

## รายงานการวิจัย

### เรื่อง การศึกษาการนำเสนอเนื้อหาสำหรับเด็กของสื่อมวลชนในปัจจุบัน

โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลักษมี คงลาภ  
อาจารย์อัปสร เสถียรทิพย์

#### ความเป็นมาของการวิจัย

ในความเป็นจริงของสื่อมวลชนไทย ไม่อาจปฏิเสธว่า สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทต่างๆที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นไปเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจและการค้าและความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ ทั้งยังมีความหลากหลายในเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ รวมไปถึงยังขาดสื่อที่เหมาะสมสอดคล้องกับเด็กแต่ละกลุ่ม บางสื่อมีเนื้อหาเน้นความรุนแรง ภาพโป๊เปลือย กระตุ้นอารมณ์ทางเพศ ทำให้การเรียนรู้ของเด็กเป็นที่น่าห่วงใยด้วยในภาพรวม กระนั้นก็ดี การกำหนดแนวทางและมาตรการการใช้สื่อของรัฐเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัวนับเป็นนิมิตหมายที่ดีในการเริ่มต้นเพื่อประโยชน์สำหรับเด็ก เพื่อให้เด็กเรียนรู้ในแนวทางที่เหมาะสมจากการรับรู้อสื่อ

ดังนั้น การศึกษาเรื่อง การนำเสนอเนื้อหาสำหรับเด็กของสื่อมวลชนในปัจจุบัน จึงมีเป้าหมายเพื่อเป็นการศึกษาสถานการณ์สื่อสำหรับเด็กปัจจุบันว่า สื่อมวลชนมีการนำเสนอเนื้อหาสำหรับเด็ก หรือไม่ มากน้อยเพียงใด ตลอดจนปัญหาอุปสรรคของการผลิตสื่อสำหรับเด็กเป็นอย่างไร ทั้งนี้ เพื่อเห็นภาพรวมสื่อสำหรับเด็ก อันจะนำไปสู่การวางแผนการผลิตสื่อสำหรับเด็กต่อไป

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปริมาณการนำเสนอเนื้อหาสำหรับเด็กของสื่อมวลชน
2. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคของการนำเสนอเนื้อหาสำหรับเด็กของสื่อมวลชน

#### ขอบเขตของการวิจัย

1. การศึกษาปริมาณการนำเสนอเนื้อหาสำหรับเด็กของสื่อมวลชน เป็นการศึกษาถึงจำนวนรายการโทรทัศน์ จำนวนรายการวิทยุ จำนวนชื่อหนังสือพิมพ์ และจำนวนชื่อนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาสำหรับเด็ก
2. รายการโทรทัศน์ เป็นการศึกษารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ และ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี
3. รายการวิทยุ เป็นการศึกษาเฉพาะรายการวิทยุสำหรับเด็กที่กระจายเสียงทางคลื่นความถี่เอฟ. เอ็ม. ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. หนังสือพิมพ์ เป็นการศึกษาเฉพาะหนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทยเท่านั้น

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปริมาณการนำเสนอของสื่อมวลชน
2. ทำให้ทราบการนำเสนอรูปแบบการนำเสนอสื่อสำหรับเด็ก
3. ทำให้ทราบปัญหาอุปสรรคของการผลิตสื่อสำหรับเด็กอันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบทบาทสื่อมวลชนที่มีต่อเด็ก

## ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาสถานการณ์สื่อมวลชนสำหรับเด็กเป็นการศึกษาปริมาณการนำเสนอเนื้อหาสำหรับเด็กของสื่อมวลชน อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์และนิตยสาร รวมทั้งเป็นการศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคที่มีอิทธิพลต่อการนำเสนอเนื้อหาสำหรับเด็กของสื่อมวลชน โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) ซึ่งมีรายละเอียดการวิจัย ดังนี้

### 1. การสำรวจปริมาณการนำเสนอเนื้อหาสำหรับเด็กของสื่อมวลชน

เป็นการศึกษาสื่อมวลชนแต่ละประเภทดังนี้

1.1 โทรทัศน์ : สำรวจรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. สถานีโทรทัศน์ไอทีวี และสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์

1.2 วิทยุกระจายเสียง : สำรวจรายการวิทยุสำหรับเด็กที่ออกอากาศ ทางระบบกระจายเสียงเอฟ. เอ็ม ในเขต กรุงเทพมหานคร

1.3 หนังสือพิมพ์รายวัน : สำรวจหน้าหนังสือพิมพ์สำหรับเด็กในหนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์บ้านเมือง หนังสือพิมพ์แนวหน้า หนังสือพิมพ์สยามรัฐ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ หนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก หนังสือพิมพ์บางกอกทูเดย์ และหนังสือพิมพ์พิมพ์ไทย

