

การใช้สื่อเพื่อรณรงค์การไม่สูบบุหรี่
ของมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่

นางสาวบุรณี อนันตวงศ์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2544

ISBN 974 - 17 - 0806 - 8

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I 205 45988

MEDIA USING FOR NO SMOKING CAMPAIGN OF
ACTION ON SMOKING AND HEALTH FOUNDATION

Miss Buranee Anantawong

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

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic year 2001

ISBN 974 – 17 – 0806 - 8

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การใช้สื่อเพื่อรณรงค์การไม่สูบบุหรี่ ของมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่
โดย นางสาวบุรณี อนันทวงศ์
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ วิภา อุตมฉันท

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ วิภา อุตมฉันท)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปณิตดา ธนสถิตย์)

นุรณี อนันตวงศ์ : การใช้สื่อเพื่อรณรงค์การไม่สูบบุหรี่ ของมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ (MEDIA USING FOR NO SMOKING CAMPAIGN OF ACTION ON SMOKING AND HEALTH FOUNDATION) อ. ที่ปรึกษา : รศ. วิภา อุตมฉันท, 163 หน้า. ISBN 974 - 17 - 0806 - 8

การรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ สามารถทำได้หลายวิธีการ เช่น การให้คำปรึกษา ให้ความรู้ ความเข้าใจ โดยใช้สื่อบุคคลถ่ายทอดข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมาย เราต้องหาเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะสามารถทำงานกับคนหมู่มากได้ และเครื่องมือที่มีอิทธิพลและมีบทบาทสำคัญต่อคนจำนวนมากในยุคแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ก็คือ “สื่อมวลชน”

เท่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน สื่อมวลชนทำหน้าที่ถ่ายทอดการสูบบุหรี่อยู่ในงานของตน เราจึงต้องใช้มาตรการ “หนามยอกเอาหนามบ่ง” คือ จะต้องเอาสื่อมวลชนมาเป็นกลไกสำคัญในการรณรงค์ โดยสร้างสรรค์ค่านิยมการสูบบุหรี่ คาดหวังว่าสื่อมวลชนมีศักยภาพมากพอที่จะสามารถทำได้อย่างจริงจัง

การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นคว้าเกี่ยวกับโครงการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ กับกระบวนการในการเลือกใช้สื่อ ทั้งที่เป็นสื่อกระจายเสียง และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ การส่งสารผ่านสื่อต่างๆ นั้น จะทำให้เกิดผลกระทบต่อผู้รับสารในสังคม นอกจากนี้ยังศึกษาสื่อมวลชนในการแอบแฝงการใช้สื่อในการโฆษณาบุหรี่ด้วย

ผลการวิจัยพบว่า การใช้สื่อในการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่เป็นไปในลักษณะของการประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อให้ประชาชนเกิดความตระหนัก มีการให้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการมีส่วนร่วมกับการรณรงค์ สื่อที่ใช้มีทั้งสื่อรุกและรับ เพราะสื่อแต่ละชนิดมีข้อดีข้อด้อยต่างกัน การเข้าไปใช้ช่องทางสื่อมวลชนเป็นเพียงสื่อเสริมเท่านั้น

ในส่วนของ การควบคุมการแอบแฝงโฆษณาบุหรี่ผ่านทางสื่อมวลชนนั้น รัฐบาลกำหนดให้มีกฎหมายห้ามเผยแพร่ภาพการโฆษณาบุหรี่ทุกรูปแบบผ่านสื่อ แต่ปรากฏว่าสถานีโทรทัศน์ต่างๆ ยังมีการแพร่ภาพข่าวละคร หรือถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาที่มีการแอบแฝงโฆษณาบุหรี่ประกอบอยู่ด้วยจนถึงปัจจุบัน สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่ถ่ายทอดสัญลักษณ์บุหรี่ ทำทางการสูบบุหรี่ในผลงานของตนเอง ทั้งโดยรู้ตัวและไม่รู้ตัว ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อมวลชนจะพึงระวังในการนำเสนอข่าวสารเรื่องราวเรื่องบุหรี่ เช่นเดียวกันการรณรงค์นั้น ก็ต้องรู้จักการใช้สื่อมวลชน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการให้บริการ ผู้ใช้สื่อต้องมีการพัฒนาจิตสำนึกความรับผิดชอบ ในการสร้างสรรค์งานในรูปข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เนื่องจากสื่อมวลชนเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็วและกว้างขวาง

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน

สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน

ปีการศึกษา 2544

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

##4185263028 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD : MEDIA USING / NO SMOKING CAMPAIGN / HEALTH FOUNDATION.

BURANEE ANANTAWONG : MEDIA USING FOR NO SMOKING CAMPAIGN OF
ACTION ON SMOKING AND HEALTH FOUNDATION.THESIS ADVISOR :
ASSO.PROF.VIPHA UTAMACHANT, 163 pp. ISBN 974 – 17 – 0806 – 8

No smoking campaign can be implemented in various ways such as consulting, giving knowledge via person – to – person communication to target groups. We have to find effective tools in order to work with massive group. The influential and important tool towards a mass group in this information technology era is "mass media"

What we have seen nowadays is that mass media has presented smoking in its work. We have to use the "retaliated measurement" which means using mass media as a crucial mechanism for campaigning smoking attitude. This is expected that mass media has a strong potential to achieve seriously.

