

ชื่อเรื่อง: บทบาทรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กกับการสร้างจิตสำนึกสาธารณะ

ผู้วิจัย: รองศาสตราจารย์ ดร. อุษา บิ๊กกินส์

สถาบัน: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปีที่พิมพ์: 2551

จำนวนหน้างานวิจัย: 125 หน้า

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง บทบาทรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กกับการสร้างจิตสำนึกสาธารณะงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์ที่สัมพันธ์กับการสร้างจิตสำนึกสาธารณะให้แก่เยาวชน เพื่อศึกษาบทบาทของรายการโทรทัศน์ในการสร้างจิตสำนึกสาธารณะให้แก่เยาวชน เพื่อศึกษาทัศนคติของเยาวชนที่มีต่อการส่งเสริมจิตสำนึกสาธารณะในรายการโทรทัศน์สำหรับเยาวชนงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพประกอบด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ การวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์และการสนทนากลุ่มเด็ก

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่สัมพันธ์กับการสร้างจิตสำนึกสาธารณะให้แก่เยาวชนส่วนใหญ่รายการเด็กจะสร้างจิตสำนึกสาธารณะใน 2 ประเด็นหลักคือ การสนับสนุนสิ่งที่เป็นประโยชน์กับสาธารณะโดยเน้นความสามัคคี และการให้อภัยกัน รวมทั้งการช่วยเหลือผู้ที่อ่อนแอกว่า โดยไม่หวังผลตอบแทน

บทบาทรายการโทรทัศน์ในการสร้างจิตสำนึกสาธารณะให้แก่เยาวชน ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเน้นบทบาทรายการในการสอนให้เด็กเรียนรู้ทักษะชีวิตเป็นหลัก โดยให้ความเห็นว่า จิตสำนึกสาธารณะควรถ่ายทอดผ่านรายการการ์ตูน และให้เด็กทำกิจกรรมที่เป็นแบบอย่างที่ดีต่อสังคม

ทัศนคติของเยาวชนที่มีต่อการส่งเสริมจิตสำนึกสาธารณะในรายการโทรทัศน์สำหรับเยาวชน เด็กวัยเรียนจะเห็นว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ส่วนใหญ่มีการปลูกฝังจิตสำนึกสาธารณะในด้านการช่วยเหลือผู้อื่น แบ่งปันความรู้ให้แก่กัน ส่วนเด็กวัยรุ่น เห็นว่ารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนใหญ่ สอนให้เด็กได้เรียนรู้การอยู่ร่วมกัน ช่วยเหลือกัน และช่วยกันแก้ปัญหาในครอบครัว เด็กวัยรุ่นจะมีทัศนคติเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะที่หลากหลายขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละคน

Title: Roles of Children Television Programs and Public Consciousness

Researcher: Associate Professor Dr. Ousa Biggins

Institution: Dhurakij Pundit University

Publisher: Dhurakij Pundit University

Year of Publication : 2008

Number of Pages: 125 pages

ABSTRACT

The research “Roles of Children Television Programs and Public Consciousness” had objectives to analyze the content of television programs which relating to the public consciousness of children, to study roles of children television programs in public consciousness, to study opinions of the children on promotion of public consciousness for children television programs. The research was the qualitative research including in-depth interview of the producers, textual analysis of the television programs and focus group of the children.

The results of the research were that most of children television programs relating to the public consciousness promoted public consciousness in two issues which were supporting the benefit of the public focusing on cooperation , forgiving and helping the weak people without gaining benefit.

Roles of children television programs in public consciousness, the producers for the programs should focus on the roles of programs in teaching life skills for the children. Moreover, the public consciousness should be presented with cartoons and showing the children activities as social models.

