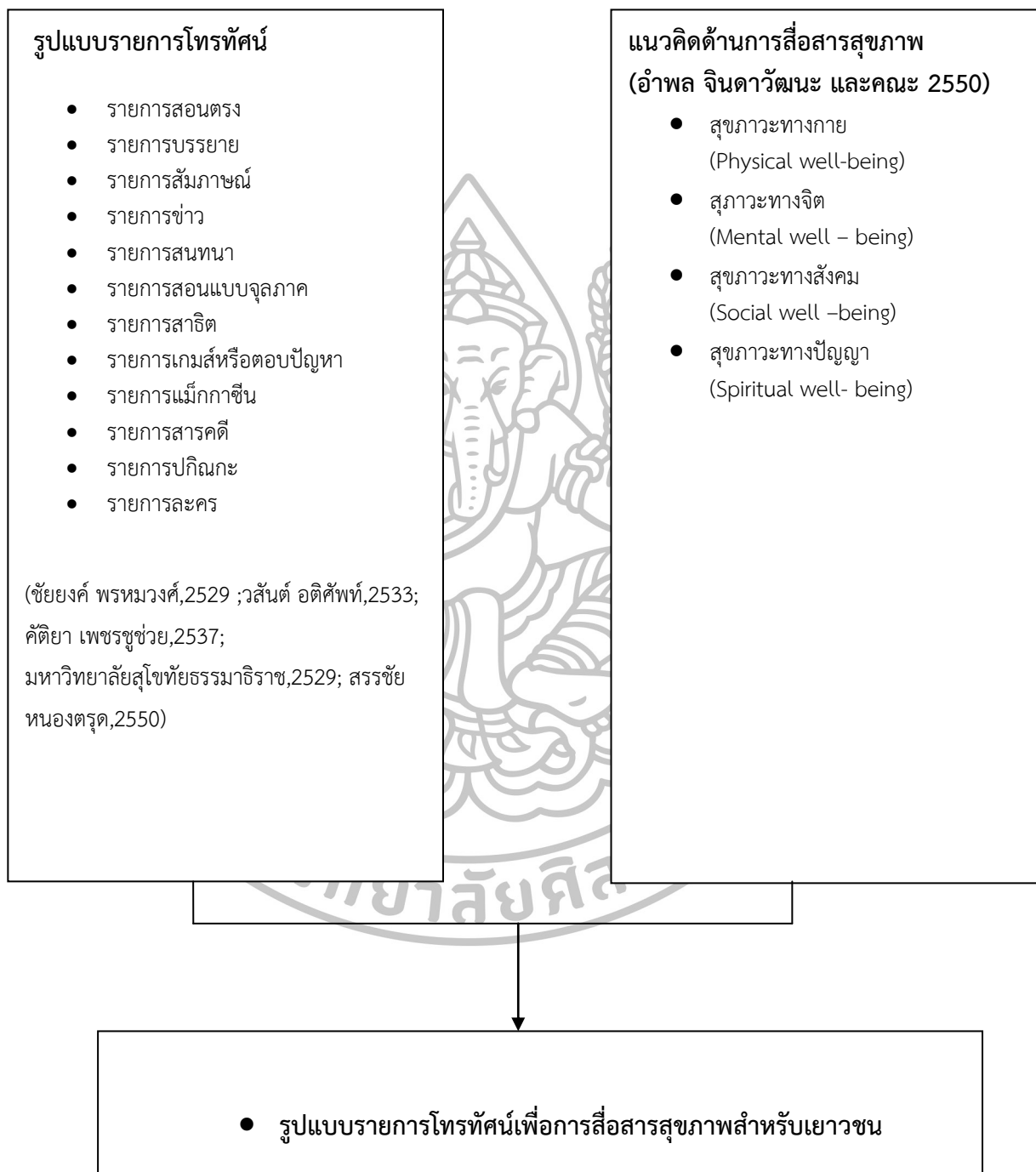
#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพที่เหมาะสมสำหรับเยาวชนของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์

2. ได้รูปแบบการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชนสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน



## กรอบแนวคิดการวิจัย





## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน
2. การสื่อสาร
3. แนวคิดเรื่องโทรทัศน์การศึกษา
  - 3.1 บทบาทของโทรทัศน์การศึกษา
  - 3.2 รูปแบบรายการโทรทัศน์การศึกษา
4. การผลิตรายการโทรทัศน์
5. แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ
  - 5.1 ความหมายของการสื่อสารสุขภาพ
  - 5.2 แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ
  - 5.3 ขอบเขตของการสื่อสารสุขภาพ
6. เยาวชน
  - 6.1 ความหมายของเยาวชน
  - 6.2 แนวคิดด้านเยาวชน
  - 6.3 ความต้องการของเยาวชน
  - 6.4 ความสนใจของเยาวชน
  - 6.5 อิทธิพลของโทรทัศน์ต่อเยาวชน
  - 6.6 การจัดรายการโทรทัศน์สำหรับเยาวชน
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
  - 7.1 งานวิจัยในประเทศ
  - 7.2 งานวิจัยต่างประเทศ

## 1.ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน

ในปัจจุบันบทบาทของการใช้การสื่อสารมวลชนมีความสำคัญอย่างยิ่งในการรณรงค์ ผลักดัน หรือเผยแพร่กิจกรรมต่างๆ ในสังคมหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐราชการ และเอกชน ตลอดจนองค์กร สาธารณะได้อาศัยหลักการและวิธีการเพื่อทำให้ภารกิจต่างๆ ขององค์กรประสบความสำเร็จ ซึ่งผู้วิจัย ได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารมวลชนได้ ดังนี้

### ความหมายของสื่อมวลชน

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่ใช้ส่งสารจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลไปยังผู้รับที่มีจำนวนมากและ อยู่ต่างถิ่นต่างที่กันในเวลาเดียวกันหรือต่างเวลากัน โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะส่งสารซึ่งได้แก่ ข่าวความรู้ ความคิดเห็น ความบันเทิง และแจ้งความ ฯลฯ ไปสู่มวลชนด้วยความรวดเร็วเที่ยงตรงและประหยัด ประมะ สตะเวทิน (2538 : 6 – 7,อ้างถึงใน สรรชัย หนองตรุด 2550 : 40) กล่าวถึงผู้ให้ความหมาย ของการสื่อสารมวลชนไว้ ดังนี้

มอริส ราโรวิทซ์ (Morris Janowitz 1991 : 21) ให้ความหมายของการสื่อสารมวลชนไว้ คือ การสื่อสารประกอบด้วยสารบันและเทคนิค ซึ่งกลุ่มคนที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะใช้เครื่องมือทาง เทคโนโลยี(หนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์ ฯลฯ) ส่งเนื้อหาที่เป็นลักษณะ (symbolic content) ไปสู่รับ สารที่มีขนาดใหญ่ มีความแตกต่าง และอยู่กันอย่างกระจัดกระจาย

ชาร์ลส์ อาร์ ไรท์ (Charles R.Wright 1986 : 22 ) ให้ความหมายว่า การสื่อสารมวลชน คือการสื่อสารที่มุ่งไปสู่ผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกัน และไม่เป็นที่รู้จักของผู้ส่งสาร สาร ถูกส่งไปยังประชาชนทั่วไป เพื่อให้ถึงประชาชนผู้รับสารได้รวดเร็วในเวลาเดียวกัน และสารนั้นมี ลักษณะที่ไม่ยั่งยืน โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อ ผู้ส่งสารมักจะเป็นหรือดำเนินกิจการภายใต้องค์การที่ ซับซ้อนซึ่งมีค่าใช้จ่ายมหาศาล

ไมเคิล เบอร์กูน (Michael Burgoon 1985 : 23) การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารที่ไม่ เป็นส่วนตัว (Impersonal) และโดยอ้อม (Indirect) ที่มุ่งไปสู่คนจำนวนมาก

จอห์น อาร์ บิทเนอร์ (John R.Bittner 1985 : 22) การสื่อสารมวลชนคือการที่สารถูก สื่อสารผ่านสื่อมวลชนไปยังคนจำนวนมาก

วอเรน เค อกี (Warren K. Agee 1997 : 22) การสื่อสารมวลชน คือ กระบวนการของการ ส่งข่าวสาร (information) ความคิด (ideas) และทัศนคติ (attitudes) ไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากที่มีความ แตกต่างกันโดยการใช้สื่อที่ถูกพัฒนาเพื่อการนี้

จากคำนิยามทั้งหลายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารมวลชนเป็นกระบวนการของ สื่อสารโดยที่ผู้ส่งสารจะมีลักษณะการทำงานเป็นองค์กรกระทำการสื่อสารที่มีเนื้อหาอันเดียวกันโดย อาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนไปยังผู้รับสารจำนวนมากที่มีความแตกต่างกัน ทางด้านประชากรศาสตร์

### ลักษณะของการสื่อสารมวลชน

จากการศึกษาลักษณะของการสื่อสารมวลชนสามารถสรุปได้ดังนี้คือ (กิติมา สุรสนธิ 2542 : 78)

1. ผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารมวลชนจะมีลักษณะที่เป็นอาชีพ (Professional) ซึ่งทำหน้าที่รวบรวมผสมผสานเนื้อหาต่างๆ เพื่อเสนอให้กับมวลชน ตามวัตถุประสงค์ต่างๆ กัน ผู้ส่งสารอาชีพเหล่านี้ได้แก่ ผู้ชำนาญการ (Specialists) ซึ่งมีอาชีพประจำอยู่ในอุตสาหกรรมสื่อสาร (Communication Industry) เช่น นักข่าว บรรณาธิการ ผู้ผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ ผู้สร้างภาพยนตร์ ฯลฯ เป็นต้น

2. ข่าวสาร (Message) ของการสื่อสารมวลชน จะถูกแพร่กระจายออกไปด้วยวิธีการที่รวดเร็วและต่อเนื่อง (Rapid and Continue) โดยผ่านทางระบบกลไกของสื่อ อันได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร และสื่อที่ใช้ไฟฟ้า (Electronic Media) เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น

3. ความรวดเร็ว (Rapid) ข่าวสารที่ถูกส่งออกไปหมายถึง ความสำเร็จที่สื่อมวลชนสามารถนำสารผ่านระยะทาง (Distance) และช่วงเวลา (Time) ไปยังผู้รับสารได้อย่างทันทีทันใด ในกรณีของสื่อไฟฟ้า เช่น วิทยุ โทรทัศน์

4. ความต่อเนื่อง (Continue) การสื่อสารมวลชนมักจะส่งหรือถ่ายทอดข่าวสารโดยใช้หลักของการกำหนดเวลา (Schedule) มากกว่าที่จะเป็นแบบตามอำเภอใจ หรือตามสะดวก เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารรายอาทิตย์ รายปักษ์ หรือรายเดือน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิทยุและโทรทัศน์จะเห็นได้ชัดเจน ส่วนหนังสือและภาพยนตร์แม้จะมีลักษณะความเป็นประจำ (Regularly) น้อยกว่าอย่างอื่นแต่ยังคงความต่อเนื่องที่ผู้เขียนหรือผู้ผลิตเสนอผลงานออกสู่มวลชน อย่างไรก็ตามในรายละเอียดที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของการสื่อสารมวลชนแต่ละประเภทนั้น ยังมีข้อแตกต่างกันในเรื่องของความสามารถและข้อจำกัดของสื่อซึ่งทำให้ประสิทธิภาพของสื่อแต่ละสื่อแตกต่างกัน เช่น สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ จะมีข้อดีกว่าหนังสือพิมพ์ตรงที่มีความรวดเร็วหรือมีความสวยงามดึงดูดใจมากกว่า แต่มีข้อจำกัดตรงสารที่ส่งไปนั้นจะไม่คงทนถาวร (Permanent) และมีลักษณะที่ผ่านเลยไป (Transitory) ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์จะสามารถเก็บไว้อ่านใหม่ได้ ทำให้สารมีโอกาสที่จะถูกส่งซ้ำอีก

5. ผู้รับสารของการสื่อสารมวลชน จะมีจำนวนมากและมีลักษณะหลากหลาย (Numerous and Diverse) หรือที่เรียกว่า มวลชน (Mass Audience) ซึ่งมีความแตกต่างกันในเรื่องคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (Heterogeneous) และไม่เป็นที่รู้จักของผู้ส่งสาร

บรูซ เวสเวย์ และมัลคอม แมคลีน (Bruce Westley and Malcolm Maclean 1957 : 23) ได้อธิบายความแตกต่างระหว่างการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าค่าตากัน (Face – to – face – communication) กับการสื่อสารมวลชนไว้ดังนี้

1. ในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าค่าตากันนั้น คู่สื่อสาร ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะรับรู้ความรู้สึกของฝ่ายตรงข้ามได้มากกว่าการสื่อสารมวลชน เพราะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าค่าตากันนั้นมีประสาทที่จะรับรู้ความรู้สึกได้มากกว่า (more sense modalities) กล่าวคือ สามารถทั้งได้ยินเสียง (hearing) ได้เห็น (seeing) ตลอดจนสัมผัส (touching) ได้

2. ในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าค่าตากัน นั้นทำให้คู่สื่อสารได้รับการสื่อสารกลับทันทีทันใด (immediate “feedback”)

เมลวิน เดอเฟลอร์ (Melvin DeFleur 1989 : 23) กล่าวถึงลักษณะพิเศษของการสื่อสารมวลชนได้แก่

1. ความประณีตของสื่อที่ใช้ (an elaboration of the channel) เนื่องจากการสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารกับคนจำนวนมากจึงต้องใช้สื่อที่มีความสลับซับซ้อน (complex channels) ใช้เทคโนโลยีและเครื่องยนต์กลไกเพื่อนำสารไปสู่คนจำนวนมากได้ เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์

2. มีผู้รับสารจำนวนมาก (large numbers of people) ลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งของการสื่อสารมวลชนก็คือ การสื่อสารมวลชนเป็นสื่อที่มีจำนวนของผู้รับสารมาก

3. ผลของการสื่อสาร (consequences) เนื่องจากสื่อที่ใช้สามารถนำสารไปสู่คนจำนวนมากได้ ดังนั้นการสื่อสารมวลชนจึงก่อให้เกิดผล หรือมีอิทธิพลต่อคนจำนวนมากมากกว่าการสื่อสารชนิดอื่น

วิลเลียม ริเวอร์สและคณะ (William Rivers 1982 : 24) อธิบายลักษณะเฉพาะของการสื่อสารมวลชน ดังต่อไปนี้

1. ส่วนใหญ่แล้วการสื่อสารมวลชนมีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียว การสื่อสารกลับ (feedback) จากผู้รับสารไปยังผู้ส่งสารมักเป็นไปได้อย่างล่าช้า หรือกระทำได้ยาก เช่น จดหมายจากผู้อ่าน โทรศัพท์จากผู้ฟัง การสำรวจความคิดเห็นของผู้ชม เป็นต้น

2. ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเลือกได้ กล่าวคือ ผู้ส่งสารสามารถเลือกหรือกำหนดผู้รับสารเป้าหมายของตนได้ เช่น กลุ่มเด็ก กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มคนมีการศึกษา ผู้ชาย ผู้หญิง นักธุรกิจ ฯลฯ ในทำนองเดียวกันผู้รับสารก็สามารถเลือกได้ว่าจะดูทีวีช่องใด ฟังวิทยุรายการใด อ่านหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารฉบับใด ในการแสวงหาข่าวสารและความบันเทิงของตน

3. ผู้ส่งสารสามารถกระทำการสื่อสารกับผู้รับสารจำนวนมากได้อย่างกว้างขวางเพราะใช้สื่อมวลชน เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อในการสื่อสาร

4. เนื่องจากผู้รับสารมีจำนวนมาก และมีความแตกต่างกัน การสื่อสารมวลชนจึงเป็นการสื่อสารไปยังผู้รับสารที่ผู้ส่งสารไม่รู้จัก ทำให้การสื่อสารขาดลักษณะของความใกล้ชิดคุ้นเคยซึ่งมีอยู่ในการสื่อสารระหว่างบุคคล

5. ผู้ส่งสารเป็นสถาบันสังคม (social institution) ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ภายใต้ ปัจจัยต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมของผู้ส่งสาร เช่น สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ฯลฯ ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ล้วนมีอิทธิพลต่อผู้ส่งสาร

ดังนั้น สื่อสารมวลชนจึงเป็นลักษณะการสื่อสารไปยังผู้รับสารในจำนวนมาก โดยแบ่งเนื้อหาตามกลุ่มช่วงอายุของผู้รับสาร หรือประสบการณ์อาจเป็นการสื่อสารทางเดียวหรือการสื่อสารสองทาง

### ผลของการสื่อสารมวลชน (Effect of Mass Communication)

ผลของการสื่อสารมวลชน (Effect of Mass Communication) คือ สิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากที่ทำการสื่อสาร และผลนั้นอาจเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ตลอดจนความรู้ความเข้าใจและพฤติกรรมของผู้รับสารนั้นด้วยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้นได้

(อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ 2543 : 483) สรุปไว้ว่า การสื่อสารอาจก่อให้เกิดผล 4 ระดับ คือ 1. ระดับปัจเจกบุคคล ผลกระทบที่เกิดจากระดับปัจเจกบุคคลได้แก่ ด้านความนึกคิด

(cognition) เช่น ความรู้ (knowledge) และความเห็น (opinion) ด้านความรู้สึก (affection) เช่นทัศนคติ ซึ่งหมายถึงความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และด้านพฤติกรรม (behavior) ตัวอย่างเช่น การที่เด็กและเยาวชนรับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป (heavy user of mass media) จำทำให้การติดต่อสื่อสารกับบุคคลและโลกภายนอก และอาจนำไปสู่การถูกสื่อครอบงำได้โดยง่าย

2. ระดับกลุ่มหรือองค์กร เช่น ดนตรี รายการบันเทิงต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการสร้างวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มเด็กและวัยรุ่น หรือการโฆษณาหรือสื่อที่ ทำให้คนรุ่นใหม่ในวัยทำงานติดโทรศัพท์และนิยมสื่อสารกันด้วยภาษามสด้วยถ้อยคำนั้นๆ

3. ระดับสถาบันทางสังคม เช่น การเสนอข่าวในทางลบเกี่ยวกับพระสงฆ์บวช ทำให้สถาบันศาสนาได้รับผลกระทบจนนำไปสู่การปฏิรูปสถาบันสงฆ์

4. ระดับสังคมและวัฒนธรรม เช่น การจัดงานประกวดนางงามและการเสนอเป็นข่าวใหญ่อย่างต่อเนื่อง เป็นการตอกย้ำค่านิยมเกี่ยวกับผู้หญิงในเรื่องรูปเป็นทรัพย์ เท่ากับเป็นการสนับสนุนให้ดำรงสถานภาพสังคมชายเป็นส่วนใหญ่ ค่านิยมกรรมมีเมียน้อย การเที่ยวโสเภณี ไปจนถึงการใช้ความรุนแรงในครอบครัว

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่า การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจเป็นผลที่เกิดขึ้นในหลายๆ ลักษณะดังอาจแบ่งได้เป็นหลายประเภทดังนี้

### การแบ่งประเภทผลของการสื่อสารมวลชน

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจเป็นผลที่เกิดขึ้นในหลายๆ ลักษณะดังอาจแบ่งได้เป็นหลายประเภทดังนี้ (กิตติมา สุรสนธิ 2542 : 98 – 99)

1. แบ่งตามระยะเวลา เป็นการแบ่งผลของการสื่อสารโดยพิจารณาจากระยะเวลาที่ผลของการสื่อสารในครั้งนั้นๆ ปรากฏอยู่ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.1 ผลระยะสั้น (Short – term Effect) เป็นผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารเพียงระยะสั้นๆ เช่น การห้ามสูบบุหรี่ในโรงหนัง

1.2 ผลระยะยาว (Long – term Effect) เป็นผลระยะยาวที่เกิดขึ้นเนื่องจากการสื่อสาร เช่น การประชาสัมพันธ์ให้คนไปทำหมัน หรือโครงการณรงค์ให้คนเลิกสูบบุหรี่ ถ้าคนไปทำหมันหรือเลิกสูบบุหรี่ไปตลอดก็ทำให้เกิดผลระยะยาวขึ้น

2. แบ่งตามลักษณะของผลที่เกิดขึ้น แบ่งเป็น 2 ประเภท เป็นการแบ่งประเภทของผลการสื่อสารโดยพิจารณาจากทิศทางของผลของการสื่อสารที่เกิดขึ้นว่าสิ่งที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลจากการสื่อสารนั้นโดยตรงหรือไม่จากผลของการสื่อสารในครั้งนั้นโดยตรง ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

2.1 ผลทางตรง (Direct Effect) เป็นผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารในครั้งนั้นโดยตรง ผู้สื่อสารต้องการส่งปฏิกริยาตอบสนองนั้นๆ ไปตรงมา เช่น การตอบคำถาม ครูสอนให้นักเรียนอ่านหนังสือออก เจ้าหน้าที่โครงการฝึกหัดให้แม่บ้านจักสานวัสดุเป็น เป็นต้น

2.2 ผลทางอ้อม (Indirect Effect) หรือผลแอบแฝง (Latent Effect) เป็นผลที่ไม่ได้เกิดขึ้นโดยตรงจากการสื่อสารครั้งนั้น แต่เป็นผลกระทบอื่นที่ผู้ส่งไม่ได้คาดไว้จากการสื่อสาร ผู้สื่อสารไม่กล้าแสดงปฏิกริยาตอบสนองนั้นๆ โดยตรง เช่น การยืมแทนการปฏิเสธ การให้ข้อมูลใน

โครงการคุมกำเนิด มีผลทำให้เด็กสาวในสังคมปลอมเนื้อปล่อยตัวมากยิ่งขึ้น หรือเด็กวัยรุ่นเรียนรู้วิธีการเสพยาเสพติดจากภาพยนตร์ในโครงการต่อต้านยาเสพติด เป็นต้น

3. แบ่งตามความดีและไม่ดีของผลที่เกิดขึ้น โดยพิจารณาจากผลของการสื่อสารในครั้งนั้นๆ ว่าก่อให้เกิดผลดีต่อบุคคล หรือต่อสังคมหรือไม่ หรืออีกแง่หนึ่งคือเป็นผลที่ทำให้ผู้ส่งบรรลुวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งใจหรือไม่ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

3.1 ผลทางบวก (Positive Effect) ผู้รับสารที่มีปฏิกริยาในทางบวกหรือเชิงตอบรับ จะแสดงอาการพึงพอใจ สนับสนุน การส่งสารของผู้ส่งสารอาจออกมาในรูปคำพูด การปรบมือ หรือการแสดงอื่นๆ สำหรับตัวผู้ส่งสารเอง เมื่อได้รับปฏิกริยาในทางบวกก็จะเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น ภาคภูมิใจ อยากทำการส่งสารนั้นต่อไปได้แก่ผลการสื่อสารที่บรรลุวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารเป็นผู้ที่ก่อให้เกิดผลดีทั้งต่อบุคคลและสังคม

3.2 ผลทางลบ (Negative Effect) ผู้รับสารที่มีปฏิกริยาโต้ตอบในทางลบ หรือเชิงปฏิเสธ จะแสดงออกไม่พอใจ คัดค้าน และการแสดงอื่นๆ สำหรับตัวผู้ส่งสารเอง เมื่อได้รับปฏิกริยาโต้ตอบในทางลบ ก็จะเกิดความรู้สึกอึดอัด ไม่พอใจ อาจมีการแข่งขัน หรืออาจพยายามเปลี่ยนแปลงเนื้อหาและวิธีการในการสื่อสาร เพื่อให้เป็นที่พึงพอใจแก่ผู้รับสาร หรืออาจจะหยุดชะงักไม่ส่งสารนั้นต่อไป ได้แก่ผลของการสื่อสารที่ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร และผลที่เกิดขึ้นนั้นก่อให้เกิดผลในทางที่ไม่ดีต่อบุคคลและต่อสังคม

#### จุดอ่อนในกระบวนการสื่อสารมวลชน

จากการพิจารณาถึงองค์ประกอบและกระบวนการสื่อสารมวลชน ตลอดจนแบบจำลองการสื่อสารมวลชน (สมควร กวียะ ม.ป.ป. : 6 – 7) ได้เสนอข้อควรระวังในการดำเนินการของกระบวนการสื่อสารมวลชนที่สำคัญ ดังนี้

1. สื่อสารมวลชนในฐานะที่เป็นแหล่งสารที่จะส่งข่าวสารออกไปสู่มวลชน มักจะถูกจำกัดด้วยอำนาจทางการเมือง ทางเศรษฐกิจและทางการสื่อสาร การแสดงบทบาทหน้าที่ผู้เลือกสรรข่าวสาร(Gatekeeper) ผู้กำหนดวาระในสังคม (Agenda – setter) ผู้สร้างสภาพแวดล้อมเหตุการณ์ (Pseudo – event) จึงมิได้เป็นการแสดงบทบาทหน้าที่ดังกล่าวในฐานะที่เป็นสถาบันการสื่อสารของสังคมมวลชน

2. เนื้อหาข่าวสารในสื่อมวลชนมีแนวโน้มที่จะเป็นการนำเสนอสาร เพื่อตอบสนองผลประโยชน์ของผู้มีอำนาจทางการเมือง เพื่อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ เนื้อหาสาระจึงมักได้รับการปรุงแต่งให้เน้นการนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับการเมือง เรื่องในเชิงการค้า เต็มไปด้วยเรื่องภาพ และคำบรรยายประกอบที่ใช้ถ้อยคำเร้าอารมณ์ และความรู้สึกของมวลชน สื่อมวลชนจึงกลายเป็นเครื่องมือของกลุ่มบุคคล และมักจะไม่ค่อยมีความเป็นกลางและความเที่ยงตรงในการนำเสนอข่าวสาร

3. เทคโนโลยีทางการสื่อสารที่ทำให้เกิดสื่อมวลชนสมัยใหม่ ซึ่งมักจะมีราคาแพงมีการเสียค่าธรรมเนียมเพื่อขอรับกรรมสิทธิ์ในการรับสาร เช่น เคเบิลทีวี โทรทัศน์ระบบ DTH (Direct to Home) ทำให้สื่อมวลชนกลายเป็นสื่อของชนชั้นมากกว่าที่จะเป็นสื่อของมวลชน

4. สื่อมวลชนเป็นสื่อที่มุ่งหมายให้เกิดการรับสารในลักษณะของสื่อโสตและสื่อโสตทัศน์ (Audio and Visual Channel) ซึ่งลักษณะของการสื่อสารของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ นั้นมีจุดด้อยที่สำคัญคือ การสัมผัสกับมวลชน (Human Touch) ทำให้ความใกล้ชิดระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

หรือสื่อมวลชนกับมวลชนอาจขาดหายไป และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นตามมา คือความรับผิดชอบต่อบุคคลและสังคมของสื่อมวลชนอาจลดน้อยลง

5. ผู้รับสารในการสื่อสารมวลชนซึ่งเปรียบเสมือนเป้าหมายของการสื่อสาร มักจะมีจำนวนมากมีความแตกต่างระหว่างบุคคลและกระจัดกระจายไปในที่ต่างๆ ทั่วไป ทำให้มีปัญหาในการวิเคราะห์ผู้รับสาร

6. ปฏิกริยาสะท้อนกลับ ในการสื่อสารมวลชนจะไม่สามารถสะท้อนกลับได้ในทันทีทันใด ทำให้ไม่สามารถปรับปรุงรูปแบบ เนื้อหาของการสื่อสารมวลชนนั้นได้อย่างเหมาะสม ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะมีความพยายามในเรื่องนี้ เช่น การโทรศัพท์ไปยังผู้จัดรายการ ณ สถานีวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ การเขียนจดหมายถึงบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารก็ไม่อาจปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือเนื้อหาของการสื่อสารมวลชนนั้นๆ ในทันทีทันใดได้เลย ทั้งนี้ก็ด้วยเหตุผลในเชิงเทคโนโลยีการผลิต

7. ปฏิกริยาโต้ตอบที่จะโต้ตอบไปยังสื่อมวลชนของผู้รับสารไม่สามารถทำได้เพราะต้องอาศัยเวลาและแรงกระตุ้น ดังนั้นเมื่อผู้รับสารได้รับแรงกระตุ้นจากเนื้อหาข่าวสารในสื่อมวลชนแต่ไม่สามารถโต้ตอบได้ในทันทีทันใด ทำให้ปฏิกริยาที่ต้องการแสดงออกหมดความหมายไปโดยอัตโนมัติ

8. ผลของการสื่อสารในการสื่อสารมวลชนนั้นมีข้อจำกัดมากมาย ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากปัจจัยทั้งในด้านแหล่งสาร ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนนั้นๆ ตลอดจนด้านมวลชนซึ่งมีความแตกต่างกัน ทำให้ผลของการสื่อสารแตกต่างกันตามไปด้วย

#### จุดแข็งในกระบวนการสื่อสารมวลชน

ปรมะ สตะเวทิน ได้กล่าวว่า การสื่อสารมวลชนมีจุดเด่นดังนี้

1. สามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมาก สามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากที่อยู่ห่างไกลออกไป และกระจัดกระจายในหลายพื้นที่ได้ในเวลาเดียวกัน หรือในเวลาเวลาใกล้เคียงกัน ทั้งนี้เพราะสื่อมวลชนเป็นสิ่งอาศัยเทคโนโลยี ไม่ได้อาศัยขีดความสามารถตามธรรมชาติของสื่อบุคคล

2. การสื่อสารมีความรวดเร็ว สื่อมวลชนนอกจากจะสามารถนำสารไปส่งผู้รับสารจำนวนมากในเวลาเดียวกันแล้ว เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสื่อที่อาศัยเทคโนโลยีดังกล่าว ดังนั้นสื่อมวลชนจึงสามารถนำสารจากแหล่งข่าวสารไปสู่คนจำนวนมากได้ภายในเวลาอันรวดเร็วในเวลาใกล้เคียงกันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น การรายงานข่าวจากวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์

3. สามารถบรรจุเนื้อหาได้หลากหลาย เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้จำนวนมากซึ่งผู้รับสารย่อมมีความแตกต่างกันทั้งในด้านลักษณะของประชากร (เพศ อายุ การศึกษา ศาสนา สถานะทางเศรษฐกิจ และสังคม) และสถานที่ ผู้รับสารจึงมีความต้องการ ความชอบ ความสนใจ และรสนิยมที่แตกต่างกันไป สื่อมวลชนจะต้องทำหน้าที่ในการสนองผู้รับสารเหล่านี้ได้พร้อมๆกัน ด้วยการเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลายทั้งข่าว ความรู้และความคิดเห็นความบันเทิงและโฆษณา

4. ความถูกต้องของสารมีมาก เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน ดังนั้นเนื้อหาของสารที่ถูกรับรู้ในสื่อมวลชนเมื่อไปสู่ผู้รับสารทั้งหลายจึงเป็นเนื้อเดียวกันไม่ว่าผู้รับสารจะเป็นใครและอยู่ที่ใด ดังนั้นความถูกต้องของสารจึงมีมาก ไม่เหมือนกับการใช้สื่อบุคคลซึ่งโอกาสที่บิดเบือนสารจะเกิดขึ้นมีได้ตลอดเวลาของการถ่ายทอดสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลอื่นต่อไป ตลอดเส้นทางการสื่อสารจนกว่าจะครบกำหนดคนที่ต้องการ

### คุณลักษณะที่สำคัญของการสื่อสารมวลชน

1. การสื่อสารมวลชนจะใช้สื่อมวลชนทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์
2. ผู้ส่งสารในการสื่อสารมวลชนกับผู้รับสาร หรือมวลชนไม่รู้จักซึ่งกันและกันเป็นส่วนตัว
3. เนื้อหาของข่าวสารในงานการสื่อสารมวลชนจะเป็นข่าวสารเพื่อส่วนรวม เพื่อมวลชนจะไม่

มีลักษณะของข่าวสารที่เป็นเรื่องส่วนตัวของใครคนใดคนหนึ่ง

4. ผู้ส่งสารจะอยู่ในฐานะแหล่งสาร ที่มีทีมงานในการดำเนินงานด้านข่าวสารมีโครงสร้างองค์การมีการบริหารงานเพื่อธุรกิจด้านการถ่ายทอดข่าวสารไปยังมวลชน

5. การสื่อสารมวลชนจะถูกควบคุมด้วยการกลั่นกรองข่าวสาร ทั้งโดยสังคมและโดยระบบของการสื่อสารมวลชนเอง

6. การได้รับปฏิกริยาสะท้อนกลับจากผู้รับสาร เพื่อที่จะให้ทราบถึงผลของการสื่อสารค่อนข้างได้รับกว้างกว่าการสื่อสารรูปแบบอื่นๆ

#### ธรรมชาติของการสื่อสารมวลชน

1. การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารที่ได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นโดยองค์การสื่อสารอย่างเป็นทางการที่มีความซับซ้อน

2. องค์การการสื่อสารมวลชนมีบทบาทในการเป็นผู้เลือกสรรข่าวสาร ปัจจัยอีกปัจจัยหนึ่งที่กำหนดลักษณะของการสื่อสารมวลชน

3. องค์การการสื่อสารมวลชนดำเนินกิจการสื่อสารมวลชนโดยที่ต้องมีเงินทุนจำนวนมากสำหรับดำเนินงาน

4. องค์การการสื่อสารมวลชนดำเนินการสื่อสารมวลชนโดยหวังผลกำไร ท่ามกลางการแข่งขันสูง

#### บทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคม

บทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนนั้นมีหลายประการ แฮโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell) และชาร์ลส ไรท์ (Charles R Wright) ได้สรุปหน้าที่ที่สำคัญ 4 ประการของสื่อมวลชน คือ

1. การสอดส่องระวังระไวสิ่งแวดล้อม คือการแสวงหาและเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อม หน้าที่ในด้านนี้ คือการรายงานข่าวสาร (News Reporting) หรือการแจ้งข่าวสาร (Informing)

2. การประสานส่วนต่างๆ ในสังคม คือ การที่สื่อมวลชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดเป็นข่าวเป็นการวิเคราะห์และเสนอแนะว่าควรจะทำอย่างไรกับสิ่งๆ นั้น เป็นหน้าที่ในการชักจูงใจ (Persuasion) หรือบทบรรณาธิการ (Editorial)

3. การถ่ายทอดมรดกทางสังคม คือ การเผยแพร่ความรู้ ค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคมแก่สมาชิกรุ่นใหม่ของสังคมเพื่อให้ความรู้และวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ คงอยู่ต่อไป หน้าที่ในด้านนี้จึงเป็นหน้าที่ในการให้การศึกษา (Educational Function)

4. การให้ความบันเทิง (Entertainment) เป็นการเผยแพร่การแสดงดนตรี ศิลปะ เพื่อสร้างความจรรโลงแก่มวลชน

(บำรุง สุขพรรณ 2520: 276-278) กล่าวถึงหน้าที่ของสื่อมวลชนว่าสามารถแยกเป็นลักษณะใหญ่ๆ ได้ 2 ประการ คือ



1.บทบาททางพุทธิปัญญา (Intellectual) เป็นหน้าที่ที่สำคัญของสื่อมวลชนในการที่จะต้องเสริมสร้างความรู้และให้การศึกษาแก่มนุษย์ที่อยู่ในสังคมได้ทราบอันเป็นหน้าที่หลัก แบ่งได้เป็น

1.1 เพื่อบรรยายข้อเท็จจริง (Facts) สื่อมวลชนจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้รวบรวมข่าวสารและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างจริงใจ โดยไม่ลำเอียงที่จะเสนอข่าวสารหรือบิดเบือนความจริงอันส่งผลให้ผู้รับสารเข้าใจผิดได้

1.2 เพื่อให้การศึกษา (Education) เป็นหน้าที่ที่สำคัญอย่างหนึ่งของสื่อมวลชนที่จะยกระดับการศึกษาให้สูงขึ้นและให้สามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพในการดำรงชีวิต การให้การศึกษาที่สื่อมวลชนจะมีหน้าที่ให้ทั้งข่าวสารและถ่ายทอดความนึกคิด สิ่งต่างๆ ไปยังคนรุ่นหลัง การให้การศึกษาของสื่อมวลชนนั้นจะได้ผลรวดเร็วกว่าการศึกษาในชั้นเรียน ทั้งนี้เพราะการศึกษาในชั้นเรียนไม่มีความยืดหยุ่นต้องศึกษาตามแบบเรียนที่กำหนดแต่การให้การศึกษาของสื่อมวลชนเป็นการให้ความรู้เพื่อที่จะปรับตัวให้เข้ากับสังคมให้ดีที่สุดจึงมีประโยชน์มาก

1.3 เพื่อแสดงออกทางสังคม การแสดงออกของคนในด้านอุดมการณ์ความคิดเป็นเรื่องสำคัญ เพราะสังคมที่เราอาศัยอยู่มีอาณาเขตกว้างขวางมาก หากใครมีความคิดเห็นที่จะปรับปรุงสังคมอย่างไรก็สามารถแสดงความคิดเห็นโดยผ่านสื่อมวลชนได้ นอกจากนี้สื่อมวลชนยังเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดวัฒนธรรมได้อีกทางหนึ่ง

1.4 เพื่อขจัดความกดดันและขัดแย้งในสังคมสื่อมวลชนเป็นเสมือนเวทีกลางที่ทุกคนในสังคมสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี รวมทั้งการใช้สื่อมวลชนในด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างฝ่ายรัฐบาลกับประชาชน

2.บทบาททางด้านจิตวิทยาทางสังคม (Social Psychology) บทบาททางด้านนี้เป็นการบำรุงขวัญและสร้างพลังจิตใจของสมาชิกในสังคมให้ดีขึ้นสามารถแยกประเด็นพิจารณาได้ 3 ประเภท คือ

2.1 เพื่อสร้างความผูกพันในสังคมให้แน่นแฟ้นในขณะเดียวกันก็จะขจัดความโดดเดี่ยวทางสังคมของสมาชิกในสังคมให้หมดสิ้น

2.2 เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจโดยสื่อมวลชนมีหน้าที่บริการสังคมให้มีการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อคลายเครียดหลังจากได้ทำงานหนักมา

2.3 เพื่อบำบัดจิตใจ โดยการชดเชยสิ่งที่สังคมขาดและสื่อมวลชนจะคอยเสนอเรื่องราวต่างๆ เพื่อให้สังคมดำเนินไปในทางที่ดีขึ้น

(ปาริชาติ สถาปิตานนท์ 2546: 3, อ้างถึงใน สุรัญชญา ทองพูล 2554 : 4-5) กล่าวถึงข้อคิดเกี่ยวกับบทบาทของสถาบันสื่อสารมวลชนไว้ในหนังสือเรื่องสื่อมวลชนกับการพัฒนาประเทศ (mass Media and National Development) ว่าสื่อมวลชนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการพัฒนาสังคม เนื่องจากสื่อมวลชนมีภารกิจต่างๆ ต่อไปนี้

1.สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจสอบ โดยสื่อมวลชนคอยเฝ้าดูความเคลื่อนไหวต่างๆ ในสังคมและรายงานข้อมูลดังกล่าวให้สาธารณชนทราบ

2.สื่อมวลชนมีบทบาทในเชิงนโยบาย กล่าวคือสื่อมวลชนสามารถจุดประกายแนวคิดต่างๆ ให้อยู่ในความสนใจของกระแสสังคมและผลักดันให้เกิดการตัดสินใจในเชิงนโยบายในระดับผู้บริหารประเทศ

3. สื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่เป็นผู้สอนเพื่อเตรียมสมาชิกในสังคมให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ สอนทักษะการปฏิบัติตนตลอดจนปลูกฝังค่านิยมที่เหมาะสมในสังคม

ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารมวลชนมีส่วนสำคัญอย่างมากในการผลักดัน หรือมุ่งเผยแพร่ข่าวสาร และสาระความรู้แก่ผู้รับสารในจำนวนมาก ซึ่งต้องคำนึงถึงความรวดเร็วและถูกต้องของข้อมูลอันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพของเรื่องราวที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อสารไปยังผู้รับสารซึ่งสอดคล้องการสร้างเสริมสุขภาพ (Health Promotion) ที่ทุกภาคส่วนในสังคมหันมาให้ความสนใจตลอดจนการพยายามมุ่งเน้นการจัดระบบสุขภาพเพื่อการพึ่งพาตนเองในระดับบุคคล ชุมชน และสังคม

## 2.แนวคิดการสื่อสาร

### ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน Communicate ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Communicate ซึ่งแปลตามตัวอักษรว่า Make Common หมายถึง ทำให้มีสภาพร่วมกัน ซึ่งเป็นความหมายที่ตรงกับธรรมชาติของการสื่อสาร คือ การทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ตรงกัน กล่าวคือ มนุษย์มีการสื่อสารซึ่งกันและกันก็เพื่อเข้าใจให้ตรงกันนั่นเอง ดังนั้นการนิยามความหมายคำว่า การสื่อสารจึงเป็นการนิยามที่ตั้งอยู่บนรากฐานของรากศัพท์เดิม คือ ความเข้าใจร่วมกัน (สมควร กวีระ มปป :2)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 ให้ความหมายของการสื่อสาร หมายถึง การนำหนังสือข้อความของฝ่ายหนึ่งส่งให้อีกฝ่ายหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้อีกหลายคน ดังนี้ จอร์จ เกริบบเนอร์ (George Gerbner) กล่าวว่า “การสื่อสาร” คือ การแสดงปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) ด้วยการใช้สัญลักษณ์และระบบสาร (message system) หรือ เบลสันและสไตน์เนอร์ (Berelson & Steiner) นิยามการสื่อสารว่าเป็น “พฤติกรรม” (act) หรือกระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก ทักษะ ฯลฯ โดยการใช้สัญลักษณ์ ซึ่งอาจเป็นคำพูด หนังสือ ภาพ ตัวเลข กราฟ ฯลฯ (พัชนี เขยจรยา 2538 : 3)

ชาร์ล อี ออสกู๊ด (Charles E.Osgood 1954 : 1,อ้างถึงใน สุรัยชญา ทองพูล 2554 : 38 ) ให้คำนิยามการสื่อสารว่า “โดยความหมายอย่างกว้าง การสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อระบบหนึ่งซึ่งเป็นแหล่งสารมีอิทธิพลเหนืออีกระบบหนึ่ง ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทาง โดยอาศัยวิธีการควบคุมสัญญาณต่างๆ ที่สามารถส่งออกไปตามสื่อ (Charles E.Osgood, A Vocabulary for Talking about Communication)

คล็อด แชนนอน และวอร์เรน วีเวอร์ (Claude Shannon and Warren Weaver 1948 : 1 อ้างถึงใน สุรัยชญา ทองพูล 2554 : 38) กล่าวถึงการสื่อสารว่า “คำว่า การสื่อสาร ในที่นี้มีความหมายกว้างคลุมไปถึงวิธีการทั้งหมดที่ทำให้จิตใจของบุคคลหนึ่งกระทบจิตใจของอีกคนหนึ่ง มีผลกระทบจิตใจของอีกคนหนึ่ง การปฏิบัติได้รวมไปถึงพฤติกรรมทั้งหลายของมนุษย์ ได้แก่ การเขียน การพูด ดนตรี ศิลปะรูปภาพ การละคร ระบาย ในบางกรณีอาจใช้นิยามการสื่อสารที่กว้างกว่านี้ก็ได้ โดยการสื่อสารหมายถึงการปฏิบัติทั้งหลายเพื่อให้กลไกอย่างหนึ่ง (เช่น เครื่องมืออัตโนมัติสามารถบอกตำแหน่งเครื่องบินและสามารถคำนวณบอกตำแหน่งของเครื่องบินในเวลาอนาคตได้) ทำให้

เกิดผลกระทบกระเทือนต่อกลไกอีกอย่างหนึ่งได้ (เช่น จรวดนำวิถี ขับไล่เครื่องบิน) (ยุพา สุภากุล, 2540 :.4)

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นการแลกเปลี่ยนสัญญาณข่าวสารระหว่างบุคคลซึ่งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ของมนุษย์ (Wilbur Schramm and Donald F. Roberts, 1971 : 13)

พีชนี่ เชยจรรยา และคณะได้สรุปความหมาย นิยาม ของการสื่อสารไว้กว้างๆ ดังนี้

1. การสื่อสารเป็นพฤติกรรม (act) หรือกระบวนการ (process)

นักวิชาการบางกลุ่มนิยามการสื่อสารเป็นเพียงพฤติกรรมหนึ่งๆ ที่สามารถสื่อความหมายหรือมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น ขณะที่บางกลุ่มมองว่าการสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดสาร (message) จากผู้หนึ่งไปยังอีกผู้หนึ่ง

2. การสื่อสารจะต้องกระทำขึ้นอย่างตั้งใจหรือไม่

นักวิชาการบางท่าน เช่น มิลเลอร์ (Miller) กล่าวว่า การศึกษาเกี่ยวกับระบบการสื่อสารอย่างถูกต้องเหมาะสมนั้น ควรมุ่งสนใจเฉพาะสถานการณ์สื่อสารซึ่งผู้ส่งสาร (sender) มีเจตจำนง (conscious intent) ที่จะถ่ายทอดสารให้มีผลต่อพฤติกรรมของผู้รับสารในทางหนึ่งทางใดฉะนั้น การที่คนหนึ่งเดินใจลอยจึงไม่ใช่การสื่อสาร แม้ว่าผู้พบเห็นสามารถตีความหมายหรือรู้สึกอะไรบางอย่างต่อการแสดงออกนั้น ซึ่งสอดคล้องกับหลักทางพุทธศาสนาว่าสื่อสารใดที่เกิดโดยไม่ตั้งใจ เรียกว่า “อุบัติเหตุ” หรือเป็นเพียงปรากฏการณ์หนึ่งเท่านั้น

3. การสื่อสารกระทำโดยผ่านภาษา (language) อย่างเดียวหรือไม่

คำนิยามส่วนมากที่พบทางนิเทศศาสตร์เน้นการสื่อสารของมนุษย์ซึ่งอาศัยภาษาไม่ว่าจะเป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียนที่เรียกว่า วจนภาษา (verbal language) หรือภาษาที่ไม่เป็นถ้อยคำหรือหนังสือ แต่เป็นสิ่งอื่นๆ ซึ่งสามารถแสดงความหมายได้ เช่น การแสดงกิริยาท่าทาง สีหน้า น้ำเสียง ฯลฯ ซึ่งเรียกว่า “อวจนภาษา” (nonverbal language) ขณะที่นักวิชาการบางกลุ่ม เช่น วอร์เรน ดับบลิว วีเวอร์ (Warren W. Weaver) รวมเอาดนตรี ภาพ การแสดง และวัตถุสิ่งของอื่นๆ ที่สามารถใช้เป็นสัญลักษณ์เข้าไว้ในนิยามของการสื่อสารด้วย

จากข้างต้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการที่ผู้ส่งสารไม่ว่าจะเป็นภาษาพูด ภาษาเขียน รหัส สัญลักษณ์ ตลอดจนกิริยาท่าทางต่างๆ ผ่านสื่อไปยังผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารทำการสื่อสารโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม

### องค์ประกอบของการสื่อสาร

จากความหมายข้างต้นจะมีการให้ความหมายของคำว่า การสื่อสาร แตกต่างกันไปมากมาย แต่สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสาร คือกระบวนการถ่ายทอดสารของมนุษย์ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ อย่างน้อย 5 ประการ คือ (พีชนี่ เชยจรรยา 2538 : 7 – 8)

1. ผู้ส่งสาร หรือผู้เข้ารหัส (sender / encoder)
2. ผู้รับสาร หรือ ผู้ถอดรหัส (receiver / decoder)
3. สาร (message)
4. ช่องทางการสื่อสาร (channel)
5. สภาพแวดล้อมการสื่อสาร (context / environment)

### ผู้ส่งสาร (sender)

ผู้ส่งสาร (sender) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มหรือเริ่มต้นส่งสารไปให้อีกบุคคลหนึ่งจะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม หรือเป็นผู้ทำหน้าที่ส่งสารผ่านช่องทางหนึ่งไปยังผู้รับสาร ฉะนั้น ผู้ส่งสารจึงมีบทบาทในการชี้ว่าพฤติกรรมการสื่อสารภายในสถานการณ์หนึ่งๆ นั้น จะเป็นไปในรูปใด และมีผลอย่างไรหรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ผู้ส่งสารคือ ผู้กระตุ้น (stimulus) ที่ทำให้เกิดการตอบสนอง (response) จากผู้รับสาร หรือผู้ส่งสารอาจเรียก ผู้เข้ารหัส (encoder) คือ ผู้ที่รับผิดชอบในการนำความคิดของผู้ริเริ่ม ความคิดหรือแหล่งสาร (source) ส่งไปยังผู้ที่ต้องการจะสื่อสารด้วย โดยการใช้สัญญาณ (signal) และสัญลักษณ์ (symbol) หรือเรียกว่า การเข้ารหัส (encoding) ซึ่งแสดงถึงเป้าหมายหรือสิ่งที่แหล่งสารต้องการสื่อ

### ผู้รับสาร (decoder)

ผู้รับสาร (decoder) คือ ผู้ที่รับสารจากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง เมื่อได้รับสารผู้รับสารจะเกิดการตีความและการตอบสนองจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม และส่งปฏิกิริยาตอบสนอง (feedback) กลับไปให้ผู้ส่งสาร หรือผู้รับสารเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ผู้ถอดรหัส (decoder) คือ ผู้ที่ถอดความหมายของสัญญาณหรือสัญลักษณ์ที่ผู้เข้ารหัสส่งมา หรืออีกนัยหนึ่ง คือ ผู้รับผิดชอบการถอดรหัสของสาร (decoding) เพื่อให้ผู้รับสารปลายทาง (receiver / destination) หรือผู้รับสารที่ผู้ส่งสารต้องการให้ได้รับสารของตน

