

ตอนที่ 1 เด็กกับการสื่อสาร

1. หลากหลายกระบวนการทัศนในการศึกษาเรื่อง
“เด็กกับการสื่อสาร”
: กาญจนา แก้วเทพ

2. สถานภาพแห่งองค์ความรู้เรื่องบทบาทสื่อมวลชน
กับการพัฒนาเด็กและเยาวชน พ.ศ. 2504 - 2539
: กาญจนา แก้วเทพ

3. การทบทวนงานวิจัยเรื่องเด็กกับการสื่อสาร
พ.ศ. 2540-2552
: นันทกา สุธรรมประเสริฐ



หลากหลายกระบวนทัศน์ในการศึกษาเรื่อง “เด็กกับการสื่อสาร”

กาญจนา แก้วเทพ

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| 1. เกริ่นนำ : 4 มุมมองเรื่องของ “เด็กกับการสื่อสาร” | 10 |
| 2. กระบวนทัศน์ที่เกี่ยวกับเด็ก | 23 |
| (ก) ยุคก่อนจะมีวิชาสังคมศาสตร์ | |
| (ข) ยุคมีสาขาวิชาสังคมศาสตร์ | |
| 3. พัฒนาการของงานวิจัย “เด็กกับการสื่อสาร” ของไทย | 32 |
| 3.1 ภาพรวมของการวิจัย | |
| 3.2 งานศึกษาภาพรวมงานวิจัยเด็กกับการสื่อสารชิ้นแรก (พ.ศ.2538) | |
| 3.3 งานศึกษาภาพรวมงานวิจัยเด็กกับการสื่อสารชิ้นที่สอง (พ.ศ.2540) | |
| 4. ภาพรวมของกระบวนทัศน์/ทฤษฎีเรื่องเด็กกับการสื่อสาร | 43 |
| 4.1 ทฤษฎีผลกระทบของสื่อต่อเด็ก | |
| 4.2 ทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อ | |
| 4.3 กลุ่มทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม | |
| 4.4 ทฤษฎีบทบาทหน้าที่เชิงสังคมของสื่อต่อเด็ก | |
| 4.5 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ | |
| 4.6 ทฤษฎีการกำหนดทางสังคมต่อสื่อ | |
| 4.7 ทฤษฎีวิวัฒนาการการศึกษา | |

โครงการเมธีวิจัยอาวุโส “กระบวนทัศน์ใหม่ของสื่อสารไทยศึกษา” (New Paradigm of Thai Communication Study) รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ ผู้รับผิดชอบโครงการ สนับสนุนโดย ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว) (พ.ศ.2552-2555)

หลากหลายกระบวนทัศน์ในการศึกษาเรื่อง “เด็กกับการสื่อสาร”

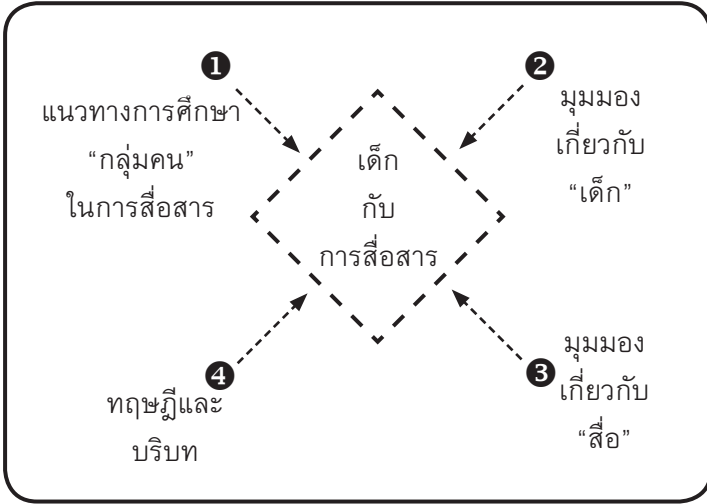
กาญจนา แก้วเทพ

1. เกริ่นนำ: 4 มุมมองเรื่องของเด็กกับการสื่อสาร

สำหรับประสบการณ์ตรงของผู้เขียนที่ได้สัมผัสกับประเด็นเรื่อง “เด็กกับการสื่อสาร” นั้นมีอยู่เพียง 2 ครั้งใหญ่ๆ ครั้งแรกเกิดขึ้นในราวช่วง ทศวรรษปี 2530 เมื่อผู้เขียนได้รับมอบหมายให้ไปบรรยายภาพรวมของ เรื่อง “เด็กกับการสื่อสาร” (เน้นสื่อโทรทัศน์) ซึ่งดูเหมือนจะเป็นหัวข้อที่กำลัง อยู่ในกระแสความสนใจในขณะนั้น เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ยุวกาญจนาเด็ก ในโทรทัศน์กำลังบูมอย่างมาก และครั้งที่สอง เมื่อผู้เขียนได้เข้าร่วม โครงการวิจัยชุดความรู้เกี่ยวกับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ของสำนักงาน กงทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว) ในปีพ.ศ.2540 โดยหัวข้อที่ผู้เขียน รับผิดชอบก็คือเรื่อง “บทบาทสื่อมวลชนกับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และ ครอบครัว” และในครั้งที่ 3 ก็คือการเขียนบทความชิ้นนี้ ผู้เขียนจึงจะใช้ จุดเริ่มต้นของเนื้อหาจากประสบการณ์ที่ผ่านมามีทั้ง 2 ครั้งมานำเสนอใหม่ อีกครั้ง แต่ทว่าจะต่อยอดทั้งแง่มุมที่กว้างขวางขึ้น โดยเฉพาะแง่มุมที่ยัง ขาดหายไปคือ “แง่มุมเชิงทฤษฎี” (theoretical standpoint) ดังจะได้ กล่าวถึงต่อไป

ความตั้งใจของผู้เขียนที่มีต่องานเขียนชิ้นนี้ก็คือ ผู้เขียนมุ่งหวัง จะให้ข้อเขียนชิ้นนี้ทำหน้าที่เป็นบันไดทอดข้ามให้ผู้ทีสนใจจะศึกษาค้นคว้า วิจัยในเรื่อง “เด็กกับการสื่อสาร” (เน้นสื่อมวลชน) ได้ใช้ก้าวอย่างความ เข้าใจในเรื่องนี้ได้อย่างรวดเร็วพอสมควร

และสำหรับในบทเกริ่นนำนี้ ผู้เขียนขอเสนอว่า ในการศึกษาเรื่อง “เด็กกับการสื่อสาร” นั้นจะมีมิติที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้อยู่ 4 มิติด้วยกัน



ภาพที่ 1: 4 มิติที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “เด็กกับการสื่อสาร”

(1.1) แนวทางการศึกษา “กลุ่มคน” ในการสื่อสาร ในการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์หรืออิทธิพลซึ่งกันและกันระหว่างการสื่อสาร (เน้นสื่อมวลชน) กับสังคมนั้น ในด้านของสังคมนั้น เราจะมีประตูเข้าสู่ปัญหา/ประเด็น (approach) อยู่ 3 ช่องทางด้วยกัน ช่องทางแรกคือการพิจารณา**สถาบันทางสังคม** (social institution) ตัวอย่างที่ชัดเจนก็เช่นเรื่อง การสื่อสารทางการเมือง (political communication) ช่องทางที่สองคือ การพิจารณา**ประเด็น** (topic/issue) เช่น เรื่องพื้นที่สาธารณะ (public sphere) ความเสี่ยง (risk) และช่องทางสุดท้ายคือ การพิจารณา**กลุ่มคน** เช่น เด็ก สตรี ผู้สูงอายุ คนพิการ ชนกลุ่มน้อย ฯลฯ

ในระยะเริ่มแรกของแวดวงสื่อสารศึกษาโดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา ประเด็นค้นคว้าวิจัยที่เริ่มจากความเชื่อในพลังอำนาจของสื่อมวลชน (Powerful media) มักจะใช้**ประเด็นและสถาบันทางสังคม**เป็นช่องทางเข้าสู่ประตูแห่งการศึกษา เช่น การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวทางการเมือง การสร้างสาธารณสมบัติ ความรุนแรง การใช้สื่อนวัตกรรมทาง

การเกษตร ฯลฯ แต่ราวช่วงทศวรรษ 1960 ก็เริ่มมีความสนใจที่จะศึกษาค้นคว้าโดยใช้ “กลุ่มคน” เป็นเกณฑ์ และคนกลุ่มแรกๆ ก็คือ กลุ่มเด็ก และตามมาด้วยกลุ่มสตรี

อันที่จริง ในการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารของสื่อมวลชนทุกชนิด ก็ย่อมมีกลุ่มคนเข้าไปเกี่ยวข้องอยู่แล้ว และสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ เราก็มักจะพบการสุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างหลายๆ เพศ หลากวัย จากหลายพื้นที่ที่อยู่แล้ว รวมทั้งในการวิเคราะห์นั้นก็อาจจะมีการเปรียบเทียบระหว่างคนต่างเพศคนต่างวัย อย่างไรก็ตาม สถานะของการค้นคว้าวิจัยเช่นนี้ เราอาจจะกล่าวได้ว่า เป็นการวิจัยที่เห็น “กลุ่มเด็ก” แต่ทว่าอาจจะยังไม่เห็น “ความเป็นเด็ก” ของกลุ่มตัวอย่าง หรืออาจจะเห็น “กลุ่มผู้หญิง” แต่ยังไม่เห็น “ความเป็นผู้หญิง” ของกลุ่มตัวอย่าง (ผู้เขียนคาดหวังว่า ในบทความชิ้นนี้จะช่วยให้ความเข้าใจความแตกต่างระหว่าง 2 แนวคิดที่ได้กล่าวมานี้ในลำดับต่อไป)

และหากเราตั้งคำถามว่า การเข้าสู่ประเด็นการค้นคว้าวิจัยโดยเข้าทางช่องประตู “กลุ่มคน” นั้น มีความสำคัญอย่างไร เราก็คงต้องย้อนกลับมาทบทวนสภาพความเป็นจริงว่า แม้ว่าในระยะเริ่มแรก แนวคิดเรื่อง “ผู้รับสาร” (Receiver) ในองค์ประกอบของการสื่อสารนั้นจะหมายถึง “มวลชน” (Mass) หากทว่าในทางปฏิบัติแล้ว ผู้รับสารที่เป็นมวลชนนั้น มิได้มีลักษณะเหมือนกันทั้งหมด (homogeneous group) หากทว่ามวลชนนั้นกลับประกอบขึ้นด้วยกลุ่มคนหลายๆกลุ่มที่มีความแตกต่างกันไม่ว่าจะมาจากเกณฑ์ด้านอายุ เพศ ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม ภูมิลำเนา ฯลฯ

ตัวอย่างเช่น สำหรับกลุ่มผู้รับสารที่เป็นเด็กๆ แม้ว่ากลุ่มผู้รับสารกลุ่มนี้อาจจะมีลักษณะร่วมกับคนกลุ่มอื่นๆ เช่น เปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความรื่นเริงบันเทิงใจ แต่ในเวลาเดียวกัน กลุ่มผู้รับสารที่เป็นเด็กก็มีลักษณะพิเศษเฉพาะตัวที่แตกต่างไปจากคนกลุ่มวัยอื่น เช่น มีประสบการณ์ในชีวิตมาน้อยกว่า ซึ่งมีผลให้เนื้อหาและรูปแบบรายการที่จัดทำขึ้น

เพื่อเด็ก จะต้องไม่มีขอบเขตกว้างขวางจนเกินไป หรือต้องไม่เป็นนามธรรม หรือสลับซับซ้อนมากจนเกินไป ส่วนในเรื่องแบบแผนการรับรู้และตีความ เนื้อหาสาระนั้น ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ที่ดูรายการเดียวกันก็อาจจะมีการรับรู้ ความเข้าใจ และการตีความที่แตกต่างกันไป (เราคงเคยได้ยินเรื่องเล่าที่ หนูน้อยถามคุณแม่ว่า “แม่คะ หนูมาจากไหน” คำตอบของคุณแม่ก็คือ คำอธิบายที่ซับซ้อนที่เริ่มตั้งแต่พ่อกับแม่พบกัน รักกัน มีความสัมพันธ์ ทางเพศ จนถึงปฏิสนธิ... แต่ทว่าหนูน้อยก็สงสัยว่าทำไมที่มาของเธอจึง สลับซับซ้อนนัก ในขณะที่เพื่อนของเธอ “มาจากบุรีรัมย์” เท่านั้นเอง)

ดังนั้น ความสำคัญของการศึกษา “กลุ่มคน” เช่น กลุ่มเด็ก ในเรื่องของการสื่อสาร/สื่อมวลชนจึงอยู่ที่การค้นหา “ลักษณะเฉพาะ” ของ คนกลุ่มต่างๆ และทำความเข้าใจว่าลักษณะเฉพาะดังกล่าวนั้นได้เข้ามามี **ความสัมพันธ์กับเรื่องการสื่อสาร/สื่อมวลชน** ในลักษณะที่เฉพาะตัว อย่างไร เป้าหมายของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเด็กกับการสื่อสาร/สื่อ มวลชนจึงน่าจะปักธงตรงลักษณะเฉพาะนี้เอาไว้เป็นจุดหมาย รวมทั้ง การมองเห็น “ความเป็นเด็ก” ของกลุ่มตัวอย่างก็คือความสามารถที่จะ มองเห็น “ลักษณะเฉพาะ” ดังกล่าว รวมทั้งเข้าใจความสัมพันธ์ที่ลักษณะ เฉพาะนั้นได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับการสื่อสารอีกด้วย

สำหรับคุณลักษณะเฉพาะของ “เด็ก” ที่ได้ยกตัวอย่างไปแล้วว่า เด็กเป็นกลุ่มผู้รับสารที่ยังมีประสบการณ์ชีวิตมาน้อย ไม่รู้เท่าทันโลก/ เท่าทันสื่อ มีจุดอ่อนในการรับสาร โน้มน้าวได้ง่าย ป้องกันตัวเองไม่ได้/ จึงต้องมีผู้มาคอยช่วยพิทักษ์ ฯลฯ แม้ว่าทัศนคติที่มีต่อเด็กดังกล่าวจะเป็น ทัศนคติที่ค่อนข้างแพร่หลายและพบเห็นได้บ่อยครั้งในงานศึกษาเรื่องเด็ก กับสื่อมวลชน แต่ทว่าทัศนคติดังกล่าวนั้นก็เพียง “ทัศนคติหนึ่ง/เป็น วิถีคิดต่อเด็กแบบหนึ่ง” เท่านั้น โดยที่ยังคงมีวิถีคิดต่อเด็ก/มีทัศนคติต่อ เด็กในแบบอื่นๆ ดังที่จะได้แสดงในรายละเอียดในลำดับต่อไป

(1.2) มุมมองเกี่ยวกับเด็ก การพิจารณามุมมองของเด็กในที่นี้ จะจำกัดขอบเขตอยู่แต่เฉพาะสื่อมวลชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเด็กๆ เท่านั้น

และเนื่องจากการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ของไทยได้รับอิทธิพลส่วนใหญ่มาจากสหรัฐอเมริกา รวมทั้งแนวทางเกี่ยวกับเรื่องเด็กกับสื่อมวลชนด้วย ดังนั้น ผู้เขียนจึงจะนำเอามุมมองของต้นฉบับจากสหรัฐมาใช้เป็นแนวพิจารณา

E.E. Dennis & E.C. Pease (1996) ได้ประมวลทัศนะเกี่ยวกับเด็กและสื่อมวลชนเอาไว้ดังนี้

- ตามปกติแล้ว สื่อมวลชนในประเทศเสรีนิยมเช่น สหรัฐอเมริกา จะมีเจ้าของกิจการสื่อมวลชนเป็นธุรกิจเอกชน ดังนั้นรัฐจึงมักจะไม่ค่อยเข้าไปยุ่งเกี่ยวหรือก้าวล่วงเกี่ยวกับการทำงานของสื่อมวลชนเท่าใดนัก แต่สำหรับในเรื่องที่เกี่ยวกับ “เด็ก” แล้ว รัฐของอเมริกาจะถือเป็นข้อยกเว้น กล่าวคือ เมื่อใดก็ตามที่มีประเด็นเกี่ยวข้องกับเด็กๆ เช่น เรื่องความรุนแรงในภาพยนตร์และโทรทัศน์ เรื่องภาพโป๊ในอินเทอร์เน็ต ฯลฯ ภาครัฐของสหรัฐจะยื่นมือเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยโดยทันที

- เหตุผลที่อยู่เบื้องหลังการเข้ามาแทรกแซงเชิงนโยบาย การกำหนดแนวทาง การวางกฎกติกาเพื่อกำกับดูแลการทำงานของสื่อมวลชนที่รัฐเข้ามาใช้อำนาจนั้น ก็คือ เหตุผลที่เกี่ยวกับ “การใช้สิทธิของรัฐในการเป็นผู้ปกป้องคุ้มครองเด็ก” (protection of children) ซึ่งเป็นเหตุผลที่สาธารณชนทั่วไปรับฟังและยอมรับได้ จึงไม่ค่อยมีการต่อต้านการใช้อำนาจดังกล่าวของรัฐ ในกรณีของสังคมไทย ก็ดำเนินไปในลักษณะเดียวกัน เช่นเมื่อมีการออกกฎหมายให้สถานีโทรทัศน์ต้องมีการเพิ่มปริมาณสัดส่วนของรายการเด็กให้มากขึ้น และกำหนดช่วงเวลาให้ทางสถานีต้องบรรจุรายการเด็กเข้าไปในผังรายการ เมื่อมีข้อเรียกร้องดังกล่าวจากรัฐในทุกส่วนเสียหายที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามหรือเกี่ยวข้องกับเด็กๆ เช่น สถานีโทรทัศน์ กลุ่มผู้ผลิตรายการ กลุ่ม/องค์กรที่ทำงานด้านเด็ก กลุ่มครู กลุ่มผู้ปกครอง ฯลฯ ก็มักจะเห็นด้วยกับการใช้อำนาจของรัฐดังกล่าว และมักจะปฏิบัติตามโดยไม่ค่อยคัดค้านหรือโต้แย้ง (โปรดดู ธิติพร ศิริภัทร, 2548)

- และเหตุผลต่อเนื่องของการที่รัฐต้องเข้าไปทำหน้าที่ “เป็นผู้คุ้มครองเด็ก” (แทนสถาบันอื่นๆ เช่น พ่อแม่ ครอบครัว โรงเรียน ฯลฯ) ก็คือ เหตุผลที่เกี่ยวกับธรรมชาติและคุณลักษณะของเด็กเองที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับ “ฐานะการเป็นผู้รับสาร” ของเด็กๆ กล่าวคือ เนื่องจากเด็กๆ ยังมีประสบการณ์ชีวิตน้อย จึงไม่อาจต้านทานการโน้มน้าวของสื่อมวลชนได้ หรือเด็กๆ เปิดรับสารอย่างไม่มีเครื่องกั้นกรอง (filter) เด็กๆ จึงรับทุกสิ่งทุกอย่างจากสื่อโดยปราศจากการเลือกสรร อำนาจการจำแนกแยกแยะของเด็กๆ ก็มีน้อย เด็กๆ จึงไม่อาจแยกแยะระหว่าง “เรื่องจริง” (factual) กับ “เรื่องแต่ง” (fiction) ออกจากกันได้ ฉะนั้น เมื่อดูหนังเรื่องซูเปอร์แมนที่เหาะได้ เด็กๆ จึงเลียนแบบทำตาม เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม Dennis & Pease ก็ตั้งข้อสังเกตว่า ทักษะทั้งหมดที่มีต่อเด็กและสื่อ นั้นเป็นทักษะที่ “ผู้ใหญ่/รัฐคิดเอาเองทั้งนั้น” หรือเป็น “มุมมองของรัฐ/ผู้ใหญ่” เพียงด้านเดียวและมักไม่ค่อยมีการนำเสนอ “มุมมองของเด็กๆ” ที่มีต่อตัวเองและต่อสื่อ รวมทั้งยังขาดความเข้าใจเรื่องบทบาทของเด็ก (role of children) ที่มีต่อสื่อมวลชน และเมื่อใดที่มีการนำเสนอ มุมมองของเด็กๆ ต่อสื่อ ก็มักจะพบว่า มีความแตกต่างจากผู้ใหญ่/รัฐแบบขาวกับดำ ตัวอย่างเช่น ทักษะเกี่ยวกับความรุนแรงในเกมโปเกมอน หรือประเด็นเพศ/ลามกในการ์ตูนญี่ปุ่น เป็นต้น

- เกี่ยวกับทักษะเกี่ยวกับเด็กๆ (ซึ่งจะได้กล่าวรายละเอียดในตอนต่อไปนั้น) Dennis & Pease ก็ได้ตอกย้ำว่า ทักษะของรัฐที่ได้กล่าวมานั้น เป็นเพียง “ทักษะหนึ่ง” เท่านั้น รวมทั้ง “เด็กๆ” นั้นก็เป็นคนกลุ่มใหญ่ ที่มีได้มีลักษณะเป็นแบบเดียวกันทั้งหมดดังที่กล่าวมาแล้ว เด็กบางคนอาจจะมีลักษณะดังที่รัฐคาดคิดเอาไว้ แต่ทว่าเด็กบางคนอาจจะแตกต่างออกไป กล่าวคือกลุ่มเด็กนั้นมิได้เป็น “Spot” (เหมือนกันหมด) หากแต่เป็น “range/spectrum” เราจึงไม่สามารถมองเด็กแบบ “ภาพแบบฉบับตายตัว” (stereotype) ได้ และนี่คือความสำคัญประการหนึ่งของแนวทางการศึกษา “กลุ่มคนกับการสื่อสาร”

- แต่ทั้งๆที่ความจริงแล้ว เด็กๆมีความหลากหลายและแตกต่างกัน หากทว่า ทักษะที่เป็นแนวคิดหลักในการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่าง “เด็กกับสื่อมวลชน” นั้น มักจะมองเด็กในฐานะ “วัตถุของการศึกษา” (object) มากกว่าจะเป็น “ผู้กระทำการ” (subject of study) กล่าวคือ เด็กๆจะถูกรับรู้ว่าเป็นเพียง “ผู้รับสารทั้งทางตรงและทางอ้อม” มิใช่เป็น “ผู้ส่งสาร(ในสื่อมวลชน)” หรือเป็นเพียง “เนื้อหาในสื่อ” เป็นเพียง “ผู้ที่ถูกศึกษา/วิจัย/ถูกควบคุมกำกับดูแล” โดยที่เรามักไม่ค่อยคิดว่า เด็กๆจะเป็นผู้ผลิตเนื้อหาสาร เด็กๆจะเป็นผู้กำหนดหรือเป็นผู้เลือกการเปิดรับสื่อเอง (เช่น เด็กๆเป็นผู้เปิดโทรทัศน์ เปิดเครื่องคอมพิวเตอร์ เปิดเครื่องเล่นเกมเอง) รวมทั้งเด็กๆยังเป็น “ผู้ถอดรหัส/ตีความหมาย” (decoder) จากสื่อมวลชนด้วยตัวเอง

- นอกจากนั้น Dennis & Pease ตั้งข้อสังเกตว่า ในงานวิจัยด้านเด็กกับสื่อมวลชนนั้นมักจะรวม “กลุ่มเด็ก” และ “เยาวชน” เข้าไว้ด้วยกัน ทั้งๆที่ความจริงแล้ว แม้ว่าเด็กและเยาวชนจะมีคุณลักษณะบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับสื่อร่วมกัน (เช่น มีเป้าหมายการใช้สื่อเพื่อความบันเทิง) แต่ทว่า “เด็ก” กับ “เยาวชน” ก็ยังมีความแตกต่างกันอย่างมาก (สำหรับในข้อเขียนชิ้นนี้จะเน้น “เด็ก” เป็นหลัก โดยจะกล่าวถึง “เยาวชน” เฉพาะในบางกรณี/บางสื่อที่เด็กๆมีส่วนเกี่ยวข้องกับด้วยเล็กน้อย เช่น สื่อภาพยนตร์)

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้แบ่งแยก “เด็ก” และ “เยาวชน” ออกจากกันนั้น ในที่นี้จะใช้เกณฑ์เรื่อง “อายุ” โดยถือตามหลักเกณฑ์ของสหประชาชาติที่ว่า เด็กนั้นจะอยู่ในช่วงอายุ 0-17 ปี ส่วน “เยาวชน” นั้นจะอยู่ในช่วงอายุ 15-24 ปี และแม้แต่ในกลุ่มเด็กที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน เช่น เด็กเล็ก (อายุ 3 ขวบ) ก็ยังแตกต่างจากเด็กช่วงก่อนวัยรุ่น (preteen) (อายุ 12-17 ปี) ทั้งนี้ยังไม่นับตัวแปรภูมิหลังของเด็กๆ เช่น เพศ ฐานะทางชนชั้น ภูมิลำเนา ลักษณะของครอบครัว ระดับการศึกษา ฯลฯ ความแตกต่างของเด็กๆเหล่านี้จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องของการใช้สื่อมวลชนอย่างมาก

(1.3) มุมมองเกี่ยวกับ “สื่อ” (ในส่วนของที่เกี่ยวข้องกับเด็ก) Dennis & Pease (1996) ตั้งข้อสังเกต 2-3 ประการที่ว่าด้วยมุมมองเกี่ยวกับ “สื่อ” และ “เด็ก” ดังนี้

- ประการแรก Dennis & Pease กระตุกเตือนว่า เราต้องไม่ลืมว่า สื่อมวลชนนั้นเป็นสื่อที่ผลิตโดยผู้ใหญ่ เพื่อผู้ใหญ่ และเกี่ยวข้องกับผู้ใหญ่ พุดง่ายก็คือ เป็น “สื่อของผู้ใหญ่” และไม่ยกเว้นแม้แต่ “รายการเด็ก” ดังนั้น เมื่อสื่อมวลชนเป็นสื่อของผู้ใหญ่ บ่อยครั้งที่เรามักจะลืม “เด็กๆ” ไปในเรื่องของสื่อมวลชน เช่น แม้ว่าเราอาจจะไม่ลืมว่า รายการการ์ตูนทางโทรทัศน์นั้นคงจะมีเด็กๆดูอยู่ แต่ทว่าแม้แต่รายการข่าวการเมือง เด็กๆก็ดูอยู่เช่นเดียวกัน

ความจริงแล้ว เด็กๆเป็นผู้เสพสื่อด้วยงเนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า “วัยเด็กเป็นวัยที่ปลอดจากภาระชีวิตการงานที่รัดตัว” ดังนั้น ช่วงเวลาว่างของเด็กจึงมีอยู่มาก และหากไม่มีกิจกรรมอื่นๆให้เด็กๆได้เติมเต็มในช่วงเวลาว่างนี้ การเปิดรับ/การใช้สื่อก็จะเป็นกิจกรรมที่เด็กๆกระทำมากที่สุด (คำกล่าวนี้มีหลักฐานยืนยันจากการสำรวจกิจกรรมที่เด็ก/เยาวชนทำในช่วงเวลาว่าง ซึ่งล้วนเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อทั้งสิ้น เช่น ดูโทรทัศน์ เล่นเกม ฯลฯ

และผลสืบเนื่องจากการที่เด็กเป็นผู้เสพ “สื่อของผู้ใหญ่” เป็นจำนวนไม่น้อย ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยน “เนื้อหาของสื่อมวลชน” อยู่พอสมควร ในกรณีของสังคมไทย แม้ว่าละครโทรทัศน์ช่วงหลังข่าวนั้นจะเป็นละครประเภทตบๆจุกๆ หรือละครบู๊แอ็คชั่นที่มุ่งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใหญ่เป็นหลัก แต่ทว่าเนื่องจากรายการละครโทรทัศน์มักจะเป็นประเภทรายการที่เด็กไทยรายงานว่าเป็นรายการ 3 อันดับแรกที่เด็กนิยมดูมากที่สุด ดังนั้น เราจึงมักจะพบว่า ในเนื้อหาละครเหล่านี้มักจะต้อง “เพิ่มบทบาทของเด็กๆ” ให้มากขึ้น เริ่มตั้งแต่มีตัวละครที่เป็นเด็กเล่นในช่วงที่พระเอก-นางเอกยังเยาว์วัยอยู่ หรือตัวละครเด็กมักจะเล่นเป็น “แม่สื่อแม่ชัก” ให้พระเอกกับนางเอกรักกัน เป็นต้น ในงานโฆษณาทาง

โทรทัศน์ก็เช่นเดียวกัน เราจะเห็นเด็กๆเป็นพรีเซ็นเตอร์ควบคู่กับผู้ใหญ่ อยู่ตลอดเวลาทั้งๆที่ผลิตภัณฑ์ที่โฆษณานั้นเป็นสินค้าสำหรับผู้ใหญ่ เช่น ผงซักฟอก เครื่องปรุงรส รถยนต์ ครีมบำรุงผิว ฯลฯ

• ประการที่สอง V.C. Strasburger (1993) ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับการรับรู้ภาพของ “สื่อมวลชนประเภทต่างๆ” ที่ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกัน เข้ามาเล่นบทเป็น “ผู้ร้ายประจำยุค” ว่าเมื่อต้นศตวรรษที่ 70 นั้น พ่อแม่ และครูยังไม่ค่อยเป็นห่วงเรื่องโทรทัศน์มากนัก เพราะไฟฟ้ายังไม่มีใช้อย่างแพร่หลาย ในช่วงเวลานั้น ทั้งพ่อแม่และครูต่างก็เป็นห่วงเรื่องการดูที่เด็กๆชอบอ่านว่า หนังสือแบบนี้จะทำลายจิตใจของเด็กๆ จะทำให้เด็กๆกลายเป็นคนไร้สาระ วัฒนธรรมของมนุษยชาติจะเสื่อมโทรมลง แต่นี้ก็ผ่านไปหนึ่งศตวรรษแล้ว และวัฒนธรรมต่างๆก็ยังคงดำรงอยู่

ตลอดช่วงเวลาที่ผ่านไป สื่อมวลชนประเภทต่างๆถูกวาดภาพให้เป็น “ผู้เขย่าขวัญ” ของสังคมมาอยู่ตลอดเวลา เช่น ภาพยนตร์ทำให้เด็กๆไม่กลัวผู้ใหญ่ ไม่เชื่อฟัง วิทยุทำให้เด็กๆใจแตกและเอาแต่ดูโทรทัศน์ เพลงร็อกแอนด์โรลทำให้วัยรุ่นนั้บ้าคลั่งทำท่าทางที่น่าเกลียด (รวมทั้งแฟนเพลงวัยรุ่นไทยที่คลั่งไคล้ศิลปินเกาหลีก็จะทำให้วัฒนธรรมไทยสูญสิ้นไป) และสื่อประเภทต่างๆก็ยังผลัดเปลี่ยนเวียนหน้ากันมาข่มขู่สังคมอยู่อย่างไม่ขาดสาย และดูว่าจะทวีความน่ากลัวมากยิ่งขึ้นทุกที (เช่น เกมคอมพิวเตอร์สามารถปั่นเด็กในวันนี้ให้เป็นอาชญากรในวันนี้ได้เลยแบบไม่ต้องให้ถึงวันหน้า)

แต่ในอีกด้านหนึ่งของความเป็นจริงเด็กที่อ่านการ์ตูนไร้สาระ วัยรุ่นที่เอาแต่ฟังเพลงร็อกแอนด์โรล ฯลฯ ทุกวันนี้ พวกเขาต่างก็เติบโตมาเป็นผู้ใหญ่ที่ช่วยสร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับสังคมในทุกด้าน ดังนั้นจึงน่าจะเป็นเวลาที่เราต้องทบทวนเสียแล้ว ทักษะที่มองสื่อมวลชนเป็นผู้ร้ายประจำยุคสมัยนั้นเป็นเรื่องจริงหรือเป็นเพียงจินตนาการ หรือเป็นความจำเป็นของสังคมที่ต้องการหาแพะมาบูชายัญปัญหาต่างๆของสังคมที่เกิดขึ้น

คำตอบหนึ่งที่อาจเป็นไปได้ก็คือ สื่อมวลชนอาจจะเป็นเพียงรูปแบบความบันเทิงชั่วคราวในช่วงเวลาที่มนุษย์อยู่ในช่วงรุ่งอรุณของชีวิต เช่น วัยเด็กหรือวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยแห่งความสนุกสนานสันต์จำเป็นต้องใช้สื่อแบบนั้น แล้วก็เดินผ่านเลยประสบการณ์ชั่วขณะนั้นไปเท่านั้นเอง

อนึ่ง มีข้อที่น่าสังเกตว่า มีตัวแปรที่เกี่ยวกับ “ประเภทของสื่อ” และ “ผู้ที่เข้ามาใช้” ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับ “ระดับความเป็นผู้ร้าย” ของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ตัวอย่างเช่น เมื่อเปรียบเทียบกันระหว่างหนังสือกับโทรทัศน์แล้ว พ่อแม่อาจจะรู้สึกสบายใจกว่าหากเด็กๆ จะอ่านหนังสือมากกว่าจะดูโทรทัศน์ หรือคุณครูอาจจะทำใจยอมรับได้ยากกว่าหนังสือการ์ตูนหรือการเล่นเกมจะมีประโยชน์อะไรกับเด็กๆ ได้ หรือตัวแปรเรื่อง “ผู้ที่เข้ามาใช้สื่อ” หากเป็นกรณีที่ผู้ใหญ่เข้ามาใช้สื่อการ์ตูนเพื่อเด็กๆ มักจะถูกรับรู้ได้ง่ายว่า ผู้ใหญ่จะรู้วิธีเปิดชุมทรัพย์มหัศจรรย์ด้านความรู้จากสื่อบันเทิงเหล่านี้ แต่หากเป็นกรณีที่เด็กๆ ใช้สื่อเหล่านี้เอง ก็มักจะถูกรับรู้ว่าเป็นการใช้สื่อบันเทิงอย่างไร้สาระ เพราะเด็กๆ ไม่รู้วิธีการใช้สื่อบันเทิงให้เป็นประโยชน์ เป็นต้น (งานวิจัยของไทยในตอนต่อไปจะซ่อนความนัยระหว่างบรรทัดในข้อสังเกตที่ได้กล่าวนี้เอาไว้)

- ประการสุดท้าย ถึงแม้สื่อมวลชนทุกประเภทจะผลิตโดยผู้ใหญ่เพื่อผู้ใหญ่ แต่ทว่าก็จะมีสื่อมวลชนบางประเภทที่ผลิตขึ้นมาโดยมุ่งกลุ่มเป้าหมายเพื่อเด็กเป็นการเฉพาะ ที่เรารู้จักกันในนามของ “สื่อของเด็ก” ตัวอย่างเช่น หนังสือการ์ตูน รายการเด็กในโทรทัศน์ หนังสือนิทาน เป็นต้น (ในกรณีของสังคมไทย มีสื่อประเภทพิเศษที่อาจเป็นสื่อของเด็กโดยเราอาจจะไม่รู้ตัว คือละครจักรวาลต่างๆ ดังนั้นจึงน่าที่จะมีการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างละครจักรวาลต่างๆ กับเด็กๆ เป็นการเฉพาะ)

ถึงแม้ว่าจะมีรายการบางชนิดที่ถูกรับรู้ได้โดยง่ายว่า “เป็นรายการของเด็ก/เป็นสื่อของเด็ก” ดังเช่นตัวอย่างที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า เด็กๆ เป็นกลุ่มรับสารและผู้ใช้สื่อด้วย ดังนั้น ในปัจจุบันนี้จึงได้มีการขยับขยายแนวคิดที่ว่า อันที่จริง คำว่า “รายการเด็ก/สื่อของเด็ก” นั้น มิได้มีจำกัดเฉพาะรายการที่เรารับรู้กันเท่านั้น ในฝ่ายของ

ผู้ผลิตเองก็ได้พยายามหาทางสร้างสรรค์ประเภทรายการ/สื่อของเด็กให้ขยับขยายออกไปมากกว่ารายการประเภทการ์ตูนหรือนิทานเท่านั้น ดังนั้นในปัจจุบันนี้ได้มีการนำเสนอแนวคิดที่ว่า รายการ/สื่อทุกประเภทที่ผู้ใหญ่ใช้อยู่ ก็สามารถจะเป็น “รายการสำหรับเด็ก” ได้ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นรายการเกมโชว์ รายการอาหาร รายการกีฬา ฯลฯ อรุณา ยุทธวงศ์ (2525) ได้วางขอบเขตคำว่า “รายการเด็ก” เอาไว้ว่า จะเป็นประเภทรายการอะไรก็ได้ มีครอบคลุม 5 ประเภทรายการคือ รายการที่เน้นการแสดงออกของเด็กๆ (เช่น เป็นรายการทำอาหารที่เด็กๆเป็นผู้ทำ) รายการวิพิธทัศนา (Variety show) รายการละคร/ภาพยนตร์สำหรับเด็ก รายการตอบปัญหา และรายการที่จัดขึ้นเป็นโอกาสพิเศษ นอกจากนั้นในปัจจุบันยังมีพัฒนาการอีกขั้นตอนหนึ่งของรายการเด็ก คือการเปิดโอกาสให้เด็กเข้ามามีส่วนร่วมและมีบทบาทมากขึ้น เช่น ในปีพ.ศ.2532 มีรายการ “จิวแจ้วเจาะโลก” ที่จะให้เด็กเป็นผู้รายงานข่าว เป็นพิธีกร เป็นผู้สัมภาษณ์ โดยที่รูปแบบรายการนั้นเหมือนของผู้ใหญ่ แต่ให้เด็กดำเนินรายการแทน (ดูสรุจภูมิ พุ่มผกา, 2539) ตัวอย่างรายการดังกล่าวเป็นอีกก้าวหนึ่งของการออกแบบรูปแบบรายการเด็กเพื่อให้ตอบสนองความต้องการ และตรงใจตรรกะนิยมของเด็กๆให้มากขึ้น

Dennis & Pease (1996) ตั้งข้อสังเกตว่า ในขณะที่ประเภทรายการของผู้ใหญ่บางรายการอาจจะมีช่องห่างจากเด็กไม่มากนัก เช่น รายการเกมโชว์ที่สามารถจะมี “รายการเกมเศรษฐีสำหรับเด็ก” “รายการสู้เพื่อแม่” (รายการเกมโชว์สำหรับเด็ก) แต่ทว่าก็อาจจะมีรายการของผู้ใหญ่บางประเภทที่ดูจะห่างไกลจากเด็กมากๆ เช่น รายการข่าวและวิเคราะห์ข่าว ซึ่งเรามักจะไม่คิดว่าจะมีกลุ่มผู้ชมเป็นเด็กๆรวมอยู่ด้วย ดังนั้น งานศึกษาค้นคว้าเรื่องเด็กกับข่าวจึงแทบจะไม่มี อย่างไรก็ตาม เป็นเรื่องที่น่าสนใจว่า ในช่วงที่มีเหตุการณ์ความรุนแรงทางการเมืองอย่างสูงมากในสังคมไทยระหว่างช่วงปีพ.ศ.2553 (เช่น เหตุการณ์ม็อบเสื้อแดงยึดพื้นที่ราชประสงค์) ในช่วงเวลาดังกล่าวได้มีการทำสื่อบทสัมภาษณ์

ความคิดเห็นของเด็กๆที่มีความคิดเห็นอย่างไรต่อเหตุการณ์ดังกล่าว และมีข้อที่น่าสังเกตว่า เด็กๆได้เปิดรับข่าวสารดังกล่าวอย่างมากไม่แพ้กลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้ใหญ่

(1.4) ทฤษฎีด้านการสื่อสารและบริบททางวิชาการและสังคม

ในการค้นคว้าวิจัยประเด็นใดประเด็นหนึ่งนั้น ตัวทฤษฎีที่นำมาใช้จะมีความสำคัญประดุจ “ไฟฉาย” ที่ช่วยส่องให้เห็นแง่มุมต่างๆของประเด็นที่จะศึกษา และสำหรับการศึกษาด้านการสื่อสารนั้น เนื่องจากตัวทฤษฎีการสื่อสารเองได้มีการพัฒนาการเปลี่ยนแปลงมาเป็นระยะๆตามช่วงเวลาต่างๆในประวัติศาสตร์ แต่ละทฤษฎีล้วนมี**กระบวนทัศน์/วิธีคิด**ต่อเรื่อง “การสื่อสาร/สื่อมวลชน” ที่แตกต่างกัน ดังนั้น ความจำเป็นอันดับแรกในการอ่านหรือการทำวิจัยเองก็คือ การที่ต้อง “เลือก” หรือต้อง “รู้จัก” จุดยืนทางทฤษฎี (theoretical standpoint) ของงานวิจัยแต่ละชิ้นเสียก่อน

ในที่นี้ จึงจะขอนำเสนอภาพรวมๆของทฤษฎี/กระบวนทัศน์ด้านการสื่อสาร/สื่อมวลชนในส่วนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องเด็กกับการสื่อสาร และการที่จะตัดสินใจเลือกใช้ทฤษฎีใดนั้นก็อาจจะขึ้นอยู่กับกระแสมความนิยมในแวดวงวิชาการในช่วงเวลาขณะนั้น หรืออาจจะมาจากสภาพความเป็นจริงของสังคมในช่วงเวลานั้น ๆ ตัวอย่างเช่น ในสหรัฐอเมริกาเมื่อเกิดมีข่าวว่าเด็กนักเรียนคว่ำปิ่นมากราดไล่ยิงเพื่อนนักเรียนในห้องทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Impact/Effect Theory) หรือทฤษฎีพลังอำนาจดุจลูกกระสุนปืนมหัศจรรย์ (Magic Bullet Theory) ก็จะถูกนำมาใช้อธิบายทันที เป็นต้น

ภาพรวมของทฤษฎี/กระบวนทัศน์ด้านการสื่อสารที่จะนำเสนอนี้จะไล่เรียงไปตามช่วงอายุที่ทฤษฎีนั้นถือกำเนิดขึ้นมา โดยจะแนะนำแต่ละทฤษฎีเพียงย่อๆก่อน เพียงเพื่อให้เห็นภาพรวมทั้งหมด โดยจะกล่าวถึงรายละเอียดของแต่ละทฤษฎีในตอนต่อไป

(1) ทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Impact/Effect Theory) อยู่ในช่วงตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 1-2 ตัวอย่างเช่น ทฤษฎี Magic Bullet theory

(2) ทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อ (Reflection Theory) เริ่มก่อตัวตั้งแต่ทศวรรษ 1950 โดยเริ่มจากการต่อสู้ของกลุ่มสิทธิสตรี

