พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ความรู้ และทัศนคติที่มีต่อ อาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนในเขตกรุงเทพมหานคร

นางสาวจันทิมา ฉัตรชัยพลรัตน์

วพ
302.23
จ285พ
30A0143923
Title: พฤติกรรมการ เปิดรับสื่อมวลชนความรู้และท
ศนคติที่มีต่ออาหารและ
หอสมุดและศูนย์สนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ. 2544

ISBN 974 – 281 - 638 - 7

Middle-aged Women's Behavior of Accepting Mass Media, Knowledge and Attitude Toward Food and Nutrition in Bangkok

Miss Chantima Chatchaiphonrat

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Development Communication Arts
Graduate School, Dhurakijpundit University
2001

เลขทะเบียน 0143923
วันลงทะเบียน 12 ก.ย. 2544
เลขเรียกหนังสือ ดพ
303.23
ด285พ
ฉ3

ISBN 974 – 281 - 638 - 7

DPU

ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ความรู้ และทัศนคติที่มีต่ออาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนในเขตกรุงเทพมหานคร

เสนอโดย น.ส.จันทิมา ฉัตรชัยพลรัตน์

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.พงษ์เทพ วรกิจโภคาทร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

.....ประธานกรรมการ

(ศ.สุกัญญา สุดบรรทัด)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ดร.พงษ์เทพ วรกิจโภคาทร)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(รศ.ดร.เสถียร เชยประทับ)

..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย

(รศ.อรทัย ศรีสันติสุข)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รศ.ดร.วรากรณ์ สามโกเศศ)

วันที่ 10 เดือน [illegible] พ.ศ. 2544

DPU

กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติที่มีต่ออาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนในเขตกรุงเทพมหานคร" ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานสาธารณสุขที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของคนทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสติปัญญา รวมถึงด้านสุขภาพอนามัย เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม โดยเฉพาะหญิงวัยกลางคน ผู้เป็นมารดาที่มีหน้าที่หลักต้องดูแลบุตรและสามี โดยไม่มีเวลาดูแลสุขภาพของตนเองทำให้ต้องเผชิญกับความเจ็บปวดที่เกิดขึ้นเนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของร่างกาย ด้วยผู้วิจัยก็อยู่ในฐานะลูกที่ต้องพบกับความเจ็บปวดที่เกิดขึ้นแก่มารดา และในฐานะที่ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน จึงเป็นสาเหตุและเป็นแรงจูงใจให้สนใจศึกษาเรื่องนี้

การศึกษาครั้งนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความตั้งใจวิริยะอุตสาหะ พร้อมทั้งได้รับคำแนะนำปรึกษา และการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดีจาก ดร.พงษ์เทพ วรกิจโภคาทร กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และศาสตราจารย์สุกัญญา สุดบรรทัด ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.เสถียร เชยประทับ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ รองศาสตราจารย์อรทัย ศรีสันติสุข กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย ที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการชี้แนะและให้คำปรึกษาเพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์และถูกต้องยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณผู้มีอุปการะคุณทุกท่านที่ให้กำลังใจและให้การสนับสนุนช่วยเหลือในการศึกษาครั้งนี้ ขอขอบคุณครอบครัวที่คอยให้กำลังใจและขอบคุณพี่ๆ เพื่อน ๆ และน้อง ๆ ทั้งในโครงการบัณฑิตศึกษาและนอกโครงการบัณฑิตศึกษาทุกท่านที่คอยให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาของทุก ๆ ท่าน และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและพัฒนาสังคมได้บ้าง จึงขอมอบความดีทั้งหมดนี้แก่ผู้มีส่วนช่วยเหลือในการวิจัยครั้งนี้ทุกท่าน ขอกราบขอบพระคุณทุก ๆ ท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

จันทิมา ฉัตรชัยพลรัตน์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ฆ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ	ซ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
- ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
- วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
- ปัญหานำวิจัย	3
- สมมุติฐาน	3
- ขอบเขตของการศึกษา	4
- คำนิยามศัพท์	4
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
- ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน	6
- แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้รับสาร	17
- แนวคิดเรื่องความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม	26
- แนวคิดและทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม	38
- ปัญหาสุขภาพของหญิงวัยกลางคนกับอาหารและโภชนาการ	41
- ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	49
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	54
- รูปแบบการวิจัย	54
- ประชากร	54
- กลุ่มตัวอย่าง	55
- ตัวแปรที่ทำการศึกษา	56
- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	57
- การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	57

DPU

- การเก็บรวบรวมข้อมูล 58
- เกณฑ์การให้คะแนน 58
- การวิเคราะห์และตีความหมายข้อมูล 62
บทที่ 4 ผลการวิจัย 64
- ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา 65
1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ 68
1.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน 68
1.3 ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน 86
1.4 ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน 89
- ตอนที่ 2 การทดสอบสมมุติฐาน 93
- สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน 142
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ 147
- สรุปผลการศึกษา 148
- อภิปรายผล 154
- อภิปรายผลการวิจัยโดยรวม 161
- ข้อเสนอแนะทั่วไป 163
- ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป 165
บรรณานุกรม 166
ภาคผนวก 171
แบบสอบถาม 172
ประวัติผู้เขียน 177

DPU

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงอายุ	65
2	แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	65
3	แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	66
4	แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส	67
5	แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	67
6	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน	70
7	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทข่าวสารข้อมูลที่เปิดรับ	72
8	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	74
9	แสดงจำนวน ร้อยละของรายการโทรทัศน์ในการรับชมข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อโทรทัศน์	76
10	แสดงจำนวน ร้อยละของรายการวิทยุในการรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อวิทยุ	78
11	แสดงจำนวน ร้อยละของรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่หญิงวัยกลางคนอ่านข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อหนังสือพิมพ์	79
12	แสดงจำนวน ร้อยละของรายชื่อนิตยสารที่หญิงวัยกลางคนอ่านข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อนิตยสาร	80
13	แสดงจำนวน ร้อยละของความคิดเห็น/เหตุผล/ข้อเสนอแนะของหญิงวัยกลางคนเกี่ยวกับความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการที่ผ่านสื่อมวลชน	81
14	แสดงจำนวน ร้อยละของความคิดเห็น/เหตุผล/ข้อเสนอแนะของหญิงวัยกลางคนเกี่ยวกับความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนที่ผ่านสื่อมวลชน	83
15	แสดงจำนวน ร้อยละของความคิดเห็นของหญิงวัยกลางคนเกี่ยวกับสื่อที่เหมาะสมที่จะเผยแพร่เรื่ออาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน	84
16	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคำถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคำถามเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน	90
18	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน	94
19	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน	95
20	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน	96
21	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน	97
22	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน	98
23	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน	99
24	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน	100
25	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน	101
26	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน	102
27	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน	103
28	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	104
29	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	106

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
30	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	107
31	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	109
32	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	110
33	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน	111
34	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน	112
35	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน	113
36	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน	114
37	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน	115
38	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน	116
39	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน	117
40	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน	118
41	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน	119
42	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน	120

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
43	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน	121
44	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน	122
45	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	123
46	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน	124
47	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน	125
48	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน	126
49	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน	127
50	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	128
51	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน	129
52	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน	130
53	แสดงค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	131
54	แสดงค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	132
55	แสดงค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	133

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
56	แสดงค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสาร เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	134
57	แสดงค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	135
58	แสดงค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุ เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	136
59	แสดงค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	137
60	แสดงค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	138
61	แสดงค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสาร เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	139
62	แสดงค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	140
63	แสดงค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	141
64	แสดงผลสรุปการทดสอบสมมุติฐานทางการวิจัยทั้ง 6 ข้อ	142

หัวข้อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ความรู้ และทัศนคติที่มีต่ออาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อนักศึกษา นางสาวจันทิมา ฉัตรชัยพลรัตน์
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.พงษ์เทพ วรกิจโภคาทร
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา 2544

บทคัดย่อ

เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของร่างกายเมื่อเข้าสู่วัยกลางคนทำให้หญิงวัยกลางคนต้องพบปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพร่างกายอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ หนทางหนึ่งที่จะช่วยบรรเทาอาการที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นคือ การเตรียมความพร้อมให้กับร่างกายตั้งแต่แรกด้วยการรับประทานอาหารอย่างถูกหลักโภชนาการ นั่นคือการรับประทานอาหารตามที่ร่างกายต้องการในปริมาณที่เหมาะสม การวิจัยเรื่อง " พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ความรู้ และทัศนคติที่มีต่ออาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนในเขตกรุงเทพมหานคร " จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติที่มีต่ออาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน และศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนให้หญิงวัยกลางคนมีพฤติกรรมการรับประทานอาหารที่ถูกหลักโภชนาการต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยแบ่งตามลักษณะอาชีพ 5 กลุ่มๆ 80 คน จำนวนทั้งหมด 400 คน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติต่าง ๆ ได้แก่วิธีการร้อยละ ค่าเฉลี่ย และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และการหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิงวัยกลางคนตอนต้นคืออยู่ในช่วงอายุ 40-46 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส และมีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาทหรือน้อยกว่า สำหรับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีความสนใจข้อมูลเกี่ยวกับการเมืองและบันเทิงมากที่สุด และมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าว

สารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการอยู่ในระดับน้อย โดยมีการเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมุติฐาน ทั้ง 6 ข้อ พบว่ายอมรับสมมุติฐานข้อที่ 1 คือหญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน สมมุติฐานข้อที่ 2 คือหญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน สมมุติฐานข้อที่ 3 คือหญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน สมมุติฐานข้อที่ 4 คือพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการจะมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ และสมมุติฐานข้อที่ 5 คือพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการจะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ แต่ปฏิเสธสมมุติฐานข้อที่ 6 คือความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ในส่วนข้อเสนอแนะและความคิดเห็นพบว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการให้สื่อมวลชนเสนอข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนให้มากขึ้นและมีสาระประโยชน์สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง ๆ อีกทั้งควรนำเสนอให้เหมาะสมกับช่วงเวลาด้วย โดยสื่อที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าเหมาะสมในการนำเสนอมากที่สุดคือโทรทัศน์ และกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าคนทุกกลุ่มควรมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

DPU

Thesis Middle-aged Women's Behavior of Accepting Mass Media, Knowledge and Attitude Toward Food and Nutrition in Bangkok

Name Miss Chantima Chatchaiphonrat

Thesis Advisor Dr.Pongthep Varakitpokatorn

Department Development Communication Arts

Academic Year 2001

ABSTRACT

Due to the changes inside women's bodies when they are in middle age, they have to unavoidably confront with health problems. One possible way to relieve suffering from these changes is to prepare themselves by consuming the appropriate food according to the nutritional principles. In the other word is consuming in the appropriate amount suited with the body's needs. Objectives of the research " Middle-aged women's behavior of accepting mass media, knowledge and attitude toward food and nutrition in Bangkok" are to study the data of population, the behavior of accepting news, knowledge and attitude toward food and nutrition of the middle-aged women and the relationship between behavior of accepting news and knowledge of food and nutrition of the middle-aged women and the relationship between behavior of accepting news and attitude toward food and nutrition of the middle-aged women and the relationship between knowledge and attitude toward food and nutrition of the middle-aged women. This research will be used for further planning appropriate behavior for the middle- aged women according to the nutritional principles.

This research is a survey research by Multi-Stage Sampling. The sampling targets are classified by careers into 5 groups and 80 persons per group. Total is 400 persons. The research data is analyzed by using statistics such as percentages, average and One Way ANOVA and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient.

The results discover that most of the sampling targets are in the beginning of middle aged or the age about 40-46 years old, Bachelor degree level, married and the average income per month is 10,000 Baht or less than. The average of the behavior of

accepting news is in the middle level. They are most interested in Politics and Entertainment. The behavior of accepting news about food and nutrition is still in low level. The television is the most popular media of accepting news. The middle-aged women's knowledge and attitude of food and nutrition from the target is in average level.

The examinations of six assumptions discover that the all assumptions could be accepted except the sixth assumption. The first assumption is that the middle-aged women from different population backgrounds have different behavior of accepting the mass media about food and nutrition. The second assumption is that the middle-aged women from different population backgrounds have different knowledge about food and nutrition. The third assumption is that the middle-aged women from different population backgrounds have different attitude about food and nutrition. The fourth assumption is that the behavior of accepting the mass media about food and nutrition has the relationship with the knowledge of food and nutrition. The fifth assumption is the behavior of accepting the mass media about food and nutrition has the relationship with the attitude toward food and nutrition. The sixth assumption, which has been rejected, is that the knowledge of food and nutrition has the relationship with the attitude toward food and nutrition.

From the recommendation and opinion part, the sampling targets want the mass media to present the middle-aged women more and useful news about food and nutrition so that they can truly use in their daily lives. The sampling targets think that the most suitable media is television and every group of people should have knowledge about food and nutrition.

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 มีเป้าหมายหลักในการพัฒนาประเทศโดยมุ่งเน้นการพัฒนา "คน" เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ให้ความสำคัญ กับการสร้างศักยภาพและคุณภาพชีวิตของคน เพราะคนเป็นปัจจัยชี้ขาดความสำเร็จของการพัฒนาในทุกด้าน

เพื่อสนองตอบต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ "เน้น" ความเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา โดยการพัฒนาแบบองค์กรรวมหรือบูรณาการ การพัฒนาสาธารณสุขจึงมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของคนทั้ง ทางร่างกาย จิตใจ และสติปัญญา รวมถึงด้านสุขภาพอนามัย ด้วยการเสริมสร้างให้มีความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันโรค และการดูแลสุขภาพของตนเอง เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กับการพัฒนาสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่อยู่ รอบตัวคน ได้แก่ ครอบครัว ชุมชน สภาพแวดล้อม ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ ทรัพยากรธรรมชาติให้เอื้อต่อการพัฒนาคน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน

ในปัจจุบันอัตราการเพิ่มของประชากรในประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ประชากรวัยเด็กมีอัตราเพิ่มลดลง แต่ประชากรวัยทำงานและวัยสูงอายุมีอัตราเพิ่มสูงขึ้น เหตุผลเนื่องจากความสำเร็จของโครงการวางแผนครอบครัวแห่งชาติตลอดจนความก้าวหน้าของบริการทางการแพทย์และสาธารณสุขรวมถึงความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจสังคมของประเทศ ดังนั้นในช่วงแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ 8 พ.ศ. 2540 - 2544 จึงคาดว่าจะมีสตรีวัยกลางคนเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 9.24 ล้านคนหรือร้อยละ 14.24 ของประชากรทั้งหมด (กองอนามัยครอบครัว กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2537) วัยนี้จะเริ่มต้นตั้งแต่อายุประมาณ 40-60 ปี นับว่าเป็นช่วงระยะเวลาที่ยาวนานและเป็นช่วงที่สำคัญที่สุดของชีวิตระยะหนึ่ง เป็นวัยที่พิสูจน์ให้เห็นว่าบุคคลประสบความสำเร็จในชีวิตเพียงใดรวมทั้งเป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย คือเพศหญิงจะเข้าสู่วัย

หมดประจำเดือน (อ้างใน พัชรา เบญจรัตนาภรณ์,2533 : 5-6) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของร่างกายที่เกิดขึ้นทำให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงต่อร่างกายและจิตใจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

จากการสำรวจของสหรัฐอเมริกาพบผู้เป็นโรคกระดูกพรุนถึง 25 ล้านคน โดยที่ 1 ใน 3 ถึงครึ่งหนึ่งของจำนวนที่พบเป็นหญิงวัยกลางคน(Peck WA , 1993) และจากการสำรวจของกองสาธารณสุขพบว่าตั้งแต่ปี 2527 จนถึง 2537 หญิงวัยกลางคนมีอัตราการตายด้วยโรคหัวใจสูงเป็นอันดับหนึ่ง (สถิติสาธารณสุข ,2537) จะเห็นได้ว่าปัญหาสุขภาพที่เกิดขึ้นกับผู้หญิงวัยกลางคน ถ้าอาการต่าง ๆ มีความรุนแรงมากจนต้องไปพบแพทย์เพื่อทำการรักษา จะทำให้สูญเสียเวลาและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นปัญหาเศรษฐกิจของครอบครัว และประเทศชาติตามมาอีกด้วย (กอบจิตต์ ลิมปพยอม ,2537 : 6 – 7)

อาหารและโภชนาการเป็นสิ่งจำเป็นในการวางรากฐานคุณภาพชีวิตเพราะในทางการแพทย์แล้วถือว่าจุดเริ่มต้นของการพัฒนาคือการทำให้คนมีภาวะโภชนาการที่ดีไม่เป็นโรค (ไกรสิทธิ์ ตันติศิรินทร์ : เอกสารประกอบการบรรยาย โรงพยาบาลรามาธิบดี) การมีโภชนาที่ดีคือการรับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่อร่างกายในปริมาณที่เหมาะสม ดื่มน้ำสะอาด ไม่ดื่มชากาแฟหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ หลีกเลี่ยงอาหารที่มีไขมันสูง เพื่อควบคุมน้ำหนักตัวและโคเรสเตอรอลในเลือด และควรรับประทานอาหารที่มีแคลเซียมและเส้นใยอาหารสูง เพื่อป้องกันโรคกระดูกพรุน โรคระบบหัวใจและหลอดเลือด (มัณฑนา ประทีปะเสน,2539 : 31) อาหารที่กินเข้าไป ไม่ว่าอะไรก็ตามจะส่งผลต่อร่างกายเสมอ คือ อาหารทำให้เกิดโรคได้ และในขณะเดียวกันอาหารก็ช่วยรักษาโรคได้ (สาทิส อินทรกำแหง ,2541:24)

การให้ความรู้ทางด้านโภชนาการการรับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการเหมาะสมตามวัยจะเป็นประโยชน์ในการป้องกันการเกิดโรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ (สาลิกา โค้วบุญงาม, 2533) เรื่องโภชนาการอาหารจะเป็นส่วนช่วยให้ผู้หญิงวัยกลางคนมีการประพฤติตัวที่ถูกต้องในการรับประทานให้เหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย อันเป็นการป้องกัน หรือลดความรุนแรงของโรค หรือภาวะการแทรกซ้อนของการเปลี่ยนแปลงของวัย

ถ้าหากการเผยแพร่ข่าวสารความรู้แก่หญิงวัยกลางคนเพื่อให้เกิดความรู้ อย่างถูกต้องตามหลักโภชนาการนั้น มีการติดตามและประเมินผลแล้วย่อมทำให้เกิดประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาได้อย่างดียิ่งขึ้น กรรมวิธีหนึ่งซึ่งกำลังเป็นเรื่องที่สนใจในปัจจุบันคือ การศึกษาเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมของหญิงวัยกลางคนเกี่ยวกับข่าวสารด้านอาหารและโภชนาการต่าง ๆ ที่ได้รับอยู่เสมอจากชีวิตประจำวัน จากสื่อมวลชน จากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่สะสมกันมานาน โดยในการศึกษานี้จะมุ่งให้ความสำคัญการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนหรือในที่นี้จะเรียกว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ในการวิจัย คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครโดยแบ่งตามกลุ่มอาชีพได้แก่ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร รับจ้าง/งานบริการ และแม่บ้าน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน
2. เพื่อศึกษาความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ กับความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

ปัญหานำการวิจัย

1.ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนอย่างไร

2.พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนเป็นอย่างไร

3.หญิงวัยกลางคนมีความรู้ และทัศนคติอย่างไรต่อข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

4.พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนหรือไม่อย่างไร

5.ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนหรือไม่อย่างไร

สมมุติฐาน

1.หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

2.หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

3.หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

4.พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

5.พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

6.ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้จะมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการกับความรู้ ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ 1-28 กุมภาพันธ์ 2544 โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามลักษณะอาชีพ 5 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการค้า/ธุรกิจส่วนตัว

กลุ่มที่ 3 พนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร

กลุ่มที่ 4 รับจ้าง/งานบริการ

กลุ่มที่ 5 แม่บ้าน

คำนิยามศัพท์

ความรู้ เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ หมายถึง ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารตลอดจนประโยชน์ของอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ หมายถึง ความรู้สึก อารมณ์ และการแสดงท่าทีของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่ออาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ หมายถึง ความถี่และระยะเวลาของการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์และภาพยนตร์ รับฟังวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์/นิตยสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

DPU

สื่อมวลชน หมายถึง ตัวกลางหรือเครื่องมือที่ใช้ในการส่งข่าวสารอาหารและโภชนาการแก่หญิงวัยกลางคน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์

หญิงวัยกลางคน หมายถึง ผู้หญิงที่มีอายุในช่วง 40-60 ปี

อาหารและโภชนาการ หมายถึง สิ่งที่มีคุณค่าที่รับประทานเข้าไปตามความต้องการของร่างกายในปริมาณที่เหมาะสม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบแนวโน้มของความรู้ และทัศนคติของหญิงวัยกลางคนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการว่ามีหรือไม่มีอย่างไร และมากน้อยเพียงใด เพื่อหน่วยงาน องค์การหรือสถาบันต่าง ๆ ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องทางด้านอาหารและโภชนาการจะได้ช่วยปรับปรุงแก้ไข อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพของคนต่อไป
2. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาประเทศในด้านสาธารณสุขและเป็นผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรในประเทศด้วย
3. เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการสื่อสารเพื่องานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ขององค์การหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น องค์การอนามัย กองสาธารณสุข เป็นต้น
4. เป็นข้อมูลในการดำเนินงานพัฒนาด้านสาธารณสุขมูลฐานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

DPU

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การเรียนรู้ของบุคคลในสังคมกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ จากภายนอกนั้นมีอิทธิพลต่อความรู้ และทัศนคติในเรื่องต่างๆ ของบุคคล ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคลต่อไป เพื่อให้สอดคล้องกับวิทยานิพนธ์และสาขาที่ทำการวิจัยอยู่ ดังนั้นทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้จึงแบ่งได้เป็น 5 ประเด็น คือ

1.ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน

2.แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร

3.แนวคิดเรื่องความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

4.ปัญหาสุขภาพของหญิงวัยกลางคน

5.ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน

<u>ความหมายของการสื่อสารมวลชน (Mass Communication)</u>

การสื่อสารมวลชน เป็นกระบวนการซึ่งไรท์ (Wright) ได้ระบุลักษณะ คือ (เมตตา กฤตวิทย์,พัชนี เชยจรรยา, ภิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ ,2532 : 46)

1.เป็นการสื่อสารที่มุ่งไปที่ผู้รับจำนวนค่อนข้างมาก ไม่รู้จักมักคุ้นกัน และมีความแตกต่างกันในหมู่ผู้รับ

2.มีการถ่ายทอดข่าวสารอย่างเปิดเผย ส่วนใหญ่จะกำหนดเวลาให้ถึงกลุ่มผู้รับพร้อม ๆ กัน

3.ผู้ส่งสารมักจะสื่อสารภายในองค์การที่ซับซ้อน ซึ่งมีการใช้จ่ายสูง

กิตติมา สุรสนธิ (กิตติมา สุรสนธิ ,2541 : 69) การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกันในเรื่องคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (Heterogeneous) ไม่เป็นที่รู้จักของผู้รับสาร (Anonymous) และมีความเป็นสาธารณะ (Public) โดยข่าวสารที่มีความหลากหลาย (Variety) จะถูกส่งไปยังสาธรารณชนภายในระยะเวลาอันสั้นหรือในเวลาเดียวกัน

ปรมะ สตะเวทิน ได้กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารมวลชนของนักวิชาการหลาย ๆ ท่าน (ปรมะ สตะเวทิน , 2539 : 6-7) ดังนี้

มอริส จาโนวิทซ์ (Moris Janowit) กล่าวว่าการสื่อสารมวลชนประกอบด้วยสถาบันและเทคนิคซึ่งกลุ่มคนที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี (หนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์ ฯลฯ) ส่งเนื้อหาที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic Content) ไปสู่ผู้รับสารที่มีขนาดใหญ่ มีความแตกต่างกันและอยู่กันอย่างกระจัดกระจาย

ชาร์ลส์ อาร์ ไรท์ (Charles R. Wright) กล่าวว่า การสื่อสารมวลชน คือ การสื่อสารที่มุ่งไปสู่ผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกัน และไม่เป็นที่รู้จักของผู้ส่งสาร สารถูกส่งไปยังประชาชนทั่วไป เพื่อให้ถึงประชาชนผู้รับสารได้อย่างรวดเร็วในเวลาเดียวกัน และสารนั้นมีลักษณะที่ไม่ยั่งยืน โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อ ผู้ส่งสารมักจะเป็นหรือดำเนินกิจการภายใต้องค์การที่สลับซับซ้อนซึ่งมีค่าใช้จ่ายมหาศาล

ไมเคิล เบอร์กูน (Michael Burgoon) กล่าวว่า การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารที่ไม่เป็นส่วนตัว (Impersonal) และเป็นการสื่อสารโดยอ้อม(Indirect) ที่มุ่งไปสู่คนจำนวนมาก

จอห์น อาร์ บิทเนอร์ (John R. Bithner) กล่าวว่า การสื่อสารมวลชน คือ การที่สารถูกสื่อสารผ่านสื่อมวลชนไปยังคนจำนวนมาก

วอเรน เค อกี (Warren K. Agree) และคณะกล่าวว่า การสื่อสารมวลชน คือกระบวนการของการส่งข่าวสาร(Information) ความคิด(Idears) และทัศนคติAttitudes) ไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากที่มีความแตกต่างกัน โดยการใช้สื่อที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อการนี้

วาสนา จันทร์สว่าง และทัศนีย์ อินทรสุขศรี(วาสนา จันทร์สว่าง และทัศนีย์ อินทรสุขศรี ,2532:47) กล่าวว่า การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นกระบวนการสื่อสารที่มุ่งไปถึงมวลชน (Mass) จำนวนมาก ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในที่ต่าง ๆ ให้ได้รับสารในเวลาพร้อม ๆ กัน หรือในเวลาใกล้เคียงกัน โดยถ่ายทอดผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ลักษณะของผู้รับสารในการสื่อสารมวลชนนั้น มิใช่จำนวนมากแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นผู้ที่มีความแตกต่างกันทั้งเพศ อายุ การศึกษา ฐานะ และไม่มีความรู้จักมักคุ้น ไม่มีระเบียบผูกพัน แต่มีความสนใจร่วมกัน ส่วนในด้านการดำเนินงานของการสื่อสารมวลชนกระทำในรูปแบบของหน่วยงานสถาบัน หรือองค์กรที่ซับซ้อนต้องลงทุนสูงมาก ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินงานในรูปของรัฐบาล หรือเอกชน

จากคำนิยามทั้งหลายข้างต้น อาจสรุปเพื่อง่ายต่อความเข้าใจได้ว่า การสื่อสารมวลชนเป็นกระบวนการของการสื่อสารไปยังคนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน หรือในเวลาที่ใกล้เคียงกัน โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อ

<u>ความหมายของสื่อมวลชน (Mass Media)</u>

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์,2527:103)กล่าวว่า สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่ใช้ส่งสารจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีจำนวนมาก และอยู่ต่างถิ่นต่างที่กัน ในเวลาเดียวกัน หรือต่างเวลากัน โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะส่งสารซึ่งได้แก่ ข่าว ความรู้ ความคิดเห็น ความบันเทิง แจ้งความ ฯลฯ ไปสู่มวลชนด้วยความรวดเร็ว เที่ยงตรง และประหยัด

ปรมะ สตะเวทิน(อ้างใน โสภิตสุดา มงคลเกษม ,2539:6) กล่าวว่า สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารที่ประกอบด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาที่ใกล้เคียงกัน หรือในเวลาเดียวกัน โดยทั่วไปแล้ว สื่อที่เรียกว่าสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์

<u>ลักษณะของสื่อมวลชน</u>

บรูซ เอช เวสลีย์ (Bruce H. Wesley) และ มาลคอล์ม แอล แม็คลีน(Malcolm L. Maclean)(ปรมะ สตะเวทิน , 2539 : 69-72) กล่าวว่า สิ่งที่เรียกว่าสื่อมวลชนซึ่งใช้เป็นสื่อในการสื่อสารมวลชนนั้น มีลักษณะดังต่อไปนี้

1.<u>สามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมาก</u> ลักษณะพิเศษประการหนึ่งของการสื่อสารมวลชน นับแต่กำเนิดของหนังสือพิมพ์ก็คือ ความสามารถของสื่อมวลชนในการเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมาก ที่อยู่หางไกลออกไป และกระจัดกระจายในหลายพื้นที่ได้ในเวลาเดียวกัน หรือในเวลาใก้ลเคียงกันทั้งนี้เพราะสื่อมวลชนเป็นสื่อที่อาศัยเทคโนโลยี ไม่ได้อาศัยขีดความสามารถตามธรรมชาติของสื่อบุคคล

2.<u>ความรวดเร็วในการสื่อสารกับคนจำนวนมาก</u> สื่อมวลชนนอกจากจะสามารถนำสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากในเวลาเดียวกันแล้ว เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสื่อที่อาศัยเทคโนโลยี ดังนั้นสื่อมวลชนจึงสามารถนำสารจากแหล่งของข่าวสารไปสู่คนจำนวนมากได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว ในเวลาใกล้เคียงกับเหตุการที่เกิดขึ้น

3.<u>บรรจุเนื้อหาหลากหลาย</u> เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้เป็นจำนวนมากซึ่งผู้รับสารย่อมมีความแตกต่างกันทั้งในด้านลักษณะทางประชากร (เพศ อายุ การศึกษา ศาสนา สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม) และสถานที่ ผู้รับสารจะมีความต้องการ ความชอบ ความสนใจ และรสนิยมที่แตกต่างกันไป สื่อมวลชนจึงต้องทำหน้าที่ในการสนองความต้องการของผู้รับสารเหล่านี้ให้ได้พร้อม ๆ กัน ด้วยการเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลายทั้งข่าว ความรู้ และความคิดเห็น ความบันเทิง และโฆษณา ข่าวที่ยังแบ่งออกเป็นข่าวชนิดต่าง ๆ ตามความสนใจ และความต้องการของผู้รับสาร เช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา ข่าวสังคม ข่าวบันเทิง ฯลฯ

4.<u>นำสารไปสู่ประสาทสัมผัสผู้รับสารได้จำกัด</u> ผู้รับสารมีประสาทสัมผัส หรือประสาทในการรับรู้อยู่ 5 ประการ คือ การเห็น (Seeing) การได้ยิน (Hearing) การสัมผัส (Touching) การได้กลิ่น (Smelling) และการลิ้มรส (Tasting) ในขณะที่สื่อมวลชนเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงผู้รับสารกับผู้ส่งสาร ซึ่งอยู่ห่างไกลจากกัน ดังนั้น สิ่งสื่อมวลชนสามารถทำได้ในการนำสารไปสู่ผู้รับสาร คือ การนำสารไปสู่ประสาทสัมผัสที่จำกัดที่ผู้รับสารจะสามารถรับสารจากผู้ส่งสารที่อยู่ห่างไกลได้เพียงสองทาง คือ การเห็น และการได้ยิน หากเราจะแบ่งสื่อมวลชนออกตามลักษณะการรับสารของผู้รับสาร อาจแบ่งออกได้เป็น

- สื่อที่รับได้ด้วยการเห็น ได้แก่ หนังสือพิมพ์ และ นิตยสาร
- สื่อที่รับได้ด้วยการได้ยิน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง

- สื่อที่รับได้ทั้งการเห็นและการได้ยิน ได้แก่ ภาพยนตร์ และ วิทยุโทรทัศน์

5.<u>ได้รับการสื่อสารกลับที่จำกัด</u> เนื่องจากผู้ส่งสารและผู้รับสารอยู่ห่างไกลกันแม้สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยงผู้รับสารกับผู้ส่งสารเข้าด้วยกัน แต่เนื่องจากความห่างไกลกันดังกล่าว ผู้ส่งสารและผู้รับสารจึงมีขีดความสามารถที่จำกัดในการส่งสาร และรับสาร โอกาสที่ผู้ส่งสารจะได้รับหรือทราบการสื่อสารกลับ (Feedback) จากผู้รับสารจึงมีอยู่จำกัด กล่าวคือ มีน้อยกว่าสื่อบุคคล และเป็นการสื่อสารกลับที่ช้า (Delayed Feedback)

6.<u>เป็นการสื่อสารทางเดียว</u> จากขีดจำกัดของการได้รับการสื่อสารกลับ จึงทำให้การสื่อสารมวลชนใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อในการสื่อสาร เป็นลักษณะของการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) มากกว่าการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ใช้สื่อบุคคล ซึ่งการรับทราบการสื่อสารกลับเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีมาก

7.<u>ความถูกต้องของสารมีมาก</u> เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน เนื้อหาของสารที่บรรจุในสื่อมวลชนเมื่อไปสู่ผู้รับสารทั้งหลายจึงเป็นเนื้อหาเดียวกัน ไม่ว่าผู้รับสารจะเป็นใครและอยู่ที่ไหน ความถูกต้องของสารจึงมีมาก ไม่เหมือนกับการใช้สื่อบุคคลซึ่งโอกาสที่จะบิดเบือนสารจะเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาของการถ่ายทอดสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลอื่น ๆ ต่อไปตลอดเส้นทางการสื่อสาร จนกว่าจะครบจำนวนคนที่ต้องการ

8.<u>ไม่สามารถเลือกผู้รับสารได้</u> จากลักษณะของการนำสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากในเวลาเดียวกัน ดังนั้น สื่อมวลชนจึงไม่สามารถที่จะเลือกผู้รับสารคนใดคนหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้โดยเฉพาะ

9.<u>ประสิทธิผลของการสื่อสารมีอยู่จำกัด</u>เนื่องจากผู้รับสารมีความแตกต่างกันมีจำนวนมากและไม่สามารถเลือกผู้รับสารได้ ดังนั้นการเตรียมเนื้อหาในสื่อมวลชนให้เป็นที่พอใจและถูกใจของผู้รับสารทุกคนย่อมเป็นไปไม่ได้

10.<u>การไม่สามารถขจัดการเลือกของผู้รับสาร</u> ในการรับสารนั้นผู้รับสารจะทำการเลือก (Select) โดยการเลือกใช้สื่อ(Selective Exposure) การเลือกให้ความสนใจในเนื่อหาของสื่อ (Selective Attention) การเลือกรับรู้หรือตีความหมายเนื้อหาของสื่อ (Selective Perception/Interpretation) และการเลือกจดจำเนื้อหาของสื่อ (Selective Retention) ซึ่งในกรณี

ของการใช้สื่อบุคคล ผู้รับสารสามารถที่จะเลือกใช้หรือไม่ใช้สื่อมวลชนก็ได้ ผู้ส่งสารจึงไม่สามารถขจัดการเลือกของผู้รับสารได้ และไม่อาจมีอิทธิพลต่อผู้ที่ไม่ได้ใช้สื่อมวลชนได้

11. <u>การให้ข่าวสารและความรู้มากกว่าที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร</u> จากการที่ผู้รับสารสามารถที่จะเลือกใช้สื่อมวลชนได้ และการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสารก็เป็นการใช้ตามความต้องการ รสนิยม และทัศนคติของตน สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นผู้ส่งเสริมสนับสนุนทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร มากกว่าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร นอกจากนั้นสื่อมวลชนก็ทำหน้าที่ในการให้ข่าวสารและความรู้แก่ผู้รับสาร

<u>หน้าที่ของสื่อมวลชน</u>

แฮโรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell)) (ปรมะ สตะเวทิน , 2539 : 133-134) นักรัฐศาสตร์ผู้บุกเบิกทำการวิจัยด้านการสื่อสารมวลชน ได้กล่าวถึงหน้าที่ที่สำคัญ 3 ประการ ของการสื่อสารมวลชนว่า ได้แก่

1. <u>สอดส่องระวังระไวเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม</u> (Surveillance to the Environment) หมายถึงการแสวงหาและเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อม ทั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกสังคมหนึ่ง ๆ หน้าที่ในด้านนี้คือ การให้ข่าวสาร

2. <u>ประสานส่วนต่าง ๆ ในสังคมเพื่อแสดงปฏิกริยาตอบต่อสิ่งแวดล้อม</u> (Correlation of the Parts of Society in Responding to the Environment) การที่สื่อมวลชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นข่าว เป็นการวิเคราะห์และเสนอแนะว่าควรจะทำอย่างไรกับสิ่งนั้น ๆ หน้าที่นี้เรียกว่าหน้าที่ในการแสดงความคิดเห็นหรือหน้าที่ในการชักจูงใจ

3. <u>ถ่ายทอดมรดกทางสังคมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนรุ่นหลัง</u>(Transmission of the Social Heritage from One Generation to the Next) หมายถึง การเผยแพร่ความรู้ ค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคมแก่สมาชิกรุ่นใหม่ของสังคม เพื่อให้วิทยาการและวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ คงอยู่ต่อไป ซึ่งคือหน้าที่ในการให้การศึกษา

ต่อมา ชาร์ลส์ (Charles R. Wright) ได้เพิ่มเติมหน้าที่ประการที่ 4 ของสื่อมวลชน คือ ความบันเทิง ซึ่งหมายถึงการเผยแพร่การแสดง ดนตรี และศิลปะเพื่อสร้างความจรรโลงใจแก่ประชาชน เป็นหน้าที่ในการให้ความบันเทิงของสื่อมวลชน

วาสนา จันทร์สว่าง และทัศนีย์ อินทรสุขศรี (วาสนา จันทร์สว่าง และทัศนีย์ อินทรสุขศรี,2532:49-51) ได้กล่าวถึงหน้าที่ที่ควรกระทำของสื่อมวลชนไว้ว่า มีดังต่อไปนี้

