

บทความพิเศษ

ถึงเวลาต้องแคร่สือ: ปัญหาโรคอ้วนในเด็ก

อภิชา น้อมศิริ*

ท่ามกลางกระแสความเจริญก้าวหน้าของกระแสโลกาภิวัตน์สู่สังคมยุคบริโภคนิยมในปัจจุบัน ส่งผลให้สังคมโลกกลายเป็นระบบทุนนิยมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทำให้เกิดผลกระทบต่องานการดำเนินชีวิตของคนในสังคม เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ไม่พึงประสงค์ของคนในสังคม นำไปสู่การเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง หรือเรียกว่าโรควิถีชีวิต ซึ่งแพร่ระบาดไปทั่วโลก และมีแนวโน้มที่จะรุนแรงมากขึ้น สาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิดโรควิถีชีวิตคือ พฤติกรรมการบริโภคของมนุษย์ ส่งผลให้เกิดภาวะน้ำหนักเกินนำไปสู่การเป็นโรคอ้วนในที่สุด หากไม่สกัดกั้นปัญหาดังกล่าวอาจจะก่อให้เกิดการเจ็บป่วยไปจนถึงเสียชีวิตได้ สิ่งหนึ่งที่มาคู่กับการเจ็บป่วยคือ ภาระค่าใช้จ่ายทางด้านสุขภาพ ตลอดจนถึงการสูญเสียทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาล

มีคำสองคำที่มักจะสับสนระหว่างคำว่า “น้ำหนักเกิน” และ “อ้วน” คนไม่น้อยคิดว่าคำสองคำนี้มีความหมายเดียวกัน ซึ่งทางการแพทย์ถือว่าต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดย “น้ำหนักเกิน” หรือ Overweight คือการมีน้ำหนักตัวเกินเกณฑ์ปกติทั่วไปเมื่อเทียบกับความสูงของคนคนนั้น ส่วน “อ้วน” หรือ Obesity หมายถึงการมีน้ำหนัก และไขมันเกินมากๆ และถึงขั้นเสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพได้*

ข้อมูลจากองค์การอนามัยโลก (World Health Organization หรือ WHO) รายงานว่า ในปี ค.ศ. ๒๐๐๘ มีผู้ที่มีภาวะน้ำหนักเกินถึง ๑.๕ พันล้านคน ในจำนวนดังกล่าวเป็นผู้ชายที่มีภาวะอ้วน ๒๐๐ ล้านคน และอีกเกือบ ๓๐๐ ล้านคนเป็นผู้หญิงที่มีภาวะอ้วน ภาวะน้ำหนักเกิน และโรคอ้วนจัดเป็นความเสี่ยงอันดับ ๕ ของผู้ที่เสียชีวิตทั่วโลก ในแต่ละปีมีประชากรในวัยผู้ใหญ่อย่างน้อย ๒.๘ ล้านคนเสียชีวิตจากภาวะน้ำหนักเกินหรือโรคอ้วน นอกจากนี้ ผู้ที่เสียชีวิตในจำนวนดังกล่าวร้อยละ ๔๔ เสียชีวิตจาก

ภาวะโรคเบาหวานร้อยละ ๒๓ เสียชีวิตจากภาวะโรคหัวใจขาดเลือด และระหว่างร้อยละ ๗ และร้อยละ ๔๑ เสียชีวิตจากภาวะโรคกระเพาะปัสสาวะอย่างที่มีความเกี่ยวข้องกับการมีน้ำหนักเกินและโรคอ้วน โดยรวมแล้วมากกว่า ๑ ใน ๑๐ ของประชากรวัยผู้ใหญ่ทั่วโลกเป็นโรคอ้วน^๑

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization หรือ WHO) ได้ตระหนักถึงโรคอ้วนในเด็กว่าเป็นปัญหาทางด้านสาธารณสุขที่ต้องให้ความสำคัญอย่างมาก ในศตวรรษที่ ๒๑ ซึ่งเป็นปัญหาในระดับโลก และส่งผลกระทบต่ออย่างมากต่อประเทศที่มีรายได้ต่ำ ตลอดจนประเทศที่มีรายได้ปานกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตพื้นที่ชุมชนเมือง โดยในปี ค.ศ. ๒๐๑๐ พบว่า ทั่วโลกมีเด็กอายุต่ำกว่า ๕ ขวบ มากกว่า ๔๒ ล้านคน ที่มีภาวะน้ำหนักเกิน และในจำนวนนี้เกือบ ๓๕ ล้านคน เป็นเด็กที่อาศัยอยู่ในประเทศกำลังพัฒนา

นอกจากนี้ เด็กที่มีภาวะน้ำหนักเกินและเด็กที่มีภาวะอ้วนเหล่านี้ มีแนวโน้มที่จะเป็นโรคอ้วนเมื่อโตเป็นผู้ใหญ่ และโอกาสที่จะพัฒนาไปสู่การเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-communicable Diseases, NCDs) เช่น โรคเบาหวาน และโรคหัวใจหลอดเลือดตั้งแต่อายุน้อย ซึ่งภาวะน้ำหนักเกินและโรคอ้วนในเด็ก รวมทั้งโรคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องข้างต้นสามารถป้องกันไว้ก่อนได้^๒