### สาร (message)

สาร (message) หมายถึง สิ่งที่ผู้ส่งสารไปให้ผู้รับสารในรูปของรหัสคำว่า “รหัส” หมายถึง สัญญาณ (signal) หรือสัญลักษณ์ (symbol) หรือกลุ่มของสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในลักษณะที่มีความหมายต่อคน และผู้รับสารสามารถเข้าใจความหมายของมันได้ต่อเมื่อมีการถอดความหมายของสัญญาณหรือสัญลักษณ์ออกมา สัญญาณหรือสัญลักษณ์ในที่นี้อาจเป็น คำพูด ตัวหนังสือ รูปภาพ เครื่องหมาย หรือการทำทางต่างๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงหรือถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการและวัตถุประสงค์ของผู้รับสาร ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว สารก็คือ ภาษา (language)

จากองค์ประกอบของการสื่อสารดังกล่าวข้างต้นสามารถแบ่งเนื้อหาของสารได้ 2 ประเภทคือ

1. รหัสของสารที่ใช้คำ (Verbal Message Codes) ได้แก่ ภาษาอันเป็นระบบของสัญลักษณ์และหรือระบบของสัญญาณที่มนุษย์ใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อซึ่งกันและกัน มนุษย์ได้สร้างขึ้นและพัฒนาสืบทอดมาโดยลำดับ ภาษาจะมีโครงสร้าง (Structure) ที่ทำให้ส่วนประกอบต่างๆ (Elements) รวมเข้าไปด้วยกันอย่างมีความหมาย (ส่วนประกอบของภาษา เช่น เสียง (Sound) ตัวอักษร (Letters) คำ (Words) คำสะกดการันต์ เครื่องหมายต่างๆ ฯลฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถนำมา

เรียบเรียงเข้าเป็นถ้อยคำ เป็นวลี และประโยคที่มีความหมาย โดยอาศัยระเบียบและกฎเกณฑ์ของภาษานั้นๆ เป็นหลัก เช่น โครงสร้างประโยคตามหลักการเขียนภาษาไทย ภาษาอังกฤษ เป็นต้น

2. รหัสของสารที่ไม่ใช้คำ (Nonverbal Message Codes) ได้แก่ ระบบสัญลักษณ์สัญญาณหรือเครื่องหมายใดๆ ก็ตามที่ไม่เกี่ยวข้องกับการใช้ถ้อยคำ เช่น ดนตรี การเดินระบำ อากัปกริยา ท่าทาง(Gesture) การแสดงทางหน้าตา (Facial Expression) สี ธง สัญญาณไฟ คิว สัญญาณ การวาดภาพ ฯลฯ ซึ่งแต่ละอย่างมีส่วนประกอบย่อย และเมื่อรวมเข้าด้วยกันตามแบบที่กำหนดก็ทำให้มีความหมายขึ้น จึงสรุปได้ว่ามนุษย์ในแต่ละสังคม แต่และวัฒนธรรม ได้พัฒนาและรับรู้ความหมายร่วมกัน ดังตัวอย่าง เช่น การพยักหน้า แสดงอาการตอบรับ ปฏิเสธ แสดงความเข้าใจหรือเห็นด้วย ซึ่งแต่ละสังคมจะตีความหมายของการพยักหน้าต่างกัน ความหมายของสีต่างๆ โดยในสังคมได้ให้ความหมายของสีในการวัดจิตใจและอารมณ์ของคนที่ชอบสีต่างๆ เช่น สีแดง ทำให้ตื่นเต้น สีดำ ทำให้เยือกเย็น สีเทา ทำให้รู้สึกซึมเศร้า สีส้ม ทำให้รู้สึกเร้าร้อน สีทองอ่อน ทำให้รู้สึกเป็นหนุ่มสาว สีน้ำตาล ทำให้รู้สึกแก่และสงบ สีน้ำเงิน ทำให้รู้สึกน่าเลื่อมใส น่านับถือ เป็นต้น

### ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

ช่องทางการสื่อสาร คือ ตัวกลางที่ช่วยในการนำส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ช่องทางเปรียบเหมือนทางหรือพาหะระหว่างผู้ร่วมสื่อสาร (พีซีซี เขยจรรยา 2538 : 29 – 30)

เบอร์โล (Berlo) แบ่งช่องทางการสื่อสารออกเป็น 3 ประเภท

1. ช่องทางที่เป็นตัวกลางนำสารจากผู้ส่งสารไปให้ผู้รับสาร ซึ่งได้แก่ คลื่นแสง คลื่นเสียง วิทยุ โทรเลข โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น ช่องทางเหล่านี้เน้นหนักในเรื่องสื่อทางเทคโนโลยี

2. ช่องทางที่เป็นพาหะของสิ่งที่นำสาร เช่น อากาศ ซึ่งเป็นตัวนำคลื่นเสียงไปสู่ประสาทรับความรู้สึกต่างๆ หรือประสาททั้งห้า ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การสัมผัส และการลิ้นรส) ช่องทางประเภทนี้พบในกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล

3. วิธีในการเข้ารหัสและถอดรหัสสาร (mode of encoding and decoding) เช่น การใช้วิธีพูด การใช้วิธีเขียน เป็นต้น ซึ่งนักทฤษฎีนิเทศศาสตร์โดยทั่วไปนิยมนิยาม “ช่องทางการสื่อสาร” ในความหมายนี้

เรโอ (Rao) เน้นว่าช่องทางการสื่อสารมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ช่องทางเป็นหน่วยพลังงานมวลสาร (matter – energy unit) ประเภทหนึ่งที่เราเรียกว่าสื่อ (medium)

2. ช่องทางเป็นตัวนำส่งหน่วยพลังงานมวลสาร ซึ่งมีการจัดเป็นระเบียบแบบแผนที่เราเรียกว่า สารสนเทศ (information)

3. ช่องทางเป็นตัวเชื่อมระหว่างบุคคลที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง นอกจากองค์ประกอบ 5 ประการข้างต้นแล้ว การสื่อสารของมนุษย์นั้นยังเป็นกระบวนการสื่อสาร 2 ทาง คือ ผู้ส่งสาร ส่งสารผ่านสื่อไปยังผู้รับสาร ภายใต้สภาพแวดล้อมหนึ่ง แล้วผู้รับสารจะส่งสารปฏิกิริยาตอบสนอง (feedback) และจากกระบวนการสื่อสาร 2 ทาง (Two way communication) บางครั้งการสื่อสารอาจมีสิ่งรบกวน (noise) ที่ทำให้การสื่อสารไม่บรรลุเป้าหมายได้

### ปฏิกิริยาตอบสนอง (Feedback)

ปฏิกริยาตอบสนอง คือ สาร แต่เป็นสารที่ผู้รับสารไปให้กับผู้ส่งสารเมื่อได้ตีความหมายของสารที่ตนได้รับ ในเมื่อความหมายของสารมีได้อยู่ที่ตัวสาร แต่อยู่ที่การตีความของผู้รับสาร ผู้สื่อสารจึงจำเป็นที่จะต้องสนใจและให้ความสำคัญกับปฏิกริยาตอบสนอง เนื่องจากบางครั้งผู้ส่งสารอาจต้องการส่งสารที่มีความหมาย X ไปให้ผู้รับสาร แต่ผู้รับสารกลับตีความหมายของสารนั้นเป็น Y ซึ่งไม่ตรงกับที่ผู้ส่งสาร ถ้าผู้ส่งสารสังเกตปฏิกริยาตอบสนองว่าไม่เป็นไปในทางที่ตนต้องการ ผู้ส่งสารก็สามารถปรับสารของตนให้ผู้รับสารเข้าใจสารตรงตามที่ตนต้องการได้ในที่สุด

### สิ่งรบกวน (noise)

สิ่งรบกวน (noise) คือ สิ่งจำกัดประสิทธิภาพการถ่ายทอดสารหรือสิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร ทำให้การสื่อสารไม่บรรลุผลเท่าที่ควร หรือบางครั้งอาจทำให้การสื่อสารไม่สามารถดำเนินต่อไปได้

มีการแบ่งประเภทของสิ่งรบกวนหลายวิธีด้วยกัน เช่น แชนนอนและวีเวอร์ (Shannon and Weaver) แบ่งสิ่งรบกวนเป็น

1. สิ่งรบกวนทางกายภาพ (physical noise) หมายถึง สิ่งรบกวนซึ่งเกิดขึ้นภายนอกตัวบุคคล เช่น เสียงรถยนต์ เสียงคนคุยกัน เสียงประตู ฯลฯ

2. สิ่งรบกวนทางจิตใจ (psychological noise) หมายถึง สิ่งรบกวนซึ่งเกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ภายใต้อารมณ์ ความคิด จิตใจ และอารมณ์ของผู้สื่อสาร เช่น ผู้พูดมีอคติต่อเรื่อง มีปัญหาในใจก่อนการพูด หรืออารมณ์ไม่ดี หรือผู้ฟังขาดสมาธิในการฟัง เป็นต้น

รูปแบบการสื่อสาร

โดมินิก (Dominick 1993 : 11) จำแนกสถานการณ์การสื่อสารออกได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)
2. การสื่อสารแบบกึ่งกลาง (Machine – Assisted Interpersonal Communication)
3. การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

### 1. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การสื่อสารโดยตรงระหว่างคนสองคนที่มีปฏิสัมพันธ์กันแบบเผชิญหน้าโดยใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การสัมผัส ตลอดจนการลิ้มรส และมีปฏิกริยาตอบสนองแบบปัจจุบันทันที

พัชนี เขยจรรยา และคณะ (2534 : 47) ได้อธิบายถึง สถานการณ์ของการสื่อสารในการสื่อสารระหว่างบุคคลไว้ดังนี้ คือ เป็นสถานการณ์ของการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารส่งสัญญาณเพื่อติดต่อสื่อสารกันในวัตถุประสงค้อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นการสนทนาระหว่างคน 2 คน หรือกับกลุ่มย่อยในลักษณะของการเผชิญหน้า (Face to Face) ได้แก่ การพูดคุยกับเพื่อน

ร่วมงานการอภิปรายในกลุ่มประชุม เป็นต้น โดยที่ทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสารจะสื่อสารได้อย่างอิสระ เป็นตัวของตัวเอง มักจะเป็นการสื่อสารด้วยเรื่องที่เป็นส่วนตัว ช่องทางการสื่อสารแบบเผชิญหน้า สามารถทำให้ทราบปฏิกิริยาสะท้อนกลับ และทราบถึงผลของการสื่อสารได้ทันที

## 2.การสื่อสารแบบกึ่งกลาง (Machine – Assisted Interpersonal Communication)

การสื่อสารแบบกึ่งกลางเป็นสถานการณ์ของการสื่อสารที่ร่วมกันระหว่าง การสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารมวลชน กล่าวคือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ไม่มีการเผชิญหน้ากัน ทั้งนี้ด้วยเงื่อนไขของเวลาและสถานที่ ดังนั้น เมื่อผู้ส่งสารจะสื่อสารจึงต้องอาศัยเครื่องมือเพื่อเชื่อมโยงให้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ เช่น การส่งจดหมายถึงกัน การพูดทางโทรศัพท์ เป็นต้น

พีชนี เขยจรรยา และคณะ (2534 : 48) กล่าวถึง สถานการณ์ของการสื่อสารแบบกึ่งกลางว่าเป็นการสื่อสารที่ต้องมีค่าใช้จ่ายในการส่งหรือรับสารแต่สามารถส่งข่าวสารไปได้ไกล ใช้ได้ทั้งการสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ปฏิกริยาตอบสนองจะไม่เกิดผลในทันทีทันใด ทั้งนี้ด้วยเหตุผลเกี่ยวกับเวลาและสถานที่ ความแตกต่างระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารตลอดจนกรอบประสบการณ์ของทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารมักจะเป็นประสบการณ์ที่ใกล้เคียงกัน

อย่างไรก็ตามในยุคปัจจุบันที่เรียกว่ายุคโลกาภิวัตน์ สังคมที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยีการสื่อสาร (Information Technology) ที่ทันสมัย เช่น การใช้เครื่องโทรสาร การใช้คอมพิวเตอร์ ตลอดจนระบบเครือข่ายการสื่อสาร (Internet) ทำให้มนุษย์มีเครื่องมือที่สามารถเชื่อมโยงการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้รวดเร็วและสะดวกมากยิ่งขึ้น

## 3.การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

การสื่อสารมวลชน เป็นสถานการณ์ของการสื่อสารอีกอย่างหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะสำคัญดังนี้

1.เป็นการสื่อสารที่มุ่งไปยังผู้รับจำนวนมาก ไม่รู้จักมักคุ้นกัน และมีความแตกต่างกันในหมู่ผู้รับ

2.มีการถ่ายทอดสารอย่างเปิดเผยส่วนใหญ่จะกำหนดเวลาให้ถึงกลุ่มผู้รับพร้อมๆ กัน

3.การสื่อสารมวลชนมักจะเป็นการสื่อสารในองค์การที่ซับซ้อนมีค่าใช้จ่ายที่สูงมาก

พีชนี เขยจรรยา และคณะ (2534 : 48) ได้สรุปสถานการณ์ของการสื่อสารมวลชนกับองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารไว้ว่า ผู้ส่งสารในการสื่อสารมวลชนมักจะเป็นองค์กรที่มีโครงสร้างองค์การและมีการจัดระบบทำงานที่ชัดเจน ข่าวสารจากสื่อมวลชนที่ปรากฏ ได้แก่ ข่าวสารในหน้าหนังสือพิมพ์ รายการวิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์ เป็นผลจากการระดมสมองเพื่อการผลิตจากทีมงานมากกว่า 2 คน ซึ่งจะต้องผ่านกระบวนการการเลือกสรรข่าวสาร การตัดสินใจในเรื่องรูปแบบ และวิธีการในการนำเสนอเป็นลำดับขั้นตอนก่อนที่ข่าวสารจะถึงมือผู้รับสารและข่าวสารนั้นจะถูกส่งผ่านอย่างเปิดเผยเพื่อให้สาธารณชนได้รับรู้เกือบจะพร้อมๆ กัน เช่น การกระจายเสียงทาง

วิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์ การตีพิมพ์ข่าวสารในหน้าหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ข่าวสารในการสื่อสารมวลชนมักจะเป็นข่าวสารเพื่อสาธารณชน และมักจะได้รับปฏิกิริยาสะท้อนกลับค่อนข้างช้านอกจากนี้ยังอาจมีอุปสรรคที่เกิดจากสื่อ อุปสรรคที่เกิดจากการเลือกใช้ภาษาในการสื่อสาร และอุปสรรคจากสภาพแวดล้อม อันจะทำให้ประสิทธิภาพในการสื่อสารลดลงอีกด้วย

ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่ากระบวนการสื่อสารของแต่ละสถานการณ์การสื่อสาร มีความแตกต่างกันบ้างในรายละเอียดขององค์ประกอบการสื่อสาร

### 3.แนวคิดเรื่องโทรทัศน์การศึกษา

ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าสื่อมวลชนต่างๆ ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือทำให้สังคมมีแนวโน้มและคล้อยตามความคิดเห็นของสื่อมวลชนเหล่านั้นได้อย่างยิ่ง เนื่องจากสื่อมวลชนเหล่านั้นได้สะท้อนภาพของสังคมส่วนต่างๆ ออกมาให้สังคมส่วนอื่นได้รับรู้ สื่อมวลชนด้านโทรทัศน์นั้นมีอิทธิพลต่อจิตใจและความรู้สึกอย่างยิ่งแชนงหนึ่ง จึงเป็นที่น่าสังเกตว่าในปัจจุบันรายการโทรทัศน์ในประเทศเราได้พยายามส่งเสริมผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่มผู้ชมที่เป็นเยาวชนเพียงใด (สมคิด ปลอดโปร่ง : 2528, อ้างถึงใน สรรชัย หนองตรุด 2550 : 11)

ดังนั้น โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อเยาวชนซึ่งเป็นผู้ที่อยู่ในวัยเจริญเติบโตทั้งทางร่างกายและจิตใจอันเป็นวัยที่ควรปลูกฝังทัศนคติที่ดีตลอดจนเสริมสร้างความรู้ความคิดให้กว้างไกล เพื่อที่จะได้นำมาใช้ประโยชน์ต่อการศึกษาอันอาจจะเป็นการสร้างคุณค่าในชีวิตให้แก่เยาวชนต่างๆ เหล่านั้นต่อไป ด้วยเหตุนี้โทรทัศน์จึงควรเป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างยิ่งในการช่วยส่งเสริมด้านการศึกษการปลูกฝังทัศนคติและการให้แบบอย่างที่ดีแก่เยาวชน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่มีคุณลักษณะที่ดี ได้แก่

- 1.โทรทัศน์สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มคนจำนวนมากในเวลาเดียวกันและสามารถส่งไปได้ในระยะไกล
- 2.โทรทัศน์เป็นการรวมสื่อมวลชนทั้ง 3 ประเภทเข้าด้วยกัน ได้แก่ ภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียงและหนังสือพิมพ์ ซึ่งผู้ชมได้รับข่าวสารโดยการได้ยินเสียงเช่นเดียวกับวิทยุ ได้เห็นภาพเช่นเดียวกับภาพยนตร์ และได้อ่านหนังสือเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ ดังนั้นโทรทัศน์จึงนับว่าเป็นสื่อมวลชนที่แสดงเหตุการณ์ต่างๆ ให้เห็นได้ชัดเจนที่สุด
- 3.สามารถแสดงภาพให้เห็นเหมือนของจริงทำให้เกิดความเชื่อ ความสนใจ ความเลื่อมใสและสามารถชักจูงให้คล้อยตามได้ง่ายกว่าสื่อชนิดอื่นๆ
- 4.สามารถให้ประสบการณ์แก่ผู้ชมได้มาก รวมทั้งความรู้ต่างๆ ในการดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพ

ดังนั้น เมื่อมีการนำโทรทัศน์มาใช้ในวงการศึกษ จึงทำให้เกิดคำว่าโทรทัศน์การศึกษาซึ่งตามความหมายของคำนี้โทรทัศน์เป็นเพียง “สื่อหรือช่องทาง” เพื่อนำข้อมูลความรู้มายังผู้เรียนมิใช่เป็นตัวของ “การศึกษา” หรือบรรจุความรู้ไว้ในตัวเองแต่เป็นการใช้โทรทัศน์เพื่อวัตถุประสงค์ทางการศึกษา (Wood and Wylie,1974, อ้างถึงใน กิดานันท์ มลิทอง,2531)



รายการโทรทัศน์หรือ Television (TV) Program เป็นส่วนต่างๆ ของการออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ การออกอากาศรายการโทรทัศน์มีขึ้นเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ.1936 ในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ(ที่มา : The History of Film & Television เข้าถึงได้จาก www.High-Tech Productions, อ้างถึงใน สรรชัย หนองตรุด, 2550 : 11)

รายการโทรทัศน์อาจออกอากาศเพียงครั้งเดียว หรือมีตอนต่อที่เรียกว่าทีวี ซีรีส์ (TV.Series) ส่วนมากมักเป็นรายการประเภทละครโทรทัศน์ในทีวีซีรีส์ มักแบ่งเป็นภาคๆ (Episode) ในสหรัฐอเมริกาจะเรียกว่าซีซั่น (Season) แต่ในประเทศไทยจะเรียกว่าซีรีส์ (Serie) ใน 1 ซีซั่น มักจะมีความยาวประมาณ 6-26 ตอน รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศเป็นพิเศษเพียงครั้งเดียวจะเรียกว่ารายการพิเศษ (Special Program) และสถานีวิทยุโทรทัศน์บางสถานียังมีภาพยนตร์โทรทัศน์ (TV.Movies) ที่สร้างขึ้นเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์โดยเฉพาะไม่ได้ออกฉายทางโรงภาพยนตร์ หรือบันทึกลงในวิดีโอ วีซีดี ดีวีดี หรือสื่ออื่นๆ ทุกวันนี้การออกอากาศภาพยนตร์โฆษณา (Commercial Advertisement) ถือเป็นส่วนสำคัญของรายการโทรทัศน์โดยมีข้อปฏิบัติเป็นเกณฑ์ว่า ในการออกอากาศรายการโทรทัศน์ 1 ชั่วโมง จะมีภาพยนตร์โฆษณาได้ไม่เกิน 15 นาที

จึงอาจกล่าวได้ว่ารายการโทรทัศน์ หมายถึงรายการที่แพร่ภาพออกอากาศผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์ โดยมีรูปแบบและการนำเสนอแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ของรายการสามารถสร้างประสบการณ์การเรียนรู้แก่ผู้รับชมรายการโดยในวงการศึกษาศาสตร์โทรทัศน์เป็นสื่อที่ทำให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้ทุกเวลาช่วยเติมเต็มผู้เรียนได้ทุกเมื่อ

### 3.1 บทบาทของโทรทัศน์การศึกษา

การศึกษาเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกคนเพื่อให้เกิดทักษะและความรู้ต่างๆ ที่จะนำไปใช้เป็นแนวทางการประกอบอาชีพและการดำเนินชีวิต แต่เดิมมีความคิดว่าการได้รับการศึกษาและการเรียนรู้จะต้องผ่านสถาบันการศึกษา เช่น โรงเรียน มหาวิทยาลัย วิทยาลัย เป็นต้น แต่ในปัจจุบันโลกของการศึกษามีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมาก ผู้เรียนไม่จำเป็นต้องเข้าชั้นเรียนโดยมีการใช้สื่อโทรทัศน์มาช่วยในการศึกษาทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้สิ่งต่างๆ ได้ง่ายและเข้าใจมากขึ้น

การนำโทรทัศน์เข้ามาช่วยในการศึกษาทำให้การเรียนในบางสาขาวิชาที่ต้องอาศัยภาพประกอบ สามารถเรียนรู้ได้อย่างง่ายดายและสะดวกมากขึ้น ในส่วนของประชาชนเองก็สามารถได้รับความรู้ต่างๆ จากรายการบางรายการที่มุ่งให้ความรู้แก่ประชาชนเพื่อนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น รายการสุขภาพ รายการเพื่อการเกษตร รายการอาหาร ฯลฯ

องค์การสหประชาชาติได้ให้ความเห็นถึงบทบาทของโทรทัศน์ในการศึกษา ว่า โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่เป็นรากฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และมีบทบาทด้านการศึกษาอยู่มาก ซึ่งการใช้โทรทัศน์เพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าวเป็นไปอย่างกว้างขวาง (อรณพ เจริญถาวร ,2520, อ้างถึงใน คัตติยา เพชรชูช่วย 2537: 18) อาจมีสาเหตุ คือ

- 1.โทรทัศน์สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มคนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน ทั้งยังส่งไปได้ในระยะไกล

2. โทรทัศน์สามารถให้ประสบการณ์แก่ผู้ชมได้มาก สามารถให้ความรู้ได้อย่างกว้างขวางทั้งในด้านการดำรงชีพ และการประกอบอาชีพ

3. โทรทัศน์มีคุณสมบัติของโสตทัศนูปกรณ์อย่างครบถ้วน คือ สามารถให้ข่าวสารแก่ประชาชนทั่วไป โดยได้ยินทั้งเสียงและเห็นทั้งภาพ และภาพนั้นก็มีการเคลื่อนไหวเช่นเดียวกับภาพยนตร์ จึงสามารถสร้างประสบการณ์ที่เป็นรูปธรรมได้เป็นอย่างดี

จากคุณสมบัติดังกล่าวจึงมีการนำโทรทัศน์เข้ามาช่วยพัฒนาการศึกษาในทุกระดับ ทั้งที่ใช้โทรทัศน์เพื่อการเรียนการสอนโดยตรง (Instructional Television) และโทรทัศน์เพื่อการศึกษาทั่วไป (Educational Television)

สำหรับโทรทัศน์เพื่อการเรียนการสอนโดยตรง ทำหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกันอยู่ 4 ประการ คือ

1. เพิ่มพูนความสมบูรณ์แก่กระบวนการเรียนการสอนในชั้นเรียน เช่น ให้ตัวอย่างหรือคำแนะนำเรื่องใหม่ที่ไม่ได้มีอยู่ในตำราเรียน เป็นการเชื่อมโยงสถาบันการศึกษาับโลกภายนอก
2. สอนวิชาโดยตรง โดยใช้วิทยากรที่ทรงคุณวุฒิที่มีอยู่อย่างจำกัด
3. เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาการสอนของครู อาจารย์
4. เป็นโรงเรียนทางอากาศในกรณีที่ขาดแคลนบุคลากรและอุปกรณ์การศึกษา

ส่วนการให้การศึกษาแก่บุคคลทั่วไปโทรทัศน์มีบทบาทหลายด้าน เช่น แพร่กระจายความรู้ต่างๆ ไปสู่ทุกกลุ่มทุกระดับ เพื่อให้เข้าใจเหตุการณ์ของโลกทันยุคทันสมัยของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อประโยชน์ในการดำรงชีวิต ให้ความรู้เกี่ยวกับประเทศชาติ กระตุ้นให้คนในชาติมีความสามัคคี ให้ความรู้เกี่ยวกับขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมด้วย

การใช้โทรทัศน์เพื่อการศึกษาสามารถจำแนกประเภทของการใช้ได้ 3 ประเภท คือ

1. เพื่อการศึกษาในระบบโรงเรียน (Formal Education) เป็นการจัดรายการโทรทัศน์เพื่อการสอน เป็นอุปกรณ์การศึกษาในระบบโรงเรียน โดยจัดให้ความสัมพันธ์สอดคล้องกับหลักสูตร ประมวลการสอนและวิธีสอน เป็นบริการการศึกษาที่จัดส่งถึงผู้ใช้ คือ ครู และผู้เรียน รายการประเภทนี้ได้แก่ รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ รายการโทรทัศน์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง รายการโทรทัศน์ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช เป็นต้น

2. เพื่อศึกษานอกระบบโรงเรียน (Non - Formal Education) เป็นการจัดรายการสำหรับกลุ่มผู้ชมที่อยู่นอกระบบโรงเรียน ผู้เรียนจะเรียนโดยสมัครใจ ส่วนใหญ่มุ่งผลิตเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ให้การศึกษาทั้งที่เป็นไปตามหลักสูตรการศึกษาในระบบ และการศึกษาแบบกลุ่มสนใจ เฉพาะเรื่องซึ่งส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับอาชีพ การพัฒนาชีวิตและสภาวะแวดล้อมรายการประเภทนี้ เช่น รายการเพื่อการเกษตร เป็นต้น

3. เพื่อการศึกษาประชาชน (Informal Education) เป็นรายการที่จัดขึ้นเพื่อมุ่งให้ข่าวสารความรู้ทั่วไปแก่ประชาชน โดยให้คำแนะนำและกระตุ้นให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ในเรื่องของสุขภาพอนามัย การทำมาหากิน เศรษฐกิจ การส่งเสริมการปกครอง หน้าที่ศีลธรรม เป็นต้น

นอกจากนี้ (วิจิตร ภัคศิริรัตน์ 2523 : 20 ) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา ว่า 1. เพื่อส่งเสริมการศึกษาของเด็กและเยาวชน ในวิทยาการสาขาต่างๆ อันจำเป็นต่อการเพิ่มพูนประสบการณ์ให้กว้างขึ้น เช่น วิชาวิทยาศาสตร์ สังคมศึกษา ภาษาอังกฤษ การขับร้องดนตรี 2. เพื่อส่งเสริมการศึกษาของประชาชนทั่วไปในวิทยาการสาขาต่างๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีพ

และการประกอบอาชีพ เช่น แนนวอาชีพ วิทยาศาสตร์และชีวิตประจำวัน ศิลปวัฒนธรรมประจำชาติ สุขภาพอนามัยและสันตนาการ

เมื่อพิจารณาถึงบทบาทของโทรทัศน์ที่ถูกเลือกนำมาใช้ในการศึกษา อาจมีเหตุผลมาจากสื่อโทรทัศน์มีประสิทธิภาพในการศึกษา ทั้งในด้านการเรียนรู้ และปริมาณของผู้เรียน สามารถใช้ได้กับผู้เรียนตั้งแต่ระดับอนุบาล ประถมศึกษา มัธยมศึกษา อุดมศึกษา และการศึกษานอกโรงเรียน ยิ่งการศึกษาในระบบโรงเรียนมีขีดจำกัดมากเพียงใด โทรทัศน์ก็จะเป็นสื่อการสอนที่เป็นความหวังใหม่แก่ผู้อยู่นอกระบบโรงเรียนมากขึ้นเท่านั้น สอดคล้องกับความเห็นของวสันต์ อดิศักดิ์ (2533 :13 -14) ที่ระบุจุดเด่นของโทรทัศน์ที่มีคุณค่าในด้านการศึกษาและการเรียนการสอน คือ

1. เป็นสื่อกลางระหว่างผู้สอนและผู้เรียนในห้องบรรยายขนาดใหญ่ได้อย่างดีช่วยให้(เรียนเห็นเหตุการณ์ต่างๆ ได้ชัดเจน เช่น การทดลอง การสาธิต นอกจากนี้ยังทำให้ผู้เรียนเรียนได้เป็นจำนวนมาก โดยการเพิ่มเครื่องรับภาพให้มากขึ้น

2. สามารถนำเอาสื่อการเรียนการสอนชนิดอื่นๆ มาใช้ได้อย่างดี ไม่ว่าจะเป็นแผนภูมิ แผนภาพ ภาพถ่าย สไลด์ เทปโทรทัศน์

3. สามารถนำสิ่งที่อยู่ไกลตัวผู้เรียนมาสู่ผู้เรียนได้

4. จัดอุปสรรคด้านเวลาและระยะทางออกไป

5. เทคนิคทางภาพพิเศษช่วยให้การผลิตรายการส่งเสริมการเรียนรู้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

6. การบันทึกภาพที่สามารถนำมาดูย้อนกลับได้ทันที ทำให้เหมาะแก่การให้ข้อมูลย้อนกลับในการฝึกอบรมต่างๆ ได้ดี

7. การมีอิทธิพลทางจิตใจต่อผู้ชมทำให้เหมาะแก่การใช้เป็นเครื่องมือสร้างค่านิยมต่างๆ แก่ผู้ชม

อรรถพร เจริญถาวร (2520 : 118) กล่าวถึงบทบาทการให้การศึกษาแก่บุคคลทั่วไป ดังนี้ เพื่อกระจายความรู้ต่างๆ เนื่องจากในยุคปัจจุบันเป็นยุคของการทำลายการผูกขาดความรู้เฉพาะกลุ่ม โทรทัศน์เป็นเครื่องมือแพร่กระจายความรู้ไปสู่ทุกกลุ่ม ทุกระดับชั้น เราอยู่ในช่วงของความทันสมัยและความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เพื่อจะให้มนุษย์เข้าใจเหตุการณ์ของโลกที่เราอาศัยอยู่และให้ความรู้และเทคโนโลยีแพร่ไปสู่คนทุกกลุ่ม จึงเป็นเรื่องจำเป็นที่จะต้องนำเอาสื่อโทรทัศน์มาช่วยในการค้นคว้าทดลองทางด้านวิทยาศาสตร์

การศึกษาเพื่อความเป็นพลเมือง โทรทัศน์จะช่วยให้ประชาชนคุ้นเคยและรู้เรื่องต่างๆ เกี่ยวกับประเทศชาติ ตลอดจนกิจการต่างๆ นับเป็นการกระตุ้นให้คนในชาติมีความสามัคคีกัน และเข้ามามีส่วนร่วมในกิจการที่เป็นสาธารณะอย่างมีระเบียบแบบแผน

การส่งเสริมให้ประชาชนได้อยู่ดีกินดี โดยการเรียนรู้จากโทรทัศน์ในเรื่องเกี่ยวกับขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม แล้วนำไปประยุกต์เข้ากับตนเองเพื่อเพิ่มพูนรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

จึงสรุปได้ว่าบทบาทของโทรทัศน์ในการเผยแพร่ความรู้และการให้การศึกษา ได้กลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับทุกคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมทุกวันนี้ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ เกิดขึ้นมาเพื่อประโยชน์การใช้งานของมนุษย์ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่างๆ ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการดำเนินชีวิตแทบทั้งสิ้น โทรทัศน์เป็นสื่อที่ให้ข่าวสารได้รวดเร็วทันเหตุการณ์เมื่อนำมาใช้ใน

การให้ความรู้และการศึกษาแก่ประชาชนทั่วไปย่อมจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการนำไปใช้ได้หลากหลายมากกว่า

### 3.2 รูปแบบรายการโทรทัศน์การศึกษา

รูปแบบรายการ (Format) หมายถึงวิธีการในการนำเสนอรายการที่แตกต่างกันออกไป (คัตติยา เพชรชูช่วย 2537 ; 5 ,อ้างถึงใน สรรชัย หนองตรุด 2550 : 14) ในการจัดและผลิตรายการโทรทัศน์เป็นเรื่องที่มีชีวิตชีวาและต้องการความคิดสร้างสรรค์มาก ต้องมีความยืดหยุ่น สามารถพลิกแพลงเพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบ และสถานการณ์นั้น (วิภา อุดมฉันท,2544,หน้า 59 อ้างถึงใน สรรชัย หนองตรุด,2550 : 14) ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องเกี่ยวกับกระบวนการสร้างงานโทรทัศน์จำเป็นต้องทราบคุณลักษณะของรายการประเภทต่างๆ ก่อนดำเนินการจัดการผลิตรายการ

(วันเพ็ญ สิริโชติบัณฑิต ,2533 อ้างถึงใน สรรชัย หนองตรุด ,2550 :14) กล่าวว่าพัฒนาการด้านรายการโทรทัศน์มีการเจริญเติบโตก้าวหน้า มีรายการแปลกใหม่เพิ่มมากขึ้น แม้ว่าบางรายการจะมีใช่เป็นความคิดสร้างสรรค์ของเราเองก็ตาม แต่เป็นการหยิบยืมรูปแบบรายการของต่างประเทศมาใช้พร้อมทั้งปรับปรุงให้เหมาะสมกับคนไทย รายการต่างๆ เหล่านี้ได้มีส่วนช่วยเพิ่มสีสันให้กับวงการโทรทัศน์ให้น่าสนใจติดตามชมมากยิ่งขึ้น

โดยทั่วไปแล้วรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอสามารถแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 3 ประเภทคือ

1.รายการสดในสตูดิโอ หรือห้องส่ง (Live Program in Studio) เป็นรายการที่จัดทำขึ้นสดๆ ในห้องส่งและออกอากาศพร้อมกันได้ในทันที แต่จะต้องมีการซักซ้อมการออกอากาศล่วงหน้าและมีการนัดหมายกันระหว่างผู้ผลิต ผู้กำกับรายการ และผู้ร่วมงานอื่นๆ เพื่อป้องกันการผิดพลาด ข้อดีคือประหยัดเงิน และเวลา แต่เป็นการเสี่ยงถ้าเจออุปสรรคใดๆ ระหว่างการออกอากาศอาจทำให้แก้ไขได้ไม่ทันท่วงที

2.รายการสดนอกสถานที่ (Outside Broadcasting Van) เป็นรายการที่จัดทำขึ้นนอกห้องส่งหรือเป็นการถ่ายทอดโดยใช้รถถ่ายทอดซึ่งมีอุปกรณ์ครบครัน รายการประเภทนี้จะจัดทำขึ้นในกรณีพิเศษ เช่น การถ่ายทอดพระราชพิธีต่างๆ การถ่ายทอดกีฬาสำคัญๆ ฯลฯ รายการดังกล่าวไม่สามารถจัดทำในห้องส่งได้

3.รายการที่มีการบันทึกเทปไว้ล่วงหน้า (Video Tape Recording) หรือรายการแห้งเป็นรายการที่ได้จัดทำไว้ล่วงหน้าโดยบันทึกรายการลงในเทปโทรทัศน์แล้วนำโทรทัศน์ที่บันทึกรายการลงไว้ล่วงหน้ามาแพร่ภาพออกอากาศจริงๆ อีกครั้งหนึ่ง รายการแบบนี้ถือว่าเป็นรายการที่ผลิตได้ถูกต้อง เพราะมีปัญหาใดๆ สามารถแก้ไขข้อผิดพลาดได้ด้วยการบินเทปและตัดต่อเทปใหม่ ในบางครั้งต้องใช้เงินลงทุนสูงเพื่อให้รายการมีคุณภาพ

นอกจากนี้ การแบ่งประเภทรายการอาจเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลายปัจจัย อาทิ ต้องสอดคล้องกับเนื้อหาสาระที่มีอยู่ ต้องสอดคล้องกับกลุ่มผู้รับชมรายการ และต้องสอดคล้องกับการบริหารจัดการการเตรียมการในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น วัสดุอุปกรณ์ สถานที่ถ่ายทำ ฉาก ฯลฯ ดังนั้นแนวคิด

การจัดแบ่งประเภทรายการมักจะใช้แนวคิดหลักๆ ในการแบ่งรายการ ดังต่อไปนี้ (ดวงฤทัย นิลเพ็ชร หน้า 39-41 : 2555)

1. แบ่งตามเนื้อหารายการ (Content Classification) ที่มักแบ่งย่อยออกเป็นรายการประเภทต่างๆ เช่น รายการแนวข่าวสารเหตุการณ์ต่างๆ รวมทั้งการวิเคราะห์ข่าว รายการสารคดี รายการการศึกษา รายการสุขภาพ รายการความรู้ทั่วไป รายการศิลปวัฒนธรรม ฯลฯ

2. แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการผลิต (Target group classification) เพื่อที่จะทำให้สามารถตอบสนองกับความต้องการที่หลากหลายของกลุ่มผู้รับชมกลุ่มต่างๆ ในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น รายการเพื่อเด็ก รายการเพื่อคนทำงาน รายการเพื่อเกษตรกร รายการเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ

หากแบ่งตามหลักบูรณาการระหว่างลักษณะเนื้อหาและวัตถุประสงค์การผลิต เช่น

1. รายการประเภทข่าวสาร เป็นรายการเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ เรื่องราว ข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอข่าว เช่น การนำเสนอข้อเท็จจริง เรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่รวดเร็ว ถูกต้อง โดดเด่น และที่สำคัญคือสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้รับชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น รายงานข่าว การวิเคราะห์ข่าว ฯลฯ

2. รายการประเภทความรู้หรือการศึกษาที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับเรื่องราวหรือประเด็นใดๆ ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น รายการความรู้ทั่วไป รายการสารบันเทิง รายการเกี่ยวกับการเรียนการสอน

3. รายการประเภทบันเทิง เป็นรายการที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับความบันเทิงเป็นหลัก ไม่ได้มุ่งเน้นเกี่ยวกับเนื้อหาสาระมากนัก เป็นรายการที่มุ่งเน้นการผ่อนคลาย สนุกสนานเพลิดเพลินและไม่เป็นพิษเป็นภัยต่อผู้รับรายการ เช่น รายการเพลง รายการละคร รายการเกมโชว์ ฯลฯ

4. รายการประเภทโฆษณาและบริการธุรกิจต่างๆ ส่วนใหญ่มักจะหมายถึงสปอตโฆษณาสินค้าหรือบริการต่างๆ

แนวคิดการจัดแบ่งรูปแบบรายการโทรทัศน์

รูปแบบรายการโทรทัศน์ (Program Format) หมายถึง เทคนิค วิธีการ และลีลาในการนำเสนอหรือถ่ายทอดเนื้อหาสาระ รวมทั้งองค์ประกอบต่างๆ ให้ปรากฏในรายการได้อย่างลงตัว น่าสนใจ และสามารถที่จะดึงดูดความสนใจจากผู้ชมรายการได้มากที่สุด รวมทั้งสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามผู้ผลิตต้องการ ซึ่งเทคนิค วิธีการ และลีลาในการนำเสนอหรือถ่ายทอดเนื้อหาสาระรวมทั้งองค์ประกอบต่างๆ ของรายการแต่ละประเภทแต่ละรายการมีความแตกต่างกันออกไป เช่น ภาพ เสียง ฉาก พิธีกร วิธีการถ่ายทอดหรือการนำเสนอ ฯลฯ ทั้งนี้เป็นเพราะปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรง และโดยอ้อม ดังนี้

1. ภาวะแข่งขันในวงการอุตสาหกรรมสื่อ โดยเฉพาะวงการสื่อมวลชนที่มีการปรับเปลี่ยน การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การปรับเปลี่ยนโครงสร้างระบบโทรคมนาคมเกี่ยวกับการเปิดเสรีด้านสื่อของประเทศต่างๆ การปฏิรูปสื่อของแต่ละประเภท ฯลฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนและการพัฒนาแบบการนำเสนอรายการแต่ละประเภทเป็นอย่างดี

2. ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งนับว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วหลากหลายและมีลักษณะเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะภายใต้สังคมใหม่ที่เป็นสังคมข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

3. ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทำให้ผู้ผลิตและผู้สร้างสรรค์รายการสามารถที่จะสร้างสรรค์รูปแบบ วิธีการนำเสนอที่หลากหลายน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

ในการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา นั้น ผู้ผลิตจะต้องคำนึงถึงการถ่ายทอดเนื้อหาสาระของความรู้ที่จะไปสู่ผู้ชมให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ขณะเดียวกันรายการนั้นจะต้องมีชีวิตชีวาน่าติดตามชมด้วย รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาจึงต้องไม่ติดอยู่เพียงการปรากฏของครู หรือวิทยากรหน้ากล้องโทรทัศน์เพื่อบรรยายเท่านั้น ผู้ผลิตรายการประเภทนี้จึงต้องพิถีพิถันในการนำเสนออย่างมาก วิธีดำเนินการเสนอรายการโทรทัศน์นั้นมีได้หลายรูปแบบด้วยกัน เพื่อสร้างความหลากหลายแก่รายการ เสริมสร้างรายการให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น ดังคำกล่าวที่ว่า “การสอนที่ดี คือการสอนที่ผู้เรียนไม่รู้สีกว่ากำลังถูกสอนอยู่”

วสันต์ อดิศักดิ์ (2533 :145-175 ) กล่าวถึงรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา ดังนี้

1. รายการสอนตรง (Direct Teaching) จัดเป็นรูปแบบดั้งเดิมที่ใช้ในการถ่ายทอดความรู้และยังนิยมใช้อยู่มากในปัจจุบัน เพราะการให้ความรู้โดยการสอนตรงจะให้การเรียนรู้ได้ดีในเวลาไม่นานนัก โดยเฉพาะเมื่อครูผู้สอนทางโทรทัศน์มีความสามารถสูงในการสอน การอธิบาย ยิ่งทำให้รายการแบบนี้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

2. รายการบรรยาย (Monologue) เป็นรายการที่มีผู้มาปรากฏตัวพูดคุยกับผู้ชมเพียงคนเดียว คล้ายๆ รายการสอนตรง เพียงแต่ประเภทแรกเน้นในเรื่องของการเรียนการสอนเป็นหลักแต่รายการบรรยายจะเป็นการให้ความรู้ความคิดต่างๆ ไปแก่ผู้เข้าชมมากกว่า

3. รายการสัมภาษณ์ (Interview) เป็นรายการที่ใช้วิธีการนำบุคคลที่มีความรู้ความสามารถมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมาสัมภาษณ์โดยการถาม – ตอบ การสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์นั้นผู้ชมสามารถได้ยินทั้งเสียงและเห็นภาพที่จะก่อให้เกิดความรู้ในความรู้สึก สีน้าของผู้ร่วมรายการ ตลอดจนเหตุการณ์อื่นประกอบการสัมภาษณ์

4. รายการข่าว (Newscast) เป็นการนำเสนอรายงานเหตุการณ์สำคัญที่เป็นที่สนใจของประชาชนหรือมีผลกระทบต่อประชาชน โดยเสนอให้ปัจจุบันทันเหตุการณ์มากที่สุด รายการข่าวเป็นรูปแบบหนึ่งที่จะเลือกเป็นรายการเพื่อการศึกษาได้ โดยอาจเป็นประเด็นในการติดต่อหรือการอภิปรายเพิ่มเติมของผู้เรียน

5. รายการสนทนา (Talk Show) เป็นรายการที่มีผู้ร่วมรายการตั้งแต่ 2 ขึ้นไปร่วมสนทนาในประเด็นที่น่าสนใจในขณะนั้น โดยมีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้นำการสนทนาเชื่อมโยงประเด็นและคอยควบคุมการสนทนาให้เป็นไปด้วยดีเป็นรายการที่เน้นการแสดงความคิดเห็นมากกว่าการถาม – ตอบ หรือเป็นการวิเคราะห์เหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง เช่น รายการเจาะข่าวเด่นกับสรยุทธ ทางไทยทีวีสีช่อง 3, รายการตอบโจทย์ (ไทยพีบีเอส)

6. รายการสอนแบบจุลภาค เป็นการสอนในสถานการณ์แบบย่อส่วนในห้องเรียนง่ายๆ ที่สามารถควบคุมได้ทุกกระบวนการ โดยใช้นักเรียนเพียง 5 – 6 คน และใช้เวลาประมาณ 5 – 15 นาที

เป็นการฝึกทักษะต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในสถานการณ์จริงๆ ต่อไป เช่น รายการ English Minute ออกอากาศทางไทยพีบีเอส

7.รายการสาธิต (Demonstration Program) เป็นรายการที่ใช้ในการอธิบายถึงข้อเท็จจริง โดยมีการแสดงประกอบในบางส่วนหรือทั้งหมด โดยมุ่งให้ผู้ชมรับทราบวิธีการดำเนินงานตามลำดับขั้น เช่น สาธิตการประกอบอาหาร การซ่อมรถยนต์ การเล่นเกม ฯลฯ นับเป็นรูปแบบรายการที่ดีมาก สำหรับการสาธิตเพราะสามารถเห็นภาพและได้ยินเสียงพร้อมๆ กัน อีกทั้งสามารถทำภาพขนาดต่างๆ เพื่อความชัดเจนในการรับชมได้ด้วย

8.รายการเกมหรือตอบปัญหา (Game, Quiz Show) เป็นรายการที่ใช้ได้ดีในการจัดทำรายการให้ความรู้แก่ผู้ชมและผู้ร่วมรายการ รายการประเภทนี้จะเป็นการแข่งขันอาจเป็นรายบุคคลหรือเป็นทีม โดยมีพิธีกรเป็นผู้ดำเนินรายการ เช่น รายการชิงร้อยชิงล้าน ชื่นชายด์เดย์ ทางไทยทีวีสีช่อง 3 รายการเซฟกระทะเหล็ก ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7

9.รายการแม็กกาซีน (Magazine Program) เป็นการใช้รูปแบบในการนำเสนอแบบเดียวกับ นิตยสาร คือในรายการเดียวกันจะประกอบไปด้วยส่วนย่อยๆ หลายเหตุการณ์ โดยทั่วไปมักเป็นเรื่องในแนวทางเดียวกัน และจุดเด่นของรายการประเภทนี้ คือ สามารถเชื่อมโยงให้ส่วนย่อยๆ ต่างๆ เข้ามาเป็นรายการเดียวกันอย่างสอดคล้อง รายการแม็กกาซีนสามารถเป็นได้ทั้งรายการสาระกึ่งบันเทิง หรือจะเป็นรายการทางวิชาการในสาขาต่างๆ รวมกันก็ได้ เช่น รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง รายการแจ๋ว ออกอากาศทางไทยทีวีสีช่อง 3

10.รายการสารคดี (Documentary Program) เป็นรายการเพื่อเล่าเรื่องที่น่าสนใจให้ผู้ชม เข้าใจอย่างแจ่มแจ้ง สารคดีนั้นควรจะให้ความรู้ ความเพลิดเพลิน ใช้อารมณ์ และการโน้มน้าวใจ สารคดีทางโทรทัศน์สามารถเสนอได้หลายรูปแบบ เช่น ด้วยภาพถ่าย สไลด์ภาพยนตร์ หรือเทป โทรทัศน์ ประเภทของสารคดีที่นำเสนอทางโทรทัศน์ ได้แก่ การปรับปรุงส่งเสริมตนเอง เช่น สุขภาพ , แนะนำวิธีปฏิบัติบางอย่าง เช่น การป้องกันอุบัติเหตุทางถนน ,แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว,แนะนำสิ่งแปลกใหม่ เช่น แฟชั่น,เรื่องพฤษชาติและสัตว์ต่างๆ,วิถีชีวิตของประชาชน,ผลการค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์,เหตุการณ์สำคัญ,และบุคคลสำคัญที่น่าสนใจ

รูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์อาจจำแนกได้เพิ่มเติม (มหาวิทยาลัยสยาม:ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ อ่างถึงใน สรรชัย หนองตรุด ,2550 : 18)

1.รายการพูดคนเดียว (Straight Talk Program) มักจะดำเนินการผลิตทั้งในสตูดิโอและนอกสถานที่ ผู้ดำเนินรายการจะดำเนินเรื่องตั้งแต่ต้นจนจบโดยไม่มีผู้ร่วมรายการ ศิลปะในการพูดและการแสดงออกจึงเป็นสิ่งสำคัญของนักจัดรายการประเภทนี้ กล่าวคือต้องมีบุคลิกเป็นกันเองใช้ถ้อยคำง่ายต่อการเข้าใจเสมือนการพูดคุยมากกว่าการอ่านบท หรือที่เรียกว่า Talk to friend การสร้างความสนใจในเรื่องราวที่นำมาเล่าสู่กันฟังนั้น อาจจะมีการนำอุปกรณ์และวัสดุต่างๆ มาประกอบหรือการตัดภาพที่มีการบันทึกไว้ก่อนแทรกลงในรายการ (Insert Shot) เป็นการเพิ่มบรรยากาศที่หลากหลายให้แก่รายการ ลักษณะเด่นของรายการนี้ คือ ตัวผู้ดำเนินรายการและสาระที่นำเสนอ เช่น รายการวีซ่า ดำเนินรายการโดยเรย์ แมคโดนัลด์ เนื้อหาส่วนใหญ่นำเสนอการท่องเที่ยวในต่างประเทศ โดยมีตัวพิธีกรเป็นผู้ดำเนินรายการ

