

พฤติกรรมการเปิดรับและความต้องการของเด็กและเยาวชนที่มีต่อรายการสำหรับเด็กและเยาวชนทางสถานีโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะไทยพีบีเอส

The exposure and needs of adolescents on television programs for adolescents via Thai PBS Public Television

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลักษมี คงลาภ*

บทคัดย่อ

การศึกษากฎการเปิดรับและความต้องการของเด็กและเยาวชนที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนทางสถานีโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะไทยพีบีเอส เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มเด็กและเยาวชนอายุระหว่าง 12-22 ปี จำนวน 8 กลุ่มๆ ละ 8 คน รวมเป็นเด็ก 64 คน จำแนกกลุ่มตามความสนใจที่แตกต่างกันของวัฒนธรรมกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเด็กเรียน กลุ่มเด็กชอบเล่นเกม กลุ่มเด็กสองล้อรักความเร็ว กลุ่ม K-POP กลุ่มเด็กเที่ยวกลางคืน กลุ่มเด็กจิตอาสา กลุ่มเพศทางเลือก และกลุ่มเด็กสนใจไอที มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เพื่อทราบความคิดเห็นของเด็กและเยาวชนที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส และเพื่อทราบถึงความต้องการของเด็กและเยาวชนที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

* อาจารย์ประจำ ภาควิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
เลขที่ 110/1-4 ถ.ประชาชื่น หลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
อีเมล : lucksamek@gmail.com

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีความสนใจในวัฒนธรรมต่างกลุ่มกัน จะมีความสนใจและรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน ส่วนใหญ่เห็นว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีความสำคัญที่สุด ด้วยเหตุผลคือ ความสะดวก รวดเร็ว ตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลาย กลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนใหญ่เห็นว่ารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชน ควรเป็นรายการที่สนุกสนาน แต่มีสาระแฝง ดูง่าย ๆ เหมาะสำหรับเด็กอายุไม่เกิน 15 ปี สถานีโทรทัศน์ที่เหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ เนื่องจากมีรายการสำหรับเด็กมาก มีการ์ตูนเยอะ มีสาระ และมีการสอนเด็ก รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนที่ส่วนใหญ่ชอบดูมากที่สุด คือ รายการการ์ตูน ผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนใหญ่จะเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนช่วงเช้าวันเสาร์-อาทิตย์

ภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส พบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่ มองว่าเป็นสถานีของผู้ใหญ่ หรือผู้สูงวัยที่มีความเป็นไทย สุขุม มีความรู้ มีบ้างที่มองว่าสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสว่าเป็นสถานีของวัยรุ่นที่มีความรู้ มีความคิดสร้างสรรค์ ช่างเลือก เมื่อพูดถึงสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส พบว่า มีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ส่วนใหญ่บุคคลใกล้ชิดตัวเป็นผู้แนะนำให้ดู โดยนึกถึงรายการสารคดี และรายการข่าวมากที่สุด

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนรายการทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด คือรายการ English Breakfast และรายการทำให้อ่าน รองลงมาคือรายการชนมไทย อะไหล่ย่อยและรายการกล่องนักคิด

รูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนของสถานีโทรทัศน์สาธารณะไทยพีบีเอสที่ส่วนใหญ่อยากให้มีมากที่สุด คือ รายการประเภทซีทคอม รองลงมาคือ รายการเกมโชว์ รายการการแสดงออกของเด็ก ส่วนเนื้อหารายการที่ต้องการคือเน้นความสนุกสนานและตลก มีสาระไม่มากนัก เทคนิคการผลิตรายการที่เสนอคือ สีสดสดใส ภาพสวย เทคนิคเหมือนจริง

ต้องการให้เด็กมีส่วนร่วม และเข้าวันเสาร์ อาทิตย์เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสม สำหรับรายการเด็ก

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาคั้งนี้ คือ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก และเยาวชนควรเป็นเวทีให้เยาวชนทุกกลุ่มได้แสดงความสามารถ ควรมีการประชาสัมพันธ์รายการต่างๆของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากขึ้น ควรยึดจุดยืนของการเป็นสื่อสาธารณะที่มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะที่เน้นรายการที่เป็นประโยชน์และขยายวงกว้างไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆมากขึ้น และหากมีการทำวิจัยในรูปแบบการสนทนากลุ่มใน ครั้งต่อไปควรแยกกลุ่มเยาวชนให้ชัดเจนตามช่วงอายุ

คำสำคัญ : พฤติกรรมการเปิดรับ / ความต้องการ / เด็กและเยาวชน

Abstract

The study of the exposure and needs of adolescents on television programs for adolescents via the television station of Thai Public Broadcasting Service, Thai PBS, is a qualitative research on focus groups. The total of 64 adolescents, aged 12 years old to 22 years old, are divided into 8 groups, containing eight adolescents in each group. The groups were selected from the different interests of cultural groups; namely, the determined student group, the gamer group, the speed cycling group, the K- Pop group, the clubber group, the volunteer group, the transgender group and the Information Technology Interest group. The objectives of the study are to comprehend the exposure to television programs of Thai PBS, the adolescents' opinions on television programs produced for adolescents of Thai PBS, and the adolescents' needs on the mentioned programs.

It is found by this study that adolescents from the different interests of cultural groups have different interests and life styles. Most of them have opinions that internet is the most important media on the grounds that it is convenient, speedy, and able to respond the various needs. Most of focus groups think that the television programs for adolescents should be amusing with hidden knowledge, simple, and suitable for the children up to 15 years of age. The suitable television station for adolescents is Modern 9 Station because there are large numbers of programs for kids, cartoon series, knowledge programs, and teaching programs. The most watching programs for adolescents are cartoon series. Most of focus group watch the television programs for adolescents in the morning of Saturday and Sunday.

The image of Thai PBS, in the view of the most of adolescents, is the station for the adult or the traditional elderly, it also has careful thought and knowledge. Few adolescents view that Thai PBS is the station of the educated teenagers, and it has creative ideas and selective nature. Concerning Thai PBS, it is found that the television programs produced for adolescents are watched 2-3 times a week. Audience are recommended by whom they are familiar with. Moreover, the documentary programs and news programs are the highest recognition.

The most recognition of the television programs produced for adolescents of Thai PBS are “English Breakfast”, and “Tar- hai- arn” (challenge for reading). The lower recognition are television programs entitled “Ka-nom-Thai” (Thai desserts), “Ah-rai-eiy”(What is it ?), and “Klong- nuk- kid” (Thinker’s box).

The style of television programs produced for adolescents that Thai PBS are mostly requested is Sitcom. The lower requests are Game Show and a program relating to the kids’ performance. The requested contents are programs which emphasize on amusement and comedy with few knowledge. The colorful and realistic technique with beautiful pictures should be applied for production. The participation of kids in the programs is required. In the morning of Saturday and Sunday is appropriate times for kid’s program.