โรคอ้วนในเด็กไทยก็เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน ผลการสำรวจเด็กไทยระดับประเทศ ๒ ครั้งห่างกัน ๕ ปี ของโครงการวิจัยพัฒนาการแบบองค์รวมของเด็กไทย พบว่ามีเด็กอายุต่ำกว่า ๖ ปี อ้วนเพิ่มขึ้นร้อยละ ๔๐ จากร้อยละ ๕.๘ ในปี พ.ศ. ๒๕๓๕-๒๕๔๐ (การสำรวจสุขภาพประชากรไทย ครั้งที่ ๒) เป็นร้อยละ ๗.๕ ในปี พ.ศ. ๒๕๔๔ ผลการสำรวจเด็กนักเรียนอนุบาลและประถมศึกษาของกรมอนามัย เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๔, ๒๕๔๕

* สาขาวิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา โครงการจัดตั้งสถานเวชศาสตร์ชุมชนและเวชศาสตร์ครอบครัว คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

และ ๒๕๕๖ ของมูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย พบว่าเด็กมีภาวะโภชนาการเกินร้อยละ ๑๒.๓, ๑๒.๘ และ ๑๓.๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลน้ำหนักและส่วนสูงของเด็กชั้นประถมศึกษาปีที่ ๖ จำนวน ๕๓,๓๘๕ คนในโรงเรียนประถมศึกษาในเขตเมืองทั่วประเทศ จำนวน ๒๖๘ โรงเรียน ในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ พบว่า มีเด็กอ้วนร้อยละ ๑๒ และมีเด็กท้วมร้อยละ ๕ บางโรงเรียนในภาคกลางมีเด็กอ้วนถึงร้อยละ ๒๕^๔

สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล ดำรงภาวะโภชนาการของเด็กไทยในวัยเรียน ในปี พ.ศ. ๒๕๕๒ พบว่าภาพรวมของเด็กช่วงชั้นอนุบาลและประถมศึกษา อายุ ๐-๕ ปี มีภาวะอ้วนร้อยละ ๔ อายุ ๖-๑๔ ปี มีภาวะอ้วนร้อยละ ๕.๕ และอายุ ๑๕-๑๘ ปี มีภาวะอ้วนร้อยละ ๑๓.๗ ในอนาคตเด็กเหล่านี้จะกลายเป็นผู้ใหญ่ที่อ้วน เพราะเด็กที่อ้วนเมื่ออายุ ๖ ปีขึ้นไปจะมีโอกาสเป็นผู้ใหญ่ที่อ้วนร้อยละ ๒๕ หากเด็กอ้วนเมื่ออายุ ๑๒ ปี เมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่ก็จะมีโอกาสอ้วนได้มากถึงร้อยละ ๗๕ โดยร้อยละ ๓๐-๘๐ เมื่อโตขึ้นมักป่วยด้วยโรคหัวใจและหลอดเลือด โรคเบาหวาน และโรคความดันโลหิตสูง^๕

นานาปัจจัยนำเด็กไทยให้อ้วน

ความเจริญตามกระแสโลกในยุคบริโภคนิยมในปัจจุบันได้นำไปสู่การเกิดปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมให้เด็กอ้วนเพิ่มมากขึ้น โดยมีความเชื่อว่าภาวะอ้วนดังกล่าวเป็นผลมาจากปัจจัยทางด้านพันธุกรรมร่วมกับปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม เช่น น้ำหนักแรกเกิดที่มาก ระยะเวลาที่ใช้ในการป้อนอาหาร อายุที่เริ่มอาหารผสม มีผลต่อการเพิ่มน้ำหนักในช่วง ๑-๒ ปีแรก และลักษณะการกินอาหารของเด็กอ้วนมักกินเร็วและเคี้ยวน้อยกว่าเด็กที่มีน้ำหนักปกติ นอกจากนี้ กิจกรรมประจำวันของเด็กรุ่นใหม่ที่อยู่ในครอบครัวเดี่ยวมักเป็นกิจกรรมในบ้านมากกว่าการวิ่งเล่นนอกบ้านที่มีการใช้พลังงานที่มากกว่า^๖

การเปลี่ยนแปลงจากสังคมเกษตรกรรมไปสู่สังคมอุตสาหกรรม ส่งผลต่อวิถีชีวิตของประชาชนอย่างมาก หากมองในด้านดีก็คือมีสิ่งช่วยอำนวยความสะดวกสบายมากขึ้น ทำให้มีชีวิตที่สุขสบายมากขึ้น จากการสำรวจของสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ปี พ.ศ. ๒๕๕๑ เกี่ยวกับกิจกรรมประจำวันพบว่า เยาวชนไทยอายุ ๑๕-๒๔ ปี มีกิจกรรมยามว่างได้แก่ ดูโทรทัศน์ เล่นวิดีโอเกม (ร้อยละ ๓๐-๔๐) ฟังวิทยุ (ร้อยละ ๑๐-๑๒) อ่านการ์ตูน อ่านสิ่งพิมพ์ และนอน รวมแล้วมากกว่า

