

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สำนักงานสถิติแห่งชาติทำการสำรวจเกี่ยวกับจำนวนการชมโทรทัศน์ทั่วประเทศ พบว่าจำนวนครัวเรือนที่มีสมาชิกชมโทรทัศน์ทั่วประเทศในปี พ.ศ. 2546 มีสูงถึง 15,726.4 ครัวเรือน จากทั้งหมด 16,470 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 95.5 และมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้น เมื่อเป็นเช่นนี้แสดงว่าสื่อโทรทัศน์นั้นเป็นสื่อที่ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสนใจมากกว่าสื่ออื่น ๆ

นอกจากนี้ผลการสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมโทรทัศน์ของคนในครอบครัว เมื่อปี พ.ศ. 2545¹ ยังพบว่าในช่วงเวลา 20.00-22.00 น. ซึ่งถือว่าเป็นช่วงเวลาที่ผู้เปิดรับชมโทรทัศน์สูงสุด (Prime Time) ไม่ว่าจะเป็นในวันธรรมดาที่คิดเป็นร้อยละ 78.60 และในวันหยุดที่คนส่วนใหญ่ออกไปพักผ่อนนอกบ้านคิดเป็นร้อยละ 62.00 ส่วนช่วงเวลาที่มีการเปิดรับชมโทรทัศน์รองลงมาสำหรับวันธรรมดาคือช่วงเวลา 18.00-19.59 น. คิดเป็นร้อยละ 36.40 ส่วนในวันหยุดแม้ช่วงเวลาเดียวกันนี้จะอยู่เป็นอันดับ 3 คือ 33.40% แต่ก็ไม่ห่างจากอันดับ 2 ที่อยู่ในช่วงเช้าตั้งแต่ 09.00-11.59 น. คือ 34.70% มากนัก แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าในช่วงเวลา 16.00-17.59 น. ของวันธรรมดา มีผู้ชมโทรทัศน์ 6.10% จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นทำให้ทั้งผู้ผลิตรายการ บริษัทโฆษณา และเจ้าของสินค้าต่างให้ความสำคัญกับช่วงเวลา 20.00-22.00 น. เป็นอันมาก และได้พยายามที่จะให้รายการของตน หรือโฆษณาสินค้าอยู่ในช่วงเวลานี้ เพราะว่าการกลุ่มคนส่วนใหญ่เปิดรับชมในช่วงเวลานี้ เมื่อนำอัตราค่าโฆษณามาเปรียบเทียบกับพบว่า ในช่วงเวลา Prime Time อัตราค่าโฆษณาจะมีอัตราที่สูงกว่าช่วงเวลาอื่น

เนื่องจากความเจริญทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน ส่งผลทำให้สังคมต้องมีความตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา การแข่งขันจึงกลายเป็นรูปแบบของการดำเนินชีวิตไปโดยอัตโนมัติ ในทุก ๆ ด้านของการใช้ชีวิตไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การเรียน และอื่น ๆ ทำให้คนส่วนใหญ่ในสังคมมีความเครียดมากขึ้น และสิ่งที่ย่ำแย่และถูกที่สุดในการผ่อนคลาย นั่นก็คือการชมโทรทัศน์อยู่ที่บ้าน โดยช่วงเวลาที่คนส่วนใหญ่ผ่อนคลายคือการรับชมรายการโทรทัศน์ นั่นคือช่วง 20.00-22.00 น. นั่นเอง ทำให้

¹ ศรัทธา วิญญูหัตถกิจ และ สมจรรย์ ชัยสิงห์ประสาท, "Media Receiver,"

BrandAge 9 (กันยายน 2545):159-163.