For the opinions of children on public consciousness in children television programs, children thought that the most role of the television production for children showed the public consciousness in terms of helping the others and sharing knowledge with others. The adolescents thought that most of children television programs taught the children to live with others, helping each other and solving the problems in the families. They had different point of views on public consciousness depending on their experiences.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง บทบาทรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กกับการสร้างจิตสำนึกสาธารณะ
สำเร็จลุล่วงไปได้ ด้วยความอนุเคราะห์จาก ศาสตราจารย์ สุกัญญา สดบรรทัด หัวหน้าชุด
โครงการวิจัย อาจารย์ประดิษฐ์ รัตนวิจารณ์ ที่ปรึกษาคณะนิเทศศาสตร์ที่ให้คำปรึกษาและเสนอ
มุมมองในการวิจัยที่มีคุณค่ายิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบคุณ นายนรเศรษฐ ศรีธานี นางสาว ชลาลัย พงษ์ศิริ นางสาวรัตติยา ภักดี
และ นางสาวทิพวรรณ กรสลิ ที่มีส่วนช่วยในการค้นคว้าข้อมูลและจัดรูปเล่มรายงาน

ท้ายที่สุดนี้ ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่ให้ทุนอุดหนุนการทำวิจัยใน
ครั้งนี้

รองศาสตราจารย์ ดร. อุษา บิ๊กกินส์

พฤษภาคม 2551

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	11
1.3 นิยามศัพท์	11
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	12
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	12
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.1 แนวคิดเรื่องจิตสำนึก	14
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน	18
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก	27
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์	37
2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	42
2.6 งานวิทยานิพนธ์และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	47
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	50
3.1 วิธีการเก็บข้อมูล	50
3.2 แหล่งข้อมูล	58
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	58
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	59
3.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย	60

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	61
ตอนที่ 1 วิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์ที่สัมพันธ์กับการสร้างจิตสำนึก	
สาธารณะให้แก่เยาวชน	61
รายการประเภทการ์ตูน	61
รายการประเภทภาพยนตร์ญี่ปุ่น	81
รายการประเภทสารคดีเด็ก	85
รายการประเภทวาไรตี้	89
ตอนที่ 2 บทบาทของรายการโทรทัศน์ในการสร้างจิตสำนึกสาธารณะ	
ให้แก่เยาวชน	93
ตอนที่ 3 ทักษะของเยาวชนที่มีต่อการส่งเสริมจิตสำนึกสาธารณะ	
ในรายการโทรทัศน์	95
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	98
5.1 สรุปผลการวิจัย	98
5.2 อภิปรายผล	105
5.3 ข้อเสนอแนะ	108
บรรณานุกรม	110
ภาคผนวก	113
ก. ตารางวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชน	113
ข. ภาพประกอบสนทนากลุ่ม	117
ค. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	119
ประวัติผู้วิจัย	125

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุการติดตามชมรายการ “สำหรับเด็กและเยาวชน” ผ่านทางช่อง 3	4
1.2 แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุการติดตามชมรายการ “สำหรับเด็กและเยาวชน” ผ่านทาง ช่อง 5	4
1.3 แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุการติดตามชมรายการ “สำหรับเด็กและเยาวชน” ผ่านทางช่อง 7	5
1.4 แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุการติดตามชมรายการ “สำหรับเด็กและเยาวชน” ผ่านทาง ช่อง 9	5
1.5 แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุการติดตามชมรายการ “สำหรับเด็กและเยาวชน” ผ่านทางช่อง 11	6
1.6 แสดงคำร้อยละของตัวอย่างที่ระบุการติดตามชมรายการ “สำหรับเด็กและเยาวชน” ผ่านทางช่องที่ไอทีวี	6
2.1 ผลของกิจกรรมการสื่อสารมวลชน : การสอดคล้องดูแล	21
2.2 ผลของกิจกรรมการสื่อสารมวลชน : การประสานความเข้าใจร่วมกัน.....	22
2.3 ผลของกิจกรรมการสื่อสารมวลชน : สังคมกรรม์	23
2.4 ผลของกิจกรรมการสื่อสารมวลชน : ความบันเทิง	24
3.1 แสดงรายการโทรทัศน์ที่ทำการวิเคราะห์ข้อมูล	51