1.4 นิตยสาร : สำรวจนิตยสารสำหรับเด็กทั้งรายสัปดาห์ รายบักษ์ และรายเดือน ที่มีการวางจำหน่าย

## เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

1. เทปวิดีโอและเครื่องวิดีโอที่บันทึกรายการทางโทรทัศน์
2. แบบบันทึกการสำรวจการนำเสนอเนื้อหาสำหรับเด็กทางสื่อมวลชน โดยแบ่งเป็น
  - แบบบันทึกรายการโทรทัศน์
  - แบบบันทึกรายการวิทยุ
  - แบบบันทึกหนังสือพิมพ์

## การเก็บข้อมูล

**โทรทัศน์ :** ทำการบันทึกเทปรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศ ตั้งแต่เวลา 05.00 น. ถึงเวลา 22.00 น. ของสถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 สถานี เป็นระยะเวลาเวลา 2 สัปดาห์ คือวันที่ 1 สิงหาคม ถึง วันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2548

**วิทยุกระจายเสียง :** ทำการสำรวจรายการวิทยุที่กระจายเสียงระบบเอฟ.เอ็ม. ในเขตกรุงเทพมหานคร ตั้งแต่ วันที่ 1 สิงหาคม ถึงวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2548 ตั้งแต่เวลา 05.00 น. ถึง เวลา 22.00 น. และศึกษาจากผังรายการของสถานีวิทยุแต่ละสถานี

**หนังสือพิมพ์ :** ทำการสำรวจหนังสือพิมพ์ รายวันทั้ง 11 ฉบับ เป็นระยะเวลา 2 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม ถึงวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2548

**นิตยสาร :** ทำการสำรวจนิตยสารสำหรับเด็กที่วางจำหน่ายในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2548

## การวิเคราะห์ข้อมูล

1. **รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก:** สถานีโทรทัศน์แต่ละสถานี มีการนำเสนอรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กี่รายการ ได้แก่รายการอะไรบ้าง

2. **วิทยุกระจายเสียง:** สถานีวิทยุกระจายเสียงระบบ เอฟ.เอ็ม. ในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละสถานีมีการนำเสนอรายการเด็กี่รายการ ได้แก่รายการอะไรบ้าง

3. **หนังสือพิมพ์:** หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยแต่ละฉบับ มีหน้าสำหรับเด็กหรือไม่ ได้แก่หน้าอะไรบ้าง

4. **นิตยสาร:** นิตยสารที่มีวางจำหน่ายในเดือนสิงหาคม มีนิตยสารสำหรับเด็กวางจำหน่ายหรือไม่ จำนวนกี่ฉบับ ได้แก่นิตยสารอะไรบ้าง

## 2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยทำการสัมภาษณ์ผู้ผลิตสื่อจำนวนทั้งสิ้น 10 คน โดยแบ่งตามประเภทสื่อได้ดังนี้

### โทรทัศน์

1. คุณวิวัฒน์ วงศ์ภัทรฐิติ ตำแหน่ง Executive Director บริษัท ชูเปอร์จิว จำกัด

สัมภาษณ์วันที่ 4 สิงหาคม พ.ศ. 2548

2. คุณยุพา รัตนจันทร์ ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการบริษัทป่าใหญ่ ครีเอชั่น จำกัด

สัมภาษณ์วันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ. 2548

3. คุณมาลี ปานพชร ตำแหน่ง ผู้ช่วยเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัทเวิร์คพอยท์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์

จำกัด (มหาชน) และผู้ผลิตรายการสู้เพื่อแม่ สัมภาษณ์วันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2548

### วิทยุกระจายเสียง

1. คุณธัชารัตน์ พรเพิ่มพงศ์ ตำแหน่ง ผู้จัดการรายการวิทยุ นิทานเพื่อนรัก สัมภาษณ์วันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2548

2. รองศาสตราจารย์กุลวรา พงษ์ไพโรจน์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวรรณกรรมสำหรับเด็ก คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร และผู้จัดการรายการวิทยุสำหรับเด็ก สัมภาษณ์วันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2548

3. คุณมุกดา อิทธิพล ตำแหน่งผู้จัดการรายการวิทยุโลกของเด็กสัมภาษณ์วันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2548

## หนังสือพิมพ์

1. คุณชมฉัตร ชำนิประศาสน์ ตำแหน่ง หัวหน้าข่าวเยาวชน หนังสือพิมพ์ข่าวสด สัมภาษณ์วันที่ 2 กันยายน พ.ศ. 2548
2. คุณจิตติวรรณ ไสวแสนยากกร ตำแหน่งหัวหน้าข่าวการศึกษา- สาธารณสุข หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ สัมภาษณ์ วันที่ 8 กันยายน พ.ศ. 2548