1. <u>หน้าที่ด้านการเผยแพร่ข่าวสารแก่ประชาชน</u> เพื่อสนองสิทธิของผู้รับสารที่จะได้รับบอกกล่าว โดยข่าวสารนั้นจะต้องเป็นข้อเท็จจริงซึ่งอยู่ในขอบเขตไม่ก้าวก่ายทำลายสิทธิของคนอื่น และข่าวสารนั้นต้องเป็นสิ่งที่จะเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้อื่น สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ได้ หน้าที่ของสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ นี้ มีความสำคัญมีอิทธิผลยิ่ง แต่การที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนจำนวนมากที่รับข่าวสารนั้น จำเป็นที่สื่อมวลชนต้องมีความรับผิดชอบ มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ และต้องมีการควบคุมคุณภาพ ปริมาณ และขอบเขตในการเสนอข่าวนั้นเสมอ

2. <u>หน้าที่ในด้านเสนอความคิดเห็น</u> เป็นผู้นำความคิดเห็นของมวลชนโดยความคิดเห็นนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรสังคม เพื่อประโยชน์สุขส่วนรวม และควรจะเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นผ่านสื่อมวลชนด้วย เพื่อให้เป็นการสื่อสารสองทาง เพื่อให้สื่อมวลชนเป็นตลาดเสรีแห่งการแสดงความคิดเห็น การวิพากษ์วิจารณ์ที่จะเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม โดยความคิดเห็นนั้นจะต้องไม่เกิดโทษ หรือพิษร้ายแก่บุคคลใด หรือไม่ควรมีแนวโน้มไปในทางที่จะปลูกฝังค่านิยมหรือสร้างความเชื่อ ทัศนคติที่ผิด ๆ ให้แก่สังคม

3. <u>หน้าที่เฝ้าผลประโยชน์ของประชาชนส่วนรวม</u> หรือที่เรียกว่าทำหน้าที่เฝ้ายาม (Watch Dog) โดยสื่อมวลชนจะต้องทำหน้าที่พิทักษ์ผลประโยชน์ของประชาชนและชาติบ้านเมือง ต้องทำหน้าที่นักสืบขุดค้นเรื่องที่จะเป็นการเสียหายต่อประโยชน์ส่วนรวม ขุดค้นการคอรัปชั่น การฉ้อราษฎร์บังหลวง เป็นต้น

4. <u>หน้าที่ด้านให้การศึกษาและถ่ายทอดวัฒนธรรม</u> โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศด้อยพัฒนา หรือกำลังพัฒนา สื่อมวลชนควรจะทำหน้าที่นี้ให้มาก เพราะสื่อมวลชนสามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมประเพณี ให้การศึกษา และการฝึกอบรมในทุกสาขา สามารถสอนแทนครูในที่ที่ขาดแคลนครู เช่น สอนทางวิทยุหรือโทรทัศน์ ในโรงเรียน ชุมชน หรือในท้องถิ่นชนบท การฝึกทักษะงานวิชาชีพบางอย่าง การเรียนรู้ทางการเกษตร การสาธารณสุข เป็นต้น

5. <u>หน้าที่ในด้านโน้มน้าวชักจูงใจให้เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย</u> เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เพื่อการพัฒนา ในด้านนี้สื่อมวลชนสามารถให้ประสบการณ์ ข้อเสนอแนะ

ข้อมูลด้านต่าง ๆ เพื่อชักจูงใจในการเปลี่ยนแปลงได้ แต่จะมีอิทธิพลสามารถเปลี่ยนได้เฉพาะพฤติกรรมบางอย่าง และเปลี่ยนทัศนคติได้ในบางทัศนคติที่ไม่ฝังรากลึก หรือสามารถเปลี่ยนแปลงได้โดยทางอ้อมเท่านั้น

6. <u>หน้าที่ด้านให้ความบันเทิง</u> สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่ด้านบันเทิงอย่างเด่นชัดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จนถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าทำหน้าที่นี้มากเกินไปจนทำหน้าที่สำคัญด้านอื่นลดน้อยลงไป โดยเฉพาะในประเทศด้อยพัฒนา สื่อมวลชนจะให้ความบันเทิง สนุกสนานแก่ประชาชนด้านต่าง ๆ มากมายหลายรูปแบบจนอาจจะเป็นการมอมเมา เป็นอุปสรรคต่ออนาคตของคุณภาพชีวิตเพื่อการพัฒนา

<u>อิทธิพลของสื่อมวลชน</u>(ปรมะ สตะเวทิน , 2539 : 171-185)

จากการทำหน้าที่ในด้านต่าง ๆ ของสื่อมวลชนดังกล่าว ก่อให้เกิดอิทธิพลต่อผู้รับสารในหลาย ๆ ด้าน เช่น อิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของประชาชน อิทธิพลทางการเมือง อิทธิพลเด็ก อิทธิต่อรสนิยม อิทธิพลด้านความบันเทิง อิทธิพลต่อความก้าวร้าวรุนแรง อิทธิพลด้านการศึกษา อิทธิพลต่อสังคมกรณ์ และอิทธิพลต่อประชามติ เป็นต้น

สิ่งที่น่าสนใจอีกประเด็นหนึ่งเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน คือ สื่อมวลชนมีประสิทธิพลเพียงใดในการกำหนดความคิด (อิทธิพลด้านความรู้ความคิดของการสื่อสารมวลชน) ในการเปลี่ยนทัศนคติ (อิทธิพลด้านความรู้สึกของการสื่อสารมวลชน) หรือในการผลักดันให้ประชาชนกระทำ (อิทธิพลด้านพฤติกรรมของการสื่อสารมวลชน) ซึ่งก็คือคำถามที่ว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) พฤติกรรม (Behavior) หรือการกระทำ (Performance/Practice) ของมวลชนผู้รับสารมากน้อยเพียงใด

ในระยะแรก ๆ (ระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2) เชื่อกันว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อประชาชน ดังจะเห็นได้จากทฤษฎีกระสุนเงิน (Silver Bullet) และทฤษฎีแบบจำลองเข็มฉีดยา (Hypodermic Needle Model) ทั้งสองทฤษฎีนี้เชื่อว่า การสื่อสารมวลชนหรือสื่อมวลชนมีอิทธิพลโดยตรงต่อมวลชนผู้รับสาร ใครก็ตามที่เป็นผู้รับสารของสื่อมวลชนย่อมได้รับอิทธิพลของสื่อมวลชนโดยตรง มวลชนผู้รับสารเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive) อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อมวลชนผู้รับสารแต่ละคนจึงเปรียบเหมือนกระสุนปืนลูกซองที่ยิงเข้าไปที่ต้นไม้ที่มีนกเกาะอยู่หลายตัว กระสุนปืนจะกระจายไปถูกนก หรือเหมือนกับเข็มฉีดยาที่ฉีดเข้าไปใต้ผิวหนังน้ำยาจึงไหลโดยตรงจากกระบอกฉีดยาเข้าสู่ใต้ผิวหนังของคนไข้

ต่อมา (ค.ศ. 1940) ได้มีการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนโดยใช้วิธีการแบบวิทยาศาสตร์เกิดขึ้น โดยพอล เอฟ ลาซาร์สเฟลด์ (Paul F. Lazarsfeld) เบอร์นาร์ด เบเรลสัน (Bernard Berelson) และเฮเซล กอเดท (Hazel Gaudet) แห่งมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย พบว่า อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อมวลชนผู้รับสารนั้นมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (Two-Step Flow) กล่าวคือ สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผู้รับสาร โดยผ่านผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders) ซึ่งเป็นผู้นำความคิดเห็นรับข่าวสารและความคิดเห็นจากสื่อมวลชน แล้วจึงส่งต่อไปยังสมาชิกอื่นในกลุ่มของตน

นอกจากนี้ จากการศึกษาของนักวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนหลาย ๆ คน ที่สนับสนุนแนวความคิดที่ว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร เช่น โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper) ในหนังสือ The Effect of Mass Communication แองกัส แคมพ์เบลล์ (Angus Campbell) , ฟิลิป อี คอน เวอร์ส (Phillip E. Converse) วอเรน อี มิลเลอร์ (Warren E. Miller) และโดนัล อี สโตคส์ (Donald E. Stockes) ในหนังสือ The American Voter วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm) แจ็ค ลายล์ (Jack Lyle) และเอ็ดวิน บี พาร์เกอร์ (Ddwin B. Parker) ในหนังสือ Television in the Lives of Our Children ตีพิมพ์ใน ค.ศ.1963 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง หากแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆที่สะกัดกั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

- ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predispositions) ผู้รับสารของสื่อมวลชนประกอบไปด้วยประชาชนซึ่งมีการติดต่อกัน และประชาชนเหล่านี้ก็ยังเกี่ยวข้องติดต่อและเป็นสมาชิกของสถาบันสังคมต่าง ๆ จึงทำให้ประชาชนเหล่านี้มีความคิดเห็น มีค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ทัศนคติ ความคิดเห็น และพฤติกรรมเหล่านี้ล้วนได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และจากสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนเขาจะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมนี้ติดตัวมาด้วย

- การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสารมีอิทธิพลต่อบุคคลทั้งก่อนและในขณะที่บุคคลนั้นใช้สื่อมวลชน ความมีใจโน้มเอียงจะเป็นตัวกำหนดว่าบุคคลนั้นควรจะอ่าน (ดู ฟัง) สื่อใดและสิ่งใด (Selective Exposure and Selective Attention) จะตีความหมายสิ่งนั้นอย่างไร (Selective Interpretation) และควรจดจำสิ่งใด (Selective Retention) ผลของการวิจัยได้แสดงว่าประชาชนจะเลือกรับสื่อและสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน ในการตีความหมายของสารก็เช่นเดียวกัน ประชาชนจะพยายามตี

ความสารที่ตนอ่าน (ดู ฟัง) ตามความเชื่อ และค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม ในทำนองเดียวกันประชาชนจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

- อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) อิทธิพลของสื่อมวลชนเป็นไปโดยอ้อมเนื่องจากข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที หากแต่ต้องผ่านขั้นตอนสองขั้นตอนโดยมีบุคคลเป็นตัวแทรกเพื่อทำหน้าที่ในการถ่ายทอดข่าวสารจากสื่อมวลชนไปยังประชาชนคนอื่นๆ ในชุมชนหรือในสังคม ตามทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (Two-Step Floew of Communication) บุคคลที่ทำหน้าที่ดังกล่าวเรียกว่าผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders)

ในการถ่ายทอดข่าวสารจากสื่อมวลชนไปยังประชาชนนั้น ผู้นำความคิดเห็นได้สอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย เนื่องจากในชีวิตประจำวันของเรานั้นมีการติดต่อกันอยู่เสมอ และผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นผู้ที่ได้รับความเชื่อถือเลื่อมใสและไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป ดังนั้น ผู้นำความคิดเห็นเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของประชาชน

- ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) นอกจากนั้นการดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยมซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนทั้งหลายสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็น และความนิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ ในสังคมเช่นนี้ธุรกิจสื่อมวลชนถือเป็นตลาดแห่งความคิดเสรี (Free Market Place of Idea) ประชาชนในฐานะผู้รับสารก็จะใช้วิจารณญานของตน (ตามทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมที่ตนมีอยู่) ตัดสินว่าควรจะเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

2.จากปัจจัยดังกล่าวในข้อ 1 ทำให้เห็นได้ว่า ประชาชนไม่ได้สัมผัสสื่อมวลชนด้วยจิตใจที่ว่างเปล่า ตรงกันข้ามประชาชนกลับมีความคิดเห็น ทัศนคติ ท่าทีดั้งเดิมของตนมาก่อน รวมทั้งได้รับอิทธิพลจากบุคคลอื่น ๆ และสถาบันสังคมต่าง ๆ อยู่ก่อนแล้ว สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ทำหน้าที่เป็นตัวกำหนดการเลือกของประชาชนด้วยการสกัดกั้นข่าวสารและความคิดเห็นจากสื่อมวลชนที่แตกต่างไปจากความคิดเห็น ทัศนคติ และท่าทีดั้งเดิมของตน และจะยอมรับเฉพาะข่าวสารและความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดดั้งเดิมของตนเท่านั้น ดังนั้น อิทธิพลที่สื่อมวลชนพึงมีต่อประชาชนจึงเป็นแต่เพียงผู้สนับสนุน (An Agent of Reinforcement) เท่านั้น กล่าวคือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อโอกาสเหมาะสม

3.ในบางกรณี สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน (An

Agent of Change) อย่างไรก็ตาม อิทธิพลในด้านการเปลี่ยนแปลงประชาชนของสื่อมวลชนนี้ จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียง ที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว เช่น คนคนหนึ่งอาจจะไม่พอใจทัศนคติและพฤติกรรมของตนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอีกต่อไป ก็เป็นที่แน่นอนว่าบุคคลผู้นี้จะต้องพยายามแสวงหาแนวทางหรือท่าทีใหม่ ซึ่งก็หมายความว่าคนผู้นั้นพร้อมที่จะเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาจะเปลี่ยนทัศนคติหรือพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางให้การเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมเท่านั้น(Provide the Means for Change)

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลนั้น ๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์ เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน อย่างไรก็ตาม ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ ซ้ำ ๆ ซาก ๆเท่านั้น อิทธิพลของสื่อมวลชนในแง่นี้จะมีลักษณะสะสม (Cumulative Impact) มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น ไม่ใช่อิทธิพลอันเกิดจากการดูรายการทีวีเพียงครั้งเดียว อ่านหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพียงครั้งเดียว ฯลฯ

หลังจากนั้นในปี ค.ศ. 1973 แนวความคิดว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างยิ่งกลับมาอีกครั้งหนึ่งโดยนักวิจัยชาวเยอรมันนีชื่อ เอลิซาเบธ โนเอลนอยมานน์ (Elizabeth Noelle-Neumann) ได้โจมตีทฤษฎีที่ว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลน้อยว่า การวิจัยในห้องทดลองซึ่งเป็นวิธีการของนักวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนทำให้พบว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลน้อยเนื่องจากปัจจัยที่สำคัญ ๆ ของสื่อมวลชนไม่ได้ถูกนำมาใช้ในการวิจัยในห้องทดลอง นอกจากนี้ ยังโจมตีทฤษฎีการเลือกรับรู้ (Selective Perception Theory) ว่าในชีวิตจริงนั้นสื่อมวลชนมีอยู่แพร่หลายทั่วไปจนเป็นการยากที่บุคคลจะหนีสารของสื่อมวลชนพ้น การที่สื่อมวลชนต่าง ๆ เสนอเรื่องราวและข่าวซ้ำ ๆ กัน เหมือน ๆ กัน ได้ส่งเสริมอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อประชาชนเพราะประชาชนมีทางเลือกไม่มากนักในการที่จะเลือกรับรู้ ซึ่งประชาชนไม่มีโอกาสเลือกรับรู้มากเท่าใด อิทธิพลของสื่อมวลชนยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น ยิ่งความคิดเห็นใดถูกเผยแพร่สู่มวลชนอย่างกว้างขวางมากเท่าใด ทัศนคติของประชาชนจะได้รับอิทธิพลหรือถูกกำหนดด้วยสื่อมวลชนมากเท่านั้น

แนวความคิดเรื่องอิทธิพลโดยเฉพาะอย่างยิ่งของสื่อมวลชนจากการนำของ โนเอล-นอยมานน์ ได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการหลายท่าน เช่น แซนดรา บอล-โรคีช (Sandra Ball – Rokeach) และเมลวิน แอล เดอเฟลอร์ (Melvin L. De Fleur) ในปี ค.ศ. 1976 ได้เสนอแบบจำลองการพึ่งพาอาศัยสื่อมวลชนของมวลชนผู้รับสาร (A Dependency Model of Mass Media Effects)

อธิบายว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อความรู้และความคิด (Cognitive Effect) ความรู้สึก (Affective Effect) และพฤติกรรม (Behavior Effect) ของมวลชนผู้รับสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งมวลชนผู้รับสารที่ไม่ใช่ชนชั้นนำในสังคม(Non-Elites)

การวิจัยของนักวิจัยหลายคนเช่น วีเวอร์ (Weaver) แอสพ์ (Asp) เบ็คเกอร์ (Becker) แจ๊ค แมคคลาวด์ (Jack Mcleod) ล้วนแต่ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลอย่างยิ่งของสื่อมวลชน และเจมส์ เลเมอร์ท (Jame Lemet) ในหนังสือ Does Mass Communication Affect Public Opinion After All? เมื่อปี ค.ศ. 1981 ที่ได้ยืนยันว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อประชามติ

อย่างไรก็ตาม นักวิจัยทางสังคมศาสตร์ก็ยังไม่สามารถสรุปแน่ชัดได้ว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างยิ่งจริงหรือ? ดังที่ เอเวอเรท เดนนิส (Everette Dennis) ได้สรุปว่า "สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลเหมือนยักษ์ที่มีพลังมหาศาลดังที่เคยคิดกันในอดีต แต่สื่อมวลชนก็ไม่ได้มีอิทธิพลเพียงผิวเผิน สิ่งที่จะต้องกระทำก็คือ จะต้องสำรวจและประเมินอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อไป"จากทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์สื่อที่ใช้ในงานวิจัยว่าสื่อดังกล่าวยังมีลักษณะของการเป็นสื่อมวลชน และยังทำหน้าที่ของสื่อมวลชนหรือไม่

แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร

พฤติกรรมทั่วไปในการสื่อสาร(ปรมะ สตะเวทิน,2539:110-112)

พฤติกรรมทั่วไปในการสื่อสาร หมายถึง พฤติกรรมตามปกติของมวลชนผู้รับสารในการรับสารจากองค์การสื่อมวลชน หรือนักสื่อสารมวลชน พฤติกรรมการรับสารของมวลชนผู้รับสารนั้นถูกกำหนดโดยปัจจัยต่าง ๆทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยา ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) ทัศนคติ (Atiitudes) ความรู้ (Knowledge) และสถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม (Position within a Social-Cultural System)

ก.<u>ทักษะในการสื่อสาร</u>

ทักษะในการสื่อสาร หมายถึง ความสามารถ ความชำนาญในการสื่อสาร ทักษะในการสื่อสารเชิงวัจนะ (Verbal Communication Skills) แบ่งออกได้เป็น 5 ทักษะ คือ ทักษะในการเขียนและการพูด (Writing and Speaking) ซึ่งเป็นทักษะในการส่งสาร ทักษะในการอ่านและฟัง (Reading and Listening Skills) ซึ่งเป็นทักษะในการรับสาร และทักษะในความคิดหรือการใช้เหตุผล (Thought or Reasoning) ส่วนทักษะในการสื่อสารเชิงอวัจนะ (Nonverbal Communication

Skills) ได้แก่ อากัปกริยา (Gesturing) ท่าทาง (Posturing) การเขียนภาพ (Drawing) การวาดภาพ (Painting) การดู (Seeing) ซึ่งเป็นทักษะในการรับสาร และทักษะในความคิดหรือการใช้เหตุผล (Thought or Reasoning)

การสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารที่ใช้ทั้งการสื่อสารเชิงวัจนะและการสื่อสารเชิงอวัจนะ ในฐานะของผู้รับสาร มวลชนผู้รับสารจึงใช้ทักษะในการรับสารทั้งด้านวัจนะและอวัจนะ นั่นคือ ทั้งการอ่าน การฟัง และการดู รวมถึงการใช้ความคิดและเหตุผลด้วย ทักษะในการสื่อสารมีอิทธิพลต่อมวลชนผู้รับสาร 2 ประการ คือ

1. มีอิทธิพลต่อความคิดของมวลชนผู้รับสาร ทักษะในการอ่านและการฟังก็คือทักษะด้านภาษานั่นเอง ภาษามีอิทธิพลต่อผู้รับสาร 3 ประการ คือ ทำให้มวลชนคิดเรื่องอะไร? คิดอย่างไร? และคิดหรือไม่? เอ็ดเวิร์ด สะเพียร์ และเบนจามิน วอร์ฟ (Edward Sapir and Benjamin Whorf) ได้เสนอสมมติฐานเกี่ยวกับอิทธิพลของภาษาต่อการรับรู้ (Perception) และการคิด (Thinking) ของคน สมมติฐานนี้เรียกกันโดยทั่วไปว่า Sapir-Whorf Hypothesis ซึ่งกล่าวว่าภาษามีส่วนกำหนดการเห็นของคนว่า เขาจะเห็นอะไร (What he sees) เขาจะคิดเรื่องอะไร (What he thinks about) ตลอดจนกำหนดวิธีการคิดและวิธีการตัดสินใจของคน

2. มีอิทธิพลต่อความสามารถของมวลชนผู้รับสารในการถอดรหัส ซึ่งแสดงถึงเจตนารมณ์หรือ ความคิดของผู้ส่งสาร ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสามารถในหารตีความหมายสาร เช่น จะเข้าใจความต้องการและความคิดของผู้ส่งสารว่าอย่างไร? จะตีความหมายของสารว่าอย่างไร?

ข. <u>ทัศนคติ</u>

ปัจจัยด้านทัศนคติของมวลชนผู้รับสารแบ่งออกได้เป็น 3 ประการ คือ

1. <u>ทัศนคติต่อตนเอง</u> (Attitude toward Self)

ในการรับสารนั้นหากมวลชนผู้รับสารมีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง มีความเชื่อมั่นในตนเอง โอกาสที่มวลชนผู้รับสารจะเข้าใจสารของผู้ส่งสารก็มีมาก พฤติกรรมการรับสารก็จะเป็นแบบหนึ่ง ในทางตรงกันข้าม หากมวลชนผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อตนเอง ไม่มีความเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถของตนเอง โอกาสที่จะเข้าใจสารก็มีน้อย พฤติกรรมการรับสารก็จะเป็นในอีกลักษณะหนึ่ง

2. <u>ทัศนคติต่อสาร</u> (Attitude toward Message)

ทัศนคติต่อสารหมายถึง ท่าที ความรู้สึกนึกคิด รสนิยม ฯลฯ ที่มวลชนผู้รับสารมีต่อสาร หากมวลชนผู้รับสารมีทัศนคติที่ดีต่อสาร มีความสนใจ มีความชอบเนื้อหาสาระของสาร พฤติกรรมการรับสารก็จะออกมาในรูปของความกระตือรือร้น ในทางตรงกันข้ามหากไม่พอใจในสาร

พฤติกรรมการรับสารก็อาจเป็นไปในรูปของความเบื่อหน่ายไม่สนใจ หรือยุติการรับสาร เช่น ปิดเครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ เปลี่ยนสถานี หรือเปลี่ยนช่อง

3. <u>ทัศนคติต่อผู้ส่งสาร</u> (Attitude toward Source)

พฤติกรรมการรับสารจะเป็นอย่างไร จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใด ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มวลชนผู้รับสารมีต่อผู้ส่งสาร หากมวลชนผู้รับสารมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ส่งสาร มีความเชื่อถือเลื่อมใสในความรู้ความสามารถและความจริงใจของผู้ส่งสาร มีความชอบ มีความประทับใจในตัวผู้ส่งสาร ก็จะสนใจติดตามการสื่อสารของผู้ส่งสารนั้น เช่น ติดตามรายการที่ดำเนินโดยพิธีกรที่ชื่นชอบดูรายการที่มีดาราที่นิยมชมชอบ ฯลฯ

ค. <u>ความรู้</u>

ความรู้มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถของมวลชนผู้รับสารในการที่จะรับสารว่าจะรับสารได้ดีหรือไม่? เข้าใจสารหรือไม่? ความรู้ของผู้รับสารแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. <u>ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของสาร</u> (Knowledge of the Content of the Message)

เนื้อหาของสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับความรู้ บทความ สารคดี ความคิดเห็น หรือแม้แต่ความบันเทิงที่อิงความรู้บางอย่าง เช่น กฎหมาย ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม การเมือง ฯลฯ ต้องการความรู้ของผู้รับสารเพื่อที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาของสารได้ มวลชนผู้รับสารที่มีความรู้ในระดับต่าง ๆกัน จึงมีความสามารถในการรับสารต่างกัน เช่น ผู้ที่มีการศึกษาน้อยมักชอบอ่านข่าวประเภทอาชญากรรม บันเทิง กีฬา ฯลฯ ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะชอบการอ่านข่าวการเมือง เศรษฐกิจ ต่างประเทศ หรือบทบรรณาธิการและบทความ ฯลฯ

2. <u>ความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสาร</u> (Knowledge of the Communication Process)

นอกจากการมีความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของสารแล้ว มวลชนผู้รับสารจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารด้วย หากมวลชนผู้รับสารไม่มีความรู้เรื่องกระบวนการการสื่อสารมวลชน ผู้รับสารก็ไม่อาจเข้าใจวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร ใช้สื่อในการรับสารไม่เหมาะสม ตีความหมายของสารผิดพลาด ฯลฯ

ง. <u>สถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม</u>

สมาชิกของมวลชนผู้รับสารล้วนแล้วแต่เป็นสมาชิกของสังคมในลักษณะต่าง ๆ เช่น ครอบครัว เพื่อน โรงเรียน ที่ทำงาน สมาคม จังหวัด ประเทศ การเป็นสมาชิกในสังคมย่อมต้องมีบทบาทที่กำหนดทัศนคติและพฤติกรรมของแต่ละคน นอกจากนั้น สังคมแต่ละสังคมทั้งระดับเล็กและระดับใหญ่ยังมีบรรทัดฐาน (Norms) และวัฒนธรรม (Cultures) ที่คอยกำกับและควบคุมทัศนคติและพฤติกรรมของคนด้วย ทั้งบทบาท บรรทัดฐาน และวัฒนธรรม จึงกำหนดสถานภาพของคน

และมีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำ ว่าคนในสถานภาพนั้น ๆ ควรจะคิดอย่างไร ทำอย่างไร สังคมและวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อความคิด และการกระทำของคนในทุกเรื่อง รวมทั้งความคิดและพฤติกรรมการสื่อสารด้วย ดังนั้น พฤติกรรมการรับสารของมวลชนผู้รับสารจึงถูกกำหนดโดยสถานภาพของตนตามบรรทัดฐานและวัฒนธรรมในสังคม เช่น จะรับสารประเภทใด จะรับสารของใคร จะรับสารอย่างไร จึงจะเหมาะสมกับสถานภาพของตนในสังคม การรับสารในลักษณะดังกล่าวนี้เป็นได้ทั้งโดยความตั้งใจของมวลชนผู้รับสารเอง และโดยอัตโนมัติไม่ได้ตั้งใจ แต่เนื่องมาจากอิทธิพลที่ลึกซึ้งของสังคมและวัฒนธรรม

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน

จอห์น ซี. เมอริลล์ (John C. Merrin) และราล์ฟ แอล. ลอเวนสตีน (Ralph L. Lowenstein)(ชวรัตน์ เชิดชัย ,2527:170-171) กล่าวถึงเหตุผลหรือแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีการเปิดรับสื่อว่ามาจากปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราย่อมจะไม่ชอบอยู่ตามลำพังเนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสร้างสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ แต่เมื่อไม่สามารถติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสารนั่นเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสารปกติ มนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองมากที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ และไม่ว่าสิ่งที่ตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นนั้นจะเกิดจากวัตถุ สิ่งของ ความคิด หรือการกระทำของเพื่อนบ้านหรือเพื่อนร่วมโลก ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ นอกเหนือจากที่เกิดขึ้นใกล้ชิดกับตนเองมากที่สุดแล้ว คงไม่มีอะไรดีกว่าสื่อมวลชนต่าง ๆ ทั้งนี้ มิใช่เพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นอีกด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self – Aggrandizement) โดยพื้นฐานนั้น มนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเองเพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งได้ให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง ข่าว

สารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณในทางปฏิบัติ ทางจรรโลงจิตใจหรือแม้แต่ทางความคิด ก็สามารถจะหาได้จากสื่อมวลชนเสียเป็นส่วนใหญ่

พฤติกรรมการเลือกในการสื่อสาร (Selective Communication Behavior)

โดยปกติมนุษย์เรามักมีนิสัยชอบเลือก เลือกที่จะคิด เลือกที่จะทำ เลือกที่จะเชื่อตามใจปรารถนา ลักษณะนิสัยในการชอบเลือกนี้ เกิดจากการเรียนรู้ประสบการณ์ในชีวิต ในการสื่อสารมวลชนก็เช่นเดียวกันมวลชนผู้รับสารก็จะเลือกในการรับสาร การเลือกนี้เรียกว่ากระบวนการในการเลือก (Selective Process) ซึ่งไมเคิล เบอกูน (Michael Burgoon))(ปรมะ สตะเวทิน,2539:121-122) กล่าวว่ามีอยู่ 4 กระบวนการ หรือ 4 ขั้นตอนที่มีความต่อเนื่องและเกี่ยวข้องกัน ขั้นตอนทั้ง 4 เรียงตามลำดับ ดังนี้

1. <u>การเลือกเปิดรับ หรือ การเลือกใช้สื่อมวลชน</u> (Selective Exposure) ในชีวิตประจำวันแต่ละคนมีโอกาสที่จะรับสารจากแหล่งหรือผู้ส่งสารต่าง ๆ จำนวนมากมาย แต่จะมีเวลาและความสามารถที่จำกัดในการรับสารจากแหล่งต่าง ๆ รวมทั้งมีความพอใจแหล่งหรือผู้ส่งสารต่าง ๆแตกต่างกันไป ดังนั้น ในการสื่อสารมวลชนผู้รับสารจึงเลือกที่จะเปิดรับหรือเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนตามความปรารถนาของตน และโดยปกติแล้วเราจะเลือกใช่สื่อมวลชนที่เสนอข่าวสาร และความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิด และทัศนคติของเรา ทั้งนี้ เพราะโดยธรรมชาติแล้วคนเรามีความต้องการอย่างยิ่งที่จะปกป้องรักษาและส่งเสริมความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Self-Concept)

2. <u>การเลือกให้ความสนใจ</u> (Selective Attention) หลังจากการเลือกใช้สื่อมวลชนแล้วขั้นต่อมาคือการเลือกให้ความสนใจกับเนื้อหาของสื่อมวลชนที่ตนเองเลือกใช้ โดยปกติเรามักเลือกให้ความสนใจกับสิ่งที่เราสนใจ ชอบ และสอดคล้องกับทัศนคติ ความคิด และความเชื่อของเรา เช่น เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์เรามักจะเลือกอ่านเพียงบางหน้า บางข่าว บางคอลัมน์ บางบทความ อ่านข่าวในหน้าสังคม หน้าบันเทิง อ่านบทความที่สอดคล้อง ส่งเสริม สนับสนุนความคิด ความเชื่อของเรา เป็นต้น

3. <u>การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมาย</u> (Selective Perception or Selective Interpretation) การรับรู้ (Perception) การตีความหมาย (Interpretation) มีความเกี่ยวข้องกันจนเกือบจะเป็นสิ่งเดียวกัน การรับรู้ คือ กระบวนการตีความหมายสิ่งที่เราพบเห็น ขั้นตอนที่สามของกระบวนการในการเลือกของมวลชนผู้รับสารก็คือ การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายเนื้อหาของสื่อมวลชนที่ตนเลือกให้ความสนใจ คนเราจะเลือกตีความหมายของสิ่งที่ตนอ่าน ดู ฟัง ตามทัศนคติ และความรู้สึกนึกคิดของตน เนื้อหาของสื่อมวลชนจึงมักถูกตีความหมายบิดเบือนไปโดยที่เราไม่

รู้ตัว การเลือกตีความหมายเกิดขึ้นตามธรรมชาติของมนุษย์ ยกตัวอย่างเช่น คนที่สูบบุหรี่ เมื่ออ่านบทความในหนังสือพิมพ์ที่พูดถึงผลร้ายของการสูบบุหรี่ที่อาจทำให้เป็นมะเร็งได้ มักจะไม่ค่อยเชื่อว่าการสูบบุหรี่จะทำให้เป็นมะเร็งได้จริง ๆ

4. <u>การเลือกจดจำ</u> (Selective Retention) หลังจากที่มวลชนผู้รับสารเลือกตีความหมายเนื้อหาของสื่อมวลชนแล้ว ในการจดจำเนื้อหาของสื่อมวลชน มวลชนผู้รับสารก็ทำการเลือกเช่นเดียวกับการเลือกใช้สื่อมวลชน เลือกให้ความสนใจกับเนื้อหาของสื่อมวลชน และเลือกตีความหมายเนื้อหาของสื่อมวลชนนั่นคือ มวลชนผู้รับสารจะเลือกจดจำเฉพาะเนื้อหาที่สอดคล้องกับรสนิยม ทัศนคติ ความชอบ ความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมของตน ผลของการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าบุคคลจะสามารถจดจำสิ่งที่สอดคล้องหรือสนับสนุนความคิดของตนได้ดีกว่าเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตน ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของสื่อมวลชนจึงเท่ากับเป็นการช่วยส่งเสริมสนับสนุน ให้ทัศนคติเดิมหรือความเชื่อเดิมของเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

<u>ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกในการสื่อสาร</u>

ในการเลือกของผู้รับสารมีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการในการเลือก ทอดด์ ฮันท์ (Todd Hunt) และ เบรนท์ ดี รูเบน (Brent D. Ruben) ได้กล่าวถึงปัจจัยดังกล่าวไว้ดังต่อไปนี้

1. <u>ความต้องการ</u> (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ เป็นตัวกำหนดการเลือกของบุคคล บุคคลมักเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของตน เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. <u>ทัศนคติและค่านิยม</u> (Attitude and Values) ทัศนคติ คือ ความชอบและความมีใจโน้มเอียงต่อเรื่องต่าง ๆ ค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน ทั้งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

3. <u>เป้าหมาย</u> (Goals) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายสำหรับการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. <u>ความสามารถ</u> (Capability) ความสามารถของบุคคลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้ง

ความสามารถด้านภาษา มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

5. <u>การใช้ประโยชน์</u> (Utility) โดยทั่วไปบุคคลจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามที่จะเข้าใจและจดจำข่าวสารที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น คนที่จะซื้อรถใหม่ก็จะหาบทความหรือโฆษณาเกี่ยวกับรถมาอ่าน เป็นต้น เป็นการกระทำจากการเลือกของบุคคลโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเอาไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆของตน

<u>6. ลีลาในการสื่อสาร</u> (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของบุคคลนั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของแต่ละคน คือ ความชอบหรือความไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้น บางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

<u>7. สภาวะ</u> (Context) หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลโดยตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำข่างสาร การที่เราต้องการถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่เราคิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกตัดสินใจของเราทั้งสิ้น

<u>8. ประสบการณ์และนิสัย</u> (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของตน บุคคลพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง แล้วจึงเลือกที่จะใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wibur Schramm)(ชวรัตน์ เชิดชัย ,2527:160-166) กล่าวถึงหลักทั่วไปในการเลือกรับสื่อของผู้รับสารว่าบุคคลมักจะเลือกรับสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) หรือหมายถึงสะดวกในการเปิดรับมากที่สุด และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนมากที่สุด (Promise of Reward) นอกจากนี้ ผู้รับสารมักแสวงหาข่าวสารที่มาสนับสนุนความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อน (Preconceptions) แล้ว อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับสื่อของผู้รับสารยังมีอีกหลายปัจจัย ทั้งปัจจัยด้านจิตใจ และปัจจัยด้านสังคม ซึ่งได้แก่

<u>ปัจจัยด้านจิตใจ</u>

1. <u>ประสบการณ์</u> ผู้รับสารย่อมจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุ สิ่งของ ฯลฯ แตกต่างกันออกไป และประสบการณ์นี้เป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่เคยเห็นแตกต่างกัน

2. <u>ประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร</u> ในขณะที่ผู้รับข่าวสารอาจจะแสวงหาข่าวสารได้เรียนรู้ว่า ข่าวสารอย่างหนึ่งมีประโยชน์แตกต่างไปจากข่าวสารอีกอย่างหนึ่ง ดังนั้น จึงก่อให้เกิดพัฒนาการและการปรับปรุงอุปนิสัย และรูปแบบของการแสวงหาข่าวสารขึ้นในหมู่คนทั่วไปด้วย

3. <u>ภูมิหลังแตกต่างกัน</u> ทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน

4. <u>การศึกษาและสถานภาพทางสังคม</u> การศึกษาและระดับชั้นทางสังคมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกของผู้รับสาร ทั้งการเลือกรับสื่อและเลือกเนื้อหาของข่าวสาร เช่น คนที่มีการศึกษาสูงมักจะเลือกดูข่าวรายการข่าวสาร และรายการที่เกี่ยวกับบ้านเมือง โดยมักเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อโทรทัศน์

5. <u>ความสามารถในการรับข่าวสาร</u> หมายถึง สภาพร่างกาย จิตใจ และสติปัญญา มีส่วนสัมพันธ์กับการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลด้วย เช่น ผู้ที่มีสติปัญญาดีอาจมีพฤติกรรมที่เป็นไปได้ทั้งต่อต้านและยอมรับข่าวสารได้ง่าย และผู้มีสติปัญญาปานกลางมีโอกาสที่จะถูกโน้มน้าวใจได้มากกว่าผู้ที่มีสติปัญญาสูงสุดและต่ำสุด เป็นต้น

6. <u>บุคลิกภาพ</u> บุคลิกภาพของผู้รับสารเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ รวมไปถึงพฤติกรรมของผู้รับสารด้วย

7. <u>ทัศนคติ</u> ทัศนคติของผู้รับสารถือเป็นตัวแปรที่อยู่ระหว่างการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ด้วยการแสดงออกมาทางพฤติกรรมของผู้รับที่มีต่อข่าวสารแต่ละอย่างแต่ละประเภทที่พบ หรืออีกนัยหนึ่งเป็นคุณสมบัติหรือท่าทีผู้รับแต่ละคนมีอยู่ก่อนที่จะรับข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง ปกติทัศนคติของผู้รับสารเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนไป การรับข่าวสารหรือการโน้มน้าวใจของผู้รับสารจะแตกต่างกันไป รวมทั้งการตอบสนองของผู้รับก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