(3) ทฤษฎีกลุ่มทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม เช่น Social Learning Theory/Cultivation Theory ซึ่งเริ่มก่อตัวในทศวรรษ 1960 จากสาขาวิชาของกลุ่มนักจิตวิทยาการเรียนรู้

(4) ทฤษฎีบทบาทหน้าที่เชิงสังคมของสื่อต่อเด็ก (Social Functionalism of Media) ทฤษฎีนี้พิจารณาว่าสื่อมวลชนเป็นประจักษ์อวัยวะย่อยของสังคม (ซึ่งเปรียบเสมือนร่างกาย) ดังนั้น สื่อมวลชนจึงมีบทบาทหน้าที่ที่จะต้องแสดงต่อสถาบัน และต่อกลุ่มคนกลุ่มต่างๆ รวมทั้งกลุ่มเด็กด้วย

(5) ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratification Approach) อันที่จริง ทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากสื่อนี้ ก็เป็นสาขาหนึ่งของทฤษฎีหน้าที่นิยม หากทว่าได้ปรับเปลี่ยนมุมมองจาก “สังคม” มาเป็น “ปัจเจกบุคคล” ซึ่งอาจเรียกว่า “ทฤษฎีบทบาทหน้าที่เชิงปัจเจกของสื่อ” (Individual Functionalism)

(6) ทฤษฎีการกำหนดทางสังคมต่อสื่อ (Social Determinism of Media) เนื่องจากทัศนะที่ถือว่า เด็กต้องการการปกป้องจากสังคมเป็นพิเศษ ดังนั้นการจัดทำสื่อสำหรับเด็กจึงมักถูกกำหนด/กำกับ/ควบคุมจากส่วนเสี้ยวต่างๆ ของสังคม เช่น ภาครัฐ ซึ่งเราอาจพิจารณาได้ว่ากลุ่มทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน (Normative Theory) เป็นกลุ่มทฤษฎีย่อยในกลุ่มนี้

(7) ทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาศึกษา (Cultural Studies) เป็นสำนักคิดรุ่นล่าสุดที่ก่อตัวมาในช่วงทศวรรษ 1970 ทฤษฎีนี้มี “กระบวนทัศน์” ที่แตกต่างจากทฤษฎีทั้ง 6 ที่กล่าวมา เช่น ในแง่การวิเคราะห์เนื้อหา ทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาศึกษาไม่คิดว่า ภาพเด็กที่ปรากฏในสื่อจะเป็นภาพสะท้อนโลกที่เป็นจริง แต่เชื่อว่าเป็นภาพที่ถูกประกอบสร้างขึ้น (constructed) ในแง่การวิเคราะห์ผู้รับสาร ทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาศึกษาไม่เชื่อว่าผู้รับสารจะ passive แบบทฤษฎีผลกระทบของสื่อ แต่เชื่อว่า แม้แต่ในกลุ่มเด็กเด็กก็จะ “ตีความ/ถอดรหัส” อย่าง active เป็นต้น

2. กระบวนทัศน์ที่เกี่ยวกับ “เด็ก”

ผู้เขียนได้เกริ่นมาตั้งแต่ต้นแล้วว่า ทศนะ/มุมมองในการพิจารณาว่า “เด็กคืออะไร” นั้นมิได้มีเพียงทศนะเดียว และคำตอบที่ว่า “เด็กนั้นคืออะไร” ก็มีใช้คำตอบที่หยุดนิ่งตายตัวอยู่กับที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย หรือแปรเปลี่ยนไปตามสภาพของสังคมแต่ละสังคม คำกล่าวนี้อาจได้เป็นเพียง “ความคิดเห็น” เท่านั้น หากทว่าเป็นข้อเท็จจริงที่เกิดจากงานศึกษาวิจัยของบรรดานักวิชาการในหลายๆสาขา เช่น P. Aries (1962) ในงานเขียนเชิงประวัติศาสตร์ เรื่อง “Centuries of Childhood” หรืองานของนักมานุษยวิทยา เช่น Magaret Mead & M. Wolfenstein (1954) ที่ศึกษาเด็กในสังคมชนเผ่าต่างๆในหนังสือ Childhood in Contemporary Cultures เป็นต้น (อ้างจาก A. James et al, 1998)

ตัวอย่างเช่น งานศึกษาประวัติศาสตร์ของ “ความเป็นเด็ก” ในสังคมยุโรปของ P. Aries ที่พบว่า ก่อนหน้าศตวรรษที่ 12 ยังไม่มีแนวคิดเกี่ยวกับ “เด็กๆ” เลย ในสังคมฝรั่งเศสมีแต่แนวคิดเรื่อง “เด็กอ่อน” ที่ต้องการคนดูแล กับ “ผู้ใหญ่” เท่านั้น และในช่วงศตวรรษที่ 12 ซึ่งเป็นยุคกลางก็มีแนวคิดว่า “เด็กๆก็คือผู้ใหญ่ตัวเล็กๆ” เท่านั้น ความแตกต่างระหว่างผู้ใหญ่กับเด็กเป็นความแตกต่างเชิงปริมาณ แต่ไม่แตกต่างเชิงคุณภาพ กระบวนทัศน์เช่นนี้ส่งผลต่อการปฏิบัติต่อเด็ก เช่น การแต่งกาย อาหาร การกระทำ ความคาดหวังต่อเด็ก ฯลฯ เช่น เสื้อผ้าของเด็กๆก็จะเหมือนกับผู้ใหญ่ทุกอย่างเพียงแต่ตัวเล็กกว่า และหากผู้ใหญ่มีมารยาทที่โต๊ะอาหาร เด็กๆก็ถูกคาดหวังว่าจะมีการปฏิบัติเช่นเดียวกัน เป็นต้น

ล่วงมาจนถึงศตวรรษที่ 16-17 จึงเกิดการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ใหม่เกี่ยวกับการรับรู้ “เด็กคืออะไร” (ซึ่งการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์นี้ก็สอดคล้องไปกับกระแสการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ด้านปรัชญา การเมือง และเศรษฐกิจใหม่ๆที่ก่อตัวขึ้นมา) เด็กๆเริ่มถูกรับรู้ว่ามี ความแตกต่างทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพจากผู้ใหญ่ เด็กๆจะถูกรับรู้ว่ามี ความอ่อนโยน เรียบง่าย ใสซื่อ เป็นแหล่งแห่งความน่ารักน่าเอ็นดูชวนเพลิดเพลินของผู้ใหญ่ ดังนั้น การปฏิบัติต่อเด็กจึงเริ่มเปลี่ยนแปลงไปให้เป็น “แบบเด็กๆ”

และพึงปฏิบัติให้เหมาะกับ “ธรรมชาติของเด็กๆ” เช่น เสื้อผ้าเด็กๆ ควรอ่อนนุ่มเพื่อให้เหมาะกับผิวที่บอบบางของทารก เป็นต้น

และในปลายช่วงศตวรรษที่ 17 ก็เริ่มมีภาพลักษณ์ใหม่ๆเกี่ยวกับเด็ก โดยเริ่มต้นที่เด็กผู้ชาย กล่าวคือ เด็กผู้ชายจะต้องถูกฝึกให้รู้จักระเบียบวินัยและการปฏิบัติที่ถูกต้อง ต้องถูกสอนให้รู้จักให้ใช้เหตุผลมาแก้ไขปัญหา (มิใช่การใช้กำลังชกต่อยกัน) และจากการสถาปนาระบบโรงเรียนขึ้นมา เด็กๆอายุ 5-7 ขวบก็ต้องเข้าโรงเรียนเพื่อไปฝึกเรียนรู้ระเบียบวินัยซึ่งเป็นสิ่งที่เด็กไม่ได้มีมาตามธรรมชาติ เป็นต้น

ตัวอย่างทศนะต่อเด็กจากงานศึกษาของ P. Aries นี้จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องการสื่อสารโดยตรง ตัวอย่างเช่น ในทฤษฎีการสื่อสาร/สื่อมวลชนทั้ง 6-7 ทฤษฎีที่ได้กล่าวถึงไปบ้างแล้วนั้น ในเบื้องหลัง นอกจากจะมีกระบวนทัศน์ที่เกี่ยวกับสื่อมวลชนที่แตกต่างกันแล้ว ก็ยังมีกระบวนทัศน์ที่เกี่ยวกับเด็กอย่างแตกต่างกันด้วยเช่นกัน

ในที่นี้ ผู้เขียนจะใช้งานศึกษาของ A. James et al (1998) ที่อยู่ในหนังสือชื่อ **Theorizing Childhood** เป็นหลักในการพิจารณากระบวนทัศน์ที่เกี่ยวกับเด็ก A. James ได้แบ่งทศนะที่โลกตะวันตกมีต่อเด็กออกเป็น 2 ยุคใหญ่ๆ โดยใช้เกณฑ์เรื่อง “การมีสาขาวิชาด้านสังคมศาสตร์” เป็นตัวจัดแบ่ง คือ ยุคก่อนหน้าจะมีวิชาสังคมศาสตร์ และยุคมีวิชาสังคมศาสตร์ และในทั้ง 2 ยุคนี้ เมื่อสืบสาวไปให้ถึงที่สุดแล้ว ทศนะต่อเด็กของแต่ละกระบวนทัศน์ก็จะวางอยู่บนขั้วของคู่ความขัดแย้ง 4 คู่ใหญ่ คือ

| | | |
|--|------|--|
| • agency (เด็กๆ เป็นผู้กระทำ) | V.S. | • structure (เด็กๆเป็นผู้ถูกกระทำจากสังคม) |
| • universalism (เด็กๆในยุคสมัยไหนก็เหมือนกัน) | V.S. | • particularism (เด็กๆในแต่ละยุคสมัยแตกต่างกัน) |
| • local (เด็กๆในแต่ละท้องถิ่นแตกต่างกัน) | V.S. | • global (เด็กๆเหมือนกันทั่วโลก) |
| • continuity (เด็กๆคือความต่อเนื่องกับวัยผู้ใหญ่) | V.S. | • change (เด็กๆกับผู้ใหญ่แตกต่างกัน) |

จากนี้ เราจะพิจารณาคุณแนวคิดที่มีต่อเด็กๆ ในรายละเอียดดังนี้

(ก) ยุคก่อนจะมีวิชาสังคมศาสตร์ (Presociological Child)

ในยุคนี้จะมีแนวคิดที่ว่า “เด็กคืออะไร” อยู่ 5 แนวคิดดังนี้

(1) **The Evil Child** (เด็กคือปีศาจน้อย) ทศณะนี้มีร่องรอยมาจากแนวคิดเรื่องบาปกำเนิด (original sin) ของคริสตศาสนา ฉะนั้น เด็กๆ ที่เกิดมาจึงมีบาปติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด บาปเหล่านี้คือความชั่วร้ายที่แสดงออกในลักษณะนิสัยของเด็กๆ เช่น ตีรัน ถือเอาแต่ความต้องการของตัวเองเป็นที่ตั้ง ทำอะไรตามอำเภอใจ มีนิสัยขี้โกง โปปดมดเท็จ ฯลฯ เพราะฉะนั้นการเลี้ยงดูจึงต้องฝึกฝนเพื่อชำระล้างคราบโคลนของบาปกำเนิดเหล่านี้ด้วยการฝึกวินัยและการลงโทษ (คล้ายคลึงกับแนวคิดของไทยที่ว่า “รักวัวให้ผูก รักลูกให้ตี”)

ทศณะดังกล่าวนี้ฉายผ่านอยู่ในบทประพันธ์นวนิยายเรื่อง *Lord of the Flies* ที่แสดงให้เห็นว่า เมื่อปล่อยให้เด็กๆ ให้อยู่กันตามลำพัง โดยปราศจากการควบคุมดูแลของผู้ใหญ่ เด็กๆ จะแสดงสัญชาตญาณอันชั่วร้ายออกมา

N. Ansell (2005) เรียกทศณะที่มีต่อเด็กแบบนี้ว่า **Dionysian View** (เป็นชื่อของเทพเจ้ากรีกที่มีอุปนิสัยดังที่กล่าวมา) และได้สรุปลักษณะสำคัญๆ 3 ประการของเด็กแบบ Dionysian ดังนี้

- เด็กๆ จะต้องได้เห็น (จากผู้ใหญ่) แต่ไม่ควรจะจะได้ยินหรือรับฟังสิ่งที่เด็กพูด (กล่าวคือไม่มีสิทธิ/ไม่มีเสียง)
- เด็กๆ ต้องการการปกป้องคุ้มครองให้ปลอดภัยจาก “ความเป็นเด็กของตัวเอง”
- ช่วงวัยเยาว์เป็นช่วงเวลาแห่งการเรียนรู้ระเบียบวินัย

A. James et al เสริมว่า ทศณะแบบ Dionysian นี้ สอดคล้องกับปรัชญาทางการเมืองของ T. Hobbes โดยเฉพาะในส่วนของความเชื่อเบื้องต้นเกี่ยวกับธรรมชาติอันชั่วร้ายของมนุษย์ (และเด็กก็คือธรรมชาติที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดของมนุษย์) ทศณะดังกล่าวจึงให้ความชอบธรรมแก่กษัตริย์ที่จะปกครองประชาชน และพ่อแม่จะปกครองบุตรหลาน

(2) **The Innocent Child** (เด็กคือนางฟ้าไร้เดียงสา) เป็นทัศนะที่ต่อต้านทัศนะแรกแบบชาวกับด่า เนื่องจากกระบวนทัศน์นี้มีความเชื่อว่า เด็กๆ มีความบริสุทธิ์ไร้เดียงสา (เปรียบประดุจนางฟ้าตัวน้อยๆ) แนวคิดนี้เป็นที่รู้จักกันอย่างดีจากงานเขียนเรื่อง Emile ของ Jean-Jacques Rousseau (ช่วงปี 1762) ที่กล่าวว่า พระเจ้าได้สร้างมนุษย์ (ที่เป็นเด็ก) มาอย่างดีแล้ว มนุษย์เราต่างหากที่มาทำตัวให้ชั่วร้ายในภายหลัง เด็กๆ จึงเป็นสิ่งที่ยำเอนให้มนุษย์ผู้ใหญ่รำลึกถึง “ความดีงามของมนุษย์” ที่ถูกลืมเลือนไปแล้ว กล่าวโดยสรุปก็คือ เป็นทัศนะที่มองเด็กในแง่ดี

เนื่องจากปรัชญาทางการเมืองของ Rousseau นั้น เน้นเรื่องการปกป้องเสรีภาพส่วนบุคคล ดังนั้น แนวคิดนี้จึงโยงมาถึงเรื่อง “เสรีภาพของเด็กๆ” ด้วย บรรดาสถาบันสังคมเช่นสถาบันการศึกษา (ที่ดำเนินการโดยผู้ใหญ่) จึงมีหน้าที่ที่จะให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และเอื้ออำนวยให้เด็กๆ ได้ใช้เสรีภาพอย่างสมกับความเป็นมนุษย์ ปัจจุบันแนวคิดนี้เป็นพื้นฐานของการจัดระบบการศึกษาแบบถือเอาเด็กเป็นศูนย์กลาง (child-centered education)

N. Ansell (2005) ระบุว่าทัศนะดังกล่าวนี้เรียกว่า Apollonian view (ชื่อเทพเจ้าของกรีกที่มีอุปนิสัยแบบเด็กในทัศนะของ Rousseau) และมีคุณลักษณะสำคัญๆ ดังนี้

- ช่วงวัยเยาว์เป็นช่วงเวลาแห่งการเล่น ไม่ใช่การทำงาน
- เด็กๆ ต้องการการปกป้องคุ้มครองให้ปลอดภัยจาก “โลกภายนอก”
- เด็กๆ นั้นไร้เดียงสา
- เด็กๆ นั้น passive
- วัยเด็กควรเป็นช่วงเวลาแห่งความสุข

(3) **The Immanent Child** (เด็กเหมือนผ้าขาว) แนวคิดนี้ปฏิเสธทั้งทฤษฎีแรกและทฤษฎีที่สองเกี่ยวกับสิ่งชั่วร้ายหรือความดีงามที่

ติดตัวมากับเด็กตามธรรมชาติ และนำเสนอกระบวนการทศน์ใหม่เกี่ยวกับเด็กว่า “เด็กนั้นเปรียบเสมือนผ้าขาว” ที่แล้วแต่จะถูกแต่งแต้มสีอะไรลงไป แนวคิดนี้ถูกนำเสนอโดย J. Locke นักปรัชญาการเมืองแห่งศตวรรษที่ 17 ที่เชื่อใน “ประสบการณ์นิยม” ดังนั้น การที่เด็กจะกลายเป็นปีศาจตัวจิ๋ว หรือนางฟ้าตัวน้อยนั้น ก็ขึ้นอยู่กับการจัดประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมในชีวิตให้แก่เด็ก ๆ มากกว่า

อย่างไรก็ตาม J. Locke ก็คัดค้านแนวคิดเกี่ยวกับเด็กที่มีอยู่ในสมัยยุคกลางที่ว่า “เด็กก็คือผู้ใหญ่ตัวเล็กๆ” เท่านั้น เพราะเขาเชื่อว่าเด็ก ๆ มีความแตกต่างจากผู้ใหญ่ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เนื่องจากเด็ก ๆ มีความสนใจและมีความต้องการเฉพาะตัว ในการจัดสิ่งแวดล้อมและประสบการณ์ชีวิตให้แก่เด็ก ๆ จึงต้องคำนึงถึงความแตกต่างเชิงคุณภาพดังกล่าวนี้ ปัจจุบันทัศนะดังกล่าวในเรื่องความแตกต่างระหว่างเด็กกับผู้ใหญ่ได้กลายเป็นความคิดกระแสหลักของผู้คนในโลกปัจจุบัน (ดังที่สะท้อนอยู่ในผลงานสื่อมวลชนประเภทต่างๆ)

(4) The Naturally Developing Child (เด็กคือกระบวนการพัฒนาการ) แนวคิดนี้ก่อตัวขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 20 จากอิทธิพลของกลุ่มนักจิตวิทยาโดยเฉพาะสาขาจิตวิทยาพัฒนาการ (Developmental Psychology) แนวคิดพื้นฐานของกลุ่มนักจิตวิทยาพัฒนาการก็คือ การพัฒนาการของเด็กนั้นเป็นไปตามธรรมชาติ (เช่น ความสามารถในการมองเห็นได้ 2 มิติ 3 มิติ ความสามารถในการประสานการทำงานร่วมระหว่างมือกับสายตา - eye/hand coordination) และการพัฒนาดังกล่าวจะค่อยๆ สัมผัสจนถึงระดับของการมีวุฒิภาวะ

ตัวอย่างนักวิชาการในสายนี้ที่รู้จักกันดีก็คือ Piaget ที่ศึกษายืนยันว่า ช่วงเวลาของการคิดแบบเป็นรูปธรรม/นามธรรมของเด็กๆ นั้นจะต้องพัฒนาไปตามลำดับขั้นตอนที่แน่นอนของธรรมชาติ (เช่น ต้องคิดเป็นรูปธรรมได้ก่อนนามธรรม ไม่มีทางที่จะสลับขั้นตอนนี้) เป็นต้น

เราอาจกล่าวได้ว่า กระบวนการนี้ได้ออกเลิการประเมินค่าธรรมชาติของเด็กว่าดี/เลวใช่หรือไม่ แต่ได้หันมาใช้แนวคิดเชิง “กระบวนการ” (process) ที่น่าจะได้รับอิทธิพลมาจากแนวคิดวิวัฒนาการนิยม (Evolutionism) และค่อนข้างมองเด็กในลักษณะเชิงชีววิทยาบวกผสมกับจิตวิทยาเป็นสำคัญ

(5) The Unconscious Child (เด็กคือตัวแทนของจิตในระดับไร้สำนึก) กระบวนการนี้เป็นทัศนะของ S. Freud นักจิตวิเคราะห์ที่รู้จักกันเป็นอย่างดีจากแนวคิดที่เขาได้แบ่งระดับจิตของมนุษย์ออกเป็น 3 ส่วน คือ จิตไร้สำนึก (Unconscious) จิตใต้สำนึก (Subconscious) และจิตสำนึก (conscious) และ Freud เสนอว่า เด็กๆคือภาพตัวแทนของจิตที่อยู่ในระดับจิตไร้สำนึกของมนุษย์ เด็กๆจึงเป็นโฉมหน้าดั้งเดิมที่แท้จริงของมนุษย์เมื่อยังไม่ถูกดัดแปลงขัดเกลาจากสังคม

กระบวนการของ Freud ที่แตกต่างไปจากกระบวนการเดิมที่ใช้พิจารณา “เด็ก” และ “ผู้ใหญ่” ก็คือ Freud ไม่ได้ “แยกขาด” เด็กและผู้ใหญ่ออกจากกัน ตรงกันข้าม เขากลับเพิ่ม “ความต่อเนื่อง” (continuity) ระหว่างวัยทั้งสอง กล่าวคือ วัยเด็กก็คืออดีตของผู้ใหญ่ และเป็นช่วงเวลาที่วางศิลาฤกษ์ก้อนแรกๆ หรือก่อรูปแห่งบุคลิกภาพในช่วงวัยผู้ใหญ่ และการเป็นเด็ก/เป็นผู้ใหญ่นี้ก็ยังสามารถวิ่งกลับไปกลับมาได้อยู่ตลอดเวลา (มิใช่เส้นทางเดินไปข้างหน้าแบบ linear อย่างเดียว) ดังปรากฏการณ์การปรับตัวของมนุษย์ผู้ใหญ่ที่เรียกว่า “การถดถอย/การย้อนกลับไปสู่วัยเด็ก” (regression)

หากนำเอาแนวคิดเรื่อง id และ ego ของ Freud มาทาบเทียบกับกระบวนการเกี่ยวกับเด็กที่ผ่านมา ก็อาจจะกล่าวได้ว่า id นั้นก็คือทัศนะที่มองเด็กแบบ the evil child ส่วน ego นั้นก็คือ ทัศนะที่มองเด็กแบบ The immanent child นั่นเอง

(ข) ยุคมีสาขาวิชาด้านสังคมศาสตร์ (The Sociological Child)

A. James et al (1998) ระบุว่า ในกระบวนทัศน์ยุค The Sociological Child นี้มีลักษณะร่วมกัน คือพิจารณามิติทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม ที่มีผลต่อเด็กมากกว่าจะพิจารณาแต่ที่ “ตัวเด็ก” เช่นในยุคแรก อย่างไรก็ตาม กระบวนทัศน์ในยุคหลังนี้ก็อาจจะไม่ได้แยกออกจากกันอย่างเด็ดขาด หากแต่อาจจะมีการเหลื่อมล้ำกันอยู่บ้าง ในยุคหลังนี้มีกระบวนทัศน์เกี่ยวกับเด็กอยู่ 5 กระบวนทัศน์หลักๆ ดังนี้

(6) The Socially Constructed Child (เด็กเกิดจากถูกประกอบสร้างทางสังคม) ทศวรรษนี้ต่อต้านกระบวนทัศน์เกี่ยวกับเด็กที่กล่าวมาข้างต้นว่า “เด็กทั่วโลกที่ไหน ก็เหมือนกันหมด” (ไม่ว่าจะเป็นปีศาจ/นางฟ้าก็ตาม) หากทว่าเด็กในแต่ละสังคม/วัฒนธรรม แต่ในแต่ละยุคสมัย ล้วนมีความแตกต่างกัน ดังเช่น ผลงานศึกษาของ P. Aries และ M. Mead ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว

ตัวอย่างที่กระบวนทัศน์นี้ได้ยกมาอธิบายก็เช่น คำกล่าวที่ว่า “วัยเด็กนั้นควรเป็นวัยแห่งความสนุกสนาน การละเล่น และไม่ต้องทำงาน” ทศนะต่อเด็กดังกล่าวนั้นเป็นความจริงที่ถูกประกอบสร้างขึ้นในสังคมบางสังคมเท่านั้น (เช่น สังคมตะวันตกในศตวรรษที่ 20) แต่ทว่าสำหรับในบางสังคมอาจจะประกอบสร้างความคิดเกี่ยวกับเด็กว่า เด็กๆเป็นช่วงวัยแห่งการเรียนรู้การทำงานต่างๆ ดังนั้น ถ้าพ่อเข้าป่าล่าสัตว์ ลูกชายก็ต้องตามไปช่วยทำงานด้วย ถ้าแม่ต้องทอผ้า ลูกสาวก็ต้องมาช่วยทำงานและเรียนรู้ไปในเวลาเดียวกัน และต้องฝึกลูกสาวให้ตัดน้ำ ตำข้าว หุงหาอาหาร ตั้งแต่เล็กๆ เป็นต้น

(7) The Tribal Child (เด็กๆมีโลกเฉพาะของเขา) แนวคิดนี้ปฏิเสธการแบ่งแยกโลกของผู้ใหญ่และโลกของเด็กด้วยการใช้เกณฑ์เรื่อง “เรื่องจริง” V.S. “เรื่องเล่นๆ” ตัวอย่างเช่น เวลาเราเห็นผู้ใหญ่ทำการค้าขายกัน เรามักจะคิดว่า “นี่เป็นเรื่องจริง” แต่เมื่อเห็นเด็กๆ

เล่น “ชายหม้อข้าวหม้อแกง” กัน เรามักจะคิดว่าเป็นเรื่องเล่นๆไม่จริงจัง “ไม่มีความหมาย แต่กระบวนทัศน์นี้เสนอว่า เด็กๆเขามีโลกทางสังคม ของเขาเอง และเขาถือว่าโลกดังกล่าวเป็น “โลกจริง มีความหมายจริง” ไม่ใช่เป็นเพียงเรื่องเล่นๆ หรือจินตนาการเท่านั้น ดังนั้น กิจกรรมของเด็กๆ (เช่น การเล่นเกม การเลียนแบบ) พื้นที่ของเด็กๆ (เช่น สนามเด็กเล่น สนามหญ้าในโรงเรียน การรวมกลุ่มตามหัวมุมถนน) จึงล้วนแล้วแต่เป็น “โลกทางสังคมของเด็กๆ” โลกเหล่านี้อาจจะดูแปลกๆสำหรับผู้ใหญ่ แต่ทว่าในโลกของเด็กๆที่มีภาษาของเด็กๆ วิธีคิดของเด็กๆ ก็ถือเป็นโลกของเด็กจริงๆ

(8) **The Minority Group Child** (เด็กเป็นชนกลุ่มน้อยประเภทหนึ่ง) กระบวนทัศน์นี้เป็นทัศนะของกลุ่มที่สนใจเรื่อง “อำนาจในสังคม” (social power) ระหว่างกลุ่มคนกลุ่มต่างๆในสังคม ตัวอย่างเช่น Oakley (1994) ซึ่งเป็นนักสตรีนิยมได้เสนอว่า “เด็กกับผู้ใหญ่นั้นมีฐานะที่เหมือนกัน คือต่างเป็นเสมือน “ชนกลุ่ม(ที่มีอำนาจ)น้อย” ในสังคมเป็นผู้ที่ถูกดูแล ถูกกำกับ ถูกควบคุม ถูกปฏิบัติต่อ ถูกคุ้มครอง ถูกศึกษา...” ฉะนั้น แนวทางการทำงานกับเด็กๆจึงมีลักษณะร่วมกับชนกลุ่มน้อยกลุ่มอื่นๆที่ถูกกีดกันด้วยเพศ อายุ เชื้อชาติ หรือชนชั้น กล่าวคือ ต้องต่อสู้เพื่อเสริมพลังอำนาจให้แก่เด็กมากขึ้น

(9) **The Social Structure Child** (เด็กเป็นส่วนเสี้ยวหนึ่งของโครงสร้างสังคม) กระบวนทัศน์นี้มองว่า “เด็กเป็นส่วนเสี้ยวหนึ่ง” ของโครงสร้างทางสังคมเช่นเดียวกับคนกลุ่มอื่นๆ ซึ่งมีนัยยะว่า เด็กนั้นเป็นผู้กระทำการทางสังคม (social actor) หรือเป็นพลเมือง (citizen) เช่นเดียวกับกลุ่มผู้ใหญ่ ดังนั้นจึงมีสิทธิเท่าเทียมกับผู้ใหญ่

ในขณะที่กระบวนทัศน์/แบบจำลองของการพัฒนาเด็กเชิงสังคม (socially developing child) จะมองว่า “มีแต่ผู้ใหญ่เท่านั้นที่มีความต้องการและมีสิทธิในฐานะพลเมือง” ส่วนเด็กนั้นก็ต้องรอให้เขา

ผ่านพ้นเข้ามาสู่วัยที่มีวุฒิภาวะเสียก่อน ฉะนั้นเด็กๆจึงจะกระทำการต่างๆ เช่นเดียวกับผู้ใหญ่ไม่ได้ (เช่นทำนิติกรรมไม่ได้) แต่กระบวนทัศน์ The Social Structure Child กลับมองเห็นตรงกันข้าม

เมื่อกระบวนทัศน์นี้พิจารณาเด็กในฐานะส่วนเสี้ยวหนึ่งของ โครงสร้างสังคม ประเด็นศึกษาที่กระบวนทัศน์นี้สนใจเกี่ยวกับเด็กจึง ครอบคลุมอยู่ใน 4 ประเด็นหลัก (ที่มี “เด็ก” เป็นศูนย์กลางของความสนใจ ศึกษา)

- (1) ความสัมพันธ์ระหว่างรุ่น (เช่นเด็กกับผู้ใหญ่ เด็กกับผู้สูงอายุ)
- (2) ความสัมพันธ์ระหว่างเด็กๆด้วยตนเอง
- (3) เด็กในฐานะ “กลุ่มอายุ” กลุ่มหนึ่ง
- (4) การจัดการเชิงสถาบันในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเด็ก (ซึ่งหมายถึงสถาบันสื่อมวลชนด้วย)

(10) กระบวนทัศน์ลูกผสมระหว่าง Dionysian + Apollonian

ต่อเนื่องจากทัศนะแบบ Dionysian และ Apollonian ที่ได้กล่าวมาแล้ว N. Ansell (2005) นำเสนอว่า ปัจจุบันได้มีกระบวนทัศน์ลูกผสมระหว่าง 2 ทัศนะเดิม ทัศนะลูกผสมนี้มีคุณลักษณะดังนี้คือ

- ช่วงวัยเด็กเป็นช่วงเวลาที่ยแยกจากโลกของผู้ใหญ่
- เด็กๆเป็นของและอยู่ในครอบครัว (ครอบครัวจึงต้องรับผิดชอบการกระทำของเด็กๆ)
- เด็กๆจะอยู่ใกล้กับธรรมชาติ (และอาจจะมีลักษณะแบบธรรมชาติ) มากกว่าผู้ใหญ่
- เด็กๆเป็นสิ่งที่ยังไม่สมบูรณ์ (incomplete) มีความสมบูรณ์ (วุฒิภาวะ) น้อยกว่าผู้ใหญ่

(เราอาจจะสังเกตร่องรอยของกระบวนทัศน์ลูกผสมดังกล่าวได้ในเนื้อหาของสื่อมวลชน เช่น แนวคิดที่ว่าเด็กกับครอบครัวเป็นสิ่งที่ต้องไปด้วยกัน ดังนั้น หากมีการจัดรายการเกมโชว์สำหรับเด็ก จะต้อง

ผนวกเอาพ่อแม่/ครอบครัวเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น รายการ “สู้เพื่อแม่” ซึ่งแตกต่างจากรายการเกมโชว์ของผู้ใหญ่ที่ไม่จำเป็นต้องเอาครอบครัวมาผนวกด้วย หรือเมื่อคิดถึงรายการเด็กๆก็จะมีพีช/สัตว์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย แม้แต่การโฆษณาที่ใช้เด็กเป็น presenter ก็มักจะเป็นการเล่นหรือการเรียนรู้ของเด็กๆเกี่ยวกับธรรมชาติ เป็นต้น)

3. พัฒนาการของงานวิจัย “เด็กกับการสื่อสาร” ของไทย

(3.1) ภาพรวมของการวิจัย

ความสนใจในการศึกษาวิจัยเรื่อง “เด็กกับการสื่อสาร” ในสังคมไทยนั้น มีตัวแปรอยู่ 3-4 ตัวที่เข้ามาเกี่ยวข้องเช่น พัฒนาการของความเจริญเติบโตของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ การถือกำเนิดขึ้นของสถาบันการศึกษาในประเทศไทย บริบททางวิชาการและทางสังคมในแต่ละช่วงเวลา กล่าวคือ ในช่วงทศวรรษแรกของปีพ.ศ.2500 งานวิจัยเรื่องเด็กกับการสื่อสารมักจะเกิดมาจากสาขาวิชาด้านครุศาสตร์และการศึกษา และประเภทของสื่อที่ศึกษาก็มักจะเป็นประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ (เช่น หนังสือนิทาน หนังสืออ่านสำหรับเด็ก) โดยมุ่งเน้นการนำเอาผลผลิตสื่อมวลชนประเภทสื่อสิ่งพิมพ์มาใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาและการเรียนรู้ของเด็กๆ

และดูเหมือนความสนใจในการวิจัยเรื่อง “เด็กกับการสื่อสาร” ที่เริ่มเป็นขึ้นเป็นอันอย่างมากจะเริ่มขึ้นในช่วงทศวรรษที่สองของปีพ.ศ.2500 เมื่อสื่อโทรทัศน์เริ่มมีความแพร่หลายและเริ่มแผ่ขยายอิทธิพลที่มีให้ปรากฏตัวอย่างงานที่เป็นประจักษ์พยานก็คือ งานวิจัยของบำรุงสุข สีหอำไพ และคณะ (2518) เรื่อง “อิทธิพลของโทรทัศน์ต่อเด็กไทย” โดยที่คณะผู้วิจัยชุดนี้เป็นกลุ่มคณาจารย์จากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มาของงานวิจัยเรื่องสื่อโทรทัศน์กับเด็กนี้ ส่วนหนึ่งน่าจะมาจากคุณลักษณะพิเศษของสื่อโทรทัศน์เองที่มีแนวโน้มจะมีผลกระทบต่อเด็กได้โดยง่าย เมื่อเทียบกับสื่อมวลชนประเภทอื่นๆที่มีมาก่อนหน้านั้น (เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ วิทยุ) เช่น คุณลักษณะของการเป็นสื่อภาพและเสียง

ที่ไม่จำเป็นต้องอ่านออกเขียนได้ (audio-visual media) การเป็นสื่อที่อยู่
ในบ้าน (domestic media) เป็นสื่อที่เปิดรับได้โดยไม่ต้องจ่ายเงิน มีรายการ
ให้เลือกชมได้หลายประเภท การเปิดรับชมทำได้ง่าย/ไม่จำเป็นต้องมี
ความรู้พิเศษ (เมื่อเทียบกับคอมพิวเตอร์) จึงไม่เป็นที่น่าสงสัยเลยว่า
เด็กที่เกิดมาในยุคสมัยแห่ง “วัฒนธรรมโทรทัศน์” (Television culture)
จะใช้เวลาอย่างน้อยวันละ 3-4 ชั่วโมงทุกวันเปิดรับชมโทรทัศน์ และเริ่มดู
โทรทัศน์ตั้งแต่อายุ 2 ขวบอย่างต่อเนื่องเป็นประจำ

ในอีกส่วนหนึ่ง ที่มาของความสนใจของงานวิจัยเรื่อง “เด็กกับ
สื่อโทรทัศน์” นั้น ก็อาจจะได้แรงกระตุ้นมาจากการศึกษารายการของเด็กกับสื่อ
โทรทัศน์แล้ว ก็พบว่าอยู่ในช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกับช่วงทศวรรษ 1950-1960
ซึ่งเป็นช่วงเวลาในสหรัฐกำลังมีการวิจัยเรื่องเด็กกับโทรทัศน์อย่างมาก

อีกหลักฐานหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของตัวแปรเรื่อง
“ประเภทสื่อ” ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับหัวข้อการศึกษาวิจัยเรื่องเด็กกับการ
สื่อสาร ก็เช่นตัวอย่างจากสื่อใหม่ๆ (New media) เช่น คอมพิวเตอร์และ
เกมกด/เกมคอมพิวเตอร์ ในการสำรวจงานวิจัยเรื่องเด็กกับการสื่อสาร
ระหว่างปีพ.ศ.2504-2539 (รวม 35 ปี) กาญจนา แก้วเทพ (2540) พบว่า
งานศึกษาพวกเกมหรือเครื่องเล่นอิเล็กทรอนิกส์ (ที่เริ่มต้นในช่วงทศวรรษ
2530) นั้น ยังมีเพียงปีละ 2-3 ชิ้นเท่านั้น แต่ในการสำรวจช่วงปีพ.ศ.2540-
2552 ปริมาณงานวิจัยพวกสื่อใหม่ๆกับเด็กๆ/เยาวชนจะเพิ่มขึ้นถึงปีละ
5-6 เรื่อง และมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้นทุกที

สำหรับในเชิงปริมาณนั้น จากการสำรวจงานวิจัยเรื่องเด็กกับการ
สื่อสารในช่วงระหว่างปีพ.ศ.2504-2539 (กาญจนา แก้วเทพ, 2540)
พบว่า ในช่วงเวลา 35 ปี มีปริมาณงานวิจัยทั้งสิ้น 138 ชิ้น โดยเฉลี่ยปีละ
5 เรื่อง แต่ทว่าการสำรวจในช่วงปีพ.ศ.2540-2551 พบว่า ในเวลาเพียง
10 ปี มีงานวิจัยทั้งสิ้นเกือบ 600 เรื่อง โดยเฉลี่ยปีละ 60 เรื่อง
นี้หมายความว่า ความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสาร (ซึ่งเพิ่ม

ขยายตัวมากขึ้นโดยทั่วไปอยู่แล้ว) โดยเฉพาะจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชนนั้นก็มีเพิ่มมากขึ้น

ส่วนตัวแปรที่เกี่ยวกับ**บริบททางวิชาการและบริบททางสังคม**นั้น เมื่อวิเคราะห์ดูแนวคิด/ทฤษฎีสื่อมวลชนที่อยู่เบื้องหลังงานวิจัยเรื่องเด็กและการสื่อสารในแต่ละยุคสมัยแล้ว ก็จะพบว่ามีความสอดคล้องกันระหว่างกระแสหลักของทฤษฎีการสื่อสารในแต่ละช่วงเวลา ตัวอย่างเช่น ในช่วง 2 ทศวรรษแรกของปีพ.ศ.2500 ซึ่งกระแสหลักของทฤษฎีการสื่อสารจะเป็นทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Effect/Impact Theory) หัวข้อการวิจัยเรื่องเด็กกับการสื่อสารก็มักจะเป็นการตรวจสอบผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบต่อเด็ก ในช่วงทศวรรษที่ 3 ของปีพ.ศ.2500 เมื่อกระแสการ**ใช้สื่อเพื่อการพัฒนา** (Development Communication) ได้ถูกนำมาใช้ตั้งแต่เริ่มแผนพัฒนาเศรษฐกิจแผนแรกๆ โดยในช่วงแรกจะเน้นการพัฒนาด้านอาชีพ จิตสำนึกทางการเมือง แบบแผนโภชนาการ การวางแผนประชากร ฯลฯ และใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใหญ่ก่อน และในลำดับต่อมา แนวคิดเดียวกันคือเรื่องการใช้สื่อเพื่อพัฒนาก็ได้ถูกนำมาใช้ในการพัฒนาทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สติปัญญา และด้านสังคมของเด็กๆ

ในลำดับต่อมา เมื่อช่วงทศวรรษ ค.ศ.1980(อยู่ในช่วงทศวรรษปี พ.ศ.2530) **ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ**เริ่มก้าวเข้ามาแทนที่ทฤษฎีผลกระทบของสื่อ หัวข้อการวิจัยเรื่องเด็กกับการสื่อสารก็เริ่มทดลองใช้แนวทฤษฎีรุ่นใหม่นี้ พร้อมกับ**ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม** ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ปฏิรูปอิทธิพลของสื่อมวลชนได้แผ่วงมาอยู่ในระดับปานกลาง และในช่วงทศวรรษปีพ.ศ.2530 ปัญหาเรื่องการละเมิดสิทธิเด็กและการทำร้ายเด็กในสังคมไทยเริ่มเป็นที่รับรู้มากขึ้นในสังคม ดังนั้นจึงเกิดกลุ่มและองค์กรต่างๆที่ทำหน้าที่ปกป้องและคุ้มครองสิทธิเด็ก รวมทั้งมีการผลักดันให้ภาครัฐมีปฏิริยาตอบสนองต่อปัญหาดังกล่าว ด้วยเหตุนี้ แนวทฤษฎี **Social Determinism of Media/Normative Theory**

จึงได้เริ่มถูกนำมาใช้ในงานวิจัยเรื่องเด็กกับการสื่อสาร และจนกระทั่งช่วงปลายของทศวรรษปีพ.ศ.2540ที่แนวทฤษฎีใหม่ด้านวัฒนธรรมศึกษาเริ่มไหลเข้ามาสู่แวดวงวิชาการไทย จึงเริ่มมีงานวิจัยบางชิ้นที่ได้หยิบจับเอาแนวทฤษฎีรุ่นล่าสุดนี้มาใช้เป็นไฟฉายส่องนำทางการวิจัย (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

**(3.2) งานศึกษาภาพรวมงานวิจัยเด็กกับการสื่อสารชิ้นแรก
(พ.ศ.2538)**

สำหรับงานวิจัยที่มีลักษณะเป็นการประมวลองค์ความรู้เพื่อดูสถานภาพของงานวิจัยเรื่องเด็กกับการสื่อสารของไทยชิ้นแรกนั้น เป็นงานของสุวิจจรา เปี่ยมญาติ (2538) เรื่อง “บทบาทของโทรทัศน์กับการเรียนรู้ทางสังคม” ในช่วง 6 ทศวรรษ (1940-1990) โดยเปรียบเทียบระหว่างสหรัฐอเมริกา กับไทย งานชิ้นนี้มีคุณค่าอย่างมากเนื่องจากการใช้วิธีวิทยาการศึกษาในเชิงประวัติศาสตร์/พัฒนาการ ทำให้มองเห็นทั้งความเปลี่ยนแปลงและความต่อเนื่องในช่วงเวลาที่ผ่านมา

ผู้วิจัยได้ประมวลงานวิจัยที่เกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์กับเด็กในช่วง 6 ทศวรรษที่ผ่านมา ในที่นี้จะนำเสนอให้เห็นเฉพาะผลการวิจัยของไทยในช่วง 5 ทศวรรษตั้งแต่ช่วง 1950-1990 ดังแสดงในตาราง

