

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง "การวิเคราะห์รายการสุขภาพอนามัยทางโทรทัศน์ที่มีต่อการส่งเสริมสุขภาพ" นี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อเข้าใจถึงแนวคิดและนโยบายในการใช้สื่อโทรทัศน์ เพื่อการส่งเสริมสุขภาพ ศึกษาถึงโครงสร้างของรูปแบบรายการและเนื้อหา ตลอดจนเพื่อทราบถึงบทบาทหน้าที่ของรายการโทรทัศน์ที่มีต่อการส่งเสริมสุขภาพ ในหลายแนวคิดและทฤษฎี ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพอนามัย
2. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน
 - 2.1 บทบาทหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์
 - 2.2 สื่อมวลชนกับการส่งเสริมสุขภาพ
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของสื่อสารมวลชนในสังคม
4. ทฤษฎีการกำหนดวาระ (Agenda - Setting)
5. สื่อโทรทัศน์กับการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ข่าวสารด้านสุขภาพอนามัย
6. แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหา

ผู้วิจัยได้สรุปสาระสำคัญของแนวคิดต่าง ๆ นำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพอนามัย (Health Care)

ในการดูแลสุขภาพให้สมบูรณ์แข็งแรงขึ้นในทางการแพทย์ และสาธารณสุข ได้มีแนวทางในการดำเนินการดังกล่าวใน 4 แนวทาง ได้แก่ (ปัญญา ไช่มุก, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2534)

1.1 การส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) เป็นบริการให้ความรู้ด้านสุขภาพอนามัยที่มุ่งส่งเสริมและสนับสนุน ให้บุคคลมีความรู้ความเข้าใจในการเสริมสร้างให้มีสุขภาพกายและจิตที่ดี การส่งเสริมสุขภาพเน้นการให้ความรู้ในเรื่องสุขภาพอนามัยแก่ประชาชน ทุกเพศ ทุกวัย ตั้งแต่ปฏิสนธิในครรภ์มารดา จนถึงวัยชรา เช่นการให้ความรู้เรื่องการวางแผน

ครอบครัว การอนามัยแม่และเด็ก การโภชนาการ การอนามัยโรงเรียน การทันตสาธารณสุข การสุศึกษา การส่งเสริมสุขภาพจิตทำให้ความรู้เรื่องพยาธิ ซึ่งเมื่อประชาชนมีความรู้เรื่องสุขภาพอนามัยดีก็จะนำไปสู่การมีสุขภาพดี โดยรู้จักการป้องกันและการควบคุมโรค รู้จักไปรับการรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสภาพร่างกายต่อไป

1.2 การป้องกันและควบคุมโรค (Prevention) มีจุดมุ่งหมาย เพื่อลดอัตราการเจ็บป่วยและอัตราการตายของประชาชนที่เจ็บป่วยด้วยโรคติดต่อโรคติดเชื้อและโรคอื่น ๆ ที่สามารถป้องกันและเพื่อควบคุมการแพร่กระจายของเชื้อโรคจากแหล่งนำโรค หรือพาหะของโรคทั้งทางตรงและทางอ้อมที่จะนำไปสู่คนอื่น ๆ ให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพของบุคคลและชุมชนได้ และรวมถึงการทำลายเชื้อโรคและแหล่งเพาะพันธุ์เชื้อโรคให้ถูกหลักทุกรูปแบบ ทุกขั้นตอน การสร้างเสริมภูมิคุ้มกันโรค การปรับปรุงสุขาภิบาลและสิ่งแวดล้อมของสถานบริการสาธารณสุขทุกแห่ง ทุกระดับในแต่ละท้องถิ่นหรือแต่ละพื้นที่ที่รับผิดชอบให้ถูกสุขลักษณะ โดยมีแนวทางคือ การป้องกันโรคติดต่อด้วยการสร้างภูมิคุ้มกันตั้งแต่แรกเกิดจนถึงวัยผู้ใหญ่ การปรับปรุงสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม การจัดหาน้ำสะอาดสำหรับให้ประชาชนบริโภค การจัดการสุขาภิบาลอาหาร การกำจัดของเสียและพาหะนำโรค การบริการอาชีวอนามัยเพื่อป้องกันโรคอันเกิดจากการประกอบอาชีพ เช่น อุบัติเหตุการติดเชื้อ สารพิษต่าง ๆ การเฝ้าระวังโรคโดยการรายงานการเกิดโรค การรวบรวมวัตถุประสงค์ตรวจหาเชื้อ ติดตามศึกษาสถานการณ์ทางวิทยาการระบาดของโรค รายงานโรคและสถานการณ์ของโรคแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับโรคที่ระบาดทั้งในและนอกประเทศอย่างสม่ำเสมอ

อย่างไรก็ตามการป้องกันและการควบคุมโรคนี้ จะทำในสองแนวทาง ได้แก่ แนวทางที่หนึ่ง แพทย์และบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุขจะเป็นผู้ให้การป้องกันและการควบคุมโรค ซึ่งส่วนใหญ่จะมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การฉีดวัคซีนป้องกันโรค ส่วนอีกแนวทางหนึ่ง การป้องกันตนเองในแต่ละบุคคล ซึ่งอาจใช้เทคโนโลยีง่าย ๆ เช่น การทำลายแหล่งเพาะเชื้อโรค เป็นต้น

1.3 การรักษาพยาบาล (Curation) หมายถึงการให้การรักษาเมื่อประชาชนเกิดการเจ็บป่วย ทุกข์ทรมานและอันตรายจากโรคโดยเร็วที่สุด โดยมีแนวทางในการรักษาพยาบาลคือ การรักษาแบบเฉียบพลัน เช่น

การเกิดอุบัติเหตุต้องรีบนำส่งโรงพยาบาลเพื่อรับการรักษาโดยด่วนและอีกแนวทาง คือ การรักษาในระยะยาวทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของโรค ในปัจจุบันการรักษาพยาบาลที่เป็นอยู่จะมีในสองลักษณะคือการรักษาโดยแพทย์แผนปัจจุบันและการรักษาโดยแผนโบราณ และขณะเดียวกันการรักษาพยาบาลนี้อาจดำเนินการร่วมไปกับการฟื้นฟูสภาพร่างกายผู้ป่วยด้วย เช่น คนไข้ที่ได้รับการผ่าตัด แพทย์จะให้ฟื้นฟูสภาพร่างกายโดยการลุก เดิน นั่ง พลิกตัวด้วย ซึ่งเป็นขั้นตอนของการฟื้นฟูเพื่อให้ร่างกายนั้นสู่สภาพปกติโดยเร็ว