ร้อยละ ๘๐ เยาวชนที่ไม่ออกกำลังกายเลยพบร้อยละ ๒๒ ในเพศหญิง และร้อยละ ๘.๘ ในเพศชาย และที่ออกกำลังกายเป็นหลักมีเพียง ๑ ใน ๓ ข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับสุขภาพคนไทย ปี พ.ศ. ๒๕๕๔ จากสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า ๑ ใน ๓ ของคนไทยที่มีอายุ ๑๕ ปีขึ้นไปมีภาวะอ้วนและลงพุง มากกว่า ๔ ใน ๕ กินผักผลไม้ไม่พอ และเกือบ ๑ ใน ๕ ออกกำลังกายหรือมีกิจกรรมทางกายไม่พอ^๗

คงปฏิเสธไม่ได้ว่าสิ่งแวดล้อมรอบตัวในปัจจุบันล้วนแล้วแต่ช่วยส่งเสริม กระตุ้น ชั่วชวนให้เกิดพฤติกรรม การบริโภคเกือบตลอดเวลา สอดคล้องกับการศึกษาของ เชนมัญญ์ เชื้อชัย^๘ พบว่าเด็กส่วนมากมีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการมีภาวะอ้วนอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ กินอาหารที่มีรสหวาน ร้อยละ ๔๔ กินอาหารที่มีไขมันสูงร้อยละ ๔๓ กินจุบจิบ ร้อยละ ๗๐ ไม่กินอาหารเช้าร้อยละ ๒๕ กินอาหารหรือขนมขณะดูโทรทัศน์/เล่นเกมร้อยละ ๗๗ กินเร็วเพื่อแข่งกับเวลาร้อยละ ๕๒ กินขนมกรุบกรอบร้อยละ ๕๓ และกินโดยคำนึงถึงความอร่อยมากกว่าประโยชน์ร้อยละ ๘๑

จะเห็นได้ว่าโรคอ้วนเกิดได้จากหลากหลายปัจจัย และปัจจัยบางปัจจัยไม่สามารถแก้ไขได้ แต่บางปัจจัยก็สามารถป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นได้ การศึกษาวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศพบว่าสิ่งที่สำคัญประการหนึ่งที่จะป้องกันโรคอ้วนในเด็กก็คือการได้รับความร่วมมือจากครอบครัวของเด็กเอง ผู้ปกครองต้องมีส่วนช่วยในการคัดสรรอาหารที่ดีและมีประโยชน์ให้กับเด็ก ส่งเสริมการทำกิจกรรมทางกายให้กับเด็กให้มากขึ้น เช่น เพิ่มกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน เน้นการออกกำลังกายที่มีการเคลื่อนไหวของร่างกาย นอกจากจะช่วยป้องกันและรักษาโรคอ้วนในเด็กได้แล้ว ยังช่วยให้เด็กมีการเจริญเติบโตเหมาะสมตามวัย และมีสุขภาพที่แข็งแรงอีกด้วย นอกจากนี้ปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเกิดโรคอ้วนในเด็ก คือ “สื่อ” จากข้อมูลต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า สื่อเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจูงใจให้เด็กเลือกบริโภคอาหารที่ไม่มีประโยชน์ (junk food) ต่อร่างกาย และเด็กที่มีภาวะน้ำหนักเกิน และเป็นโรคอ้วนมักใช้เวลาไปกับการเปิดรับสื่อ มากกว่าการทำกิจกรรมทางร่างกาย หลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้ตื่นตัวให้ความสนใจเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อการเกิดโรคอ้วนในเด็ก ซึ่งนับเป็นนิมิตหมายที่ดีในการให้ความสนใจกับสื่อมากขึ้น แต่ถึงเวลาแล้วหรือยังที่ควรที่จะเพิ่มระดับจากการให้ความสนใจไปสู่การให้ความสำคัญกับสื่ออย่างจริงจัง

สื่อเข้าปัญหานำพาโรคอ้วน: ผลกระทบของสื่อที่ส่งผลต่อภาวะอ้วนในเด็ก

ในปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สังคม ตลอดจนเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้ส่งผลให้เกิดยุคสังคมบริโภคนิยม เราทุกคนต่างได้รับปริมาณเนื้อหาและข่าวสารต่างๆ อย่างมากมายจากสื่อหลากหลายชนิด ทั้งสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคล เนื้อหาและข่าวสารเหล่านี้ล้วนมีผลกระทบทั้งต่อตัวของเราและสังคม โดยเฉพาะในประเด็นที่มีการศึกษาวิจัยกันอย่างมากมายในแวดวงวิชาการ เกี่ยวกับอำนาจของสื่อที่มีผลกระทบต่อสุขภาพกายและใจ เช่น เรื่องทางเพศ เรื่องความรุนแรง เรื่องความกลัว ภาพลักษณ์ของร่างกาย (ความอ้วน ความผอม ความขาว ความดำ) เป็นต้น