**ตาราง: แนวทางการวิจัย “โทรทัศน์กับการเรียนรู้”
ช่วงทศวรรษ 1950-1990**

| ช่วงทศวรรษ | แนวทางการวิจัย |
|--|---|
| ช่วงทศวรรษ 1950 (โทรทัศน์ไทยเริ่มปี 2498/1953) | <ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์เนื้อหา: เป็นการสำรวจสัดส่วนของประเภทรายการ คือ ข่าวสารบันเทิง การศึกษา และกีฬา รวมทั้งตรวจดูผังรายการเพื่อป้องกันข้อพิพาทที่แท้จริงของโทรทัศน์ |

| ช่วงทศวรรษ | แนวทางการวิจัย |
|-------------------------------------|---|
| ช่วงทศวรรษ 1960 | <ul style="list-style-type: none"> • การศึกษาผู้รับสาร (Audience Studies) มีการศึกษาใน 2 แนวทางคือ <ul style="list-style-type: none"> - การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ซึ่งเป็นแนวคิดเรื่อง การสำรวจความนิยมสื่อ (Rating) - การศึกษาผลกระทบ (Impact Study) ประเด็นที่สนใจ คือ พฤติกรรม การเลียนแบบ * กลุ่มผู้วิจัยมักเป็นผู้ที่อยู่ในวงการศึกษามีแนวคิดเรื่องการใช้สื่อมวลชนเพื่อการศึกษา (Media for Education) |
| ช่วงทศวรรษ 1970 (ยุคการพัฒนาประเทศ) | <ul style="list-style-type: none"> • การศึกษาผู้รับสาร ยังคงมี 2 แนวทาง แต่มีรายละเอียดเปลี่ยนแปลงไปบ้าง <ul style="list-style-type: none"> - การเปิดรับสื่อ: ถูกนำไปเชื่อมโยงกับการพัฒนาประเทศ - การศึกษาผลกระทบ: เริ่มมีความสนใจผลกระทบในทางลบ เช่น พฤติกรรมก้าวร้าว • การวิเคราะห์เนื้อหา มีการเจาะลงรายการเฉพาะๆ • เริ่มมีการศึกษาผู้ผลิต เช่น กระบวนการผลิต |
| ช่วงทศวรรษ 1980 | <p>ยังคงมีการศึกษาทั้ง 3 แนวทาง แต่มีสัดส่วนเปลี่ยนแปลงไป</p> <ul style="list-style-type: none"> • การศึกษาผู้ผลิต: มีมากขึ้น • การศึกษาผู้รับสาร: เริ่มมีการศึกษาผลกระทบในทางบวกมากขึ้น เช่น การถ่ายทอดจริยธรรม • การวิเคราะห์เนื้อหา: เริ่มศึกษาสื่อใหม่ๆ เช่น โทรทัศน์ |
| ช่วงทศวรรษ 1990 | <p>การศึกษาทั้ง 3 แนวทางยังคงดำเนินต่อไป แต่มีการเปลี่ยนแปลงกรอบทฤษฎีที่ใช้ศึกษา และเป้าหมายของการใช้สื่อที่ไม่ได้มุ่งแต่ด้านการศึกษาอย่างเดียว</p> <ul style="list-style-type: none"> • การศึกษาผู้รับสาร: เริ่มสนใจความต้องการและการใช้ประโยชน์จากสื่อของผู้รับสาร แทนที่จะดูผลกระทบอย่างเดียว • การวิเคราะห์เนื้อหา: มีความสนใจสื่อตัวใหม่ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ วิดีโอเกมส์ และเป็นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ • การศึกษาผู้ผลิต: เริ่มดูปัญหา และอุปสรรคของผู้ผลิต รายการเฉพาะๆสำหรับเด็ก |

จากตารางที่นำเสนอ มีข้อสังเกตดังนี้

(1) เกณฑ์ที่ผู้วิจัยนำมาเพื่อจัดแบ่งประเภทข้อมูลนั้นคือ องค์ประกอบของการสื่อสาร S-M-R- (Sender-Message-Receiver) เพื่อให้คำตอบว่า ในแต่ละทศวรรษนั้น องค์ประกอบทั้ง 3 นั้น องค์ประกอบใดที่มีความโดดเด่นที่ถูกหยิบจับมาศึกษามากที่สุด

จากองค์ประกอบของการสื่อสาร 3 องค์ประกอบสำคัญคือ ผู้ผลิต-ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร เนื้อหา/ช่องทางการสื่อสาร ในแต่ละยุคสมัยจะมีความนิยมผลัดเปลี่ยนกันไป ในยุคแรกจะเป็นการศึกษาผู้รับสาร แล้วต่อยอดการวิเคราะห์เนื้อหา และการศึกษาผู้ผลิต อย่างไรก็ตามในยุคหลังๆ การศึกษาผู้รับสารและการวิเคราะห์เนื้อหาก็จะย้อนกลับมาอีกแต่มาในมาดใหม่คือ เริ่มสนใจความต้องการและรสนิยมของผู้รับสาร (โดยเฉพาะเด็กที่มักจะถูกมองข้ามไป) แทนที่จะดูผลกระทบเพียงอย่างเดียว และเริ่มมีการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงคุณภาพ (เช่น การอ่านความหมายโดยนัย) มากกว่าการนับความถี่แบบเชิงปริมาณ

สุวัจนรา (2538) ตั้งข้อสังเกตว่า สำหรับเรื่องโทรทัศน์กับเด็กนั้น มักมีการศึกษาเรื่องผู้ผลิตและกระบวนการผลิตมาก แต่ยังมีการศึกษาเรื่องความเข้าใจและการรับรู้ของเด็กๆที่เป็นผู้รับสารอย่างละเอียดอยู่น้อยมาก ทั้งนี้หัวข้อดังกล่าวน่าจะมีความสำคัญมากขึ้น เมื่อตระหนักว่าระบบคิดและความเข้าใจระหว่างผู้ใหญ่ที่เป็นฝ่ายผู้ผลิต กับเด็กที่เป็นฝ่ายรับสารย่อมแตกต่างกันอย่างแน่นอน (ตามกระบวนการที่พิจารณาเด็กแบบ The Tribal Child)

(2) อันที่จริง การดูองค์ประกอบของการสื่อสารแต่ละตัวนั้น จะมี “แนวคิด/ทฤษฎี” เป็นตัวกำหนดอยู่เบื้องหลังในระดับหนึ่ง เช่น การวิเคราะห์เนื้อหาในช่วงทศวรรษ 1950 นั้น ก็น่าจะมีแนวคิดทฤษฎี Functionalism ส่องนำอยู่เบื้องหลัง เพราะการตรวจสอบเนื้อหานั้นก็เพื่อจะตอบใจหทัยว่า สื่อโทรทัศน์ได้ทำหน้าที่ตามที่ถูกคาดหวัง/ถูกมอบหมายไว้หรือไม่

หรือการศึกษาผู้รับสารนั้น จะเห็นได้ว่า แม้จะเป็นการศึกษาผู้รับสารเหมือนกัน แต่แนวทางการศึกษาผู้รับสารในช่วงทศวรรษ 1960 นั้น จะอยู่ภายใต้กรอบแนวคิดของทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Impact Theory) แต่ทว่าในช่วงทศวรรษ 1990 นั้น แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ศึกษาจะแปรเปลี่ยนไปเป็นทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงปัจเจก (Individual Functionalism) หรือทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ซึ่งทั้ง 2 ทฤษฎีนี้ แม้จะศึกษา “ผู้รับสาร” เหมือนกัน หากทว่า “ข้อตกลงเบื้องต้น” (basic assumption) เกี่ยวกับผู้รับสารของ 2 ทฤษฎีก็แตกต่างกันราวขาวกับดำ (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป) ความแตกต่างของทฤษฎีที่ใช้จึงมีผลมาถึงแนวทางการเข้าสู่ปัญหาและการตั้งโจทย์การวิจัย

(3) การประมวลผลการพัฒนาการศึกษาครั้งนี้ยังจำกัด “ประเภทของสื่อ” อยู่ที่สื่อโทรทัศน์เพียงสื่อเดียวเท่านั้น แต่ทว่าสื่อมวลชนที่อยู่แวดล้อมชีวิตของเด็กๆ นั้นยังมีสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ อีก

(4) ในส่วนที่เกี่ยวกับการศึกษา “ผู้ผลิต” นั้น มีข้อที่น่าสังเกตว่า ในช่วงแรกๆ ของการศึกษา เช่น ช่วงทศวรรษ 1970 นั้น แนวทางการศึกษายังอยู่ภายใต้แนวคิดเชิงเทคนิค (technical approach) กล่าวคือ จะสนใจว่ากระบวนการผลิตสื่อสำหรับเด็กมีเทคนิคการผลิตอย่างไร แต่ทว่าในช่วงหลัง เช่น ช่วงทศวรรษ 1990 แนวทางการศึกษาผู้ผลิตจะเริ่มอยู่ภายใต้กรอบทฤษฎี “การกำหนดทางสังคมต่อสื่อ” (Social Determinism of Media) ซึ่งเป็นการขยายมุมมองจาก “เทคนิคการผลิต” ออกไปสู่มิติด้านเศรษฐกิจ (เช่น เงินทุนในการผลิตรายการ การสนับสนุนของผู้อุปถัมภ์รายการ) มิติด้านการเมือง (เช่น ข้อบังคับของรัฐเกี่ยวกับรายการเด็ก นโยบายของภาคส่วนต่างๆ ฯลฯ) หรือมิติด้านการศึกษา/วัฒนธรรมอื่นๆ

(3.3) งานศึกษาภาพรวมงานวิจัยเด็กกับการสื่อสารชิ้นที่สอง (พ.ศ.2540)

ในปีพ.ศ.2540 กาญจนา แก้วเทพ ได้ทำวิจัยสำรวจสถานการณ์แห่งองค์ความรู้เรื่อง “บทบาทสื่อมวลชนกับการพัฒนาเด็ก เยาวชน และครอบครัว” ที่มีขอบเขตการวิจัยตั้งแต่ช่วงปีพ.ศ.2504-2539 (รวม 35 ปี) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับงานของสุวิจรรยา เปี่ยมญาติ (2538) ที่เป็นงานวิจัยภาพรวมชิ้นแรกแล้ว งานวิจัยชิ้นที่สองนี้จะมีการขยายขอบเขตในเรื่อง “ประเภทของสื่อ” ให้กว้างขวางออกไปครอบคลุมสื่อมวลชนทุกประเภทอย่างไรก็ตาม เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยที่ดำเนินการอย่างมีเป้าหมายเฉพาะที่แน่นอน คือเป็นการวิจัยเพื่อนำเอาผลการวิจัยไปจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในเรื่องบทบาทของสถาบันต่างๆในสังคมที่มีต่อการพัฒนาเด็ก เยาวชน และครอบครัว ดังนั้น แนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้จึงจำกัดอยู่ที่ทฤษฎีเดียวคือ ทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism)

สำหรับข้อค้นพบที่น่าสนใจของงานวิจัยภาพรวมชิ้นที่ 2 ซึ่งมีลักษณะเป็นการสำรวจและประมวลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเด็กกับการสื่อสารของไทยในช่วงเวลา 35 ปีที่ผ่านมามีดังนี้

(1) ปริมาณงานวิจัยและประเภทของสื่อ นับตั้งแต่ปีพ.ศ.2504-2539 มีจำนวนงานวิจัยเรื่องเด็กกับสื่อมวลชนรวม 138 ชิ้น และมีการศึกษาสื่อมวลชนทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ (อันหมายถึงหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือเล่ม และหนังสือการ์ตูน) สื่อภาพยนตร์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (คือ โทรทัศน์ วิทยุ เทปเพลง) สื่อโฆษณา สื่อสมัยใหม่ (คือวิดีโอ และคอมพิวเตอร์) และสื่ออื่นๆ เช่น สื่อเฉพาะกิจ (แผ่นพับ โปสเตอร์ ฯลฯ) อย่างไรก็ตาม ประเภทของสื่อมวลชนที่ถูกเลือกมาศึกษาก็จะเป็นสื่อประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และโทรทัศน์เป็นส่วนใหญ่ ประเภทของสื่อที่มีการทำวิจัยค่อนข้างน้อยคือ วิทยุ ซึ่งน่าจะมีเหตุผลมาจากความไม่สะดวกในการเก็บข้อมูลเนื่องจากวิทยุเป็นสื่อที่มีแต่เสียงซึ่งเก็บบันทึกได้ยาก และสื่อสมัยใหม่อื่นๆที่ยังมีงานศึกษาน้อยเนื่องจากเพิ่งจะเป็นช่วงเริ่มต้นของสื่อสมัยใหม่

(2) กลุ่มตัวอย่าง งานวิจัยส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ที่กลุ่มเด็กวัยเรียนและวัยรุ่น เฉพาะเด็กในเขตกรุงเทพมหานคร และเฉพาะเด็กกลุ่ม

ที่มีโอกาสในสังคม ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากเหตุผลเรื่องความสะดวกในการเก็บข้อมูลของนักวิจัย อย่างไรก็ตาม ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่าเด็กที่มีความแตกต่างในเรื่องอายุ เพศ ภูมิภาค ลำเนาฐานะทางชนชั้นระดับการได้รับการศึกษา ฯลฯ นั้นจะมีความแตกต่างในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อหรือบทบาทของสื่อที่มีต่อตัวเด็กด้วย ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะจากผู้วิจัยให้ขยายประเภทของกลุ่มตัวอย่างออกไปให้ครอบคลุมกลุ่มเด็กที่ยังเป็นช่องว่างทางการศึกษาวิจัยอยู่ เช่น เด็กที่อยู่นอกระบบโรงเรียนเด็กในต่างจังหวัด เป็นต้น

(3) ประเด็นที่ศึกษา สำหรับประเด็นที่ศึกษาจะอยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีกระแสหลักที่ได้กล่าวมาข้างต้น ยกเว้นทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาเนื่องจากในช่วงเวลาที่ศึกษา แนวคิดทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษายังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายนักในแวดวงวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ของไทย

ประเด็นที่จะศึกษานั้นจะเริ่มตั้งแต่**ธรรมชาติของสื่อ**แต่ละชนิดที่จะมีผลต่อเด็กในด้านต่างๆ แนวคิดเรื่อง**การเปิดรับสื่อ (Media exposure)** แต่ละชนิดของเด็ก (ซึ่งแนวคิดนี้ขึ้นอยู่กับเงินรายได้ของทฤษฎี Impact Theory ที่เชื่อว่า ยิ่งปริมาณความถี่ของการเปิดรับมีมาก ก็จะมีผลกระทบบ้างสูงต่อผู้เปิดรับ) **การใช้ประโยชน์จากสื่อ** รวมทั้ง**บทบาทหน้าที่ของสื่อ** โดยมีบทบาทหน้าที่ด้านการสร้างการเรียนรู้ทางสังคม ซึ่งแฝงอยู่ในเนื้อหาทฤษฎี Social Learning Theory

(4) องค์กรประกอบของการสื่อสาร เมื่อใช้เกณฑ์องค์ประกอบทั้ง 4 ของการสื่อสารมาจัดแบ่งงานวิจัยทั้งหมดก็จะพบว่า แม้จะขยายประเภทของสื่อออกมาสู่สื่อมวลชนประเภทอื่นๆ แต่ผลการวิจัยก็ยังเป็นแบบแผนเดียวกับข้อค้นพบของสุวัจนรา เปี่ยมญาติ (2538) กล่าวคือในระยะแรก ยังคงเน้นการศึกษาผู้รับสารและเนื้อหาของสาร ซึ่งน่าจะเป็นเพราะอิทธิพลของทฤษฎี Functionalism และ Impact Theory และในภาพรวมทั้ง 35 ปี งานวิจัยส่วนใหญ่ก็คงเป็นการศึกษาผู้รับสาร (แต่ก็เป็นกลุ่มเด็ก/เยาวชนที่ค่อนข้างกระจุกตัวดังที่กล่าวมาแล้ว) จนกระทั่ง

ในช่วงปลายๆของทศวรรษ พ.ศ.2530 จึงเริ่มมีการศึกษาผู้ส่งสารบ้าง แต่ทว่าก็ยังมีเป็นส่วนน้อย ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากความยากลำบากของการวิจัยในการเข้าถึงผู้ผลิต/ผู้ส่งสาร

(5) **ประเภทของสื่อที่เด็กใช้** ผลการวิจัยพบว่า สื่อที่เด็กใช้อย่างแพร่หลายบางประเภทก็เป็นสื่อประเภทเดียวกับที่ผู้ใหญ่ใช้ คือสื่อโทรทัศน์ แต่ในลำดับต่อมา ก็จะเป็นสื่อเฉพาะของเด็ก คือ หนังสือการ์ตูนและวิดีโอ แต่ไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทใด เด็กๆก็จะมีเป้าหมายแรกในการใช้สื่อคือ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองในด้านความบันเทิงเป็นหลัก และเด็กในช่วงเวลาที่ศึกษาจะเริ่มเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือสิ่งพิมพ์ (ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นสื่อของผู้ใหญ่) หรือหนังสือเล่มน้อยลง (ซึ่งน่าจะเป็นอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ที่มาแย่งเวลาไป)

(6) **บทบาทของสื่อต่อเด็ก** ผลการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนมีบทบาทหน้าที่อันหลากหลายอย่างมากต่อเด็ก/เยาวชน เช่น เป็นผู้ช่วยสอน พัฒนาสติปัญญา เป็นเพื่อน เป็นแบบอย่าง ฯลฯ อย่างไรก็ตาม การที่สื่อมวลชนมีบทบาทอันหลากหลายนั้น ก็เนื่องจากกลุ่มบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อเพื่อเด็กนั้นมีหลายกลุ่ม เช่น นักวิชาการ นักการศึกษา ครู ผู้ปกครอง ผู้ใช้สื่อวัยรุ่นและวัยเด็ก และคนแต่ละกลุ่มนี้ต่างก็มองเห็นบทบาทของสื่อที่มีต่อเด็ก/เยาวชนแตกต่างกันไป แต่ก็มีส่วนที่เห็นร่วมกันคือสื่อมวลชนทำหน้าที่ประการสำคัญต่อเด็กคือ การให้ความรู้และความบันเทิง

(7) **ทิศทางของการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน** ประกอบด้วย 2 ทิศทางคือ สื่อมวลชนทำหน้าที่ในทางที่พึงปรารถนา หรือสร้างผลกระทบด้านบวก เช่น การพัฒนาการศึกษา การอบรมเด็กให้มีจริยธรรม ฯลฯ และการทำหน้าที่ในทางที่ไม่พึงปรารถนา เช่น สอนให้เด็กแสดงออกอย่างก้าวร้าวรุนแรง สำหรับทิศทางทั้ง 2 ด้านนี้ มีข้อที่น่าสังเกตว่า “ลักษณะของทิศทาง” มักจะผูกโยงไปกับ “ประเภทของผู้ใช้สื่อ” กล่าวคือ ถ้าเป็นผู้ใหญ่มาใช้สื่อเพื่อเด็ก มักจะเป็นไปในทิศทางบวก แต่ถ้าเป็นเด็ก

ใช้สื่อเองมักจะถูกมองว่ามีทิศทางไปในทางลบ ข้อสรุปดังกล่าวนี้จะถูกท้าทายจากทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษานี้ที่ถูกนำมาใช้เป็นกรอบการวิจัยที่พิสูจน์ได้ว่า แม้แต่เด็กก็สามารถจะใช้สื่อด้วยตัวเองไปในทิศทางที่พึงปรารถนาได้

(8) **หน่วยของการศึกษา** งานวิจัยส่วนใหญ่จะวิเคราะห์บทบาทของสื่อมวลชนที่มีผลต่อเด็กใน **จุลภาค** (micro) กล่าวคือ มองความสัมพันธ์ของสื่อแต่ละชนิดที่มีต่อเด็กแต่ละคน หรือแต่ละกลุ่ม มีเพียงส่วนน้อยที่จะมองบทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อเด็กใน **ลักษณะภาพรวม** หรือ **ระดับมหภาค** (macro) เช่น การแสดงบทบาทเป็นผู้พิทักษ์สิทธิเด็กหรืองานวิจัยที่เชื่อมโยงถึงเรื่องแผนและนโยบายในการพัฒนาเด็กและการติดตามผลการปฏิบัติงานตามแผนและนโยบายอย่างต่อเนื่อง การศึกษากฎหมายที่เกี่ยวกับการนำเด็กมาโฆษณา รวมทั้งยังขาดการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างฐานข้อมูลในแง่พัฒนาการ ตัวอย่างเช่น จำนวนรายการเด็กในโทรทัศน์ในรอบทศวรรษที่ผ่านมา เป็นต้น ฐานข้อมูลดังกล่าวมีความสำคัญในแง่การวางแผนและการติดตามผล รวมทั้งการนำข้อมูลไปรณรงค์ด้วย

(9) **ปัจจัย/ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการแสดงบทบาทต่างๆของสื่อมวลชน** พบว่ามี 4 ปัจจัยคือ (1) **ธรรมชาติของสื่อแต่ละประเภท** เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อสาระ มุ่งให้ความรู้ ในทางกลับกันสื่อภาพยนตร์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จะถูกมองว่าเป็นสื่อเพื่อความบันเทิง ด้วยเหตุนี้เองสื่อดังกล่าวจึงแสดงบทบาทที่แตกต่างกัน (2) **ธรรมชาติของเด็กแต่ละวัย** แต่ละกลุ่มในการใช้สื่อ ซึ่งก็พบว่า ถึงแม้เด็กแต่ละกลุ่มจะมีลักษณะการใช้สื่อที่คล้ายคลึงกัน คือ ต้องการความบันเทิงเป็นสำคัญ (ด้วยเหตุนี้สื่อที่มุ่งให้สาระจึงเป็นเรื่องที่น่าเบื่อสำหรับเด็ก) แต่เมื่อเด็กอยู่ในกลุ่มวัยต่างกันก็มีรสนิยมการบริโภคสื่อแตกต่างกันด้วย (3) **โครงสร้างของสื่อมวลชน** ในกรณีที่สื่อมีโครงสร้างขนาดใหญ่มักไม่สนใจที่จะแสดงบทบาทด้านการศึกษาและการพัฒนา ด้วยเหตุผลทั้งด้านกำไร และความยากของการใช้เทคนิคการสื่อสาร ดังนั้น สื่อเฉพาะกิจจึงทำหน้าที่ดังกล่าวได้ดีกว่า และ

(4) ความเข้าใจของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย คือกลุ่มผู้ผลิต และผู้มีอำนาจ ในการสร้างเงื่อนไขในการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาเด็ก (เช่น สถานีโทรทัศน์) และผู้สนับสนุน ว่าตระหนักถึงบทบาทของสื่อในการพัฒนาเด็กมากน้อย เพียงใด ปัจจัยข้อนี้เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้สื่อมวลชนที่มีเป้าหมายเพื่อ การพัฒนาเด็กสามารถยืนอยู่หรือล้มหายตายจากไป

จากงานวิจัยสำรวจสถานภาพแห่งองค์ความรู้ชิ้นนี้ แม้ว่าจะได้ ขยายขอบเขตให้ครอบคลุมสื่อทุกประเภท แต่ก็ยังมีข้อจำกัดในแง่กรอบ ทฤษฎีที่ใช้ เนื่องจากโจทย์การวิจัยจะให้ความสนใจแต่เพียงเรื่อง “บทบาท ของสื่อมวลชน” และนับตั้งแต่ปีพ.ศ.2540 มาจนถึงปัจจุบันนี้ (ปีพ.ศ.2554) ในแวดวงวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ได้เกิดมีแนวคิด/ทฤษฎี/กระบวนทัศน์ ด้านการสื่อสารที่มากมายหลากหลายมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ในข้อเขียนชิ้นนี้ จึงจะดำเนินภารกิจที่ยังขาดหายไปในงานวิจัยภาพรวม 2 ชิ้นที่ผ่านมาก ล่าวคือ ในข้อเขียนชิ้นนี้จะให้ความสนใจในเรื่อง **แนวคิดทฤษฎีและ กระบวนทัศน์ด้านการสื่อสาร** (บวกผสมกับกระบวนทัศน์ที่หลากหลายที่ เกี่ยวกับเด็กที่ได้กล่าวไปแล้ว) แต่เนื่องจากงานเขียนชิ้นนี้ยังมิใช่การสำรวจ สถานภาพแห่งความรู้อย่างเต็มที่ ดังนั้น ผู้เขียนจึงจะกระทำเพียงหยิบยก งานวิจัยของไทยบางชิ้นมาแสดงให้เห็นพอเป็นตัวอย่างประกอบให้ชัดเจน

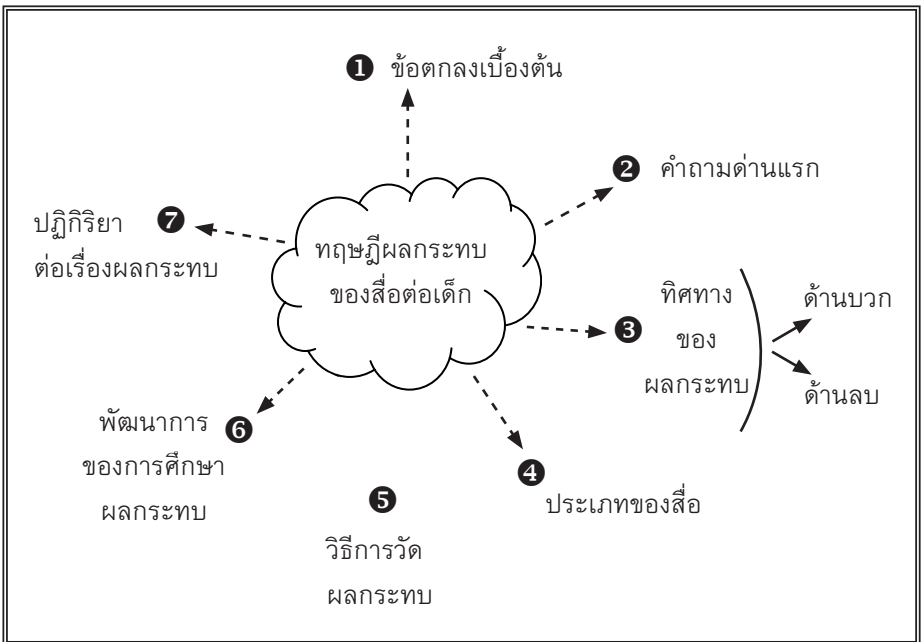
4. ภาพรวมของกระบวนทัศน์/ทฤษฎีเรื่องเด็กกับการสื่อสาร

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ข้อเขียนชิ้นนี้จะเพิ่มเติมมุมมอง จากชุดความรู้เรื่องเด็กกับการสื่อสาร 2 ชุดที่มีมาแล้ว คือ งานของสุวิจฉรา เปี่ยมญาติ (2538) ที่ได้ใช้ตัวแปรเรื่อง “องค์ประกอบของการสื่อสาร” มา จัดแบ่งประเภทของงานวิจัยเรื่องเด็กกับการสื่อสาร ส่วนงานของกาญจนา แก้วเทพ (2540) ได้ใช้ตัวแปรเรื่อง “ประเภทของสื่อ” มาเป็นเกณฑ์แบ่ง สำหรับงานเขียนชิ้นนี้อาจจะแนะนำตัวแปรเรื่อง “ทฤษฎี/กระบวนทัศน์ ด้านการสื่อสาร/สื่อมวลชน” เฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเด็ก เพื่อที่ งานวิจัยที่จะจัดทำต่อไปในอนาคตจะได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่อง “จุดยืน ทางทฤษฎี” ที่เข้ามามีส่วนกำหนดทิศทางของการวิจัย

สำหรับทฤษฎี/กระบวนทัศน์ที่ได้เลือกมานำเสนอนี้จะมีอยู่ 7 ทฤษฎีซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องเด็กกับการสื่อสาร โดยจะนำเสนอรายละเอียดพอสังเขปของแต่ละทฤษฎีและจะยกตัวอย่างงานวิจัยของไทยมาประกอบความเข้าใจพอสังเขป

(4.1) ทฤษฎีผลกระทบของสื่อต่อเด็ก (Impact/Effect Theory)

ในที่นี้ เราจะพิจารณาทฤษฎีผลกระทบของสื่อที่มีต่อเด็ก ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นกระบวนทัศน์กระแสหลักในการวิจัยเรื่องเด็กกับการสื่อสาร ในแง่มุมต่างๆ ดังนี้



ภาพที่ 2: ทฤษฎีผลกระทบของสื่อต่อเด็ก

(4.1.1) **ข้อตกลงเบื้องต้น** (basic assumption) ทฤษฎีนี้มี กระบวนทัศน์เบื้องหลังที่เชื่อในพลังอำนาจอันมหาศาลของสื่อมวลชน สมัยใหม่ เช่น หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ และวิทยุ ซึ่งเป็นสื่อที่อยู่ในช่วง ปลายศตวรรษที่ 19 และต้นศตวรรษที่ 20 กระบวนทัศน์ดังกล่าวนี้ ก่อตัวมาจากบริบทของสงครามโลกครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 รวมทั้งการ เปลี่ยนแปลงของระบบสังคมขนาดใหญ่ของประเทศรัสเซีย และกรณี ของฮิตเลอร์ในเยอรมัน ในเหตุการณ์เหล่านี้ สื่อมวลชนมีพลังอำนาจที่ สามารถโน้มน้าว (persuasive communication) ให้ผู้คนมีการเปลี่ยนแปลงระดับการ**กระทำพฤติกรรม** (Behavior/performance) ของตนเองได้ (สนใจโปรดดูกาญจนา แก้วเทพ, **สื่อสารมวลชน:ทฤษฎี**, 2552)

ในส่วนที่เกี่ยวกับเด็ก DeFleur (1989) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ อิทธิพลของสื่อภาพยนตร์อันเป็นสื่อที่มีคุณลักษณะเอื้อต่อการโน้มน้าว ใจอย่างสูงว่า ในช่วงปี 1920 เด็กๆอเมริกันนับล้านคนได้ดูหนังแทบทุก อาทิตย์ร่วมกับพ่อแม่ และมีปรากฏการณ์ที่แสดงให้เห็นว่า เด็กๆพากัน เลียนแบบคำพูดและการกระทำ/การแต่งกายจากภาพยนตร์ ในช่วงเวลานี้ ความสนใจเรื่อง “เด็กกับสื่อมวลชน” ได้เริ่มก่อตัวขึ้น และประเด็นที่มีการ ค้นคว้าวิจัยกันอย่างมากก็คือ ประเด็นเรื่อง “ความรุนแรง” (violence) และ “เรื่องเพศ” (Sex)

ส่วนคุณลักษณะสำคัญของ**ผลกระทบ** (Effect/Impact) ที่ เกิดขึ้นจากสื่ออันจะมีคุณลักษณะพิเศษดังนี้ (ซึ่งทำให้ทฤษฎีนี้แตกต่าง ไปจากทฤษฎีอื่นๆ เช่น ทฤษฎีการเรียนรู้จากสื่อ)

- เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในช่วง**ระยะเวลาสั้นๆ** (short-term) หลังจากเปิดรับสื่อโดยเกิดขึ้นอย่างทันทีทันใด ไม่ต้องรอคอย ไม่ต้องสั่งสม
- เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ในทั้ง 3 ระดับ คือระดับความเข้าใจ (Knowledge) ระดับทัศนคติ/อารมณ์ความรู้สึก (Attitude/ Affection) โดยเฉพาะถึงระดับการ**ลงมือกระทำ** (Behavior/ Performance)

- เป็นผลที่เกิดขึ้นอย่างค่อนข้างครอบคลุม**เป้าหมาย**ได้ทุกกลุ่ม โดยเฉพาะเกิดขึ้นได้ง่ายมากกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก สำหรับปัจจัย/ตัวแปรที่จะทำให้สื่อสามารถสร้างผลกระทบดังที่กล่าวมาได้นั้น จะเกิดมาจากองค์ประกอบทั้ง 2 ฝ่าย คือฝ่ายส่งสาร (Sender) และฝ่ายผู้รับสาร (receiver) โดยที่ทฤษฎีผลกระทบนี้จะเน้นแต่ความสำคัญของ**ตัวสื่อ** (Media) แต่ไม่ได้ให้ความสนใจกับ**ตัวสาร** (Message) เท่าใดนัก

ในฝ่าย**ตัวผู้ส่งสาร** ผลกระทบจะเกิดขึ้นได้เมื่อผู้ส่งสารจะสามารถที่จะเข้าถึง (reach/accessibility) ผู้รับสารได้ และหากมีโอกาสที่จะเข้าถึงผู้รับสารมากยิ่งขึ้นเท่าใด ก็จะสามารถสร้างผลกระทบได้สูงมากขึ้นเท่านั้น ในฝ่ายผู้รับสารจะขึ้นอยู่กับตัวแปรเรื่อง “การเปิดรับสื่อ” (media exposure) ซึ่งเป็นไปตามข้อสรุปของทฤษฎีผลกระทบที่ว่า ยังมีปริมาณการเปิดรับสื่อมากยิ่งขึ้นเท่าใด สื่อก็ยังมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากยิ่งขึ้นเท่านั้น

ในขณะที่ทฤษฎีเรื่องผลกระทบของสื่อนี้ถือกำเนิดขึ้นในซีกโลกตะวันตกและสำแดงพลาณภาพในช่วงเวลาพิเศษคือช่วงเวลาสงคราม แต่เมื่อนำทฤษฎีนี้เข้ามาใช้ในกลุ่มประเทศโลกที่สาม/ด้อยพัฒนาจะอยู่ในช่วงทศวรรษแห่งการพัฒนาประเทศให้ทันสมัยของโลกที่สาม (Modernization) ดังนั้น ทฤษฎีผลกระทบของสื่อจึงแปรรูปมาเป็น**ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาประเทศและกลุ่มคน** สำหรับในประเทศไทย ในช่วงทศวรรษ 1970 กระแสแนวคิดหลักในวงวิชาการนิเทศศาสตร์ของไทย คือทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าและพัฒนาผู้คนให้มีความทันสมัย (Modern man) ดังนั้นจึงมีงานวิจัยจำนวนมากที่พยายามพิสูจน์ว่า **ปริมาณการเปิดรับ** (media exposure) สื่อมวลชนประเภทต่างๆ จะมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาความทันสมัยในด้านต่างๆ หรือไม่ กลุ่มเยาวชนก็เป็นกลุ่มตัวอย่างหนึ่งที่มีอยู่ในเป้าหมายนี้ด้วย เช่นงานของอัจฉาวรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา (2529) ที่ศึกษาความสัมพันธ์

ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนกับการพัฒนาลักษณะสมัยใหม่ของเยาวชน ในเขตเมืองและชนบท เป็นต้น ผลจากการวิจัยประเภทนี้ มักจะแสดงให้เห็นว่า สื่อมวลชนมีขีดความสามารถที่จะสร้างความทันสมัยได้ในบางมิติ เช่น มิติของความรู้ความเข้าใจ (Knowledge) แต่ยังไม่มีความสำคัญมากพอที่จะสร้างทัศนคติ (Attitude) และเปลี่ยนพฤติกรรม (Performance) ของบุคคลได้อันเนื่องมาจากลักษณะที่กว้างขวางเกินไปของสื่อมวลชน

จากแนวคิดเรื่องการเชื่อถือในพลังอำนาจของสื่อที่มีต่อการพัฒนาบุคคลได้ ที่เริ่มจากกลุ่มผู้ใหญ่ในมิติที่หนักๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ ในขั้นต่อมา แนวคิดเรื่องการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาได้ค่อยๆ ขยายออกมาถึงกลุ่มเด็กซึ่งตามกระบวนการทัศน์ “The Immanent Child” (เด็กเหมือนผ้าขาว) ที่เชื่อว่า การที่เด็กจะเป็นอย่างไรนั้นก็ขึ้นอยู่กับ การจัดสิ่งแวดล้อมให้แก่เด็กๆ สื่อมวลชนก็เป็นสถาบันหนึ่งที่แวดล้อมตัวเด็กอยู่ ดังนั้นจึงมีงานวิจัยที่นำเอาแนวคิดเรื่องการพัฒนาเด็กทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญา อารมณ์ และสังคมมาใช้ในลำดับต่อมา

(4.1.2) คำถามด้านแรก: สื่อมีผลกระทบจริงหรือไม่/ภายใต้เงื่อนไขใด แม้ว่าในทางหลักการ ทฤษฎีผลกระทบของสื่อจะมีความเชื่อในพหุภาพของสื่อประเภทต่างๆ แต่ในโลกแห่งความเป็นจริง คำตอบก็ไม่ได้เป็นไปตามหลักการเสมอไป ดังนั้น ในการลงมือวิจัยเพื่อพิสูจน์ ทฤษฎี คำถามด้านแรกของทฤษฎีผลกระทบของสื่อก็คือ ในกรณีการศึกษา นั้น สื่อมีผลกระทบจริงหรือไม่ มีผลกระทบมากน้อยเพียงใด มีผลกระทบในด้านใด และผลกระทบที่เกิดขึ้นนั้นทำงานอยู่ภายใต้เงื่อนไขใด การตรวจสอบดังกล่าวนี้ไม่มีข้อยกเว้นไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทใด แม้แต่สื่อที่ถูกรับรู้ว่ามีพลังอำนาจต่อเด็กอย่างมหาศาล เช่น สื่อโทรทัศน์ หรือเกมคอมพิวเตอร์

ตัวอย่างเช่น ในกรณีของสื่อโทรทัศน์ แม้ว่าในทางทฤษฎีจะมีการคาดการณ์ว่า โทรทัศน์จะสามารถสร้างผลกระทบอย่างรอบด้านทั้ง

ด้านร่างกาย อารมณ์ สติปัญญา และพฤติกรรม แต่ในข้อเท็จจริงก็จำเป็นต้องมีการตรวจสอบว่า โทรทัศน์เป็นตัวแปรตัวเดียวที่ทำงานใช่หรือไม่ ในต่างประเทศ E.E. Maccoby (1954) พบว่า โทรทัศน์จะมีผลกระทบต่อเด็กได้ใน 3 เงื่อนไขเท่านั้นคือ กับเด็กที่มีความโน้มเอียงจะทำพฤติกรรมนั้นอยู่แล้ว กับเด็กที่ไม่เคยมีประสบการณ์กับเรื่องนั้นมาก่อนเลย หรือในกรณีของความก้าวร้าวก็จะทำให้เกิดความมั่นใจต่อการใช้ความก้าวร้าว แต่มิใช่การเพิ่มการใช้ความก้าวร้าว เป็นต้น

(4.1.3) ทิศทางของผลกระทบ (direction of effect) ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสื่อ นั้น หากแยกโดยใช้ตัวแปรเรื่อง “นำฟังปรารภนา” เป็นเกณฑ์แบ่ง ก็จะจัดแบ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสื่อได้เป็น 2 ประเภทคือผลกระทบด้านบวก (positive impact) อันได้แก่ผลกระทบที่พึงปรารถนา (desirable effect) ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของสุดาพร สิทธิเวทิน (2535) ที่ศึกษาพบว่า การใช้วิทยุมาช่วยสอนจะมีผลต่อการเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนชั้นประถม ทั้งนี้เนื่องจากธรรมชาติที่เป็นสื่อเสียงของวิทยุจะเอื้ออำนวยต่อการสร้างความคิดริเริ่มได้อย่างมาก และเป็นที่น่าสังเกตว่าผลกระทบของสื่อในทางบวกนี้มักจะเป็น **“การใช้สื่อของผู้ใหญ่/ผู้อื่น(ที่ไม่ใช่เด็ก)”** และเป็นการใช้สื่อเพื่อสร้างผลกระทบอย่างมีการออกแบบวางแผนเอาไว้ (planned) มิใช่การใช้สื่อตามธรรมชาติ

ทิศทางอีกประเภทหนึ่งคือผลกระทบด้านลบ (negative impact) อันได้แก่ผลกระทบที่ไม่พึงปรารถนา (undesirable effect) สำหรับในกรณีของเด็กนั้น ผลกระทบที่มีความกังวลใจกันมากที่สุดมีอยู่ 2 ประเด็นคือเรื่องความก้าวร้าว (violence) และเรื่องเพศ (sex)

พฤติกรรมด้านความก้าวร้าวจะเป็นอิทธิพลของสื่อที่ถูกตรวจสอบมากที่สุดจากนักวิชาการ ในกรณีของไทย นันทวัน สุขชาติ (2520) ศึกษาเด็กเรียนอายุ 8-12 ปี (ป.4) ในกรุงเทพฯ ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่างกัน เพื่อดูว่าอิทธิพลจากโทรทัศน์จะมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมก้าวร้าว

หรือไม่ ข้อค้นพบประการแรกคือ ช่วงเวลาที่เด็กนิยมดูโทรทัศน์นั้นเป็นช่วงเวลาที่มียุทธศาสตร์ที่แสดงความรุนแรงอยู่มาก ดังนั้น โอกาสที่เด็กจะได้เปิดรับรายการโทรทัศน์ที่รุนแรงจึงมีอยู่มาก และทำให้พบผลการวิจัยต่อมาว่า ยิ่งมีการเปิดรับโทรทัศน์บ่อย ก็ยิ่งทำให้เด็กยอมรับการใช้ความรุนแรงแก้ปัญหา หรือแม้แต่เคยมีประสบการณ์การใช้ความรุนแรงแก้ปัญหาด้วยตัวเอง อย่างไรก็ตาม ระดับของผลกระทบนี้ยังแปรไปตามสถานะทางเศรษฐกิจสังคมของครอบครัวเด็ก

(4.1.4) ประเภทของสื่อ (type of media) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ทฤษฎีผลกระทบของสื่อจะให้ความสำคัญกับ “ตัวสื่อ” มากกว่า “ตัวสาร” (ไม่ว่าตัวสารจะดึงดูดใจหรือไม่ก็ตาม หากมีปริมาณความถี่ของการเผยแพร่บ่อยครั้ง ก็สามารถจะโน้มน้าวผู้รับสารได้) และในแวดวงวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ก็ตระหนักดีว่า สื่อมวลชนประเภทต่างๆ สามารถสร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นมากน้อยแตกต่างกันตามลักษณะธรรมชาติของตัวสื่อเอง เช่น สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือเล่ม) ซึ่งส่งสารได้โดยผ่านตัวอักษร น่าจะมีอิทธิพลน้อยกว่าสื่อภาพยนตร์ซึ่งเป็นสื่อภาพและเสียง หรือสื่อวิทยุซึ่งมีเพียงเสียงอย่างเดียว น่าจะมีอิทธิพลน้อยกว่าสื่อโทรทัศน์ซึ่งมีทั้งภาพและเสียง เป็นต้น

