

# รายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพกับบทบาทการรณรงค์เพื่อสุขภาพ

สุภา พันธสมบัติ  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

## บทคัดย่อ

รายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพถือเป็นสื่อมวลชนที่ได้มีส่วนในการรณรงค์เพื่อการป้องกันและส่งเสริมสุขภาพของประชาชนมาอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยข้อจำกัดบางอย่างทำให้การทำหน้าที่นี้ยังไม่เต็มประสิทธิภาพเท่าที่ควรจะเป็น แม้ภาพรวมส่วนใหญ่จะมีรายการสุขภาพ แต่มากกว่ารายการถึงสุขภาพ แต่เนื้อหาสุขภาพที่จำเป็นสำหรับประชาชน อันได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับโรคที่พบบ่อยและโรคที่เกิดสถานการณ์แพร่ระบาด เนื้อหาเกี่ยวกับการพึ่งพาตนเองและลดการพึ่งพาแพทย์ เนื้อหาเกี่ยวกับการแพทย์ทางเลือก และเนื้อหาเกี่ยวกับสิทธิผู้ป่วย กลับนำเสนอเล็กน้อยหรือแทบไม่มี ขณะที่รูปแบบรายการก็ไม่สามารถพัฒนาสร้างสรรค์ได้มากนักเนื่องจากข้อจำกัดของเนื้อหาที่จริงจัง จำต้องนำเสนอในรูปแบบพูดคุยหรือสนทนาเพื่อไม่ให้ขาดความน่าเชื่อถือของตัวรายการ นอกจากนี้อุปสรรคสำคัญคือผู้สนับสนุนรายการของรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานเอกชนซึ่งมีส่วนในการกำหนดเนื้อหารายการด้วย จึงยากที่จะหลีกเลี่ยงการโฆษณาแฝงในรายการได้ ผลเสียที่เกิดขึ้นนอกจากผู้ชมจะต้องทนดูโฆษณาแฝงที่ไม่ได้ให้ข้อมูลด้านสุขภาพที่เป็นประโยชน์แล้วยังอาจถูกโน้มน้าวให้เข้าใจว่าสินค้าที่ช่วยรักษาโรคได้และหลงเชื่อไปซื้อมาใช้จนอาจเกิดอันตรายต่อสุขภาพได้ในที่สุด

## Abstract

Television programs for health are always accredited as media promoting health campaign for public. Somehow, with some constrains, television programs for health are not fully functional. Although most of them are purely health concepts, some are not. Especially, the essential health concepts such as most occurrence diseases, outbreaks, basic treatments, alternative medicine, and patient rights are not easily available on air. Also, the ways to present for this kind of programs are not fully creative due to the constrains of creditability as a result of that most of them are expressed in the straight talk and conversations. Moreover, most of sponsors of the television programs for health are private sectors. Thus, these programs are usually embedded with surreptitious advertisings which are useless for audience who may be persuaded into buying harmful products.

## บทนำ

ทุกวันนี้คนไทยต้องดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมสมัยใหม่ที่เต็มไปด้วยกระแสบริโภคนิยมและการแข่งขันจึงยากที่จะหลีกเลี่ยงการดำเนินชีวิตด้วยความเร่งรีบ ไม่ว่าจะเป็นความเร่งรีบในการรับประทานอาหาร ความเร่งรีบในการเดินทาง หรือความเร่งรีบในการทำงาน สิ่งต่างๆ เหล่านี้ ล้วนส่งผลกระทบต่อสุขภาพ เพราะความเร่งรีบทำให้เราต้องเลือกรับประทานอาหารจานด่วนที่ให้คุณค่าทางโภชนาการน้อยหรือแทบไม่มี ทำให้เราต้องเดินทางไปทำงานบนท้องถนนที่เต็มไปด้วยมลพิษ และทำให้เราต้องเผชิญกับความเครียดในที่ทำงาน ส่งผลให้คนไทยเจ็บป่วยด้วยโรคร้ายต่างๆ มากขึ้นเรื่อยๆ คุณภาพชีวิตจึงไม่อยู่ในระดับที่น่าพอใจ