ภาวะน้ำหนักเกินในเด็ก หรือโรคอ้วน ส่วนหนึ่งมาจากปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อเด็กและเยาวชน โดยในปัจจุบันการดำเนินกิจกรรมประจำวันแบบนั่งๆ นอนๆ ดูโทรทัศน์ เล่นเกมคอมพิวเตอร์ ทำให้มีแนวโน้มที่จะเป็นโรคอ้วนมากขึ้น จากการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของสื่อที่เกี่ยวข้องกับโรคอ้วนในเด็กที่ประเทศสหรัฐอเมริกาของ The Kaiser Family Foundation^๑ ในปี ค.ศ. ๒๐๐๔ พบว่า เด็กที่ใช้เวลาไปกับสื่อต่างๆ มีแนวโน้มที่จะมีภาวะน้ำหนักเกิน ปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญคือการเปิดรับสื่อของเด็ก โดยเฉพาะสื่อโฆษณาอาหาร และการส่งเสริมการตลาดจำนวนมากผ่านทางรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมจากเด็กก่อให้เกิดโรคอ้วนในวัยเด็ก สอดคล้องกับข้อมูลจากสำนักวิจัยเอแบคโพลล์มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของสื่อโฆษณาขนมกรุบกรอบ/ลูกอมท็อฟฟี่ทางโทรทัศน์ต่อความนิยมรับประทานในกลุ่มเด็กนักเรียนอายุระหว่าง ๖-๑๒ ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ในปี พ.ศ. ๒๕๔๕^๒ ผลวิจัยชี้ชัดว่าการโฆษณาขนมกรุบกรอบทางโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อความนิยมรับประทานในกลุ่มเด็กนักเรียนอายุระหว่าง ๖-๑๒ ปี

การวิจัยครั้งนี้ ยังพบว่าสิ่งที่น่าเป็นห่วงอย่างยิ่งคือ อิทธิพลของการโฆษณาลูกอมและท็อฟฟี่ทางโทรทัศน์มีผลต่อความนิยมรับประทานในกลุ่มเด็กนักเรียนที่ถูกศึกษาครั้งนี้ อย่างชัดเจน นอกจากนี้ สิ่งที่น่าเป็นห่วงคือ เด็กนักเรียนที่ถูกศึกษานี้ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๖๖.๒ ดูโทรทัศน์ทุกวันในช่วงวันจันทร์ถึงวันศุกร์ และร้อยละ ๘๕.๐ ดูโทรทัศน์

ในช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ โดยใช้เวลาดูโทรทัศน์เฉลี่ย ๒.๕ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ซึ่งเป็นจำนวนชั่วโมงเฉลี่ยมากกว่าเด็กในประเทศแคนาดาที่มีจำนวนเฉลี่ยอยู่ที่ ๑.๑ ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน (๑.๔ ชั่วโมง) อยู่ร้อยละ ๗๘.๖ ของจำนวนชั่วโมงการดูโทรทัศน์ที่ควรจะเป็น และส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๖๐.๓ ดูการ์ตูน เป็นอันดับแรก รองลงมาคือร้อยละ ๓๕.๕ ดูเกมโชว์ ร้อยละ ๓๓.๔ ดูรายการข่าว และร้อยละ ๓๐.๕ ดูรายการเด็ก ตามลำดับ ซึ่งเด็กนักเรียนส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๗๒.๕ บอกว่าเห็นโฆษณาขนมกรุบกรอบ/ลูกอมทางโทรทัศน์บ่อยถึงบ่อยมาก ผลสำรวจครั้งนี้ยังแสดงให้เห็นด้วยว่าเด็กนักเรียนส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๘๐.๑ นิยมรับประทานขนมกรุบกรอบเป็นประจำอย่างน้อย ๑-๒ วันต่อสัปดาห์ ในขณะที่ร้อยละ ๒๕.๘ นิยมรับประทานทุกวันหรือเกือบทุกวัน ส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๖๔.๓ นิยมรับประทานลูกอม/ท็อฟฟี่เป็นประจำ และส่วนใหญ่หรือร้อยละ ๖๗.๓ นิยมรับประทานน้ำอัดลมเป็นประจำ