Recommendations from the study are as followings:

The television program produced for adolescents should be a stage for all groups of young person to perform their abilities.

The programs of Thai PBS should be more publicized for

widespread acknowledgement.

Thai PBS's stand point, as an outstanding public media, should be sticked.

The emphasis on the useful programs should be the specific identity of Thai PBS. Such programs should be expanded to various target groups.

The adolescents should be separated according to the span of ages in the next research .

Keywords: Exposure / Needs / Adolescent

บทนำ

ในบรรดากลุ่มต่างๆ ในสังคม กลุ่มเด็กและเยาวชนจัดเป็นกลุ่มผู้รับสารที่ยังแสวงหาพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ดีๆ สำหรับกลุ่มตน โดยเฉพาะ จากอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก ระบุสิทธิเด็กในการเข้าถึงสื่อไว้ในข้อ 17 ความว่า รัฐภาคียอมรับในหน้าที่อันสำคัญของสื่อมวลชน และจะประกันว่าเด็กสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และวัสดุจากแหล่งต่างๆ กันทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลข่าวสารและวัสดุที่มุ่งส่งเสริมความผาสุก ทั้งทางสังคม จิตใจ และศีลธรรม ตลอดจนสุขภาพกายและจิตของเด็ก

สื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันมีพื้นที่รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนไม่มากนัก ดังจะเห็นได้จากผลการศึกษานี้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กของโครงการ Child Media Monitor พบว่าในปีพ.ศ.2553 เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กกับเวลาออกอากาศทั้งหมดของแต่ละสถานี รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีสัดส่วนการออกอากาศคิดเป็นร้อยละ 5.92 ของเวลาที่ออกอากาศทั้งหมดของแต่ละสถานี [1] ส่งผลให้เด็กต้องเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทอื่น ที่ไม่ใช่รายการที่ผลิตมาสำหรับกลุ่มตน มีการศึกษารายการโทรทัศน์ พบว่า มีเนื้อหา 3 ประเด็นที่ไม่เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน ได้แก่

1. พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมและพฤติกรรมที่มีความรุนแรง เช่น การแสดงที่สะเทือนใจ สะเทือนขวัญ ทำให้เด็กหวาดกลัว การใช้ความรุนแรงต่อตัวเอง ผู้อื่น สิ่งมีชีวิต สัตว์ สิ่งแวดล้อม รวมทั้งการใช้อาวุธทำร้ายกัน การกระทำที่ผิดกฎหมาย การใช้สารเสพติด ของมีเงินมา และการค้าประเวณี ชักจูงไปยังสถานที่ที่ไม่เหมาะสมกับเด็ก เช่น ผับ บาร์ ฯลฯ การดูหมิ่นเหยียดหยามเกี่ยวกับชาติพันธุ์ เพศ ภาษา สถานะ ชนชั้น หรือการแสดงออกที่เกิดทัศนคติทางลบกับผู้อื่น การใช้ไสยศาสตร์ เวทมนต์ เรื่องเหนือธรรมชาติ

2. การแสดงออกเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม เช่น การแต่งกายไม่มิดชิด ยั่วยุทางเพศ ไม่เหมาะสมกับกาลเทศะ และประเพณี การแสดงออกทางเพศที่

ก่อให้เกิดความรู้สึก กิริยา ท่าทาง ความหมายที่ไม่เหมาะสม

3. การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม เช่น มีการใช้ภาษาไม่เหมาะสม ล้อแหลม หมิ่นเหม่ สื่อความหมายในเชิงลบ ใช้ภาษาที่ไม่สุภาพ ก้าวร้าว ดูหมิ่นลดทอนศักดิ์ศรีของผู้ฟัง เป็นต้น

สื่อสาธารณะจึงเป็นสื่อความหวังที่จะเป็นช่องทางเพื่อการเรียนรู้ให้กลุ่มเด็กและเยาวชนมีโอกาสเข้าถึงได้ ที่วีดิทัศน์ในประเทศไทย หรือไทยพีบีเอสก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2551 ในฐานะองค์การสื่อสาธารณะที่ไม่แสวงผลกำไร เพื่อดำเนินการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่สนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรมบนพื้นฐานของความเป็นไทย โดยผ่านทางบริการข่าวสารที่เที่ยงตรง รอบด้าน สมดุล และเชื่อถือต่อจรรยาบรรณ

ประเด็นสำคัญของไทยพีบีเอส สื่อโทรทัศน์แบบฟรีทีวีที่ก้าวย่นบนโลกแห่งการแข่งขันอย่างรุนแรงของสื่อ มีความแตกต่างและโดดเด่นตรงที่ “เป็นพื้นที่ให้แก่กลุ่มผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มเฉพาะต่างๆอย่างเหมาะสม ทั้งในระดับชุมชนและระดับชาติ เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่าง ชุมชน ประชาชน และประชาคมโลก” [2]

กลุ่มเด็กและเยาวชนเป็นกลุ่มผู้รับชมกลุ่มหนึ่งที่สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสตระหนักถึงความสำคัญในการเข้าถึง โดยคำนึงว่าเด็กและเยาวชนมีความอ่อนไหว และด้อยประสบการณ์ควรปกป้องเด็กและเยาวชนจากเนื้อหาและการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม นโยบายของสถานีกำหนดให้มีรายการเพื่อเด็กและเยาวชน เพื่อสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชน การผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนที่ดีจำเป็นต้องเกิดจากความร่วมมือของหลายฝ่ายไม่ว่าจะเป็นสถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ นักวิชาการ รวมถึงเด็กและเยาวชนในฐานะผู้รับชม ที่ต้องแสดงบทบาทในฐานะผู้รับสารที่มีความกระตือรือร้น (Active Audience) การศึกษาผู้รับสารจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสะท้อนความคิดเห็น ความต้องการของกลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีต่อรายการโทรทัศน์ เพื่อปรับปรุงคุณภาพรายการให้สอดคล้องกับความต้องการ

ต้องการของกลุ่มเด็กและเยาวชนและเพื่อพัฒนารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์เพื่อพัฒนาเยาวชนให้เติบโตเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพของประเทศชาติในอนาคต

วัตถุประสงค์การศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมของเด็กและเยาวชนที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส รวมถึงเพื่อศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของเด็กและเยาวชนที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

แนวคิด

Joseph T. Klapper (1960) [3] ได้กล่าวไว้ว่ากระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตามลำดับดังต่อไปนี้

1) การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่นการเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้อง

ทางความคิด (Cognitive Dissonance)

3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไปเพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไป ยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้ำกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้ นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้นเพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ซึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น Todd Hunt and Brent d. Ruben (1993) [4] ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1) ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

2) ทศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทศนคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับ สิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3) เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4) ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5) การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6) สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7) สภาวะ (Context) สภาวะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่น

อื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8) ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

จะเห็นได้ว่าความต้องการ ทักษะคติและค่านิยมเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมกรการเปิดรับสื่อ สำหรับเด็กและเยาวชนมักจะมีความต้องการ ทักษะคติและค่านิยมตามกลุ่มของตน ทั้งนี้เพราะในช่วงวัยนี้เป็นช่วงวัยแห่งการแสวงหาแนวทางการใช้ชีวิต ต้องการการยอมรับ ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม กลุ่มจึงมีความสำคัญต่อการใช้ชีวิตของเด็กและเยาวชน ในการศึกษาครั้งนี้พิจารณาจากกลุ่มที่มีความสนใจในวัฒนธรรมที่ต่างกัน เพราะในปัจจุบันวัฒนธรรมวัยรุ่นมีความหลากหลายและเป็นประเด็นที่สังคมให้ความสนใจ ดังที่ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี (2553:43) อธิบายว่า การเรียนรู้ทางวัฒนธรรม เป็นไปได้อย่างรวดเร็วและเข้มข้นผ่านสื่อใหม่ (New media) เช่น อินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ การโฆษณา การไหลเวียนของสินค้า บันเทิง แฟชั่น ของขบเคี้ยว เครื่องสำอาง ฯลฯ โลกาวัดณ์ของวัฒนธรรมวัยรุ่น ตลอดจนการรังสรรค์วัฒนธรรมและความหมายใหม่ๆ ในหมู่วัยรุ่น ได้กลายเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ตัดข้ามพรมแดนของวัฒนธรรมชาติ และภูมิภาค ตลอดจนทำลายเส้นแบ่งเขตทางวัฒนธรรมและกรอบธรรมเนียมปฏิบัติอยู่ตลอดเวลา [5]

วิธีการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมกรการเปิดรับและความต้องการของเด็กและเยาวชนที่มีต่อรายการสำหรับเด็กและเยาวชนทางสถานีโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะไทยพีบีเอส เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา คือ กลุ่มเด็กและ

เยาวชนอายุระหว่าง 12-22 ปี จำนวน 8 กลุ่มๆ ละ 8 คน รวมทั้งสิ้น 64 คน โดย
จำแนกกลุ่มตามความสนใจที่แตกต่างกันของวัฒนธรรมกลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มเด็กเรียน

- อายุ 12 -22 ปี
- เกรดเฉลี่ยสะสม 3.00 ขึ้นไป
- ใช้เวลาส่วนใหญ่ในการเรียนและเรียนพิเศษ
- เคยเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนของ
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

2. กลุ่มชอบเล่นเกม

- อายุ 12-22 ปี
- กิจกรรมหลักยามว่าง คือการเล่นเกมนคอมพิวเตอร์
- เคยเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนของ
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

3. กลุ่มเด็กสองล้อรักความเร็ว

- อายุ 15-22 ปี
- กิจกรรมที่ชอบคือการขี่มอเตอร์ไซด์ หรือนั่งซ้อนมอเตอร์ไซด์
ตอนกลางคืน
- เคยเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนของ
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

4. กลุ่ม เค-ป๊อป

- อายุ 12-22 ปี
- ชื่นชอบวัฒนธรรมเกาหลี ชอบดูภาพยนตร์ ฟังเพลง แฟชั่น
เกาหลี
- เคยเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนของ
สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

5. กลุ่มเด็กที่ียวกลางคืน

- อายุ 15-22 ปี
- ไม่ค่อยสนใจในเรื่องเรียน ชอบเที่ยวกับเพื่อน เช่น ดูหนัง เดินช้อปปิ้ง ที่ียวกลางคืน
- เคยเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

6. กลุ่มเด็กจิตอาสา

- อายุ 12-22 ปี
- กิจกรรมยามว่างคือการสละเวลาช่วยเหลือสังคม
- เคยเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

7. กลุ่มเด็กเพศทางเลือก

- อายุ 12-22 ปี
- มีรสนิยมชอบเพศเดียวกัน
- เคยเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

8. กลุ่มเด็กสนใจไอที

- อายุ 12-22 ปี
- สนใจติดตามและให้ความสำคัญในเรื่องเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย
- เคยเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ประเด็นคำถาม

- พฤติกรรมการเปิดรับสื่อต่างๆไป: ประเภทสื่อ/ ความถี่/ ความนิยม
- พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ไทยพีบีเอส:

ช่วงเวลา/ ความถี่/ รูปแบบรายการ / เนื้อหารายการ

- ความคิดเห็นที่มีต่อรายการโทรทัศน์ไทยพีบีเอส: รูปแบบรายการ / เนื้อหารายการ/ผังรายการ
- ความต้องการที่มีต่อรายการโทรทัศน์ไทยพีบีเอส: รูปแบบ/ เนื้อหารายการที่ต้องการ

ผลการศึกษา

กลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีความสนใจในวัฒนธรรมต่างกลุ่มกัน จะมีความสนใจและรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน กลุ่มเด็กเรียนมีเป้าหมายการเรียน และอนาคต เวลาส่วนใหญ่ใช้กับการเรียนหนังสือ พ่อแม่ควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิด กลุ่มเด็กชอบเล่นเกม หลงใหลในเกมออนไลน์ เล่นเกมทุกวัน วันละไม่ต่ำกว่า 3 ชั่วโมง โดยไม่เชื่อฟังการตักเตือนของพ่อแม่ กลุ่มเด็กสองล้อรักความเร็วใช้ชีวิตตอนกลางคืนในการขี่มอเตอร์ไซด์ หรือซัอนมอเตอร์ไซด์ นิยมสักตามร่างกาย ไม่ชอบตำรวจ กลุ่มเด็ก K- POP ชื่นชอบภาพยนตร์ เพลง นักร้อง ดาราเกาหลี เพราะชอบความท้าทาย แปลกใหม่ และการสร้างสรรค์ ในความเป็นเกาหลี กลุ่มเด็กเที่ยวกลางคืน ชอบเที่ยวกลางคืนสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เพราะชอบสังสรรค์กับเพื่อนเพื่อแก้เหงา และชอบกินเหล้า กลุ่มเด็กจิตอาสา ชอบทำกิจกรรม ชอบทำงานอาสาสมัคร และมีกิจกรรมกับครอบครัว หรือโรงเรียนเพื่อช่วยเหลือคนอื่น รู้สึกภูมิใจที่ได้ทำกิจกรรมจิตอาสา กลุ่มเพศทางเลือก มีความพอใจในสภาพเพศทางเลือกของตนเอง ครอบครัวยอมรับได้ กลุ่มเด็กสนใจไอที อยากรู้ อยากเห็น อยากเป็นเจ้าของเทคโนโลยีใหม่ๆ เพราะเชื่อว่าการก้าวไปข้างหน้าด้วยเทคโนโลยีเป็นการก้าวตามโลกที่เปลี่ยนแปลง ทำให้ย่อโลกให้เล็กลงได้ติดต่อกันง่ายขึ้น