## นิตยสาร

1. คุณรุ่งเพชร สุขภูตานันท์ ตำแหน่งบรรณาธิการบริหาร นิตยสาร จูเนียร์ แม็ก สัมภาษณ์ วันที่ 5 สิงหาคม พ.ศ. 2548
2. คุณสุวรรณี เรวัตบวรวงศ์ ตำแหน่ง ตำแหน่งบรรณาธิการบริหาร นิตยสารรักลูก/นิตยสาร Kids and school สัมภาษณ์ วันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2548

## การวิเคราะห์ข้อมูล

1. เรียบเรียงคำให้สัมภาษณ์จากเทปบันทึกเสียง
2. จัดประเภทของเนื้อหาออกเป็นประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้
  - 1) จุดมุ่งหมายของการผลิตสื่อสำหรับเด็ก
  - 2) ปัญหาอุปสรรคในการผลิตสื่อสำหรับเด็ก
  - 3) แนวทางแก้ไขปัญหา
  - 4) แนวโน้มสื่อสำหรับเด็ก

ในขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้ง 2 ส่วน คือการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพ

## สรุปผลการวิจัย

จากการสำรวจการนำเสนอเนื้อหาสำหรับเด็กทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม ถึง วันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ.2548 พบว่า สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 มีรายการสำหรับเด็กมากที่สุด จำนวน 15 รายการต่อสัปดาห์ รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อสมท. มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจำนวน 10 รายการต่อสัปดาห์ และสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจำนวน 8 รายการต่อสัปดาห์ตามลำดับ

รายการวิทยุสำหรับเด็ก จากการสำรวจพบว่า มีเพียง 3 รายการ ได้แก่ รายการโลกของเด็ก ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เอฟ เอ็ม 92.5 MHz. รายการครอบครัวสุขสันต์ ออกอากาศทางสถานีวิทยุรีดิโอ เอฟ เอ็ม 97.0 MHz. และรายการนิทานเพื่อนรัก ออกอากาศทางสถานีวิทยุรีดิโอ เอฟ เอ็ม 97.0 MHz. ทั้งนี้ สถานีวิทยุระบบเอฟ.เอ็ม.ในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นสถานีเพลง

จากการสำรวจหนังสือพิมพ์จากหนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย จำนวน 11 ฉบับ มีหนังสือพิมพ์ 7 ฉบับที่มีพื้นที่สำหรับเด็กเป็นประจำได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์แนวหน้า หนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก และหนังสือพิมพ์มติชน ส่วนใหญ่จะมีหน้าสำหรับเด็ก 1 วันต่อสัปดาห์ ซึ่งจะเป็น วันเสาร์หรือวันอาทิตย์ ยกเว้นหนังสือพิมพ์ข่าวสดที่หน้าสำหรับเด็ก 6 วันต่อสัปดาห์ สำหรับนิตยสารสำหรับเด็ก จากการสำรวจพบว่า นิตยสารสำหรับเด็กอายุ 3-12 ปี มีเพียง 2 ฉบับ คือ นิตยสารจูเนียร์ แม็ก และนิตยสารแก๊งเด็กสนุก

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตสื่อสำหรับเด็ก จำนวน 10 ท่าน โดยแบ่งเป็น ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจำนวน 3 ท่าน ผู้ผลิตรายการวิทยุสำหรับเด็ก จำนวน 3 ท่าน และผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับเด็ก แบ่งเป็น หนังสือพิมพ์ และ นิตยสาร ประเภทละ 2 ท่าน ผลการวิจัยพบว่า

**รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก :** จุดมุ่งหมายในการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก คือการสร้างโอกาสในด้าน การแสดงออกทางความสามารถของเด็ก และการสร้างจุดเด่นของรายการด้วยเรื่องราวและภาพที่สวยงาม ซึ่ง การผลิตรายการสำหรับเด็กต้องทำด้วยใจรัก และไม่หวังผลในเชิงธุรกิจ ส่วนปัญหาอุปสรรคในการผลิตรายการสำหรับเด็กมี หลายประการได้แก่ ปัญหาผู้สนับสนุนรายการ หรือ สปอนเซอร์ ( Sponsor ) ช่วงเวลาในการนำเสนอซึ่งต้องขึ้นอยู่กับ สถานี ผู้ผลิตรายการที่ยังไม่มีความรู้ความสามารถในการผลิตรายการสำหรับเด็ก และปัญหาในการผลิต ซึ่ง แนวทางการแก้ไขปัญหาให้ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งสามท่านเห็นว่า การผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กต้องได้รับความสำคัญทั้ง จากภาครัฐ เจ้าของสถานีโทรทัศน์ และ ภาคเอกชน สำหรับแนวโน้มรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก หากเปรียบเทียบกับ ระยะเวลาที่ผ่านมา ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าคุณภาพการผลิตรายการดีขึ้น แต่ก็ควรมีการศึกษาวิชาการวิทยุรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก เพื่อเรียนรู้การสร้างสรรครายการที่ตอบสนองความต้องการของเด็กด้วย รวมทั้งควรเน้นการให้เด็กได้แสดง ความสามารถและมีส่วนร่วมให้มากขึ้น