รายการที่ออกมาในช่วงเวลานี้ส่วนใหญ่มุ่งเน้นความบันเทิงเป็นพิเศษ เพราะต้องการให้ผู้รับชมเกิดความสนุกสนานผ่อนคลาย ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จึงพยายามหาวิธีการนำเสนอรายการ ที่สามารถสร้างความเพลิดเพลินให้กับผู้ชมรายการให้มากที่สุด เมื่อมีผู้ชมจำนวนมากขึ้น ก็สามารถได้รับเงินสนับสนุนจากบริษัทโฆษณา หรือเจ้าของสินค้าให้มาโฆษณาในรายการของตนได้มากขึ้นตามลำดับ จะเห็นว่าผู้ผลิตรายการได้ให้ความสำคัญต่อกลุ่มผู้ชมที่เป็นคนทำงาน หรือกลุ่มที่มีอำนาจในการซื้อสินค้าเป็นอย่างมาก และไม่ค่อยให้ความสำคัญกับกลุ่มคนที่มีอำนาจในการซื้อน้อยซึ่งได้แก่กลุ่มเด็ก เยาวชน และผู้สูงอายุ โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน ซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีค่ามากสำหรับในอนาคต

โดยเมื่อเปรียบเทียบจากจำนวนประชากรของประเทศ จากการสำรวจคะแนนประชากรของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ในปี พ.ศ. 2545 ทั้งหมด 62,799,872 คน (ตัวเลขนี้รวมถึงประชากรที่ไม่ใช่สัญชาติไทย และอีกส่วนหนึ่งที่ไม่ทราบ รวมทั้งหมด 2,911,960 คน) พบว่ามีประชากรที่มีอายุระหว่าง 0-19 ปี และ 60 ปีขึ้นไป รวมทั้งหมด 24,190,986 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 ของประชากรทั้งหมด (ประมาณ 1 ใน 3) ซึ่งถือได้ว่ามีมากพอสมควร แต่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมักจะนำรายการที่เหมาะสมกับกลุ่มคนเหล่านี้ไปออกอากาศในช่วงเวลาที่มีผู้รับชมโทรทัศน์น้อย ซึ่งไม่เหมาะสมกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตของกลุ่มคนเหล่านี้ ทำให้รายการสำหรับเด็กและเยาวชนหาผู้อุปถัมภ์รายการ (Sponsor) ได้ยาก เนื่องจากผู้อุปถัมภ์รายการเห็นว่าไม่สามารถตอบสนองหรือกระตุ้นยอดขายทางการตลาดได้มากนัก เป็นผลทำให้รายการที่มีสาระ หรือเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเด็ก เยาวชน และครอบครัว ส่วนใหญ่ไม่สามารถที่จะดำเนินรายการต่อไปได้ ทำให้สถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ซึ่งถึงแม้ว่ายังคงยึดถือข้อบังคับตามที่ภาครัฐได้กำหนดเวลาการออกอากาศรายการเด็กไว้ในช่วง 16.00-18.30 น. ก็ตาม แต่ก็ไม่ได้ให้ความสนใจจริงจังรายการที่ออกอากาศในช่วงเวลาดังกล่าวจึงมักเป็นการดูที่ข้อลิขสิทธิ์มาจากต่างประเทศที่ฉายเข้าไป เข้ามา หรือเป็นรายการละคร หรือเกมโชว์ซึ่งบางรายการก็เต็มไปด้วยสิ่งแฝงเร้นจากการโฆษณาและสินค้าในรูปลักษณะล่อตา ล่อใจ มากกว่าสร้าง คุณค่าการเรียนรู้หรือความบันเทิงที่สร้างสรรค์

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่ารายการเพื่อเด็ก เยาวชน และครอบครัว ที่มีสาระนั้น นับวันยิ่งจะมีให้ชมกันน้อยลง แม้ว่าจะมีการศึกษาแล้วว่า การชมโทรทัศน์ของเด็กไทยส่วนใหญ่ร้อยละ 83 จะอยู่ในช่วงเวลา 18.00-20.00 น. ของวันจันทร์-วันศุกร์ ก็ตาม²

² อรรถพร กงวิไล และคณะ, “ความคิดสร้างสรรค์ของเด็กอันเป็นผลมาจากการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก,” (รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น, 2540), น. 74.