จากรายงานผลการศึกษาระบบสุขภาพจากโรคและการบาดเจ็บของประชากรไทย ปี พ.ศ. 2547 พบว่าประชากรไทยมีความสูญเสียทางสุขภาพจากภาวะโรคและการบาดเจ็บประมาณ 9.8 ล้านปีสุขภาพดี (DALYs) โดยเพศชายมีความสูญเสียมากกว่าเพศหญิงประมาณ 1.4 เท่า และเมื่อจำแนกกลุ่มโรคเป็น 3 กลุ่ม จะมีสัดส่วนการสูญเสียปีสุขภาพดีคือ กลุ่มโรคติดต่อ ร้อยละ 21 กลุ่มโรค

ไม่ติดต่อ ร้อยละ 65 และกลุ่มการบาดเจ็บ ร้อยละ 14 โดยโรคที่เป็นสาเหตุสำคัญของการสูญเสียปีสุขภาวะของเพศชายและหญิง ได้แก่ โรคเอดส์ / เอชไอวี / เอชไอวี และโรคหลอดเลือดสมอง ตามลำดับ (สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ กระทรวงสาธารณสุข, 2552, 30)

จากผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าคนไทยกำลังเผชิญอยู่กับปัญหาสุขภาพและอาจกลายเป็นปัญหาที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้นหากไม่ได้รับการแก้ไข ทั้งนี้การจะควบคุมป้องกันปัญหาโรคภัยต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพดีนั้นส่วนหนึ่งต้องเกิดจากการให้การศึกษาการกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัว รวมถึงการสร้างทัศนคติและความเข้าใจที่ถูกต้องให้แก่ประชาชนโดยต้องมีการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง และจริงจังซึ่งต้องอาศัยเครื่องมือที่ทรงประสิทธิภาพ หนึ่งในนั้นก็คือ สื่อมวลชน ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า “โทรทัศน์” เป็นสื่อมวลชนที่มีศักยภาพสูงที่เอื้อต่อการส่งเสริมภาวะสุขภาพของประชาชน เนื่องจากลักษณะพื้นฐานเฉพาะตัวที่สามารถสื่อสารได้กว้างไกลและเข้าถึงคนเป็นจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้คนทุกเพศทุกวัยแม้แต่คนที่ไม่สามารถอ่านออกเขียนได้ต่างก็สามารถเข้าถึงข่าวสารผ่านทางโทรทัศน์ได้โดยง่าย แต่กับบทบาทเพื่อการรณรงค์ด้านสุขภาพนี้ “โทรทัศน์” ได้ทำหน้าที่อย่างเต็มประสิทธิภาพของตัวมันเองหรือไม่

## สำรวจบทบาทเพื่อการรณรงค์ด้านสุขภาพของรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพ

นับจากอดีตถึงปัจจุบัน รายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพได้มีส่วนในการสร้างกระแสและรณรงค์เพื่อการป้องกันและส่งเสริมสุขภาพของประชาชนมาอย่างต่อเนื่อง โดยในยุคก่อนมักนำเสนอในรูปแบบรายการที่เน้นสาระความรู้เป็นหลัก โดยมักจะเป็นรายการพูดคนเดียวหรือรายการสนทนา เช่น รายการปัญหาชีวิตและสุขภาพ รายการรักลูกให้ถูกทาง เป็นต้น แต่ปัจจุบันเมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพก็มีการพัฒนาในรูปแบบรายการให้มีความน่าสนใจมากขึ้น โดยนำเสนอในรูปแบบรายการที่หลากหลาย เช่น นำเสนอด้วยรูปแบบรายการวาไรตี้ หรือรายการเกมโชว์ เช่น รายการปาร์ตีวิทยาศาสตร์ รายการชิตหอม เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ชมได้รับความรู้และความเพลิดเพลินไปพร้อมกัน อย่างไรก็ตามเพื่อให้เข้าใจถึงบทบาทการรณรงค์เพื่อสุขภาพของรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพจึงต้องพิจารณาจากเนื้อหาและรูปแบบรายการก่อนเป็นอันดับแรก