**รายการวิทยุสำหรับเด็ก :** ส่วนใหญ่เป็นการผลิตตามนโยบายของสถานีเพื่อให้สาระความรู้ในกลุ่มเป้าหมาย เด็กและครอบครัว และบางรายการผลิตด้วยใจรักและได้รับการสนับสนุนด้วยดีจากธุรกิจด้านอื่นที่สนับสนุนให้รายการ ออกอากาศได้ ส่วนปัญหาอุปสรรคในการผลิตรายการวิทยุสำหรับเด็กมีทั้งปัญหาจากผู้ผลิตรายการ ผู้สนับสนุนรายการ การผลิตรายการ การถ่ายทอดสดของทางสถานี และการตรวจสอบจำนวนผู้ฟังรายการวิทยุสำหรับเด็ก แนว ทางแก้ไขปัญหาลักษณะนี้ คือควรหาวิธีการให้เด็กเข้ามามีส่วนร่วมในรายการมากขึ้น เช่น เล่นเกม ตอบปัญหา รวมทั้งผู้ปกครองควรสนับสนุนให้เด็กได้ฟังรายการ ที่สำคัญภาครัฐต้องให้ความสำคัญกับรายการวิทยุสำหรับเด็กและ แสดงออกด้วยการสนับสนุนอย่างจริงจัง สำหรับแนวโน้มการผลิตรายการวิทยุสำหรับเด็ก แม้ว่าสถานีจะให้ความสำคัญ มากขึ้น แต่ผู้ผลิตรายการยังต้องพัฒนาทั้งในด้านการสำรวจความต้องการของเด็กในการรับฟังรายการวิทยุ การ ตรวจสอบปฏิกริยาสะท้อนกลับของเด็ก

**นิตยสารสำหรับเด็ก :** จุดมุ่งหมายของการทำนิตยสารสำหรับเด็กแต่ละเล่มที่ทำการสัมภาษณ์มีความแตกต่างกัน เช่น นิตยสารจูเนียร์ แม็ก เน้นการมีส่วนร่วมของเด็ก ในขณะที่นิตยสาร KIDS AND SCHOOL เน้นกระบวนการ เรียนรู้เพื่อเด็กเล็ก โดยผ่านผู้ปกครอง ส่วนปัญหาอุปสรรคในการผลิตนิตยสารสำหรับเด็กได้แก่ ปัญหาผู้สนับสนุน ขาดแคลนผู้เขียนคอลัมน์ ผู้ปกครองไม่ค่อยสนับสนุนให้อ่านนิตยสารสำหรับเด็ก และเด็กมีสื่ออื่นเป็นทางเลือกที่ น่าสนใจกว่า ดังนั้น การแก้ไขปัญหาอุปสรรคควรเน้นในเรื่องการทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย และรัฐควร ให้ความสำคัญและสนับสนุนอย่างจริงจัง สำหรับแนวโน้มนิตยสารสำหรับเด็กมีแนวโน้มว่าจะมีตลาดที่กว้างขึ้น แต่ควร พัฒนาการผลิตให้เด็กเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตมากขึ้นด้วยเช่นกัน

**หน้าสำหรับเด็กในหนังสือพิมพ์รายวัน :** สื่อหนังสือพิมพ์แม้มิได้ผลิตเพื่อเด็กโดยตรง แต่ก็ให้ ความสำคัญกับการมีพื้นที่ให้กับเด็กและเยาวชน ประกอบกับเจ้าของหนังสือพิมพ์ก็มีนโยบายสนับสนุน ทำให้ปัญหา อุปสรรคในการผลิตสื่อนี้มีน้อยมาก ปัญหาที่พบจะเป็นปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินงาน เช่น การระมัดระวังการนำเสนอ เนื้อหาเชิงธุรกิจ การไม่สามารถเพิ่มพื้นที่ในการนำเสนอเนื้อหาสำหรับเด็ก เพราะพื้นที่จำกัด ซึ่งสามารถ แก้ไขได้โดยการปรับปรุงคอลัมน์ต่างๆให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านอยู่เสมอ ออกแบบจัดหน้าให้น่าสนใจ เพิ่มขึ้น สำหรับแนวโน้มการผลิตคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์สำหรับเด็กจะเป็นการนำเสนอความรู้ที่หลากหลาย และเปิด โอกาสให้เด็กเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น

## การอภิปรายผล

### 1. รายการวิทยุสำหรับเด็กและนิตยสารสำหรับเด็กในปัจจุบันยังมีอยู่น้อยเมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ

จากการสำรวจพบว่าปัจจุบันมีรายการวิทยุสำหรับเด็กเพียง 3 รายการและมีนิตยสารสำหรับเด็ก 2 ฉบับ ทั้งนี้ เป็นเพราะสื่อทั้ง 2 ประเภทนี้เป็นสื่อที่ไม่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเด็กในการเปิดรับ ดังที่ ไคลทิพย์ จารุภูมิ ( 2545: 230 ) อธิบายว่าปัญหาสำคัญของการจัดทำนิตยสารสำหรับเด็ก คือการที่เด็กไม่มีกำลังซื้อด้วยตนเอง ต้องซื้อโดยพ่อแม่ ผู้ปกครอง และอีกประการหนึ่ง เป็นเพราะเด็กไทยไม่ได้ถูกปลูกฝังให้รักการอ่าน ทำให้นิตยสารเด็กต้องแข่งกับสื่ออื่น ๆ โดยเฉพาะโทรทัศน์ที่ดึงดูดความสนใจจากเด็กได้มากกว่า นอกจากสื่อโทรทัศน์ที่เป็นคู่แข่งสำคัญของนิตยสารสำหรับเด็กแล้ว หนังสือการ์ตูนก็เป็นคู่แข่งสำคัญ โสมนัส สุจริตกุล ( 2537: 136 ) ทำการวิจัยพบว่า การ์ตูนประเภทขายหัวเราะ การ์ตูนต่างประเทศ ทั้งญี่ปุ่นและอเมริกันเป็นคู่แข่งสำคัญของนิตยสารเด็ก นอกจากนั้นเด็กยังหันไปสนใจสื่ออื่นหรือมีกิจกรรมอื่นมากกว่าจะสนใจอ่านนิตยสาร

สำหรับสื่อวิทยุกระจายเสียงก็ประสบปัญหาเช่นเดียวกับสื่อ นิตยสาร จากการสำรวจพฤติกรรมการฟังวิทยุของเด็ก พบว่า เด็กส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมการฟังวิทยุนานๆครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.7 และเหตุผลสำคัญที่เด็กเลือกฟังรายการวิทยุ คือ เลือกฟังตามคำแนะนำของพ่อแม่ ( นงฐา เอื้อภราดร 2545:141) ไม่ใช่ในประเทศไทยเท่านั้นที่สื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ไม่ได้รับความนิยมจากเด็กแม้แต่ในประเทศสหรัฐอเมริกา วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่เด็กมีการเปิดรับน้อย (LAWRENCE I. ROSENKOETTER 2001: 487) เป็นที่สังเกตได้ว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงระบบเอฟ.เอ็ม. ในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นสถานีเพลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิลาสินี พิพิธกุล (2546)ซึ่งสถานีเพลงในปัจจุบันเป็นรูปแบบที่เรียกว่า Format Station คือนี้อาสาส่วนใหญ่เป็นการเปิดเพลง โดยเพลงที่เปิดจะเป็นเพลงแนวเดียวกัน เช่น แนวเพลงไทย Easy listening แนวอินดี้ เป็นต้น เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ไม่ใช่กลุ่มเด็ก

### 2. ผู้ผลิตสื่อสำหรับเด็กส่วนใหญ่เรียกร้องให้ภาครัฐเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนสื่อสำหรับเด็กอย่างจริงจัง

รัฐบาล เป็นองค์กรหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมของสื่อมวลชน การดำเนินงานของสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับองค์กรอื่นอย่างน้อย 4 องค์กรที่สำคัญ คือ เจ้าของหรือผู้ผลิต รัฐบาล ผู้ให้การสนับสนุน และสมาชิกของสังคม ( ผู้รับสาร)(สุรพงษ์ โสธนะเสถียร 2533: 318) ดังนั้น รัฐบาลจึงเข้ามามีผลต่อการดำเนินงานขององค์กรสื่อมวลชน ซึ่งสอดคล้องกับ เดนิส แมคควอล ( Denis Mcquail 1994) ที่ได้เสนอแนวคิดว่า องค์กรสื่อมวลชนตกอยู่ภายใต้แรงกดดันทั้งจากภายใน และภายนอกองค์กร ซึ่งรัฐบาลจัดเป็นปัจจัยภายนอกปัจจัยหนึ่ง ที่เข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานของสื่อมวลชน

