บทนำ

รายงานนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมในสหรัฐอเมริกาและในเมืองไทย เพื่อนำไปสู่การระดมความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสนใจในการศึกษาบทบาทของโทรทัศน์ที่มีต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ก่อให้เกิดความร่วมมือกันในการประเมินองค์ความรู้ที่มีอยู่ และแสวงหาสู่ทางการวิจัยบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมในเมืองไทยในอนาคตต่อไป

การศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมของประเทศสหรัฐอเมริกา

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

รายงานส่วนนี้ได้ย่อรูปแบบการบริโภคสาร (Information Processing Model) มาเป็นแนวทางการเสนอแนวคิดเป็นขั้นตอนจากผู้ส่งสาร (โทรทัศน์) ผู้รับสาร (ผู้ชมโทรทัศน์กับกระบวนการรับรู้และการเรียนรู้ทางสังคม) และการตอบสนองของผู้ชมโทรทัศน์ รูปแบบดังกล่าวนี้เน้นเรื่องของกระบวนการ (Process) แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมในกระบวนการทั้งหมดจะเป็นแนวคิดทางจิตวิทยาทั้งในเชิงพฤติกรรมนิยม (Behaviorism) และในเชิงปัญญานิยม (Cognitivism) ทั้ง 2 แนวทางนี้ช่วยทำให้เห็นภาพของกระบวนการต่อเนื่องที่โทรทัศน์มีอิทธิพลต่อระบบการเรียนรู้ทางสังคมได้

โทรทัศน์ (ผู้ส่งสาร--สิ่งเร้า) การศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์เชิงพฤติกรรมนิยมนั้น จะเน้นที่การศึกษาอิทธิพลของลักษณะที่โดดเด่นของโทรทัศน์ที่จะเร้า (Stimulus) ผู้ชมหรือผู้ที่ยังมิได้ชมให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง (Response) ได้โดยอัตโนมัติ ซึ่งจะกลายเป็นจุดเริ่มต้นของความสนใจและการติดตามเฝ้าชมรายการโทรทัศน์รายการนั้นต่อไป การเริ่มต้นดูโทรทัศน์ด้วยวิธีการนี้แสดงให้เห็นลักษณะการถูกกระทำ (Passive) ของผู้ชม อันเนื่องมาจากอิทธิพลของคุณสมบัติทางเทคนิค (Formal Features) ของโทรทัศน์ ซึ่งเกิดจากวิธีการผลิตทั้งในช่วงการถ่ายทำ (Production Techniques) และในช่วงหลังการถ่ายทำ (Post-production Techniques) โดยเฉพาะเทคนิคที่ใช้ในช่วงหลังการถ่ายทำที่เป็นเทคนิคพิเศษ (Special Effects) การตัดต่อภาพ (Cut) การลำดับภาพและความเร็วของภาพตัวการ์ตูน หรือตัวละครในแต่ละฉาก (Movement) รวมทั้งลักษณะและระดับความเข้มของเสียง อาทิ เสียงที่ดังผิดปกติ หรือเสียงประหลาดต่าง ๆ ล้วนกลายเป็นสิ่งเร้าที่ก่อให้เกิดการตอบสนองอัตโนมัติได้ พฤติกรรมที่บ่งชี้จึงเป็นพฤติกรรมการแสดงความสนใจ การหันหน้าไปดูหรือเดินไปดูใกล้ ๆ ตามเสียงที่ได้ยิน ในกรณีดังกล่าวนี้โทรทัศน์และผู้ชมจะอยู่ในสิ่งแวดล้อมเดียวกัน หรืออยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน อาทิ การที่เด็กนั่งทำการบ้านอยู่ในห้องนั่งเล่น

ที่มีผู้ใหญ่เปิดชมรายการโทรทัศน์อยู่ เมื่อได้ยินเสียงดังผิดปกติหรือเสียงประหลาด ๆ เด็กจึงเงยหน้าขึ้นดู และอาจจะดู (หรือแอบดู) ต่อไปจนจบหรือห้นกลับมาทำการบ้านต่อทันทีก็เป็นได้ทั้งสองกรณี จะเห็นว่านอกจากแนวคิดจิตวิทยาเชิงพฤติกรรมนิยมแล้วแนวคิดทางนิเวศจิตวิทยา (Ecological Psychology) ก็เข้ามามีส่วนที่จะทำให้ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ทางสภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องด้วย

การศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมที่อาศัยแนวคิดของจิตวิทยาเชิงปัญญานิยม (Cognitive Psychology) จะนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการเปิดเครื่องรับโทรทัศน์ ผู้ที่มีแนวคิดเชิงปัญญานิยมมักจะมีสมมติฐานไว้ว่า ผู้ชมมีความประสงค์ มีความต้องการ หรือมีความมุ่งหมายอะไรอยู่ก่อนแล้วในการเลือกที่จะเปิดเครื่องรับโทรทัศน์และชมรายการใดในช่วงเวลาใด (Selective/Active Viewers) ยกตัวอย่างเช่น ผู้ชมอาจจะมีความมุ่งหมายที่จะทำตามความต้องการของสังคม (Social Desirability) เพื่อจะได้ใช้เป็นหัวข้อในการสนทนากับผู้คนในสังคมได้ รายการที่มีสถิติคนดูจำนวนมากมีการวิพากษ์วิจารณ์กล่าวขวัญกันมากในสื่อวิทยุและสิ่งตีพิมพ์ทั้งหลายนั้น อาจจะมีคนดูเพิ่มมากขึ้นอีก และคนดูที่เพิ่มขึ้นมานี้จำนวนหนึ่งจะตัดสินใจเปิดเครื่องรับชมรายการดังกล่าวเพราะเหตุนี้ (ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่อาจจะอยู่ในข่ายนี้ คือ ผู้ชมละครโทรทัศน์เรื่องดาวพระศุกร์ หรือ สารวัตรใหญ่) ความมุ่งหมายอื่นที่ทำให้ผู้ชมเปิดเครื่องรับโทรทัศน์ก็อาจจะเป็นเรื่องของความคิดที่ว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่ให้ความรู้ด้านต่าง ๆ จึงต้องการแสวงหาความรู้ไม่ว่าจะเป็นด้านวิชาการ หรือด้านสังคมจากโทรทัศน์ ฉะนั้นการเริ่มต้นดูโทรทัศน์ในแนวทางการคิดของนักจิตวิทยาเชิงปัญญานิยมจึงเป็นเรื่องที่ขึ้นอยู่กับการรับรู้เกี่ยวกับโทรทัศน์ของมนุษย์ว่า "เครื่องรับโทรทัศน์คืออะไร" ซึ่งบางคนอาจจะคิดว่าโทรทัศน์เป็นเครื่องมือ (Device) ที่มนุษย์เราใช้เพื่อสนองความต้องการของตนเองทางด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านสติปัญญา อารมณ์ และสังคม หรือเป็นเครื่องมือที่ใช้สร้างความพึงพอใจให้กับตนเอง เป็นต้น ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ไม่ว่าจะผ่านสื่อบุคคล วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ จะเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเปิดเครื่องรับโทรทัศน์ ด้วยเหตุนี้การศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ในเชิงปัญญานิยมจึงขึ้นอยู่กับทั้งรูปแบบ (format) และเนื้อหา (content) ของรายการโทรทัศน์

ผู้ชมโทรทัศน์กับกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ความคิดหรือมโนทัศน์ต่าง ๆ ที่ผู้ชมมีอยู่จะเป็นกรอบทางความคิดโดยทั่วไปเกี่ยวกับแรงจูงใจให้คิดเปิดเครื่องรับโทรทัศน์หรือตัดสินใจเลือกชมหรือไม่เลือกชมรายการใด การศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์เชิงปัญญานิยมในแนวนี้จึงอาศัยแนวคิดเรื่องโครงสร้างความคิดของการกระทำและความรู้ (Scheme Theory) เป็นหลัก แนวคิดที่ว่านี้มีนักจิตวิทยา

ใช้กันมาอย่างแพร่หลาย และเป็นเวลานานมาแล้ว (อาทิเช่น Kagan, 1971; Neisser, 1976; Piaget, 1952; Woodworth, 1938) เป็นแนวคิดที่อธิบายการเกิดหรือการก่อตัวของโครงสร้างทางความคิดเกี่ยวกับการกระทำหรือการก่อตัวของมโนทัศน์อื่น (Conceptualization) อย่างเป็นขั้นตอน เป็นการอธิบายให้เข้าใจถึงการจัดระเบียบองค์ความรู้ที่มีอยู่เก่าและปรับดัดแปลงรับ (หรือไม่รับ) เอาความรู้ใหม่ผสมผสานกัน ทำให้เกิดการสร้างเค้าโครงมโนทัศน์ใหม่ขึ้นมา แล้วกลายเป็นกรอบทางความคิด (Framework Concept) ของผู้ชมโทรทัศน์ในการตัดสินใจว่าสิ่งที่นำเสนอในจอโทรทัศน์นั้นสอดคล้อง หรือแปลกแยกไปจากกรอบทางความคิดที่มีอยู่อย่างไร จะรับสิ่งที่เห็นและได้ยินจากโทรทัศน์ไว้ในส่วนใดส่วนหนึ่งในโครงสร้างของมโนทัศน์ใดที่มีอยู่ได้บ้าง และได้แค่ไหน โครงสร้างของความคิดเกี่ยวกับการกระทำและความรู้เกี่ยวกับสังคม (Social Schema) จะเป็นเรื่องของความคิดเกี่ยวกับการกระทำและความรู้เกี่ยวกับตนเองและผู้อื่น ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอันเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรมประเพณีที่มีอยู่ในสังคม กลุ่ม และสถาบันในสังคม ความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้เกี่ยวพันเป็นเครือข่ายการสื่อสารและก่อให้เกิดการจัดระบบแบบแผนของความคาดหวังขึ้นในตัวของแต่ละบุคคล และจะพัฒนาไปตามกาลเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป และขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่สั่งสมมา (อาจจะเป็นประสบการณ์จริงในชีวิตหรือจากการดูโทรทัศน์ก็ได้) ฉะนั้นการศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคม จึงต้องอาศัยทฤษฎีจิตวิทยาพัฒนาการทางสติปัญญา ซึ่งอธิบายพัฒนาการอย่างเป็นขั้นตอน (Stage Theory) มาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยด้วย ตัวอย่างทฤษฎีที่นำมาใช้บ่อยคือ ทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเปียร์เจย์ (Piaget)และทฤษฎีพัฒนาการทางจริยธรรมของโคลเบิร์ก (Kohlberg)

สำหรับกรอบทางความคิดในการศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมที่มุ่งเน้นไปที่วิธีการเรียนรู้นั้นจะอาศัยจิตวิทยาการเรียนรู้เป็นหลัก โดยเฉพาะการเรียนรู้แบบการเชื่อมโยงหาความต่อเนื่อง (Associative Learning) การเรียนรู้โดยบังเอิญ (Incidental Learning) และการเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning) มาใช้เป็นแนวทางการศึกษาเป็นส่วนใหญ่ รูปแบบของกระบวนการบริโภคสาร (Information-processing Model) ก็เป็นรูปแบบที่นักวิชาการนำมาใช้เป็นกรอบทางความคิดในการศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคม เพราะเป็นรูปแบบที่จะนำไปสู่การศึกษาให้เข้าใจถึงกระบวนการทั้งหมด (the whole process) และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคสารจากโทรทัศน์

<u>การตอบสนองของผู้ชมโทรทัศน์</u> การศึกษาผลลัพธ์ (Outcomes) ที่เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคมจากโทรทัศน์นั้นแบ่งเป็น 2 ประเด็นคือ การศึกษาเนื้อหาความรู้ที่เปลี่ยนแปลง และการ

ศึกษาพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง อันเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคมจากโทรทัศน์ ทฤษฎีการเรียนรู้โดยการสังเกตของแบนดูร่า (Bandura's Observational Learning Theory) ดูจะเป็นทฤษฎีที่เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายและถูกนำมาเป็นกรอบทางความคิดในการศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงความรู้และพฤติกรรมของเด็กและเยาวชนมาก สิ่งที่เด็กสังเกตจากตัวแบบ (Model) ไม่ว่าจะเป็นตัวแบบในชีวิตจริงหรือในจอโทรทัศน์ จะเป็นสิ่งที่เด็กเรียนรู้และจดจำเอาไว้เพื่อเป็นแนวทางในการกระทำจริงต่อไป สถานการณ์ (context) และผลที่ตามมาจากการกระทำนั้น ๆ (Consequences) ที่เด็กสังเกตจากตัวแบบในโทรทัศน์ (หรือในชีวิตจริงที่เด็กประสบเอง) จะเป็นสิ่งบ่งชี้ว่า เมื่อไร ที่ไหนที่เด็กจะกระทำตามอย่างพฤติกรรมที่เด็กเรียนรู้มาจากการสังเกตนั้น แบนดูร่าเน้นว่า การเรียนรู้โดยการสังเกตนี้ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วนคือ (1) ตัวแบบที่เด็กสังเกตอยู่นั้นทำอะไร (2) อะไรเกิดขึ้นกับตัวแบบหลังจากการกระทำนั้น และ (3) อะไรคือสถานการณ์ที่การกระทำ (ของตัวแบบ) นั้นบังเกิดขึ้น หลังจากนั้นผู้ที่เรียนรู้จากการสังเกตที่อยู่ในสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกับตัวแบบ (Model) อาจจะทำตามอย่างตัวแบบ (หรือไม่ทำ) ก็ได้ขึ้นอยู่กับความต้องการผลที่คาดว่าจะได้ตามมาเหมือนอย่างที่สังเกตเห็นว่าเกิดขึ้นกับตัวแบบมาแล้ว

นอกจากนี้ยังมีการนำเอาแนวคิดที่เกี่ยวกับอารมณ์ของผู้ชมโทรทัศน์ที่มีต่อผลของการเรียนรู้ทางสังคม (รวมถึงความสามารถในการจำเนื้อหาที่เรียนรู้จากโทรทัศน์) มาเป็นกรอบทางความคิดในการศึกษาบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมอีกด้วย (อาทิ แนวคิดของ Bower, 1981; Dutta & Kanungo, 1975; James, 1890; และ Scherer, 1984 เป็นต้น) โดยจะเน้นไปที่การศึกษาปฏิสัมพันธ์ (Reciprocal Relationship) ระหว่างโทรทัศน์ ผู้ชมโทรทัศน์กับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชมโทรทัศน์ แนวคิดเรื่องการเอาใจเขามาใส่ใจเรา (Empathy) หรือแนวคิดเกี่ยวกับสภาวะความเคยชินจนหมดความสนใจ (Habituation) ล้วนเป็นตัวอย่างของแนวคิดที่นำมาใช้ศึกษาเกี่ยวกับผลที่เกิดจากระบบการเรียนรู้ทางสังคมจากโทรทัศน์

วิธีวิทยา

วิธีวิทยาที่ใช้ในการศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมนั้นมีทั้ง 3 แบบ (Condry, 1989) คือ การศึกษาเชิงทดลอง (Experimental Study) การศึกษาเชิงสหสัมพันธ์ (Correlation Study) และการศึกษาภาคสนาม (Field Study)

การศึกษาเชิงทดลอง (Experimental Study) โดยทั่วไปจะใช้วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) และการตอบแบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นหลัก เพื่อหาเหตุและผลของตัวแปรที่ศึกษา (Causal Hypothesis) โทรทัศน์จะเป็นเครื่องมือ (Device) ที่สำคัญในห้องปฏิบัติการ นอกจากจะใช้วิธีการตอบด้วยตนเอง (Self Report) แล้ว ในบางกรณีศึกษาจะมีการนำวิธีการอย่างอื่นมาใช้ด้วย อาทิ การวัดการเปลี่ยนแปลงที่แสดงออกทางร่างกาย เช่น การแสดงออกทางสีหน้า (Facial Expressions) การวัดความดันโลหิต การวัดการเต้นของหัวใจ หรือการวัดความชื้นของฝ่ามือ เพื่งศึกษาถึงปฏิกิริยาการตอบสนอง (Responses) ที่เป็นผลจากการชมรายการโทรทัศน์บางประเภทด้วย

การศึกษาเชิงสหสัมพันธ์ (Correlation Study) วิธีวิทยาที่ใช้จะไม่ซับซ้อนเท่าการศึกษาเชิงทดลอง ส่วนมากเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) และให้กลุ่มตัวอย่าง (Samples) ตอบด้วยตนเอง (Self Report) อาจจะศึกษาแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional Study) หรือศึกษาระยะยาว (Longitudinal Study) รวมถึงการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ด้วย (Content Analyis)

การศึกษาภาคสนาม (Field Study) จะมีการควบคุมตัวแปรมากกว่าการศึกษาเชิงสหสัมพันธ์ และในขณะเดียวกันก็จะศึกษาในสภาพที่เป็นธรรมชาติมากกว่าการศึกษาเชิงทดลอง การศึกษาภาคสนามน่าจะเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการศึกษาบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคม (โดยเฉพาะการเรียนรู้โดยการสังเกตของแบนดูร่า) โดยทั่วไปกลุ่มตัวอย่างจะดูรายการทีวี (ที่ต้องการใช้เป็นตัวแปรในการศึกษา) ต่อมาในสถานการณ์ในห้องเรียน หรือในสนามเด็กเล่นที่มีของเล่น หรือวัสดุอุปกรณ์ที่คล้ายหรือเหมือนกับที่เห็นในโทรทัศน์ ผู้ทดลองจะใช้วิธีการสังเกต (Observation) โดยผู้สังเกตจะอยู่ในห้องสังเกตซึ่งเป็นห้องกระจกด้านเดียว (One-way mirror observation room) หรืออยู่ในสนามปะปนอยู่กับครูและพี่เลี้ยงคนอื่น ๆ หรืออาจจะถ่ายทำวิดีทัศน์ไว้แล้วศึกษาพฤติกรรมที่เด็กแสดงออกจากวิดีทัศน์ก็ได้ขึ้นอยู่กับวิธีศึกษา (Study Design)

งานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมในประเทศสหรัฐอเมริกา

ในสองทศวรรษแรก (ที่ 1940 และ 1950) นั้น จะเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาถึงความสนใจของประชาชนที่มีต่อโทรทัศน์ ซึ่งผลการวิจัยโดยทั่วไปพบว่าคนอเมริกันไม่ว่า เด็กหรือผู้ใหญ่ ใช้เวลาในการดูโทรทัศน์แทนการฟังวิทยุ อ่านหนังสือ หรือการไปดูภาพยนตร์นอกบ้านดังที่

เคยทำมา (Bogart, 1956; Cantwell & Ruttinger, 1949) และในขณะเดียวกันนี้มีการก่อตัวของโครงสร้างของความคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้โดยการสังเกตด้วย งานวิจัยในปลายทศวรรษที่ 1950 จึงเป็นงานวิจัยเพื่อแสวงหาองค์ความรู้เกี่ยวกับการเรียนรู้โดยการสังเกต การวิจัยเชิงทดลองเริ่มเป็นที่สนใจ อาทิ มีการทดลองให้กลุ่มตัวอย่าง (เด็กประถมปีที่ 7-seventh graders) ดูภาพยนตร์แล้ววัดความจำในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับตัวละคร (Characters) ในภาพยนตร์ ผลการศึกษาพบว่า ความคิดของผู้ชม (Viewer) ที่ว่าตนเองเหมือนกับตัวละคร (Identification) ซึ่งอาจจะเหมือนกันเพราะเป็นเพศเดียวกัน หรือมีสถานภาพทางสังคมคล้ายกันก็ตาม มีผลต่อการเรียนรู้และความจำของผู้ชมในเรื่องของเนื้อหาสาระ โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของตัวละครที่ผู้ชมคิดว่าตนเองเหมือน และพฤติกรรมก้าวร้าว (Aggression) ดูจะเป็นที่สนใจของเด็กชายมากกว่าเด็กหญิง (Maccoby & Wilson, 1957)

ทศวรรษที่ 1960 งานวิจัยที่เกี่ยวกับบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมยังคงเน้นที่งานวิจัยเชิงทดลอง และยังคงเป็นการศึกษาเพื่อแสวงหาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบการเรียนรู้ทางสังคมจากการสังเกต อาทิ มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับหน้าที่ของกระบวนการรับรู้และการจำสิ่งที่ดูในจอโทรทัศน์ในรูปของสัญญลักษณ์ (Symbolization) กับแรงจูงใจเกี่ยวกับผลที่คาดว่าจะได้รับจากการเลียนแบบการกระทำนั้น (Incentive Set) การรับรู้ความเหมือนกัน (Perceived Similarity) ระหว่างตัวแบบ (Model) กับผู้สังเกต (Observer) ผลที่เกิดขึ้นกับตัวแบบ (Consequences) ทั้งในทางบวกและทางลบกับการเสริมแรงคารกระทำ (Reinforcement) เป็นต้น สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจะเน้นกลุ่มเด็กวัยเรียนและวัยรุ่น อาทิ เด็กที่อยู่ในช่วงอายุ 6-8 ปี, 11-14 ปี เป็นต้น พฤติกรรมที่ศึกษายังเน้นที่พฤติกรรมก้าวร้าว และเป็นการศึกษาในห้องปฏิบัติการ (Bandura, Grusec & Menlove, 1966; Bandura, Ross & Ross, 1963; Rosekrans, 1967) ฉะนั้นผลที่เกิดขึ้นจึงเป็นผลที่เกิดในสภาวะแวดล้อม (ที่มีการควบคุมตัวแปรอื่น ๆ) ในห้องปฏิบัติการ (Laboratory-made Sequence) ซึ่งอาจจะต่างจากผลที่จะเกิดขึ้นจริงในสภาวะแวดล้อมธรรมชาติ ในปลายทศวรรษนี้มีการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาที่นำเสนอในรายการโทรทัศน์ในช่วงที่มีผู้ชมมาก (Prime time) และในวันเสาร์เช้าด้วย พบว่าร้อยละ 80% ของรายการทั้งหมดมีเนื้อหาที่แสดงความก้าวร้าวและรุนแรง (Lang, Baker & Ball, 1969)

ทศวรรษที่ 1970 เป็นทศวรรษที่แนวคิดเรื่องการเลียนแบบ (Imitation Theory) ของแบนดูร่าได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก แบนดูร่าเองยังคงทำการวิจัยแสวงหาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบการเรียนรู้ทางสังคม (โดยเฉพาะการเรียนรู้โดยการสังเกต) ต่อไปโดยทำการศึกษาถึงกระบวนการทางความคิดที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และพบว่า การรับรู้ถึงความแน่ใจในความสามารถของตนเอง (Self-efficacy) บทบาทของการบันทึกข้อมูลในรูปของสัญญลักษณ์ (Symbolic Coding) และการซักซ้อม (Rehearsal) ด้วยคำพูด (Verbal Labeling) นั้น มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเนื่องมาจากการเรียนรู้โดยการสังเกต (Bandura, Adams & Beyer, 1977; Bandura & Jeffery, 1973) ขณะเดียวกันนักจิตวิทยากลุ่มอื่นให้ความสนใจกับการศึกษาบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้พฤติกรรมทางสังคมเชิงบวก (Prosocial Behaviors) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการกระทำที่เป็นการช่วยเหลือผู้อื่น (Helping) การกระทำที่เป็นการเสียสละ (Sacrifice) การให้ความร่วมมือ (Cooperation) การยืนหยัดไม่ท้อถอย (Persistance) การแบ่งปันและให้โอกาสผู้อื่น (Sharing) การเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (Sympathy) เป็นต้น อย่างไรก็ตามวิธีวิทยายังคงเป็นการศึกษาเชิงทดลองอยู่ แต่กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นกลุ่มเด็กที่อยู่ในช่วงวัยก่อนวัยเรียน (ส่วนมากจะอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 4-6 ขวบ) วิดีทัศน์ที่ให้เด็กดูอาจเป็นวิดีทัศน์ที่ผู้วิจัยสร้างเรื่องและถ่ายทำเอง หรืออาจตัดต่อบางตอนจากภาพยนตร์โทรทัศน์ที่ส่งเสริมพฤติกรรมทางสังคมเชิงบวก อาทิ ภาพยนตร์เรื่อง "Lassie" "Misteroger's Neighborhood" เป็นต้น และผู้วิจัยเพิ่มเงื่อนไขบางอย่างเข้าไป อาทิ ผลที่เกิดขึ้นตามมาหลังการกระทำพฤติกรรมทางสังคมเชิงบวกของตัวแบบ (รางวัล, การพูดชมเชย, การอธิบายเหตุผลที่ได้รางวัล) หลังจากนั้นจะมีการสร้างสถานการณ์จำลอง หรือสถานการณ์ที่เด็กจะมีโอกาสได้กระทำพฤติกรรมทางสังคมเชิงบวก อาทิ การแบ่งปัน (Sharing) หรือการเสียสละของเล่นให้เด็กคนอื่นเป็นต้น ซึ่งผลการศึกษาหลายเรื่องให้ข้อสรุปว่า การเลียนแบบพฤติกรรมทางสังคมเชิงบวกนั้นขึ้นอยู่กับผลที่ตามมาจากการกระทำนั้น ๆ ของตัวแบบ รวมถึงการให้คำอธิบายที่กระจ่างชัดแก่เด็กเกี่ยวกับผลของการกระทำของตัวแบบนั้นด้วย (Elliott & Vasta, 1970; Slaby & Parke, 1971; Sprafkin & Rubinstein, 1975) แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาพัฒนาการโดยเฉพาะพัฒนาการทางสติปัญญาเป็นแนวคิดที่นำมาเป็นแนวทางในการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา รวมทั้งการศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างของเด็กในแต่ละช่วงวัยในการเลียนแบบจากตัวแบบ (ทั้งจากชีวิตจริง และ/หรือ จากโทรทัศน์) ซึ่งก็พบว่าเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 3 ขวบ จะเลียนแบบบุคคลที่เขามีความสัมพันธ์ใกล้ชิดในชีวิตจริง มากกว่าที่จะเลียนแบบจากตัวแบบในโทรทัศน์ (McCall, Parke & Kavanaugh, 1977)

ในทศวรรษนี้เช่นกันมีนักจิตวิทยากลุ่มหนึ่งให้ความสนใจกับผลของการดูรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศจริง ๆ (Real Television Programs) ต่อพฤติกรรมการแสดงออกของเด็กในสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ และพบว่า เด็กที่ดูการ์ตูนที่มีการแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวต่อสู้กันในรูปแบบต่าง ๆ อย่างเช่น การ์ตูนเรื่อง "Batman" และ "Superman" จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่แย่ลงไปกว่าเดิม คือจะไม่ค่อยเชื่อฟังกฎเกณฑ์ระเบียบอีกต่อไป ส่วนเด็กที่ดูรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอพฤติกรรมทางสังคมเชิงบวก อย่างเช่นรายการ "Misterogers' Neighborhood" จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่ดีขึ้น เชื่อฟังกฎระเบียบมากขึ้น รู้จักอดทนรู้จักรอ และยืนหยัดไม่ท้อถอยต่อการทำงานที่ยากลำบากมากขึ้น วิธีวิทยาในการศึกษาแบบนี้ผู้ศึกษาจะให้เด็กได้ดูรายการโทรทัศน์ดังกล่าวเป็นระยะเวลาหนึ่ง แล้วจึงจะมีการวัดพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปโดยการสังเกตการเล่นของเด็ก หรือสัมพันธภาพของเด็กกับเพื่อน ในสภาพธรรมชาติ ในบางกรณีผู้ศึกษาจะเพิ่มเงื่อนไขการเรียนรู้เนื้อหาจากรายการโทรทัศน์เข้าไปด้วย อาทิ จะมีการให้เด็กได้เล่นบทบาทสมมติ (Role-playing) หรือการให้เด็กเอ่ยชื่อในเรื่องออกมา (Verbal Labeling) แล้วซักซ้อมการตอบคำถาม (Rehearsal) ว่าเด็กจะทำอะไรในสถานการณ์อื่นที่เด็กเผชิญในชีวิตจริงได้บ้าง เพื่อช่วยการเรียนรู้ในการนำความรู้ไปใช้ ผลการศึกษาเท่าที่ผ่านมาพบว่าสภาวะแวดล้อมตามธรรมชาติที่กระตุ้นให้เด็กมีการซักซ้อมก่อน (ไม่ว่าจะโดยการกระทำหรือคำพูด) จะช่วยให้เด็กเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางบวก อาทิ มีการควบคุมตนเองดีขึ้น ช่วยเหลือผู้อื่นบ่อยขึ้น (Friedrich & Stein, 1973; Friedrich & Stein, 1975; Friedrich-Cofer, Huston-Stein, Kipnis, Susman & Clewett, 1979) จะเห็นได้ว่าวิธีวิทยาที่ใช้ในการศึกษาบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคม เริ่มเปลี่ยนจากการศึกษาเชิงทดลอง มาเป็นการศึกษาภาคสนามมากขึ้นในทศวรรษนี้

ทศวรรษที่ 1980 เป็นช่วงเวลาที่นักจิตวิทยาพัฒนาสนใจตรวจสอบและวิพากษ์วิธีวิทยาที่ใช้ในการศึกษาเชิงทดลอง ขณะเดียวกันการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมก็เริ่มใช้วิธีการศึกษาเชิงสหสัมพันธ์เพิ่มขึ้น รวมทั้งการให้ความสนใจกับผลที่เกิดจากการดูโทรทัศน์บ่อยด้วย (Buerkel - Rothfuss, Greenberg, Atkin & Neuendorf, 1982; Zillmann & Bryant, 1988) ความแตกต่างทางเทคนิคระหว่างรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอพฤติกรรมทางสังคมเชิงลบ กลายเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจมากขึ้น การศึกษาในทศวรรษนี้จึงมุ่งไปที่อิทธิพลของรูปแบบและเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคม และกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมจะเน้นที่การศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร (เด็กและเยาวชน) เป็นหลักโดยเน้นการศึกษาการรับรู้ของเด็ก (Children's Perceptions) ว่าเทคนิคที่ใช้ทั้งก่อนและหลังการ

ถ่ายทำ (Production and Post production Techniques) มีส่วนสัมพันธ์กับการรับรู้ความเข้าใจเนื้อหาหรือภาพที่ปรากฏในจอโทรทัศน์อย่างไร กรอบทางความคิดจะใช้ทฤษฎีจิตวิทยาพัฒนาการทางสติปัญญาของเปียร์เจย์ เป็นส่วนใหญ่ อาทิ การศึกษาความแตกต่างของเด็กในช่วงวัยต่าง ๆ ในการรับรู้ขนาด ระยะทาง หรืออัตราความเร็วของของเล่นที่โฆษณาในจอโทรทัศน์ ซึ่งพบว่าการใช้เลนส์ที่มีขนาดต่างกัน หรือการตัดต่อภาพ (cut) จากภาพที่อยู่ในระยะไกลมาเป็นภาพที่อยู่ในระยะใกล้ ด้วยวิธีการดึงภาพเข้ามา (Zoom) ทำให้เด็กรับรู้ว่าภาพที่เห็นในจอโทรทัศน์ใหญ่ขึ้น ("Growing Larger") หรือ เคลื่อนไหวได้ (Acker, 1983; Acker & Tiemens, 1985) เด็กเ... ในช่วงวัยก่อนวัยเรียน (3-5 ขวบ) ก็เข้าใจเทคนิคของกล้อง (Camera Techniques) และเทคนิคหลังการถ่ายทำ (Editing Manipulation) เหมือนกัน และสามารถใช้สิ่งชี้แนะ (Cues) จากเทคนิคต้งกล่าว (Montage) มาช่วยทำความเข้าใจเหตุการณ์ในภาพยนต์และเรื่องราวที่นำเสนอได้ด้วย (Smith, Auderson & Fischer, 1985) จากการศึกษาเด็กในช่วงวัยเรียนพบว่าเด็กที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับประถมปีที่ 2 (Second grade children) สามารถบอกได้ว่ารายการโทรทัศน์ที่เป็นการ์ตูน (Animation) หรือมีตัวละครเป็นหุ่น (Puppets) นั้นเป็นรายการโทรทัศน์ที่เป็นเรื่องสมมติ หรือเป็นเรื่องที่แต่งขึ้น (Make-believe Programs) ไม่ใช่เรื่องจริง (Condry & Freund, 1988) เด็กเล็กจะรับรู้สภาพความเป็นจริงของรายการโทรทัศน์ได้จากสิ่งชี้แนะทางเทคนิค (Feature cues) ตัวละครที่เป็นคนมีชีวิตจริง (Live Actors) หรือตัวการ์ตูน เป็นต้น (Brown, Skeen & Osborn, 1979; Leary, Wright & Huston, 1985) เช่น ตัวอย่างของสิ่งชี้แนะทางเทคนิค (Feature Cues) ที่เด็กนำมาใช้ในการตัดสินภาพยานอวกาศที่ระเบิดในจอโทรทัศน์ว่าเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง คือ (1) กล้องถ่ายอยู่ไกลจากภาพเหตุการณ์ระเบิดมาก (2) ภาพที่ปรากฏสั้น (3) ผู้ประกาศ (Announcer) หยุดพูด (4) ไม่มีเสียงดนตรีประกอบ (No Background Music) และ (5) เด็กไม่เห็นหน้านักอวกาศ (Astronauts' Faces) ในขณะที่ยานอาวกาศทะยานขึ้นสู่ท้องฟ้าแล้วเกิดการระเบิด (Wright Kunkel, Pinon & Huston, 1989) แต่เทคนิคที่ซับซ้อนเกินไปอย่างการเสนอภาพซ้ำต่อเนื่องในระหว่างการถ่ายทอดสด (Instant Replays) เด็กเล็กจะไม่เข้าใจ แต่เด็กที่โตกว่าจะเข้าใจ (Rice, Huston & Wright, 1986) กระบวนการบริโภคสาร (Information Processing Theory) จะเป็นกรอบทางความคิดหลักในการศึกษาเชิงสหสัมพันธ์ถึงอิทธิพลของเทคนิคการนำเสนอสารและเนื้อหาในรายการโทรทัศน์ที่มีต่อการเรียนรู้ของผู้ชม (Brosius, 1989)