เมื่อเป็นเช่นนี้จะเห็นว่าช่วงเวลาที่ยุติราชการสำหรับเด็กและเยาวชนจึงควรจะออกอากาศอยู่ในเวลาประมาณ 18.00-20.00 น. แต่สิ่งที่ภาครัฐกำหนดไว้ก่อนหน้านั้นอยู่ในช่วง 16.00-18.30 น. ทำให้เด็กส่วนมากไม่มีโอกาสได้ดูรายการที่เหมาะสมกับตน เพราะจากการสำรวจผังรายการของแต่ละสถานี เมื่อปี พ.ศ. 2546 พบว่ารายการที่ออกอากาศในช่วงเวลา 18.00-20.00 น. ส่วนใหญ่จะเป็น ละคร รายการข่าว และเกมโชว์ เมื่อเป็นเช่นนี้รายการที่เด็กและเยาวชนส่วนมากได้ชมจึงเป็นรายการที่ไม่ใช่รายการสำหรับเด็ก

ด้วยความไม่เหมาะสมของเวลาในการออกอากาศรายการเด็ก เยาวชน และครอบครัวที่ถูกกำหนดไว้ก่อนโดยภาครัฐ ทำให้เด็กและเยาวชนมีโอกาสสำหรับการเปิดรับชมรายการที่เหมาะสมสำหรับตนน้อย ประกอบกับความรุนแรงที่เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2546 ที่มีนักเรียนนำปืนไปยิงเพื่อนที่โรงเรียน ทำให้มีผู้เสียชีวิตทันที 1 ราย และบาดเจ็บอีก 5 ราย ทำให้นายจาตุรนต์ ฉายแสง รองนายกรัฐมนตรี ได้ให้สัมภาษณ์ว่า³

ปัญหาที่เกิดขึ้น สะท้อนว่าตอนนี้เกิดความสับสนในการสร้างเด็ก จึงต้องหันมามองเรื่องการปฏิรูปกระบวนการเรียนรู้ของเด็กอย่างจริงจัง ต้องทำให้เด็กรับรู้ คุณธรรม จริยธรรม แบบแทรกซึม ไม่ใช่การยัดเยียด ในต่างประเทศหากเกิดปัญหาขึ้นกับเด็กจะมีหน่วยงานหลายฝ่ายออกมาระดมความคิดเห็น เพื่อหาสาเหตุว่าเกิดจากอะไร และมีการแก้ไขปัญหายังไร มีการวิเคราะห์ร่วมกัน สื่อในปัจจุบันมีอิทธิพลต่อเด็กมาก การทำให้เด็กรู้จักคิด การรับระบบธรรมเนียมหรือวัฒนธรรมต่าง ๆ เข้ามาใช้ให้เกิดประโยชน์เป็นสิ่งสำคัญของการปฏิรูปการศึกษา และทำให้เด็กไม่ถูกบังคับจนเกินไป สื่อของต่างประเทศมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการรับผิดชอบต่อสังคม ขณะที่ประเทศไทย สื่อต่าง ๆ เป็นไปในเชิงพาณิชย์ ไม่เพียงเฉพาะโทรทัศน์ หรือวิทยุ แม้แต่อินเทอร์เน็ต หากเด็กเข้าไปดูอาจพบสิ่งที่ไม่เหมาะสมอยู่มากมาย การดูแลจากภาครัฐไม่สามารถเข้าถึง ทำให้การมีรายการดี ๆ เพื่อสอนคุณธรรม จริยธรรมแก่เด็ก จึงไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ทำให้ติดตามดูแลเด็กไม่ทัน

และต่อมาเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2546 ก็ได้เกิดกรณีเยาวชนก่อเหตุรุนแรงขึ้นอีกคือนักเรียนชายชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 บุกรุกอาจารย์ซึ่งเป็นนำของครอบครัวเสียชีวิตคาบ้านพร้อมกับยิงตัวเอง

³ ผู้จัดการออนไลน์, “ครูห่วยเชื่อ ‘เด็กยิงเพื่อน’ จะต้องมียุติและแรงกว่านี้แน่,”

<<http://www.manager.co.th/QOL/ViewNews.aspx?NewsID=4683587471841>>,

6 มิถุนายน 2546.