ผู้ผลิตสื่อส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก รายการวิทยุสำหรับเด็ก และ นิตยสารสำหรับเด็ก มีความเห็นสอดคล้องกันว่าภาครัฐควรเข้ามาแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการผลิตสื่อสำหรับเด็กอย่างเป็นรูปธรรม เป็นระบบ และด้วยความจริงจัง ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธาทิพย์ ศรีวรานนท์ ( 2537:140) ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในประเทศไทย พบว่า การที่จะแก้ปัญหาเรื่องการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กให้มีคุณภาพทัดเทียมกับอารยประเทศได้นั้น จะต้องเริ่มต้นที่องค์กรหลักของประเทศ คือ รัฐบาล โดยรัฐบาลจะต้องกำหนดเป็นนโยบายที่เป็นรูปธรรม มีความชัดเจนในการที่จะให้หน่วยงานในสังกัดของรัฐบาลทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กให้ความร่วมมือกับผู้ผลิตรายการเป็นอย่างดี

ตัวอย่างของความไม่ชัดเจนของนโยบายภาครัฐ เช่น ความหมายของคำว่า “รายการเด็ก” จะเห็นได้ว่ามีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเกิดขึ้นตามสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆมากขึ้น แต่สิ่งหนึ่งที่ยังคงเป็นประเด็นถกเถียงกันมากก็คือ “รายการประเภทไหนถึงจะเรียกว่าเป็นรายการเด็ก รายการเด็กที่มีอยู่ทุกสถานีโทรทัศน์ ในขณะนี้บางรายการก็ยังไม่ชัดเจนว่าต้องการจับเด็กในช่วงใด อีกทั้งรูปแบบของรายการก็ไม่หลากหลาย” ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ ประธาน

คณะทำงานเพื่อเตรียมการดำเนินงานตามนโยบายการใช้สื่อของรัฐ และการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชน และครอบครัว (www. Manager.com) ทำให้ผู้ผลิตสื่อเกิดความสับสนในทางปฏิบัติ

### 3. แรงกดดันทางด้านโฆษณาส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการผลิตสื่อสำหรับเด็ก

จากการวิจัยพบว่าปัญหาของสื่อสำหรับเด็กส่วนใหญ่ คือเรื่องการทำผู้สนับสนุนรายการหรือที่เรียกว่า สปอนเซอร์ และหาสินค้าลงโฆษณา ทั้งนี้ เพราะธุรกิจสื่อมวลชนมีรายได้หลักจากสปอนเซอร์และค่าโฆษณาที่ตั้งใจ สุจริตวิวัฒน์ศักดิ์ กรรมการผู้จัดการพีเพิล มีเดีย กล่าวว่า “สภาพตลาดโดยรวมจะหาสปอนเซอร์ยากมาก ที่ผ่านมารายการเด็กที่ทำแล้วไม่ค่อยรอด เป็นปัญหาที่กระทบถึงกัน ผู้จัดก็ล้มหายไปเยอะบางรายการเพราะรักแต่ทำแล้วไปไม่รอด (www. manager.com: 10 ก.ย. 2547) เหตุผลที่ผู้สนับสนุนรายการเด็กมีน้อย เพราะว่า รายการเด็กมีผู้อุปถัมภ์รายการเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มชนมชนบคเคี้ยว กลุ่มของเล่น เป็นต้น ถ้าผู้อุปถัมภ์รายการประเภทอื่นๆจะมาลงโฆษณาสินค้าของตัวเองในรายการเด็ก ผลสรุปก็มักจะออกมาว่าสินค้าที่ลงโฆษณามักขายไม่ได้ เพราะกลุ่มเป้าหมายไม่ใช่กลุ่มที่มีอำนาจซื้อ ( นพปฎล กฤตโตปการ 2543:93 )

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ( 2544: 350 ) แบ่งกลุ่มที่ไม่ใช่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของสื่อและของบริษัทโฆษณาออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ไม่มีรายได้ประจำ กลุ่มที่มีรายได้น้อย กลุ่มที่มีการศึกษาน้อย/ไม่มีการศึกษา และกลุ่มที่พูดภาษาเฉพาะกลุ่มที่ไม่ใช่ภาษาไทย และไม่มีการได้/รายได้ต่ำ ซึ่งเด็กจัดอยู่ในกลุ่มที่ไม่มีรายได้ประจำ