1.4 การฟื้นฟูสภาพผู้ป่วย (Rehabilitation) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงและแก้ไขความบกพร่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่สุขภาพทางร่างกายและจิตใจของมนุษย์ให้กลับคืนสู่สภาพปกติโดยเร็วที่สุด สามารถประกอบกิจกรรมซึ่งเป็นกิจวัตรของตนเองตลอดจนประกอบอาชีพได้ตามปกติโดยการฟื้นฟูสภาพทางกาย ทางจิต และการฟื้นฟูสภาพในผู้สูงอายุ กล่าวคือการฟื้นฟูสภาพทางจิตหรือบุคคลใดที่มีภาวะทางจิตหรือประสาทเสื่อมโทรมลง การได้รับการแก้ไขและฟื้นฟูให้เข้าสู่สภาพปกติได้มากที่สุด สามารถปรับตัวและมีสัมพันธภาพที่ดีและไม่เป็นภัยแก่บุคคลในครอบครัว ญาติพี่น้องและบุคคลอื่นทั่วไป ส่วนการฟื้นฟูในผู้สูงอายุ เพราะผู้สูงอายุต้องเผชิญกับปัญหาความเสื่อมโทรมของร่างกายสมอง อวัยวะต่าง ๆ ตลอดจนสมรรถภาพในการทำกิจกรรม แต่ถ้าได้รับการดูแลเอาใจใส่ที่เหมาะสมและดีพอ จะช่วยลดหรือขจัดความเสื่อมโทรมดังกล่าวทำให้ผู้สูงอายุ มีชีวิตยืนยาวต่อไปอย่างไม่เป็นภาระต่อครอบครัวหรือสังคม นอกจากนี้ควรจัดบริการฟื้นฟูสภาพร่างกายหลังเจ็บป่วย เช่น การบริการกายภาพบำบัดสำหรับผู้ป่วยที่ร่างกายได้รับผลเนื่องจากการเจ็บป่วย เช่น ผู้ป่วยโรคโปลิโอ ป่วยอุบัติเหตุทำให้บางส่วนของร่างกายพิการ

นอกจากนี้ในทางการแพทย์ และสาธารณสุขได้แบ่งประเภทสาระความรู้เกี่ยวกับสุขภาพอนามัย เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานทางการแพทย์ และสาธารณสุข ไว้ดังนี้ (ปัญหา ไข่มุก , สัมภาษณ์ , 16 กันยายน 2535)

1. อายุรศาสตร์ ซึ่งหมายถึง แนวทางในการดำเนินการรักษาหรือปฏิบัติงานทางการแพทย์โดยการฉายา
2. จักษุวิทยาเป็นแนวทางการรักษาและปฏิบัติงานทางการแพทย์ที่เกี่ยวข้องกับดวงตา
3. ศัลยศาสตร์ทั่วไป เป็นแนวทางการรักษาโดยการผ่าตัด
4. ออร์โธปิดิกส์ และกายภาพบำบัด เป็นแนวทางการรักษาการ

ให้ความรู้ที่เกี่ยวกับโรคกระดูก ตลอดจนการฟื้นฟูสภาพร่างกายด้วยการใช้วิธีการทางกายภาพบำบัด และการออกกำลังกาย

5. เวชศาสตร์ป้องกันและสังคม หรือที่เรียกว่า เวชศาสตร์ชุมชน หมายถึง การดำเนินงานในทางการแพทย์ที่เน้นการป้องกันโดยการให้ความรู้เกี่ยวกับการมีสุขภาพอนามัยแก่ชุมชนและสังคม

6. สูติ-นรีเวชวิทยา เป็นการดำเนินการทางการแพทย์เกี่ยวกับการคลอดบุตรและโรคสตรี

7. ทันตกรรม เป็นการดำเนินการทางการแพทย์ในเรื่องที่เกี่ยวกับการให้ความรู้ การรักษา การป้องกัน ตลอดจนการฟื้นฟูโรคในช่องปากและอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่ออาการเกิดโรคในช่องปาก

8. จิตเวชศาสตร์ เป็นการดำเนินการทางการแพทย์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับจิตใจและการฟื้นฟูสภาพจิตใจของมนุษย์ให้อยู่ในสภาวะปกติ และดำรงชีวิตอยู่ในสังคมต่อไปได้

9. โสต นาสิก ลาริงซ์วิทยา ได้แก่ การให้ความรู้หรือการดำเนินการทางการแพทย์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ หู คอ จมูก

10. วัสดุวิทยา ได้แก่ การดำเนินการของทางการแพทย์ที่เกี่ยวข้องกับการทำให้ร่างกายหมดความรู้สึก อาจจะใช้การวางยาสลบหรือวิธีการอื่น ๆ

11. กุมารเวชศาสตร์ ได้แก่ การดำเนินการทางการแพทย์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเด็ก

12. รังสีวิทยา ได้แก่ การดำเนินการทางการแพทย์โดยการฉายรังสี หรือใช้แสงเลเซอร์

จากแนวคิดของสื่อมวลชนเกี่ยวกับเรื่องสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การแจ้งข่าวสาร และการกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องของชีวิตความเป็นอยู่ในชุมชน และหลักการว่าการให้ข่าวสารที่ถูกต้องต้องกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องในเวลาที่เหมาะสมจะสามารถแก้ปัญหาได้ซึ่งแนวคิดนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการส่งเสริมสุขภาพ โดยการนำสื่อมวลชนมาใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพตามแนวทางดูแลสุขภาพอนามัยใน 4 แนวทางข้างต้นและ 12 แนวทางในการแบ่งประเภทเนื้อหาสาระความรู้เกี่ยวกับสุขภาพอนามัยต่อไปโดยสื่อมวลชนจะปฏิบัติหน้าที่ได้ดีที่สุดในด้านการส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งเป็นการให้ความรู้ในด้านการป้องกันและการควบคุมโรค การ

รักษาพยาบาล การฟื้นฟูสภาพผู้ป่วย และความรู้อื่น ๆ

2. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

สื่อมวลชนเป็นสิ่งที่เกิดมาจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์ในสังคม ทั้งนี้เพื่อให้ทำหน้าที่ในการตอบสนองความต้องการทางด้านต่าง ๆ ในทางสังคมของมนุษย์ โททท์ศน์นับเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นมาเพื่อรับใช้คนในสังคม หากมองในลักษณะที่ไม่ต่างไปจากสื่อมวลชนอื่นแล้ว โททท์ศน์ได้ถูกกำหนดหน้าที่ทางสังคม เช่นเดียวกับสื่อมวลชนอื่นซึ่ง ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ (Lasswell, 1974 37-51) นักรัฐศาสตร์และผู้บุกเบิกการวิจัยสื่อมวลชน ได้กำหนดบทบาทหน้าที่ทางสังคมของสื่อมวลชนไว้ 3 ประการด้วยกันคือ