ดังนั้น “ประเภทของสื่อ” จึงเข้ามาเป็นตัวแปรอีกตัวหนึ่งที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับระดับอิทธิพลของสื่อ และอาจมีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบผลกระทบระหว่างสื่อประเภทต่างๆ ในที่นี้ ผู้เขียนอยากจะเสนอว่า นอกจากเราจะจำแนกประเภทของสื่อตามแบบฉบับที่กล่าวมาโดยใช้ ธรรมชาติของสื่อเป็นเกณฑ์แล้ว ในส่วนที่เกี่ยวกับเด็กกับการสื่อสาร เราอาจจะจัดแบ่งประเภทของสื่อโดยใช้เกณฑ์ที่ “เด็กเข้ามาเกี่ยวข้อง” เป็นเกณฑ์ ซึ่งจะทำให้แบ่งประเภทของสื่อออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

(i) **สื่อมวลชนขนาดใหญ่ทั่วไป** เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ เนื่องจากสื่อเหล่านี้เป็นสื่อของผู้ใหญ่ ตามความหมาย

ที่กล่าวมาข้างต้น คือเป็นสื่อที่ผู้ใหญ่ผลิตเพื่อให้ผู้ใหญ่ใช้ แต่ทว่าเด็กๆก็ได้เข้าไปใช้สื่อของผู้ใหญ่เหล่านั้นด้วย กรณีที่น่าสนใจที่สุดคือบรรดालะครโทรทัศน์ประเภทโรแมนติคหรือเป็นเรื่องผัวๆเมียๆ สื่อละครโทรทัศน์เหล่านี้มีเด็กๆดูอยู่มาก (ในกรณีของไทย เด็กๆรายงานว่า เป็นรายการที่เด็กดูเป็นอันดับแรกหรืออันดับที่สอง) ผลกระทบจากสื่อของผู้ใหญ่เหล่านี้มีต่อเด็กๆอย่างไร

(ii) **สื่อเฉพาะกิจ/สื่อสำหรับเด็ก** เป็นสื่อขนาดเล็กที่สร้างขึ้นมาโดยมีกลุ่มเป้าหมายที่แน่นอนคือเด็ก เช่น เทปนิทานประกอบเพลง หรืออาจจะสอดแทรกอยู่ในสื่อของผู้ใหญ่แต่ทว่าเป็นพื้นที่เฉพาะสำหรับเด็ก เช่น คอลัมน์สำหรับเด็กในหนังสือพิมพ์ หนังสือการ์ตูนสำหรับเด็ก ฯลฯ เนื่องจากเป็นสื่อที่ถูกสร้างขึ้นโดยมีเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กตามหลักการแล้วจึงน่าจะเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อเด็ก แต่เนื่องจาก “ผู้ผลิต” ยังเป็น “ผู้ใหญ่” ดังนั้นจึงยังคงต้องตรวจสอบผลกระทบว่ามีมากน้อยเพียงใด เช่น งานวิจัยของเอกชยา สุขศิริ (2540) เรื่องเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอในหน้าสำหรับเด็กและเยาวชนของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย เป็นต้น

(iii) **สื่อโฆษณา** สื่อโฆษณามีคุณลักษณะเฉพาะตัว คือเป็นสื่อที่มุ่งการโน้มน้าวอย่างสูงสุด ดังนั้นกระบวนการออกแบบ/กระบวนการผลิตสื่อจึงดำเนินการอย่างเป็นระบบและประณีตเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว และหากเราเชื่อถือในกระบวนการที่มีต่อเด็กๆว่า เด็กๆยังมีความสามารถในการต้านทานการโน้มน้าวชักจูงได้น้อย ก็น่าจะเป็นไปได้ว่า สื่อโฆษณาน่าจะมีอิทธิพลต่อเด็กๆอย่างมาก และเป็นที่น่าสังเกตว่า ในขณะที่ผู้ใหญ่มักจะเบื่อหน่ายและปิดรับสื่อโฆษณา แต่กลับปรากฏว่าเด็กๆจะชอบดูบรรดารายการโฆษณาทางโทรทัศน์อย่างมาก และสามารถจดจำหรือเลียนแบบได้อย่างดี

(4.1.5) **วิธีการวัดผลกระทบ** องค์ประกอบที่ถูกนำมาใช้วัดผลกระทบนั้นมักจะมีอยู่ 2 หน่วยการวิเคราะห์คือ **ผลผลิตของสื่อมวลชน**

(media product - M-C) และตัวผู้รับสาร โดยวิธีการออกแบบการวิจัยนั้น มักจะมีอยู่ 2 แบบคือ การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว (correlational study) กับการวิจัยเชิงทดลอง (experimental study)

สำหรับวิธีการแรกก็คือ การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่ได้มาจากแนวคิดทฤษฎี เนื่องจากทฤษฎีผลกระทบของสื่อมีความเชื่อว่า หากผู้รับสารมีปริมาณการเปิดรับสื่อ (media exposure) ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างมาก ก็จะได้รับอิทธิพลจากสื่อในเรื่องดังกล่าวอย่างมาก ฉะนั้น การออกแบบการวิจัยจะกระทำเพื่อพิสูจน์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเรื่อง “ปริมาณการเปิดรับ” กับ “พฤติกรรมที่ต้องการ” ตัวอย่างเช่น งานศึกษาของเกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ (2540) เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการอ่านหนังสือการ์ตูนกับการใช้ภาษาและความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น

ส่วนแบบที่สองเป็นการวิจัยเชิงทดลองเพื่อเปรียบเทียบ “พฤติกรรมที่ต้องการ” ในช่วงระยะเวลา “ก่อน” หรือ “หลัง” จากที่เปิดรับสื่อประเภทนั้นไปแล้ว ซึ่งการวิจัยเชิงทดลองนี้จะสามารถสรุปผลว่า “ผลผลิตของสื่อ” เป็นตัวแปรสาเหตุ (cause) ได้แน่นอนกว่าการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์

(4.1.6) พัฒนาการของการศึกษาผลกระทบ เนื่องจากทฤษฎีผลกระทบของสื่อเป็นทฤษฎีกระแสหลักในงานวิจัยเรื่องเด็กกับการสื่อสาร ดังนั้น ในกรณีของแวดวงวิชาการของไทย การวิจัยที่ใช้ทฤษฎีผลกระทบของสื่อจึงมีมาคู่กับวงการตั้งแต่ระยะเริ่มแรกและต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางช่วงระยะเวลาอันยาวนาน 3-4 ทศวรรษนี้ งานวิจัยเรื่องผลกระทบของสื่อที่มีต่อเด็กในสังคมไทยก็ได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปบ้าง

กาญจนา แก้วเทพ (2540) สรุปว่า ในแวดวงวิชาการทางด้านการสื่อสารของไทย การศึกษาผลกระทบของสื่อต่อเด็ก (Impact Study) เป็นการศึกษาที่มีมาตลอดตั้งแต่เริ่มแรกจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสะท้อนให้เห็น

ถึงความตระหนักในความสำคัญของสถาบันสื่อมวลชนต่อกลุ่มเด็กและเยาวชน อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางความสม่ำเสมอนี้ก็มีการเปลี่ยนแปลงบางประการคือ

(1) จากการศึกษาเรื่องผลกระทบแบบทั่วไป เช่น การเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ในชั้นหลังๆ หัวข้อศึกษาจะเจาะจงเฉพาะมากขึ้น เช่น เรื่องความก้าวร้าว เรื่องเพศ เรื่องการใช้ภาษา ฯลฯ ทั้งนี้ น่าจะเนื่องมาจากอิทธิพลของทิศทางการศึกษาในโลกตะวันตก

(2) จากผลการศึกษาเรื่องผลกระทบในทางลบในระยะเริ่มแรก ในระยะหลังจะเริ่มมีทิศทางการศึกษาผลกระทบในด้านบวก เช่น การถ่ายทอดคุณธรรมต่างๆ การปลูกฝังเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

(3) สำหรับผลกระทบเฉพาะในเรื่องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude) ที่มุ่งด้านพฤติกรรมในระยะแรก จะเปลี่ยนแปลงมาเป็นความสนใจเรื่องความรู้/ความสนใจ (Cognition) อันสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงความนิยมในทฤษฎี Behaviorism มาเป็น Cognitivism

และหลังจากทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา ผู้เขียนก็มีข้อสังเกตว่า ทิศทางการศึกษาเรื่อง ผลกระทบของสื่อที่มีต่อเด็กนั้นจะเริ่มแปรเปลี่ยนไปอีกครั้งหนึ่ง เนื่องจากบริบททางสังคมโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเด็ก กล่าวคือ มีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่เด็กและเยาวชนไทย กำลังเผชิญอยู่มากขึ้น เช่น ปัญหายาเสพติด การมีเพศสัมพันธ์ก่อนที่ จะพร้อม ปัญหาโรคเอดส์ ฯลฯ ดังนั้น จึงเริ่มมีงานวิจัยที่สนใจการนำเอาพลังของสื่อประเภทต่างๆมาช่วยในการแก้ไขปัญหาของเด็กด้วยกลยุทธ์ทางการสื่อสารแบบต่างๆ เช่น งานวิจัยของจันท์สุดา ตันติวิษณุวานิช (2546) เรื่องกลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมในโครงการณรงค์เพื่อการป้องกัน และแก้ไขปัญหายาเสพติดในกลุ่มเยาวชน เป็นต้น

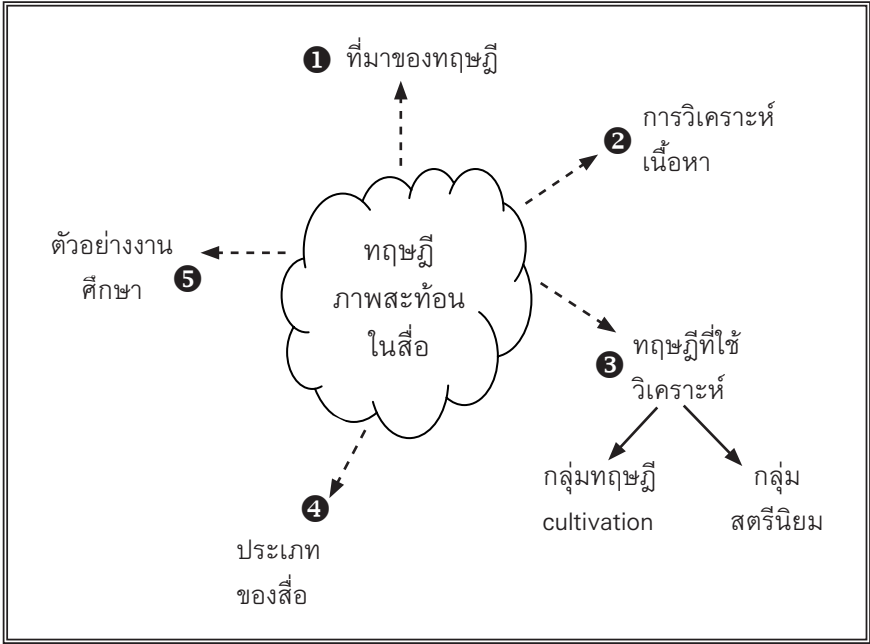
(4.1.7) ปฏิกริยาตอบสนองต่อผลกระทบของสื่อต่อเด็ก ถึงแม้ว่าผลการวิจัยจะยังไม่สามารถยืนยันได้อย่างแน่นอนว่า สื่อมวลชนประเภท

ต่างๆสามารถสร้างผลกระทบไม่ว่าจะในทางบวกหรือทางลบต่อเด็ก/เยาวชนได้จริงหรือไม่ หรืออย่างน้อยเพียงใดก็ตาม แต่ทว่าความวิตกกังวลและกระบวนการทัศนที่มีต่อเด็กที่ว่า เด็กๆไม่สามารถจะพิทักษ์ปกป้องตัวเองได้นั้น ก็ทำให้หลายส่วนเสี้ยวของสังคมได้เริ่มมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อการสกัดกั้นอิทธิพลของสื่อดังกล่าว ดังนั้น จึงมีงานวิจัยอยู่ชุดหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับปฏิกิริยาตอบสนองดังกล่าวนี้

การพิทักษ์ปกป้องเด็ก/เยาวชนจากอิทธิพลของสื่อที่นั้นอาจจะมีการบวนการ/กลไกตั้งแต่ระดับต้นทาง คือการสกัดกั้นก่อนที่สื่อจะเผยแพร่ไปถึงตัวเด็ก ตัวอย่างรูปธรรมที่ชัดเจนที่สุดก็คือ การจัด rating รายการที่เด็กๆจะได้ดูชม อีกกระบวนการหนึ่งก็คือระดับปลายทาง คือการป้องกันเด็กเมื่อสื่อได้แพร่กระจายไปถึงเด็กๆแล้ว เช่น มีการเพิ่มตัวแปรของ “พ่อแม่” ให้เข้าไปมีส่วนร่วมในการเปิดรับสื่อร่วมกับเด็กๆ หรือแนวคิดเรื่องการติดตั้งความสามารถเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อ” (media literacy) ให้แก่เด็กๆ ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของธนรัตน์ ทิวากรศศิธร (2547) เรื่อง “การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการดูโทรทัศน์ของเด็ก” หรืองานวิจัยของเมสิริน ขวัญใจ (2551) เรื่อง “เด็กกับการรู้เท่าทันสื่อโทรทัศน์” เป็นต้น

(4.2) ทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อ (Reflection Theory)

เนื่องจากทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อเป็นทฤษฎีที่มีรากเหง้าความเป็นมาจากสาขาวิชาอื่นที่ยาวนาน และภายใต้ร่มของตัวทฤษฎีเองก็มักมีกลุ่มทฤษฎีย่อยๆที่มีกระบวนการทัศนบางอย่างที่ทั้งร่วมกันและทั้งแตกต่างกัน ในที่นี้จึงจะนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อดังนี้



ภาพที่ 3: ขอบเขตทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อ

(4.2.1) ที่มาของทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อ ทฤษฎีภาพสะท้อนในสื่อมวลชนนั้นเป็นทฤษฎีที่ต่อยอดมาจากแนวคิดและทฤษฎีด้านวรรณกรรมศึกษาที่มีความเชื่อเบื้องต้นว่า บรรดางานศิลปะหรือวรรณกรรมทั้งหลายนั้นคือการเลียนแบบโลกที่เป็นจริง (real world/reality) ดังนั้นศิลปะและวรรณกรรมจึงถูกอุปมาอุปไมยว่าเป็นกระจก “กระจก” (mirror) ส่องให้เห็นความเป็นจริงเกี่ยวกับผู้คน การกระทำ การดำเนินชีวิต สภาพแวดล้อม และอื่นๆ และแม้ว่าความเป็นจริงเช่น ผู้คน เหตุการณ์ วัตถุสิ่งของ ฯลฯ ในช่วงเวลาหนึ่งๆจะสูญหาย/หรือสูญสลายไปแล้ว แต่งานศิลปะและวรรณกรรมต่างๆยังคงสามารถเก็บบันทึก “สภาพความเป็นจริงดังกล่าวเอาไว้ได้” ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดก็คือ แม้ว่าเหตุการณ์สงครามเวียดนามจะจบสิ้นลงไปแล้ว แต่ภาพของหนูน้อยที่มีร่างกายเปลือยเปล่าที่วิ่งหนีกระสุนปืนด้วยความตื่นกลัวก็ยังคงมีให้พบเห็นอยู่

จากแนวคิดและทฤษฎีต่างๆในการศึกษางานศิลปะและวรรณกรรมในฐานะกระจกที่ส่องสะท้อนให้เห็นสภาพความเป็นจริงนั้น แนวคิดนี้ถูกนำมาใช้ในการศึกษา“ผลงานของสื่อมวลชนสมัยใหม่” (media product) โดยมีการเติม “มิติทางการเมืองเรื่องเพศ” (Sexual Politic) เข้าไปเนื่องจากในช่วงทศวรรษ 1970 กลุ่มสตรีนิยมในสื่อ (Media Feminism) เริ่มต้นความสนใจในผลงานของสื่อมวลชน และเริ่มศึกษา “ภาพสะท้อนของสตรีที่ปรากฏในสื่อมวลชนประเภทต่างๆ” (Media portrayal of woman) ความสนใจเรื่อง “ภาพของสตรีในสื่อ” ของกลุ่มสตรีนิยมนั้น มีทิศทางที่สนใจทั้ง “ที่มา” และ “ที่ไป” ของภาพสะท้อนดังกล่าว

ในแง่ของที่มา (cause) กลุ่มสตรีนิยมเห็นว่า การที่ภาพของสตรีในสื่อมีปริมาณน้อยกว่าจำนวนผู้หญิงที่มีอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง (underrepresented) นั้น สะท้อนให้เห็นถึง “การไม่เห็นความสำคัญของผู้หญิง” (ไม่สำคัญมากพอจะเอาเรื่องราวของผู้หญิงมานำเสนอในสื่อ) ส่วนในเรื่อง “ที่ไป” (consequence) ของการมีภาพผู้หญิงที่เป็นแบบฉบับตายตัว (stereotype) อยู่เพียงไม่กี่ประเภท เช่น ภาพของแม่บ้าน ภาพของภรรยา ภาพสัตว์โลกแสนสวย ฯลฯ ก็ส่งผลให้ผู้หญิง/ผู้ชายที่เห็นภาพดังกล่าวนั้นมองบทบาทผู้หญิงอย่างจำกัดอยู่เพียงไม่กี่ประเภท

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในขณะที่งานศึกษาภาพลักษณ์/ภาพสะท้อนของผู้หญิงในสื่อที่อยู่ภายใต้ทฤษฎี Reflection นั้นมีอยู่อย่างมากมาย และหากเราใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับเด็กกลุ่ม The Minority Group Child ที่เชื่อว่า เด็กและผู้หญิงนั้นมีสถานะเหมือนกัน คือ ตกที่นั่งกลุ่มคน “ที่มีอำนาจน้อย” (minority) แต่มักจะปรากฏว่า งานศึกษาภาพสะท้อนของเด็กในสื่อจะมีค่อนข้างน้อยกว่างานศึกษาผู้หญิงอย่างมาก (ในประเทศไทยแทบจะไม่มีงานศึกษาภาพของเด็กในสื่อมวลชนเลย) ทิศทางการศึกษาเรื่องเด็กกับการสื่อสารทั้งในต่างประเทศและของไทยนั้น มักจะสนใจสถานะของเด็กในบทบาทของ “ผู้รับสาร” (audience) มากกว่าที่จะสนใจ “เด็กในฐานะที่เป็นตัวเนื้อหาของสื่อ”

(4.2.2) ความสำคัญและทฤษฎีที่อยู่เบื้องหลังของการวิเคราะห์เนื้อหา (content/textual analysis) เนื่องจากการศึกษาภาพสะท้อนนั้น จะใช้วัตถุเป็น “ตัวเนื้อหา/ตัวบทของสื่อ” ซึ่ง D.McQuail (2005) ได้ระบุว่า ผู้ศึกษาอาจจะใช้ประโยชน์จากการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อดูภาพสะท้อนของเด็กๆได้ในหลายแง่มุม เช่น

- จะได้เปรียบเทียบเนื้อหาของสื่อที่ออกมาในสื่อแต่ละประเภทว่าเป็นอย่างไร เช่น การศึกษาว่าหนังสือพิมพ์ประเภทปริมาณหรือคุณภาพจะนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเด็กมากน้อยแตกต่างกันหรือไม่/อย่างไร เช่น งานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาของรายงานข่าวเกี่ยวกับสิทธิเด็กในหนังสือพิมพ์ไทยตามแนวคิดของอนุสัญญาสิทธิเด็ก” ของอุไร สิงห์ไพบุลย์พร (2542)

- จะได้เปรียบเทียบ “ภาพที่ปรากฏในสื่อ” กับ “ภาพในโลกแห่งความเป็นจริง” เพื่อตอบคำถามว่าสื่อสามารถสะท้อนความเป็นจริงอย่างตรงไปตรงมาหรือบิดเบี้ยว

- สามารถจะใช้เนื้อหาของสื่อเป็น “กระจก” สะท้อนความเป็นจริง ซึ่งการสะท้อนนั้นสามารถทำได้หลายระดับ เช่น

- การสะท้อนลักษณะภายนอก เช่น ลักษณะทางกายภาพ รูปร่าง หน้าตา การแต่งกาย การแสดงออกกับกิริยา ฯลฯ

- การสะท้อนให้เห็นโครงสร้างของสังคม เช่น เมื่อมีการถ่ายภาพเด็กยากจนที่ต้องทำงานช่วยพ่อแม่ กับเด็กชนชั้นกลางที่มีหน้าที่เรียนหนังสือ ก็จะสะท้อนให้เห็นว่า เด็กจากแต่ละชนชั้นของโครงสร้างสังคมจะถูกนิยามความหมายว่า “เป็นเด็กคืออะไร” ไม่เหมือนกัน เช่น งานวิจัยเรื่องภาพของเด็กในละครโทรทัศน์ของสิริรัตน์ เอื้อน้อมจิตต์กุล (2549)

- การสะท้อนให้เห็นวิถีคิด ค่านิยม ความเชื่อ (mentality/value/belief) ของสังคมนั้นๆ ตัวอย่างเช่น ละครโทรทัศน์จำนวนมากจะมอบบทบาทให้เด็กเป็นกาวใจเชื่อมประสานรอยร้าวหรือความขัดแย้งระหว่างผู้ใหญ่ ซึ่งสะท้อนให้เห็นวิถีคิดของสังคมไทยที่มีต่อเด็ก เป็นต้น

P.J. Shoemaker & S.D. Reese (1991) นำเสนอต่อไปว่า ในการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อเช่นภาพของเด็กที่ปรากฏในผลงานสื่อนั้น การที่ผลการวิเคราะห์จะออกมาเป็นอย่างไรก็ขึ้นอยู่กับ “จุดยืนทางทฤษฎี” ของผู้ศึกษา ซึ่งในกรณีของทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์เนื้อหา นั้นอย่างน้อยก็อาจจะมีอยู่ 5-6 ทฤษฎี ดังนี้

(1) **เนื้อหาสื่อที่ทำหน้าที่เป็นกระจก (Mirror approach)** ทฤษฎีนี้เชื่อว่า ภาพที่ปรากฏในสื่อ นั้นเป็นตัวแทนของสภาพที่เป็นจริง เป็นส่วนใหญ่ เพราะฉะนั้น หากผลการวิเคราะห์ภาพออกมาเป็นอย่างไร ก็สามารถจะสรุปได้ว่า ความเป็นจริงเป็นเช่นนั้น เช่น หากวิเคราะห์ภาพเด็กเอธิโอเปียที่ปรากฏในข่าวต่างประเทศในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา พบว่าเป็นภาพซ้ำๆคือเด็กที่อดอยากหิวโหยก็หมายความว่า เด็กเอธิโอเปียจริงๆ ก็มีสภาพเช่นนั้น

(2) **เนื้อหาสื่อสะท้อนจุดยืนของผู้ส่งสาร (Communicator-centered)** ทฤษฎีนี้เชื่อว่า เนื้อหาในผลงานของสื่อ นั้นสามารถสะท้อนให้เห็นโลกทัศน์/ชีวทัศน์ และทัศนคติที่มีต่อสิ่งต่างๆของผู้ส่งสาร/ผู้ผลิตสื่อมากกว่าสะท้อนสภาพความเป็นจริงเช่นทฤษฎีแรก เช่น ผู้ผลิตโฆษณา มีความคิดต่อเด็ก ๆ อย่างไร

(3) **เนื้อหาสื่อเป็นผลลัพธ์สุดท้ายของงานประจำของผู้ผลิตสื่อ (Organizational routine)** ทฤษฎีนี้ปฏิเสธว่า ผลงานส่วนใหญ่ของสื่อมวลชนไม่ได้สะท้อนอะไรทั้งสิ้น ไม่ว่าจะ เป็นสภาพความเป็นจริงหรือจุดยืนของผู้ส่งสาร หากทว่า จะเป็นไปตามกรอบการทำงานประจำของสื่อมวลชนมากกว่า เช่น ถ้าจะเลือกเหตุการณ์มานำเสนอเป็นข่าว ก็ต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์คุณค่าข่าวหรือนโยบายขององค์กร ถ้าจะเลือกฉากจบของละครโทรทัศน์ก็ต้องให้พระเอก-นางเอกมารักกันที่ชายทะเล เป็นต้น

(4) **เนื้อหาสื่อเป็นผลลัพธ์สุดท้ายของแรงผลักดันจากกลุ่มพลังสังคมหรือสถาบันสังคมต่างๆ** ทฤษฎีนี้มองงานสื่อมวลชนที่เกินกว่ากรอบของการสื่อสาร และเห็นว่าไม่ว่าจะเป็นระดับผู้ผลิตที่เป็นปัจเจก

หรือองค์กรสื่อก็ตาม ก็จะต้องทำงานไปตามแรงผลักดันของปัจจัยภายนอก ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม ฯลฯ เช่น หากถูกผลักดันจากมิติเศรษฐกิจที่เรียกว่า “แนวทางการตลาด” (Market approach) การผลิตเนื้อหาสื่อก็ต้องมุ่งทำกำไรให้เจ้าของสื่อหรือเจ้าของสินค้า หรือหากถูกผลักดันจาก “แนวทางการรับผิดชอบต่อสังคม” (Social responsibility approach) เช่น สถานีโทรทัศน์ที่ถูกมอบหมายนโยบายจากรัฐให้ผลิตรายการเพื่อส่งเสริมจริยธรรมของเด็กไทย ก็ต้องผลิตเนื้อหาออกไปตามที่ถูกกำหนดมา เป็นต้น

(5) เนื้อหาสื่อเป็นผลงานของการครอบงำทางความคิด/อุดมการณ์ (Hegemony Theory) ทฤษฎีนี้ไม่ได้มองย้อนกลับไปได้ว่า กระบวนการผลิตเนื้อหานั้นมี “ที่มา” จากใคร หากแต่มอง “ที่ไป” มองเนื้อหาว่าเมื่อผลิตขึ้นมาแล้ว เนื้อหาสื่อ่นั้นจะทำหน้าที่เป็นกลไกการผลิตซ้ำทางอุดมการณ์แบบใดแบบหนึ่ง เช่น อุดมการณ์อำรงรักษาระบบ/อำนาจที่มีอยู่ (เช่น อุดมการณ์ที่ว่าผู้ใหญ่มีความรู้และประสบการณ์มากกว่าเด็ก ฉะนั้นในภาพโฆษณา ผู้ใหญ่จึงเป็นผู้สอน/ถ่ายทอดความรู้ต่างๆ ให้แก่เด็ก) หรือเป็นอุดมการณ์เพื่อการเปลี่ยนแปลงระบบ/อำนาจที่มีอยู่ (เช่น เด็กๆ กลับเป็นผู้ให้ข้อมูล/ให้ความรู้แก่ผู้ใหญ่)

(4.2.3) ทิศทางและเกณฑ์ที่ใช้วิเคราะห์ภาพสะท้อนในการวิเคราะห์เนื้อหา ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นบ้างแล้วว่า กลุ่มคนที่สนใจในการวิเคราะห์ภาพสะท้อนในเนื้อหาสื่อ่นั้น คือกลุ่มสตรีนิยมที่เริ่มก่อตัวในช่วงทศวรรษ 1970 และนักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งที่สนใจวิเคราะห์ภาพสะท้อนในเนื้อหาของสื่ออีกกลุ่มหนึ่งคือ กลุ่มทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะของสื่อ (Cultivation theory) ที่มีผู้นำทางความคิดคือ G. Gerbner นักวิชาการกลุ่มนี้เริ่มต้นทำงานในช่วงเวลาเดียวกับกลุ่มสตรีนิยม หากทว่าได้ขยาย “ประเด็น/เนื้อหา” ของการศึกษาภาพสะท้อนที่ไม่จำกัดอยู่แต่เรื่องเพศหญิง/ชายเช่นกลุ่มสตรีนิยมให้กว้างขวางออกไป รวมทั้งมีการสร้างทฤษฎี

“ผลกระทบระยะยาว” (Long-term Impact) คือการอบรมบ่มเพาะจากสื่อ
ขึ้นมาอีกด้วย

ในที่นี้ จึงจะนำเสนอทิศทางและเกณฑ์ที่ใช้วิเคราะห์ภาพสะท้อน
จาก 2 กลุ่มข้างต้น โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับภาพสะท้อนของเด็ก

(ก) **กลุ่มสตรีนิยม** ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นบ้างแล้วว่า มี
ทฤษฎีที่เกี่ยวกับเด็กที่สามารถนำเอาแนวคิดด้วยสตรีมาใช้อธิบายได้
คือ ทฤษฎี The Minority Group Child ที่นำเสนอว่า ทั้งเด็กและผู้หญิงนั้น
ต่างมีลักษณะร่วมกัน คือเป็นชนกลุ่มที่มีอำนาจน้อยในสังคม อย่างไรก็ตาม
แม้จะมีจุดร่วมระหว่างเด็กกับผู้หญิง แต่ทว่าเราก็ต้องตรวจสอบ
สภาพการณ์ที่เป็นจริงว่า มีอะไรบ้างที่แตกต่างกันระหว่างคนอำนาจน้อย
2 กลุ่มนี้

ในการวิเคราะห์ภาพสะท้อนของสตรีในผลงานสื่อมวลชนนั้น
(โดยเฉพาะช่วงทศวรรษ 1970) ผลที่พบทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ
มักจะเป็นแบบแผนดังนี้คือ

(1) **ในเชิงปริมาณ** ภาพของผู้หญิงจะมีปรากฏในผลงานของ
สื่อน้อยกว่าผู้ชาย (underrepresented) โดยเฉพาะในบางประเภทรายการ
เช่น รายการข่าว ปริมาณที่น้อยดังกล่าวสะท้อนกลับไปให้เห็นถึงความ
ไม่สลักสำคัญของผู้หญิงในโลกแห่งความเป็นจริง

(2) **ในเชิงคุณภาพ** ภาพลักษณ์ (image) ของผู้หญิงที่ปรากฏ
ในผลงานของสื่อมีอยู่อย่างจำกัด (restricted) เพียงไม่กี่ภาพ คือ ภาพของ
แม่บ้าน ภาพของเมีย และภาพสัตว์โลกแสนสวย (sex object) รวมทั้ง
ยังเป็นภาพที่เป็นแบบฉบับตายตัว (stereotype)

(3) **ผลสืบเนื่องจากภาพสะท้อนดังกล่าว** (consequence)
กลุ่มสตรีนิยมเสนอว่า การมีภาพสะท้อนของสตรีในสื่อมวลชนดังกล่าว
มีผลสืบเนื่องอย่างสำคัญต่อมาหลายประการ เริ่มตั้งแต่การจำกัดโอกาส/
ทางเลือกในชีวิตของผู้หญิง (เช่นเป็นผู้หญิงอย่าไฝ่ฝันเป็นประธานาธิบดี)
หรือเป็นการอบรมขัดเกลารูปแบบทางเพศของเด็กๆในสังคม (Sex-role

socialization) เช่นในภาพโฆษณาทุกครั้ง จะเห็นแม่และลูกสาวช่วยกัน ทำครัว แล้วยกมาเสิร์ฟคุณพ่อและลูกชายที่โต๊ะอาหาร

(ข) **กลุ่มทฤษฎี Cultivation** ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า นักทฤษฎีกลุ่มนี้ได้ขยายประเด็นจากเรื่อง “หญิง-ชาย” ที่เป็นความสนใจหลักของกลุ่มสตรีศึกษา มาสู่ประเด็นอื่นๆ และคนกลุ่มอื่นๆ เช่น ประเด็นเรื่องทางเลือกอาชีพ ความเชื่อในวิทยาศาสตร์/ไสยศาสตร์ ความรุนแรง กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มคนพิการ กลุ่มคนผิวดำ ฯลฯ แต่ทว่าก็ยังคงใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อคุณภาพสะท้อนของประเด็นและกลุ่มคนเหล่านี้ในสื่อ (Media portrayal)

และนอกเหนือจากการขยายประเด็นและกลุ่มคนแล้ว ทฤษฎี Cultivation ก็ยังให้ความสนใจต่อ “ผลสืบเนื่องที่เกิดขึ้น” จากการมีภาพสะท้อนดังกล่าวอย่างมาก ตัวอย่างเช่น การมีภาพของเด็กที่มีลักษณะตายตัวเป็นแบบฉบับ (stereotype) เช่น เป็นเด็กต้องไร้เดียงสา น่ารัก ซื่อๆ ไม่มีมารยา ฯลฯ จะส่งผลอะไรตามมาได้บ้าง เช่น

- จะจำกัดขอบเขตของการทำกิจกรรมและการดำเนินชีวิต (restricted scope of action) ตัวอย่างเช่น ภาพลักษณ์ของหนูน้อยหมวกแดงที่ไม่สามารถออกไปนอกบ้านตามลำพังได้ และถูกหลอกลวงได้ง่ายๆ

- จะแสดงบทบาทที่จำกัดและตายตัว (stereotype role) เช่น เป็นเด็กก็มีหน้าที่เล่นและกินเท่านั้น ไม่ต้องรับผิดชอบเศรษฐกิจของครอบครัว

- จะลดทางเลือกในชีวิตให้น้อยลง (diminished life chance) เช่น ถ้าเป็นเด็กคนจน ทางเลือกในชีวิตก็คือเรียนจบชั้นประถมแล้วก็ไปขายแรงงาน เป็นต้น

- จะถูกประเมินว่าไร้ค่า (undervaluation) ทุกครั้งที่มีการนำเสนอประเด็นต่างๆเกี่ยวกับเด็ก ผู้ที่ออกมาแสดงทัศนาก็จะเป็นผู้ใหญ่ ทั้งสิ้น แต่จะไม่มี “เสียงจากเด็ก” เลย ซึ่งมีความหมายว่า ความคิดเห็นของเด็กๆ/แบบเด็กๆไม่มีคุณค่าพอแก่การรับฟัง เป็นต้น

N. Signorielli & M. Morgan (1990) ได้ศึกษาภาพสะท้อนของเด็กในโทรทัศน์ในช่วงทศวรรษ 1980 และพบภาพสะท้อนที่สำคัญๆ ดังนี้

- เด็กผู้ชายมักจะถูกนำเสนอภาพในขณะที่กำลังทำงานหรือพูดคุยกันเรื่องการทำงานมากกว่าเด็กผู้หญิงซึ่งมักจะพูดคุยกันเรื่องการมีคู่รัก ซึ่งหมายความว่าเด็กผู้หญิงสนใจเรื่องความรักและครอบครัวมากกว่าอาชีพการงาน
- ภาพของเด็กผู้หญิงจะให้ความสนใจกับรูปลักษณ์ภายนอก (เช่น เสื้อผ้า หน้า ผม) มากกว่าเรื่องความสามารถ ภาพผู้หญิงจะได้รับความน่าเชื่อถือน้อยกว่าผู้ชาย
- ตัวละครเด็กผู้หญิงจะชอบร้องไห้ ดูอ่อนแอ และวุ่นวายอยู่กับรูปร่างหน้าตา ในขณะที่ตัวละครเด็กผู้ชายจะสนใจกีฬา การเป็นผู้นำ และต้องการความสำเร็จในชีวิต อย่างไรก็ตาม สำหรับคุณลักษณะบางอย่าง เช่น การแก้ปัญหา ความเฉลียวฉลาด ความมั่นใจ การเรียนหนังสือได้ดี ทั้งเด็กผู้หญิง/ผู้ชายจะมีเท่ากัน
- เฉพาะในรายการสำหรับเด็ก ภาพผู้หญิงที่เคยมีอยู่เพียงเล็กน้อยจะค่อยๆเพิ่มปริมาณขึ้น

(4.2.4) ประเภทของสื่อกับประเด็นศึกษาเรื่องเด็ก เมื่อพิจารณาจากแง่มุมของ “เนื้อหา” (content) เราก็มักจะพบว่า งานศึกษาภาพสะท้อนของเด็กจากสื่อ นั้นจะมีน้อยกว่าเรื่องของผู้หญิงอย่างไม้อาจจะเทียบกันได้ ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากสภาพความเป็นจริงที่ว่า แม้ว่าเด็กและผู้หญิงจะเป็นชนกลุ่มน้อยเหมือนกัน แต่ทว่า “ผู้หญิง” ก็มี “ความเป็นผู้ใหญ่” ที่มีโอกาสและสามารถจะเป็น “ผู้กระทำการทางสังคม” (social actor) ได้มากกว่าเด็ก ดังนั้น ในขณะที่มีขบวนการสิทธิสตรีที่เข้มแข็งนั้น ขบวนการสิทธิของเด็ก (ซึ่งต้องอาศัยผู้ใหญ่ดำเนินการ) ยังมีความเข้มแข็งน้อยกว่า

แต่นอกเหนือจากแง่มุมของ “เนื้อหา” แล้ว เมื่อพิจารณาเรื่อง “ภาพสะท้อน” จากแง่มุมเรื่อง “ประเภทของสื่อ” เราก็มักจะพบว่า งานศึกษา

ภาพสะท้อนนั้นมักจะเลือกวัตถุดีบสำหรับศึกษาที่เป็น “สื่อสำหรับเด็ก” เช่น การ์ตูน เกม หรือเลือกสื่อของผู้ใหญ่บางประเภทที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อเด็กเช่น สื่อโฆษณา และจะมีสื่อบางประเภทที่แทบจะมองไม่เห็นแ่งมุมเลยว่าจะเกี่ยวข้องกับเด็กได้อย่างไร เช่น สื่อภาพยนตร์

I. Wojcik-Andrews (2000) ผู้เขียนหนังสือชื่อ **Children's Film** ตั้งข้อสังเกตว่า ไม่ค่อยมีงานศึกษาเรื่อง “หนังกับเด็ก” เลย (ในกรณีของสังคมไทยจะมีแต่เด็กวัยรุ่นเท่านั้นที่ถูกศึกษาเกี่ยวกับหนัง) เนื่องจากมักจะคิดว่า ต้องโตเป็นวัยรุ่นหรือผู้ใหญ่เท่านั้นจึงจะออกไปดูหนังที่โรงได้ ส่วนเด็กๆนั้นยังไม่ได้ดูหนัง (แม้ว่าปัจจุบันนี้เด็กๆจะดูหนังจากโทรทัศน์หรือวิดีโอได้แล้ว) Wojcik-Andrews เสนอว่า ที่เป็นดังนี้เนื่องจากเรารับรู้แ่งมุมความสัมพันธ์ระหว่างภาพยนตร์กับเด็กในฐานะที่เด็กเป็นผู้รับสารเท่านั้น

แต่ Wojcik-Andrews เสนอว่า อันที่จริงความเกี่ยวข้องระหว่างหนังกับเด็กนั้นไม่จำเป็นต้องดูเด็กในฐานะ “ผู้รับสาร” เท่านั้น แต่เราอาจจะดู “เด็ก” ผ่าน “ตัวเนื้อหาของหนัง” ได้ ทั้งนี้ เนื่องจากมีภาพยนตร์จำนวนมากที่มีเด็กเป็นตัวละครประกอบ และก็มีหนังจำนวนไม่น้อยที่มีเด็กเป็นตัวเอก/หรือเป็นตัวเดินเรื่องเลย ซึ่ง Wojcik-Andrews เรียกหนังพวกนี้ว่า “Children's Film”

ตัวอย่างเช่น หนังเรื่อง *Oliver Twist* ที่สะท้อนให้เห็นชีวิตและชะตากรรมของเด็กในช่วงยุคสมัยที่ทุนนิยมอุตสาหกรรมอังกฤษกำลังก่อตัวขึ้นบนแรงงานของเด็กๆ (เด็กๆจะถูกใช้เป็นคนงานที่ลอดเข้าไปในอุโมงค์เพื่อขุดถ่านหินเนื่องจากเด็กมีขนาดตัวที่เล็กเหมาะกับการขุดเจาะที่แคบๆในอุโมงค์) หนังเรื่อง *Lolita* (1996) ที่เป็นหนังที่แสดง “ภาพลักษณ์ของเด็กผู้หญิง” ที่ผิดไปจากภาพกระแสหลักและกลายเป็นหนังที่อื้อฉาวมาก แม้แต่หนังของชาร์ลี แชปปลินแทบจะทุกเรื่องก็จะมีเด็กเป็นตัวประกอบสำคัญอยู่เสมอ ทั้งนี้ยังไม่ต้องพูดถึงหนังของพ่อมดสติเว่น สปีลเบิร์กที่มีเด็กๆเป็นตัวเดินเรื่องหลัก เช่น *E.T.* ที่พลิกกลับความหมายของ “เด็ก” และ “ผู้ใหญ่” แบบที่มีอยู่ในสังคม

Wojcik-Andrews เสนอว่า เราอาจจะวิเคราะห์ “หนังเด็ก” เหล่านี้ได้ในหลายแง่มุม และหนังเหล่านี้สามารถจะสะท้อนให้เห็นถึงวิถีคิดที่สังคมของเรามีต่อเด็ก ซึ่งเราจะรู้ได้เมื่อทำการวิเคราะห์การเล่าเรื่องของหนังดังกล่าว ตัวอย่างเช่น ในหนัง The Lion King นั้นจะแสดงถึงการก่อกำเนิดของชีวิตวัยเยาว์ ในขณะที่หนังเรื่อง Salaam Bombay กลับแสดงถึงมรดกกรรมของความไร้เดียงสาของเด็กๆ และแม้ว่า การเล่าเรื่องของหนังเด็กส่วนใหญ่มักจะแสดงเส้นชีวิตแห่งการเดินทางในช่วงรุ่งอรุณแห่งชีวิตมนุษย์ แต่ทว่าเส้นทางการเดินทางของเด็กแต่ละคน แต่ละกลุ่ม แต่ละชาติ แต่ละชนชั้นนั้นก็แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง (ซึ่งเราอาจจะใช้ทัศนะการมองดูเด็กแบบ The Tribal Child หรือ The Social Structure Child มาวิเคราะห์ได้) (สำหรับกรณีของไทยก็มีหนังเกี่ยวกับเด็กๆอยู่หลายเรื่อง เช่น ฝึล่อกับดอกไม้ แพนฉัน เวลาในขวดแก้ว ฯลฯ)

(4.2.5) ตัวอย่างงานศึกษาภาพสะท้อนของเด็กในสื่อ ในขณะที่งานศึกษาวิจัยภาพสะท้อนของเด็กในสื่อของไทยมีน้อยมาก แต่สำหรับในประเทศอังกฤษ B.M. Young (1990) ตั้งข้อสังเกตว่า มีงานวิจัยภาพลักษณ์ของเด็กในสื่อประเภทต่างๆอยู่มาก และ Young ได้ยกตัวอย่างภาพลักษณ์ของเด็กๆที่ปรากฏในสื่อ เช่น