ในรายงานผลการศึกษาเรื่องสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์เพื่อข่าวสารสุขภาพเพื่อประชาชน (สุภิญญา กลางณรงค์, เสวรวรรณ คงสวัสดิ์ และพวงพนา คุณวัฒน์, 2548, 57) ในการสนับสนุนของ

สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข 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 แต่มีแนวโน้มว่าจะนำเสนอประเด็นเรื่องสุขภาพมาเสนอบ่อยครั้ง หรืออาจเป็นเพียงการให้ความรู้เรื่องสุขภาพอย่างผิวเผิน ซึ่งจากการสำรวจพบรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพแบบนี้ร้อยละ 39

จากรายงานผลการศึกษาย่างต้นนี้เป็นเพียงการบ่งบอกเชิงปริมาณว่า ภาพรวมของรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มีรายการสุขภาพแท้มากกว่ารายการกึ่งสุขภาพ แต่อย่างไรก็ตามผลสำรวจรายการสุขภาพในฟรีทีวี (โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพของสังคม, 2551, 5-6) ในการสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ทำให้เห็นภาพชัดขึ้นว่า มีเนื้อหาอะไรบ้างในรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพ โดยพบว่า เนื้อหารายการเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดมีดังนี้

1. ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพและข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับโรค ได้แก่ อาการของโรค สถิติโรค การติดต่อ และอันตราย
  2. การจัดการสุขภาพหลังจากเกิดโรคหรืออาการผิดปกติ ได้แก่ การรักษาและการควบคุม
  3. การจัดการสุขภาพเพื่อไม่ให้เกิดโรคหรืออาการผิดปกติ ได้แก่ การดูแล การป้องกัน และการส่งเสริมสุขภาพ
- เนื้อหารายการทั้ง 3 ลักษณะมักนำเสนอโรคไม่ติดต่อและเป็นโรคที่ต้องอาศัยการพึ่งพาแพทย์ในการรักษา เช่น โรคมะเร็ง โรคต่อมลูกหมากโต โรคความดันโลหิตสูง โรคอัมพฤกษ์ อัมพาต โรคหลอดเลือดสมองตีบ โรคเกาต์ เป็นต้น

ส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับโรคที่พบบ่อยและโรคที่เกิดสถานการณ์แพร่ระบาด เช่น โรคไข้หวัด โรคท้องร่วง โรคกระเพาะอาหาร โรคเครียด กลับพบว่ามีการนำเสนอค่อนข้างน้อย

สิ่งที่น่าสนใจคือ ในรายงานผลสำรวจรายการสุขภาพในฟรีทีวี ได้กล่าวถึงเนื้อหารายการที่ไม่ถูกนำเสนอในรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นข้อมูลจำเป็นที่จะช่วยส่งเสริมการดูแลสุขภาพของประชาชน ซึ่งได้แก่

1. เนื้อหาเกี่ยวกับการพึ่งพาตนเองและลดการพึ่งพาแพทย์ ได้แก่ เนื้อหาที่ช่วยให้ประชาชนได้ตระหนักรู้ไปสู่การป้องกันและการดูแลตัวเองเมื่อเกิดอาการป่วย เช่น วิธีรักษาเบื้องต้นหรือวิธีการป้องกันดูแลตัวเองเมื่อป่วยเป็นโรคที่ไม่ร้ายแรงหรือโรคที่สามารถดูแลตัวเองได้ อย่างเช่น โรคไข้หวัด โรคท้องร่วง ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้ประชาชนลดการพึ่งพาแพทย์และลดค่าใช้จ่ายในการรักษา

2. เนื้อหาเกี่ยวกับการแพทย์ทางเลือก ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับการรักษาด้วยศาสตร์อื่นๆ ที่นอกเหนือจากศาสตร์ทางการแพทย์แผนปัจจุบัน เช่น ภูมิปัญญาไทยที่มีการรักษาโรคด้วยสมุนไพรต่างๆ การนวดแผนไทย และศาสตร์การรักษาแบบจีน เช่น การรักษาด้วยวิธีฝังเข็ม เป็นต้น