1. หน้าที่ในการพิทักษ์ไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมทางสังคม (Surveillance of the environment) ซึ่งหมายถึง หน้าที่ในด้านการสังเกตและติดตามเอาใจใส่เหตุการณ์ หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกสังคม เท่ากับทำหน้าที่เก็บรวบรวมและการรายงานข่าว (News Reporting) หรือการแจ้งข่าวสาร (Informing) ที่ควรแก่การสนใจไปสู่สมาชิกในสังคมเพื่อให้ตระหนักถึงภัยอันตรายและมองเห็นโอกาสหรือลู่ทางต่างๆ ที่มีอยู่ในสังคม
2. หน้าที่ในการหาความสัมพันธ์ในส่วนต่าง ๆ ของสังคม (Correlation of the parts of society) ซึ่งหมายถึงการทำหน้าที่ชี้แจงให้เข้าใจว่ามีส่วนใดในสังคมที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น โดยการศึกษารายละเอียดของเหตุการณ์ และเรื่องราวที่เกิดขึ้นอย่างรอบคอบ พร้อมทั้งทำหน้าที่ในการตีความและอธิบายความเข้าใจให้แก่สมาชิกของสังคมซึ่งเป็นการกระตุ้นให้มีปฏิกิริยาโต้ตอบต่อเหตุการณ์ หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นเท่ากับทำหน้าที่ชักจูงใจ (Persuasion) หรือบทบาทบรรณาธิการ (Editorial)
3. หน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม จากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง (Transmission of the social heritage) ซึ่งหมายถึงหน้าที่สืบทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานทางสังคมจากสมาชิกของสังคมในช่วงยุคสมัยต่อ ๆ ไป เพื่อเป็นการอบรมให้สมาชิกใหม่ของสังคมได้เรียนรู้บทบาท และสถานภาพทางสังคมเป็นหน้าที่ด้านให้การศึกษ (Educational Function) ของสื่อมวลชน

ต่อมา แชรรมม์ (Schramm) และคนอื่น ๆ รวมทั้ง ไรท์ (Wright) (Wright, 1975:9) ได้เสนอหน้าที่หลักสำคัญเพิ่มเติมอีก 1

ประการ ถัดมาเป็นหน้าที่ที่ 4 ของการสื่อสารมวลชน คือ

4. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (Entertainment) เป็นการสร้างสรรค์ความสนุกสนานเพลิดเพลินให้แก่สมาชิกในสังคม เพื่อการพักผ่อน และลดความตึงเครียดจากสภาพการณ์ต่าง ๆ ที่แต่ละคนประสบอยู่ในสังคมสมัยใหม่ หนึ่ง หน้าที่ประการสุดท้ายนี้มีไว้เพื่อความสนุกสนานเพียงด้านเดียว แต่ควรมีความรู้ที่น่าสนใจสอดแทรกอยู่ เช่นความรู้ด้านสุขภาพอนามัย

เดนิส แมคควอล (McQuail, 1987) ได้เพิ่มบทบาทหน้าที่ประการที่ห้าของสื่อสารมวลชน คือ การกระตุ้นเจ้าหรือการผลักดัน (Mobilization) แมคควอลเห็นว่าการกระตุ้นเจ้าเป็นสิ่งที่สื่อมวลชน จะต้องปฏิบัติเพื่อการพัฒนาผลประโยชน์ของชาติ ส่งเสริมแบบแผนของพฤติกรรมและคุณค่าที่สำคัญบางประการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเวลาวิกฤติ ด้วยเหตุนี้จึงได้สรุปบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนว่าควรมี ดังนี้

1. การให้ข่าวสาร (Information)
2. การประสานสัมพันธ์ (Correlation)
3. ความต่อเนื่อง (Continuity)
4. การให้ความบันเทิง (Entertainment)
5. การกระตุ้นเจ้า (Mobilization) เช่น การรณรงค์เพื่อ
ให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางสังคมในเรื่อง การเมือง การพัฒนาเศรษฐกิจ การ
ศาสนา ตลอดจนการส่งเสริมสุขภาพ

โรเบิร์ต เมอร์ตัน (Merton, อ้างถึงใน Mc Quail 1987 : 12-13) กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนว่า ผลที่ได้จากบทบาทหน้าที่ที่จางั้น เรียกว่าผลที่ชัดเจน (Manifest) ขณะที่ผลที่ได้จากการไม่จางั้น เรียกว่า ผลที่แอบแฝง (Latent) ซึ่งผลจากการสื่อสารที่ได้นี้หากให้ผลด้านบวกในการดำรงไว้ซึ่งระบบที่เรียกว่าเป็นผลดี (Functions) แต่ถ้าเป็นอันตรายต่อระบบก็เรียกว่าเป็นผลเสีย (Dystfunctions) แมคควอลได้อธิบายเพิ่มเติมว่าบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนนั้นอาจก่อให้เกิดทั้งผลดีและผลเสียที่เป็นส่วนที่ชัดเจนและแอบแฝง

สำหรับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ตามทฤษฎีโครงสร้างบทบาทหน้าที่ (Structural Functional Theory) มองว่าสังคมคือระบบอันหนึ่งประกอบด้วยหน่วยงานหรือระบบย่อยจำนวนหนึ่งยึดโยงกันอยู่และช่วยกันทำงานคนละอย่าง ซึ่งมีความจำเป็นต่อส่วนรวม สื่อมวลชน (โทรทัศน์) คือหน่วยงานทำงานระบบย่อยอันหนึ่งที่มีบทบาทหน้าที่ต้องตอบสนองความจำเป็นทางสังคมใน

ด้านความต่อเนื่อง การรักษาระเบียบ การกระตุ้นเตือน การแนะแนวทางและ การปรับตัวในที่นี้ จึงถือได้ว่าการส่งเสริมสุขภาพอนามัยเป็นบทบาทหน้าที่หนึ่งของโทรทัศน์พึงกระทำเพื่อพัฒนาและเชื่อมโยงระบบต่าง ๆ ในสังคมให้คงอยู่ นอกจากนี้ในเรื่องของบทบาทหน้าที่ของโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่งที่ได้พัฒนาขึ้นมาอย่างรวดเร็ว และมีความสำคัญในระบบสื่อมวลชนมากจนเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมก็ว่าได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมเมือง

2.1 บทบาทหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์

จอห์น ฟิส (Fiske, 1978) กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของโทรทัศน์ไว้ดังนี้ คือ