- เด็กๆ คือคนที่ต้องการการอบรมสั่งสอน/ต้องการการเรียนรู้ ตัวอย่างเช่น ภาพของแม่ที่สอนลูกในเรื่องราวต่างๆ ภาพของเด็กเล็กๆที่สนใจชีวิตสัตว์/ธรรมชาติ เป็นต้น
- เด็กๆคือ “คนที่แตกต่างจากผู้ใหญ่” ตัวอย่างเช่น งานโฆษณาที่ระบุว่า ผิวของเด็กทารกจะใช้สบู่/แชมพูแบบผู้ใหญ่ไม่ได้เพราะบอบบางกว่า
- เด็กๆคือมนุษย์ที่ซุกซน ซึ่งปรากฏมากในโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดและซักเสื้อผ้าทั้งหลาย
- เด็กๆคือมนุษย์ที่รักการค้นคว้า

- เด็กๆคือผู้อันเป็นที่รักของสาวสวย (เช่น นางงาม) หรือวีรบุรุษ (เช่นนักกีฬา)
- เด็กๆเป็นแหล่งแห่งความบันเทิงของผู้ใหญ่ (เช่นในรายการเกมโชว์ที่นำเอาเด็กมาเล่น และแสดงความไร้เดียงสา)
เป็นต้น

สำหรับตัวอย่างงานวิจัยของไทยที่ศึกษาภาพสะท้อนของเด็กในสื่อ นั้น ในที่นี้จะยกตัวอย่างงานวิจัยของ ขนบพันธ์ ตั้งมณี (2534) เรื่อง “ภาพลักษณ์ของเด็กไทยในโฆษณาทางโทรทัศน์” ผู้วิจัยเริ่มต้นให้เหตุผลความเป็นมาว่า เพราะเหตุใดสื่อประเภทโฆษณาจึงเริ่มมาให้ความสนใจกับเด็กด้วยการนำเอาเด็กๆมาเป็นผู้นำเสนอสาร (presenter) ซึ่งมีเหตุผลอยู่ 3 ประการคือ

- เกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่แต่ละครอบครัวมีลูกน้อยลงเพียง 1-2 คน ทำให้พ่อแม่ทุ่มเทความสนใจและการดูแลเอาใจใส่ด้วยการสรรหาวัตถุ/สินค้าให้เด็กกินใช้
- เกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการตลาดของกลุ่มผู้บริโภค เนื่องจากทั้งตัวผลิตภัณฑ์สินค้า และกลุ่มเป้าหมายได้เริ่มเปลี่ยนแปลงจาก “ลักษณะ/กลุ่มทั่วไป” มาเป็น “ลักษณะเฉพาะ/กลุ่มเฉพาะ” มากขึ้น (Segmentation) เช่น แต่ก่อนนั้น สินค้าแบ่งจะไม่ได้ระบุว่าเป็นแบ่งของใคร หรือแซมพูก็ใช้ได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ ผู้หญิงและผู้ชาย แต่ปัจจุบันจะมีแบ่ง แซมพู สบู่ สำหรับเด็กและผู้ใหญ่ เด็กๆจึงกลายเป็น “กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายของผู้ผลิตสินค้า” ด้วยกลุ่มหนึ่ง
- เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในการรับรู้และการแสดงออกซึ่งความสำคัญต่อเด็ก เนื่องจากในโลกปัจจุบัน แนวคิดเกี่ยวกับ “ความสำคัญของเด็ก” ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เด็กๆได้กลายเป็นผู้ที่มีความสำคัญต่อสังคมมากขึ้นในทุกๆด้าน (ทั้งด้านที่จะต้องดูแลเอาใจใส่ทั้งด้านที่ต้องรับฟังความคิดเห็น ด้านที่ต้องรับรู้ความต้องการ ด้านที่ต้องปกป้องให้ความคุ้มครองและให้สิทธิให้เสียง ฯลฯ) เมื่อความสำคัญ

ในการรับรู้ของสังคมมีมากขึ้น จึงมีแนวคิดที่จะนำเอาเด็กมาเป็นผู้นำเสนอสารของสินค้าเด็กเสียเอง แทนที่จะต้องผ่านตัวแทนที่เป็นผู้ใหญ่

จากที่มาดังกล่าว ขนบพันธ์ผู้วิจัยจึงมีความสนใจว่า ในการนำเด็กมาเป็นpresenterนั้นเด็กจะถูกนำเสนอใน“ภาพลักษณ์แบบใดบ้าง” ซึ่งเป็นโจทย์ข้อแรกของการวิจัย และเนื่องจากผู้วิจัยมีความสนใจว่า เราสามารถจะสอดแทรกจริยธรรมต่างๆเข้าไปในสื่อโฆษณาเหล่านี้ได้หรือไม่ (เพื่อให้ชิ้นงานโฆษณานั้นที่เพิ่มเติมมากขึ้น คือเป็นกลไกอบรมปลูกฝังจริยธรรมแก่เด็กๆด้วย) ผู้วิจัยจึงตั้งโจทย์ข้อที่สอง คือการศึกษาภาพลักษณ์เชิงจริยธรรมเป็นการเฉพาะ

สำหรับการคัดเลือกวัตถุดิบที่ใช้ศึกษา ผู้วิจัยรวบรวมชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีเด็กอายุ 6-12 ปี เป็น presenter ในช่วงระหว่าง 2 ปีคือ พ.ศ.2533-2534 จำนวน 382 ชิ้น แล้วนำมาวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อดูภาพลักษณ์ของเด็ก 4 ประเภทที่ปรากฏคือ

- (1) ภาพลักษณ์ของความเป็นเด็ก
- (2) ภาพลักษณ์ของความเป็นลูก
- (3) ภาพลักษณ์ของความเป็นผู้ใหญ่
- (4) ภาพลักษณ์เชิงจริยธรรม

ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

(1) เมื่อเปรียบเทียบระหว่างภาพลักษณ์ทั้ง 3 แล้ว จะปรากฏภาพลักษณ์ความเป็นเด็กมากที่สุดถึง 70% ภาพลักษณ์ของความเป็นลูก 27% และภาพลักษณ์ของความเป็นผู้ใหญ่เพียง 3% ส่วนภาพลักษณ์เชิงจริยธรรม (ซึ่งหมายถึงภาพเด็กที่ประหยัด ขยันหมั่นเพียร มีสติปัญญาพึ่งตนเอง และรับผิดชอบ) นั้น จากชิ้นงานโฆษณาทั้งหมด มีถึง 61% ที่ไม่ปรากฏภาพลักษณ์เชิงจริยธรรม

จากข้อมูลดังกล่าวเราสามารถตีความได้ว่า ในทัศนะของสังคมไทย (อย่างน้อยก็ภายในกลุ่มผู้สร้างสรรคงานโฆษณา) จะมีแนวความคิดต่อเด็กว่า “เด็กก็คือเด็ก เด็กไม่ใช่ผู้ใหญ่ที่ตัวเล็กๆ” ฉะนั้นภาพลักษณ์ความเป็นผู้ใหญ่จึงปรากฏน้อยมาก

และสำหรับผลที่ปรากฏว่า ภาพลักษณ์เชิงจริยธรรมในด้านต่างๆที่คาดหวังเอาไว้นั้นมีปรากฏเพียงเกือบ 40% ซึ่งก็หมายความว่าเราไม่อาจจะคาดหวังให้งานโฆษณาที่ศึกษานั้นทำการปลูกฝังจริยธรรม 4-5 ประการที่ผู้วิจัยได้ระบุเอาไว้ได้อย่างเต็มที่

(2) เมื่อเจาะลึกเข้าไปดูสัดส่วนภาพลักษณ์ของเด็กที่ปรากฏมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์ของความเป็นเด็ก (70%) ซึ่งผู้วิจัยได้แยกย่อย “ความเป็นเด็ก” ออกไปใน 6 มิติ คือ เด็กเป็นผู้บริโภค เป็นผู้เล่น เป็นนักเรียน เป็นนักกีฬา เป็นผู้ชอบเลียนแบบ และเป็นตัวแทนของสัญลักษณ์ต่างๆ (เช่น เด็กคืออนาคตของชาติ) ผลการวิจัยก็พบว่า ภาพลักษณ์ที่อยู่ใน 2 อันดับแรกคือ เป็นผู้บริโภคและเป็นผู้เล่น ซึ่งรวมกันมีปริมาณถึง 80% ซึ่งก็น่าจะหมายความว่า ในทัศนะของผู้สร้างสรรค์ชิ้นงานโฆษณา เด็กๆก็คือ “กลุ่มผู้บริโภคประเภทหนึ่ง”

(3) สำหรับภาพลักษณ์ที่มีมากเป็นอันดับสอง คือ ภาพลักษณ์ของความเป็นลูก (27%) ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งรายละเอียดออกเป็นอีก 3 มิติย่อย คือ เด็กที่มีความสัมพันธ์กับพ่อ เด็กที่มีความสัมพันธ์กับแม่ และเด็กที่มีความสัมพันธ์กับครอบครัว ผลการวิเคราะห์ก็พบว่า ภาพของเด็กที่มีความสัมพันธ์กับครอบครัวมีมากที่สุด (64%) ซึ่งน่าจะหมายความว่า การเน้นให้เด็กอยู่กับครอบครัวซึ่งมีสมาชิกครบถ้วนทั้งพ่อ แม่และเครือญาติยังเป็นความปรารถนาของคนทำโฆษณา แต่ผู้วิจัยก็มีข้อสังเกตว่า ภาพลักษณ์ที่เด็กอยู่กับแม่คนเดียวมีสูงกว่าเด็กที่อยู่กับพ่อถึง 1 เท่า ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสังคมยังคงกำหนดให้แม่เป็นผู้ใกล้ชิดกับเด็กมากกว่าพ่อ

(4) สำหรับภาพลักษณ์ของเด็กที่แสดงความเป็นผู้ใหญ่ นั้นมีน้อยมากเพียง 3% และในขณะที่ความเป็นผู้ใหญ่ นั้น ผู้วิจัยจะมองใน 3 แม่มุม คือ คนทำงาน คู่รัก และพ่อแม่ ผลการวิจัยก็ปรากฏว่า ภาพผู้ใหญ่ในแบบของ “คนทำงาน” จะถูกนำเสนอมากที่สุด (58% หรือกว่าครึ่งหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ในยุคปัจจุบันที่เด็กเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ มากขึ้น ก็น่าจะมีการศึกษาตรวจสอบซ้ำอีกครั้ง) และผู้วิจัยยังพบอีกว่า

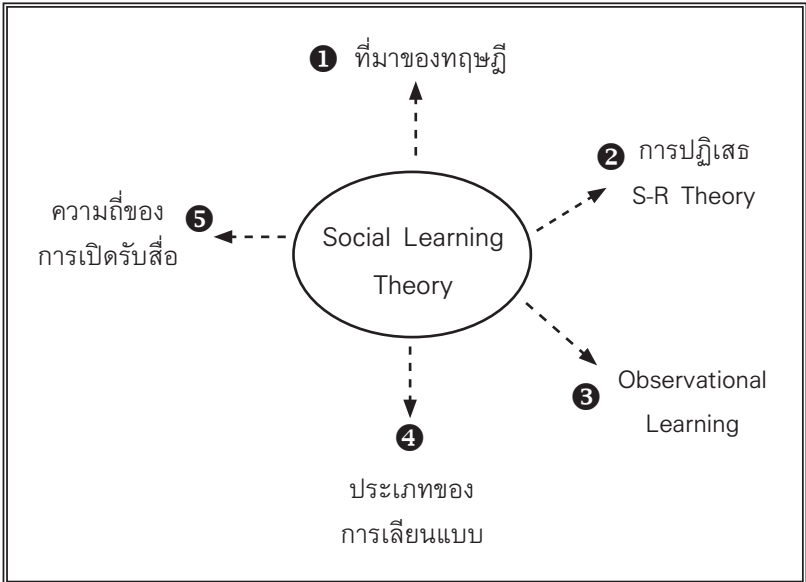
บรรดาอาชีพของผู้ใหญ่ที่ถูกนำมาเสนอนั้นจะเป็นอาชีพที่มีสถานะที่ดีในสังคม เช่น ทันตแพทย์ วิศวกร นักวิทยาศาสตร์ ผู้พิพากษา นายกรัฐมนตรี ช่างถ่ายภาพ และนักลงทุน ซึ่งน่าจะหมายความว่า ชีวงานโฆษณาเหล่านี้ได้ปลูกฝังค่านิยมทางวิชาชีพที่พึงปรารถนาให้แก่เด็ก ๆ

(4.3) กลุ่มทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning & Cultivation Theory)

เมื่อเปรียบเทียบบรรดาทฤษฎีด้านการสื่อสารที่มีทั้งหลายแล้ว ดูเหมือนว่า ทฤษฎีที่การวิจัยเรื่องเด็กกับการสื่อสารให้ความสนใจในระดับสูงรองจากทฤษฎี Impact/Effect Study แล้ว ก็น่าจะเป็นกลุ่มทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมจากสื่อมวลชนนี้เอง ทั้งนี้เหตุผลที่พอเข้าใจได้ก็คือ ไม่ว่าเราจะมีแนวคิดต่อเด็กตามแบบกระบวนทัศน์ใดก็ตาม เช่น เห็นธรรมชาติที่เลวร้าย/ธรรมชาติที่งดงาม เห็นว่าเด็กมีธรรมชาติที่ว่างเปล่าเหมือนผ้าขาว เห็นว่าเด็กมีพัฒนาการที่ค่อยๆ สัมผัส ฯลฯ แต่ดูเหมือนจุดร่วมระหว่างทุกทัศนะก็คือ วัยเด็กเป็นวัยที่กำลังเรียนรู้โลก เรียนรู้ชีวิต เรียนรู้ผู้คน และอื่นๆ

ในที่นี้ ผู้เขียนได้จัดรวมเอาทฤษฎีการเรียนรู้ด้านพุทธิปัญญาเชิงสังคม (Social Cognitive Theory) ของ A. Bandura (1994) และทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะของสื่อ (Cultivation theory) ของ G. Gerber (1986) เข้าไว้ในกลุ่มเดียวกันด้วยเหตุผลที่ว่า ทั้งสองทฤษฎีนั้นล้วนสนใจผลกระทบระยะยาว (Long-term impact) ของสื่อมวลชนที่มีการเรียนรู้ของเด็กๆ แม้ว่าทั้ง 2 ทฤษฎีจะมีข้อแตกต่างกันก็ตาม (ดูในรายละเอียดต่อไป)

(4.3.1) Social Learning Theory



ภาพที่ 4: ขอบเขตของ Social Learning Theory

(i) ที่มาของทฤษฎี: การปฏิเสธรทฤษฎีผลกระทบ S.J. Baran & D.K. Davis (2003) ทบทวนว่า ที่มาของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมนี้ ก่อตัวขึ้นมาในช่วงเวลาที่กำลังมีความขัดแย้งระหว่างข้อเสนอเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อในโลกวิชาการ กับผลกระทบของสื่อที่กำลังเกิดขึ้นในโลกแห่งความจริง กล่าวคือ ในช่วงทศวรรษ 1960 ซึ่งเป็นช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 พลังอำนาจของสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ กำลังถูกนำมาทดสอบอิทธิพลอยู่ในเรื่องของการหาเสียงทางการเมือง การโฆษณาขายสินค้า และแวดวงวิชาการก็ได้ข้อสรุปที่เป็นกระแสหลักอยู่ว่า สื่อมวลชนทั้งหลายล้วนมีอิทธิพลอย่างจำกัดอย่างยิ่งในการโน้มน้าวให้ผู้คนปฏิบัติตาม (Limited Effect Paradigm)

แต่ทว่าในช่วงเวลาดังกล่าว ในโลกแห่งความเป็นจริงของประเทศสหรัฐอเมริกา สื่อโทรทัศน์กำลังมีอยู่อย่างแพร่หลายในแทบจะทุกครัวเรือน และเนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีพลังอำนาจอย่างสูง จึงทำให้เกิดปรากฏการณ์ผลกระทบต่างๆอย่างมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบต่อเด็กๆ ปรากฏการณ์ที่เป็นจริงนี้จึงเดินสวนทางกับคำอธิบายของนักวิชาการในอีกโลกหนึ่ง

ในท่ามกลางความขัดแย้งดังกล่าว จึงได้เกิดมีกลุ่มนักทฤษฎีอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งมีภูมิหลังมาจากสายจิตวิทยาพัฒนาการและจิตวิทยาการเรียนรู้ (นักวิชาการกลุ่มนี้ย่อมมีกระบวนทัศน์ต่อเด็กในแง่พัฒนาการ) เช่น A. Bandura ที่ได้ตั้งข้อสังเกตว่า เนื้อหาบางประเภทในสื่อโทรทัศน์ เช่น ความรุนแรง (ซึ่งเป็นประเด็นความวิตกกังวลของผู้ใหญ่ต่อเด็กๆ) ได้ค่อยๆหลอหลอมพฤติกรรมของเด็ก แต่ทว่าเป็นไปในลักษณะแบบ “ค่อยๆสั่งสมทีละเล็กละน้อย” แบบน้ำหยดลงหิน ฉะนั้น นักทฤษฎีกลุ่มนี้จึงได้เสนอว่า แม้ว่าสื่อโทรทัศน์อาจจะหรือไม่น่าจะสร้างผลกระทบแบบฉับพลันทันทีที่ให้แก่เด็กๆ แบบข้อเสนองของ Impact Theory แต่ทว่าที่แน่นอนก็คือ สื่อโทรทัศน์จะสร้างอิทธิพลระยะยาวในการค่อยๆหลอหลอมที่เรียกว่า ได้สร้างการเรียนรู้ทางสังคม ให้กับเด็กมากกว่า ดังนั้น ในขณะที่เนื้อหาของทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Impact Theory) มุ่งแต่จะตอบใจที่ว่า สื่อมวลชนสามารถสร้างผลกระทบระยะสั้น (Short-term impact) ที่เกิดขึ้นอย่างทันทีทันใดได้หรือไม่ แต่ทฤษฎี Social Learning กลับเสนอว่า ประเด็นที่น่าเป็นกังวลไม่น่าจะเป็นผลกระทบระยะสั้นดังกล่าว แต่ที่น่าจะเป็นผลกระทบแบบสั่งสมเรียนรู้แบบระยะยาวมากกว่า

(ii) การปฏิเสธทฤษฎีการเรียนรู้แบบ S-R Theory ในขณะที่มุมมองด้านการสื่อสารนั้น ทฤษฎี Social Learning ได้ปฏิเสธทฤษฎีผลกระทบระยะสั้นของสื่อ ในด้านจิตวิทยาการเรียนรู้ นักทฤษฎีในกลุ่มนี้ซึ่งก่อตัวมาจากนักจิตวิทยาพัฒนาการ (ซึ่งมีกระบวนทัศน์ในการมองเด็กแบบ The Naturally Developing Child) ก็ได้คัดค้านทฤษฎีจิตวิทยา

การเรียนรู้ที่กำลังมีอิทธิพลอยู่ในขณะนั้น คือทฤษฎีการเรียนรู้จากสิ่งเร้า-การตอบสนอง (Stimulus-Response Theory-S-R Theory)

ทฤษฎี S-R Theory อธิบายว่า มนุษย์เราเรียนรู้จากการได้**ประสบกับสิ่งเร้า**โดยตรง (เช่น การเอามือไปถูกไฟ) แล้วเราก็มีปฏิกิริยาตอบสนอง (response) การถูกไฟลวกทำให้เรารู้สึกร้อน ซึ่งความรู้สึกดังกล่าวเป็นความรู้สึกที่เราไม่ชอบ (เป็นการลงโทษ) ดังนั้น เราก็คงจะเรียนรู้ว่าในครั้งต่อไป เราจะหลีกเลี่ยงการถูกไฟลวก ตามหลักการให้รางวัลและการลงโทษ (ต้นกำเนิดของทฤษฎีนี้ก็คือ Pavlov นั่นเอง)

แต่ทว่าทฤษฎี Social Learning เสนอว่า มนุษย์เราไม่จำเป็นต้องเรียนรู้จาก “**ประสบการณ์ตรง**” (direct experience) เสมอไป หากว่าเราสามารถที่จะเรียนรู้จาก “การสังเกตการกระทำ/เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากผู้อื่น” **โดยทางอ้อม** ที่เรียกว่า “การเรียนรู้จากการสังเกต” (observational learning) สิ่งที่เราพบเห็นจากตัวอย่างของคนอื่นสามารถจะเป็น “บทเรียนสอนใจเราได้” (คนไทยมีความเข้าใจเรื่อง “ฆ่าไก่ให้ลิงดู” ซึ่งทำให้ “ลิง” เรียนรู้ว่าควรจะทำอะไร จากการสังเกตไก่) และนักทฤษฎีกลุ่มนี้ยังนำเสนออีกว่า อันที่จริงการเรียนรู้ทั้งหลายในชีวิตของมนุษย์เรามักจะมาจากการเรียนรู้ด้วยการสังเกตมากกว่าจะเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงของตนเองด้วยซ้ำไป

จากแนวคิดเรื่องการเรียนรู้ด้วยการสังเกตตัวแบบต่างๆที่เรียกว่า “Modeling” นี้ A. Bandura (1994) ได้นำเสนอว่า ในสังคม เด็กๆจะเรียนรู้ด้วยการสังเกตตัวแบบที่หลากหลาย เช่น จากพ่อแม่ จากเพื่อน จากครู จากพี่เลี้ยง จากบุคคลใกล้ชิด ฯลฯ และหนึ่งในบรรดาตัวแบบที่เด็กๆได้เรียนรู้อย่างมากมายในโลกยุคปัจจุบันก็คือ การเรียนรู้จากตัวแบบในสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์

Bandura ได้พิสูจน์แนวคิดดังกล่าวด้วยการวิจัยเชิงทดลองในเรื่องการเรียนรู้พฤติกรรมที่ก้าวร้าวจากสื่อโทรทัศน์ และผลจากการทดลองก็ให้ข้อพิสูจน์ที่ยืนยันได้ว่า สื่อมวลชนสามารถจะทำหน้าที่เป็นต้นแบบสำหรับการเรียนรู้ทางสังคมของเด็กๆในเรื่องพฤติกรรมความก้าวร้าวได้จริง

(iii) การเรียนรู้ด้วยการสังเกต (observational learning) เนื่องจากแนวคิดหลักของนักทฤษฎีกลุ่ม Social Learning นี้คือ แนวคิดเรื่องกระบวนการเรียนรู้ผ่านการสังเกตพฤติกรรม/การกระทำของผู้อื่นแล้วก็นำมาเลียนแบบทำตาม นักวิชาการกลุ่มนี้จึงทำการศึกษาระบวนการเรียนรู้ด้วยการสังเกตที่เรียกว่า “การเลียนแบบ” ในรายละเอียด ในทางจิตวิทยาได้แยกแยะการเลียนแบบออกเป็น 2 แบบคือ

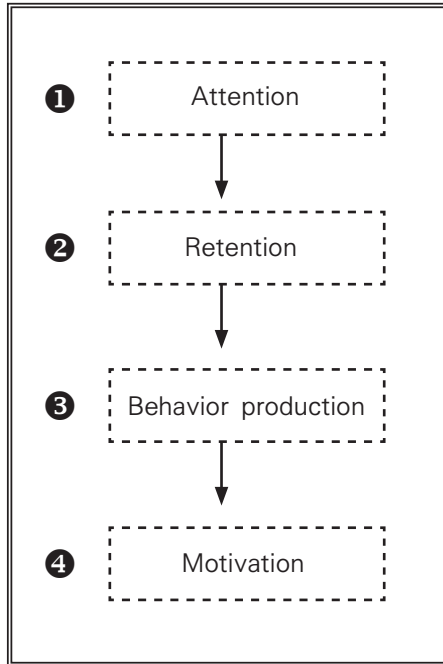
(ก) **Imitation** เป็นการแสดงปฏิกิริยาที่แสดงออกมาให้เห็นภายนอก (direct mechanical response of behavior) เช่น การเลียนแบบการแต่งกาย การเลียนแบบการทำท่าทาง สำหรับการเลียนแบบในระดับแรกและผิวเผินนี้ สื่อมวลชนก็ยังสามารถที่จะเป็นต้นแบบให้แก่เด็กๆ ได้อย่างมากมาย ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของซาลิสซา มากแผ่นทอง และคณะ (2545) ที่สำรวจทัศนคติของนักเรียนชั้นมัธยมตอนต้นและตอนปลายจำนวน 843 คน จากโรงเรียนต่างๆ ในเขต 5 จังหวัดภาคใต้ของประเทศไทย ผลการวิจัยแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า เด็กๆ มีความเห็นว่าบทบาทอันดับแรกในด้านที่โทรทัศน์เป็นแบบอย่างสำหรับเด็ก/เยาวชนก็คือ การเป็นแบบอย่างด้านการเลียนแบบพฤติกรรมการแต่งกาย เช่น การแต่งตัวเลียนแบบดารารจากโทรทัศน์

(ข) **Identification** เป็นการเลียนแบบที่เน้นหนักไปในด้านจิตใจ/ภายใน โดยผู้เลียนแบบมีความต้องการบางอย่างทางจิตใจที่จะเป็นเหมือนต้นแบบ และจะเลือกเอาคุณลักษณะบางอย่างของตัวต้นแบบมาเป็นของตน นักทฤษฎีกลุ่ม Social Learning จะให้ความสนใจกับการเลียนแบบแบบ identification นี้มากกว่า imitation

A. Bandura ระบุอย่างชัดเจนว่า การเลียนแบบ identification จากต้นแบบ (Modeling) นั้นจะเป็นไปอย่างมีกระบวนการที่แน่นอน และผลจากการเลียนแบบนั้นจะเป็นอย่างไร จะมีตัวแปร 3 ตัวเข้ามาเกี่ยวข้องคือ

- (1) การสังเกตนั้นต้องเป็นไปอย่างมีกฎเกณฑ์บางอย่าง
- (2) บริบทที่เกิดพฤติกรรมที่กำลังสังเกต

(3) ผลลัพธ์ที่ติดตามมาหลังจากเลียนแบบพฤติกรรมที่สังเกตแล้ว Bandura ได้อธิบายกระบวนการของการเรียนรู้ด้วยการสังเกตว่ามี 4 ขั้นตอนที่สำคัญดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 5: 4 ขั้นตอนของกระบวนการเรียนรู้ด้วยการสังเกต

ขั้นตอนที่1: Attention ในขั้นตอนนี้จะเป็นขั้นตอนของการสร้างความสนใจซึ่งจะตอบคำถามว่า อะไรเป็นสิ่งที่ผู้เรียนจะสังเกต และจะมีข้อมูลอะไรบ้างที่ได้ก็จะดึงออกมาจากตัวบุคคล/เหตุการณ์ที่เป็นต้นแบบนั้น ในขั้นตอนนี้จะมีตัวแปรจากทั้ง 2 ด้านเข้ามาเกี่ยวข้อง ด้านแรกก็คือ **ความน่าสนใจของตัวต้นแบบ (Attentiveness)** เช่น เข้มงวด แปลงร่างของอ้ายมดแดงที่มีสีสันสดใส ด้านที่สองก็คือ **ระดับความเข้าใจของเด็กเองที่จะดึงข้อมูลออกมาจากตัวต้นแบบ** อันได้แก่ ความสามารถของเด็ก ค่านิยม หรือความชื่นชอบของเด็ก

ขั้นตอนที่ 2: Retention เป็นกระบวนการที่เด็กๆ จะส่งผ่าน ข้อมูลที่พบเข้าสู่ระบบความทรงจำของตนเอง ข้อมูลนี้จะถูกแปลงให้อยู่ ในรูปของกฎเกณฑ์หรือแนวความคิด (กล่าวคือมีใช้จำแต่ภาพหรือท่องจำ แบบนกแก้วนกขุนทอง) เช่น เด็กๆ จะจดจำความสัมพันธ์ระหว่าง “การ ทำท่าเอามือไขว่กันแบบกาไม่กับการเพิ่มพลังของตนเอง” กล่าวคือ เก็บ ต้นแบบนั้นเอาไว้ในรูปของสัญลักษณ์ที่บุคคลนั้นสามารถจะมาค้นหา จะดึงเอามาใช้ฝึกซ้อม หรือเรียกข้อมูลนั้นมาใช้ได้ทันทีเมื่อประสบกับ สภาวะการณ์ที่มีลักษณะบางอย่างคล้ายคลึงกับเหตุการณ์ที่ได้พบเห็นมา

ขั้นตอนที่ 3: Behavior production เป็นขั้นตอนที่แปลงกลับ จากขั้นที่ 2 กล่าวคือ เมื่อเด็กต้องการจะแสดงพฤติกรรม ก็จะใช้เรียกเอา ระบบสัญลักษณ์ที่อยู่ในความทรงจำออกมาแปลงกลับเป็นพฤติกรรม (เช่น จะต้องไขว่มือยังไงจึงจะเหมือนกาไม่ ต้องยกมือสูงขนาดไหน ต้อง เอามือไหนอยู่ข้างหน้าข้างหลัง จะต้องย่อเข้าหรือเปล่า...) ซึ่งการที่ได้ก็จะ สามารถแปลงรหัสจากความทรงจำให้ออกมาเป็นพฤติกรรมที่เลียนแบบ ได้เหมือนมากน้อยเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับความสามารถของเด็กเอง เช่น การตั้งเท้าเพื่อทำท่าเตะลูกฟุตบอลแบบเบ็คแฮม เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4: Motivation ขั้นตอนนี้ทำให้เกิดความแตกต่าง ระหว่าง “การเรียนรู้” (learning) กับ “การกระทำ” (performance) ซึ่ง หมายความว่า แม้ว่าเด็กๆ อาจจะได้เรียนรู้ แต่ทว่าเขาก็จะไม่แสดงออก/ กระทำพฤติกรรมทุกอย่างที่เขาได้เรียนมา การที่พฤติกรรมใดที่เรียนรู้มา จะได้แสดงออกหรือไม่ขึ้น ขึ้นอยู่กับ “แรงจูงใจ” ของเด็กๆ และแรงจูงใจ นั้นก็เป็นผลลัพธ์ที่ก่อตัวมาจากการได้รับรางวัล/การถูกลงโทษ (reward/ punishment) ของพฤติกรรมนั้นๆ หากการกระทำนั้นได้รับรางวัล เด็กๆ ก็ จะเรียนรู้ที่จะทำพฤติกรรมนั้นในอนาคต แต่หากการกระทำนั้นถูกลงโทษ เด็กก็จะเรียนรู้ที่จะไม่แสดงพฤติกรรมนั้นอีกในอนาคต

และสำหรับคำว่า “รางวัล/การลงโทษ” ในที่นี้ มิได้หมายถึง การได้รับสิ่งของ/วัตถุเท่านั้น หากทว่ามีความหมายที่กว้างขวาง เริ่มตั้งแต่ ความพึงพอใจที่สามารถควบคุมตัวเองได้ (เช่น สามารถตั้งท่าเตะลูกบอล

ได้เหมือนเบ็คแฮม) ความภาคภูมิใจในตัวเอง การได้รับการยอมรับจากเพื่อนฝูง เป็นต้น

ในการนำเอากระบวนการเรียนรู้จากการสังเกตต้นแบบมาศึกษาวิจัยนั้น นักทฤษฎีกลุ่ม Social Learning Theory ยังพบอีกว่า มีตัวแปรแทรกซ้อนบางตัวที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการนี้ ซึ่งในการลงมือวิจัยเราอาจจะต้องคำนึงถึง เช่น

- ความคล้ายคลึงระหว่างตัวเด็กผู้เลียนแบบกับตัวต้นแบบ ฉะนั้นหากตัวละครเอกในการ์ตูนเป็นเพศชาย ก็มีโอกาสดูเด็กผู้ชายจะเลียนแบบมากกว่าเด็กผู้หญิง

- บริบทของการดูชม

- ความคล้ายคลึงหรือความแตกต่างระหว่างต้นแบบในสื่อกับต้นแบบในโลกแห่งความเป็นจริงที่แวดล้อมตัวเด็ก

(iv) ประเภทของการเลียนแบบ

เนื่องจากสิ่งที่เด็กๆจะได้เรียนรู้จากการสังเกตคนอื่นๆ/จากสื่อโทรทัศน์นั้นมีหลายอย่าง ทั้งเรียนรู้ความเข้าใจ ทักษะ ทศนคติ การกระทำ วิธีการแสดงอารมณ์ ฯลฯ รวมทั้งวิธีการที่จะเรียนรู้นั้นก็ยังมีหลากหลาย

Bandura (1971) ได้รวบรวมวิธีการที่การเรียนรู้ทางสังคมจะเกิดขึ้นได้โดยผ่านตัวแทนจากสื่อมวลชนเอาไว้เป็น 3 แบบ คือ

(a) **Observation learning** ผู้ที่เปิดรับสื่อทุกชนิดย่อมรู้จักแบบแผนใหม่ๆของการแสดงพฤติกรรมอยู่ตลอดเวลาจากการนำเสนอของสื่อ เราทุกคนรู้ว่า การยิงปืนจะต้องทำอย่างไร หนึ่งที่ในชีวิตจริงอาจจะไม่เคยเห็นหรือจับปืนเลยก็ได้ เรารู้แม้กระทั่งว่าถ้าจะจี้ตัวประกันบนเครื่องบินจะต้องทำอย่างไร เพราะเราเคยดูหนังประเภทนี้มาหลายรอบแล้ว

(b) **Inhibitory Effect** การที่ได้เห็นตัวต้นแบบถูกลงโทษเนื่องจากการกระทำบางอย่าง จะช่วยลดแรงจูงใจของผู้เลียนแบบที่จะทำตามให้น้อยลง (คล้ายๆสำนวนของไทยที่ว่า “ฆ่าไก่ให้ลิงดู”) เนื่องจากผู้เรียนรู้จะรู้สึกคล้ายกับว่าตนเองได้ถูกลงโทษเช่นกัน มีผลจากการวิจัยเชิง

ทดลองแสดงให้เห็นว่า เมื่อคุณหนึ่งที่ลงโทษผู้ใช้ความรุนแรง พฤติกรรมที่ชอบ สอดรู้สอดเห็นหรือพฤติกรรมต่อต้านสังคมทั้งหลาย ผู้ชมจะแสดงพฤติกรรมดังกล่าวในชีวิตจริงน้อยลง (นี่อาจจะเป็นเหตุผลว่า เพราะเหตุใด บรรดาหนัง action ทั้งหมดจึงต้องลงโทษตัวร้ายในตอนจบ หรือละครโทรทัศน์ต้องมีแก่นเรื่องแบบทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว)

(c) Dishibitory Effects สำหรับสื่อมวลชนที่ให้แบบอย่าง ตัวต้นแบบที่ได้รับรางวัลเนื่องจากกล้าแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่สังคม ห้ามปรามมิให้ฝ่าฝืน ก็สามารถทำให้ผู้ชมเลียนแบบกระทำพฤติกรรม สวนกระแสสังคมให้มากขึ้น ตัวอย่างเช่น พระเอกที่ใช้ความรุนแรงแบบ ซาดิสม์สามารถทำให้ตัวละครหญิง (รวมทั้งนางเอก) มารูมรัก มีการวิจัย เชิงทดลอง พบว่า เมื่อนำเอาภาพยนตร์ที่มีเรื่องเกี่ยวกับความกล้าบ้าบิ่น ของตัวเอกที่ทำพฤติกรรมที่ตามปกติสังคมห้ามปรามมาให้กลุ่มตัวอย่าง ชมแล้ว จะมีผลทำให้ผู้ชมลดความกลัวหมอพนัน กลัวสัตว์เลื้อยคลาน (เช่น งู) และเพิ่มความก้าวร้าวมากขึ้น เป็นต้น

สำหรับแบบแผนของการเรียนรู้ทางสังคมทั้ง 3 แบบนั้น น่าจะเป็นโจทย์การวิจัยอย่างหนึ่งเมื่อมีการศึกษาเรื่องการเรียนรู้จากการเลียนแบบจากสื่อมวลชน ดังตัวอย่างเช่น งานวิจัยของรุ่งรวี รัตนดำรงอักษร (2540) ที่เลือกศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ด้วยการเลียนแบบของกลุ่ม เด็กและเยาวชนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนอยู่แล้ว และตรวจสอบว่า สำหรับ รายการโทรทัศน์ประเภทสารคดีสืบสวน (เช่น รายการตามล่าหาความจริง รายการเบาะแส รายการเจาะคดีดัง) ซึ่งเป็นประเภทรายการที่มีเรื่องราว ใกล้เคียงกับประสบการณ์การทำผิดกฎหมายของเด็กๆ เด็ก/เยาวชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจะมีการเรียนรู้ด้วยการเลียนแบบหรือไม่/อย่างไร

ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่า เด็ก/เยาวชนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบน เหล่านี้มีแรงจูงใจในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ไม่แตกต่างกันนักจากเด็ก ทั่วไป กล่าวคือ เพื่อฆ่าเวลา เพื่อความสนุกสนาน เพื่อรับทราบข่าวสาร ในสังคม และเพื่อนำเรื่องราวที่ได้จากสื่อไปเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อน

รวมทั้งเปิดรับสื่อเพื่อต้องการหลีกเลี่ยงจากสังคม อย่างไรก็ตาม แบบแผนการเลือกเปิดรับที่อาจจะแตกต่างจากเด็กทั่วไป ก็คือ กลุ่มตัวอย่างจะชื่นชอบเนื้อหาละครหรือภาพยนตร์ที่เป็นแนววัยรุ่นที่มีปัญหาเสเพลเสพติดและต่อสู้กัน เนื่องจากเห็นว่า เนื้อหาดังกล่าวสอดคล้องกับชีวิตของตนเอง และได้เรียนรู้ประสบการณ์จากภาพยนตร์และนำไปปฏิบัติตาม ซึ่งผลการวิจัยพบว่า เด็กและเยาวชนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนมีการเลียนแบบตัวละครทั้งการแต่งกาย การรวมกลุ่ม พฤติกรรมพาลเกรตต่อสู้ชกต่อยกัน และการเสเพลเสพติด รวมถึงการกระทำผิดกฎหมายอีกด้วย

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ ถึงแม้จะไม่สามารถสร้างข้อสรุปได้ว่า สื่อมวลชนเป็น “ต้นตอ/สาเหตุ” ที่ทำให้เด็ก/เยาวชนเลียนแบบและเรียนรู้พฤติกรรมที่เบี่ยงเบน (เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นเด็ก/เยาวชนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนอยู่แล้ว) แต่ทว่างานวิจัยชิ้นนี้ก็สามารถจะให้ข้อสรุปได้ว่า รายการบางประเภทจากสื่อโทรทัศน์ เช่น รายการสารคดีสืบสวน นั้นน่าจะทำหน้าที่เป็นแหล่งอ้างอิงรักษาการเรียนรู้พฤติกรรมที่เบี่ยงเบนของเด็ก/เยาวชนกลุ่มตัวอย่างให้ดำรงอยู่ต่อไป เพราะเด็ก/เยาวชนจะเลียนแบบพฤติกรรมเบี่ยงเบนจากรายการดังกล่าว (น่าสังเกตว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างเป็นพฤติกรรมที่เป็นไปตามธรรมชาติ แต่หากมีการวางแผนและจัดระบบพฤติกรรมการเปิดรับรายการประเภทดังกล่าวให้มีเป้าหมายแบบ “ดูเป็นเยี่ยง แต่อย่าเอาอย่าง” ผลการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นอาจจะเปลี่ยนแปลงไป)

(v) ปริมาณและความถี่การเปิดรับสื่อ (Frequency of media exposure) เมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Impact Theory) แล้ว จะพบว่า ความเชื่อพื้นฐานของทฤษฎี Impact ก็คือ ความเชื่อในเรื่อง “ปริมาณและความถี่ในการเปิดรับสื่อ” กล่าวคือ ยิ่งเปิดรับสื่อมาก โอกาสที่ผู้รับสารจะถูกโน้มน้าวจากสื่อก็มีอยู่สูง ในแง่นี้ ทฤษฎี Social Learning ของ Bandura มีทัศนะที่แตกต่างออกไป เนื่องจาก Bandura มีข้อเสนอว่า อิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ในการสร้างการเรียนรู้ นั้น มิได้อยู่ที่ “ปริมาณ

การดูหรือการเปิดรับสื่อ” หากทว่าอยู่ที่ “**ลักษณะของตัวเนื้อหา**” มากกว่า ซึ่งหมายความว่า Bandura ได้เคลื่อนย้ายจุดความสนใจจาก “ตัวสื่อ” มาที่ “ตัวสาร” และทัศนะดังกล่าวนี้ ก็ทำให้ทฤษฎี Social Learning ของ Bandura แตกต่างไปจากทฤษฎี Cultivation Theory ซึ่งเราอาจจะจัดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีที่เน้นการเรียนรู้จากสื่อได้เช่นกัน (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