This study is aimed at researching about no smoking campaign projects and process of selection of media using. The result of this research came out to be that the mass media usage for no smoking campaign fall into the offensive ways of communication. The offensive and defensive media was used to provide useful information and to persuade people to join the campaign

Regarding the control of indirect cigarette advertisement through mass media, there's a law that prohibit broadcasting all kind of cigarette ads. However, television keeps indirectly advertising these through News, soap opera or sports programme. Mass media publicize cigarettes and smoking habits in its productions both with or without awareness. The researcher sees that it's necessary for media people to be more careful when presenting information on smoking for the ultimate benefit of the public.

Department Mass Communication

Field of Study Mass Communication

Academic year 2001

Student's signature 

Advisor's signature 

Co-advisor's signature



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างสูงจาก รองศาสตราจารย์วิภา อุตมพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่เป็นผู้ให้คำปรึกษาแนะนำ ตรวจสอบตรา ปรับปรุง แก้ไขเนื้อหาวิทยานิพนธ์เล่มนี้ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ที่ให้ความกรุณาเป็นประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปันดดา ธนสถิตย์ ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ รวมถึงชี้แนะข้อบกพร่องต่างๆ ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบพระคุณ สื่อมวลชนทุกแขนงที่ได้ให้ความร่วมมือในการทำงานวิจัยครั้งนี้ ทั้งในส่วนบุคคลที่ได้ให้สัมภาษณ์ ตลอดจนข้อมูลแถบภาพ และเอกสารต่างๆ

ขอบคุณ เจ้าหน้าที่ภาควิชาการสื่อสารมวลชนทุกท่าน สำหรับความช่วยเหลือ และการอำนวยความสะดวกที่มีต่อข้าพเจ้าตลอดเวลา

ขอบคุณ สำหรับความมีน้ำใจของ คุณกีรวดี วราคำ และคุณธนศักดิ์ ลิ้มปนาท-ไพศาล ที่ช่วยดำเนินการจัดพิมพ์วิทยานิพนธ์นี้จนเสร็จเรียบร้อย

ขอบคุณ คุณสุรดา จรุงกิจอนันต์ และคุณปรีตินุช สมศรี เพื่อนร่วมเรียนปริญญาโท ผู้ที่ร่วมทุกข์ร่วมสุขกับข้าพเจ้ามาโดยตลอด ผู้ที่คอยให้คำแนะนำ และเป็นกำลังใจในการฟันฝ่าอุปสรรคปัญหาต่างๆ ในช่วงระยะเวลาของการศึกษา ด้วยความอดทน จริงใจ และปรารถนาดีตลอดมา

เหนือสิ่งอื่นใด ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ คุณประยงค์ และคุณวรรณภา อนันทวงศ์ บิดามารดาผู้ให้กำเนิด ผู้ซึ่งมีบุญคุณสูงสุดที่มอบชีวิตที่ดีให้แก่ข้าพเจ้า คอยสนับสนุน ช่วยเหลือ เป็นกำลังใจ และเป็นพลังให้ข้าพเจ้าพยายามศึกษาเล่าเรียนจนประสบความสำเร็จตามความมุ่งหวังเสมอ

ท้ายสุดนี้ ประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ข้าพเจ้าขอมอบแก่งานพัฒนา ด้านสื่อสารมวลชน ด้วยเล็งเห็นประโยชน์ของการนำการสื่อสารมวลชนมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศต่อไป

บุรณี อนันทวงศ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
- ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
- วัตถุประสงค์ของการวิจัย	10
- ขอบเขตการวิจัย	11
- สมมติฐานการวิจัย	11
- นิยามศัพท์	11
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	12
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
- แนวคิดเรื่องการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมเผยแพร่	13
- ทฤษฎี KAP	16
- กลยุทธ์การใช้สื่อและกิจกรรมรณรงค์	21
- แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร	24
- แนวคิดการพิทักษ์สิทธิประโยชน์	27
- ทฤษฎีการรณรงค์	30
- แนวคิด ทฤษฎีของความตระหนัก	31
- แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์	32
- บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารมวลชน	35
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	40
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	47
- แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	47
- การเก็บรวบรวมข้อมูล	49
- การนำเสนอข้อมูล	56

บทที่ 4 ยาสูบในประเทศไทย : จากอดีตสู่ปัจจุบัน	57
บทที่ 5 วิเคราะห์สื่อมวลชนกับการแอบแฝงการใช้สื่อในการโฆษณาบุหรี่.....	68
บทที่ 6 วิเคราะห์บทบาทสื่อมวลชนทั้งของรัฐและองค์กรเอกชนในการใช้สื่อเพื่อรณรงค์ การไม่สูบบุหรี่ช่วงปี พ.ศ.2535-2542	95
รายการอ้างอิง	152
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	163