อย่างไรก็ดีการศึกษาเชิงทดลองที่อาศัยกรอบทางความคิดจากทฤษฎีการเรียนรู้โดยการสังเกตของแบนดูร่า (Bandura's Observational Learning Theory) ก็ยังคงได้รับความสนใจอยู่ แต่กลุ่มทดลองเป็นกลุ่มเด็กในช่วงวัยทารก (ไม่เกิน 2 ขวบ) กลุ่มเด็กวัยนี้เป็นกลุ่มที่โทรทัศน์มีส่วนทำหน้าที่พี่เลี้ยงเด็ก (Baby-Sitter) ผลการศึกษาพบว่า เด็กทารกมีการเลียนแบบการกระทำที่เห็นในจอโทรทัศน์ และแม้ว่าเวลาจะผ่านไปแล้ว 1 วัน และเด็กไม่อยู่ในสภาพแวดล้อมและของเล่นที่เหมือนเดิม (อย่างที่เห็นในโทรทัศน์) เด็กก็ยังคงเลียนแบบการกระทำที่เห็นในจอโทรทัศน์เมื่อวันก่อนได้อยู่ (Meltzoff, 1988) สำหรับการศึกษาเชิงสหสัมพันธ์ที่น่าสนใจในทศวรรษนี้จะรวมถึง การศึกษาเกี่ยวกับการดูโทรทัศน์ด้วยกันของพ่อแม่และลูก (Parent-Child Coviewing of Television) ซึ่งก็ไม่ได้ให้อะไรที่เด่นนัก นอกจากการยืนยันว่า การที่พ่อแม่และลูกดูโทรทัศน์ด้วยกันนั้น มิใช่เพราะพ่อแม่หวังจะให้ลูกเลือกดูแต่เฉพาะรายการที่ดีให้ประสบการณ์ที่ดี แต่เนื่องจากเพราะพ่อแม่ลูกต่างชอบดูรายการนั้น ๆ ด้วยกันเท่านั้นเอง (Dorr, Kovaric & Doubleday, 1989)

ในทศวรรษนี้นักจิตวิทยายังให้ความสนใจเกี่ยวกับการศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ต่อการตอบสนองทางอารมณ์ของผู้ชมโทรทัศน์ด้วย และใช้แนวคิดจิตวิทยาพัฒนาการเป็นกรอบทางความคิดในการศึกษา วิธีวิทยาค่อนข้างเน้นไปที่การศึกษาเชิงสหสัมพันธ์ และการศึกษาเชิงทดลองมากกว่าการศึกษาภาคสนาม ผลการศึกษาส่วนมากพบว่าผู้ชมโทรทัศน์มีความแตกต่างกันในการแสดงออกทางอารมณ์ต่อรายการโทรทัศน์ที่มีเหตุการณ์ที่กระตุ้นเร้าความรู้สึก (Emotion-inducing Events) อาทิ ความรุนแรง ภัยธรรมชาติ โรคภัยที่คุกคามต่อชีวิต เป็นต้น และความแตกต่างกันนี้มีส่วนสัมพันธ์กับอายุของผู้ชมโทรทัศน์ และกับรูปแบบเนื้อหาที่นำเสนอในรายการโทรทัศน์ (Cantor & Sparks, 1984; Cantor, Wilson & Hoffner, 1986; Dorr, 1980) โครงสร้างของความคิดและการกระทำในเรื่องต่าง ๆ (Schemas) และการรับรู้ (Perceptions) ของผู้ชมโทรทัศน์กลายเป็นประเด็นที่นักจิตวิทยากลุ่มหนึ่งให้ความสนใจว่าจะมีส่วนต่อความแตกต่างในการแสดงออกทางอารมณ์ของผู้ชมโทรทัศน์ จากการการศึกษาเชิงทดลองกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเด็กในระดับชั้นประถมปีที่ 3 และประถมปีที่ 4 พบว่า การรับรู้สภาวะความเป็นจริงของรายการโทรทัศน์ (Perceived Reality of Television) มีผลต่อการแสดงออกทางอารมณ์ และต่อการเข้าถึงความคิดและความรู้สึกของตัวละคร (Characters) ในเรื่อง (Wright, Huston, Alvarez, St.Perters, Truglio, Fitch & Piemyat, 1989)

จะเห็นได้ว่า แม้การวิจัยเชิงทดลองจะเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์กันอย่างมาก แต่การศึกษาที่ต้องการคำตอบเกี่ยวกับสาเหตุและผลยังคงจำเป็นต้องใช้วิธีวิทยาเชิงทดลองอยู่

ทศวรรษที่ 1990 การศึกษาส่วนใหญ่ในทศวรรษนี้ (เท่าที่ผ่านมา 3-4 ปี) ยังคงเน้นการศึกษาเชิงทดลองและการศึกษาเชิงสหสัมพันธ์อยู่ การศึกษาเกี่ยวกับสารจากโทรทัศน์ (Television Content) ได้รับความสนใจมากกว่าการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบของรายการโทรทัศน์ (Television Formats) กระบวนการทางความคิด (Cognitive Processes) ของผู้ชมโทรทัศน์ก็เป็นที่สนใจเช่นกัน กรอบทางความคิดหลักในการศึกษายังคงเป็นแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ทางจิตวิทยาพัฒนาการอยู่ รายการโทรทัศน์ที่นำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ได้แก่ รายการโทรทัศน์ที่นำเสนอในช่วงเวลาที่มีผู้ชมมาก (Prime-time Programs) และโฆษณาทางโทรทัศน์ (Television Advertising) ในช่วงเวลาที่มีผู้ชมมาก และเป็นช่วงเวลาของรายการโทรทัศน์สำหรับครอบครัว ("Family-hour" Television) ผลการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่าเนื้อหาที่นำเสนอบิดเบือน (Distort) ไปจากปรากฏการณ์ที่เป็นอยู่จริงในสังคม อาทิ ผู้ที่ประสบอุบัติเหตุ ได้รับบาดเจ็บ เป็นเพศชาย และไม่มีการนำเสนอการช่วยเหลือผู้บาดเจ็บ แสดงให้เห็นสภาวะไร้น้ำใจ ขาดความรู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา (Empathy) ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาแบบนี้อาจจะเป็นสาเหตุของการเรียนรู้ทางสังคมเชิงลบของเด็กได้ (Potts & Henderson, 1991) โฆษณาทางโทรทัศน์ก็เช่นกันยังคงมีการนำเสนอเนื้อหาสาระที่แสดงถึงทัศนคติแบบอนุรักษ์ของผู้ผลิตหัวเก่าอยู่ที่เห็นว่าเพศชายมีความสำคัญมากกว่าเพศหญิง โดยเฉพาะการนำเสนอบทบาทเกี่ยวกับอาชีพ (Occupational Roles) ซึ่งมีถึงร้อยละ 70 นำเสนอโดยเพศชาย (Penny, Calvert, Watson & Howard, 1991) หรือการวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเพศ (Sexual Behaviors) ก็บิดเบือนไปไม่มีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการมีเพศสัมพันธ์ที่ปลอดภัย (Safe Sex) หรือผลที่ตามมาจากการไม่ควบคุมไม่ป้องกันทำให้มีครรภ์ที่ไม่พึงปรารถนา (Truglio, 1993)

การศึกษาเชิงสหสัมพันธ์เกี่ยวกับความแตกต่างอันเนื่องมาจากพัฒนาการในแต่ละช่วงวัยในเรื่องความเข้าใจบทเรียน และแรงจูงใจทางศีลธรรมที่ได้จากรายการโทรทัศน์ หรือความเข้าใจเกี่ยวกับการรณรงค์ต่อต้านยาเสพติดของรัฐ (Public Service Announcements - PSAs) หรือการเกิดความใฝ่ฝันทางอาชีพจากการดูโทรทัศน์ต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนเป็นหัวข้อการศึกษาที่เป็นที่สนใจในทศวรรษที่ 1990 (Rosenkoetter & Rosenkoetter, 1991; Scheibe, Dell'Era, Duca & Klein, 1991; Scheibe & Barber, 1991; Wright, Huston, Reitz & Piemyat, 1994; Wright, Huston, Truglio, Fitch, Smith & Piemyat,

1994) การศึกษาดังกล่าวนี้จะเน้นศึกษากระบวนการคิด (Cognitive Processes) ของผู้ชมโทรทัศน์มากกว่าจะเน้นที่กระบวนการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Processes) ขั้นตอนเริ่มต้นของกระบวนการเรียนรู้ตามรูปแบบการบริโภคสาร (Information Processing Model) ซึ่งได้แก่การรับรู้และความสนใจในรายการโทรทัศน์ ได้รับความสนใจและมีการศึกษากันด้วย (Cololins & Schmitt, 1993; Luecke & Anderson, 1993; Rosenkoetter, 1993) และการศึกษาเชิงทดลองเกี่ยวกับรูปแบบของรายการโทรทัศน์ต่อการแสดงออกทางอารมณ์ การเอาใจเขามาใส่ใจเรา และการกระทำทางสังคมเชิงบวก (Prosocial Behaviors) ก็ยังเป็นที่สนใจอยู่อย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปลายทศวรรษที่ 1980 (Piemyat, 1993; Weiss & Wilson, 1993; Wroblewski, Fitch & Piemyat, 1993)

อย่างไรก็ตามยังไม่มีการศึกษาบทบาทโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมที่ครอบคลุมทุกขั้นตอนตามกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมโดยวิธีการสังเกตตามทฤษฎีของแบนดูร่า (Bandura's Observational Learning Theory)

การวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมของประเทศไทย

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

รูปแบบการบริโภคสาร (Information Processing Model) ยังคงเป็นกรอบในการเสนอแนวคิด เน้นผู้ส่งสาร (โทรทัศน์) ผู้รับสาร (ผู้ชมโทรทัศน์กับกระบวนการรับรู้และการเรียนรู้ทางสังคม) และการตอบสนองของผู้ชมโทรทัศน์ (Responses)

โทรทัศน์ (ผู้ส่งสาร) การศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมของประเทศไทยค่อนข้างอาศัยแนวคิดของจิตวิทยาเชิงปัญญานิยม (Cognitive Psychology) เพียงอย่างเดียว โทรทัศน์เป็นเครื่องมือ (Device) ที่มนุษย์จะใช้เพื่อสนองความต้องการของตนเองด้านต่าง ๆ ทางการศึกษา สังคม อาชีพ และวิถีชีวิตความเป็นอยู่อื่น ๆ เป็นเครื่องมือทางการเมืองที่ผู้มีอำนาจ ผู้ปกครองประเทศใช้เพื่อเป็นสื่อส่งสารที่ต้องการให้ประชาชนรับรู้เป็นอย่างเดียวกันและโดยพร้อมเพรียงกัน ครอบคลุมทั้งประเทศ (สินิทธ์ สิทธิรักษ์, 2535) การศึกษาเกี่ยวกับโทรทัศน์เน้นไปที่การผลิต (Production) ทั้งการออกแบบรูปแบบที่จะใช้ในแต่ละรายการ (Format) และเนื้อหา (Content) ที่จะให้กับผู้ชมโทรทัศน์

อีกแนวคิดหนึ่งนั้น โทรทัศน์เป็นอุตสาหกรรม (Industry) อย่างหนึ่งเหมือนอุตสาหกรรมขายรถยนต์ หรือน้ำหอม มีการซื้อขาย จ่ายเงินเดือน ค่าจ้าง และอื่น ๆ ธุรกิจการโทรทัศน์จึงเป็นการขายผู้ชมด้วยแนวคิดของผู้ผลิตที่ว่า จะทำรายการอะไรอย่างไรดี จึงจะมีผู้ชมมาก จะได้ขายเวลาโฆษณาในช่วงนั้นได้แพง ได้กำไรมาก (Condry, 1989 หรือ 2532) การศึกษาวิธีการผลิตทั้งในช่วงการถ่ายทำ (Production Techniques) และในช่วงหลังการถ่ายทำ (Post-production Techniques) จึงเป็นการศึกษาในฐานะผู้ผลิต (Producer) มิใช่ในฐานะผู้บริโภคสาร (Information Consumers)

ผู้ชมโทรทัศน์กับกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม กรอบทางความคิดในการศึกษาเกี่ยวกับผู้ชมโทรทัศน์ค่อนข้างมุ่งไปที่การแสวงหาคำตอบว่า ใครบ้างที่ชมโทรทัศน์ (Who) ชมโทรทัศน์เมื่อไร (When) และอะไรที่ผู้ชมโทรทัศน์ต้องการชม (What) แต่จะไม่ค่อนเน้นที่ว่า "แล้วผู้ชมโทรทัศน์เรียนรู้ทางสังคมอย่างไร" ไม่เน้นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการ (Processes) ในระบบการเรียนรู้ทางสังคม แต่จะมุ่งเน้นไปที่การศึกษาเพื่อแสวงหาคำตอบที่ว่าอะไรที่จะทำให้ผู้ชมเกิดความพึงพอใจและรับชมรายการโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง (Needs-and-gratifications approach)

อย่างไรก็ตาม กรอบทางความคิดเกี่ยวกับวิธีการเรียนรู้แบบต่าง ๆ อาทิ การเรียนรู้โดยการสังเกต (Observational Learning) ก็เป็นที่สนใจเช่นกัน จิตวิทยาพัฒนาการ โดยเฉพาะทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของเปียร์เจย์ (Piaget) และทฤษฎีพัฒนาการทางจริยธรรมของโคลเบิร์ก (Kohlberg) เป็นแนวคิดหลักที่กลายเป็นกรอบทางความคิดในการศึกษาเกี่ยวกับผู้ชมโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมของประเทศไทย

การตอบสนองของผู้ชมโทรทัศน์ การศึกษาผลลัพธ์ (Outcomes) ที่เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคมจากโทรทัศน์แบ่งเป็น 2 ประเด็นเช่นกัน คือ การศึกษาเนื้อหาความรู้ที่ได้จากโทรทัศน์ และการศึกษาเนื้อหาความรู้ที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการศึกษาพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย ทฤษฎีการเรียนรู้โดยการสังเกตของแบนดูร่า (Bandura's Observational Learning Theory) ดูจะเป็นทฤษฎีที่ได้รับความสนใจในประเทศไทย แต่ยังคงเน้นไปที่ทฤษฎีการเลียนแบบ (Imitation Theory) ซึ่งเป็นแนวคิดดอนต้นของแบนดูร่าก่อนที่จะพัฒนามาเป็นการเรียนรู้โดยการสังเกตที่ให้ความสำคัญกับกระบวนการทางความคิด และกลายเป็นกระบวนการเรียนรู้ทางความคิดและสังคมในปัจจุบัน (Social Cognitive Theory)

วิธีวิทยา

วิธีวิทยาที่ใช้ในการศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมในประเทศไทยนั้น ส่วนมากจะเป็นการศึกษาเชิงสหสัมพันธ์ (Correlation Study) มากกว่าการศึกษาเชิงทดลอง (Experimental Study) หรือ การศึกษาภาคสนาม (Field Studdy)

งานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมในประเทศไทย

ในทศวรรษแรกของการมีโทรทัศน์ในประเทศไทย คือ ทศวรรษที่ 1950 (พ.ศ.2493-2503) นั้นยังไม่มีการศึกษาวิจัยมากนัก เพราะเป็นช่วงเริ่มต้นของการดำเนินการ ในทศวรรษต่อมา (พ.ศ.2503-2512 ซึ่งตรงกับทศวรรษที่ 1960) จึงมีงานวิจัยมากขึ้นพอสรุปนำเสนอได้ 2 ประเภท คือ การศึกษาเกี่ยวกับความสนใจหรือความนิยมของผู้ชมโทรทัศน์ที่มีต่อรายการโทรทัศน์โดยเน้นกลุ่มผู้ชมที่อยู่ในวัยเรียน และวัยรุ่นมากเป็นพิเศษ เป็นการศึกษาสำรวจหาช่วงเวลาที่ชอบดูโทรทัศน์มากที่สุด เวลาที่ใช้ในการดูโทรทัศน์ในแต่ละวัน และประเภทของรายการโทรทัศน์ที่สนใจ อาทิ รายการดนตรี รายการข่าว-สารคดี รายการนำเที่ยว รายการกีฬา รายการทายปัญหา เป็นต้น หรือประเภทของภาพยนต์โทรทัศน์ที่สนใจ อาทิ ประเภทลึกลับสืบสวน ประเภทโคบาลหรือประเภทร้องรำทำเพลง เป็นต้น (พรรณลีย์ เทพลักษณ์เลขา, 2507) การศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของภาพยนต์โทรทัศน์ต่อพฤติกรรมของผู้ชมโทรทัศน์เป็นที่สนใจในทศวรรษนี้เช่นกัน ซึ่งพบว่าเด็กวัยรุ่นชอบเลียนแบบพระเอกและผู้ร้าย และภาพยนต์โทรทัศน์ช่วยในด้านการเข้าสังคมกับเพื่อนและให้ความรู้ด้วย (ปฏิพัทธ์ กระแสอินทร์, 2509) อย่างไรก็ดีวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยส่วนใหญ่ยังเป็นไปเพื่อการหาข้อมูลการใช้โทรทัศน์เพื่อการศึกษาทั้งในระบบ (วิธีการใช้รายการโทรทัศน์ร่วมในการสอนในห้องเรียน) และการศึกษานอกระบบ (สุดา วิทยาพัธนา, 2510)

ทศวรรษที่ 1970 (พ.ศ.2513-2522) ยังคงเป็นการศึกษาเชิงสหสัมพันธ์สำรวจความสนใจรายการโทรทัศน์ หรือโปรแกรมการศึกษาทางโทรทัศน์ ความพึงพอใจที่ได้จากการดูโทรทัศน์ ความต้องการรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา และเริ่มมีการศึกษาวิเคราะห์รายการของสถานีโทรทัศน์ตลอดจนเนื้อหาในรายการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ ด้วย ซึ่งพบว่าเด็กและเยาวชนต้องการรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก และรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา แต่ต้องการให้รายการมีเนื้อหาสาระมากขึ้น และให้นำเสนอในช่วงเวลาที่เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน อาทิ ช่วงเวลา 18.00 -20.00 น. หรือในช่วงวันหยุด (10.00 - 12.00 น.) และต้องการร่วมกิจกรรมในรายการด้วย อาทิ การ

เล่นเกมส์ ร้องเพลง และการถามปัญหาและตอบปัญหา เป็นต้น (ชาญ จันทร์เขียวใช้, 2522; บังอร พีรพัฒน์, 2516; โรจน์ คำพาที, 2521) การศึกษาเกี่ยวกับการใช้โทรทัศน์เพื่อการสอนทั้งในการเป็นแหล่งข้อมูล และเป็นโสตทัศนูปกรณ์ประกอบการเรียนการสอนสำหรับผู้สอนนั้นยังเป็นที่สนใจค่อนข้างมาก (ประเสริฐศักดิ์ ชัดดิยะ, 2521; ศักดิ์ประเสริฐ ทรัพย์ประเสริฐ, 2519; โอวาท เสณีตันติกุล, 2520) สิ่งที่น่าสนใจประการหนึ่งก็คือ วัตถุประสงค์ดั้งเดิมของการนำโทรทัศน์เข้าประเทศคือ เพื่อการศึกษาของประชาชน แต่จากการศึกษาวิจัยปรากฏว่าผู้ดูโทรทัศน์เกือบทั้งหมดดูรายการบันเทิงในขณะที่ผู้ดูโทรทัศน์อีกประมาณร้อยละ 40 ดูรายการข่าว และรายการโฆษณาและบริการธุรกิจ และสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาในรายการโทรทัศน์ซึ่งปรากฏว่ามีเนื้อหาประเภทบันเทิงถึงร้อยละ 51-63 ข่าวและสาระทั่วไปร้อยละ 12-17 ความรู้การศึกษาและวัฒนธรรมมีเพียงร้อยละ 12-30 โฆษณาและบริหารธุรกิจ ร้อยละ 6-11 ในขณะเดียวกันรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิง มีร้อยละ 51 ด้วย (ฉลวย ชีวกิดาการ, พนม พงษ์ไพบูลย์, ศิรชัย ศิริกายะ, จาระไน แกลโกศล และเฉลิม รอดรักวงศ์ไทย, 2519)

การศึกษาถึงอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กและเยาวชนเริ่มเป็นที่สนใจในทศวรรษนี้มากขึ้น แต่วิธีวิทยายังคงเป็นการศึกษาเชิงสหสัมพันธ์ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาส่วนมากคือ แบบสอบถาม (Questionnaires) และการสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า โทรทัศน์มีอิทธิพลต่อเด็กนักเรียน (ชั้นประถมปีที่ 5-7) ในด้านการจำเอาคำพูดที่เป็นภาษาสะแลงไปใช้มากที่สุด และมีอิทธิพลต่อนักเรียน (ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย) ในด้านความคิด การแต่งกาย กิริยาท่าทางและการพูดจา ทั้งนี้เด็กและเยาวชน (6-21 ปี) โดยทั่วไปมีความคิดเห็นว่า การดูโทรทัศน์มีประโยชน์ทำให้ได้ความรู้และสนุกเพลิดเพลิน และมีประโยชน์ทางด้านชีวิตประจำวันด้วย (รัญจวน มีนประดิษฐ์, 2513: ศิริรัตน์ เจริญศักดิ์, 2513)

กลุ่มเด็กวัยเรียนที่มีอายุระหว่าง 6-12 ปี ยังเป็นกลุ่มที่ได้รับความสนใจอย่างมาก โดยเฉพาะในเรื่องการเรียนรู้ทางสังคมจากโทรทัศน์ ดังเช่นงานวิจัยของ บำรุงสุข สีหอำไพ จำนงวิบูลย์ศรี และสุกัญญา ดีระวนิช (2518) พบว่า อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กในช่วงอายุ 7-10 ปี นั้นแตกต่างกันไปตามอยู่ของเด็ก เพศ และระดับชั้นทางสังคม เด็กจากครอบครัวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับกลาง (ครอบครัวชั้นกลาง) ที่ดูหนังญี่ปุ่นประเภทมนุษย์วิเศษบ่อย ๆ มักจะอยากเป็นมนุษย์วิเศษมากกว่าเด็กในครอบครัวใช้แรงงาน และเป็นในกลุ่มเด็กชายมากกว่า เด็กหญิงหรือเด็กที่อายุยังน้อย เนื้อหาของโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ต่อความบันดาลใจส่วนตัวของเด็ก ที่จะถือเอาเป็นแบบอย่างของอาชีพในอนาคต อาชีพที่มุ่งหวังดังกล่าวคือ ตำรวจ ทหาร ครู หมอ เป็น

ต้น แต่ก็ไม่ได้มีการศึกษาต่อเนื่องไปว่า เด็กได้นำสิ่งที่พบเห็นจากจอโทรทัศน์ไปใช้ในชีวิตจริง หรือ งานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ของ นันทวัน สุชาโต (2520) ซึ่งทำการศึกษาเด็กที่มีอายุระหว่าง 8-12 ปี ในกรุงเทพมหานคร และพบว่าเด็กที่ดูรายการที่มีความรุนแรงทางโทรทัศน์บ่อยครั้ง จะมีแนวโน้มอย่างมากกับการแสดงออกในการยอมรับและ/หรือใช้วิธีการรุนแรงในการแก้ปัญหา หรือเคยมีประสบการณ์ในการต่อสู้ใช้กำลังมาก่อน

สิ่งที่น่าสนใจที่ได้จากการศึกษาหลายเรื่องในทศวรรษนี้ด้วย คือความสนใจในเรื่องของคุณสมบัติทางเทคนิค (Formal Features) ของโทรทัศน์ รูปแบบ (Format) และกิจกรรมที่กำหนดไว้ (design) ในแต่ละรูปแบบ อาทิ การเล่นเกมส์ การให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์ ความต้องการให้มีการปรับปรุงคุณภาพ และภาพของเสียง รวมทั้งปริมาณและลักษณะการโฆษณา หรือรูปแบบการเสนอข่าวที่ผู้ชมโทรทัศน์ต้องการภาพข่าวจากสถานการณ์จริง เป็นต้น (ชาญ จันทร์เชียวใช้, 2522; สัมศักดิ์ อภิบาลศรี, 2521)

ทศวรรษที่ 1980 (พ.ศ.2523-2532) ยังคงเป็นช่วงเวลาที่ความสนใจเกี่ยวกับการศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กและเยาวชนยังคงดำเนินไปอยู่ ส่วนมากจะเป็นการศึกษาเชิงสหสัมพันธ์ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษามักจะเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) และแบบสัมภาษณ์ (Interview) และยังคงเน้นศึกษาเด็กในช่วงวัยเรียน (6-12 ปี) และช่วงวัยรุ่นอยู่ อิทธิพลของความรุนแรงในโทรทัศน์ต่อเด็กและเยาวชนยังคงได้รับความสนใจ (เสรี วงษ์มณฑา นิวัติ วงศ์พรหมปิดา และแอนนา สัจยากร, 2529) ในขณะเดียวกัน การศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลทางจริยธรรมของสื่อละครโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กและเยาวชน ก็เริ่มเป็นที่สนใจ และพบว่าตัวละครที่กระตุ้นให้ทำดี และเหตุการณ์ที่มีอิทธิพลต่อเด็ก ทั้งสองประการนี้เป็นเหตุผลให้เกิดการเลียนแบบพฤติกรรมได้ (ธีระนง เกิดสุคนธ์, 2525)

งานวิจัยที่ศึกษาผลลัพธ์ (Outcomes) ที่เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคมจากโทรทัศน์ โดยเน้นการเลียนแบบที่เกิดจากการดูโทรทัศน์ของเด็ก (ในระดับชั้นประถมปีที่ 5 และ 6) นั้น ที่น่าสนใจคือ งานวิจัยของ มนต์ชัย นินนาพนนท์ (2526) ซึ่งพบว่า เด็กส่วนใหญ่ (ร้อยละ 77.6) จะเลียนแบบมาจากภาพยนตร์โทรทัศน์มากที่สุด นักเรียนชายจะเลียนแบบท่าทางตลกขบขันมากที่สุด รองลงมาเลียนแบบคำพูดและการต่อสู้ การประดิษฐ์สิ่งของและการใช้อาวุธ ส่วนนักเรียนหญิงจะชอบเลียนแบบคำพูดที่ไพเราะคมคายมากที่สุด รองลงมาชอบเลียนแบบการประดิษฐ์สิ่งของ ท่าทาง และการต่อสู้ รายการโทรทัศน์ที่เด็กและเยาวชนชอบเลียนแบบมากที่สุด คือ รายการละครสำหรับ

เด็กและจากภาพยนตร์ทั้งภาพยนต์จีนกำลังภายใน ภาพยนตร์ไทย รายการแม่บ้าน การเลียนแบบของเด็กส่วนใหญ่ทำเพื่อความสนุกสนานในหมู่ญาติพี่น้องและเพื่อน แต่มีนักเรียนชายจำนวนหนึ่งที่เลียนแบบในทางที่ไม่ดีจากรายการโทรทัศน์ เช่น การลักขโมย การพูดปด การผลัดวันประกันพรุ่ง หรือการล้างแค้นพยาบาท เป็นต้น ผลจากการศึกษาเรื่องเดียวกันนี้ยังแสดงให้เห็นว่า เด็กและเยาวชนชมโทรทัศน์แล้วได้ประโยชน์ คือ ได้รับความรู้และประสบการณ์, สนุกสนาน เพลิดเพลิน, พักผ่อนหย่อนใจ และเกิดความคิดสร้างสรรค์ ฉลาด รอบคอบทันคน สำหรับโทษจากการชมโทรทัศน์ คือ เสียการเรียน เสียเวลาในการทำงาน สุขภาพเสื่อมโทรม และรายการโทรทัศน์บางรายการ เช่น ภาพยนตร์ผี ก่อให้เกิดความตื่นเต้นตกใจ- หวาดกลัว ทำให้ประสาทหลอน และมีผลให้กลายเป็นคนก้าวร้าวได้ (มนต์ชัย นินนาทนนท์, 2526)

ในทศวรรษนี้มีการศึกษาโทรทัศน์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตมาก มีการศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีผลต่อความสนใจรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก โดยทำการศึกษาจากลุ่มเด็กเอง (ในระดับชั้นประถมปีที่ 4, 5 และ 6) และศึกษาจากลุ่มผู้ผลิต ซึ่งได้แก่นักวิชาการด้านเนื้อหา นักเทคโนโลยีการศึกษา และนายช่างเทคนิค เป็นต้น ทำให้ได้พบว่า ลักษณะและเนื้อหาของรายการ วิธีการเสนอรายการและรูปแบบของรายการ แม้แต่ช่วงเวลาในการเสนอรายการและผู้ดำเนินรายการล้วนเป็นสิ่งที่น่าสนใจทั้งนั้น (เทวี แย้มสรวล, 2527; พร เจริญสุข, 2527) ทำให้มีการศึกษาวิจัยในเรื่องของกระบวนการและขั้นตอนในการผลิตรายการโทรทัศน์มากขึ้น อาทิเช่น มีการศึกษาขบวนการขั้นหลังการผลิตซึ่งเป็นการศึกษาเรื่องการตัดต่อในงานโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ เช่น ละครโทรทัศน์ ข่าวโทรทัศน์ โฆษณา และสารคดี (กฤษณะ คำสัตย์, 2532; ศิริลักษณ์ ศรีมณฑล, 2531; ศุภรัตน์ นาคบุญนำ, 2531) มีการศึกษาทำสารคดีทางโทรทัศน์ในรูปแบบเกมส์โชว์ การผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก การจัดทำรายการข่าวกีฬา รวมถึงการมีการศึกษาขั้นตอนและปัญหาในการเตรียมการผลิตรายการทางโทรทัศน์ (Pre-production) ด้วย (กาญจนา, นิยมธรรม, 2532; ชยากร สุทินศักดิ์, 2531; ถิระ กสานต์สวัสดิ์, 2532; สมโชค ศิริอภินันต์, 2531; อรรถพล มานะจิตต์, 2532; อภิญญา ต้นทวีวงศ์, 2532; เอกภาพ ณ นคร, 2532)

การศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาในรายการโทรทัศน์เป็นอีกหัวข้อหนึ่งที่ได้รับความสนใจและมีการศึกษากันมาก (ขวัญจิต เนียมสาขา, 2532; นิตยา เกศเกษม, 2531) งานวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์โฆษณาที่น่าสนใจ ได้แก่ งานของ นพรัตน์ วงศ์กลรูด (2530) ซึ่งศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์โฆษณาที่มีผู้หญิงเป็นตัวนำเสนอ และพบว่า บทบาทของผู้หญิงมี 4 บทบาท คือ บทบาทของแม่ (แม่ที่ต้องรับภาระในงานเกี่ยวกับการเลี้ยงลูก ดูแลลูกให้ได้รับความสุขสบาย กับแม่