พฤติกรรม的开ปดรับสื่อ

จากการสนทนากลุ่มพบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีความสนใจทางวัฒนธรรมต่างกัน ส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรม的开ปดรับสื่อคล้ายกัน กล่าวคือ

จะเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด เว็บไซต์ที่นิยมเข้ามากที่สุดคือ Facebook และ youtube สื่อที่เปิดรับมากเป็นอันดับสองคือ โทรทัศน์ อันดับ 3 คือสื่อ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และวิทยุกระจายเสียง

กลุ่มเด็กชอบเล่นเกมและกลุ่มเพศทางเลือก มีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ เด็กชอบเล่นเกมเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมากเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสองคือโทรศัพท์ เพื่อเล่น BB ติดต่อเพื่อน อันดับสามได้แก่ โทรทัศน์ กลุ่มเพศทางเลือกเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสองคือ อินเทอร์เน็ต และอันดับสามคือ นิตยสารและหนังสือพิมพ์

แต่อย่างไรก็ตาม ทุกกลุ่มมีความเห็นตรงกันว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีความสำคัญที่สุดสำหรับเด็กและเยาวชน ด้วยเหตุผลคือ ความสะดวก รวดเร็ว ตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของเด็กและเยาวชนได้ เช่น ใช้ติดต่อกับเพื่อน ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม เป็นต้น

พฤติกรรมการเปิดรับชมและความคิดเห็นที่มีต่อรายการสำหรับเด็กและเยาวชน

เมื่อกล่าวถึงรายการเด็กและเยาวชน กลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนใหญ่เห็นสอดคล้องกันว่าควรเป็นรายการที่สนุกสนาน แต่มีสาระแฝง ดูง่าย ๆ เหมาะสำหรับเด็กอายุไม่เกิน 15 ปี

กลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนใหญ่ มีความเห็นตรงกันว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ เป็นสถานีโทรทัศน์ที่เหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน เนื่องจากมีรายการสำหรับเด็กมาก มีการ์ตูนเยอะ มีสาระ และมีการสอนเด็ก รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนที่ส่วนใหญ่ชอบดูมากที่สุดคือ รายการการ์ตูน ผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนใหญ่จะเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนช่วงเช้าวันเสาร์-อาทิตย์

สำหรับภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ในมุมมองของเด็กเยาวชนที่มีความสนใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน พบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่ 5 ใน 8 กลุ่มมองว่าสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสเป็นสถานีของ

ผู้ใหญ่ หรือผู้สูงวัยที่มีความเป็นไทย สุขุม มีความรู้ มีเพียงกลุ่มเด็กเที่ยวกลางคืน กลุ่มเพศทางเลือก และกลุ่มเด็กสนใจไอทีที่มองว่าสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสว่าเป็นสถานีของวัยรุ่นที่มีความรู้ มีความคิดสร้างสรรค์ ช่างเลือก เมื่อพูดถึงสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ส่วนใหญ่ผู้เข้าร่วมสนทนาจะนำรายการสารคดีเป็นรายการแรก รองลงมาคือรายการข่าว

กลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนใหญ่รู้จักรายการเด็กและเยาวชนทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เพราะบุคคลใกล้ชิดแนะนำ เช่น พ่อแม่ ผู้ปกครอง และเพื่อน รองลงมาคือ เปิดมาเจอเองโดยบังเอิญ เมื่อดูแล้วชอบจึงติดตามดูเมื่อมีโอกาส จากการสนทนากลุ่ม พบว่า ทั้ง 8 กลุ่มมีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่เหมือนกัน กล่าวคือ ส่วนใหญ่จะเปิดรับชมสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ไม่เป็นเวลาที่ไม่แน่นอนและส่วนใหญ่ไม่มีรายการที่เปิดดูเป็นประจำ

สำหรับรายการสำหรับเด็กและเยาวชนรายการทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่แต่ละกลุ่มชอบดูมีความหลากหลายแตกต่างกันไป รายการที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด คือรายการ English Breakfast และรายการทำให้อ่าน เหตุผลที่ชอบรายการ English Breakfast เพราะรูปแบบการนำเสนอที่สนุกสนานและให้ความรู้ภาษาอังกฤษ รายการทำให้อ่านเป็นรายการที่ดี ให้ความรู้ที่ถูกกล่าวถึงรองลงมาคือรายการขนมไทย อะไรเอ่ยและรายการล่องน้กคิด ด้วยเหตุผลคือชอบเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ

ความต้องการที่มีต่อรายการสำหรับเด็กและเยาวชนของสถานีโทรทัศน์สาธารณะไทยพีบีเอส

ผลการสนทนากลุ่มสามารถแบ่งประเด็นความต้องการที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนของสถานีโทรทัศน์สาธารณะไทยพีบีเอส ได้ดังนี้

รูปแบบรายการ : รูปแบบรายการที่กลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนใหญ่อยากให้มีมากที่สุด คือ รายการประเภทซีทีคอม รองลงมาคือ รายการเกมโชว์ รายการการแสดงออกของเด็ก เช่น ประกวดร้องเพลง ประกวดเต้นรำ รายการ

การ์ตูน รายการเรียลลิตี้ และรายการสารคดีท่องเที่ยว

เนื้อหารายการ : กลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนาทุกกลุ่มมีความเห็นสอดคล้องกันว่าเนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนที่ต้องการคือ เน้นความสนุกสนานและตลก เป็นหลัก มีสาระไม่มากนัก

ประเภทเนื้อหาที่ต้องการอยากให้จะมีจะมีความแตกต่างกันตามความสนใจของแต่ละกลุ่ม

กลุ่มเด็กเรียน :

- เนื้อหาเน้นความสนุกสนาน ตลกเป็นหลัก
- มีสาระวิชาการบ้าง
- เนื้อหาที่ทันสมัย

กลุ่มเด็กเกม :

- เนื้อหารายการที่สนุกสนาน ตื่นเต้น
- สร้างแรงบันดาลใจ
- มีภาพรุนแรงเหมือนจริง

กลุ่มเด็กสองล้อรักความเร็ว :

- เนื้อหารายการที่สนุกสนาน ตื่นเต้น
- อยากให้มีเนื้อหาเกี่ยวกับช่างเครื่องยนต์
- สอนการเต้น การร้องเพลง
- เรื่องผี
- เรื่องกีฬาสำหรับเยาวชน