ตายเพื่อหลบหนีความผิด หลังถูกคนรักบอกเลิก หลังจากนั้นอีก 4 วัน ในวันที่ 12 มิถุนายน 2546 ก็เกิดเหตุการณ์ในทำนองเดียวกัน คือ เด็กนักเรียนชั้นมัธยมปีที่ 3 ได้ใช้ปืนขนาด .38ยิงเพื่อนคู่ชกต่อย แต่กระสุนพลาดไปถูกนักเรียนชั้นประถมปีที่ 1 ที่ขาซ้าย กระสุนฝังใน จากเหตุการณ์ความรุนแรงที่เกิดขึ้นในเวลาไล่เรี่ยกัน ถึงแม้ไม่อาจสรุปได้ว่ามีอิทธิพลมาจากสาเหตุใด แต่ก็ทำให้นหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชนเริ่มหันมามองถึงสาเหตุของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และหาแนวทางในการแก้ปัญหา โดยเฉพาะหน่วยงานของภาครัฐได้เร่งให้มีการดำเนินการหาสาเหตุและแนวทาง ซึ่งในขณะนั้นได้มอบหมายให้สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์ ไปดำเนินการซึ่งกรมประชาสัมพันธ์ได้จัดให้มีการประชุมเพื่อกำหนดทางการนำเสนอข่าวไม่ให้เกิดการนำเสนอข่าวในลักษณะสร้างกระแส และมีข้อเสนอดังนี้⁴

1. เรื่องดังกล่าวถือเป็นปัญหาที่ทุกฝ่ายควรให้ความสำคัญ และควรกำหนดให้เป็นวาระสำคัญ (Agenda Setting) ภาครัฐ กระทรวงศึกษาธิการ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรจัดประชุมสัมมนาผู้สื่อข่าวทั่วประเทศทุกสื่อ เพื่อทำความเข้าใจในเรื่องนี้ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ยังสามารถสร้างจิตสำนึกของสื่อมวลชนให้เกิดขึ้น เพื่อใช้พิจารณาญาณการนำเสนอข่าว
2. สื่อมวลชนควรหลีกเลี่ยงการนำเสนอข่าวในลักษณะใกล้เคียงกัน ที่ลอกเลียนแบบมาจากต่างประเทศ
3. สื่อควรสร้างกระแสให้ผู้ปกครอง ครู-อาจารย์ ช่วยกันดูแลเอาใจใส่ จัดให้มีรายการส่งเสริมสุขภาพจิตในช่วงที่วัยรุ่นรับข้อมูลข่าวสาร เช่น ช่วงเวลาหลังข่าว
4. ควรมีการควบคุมดูแลเนื้อหาของละคร ภาพยนตร์ที่แทรกซึมเข้าสู่กลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นเป้าหมายของผู้ผลิตได้ง่ายที่สุด ควบคู่ไปกับการดำเนินมาตรการตามข้อ 1-3
5. ในส่วนของกรมประชาสัมพันธ์ ช่วงสนทนาข่าววิทยุ-โทรทัศน์ ควรมีการสัมภาษณ์สดจัดรายการณรงค์ ให้วัยรุ่นมีแนวคิดในการใช้ชีวิตในโลกความจริงมากกว่ามีแนวคิดในลักษณะจินตนาการไม่สามารถแยกแยะข้อมูลในยุคที่ข่าวสารไร้พรมแดนได้

จากแนวคิดดังกล่าวจะเห็นว่าแนวคิดในข้อ 4 มีความน่าสนใจสำหรับสื่อมวลชนมากพอสมควร เพราะสื่อเริ่มที่จะถูกควบคุมในการนำเสนอรายการ ให้มีเนื้อหาเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัวมากขึ้น ต่อมาในวันที่ 11 ตุลาคม 2546 ผู้จัดการออนไลน์ เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ได้รายงานว่าคณะทำงานของรองนายกรัฐมนตรี (นายจาตุรนต์ ฉายแสง)