3. เนื้อหาเกี่ยวกับสิทธิผู้ป่วย ได้แก่ เนื้อหาที่ทำให้ทราบและเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการวิชาชีพกับผู้ป่วยที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจอันดีและไว้วางใจซึ่งกันและกัน เช่น สิทธิพื้นฐานของผู้ป่วยทุกคนที่จะได้รับบริการด้านสุขภาพตามที่เป็นอยู่ในรัฐธรรมนูญ สิทธิของผู้ป่วยที่จะได้รับทราบข้อมูลอย่างเพียงพอและเข้าใจชัดเจนจากผู้ประกอบวิชาชีพด้านสุขภาพ เป็นต้น

ข้อมูลจากผลการสำรวจเนื้อหารายการนี้ได้สะท้อนให้เห็นว่า รายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพแม้จะทำหน้าที่รณรงค์เพื่อการป้องกันและส่งเสริมสุขภาพของประชาชนแล้ว แต่อาจยังไม่มีประสิทธิภาพที่ดีพอเนื่องจากยังไม่สามารถให้ข่าวสารสุขภาพที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญทั้งหมดที่ประชาชนจำเป็นต้องได้รับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือเนื้อหาที่ไม่ถูกนำเสนอทั้ง 3 ประเด็นข้างต้น ภาพรวมของรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพในทุกวันนี้จึงยังทำหน้าที่เพื่อสาธารณประโยชน์ได้ไม่เต็มที่ ดังที่วีรพงษ์ เกรียงสินยศ ผู้จัดการมูลนิธิสุขภาพไทย ได้กล่าวไว้ว่า

“การรักษาโรคที่ผ่านแพทย์ยอมรับว่า มีโรคถึงร้อยละ 70 ที่สามารถรักษาโดยการพึ่งตนเองได้ ไม่ต้องพบแพทย์ รายการสุขภาพควรนำเสนอเนื้อหาส่วนนี้ เพราะคนส่วนใหญ่ยังขาดทักษะในเรื่องนี้ กระทั่งท้องเสียก็รู้ว่าท้องเสียแค่นั้นจึงต้องพบแพทย์ เช่นเดียวกับผู้ป่วยเบาหวานที่ต้องปรับพฤติกรรมและดูแลตนเองเป็นหลัก จึงควรมีกระบวนการให้ความรู้ แต่รายการทีวีส่วนใหญ่เสนอเนื้อหาเฉพาะโรคคนเมืองที่ไม่ใช่คนส่วนใหญ่ของประเทศ เช่น โรคกรดไหลย้อน โรคผิวหนัง ขณะที่โรคเบาหวานที่มีผู้ป่วยถึง 10 ล้านคนกลับไม่นำเสนอ” (ตอนหนึ่งจากเวทีเสวนาเรื่อง เฝ้ารอวัง...รายการสุขภาพในฟรีทีวี, 24 เมษายน 2552)

เมื่อพิจารณาด้านรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพ ก็พบว่า ภาพรวมของรูปแบบรายการไม่ได้พัฒนาไปจากในยุคอดีตมากเท่าไร ทั้งนี้เพราะในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ รูปแบบรายการถือเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งที่ผู้ผลิตรายการจะนำมาใช้เพื่อพัฒนารายการโดยสร้างความแปลกใหม่ น่าสนใจ และดึงดูดผู้ชมได้ แต่จากรายงานผลการศึกษารายการสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์เพื่อข่าวสารสุขภาพเพื่อประชาชน (สุภิญญา กลางณรงค์ และคนอื่นๆ, 2548, 68) พบว่า รูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพที่ผู้ผลิตรายการนิยมใช้มากที่สุดคือรูปแบบรายการพูดคนเดียว รองลงมาคือรูปแบบรายการสนทนาและสัมภาษณ์ และรูปแบบสารคดีตามลำดับ ซึ่งเป็นรูปแบบทั่วไปที่เคยใช้มา ทั้งนี้เหตุผลส่วนหนึ่งเนื่องจากข้อจำกัดของเนื้อหารายการที่เป็นข้อเท็จจริงด้านสุขภาพจำเป็นต้องนำเสนอบนความน่าเชื่อถือไปพร้อมกัน หากนำเสนอด้วยรูปแบบที่แปลกใหม่มากเกินไปอาจไปลดทอนความน่าเชื่อถือของตัวรายการได้ ส่งผลให้ภาพรวมของรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพไม่ได้มีการสร้างสรรค์รายการมากเท่าไรนัก ดังที่ สิริวิญญ์ อัครวุฒติยาภรณ์ ผู้ผลิตรายการคลื่นช่อง 5 ได้กล่าวไว้ว่า