<u>ปัจจัยทางสังคม</u>

ปัจจัยทางสังคมเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมที่สามารถสร้างประสบการณ์กล่อมเกลาและปลูกฝังความคิด ทัศนคติ รวมทั้งพฤติกรรมทั่วไปของผู้รับสารโดยตรง ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ สภาพแวดล้อม ทั้งสภาพแวดล้อมทางครอบครัว สถาบันการศึกษา ที่ทำงาน ฯลฯ บทบาทของผู้รับสาร (Role) และกลุ่มอ้างอิงที่สังกัด วัฒนธรรมประเพณี และลักษณะทางประชากรศาสตร์เหล่านี้ ล้วนมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารทั้งสิ้น

เดอ เฟลอร์ (De Fleur) (อ้างในโสภิตสุดา มงคลเกษม , 2539:38-39)ได้กล่าวถึงตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนไปยังผู้รับสารและเกิดผลโดนตรงทันที

แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตคติของผู้ส่งสาร ทฤษฎีที่สำคัญของเดอ เฟลอร์เกี่ยวกับเรื่องนี้มี 3 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference Theory) เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ และความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลมี ดังนี้

- มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
- ความแตกต่างนี้มีบางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาคหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคลแต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
- มนุษย์ซึ่งถูกชุบเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไป
- การเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน

2. <u>ทฤษฎีกลุ่มสังคม</u> (Social Categories Theory) ทฤษฎีนี้ กล่าวไว้ว่าบุคคลที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ ได้แก่ การเปิดรับสื่อ ความพอใจในสื่อ และอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน เป็นต้น สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้นได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิลำเนา ฯลฯ

3. <u>ทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างสังคม</u> (The Social Relations Theory) เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม ในลักษณะของกลุ่มปฐมภูมิ โดยกลุ่มปฐมภูมิซึ่งเป็นความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงานหรือในครอบครัว และวงศาคนาญาตินี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่ม หรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ เช่น การที่ปัจเจกบุคคลจะเชื่อข่าวสารจากโฆษณาใดหรือไม่นั้น มักจะได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือหรือไต่ถามเพื่อนฝูงหรือผู้ใกล้ชิด อิทธิพลที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เราเรียกว่า "อิทธิพลของบุคคล" (Personal Influence)

แนวคิดเรื่องความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

เบนจามิน เอส. บลูม (Benjamin S. Bloom)(ชม ภูมิภาค ,2523:284-285) นักการศึกษาชาวอเมริกัน กล่าวถึงความรู้ไว้ว่าความรู้เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการระลึกถึงสิ่งเฉพาะ ระลึกถึงวิธีและกระบวนการต่าง ๆ หรือระลึกถึงแบบกระสวนโครงสร้าง วัตถุประสงค์ในด้านความรู้นี้ย้ำเรื่องกระบวนการทางจิตวิทยาของความจำ เป็นกระบวนการเชื่อมโยงเกี่ยวกับการจัดระเบียบใหม่

นอกจากนี้ ยังมีผู้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ไว้อีกหลายท่าน เช่น(อ้างใน โสภิตสุดา มงคลเกษม,2539:42-43)

แพทริก เมียร์ดิธ (Patrick Meredith) กล่าวถึงความรู้ไว้ว่า ความรู้จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ ความเข้าใจ (Understand) และการคงอยู่ (Retaining) เพราะความรู้หมายถึงความสามารถจดจำได้ในบางสิ่งบางอย่างที่เราเข้าใจมาแล้ว

ประภาเพ็ญ สุวรรณ กล่าวว่า ความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้นซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะโดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็นหรือได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Good) ได้ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (facts) ความจริง (Truth) กฎเกณฑ์และข้อมูลต่าง ๆ ที่มนุษย์ได้รับ และรวบรวมสะสมไว้จากมวลประสบการณ์ต่าง ๆ

เธียร วิวิธสิริ กล่าวว่า การเรียนรู้ในผู้ใหญ่นั้นเกิดจากประสบการณ์ 3 ประการ คือ

1. การเรียนรู้ที่เกิดจากสภาพการณ์ทางธรรมชาติ (Natural Setting) คือการเรียนรู้จากสภาพธรรมชาติที่อยู่ใกล้ตัว
2. การเรียนรู้จากสภาพการณ์ทางสังคม (Society Setting) มีอยู่ทั่วไปในชีวิตประจำวัน เช่น การเรียนรู้จากการอ่านหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เป็นต้น
3. การเรียนรู้จากสภาพการณ์ของการจัดการเรียนการสอน (Formal Institution Setting) คือ มีผู้แทนจากสถาบัน จัดลำดับการเรียนรู้อย่างมีจุดมุ่งหมายและต่อเนื่อง

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติ (Attitude) เป็นคำที่มีรากศัพท์ภาษาละตินว่า “APTUS” แปลว่าโน้มเอียงเหมาะสม ส่วนคำจำกัดความนั้นนักวิชาการหลาย ๆ ท่านได้ให้ทัศนะต่าง ๆกัน ดังนี้

ประจวบ อินอ๊อด(ประจวบ อินอ๊อด,น.22) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกภายในตัวที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง สิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะที่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรือชอบ ไม่ชอบ ทัศนคติจะปรากฏก็ต่อเมื่อมีพฤติกรรมแสดงออกมาในลักษณะเป็นคำพูด ภาษาเขียน หรือกริยาท่าทาง

เอนกกุล กรีแสง (เอนกกุล กรีแสง ,2521:147)กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ระบบของความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรมที่มีต่อสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งในด้านที่เกี่ยวกับตัวบุคคล สิ่งของ และความคิดเห็น ทัศนคติเป็นแรงขับที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลพิจารณาความสำคัญของสถานการณ์ต่าง ๆ ในสังคม และมีอิทธิพลต่อการแสดงปฏิกริยาตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตน

สุชา จันทน์เอม(กิติมา สุรสนธิ ,2535:62) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกหรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุ สิ่งของ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ความรู้สึกหรือท่าทีนี้จะเป็นไปในทำนองที่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยต่อบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์นั้น ๆ

ซี อี ออสกูด (C.E. Osgood)(อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท ,2537:21) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง แนวโน้มของคน ๆ หนึ่งที่มีต่อสิ่งเร้า หรือเรื่องบางเรื่อง รวมถึงผลรวมของความรู้สึก อคติ ความกลัว ความคิด และความรู้สึกอื่น ๆ ที่มีต่อเรื่องต่าง ๆ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ ,2526:1-3) ได้รวบรวมคำจำกัดความของทัศนคติจากนักจิตวิทยาหลาย ๆ ท่าน ดังนี้

เธอร์สโตน (Thurstone) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์เกี่ยวกับความรู้สึก อคติ ความคิด ความกลัวต่อสิ่งบางอย่าง การแสดงออกทางด้านการพูดเป็นความคิด (Opinion) และความคิดนี้เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ดังนั้น ถ้าเราอยากจะวัดทัศนคติ เราก็สามารถทำได้โดยวัดความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ

กอร์ดอน ออลพอร์ต (Gordon Allport) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมทางด้านจิต ซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้จะเป็นแรงที่กำหนดทิศทางของปฏิกริยาของบุคคลที่จะมีต่อบุคคล สิ่งของ หรือสถานที่เกี่ยวข้อง

ดี. แคทซ์ (D. Katz) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ส่วนประกอบ 2 ส่วน คือ ความรู้สึกในการที่จะชอบหรือไม่ชอบ และความรู้หรือความเชื่อซึ่งอธิบายถึงลักษณะ ตลอดจนความสัมพันธ์ของสิ่งหนึ่งที่มีต่อสิ่งอื่น ๆ

จี. เมอร์ฟี (G. Murphy) แอล. เมอร์ฟี (L. Murphy) และที นิวคัม (T. Newcome) กล่าวว่าทัศนคติ หมายถึง วิถีทางหรือความพร้อมในการเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จากคำจำกัดความของนักจิตวิทยาหลาย ๆ ท่านดังกล่าว ประภาเพ็ญ สุวรรณ ได้สรุปว่า ทัศนคติเป็นความคิดเห็นซึ่งมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ เป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก

แอจเซน (Ajzen) และ ฟิชบีน (Fishbein)(ประภาเพ็ญ สุวรรณ ,2534:76) กล่าวว่า นักจิตวิทยาและผู้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติเห็นพ้องต้องกันว่า ทัศนคติจะเป็นตัวแทนที่แสดงถึงการประเมินผลของบุคคล ซึ่งสะท้อนถึงความรู้สึก อารมณ์ ตามทฤษฎีทางทัศนคติเชื่อว่า ทัศนคติสามารถเรียนรู้ได้ ดังนั้นจึงสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ขณะเดียวกันก็สามารถคงอยู่ภายในช่วยระยะเวลาหนึ่ง ทัศนคติเป็นสิ่งที่กระตุ้นพฤติกรรมการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งสืบเนื่อง (ส่วนหนึ่ง) มาจากทัศนคติ และพฤติกรรมนั้น ๆ จะสอดคล้องกับทัศนคติด้วย

ทัศนคติที่บุคคลแสดงออกมีอยู่ 3 ประเภท คือ

1. <u>ทัศนคติทางบวก</u> (Positive Attitude) เป็นทัศนคติที่จะชักนำให้บุคคลแสดงปฏิกริยาในด้านดีต่อบุคคลอื่น และสิ่งแวดล้อมรอบตัว รวมทั้งอาจจะมีส่วนทำให้คนหรือกลุ่มคน ตัดสินใจมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมด้วย

2. <u>ทัศนคติทางลบ</u> (Negative Attitude) เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลมีความรู้สึกที่ไม่ดีหรือเป็นไปในทางลบต่อบุคคลอื่นและสิ่งแวดล้อมรอบตัว ซึ่งเป็นทิศทางตรงกันข้ามกับทัศนคติทางบวก ทัศนคติในทางลบจะเกิดขึ้นร่วมกับความไม่พอใจ อันจะมีผลทำให้เกิดความไม่สงบขึ้นในองค์กรหรือสังคมได้

3. <u>ทัศนคตินิ่งเฉย</u> (Passive Attitude) ผู้ที่มีทัศนคตินิ่งเฉยอาจเป็นเพราะว่าเขาไม่มีความคิดเห็นต่อบุคคล เรื่องราว หรือสิ่งต่าง ๆ ดังนั้น จึงไม่มีความรู้สึกใด ๆ เกิดขึ้นกับบุคคล เรื่องราว หรือสิ่งต่าง ๆ นั้นด้วย

องค์ประกอบของทัศนคติ(รามคำแหง,มหาวิทยาลัย , 2523:238)

ทัศนคติ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความคิด (Cognitive Component) หมายถึง การรับรู้และวินิจฉัยข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับ แสดงออกมาในแนวความคิดที่ว่าอะไรถูก อะไรผิด อะไรดี อะไรเลว

2. ด้านความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ลักษณะทางอารมณ์ของบุคคลที่สอดคล้องกับความคิด เช่น ถ้าบุคคลมีความคิดในทางที่ดีต่อสิ่งใด ก็จะมีความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้นด้วย จึงแสดงออกมาในรูปของความรู้สึกชอบ หรือไม่ชอบ พอใจ หรือไม่พอใจ

3. ด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง ความพร้อมที่จะกระทำ

เป็นผลเนื่องมาจากความคิดและความรู้สึก ซึ่งจะออกมาในรูปของการยอมรับหรือปฏิเสธ การปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติ

การเกิดทัศนคติ (Formation of Attitude)(รามคำแหง,มหาวิทยาลัย ,2523:238-240)

ทัศนคติไม่ใช่สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด ทัศนคติของบุคคลเกิดขึ้นได้จากสิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. <u>จากการเรียนรู้</u> ทั้งการเรียนรู้อันเนื่องมาจากการอบรมเลี้ยงดูตั้งแต่เด็ก หรือจากการเอาอย่าง (Identification) หรือรับถ่ายทอดทัศนคติที่มีอยู่แล้ว ซึ่งในกรณีนี้ทัศนคติเกิดขึ้นเนื่องจากบุคคลได้รับการถ่ายทอดทัศนคติจากบุคคลที่เขามีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เช่น พ่อ แม่ ครู ฯลฯ

2. <u>จากประสบการณ์ที่สะสมกันมาของบุคคล</u> เช่น เด็กบางคนมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อเพื่อนรุ่นเดียวกันเนื่องจากถูกเพื่อนรุ่นเดียวกันรังแกบ่อย ๆ เด็กคนนั้นเลยหันไปเล่นกับผู้ใหญ่หรือเด็กกว่า เป็นต้น

3. <u>จากประสบการณ์ที่เป็นผลทำให้เราจดจำไปนาน</u> เป็นประสบการณ์ที่อาจเกิดขึ้นทันทีทันใด หรือเกิดขึ้นอย่างแทบไม่น่าเชื่อว่าจะเป็นไปได้ เช่น เรารับประทานอาหารอย่างหนึ่งที่ไม่นึกว่าจะทำให้เราไม่สบาย แต่เกิดทำให้เราอาเจียนลงท้องอย่างแรง ทำให้เรามีทัศนคติที่ไม่ดีต่ออาหารนั้น และจะเลี่ยงไม่รับประทานอาหารนั้นอีก

4. <u>จากบุคลิกภาพ (Personality) ของผู้นั้น</u> บุคคลแต่ละคนไม่ใช่จะรับเอาวัฒนธรรมหรือทัศนคติของคนหมู่มากมามีอิทธิพลต่อทัศนคติของเขาโดยสิ้นเชิง แต่ทัศนคติขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นด้วย เช่น คนที่ชอบเก็บตัว เจ้าระเบียบ ถือเอาความคิดเห็นของตนเป็นใหญ่ และค่อนข้างจะมีอำนาจเหนือผู้อื่น มักจะรับความคิดเห็นหรือทัศนคติของกลุ่มมาเพียงเล็กน้อย

5. <u>จากสื่อมวลชนต่าง ๆ</u> เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคลทั้งสิ้น เพราะสิ่งเหล่านี้จะให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่ประชาชน ในการที่จะสร้างทัศนคติต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นได้

6. <u>จากความต้องการที่จะสมปรารถนาในสิ่งนั้น</u> บุคคลจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งต่าง ๆ หรือบุคคลที่ทำให้ความต้องการของเขาสมปรารถนา เช่น นายวินัยมีทัศนคติที่ดีต่อผู้บังคับบัญชาเพราะเป็นผู้สนับสนุนให้เขาประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน เป็นต้น

การเกิดพฤติกรรมทางด้านทัศนคติ ไม่ว่าจะเป็นการให้ความสนใจ การแสดงความรู้สึก การแสดงท่าที และการแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบนั้น แบ่งออกได้เป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้(สงวน สุทธิเลิศอรุณ ,2529:95)

1. <u>การรับหรือให้ความสนใจ</u> (Receiving or Attending) เมื่อบุคคลได้ปะทะกับสิ่งเร้า ย่อมเกิดการรับหรือให้ความสนใจ หรือเกิดความตระหนัก หรือเกิดความเต็มใจที่จะรับ และมีการคัดเลือกการรับและให้ความสนใจในสิ่งเร้าบางอย่าง

2.<u>การตอบสนอง</u> (Responding) เมื่อบุคคลได้รับหรือให้ความสนใจในสิ่งเร้าใด ๆ ก็ตามในขั้นที่ 1 แล้ว จะเป็นพันธะกรณีผูกพันให้บุคคลเกิดการตอบสนองต่อสิ่งเร้า อาจจะเป็นไปในรูปของการเชื่อฟัง หรืออาจเกิดความสมัครใจ หรือความเต็มใจที่จะทำหรือเกี่ยวข้องด้วย หรือทำด้วยความสนุกสนาน

3 <u>การเห็นคุณค่า</u> (Valueing) หลังจากที่บุคคลได้ให้การตอบสนองต่อสิ่งเร้าแล้ว บุคคลจะเกิดความเชื่อ (Belief) ในสิ่งเร้าที่เกี่ยวข้องซึ่งจะพัฒนามาเป็นความรู้ ความเข้าใจในสิ่งเร้านั้น ๆ ในขั้นแรกจะมีการยอมรับในคุณค่าของสิ่งนั้น ๆ ต่อมาเกิดความรู้สึกชอบ และขั้นสุดท้ายจะเกิดการยอมรับอย่างแน่นแฟ้น

4.<u>การจัดระเบียบ</u> (Organizing) เมื่อบุคคลได้ยอมรับคุณค่าของสิ่งใดแล้ว จะมีการจัดระเบียบของคุณค่าเหล่านั้นเป็นหมวดหมู่ หรืออาจจะพัฒนาคุณค่าของสิ่งนั้นก็ได้

5. <u>การแสดงพฤติกรรมตามคุณค่าที่ปรากฏ</u> (Characterizing by a Value) ในขั้นนี้บุคคลจะแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับคุณค่าที่เขายึดถือ ซึ่งจะเป็นพฤติกรรมที่เป็นมาตราฐานสำหรับบุคคลนั้น ๆ

การเปลี่ยนทัศนคติ (Attitude Change)(รามคำแหง,มหาวิทยาลัย , 2523 :243-244)

ทัศนคติของบุคคลเปลี่ยนแปลงได้เนื่องจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ได้แก่ การได้รับรู้ข้อมูลใหม่จากบุคคลอื่นหรือโดยผ่านจากสื่อมวลชน หรือโดยการได้รับประสบการณ์ตรง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบด้านความเข้าใจ ซึ่งมีผลทำให้องค์ประกอบด้านความรู้สึกและพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปด้วย ซึ่งสาเหตุการเกิดการเปลี่ยนทัศนคติ ได้แก่

1. <u>ความสอดคล้องกันระหว่างความคิดความเข้าใจและความรู้สึก</u> นั่นคือ เมื่อบุคคลมีความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งใด บุคคลจะมีความคิดความเข้าใจในสิ่งนั้นในลักษณะดังกล่าวด้วยเช่นกัน ดังนั้น ถ้าบุคคลได้รับข้อมูลใหม่หรือประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งทำให้องค์ประกอบด้านความรู้สึกของบุคคลเปลี่ยนแปลงไป ก็จะมีผลทำให้ความคิดความเข้าใจของคน ๆ นั้นเปลี่ยนแปลงไปด้วย

2. <u>ความสอดคล้องกันระหว่างความรู้สึก ความคิดความเข้าใจ และพฤติกรรม</u> เมื่อไร

ก็ตามที่บุคคลต้องกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยที่การกระทำนั้นเป็นการกระทำที่เขาไม่เชื่อถือ เขาอึดอัดใจ เนื่องจากการกระทำไม่สอดคล้องกับความเชื่อของเขา ในกรณีนี้บุคคลจะเกิดความขัดแย้งขึ้นเนื่องจากความเข้าใจของตนเกิดขัดแย้งกัน บุคคลจึงต้องพยายามทำอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อลดความขัดแย้งนั้นวิธีการหนึ่งก็คือเปลี่ยนความเชื่อหรือทัศนคติของตนให้สอดคล้องกับการกระทำของตน

3. <u>การถูกบังคับให้ยินยอม</u> การถูกบังคับขู่เข็ญหรือลงโทษมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติเช่นกัน แต่มักจะสำเร็จเฉพาะการเปลี่ยนทัศนคติทางองค์ประกอบด้านพฤติกรรมเท่านั้น เช่น การบังคับในลักษณะของกฎข้อบังคับ กฎหมาย บทบัญญัติต่าง ๆ

4. <u>ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและอิทธิพลของกลุ่มที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิก</u> บุคคลอาจเปลี่ยนทัศนคติคล้อยตามกลุ่มเพื่อน เพื่อให้เข้ากลุ่มเพื่อนได้ เช่น เมื่อบุคคลเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งอาจจะขัดแย้งกับทัศนคติเดิมที่มีอยู่ ทำให้เกิดภาวะตึงเครียดในการที่จะแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดของตน ในภาวะเช่นนี้จึงทำให้บุคคลเปลี่ยนทัศนคติไปตามสภาพการณ์นั้น

5. <u>การเสริมแรงและการลงโทษ</u> เมื่อบุคคลมีประสบการณ์ที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเนื่องจากได้รับการเสริมแรง บุคคลจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น และในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลมีประสบการณ์ที่ไม่ดีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดเนื่องจากถูกลงโทษ บุคคลก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

6. <u>การสื่อสารมวลชน</u> สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นคำแถลงการณ์ทางวิทยุ ทางหนังสือพิมพ์ และวารสารต่าง ๆ รวมทั้งโทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่อย่างไรก็ดีสื่อมวลชนเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนทัศนคติได้มากน้อยแค่ไหนนั้นต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ

- แหล่งข้อมูล (Source) เราจะต้องพิจารณาที่ลักษณะของผู้ให้ข้อมูล เช่น เป็นผู้ที่มีความสามารถ มีความน่าเชื่อถือ มีเสน่ห์น่าพึงพอใจ มีความคุ้นเคยกับผู้รับข้อมูล มีท่าทีเป็นศัตรูหรือเป็นผู้มีอำนาจคุณสมบัติเหล่านี้จะมีส่วนในการยอมรับข้อมูลของผู้รับข้อมูลอย่างมาก
- วิธีให้หรือเสนอข้อมูล (Channel) การเสนอข้อมูลนั้นเป็นเสนอข้อมูลด้านดีหรือไม่ดีเพียงด้านหนึ่งเท่านั้น หรือว่าเสนอข้อมูลทั้งด้านดีและไม่ดีพร้อมกัน วิธีการให้ข้อมูลที่ต่างกันจะมีผลทำให้ทัศนคติของบุคคลต่างกันไปด้วย
- ลักษณะข้อมูล (Message) ลักษณะของข้อมูลเป็นอย่างไร เช่น กระตุ้นให้เกิดความกลัว ชี้ให้เห็นถึงความไม่เป็นธรรมในสังคม เป็นต้น
- ผู้รับข้อมูล (Audience) ผู้รับข้อมูลมีลักษณะและคุณสมบัติอย่างไร เช่น เพศ อายุ

สติปัญญา การศึกษา ประสบการณ์เดิมของผู้รับข้อมูล บุคลิกภาพของผู้รับข้อมูล เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavior)

ความหมายของพฤติกรรม

ประสาท อิศรปรีดา (ประสาท อิศรปรีดา ,2522:13)กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง กิริยาอาการ การกระทำ หรือกิจกรรมทุกชนิดของมนุษย์หรือสัตว์ ซึ่งกิจกรรมหรือการกระทำนั้นอาจเป็นการกระทำที่เฉพาะเจาะจงหรือไม่ก็ได้ หรืออาจเป็นกิจกรรมที่แสดงออกให้เห็น (Overt Behavior) หรือเป็นอากัปกริยาภายในซึ่งผู้อื่นไม่สามารถสังเกตเห็น หรือสังเกตเห็นได้ยาก (Invert Behavior) เช่น ความรู้สึก การจำ การคิด ฯลฯ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (ประภา เพ็ญสุวรรณ , 2526 :15)กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำ ไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ได้ เช่น การทำงานของหัวใจ การทำงานของกล้ามเนื้อ การเดิน การพูด การคิด ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ เป็นต้น

นักจิตวิทยาเชื่อว่า พฤติกรรมเป็นผลที่เกิดจากการทำปฏิกริยาของมนุษย์หรืออินทรีย์ (Organism) กับสิ่งแวดล้อม (Environment) ซึ่งเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$B = F(O,E)$$

โดยที่ B = พฤติกรรม

F = ผลที่เกิดจากการมีปฏิกริยาระหว่างองค์ประกอบ

O = อินทรีย์ (Organism)

E = สิ่งแวดล้อม (Environment)

พฤติกรรมของอินทรีย์ที่ได้จากการมีปฏิกริยากับสิ่งแวดล้อมนั้น จะมีผลออกมาทั้งที่สังเกตได้ด้วยบุคคลอื่นและที่สังเกตไม่ได้ แต่สามารถจะวินิจฉัยได้ว่ามีหรือไม่มีโดยใช้วิธีการหรือเครื่องมือด้านจิตวิทยา

องค์ประกอบของพฤติกรรม(ประภา เพ็ญสุวรรณ , 2526 :15-27)

1. <u>พฤติกรรมด้านพุทธิปัญญา</u> (Cognitive Domain) พฤติกรรมด้านนี้เกี่ยวข้องกับการรู้ การจำ ข้อเท็จจริงต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนาความสามารถและทักษะทางสติปัญญา การใช้วิจารณญาณเพื่อประกอบการตัดสินใจ พฤติกรรมด้านพุทธิปัญญานี้ ประกอบด้วยความสามารถระดับ

ต่าง ๆ ซึ่งเริ่มต้นจากการรู้ในระดับง่าย ๆ และเพิ่มการใช้ความคิดและพัฒนาสติปัญญามากขึ้นเรื่อย ๆ

2. <u>พฤติกรรมด้านทัศนคติ ค่านิยม ความรู้สึก ความชอบ</u> (Affective Domain) พฤติกรรมด้านนี้หมายความถึง ความสนใจ ท่าที ความชอบ ไม่ชอบ การให้คุณค่า การรับ การเปลี่ยนหรือ ปรับปรุงค่านิยมที่ยึดถืออยู่ พฤติกรรมด้านนี้ยากต่อการอธิบายเพราะเกิดภายในใจของบุคคล ซึ่งต้องใช้เครื่องมือพิเศษในการวัดพฤติกรรมเหล่านี้ เพราะความรู้สึกภายในของคนนั้นยากต่อการที่จะวัดจากพฤติกรรมที่แสดงออกมาภายนอก

3. <u>พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ</u> (Psychomotor Domain) พฤติกรรมนี้เป็นการใช้ความสามารถที่แสดงออกทางร่างกาย ซึ่งรวมทั้งการปฏิบัติ หรือพฤติกรรมที่ล่าช้า คือ บุคคลไม่ได้ปฏิบัติทันที แต่คาดคะเนว่าอาจปฏิบัติในโอกาสต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และพฤติกรรม

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ , 2526 :6-7)ได้รวบรวมแนวความคิดจากการวิจัยของนักจิตวิทยาและนักวิชาการหลาย ๆ ท่านเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล ดังนี้

แฮร์รี ซี. เตรียนดิส (Harry C. Triandis) กล่าวว่า พฤติกรรมหรือการปฏิบัติของมนุษย์เป็นผลมาจากทัศนคติ (Attitude) บรรทัดฐานของสังคม (Norms) นิสัย (Habbits) และผลที่คาดว่าจะได้รับหลังจากทำพฤติกรรมนั้น ๆ แล้ว (Expectancies about Reinforcement) ดังนั้น ทั้งการปฏิบัติหรือพฤติกรรมที่แสดงออกที่สังเกตได้กับทัศนคติต่างก็มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เป็นที่เชื่อกันว่าทัศนคติมีผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรมของบุคคล และขณะเดียวกันการแสดงออกหรือการปฏิบัติของบุคคล ก็มีผลต่อทัศนคติของบุคคลนั้น ๆ ด้วย โดยทั่วไปแล้วเชื่อกันว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติถึงแม้ว่าผลการวิจัยส่วนมากจะไม่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์อย่างเด่นชัด หรือความสัมพันธ์มีเพียงเล็กน้อยก็ตาม

จากการศึกษาของ ซูการ์ (Sugar) พบว่าทัศนคติอย่างเดียวไม่สามารถจะทำนายการปฏิบัติได้ทัศนคติจะต้องพิจารณาร่วมกับบรรทัดฐานของสังคม และนิสัยของบุคคลนั้นด้วย

จากการศึกษาของ โฮลแมน (Holman), เดวิด (David) และ เตรียนดิส (Triandis) ได้ข้อสรุปว่า องค์ประกอบของทัศนคติทางด้านการปฏิบัติ จะมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลได้ดีกว่าองค์ประกอบด้านอื่น

จากการศึกษาของเพรสคอท (Prescott) พบว่า พฤติกรรมการปฏิบัติหนึ่ง ๆ เป็นผลมา

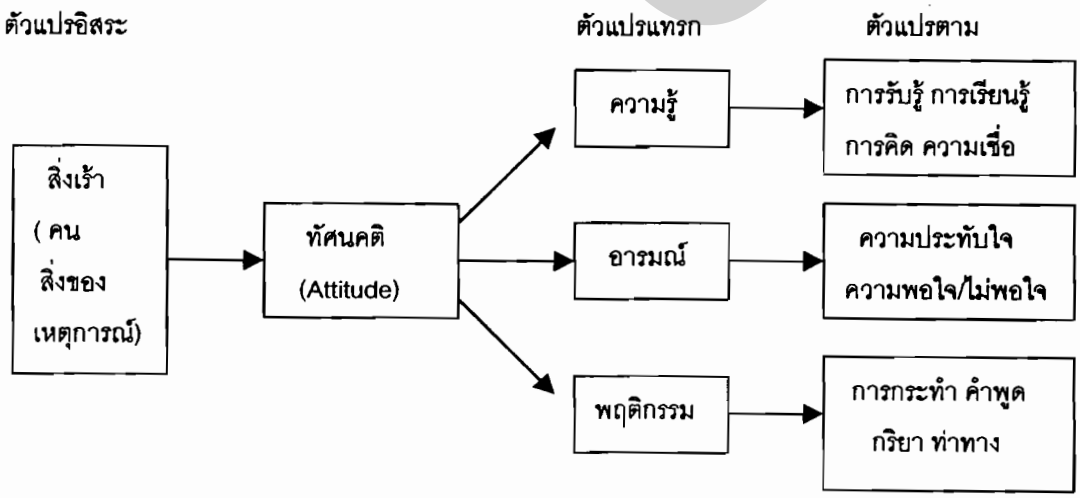
ศูนย์สนเทศและหอสมุด
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

จากทัศนคติหลายอย่าง ทัศนคติอย่างหนึ่งอาจจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการปฏิบัติหลายอย่างและทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่งจะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสิ่งอื่น ๆ ด้วย

และจากความคิดเห็นของนักจิตวิทยาหลาย ๆ ท่านดังกล่าว ประภาเพ็ญ สุวรรณ สรุปว่า การปฏิบัติหรือพฤติกรรมเป็นผลจากการมีปฏิกริยาซึ่งกันและกันระหว่างทัศนคติสองชนิด คือ ทัศนคติที่มีต่อสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัตินั้นโดยตรง (Object) และทัศนคติที่มีต่อสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อม (Situation) ที่จริงแล้วทัศนคติเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำนายพฤติกรรมหรือการปฏิบัติต่าง ๆของบุคคล แต่ไม่ได้หมายความว่าเป็นสิ่งเดียวเท่านั้น เพราะอาจจะมีองค์ประกอบอื่น ๆ ด้วย

อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท (อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท , 2537:16) กล่าวว่า นักจิตวิทยาได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ ความเชื่อ การรู้หรือจิตสำนึก (Cognition) อารณ์ความรู้สึก (Affection) และพฤติกรรม (Behavior) ต่างก็สัมพันธ์ไปในแนวเดียวกัน (Positive Relationship) อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นมิได้เกิดขึ้นในลักษณะหนึ่งต่อหนึ่ง นั่นคือ ความชอบหนึ่งอย่างหรือความไม่ชอบหนึ่งอย่าง จะนำไปสู่พฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใด ตัวอย่างเช่น บุคคลหนึ่งอาจจะมีบุตรเกินหนึ่งหรือสองคน ถึงแม้เขาจะมีทัศนคติทางบวกต่อการคุมกำเนิด ทัศนคติและความเชื่อของเราจะถูกควบคุมด้วยตัวแปรอื่น ๆ เช่น กฎหมาย คำตำหนิจากสังคม เงื่อนไขทางเศรษฐกิจหรือจิตวิทยาอื่น ๆ ซึ่งสอดแทรกอยู่ระหว่างทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมที่แสดงออกมา

เตรียนดิส (Triandis)(ไพบูล เทวรักษ์ , 2540:68) ได้เสนอรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการปฏิบัติหรือพฤติกรรมไว้ ดังนี้



จากแผนภูมินี้อธิบายกระบวนการสร้างหรือเปลี่ยนทัศนคติไว้ว่า เมื่อมีสิ่งเร้ามา

กระทบคน สิ่งเร้านั้นอาจจะเป็นบุคคล กลุ่มคน สิ่งของ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ หรือสภาวะสังคม จะทำให้คนครุ่นคิดหาทางที่จะตอบสนอง การคิดของคนผู้นั้นประกอบด้วยความรู้ อารมณ์ และกิริยาอาการที่ก่อให้เกิดภาวะอยู่นิ่งไม่ได้ คนจะต้องแสดงออก และพฤติกรรมที่ตามมาส่งผลต่อคนผู้นั้นหรือสังคมรอบข้าง อนุมานได้จากการรับรู้ การเรียนรู้ การคิด การตัดสินใจ และความพอใจหรือไม่พอใจ ซึ่งสุดท้ายคือคำพูดหรือกิริยาท่าทางตามแบบบุคลิกภาพของแต่ละคนซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป

แนนซี อี ชวาร์ทซ์ (Nancy E. Schwartz)(อ้างในโสภิตสุดา มงคลเกษม , 2539 :50)ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของคนว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตัวในรูปแบบ 4 ประการ ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นตัวกลางที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ ดังนั้น ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และมีผลต่อการปฏิบัติ
2. ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์กัน และทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา
3. ความรู้และทัศนคติต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทัศนคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน
4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และพฤติกรรม ต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ถึงแม้นักการสื่อสารและนักจิตวิทยาหลายท่านจะเห็นว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม แต่จากผลงานวิจัยทางสังคมวิทยาส่วนใหญ่หลายสิบปีที่ผ่านมา พบว่า ตัวแปรทัศนคติและพฤติกรรมการปฏิบัตินั้นมีความสัมพันธ์กันน้อยหรือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลย ซึ่งนักจิตวิทยาพยายามหาเหตุผลต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อโต้แย้งที่ข้อมูลจากการวิจัยไม่ได้แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดว่า การปฏิบัติหรือพฤติกรรมเป็นผลมาจากทัศนคติ

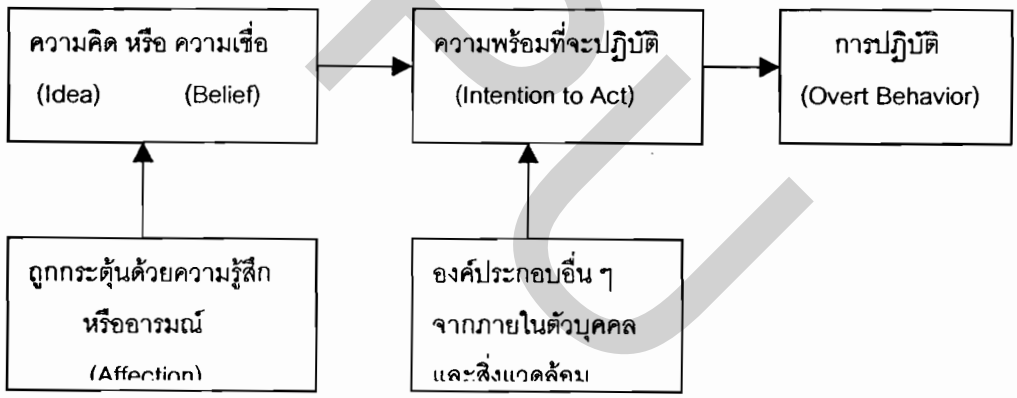
โกธานดาพานี (Kothandapani)(ประภาเพ็ญ สุวรรณ , 2526 :15-16) สรุปเหตุผลความล้มเหลวในการคาดคะเนหรือทำนายพฤติกรรมจากข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากสาเหตุต่อไปนี้หนึ่งสาเหตุหรือมากกว่านั้น

1. คำจำกัดความของทัศนคติไม่ถูกต้อง เช่น อาจจะมองทัศนคติในแง่ “ความรู้สึก” อย่างเดี่ยว
2. ความรู้สึกอย่างเดียวไม่ได้เป็นตัวทำนายที่แน่นอนของพฤติกรรมหรือการปฏิบัติ
3. เราอาจจะวัดทัศนคติของบุคคลที่มีต่อบางสิ่งบางอย่างไม่เหมาะสม (Inappropriate Object)

4. ใช้เครื่องมือไม่เหมาะสมในการวัดทัศนคติและการปฏิบัติ

นอกจากนี้ โกธานดาพานี (Kothandapani) ได้เสนอแนะว่า วิธีการที่จะแก้ปัญหาเกี่ยวกับการทำนายพฤติกรรมอาจจะทำได้โดยการวัดทัศนคติของบุคคลในด้านต่าง ๆ 3 ด้าน คือ ความรู้สึก (Feeling) ความเชื่อ (Belief) และความตั้งใจที่จะกระทำ (Intention to Act) และขณะเดียวกันก็ศึกษาถึงพฤติกรรมหรือการปฏิบัติจริง ๆ โกธานดาพานี (Kothandapani) อธิบายว่า ส่วนประกอบของแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับ "ความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรม" (Intention to Act) จะเป็นส่วนที่เป็นตัวแทนของส่วนประกอบทางพฤติกรรมหรือการปฏิบัติ (Behavioral Component) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการแสดงออกที่บุคคลอื่นสังเกตได้ (Overt Behavior) ซึ่งข้อเสนอของ โกธานดาพานี (Kothandapani) นี้สอดคล้องกับการวิจัยของคนอื่น ๆ ที่พบว่าส่วนประกอบทัศนคติด้านการปฏิบัติจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติ (Overt Behavior)