กลุ่มเด็ก เค-ป๊อป :

- ต้องการเนื้อหารายการที่สนุกสนาน มีสาระ
- เนื้อหาที่เน้นการสร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับเด็ก
- เนื้อหาที่ทำให้เด็กรู้จักสิทธิของตัวเอง
- การสร้างแรงบันดาลใจที่ดี

กลุ่มเด็กเที่ยวกลางคืน :

- ต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์
- ร้องเพลง เต้นรำ
- ทันสมัย

กลุ่มเด็กจิตอาสา :

- เนื้อหาเกี่ยวกับการทดลองวิทยาศาสตร์
- การสอนศิลปะ
- เนื้อหารายการที่เกี่ยวกับจิตอาสา

กลุ่มเพศทางเลือก :

- เนื้อหารายการที่เหมาะสมสำหรับเด็กด้อยโอกาส และเด็กเพศที่สาม
- สอนวิชาความรู้ต่างๆ เช่น ภาษาอังกฤษ ไต้หวัน ประดิษฐ์สิ่งของ
- ไม่ชอบรายการที่รุนแรง

กลุ่มเด็กสนใจไอที :

- เนื้อหาที่ตามติดชีวิตเด็ก
- พาท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษ
- สอนทำกับข้าว
- เทคโนโลยีสมัยใหม่

เทคนิคการผลิตรายการ : มีกลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนาเพียง 4 กลุ่ม ที่ให้ความสนใจในเรื่องเทคนิคการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนได้แก่

กลุ่มเด็กเรียน :

- ต้องการให้ภาพของรายการเด็กและเยาวชนมีสีสันสดใส

เหมาะกับวัยรุ่น

กลุ่มเด็กชอบเล่นเกม :

- เน้นเรื่องราวการประเภทการ์ตูน
- ต้องการให้การ์ตูนมีสีสัน ดึงดูด ความสนใจ
- ภาพการ์ตูนสวย ๆ
- พากย์ให้สนุก

กลุ่มเด็กจิตอาสา : ไม่ต้องการเห็นเซอร์ภาพด้วยเทคนิคภาพเบลอ ๆ

กลุ่มเด็กสนใจไอที : เทคนิคแอนิเมชันให้ดูสมจริง

การมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชน

กลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนา ได้แก่ กลุ่มเด็ก เค-ป๊อป กลุ่มเด็กเที่ยวกลางคืน กลุ่มเพศทางเลือก และ กลุ่มเด็กสนใจไอที ต้องการให้เด็กทางบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนในฐานะพิธีกร ผู้เข้าร่วมแข่งขัน และเป็นเจ้าของเนื้อหา นอกจากนั้นกลุ่มเพศทางเลือกยังระบุกลุ่มเฉพาะที่อยากให้มีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนคือ กลุ่มเด็กด้อยโอกาส และเด็กเพศทางเลือก

กลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนใหญ่ อยากให้มีดารามีชื่อเสียงมาเป็นพิธีกรร่วมในรายการ หรือมาเล่นละครเพื่อดึงดูดความสนใจคนดู

ช่วงเวลา

กลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนใหญ่เห็นว่าช่วงเวลาเช้าวันเสาร์ อาทิตย์ เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสำหรับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชน

การอภิปรายผล

1. อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่เด็กและเยาวชนทุกกลุ่มที่มีความสนใจทางวัฒนธรรมต่างกันให้ความสำคัญมากที่สุด

สาเหตุที่เด็กและเยาวชนให้ความสำคัญกับสื่ออินเทอร์เน็ตเพราะสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของเด็กและเยาวชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ วัยรุ่นใช้อินเทอร์เน็ตพูดคุยกับเพื่อน

แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ค้นหาข้อมูล และที่สำคัญเป็นช่องทางในการติดต่อกับคนอื่น ทำให้รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเพื่อน วัยรุ่นสามารถสร้างสรรค์เนื้อหา หลายคนใช้กล้อง โทรศัพท์มือถือ และคอมพิวเตอร์ถ่ายภาพ หรือวิดีโอเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต วัยรุ่นใช้เวลาส่วนใหญ่ในการดูเนื้อหาที่เขียนโดยคนอื่นมากกว่าใช้เวลาในการดูรายการโทรทัศน์ที่ผลิตโดยบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ วัยรุ่นใช้เครือข่ายทางสังคมเช่น Facebook และ Myspace เพื่อส่งและรับข้อมูลรวมถึงแบ่งปันรูป วิดีโอ และแอปพลิเคชันต่างๆ วัยรุ่นชอบใช้การแชทเพื่อความมั่นใจในการสื่อสารเรื่องที่มีความสำคัญกับเพื่อน ใช้บล็อกในการแสดงความคิดเห็นและสำรวจความคิดเห็นของคนอื่น [6]

2. ส่วนใหญ่เด็กและเยาวชนดูรายการของสถานีไทยพีบีเอส เพราะผู้ปกครองแนะนำ

จะเห็นได้ว่า พ่อแม่ผู้ปกครองมีบทบาทสำคัญต่อการคัดเลือกสื่อที่เหมาะสมให้กับเด็กและเยาวชน การคัดเลือกสื่อที่ไม่เหมาะสมกับวัยปล่อยให้เด็กใช้สื่อที่มีเนื้อหาแบบผู้ใหญ่ จะมีผลต่อระบบการคิด การตัดสินใจ รูปแบบพฤติกรรมของเด็ก การปล่อยให้อยู่กับสื่อโดยขาดการมีส่วนร่วมและการชี้แนะจากผู้ปกครอง ทำให้เด็กรับข้อมูลและประสบการณ์ที่เกินกว่าจะใช้เหตุผลตามวัยของตนพิจารณาทำความเข้าใจ และตัดสินใจไม่ได้ว่าข้อมูลที่ได้รับเป็นอย่างไร [7] ความสัมพันธ์ของผู้ปกครองกับวัยรุ่นมีความสำคัญต่อการป้องกันผลกระทบที่จะเกิดจากการดูโทรทัศน์ได้ Daniel M Kaiser (1992)[8] ทำการวิจัยพบว่า คุณภาพความสัมพันธ์ของวัยรุ่นกับผู้ปกครองและเพื่อนมีบทบาทสำคัญต่อการป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการดูโทรทัศน์ของวัยรุ่น การจำกัดเวลาในการดูโทรทัศน์อาจจะไม่เป็นสิ่งที่จำเป็นหรือสามารถป้องกันอิทธิพลของโทรทัศน์ได้

3. กลุ่มวัฒนธรรมย่อยบางกลุ่มต้องการการยอมรับจากสื่อและต้องการพื้นที่สื่อสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มตน