การเรียนรู้ของเด็กมักเกิดจากการสังเกตผ่านสื่อจากการศึกษา การดูโทรทัศน์กับอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพ: สิ่งที่เกี่ยวข้องกับเด็กและการแทรกแซงสื่อ พบว่า การโฆษณาในโทรทัศน์ส่งผลต่อปัจจัยของโรคอ้วน การดูโทรทัศน์ตั้งแต่เด็กส่งผลถึงพฤติกรรมการกินในวัยรุ่น และปัจจัยที่มีผลที่สุดคือ ความเชื่อที่ว่าอาหารที่มีการโฆษณาถึงแม้จะไม่มีคุณค่าทางโภชนาการแต่ก็มีรสชาติดี ดังนั้นจึงควรลดการดูโทรทัศน์ และลดสื่อที่มีการโฆษณาอาหารที่ไม่ดีลง^๓ ยังมีงานวิจัยที่มีการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของเด็กที่มีต่อโฆษณาอาหารในโทรทัศน์ พบว่า เด็กๆ ไม่สามารถแยกแยะได้ว่าโฆษณาชิ้นไหนคือโฆษณาที่เหมาะสมสำหรับเด็กหรือโฆษณาชิ้นไหนที่เหมาะสมสำหรับผู้ใหญ่ แต่เด็กๆ สามารถมองเห็นเพียงภาพรวมเท่านั้น ผลการวิจัยยังพบอีกว่าในความเป็นจริงแล้วเด็กๆ ไม่ได้ดูโฆษณาในช่วงเวลาสำหรับเด็กเท่านั้น แต่ยังดูในช่วงเวลาของครอบครัวด้วย (๑๘:๐๐-๒๐:๐๐ น.) แต่โฆษณาต่างๆ ที่เด็กพูดถึงยังคงเป็นโฆษณาที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กทั้งสิ้น เทคนิคของโฆษณาที่เด็กพูดถึงมากที่สุดคือเรื่องของแถม โดยเด็กสามารถวิเคราะห์ถึงวัตถุประสงค์ของโฆษณานั้นได้ และเด็กยังสามารถเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการโฆษณา แต่ก็ยังอยากได้สินค้านั้นๆ จากโฆษณานั้นอยู่ แสดงให้เห็นว่าเด็กที่มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ได้แต่ยังคงได้รับอิทธิพลของการโฆษณา ดังนั้นในเด็กที่มีอายุน้อย การโฆษณาจึงมีอิทธิพลมากกว่า มุมมองของเด็กเกี่ยว

กับประโยชน์และความน่าเชื่อถือของโฆษณาขึ้นอยู่กับอายุของเด็ก ในกลุ่มเด็กที่มีอายุน้อยกว่า ๘ ปี เชื่อว่าโฆษณาที่มีประโยชน์ในการให้ข้อมูลของสินค้า ในการสนทนากลุ่มเด็กสามารถวิเคราะห์ให้เห็นมิติด้านสังคมต่างๆ ของโฆษณาได้ แต่ก็ยังคงตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของโฆษณา^{๑๒}

จะเห็นได้ว่าเด็กและเยาวชนเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากอิทธิพลที่ทรงพลังของสื่อ ส่งผลให้เกิดขึ้นตัวในแวดวงนักวิชาการ มีการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว วิธีหนึ่งที่ได้รับการสนใจมากในปัจจุบันคือในเรื่องการรู้เท่าทันอิทธิพลของสื่อ และการพยายามหาแนวทางให้คนรู้เท่าทันสื่อ นอกจากนี้บทบาทของพ่อแม่ผู้ปกครองในการเป็นผู้จัดการสร้างเสริมสุขภาพ โดยมีบทบาทในการป้องกันโรคอ้วนในวัยเด็ก วิธีหนึ่งที่มีประสิทธิภาพคือการควบคุมการเข้าถึงสื่อของเด็ก^{๑๓} ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการดูโทรทัศน์ โดยไม่ปล่อยให้เด็กและเยาวชนดูโทรทัศน์ตามลำพังโดยขาดการให้คำแนะนำที่เหมาะสมจากพ่อแม่ผู้ปกครอง และควรส่งเสริมให้เด็กดูรายการที่มีประโยชน์มีความสร้างสรรค์เหมาะสมสำหรับช่วงวัยของเด็ก สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นแนวทางหนึ่งในการแก้ปัญหาเรื่องอิทธิพลของสื่อที่มีต่อเด็กและเยาวชน

สื่อช่วยให้เด็กได้รับความเพลิดเพลิน มีโลกทัศน์กว้างขึ้น ได้รับรู้ข่าวสารต่างๆ ทันต่อเหตุการณ์ ได้เรียนรู้เทคโนโลยีต่างๆ ที่อาจนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตได้ แต่ผลกระทบจากอิทธิพลของสื่ออาจก่อให้เกิดโทษซึ่งเป็นปัญหาต่อสุขภาพ และการพัฒนาการด้านต่างๆ ของเด็กได้ การที่เด็กจะได้รับประโยชน์หรือโทษจากสื่อนั้นก็ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของสื่อที่นำเสนอ ซึ่งจากข้อมูลทางวิชาการข้างต้นจะพบว่าโดยส่วนมากมักอยู่ในรูปของโฆษณาทางโทรทัศน์ เนื่องจากโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลสูงในการกำหนดความคิด ทศนคติ และพฤติกรรมของเด็ก เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียงจึงสามารถดึงดูดความสนใจ และสร้างแรงกระตุ้นให้กับเด็กได้เป็นอย่างดี อีกทั้งเด็กๆ ยังเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ยังขาดวิจารณญาณในการรับชมจึงไม่สามารถรู้เท่าทันกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดผ่านโฆษณาทางโทรทัศน์ได้ โฆษณาจึงเป็นปัจจัยเร่งสำคัญตัวหนึ่งที่กระตุ้นให้เด็กๆ บริโภค เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๕๐ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ศึกษาความถี่ในการออกอากาศของโฆษณาอาหารว่างกรุบกรอบและน้ำอัดลมที่ตั้งเป้าดึงดูดเด็กเล็กพบว่าโฆษณาถึง ๔๕ ครั้งต่อชั่วโมง ในช่วงที่รายการเด็กออกอากาศในเวลาเช้าวันสุดสัปดาห์ และถ้าเด็กและเยาวชนไทยอายุ ๕-๑๔ ปี