ที่มีหน้าที่เพียงให้ความรัก ความอบอุ่นแก่ลูก) บทบาทของแม่บ้านหรือแม่ศรีเรือน (มีหน้าที่ในการปรนนิบัติสามี รับภาระงานบ้านทุกประเภท) บทบาทของผู้หญิงสวยแต่ไร้อาชีพ และบทบาทของผู้หญิงทำงาน นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์ภาพยนตร์ และละครโทรทัศน์ไทยในเชิงประวัติศาสตร์อีกด้วย ดังเช่น งานวิจัยของเพาวิภา ภมรสถิตย์ (2528) ซึ่งได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ละครโทรทัศน์ไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2498-2516 (19 ปี) และพบว่าละครโทรทัศน์เป็นเครื่องมือของผู้ปกครองในการสร้างความมั่นคงในการปกครองประเทศ ละครโทรทัศน์ถูกใช้เป็นตัวแทนในการสื่อเรื่องราวต่าง ๆ ให้ประชาชนรับรู้ได้โดยที่ประชาชนไม่รู้ตัว และในด้านเศรษฐกิจและสังคมก็พบว่า ผู้อุปถัมภ์รายการและผู้ชมมีส่วนกำหนดรูปแบบและเนื้อเรื่องของละครโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังพบว่า แม้ละครโทรทัศน์จะไม่ได้สะท้อนภาพความเป็นจริงของสังคมไทยได้อย่างเต็มที่ แต่ก็ช่วยให้คนมีอาชีพ ช่วยให้บริษัท ห้างร้านได้โฆษณาสินค้าเพื่อขายสินค้าของตน งานวิจัยเชิงประวัติศาสตร์อีกเรื่องหนึ่งคือ งานของสุจิตรา รัตนกรกช (2532) ซึ่งทำการศึกษาและจำแนกประเภทปัญหาสังคมที่นำเสนอในภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม หน้าที่ทางสังคม และรูปแบบการจูงใจในภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมที่จัดทำขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2519 -2531 จำนวน 200 เรื่อง พบว่าเนื้อหาหลักของภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม คือ การแนะนำสมาชิกให้รู้จักกฎเกณฑ์และระเบียบของสังคม ตลอดจนการถ่ายทอดวัฒนธรรม ประเพณี และค่านิยมสู่คนรุ่นใหม่ และเกินกว่าครึ่งหนึ่งของภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมทั้งหมดนิยมใช้รูปแบบการจูงใจที่เน้นถึงความรู้สึกเพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภคมากที่สุด (สุจิตรา รัตนกรกช, 2532)

ทศวรรษที่ 1990 (พ.ศ.2533-2543) ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมานี้ การศึกษาเกี่ยวกับโฆษณาทางโทรทัศน์ (Television Commercial) ในด้านต่าง ๆ ยังเป็นที่สนใจอยู่ อาทิ การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรูปแบบโฆษณาทางโทรทัศน์ เป็นต้น และกลุ่มที่ศึกษาขยายจากกลุ่มเด็กและเยาวชน เป็นกลุ่มแม่บ้าน (อภิชญา อยู่ในธรรม, 2523) อย่างไรก็ตามกลุ่มเด็กและเยาวชนยังคงเป็นกลุ่มที่มีการศึกษามากอยู่ และเป็นการศึกษาเชิงสหสัมพันธ์ มีการศึกษาที่ใช้แนวคิดของความคล้ายกันของตัวแบบ (Model) และผู้สังเกต (Observer) มาเป็นกรอบทางความคิดในการศึกษาด้วย ดังเช่นงานวิจัยของ ขนบพันธ์ ตั้งมณี (2534) ที่ทำการศึกษาสภาพลักษณ์ของเด็กไทยในโฆษณาทางโทรทัศน์ และพบว่า เด็กวัยเรียน (6-12 ปี) ที่ชมโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีเด็กไทยอายุรุ่นราวคราวเดียวกัน-คือ ระหว่าง 6-12 ปี เป็นผู้นำเสนอสาร เด็กผู้รับสารจะจดจำเนื้อเพลง บทสนทนา และชื่อสินค้าที่ปรากฏในโฆษณาได้อย่างแม่นยำ จากผลการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของสารโฆษณา (โดยผ่านทางตัวแบบที่มีความคล้ายกับผู้ชม) ที่แทรกซึมเข้าไปในจิตใจของเด็กผู้รับสาร

โฆษณาที่แสดงออกเกี่ยวเนื่องกับกามารมณ์ก็ได้รับความสนใจ มีการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของวัยรุ่นที่มีต่อโฆษณาและสินค้าในโฆษณาดังกล่าวนี้ด้วย และพบว่า วัยรุ่น (15-19 ปี) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโฆษณาที่แสดงออกเกี่ยวเนื่องกับกามารมณ์พอสมควร และพอใจในโฆษณารูปแบบนี้ เพราะสะดุดตา และเป็นเรื่องธรรมดาในสังคมปัจจุบัน (ปาริฉัตร มั่นคง, 2533) นอกจากนี้แล้วพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ก็เป็นที่สนใจ และมีการศึกษาอย่างสม่ำเสมอมา (จุฑาภรณ์ เอื้อละพันธ์, 2534; เพ็ญจันทร์ สีรีพิเชษฐ์กุล, 2534) รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับความรู้ความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งที่เรียนรู้จากสื่อนั้น อาทิ การศึกษาของ แววดา ธนบัตร (2534) พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสารจากโทรทัศน์เกี่ยวกับการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาม้า และความเชื่อถือในสื่อโทรทัศน์ มีผลต่อความรู้และความคิดเห็นของกลุ่มเยาวชน (ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 4-6) มาก แต่ในขณะเดียวกันกลับพบผลที่ตรงกันข้ามในการศึกษาของ ใจชนก บูรณะดิษ (2533) ที่ทำการศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังของพนักงานการท่าเรือแห่งประเทศไทย และพบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังปานกลางค่อนข้างน้อย

ในทศวรรษนี้การศึกษาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ของละครโทรทัศน์ยังคงเป็นที่สนใจอยู่อย่างต่อเนื่อง มีการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาของละครโทรทัศน์ในการถ่ายทอดความเชื่อและค่านิยมในสังคมไทย อาทิ งานวิจัยของ อภิญญา ศรีรัตนสมบุญ (2533) ซึ่งทำการวิเคราะห์เนื้อหาในละครโทรทัศน์ชุด "คู่กรรม" และพบว่า ละครโทรทัศน์ชุดนี้ถ่ายทอดแนวคิดซึ่งสะท้อนความเชื่อและค่านิยมรวม 6 แนวคิดสำคัญ คือ แนวคิดในเรื่องความรัก ความรับผิดชอบต่อครอบครัว บทบาทหางสังคมตามลักษณะทางเพศ การดำรงชีวิต ความไม่เท่าเทียมกัน และแนวคิดที่เกี่ยวกับศาสนาและความเชื่อ โดยแนวคิดเหล่านี้ได้รับการถ่ายทอดผ่านทางคำพูดและการกระทำของตัวละครเป็นส่วนใหญ่ หรืองานวิจัยของจรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535) ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศช่วงหลังข่าว 20.00 น. ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 5 และ 7 ในช่วงเดือนมกราคม - เมษายน 2532 จำนวน 10 เรื่อง และพบว่าเนื้อหาของละครเหล่านี้มีลักษณะที่สอดคล้องกัน ในประเด็นที่ว่าอาชีพของตัวละครหญิงไม่ใช่สิ่งสำคัญ สิ่งสำคัญคือการแต่งงาน อาชีพถูกนำเสนอเป็นเพียง "บทบาทของการเป็นหญิง" เท่านั้น ผิดไปจากปรากฏการณ์จริงในสังคมไทย แสดงให้เห็นว่าละครโทรทัศน์สะท้อนภาพที่เบี่ยงเบนไปจากความเป็นจริง แม้ในละครบางเรื่องที่สะท้อนความเป็นจริงอย่างสมจริง แต่ก็ไม่พูดถึงการกีดกันอาชีพที่ผู้หญิงในโลกแห่งความเป็นจริงได้รับ

ในปัจจุบันการศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนในระบบการเรียนรู้ทางสังคมที่เกี่ยวกับกระบวนการ (Process) ยังเป็นที่สนใจอยู่ ดังเช่น การศึกษาวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์อิทธิพลของการเปิดรับสื่อมวลชน และแบบแผนการสื่อสารในครอบครัวต่อจริยธรรมของเยาวชนใน กทม." ซึ่งกำลังดำเนินการโดย น้นทวัน สุชาโต สุกัญญา ตีระวนิช และอรวรรณ เธียรสาร รวมทั้งเรื่อง "การวิเคราะห์อิทธิพลของการเปิดรับสื่อมวลชนและแบบแผนการสื่อสารในครอบครัวต่อพัฒนาการทางระดับการใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมของเด็กนักเรียนระหว่างอายุ 12-17 ในกรุงเทพมหานคร" ซึ่งกำลังดำเนินการโดย น้นทวัน สุชาโต สุกัญญา ตีระวนิช และอรวรรณ เธียรสาร เช่นกัน เมื่อเร็ว ๆ นี้ การศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของโทรทัศน์และแบบอย่างที่เห็นในชีวิตจริงกับพฤติกรรมทางสังคมเชิงบวก (พฤติกรรมการให้ความร่วมมือในการทิ้งขยะ) ของเด็กในระดับประถมปีที่ 2 และเด็กในระดับประถมปีที่ 6 และพบว่า การดูรายการโทรทัศน์ หรือการอ่านหนังสือ และการ์ตูน เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม มิได้ช่วยในการพยากรณ์ว่าเด็กนักเรียนจะให้ความร่วมมือในการทิ้งขยะลงในถังขยะ แต่กลับปรากฏว่าแบบอย่างที่เด็กเห็นในชีวิตจริง (ไม่ว่าเพื่อน ครู หรือพ่อแม่) จะเป็นสิ่งที่ใช้พยากรณ์ว่า เด็กจะให้ความร่วมมือในการทิ้งขยะลงในถังขยะ โดยเฉพาะในเด็กเล็กประถมปีที่ 2 การเห็นเพื่อนทิ้งขยะลงในถังขยะ เด็กจะมีแนวโน้มทิ้งขยะลงในถังขยะตามเพื่อนมาก นอกจากนี้ความคาดหวังของตัวเด็กเองต่อผลที่จะเกิดตามมาจากการประพฤติดังกล่าว (Children's Outcome Expectancies) จะพยากรณ์การเกิดพฤติกรรมการให้ความร่วมมือในการทิ้งขยะลงในถังขยะคือ ถ้าเด็กมีความคาดหวังว่าจะได้รับคำชมจากพ่อแม่หรือครู เด็กจะมีแนวโน้มที่จะทิ้งขยะลงในถังขยะมากขึ้น (สุวัจฉรา เปี่ยมญาติ และจุฑา พงษ์สมัย, 2537) - นอกจากนี้มีการศึกษาเชิงทดลองเพื่อหาวิธีการให้การศึกษาโรคเอดส์แก่เด็กในช่วงวัยก่อนวัยรุ่น (11-13 ปี) ซึ่งปรากฏว่าการให้เด็กดูรายการโทรทัศน์ (ไม่ว่าจะเป็นสารคดีหรือการ์ตูน) เพียงอย่างเดียวไม่พอ กิจกรรมในห้องเรียน (การอภิปรายกลุ่มระหว่างครู และนักเรียน) หลังจากการดูโทรทัศน์ จะช่วยให้เด็กจำข้อมูลที่เรียนรู้จากโทรทัศน์ได้มากขึ้น และเด็กที่รับรู้ถึงประโยชน์ของรายการโทรทัศน์ที่ดู (Perceived Utility of Televised Presentation) จะจำเนื้อหาต่าง ๆ เกี่ยวกับโรคเอดส์ได้มากกว่า เด็กที่ไม่ได้รับรู้ถึงประโยชน์ของสิ่งที่ดูมา สิ่งที่น่าสนใจที่พบคือ เด็กที่ดูสารคดีเกี่ยวกับโรคเอดส์ มีความรู้ดีขึ้นกว่าเด็กที่ดูการ์ตูนเกี่ยวกับโรคเอดส์ที่มีเนื้อหาคล้ายกัน (Similar Content) และในช่วงเวลา 1 เดือนที่ผ่านไปเด็กที่ดูสารคดีเกี่ยวกับโรคเอดส์จะออกกำลังกายและเล่นกีฬา รวมทั้งดูแลรักษาสุขภาพของตนเองดีขึ้นกว่ากลุ่มเด็กที่ดูการ์ตูน (สุวัจฉรา เปี่ยมญาติ, 2537)

อย่างไรก็ดีการศึกษาในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาเชิงสหสัมพันธ์มากกว่าการศึกษาเชิงทดลอง หรือการศึกษาภาคสนาม (ซึ่งยังไม่ปรากฏว่ามีการศึกษามาก่อน)

แนวทางการวิจัยบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมของประเทศไทย

งานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมของประเทศไทยเท่าที่ผ่านมานั้น ค่อนข้างจะเป็นงานวิจัยเพื่อสำรวจความสนใจ ความพึงพอใจ การใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ และเป็นการศึกษาวิจัยที่จะนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการสร้างหรือผลิตรายการโทรทัศน์ที่จะตอบสนองความต้องการหรือรสนิยมของคนดูโทรทัศน์ (Needs-and-gratifications) มากกว่าที่จะเป็นงานวิจัยเพื่อการแสวงหาหรือการสร้างองค์ความรู้ (Body of Knowledge) ที่เกี่ยวข้องกับระบบการเรียนรู้ทางสังคมของสังคมไทย ผลการศึกษาวิจัยส่วนใหญ่จึงกลายเป็นเครื่องมือหรือเป็นแนวทางในการปรับปรุงรายการโทรทัศน์ของผู้ผลิต (Producers)

จากประวัติศาสตร์การทำงานวิจัยหรือการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมของประเทศไทยที่ผ่านมา เปรียบเทียบกับปรากฏการณ์ที่เคยเป็นอยู่และที่เปลี่ยนแปลงต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันนี้ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย ก็คงจะเป็นคำอธิบายได้อย่างดีพอสมควรว่าการจะนำเสนอแนวทางการวิจัยบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมของประเทศไทยมิใช่เป็นสิ่งที่จะนำเสนอได้โดยง่าย หากคงจะต้องมาจากคำตอบของนักวิชาการทั้งหลายต่อคำถามที่ว่าจะทำการศึกษาไปเพื่ออะไร เพราะ

"เหนือจากพลวัตของการสื่อสารข้ามประเทศแล้ว สังคมไทยดูจะต้องเรียนรู้อะไรใหม่ ๆ อีกมาก บางทีการเรียนรู้นี้จะเริ่มต้นได้ก็ต่อเมื่อเราพร้อมที่จะลืม (Unlearning) บางอย่างที่เราคุ้นเคยก็ได้"

(บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา ฐานันดรที่สี่จากระบบโลกถึงรัฐไทย, 2537 หน้า 108)

เป็นที่เข้าใจกันดีอยู่แล้วว่า การศึกษาที่เกี่ยวกับระบบการเรียนรู้ทางสังคมนั้น ประเด็นศึกษาจะหมายรวมถึง ผู้ให้ ผู้สอน หรือผู้ส่งสาร วิธีการและสารที่ส่งหรือที่ถ่ายทอด และผู้รับ หรือผู้เรียน งานวิจัยที่ผ่านมาเป็นการศึกษาเกี่ยวกับผู้ส่งสาร หรือโทรทัศน์ค่อนข้างมากไม่ว่าจะเป็นเรื่องของคุณภาพทางเทคนิค (Formal Features) ของโทรทัศน์ซึ่งรวมถึงวิธีการผลิตทั้ง 3 ขั้นตอน คือ ขั้นก่อนการผลิต (Pre-production Techniques) ขั้นการผลิต (Production Techniques)

และขั้นหลังการผลิต (Post-production Techniques) หรือจะเป็นเรื่องของเนื้อหาสาระของโทรทัศน์ (Content of Television) ก็ตาม ต่างเป็นส่วนหนึ่งของสารที่ส่งหรือที่ถ่ายทอดให้กับผู้ชมโทรทัศน์ ฉะนั้น ประเด็นศึกษาตรงนี้จึงน่าจะอยู่ที่ว่าผู้รับสารหรือผู้ชมโทรทัศน์ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสารที่ส่งมาอย่างไร และเป็นความจำเป็นหรือไม่ที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ชมโทรทัศน์ในฐานะผู้รับสาร แนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่มีอยู่ อาทิ แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการบริโภคสาร (Information Processing Model) และแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางความคิดและสังคม (Social Cognitive Theory) จะเป็นกรอบทางความคิด เพื่อเสนอแนวทางการวิจัยบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมของประเทศไทยได้หรือไม่ เพราะแนวคิดดังกล่าวเป็นแนวคิดที่มาจากการศึกษาในโลกตะวันตก ปรัชญาความเชื่อเกี่ยวกับมนุษย์และวิถีชีวิต (วัฒนธรรม) ความเป็นอยู่ สภาวะแวดล้อมอันเนื่องมาจากปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง มีความเป็นมาที่ไม่เหมือนกัน มีอะไรบ้างที่เป็นปรากฏการณ์ทางสากล และที่เป็นปรากฏการณ์เฉพาะของประเทศไทย และในยุคที่อาจารย์บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา (2537) กล่าวไว้ว่าเป็น "ยุคที่สื่อมวลชนแผ่อิทธิพลไปอย่างกว้างขวางและลึกซึ้งเช่นปัจจุบันนี้" (ฐานันดรที่สี่ จากระบบโลกถึงรัฐไทย, 2537, หน้า 120) นักวิชาการที่จะทำการศึกษาวิจัยจะตัดสินใจอย่างไรในเรื่องเกี่ยวกับกรอบทางความคิด (Framework Concept) ที่จะนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมของประเทศไทย

ถ้ามีความเชื่อในความเป็นสากลของธรรมชาติของมนุษย์ (Human Nature) และพัฒนาการด้านต่าง ๆ ของมนุษย์ และมีความเชื่อในเรื่องของสิทธิของมนุษย์ (ไม่ว่าจะเป็นเด็กหรือผู้ใหญ่ในช่วงวัยใดก็ตาม) ในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะสิทธิที่จะได้รับรู้เรื่องราวต่าง ๆ อย่างชาญฉลาด (Wise Consumers) สิทธิที่จะได้รับการศึกษาให้มีความรู้เท่าทันสื่อมวลชน (Mass Media Literacy) แนวทางการวิจัยบทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคมของประเทศไทยก็น่าที่จะมุ่งเน้นไปที่การศึกษาเกี่ยวกับผู้ชมโทรทัศน์ (Television Viewers) ในฐานะผู้รับสารมากขึ้น การนำแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีที่มาจากโลกตะวันตกก็น่าจะกระทำได้บ้างอย่างน้อยก็เพื่อจะได้รับรู้ถึงความเป็นสากลของธรรมชาติของมนุษย์

เนื่องจากคุณสมบัติทางเทคนิคของโทรทัศน์ (Formal features of Television) มีการพัฒนาไปอย่างมาก และเนื้อหาที่นำเสนอ (Content of Television) เบี่ยงเบนไปจากความเป็นจริงในสังคมไทย ฉะนั้น ประเด็นที่น่าจะได้รับความสนใจให้มีการระดมความคิดกันในขณะนี้จึงน่าจะเกี่ยวข้องกับ

- การศึกษาการรับรู้ของเด็ก (Children's Perceptions of Television) ที่มีต่อโทรทัศน์ อาทิ การรับรู้และความเข้าใจคุณสมบัติทางเทคนิคต่าง ๆ ของโทรทัศน์ (Formal Feature Cues) การรับรู้ความเป็นจริงของโทรทัศน์ (Perceptions of Reality of Television) ในมิติต่าง ๆ

- การศึกษาการก่อตัวของความรู้เรื่องต่าง ๆ ของเด็กที่ได้จากการดูโทรทัศน์ (Children's Schema)

- การศึกษาการนำเอาความรู้ที่มีอยู่ไปใช้ในการตีความหมายจากสิ่งที่เห็นในจอโทรทัศน์ของผู้ชมโทรทัศน์ (ทั้งเด็กและผู้ใหญ่)

นอกจากประเด็นการศึกษาผู้รับสาร (ผู้ชมโทรทัศน์) แล้ว การศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ก็เป็นสิ่งที่น่าจะได้รับความสนใจ นำมาเป็นหัวข้อในการระดมความคิดด้วย แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมที่เป็นที่สนใจ และมีการนำมาเป็นกรอบทางความคิดในการวิจัยค่อนข้างมากในต่างประเทศ คือ ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมโดยการสังเกตของแบนดูร่า (Bandura's Observational Learning Theory) ถึงแม้ว่าจะมีผลการศึกษาวิจัยในประเทศสหรัฐอเมริกาสนับสนุนขั้นตอนแต่ละขั้นตอนของการเรียนรู้ทางสังคม โดยการสังเกต อาทิ ขั้นตอนความสนใจ (Attention Processes) ซึ่งดูเหมือนจะมีความสัมพันธ์กับสารที่ผู้ชมโทรทัศน์เรียนรู้ (Learned Messages) และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปก็ตาม แต่ก็ยังไม่มีผลของการศึกษาใด ๆ ที่แสดงว่าความสนใจ (Attention) จะพยากรณ์สารที่ได้จากการดูโทรทัศน์ (Learned Messages) หรือพยากรณ์พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอันเนื่องมาจากการสังเกตจากโทรทัศน์ได้ หรือแม้ว่าการรับรู้ความเหมือนกัน (Perceived Similarity) ระหว่างตัวแบบ (Model) และผู้สังเกต (Observer) จะสามารถใช้พยากรณ์ (predict) ได้ทั้งความสนใจและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้สังเกตก็ตาม หรือการจะศึกษาเฉพาะขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการสังเกตตัวแบบและการเสริมแรงเชิงบวก (Modeling and Positive Reinforcement) ซึ่งเป็นเรื่องของผลที่ตามมาจากการกระทำนั้น ๆ (Consequences) ที่ผู้ชมโทรทัศน์ (การศึกษาแนวนี้มักจะเป็นการศึกษากับกลุ่มเด็ก) สังเกตจากตัวแบบในโทรทัศน์ ก็ดูจะยังไม่เพียงพอที่จะกล่าวได้ว่าเป็นการศึกษากระบวนการเรียนรู้ทางสังคมตาม

ในขั้นตอนของการเรียนรู้เกี่ยวกับเนื้อหา (โดยที่ยังไม่มีการกระทำใด ๆ) ซึ่งเป็นขั้นตอนที่เรียกว่า Retention นั้น ก็มีเพียงผลงานวิจัยที่สนับสนุนว่าการสังเกตตัวแบบ (Modeling) และการใช้สัญญลักษณ์ช่วยการเรียนรู้ (Symbolization) อาทิการออกมา (Verbal Labeling)

จะช่วยให้เกิดการจำเนื้อหา (Learned Messages) และการซักซ้อม (Rehearsal) ซึ่งเป็นการกระทำที่เกิดในขั้นตอนที่เรียกว่า Motor Reproduction Processes จะมีส่วนต่อการเกิดพฤติกรรมการเอาอย่างได้ แต่ก็ยังไม่เพียงพอที่จะกล่าวได้ว่าเป็นการศึกษากระบวนการเรียนรู้ทางสังคมตามแนวคิดนี้อย่างแท้จริง

สำหรับขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการจูงใจ (Motivational Processes) รวมทั้งประสบการณ์การเรียนรู้ที่ผ่านมา (Vicarious Learning Experiences) หลังจากการดูรายการโทรทัศน์ และการเสริมแรงจากสังคมที่ผู้สังเกต (Observers). ได้จากการกระทำตามอย่างพฤติกรรมที่เห็นในจอโทรทัศน์จะมีผลต่อผู้สังเกตในส่วนที่เกี่ยวกับความเชื่อและทัศนคติ หรืออาจจะเกิดการเปลี่ยนแปลงความสนใจและทัศนคติได้ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าเป็นการศึกษากระบวนการเรียนรู้ทางสังคมทั้งกระบวนการ

ในประเทศสหรัฐอเมริกาเอง งานวิจัยที่ค่อนข้างแสดงให้เห็นถึงความพยายามของผู้วิจัยในการศึกษาตามแนวคิดของแบนดูร่านี้ มีเพียง 2 เรื่องเท่านั้น คือ งานวิจัยของ Friedrich และ Stein (1973) และงานวิจัยของ Johnson, Ettema และ Davidson (1980) นอกจากนี้แล้วงานวิจัยส่วนมากก็เป็นเพียงการศึกษาที่มุ่งเน้นเพียงการศึกษาหนึ่งหรือสองขั้นตอนของกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจของแต่ละบุคคล

ฉะนั้นการจะนำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคมมาเป็นกรอบทางความคิดในการศึกษา จึงน่าจะนำไปสู่การระดมความคิดในเรื่องของวิธีการศึกษาวิจัยด้วย เพื่อตอบคำถามที่ว่าการศึกษาเชิงสหสัมพันธ์ การศึกษาเชิงทดลอง หรือการศึกษาภาคสนามนั้น การศึกษาแบบใดที่เหมาะสมกับปรากฏการณ์ที่เป็นอยู่ในสังคมไทยในขณะนี้มากที่สุด และเพื่ออะไร

บรรณานุกรม

ภาษาอังกฤษ

Acker, S. (1983). Viewers' perceptions of velocity and distance in televised events. Human Communication Research, 9(4), 335-348.

Acker, S. & Tiemens, R. (1981). Children's perceptions of changes in size of televised images. Human Communication Research, 7(4), 340-346.

Bandura, A., Ross, D. & Ross, S. (1963). Imitation of film-mediated aggressive models. Journal of Abnormal and Social Psychology, 66(1), 3-11.

Bandura, A. & Jeffery, R. (1973). Role of symbolic coding and rehearsal processes in observational learning. Journal of Personality and Social Psychology, 26(1), 122-130.

Bandura, A., Grusec, J. & Menlove, F. (1966). Observational learning as a function of symbolization and incentive set. Child Development, 37(3), 499-506.

Brosius, H. (1989). Influence of presentation features and news content on learning from television news. Journal of Broadcasing & Electronic Media, 33(1), 1-14.

Burekel-Rothfuss, N., Greenberg, B., Atkin, C. & Neuendorf, K. (1982). Learning about the family from television. Journal of Communication, 32, 191-200.

Collins, W. & Getz, S. (1976). Children's social responses following modeled reactions to provocation : prosocial effects of a television drama. Journal of Personality, 44, 488-500.

Collins, W. & Schmitt, K. (1993). Children's attention ot television advertising. Paper presented at the 60th Meeting of the Sciety for Research in Child Development, New Orleans, Louisiana.

Collins, W., Berndt, T. & Hess, V. (1974). Observational learning of motives and consequences for television aggression : A developmental study. Child Development, 45, 799-802.

Dorr, A., Kovaric, P. & Doubleday, C. (1989). Parent-child coviewing of television. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 33(1), 35-51.

Elliott, R. & Vasta, R. (1970). The modeling of sharing: Effects associated with vicarious reinforcement, symbolization, age, and generalization. Journal of Experimenatal Child Psychology, 10, 8-15.

Friedrich, L. & Stein, A. (1973). Aggressive and prosocial television programs and the natural behavior of preschool children. Monographs of the Society for Research in Child Development, 38 (4, Serial No.151).

Friedrich, L. & Stein, a. (1975). Prosocial television and Yound children: The effects of verbal labeling and role playing on learning and behavior. Child Development, 46, 27-38.

Friedrich, L., Stein, A., Kippnis, D., Susman, E. & Clewett, A. (1979). Environmental enhancement of prosocial television content: Effects on interpersonal behavior, imaginative play, and self-regulation in a natural setting. Developmental Psychology, 15(6), 637-646.

Luecke, D. & Anderson, D. (1993). Gender constancy and attention ot television. Paper presented at the Meeting of the Society for Research in Child Development, New Orleans, Louisiana.

Grusec, J., Kuczynski, L., Rushton, J. & Simutis, Z. (1979). Learning resistance to temptation through observation. Developmental Psychology, 15(3), 233-240.

Johnston, J., Ettema, J. & Davidson, T. (1980). An evaluation of Freestyle: A television series to reduce sex-role stereotypes. Ann Arbor, Michigan: The university of Michigan.

Liebert, R. & Fernandex, L. (1970). Imitation as a function of vicarious and direct reward. Developmental Psychology, 2(2), 230-232.

Maccoby, E. & Wilson, W. (1957). Identification and observational learning from films. Journal of abnormal and Social Psychology, 55, 76-87.

McCall, S., Parke, R. & Kavanaugh, R. (1977). Imitation of live and televised models by children one to three years of age. Monographs of the Society for Research in Child Development, 42 (5, Serial No.173).

Meltzoff, A. (1988). Imitation of televised models by infants. Child Development, 59, 1221-1229.

Penny, J., Calvert, S., Watson, J. & Howard, J. (1991). Occupational sex typing in television commercials during the family hour. Paper presented at the Biennial Meeting of the Society for Research in Child Development, Seattle, Washington.

Piemyat, S. (1993). Effects of real and fictional televised disasters on children's emotions, prosocial behavior, and recall of safety information. Paper presented at the 60th Meeting of the Society for Research in Child Development, New Orleans, Louisiana.

Potts, R. & Henderson, J. (1991). A content analysis of physical injuries in children's television programming. Paper presented at the Biemial Meeting of the Society for Research in Child Development, Seattle, Washington.

Potts, R., Huston, A. & Wright, J. (1986). The effects of television form and violent content on boys' attention and social behavior. Journal of Experimental Child Psycholoty, 41, 1-17.

Penny, J., Calvert, S., Watson, J. & Howard, J. (1991). Occupational sex typing in television commercials during the family hour. Paper presented at the Biennial Meeting of the Society for Research in Child Development, Seattle, Washington.

Rosekrans, M. (1967). Imitation in children as a function of perceived similarity to a social model and vicarious reinforcement. Journal of Personality and Social Psychology, 7(3), 307-315.

Rosenkoetter, L. (1993). Children's values and the television sitcom. Paper presented at the 60th Meeting of the Society for Research in Child Development, New Orleans, Louisiana.

Rosenkoetter, L. & Rosenkoetter, S. (1991). The Child's appraisal of drug abuse and anti-drug TV spots. Paper presented at the Meeting of the Society for Research in Child Development, Seattle, Washington.

Scheibe, C. & Barber, T. (1993). Children's comprehension of anti-drug public service announcement on television. Paper presented at the 60th Meeting of the Society for Research in Child Development, New Orleans, Louisiana.

Scheibe, C., Dell' Era, M., Duca, D. & Klein, E. (1991). Developmental differences in children's understanding in motives and moral lessons in TV programs. Paper presented at the Meeting of the Society for Research in Child Development, Seattle, Washington.

Slaby, R. & Parke, R. (1971). Effect on resistance to deviation of observing a model's affective reaction to response consequences. Developmental Psychology, 5(1), 40-47.

Sprafkin, J. & Rubinstein, E. (1979). Children's television viewing habits and prosscial behavior : A field correlational study. Journal of Broadcasting, 23(3), 265-277.

Sprafkin, J., Liebert, R. & Poulos, R. (1975). Effects of a prosocial televised example on children's helping. Journal of Experimental Child Psycholoty, 20, 119-126.

Truglio, R. (1993). Sex in the gos : What are the lessons from prime-time TV? Paper presented at the 60th Meeting of the Society for Research in Child Development, New Orleans, Louisiana.

Wright, C., Huston, C., Reitz, A. & Piemyat, S. (1994). Young Children's perceptions of television reality : Determinants and developmental differences. Developmental Psycholoty, 30(2), 229-239.

Wright, C., Huston, C., Alvarez, M., St.Peters, M., Truglio, R., Fitch, M. & Piemyat, S. (1989). Perceived TV reality and children's emotional responses. Paper presented at the Biennial Meeting of the Society for Research in Child Development, Kansas City, Missouri.

Zillmann, D. & Bryant, J. (1988). Effects of prolonged consumption of pornography on family values. Journal of Family Issues, 9, 518-544.

ภาษาไทย

กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ. (2521) การสำรวจและประเมินความสนใจในการดูรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาของเด็กไทย.

ขนบพันธ์ ตั้งมณี (2534). "สภาพลักษณ์ของเด็กไทยในโฆษณาทางโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จรินทร์ เลิศจิระประเสริฐ (2535). "อาชีพของสตรีในละครโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ใจชนก บูรณะดิษ (2533). อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคเครื่องดื่มบำรุงกำลังของพนักงานการท่าเรือแห่งประเทศไทย เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฉลวย ชีวกิดาการ และคณะ (2519) การศึกษาบทบาทของสื่อสารมวลชนต่อการศึกษาของชาวบ้าน รายงานการวิจัย งานวิจัยสถาบัน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.