การที่สื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นสื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต้องพึ่งรายได้จากการโฆษณาทั้งหมดส่งผลให้เจ้าของสินค้า และบริษัทตัวแทนโฆษณาเข้ามามีบทบาทในการกำหนดทิศทางการนำเสนอเนื้อหาของสื่อมวลชน ดังที่ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ( อ้างแล้ว) อธิบายเหตุผลว่า จากตรรกะของการแสวงหากลุ่มคนดูกลุ่มใหญ่ที่สุด เจ้าของสินค้าและเอเยนซีโฆษณาจึงร่วมกันหารูปแบบและเนื้อหารายการที่คนจำนวนมากนิยมดูซึ่งมักเป็นรูปแบบรายการบันเทิงที่ดูง่าย วิธีการนำเสนอตรงไปตรงมา มีเรื่องราวที่ไม่ซับซ้อนนัก และไม่ใช้รูปแบบหรือเนื้อหาที่ผูกติดกับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพียงกลุ่มเดียว โสมนัส สุจริตกุล (อ้างแล้ว) อธิบายถึงแรงกดดันจากการโฆษณาที่มีต่อการกำหนดเนื้อหาสื่อสิ่งพิมพ์ว่า การทำนิตยสารสำหรับเด็ก รายได้จากโฆษณาช่วยเสริมทุนให้นิตยสาร และบางฉบับมีรายได้ส่วนใหญ่จากการขายเนื้อที่โฆษณา ผู้โฆษณาอาจใช้ความได้เปรียบนี้กำหนดเนื้อหา นิตยสาร แต่บรรณาธิการอาจเลือกใช้วิธีขายเนื้อที่โฆษณาโดยเสนอขายเป็นคอลัมน์แฝงโฆษณา เสนอโฆษณาในรูปแบบเกม ซึ่งสามารถลดแรงกดดันจากโฆษณาที่ต้องการกำหนดเนื้อหาได้ ดังนั้น ทรายปติที่สื่อสำหรับเด็กยังต้องพึ่งพารายได้หลักจากการโฆษณา สื่อต่างๆ คงต้องหาวิธีการเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงจากการถูกรอบงำทางความคิด

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์พบว่า วิธีการหนึ่งที่สามารถแก้ปัญหาให้กับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กได้ คือการให้สถานีโทรทัศน์ลดค่าเช่าเวลาให้กับรายการเด็ก ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธาทิพย์ ศรีวรานนท์ (อ้างแล้ว)ว่า ค่าเช่าเวลาสำหรับออกอากาศมีราคาสูงมากเพราะสถานีโทรทัศน์ส่วนมากจะคิดในอัตราเต็มเท่ากับรายการประเภทอื่น ทำให้ผู้ผลิตต้องประหยดงบประมาณส่วนอื่นมาทดแทน ถ้าสถานีโทรทัศน์เล็งเห็นความสำคัญของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ก็อาจมีส่วนลดสำหรับค่าเช่าเวลาให้กับรายการสำหรับเด็กบ้าง จะทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง

สำหรับนิตยสารสำหรับเด็ก เพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ ต้องมีการทำกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายกับเด็กเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมการจำหน่ายไปยังผู้ปกครอง เพื่อเพิ่มความเข้าใจและเห็นประโยชน์ของนิตยสารสำหรับเด็ก

### 4. รูปแบบสื่อสำหรับเด็กที่พึงประสงค์ คือการให้เด็กเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ

จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตสื่อ พบว่า ผู้ผลิตสื่อส่วนใหญ่มีความเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มสื่อสำหรับเด็กในอนาคตเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า ควรให้เด็กเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อมากขึ้น ซึ่งแนวความคิดดังกล่าวสอดคล้องกับความต้องการของเด็กในฐานะกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ จากการสำรวจของสวนดุสิตโพล

(2547) เกี่ยวกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในฝัน พบว่า รายการสำหรับเด็กและเยาวชนในฝันควรมีรูปแบบการนำเสนอที่แสดงออกถึงความสามารถ/ความคิดสร้างสรรค์ และกิจกรรมที่让孩子มีส่วนร่วมได้แสดงความคิดเห็นได้ การที่เด็กและเยาวชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อเป็นสิ่งจำเป็น ตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก (Convention on the rights of the child) ในอนุสัญญาข้อที่13.1 ได้เขียนถึงสิทธิของเด็กกับเสรีภาพในการแสดงออกไว้ว่า “เด็กมีสิทธิที่จะมีเสรีภาพในการแสดงออก สิทธินี้รวมถึงเสรีภาพที่จะแสวงหา ได้รับ หรือถ่ายทอดข่าวสาร และความคิดทุกลักษณะโดยไม่ถูกจำกัดโดยเขตแดน ไม่ว่าโดยวาจา ลายลักษณ์อักษร หรือการตีพิมพ์ในรูปแบบของศิลปะ หรือผ่านสื่ออื่นใดตามที่เด็กเลือก “

เด็กในฐานะพลเมืองคนหนึ่งของประเทศคงต้องทำความเข้าใจ เกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของตนให้ดีขึ้นในขณะที่เดียวกันสื่อมวลชนต้องยอมรับเด็กในฐานะเป็นพลเมืองของชาติเช่นกัน