จากความคิดเห็นนี้ สามารถสรุปความสัมพันธ์ของทัศนคติกับการปฏิบัติได้ดังนี้



นอกจากนี้ นักจิตวิทยาทางด้านทัศนคติยังได้พยายามใช้การศึกษาแนวใหม่ เพื่ออธิบายและคาดหมายพฤติกรรมให้ถูกต้องแม่นยำยิ่งขึ้น เช่น ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (the Theory of Reasoned Action) ของนักจิตวิทยาสังคมชื่อ มาร์ติน ฟิชบีน (Martin Fishbein) และไอเซค แอจเซน (Icek Ajzen)

<u>ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล</u> (the Theory of Reasoned Action))(ประภาเพ็ญ สุวรรณ , 2526 :77-79)

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลอธิบายว่าพฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์นั้น ไม่ได้ถูกควบคุมโดยสิ่งจูงใจที่ขาดสติสัมปชัญญะ (Unconscious Motives) หรือการขาดความคิดของบุคคล แต่บุคคลตัดสินใจที่จะร่วมหรือไม่ร่วมในพฤติกรรมการปฏิบัติอย่างหนึ่ง โดยการพิจารณาอย่างละเอียดถึงองค์ประกอบหลายอย่างของพฤติกรรมการปฏิบัตินั้น ๆ ฟิชบีน (Fishbein) และแอจเซน (Ajzen) ได้แสดงถึงความแตกต่างอย่างชัดเจนของทัศนคติ (ซึ่งเน้นความรู้สึก) และความเชื่อ ซึ่งเป็นองค์ประกอบทางด้านความรู้เกี่ยวกับข้อมูลที่สัมพันธ์กับสิ่งนั้น ๆ ความเชื่อเกี่ยวกับคุณค่าของเป้าหมาย และความคาดหวังของบุคคลที่จะได้มาซึ่งเป้าหมายนั้นประกอบกันเข้าจะกลายเป็นทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward Behavior)

เนื่องจากจุดมุ่งหมายของทฤษฎีต้องการที่จะทำนายและเข้าใจพฤติกรรมของบุคคล ฟิชบีน (Fishbein) และแอจเซน (Ajzen) อธิบายว่า การที่ให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายดังกล่าวจะต้องทำเป็นขั้นตอน ดังนี้

<u>ขั้นตอนที่ 1</u> ระบุและวัดพฤติกรรมที่สนใจ เมื่อทราบอย่างแน่ชัดแล้วถามถึงการตัดสินใจต่อพฤติกรรมนั้น จากแนวคิดของทฤษฎีนี้จะได้ข้อสรุปที่ว่า การกระทำส่วนใหญ่ที่เกี่ยวกับสังคมอยู่ภายใต้การควบคุมของความตั้งใจ หากยึดข้อสรุปนี้จะมองว่าความตั้งใจของบุคคลเป็นตัวกำหนดว่าจะปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติพฤติกรรมนั้น เมื่อคิดว่าความตั้งใจเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมอาจมองอย่างง่าย ๆ ว่าการทำนายพฤติกรรมก็คือ การถามบุคคลว่าเขามีความตั้งใจที่จะกระทำหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือไม่ ซึ่งความจริงแล้วอาจไม่ถูกต้องเสมอไปในเรื่องความเกี่ยวโยงระหว่างความตั้งใจและพฤติกรรม แต่ก็มีส่วนเกี่ยวโยงอยู่มาก

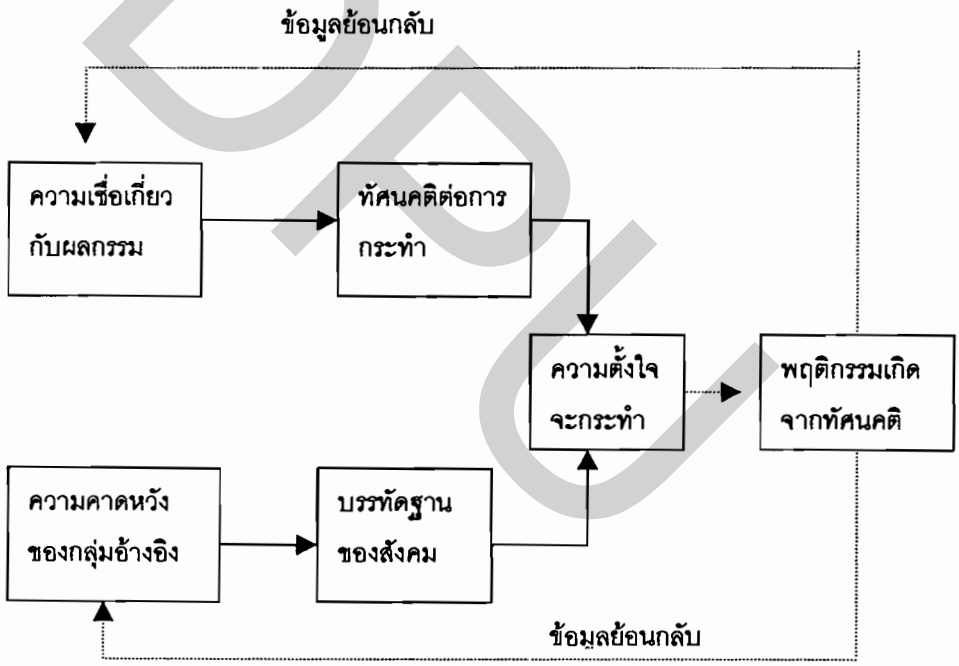
<u>ขั้นตอนที่ 2</u> เนื่องจากจุดมุ่งหมายอีกข้อต้องการที่จะเข้าใจพฤติกรรมของบุคคล ขั้นตอนนี้จึงต้องวิเคราะห์เพื่อที่จะสามารถระบุตัวที่กำหนดให้เกิดความตั้งใจ จากทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล ความตั้งใจของบุคคลที่จะกระทำสิ่งใดอยู่ที่ตัวกำหนดที่สำคัญ 2 ประการ คือ ธรรมชาติของบุคคลนั้นและอิทธิพลของสังคม

- ปัจจัยที่เกี่ยวกับบุคคล หมายถึง การที่บุคคลประเมินผลการปฏิบัติพฤติกรรมนั้นว่าเป็นบวกหรือลบ ปัจจัยนี้เรียกว่า "ทัศนคติต่อพฤติกรรม" (Attitude toward Behavior) คือ การที่บุคคลตัดสินใจว่าจะประกอบพฤติกรรมนั้นดีหรือไม่ดี
- อิทธิพลของสังคม เป็นความรู้สึกของบุคคลว่าอิทธิพลของสังคมเป็นตัวกำหนดให้บุคคลประกอบพฤติกรรมเช่นนั้นหรือไม่ ปัจจัยนี้เรียกว่า บรรทัดฐานของกลุ่มอิทธิพล หรือบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)

ตัวกำหนดความตั้งใจทั้งสองประการมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกันอยู่มากในความ

ตั้งใจของบุคคลที่จะมีพฤติกรรมใด ๆ

ทฤษฎีนี้กล่าวว่า ทัศนคติมีความเกี่ยวข้องกับความเชื่อ (Beliefs) โดยทั่วไปบุคคลที่เชื่อว่าหากกระทำพฤติกรรมอย่างหนึ่งผลลัพธ์จะออกมาในแง่บวก ก็มีทัศนคติที่ดีต่อการกระทำพฤติกรรมนั้น หากเชื่อว่าผลลัพธ์ไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ความเชื่อนี้เรียกว่า "ความเชื่อต่อพฤติกรรม" (Behavior Beliefs) บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงก็เกี่ยวข้องกับความเชื่อเช่นเดียวกัน แต่เป็นความเชื่อที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เป็นความเชื่อที่บุคคลเชื่อว่าบุคคลหรือกลุ่มคนที่พิเศษสำหรับเขา ซึ่งในที่นี้เรียกว่า "กลุ่มอ้างอิง" คิดว่าเขาควรหรือไม่ควรประกอบพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง ความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงนี้เรียกว่า ความเชื่อต่อบรรทัดฐาน (Normative Beliefs) ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรม ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคลตามทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผล แสดงได้ดังนี้



ตามแนวคิดของ แอจเซน (Ajzen) และฟิชบีน (Fishbein) เชื่อว่า ความเชื่อจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms) ทั้งสององค์ประกอบนี้จะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรม (Intention) และความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม (Behavior) และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป็นผลส่วนใหญ่มาจากการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ดังนั้น อาจสรุปได้ว่าการเปลี่ยนแปลงความเชื่อควรจะทำให้มีขึ้นถ้าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลหรือเปลี่ยนแปลงการรับรู้เกี่ยวกับบรรทัดฐาน (Norms)

ทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP Theory)

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร , 2533 :118-125)กล่าวว่า ทฤษฎี KAP เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับ 3 ตัวแปร คือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) พฤติกรรม (Practice) ของผู้รับสารที่อาจจะมีผลกระทบต่อสังคม โดยมีหลักการว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้าความรู้ความเข้าใจดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการยอมรับปฏิบัติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ดังนั้น การที่จะมีการยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติก่อนโดยการให้ความรู้

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม ได้ถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารในฐานะตัวแปรต้นสามารถนำการพัฒนาไปสู่ชุมชนได้ โดยการศึกษาถึงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารว่าเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ เพราะอะไร

<u>ความรู้</u> (Knowledge) ในที่นี้หมายถึงการรับรู้เบื้องต้นซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายในที่ผู้อื่นจะได้รับรู้จากการอนุมานมากกว่าการสังเกตได้โดยตรง อย่างไรก็ตาม ความรู้อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ต่อไป ซึ่งผลกระทบของความรู้ที่มีต่อผู้รับสาร อาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 รูปแบบ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารสังคมมักสร้างความสับสนให้กับสมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศ โดยการอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน

2. การสร้างทัศนะ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนะนั้น ส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่นวัตกรรมนั้น ๆ (ในฐานะความรู้)

3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไปเพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชนและค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of the Belief System) การสื่อสารสังคมมักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อที่หลากหลายลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านั้น ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นชัดแจ้งขึ้น

<u>ทัศนะหรือทัศนคติ</u> (Attitude) เป็นคำที่สับสนในความหมายแม้ยอมรับกันทั่วไปว่าทัศนะสามารถเป็นดัชนี (Index) ว่า บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม โดยทัศนะนั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่อถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนะจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นพรมแดนเชื่อมโยงระหว่างความรู้และพฤติกรรม สำหรับนิยามของทัศนะนี้ นักวิชาการมีความเห็นแตกต่างกันออกไป โดยนักวิชาการส่วนหนึ่งเห็นว่าทัศนะประกอบด้วย ความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรม ทำให้นิยามของทัศนะกลายเป็นผลรวมของความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม สำหรับนักวิชาการอีกส่วนหนึ่งใช้ทัศนะในความหมายที่เป็นมิติของการประเมิน เพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งในประเด็นนี้ทัศนะจะเป็นเพียง Affective หรือ Emotional หรือFeeling เท่านั้น

สำหรับในทฤษฎี KAP นั้น ทัศนะเป็นผลกระทบที่เกิดจากสารสนเทศที่ส่งออกไป เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกชิดหรือห่างต่อสารสนเทศนั้น ๆ ความใกล้ชิดหรือความห่าง หมายถึงองศา (ความเข้มข้น) ของความวิตกกังวลหรือความผูกพันในประเด็นที่มากระทบผู้รับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

<u>พฤติกรรม</u> (Practice) พฤติกรรมส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องมาจากการมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ความแตกต่างของความรู้และทัศนคติที่เกิดขึ้นได้ก็เพราะความแตกต่างอันเนื่องมาจากการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างกันในการแปลความสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล พฤติกรรมที่ถูกโน้มน้าวโดยการสื่อสารนั้น อาจเกิดขึ้นจากกระบวนการเรียนรู้หรือการตอบสนองต่อสื่อ (S-R) ซึ่งมักจะมีมูลฐานจากการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก ในบางครั้งสื่อและความพยายามของการสื่อสารสังคมปัจจุบัน จึงพยายามทำให้บุคคลมีพฤติกรรมเพื่อส่วนรวมของสังคมหรือเพื่อผู้อื่น (Altruistic Prosocial Behavior) ดังนั้น การกระจายการสื่อสารในสังคม จึงมิได้มุ่งหวังผลเฉพาะบุคคลเช่นทฤษฎีเก่า ๆ แต่มุ่งหวังที่จะให้มนุษย์มีพฤติกรรมที่อยู่ร่วมกันได้โดยสันติ ซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการปลุกสำนึกผู้รับสาร มิใช่เกิดจากการครอบงำของผู้ส่งสารแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยทั่วไปการโน้มน้าวพฤติกรรมการสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้ทุกระดับ ตั้งแต่ระดับปัจเจกชน คนข้างเคียง(กลุ่ม) จน

ถึงระดับสังคม (สถานการณ์) การโน้มน้าวพฤติกรรมในทุกระดับของการสื่อสารอาจผ่านสื่อโดยอาศัยวิธีการ เช่น

1.การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotional Arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าใจในการติดตามไม่ว่าด้วยภาพหรือเสียง

2.ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละ และความกรุณาปราณี ยอมแพ้เพื่อความเป็นพระก็อาจโน้มน้าวผู้คนให้ยอมรับได้

3.การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms) เป็นการสร้างมาตราฐานอย่างหนึ่งขึ้นเพื่อให้มาตรฐานนั้นปลูกศรัทธาและเป็นตัวอย่าแก่ผู้รับสารที่ต้องปฏิบัติตาม

4.การให้รางวัล (Reward) เช่น การลด แลก แจก แถม ในการโฆษณาเพื่อเป็นการจูงใจให้ซื้อสินค้ายี่ห้อนั้น ๆ

ผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (Activation)
2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (Deactivation)

ทั้งการกระตุ้นและการหยุดยั้ง เป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่น ๆ ตามมาเช่น การตัดสินวินิจฉัยต่อประเด็นปัญหา การจัดหายุทธวิธีการดำเนินงาน และการสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม

โดยสรุป KAP เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้รับสาร อันเนื่องมาจากผู้รับสารนั้นเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคมกับการสื่อสาร หากการส่งสารจำเป็นต้องผ่านการสื่อสารสังคมแล้วสัมฤทธิผลของการส่งสาร ก็สามารถวัดได้จากการสำรวจความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

ปัญหาสุขภาพของหญิงวัยกลางคนกับอาหารและโภชนาการ

หญิงวัยกลางคน จะพบกับภาวะการเปลี่ยนแปลง คือ การหมดประจำเดือน ซึ่งหมายถึงการสิ้นสุดการมีประจำเดือนของผู้หญิง ซึ่งเป็นผลมาจากรังไข่ค่อย ๆ หยุดทำงาน โดยเริ่มตั้งแต่ระยะเวลาก่อนหมดประจำเดือนจนถึงภายหลังหมดประจำเดือนไปแล้ว ซึ่งการเปลี่ยนแปลงจากการหมดประจำเดือนจะเริ่มสังเกตได้ตั้งแต่อายุ 40 ปีขึ้นไป

เมื่อเข้าสู่วัยกลางคน การทำงานของรังไข่จะค่อย ๆ ลดน้อยลง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของรอบประจำเดือน ซึ่งมักพบตั้งแต่อายุประมาณ 40 ปี หรือก่อนหมดประจำเดือนประมาณ 5 – 7 ปี ทำให้รอบประจำเดือนสั้นลง คือ มีประจำเดือนมาบ่อยขึ้น หรืออาจมีเลือด

ออกกระปริบกระปรอยก่อนมีประจำเดือน แต่เมื่อเวลาผ่านไปรังไข่เสื่อมลง ลักษณะของประจำเดือนจะไม่แน่นอน อาจมีประจำเดือนมามากหรือน้อยขึ้นกับปริมาณของฮอร์โมนเอสโตรเจนในร่างกาย ต่อมาเมื่อรังไข่สร้างเอสโตรเจนได้น้อยลงมากจนไม่เพียงพอที่จะกระตุ้นให้โพรงมดลูกเจริญเติบโตประจำเดือนจะห่างออกไปเรื่อย ๆ ปริมาณเลือดประจำเดือนน้อยลงและหายไปในที่สุด ซึ่งการลดลงของระดับเอสโตรเจนในร่างกายจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทางกายวิภาคและสรีรวิทยาของอวัยวะต่าง ๆ ดังนี้

การเปลี่ยนแปลงของระบบอวัยวะสืบพันธ์ เมื่อเข้าสู่วัยกลางคนร่างกายขาดฮอร์โมนเอสโตรเจน ทำให้เซลล์บริเวณช่องคลอดเสื่อมสลายและบางลง เกิดอาการต่าง ๆ ดังนี้ อาการที่พบได้บ่อยที่สุดและมักพบก่อนอาการอื่น ๆ คือ ช่องคลอดแห้ง ตามมาด้วยอาการเจ็บเวลาร่วมเพศ ไม่มีความสุขในการมีเพศสัมพันธ์ เกิดความเบื่อหน่ายทางเพศและสูญเสียความต้องการมีเพศสัมพันธ์ในที่สุด และจากการศึกษาในผู้หญิงไทยของวนิดา วิโรจน์กุลและคณะ (วนิดา วิโรจน์กุลและคณะ ,2539 : 325-329) พบว่า อาการวัยหมดประจำเดือนของหญิงที่มารับบริการในคลินิกสตรีวัยกลางคน โรงพยาบาลศิริราช จำนวน 310 คน พบว่า ร้อยละ 20 ของหญิงที่มารับบริการจะมีอาการช่องคลอดแห้ง ส่วนอาการที่พบรองลงมาคือ รู้สึกเจ็บเวลามีเพศสัมพันธ์และหมดความต้องการทางเพศ

การเปลี่ยนแปลงของระบบทางเดินปัสสาวะ การขาดฮอร์โมนเอสโตรเจนภายหลังหมดประจำเดือนแล้ว จะทำให้เกิดการเหี่ยวของอวัยวะในระบบทางเดินปัสสาวะ มีผลก่อให้เกิดอาการผิดปกติเกี่ยวกับการถ่ายปัสสาวะ ได้แก่ ปัสสาวะบ่อย ปัสสาวะขัด ลำบาก กลั้นปัสสาวะไม่ได้เวลา ไอ จาม หรือหัวเราะ อาการเหล่านี้อาจเกิดเนื่องจากความแข็งแรงของ Spincter ของท่อปัสสาวะลดลง ร่วมกับความแข็งแรงและสภาพยืดหยุ่นของเนื้อเยื่อและกล้ามเนื้อในอุ้งเชิงกรานลดลงภายหลังหมดประจำเดือน ทำให้มุมของกระเพาะปัสสาวะกับท่อปัสสาวะเกิดการเปลี่ยนแปลง ทำให้การดึงรั้งเอาท่อปัสสาวะให้บานออก เกิดเป็น Urethral carunde เป็นผลให้เกิดการติดเชื้อง่ายและถ่ายปัสสาวะลำบาก

อาการในระบบประสาทอัตโนมัติ อาการนี้เป็นอาการที่พบได้มากและเป็นอาการเฉพาะที่บ่งบอกว่า ผู้หญิงเข้าสู่วัยกลางคน โดยจะมีอาการร้อนวูบวาบ (hot flush) มีเหงื่อออก ชีพจรเต้นเร็ว มีการเพิ่มของอุณหภูมิของร่างกายขณะที่เกิด hot flush เนื่องจากมีการขยายตัวของหลอดเลือดส่วนปลาย อาการดังกล่าวอาจจะเกิดขึ้นเพียงช่วงสั้น ๆ ไม่กี่วินาทีจนถึงนานหลายนาที โดยอาจจะเกิดขึ้นวันละครั้งเดียวหรือหลายครั้งก็ได้ มักพบบ่อยในตอนกลางคืน ทำให้ผู้หญิงนอนไม่หลับ และมักมีอาการปวดศีรษะจากการนอนไม่หลับตามมา หญิงวัยกลางคน

ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 80) จะมีอาการเหล่านี้ ในจำนวนนี้ร้อยละ 20 จะมีอาการรุนแรงมาก จนเกิดปัญหาต่อสุขภาพและต้องการการดูแลรักษา

อาการทางจิตประสาท มีอาการทางจิตหลายอาการที่เกิดขณะผู้หญิงมีระดับของเอสโตรเจนลดลง แต่ไม่สามารถบอกได้ว่าเกิดเพราะการลดระดับของฮอร์โมนหรือไม่ หรือบางทีภาวะทางจิตอาจเกิดจากนอนหลับไม่เพียงพอจากอาการร้อนวูบวาบ และเหงื่อออกตอนกลางคืน ในผู้หญิงบางรายอาจมีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สิ่งแวดล้อม หรือบางครั้งมีปัญหาทางด้านชีวิตสมรส มีสิ่งที่ไม่พอใจทั้งหลายมาเกิดแก่ตนเองในระยะอายุที่เริ่มเข้าวัยกลางคน จะทำให้มองอาการต่าง ๆ รุนแรงมากขึ้น อาการที่พบ เช่น อ่อนไหวง่าย ขี้โมโห หงุดหงิด อารมณ์แปรปรวน ตื่นเต้นตกใจง่าย รู้สึกอ่อนเพลีย อาการซึมเศร้า ไม่สนใจสิ่งแวดล้อม เฉยเมย ไม่รับรู้สิ่งต่าง ๆ เป็นต้น (กอบจิตต์ ลิมปพยอม, 2535) อาการเหล่านี้ทำให้หญิงวัยกลางคนรู้สึกสูญเสียความมั่นใจ เพราะคิดว่าการหมดประจำเดือน เป็นเครื่องหมายของวัยชรา ความแข็งแรง ความสวยงามกำลังเสื่อมลง เกิดความวิตกกังวล ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาทางด้านจิตสังคม ได้แก่ เกิดสัมพันธภาพที่ไม่ดีกับคนรอบข้าง เช่น พ่อ แม่ สามี บุตร หรือเพื่อน อันเป็นสาเหตุการทะเลาะวิวาทและก่อความไม่สงบภายในครอบครัวได้

การเปลี่ยนแปลงของผิวหนังและขน ผิวหนังจะลดความเปล่งปลั่งและเต่งตึง เนื่องจากไขมันใต้ผิวหนังลดลง และเกิดรอยเหี่ยวย่นมากขึ้น ผิวหนังมักแห้ง และเป็นสะเก็ด เนื่องจากต่อมเหงื่อและต่อมไขมันทำงานน้อยลง ผมจะแห้งร่วงง่าย และอาจมีขนขึ้นบริเวณใบหน้า

การเปลี่ยนแปลงของเต้านม มีขนาดเล็กลง เหี่ยว ยาน และเนื้อเหลว เป็นเพราะส่วนประกอบต่าง ๆ ของเต้านม เช่น ไขมัน ต่อมน้ำนมลดลงมาก หัวนมจะมีขนาดเล็กลงเช่นกัน และความสามารถที่จะตั้งชัน (Erectile) ก็หายไป

ปัญหาการมีเพศสัมพันธ์ จากการที่ฮอร์โมนเอสโตรเจนลดลง ทำให้ความต้องการทางเพศ การตอบสนองทางเพศ ความบ่อยของการร่วมเพศ การถึงจุดสุดยอด ลดลง หรืออาจเกิดจากเยื่อบุผนังช่องคลอดบางและขาดความยืดหยุ่น ทำให้เกิดอาการเจ็บและแสบเวลาร่วมเพศ ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางเพศของหญิงวัยนี้ หญิงวัยกลางคนส่วนใหญ่มักมีเพศสัมพันธ์ลดลง มีเพียงส่วนน้อยที่ยังมีพฤติกรรมทางเพศได้เหมือนช่วงก่อนหมดประจำเดือน (สุขิต เผ่าสวัสดิ์, 2534 : 65) การมีเพศสัมพันธ์ในวัยกลางคนไม่มีข้อห้ามแต่ควรปรับปรุงรูปแบบและความบ่อยให้เข้ากับสภาพจิตใจและร่างกายของสตรีนั้น ๆ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในระยะยาว ได้แก่

1. **ภาวะกระดูกพรุน** (Osteoporosis) เป็นปัญหาที่พบบ่อยในหญิงสูงอายุ ซึ่งเกิดจากเมื่ออายุสูงขึ้นกระดูกจะมีการเสื่อมเช่นเดียวกับอวัยวะอื่น ๆ ของร่างกาย แต่อัตราการเสื่อมหรือผุกร่อนของกระดูกจะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วภายหลังหมดประจำเดือน กอบจิตต์ ลิมปพยอม (2537 : 6) พบว่า ผู้หญิงในวัยเริ่มหมดประจำเดือน ความหนาแน่นของกระดูกจดลดลงถึงร้อยละ 1-8 ต่อปี และอัตราการสูญเสียเนื้อกระดูกจะลดลงอย่างรวดเร็วใน 5-10 ปี จากวัยหมดประจำเดือนซึ่งเป็นระยะที่มีการขาดฮอร์โมนเอสโตรเจน เนื่องจาก เอสโตรเจนจะลดการดูดซึมกลับของแคลเซียมจากกระดูก ถ้าขาดเอสโตรเจนจะทำให้กระดูกผุเร็วขึ้น ภาวะกระดูกพรุนทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ในผู้หญิงสูงอายุที่สำคัญ ได้แก่ อาการปวดหลัง กระดูกคดงอ และกระดูกหัก โดยเฉพาะ กระดูกต้นขา กระดูกแขนส่วนปลาย และกระดูกสันหลัง ซึ่งส่วนใหญ่การรักษาจะไม่ได้ผลดีเท่าที่ควร มากกว่าร้อยละ 50 ของผู้ป่วยมีความพิการหลงเหลืออยู่ ไม่สามารถกลับไปใช้ชีวิตแบบเดิมได้ (วิไลวรรณ ทองเจริญ และคนอื่น ๆ , 2539 : 54)

2. **โรคเกี่ยวกับระบบหัวใจและหลอดเลือด** (Cardiovascular disease) เป็นปัญหาระยะยาวที่สำคัญของหญิงวัยกลางคน โดยเฉพาะผู้ที่มีความเครียด ขาดการออกกำลังกาย รับประทานอาหารไขมันสูง หรืออาหารที่มีรสเค็มมาก (สุวิภา บุณยะโหตระ, 2539 : 7) เป็นการเพิ่มอัตราเสี่ยงของโรคระบบหัวใจและหลอดเลือด โดยเฉพาะกล้ามเนื้อหัวใจขาดเลือดไปเลี้ยง อาการเส้นโลหิตในสมองแตกหรืออุดตัน ผู้หญิงในวัยนี้มีการขาดหายไปของฮอร์โมนเอสโตรเจน ทำให้เพิ่มความเสี่ยงต่อการเป็นโรคหัวใจ กล่าวคือ มีผลให้ผลิต HDL-Cholestero (Hight Density Lipoprotein) ลดลงและผลิต LDL-Cholesterol (Low Density Lipoprotein) เพิ่มขึ้น (HDL มีผลกำจัดไขมันในหลอดเลือดแดง ทำให้หลอดเลือดแดงไหลเวียนดี ส่วน LDL ทำให้เกิดการสะสมไขมันในเส้นเลือดแดงซึ่งขัดขวางการไหลเวียนของเลือด) การเปลี่ยนแปลงของระดับโคเลสเตอรอลดังกล่าวทำให้เกิดไขมันอุดตันในเส้นเลือด เป็นผลให้อุบัติการของการเกิดโรคระบบหัวใจและหลอดเลือด ในผู้หญิงที่หมดประจำเดือนแล้วพบเป็นสามเท่าของหญิงที่ยังไม่หมดประจำเดือน (กรุณาภรณ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา, 2538 : 20)

จากที่กล่าวมาจึงสรุปได้ว่า ภาวะสุขภาพของหญิงวัยกลางคนเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของระดับฮอร์โมนเอสโตรเจนที่ลดลง ทำให้มีทั้งอาการทางกาย ได้แก่ กลุ่มอาการทางระบบประสาทอัตโนมัติ อาการระบบทางเดินปัสสาวะและอวัยวะสืบพันธุ์ และอาการในระบบ อื่น ๆ ของร่างกาย รวมทั้งอาการด้านจิตสังคม นอกจากนั้นยังมีปัญหาสุขภาพในระยะยาวของหญิงวัยกลางคน ได้แก่ ภาวะกระดูกพรุน โรคระบบหัวใจและหลอดเลือด ซึ่งมีผลกระทบต่อสุขภาพและเศรษฐกิจอย่างเห็นได้ชัด ส่วนอาการที่เกิดจากการหมดประจำเดือนนั้น มี

ผลกระทบทั้งต่อตนเอง ครอบครัว หน้าที่การงานและสังคม ซึ่งส่งผลทางอ้อมต่อปัญหาสาธารณสุขและเศรษฐกิจของชาติ

อาการเกิดจากการเปลี่ยนแปลงเมื่อเข้าสู่วัยกลางคนนั้น สามารถแก้ไขและควบคุมได้โดยการมีภาวะโภชนาการที่ถูกต้อง คือรับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่อร่างกายในปริมาณที่เหมาะสม โดย

มันทนา ประทีปะเสน (มันทนา ประทีปะเสน , 2539 : 31) ได้แนะนำเกี่ยวกับโภชนาการ ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงแบบแผนการบริโภคอาหาร เพื่อลดโคเลสเตอรอล และเพิ่มไขมันที่มีความอิ่มตัวสูง (HDL-C) ในเลือด โดยเฉพาะสตรีที่เป็นโรคอ้วน (น้ำหนักมากกว่าร้อยละ 120 ของมาตรฐานน้ำหนักต่อความสูงหรือดัชนีมวลกาย BMI = น้ำหนักเป็น ก.ก./ความสูงเป็นเมตร) มีค่ามากกว่า 25 กก./ม.^{2} หรือมีไขมันในเลือดสูงกว่า 200 มก.% จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงแบบแผนการบริโภคเพื่อลดโคเลสเตอรอล และเพื่อเพิ่ม HDL-C ในเลือด ดังนี้

1.1 ลดความถี่ของการบริโภคเนื้อหมู เนื้อวัว หนังเป็ด หนังไก่ เพราะอาหารเหล่านี้เป็นแหล่งสร้างกรดไขมันไม่อิ่มตัวต่ำ (LDL-C) ที่สำคัญ

1.2 งดเว้นการใช้น้ำมันจากสัตว์และกะทิในการประกอบอาหาร ควรใช้น้ำมันพืชที่มีกรดไขมันไม่อิ่มตัวแทน เช่น น้ำมันถั่วเหลือง น้ำมันข้าวโพด น้ำมันรำข้าว เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้ร่างกายสร้าง HDL-C เพิ่มขึ้น และลดการสร้าง LDL-C นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งของวิตามิน E ซึ่งจะทำหน้าที่เป็น Antioxidant อยู่บนผนังเซลล์ต่าง ๆ ทั่วร่างกายทดแทนเอสโตรเจนได้

1.3 งดการรับประทานอาหารที่มีโคเลสเตอรอลสูงและควบคุมปริมาณโคเลสเตอรอล ในอาหารให้ต่ำกว่าวันละ 300 มิลลิกรัม

1.4 ควรบริโภคอาหารปลาทะเลเพิ่มขึ้น เนื่องจากไขมันในปลาทะเลจะมีกรดไขมันชนิดที่มีความอิ่มตัวสูง คือ EPA (Eicosapentaenoic) และ DHA (Docosaheranoic) เพื่อช่วยกระตุ้นการสร้าง HDL-C และฮอร์โมนเฉพาะที่ผนังหลอดเลือดเพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยลดการเกาะติดของเกร็ดเลือด

1.5 ควรบริโภคอาหารที่มีเส้นใยสูง เพื่อช่วยดูดซับไขมันและน้ำดีในลำไส้ ทำให้การสะสมไขมันในร่างกายลดลง และแบคทีเรียไม่สามารถย่อยน้ำดี ให้อยู่ในสภาพที่สามารถดูดซึมกลับเข้าสู่ร่างกายได้ เป็นผลย้อนกลับในการทำลายโคเลสเตอรอลในเลือดให้เป็นน้ำดีเพิ่มขึ้น

เพื่อนำมาใช้ในการย่อยอาหารไขมัน ช่วยให้โคเลสเตอรอลในเลือดน้อยลง อาหารที่มีเส้นใยสูง ได้แก่ ผัก ผลไม้ และข้าวที่ยังไม่ขัดสีต่าง ๆ

1.6 รับประทานอาหารที่ให้สารไพโตเอสโตเจน (Phytoestrogen) ได้แก่ ข้าวฟ่าง ผักแว่น ข้าวไม่ขัดสี ถั่วเหลือง และเต้าหู้ เพื่อกระตุ้นการสร้าง SHBG (Serum Hormone Binding Globulin) ที่ตับ ซึ่งจะช่วยเก็บสะสมเอสโตรเจนในกระแสเลือดไว้ได้นาน เนื่องจากเอสโตรเจนที่จับกับ SHBG จะไม่ถูกทำลายเร็วเหมือนเอสโตรเจนในสภาพอิสระ

2.การรับประทานอาหาร เพื่อป้องกันภาวะกระดูกพรุน (Osteoporosis) เมื่อเข้าสู่วัยกลางคน ระดับฮอร์โมนเอสโตรเจนจะลดลง ทำให้การทำงานของฮอร์โมนกระตุ้นการเจริญเติบโต (Growth homone) ลดลง สตรีวัยกลางคน เสี่ยงต่อการเกิดภาวะกระดูกพรุนมากขึ้น การมีภาวะโภชนาการที่ถูกต้อง จะช่วยกระตุ้นการทำงานของฮอร์โมน กระตุ้นการเจริญเติบโต และสามารถแก้ไขหรือลดความรุนแรงของการเกิดภาวะกระดูกพรุนได้โดย

2.1 การรับประทานอาหารโปรตีนที่มีกรดอะมิโนอาร์จีนีน เพื่อช่วยกระตุนการหลั่งฮอร์โมนกระตุ้นการเจริญเติบโต ได้แก่ อาหารปลา และถั่ว เป็นต้น

2.2 การบริโภคอาหารที่มีแคลเซียมเพิ่มสูงขึ้น คนไทยปกติได้รับแคลเซียมต่ำมาก เมื่อเทียบกับปริมาณที่ควรได้รับ คือเพียง 488 มก./วัน (National Nutrition Survary, 1986) ในขณะที่ร่างกายต้องการ 800 มก./วัน (Thai RDA, 1987) ทำให้มีการสะสมของแคลเซียมในกระดูกน้อย เมื่อเข้าสู่วัยกลางคน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเก็บรักษาแคลเซียมไว้ให้มากที่สุด โดยรับประทานอาหารที่ให้แคลเซียมเพิ่มขึ้น ได้แก่ กุ้งแห้งตัวเล็ก ปลาเล็กปลาน้อย กุ้งฝอย ปูทะเล หอยแมลงภู่ นมวัว ถั่วแดง ถั่วเหลือง ผักกระเฉด สะเดา คะน้า เป็นต้น ในการเลือกบริโภคอาหารนั้น จะต้องคำนึงถึงปริมาณแคลเซียมในอาหารแต่ละชนิด และพิจารณาว่าในแต่ละมื้อควรจะบริโภคอาหารชนิดนั้น ในปริมาณมากน้อยเพียงใด จึงจะให้พลังงานและสารอาหารเหมาะสม

2.3 วิตามิน วิตามินที่ควบคุมการดูดซึมแคลเซียมของร่างกาย คือวิตามินดี แต่ในสตรีไทยมีโอกาสขาดวิตามินดีน้อยมาก เพราะแสงแดด สามารถเปลี่ยนสาร Sterol ใต้ผิวหนังให้เป็นวิตามินดีได้

1. รับประทานอาหารที่มีวิตามินบี 6 (Pyridoxin) หญิงวัยกลางคนมีการลดลงของฮอร์โมนโปรเจสเตอโรน ทำให้มีอาการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์และจิตใจ เนื่องจากมีการคั่งของ GABA ในสมอง สตรีจะมีความจำเสื่อมและนอนไม่หลับ ซึ่งสามารถลดอาการเหล่านี้ได้โดยลดการคั่งของ GABA ด้วยการรับประทานที่มีวิตามินบี 6 และไนอะซีน ซึ่งได้แก่ เนื้อสัตว์ต่าง ๆ ไข่แดง ถั่วลิสงคั่ว ถั่วเหลือง มันฝรั่ง น้ำมันวัว ข้าว เป็นต้น

2. ควรหลีกเลี่ยงการดื่มชา กาแฟ น้ำอัดลม หรือเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เพื่อช่วยลดความรุนแรงของอาการวัยกลางคน และป้องกันโรคระบบหัวใจและหลอดเลือด

3. การรักษาน้ำหนักตัวให้คงที่ โดยการออกกำลังกายเพิ่มขึ้น หรือเพิ่มอาหารพวกผัก ผลไม้ มากขึ้น แทนที่อาหารไขมัน และขนมหวาน แต่ไม่ควรลดน้ำหนักในช่วงกำลังหมดประจำเดือน เพราะจะทำให้อาการวัยหมดประจำเดือนทวีความรุนแรงมากขึ้น

ประเสริฐศรี เข็นตระกูล (ประเสริฐศรี เข็นตระกูล ,2538 : 3) กล่าวถึง วิธีการป้องกันการเกิดภาวะกระดูกบางในหญิงวัยกลางคนโดย

1. รับประทานอาหารที่มีประโยชน์ งดอาหารจานด่วน
2. ควรดื่มนม
3. งดการดื่มกาแฟ สุรา งดการสูบบุหรี่

สุรีย์พร บุญจง (สุรีย์พร บุญจง ,2538 : 23) ได้กล่าวถึงข้อปฏิบัติในเรื่องอาหารสำหรับหญิงวัยกลางคน ดังนี้