2.รายการสนทนาและสัมภาษณ์ (Forum and Interview Program) การสนทนาจะเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่มีผู้ดำเนินรายการ 2 คน ร่วมสนทนาในประเด็นนั้นร่วมกัน สำหรับประเด็นที่นำเสนอควรอยู่ในความสนใจของประชาชน สำหรับรายการสัมภาษณ์จะประกอบด้วยผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางหรือมีประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆ ลักษณะเด่นของรายการนี้ คือ ตัวผู้ดำเนินรายการและสาระที่จะเสนอในบทสัมภาษณ์ โดยมีองค์ประกอบสำคัญคือ

- 2.1.1 กล่าวนำรายการให้น่าสนใจ สามารถดึงผู้ชมให้หันมาสนใจในรายการทันที
- 2.2.2 แนะนำผู้ให้สัมภาษณ์ว่าเป็นใครและสำคัญอย่างไรจึงได้รับเชิญมาสัมภาษณ์
- 2.2.3 เริ่มด้วยคำถามที่น่าสนใจและไม่ยากเกินที่จะตอบ
- 2.2.4 ดำเนินรายการให้มีลักษณะการสนทนาจำไว้เสมอว่าการสัมภาษณ์ คือ การสนทนากันเอง
- 2.2.5 พัฒนาข้อสนทนาให้น่าสนใจเพิ่มมากขึ้นโดยระลึกอยู่เสมอว่าคำถามนั้นอยู่ในขอบเขตความรู้ ความสามารถของผู้ให้สัมภาษณ์ ไม่ถามนอกเรื่อง
- 2.2.6 เน้นย้ำคำตอบที่ต้องการเน้น
- 2.2.7 ไม่ควรถามคำถามที่ตอบเพียงว่าใช่หรือไม่ใช่ ยกเว้นการตอบใช่หรือไม่ใช่เป็นจุดสำคัญที่ผู้ให้สัมภาษณ์ต้องการเน้นย้ำ

3.รายการอภิปราย (Panel Discussion) เป็นรายการที่มีกลุ่มบุคคลตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปร่วมกันพิจารณาเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือปรึกษาหารือร่วมกัน โดยมีผู้ดำเนินรายการ 1 คนที่ทำหน้าที่ในการเชิญชวนให้ผู้เข้าร่วมการอภิปรายแสดงความคิดเห็นในประเด็นปัญหาที่มีอยู่ในลักษณะการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้ และการถ่ายทอดประสบการณ์ที่ได้รับให้ทราบกัน ซึ่งจะนำไปสู่การสรุปหาข้อยุติและการตัดสินใจ ตลอดจนนำไปสู่แนวทางการแก้ไข สำหรับการตั้งประเด็นปัญหาและบรรยากาศการแก้ปัญหา ผู้ดำเนินรายการควรกำหนดรูปแบบการแก้ปัญหาให้ชัดเจน เช่น กำหนดให้ผู้เข้าร่วมการอภิปรายพูดในหัวข้อต่างกันหรือหากต้องพูดในประเด็นเดียวกันก็ควรพูดในหัวข้อหรือมุมมองที่ต่างกัน เช่นรายการเวทีสาธารณะไทยพีบีเอส

4.เกมโชว์และการแข่งขันตอบปัญหา (Games show and quiz show) เป็นความรู้สึกล้อใจของผู้ที่ได้รับชมการแข่งขันไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันกีฬา หรือการแข่งขันด้านเชาวน์ปัญญา อาจกล่าวได้ว่าเป็นความบันเทิงขั้นพื้นฐานของอุตสาหกรรมบันเทิงตั้งแต่สมัยโรมันมาแล้ว รายการหลายรายการซึ่งไม่ได้จัดเข้าอยู่ในรายการประเภทไหนมักจะจัดขึ้นตามความสามารถของคนที่จะบ่งบอกถึงความสามารถของตัวเองด้วยการแข่งขัน เพื่อจะได้รู้สึกว่าได้เล่นเกมอยู่ในบ้านกับคนในห้องส่ง การตั้งปัญหาให้ผู้เข้าแข่งขันตอบในปัจจุบันมีหลายรายการที่มีพัฒนาการด้านคุณภาพของรายการมากขึ้น โดยเป็นการท้าทายในเรื่องของความรู้ความสามารถด้านต่างๆ ของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ซึ่งเป็นผลให้ผู้ชมเกิดการประเทืองปัญญาไปด้วย เช่น รายการแฟนพันธุ์แท้ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เป็นต้น

5.รายการสารคดี (Documentary / Feature) รายการสารคดีเป็นรายการที่มุ่งเน้นเสนอข้อเท็จจริง ให้ความรู้ ข้อมูล และเหตุการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม เรื่องราวที่เสนอเป็นเรื่องราวจริงที่มีการนำเสนอในลักษณะ One topic and presentation ซึ่งผู้เขียนบทต้องมีการค้นคว้าข้อมูลและ



รายละเอียดประกอบการเขียนบทให้ที่มีความถูกต้อง แม่นยำ โดยการศึกษาจากตำรา เอกสาร ตลอดจนสอบถามจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นเป็นผู้เชี่ยวชาญ หรือมีประสบการณ์ตรง เนื้อหาที่นำมาเขียนมักมาจากข่าวสารที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ ประวัติศาสตร์ ปัญหาสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ชีวประวัติ สถานที่ท่องเที่ยว วิทยาการแขนงต่างๆ วัฒนธรรม ประเพณี

6.รายการปกิณกะและดนตรี (Variety show and Music program) มีวัตถุประสงค์หลักคือ การให้ความบันเทิงกับผู้ชมแต่อาจจะจัดในรูปที่ให้ความรู้และความบันเทิงพร้อมกันได้ที่เรียกว่า สารบันเทิง รายการประเภทนี้จะประกอบด้วย ดนตรี ละคร ตลก แข่งขันตอบปัญหา พุดคุย สัมภาษณ์ และการแสดงต่างๆ มีหลากหลายรูปแบบผสมกันเนื้อหาที่แตกต่างกันไป ผู้เขียนบทรายการประเภทนี้มักจะเขียนในรูปของบทบอกเฉพาะรูปแบบและเขียนบทเชื่อมโยงรายการแบบต่างๆ คือ ผู้เขียนบทต้องสร้างความต่อเนื่อง (Continuity) เชื่อมโยงรายการซึ่งอาจเชื่อมโยงด้วยภาพ เพลง หรือ บทเชื่อมก็ได้

7.รายการเพื่อการศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ ให้การศึกษา ทักษะใหม่ๆ ความคิด หรือหลักให้ถือปฏิบัติเพื่อให้บุคคลดำเนินชีวิตอย่างมีความสุขในสังคม เกิดผลด้านการพัฒนาตนเอง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม (อรทัย ศรีสันติสุข : 2544)

7.1 รายการเพื่อการสอน (Instructional Program) หมายถึงรายการที่มีจุดมุ่งหมายในการสอนวิชาความรู้ในหัวข้อใดหัวข้อหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการเรียนรู้โดยชัดแจ้งซึ่งจะต้องมีการวัดผลการเรียนของผู้ชมหรือผู้เรียนเพื่อผ่านมาตรฐานการเรียนในระดับหนึ่ง ระดับใด รายการสอนประเภทนี้มักควบคู่ไปกับการศึกษาในระบบ (Formal Education)

7.2 รายการสอนเพื่อความรู้ (Education Program) หมายถึงรายการที่มีได้มุ่งหมายเพื่อการสอนโดยตรงแต่เป็นรายการที่มุ่งให้ความรู้ ความกระจ่างในบางเรื่องหรือหลายๆ เรื่อง เป็นรายการซึ่งผู้ชมจะได้รับความรู้ในสิ่งที่ประโยชน์จำเป็นแก่การดำเนินชีวิตในส่วนตัวและส่วนรวม ความรู้ต่อวิทยาการก้าวหน้า ส่งเสริมให้รู้จักคิด รู้จักเตรียมรับการเปลี่ยนแปลง มองการณ์ไกล เช่นเดียวกับรายการประเภทอื่นๆ การเขียนบทรายการเพื่อการศึกษาต้องทำการศึกษากลุ่มเป้าหมายว่าผู้ชมของท่านเป็นใคร เด็ก เยาวชนหรือผู้ใหญ่ จะได้เขียนบทได้ตรงความรู้สึก และความสนใจของกลุ่ม บรรลุวัตถุประสงค์ของรายการตลอดจนสร้างเสริมทักษะประสบการณ์เพิ่มเติม เสริมคุณค่า เพิ่มพูนความรู้ในการดำเนินชีวิตการปรับตัวให้เข้ากับสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

8.รายการข่าว (Newscast) เป็นการเสนอรายงานเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในแต่ละวันโดยอยู่ในความสนใจของประชาชนและเกิดผลกระทบในวงกว้าง ข่าวจะต้องมีความสดใหม่ทันต่อเหตุการณ์ และสามารถตอบคำถาม 6 ประการ คือ ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร เมื่อไร ทำไม และอย่างไร การเสนอรายการข่าวทางโทรทัศน์จะแตกต่างจากการรายงานข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์เพราะข้อจำกัดด้านพื้นที่ในการเสนอข่าว และผู้ชมไม่สามารถนำกลับมาอ่านบททวนใหม่ได้ จึงต้องใช้ภาษาที่มีความกระชับ และเข้าใจง่าย โดยสามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้จากการเห็นภาพเหตุการณ์และเสียงพร้อมกัน รายการข่าวที่ดำเนินการจัดทุกวันนี้มีหลายประเภท คือ

8.1 การรายงานข่าว เป็นการเสนอข่าวที่เป็นเหตุการณ์ปัจจุบันให้ประชาชนทราบ เพื่อเป็นการสอดส่อง และเตือนภัย

8.2 การวิเคราะห์ข่าว เป็นการนำเสนอประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของประชาชน มาวิเคราะห์แยกแยะให้เห็นมุมมองที่หลากหลาย เพื่อให้ประชาชนนำไปพิจารณาหรือวินิจฉัย

8.3 การวิจารณ์ข่าว เป็นการเสนอข้อคิดเห็นของผู้ดำเนินรายการเกี่ยวกับประเด็น ข่าวที่เป็นที่วิพากษ์วิจารณ์กันในขณะนั้น

9.รายการสาธิต (Demonstration Program) คือรายการที่แสดงขั้นตอนหรือกรรมวิธีในการ ดำเนินการบางอย่างตามลำดับขั้น เช่น การสาธิตการทำอาหาร การซ่อมเครื่องมือ การประดิษฐ์ของ ใช้ เป็นต้น กล่าวได้ว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่เหมาะสมกับการสาธิตอย่างมากเพราะผู้ชมสามารถเห็นภาพ และได้ยินเสียง โดยเฉพาะภาพที่นำเสนอสามารถสร้างเทคนิคการจัดภาพให้เกิดความชัดเจนในการ ชมได้

10.รายการละคร (Drama Program) เป็นการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ผ่านตัวแสดงซึ่งจะต้อง เกิดจากการผสมผสานเนื้อหาในบทกับศิลปะการจัดฉาก แสง เสียง ตำแหน่งภาพ การลำดับภาพ

ละคร (Drama) มีรากของศัพท์มาจากภาษากรีก หมายถึง ทำ (to do) แสดง (to act) สำหรับคำจำกัดความของรูปแบบละครมีหลากหลาย เช่น Something act on the stage by living people, Presentation of action เป็นต้น การผลิตละครจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบพื้นฐาน 6 ประการ คือ โครงเรื่อง (plot) ความคิด (thought) ลักษณะของตัวละคร (character) ถ้อยคำ (diction) ดนตรี (music) และภาพที่มองเห็น (spectacle) ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับแนวคิดด้านศิลปะทั้งนั้น

โครงสร้างของบทละครมีลักษณะเป็น Fray tag pyramid คือ อารัมภบท(The introduction) การแสดงที่เพิ่มความเข้มข้น (Rising action) จุดวิกฤต (Climax) สถานการณ์ คลี่คลายลง (Failing down) และเหตุร้ายหรือความหายนะ (Catastrophe) อย่างไรก็ตามขึ้นอยู่กับ ผู้เขียนบทว่าต้องการดำเนินเรื่องที่ลึกซึ้งเพียงใด ละครโทรทัศน์มีหลายรูปแบบ เช่น

10.1 ละครหลายตอนจบ (Soap opera) มีการนำเสนอเรื่องราวอย่างต่อเนื่อง โดย จะมีตัวละครเอก 2-3 คน และตัวประกอบตามแต่ข้อกำหนด และมีการบันทึกเทปเพื่อนำเสนอเป็น ตอนๆ

10.2 ละครพิเศษ (Dramatic special) เป็นละครที่มีการจัดทำพิเศษในวาระโอกาส ต่างๆ โดยมีจุดมุ่งหมายแตกต่างกันไป เช่น วันแม่แห่งชาติ วันพ่อแห่งชาติ โดยมีผู้อุปถัมภ์รายการ พิเศษ ความยาวละครอยู่ที่ระหว่าง 90 - 2 นาที

10.3 ละครเป็นตอนๆ (Anthology series) ละครประเภทนี้มีการเขียนบทจบใน ตอน ความแตกต่างของบทเป็นไปตามแนวคิดของผู้แต่งแต่ละคนและนำเสนอทุกอาทิตย์ เช่น ละคร ชุดบ้านนี้มีรัก ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี

11.รายการผู้หญิง ปัจจุบันบทบาทของผู้หญิงต่อครอบครัว สังคม เศรษฐกิจและการเมืองมี มากขึ้น โดยเฉพาะผู้หญิงกับการทำงานเพื่อสังคมและการเมือง การเขียนบทวิทยุโทรทัศน์สำหรับ รายการผู้หญิง จึงไม่ควรมุ่งเน้นวัตถุประสงค์เพื่อความงาม การเป็นแม่บ้านแต่เพียงอย่างเดียว แต่ควร ครอบคลุมถึงการ ทำงาน กิจกรรมในสังคม บทบาทด้านการเมือง การเป็นผู้นำด้วย ผู้เขียนบทควร จัดลำดับเนื้อหาของบทให้เหมาะสมเพื่อเป็นการส่งเสริมบทบาทของผู้หญิงให้ดีเป็นประโยชน์ต่อสังคม ส่วนรวม

12.รายการเด็ก ผู้เขียนบทต้องศึกษากลุ่มผู้ชมให้อ่องแท้เพราะเด็กในกลุ่มอายุต่างกันเพียงเล็กน้อย ความสนใจจะต่างกันไป ระยะเวลาของความสนใจย่อมแตกต่างกันด้วย เนื้อหาที่เขียนสำหรับเด็กไม่ควรมากเกินไป ภาษาที่ใช้ควรเหมาะสมที่จะสื่อสารกับเด็ก ทำให้เด็กเข้าใจง่าย ข้อมูลพฤติกรรม ความสนใจ ความชอบของเด็กวัยต่างๆ ศึกษาค้นคว้าจากหนังสือเกี่ยวกับจิตวิทยาเด็ก วัตถุประสงค์สำคัญของบทสำหรับเด็กควรส่งเสริมพัฒนาสิ่งที่ดีงามด้านต่างๆ ใ้กับเด็กซึ่งนับว่าเป็นวัตถุประสงค์หลักในการเขียนบทสำหรับเด็ก

ดังนั้น ความสำคัญของสื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของสังคมที่มีพลวัตร (Dynamic) หรือการเปลี่ยนแปลงที่อาจกล่าวได้ว่ามีอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะในยุคนี้ซึ่งเป็นยุคข่าวสารข้อมูลที่ถือเป็นหัวใจหลักในการที่เกิดความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มสังคมต่างๆ ทั้งในระดับเล็กไปจนถึงระดับใหญ่ และย่อมมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านการเมือง ล้วนแล้วแต่มีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาเพื่อการอยู่รอดทางสังคม

เมื่อพิจารณาในด้านการศึกษานั้น เป็นที่ทราบกันดีว่าเป็นกระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์ซึ่งไม่ได้จำกัดอยู่แต่ว่าต้องมานั่งเรียนในห้องเรียนแล้วมีผู้สอนเข้ามาสอนเท่านั้น แต่ยังจะมีความหมายไปถึงส่วนอื่นๆ ที่เป็นการเพิ่มทักษะ เพิ่มความรู้ เพื่อที่เป็นหนทางในการที่แต่ละคนจะสามารถปรับตัวหรือปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ หรือมนุษย์สิ่งแวดล้อมไปในแนวทางที่อยู่ร่วมกันในสังคมและจะพัฒนาสังคมให้คงอยู่และเจริญต่อไปด้วยองค์ประกอบหลายๆ อย่าง โทรทัศน์จึงเป็นแหล่งเรียนรู้ในการให้การศึกษาในรูปแบบการนำเสนอลักษณะต่างๆ กันออกมา ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มพูนความรู้ทั้งโดยรู้ตัวและไม่รู้ตัว

#### 4.การผลิตรายการโทรทัศน์

การจัดรายการและการผลิตรายการโทรทัศน์เป็นหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของสถานีโทรทัศน์ที่จะต้องดำเนินการเพื่อเสนอต่อผู้รับชม ต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้และความชำนาญในการปฏิบัติงานรวมทั้งความตั้งใจจริงที่จะผลิตรายการที่แปลกใหม่ มีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อผู้ชมทั้งในแง่ความรู้และความบันเทิง

ในการผลิตรายการโทรทัศน์ต้องมีกระบวนการผลิตที่เกี่ยวข้องกับหลายฝ่ายๆ และต้องทำงานร่วมกันเป็นทีมซึ่งแต่ละฝ่ายมีความชำนาญเฉพาะด้านในหน้าที่ที่รับผิดชอบและต่างมีความสำคัญต่อการผลิตรายการโทรทัศน์อย่างเท่าเทียมกันซึ่งการทำงานถ้าขาดฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไปทำให้การทำงานไม่มีประสิทธิภาพ อาจเป็นเหตุให้รายการโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นไม่มีคุณภาพตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ (อรนุช เลิศจรยารักษ์ 2527 : 1) ดังนั้น การผลิตรายการโทรทัศน์ให้ประสบความสำเร็จจึงมีองค์ประกอบ ได้แก่ บทบาทและความสำคัญของผู้ดำเนินการผลิต การวางแผนการผลิตรายการโทรทัศน์ ขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

บทบาทและความสำคัญของผู้ดำเนินการผลิต

ในการผลิตรายการโทรทัศน์นับว่าเป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อนและมีบุคลากรเป็นจำนวนมากในการผลิตรายการออกอากาศ นอกจากนี้ยังต้องเป็นผู้ทำหน้าที่ในการคัดเลือกผู้ร่วมงานในการผลิตที่ประกอบด้วยบุคคลในตำแหน่งต่างๆ หลายตำแหน่งที่รับผิดชอบตามที่ได้รับมอบหมายซึ่ง

บุคคลที่ทำหน้าที่ในการควบคุมการผลิตทั้งหมด คือ ผู้อำนวยการผลิตหรือโปรดิวเซอร์ (Producer) บุคคลดังกล่าวมีบทบาทในการผลิตรายการโทรทัศน์ ดังนี้ (ศศิกร ฉันทเศรษฐ์ 2547: 22, อ้างถึงใน สุรัญญา สิทธิพูล 2554 : 10)

1.บทบาทในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ (Television Program Creation) หมายถึง กระบวนการคิดและวางแผนในการผลิตอย่างเป็นระบบตั้งแต่กำหนดวัตถุประสงค์ในการผลิต กลุ่มเป้าหมาย การนำเสนอรายการ ตลอดจนการวิเคราะห์สถานการณ์และความเสี่ยงต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อให้สามารถผลิตรายการให้มีความเหมาะสมมากที่สุด ดังนั้นในฐานะที่ผู้อำนวยการผลิตเป็น ศูนย์กลางในการผลิตรายการ จึงควรมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถสร้างสรรค์ผลงานที่มีความ น่าสนใจเพื่อให้ผู้ชมเกิดความพอใจยอมรับและติดตามรายการอย่างต่อเนื่อง

2.บทบาทด้านการจัดระบบงาน เนื่องจากการผลิตรายการโทรทัศน์เป็นกระบวนการที่ ซับซ้อนและมีเทคนิคการจัดการที่มีรายละเอียดอย่างหลากหลายทำให้การจัดระบบงานเป็นสิ่งที่มีความ สำคัญเป็นอย่างยิ่ง การจัดระบบงานเริ่มต้นจากการเขียนวิธีการปฏิบัติการ (Program Treatment) ซึ่งเป็นรายละเอียดของงานทั้งหมดเพื่อเป็นแนวทางแก่การปฏิบัติงานแก่เจ้าหน้าที่ทุก ฝ่ายได้ทราบตลอดจนเป็นการวางแผนที่มีความชัดเจนเพื่อให้ได้ผลงานตามเป้าหมายที่วางไว้

3.บทบาทด้านธุรกิจ บทบาทหน้าที่ที่สำคัญของผู้อำนวยการผลิตนอกจากการบริหารคนและ บริหารงานแล้ว ผู้อำนวยการผลิตยังมีบทบาทในการบริหารด้านธุรกิจ อันได้แก่ งบประมาณในการ ผลิตทั้งในส่วนสร้างสรรค์รายการ และการผลิตรายการทั้งหมด นอกจากนี้ยังต้องเข้าใจในเรื่องลิขสิทธิ์ หรืออื่นๆ ที่ได้รับการคุ้มครองด้วยกฎหมายลิขสิทธิ์ซึ่งในการนำมาใช้นั้น ผู้อำนวยการผลิตจะต้อง ได้รับการอนุญาตอย่างถูกต้องทุกครั้ง

การสร้างสรรครายการโทรทัศน์เป็นสิ่งสำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์ที่จะทำให้รายการ ตอบสนองพึงพอใจและให้ความสุขแก่ผู้ชมได้ ทำให้การสร้างสรรครายการมีความสำคัญต่อ กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ ดังต่อไปนี้ (ชยพล สุทธิโยธิน 2548 : 7)

1.สร้างความน่าสนใจให้กับรายการ (Interesting) รายการที่ได้รับการออกแบบจัดวางการ นำเสนอเป็นอย่างดีที่มีทั้งการดึงดูดความสนใจด้วยวิธีต่างๆ การกระตุ้นความคิดและอารมณ์ที่ทำให้ ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วม ทั้งในช่วงที่ขึ้นสูง ลงต่ำ เกิดความตึงเครียด การผ่อนคลายเป็นระยะและการ สอดแทรกอย่างกลมกลืนจะช่วยให้ผู้ชมเกิดความรู้อยากติดตามอย่างต่อเนื่องโดยไม่รู้สึกรำคาญ (อรนุช เลิศจรรยาภักดิ์, 2527, หน้า 44)

2.แรงจูงใจในการชมรายการ (Motivation) แรงจูงใจในการรับชมจะสามารถควบคุม ความรู้สึกในการรับชมรายการจนจบ หากมีการสร้างสรรค์ที่ดี มีแรงจูงใจอย่างต่อเนื่องจะช่วยดึงดูดให้ ผู้ชมไม่เปลี่ยนรายการ

3.สร้างการมีส่วนร่วมกับรายการ (Participation) รายการโทรทัศน์ที่ได้รับการสร้างสรรค์ที่ดี มักพยายามให้ผู้ชมมีส่วนร่วมอยู่ตลอดเวลา ซึ่งมีทั้งการมีส่วนร่วมทางตรง เช่น การส่งข้อความสั้น (SMS) เพื่อแสดงความคิดเห็น การโหวต การทายผล และการมีส่วนร่วมทางอ้อม เช่น การเอาใจช่วย ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ

4. ทำให้การถ่ายทอดเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Convey Message) การถ่ายทอดเนื้อหาจะต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอด้วยแง่มุมต่างๆ และการเล่าเรื่องที่นำเสนอจะช่วยให้ผู้ชมเข้าใจในสิ่งต่างๆ ที่ต้องการสื่อสารเป็นไปได้ง่ายและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5. ทำให้การถ่ายทอดความรู้เป็นไปอย่างสนุกสนานไม่น่าเบื่อหน่าย (Exciting) โทรทัศน์มักใช้ในการหาความคิดบันเทิงมากกว่าการหาความรู้จากแหล่งต่างๆ ไม่ว่าจะจากนอกห้องเรียน ที่ทำงาน หรือสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัว การนำเสนอความรู้ต่างๆ จึงจำเป็นต้องมีการออกแบบที่ดีเพื่อให้เกิดความน่าตื่นเต้น เร้าใจ เปลี่ยนจากสิ่งที่น่าเบื่อเป็นสิ่งที่น่าติดตามได้

6. ตอบสนองความต้องการด้านอารมณ์และความรู้สึกของผู้ชม (Audience Needs Satisfaction) การรับชมโทรทัศน์เป็นอีกวิธีหนึ่งในการพักผ่อนหย่อนใจและการผ่อนคลายความตึงเครียดจากการดำเนินชีวิตประจำวัน ผู้ชมจึงต้องการความตื่นเต้น เศร้าโศก สงสาร เห็นใจ ตลอดจนความรู้สึกอีกเต็ม กล้าหาญ เพื่อนำมากระตุ้นให้เกิดพลังในการต่อสู้ชีวิตต่อไป

7. สร้างคุณค่าให้กับเนื้อหา (Add Value) การนำเสนอข้อมูลที่เป็นเรื่องต่างๆ ไปมาผ่านการออกแบบสร้างสรรค์ ย่อมทำให้เกิดความน่าสนใจ มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ทั้งมูลค่าเพิ่มทางวิชาการและทางด้านเศรษฐกิจ

8. พัฒนาทักษะการรับรู้ของผู้ชมรายการ (Audience Perception) การได้รับชมรายการที่มีความสร้างสรรค์ย่อมทำให้เกิดความรู้ เสริมสร้างสติปัญญาที่ทำให้ผู้ชมเกิดการคิดตามเรื่องที่น่าสนใจ เช่น ความผิดชอบชั่วดี ความรับผิดชอบต่อสังคม ความยับยั้งชั่งใจ เป็นต้น

9. ช่วยให้รายการข่าวสารสาธารณะ (Public Service) น่าสนใจยิ่งขึ้นซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นรายการที่น่าเบื่อ เช่น ข่าวจราจร การพยากรณ์อากาศ หรือแม้แต่การดูแลสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญ การออกแบบสร้างสรรค์จะช่วยให้รายการเหล่านี้มีความน่าสนใจมากขึ้นและผู้ชมสามารถนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตได้มากขึ้น

10. การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ ที่ผู้อำนวยการผลิตควรทราบเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์การนำเสนอรายการโทรทัศน์ซึ่งมีองค์ประกอบ 7 ประการ ดังนี้ (ชยพล สุทธิโยธิน 2548 : 14)

1. ประเภทหรือแนวเรื่อง (Genre) เป็นการกำหนดว่ารายการจัดอยู่ในประเภทใด เช่น รายการสารคดี รายการสารประโยชน์ รายการบันเทิง เป็นต้น

2. เรื่องราว (Story) เป็นการกำหนดเรื่องราวที่จะนำเสนอ เช่น การนำเสนอเรื่องการดูแลสุขภาพ วิธีการรักษาเยียวยา วิธีการสร้างเสริมสุขภาพ เป็นต้น

3. รูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการ (Treatment and Presentation) เป็นการกำหนดรูปแบบในการนำเสนอ การจัดลำดับขั้นตอนการนำเสนอและนำเสนอโดยวิธีการใด เช่น การแบ่งรายการออกเป็นช่วงต่างๆ ที่มีการสนทนา การสาธิต การเยี่ยมชม เป็นต้น

4. ผู้นำเสนอ (Presenters) เป็นการสร้างบุคคลที่ทำหน้าที่ในการดำเนินเรื่องและการเชื่อมโยงเรื่องราวต่างๆ ของรายการแต่ละช่วงให้กลมกลืนต่อเนื่องกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ

5. สถานที่ (Place) เป็นสถานที่ที่เกิดเหตุตามเรื่องราว หมายถึง ฉากรายการ สถานที่ที่ถ่ายรายการซึ่งมีทั้งในและนอกห้องส่งซึ่งขึ้นอยู่กับเนื้อเรื่องที่นำเสนอเป็นสำคัญ

6.เวลา (Time) หมายถึงเวลาที่เกิดการกระทำหรือการแสดงซึ่งอาจแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือเวลาที่ใช้ในการอ้างอิงตามเวลาของนาฬิกาในห้องเรื่อง (time) หรือเวลาที่ต้องการนำเสนอเหตุการณ์และเวลาที่เป็นความยาวของรายการ (duration)

7.การสื่อความหมายทางอารมณ์และความรู้สึก (tone) เป็นภาพรวมของการสื่อความหมายของรายการผ่านภาพ แสง สี เสียง คำพูด การแสดง สัญลักษณ์ ตลอดจนวิธีการอื่นๆ ในการทำให้เกิดทิศทางของอารมณ์และความรู้สึกในทางใดทางหนึ่งตามความต้องการของผู้ผลิต เช่น ความกลัว ความสนุกสนาน ความเศร้า เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องและมีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ผู้ผลิตรายการควรคำนึงและให้ความสำคัญ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยและปัจจัยภายนอก โดยทั้ง 2 ปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้ (สุทธิ ชัตติยะ และภัสวาลี นิติเกษตรสุนทร 2548: 54-72)

### ปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายในเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ผู้ผลิตรายการควรคำนึงและให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพื่อใช้ประกอบในการวางแผนการผลิตรายการได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และประสบความสำเร็จ ปัจจัยภายในประกอบด้วยองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1.นโยบายของสถานีโทรทัศน์ นับเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากการผลิตรายการต้องเป็นไปตามกรอบนโยบายของสถานีโทรทัศน์

2.การบริหารจัดการ การบริหารจัดการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์ การบริหารจัดการเป็นตัวบ่งชี้การทำงานและความสำเร็จในการบริหารงานของผู้ผลิตรายการเพื่อให้เกิดรายการโทรทัศน์ที่ดีและมีคุณภาพ ย่อมต้องมีการบริหารจัดการภายในเป็นอย่างดีซึ่งประกอบด้วย

2.1 ปรัชญาการดำเนินธุรกิจซึ่งเป็นเข็มทิศในการดำเนินงานของผู้ผลิตรายการซึ่งมีความแตกต่างตามเจตนาารมณ์ของผู้ผลิตรายการแต่ละรายว่าต้องการดำเนินธุรกิจอย่างไร

2.2 บุคลากรเปรียบเสมือนทรัพยากรที่มีความสำคัญในการผลิตรายการโทรทัศน์ หากประกอบด้วยบุคลากรที่มีคุณภาพและความชำนาญในการทำงานย่อมช่วยให้การทำงานมีทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลทำให้ผลิตรายการที่ดีมีคุณภาพได้เช่นเดียวกัน

2.3 งบประมาณในการผลิตรายการแต่ละรายมีค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการบริหารจัดการเป็นอย่างดี ซึ่งจะต้องมีความสามารถในการจัดสรรและควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมและเกิดผลคุ้มค่าจะช่วยให้การดำเนินการผลิตรายการเป็นไปอย่างราบรื่นตั้งแต่เริ่มจนเสร็จสิ้นกระบวนการผลิต

2.4 ระบบเทคโนโลยีถึงแม้ว่าจะจะเป็นปัจจัยเสริมแต่ก็มีส่วนสำคัญในการผลิตรายการ โดยการเลือกใช้เทคโนโลยีต่างๆ ในการผลิตรายการอย่างเหมาะสมจะช่วยให้การนำเสนอมีความน่าสนใจและมีความน่าติดตามมากยิ่งขึ้น

3.วัตถุประสงค์ของรายการ การผลิตรายการโทรทัศน์จะต้องมีการระบุวัตถุประสงค์ของรายการให้ชัดเจน เพื่อจะได้ทราบถึงเจตนาารมณ์ของสถานีโทรทัศน์ที่ต้องการให้ประชาชนได้เรียนรู้หรือรับรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งการกำหนดวัตถุประสงค์จะช่วยให้สามารถผลิตรายการได้สอดคล้อง

กับนโยบายของสถานี่และเป้าหมายรายการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตรายการจะต้องทำเพื่อตอบโจทย์เหล่านั้น โดยสามารถแบ่งวัตถุประสงค์ของรายการโทรทัศน์ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

3.1 วัตถุประสงค์ทั่วไป หมายถึงวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างกว้างๆ เพื่อระบุเป้าหมายของรายการและความมุ่งหวังของผู้ผลิตที่ต้องการพัฒนาให้ผู้ชมเปลี่ยนแปลงไปในทางใดทางหนึ่ง หรือในทางพุทธิพิสัย เจตพิสัย และทักษะพิสัย คือ

3.1.1 พุทธิพิสัย (Cognitive Domain) เป็นการพัฒนาเพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ความคิด ความจำ ตีความ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และประเมินคุณค่าของข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นได้

3.1.2 จิตพิสัย (Affective Domain) เป็นการพัฒนาทัศนคติ ความรู้สึกและค่านิยม ซึ่งเริ่มตั้งแต่การให้ความสนใจจนกระทั่งการปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เช่น หันมารับชมรายการสุขภาพ ติดตามชมรายการเป็นประจำและเห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการรับชม เป็นต้น และการนำความรู้เหล่านั้นไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริงจนเป็นกิจวัตร

3.1.3 ทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) เป็นการพัฒนาศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับทักษะทางร่างกายที่สามารถทำได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็ว ราบรื่นเป็นอัตโนมัติซึ่งจะต้องใช้เวลาและลงมือทำอย่างจริงจัง จึงจะประสบความสำเร็จนับเป็นการปรับพฤติกรรมที่แสดงถึงการรับผิดชอบต่อตนเองและผู้ที่อยู่รอบตัวอันมาจากผลที่เกิดจากทักษะทั้ง 3 ด้าน ที่เริ่มจากการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เกิดความรู้ การปรับเปลี่ยนทัศนคติจนกระทั่งนำไปสู่การปฏิบัติจนเป็นนิสัยที่เป็นผลสูงสุด

3.2 วัตถุประสงค์เฉพาะ หมายถึงการกำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งเป็นการกำหนดให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ได้เคลงและมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นโดยอาจเปรียบเหมือนเข็มทิศในการผลิตรายการ เช่น เป็นรายการเพื่อผู้หญิง รายการสำหรับเด็กและเยาวชน เป็นต้น

## ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์ ได้แก่ ปัจจัยด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการผลิตรายการต่างๆ ที่มีอยู่เหนือการควบคุมซึ่งปัจจัยภายนอกดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านการเมืองที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์ อาจหมายถึงนโยบายของรัฐบาลในแต่ละยุคที่มีมุมมองความคิดเห็นที่แตกต่างกันส่งผลให้สถานีโทรทัศน์มีนโยบายให้ผู้ผลิตรายการส่วนหนึ่งตอบสนองนโยบายของรัฐบาล และนอกจากนี้ยังอาจหมายถึงกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการผลิตรายการโทรทัศน์ เช่น การคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคล การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของทางราชการ การคุ้มครองสิทธิในการแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชน เป็นต้น กฎหมายเหล่านั้นนอกจากเป็นกรอบป้องกันการล่วงละเมิดสิทธิผู้อื่นที่ทำให้เกิดความถูกต้องชอบธรรมในสังคมแล้ว ยังคุ้มครองให้สื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะ

2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์โดยเศรษฐกิจมีผลต่อรายได้หลักที่สถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่ได้รับ หากอยู่ในยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟูสถานีย่อมมีกำลังในการผลิตรายการที่ดีมี

คุณภาพ หากอยู่ในช่วงเศรษฐกิจซบเซาอาจส่งผลให้สถานีฯ มีงบประมาณในการผลิตรายการลดลงทำให้ไม่สามารถสร้างสรรค์รายการได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ความผูกพันทางเศรษฐกิจเป็นปัญหาหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างพื้นฐานของการบริหารจัดการและการผลิตรายการของผู้ผลิตรายการ ทั้งในส่วนของบุคลากรและเทคโนโลยีทำให้ไม่สามารถหาบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถมาสร้างสรรค์รายการได้ และขาดงบประมาณในการจัดซื้อจัดหาวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่ช่วยให้การผลิตรายการโทรทัศน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับสังคมและวัฒนธรรมอย่างมาก เนื่องจากรายการโทรทัศน์ที่ถูกผลิตขึ้นมาเพื่อให้คนในสังคมและวัฒนธรรมหนึ่งๆ รับชม จำเป็นต้องมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตกับคนในสังคมนั้นๆ เพื่อที่จะสามารถเข้าใจในเรื่องราวเหล่านั้นได้ง่ายยิ่งขึ้น เพราะเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวและมีความคุ้นเคยเป็นอย่างดีจึงต้องมีความสอดคล้องกับประเด็นต่างๆ 4 ประการ

3.1 รหัสสัญลักษณ์ (Symbolic Code) เป็นภาษาและท่าทางต่างๆที่ใช้ในการสื่อความหมายการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารและความรู้สึกนึกคิดต่างๆ ผ่านกระบวนการสื่อสารไปยังประชาชนกลุ่มต่างๆ ที่จะต้องเป็นสากลและง่ายต่อความเข้าใจข้อมูลข่าวสารเหล่านั้น เนื่องจากความแตกต่างของกลุ่มผู้ชมกลุ่มต่างๆ ที่มีความหลากหลายทั้งเพศ อายุ วิถีชีวิต ตลอดจนพื้นที่ที่อยู่อาศัย เช่น การถ่ายทอดข้อมูลสุขภาพจากแพทย์สาขาต่างๆ ไปยังประชาชนที่จะต้องใช้ภาษาและศัพท์ที่สามารถเข้าใจได้ง่ายย่อมให้ผลดีกว่าการใช้ศัพท์ทางการแพทย์หรือข้อมูลที่มีความเป็นวิชาการสูง ประชาชนอาจเข้าใจได้ยากและเกิดการตีความหมายผิดพลาด เป็นต้น

3.2 จารีตประเพณี (Cognitive Customs) ธรรมเนียมที่สืบทอดมาจากวัฒนธรรม (Cultural traditions) มีผลต่อความเชื่อ ทักษะคติ ค่านิยม และการปฏิบัติตนของแต่ละบุคคลที่ได้สั่งสมมาอย่างยาวนานจากจารีตประเพณีต่างๆ ซึ่งเป็นผลต่อการยอมรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เช่น การรักษาด้วยแพทย์ทางเลือกแผนไทย แพทย์สมุนไพร เป็นต้น ที่อาจมีผลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนในสังคมต่างๆ ที่มีความแตกต่างกัน จึงจะต้องนำเสนอข้อมูลอย่างเป็นกลางหรือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการดูแลสุขภาพ

3.3 บทบาท และกฎเกณฑ์ต่างๆ (Set of Social Roles and Rules) เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลตามบทบาททางสังคมที่แตกต่างกัน เช่น การนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพโดยบุคลากรทางด้านสาธารณสุขที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านย่อมสร้างความน่าเชื่อถือได้มากกว่าการนำเสนอข้อมูลสุขภาพโดยบุคลากรสาขาอาชีพอื่น เป็นต้น

นอกจากนี้ผู้ผลิตยังต้องคำนึงถึงความคาดหวังทางสังคมซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Roles) ใน 2 ลักษณะคือ

1. การผลิตรายการเพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคมและวัฒนธรรมในขณะนั้นเป็นไปตามกระแสของสังคม เช่น กระแสการรักษาสุขภาพ ทำให้มีรายการสุขภาพในรูปแบบและวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกันขึ้นเป็นจำนวนมาก

2. การผลิตรายการที่แสดงให้เห็นถึงหน้าที่พึงกระทำของสื่อมวลชนซึ่งได้แก่การนำเสนอ การตรวจสอบ ตลอดจนการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมซึ่งเป็นการสะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมที่สื่อมวลชนสามารถแสดงบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะสื่อมวลชนได้ในหลาย



ลักษณะ เช่น รายการรักษาสภาพที่มาจากปัญหาสุขภาพของประชาชน การนำเสนอวิธีการป้องกันโรคติดต่อต่างๆ ตามสถานการณ์ การติดตามมาตรการในการส่งเสริมสุขภาพของรัฐบาล เป็นต้น

ดังนั้น การสร้างความสมดุลให้กับสังคมและวัฒนธรรมด้วยการผลิตรายการที่สร้างเสริมให้เกิดความเชื่อ ทศนคติ และธรรมเนียมการปฏิบัติที่ดีให้เหมาะสมกับประชาชนกลุ่มต่างๆ เช่น รายการสำหรับเด็กและเยาวชนไม่ว่าจะเป็นรายการสุขภาพ หรือละครที่นำเสนอด้านสุขภาพและพัฒนาการของเด็กและเยาวชนจะต้องใช้ภาษาที่ง่าย ไม่หยาบคาย ไม่รุนแรง ตลอดจนการแสดงออกถึงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมกับสังคมวัฒนธรรมไทย เนื่องจากเด็กและเยาวชนจะต้องมีการซึมซับและสั่งสมข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ มีความเหมาะสมเพื่อที่จะได้เติบโตเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพต่อไป

#### การวางแผนการผลิตรายการ

การวางแผนการผลิตรายการโทรทัศน์เป็นขั้นตอนต่อจากการสร้างสรรค์รายการโดยการนำแนวความคิดเหล่านั้นมาปฏิบัติ ซึ่งการเตรียมการที่ดีจะทำให้รายการโทรทัศน์เป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ การเตรียมการก่อนการผลิตรายการโทรทัศน์เป็นการคิดวางแผนงานเรื่องที่สำคัญ 3 เรื่อง (ชยพล สุทธิโยธิน 2548 : 10 -11) ดังนี้

##### 1.การวางแผนเกี่ยวกับผู้ชม (Audience Planning)

เป็นการวิเคราะห์ผู้ชมในด้านต่างๆ ทั้งประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา วิธีการดำเนินชีวิต สังคม และด้านวัฒนธรรม รวมทั้งเวลาที่ออกอากาศเพื่อให้สามารถวิเคราะห์ลักษณะของผู้ชมที่คาดว่าจะเป็กลุ่มเป้าหมายและสามารถประเมินความต้องการของผู้ชม (Needs) ว่าต้องการรายการประเภทใด ซึ่งสามารถทำได้ดังนี้

1.1 รวบรวมเอกสารและงานวิจัย (Research) ในขั้นนี้เป็ขั้นที่ผู้ผลิตต้องรวบรวมตำราเอกสาร รายงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบเป็นข้อมูลและแนวทางในการศึกษา

1.2 วิเคราะห์เนื้อหาเอกสาร รายงานการวิจัยต่างตลอดจนภาพยนตร์ สไลด์ (ภาพนิ่ง ภาพถ่าย ภาพเคลื่อนไหว) ที่รวบรวมได้มาจากขั้นที่แล้วนั้น มาวิเคราะห์และคัดเลือกเอาเฉพาะที่เกี่ยวข้องและจำเป็นต้องใช้ในการเขียนบท

1.3 กำหนดกลุ่มเป้าหมายเมื่อวิเคราะห์เนื้อหาที่จะผลิตรายการโทรทัศน์ได้แล้ว ก็ควรจะต้องจัดทำรายการโทรทัศน์ให้เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2.การวางแผนเกี่ยวกับตัวรายการโทรทัศน์ (Program Planning) การวางแผนเกี่ยวกับตัวรายการโทรทัศน์เป็นการวางแผนในด้านรายละเอียดต่างๆ ที่จะนำเสนอและปรากฏในรายการซึ่งประกอบด้วย

2.1 การกำหนดจุดเน้น/จุดประสงค์ การกำหนดจุดเน้น/จุดประสงค์ในการผลิตรายการต้องกำหนดให้ชัดเจนว่ามีจุดเน้น จุดประสงค์ในการผลิตรายการอย่างไรและควรมีการประชุมร่วมกันของผู้รับผิดชอบฝ่ายต่างๆ ทั้งนี้เพื่อทำความเข้าใจร่วมกันว่าจุดเน้นของรายการอยู่ที่ใด มีจุดประสงค์ของรายการอย่างไร และขอบข่ายของรายการมีมากน้อยเพียงใด เพื่อให้เกิดความชัดเจนในกระบวนการผลิตรายการและให้สอดคล้องกับความรู้ของกลุ่มเป้าหมาย

2.2 การกำหนดรูปแบบและการสร้างสรรค์รายการ เป็นการกำหนดรูปแบบของรายการว่าเป็นรูปแบบใด เช่น รูปแบบสารคดี การสัมภาษณ์ การบรรยาย ละคร ฯลฯ เพื่อให้การนำเสนอรายการมีความน่าสนใจเหมาะสมกับเนื้อหารายการ จุดเน้นและจุดประสงค์ของรายการ และกลุ่มเป้าหมายของรายการ

2.3 การเขียนบทโทรทัศน์และตรวจสอบความถูกต้อง ในการลิตรายการโทรทัศน์ทุกรายการ บทโทรทัศน์เป็นส่วนสำคัญของรายการซึ่งการเตรียมตัวที่ดีนั้นจะช่วยให้ก้าวสู่ความสำเร็จได้ง่ายขึ้น หมายความว่าความคิดที่ดีของผู้ผลิตรายการ เมื่อได้นักเขียนบทซึ่งสามารถสร้างสรรค์รายการออกมาจากแนวคิดเบื้องต้นและวัตถุประสงค์ของรายการได้อย่างมีศิลปะในการเขียนและการนำเสนอ (Presentation) ที่ดี ช่วยให้รายการน่าสนใจขึ้น ผู้ผลิตรายการมองเห็นความสำคัญของบทซึ่งเป็นพื้นฐานของรายการทุกรายการ จึงนำเรื่องการพิจารณาผู้เขียนบทโทรทัศน์เข้าสู่ที่ประชุมการผลิตเพื่อคัดเลือกผู้เขียนบท อาจเป็นนักเขียนประจำ หรือผู้เขียนอิสระ โดยการผลิตรายการบางรายการหรือบางตอนอาจมีนักเขียนหลายคนก็ได้ และบางครั้งถ้าเรื่องที่ผลิตเป็นเรื่องเฉพาะด้านไม่ว่าจะเป็นเรื่องเฉพาะด้าน เช่น เทคโนโลยี วิทยาศาสตร์ ประวัติศาสตร์ หรือศาสตร์ใดศาสตร์หนึ่งที่ต้องอาศัยข้อมูลพิเศษ เช่น การสาธารณสุข ผู้ผลิตรายการอาจต้องจ้างผู้ที่มีความชำนาญในเรื่องนั้นๆ มาเป็นที่ปรึกษาให้นักเขียนบทหรือทั้งทีมวิจัยก่อนการเขียนบท

### 3. การวางแผนเกี่ยวกับแผนปฏิบัติการผลิตรายการ

การวางแผนเกี่ยวกับการปฏิบัติการผลิตรายการเป็นการบริหารสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นไปได้ การสร้างสรรค์ และการผลิตรายการ ได้แก่

3.1 บุคลากร เป็นการวางแผนเกี่ยวกับผู้ที่จะเข้ามาร่วมงานในการผลิตซึ่งรวมถึงการคัดเลือกผู้ร่วมรายการ หมายถึง พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ผู้สัมภาษณ์ ตลอดจนผู้ให้สัมภาษณ์ สิ่งเหล่านี้ผู้ผลิตรายการจะต้องประชุมกับฝ่ายผลิตรายการเพื่อตัดสินใจก่อนการผลิตรายการจะเริ่มขึ้น ทั้งนี้จะต้องดูความเหมาะสม ทางเลือก และงบประมาณ

3.2 อุปกรณ์ เป็นการวางแผนเกี่ยวกับเครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความจำเป็นต้องใช้ในการผลิตรายการและใครเป็นผู้รับผิดชอบ

3.3 สถานที่ เป็นการวางแผนเกี่ยวกับสถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำรายการซึ่งมีทั้งในห้องบันทึกภาพ (Studio) หรือเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ (Outside Studio หรือ Outdoor Recording) หากมีการถ่ายทำนอกสถานที่ก็ควรมีผู้ไปดูสถานที่ถ่ายทำ และทำการนัดหมายกับผู้ที่เกี่ยวข้องในการถ่ายทำ

3.4 งบประมาณ เป็นการวางแผนเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการถ่ายทำรายการ ทำให้ทราบต้นทุนการผลิตโดยประมาณ เพื่อให้สามารถกำหนดงบประมาณในการผลิตรายการได้อย่างเพียงพอ การจัดทำงบประมาณสามารถแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ จัดทำร่างงบประมาณที่เป็นการรวบรวมค่าใช้จ่ายต่างๆ อย่างคร่าวๆ ที่จำเป็นต่อการผลิตรายการและการจัดทำงบประมาณเพื่อการผลิตรายการซึ่งเป็นงบประมาณเพื่อการปฏิบัติการผลิตรายการที่จะต้องมีการแจกแจงค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียด

3.5 เวลา เป็นการวางแผนเกี่ยวกับเวลาที่ออกอากาศและเวลาที่ใช้ในการผลิตเพื่อให้ได้งานที่นำออกอากาศทันเวลาที่กำหนด ในขั้นนี้เป็นขั้นที่ต้องเตรียมการเพื่อการบันทึกภาพ

ตามตารางเวลา (Schedule) ที่กำหนดเวลาไว้ในการดำเนินงานให้การบันทึกเป็นไปได้สำเร็จ รวมถึงเมื่อผู้ผลิตรายการได้มอบหมายงานในหน้าที่ต่างๆ จนครบถ้วน ผู้ผลิตรายการจึงเริ่มจัดเตรียมตารางการผลิตเพื่อช่วยให้ผู้ผลิตเห็นภาพรวมของการผลิตรายการทั้งหมดคร่าวๆ และสามารถควบคุมการทำงานให้เป็นไปตามตารางการผลิตรายการนอกจากนี้ตารางรายการยังช่วยให้ผู้ผลิตรายการตรวจสอบความคืบหน้าในรายการและแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ก่อนที่ปัญหาเหล่านั้นจะเป็นอุปสรรคในการผลิตรายการต่อไป

#### ขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์

เวอร์เซล (Wurtzal ,อ้างถึงใน สุรัญชญา สิทธิพูล 2554 : 15-19) กล่าวว่าการผลิตรายการหลายๆ ประเภทจะถ่ายทำกันในห้องจัดรายการ โดยมีการวางแผนและเตรียมงานมาเป็นอย่างดีก่อนการถ่ายทำทุกครั้ง ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน คือ

- 1.ขั้นวางแผนก่อนผลิตรายการ (Preproduction Planning)
- 2.ขั้นเตรียมการผลิตรายการ (Setup and Rehearsal)
- 3.ขั้นผลิตรายการ (Production)
- 4.ขั้นหลังผลิตรายการ (Post production)

การผลิตรายการแต่ละรายการอาจไม่จำเป็นต้องมีถึง 4 ขั้นตอน เช่น รายการข่าวประจำวัน จะใช้เวลากับการเตรียมการผลิตรายการ (Setup and Rehearsal) น้อยกว่าประเภทอื่นๆ รวมทั้งไม่มีขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (Post production) อีกด้วยในทางตรงกันข้ามรายการประเภทละคร ซึ่งต้องใช้วิธีการตัดต่อภาพเพื่อนำแต่ละฉากแต่ละตอนมาประกอบเข้าด้วยกันนั้น จะมีขั้นตอนการผลิตรายการครบทั้ง 4 ขั้นตอน

**1.ขั้นวางแผนก่อนผลิตรายการ (Preproduction Planning)** ขั้นตอนนี้ประกอบไปด้วยรายละเอียดที่สำคัญ 8 ประเด็น คือ การพัฒนาแนวความคิด การกำหนดวัตถุประสงค์และแนวทางการผลิตรายการ การวิเคราะห์ผู้ชมหรือเป้าหมาย การจัดทำงบประมาณ การค้นคว้าหาข้อมูล การกำหนดวิธีในการผลิตรายการ การเขียนโครงสร้างรายการและบทโทรทัศน์ และการประชุมทีมงานผลิตรายการ

เวลาที่ใช้ในการวางแผนก่อนการผลิตรายการอาจเป็น 1 วัน 1 สัปดาห์ หรือ 1 เดือน ก่อนวันถ่ายทำจริงจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของเนื้อหาที่จะผลิตออกไป

ขั้นตอนนี้เริ่มต้นที่ผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) และผู้กำกับรายการ (Director) จะประสานและสื่อสารกับผู้เขียนบท (Script Writer) เพื่อปรับแต่งบทให้สมบูรณ์และพร้อมสำหรับการถ่ายทำต่อไป จากนั้นบุคลากรของฝ่ายผลิตรายการ เช่นผู้ควบคุมการผลิตรายการ ผู้กำกับรายการ ผู้กำกับเทคนิค ผู้ควบคุมเสียง และฝ่ายออกแบบฉาก งานศิลปกรรม จะประชุมกันเพื่อวางแผนการจัดเตรียมงานให้พร้อมก่อนการผลิตรายการทุกครั้ง

การวางแผนก่อนการผลิตรายการเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการผลิตรายการปัญหาต่างๆ จะไม่เกิดขึ้นถ้ามีการวางแผนอย่างดีโดยทีมงานฝ่ายผลิตรายการ ซึ่งหมายถึงการทบทวนแผนงานและลงมือแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้เรียบร้อยก่อนผลิตรายการทุกครั้งเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาต่างๆ เช่น เลื่อนการถ่ายทำซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม รวมทั้งการหยุดการถ่ายทำกะทันหันทั้งๆ ที่ลงมือไปแล้ว

**2.ขั้นเตรียมการผลิตรายการ (Setup and Rehearsal)** ขั้นตอนนี้ประกอบไปด้วยการจัดเตรียม (setup) และการซ้อม (Rehearsal)

2.1 การจัดเตรียม (Setup) ทีมงานทุกคนต้องเตรียมงานทุกอย่างให้พร้อมทั้งภายในห้องจัดรายการและห้องควบคุมการจัดรายการก่อนการถ่ายทำทุกครั้ง เวลาที่ใช้ในการจัดเตรียมนี้ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของรายการที่จะผลิตและงบประมาณที่ได้รับซึ่งถูกกำหนดมาในขั้นตอนที่แล้ว ทีมงานทุกคนต้องรู้จักหน้าที่ของตนเองและควบคุมดูแลซึ่งกันและกันเพื่อให้งานประสบความสำเร็จการจัดเตรียมประกอบไปด้วยการดำเนินการ ดังนี้

- การจัดเตรียมฉาก
- การจัดเตรียมไฟ
- การปรับแต่งเสียง
- การจัดเตรียมเทปและภาพประกอบต่างๆ

ในการจัดเตรียมนั้น ทีมงานทุกคนควรทำหน้าที่ที่ตนเองรับผิดชอบไปพร้อมๆ กัน เช่น ขณะที่พนักงานจัดฉากกำลังตกแต่งฉาก ผู้ควบคุมแสงควรจัดแสงไปด้วยขณะที่กำลังจัดแสดงอยู่นั้น ผู้ควบคุมเสียงควรปรับแต่งเสียงให้ได้ระดับที่สมดุล ขณะที่กำลังจัดเตรียมพื้นที่การถ่ายทำผู้กำกับเทคนิคควรตรวจสอบความพร้อมอุปกรณ์ทุกชนิดที่อยู่ในห้องควบคุมห้องจัดรายการ ช่างภาพควรปรับแต่งมุมกล้องให้พร้อมให้ภาพออกมาดีที่สุด ผู้ควบคุมเทปควรจัดเตรียมเทปที่ใช้ในการผลิตรายการให้พร้อม ดังนั้นการจัดเตรียมรายละเอียดและอุปกรณ์ต่างๆ ในห้องควบคุมห้องจัดรายการจะดำเนินไปพร้อมๆ กับการจัดเตรียมในห้องจัดรายการ

การจัดเตรียมงานคือปัจจัยที่สำคัญที่บ่งบอกว่าการผลิตรายการจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว ถ้ามีรายละเอียดบางอย่างในขั้นตอนนี้ทีมงานละเลยไป ทีมงานผู้นั้นจะต้องจัดเตรียมและแก้ไขขั้นตอนการซ้อม ซึ่งจะทำให้เสียเวลามากขึ้น รวมทั้งเกิดความล่าช้าแก่องค์ประกอบอื่นๆ ที่ต้องใช้เวลาสำหรับการซ้อมเช่นกัน

2.2 การซ้อม (Rehearsal) เมื่อจัดเตรียมงานในห้องจัดรายการและห้องควบคุมห้องจัดรายการแล้วขั้นตอนต่อมา คือ การซ้อม ซึ่งเป็นขั้นตอนเตรียมทุกคนให้ทำงานเหมือนที่เกิดขึ้นจริงๆ ในขั้นผลิตประกอบไปด้วย 4 ลักษณะ ดังนี้

2.2.1 การซ้อมแห้ง (Dry Rehearsal) เป็นกิจกรรมที่ผู้กำกับรายการชักซ้อมผู้ที่เกี่ยวข้องให้ทำในสิ่งที่กำหนด ตามลำดับก่อนหลังในบทโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นการแสดงท่าทาง การยืน การเดิน การนั่ง เป็นต้น

2.2.2 การซ้อมกล้อง (Camera Blocking) เป็นการซ้อมที่ใช้กล้องจับภาพทุกขั้นตอน ซึ่งมี 2 วิธี คือ ซ้อมหยุดเป็นช่วงๆ และซ้อมอย่างต่อเนื่อง

- การซ้อมแบบหยุดเป็นช่วงๆ นั้น ผู้กำกับรายการจะสั่งให้หยุดแล้วดำเนินการแก้ไข จากนั้นเริ่มต้นซ้อมกันใหม่เพื่อให้แน่ใจว่าไม่มีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นอีก

- การซ้อมกล้องแบบต่อเนื่องนั้น ผู้กำกับรายการจะสั่งตัด (Cut) เมื่อมีคามผิดพลาดร้ายแรงขึ้น ในการซ้อมกล้องนี้ผู้กำกับรายการจะต้องสั่งการและสื่อสารกับช่างภาพให้ทดลองและเปลี่ยนแปลงมุมภาพ ขนาดภาพ รวมทั้งการเคลื่อนที่ของภาพเพื่อให้ภาพออกมามีความสวยงามเหมาะสมและดีที่สุด

2.2.3 การซ้อมอย่างต่อเนื่อง (Run – Throughs) เป็นการซ้อมตั้งแต่ต้นจนจบรายการอย่างต่อเนื่อง เมื่อมีข้อผิดพลาดใดๆ เกิดขึ้นทีมงานต้องตรวจสอบและดำเนินการแก้ไขให้เรียบร้อย

2.2.4 การซ้อมเหมือนจริง (Dress Rehearsal) เป็นการซ้อมที่เหมือนกับการออกอากาศจริงผู้แสดงต้องแต่งตัวและจัดฉากให้เรียบร้อย การซ้อมลักษณะนี้มักใช้กับรายการที่มีความสำคัญมาก รายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ใช้วิธีการอัดเทปล่วงหน้าการซ้อมเหมือนจริงจึงไม่มีความจำเป็น

ดังนั้น ขณะที่ซ้อมรายการอยู่ผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) จะทำหน้าที่เสมือนเป็นผู้ชมทางบ้านด้วย นั่นคือการมองไปที่จอภาพ (Monitor) เพื่อตรวจสอบภาพที่เกิดขึ้นว่ามีสิ่งใดผิดพลาดและต้องปรับปรุงแก้ไขตรงส่วนใดบ้าง จากนั้นจึงมาปรึกษากับผู้กำกับรายการ ฝั่งรวมรายการ และทีมงานทุกคนเพื่อแก้ไขต่อไป

**3.ขั้นผลิตรายการ (Production) แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การถ่ายทอดสดและการบันทึกเทป**

3.1 การถ่ายทอดสด (Live) เมื่อเริ่มเปิดรายการการถ่ายทำจะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องกันไปจนจบรายการโดยไม่มีการหยุดกล้อง รายการที่ผลิตโดยการถ่ายทอดสดนี้จะเริ่มต้นและสิ้นสุดภายในช่วงเวลาทางสถานีได้กำหนดไว้ การถ่ายทอดสดนี้จะจบลงที่ขั้นผลิต (production) โดยไม่มีขั้นหลังการผลิตรายการ (Postproduction) รายการที่ใช้วิธีการถ่ายทอด ได้แก่ รายการข่าว รายการเฉพาะกิจ เป็นต้น

การผลิตรายการด้วยการถ่ายทอดสดมีทั้งข้อดี-ข้อเสีย ข้อดีก็คือสามารถรายงานและนำเสนอเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นจริงไปยังกลุ่มเป้าหมาย ข้อเสียก็คือทีมงานต้องเอาใจใส่และมีความระมัดระวังมากเป็นพิเศษขณะกำลังผลิตรายการ เนื่องจากเมื่อมีปัญหาและสิ่งผิดพลาดๆ เกิดขึ้นจะไม่สามารถแก้ไขโดยใช้วิธีตัดต่อได้เลย

3.2 การบันทึกเทป (On videotape) วิธีนี้เป็นที่นิยมของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน ช่วยให้การทำไม่ยุ่งยากเพราะไม่จำเป็นต้องถ่ายทำตามลำดับเหตุการณ์หรือตลอดเหตุการณ์โดยไม่หยุดกล้อง วิธีการคือ บันทึกเทปรายการลงเทป จากนั้นนำเทปไปตัดต่อและผสมเสียงเพื่อเป็นรายการที่สมบูรณ์พร้อมออกอากาศต่อไป การถ่ายทำโดยการบันทึกเทปนี้ทำให้ทีมงานสามารถควบคุมและดูแลการทำงานได้เป็นอย่างดี ผู้กำกับมีโอกาสกำหนดภาพ และเสียงมากขึ้น อย่างไรก็ตามการถ่ายทำด้วยวิธีนี้จะต้องใช้เวลาและเสียค่าใช้จ่ายมาก

การผลิตรายการทั้งการถ่ายทอดสดและการบันทึกเทปนี้ สามารถทำให้ทั้งในห้องจัดรายการและนอกสถานที่ซึ่งจะใช้สถานที่ใดนั้นขึ้นอยู่กับพิจารณาของทีมงานถึงความเหมาะสมในแต่ละประเด็นที่นำเสนอ

**4.ขั้นหลังการผลิตรายการ (Postproduction) ในขั้นตอนนี้ประกอบไปด้วยการตัดต่อ การผสมเสียง และการประเมินผู้ชมรายการ**

4.1 การตัดต่อและผสมเสียง เป็นขั้นตอนที่นำภาพที่ได้บันทึกมาเรียงลำดับคัดเลือกช่วงที่ดีที่สุดและนำส่วนที่ไม่ต้องการทิ้งไป โดยใช้เทคนิคการตัดต่อและจะต้องจัดลำดับการนำเสนอรายการให้เป็นไปตามบทโทรทัศน์ ปัจจุบันได้มีการนำเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้

หลายชนิด เช่น การตัดต่อด้วยคอมพิวเตอร์ (Computer Editing) และการทำภาพเทคนิคพิเศษ (Special Effect) ทั้งนี้ เพื่อให้ภาพออกมามีความกระชับ รวดเร็ว แปลกใหม่ ทำให้ผู้ชมเกิดความเพลิดเพลินและน่าสนใจ จากนั้นก็จะนำไปซ้อนตัวอักษรหรือภาพกราฟิกต่างๆ เช่น ไตเติลรายการ ชื่อพิธีกร ชื่อผู้ร่วมรายการ และข้อความอื่นๆ ให้สมบูรณ์

จากนั้นเป็นขั้นตอนการใส่เสียงประกอบต่างๆ ที่กำหนดไว้ในบทโทรทัศน์ไม่ว่าจะเป็นเสียงประกอบ (Sound Effect) ลงในเทปโทรทัศน์ หลังจากผ่านขั้นตอนของการตัดต่อและผสมเสียงแล้วก็จะได้รายการที่สมบูรณ์พร้อมที่จะออกอากาศได้ซึ่งผู้ผลิตรายการจะตรวจสอบความเรียบร้อยของรายการก่อนว่าเป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่ได้กำหนดไว้หรือไม่ ทั้งในด้านของเนื้อหา และวิธีการนำเสนอ ถ้ายังไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ก็อาจมีการแก้ไขในบางส่วนที่สามารถแก้ไขจนเรียบร้อยจึงนำเทปรายการส่งทางสถานีโทรทัศน์เพื่อรอการตรวจพิจารณาของคณะกรรมการประจำสถานี และพร้อมออกอากาศต่อไป

#### 4.2 การประเมินผู้เข้าชมรายการ

การประเมินผู้ชมรายการมีหลายวิธี เช่น การวัดความนิยมของผู้ชมรายการ การสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมรายการ การมีปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) จากผู้ชมรายการในรูปของจดหมาย โทรศัพท์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ รวมทั้งประเมินจากจำนวนโฆษณาที่สนับสนุนรายการและการบอกต่อๆ กันของผู้ชม

(อรนุช เลิศจรยารักษ์ 2539 : 556-557 ,อ้างถึงใน สุรัญญา สิทธิพูล 2554 : 20) กล่าวถึงการประเมินผู้ชมรายการว่าสามารถทำได้หลายวิธี ทั้งแบบการประเมินอย่างเป็นระบบและแบบการประเมินอย่างไม่เป็นระบบ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1.แบบประเมินอย่างไม่เป็นระบบ คือ ดูจากสินค้าที่เข้ามาลงโฆษณาในรายการ จดหมายจากผู้ชมที่บ้านซึ่งทางรายการอาจใช้วิธีตั้งคำถามมีรางวัลให้กับผู้ชมที่บ้าน การจับชิ้นส่วนของผลิตภัณฑ์ที่เข้ามาโฆษณาในรายการ การโทรศัพท์ถาม หรือการวัดจากจำนวนสินค้าที่จำหน่ายได้เพิ่มมากขึ้น

2.แบบการประเมินอย่างเป็นระบบ ผู้ผลิตรายการต้องพิจารณาจัดงบประมาณในส่วนนี้ไว้ให้บริษัทวิจัยวัดอัตราความนิยมของผู้ชมที่มีต่อรายการ บริษัทวิจัยจะประเมินความนิยมของผู้ชมโดยจะใช้การประมาณจำนวนผู้ชมจากการใช้แบบสอบถามหรือปัจจุบันเทคโนโลยีก้าวหน้ายิ่งขึ้น อาจใช้วิธีการต่อสายเครื่องรับโทรทัศน์ทั้งหมดเข้ากับเครื่องคอมพิวเตอร์และตรวจสอบว่าขณะนี้กำลังชมรายการอะไรอยู่ การวัดแบบนี้จะวัดจำนวนไม่ได้และตรวจสอบว่าขณะนี้ผู้ชมกำลังชมรายการอะไรอยู่ การวัดแบบนี้จะวัดจำนวนแต่จะไม่ได้วัดทัศนคติต่อรายการว่าชอบหรือไม่ มากน้อยเพียงใด ชอบเพราะอะไร ดังนั้นอัตราการชมโทรทัศน์นี้จึงหมายถึงจำนวนเครื่องรับโทรทัศน์ที่เปิดดูรายการนั้นในเวลานั้น แต่อาจจะดูบ้างไม่ดูบ้างซึ่งไม่สามารถวัดได้แต่จะตรวจสอบจำนวนเครื่องรับที่เปิดในเวลานั้นๆ การวัดแบบนี้เป็นที่ยอมรับว่าสามารถประมาณความน่าเชื่อถือในด้านความนิยมรายการได้

ในการประเมินผลผู้ชมรายการอย่างเป็นระบบ จะช่วยให้ผู้ผลิตรายการประเมินสถานภาพของรายการได้ ในขณะเดียวกันในการวัดแบบระบบนี้บอกแต่เพียงตัวเลข ควรจะผนวกรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะของผู้ชมด้วย อาทิ อายุ เพศ รายได้ การศึกษา และอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ผลิต

รายการพัฒนารายการให้ดึงดูดผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อช่วยในการปรับปรุงเนื้อหารายการและการซื้อเวลาโฆษณาเท่านั้น

นอกจากนี้ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และนิคม ทาแดง 2540 : 707-708) ได้กล่าวว่าขั้นตอนหลังการผลิตรายการนอกเหนือจากประกอบด้วยการตัดต่อ ผสมเสียง และการประเมินผู้ชมรายการแล้วยังมีการประเมินคุณภาพรายการด้วย

การประเมินคุณภาพรายการเป็นขั้นตอนการพิจารณาว่ารายการมีคุณภาพ สมควรแก่การออกอากาศหรือไม่ ต้องแก้ไขปรับปรุงตรงส่วนใด

### 1. การประเมินขณะผลิตรายการ กระทำได้ดังนี้

1.1. ให้บุคลากรด้านเทคนิคตรวจสอบสัญญาณภาพคุณภาพเสียงที่บันทึกไว้ว่ามีระดับและคุณภาพที่ต้องการหรือไม่ โดยดูที่จอภาพที่ห้องควบคุมห้องจัดรายการ (Monitor) หรือดูจากเทปที่บันทึกไว้แล้วว่าภาพและเสียงออกมาดีหรือไม่ อย่างไร

1.2 ควรมีการลองบันทึกเทปดูทุกครั้งขณะที่ซ้อมผ่านฉลากและกล้อง เพื่อจะได้ตรวจสอบคุณภาพทางเทคนิคได้

1.3 ในขณะที่ผลิตรายการผู้กำกับรายการต้องใช้สายตาประเมินภาพการแสดงและหูประเมินเสียง ลีลา และความถูกต้องของการพูดไว้ด้วย และจะต้องสั่งตัด (cut) หรือยุติการปฏิบัติงานทันทีที่เห็นข้อผิดพลาด

1.4 เมื่อบันทึกรายการแล้วทั้งรายการก่อนที่ให้ผู้เกี่ยวข้องทุกคนเก็บงานหากมีข้อผิดพลาดจะได้แก้ไขได้ทันท่วงที โดยเล่นเทปบันทึกรายการให้ทุกคนได้ช่วยกันตรวจสอบ

2. การประเมินเมื่อผลิตรายการแล้ว หมายถึงการประเมินโดยกลุ่มบุคคลที่สถานีโทรทัศน์หรือหน่วยงานการผลิตแต่งตั้งขึ้นมาเป็นคณะกรรมการประเมินในแง่ความถูกต้อง ด้านความเหมาะสม ด้านรูปแบบรายการ คุณภาพเทคนิค ข้อกฎหมายระเบียบ คณะกรรมการประเมินมักประกอบด้วยตัวแทนของฝ่ายจัดรายการ ฝ่ายเทคนิค ผู้ทรงคุณวุฒิ และหน่วยงานควบคุมการออกอากาศรายการ เมื่อประเมินแล้วก็เสนอแนะหรือสั่งการให้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตามระดับความรุนแรงของปัญหา

3. ประเมินเมื่อได้ออกอากาศไปแล้ว เมื่อออกอากาศรายการแล้วครั้งแรกก็ประเมินปฏิกิริยาของผู้ชมทันที 2 ระยะ คือประเมินทันทีหลังออกอากาศเพื่อดูว่าผู้ชมชอบไม่ชอบประการใด และประเมินหลังออกอากาศไปแล้วช่วงเวลาหนึ่ง

วิธีประเมินอาจสุ่มตัวอย่างด้วยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ หรือด้วยตนเอง หรือส่งแบบสอบถาม สถานีโทรทัศน์มักมีหน่วยวัดและประเมินผลการรับชมรายการซึ่งจะทำหน้าที่ประเมินเช่นกัน นอกจากนี้อาจประเมินหรือเก็บข้อมูลจากจดหมายหรือโทรศัพท์จากผู้ชม หรือการวิพากษ์วิจารณ์ของสื่อมวลชน หรือการเก็บข้อมูลจากบริษัทที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยตลาด (Marketing Research) ซึ่งจะบอกได้ว่ารายการซึ่งได้ออกอากาศไปแล้วในช่วงหนึ่งมีคนรับชมมากน้อยเท่าไร เมื่อเทียบหน่วยเป็นพัน และจัดอยู่อันดับใดเมื่อเทียบกับรายการอื่นๆ กลุ่มเป้าหมาย ผู้รับชมเป็นใคร อาชีพอะไร ช่วงอายุเท่าใด ตรงกับเป้าหมายผู้ชมที่กำหนดไว้หรือไม่ เมื่อได้รับข้อมูลแล้วนำมาปรับปรุงรายการให้ดีขึ้น ทั้งที่เป็นรายการเก่าที่ได้ผลิตขึ้นแล้ว และรายการใหม่ที่จะได้ผลิตต่อไป

## 5.แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ

การสื่อสารสุขภาพ (Health communication) มีที่มาจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสาร (Communication) และสุขภาพ (Health) เนื่องจากการยอมรับว่าการสื่อสารได้กลายเป็นศาสตร์ เครื่องมือ และเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในโลกปัจจุบันที่มนุษย์มีความจำเป็นต้องเรียนรู้และฝึกทักษะด้านการสื่อสาร เพื่อให้ตนเองสามารถก้าวทันกับความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของมนุษย์ทุกระดับ ทุกสังคม และด้านสุขภาพก็เป็นอีกสิ่งหนึ่ง ที่การสื่อสารได้ถูกนำไปใช้ในกระบวนการซ่อมแซมสุขภาพซึ่งเป็นการรักษาความเจ็บป่วยต่างๆ ในยุคแรกๆ ต่อมาเมื่อเกิดการปฏิรูประบบสุขภาพในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2540 (สถาบันส่งเสริมสุขภาพไทยและสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข 2541: 10) เป็นต้นมา มุมมองด้านสุขภาพได้เปลี่ยนไปเป็น “สร้าง” นำ “ซ่อม” คือ การสร้างเสริมการมีสุขภาพดี (Good Health) ไม่ใช่รอให้สุขภาพเสีย (ILL Health) แล้วจึงซ่อม (สถาบันส่งเสริมสุขภาพไทยและสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข, 2541 : 13, อ้างถึงใน เขมจิรา ทองสม: 2553 : 8) อันเป็นการสร้างจิตสำนึกด้านสุขภาพแนวใหม่ในวงการสาธารณสุขและประชาชน

### 5.1 ความหมายของการสื่อสารสุขภาพ

การสื่อสารสุขภาพ คือ การนำเอาศาสตร์ทางด้าน การสื่อสารมาใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสารด้านสุขภาพเพื่อประโยชน์ในการป้องกันสุขภาพแก่ประชาชน หรือตามคำนิยามของ The National Cancer Institute ให้คำจำกัดความไว้ว่า การสื่อสารสุขภาพ หรือการสื่อสารสาธารณสุข (Health communication) หมายถึง ความสามารถในการเพิ่มระดับความรู้และความตระหนักในปัญหาสุขภาพ แนวทางการแก้ไขปัญหาสุขภาพและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ความเชื่อและทัศนคติซึ่งจะเปลี่ยนบรรทัดฐานทางสังคม ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างทันที ทันใด มีทักษะในการอธิบายบอกต่อถึงเรื่องการดูแลสุขภาพ ให้ความร่วมมือกับนโยบายสุขภาพ และต้องการเข้ารับบริการทางด้านสุขภาพ (มลินี สมภพเจริญ ใน วารสารสุขศึกษา กันยายน – ธันวาคม 2551 ,ปีที่ 31 เล่มที่ 110)

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization, 2009) ได้นิยามความหมายของการสื่อสารสุขภาพว่าการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ในการให้ข้อมูลด้านสุขภาพและความสำคัญของประเด็นสุขภาพต่างๆ ที่สาธารณชนควรรู้ โดยใช้ทั้งการสื่อสารมวลชนและสื่อประสม รวมทั้งนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลด้านสุขภาพแก่สาธารณชนในการเพิ่มความตระหนักด้านสุขภาพทั้งในระดับตนเองและสังคมในการดูแลสุขภาพที่มีความสำคัญพอๆ กับการพัฒนาสุขภาพ (Health Development)

การสื่อสารสุขภาพจึงเป็นวิธีการที่มุ่งปรับปรุงสุขภาพทั้งในระดับตัวบุคคลและประชากรทั้งประเทศ โดยมีการผสมผสานวัฒนธรรมใหม่ๆ โดยสื่อมวลชนและสื่อประสม ซึ่งมีทั้งในแง่บวกและใน



แง่ลบที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ งานวิจัยต่างๆ ได้แสดงให้เห็นทฤษฎีแรงขับของสื่อในรายการส่งเสริมสุขภาพต่างๆ ที่สามารถบรรจุเรื่องสุขภาพเพื่อเป็นวาระประชาชน (Public Agenda) เนื้อหาการส่งเสริมสุขภาพ (Reinforce Health Message) การกระตุ้นการแสวงหาข้อมูลของประชาชนและข้อเท็จจริงบางประการในการนำมาสร้างวิถีสุขภาพที่ดี

การสื่อสารสุขภาพจึงประกอบด้วยศาสตร์ต่างๆ อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสาระบันเทิง (Edutainment or Enter-Edutainment) วารสารสุขภาพ (health Journalism) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การชี้นำด้านสื่อ (Media Advocacy) การสื่อสารในองค์กร (Organization Communication) การสื่อสารความเสี่ยง (Risk Communication) การสื่อสารเพื่อสังคม (Social Communication) และการตลาดทางสังคม (Social Marketing) ที่สามารถนำข้อเสนอข้อมูลได้หลากหลายรูปแบบ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างสื่อประสมและเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถช่วยในการให้ข้อมูลด้านสุขภาพได้เป็นอย่างดีในการเข้าถึงข้อมูลด้านสุขภาพที่มีมากขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ทั้งในระดับบุคคลและระดับสังคม

รัทเซน (Ratzan 2009) กล่าวว่า การสื่อสารสุขภาพคือศิลปะและเทคนิคต่างๆ ในการบอกกล่าว (Inform) การสร้างอิทธิพล (Influence) และการสร้างแรงจูงใจในระดับปัจเจกชนขององค์กร และสาธารณชนเกี่ยวกับประเด็นความสำคัญของสุขภาพซึ่งมีขอบเขตรวมถึงการป้องกันโรคร้ายต่างๆ (Disease Prevention) การส่งเสริมสุขภาพ (health Promotion) นโยบายในการดูแลสุขภาพและธุรกิจบริการด้านสุขภาพ (Health care policy and business) รวมถึงการมีคุณภาพชีวิตและสุขภาพที่ดีทั้งในระดับปัจเจกชนและระดับสังคม

วาสนา จันทร์สว่าง (2548 : 31-32) กล่าวว่า การสื่อสารเพื่อสุขภาพ คือการศึกษาและการใช้กลยุทธ์การสื่อสารในงานสุขภาพ เป็นกลวิธีในการนำเสนอข้อมูล การเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้สาธารณชนได้รับรู้ สนใจ ตระหนัก เกิดจิตสำนึกในเรื่องสุขภาพ โดยเน้นกระบวนการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร คือการแจ้งให้ทราบ (to inform) การสอนหรือการให้การศึกษา (to educate) การสร้างความพอใจหรือความบันเทิง (to entertain) และการเสนอหรือโน้มน้าวชักจูงใจ (to persuade)

ดังนั้น การสื่อสารสุขภาพจึงหมายถึงการใช้กลยุทธ์ต่างๆ ในการให้ข้อมูลหรือบอกกล่าว (inform) ข้อมูลด้านสุขภาพที่มีความสำคัญต่อสาธารณชน รวมถึงการสร้างตระหนักและเห็นความสำคัญในการดูแลสุขภาพ โดยการใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นเพื่อส่งเสริมสุขภาพให้ดียิ่งขึ้น ทั้งในระดับปัจเจกชนและระดับสังคม จากความหมายของการสื่อสารสุขภาพดังกล่าว จึงสรุปได้ว่าการสื่อสารสุขภาพเป็นการใช้ทฤษฎีและกลยุทธ์ทางการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพในการสื่อความหมายด้านการสุขภาพไปสู่ปัจเจกบุคคล องค์กร ประชาชน จนถึงระดับสังคมโดยรวมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ มีจิตสำนึกและค่านิยมด้านสุขภาพนำไปสู่แนวทางการตัดสินใจที่จะปรับเปลี่ยนหรือปรับปรุงพฤติกรรมสุขภาพและยกระดับการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดี

## 5.2 แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ

ในสังคมปัจจุบันและแนวโน้มสังคมในอนาคตจะเป็นสังคมแห่งการสื่อสารที่นับวันจะพัฒนา ก้าวหน้าไม่หยุดยั้ง การสื่อสารสุขภาพจึงนับเป็นยุทธศาสตร์ที่จะสร้างและขับเคลื่อนกระบวนการของ งานสุขศึกษาส่งเสริมและสร้างเสริมสุขภาพด้วยการผสมผสานนิเทศศาสตร์และสาธารณสุขศาสตร์ รวมทั้งศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านสุขภาพ อาทิ สังคมศาสตร์ พฤติกรรมศาสตร์ ตลอดจนศาสตร์ แห่งการใช้ภูมิปัญญาไทย ภูมิปัญญาท้องถิ่น การศึกษาเรื่องการสื่อสารสุขภาพจึงเป็นความสำคัญและ จำเป็นสำหรับนักสาธารณสุข ในการที่จะพัฒนาองค์ความรู้เสริมสร้างทักษะการปฏิบัติการและการ ดำเนินงานด้านสุขภาพอย่างรู้เท่าทัน (Health Literacy) ด้วยการบูรณาการระหว่างองค์ความรู้ด้าน การสื่อสารสุขภาพที่มีประสิทธิภาพตามแนวทางของการสื่อสาร การสุขศึกษา การส่งเสริมและการ สร้างเสริมสุขภาพ

กาญจนา แก้วเทพ และเอียรชัย อิศรเดช (2549 : 4) กล่าวถึงแนวคิดการนำการสื่อสารเข้ามาช่วยใน ด้านสุขภาพ ดังต่อไปนี้

1. ช่วยให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและรวดเร็วด้านสุขภาพอนามัย
2. ช่วยให้ข้อมูลข่าวสารที่แก้ไขความเข้าใจผิดต่างๆ ในด้านสุขภาพอนามัย
3. ช่วยให้ข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เกิดความตระหนักรู้ด้านสุขภาพ

4. ในกระบวนการรักษาของแพทย์กับผู้ป่วยนั้นเกิดกระบวนการสื่อสารอย่างครบ องค์ประกอบ อีกทั้งยังเป็นการสื่อสารสองทางที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลในการ สื่อสารซึ่งมีผลดีต่อการรักษาที่ทำให้แพทย์ได้รับข้อมูลในการวินิจฉัยอย่างถูกต้อง และผู้ป่วยได้รับ คำแนะนำในการรักษาและแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดความเจ็บป่วยซ้ำ

ดังนั้น เมื่อประชาชนได้รับการส่งเสริมสุขภาพผ่านการสื่อสารสุขภาพจากสื่อมวลชน จากการ ติดตามรับชมรายการสุขภาพต่างๆ อย่างต่อเนื่องย่อมมีส่วนในการส่งเสริมให้เกิดการปรับเปลี่ยน พฤติกรรมและนำความรู้มาใช้ในการดูแลสุขภาพได้ ทั้งในการป้องกันและเป็นทางเลือกในการรักษา เยียวยาความเจ็บป่วยอย่างถูกวิธีเพื่อก่อให้เกิดสุขภาพที่ดี หรือการมีสุขภาพะที่มีใช้เพียงความ ปราศจากโรคแต่ยังรวมถึงการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างเป็นสุข ไม่เฉพาะผู้ที่มีร่างกายปกติครบ 32 ประการ แต่ยังรวมถึงผู้ที่มีความพิการไม่สมประกอบแต่มีความหวังและกำลังใจที่เข้มแข็งในการ ช่วยเหลือตนเอง และใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุขซึ่งการมีสุขภาพดีหรือมีสุขภาพะนั้น เกิดจาก ความสมดุลที่เกิดจากความสมบูรณ์และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ 4 ประการ โดยมีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้ (อำพล จินดาวัฒน์ และคณะ 2550 : 2)

1. สุขภาวะทางกาย (Physical well - being) การมีร่างกายแข็งแรง มีกำลัง คล่องแคล่ว กระฉับกระเฉงรวมถึงผู้ป่วยที่มีโรคทางกายต่างๆ และผู้ที่มีความพิการทางกายที่ได้รับการ ดูแลจนสามารถประกอบกิจกรรมได้เหมือนคนปกติหรือเกือบเท่าคนปกติ ซึ่งมนุษย์ไม่สามารถ หลีกเลี่ยงความเจ็บป่วยได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรคที่เกิดจากพันธุกรรม การเสื่อมสภาพของร่างกาย ตามอายุหรือจากอุบัติเหตุต่างๆ ที่เป็นสิ่งที่อยู่เหนือจากการควบคุม ด้วยเหตุนี้เมื่อเกิดความบกพร่อง ของร่างกาย หากได้รับการบำบัดดูแลจนสามารถดำเนินชีวิตได้ตามปกติแล้วยังถือว่าเป็นผู้ที่มีสุขภาพะ ทางกาย

2. สุขภาวะทางจิต (Mental – being) การมีสุขภาพจิตที่ดี มีความสบายใจ อารมณ์ดี ร่าเริงแจ่มใส นอนหลับดี ไม่เครียดหรือวิตกกังวลตลอดจนไม่มีภาวะซึมเศร้าและการไม่ใช้สารเสพติดต่างๆ รวมทั้งเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือยานอนหลับ ซึ่งถือว่าเป็นผู้ป่วยทางจิตที่จำเป็นต้องได้รับการบำบัดรักษาจากจิตแพทย์

3. สุขภาวะทางสังคม (Social well-being) การอยู่อย่างมีความสุขกับผู้อื่น ทั้งในครอบครัว ชุมชน และสังคม มีน้ำใจ เอื้ออาทร คิดดีต่อกัน รู้จักวิธีแก้ปัญหาความขัดแย้งด้วยสันติวิธี นำมาซึ่งการมีครอบครัวที่อบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง เกิดความสงบสุขในสังคม ผู้ที่มีสุขภาพทางสังคมที่ดีย่อมมีคุณค่าต่อผู้อื่นและได้รับการยอมรับนับถือจากผู้อื่นตามทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์

4. สุขภาวะทางปัญญา (Spiritual well-being) การมีความสุขหรือสันติสุขด้วยการมีสติและปัญญาในการคิด กระทำในสิ่งที่ถูกต้อง มีคุณธรรม ทำให้ไม่เครียด ไม่เห็นแก่ตัว ไม่ยึดติดกับสิ่งใด ซึ่งการคิดดีทำดีส่งผลดีต่อสุขภาพโดยรวม

จึงอาจกล่าวได้ว่าสุขภาพทั้ง 4 ด้าน ต่างมีความเชื่อมโยงกันและต่างส่งผลต่อกัน เมื่อเกิดความเจ็บป่วยหรือความผิดปกติในส่วใดส่วหนึ่งย่อมส่งผลทั้งระบบ เช่น การเจ็บป่วยทางกายทำให้ไม่สุขใจเกิดความเครียดทั้งต่อตนเองและต่อผู้อื่น ทำให้ไม่สามารถใช้ชีวิตอย่างปกติสุขได้ เป็นต้น ซึ่งในทางกลับกันหากมีร่างกายที่พิการไม่สมประกอบ แต่ถ้ามีจิตใจที่ยอมรับสภาพความเป็นจริงและมีจิตใต้ที่เข้มแข็งทำให้สามารถดำรงชีวิตอย่างปกติสุขด้วยการใช้อุปกรณ์ช่วยต่างๆ เพื่อให้สามารถช่วยตนเองได้ โดยลดการเป็นภาระต่อผู้ใกล้ชิดยอมทำให้ผู้นั้นดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุขในสังคม

ประเวศ วะสี (2545 :12-16) กล่าวถึงสุขภาพแนวใหม่หรือสุขภาพที่เหมาะสมกับสภาพปัจจุบัน คือ ความมีดุลยภาพของร่างกายซึ่งจะทำให้ร่างกายมีความปกติ มีความยั่งยืน หากเกิดการสูญเสียดุลยภาพจะทำให้ร่างกายเกิดความเจ็บป่วย เนื่องจากดุลยภาพเกิดจากความเชื่อมโยงขององค์ประกอบทั้งหมด ความสมดุลของสุขภาพจึงเกิดขึ้นได้เมื่อ กาย จิต ปัญญา และสังคมมีความสัมพันธ์ต่อกัน

วาสนา จันทรสว่าง (2548 : 31) กล่าวว่า การสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) คือการใช้กลยุทธ์การสื่อสารในงานสุขภาพเป็นกลวิธีในการนำเสนอข้อมูลการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้รับรู้ สนใจ ตระหนักในเรื่องของสุขภาพโดยเน้นกระบวนการการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร คือ แจ้งให้ทราบ (to inform) สอนหรือให้การศึกษา (to educate) สร้างความพอใจหรือความบันเทิง (to entertain) และเสนอหรือโน้มน้าวชักจูงใจ (to persuade) ทั้งนี้เพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานสื่อสารเพื่อสุขภาพ (Communication for health) แนวคิดของการสื่อสารสุขภาพมองได้หลายมิติเพราะเรื่องสุขภาพเป็นพลวัตร มีความต่อเนื่องในวิถีชีวิตของบุคคลเป็นเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพที่สมบูรณ์และเชื่อมโยงกันเป็นองค์รวมอย่างสมดุลทั้งทางกาย จิต สังคม และจิตวิญญาณ (มาตรา 3 พระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ.2550 )

### 5.3 ขอบเขตการสื่อสารสุขภาพ

การดำเนินงานการสื่อสารสุขภาพ สุขศึกษา และการสร้างเสริมสุขภาพ ล้วนเป็นเรื่องของการสร้างเสริมปัจจัยทั้งปวงสู่การมีสุขภาพดี ทั้งส่วนปัจเจกบุคคล สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้องค์ความรู้ทางวิชาการสุขศึกษาเป็นรากฐานในการส่งเสริมและสร้างเสริมสุขภาพในประเด็นต่างๆ ซึ่งมีขอบเขตของงาน ดังนี้ (ธนวรรธน์ อัมสมบูรณ์ 2546 :134-135 , อ้างถึงในวาสนา จันท์สว่าง 2548 : 38-39)

1.องค์ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพ ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและการดูแลสุขภาพ องค์ความรู้ประเภทนี้จะศึกษาได้จากแหล่งความรู้ทางจิตวิทยาทั่วไป จิตวิทยาพัฒนาการ สังคมวิทยา และมานุษยวิทยา

2.องค์ความรู้เกี่ยวกับการเรียนรู้ของบุคคลที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมสุขภาพ องค์ความรู้ประเภทนี้สามารถศึกษาได้จากแหล่งความรู้ที่เป็นทฤษฎีและหลักการทางการศึกษา จิตวิทยาการศึกษาเป็นหลัก เช่น ทฤษฎีการเรียนรู้ของ Benjamin S.Bloom, Piaget, Havighurst, Erickson เป็นต้น

3.องค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสุขศึกษา เป็นองค์ความรู้ที่ศึกษาได้จากแหล่งความรู้ทางการศึกษา ทฤษฎีการสื่อสาร เช่น การสื่อสารเพื่อการพัฒนา การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ การสื่อสารชุมชน องค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์ สุขศึกษาและการประชาสัมพันธ์

4.องค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการปลูกฝังและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพทั้งในบุคคลระดับครอบครัว และระดับชุมชน ซึ่งจะศึกษาได้จากทฤษฎีทางการศึกษาจิตวิทยาพัฒนาการและทฤษฎีทางสุขศึกษาต่างๆ เช่น PRECEDE Model ของ Lawrence W.Green, Health Belief Model ของ Becker ทฤษฎี Self-efficacy ของ Bandura เป็นต้น

5.องค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสุขศึกษาที่ได้มีการพัฒนามาจากทฤษฎีต่างๆ ซึ่งจะศึกษาได้จากตำราและเอกสารทางวิชาการสุขศึกษาต่างๆ เช่น การเฝ้าระวังพฤติกรรมสุขภาพ, การสร้างพลังชุมชน, การประเมินผลสุขศึกษา

6.องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยด้านสาธารณสุขและสุขศึกษาที่อยู่ในลักษณะต่างๆ เช่น วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัย รายงานวิจัยในวารสารต่างๆ การประชุมวิชาการต่างๆ

7.องค์ความรู้ที่ได้จากการบรรยาย การอภิปราย และการให้คำปรึกษาทางวิชาการของผู้เชี่ยวชาญด้านสุขศึกษา

จากการศึกษาแนวคิดเรื่องการสื่อสารสุขภาพ พบว่าจะทำให้ผู้ดำเนินงานด้านสุขภาพเกิดแนวคิด มีการเรียนรู้ในด้านการสื่อสารสุขภาพเพื่อก่อให้เกิดความคิด สติปัญญา มีความรู้เข้าใจเท่าทันด้านสุขภาพ (Health Literacy) มีจิตวิญญาณแห่งการมีชีวิตที่ดีงาม (Spiritual Well Being) เพราะการศึกษาด้านการสื่อสารสุขภาพเป็นการศึกษาและการใช้กลยุทธ์ของการสื่อสารสุขภาพ ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ใหม่ในด้านสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทิศทางของการสร้างเสริมสุขภาพในกระบวนการทัศน์สุขภาพใหม่ซึ่งจะเป็นการสื่อสารการปฏิบัติการเพื่อบรรลุสู่ความเป็นธรรมด้านสุขภาพ และความมั่นคงของมนุษย์ คือ การมุ่งความเป็นธรรม ความเสมอภาคทางสถานะสุขภาพ การเข้าถึงบริการด้านสุขภาพ การกระจายทรัพยากรสุขภาพ ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ และความเท่าเทียมกันของสิทธิขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ตลอดจนคุณภาพของบริการสุขภาพ

ดังนั้น การสื่อสารสุขภาพจึงเกิดจากกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ระหว่างงานด้านสาธารณสุข การสื่อสารมวลชนและประชาชน ในการให้ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพเพื่อให้ประชาชนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการป้องกัน ดูแล และรักษาสุขภาพของตนเองได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ทั้ง 4 ด้าน ทั้งร่างกาย จิตใจ สังคม และปัญหาของสุขภาพหรือสภาวะที่แต่ละระบบมีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน โดยการให้ข่าวสารข้อมูลต่างๆ บางครั้งต้องอาศัยการกระตุ้นเตือนหรือมีความถี่ในการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ประชาชนได้เล็งเห็นความสำคัญและเห็นถึงพิษภัย อันตรายจากโรคร้ายไข้เจ็บต่างๆ ทั้งที่เกิดขึ้นจากตนเองและเกิดจากการแพร่กระจายของโรคติดต่อต่างๆ ที่นับวันทวีความรุนแรง ทั้งความร้ายแรงและความรวดเร็วในการระบาด การสื่อสารสุขภาพจึงเป็นวิธีการที่สำคัญวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้ประชาชนสามารถรับมือกับความเจ็บป่วยต่างๆ และให้ความร่วมมือในการชะลอการแพร่ระบาดของโรคติดต่อต่างๆ อย่างมีความรู้เท่าทัน นอกจากนี้ยังเป็นผลดีต่อระบบสุขภาพในระยะยาว ถึงแม้ว่าการเจ็บป่วยเพียงเล็กน้อยจะสามารถซ่อมแซมรักษาได้ แต่บางครั้งผลในการรักษาก็ไม่ช่วยให้กลับมามีสุขภาพที่ดีดังเดิม ดังนั้นการเริ่มสร้างสุขภาพที่ดีด้วยตนเองย่อมทำให้ร่างกายมีความแข็งแรงสมบูรณ์ มีสุขภาพดีในระยะยาว เมื่อร่างกายที่ปราศจากความเจ็บป่วยย่อมทำให้จิตใจแจ่มใส มีสติปัญญาดีสามารถประกอบกรงานได้ลุล่วงตามเป้าหมายและอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุขซึ่งรวมเรียกว่า “การมีสภาวะที่ดี”

## 6. เยาวชน

เยาวชนเป็นช่วงวัยที่มีความสำคัญ เป็นอนาคตและกำลังหลักในการพัฒนาประเทศชาติเห็นได้จากประเทศไทยได้มีการจัดทำนโยบายแผนพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ ให้ตรงกับช่วงระยะของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยแผนพัฒนาเด็กและเยาวชนที่เริ่มกำเนิดขึ้นครั้งแรกในช่วงระยะของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 - 2529) จากนั้นประเทศไทยได้มีนโยบายและแผนพัฒนาเด็กและเยาวชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาเด็กและเยาวชน ทิศทางของแผนพัฒนาเด็กและเยาวชนจึงสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (แผนพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559)

องค์การสหประชาชาติได้กำหนดปีเยาวชนสากลครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2528 เพื่อให้ทุกคนได้ตระหนักถึงบทบาทหน้าที่และความสำคัญของตนทั้งต่อตนเอง ชุมชน และประเทศชาติ ในส่วนของประเทศไทยคณะรัฐมนตรีมีมติให้ วันที่ 20 กันยายนของทุกปี เป็นวันเยาวชนแห่งชาติ เนื่องจากวันนี้ในอดีตถือเป็นวันสำคัญเนื่องในวันคล้ายวันพระราชสมภพของพระมหากษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรีถึง 2 พระองค์ คือ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวอานันทมหิดล ซึ่งทั้ง 2 พระองค์ทรงขึ้นครองราชย์ตั้งแต่ทรงพระเยาว์

### 6.1 ความหมายของเยาวชน

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 ให้ความหมายของเยาวชนว่า เป็นบุคคลที่มีอายุเกิน 14 ปีบริบูรณ์แต่ยังไม่ถึง 18 ปีบริบูรณ์

แผนพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ.2555 – 2559 นิยามความหมายของคำว่าเยาวชน หมายถึง บุคคลซึ่งมีอายุตั้งแต่ 18 ปีบริบูรณ์ถึง 25 ปีบริบูรณ์

(จรรยาพร ธรณินทร์ ม.ป.ป.) ให้ความหมายของเยาวชน คือ บุคคลที่มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปีโดยประมาณ

องค์การสหประชาชาติ (United Nations,1985) ให้ความหมายของเยาวชนว่า หมายถึง บุคคลที่มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี ซึ่งองค์การสหประชาชาติกล่าวว่าบางประเทศก็จะมีหมายเชิงปฏิบัติการของช่วงอายุของเยาวชนที่แตกต่างออกไปเล็กน้อยตามปัจจัยที่แตกต่างกันตามแต่ละประเทศ วัฒนธรรมทางสังคม สถาบัน เศรษฐกิจ และระบบการปกครอง และองค์การสหประชาชาติมีความเห็นว่ามีควมจำเป็นที่ต้องแบ่งกลุ่มเยาวชนเป็น 2 กลุ่มคือ วัยรุ่น (Teenagers) อายุระหว่าง 13 – 19 ปี และวัยผู้ใหญ่ตอนต้น (Young adults) อายุระหว่าง 20 -24 ปี โดยทั้งสองกลุ่มนี้จะมีความแตกต่างกันในแง่ของปัญหาสังคม จิตใจ และทางร่างกาย

วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (อ้างถึงใน สรรชัย หนองตรุด,2550 : 31) ให้ความหมายว่า “เยาวชน” หมายถึงบุคคลที่มีอายุ 15 -24 ปี ตามการนิยามขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งนับเป็นช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงจากวัยเด็กสู่วัยผู้ใหญ่ จากคำนิยามดังกล่าวทำให้ปัจจุบันจึงประชากรที่เป็นเยาวชนอยู่ทั่วโลกจำนวน 1.15 พันล้านคนหรือร้อยละ 17.8 ของประชากรทั้งหมด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแถบเอเชียและแปซิฟิก มีจำนวนเยาวชนสูงถึงร้อยละ 61.8 ของจำนวนเยาวชนทั่วโลก ซึ่งนับว่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 เมื่อเปรียบเทียบกับปี ค.ศ.2000 ที่มีอยู่ร้อยละ 57.7 ขณะที่มีการเปลี่ยนแปลงในอัตราการเจริญพันธุ์ในประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชีย จนทำให้เกิดภาวะที่เรียกว่า “Youth Bulge” และการปันผลทางประชากร (Demographic Dividend) เนื่องจากการมีจำนวนประชากรอายุ 15-24 ปี มีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 20 ขึ้นไป และมีประชากรวัยทำงานมากกว่ากลุ่มประชากรที่อยู่ในวัยพึ่งพิง (ต่ำกว่า 15 ปีและ 60 ปีหรือสูงกว่า)

ดังนั้น หากพิจารณาช่วงอายุของเยาวชนเห็นว่าเป็นวัยที่อยู่ในวัยเล่าเรียนศึกษาและส่วนใหญ่จะอยู่ในวัยรุ่นอันเป็นวัยที่มีพลังกำลังเหลือเฟือ เริ่มมีความคิดอ่านของตนเอง ติดเพื่อนและเริ่มห่างเหินจากพ่อแม่ ผู้ปกครอง และต่อต้านผู้ใหญ่

## 6.2 แนวคิดด้านเยาวชน

เยาวชนเป็นวัยที่เริ่มแตกเนื้อหนุ่มสาวซึ่งมักจะมีอารมณ์แปรปรวนเป็นเหตุหนึ่งที่ทำให้มีพฤติกรรมแปลก เช่น รักชอบอะไรก็รักจนหลง ชอบจนคลั่ง หรือเวลาฟังเพลงที่ชอบอาจร้องกรี๊ดกรี๊ด มีอารมณ์อ่อนไหวง่าย มีอุดมคติสูง เมื่อผิดหวังในด้านต่างๆ เช่น ความรัก สออบตก ถูกพ่อแม่ขัดใจ อาจตัดสินใจฆ่าตัวตาย ดังที่ปรากฏเป็นข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์อยู่เนืองๆ และปัญหาในวัยนี้มักจะเป็นปัญหาเรื่องเครื่องแต่งกาย ภาษา และเพศสัมพันธ์ เป็นต้น

ในเรื่องของการแต่งกายวัยรุ่นก็จะนิยมไปตามยุคสมัย เช่น ในปัจจุบันวัยรุ่นนิยมสวมเสื้อรัดรูป กระโปรงสั้น เสื้อสายเดี่ยว ย้อมสีผมตามแฟชั่น การใช้ภาษาก็จะเป็นภาษาวัยรุ่นที่ผิดเพี้ยนจาก

ภาษาไทยที่ถูกต้อง การมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรทำให้เกิดปัญหาการทำแท้ง โรคเอดส์ ฯลฯ พฤติกรรมต่างๆ ที่กล่าวมาจะไม่เกิดขึ้นกับเยาวชน หากผู้ใหญ่รู้ถึงความต้องการของเยาวชนและจะต้องหาวิธีสร้างภูมิคุ้มกันแต่เนิ่นๆ ดังนั้นสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ จึงได้รวบรวมแนวทางการป้องกันปัญหาที่จะเกิดแก่เยาวชน ดังนี้ (สรรชัย หนองตรุด 2550 : 33)

1.เยาวชนต้องการความรัก ความเข้าใจ และยอมรับความคิดเห็นที่เป็นเหตุเป็นผล หรือสิ่งที่เป็นประโยชน์ ควรให้ออกาสเยาวชนได้แสดงความคิดเห็นและโต้แย้งได้ในสิ่งที่ถูกต้อง

2.เยาวชนมีความต้องการความเป็นอิสระ ในเรื่องเพศและเรื่องคนต่างเพศ ไม่ควรปิดบังเรื่องเพศ ควรสอนความรู้เรื่องเพศตามความเป็นจริงให้เห็นเป็นเรื่องปกติธรรมดา โดยไม่ใช่สอนแบบยั่วยุ ส่วนเรื่องเพื่อนต่างเพศก็ยอมให้คบหาสมาคมถ้าไม่เป็นการเสียหายอะไร อย่างน้อยเยาวชนหญิงและชายต่างจะได้รู้จักกันและกัน ดีกว่าให้ไปคบหากันอย่างหลบๆ ซ่อนๆ โดยผู้ใหญ่ไม่รู้

3.เยาวชนมีความต้องการสนุกสนานเพลิดเพลิน การได้รับการยอมรับเข้ากลุ่มให้พบปะสร้างสรรค์กับเพื่อนหรือเข้ากลุ่มตามสมควร โดยไม่เข้มงวด มีการยืดหยุ่นบ้างตามสมควร

4.เยาวชนต้องการได้รับการยกย่อง ต้องการมีชื่อเสียง วัยนี้เป็นวัยที่อยากให้สังคมยอมรับหรือชมเชย ขณะเดียวกันการให้คำแนะนำที่ถูกต้องจากผู้ใหญ่ก็เป็นเรื่องสำคัญ การแนะนำอาจจะทำได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทางตรงควรสอนด้วยวาจา ทางอ้อมควรเป็นแบบอย่างที่ดี

5.เยาวชนมีอุดมคติเป็นวัยที่เรียนรู้ทางทฤษฎีและยังไม่เคยออกไปประสบกับสภาพความเป็นจริง จึงละเลยมองข้ามความเป็นจริงไปบ้าง การให้เสรีภาพตามควรแก่วัย ไม่ควรปล่อยให้อิสระมากเกินไปซึ่งเยาวชนเป็นวัยที่ทำอะไรไม่คำนึงถึงผลเสียที่ตามมาในขณะเดียวกันผู้ใหญ่ก็ไม่จำกัดเสรีภาพมากเกินไปด้วย

6.ให้เยาวชนรู้จักสิทธิและหน้าที่โดยให้รู้ว่าสิ่งใดที่เป็นประโยชน์แก่ส่วนรวมและสิ่งใดที่เป็นส่วนที่พึงมีมิได้

7.การปลูกฝังให้เยาวชนมีความซื่อสัตย์ อบรมสั่งสอนทำตัวอย่างให้เห็น ยกย่องคนซื่อสัตย์ให้ปรากฏเหมือนกับคำที่ว่า ทำดีได้ดี เป็นต้น

8.การปลูกฝังเยาวชนมีระเบียบวินัย ให้รู้จักสิทธิและหน้าที่อันชอบ โดยชักจูงให้ปฏิบัติในทางที่ถูกต้อง รู้จักกฎเกณฑ์ รู้จักว่าอะไรควร อะไรไม่ควร โดยถ้าใครมีระเบียบวินัยดีก็ชมเชยให้การยกย่อง ส่วนผู้ใดไม่ทำตามระเบียบวินัยก็ควรหาทางแก้ไข เพราะระเบียบวินัยของคนส่วนมากในปัจจุบันมักจะไม่เข้มงวด เช่น การเข้าแถวในการใช้บริการต่างๆ การข้ามถนนในทางข้ามที่จัดไว้ เป็นต้น

9.เยาวชนต้องการแบบอย่างที่ดีเพื่อให้เยาวชนเกิดความศรัทธา และยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพราะเด็กวันนี้คือผู้ใหญ่ในวันหน้า ถ้าผู้ใหญ่ในวันนี้ดีก็คงจะช่วยให้เยาวชนได้เป็นผู้ใหญ่ที่ดีในวันข้างหน้า

11.เป็นเครื่องมือของผู้ที่ต้องการแสวงหาผลประโยชน์ให้เยาวชนใช้พลังความสามารถในทางที่ถูกต้อง

12.การสอนให้เยาวชนรู้จักการประหยัด โดยการให้ใช้เงินหรือทรัพยากรในทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์หรือเหมาะสม ไม่ส่งเสริมให้นิยมความฟุ้งเฟ้อหรือเห่อเหิมอันจะเป็นผลเสียต่อตัวเองและชาติในที่สุด

อาจกล่าวได้ว่าการพัฒนาเยาวชนของชาติควรเริ่มจากครอบครัวซึ่งผู้ปกครองต้องมีความเข้าใจเอาใจใส่ทะนุถนอม ให้ความรักและความอบอุ่นแก่เยาวชนที่อยู่ในความปกครองอย่างถูกต้องก็จะมีส่วนในการนำพาเยาวชนให้เป็นบุคคลที่มีคุณภาพและคุณธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเยาวชนที่เจริญรอยตามรอยเบื้องพระยุคลบาทพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวอานันทมหิดล พระมหากษัตริย์ผู้ทรงเป็นแบบอย่างในการดำเนินพระจริยาวัตรที่งดงามเพื่อเยาวชนไทยซึ่งเป็นอนาคตของชาติจะได้เป็นผู้นำที่ดีในการนำพาประเทศชาติเจริญรุ่งเรืองต่อไปในภายภาคหน้า

### 6.3 ความต้องการของเยาวชน

สมาคมการศึกษาแห่งชาติ (National Education Association) สหรัฐอเมริกา ได้รวบรวมความต้องการของเด็กวัยรุ่นและสรุปว่าเด็กวัยรุ่นทุกคนมีความต้องการ 10 ประการ (Ten Temperative Needs of Youth: สู่โท เจริญสุข 2507 : 245 ,อ้างถึงใน สรรชัย หนองตรุด 2550 : 34) ดังนี้

1. ความมีสุขภาพอนามัยสมบูรณ์
2. ความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ของพลเมือง
3. ความเข้าใจในความสำคัญของชีวิตครอบครัว
4. ความเป็นผู้มีอาชีพเลี้ยงตนเองได้อย่างสามารถ
5. ความเข้าใจในระเบียบวิทยาศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวัน
6. การมีโอกาสได้ชื่นชมกับความงามและซาบซึ้งในศิลปะ ดนตรี วรรณคดีและ  
ธรรมเนียมชาติ
7. การมีความสามารถใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์และแบ่งเวลาได้เหมาะสมใน  
กิจกรรมต่างๆ ของเขา
8. ต้องการที่จะให้ความเคารพนับถือผู้อื่นและสามารถดำรงชีวิต สามารถทำงาน  
ร่วมกับ  
ผู้อื่นได้ดี
9. ต้องการมีความสามารถในการคิดอย่างมีเหตุผล แสดงความคิดเห็นของตนได้แจ่ม  
แจ้ง สามารถอ่านและฟังได้อย่างเข้าใจ

(ปราณี รามสูต 2528 ,อ้างถึงใน สรรชัย หนองตรุด 2550 :33) กล่าวถึงความต้องการของเด็กวัยรุ่นไทยและลักษณะความต้องการเฉพาะวัยของเด็กวัยรุ่นไทยที่มีผลไปสู่พฤติกรรมที่แสดงออกของวัยรุ่นตามความเห็นของนักจิตวิทยาและผู้ใหญ่ไทยทั่วไป ดังนี้

1. เด็กวัยรุ่นต้องการความรัก ความรักทุกชนิดช่วยนำความสุขความอบอุ่นทางใจมาให้วัยรุ่นต้องการความรักทั้งในฐานะผู้ให้และผู้รับ รักเพื่อน รักเพศตรงข้ามอย่างคู่รัก หากขาดความรักจะทำให้เด็กวัยรุ่นเกิดความพิการทางจิตใจไม่น้อย



2.วัยรุ่นต้องการเสรีภาพและต้องการความเป็นผู้ใหญ่ เป็นการเตรียมตัวครองเรือน ทำมาหากินได้ด้วยตนเองในอนาคต (ราศี ธรรมนิยม 2525,อ้างถึงใน สรรชัย หนองตรุด 2550 : 35) ที่กล่าวว่าเด็กวัยรุ่นต้องการอิสระเสรีต้องการเป็นผู้ใหญ่ ต้องการเลี้ยงตนเอง ไม่ต้องการให้ผู้ใหญ่มายุ่งเรื่องส่วนตัว ต้องการสิทธิในการปกครองตนเอง ต้องการเป็นอิสระเสรีทั้งในแง่การคิดและการกระทำ ของวัยรุ่นนี้บางครั้งรุนแรงถึงกับทำให้วัยรุ่นเบื่อหน่าย ระอาภัยกฎเกณฑ์หรือระเบียบวินัยบางประการ

3.เด็กวัยรุ่นต้องการความเสมอหน้าทัดเทียมผู้อื่นในทุกเรื่องไม่ว่าจะเป็นสถานะทาง เศรษฐกิจสังคม รูปร่างหน้าตา เสื้อผ้าเครื่องใช้ มีความรู้สึกเป็นปมด้อยง่ายมาก แม้จะเป็นเรื่อง เล็กน้อยในสายตาผู้อื่น เช่น ผอมไป อ้วนไปก็เป็นปมด้อย (โสมรสมิ์ จันทรประภา,2515)

4.ต้องการมีประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ อยากรู้ อยากรู้อเห็น อยากรลอง อยากรกระทำใน ทุกสิ่ง ซึ่งเป็นบ่อเกิดที่อาจทำให้ใจแตกในเรื่องเพศ ติดยาเสพติด ติดเครื่องของเมา เป็นต้น

#### 6.4 ความสนใจของเยาวชน

ระยะวัยรุ่นเป็นช่วงที่ทั้งหญิงทั้งชายมีพัฒนาการสูงสุดของชีวิต ความกระตือรือร้น ความ สนใจสิ่งต่างๆ รอบตัว จะมีมากโดยเฉพาะกิจกรรมเป็นกลุ่มเด็กจะสนใจด้านกีฬา ส่วนผู้หญิงไม่มีกำลัง พอในการเล่นกีฬาเหมือนผู้ชาย กลุ่มความสนใจมักเป็นทางด้านกิจกรรมงานบันเทิงอดิเรกต่างๆ การ ส่งเสริมกิจกรรมและงานอดิเรกต่างๆ ให้กับเด็กนี้เป็นสิ่งที่จำเป็นที่ควรให้ความสนใจเพราะเป็นผลดี ทางด้านการลดความเครียด ความกังวลต่างๆของวัยรุ่น กิจกรรมกลุ่มเป็นการฝึกการเข้าสังคมและ กิจกรรมที่มีเพื่อนต่างเพศร่วมด้วยเป็นประสบการณ์ที่ช่วยลดความเครียดทางเพศได้เป็นอย่างดี และ การทำงานร่วมกันย่อมบังเกิดผลดีทางด้านความรู้จักการใช้เวลาว่างเป็นประโยชน์ ดังนั้นความสนใจ ของวัยรุ่นมีดังนี้ คือ (ฉวีวรรณ สุขพันธ์ไพธารามย์ : 2527)

1.ความสนใจในเรื่องสุขภาพ ได้แก่ การกิน การพักผ่อนหลับนอน การแต่งกาย การ รักษาความสะอาดและโรคภัยไข้เจ็บ

2.ความสนใจเรื่องเพศ เช่น การปรับปรุงตนเองให้มีบุคลิกลักษณะให้เป็นที่น่าสนใจ ของผู้อื่น โดยเฉพาะเพศตรงข้าม การวางตัวต่อเพื่อนต่างเพศ การเลือกเพื่อนต่างเพศ

3.ความสนใจเรื่องการเลือกอาชีพ วัยรุ่นจะสนใจอาชีพอย่างเป็นจริงเป็นจัง ไม่เลื่อน ลอยเพื่อฝันเหมือนเด็กและจะมีความสนใจในอาชีพที่สัมพันธ์เกี่ยวข้องกับความสามารถของตน ความ สนใจทางด้านอาชีพ อาจเกิดจากอิทธิพลของพ่อแม่ คือสนใจอาชีพที่บรรพบุรุษประกอบอยู่หรือที่พ่อ แม่สนับสนุน นอกจากนี้เป็นเรื่องของกลุ่มเพื่อนที่มีส่วนอย่างมากที่เลือกสาขาวิชาชีพตรงกับเพื่อน สนิทของตน ทั้งนี้สภาพความนิยมของสังคมจะมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการคิด การตัดสินใจของวัยรุ่น

4.ความสนใจนันทนาการ วัยรุ่นรักสนุกชอบการบันเทิงสนุกสนาน ดังนั้นเราจะเห็น ได้ว่าในการรวมกลุ่มของวัยรุ่น มักจะมีกิจกรรมความบันเทิงอยู่เสมอ

5.ความสนใจค้นคว้า วัยรุ่นเป็นระยะของความสนใจ อยากรู้อค้นหาสิ่งแปลกๆ ใหม่ๆ อยู่เสมอมีจินตนาการกว้างขวาง สนใจทางด้านการศึกษา การเขียนภาพ การค้นคว้าทาง

วิทยาศาสตร์ วัยรุ่นมีความสนใจทางความจำดีแต่ไม่ค่อยชอบจำ เพราะมีสิ่งที่น่าสนใจต่างๆ มากมาย จึงมักมุ่งใช้ความคิดไปในการค้นคว้ามากกว่า

6.ความสนใจในการสร้างนิสัยการเรียนที่ดี โดยปกติแล้วผู้กำลังศึกษาเล่าเรียนในวัยเด็กโตและวัยรุ่น ล้วนมีความคิดต้องการจะเป็นผู้ที่มีผลทางด้านการศึกษาดี เพราะการเรียนดีย่อมจะนำไปสู่การเป็นที่นิยมยอมรับของครู เป็นที่ยกย่องของเพื่อน การทำความเข้าใจผู้เรียนอ่อนจึงต้องใช้วิธีอะลุ่มอะล่วย ความนุ่มนวล เพื่อไม่เป็นการสร้างความน้อยใจให้กับนักเรียนที่เสียกำลังใจเพราะไม่สมหวังในการเรียน

7.ความสนใจในเรื่องคุณสมบัติส่วนตัว วัยรุ่นจะสนใจลักษณะต่างๆ ของตนที่จะทำให้ตนได้รับความสำเร็จ การยอมรับจากผู้อื่น เช่น สนใจรูปร่างหน้าตา ผู้ที่มีใบหน้าเป็นสิว รูปร่างไม่ได้สัดส่วน ซึ่งเมื่อตอนเด็กไม่ให้ความสนใจจะหันกลับมาพิจารณาด้วยอารมณ์ความรู้สึกไม่สบายใจ นอกจากนี้วัยรุ่นจะสนใจบุคลิกภาพความสะอาดเรียบร้อย การวางท่าทางต่างๆ และคุณลักษณะอื่นๆ ที่จำเป็นในการเข้าสังคม

8.ความสนใจเรื่องปรัชญาชีวิต วัยรุ่นจะสนใจยึดหลักศีลธรรมจรรยา ต้องการทำสิ่งที่ถูกต้องดีงาม เราจึงมักพบวัยรุ่นพยายามคิด เขียนอุดมการณ์ สุภาษิตประจำตัวติดไว้ตามปกสมุดเพื่อแสดงความเป็นตัวตน

นอกจากนี้ เฮอร์ล็อก (Herlock ,อ้างถึงใน สรรชัย หนองตรุด 2550 : 37) ได้แบ่งความสนใจของวัยรุ่นไว้ดังนี้

1.ความสนใจทางสังคม (Social Interests) ความสนใจทางสังคมมักจะเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์และบุคคลในสังคม เช่น งานเลี้ยงต่างๆ การพบปะสนทนากัน เด็กวัยนี้จะสนใจในกิจกรรมทางสังคม สนใจชีวิต ความเป็นอยู่ของบุคคลในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่ถูกกดขี่จากสังคมหรือไม่ได้รับความยุติธรรมซึ่งความสนใจเหล่านี้จะแสดงออกโดยการเข้าร่วมในกิจกรรมของโรงเรียน

2.ความสนใจส่วนบุคคล (Personal Interests) ซึ่งจะรวมถึงความสนใจในเรื่องการแต่งกาย พยายามดูแฟชั่นให้ทันสมัยและเป็นที่ยอมรับของเพื่อนฝูง ความสนใจเรื่องเพศ วัยรุ่นสนใจเรื่องเพศตรงข้ามเลยพยายามปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนต่างเพศ การปฏิบัติต่อเพศตรงข้าม การเลือกคบเพื่อนต่างเพศ ความสนใจที่จะแสวงหาความเป็นอิสระ วัยรุ่นจะเลือกแสดงพฤติกรรมที่ทำให้เขามีความสุขซึ่งจะแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ความสนใจในอาชีพ และความสนใจในการเรียน

3.ความสนใจในการพักผ่อนหย่อนใจ (Recreational Interests) วัยรุ่นจะเลือกกิจกรรมที่เขาชอบและมีความถนัดมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นเกมและกีฬา การอ่านหนังสือ ฟังวิทยุ และดูโทรทัศน์ ความสนใจในการดูภาพยนตร์ซึ่งภาพยนตร์ที่วัยรุ่นสนใจมักจะเป็นประเภทโรแมนติก การผจญภัย เรื่องตลกขบขัน เพศศึกษาและเรื่องเกี่ยวกับสังคม วัยรุ่นหญิงทั่วไปชอบภาพยนตร์เกี่ยวกับความรัก ส่วนวัยรุ่นชายชอบเรื่องการผจญภัย เรื่องลึกลับ และเรื่องตลก การดูภาพยนตร์นับว่าเป็นการสร้างความบันเทิงให้กับวัยรุ่นมากไม่ว่าเขาจะไปดูกับเพื่อนหรือดูคนเดียวก็ตาม เพราะจะทำให้เขาหลีกเลี่ยงความยุ่งเหยิงในชีวิตได้อย่างน่าพอใจ นอกจากนี้ลักษณะของผู้แสดงภาพยนตร์จะมีอิทธิพลต่อวัยรุ่นมาก โดยเฉพาะวัยรุ่นผู้หญิงจะพยายามเลียนแบบการแต่งกาย ทรงผม การพูด การแสดงออกของดารานักแสดงที่เขาชอบ รวมทั้งติดตามเรื่องราวของดารานักแสดงจากหนังสือ นิตยสารต่างๆ อีกด้วย (อ้างถึงใน สุชา จันทรเฒ ,2529)

## 6.5 อิทธิพลของโทรทัศน์ต่อเยาวชน

อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กและเยาวชนย่อมมีทั้งผลทางบวกและทางลบ โทรทัศน์นับเป็นชีวิตประจำวันที่ใกล้ชิดเด็กและเยาวชนได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากเด็กและเยาวชนเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเนื่องจากความเจริญทางกาย ทางอารมณ์ ทางสติปัญญา และทางสังคมที่ยังพัฒนาไม่เต็มที่วัยนี้จึงมักเอาแบบอย่างสิ่งที่พบเห็นหรือผ่านเข้ามาในชีวิตได้ง่าย นอกจากนั้นยังชอบเลียนแบบและทำตามอย่างผู้ที่ตนสนใจและนิยมชมชอบ จึงมักทำให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ขึ้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา 2531 : 55)

(เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ 2543 ) กล่าวถึงอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเยาวชน ว่าสื่อโทรทัศน์ยังนับเป็นสื่อที่มีอิทธิพลสูงเมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่นๆ เนื่องจากเครื่องรับโทรทัศน์มีใช้กว้างขวาง สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทุกเพศ ทุกวัย และทุกสถานะการศึกษา รวมทั้งยังมีอิทธิพลต่อการใช้ประสาทสัมผัสในการรับรู้ทั้งรูป และเสียง เพราะอวัยวะรับรู้ที่มนุษย์ใช้มากที่สุด คือ ตา ใช้ถึง 75 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาคือ หู 13 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นในการดูโทรทัศน์เราจึงใช้ประสาทสัมผัสในการรับรู้ถึง 88 เปอร์เซ็นต์ แสดงให้เห็นว่าสื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อความนึกคิดของเราได้มากกว่าสื่ออื่นๆ นอกจากนั้น ความรวดเร็วของโทรทัศน์ในปัจจุบันที่มีการใช้สื่อผ่านระบบดาวเทียม เป็นการย่นย่อระยะเวลาการเดินทางระหว่างกันให้เหลือเพียงเศษเสี้ยววินาที สิ่งที่แพร่ภาพออกไปจะสามารถรับได้ทั่วมกัณฑ์ทั่วประเทศ แม้จะอยู่ต่างสถานที่กันแต่ก็สามารถรับรู้ได้ในสิ่งเดียวกัน

จากพัฒนาการเรื่องแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชนในสหรัฐอเมริกา ชี้ให้เห็นว่าแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชนพัฒนาไปตามบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละยุคแต่ละสมัย จากยุคแรกที่เชื่อในอิทธิพลและพลังของสื่อ สู่ยุคที่สองที่อำนาจของสื่อถูกท้าทาย เมื่อค้นพบว่ายังมีปัจจัยอื่นๆ ทำงานร่วมกับพลังของสื่อด้วย และกลับมาสู่ยุคที่เชื่อในพลังของสื่ออีกครั้ง ในยุคสุดท้ายก็เชื่อว่าสื่อมีอิทธิพลและผลกระทบในวงกว้าง เพราะเป็นยุควัฒนธรรมโทรทัศน์ที่แทบทุกครัวเรือนมีเครื่องรับโทรทัศน์อยู่ในบ้าน การศึกษาถึงอิทธิพลและผลกระทบของสื่อจึงต้องพิจารณาถึงบริบทของสังคมไปพร้อมๆ กันสำหรับอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชนในบริบทสังคมไทย

โดยมีการทบทวนการวิจัยพบว่า ประเด็นในการศึกษามีความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวเช่นกัน โดยในช่วงแรกราวทศวรรษที่ 2510 มีการศึกษาเรื่องอิทธิพลและผลกระทบของสื่อมวลชนอย่างกว้างขวาง โดยมุ่งที่ผลกระทบด้านลบเป็นหลัก ยุคต่อมาจึงเริ่มตระหนักถึงอิทธิพลทั้งด้านบวก และลบจึงมีการศึกษาอิทธิพลทางด้านบวกมากขึ้น และในขณะนี้ประเด็นเรื่องผลกระทบด้านลบของสื่อมวลชนในสังคมไทยเริ่มมีบทบาทมากขึ้นอีกเรื่องหนึ่ง จากปรากฏการณ์แฟนคลับไปเผ่าดูอาการนักร้องนิยม การสักยันต์ตามภาพยนตร์ เป็นต้น (อ้างถึงใน สรรชัย หนองตรุด 2550 : 20)

ผลกาวิจัยเรื่องลักษณะการใช้สื่อของเด็ก เยาวชน และครอบครัวไทย โดยการสำรวจของมูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก (2546) และโครงการวิจัยระยะยาวในเด็กโดยแพทย์หญิงจันทร์เพ็ญ ชูประภาวรรณ และคณะ (2546) พบว่าลักษณะการใช้โทรทัศน์เหมือนเป็นสิ่งแวดล้อมในบ้าน เปิดดูด้วยความเคยชิน เด็กส่วนมากดูรายการของผู้ใหญ่ และลักษณะการดูเป็นแบบดูแทบทั้งวัน โดยไม่ได้

รับคำแนะนำจากพ่อแม่ผู้ปกครอง จึงเชื่อได้ว่าสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์มีบทบาทต่อเด็กเยาวชน และครอบครัวค่อนข้างสูง

สอดคล้องกับการวิจัยเรื่องบทสังเคราะห์ : สื่อมวลชนเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ โดยรองศาสตราจารย์อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ในรายงานการศึกษาเรื่องสื่อมวลชนเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ (2548) ว่า หากพิจารณาโดยเปรียบเทียบระหว่างสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือ นิตยสาร/หนังสือพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หรือสื่อใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต พบว่าสื่อโทรทัศน์นับเป็นสื่อที่มีอิทธิพลสูงเมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่น เนื่องจากเครื่องรับโทรทัศน์มีใช้อย่างกว้างขวางสามารถเข้าถึงคนได้ง่ายทุกเพศ ทุกวัย และทุกสถานะการศึกษารวมทั้งยังมีอิทธิพลต่อการใช้ประสาทสัมผัสในการรับรู้ ทั้งรูปและเสียง เพราะอวัยวะรับรู้ที่มนุษย์ใช้มากที่สุด คือ ตา ใช้ถึง 75 เปอร์เซ็นต์ รองลงมาคือ หู 13 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นในการดูโทรทัศน์เราจึงใช้ประสาทสัมผัสในการรับรู้ถึง 88 เปอร์เซ็นต์ ทำให้สื่อโทรทัศน์สามารถมีอิทธิพลต่อความนึกคิดของเราได้มากกว่าสื่ออื่นๆ และผลกระทบที่สร้างความวิตกกังวลแก่สังคมมากเป็นพิเศษ คือเรื่องความก้าวร้าว ซึ่งสามารถก่อให้เกิดการเลียนแบบและสร้างสมพฤติกรรมก้าวร้าว และสร้างความรู้สึกรังเกียจต่อความก้าวร้าวได้ โดยลักษณะการเข้าไปมีอิทธิพลต่อเด็กและเยาวชนของสื่อมวลชนสอดคล้องกับกระบวนการเรียนรู้ อย่างหนึ่งของเด็กตามทฤษฎีการปลูกฝังทัศนคติและค่านิยมความเชื่อของสื่อหรือทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ (Cultivation theory) ยังอธิบายว่าผู้ที่เปิดรับชมโทรทัศน์มากมีแนวโน้มที่จะเชื่อตามสิ่งที่โทรทัศน์นำเสนอ ตลอดจนได้รับการปลูกฝังทัศนคติและค่านิยมความเชื่อจากโทรทัศน์

จึงสรุปได้ว่า อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กและเยาวชนในทางบวก สามารถสรุปได้ดังนี้ คือ

- 1.อิทธิพลทางการบันเทิงช่วยทำให้ผู้ชมเกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน ผ่อนคลายความตึงเครียดได้อย่างดี
- 2.อิทธิพลทางวัฒนธรรม โทรทัศน์สามารถจัดรายการเพื่อสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี สามารถทำหน้าที่ถ่ายทอดมรดกทางสังคม ความคิดเห็น ความเชื่อและค่านิยมจากอดีตมาสู่ปัจจุบันได้
- 3.อิทธิพลทางความรู้ โทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงคนจำนวนมากได้พร้อมๆ กัน จึงสามารถเสนอความคิดเห็น สร้างทัศนคติ ให้ข่าวสารความรู้ที่เป็นประโยชน์ โดยสามารถทำความเข้าใจได้ด้วยการทำภาพและเสียงให้เกิดความเข้าใจได้อย่างชัดเจน

## 6.6 การจัดและการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเยาวชน

การจัดรายการโทรทัศน์สำหรับเยาวชนจำเป็นต้องใช้ความรู้ทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาเข้าไปเป็นพื้นฐานในการจัด กล่าวคือผู้จัดรายการสำหรับเยาวชนจะต้องศึกษาและรู้จักสภาพการรับรู้และความต้องการของเยาวชน เพื่อจะได้จัดรายการให้สอดคล้องกับสภาพและความต้องการเหล่านั้นได้อย่างถูกต้อง โดยเฉพาะวัยรุ่นหรือเยาวชนเป็นวัยที่มีวุฒิภาวะเตรียมพร้อมที่จะเป็นผู้ใหญ่ อวัยวะทุกส่วนเจริญเต็มที่ ประสาทสัมผัสในการดูและฟังสมบูรณ์และมีสมาธิมากขึ้น แต่จะมีการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์มากขึ้นถือเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อของชีวิต ดังนั้นการจัดรายการโทรทัศน์สำหรับเยาวชนจะต้องคำนึงถึง หลักการจัดรายการโทรทัศน์ ดังนี้ (อ้างถึงใน สรรชัย หนองจรูต 2550 : 21)

1.วัตถุประสงค์ของการจัดรายการสำหรับเยาวชน เนื่องด้วยวัยนี้เป็นวัยที่พร้อมจะก้าวสู่วัยผู้ใหญ่ต้องเตรียมพร้อมทั้งทางสติปัญญาและอารมณ์ วัตถุประสงค์ของการจัดรายการจึงควรใช้สิ่งต่างๆ อย่างครบครันนั่นคือการให้ทั้งความรู้ ข่าวสารและความบันเทิง

2.เนื้อหาสาระของรายการจะต้องเสนอเนื้อหาให้ครอบคลุมเพื่อให้ได้ทั้งสารประโยชน์ คือความรู้ ข่าวสารและความบันเทิง ปลูกฝังค่านิยมและทัศนคติโดยไม่จำเป็นต้องแสดงรูปธรรมให้เห็นก็สามารถเข้าใจสิ่งที่เป็นนามธรรมได้ เนื้อหาที่เสนอจึง จึง ได้แก่ สาระด้านประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ สังคมศาสตร์ ตลอดจนศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น

3.รูปแบบการนำเสนอรายการ เนื่องจากเนื้อหากว้างขวางครอบคลุมมากและวัยนี้เป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งกายและอารมณ์ แบบรายการจึงควรเป็นรูปแบบที่ให้ความหลากหลายและให้ทั้งความรู้และความเพลิดเพลินไปพร้อมๆ กัน การสนใจสิ่งแปลกใหม่ จึงเหมาะแก่การเสนอรายการข่าว ได้แก่ รายงานข่าว ส่วนรูปแบบความบันเทิง ได้แก่ รายการเพลง รายการละคร รายการตลก รายการโชว์ รายการแม็กกาซีนหรือนิตยสาร และปกิณกะ เพื่อเป็นการตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นและการยอมรับในความสามารถของเด็กวัยนี้ จึงอาจเสนอได้ในรูปแบบสารคดี การตอบปัญหา การวิเคราะห์ข่าว การอภิปราย และการสัมภาษณ์

4.ในการนำเสนอรายการช่วงระยะเวลาการนำเสนอแต่ละรายการมักอยู่ในช่วง 30 นาที หรืออาจยาวกว่านี้ได้หากเป็นที่น่าสนใจตรงกับความต้องการ เวลาในการนำเสนออาจเป็นช่วงเช้า สาย บ่าย ค่ำ ไม่ใช่สิ่งสำคัญแต่จะสำคัญที่ความสอดคล้องของเนื้อหาที่นำเสนอต้องสอดคล้องกับระยะเวลาในการนำเสนอ

ในการจัดและผลิตรายการโทรทัศน์แต่ละรายการนั้น มีกระบวนการทำงานสลับซับซ้อนอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการจะต้องคำนึงถึงการถ่ายทอดเนื้อหาสาระไปสู่ผู้ชมที่มีประสิทธิภาพสูงสุด (ศิริพงศ์ สุทธิโยธิน 2535,อ้างถึงใน สรรชัย หนองตรุด 2550 : 24) กล่าวถึงการจัดและผลิตรายการโทรทัศน์ต้องมีการวางแผนอย่างรัดกุมและมีขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนซึ่งเป็นสิ่งจำเป็น ทั้งที่เป็นการจัดและการผลิตรายการโทรทัศน์ในรูปแบบที่เรียกว่าการจัดรายการให้แล้วเสร็จภายในสตูดิโอ หรือ Studio – finished programming ซึ่งเป็นวิธีการผลิตที่ใช้กันมาตั้งแต่เริ่มวิทยุโทรทัศน์จนถึงทุกวันนี้ การจัดและการผลิตวิทยุโทรทัศน์แนวนี้ผู้จัดรายการต้องจัดเตรียมวัสดุประกอบรายการ ฉาก งานศิลปกรรม ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว ผู้ร่วมการและผู้ผลิตต้องมีการซุ่มล่วงหน้าเป็นอย่างดี

นอกจากนี้ยังมีรูปแบบการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์โดยใช้กระบวนการตัดต่อแบบภาพยนตร์ ซึ่งผู้ผลิตจะต้องถ่ายภาพและบันทึกเรื่องราวต่างๆ ไว้จนครบแล้วจึงนำมาตัดต่อภาพ และเสียงของฉากต่างๆ เข้าด้วยกันจนครบตามบทที่กำหนดไว้ ภาพและเสียงทั้ง 2 ส่วนนี้จะได้ผ่านกระบวนการตัดต่อเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์กันที่เรียกว่า Synchronization หรือ Sync กัน

การผลิตรายการโดยใช้กระบวนการตัดต่อนั้น (Editing approach) เป็นการผลิตรายการที่ผู้ผลิตต้องเตรียมบทไว้อย่างละเอียด เพื่อถ่ายทำแต่ละฉากให้นำมาตัดต่อกันได้อย่างต่อเนื่อง เพราะการเชื่อมต่อแต่ละตอนบางครั้งใช้วิธีการเชื่อมธรรมชาติ บางครั้งใช้วิธีการเลื่อนภาพ (Dissolve) บางครั้งจะต้องใช้การซ้อนภาพ (Super – impose) หรือการใช้กระบวนการ Chroma key เพื่อประสมภาพ

จากสองแหล่งให้เป็นภาพเดียวกัน เป็นต้น การผลิตโดยกระบวนการตัดต่อจึงเป็นวิธีการผลิตเพื่อให้ได้คุณภาพของรายการที่สูงมาก และต้องใช้ค่าใช้จ่ายในด้านอุปกรณ์ และระยะเวลาในการตัดต่อ

## 7.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 7.1 งานวิจัยในประเทศ

ชมจิรา ทองสม (2553 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารสุขภาพของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาแนวคิดในการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพ ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการสุขภาพ และปัญหาอุปสรรคในการผลิตรายการสุขภาพที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ผลการศึกษวิจัยพบว่า แนวคิดในการนำเสนอรายการสุขภาพของผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ทีวีไทยยึดถือประโยชน์ของประชาชนเป็นหลักบนพื้นฐานแนวคิดและบทบาทของสื่อสารมวลชนอันเป็นแนวคิดสำคัญที่มีผลในการให้ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่ถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือในรูปแบบที่หลากหลายเพื่อให้เหมาะสมกับการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายต่างๆ สำหรับการนำไปใช้ในการดูแลสุขภาพของประชาชนด้วยตนเอง และยังมีบทบาทในการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ที่ต้องการสื่อสารสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน รวมทั้งผู้ผลิตรายการอิสระต่างๆ ในการร่วมแก้ไขปัญหาสุขภาพของประชาชน สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการสุขภาพของผู้ผลิตรายการทั้ง 5 รายการ พบว่าการมีข้อกำหนดทางธุรกิจและนโยบายในการผลิตรายการสุขภาพที่สอดคล้องกับนโยบายของสถานีฯ ช่วยให้การผลิตรายการสุขภาพภายใต้แนวคิดและบทบาทสื่อสารมวลชนเป็นไปได้อย่างราบรื่นมากยิ่งขึ้น ส่วนในด้านกระบวนการผลิตรายการสุขภาพนั้น ผู้ผลิตรายการต่างมีแผนการผลิตที่คล้ายคลึงกันโดยเริ่มจากการประชุมระดมความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง การค้นคว้าข้อมูลทั้งแหล่งข้อมูลเอกสารและบุคคลสำหรับการเขียนบทโทรทัศน์ ปรึกษาแพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องก่อนเข้าสู่กระบวนการถ่ายทำ ตัดต่อ และตรวจสอบความถูกต้องในการนำเสนอรายการอีกครั้งก่อนส่งให้สถานีฯ ในด้านปัญหาและอุปสรรคในการผลิตรายการสุขภาพเป็นปัญหาจากการนำเสนอข้อมูลวิชาการทางการแพทย์ซึ่งเป็นข้อจำกัดด้านวิชาชีพของผู้ผลิตรายการที่เป็นสายสื่อสารมวลชนทำให้ต้องศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมเป็นจำนวนมาก เพื่อให้สามารถรับชมและเข้าใจข้อมูลเหล่านั้น

จารุวรรณ นิธิไพบูลย์ (2549: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบรายการเพลงทางโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น” ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหารายการเพลงทางโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่นมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาไปตามรูปแบบรายการ บทพูดของพิธีกรควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับมิวสิกวิดีโอได้อย่างครบถ้วน ประเด็น

คำถามที่ใช้สัมภาษณ์ศิลปินและแขกรับเชิญควรแปลกแตกต่างออกไป เนื้อเพลงที่ใช้เปิดจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับความรักมากที่สุด บทเพลงที่เปิดมากที่สุดคือป๊อปและร็อก ควรจัดฉากและอุปกรณ์ฉากให้ตรงกับรูปแบบรายการ ฉากต้องสีสดใส มีความคิดสร้างสรรค์ สวยสะดุดตา การนำเสนอด้านภาพคือภาพที่ถูกนำเสนอในรายการต้องดูแล้วสบายตาไม่อึดอัด มีการลำดับเรื่องดี มีมุมกล้องแปลกใหม่ ผู้ปรากฏตัวในรายการเพลง คือพิธีกรควรใช้คำพูดที่เป็นกันเองแบบวัยรุ่นคุยกัน ใช้ภาษาสุภาพไม่ก้าวร้าว พิธีกรควรมีบุคลิกที่เป็นตัวของตัวเอง สนุกสนาน สดใส ร่าเริง กระฉับกระเฉง และไม่ก้าวร้าว น้ำเสียงไม่แหลมใสมากเกินไป นอกจากนี้พิธีกรควรมีความรู้เรื่องเพลง ดนตรี และรู้เรื่องการทำงานแบบทีมเวิร์กอีกด้วย

ดวงฤทัย นิลเพ็ชร (2555 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษารูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ด้านข่าวเศรษฐกิจ สถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อเศรษฐกิจและการลงทุน มั่นนี้ชาแนล” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของรายการโทรทัศน์ด้านข่าวเศรษฐกิจ สถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อเศรษฐกิจและการลงทุน มั่นนี้ชาแนล 2. เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ด้านข่าวเศรษฐกิจ สถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อเศรษฐกิจและการลงทุน มั่นนี้ชาแนล ผลการวิจัยพบว่า 1. สภาพปัจจุบันและรูปแบบรายการโทรทัศน์ด้านข่าวเศรษฐกิจของสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อเศรษฐกิจและการลงทุน มั่นนี้ชาแนล ทั้ง 3 ด้านมีความเห็นอยู่ในระดับมาก เนื้อหาของข่าวสารที่ต้องการทราบคืออยากทราบด้านการซื้อขายหุ้น, การนำเสนอข่าวสารทางเศรษฐกิจของรายการโทรทัศน์ด้านข่าวเศรษฐกิจของสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อเศรษฐกิจและการลงทุน มั่นนี้ชาแนล อยากดูข่าววิเคราะห์ข่าวแบบเจาะลึก, รูปแบบและกระบวนการนำเสนอรายการของรายการโทรทัศน์ด้านข่าวเศรษฐกิจของสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อเศรษฐกิจและการลงทุน มั่นนี้ชาแนล ให้ความสำคัญเรื่องเนื้อหาที่มีความถูกต้อง น่าสนใจและน่าเชื่อถือ 2. รูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ด้านข่าวเศรษฐกิจ สถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อเศรษฐกิจและการลงทุน มั่นนี้ชาแนล มี 4 ด้าน ได้แก่ 1. ผู้ปรากฏตัว คือพิธีกรและแขกรับเชิญ 2. การนำเสนอรายการ คือบทพูดของพิธีกร, บทสัมภาษณ์แขกรับเชิญ, ฉาก, ส่วนนำรายการและท้ายรายการ, ตัวหนังสือซ้อนและคอมพิวเตอร์กราฟิก, การนำเสนอทางด้านภาพและเสียง 3. ช่องทางนำเสนอ คือเคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ต วิทยุ 4. ผู้ชมรายการ คือผู้ลงทุน ผู้สนใจลงทุนและโบรกเกอร์ และ 3. การรับรองรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ด้านข่าวเศรษฐกิจ สถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อเศรษฐกิจและการลงทุน มั่นนี้ชาแนล โดยผู้ทรงคุณวุฒิพบว่ามีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด

ธนาวัฒน์ วยาจูด (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเพื่อส่งเสริมทักษะการคิดในช่วงเวลาไพรม์ไทม์” การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสัดส่วนรายการและปริมาณของการนำเสนอการคิดสำหรับเด็กของโทรทัศน์สำหรับเด็กในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ (primetime) ในระยะเวลา 1 เดือน คือระหว่างวันที่ 5 พฤศจิกายน ถึง 4 ธันวาคม พ.ศ.2550 ผลการวิจัยพบว่า 1) สัดส่วนเวลาออกอากาศของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กโทรทัศน์ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ สัดส่วนเวลาออกอากาศต่อสัปดาห์ของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก โดยภาพรวมจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3,5,7,9,11 และ TITV ระหว่างวันที่ 5 พฤศจิกายน ถึง 4 ธันวาคม พ.ศ.2550 ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ พบว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีช่วงเวลาสำหรับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ( 225 นาที , ร้อยละ 13.4 ) รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ช่อง TITV ( 150 นาที , ร้อยละ 8.9 ) และสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ( 105 นาที , ร้อยละ 6.3 ) เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ

สำหรับสถานีโทรทัศน์ที่มีช่วงเวลายายการโทรทัศน์สำหรับเด็กน้อยที่สุด หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือไม่มีรายการสำหรับเด็กเลย ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 และ 11 ( 0 นาที , ร้อยละ 0 ) 2) การส่งเสริมการคิดในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทเกมโชว์ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทเกมโชว์โดยภาพรวมที่น่าเสนอระหว่างวันที่ 5 พฤศจิกายน ถึง 4 ธันวาคม พ.ศ.2550 ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ พบว่ามีรายการอยู่ 2 รายการ คือ รายการ ”เกมทศกัณฐ์เด็ก” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 และ รายการ ”ถ้าคุณแน่นอย่าแพ้ว.4” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ทั้งนี้ในภาพรวมรายการเหล่านี้ นำเสนอการคิดแก้ปัญหาที่สูงสุดเป็นอันดับ 1 (ความถี่ 782 ครั้ง , ร้อยละ 30.3 ) รองลงมาคือการคิดเปรียบเทียบ (ความถี่ 515 ครั้ง , ร้อยละ 20.0) และการคิดมโนทัศน์ (ความถี่ 370 ครั้ง , ร้อยละ 14.4 ) เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ ส่วนการคิดที่รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทเกมโชว์ได้เสนอน้อยที่สุด กล่าวคือ ไม่ได้นำเสนอเลย ได้แก่ การคิดสังเคราะห์ (ความถี่ 0 ครั้ง , ร้อยละ 0 ) 3) การส่งเสริมการคิดในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทการ์ตูนในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทการ์ตูนโดยภาพรวมที่น่าเสนอระหว่างวันที่ 5 พฤศจิกายน ถึง 4 ธันวาคม พ.ศ. 2550 ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ พบว่ามีรายการอยู่ 6 รายการ คือ รายการ “4 Angies สาวแสนซน เทอม 2” รายการ “12 ราศี” รายการ “เวตาล” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และ รายการ “รามเกียรติ์” รายการ “นาคาศิษย์เจ้าแม่กวนอิม” รายการ “จอมขมมนตรา 2” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 โดยรายการโทรทัศน์เหล่านี้เสนอการคิดสร้างสรรค์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 (ความถี่ 615 ครั้ง , ร้อยละ 22.2 ) รองลงมาคือการคิดแก้ปัญหา (ความถี่ 593 ครั้ง , ร้อยละ 21.4) และการคิดเปรียบเทียบ ( ความถี่ 511 ครั้ง , ร้อยละ 18.5 ) เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ สำหรับการคิดที่รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทการ์ตูนได้เสนอน้อยที่สุด กล่าวคือ ไม่ได้นำเสนอเลย ได้แก่ การคิดสังเคราะห์ (ความถี่ 0 ครั้ง , ร้อยละ 0) 4) การส่งเสริมการคิดในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทละคร พบว่า มีรายการประเภทนี้ปรากฏในบางช่องเท่านั้น ได้แก่ เรื่อง “นะโมฮีโร่ผู้นำรัก” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง TITV ที่นำเสนอระหว่างวันที่ 5 พฤศจิกายน ถึง 4 ธันวาคม พ.ศ.2550 ในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ ได้เสนอการคิดมโนทัศน์มากที่สุดเป็นอันดับ (ความถี่ 289 ครั้ง , ร้อยละ 22.0) รองลงมาคือการคิดแก้ปัญหา (ความถี่ 253 ครั้ง , ร้อยละ 19.2) และการคิดเปรียบเทียบ (ความถี่ 225 ครั้ง , ร้อยละ 17.1) เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ สำหรับการคิดที่รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กดังกล่าวได้เสนอน้อยที่สุดคือ การคิดสังเคราะห์ (ความถี่ 11 ครั้ง , ร้อยละ 0.8)

สรุขัย หนองตรุด (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การนำเสนอรายการโทรทัศน์ การศึกษาเรื่องเพศศึกษาสำหรับเยาวชน” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษารูปแบบรายการโทรทัศน์ การศึกษาเรื่องเพศศึกษาสำหรับเยาวชน 2.นำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์การศึกษาเรื่องเพศศึกษา สำหรับเยาวชน ผลการวิจัยพบว่า 1.เนื้อหาสาระเรื่องเพศศึกษาสำหรับเยาวชนที่เหมาะสมต่อการ นำเสนอในรายการโทรทัศน์การศึกษาสามารถนำเสนอได้ทั้ง 7 หัวข้อตามหลักสูตร คือพัฒนาการทาง เพศ(Sexual Development) สุขอนามัยทางเพศ(Sexual Health) สัมพันธภาพ (Relationships) พฤติกรรมทางเพศ (Sexual Behaviors) ทักษะส่วนบุคคล (Personal Skills) สังคมและวัฒนธรรม (Society and Culture) บทบาททางเพศ (Gender Roles) 2.รูปแบบรายการโทรทัศน์การศึกษา เรื่องเพศศึกษาสำหรับเยาวชน ประกอบด้วยด้านต่างๆ 7 ด้านคือ 1.ประเภทรายการโทรทัศน์ขึ้นอยู่กับ เนื้อหาที่นำเสนอ โดยประเภทรายการที่เหมาะสมมากที่สุด คือรายการประเภทละคร การ์ตูน สารคดี