- หน้าที่ในการส่งผ่านความคิดด้านวัฒนธรรม เกี่ยวกับความเป็นจริงตามธรรมชาติซึ่งการส่งผ่านความคิดด้านวัฒนธรรมนี้ รวมถึงวัฒนธรรมการบริโภค ชีวิตความเป็นอยู่ที่มีผลต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนด้วยเช่นกัน
- ให้ความรู้แก่สมาชิกของคนในสังคมตามระบบความเชื่อด้วยการสะสมลักษณะวัฒนธรรมดังกล่าวและแสดงให้เห็นโดยผ่านทางโทรทัศน์ในที่นี้ เป็นบทบาทของโทรทัศน์ ในการเผยแพร่และส่งเสริมวัฒนธรรมการบริโภคที่ถูกต้องหรือถูกหลักโภชนาการ เช่น การดื่มน้ำสะอาด การรับประทานอาหารที่สุกแล้ว เป็นต้น
- อธิบายและตีความตัดสินการกระทำใด ๆ จากสิ่งที่ปรากฏทางด้านวัฒนธรรม
- เป็นการตอกย้ำวัฒนธรรมของกลุ่มสังคมขนาดใหญ่ ด้านการยืนยันหลักแนวความคิดความเชื่อรวมทั้งลักษณะที่เป็นอยู่หรือที่ไม่คาดคิด
- เปิดรับและเปลี่ยนแปลงตามสิ่งที่ไม่ได้ปรากฏในสังคมนั้น คนอาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ของโลกภายนอก เนื่องจากได้รับแนวคิดใหม่
- เชิญชวน ผู้รับสารยอมรับบทบาทความโดดเด่นของประชาชน ซึ่งได้รับการยอมรับจากกลุ่มวัฒนธรรม
- ส่งผ่านความหมายตามแนวคิดของวัฒนธรรมของคนในสังคมนั้น คือ โทรทัศน์มีบทบาทที่จะเสนอความคิดที่ถูกต้องเกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพอนามัยเพื่อให้นักในสังคมรับทราบความหมายนั้น

2.2 สื่อมวลชนกับการส่งเสริมสุขภาพ

ในเรื่องของบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนนั้น จะเห็นได้ว่านอกจากบทบาทหน้าที่ในด้านต่าง ๆ แล้วในเรื่องของสุขภาพอนามัย สื่อมวลชนก็เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องและมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดเพื่อเผยแพร่ข่าวสารด้านนี้ ดังเช่น

ชาลส์ แอทกิน และ ลอเรนซ์ วอลเลค (Atkin, C., and Lawrence Wallack, 1990) กล่าวถึงสื่อมวลชนในการเผยแพร่ความรู้ด้านสุขภาพดังนี้

- นักสื่อสารมวลชนอาชีพจะต้องทำงานอย่างใกล้ชิดกับนักสาธารณสุข เพื่อให้กิจกรรมในด้านส่งเสริมสุขภาพผ่านสื่อมวลชน ปัจจุบันโทรทัศน์จะมีการเผยแพร่ความรู้เรื่อง เอดส์ ยาเสพติด และโรคหัวใจอย่างต่อเนื่อง

- นักสื่อสารมวลชนและนักสาธารณสุขต้องทำงานอย่างต่อเนื่องร่วมกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลและชี้ให้เห็นปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพอนามัยของบุคคลโดยวิธีหลักทางนิเทศศาสตร์ เทคนิคในด้านมวลชน หลักการทางสังคม รวมทั้งงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อรณรงค์ด้านสุขภาพอนามัยให้มากขึ้น

- นักสื่อมวลชนต้องกำหนดให้พื้นฐานความสัมพันธ์ทางโครงสร้างระหว่างความบันเทิงและการส่งเสริมสุขภาพ นั้นหมายถึง โทรทัศน์ต้องทำหน้าที่ในการส่งเสริมสุขภาพด้วยนอกเหนือจากหน้าที่ให้ความบันเทิง

- สื่อมวลชนจะต้องให้ความรู้ความเข้าใจแก่สังคม ว่าเรื่องสุขภาพอนามัยเป็นพื้นฐานของการพัฒนาในด้านอื่น ๆ การพัฒนาใด ๆ คงจะประสบผลสำเร็จได้ยากหากสมาชิกในสังคมยังมีปัญหาด้านสุขภาพอนามัย ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของการพัฒนาจากการที่สื่อมวลชนจะต้องเป็นผู้กำหนดพื้นฐานความสัมพันธ์ทางโครงสร้าง ระหว่างการเผยแพร่ความรู้ด้านสุขภาพอนามัยกับการทำหน้าที่หรือเผยแพร่ในเรื่องอื่นๆ สื่อมวลชนจึงเป็นผู้ที่กำหนดเนื้อหาหรือเรื่องที่จะเผยแพร่ ซึ่งมีกรอบแนวคิดในเรื่องนี้ที่จะทำให้เห็นว่าการกำหนดเนื้อหาอย่างน้อยในแต่ละประเด็นเนื้อหาจะมีผลต่อผู้รับสารอย่างไร

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของสื่อมวลชนในสังคม

เดนิส แมคควอล (Mc.Quail, 1987) ให้ความเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของสถาบันสื่อมวลชนไว้ว่า สถาบันสื่อมวลชนเป็นสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการผลิต (Production) การผลิตซ้ำ (Reproduction) และการเผยแพร่ (Distribution) ของความรู้ต่าง ๆ ในโลก ทำให้ผู้รับสาร

ได้ประสบการณ์ได้รู้ ได้เข้าใจและสนับสนุนความรู้เดิมที่มีอยู่จนก่อให้เกิดความเข้าใจในเหตุการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้น

แมคเคลว กล่าวว่ สถาบันสื่อสารมวลชนแตกต่างไปจากสถาบันความรู้อื่น ๆ ตรงที่สถาบันต่าง ๆ นั้นสามารถถ่ายทอดความรู้ที่เกี่ยวกับสถาบันนั้นอย่างเดียว แต่สถาบันสื่อสารมวลชนสามารถถ่ายทอดความรู้ได้ทุกสาขาวิชา ทั้งยังได้ปฏิบัติภารกิจในนามของสถาบันความรู้ต่าง ๆ เหล่านี้อีกด้วย การปฏิบัติภารกิจของสถาบันสื่อสารมวลชนเป็นการปฏิบัติเพื่อสาธารณะ สามารถส่งข้อมูลข่าวสารไปให้ทุกคนในสังคมนั้นอย่างเปิดเผยโดยสมัครใจ ไม่กำหนดขอบเขตเฉพาะเจาะจง และยังเสียค่าใช้จ่ายต่อคนในอัตราที่ถูกลงในการสื่อสารนั้นตามสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร มีความสมดุลย์และเท่าเทียมกัน นอกจากนี้ข่าวสารที่ส่งโดยสื่อมวลชนไปถึงประชาชนได้มากกว่า ที่แต่ละสถาบันจะส่งเอง และสถาบันสื่อสารมวลชนยังได้ปฏิบัติภารกิจแทนสถาบันต่าง ๆ สืบต่อไปอีก