1. รับประทานอาหาร ผัก แลผลไม้ประเภทต่าง ๆ เป็นประจำทุกวันเพื่อช่วยให้ระบบขับถ่ายเป็นปกติ
2. ควรดื่มนมพร่องไขมัน
3. รับประทานปลาตัวเล็ก ๆ ที่รับประทานได้ทั้งก้าง
4. หลีกเลี่ยงอาหารที่มีไขมัน และน้ำตาลสูง เช่น อาหารประเภทผัด และ ทอด ควรหันมารับประทานอาหารประเภทไขมันน้อย ประเภทปิ้ง ย่าง ต้ม หรือตุ๋นแทน เพื่อป้องกันโรคเส้นเลือดหัวใจตีบ
5. ไม่ควรรับประทานไขแดงเกินสัปดาห์ละ 1 ฟอง เนื่องจากไข่แดงมีโคเลสเตอรอลสูงมาก ควรรับประทานไข่ขาวแทน
6. งดการสูบบุหรี่ และงดการดื่มสุราโดยเด็ดขาด

อุรุษา เทพพิสัย (อุรุษา เทพพิสัย ,2537 : 7) ได้ให้ข้อแนะนำในการปฏิบัติตนของหญิงวัยกลางคนเรื่องการรับประทานอาหารว่า ต้องรับประทานอาหารที่มีประโยชน์หลีกเลี่ยงอาหารที่มีไขมันอิ่มตัวสูง ควรเพิ่มอาหารที่มีแคลเซียมสูง โดยเฉพาะนมพร่องไขมันควรดื่มทุกวัน

แนวทางการบริโภคสำหรับหญิงวัยกลางคน โดยสรุป

1. ในแต่ละวันควรได้รับอาหารครบถ้วนทั้ง 5 หมู่
2. ควรลดอาหารที่มีไขมันสูง โดยเฉพาะอาหารประเภททอด อาหารที่เติมกะทิ ควรใช้น้ำมันพืชในการปรุงอาหาร
3. ควรรับประทานไข่แดง สัปดาห์ละไม่เกิน 1 ฟอง เนื่องจากมีโคเลสเตอรอลสูง ควรรับประทานไข่ขาวแทนเนื่องจากมีโปรตีนสูง และไม่มีโคเลสเตอรอลสูง
4. ควรดื่มนมอย่างน้อยวันละ 1 แก้ว อาจเป็นนมพร่องไขมันเนย
5. พืช ผัก ผลไม้มีวิตามินและเกลือแร่สูง และเป็นแหล่งของใยอาหารและช่วยขับถ่ายปกติ ควรรับประทานทุกวัน
6. ดื่มน้ำวันละ 6-8 แก้ว
7. งดดื่มกาแฟ ชา สุรา และงดสูบบุหรี่

DPU

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหญิงวัยกลางคน

ผู้วิจัยได้นำผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับหญิงวัยกลางคนที่พอใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยมาเสนอ ดังนี้

Pramool S. ,et al. (Pramool S. ,et al. ,1991) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Menopausal Symptoms among Thai Women in Bangkok โดยสัมภาษณ์สตรีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 614 คน พบว่า ร้อยละ 69 มีอาการที่เกี่ยวข้องกับการหมดประจำเดือนและในกลุ่มที่มีอาการร้อยละ 62 มีอาการร้อนวูบวาบ ร้อยละ 76 มีอาการหงุดหงิด ร้อยละ 57 มีอารมณ์แปรปรวน ร้อยละ 48 มีอาการมึนชา ร้อยละ 47 มีหัวใจเต้นเร็ว ร้อยละ 39 มีอาการนอนไม่หลับ และร้อยละ 27 มีอาการซึมเศร้า ปัญหาที่พบในระบบทางเดินปัสสาวะ พบว่าร้อยละ 81 มีอาการปัสสาวะบ่อย และร้อยละ 40 มีอาการปัสสาวะลำบาก และปัญหาเกี่ยวกับเพศสัมพันธ์พบว่าร้อยละ 59 ไม่มีเพศสัมพันธ์แล้ว โดยให้เหตุผลว่ารู้สึกเบื่อการมีเพศสัมพันธ์ ถึงร้อยละ 31 มีส่วนน้อย ร้อยละ 28 ที่ให้เหตุผลว่าเกิดความเจ็บปวดขณะมีเพศสัมพันธ์

Mishell (Mishell ,1992) ได้รายงานว่า สตรีในประเทศย่านอุตสาหกรรมทางยุโรปและอเมริกา มีอาการ Hot Flush ถึงร้อยละ 75 ในขณะที่สตรีในประเทศทางเอเชียมีอาการนี้ไม่ถึง ร้อยละ 25 ความแตกต่างกันนี้เป็นเหตุให้มีแพทย์ นักวิจัย และนักสังคมศาสตร์ให้ความสนใจและทำการศึกษาเพื่อหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอาการในวัยหมดระดูของสตรีในกลุ่มต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกันทั้งทางด้านสังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และสิ่งแวดล้อม

วาสนา แสนศรีแก้ว(วาสนา แสนศรีแก้ว,2541) พบว่า การเตรียมตัวเพื่อเข้าสู่ภาวะหมดประจำเดือนอย่างเหมาะสม จะต้องเตรียมทั้งด้านร่างกายและจิตใจ นอกจากนี้ยังต้องมีความรู้และความเข้าใจในภาวะหมดประจำเดือน เพื่อสตรีจะได้สามารถดูแลสุขภาพตนเอง และอยู่ร่วมบุคคลอื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข

กนกภรณ์ อ่วมพราหมณ์ (กนกภรณ์ อ่วมพราหมณ์ ,2541) พบว่าพยาบาลควรส่งเสริมสตรีวัยหมดประจำเดือน ให้มีการรับรู้ภาวะสุขภาพที่ถูกต้อง และกระตุ้นให้ครอบครัวและบุคคลใกล้ชิดมีส่วนช่วยสนับสนุนให้สตรีเหล่านี้มีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้ทางด้านอาหารและโภชนาการ

ผลการวิจัยที่มีผู้ทำไว้แล้วและผู้เขียนนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยวิทยานิพนธ์เรื่องนี้รวบรวมได้ดังนี้

องค์การอนามัยโลกได้จัดประชุมสมัยที่ 10 ประจำปี พ.ศ. 2502 เพื่อทำการรณรงค์ต่อต้านความหิวโหย ผลสรุปข้อหนึ่งกล่าวว่าการแก้ไขปัญหาการขาดแคลนอาหารและขั้นมูลฐานของการรณรงค์ต่อต้านความหิวโหย ตลอดจนแก้ไขปัญหาภาวะโภชนาการไม่สมส่วน ให้ลดน้อยลงไปนั้นต้องอาศัยการให้การศึกษา ให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องดังกล่าวนี้(World Health Organization,1963)

ไอ.ชานาริน, ดี.โรทมัน และ วี.เบอร์รี่ (I. Chanarin, D. Rothman and V. Berry,1965 :480) พบว่า ใน สหราชอาณาจักร สตรีมีครรภ์มักขาดกรดโฟลิกซึ่งมีปรากฏอยู่เสมอ จนทำให้เป็นโรคโลหิตจางระหว่างสตรีเหล่านี้มีครรภ์และทำให้ถึงแก่ความตายได้ ทั้งนี้เป็นเพราะการขาดความรู้ในเรื่องโภชนาการที่ต้องบริโภคผักดิบหรือผักใบเขียว โดยลวกให้สุกเพียงเล็กน้อยก็ย่อมทำให้โรคโลหิตจางลดลงได้

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติทางด้านอาหารและโภชนาการ

โดยปกติแล้วการบริโภคมักมีความสัมพันธ์กับอารมณ์ของมนุษย์ บุคคลจะมีท่าทีต่ออาหารอย่างไรย่อมแล้วแต่วิธีที่เขาได้รับการสั่งสอนมาตั้งแต่เป็นเด็กว่าจะบริโภคอะไร และบริโภคอย่างไร ตลอดจนความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ ความเชื่อ ทัศนคติ และรสนิยมในอาหารบางชนิดเป็นผลสืบเนื่องมาจากผลของความพอใจที่ได้รับการบำบัดความหิวและความสัมพันธ์ทางอารมณ์และความรู้สึก

เหตุนี้ ทัศนคติของบุคคลในด้านโภชนาการจึงสามารถศึกษาได้จากนิสัยการบริโภคอาหารประการหนึ่ง และความเชื่อถืออื่น ๆ เกี่ยวกับอาหารอีกประการหนึ่ง และทั้งสองประการนี้มีส่วนสัมพันธ์กับเรื่องของความเจ็บป่วยของบุคคลอีกด้วย ดังเช่นที่มีผู้ที่ให้ความสนใจในเรื่องเหล่านี้ได้ทำการศึกษาไว้มากมายซึ่งขอนำมากล่าวอ้างถึงเฉพาะที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์ดังต่อไปนี้

เอ็ม มีด (M. Mead,1962) พบว่า นิสัยการบริโภคอาหารเกิดขึ้นเพราะบุคคลมีความรู้สึกว่าอาหารการกินแบบใหม่ไม่ปลอดภัย หรือมีความกังวลอย่างหนักในเรื่องอาหาร โดยเฉพาะมักจะเกิดขึ้นมากที่สุดกับผู้สูงอายุและในสังคมซึ่งเด็กได้รับการเลี้ยงดูอย่างเอาอกเอาใจ

เจ ซี แมคเคนซี (J.C. Mckenzie,1965) ได้เสริมการค้นพบของ เอ็ม มีด ด้วยการศึกษาชาวเกาะในหมู่เกาะเวสต์อินดีส ที่อพยพเข้าไปอยู่ในสหราชอาณาจักรเกี่ยวกับนิสัยการบริโภคอาหารตามแบบของตนกับแบบใหม่ของชาวอังกฤษ ก็พบว่าชาวเกาะเวสต์อินดีสที่อพยพเข้าไปอยู่ในสหราชอาณาจักรจะมีความสุขถ้าได้ประกอบอาหารที่เขาเคยบริโภคหลายชนิด และจะไม่เปลี่ยนไปบริโภคอาหารตามแบบชาวอังกฤษซึ่งอาจจะมีราคาถูกกว่า

เอ็ม. แมคอาเธอร์ (M. McArthur,1962) พบว่า ในมาเลเซียเองแม้ในหมู่บ้านเดียวกันเอง ความคิดเห็นที่มีต่ออาหารชนิดเดียวกันก็ยังแตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะในเรื่องของความเชื่อถือว่าอาหารชนิดหนึ่งชนิดใดเป็นอาหารแสลงนั้น เนื่องมาจากความเชื่อถือกันมาตั้งแต่โบราณผสมกับประสบการณ์ของแต่ละบุคคลอีกด้วย

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนทางด้านอาหารและโภชนาการ

มากาเรต มีด (Margaret Mead,1962) ได้กล่าวไว้ว่าในปัจจุบันนี้นักโภชนาการทั้งหลายไม่ควรตั้งคำถามว่าจะสามารถเปลี่ยนแปลงนิสัยการบริโภคอาหารไปอย่างไรบ้าง แต่ควรที่จะถามว่านิสัยการบริโภคอาหารหรือทัศนคติในการบริโภคอาหารนั้นเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร เพราะทราบดีกันอยู่แล้วว่าสิ่งดังกล่าวนี้สามารถเปลี่ยแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งมีทั้งหลายปัจจัยเข้าเกี่ยวข้องด้วยกัน เช่น การเปลี่ยนแปลงทางสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงของบุคคลในการยอมรับหรือไม่ยอมรับอาหารและการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้อันเนื่องมาจากอาหารเอง

เอ.ที.เอ็ม วิลสัน (A.T.M. Wilson,1963:57) พบว่าสื่อมวลชน เช่นหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ มีอิทธิพลในการจูงใจให้ประชาชนส่วนใหญ่ทราบว่า มีหนทางปรับปรุงโภชนาการได้

หลายทางและมีบทบาทอย่างมากในโครงการให้การศึกษาแก่ประชาชนทางโภชนาการในแง่ของการทำให้ประชาชนเข้าใจความหมายต่าง ๆ และเนื้อหาของโภชนาการที่ให้การศึกษาได้ดีขึ้น นอกเหนือจากการใช้อุปกรณ์การศึกษา เช่นหนังแผ่น สไลด์ กระดานผ้า สำลี ภาพพลิก และอาหารจริง ๆ ที่นำมาสาธิต

เอช. เดอ ฮอลลันดา และ ซี กาซเซีย (H. De Hollanda and C. Gazcia,1961:116)ได้ค้นพบว่า วิทยุสร้างความสนใจทางด้านการศึกษาเรื่องสุขภาพและโภชนาการแก่ประชาชน

เอ.ซี. โฮล์มส์ (A.C. Holmes,1963) พบว่า ภาพยนตร์มีคุณค่าแก่การจูงใจได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในแง่ของการทำให้ผู้ชมคุ้นเคยและจำสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลไม่ว่าในเรื่องใด ๆ รวมทั้งเรื่องโภชนาการได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตามยังไม่อาจจะลงความเห็นลงไปได้ว่า ประโยชน์ของภาพยนตร์จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมขึ้นได้ เหตุนี้การวิจัยในเรื่องประโยชน์ของภาพยนตร์นี้จึงต้องควบคู่ไปกับวิธีการอื่น ๆ ด้วย จึงอาจได้ผลดี

ดับบลิว.แอล. เชอร์เรอร์ และ เอ.เค.พิกเกอริง (W.L.Shirer & A.K. Pickering,1954:109) ได้ทำการทดลองต่อเนื่องกันหลายครั้งเพื่อศึกษาว่าภาพยนตร์เรื่องสุขภาพของดิสนีย์ นำมาใช้ประโยชน์ให้การศึกษาแก่มวลชนในเรื่องสุขภาพและโภชนาการได้โดยง่ายหรือไม่ จากการศึกษานี้ทั้ง เชอร์เรอร์ และ พิกเกอริง พบว่า ภาพยนตร์สามารถโน้มน้าวใจผู้ชมได้ดีมากกว่าฟิล์มสตริป (Filmstrip) แต่ประโยชน์ของภาพยนตร์ที่มีคุณค่าสูงสุดนั้นจะต้องนำมาผนวกกับการฝึกอบรมจึงจะเกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น ซึ่งในเรื่องดังกล่าวนี้ต่อมาก็พบว่า มีการใช้ภาพยนตร์เป็นรากฐานในการอภิปรายระหว่างการฝึกอบรมทางโภชนาการตามสถาบันโภชนาการในประเทศต่าง ๆ กัน

ศิริพร สะโคบาเน็ค (ศิริพร สะโคบาเน็ค , 2522) พบว่า สื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น ไม่สามารถที่จะสื่อสารไปให้ถึงประชาชนและเด็กไทยได้ โดยเฉพาะในชนบท และโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพยนตร์ที่มุ่งเผยแพร่ความรู้เรื่องต่าง ๆ ทั่วไป เช่น เรื่องเกี่ยวกับโภชนาการ การวางแผนครอบครัว เป็นต้น คนทั่วไปยังให้ความสำคัญน้อยกว่าภาพยนตร์ประเภทเลือดท่วมจอ ดังเห็นได้จากที่ ศิริพร ได้นำภาพยนตร์เกี่ยวกับความรู้ทาง

โภชนาการเรื่องอันตรายจากโรคขาดอาหาร และการวางแผนชีวิตของครอบครัวไปฉายให้แก่ประชาชนและเด็กที่อำเภอราษีไศล จังหวัดศรีษะเกษ ซึ่งผลการวิจัยพบว่าประชาชนและเด็กให้ความสนใจในเรื่องดังกล่าวน้อย

อารี วัลยะเสวี (อารี วัลยะเสวี ,2522) พบว่า สื่อมวลชนช่วยในการให้การศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแก่แม่ในเรื่องต่าง ๆ อาทิเช่น การส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ การป้องกันการเป็นโรคขาดโปรตีนและแคลอรี่หรือโรคขาดอาหาร การให้ภูมิคุ้มกันโรคเป็นต้น

รัตนาภรณ์ หลายรัตน์ (รัตนาภรณ์ หลายรัตน์ ,2532) พบว่า สภาพการเปิดรับข่าวสารสาธารณสุขของหญิงมีครรภ์ ยังไม่เป็นที่น่าพอใจนัก โดยเห็นได้จากปริมาณการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งภายใน และภายนอกโรงพยาบาลยังไม่สูงเท่าที่ควร นอกจากนั้น ยังพบว่า หญิงมีครรภ์เปิดรับสื่อบุคคลสูงสุดทั้งภายในโรงพยาบาล และภายนอกโรงพยาบาล ในขณะเดียวกัน ก็ยังมีความต้องการสื่อบุคคลจากโรงพยาบาล ซึ่งได้แก่แพทย์ สูงสุดอีกเช่นกัน ทั้งนี้อาจเป็นผลเนื่องมาจาก ลักษณะของครอบครัวของสังคมไทยมีความผูกพันธุ์กันอย่างใกล้ชิด และค่านิยมของสังคมที่มีความนิยมชมชอบ เลื่อมใสศรัทธา และให้ความเชื่อถือในบุคคลที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะแพทย์

จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องของอาหารและโภชนาการกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสารมวลชนทางด้านอาหารและโภชนาการที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดข้างต้น พอจะเป็นแนวทางในการศึกษาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ต่อไป

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้กำหนดโครงสร้างของการวิจัยไว้ดังนี้

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ซึ่งมีลักษณะคำถามส่วนใหญ่เป็นแบบปลายปิด (Closed – ended Question) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ความรู้และทัศนคติที่มีต่ออาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากร

ในการศึกษาครั้งนี้จะมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งมีจำนวน 633,570 คน (กองคลังข้อมูลและสนเทศสถิติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ ,2541)โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามลักษณะอาชีพ ได้แก่

1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
2. ผู้ประกอบการค้า/ธุรกิจส่วนตัว
3. พนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร
4. รับจ้าง/งานบริการ
5. แม่บ้าน

กลุ่มตัวอย่าง

เมื่อทราบจำนวนประชากรแล้ว ผู้วิจัยทำการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างซึ่งอาศัยความแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น จากกรณีที่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน สูตรที่ใช้ คือ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ , 2531 : 51)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดให้ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับร้อยละ 5 (0.05) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จะเท่ากับ

$$n = \frac{633,570}{1 + 633,570\ (0.05)^2}$$

$$n = 399.747$$

จากการคำนวณโดยใช้สูตรดังกล่าว ปรากฏว่า จะต้องใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้นอย่างน้อย 399 คน ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างไว้ 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน(Multi-Stage Sampling)โดยสุ่มเลือกกลุ่มผู้ประกอบการค้า/ธุรกิจส่วนตัว กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร และกลุ่มรับจ้าง/งานบริการแบบง่ายจากชื่อบริษัทในสมุดหน้าเหลืองตามกลุ่มประเภทของธุรกิจ ประเภทละ 10 แห่ง แล้วทำการสุ่มแบบเจาะจงเลือกแห่งละ 8 คน รวม 240 คน ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างแม่บ้านทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแม่บ้านจาก SUPERMARKET ในห้างสรรพสินค้าและตลาดสดในย่านชุมชนในแต่ละเขตพื้นที่จากรายชื่อห้างสรรพสินค้าและเขตพื้นที่ที่มีอยู่ในกรุงเทพมหานครอย่างละ 5 แห่งรวม 10 แห่ง แล้วทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเลือกแห่งละ 8 คน รวม 80 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่างสุดท้ายคือ

DPU

กลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายจากรายชื่อสถานที่ราชการจากสมุดโทรศัพท์หน้าขาวโดยสุ่มเลือกทั้งหมด 10 แห่ง แล้วทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงแห่งละ 8 คน รวม 80 คน รวมกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทั้งหมด 400 คน

ตัวแปรที่ทำการศึกษา

จากสมมุติฐาน 6 ข้อ คือ

1. หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

<u>ตัวแปรอิสระ</u> คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส และ อาชีพ

<u>ตัวแปรตาม</u> คือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

2. หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

<u>ตัวแปรอิสระ</u> คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส และอาชีพ

<u>ตัวแปรตาม</u> คือ ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

3. หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

<u>ตัวแปรอิสระ</u> คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ การศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส และอาชีพ

<u>ตัวแปรตาม</u> คือ ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

4. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

DPU

<u>ตัวแปรอิสระ</u> คือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

<u>ตัวแปรตาม</u> คือ ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

5. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

<u>ตัวแปรอิสระ</u> คือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

<u>ตัวแปรตาม</u> คือ ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

6. ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

<u>ตัวแปรอิสระ</u> คือ ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ
<u>ตัวแปรตาม</u> คือ ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถาม ที่เป็นคำถามปิดและเปิด โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ คือ

<u>ส่วนที่ 1</u> เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับตัวแปรอิสระอันได้แก่ อายุ การศึกษา รายได้ สถานะภาพสมรส และอาชีพ เพื่อใช้เป็นตัวแปรหลักในการหาความสัมพันธ์กับตัวแปรตามต่อไป

<u>ส่วนที่ 2</u> เป็นคำถามสำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนในเรื่องเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

<u>ส่วนที่ 3</u> เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

<u>ส่วนที่ 4</u> เป็นคำถามสำหรับวัดทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

<u>การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity)</u>

DPU

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาและความถูกต้องของภาษาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

<u>การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability)</u>

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองใช้กับหญิงวัยกลางคน ที่มีลักษณะเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาจำนวน 30 ราย แล้วนำมาหาความเชื่อมั่น โดยใช้สัมปะสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's alpha coeffcient) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1}\left\{\frac{1-\Sigma Si^2}{St^2}\right\}$$

โดยที่ α = ค่าสัมปะสิทธิ์สหสัมพันธ์

n = จำนวนข้อของเครื่องมือ

ΣSi^2 = ผลรวมคะแนนความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ

St^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวม

จากการแทนค่าในสูตรข้างต้นได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.7846 โดย ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนที่ 3 เรื่องความรู้เท่ากับ 0.7013

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัย การเก็บข้อมูลใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1-28 กุมภาพันธ์ 2544

เกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ และโดยถือหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

1. ในการให้คะแนนพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการคำถามในส่วนนี้มีทั้งหมด 11 ข้อ โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนนไว้ 5 ระดับ สำหรับคำถามข้อที่ 1-3 โดยพิจารณาจากระดับการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ แล้วให้คะแนนดังต่อไปนี้

สม่ำเสมอหรือทุกวัน	มีคะแนนเท่ากับ	5	คะแนน
ค่อนข้างบ่อย	มีคะแนนเท่ากับ	4	คะแนน
บางครั้งบางคราว	มีคะแนนเท่ากับ	3	คะแนน
นาน ๆ ครั้ง	มีคะแนนเท่ากับ	2	คะแนน
ไม่เคย	มีคะแนนเท่ากับ	1	คะแนน

ผลรวมของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจะนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปรความหมายของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ดังนี้

คะแนนระหว่าง 1.00 ถึง 1.80 หมายถึงมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนน้อยที่สุด

คะแนนระหว่าง 1.81 ถึง 2.60 หมายถึงมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนน้อย

คะแนนระหว่าง 2.61 ถึง 3.40 หมายถึงมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนปานกลาง

คะแนนระหว่าง 3.41 ถึง 4.20 หมายถึงมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนมาก

คะแนนระหว่าง 4.21 ถึง 5.00 หมายถึงมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนมากที่สุด

2. การให้คะแนนแบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ จากคำถามจำนวน 14 ข้อ ในลักษณะของคำถามแบบถูกผิด ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามตอบถูกต้องจะได้ 1 คะแนน ถ้าตอบผิดจะได้ 0 คะแนน โดยคะแนนต่ำสุดที่จะเป็นไปได้ คือ 0 คะแนน และคะแนนสูงสุดที่จะเป็นไปได้ คือ 14 คะแนน ผลรวมของคะแนนทั้ง 14 ข้อ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปรความหมายค่าเฉลี่ยของความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน ดังนี้

คะแนนน้อยกว่า 8.0	คะแนน	หมายถึง	มีความรู้น้อย
คะแนนระหว่าง 8.0-12	คะแนน	หมายถึง	มีความรู้ปานกลาง
คะแนนมากกว่า 12	คะแนน	หมายถึง	มีความรู้มาก

3. การให้คะแนนแบบวัดทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ซึ่งคำถามเป็นแบบตารางสำรวจประเภทมาตราส่วนประเมินค่าของลิเคอร์ท (Likert Scales) (วิเชียร เกตุสิงห์ ,2524 : 96) จากข้อความ 13 ข้อความ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

<u>ระดับความคิดเห็น</u>

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	มีคะแนนเท่ากับ	5	คะแนน
เห็นด้วย	มีคะแนนเท่ากับ	4	คะแนน
เฉย ๆ	มีคะแนนเท่ากับ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	มีคะแนนเท่ากับ	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	มีคะแนนเท่ากับ	1	คะแนน

ผลรวมของคะแนนทั้ง 13 ข้อ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปรความหมายของค่าเฉลี่ยทัศนคติต่ออาหารและโภชนาการ ของหญิงวัยกลางคน ดังนี้

คะแนนระหว่าง 1.00 ถึง 1.80 หมายถึง มีทัศนคติในเชิงลบอย่างมาก

คะแนนระหว่าง 1.81 ถึง 2.60 หมายถึง มีทัศนคติในเชิงลบ

คะแนนระหว่าง 2.61 ถึง 3.40 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง

คะแนนระหว่าง 3.41 ถึง 4.20 หมายถึง มีทัศนคติในเชิงบวก

คะแนนระหว่าง 4.21 ถึง 5.00 หมายถึง มีทัศนคติในเชิงบวกอย่างมาก

ส่วนเกณฑ์ในการจัดแบ่งระดับต่าง ๆ ของตัวแปรอิสระได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้ ได้แก่

<u>อายุ</u> ผู้วิจัยได้จัดแบ่งออกเป็น 3 ระดับ เพื่อสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

กลุ่มผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 40 – 46 ปีบริบูรณ์ถือว่าเป็นผู้หญิงวัยกลางคนระยะเริ่มต้น

กลุ่มผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 47 - 53 ปีบริบูรณ์ถือว่าเป็นผู้หญิงวัยกลางคนระดับกลาง

กลุ่มผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 54 - 60 ปีถือได้ว่าเป็นผู้หญิงวัยกลางคนตอนปลาย

<u>อาชีพ</u> แบ่งตาม

- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ธุรกิจส่วนตัว
- พนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร
- รับจ้าง/งานบริการ
- แม่บ้าน

<u>การศึกษา</u> ใช้หลักเกณฑ์จากการพิจารณาสถิติระดับการศึกษาของประชากรไทยโดยทั่วไปแล้วเทียบเคียงกับสภาพความเป็นจริงของระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการแจกแจงข้อมูลที่ได้มาแล้ว จากการนำมาจัดแบ่งเป็นช่วงชั้นโดยอาศัยโค้งปกติ (Normal Curve) ซึ่งแบ่งออกได้เป็นดังต่อไปนี้ คือ

กลุ่มผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาตอนต้น-ตอนปลายหรือต่ำกว่า ถือว่าเป็นกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำ

กลุ่มผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น-ตอนปลายหรือเทียบเท่าถือว่าเป็นกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาระดับปานกลาง

กลุ่มผู้ที่มีการศึกษาตั้งแต่จบปริญญาตรีหรือปริญญาตรีขึ้นไป ถือว่าเป็นกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาระดับสูง

<u>สถานภาพสมรส</u> แบ่งออกได้ดังนี้

- โสด หมายถึง กลุ่มผู้ที่ยังไม่เคยสมรส และอยู่คนเดียว
- สมรส หมายถึง กลุ่มที่สมรสแล้วและอยู่กับสามี
- ม่าย/หย่าหมายถึง กลุ่มที่สมรสแล้วแต่อยู่คนเดียว เพราะเลิกกับสามีหรือสามีเสียชีวิตแล้ว

<u>ระดับรายได้</u> ใช้หลักเกฎฑ์จากการพิจารณาสถิติระดับรายได้ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ส่วนในการแจกแจงข้อมูลที่ได้มาจัดแบ่งเป็นช่วงชั้น โดยอาศัยโค้งปกติ (Normal Curve) ซึ่งแบ่งออกเป็นดังนี้

DPU

กลุ่มผู้ที่มีรายได้ครอบครัว10,000หรือน้อยกว่าถือว่าเป็นกลุ่มผู้มีรายได้ระดับต่ำมาก

กลุ่มผู้ที่มีรายได้ครอบครัว 10,001 – 20,000 บาท ถือว่าเป็นกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำ

กลุ่มผู้ที่มีรายได้ครอบครัว 20,001–30,000 บาทถือเป็นกลุ่มที่มีรายได้ระดับปานกลาง

กลุ่มผู้ที่มีรายได้ครอบครัว 30,001 – 40,000 บาท ถือว่าเป็นกลุ่มผู้มีรายได้สูง

กลุ่มผู้ที่มีรายได้ครอบครัว 40,001 ขึ้นไป ถือว่าเป็นกลุ่มผู้มีรายได้ระดับสูงมาก

การวิเคราะห์และตีความหมายข้อมูล (Analysis and Interpretation of Data)

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ประมวลข้อมูลและจัดทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อนำเสนอและสรุปผลการวิจัย

การนำเสนอข้อมูลจากตาราง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการ 3 วิธีดังนี้คือ

ก. วิธีการพรรณนา (Descriptive Methed) ใช้วิธีการร้อยละของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยแยกตามตัวแปรอิสระคือ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ สถานะภาพ และอาชีพ

ข. วิธีการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing Method) โดยวิธีการร้อยละ และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อหาความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ สำหรับการหาค่าความสัมพันธ์ของความรู้และทัศนคติทางด้านอาหารและโภชนาการกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ สถิติที่ใช้วิเคราะห์คือ การหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) มีสูตรการวิเคราะห์ดังนี้คือ (J.P. Guildford ,1973 :455)

$$r_{xy} = \frac{N\varepsilon xy - (\varepsilon x)(\varepsilon y)}{\sqrt{\left[N\varepsilon x^2 - (\varepsilon x)^2\right]\left[N\varepsilon y^2 - (\varepsilon y)^2\right]}}$$

เมื่อ r_{xy} = สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

N = จำนวนประชากร

x = ตัวแปรอิสระ

y = ตัวแปรตาม

Σxy	=	ผลรวมของผลคูณระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม
Σx	=	ผลรวมของตัวแปรอิสระ
Σy	=	ผลรวมของตัวแปรตาม
$(\Sigma y)^2$	=	ผลรวมของค่ากำลังสองของตัวแปรอิสระ
Σx^2	=	ผลรวมของค่ากำลังสองของตัวแปรตาม
$(\Sigma x)^2$	=	กำลังสองของผลรวมของตัวแปรอิสระ
$(\Sigma y)^2$	=	กำลังสองของผลรวมของตัวแปรตาม

DPU

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การเสนอผลการวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ความรู้ และทัศนคติที่มีต่ออาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนในเขตกรุงเทพมหานคร" โดยใช้แบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1-28 กุมภาพันธ์ 2544 โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ตอน ดังนี้

<u>ตอนที่ 1</u> การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตราฐาน เพื่ออธิบาย

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพสมรส และรายได้

1.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

1.3 ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

1.4 ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

<u>ตอนที่ 2</u> การทดสอบสมมุติฐาน (Hypothesis Testing) วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ดังนี้

<u>สมมุติฐานข้อที่ 1 - 3</u>

- ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรสและรายได้ต่อเดือนต่างกัน และใช้การวิเคราะห์ ของ Scheffe Test เพื่อหากลุ่มที่แตกต่างต่อ

<u>สมมุติฐานข้อที่ 4 - 6</u>

- ใช้ค่าสหสัมพันธ์ Pearson's Product Moment Correlation Coefficient เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในบทที่ 3 สามารถสรุปลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างได้ ดังตารางที่ 4.1 – 4.5

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
40-46 ปี	255	63.8
47-53 ปี	96	24.0
54-60 ปี	49	12.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นหญิงวัยกลางคนตอนต้นคืออยู่ในช่วงอายุ40-46 ปี คือมีจำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนหญิงวัยกลางคนตอนกลางคือช่วงอายุ 47-53 ปี มีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดและหญิงวัยกลางคนตอนปลายคือช่วงอายุ 54-60 ปี มีเพียง 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	80	20.0
พนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร	80	20.0
แม่บ้าน	80	20.0
ธุรกิจส่วนตัว	80	20.0
รับจ้าง/งานบริการ	80	20.0
รวม	400	100

DPU

จากตารางที่ 4.2 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาอยู่ในกลุ่มที่1 คือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มที่2 คือ พนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร กลุ่มที่ 3 คือ แม่บ้าน กลุ่มที่ 4 คือ ธุรกิจส่วนตัว กลุ่มที่ 5 คือ รับจ้าง/งานบริการ มีจำนวนเท่ากันทุกกลุ่มคือมีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งเป็นไปตามขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนดไว้โดยให้สุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 80 คนเท่ากันทุกกลุ่ม

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	98	24.5
ประถมศึกษาตอนปลาย	39	9.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	35	8.8
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	42	10.5
ปวส. อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	56	14.0
ปริญญาตรี	115	28.8
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	15	3.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่งคือ 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 อันดับ 2 คือมีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าเป็นจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ อันดับ 3 คือระดับปวส. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ส่วนระดับประถมศึกษาตอนปลาย มัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่ามีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 39 , 35 และ 42 คน ตามลำดับ คิดเป็นร้อยละ 9.8 , 8.8 และ 10.5 ตามลำดับ และอันดับสุดท้ายมีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไปมีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

DPU

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	72	18
สมรส	279	69.8
ม่าย/หย่า	49	12.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสมากที่สุด คือ 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 รองลงมามีสถานภาพโสด คือ 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และน้อยที่สุดคือสถานภาพม่าย/หย่า มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10,000 บาท หรือน้อยกว่า	189	47.3
10,001 - 20,000 บาท	91	22.8
20,001 - 30,000 บาท	62	15.5
30,001 - 40,000 บาท	28	7.0
40,001 บาทขึ้นไป	30	7.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาทหรือน้อยกว่า มีจำนวนมากเป็นอันดับ 1 คือ 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 อันดับ 2 คือมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 อันดับ 3 มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 อันดับ 4 มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 และมีรายได้ต่อเดือน 30,0001-40,000 บาท มีจำนวนน้อยเป็นอันดับสุดท้ายคือ 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

<u>1.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ</u>

การวัดความรู้เรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยรวบรวมโดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามในตอนที่ 2 จำนวน 3 ข้อใหญ่ คือ

ข้อแรก เป็นการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนทั่วไป

ข้อสอง เป็นการสอบถามเกี่ยวกับประเภทของข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างติดตามเป็นประจำจากสื่อมวลชน

ข้อสาม เป็นการสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

ทั้ง 3 ข้อเป็นคำถามวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน โดยมีตัวเลือกให้เลือก 5 ระดับ คือ ไม่เคย , นาน ๆ ครั้ง , บางครั้งบางคราว , ค่อนข้างบ่อย , สม่ำเสมอหรือทุกวัน กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตัวเลือกที่ตรงกับการปฏิบัติของตนเพียงตัวเลือกเดียวในแต่ละคำถาม

เกณฑ์ในการให้คะแนนพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนทางด้านอาหารและโภชนาการ โดยพิจารณาจากระดับการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ แล้วให้คะแนนดังต่อไปนี้

สม่ำเสมอหรือทุกวัน	มีคะแนนเท่ากับ	5	คะแนน
ค่อนข้างบ่อย	มีคะแนนเท่ากับ	4	คะแนน
บางครั้งบางคราว	มีคะแนนเท่ากับ	3	คะแนน
นาน ๆ ครั้ง	มีคะแนนเท่ากับ	2	คะแนน
ไม่เคย	มีคะแนนเท่ากับ	1	คะแนน

ผลรวมของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจะนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปรความหมายของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ดังนี้

คะแนนระหว่าง 1.00 ถึง 1.80	หมายถึง	มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนน้อยที่สุด
คะแนนระหว่าง 1.81 ถึง 2.60	หมายถึง	มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนน้อย
คะแนนระหว่าง 2.61 ถึง 3.40	หมายถึง	มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนปานกลาง
คะแนนระหว่าง 3.41 ถึง 4.20	หมายถึง	มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนมาก
คะแนนระหว่าง 4.21 ถึง 5.00	หมายถึง	มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนมากที่สุด

DPU

และจากการรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ปรากฏผลดังที่ได้แสดงไว้ในตารางที่ 4.6-4.8

DPU

ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน	ไม่เคย จำนวน (ร้อยละ)	นาน ๆ ครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	บางครั้งบางคราว จำนวน (ร้อยละ)	ค่อนข้างบ่อย จำนวน (ร้อยละ)	สม่ำเสมอหรือทุกวัน จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)	$\bar{X}$
1. ปกติท่านเปิดรับข้อมูลจากวิทยุมากน้อยเพียงไร	74	113	139	40	34	400	2.62
	18	28.3	34.8	10	8.5	100	
2. ปกติท่านเปิดรับข้อมูลจากหนังสือพิมพ์มากน้อยเพียงไร	25	101	130	78	66	400	3.15
	6.3	25.3	32.5	19.5	16.5	100	
3. ปกติท่านเปิดรับข้อมูลจากโทรทัศน์มากน้อยเพียงไร	2	42	83	128	145	400	3.93
	0.5	10.5	20.8	32	36.3	100	
4. ปกติท่านเปิดรับข้อมูลจากนิตยสารมากน้อยเพียงไร	56	136	130	55	23	400	2.63
	14	34	32.5	37.8	5.8	100	
5. ปกติท่านเปิดรับข้อมูลจากภาพยนตร์มากน้อยเพียงไร	113	142	102	29	14	400	2.22
	28.3	35.5	25.5	7.3	3.5	100	