และอภิปราย ตามลำดับ 2.การนำเสนอรายการ รายการสร้างความเข้าใจในเรื่องเพศอย่างชัดเจนแก่กลุ่มเป้าหมาย ควรสร้างบรรยากาศสบายๆ แก่ผู้ชม สร้างการจูงใจให้ปฏิบัติตามและชี้ความเป็นเหตุเป็นผลเชิงวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับเพศศึกษาอย่างเข้าใจ 3.การนำเสนอเนื้อหา นำเสนอสาระเรื่องเพศศึกษาทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งทั้งผลดีและผลไม่ดีที่จะเกิดตามมา มีความน่าเชื่อถือทางด้านเนื้อหา มีการนำเสนอเนื้อหา 1 ประเด็นหลักต่อการออกอากาศ 1 ตอน 4.เทคนิคการนำเสนอ นำเสนอส่วนสำคัญของเรื่องให้เด่นชัดด้วยภาพ เสียง หรือตัวอักษรประกอบ กราฟิกที่โดดเด่นนำเสนอส่วนสำคัญของเรื่องให้เด่นชัดด้วยเสียงประกอบ 5.การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย รายการควรเปิดโอกาสให้เยาวชนกลุ่มเป้าหมายสามารถแสดงความคิดเห็นหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านรายการ ควรเปิดโอกาสให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการและจัดกิจกรรมตามมาหลังจากออกอากาศ 6.พิธีกรรายการควรเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถถ่ายทอดเรื่องเพศศึกษาอยู่ในวัยเดียวกับกลุ่มผู้ชมคือวัยรุ่น พิธีกรรายการไม่จำเป็นต้องเป็นดารานักร้องที่มีชื่อเสียง หรือคนดัง 7.ด้านความยาวในการนำเสนอรายการ คือ 30 นาที ส่วนช่วงเวลาในการนำเสนอรายการ คือ 18.00 น.- 22.00น. สำหรับการจัดเรตติ้งรายการควรจัดอยู่ในประเภทรายการที่ผู้ใหญ่ให้คำแนะนำแก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 13 ปี

สุรียพร บุญสมภาร (2551 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า 1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบน้อยกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยเปิดรับชมรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบแบบเปิดสลับไปมากับรายการอื่น รูปแบบรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด คือ รายการละคร รองลงมา คือ รายการเกมโชว์ และรายการข่าว ตามลำดับ 2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้สื่อ ได้แก่ โทรศัพท์บ้านหรือพีซีที และโทรศัพท์มือถือ ในการโทรหรือส่งข้อความ และการโทรผ่านอินเทอร์เน็ตน้อยกว่าเดือนละครั้ง แต่สำหรับการใช้สื่ออีเมล และการส่ง SMS เพื่อโทร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีส่วนร่วม เดือนละ 1-3 ครั้ง และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีส่วนร่วมกับรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบประเภทรายการข่าว เนื่องจากต้องการแสดงความคิดเห็น รายการเกมโชว์และสารคดี เนื่องจากต้องการความรู้เพิ่มเติม 3. เยาวชนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันในด้าน เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ค่าโทรศัพท์มือถือ ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีทีแตกต่างกันมีความเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของสื่อที่ใช้ในการมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์การศึกษาเชิงโต้ตอบไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความเห็นในเรื่องจุดประสงค์การมีส่วนร่วมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ .05 ในเรื่องการสนทนา แสดงความคิดเห็น สมัครเข้าร่วมรายการ ฝากคำถาม ส่งคลิปวิดีโอ ร้องทุกข์ และไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในจุดประสงค์การมีส่วนร่วมเรื่องการชิงเงินหรือของรางวัล การให้คะแนน และตอบคำถามหรือเล่นเกม กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา ค่าโทรศัพท์มือถือ ค่าโทรศัพท์บ้านหรือพีซีทีต่างกัน มีทัศนคติในการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สุรัญญา ทองพูล (2554 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพในรายการผู้หญิงถึงผู้หญิงทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพในรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ประกอบไปด้วย

4 ขั้นตอน คือ 1.การวางแผนก่อนการผลิตรายการเป็นการวางแผนวางรูปแบบการนำเสนอ ทิศทางการนำเสนอการสื่อสารสุขภาพในรายการเพื่อให้ดำเนินงานได้ตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ การจัดเตรียมความพร้อมก่อนการออกอากาศโดยมีการจัดทำสื่อบุคคลแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ข้อมูลประเด็นสุขภาพต่างๆ ในรายการรวมถึงการจัดทำสคริปต์ จัดเตรียมภาพประกอบ จัดเตรียมผู้ดำเนินรายการและทีมงานในการทำงานส่วนต่างๆ ตลอดการออกอากาศ 2.ขั้นตอนการเตรียมการผลิตบรรณาธิการรายการจะวางแผนประเด็นในการสื่อสาร โดยมีผู้สื่อข่าวที่ได้รับมอบหมายจัดทำประเด็นต่างๆ เพื่อให้ข้อมูลและทำความเข้าใจกับผู้ดำเนินรายการหรือพิธีกรให้เข้าใจเนื้อหาสุขภาพเพื่อให้เกิดการสื่อสารที่ถูกต้องต่อไป 3.ขั้นตอนการผลิตรายการรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง เป็นรายการสดซึ่งมีการถ่ายทำกันในห้องจัดรายการ สำหรับในโอกาสพิเศษจึงจะมีการบันทึกเทปรายการ สำหรับสถานที่จะมีการบันทึกเทปทั้งในห้องจัดรายการและนอกสถานที่ตามความเหมาะสมของรายการ 4.ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ รายการเป็นการออกอากาศสด ในโอกาสพิเศษทางรายการจะมีการบันทึกเทปและนำภาพและเสียงที่บันทึกไว้ในขั้นผลิตมาเรียบเรียงแต่ละประเด็นให้มีเนื้อหาต่อเนื่องสมบูรณ์ สำหรับการประเมินคุณภาพความนิยมรายการนั้นทางรายการมีการประเมินความนิยมของรายการด้วยวิธีการตอบกลับ การมีส่วนร่วมของผู้ชมในรูปแบบจดหมาย โทรศัพท์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้การผลิตรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ยังประกอบด้วย 4 องค์ประกอบในการสื่อสารสุขภาพ คือ 1.การคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล 2.ความแตกต่างด้านด้านสังคม วัฒนธรรม 3.ความถูกต้องและข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ เช่น สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และ 4.การนำเสนอข้อมูลได้ทันเวลา คัดเลือกประเด็นตามความสำคัญ ปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ของโรคร้ายไข้เจ็บต่างๆ

อรรวรรณ วิจิษณะ (2533 : บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครที่เป็นมหาวิทยาลัยซึ่งจำกัดจำนวนรับนักศึกษา และเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐบาล 3 แห่ง จำนวน 210 คน ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน ระยะเวลา 20.00น.-22.00น. ดูที่บ้านหรือที่พักของตนเอง ส่วนใหญ่ดูร่วมกับบุคคลในครอบครัว เหตุผลในการดูโทรทัศน์เพื่อติดตามรายการที่ตนชื่นชอบและดูรายการที่ติดตามอยู่เป็นประจำทุกวัน เพราะจัดทำรายการได้น่าสนใจ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบว่าในการนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชนนั้น ต้องคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายซึ่งในการวิจัยครั้งนี้คือเยาวชน ในด้านกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ต้องประกอบด้วยขั้นตอนการผลิตที่สำคัญ คือ 1.ขั้นวางแผนและเตรียมการผลิตรายการ 2.ขั้นเตรียมการผลิตประกอบด้วยข้อมูล อุปกรณ์การผลิตและการฝึกซ้อม 3.ขั้นผลิตรายการ และ 4.ขั้นการประเมินรายการ ส่วนด้านการสื่อสารสุขภาพต้องคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล สังคมวัฒนธรรม ความถูกต้องของข้อมูลและความน่าเชื่อถือ ตลอดจนประเด็นเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอต่อเยาวชนในด้านโรคร้ายไข้เจ็บ การดูแลสุขภาพ อาหาร สอดคล้องกับสถานการณ์ในขณะนั้น เป็นต้น

## 7.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Advocates for Youth ศึกษารูปแบบการรับชมรายการโทรทัศน์ของเยาวชนในกรุงวอชิงตัน ดีซี พบว่ารูปแบบรายการโทรทัศน์ที่เป็นที่สนใจในด้านต่างๆ ของเยาวชนมีประเภทต่างๆ ดังนี้ คือ รายการสนทนา (Talk show) เป็นรายการที่ช่วยให้วัยรุ่นรับรู้ความเป็นไปของสังคม ทั้งเรื่องสุขภาพ และข้อมูลสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น รายการข่าวและการบันเทิงต่างๆ (News and entertainment shows) เป็นรายการที่เริ่มตั้งแต่ช่วงเช้าไปจนถึงกลางคืน เยาวชนจะได้รับรู้ถึงความคิดเห็นที่แตกต่าง ของผู้อื่นในเรื่องต่างๆ ผ่านกราฟิก ข้อความ หรือเรื่องราวที่ปรากฏบนหน้าจอโทรทัศน์ผ่านรายการ ดังกล่าว มิวสิควิดีโอ (Music videos) ถึงแม้ว่าเป็นรายการที่ใช้เวลาเพียงไม่กี่นาทีแต่รายการจะ ประกอบด้วยเสียงเพลงและภาพที่จะมีพลังเป็นอย่างยิ่งต่อการสื่อสารกับวัยรุ่นในเรื่องต่างๆ โดยเฉพาะการเรียนรู้เรื่องเพศ รายการเพื่อการศึกษา (Education programs) เยาวชนจะได้เรียนรู้ และรับข้อมูลข่าวสารโดยตรงในเรื่องราวต่างๆ ได้อย่างชัดเจนและครบถ้วน สามารถจดจำ บันทึก พร้อมกับกรอภาพเรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ได้อย่างเสมอภาค รายการสารคดี (Feature) เป็นรายการที่เป็นที่นิยมทั้งวัยรุ่นและผู้ใหญ่และเป็นรายการที่เยาวชนจะได้รับความรู้ ข่าวสารที่เข้าถึงได้ง่ายและมีความสนุกสนานในการเรียนรู้

ฮิวเฟิเวอร์มันน์ (Heuvelman 1989 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลของรูปแบบรายการโทรทัศน์ เพื่อการศึกษาที่มีต่อความรู้ความเข้าใจของผู้ชม จุดเริ่มต้นของการวิจัยเรื่องนี้อยู่ที่ปัญหาการผลิต รายการของสถาบันการกระจายเสียงและแพร่ภาพเพื่อการศึกษาของชาวดัชท์ โดยเฉพาะในการเสนอ เรื่องที่เป็นนามธรรม ผลการศึกษาพบว่าความสัมพันธ์ของเสียงและภาพมีความสำคัญต่อการเกิด ความรู้ ความเข้าใจของผู้ชม จะต้องทำให้ผู้ชมสามารถเชื่อมโยงภาพที่เสนอกับเสียงบรรยายได้ สอดคล้องกันสำหรับการสอน ไม่มีเวลาเตรียมสื่อที่จะสอนและครูส่วนใหญ่ที่ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ ครูผู้หญิงที่มีประสบการณ์การสอนไม่ถึง 10 ปี สื่อที่ใช้กันมาก ได้แก่ ภาพยนตร์ 16 มิลลิเมตร ฟิล์มสตริป สไลด์ เทปคาสเซต และเครื่องเล่นแผ่นเสียง สรุปโดยทั่วไปครูส่วนใหญ่เห็นความสำคัญ ของสื่ออิเล็กทรอนิกส์และมีความเห็นว่าควรใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเรียนการสอนในชั้นเรียน

คอมเปซี (Compesi 1980 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องผู้ชมรายการโทรทัศน์ภาคกลางวันโดย วิธีการจัดกลุ่มของความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ชมทั้งหมด 52 รายการ เพื่อจัดให้ได้เป็น 7 กลุ่ม ผล การศึกษาพบว่าผู้ชมรายการโทรทัศน์จะชมเพื่อการพักผ่อนหรือหลีกเลี่ยงปัญหาและลดความตึง เครียดในด้านต่างๆ เช่น รายการบันเทิง เป็นต้น ผู้ชมรายการโทรทัศน์จะชมเพื่อช่วยแก้ไขชีวิต หรือใช้เป็นแหล่งอ้างอิงที่เป็นบุคคลหรือสะท้อนความเป็นจริงในสังคมตามลำดับความพึงพอใจที่ได้รับ จากผู้ชมรายการต่างๆ

จากการรวบรวมงานวิจัยในต่างประเทศพบว่าสอดคล้องกับการศึกษาการนำเสนอรูปแบบ รายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชนในด้านรูปแบบรายการที่ต้องคำนึงถึงความ ต้องการของผู้รับชม ทั้งด้านเนื้อหาและวิธีการนำเสนอเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็น เยาวชน ภาพและเสียงที่สอดคล้องกันนับว่ามีบทบาทสำคัญอันจะทำให้เนื้อหาที่ต้องการสื่อสารไปยัง ผู้รับชมบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาสภาพความต้องการและรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน มีลักษณะการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) โดยมีวิธีการดำเนินวิจัยและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินวิจัย
3. การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. วิธีดำเนินการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่องการนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพที่เหมาะสมสำหรับเยาวชน มีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

##### 1. ประชากร ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1.1 ประชากรที่ใช้เพื่อศึกษาความคิดเห็นและสำรวจสภาพความต้องการรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน ได้แก่ เยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15- 24 ปี จำนวน 300 คน

#### 2. กลุ่มตัวอย่าง

##### 2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เพื่อศึกษาความคิดเห็นและสำรวจสภาพความต้องการ

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาสภาพความคิดเห็นต่อสภาพปัจจุบันของรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ และความต้องการ โดยมีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี จำนวน 169 คน โดยการเปิดตารางของ Krejcie and Morgan (อ้างถึงใน ธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ 2555) โดยเคยรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพจำนวน 125 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาความคิดเห็นในประเด็นการนำเสนอ รูปแบบ และเนื้อหารายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purpose Sampling) โดยแบ่งผู้เชี่ยวชาญเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

2.2.1 ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์หรือวิทยุกระจายเสียงที่มีเนื้อหา ด้านสุขภาพ จำนวน 5 คน

2.2.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาหรือโทรทัศน์การศึกษา จำนวน 5 คน

2.2.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารสุขภาพ, สาธารณสุข, วิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 5 คน

2.3 กลุ่มตัวอย่างเพื่อรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purpose Sampling) โดยแบ่งผู้ทรงคุณวุฒิเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

2.3.1 ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้ผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์หรือวิทยุกระจายเสียงที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ จำนวน 3 คน

2.3.2 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านเทคโนโลยีการศึกษาหรือโทรทัศน์การศึกษา จำนวน 3 คน

2.3.3 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสื่อสารสุขภาพ, สาธารณสุข, วิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 3 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

2.1 แบบสอบถามความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน (Questionnaire) โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Closed - end form) และ การสอบถามแบบปลายเปิด (Open - end form)

2.2 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

2.3 แบบรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน เป็นแบบประเมินเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์

## 3. การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบสอบถามความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน (Questionnaire)

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามนี้เพื่อวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ในการสอบถามความต้องการและข้อเสนอแนะกลุ่มเยาวชนที่เป็นนักเรียนตั้งแต่ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น - มัธยมศึกษาตอนปลาย นักศึกษาระดับอุดมศึกษา และนักศึกษาระดับอาชีวศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน โดยมีขั้นตอนการสร้าง ดังนี้

3.1.1 ศึกษารวบรวมข้อมูลเรื่องการผลิตรายการโทรทัศน์ แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ จากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างเป็นเครื่องมือในการวิจัย

3.1.2 นำทฤษฎีและข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาสร้างแบบสอบถามความต้องการรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน โดยศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารตำราที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างประเด็นสอบถามข้อมูลจากเยาวชนที่เป็นนักเรียนตั้งแต่ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น - มัธยมศึกษาตอนปลาย นักศึกษาระดับอุดมศึกษา และนักศึกษาระดับอาชีวศึกษา ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ ระดับชั้นการศึกษา วิชาเอก อายุ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed Form)

ตอนที่ 2 ความต้องการเกี่ยวกับเนื้อหารายการโทรทัศน์ การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์ มีลักษณะเป็นแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) , รวมทั้งปลายเปิดเพื่อให้ นักศึกษาได้ให้ข้อเสนอแนะอื่นๆ หรือข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

3.1.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการโทรทัศน์การศึกษาจำนวน 1 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารสุขภาพหรือบุคลากรด้านการสาธารณสุขหรือครู/อาจารย์ ด้านสุศึกษา จำนวน 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 1 ท่าน ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขโดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา ดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องของข้อคำถาม

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องของข้อคำถาม

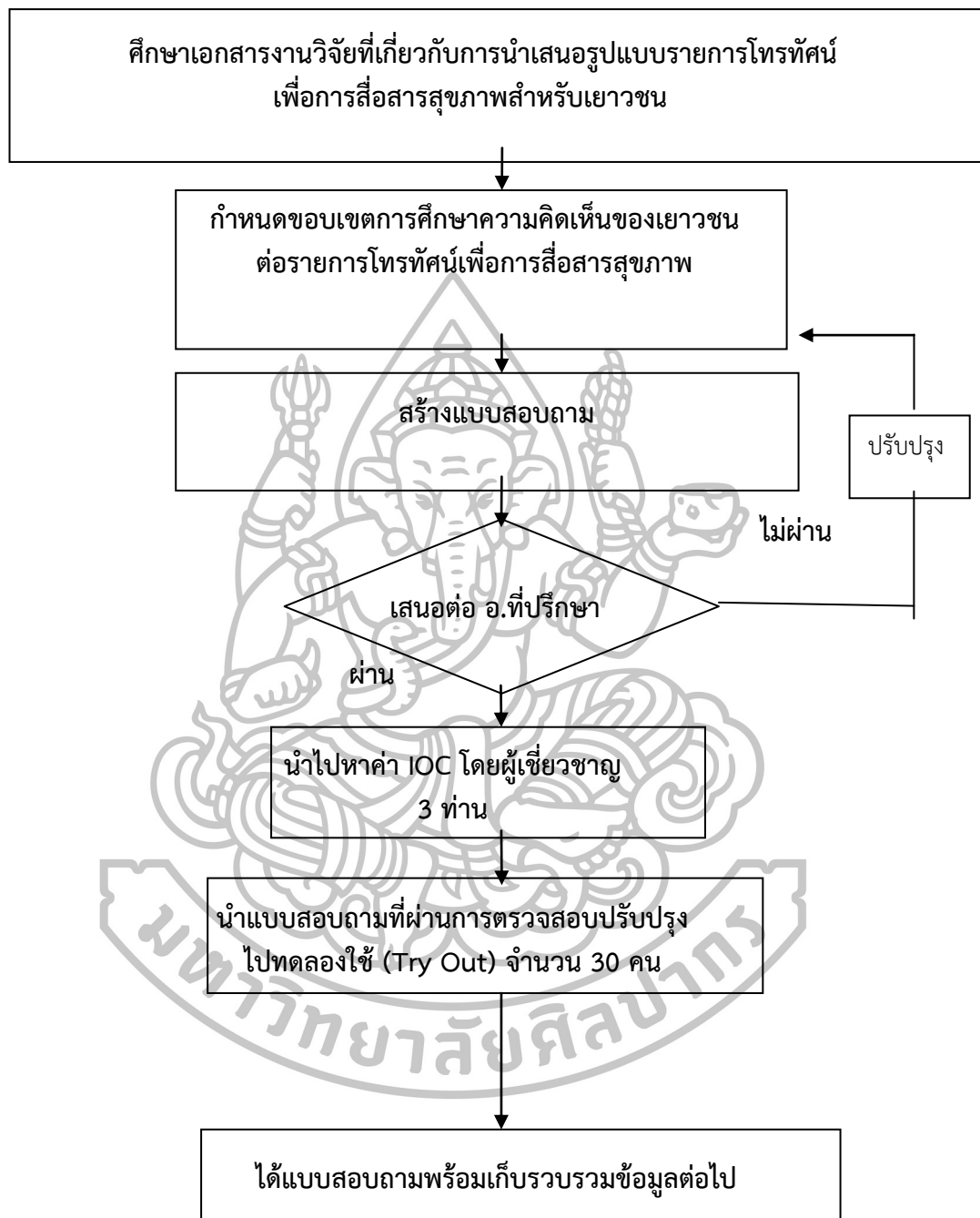
-1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องของข้อคำถาม

การตัดสินพิจารณาจากคะแนนดัชนีความสอดคล้องค่า IOC มีค่าเท่ากับ 1.00 ถือว่าข้อคำถามนั้นตรงกับวัตถุประสงค์

3.1.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักศึกษาจำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น และได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.94

3.1.5 นำแบบสอบถามที่สร้างไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย ดังแสดงไว้ในแผนภูมิแสดงขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพและเครื่องมือ





แผนภูมิที่ 1: แสดงขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามสำหรับเยาวชน

### 3.2 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

การสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผู้วิจัยตั้งประเด็นคำถามสอดคล้องกับแบบสอบถามความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญต่อรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน ว่าควรเป็นไปในแนวทางใดและควรมีรูปแบบใดจึงมีความเหมาะสมที่สุด

แบบสัมภาษณ์การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน มีขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ดังนี้

1. ผู้วิจัยศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชนและข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความต้องการของผู้ชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

2. สร้างแบบสัมภาษณ์ฉบับร่าง โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ถูกสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา วิธีการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

3. นำแบบสัมภาษณ์ฉบับร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบเนื้อหาตลอดจนความเหมาะสมของแบบสัมภาษณ์ จากนั้นทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะและนำไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง

4. นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแล้วแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน จำแนกเป็น

- ผู้ปฏิบัติงานด้านรายการวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ 3 ท่าน

- นักวิชาการด้านเทคโนโลยีการศึกษาหรือโทรทัศน์การศึกษา 3 ท่าน

- นักวิชาการด้านสาธารณสุข, การสื่อสารสุขภาพ, วิทยาศาสตร์สุขภาพ 3 ท่าน

เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของข้อคำถามและหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC : Index for Item Objective Congruence) (Conbach 1974 : 161) โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน คือ

ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามตรงตามวัตถุประสงค์ +1

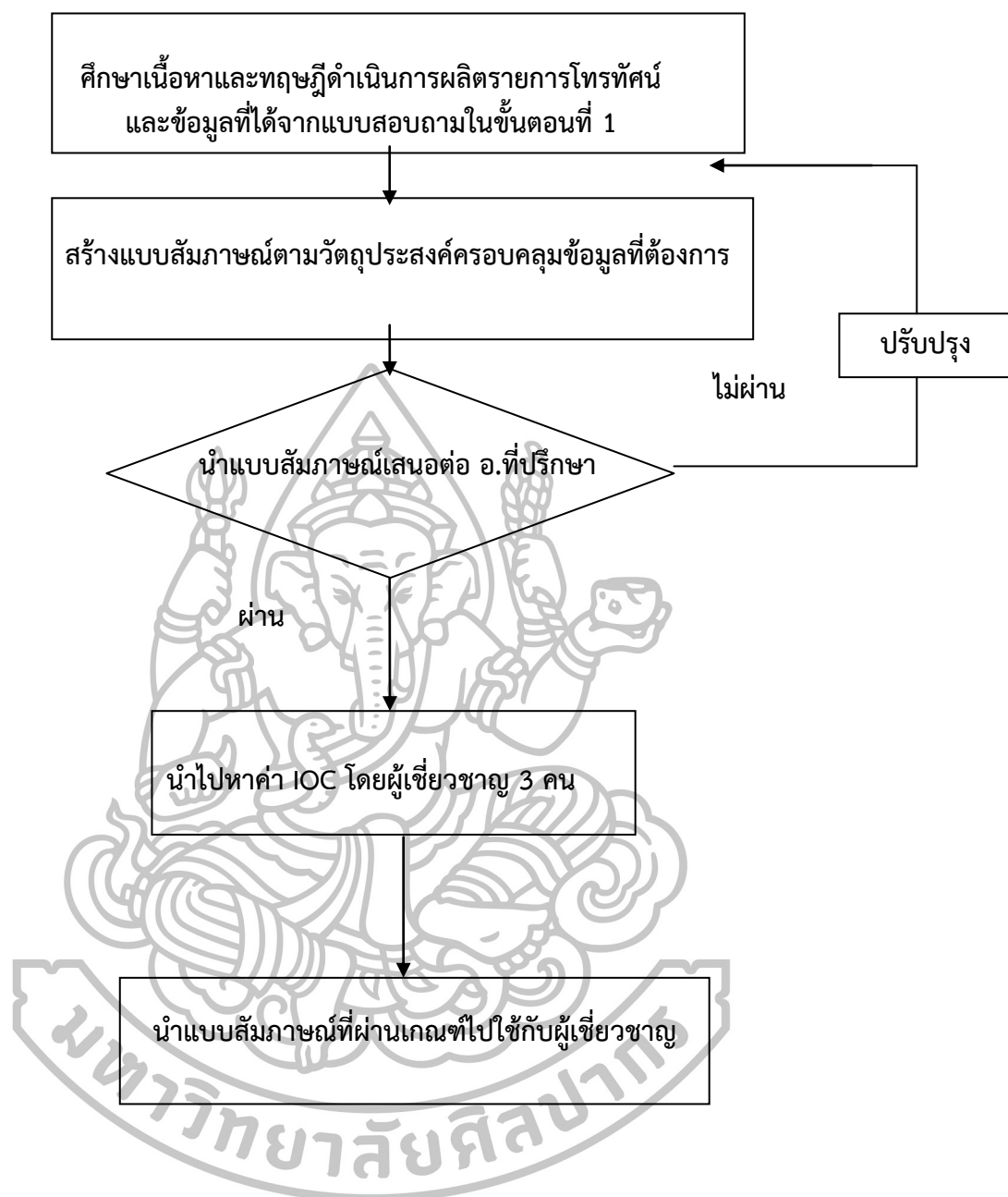
ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามตรงตามวัตถุประสงค์ให้ตอบ 0

ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ให้ตอบ 1

การตัดสินใจพิจารณาจากคะแนนดัชนีความสอดคล้องค่า IOC มีค่าเท่ากับ 1.0 ถือว่าข้อคำถามนั้นตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

5. นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย





แผนภูมิที่ 2 :แสดงขั้นตอนการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อศึกษาความคิดเห็นของ  
ผู้เชี่ยวชาญ

### 3.3 แบบประเมินรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

การสร้างแบบประเมินรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน มีกระบวนการพัฒนาตามขั้นตอนต่อไปนี้

2.3.1 ร่างรูปแบบการประเมินรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน โดยการนำข้อมูลจากการสอบถามความต้องการจากกลุ่มเยาวชน และการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อเป็นแนวทางในการนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน (ฉบับร่าง) ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ตอน โดยมีรายละเอียดในการร่างรูปแบบการประเมินดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ประเมิน ได้แก่ ชื่อ – นามสกุล อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ ความรับผิดชอบในงาน ประสบการณ์ด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ ,เทคโนโลยีการศึกษาหรือโทรทัศน์การศึกษา หรือประสบการณ์ด้านงานสาธารณสุข มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นของการนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ โดยใช้แบบประเมินแบบมาตราส่วน (Rating Scale) 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert' Five Rating Scale) โดยมีรายละเอียดในการดำเนินการ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายไว้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

ทั้งนี้ แบบประเมินรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน จะต้องผ่านเกณฑ์ค่าเฉลี่ยเท่ากับหรือมากกว่า 3.50 ซึ่งอยู่ในระดับมาก จึงสามารถรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชนได้

ตอนที่ 3 รูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน มีความเหมาะสมในระดับใด และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน โดยใช้แบบประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีรายละเอียดในการดำเนินการดังนี้

- ระดับ 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- ระดับ 4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก
- ระดับ 3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง
- ระดับ 2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย
- ระดับ 1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายไว้ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

โดยแบบประเมินการรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน จะต้องผ่านเกณฑ์ค่าเฉลี่ยเท่ากับหรือมากกว่า 3.50 ซึ่งอยู่ในระดับมาก จึงสามารถรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชนได้

2.3.2 นำแบบประเมินการรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการโทรทัศน์ การศึกษาจำนวน 1 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารสุขภาพหรือบุคลากรด้านการสาธารณสุขหรือครู/อาจารย์ ด้านสุขศึกษา จำนวน 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญทางด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 1 ท่าน ทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขโดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา ดังนี้

- + 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องใช้เป็นประเด็นในการประเมินรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน
- 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องใช้เป็นประเด็นในการประเมินรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน
- 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องใช้เป็นประเด็นในการประเมินรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน



แผนภูมิที่ 3 : แสดงขั้นตอนการสร้างแบบประเมินรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

#### 4. วิธีดำเนินการวิจัยและเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

**ระยะที่ 1** การศึกษาความคิดเห็นและสภาพความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

ผู้วิจัยขอหนังสืออนุญาตจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร พร้อมทั้งขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลกับเยาวชนที่เป็นนักเรียนตั้งแต่ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น – มัธยมศึกษาตอนปลาย นักศึกษาระดับอุดมศึกษา และนักศึกษาระดับอาชีวศึกษา โดยส่งแบบสอบถาม พร้อมกำหนดวันเวลา ในการส่งแบบสอบถามคืนโดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง

**ระยะที่ 2** สร้างรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

1. นำข้อมูลผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถาม ประเด็นความต้องการ พร้อมข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญด้านโทรทัศน์การศึกษา, การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และบุคลากรด้านการสาธารณสุข ตลอดจนทฤษฎีการผลิตรายการโทรทัศน์ แนวคิดด้านการสื่อสารสุขภาพ

2. ร่างรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชนตามแนวทางการพัฒนารูปแบบและกระบวนการนำเสนอรายการโทรทัศน์

3. นำเสนอร่างรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชนต่ออาจารย์ที่ปรึกษา พร้อมขอคำแนะนำการปรับปรุงแก้ไข

**ระยะที่ 3** การรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

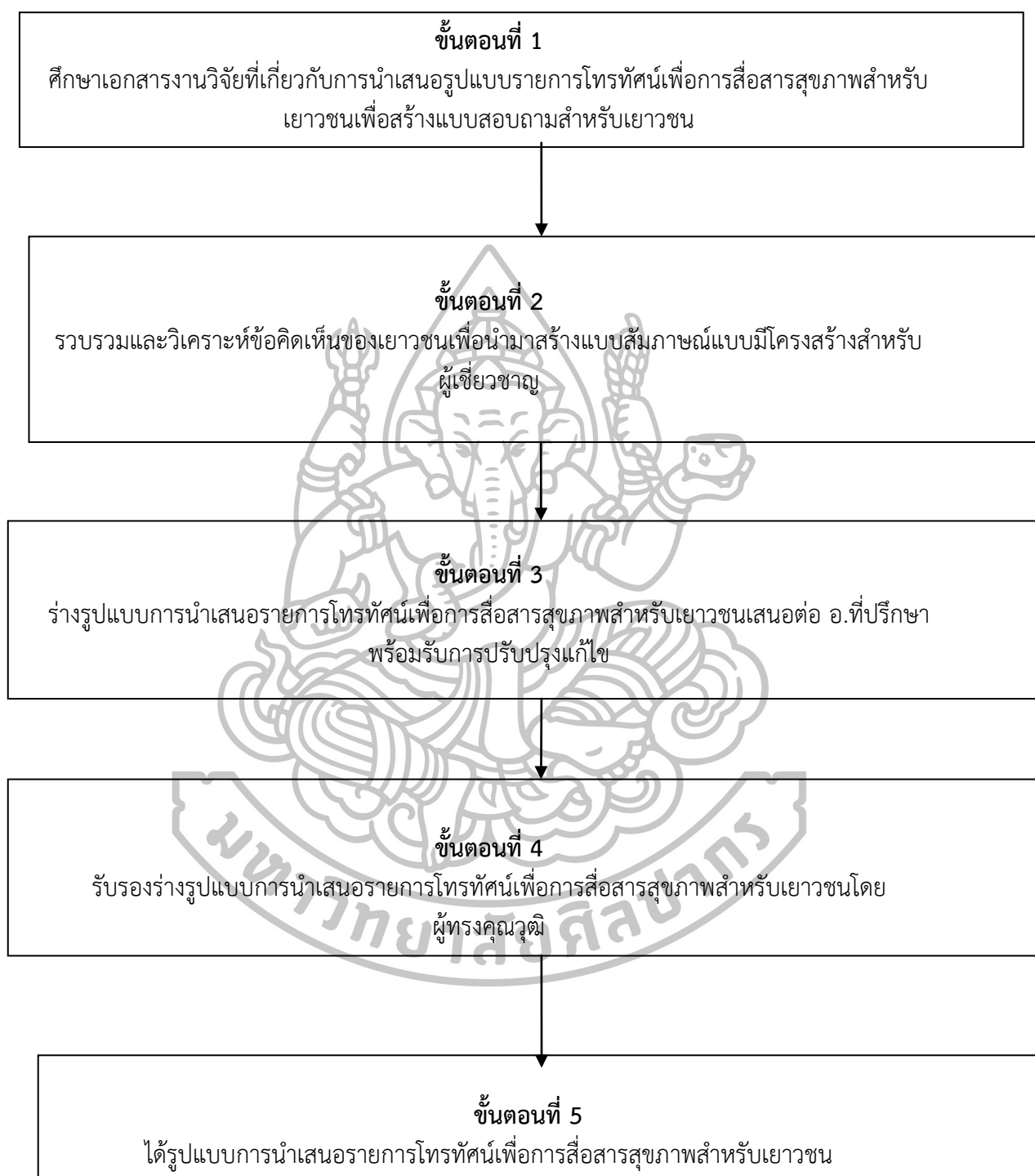
ผู้วิจัยนำแบบรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 ท่าน ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิด้านเทคโนโลยีการศึกษาหรือโทรทัศน์การศึกษา, การผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง, ผู้เชี่ยวชาญด้านการการสาธารณสุขและสื่อสารสุขภาพ ด้านละ 3 ท่าน ประเมินและรับรองรูปแบบ

1. ทำหนังสือขอเชิญผู้ทรงคุณวุฒิรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

2. นำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน ผู้วิจัยเข้าพบผู้ทรงคุณวุฒิพร้อมอธิบายรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชนที่ละขั้นตอนอย่างละเอียด พร้อมทั้งแนบบแบบประเมินรับรองรูปแบบให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน

3. ผู้วิจัยติดตามเก็บแบบประเมินรับรองรูปแบบภายหลังตามระยะเวลาที่กำหนด

4. สรุปผล และข้อเสนอแนะ



แผนภูมิที่ 4 : แสดงขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลและการร่างแบบรับรองรูปแบบรายการ  
โทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

## 5.การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินงานดังนี้

1. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเพื่อศึกษาสภาพความต้องการและความคิดเห็นในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (f) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามการศึกษาสภาพความต้องการและความคิดเห็นในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความต้องการด้านการรับชมรายการโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนอายุ 15 – 24 ปี วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) โดยใช้โปรแกรมคำนวณทางสถิติ แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ความหมายตามเกณฑ์ของลิเคอร์ท (Likert' Five Rating Scale) ดังนี้

4.50 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

3.50 – 4.49 หมายถึง มาก

2.50 – 3.49 หมายถึง ปานกลาง

1.50 – 2.49 หมายถึง น้อย

1.00 – 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

3. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามการศึกษาสภาพความต้องการและความคิดเห็นในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการแจกแจงความถี่และเรียงลำดับความสำคัญจากข้อเสนอแนะที่มีผู้เสนอแนะมากที่สุดไปถึ้น้อยที่สุด

4. การศึกษารูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการโทรทัศน์, ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารสุขภาพหรือบุคลากรด้านการสาธารณสุขหรือด้านสุขภาพศึกษา

5. เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบที่เหมาะสมของรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน ในรูปของตารางและความเรียง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1.การหาค่าความเที่ยงตรง โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยใช้สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of congruence)

R หมายถึง ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยที่ค่า +1 หมายถึง ข้อคำถามสามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน ค่า 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าวัดได้ และ -1 หมายถึง ข้อคำถามไม่สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2.ค่าเฉลี่ย (Mean หรือ  $\bar{x}$ ) ค่าคำนวณที่ได้จากการหาผลรวมของข้อมูล (บุญชม ศรีสะอาด 2543 : 19)

$$\text{สูตร } \bar{x} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ  $\bar{x}$  แทน คะแนนเฉลี่ย

$\sum x$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

$N$  แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม



3. การวัดการกระจาย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) (บุญชม ศรีสะอาด 2543 : 19 )

$$\text{สูตร S.D.} = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{N - 1}}$$

เมื่อ S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\Sigma$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

$X$  แทน คะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคน

$\bar{X}$  แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่ม

$N$  แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด



## บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน การศึกษารั้้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนจำนวน 169 คน และสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ด้าน จาก 1.กลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์หรือวิทยุ ที่มีเนื้อหาด้านการสื่อสารสุขภาพ 2.กลุ่มเทคโนโลยีการศึกษาหรือโทรทัศน์การศึกษา และ 3.กลุ่มนักวิชาการด้านการสื่อสารสุขภาพบุคลากรด้านสาธารณสุขหรือวิทยาศาสตร์สุขภาพ ก่อนดำเนินการรับรองรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลโดยมีรายละเอียดตามขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเยาวชนที่มีต่อความคิดเห็นและสภาพปัจจุบันต่อความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 ด้าน ประกอบด้วย 1.กลุ่มผู้ผลิตรายการโทรทัศน์หรือวิทยุที่มีเนื้อหาด้านการสื่อสารสุขภาพ 2.กลุ่มเทคโนโลยีการศึกษาหรือโทรทัศน์การศึกษา และ 3.กลุ่มนักวิชาการด้านการสื่อสารสุขภาพบุคลากรด้านสาธารณสุขหรือวิทยาศาสตร์สุขภาพ

ตอนที่ 3 ผลการรับรองรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ



**ตอนที่ 1 ผลการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเยาวชนที่มีต่อความคิดเห็นและสภาพปัจจุบันต่อความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ**

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเยาวชนจำนวน 169 คน ที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี โดยได้มาจากการเปิดตารางของ R.V. Krejcie and D.W. Morgan จากขนาดประชากรจำนวน 300 คน โดยเก็บข้อมูลจากนักเรียน และนักศึกษาซึ่งทำกิจกรรมภายในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต แบ่งเป็น

1.1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของรายการโทรทัศน์ด้านสุขภาพ ความ

ต้องการการรับชมและรูปแบบรายการที่เหมาะสม

โดยสรุปการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

**1.1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชน ซึ่งจำแนกตามเพศ

(N=169)

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	89	52.7
หญิง	80	47.3
รวม	169	100

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 และเป็นเพศหญิงจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ  
ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชน ซึ่งจำแนกตามอายุ

(N=169)

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15 – 18 ปี	67	39.6
19 – 22 ปี	67	39.6
23 – 25 ปี	35	20.7
รวม	169	100

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุ 15 – 18 ปี และ 19 – 22 ปี มีจำนวนและร้อยละเท่ากัน คือ 67 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6 และอยู่ในช่วงอายุ 23 – 25 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา  
ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชน ซึ่งจำแนกตามระดับการศึกษา  
(N=169)

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	16	9.5
ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	50	29.6
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	1	6
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส./อนุปริญญา)	9	5.3
ปริญญาตรี	93	55.0
รวม	169	100.

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส./อนุปริญญา)จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และระดับปริญญาตรีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามที่เคยและไม่เคยรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ  
ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชน ซึ่งเคยและไม่เคยรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ

(N=169)

ผลการรับชม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	125	74.0
ไม่เคย	44	26.0

จากตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 เคยรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ และเยาวชนจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ไม่เคยรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามในประเด็นเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนที่รับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ ตามประเภทเนื้อหาการนำเสนอ

(N=169)

เนื้อหารายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แนะนำการออกกำลังกาย	38	30.9
ตอบปัญหาสุขภาพ	23	18.7
แนะนำด้านความงามหรือพัฒนาบุคลิกภาพ	31	25.2
แนะนำด้านการใช้ชีวิตสำหรับวัยรุ่น	31	25.2

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 ต้องการรับชมเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพที่มีเนื้อหาแนะนำการออกกำลังกาย ส่วนเนื้อหาด้านตอบปัญหาสุขภาพพบว่าเยาวชนจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ต้องการรับชมรายการประเภทนี้ นอกจากนี้พบว่าเนื้อหาด้านความงามหรือพัฒนาบุคลิกภาพ และการให้คำแนะนำในการใช้ชีวิตสำหรับวัยรุ่นพบว่าเยาวชนจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ให้ความสำคัญและสนใจเท่ากัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามในเรื่องความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนในเรื่องความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ

(N=169)

ความถี่ในการรับชม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทุกวัน	1	0.8
เกือบทุกวัน	10	8.1
นานๆ ครั้ง	68	54.8
แล้วแต่เวลาที่สะดวก	45	36.8

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 รับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพทุกวัน กลุ่มเยาวชนจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 รับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพเกือบทุกวัน กลุ่มเยาวชนจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 นานๆ ครั้งรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทนี้ และรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทนี้ตามเวลาที่สะดวกจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามในประเด็นเหตุผลในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนในเรื่องเหตุผลในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ

(N=169)

เหตุผลในการรับชม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการติดตามสถานการณ์โรคภัยต่างๆ	16	12.8
ต้องการคำแนะนำเพื่อปรับใช้ในการดูแลสุขภาพ	47	37.6
ต้องการแนวทางในการพัฒนาบุคลิกภาพของตัวเอง	48	38.4
ต้องการแนวทางในการออกกำลังกายที่ถูกต้อง	14	11.2

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ให้เหตุผลในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพเพราะต้องการติดตามสถานการณ์โรคภัยต่างๆ กลุ่มเยาวชนจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 ให้เหตุผลในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหา

เกี่ยวกับสุขภาพเพราะต้องการคำแนะนำเพื่อปรับใช้ในการดูแลสุขภาพ กลุ่มเยาวชนจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 38.4 ให้เหตุผลในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพเพราะต้องการแนวทางในการพัฒนาบุคลิกภาพของตนเอง กลุ่มเยาวชนจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ให้เหตุผลในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพเพราะต้องการแนวทางในการออกกำลังกายที่ถูกต้อง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามในประเด็นผู้ให้คำแนะนำในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนในประเด็นผู้ให้คำแนะนำในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ

(N=169)

ผู้ให้คำแนะนำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครู – อาจารย์	10	8.1
พ่อ – แม่	16	13.0
เพื่อน	34	27.6
ศิลปิน ดารา นักร้อง นักกีฬา หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง	63	51.2

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ระบุว่าครู – อาจารย์เป็นผู้ให้คำแนะนำในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ กลุ่มเยาวชนจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ระบุว่าพ่อ – แม่ เป็นผู้ให้คำแนะนำในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ กลุ่มเยาวชนจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 ระบุว่าเพื่อน เป็นผู้ให้คำแนะนำในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ และกลุ่มเยาวชนจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 ระบุว่าศิลปิน ดารา นักร้องนักกีฬา หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นผู้ให้คำแนะนำในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามในประเด็นสถานที่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนในประเด็นสถานที่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ

(N=169)

สถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้าน	107	86.3
โรงเรียน	6	4.8
มหาวิทยาลัย	9	7.3
เว็บไซต์	1	0.8
หอพัก	1	0.8

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มเยาวชนจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 86.3 ระบุว่ารับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพที่บ้าน กลุ่มเยาวชนจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ระบุว่ารับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพที่โรงเรียน กลุ่มเยาวชนจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ระบุว่ารับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพที่มหาวิทยาลัย เยาวชนจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ระบุว่ารับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพจากเว็บไซต์ และรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาสุขภาพที่หอพัก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามในประเด็นการติดตามและรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนในประเด็นการติดตามและรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ

(N=169)

ประเด็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เนื้อหา	52	41.6
พิธีกรดำเนินรายการ	10	8.0
รูปแบบรายการ	50	40.0
เทคนิคการนำเสนอ	13	10.4

จากตารางที่ 10 พบว่ากลุ่มเยาวชนจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 ระบุว่าติดตามประเด็นเนื้อหา กลุ่มเยาวชนจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 ระบุว่าติดตามพิธีกรผู้ดำเนินรายการ กลุ่มเยาวชนจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ระบุว่าติดตามรูปแบบรายการ และกลุ่มเยาวชนจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 ระบุว่าติดตามเทคนิคการนำเสนอ

## 1.2.ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของรายการโทรทัศน์ด้านสุขภาพ,ความต้องการรับชมและรูปแบบรายการที่เหมาะสม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามในประเด็นเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ



ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนในประเด็นเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพที่กลุ่มเยาวชนต้องการ

(N=125) ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เนื้อหารายการ	ความถี่	ร้อยละ	อันดับ
ข้อมูลข่าวสารโรคร้ายไข้เจ็บ	63	50.4	4
ให้คำแนะนำส่งเสริมบุคลิกภาพ	56	44.8	5
ให้ความรู้ด้านอาหารและส่งเสริมการบริโภค	65	52.0	3
ให้คำแนะนำในการดูแลรักษาสุขภาพ	84	67.2	1
ให้คำแนะนำในการใช้ชีวิตสำหรับเยาวชน	44	35.2	7
ให้คำปรึกษาศีลธรรมและจิตใจ	24	19.2	11
ให้คำแนะนำในการออกกำลังกาย	74	59.2	2
ให้ความรู้ด้านกีฬาและนันทนาการ	48	38.4	6
ให้ความรู้ด้านแพทย์ทางเลือก	31	24.8	8
ให้ความรู้ในเรื่องสิทธิ และการรักษาของผู้ป่วย	29	23.2	9
ให้ความรู้ในการจัดการสุขภาพหลังจากเกิดโรคหรืออาการผิดปกติ	28	22.4	10

จากตารางที่ 11 พบว่ากลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 67.2 ระบุว่า มีความต้องการรับชมรายการที่ให้คำแนะนำในการดูแลรักษาสุขภาพมากเป็นอันดับที่ 1 รายการที่ให้คำแนะนำในการออกกำลังกาย กลุ่มเยาวชนระบุว่ามีความต้องการรับชมมากเป็นอันดับที่ 2 จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 รายการที่มีเนื้อหาด้านอาหารและส่งเสริมการบริโภคมีความต้องการรับชมมากเป็นอันดับที่ 3 จาก กลุ่มเยาวชนจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามในประเด็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนในประเด็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพที่กลุ่มเยาวชนต้องการ

(N=125) ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

รูปแบบ	ความถี่	ร้อยละ	อันดับ
รูปแบบสนทนา	70	55.1	2
รูปแบบเกมส์โชว์	48	37.8	3
รูปแบบตอบปัญหา	42	33.1	4
รูปแบบวาไรตี้	89	70.1	1
รูปแบบสารคดี	42	33.1	4

รูปแบบข่าว	25	19.7	5
รูปแบบละคร	24	18.9	6
รูปแบบปกิณกะหรือวาไรตี้	10	7.9	7

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 70.1 มีความต้องการรับชมรูปแบบวาไรตี้มากเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 มีความต้องการรับชมรูปแบบสนทนาากเป็นอันดับที่ 2 รองลงมาจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 มีความต้องการรับชมรูปแบบเกมส์โชว์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามในประเด็นวิธีการนำเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพที่เยาวชนต้องการ ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มเยาวชนในประเด็นวิธีการนำเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ (N=125) ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

วิธีการนำเสนอ	ความถี่	ร้อยละ	อันดับ
ทักษะ ความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพของพิธีกร	57	45.2	2
ทักษะ ความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพของวิทยากร	62	49.2	1
สาริตทตลอด	57	45.2	2
จำลองเหตุการณ์	51	40.5	5
สถานการณ์จริง (reality Show)	44	34.9	7
ละคร	31	24.6	10
สนทนา	53	42.1	4
ตอบปัญหา	49	38.9	6
กราฟิก และภาพประกอบคำบรรยายที่เข้าใจง่าย	49	38.9	6
บรรยายภาพรายการ ฉากในสตูดิโอ และนอกสตูดิโอ	37	29.4	8
แสง สี เสียง	34	27.0	9
เพลงประกอบรายการ	28	22.2	11
ความน่าสนใจของผู้ร่วมรายการ และผู้ปรากฏในรายการ	73	43.19	3

จากตารางที่ 13 พบว่ากลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 43.19 ความน่าสนใจของผู้ร่วมรายการ แขกรับเชิญ หรือศิลปินนักแสดงมีความเหมาะสมมากเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาทักษะความรู้ ความสามารถ บุคลิกภาพของพิธีกร จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 มี

ความเหมาะสมมากเป็นอันดับที่ 2 และอันดับที่ 3 ทักษะ ความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพของพิธีกร มีความเหมาะสมเป็นอันดับที่ 30 จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2

ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมพบว่าผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านการสื่อสารสื่อสารสุขภาพมีความต้องการในประเด็น ดังต่อไปนี้