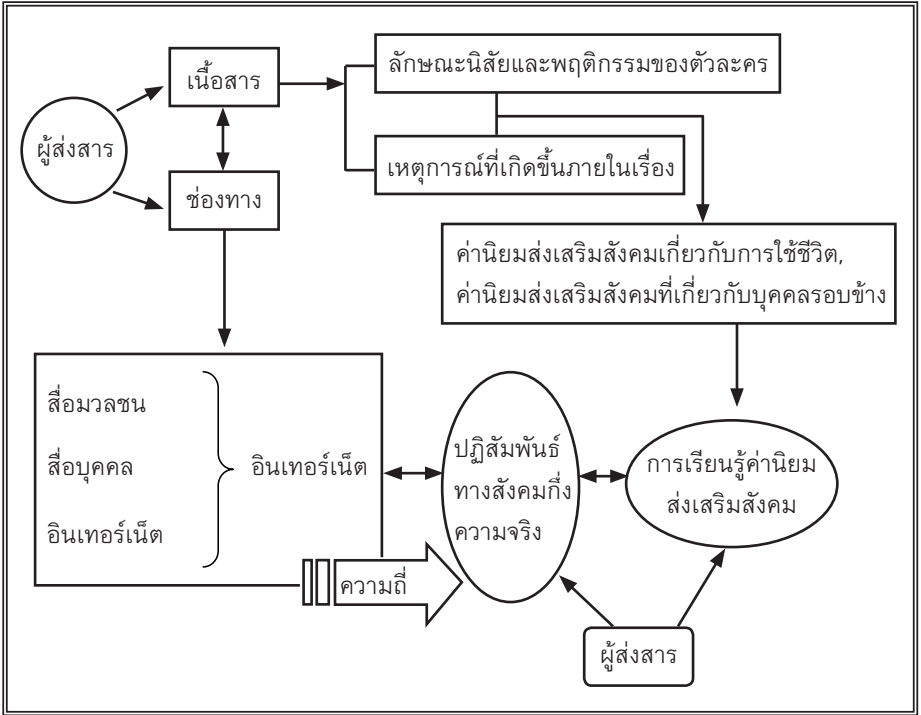
จากทัศนะที่เน้น “**ลักษณะของตัวเนื้อหาสาร**” มากกว่า “ปริมาณ/ความถี่ของการเปิดรับสื่อ” ทำให้มีงานวิจัยอยู่กลุ่มหนึ่งที่ใช้ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมในการวิเคราะห์ตัวเนื้อหา/ตัวบทของสื่อ (แทนที่จะศึกษาผู้รับสารซึ่งเป็นผู้ที่เรียนรู้) เพื่อจะตอบโจทยว่า เนื้อหาในสื่อต่างๆต้องการที่จะสร้างการเรียนรู้อะไรบ้าง ตัวอย่างเช่น งานของศศิธร อภิสิทธิ์นิรันดร์ (2541) เรื่อง “การขัดเกลาทางสังคมผ่านรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทรายการปกิณกะบันเทิง” โดยผู้วิจัยได้หยิบเอาเนื้อหารายการปกิณกะบันเทิงทางโทรทัศน์ที่จัดทำขึ้นสำหรับเด็กช่วงอายุ 5-12 ปี จำนวน 6 รายการที่แพร่ภาพในช่วงปีพ.ศ.2540 เช่น รายการเจ้าขุนทอง กล้าคิดกล้าทำ อัศวินน้อย ฯลฯ และนำมาตรวจสอบว่า รายการเหล่านี้ได้ตั้งใจจะอบรมขัดเกลาเด็กๆในด้านใดบ้าง เช่น **ด้านพฤติกรรม** (การสอนให้รู้จักบทบาททางสังคม การปลูกฝังบรรทัดฐานของสังคม และการแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสม) **ด้านสติปัญญา** (เช่น การให้ความรู้และทักษะต่างๆ เช่น ทักษะด้านภาษา ด้านกีฬา ด้านคณิตศาสตร์ ด้านการประดิษฐ์) และ**ด้านจิตใจ** (เช่น การสอนศีลธรรม การปลูกฝังคุณค่าต่างๆ สังคม เช่นการมีน้ำใจต่อผู้อื่น และการรู้จักธรรมเนียมประเพณีต่างๆ)

สำหรับผู้ที่สนใจจะใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการสร้างการเรียนรู้ให้แก่เด็กานั้น จากกระบวนทัศน์ที่เชื่อว่า “เด็กนั้นมีกระบวนกร/แบบแผนรับรู้ที่แตกต่างจากผู้ใหญ่ (ทัศนะแบบ The Tribal Child) ตัวอย่างของรูปแบบวิธีการนำเสนอเนื้อหาให้แก่เด็กก็เช่น

- (1) ใช้คนบรรยายประกอบภาพนิ่ง แต่รูปแบบนี้จะใช้นานไม่ได้ เพราะเด็กจะเบื่อ

- (2) ให้เด็กเข้าร่วมในรายการกับคนบรรยายในห้องส่ง แต่จะต้องควบคุมเด็กให้ได้
- (3) ใช้คนเล่าเรื่องพร้อมวาดภาพประกอบไปด้วย วิธีนี้จะกระตุ้นเด็กและสร้างจินตนาการได้ดี แต่ต้องหาพิธีกรที่มีความสามารถทั้ง 2 แบบ
- (4) ผู้ดำเนินรายการนำไฮตัทศนูปกรณอื่นๆ มาประกอบการนำเสนอ เช่น ตึกตา หุ่นมือ เป็นต้น

และสำหรับข้อถกเถียงในเรื่อง “ปริมาณการเปิดรับสื่อ” กับ “ลักษณะเนื้อหาสาร” ว่า ตัวแปรใดจะเป็นตัวแปรที่สร้างการเรียนรู้แก่เด็ก/เยาวชนได้มากกว่านั้น พัฒนาการล่าสุดของการตอบโจทยดังกล่าว มีงานวิจัยไทยที่ให้ข้อสรุปดังกล่าว ในงานศึกษาการเรียนรู้ทางสังคมของกลุ่มแฟนคลับการ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ (ที่รู้จักกันในนาม “อ้ายมดแดง”) ปริญญาติ จรุงจิตรประชาธมย์ (2553) ได้สร้างแบบจำลองที่แยกแยะประเภทของการเรียนรู้ว่า ในแง่ของค่านิยมประเภทต่างๆ (ทั้งค่านิยมเกี่ยวกับการใช้ชีวิตของตนเอง เช่น ความเพียรพยายาม ความกล้าหาญ ความเชื่อมั่นในตนเอง และค่านิยมที่เกี่ยวกับบุคคลรอบข้าง เช่น ความเสียสละ ความสามัคคี ความเมตตา ฯลฯ) ในส่วนนี้ กลุ่มแฟนคลับที่ติดตามการ์ตูนชุดอ้ายมดแดงจะเรียนรู้จาก “เนื้อหาสาร” แต่ทว่า ในแง่ “ปริมาณความถี่ของการเปิดรับสื่อ” นั้น จะสร้างการเรียนรู้อีกอย่างหนึ่งให้เกิดขึ้น คือ สร้างอารมณ์ความรู้สึกที่เรียกว่า “**ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง**” (Parasocial interaction) อันได้แก่ ความรู้สึกที่กลุ่มแฟนคลับได้เกิดจินตนาการว่า ตนเองได้มีโอกาสใกล้ชิด รู้จักและได้พูดคุยกับตัวละคร/นักแสดงราวกับเหตุการณ์ดังกล่าวเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริงๆ (ทั้งๆ ที่เป็นการรู้จักผ่านสื่อเท่านั้น) ดังที่สรุปอยู่ในแบบจำลองข้างล่างนี้



ภาพที่ 6: ความสัมพันธ์ของเนื้อหาสาร ปริมาณความถี่ กับการเรียนรู้ค่านิยมส่งเสริมสังคม และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง

(4.3.2) ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะ (Cultivation Theory) เราอาจจะจัดทฤษฎี Cultivation Theory ว่าอยู่ในกลุ่มทฤษฎีที่เน้นการเรียนรู้โลก/เรียนรู้สังคม/เรียนรู้ชีวิตของเด็กๆได้เช่นกัน ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ทฤษฎีนี้ก่อตัวมาในราวช่วงปีทศวรรษ 1980 โดย G. Gerbner และคณะ เนื้อหาหลักของทฤษฎีนี้ก็คือ ในขณะที่ยังมีข้อสงสัยว่า ผลกระทบระยะสั้นของสื่อโทรทัศน์นั้นจะมีพลาเนาภาพจริงหรือไม่ หากทว่า Gerbner เชื่อว่า อิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ที่มีอย่างแน่นอนก็คือ อิทธิพลระยะยาว (Long-term effect) และลักษณะของอิทธิพลนั้นก็คือ การบ่มเพาะปลูกฝังให้

เด็กที่รับรู้โลกรอบตัวอย่างสอดคล้องกับภาพที่ปรากฏในโทรทัศน์ อิทธิพลดังกล่าวนี้จะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับตัวแปร 3 ตัว คือ

(i) ยิ่งหากผู้รับสารเปิดชมโทรทัศน์มาก (ที่เรียกว่า “Heavy viewer”) ก็จะมีอิทธิพลจากโทรทัศน์มากยิ่งขึ้น (ในด้านหนึ่ง Cultivation Theory จึงเชื่อเรื่องปริมาณ/ความถี่ในการเปิดรับเช่นกัน)

(ii) ยิ่งหากไม่มีประสบการณ์ตรง (direct experience) กับเรื่องราวที่นำเสนอในโทรทัศน์ ผู้ชมก็จะมีเชื่อสื่อโทรทัศน์มากยิ่งขึ้น (mediated experience)

(iii) ยิ่งหากไม่มีแหล่งข้อมูลอื่น ๆ มาให้ตรวจสอบ (competing source) โทรทัศน์ก็จะผูกขาดอิทธิพลอยู่เพียงแหล่งเดียว

สำหรับตัวแปรที่ 2 และที่ 3 นั้น ในกรณีของเด็กๆจะพบว่า โอกาสที่สื่อโทรทัศน์จะมีอิทธิพลต่อเด็กน่าจะสูงมาก เนื่องจากเด็กจะมีประสบการณ์ชีวิตแบบทางตรงกับโลกภายนอกน้อยกว่าผู้ใหญ่

Gerbner ได้ระบุคุณลักษณะของกลุ่มคนที่เรียกว่า “Heavy viewer” ว่า คือกลุ่มคนที่ดูโทรทัศน์แบบเป็นนิสัย แบบเป็นกิจวัตรประจำวัน (habitual viewing) การเปิดรับโทรทัศน์นั้นจะไม่ค่อยเลือกดู (คือดูทุกอย่างขอให้ได้ดู) ดูแบบซ้าๆซากๆ และเป็นการดูที่ไม่มีเป้าหมาย (ไม่เจาะจงรายการ ไม่ได้ติดตามเป็นการเฉพาะ) กลุ่มคนที่ดูโทรทัศน์อย่างมากนี้จะรับรู้ความเป็นจริงต่างๆผ่านโทรทัศน์ที่เรียกว่า “perceived reality” กล่าวคือ มีแนวโน้มจะคิดว่าบรรดาตัวละคร/เหตุการณ์ที่อยู่ในโทรทัศน์นั้นจะมีลักษณะเหมือนกับคนจริงๆที่แวดล้อมตัวเรา (กล่าวคือเอาความเป็นจริงในจอโทรทัศน์มาเป็นกรอบอ้างอิงสำหรับตีความโลกที่เป็นจริง) เช่น ถ้าเราดูตัวละครที่เป็นชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยงในละครโทรทัศน์ แล้วพบว่ามึลลักษณะซื่อๆ ซื่อซ่า ตลก ฯลฯ เมื่อเวลาพบเจอชาวเขาตัวจริง เราก็มึแนวโน้มจะคิดว่าชาวเขาจริงๆจะเป็นเช่นในละครโทรทัศน์

และยิ่งหากรายการโทรทัศน์บางประเภทที่นำเสนอแบบ “สมจริงสมจัง” (realistic) เช่น รายการประเภทเรื่องจริง (factual) เช่น

ข่าว สารคดี หรือรายการเรียลลิตีที่นำเสนอการใช้ชีวิตจริงของผู้คนในเนื้อหา ผู้ที่ดูโทรทัศน์อย่างมากหรือกลุ่มเด็กๆก็จะมีแนวโน้มที่จะรับรู้ ว่า “นั่นเป็นเรื่องจริง” มากยิ่งขึ้น

Gerbner สรุปว่า อิทธิพลในการสร้างการเรียนรู้ให้แก่เด็ก หรือหากกล่าวให้ตรงจุดมากยิ่งขึ้นก็คือ การอบรมบ่มเพาะด้วยการปลูกฝังความเป็นจริงให้แก่เด็กๆนั้น อย่างน้อยโทรทัศน์ก็มีอิทธิพลที่จะสร้างการรับรู้ที่เป็นกระแสหลัก (Mainstream perception) ให้แก่เด็กๆ ตัวอย่างเช่นเรื่องความรุนแรง เด็กๆจะได้เรียนรู้ว่า กระแสหลักของความรุนแรงในสังคมไทยก็คือ ผู้ชาย (ที่เป็นพระเอก) สามารถจะกระชากผู้หญิง (ที่เป็นนางเอก) มาจับได้โดยไม่มีความผิดอะไร นางเอกจะไม่มันวันไปฟ้องตำรวจ หากทว่าจะตอบโต้ด้วยการตบหน้าแทน เป็นต้น

ตัวอย่างงานวิจัยของไทยที่ใช้ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะของสื่อเป็นแนวทางได้แก่งานของนภวรรณ ดันดิเวชกุล (2542) เรื่อง “การวิเคราะห์อิทธิพลของภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ตามแนวทางทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะทางวัฒนธรรมต่อเยาวชนในสถานศึกษา” ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบการวิจัยตามแนวทางการศึกษาของ Gerbner คือ เริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ตัวบท/เนื้อหาสาร (content analysis) วัตถุประสงค์ที่ใช้ศึกษาคือ ชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์จำนวน 1,935 ชิ้นงานที่ออกอากาศในช่วงปีพ.ศ.2537-2541 เพื่อสำรวจดูว่าในชิ้นงานโฆษณาเหล่านี้ได้ปลูกฝังค่านิยมอะไรบ้าง ผลการวิจัยพบว่า ในชิ้นงานโฆษณาสินค้าดังกล่าวนั้น นอกจากจะทำหน้าที่ขั้นแรกคือ การให้ข้อมูลและโน้มน้าวใจผู้ชมให้ซื้อสินค้าและบริการแล้ว ในระดับที่ลึกลงไปกว่านั้นก็คือ การสอดใส่ค่านิยมทางวัฒนธรรมต่างๆลงไปด้วย เช่น ค่านิยมเกี่ยวกับการมีผิวขาวของผู้หญิง ค่านิยมเกี่ยวกับความมั่นใจในตนเอง ค่านิยมเกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์เพื่อสร้างมิตรภาพ เป็นต้น

ในลำดับต่อมา ผู้วิจัยได้ศึกษาผู้รับสาร ซึ่งเป็นกลุ่มเยาวชนไทยอายุระหว่าง 12-18 ปี ที่เป็นตัวแทนจากโรงเรียนใน 5 ภาคของประเทศไทย

จำนวน 20 กลุ่ม 126 คน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในขั้นการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเรื่อง “ผู้ชมโทรทัศน์อย่างมาก” (heavy viewer) และ “ผู้ชมโทรทัศน์เพียงเล็กน้อย” (light viewer) ซึ่งเป็นตัวแปรต้นที่จะส่งผลถึงปริมาณความมากน้อยที่จะถูกอบรมบ่มเพาะจากสื่อโฆษณาในโทรทัศน์

และผลการวิจัยเรื่องอิทธิพลในด้านการอบรมบ่มเพาะนิสัยทางวัฒนธรรมที่เนื้อหาสารในชิ้นงานโฆษณาที่ศึกษามีต่อกลุ่มผู้ชมทั้ง 2 กลุ่มนั้น ก็เป็นไปตามข้อเสนอทางทฤษฎีของ Gerbner กล่าวคือ ในแง่ของการอบรมค่านิยมที่เป็นการรับรู้กระแสหลัก (Mainstream perception) เช่น ค่านิยม 2-3 อย่างที่กล่าวมานั้น กลุ่มผู้ชมที่ดูโทรทัศน์อย่างมาก จะถูกอบรมบ่มเพาะมากกว่ากลุ่มที่ดูโทรทัศน์น้อย กลุ่มที่ดูโฆษณามากมักจะใช้ “ภาษาจากงานโฆษณา/คำพูดจากสื่อโทรทัศน์” มาเป็นคำตอบของตนเอง

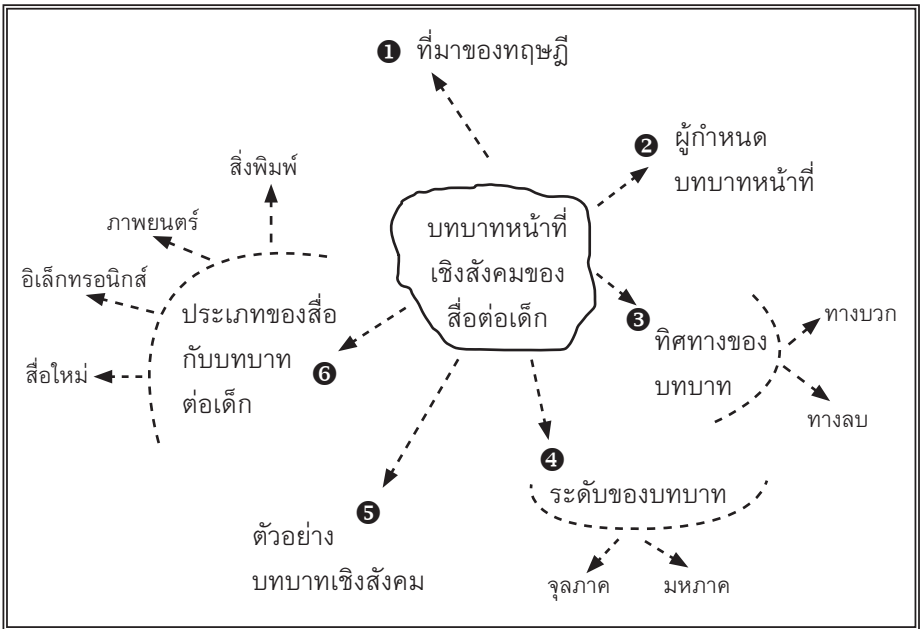
แต่อย่างไรก็ตาม หากผู้ชมได้มีประสบการณ์ตรงในชีวิตที่สอดคล้องกับเนื้อหาในสื่อโฆษณาที่ Gerbner เรียกว่าเป็นปรากฏการณ์ Resonance แล้ว ไม่ว่าจะในกลุ่มผู้ชมที่ดูโฆษณามากหรือน้อยก็ตาม ก็จะถูกอบรมบ่มเพาะจากสื่อโทรทัศน์ไม่แตกต่างกันเลย

4.4 ทฤษฎีบทบาทหน้าที่เชิงสังคมของสื่อต่อเด็ก (Social Functionalism of Media)

เมื่อก้าวถึงทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) ตามปกติ เรามักจะหมายถึง “ทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคม” (Social Functionalism) ซึ่งเป็นทัศนะที่มองบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนไปจากมุมมองและผลประโยชน์ของสังคมเป็นหลัก ซึ่งมีความแตกต่างจากทฤษฎีบทบาทหน้าที่เชิงปัจเจกของสื่อ (Individual Functionalism) ซึ่งในแวดวงนิเทศศาสตร์/การสื่อสาร จะรู้จักในชื่อใหม่ว่า “ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ” (Uses and Gratifications Approach) ซึ่งมองบทบาทและหน้าที่ของสื่อจากมุมมองและผลประโยชน์ของปัจเจกบุคคลเป็นหลัก เนื่องจากมีมุมมองที่แตกต่างกัน ทำให้วิธีการออกแบบการวัดและการวิจัยของทฤษฎีทั้งสองนี้แตกต่างกัน

กันไปด้วย ในที่นี้จึงจะขอแยกทฤษฎีหน้าที่นิยมทั้ง 2 ทฤษฎีออกจากกัน และจะกล่าวถึงทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคมก่อน

สำหรับขอบเขตที่จะกล่าวถึงทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคมของสื่อต่อเด็กจะมีดังนี้ (สำหรับผู้ที่สนใจรายละเอียดของทฤษฎีนี้ โปรดดูอ่าน กาญจนา แก้วเทพ, **สถานภาพแห่งองค์ความรู้**, 2540)



ภาพที่ 7: แนวทางการศึกษาบทบาทหน้าที่เชิงสังคมของสื่อต่อเด็ก

(4.4.1) **ที่มาของทฤษฎี** ทฤษฎีหน้าที่นิยมถือว่าเป็นทฤษฎีกระแสหลักในสาขาสังคมศาสตร์ของอเมริกา และก็เป็นทฤษฎีกระแสหลักในสาขานิเทศศาสตร์ของสหรัฐด้วยเช่นกัน ต้นกำเนิดความเป็นมาของทฤษฎีหน้าที่นิยมนั้นก่อตัวมาจากทฤษฎีจิตวิทยาที่ว่าด้วย“ความต้องการ” (Need) ของทั้งปัจเจก กลุ่ม สถาบันสังคม และสังคมโดยรวม และเมื่อเกิดความต้องการขึ้นมาแล้ว ทุกหน่วยย่อยของปัจเจก กลุ่ม สังคม ก็ต้อง

ช่วยกันทำหน้าที่ด้วยการกระทำกิจกรรมหรือดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง (activity) เพื่อตอบสนองความต้องการนั้นให้เต็มเต็ม

เมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎี Impact Theory แล้ว ทฤษฎีหน้าที่นิยมจึงไม่ได้ตั้งคำถามว่า สื่อสามารถสร้างผลกระทบอะไรให้แก่สังคม แต่จะเริ่มจากคำถามที่ว่า “สังคมมีความต้องการอะไรก่อน” แล้วสื่อมวลชนสามารถตอบสนองความต้องการนั้นได้หรือไม่ กล่าวอีกแบบหนึ่งก็คือ แทนที่จะตั้งคำถามจาก “สื่อมวลชนเป็นหลัก” (Media-centric) ก็ตั้งคำถามจาก “สังคมเป็นหลัก” (Society-centric) และหากพิจารณาในแง่ระยะที่มีต่อสื่อ ในขณะที่ทฤษฎี Impact นั้นค่อนข้างจะหวาดระแวงผลกระทบด้านลบจากสื่อ แต่ทฤษฎีหน้าที่นิยมกลับจะฝากความหวังเอาไว้กับสื่อว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการต่างๆ ของสังคมได้ ซึ่งเป็นท่าทีที่มองสื่อมวลชนในแง่บวก (อย่างแยะที่สุดก็คือ สื่อไม่ทำหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายเท่านั้น)

และเนื่องจากเป็นทฤษฎีด้านสังคม ทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคมจึงขยายหน่วยการวิเคราะห์ให้กว้างขวางกว่าหน่วยการวิเคราะห์ระดับปัจเจกเช่นวิชาจิตวิทยา ด้วยการระบุว่า สังคมมีความต้องการอะไรบ้าง ตัวอย่างความต้องการของสังคมก็เช่น ต้องการความต่อเนื่องของระบบ (continuity) ต้องการระเบียบสังคม (order) ต้องการความเป็นปึกแผ่น (integration) ต้องการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนา (motivation) ต้องการการชี้แนวทาง (guidance) ต้องการการอบรมบ่มเพาะสมาชิกรุ่นใหม่ (socialization) ต้องการการปรับตัว (adaptation) เป็นต้น

ในอีกด้านหนึ่ง ทฤษฎีหน้าที่นิยมจะพิจารณาว่า ไม่ว่าจะ เป็นปัจเจก กลุ่ม หรือสังคมจะถือว่าเป็น “หน่วยรวม” (organism/system/whole) ที่ประกอบด้วย “หน่วยย่อยๆ” (subsystem /part) เช่น ร่างกายก็ประกอบด้วยอวัยวะต่างๆ สังคมก็ประกอบด้วยส่วนเสี้ยวของกลุ่มคนและสถาบันต่างๆ ดังนั้น เมื่อสังคมส่วนรวมมีความต้องการดังกล่าว บรรดาระบบย่อย/หน่วยย่อยๆ ก็ต้องช่วยกันทำหน้าที่เพื่อตอบสนองความ

ต้องการที่ได้ระบุมา สถาบันสื่อมวลชนก็เป็นหนึ่งในระบบย่อยๆของสังคม จึงมีหน้าที่เช่นเดียวกับสถาบันอื่นๆ

ในระดับการศึกษาวิจัยบทบาทหน้าที่ของสถาบันสื่อมวลชน (รวมทั้งสถาบันอื่นๆก็เช่นกัน) จึงมีวิธีตรวจสอบอยู่ 3 วิธี โดยพิจารณาจาก “การทำกิจกรรม/การตั้งเป้าหมาย/หรือผลที่เกิดขึ้นจากการกระทำของสถาบันนั้นๆ”

- (i) หากสถาบันสื่อมวลชนดำเนินกิจกรรมไปตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายมาอย่างดี ก็จะได้ถือว่าเป็น “การทำหน้าที่ที่ดี” (Well-function)
- (ii) หากสื่อมวลชนไม่ดำเนินกิจกรรมไปตามที่ได้รับมอบหมายมาก็จะถือว่าเป็น “ไม่ทำหน้าที่” (Non-function/dysfunction)
- (iii) หากสื่อมวลชนนอกจากจะไม่ทำหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายมาแล้ว แต่ยังไปทำหน้าที่อื่นๆที่เป็นอันตรายต่อระบบ ก็จะได้ว่าเป็นการทำหน้าที่ผิดๆ” (Malfunction)

(4.4.2) ใครเป็นผู้มอบหมายบทบาทหน้าที่ และใครมีอำนาจตัดสินใจในท้ายที่สุด เมื่อนำทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคมมาใช้วิจัยในภาคปฏิบัติการก็พบว่า ในโลกแห่งความเป็นจริง เนื่องจากสื่อมวลชนมีกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) หลายกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้อง และคนแต่ละกลุ่มต่างก็มีผลประโยชน์เฉพาะกลุ่มที่แตกต่างกันไป การมอบหมายบทบาทหน้าที่ให้แก่สื่อหนึ่งๆจึงมีอย่างหลากหลาย และในท้ายที่สุดแล้วกลุ่มที่มีอำนาจมากก็ย่อมเป็นผู้กำหนดทิศทางของการทำหน้าที่ของสื่อให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มของตน ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ วรินทร์รา ไกยรวงศ์ (2540) ในเรื่อง “มิติแห่งการบริโภคที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิง” (ดู กาญจนา แก้วเทพ, การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์, 2541)

ในกรณีของการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อเด็กก็เช่นเดียวกัน สืบเนื่องมาจากข้อเท็จจริง 2 ประการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องการทำหน้าที่ของสื่อ ประการแรก เนื่องจากสื่อมวลชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเด็กนั้นมีมากมายหลากหลายประเภท ทั้งที่เป็นสื่อของผู้ใหญ่และที่เป็นสื่อของเด็กโดยเฉพาะ (เช่น หนังสือการ์ตูน) แต่ละประเภทของสื่อมีวิธีการผลิตและวิธีการใช้ได้หลากหลาย จึงมีบทบาทหน้าที่ที่หลากหลายตามไปด้วย ประการที่สอง เนื่องจากสื่อที่เกี่ยวข้องกับเด็กนั้น มีทั้งสื่อที่เด็กเป็นผู้ใช้เอง และสื่อที่คนอื่นมาใช้เพื่อเด็ก ดังนั้น บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนต่อเด็กจึงถูกกำหนดมาจากหลายฝ่าย ในการประมวลสภาพแห่งองค์ความรู้เรื่อง “บทบาทสื่อมวลชนกับการพัฒนาเด็กเยาวชน และครอบครัว” กาญจนา แก้วเทพ (2540) ได้พบบทบาทที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสื่อต่อเด็ก ดังนี้

(ก) ถูกกำหนดมาจากกลุ่มนักวิชาการ ในแง่นี้สื่อมวลชนจะมีบทบาทในการให้ความรู้ ให้ข่าวสารเพื่อให้เด็กรู้เท่าทันโลก ให้ความบันเทิง สร้างความเข้าใจร่วมระหว่างเด็กกับผู้ใหญ่ ฯลฯ

(ข) ถูกกำหนดมาจากนักการศึกษา สื่อมวลชนจะถูกนักศึกษานำมาใช้โดยมีบทบาทในการเป็นผู้ช่วยครู เป็นอุปกรณ์การสอน เป็นครูของการศึกษานอกห้องเรียน เป็นองค์ประกอบของการเรียนรู้ด้วยตนเอง เป็นเครื่องพัฒนาสติปัญญา อารมณ์ และสังคมของเด็กๆ ฯลฯ

(ค) ถูกกำหนดมาจากกลุ่มผู้ปกครอง สื่อมวลชนจะมีบทบาทหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงเด็ก เป็นบทเรียนนอกระบบ เป็นของเล่น เป็นเครื่องฆ่าเวลา เป็นเพื่อนเล่นในบ้าน เป็นเครื่องพัฒนาสติปัญญา อารมณ์ และสังคม ฯลฯ

(ง) ถูกกำหนดจากกลุ่มผู้ใช้วัยรุ่น เป็นผู้ให้ความบันเทิง (entertainer) เป็นรุ่นพี่ที่คอยชี้แนะแนวทาง เป็นเครื่องมือเข้าสังคม เป็นแบบอย่าง (model) เป็นแรงบันดาลใจ เป็นแหล่งสร้างวีรบุรุษ เป็นช่องทางของการสื่อสารทางสังคม (social communication) เป็นเครื่อง

ฆ่าเวลา เป็นที่พิกใจ เป็นที่หลบภัยทางจิตใจ (escapist) เป็นเครื่องหมายแสดงอัตลักษณ์และความเป็นพวกพ้องเดียวกัน ฯลฯ

(จ) ถูกกำหนดจากกลุ่มผู้ช่วยเด็ก เป็นแหล่งให้ความบันเทิง ให้ความสนุกสนาน ให้ความตื่นเต้นทางอารมณ์ พาออกไปสู่โลกกว้างที่เป็นจริงและโลกในจินตนาการ เป็นแหล่งสร้างวีรบุรุษ และแรงบันดาลใจ เป็นของเล่น ของรักของหวง เป็นเพื่อน เป็นเวทีที่แสดงความสามารถ และเวทีฝึกซ้อมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นกิจกรรมในเวลาว่าง เป็นที่หลบภัยทางจิตใจ ฯลฯ

(ฉ) ถูกกำหนดจากภาครัฐกิจ สื่อมวลชนสำหรับเด็กมีบทบาทเป็นแหล่งที่สามารถสร้างผลกำไรได้ไม่ยาก เป็นแหล่งทำมาหากิน เป็นผู้รับสารในอนาคต แม้แต่ตัวเด็กเอง อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ (2543) ได้วิเคราะห์ภาพของเด็กทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์ และได้พบว่า ในภาพและเนื้อหาข่าวที่เกี่ยวกับเด็กนั้น เด็กๆจะถูกสร้างภาพพจน์ให้มีลักษณะเป็น “สินค้าประเภทหนึ่ง” ที่ถูกนำมาขายเป็นข่าว

(ช) ถูกกำหนดจากภาครัฐ สื่อมวลชนจะถูกกำหนดให้มีบทบาทหน้าที่ทั้งในแง่เป็นผู้ช่วยพัฒนาเด็กในด้านต่างๆ (developer) หรือเป็นผู้ช่วยปกป้องสิทธิเด็ก เป็นผู้ช่วยระแวดระวังการทำร้ายเด็ก เป็นต้น

(4.4.3) ทิศทางของบทบาท (direction of function) จากแนวคิดเชิงทฤษฎีที่แบ่งการแสดงบทบาทหน้าที่ออกเป็น 3 มิติ คือการทำหน้าที่ที่ดี การไม่ทำหน้าที่ และการทำหน้าที่ในทางที่ผิดๆ เมื่อแปรมาเป็นการออกแบบการวิจัย ก็จะเป็นการวัด “ทิศทางของบทบาท” ซึ่งอาจจะจำแนกออกได้เป็นหลายประเภท เช่น

- บทบาทที่พึงปรารถนา v.s. บทบาทที่ไม่พึงปรารถนา
- บทบาทที่ตั้งใจ v.s. บทบาทที่ไม่ตั้งใจ
- บทบาทที่เกิดจากความเอาใจใส่และตระหนักรู้ v.s. บทบาทที่เกิดจากความไม่รู้และไม่เอาใจใส่

เป็นต้น

ตัวอย่างของทิศทางที่มีการศึกษากันอย่างมากคือ บทบาทที่พึงปรารถนาและไม่พึงปรารถนา

(ก) บทบาทที่พึงปรารถนา ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่องบทบาทที่พึงปรารถนาของสื่อมวลชนที่มีต่อเด็กและเยาวชน ซึ่งมีผู้ศึกษาเอาไว้มากพอสมควร บทบาทที่พึงปรารถนานี้มักจะเกิดจากความตั้งใจและความตระหนักรู้ของผู้ใช้ เช่น การนำเอาสื่อมวลชนมาใช้ประโยชน์ทางการศึกษา หรือบรรดาผู้ผลิตรายการเด็กที่มีความตั้งใจอันงดงามที่จะพัฒนาเด็กในด้านต่างๆ หรือการบรรจุเนื้อหาด้านจริยธรรม สิ่งแวดล้อม ชีวิตสัตว์ ฯลฯ ลงไปในรายการเด็ก ตัวอย่างของบทบาทที่พึงปรารถนาที่ชัดเจนบทบาทหนึ่งเช่น บทบาทการเป็นผู้ช่วยเหลือ (helper) การพัฒนาเด็กในด้านต่างๆ เช่น ชฎา เปรมโยธิน (2528) ตรวจสอบเนื้อหาของหนังสือพิมพ์รายวันว่าได้ช่วยในการพัฒนาเด็กและเยาวชนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจแผนที่ 5 หรือไม่ และพบว่าได้ผลเป็นที่น่าพอใจ

หรือบทบาทที่พึงปรารถนาอีกบทบาทหนึ่ง คือ บทบาทการเป็นผู้พิทักษ์ปกป้องเด็ก (protector) ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของจำนรรจ์ เขตบรรพต (2534) ได้วิเคราะห์บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการนำเสนอเนื้อหาด้านสิทธิเด็ก โดยใช้วิธีการศึกษา 2 วิธีคือ การวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ทุกประเภทในช่วงระยะเวลา 1 ปี (พ.ศ.2533) และการสอบถามความคิดเห็นจากหน่วยงานที่ทำงานด้านเด็ก 106 แห่ง ผลการวิจัยพบว่า ปริมาณของการนำเสนอเนื้อหาเรื่องสิทธิเด็กในหน้าหนังสือพิมพ์ภายในเวลาที่ศึกษานั้น ยังอยู่ในระดับไม่น่าพอใจ เนื่องจากมีการนำเสนออย่างไม่ต่อเนื่องและไม่สม่ำเสมอ การนำเสนอจะมีมากเฉพาะในช่วงเวลาที่มีเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับเรื่องสิทธิเด็กเท่านั้น และนอกจากนั้น หนังสือพิมพ์ก็ยังคงแสดงบทบาทโดยทางอ้อมมากกว่าโดยตรง กล่าวคือใช้การรายงานข่าว การนำเสนอข่าว และบทความจากภายนอกมากกว่าจะมีการวิเคราะห์วิจารณ์ แสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะจากกองบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์เอง (ซึ่งอาจจะเกิดจาก

การขาดเงื่อนไขที่เอื้ออำนวย เช่น หนังสือพิมพ์ขาดผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญเรื่องเด็ก ในกองบรรณาธิการ)

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาดังกล่าวสอดคล้องกับทัศนะของหน่วยงานที่ทำงานด้านเด็กที่เห็นว่า หนังสือพิมพ์ยังเล่นบทบาทผู้นำเสนอข้อมูลและเสนอข้อคิดเห็นเรื่องสิทธิเด็กแก่สาธารณชนในระดับที่น้อยและปานกลางเท่านั้น การออกแบบงานวิจัยในลักษณะนี้มีความรอบคอบมากพอสมควรในการตรวจสอบ “บทบาทหน้าที่ของสื่อต่อเด็ก” ทั้งจากแง่มุม “ภาวะวิสัย” (การวิเคราะห์เนื้อหา) และ “อัตวิสัย/ความคิดเห็น” รวมทั้งเป็นไปตามหลักการที่ได้กล่าวมาข้างต้นในเรื่องมุมมองที่หลากหลายของผู้กำหนดบทบาทอีกด้วย

(ข) บทบาทที่ไม่พึงปรารถนา สำหรับบทบาทที่ไม่พึงปรารถนาของสื่อมวลชนต่อเด็กนั้นอาจจะกล่าวได้ว่า เป็นประเด็นตั้งแต่ประวัติศาสตร์การเปิดตัวเรื่องสื่อมวลชนกับเด็กเลยดังที่ได้กล่าวมาในข้างต้น และยังคงเป็นประเด็นที่สืบทอดต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันไม่ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงสื่อมวลชนประเภทต่างๆไปอย่างไรก็ตาม เริ่มตั้งแต่การกล่าวหาว่าสื่อภาพยนตร์นั้นมีบทบาทสำคัญในการสร้างความก้าวร้าวให้แก่เด็ก ต่อมาก็เป็นประเด็นทางเพศ และต่อเนื่องมาจนกระทั่งถึงรายงานผลการวิจัยเรื่องวิดีโอเกมในยุคปัจจุบัน

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของสุชาดา สัจจสันถวไมตรี (2542) ที่สำรวจทัศนคติของนักจิตวิทยา (ซึ่งเป็นนักวิชาการที่ทำงานเกี่ยวกับเรื่องพัฒนาการของเด็กๆ) ต่อเนื้อหาสื่อวิดีโอเกมที่มีบทบาทต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็ก ผลการวิจัยพบว่า แม้ว่านักจิตวิทยาไทยจะมีทัศนคติจำแนกแยกแยะต่อบทบาทของวิดีโอเกมต่อเด็กไทย เนื่องจากเห็นว่าวิดีโอเกมนั้นมีหลากหลายประเภท เช่น เกมยิง (shooting game) เกมกีฬา (sports game) เกมผจญภัยต่อสู้ (adventure and action game) และเกมฝึกสมองเสริมความรู้ (education game) ซึ่งทำให้บทบาทของวิดีโอเกมมีทั้งด้านที่สร้างสรรค์และด้านที่ทำลายบุคลิกภาพของเด็กๆ

โดยขึ้นอยู่กับประเภทของเกมที่เด็กเลือกเล่น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า เด็กๆ มักจะชอบเล่นเกมประเภทที่ทำลายมากกว่าประเภทเกมที่สร้างสรรค์ เช่น ชอบเล่นเกมที่มีเนื้อหาค่อนข้างรุนแรง ก้าวร้าว และไม่สร้างสรรค์ ในภาพรวมจึงสามารถสรุปได้ว่า เกมวิดีโออันมีบทบาทในด้านที่ไม่พึงปรารถนาต่อเด็กไทยมากกว่า

นอกจากบทบาทที่ไม่สร้างสรรค์ต่อการพัฒนาเด็กของสื่อมวลชนที่เป็นสื่อสำหรับเด็ก เช่น สื่อวิดีโอเกมที่ยกตัวอย่างมาแล้ว อีกบทบาทหนึ่งที่มีกฎวิพากษ์วิจารณ์ในช่วงหลังๆ เมื่อกระบวนทัศน์เกี่ยวกับเด็กในแง่ The Social Structure Child ที่พิจารณาว่า เด็กๆ ก็เป็นกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งที่มีสิทธิมีเสียงเท่ากับคนกลุ่มอื่นๆ จากทัศนะเรื่องสิทธิเด็กดังกล่าว ก็มีงานวิจัยที่รายงานไว้ว่า สื่อมวลชนส่วนใหญ่ยังแสดงบทบาทที่ไม่พึงปรารถนาด้วยการเป็น **ผู้ทำร้าย/ผู้ละเมิดสิทธิของเด็ก** เสียเอง (violator) ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “การเสนอภาพของเด็กในข่าวหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์” ของอุบลรัตน์ ศิริยุตศักดิ์ และคณะ (2543) ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว ซึ่งคณะวิจัยพบว่า สื่อมวลชนจะนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเด็กมากเมื่อเด็กตกเป็นเหยื่อของความรุนแรงประเภทต่างๆ แต่ทว่าวิธีการนำเสนอ นั้น สื่อมวลชนยังใช้วิธีการนำเสนอข่าวเด็กแบบข่าวอาชญากรรมที่มุ่งเน้นความสะเทือนอารมณ์ของผู้รับโดยไม่คำนึงว่าวิธีการนำเสนอข่าวในลักษณะดังกล่าว นั้นเป็นการละเมิดสิทธิของเด็ก (เช่น นำเสนอชื่อจริง ภาพใบหน้า ภาพเหตุการณ์ที่เด็กถูกทำร้าย เป็นต้น)

ในการศึกษาบทบาทที่ไม่พึงปรารถนาและไม่พึงปรารถนาของสื่อมวลชนนี้ ผู้ศึกษาอาจจะต้องตระหนักถึงประเด็นที่ได้กล่าวมาข้างต้นว่า “ใครเป็นผู้กำหนดบทบาทดังกล่าวของสื่อมวลชน” ทั้งนี้เนื่องจากผู้เขียนมีข้อสังเกตว่า ทิศทางที่มาจากความต้องการของผู้ใหญ่ และความสนใจของเด็กนั้น อาจจะเดินสวนทางกันหรือเปล่า กล่าวคือ ในขณะที่ผู้ใหญ่มักจะมีเจตจำนงที่จะผลิตรายการเด็กให้มีสาระประโยชน์ และอบรมคุณธรรมต่างๆ แต่จากมุมมองของเด็ก เด็กจะใช้สื่อเพื่อความ

สนุกสนานบันเทิงเป็นหลัก และมีรายงานจากการสัมภาษณ์เด็กว่า ไม่ชอบให้มีการสอดแทรกคำสั่งสอนเลย (เพราะเบื่อกับทั้งพ่อแม่และครูมาแล้ว) หรือในอีกกรณีหนึ่งคือ เรื่องหนังสือการ์ตูน การ์ตูนที่ครูนำมาใช้ประกอบการเรียนนั้นเป็นที่เข้าใจได้ว่าเป็นการ์ตูนที่สะอาดปราศจากมลพิษความไร้คุณธรรม แต่การ์ตูนเหล่านี้ก็มักไม่แพร่หลายและไม่เป็นที่ชื่นชอบเท่ากับการ์ตูนนอกห้องเรียนที่เด็กลงทุนควักกระเป๋าซื้อเอง โดยที่การ์ตูนนอกระบบนั้นอาจจะมึทั้งมีคุณธรรมและไร้คุณธรรมผสมกันไป

อีกตัวอย่างที่ชัดเจนก็คือ ผลการวิจัยเรื่อง “ทัศนคติของนักจิตวิทยาต่อเนื้อหาดิจิทัล” ของสุชาดา สัจจสันถวไมตรี (2542) ที่เพิ่งกล่าวไปนั่นเอง เนื่องจากเมื่อผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากตัวเด็กที่เล่นเกมวิดีโอเหล่านั้น ก็พบว่าได้คำตอบที่ขัดแย้งกับนักจิตวิทยาเป็นส่วนใหญ่ เช่น คำตอบเกี่ยวกับ “เกมยิง” (shooting) ซึ่งนักจิตวิทยาเห็นว่า เด็กอาจจะสะสมพฤติกรรมก้าวร้าวเอาไว้ แต่เด็กๆกลับตอบว่า เกมยิงเป็นเพียงเรื่องสมมติ ไม่มีส่วนคล้ายกับโลกของความเป็นจริง และไม่เคยนำส่วนใดส่วนหนึ่งของเนื้อหาเกมไปใช้ในชีวิตจริง หรือทัศนคติต่อเกมผจญภัย/ต่อสู้ ในขณะที่นักจิตวิทยาเห็นว่า มีโทษมากกว่าประโยชน์ แต่เด็กๆกลับเห็นว่า มีทั้งประโยชน์และโทษ เป็นต้น (ตอกย้ำกระบวนทัศน์แบบ The Tribal child)