ค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน($\bar{x}$) = 2.910 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) = 1.09

จากตารางที่ 4.6 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและสื่อภาพยนตร์ในระดับปานกลาง แต่มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในระดับที่มาก โดยคำนวณค่าเฉลี่ยได้เท่ากับ 3.93 แต่โดยสรุปค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสื่อมวลชนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 2.910 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.09 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อมวลชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

DPU

ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามประเภทข่าวสารข้อมูลที่เปิดรับ

ข่าวสารข้อมูลที่เปิดรับ	ไม่เคย จำนวน (ร้อยละ)	นาน ๆ ครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	บางครั้งบางคราว จำนวน (ร้อยละ)	ค่อนข้างบ่อย จำนวน (ร้อยละ)	สม่ำเสมอหรือทุกวัน จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)	$\bar{X}$
1.การเปิดรับข่าวการเมืองของท่าน	12	92	116	81	99	400	3.41
	3	23	29	20.3	24.8	100	
2.การเปิดรับข่าวต่างประเทศของท่าน	20	119	125	65	71	400	3.12
	5	29.8	31.3	16.3	17.8	100	
3.การเปิดรับข่าวกีฬาของท่าน	22	96	168	60	54	400	3.07
	5.5	24	42	15	13.5	100	
4.การเปิดรับข่าวเศรษฐกิจ / ธุรกิจ	38	113	134	62	53	400	2.95
	9.5	28.3	33.5	15.5	13.3	100	
5.การเปิดรับข่าวสังคมของท่าน	37	107	132	72	52	400	2.99
	9.3	26.8	33	18	13	100	
6.การเปิดรับข่าวบันเทิงของท่าน	10	45	127	132	86	400	3.6
	2.5	11.3	31.8	33	21.5	100	
7.การเปิดรับข่าวสุขภาพและอนามัยของท่าน	13	107	114	104	62	400	3.24
	3.3	26.8	28.5	26	15.5	100	

ค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจำแนกตามประเภท($\bar{x}$) = 3.197 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D) = 1.12

จากตารางที่ 4.7 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจำแนกตามประเภทข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวการเมือง และข่าวบันเทิงในระดับที่มาก ส่วนการเปิดรับข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา ข่าวเศรษฐกิจ / ธุรกิจ และข่าวสุขภาพอนามัยอยู่ในระดับปานกลาง โดยสรุปกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง คิดค่าเฉลี่ยได้เท่ากับ 3.197 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.12

DPU

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคำถามเกี่ยวกับ

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน	ไม่เคย จำนวน (ร้อยละ)	นาน ๆ ครั้ง จำนวน (ร้อยละ)	บางครั้ง บางคราว จำนวน (ร้อยละ)	ค่อนข้าง บ่อย จำนวน (ร้อยละ)	สม่ำเสมอ หรือทุกวัน จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)	$\bar{X}$	S.D
1.ท่านเคยฟังรายการเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากวิทยุมากน้อย	111	132	104	42	11	400	2.28	1.06
เพียงใด	27.8	33	26	10.5	2.8	100		
2.ท่านเคยอ่านคอลัมน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากหนังสือพิมพ์	38	125	139	65	33	400	2.83	1.08
มากน้อยเพียงใด	9.5	31.3	34.8	16.3	8.3	100		
3.ท่านเคยดูรายการเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากโทรทัศน์	15	70	133	111	71	400	3.38	1.08
มากน้อยเพียงใด	3.8	17.5	33.3	27.8	17.8	100		
4.ท่านเคยอ่านคอลัมน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากนิตยสาร	69	137	125	52	17	400	2.53	1.05
มากน้อยเพียงใด	17.3	34.3	31.3	13	4.3	100		
5.ท่านเคยดูรายการเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากภาพยนตร์	165	120	79	25	11	400	1.99	1.05
มากน้อยเพียงใด	41.3	30	19.8	6.3	2.8	100		

ค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ($\bar{x}$) = 2.602 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D) = 1.06

จากตารางที่ 4.8 พิจารณาค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของกลุ่มตัวอย่างพบว่า อันดับแรกกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการจากสื่อโทรทัศน์อยู่ในระดับมาก คิดค่าเฉลี่ยได้เท่ากับ 3.38 อันดับ 2 กลุ่มตัวอย่างเปิดรับจากสื่อหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับปานกลาง คิดค่าเฉลี่ยได้เท่ากับ 2.83 และอันดับสุดท้ายที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการคือจากสื่อวิทยุ นิตยสาร และภาพยนตร์ คิดค่าเฉลี่ยแล้วจัดอยู่ในระดับน้อย คิดค่าเฉลี่ยได้เท่ากับ 2.27 แต่เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนโดยรวม คิดค่าเฉลี่ยได้เท่ากับ 2.60 แสดงว่าหญิงวัยกลางคนมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนโดยรวมอยู่ในระดับน้อย

DPU

จากคำถามปลายเปิด 8 ข้อ ผลการเก็บข้อมูล เป็นไปตามตารางที่ 4.9 – 4.15

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน ร้อยละของรายการโทรทัศน์ในการรับชมข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อโทรทัศน์

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้หญิง ผู้หญิง (8.00-8.30)	18	25.71
หมึกแดงแผลงรส (11.00-12.00)	15	21.43
ครบเครื่องเรื่องผู้หญิง (08.20-9.00)	11	15.71
พ่อลูกเข้าครัว (11.00-12.00)	8	11.43
ผู้หญิงอยากรู้ (15.30-16.30)	4	5.71
แม่บ้านสมองวัย (09.05-10.00)	3	4.29
อาหารเพื่อสุขภาพ (14.00-14.20)	2	2.86
แม่บ้านทีเด็ด (16.00-16.30)	2	2.86
เมนูวันหยุด (10.30-11.30)	3	4.29
ม.ร.ว.ถนัดศรี (16.00-17.00)	3	4.29
บ้านเลขที่ 5 (7.00-9.00)	3	4.29
อาสาพาเที่ยว (14.30-15.30)	1	1.43
เลดี้คอร์เนอร์ (09.00-10.00)	1	1.43
โลกใบเล็ก (07.00-08.00)	1	1.43
สบายสไตล์มยุรา (9.00-9.30)	1	1.43
รวม	70	100

DPU

จากตารางที่ 4.9 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างรับชมข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อโทรทัศน์ในรายการผู้หญิง ผู้หญิง มากเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 25.17 อันดับ 2 คือรายการหมึกแดง คิดเป็นร้อยละ 21.43 อันดับ 3 คือ รายการครบเครื่องเรื่องผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 15.71 อันดับ 4 คือ รายการพ่อลูกเข้าครัว คิดเป็นร้อยละ 11.43 อันดับ 5 คือ รายการพ่อลูกเข้าครัว คิดเป็นร้อยละ 5.71 อันดับ 6 คือรายการแม่บ้านสมองวัย / เมนูวันหยุด / หม่อมหลวงถนัดศรี / บ้านเลขที่ 5 แต่ละรายการคิดเป็นร้อยละ 4.29 อันดับ 7 คือรายการอาหารเพื่อสุขภาพ / แม่บ้านทีเด็ด แต่ละรายการคิดเป็นร้อยละ 2.86 และอันดับสุดท้ายคือรายการอาสาพาเที่ยว / เลดี้คอร์เนอร์ / โลกใบเล็ก / สไตล์มยุรา แต่ละรายการคิดเป็นร้อยละ 1.43 ของกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็น

DPU

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ร้อยละของรายการวิทยุที่หญิงวัยกลางคนรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อวิทยุ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
FM 101.5	2	22.22
FM 98	1	11.11
โภชนาเพื่อผู้สูงอายุ	1	11.11
อาหารถูกสุขลักษณะ	1	11.11
เพลงเพลิน	1	11.11
คลื่นจุฬา	1	11.11
ข่าว 06.00	1	11.11
รวม	9	100

จากตารางที่ 4.10 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับฟังข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากรายการวิทยุ FM 101.5 มากเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 22.22 และอันดับ 2 คือรายการ FM 98 / โภชนาเพื่อสุขภาพ / อาหารถูกสุขลักษณะ / เพลงเพลิน / คลื่นจุฬา และข่าว 06.00 แต่ละรายการคิดเป็นร้อยละ 11.11 ของกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็น

DPU

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละของรายชื่อหนังสือพิมพ์ที่หญิงวัยกลางคนอ่านข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อหนังสือพิมพ์

ชื่อหนังสือพิมพ์	คอลัมน์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	ไม่ระบุ	18	28.98
	เที่ยวไปกินไป	5	8.05
	สุขภาพ	5	8.05
	อาหารจานเด็ด	1	1.61
	เกษตรวิทยาศาสตร์	2	3.22
เดลินิวส์	ไม่ระบุ	15	24.15
	อาหาร	4	6.44
มติชน	ไม่ระบุ	5	8.05
	สาธารณสุข	1	1.61
ข่าวสด	ไม่ระบุ	5	8.05
	สมุนไพร	1	1.61
รวม		62	100

จากตารางที่ 4.11 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ โดยไม่ระบุคอลัมน์มากเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 28.98 อันดับ 2 คือหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ โดยไม่ระบุคอลัมน์คิดเป็นร้อยละ 24.15 อันดับ 3 คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คอลัมน์เที่ยวไปกินไป / คอลัมน์สุขภาพ หนังสือพิมพ์มติชน และหนังสือพิมพ์ข่าวสด คิดเป็นร้อยละ 8.05 อันดับ 4 คือไทยรัฐ คอลัมน์เกษตรวิทยาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 3.22 และอันดับสุดท้าย คือ ไทยรัฐ คอลัมน์อาหารจานเด็ด มติชนคอลัมน์สาธารณสุข และข่าวสด คอลัมน์สมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 1.61 ของกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็น

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ร้อยละของรายชื่อนิตยสารที่หญิงวัยกลางคนอ่านข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อนิตยสาร

ชื่อนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
แพรว	3	5.88
ขวัญเรือน	14	27.44
ชีวจิต	12	23.52
แฟชั่นรีวิว	1	1.96
สกุลไทย	6	11.76
สามัญประจำบ้าน	1	1.96
ดิฉัน	1	1.96
Life Family	1	1.96
แม่บ้าน	1	1.96
เทคนิคเกษตร	3	5.88
ผู้หญิงวันนี้	1	1.96
ผู้หญิง	1	1.96
อาหารเพื่อสุขภาพ	1	1.96
หมอชาวบ้าน	2	3.92
คู่สร้างคู่สม	1	1.96
คุณหญิง	2	3.92
รวม	51	100

DPU

จากตารางที่ 4.12 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างอ่านข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากนิตยสารขวัญเรือนมากเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 27.44 อันดับ 2 นิตยสารชีวจิต คิดเป็นร้อยละ 23.52 อันดับ 3 นิตยสารสกุลไทย คิดเป็นร้อยละ 11.76 อันดับ 4 นิตยสารแพรว / เทคนิคเกษตร คิดเป็นร้อยละ 5.88 อันดับ 5 นิตยสารหมอชาวบ้าน คิดเป็นร้อยละ 3.92 และอันดับสุดท้าย คือนิตยสารแฟชั่นรีวิว / สามัญประจำบ้าน / ดิฉัน / Life Family / ผู้หญิงวันนี้ / ผู้หญิง / อาหารเพื่อสุขภาพ / แม่บ้าน / คู่สร้างคู่สม แต่ละฉบับคิดเป็นร้อยละ 1.96 ของกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็น

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ร้อยละของความคิดเห็น/เหตุผล/ข้อเสนอแนะของหญิงวัยกลางคนเกี่ยวกับความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการที่ผ่านสื่อมวลชน

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ	เหตุผล / ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ดีมาก	10	7.2	ไม่ระบุ	5	3.6
			นำมาปฏิบัติได้	2	1.44
			เหมาะสมดีแล้ว	3	4.32
ดี	61	43.92	ไม่ระบุ	39	28.08
			ให้ความรู้การประกอบอาหาร	10	7.2
			น่าเชื่อถือ	2	1.44
			มีมากขึ้น	2	1.44
			ไม่ต้องปรับปรุง	2	1.44
			มีเนื้อหาสาระ	2	1.44
			เป็นประโยชน์	4	2.88

DPU

ปรับปรุง	67	48.55	ไม่ระบุ	6	4.32
			ควรประชาสัมพันธ์ให้ต่อเนื่อง	1	0.72
			มีอาหารเด็กมาก	2	1.44
			ไม่ค่อยชัดเจน	1	0.72
			ให้มีสาระมากขึ้น	19	13.68
			ควรจัดเวลาให้เหมาะสม	4	2.88
			ให้เสนอเฉพาะกลุ่ม/ เฉพาะวัย	3	4.32
			ควรแนะนำเมนูอาหารให้มาก	1	0.72
			มีน้อย	18	12.96
			รายการอาหารไม่เหมาะรายได้	1	0.72
			ให้เวลาน้อยมาก	10	7.2
			ขายสินค้ามากกว่า	1	0.72
รวม	138	100		138	100

จากตารางที่ 4.13 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการที่ผ่านสื่อมวลชนว่าควรปรับปรุงมากเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 48.55 โดยให้เหตุผลว่าอยากให้มีสาระมากขึ้นมากเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 13.68 และให้เหตุผลว่ามีน้อยเป็นอันดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 12.96 อันดับ 3 ให้เหตุผลว่าให้เวลาน้อยมาก ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่าดีมีมากเป็นอันดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 43.92 โดยไม่ระบุเหตุผลมากเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 28.08 และให้เหตุผลว่าให้ความรู้ในการประกอบอาหารดี เป็นอันดับ 2 คิดเป็นร้อยละ 7.2 และกลุ่มที่มีความคิดเห็นว่าดีมากมีมากเป็นอันดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 7.2 โดยไม่ระบุเหตุผลเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 3.6 อันดับ 2 ให้เหตุผลว่าเหมาะสมแล้ว คิดเป็นร้อยละ 4.32 และสามารถนำมาปฏิบัติได้เป็นอันดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 1.44 ของกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็น

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละของความคิดเห็น/เหตุผล/ข้อเสนอแนะของหญิงวัยกลางคนเกี่ยวกับการเผยแพร่เรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อมวลชน

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ	เหตุผล/ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ดีมาก	1	1.04	ไม่ระบุ	1	1.04
ดี	32	33.28	ไม่ระบุ	32	33.28
พอใช้	12	12.48	ไม่ระบุ	12	12.48
ปรับปรุง	51	53.04	ให้มีมากขึ้น	36	37.44
			ควรแยกให้เมาะกับวัย	3	3.12
			ควรเน้นความประหยัด	2	2.08
			ข้อมูลเกินจริง	1	1.04
			ให้ประชาชนมีส่วนด้วย	1	1.04
			ควรเหมาะกับทุกชนชั้น	1	1.04
			มีแต่สาธิตการทำอาหาร	1	1.04
			ให้มีหลายๆ สื่อ	1	1.04
			ควรกระจายไปยังหมู่บ้าน	2	2.08
			ควรแนะนำที่ใช้ได้จริง	1	1.04
			ควรเผยแพร่ให้ถึงทุกที่	1	1.04
			ควรเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง	1	1.04
รวม	96	100		96	100

DPU

จากตารางที่ 4.14 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น/เหตุผล/ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเผยแพร่เรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อมวลชน โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงมากเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 53.04 โดยให้เหตุผลว่าอยากให้มีมากขึ้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.44 เหตุผลที่มีมากเป็นอันดับ 2 คือ ควรแยกให้เหมาะสมกับวัย คิดเป็นร้อยละ 3.12 เหตุผลที่มีมากเป็นอันดับ 3 คือ ควรเน้นความประหยัด และ ควรกระจายไปยังหมู่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 2.08 และเหตุผลที่มีมากเป็นอันดับ 4 คือข้อมูลเกินจริง / ให้ประชาชนมีส่วนด้วย / ควรเหมาะกับทุกชนชั้น / มีแต่สาธิตการทำอาหาร / ให้มีหลายๆ สื่อ แต่ละเหตุผลคิดเป็นร้อยละ 1.04 ของกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็น

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละของความคิดเห็นของหญิงวัยกลางคนเกี่ยวกับสื่อที่เหมาะสมที่จะเผยแพร่เรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	138	64.86
นิตยสาร	14	6.58
หนังสือพิมพ์	30	14.1
วิทยุ	22	10.34
ใบปลิว	1	0.47
หนังสือพิมพ์รายวัน	2	0.94
บุคลากร	2	0.94
แผ่นพับ	1	0.47
ใบแทรก	1	0.47
สาธารณสุข	1	0.47
ทุกสื่อ	2	0.94
รวม	214	100

จากตารางที่ 4.15 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าสื่อที่เหมาะสมที่จะเผยแพร่เรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากที่สุดคือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 64.86 อันดับ 2 คือหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 14.10 อันดับ 3 คือ วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 10.34 อันดับ 4 คือ นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 6.58 อันดับ 5 คือ หนังสือพิมพ์รายวันและบุคลากร แต่ละสื่อคิดเป็นร้อยละ 0.94 และอันดับสุดท้าย คือ ใบปลิว / แผ่นพับ / ใบแทรก / สาธารณสุข แต่ละสื่อคิดเป็นร้อยละ 0.47 ของกลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็น

DPU

1.2 ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

การวัดความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามในตอนที่ 3 ซึ่งเป็นคำถามวัดความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนในลักษณะให้เลือกถูกผิด จำนวน 14 ข้อ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามตอบถูกต้องจะได้ 1 คะแนน ถ้าตอบผิดจะได้ 0 คะแนน โดยคะแนนต่ำสุดที่จะเป็นไปได้ คือ 0 คะแนน และคะแนนสูงสุดที่จะเป็นไปได้ คือ 14 คะแนน ผลรวมของคะแนนทั้ง 14 ข้อ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปรความหมายค่าเฉลี่ยของความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน ดังนี้

คะแนนน้อยกว่า	8.0	คะแนน	หมายถึง	มีความรู้น้อย
คะแนนระหว่าง	8.0-12	คะแนน	หมายถึง	มีความรู้ปานกลาง
คะแนนมากกว่า	12	คะแนน	หมายถึง	มีความรู้มาก

สำหรับจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบถูกและตอบผิดในแต่ละข้อคำถาม รวมทั้งค่าเฉลี่ยของคะแนนรวมและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นดังที่แสดงไว้ในตารางที่ 4.16

DPU

ตารางที่ 4.16

แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามคำถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

คำถาม	ตอบถูกต้อง จำนวน (ร้อยละ)	ตอบผิด จำนวน (ร้อยละ)	รวม (ร้อยละ)
1. รับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่อย่างเพียงพอ ไม่ซ้ำซาก (ถูก)	339 84.8	61 15.3	400 100
2. ข้าวหอมมะลิขัดขาวดีต่อหญิงวัยกลางคนมากกว่าข้าวซ้อมมือ (ผิด)	334 83.5	66 16.5	400 100
3. ไม่รับประทานถั่วเหลืองหรือผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลืองมาก (ผิด)	281 70.3	119 29.8	400 100
4. ผู้สูงอายุทั่วไปมักขาดวิตามินบี 12 ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้เกิดการหลงลืมได้ (ถูก)	294 73.5	106 26.5	400 100
5. ผักและผลไม้ไม่ว่าสีใดก็เป็นประโยชน์ต่อสายตาได้ (ถูก)	264 66	136 34	400 100
6. การหุงต้มในหนึ่งวันควรใช้น้ำมันไม่เกิน 1 ช้อนโต๊ะ (ถูก)	207 51.8	193 48.3	400 100
7. วิตามินซีมีมากในไข่แดง นม เครื่องในสัตว์ (ผิด)	276 69	124 31	400 100
8. ฟักทอง ช่วยรักษาสายตาที่เสื่อมลงตามวัย (ถูก)	322 80.5	78 19.5	400 100
9. รับประทานอาหารอ่อน ช่วยป้องกันปัญหาท้องผูก (ผิด)	91 22.8	309 77.3	400 100
10. เส้นใยอาหารมีมากในเนื้อสัตว์ (ผิด)	312 78	88 22	400 100
11. โปรตีน ช่วยในการเจริญเติบโตสำหรับผู้ใหญ่ (ถูก)	155 38.8	245 61.3	400 100
12. ปลา ช่วยซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ (ถูก)	322 80.5	78 19.5	400 100
13. สารอาหารที่ช่วยให้เลือดแข็งตัวเร็วมีเฉพาะในปลาทะเลเท่านั้น (ผิด)	241 60.3	159 39.8	400 100
14. รับประทานอาหารเป็นประจำจะทำให้เสี่ยงต่อการเป็นโรคหัวใจน้อยลง (ถูก)	313 78.3	87 21.8	400 100

ค่าเฉลี่ยของความรู้ ($\bar{x}$) = 10.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความรู้ (S.D) = 2.43

DPU

จากตารางที่ 4.16 จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างตอบคำถามถูกมากเป็นอันดับ 1 คือข้อ 1 เรื่องของการรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ คิดเป็นร้อยละ 84.8 อันดับ 2 คือข้อ 2 เรื่องการรับประทานข้าวซ้อมมือดีกว่าข้าวขัดขาว คิดเป็นร้อยละ 83.5 และอันดับ 3 คือข้อ 8 เรื่องประโยชน์ของการรับประทานฟักทอง และข้อ 12 เรื่องประโยชน์ของการรับประทานปลา คิดเป็นร้อยละ 80.5 ส่วนคำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบผิดมากที่สุดคือ ข้อ 9 คือกลุ่มตัวอย่างเข้าใจว่าการรับประทานอาหารอ่อนจะช่วยป้องกันปัญหาท้องผูกได้ ตอบผิดคิดเป็นร้อยละ 77.3 และคำถามที่ตอบผิดมากเป็นอันดับที่ 2 คือข้อ 11 เรื่องโปรตีนช่วยในการเจริญเติบโตสำหรับผู้ใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 61.3 และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยคะแนนของความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 10.65 คะแนน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.43 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

DPU

1.3 ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

การวัดทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่ออาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามในตอนที่ 4 ซึ่งเป็นข้อความวัดทัศนคติต่ออาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนในด้านต่าง ๆ จำนวน 13 ข้อ ซึ่งคำถามเป็นแบบตารางสำรวจประเภทมาตราส่วนประเมินค่าของลิเคอร์ท (Likert Scales) 5 ตัวเลือก คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง , เห็นด้วย , เฉย ๆ , ไม่เห็นด้วย , ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จากข้อความ 13 ข้อความ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	มีคะแนนเท่ากับ	5	คะแนน
เห็นด้วย	มีคะแนนเท่ากับ	4	คะแนน
เฉย ๆ	มีคะแนนเท่ากับ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	มีคะแนนเท่ากับ	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	มีคะแนนเท่ากับ	1	คะแนน

ผลรวมของคะแนนทั้ง 13 ข้อ ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จะนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปรความหมายของค่าเฉลี่ยทัศนคติต่ออาหารและโภชนาการ ของหญิงวัยกลางคน ดังนี้

คะแนนระหว่าง 1.00 ถึง 1.80 หมายถึง มีทัศนคติในเชิงลบอย่างมาก

คะแนนระหว่าง 1.81 ถึง 2.60 หมายถึง มีทัศนคติในเชิงลบ

คะแนนระหว่าง 2.61 ถึง 3.40 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง

คะแนนระหว่าง 3.41 ถึง 4.20 หมายถึง มีทัศนคติในเชิงบวก

คะแนนระหว่าง 4.21 ถึง 5.00 หมายถึง มีทัศนคติในเชิงบวกอย่างมาก

และจากการรวบรวมข้อมูลทัศนคติต่ออาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ปรากฏผลดังที่แสดงไว้ในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17

แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามคำถามเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

ข้อมูล	เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน (ร้อยละ)	เห็นด้วย จำนวน (ร้อยละ)	เฉย ๆ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน (ร้อยละ)	รวม (ร้อยละ)	$\overline{X}$	S.D
1. ท่านคิดว่าท่านมีความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการดีพอที่จะดูแลสุขภาพของตนเองให้ดีไม่มีโรคได้	73 18.3	226 56.5	57 14.3	43 10.8	1 0.3	400 100	2.18	0.86
2. ท่านคิดว่าผู้หญิงที่มีอายุย่างเข้า 40 ปี ควรมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรับประทานอาหาร	107 26.8	223 55.8	60 15	9 2.3	1 0.3	400 100	1.94	0.73
3. ท่านคิดว่าการรับประทานแคลเซียมอัดเม็ดให้คุณค่าประโยชน์แก่ร่างกายมากกว่าการรับประทานอาหารที่มีแคลเซียม	31 7.8	86 21.5	93 23.3	168 42	22 5.5	400 100	3.16	1.07
4. ท่านคิดว่าเนื่องจากการหมดประจำเดือนที่เกิดขึ้นของร่างกายหญิงวัยกลางคนจึงต้องดูแลตัวเองเรื่องอาหารเป็นพิเศษ	86 21.5	216 53.3	74 18.5	26 6.5	1 0.3	400 100	2.11	0.82
5. ท่านคิดว่าการเตรียมตัวรับการเปลี่ยนแปลงของชีวิตหลังหมดประจำเดือนนั้น จำเป็นต้องมีการเตรียมตัวมาก่อน หากไม่เช่นนั้นสิ่งที่ปฏิบัติเพื่อดูแลสุขภาพหลังหมดประจำเดือนก็จะไม่ได้ผล	64 16	169 42.3	98 24.5	58 14.5	11 2.8	400 100	2.46	1.01
6. ท่านคิดว่าท่านมีการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอแล้ว ไม่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค	25 6.3	78 19.5	73 18.3	208 52	16 4	400 100	3.28	1.02

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

แสดง จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามคำถามเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

ข้อมูล	เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน (ร้อยละ)	เห็นด้วย จำนวน (ร้อยละ)	เฉย ๆ จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วย จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน (ร้อยละ)	รวม (ร้อยละ)	$\overline{X}$	S.D
7. ท่านคิดว่าท่านควรรับประทานอาหารเสริมให้มากขึ้น	21	104	93	156	26	400	3.16	1.05
	5.3	26	23.3	39	6.5	100		
8. ท่านคิดว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีส่วนช่วยในการเผยแพร่ความรู้เรื่อง	38	162	154	43	3	400	2.53	0.84
อาหารและโภชนาการที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใกล้ชิด	9.5	40.5	38.5	10.8	0.8	100		
9. ท่านคิดว่าถ้ารับอาหารครบ 5 หมู่ในจำนวนที่เพียงพอเป็นประจำ	72	190	67	61	10	400	2.37	1.02
จะไม่เกิดปัญหาเรื่องการขาดวิตามิน	18	47.5	16.8	15.3	2.5	100		
10. ท่านคิดว่าคนที่มีการศึกษาน้อยจะมีความรู้เรื่องอาหารและ	25	110	64	172	29	400	3.18	1.1
โภชนาการน้อยกว่าคนที่มีการศึกษาสูง	6.3	27.5	16	43	7.3	100		
11. ท่านคิดว่าคนที่มีรายได้สูงจะมีความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการ	23	69	72	194	42	400	3.41	1.07
มากกว่าคนที่มีรายได้ต่ำ	5.8	17.3	18	48.5	10.5	100		
12. ท่านคิดว่าความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการสำหรับท่านส่วนใหญ่	37	175	95	86	7	400	2.63	0.98
ได้มาจากสื่อมวลชนมากกว่าคนรู้จัก	9.3	43.8	23.8	21.5	1.8	100		
13. ท่านคิดว่าความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการจากบุคคลที่รู้จัก	18	106	131	142	3	400	3.02	0.91
น่าเชื่อถือกว่าข้อมูลจากสื่อมวลชน	4.5	26.5	32.8	35.5	0.8	100		

ค่าเฉลี่ยของทัศนคติ (x) = 2.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติ (S.D) = 0.46

จากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเป็นกลางต่อเรื่องเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน โดยคิดค่าเฉลี่ยของทัศนคติโดยรวมได้ 2.72 และส่วนเบี่ยงเบนมาตราฐานของทัศนคติเท่ากับ 0.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับ1 ที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเชิงบวกคือ ข้อ 2 คิดค่าเฉลี่ยได้เท่ากับ 1.94 อันดับ 2 ที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเชิงบวกคือ ข้อ4 คิดค่าเฉลี่ยได้เท่ากับ 2.11 และอันดับ 3 คือข้อ 9 ส่วนข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเชิงลบคือ ข้อ 11 คิดค่าเฉลี่ยได้เท่ากับ 3.41

DPU

<u>ตอนที่ 2 การทดสอบสมมุติฐาน (Hypothesis Testing)</u>

การวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ความรู้และทัศนคติที่มีต่ออาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนในเขตกรุงเทพมหานคร" ผู้วิจัยได้ตั้งสมมุติฐานไว้ 6 ข้อ เพื่อคาดคะเนคำตอบที่ต้องการทราบจากการศึกษา หรือเพื่อประโยชน์ในการทดสอบแนวความคิดของการศึกษาว่าเป็นไปตามที่คาดไว้หรือไม่ การทดสอบสมมติฐานนี้กำหนดให้มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยหากผลการทดสอบปรากฏว่า ปฏิเสธสมมุติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมุติฐานทางเลือก (H_1) แสดงว่าสมมุติฐานที่ตั้งไว้เป็นจริง ในทางตรงกันข้ามหากผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมุติฐานทางเลือก (H_1) แสดงว่าสมมุติฐานที่ตั้งไว้นั้นไม่เป็นจริงดังที่คาดคะเนไว้

ผลการทดสอบสมมุติฐานทั้ง 6 ข้อ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.18 – 4.64 ดังนี้

DPU

<u>สมมุติฐานข้อที่ 1</u> หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

1.1 หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

1.1.1 หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน

ช่วงอายุ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
40 –46 ปี	2.28	1.09	2.770	0.064
47 –53 ปี	2.11	0.93		
54 – 60 ปี	2.55	1.16		

จากตารางที่ 4.18 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.1.1โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 2.770 ค่า Sig. Of F = 0.064 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

1.1.2 หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน

ช่วงอายุ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
40 –46 ปี	2.88	1.06	1.178	0.309
47 –53 ปี	2.78	1.07		
54 – 60 ปี	2.63	1.18		

จากตารางที่ 4.19 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.1.2 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 1.178 ค่า Sig. Of F = 0.309 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

1.1.3 หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน

ช่วงอายุ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
40 –46 ปี	3.45	1.04	1.707	0.183
47 –53 ปี	3.21	1.09		
54 – 60 ปี	3.39	1.24		

จากตารางที่ 4.20 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.1.3 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 1.707 ค่า Sig. Of F = 0.183 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

1.1.4 หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน

ช่วงอายุ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
40 –46 ปี	2.56	1.06	3.147	0.044
47 –53 ปี	2.63	1.03		
54 – 60 ปี	2.18	1.03		

จากตารางที่ 4.21 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.1.3 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 3.147 ค่า Sig. Of F = 0.044 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน และเมื่อใช้ Scheffe Test หากลุ่มที่แตกต่าง พบว่าหญิงวัยกลางคนในช่วงอายุ 47-53 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารมากกว่าหญิงวัยกลางคนในช่วงอายุ 54-60 ปี

1.1.5 หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน

ช่วงอายุ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
40 –46 ปี	2.03	1.06	0.388	0.679
47 –53 ปี	1.93	1.02		
54 – 60 ปี	1.94	1.11		

จากตารางที่ 4.22 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.1.5 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 0.388 ค่า Sig. Of F = 0.679 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

1.2 หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

1.2.1 หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการจากแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.38	1.07	3.117	0.015
พนักงานเอกชน/ธนาคาร	2.54	1.20		
แม่บ้าน	2.21	1.03		
ธุรกิจส่วนตัว	1.98	1.06		
รับจ้าง/งานบริการ	2.28	0.89		

จากตารางที่ 4.23 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.2.1 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 3.117 ค่า Sig. Of F = 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน และเมื่อใช้ Scheffe Test หากลุ่มที่แตกต่างพบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพพนักงานเอกชน/ธนาคาร มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุมากกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว

1.2.2 หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.16	0.83	6.320	0.000
พนักงานเอกชน/ธนาคาร	2.85	1.10		
แม่บ้าน	2.60	1.19		
ธุรกิจส่วนตัว	3.05	1.02		
รับจ้าง/งานบริการ	2.46	1.07		

จากตารางที่ 4.24 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.2.2 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 6.320 ค่า Sig. Of F = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน และเมื่อใช้ Scheffe Test หากลุ่มที่แตกต่างพบว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพรับจ้าง/งานบริการ

1.2.3 หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.60	0.99	2.073	0.084
พนักงานเอกชน/ธนาคาร	3.28	1.23		
แม่บ้าน	3.35	1.10		
ธุรกิจส่วนตัว	3.51	0.89		
รับจ้าง/งานบริการ	3.18	1.13		

จากตารางที่ 4.25 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.2.3 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 2.073 ค่า Sig. Of F = 0.084 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

1.2.4 หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.85	0.98	6.049	0.000
พนักงานเอกชน/ธนาคาร	2.45	1.04		
แม่บ้าน	2.30	1.18		
ธุรกิจส่วนตัว	2.80	1.02		
รับจ้าง/งานบริการ	2.24	0.89		

จากตารางที่ 4.26 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.2.4 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 6.049 ค่า Sig. Of F = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน และเมื่อใช้ Scheffe Test หากลุ่มที่แตกต่างพบว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีการเปิดรับสื่อนิตยสารมากกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพรับจ้าง/งานบริการ

1.2.5 หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพ-ยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพ-ยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพ-ยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.13	1.11	0.773	0.543
พนักงานเอกชน/ธนาคาร	2.03	0.95		
แม่บ้าน	1.87	1.01		
ธุรกิจส่วนตัว	1.90	1.13		
รับจ้าง/งานบริการ	2.04	1.06		

จากตารางที่ 4.27 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.2.5 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 0.773 ค่า Sig. Of F = 0.543 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

1.3 หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

1.3.1 หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
จบประถมการศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	2.39	1.12	1.435	0.200
จบประถมศึกษาตอนปลาย	2.18	0.88		
จบมัธยมศึกษาตอนต้น	2.34	1.00		
จบมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	1.86	0.90		
ปวส. อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	2.27	0.98		
ปริญญาตรี	2.33	1.16		
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	2.40	1.12		

DPU

จากตารางที่ 4.28 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.3.1 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 1.435 ค่า Sig. Of F = 0.200 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

DPU

1.3.2 หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
จบประถมการศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	2.24.	0.94	11.963	0.000
จบประถมศึกษาตอนปลาย	2.64	1.09		
จบมัธยมศึกษาตอนต้น	2.80	0.90		
จบมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	2.86	1.12		
ปวส. อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	2.75	0.98		
ปริญญาตรี	3.38	0.94		
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	3.07	1.39		

จากตารางที่ 4.29 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.3.2 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 11.963 ค่า Sig. Of F = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน และเมื่อใช้ Scheffe Test หากลุ่มที่แตกต่างพบว่าพบว่า หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีพฤติกรรมการเปิดรับมากที่สุด

และหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด

1.3.3 หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
จบประถมการศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	3.26	1.20	2.535	0.020
จบประถมศึกษาตอนปลาย	3.31	1.03		
จบมัธยมศึกษาตอนต้น	3.37	0.97		
จบมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	3.17	1.19		
ปวส. อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	3.18	1.13		
ปริญญาตรี	3.70	0.89		
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	3.40	1.18		

จากตารางที่ 4.30 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.3.3 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 2.535 ค่า Sig. Of F = 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน และเมื่อใช้ Scheffe Test หากลุ่มที่แตกต่างพบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีการเปิดรับมากที่สุด รองลงมาได้แก่หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี และหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่ามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์น้อยที่สุด

DPU

1.3.4 หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
จบประถมการศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	2.01	0.97	9.507	0.000
จบประถมศึกษาตอนปลาย	2.46	1.17		
จบมัธยมศึกษาตอนต้น	2.37	1.00		
จบมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	2.40	1.04		
ปวส. อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	2.59	0.83		
ปริญญาตรี	3.00	1.02		
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	2.93	0.88		

จากตารางที่ 4.31 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.3.4 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 9.507 ค่า Sig. Of F = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน และเมื่อใช้ Scheffe Test หากลุ่มที่แตกต่างพบว่าพบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีพฤติกรรมการเปิดรับมากที่สุด และ

หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารน้อยที่สุด

1.3.5 หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
จบประถมการศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	1.87	1.07	1.119	0.350
จบประถมศึกษาตอนปลาย	1.92	1.06		
จบมัธยมศึกษาตอนต้น	2.11	0.99		
จบมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	1.86	1.03		
ปวส. อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	2.18	0.96		
ปริญญาตรี	1.99	1.10		
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	2.40	1.12		

DPU

จากตารางที่ 4.32 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.3.5 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 1.707 ค่า Sig. Of F = 0.183 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

1.4 หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

1.4.1 หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน

สถานภาพสมรส	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
โสด	2.42	1.04	3.213	0.041
สมรส	2.19	1.05		
ม่าย/หย่า	2.55	1.14		

จากตารางที่ 4.33 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.4.1 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 3.213 ค่า Sig. Of F = 0.041 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกันและเมื่อใช้ Scheffe Test หากลุ่มที่แตกต่างพบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพม่าย/หย่า มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุมากที่สุด รองลงมาคือหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพโสด และหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุน้อยที่สุด

1.4.2 หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน

สถานภาพสมรส	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
โสด	3.17	0.93	6.567	0.002
สมรส	2.80	1.10		
ม่าย/หย่า	2.47	1.02		

จากตารางที่ 4.34 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.4.2 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 6.567 ค่า Sig. Of F = 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน และเมื่อใช้ Scheffe Test หากลุ่มที่แตกต่างพบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพโสดมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพม่าย/หย่า