4. ทฤษฎีการกำหนดวาระ (Agenda-setting Theory)

ทฤษฎีการกำหนดวาระ เห็นว่ การกำหนดความสำคัญของประเด็นข่าวประเด็นปัญหาโดยสื่อมวลชน สื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดประเด็น หรือวาระให้ประชาชนได้รับทราบ ผลก็คือประชาชนจะคิดและปฏิบัติตามวาระ หรือประเด็นที่สื่อมวลชนกำหนดไว้ โดยมีสมมุติฐานชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ หรือระหว่างการที่สื่อมวลชนเลือกประเด็นในการรายงานข่าว กับการรับรู้ (Perception) หรือความเข้าใจและตระหนักถึงสาระสำคัญของหัวข้อข่าวประเด็นนั้น ๆ โดยมีข้อสรุปว่สื่อมวลชนยังเลือกเสนอข่าวหรือเนื้อหาข่าวการเกี่ยวกับประเด็นหรือปัญหาใดมากประชาชนผู้รับสารก็จะรับรู้หรือตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นปัญหานั้นมากขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นเรื่องของสุขภาพอนามัยในประเด็นต่าง ๆ รวมทั้งเรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย นั้นพื้นฐานทั่วไปที่ควร จะเผยแพร่ให้ผู้รับสารทั่วไปได้รับทราบได้น่ามาจัดไว้ในวาระการเสนอหรือไม่ ทฤษฎีนั้นนำมาใช้วิเคราะห์การเลือกเรื่อง เพื่อนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ด้วยว่มีปัจจัยในการกำหนดหรือเลือกเรื่องอย่างไร ซึ่งสอดคล้องกับที่ ลাজারส์เฟลด์ และเมอร์ตัน (Lazarsfeld and merton) กล่าวว่สื่อมวลชนสามารถให้สถานภาพแก่เรื่องราว บุคคล องค์กรหรือการเคลื่อนไหวต่าง ๆ ทางสังคม ด้วยการตั้งสิ่งเหล่านี้ออกมาให้คนสนใจ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่ให้ชื่อเสียง และทำให้อำนาจหน้าที่ของบุคคลและกลุ่มเด่นั้นั้น หรือทำให้เหตุการณ์นั้นถูกต้อง

การให้ข่าวสารของสื่อมวลชน และการที่ประชาชนได้รู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน เป็นการพิสูจน์ว่าพฤติกรรมเรื่องราว และเหตุการณ์นั้นสำคัญพอที่ประชาชนควรให้ความสนใจ เช่น การรายงานสถานการณ์เอดส์อย่างต่อเนื่อง หรือการเผยแพร่ความรู้ด้านสุขภาพอนามัยอย่างต่อเนื่องจะทำให้เห็นว่าโทรทัศน์ในฐานะสื่อมวลชนแขนงหนึ่งให้ความสำคัญและได้ดำเนินบทบาทและหน้าที่ในการส่งเสริมสุขภาพประชาชน

การเผยแพร่ความรู้ และการส่งเสริมสุขภาพอนามัยนั้นมีข้อควรคำนึงเรื่องการเลือกใช้สื่อ กล่าวคือ ต้องมีการย้ำหรือซ้ำ (Repeating) เป็นการเตือนความจำและความสนใจอยู่ตลอดเวลา แต่ต้องถูกกาลเทศะและความเหมาะสมว่าช่วงเวลาใดควรย้ำ หรือควรเว้นห่างอย่างไร ให้ความถี่เท่าใด เพราะถ้าซ้ำมากผู้รับอาจเกิดความเคยชินและเบื่อหน่ายในที่สุด การมีส่วนร่วม (Participation) จะกระตุ้นให้ผู้รับสนใจและติดตาม เช่น รายการโทรทัศน์จะมีผู้สนใจติดตาม ถ้าเปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านร่วมรายการหรือโทรศัพท์ติดต่อเข้ามาในรายการได้ การได้รับผลประโยชน์โดยตรงและโดยอ้อม เช่น รายการตอบปัญหาชิงรางวัล ได้รับรางวัลโดยตรง และโดยอ้อมจะได้รับความรู้ สาระไปด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งโทรทัศน์มีข้อดีคือ สามารถสร้างความสนใจ เข้าใจได้มากกว่าสื่อมวลชนอื่น เพราะได้ยินทั้งเสียงและเห็นภาพพร้อมกันไปด้วย มีความรวดเร็วในการเสนอข่าวและภาพได้ทันที่ซึ่งสามารถถ่ายทอดสดเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ ใช้เทคนิคสูงทำให้ผู้ชมสนใจ ประทับใจและชวนติดตาม ชี้แจงรายละเอียดที่ซับซ้อน ยุ่งยากได้ มีเทคนิคการนำเสนอแต่ละขั้นตอน ทำให้สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้นและได้รับทั้งความรู้และความบันเทิงพร้อมกันไปด้วย

5. สื่อโทรทัศน์กับการประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ข่าวสารด้านสุขภาพอนามัย

จะเห็นได้ว่าบทบาทของโทรทัศน์ที่มีต่อการส่งเสริมสุขภาพอนามัยนั้นไม่มีในแนวคิดและทฤษฎีที่เด่นชัด หากแต่เป็นบทบาทที่แฝงอยู่ในแนวคิดต่างๆ ที่ได้ยกมากล่าวและชี้ให้เห็นในที่นี้และนอกจากนี้การประชาสัมพันธ์เพื่อการเผยแพร่ข่าวสารด้านสุขภาพอนามัย ก็จะมีส่วนสัมพันธ์กับบทบาทของโทรทัศน์ที่มีต่อการส่งเสริมสุขภาพอนามัยด้วย กล่าวคือ ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ นั้นสื่อเป็นปัจจัยหลักประการหนึ่ง ที่จะทำให้การประชาสัมพันธ์ได้ผลตามเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์มีคุณลักษณะ เด่นเฉพาะตัวทำให้เป็นข้อได้เปรียบ