จำนวน ๒๑ ล้านคน ซึ่งมีเงินค่าขนมเฉลี่ยต่อเดือนที่ ๘๐๐ บาท คำนวณแล้วพบว่าเด็กไทยจะใช้เงินสูงถึง ๒๐๒,๐๐๐ ล้านบาทต่อปีสำหรับค่าขนมและน้ำอัดลม^{๑๔}

ถึงเวลาต้องแคร์สื่อ: สื่อกับการแก้ปัญหาโรคอ้วนในเด็ก

“สิ่งใดมีคุณอนันต์ สิ่งนั้นอาจมีโทษมหันต์” สื่อก็มีประโยชน์กับมนุษย์ และก็อาจมีโทษกับมนุษย์ได้เช่นกัน หากขาดความรู้เท่าทัน สื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อมวลชนประเภทรายการเด็กที่เข้าถึงเด็กได้นั้น แม้ว่าจะช่วยให้เด็กเหล่านั้นได้รับความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ช่วยเปิดโลกทัศน์ของเด็กให้กว้างขึ้น ได้รับรู้ข่าวสารต่างๆ ทันต่อเหตุการณ์ ได้เรียนรู้เทคโนโลยีต่างๆ ที่อาจนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตได้ แต่ผลกระทบจากอิทธิพลของสื่ออาจก่อให้เกิดโทษ หนึ่งในนั้นคือการเกิดโรคอ้วนในเด็ก ซึ่งการที่เด็กจะได้รับประโยชน์หรือโทษจากสื่อนั้นก็ขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่มีการนำเสนอผ่านสื่อ และพฤติกรรมส่วนตัวของเด็กเอง เช่น การใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการดูโทรทัศน์ เล่นวิดีโอเกม และเล่นคอมพิวเตอร์มากกว่าการใช้เวลาว่างเหล่านั้นมาออกกำลังกาย

แนวทางหนึ่งที่สามารถช่วยป้องกันเด็กๆ จากภัยโรคอ้วนได้ก็คือการจัดการควบคุมเพื่อเลือกสื่อที่มีความเหมาะสมให้กับเด็กๆ วิธีนี้จะเป็นวิธีที่ดึงเอาประโยชน์ของสื่อมาใช้ได้อย่างเต็มที่ อีกทั้งยังช่วยลดข้อเสียของสื่อที่นำเสนอผ่านในรูปภาพ เนื้อหา และเสียง ทั้งทางตรงและทางอ้อม สื่อที่เด็กให้ความสนใจหรือได้รับความนิยมจากเด็กมักเป็นสื่อสาระบันเทิง หรือที่มักจะได้ยินบ่อยๆ Edutainment^{๑๕} Edutainment เป็นคำศัพท์ภาษาอังกฤษร่วมสมัย โดยเกิดจากการรวมคำภาษาอังกฤษดั้งเดิม จำนวน ๒ คำเข้าด้วยกัน ได้แก่ คำว่า Education ซึ่งหมายถึงสาระความรู้ หรือ การศึกษาเล่าเรียน กับคำว่า Entertainment ซึ่งหมายถึง ความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ แล้วกลายเป็นคำศัพท์ใหม่ว่า Edutainment ซึ่งแปลเป็นภาษาไทยว่า สาระบันเทิง โดยผนวกคำว่า “สาระความรู้” กับคำว่า “ความบันเทิง” เข้าด้วยกัน^{๑๖} ในทางวิชาการ Edutainment หมายถึง กระบวนการดำเนินงานที่มีเจตนาผสมผสานข้อมูลข่าวสารและสาระความรู้ในด้านต่างๆ เข้ากับความบันเทิง โดยมีเป้าหมายให้บุคคลได้คิด คำนึง รับรู้ และมีการประพฤติปฏิบัติตนในแนวทางที่พึงประสงค์ของสังคม^{๑๗} ดังนั้น การเรียนรู้อย่างสนุกสนานจะช่วยให้เด็กเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สื่อในกลุ่มของ Edutainment แบ่ง