⁴ สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์, “การแนวทางการแก้ไขปัญหา,” ใน เอกสารบันทึกข้อความเรื่องเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาคriminalนักเรียนใช้อาวุธปืนก่อคดียิงผู้อื่น (กรุงเทพมหานคร: สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์, 2546). (อัดสำเนา)

ได้ข้อสรุปยุทธศาสตร์การบริหารจัดการสื่อของรัฐ เพื่อการศึกษาและการเรียนรู้จำนวน 9 ข้อ และเตรียมเสนอคณะรัฐมนตรี โดยยุทธศาสตร์ทั้ง 9 ข้อ ได้แก่

1. ให้สื่อของรัฐเป็นสื่อบริการสาธารณะที่เป็นบรรทัดฐานด้านมาตรฐานและคุณภาพของรายการ เพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาเด็ก เยาวชน คนและสังคม โดยให้มีการกำหนดสัดส่วนเวลาสำหรับรายการเด็ก เยาวชน และครอบครัว เช่น ระยะเวลา 16.00-22.00 น. ทั้งนี้ อาจให้สถานีเป็นผู้บริหารเอง หรือให้องค์กรทางการศึกษา วัฒนธรรม องค์กรพัฒนาเอกชน รับผิดชอบการจัดการผลิตโดยเฉพาะ
2. มีองค์กรติดตามและกำกับดูแลคุณภาพ และประสิทธิภาพของรายการในช่วงดังกล่าว
3. ให้ผู้ผลิตสื่อจัดอันดับหรือเรตติ้งรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชน เช่น “โทรทัศน์ - Y” เหมาะสำหรับทุกเพศทุกวัย “โทรทัศน์ - Y7” สำหรับเด็กอายุ 7 ปีขึ้นไป ส่วนรายการโทรทัศน์ทั่วไปนั้น ต้องมีคำว่า “โทรทัศน์ - G” เหมาะสำหรับทุกเพศ ทุกวัย “โทรทัศน์ - PG” รายการที่ควรได้รับคำแนะนำจากผู้ปกครอง เพราะเนื้อหาบางตอนไม่เหมาะกับเด็ก “โทรทัศน์ - 14” เนื้อหาไม่เหมาะกับเด็กอายุต่ำกว่า 14 ปี “โทรทัศน์ - M” เหมาะสำหรับผู้ชมที่เป็นผู้ใหญ่เท่านั้น
4. ให้มีการลงทุนและสนับสนุนการวิจัย และการพัฒนาการผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์ที่มีรูปแบบหลากหลายเพื่อสร้างสรรค์เด็ก เยาวชน และครอบครัว
5. ส่งเสริมให้ผู้ผลิตรายย่อยและผู้ผลิตอิสระรวมตัวกัน เพื่อสร้างความเข้มแข็งในการพัฒนาวิชาชีพ รวมทั้งตรวจสอบกันเอง
6. ส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนมีส่วนร่วมในการผลิตรายการ
7. เพิ่มพลังผู้บริโภคโดยให้องค์กรทางสังคม หรือกลไกตรวจสอบการทำงานของสื่อ และติดตามประเมินคุณภาพรายการ
8. ส่งเสริมและสนับสนุนให้สถาบันการศึกษาและสถาบันที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ผลิต และพัฒนาบุคลากรในด้านการผลิตสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน และสื่อเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ อย่างจริงจัง
9. ให้มีสถาบันวิจัยสื่อสำหรับการพัฒนาสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน และสื่อเพื่อการศึกษา และการเรียนรู้ของคนไทย

มาตรการดังกล่าวได้เริ่มเห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้นในเวลาต่อมา โดยการประชุมของคณะกรรมการกลั่นกรองเรื่องเสนอคณะรัฐมนตรี คณะที่ 4 คณะที่ 5 และคณะที่ 7 (ฝ่ายกฎหมาย) ซึ่งมีรองนายกรัฐมนตรี (นายจาตุรนต์ ฉายแสง) เป็นประธานการประชุม 2 ครั้ง คือ เมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2546 และวันที่ 29 ตุลาคม 2546 เสนอให้สื่อทั้งภาครัฐ และเอกชนผลิตรายการสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัวเพิ่มขึ้น รวมทั้งเสนอให้ขยายช่วงกำหนดเวลาในการออกอากาศเพิ่มขึ้น