(4.4.4) ระดับของการแสดงบทบาท การแสดงบทบาทของสื่อมวลชนต่อเด็กนั้นกระทำได้ใน 2 ระดับ คือ ระดับจุลภาค (micro level) อันได้แก่บทบาทที่มีต่อตัวเด็ก/เยาวชนเป็นรายบุคคล (ซึ่งอาจจะดูคล้ายคลึงกับทฤษฎี Uses and Gratification Approach แต่ทว่ามีความแตกต่างกันตรงลักษณะที่ active/passive ของตัวเด็กเอง) และระดับมหภาค (macro level) อันได้แก่ การแสดงบทบาทของสื่อมวลชนต่อกลุ่มเด็ก/เยาวชนในลักษณะภาพรวม ตัวอย่างเช่น การแสดงบทบาทเป็นผู้พิทักษ์สิทธิเด็ก การแสดงบทบาทเป็นผู้คุ้มครองเด็กมิให้ตกเป็นเหยื่อของความ

รุนแรง การเล่นเกมบทบาทเป็นผู้ส่งเสริมสถาบันครอบครัวให้เข้มแข็งเพื่อประโยชน์ของเด็ก การเสริมโอกาสทางการสื่อสารให้แก่เด็กที่ขาดโอกาส กลุ่มพิเศษต่างๆ เช่น แรงงานเด็ก เด็กในสถานกักกัน เด็กไร้สัญชาติ ฯลฯ

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในช่วงระยะเริ่มแรกของงานวิจัยเรื่องเด็กกับการสื่อสารนั้น จะเน้นหนักไปในการศึกษาบทบาทของสื่อที่มีต่อเด็กในระดับ**จุลภาค**เป็นส่วนใหญ่ ดังเช่นข้อสรุปของ กาญจนา แก้วเทพ (2540) ในการประมวลสถานการณ์แห่งองค์ความรู้เรื่องบทบาทสื่อมวลชนต่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนในระหว่างช่วงปีพ.ศ.2504-2539 อย่างไรก็ตาม ในช่วงทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา ก็มีข้อน่าสังเกตว่า งานวิจัยเรื่องบทบาทของสื่อกับเด็กจะเพิ่มแนวโน้มในการศึกษาระดับ**มหภาค**มากยิ่งขึ้นกว่าช่วงแรกๆ ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากเหตุปัจจัยหลายประการ เช่น ประการแรก อาจจะเนื่องมาจากการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาเด็กมีเพิ่มมากขึ้นจนทำให้เกิดการรับรู้ว่ามีปัญหาของเด็กนั้นเป็นปัญหาร่วมระดับโครงสร้าง มิใช่ปัญหารายบุคคล ประการที่สอง อาจจะเกิดกลุ่ม/องค์กร/หน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวกับเด็กในลักษณะภาพรวมมากขึ้น เป็นต้น

(ก) การแสดงบทบาทของสื่อต่อเด็กในระดับ**จุลภาค** มีตัวอย่างงานวิจัยจำนวนมาก (โดยเฉพาะในระยะแรก) ที่ศึกษาบทบาทของสื่อที่มีต่อเด็กในระดับนี้ ตัวอย่างเช่น สุกัญญา ตีระวนิช และนนทริกา คุ่มไพโรจน์ (2528) พบว่า ตัวแปรเรื่องฐานะเศรษฐกิจ/สังคมของเด็กจะมีผลต่อการเปิดรับสื่อ เช่น เด็กที่มีฐานะเศรษฐกิจดีจะรู้จักการใช้คอลัมน์เด็กในหนังสือพิมพ์ ควบคู่ไปกับการใช้เทปเพลงเด็ก รายการนิทานทางวิทยุ และหนังสือการ์ตูน-นิทานที่เป็นประโยชน์ กล่าวคือรู้จักใช้สื่อที่หลากหลายมากกว่าเด็กที่มีฐานะยากจน เนื่องจากพ่อแม่มีความรู้และมีเวลาให้คำแนะนำ

หรือตัวอย่างงานวิจัยของพินิจ ศุภมาสดุงกูร (2528) ที่วิเคราะห์บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการให้ความรู้เรื่องเพศศึกษาแก่

เยาวชน และได้ซักถามความคิดเห็นของเยาวชนด้วย ผลการวิจัยพบว่า เยาวชนระบุว่าได้ใช้ประโยชน์จากเนื้อหาดังกล่าว (ในยุคปัจจุบันนี้ เยาวชนน่าจะหันไปหาสื่อใหม่ๆ ประเภทอินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์) แต่ทว่าผู้เชี่ยวชาญเรื่องเพศศึกษาได้ประเมินว่า เนื้อหาเพศศึกษาในหนังสือพิมพ์นั้นมีความถูกต้องเพียง 55% ซึ่งก็หมายความว่าหนังสือพิมพ์ยังแสดงบทบาทเรื่องการเป็นแหล่งความรู้ด้านเพศศึกษาที่ไม่ดี

นักทฤษฎีสายหน้าที่นิยมด้านการสื่อสารที่มีชื่อเสียงท่านหนึ่งคือ W. Schramm (1961) ได้ประมวลบทบาทหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์ที่มีต่อเด็ก โดย Schramm ได้ระบุว่า สำหรับบทบาทหน้าที่เหล่านี้ บางบทบาทอาจจะไม่จำเป็นสำหรับผู้ใหญ่ที่โตๆแล้ว แต่ทว่าเป็นบทบาทหน้าที่ที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับเด็กๆ เช่น **บทบาทด้านการสร้างจินตนาการ** เนื่องจากวัยเด็กยังเป็นวัยแห่งการสร้างสรรค์จินตนาการอย่างสูงสุด ดังนั้น Schramm จึงเสนอให้แบ่งเนื้อหาของสื่อในส่วนที่เกี่ยวกับการทำหน้าที่สร้างสรรค์จินตนาการให้แก่เด็กออกเป็น 2 ประเภท คือ เนื้อหาแบบแฟนตาซี (Fantasy content) และเนื้อหาแบบที่เป็นจริง (Reality content) ซึ่งเนื้อหาทั้ง 2 ประเภทจะเล่นบทบาทต่อเด็กที่แตกต่างกัน เช่น

| บทบาทของเนื้อหาแบบแฟนตาซี | บทบาทของเนื้อหาที่เป็นจริง |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • เชิญชวนให้ละทิ้งปัญหาที่เป็นจริงเข้าไปสู่ปัญหาในจินตนาการ (เช่น ปัญหาแบบ Star Wars) • เชิญชวนผู้พ่ายแพ้ให้ลุกขึ้นใหม่/เชิญชวนให้ปลดปล่อย • ทำงานตรงกันข้ามกับกฎเกณฑ์ในโลกแห่ง (เช่น มีอาวุธต่างๆ นานา) | <ul style="list-style-type: none"> • ตอกย้ำปัญหาที่เป็นจริง • เน้นความเข้าใจ/เน้นการใช้ปัญญาแก้ปัญหา • ทำงานกับเรื่องราว/สถานการณ์/เหตุการณ์ที่เป็นจริง |

| บทบาทของเนื้อหาแบบแฟนตาซี | บทบาทของเนื้อหาที่เป็นจริง |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • ขจัด/บรรเทา/ปล่อยวาง (ชั่วคราว) ความวิตกกังวล/การข่มขู่จาก ปัญหา-อันตรายที่เป็นจริง • เติมเต็มความปรารถนาบางอย่าง ที่ซ่อนเร้น • ได้รับความรื่นเริงบันเทิงใจ | <ul style="list-style-type: none"> • ทำให้ผู้ชมตื่นตัวกับการข่มขู่จาก สิ่งแวดล้อม (เช่น รายการข่าว รายการประเภทเรื่องจริงผ่านจอ) เพื่อจะเข้าใจปัญหาให้ดีขึ้น แม้ว่า จะต้องกังวลมากขึ้นก็ตาม • ให้เกิดความกระจ่างแจ้งแก่ใจ |

(สนใจบทบาทการสร้างจินตนาการของสื่อมวลชนต่อเด็ก โปรดดู อัปสร มีศิลป์ (2545) เรื่อง “การถ่ายทอดความเป็นแฟนตาซีสำหรับเด็ก ในละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์”)

นอกเหนือจากกรณีที่ตัวเด็กเองเป็นผู้รับผลจากการแสดง บทบาทของสื่อมวลชนแล้ว ก็ยังมีงานวิจัยอีกจำนวนมากที่เป็น “ผู้อื่น” (เช่น พ่อแม่/ครู/) ที่ใช้สื่อให้แสดงบทบาทต่างๆต่อเด็ก เช่นเล่นบทบาท ผู้ช่วยสอนวิชาต่างๆ โดยเฉพาะด้านภาษา สิ่งแวดล้อม ฯลฯ หรือเป็นผู้ ช่วยพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นต้น

สำหรับสื่อที่มีการศึกษามากเป็นพิเศษก็คือสื่อการ์ตูน ซึ่งถือว่าเป็นสื่อสำหรับเด็กเป็นการเฉพาะ ดังนั้น จึงมีงานวิจัยที่ตรวจสอบเนื้อหา ด้านจริยธรรมบ้าง (พรพนิต พวงภิญโญ, 2531) หรือด้านอื่นๆ ไม่ว่าจะ เป็นด้านบวกหรือด้านลบก็ตาม รวมทั้งมีงานวิจัยที่กลุ่มครูได้นำเอา การ์ตูนมาใช้ในด้านการเรียนการสอนอันเนื่องมาจากลักษณะที่ดีเด่นของ การ์ตูนเอง เช่น อ่านง่าย มีภาพที่ดึงดูดความสนใจของเด็กๆ อย่างไรก็ตาม ดูเหมือนงานศึกษาสื่อการ์ตูนนั้นจะวางอยู่บนฐานคิดที่ว่า หากปล่อย ให้เด็กเลือกอ่านการ์ตูนเอง สื่อการ์ตูนนี้มักจะแสดงบทบาทที่ไม่เหมาะสม

(อันเป็นแนวคิดที่ว่า เด็กๆมีธรรมชาติที่ชั่วร้าย เลือกแต่ของที่ไม่ดี ประโยชน์) แต่หาก “ผู้ใหญ่” เป็นผู้เลือกสรรให้ การ์ตูนก็จะแสดงบทบาทที่เหมาะสมสำหรับเด็กๆ

(ข) การแสดงบทบาทในระดับมหภาค ดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า งานศึกษาในระดับนี้จะออกแบบการวิจัยที่วัดการแสดงบทบาทหน้าที่ของสื่อต่อเด็กที่มีใช้ระดับรายบุคคล หากแต่จะเป็นระดับกลุ่ม/ระดับสังคม หรือเป็นภาพรวมๆ ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของแสงระวี กิริยาพงศ์ (2535) ที่ศึกษารูปแบบและเนื้อหาของจดหมายข่าวโครงการ สโมสรแรงงานเด็กที่จัดส่งให้เด็กที่มาทำงานตามโรงงาน ซึ่งเป็นกลุ่มเด็กที่อยู่นอกระบบโรงเรียน (เด็กกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีงานศึกษาวิจัยน้อยมาก) และเพื่อให้การจัดทำจดหมายข่าวได้ผลอย่างเต็มที่ ผู้วิจัยจึงได้ประเมินสื่อดังกล่าวจากทัศนะของเด็กผู้รับสารด้วย ผลการวิจัยพบว่า จดหมายข่าวดังกล่าวได้แสดงบทบาทหน้าที่หลายประการ ทั้งในการให้ข่าวสาร ให้ความรู้คำแนะนำ เป็นเครือข่าย เป็นเพื่อน เป็นผู้ให้กำลังใจ ฯลฯ

สำหรับขอบเขตของการศึกษาบทบาทของสื่อต่อเด็กที่กว้างขวางถึงระดับชาติก็ได้แก่ ตัวอย่างงานวิจัยของนารากร ดิทยาน (2536) ที่ได้ประเมินผลบทบาทของรายการเด็กทางโทรทัศน์ที่มีต่อการพัฒนาเด็ก โดยใช้แผนพัฒนาเด็กและเยาวชนปีพ.ศ.2522 เป็นกรอบการประเมิน ผลการวิจัยพบว่า ในมิติด้านต่างๆของการพัฒนาเด็กนั้น รายการเด็กทางโทรทัศน์จะมีเนื้อหาที่เน้นหนักด้านการพัฒนาทางสติปัญญามากที่สุด และเป็นเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มเด็กที่มีอายุระหว่าง 3 ปีครึ่ง-12 ปี มากที่สุด

(4.4.5) ตัวอย่างของบทบาทหน้าที่เชิงสังคมของสื่อต่อเด็ก สำหรับตัวอย่างของบทบาทหน้าที่เชิงสังคมของสื่อมวลชนที่มีต่อเด็กนั้นก็คงดัดแปลงมาจากข้อเสนอของ H. Lasswell (1949) ที่สามารถจะนำมาประยุกต์ใช้กับกรณีของเด็กได้ ดังนี้

(i) หน้าที่การให้ข่าวสารข้อมูลเพื่อเฝ้าระวังสภาพแวดล้อม (Information/ surveillance) บทบาทหน้าที่นี้ ผู้ใช้อาจจะเป็นตัวเด็กโดยตรงที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อความปลอดภัยของตนเอง (เช่น เวลาดูข่าวว่ามีแก๊งค์ลักขโมยเด็กไปขาย) หรืออาจจะเป็นผู้ใหญ่ที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเพื่อการปกป้องเด็กๆ เป็นต้น

D. McQuail (1994) ขยายรายละเอียดของหน้าที่นี้ออกเป็น 3 แง่มุม คือ

- การจัดหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และสภาพการณ์ต่างๆ ทั้งในสังคมและในโลก
- แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ทางอำนาจระหว่างคนกลุ่มต่างๆ (เช่น ข้อมูลเรื่องอายุของผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่ต้องไม่ใช่เด็ก)
- จัดหาข้อมูลเพื่อสนับสนุนนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อการปรับตัวหรือเพื่อการพัฒนาความก้าวหน้าของสังคม (เช่น นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการศึกษาแบบโฮมสกูลแก่เด็กๆ)

(ii) หน้าที่ในการเชื่อมโยงประสานส่วนต่างๆ เข้าด้วยกัน (Correlation) ในรายละเอียด การทำหน้าที่นี้จะแสดงออกในรูปแบบของ

- การให้คำอธิบาย การตีความ การแสดงความคิดเห็น การให้ความหมายต่อเหตุการณ์และข้อมูลต่างๆ (เช่น ถ้าเด็กไทยใช้เวลาเล่นเกมวิดีโออย่างมากจะหมายความว่าอะไร)
- ทำหน้าที่ให้การสนับสนุนผู้มีอำนาจหรือบรรทัดฐานของสังคม
- อบรมบ่มเพาะสมาชิกใหม่ เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับเด็กๆ โดยตรง
- ทำหน้าที่ประสานกิจกรรมต่างๆ ที่แตกแยกให้ร่วมประสานกัน
- ทำหน้าที่สร้างฉันทามติ (consensus)
- ทำหน้าที่กำหนดลำดับความสำคัญและแสดงสถานภาพของสิ่งต่างๆ

(iii) **หน้าที่สร้างความต่อเนื่อง (Continuity)** ในขณะที่หน้าที่ด้านการเชื่อมโยงนั้น จะเน้นการประสานในเชิงมิติของพื้นที่ (space) แต่หน้าที่สร้างความต่อเนื่องนี้จะเน้นการประสานในเชิงของกาลเวลา (time) เช่น การสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม การเปิดตัวของวัฒนธรรมย่อยๆ (subcultures) หรือการสร้างสรรค์วัฒนธรรมใหม่ๆ และที่แน่นอนคือการถ่ายทอดค่านิยมจากรุ่นสู่รุ่น

(iv) **หน้าที่ให้ความบันเทิง (Entertainment)** หน้าที่นี้ดูเหมือนจะเป็นเหตุผลข้อแรกของการใช้สื่อของเด็ก/เยาวชน ไม่ว่าจะเป็นการแสวงหาความบันเทิงเพื่อความสนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา หรือเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดก็ตาม

(v) **หน้าที่การขับเคลื่อนสังคม (Mobilization)** เพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นมติการเมือง สงคราม เศรษฐกิจ ศาสนา การศึกษา กีฬา สุขภาพ ฯลฯ สำหรับตัวอย่างที่เกี่ยวกับเด็กก็คือการผลักดันแนวคิดใหม่ๆ เกี่ยวกับสิทธิของเด็กผ่านสื่อมวลชน (ดูตัวอย่างงานวิจัยของพรรณราย พิทักษ์พงศ์ (2540) เรื่อง “การวิเคราะห์การนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับการละเมิดเด็กที่ปรากฏในข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาไทย” เป็นต้น)

สำหรับการศึกษาวิจัยบทบาทหน้าที่เชิงสังคมของสื่อมวลชนที่มีต่อเด็กนี้ นอกจากการตอบโจทยพื้นฐานที่ได้กล่าวมาแล้วว่า เป็นการตรวจสอบว่าสื่อมวลชนได้ทำหน้าที่หรือไม่ ทำหน้าที่ถูกต้องหรือผิดทิศทางอย่างไร ในกรณีที่พบการทำหน้าที่หลายๆอย่างของสื่อมวลชน ก็ควรจะมีการให้น้ำหนัก (weight) หรือการจัดลำดับว่า บทบาทใดที่ได้รับความสำคัญมากกว่าบทบาทใด (Hierarchy of Function)

และเนื่องจากการทำหรือไม่ทำหน้าที่ของสื่อมวลชนนั้นต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไข/ปัจจัยต่างๆ ดังนั้น การศึกษาเรื่องบทบาทหน้าที่จึงควรวิเคราะห์หลังมาถึงเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยหรือเป็นอุปสรรคต่อการทำหน้าที่นั้นๆด้วย

(4.4.6) **ประเภทของสื่อกับบทบาทหน้าที่ที่มีต่อเด็ก** ในการศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อเด็กนั้น อาจจะมีปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการทำงานที่ทำหน้าที่ของสื่ออยู่หลายปัจจัย เช่น โครงสร้างของสื่อมวลชนที่ศึกษา (เช่น เป็นสื่อของรัฐ สื่อภาคธุรกิจ สื่อของหน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวกับการพัฒนาเด็ก) หรือธรรมชาติของเด็กแต่ละกลุ่ม/แต่ละวัยที่เข้ามาใช้สื่อ รวมทั้งความเข้าใจของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และในท่ามกลางปัจจัยที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ มีปัจจัยที่ควรพิจารณาอย่างสำคัญอยู่ปัจจัยหนึ่งคือ **ธรรมชาติของสื่อมวลชนที่แตกต่างกัน** และส่งผลถึงการแสดงบทบาทหน้าที่ของสื่อที่มีต่อเด็ก ตัวอย่างเช่น

(ก) **สื่อสิ่งพิมพ์** ได้แก่ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยธรรมชาติแล้ว สื่อสิ่งพิมพ์มีแนวโน้มจะเป็นสื่อที่เน้นสาระเป็นหลัก สามารถพัฒนาสติปัญญาและสร้างวุฒิภาวะทางอารมณ์ได้เป็นอย่างดี แต่สื่อสิ่งพิมพ์มักเป็นสื่อของผู้ใหญ่ โดยผู้ใหญ่ และเพื่อผู้ใหญ่ จึงมีเด็ก/เยาวชนมาใช้อยู่น้อย ยกเว้นหนังสือ/นิตยสารการ์ตูน นอกจากนี้ก็ยังมีปัญหาจากฝ่ายผู้ผลิต และทัศนคติโดยรวมของคนไทยที่มีต่อการให้ความสำคัญต่อการอ่านหนังสือ

ยิ่งไปกว่านั้น สำหรับสื่อสิ่งพิมพ์บางประเภท เช่น หนังสือพิมพ์ที่ถูกมอบหมายบทบาทหน้าที่บางประการติดตัวมาตั้งแต่การถือกำเนิดมาจากประวัติศาสตร์ เช่น บทบาทหน้าที่หลักของหนังสือพิมพ์ในการแจ้งข่าวสารและให้ข้อเสนอแนะ ฉะนั้น เมื่อเกิดประเด็นเกี่ยวกับสิทธิเด็กจำนวนครั้ง เขตบรรพต (2534) จึงได้ขยายบทบาทหน้าที่หลักของหนังสือพิมพ์ออกมาเป็นบทบาทหน้าที่ต่อเรื่องสิทธิเด็กอย่างน้อยอีก 12 ประการ ตัวอย่างเช่น

- บทบาทหนังสือพิมพ์ในการสร้างความตระหนักแก่สังคมเรื่องสิทธิเด็ก
- บทบาทหนังสือพิมพ์ในการให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องสิทธิเด็ก

- บทบาทหนังสือพิมพ์ในการพิทักษ์สิทธิและผลประโยชน์ของเด็ก

เป็นต้น

(ข) **สื่อภาพยนตร์** โดยธรรมชาติแล้ว สามารถใช้ได้ทั้งด้านบันเทิงและสาระ แต่ต้องมีการวางแผนการใช้ (ยังมีงานศึกษาสื่อภาพยนตร์กับเด็กอยู่น้อยมาก)

(ค) **สื่ออิเล็กทรอนิกส์** ได้แก่ วิทยุและโทรทัศน์ การถือกำเนิดของสื่อทั้ง 2 ชนิดนี้ จะมีภาพลักษณ์เน้นหนักไปในด้านบันเทิงและเมื่อภาครัฐ (ซึ่งเป็นเจ้าของสื่อทั้ง 2 ประเภทในทางนิตินัย) ยังมีนโยบายที่ไม่ชัดเจนต่อการใช้สื่อทั้ง 2 ประเภทเพื่อการพัฒนาเด็ก ทำให้สื่อทั้งสองประเภทเล่นบทบาทในด้านบันเทิงและทางธุรกิจมากกว่าจะเป็นสื่อที่เอื้อต่อการศึกษาและการให้บริการสาธารณะ งานวิจัยเรื่องวิทยุกับเด็กนั้นยังมีอยู่น้อย แม้ว่าจะมีงานศึกษา “ผลผลิตเกี่ยวเนื่องกับวิทยุ” เช่น เทปเพลง เทปนิทาน ฯลฯ ที่ถูกนำมาใช้เพื่อเป้าหมายทางการศึกษา อย่างไรก็ตาม ควรมีงานศึกษาการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ในด้านความบันเทิง ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของการใช้สื่อของเด็กๆ เพื่อทำความเข้าใจในเรื่องความบันเทิงของเด็กๆ ให้มากขึ้น

(ง) **สื่อใหม่ (New media)** ได้แก่ วิดีโอ คอมพิวเตอร์ รวมทั้งเกมวิดีโอที่เป็นสื่อมวลชนซึ่งมีลักษณะการใช้ตามความต้องการของบุคคลมากขึ้น จากการทบทวนสถานภาพแห่งองค์ความรู้ในช่วงปี พ.ศ. 2504-2539 นั้น ยังพบงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อใหม่ไม่มากนัก เนื่องจากสื่อคอมพิวเตอร์เพิ่งจะเริ่มแพร่หลายในช่วงกลางทศวรรษ 2530 ดังนั้นในระยะเริ่มแรกจึงมักเป็นการวิจัยที่เน้นบทบาทด้านการศึกษาของสื่อใหม่นี้ที่ใช้โดยผู้ใหญ่ (เช่น สื่อคอมพิวเตอร์) อย่างไรก็ตาม ในการสำรวจงานวิจัยตั้งแต่ปีพ.ศ.2540 มาจนถึงปัจจุบัน พบว่า มีการวิจัยเรื่องสื่อใหม่ทุกประเภทเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเราอาจจะกล่าวได้ว่า สื่อใหม่นั้นเป็นสื่อของเด็กและเยาวชน และเมื่อเด็กเข้าไปใช้สื่อใหม่ด้วยตัวเอง สังคมก็มี

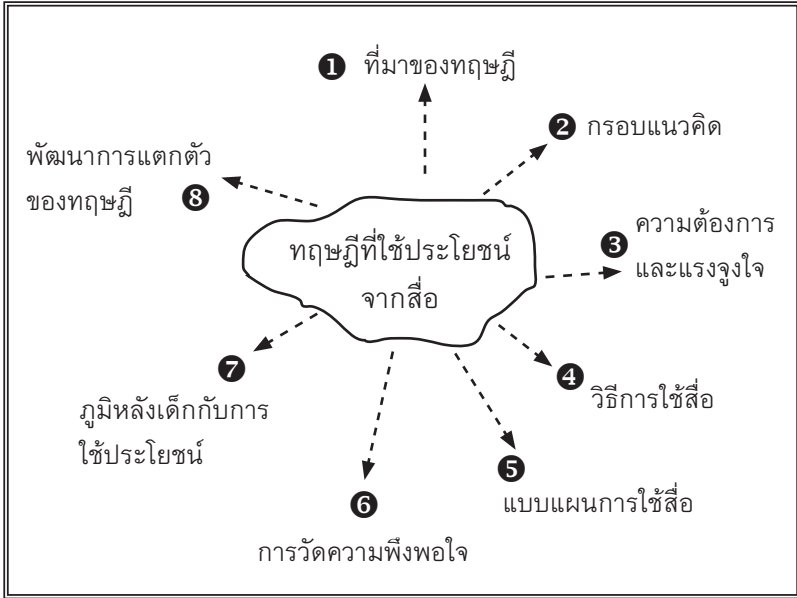
แนวโน้มจะวิตกกังวลเรื่องบทบาทหน้าที่ในทางที่ไม่พึงประสงค์ของสื่อใหม่เหล่านี้ เช่น การเสพติดเกมออนไลน์ ความรุนแรงและเพศในเนื้อหาเกม เป็นต้น

(4.5) ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses & Gratifications Approach)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์นี้ เป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นในราวช่วงทศวรรษ 1970 ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Impact Theory) และหลังทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคม (Social Functionalism) ทฤษฎีนี้มีความสัมพันธ์ในเชิงตอบโต้กับทฤษฎีที่มีมาก่อนหน้านั้น

เมื่อเทียบกับ Impact Theory ซึ่งมีข้อตกลงเบื้องต้นว่า “สื่อมีพลังอำนาจในการโน้มน้าวผู้รับสาร” ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ไม่เห็นด้วยกับข้อตกลงดังกล่าว (ดูรายละเอียดต่อไป) และเมื่อเทียบกับทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคม ในขณะที่ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ก็มีที่มาจากทฤษฎีด้านจิตวิทยาที่ใช้แนวคิดเรื่อง “ความต้องการและแรงจูงใจ” (Need & Motivation) เป็นจุดเริ่มต้นในการอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์เหมือนกัน หากทว่า “หน่วยที่ใช้วิเคราะห์” นั้นแตกต่างกัน เนื่องจากทฤษฎีการใช้ประโยชน์สนใจหน่วยการศึกษาที่เป็น “ปัจเจกบุคคล” (individual) จึงอาจกล่าวได้ว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์นั้นเป็นทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงปัจเจกก็ได้

เนื่องจากทฤษฎีการใช้ประโยชน์ นี้ มีงานศึกษาวิจัยอยู่มากในสังคมไทย ในที่นี้จึงจะจำกัดเฉพาะส่วนที่ทฤษฎีนี้ถูกนำมาใช้ในการศึกษากับกลุ่มเด็ก/เยาวชนตามขอบเขตดังนี้



ภาพที่ 8: ขอบเขตของทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากสื่อ

(4.5.1) **ที่มาของทฤษฎี** W. Severin & J. Tankard (2010) กล่าวถึงที่มาของทฤษฎีการใช้ประโยชน์ฯว่า ในช่วงเวลาที่ทฤษฎีผลกระทบจากสื่อกำลังเฟื่องฟูอยู่ในแวดวงวิชาการตะวันตก ซึ่งเป็นช่วงเวลาของสงครามโลกทั้งสองครั้งที่สื่อมวลชนประเภทต่างๆได้สาธิตพลังอำนาจในการโน้มน้าวใจผู้คนได้อย่างเด็ดขาด ระหว่างนั้นก็มีการเขียนของ R.A. Bauer (1964) ชื่อ "ผู้รับสารที่หัวรั้น" (The obstinate audience) ที่นำเสนอว่า ผู้รับสารนั้นมีลักษณะ active และต่อต้านการโน้มน้าวของสื่อมวลชนได้

นักวิชาการรุ่นแรกๆที่เริ่มพูดถึงแนวคิดเรื่องที่คุณคนมาใช้ประโยชน์จากสื่อคือ Elihu Katz (1959) ที่มีทำที่โต้แย้ง Impact Theory โดยตรง ด้วยการนำเสนอว่า แทนที่เราจะตั้งโจทย์การวิจัยว่า "สื่อได้ทำอะไรบ้างกับผู้คน" (ตาม Impact Theory) เราควรจะเปลี่ยนเป็นคำถามว่า "ผู้คนได้ทำอะไรกับสื่อ" มากกว่า

ในระหว่างปีค.ศ.1960 เป็นต้นมา ก็เริ่มมีงานวิจัยว่าคนกลุ่มต่างๆได้ทำอะไร/ได้ใช้สื่อเพื่อทำอะไรตามข้อเสนอของ E. Katz และมิงานของ Riley & Riley (1951 อ้างจาก Severin, 2010) ที่ศึกษา “กลุ่มเด็ก” และพบว่า เด็กๆนำเอาเรื่องราวที่พบในเกมไปดัดแปลงเล่นกับเพื่อนๆ ถึงแม้ว่า “เด็กๆ” จะยังไม่ใช้กลุ่มผู้รับสารที่น่าจับตามองมากนักในทฤษฎีการใช้ประโยชน์ เนื่องจากตัวแปรสำคัญในทฤษฎีนี้ระบุว่า กิจกรรมของผู้รับสารนั้นคือ “การเลือกใช้สื่อ” (choice) แต่เด็กๆนั้นมักจะถูกรับรู้ว่าเป็นผู้รับสารที่ไม่ค่อยมีโอกาสเลือกใช้สื่อได้เอง หรือต้องใช้สื่ออย่างไม่มีความเลือก แต่แม้กระนั้น งานวิจัยชิ้นนี้ก็ยิ่งแสดงให้เห็นว่า คนแต่ละกลุ่มคนแต่ละวัยมีการเลือกใช้สื่อเพื่อเป้าหมาย/เพื่อประโยชน์/เพื่อตอบสนองความต้องการของเขาเอง

ข้อค้นพบจากงานวิจัยที่เริ่มมีการใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ในหลายๆแห่ง ยิ่งสนับสนุนข้อเสนอของ E. Katz ที่ว่า ผู้รับสารนั้นได้เลือกใช้สื่อตามความต้องการของเขา มากกว่าจะเป็นไปตามที่ผู้ผลิตสื่อตั้งเป้าหมายเอาไว้ เช่น งานวิจัยของ Blumler & McQuail (1969 อ้างจาก Severin, 2010) ที่ศึกษาวิธีการใช้สื่อในระหว่างการเลือกตั้งในเบอร์ลิน เนื่องจากผลการวิจัยในการเลือกตั้งครั้งก่อนได้พิสูจน์แล้วว่า การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนั้นไม่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกผู้สมัคร แต่คำถามหลังจากนั้นก็คือ แต่เพราะเหตุใดประชาชนจึงยังคงเปิดรับสื่ออยู่ อะไรเป็น “แรงจูงใจ” (motives) ในการเปิดรับสื่อ ผลจากการจัดสนทนากลุ่มย่อย นักวิจัยได้พบเหตุผล 3 ประการในการเปิดรับสื่อ เช่น

- (1) ติดตามข่าวสาร/บรรยากาศการเลือกตั้ง (สื่อทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูล)
- (2) เพื่อดูว่านักการเมืองได้สัญญาอะไรไว้บ้าง
- (3) เพื่อตอกย้ำให้ความมั่นใจกับพรรคการเมืองที่ได้เลือกเอาไว้ (reinforcing)

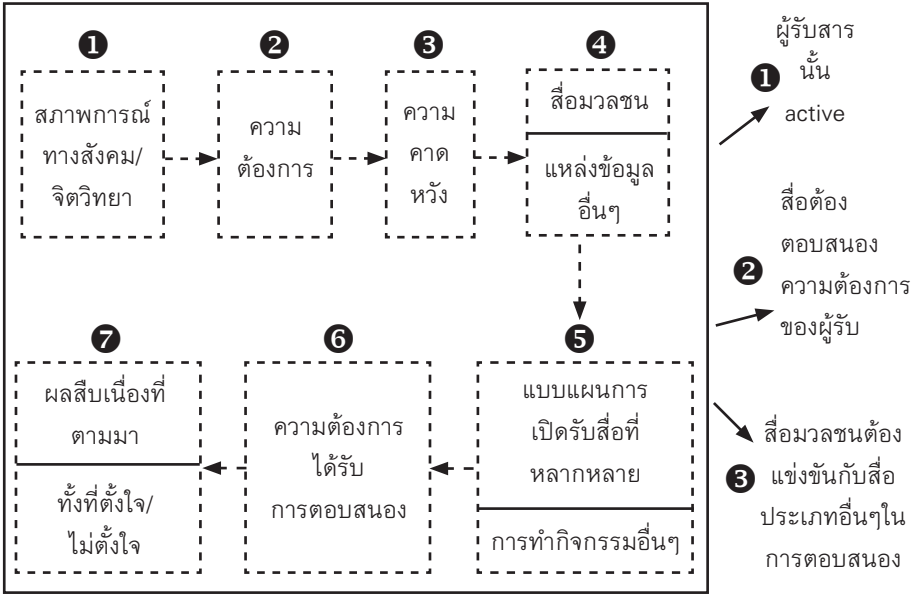
(4.5.2) กรอบแนวคิดหลักของทฤษฎี ทฤษฎีการใช้ประโยชน์นี้ก่อร่างสร้างกรอบแนวคิดขึ้นมาจากผลการวิจัยที่เป็นจริง ซึ่งผลการวิจัยแต่ละชิ้นได้เผยแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยที่จุดเริ่มต้นของทฤษฎีนี้มีจุดเริ่มต้นมาจากเรื่อง “ความต้องการและแรงจูงใจ” ซึ่งเป็นปัจจัยผลักดันด้านจิตวิทยาให้ผู้คนทำพฤติกรรมต่างๆรวมทั้งพฤติกรรมการใช้สื่อด้วย

J. van Evra (2004) ได้ประมวลว่า แนวคิดหลักๆที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อนั้นมีอยู่ 4 แนวคิดด้วยกัน

- (1) ความต้องการและแรงจูงใจของผู้ใช้สื่อ (Need & motive)
- (2) ความชื่นชอบในสื่อประเภทใดประเภทหนึ่ง
(Media preference)
- (3) วิธีการใช้สื่อ (Media use)
- (4) แบบแผนการใช้สื่อ (Pattern of use)

(ในลำดับต่อไป ผู้เขียนจะใช้แนวคิดทั้ง 4 เป็นหัวข้อเพื่อดูในรายละเอียด)

จากแนวคิดทั้ง 4 นักทฤษฎีการใช้ประโยชน์ฯได้นำเอาแนวคิดหลักๆดังกล่าวมาขยายออกเป็นแนวคิดย่อยๆ และนำมาเชื่อมร้อยเป็นแบบจำลอง/กรอบแนวคิดนานาชนิด ในที่นี้จะยกตัวอย่างแบบจำลองของ Katz, Blumler & Gurevitch (1974 อ้างจาก Serverin, 2010) ได้แสดงให้เห็นลำดับขั้นของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีนี้ดังนี้ ซึ่งอยู่ภายใต้เงื่อนไข/ข้อตกลง 3 ประการ



ภาพที่ 9: ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์

(4.5.3) **ความต้องการและแรงจูงใจ** เนื่องจากความต้องการและแรงจูงใจเป็นตัวแปรตัวแรกของทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากสื่อ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ข้อตกลงเบื้องต้น (basic assumption) ของทฤษฎีนี้ก็คือ มนุษย์เราจะกระทำพฤติกรรมใดก็ตาม รวมทั้งพฤติกรรมการใช้สื่อ ก็เนื่องมาจากเกิดความต้องการและแรงจูงใจ ดังนั้น นักทฤษฎีในกลุ่มนี้จึงพยายามค้นหาว่า มีความต้องการและแรงจูงใจอะไรที่ทำให้คนเรามีพฤติกรรมการเปิดรับสาร และนักวิชาการแต่ละกลุ่มก็มีข้อเสนอต่าง ๆ กัน

ตัวอย่างเช่น McQuail, Blumler & Brown (1972 อ้างจาก Serverin, 2010) เสนอว่า กลุ่มของแรงจูงใจใหญ่ๆ ที่คนเราเปิดรับสื่อ่นั้นมีอยู่ 4 กลุ่มด้วยกันคือ

(1) **เพื่อหลีกเลี่ยง** (Diversio) ซึ่งหมายถึงความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากกิจวัตรประจำวัน จากปัญหา หรือผ่อนคลายอารมณ์

(2) เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับคนอื่น (Personal relationship) เป็นการใช้ประโยชน์ทางสังคม เช่น นำเอาข้อมูลข่าวสารไปพูดคุยสนทนา หรือใช้สื่อเป็นเพื่อน

(3) เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง (Personal identity) เช่น การตอกย้ำค่านิยมที่ยึดถืออยู่ เพื่อทำความเข้าใจตัวเอง เพื่อสำรวจความเป็นจริงทางสังคม และอื่นๆ

(4) เพื่อสำรวจหาข้อมูล (Surveillance) เพื่อแสวงหาข่าวสาร ข้อมูลที่จะมีผลกระทบต่อตนเองหรือนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการใดการหนึ่ง (เมื่อเวลาทำวิจัยเรื่องเด็ก/เยาวชน หลังจากสำรวจเหตุผลว่าเด็กใช้การสื่อสารเพื่ออะไรแล้ว เราก็สามารถจะนำเอาเหตุผลดังกล่าวมาจัดเป็นกลุ่มตามเกณฑ์ข้างต้นนี้)

ส่วน Katz, Gurevitch & Haas (1973 อ้างจาก Serverin, 2010) ได้สำรวจเหตุผล/ความต้องการในการใช้สื่อ และพบว่า มีคำตอบถึง 35 ความต้องการ และได้นำมาจัดเป็นหมวดหมู่ใหญ่ๆได้ 5 หมวด

(1) ความต้องการเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ

(Cognitive needs)

(2) ความต้องการเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึก

(Affective needs)

(3) ความต้องการเกี่ยวกับตนเอง (Personal integrative needs) เช่น เสริมสร้างความมั่นใจ สร้างความเชื่อมั่นในตนเอง ยกสถานภาพของตนเอง

(4) ความต้องการทางสังคม (Social integrative needs) เช่น เพื่อสานสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน ฯลฯ

(5) เพื่อผ่อนคลาย/ลดความตึงเครียด

(Tension release need)

ตัวอย่างงานวิจัยที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่งที่ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์กับสื่อใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ Perse & Courtright (1993

อ้างจาก Serverin, 2010) พบว่า มีความต้องการพื้นฐาน 11 อย่างในการใช้คอมพิวเตอร์ ดังนี้

- (1) เพื่อผ่อนคลาย (relax)
- (2) เพื่อความบันเทิง (entertain)
- (3) เพื่อลืมนงานหรือปัญหาอื่นๆ
- (4) เพื่อมีอะไรทำร่วมกับเพื่อนฝูง
- (5) เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับตัวเองและคนอื่นๆ
- (6) เพื่อฆ่าเวลา (แก้เบื่อ)
- (7) เพื่อความตื่นเต้น (feel excited)
- (8) เพื่อลดความเหงา
- (9) ทำจนเป็นนิสัย/กิจวัตร/ความเคยชิน
- (10) เพื่อให้คนอื่นรู้ว่าเราสนใจอารมณ์ความรู้สึกของเขา
- (11) เพื่อขอให้คนอื่นทำอะไรให้กับเรา

เมื่อนำเอาทฤษฎีการใช้ประโยชน์มาทำวิจัยกับผู้ที่เป็นเด็ก J. van Evra (2004) ก็ตั้งข้อสังเกตว่า ตัวแปรเรื่องอายุของเด็กอาจจะเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับลักษณะของความต้อต้องการและแรงจูงใจที่จะใช้สื่อ เช่น แรงจูงใจที่จะใช้สื่อเพื่อความตื่นเต้นจะลดลงเมื่อเด็กอายุได้ 9-17 ปี เช่นเดียวกับทิวไรร์ตัน พูนวศิน (2534) เสนอว่า เด็กในช่วงอายุต่างๆจะมีความสนใจในเรื่องราวที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้เหตุผลในการเลือกเปิดรับสื่อแตกต่างกันไปด้วย เช่น

- เด็กวัย 4-6 ปี มักชอบเรื่องเกี่ยวกับนางฟ้า เทวดา อยากรู้เห็นเกี่ยวกับธรรมชาติ

- เด็กวัย 7-8 ปี เป็นวัยที่ยังชอบนิทานอยู่ แต่ก็สนใจเกี่ยวกับชีวิตจริงมากขึ้น

- เด็กวัย 9-10 ปี เริ่มสนใจชีวประวัติ วิทยาศาสตร์ และเริ่มชอบวีรบุรุษวีรสตรี

เป็นต้น

ข้อเสนอเหล่านี้เมื่อหวนกลับไปหากระบวนการทัศนที่เกี่ยวกับเด็ก เราก็จะพบว่า เป็นแนวคิดที่อยู่ภายใต้กระบวนการทัศนที่มองเด็กแบบ The Naturally Developing Child นั่นเอง

(4.5.4) **วิธีการใช้สื่อ (Media use)** ตัวแปรตัวต่อมาที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับ “การใช้สื่อ” หลังจากที่ใช้ผู้ที่มีความต้องการและแรงจูงใจ และจะเปิดรับสื่อแล้ว ก็คือ แล้วผู้ใช้จะเปิดรับสื่ออย่างไร หรือที่เรียกว่า “วิธีการใช้สื่อ” แนวคิดนี้เริ่มก่อตัวมาจากผลการวิจัยที่ค่อยๆ สะสมมา เช่น Mark R. Levy (1978, อ้างจาก Serverin, 2010) ได้จัดกลุ่มเหตุผลของการดูข่าวโทรทัศน์แล้วแบ่ง “วิธีการใช้สื่อ” ออกเป็น 2 วิธี คือ

(i) **ใช้แบบ Active** กลุ่มนี้จะรวมคำตอบประเภทที่ว่า เปิดดูข่าวเพราะคุณภาพของข่าว เพราะชอบรูปแบบรายการ เพราะชื่นชอบผู้ประกาศข่าว เป็นต้น