ชาญ จันทร์เขียวใช้ (2522). "ความต้องการของประชาชนเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในกรุงเทพมหานคร"วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เทวี แย้มสรวล (2527). "การวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีผลต่อความสนใจรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กของนักเรียนชั้นประถมศึกษาในกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธีรนง เกิดสุคนธ์ (2525). "การศึกษาอิทธิพลทางจริยธรรมจากสื่อละครโทรทัศน์ที่มีต่อเยาวชน : ศึกษาเฉพาะนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนรัฐบาล สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นพวัตน์ วงศ์กลธุต (2530). "โฆษณาทางโทรทัศน์กับบทบาทและสถานภาพของสตรีไทย" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นันทวัน สุชาโต. (2520) "อิทธิพลของการดูภาพยนตร์ที่รุนแรงทางโทรทัศน์กับทัศนคติในเชิงก้าวร้าวของเด็กจากครอบครัวต่างฐานเศรษฐกิจสังคม และจากครอบครัวที่พ่อแม่ควบคุมการดูทีวีต่างระดับกัน" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต การวิจัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยแสตนฟอร์ด ประเทศสหรัฐอเมริกา.

บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา. (2537) ฐานันดรที่สี่: จากระดับโลกถึงรัฐไทย. โครงการจัดพิมพ์คบไฟ มูลนิธิเพื่อการศึกษาประชาธิปไตยและการพัฒนา กรุงเทพมหานคร 10200.

บังอร พีรพัฒน์ (2516). "ความนิยมของเด็กวัยรุ่นต่อโปรแกรมการศึกษาทางโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปาริฉัตร มั่นคง (2533). "ทัศนคติของวัยรุ่นที่มีต่อโฆษณา และสินค้าในโฆษณาที่แสดงออกเกี่ยวเนื่องกับกามารมณ์" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปฏิพัทธิ์ กระแสอินทร์ (2509). "อิทธิพลของภาพยนตร์โทรทัศน์ต่อพฤติกรรมเด็กวัยรุ่น" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประเสริฐศักดิ์ ขัตติยะ (2521). "การใช้โทรทัศน์วงจรเปิดเพื่อการสอนโดยมหาวิทยาลัยรามคำแหง" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรรณลีย์ เทพลักษณเลขา (2507). "ความสนใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นที่มีต่อรายการโทรทัศน์ในปี 2506" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรรณี กิจจากวิทย์ (2523). "อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พร เจริญสุข (2527). "ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอและเทคนิคการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศึกษาของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เพาวิภา ภมรสถิตย์ (2528). "ความสัมพันธ์ระหว่างละครโทรทัศน์กับสังคมไทย" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มนต์ชัย นินนาทนนท์ (2526) อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อเยาวชนในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

โรจน์ ดำพาที (2521). "ความต้องการรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในการศึกษานอกโรงเรียนของเยาวชน" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รัญจวน มีนประดิษฐ์ (2513). "อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายซึ่งมาจากครอบครัวที่มีฐานะแตกต่างกัน" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

แววตา ธนบัตร (2534). "การศึกษาผลขององการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการเสพยาม้าที่มีต่อเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมศักดิ์ อภิบาลศรี (2521). "การเปรียบเทียบความสนใจรายการโทรทัศน์ช่อง 10 หาดใหญ่กับสถานีโทรทัศน์ประเทศมาเลเซียของประชาชนในจังหวัดภาคใต้" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สินิทธ์ สิทธิรักษ์ (2536). กำเนิดโทรทัศน์ไทย (2493-2500) สำนักพิมพ์ 60 ปีประชาธิปไตย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร 10200.

สุจิตรา รัตนกรกช (2532). "การวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมตั้งแต่ปี พ.ศ.2519-2531" วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี วงษ์มณฑา และคณะ (2529) อิทธิพลความรุนแรงในโทรทัศน์ต่อเยาวชนไทย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร 10200.

โทรทัศน์ฝรั่งเศสกับการพัฒนาระบบดิจิตอลในประเทศไทย

สถานเอกอัครราชทูตฝรั่งเศสประจำประเทศไทย (ฝ่ายพาณิชย์) ร่วมกับ ACTIM (สำนักงานเพื่อความร่วมมือทางวิชาการ เศรษฐกิจและอุตสาหกรรมแห่งฝรั่งเศส) โดยความอุปถัมภ์ของกระทรวงอุตสาหกรรมไปรษณีย์โทรคมนาคม และการค้าต่างประเทศของฝรั่งเศส จะจัดการสัมมนาขึ้นในหัวข้อเรื่อง "การแพร่ภาพโทรทัศน์และการผลิตวิดีโอ" ในวันอังคารที่ 4 ตุลาคม ที่จะถึงนี้ที่โรงแรมดุสิตธานี โดยจะมีการแนะนำเทคโนโลยีล่าสุดของฝรั่งเศสทางด้านการแพร่ภาพโทรทัศน์ โดยเฉพาะในส่วนของระบบดิจิตอลเทคโนโลยี องค์กรและบริษัทที่เข้าร่วมเป็นผู้บรรยายการสัมมนาประกอบด้วย บริษัท อัลตาเทล เทลสเปช บริษัทเอทีทีไอ, บริษัท ยูโรเด็ค, ฟรานซ์ เทเลคอม, บริษัท เจทริส อิมาจ, บริษัททอมสัน บรอดคาสต์ และ บริษัททอมคาสต์

1. สถานการณ์ด้านโสตทัศนูปกรณ์ทั่วโลกกำลังวิวัฒนาการไปอย่างรวดเร็ว

1.1 อุปกรณ์และบริการด้านโสตทัศนูปกรณ์ เป็นอุตสาหกรรมสำคัญภาคหนึ่ง

โสตทัศนูปกรณ์ทั่วโลก (ทั้งอุปกรณ์และบริการ) มีมูลค่ารวมประมาณ 990 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 4.5 ระหว่างปี 2530 ถึง 2535 ธุรกิจทั้งหมดแบ่งเป็นภาคอุปกรณ์ร้อยละ 46 ตามมาด้วยบริการโทรทัศน์ ร้อยละ 34 บริการเช่าวิดีโอร้อยละ 11 อุตสาหกรรมภาพยนตร์ร้อยละ 5 และวิทยุร้อยละ 4

ตลาดโสตทัศนูปกรณ์มีแนวโน้มสำคัญสองประการ ประการแรกผู้บริโภคอิเล็กทรอนิกส์ เป็นส่วนแบ่งใหญ่ของตลาดนี้ และใหญ่กว่าตลาดมืออาชีพสามเท่า (ตลาดหลังนี้เป็นของผู้ใช้ที่แตกต่างจากประเภทแรกมากและมีคุณค่าเพิ่มสูงกว่า) ประการที่สองผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้บริโภคมีการปรับปรุงใหม่ทั้งทางด้านเครื่องเสียงและวิดีโอ เป็นต้นว่า มีการพัฒนาโทรทัศน์จอกว้าง และโทรทัศน์ระบบมัลติมีเดียและดิจิตอลด้วย

ในด้านการถ่ายทอดการออกอากาศและการกระจายเสียงนั้น ส่วนใหญ่ยังคงเป็นบริการจากภาคพื้นดิน โดยมีการบริการทั่วโลกคิดเป็นร้อยละ 72 ในขณะที่ระบบเคเบิ้ลและดาวเทียมมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.4 ซึ่งสูงกว่าอัตราการเพิ่มของระบบภาคพื้นดินถึงห้าเท่า (ร้อยละ 2.2)

รายได้หลักของการออกอากาศและกระจายเสียงมาจากธุรกิจการพาณิชย์ กล่าวได้ว่า รายได้จากภาคเอกชนนั้นสูงกว่าจากรัฐถึงสี่เท่า ค่าบำรุงสมาชิกในการให้บริการจากสถานีภาคพื้นดินนั้นนับว่าน้อยมากในฝรั่งเศสมีกรณียกเว้นอยู่เฉพาะบริการของคานาล+ (CANAL+) ซึ่งมีรายได้ส่วนใหญ่จากค่าสมาชิกจำนวน 3.7 ล้านราย

สุดท้ายรายได้สำหรับการออกอากาศระบบเคเบิ้ลและดาวเทียมนั้น รายได้ส่วนใหญ่มาจากค่าบำรุงสมาชิกในขณะที่ส่วนน้อยคือประมาณร้อยละ 13 ได้มาจากการโฆษณา

1.2 อุตสาหกรรมโสตทัศนูปกรณ์มีการเปลี่ยนแปลงสูงมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา

เหตุผลประการแรกสำหรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนั้น ได้แก่การมีระบบการถ่ายทอดอย่างใหม่จำนวนดาวเทียมและช่องสำหรับถ่ายทอดและส่งสัญญาณเพิ่มขึ้นอย่างมากทั่วยุโรป ในระยะเวลาไม่กี่ปีมานี้ ขณะนี้ในฝรั่งเศสมีดาวเทียมสำหรับโทรทัศน์รวม 5 ดวง

ในขณะเดียวกันก็มีการพัฒนาเครือข่ายระบบเคเบิ้ลเพิ่มขึ้น ในปลายปี 2535 มีบ้านชาวยุโรปจำนวน 30 ล้านหลังที่ใช้บริการระบบเคเบิ้ล คิดเป็นร้อยละ 21 ของจำนวนครัวเรือนที่มีเครื่องรับโทรทัศน์ และมีอัตราเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 15 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2534

ไม่ใช่แต่เฉพาะจำนวนช่องส่งสัญญาณเท่านั้นที่เพิ่มขึ้น แต่รายการที่ออกอากาศทั้งทางช่องที่จ่ายเงินและไม่ต้องจ่ายเงินยังเพิ่มขึ้นในหลายรูปแบบอีกด้วย กล่าวคือ มีทั้งรายการทั่วไปและรายการที่มีเนื้อหาสาระพิเศษ ช่องที่ต้องจ่ายเงินเดือนมีออกอากาศทั้งจากอากาศทั้งจากสถานีภาคพื้นดิน ทั้งในระบบเคเบิ้ลและดาวเทียม

นอกจากจะมีการพัฒนาระบบถ่ายทอดแบบใหม่ดังกล่าวแล้ว ยังมีการนำเอาเครื่องมือดิจิตอลมาใช้ในเทคนิคการผลิตด้วย ตลอดจนมีการทำเอฟเฟ็กต์พิเศษต่าง ๆ และพัฒนาระบบการผลิตเพื่อให้ภาพคมชัดยิ่งขึ้น

2. ฝรั่งเศสมีการเพิ่มรายการและช่องส่งสัญญาณและความถี่คลื่นสำหรับทั้งโทรทัศน์และวิทยุ

2.1 สถานีวิทยุและเครือข่ายโทรทัศน์ใหม่มีการกระจายเสียงและออกอากาศด้วยเทคนิค การถ่ายทอดใหม่หลายด้าน

สำหรับกิจการวิทยุกระจายเสียงนั้น การเปิดเสรีให้คลื่นความถี่ในระบบเอฟเอ็ม ทำให้เกิดการแข่งขันอย่างมากในช่วงต้นทศวรรษที่ 1980 แต่ก็ยังคงอยู่ภายใต้ความควบคุมของคณะกรรมการพิเศษคือ CSA ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดความถี่ของคลื่น ส่วนความหลากหลายของรายการนั้นจะดำเนินต่อไป. โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการนำเอาระบบ DAB (DIGITAL AUDIO BROADCASTING) มาใช้ในปี 2539/2540

ด้วยการบริหารความถี่คลื่นในสถานีภาคพื้นดินอย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจุบันมีการออกอากาศผ่านช่องสัญญาณรวมหกช่องทั่วฝรั่งเศส สองช่องเป็นสถานีของรัฐเพื่อสาธารณชนทั่วไป คือ ฟรานซ์ 2 และฟรานซ์ 3 อีกสองช่องเป็นสถานีของเอกชนที่ไม่ต้องจ่ายค่าดู คือ ทีเอฟ 1 และเอ็ม 6 อีกหนึ่งช่องคือ ARTE เป็นช่องฝรั่งเศส-เยอรมัน และมีอีกหนึ่งช่องคือ CANAL+ ซึ่งเป็นระบบแคลมเบิ้ล ผู้ชมต้องรับภาพผ่านเครื่องถอดรหัสซึ่งเชื่อมต่อกับระบบควบคุม ระบบนี้เริ่มให้บริการตั้งแต่ปี 2527 ปัจจุบันมีสมาชิกมากกว่า 3.5 ล้านราย

ฝรั่งเศสเริ่มใช้ดาวเทียมเพื่อการออกอากาศมาตั้งแต่เริ่มแรก โดยการออกอากาศโดยตรงผ่านดาวเทียม TDF1 และ TDF2 มาตั้งแต่ปลายทศวรรษที่ 1980 และมี FCC เป็นดาวเทียมระบบ TELECOM มีการส่งสัญญาณภาพรวม 7 ช่องสัญญาณรวม 11 ช่องโดยมี 3 ช่องใช้ระบบ 16:9 ช่องสัญญาณต่าง ๆ เหล่านี้จะส่งภาพไปสู่เครื่องรับที่บ้านโดยตรง และโดยผ่านเครือข่ายของระบบเคเบิ้ล การนำเอาดาวเทียมมาใช้นั้นเป็นพัฒนาการที่ควบคู่ไปกับการเพิ่มเครือข่ายของระบบเคเบิ้ลอย่างค่อยเป็นค่อยไป

2.2 สภาควบคุมกิจการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงของฝรั่งเศสคือ "CONSEIL SUPERIEUR DE L AUDIOVISUEL"

เนื่องจากมีการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้วนี้เอง จึงได้มีการออกกฎหมายพิเศษเพื่อการควบคุมการออกอากาศของช่องสัญญาณใหม่ ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน ตลอดจนมีการจัดตั้งสภากำหนดกฎระเบียบต่าง ๆ ชื่อ "CONSEIL SUPERIEURE DE L AUDIOVISUEL"

สภานี้ประกอบด้วยกรรมการ 9 คน เพื่อดำรงตำแหน่งเป็นเวลา 9 ปี โดยได้รับการแต่งตั้งจากประธานาธิบดีแห่งสาธารณรัฐ ประธานสภาแห่งชาติ และประธานวุฒิสภา โดยแต่ละท่านมีอำนาจหน้าที่แต่งตั้งกรรมการได้ 3 คน อย่างไรก็ตาม สภานี้หรือที่เรียกชื่อย่อว่า CSA เป็นองค์กรรัฐที่ดำเนินการเป็นอิสระจากการควบคุมของรัฐบาล และตัดสินใจโดยอาศัยเสียงข้างมากของกรรมการ และอนุญาตให้ประธานออกเสียงได้หนึ่งเสียง

ตามกฎหมายนี้ รัฐบาลจะเป็นผู้กำหนดกฎเกณฑ์โดยทั่วไปเพื่อใช้ควบคุมการกระจายเสียงและการแพร่ภาพทั้งโดยภาครัฐและภาคเอกชน CSA เป็นผู้ออกแบบใบอนุญาตให้ใช้ความถี่คลื่นที่มีอยู่และดำเนินการเจรจากับผู้ประกอบการเอกชนแต่ละราย ทั้งยังอาจกำหนดให้มีพันธกรณีต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการเผยแพร่วัฒนธรรม และมีอำนาจลงโทษด้วยการให้จ่ายค่าปรับ หากผู้กระจายเสียงและออกอากาศไม่ปฏิบัติตามสัญญาผูกพัน

3. การนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ทำให้จำเป็นต้องมีโครงการวิจัยและพัฒนา

การนำเสนอเรื่องราวของกิจการโสตทัศนูปกรณ์ในฝรั่งเศสอย่างย่นย่อนี้ แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ตลอดจนการแก้ปัญหาทางเทคนิคด้วยวิธีการต่าง ๆ ในช่วงเวลานี้บริษัทต่าง ๆ ในฝรั่งเศสทั้งขนาดใหญ่ กลาง และเล็กในฝรั่งเศสต่างต้องแข่งขันกันอย่างหนักทางด้านผลิตภัณฑ์และเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในโครงการวิจัยและพัฒนาสำคัญ ๆ ของยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านโครงการ DAB และโครงการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับกับเทคโนโลยีใหม่และบริการด้านโสตทัศนูปกรณ์ใหม่ๆ

3.1 โครงการ DAB จะช่วยให้สามารถเริ่มบริการวิทยุดิจิตอลได้ในปี 2539 .

อนาคตของกิจการวิทยุกระจายเสียงขึ้นอยู่กับระบบ DAB ซึ่งจะช่วยเพิ่มคุณภาพเสียงให้เหนือกว่าของระบบเอฟเอ็มอย่างมากมาย ไม่ว่าการรับฟังจะอยู่ในสภาพใดก็ตาม (อยู่กับที่หรือเคลื่อนที่) การใช้ระบบดิจิตอลคอมเพรสชั่น และกระบวนการ "DIGICAST" (การกระจายเสียงรายการต่าง ๆ ผ่านคลื่น ความถี่คลื่นเดียว ไปยังเครื่องถ่ายทอดทุกเครื่องในเขตการออกอากาศ) จะช่วยเพิ่มจำนวนช่องสัญญาณได้อีกมาก

บริษัทฝรั่งเศสได้เข้าร่วมในโครงการวิจัยและพัฒนาระบบ DAB ของยุโรปด้วย คาดว่าจะเริ่มนำระบบนี้มาให้บริการแก่ผู้รับฟังได้ภายในปี 2539 ขณะนี้ CSA จะเริ่มออกประกาศให้ผู้ประกอบการทั้งหลายทำโครงการการกระจายเสียงในระบบ DAB มาเสนอให้พิจารณา

ปัจจุบันมีชมรม DAB ในฝรั่งเศสเพื่อเป็นที่พบปะสังสรรค์ของผู้ผลิต ผู้บริหารเครือข่ายและผู้กระจายเสียง เพื่อร่วมกันดำเนินการเผยแพร่และส่งเสริมกิจการวิทยุระบบใหม่นี้ ปัจจุบันกำลังมีการทดลองส่งกระจายเสียงโดยสถานีวิทยุ 6 แห่งในกรุงปารีส

3.2 โครงการวิจัยและพัฒนาของฝรั่งเศสและยุโรปมุ่งเพื่อปรับปรุงคุณภาพของโทรทัศน์และเพิ่มจำนวนส่งสัญญาณไปพร้อมกันด้วย

โครงการ HDTV ของยุโรปซึ่งเริ่มให้บริการแก่ผู้ชมโทรทัศน์เป็นครั้งแรกเมื่อปี 2531 นั้นเป็นการมุ่งพัฒนาระบบโทรทัศน์จอกว้างและระบบ HDTV โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อการผลิตเครื่องรับตามมาตรฐานของระบบ HD ดิจิตัล ซึ่งเป็นระบบ 1250 เส้นและ 50 เฮิร์ตซ์ ต่อจากนั้นก็มีการนำเอาระบบนี้มาสาธิตหลายครั้งแล้วในช่วงไม่กี่ปีมานี้ เช่น ในระหว่างการแข่งขันกีฬาโอลิมปิคฤดูหนาวที่ลิลแฮมเมอร์ในเดือนกุมภาพันธ์ 2537 ที่ผ่านมานี้ การสาธิตดังกล่าวได้พิสูจน์ให้เห็นว่าระบบ HDTV ของยุโรปมีประสิทธิภาพน่าเชื่อถือได้

อัตราส่วนความยาวและกว้างของจอขนาด 16.9 คือ สัดส่วนในอนาคตของจอโทรทัศน์ที่จะใช้กับระบบ HDTV และระบบโทรทัศน์จอกว้างระบบอื่นๆ ทั้งนี้

โดยที่ระบบใหม่ของยุโรป สหรัฐและญี่ปุ่นต่างก็ใช้อัตราส่วนความยาวและกว้างนี้ และจอภาพของโรงภาพยนตร์ก็จะใช้สัดส่วนนี้เช่นกัน ขณะนี้มีเครื่องรับโทรทัศน์ขนาดจอ 16:9 ออกวางจำหน่ายในยุโรปแล้วโดยบริษัทฝรั่งเศสและบริษัทยุโรปอื่น ๆ ปัจจุบันนี้มีบริการโทรทัศน์ระบบจอกว้างในยุโรปแล้ว และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในฝรั่งเศส โดยภาพมีความคมชัดขึ้นมากระบบเสียงเป็นระบบ STEREOPHONIC DIGITAL และสามารถรับฟังได้ในหลายภาษา

สุดท้ายนี้ขอแจ้งให้ทราบว่า บริษัทฝรั่งเศสหลายแห่งได้เข้าร่วมในโครงการวิจัยโทรทัศน์ระบบดิจิตัลอย่างแข็งขัน ทั้งในยุโรปและในสหรัฐ ปัจจุบันมีโครงการวิจัยและพัฒนาระบบคอมเพรสชั่น และระบบ OFDM หลายโครงการ ดังนั้นผู้ผลิตฝรั่งเศสจึงอาจเข้าไปดำเนินการได้ทั้งในสองฟากฝั่งแอตแลนติกเพื่อมุ่งนำพัฒนาการใหม่ๆ มาสู่อุตสาหกรรมโทรทัศน์ในอนาคต

4. การประชุมสัมมนาที่จัดโดย ACTIM จะมุ่งพิจารณาเทคโนโลยีใหม่ในการกระจายเสียง

ACTIM เป็นสมาชิกซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการส่งเสริมเทคโนโลยีของฝรั่งเศสและผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมทั่วโลก สมาคมมุ่งจัดสัมมนาและการประชุมเชิงวิชาการเพื่อกระชับความสัมพันธ์และการติดต่อระหว่างบริษัทฝรั่งเศสและบริษัทต่างประเทศ การจัดประชุมเกี่ยวกับเทคโนโลนีใหม่ในการกระจายเสียงครั้งนี้ประกอบด้วยการบรรยายโดยผู้เชี่ยวชาญฝรั่งเศส และบริษัทต่าง ๆ โดยแบ่งออกเป็นสามภาคคือ

การผลิตวิดีโอ และเครื่องมือหลังการผลิต

สำหรับภาคนี้เป็นการนำเสนออุปกรณ์ที่ใช้ในสตูดิโอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการผลิตรายการด้วยระบบดิจิตัล 4:2:2 บริษัททอมสัน บรอดคาสท์ จะมาบรรยายให้ฟังถึงประสบการณ์ในการแพร่ภาพด้วยระบบดิจิตัลมาเป็นเวลา 8 ปีแล้ว ส่วนบริษัท GETRIS IMAGE จะพูดถึงระบบกราฟฟิกและการผลิตรายการ วิดีโอ

การถ่ายทอดและการออกอากาศ

ภาคที่สองของการประชุมจะเป็นการเสนอเรื่องราว ถ่ายทอดและการออกอากาศโดยสถานีภาคพื้นดินโดยดาวเทียม หรือระบบ CATV ผู้ที่จะร่วมบรรยายคือ ทอมคาสต์ ในเรื่องการถ่ายทอดโดยสถานีภาคพื้นดินอัลคาเทล เทเลสเปซ จะพูดเกี่ยวกับระบบเสนอรายงานข่าวโดยอุปกรณ์เคลื่อนที่ไมโครเวฟและเอทีดีโอ จะเสนอเรื่องการบริหารระบบเครือข่าย เรดิโออิเล็กทริก เพื่อประโยชน์สูงสุด

โทรทัศน์ที่ต้องจ่ายค่าดู (PAY-TV)

เนื่องจากปัจจุบันบริการโทรทัศน์ที่ต้องจ่ายค่าดูและจ่ายค่าดูต่อครั้ง มีการนำเสนอกันอย่างแพร่หลาย โดยเป็นส่วนหนึ่งของพัฒนาการในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ ดังนั้น ฟรานซ์เทเลคอม และ ยูโรเด็ค จึงจะนำเสนอโดยสังเขป ถึงลักษณะโดยพื้นฐานทั่วไป และข้อดีต่าง ๆ ของระบบการให้บริการโดยมีเงื่อนไขของตน

ที่มา : สำนักงานข่าวเทคโนโลยีฝรั่งเศส

หนังสือพิมพ์มติชนรายวัน วันอังคารที่ 27 กันยายน 2537

ชำแหละรางวัลหนังไทย—ทีวีไทย จาก 'คุณภาพ' และ 'ความภาคภูมิใจ' ถึง 'ยุคโหล' และ 'ก้มหน้ามุดดิน'

นพมาศ อินทะสอน[1]

ปกติวิสัยของมนุษย์ปุถุชน ที่ยังตกเป็นทาสของกิเลสและตัณหา เมื่อทำสิ่งใดแล้วย่อมต้องหวังผลตอบแทน โดยสิ่งที่ได้มาหลังจากงานสำเร็จลุล่วงไปแล้ว ต่างเรียกขานว่า "รางวัล"

รางวัลที่ว่านั้น ไม่ว่าจะเป็นสิ่งของที่มีค่าหรือไม่ก็ตาม แต่ก็เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้รับเกิดความภาคภูมิใจ ด้วยว่ารางวัลนั้นเปรียบเสมือนเครื่องหมายรับรองคุณภาพ เพราะสังคมของมนุษย์นั้น ได้ตีค่าของรางวัลนั้นไว้สูงและถือเป็นเกียรติยศของผู้รับ อีกทั้งยังเป็นเกียรติประวัติแก่วงศ์ตระกูลอีกด้วย

ดังนั้น การที่จะมอบรางวัลให้กับใครสักคนหนึ่ง จึงต้องมีการพิจารณากันอย่างรอบคอบทุก ๆ ด้าน ปัจจุบันการมอบรางวัลได้เกิดขึ้นอย่างมากมาย โดยจะมีองค์กรของแต่ละสาขาเป็นผู้ควบคุมการให้รางวัล จะเห็นได้ว่า ประเดี๋ยวก็มีการมอบรางวัลนั้น เดี๋ยวก็มีการมอบรางวัลนี้ให้กันอย่างมากมาย จนไม่สามารถจะจดจำกันได้ว่า ในปีหนึ่ง ๆ มีการมอบรางวัลอะไรกันบ้าง นอกจากนี้ ในสาขาเดียวกันยังมีการแบ่งแยกย่อยออกไปอีก มาดูกันว่าในวงการภาพยนตร์ทั้งจอแก้วและจอเงินในบ้านเรานั้นเป็นอย่างไร

ในวงการภาพยนตร์ไทย และวงการโทรทัศน์ในบ้านเรานั้น ปัจจุบันได้มีการแข่งขันที่สูงมากกว่าเก่า โดยเฉพาะโทรทัศน์แต่ละช่องนั้นมีการแข่งขันยิ่งกว่าวงการภาพยนตร์ไทย และการแข่งขันเหล่านี้ก็ทำให้ผู้ชมเท่านั้นที่ได้กำไร

แต่การทำงานของผู้คนเหล่านั้นย่อมหวังที่จะได้รับรางวัลตอบแทน ซึ่งนอกจากจะขายได้ หรือทีวีช่องนั้นเรตติ้งยอดผู้ชมจะดีขึ้นมากกว่าเดิมแล้ว ยังหวังที่จะได้รับรางวัลที่มีการมอบให้กับภาพยนตร์และโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ทำละคร ผู้กำกับภาพยนตร์ต่างคาดหวังไว้เช่นนั้น

เพราะการได้รับรางวัลจากสถาบันต่าง ๆ ถือเป็นเครื่องการันตีคุณภาพของภาพยนตร์แต่ละเรื่อง ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความภาคภูมิใจให้กับดารานักแสดงและผู้กำกับฯ ผู้เขียนบทภาพยนตร์ และอีกหลายคนที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงานทุกคน

และในวงการภาพยนตร์ วงการโทรทัศน์บ้านเรานั้น จะมีการแจกรางวัลที่เรียกว่า

---

[1]รายงานพิเศษ. เนชั่นสุดสัปดาห์ 17-23 กุมภาพันธ์ 2538.

ระดับชาติ เช่นเดียวกับต่างประเทศเหมือนกับรางวัลเอมมี่ อาวอร์ด ของประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีการแจกกันทุกปี แต่นั่นถือว่าเป็นรางวัลเดียวที่มีการแจกให้กับวงการภาพยนตร์ นักร้อง

แต่เมื่อเทียบกับรางวัลต่าง ๆ ในบ้านเรานั้นแตกต่างกันอย่างมาก โดยในบ้านเรานั้นปัจจุบันมีด้วยกันอย่างมากมายถึง 5 รางวัล เรามามองย้อนกลับไปเมื่อ 30 กว่าปีที่ผ่านมา "รางวัลพระสุรัสวดี" นั้น เป็นรางวัลแรกของประเทศไทยที่เกิดขึ้น โดยเริ่มต้นขึ้นในปี 2500 ซึ่งการแจกรางวัลในช่วงปี 2500 ถึงปี 2510 นั้น สมาคมหอการค้าไทยเป็นผู้จัด ในช่วงปีแรกที่จัดนั้นได้แจกรางวัลเพียง 8 รางวัล มีดารานำชาย หญิง ดาราประกอบชาย หญิง ผู้กำกับการแสดง บทประพันธ์ บทภาพยนตร์ ถ่ายภาพ และภาพยนตร์ยอดเยี่ยมเท่านั้น ในปี 2501 ได้ลดลงเหลือเพียง 6 รางวัล และหยุดเว้นการให้รางวัลในปี 2505 และ 2506 มาเริ่มมอบกันอีกครั้งในปี 2507 โดยยังคงรางวัลเท่าเดิม ต่อมาปี 2508 ได้เว้นช่วงไปอีกครั้ง และมาเริ่มแจกกันใหม่ปี 2509 และในปี 2510 เป็นปีสุดท้ายที่สมาคมหอการค้าไทยมอบรางวัลให้และมีการเพิ่มรางวัลจาก 6 เป็น 15 รางวัล

การแจกรางวัล พระสุรัสวดี หรือเมขลา ได้หยุดช่วงการจัดไป จนกระทั่งในปี 2517 ได้มีการจัดขึ้นอีกโดยสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิงแห่งประเทศไทย พร้อมกับเพิ่มรางวัลเป็น 16 รางวัล และได้จัดเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีการแจกรางวัลเพิ่มมากขึ้น อย่างเช่นในปี 2534 มีรางวัลที่แจกทั้งหมด 25 รางวัล ปี 2535 มีถึง 27 รางวัล และสำหรับปีสุดท้ายที่เพิ่งผ่านพ้นไปมีทั้งหมด 25 รางวัล

ที่กล่าวมาทั้งหมด รางวัลตุ๊กตาทองถือว่าเป็นรางวัลที่ยิ่งใหญ่ ผู้ได้รับรางวัลต้องเข้ารับพระราชทานตุ๊กตาทองจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทุกครั้ง แต่ความน่าเชื่อถือของรางวัลเมขลาเริ่มสร่างซาลง ตั้งแต่ปี 2534 เนื่องจากในปีนั้นได้มีการมอบรางวัลให้กับภาพยนตร์เรื่องหนึ่งถึง 4 รางวัล ซึ่งหลังจากที่มีการประกาศและมอบรางวัลกันไปเป็นที่เรียบร้อย แฟนหนังต่างเฝ้ารอคอยว่าเมื่อไหร่จะได้ชมหนังที่มีคุณภาพ ที่สามารถคว้ารางวัลไปครองได้อย่างมากมายเป็นประวัติการณ์ แต่จนแล้วจนรอดก็ไม่ได้ชมและไม่มีใครได้ชมเรื่องนี้เลยจนถึงบัดนี้

จึงเป็นจุดที่น่าสังเกตว่า การที่ภาพยนตร์ไทยได้รับความนิยมน้อยลง เพราะรางวัลตุ๊กตาทองนั้น เป็นตัวส่งผลให้หนังไทยหมดความน่าเชื่อถือ ทั้งตัวหนังไทยเอง และตัวรางวัลที่มีการแจก หลายครั้งที่มีการตั้งข้อสังเกตว่าหนังแต่ละเรื่องที่เข้ารอบและตัดสิน

ให้ได้รับรางวัลนั้น บางเรื่องยังไม่เคยฉาย มีแต่เพียงให้คณะกรรมการในวงการเท่านั้นดู และตัดสินออกมา จนทำให้หนังเหล่านั้นต้องมีรางวัลตุ๊กตาทองมาเป็นเครื่องประกันถึงจะขายได้

เช่นเดียวกันกับปี 2537 ที่เพิ่งผ่านพ้นการประกาศไปเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2537 ที่ผ่านมา มีการแจกรางวัลตุ๊กตาทองทั้งหมด 25 รางวัล มีภาพยนตร์ที่เข้ารอบทั้งหมด 30 เรื่อง แต่ภาพยนตร์เรื่อง "เสียดาย" คว้าไปครองถึง 10 รางวัล "มหัศจรรย์แห่งรัก" ได้ 6 รางวัล นอกจากนั้นเป็นหนังที่ออกฉายไปแล้วได้รับคนละสองสามรางวัล แต่สำหรับทั้งสองเรื่องที่คว้ามากกว่าเรื่องอื่น ๆ โดยเฉพาะเรื่องเสียดายนั้น ภาพยนตร์ยังไม่เสร็จสิ้นสมบูรณ์พร้อมที่จะนำออกมาฉาย ทั้งเรื่องของการตัดต่อภาพยอดเยี่ยม ที่ท่านมุ้ยคว้ามาครองขณะที่ยังนั่งตัดต่อหนังเรื่องนี้อยู่ แม้แต่เพลงประกอบยอดเยี่ยมก็เช่นกัน ยังบันทึกเสียงไม่เสร็จก็ได้รับรางวัล