สื่ออื่น ๆ คือ

1. มีลักษณะคล้าย สื่อมวลชนสามประเภทรวมกัน คือ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์ จึงสร้างและสร้างความสนใจได้มากกว่า
2. ให้ความเข้าใจ และประทับใจได้ดีกว่า เพราะมีทั้งข่าวสาร ภาพยนตร์เหตุการณ์ เสียงบรรยาย และสีสันทที่สวยงาม
3. มีความรวดเร็วสูงและเชื่อถือได้ในระดับหนึ่ง สามารถถ่ายทอดเหตุการณ์สดต่าง ๆ ได้ในเวลานั้น
4. ใช้เพื่อการศึกษาอบรม และชี้แจงรายละเอียดต่าง ๆ บางประการที่ยากแก่การเข้าใจให้เข้าใจง่ายขึ้น
5. สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนผู้ไม่รู้หนังสือหรืออ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ (Illiteracy) แต่ก็สามารถรับชมโทรทัศน์เข้าใจได้

ดังนั้นโทรทัศน์จึงมีบทบาทอย่างมากในการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารด้านสุขภาพอนามัย ดังนี้ (วาสนา จันทรสว่าง , 2533)

- การเผยแพร่ข่าวสารและความรู้ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง เช่นการรณรงค์เพื่องดการสูบบุหรี่ กลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้สูบบุหรี่ และกลุ่มเป้าหมายรองคือ สมาชิกในครอบครัวผู้ใกล้ชิด ผู้ร่วมงานและบุคคลทั่วไป ที่ได้รับผลกระทบจากการสูบบุหรี่ ซึ่งการเผยแพร่ข่าวสารด้านสุขภาพอนามัย กลุ่มเป้าหมายในเรื่องนั้น ๆ นั้นว่าสำคัญมาก เพราะวัตถุประสงค์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายปฏิบัติตัวได้ถูกต้องมีสุขภาพดี เป็นผลดีแก่ครอบครัว สังคม และประหยัดค่าใช้จ่ายของรัฐ ในส่วนการรักษาพยาบาลประชาชนที่เจ็บป่วยด้วย
- การโน้มน้าวและการชักจูงให้คล้อยตาม ในกรณีนี้เป็นการให้ความรู้เพื่อทำความเข้าใจ ตระหนักและเพื่อเปลี่ยนทัศนคติโดยหวังถึงการเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นผู้ไม่สูบบุหรี่ด้วย
- การป้องกัน แก้ไขความเข้าใจในโรคบางชนิดที่อาจทำให้ง่ายต่อการติดได้ฉะนั้นจึงจำเป็นต้องเผยแพร่ความรู้ที่ถูกต้องให้เพื่อการป้องกันและควบคุมโรค
- การกระตุ้นเตือน เพื่อให้เข้าใจและป้องกันหรือเปลี่ยนพฤติกรรม
- การเสนอข่าวด่วน เช่น การเกิดโรคติดต่อร้ายแรงและระบาดรุนแรงและรวดเร็วจำเป็นต้องเสนอข่าวโดยด่วนสื่อโทรทัศน์จะมีบทบาทมากในกรณีดังกล่าว เพราะเข้าถึงผู้รับได้มากและรวดเร็ว
- การเตรียมชุมชน โดยจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ

ตลอดเวลาเกี่ยวกับโรคต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรคที่มาตามฤดูกาล เช่น ก่อนฤดูฝนต้องเตรียมพร้อมในการป้องกันโรคไข้เลือดออก หรือโรคอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในฤดูฝน หรือเหตุการณ์น้ำท่วม ให้ระวังโรคระบาดที่อาจตามมา

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ยกแนวทางในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในงานสาธารณสุขมาเป็นกรอบแนวคิดและทฤษฎีในการศึกษาวิจัยเรื่องบทบาทของโทรทัศน์ ที่มีต่อการส่งเสริมสุขภาพในที่นี้ด้วย เนื่องจากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยมุ่งสื่อโทรทัศน์จะมีผลต่อการจัดลำดับข่าวสารข้อมูลที่จะนำมาเผยแพร่ในรายการได้

6. แนวคิดเรื่องการโฆษณา

มอร์ริซ เจ. แมนเดลล์ (Mandell, 1968 อ้างถึงในวุฒิพงศ์ชัชวาล) ให้คำจำกัดความว่าการโฆษณา หมายถึง รูปแบบการส่งเสริมการขายผ่านสื่อโฆษณาที่มีใช้ตัวบุคคล และต้องชำระเงินค่าโฆษณาโดยผู้อุปถัมภ์ ซึ่งการโฆษณานี้ความหมายที่แตกต่างไปจากการส่งเสริมรูปแบบอื่นๆ เช่น การขายโดยพนักงาน และการส่งเสริมการขายหน่วย เป็นต้น

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (The American Marketing Association หรือ AMA) ให้คำจำกัดความของโฆษณาว่า การโฆษณาคือรูปแบบของการเสนอใด ๆ ซึ่งต้องชำระเงินและผ่านสื่อที่มีใช้ตัวบุคคล การเสนอนี้เป็นส่งเสริมและเผยแพร่ความคิดเห็นสินค้าหรือบริการต่าง ๆ โดยผู้อุปถัมภ์ที่ระบุไว้

จากคำจำกัดความของสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา หรือการให้ทัศนะของนักวิชาการ สามารถสรุปได้ว่า การโฆษณาเป็นวิธีการสื่อสารโน้มน้าวใจวิธีหนึ่ง โดยอาศัยสื่อโฆษณาต่าง ๆ กระตุ้นให้ผู้บริโภคพิจารณาที่จะซื้อสินค้าและบริการ ผู้ส่งสารหรือผู้ที่ทำการโฆษณาต้องจ่ายเงินเป็นค่าตอบแทนในการที่สินค้าหรือบริการนั้นได้รับการโฆษณาในสื่อโฆษณา

วัตถุประสงค์ของการโฆษณามีดังนี้

1. การโฆษณาเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจ (Comprehensive Advertising)

การให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าและบริการ กระทำได้หลายประการคือ

1) การโฆษณาให้ความรู้เกี่ยวกับประเภทของสินค้าและบริการ



เช่น สินค้าเกษตรกรรม สินค้าอุตสาหกรรม

2) การโฆษณาให้ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของสินค้าและบริการ โดยเฉพาะสินค้าที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เช่น อาหาร ยา รักษาโรค

3) การโฆษณาให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของสินค้าและบริการ เช่น การโฆษณาคุณสมบัติของยารักษาโรค

4) การโฆษณาให้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดใหม่ของการโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยการนำเสนอโฆษณาแบบใหม่ การให้คำพูดเชิงสร้างสรรค์ ตลอดจนการทำให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการโฆษณา

5) การโฆษณาให้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้า นับตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จเป็นสินค้าสำเร็จรูป

6) การโฆษณาให้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีใช้สินค้าและบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจถึงวิธีการใช้สินค้าและบริการอย่างถูกต้อง