สังคมประชาธิปไตยต้องการสื่อที่ถือผู้รับสารเป็นพลเมืองไม่ใช่ “ผู้บริโภคร” หรือ “ลูกค้า” อย่างเด็ดขาด สื่อจะต้องปฏิบัติต่อผู้รับสารในฐานะเป็นพลเมืองคนหนึ่งของประเทศ กล่าวอย่างเป็นรูปธรรมก็คือ เราดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุไม่ใช่เพียงเพื่อผู้บริโภคร หรือเสพอะไรก็ตามที่สื่อป้อนให้เรา ผู้รับสารในอนาคตต้องตระหนักอยู่เสมอว่า ในฐานะพลเมืองคนหนึ่ง “สิทธิ” และ “หน้าที่” ไม่ต่างจากสิทธิหน้าที่ทางการเมืองอื่นๆที่พลเมืองคนหนึ่งพึงปฏิบัติต่อประเทศชาติ (วิภา อุตมฉัตร 2546:172 )

## ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. การส่งเสริมและพัฒนาสื่อสำหรับเด็กไม่ใช่เป็นงานเฉพาะของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การร่วมมือกันศึกษาแลกเปลี่ยนความคิด ศึกษาสภาพความเป็นจริง จะทำให้ทุกฝ่ายมีความเข้าใจปัญหาได้ดีขึ้น อันจะนำไปสู่การเสนอแนวทางแก้ปัญหาได้อย่างเป็นรูปธรรมและปฏิบัติได้จริง เพื่อประโยชน์ต่อเยาวชนของชาติ
2. ภาครัฐควรมีนโยบายการพัฒนาสื่อสำหรับเด็กที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม เพื่อสร้างบรรทัดฐาน และมาตรฐานในการผลิตสื่อ ที่สำคัญควรมีการสนับสนุนและพัฒนาสื่อสำหรับเด็กอย่างต่อเนื่องและจริงจัง
3. ภาคเอกชนควรเข้ามามีส่วนสนับสนุนและส่งเสริมการผลิตสื่อสำหรับเด็กมากขึ้นเพราะความอยู่รอดของธุรกิจสื่อสำหรับเด็กขึ้นอยู่กับเจ้าของธุรกิจ เจ้าของบริการที่เป็นผู้สนับสนุนหรือลงโฆษณา
4. องค์กรวิชาชีพทางสื่อมวลชน ควรร่วมมือกันในการกำหนดนโยบายและแนวทางการพัฒนาสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน ควรกำกับดูแลกันเอง เพื่อสร้างสำนึกให้ผู้ผลิตสื่อสำหรับเด็กผลิตสื่อที่มีคุณภาพและคุณธรรม
5. การสร้างพื้นฐานการศึกษาที่ดีให้กับเด็กจะช่วยให้เด็กมีภูมิคุ้มกันที่แข็งแรงต่ออิทธิพลทางลบของสื่อ เพราะการศึกษาคือเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาคน โดยเฉพาะการสอนให้เด็กรู้จักเท่าทันสื่อ เพื่อให้เด็กสามารถเข้าถึง (Access) มีการวิเคราะห์ (Analyze) การประเมิน (Evaluate) และการสื่อสาร (Communication) ข้อมูล (Information) ของสื่อในรูปแบบต่างๆที่หลากหลายอยู่ในสังคม
6. ควรมีการกระตุ้นให้เด็กตระหนักถึงสิทธิและเสรีภาพในการแสดงออกตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก (Convention on the rights of the child) และกระตุ้นให้เด็กเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อสำหรับเด็ก เพื่อให้เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของสื่อสามารถตอบสนองความต้องการของเด็กและเยาวชนได้อย่างแท้จริง

## ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

1. ควรทำการศึกษาการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อทางเลือกใหม่ของเด็ก เช่น รายการวิทยุสำหรับเด็กทางวิทยุชุมชน เว็บไซต์สำหรับเด็กทางอินเทอร์เน็ต ตลอดจนการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อดังกล่าวเพื่อจะได้ทราบถึงบทบาทของสื่อเหล่านี้ในการส่งเสริมและพัฒนาเด็ก
2. ควรทำการศึกษาความพึงพอใจของเด็กที่มีต่อสื่อสำหรับเด็กในปัจจุบัน โดยศึกษาครอบคลุมทุกสื่อเพื่อให้เห็นภาพรวมของสื่อสำหรับเด็กทั้งหมดและข้อมูลที่ได้สามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาสื่อสำหรับเด็กในอนาคต
3. ควรทำการศึกษาการมีส่วนร่วมของเด็กในการผลิตสื่อสำหรับเด็กว่าปัจจุบันเด็กเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อมากน้อยเพียงใดและมีส่วนร่วมในด้านใดบ้างอันจะเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาการมีส่วนร่วมของเด็กในการผลิตสื่อ
4. ควรทำการศึกษาการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อสำหรับเด็กของกลุ่มเด็กผู้ด้อยโอกาสในสังคม เช่น เด็กผู้ใช้แรงงาน เด็กในชนบทที่ห่างไกล เพราะพวกเขาเหล่านี้ก็เป็นส่วนหนึ่งของสังคมและเป็นอนาคตของชาติที่สำคัญ