**เนื้อหารายการ** ต้องเป็นเรื่องที่เข้าใจง่ายใกล้ตัวและตรงความสนใจของกลุ่มเยาวชนทุกเพศ ทุกวัยในขณะนั้น เช่น อาหาร ความงาม ไม่ควรใช้ศัพท์วิชาการมากเกินไป ผู้ดำเนินรายการหรือพิธีกรต้องเตรียมตัวทั้งบุคลิกภาพ วิธีการดำเนินรายการ ข้อมูลที่ถูกต้องน่าเชื่อถือเพื่อดึงดูดผู้ชมซึ่งเป็นกลุ่มเยาวชนที่ชอบง่ายหน่ายเร็ว

**รูปแบบรายการ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการและชอบรายการที่มีรูปแบบรายการไม่น่าเบื่อ อาจเป็นเกมส์โชว์หรือจำลองสถานการณ์ที่น่าสนใจมากขึ้น รวมไปถึงการตอบปัญหาที่สนุกสนานควบคู่ไปกับการเรียนรู้ (Edutainment)

**วิธีการนำเสนอ** ผู้ตอบแบบสอบถามอยากให้ผู้ผลิตรายการให้ความสำคัญกับเรื่องข้อมูลที่ถูกต้องน่าเชื่อถือ รวมไปถึงมีการนำเสนอด้วยภาพเพื่อสื่อสารประเด็นยากๆ ให้เข้าใจง่ายขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เป็นสื่อในการนำเสนอรายการได้มากยิ่งขึ้น

## 2.1 ผลการประเมินรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ 9 คน ที่มีต่อรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

(N = 9)

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1.แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ				
สุขภาวะทางกาย (Physical Well-being)	4.88	0.10	มาก	2
สุขภาวะทางจิต (Mental Well-being)	4.77	0.39	ที่สุด	3
สุขภาวะทางสังคม (Social Well-being)	4.66	0.49	มาก	4
สุขภาวะทางปัญญา (Spiritual Well-being)	4.77	0.32	ที่สุด	3
			มาก	
			ที่สุด	
			มาก	
			ที่สุด	
<b>เฉลี่ย</b>	<b>4.77</b>	<b>0.32</b>	<b>มากที่สุด</b>	

2.ประเด็นการนำเสนอรายการโทรทัศน์ตามแนวคิดการสื่อสารสุขภาพ				
<b>สุขภาวะทางกาย(Physical Well-being)</b> สำหรับเยาวชน ประกอบด้วยรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอการดูแลสุขภาพ สุขภาพร่างกาย,การป้องกันโรค,อาหารการกิน การออกกำลังกาย,กีฬา,อนามัยเจริญพันธุ์,เพศศึกษา	4.33	0.49	มาก	7
<b>สุขภาวะทางจิต (Mental Well-being)</b> สำหรับเยาวชน ประกอบด้วย สุขภาพทางจิต,พัฒนาการทางอารมณ์, การควบคุมทางอารมณ์	4.33	0.45	มาก	7
<b>สุขภาวะทางสังคม (Social Well-being)</b> สำหรับเยาวชน ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างชาย/หญิง,ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน,ความสัมพันธ์ระหว่างคนในครอบครัว, ความสัมพันธ์ระหว่างเยาวชนกับผู้ใหญ่	4.55	0.28	มากที่สุด	5
<b>สุขภาวะทางปัญญา (Spiritual Well-being)</b> สำหรับเยาวชนประกอบด้วย รายการประเภทส่งเสริมคุณธรรม ,จริยธรรม,การยกย่องชมเชยผู้ทำความยินดี,การให้แนวคิดในการเรียนและการดำเนินชีวิต	4.55	0.52	มากที่สุด	5
<b>เฉลี่ย</b>	4.44	0.43	มาก	

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
3.องค์ประกอบการผลิตรายการโทรทัศน์				
<b>3.1 วิเคราะห์ผู้ชมรายการตามช่วงอายุของเยาวชน (ตามเกณฑ์องค์การสหประชาชาติ)</b>				
อายุ 15 – 18 ปี	4.22	1.54	มาก	8
อายุ 18 – 22 ปี	3.88	1.35	มาก	10
อายุ 22 – 25 ปี	3.22	0.25	ปานกลาง	11
<b>3.2 วัตถุประสงค์ของรายการ</b>				
3.2.1 วัตถุประสงค์ทั่วไป ผู้ชมรายการได้รับความรู้, ได้รับทราบข่าวสาร, ได้รับความบันเทิง	4.33	0.99	มาก	7
3.2.2 วัตถุประสงค์เฉพาะ				
3.2.2.1 (ด้านพุทธิพิสัย) ให้ความรู้, ความเข้าใจ, นำไปใช้, วิเคราะห์, สังเคราะห์, ประเมินค่า	4.11	0.85	มาก	9
3.2.2.2 (ด้านจิตพิสัย) ให้ผู้ชมรายการเกิดความตระหนัก เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม	3.88	1.35	มาก	10
3.2.2.3 (ด้านทักษะพิสัย) ให้ผู้ชมรายการสามารถปฏิบัติ ตามหรือกระทำตามได้	4.44	0.77	มากที่สุด	6
<b>3.3 วิธีการนำเสนอรายการ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของรายการ เช่น</b>				
เน้นด้านทักษะพิสัยรูปแบบรายการควรเน้นการปฏิบัติ/ สาธิต	4.77	0.44	มากที่สุด	3
เน้นด้านพุทธิพิสัยรูปแบบรายการควรเน้นเกมส์ถามตอบ ปัญหา	4.33	1.16	มาก	7
เน้นวัตถุประสงค์ทั่วไปรูปแบบรายการควรเป็นแบบวาไรตี้	4.55	0.72	มากที่สุด	5
4.22	2.43	มาก	8	
<b>3.4 เนื้อหารายการ</b>				
ผู้ผลิตรายการต้องจัดเตรียมข้อมูลอย่างถูกต้องแม่นยำ เนื่องจากการนำเสนอรายการสุขภาพข้อมูลต้องมีความ น่าเชื่อถือผ่านเอกสารที่สังเคราะห์แล้ว หรือมีข้อมูลที่ น่าเชื่อถือผ่านการตรวจสอบจากแพทย์, นักวิชาการ ฯลฯ				
<b>เฉลี่ย</b>	<b>4.17</b>	<b>1.07</b>	<b>มาก</b>	

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
<b>3.5 ทรัพยากรเพื่อผลิตรายการ</b>				
3.5.1 พิธีกรและผู้ร่วมรายการเป็นที่รู้จักของกลุ่มเยาวชน	4.66	0.46	มาก	4
3.5.2 พิธีกรและผู้ร่วมรายการเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ	4.88	0.10	ที่สุด	2
(Idol) 3.5.3 พิธีกรและผู้ร่วมรายการต้องมี	5.00	0.00	มาก	1
ทักษะการสื่อสารที่ดีเพื่อให้ผู้ชมรายการมีความเข้าใจ			ที่สุด	
3.5.4 เทคนิคการถ่ายทำเพื่อให้ผู้ชมรายการที่เป็นเยาวชนมีความเข้าใจและเห็นภาพชัดเจน เช่น การใช้ภาพกราฟิกหรืออินโฟกราฟิกประกอบในรายการ, การผลิตตัวอักษรซ้อนบนภาพ (CG Character Generator), (การสร้างภาพเคลื่อนไหว(Computer Animation)การสร้างภาพ 3 มิติ(3D Three-Dimesional) การผลิตภาพโดยระบบสตูดิโอเสมือน(Virtual Studio), การสร้างภาพกราฟิกเสมือนจริง (Immersive graphic) เป็นต้น	4.66	0.24	มาก	4
			ที่สุด	
3.5.5 การถ่ายทำนอกสตูดิโอเพื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหาสาระที่น่าเสนอ เช่น โรงพยาบาลสำหรับรายการประเภทสนทนา, สนามกีฬาสำหรับรายการประเภทกีฬา, ฯลฯ	4.66	0.50		4
<b>3.6.การประเมินรายการ</b>	4.88	0.03	มาก	2
3.6.1 ก่อนการดำเนินการผลิต ประเมินความพร้อมจากการวางแผนการผลิตมีความพร้อมมากน้อยอย่างไร อาทิ งบประมาณและแผนงาน เพื่อนำไปสู่การผลิต หรือเลื่อนการผลิต และปรับแผนให้เหมาะสม	5.00	0	ที่สุด	1
3.6.2 ประเมินระหว่างการดำเนินการผลิต ปฏิบัติตามแผนการผลิต หาสาเหตุ อุปสรรคหรือสิ่งกีดขวางและความเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในระหว่างการผลิตรายการ	4.88	0.10	มาก	2
			ที่สุด	
3.6.3 ประเมินหลังการผลิตรายการเสร็จสิ้น ในประเด็นเนื้อหารายการ,วิธีการนำเสนอ,คุณภาพด้านเทคนิค	4.66	0.99		4
3.6.4 ประเมินหลังการแพร่ภาพ			มาก	
<b>4.รูปแบบรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสมตามความต้องการ (จากการตอบแบบสอบถาม)</b>	5.00	0.00	ที่สุด	1
4.1.รูปแบบรายการวาไรตี้ (Variety Show Program)	4.22	0.43		8
4.2 รูปแบบรายการสนทนา/สัมภาษณ์ (Talk and Interview Program)	4.22	0.93	มาก	8
			ที่สุด	
4.3 รูปแบบรายการเกมส์โชว์ (Games Show Program)			มาก	
			ที่สุด	

			มากที่สุด	
			มากที่สุด	
เฉลี่ย	4.72	0.31	มากที่สุด	

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
ตอนที่ 2 ความเหมาะสมของร่างรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน	3.88	0.45	มาก	1
เฉลี่ย	3.88	0.45	มาก	
ค่าเฉลี่ยรวม	4.62	0.59	มากที่สุด	

จากตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ 9 คน ที่มีต่อรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.62$ , S.D. =0.59) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีลำดับที่ 1 ตรงกัน 3 ประเด็นคือ 1.พิธีกรและผู้ร่วมรายการต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดีเพื่อให้ผู้ชมรายการมีความเข้าใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 5.00$ , S.D. =0.00) 2.ประเมินระหว่างการผลิตดำเนินการผลิต ปฏิบัติตามแผนการผลิต หาสาเหตุอุปสรรคหรือสังเกตและความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในระหว่างการผลิตรายการ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 5.00$ , S.D. =0.00) 3.รูปแบบรายการที่เหมาะสมคืออย่างไร อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 5.00$ , S.D. =0.00) ลำดับที่ 2 ตรงกัน 3 ประเด็นคือ 1. สุขภาวะทางกาย (Physical Well-being) อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.88$ , S.D. =0.10) 2. พิธีกรและผู้ร่วมรายการเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ (Idol) อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.88$ , S.D. =0.10) 3.มีการประเมินก่อนการดำเนินการผลิตเพื่อเตรียมความพร้อมจากการวางแผนการผลิตว่ามีความพร้อมมากน้อยอย่างไร อาทิ งบประมาณและแผนงาน เพื่อนำไปสู่การผลิต หรือเลื่อนการผลิต และปรับแผนให้เหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.88$ , S.D. =0.03) ลำดับที่ 3 ตรงกัน 3 ประเด็นคือ 1.สุขภาวะทางจิต (Mental Well-being) อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.77$ , S.D. =0.39) 2.สุขภาวะทางปัญญา (Spiritual Well-being) อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.77$ , S.D. =0.32) 3.วิธีการนำเสนอรายการด้านทักษะพิธีกรรูปแบบรายการควรเน้นการปฏิบัติ/สาธิต อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.77$ , S.D. =0.44)

## ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเรื่อง “การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน”

การศึกษากำหนดรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ด้าน ประกอบด้วย

1. ผู้เชี่ยวชาญโทรทัศน์การศึกษา/เทคโนโลยีการศึกษา
2. ผู้ผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพหรือรายการเด็ก

และเยาวชน

3. ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสารสุขภาพ /กีฬา/การสาธารณสุข

โดยสรุปประเด็นการสัมภาษณ์ 3 ประเด็น ประกอบด้วย 1.เนื้อหารายการ 2.รูปแบบรายการ

### 3.วิธีการนำเสนอ

ลำดับ	ประเด็นสัมภาษณ์	สรุปการสัมภาษณ์
1	ปัจจุบันรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพควรมีเนื้อหาด้านใด	<p>- เนื้อหารายการควรมีลักษณะที่หลากหลายเพราะพฤติกรรมเยาวชนเส่งง่ายหน่ายเร็ว ควรเน้นกิจกรรมที่กลุ่มเยาวชนสนใจ เช่น กีฬา อาหาร นอกจากนี้ยังพบว่ายังไม่มีรายการใดที่ให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงมีลักษณะเน้นการขายสินค้ามากกว่ามุ่งเน้นการนำเสนอถึงความสวยงามการเสพติดความขาว สวย ใส ศัลยกรรมมากเกินไป เนื้อหาในการนำเสนอรายการควรให้ความสำคัญกับข้อมูลข้อเท็จจริง มีลักษณะเป็นการให้ความรู้ ส่งเสริมและพัฒนาด้านความคิดการใช้ชีวิตในสังคม</p> <p>- ผู้ผลิตรายการควรวิเคราะห์ผู้ชมรายการที่เป็นเยาวชนตามช่วงอายุ โดยแบ่งรายละเอียดได้ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.ช่วงอายุระหว่าง 15-18 ปี (ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น-มัธยมศึกษาตอนปลาย) ควรเน้นเนื้อหาการอยู่ร่วมกับเพศตรงข้าม,สุขภาพทางจิตระหว่างการเรียนรู้</li> <li>2.ระดับอายุ 18 - 22 ปี (ระดับอุดมศึกษา) สอนการใช้ชีวิตการคบเพื่อนต่างเพศ</li> <li>3.ช่วงอายุระหว่าง 23 - 25 ปี (วัยเริ่มทำงาน) โรคภัยที่เกิดจากการทำงาน (Office Syndrome), สุขภาพทางจิตในการทำงาน</li> </ol>
2	เนื้อหารายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพที่เน้นการให้คำแนะนำในการดูแลสุขภาพ	<p>- ควรเน้นการดูแลสุขภาพด้วยตนเอง เช่น ความงาม บุคลิกภาพที่มีข้อมูลที่ถูกต้องเชื่อถือได้ เน้นวิธีการป้องกันโรคลดความเสี่ยงเปลี่ยนแปลง</p>



	สุขภาพ ควรมีลักษณะ	พฤติกรรม การให้คำแนะนำควรมีบุคคลที่เยาวชนให้ความสนใจหรือเป็นที่รู้จัก (Idol) หรือเป็นใครก็ได้ แต่ต้องมีความรู้ในเรื่องนั้นจริง เนื้อหาที่มีลักษณะเป็นคำแนะนำต้องสอดคล้องกับสร้างนำซ่อม (ดูแลก่อนเจ็บป่วย) และหลังเจ็บป่วยควรปฏิบัติอย่างไร ปัญหาที่พบในปัจจุบันคือผู้ดำเนินรายการที่ไม่ได้อยู่ในวงการสาธารณสุขจะมีวิธีการสื่อสารที่อธิบายได้ยากต่อผู้ชม,ไม่ควรนำข้อมูลจาก Internet เนื่องจากเป็นข้อมูลที่อาจขาดการกลั่นกรองความถูกต้อง การผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทนี้ต้องเน้นให้คำแนะนำแต่ไม่ตัดสินใจแทนคนชมรายการหรือชี้แนะแต่ผู้ชมรายการเลือกตัดสินใจเอง
3	เนื้อหารายการที่เน้นการให้คำแนะนำในการออกกำลังกาย ควรมีลักษณะ	- เข้าถึงตลาดและตัวบุคคลที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจได้ เน้นการออกกำลังกายให้ตรงตามวัย, เพศ, อาชีพหรือความสามารถทางร่างกาย ควรแยกให้ออกระหว่างการออกกำลังกาย (Exercises) ที่มีลักษณะให้คำแนะนำในการบริหารหรือกระตุ้นร่างกายอวัยวะบางส่วนและรายการกีฬา (Sports) ที่เน้นให้คำแนะนำการเล่นกีฬาในแต่ละประเภท
4	รูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพที่เหมาะสม สำหรับเยาวชนควรมีรูปแบบ	- ควรมีเพลงประกอบและการใช้กราฟิกที่เหมาะสม ซึ่งเป็นขั้นตอนของกระบวนการสร้างสรรค์รายการ เนื่องจากในวัยนี้พฤติกรรมชมรายการโทรทัศน์ค่อนข้างจะติดตามรายการหรือรับชมนานๆ ยาก

ลำดับ	ประเด็นสัมภาษณ์	สรุปการสัมภาษณ์
4.	รูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสาร สุขภาพที่เหมาะสมสำหรับเยาวชนควรมี รูปแบบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ ควรมีทักษะความรู้ความสามารถ ใส่ใจในรายละเอียดในเรื่องข้อมูลและนำเสนอต่อผู้ชมที่ เป็นเยาวชนอย่างเข้าใจง่าย เช่น บุคลากรทางการแพทย์ที่ อยู่ในกลุ่มวัยเดียวกันกับเยาวชน ควรใช้ภาพประกอบที่ เข้าใจง่ายมีความน่าสนใจเพื่อลดทอนเวลาในการนำเสนอ เช่น การใช้ภาพกราฟิกประกอบ (Graphic) ,Character Generator (CG),Computer Animation</li> <li>- เยาวชนมีลักษณะลักษณะนิสัยสำคัญคือสมาธิสั้น การทำ รายการประเภทนี้ต้องวางรูปแบบรายการที่ไม่ใช้เวลานาน มากเกินไป อย่าให้ยาวในแต่ละตอนต้องกระชับจับใจไม่จุด ดึงดูดตั้งแต่ต้นรายการถึงท้ายรายการสอดคล้องกับรูปแบบ รายการว่าไรต์ซึ่งจะมีความเหมาะสมมากที่สุด หากเป็น รายการเกมส์โชว์ควรเป็นรายการประเภทถามตอบกล่าว โดยสรุปในหนึ่งรายการควรมีทั้งเกมส์โชว์,ถามตอบปัญหา, สนทนา,และการใช้สารคดีแทรกประกอบ</li> <li>- ผู้ผลิตรายการต้องคำนึงอายุของเยาวชนในแต่ละช่วงรวม ไปถึงสภาพแวดล้อมและพฤติกรรมของเยาวชนในเขตเมือง (Urban) และนอกเมือง (rural) ในบางกรณีความต้องการ มีความแตกต่างกัน</li> </ul>
5.	รูปแบบรายการสนทนา สำหรับรายการ โทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ควรมี ลักษณะ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีพิธีกร/ผู้ดำเนินรายการมีข้อมูลและข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง การนำเสนอรายการควรเน้นกิจกรรมควบคู่ไปด้วย เช่น ดำเนินรายการในสตูดิโอและทำกิจกรรมนอกสตูดิโอ บางครั้งเยาวชนที่เป็นผู้ชมรายการยังมีความอดทนต่อการ รับชมรายการประเภทสนทนาค่อนข้างน้อย</li> </ul>
6.	รูปแบบรายการเกมส์โชว์ สำหรับรายการ โทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ควรมี ลักษณะ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้ชมรายการควรมีส่วนร่วมกับรายการทำให้รายการสนุก ขึ้น ปรับวิธีการสื่อสารของพิธีกรที่เป็นแพทย์เนื่องจาก บางครั้งการนำเสนอรายการประเภทเกมส์โชว์อาจทำให้ เข้าใจยากเนื่องจากมีศัพท์ทางการแพทย์เข้ามาเกี่ยวข้อง แต่หากมีการผลิตรายการประเภทเกมส์โชว์ควรเน้น ลักษณะการนำเสนอแบบสืบเสาะ (Investigate) โดยง่าย ต่อการสื่อสาร</li> </ul>

ลำดับ	ประเด็นการสัมภาษณ์	สรุปการสัมภาษณ์
7.	รูปแบบรายการวาไรตี้ สำหรับรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ควรมีลักษณะ	- ผู้ผลิตรายการต้องมีการเตรียมความพร้อมในเรื่องข้อมูล ที่ถูกต้อง พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการต้องเตรียมความพร้อมมา เป็นอย่างดี
8.	ทักษะความรู้ ความสามารถบุคลิกภาพ ของพิธีกร และผู้ร่วมรายการในรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการต้องเตรียมความพร้อมและมีการค้นคว้าข้อมูลในประเด็นที่จะสื่อสาร ส่วนการดำเนินรายการด้วยแพทย์หรือบุคลากรทางการแพทย์บางครั้งผู้ชมรายการอาจมองว่าเหมือนเป็นการบังคับเนื่องจากบุคลิกภาพของแพทย์ซึ่งวิธีการสื่อสารไปยังคนชมอาจเข้าใจยาก,บุคลิกภาพต้องน่าเชื่อถือเพราะมีผลการดี ผู้รับชมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม</li> <li>- พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการต้องเป็นคนที่เยาวชนรู้จัก (Idol) หรือมีอายุใกล้เคียง,ระมัดระวังผู้ปรากฏในรายการที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศเนื่องจากมีผลต่อพฤติกรรม การเลียนแบบ</li> </ul>
9.	การนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ที่เหมาะสมและเข้าใจง่าย สำหรับเยาวชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรมีการใช้ภาพประกอบกราฟิกหรือการใช้เทคนิค อินโฟกราฟิกเข้ามาช่วยในการอธิบายหรือประกอบ รายการจะทำให้รายการมีความน่าสนใจ การนำเสนอ รายการควรดำเนินรายการให้ผู้ชมโดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนมีส่วนร่วมกับการ รายการ, ปัจจุบันผู้ผลิตรายการและ สถานีโทรทัศน์ยังไม่กล้าเสี่ยงอาจเป็นเพราะเวลาในการ นำเสนอ</li> <li>- การดำเนินรายการประเภทเกมส์โชว์ที่เน้นการตอบ ปัญหาควรจบสรุปคำตอบในลักษณะใช่/ไม่ใช่ ไม่ควรยืดเยื้อ</li> <li>- ปัญหาสุขภาพของเยาวชนในปัจจุบันต้องมีการค้นคว้า ข้อมูล (Research) ประเด็นส่วนใหญ่จะเป็นเรื่อง สุขภาพจิตและอาหาร</li> </ul>

10.	ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความรู้เรื่องสุขภาพในปัจจุบันมีส่วนเชื่อมโยงกับปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมหรือสภาพการณ์ทางสังคมในขณะนั้น ภาครัฐ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้ผลิตรายการควรบูรณาการร่วมกันในการส่งเสริมผลักดัน, การนำเสนอรายการประเภทนี้ควรนำเสนอในหลายรูปแบบที่ตรงใจกลุ่มเยาวชน เช่น การผลิตรายการประเภท Sit-Com (Situation Comedy) เพื่อสร้างความตระหนัก (Awareness) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเยาวชนให้มีความสุขทั้งกาย ใจ สังคม และจิตวิญญาณ สอดคล้องกับหลักการสื่อสารสุขภาพ</li> <li>- รายการต้องสั้น กระชับ เข้าใจง่าย ไม่น่าเบื่อ</li> </ul>
-----	---------------------------	--

### ตอนที่ 3 รูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ

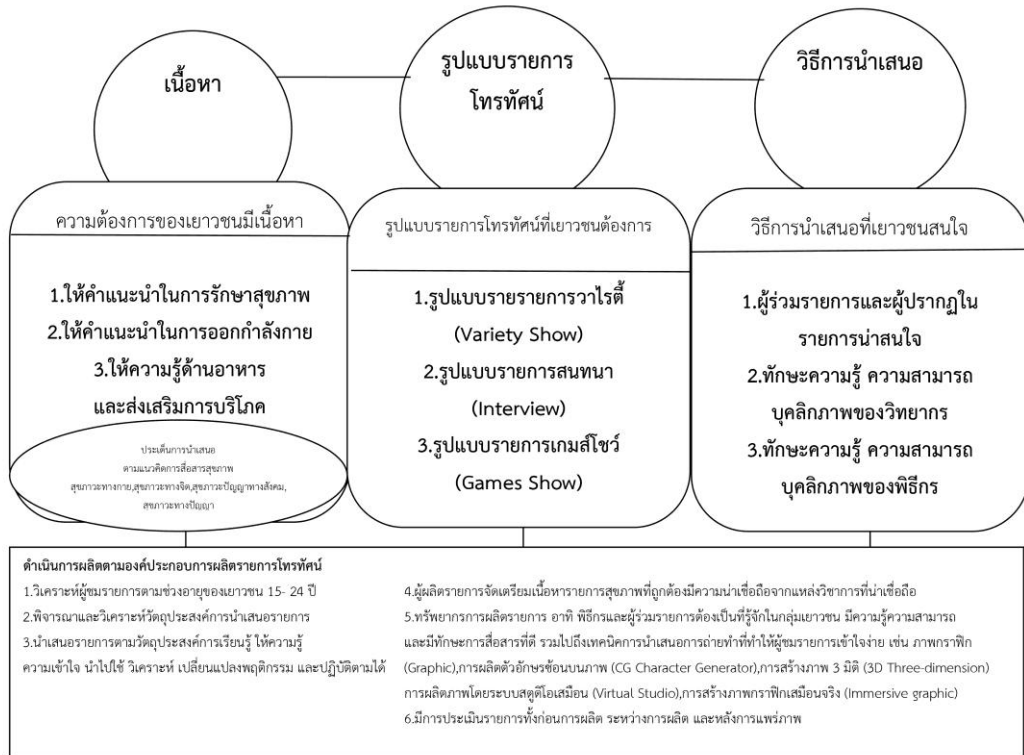
“การศึกษาสภาพความต้องการและรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน” ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายสรุปในประเด็นต่างๆ ประกอบด้วย

เนื้อหารายการ เยาวชนมีความต้องการเนื้อหารายการประเภทให้คำแนะนำในการรักษาสุขภาพมากเป็นอันดับที่ 1 โดยคำนึงถึงช่วงอายุที่เหมาะสม เช่น ช่วงอายุระหว่าง 15 – 18 ปี ที่มีความต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับการให้คำแนะนำในเรื่องการศึกษา การอยู่ร่วมกันระหว่างชายหญิง รองลงมาเป็นประเด็นการให้คำแนะนำการออกกำลังกายดูแลรักษาสุขภาพตนเอง ส่วนอันดับสุดท้ายคือรายการที่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร เน้นการป้องกันโรค และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยยึดหลักตามกรอบแนวคิดการสื่อสารสุขภาพ ประกอบด้วยสุขภาวะทางจิต สุขภาวะทางสังคม สุขภาวะทางปัญญา และสุขภาวะทางกาย

รูปแบบรายการ เยาวชนมีความต้องการรายการที่มีความหลากหลายในการนำเสนอ มีทั้งการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริงอย่างไม่น่าเบื่อ หากเป็นรายการที่เน้นการพูดคุยอย่างเดียวยังจะทำให้ที่น่าเบื่อซึ่งรายการประเภทว่าไรดีจะมีความเหมาะสมมากที่สุดซึ่งนำเสนอได้ทั้งเกมส์โชว์ ตอบคำถาม สนทนา ได้ในรายการเดียวกัน

วิธีการนำเสนอรายการ ผู้ที่ปรากฏตัวในรายการทั้งผู้ดำเนินรายการ และแขกรับเชิญต้องเป็นที่รู้จักหรือเป็นที่น่าสนใจสำหรับเยาวชน มีข้อมูลที่ต้องถูกต้องเชื่อถือได้โดยมีการหาข้อมูลจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ นอกจากนี้ควรมีการใช้ภาพกราฟิกหรือเทคนิคการนำเสนอแบบอินโฟกราฟิกเพื่อทำให้ข้อมูลนั้นเข้าใจง่าย น่าสนใจ

แผนภาพที่ 1: รูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อสำรวจและศึกษาสภาพความต้องการเยาวชนในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ
2. เพื่อศึกษารูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือกลุ่มเยาวชนที่มีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี ที่ดำเนินกิจกรรมภายใต้กลุ่มชมรมต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต และนักเรียน นักศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น - ระดับอาชีวศึกษาจำนวน 169 คน โดยได้มาจากการเปิดตารางของ Krejcie and Morgan (อ้างถึงในธีรศักดิ์ อุ๋นอารมณเลิศ, 2555) จากกลุ่มประชากรจำนวน 300 คน

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก แบ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญสำหรับการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ จำนวน 15 คน จาก 3 ด้าน คือ

1. ผู้ปฏิบัติงานหรือมีประสบการณ์ด้านการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
2. นักวิชาการด้านเทคโนโลยีการศึกษาหรือโทรทัศน์การศึกษา
3. นักวิชาการด้านสาธารณสุข, วิทยาศาสตร์สุขภาพ, การสื่อสารสุขภาพ

ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ จำนวน 9 คน จาก 3 ด้าน คือ

1. ผู้ปฏิบัติงานหรือมีประสบการณ์ด้านการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
2. นักวิชาการด้านเทคโนโลยีการศึกษาหรือโทรทัศน์การศึกษา
3. นักวิชาการด้านสาธารณสุข, วิทยาศาสตร์สุขภาพ, การสื่อสารสุขภาพ

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสอบถามสำหรับเยาวชน

2.2 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างสำหรับผู้เชี่ยวชาญ พัฒนาจากแบบสอบถามความต้องการของเยาวชน

2.3 แบบประเมินการรับรองรูปแบบ

## 3. สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัย เรื่องการนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน ดังนี้

**ผลการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเยาวชนที่มีต่อความคิดเห็นและสภาพปัจจุบันต่อความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ พบว่า**

1. กลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 ต้องการรับชมเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับสุขภาพที่มีเนื้อหาด้านแนะนำการออกกำลังกาย ส่วนเนื้อหาด้านตอบปัญหาสุขภาพพบว่าเยาวชนจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ต้องการรับชมรายการประเภทนี้ นอกจากนี้พบว่าเนื้อหาด้านความงามหรือพัฒนาบุคลิกภาพ และการให้คำแนะนำในการใช้ชีวิตสำหรับวัยรุ่นพบว่าเยาวชนจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ให้ความต้องการและสนใจเท่ากัน

2. กลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ให้เหตุผลในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพเพราะต้องการติดตามสถานการณ์โรคภัยต่างๆ กลุ่มเยาวชนจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 ให้เหตุผลในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพเพราะต้องการคำแนะนำเพื่อปรับใช้ในการดูแลสุขภาพ กลุ่มเยาวชนจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 38.4 ให้เหตุผลในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพเพราะต้องการแนวทางในการพัฒนาบุคลิกภาพของตนเอง กลุ่มเยาวชนจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ให้เหตุผลในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพเพราะต้องการแนวทางในการออกกำลังกายที่ถูกต้อง

3. กลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 67.2 ระบุว่า มีความต้องการรับชมรายการที่ให้คำแนะนำในการดูแลสุขภาพมากเป็นอันดับที่ 1 รายการที่ให้คำแนะนำในการออกกำลังกาย กลุ่มเยาวชนระบุว่ามีความต้องการรับชมมากเป็นอันดับที่ 2 จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 รายการที่มีเนื้อหาด้านอาหารและส่งเสริมการบริโภคมีความต้องการรับชมมากเป็นอันดับที่ 3 จาก กลุ่มเยาวชนจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0

4. กลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 70.1 มีความต้องการรับชมรูปแบบวไรตี้มากเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 มีความต้องการรับชมรูปแบบสนทนาเป็นอันดับที่ 2 รองลงมาจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 มีความต้องการรับชมรูปแบบเกมส์โชว์

5. กลุ่มเยาวชนที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 43.19 ความน่าสนใจของผู้ร่วมรายการ แขกรับเชิญ หรือศิลปินนักแสดงมีความเหมาะสมมากเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาทักษะความรู้ ความสามารถ บุคลิกภาพของพิธีกร จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 มีความเหมาะสม

มากเป็นอันดับที่ 2 และอันดับที่ 3 ทักษะ ความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพของพิธีกร มีความเหมาะสมเป็นอันดับที่ 30 จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2

### ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเรื่อง รูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ สำหรับเยาวชน พบว่า

เยาวชนเป็นช่วงอายุที่มีลักษณะนิสัยที่สำคัญ คือ เบื่อง่ายหน่ายเร็ว ดังนั้นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต้องคำนึงถึงพฤติกรรมเหล่านี้เป็นสำคัญ การวางเนื้อหา รูปแบบรายการต้องกระชับ ฉับไว รวมไปถึงเทคนิคการนำเสนอ แต่ต้องไม่ละเลยในประเด็นความถูกต้องของข้อมูล เนื่องจากรายการสุขภาพต้องสร้างความตระหนักและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง นอกจากนี้ผู้ผลิตรายการต้องไม่ยึดเยียดหรือคิดแทนกลุ่มเยาวชนแต่ควรให้เยาวชนมีส่วนร่วมได้แสดงออกอย่างเต็มที่ซึ่งต้องยึดหลักการวิเคราะห์กลุ่มผู้ชมรายการเป็นสำคัญ

ผลการประเมินรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 9 คน พบว่า

ร่างรูปแบบรายการโทรทัศน์มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$ , S.D. =0.45)

พิธีกรและผู้ร่วมรายการต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดีเพื่อให้ผู้ชมรายการมีความเข้าใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 5.00$ , S.D. =0.00)

มีการประเมินระหว่างการดำเนินการผลิต ปฏิบัติตามแผนการผลิต หาสาเหตุ อุปสรรคหรือสังเกตและความเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในระหว่างการผลิตรายการ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 5.00$ , S.D. =0.00)

รูปแบบรายการที่เหมาะสมคือว่าไรดี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 5.00$ , S.D. =0.00)

### 5.อภิปรายผล

“การศึกษาสภาพความต้องการและรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน” ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายสรุปในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1.จากการศึกษาสภาพความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ พบว่า เนื้อหารายการโทรทัศน์ที่เน้นการให้คำแนะนำการออกกำลังกายได้รับความสนใจจากกลุ่มเยาวชน เป็นเนื่องจากในทั้งหญิงและชายในวัยนี้มีพัฒนาการสูงสุด มีความกระตือรือร้น ความสนใจในกิจกรรม โดยเฉพาะประเด็นกีฬาและการออกกำลังกาย เนื่องจากมีผลดีต่อการลดความเครียดและความกังวลต่างๆ ของเยาวชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Hurlock E.B.,1973) ที่ได้ได้แบ่งความสนใจของวัยรุ่น โดยวัยรุ่นจะเลือกกิจกรรมที่ชอบและมีความถนัดมากที่สุดไม่ว่าจะเป็นเกมและกีฬาซึ่งตรงกับ ความสนใจทางสังคม (Social Interests) มีการพบปะพูดคุยระหว่างกลุ่มเพื่อน รองลงมาคือความสนใจส่วนบุคคล (Personal Interests) ที่สนใจในเรื่องความงามหรือการพัฒนาบุคลิกภาพ

2.ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและความต้องการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยรับชมจำนวน 125 คน ระบุว่า เนื้อหารายการที่ให้คำแนะนำ



ในการดูแลรักษาสุขภาพมีความต้องการรับชมมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 จำนวน 84 คน สอดคล้องกับ (ฉวีวรรณ สุขพันธ์ไพฑาราม ,2527) ที่ได้ศึกษาความสนใจของเยาวชนพบว่าเยาวชนมีความสนใจในเรื่องสุขภาพ ได้แก่ การกิน การพักผ่อนนอนหลับ การแต่งกาย การรักษาความสะอาดและโรคภัยไข้เจ็บ

เมื่อพิจารณาในด้านรูปแบบรายการโทรทัศน์พบว่าเยาวชนให้ความสนใจในรูปแบบรายการวาไรตี้ที่มีความหลากหลายมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือรูปแบบรายการสนทนาซึ่งสอดคล้องกับรายงานผลการศึกษาเรื่องสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์เพื่อข่าวสารสุขภาพเพื่อประชาชน (สุภิญญา กลางณรงค์ และคณะ,2548 : 68) ที่ได้ศึกษารูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพโดยพบว่าผู้ผลิตรายการนิยมรูปแบบรายการแบบพูดคนเดียว รองลงมาคือรูปแบบรายการสนทนา และสัมภาษณ์

ด้านวิธีการนำเสนอพบว่าความน่าสนใจของผู้ร่วมรายการและผู้ปรากฏในรายการมีผลต่อการนำเสนอรายการ เพราะบุคลิกนิสัยของเยาวชนมีพฤติกรรมเบื่อง่าย หน่ายเร็ว ผู้ร่วมรายการและผู้ปรากฏในรายการต้องมีความน่าสนใจและเป็นที่รู้จักบ้างในกลุ่มเยาวชนสอดคล้องกับ (จารุวรรณ นิธิไพบูลย์ ,2549) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบรายการเพลงทางโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น พบว่าพิธีกร ต้องใช้ภาษาพูดที่สุภาพ ไม่ก้าวร้าว ต้องสร้างความรู้สึกเป็นกันเองกับผู้ชมที่สำคัญต้องมีความรู้ในสิ่งที่ตนเองพูด เพื่อช่วยให้ผู้ชมรายการโทรทัศน์อยากติดตามรายการนั้นต่อไป นอกจากนี้สอดคล้องกับ (ช่อผกา วิริยานนท์,2538) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องกระบวนการสร้างและรักษาความนิยมของพิธีกรโทรทัศน์ ผลการวิจัยพบว่ากระบวนการสร้างความนิยมของพิธีกรโทรทัศน์ประกอบด้วยบุคลิกภาพส่วนบุคคลและความสามารถเฉพาะบุคคลในด้านการสื่อสารในส่วนของแขกรับเชิญในรายการควรใช้ภาษาในการสื่อสารที่เข้าใจง่าย มีการเตรียมตัวมาอย่างดีและเป็นตัวของตัวเอง มีความเชี่ยวชาญมาก ชื่อเสียงของแขกรับเชิญสำคัญ ในส่วนของผู้ปรากฏในรายการจะต้องมีความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับสอดคล้องกับ (Simonsen ,1999 อ้างถึงใน ภิญญาดา ธิติกุลมาศ) ที่ศึกษาการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่นำเสนอกิจกรรมเชิงสุนทรณะเพื่อส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ โดยเสนอหลักเกณฑ์การพิจารณาบุคคลเพื่อนำเสนอในรายการโทรทัศน์ ดังนี้ 1.มีความแปลกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Singularity) 2. ความพิเศษ (Specialness) 3.ความน่าเชื่อถือ (Credibility) 4.ความเป็นที่นิยม (Popularity)

## 6. ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยนำเสนอได้ข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

1.การผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพต้องได้รับการสนับสนุนที่จริงจังจากภาครัฐ และการให้ความสนใจจากสถานีโทรทัศน์ในด้านเวลาการออกอากาศ

2.การเผยแพร่รายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน สามารถเข้าถึงผู้ชมรายการได้ง่ายขึ้นทั้งยูทิวบ์ (Youtube) โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน หรืออุปกรณ์สมาร์ตโฟนชนิดอื่นๆ ดังนั้นควรคำนึงถึงประสิทธิภาพและคุณสมบัติของช่องทางการเผยแพร่ในแต่ละชนิด การใช้ภาพกราฟิก การเขียน Caption จึงต้องระมัดระวังเพื่อไม่ให้เกิดการผิดพลาด อาทิ ขนาดภาพในการแสดงผล ความคมชัด เป็นต้น

3.สถาบันการศึกษาควรส่งเสริมและสนับสนุนผู้ผลิตที่เป็นนักเรียน นักศึกษา เนื่องจากจะเป็นสิ่งสะท้อนความต้องการของเยาวชนได้เป็นอย่างดี เนื่องจากปัจจุบันโรคภัยไข้เจ็บเริ่มใกล้ตัวกลุ่มเยาวชนมากขึ้น อาทิ การกินอาหารรสเค็มมากขึ้นเนื่องจากปัจจุบันการณรงค์ของภาครัฐมุ่งเน้นในประเด็นการกินหวานทำให้เกิดช่องว่างในรณรงค์, โรคที่เกี่ยวกับสายตาเนื่องจากใช้คอมพิวเตอร์เป็นเวลานานๆ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.ควรมีการศึกษาและวัดประสิทธิภาพการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทนี้กับแต่ละกลุ่มช่วงวัยตั้งแต่ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา อุดมศึกษา ไปจนถึงกลุ่มผู้เริ่มทำงาน

2.ควรมีการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพให้สอดคล้องตามกลุ่มช่วงวัย หรือระดับการศึกษาตั้งแต่ประถมศึกษา มัธยมศึกษา อุดมศึกษา ไปจนถึงกลุ่มผู้เริ่มทำงาน



## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กิติมา สุรสนธิ. **ความรู้ทางการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.
- กาญจนา แก้วเทพ. **สื่อมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรส, 2541.
- กาญจนา แก้วเทพ, และเจียรชัย อิศรเดช. **สื่อพื้นบ้าน ขานรับงานสุขภาพ**. นนทบุรี: โครงการสื่อพื้นบ้านสารสุข, 2549.
- เข็มจิรา ทองสม. “การสื่อสารสุขภาพของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2553.
- คณะกรรมการส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ. **แผนพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พุทธศักราช 2555 – 2559**. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- คัตติยา เพชรชูช่วย. “รูปแบบรายการโทรทัศน์การศึกษาที่เหมาะสมสำหรับเยาวชน”. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาโสตทัศนศึกษา ภาควิชาโสตทัศนศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- จิราภรณ์ สุวรรณวาทกิจ. **แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2547.
- จรรุวรรณ นิธิไพบูลย์. “รูปแบบรายการเพลงทางโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่น”. วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2549.
- ชยพล สุทธิโยธิน. **แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์, และนิคม ทาแดง. “กระบวนการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์”. ใน **เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุโทรทัศน์** (หน่วยที่ 9, หน้า 707-708). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2540.
- ณัฏกฤตย์ ดิษฐวิรุฬห์. “ปฏิบัติการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา”. ใน **เอกสารการสอนชุดวิชาการผลิตรายการโทรทัศน์ขั้นสูง** หน่วยที่ 5 สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 1-40. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2554.
- ฐาตินี เลหาพันธ์. “การศึกษาวิจัยรายการไอทีวีทอล์ก : กระบวนการผลิตรายการและปัจจัยแวดล้อม” วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.
- ดวงดาว พันธุ์พิกุล. “การให้สุขศึกษาตามแนวนโยบายสุขบัญญัติแห่งชาติในรายการสุขภาพทางโทรทัศน์”. วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

- ดวงฤทัย นิลเพ็ชร์. “การศึกษารูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ด้านข่าวเศรษฐกิจ สถาบันวิทยุโทรทัศน์เพื่อเศรษฐกิจและการลงทุนมันนี่ชาแนล”. สารนิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2555.
- ธนาวัฒน์ วายาจุด. “การศึกษารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเพื่อส่งเสริมทักษะการคิดในช่วงเวลาไพรม์ไทม์”. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาโสตทัศนศึกษา ภาควิชาหลักสูตรการสอนและเทคโนโลยีการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- ธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ. **วิธีวิทยาการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2554.
- \_\_\_\_\_ . **เครื่องมือวิจัยทางการศึกษา : การสร้างและพัฒนา**. นครปฐม: ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2551.
- นลินี สมภพเจริญ. **สถานการณ์การสื่อสารสุขภาพ**. วารสารสุขศึกษา 31, 110 (กันยายน – ธันวาคม 2551) : 1-11.
- นิชิโมโต, โยอิจิ. **การผลิตสื่อโทรทัศน์และวีดิทัศน์** (วิภา อุดมฉันท, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- นันทิกร เนียมจันทร์. “รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศึกษาทางไกลตามหลักสูตรการศึกษา นอกโรงเรียนสายสามัญ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น พุทธศักราช 2530”. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2537.
- บุญโรม สุวรรณพาหุ, อรุณญา ตัญยมศิริ, วรณี เกมเกตุ. **สุขภาวะวัยรุ่นนกรอบมโนทัศน์และเครื่องมือประเมิน ทางจิตวิทยา**. วารสารพฤติกรรมศาสตร์ 19, 2 (กรกฎาคม 2556).
- ประเวศ วะสี. **มิติสุขภาพ : กระบวนทัศน์ใหม่ เพื่อสร้างสังคมแห่งสุขภาวะ**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยระบบ สุขภาพ , 2545.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ. **การสื่อสารสุขภาพศักยภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ**. นนทบุรี: ภาพพิมพ์, 2546.
- ปริญานาฏ หงส์จินดา. “การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหารายการสารคดีทางโทรทัศน์เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาโสตทัศนศึกษา ภาควิชาโสตทัศนศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน. “โทรทัศน์กับเด็ก” ใน **.Fact sheet รวบรวมความรู้เกี่ยวกับโทรทัศน์เด็ก**. 1-12. กรุงเทพฯ: สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน, 2547.
- พรสวรรค์ นาคแสง, “การสื่อสารเพื่อสุขภาพทางโทรทัศน์ : ศึกษากรณีรายการ Morning Health Club ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2547.
- ภิรมย์ กมลรัตนกุล และวิโรจน์ เจียมจรัสรังสี. **แนวคิดใหม่เกี่ยวกับ “สุขภาวะ” และ “การสร้างเสริมสุขภาพ”** จุฬาลงกรณ์เวชสาร 50, 5 (พฤษภาคม 2549): 291-300.
- ราชบัณฑิตยสถาน. **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์, 2546.

ลัดดา ประพันธ์พงศ์ชัย. “การวิเคราะห์รายการสุขภาพอนามัยทางโทรศัพท์ที่มีต่อการส่งเสริมสุขภาพ”.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2536.

มัสนิน จงกรรัตน์. “การใช้โทรศัพท์เพื่อการศึกษาผ่านดาวเทียมจากโรงเรียนวังไกลกังวล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์”.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษามหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,2543.

วสันต์ อดิศักดิ์.การผลิตเทปโทรศัพท์เพื่อการศึกษาและฝึกอบรม.กรุงเทพฯ:โอเดียนส์โตร์,2533.

วาสนา จันทร์สว่าง.การสื่อสารสุขภาพ: กลยุทธ์ในงานสุศึกษาและการสร้างเสริมสุขภาพ. กรุงเทพฯ:เจริญดี การพิมพ์,2548.

วิภา อุดมฉันท.ปฏิรูปสื่อเพื่อสังคม: หลักคิดและบทเรียนจากนานาชาติ.กรุงเทพฯ:ไอคอน พรินติ้ง,2549.

ศศิกร ฉันทเศรษฐ์.การจัดและการผลิตรายการโทรศัพท์.ใน เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน (พิมพ์ครั้งที่ 2).นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,2547.

สรราช หนองตรุด. “การนำเสนอรายการโทรศัพท์การศึกษาเรื่องเพศศึกษาสำหรับเยาวชน”. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาโสตทัศนศึกษา ภาควิชาหลักสูตรการสอนและเทคโนโลยีการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2550.

สุทธิ ชัดติยะ,และภัสวดี นิตเกษรสุนทร.ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์รายการโทรศัพท์.

ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรครายการโทรศัพท์.นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,2548.

สุรีย์พร บุญสมภาร. “การศึกษาพฤติกรรมมีส่วนร่วมในรายการโทรศัพท์การศึกษาเชิงโต้ตอบของเยาวชน ในกรุงเทพมหานคร”.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาโสตทัศนศึกษา ภาควิชา หลักสูตรการสอนและเทคโนโลยีการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2551.

สุรัญญา ทองพูล. “การผลิตรายการโทรศัพท์เพื่อการสื่อสารสุขภาพในรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3”.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ,2554.

อนันต์ธนา อังกินันท์. “โทรศัพท์การศึกษาแบบบันเทิง”.วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาโสตทัศนศึกษา ภาควิชาโสตทัศนศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2518.

อรนุช เลิศจรยารักษ์. หลักการเขียนบทโทรศัพท์. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2544.

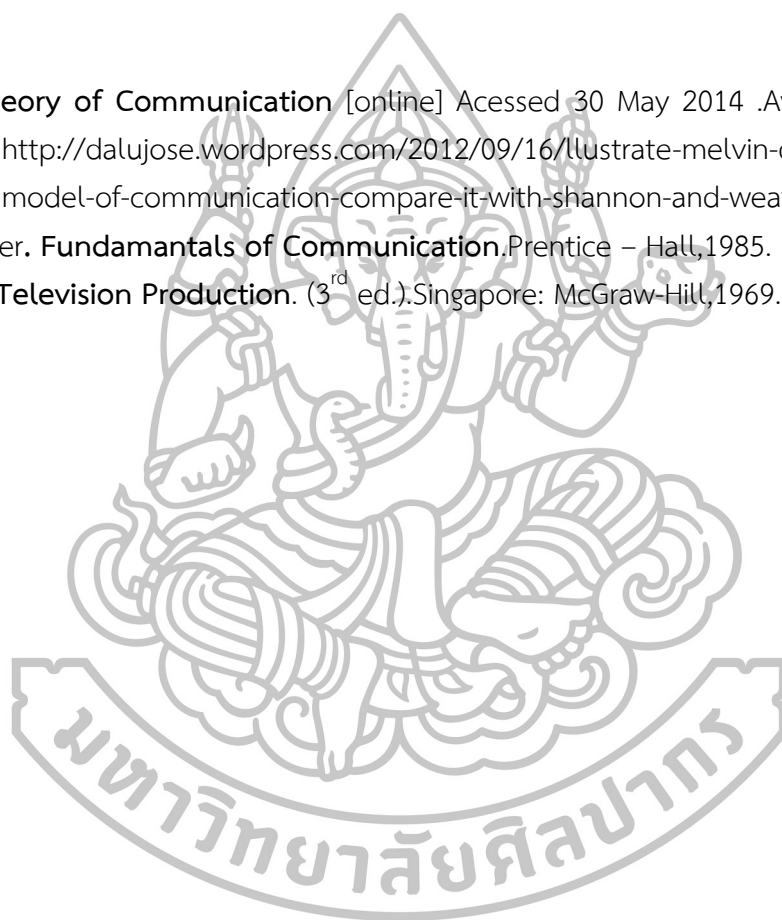
\_\_\_\_\_ .คู่มือการผลิตรายการโทรศัพท์เบื้องต้น.กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน,2527.