2. การโฆษณาเพื่อให้ข่าวสาร (Informative Advertising)

เป็นการโฆษณาซึ่งแจ้งให้ผู้บริโภคทราบว่า สินค้าที่โฆษณาไปนั้นมีขายที่ไหนบ้าง สินค้าชนิดนั้นมีคุณสมบัติอย่างไร ราคาเท่าไร มีประโยชน์อย่างไร ซึ่งจะ เป็นประโยชน์แก่ทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิต เพราะการโฆษณาทำให้ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดกว้างขวางขึ้น และมีโอกาสเลือกสินค้าเพิ่มขึ้นส่วนผู้ผลิตมีโอกาสขายสินค้าของตนเองมากขึ้น

3. การโฆษณาเพื่อการจูงใจ (Persuasive Advertising)

เป็นการโฆษณาที่มุ่งไปยังผู้บริโภคที่ทราบข่าวสารและข้อมูลของสินค้าแล้ว แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยเหตุผลใดก็ตาม การโฆษณาเพื่อจูงใจจะกระทำได้สำเร็จ หากสามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเปลี่ยนรสนิยม ค่านิยม หรือความเชื่อ แล้วหันมาบริโภคสินค้าที่ทำการโฆษณานี้

ลักษณะการโฆษณาโดยใช้สื่อการแพร่ภาพแบ่งได้ต่าง ๆ คือ

1. การโฆษณาแบบสปอต (Spot) หมายถึง การเจาะจงเลือกเวลาเฉพาะจากสถานีที่เจาะจงใด ๆ สำหรับตลาดของสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่งอาจมีความยาว 30 วินาที หรือ 15 วินาที หรือยาวถึง 1 นาทีก็ได้

2. การโฆษณา โดยรายการ (Program Sponsorship) เป็นการซื้อ ทั้งรายการ เป็นเจ้าของรายการเองจะทำโฆษณาสินค้าที่เป็นของบริษัท

เป็นหลัก

3. การโฆษณาแทรกในรายการ (Announcement Campaign) เป็นลักษณะของการประกาศโฆษณาสินค้าแทรกในช่วงต้น ช่วงกลาง และ ช่วงท้ายรายการ

7. แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหา

เนื่องจากการศึกษาวิจัยบทบาทโทรทัศน์ที่มีต่อการส่งเสริมสุขภาพนั้น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เนื้อหาของรายการและสปอตส่งเสริมสุขภาพ จึงได้นำกรอบและขั้นตอนการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) มาเป็นแนวทางในการดำเนินการศึกษาในที่นี้กล่าวคือการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อมวลชนเกิดขึ้นเนื่องจากว่าแต่ละคนจะเลือกรับสื่ออย่างจำกัด เราก็เลือกรับเฉพาะสื่อที่ตรงกับรสนิยมของตัวเอง และเกิดจากผู้ชมอาจจะด่วนสรุปจากประสบการณ์ส่วนตัว เช่น เห็นรายการโทรทัศน์ดูเหมือนว่าจะรุนแรงก็ทึกทักว่ารายการนี้ ส่วนใหญ่มีเนื้อหาเป็นประเภทรุนแรงทั้งหมด จึงต้องวิเคราะห์เนื้อหาของรายการดูว่าเป็นอย่างไร ทำนองเดียวกัน ผู้วิจัยมองว่ารายการและสปอตส่งเสริมสุขภาพทางโทรทัศน์ที่แพร่ภาพออกอากาศอยู่ในปัจจุบัน เป็นรายการที่มีเนื้อหาสาระหลากหลาย บางตอนอาจจะไม่เข้ากับการส่งเสริมสุขภาพแต่อาจจะเป็นการรักษาพยาบาล การป้องกัน หรือการฟื้นฟูสุขภาพ และรายการเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยที่แพร่ภาพในปัจจุบันยังไม่ได้ใช้หลักการทางนิเทศศาสตร์ ในการส่งเสริมสุขภาพผ่านสื่อโทรทัศน์เท่าที่ควร จึงได้สนใจศึกษาเนื้อหาของรายการส่งเสริมสุขภาพทางโทรทัศน์ โดยมีกรอบการวิเคราะห์เนื้อหาในรูปของขั้นตอนการวิจัย ว่าการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ เป็นเทคนิคการวิจัยสำหรับการแยกแยะและพรรณานเนื้อหาของการสื่อสารอย่างมีระบบ วัตถุประสงค์การแจกแจงและการวิเคราะห์อย่างชัดเจน เนื้อหาการวิเคราะห์อาจวิเคราะห์ไปถึงผู้ผลิต ความตั้งใจ นโยบาย หรือแง่จิตวิทยา บางโอกาสเนื้อหาจะบ่งบอกถึงผลที่จะเกิดขึ้นในสังคมหรือเกิดขึ้นแก่ผู้ชมหรือผู้รับสารได้ด้วย

สำหรับคำจำกัดความในเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหานั้น มีนักวิชาการมากมายได้ให้ความหมายต่างกันไปตามทัศนะของแต่ละท่าน เบอเรลสัน (Berelson, 1952) ซึ่งเป็นผู้บุกเบิกวิธีการวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา ได้ให้ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาว่าเป็นเทคนิควิธีการวิจัยแบบหนึ่งซึ่งมีความเป็นกลางหรือเป็นไปตามทวิสัย (Objective) เป็นระบบ เป็นการพรรณาเชิงปริมาณของเนื้อหาการสื่อสารที่ปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัด

เคอริงเจอร์ (Kerlinger อ้างถึงใน Wimmer & Joseph, 1987:166-167) ได้อธิบายคำจำกัดความของการวิเคราะห์เนื้อหาเป็น 3 แนวทาง คือ

1. การวิเคราะห์ คือวิชาที่ว่าด้วยการจัดลำดับซึ่งหมายความว่า เนื้อหาถูกต้องวิเคราะห์ ถูกเลือกอย่างแน่ชัดและมั่นคง การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ต้องเป็นไปตามวิธีการที่ถูกต้องและในแต่ละหัวข้อต้องมีการเปลี่ยนแปลงของการรวบรวมการวิเคราะห์อย่างตัดเทียมกัน ขั้นตอนการประเมินผล ต้องเป็นไปตามลำดับ เช่นกัน เนื้อหาทั้งหมดภายใต้การพิจารณาจะถูกกระทำในลักษณะเดียวกัน การใส่รหัสและการวิเคราะห์ต้องใช้เกณฑ์แบบเดียวกัน