กลุ่มเพศทางเลือกมีความเห็นว่า รายการโทรทัศน์ไม่มีพื้นที่สำหรับ

เพศทางเลือก และบางรายการมีการนำเสนอเพศทางเลือกในลักษณะไม่ให้เกียรติ จะเห็นได้ว่ากลุ่มเพศทางเลือกเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่จัดได้ว่าเป็นกลุ่มที่อ่อนไหวที่ทีวีสาธารณะควรให้ความสนใจ เพราะพันธกิจที่สำคัญประการหนึ่งของสื่อสาธารณะคือการให้บริการแก่ประชาชนทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง (Universal access) ดังจะเห็นได้จากสถานีโทรทัศน์ BBC ของอังกฤษให้ความสำคัญกับบริการเพื่อตอบสนองความหลากหลายทางวัฒนธรรมของผู้ชม/ผู้ฟัง ทั้งนี้ BBC ให้ความสนใจกับผู้ชมเป็นหลัก โดยมุ่งไปยังผู้ชมที่เป็นกลุ่มอ่อนไหว (Vulnerable) ได้แก่ เด็ก/เยาวชน ชาติพันธุ์กลุ่มน้อย และกลุ่มที่ชอบเพศเดียวกัน โดยวิเคราะห์ความต้องการและการเปิดรับรายการ เพื่อที่จะสามารถจัดทำรายการให้ตอบสนองความต้องการของผู้ชม แนวความคิดของ Thornton ได้อธิบายถึงอิทธิพลของสื่อที่มีต่อสมาชิกในวัฒนธรรมกลุ่มย่อยว่าไม่มีอะไรที่จะทำลายความภาคภูมิใจของสมาชิกในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยได้มากไปกว่าการตัดสินของสื่อมวลชน และการนำเสนอภาพในทางลบของสื่ออาจทำให้นุคคลนั้นกลายเป็นวีรบุรุษ หรือวีรสตรีในกลุ่มวัฒนธรรมนั้น เป็นที่สังเกตว่ากลุ่มเพศทางเลือกเป็นกลุ่มที่ดูรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสหลากหลายรายการและเป็นกลุ่มหนึ่งที่มองว่าสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสเป็นสถานีโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่นที่มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์และช่างเลือก

4.รูปแบบรายการสำหรับเด็กและเยาวชน ที่เด็กและเยาวชนส่วนใหญ่ต้องการอยากให้มีมากที่สุด คือรายการประเภทชิทคอม

ในการสนทนากลุ่ม มีการกล่าวถึงรายการชิทคอมแทบทุกกลุ่มตัวอย่างรายการชิทคอมที่กลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนากล่าวถึงมากที่สุดคือรายการเนื้อคู่อยากรู้ว่าใคร และรายการละครเป็นต่อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเอกลักษณ์ประการหนึ่งของละครชิทคอม คือการมีส่วนสอดแทรกของ “เรื่องจริงหรือสถานการณ์จริงที่กำลังเกิดขึ้น” กับ “ความเป็นละคร” รวมอยู่ด้วยกันซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการและความนิยมของคนดูที่ชื่นชอบผลงานที่อยู่ระหว่าง “เรื่องจริง” กับ “ความบันเทิง” ได้และจากงานวิจัยของพิมพ์มาดา จิรเสวตกุล พบว่าผู้ชม

ละครซีทีคอมคาดหวังจะได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน หลังจากการรับชมละครซีทีคอม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมาก โดยพึงพอใจที่การรับชมละครซีทีคอมทำให้ได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน [9]

5. เด็กและเยาวชนส่วนใหญ่ต้องการชมรายการโทรทัศน์เพื่อความบันเทิงเป็นหลัก

Charles R.Wright ได้กล่าวไว้ว่าการให้ความบันเทิงเป็นหน้าที่หนึ่งของสื่อมวลชน เด็กดูรายการโทรทัศน์เพื่อความตื่นเต้น เพื่อการพักผ่อน ส่วนข่าวสารและความรู้ต่าง ๆ นั้นเป็นเพียงผลพลอยได้ซึ่งเด็กรับไว้โดยไม่รู้ตัว เพราะถ้าเด็กรู้ว่ารายการใดเป็นรายการเพื่อมาสั่งสอน เด็กก็จะปฏิเสธรายการประเภทนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐรดา ศิลป์อุดม [10] ที่พบว่ารายการที่เป็นที่นิยมของวัยรุ่นคือเกี่ยวกับสาระบันเทิงสมัยใหม่ ที่มีการนำเสนอแบบเข้าใจง่าย เป็นเรื่องใกล้ตัว สนุกสนาน ไม่เครียด มีสาระแบบไม่ยัดเยียด ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่จะต้องนำเสนอสาระผ่านความบันเทิง ดังที่ Children's Television Act of 1990 บัญญัติว่า โทรทัศน์สามารถช่วยเด็กในเรื่องการเรียนรู้ข้อมูล ทักษะ คุณค่าและพฤติกรรมที่สำคัญ ในขณะที่ให้ความบันเทิงแก่เด็กและกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นในการเรียนรู้เกี่ยวกับโลกรอบตัวเด็ก

6. อิทธิพลของแต่ละกลุ่มวัฒนธรรมย่อยมีผลต่อความต้องการในเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน

พบว่า กลุ่มเด็กจิตอาสาต้องการดูรายการที่นำเสนอเกี่ยวกับเรื่องจิตอาสา กลุ่มเด็กสองล้อรักความเร็วต้องการดูรายการเกี่ยวกับเครื่องยนต์ กลุ่มเด็กชอบไอทีต้องการดูรายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ กลุ่มเด็กเที่ยวกลางคืนต้องการดูรายการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว กลุ่มเด็กชอบเล่นเกมต้องการดูรายการที่สนุกสนาน ตื่นเต้น รุนแรง เป็นต้น แต่ในความต่างก็มีความเหมือนคือยังมีเด็กและเยาวชนหลายกลุ่มที่ต้องการรายการโทรทัศน์ที่สร้างแรงบันดาลใจ สร้างจิตสำนึกที่ดี และให้ความรู้ในเรื่องสิทธิเด็ก สะท้อน

ให้เห็นถึงภาพเด็กและเยาวชนไทยที่ตระหนักถึงความสำคัญของการบ่มเพาะตัวเองให้เป็นผู้ใหญ่ที่ดีในอนาคต