1.4.3 หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน

สถานภาพสมรส	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
โสด	3.50	1.01	0.580	0.560
สมรส	3.37	1.07		
ม่าย/หย่า	3.31	1.25		

DPU

จากตารางที่ 4.35 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.4.3 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 0.580 ค่า Sig. Of F = 0.560 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

1.4.4 หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน

สถานภาพสมรส	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
โสด	2.85	1.10	5.317	0.005
สมรส	2.49	1.02		
ม่าย/หย่า	2.24	1.11		

จากตารางที่ 4.36 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.4.4 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 5.317 ค่า Sig. Of F = 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน และเมื่อใช้ Scheffe Test หากลุ่มที่แตกต่างพบว่าหญิงวัย

กลางคนที่มีสถานภาพโสดมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารมากกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพม่าย/หย่า

1.4.5 หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน

สถานภาพสมรส	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
โสด	2.17	1.05	1.234	0.292
สมรส	1.96	1.06		
ม่าย/หย่า	1.92	1.04		

จากตารางที่ 4.37 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.4.6 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 1.234 ค่า Sig. Of F = 0.292 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

1.5 หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

1.5.1 หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
10,000 บาท หรือน้อยกว่า	2.35	1.04	2.131	0.076
10,001 – 20,000 บาท	2.23	1.13		
20,001 – 30,000 บาท	2.40	1.02		
30,001 – 40,000 บาท	1.79	0.99		
40,001 บาทขึ้นไป	2.13	1.11		

จากตารางที่ 4.38 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.5.1 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 2.131 ค่า Sig. Of F = 0.076 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

1.5.2 หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
10,000 บาท หรือน้อยกว่า	2.54	1.06	7.569	0.000
10,001 – 20,000 บาท	3.09	1.01		
20,001 – 30,000 บาท	3.02	1.03		
30,001 – 40,000 บาท	2.89	1.03		
40,001 บาทขึ้นไป	3.37	1.07		

จากตารางที่ 4.39 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.5.2 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 7.569 ค่า Sig. Of F = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกันและเมื่อใช้ Scheffe Test หากลุ่มที่แตกต่างพบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาทหรือน้อยกว่า

DPU

1.5.3 หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
10,000 บาท หรือน้อยกว่า	3.29	1.15	1.896	0.110
10,001 – 20,000 บาท	3.52	0.98		
20,001 – 30,000 บาท	3.42	1.05		
30,001 – 40,000 บาท	3.14	0.97		
40,001 บาทขึ้นไป	3.73	1.01		

จากตารางที่ 4.40 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.5.3 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 1.896 ค่า Sig. Of F = 0.110 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

DPU

1.5.4 หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.41

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
10,000 บาท หรือน้อยกว่า	2.23	1.03	9.267	0.000
10,001 – 20,000 บาท	2.63	0.98		
20,001 – 30,000 บาท	3.00	1.04		
30,001 – 40,000 บาท	2.75	0.89		
40,001 บาทขึ้นไป	2.93	1.01		

จากตารางที่ 4.41 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.5.4 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 9.267 ค่า Sig. Of F = 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน และเมื่อใช้ Scheffe Test หากลุ่มที่แตกต่างพบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีพฤติกรรมการเปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือ หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป และหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาทหรือน้อยกว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารน้อยที่สุด

1.5.5 หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
10,000 บาท หรือน้อยกว่า	2.02	1.09	0.784	0.536
10,001 – 20,000 บาท	1.93	1.03		
20,001 – 30,000 บาท	2.15	1.07		
30,001 – 40,000 บาท	1.82	1.12		
40,001 บาทขึ้นไป	1.83	0.79		

จากตารางที่ 4.42 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 1.5.5 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 0.784 ค่า Sig. Of F = 0.536 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

<u>สมมุติฐานข้อที่ 2</u> หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

2.1 หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.43

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่ช่วงอายุแตกต่างกัน

ช่วงอายุ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
40 –46 ปี	10.66	2.37	0.712	0.491
47 –53 ปี	10.79	2.58		
54 – 60 ปี	10.29	2.49		

จากตารางที่ 4.43 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2.1 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 0.712 ค่า Sig. Of F = 0.491 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

2.2 หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11.16	1.93	2.141	0.075
พนักงานเอกชน/ธนาคาร	10.53	2.16		
แม่บ้าน	10.62	2.55		
ธุรกิจส่วนตัว	10.82	2.59		
รับจ้าง/งานบริการ	10.09	2.79		

จากตารางที่ 4.44 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2.2 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 2.141 ค่า Sig. Of F = 0.075 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

2.3 หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.45

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
จบประถมการศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	10.18	2.76	3.192	0.005
จบประถมศึกษาตอนปลาย	10.46	3.14		
จบมัธยมศึกษาตอนต้น	9.63	1.94		
จบมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	10.76	2.65		
ปวส. อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	10.75	2.08		
ปริญญาตรี	11.30	1.95		
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	10.73	1.83		

จากตารางที่ 4.45 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2.3 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 3.192 ค่า Sig. Of F = 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน และเมื่อใช้ Scheffe Test หากลุ่มที่แตกต่างพบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาจบปริญญาตรีจะมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากที่สุด และหญิงวัยกลางคนที่จบมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จบปวส. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า จบสูง

กว่าปริญญาตรี จบประถมศึกษาตอนปลาย จบประถมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากตามลำดับ และหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาจบชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนน้อยที่สุด

2.4 หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน

สถานภาพสมรส	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
โสด	10.54	2.09	1.643	0.195
สมรส	10.77	2.46		
ม่าย/หย่า	10.10	2.69		

จากตารางที่ 4.46 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2.4 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 1.643 ค่า Sig. Of F = 0.195 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

2.5 หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.47

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
10,000 บาท หรือน้อยกว่า	10.28	2.57	2.873	0.023
10,001 – 20,000 บาท	11.02	2.02		
20,001 – 30,000 บาท	10.71	2.50		
30,001 – 40,000 บาท	10.75	2.43		
40,001 บาทขึ้นไป	11.60	2.22		

จากตารางที่ 4.47 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 2.5 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 2.873 ค่า Sig. Of F = 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน และเมื่อใช้ Scheffe Test หากลุ่มที่แตกต่างพบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากที่สุด อันดับ 2 คือหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท อันดับ 3 คือหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท อันดับ 4 คือหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาทหรือน้อยกว่า มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนน้อยที่สุด

<u>สมมุติฐานข้อที่ 3</u> หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

3.1 หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่ช่วงอายุแตกต่างกัน

ช่วงอายุ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
40 –46 ปี	2.71	0.51	0.267	0.766
47 –53 ปี	2.74	0.37		
54 – 60 ปี	2.69	0.40		

จากตารางที่ 4.48 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 3.1 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 0.267 ค่า Sig. Of F = 0.766 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

3.2 หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.49

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2.68	0.42	1.108	0.352
พนักงานเอกชน/ธนาคาร	2.67	0.55		
แม่บ้าน	2.71	0.41		
ธุรกิจส่วนตัว	2.81	0.44		
รับจ้าง/งานบริการ	2.72	0.48		

จากตารางที่ 4.49 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 3.2 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 1.108 ค่า Sig. Of F = 0.352 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

3.3 หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.50

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
จบประถมการศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	2.71	0.44	2.988	0.007
จบประถมศึกษาตอนปลาย	2.62	0.41		
จบมัธยมศึกษาตอนต้น	2.85	0.50		
จบมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	2.93	0.43		
ปวส. อนุปริญญา หรือเทียบเท่า	2.60	0.46		
ปริญญาตรี	2.69	0.49		
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	2.69	0.35		

จากตารางที่ 4.50 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 3.3 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 2.988 ค่า Sig. Of F = 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน และเมื่อใช้ Scheffe Test หากลุ่มที่แตกต่างพบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาจบมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่ามีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากที่สุด และหญิงวัยกลางคนที่จบมัธยมศึกษาตอนต้น จบ

ประถมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จบปริญญาตรี จบสูงกว่าปริญญาตรี และจบประถมศึกษาตอนปลายมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับอาหารและโภชนการของหญิงวัยกลางคนน้อยลงตามลำดับ และหญิงวัยกลางคนที่จบปวส. อนุปริญญา หรือเทียบเท่ามีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนน้อยที่สุด

3.4 หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.51

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน

สถานภาพสมรส	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
โสด	2.67	0.54	0.669	0.513
สมรส	2.73	0.46		
ม่าย/หย่า	2.69	0.36		

จากตารางที่ 4.51 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 3.4 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 0.669 Sig. Of F = 0.513 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

DPU

3.5 หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

H_0 : หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่แตกต่างกัน

H_1 : หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.52

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการระหว่างหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน

รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	S.D	F	Sig.
10,000 บาท หรือน้อยกว่า	2.68	0.46	3.456	0.009
10,001 – 20,000 บาท	2.79	0.40		
20,001 – 30,000 บาท	2.66	0.47		
30,001 – 40,000 บาท	2.95	0.50		
40,001 บาทขึ้นไป	2.60	0.52		

จากตารางที่ 4.52 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานข้อที่ 3.5 โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน จากตารางพบว่าค่า F = 3.456 ค่า Sig. Of F = 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือ หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน และเมื่อใช้ Scheffe Test หากลุ่มที่แตกต่างพบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาทมีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนดีกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนดีกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป

<u>สมมุติฐานข้อที่ 4</u> พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

4.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตารางที่ 4.53

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตัวแปร	ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	r = 0.33 Sig (2-tailed) = 0.511

จากตารางที่ 4.53 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ พบว่ามีค่า r = 0.33 และค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.511 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

DPU

4.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตารางที่ 4.54

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตัวแปร	ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	r = 0.155 Sig (2-tailed) = 0.002

จากตารางที่ 4.54 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ พบว่ามีค่า r = 0.155 และค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

DPU

4.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตารางที่ 4.55

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตัวแปร	ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	r = 0.192 Sig (2-tailed) = 0.000

จากตารางที่ 4.55 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ พบว่ามีค่า r = 0.192 และค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

DPU

4.4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตารางที่ 4.56

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตัวแปร	ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	r = 0.113 Sig (2-tailed) = 0.023

จากตารางที่ 4.56 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ พบว่ามีค่า r = 0.113 และค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

DPU

4.5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตารางที่ 4.57

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตัวแปร	ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	r = -0.073 Sig (2-tailed) = 0.143

จากตารางที่ 4.57 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ พบว่ามีค่า r = -0.073 และค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.143 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

DPU

<u>สมมุติฐานข้อที่ 5</u> พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

5.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตารางที่ 4.58

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตัวแปร	ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	r = -0.071 Sig (2-tailed) = 0.156

จากตารางที่ 4.58 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ พบว่ามีค่า r = -0.071 และค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.156 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

DPU

5.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตารางที่ 4.59

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการพิมพ์ต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตัวแปร	ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	r = -0.015 Sig (2-tailed) = 0.759

จากตารางที่ 4.59 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ พบว่ามีค่า r = -0.015 และค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.759 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

DPU

5.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตารางที่ 4.60

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตัวแปร	ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	r = -0.036 Sig (2-tailed) = 0.477

จากตารางที่ 4.60 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ พบว่ามีค่า r = -0.036 และค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.477 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

DPU

5.4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตารางที่ 4.61

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตัวแปร	ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	r = -0.055 Sig (2-tailed) = 0.273

จากตารางที่ 4.61 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ พบว่ามีค่า r = -0.055 และค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.273 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

DPU

5.5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตารางที่ 4.62

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตัวแปร	ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	r = -0.103 Sig (2-tailed) = 0.039

จากตารางที่ 4.62 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ พบว่ามีค่า r = -0.103 และค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.039 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ H_0 นั่นคือตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

DPU

<u>สมมุติฐานข้อที่ 6</u> ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_0 : ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

H_1 : ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตารางที่ 4.63

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ

ตัวแปร	ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ
ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	r = 0.060 Sig (2-tailed) = 0.231

จากตารางที่ 4.63 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ พบว่ามีค่า r = 0.060 และค่า Sig (2-tailed) เท่ากับ 0.231 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ H_0 นั่นคือตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

DPU

<u>สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน</u>

ผลการทดสอบสมมุติฐานทั้ง 6 ข้อ ปรากฏว่ามีทั้งยอมรับและปฏิเสธสมมุติฐาน ดังที่ได้แสดงผลสรุปไว้ในตารางที่ 4.64

ตารางที่ 4.64

แสดงผลสรุปการทดสอบสมมุติฐานทางการวิจัยทั้ง 6 ข้อ

สมมุติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
1. หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	
1.1 หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	
1.1.1 หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.1.2 หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.1.3 หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.1.4 หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ
1.1.5 หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.2 หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	

1.2.1 หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ
1.2.2 หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ
1.2.3 หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.2.4 หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ
1.2.5 หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ
1.3 หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	
1.3.1 หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.3.2 หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ
1.3.3 หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ
1.3.4 หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ
1.3.5 หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับ สื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.4 หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	
1.4.1 หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ
1.4.2 หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ

DPU

1.4.3 หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.4.4 หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ
1.4.5 หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.5 หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	
1.5.1 หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.5.2 หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ
1.5.3 หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.5.4 หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ
1.5.5 หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
2. หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	
2.1 หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
2.2 หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
2.3 หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ
2.4 หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ

2.5 หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ
3. หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	
3.1 หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
3.2 หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
3.3 หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ
3.4 หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
3.5 หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน	ยอมรับ
4. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	
4.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับบความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	ปฏิเสธ
4.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	ยอมรับ
4.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	ยอมรับ
4.4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	ยอมรับ
4.5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	ปฏิเสธ
5. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	

5.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	ปฏิเสธ
5.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	ปฏิเสธ
5.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	ปฏิเสธ
5.4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	ปฏิเสธ
5.5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อภาพยนตร์เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	ยอมรับ
6. ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ	ปฏิเสธ

DPU

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง " พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ความรู้และทัศนคติที่มีต่ออาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนในเขตกรุงเทพมหานคร " มีวัตถุประสงค์การศึกษา ดังนี้

1.เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

2.เพื่อศึกษาความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

3.เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนกับความรู้ และทัศนคติ เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

เพื่อที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้ดำเนินการค้นหาและรวบรวมข้อมูลโดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One – Shot Descriptive Study) ซึ่งมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) โดยสุ่มเลือกกลุ่มผู้ประกอบการค้า/ธุรกิจส่วนตัว กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร และกลุ่มรับจ้าง/งานบริการแบบง่ายจากชื่อบริษัทในสมุดหน้าเหลืองตามกลุ่มประเภทของธุรกิจ ประเภทละ 10 แห่ง แล้วทำการสุ่มแบบเจาะจงเลือกแห่งละ 8 คน รวม 240 คน ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างแม่บ้านทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแม่บ้านจาก SUPERMARKET ในห้างสรรพสินค้าและตลาดสดในย่านชุมชนในแต่ละเขตพื้นที่จากรายชื่อห้างสรรพสินค้าและเขตพื้นที่ที่มีอยู่ในกรุงเทพมหานครอย่างละ 5 แห่งรวม 10 แห่ง แล้วทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเลือกแห่งละ 8 คน รวม 80 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่างสุดท้ายคือ กลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายจากรายชื่อสถานที่ราชการจากสมุดโทรศัพท์หน้าขาวโดยสุ่มเลือกทั้งหมด 10 แห่ง แล้วทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงแห่งละ 8 คน รวม 80 คน รวมกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทั้งหมด 400 คน

สรุปผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ข้อมูลเชิงพรรณนาของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1.ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพ และรายได้

2.พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

3.ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

4.ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

1.<u>ลักษณะทางประชากรศาสตร์</u>

กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษา เป็นหญิงวัยกลางคนอายุระหว่าง 40-60 ปี โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร แม่บ้าน ธุรกิจส่วนตัว และรับจ้าง/งานบริการ กลุ่มละ 80 คน เท่าๆ กัน จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นหญิงวัยกลางคนตอนต้นคืออยู่ในช่วงอายุ40-46 ปี รองลงมาเป็นหญิงวัยกลางคนตอนกลางคือช่วงอายุ 47-53 ปี และสุดท้ายคือหญิงวัยกลางคนตอนปลายคือช่วงอายุ 54-60 ปี ในเรื่องระดับการศึกษามีมากเป็นอันดับหนึ่ง คือกลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อันดับ 2 คือมีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า อันดับ 3 คือระดับปวส. อนุปริญญา หรือเทียบเท่า ส่วนระดับประถมศึกษาตอนปลาย มัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่ามีจำนวนใกล้เคียงกัน และอันดับสุดท้ายมีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสมากที่สุด รองลงมามีสถานภาพโสด และน้อยที่สุดคือสถานภาพม่าย/หย่า และกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาทหรือน้อยกว่า มีจำนวนมากเป็นอันดับ 1 อันดับ 2 คือมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท อันดับ 3 มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท อันดับ 4 มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป และมีรายได้ต่อเดือน 30,0001-40,000 บาท มีจำนวนน้อยเป็นอันดับสุดท้าย

2. <u>พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน</u>

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและสื่อภาพยนตร์ในระดับปานกลาง แต่มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในระดับที่มาก โดยสรุปกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อ

มวลชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจำแนกตามประเภทข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวการเมือง และข่าวบันเทิงในระดับที่มาก ส่วนการเปิดรับข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา ข่าวเศรษฐกิจ / ธุรกิจ และข่าวสุขภาพอนามัยอยู่ในระดับปานกลาง โดยสรุปกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง

และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของกลุ่มตัวอย่างพบว่า อันดับแรกกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการจากสื่อโทรทัศน์อยู่ในระดับมาก อันดับ 2 กลุ่มตัวอย่างเปิดรับจากสื่อหนังสือพิมพ์อยู่ในระดับปานกลาง และอันดับสุดท้ายที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการคือจากสื่อวิทยุ นิตยสาร และภาพยนตร์ คิดค่าเฉลี่ยโดยรวมของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อมวลชนแล้วจัดอยู่ในระดับน้อย

3. <u>ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน</u>

กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามถูกมากเป็นอันดับ 1 คือข้อ 1 เรื่องของการรับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่ อันดับ 2 คือข้อ 2 เรื่องการรับประทานข้าวซ้อมมือดีกว่าข้าวขัดขาว และอันดับ 3 คือข้อ 10 เรื่องประโยชน์ของการรับประทานฟักทอง และข้อ 14 เรื่องประโยชน์ของการรับประทานปลา ส่วนคำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบผิดมากที่สุดคือ ข้อ 11 คือกลุ่มตัวอย่างเข้าใจว่าการรับประทานอาหารอ่อนจะช่วยป้องกันปัญหาท้องผูกได้ และคำถามที่ตอบผิดมากเป็นอันดับที่ 2 คือข้อ 15 เรื่องโปรตีนช่วยในการเจริญเติบโตสำหรับผู้ใหญ่ และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยคะแนนของความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนของกลุ่มตัวอย่างแสดงว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

4. <u>ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน</u>

แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเป็นกลางต่อเรื่องเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับ1 ที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเชิงบวกคือ ข้อ 2 (ท่านคิดว่าผู้หญิงที่มีอายุย่างเข้า 40ปี ควรมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรับประทานอาหาร) อันดับ 2 ที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเชิงบวกคือ ข้อ4 (ท่านคิดว่า เนื่องจากการหมดประจำเดือนที่เกิดขึ้นของร่างกาย หญิงวัยกลางคนจึงต้องดูแลเรื่องอาหารเป็นพิเศษ) และ

อันดับ 3 คือข้อ 9 (ท่านคิดว่า ถ้ารับประทานอาหารครบ 5 หมู่ในจำนวนที่เพียงพอเป็นประจำจะไม่เกิดปัญหาเรื่องการขาดวิตามิน) ส่วนข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเชิงลบคือ ข้อ 11 (ท่านคิดว่าคนที่มีรายได้สูงจะมีความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการมากกว่าคนที่มีรายได้ต่ำ)

ผลการทดสอบสมมุติฐาน

สำหรับการทดสอบสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เพื่อคาดคะเนคำตอบว่า ปัจจัยทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ตัวใดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน รวมถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 3 ว่าเป็นอย่างไร โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และใช้ค่าสัมปะสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ ปรากฏผลดังนี้

<u>สมมุติฐานข้อที่ 1</u> หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน ผลปรากฏว่ามีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการดังนี้

1.1หญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน โดยพบว่าหญิงวัยกลางคนในช่วงอายุ 47-53 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารมากกว่าหญิงวัยกลางคนในช่วงอายุ 54-60 ปี

1.2หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์ เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุพบว่า หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพพนักงานเอกชน/ธนาคาร มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุมากกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อนิตยสารของหญิงวัยกลางคนพบว่าอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารมากกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพรับจ้าง/งานบริการ

1.3หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการเปิด

รับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารพบว่า หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีพฤติกรรมการเปิดรับมากที่สุด และหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารน้อยที่สุด สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ พบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน โดยหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีการเปิดรับมากที่สุด รองลงมาได้แก่หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี และหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่ามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์น้อยที่สุด

1.4หญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุพบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพม่าย/หย่า มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุมากที่สุด รองลงมาคือหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพโสด และหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุน้อยที่สุด สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสาร พบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพโสดมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารมากกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพม่าย/หย่า

1.5หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ และนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ พบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาทหรือน้อยกว่า สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสาร พบว่า หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีพฤติกรรมการเปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป และหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาทหรือน้อยกว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารน้อยที่สุด

<u>สมมุติฐานข้อที่ 2</u> หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนแตกต่างกัน ผลปรากฏว่า มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน ดังนี้

2.1หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนแตกต่างกัน โดยหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาจบปริญญาตรีจะมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากที่สุด และหญิงวัยกลางคนที่จบมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จบปวส. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า จบสูงกว่าปริญญาตรี จบประถมศึกษาตอนปลาย จบประถมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากตามลำดับ และหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาจบชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนน้อยที่สุด

2.2หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนแตกต่างกัน โดยหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากที่สุด อันดับ 2 คือหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท อันดับ 3 คือหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท อันดับ 4 คือหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาทหรือน้อยกว่า มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนน้อยที่สุด

<u>สมมุติฐานข้อที่ 3</u> หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนแตกต่างกัน ผลปรากฏว่า มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน ดังนี้

3.1หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนแตกต่างกัน โดยหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาจบมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่ามีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากที่สุด และหญิงวัยกลางคนที่จบมัธยมศึกษาตอนต้น จบประถมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จบปริญญาตรี จบสูงกว่าปริญญาตรี และจบประถมศึกษาตอนปลายมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับอาหารและโภชนการของหญิงวัยกลางคนน้อยลงตามลำดับ และหญิงวัยกลางคนที่จบปวส. อนุปริญญา หรือเทียบเท่ามีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนน้อยที่สุด

3.2หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน โดยพบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาทมีทัศนค

ติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนดีกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนดีกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป

<u>สมมุติฐานข้อที่ 4</u> พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน ผลปรากฏว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และนิตยสารเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับบความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ กล่าวคือ ยิ่งหญิงวัยกลางคนมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการจากสื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และนิตยสารมากเท่าใดก็จะยิ่งมีความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากขึ้นเท่านั้น

<u>สมมุติฐานข้อที่ 5</u> พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ผลปรากฏว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการจากสื่อภาพยนตร์เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ กล่าวคือ ยิ่งหญิงวัยกลางคนมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการจากสื่อภาพยนตร์มากเท่าใดก็จะยิ่งมีความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากขึ้นเท่านั้น

<u>สมมุติฐานข้อที่ 6</u> ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ผลปรากฏว่า ปฏิเสธสมมุติฐานข้อที่ 6 กล่าวคือ ไม่ว่าหญิงวัยกลางคนจะมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมากเท่าใด ก็ไม่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

อภิปรายผล

ข้อมูลเชิงพรรณนา

<u>พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อมวลชน</u>

จากผลการวิจัย กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับปานกลางโดยเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และมีการเปิดรับจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์ ในระดับปานกลาง แต่เมื่อสอบถามกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับประเภทของข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารประเภทการเมืองและบันเทิงมากที่สุด ส่วนเรื่องสุขภาพอนามัย กลุ่มตัวอย่างสนใจในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อมวลชนในระดับน้อย โดยได้รับจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อหนังสือพิมพ์ และได้รับจากสื่อวิทยุ นิตยสาร และภาพยนตร์ ในระดับที่น้อย จากพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของกลุ่มตัวอย่างพบว่าสอดคล้องกับที่วิลเปอร์ ชแรมม์ (Wibur Schramm)(ชวรัตน์ เชิดชัย ,2527:160-166) ได้กล่าวไว้ โดยทั่วไปบุคคลมักจะเลือกรับสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด หรือหมายถึงสะดวกในการเปิดรับมากที่สุด และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนมากที่สุด เช่นเดียวกับที่แอสกิน (Askin) กล่าวว่า ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับสื่อที่จะหามาได้ (Availability) เปิดรับได้โดยสะดวก ไม่ต้องพยายามมากนัก รวมทั้งเป็นสื่อที่เปิดรับเป็นประจำอยู่แล้ว ซึ่งโดยลักษณะทั่วไปของสื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่รับได้ทั้งการเห็นและการได้ยิน และเป็นสื่อที่เปิดรับได้ง่ายและสะดวก ทั้งยังเสนอภาพเคลื่อนไหว มีสีสัน เร้าใจ ไม่ต้องใช้ความสามารถในการอ่านและความตั้งใจมากกลุ่มตัวอย่างจึงมีการเปิดรับข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนในระดับปานกลาง แต่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อมวลชนในระดับที่น้อย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเมืองและบันเทิงมากกว่าข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ของจอห์น ซี. เมอร์ลิน (John C. Merrin) และราล์ฟ แอล. ลอเวนสตีน (Ralph L. Lowenstein)(ชวรัตน์ เชิดชัย,2527:170-171) กล่าวถึงประโยชน์ใช้สอยของตนเอง(Self – Aggrandizement) เป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นเหตุผลหรือแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีการเลือกเปิดรับสื่อในการสื่อสาร เพื่อช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งได้ให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง

<u>ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน</u>

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนในระดับปานกลางเท่านั้น สามารถอธิบายได้จากการศึกษาของนักวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนหลาย ๆ คน(ปรมะ สตะเวทิน,2539:171-185) คือต้องอาศัยอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีอยู่แพร่หลายช่วยกันให้ข้อมูลข่าวสารแก่กลุ่มเป้าหมายหลาย ๆ ทาง ยิ่งความคิดเห็นใดถูกเผยแพร่สู่มวลชนอย่างกว้างขวางมากเท่าใด ประชาชนจะได้รับอิทธิพลหรือถูกกำหนดด้วยสื่อมวลชนมากขึ้นเท่านั้น สำหรับผลการวิจัยดังกล่าวจะสังเกตเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อมวลชนในระดับน้อย จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีผลคะแนนทดสอบความรู้อยู่ในระดับที่ไม่ดี

<u>ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน</u>

จากผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเป็นกลางเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนสามารถอธิบายได้จากหลักการเกิดทัศนคติ(รามคำแหง,มหาวิทยาลัย,2523: 238-240)ที่กล่าวว่า ทัศนคติของบุคคลส่วนหนึ่งเกิดจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ ความเชื่อ ทัศนคติที่มีอยู่เดิม รวมทั้งจากสื่อมวลชน จากการเผยแพร่เรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนของสื่อมวลชน เท่าที่กลุ่มตัวอย่างพบยังมีน้อยจึงเป็นผลให้กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเป็นกลางต่อเรื่องเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

การทดสอบสมมุติฐาน

<u>สมมุติฐานข้อที่ 1</u> หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน โดยพบว่าหญิงวัยกลางคนในช่วงอายุ 47-53 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารมากกว่าหญิงวัยกลางคนในช่วงอายุ 54-60 ปี เนื่องจากลักษณะของการรับสื่อนิตยสารมักจะต้องออกไปซื้อตามแผงหนังสือ แต่หญิงวัยกลางคนช่วง54-60 ปีจะไม่ค่อยชอบออกไปข้างนอกหลังจากทำงานเสร็จมักต้องการที่จะกลับไปพักผ่อนมากกว่าหญิงวัยกลางคนในช่วงอายุ 54-60 ปีจึงมีการรับสื่อนิตยสารน้อยกว่าหญิงวัยกลางคนในช่วง 47-53 ปี ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีของ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm) (ชวรัตน์

เชิดชัย,2527:160-166) ที่ว่า บุคลิกภาพเป็นปัจจัยทางด้านจิตใจอันหนึ่งที่มีผลต่อการรับสื่อของผู้รับสาร กล่าวคือ บุคลิกภาพของผู้รับสารเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร

และจากผลการวิจัยที่ว่าหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์ เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุพบว่า หญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพพนักงานเอกชน/ธนาคาร มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุมากกว่าอาชีพธุรกิจส่วนตัว เนื่องจากผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวจะไม่ค่อยมีเวลาในการฟังวิทยุ เวลาส่วนใหญ่จะต้องใช้ในการประกอบอาชีพ แต่ผู้ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน/ธนาคาร ลักษณะของงานสามารถที่จะฟังวิทยุไปพร้อมกับการทำงานได้เป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมทั่วไปในการสื่อสาร (ปรมะ สตะเวทิน ,2539:110-112) ที่ว่าสถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม (Position within a Social-Cultural System) เป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดพฤติกรรมการรับสารของผู้รับสาร สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อนิตยสารของหญิงวัยกลางคนพบว่าอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารมากกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีอาชีพรับจ้าง/งานบริการ เนื่องจากอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อไปพัฒนาตนเองให้ทันสังคมมีผลช่วยให้งานที่ทำเจริญก้าวหน้า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจึงมีการรับสื่อหนังสือพิมพ์/นิตยสารมากกว่าอาชีพรับจ้าง/งานบริการเป็นไปตามแนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของ จอห์น ซี. เมอริลล์ (John C. Merrin) และราล์ฟ แอล. ลอเวนสตีน (Ralph L. Lowenstein) (ชวรัตน์ เชิดชัย,2527:170-171)กล่าวถึง เหตุผลหรือแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีการเปิดรับสื่อว่ามาจากปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ ความเหงา ความอยากรู้อยากเห็น และประโยชน์ใช้สอยของตนเอง

และจากผลการวิจัยที่ว่าหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารพบว่า หญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีพฤติกรรมการเปิดรับมากกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าเนื่องจากผู้ที่มีความรู้มากจะมีการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารมากกว่าผู้มีความรู้น้อยเป็นไปตามทฤษฎี ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของ วิลเบอร์

ชแรมม์ (Wilbur Schramm) (ชวรัตน์ เชิดชัย,2527:160-166)ที่ว่า บุคคลที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่นสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าสื่ออื่น สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ พบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน โดยหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีการเปิดรับมากที่สุด เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่รับได้โดยการดูและการฟัง ผู้ที่มีความรู้มากจะสามารถเข้าใจสารที่ผู้ส่งสารต้องการได้มากกว่าผู้ที่มีความรู้น้อย สำหรับหญิงวัยกลางคนที่มีความรู้สูงกว่าปริญญาตรีมีการรับสื่อโทรทัศน์น้อยกว่าระดับปริญญาตรีอาจเนื่องมาจากผู้มีความรู้มากมักจะมีเวลาในการรับชมโทรทัศน์น้อยเพราะผู้มีความรู้สูงมักมีหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบสูง ต้องให้เวลากับหน้าที่การงานมากกว่าเป็นไปตามแนวคิดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกในการสื่อสาร ของ ทอดด์ ฮันท์ (Todd Hunt) และเบรนท์ ดี รูเบน (Brent D. Ruben) (ปรมะ สตะเวทิน,2539:121-122)กล่าวว่า สภาวะ (Context) เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกในการสื่อสาร

ส่วนผลการวิจัยที่พบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุพบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพม่าย/หย่า มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุมากที่สุดเนื่องจากผู้ที่เป็นม่ายคือหญิงที่เคยอยู่ร่วมกับคนรักและขาดการติดต่อกับเพื่อนๆ แต่มีสาเหตุให้ต้องแยกกันอยู่ ความรู้สึกเหงาจึงมีมากกว่าหญิงที่เป็นโสดซึ่งยังไม่เคยอยู่ร่วมกับคนรักและยังมีการติดต่อกับเพื่อนๆ รองลงมาคือหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพโสด และหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพสมรสมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุน้อยที่สุดเนื่องจากต้องอยู่ร่วมกับคนรัก ไม่ค่อยมีเวลาส่วนตัวเป็นไปตามแนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ของ จอห์น ซี. เมอริลล์ (John C. Merrin) และราล์ฟ แอล. ลอเวนสตีน (Ralph L. Lowenstein) กล่าวถึง เหตุผลหรือแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีการเปิดรับสื่อว่ามาจากปัจจัย 3 ประการ ในที่นี้ได้แก่ ความเหงา สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสาร พบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพโสดมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อนิตยสารมากกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีสถานภาพม่าย/หย่า เนื่องจากผู้ที่เป็นโสดยังมีความสนใจสิ่งแวดล้อมภายนอกมาก ต้องการเป็นผู้ที่ทันต่อเหตุการณ์ภายนอกจึงมีการเปิดรับสื่อมากกว่า เป็นไปตามแนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ของ จอห์น ซี. เมอริลล์ (John C. Merrin) และราล์ฟ แอล. ลอเวนสตีน (Ralph L. Lowenstein)

(ชวรัตน์ เชิดชัย,2527:170-171)กล่าวถึง เหตุผลหรือแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีการเปิดรับสื่อว่ามาจากปัจจัย 3 ประการ ในที่นี้ได้แก่ ความอยากรู้อยากเห็น และประโยชน์ใช้สอยของตนเอง

และผลการวิจัยที่พบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ และนิตยสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการแตกต่างกัน สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ พบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาทหรือน้อยกว่าเนื่องจากผู้ที่มีรายได้สูงย่อมเป็นผู้ที่มีหน้าที่การงานดีจึงต้องมีการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์เพื่อความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เป็นไปตามตามแนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ของ จอห์น ซี. เมอริลล์ (John C. Merrin) และราล์ฟ แอล. ลอเวนสตีน (Ralph L. Lowenstein) (ชวรัตน์ เชิดชัย,2527:170-171) กล่าวถึง เหตุผลหรือแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีการเปิดรับสื่อว่ามาจากปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ ความเหงา ความอยากรู้อยากเห็น และประโยชน์ใช้สอยของตนเองสำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสาร พบว่า หญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารมากที่สุด รองลงมาคือหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป และหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาทหรือน้อยกว่ามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสารน้อยที่สุดเนื่องจากผู้มีรายได้น้อยจึงต้องประหยัดเงินไว้ใช้จ่ายเฉพาะที่จำเป็น และการรับสื่อนิตยสารแต่ละครั้งต้องเสียค่าใช้จ่ายมากเพราะปัจจุบันนิตยสารราคาค่อนข้างสูง เป็นไปตามแนวคิดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกในการสื่อสาร ของ ทอดด์ ฮันท์ (Todd Hunt) และเบรนท์ ดี รูเบน (Brent D. Ruben) (ปรมะ สตะเวทิน,2539:121-122)กล่าวว่า สภาวะ (Context) เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกในการสื่อสาร

<u>สมมุติฐานข้อที่ 2</u> หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนแตกต่างกัน ผลปรากฏว่า มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน ดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนแตกต่างกัน โดยหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาจบ

ปริญญาตรีจะมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากที่สุด เนื่องจากหญิงวัยกลางคนที่จบปริญญาตรีมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสาร หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์มากที่สุด และเป็นผู้ที่มีการศึกษาดีจึงเป็นผู้ที่สามารถเข้าใจข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการได้ดี เป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้รับสาร (ปรมะ สตะเวทิน ,2539:110-112) ที่ว่าทักษะในการสื่อสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดการรับสารของมวลชนผู้รับสาร

และผลการวิจัยที่พบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนแตกต่างกัน โดยหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากที่สุด เนื่องจากหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไปมักจะเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูง มีประสบการณ์สูงและมีการเปิดรับข่าวสารจากหลาย ๆ สื่อมากกว่าเห็นได้จากผลการวิจัยหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ 40,001 ขึ้นไป มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนิตยสาร และหนังสือพิมพ์มากที่สุด จึงเป็นไปได้ว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไปจะมีความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการมากกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 บาทหรือน้อยกว่า อธิบายได้ด้วยแนวความคิดเดียวกับข้างต้น

<u>สมมุติฐานข้อที่ 3</u> หญิงวัยกลางคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนแตกต่างกัน ผลปรากฏว่า มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน ดังนี้

จากผลการวิจัยที่พบว่าหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนแตกต่างกัน โดยหญิงวัยกลางคนที่มีระดับการศึกษาจบมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่ามีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากที่สุด และหญิงวัยกลางคนที่จบมัธยมศึกษาตอนต้น จบประถมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จบปริญญาตรี จบสูงกว่าปริญญาตรี และจบประถมศึกษาตอนปลายมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับอาหารและโภชนการของหญิงวัยกลางคนน้อยลงตามลำดับ และหญิงวัยกลางคนที่จบปวส. อนุปริญญา หรือเทียบเท่ามีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนน้อยที่สุด อธิบายได้จากแนวความคิดเรื่องการเกิดทัศนคติ (รามคำแหง,มหาวิทยาลัย,2523:238-240) กล่าวว่าทัศนคติของบุคคลเกิดขึ้นจากสิ่งต่าง ๆ เช่นการเรียนรู้ จากประสบการณ์ที่สะสมมา รวมไป