“ปัญหาการผลิตมีแน่นอน คือเรื่องราวของสุขภาพนี่ เป็นข้อมูลที่จริงจังและซีเรียส เพราะฉะนั้นปัญหาที่ตามมาคือรูปแบบในการนำเสนอ ไม่สามารถที่จะแปลกหรือทำให้ทันสมัยมากนัก คือโทรทัศน์จะถูกคุมโดยเนื้อหา ถ้าเราเล่นมาก ข้อมูลเราก็ไม่น่าเชื่อถือ” (4 สิงหาคม 2547 อ้างใน สุภิญญา กลางณรงค์ และคนอื่นๆ, 2548, 101)

สำหรับรูปแบบรายการพูดคนเดียว หมายถึง การพูดให้ความรู้หรือบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพเพียงคนเดียว อาจมีภาพประกอบที่สอดคล้องกับเนื้อหาเพื่อเสริมความเข้าใจให้มากขึ้น สาเหตุที่รูปแบบรายการพูดคนเดียวนิยมใช้มากที่สุดเนื่องจากรูปแบบเหมาะสมกับการนำเสนอความรู้ในช่วงเวลาสั้นๆ กระชับ เช่น รายการพบหมอศิริราช (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 รายการพบหมอศิริราช ออกอากาศทางช่อง 7

รูปแบบรายการสนทนาและสัมภาษณ์ หมายถึง รายการที่มีผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ หรือวิทยากรมาสนทนากันในเรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพ โดยพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการจะเป็นผู้ตั้งคำถาม และผู้ร่วมรายการซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นแพทย์และผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพจะเป็นผู้ตอบคำถาม เช่น รายการชีวิตชีวา (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 รายการชีวิตชีวา ออกอากาศทางช่อง 3

รูปแบบสารคดี หมายถึง รายการที่มีลักษณะบรรยายหรือเล่าเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับสุขภาพ โดยใช้ภาพและดนตรีประกอบหรือใช้การแสดงคล้ายละคร เช่น รายการเพชรฆาตเงียบ (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 รายการเพชรฆาตเงียบ ออกอากาศทางช่องทีวียไทย (ปัจจุบันเลิกออกอากาศแล้ว)

## ผู้สนับสนุนรายการ: อุปสรรคของการสรรงองค์เพื่อสุขภาพ

ผู้สนับสนุนรายการหรือสปอนเซอร์ถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างหนึ่งของการผลิตรายการโทรทัศน์ เพราะเป็นผู้สนับสนุนด้านงบประมาณการผลิต จุดนี้จึงทำให้ผู้สนับสนุนรายการมีส่วนร่วมในการกำหนดเนื้อหารายการด้วย สำหรับรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพนั้น การมีส่วนร่วมกำหนดเนื้อหารายการของผู้สนับสนุนรายการอาจทำให้เนื้อหาการไม่เกิดประโยชน์สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการข่าวสารด้านสุขภาพของประชาชนอย่างแท้จริง เพราะเนื้อหาการมีการโฆษณาแฝงจำนวนมากควบคู่ไปกับการนำเสนอสาระด้านสุขภาพ

ในรายงานผลการศึกษาเรื่องสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์เพื่อข่าวสารสุขภาพเพื่อประชาชน (สุภิญญา กลางณรงค์ และคนอื่นๆ, 2548, 67) พบว่า ภาพรวมของผู้สนับสนุนรายการในรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพมีหน่วยงานภาคเอกชนมากที่สุดถึงร้อยละ 82 รองลงมาคือหน่วยงานภาครัฐ มีเพียงร้อยละ 16 และกลุ่มมูลนิธิที่ทำงานด้านสาธารณสุข มีเพียงร้อยละ 2 เท่านั้น