7.กลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนาส่วนใหญ่ต้องการให้เด็กและเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กควรเปิดโอกาสให้เด็กเข้าร่วมรายการเพื่อให้เด็กได้แสดงออก และให้เด็กรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของรายการ ประโยชน์ของการที่เด็กมีส่วนร่วมในรายการประเภท Non-Fiction สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประการคือ 1.พฤติกรรมและการเรียนรู้ (Behavior and learning) เด็กและวัยรุ่นเมื่อได้ชมรายการที่เด็กเข้าไปมีส่วนร่วมในรายการจะทำให้รู้สึกเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงพฤติกรรมและค่านิยมของพวกเขาและยังถือได้ว่าเป็นโอกาสที่ได้สะท้อนการใช้ชีวิตให้คนอื่นได้รู้ เด็กและวัยรุ่นส่วนใหญ่เชื่อว่าการได้ดูประสบการณ์จากเด็กคนอื่นสามารถทำให้เกิดความสนใจในโลกที่กว้างขึ้นซึ่งพวกเขาารู้สึกชื่นชมและมีความสุข 2.การให้พลัง(Empowerment) เด็กและวัยรุ่นรู้สึกว่า การได้ดูเด็กคนอื่นในรายการโทรทัศน์ทำให้เกิดพลัง เกิดแรงบันดาลใจในการที่จะพยายามทำอะไรใหม่ๆไม่ว่าจะเป็นการเข้าประกวดร้องเพลง การแสดงความสามารถพิเศษ 3. ความบันเทิง(Entertainment) นอกจากเด็กและวัยรุ่นจะได้แรงบันดาลใจแล้วยังรู้สึกสนุกสนานที่ได้ดูเด็กเข้าไปมีส่วนร่วมในรายการ เหมือนว่าเป็นแหล่งแห่งความบันเทิงสำหรับผู้ชม [11]และอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้รายการได้รับความนิยมเพิ่มมาก

8.ดาราที่มีชื่อเสียงเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดความสนใจของกลุ่มเด็กและเยาวชน

กลุ่มผู้ร่วมสนทนา มีความเห็นสอดคล้องกันว่าดารามีบทบาทสำคัญต่อการเลือกเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชน สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐธาดา ศิลปอุดม ที่พบว่ารายการโทรทัศน์ที่พรีกักร เป็นดารา นักร้อง ดีเจ ที่มีชื่อเสียง จะเป็นรายการที่ได้รับความนิยมมากขึ้น [12] จึงน่าจะเป็นรูปแบบหนึ่งของการพิจารณาจัดทำรายการสำหรับเด็กและเยาวชนที่ตอบสนองความต้องการ

ของพวกเขา เพื่อที่จะมีต้นแบบ แรงบันดาลใจที่สร้างตัวตนของวัยรุ่นได้
ข้อเสนอแนะ

ก. ข้อเสนอแนะสำหรับสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

1. รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนควรเป็นเวทีให้เยาวชนทุกกลุ่มได้แสดงความสามารถ รวมทั้งเปิดโอกาสให้เยาวชนได้คิดสร้างสรรค์และมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น และแนวทางในการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เป็นสื่อของพวกเขาอย่างแท้จริง นั่นคือ การรับรู้ถึงความคิดเห็นและมุมมองย้อนกลับจากฝั่งผู้รับสารด้วยอย่างเข้าถึงลึกซึ้งจิตใจเด็กและเยาวชน

2. มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการประชาสัมพันธ์รายการต่างๆ ของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากขึ้น ด้วยสังคมโลกในปัจจุบัน รายการคุณภาพอย่างเดียวย่อมไม่เพียงพอ จำเป็นต้องอาศัยการสร้างกระแสด้วยเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่เหมาะสม เพื่อให้รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสเป็นที่รู้จักและทำให้เด็กๆ มีทางเลือกสื่อที่หลากหลายมากขึ้น เพราะมีเด็กและเยาวชนที่เข้าร่วมสนทนากลุ่มจำนวนหนึ่งกล่าวว่า “รายการของไทยพีบีเอสดีๆ ทั้งนั้น แต่เสียดายไม่ได้โปรโมท”

3. สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสคือสื่อสาธารณะที่มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะที่เน้นรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ดังนั้น ควรยึดจุดยืนดังกล่าวและขยายวงกว้างไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ มากขึ้น

พบว่า มีเด็กที่เข้าร่วมสนทนากลุ่มรู้จักสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสจากผู้ปกครองซึ่งติดตามข่าวเป็นประจำ โดยเด็กกล่าวว่า ผู้ปกครองชอบดูเพราะมีความเที่ยงตรง ไม่ใส่ข้อคิดเห็นมากเกินไป โดยเฉพาะจากเหตุการณ์อุทกภัยที่ผ่านมา การรายงานข่าวของสถานีไทยพีบีเอสมีความโดดเด่น น่าเชื่อถือ นอกจากนี้ เด็กส่วนใหญ่นิยมชมรายการสารคดีของสถานีไทยพีบีเอส ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อสรุปว่า หากรายการใด มีการนำเสนอที่น่าสนใจทั้งในด้านรูปแบบ เนื้อหา เทคนิคการถ่ายทำ รายการนั้นๆ จะได้รับความนิยมจากเด็กๆ

ผู้วิจัยจึงขอเสนอความเห็นที่เห็นว่า สถานีไทยพีบีเอสควรนำจุดยืนของการผลิตรายการคุณภาพที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นอยู่แล้ว บูรณาการกับสิ่งที่เด็กสนใจ เช่น การนำเสนอข่าวเด็กและเยาวชน การนำเรื่องราวของศิลปินวัฒนธรรมบ้านเท็งมานำเสนอด้วยเอกลักษณ์ของสถานี จะทำให้ขยายกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น และใช้กลุ่มผู้ปกครองเป็นแกนนำชักจูงให้เด็กเข้าถึงรายการของสถานีไทยพีบีเอส

ข. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัย

กลุ่มเด็กเป้าหมายที่เข้าร่วมการสนทนาคั้งนี้มีช่วงอายุที่กว้าง คือ 12-22 ปี ดังนั้น ความคิดเห็นต่างๆ อาจมีการผันแปรตามช่วงอายุของเด็ก ดังนั้น หากมีการทำวิจัยในรูปแบบการสนทนากลุ่มในครั้งต่อไปควรแยกกลุ่มเยาวชนให้ชัดเจนตามช่วงอายุ เช่น กลุ่มเด็กเล็ก อายุ 9-12 ปี กลุ่มวัยรุ่นตอนกลาง อายุ 13-15 ปี กลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย อายุ 16-18 ปี และกลุ่มเยาวชนระดับมหาวิทยาลัย อายุ 18-21 ปี

รายการอ้างอิง

[1] โครงการเพื่อเด็กไทยใส่ใจสื่อ (Child Media Monitor). (2554) **พฤติกรรม的开ปรับและความต้องการด้านรายการโทรทัศน์ของเด็กไทย.** กรุงเทพฯ: แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน

[2] เข้าถึงได้จาก <http://www.thaipbs.or.th>: (สืบค้นข้อมูล : 18 มกราคม 2555)

[3] Klapper, J. T. (1960) *The Effects of Mass Communication.* Glencoe: Free Press.