เป็น ๓ ประเภทใหญ่ๆ ด้วยกัน^{๑๔} คือ

๑. สื่อประเภทอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรทัศน์ วีซีดี ดีวีดี หรืออินเทอร์เน็ต
๒. สื่อประเภทอุปกรณ์การเรียนรู้ เช่น เกมเพื่อพัฒนาทักษะต่างๆ
๓. สื่อประเภสิ่งพิมพ์ เช่น นิทาน ฯลฯ

ดังนั้นพ่อแม่ตลอดจนผู้ปกครองจึงควรรู้วิธีที่จะเลือกสื่อ Edutainment ให้เหมาะกับเด็ก โดยเลือกให้เหมาะกับช่วงวัยของเด็กทั้งด้านเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ โดยเลือกเนื้อหาที่มีประโยชน์เหมาะสมสำหรับเด็กที่แฝงด้วยคุณธรรม มีชีวิตคิดและวิธีที่แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ เหมาะกับวัยของเด็ก ตลอดจนมีการใช้สื่ออย่างถูกวิธี เช่น กำหนดเวลาดูและใช้งานสื่อ Edutainment โดยเฉพาะสื่อที่เป็นประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ หรืออินเทอร์เน็ต เพื่อให้เด็กได้มีการใช้เวลาว่างดังกล่าวมาทำกิจกรรมสร้างสรรค์อย่างอื่น ๆ บ้าง เช่น กิจกรรมการออกกำลังกาย พ่อแม่ผู้ปกครองควรอยู่กับเด็กทุกครั้งที่คุณดู เพราะการที่พ่อแม่ผู้ปกครองอยู่กับเด็กด้วยทุกครั้ง เด็กจะได้รับคำตอบและคำอธิบายในคำถามที่สงสัยอยู่ระหว่างการดู ซึ่งจะช่วยให้เด็กคิดและวิเคราะห์ข้อมูล รวมไปถึงหากมีบางเรื่องที่ไม่เหมาะสมแฝงอยู่ พ่อแม่ผู้ปกครองก็จะสามารถอธิบาย และยังเป็นเกราะป้องกันบางข้อมูลที่ไม่เหมาะสมและอาจจะแฝงมาด้วย การใช้สื่อ Edutainment จึงเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือหรือทางเลือกการเรียนรู้ที่ช่วยกระตุ้นพัฒนาการด้านต่างๆ สำหรับเด็ก ทั้งยังเป็นช่วงเวลาดีๆ ของความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว เรียกว่าเป็นของแถมที่มาพร้อมกับการเรียนรู้ด้วยสื่อ Edutainment

นอกจากนี้จากการศึกษาข้อมูลทำให้เห็นว่าสื่อที่ดีที่เป็นสื่อที่ช่วยส่งเสริม ป้องกัน และแก้ไขปัญหาโรคอ้วนในเด็กยังมีค่อนข้างน้อยและไม่มีความหลากหลาย ส่วนหนึ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์ที่ใช้ในการณรงค์จากหน่วยงานภาครัฐ และอีกส่วนเป็นสื่อที่ใช้ในการเรียนการสอน ดังนั้นถึงเวลาหรือยังที่จะมีการพัฒนาสื่อสำหรับโรคอ้วนในเด็กกันเสียที เพราะจากข้อมูลในข้างต้นต่างแสดงให้เห็นว่าโรคอ้วนในเด็กมีความสำคัญมาก และเป็นเรื่องเร่งด่วนที่จะต้องได้รับความแก้ไข สื่อสุขภาพจึงเป็นอีกหนึ่งกำลังที่สำคัญที่จะมีส่วนช่วยแก้ปัญหาโรคอ้วนในเด็ก และจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับโรคอ้วนในเด็ก ทำให้สามารถเห็นถึงสิ่งที่ผู้ที่สนใจที่จะสร้างสรรค์สื่อเพื่อแก้ปัญหาโรคอ้วนควรต้องคำนึงถึงก็คือ สื่อต้องสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน สื่อสำหรับเด็กต้อง

สามารถเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อน หากเป็นสื่อที่ใช้ในการเรียนการสอน ต้องมีการใช้ผสมผสานบูรณาการความรู้เรื่องโรคอ้วนในเด็กให้เข้ากับสถานการณ์จริงในสังคม มีทางเลือกหรือตัวอย่างกิจกรรมให้เด็กได้เห็นเพื่อเป็นการกระตุ้นความสนใจให้เด็กเกิดความรู้สึกอยากทำกิจกรรมดังกล่าวแทนการนั่งๆ นอนๆ ดูโทรทัศน์ หรือเล่นเกมคอมพิวเตอร์อยู่กับที่ โดยกิจกรรมดังกล่าวต้องสอดคล้องกับช่วงวัยของเด็ก ตลอดจนมีการณรงค์ ส่งเสริม และสนับสนุนให้มีการสร้างสรรค์สื่อเกี่ยวกับโรคอ้วนให้มากขึ้น นอกจากนี้ควรมีการโฆษณาณรงค์ให้รู้ถึงพิษภัยของโรคอ้วนในเด็ก พ่อแม่และผู้ปกครองส่วนหนึ่งยังคงขาดความรู้ในเรื่องดังกล่าวจึงจำเป็นต้องมีการให้ความรู้ผ่านสื่อให้มากขึ้นให้มีความต่อเนื่อง และปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ว่า “เด็กที่อ้วนคือเด็กที่น่ารัก” ถึงเวลาแล้วหรือยังที่ควรหันกลับมาแคร์สื่อ รู้เท่าทันสื่อ รู้เก่งที่จะใช้สื่อในการจัดการสร้างเสริมสุขภาพของเด็กไทย