และเหล่านี้จึงเป็นเหตุผลหนึ่ง ที่เมื่อยามใดก็ตามที่มีการถ่ายทอดสดการประกาศรางวัลระดับชาติอย่างนี้ และวินาทีแรกที่ผู้ชมติดตามก็สามารถทายออกเลยว่าเรื่องใดจะประสบความสำเร็จมากที่สุด

และเมื่อรางวัลตุ๊กตาทองถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าขาดความน่าเชื่อถือลง จึงทำให้มีการแจกรางวัลในนามของ "ชมรมวิจารณ์บันเทิง" ที่ออกมาเป็นสถาบันหนึ่งที่ต้องการเข้ามามีบทบาทในการแจกรางวัล สำหรับภาพยนตร์อีกหลายเรื่องที่น่าจะได้รับจากตุ๊กตาทอง ทำให้หลายฝ่ายมองชมรมวิจารณ์บันเทิงว่าเป็นสถาบันหนึ่งที่จัดขึ้นมาเพื่อประชดการแจกรางวัลของตุ๊กตาทอง เพราะมีภาพยนตร์อีกหลายเรื่องที่ฝากความหวังไว้กับรางวัลของชมรมนี้

การมอบรางวัลของชมรมวิจารณ์บันเทิงมีขึ้นเมื่อปี 2533 แจกรางวัลทั้งหมด 11 รางวัล แต่การตัดสินรางวัลของชมรมวิจารณ์ จะแตกต่างกับรางวัลอื่น ๆ เพราะชมรมวิจารณ์ฯ นั้นจะเน้นภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นในแนวสมัยใหม่ และที่ได้เหมือนจริงกลมกลืน นั่นคือสิ่งที่ชมรมวิจารณ์ฯ แตกต่างจากสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิงแห่งประเทศไทย เพราะเกณฑ์การตัดสินรางวัลตุ๊กตาทองอยู่ตรงที่ความยากง่ายของบท ผู้แสดง ๆ ได้สมจริงกับบท ลำดับภาพต่อเนื่องและอีกมากมาย ซึ่งกรรมการเหล่านี้ด้วยความที่มีรสนิยมที่เหมือนกัน ทำให้ถูกมองว่าเป็นระบบของเส้นสายในวงการภาพยนตร์ไทยบ้านเรา

จึงทำให้ชมรมวิจารณ์บันเทิงเป็นอีกความหวังหนึ่งที่คนสร้างหนังไทย และผู้แสดง

ฝากความหวังไว้กับชมรมนี้ และในปี 2537 ที่เพิ่งมีการประกาศผลไปไม่นาน ก็เป็นไปตามความคาดหวายของสื่อมวลชน ผู้สร้างงาน ผู้แสดง และผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหลายพอใจ และพากันมองว่าชมรมวิจารณ์บันเทิงคงเป็นความหวังสุดท้ายของคนในวงการบันเทิงบ้านเรา

สำหรับปี 2537 นั้นภาพยนตร์เข้าชิงทั้งหมด 7 เรื่อง ซึ่งจะเลือกจากหนังแต่ละเรื่องที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ของกรุงเทพฯ อย่างน้อย 1 สัปดาห์ ถึงจะเลือกเข้ามาชิงรางวัล จะไม่มีการคัดเลือกหนังที่ยังไม่เคยฉายเลย เข้ามาชิงรางวัลเป็นอันขาด นั่นคือหลักเกณฑ์อันหนึ่งที่ชมรมวิจารณ์บันเทิงได้รับการยอมรับในสังคมหนังไทยของเราทุกวันนี้

นอกจากนี้ การแจกรางวัลสำหรับหนังไทยบ้านเรานั้น มิใช่มีเพียงสองรางวัลจากชมรมวิจารณ์บันเทิง และสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิงแห่งประเทศไทยเท่านั้น ยังมีการแจกรางวัลของฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเป็นผู้จัดอีกด้วย คณะกรรมการที่มาตัดสินส่วนใหญ่แล้วจะเป็นคณะกรรมการที่ตัดสินรางวัลเมขลา หรือโทรทัศน์ทองคำ และเกณฑ์ที่ใช้ตัดสินจะดูด้านเนื้อหา สมเหตุสมผล น่าเชื่อถือ และน่าสนใจ ที่สำคัญต้องฉายแล้วอย่างน้อยหนึ่งสัปดาห์หรือมากกว่านั้น

ตรงจุดนี้เองที่ทำให้รางวัลตุ๊กตาทอง ที่เป็นรางวัลระดับประเทศต้องหมดความหมายลง รวมทั้งหมดความน่าเชื่อถือจากประชาชนคนไทย ที่คอยเฝ้าดูการแจกรางวัลเป็นเวลา 38 ปี จนมาในช่วงสองสามปีที่ผ่านมา คณะกรรมการจัดงานแจกรางวัล "ตุ๊กตาทอง" ไม่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและตัดสินหนังที่เรียกว่าคุณภาพจริง ๆ ออกมาได้ เหมือนกับในสมัยแรกของการแจกรางวัล ที่สำคัญไปกว่านั้น ปัจจุบันคนไทยก็เริ่มงงกับรางวัลที่แจก เพราะว่ามันมากมายจนไม่สามารถจะกำหนดได้ว่ามันมีกี่รางวัลกันแน่ เพราะคนไทยติดนิสัยที่ชอบเพียงไม่กี่รางวัลคือ ดารานำดีเด่นชาย-หญิง ประกอบชาย-หญิง และผู้กำกับยอดเยี่ยม จนกระทั่งรางวัลภาพยนตร์ยอดเยี่ยมที่ถือว่าเป็นเครื่องการันตีว่าหนังเรื่องนั้นยอดเยี่ยมที่สุดแห่งปี แต่มาวันนี้ความหวังเหล่านั้นได้เจือจางหายไปเหลือแต่เพียงความแคลงใจว่ามันเกิดอะไรขึ้นในวงการหนังไทยบ้านเรา

ไม่ใช่แต่การแจกรางวัลของวงการภาพยนตร์ไทยเท่านั้น การแจกรางวัลของวงการโทรทัศน์บ้านเราก็มีเช่นกัน และรางวัลเมขลาก็คือรางวัลเดียวของวงการโทรทัศน์บ้านเราที่ถือกำเนิดขึ้น และรางวัลเมขลานั้นก็เป็นความหวังของผู้ชมและผู้สร้างละคร ว่าจะตัดสินได้ยุติธรรม รางวัลเมขลาเกิดขึ้นเมื่อ 15 ปีที่ผ่านมา มีการแจกรางวัลทั้งหมด 27 รางวัล

และสำหรับวงการทีวีแล้ว รางวัลนี้จะมีเพียงสองสถานีเท่านั้นที่แย่งชิงรางวัลเมขลาให้ได้มากที่สุดคือช่อง 3 และช่อง 7 แต่ช่วงระยะ 4-5 ปีที่ผ่านมา จนกระทั่งถึงปัจจุบัน รางวัลเมขลานั้นจะเป็นสิทธิ์ขาดของช่อง 7 สี อย่างตายตัว เพราะเท่าที่มีการแจกรางวัลที่ผ่านมา ช่อง 7 จะกวาดรางวัลมากที่สุด ช่อง 3 และช่องอื่น ๆ จะได้เพียงประปราย เพียงเพื่อมีส่วนในการร่วมงานครั้งนี้เท่านั้น

เมื่อเป็นเช่นนี้ คนวงการทีวีด้วยกันได้มองว่ารางวัลเมขลานั้นไม่ยุติธรรมเลยสำหรับคนที่ทำงานในวงการโทรทัศน์ด้วยกัน โดยเฉพาะช่อง 3 ซึ่งเป็นคู่แข่งด้านละครที่สำคัญของช่อง 7 ถึงกับทนไม่ได้ จึงเริ่มจัดงานแจกรางวัลผูกขาดเหมือนกับช่อง 7 เช่นกัน ซึ่งการแจกรางวัลนี้เรียกว่า รางวัลโทรทัศน์ทองคำ มีขึ้นเป็นครั้งแรกในปี 2531

สิ่งเหล่านี้เป็นเพียงบางส่วนของวงการมายาบ้านเราเป็นอยู่ ทำให้ไม่มีสิ่งไหนมายืนยันได้ว่า รางวัลที่แจกเหล่านั้นถูกต้องและยุติธรรมแล้วหรือ จึงจำเป็นต้องให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามาให้ทัศนะและวิจารณ์การแจกรางวัลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมากมาย อย่างนคร วีระประวัติ หัวหน้าข่าวบันเทิงหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และประธานกรรมการตัดสินรางวัลโทรทัศน์ทองคำ ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ว่า

"ถ้าจะให้มองกลับไปเมื่อก่อน รางวัลตุ๊กตาทอง นั้นถือว่าเป็นรางวัลที่ยิ่งใหญ่สำหรับคนวงการภาพยนตร์ เท่าที่ผมอยู่ในวงการมานาน กรรมการแต่ละคนก็เป็นคนที่มีความรู้และมีคุณวุฒิพอสมควรในการตัดสินว่าภาพยนตร์เรื่องไหนสมควรได้หรือไม่ได้ แต่สำหรับภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัลแล้วยังไม่เคยฉายนั้น อาจจะเป็นเพราะผู้สร้างเองได้ฉายให้คณะกรรมการดูแล้วพร้อม ๆ กับหนังอีกหลายเรื่องที่ฉายอยู่ มันจึงเป็นเรื่องที่เข้าใจยาก เพราะเราไม่ได้มีกฎเกณฑ์ว่าภาพยนตร์ที่เข้าชิงรางวัลตุ๊กตาทองจะต้องเป็นหนังที่เข้าฉายในโรง ส่วนที่มีชมรมนั้นหรือองค์กรนี้ออกมาแจกรางวัล ก็ถือว่าเป็นสิทธิของเขา เพราะส่วนหนึ่งจริง ๆ แล้วมันเป็นการช่วยส่งเสริมหนังไทยบ้านเราให้ขยายตัวขึ้นมากกว่าเดิมหลังจากที่ตกต่ำลง มันจึงไม่ใช่เรื่องเสียหายอะไร ขอแต่เพียงคณะกรรมการที่เข้ามาคัดเลือกนั้นต้องเป็นคนที่มีความรู้และเข้าใจเรื่องภาพยนตร์เป็นอย่างดี

ส่วนเรื่องการแจกรางวัลของทีวีรางวัลเมขลานั้นเคยเป็นรางวัลที่ได้รับความสนใจรางวัลหนึ่ง แต่เท่าที่ผ่านมามีเสียงวิพากษ์วิจารณ์จากสื่อมวลชนและคนในวงการมากมายถึงความไม่ยุติธรรมของคณะกรรมการตัดสิน และการตัดสินใจให้มีการแจกรางวัลโทรทัศน์

ทองคำเกิดขึ้นพวกเราก็ได้มีการประชุมกัน เพราะโทรทัศน์ทองคำอาจจะเป็นรางวัลหนึ่งที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับประชาชนและคนในวงการทีวีมากขึ้น ไม่ใช่ค่ายไหนหรือใครก็มาจัดการได้ และกรรมการที่มาตัดสิน ก็เป็นผู้ที่ทำงานอยู่ในวงการเหมือนกัน ส่วนที่ว่าจะมารวมรางวัลได้ไหม คงเป็นไปไม่ได้ เพราะถ้าเป็นไปได้ คงไม่มีรางวัลโทรทัศน์ทองคำเกิดขึ้นแน่นอน ขณะนี้การแข่งขันของวงการโทรทัศน์มันสูงขึ้น จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ถูกจับตามองว่า เป็นเรื่องของเส้นตาย แต่ยอมรับว่ามันไม่จริงทุกอย่างยุติธรรม สมควรแล้ว ไม่เชื่อก็ไปโหวดเสียงจากผู้ชมดูบ้าง"

และนี่เป็นส่วนหนึ่งจากใจของผู้ที่อยู่ในแวดวงบันเทิงมานานหลายสิบปี เรามาลองฟังความคิดเห็นของดาราสาวเจ้าของรางวัลโทรทัศน์ทองคำประจำปี 2537 ในฐานะดารานำฝ่ายหญิงยอดเยี่ยม จากเรื่อง ลำ "สินจัย เปล่งพานิช" ผู้หญิงเก่งของ พ.ศ.นี้ เธอได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับวงการมายาในเรื่องของการแจกรางวัลว่า

"นกไม่เคยคาดหวังว่าตัวเองจะได้ และไม่เคยคิดว่ามันเป็นเรื่องของเส้นสายในวงการ คิดว่าเป็นเพราะคณะกรรมการท่านได้เห็นความสามารถของเรา จึงตัดสินใจให้นกได้ เราถือว่าเราทำงานได้ดีที่สุด เรื่องรางวัลมันก็เป็นสิ่งตอบแทนอย่างหนึ่งในการทำงาน"

และวันนี้ถึงเวลาแล้วหรือยังที่คนในวงการมายา และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินรางวัลต่าง ๆ จะหันกลับมาย้อนมองดูแล้วเปลี่ยนสิ่งที่เกิดขึ้นในวงการมายาบ้านเรา และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากเสียงวิพากษ์วิจารณ์มากมายจากการตัดสินรางวัลต่าง ๆ สมควรแล้วหรือยังที่จะต้องแก้ไขปรับปรุงให้วงการนี้เกิดความสะอาดขึ้นอีกครั้ง เพื่อเป็นความหวังสุดท้ายและเป็นความภาคภูมิใจให้กับคนไทยด้วยกันต่อไป

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ไม่ว่าวันนี้หรือวันไหนก็ไม่เห็นจะรุ่ง

ระวิน วสี

เมื่อไม่นานมานี้ ได้อ่านข่าวเกี่ยวกับ**อัจฉราพรรณ ไพบูลย์สุวรรณ** เจ้าของรายการเด็ก **หนูทำได้** ปนว่ายิ่งจัดรายการยิ่งจน

ข่าวทำนองนี้ไม่ได้เพิ่งได้ยินครั้งนี้เป็นครั้งแรก และ**อัจฉราพรรณ ไพบูลย์-สุวรรณ** ก็ไม่ใช่ผู้จัดรายการเด็กคนแรกและคนเดียวที่ประสบกับปัญหานี้

แท้ที่จริงนั้น ผู้จัดรายการเด็กทุกยุคทุกสมัยของประวัติศาสตร์ทีวีไทยไม่เคยมีใครไม่พบปัญหานี้สักราย ไม่ว่าจะเป็น**พัทจารี อัยศิริ** แห่ง**สโมสรผึ้งน้อย** ซึ่งค่อนข้างจะประสบความสำเร็จและมีประสบการณ์อันยาวนานในการจัดทำรายการเด็กกว่า 15 ปี หรือ ผู้จัดรายการเด็กคนอื่นๆที่ล้มหายตายจากไปจากรายการเด็กกันทีละรายสองราย

จะว่าไปแล้ว รายการเด็กซึ่งก็มักจะจัดกันโดยมีเนื้อหาหลาย ๆ อย่าง ไม่ว่าจะเป็นนิทาน การจัดกิจกรรมให้เด็กได้ร่วมฝึกหัดและร่วมสนุก การฝึกทักษะบางอย่าง การให้บทเรียนในการดำรงชีวิตอยู่ในสังคม หรือแม้แต่การส่งเสริมให้เด็กแสดงความสามารถทางด้านศิลปะและการแสดง ตลอดไปจนถึงละครหุ่นและภาพยนตร์การ์ตูน เป็นอะไรที่จัดได้ยากที่สุดและเป็นรายการที่มีข้อจำกัดมากที่สุด

ยากเพราะจะต้องสร้างสรรค์รายการให้เหมาะกับความต้องการและวัยของเด็กแต่ละช่วงอายุมีข้อจำกัดทั้งในเรื่องเวลาออกอากาศ ที่โดยหลักฐานแล้วก็จะต้องเป็นเวลาเหมาะสมที่เด็ก ๆ จะได้ดู การโฆษณาสินค้าที่ตามจุดมุ่งหมายแล้วก็จะต้องเลือกให้เหมาะกับเด็ก และไม่เอาเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับเนื้อหาของรายการ

เรื่องยากที่สุดดูเหมือนจะเป็นเรื่องที่ว่าทำอย่างไรจึงจะทำให้รายการเด็กเป็นรายการที่เด็ก ๆ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายชอบดูรายการ ดูด้วยความสนุกสนาน ดูแล้วติดใจอยากจะดูอีก ซึ่งก็จะมีผลทำให้สปอนเซอร์สนใจ ที่จะสนับสนุนรายการนั้น ๆ ด้วยการให้โฆษณา

จุดอ่อนของรายการเด็กในบ้านเรา ตามความเห็นของผู้เขียนก็คือผู้ผลิตรายการส่วนใหญ่ยังไม่สามารถทำรายการเด็กที่เด็กจะดูด้วยความสนุกสนาน ชอบดูรายการ ดูแล้วติดใจอยากจะดูอีก ยกเว้นรายการการ์ตูนที่ซื้อมาจากต่างประเทศที่เด็ก ๆ จะชอบดู

ส่วนใหญ่แล้วรายการเด็กแทบทั้งหมดจะถูกสร้างสรรค์ขึ้นโดยผู้ใหญ่ที่มีเจตนาดี มีความคิดความเชื่อตามหลักการว่าถ้าจัดรายการออกมาในทำนองนั้นทำนองนี้จะให้ประโยชน์แก่เด็ก

แต่ความคิดหรือวิธีการสร้างสรรค์รายการทำนองนี้ให้ความสำคัญกับการศึกษาความต้องการของเด็กซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายน้อย ผลก็คือรายการเด็กออกมาเป็นรายการที่เด็กไม่ชอบดู เพราะพวกเขาจะรู้สึกว่ามันเป็นเสมือนบทเรียน บางครั้งถ้ามีละครปนอยู่ในรายการ ก็จะเป็นละครที่ไม่ค่อยมีคุณภาพ อ่อนทั้งเรื่องและบทบาทการแสดง ที่แสดงโดยนักแสดงที่พวกเขาไม่รู้จัก

ถ้าในเวลานั้น รายการโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ มีอะไรอย่างอื่นที่ดีกว่า สนุกกว่าให้เลือก เด็ก ๆ ก็มักจะหมุนไปหารายการนั้น ๆ ไม่ว่าภาพยนตร์การ์ตูน ภาพยนตร์จีนกำลังภายใน ละครที่เอามาฉายซ้ำ

และผลที่เกิดกับผู้จัดรายการก็คือรายการนั้น ๆ ไม่มีสปอนเซอร์ หรือมีก็มีน้อย ไม่เพียงพอที่จะคุ้มทุนที่ได้ลงไป

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ออกอากาศอยู่ในปัจจุบัน

ผู้เขียนลองสำรวจดูรายการสำหรับเด็กของสถานีโทรทัศน์ต่างๆ ทั้ง 5 ช่อง ที่ออกอากาศในแต่ละวันและพบว่าสถานีโทรทัศน์ทุกๆช่องได้พยายามที่จะมีรายการสำหรับเด็ก ไม่ว่าจะเป็นรายการที่ผลิตขึ้นเองโดยผู้ผลิตรายการของไทย รายการเด็กที่ผลิตโดยสถานีโทรทัศน์ต่างประเทศอย่างกรณีของรายการเด็กจาก **เอ็น เอช เค** จากประเทศญี่ปุ่น ที่ออกอากาศที่ช่อง 11 และจำพวกภาพยนตร์การ์ตูนทั้งญี่ปุ่นและฝรั่ง

รายการเด็กของสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ในปัจจุบัน

ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	ช่อง 11
จันทร์				
6.00 ไต้ฝ่าเมืองไทย การ์ตูน/จากใจดวงน้อย /ก้าวทันโรค	18.00 ผึ้งน้อยโชว์	6.55 การ์ตูนหนูน้อย โพลีอันนา 7.15 เจ้าขุนทอง 15.15 การ์ตูนสงคราม ไดโนเสาร์	8.30 การ์ตูนชุด โยโกะ 9.00 ธรรมะกับเยาวชน 17.30 บัณฑิตน้อย 18.00 การ์ตูนดรากอน	6.00 รายการเด็ก NHK ชุดเป่าฮิงฉุบ 16.30 รายการเด็กNHKชุด เราจะโตไปด้วยกัน 17.00 โลกใบจิ๋ว
11.00 โต้คารมมัธยมศึกษา				
16.30 การ์ตูน HORETSU ATARO				
อังคาร				
6.00 ไต้ฝ่าเมืองไทย การ์ตูน/จากใจดวงน้อย /ก้าวทันโรค	17.30 การบินไทยไขจักรวาล 18.00 ดวงใจฟอยแม่	6.55 การ์ตูนหนูน้อย โพลีอันนา 7.15 เจ้าขุนทอง 15.15 การ์ตูนสงคราม ไดโนเสาร์	8.30 การ์ตูนชุดโยโกะ 9.00 รุ้งกินน้ำ 17.30 การ์ตูนเจ้าหนูลิงห์นักเตะ 18.30 ภาษาสโมสร	6.00 รายการเด็ก NHK ชุดเป่าฮิงฉุบ 16.30 รายการเด็ก NHK ชุดเราจะโตไปด้วยกัน 17.30 รายการเด็กดี
11.00 โต้คารมมัธยมศึกษา				
16.30 การ์ตูน HORETSU ATARO				
พุธ				
6.00 ไต้ฝ่าเมืองไทยการ์ตูน /จากใจดวงน้อย /ก้าวทันโรค	17.30 โรงเรียนของหนู	6.55 การ์ตูนหนูน้อย โพลีอันนา 7.15 เจ้าขุนทอง 15.15 การ์ตูนสงคราม ไดโนเสาร์ 18.05 โลกน่ารู้	8.30 การ์ตูนชุดโยโกะ 18.00 โลกของเด็ก	6.00 รายการเด็ก NHK ชุดเป่าฮิงฉุบ 16.30 รายการเด็ก NHK ชุดเราจะโตไปด้วยกัน 17.30 รายการเด็กดี
11.00 โต้คารมมัธยมศึกษา				
18.20 เจ็ดสี่ยี่สิบแปด				
พฤหัสบดี				
6.00 ไต้ฝ่าเมืองไทย การ์ตูน/จากใจดวงน้อย /ก้าวทันโรค		6.55 การ์ตูน MOOMIN 7.15 เจ้าขุนทอง 15.15 การ์ตูนสงคราม ไดโนเสาร์	8.30 การ์ตูนชุดโยโกะ	6.00 รายการเด็ก NHK ชุดเป่าฮิงฉุบ 16.00 การผจญภัยของ มาร์โคโปโล 16.30 รายการเด็ก NHK ชุดเราจะโตไปด้วยกัน
11.00 โต้คารมมัธยมศึกษา				
ศุกร์				
6.00 ไต้ฝ่าเมืองไทย การ์ตูน/จากใจดวงน้อย /ก้าวทันโรค	18.00 ดรุณธรรม	6.55 การ์ตูน MOOMIN 7.15 เจ้าขุนทอง 18.05 หนูทำได้	8.30 การ์ตูนชุดโยโกะ 18.00 การ์ตูนชุดโดราเอมอน	16.30 รายการสำหรับเด็ก
11.00 โต้คารมมัธยมศึกษา				
16.30 เคลโลคิตตี้				
18.20 จิ๋วแจ๋วเจาะโลก				
เสาร์				
5.30 เจ้าสมุทร		6.30 การ์ตูนเจี๊ยวขาวเพื่อนยาก	7.00 นินจารันทาโร	14.00 ผึ้งใหญ่ใจดี
6.30 เสมิร์ฟแสนกล		6.55 การ์ตูน ครอบครัวไดโนเสาร์	8.00 บ้านน้อยซอย 9	
7.30 จิ๋วแจ๋ว เจาะโลก		7.20 เจ้าขุนทอง	10.30 รายการซุปเปอร์จิ๋ว	
8.00 เพื่อนแก้ว		8.15 การ์ตูนมนุษย์ต่างดาว		
18.20 ทุ่งแสงตะวัน		8.50 ละครปลาปู่ทอง		
อาทิตย์				
5.30 เจ้าสมุทร		6.30 การ์ตูนเจี๊ยวขาวเพื่อนยาก	7.00 การ์ตูนการ์ฟิลด์	6.00 รายการเด็ก NHK ชุดเป่าฮิงฉุบ
6.30 เสมิร์ฟแสนกล		6.55 การ์ตูนครอบครัว ไดโนเสาร์	7.30 จุดประกาย	
7.00 การ์ตูนCAREBEARS FAMILY		7.20 เจ้าขุนทอง	8.30 ช่อง 9 การ์ตูน	8.30 โลกใบจิ๋ว
7.30 ผู้พิทักษ์จักรวาล		8.15 การ์ตูนมนุษย์ต่างดาว	10.30 ภาพยนตร์ญี่ปุ่น จูเรนเจอร์นักรบไดโนเสาร์	9.30 เพื่อนของเด็ก
		8.50 ละครปลาปู่ทอง	11.00 ไซอิ๋ว	

หมายเหตุ : รายการเด็กที่จัดทำอยู่ในตาราง ไม่ได้รวมเอารายการประเภทละคร (ส่วนใหญ่) ที่อยู่ในช่วงเวลาเย็นซึ่งทำขึ้นสำหรับเยาวชนและผู้ใหญ่ และรายการอื่น ๆ ที่เป็นรายการสำหรับครอบครัวไว้ด้วย

จากตารางเวลาการออกอากาศข้างต้น จะเห็นได้ว่าในแต่ละวัน สถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ พยายามที่จะเสนอรายการสำหรับเด็กตามช่วงเวลาที่เหมาะสม ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นในช่วงเวลาเช้าตรู่ ไปจนถึงช่วงสาย ๆ กับช่วงบ่ายของวันธรรมดา ในวันเสาร์และวันอาทิตย์ รายการสำหรับเด็กจะมีมากหน่อย โดยเฉพาะ ช่อง 9 ที่จะมีการ์ตูนและรายการเด็กต่อเนื่องกันเป็นเวลาไม่น้อยกว่าสามชั่วโมง ถ้าจะถามกันว่า ในช่วงเวลาเหล่านี้ เด็กๆ ได้อะไรกันบ้าง ก็อาจตอบได้ว่า เด็ก ๆ คงได้เยอะทั้งความสนุกสนานเพลิดเพลิน และสิ่งละอันพันละน้อยจากโทรทัศน์ การ์ตูนญี่ปุ่นเคยถูกมองว่า บางเรื่องไม่ดี มีแต่ความเพ้อฝัน การใช้ความรุนแรงทำลายล้างกัน แต่ที่ดีก็เยอะ และการ์ตูนส่วนใหญ่ที่ฉาย ๆ กันทาง โทรทัศน์ในบ้านเราทุกวันนี้ เป็นของโปรด ของเด็ก ๆ

รายการเด็กที่เราผลิตกันเอง มีทั้งดีและไม่ดี ข้อดีคือพยายามที่จะส่งเสริมให้เด็กได้มีส่วนร่วมได้แสดงความสามารถได้รู้จักใช้เวลาว่างที่มีประโยชน์ รายการบางรายการพยายามส่งเสริมให้เด็กใช้ความสามารถแสดงออกด้วยการเป็นพิธีกรและผู้ดำเนินรายการเอง เช่น จิ๋วแจ่วเจาะโลก สโมสรผึ้งน้อย และ ดรุณธรรม ในขณะที่รายการสำหรับเด็กเล็กอย่าง หนูทำได้ และอัศวินน้อย ใช้พิธีกรและผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ที่เด็กๆ รู้จักกันดีและสร้างความร่วมมือกับเด็กได้ ข้อเสียก็คือรายการเด็ก ๆ ส่วนใหญ่ดูไม่สนุก ที่ว่าไม่สนุกนี้ไม่ได้พูดเองเป็นความรู้สึกของเด็กๆ ที่ได้มาจากการสอบถามตัวเด็กเอง จากการสังเกต และจากการแลกเปลี่ยนความเห็นกับพ่อแม่ผู้ปกครองที่มีลูกเล็ก ๆ รายการเด็กบางรายการที่สถานีลงทุนการผลิต เช่น เจ้าขุนทองของช่อง 7 แม้ว่าจะดีพอสมควร แต่ก็น่าจะดีกว่านั้นได้อีกเยอะ ถ้าทุ่มเทกันจริงจัง หรือเหมือนกับรายการ "น้องหนู" ของช่อง 3 ที่เลิกราไปทั้ง ๆ ที่ก็ดีมากสำหรับเด็กเล็ก แต่เด็กๆ ก็ไม่ได้พึ่งพาเนื้อหาของโทรทัศน์ที่ทำขึ้นสำหรับเด็กเท่านั้น เด็กเป็นจำนวนมากดูรายการโทรทัศน์ของผู้ใหญ่ ซึ่งก็ไม่ได้เสียหายร้ายแรงอะไร เพียงแต่ว่าพวกเขาจะถูกสอนให้คุ้นเคยกับเรื่องชิงรักหักสวาทจากละครเรื่องต่าง ๆ เร็วเกินไปนิด เด็ก ๆ สมัยนี้จึงแก่แดด แก่ลมเกินวัย เพราะฉะนั้นใครก็ตามที่มีลูกเล็ก ๆ ก็คงต้องตรองกันดูว่า เราจะเลี้ยงลูกเองหรือจะใช้โทรทัศน์เลี้ยงลูกอย่างที่ทำๆกัน สำหรับผู้ผลิตรายการเด็ก ผู้เขียนไม่มีอะไรจะบอกกล่าว ได้แต่เพียงขอให้กำลังใจสำหรับความตั้งใจดี แต่ก็ขอกระซิบว่าถ้าไม่ไหว ก็หันไปทำรายการอื่นที่มีคุณภาพดีกว่า รวยแล้วค่อยคิดสนับสนุนทำรายการเด็กกันใหม่ก็แล้วกัน

ดร.กาญจนา แก้วเทพ
คนไทยรักเด็ก แต่ไม่ยักกะรัก
"รายการทีวีสำหรับเด็ก"

เมื่อเปรียบเทียบกับฝรั่งแล้ว เห็นได้ชัดว่าคนไทยเรารักเด็กมากกว่าฝรั่งอย่างไม่ต้องสงสัยเพราะเห็นคนไทยชอบอุ้มชอบหยอกล้อเด็กอย่างเอ็นดูมากกว่าฝรั่ง

แม้กระนั้น ในเมืองฝรั่ง กลับมีรายการทีวีสำหรับเด็กที่ดี ๆ อยู่มากมาย ในขณะที่รายการเด็กดี ๆ ในทีวีบ้านเราไม่ค่อยมี หรือที่มีก็ไม่ค่อยอ้วนท้วนสมบูรณ์แข็งแรงนัก

ทั้งนี้เพราะคนดูผู้ใหญ่บ้านเราไม่ค่อยสนใจรายการเด็ก สปอนเซอร์ก็เลยพลอยไม่ค่อยให้การอุปถัมภ์ตามไปด้วย

เมื่อมีเงินทุนสนับสนุนน้อย ทางสถานีเลยต้องลดต้นทุนด้วยการสั่งหนังการ์ตูน จากต่างประเทศมาฉาย (ซึ่งก็ต้องเป็นหนังที่ไม่แพงนัก) รายการที่ผลิตภายในประเทศที่ต้องใช้เงินทุนมากกว่าก็เลยมีน้อย

พร้อมทั้งข่าวคราวที่พอพูดเรื่องรายการเด็กทีไร ข่าวที่ออกมามักไม่ค่อยจะพ้นอาการร่อแร่ม้วนเสื่อกลับบ้านรวมทั้งการล้มหายตายจากของรายการเด็กดี ๆ ทั้งหลายไปทีละรายสองราย

ถ้าไปถามคนที่ทำรายการเด็ก เห็นจะมีอยู่ประเด็นเดียวนี่แหละเพราะเรื่องฝีมือทำรายการนั้นไม่มีปัญหา จะมีปัญหาก็แต่เรื่อง ไม่มีฝีมือพอจะหาผู้สนับสนุนรายการมากกว่า เลยทำให้คนทำรายการเด็กไม่ต้องคิดสร้างสรรค์เรื่องการทำรายการแล้วเพราะพลังทั้งหมดต้องใช้ไปคิดถึงเรื่องสปอนเซอร์เป็นอันดับแรก