2. การวิเคราะห์เนื้อหา คือ การเพ่งเล็งวัตถุอย่างไม่เอาความคิดเห็นตัวเข้ามาปะปน คนที่มีความลำเอียงไม่ควรเข้ามาตรวจสอบแบบนี้ แม้ว่าจะเป็นการถอดความโดยผู้วิจัยคนอื่น ผลการวิเคราะห์ก็ควรสอดคล้องต้องกัน หรือเป็นไปในทำนองเดียวกันการจำกัดความและข้อบังคับในการแบ่งแยกความแตกต่างของประเภทเนื้อหา ควรเป็นไปอย่างชัดเจน และเกิดความเข้าใจอย่างเพียงพอ เพื่อที่ผู้วิจัยคนอื่นซึ่งสนใจในเรื่องเดียวกัน สามารถตัดสินใจได้เหมือนกัน

3. การวิเคราะห์เนื้อหา คือการวิเคราะห์วัตถุเพื่อหาปริมาณ วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์เนื้อหา คือ การแทนที่ข้อความของบุคคลใดบุคคลหนึ่งอย่างละเอียดแม่นยำ ด้วยการแทนค่าด้วยตัวเลข นับเป็นองค์ประกอบสำคัญในการวิเคราะห์เนื้อหา ยกตัวอย่างเช่น "70 ของข่าวเวลารายการไพร์ไทม์ (Prime time) ประกอบด้วยอย่างน้อยที่สุด 1 รายการ ที่เกี่ยวกับความรุนแรง" การทำให้ได้ปริมาณ เพื่อผู้วิจัยจะได้สรุปเหตุผลและรายงานของเขาอย่างละเอียดมากขึ้น

สำหรับพื้นฐานของเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (คีวิทย์ คีรีภายะ และ กาญจนา แก้วเทพ 2531:178-179) ประกอบด้วย

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่างของเนื้อหา
2. สร้างเกณฑ์ที่ใช้เป็นข้อเท็จจริง (Reference) จากภายนอกขึ้นมา โดยเกณฑ์ที่สร้างขึ้นมา นั้น ต้องให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของสิ่งที่ต้องการศึกษา
3. เลือกหน่วยของการวิเคราะห์จากเนื้อหา (จะใช้หน่วยระดับ

คำพูด ประโยค รายการ เรื่องราว ภาพ ฉากหนึ่งหรือตอนหนึ่งของเรื่อง ฯลฯ)

4. ภายในแต่ละหน่วยของเนื้อหาที่เลือกมาได้แล้วนั้น ทำการจับคู่หน่วยนั้นให้เข้ากับเกณฑ์ที่สร้างเอาไว้ ด้วยวิธีการนับว่าในแต่ละรายการของแต่ละเกณฑ์นั้น มีความถี่ของข้อเท็จจริงอยู่จำนวนใด

5. เสนอผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ โดยการนำเสนอออกมาในรูปของการกระจายกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดว่า ในแต่ละเกณฑ์นั้นมีความถี่ของข้อเท็จจริง (References) ที่เราต้องการศึกษาจำนวนเท่าใด

สำหรับกระบวนการวิเคราะห์ดังกล่าวนี้มีแนวคิดอยู่ 2 ประการ คือ ประการแรกต้องเชื่อว่า ข้อเท็จจริง จากภายนอกที่เราใช้เป็นเกณฑ์กับข้อเท็จจริงที่ปรากฏอยู่ในตัวบทที่เราวิเคราะห์นั้น จะต้องมีความเกี่ยวข้องกัน อย่างเห็นได้ชัดเจนไม่คลุมเคลือ ประการที่สอง ต้องเชื่อว่าปริมาณความถี่ของข้อเท็จจริงที่ปรากฏจากการแจกแจงนั้นสามารถจะบอกได้ว่าเป็นความหมายที่เป็นหลักสำคัญของตัวบทนั้นอย่างแท้จริง

ในการศึกษาเนื้อหาของสื่อมวลชนนั้น ผู้วิจัย ส่วนมากมักให้ความสำคัญในการศึกษาเนื้อหาโดยตรง (Manifest Content) และไม่สนใจองค์ประกอบอื่น ๆ การที่เราเข้าใจองค์ประกอบอื่นด้วย จะทำให้สามารถเข้าใจพฤติกรรมของการสื่อสารได้ดียิ่งขึ้นอย่างไรก็ตามการวิเคราะห์เนื้อหา ไม่เพียงแต่เป็นวิธีการที่สามารถศึกษาถึงลักษณะ เท่านั้นแต่ยังชี้ให้เห็นถึงธรรมชาติของนักการสื่อสาร ผู้รับสารและผลกระทบ นอกจากนี้การวิเคราะห์เนื้อหายังสามารถศึกษาให้เห็นถึงผลกระทบที่มีต่อผู้รับหรือสังคม (Wright, 1975: 125-126) ซึ่งเคอลิงเจอร์ ได้อธิบายไว้ว่าการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นวิธีการในการสังเกตโดยมิใช่เป็นการสังเกตพฤติกรรมของมนุษย์โดยตรง หรือสัมภาษณ์ แต่ผู้ทำการสังเกตจะต้องสังเกตถึงวิธีการที่คนทำการสื่อสาร และถามคำถามเกี่ยวกับการสื่อสารนั้นด้วย การวิเคราะห์เนื้อหายังเอื้ออำนวยให้ผู้ศึกษา สามารถสังเกตการสื่อสารของคนทั่วไปในเวลาและสถานที่ที่ผู้ศึกษาต้องการโดยไม่ต้องกังวลใจว่า การสังเกตของเขาจะส่งผลกระทบต่อผู้ทำการสื่อสาร

แนวคิดทั้งหมดที่ได้เสนอไว้ในขณะนี้มีความสัมพันธ์กันและสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการศึกษาวิจัย "การวิเคราะห์รายการเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยทางโทรทัศน์ที่มีต่อการส่งเสริมสุขภาพ" โดยนำมาวิเคราะห์รายการสุขภาพอนามัยทางโทรทัศน์ ทั้งในแง่ของผู้ส่งสารและผู้ผลิตรายการมีวิธีการนำเสนอเนื้อหา การจัดลำดับความสำคัญของเนื้อหาอย่างไร ตลอดจนมีรูปแบบรายการ รูปแบบ และเนื้อหาประเภทใดบ้างมีเนื้อหาที่มีสาระของการส่งเสริมสุขภาพในด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพอนามัยเพียงประการเดียวในลักษณะของการให้ความรู้เรื่องสุขภาพ (Health Education) หรือได้มีการนำหลักการในเรื่องของการส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) เข้ามาช่วยให้ดำเนินรายการ ตลอดจนมีสาระเนื้อหาด้านอื่นๆ ประการใดบ้างดังรายละเอียดที่จะนำมาเสนอในบทต่อไป