เอกสารอ้างอิง

๑. มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ. ลูกอ้วน ภัยเงียบที่พ่อแม่ควรระวัง. นนทบุรี: กรีน-ปัญญาญาณ; ๒๕๕๒.
๒. World Health Organization. Obesity and overweight [Online] 2011. [cited 2011 April 5]; Available form: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/en/>.
๓. World Health Organization. Childhood overweight and obesity [Online] 2011. [cited 2011 April 5]; Available form: <http://www.who.int/dietphysicalactivity/childhood/en/>.
๔. ลัดดา เหมาะสุวรรณ.ภาวะโภชนาการเกินในวัยเด็ก ๑๐ ปี ทศวรรษเพื่อเด็กและภูมิปัญญาของครอบครัว. พิมพ์ครั้งที่ ๑. นครปฐม: สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว, มหาวิทยาลัยมหิดล; ๒๕๕๑.
๕. ดุลย์ ณ ราชดำเนิน. ภัยอ้วนในเด็กไทย. ข่าวสด ๒๕๕๓; ๑๕ ตุลาคม: ๒๖.
๖. สุภาวดี ลิขิตมาศกุล และคณะ. โรคอ้วน...ภัยเงียบที่คุกคามเด็กไทย. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล; ๒๕๕๓.
๗. คณะทำงานสุขภาพคนไทย. พฤติกรรมสุขภาพ. สุขภาพคนไทย ๒๕๕๔: เอชไอเอ กลไกพัฒนานโยบาย

- สาธารณะเพื่อชีวิตและสุขภาพพิมพ์ครั้งที่ ๑. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ๒๕๕๔; หน้า ๑๖-๗.
๘. เขมณัญญ์ เชื้อชัย. พฤติกรรมและผลกระทบด้านสุขภาพของเด็กอ้วนในเมืองหลวง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนธรรมศึกษา). นครปฐม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล; ๒๕๕๒.
 ๙. The Henry J. Kaiser Family Foundation. Role of Media in Childhood Obesity [Online]. ๒๐๐๔. [cited 2011 April 10]; Available form: http://www.kff.org/entmedia/entmedia/022404_pkg.cfm.
 ๑๐. เอบีซีโพลล์. อิทธิพลของสื่อโฆษณาบนกรุปครอบครัว/ลูกอมที่ออฟฟิศทางโทรทัศน์ต่อความนิยมรับประทานในกลุ่มเด็กนักเรียนอายุระหว่าง ๖-๑๒ ปี จากโรงเรียนต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล[ออนไลน์] ๒๕๕๕. [สืบค้นเมื่อ ๑๖ เมษายน ๒๕๕๕], จาก <http://www.ryt9.com/s/abcp/68404>
 ๑๑. Harris JL, Bargh JA. The Relationship between Television Viewing and Unhealthy Eating: Implications for Children and Media Interventions. J Health Comm 2009;24:660-73.
 ๑๒. Mehta K, Coveney J, Ward P, Magarey A, Spurrier N, Udell T. Australian children's views about food advertising on television. Appetite 2010;55:49-55.
 ๑๓. Andrews KR, Silk KS, Eneli IU. Parents as Health Promoters: A theory of planned behavior perspective on the prevention of childhood obesity. J Health Comm 2010;15: 95-107.
 ๑๔. คณะทำงานสุขภาพคนไทย. โรคอ้วนในสังคมบริโภค. สุขภาพคนไทย ๒๕๕๔: เอชไอเอ กลไกพัฒนานโยบายสาธารณะเพื่อชีวิตและสุขภาพ. พิมพ์ครั้งที่ ๑. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ๒๕๕๔; หน้า ๗๖-๗.
 ๑๕. Modern Mom. เลือก Edutainment อย่างสนุกและสร้างสรรค์. นิตยสาร Modern Mom 2553; 15:179.
 ๑๖. ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. เอดูเทนเมนต์: สื่อสารบันเทิงเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม. ใน: กาญจนา แก้วเทพ, กิตติกันภัย, ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัท เอดิสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด; ๒๕๕๓. หน้า ๒๘๐-๑.
 ๑๗. ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. เอดูเทนเมนต์: กลยุทธ์การใช้สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา. วารสารนิเทศศาสตร์ ๒๕๕๑; เมษายน-มิถุนายน: หน้า ๓๓-๕๐.