ภาพรวมนั้นนอกจากจะสะท้อนให้เห็นว่ารายการสุขภาพทางโทรทัศน์ส่วนใหญ่ตกอยู่ภายใต้กลไกตลาดของสื่อโฆษณาแล้วยังสะท้อนให้เห็นว่า เนื้อหาการสุขภาพทางโทรทัศน์คงไม่อาจให้สาระด้านสุขภาพเพื่อประโยชน์แก่ประชาชนได้อย่างแท้จริง เพราะเมื่อผู้สนับสนุนรายการภาคเอกชนจ่ายเงินงบประมาณการผลิตแล้วย่อมต้องใช้สิทธิโฆษณาสินค้าของตนเองอย่างเต็มที่

การใช้สิทธิโฆษณาของผู้สนับสนุนรายการนั้น โดยปกติทำได้ 2 ลักษณะ อย่างแรกคือ การโฆษณาโดยตรง เป็นการโฆษณาออกอากาศในช่วงเบรกของรายการ ประมาณช่วงละ 3-6 นาที อย่างที่สองคือ การโฆษณาแฝง เป็นลักษณะการโฆษณาที่ปรากฏอยู่ในรายการซึ่งไม่ได้บอกชัดแจ้งว่าเป็นการโฆษณา ทำได้หลายวิธี เช่น การจัดวางสินค้าให้ปรากฏในฉาก การทำแผ่นป้ายสินค้า การให้พิธีกรกล่าวขอบคุณสินค้า เป็นต้น

ผลสำรวจรายการสุขภาพในฟรีทีวี (โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพของสังคม, 2551, 9-11) พบว่า รายการสุขภาพทางโทรทัศน์มีการใช้โฆษณาแฝงหลายลักษณะ เรียงจากมากไปน้อย ดังนี้

1. การแฝงกราฟิก คือ ใช้ภาพกราฟิกโลโก้สินค้าขนาดใหญ่ปรากฏก่อนเข้าเนื้อหาในเบรกแรกของรายการ และใช้ภาพกราฟิกโลโก้สินค้าขนาดเล็กปรากฏระหว่างรายการและในช่วงท้ายรายการ

2. การแฝงสปอตสั้น คือ การใช้ภาพลักษณะภาพเคลื่อนไหวและมีเสียงบรรยายประกอบเพื่อแสดงรายชื่อผู้สนับสนุน

รายการ มักปรากฏในช่วงต้นเบรกก่อนเข้าเนื้อหารายการ

3. การแฝงบุคคล คือ การให้บุคคลหยิบจับ สวมเสื้อรับประทาน หรือถือสินค้าที่มีตราสัญลักษณ์ของผู้สนับสนุนรายการ

4. การแฝงวัตถุ คือ การวางสินค้าและแผ่นป้ายสินค้าประกอบฉาก เช่น ฉากข้างหลังของพิธีกร ฉากสนทนาหรือสัมภาษณ์แขกรับเชิญ

5. การแฝงเนื้อหา คือ การที่พิธีกรกล่าวขอบคุณผู้สนับสนุนรายการพร้อมกล่าวสโลแกนของสินค้า