อรวรรณ วิจักขณะ. “การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร”วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน

- ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.2533.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ.การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น :สื่อมวลชน วัฒนธรรมและสังคม.  
พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ: โครงการสื่อสันติภาพ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
,2545.
- อำพล จินดาวัฒนะ และคณะ.การสร้างเสริมสุขภาพ: แนวคิด หลักการ และบทเรียนของไทย.  
กรุงเทพฯ:หมอชาวบ้าน,2550.

### ภาษาอังกฤษ

- De Fleur.Theory of Communication [online] Accessed 30 May 2014 .Available from  
<http://dalujose.wordpress.com/2012/09/16/llustrate-melvin-de-fleurs-model-of-communication-compare-it-with-shannon-and-weavers-model/>
- John R.Bittner. Fundamantals of Communication.Prentice – Hall,1985.
- Wurtzel, A. Television Production. (3<sup>rd</sup> ed.).Singapore: McGraw-Hill,1969.





## ภาคผนวก ก

1. ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความถามแบบสอบถาม  
จากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน
2. ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความถามแบบสัมภาษณ์  
จากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน
3. ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบประเมินการรับรอง  
จากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน








ผลการหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแบบสอบถาม  
เรื่อง “การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน”  
ของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน

ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC = $\frac{\sum R}{N}$	ผลการ วิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม						
1.เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ ได้
2. อายุ ( ) 15 -18 ปี ( ) 19 – 22 ปี ( ) 23 – 25 ปี	+1	+1	0	2	$\frac{2}{3}=0.66$	นำไปใช้ ได้
3.ระดับการศึกษา ( ) มัธยมศึกษาตอนต้น ( ) มัธยมศึกษาตอน ปลาย ( ) ประกาศนียบัตร วิชาชีพ ปวช. ( ) ประกาศนียบัตร วิชาชีพชั้นสูง ปวส./ อนุปริญญา ( ) ปริญญาตรี	+1	+1	0	2	$\frac{2}{3}=0.66$	นำไปใช้ ได้

ข้อความถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC = $\frac{\sum R}{N}$	ผลการ วิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
4. ท่านเคยรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพหรือไม่ ( ) เคย ( ) ไม่เคย	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
5. ท่านรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านใดบ้าง ( ) แนะนำการออกกำลังกาย ( ) ตอบปัญหาสุขภาพ ( ) แนะนำด้านความงามหรือบุคลิกภาพ ( ) แนะนำด้านการใช้ชีวิตสำหรับวัยรุ่น	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
6. ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ ( ) ทุกวัน ( ) เกือบทุกวัน ( ) นานๆ ครั้ง ( ) แล้วแต่เวลาที่สะดวก	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้

ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC = $\frac{\sum R}{N}$	ผลการ วิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
7.เหตุผลใดที่ท่านรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ( ) ต้องการติดตามสถานการณ์โรคภัยต่างๆ ( ) ต้องการคำแนะนำเพื่อปรับใช้ในการดูแลสุขภาพ ( ) ต้องการแนวทางในการพัฒนาบุคลิกภาพตัวเอง ( ) ต้องการแนวทางในการออกกำลังกายที่ถูกต้อง	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
8. ท่านติดตามรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพโดยได้รับคำแนะนำจากใคร ( ) ครู- อาจารย์ ( ) พ่อ - แม่ ( ) เพื่อน ( ) ศิลปิน ดารา นักร้อง นักกีฬา บุคคลที่มีชื่อเสียง	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
9.สถานที่ใดที่ท่านรับชมรายการที่มีเนื้อหาด้านการสื่อสารสุขภาพมากที่สุด ( ) บ้าน ( ) โรงเรียน ( ) มหาวิทยาลัย ( ) ทั่วประเทศสถานที่ที่สะดวก	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้

ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC = $\frac{\sum R}{N}$	ผลการวิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
<p>10. ท่านติดตามรายการที่มีเนื้อหา ด้านสุขภาพในประเด็นใดบ้าง</p> <p>( ) เนื้อหา เช่น โรคร้าย การออกกำลังกาย</p> <p>( ) พิธีกรดำเนินรายการ</p> <p>( ) รูปแบบรายการ เช่น สัมภาษณ์ ตอบปัญหา วาไรตี้</p> <p>( ) เทคนิคการนำเสนอ เช่น กราฟิก การถ่ายทำ</p>	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
<p>11. ท่านคิดว่ารายการในรูปแบบมี เนื้อหาเกี่ยวกับสื่อสารสุขภาพด้านใด</p>  <p>( ) ส่งเสริมบุคลิกภาพ อาทิ ความงาม, การดูแลรักษาอนามัยส่วนบุคคล</p> <p>( ) ส่งเสริมการดูแลสุขภาพ</p> <p>( ) แนะนำการดำเนินชีวิตสำหรับเยาวชน</p> <p>( ) ถูกทุกข้อ</p>	0	-1	+1	1	$\frac{1}{3}=0.33$	ใช้ไม่ได้

ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC = $\frac{\sum R}{N}$	ผลการวิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
<p>12. ท่านคิดว่ารายการในรูปภาพมีเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อสารสุขภาพด้านใด</p>  <p>( ) แนะนำการดำเนินชีวิตสำหรับเยาวชน</p> <p>( ) ส่งเสริมบุคลิกภาพ อาทิ ความงาม, การดูแลรักษาอนามัยส่วนบุคคล</p> <p>( ) ด้านข่าวสารโรคภัยไข้เจ็บ</p> <p>( ) ถูกทุกข้อ</p>	0	-1	+1	1	$\frac{1}{3}=0.33$	ใช้ไม่ได้
<p>13. ท่านคิดว่ารายการในรูปภาพมีเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อสารสุขภาพด้านใด</p>  <p>( ) ด้านป้องกันและส่งเสริมการใช้ยาให้เหมาะสมสำหรับผู้บริโภค</p> <p>( ) ด้านข่าวสารโรคภัยไข้เจ็บ</p> <p>( ) ด้านการดูแลสุขภาพ</p> <p>( ) ถูกทุกข้อ</p>	0	-1	+1	1	$\frac{1}{3}=0.33$	ใช้ไม่ได้

ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC $= \frac{\sum R}{N}$	ผลการวิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของรายการโทรทัศน์ด้านสุขภาพ, ความต้องการการรับชม และรูปแบบรายการที่เหมาะสม						
1. เนื้อหารายการ	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
1.1 ด้านข่าวสารโรคภัยไข้เจ็บ	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
1.2 ด้านเสริมบุคลิกภาพ เช่น ความงาม	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
1.3 ด้านอาหารการกิน	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
1.4 ด้านการดูแลสุขภาพ	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
1.5 ด้านการแนะนำการใช้ชีวิตสำหรับเยาวชน	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
1.6 ด้านศีลธรรมและคุณธรรม	+1	0	+1	2	$\frac{2}{3}=0.66$	นำไปใช้ได้
1.7 ด้านการแนะนำการออกกำลังกาย	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
1.8 ด้านการกีฬาและนันทนาการ	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
1.9 ด้านแพทย์ทางเลือก	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
2.0 ด้านสิทธิของผู้ป่วย	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้

ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC $= \frac{\sum R}{N}$	ผลการ วิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
2.การนำเสนอรายการ 2.1 รายการสนทนา	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ ได้
2.2 รายการเกมส์โชว์	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ ได้
2.3 รายการตอบปัญหา	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ ได้
2.4 รายการวาไรตี้	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ ได้
2.5 รายการสารคดี	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ ได้
2.6 รายการข่าว	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ ได้
3.รูปแบบและกระบวนการ นำเสนอรายการ	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ ได้
3.1 เนื้อหามีความถูกต้อง น่าสนใจและน่าเชื่อถือ						
3.2 ภาษาที่ใช้สื่อสารเข้าใจ ง่าย	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ ได้
3.3 ผู้ดำเนินรายการมีความรู้ น่าเชื่อถือและเหมาะสม	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ ได้
3.4 รูปแบบรายการน่า ติดตาม สนุก ไม่น่าเบื่อ	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ ได้
3.5 ช่วงเวลาออกอากาศที่ เหมาะสมกับเยาวชน	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ ได้

ข้อความถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC = $\sum \frac{R}{N}$	ผลการ วิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
3.6 ประเด็นในการนำเสนอมีความน่าสนใจ	+1	+1	+1	3	$=\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ						
1.ท่านพบปัญหาจากการติดตามรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ตามที่ท่านรับชม มีอะไรบ้าง (โปรดระบุ) - เนื้อหาของรายการเกี่ยวกับด้านสุขภาพ	+1	+1	+1	3	$=\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
-การนำเสนอรายการด้านสุขภาพ	+1	+1	+1	3	$=\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
- รูปแบบและวิธีการนำเสนอรายการด้านสุขภาพ	+1	+1	+1	3	$=\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
2.ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพอย่างไรบ้าง	+1	+1	+1	3	$=\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้



ผลการการหาความสอดคล้องระหว่างข้อความแบบสัมภาษณ์  
เรื่อง “การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน”  
ของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน

ข้อความ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC = $\frac{\sum R}{N}$	ผลการ วิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
<b>ตอนที่ 1</b> ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์						
1.ชื่อ - สกุล.....	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
2.ตำแหน่ง.....	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
3.ประสบการณ์การทำงาน ..... ..... .....	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
4.วัน-เวลา ที่ให้สัมภาษณ์ ..... .....	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
<b>ตอนที่ 2</b> กรอบการสัมภาษณ์						
<b>ด้านเนื้อหารายการ</b> 1.ปัจจุบันรายการโทรทัศน์เพื่อการ สื่อสารสุขภาพควรมีเนื้อหาด้าน ใดบ้างสำหรับเยาวชน	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้

ข้อคำถาม	ความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC = $\frac{\sum R}{N}$	ผลการ วิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
2.เนื้อหารายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพที่เน้นการให้คำแนะนำในการดูแลรักษาสุขภาพท่านคิดว่าควรมีลักษณะอย่างไร	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
3.เนื้อหารายการที่เน้นการให้คำแนะนำในการออกกำลังกาย ท่านคิดว่าควรมีลักษณะอย่างไร	0	+1	+1	2	$\frac{2}{3}=0.66$	นำไปใช้ได้
<b>ด้านรูปแบบรายการ</b> 4.รายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพที่เหมาะสมสำหรับเยาวชนควรมีรูปแบบรายการเป็นแบบใด ตามความของท่าน	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
5.รูปแบบรายการสนทนาสำหรับรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ควรมีลักษณะเป็นอย่างไรตามความคิดเห็นของท่าน	+1	-1	+1	1	$\frac{1}{3}=0.33$	นำไปใช้ไม่ได้
6.รูปแบบรายการเกมส์โชว์ สำหรับรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ควรมีลักษณะเป็นอย่างไรตามความคิดเห็นของท่าน	+1	-1	+1	1	$\frac{1}{3}=0.33$	นำไปใช้ไม่ได้

ข้อความถาม	ความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC = $\frac{\sum R}{N}$	ผลการ วิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
7.รูปแบบรายการวาไรตี้ สำหรับรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ควรมีลักษณะเป็นอย่างไรตามความคิดเห็นของท่าน	+1	-1	+1	1	$\frac{1}{3}=0.33$	นำไปใช้ ไม่ได้
<b>ด้านวิธีการนำเสนอ</b> 8.ทักษะความรู้ ความสามารถ บุคลิกภาพของพิธีกร และผู้ร่วมรายการ ในรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ควรเป็นอย่างไรตามความคิดเห็นของท่าน	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ ได้
9.การนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ที่เหมาะสมและเข้าใจง่ายสำหรับเยาวชน ควรเป็นอย่างไร	+1	0	+1	2	$\frac{2}{3}=0.66$	นำไปใช้ ได้
10.ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับวิธีการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน	+1	+1	0	2	$\frac{2}{3}=0.66$	นำไปใช้ ได้

ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบประเมินการรับรอง  
การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน  
ของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน

ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC $= \frac{\sum R}{N}$	ผลการ วิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ข้อที่ 1 แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ สำหรับเยาวชน ประกอบด้วย สุขภาวะทางกาย (Physical Well-being)	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้
สุขภาวะทางจิต (Mental Well-being)	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้
สุขภาวะทางสังคม (Social Well-being)	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้
สุขภาวะทางปัญญา (Spiritual Well-being)	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้
ข้อที่ 2 ประเด็นการนำเสนอ รายการโทรทัศน์ตามแนวคิดการ สื่อสารสุขภาพ สุขภาวะทางกาย (Physical Well-being) สำหรับ เยาวชนประกอบด้วยรายการ โทรทัศน์ที่นำเสนอการดูแลสุขภาพ สุขภาพร่างกาย, การป้องกันโรค, อาหารการกิน, การออกกำลังกาย, กีฬา, อนามัยเจริญพันธุ์, เพศศึกษา	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้
สุขภาวะทางสังคม (Mental Well-being) สำหรับเยาวชนประกอบด้วย	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้

ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC $= \frac{\sum R}{N}$	ผลการวิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ความสัมพันธ์ระหว่างชาย/หญิง, ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน, ความสัมพันธ์ระหว่างคนในครอบครัว, ความสัมพันธ์ระหว่างเยาวชนกับผู้ใหญ่						
<b>สภาวะทางปัญญา (Spiritual Well-being)</b> สำหรับเยาวชนประกอบด้วยรายการประเภทส่งเสริมคุณธรรม, จริยธรรม, การยกย่องชมเชยผู้ทำความดี, การให้แนวคิดในการเรียนการดำเนินชีวิต	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
<b>ข้อที่ 3 องค์ประกอบการผลิตรายการโทรทัศน์</b> <b>3.1 วิเคราะห์ผู้ชมรายการตามช่วงอายุของเยาวชน</b> อายุ 15 -18 ปี มัธยมศึกษาตอนต้น-มัธยมศึกษาตอนปลาย อายุ 18 - 22 ปี ระดับอุดมศึกษา อายุ 22 - 25 ปี เริ่มต้นวัยทำงาน	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
<b>3.2 วัตถุประสงค์ของรายการ</b> 3.2.1 วัตถุประสงค์ทั่วไป ผู้ชมรายการได้รับความรู้, ได้รับข่าวสาร, ได้รับความบันเทิง	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
<b>3.2.2 วัตถุประสงค์เฉพาะ</b> 3.2.2.1 (ด้านพุทธพิสัย) ให้ความรู้, ความเข้าใจ, นำไปใช้, วิเคราะห์, สังเคราะห์, ประเมินค่า	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้

ข้อความ	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC $= \frac{\sum R}{N}$	ผลการวิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
3.2.2.2 (ด้านจิตพิสัย) ให้ผู้ชมรายการเกิดความตระหนักเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
3.2.2.3 (ด้านทักษะพิสัย) ให้ผู้ชมรายการสามารถปฏิบัติตามหรือกระทำตามได้	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
3.3 วิธีการนำเสนอ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของรายการ เช่น เน้นด้านทักษะพิสัยรูปแบบรายการ ควรเน้นการปฏิบัติ/สาธิต	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
เน้นด้านพุทธพิสัยรูปแบบรายการ ควรเน้นเกมส์ถามตอบปัญหา	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
เน้นวัตถุประสงค์ทั่วไปรูปแบบรายการควรเป็นแบบวาไรตี้หรือปกิณกะบันเทิง	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
3.4 เนื้อหารายการ ผู้ผลิตรายการต้องจัดเตรียมข้อมูลอย่างถูกต้องแม่นยำ เนื่องจากการนำเสนอรายการสุขภาพการให้ข้อมูลต้องมีความน่าเชื่อถือผ่านเอกสารที่สังเคราะห์แล้ว (ทฤษฎี) หรือข้อมูลที่ได้จากแหล่งปฐมภูมิ เช่น แพทย์, นักวิชาการ ฯลฯ	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
3.5 ทรัพยากรเพื่อผลิตรายการ	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
3.5.1 พิธีกรและผู้ร่วมรายการเป็นที่รู้จักของกลุ่มเยาวชน	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้

ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC $= \frac{\sum R}{N}$	ผลการวิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
3.5.2 พิธีกรและผู้ร่วมรายการเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ (IDOL),มีความโดดเด่นทั้งรูปร่างหน้าตา,มีบุคลิกภาพดี	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
3.5.4 เทคนิคการถ่ายทำเพื่อให้ผู้ชมรายการที่เป็นเยาวชนมีความเข้าใจและเห็นภาพชัดเจน เช่น การใช้ภาพกราฟิกหรืออินโฟกราฟิกประกอบในรายการ, การผลิตภาพ CG) Character Generator, Computer Graphic,3D (Three-Dimensional Virtual Studio,Immersive Graphic เป็นต้น	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
3.5.5 การถ่ายทำนอกสตูดิโอเพื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหาสาระที่น่าเสนอ เช่น โรงพยาบาลสำหรับรายการประเภทสนทนา,สนามกีฬาสำหรับรายการประเภทกีฬา ฯลฯ	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้
<b>3.6 การประเมินรายการ</b> 3.6.1 ก่อนการดำเนินการผลิตประเมินความพร้อมจากการวางแผนการผลิตมีความพร้อมมากน้อยอย่างไร อาทิ งบประมาณและแผนงานเพื่อนำไปสู่การผลิตหรือเลื่อนการผลิตและปรับแผนให้เหมาะสม	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไปใช้ได้

ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC $= \frac{\sum R}{N}$	ผลการ วิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
3.6.2 ประเมินระหว่างการดำเนินการผลิต ปฏิบัติตามแผนการผลิต หาสาเหตุ อุปสรรคหรือสิ่งเกิดและความเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในระหว่างการผลิตรายการ	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้
3.6.3 ประเมินหลังการแพร่ภาพ	0	+1	+1	2	$\frac{2}{3}=0.66$	นำไป ใช้ได้
<b>ข้อที่ 4 รูปแบบรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสม</b>	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้
4.1 รูปแบบรายการปิกนิกะบันเทิง (Variety Show Program)	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้
4.2 รูปแบบรายการสนทนา/สัมภาษณ์ (Talk and Interview Program)	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้
4.3 รูปแบบรายการเกมส์โชว์ (Games Show Program)	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้
ข้อที่ 5 ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับร่างรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชนหลังจากท่านได้ศึกษารายละเอียดครบถ้วนแล้ว โดยภาพรวมท่านเห็นว่าเป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมในระดับใด	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้
<input type="checkbox"/> ระดับ 5 เป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุด	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้
<input type="checkbox"/> ระดับ 4 เป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีความเหมาะสมมาก	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้
<input type="checkbox"/> ระดับ 3 เป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีความเหมาะสมปานกลาง	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้



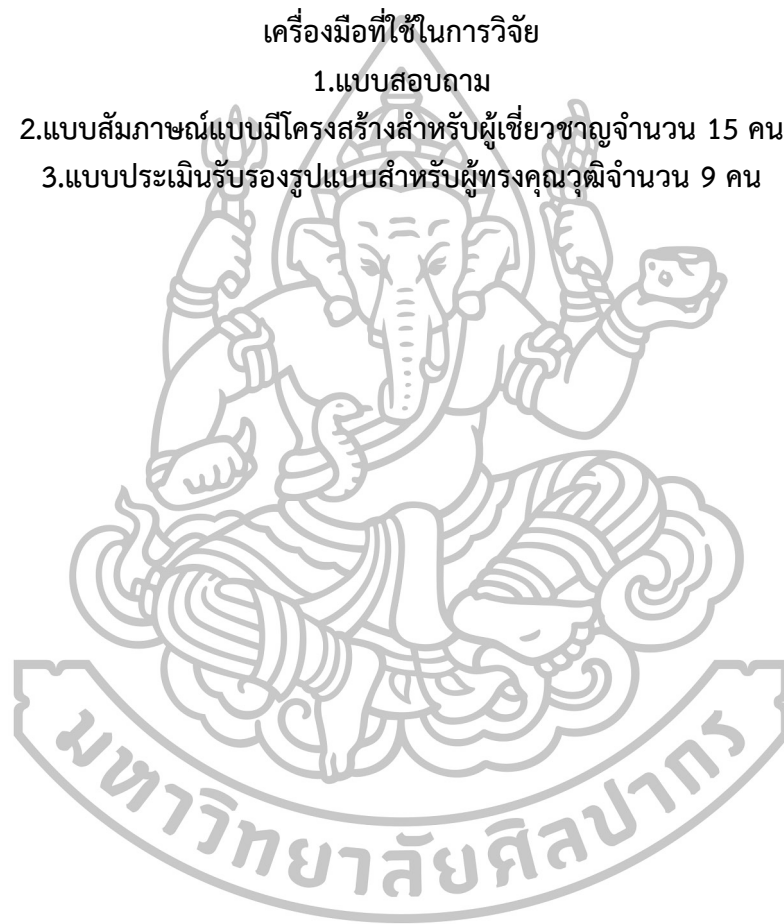
ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ผลรวม $\sum R$	IOC $= \frac{\sum R}{N}$	ผลการ วิเคราะห์
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
<input type="checkbox"/> ระดับ 2 เป็นรูปแบบรายการ โทรทัศน์ที่มีความเหมาะสมน้อย	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้
<input type="checkbox"/> ระดับ 1 เป็นรูปแบบรายการ โทรทัศน์ที่มีความเหมาะสมน้อยที่สุด	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้
ผู้ประเมิน..... ตำแหน่ง..... วัน.....เดือน.....ปี.....	+1	+1	+1	3	$\frac{3}{3}=1$	นำไป ใช้ได้



## ภาคผนวก ข

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 1.แบบสอบถาม
- 2.แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างสำหรับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 15 คน
- 3.แบบประเมินรับรองรูปแบบสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 9 คน



### แบบสอบถาม

เรื่อง : การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

งานวิจัยเรื่อง “การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน” โดยนายสิทธิเดช สิทธิสินทรัพย์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อสำรวจและศึกษาสภาพความต้องการในปัจจุบันของการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพของเยาวชน

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามเรื่อง : การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน ชุดนี้เป็นการวิจัยเพื่อประกอบการศึกษาหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของรายการโทรทัศน์ด้านสุขภาพ ความต้องการการรับชมและรูปแบบรายการที่เหมาะสม

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ

ผู้วิจัยใครขอความอนุเคราะห์ท่านในการตอบแบบสอบถามที่ตรงกับข้อมูลและทัศนคติของท่านซึ่งคำตอบของท่านถือว่าเป็นความลับและจะนำไปประกอบในการวิจัยเท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาให้ข้อมูลในครั้งนี้



**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง
2. อายุ ( ) 15 -18 ปี  
( ) 19 – 22 ปี  
( ) 23 – 25 ปี
3. ระดับการศึกษา  
( ) มัธยมศึกษาตอนต้น  
( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย  
( ) ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปวช.  
( ) ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปวส./อนุปริญญา  
( ) ปริญญาตรี
4. ท่านเคยรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพหรือไม่  
( ) เคย ( ) ไม่เคย
5. ท่านรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านใดบ้าง  
( ) แนะนำการออกกำลังกาย  
( ) ตอบปัญหาสุขภาพ  
( ) แนะนำด้านความงามหรือบุคลิกภาพ  
( ) แนะนำด้านการใช้ชีวิตสำหรับวัยรุ่น
6. ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ  
( ) ทุกวัน  
( ) เกือบทุกวัน  
( ) นานๆ ครั้ง  
( ) แล้วแต่เวลาที่สะดวก
7. เหตุผลใดที่ท่านรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ  
( ) ต้องการติดตามสถานการณ์โรคร้ายต่างๆ  
( ) ต้องการคำแนะนำเพื่อปรับใช้ในการดูแลสุขภาพ  
( ) ต้องการแนวทางในการพัฒนาบุคลิกภาพตัวเอง  
( ) ต้องการแนวทางในการออกกำลังกายที่ถูกต้อง
8. ท่านติดตามรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพโดยได้รับคำแนะนำจากใคร  
( ) ครู- อาจารย์  
( ) พ่อ – แม่  
( ) เพื่อน  
( ) ศิลปิน ดารา นักร้อง นักกีฬา บุคคลที่มีชื่อเสียง
9. สถานที่ใดที่ท่านรับชมรายการที่มีเนื้อหาด้านการสื่อสารสุขภาพมากที่สุด  
( ) บ้าน

- ( ) โรงเรียน
- ( ) มหาวิทยาลัย
- ( ) อื่นๆ.....

10. ท่านติดตามรายการที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพในประเด็นใดบ้าง

- ( ) เนื้อหา เช่น โรคภัย การออกกำลังกาย
- ( ) พิธีกรดำเนินรายการ
- ( ) รูปแบบรายการ เช่น สัมภาษณ์ ตอบปัญหา วาไรตี้
- ( ) เทคนิคการนำเสนอ เช่น กราฟิก การถ่ายทำ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของรายการโทรทัศน์ด้านสุขภาพ,ความต้องการการรับชม และรูปแบบรายการที่เหมาะสม

โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลของท่าน เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

### 1. เนื้อหารายการ

- ( ) 1.1 ด้านข่าวสารโรคภัยไข้เจ็บ
- ( ) 1.2 ให้คำแนะนำส่งเสริมบุคลิกภาพ เช่น ความงาม
- ( ) 1.3 ให้ความรู้ด้านอาหารและส่งเสริมการบริโภค
- ( ) 1.4 ให้คำแนะนำในการดูแลรักษาสุขภาพ
- ( ) 1.5 ให้คำแนะนำในการใช้ชีวิตสำหรับเยาวชน
- ( ) 1.6 ให้คำปรึกษาศีลธรรมและจิตใจ
- ( ) 1.7 ให้คำแนะนำในการออกกำลังกาย
- ( ) 1.8 ให้ความรู้ด้านกีฬาและนันทนาการ
- ( ) 1.9 ให้ความรู้ด้านแพทย์ทางเลือก เช่น แพทย์แผนไทย,การรักษาโรคด้วยสมุนไพร
- ( ) 2.10 ให้ความรู้ในเรื่องสิทธิ และการรักษาของผู้ป่วย
- ( ) 2.11 ให้ความรู้ในการจัดการสุขภาพหลังจากเกิดโรคหรืออาการผิดปกติ เช่น การรักษาและการควบคุม

สมุนไพรร

### 2. รูปแบบรายการ

- ( ) 2.1 รายการสนทนา
- ( ) 2.2 รายการเกมส์โชว์
- ( ) 2.3 รายการตอบปัญหา
- ( ) 2.4 รายการวาไรตี้
- ( ) 2.5 รายการสารคดี
- ( ) 2.6 รายการข่าว
- ( ) 2.7 รายการละคร
- ( ) 2.8 รายการปกิณกะ

### 3. วิธีการนำเสนอ

- ( ) 3.1 ทักษะ ความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพของพิธีกร
- ( ) 3.2 ทักษะ ความรู้ ความสามารถ บุคลิกภาพของวิทยากร
- ( ) 3.3 ความน่าสนใจของผู้ร่วมรายการ แขกรับเชิญ หรือศิลปินนักแสดง
- 3.4 รูปแบบการนำเสนอรายการ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
  - ( ) 3.4.1 สาทิต ทดลอง
  - ( ) 3.4.2 จำลองเหตุการณ์
  - ( ) 3.4.3 สถานการณ์จริง (Reality Show)
  - ( ) 3.4.4 ละคร
  - ( ) 3.4.5 สันทนา
  - ( ) 3.4.6 ตอบปัญหา
- ( ) 3.5 กราฟิก และภาพประกอบคำบรรยายที่เข้าใจง่าย
- 3.6 บรรยากาศในรายการ (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)
  - ( ) 3.6.1 ฉากในสตูดิโอ,นอกสตูดิโอ
  - ( ) 3.6.2 แสง สี เสียง
  - ( ) 3.6.3 เพลงประกอบรายการ

**ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ**

1.ท่านพบปัญหาจากการติดตามรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ตามที่ท่านรับชม มีอะไรบ้าง (โปรดระบุ)

-เนื้อหาของรายการเกี่ยวกับด้านสุขภาพ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

-รูปแบบรายการด้านสุขภาพ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

-วิธีการนำเสนอรายการด้านสุขภาพ

---

---

---

---

---

2. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ

---

---

---

---



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง : การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

งานวิจัยเรื่อง “การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน โดยนายสิทธิเดช สิทธิสินทรัพย์ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและศึกษาสภาพความต้องการในปัจจุบันของการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพของเยาวชน และนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชนที่เหมาะสม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1.ชื่อ - สกุล.....

2.ตำแหน่ง.....

สถานที่ทำงาน.....

3.ประสบการณ์การทำงาน.....

4.วัน - เวลา ที่ให้สัมภาษณ์.....





## ตอนที่ 2 กรอบการสัมภาษณ์

### ด้านเนื้อหารายการ

1. ปัจจุบันรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพควรมีเนื้อหาในด้านใดบ้างสำหรับเยาวชน

.....

.....

2. เนื้อหารายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพที่เน้นการให้คำแนะนำในการดูแลรักษาสุขภาพ ท่านคิดว่าควรมีลักษณะอย่างไร

.....

.....

3. เนื้อหารายการที่เน้นการให้คำแนะนำในการออกกำลังกาย ท่านคิดว่าควรมีลักษณะอย่างไร

### ด้านรูปแบบรายการ

.....

.....

4. รายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพที่เหมาะสมสำหรับเยาวชนควรมีรูปแบบรายการเป็นแบบใดตามความเห็นของท่าน

.....

.....

5. รูปแบบรายการสนทนา สำหรับรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ควรมีลักษณะเป็นอย่างไรตามความคิดเห็นของท่าน

.....

.....

6. รูปแบบรายการเกมส์โชว์ สำหรับรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ควรมีลักษณะเป็นอย่างไรตามความคิดเห็นของท่าน

.....

.....

7. รูปแบบรายการวาไรตี้ สำหรับรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ควรมีลักษณะเป็นอย่างไรตามความคิดเห็นของท่าน

.....

.....

### ด้านวิธีการนำเสนอ

8. ทักษะความรู้ ความสามารถ บุคลิกภาพของพิธีกร และผู้ร่วมรายการ ในรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ควรเป็นอย่างไรตามความคิดเห็นของท่าน

.....

9. การนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพ ที่เหมาะสมและเข้าใจง่ายสำหรับเยาวชน ควรเป็นอย่างไร

.....

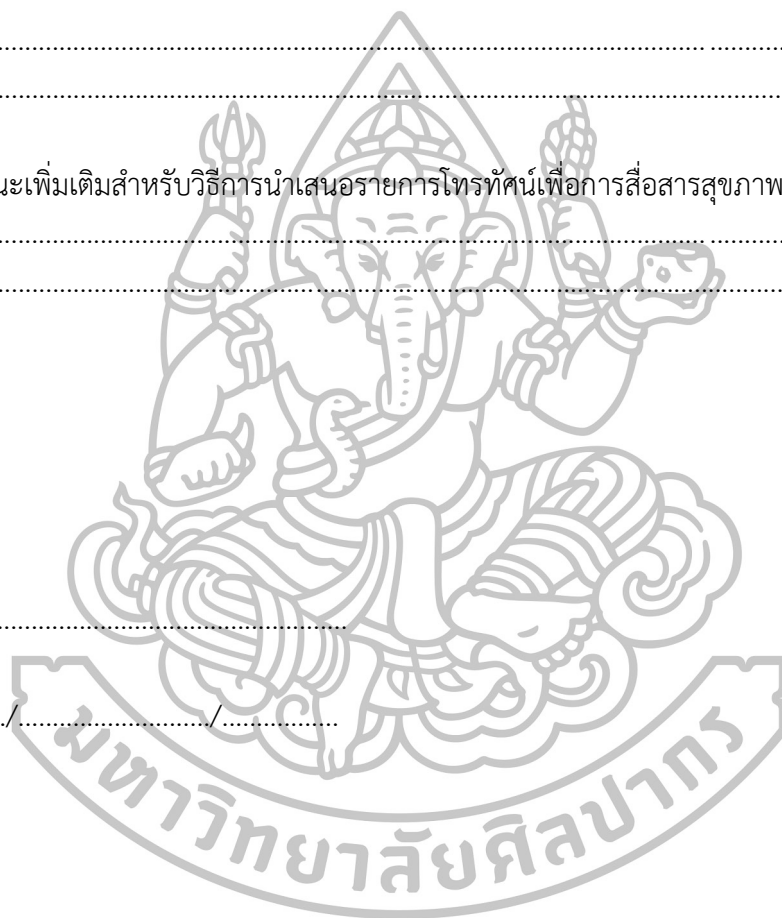
10. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับวิธีการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน

.....

ลงชื่อ.....

ผู้ให้สัมภาษณ์

วันที่...../...../.....



**แบบประเมินการรับรอง**  
**การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน**

**คำชี้แจง**

1.แบบประเมินการรับรองชุดนี้จัดทำโดยรวบรวมความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน ประกอบด้วย 1.ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ 2.ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา/โทรทัศน์การศึกษา 3.ผู้เชี่ยวชาญด้านสาธารณสุข/บุคลากรทางการแพทย์/ การสื่อสารสุขภาพ โดยได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ตามระเบียบการวิจัยเรื่อง “การนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน” เพื่อนำผลการประเมินปรับปรุงพร้อมนำเสนอเป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชนต่อไป

2.แบบประเมินการรับรอง แบ่งเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับรายละเอียดของรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน โดยการนำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างมาวิเคราะห์ (ดังเอกสารแนบ)

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.ระดับคะแนนที่กำหนดในแบบประเมิน มีความหมายดังนี้

- 5 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย
- 1 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

ผู้วิจัย : นายสิทธิเดช สิทธิสินทรัพย์ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการศึกษา  
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

**ตอนที่ 1** ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับรายละเอียดของรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชนโดยการนำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ที่ได้มาจาก ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการวิทยุ/วิทยุโทรทัศน์ 2.ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษา/โทรทัศน์การศึกษา 3.ผู้เชี่ยวชาญด้านสาธารณสุข/บุคลากรทางการแพทย์/การสื่อสารสุขภาพ มาวิเคราะห์และนำเสนอเป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน (ตั้งเอกสารแนบ) ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาจากท่านประเมินรูปแบบดังกล่าว

**คำชี้แจง** โปรดกรอกเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับคะแนนตามที่ท่านเห็นด้วย

รายการ	5	4	3	2	1
1.แนวคิดการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน ประกอบด้วย					
สุขภาวะทางกาย (Physical Well-being)	.....	.....	.....	.....	.....
สุขภาวะทางจิต (Mental Well-being)	.....	.....	.....	.....	.....
สุขภาวะทางสังคม (Social Well-being)	.....	.....	.....	.....	.....
สุขภาวะทางปัญญา (Spiritual Well-being)	.....	.....	.....	.....	.....

รายการ	5	4	3	2	1
<b>3.5 ทรัพยากรเพื่อผลิตรายการ</b>					
3.5.1 พิธีกรและผู้ร่วมรายการเป็นที่รู้จักของกลุ่มเยาวชน	.....	.....	.....	.....	.....
3.5.2 พิธีกรและผู้ร่วมรายการเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ (Idol)	.....	.....	.....	.....	.....
3.5.3 พิธีกรและผู้ร่วมรายการต้องมีทักษะการสื่อสารที่ดีเพื่อให้ผู้รับชมรายการมีความเข้าใจ	.....	.....	.....	.....	.....
3.5.4 เทคนิคการถ่ายทำเพื่อให้ผู้ชมรายการที่เป็นเยาวชนมีความเข้าใจและเห็นภาพชัดเจน เช่น การใช้ภาพกราฟิกหรืออินโฟกราฟิกประกอบในรายการ, การผลิตตัวอักษรซ้อนบนภาพ (CG Character Generator),( การสร้างภาพเคลื่อนไหว(Computer Animation)การสร้างภาพ 3 มิติ(3D Three-Dimesional) การผลิตภาพโดยระบบสตูดิโอเสมือน(Virtual Studio), การสร้างภาพกราฟิกเสมือนจริง (Immersive graphic) เป็นต้น	.....	.....	.....	.....	.....
3.5.5 การถ่ายทำนอกสตูดิโอเพื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหาสาระที่นำเสนอ เช่น โรงพยาบาลสำหรับรายการประเภทสนทนา, สนามกีฬาสำหรับรายการประเภทกีฬา, ฯลฯ	.....	.....	.....	.....	.....
<b>3.6.การประเมินรายการ</b>					
3.6.1 ก่อนการดำเนินการผลิต ประเมินความพร้อมจากการวางแผนการผลิตมีความพร้อมมากน้อยอย่างไร อาทิ งบประมาณและ					

แผนงาน เพื่อนำไปสู่การผลิต หรือเลื่อนการผลิต และปรับแผนให้เหมาะสม	.....	.....	.....	.....	.....
3.6.2 ประเมินระหว่างการดำเนินการผลิต ปฏิบัติตามแผนการผลิต หาสาเหตุ อุปสรรคหรือสังเกตและความเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง ในระหว่างการผลิตรายการ	.....	.....	.....	.....	.....
3.6.3 ประเมินหลังการผลิตรายการเสร็จสิ้น ในประเด็นเนื้อหา รายการ,วิธีการนำเสนอ,คุณภาพด้านเทคนิค	.....	.....	.....	.....	.....
3.6.4 ประเมินหลังการแพร่ภาพ	.....	.....	.....	.....	.....
<b>4.รูปแบบรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสมตามความต้องการ (จากการตอบแบบสอบถาม)</b>	.....	.....	.....	.....	.....
4.1.รูปแบบรายการวาไรตี้ (Variety Show Program)	.....	.....	.....	.....	.....
4.2 รูปแบบรายการสนทนา/สัมภาษณ์ (Talk and Interview Program)	.....	.....	.....	.....	.....
4.3 รูปแบบรายการเกมส์โชว์ (Games Show Program)	.....	.....	.....	.....	.....

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรับรองรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน หลังจากท่านได้ศึกษารายละเอียดครบถ้วนแล้ว โดยภาพรวมท่าน เห็นว่าเป็นรูปแบบที่มีความเหมาะสมในระดับใด

- ระดับ 5 เป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุด
- ระดับ 4 เป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีความเหมาะสมมาก
- ระดับ 3 เป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีความเหมาะสมปานกลาง
- ระดับ 2 เป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีความเหมาะสมน้อย
- ระดับ 1 เป็นรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

## ภาคผนวก ค

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



**ผู้เชี่ยวชาญประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแบบสอบถาม**

ชื่อ - นามสกุล	ประเภท	สถานที่ทำงาน
1.อาจารย์ ดร.วรุฒิ มั่นสุขผล	ผู้เชี่ยวชาญโทรทัศน์การศึกษา เทคโนโลยีการศึกษา	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
2.รองศาสตราจารย์เกษม ช่วยพั่ง	ผู้เชี่ยวชาญด้าน วิทยาศาสตร์สุขภาพ, กีฬา การสาธารณสุข	วิทยาลัยการฝึกหัดครู มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
3.นางสาวลำไย แดงจันทร์	ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต รายการโทรทัศน์/วิทยุ ที่มี เนื้อหาด้านสุขภาพหรือรายการ เด็กและเยาวชน	บริษัท Studio Bixar จำกัด

**ผู้เชี่ยวชาญประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง**

ชื่อ - นามสกุล	ประเภท	สถานที่ทำงาน
1.อาจารย์ ดร.วิมลรัฐ ขวนะเวช	ผู้เชี่ยวชาญโทรทัศน์การศึกษา เทคโนโลยีการศึกษา	คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
2.พันตรีหญิง ดร.ณัฐกฤตา ศิริโสภณ	ผู้เชี่ยวชาญด้าน วิทยาศาสตร์สุขภาพ, กีฬา การสาธารณสุข	ภาควิชาพลศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3.นางสาวรวรรณัญช จงภักดี	ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต รายการโทรทัศน์/วิทยุ ที่มี เนื้อหาด้านสุขภาพหรือรายการ เด็กและเยาวชน	บริษัท DN Broadcast จำกัด สถานีโทรทัศน์ (New) Tv

ผู้เชี่ยวชาญประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องการรับรองรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสาร  
สุขภาพสำหรับเยาวชน

ชื่อ - นามสกุล	ประเภท	สถานที่ทำงาน
1.นายสืบสกุล พนม	ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์/วิทยุ ที่ มีเนื้อหาด้านสุขภาพหรือ รายการเด็กและเยาวชน	บริษัท บางกอกอินเทอร์เน็ตเทอร์เทน เมนต์ จำกัด (สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3)
2.อาจารย์ทรงศักดิ์ สุริโยธิน	ผู้เชี่ยวชาญโทรทัศน์การศึกษา, เทคโนโลยีการศึกษา	วิทยาลัยการฝึกหัดครู มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
3.อาจารย์ปิยะปทีป แสงอุไร	ผู้เชี่ยวชาญด้าน วิทยาศาสตร์สุขภาพ,กีฬา, การสาธารณสุข,การสื่อสาร สุขภาพ	ภาควิชาพลศึกษา คณะ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม





## ภาคผนวก ง

รายนามผู้เชี่ยวชาญในการสัมภาษณ์เพื่อศึกษาความคิดเห็น  
ในการนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน  
จำนวน 15 คน  
ประกอบด้วย

- 1.ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการศึกษาหรือโทรทัศน์การศึกษา
- 2.ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ
- 3.ผู้เชี่ยวชาญด้านการสาธารณสุข, วิทยาศาสตร์สุขภาพ, กีฬา, การสื่อสารสุขภาพ

ชื่อ - นามสกุล	ประเภท	สถานที่ทำงาน
1.นางสรวมนต์ สิทธิสมาน	ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์/วิทยุ ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพหรือรายการเด็กและเยาวชน	นิตยสาร Mother&Care GM Multimedia Group
2.นายไกรวุฒิ วงศ์รัตนาวิน	ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์/วิทยุ ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพหรือรายการเด็กและเยาวชน	บริษัท Tree Lion จำกัด
3.นางสาวจอมใจ ตาภูเหลื่อม	ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์/วิทยุ ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพหรือรายการเด็กและเยาวชน	บริษัท Broadcast Thai Television
4.นายสรรชัย หนองตรุด	ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์/วิทยุ ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพหรือรายการเด็กและเยาวชน	สถาบันรามจิตติ
5.นายจันทเจษฎ์ จันทร์เพ็ญ	ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์/วิทยุ ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพหรือรายการเด็กและเยาวชน	กรรมการผู้จัดการบริษัท Nine Face Creation จำกัด

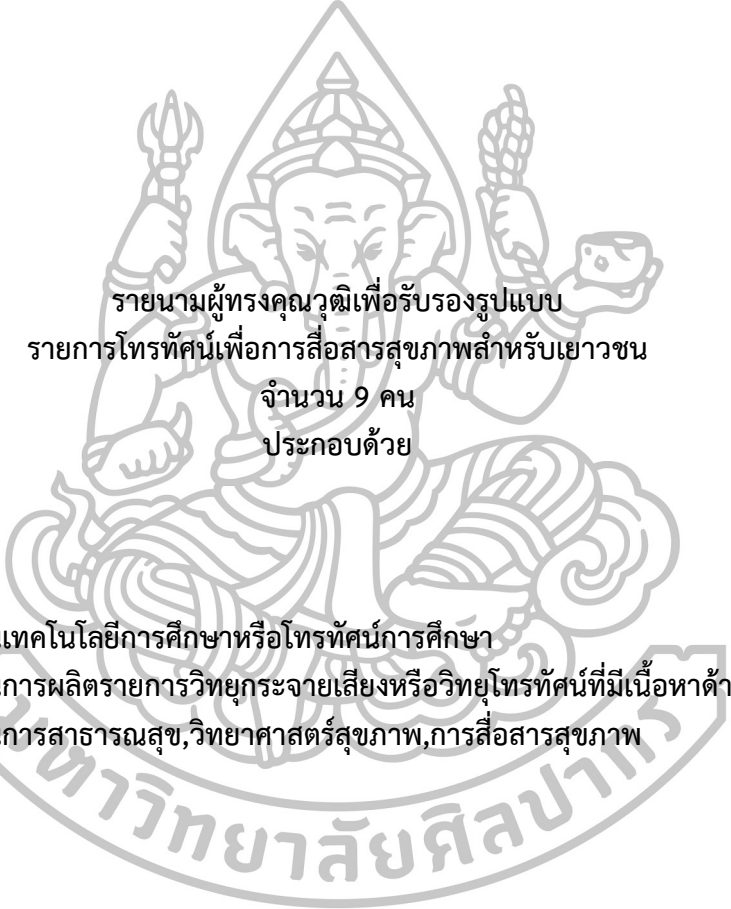
ชื่อ - นามสกุล	ประเภท	สถานที่ทำงาน
1.รศ.ดร.ณัฐกฤตย์ ดิฐวิรุฬห์	ผู้เชี่ยวชาญโทรทัศน์การศึกษา, เทคโนโลยีการศึกษา	สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
2.นายประยุทธ์ นงคินวล	ผู้เชี่ยวชาญโทรทัศน์การศึกษา, เทคโนโลยีการศึกษา	งานเวชنيทัศน์และโสตทัศนศึกษา โรงพยาบาลราชบุรี
3.รศ.จงกล แก่นเพิ่ม	ผู้เชี่ยวชาญโทรทัศน์การศึกษา, เทคโนโลยีการศึกษา	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
4.ว่าที่ ร้อยตรีหญิงชัชฎาภา วัฒนธรรม	ผู้เชี่ยวชาญโทรทัศน์การศึกษา, เทคโนโลยีการศึกษา	วิทยาลัยการฝึกหัดครู มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
5.อาจารย์ ดร.อินทิรา รอบรู้	ผู้เชี่ยวชาญโทรทัศน์การศึกษา, เทคโนโลยีการศึกษา	คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ชื่อ - นามสกุล	ประเภท	สถานที่ทำงาน
1.ผศ.สมิทธิ์ บุญชุติมา	ผู้เชี่ยวชาญด้าน วิทยาศาสตร์สุขภาพ, กีฬา, การสาธารณสุข	คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2.อาจารย์ ดร.ศรีรัฐ ภัคศิริน	ผู้เชี่ยวชาญด้าน	วิทยาลัยนวัตกรรม

ชิต	วิทยาศาสตร์สุขภาพ, กีฬา, การสาธารณสุข	การสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3.อาจารย์ ดร.พิมลพร เชาวน์ไวพจน์	ผู้เชี่ยวชาญด้าน วิทยาศาสตร์สุขภาพ, กีฬา, การสาธารณสุข	คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
4.พศ.สุภา พันสบัติ	ผู้เชี่ยวชาญด้าน วิทยาศาสตร์สุขภาพ, กีฬา, การสาธารณสุข	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
5.รศ.ดร.คณิต เขียววิชัย	ผู้เชี่ยวชาญด้าน วิทยาศาสตร์สุขภาพ, กีฬา, การสาธารณสุข	ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร



## ภาคผนวก จ



รายนามผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อรับรองรูปแบบ  
รายการโทรทัศน์เพื่อการสื่อสารสุขภาพสำหรับเยาวชน  
จำนวน 9 คน  
ประกอบด้วย

- 1.ผู้ทรงคุณวุฒิด้านเทคโนโลยีการศึกษาหรือโทรทัศน์การศึกษา
- 2.ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงหรือวิทยุโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ
- 3.ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสาธารณสุข,วิทยาศาสตร์สุขภาพ,การสื่อสารสุขภาพ

ชื่อ-นามสกุล	ประเภท	สถานที่ทำงาน
1.อาจารย์ ดร.ปรัชญา เปียมกา รุธ	ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์/วิทยุ ที่ มีเนื้อหาด้านสุขภาพหรือ รายการเด็กและเยาวชน	วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสาร สังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2.รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจิว	ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์/วิทยุ ที่ มีเนื้อหาด้านสุขภาพหรือ รายการเด็กและเยาวชน	คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการ จัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร ศาสตร์
3.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรพรรณ ประจักษ์เนตร	ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์/วิทยุ ที่ มีเนื้อหาด้านสุขภาพหรือ รายการเด็กและเยาวชน	คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการ จัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร ศาสตร์

ชื่อ-นามสกุล	ประเภท	สถานที่ทำงาน
1.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประเสริฐ แซ่เอี้ยบ	ผู้เชี่ยวชาญโทรทัศน์การศึกษา, เทคโนโลยีการศึกษา	วิทยาลัยการฝึกหัดครู มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
2.ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรี รัตน์ แสงวาริ	ผู้เชี่ยวชาญโทรทัศน์การศึกษา, เทคโนโลยีการศึกษา	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
3.อาจารย์ ดร.ประพจน์ พล ชีวะ	ผู้เชี่ยวชาญโทรทัศน์การศึกษา, เทคโนโลยีการศึกษา	คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลย อลงกรณ์

ชื่อ-นามสกุล	ประเภท	สถานที่ทำงาน
1. อาจารย์ ดร.ชเนตตี ทินนาม	ผู้เชี่ยวชาญด้าน วิทยาศาสตร์สุขภาพ,กีฬา, การสาธารณสุข,การสื่อสาร สุขภาพ	ศูนย์จิตตปัญญา มหาวิทยาลัยมหิดล
2.รองศาสตราจารย์ ดร.นฤต วันตะเมล์	ผู้เชี่ยวชาญด้าน วิทยาศาสตร์สุขภาพ,กีฬา, การสาธารณสุข,การสื่อสาร สุขภาพ	ภาควิชานิเทศศาสตร์และ สารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3.อาจารย์ ดร.อภิชา น้อมศิริ	ผู้เชี่ยวชาญด้าน วิทยาศาสตร์สุขภาพ,กีฬา, การสาธารณสุข,การสื่อสาร สุขภาพ	ภาควิชาเวชศาสตร์ชุมชน และครอบครัว คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