ถึงตรงนี้ก็ต้องสรุปว่า คนไทยเราอาจจะรักเด็กเป็น "ส่วนตัว" แต่อาจจะยังไม่รู้จักวิธีการรักเด็กแบบเป็นส่วนรวมก็เป็นได้

และเหตุการณ์ครั้งนี้จะไปโยนความผิดทั้งหมดให้สปอนเซอร์คงจะไม่ได้ เพราะสปอนเซอร์เองก็ต้องขึ้นอยู่กับเร็ทติ้งซึ่งมาจากบรรดาพี่ป้าน้าอาของเด็ก ๆ นั่นแหละ

เราอาจจะมาเริ่มต้นรักเด็กแบบส่วนรวมด้วยการปรับเปลี่ยนวิธีคิดของเราเสียก่อนว่า การสนับสนุนรายการเด็กนั้น ต้องใช้วิธีคิดแบบใหม่ เพราะกลุ่มบุคคลเช่นเด็กและคนแก่นั้นไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายที่มีอำนาจการซื้อ แต่เป็นวิธีการที่ทีวีจะมีส่วนรับผิดชอบในการอบรมบ่มเพาะสมาชิกหน้าใหม่ในสังคม

ทุกวันนี้ เพราะความที่ไม่ค่อยมีรายการเด็กที่ดี ๆ เด็กไทยเลยหันมาดูรายการแบบผู้ใหญ่เช่นเวลามีละครโทรทัศน์ เด็ก ๆ นั่งดูกันหน้าสลอนและสนอกสนใจอย่างยิ่งกับเรื่องชิงรักหักสวาทกัน จนแค่อนุบาลหนึ่งหรือสองก็รู้จักอกหักกันเป็นแถวแล้ว

ที่จริง คนเราแต่ละวัยย่อมมียอดคลื่นแห่งความสนใจไปคนละอย่าง เด็ก ๆ สมัยก่อนเวลาอ่านนิทานเรื่องซินเดอเรลล่า

หรือเจ้าหญิงนิทรา คงจะไม่ได้ใส่ใจเรื่องโรมานซ์ระหว่างเจ้าชายกับนางซินนักหรอก แต่คงจะสนใจกับแม่เลี้ยงใจร้ายหรือคนแคระทั้งเจ็ด มากกว่า

เพราะวัยเด็กเป็นช่วงเวลาของการเรียนรู้การจำแนกแยกแยะดีชั่วที่ต่อไปในชีวิตภายภาคหน้าจำเป็นต้องใช้อย่างยิ่ง

แต่เดี๋ยวนี้เมื่อเด็กดูแต่รายการของผู้ใหญ่ซึ่งเป็นวัยที่ต้องหมกมุ่นอยู่กับเรื่องความรักและการงาน เด็ก ๆ ก็เลยมีวุฒิภาวะทางเพศเร็วกว่าปกติ เพราะสังคมเรารดน้ำพรวนดินใส่ปุ๋ยอยู่แต่เรื่องนี้เพียงเรื่องเดียว

เด็กเล็กเลยขาดโอกาสเรียนรู้ว่าในโลกนี้ยังมีเรื่องราวอย่างอื่นที่น่าสนใจมากกว่าเรื่องชิงรักหักสวาทเท่านั้น

การขาดรายการเด็กดี ๆ ที่เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะวัยของหนู ๆ เหล่านี้ จึงเท่ากับเป็นการกวาดต้อนให้คนทุกรุ่นทุกวัยตั้งแต่หัวเท่ากำปั้นจนกระทั่งวัยไม้ใกล้ฝั่งหมกมุ่นความสนใจอยู่แต่เรื่องรัก ๆ ใคร่ ๆ เท่านั้น

และถ้าเป็นอย่างนี้ต่อไปอีกสักพักอีกหน่อยเวลาที่อยากจะหาเด็กเล็กที่ไร้เดียงสามาถ่ายทำโฆษณาก็คงจะหาทำยายากเสียแล้ว เพราะพ่อหนูแม่หนูของเรามีหน้ามีตาเจนโลกกันไปซะเกือบหมดแล้วนี่

รายการทีวีเพื่อเด็กพัฒนาไปยังไง
เสกสรร สิทธาคม

รายการทีวี ที่ทำเนื้อหาสาระ เพื่อเด็ก ๆ โดยเฉพาะ ไม่เกี่ยวกับการ์ตูนแล้วก็เอาเฉพาะที่คนไทยเราผลิตเอง ถ้าพูดถึงว่าพัฒนาไปยังไงพัฒนาหรือเปล่า คงจะตอบตรงกันว่าพัฒนาแน่ ว่ากันตั้งแต่การจัดฉากให้ดูมีสีสันดึงดูดความสนใจเด็ก ๆ ยิ่งบางช่วงที่มีการรณรงค์ในบางเรื่องบางราวอย่างรณรงค์สิ่งแวดล้อมมีความสะอาด รักป่า รักสัตว์ รายการก็จะมีสีสันแทรกเสริมเหมือนกับว่าเด็ก ๆ กำลังอยู่ท่ามกลางของจริง

การสร้างเนื้อหาก็ดูจะเป็นเรื่องเป็นราวตามประสาเด็ก ๆ มากขึ้น อย่างเช่นการ... หาการแข่งขัน การนำพาไปดูบทบาทของเด็ก ๆ ต่างพื้นที่หรือกระทั่งการสร้างบทบาทให้เด็ก ๆ เกิดทักษะ เกิดการแสดงออก อย่างเช่นการให้เด็ก ๆ ได้เป็นพิธีกรเป็นนักข่าวทำหน้าที่เหมือนผู้ใหญ่

ที่สำคัญรายการเด็ก ๆ เวลานี้ขายได้ มีผู้ให้การสนับสนุนเพิ่มขึ้นแล้วก็เพิ่มมากด้วยผิดกว่าเมื่อก่อนเยอะสมัยก่อนท่านที่มีหัวใจให้กับเด็ก ๆ ทำรายการเพื่อเด็กควักกระเป๋าลงทุนทำเกลี้ยงกระเป๋าแล้วยังไม่เลิกเป็นหนี้เป็นสินกันไปเยอะ

รายการเด็กเวลานี้มีความสดใสน่าดูขึ้นเยอะไม่ว่าจะเป็นรายการจิ๋วแจ๋วเจาะโลกดรุณธรรม กล้าคิดกล้าทำเป็นต้น

ผมจำได้ว่า สมัยก่อนเคยรณรงค์เพื่อให้มีรายการเด็กเพิ่มขึ้นในจอทีวี (ตอนนั้นรายการมีน้อยเพราะทำแล้วเจ๊ง) และให้มีช่วงเวลาเฉพาะ ครูบาอาจารย์หลายท่านเข้าร่วมขบวนการไม่ว่าจะเป็นอาจารย์ระวีวรรณ ประกอบผลก็เคยจัดสัมมนา ครูแอ๋วเป็นต้นเคยนำปัญหาไปพบเลขาฯ สยช.ตอนนั้นคือดร.สายสุรี จุติกุลเพื่อที่จะให้ท่านเป็นสื่อกลางผ่านไปยังรัฐบาลผ่านไปยังทีวี. แต่ละช่องให้เห็นใจคนทำรายการเด็ก หาทางอุ้มชูด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งที่จะให้รายการมีมากขึ้นแล้วอยู่ได้ อยู่ได้แล้วก็จะได้หันมา และก็มีความเชื่อว่าก็จะมีคนเข้ามาร่วมพัฒนาเด็กการกระจายความคิดความสามารถยิ่งขึ้นไปด้วย

แต่ที่สุดก็ตกม้าตายไม่มีใครให้ความสนใจกับรายการเด็ก ๆ ใครอยากจะทำอะไรที่ทำไปถ้ามีสตังค์ คนที่มุ่งประโยชน์ก็เอาว่าเพื่อเด็กนำหน้า แต่ในเนื้อหาแล้วมุ่งที่จะให้เห็น ถึงกิจอย่างเช่นเอาเด็ก ๆ ไปเล่นละครร่วมกับวัยรุ่นที่ก็ถือว่าเป็นเด็กเป็นเยาวชน เอาเนื้อหาที่เป็นเรื่องรัก ๆ ใคร่ ๆ มาเป็นตัวนำเสนอ

ถ้าจะว่าพัฒนาก็ไม่ปฏิเสธหรอก แต่ถ้ามองถึงจุดประสงค์ของคำว่ารายการเพื่อเด็ก ๆ ก็ไม่น่าจะใช่ เพียงแค่เห็นมีเด็ก ๆ เดินผ่านหน้ากล้องเข้าฉากจะว่าเป็นรายการเด็กเห็นจะไม่ได้

มีหลายรายการที่เป็นอย่างนี้อาศัยช่วงเวลาเด็กทำมาหากินแบบนี้

ผมไปฝรั่งเศสมาผมนั่งสังเกตรายการที่เป็นช่วงเวลาของเด็ก ของเขาเน้นเด็กจริง ๆ นับตั้งแต่เด็กตัวเล็กที่ยังพูดไม่ค่อยได้ พ่อแม่ต้องพาไปในรายการเขาจะให้เด็ก ๆ มา พูดมาร้องเพลงวิจารณ์พ่อแม่ ถ้าโตมาหน่อยก็จะเป็นเรื่องของกีฬาหรือเด็กที่มีความสามารถทางกีฬาให้มาโชว์กัน

ของเราก็พอมี ก็พัฒนาไปอย่างที่บอกนั่นแหละ เพียงแต่ที่มองเห็นจะเป็นเรื่องของภายนอก และเป็นเรื่องที่ผู้ใหญ่กำหนดให้ว่าต้องทำอย่างนั้นอย่างนี้ หรืออย่างตอบปัญหาผู้ใหญ่ก็จะต้องกำหนดปัญหาไปให้เด็กตอบ บางทีลืมคิดไปถึงเรื่องความยากความง่าย ความสนใจ ตามวัยของเด็ก และพื้นฐานทางด้านสังคมแบบไทย ๆ เรามักจะลืมตรงนี้กัน

พัฒนานั้นแน่นอนครับอย่างที่บอกแต่เป็นแค่การพัฒนาหน้าตา ส่วนทางด้านจิตใจผมว่ายังไม่ไปไหนเลยเกือบทุกรายการที่มีอยู่เวลานี้ แม้กระทั่งรายการทั้งชื่อเป็นความหมายคุณธรรมจริยธรรมก็ตาม

ดูโทรทัศน์ให้รักเมืองไทย
จินตนา ยศสุนทร

บรรณาธิการไม่ได้ขอร้องให้เขียนบทความตามหัวข้อข้างบนนี้แค่ขอให้เขียนความคิดเห็นเกี่ยวกับ "รายการเด็ก" ซึ่ง

เป็นขอบเขตที่กว้างขวางมาก ความจริงผู้เขียนก็ดูโทรทัศน์มากพอควรอยู่แล้วเพราะนอกจาก จะต้องดูรายการ "ละคร" ตามหน้าที่ของกรรมการโทรทัศน์ทองคำ ก็ยังมีนิสัยชอบหาความรู้ความคิดใส่หัว จึงดูไปเรื่อย ๆ ไม่เลือกรายการ แม้รายการแข่งสนุกเกอร์หรือฟุตบอล **แต่ไม่ดูการ์ตูน**

ซึ่งมิได้หมายความว่าไม่รู้จักรายการ "สำหรับเด็ก" หรือรายการ "เด็ก" ซึ่งทั้ง ๆ ที่รู้ว่าเป็นรายการที่ผลิตแสนยาก ก็ยังต้องสารภาพว่าไม่น่าสนใจ เพราะบางรายการทำสำหรับให้เด็กดู เราเองก็โตเกินเด็กไปสักหน่อย บางรายการเอาเด็กมาเป็นตัวสาระแต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จเพราะผู้ผลิตหรือโดยเฉพาะพิธีกรมี "อัตตา" มากเกินไป เห็นได้ชัดว่า **ไม่รู้จักและไม่ได้รักเด็กเลย**

กระนั้นก็ดีในกระบวนรายการที่ดูผ่านไปก็มาสดุดตาสดุดใจเข้ารายการหนึ่งที่ผ่านมาทางช่อง 3 ทุกวันเสาร์ 18.00 น. ถือว่าเป็นโชคดีที่ได้ดูหลายครั้งจนแน่ใจได้ว่าเป็นรายการ "หนึ่งในดวงใจ" จริง ๆ คือ "ทุ่งแสงตะวัน"

ความดีหรือน่าสนใจประการแรกก็คือเป็นรายการที่แม้จะไม่ได้บอกว่า**สำหรับคนดูระดับใด** แต่สาระและวิธีการเสนอเน้นที่ให้เด็กเป็นผู้ออกความคิดเห็นนั้นประทับใจผู้ใหญ่ที่ได้ชม ในเวลาเดียวกันก็สามารถจะเรียกความชื่นชมจากเด็กด้วยกันได้ สาระที่ต้องการจะสื่อก็ถึงผู้รับได้อย่างเป็นธรรมชาติที่สุด

บทบาทของ**พิธีกร**ในรายการนี้คือ นิรมล เมธีสุวกุล ออกจะแตกต่างจากพิธีกรอีกเป็นจำนวนมากในเวลาวงโทรทัศน์ทุกวันนี้ กล่าวคือจะแสดงตนเองน้อยที่สุด การแต่งตัวเป็นธรรมดาที่สุดเพราะสาระของรายการส่วนใหญ่ก็จะเป็นเรื่องของชนบท และธรรมชาติ นิรมลทำหน้าที่ที่เห็นชัดที่สุดคือสนับสนุนด้วยคำถามซึ่งไม่ใช่คำถามนำ ให้เด็กผู้ตอบเกิดความกล้า และความคิดที่จะแสดงออกได้อย่างง่าย ๆ บางครั้งแม้จะตะกุกตะกัก ก็เห็นความพยายามของเด็กที่จะแสดงความคิดเห็น ผลที่ออกมามักจะไม่ผิดหวัง เพราะคำตอบไม่เหลวไหล มีแก่นสาระและ (ขอพูดซ้ำอีกครั้งหนึ่ง) เป็นธรรมชาติที่สุด

ทั้ง ๆ ที่เสียงของนิรมล เมธีสุวกุล จะไม่ใช่เสียงของโฆษกหรือพิธีกรในอุดมคติ แต่การใช้ภาษาที่แสนง่าย เป็นกันเอง และบ่อยครั้งเป็นภาษาท้องถิ่นของเด็กที่ไปสัมภาษณ์หรือคุยด้วย ทำให้รายการมีอะไรเล็ก ๆ ที่มีรสชาติและสีสัน

การจัดฉาก คงไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายเท่าใด เพราะเป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ แต่ความคิดที่จะไปยืนพิงต้นไม้ นั่งเอาเท้าแช่น้ำ ล้อมวงกินข้าว แวะพักที่ศาลาไม้เก่า ๆ เดินจูงจักรยานไปด้วยกัน ฯลฯ นอกจากจะเพิ่มความเป็นธรรมชาติให้แก่รายการแล้ว ยังเป็นความคิดที่น่าชื่นชม เมื่อใช้ชนบทและธรรมชาติเป็นฉาก ผู้ร่วมรายการก็ไม่ต้องแต่งหน้าแต่งตัว ไม่ต้องระวังการนั่งลูกผู้ชมรายการก็พลอยสบายใจเป็นกันเองไปด้วย

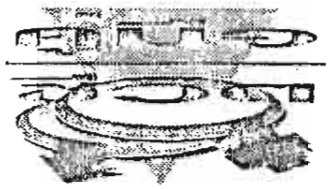
สาระและหัวข้อ ที่เลือกมาเสนอนั้นสิเป็นสิ่งที่มีค่ายิ่ง สำหรับผู้ชมทั้งเด็กและผู้ใหญ่ดังกล่าวแล้ว โดยเฉพาะสำหรับเด็กที่ได้เข้าร่วมรายการ อาจจะมีโอกาสเป็นครั้งแรกในชีวิตที่จะได้ปรากฏตัวทางโทรทัศน์ แต่คงจะไม่ใช่โอกาสสุดท้ายที่จะได้มีความมั่นใจพอจะแสดงความคิดความรู้สึกของตนเองเป็นการสนับสนุนที่ทำได้ยากแม้ในโรงเรียนที่วิธีการศึกษาก็เน้นเรื่องนี้หนักหนา แต่โอกาสนั้นก็มาได้ยากยิ่ง

ความหลากหลายของสาระ ทำให้ความสามารถของคณะผู้ผลิตนี้เห็นได้เด่นชัด ย่อมไม่ใช่ของง่ายที่จะสรรค์เลือกมาเสนอได้ทุกสัปดาห์ น่าสนใจและมีคุณค่าด้วยในเวลาเดียวกัน แม้ผู้เขียนจะไม่มีโอกาสได้ติดตามรายการอย่างสม่ำเสมอก็ยังจดจำรายการที่ประทับใจได้หลายรายการคงจะน่ามากล่าวถึงทั้งหมดได้ยาก

คิดว่าผู้ชมจำนวนมากคงจำได้สักรายการหนึ่ง เมื่อนิรมลไปเยี่ยมผู้ที่อาศัยอยู่ในบึงบรเพ็ชร์.....บึงบรเพ็ชร์ที่คนสมัยผู้เขียนรู้จักว่าเป็นแหล่งน้ำสำคัญของดินแดนแถวนครสวรรค์โดยถูกคลุมด้วยผักตบชวาเคยมีชื่อว่าอุดมสมบูรณ์ด้วยปลาน้ำจืดและเพื่อเพิ่มสีสันให้บึงนี้ เขาว่ากันว่าอุดมด้วยจระเข้

แต่บึงบรเพ็ชร์ที่เราเห็นในรายการ "ทุ่งแสงตะวัน" นี้เป็นผืนดินกว้างใหญ่สุดลูกหูลูกตาที่แตกระแหง ไม่มีน้ำที่ไหนให้เห็นได้มีผู้คนตั้งบ้านเรือนอาศัยอยู่ประปรายรูปร่างบ้านเป็นเรือนแพวางติดต่อ จากคำสนทนากับเด็กเจ้าของถิ่นเราก็ได้รับทราบว่าบึงบรเพ็ชร์นี้ก็ต้องผ่านชะตากรรมเหมือนดินแดนอีกมากแห่งบนแผ่นดินไทยที่สายน้ำเหือดหายไปสิ้นในหน้าแล้ง แต่อาจจะกลับมาในหน้าน้ำ

ขอบคุณรายการ "ทุ่งแสงตะวัน" กับนิรมล เมธีสุวกุล และคณะผู้ผลิต และ.....เด็ก ๆ ที่ทำให้เราชื่นใจ และโดยเฉพาะได้รู้จักแผ่นดินไทยของเรามากขึ้น ได้ดูรายการนี้แล้วรักเมืองไทยขึ้นอีกเหลือหลาย



ขอให้หนูได้ดูเปาบุ้นจิ้นเถอะ

พญ.อรุณี เจตสวัสดิภาพ

ในเช้าวันจันทร์อาจารย์แพทย์อาวุโสในภาควิชาเปิดประตูห้องทำงานเข้ามาทักทายพร้อมทั้งวิจารณ์เรื่องการที่สถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 ต้องเลื่อนเวลาแพร่ภาพภาพยนตร์จีนเรื่องเปาปุ้นจิ้น ให้ดึกไปกว่าเวลาเดิม คือสี่ทุ่มตั้งแต่เดือนตุลาคมจากปกติที่เคยฉายเวลาสองทุ่มครึ่งหลังข่าว กินวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ เนื่องเพราะกฎที่ว่าหลังข่าวภาคค่ำห้ามหนังจากต่างประเทศเผยแพร่

หัวข้อที่วิจารณ์คงเหมือนที่หลายๆ คนคิดนั่นคือหนังเรื่องเปาปุ้นจิ้นหนังที่สอดแทรกคุณธรรมจริยธรรม และความยุติธรรม ซึ่งเดี๋ยวนี้ลางเลือนยากจะหาสิ่งใดที่จะปลุกจิตสำนึกของคนทั้งเด็กและผู้ใหญ่ และยากที่จะใช้สื่อหรือตัวอย่างใดๆ ในการสอนกุลบุตรกุลธิดาในปัจจุบัน ที่มีคุณภาพเหนือรูปโฉมรวมชัดเจน ทั้งยังไม่ปาเป๋ด้วย เราจึงไม่ทราบว่าเพราะเหตุใดผู้ที่ตั้งกฎเกณฑ์จึงใช้ข่าวหนังสือเป็นบรรทัดฐานในการปฏิบัติมากกว่าจะใช้คุณธรรมจริยธรรมเป็นเครื่องยึดเหนี่ยว

ตามความเข้าใจของคนนอกวงการ เข้าใจว่าเขาที่ไม่ให้หนังต่างประเทศแพร่ภาพหลังข่าวภาคค่ำ ซึ่งถือเป็นเวลาทองของวงการโทรทัศน์ เพราะบางอย่างในภาพยนตร์ต่างประเทศมีภาพที่ไม่เหมาะที่เยาวชนจะดู และเยาเป็นแบบอย่าง ซึ่งข้อนี้น่าชมเชยเนื่องจากเยาวชนเป็นเหมือนผ้าขาวที่จะรับอิทธิพลต่างๆ และซึมซับได้ง่าย

เท่าที่ผ่านมาในเวลาหลังข่าวภาคค่ำจะมีละครโทรทัศน์ ซึ่งเป็นละครที่คนไทยสร้างเองผู้สร้างหลายคนเป็นผู้มีคุณภาพ แต่มีละครหลายเรื่องที่ไม่ได้สะท้อนถึง คุณภาพ และสิ่งที่ควรนำเสนอ ผู้ทำละครมุ่งเอาใจคนดูมากเกินไป เพราะนั่นหมายถึงรายได้จากโฆษณาจะเข้ามามากเป็นเงาตามตัว

ยกตัวอย่างละครเรื่องดังเรื่อง 'ดาวพระศุกร์' ซึ่งมีผู้วิจารณ์ไปมากแล้ว ผู้เขียนได้มีโอกาสดูด้วยในบางตอน และโดยเฉพาะฉากก่อนเมื่อพระเอกปล้ำนางเอก

ปรากฏว่าในงานแข่งขันกีฬาสีของนักเรียนมัธยมแห่งหนึ่งในการเชียร์จะมี รีวิวประกอบเพลง ที่แต่ละสีจะต้องมีการแสดงสลับฉาก เกือบทุกสีแสดงละครเหมือนกันคือ 'เรื่องดาวพระศุกร์' ตัดตอน 'มันๆ' บางตอนออกมาแสดงเป็นที่สนุกสนานครึกครื้น ฉากที่มีการปล้ำกันก็แปลงมาแสดงโดยเอาผ้ามาบังแล้วคนข้างในทำผ้าให้พะเยิบพะยาบ ซึ่งเด็กๆ เหล่านั้นเข้าใจ เสียงกรี๊ดกร๊าดดังไปทั่ว

ผู้เขียนเคยเขียนเรื่องโทรทัศน์อาหารสมองสำหรับเด็ก ลงในเนชั่น สุดสัปดาห์ ครั้งหนึ่งแล้ว เพราะตระหนักถึง บทบาท และความสำคัญของโทรทัศน์ต่อชีวิตของคนในปัจจุบัน และที่สำคัญคือเด็กๆ เกือบทุกบ้านมีโทรทัศน์ดู บางบ้านมีโทรทัศน์ทุกห้อง บางบ้านห้องหนึ่งมีหลายเครื่องดูพร้อมๆ กัน ในชุมชนแออัดที่บางบ้านไม่มีโทรทัศน์ผู้คนก็จะไปจับกลุ่มกันดูที่บ้านที่มีเครื่องรับ

เดี๋ยวนี้เคเบิลทีวีและสัญญาณรับดาวเทียมแพร่หลาย เด็กๆ มีชีวิตจากโรงเรียนกลับบ้านก็จะป้วนเปี้ยนอยู่หน้าโทรทัศน์นั่นเอง โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ และมีอิทธิพลในการแพร่สิ่งต่างๆ ทั้งดีและไม่ดี

ปัจจุบันมีรายการดีๆ สำหรับเด็กหลายรายการ แต่บางทีก็อยู่ในช่วงเวลาที่เด็กๆ ไม่มีโอกาสได้ดู เพราะดึกมากเกินไป หรือบางรายการเด็กยังไม่ทันกลับจากโรงเรียนมาถึงบ้าน

เท่าที่ยังเกาะดูรายการทีวีหลายรายการ จะมีการนำเสนอในรูปแบบคล้ายๆ กันคือ เอาวัยรุ่นแต่งตัวเฟี้ยว ฟ้าวเท่ยุดยิด ไว้ผมทรงสะบัด (คือผมยาวที่ต้องสะบัดให้พ้นหน้าเป็นครั้งคราว) ผู้ชายใส่ต่างหูข้างหนึ่ง หรือทั้งสองข้าง หรือข้างละหลายอัน และแฟชั่นดังกล่าวก็จะแพร่หลายเอาอย่างกันในเด็กวัยรุ่น

กลับมาเรื่องละครโทรทัศน์ ผู้เขียนเคยติดใจละครเรื่อง 'ลอดลายมังกร' ของคุณประภัสสร เสวกุล ซึ่งคุณพพล โกมารชุน แสดงเป็นตัวเอกของเรื่องคือ 'อาเหลียง' ละครเรื่องนี้ทุกตอนจะมีข้อคิดคุณธรรม อุดมการณ์ และพลังผลักดันให้คนมีความซื่อสัตย์มานะบากบั่นอดทน คำสอนของพ่อคืออาเหลียงที่ให้ลูกหลานนั้นกินใจทุกเรื่อง ผู้เขียนนั่งดูพร้อมกับลูกและได้โอกาสสอนลูกไปด้วย

หลังจากนั้นยังไม่ติดใจละครเรื่องใดอีกเลย อยากให้ละครลายมังกรกลับมาฉายอีกครั้ง ขณะนี้มีเรื่องเปาปุ้นจิ้นให้ดู ก็พบว่ายังมีหนังดีน่าดู และให้ลูกๆ ได้ดีด้วย

เมื่อเปาปุ้นจิ้นได้แพร่ภาพทางช่องสาม พอถึงเวลาสองทุ่มครึ่งแทบทุกบ้านจะเปิดโทรทัศน์ดูเรื่องนี้ ถนนหนทางที่เคยคราคร่ำจะเงียบเชียบลง ผู้ที่ยังประกอบภารกิจนอกบ้านจะรีบเข้าบ้านเพื่อดูโทรทัศน์เรื่องนี้ แขกที่มาบ้านก็จะรีบกลับไปดูเปาปุ้นจิ้น ผู้เขียนจะโทรศัพท์ทางไกลไปบ้านที่กรุงเทพฯ สามีก็เตือนว่าอย่าเพิ่งโทรศัพท์ ใครๆ เขาก็จะดูเปาปุ้นจิ้นกันทั้งนั้น ที่บ้านก็นั่งๆ นอนๆ กันหน้าโทรทัศน์ทั้งพ่อแม่ลูก

นับเป็นความสำเร็จของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ซึ่งมีทีมพากย์ที่เก่งทำให้เปาปุ้นจิ้นที่ถูกวิจารณ์ว่าการดำเนินเรื่องไม่หนักแน่นเด็ดขาดกว่าที่ควร แต่ด้วยความสามารถของทีมพากย์ทำให้เรื่องนี้เข้มขันทีเดียว

อย่างไรก็ตามเปาปุ้นจิ้น ท่านผู้พิพากษาหน้าดำแห่งศาลไคฟงก็ได้แสดงให้เห็นว่าคติการของสังคม จะต้องมีความถูกต้องซื่อสัตย์ยุติธรรม ไม่มีอิทธิพลใดๆ ที่จะทำให้ความยุติธรรมเปี่ยงเบนออกไปได้

ท่านเปาปุ้นจิ้นพิพากษาคดีอย่างตรงไปตรงมา ไม่เกรงอิทธิพลจากผู้มีอำนาจ หากเขาเหล่านั้นเป็นผู้ทำไม่ถูกต้อง และแม้จะต้องถูกถอดถอนตำแหน่งอันทรงเกียรติของตนออกก็ตาม

นับวันสังคมปัจจุบันถึงคราวิปริต เด็กในยุคใหม่สับสนเพราะข่าวทุกวันนี้คนที่คิดว่าควรจะเป็นตัวอย่างที่ดี อาชีพที่เด็กๆ เชื่อว่าจะต้องเป็นผู้รักษาไว้ซึ่งความถูกต้องเป็นที่พึ่งของประชาชนได้ อาชีพที่หลายคนอยากเป็นแต่บัดนี้กลับเป็นเรื่องน่าผิดหวัง เพราะความอยากได้และความละโมบไม่สิ้นสุดของบางคนทำให้สถาบันทั้งสถาบันเสื่อมเสีย คนดีในบ้านเรามีมากแต่ภาพของคนดีก็ไม่อาจจะแสดงออกมาได้เด่นชัด เนื่องจากคนดีทำอะไรก็ไม่ได้หวังจะแสดงออกมาให้ใครเห็น

เปาปุ้นจิ้นจึงเป็นสื่อในเรื่องของคุณธรรม จริยธรรมที่สมควรจะให้เยาวชนของชาติได้มีโอกาสดู และซึมซับคติธรรมเหล่านั้นไว้ ผู้เขียนเองไม่ได้ต้องการให้มีการฆ่าฟันกฎระเบียบแต่เชื่อว่าพ่อแม่หลายๆ คน คงอยากให้ท่านผู้รับผิดชอบได้พิจารณาในเรื่องนี้ ไม่ใช่เพื่อใคร เพื่อลูกหลานของเราท่านนั่นเอง ■

เบาบุ้นจิ้น . . . เสื่อน
สื่อเพื่อเด็กห่างหาย

"เรากำลังพลาดอย่างรุนแรงที่ดึง 'ความดีความงามและความยุติธรรม' ห่างออกไปจากการรับรู้ของเด็กโดยอาศัยกฎหมายเป็นเครื่องมือ"

เอ่ยถึง "เบาบุ้นจิ้น" น้อยคนนักที่จะไม่รู้จักหลายยุคหลายสมัยที่ทั้งการเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ หนังสือรูปเล่ม หรือแม้กระทั่ง "จิ๋ว" ได้กระตุ้นความรู้สึกที่เป็นความหวังว่า "ความยุติธรรมยังมีอยู่ในสังคม" ทั้งยังเชื่อว่าเรื่องราวของ "เบาบุ้นจิ้น" มีอิทธิพลในการกระตุ้นสร้าง "สำนึกที่ดีที่รักความยุติธรรม" เกิดขึ้นในจิตใจของผู้คน

ครั้นเมื่อได้ข่าวว่าเรื่องดีงามเช่นนี้ จะได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ช่อง 3 ในเวลาดีหลังข่าวภาคค่ำด้วยแล้ว ความปิติก็เกิดขึ้นอย่างน้อย 2 ประการด้วยกัน

ประการแรก ปิติที่หลังข่าวภาคค่ำจะมีเรื่องราวที่เป็นประโยชน์ต่อผู้คนและต่อเด็ก ได้แทรกตัวเข้ามาเผยแพร่บ้าง หลังจากถูกบรรดาละครน้ำเน่าทั้งหลายแทรกเบียดยึดมาโดยตลอด

ประการสอง ปิติที่ความดีความงามและความยุติธรรมได้มีโอกาสเผยแพร่ถึงเด็ก ๆ มากขึ้นในช่วงเวลาที่เหมาะสม

หลังจาก "เบาบุ้นจิ้น" มีโอกาสเผยแพร่ได้สักระยะหนึ่ง ข่าวครามการจัด "กฎเหล็ก" ที่มีอยู่ก็เป็นข่าวขึ้นมาในทำนองว่า "ตามกฎหมายแล้วหลังข่าวภาคค่ำห้ามหนังจากต่างชาติเผยแพร่" แล้วท้ายสุดได้ทราบข่าวว่า "เบาบุ้นจิ้น" ต้องเลื่อนไปเผยแพร่ช่วง 4 ทุ่มตั้งแต่เดือนตุลาคมนี้เป็นต้นไป

ข่าวคราวนี้อาจจะปรากฏเป็นกรอบข่าวเล็ก ๆ ที่หลายคนอ่านแล้วก็ผ่านเลยไป แต่สำหรับผู้เขียนแล้วเห็นว่า "เป็นเรื่องใหญ่มาก" เพราะเรากำลังพลาดอย่างรุนแรงที่ดึง "ความดีความงามและความยุติธรรม" ห่างออกไปจากการรับรู้ของเด็กโดยอาศัยกฎหมายเป็นเครื่องมือ ซึ่งนับเป็นความพ่ายแพ้อีกก้าวหนึ่งของภาพยนตร์จริยธรรมต่อภาพยนตร์น้ำเน่าที่กล่อมเกลาเด็กจนซึมซับสิ่งน่าเป็นห่วงไว้ทุกเมื่อเชื่อวัน

อิทธิพลของสื่อประเภทโทรทัศน์ในปัจจุบัน สังคมบ้านเราคงพบแล้วว่าเรามีรายการดี ๆ ที่เหมาะสมต่อเด็กและเยาวชนน้อยมาก เช่นเดียวกับภาพยนตร์ละครที่หาเรื่องดีมีสาระได้น้อยเช่นเดียวกัน "น้อย..ทั้งๆ ที่เรารู้จักกันดีว่า สื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชนมาก" แต่เรากลับยอมให้สื่อประเภทนี้มีรายการปู้ยี้ปู้ยำเด็กๆ ได้ตลอดเวลา

จะตัดออกก็เป็นเพียง "คำพูดบางคำ" และ "ภาพที่ไม่ชวนดูบางภาพ" แต่ปล่อยให้เนื้อหาที่เปรอะเลอะเทอะอาละวาดอยู่เต็มไปหมด เท่านั้นยังไม่พอ.. ยังอ้างเอากฎหมายที่มีอยู่ ข่มเหงเอาเรื่องราวเนื้อหาที่ดีให้พ้นไปจากช่วงเวลาที่เหมาะสมของเด็กและเยาวชนไปเสีย

เรามี "รัฐบาล" ที่ชอบอ้างว่ามีจริยธรรม และหลักการอยู่เสมอขึ้นมาแล้ว แต่แปลกที่หลักการดังกล่าวมักนำมาปฏิบัติอย่างเถรตรงต่อสิ่งที่ดีงามที่มีอยู่ แต่สิ่งที่เลวร้ายเช่นบรรดาสถานประกอบการชั้นเลว ทำไมยังปล่อยให้ลอยนวลอยู่ หรือเกมโชว์ประเภทชักชวนนุ่งน้อยห่มน้อย และแถเข้าหาเรื่องลามกจกเปรดทั้งหลายไฉนกลับปล่อยให้อึกทึกเผยแพร่อยู่ได้

ที่กล่าวอ้างเช่นนี้ มิใช่จะให้มีการ "ละเมิดกฎหมายที่มีอยู่" แต่น่าจะนำเอากรณีที่เกิดขึ้นและสิ่งที่กำลังปรากฏอยู่ในโทรทัศน์ทั้งหลายเข้ารีบหารือแก้ไขเพื่อช่วยให้ "จริยธรรมได้มีโอกาสฟื้นอยู่ในรายการโทรทัศน์มากขึ้น" นั่นเอง

"จริยธรรม" ที่กล่าวถึง มิใช่มีความลับแลบอยู่แต่เพียงการเปิดโอกาสให้มีรายการธรรมะได้เผยแพร่เท่านั้น แต่มีความหมายกว้างถึงการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งรายการสำหรับเด็กโดยตรง การโฆษณาสอดแทรกรายการที่น่าสนใจละครที่เหมาะสม เกมโชว์ที่สนุกมีสาระ ที่สำคัญคือได้อยู่ในช่วงเวลาเหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน

เหล่านี้ เกิดขึ้นได้อย่างแน่นอน ถ้า "รัฐ" และ "บรรดาธุรกิจ" ทั้งหลายเห็นความสำคัญของ "เด็กและเยาวชน" เป็นแกน เห็นความสำคัญของจริยธรรมในจิตในใจของผู้คนเป็นหลัก เมื่อนั้นโทรทัศน์จะเต็มไปด้วยสิ่งอันเป็นคุณูปการและเป็นสิ่งแวดล้อมที่ดีเหมาะสำหรับบ้านเมืองและเด็กยิ่งขึ้นสืบไป

ครูหยุย

มูลนิธิสร้างสรรค์เด็ก

หนังสือพิมพ์มติชนรายวัน วันจันทร์ที่ 19 กันยายน 2537

สื่อลามก อิตถีพาณิชย์และเอดส์
วิกฤตทางเลือก (3)
วัฒนธรรมไทยหรือเอาอย่างตะวันตก
ปัญหาที่ต้องตีให้แตก

บทความพิเศษ ธรรมรส ธรรมรัตนะ[1]

การมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรและปัญหาโรคเอดส์

นายแพทย์ท่านหนึ่งให้สัมภาษณ์ในนิตยสารฉบับหนึ่งว่า ปัญหาเรื่องการทำแท้งไม่เกี่ยวกับศาสนา กรณีที่เด็กนักศึกษาตั้งครรภ์ในวัยเรียน การทำแท้งทำให้เด็กผู้นั้นสามารถเรียนต่อได้

ผู้เขียนเห็นว่า ทรรศนะข้างต้นเป็นการมองที่ปลายเหตุ หรือมองที่ผลของปัญหาเป็นหลัก

ที่จริงแล้ว ปัญหาการทำแท้งหรือการตั้งครรภ์ในวัยเรียนเป็นเพียงปัญหาหนึ่งที่เกิดจากการไม่สำรวมในกาม หรือเด็กได้รับการปลูกฝังในเชิงศีลธรรมน้อย เด็กยังไม่มีสัมมาทิฏฐิหรือความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องกามารมณ์ตามประเพณีไทย ซึ่งมีพื้นฐานจากศาสนาพุทธ เมื่อความคิดยังไม่ "แม่น" ในหลักศาสนาเด็กย่อมถูกชักจูงได้ง่าย เพศสัมพันธ์ในวัยอันไม่ควรจึงเกิดขึ้น

ยังมีอีกสารพัดปัญหาที่ตามมาเช่น ปัญหากามโรค ปัญหาลักเพศ การหย่าร้าง ปัญหาโรคเอดส์ อาชญากรรมทางเพศ ฯลฯ

การทำแท้งซึ่งผิดกฎหมายหรือแนะเด็กให้รู้จักวิธีเลี่ยงการตั้งท้องบ้าง คุมกำเนิดบ้าง สามารถช่วยให้เด็กมีอนาคตทางการศึกษาไปได้ แต่แก้ปัญหาความเสื่อมทรามทางศีลธรรมไม่ได้

---

[1]มติชนสุดสัปดาห์ ฉบับที่ 696 ปีที่ 14 ประจำวันศุกร์ที่ 24 ธันวาคม 2536.

ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในวัยเรียนนี้เห็นได้ว่าเป็นเรื่องราวที่เด็ก ขาด ภูมิต้านทานทางศาสนาหรือขาด สัมมาทิฏฐิตามอิทธิพลสิ่งแวดล้อมอย่างเห็นได้ชัด

ผู้เขียนเห็นว่าความเข้าใจในคำสอนพุทธ ในประเด็น กามาวรมณ์ หรือ กามสังวร นี้ควรจะเด่นชัด ปัญหานี้สัมพันธ์กับปัญหารสเภณีอย่างใกล้ชิด หากวัยเด็กเห็นว่า การมีเพศสัมพันธ์เป็นเรื่องธรรมดา การยอมรับให้รสเภณีเข้ามาในสังคมย่อมหลีกเลี่ยงไม่ได้

การมีเพศสัมพันธ์ในวัยเด็กอาจแบ่งได้ 3 กรณี คือ

กรณีแรก เป็นเด็กที่มาจากครอบครัวร่ำรวย ครอบครัวอาจได้รับอิทธิพลจากตะวันตกสูงไม่แคร์ปัญหา มีเงินทองปรนเปรอให้บุตรหลานแสวงหาความสุขอย่างเต็มที่ กลุ่มนี้เห็นว่าการมีเพศสัมพันธ์คือ "ประสบการณ์" อย่างหนึ่ง

กรณีที่สอง มาจากครอบครัวยากจน ลางกลุ่มผันตัวเองไปเป็นรสเภณีโดยสมัครใจ (ต้องโทษความยากจนและการนำเอางบประมาณมหาศาลไปอำนวยความสะดวกให้แก่คนกรุงเมืองเดียวมากกว่าชาวนาทั้งประเทศ)

กรณีที่สาม อาจมีลางกลุ่มที่หลุดมาจากครอบครัวที่ร่ำรวยและยากจนโดยมีสาเหตุจากครอบครัวที่แตกแยก ทั้งสามกลุ่มนี้มีข้อเหมือนกันอยู่ข้อคือไม่หนักแน่นในหลักศาสนาจึงหาทางออกเช่นนี้

อย่างไรก็ตาม กลุ่มที่หันมามีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรจนเป็นชนวนให้รสเภณีขยายกว้างน่าจะเป็นเพราะรับรู้เรื่องเพศและหมกมุ่นในเรื่องนี้มากกว่า

ผู้เขียนมีความเชื่ออยู่ประการหนึ่งว่าถ้าชายไทยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในศีลสังวร ไม่ยอมมีเพศสัมพันธ์จนกว่ามีภรรยา วงจรรสเภณีย่อมจำกัดอยู่ในแวดวงนักท่องราตรีแคบ ๆ ซึ่งโดยธรรมดาวิสัยนักเที่ยวก็ไม่สนใจแก้ปัญหาอยู่แล้ว ดังนั้นความอยากเที่ยวของฝ่ายชายน่าจะเกิดจากสาเหตุ 2 ประการ

ประการที่ 1 ความรู้สึกทางสัญชาตญาณในฐานะที่เป็นสัตว์ เมื่อสภาพร่างกายของชายและหญิงเติบโตสมบูรณ์ ชายพร้อมจะสืบพันธุ์ หญิงพร้อมที่จะตั้งครรภ์ ก็จะเกิดความต้องการทางธรรมชาติ

ปัญหาในระดับนี้ ผู้เขียนเห็นว่าหากคนไทยจริงจัง กับวิถีชีวิตแบบไทยดังกล่าวแต่ต้นหรือได้รับการอบรมใต้กรอบศาสนาอย่างดี น่าจะสามารถควบคุมให้เกิดปัญหาต่อส่วนรวมน้อย พิจารณาสภาพสังคมไทยในอดีตเด็กวัยรุ่นน่าจะสร้างปัญหาน้อยกว่าผู้ใหญ่หรือหากจะมีการสำส่อนทางเพศก็คงไม่มาก

ทั้งนี้ ไม่ใช่พิจารณาเทียบเคียงจำนวนประชากร แต่พิจารณาจากความสำนึกทางจริยธรรมหรือวัฒนธรรมอย่างสูง ข้อสำคัญคือ อิทธิพลความคิดจากตะวันตกยังไม่แพร่หลาย สื่อ ลามกต่าง ๆ ยังไม่มี

ประการที่ 1 นี้จะไม่เน้นในที่นี้ เพราะเมื่อฝ่ายชายและหญิง ต่างได้รับการอบรมมาดีเติบโตมาได้ในระดับหนึ่งอยู่ในวัยสมควรมีครอบครัว เพศสัมพันธ์ก็ไม่สร้างปัญหาแก่ส่วนรวม

หากฝ่ายชายและหญิงยังยึดติดในจารีตประเพณี ปัญหาต่าง ๆ ที่ประสบในสมัยปัจจุบัน อาทิ การหย่าร้าง การเที่ยวสำส่อนก็หาเกิดขึ้นได้ไม่

ประการที่ 2 สิ่งยั่วยวนจากภายนอก ซึ่งคอยกระตุ้นความกำหนัดอยู่ตลอดเวลา ประการที่สองนี้ มีผลขยายความอยากรู้อยากมีประสบการณ์ทั้งในหมู่เด็กและผู้ใหญ่ซึ่งเคยยึดมั่นอยู่ในกรอบประเพณีที่ดี น่าจะเป็นสาเหตุใหญ่ที่สุดที่ทำให้ รสเภณี แพร่หลายมากขึ้น

เรายอมรับกันทั่วไปว่า คนที่เที่ยวผู้หญิงนั้นครั้งแรกมีความ "อยากเที่ยว" ในที่สุดก็สำแดงออกมาโดยการเที่ยว ปัญหามันเกิดต่อมาก็เพราะผู้เที่ยวมีมาก ทั้งนี้ เพราะเด็กวัยรุ่นหันมาเรียนจากประสบการณ์ทางเพศมาก รสเภณีจึงมีมากหรืออาจจะเพราะมีรสเภณีมาก คนเที่ยวจึงมากตาม ทำให้ขยายปัญหาสังคมส่วนนี้ขึ้น

ประเด็นที่เราต้องให้ความสำคัญให้มากก็คือ สาเหตุของการขยายจำนวนผู้เที่ยว ตอนนี้ เราสามารถหาคำตอบได้และเป็นรูปธรรมชัดเจนขึ้นมากว่า เพราะมีสิ่งเร้ามากระตุ้นหรือมีสิ่งยั่วยวน

เมื่อถึงตรงนี้ เราสามารถ "ไล่" มาได้หมดและสามารถมองเห็น "บ่อเกิด" ของความอยากเที่ยวจากปัจจัยภายนอกชัดเจนยิ่งขึ้น ตัวการสำคัญที่สุดที่ก่อให้เกิดปัญหาคือสื่อ ซึ่งมาล้างสมองให้หมกมุ่นในกามารมณ์ไม่ว่าเด็กผู้หญิงหรือชาย ส่วนปัจจัยทางความยากจนในกรณีฝ่ายหญิง น่าจะสามารถแก้ไขได้หากรัฐสนใจความเป็นอยู่ของคนระดับล่างมากขึ้น

เมื่อกล่าวสรุปสาเหตุใหญ่แล้วจำแนกได้ดังนี้

ก. อิทธิพลจากทางสื่อลามก

ข้อนี้แบ่งได้ 2 ระดับ

1. ระดับที่ลามกโดยตรงได้แก่ การฉายภาพยนตร์ตามโรงหนังในชานเมือง การมีม้วนวิดีโอเรตอาร์และเอ็กซ์ให้เช่า การมีหนังสือลามกการ์ตูนลามกใต้เผงไว้จำหน่าย โดยที่สุดแม้แต่แผ่นดิสก์สำหรับเล่นคอมพิวเตอร์ก็ยังมี ความลามกสอดแทรกเข้าไปได้

2. ระดับที่เปลือยกึ่งลามก

เราพบได้หลายชนิดเช่น สติ๊กเกอร์ลามก ปฏิทินลามก มีวางขายและแจกให้ฮือฮาทุกปีในทุกช่วงของเทศกาลปีใหม่ ปฏิทินเหล่านี้พบประจำที่ห้องอาหาร ร้านตัดผม ฯลฯ จิตรกรรมลามกและอื่น ๆ

ไม่มีใครปฏิเสธว่าหนังสือพวกนี้ มีส่วนเปลี่ยนแปลงความคิดของคนหนึ่ง ๆ ไม่ว่าเด็กหรือผู้ใหญ่ให้สนใจมีเพศสัมพันธ์อย่างมากที่สุด เป็นส่วนที่ดึงเอาตัณหาระดะที่มนุษย์กำราบไว้ด้วยคุณความดีต่าง ๆ ให้ฟุ้งระเบิดขึ้นในสังคม คนหนึ่ง ๆ ในสังคมนั้นเคยได้รับคำสอน

แนะนำในทางที่ดีจากบิดามารดาครูอาจารย์ตลอดถึงภิกษุสงฆ์ให้ตั้งมั่นในศีลในธรรม กิเลสตัณหาได้ถูกความดีสกัดไว้ชั่วครู่แต่สื่อลามกได้ดึงให้ฟุ้งออกมาสำแดง ยังผลให้เด็กหรือผู้ใหญ่ที่ไม่อยากเที่ยวต้องเที่ยว

ฝ่ายที่ได้เคยเที่ยวก็เที่ยวหนักขึ้น วัยรุ่นผู้เที่ยวแล้วก็ดุยรตโรงหารกล้าชวนเพื่อนผูงกันเองบางคนเบี่ยงเบนจากเที่ยวรสเภณีจ้องจับเพื่อนหญิงร่วมโรงเรียน เมื่อเด็กผู้หญิงพลาดท่าเสียทีมีจำนวนมากขึ้น เด็กผู้หญิงอื่น ๆ เริ่มเห็นว่าการรักษาพรหมจรรย์เป็นเรื่องล้าสมัย

สื่อลามกยังทำให้สามีอยากเที่ยวบ่อย จนลุแก่ราคะขึ้นช่อง ที่สุดสามีภรรยาต้องทะเลาะเบาะแว้งกันเพราะ "กาม" ลูก ๆ ต้องขาดความอบอุ่น สร้างปัญหาให้สังคมนานับการ ทำให้เพศชายมองสตรีเพศเป็น "สิ่ง" บำเรอใคร่ เบื่อหน่ายก็หาใหม่ ต่อมาเมื่อชายเที่ยวมากขึ้นฝ่ายหญิงบางกลุ่มเห็นรายได้จากการ "ขายตัว" ก็หันมาสนองตอบ สื่อลามกจึงทำลายสมบัติกุลสตรีและเกียรติของบุรุษเพศ

หนังสือลามกอนาจารจึงเป็นสิ่งชักสื่อหรือชักล่อให้คนเที่ยวรสเภณี แนะนำนิสิตนักศึกษาให้หันมาสนใจ "รายได้งาม" จากการขายตัว ส่งเสริมการแพร่กระจายโรคเอดส์ รื้อฟื้นการกดขี่สิทธิสตรีซึ่งมีในสังคมมนุษย์สมัยป่าเถื่อน "เชย่า" ศรัทธาที่มีต่อจริยธรรมทางศาสนาทำลายความมั่นคงของศาสนาพุทธและชาติในระยะยาว

ที่น่าแปลกที่สุดคือทั้งที่หนังสือรีบเปลื้องเหล่านี้มีโทษสมบัติสาหัสครอบจักรวาลฉะนี้ หนังสือพวกนี้ก็ยังมีวางจำหน่ายเกลื่อนกลาดทั้งหน้าโรงเรียนและหน้าวัดมานมนานกาเล รอดหูรอดตาเจ้าหน้าที่บ้านเมืองได้อย่าง วิเศษ มหัศจรรย์ และ เหลือเชื่อ ดังกับส่องหนได้ น่าสดุดีความ "เขลา" ของเจ้าหน้าที่เป็นอย่างยิ่ง

สื่อลามกเหล่านี้ทำลายทุกสิ่งที่เป็นไทย นับแต่เปลี่ยนให้ต่างชาติมองประเทศไทยเป็นแหล่งช่อง หนังสือลามกหาได้ง่าย รสเภณีเดียรดาษไม่ว่าช่องพัฒนพงศ์ พัทยา ฯลฯ เป็น

ที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นอย่างดี กลบเกียรติภูมิอื่น ๆ บางกอกอันเป็นเมืองหลวงของประเทศถูกพจนานุกรมฝรั่งตราหน้าเสียเป็นนี้ว่าเป็นเมืองโสเภณี

กรณีพจนานุกรม ผู้เขียนเห็นว่า มันให้แง่คิดสองประการ

ประการแรก เป็นประกาศนียบัตรรับรองความสามารถของเจ้าของหนังสือโปเปลือยทั้งหลายว่าทำงานได้ผล

ประการที่สอง เป็นการประจานความอับยศในแง่ที่คนไทยกลุ่มน้อยหลุ่มหนึ่งหากินกับสตรีเพศ แต่คนไทยกลุ่มใหญ่ไม่อาจ "จับดาบ" ไล่ปี้รักษาความดีงามเอาไว้ได้ เรานึกถึงวีรกรรมของพระเจ้าตากฯ บุกชิงกรุงศรีฯ มาด้วยทหารจำนวนน้อย เรานึกสดุดีความกล้าหาญของชุมชนบางระจันในอดีต เรานึกถึงวีรสตรีอย่างย่าโม ฯลฯ บรรพชนเหล่านี้หาเศษเหล็กมาต่อตีเป็นดาบ หลายคราวก็สู้ศึกด้วยจำนวนคนที่น้อยกว่า

แต่ตำรวจสมัยนี้มีปืน มีเจ้ากรม มีห้องคุมขัง มีอำนาจหน้าที่จัดการโดยชอบธรรม แต่กลับปล่อยปละละเลย ปล่อยให้ มิจฉาชีพ กลุ่มน้อยรับ กากเดน ของฝรั่งมามอมเมาชาวบ้านชาวเมือง หลักธรรมจารีตอันเราท่านเห็นว่าเป็นสิ่งสำแดง ความเป็น "อารยะ" ของประวัติศาสตร์มนุษยชาติก็เริ่มถูกทำลายลง เริ่มต้นแต่ความคิดอ่าน คนไทยต่ำกันเอง

คนรุ่นปัจจุบันผู้เติบโตมาในสังคมที่ความคิดใหม่กำลังแรงก็ยอมรับความคิดใหม่ ฝ่ายคัดค้านก็ถูกตราว่า "หัวโบราณ" "อนุรักษ์นิยม" หรือ "ไม่ทันสมัย" จำนวนพิมพ์หนังสือเพิ่มขึ้น นายทุนขยายหนังสือในเครือ โรงพิมพ์ที่รับพิมพ์หนังสือรุ่งเรืองนายทุนสมองใสหน้าใหม่เริ่มแข่งกันผลิต ดังกับว่าคนไทยที่เป็นใหญ่เป็นโต พ.ศ.นี้ สายตามืดบอดหรือหลับหูหลับตาปฏิบัติงาน มิฉะนั้น ก็เห็นดีเห็นงามว่าเป็น ศิลปะ ก็ไม่รู้ได้

ผู้เขียนไม่อยากถกว่าอะไรคือศิลปะ? เพราะไม่แน่ใจว่า ศิลปะในทรรศนะฝรั่งนั้นจะมีมาตรฐานทางจริยธรรมเกี่ยวข้องหรือไม่ ภาพผู้หญิงทั้งโปเปลือยซึ่งออกมาจาก

นายทุนผู้ละโมบเป็นที่ตั้งนี้ ผู้เขียนเห็นว่าคือ ภาพศิลป์ หรือสุนทรียศาสตร์ในสายตาแมงตาซึ่งหากินทางนี้อยู่

ในส่วนหลักการหรือกรรมวิธีสร้าง ศิลปะเป็น "ศาสตร์" ผู้เขียนเข้าใจเท่าที่ชาวบ้านคนหนึ่งจะเข้าใจว่าศิลปินสร้างงานขึ้นจากอารมณ์ ความรู้สึก จินตนาการหรือประสบการณ์ รดยเหตุนี้มาตรว่าศิลปินคิดลามก ศิลปะที่ออกมาก็ลามกศิลปินมีความคิดจรรโลงวัฒนธรรมของมวลมนุษย์ ศิลปะที่ออกมาก็สำแดงให้เห็น "ศรัทธากล้า" ในส่วนนี้ด้วย

เราจึงเห็นความต่างของระดับ "ความคิด" มากมายนักระหว่างศิลปินผู้หากินกับร่างกายของผู้หญิง หรือกดขี่อิตถีเพศ กับบรรดาผู้สร้างงานตามผาผนังหรือเสาพระอุโบสถและอื่น ๆ แม้ระบบภาพสามมิติหรือสเตอริโอแกรม (Steriogram) อันใช้สตรีแก้ผ้าข้างต้นก็สำแดงให้เห็นจิตลามกหรือ หวังจะได้ ของผู้ผลิตเป็นที่ตั้งศิลปะจึงมุ่งสนอง "อัตตา" ส่วนตนเป็นหลัก น่าเสียดาย ระบบไฮเทคเช่นนี้จะมีประโยชน์สูงยิ่งหากนำเสนอภาพอื่น ๆ เช่น กสิณ, อสุภกรรมฐาน, พระพุทธรูป ฯลฯ เพื่อให้ประชาได้อาศัยเกลาจิตแต่งใจให้งดงามขึ้น

กรณีภาพโป๊หรือเปลือยหญิงไทยซึ่งมีทั้งที่ถ่ายเพื่อหากินในประเทศไทยกับส่งไปเผยแพร่ในต่างประเทศ ศิลปะมันควรจะอยู่ที่การจัดฉากการให้แสงหรือมุมกล้อง

ปัญหาที่ต้องถามคือ เหตุไรจะต้องเจาะจงนำสตรีมาแก้ผ้าทั้งที่รู้ว่า ขัดกับวัฒนธรรมประเพณีตนเอง ถ้ามิใช่เจตนาขาย รากเหง้า ของตนหากิน? เหตุไรจึงเสนอความก้าวหน้าระบบภาพสามมิติด้วยภาพถ่ายสตรีโป๊เปลือยถ้ามิใช่เล็งผลเลิศเชิงธุรกิจ?

ดังกล่าวข้างต้นแล้วว่ามนุษย์มีราคะ โทสะ มนุษย์มีขีดพิสัย (range) จะอคติลำเอียงราคะในฐานะที่เป็น "มนุษย์" อยู่ในระดับหนึ่ง

เมื่อกามวิตกเกิดขึ้นชายไทยที่มีการศึกษาและเหตุผลพอควรย่อมจะสามารถข่มหรืออดทนได้ด้วย สติสัมปชัญญะ ในระดับหนึ่ง แต่หว่าเมื่อแรงยั่งยวนมีมาก สติพังความอดทนพังคนดีก็เสียคนได้

เด็กวัยรุ่นซึ่งยังอ่อนต่อโลกก็ไหลไปตามกระแสสังคมกลมกลืนไปกับคนอื่น ๆ จะเห็นว่าภาพลามกหรือสื่อเปลือยต่าง ๆ ได้ถูกนำเสนอรบกวน สติอยู่ตลอดเวลา ตั้งแต่เล็กกระทั่งเป็นผู้ใกญ่ และผู้ใหญ่เหล่านี้จะเป็นผู้กำหนดชะตากรรมของประเทศ ผู้นำเสนอสื่อเปลือยหรือลามกคือพวกที่เอาตัวตนหรือความคิดในระดับ "ปัจเจก" ได้ทำลายวัฒนธรรมกลุ่มชนแสวงลาภมิควรได้ ไม่ใช่สัมมาอาชีวะ ผู้ทำได้ชื่อว่าไม่รับผิดชอบสังคมโดยรวม

สิ่งที่เปลี่ยนแปลงตามมาคือเด็กวัยรุ่นสนใจเพื่อต่างเพศมากขึ้น มีการนัดออกเดตตามแนวฝรั่ง จับคู่เป็นแฟน กอดจูบลูบคลำตามสถานที่สาธารณะ กระทั่งได้เสียกันในหมู่นักเรียน นิสิต นักศึกษา ชายมองสตรีเป็นสิ่งบำเรอความใคร่ ความรู้สึกดีชั่วหรือความอดทนเริ่มจางหายไป

มีข่าวออกมาบ่อยครั้งว่าบิดาข่มขืนบุตรี มารดามีเพศสัมพันธ์กับบุตร ครูทำอนาจารกับศิษย์ นายแพทย์ทำอนาจารกับคนไข้ น้าอามีเพศสัมพันธ์กับหลาน พี่ชายกับน้องสาว พี่สะใภ้กับผู้มีศักดิ์เป็นน้องเขย

สิ่งเหล่านี้มีขึ้นได้เพราะความอดทน หรือจิตสำนึกในสิ่งดีชั่วมันถูกทำลายไป ส่อให้เห็นว่ากามารมณ์ ได้พุ่งขึ้นจนทำลาย สามัญสำนึกหรือจิตใต้สำนึก จนหมดสิ้น บทบาทของคนที่สังคมเห็นว่ามี จิตสำนึกสูง อย่างพระก็มีให้เห็นเป็นครั้งคราวซึ่งเป็นเรื่องราวที่ขัดแย้ง กับความสำนึกทางจริยธรรมโดยรวม

จนกระทั่งแลกคู่เปลี่ยนเมียชั่วคราวในหมู่ชนลางกลุ่มอย่างหลังนี้ ส่อให้เห็นว่าชนลางกลุ่มยกย่องราคะเป็นศาสดาเหนือวัฒนธรรมของมนุษยชาติแล้ว

สงครามสื่อยุคดาวเทียมระอุบริษัทธุรกิจทุ่มหมื่นล้านโหมโฆษณา

อัญชลี เฉลียวชาติ

วงการธุรกิจโฆษณาในปี 2538 กำลังตื่นตัวกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจมีเดีย หรือสื่อใหม่ ที่กำลังไหลเข้ามาอย่างไม่ขาดสายในโลกของการสื่อสารยุคโลกาภิวัฒน์ หรือโลกไร้พรมแดน ที่ทำให้ทุกพื้นที่โลกเข้าสู่ระบบอินเตอร์แอคทีฟ อย่างเต็มรูปแบบของการสื่อสารยุคใหม่ ไม่ว่าจะเป็นระบบดาวเทียม ระบบไมโครเวฟ ระบบใยแก้วนำแสง ล้วนถูกนำมาประยุกต์ใช้ในภาคธุรกิจต่าง ๆ ทำให้รูปแบบสื่อแปรเปลี่ยนไป ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อวงการธุรกิจในทุก ๆ ด้าน รวมถึงธุรกิจโฆษณาด้วย

แนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในยุคมีเดียบูม คือ การ ปลี่ยนแปลงทางด้านการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะการวางแผนสื่อ (Media Planning) จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงอย่างแน่นอน และกำลังขยายผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเช่นกัน กล่าวคือ ธุรกิจโฆษณาต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวโน้มดังกล่าว

นับจากนี้รูปแบบการทำงานโฆษณา จะมีเงื่อนไขต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องมีความซับซ้อน ในการทำงานเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะความแม่นยำของงานโฆษณา และการวางแผนสื่อในรูปของสื่อใหม่ ที่เริ่มเข้ามามีบทบาทบ้างแล้วในขณะนี้ โดยคาดการณ์กันว่า ในอีก 5 ปี นับจากนี้ไปจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านการวางแผนสื่อโฆษณาอย่างแน่นอน

ดังนั้น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ที่เป็นสื่อหลักในการโฆษณาขณะนี้แน่นอนที่สุดในอนาคตจะได้รับผลกระทบไปตาม ๆ กัน เพราะช่องทางเลือกของสื่อเพิ่มมากขึ้น แต่จะเป็นผลดีต่อวงการเอเยนซี่ ในช่องทางการเลือกสื่อ **"โอกิลวี่" เปิดศักราชรับแผนสื่อใหม่**

"ความเคลื่อนไหวของแผนกการวางแผนสื่อของไทย ในอีก 3-5 ปีข้างหน้า ถึงแม้ปริมาณสื่อทันสมัยจะเพิ่มขึ้น แต่สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อเอาท์ดอร์ ยังคงเป็นสื่อหลักที่ได้รับการเลือก เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากกว่าสื่ออื่น ตราบเมื่อประชากรของประเทศกลุ่มหลักยังเป็นผู้มีรายได้น้อย ไม่สามารถเลือกเสพสื่อทันสมัยที่มีราคาสูงได้"

นางสุภาณี เดชาบุรณานนท์ ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อ บริษัท โอกิลวี่ แดนด์ เมเธอร์ (ประเทศไทย) จก.กล่าว

ขณะที่สื่อโฆษณาโทรทัศน์ วิทยุ คงยืนหยัดอย่างแข็งแกร่ง แต่ผู้บริโภคเองที่จะถูกกระจายออกไป หากสื่อทันสมัยเพิ่มขึ้นเป็นรูปธรรมอย่างจริงจัง แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาประสิทธิผลของสื่อเหล่านั้นด้วย ถ้าส่งผลกระทบในแง่ดี อาจทำให้จำนวนกลุ่มเป้าหมายที่มีกระจุกตัวยึดติดกับการใช้สื่อหลักเหล่านี้ลดลง

ดังนั้น ทิศทางการวางแผนสื่อโฆษณา จึงต้องคำนึงถึงการเพิ่มจำนวนสื่อเข้ามาเป็นทางเลือกใหม่ ๆเจาะให้ถึงกลุ่มเป้าหมายลูกค้าให้มากที่สุด

อย่างไรก็ตาม หากมองถึงผลการเปลี่ยนแปลงในระยะยาว จะเห็นว่าการแข่งขันกันระหว่างสื่อที่เกิดขึ้นนี้ อาจเป็นผลให้อัตราการเพิ่มของค่าโฆษณาในแต่ละปีลดลง ขณะที่เจ้าของสินค้าต้องเพิ่มปริมาณการใช้สื่อโฆษณามากขึ้น เพราะมีตัวเลือกของสื่อเพิ่มขึ้น

สำหรับรูปแบบสื่อของเมืองไทยในอนาคต จากแนวโน้มปัจจุบันที่มีโทรทัศน์จำนวน 5 ช่อง ก็จะเพิ่มขึ้นเป็น 100 ช่อง ซึ่งรวมโทรทัศน์บอกรับสมาชิก หรือเคเบิลทีวี และเปย์ทีวี แต่ไม่รวมโทรทัศน์ข้ามชาติ ที่จะส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมไม่น้อยกว่า 5 ดวง ส่วนสื่อด้านหนังสือพิมพ์ได้เริ่มมีการปรับรูปแบบใหม่ นำระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ ช่วยให้สะดวกรวดเร็ว และเพิ่มความน่าสนใจให้กับตัวสื่อ

ดังนั้น วิธีการวางแผนด้านสื่อโฆษณานั้น จะแบ่งจากกลุ่มเป้าหมายของสินค้าเป็นสำคัญ กล่าวคือ ตัวสื่อเองได้ถูกวางตัวไว้สำหรับกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท ได้แก่ สินค้าที่วางจำหน่ายในประเทศก็จะเลือกสื่อที่ครอบคลุมเป้าหมายในท้องถิ่น ส่วนสินค้าที่มีจำหน่ายในภูมิภาคหรือทั่วโลก ก็จะเลือกสื่อที่สามารถไปถึงกลุ่มเป้าหมายของตนเอง และบริษัทโฆษณาที่มีเครือข่ายอยู่ทั่วโลก ก็จะทำหน้าที่ช่วยเหลือด้านข้อมูลซึ่งกันและกัน จะต้องประสานงานกันมากกว่าเดิม

"บริษัทโฆษณาผู้ดูแลการวางแผนสื่อให้กับสินค้าในแต่ละประเทศ ที่บริษัทระดับอินเตอร์มีสาขาอยู่ต้องร่วมมือและประสานการวางแผนสื่อระหว่างกันมากขึ้น เพื่อเกิดประสิทธิผลและประหยัดค่าใช้จ่าย" นางสุภาณี กล่าว

สงครามสื่อยุคดาวเทียมระอุบริษัทธุรกิจทุ่มหมื่นล้านโหมโฆษณา

อัญชลี เฉลียวชาติ

วงการธุรกิจโฆษณาในปี 2538 กำลังตื่นตัวกับการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจมีเดียหรือสื่อใหม่ ที่กำลังไหลเข้ามาอย่างไม่ขาดสายในโลกของการสื่อสารยุคโลกาภิวัฒน์ หรือโลกไร้พรมแดน ที่ทำให้ทุกพื้นที่โลกเข้าสู่ระบบอินเตอร์แอคทีฟ อย่างเต็มรูปแบบของการสื่อสารยุคใหม่ ไม่ว่าจะเป็นระบบดาวเทียม ระบบไมโครเวฟ ระบบใยแก้วนำแสง ล้วนถูกนำมาประยุกต์ใช้ในภาคธุรกิจต่าง ๆ ทำให้รูปแบบสื่อแปรเปลี่ยนไป ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อวงการธุรกิจในทุก ๆ ด้าน รวมถึงธุรกิจโฆษณาด้วย

แนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในยุคมีเดียบูม คือ การเปลี่ยนแปลงทางด้านการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะการวางแผนสื่อ (Media Planning) จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงอย่างแน่นอน และกำลังขยายผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเช่นกัน กล่าวคือ ธุรกิจโฆษณาต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวโน้มดังกล่าว

นับจากนี้รูปแบบการทำงานโฆษณา จะมีเงื่อนไขต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องมีความซับซ้อน ในการทำงานเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะความแม่นยำของงานโฆษณา และการวางแผนสื่อในรูปของสื่อใหม่ ที่เริ่มเข้ามามีบทบาทบ้างแล้วในขณะนี้ โดยคาดการณ์กันว่า ในอีก 5 ปี นับจากนี้ไปจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านการวางแผนสื่อโฆษณาอย่างแน่นอน

ดังนั้น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ที่เป็นสื่อหลักในการโฆษณาขณะนี้แน่นอนที่สุดในอนาคตจะได้รับผลกระทบไปตาม ๆ กัน เพราะช่องทางเลือกของสื่อเพิ่มมากขึ้น แต่จะเป็นผลดีต่อวงการเอเยนซี่ ในช่องทางการเลือกสื่อ **"โอกิลวี่" เปิดศักราชรับแผนสื่อใหม่**

"ความเคลื่อนไหวของแผนกการวางแผนสื่อของไทย ในอีก 3-5 ปีข้างหน้า ถึงแม้ปริมาณสื่อทันสมัยจะเพิ่มขึ้น แต่สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อเอาท์ดอร์ ยังคงเป็นสื่อหลักที่ได้รับการเลือก เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากกว่าสื่ออื่น ตราบเมื่อประชากรของประเทศกลุ่มหลักยังเป็นผู้มีรายได้น้อย ไม่สามารถเลือกเสพสื่อทันสมัยที่มีราคาสูงได้"

นางสุภาณี เศชาบุรณานนท์ ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อ บริษัท โอกิลวี่ แดนด์ เมเธอร์ (ประเทศไทย) จก.กล่าว

ขณะที่สื่อโฆษณาโทรทัศน์ วิทยุ คงยืนหยัดอย่างแข็งแกร่ง แต่ผู้บริโภคเองที่จะถูกกระจายออกไป หากสื่อทันสมัยเพิ่มขึ้นเป็นรูปธรรมอย่างจริงจัง แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาประสิทธิผลของสื่อเหล่านั้นด้วย ถ้าส่งผลกระทบในแง่ดี อาจทำให้จำนวนกลุ่มเป้าหมายที่มีกระจุกตัวยึดติดกับการใช้สื่อหลักเหล่านี้ลดลง

ดังนั้น ทิศทางการวางแผนสื่อโฆษณา จึงต้องคำนึงถึงการเพิ่มจำนวนสื่อเข้ามาเป็นทางเลือกใหม่ ๆเจาะให้ถึงกลุ่มเป้าหมายลูกค้าให้มากที่สุด

อย่างไรก็ตาม หากมองถึงผลการเปลี่ยนแปลงในระยะยาว จะเห็นว่าการแข่งขันกันระหว่างสื่อที่เกิดขึ้นนี้ อาจเป็นผลให้อัตราการเพิ่มของค่าโฆษณาในแต่ละปีลดลง ขณะที่เจ้าของสินค้าต้องเพิ่มปริมาณการใช้สื่อโฆษณามากขึ้น เพราะมีตัวเลือกของสื่อเพิ่มขึ้น

สำหรับรูปแบบสื่อของเมืองไทยในอนาคต จากแนวโน้มปัจจุบันที่มีโทรทัศน์จำนวน 5 ช่อง ก็จะเพิ่มขึ้นเป็น 100 ช่อง ซึ่งรวมโทรทัศน์บอกรับสมาชิก หรือเคเบิลทีวี และเปย์ทีวี แต่ไม่รวมโทรทัศน์ข้ามชาติ ที่จะส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมไม่น้อยกว่า 5 ดวง ส่วนสื่อด้านหนังสือพิมพ์ได้เริ่มมีการปรับรูปแบบใหม่ นำระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ ช่วยให้สะดวกรวดเร็ว และเพิ่มความน่าสนใจให้กับตัวสื่อ

ดังนั้น วิธีการวางแผนด้านสื่อโฆษณานั้น จะแบ่งจากกลุ่มเป้าหมายของสินค้าเป็นสำคัญ กล่าวคือ ตัวสื่อเองได้ถูกวางตัวไว้สำหรับกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท ได้แก่ สินค้าที่วางจำหน่ายในประเทศก็จะเลือกสื่อที่ครอบคลุมเป้าหมายในท้องถิ่น ส่วนสินค้าที่มีจำหน่ายในภูมิภาคหรือทั่วโลก ก็จะเลือกสื่อที่สามารถไปถึงกลุ่มเป้าหมายของตนเอง และบริษัทโฆษณาที่มีเครือข่ายอยู่ทั่วโลก ก็จะทำหน้าที่ช่วยเหลือด้านข้อมูลซึ่งกันและกัน จะต้องประสานงานกันมากกว่าเดิม

"บริษัทโฆษณาผู้ดูแลการวางแผนสื่อให้กับสินค้าในแต่ละประเทศ ที่บริษัทระดับอินเตอร์มีสาขาอยู่ต้องร่วมมือและประสานการวางแผนสื่อระหว่างกันมากขึ้น เพื่อเกิดประสิทธิผลและประหยัดค่าใช้จ่าย" นางสุภาณี กล่าว

"ลินตาส" รอจังหวะยกเครื่องใหม่

สำหรับเอเยนซี่ยักษ์ใหญ่ อันดับ 1 ของประเทศ "ลินตาส" ก็เตรียมการเพื่อรองรับกับโลกอนาคตที่จะมาถึงเช่นกัน นายวิชัย สุภาสมบูรณ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ลินตาส (ประเทศไทย) จก. และในฐานะนายกสมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย กล่าวถึงแผนการวางสื่อในปีหน้าว่า จะสลับซับซ้อนขึ้น เนื่องจากมีสื่อใหม่ ๆ ไหลเข้ามามาก และยังมีสื่อเสริมอื่น ๆ ที่เคยมีมาก่อนหน้าและยังคงมีบทบาทในระยะสั้นยังเป็นความนิยมอยู่ นักวางแผนสื่อจึงต้องเข้าใจ และมองกลุ่มเป้าหมายของสินค้าให้ลึกซึ้งกว่าเดิม เพราะยิ่งเกิดสื่อขึ้นมากเท่าไหร่ นั่นหมายถึงยิ่งเกิดช่องทางที่หลากหลายในการเข้าไปหาผู้บริโภค

ดังนั้น นักวางแผนสื่อจึงจำเป็นที่จะต้องปรับตัวให้รับกับสถานการณ์ อาทิเรียนรู้เทคโนโลยีของสื่อ ว่าจะทำให้เกิดประสิทธิภาพ ต่อการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ด้วยวิธีใด

การวางแผนสื่อ เป็นหัวใจสำคัญของนักโฆษณา ที่ต้องศึกษารายละเอียดและปัญหาในการรับมือสื่อเทคโนโลยีที่จะมาถึง โดยมีการสรุปว่า จะต้องรอให้สื่อต่าง ๆ เหล่านั้นได้มีโอกาสแสดงประสิทธิภาพและบทบาทของสื่อต่อสายตาสาธารณชนก่อน หากได้รับการยอมรับเมื่อนั้น การวางแผนสื่อมานั่งทบทวนและกำหนดนโยบายการใช้สื่อมากขึ้นกว่าเดิม

สำหรับนโยบายการวางแผนสื่อของลินตาส ในอนาคตนั้น ไม่มีปัญหาต่อการวางแผนเนื่องจากสินค้าที่ลินตาสมีอยู่เป็นสินค้าท้องถิ่นกว่า 70% และสินค้าเหล่านี้ เจ้าของสินค้าเองก็ยังไม่เห็นความสำคัญในการลงสื่อโฆษณาใหม่ ๆ ที่เจาะกลุ่มเป้าหมายต่างจากกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากที่มีอยู่เดิม แต่มิได้หมายความว่า ลินตาสจะไม่มีการพัฒนา เพื่อเตรียมรับมือใหม่ ๆ นี้ แต่เราพยายามที่จะศึกษาความเคลื่อนไหวของสื่อเหล่านั้นมาตลอด เช่น เทคโนโลยีที่ใช้ ผลที่จะได้รับ เป็นต้น เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญต่อการวางแผนการใช้สื่อ

ทั้งนี้ ประสิทธิภาพของสื่อจะมีอิทธิพลต่อการวางแผนการใช้สื่อ ของบริษัทโฆษณาในเมืองไทย คาดว่าจะต้องใช้ระยะเวลา อย่างน้อย 5 ปีขึ้นไป โดยต้องจับตามองสื่อเหล่านั้น ว่าจะมีการพัฒนามากน้อยเพียงใด อีกทั้งรูปแบบรายการที่จะนำเสนอ จะสามารถสร้างความสนใจ และได้รับการยอมรับกับประชาชนมากน้อยแค่ไหนด้วย

สีโอเบอร์เนทท์ ชี้ ต้องผกผันตามตัวแปร

นายไตรลุจน์ นวะมะรัตน์ ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อ บริษัท ลีโอเบอร์เนทท์ จก. กล่าวว่า แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การซื้อสื่อนั้น เกิดขึ้นมานานแล้ว และได้มีการเตรียมการมาตั้งแต่เริ่มแรกเป็นการเคลื่อนไหวธรรมดา ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อที่จะหาสิ่งใหม่ ๆ เข้ามา แต่ในระยะเวลาอันใกล้นี้เกิดการตื่นตัวกันมาก ก็เป็นเพราะเทคโนโลยีด้านสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป โดยความทันสมัยมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงนี้เป็นสิ่งที่เราต้องการอยู่แล้ว แต่ต้องพิจารณาว่าเหมาะกับสื่อตัวไหนและสมควรที่จะใช้ตัวไหนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ในส่วนของลีโอเบอร์เนทท์เอง ขณะนี้อยู่ระหว่างการมองความเคลื่อนไหวของสื่อเหล่านั้นในภาพรวม โดยจับตามองถึงความสามารถและประสิทธิภาพ ให้เป็นภาพที่ชัดเจน สำหรับลูกค้าให้มากที่สุด

ส่วนผลกระทบต่อการวางแผนซื้อสื่อนั้น นายไตรลุจน์ กล่าวว่า ในระยะแรกยังน้อยมาก แต่ในระยะยาวอาจมีบ้าง เพราะยังพบอุปสรรคที่คาดว่าจะเกิดขึ้นต่อการพัฒนาสื่อไฮเทคในเมืองไทย และเป็นตัวแปรสำคัญต่อการวางแผนการใช้สื่อด้วยโดยตัวแปรเหล่านั้น คือ ภาษา วัฒนธรรม และกฎหมาย และยังมีเทคโนโลยีสื่อบางตัว เช่น แซทเทิลไลท์ทีวี หรือ แม้แต่เคเบิลทีวี ก็พบว่า สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายเพียงบางกลุ่ม คือ กลุ่มที่นิยมตะวันตกเหนืออัปเปอร์คลาส เท่านั้น จึงทำให้แผนการวางสื่อของบริษัทโฆษณาในไทยยังคำนึงถึงผลจากสื่อเหล่านี้ ต่อการเจาะกลุ่มเป้าหมายลูกค้าในประเทศอยู่ โดยส่วนใหญ่จะหันไปใช้สื่อหลัก คือ “ฟรีทีวี” เหมือนเดิม

เอเยนซี่ “ครวญ” สื่อหลักขึ้นราคากว่า 15%

สำหรับอัตราการเติบโตของตลาดโฆษณาในปีหน้า คาดมีมูลค่าสูงถึง 32,000 ล้าน เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมามีเพียง 27,000 ล้านบาท คิดเป็นอัตราส่วนประมาณ 20 % ตัวเลขที่พุ่งขึ้นสูงนี้ ผลมาจากการใช้งบการซื้อสื่อ ที่นับวันจะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น

จากสภาพการณ์ดังกล่าว ย่อมส่งผลต่องานโฆษณาในอนาคตอย่างแน่นอน โดยเฉพาะในปี 2538 ผลต่อการสร้างสรรค์งานโฆษณาจะแปรเปลี่ยนไป โดยถ้ามีสื่ออินเตอร์แอคทีฟเข้ามา งานโฆษณาจะยิ่งท้าทายมากขึ้น เพราะมีสามารถที่จะหว่านโฆษณาได้อีก ซึ่งเป็นฝันของนักโฆษณาที่ต้องการมานาน แต่ทั้งนี้นั่นหมายความว่า นักโฆษณาจะต้องมีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์มากขึ้นกว่าเดิมด้วย

"เนื้อหาของโฆษณาจะไม่มีเพียงสปอตเดียวอีกต่อไป จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงแน่นอน โดยเฉพาะขณะนี้การออกแบบครีเอทีฟ ก็ไม่ธรรมดาอยู่แล้ว ต้องเป็นการออกแบบที่พลิกแพลงตลอดเวลา ทันโลกเสมอและเมื่อมีอะไรใหม่ ๆ เข้ามา งานโฆษณาก็ต้องเปลี่ยนไปโดยปริยายด้วย" นางสาวศศี วัฒนพานิช ผู้อำนวยการฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ บริษัท เดนท์สุยังก์ แฮนด์ รูบิแคม จก. กล่าว

นอกจากนี้ ในปีหน้าสื่อโฆษณาหลักจะมีการปรับราคาเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยราว 15 % ขึ้นไป และกลุ่มที่จะมีการปรับราคาเพิ่มขึ้น ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ โดยผู้ประกอบการในสื่อนี้เตรียมปรับราคาขึ้นกันทุกราย จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความนิยมของแต่ละราย อาทิ ไทยรัฐปรับเฉลี่ยขึ้นอีก 30 % เดลินวส์ 20 % เป็นต้น การปรับราคาที่สูงขึ้นดังกล่าว ส่วนหนึ่งมีผลมาจากต้นทุนกระดาษที่มีราคาสูงขึ้นด้วย

ส่วนสื่อวิทยุ จะปรับขึ้นอีกกว่า 10 % โทรทัศน์ปรับ 15 % เช่นกัน นอกจากนี้ยังมีสื่อเสริม เช่น อิเล็กทรอนิกส์บอร์ด หรือบิลบอร์ดไฮเทค จะต้องปรับตัวรับมือก่อนที่จะปรับในเรื่องของราคา เพราะยังอยู่ในช่วงภาวะการลองตลาด บทบาทของสื่อเสริมเหล่านี้ จึงยังไม่ค่อยมีบทบาทมากเท่าไหร่ สำหรับตลาดสื่อโฆษณาของไทยในปีหน้า

ดังนั้น แนวโน้มการปรับราคาค่าสื่อโฆษณาหลัก ที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจนในปีหน้า ย่อมต้องส่งผลกระทบต่อวงการโฆษณาอย่างแน่นอน โดยเฉพาะส่วนของการวางแผนใช้เงิน

งบการใช้สื่อโฆษณาของลูกค้า แม้จะมีเพิ่มขึ้นทุกปี แต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของสื่อโฆษณาเกิดขึ้นควบคู่กันไปด้วย อาจส่งผลกระทบต่อวงการโฆษณา โดยเฉพาะส่วนของการวางแผนสื่อต้องใช้งบของลูกค้าให้ประหยัดที่สุด และต้องคุ้มค่าด้วย วิธีที่จะช่วยให้ลูกค้าได้รับประโยชน์สูงสุดนั่น นักวางแผนสื่อจำเป็นต้องปรับตัวและเข้าใจเทคโนโลยีและวิธีการทำงานของสื่อ ก่อนที่จะแพลนงบไปให้โดยมุ่งจุดสำคัญ คือ การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคให้ตรงจุดมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ ถือเป็น มิติใหม่ ของวงการธุรกิจโฆษณาไทย ในการเป็นบันไดก้าวไปสู่ เอเยนซี่ระดับอินเตอร์มากขึ้น และเป็นผลดีต่อผู้บริโภคที่จะหลุดพ้นจากถูกยัดเยียดให้บริโภค สื่อทางเดียว เหมือนที่ผ่านมา

ปวรวรรณ พูลศิริรัตน์.....ผู้ฟันฝ่าขวากหนามเพื่อเด็ก

ในสังคมทุกวันนี้เต็มไปด้วยการแข่งขันกันในด้านธุรกิจมากมายหลายรูปแบบ ผสมผเสปนเปกันไป ตั้งแต่ธุรกิจรายย่อยจนถึงธุรกิจรายใหญ่หลายร้อยล้าน · ซึ่งแน่นอนที่ผู้กุมบังเหียนของแต่ละบริษัท ต้องเพียบพร้อมด้วยความสามารถ ทั้งด้านบริหาร การจัดการ วางแผน และมองการ์ณไกล

เส้นทางเดินของนักธุรกิจไม่ได้ปูด้วยกลีบกุหลาบเสมอไป บางท่านต้องเจ็บปวดล้มพับ แต่บางท่านสามารถก้าวไกลโลดลิ่ว น่ายินดีสำหรับผู้ล้มพับแล้วกลับฮึดสู้ขึ้นมาใหม่ และย่างก้าวต่อไปได้อย่างมั่นคง พร้อมอุดมคติที่เต็มเปี่ยม อุทิศตนสร้างสรรงานคุณภาพเพื่อเยาวชนของชาติ ขอแนะนำ ผู้หญิงเก่งวันนี้ **ปวรวรรณ พูลศิริรัตน์** (คุณเหมียว)นักธุรกิจบันเทิงที่ก้าวมายืนแถวหน้าได้อย่างเต็มภาคภูมิในการบริหารบริษัทของเธอเอง**ปราถนาโปรดักชั่น** ที่เธอได้ตั้งขึ้นมาเพื่อรองรับความต้องการในด้านการผลิตรายการเด็ก เอ่ยชื่อบริษัทหลายคนอาจจะยังไม่คุ้นหู ถ้าเอ่ยชื่อดีมีสาระ รายการอย่างเช่น **ตรุณธรรม, ร่วมด้วยช่วยกัน, สายธารธรรม, กรมโยธาฯพบประชาชน** และ **เส้นทางสู่มหาวิทยาลัย** ซึ่งทั้งห้ารายการที่กล่าวมานั้น เป็นผลงานสร้างสรรค์จากปราถนาโปรดักชั่น ของเธอทั้งสิ้น

แต่ก่อนที่เธอจะก้าวมาเป็น (เจ้าของบริษัท) เธอเองก็คลุกคลีตีโมงกับแวดวงบันเทิงมาก่อนทั้งวงนอกและวงใน เธอเข้าถึงมาหมดทุกวงการ เรียกได้ว่าเธอถูกโชคชะตาขีดเส้นให้เดินอยู่ในวงการนี้โดยเฉพาะชนิดที่เรียกว่าสะบัดไม่หลุดเลยทีเดียว

เริ่มต้นที่วัยเด็กของเธอก็เหมือนกับคนทั่วไป มีครอบครัวที่น่ารัก อบอุ่นท่ามกลางพ่อแม่ พี่น้องอีกสามคน โดยเธอเป็นคนที่สอง เริ่มชีวิตวัยเรียนจนจบมัธยมปลายที่สตรีวิทยา จากนั้นจึงสอบเข้าศึกษาต่อชั้นอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ ชีวิตของเธอเริ่มหันเหในช่วงที่เธอจบธรรมศาสตร์แล้วก็ได้ผันตัวเองเข้าในวงการบันเทิงอย่างเต็มตัวด้วยการเป็นเจ้าของรายการชนิดที่ตัวเองก็คาดไม่ถึงเช่นกัน

"เข้าสู่วงการนี้ตั้งแต่เรียนอยู่ธรรมศาสตร์ ทำกิจกรรมเลยได้รู้จักกับคุณเสกสรรภู่ประดิษฐ์ พี่เสกจึงชวนไปช่วยทำรายการอุทยานเพลงไทย ได้เดินเข้าเดินออกอยู่ในช่อง 5 เป็นปี ๆ ตามพี่เสกไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งได้รู้จักกับผู้อำนวยการสถานี ททบ. 5

ในสมัยนั้นคือ พล.ต.ประจวบ อำพันธ์ ท่านเรียกเข้าไปคุยว่า ทางสถานีอยากทำรายการเด็ก พี่ก็เข้าใจผิดคิดว่าทางสถานีจะจ้างเราเป็นโปรดิวเซอร์ เพราะเราเองไม่มีอะไรเลย และไม่มีพื้นฐานเรื่องธุรกิจโทรทัศน์ด้วย

ตอนนั้นมีคนมาพูดว่าในเมื่อผู้ใหญ่เปิดโอกาสให้แล้ว ถ้าเราไม่ทำจะเป็นการทำลายเครดิตตัวเอง คงไม่มีคราวหน้าอีกแล้ว จึงตกลงใจเป็นไงเป็นกัน"

รายการแรกที่เธอตั้งใจจะทำ คือรายการดรุณธรรม ด้วยแรงจูงใจตั้งแต่เด็ก ๆ ที่คุณแม่ชอบเล่าเรื่องวรรณคดีให้ฟังก่อนนอน ทำให้ได้ข้อคิดข้อเตือนใจที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ซึ่งจะตรงกับรูปแบบรายการของดรุณธรรม ในยุคแรก ๆ ที่เป็นการเล่านิทานชาดก มาในสมัย พ.อ.ประจักษ์ ฐูปเทียนรัตน์เป็นผอ.สถานี ดรุณธรรมจึงถูกอนุมัติให้ออกสถานีครั้งแรก เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2530 โดยที่เธอต้องฝ่าฟันอุปสรรคนานับประการกว่าจะยืนหยัดได้อย่างมั่นคงจนถึงทุกวันนี้

"เมื่อเซ็นสัญญากับทางสถานีแล้วก็ไม่รู้ว่าจะต้องทำอะไรต่อไปแล้ว หัวหน้าประจักษ์ (หัวหน้าฝ่ายรายการคนก่อน) ได้แนะนำให้ติดต่อกับกันตนา เขาช่วยเราตั้งแต่การผลิตรายการ สร้างทีมงานให้ทำโปรดิวเซอร์ที่นั้นแล้วตัวเองต้องวิ่งขายโฆษณาเอง บังเอิญมีบริษัทไทยเพรสซิเดนท์ฟู้ดเป็นสปอนเซอร์ 1 ปี ในงบ 1.3 ล้าน ตอนนั้นเราบอกเขาว่า ขอเวลาซักปีเถอะแล้วจะเอารางวัลมาให้เราเลย พยายามตั้งหลักเพื่อไปให้ถึงมงกุฎตัวนั้นให้ได้

แต่ตอนนั้นก็อยู่ในภาวะที่บีบคั้นมาก ต้องหาเงินมาจ่ายค่าเวลาสถานี จ่ายค่าพากษ์ จ่ายค่าโปรดิวเซอร์ให้กันตนา ต้องต่อสู้เยอะพอสมควรทั้งๆที่ตอนนั้นยังนับว่าเด็กมาก พึ่งจบจากมหาวิทยาลัยมาไม่เท่าไรก็ต้องดิ้นรนแล้ว

และแล้วมงกุฎที่**คุณเหมียว**รอคอยก็มาถึง **เมื่อรายการดรุณธรรมได้รับรางวัลโทรทัศน์ทองคำด้านรายการเด็กดีเด่นประจำปี 2531** นั้นเอง แต่เรื่องร้ายก็เริ่มเข้ามาย่ำยีอีก

เมื่อรายการเด็กทางช่อง 5 ถูกย้ายเวลามาอยู่ในช่วงเวลา 18.00 - 19.00 น. ซึ่งเป็นเวลาที่เอเจนซี่ไม่สนใจที่จะซื้อแถมสปอนเซอร์เก่าอย่างไทยเพรสซิดันท์ฟู้ดและโอสถสภาไม่ต่อสัญญาโฆษณา

" เราคิดว่าพอได้รับรางวัลมาแล้วจะช่วยได้บ้างแต่กลับขายราการไม่ได้เลย เพราะเวลาที่ได้ทางเอเจนซี่ เขาบอว่าเป็นเวลาเปิดใหม่ต้องรอดูปก่อน ปีนั้นติดเงินกันตนาเป็นล้านช็อคไปเลย หนี้สินเริ่มเยอะขึ้น หุ้นส่วนของเริ่มชี้หน้ากันแล้ว คนนั้นโกง คนนี้โกง เลยต้องเลิกราถอนหุ้นกันไปโดยเขาแบ่งรายการเราคือ **คนไทย และรายการบานไม่รู้โรยไป เราเหลือรายการ ดรุณธรรมไว้** โดยไม่มีโฆษณาแม้แต่ชิ้นเดียว

พอขึ้นปี 3 เราก็เริ่มต้นใหม่ โดยเข้าหาผู้ใหญ่ที่บริษัท ทรานโอเชี่ยน เทรดดิ้ง ก็เล่าปัญหาที่เกิดขึ้น ให้ท่านฟัง แล้วขอโอกาสเราสักครั้ง เขาก็ให้การสนับสนุนรายการเราอีกปีหนึ่ง หลังจากนั้นเราเริ่มสร้างบริษัทเอง เริ่มผ่อนกล้อง สร้างห้องตัดต่อ แล้วตัวเองไปเรียน Mini MBA ที่ธรรมศาสตร์ เรียนการจัดระบบกิจจากเพื่อน ทีมงานที่ตามมาครั้งสมัยแยกยริษัทกับหุ้นส่วนก็มาช่วยกันปรับปรุงรายการให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ

ปีนี้เราทำสปอตให้หน่วยราชการ อยู่หลายรายการ อาทิ รายการร่วมด้วยช่วยกัน ของ การไฟฟ้าฝ่ายผลิต รายการ กรมโยธาพบประชาชน รายการพวกนี้กำไรไม่มากแต่เลี้ยงตัวเองได้ เดี๋ยวนี้ บริษัท ปราถนาโปรดักชั่น จะไม่ทำอะไรที่ขาดทุนอีกต่อไปแล้ว ยกเว้นอยู่รายการเดียว คือ **ดรุณธรรม** (หัวเราะ)

สำหรับประสบการณ์การทำงานที่ผ่านร้อนผ่านหนาวมาหลายฤดูพบกับคตวามสำเร็จมาก็มาก ประสบอุปสรรคมาก็เยอะ สิ่งเหล่านี้ทำให้เธอพูดออกมาว่าใช้เป็นอุทาหรณ์สอนคนทำรายการโทรทัศน์รุ่นหลังๆได้เป็นอย่างดี

" พี่คิดว่าชีวิตพี่เป็นอุทาหรณ์ของคนทำรายการโทรทัศน์ที่ลำบาก มาจากสองมือเล็กๆ โดยไม่มีพื้นฐานเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์มาก่อนเลย แล้วบังเอิญก้าวกระโดมาเป็นผู้จัดรายการ ที่มาได้ถึงขั้นนี้เพราะอุดมการณ์ที่มุ่งจะทำรายการเด็ก บกกับความตั้งใจจริงกว่าที่จะมายืนหยัด ณ จุดนี้เราได้ผ่านเหตุการณ์ซับซ้อน ผ่านธุรกิจที่ทำรายเรา พี่คิดว่าภาครัฐบาลควรหันมาสนใจรายการเด็กบ้าง คนทำรายการเด็กไม่มีใครเป็นคนเลว หรือเป็นนักธุรกิจที่เห็นแก่ผลกำไร ถ้าพี่เป็นนักธุรกิจ รายการขาดทุนอย่าง ดรุณธรรม คงไม่ทำหรอก ใครมีอุดมคติอยู่ก็ต่อสู้กันไป แล้วตัวเองสู้ทน ทำรายการตรงนี้ได้ เพราะไม่มี

พันธะอะไร ยังไม่มีครอบครัวให้ต้องรับผิดชอบ พ่อแม่พี่น้องคอยให้กำลังใจอยู่เสมอ สำหรับที่ทำงาน เราอยู่กันอย่าง พี่ๆ น้องๆ ใครมีปัญหาอะไร จับเข่ามาปรึกษาได้เลย แล้วพี่จะสนับสนุนให้เขาแสดงความสามารถได้อย่างเต็มที่ ทุกวันนี้พวกเราทุกคนในปราถนาโปรดักชั่น มีความสุขกับงานที่ทำ และที่ปราถนาโปรดักชั่น เป็นตัวเป็นตนได้ ก็เพราะน้องๆ ทุกคนร่วมแรงร่วมใจกันสร้างจึ้นมาอย่างสุดความสามารถ สิ่งนี้ทำให้พี่ปลื้มมาก"

ครั้งหนึ่งเคยมีคนถามว่า เคยดูตัวเองหรือเปล่าว่า ทำรายการไม่น่าสนใจ ถึงขายโฆษณาไม่ได้ ถามกันถึงขนาดนี้ พี่ตอบว่า **พวกเราสำรวจตัวอยู่ตลอดเวลา ทุกวันนี้ผู้ตัดสินว่าเราไม่ได้รับความนิยม คือ เอเจนซี่** ที่ไม่ซื้อโฆษณาเท่านั้นเอง **ถ้ามีคนซื้อโฆษณารายการเด็กก็ประสบความสำเร็จ ตรงนี้พี่คิดว่าเป็นเพราะช่วงเวลารายการเด็ของช่อง 5 จะสู้ที่อื่นไม่ได้ ช่วงเวลาออกอากาศรายการเด็กของเขายะอยู่ช่วงไหนก็ได้ แต่ของเราจำกัด อยู่แค่ 6 โมงเย็น ถึง 1 ทุ่ม น่าจะมีการปรับปรุง** และตัวเราเองต้องพยายามเรียนรู้เชิงธุรกิจให้มากขึ้น จริงๆแล้วเส้นทางนี้ถ้าเราเดินให้ถูกจุด ก็จะประสบความสำเร็จได้เช่นกัน"

เพียงแค่ทุกฝ่ายมีส่วนช่วยเหลือกัน วงการบันเทิงบ้านเราจะมีรายการเด็กที่ดีๆ มาให้ได้ชมกัน เพราะอจ่างน้อยเยาวชนเหล่านั้น ก็คือ **ลูกหลานของท่าน** ซึ่งจะเป็นอนาคตสืบไปในวันข้างหน้า พยายามสู้ต่อไปนะคะ สำหรับผู้จัดรายการเด็ก **มุมดัส** ขอเป็นกำลังใจให้คุณสู้ตลอดไป