[4] ประมะ สตะเวทิน (2541) **การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี.** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์

[5] ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี (2553) **บทความเรื่อง “วัฒนธรรมวัยรุ่น”.** วารสารสังคมศาสตร์. ปีที่ 22 ฉบับที่ 1/2553. หน้า 25 – 52

[6] เข้าถึงได้จาก <http://www.raisingchildren.net>: (สืบค้นข้อมูล : 11 ธันวาคม 2554)

[7] พรรณพิมล วิบุลากร (2554) **ทำไมเด็กจึงต้องรู้เท่าทันสื่อ.** ใน งามเชื้อสถาปนศิริ. **รู้ทันสื่อ.** หน้า 43-54 .กรุงเทพฯ: บริษัทออกโฟเซ็ท ครีเอชั่น จำกัด.

[8] Kaiser, Daniel M. (1992) *The role of social maturation in adolescent media use: Parent and peer relationships as mediators of teen's perceptions of TV versions of social relationships.* USA: W. Temple University.

[9] พิมพ์มาดา จิระเสวตกุล. (2553) **พฤติกรรม的开ปรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อละครซีทีคอม.** วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

[10] ณัฐรดา ศิลป์อุดม (2551) **ปฏิภรียาของเด็กวัยรุ่นต่อรายการโทรทัศน์** ภรณภคภษา: รายการโทรทัศน์ประเภทเด็กและเยาวชน(รายการ

กบนอกกะลา และรายการรถโรงเรียน) สารนิพนธ์ วิทยาลัยศาสนศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล

[11] เข้าถึงได้จาก <http://www.Offcom.org.uk>: (สืบค้นข้อมูล : 25 ธันวาคม 2554)

[12] ดูรายการอ้างอิง [10]

บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ (2543) **สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอดิชั่นเพรส โปรดักส์

กิติมา สุรสุนธิ (2549) **การค้นหาคำความรู้เกี่ยวกับผลและอิทธิพลของ สื่อมวลชน**. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2543) **แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร** ใน เอกสารประกอบการสอนวิชา พลศาสตร์ของการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พีระ จิโรโสภณ (2532) **การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร** ใน เอกสารการ สอนชุดวิชา 16412 ประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์ (หน่วยที่ 7). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ภัทรานีย์ พัวโสพิศ (2551) **แนวทางการพัฒนารูปแบบรายการโทรทัศน์ ที่พึงประสงค์สำหรับเด็ก**. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เมสิริน ขวัญใจ (2551) **เด็กกับการรู้เท่าทันสื่อโทรทัศน์**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สุดารักษ์ เนื่องชมภู (2551) **ความต้องการและความพึงพอใจของ ผู้ชมรายการทางสถานีโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม

- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) **การสื่อสารกับสังคม**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ยุพดี วิฑิตกุลเจริญ (2537) **ทฤษฎีการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
รามคำแหง
- ศศิธร อภิสัทธีนิรันดร์ (2541) **การขัดเกลาทางสังคมผ่านรายการโทรทัศน์
สำหรับเด็กประเภทปกิณกะบันเทิง**.วิทยานิพนธ์ภาควิชาการ
ประชาสัมพันธ์ นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุธี พลพงษ์,บุปผา ลาภาวัฒนาพันธ์ และประภา นवलเนตร (2550)
“เทคโนโลยีสมัยใหม่กับกา **สื่อสาร**”ในชุดความรู้^๑นิเทศศาสตร์.
หน้า22 กรุงเทพมหานคร:คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- Bandura, A. (1971) **Social Learning Theory**. New York: General
Learning Press.
- Bloom, B. S. (1956) **Taxonomy of Educational Objectives, Handbook
I: The Cognitive Domain**. New York: David McKay.
- Braid, F. R. (2001) **Where Are We Now?** Article published in **Public
Service Broadcasting: Challenge and New Initiatives**. Asia-
Pacific Institute for Broadcasting Development.
- Charles, K. A. (1973) **Anticipated Communication and Mass Media
Information Seeking**. New York: Free Press.
- Enli, G. S. (2008) **Serving the children in public service broadcasting:
Exploring the TV-channel NRK SUPER**. Paper for the
conference.
- Friedson, R. & Flowerman, S. (1951) The relation of the social situation
of contact to the media (pp. 412-426). In **The Bass Handbook**

of Leadership: Theory, Research, and Managerial Applications.
New York: Simon & Schuster.

Horowitz, J. E., Sosenko, L. D., Hoffman, J. L. S., Ziobrowski, J., Tafoya, A., Haagenson, A., Hahn, S. (2006) **Evaluation of the PBS ready to learn cell phone study: Learning Letters with Elmo.**

McCombs, Maxwell E. & Becker, L. B. (1979) **Using Communication Theory.** Englewood Cliff: Prentice Hall.

McCulloch, R. (2001) **Creating Awareness: Role of Consumer Groups.** Article published in **Public Service Broadcasting: Challenge and New Initiative.** Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development.

McQuail, D. (2000) **McQuail's Mass Communication Theory.** London: Sage.

Reimer, B. (1995) **Youth and Moern Lifestyle in Youth Culture in Late Modernity.** London: Saga Publication

Rogers, E. M. & Shoemaker, F. F. (1971) **Communication of innovations: A cross-cultural approach.** New York: The Free Press.

Sandra L. Calvert & Jennifer A. Kotler. (2003) **Lessons from children's television: The impact of the Children's Television Act on children's learning.** Applied Developmental Psychology. 24. 275-335.

Schramm, W. (1973) **Men, Message and Media: a Look at Human Communication.** New York: Harper & Row.

Zarini, Shokoufeh. (2005) **A comparison of gender and racial representation in children's television programming between PBS and Toon Disney.** M.A. Dissertation, University of Colorado at Denver. United States – Colorado.

เข้าถึงได้จาก <http://www.bbc.co.uk> (สืบค้นข้อมูล : 25 มกราคม 2555)

เข้าถึงได้จาก <http://www.childmedia.net> (สืบค้นข้อมูล : 14 ธันวาคม 2554)

เข้าถึงได้จาก <http://www.eppo.go.th> (สืบค้นข้อมูล : 25 ธันวาคม 2554)

เข้าถึงได้จาก <http://www.familymediawatch.org> (สืบค้นข้อมูล :
25 ธันวาคม 2554)

เข้าถึงได้จาก <http://www.mediamonitor.in.th> (สืบค้นข้อมูล :
12 ธันวาคม 2554)

เข้าถึงได้จาก <http://www.nso.go.th> (สืบค้นข้อมูล 2 พฤศจิกายน 2554)

เข้าถึงได้จาก <http://www.parentstv.org> (สืบค้นข้อมูล 8 ธันวาคม 2554)