จริงๆ แล้วการโฆษณาแฝงเป็นปัญหาตกเตียงในเรื่องข้อกฎหมายมานานแล้ว ทั้งนี้ตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 23 กำหนดให้สถานีวิทยุโทรทัศน์ที่ใช้คลื่นความถี่ โฆษณาได้ไม่เกินชั่วโมงละ 12.30 นาที โดยเมื่อรวมเวลาการโฆษณาตลอดทั้งวันเฉลี่ยแล้วต้องไม่เกินชั่วโมงละ 10 นาที แต่ในทางปฏิบัติจริงกลับพบว่าตัวเลขของการโฆษณาเฉลี่ยเพิ่มขึ้นมากกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ เนื่องจากรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ใช้วิธีการโฆษณาแฝงในรายการนั่นเอง ผลเสียของการมีโฆษณาแฝงคือการที่รายการโทรทัศน์เอาเปรียบผู้บริโภคด้วยการยัดเยียดให้ดูโฆษณามากเกินไป แต่สำหรับกรณีของรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพ ผลเสียที่เกิดขึ้นอาจมีมากกว่านั้น เพราะนอกจากผู้ชมจะต้องทนดูโฆษณาแฝงที่ไม่ได้ให้ข้อมูลด้านสุขภาพที่เป็นประโยชน์แล้ว ยังอาจถูกโน้มน้าวให้เข้าใจว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าที่ช่วยรักษาโรคได้และหลงเชื่อไปซื้อมาใช้จนอาจเกิดอันตรายต่อสุขภาพได้ ดังที่ ปารีชาติ สถาปิตานนท์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้กล่าวว่า

“ภาคธุรกิจต้องมีจริยธรรมในการนำเสนอ ไม่ใช่ให้นำการสร้างภาพลักษณ์มาใช้ ทั้งที่เป็นธุรกิจทำลายสุขภาพแต่กลับเกาะกระแสสุขภาพโดยใช้รายการเหล่านี้ชักฟอกตัวเอง สิ่งที่น่าเป็นห่วงคือการสอดแทรกสินค้าและบริการทางสุขภาพผ่านรายการเหล่านี้ ที่มีลักษณะรายการแบบผ่อนคลายสมอง ทำให้เกิดการโน้มน้าวจิตใจได้ง่าย ซึ่งอาจก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าสุขภาพที่ฟุ่มเฟือย นอกจากนี้สินค้าและบริการบางอย่างก็ค้ากำไรเกินควร หรือยังมีข้อกังขาเรื่องประสิทธิภาพและความปลอดภัย” (ตอนหนึ่งจากเวทีเสวนาเรื่อง เฝาระวัง...รายการสุขภาพในฟรีทีวี, 24 เมษายน 2552)

## บทส่งท้าย

แม้บทบาทการรณรงค์เพื่อสุขภาพของรายการโทรทัศน์เพื่อสุขภาพอาจยังไม่สามารถทำได้เต็มประสิทธิภาพนักอันเนื่องมาจากข้อจำกัดบางประการ แต่เชื่อว่าอนาคตอันใกล้ด้วยความร่วมมือร่วมใจของสถาบันสังคมต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนโดยการยึดหลักเรื่องประโยชน์เพื่อสาธารณชนแล้ว เชื่อว่าเป้าหมายการมีสุขภาพดีถ้วนหน้าซึ่งจะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนไปสู่ระดับที่น่าพอใจนั้นคงจะเป็นจริงได้ในไม่ช้า

## บรรณานุกรม

- โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพของสังคม, (2551) รายงานผลการศึกษารอบที่ 33 รายการสุขภาพฟรีทีวี, ค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2553, จาก <http://mediamonitor.in.th>
- ปารีชาติ สถาปิตานนท์, (2551) สสส. ชี้ รายการสุขภาพสวนทางกระแสพึ่งตัวเอง, ค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2553, จาก <http://www.thaihealth.or.th/node/8931>
- วีรพงษ์ เกรียงสินยศ, (2551) ) สสส. ชี้ รายการสุขภาพสวนทางกระแสพึ่งตัวเอง, ค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2553, จาก <http://www.thaihealth.or.th/node/8931>
- สุภิญญา กลางณรงค์, โสวรรณ คงสวัสดิ์ และพวงพนา คุณวัฒน์. สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ เพื่อข่าวสารสุขภาพเพื่อประชาชน. กรุงเทพฯ, 2548
- สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ กระทรวงสาธารณสุข, (2552). รายงานผลการศึกษาระยะโรคและการบาดเจ็บของประชากรไทย พ.ศ. 2547, ค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2553, จาก [http://www.hiso.or.th/hiso/picture/reportHealth/pro2-chapter8\(10\).pdf](http://www.hiso.or.th/hiso/picture/reportHealth/pro2-chapter8(10).pdf)