ถึงบุคลิกภาพ และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน จึงเป็นไปได้ว่าหญิงวัยกลางคนที่มีการศึกษาต่ำอาจจะไม่เข้าใจข่าวสารที่สื่อออกไปโดยเฉพาะศัพท์เกี่ยวกับสุขภาพ สำหรับผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะให้ความสำคัญกับความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานในสังคมจนไม่มีเวลาที่จะใส่ใจเรื่องสุขภาพ จึงเป็นไปได้ว่าหญิงวัยกลางคนกลุ่มนี้ไม่ค่อยมีทัศนคติต่อเรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

<u>สมมุติฐานข้อที่ 4</u> พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน ผลปรากฏว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และนิตยสารเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับบความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ กล่าวคือ ยิ่งหญิงวัยกลางคนมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการจากสื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และนิตยสารมากเท่าใดก็จะยิ่งมีความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากขึ้นเท่านั้น อธิบายได้จากการศึกษาถึงผลกระทบของสื่อมวลชนต่อความรู้และทัศนคติของ โฮฟแลนด์ (Hovland) และคณะ (วรรณา สุชาติสุธาธรรม,2539 : 49) ที่พบว่า ท่าทีของบุคคลอันเนื่องมาจากทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปนั้น เกิดจากสารสนเทศที่เป็นสิ่งเร้ามากระทบบุคคลภายใต้สภาพแวดล้อมของบุคคล ทำให้บุคคลสนใจในสารนั้น และนำมาใคร่ครวญอย่างลึกซึ้งมากขึ้น เพื่อที่จะตัดสินใจต่อไปว่าจะยอมรับสารนั้นต่อหรือไม่ หากเกิดการยอมรับก็จะส่งผลกระทบต่อบุคคลในด้านความรู้และทัศนคติ (KA) ในที่นี้จึงแสดงว่า เมื่อหญิงวัยกลางคนได้รับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และนิตยสารแล้ว ได้นำมาใคร่ครวญและตัดสินใจยอมรับ จึงก่อให้เกิดความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนขึ้น

<u>สมมุติฐานข้อที่ 5</u> พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ผลปรากฏว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการจากสื่อภาพยนตร์เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ กล่าวคือ ยิ่งหญิงวัยกลางคนมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการจากสื่อภาพยนตร์มากเท่าใดก็จะยิ่งมีความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากขึ้นเท่านั้น การที่เป็นเช่นนั้นอธิบายได้ด้วยเหตุผลเดียวกับเรื่องของความรู้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอ.ซี. โฮล์มส์ (A.C.Holmes : 1963)ที่พบว่าภาพยนตร์มีคุณค่าแก่การจูงใจได้เป็นอย่างดีโดยเฉพาะในแง่ของการทำให้ผู้ชมคุ้นเคยและจำสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลไม่ว่าในเรื่องใด หรือในเรื่องโภชนาการได้เป็นอย่างดี

<u>สมมุติฐานข้อที่ 6</u> ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ ผลปรากฏว่า ปฏิเสธสมมุติฐานข้อที่ 6 กล่าวคือ ไม่ว่าหญิงวัยกลางคนจะมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมากน้อยเท่าใด ก็ไม่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน เป็นไปตามที่แนนซี อี ชวาร์ทซ์ (Nancy E. Schwartz) (อ้างใน โสภิตสุดา มงคลเกษม,2539 : 50) ที่ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของคนว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตัวในรูปแบบหนึ่งว่าความรู้และทัศนคติต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทัศนคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน

อภิปรายผลการวิจัยโดยรวม

จากความหมายของการสื่อสารมวลชน หมายถึงกระบวนการของการสื่อสารไปยังคนจำนวนมากและมีลักษณะที่แตกต่างกัน ในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อและผู้ส่งสารมักเป็นหรือดำเนินการภายใต้กิจการที่สลับซับซ้อนมีค่าใช้จ่ายมหาศาล โดยที่สื่อมวลชน หมายถึง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร และภาพยนตร์ จากงานวิจัยที่ศึกษาพบว่าเป็นไปตามความหมายของการสื่อสารที่กล่าวข้างต้น เพราะกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีจำนวนมากและมีความแตกต่างกันในเรื่องของประชากรศาสตร์ ถึงแม้ผู้วิจัยจะแบ่งกลุ่มการสุ่มหาตัวอย่างตามลักษณะของอาชีพแล้วแต่กลุ่มตัวอย่างก็ยังมีความแตกต่างกันในเรื่องรายได้ สถานภาพ อายุ และการศึกษา ซึ่งเห็นได้จากแบบสอบถามในส่วนแรก สำหรับผู้ส่งสาร กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากรายการต่าง ๆ ทางช่องต่าง ๆ คลื่นวิทยุต่าง ๆ ซึ่งแต่ละแห่งล้วนมีลักษณะการดำเนินงานที่ซับซ้อน ต้องใช้ค่าใช้จ่ายมาก

งานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน เป็นงานวิจัยที่ศึกษาถึงหน้าที่หนึ่งของสื่อมวลชน (วาสนา จันทร์สว่าง และทัศนีย์ อินทรสุขศรี,2532 :49-51)นั่นคือ หน้าที่ด้านการเผยแพร่ข่าวสารแก่ประชาชนเพื่อสนองสิทธิของคนอื่น และข่าวสารนั้นต้องเป็นสิ่งที่จะเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้อื่นสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านต่าง ๆ จากผลการวิจัยพบว่าสื่อมวลชนทำหน้าที่นี้ได้ไม่ดี เนื่องจากผลการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อข่าวสารในเรื่องดังกล่าวของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการจากสื่อมวลชนยังมีน้อย และไม่ค่อยชัดเจน

จากทฤษฎีเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชน (ปรมะ สตะเวทิน ,2539 : 171-185) โดยนักวิจัยชาวเยอรมันนี ชื่อ เอลิซาเบธ โนเอลนอยมานน์ (Elizabeth Noelle-Neumann) ที่กล่าวว่าใน

ชีวิตจริงนั้นสื่อมวลชนมีอยู่แพร่หลายทั่วไปจนเป็นการยากที่บุคคลจะหนีสารของสื่อมวลชนพ้น การที่สื่อมวลชนต่าง ๆ เสนอเรื่องราวและข่าวซ้ำ ๆ กัน เหมือน ๆ กัน ได้ส่งเสริมอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อประชาชนเพราะประชาชนมีทางเลือกไม่มากนักที่จะเลือกรับรู้ ซึ่งประชาชนไม่มีโอกาสเลือกรับรู้มากเท่าใด อิทธิพลของสื่อมวลชนยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น ยิ่งความคิดเห็นใดถูกเผยแพร่สู่มวลชนอย่างกว้างขวางมากเท่าใด ทัศนคติของประชาชนจะได้รับอิทธิพลหรือถูกกำหนดด้วยสื่อมวลชนมากเท่านั้น ซึ่งในทางกลับกันหากสื่อมวลชนนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆน้อย ก็ย่อมทำให้ประชาชนมีทัศนคติในเรื่องดังกล่าวน้อยตามไปด้วย ดังนั้นผลการวิจัยของผู้วิจัยจึงสนับสนุนงานวิจัยดังกล่าว เนื่องจากผลการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการจากสื่อมวลชนและทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน พบว่าหญิงวัยกลางคนมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในเรื่องดังกล่าวน้อย จึงทำให้หญิงวัยกลางคนมีทัศนคติเชิงบวกต่อเรื่องดังกล่าวในระดับปานกลางเท่านั้น

สำหรับพฤติกรรมทั่วไปในการสื่อสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2539:110-112) หมายถึงพฤติกรรมตามปกติของมวลชนผู้รับสารในการรับสารจากองค์การสื่อมวลชน หรือนักสื่อสารมวลชน พฤติกรรมการรับสารของมวลชนผู้รับสารนั้นถูกกำหนดโดยปัจจัยต่าง ๆ ทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยา ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร (Communication SkillS) ทัศนคติ (Attitudes) ความรู้ (Knowledge) และสถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม (Position within a Social-Cultural System) ซึ่งเห็นได้จากผลการวิจัยคือ หญิงวัยกลางคนมีความรู้แตกต่างกันย่อมทำให้พฤติกรรมการรับสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน นั่นคือหญิงวัยกลางคนที่มีการศึกษาสูงจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าหญิงวัยกลางคนที่มีการศึกษาต่ำ

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร,2533 : 118-125) กล่าวว่าทฤษฎี KAP มีหลักการว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้าความรู้ดี ทัศนคติจะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงก็ย่อมมีการยอมรับปฏิบัติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม สำหรับความรู้ ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้น อาจปรากฏได้ในรูปแบบของการตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) นั่นคือ การสื่อสารสังคมมักสร้างความสับสนให้กับสมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศ โดยการอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน

สำหรับทัศนคติในทฤษฎี KAP นั้น ทัศนคติเป็นผลกระทบที่เกิดจากสารสนเทศที่ส่งออกไปเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความวิตกกังวลหรือความผูกพันในประเด็นที่มากระทบผู้รับสาร จากผลการวิจัยผลกระทบของการสื่อสารกับอาหารและโภชนาการของสื่อมวลชนต่อกลุ่มตัวอย่างมีน้อย

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างพบเห็นข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวจากสื่อมวลชนน้อยทำให้ความผูกพันในประเด็นดังกล่าวมีน้อย มีผลให้กลุ่มตัวอย่างเกิดมีทัศนคติต่อเรื่องเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนในระดับปานกลางเท่านั้น

สำหรับพฤติกรรม ในงานวิจัยนี้เป็นเพียงการวิจัยเพื่อคาดการณ์แนวโน้มของพฤติกรรม โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล เนื่องจากบุคคลจะมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องมาจากมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน เพราะพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความสามารถในการแปลความสารที่ตนเองได้รับแตกต่างกันซึ่งจะสามารถคาดการณ์แนวโน้มของพฤติกรรมการรับประทานอาหารและการปฏิบัติตัวที่ถูกหลักโภชนาการของหญิงวัยกลางคนส่วนรวมได้จากค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

จากผลการวิจัยพอจะสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทำให้มีการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน เพราะการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของกลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงตนเองเป็นหลักไม่ว่าจะเป็นสิ่งแวดล้อม ประโยชน์ที่ได้รับ หรือความจำเป็นต่าง ๆ จึงมีผลทำให้ความรู้และทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน และเนื่องจากการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการจากสื่อมวลชนอยู่ในระดับที่น้อย จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้และทัศนคติต่อเรื่องอาหารและโภชนาการในระดับที่ไม่ดี ซึ่งมีผลทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่ค่อยสนใจเรื่องดังกล่าวตามไปด้วย ซึ่งอาจเป็นผลทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่มีการปฏิบัติ หรือปฏิบัติน้อย เกี่ยวกับการรับประทานอาหารให้ถูกหลักโภชนาการจึงทำให้หญิงวัยกลางคนพบปัญหาในเรื่องของสุขภาพตามที่ได้กล่าวในบทที่ 1 ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎี KAP (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร,2533 : 118-125)

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากข้อมูลพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และยังเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดด้วย อีกทั้งสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมที่จะเสนอข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนก็เป็นสื่อโทรทัศน์ แสดงให้เห็นว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับมากกว่าสื่ออื่น ๆ เพราะลักษณะเฉพาะของสื่อโทรทัศน์ที่สามารถชมได้ทั้งภาพและเสียง สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มตัวอย่างได้มากกว่า แต่จากผลการเก็บข้อมูลพบว่าข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุดเป็นข่าวสารการเมืองและความบันเทิง โดยข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพและอนามัยกลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจน้อย อาจเป็นเพราะว่าสื่อมวลชนมีการนำเสนอน้อย และมีการจัดเวลาไม่เหมาะสม แต่

จากการสำรวจทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเป็นกลางต่อข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างไม่ปฏิเสธที่จะรับข่าวสารดังกล่าว ดังนั้นสื่อมวลชนควรปรับปรุงการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการจากสื่อมวลชนให้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนการของหญิงวัยกลางคนมากยิ่งขึ้น เพราะจากผลการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ก็มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนการของหญิงวัยกลางคน นั่นแสดงว่ายิ่งกลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการมากขึ้นเท่าใดก็จะยิ่งมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากขึ้นเท่านั้น และสื่อที่น่าจะให้ความสำคัญรองลงมาคือสื่อหนังสือพิมพ์เพราะกลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากเป็นอันดับสอง และจากลักษณะของสื่อหนังสือพิมพ์สามารถอ่านได้นานและสามารถเก็บไว้อ่านในภายหลังได้สามารถอ่านได้หลายครั้งจึงเหมาะสมที่จะใช้เป็นสื่อรองในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนอีกสื่อหนึ่ง

2.จากผลการสำรวจรายชื่อรายการสื่อโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการพบว่าส่วนใหญ่เป็นรายการเฉพาะที่นำเสนอเฉพาะผู้หญิงโดยเฉพาะแต่ไม่ได้เจาะจงเฉพาะข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการโดยตรง เป็นการนำเสนอแต่เพียงส่วนหนึ่งของรายการเท่านั้นซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ถึงแม้บางรายการบางคอลัมน์เสนอข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการโดยตรงแต่ก็มีปริมาณเนื้อหาที่น้อยไม่ชัดเจน หากสามารถนำเสนอรายการเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการโดยตรงให้มากและชัดเจนมากขึ้นได้จะดีมาก

3.นอกจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและภาพยนตร์แล้วสื่อที่น่าสนใจที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญคือสื่อบุคคลซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของกนกภรณ์ อ่วมพราหมณ์ (2541)พบว่าการกระตุ้นให้ครอบครัวและคนใกล้ชิดมีส่วนช่วยสนับสนุนให้หญิงวัยกลางคนมีพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ดังจะเห็นได้จากกลุ่มบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยคือบุคคลที่ใกล้ชิดกับกลุมตัวอย่าง นอกจากสื่อบุคคลแล้วสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่นใบปลิว แผ่นพับ ก็เป็นสื่อที่องค์กรที่เกี่ยวข้องควรให้ความสนใจเพราะใบปลิว แผ่นพับเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างสามารถหยิบอ่านได้ง่าย และสามารถเป็นเจ้าของได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย กลุ่มตัวอย่างจึงเปิดรับข่าวสารได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1.เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติและความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนเท่านั้น โดยมิได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการรับประทานอาหารของหญิงวัยกลางคน การวิจัยครั้งนี้จึงเป็นเพียงการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าว เพื่อคาดการแนวโน้มของพฤติกรรมการรับประทานอาหารของหญิงวัยกลางคนโดยอาศัยความรู้ และทัศนคติของหญิงวัยกลางคนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนรณรงค์ให้หญิงวัยกลางคนมีการปฏิบัติตัวในการรับประทานอาหารที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ โดยมิได้เน้นถึงพฤติกรรมการรับประทานอาหารของหญิงวัยกลางคนในปัจจุบันว่ามีการปฏิบัติตัวอย่างไร ดังนั้นเพื่อการศึกษาที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการรับประทานอาหารให้ถูกหลักโภชนาการของหญิงวัยกลางคนด้วย

2.ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาหารและโภชนากการของหญิงวัยกลางคนจากสื่ออื่น ๆ นอกเหนือจากสื่อมวลชน รวมทั้งควรจะมีการศึกษาถึงโครงการอื่น ๆ ที่จะมีส่วนช่วยให้หญิงวัยกลางคนมีความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการที่ถูกต้องซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติตัวในการรับประะทานอาหารที่ถูกต้องได้หรือไม่

3.ควรมีการศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ ความรู้ รวมถึงพฤติกรรมในการรับประทานอาหารให้ถูกต้องตามหลักโภชนาการจากกลุ่มอื่น ๆ ด้วย เพราะถ้าหากการรับประทานอาหารของคนทุกกลุ่มได้รับการดูแลทุกช่วงอายุก็จะทำให้ประชากรไทยทุกคนมีสุขภาพที่แข็งแรง โดยที่สื่อมวลชนจะมีส่วนช่วยส่งเสริมเป็นแรงผลักดันหรือมีส่วนช่วยในด้านต่างๆ ให้โครงการต่าง ๆ สำเร็จได้หรือไม่ ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าจะศึกษาต่อไป

4.ปัญหาการเปลี่ยนแปลงของร่างกายนอกจากจะเกิดกับผู้หญิงแล้ว ปัญหาการเปลี่ยนแปลงที่เกิดกับผู้ชาย หรือที่เรียกว่าผู้ชายวัยทองก็เป็นปัญหาที่น่าสนใจที่จะศึกษาต่อไป

5.ควรจะศึกษาประชากรที่อยู่ในเขตต่างจังหวัดด้วยเพราะประชากรในเขตต่างจังหวัดมีจำนวนประชากรมาก ถ้าหากเราสามารถศึกษาได้ทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดก็จะทำให้ประชากรไทยมีสุขภาพดีหรือมีปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพน้อยลงได้ทั้งประเทศ

ภาคผนวก

DPU

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ความรู้และทัศนคติที่มีต่ออาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนในเขตกรุงเทพมหานคร

<u>ส่วนที่1</u> แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง สำหรับผู้สัมภาษณ์ให้ท่านใส่เครื่องหมาย / ลงในวงเล็บ หน้าข้อความที่ตรงกับข้อความที่เป็นจริงของผู้ถูกสัมภาษณ์ในปัจจุบัน

1.ท่านอายุเท่าไร

( ) 40-46 ปี

( ) 47-53 ปี

( ) 54-60 ปี

2.ปัจจุบันท่านมีอาชีพอะไร

( ) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) ธุรกิจส่วนตัว

( ) พนักงานบริษัทเอกชน/ธนาคาร ( ) รับจ้าง/งานบริการ

( ) แม่บ้าน ( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3.ท่านสำเร็จการศึกษาสูงสุดระดับใด

( ) จบประถมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ( ) จบประถมศึกษาตอนปลาย

( ) จบมัธยมศึกษาตอนต้น ( ) จบมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า

( ) ปวส. อนุปริญญา หรือเทียบเท่า ( ) ปริญญาตรี

( ) สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

4. สถานภาพสมรสปัจจุบัน

( ) โสด ( ) สมรส ( ) ม่าย/หย่า ( ) อื่น ๆโปรดระบุ.....

5.รายได้ต่อเดือนของครอบครัว

( ) 10,000 บาท หรือน้อยกว่า ( ) 10,001 – 20,000 บาท

( ) 20,001 - 30,000 บาท ( ) 30,001 – 40,000 บาท

( ) 40,001บาทขึ้นไป

DPU

<u>ส่วนที่ 2</u> พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

ขีดเครื่องหมาย / ในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

<u>ความหมายในคำตอบ</u>

ก. สม่ำเสมอ หรือทุกวัน หมายถึง ติดตามหรือสนใจอ่าน ฟัง หรือดูทุกครั้งที่มีรายการ

ข. ค่อนข้างบ่อย หมายถึง ติดตามหรือสนใจอ่าน ฟัง ดูบ่อยแต่ไม่ทุกครั้ง ขาดบ้างเมื่อจำเป็น เช่นเมื่อมีธุระ

ค. บางครั้งบางคราว หมายถึง อ่าน ฟัง หรือดู ตามความสะดวก

ง. นาน ๆ ครั้ง หมายถึง อ่านฟัง หรือดู โดยไม่ได้ตั้งใจ แต่บังเอิญพบรายการนั้น ส่วนมากเกินกว่า 1 ครั้งต่อเดือน

จ. ไม่เคย หมายถึง ไม่ติดตาม หรือไม่สนใจอ่านฟัง หรือดูรายการ

1. ปกติท่านเปิดรับข้อมูลจากสื่อต่อไปนี้มากน้อยเพียงไร	ไม่เคย	นาน ๆ ครั้ง	บางครั้ง บางคราว	ค่อนข้าง บ่อย	สม่ำเสมอ หรือทุกวัน
- วิทยุ					
- หนังสือพิมพ์					
- โทรทัศน์					
- นิตยสาร					
- ภาพยนตร์					

2. ข่าวสารข้อมูลที่ท่านติดตามจากสื่อมวลชนเป็นประจำ คือ	ไม่เคย	นาน ๆ ครั้ง	บางครั้ง บางคราว	ค่อนข้าง บ่อย	สม่ำเสมอ หรือทุกวัน
- ข่าวการเมือง					
- ข่าวต่างประเทศ					
- ข่าวกีฬา					
- เศรษฐกิจ/ธุรกิจ					
- สังคม					
- บันเทิง					
- สุขภาพและอนามัย					

DPU

3. ท่านเคยอ่าน ฟัง ดู รายการเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อเหล่านี้มากน้อยเพียงใด	ไม่เคย	นาน ๆ ครั้ง	บางครั้งบางคราว	ค่อนข้างบ่อย	สม่ำเสมอหรือทุกวัน
- วิทยุ					
- หนังสือพิมพ์					
- โทรทัศน์					
- นิตยสาร					
- ภาพยนตร์					

4. ปกติท่านชมรายการโทรทัศน์ที่เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

จากรายการ.....

5. ปกติท่านฟังรายการวิทยุที่เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

จากรายการ.....

6. ปกติท่านอ่านหนังสือพิมพ์ที่เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

จากหนังสือพิมพ์.....คอลัมน์.....

7. ปกติท่านอ่านนิตยสารที่เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

จากนิตยสาร.....คอลัมน์.....

8. ท่านคิดว่าความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการที่ผ่านสื่อมวลชนเป็นอย่างไร (โปรดกาเครื่องหมาย / ลงใน☐)

☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ปรับปรุง

เพราะเหตุใดและควรปรับปรุงอย่างไร_____

9. ในสภาพปัจจุบันท่านมีความเห็นว่าการเผยแพร่เรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนจากสื่อมวลชนเป็นอย่างไร (โปรดกาเครื่องหมาย / ลงใน☐)

☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ปรับปรุง

เพราะเหตุใดและควรปรับปรุงอย่างไร_____

10. ท่านคิดว่าสื่อใดเหมาะสมที่จะเผยแพร่เรื่องอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคนมากที่สุด

_____

DPU

<u>ส่วนที่ 3</u> ความรู้เกี่ยวกับอาหารและโภชนาการของหญิงวัยกลางคน

โปรดกาเครื่องหมายถูก หรือ ✓ ลงในช่องว่าง ..... หน้าข้อความที่เห็นว่าถูก

หรือเครื่องหมายผิด หรือ X ลงในช่องว่าง..... หน้าข้อความที่เห็นว่าผิด

" หญิงวัยกลางคนควรมีการบริโภคอาหารและโภชนาการ ดังนี้ "

..... 1. รับประทานอาหารให้ครบ 5 หมู่อย่างเพียงพอ ไม่ซ้ำซาก

..... 2. ข้าวหอมมะลิขัดขาวดีต่อหญิงวัยกลางคนมากกว่าข้าวซ้อมมือ

..... 3. ไม่รับประทานถั่วเหลืองหรือผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลืองมาก

..... 4. ผู้สูงอายุทั่วไปมักขาดวิตามินบี 12 ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้เกิดการหลงลืมได้

..... 5. ผักและผลไม้ไม่ว่าสีใดก็เป็นประโยชน์ต่อสายตาได้

..... 6. การหุงต้มในหนึ่งวันควรใช้น้ำมันไม่เกิน 1 ช้อนโต๊ะ

..... 7. วิตามินซีมีมากในไข่แดง นม เครื่องในสัตว์

..... 8. ฟักทอง ช่วยรักษาสายตาที่เสื่อมลงตามวัย

..... 9. รับประทานอาหารอ่อน ช่วยป้องกันปัญหาท้องผูก

..... 10. เส้นใยอาหารมีมากในเนื้อสัตว์

..... 11. โปรตีน ช่วยในการเจริญเติบโตสำหรับผู้ใหญ่

..... 12. ปลา ช่วยซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ

..... 13. สารอาหารที่ช่วยให้เลือดแข็งตัวเร็วมีเฉพาะในปลาทะเลเท่านั้น

..... 14. รับประทานปลาเป็นประจำจะทำให้เสี่ยงต่อการเป็นโรคหัวใจน้อยลง

DPU

<u>ส่วนที่ 4</u> ทัศนคติเกี่ยวกับอาหารและโภชนการของหญิงวัยกลางคน

โปรดขีดเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ข้อมูล	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. ท่านคิดว่าท่านมีความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการดีพอที่จะดูแลสุขภาพของตนเองให้ดีไม่มีโรคได้					
2. ท่านคิดว่าผู้หญิงที่มีอายุย่างเข้า 40 ปี ควรมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรับประทานอาหาร					
3. ท่านคิดว่าการรับประทานแคลเซียมอัดเม็ดให้คุณค่าประโยชน์แก่ร่างกายมากกว่าการรับประทาน<u>อาหาร</u>ที่มีแคลเซียม					
4. ท่านคิดว่าเนื่องจากการหมดประจำเดือนที่เกิดขึ้นของร่างกายหญิงวัยกลางคนจึงต้องดูแลตัวเองเรื่องอาหารเป็นพิเศษ					
5. ท่านคิดว่าการเตรียมตัวรับการเปลี่ยนแปลงของชีวิตหลังหมดประจำเดือนนั้น จำเป็นต้องมีการเตรียมตัวมาก่อน หากไม่เช่นนั้นสิ่งที่ปฏิบัติเพื่อดูแลสุขภาพหลังหมดประจำเดือนก็จะไม่ได้ผล					
6. ท่านคิดว่าท่านมีการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอแล้ว ไม่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค					
7. ท่านคิดว่าท่านควรรับประทานอาหารเสริมให้มากขึ้น					
8. ท่านคิดว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีส่วนช่วยในการเผยแพร่ความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใกล้ชิด					
9. ท่านคิดว่าถ้ารับอาหารครบ 5 หมู่ในจำนวนที่เพียงพอเป็นประจำจะไม่เกิดปัญหาเรื่องการขาดวิตามิน					
10. ท่านคิดว่าคนที่มีการศึกษาน้อยจะมีความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการน้อยกว่าคนที่มีการศึกษาสูง					
11. ท่านคิดว่าคนที่มีรายได้สูงจะมีความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการมากกว่าคนที่มีรายได้ต่ำ					
12. ท่านคิดว่าความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการสำหรับท่านส่วนใหญ่ได้มาจากสื่อมวลชนมากกว่าคนรู้จัก					
13. ท่านคิดว่าความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการจากบุคคลที่รู้จักน่าเชื่อถือกว่าข้อมูลจากสื่อมวลชน					

<u>ขอขอบคุณที่ช่วยตอบแบบสอบถาม</u>

บรรณานุกรม

หนังสือ

กองคลังข้อมูลและสารสนเทศสถิติ."**สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย**".สำนักงานสถิติแห่งชาติ,2541.

กองวางแผนและพยากรณ์มนุษย์. "**การคาดประมาณการประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2523-2558**". สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. กรุงเทพมหานคร,2538.

กิติมา สุรสนธิ."**แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล**" . กรุงเทพมหานคร: สาขาบริหารการสื่อสารคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (อัดสำเนา),2535.

กิติมา สุรสนธิ."**ความรู้ทางการสื่อสาร**".พิมพ์ครั้งที่1.กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.(2541).

ชม ภูมิภาค. " **จิตวิทยาการเรียนการสอน**". พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช,2523

ชวรัตน์ เชิดชัย."**ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน**". กรุงเทพมหานคร : บพิธการพิมพ์,2527.

ชัยยงค์ พรหมวงศ์."**หลักการสื่อสารประสิทธิผล**". พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร : รุ่งศิลป์การพิมพ์.(2527).

บุญธรรม กิตปรีดาบริสุทธิ์. "**ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์**" , พิมพ์ครั้งที่ 5(กรุงเทพมหานคร : หสน.สามเจริญพานิช,2531.

ปรมะ สตะเวทิน. " **การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี**." กรุงเทพมหารนคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์,2539.

ประจวบ อินอ๊อด, "**การสำรวจทัศนคติเพื่อประสิทธิภาพในการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์**". "พฤติกรรมศาสตร์"มปท,มปป.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. "**ทัศนคติ : การวัด การเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย**. " กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์,2526 .

ประสาท อิศรปรีดา. "**จิตวิทยาการศึกษา**". กรุงเทพมหานคร : กราฟฟิคอาร์ต,2522.

กรุณาภรณ์ อิศรางกูล ณ อยุธยา." ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ สัมพัธภาพระหว่างคู่สมรสกับการปรับตัวของสตรีวัยหมดประจำเดือน". วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต(สาธารณะสุขศาสตร์),สาขวิชาเอกอนามัยครอบครัว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล,2538.

พัชรา เบญจรัตนาภรณ์."ความแตกต่างของการเลือกวิธีรักษาพยาบาลระหว่างวัยกลางคนและวัยสูงอายุในประเทศไทย". วิทยานิพมธ์มหาบัณฑิต สาขาวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ,2533.

รัตนาภรณ์ หลายรัตน์."การเปิดรับข่าวสารสาธารณสุขของหญิงมีครรภ์ที่มารับบริการในโรงพยาบาลราชวิถี".วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2532.

วาสนา แสนศรีแก้ว."การเตรียมตัวเพื่อเข้าสู่ภาวะหมดประจำเดือนของสตรีชนบทใน จ.นครราชสีมา " ,วิทยานิพนธ์ สาขาสังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณะสุข มหาวิทยาลัยมหิดล,2541.

วรรณา สุชาติสุธาธรรม."บทบาทและผลกระทบของโทรทัศน์ที่มีต่อความคิดเห็นในการได้รับรู้ด้านวัฒนธรรมไทย และการตระหนักถึงการนุรักษ์วัฒนธรรมไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2541.

สาลิกา โค้วบุญงาม."ตัวแปรทางสังคมและจิตวิทยาที่มีผลต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้ใหญ่วัยกลางคนในเขตกรุงเทพมหานคร".วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตสาขิจิตวิทยาคลินิก มหาวิทยาลัยมหิดล,2533.

โสภิตสุดา มงคลเกษม."พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,2539 .

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พิษณุโลก,2521.

อุรุษา เทพพิสัย ."**วัยหมดระดู**." วิทยาเอนโดครีนทางสูติ-นารีเวช. กรุงเทพมกา**รนคร**: ยูนิคพับลิเคชั่น,2532.

เอกสาร

กองอนามัยครอบครัว."**ข้อมูลประชากรไทย**" ในเอกสารประกอบงานแถลงข่าว และประชุมวิชาการ เนื่องในกรุงเทพฯ 12 พฤษภาคม วันประชากรโลก 2537 . กระทรวงสาธารณสุข, กรุงเทพ ฯ (อัดสำเนา),2537.

ไกรสิทธิ์ ตันติศิรินทร์. "**ปัญหาโภชนาการในประเทศไทย**. " เอกสารประกอบการบรรยายภาควิชากุมารเวชศาสตร์ คณะแพทย์ศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี (เอกสารโรเนียว.)

ประเสริฐศรี เซ็นตระกูล." **สตรีวัยหมดระดูเสี่ยงภาวะกระดูกบางเพราะเหตุละเลยดูแลสุขภาพให้ดีพอ**. " เดลินิวส์ (12 เมษายน 2538): 23 ,2538.

ศิริพร สโคบาเน็ค."**สื่อมวลชนกับการพัฒนาเด็ก**." รายงานการสัมมนาเรื่อง สื่อมวลชนกับการพัฒนาเด็ก ระหว่างวันที่ 12-14 ตุลาคม 2522 ที่อำเภอป่ากช่อง จังหวัดนครราชสีมา (เอกสารโรเนียว),2522.

สุรีพร บุญจง."**ให้ออกกำลังกาย - กินอาหารถูกหลัก**." เดลินิวส์ (3 สิงหาคม 2538) : 28,2538.

สุวิภา บุณยะโหตระ."**วัยหมดประจำเดือน**". ในรายงานประชุมสัมมนา วันที่ 7 มีนาคม 2538. (หน้า 1-8).เชียงราย : โรงแรมริมกก,2539.

อารี วัลยะเสวี."**ปัญหาทุพโภชนาการในประเทศไทย**." เอกสารปรกอบการสัมมนาเรื่อง สื่อมวลชนกับการพัฒนาเด็กระหว่างวันที่ 12-14 ตุลาคม 2522 ที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา(เอกสารโรเนียว),2522.

วิทยานิพนธ์

กนกภรณ์ อ่วมพราหม์. "การรับรู้ภาวะสุขภาพการสนับสนุนทางสังคมและพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพของสตรีวัยหมดประจำเดือน".วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล,2541.

ไพบูลย์ เทวรักษ์. "**จิตวิทยาการเรียนรู้**". กรุงเทพมหานคร : เอส ดี เพรส การพิมพ์ ,2540.

เมตตา กฤตวิทย์, พัชนี เชยจรรยา, ภิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์."**แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์**." พิมพ์ครั้งที่ 2.กรุงเทพมหานคร:เจ้าพระยาการพิมพ์,2532.

รามคำแหง,มหาวิทยาลัย ภาควิชาจิตวิทยา คณะศึกษาศาสตร์. "**จิตวิทยาทั่วไป**. "ครั้งที่ 4 . กรุงเทพมหานคร :คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วาสนา จันทร์สว่าง และ ทัศนีย์ อิทรสุขศรี. "**การสื่อสารเพื่อชีวิต**"_. พิมพ์ครั้งที่ 1 . กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์,2532.

วนิดา วิโรจน์กุล และคณะ."**อาการวัยหมดระดูของสตรีที่มารับบริการในคลินิกวัยหมดระดู โรงพยาบาลศิริราช**".ภาควิชาสูติศาสตร์-นารีเวชวิทยา คณะแพทย์ศาสตร์ศิริราช พยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล,2539.

วิเชียร เกตุสิงห์. "**หลักการสร้างและวิเคราะห์เครื่องมือในการวิจัย**."พิมพ์ครั้งที่ 3.สำนักพิมพ์ เรือนอักษร,2524.

วิไลวรรณ ทองเจริญ,สมจินต์ เพชรพันธุ์ศรี,แว่นใจ นาคะสุวรรณ และอุษา ชูสังข์."**ปัจจัยเสี่ยง ความรู้และพฤติกรรมการป้องกันภาวะกระดูกพรุนของสตรีวัยหมดประจำเดือน และผู้สูงอายุ**".สารสภาการพยาบาล, 11 (3) ,53-63,2539.

สงวน สุทธิเลิศอรุณ. "**ทฤษฎีและปฏิบัติการทางจิตวิทยาสังคม** ". กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดอักษรบัณฑิต,2529.

สาธารณสุข, กระทรวง."**สถิติสาธารณสุข พ.ศ.2537**".,2539.

สาทิส อิทรกำแหง."**ชีวจิต**" , กรุงเทพ : อัมริทร์พริ้นติ้งแอนด์พลับลิสชิ่ง,พิมพ์ครั้งที่ 14,2541.

สุขิต เผ่าสวัสดิ์. "**ศาลสภาการพยาบาล**," 11 (3) ,53-63.. กรุงเทพมหานคร:ภาควิชาสูติศาสตร์ นารีเวชวิทยา คณะแพทย์ศาสตร์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย,2534.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร."**การสื่อสารกับสังคม**".กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537

อรวรรณ ปิลันธโอวาท. "**การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ**". กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2537.

อเนกกุล กรีแสง. " **จิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา**." พิษณุโลก: แผนกเอกสารและการพิมพ์

BIBLIGRAPHY

A.C. Holmes ." A study of Understanding of Visual Symbols in Kenya" .London : Overseas Visual Adis Centre Publication 10,1963.

A.T.M. Wilson.Fostering Nutritional Change : Some Points From Social Research. "Proceedings of the 6th International Congress of Nutrition Edinburgh",Livingstone,1963.

E.M.Rogers. "Diffusion of Innovations".New York : Free Press of Glence .

H.De Hollanda & C. Gazcia."In Brazil : The Radio Playa A New Role", Inernational Journal Health Education 4,1961.

I. Chanarin, D. Rothman & V. Berry. "Iron Deficiency and Its Relation to Folic Acid Status in Pregnancy : Results of Chinaical Trial", British Medical Journal 1, 1965.

J.C. Mckenzie. "Recent Developments in Social Science Related to Nutrition and Dietetics", Proceedings 4th International Congress of Dietetics, Stockholm,1965.

M. Mead ."Malnutrition and Food Habits : Report of an International and Interprofessional conference", A Burges and R.F.A. Dean London , Tavistock ed.,1962.

M.McArthur."Report on an Assignment in Malaya",Menila : WHO Regional office for the West Pacific, (Mimeo),1962.

Margaret Mead . "Malnutrition and Food Habits : Report of an International and Interprofessional conference",1962.

Mishell, D.R."Amenorrhoea". In Herbst, A.L.,Mishell, D.R.,Stenchever,M.A., Comprehensive Cynecology Mosby New Year Book, St Louis.,1992.

W.L.Shirer & A.K. Pickering,"The Potentialities of Disney Health Films in Mass Education in the Gold Coast," Fundamental and Adulth Education 6.

World Health Organization,"_Malnutrition and Disease",(Prepared with assistance from Dr.V. Ramalingas-wami), Geneva : Freedom from Hunger Campaign Basic Study 12.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นางสาวจันทิมา ฉัตรชัยพลรัตน์
วัน เดือน ปีเกิด	4 กรกฎาคม 2518
การศึกษา	-สำเร็จมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนสาระวิทยา -ปริญญาตรีคณะนิเทศศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
งานปัจจุบัน	-ตำแหน่งพนักงานฝ่ายจัดซื้อ บริษัทเมนแลนด์ อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด

DPU