โดยผลของการประชุมนี้ได้นำเสนอต่อที่ประชุมคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2546 และ คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบด้วยกับแนวทางดังมีรายละเอียดสำคัญจากเอกสารสรุปรายงานการประชุม คณะรัฐมนตรี ในลำดับที่ 24 เรื่อง แนวทางและมาตรการการใช้สื่อของรัฐเพื่อการศึกษา และการเรียนรู้ ของเด็ก เยาวชน และครอบครัว กำหนดให้สื่อวิทยุโทรทัศน์จัดสรรส่วนเวลาในการออกอากาศที่มี เนื้อหาสาระเพื่อเด็ก เยาวชน และครอบครัว เพิ่มเป็นร้อยละ 10-15 ของเวลาออกอากาศ หรือ ประมาณ 1 ชั่วโมง ถึง 1½ ชั่วโมง จากเดิมที่ออกอากาศเพียงครึ่งชั่วโมง และเปลี่ยนแปลงช่วงเวลา จากเดิมในระหว่าง 16.00-18.30 น. มาเป็นเวลา 16.00-22.00 น. โดยเริ่มจากรายการโทรทัศน์ ของกรมประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2547 และขยายผลไปยังสถานีโทรทัศน์ทุก ช่องในลำดับต่อไป

จากความสำเร็จและสภาพปัญหาข้างต้น เห็นได้ว่ารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กนั้น เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่มีผลต่อการพัฒนาเด็ก และจะส่งผลต่อการพัฒนาประเทศในอนาคต การที่ภาครัฐออกข้อกำหนดเพิ่มเวลารายการสำหรับเด็ก เพื่อเปิดโอกาสในการรับข้อมูลข่าวสารอันเป็น สาระแก่เด็กและเยาวชนเพิ่มขึ้น นับเป็นเรื่องที่น่าสนใจ และเนื่องจากข้อกำหนดดังกล่าวส่งผลกระทบต่อ บุคคลหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งทางด้านบวกและลบ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะทำการศึกษาถึง ความคิดเห็นของผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก บริษัทโฆษณา และ เด็กที่มีต่อมติคณะรัฐมนตรี เรื่อง “การเพิ่มเวลารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัวใน ช่วงเวลา 16.00-22.00 น.” จะมีความคิดเห็นอย่างไร เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้านี้เสนอเป็น แนวทางให้แก่บุคคลที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ปัญหานำการศึกษา

1. ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก บริษัทโฆษณา และเด็ก มีความคิดเห็นต่อมติคณะรัฐมนตรี เรื่อง “การเพิ่มเวลารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก เยาวชน และ ครอบครัวในช่วงเวลา 16.00-22.00 น.” อย่างไร
2. ความต้องการของเด็กที่มีต่อเนื้อหา รูปแบบรายการ การนำเสนอ และช่วงเวลาที่เหมาะสมในการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก บริษัทโฆษณา และเด็กที่มีต่อมติคณะรัฐมนตรี เรื่อง “การเพิ่มเวลารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัวในช่วงเวลา 16.00-22.00 น.”
2. เพื่อศึกษาความต้องการของเด็กที่มีต่อเนื้อหา รูปแบบรายการ การนำเสนอ และช่วงเวลาที่เหมาะสมในการออกอากาศของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งศึกษา เฉพาะความคิดเห็นที่สืบเนื่องมาจากการที่มีมติคณะรัฐมนตรีให้มีการเพิ่มเวลารายการออกอากาศรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในช่วงเวลา 16.00-22.00 น. โดยเป็นการศึกษาความคิดเห็นของ

1. ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย (Free TV.) ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จำนวน 6 คน
 2. ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ได้แก่ รายการช่อง 9 การ์ตูน รายการละครวัยชนคนมหัศจรรย์ รายการเกมทศกัณฐ์เด็ก และรายการ Small Talk จำนวน 4 คน
 3. บริษัทโฆษณา ผู้ซึ่งทำหน้าที่วางแผนในการโฆษณา ได้แก่ บริษัท เอสซี แมทซ์บ็อกซ์ จำกัด บริษัท มายด์แชร์ ประเทศไทย และบริษัท อินนิทิเอทีฟวี มีเดีย จำกัด จำนวน 3 คน
 4. เด็กนักเรียนชาย-หญิงในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่มีอายุระหว่าง 6-12 ปี โดยศึกษาถึงความต้องการของเด็กที่มีต่อเนื้อหา รูปแบบรายการ การนำเสนอ และช่วงเวลาที่เหมาะสมในการออกอากาศของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กด้วย
- ทั้งนี้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลอยู่ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2547-เดือนเมษายน 2548

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำความคิดเห็นที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ และบริษัทโฆษณา ที่มีต่อข้อกำหนดการเพิ่มเวลารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในช่วงเวลา 16.00-22.00 น. ไปเป็นแนวทางในการเตรียมพร้อม
2. สามารถนำความคิดเห็น และความต้องการของเด็กที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กไปผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กได้ตรงความต้องการของเด็ก

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

มติคณะรัฐมนตรี หมายถึง แนวทางและมาตรการที่คณะรัฐมนตรีเห็นชอบเมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2546 ให้เพิ่มบทบาทสื่อของรัฐและเอกชน เพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ของเด็ก และได้มีการมอบหมายให้หน่วยงานของรัฐไปดำเนินการ เพื่อให้ได้มาซึ่งมาตรการในการกำกับดูแลต่อไป

การเพิ่มเวลา หมายถึง การขยายเวลาในการออกอากาศจากเดิม 16.00-18.30 น. เป็น 16.00-22.00 น. และจากเดิมที่ออกอากาศรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัวอย่างน้อยครึ่งชั่วโมง เปลี่ยนเป็น 1 ชั่วโมง ถึง 1½ ชั่วโมง เป็นอย่างน้อย

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว หมายถึง รายการโทรทัศน์ที่จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เด็ก เยาวชน และครอบครัวชม เป็นรายการที่ให้เรื่องราว หรือให้ความรู้ที่เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน โดยมุ่งให้เด็กดูแล้วเข้าใจ ได้รับความสนุกสนาน บันเทิง ไม่เป็นพิษเป็นภัย ให้ความรู้ มีการปลูกฝังทัศนคติและค่านิยมที่ดีงามให้สอดคล้องกับสังคม รวมทั้งก่อประโยชน์แก่เด็กทั้งทางร่างกายและจิตใจ ซึ่งมีเด็กและ/หรือผู้ใหญ่เป็นผู้แสดง หรือเป็นหุ่น เป็นการ์ตูน

เด็ก หมายถึง บุคคลที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 6-12 ปี

ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ หมายถึง ผู้บริหารระดับสูง หรือผู้ที่มีส่วนในการดำเนินงานนโยบายต่าง ๆ ของสถานีโทรทัศน์ ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3, สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5, สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7, สถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อสมท., สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ และ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ หมายถึง บุคคลหรือบริษัทตัวแทน ที่ทำการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อนำออกเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์

บริษัทโฆษณา หมายถึง บริษัทที่รับจัดการวางแผนในการซื้อเวลาสำหรับใช้โฆษณาสินค้าในรายการต่าง ๆ ตามสถานีโทรทัศน์

ข้อจำกัดของการศึกษา

เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ผู้ทำการศึกษาได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างเด็กที่มีอายุระหว่าง 6-12 ปี เท่านั้น ไม่ได้ศึกษาถึงกลุ่มตัวอย่างเด็กที่มีอายุน้อยกว่า 6 ปี และกลุ่มตัวอย่างเด็กที่มีอายุมากกว่า 12 ปี รวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชน

