

ย้อนหลัง 10 ปี วิจัยสื่อสำหรับเด็ก

รองศาสตราจารย์ ดร. อุษา ยี่ภักดิ์
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)



โครงการวิจัย

- 1.สถาบันการศึกษา** ที่มีการสอนระดับปริญญาโทด้านนิเทศศาสตร์ เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นต้น
- 2.หน่วยงานที่ส่งเสริมด้านสื่อ เด็กและเยาวชน** ได้แก่ สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว/สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.) /โครงการกลไกสื่อมวลชนศึกษาเพื่อสุขภาพ มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา (Media Monitor)- รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กทางสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี (2549)/
- 3. หน่วยงานที่สนับสนุนทุนวิจัย** ได้แก่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)- การพัฒนารูปแบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านการสื่อสารด้วยเว็บบล็อกเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสื่อการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ (2553)
- 4. นักวิชาการอิสระ**



เด็กกับสื่อ สื่อกับเด็ก

ยุคสมัยเปลี่ยน ความนิยมของสื่อเปลี่ยน จากหนังสือพิมพ์ มาสู่ยุคอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ และยูทูปเน็ต รวมทั้งมัลติมีเดียในปัจจุบัน

จะเห็นว่าสื่อมวลชน โดยเฉพาะ**โทรทัศน์** เป็นสื่อที่นักวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสนใจอย่างมาก อาจเป็นเพราะความเชื่อในเรื่องอิทธิพลของสื่อที่มีต่อเด็ก

จากการศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของเด็กและเยาวชนและครอบครัว จากการสำรวจของมูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก (2546) และโครงการวิจัยระยะยาวในเด็ก โดย พญ. จันทร์เพ็ญ ชูประภาวรรณ และคณะ (2546) พบว่า

ลักษณะการใช้โทรทัศน์เหมือนเป็นสิ่งแวดล้อมในบ้าน เปิดดูด้วยความเคยชิน เด็กส่วนมากดูรายการของผู้ใหญ่ และลักษณะการดูคือดูแทบทั้งวัน โดยไม่ได้รับคำแนะนำจากพ่อแม่ผู้ปกครอง จึงเชื่อได้ว่า สื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์มีบทบาทต่อเด็กและเยาวชนและครอบครัวค่อนข้างสูง



เด็กกับสื่อ สื่อกับเด็ก

มีผลการสำรวจอิทธิพลของ**โฆษณา**ทางโทรทัศน์ที่มีต่อพฤติกรรมเด็กอายุ 3-12 ปี ของสำนักวิจัย เอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ตั้งแต่ 25 มิถุนายน - 4 กรกฎาคม 2546 สรุปว่า

เด็กมีความจดจำโฆษณาได้ดี และสามารถนำไปเลียนแบบได้ทันที ทั้งการพูดจา และแสดงท่าทางเลียนแบบ นอกจากนี้โฆษณายังสามารถกระตุ้นเร้าให้เด็กเกิดความต้องการสินค้าได้ด้วย



ประเด็นวิจัย สะท้อน มุมมองสังคม

ประเด็นวิจัย

บทบาทของสื่อ ได้แก่ บทบาทการสร้างเสริมคุณค่า บทบาทของบริษัทสื่อ

ประเด็นการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารเรื่องเพศศึกษา การสร้างภาพลักษณ์ การรณรงค์ การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

การรับรู้ การเรียนรู้ ได้แก่ การรับรู้ทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง สร้างความตระหนักรู้ การรับรู้อัตลักษณ์ทางเพศ การเรียนรู้ทางสังคม การปรับให้เข้ากับชีวิตจริง

พฤติกรรมผู้ชม ได้แก่ พฤติกรรมทางการเมือง พฤติกรรมการใช้สื่อมวลชน การเข้าถึงสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ผลกระทบของสื่อมวลชน ได้แก่ ผลจากการเปิดรับความรุนแรง การปรับให้เข้ากับชีวิตจริง



ประเด็นวิจัย สะท้อน มุมมองสังคม

นักวิจัย ให้ความสำคัญของด้านการสื่อสาร สื่อมวลชน โฆษณา การเดินทาง
โทรทัศน์ ซึ่งมีผลกระทบกับเด็กและเยาวชน

มองสื่อว่า ส่งผลกระทบต่อสังคมในหลายลักษณะ

ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ต่อเด็กและเยาวชน

รวมทั้ง เอื้อให้เกิด (facilitate) และหนุนเสริม (reinforce) ให้เกิดพฤติกรรม
ดังกล่าวได้ไม่มากนัก



มุมมองทฤษฎี

ทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic/Bullet theory)-: สื่อมวลชนมีอิทธิพลมากและมีอิทธิพลโดยตรงต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล

ทฤษฎีการเลือกรับ เลือกรับรู้ และเลือกจดจำ (Selective exposure, perception, retention)-: สื่อมวลชนมีอิทธิพลในเชิงสนับสนุนทัศนคติและค่านิยมความเชื่อที่มีอยู่แล้ว มากกว่าจะทำหน้าที่ในการเข้าไปทำการเปลี่ยนแปลง

ทฤษฎีกำหนดวาระทางสังคม/การเมืองของสื่อ (Agenda setting theory):- สื่อมวลชนมีบทบาทในการกำหนดวาระข่าวสาร

ทฤษฎีกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม (Socialization theory):- สื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดบริบทและประเด็นของการสื่อสารในสังคมซึ่งมีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรม

ทฤษฎีการปลูกฝังทัศนคติและค่านิยมความเชื่อของสื่อ (Cultivation theory):- สื่อมวลชนมีผลกระทบอย่างกว้าง ๆ มากกว่า จะมีผลกระทบโดยตรง ปลูกฝังทัศนคติความเชื่อเกี่ยวกับสังคม

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification) :- ผู้รับสารเลือกรับเนื้อหาสื่อที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง



มุมมองทฤษฎี

พฤติกรรมกรรมการเลียนแบบ - การเลียนแบบเป็นกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมอย่างหนึ่งของเด็ก โดยการสังเกต และกระทำตามอย่างบุคคลใกล้ชิดที่ชอบหรือพอใจ ไม่ว่าจะเป็น พ่อแม่ ครู เพื่อน ตลอดจนถึง โดยเด็กในช่วง ทารกถึง 2 ปี จะเลียนแบบในด้านพฤติกรรมและบทบาททางเพศ ส่วนช่วง 2- 6 ปี จะเลียนแบบทั้งทางด้าน สังคมและจริยธรรม

อิทธิพลในเรื่องความก้าวร้าวรุนแรง - ผลของความก้าวร้าวรุนแรงทางโทรทัศน์ทำให้เด็ก เลียนแบบและสร้าง พฤติกรรมก้าวร้าว ช่วยผ่อนคลายความก้าวร้าว ความรู้สึกชินชาต่อความก้าวร้าว และความกลัวความก้าวร้าว รุนแรง



ประเด็นวิจัย สะท้อน มุมมองสังคม

เมื่อคอมพิวเตอร์ได้ก้าวเข้ามาสัมผัสกับเด็กและเยาวชน ดังคำกล่าวของ ศ.ดร.ชัยอนันต์ สมุทวณิช ว่า

“ในโลกยุคดิจิทัล เด็กจะมีทางเลือกและมีเวลาเป็นของตนเองมากขึ้น โดยการใช้เวลาไปกับการท่องไปใน cyberspace และเรียนรู้ด้วยตนเอง เด็ก ๆ ที่ใช้คอมพิวเตอร์ท่องอยู่ใน Cyberspace และใช้ internet ได้นำวัฒนธรรมใหม่มาสู่ครอบครัวของเขา เด็ก ๆ เข้าใจคอมพิวเตอร์เพราะว่าเขาสามารถควบคุมมันได้...คอมพิวเตอร์จะทำให้เด็กสามารถทดแทนการถูกละเลยจากครอบครัวและความรู้สึกเบื่อหน่ายจากโรงเรียนได้...”

ผลการวิจัยนี้เป็นของ ดร.ไซมอน คุณท์ นักวิทยาศาสตร์จากมหาวิทยาลัยแพทยกรุงเบอร์ลินของเยอรมนียังพบด้วยว่า เด็กที่เล่นเกมบ่อย ๆ สมองส่วนที่เกี่ยวข้องกับความพอใจจะมีขนาดใหญ่ขึ้น เขาได้ตีพิมพ์ในวารสาร Translational Psychiatry ได้จากการศึกษานักเรียนอายุ 14 ปี จำนวน 154 คน แบ่งเด็กออกเป็นสองกลุ่ม คือกลุ่มที่ไม่ค่อยสนใจเล่นเกม โดยจะเล่นเพียง 4 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ กับกลุ่มที่เล่นบ่อย ๆ สัปดาห์ละ 21 ชั่วโมง แต่ไม่มีใครที่อยู่ในระดับติดเกม



จุดเปลี่ยนของสังคม มีผลต่อการวิจัย

จากโครงการติดตามสภาวะการณ่เด็กและเยาวชน (Child Watch) สรุปลพื้นที่สื่อในชีวิตเด็กไทย

พบว่าเด็กและเยาวชนได้รับสื่อและเทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นปัจจัยที่ 5 ของชีวิต โดยเฉพาะ โทรศัพท์มือถือหรือ คอมพิวเตอร์

จากการสำรวจ ปี พ.ศ. 2552 พบว่าเด็กมัธยมศึกษา ถึงอุดมศึกษามีคอมพิวเตอร์ส่วนตัวประมาณร้อยละ 44 มี

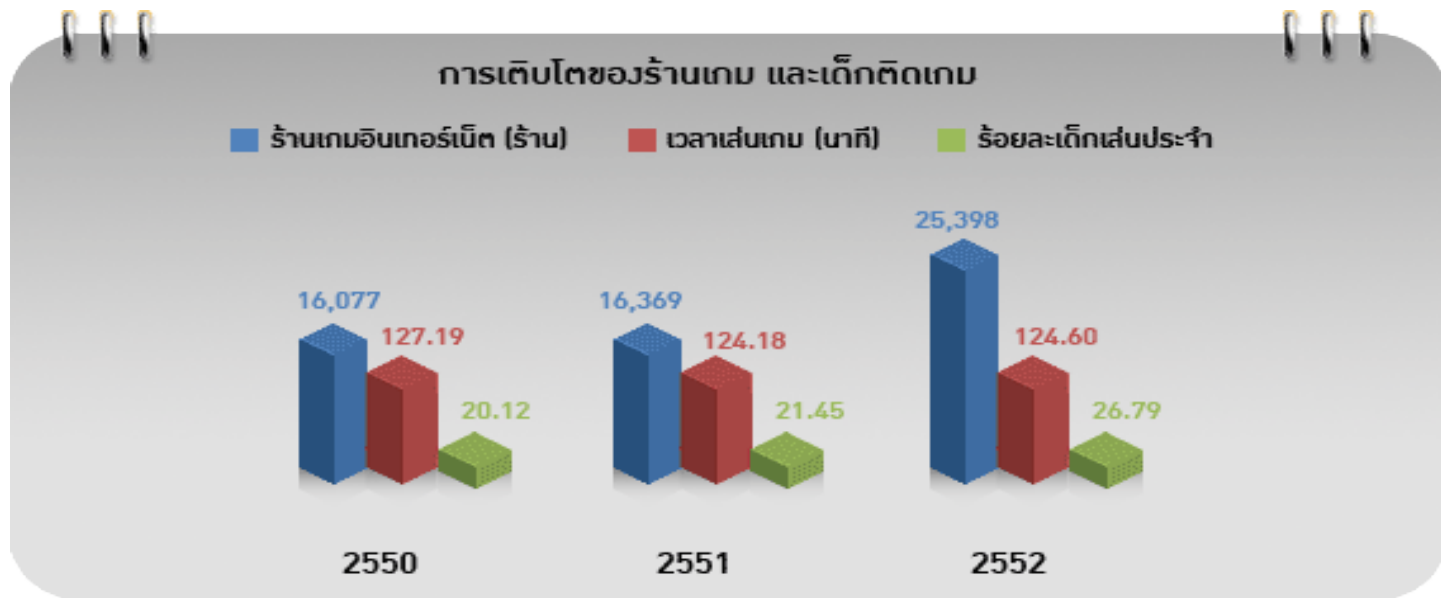
โทรศัพท์มือถือใช้ถึงร้อยละ 82 เด็กใช้เวลากับสื่อ (โทรทัศน์) และเทคโนโลยี รวมถึง 6-7 ชั่วโมงต่อวัน และมีการส่ง SMS และการโหลดเพลง ภาพ เกม ข้อความและข้อมูลต่างๆเพิ่มขึ้น

กว่า 6 ชั่วโมงที่เด็กไทยใช้ไปกับสื่อ และเทคโนโลยี



จุดเปลี่ยนของสังคม มีผลต่อการวิจัย

ผลกระทบของสื่อและเทคโนโลยีต่อเด็กคือ การติดเกม มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ เด็กเล่นเกมคอมพิวเตอร์หรือเกมออนไลน์เป็นประจำ เพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 20.12 ในปี พ.ศ.2550 เป็นร้อยละ 26.79 ปี พ.ศ.2552 โดยใช้เวลาเฉลี่ยต่อวันอย่างน้อย 2 ชั่วโมง โดยปรากฏการณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของจำนวนร้านเกมจาก 16,077 แห่งในปี พ.ศ.2550 เป็น 25,398 แห่ง ใน ปี พ.ศ.2552



ประเด็นวิจัยที่ควรจับตามอง

1. ศึกษาการสื่อสารระหว่างเด็ก กับ เด็ก ผ่าน Social Network
2. บทบาทของเด็กและเยาวชนในฐานะผู้สร้างสาร
3. ใช้ทฤษฎีใหม่ๆ โดยเน้นที่ทฤษฎีแนวคิดที่เกี่ยวกับผลกระทบสื่อใหม่ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และ บทบาทของสื่อใหม่ (โทรศัพท์มือถือ)และการใช้ social media ที่มีผลต่อพฤติกรรมของเด็กและ เยาวชน
 - การสื่อสารระหว่างบุคคลที่สัมพันธ์กับสื่อใหม่
 - การสื่อสารทางวัฒนธรรมของเด็กในโลกไซเบอร์
4. ศึกษาผลของการสื่อสารในด้านพฤติกรรม มากกว่าศึกษาการรับรู้ และทัศนคติของเด็กและเยาวชน
5. เน้นศึกษา ธุรกิจโฆษณาที่ใช้ช่องทางสื่อใหม่ในการขายสินค้าให้กับเด็กและเยาวชน



ประเด็นวิจัยที่ควรจับตามอง

6. ศึกษา การสื่อสารการเมืองของเยาวชนทาง Social Media
7. ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อใหม่ ของเด็กและเยาวชน
8. ขยายการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาที่เน้นเด็ก เยาวชน วัยรุ่น นักเรียนนักศึกษา มาเป็น การศึกษาเด็กชาติพันธุ์ เด็กและเยาวชนพิการ เด็กออทิสติก และ เด็กด้อยโอกาส
9. การมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชนในรายการโทรทัศน์ ทั้ง การผลิตสื่อ เนื้อหาสื่อและ การเป็นผู้รับสาร
- 10.รายการละคร การ์ตูน ภาพยนตร์ ซึ่งมีเนื้อหาความรุนแรงกับผลในด้านการเลียนแบบ



ประเด็นวิจัยที่ควรจับตามอง

- 11.รายการเกมและวาทิต์กับสภาวะและสิทธิมนุษยชนของเด็ก
- 12.บทบาทโฆษณาและโฆษณาแฝงกับเทคนิคจูงใจไปสู่พฤติกรรมกรรมการบริโภคของเด็กและเยาวชน
- 13.รายการโทรทัศน์ ที่มีผลต่อการเรียนรู้ทักษะชีวิตของเด็กและเยาวชน
- 14.สื่อรณรงค์ที่มีผลต่อการเรียนรู้ทางสังคมของเด็กและเยาวชน
- 15.ศึกษาสื่อหลากหลายประเภท ได้แก่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร โทรทัศน์ วิทยุ สื่อบุคคล (พิธีกร ดารา นักร้อง พิธีกร) และ ละครโทรทัศน์



ประเด็นวิจัยที่ควรจับตามอง

“ผลของสื่อและการสื่อสารที่ต่อ ความรุนแรง การข่มขู่ทางเพศ ผลกระทบ
ความสัมพันธ์ในครอบครัว พฤติกรรมเลียนแบบ ผลต่อโภชนาการ อารมณ์
พัฒนาการทางปัญญา ผลกระทบทางวัฒนธรรม ทัศนคติและค่านิยม”