(ii) **ใช้แบบ Passive** กลุ่มนี้จะรวมคำตอบประเภทที่ว่า ดูเพราะเป็นความเคยชิน เปิดดูสถานีช่องนี้อยู่แล้ว ดูไปเรื่อยๆ ไม่มีเหตุผลอะไร เป็นต้น

เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Foss & Alexander (1996 อ้างใน Evra, 2004) ที่พบว่า วิธีการใช้สื่อนั้นจะขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับสาร 2 แบบ กล่าวคือ หากเป็น **พวกที่ดูโทรทัศน์อย่างมาก (heavy viewers)** กลุ่มนี้จะมีวิธีการดูโทรทัศน์เนื่องมาจาก เหตุผลภายนอก เช่น ป่วยไหนไม่ได้มีเวลาว่างไม่รู้จะทำอะไร ไม่มีอะไรอย่างอื่นทำ เป็นต้น ส่วน **กลุ่มที่ดูโทรทัศน์แบบน้อย/ปกติ** จะดูโทรทัศน์เพราะ เหตุผลภายใน เช่น ดูเพราะมีรายการที่น่าสนใจ ดูเพราะต้องการแสวงหาข่าวสารในเรื่องนั้น ดูเพราะชอบวิธีการผลิตรายการ ฯลฯ

และในช่วงหลังๆ นักวิชาการกลุ่มทฤษฎีการใช้ประโยชน์ก็ได้ขมวดแนวคิดเรื่อง “วิธีการใช้สื่อ” ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ (โดยประมวลคุณลักษณะย่อยๆ ที่ค้นพบในงานวิจัยที่ผ่านๆ มา) คือ **วิธีการ**

ใช้สื่อแบบเป็นเครื่องมือ (Instrumental viewing) และวิธีการใช้สื่อแบบเป็นพิธีกรรม (Ritualistic viewing) (น่าสังเกตว่าในงานวิจัยเรื่องเด็กที่ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ฯ ยังไม่ได้นำเอาแนวคิดนี้มาใช้วิจัยมากนัก)

เกณฑ์ที่ใช้แบ่งลักษณะวิธีการใช้สื่อทั้ง 2 ประเภทออกจากกัน มีอยู่ 2 เกณฑ์คือ ปริมาณการดู และความชื่นชอบในเนื้อหาสื่อ (content preference)

(ก) ผู้รับสารที่มีวิธีการใช้สื่อแบบเป็นเครื่องมือ จะเป็นพวกที่เลือกเปิดรับสื่ออย่างมีเป้าหมาย (เช่น ต้องการรู้ข้อมูล) จะเลือกดูเฉพาะบางรายการ จะมีวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อ จะใช้สื่อไม่บ่อยนัก แต่ทว่าเวลาเปิดรับแล้วก็จะมีความตั้งใจดูอย่างเอาใจใส่/อย่างจริงจัง

(ข) ผู้รับสารที่มีวิธีการใช้สื่อแบบเป็นพิธีกรรม ก็มักจะมีคุณลักษณะที่ตรงกันข้ามกับพวกแรก กล่าวคือ จะเปิดรับสารเพราะความเคยชิน ไม่ได้มีเป้าหมายเฉพาะ จะดูบ่อย และจะไม่เลือกดู หากแต่เปิดดูไปเรื่อยๆ เพื่อหลีกเลี่ยงความน่าเบื่อในชีวิต เพื่อผ่อนคลายหรือเพื่อฆ่าเวลา เท่านั้น

จากลักษณะวิธีการใช้ทั้ง 2 แบบนี้จะส่งผลต่อเนื่องมาถึงวิธีการคัดเลือกเนื้อหาที่จะเปิดรับ สำหรับกลุ่ม instrumental viewing นั้น “ความสนใจของเนื้อหารายการ” จะสำคัญกว่า “เพียงแค่ว่าได้เปิดรับสื่อ” และถึงแม้ปริมาณการเปิดรับสื่อของกลุ่มนี้จะน้อยกว่ากลุ่ม ritualistic viewing แต่กลุ่มนี้ก็มีรายการที่ชื่นชอบอย่างแน่นอน เช่น รายการกีฬา รายการที่ให้ข้อมูลข่าวสาร หรือรายการที่มีคุณภาพ

นอกจากนั้น Metzger & Flanagin (2002, อ้างใน Evra, 2004) ยังพบอีกว่า ตัวแปรเรื่อง “ประเภทของสื่อ” ยังอาจจะมีส่วนสัมพันธ์กับแบบแผนของวิธีการใช้สื่อทั้ง 2 ประเภทที่กล่าวมา คือ สำหรับสื่อแบบดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์จะถูกใช้แบบเชิงพิธีกรรมมากกว่าสื่อแบบใหม่เช่นอินเทอร์เน็ต แต่ทว่าก็อาจจะมีสื่อเก่าบางประเภทที่ยังคงวิธีการใช้แบบ instrumental เช่น โทรศัพท์หรือหนังสือพิมพ์ ดังนั้น เราจึง

ต้องสรุปข้อค้นพบจากกรณีการใช้ที่เป็นจริง (เช่นแม่แต่อินเทอร์เน็ตก็อาจจะถูกใช้แบบพิธีกรรมได้)

(4.5.5) **แบบแผนการใช้สื่อ** (Pattern of use) แบบแผนการใช้สื่อเป็นการตอบคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การใช้สื่อในรายละเอียดที่มีลักษณะสม่ำเสมอ (regularity) ของคนกลุ่มหนึ่งๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ตัวอย่างเช่น งานศึกษาของแสวงรพี ภัทรภิกกุลธร (2543) ที่สนใจว่าเด็กนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานครจะมีแบบแผนแบบใดในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ในการพัฒนาภาษาอังกฤษของตนเอง (เช่น คอลัมน์ Improving Your English ในหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ หรือคอลัมน์ Learn English ในหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น เป็นต้น)

ผลการวิจัยได้พบแบบแผนการใช้สื่อดังกล่าว ดังนี้

- นักเรียนชั้นมัธยมปลายที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้เพื่อการพัฒนาภาษาอังกฤษในระดับต่ำมาก ทั้งๆที่เด็กนักเรียนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงเตรียมตัวสอบเข้าเรียนต่อในมหาวิทยาลัย สำหรับเหตุผลเบื้องหลังการเปิดรับในระดับต่ำนั้น อาจจะเป็นเหตุผลเรื่อง “แบบแผนการใช้เวลา” (Time use) ของนักเรียนเอง เนื่องจากในช่วงเวลาดังกล่าว เด็กจะมีกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเตรียมตัวสอบ (เช่น เรียนพิเศษ ท่องหนังสือ) จนไม่มีเวลามาเปิดรับสื่อดังกล่าว หรืออาจจะมาจาก “ลักษณะของเนื้อหาความรู้ภาษาอังกฤษ” ในสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้ยังไม่ตอบสนองความต้องการของเด็ก เช่น ภาษาอังกฤษที่อยู่ในคอลัมน์หนังสือพิมพ์อาจจะเป็นภาษาอังกฤษสำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน แต่ทว่าเด็กนักเรียนมีความต้องการภาษาอังกฤษที่ใช้ในการสอบเข้ามหาวิทยาลัยมากกว่า

- แบบแผนการใช้สื่อของเด็กนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้
 - รูปแบบการได้สื่อมา เป็นการซื้อมาอ่านเอง หรือเป็นสมาชิกมากที่สุด

- ลักษณะการอ่าน จะอ่านแต่เฉพาะส่วนที่สนใจ รองลงมาคืออ่านคร่าวๆเพื่อให้รู้ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร (น่าจะมาจากเหตุผลเรื่องเวลาที่มีจำกัดของกลุ่มตัวอย่าง)
- ประเภทสิ่งพิมพ์ที่นักเรียนใช้มากที่สุด คือ Student Weekly นิตยสาร Nation Junior และคอลัมน์ Learn English ในหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น (เป็นหนังสือในเครือเดอะเนชั่นเป็นส่วนใหญ่)
- เนื้อหาที่เปิดรับมากที่สุด คือเนื้อหาเกี่ยวกับเพลง/ภาพยนตร์ต่างประเทศ รองลงมาคือเนื้อหาเกี่ยวกับข้อสอบเข้ามหาวิทยาลัย และอันดับสาม ได้แก่การทำนายโชคชะตา

จากแบบแผนการใช้สื่อและเลือกเปิดรับสารของกลุ่มตัวอย่างสามารถจะมองสะท้อนกลับไปที่ความต้องการทางจิตใจของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ได้พอสมควร

สื่ออีกประเภทหนึ่งที่มีผู้สนใจศึกษาแบบแผนการใช้และวิธีการบริโภคของเด็กก็คือ สื่อการ์ตูน ซึ่งเป็นสื่อรักในดวงใจของเด็กๆ มีงานวิจัยจำนวนมากที่เริ่มศึกษาตั้งแต่ “ประตูบานแรก” ของแบบแผนการใช้สื่อการ์ตูนของเด็ก คือ เด็กมีวิธีการได้หนังสือการ์ตูนมาครอบครองหรือมาอ่านได้อย่างไร (เช่น หาซื้อมาเอง ยืมเพื่อน แลกกับเพื่อน ยืมจากห้องสมุด ไปอ่านที่ร้าน ฯลฯ) มีค่าใช้จ่ายมากน้อยเท่าไร เด็กเอากำลังซื้อมาจากไหน สถานที่ซื้อ และเกณฑ์พิจารณาในการตัดสินใจซื้อ เช่น เวลาเลือกซื้อจะดูรูปแบบหรือเนื้อหาแบบไหน (ตัวอย่างของงานวิจัยเหล่านี้ เช่น ลาวรรณ โฉมเฉลา, 2504, สุวนันท์ ศรีสง่า, 2516 ธรรมจักร อยู่โพธิ์, 2538) คำตอบที่น่าสนใจข้อหนึ่งจากแบบแผนการใช้สื่อของเด็ก เช่น ธรรมจักร อยู่โพธิ์ (2538) พบว่า เกณฑ์หนึ่งที่เด็กใช้ประกอบการพิจารณาเมื่อจะเลือกซื้อหนังสือการ์ตูน คือการมีลิขสิทธิ์ที่ถูกต้องของหนังสือการ์ตูนนั้น คำตอบนี้ชวนให้คิดถึงกระบวนการที่มองว่าเด็กมีโลกของเขาเอง - The Tribal Child - และเป็นโลกที่แตกต่างไปจากผู้ใหญ่

นอกจากนั้น สื่อการ์ตูนในการรับรู้ของเด็กก็มีความหมายมากกว่า “การเป็นสื่อ” อย่างหนึ่งเท่านั้น เพราะหนังสือการ์ตูน (รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่ต่อเนื่องจากการ์ตูน เช่นรูปภาพ ตัวการ์ตูน) จะถูกรับรู้ในหลายความหมาย เช่น เป็น “ของรักของหวง” ดังนั้น เมื่ออ่านจบแล้วก็จะเก็บรักษาเอาไว้ และจะเอามาอ่านซ้ำอีก (หรือเอามาเป็นเพื่อนปลอบใจเวลามีปัญหา) รวมทั้งยังเป็นสื่อประสานความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเพื่อน เนื่องจากเด็ก ๆ จะมีการแลกเปลี่ยนกันอ่านระหว่างเพื่อนฝูงหรือมีการแลกเปลี่ยนสื่อกัน เป็นต้น นี่คือแบบแผนการใช้สื่อในโลกของเด็ก ๆ

(4.5.6) การวัดความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ เนื่องจากทฤษฎีการใช้สื่อนี้ เริ่มต้นจากตัวแปรเรื่อง “ความต้องการ” ซึ่งหมายถึง “สภาวะความขาดแคลน” และจะต้องแสดงพฤติกรรมเพื่อมาเติมเต็มความต้องการนั้น (Need fulfillment) ดังนั้น งานวิจัยที่นำทฤษฎีนี้มาใช้จึงต้องวัดให้ครบวงจรหลังจากขั้นตอนการเปิดรับแล้ว คือการประเมินความพึงพอใจและการได้ใช้ประโยชน์จากการใช้สื่อนั้น ซึ่งงานวิจัยแต่ละชิ้นต่างก็เป็ดมิติของการวัดหรือการนิยามศัพท์ปฏิบัติการ (operation definition) ตัวแปรเรื่องการวัดความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อแตกต่างกันตามเป้าหมายของผู้วิจัย

ตัวอย่างเช่น การวัดความพึงพอใจในงานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับและความพึงพอใจของเด็กในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการสิ่งแวดลอมทางโทรทัศน์สำหรับเด็ก โดยปรีชา ขุนทรง (2541) นักวิจัยได้วัดชื่อรายการสิ่งแวดลอมทางโทรทัศน์ที่เด็กพึงพอใจที่สุด 3 รายการ และพบว่าเป็นรายการเจ้าขุนทอง เพื่อน และบัณฑิตน้อย โดยเหตุผล 3 อันดับแรกที่เด็กพึงพอใจรายการทั้ง 3 นี้คือ ชอบเนื้อหา ชอบรูปแบบรายการ และรายการออกอากาศในช่วงที่เด็กมีเวลาจะดูได้

และเมื่อดูในรายละเอียดว่า **ลักษณะเนื้อหา**สิ่งแวดลอมแบบใดที่เด็กพึงพอใจก็จะพบแบบแผนว่า เด็กจะชอบเนื้อหาสิ่งแวดลอมในด้านบวก เช่น สัตว์ป่า ป่าไม้ ปลูกป่า แหล่งน้ำ และจะไม่ค่อยชอบ

เนื้อหาสิ่งแวดล้อมทางด้านลบ เช่น ขยะมูลฝอย น้ำเน่า น้ำเสียในลำคลอง อากาศเป็นพิษ ควันดำ สารพิษและสารเคมี

ส่วนรูปแบบรายการที่เด็กพึงพอใจ เด็กจะชอบรูปแบบของละคร สารคดี และวาไรตี้ และจะไม่ค่อยชอบรูปแบบของข่าว ตอบปัญหา หรือสัมภาษณ์พูดคุย (รูปแบบเหล่านี้คือเป็นรูปแบบของผู้ใหญ่ที่มีสาระ) และส่วนที่น่าสนใจก็คือ เด็กต้องการให้มีพิธีกรรายการที่เป็นผู้ใหญ่กับเด็ก ดำเนินรายการร่วมกันมากที่สุด (ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่มักพบว่า เด็กๆอยากเล่นกับผู้ใหญ่) รองลงมาจึงเป็นตัวหุ่น/การ์ตูน และเป็นผู้ใหญ่คนเดียวอยู่ในอันดับสุดท้าย

(4.5.7) ภูมิหลังของเด็กกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ เนื่องจากจุดเริ่มต้นของทฤษฎีการใช้สื่อฯนี้ เริ่มจากสภาพการณ์ทางสังคมและจิตวิทยาที่เป็นตัวกำหนดตัวแปรอื่นๆที่จะตามมา เช่น ความต้องการ รวมทั้งโอกาสที่จะเลือกใช้ และความพึงพอใจ ฉะนั้นแม้ว่าในทางทฤษฎีจะมีข้อตกลงเบื้องต้นว่า ผู้รับสาร/ผู้ใช้สื่อมี “การเลือก” ที่จะใช้สื่อ แต่ทว่าโอกาสที่จะเลือกนั้นก็มิใช่การเลือกแบบไร้ขอบเขตหรือไร้เงื่อนไข โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อนำทฤษฎีนี้มาใช้กับเด็กและเยาวชน ซึ่งยังเป็นกลุ่มคนที่มีโอกาสอันจำกัดในชีวิต ดังนั้น นักวิจัยจึงต้องตรวจสอบเงื่อนไขความเป็นจริงด้วยการนำภูมิหลังของเด็กมาร่วมพิจารณาด้วย

ตามปกติแล้ว ตัวแปรที่มักถูกนำมาใช้ในการศึกษาภูมิหลังของเด็กๆคือ ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ ระดับการศึกษา ฐานะเศรษฐกิจของครอบครัว ความเป็นเมือง/ชนบท ฯลฯ ซึ่งตัวแปรเหล่านี้ในบางกรณีก็สามารถจะอธิบายได้ เช่น ตัวแปรเรื่องฐานะเศรษฐกิจของครอบครัว ในงานวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์จากสื่อสิ่งพิมพ์ในการพัฒนาความรู้ภาษาอังกฤษของนักเรียนมัธยมปลาย โดยแสรพี ภัททธิกุลธร (2543) ที่ได้ข้อค้นพบว่า เด็กใช้ประโยชน์จากสื่อสิ่งพิมพ์ดังกล่าวน้อย เหตุผลสำคัญข้อหนึ่งที่เด็กระบุก็คือ สื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้มีราคาค่อนข้างสูง/

เกินกำลังที่เด็กจะซื้อได้ ซึ่งหมายความว่า ระดับฐานะทางเศรษฐกิจเป็นตัววัดกันโอกาสที่จะได้ใช้ประโยชน์จากสื่อ

อย่างไรก็ตาม ในบางกรณี ตัวแปรเรื่องภูมิหลังประชากรนี้ก็ต้องตรวจสอบด้วยเงื่อนไขความเป็นจริงเช่นเดียวกัน ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเกี่ยวกับเรื่องความมีอิสระในการเลือกเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของเด็กในเมืองและเด็กในชนบท แม้ว่าผลงานวิจัยส่วนใหญ่จะพบว่า เด็กในชนบทมีอิสระที่จะเลือกเปิดดูโทรทัศน์น้อยกว่าเด็กในเมือง เนื่องจากโครงสร้างอำนาจระหว่างผู้ใหญ่กับเด็กในชนบทจะมีช่องว่างมากกว่าเด็กในเมือง อย่างไรก็ตาม เมื่อวัชรีย์ คำศรี (2543) ศึกษาพฤติกรรมกรการรับสื่อโทรทัศน์ของเด็กในครอบครัวที่มีอาชีพประมง ในจ.นครศรีธรรมราช ผลการวิจัยกลับพบว่า เด็กในครอบครัวประมงที่ศึกษานั้นส่วนใหญ่จะมีอิสระมากในการทำกิจกรรมต่างๆที่ตนต้องการ รวมทั้งพฤติกรรมการดูโทรทัศน์ซึ่งเด็กมีอิสระที่จะเลือกเปิดดูได้เอง และเลือกรับชมได้ทุกรายการทุกเวลา ทั้งนี้เนื่องจากเงื่อนไขสภาพความเป็นจริงที่ว่า พ่อแม่ต้องสละเวลาอยู่กับการทำมาหาเลี้ยงครอบครัว ทำให้แบบแผนการดูโทรทัศน์ของเด็กนั้น จะเป็นการดูโดยไม่มีผู้ใหญ่ชี้นำไม่ว่าจะมีผู้ปกครองนั่งดูอยู่ด้วยหรือไม่ก็ตาม

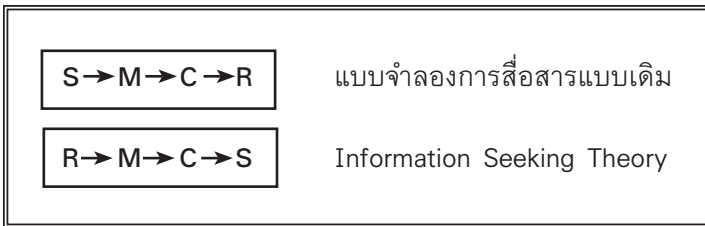
และนอกเหนือจากตัวแปรทางด้านประชากรที่เป็นภูมิหลังของเด็กแบบที่เราคุ้นเคยกันแล้ว ในการวิจัยที่ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์นี้ยังสามารถที่จะศึกษา “กลุ่มเด็กๆ” ที่มีลักษณะพิเศษๆ แบบอื่นๆที่จะก่อให้เกิดแบบแผนความต้องการและการใช้ประโยชน์จากสื่อที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น ล้ำค่า โพธิ์กระแจ่ง (2534) ศึกษาการใช้และความพึงพอใจจากสื่อของเด็กและเยาวชนที่เป็นกลุ่มพิเศษ คือเด็กที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนและต้องพักอาศัยอยู่ในบ้านพักของหน่วยงานรัฐ (เช่น บ้านเมตตา บ้านกรรณา ฯลฯ) จากคุณลักษณะพิเศษดังกล่าว ทำให้แบบแผนการเปิดรับสื่อของเด็กกลุ่มนี้ซึ่งแม้ว่าจะมีลักษณะร่วมเหมือนเด็กทั่วไป คือ ประเภทสื่อมวลชนที่เปิดรับมากที่สุดคือ โทรทัศน์ รองลงมาคือวิทยุ ก็ตาม

แต่ทว่าจากลักษณะภูมิหลังพิเศษดังกล่าว มีผลทำให้ความต้องการและความพึงพอใจในประเภทเนื้อหาที่เด็กชอบมากที่สุดเป็นเนื้อหาประเภทลึกลับเขย่าขวัญ (เช่น เรื่องผีและการฆาตกรรม) เนื้อหาเกี่ยวกับดนตรี เนื้อหาประเภทตลกขบขัน และเนื้อหาประเภทตื่นเต้นระทึกใจ เช่น กีฬาสงคราม การผจญภัย ฯลฯ ซึ่งจากการวิเคราะห์คุณลักษณะเนื้อหาของสื่อที่เด็กพึงพอใจจะพบว่า เด็กเลือกใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการจากการถูกกระตุ้นรับ (Sensory stimulation) เพื่อไม่ให้ชีวิตดูน่าเบื่อหน่ายหรือซ้ำซากจำเจเกินไป (เนื่องจากเด็กต้องถูกจำกัดพื้นที่อยู่ในสถานที่พักของทางราชการ)

หรืออีกตัวอย่างหนึ่งก็คือ งานของสุดาวิณี พัฒนพิสุทธิชัย (2544) ที่ศึกษาการเลือกใช้สื่อของเด็กชั้นประถมที่มีความสามารถพิเศษ (gifted children) ที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ทั้งคุณสมบัติพิเศษของตัวเด็กเอง และทั้งสิ่งแวดล้อมที่ดีของเด็กส่งผลให้เด็กที่มีความสามารถพิเศษเหล่านี้รู้จักเลือกเปิดรับสื่อและเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อได้อย่างเต็มที่ แม้จะยังมีอายุน้อยก็ตาม เด็กมีลักษณะเป็น active users อย่างสูงมาก มีความเข้าใจและเลือกประเภทและเนื้อหาของสื่อไปใช้ให้เหมาะกับวัตถุประสงค์ และเวลาที่มีของตนเอง ถึงแม้เด็กกลุ่มนี้จะเปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับแรกเช่นเด็กๆทั่วไป หรือชอบเล่นเกมเป็นอันดับสอง แต่ทว่าเด็กๆก็สามารถเลือกเก็บส่วนที่เป็นประโยชน์เอาไว้ใช้ได้ นอกจากนั้นก็ยังเลือกเปิดรับการอ่านหนังสืออย่างมากและอ่านอย่างหลากหลายอีกด้วย (ซึ่งเป็นลักษณะที่แตกต่างจากเด็กส่วนใหญ่)

(4.5.8) พัฒนาการการแตกตัวของทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากสื่อ จากข้อตกลงเบื้องต้นของทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากสื่อที่เชื่อว่าผู้รับสารนั้นมีลักษณะ active ในการเปิดรับสื่อ มีลักษณะ “เลือก” ในการเปิดรับเนื้อหาสารแต่ละชนิด ซึ่งเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน

ในขั้นต่อมา ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ฯ ก็ได้พัฒนาแตกยอดออกมาเป็นกลุ่มทฤษฎีใหม่ๆ อีกหลายทฤษฎี เช่น ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information seeking) ซึ่งได้กลับแบบจำลองการสื่อสารโดยถือว่าผู้รับสารนั้นจะมีลักษณะ active อย่างสูงสุด โดยจะเปลี่ยนสถานะจากผู้ที่ยอมรับ “ข่าวสาร” มาเป็น “ผู้แสวงหาข่าวสาร” ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 10: แบบจำลองของทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร

ตัวอย่างงานวิจัยของไทยที่ใช้ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารนั้น มักจะศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่น อันอาจจะเป็นเพราะว่า ความสามารถในการแสวงหาข่าวสารของเด็กๆ อาจจะมีข้อจำกัด (อย่างไรก็ตาม ข้อสันนิษฐานนี้ก็ต้องมีการทดสอบว่าจริงหรือไม่) ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของพรทิพย์ พัฒนานุสรณ์ (2543) เรื่อง “การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นทางเพศของวัยรุ่นไทยที่นำเสนอผ่านทางอินเทอร์เน็ต” ผู้วิจัยเริ่มต้นจากข้อเท็จจริงที่ว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่กำลังมีความเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและทางจิตใจอย่างมาก และความเปลี่ยนแปลงที่แตกหักจากวัยเด็กก็คือ การเปลี่ยนแปลงในเรื่องความสนใจทางเพศโดยเราอาจจะถือได้ว่าวัยรุ่นเป็นช่วงวัยแห่งก้าวแรกของการเริ่มต้นชีวิตทางเพศสัมพันธ์ ดังนั้น ความต้องการอันดับแรกของวัยรุ่นจึงเป็นข่าวสารที่เกี่ยวกับเรื่องเพศนี้เอง และความต้องการนี้น่าจะมีมากจนกระทั่งไม่ทำให้วัยรุ่นเป็นผู้รับสารที่ passive และรอคอยเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ แต่ทว่าจะเปลี่ยนสภาพมาเป็น “ผู้ใช้สื่อ/สาร” (users) ที่

active และลงมือแสวงหาข่าวสารที่ต้องการด้วยตนเอง ในช่วงเวลาที่ศึกษานั้น สื่ออินเทอร์เน็ตที่สื่อที่ผู้ใช้สามารถเลือกแสวงหาข่าวสารที่ต้องการได้อย่างเหมาะสมกว่าสื่อประเภทอื่นๆ รวมทั้งเป็น “สื่อที่คนรุ่นใหม่” มีความคุ้นเคยและรู้จักวิธีการใช้เป็นอย่างดี

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเจาะลึกด้วยการสัมภาษณ์วัยรุ่นไทยทั้งชายและหญิงจำนวน 32 คน เพื่อศึกษาแบบแผนการแสวงหาข่าวสารและความพึงพอใจที่เกิดขึ้น

ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

- **ในแง่ความถี่** กลุ่มตัวอย่างใช้เวลาแสวงหาข้อมูลเรื่องเพศบ่อยครั้งพอสมควร คือ ประมาณอาทิตย์ละ 1 ครั้ง ครั้งละประมาณ 1-2 ชั่วโมง ในแง่เวลา-มักจะเป็นช่วงเวลากลางคืน ในแง่สถานที่-มักจะเป็นที่บ้าน ซึ่งทั้งเวลาและสถานที่นั้นมีลักษณะเป็นส่วนตัว เนื่องจากลักษณะของเรื่องเพศเป็นเรื่องที่เป็นส่วนตัว

- **เนื่องจากประเด็นเรื่องเพศ** เป็นเรื่องที่มีมิติทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างมาก ดังนั้นคุณลักษณะทางเพศของกลุ่มตัวอย่างจึงเข้ามาเป็นตัวแปรสำคัญที่สร้างความแตกต่างในเรื่องแบบแผนการแสวงหาข่าวสาร เริ่มตั้งแต่ความต้องการประเภทของเนื้อหาของวัยรุ่นหญิงและชายจะแตกต่างกัน วัยรุ่นชายจะสนใจเนื้อหาเกี่ยวกับโรคที่เกิดจากการมีเพศสัมพันธ์ ความสนุกกับการมีเพศสัมพันธ์และการร่วมประเวณี ในขณะที่วัยรุ่นหญิงจะสนใจเนื้อหาเกี่ยวกับการคุมกำเนิด การทำแท้ง ยาเม็ดคุมกำเนิด ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นปัญหาเฉพาะของผู้หญิงทั้งสิ้น

- **ในเรื่องของรูปแบบ** วัยรุ่นชายส่วนใหญ่จะสนใจภาพโป๊เชิงศิลปะมากกว่าสนใจเนื้อหา ส่วนวัยรุ่นหญิงจะสนใจข้อความมากกว่าภาพ

- **ในเรื่องการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร** ในขณะที่วัยรุ่นทั้งสองเพศมีจุดร่วมกัน คือความพึงพอใจที่ได้รับความสนุกสนานจากข่าวสารเรื่องเพศ แต่ทั้งสองเพศก็ยังมีข้อต่างกันในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เช่น วัยรุ่นชายจะพึงพอใจที่ได้ระบายอารมณ์ทางเพศและ

เป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลา (ซึ่งหมายความว่า เพศชายมีความต้องการที่จะระบายความต้องการทางเพศอย่างจริงจัง) แต่สำหรับวัยรุ่นหญิงจะพึงพอใจที่ได้รับความรู้ใหม่ๆ ที่กว้างขวางมากขึ้น ได้เพื่อนใหม่ และได้รับบายอารมณ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตบ้าง (แต่มิใช่การระบายทางเพศแบบผู้ชาย เนื่องจากในวัฒนธรรมไทย จะสอนให้ผู้หญิงเก็บความต้องการการระบายทางเพศเอาไว้)

ส่วนพัฒนาการล่าสุดของการพัฒนาจากทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากสื่อที่มักจะพิจารณาภูมิหลังผู้รับสารจากตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ แต่ในปัจจุบันนี้ เริ่มมีข้อเสนอว่า ตัวแปรที่น่าจะมีผลต่อแบบแผนการเลือกใช้สื่อและสารน่าจะมาจาก **รูปแบบวิถีชีวิต** (Lifestyle) มากกว่า ดังนั้นจึงได้เริ่มมีการนำเอาตัวแปรเรื่อง “รูปแบบวิถีชีวิต” มาใช้ศึกษากลุ่มผู้รับสาร แต่สำหรับในเรื่องของเด็กแล้ว ตัวแปรเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตจะยังคงศึกษาอยู่ในกลุ่มเด็กที่โตแล้วคือวัยรุ่นมากกว่า ซึ่งอาจจะเนื่องมาจากวิถีชีวิตของเด็กที่ยังเล็กอยู่นั้น จะไม่มีความหลากหลายมากนัก และเด็กเล็กไม่อาจจะเลือกวิถีชีวิตที่เป็นอิสระได้มากนัก (สนใจโปรดดูกาญจนา แก้วเทพ, **สื่อสารมวลชน**, 2552)

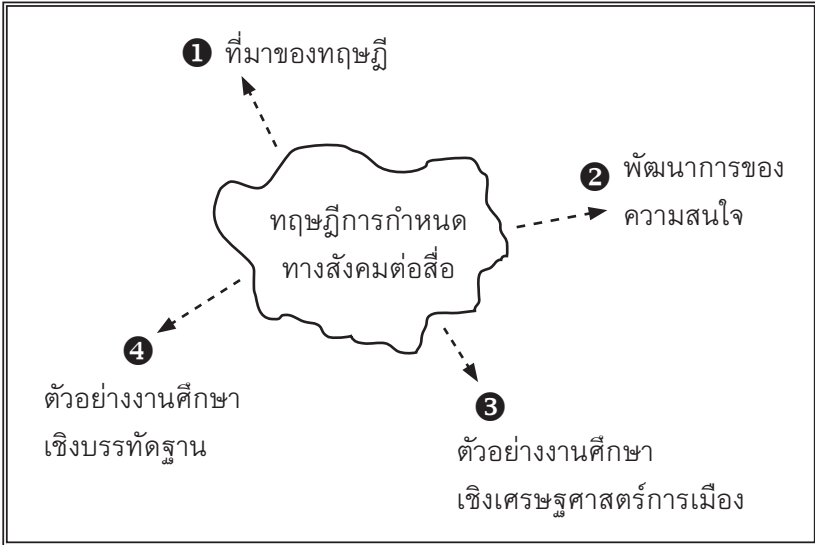
(4.6) ทฤษฎีการกำหนดทางสังคมต่อสื่อ

(Social Determinism of Media)

เมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีอื่นๆ ที่ได้กล่าวถึงมาก่อนหน้านี้ เช่น ทฤษฎี Impact Social Learning Functionalism ฯลฯ ความแตกต่างประการสำคัญระหว่างทฤษฎีการกำหนดทางสังคมต่อสื่อกับทฤษฎีอื่นๆ ก็คือ ตำแหน่งแห่งที่ของสื่อในฐานะ ตัวแปรต้นหรือตัวแปรตาม ในการศึกษาวิจัย ทั้งนี้เพราะทฤษฎีที่ได้กล่าวมาก่อนหน้านี้ ล้วนแล้วแต่กำหนดให้ “สื่อมวลชน” เป็นตัวแปรต้นที่สามารถจะส่งผลต่อเด็ก ต่อกลุ่มคนต่อสังคมทั้งสิ้น แต่ทว่าทฤษฎีการกำหนดทางสังคมต่อสื่อ นั้น จะจัดวางตำแหน่งของสื่อมวลชนเอาไว้ในฐานะ “ตัวแปรตาม” ที่จะถูกกำหนดจาก

พลังต่างๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม ฯลฯ หรือจากกลุ่มต่างๆในสังคม

ประเด็นที่เราจะพิจารณาทฤษฎีการกำหนดทางสังคมต่อสื่อจะมีดังนี้

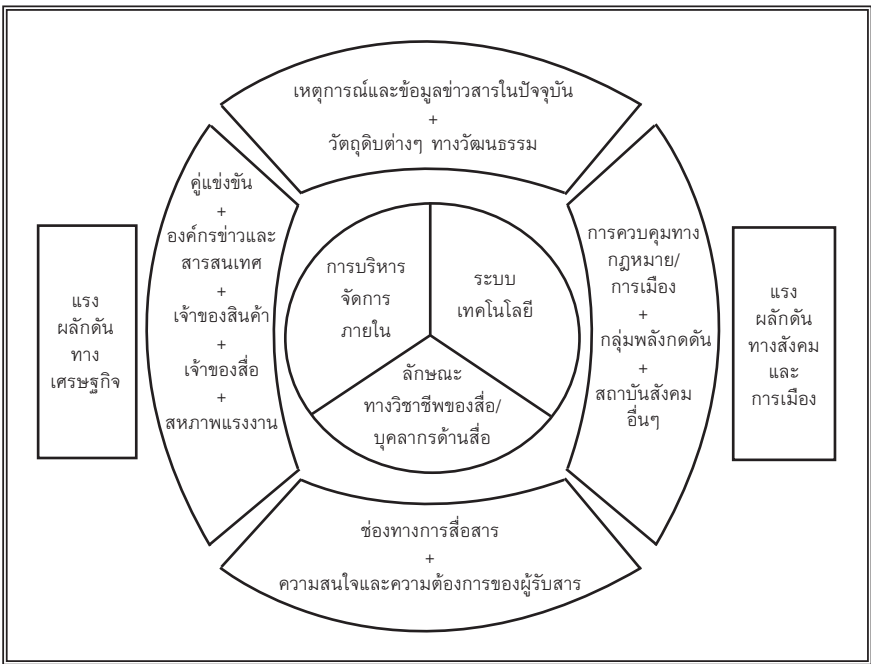


ภาพที่ 11: ขอบเขตทฤษฎีการกำหนดทางสังคมของสื่อ

(4.6.1) **ที่มาของทฤษฎี** ถึงแม้ว่าเนื้อหาโดยรวมของทฤษฎีการกำหนดจะกล่าวว่าการทำงานของสื่อมวลชนนั้นมิได้เป็นไปอย่างอิสระ หากว่าจะถูกกำหนดจากปัจจัยแวดล้อมที่อยู่ภายนอก แต่ทว่า ทฤษฎีการกำหนดนี้ก็มีเส้นทางเดินที่มาจาก 2 สาย ที่มีข้อตกลงเบื้องต้น (basic assumption) ที่แตกต่างกัน คือ

สายแรก คือ **สายเศรษฐศาสตร์การเมืองแห่งสื่อ** (Political Economy of Media) แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีนี้เชื่อว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีพลังที่เป็นอิสระที่จะนำไปใช้ทำภารกิจต่างๆตามที่ผู้ทำงานในสื่อต้องการ

ในทางตรงกันข้าม การทำงานของสื่อนั้นก็กลับจะตกอยู่ภายใต้แรงผลักดัน และปัจจัยแวดล้อมต่างๆมากมายที่ทำหน้าที่เป็นกรอบในการทำงานของ สื่อ แนวคิดนี้แสดงออกอย่างชัดเจนที่สุดในแบบจำลองการทำงานของ องค์การสื่อท่ามกลางพลังทางสังคมกลุ่มต่างๆ (สนใจโปรดดู กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อฯ, 2552) ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 12: การทำงานขององค์กรสื่อ

สำหรับงานวิจัยที่อยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง แห่งสื่อในส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเด็กก็ได้แก่ ตัวอย่างงานศึกษาเรื่องปัจจัย กำหนดผู้ผลิตสื่อสำหรับเด็กหรือปัญหาอุปสรรคสำหรับผู้สร้างสื่อสำหรับเด็ก (ดูตัวอย่างในตอนต่อไป)

สายที่สอง คือ สายทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน (Normative Theory) ความแตกต่างของทฤษฎีนี้จากทฤษฎีเศรษฐศาสตร์

การเมืองแห่งสื่อก็คือ ในขณะที่ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองไม่ค่อยเชื่อในพลังอำนาจของสื่อ แต่กลับเห็นว่าสื่อจะถูกชักใยจากกลุ่มพลังอื่นๆ ทฤษฎีบรรทัดฐานฯ กลับเชื่อว่า เนื่องจากสื่อมีพลังอำนาจอย่างมหาศาล ฉะนั้น สังคมจะปล่อยให้สื่อทำงานไปเองไม่ได้ เพราะสื่ออาจใช้พลังไปในทางที่เป็นอันตรายมากกว่าสร้างสรรค์ ดังนั้นจึงต้องมีการควบคุมดูแลหรือกำกับการทำงานของสื่อ

ฉะนั้น แม้ว่าทั้งสองทฤษฎีที่กล่าวมาจะมีความเห็นร่วมกันว่า การทำงานของสื่อ นั้นจะต้อง/หรือควรจะถูกกำหนด/ควบคุม/กำกับจากสังคม แต่ทว่าเหตุผลที่ต้องควบคุม/กำหนดนั้นก็แตกต่างกันดังที่กล่าวมา

(4.6.2) พัฒนาการของความสนใจ สำหรับในโลกตะวันตก จุดเริ่มต้นของทฤษฎีการกำหนดของสื่อในกรณีของเด็กนั้น เริ่มต้นอย่างจริงจังในยุคสมัยของสื่อโทรทัศน์ (แม้ว่าสื่อหนังสือพิมพ์จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดทฤษฎี Normative Theory ก็ตาม) ทั้งนี้ตั้งข้อเท็จจริงที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้นว่า ในขณะที่สื่อประเภทอื่นๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์นั้น ยังคงเป็น “สื่อของผู้ใหญ่” ที่เด็กจะเข้าถึงได้ยาก เพราะ “กำแพงกัน” นานาประเภท (ต้องอ่านออกเขียนได้ ต้องจ่ายเงิน ต้องออกไปดูนอกบ้าน) แต่ทว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อประเภทแรกที่กลุ่มเด็กๆ สามารถเข้าถึงได้อย่างกว้างขวาง และเนื่องจากเด็กๆเป็นกลุ่มที่มีเวลาว่างที่จะใช้สื่อโทรทัศน์ได้มากกว่าคนกลุ่มอื่นๆ (เช่น ผู้ใหญ่) รวมทั้งเนื้อหาของสื่อโทรทัศน์ในช่วงยุคแรกๆ (ทศวรรษ 1950/1960) ก็ล้วนแล้วแต่เป็นพิษภัยสำหรับเด็กๆ เช่น ความรุนแรง เพศ พฤติกรรมต่อต้านสังคม ฯลฯ ประกอบกับกระบวนทัศน์ที่มีต่อเด็กที่ว่า เด็กๆเปิดรับสื่ออย่างไม่สามารถจะกลั่นกรองแยกแยะได้

จากปัจจัยต่างๆที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้เริ่มเกิดขบวนการเคลื่อนไหวเพื่อควบคุมกำกับสื่อที่เกี่ยวกับเด็กๆ เช่น ในปี 1968 บรรดาคุณแม่ในเมืองบอสตัน สหรัฐอเมริกาได้รวมกลุ่มกันชื่อ Action for

Children's Television และเริ่มทำกิจกรรมแรกคือ การติดตามดูรายการเด็ก เก็บสถิติในประเด็นที่กลุ่มสนใจและเป็นกังวลว่าจะมีผลเสียต่อเด็กๆ หลังจากได้ข้อมูลเป็นหลักฐานเพียงพอแล้ว ทางกลุ่มก็ได้ยื่นข้อเสนอต่อคณะกรรมการที่กำกับดูแลกิจการโทรทัศน์ เช่น ขอให้แยกตัวรายการเด็กออกจากการโฆษณา และต่อจากนั้น คนกลุ่มอื่นๆ ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับเด็ก เช่น นักโภชนาการก็เริ่มดำเนินการในลักษณะเดียวกัน (ในกรณีของประเทศไทย ก็เริ่มจากกลุ่มทันตแพทย์เด็กที่ริเริ่มขบวนการ “เด็กไทยไม่กินหวาน” เป็นต้น)

จากจุดเริ่มต้นดังกล่าว ประเทศต่างๆ ในโลกตะวันตกก็เริ่มก่อตั้งขบวนการที่คล้ายคลึงกันคือเกิดกลุ่มที่เข้ามากำกับควบคุมสื่อมวลชนที่จะส่งผลกระทบต่อเด็กๆ ข้อเรียกร้องของกลุ่มเหล่านี้ก็เช่น ให้ออกกฎ/ระเบียบห้ามพิธีกรรายการเด็ก/หรือตัวการ์ตูนที่เด็กๆ รักใคร่และชื่นชอบมาเป็น presenter โฆษณา ห้ามนำเอาธรรมชาติของเด็กๆ คือความจงรักภักดีของเด็กๆ ไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ในประเทศอังกฤษ เด็กๆ จะถูกรับรู้ว่าเป็น “กลุ่มผู้ชมพิเศษ” ดังนั้น กฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวกับรายการเด็กจึงต้องมีแยกเป็นการเฉพาะจากรายการของผู้ใหญ่ เป็นต้น

สำหรับในกรณีของสังคมไทย อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ (2543) ให้ข้อมูลว่า การเคลื่อนไหวในประเด็นเด็กกับสื่อ นั้นเริ่มต้นจากการรวมกลุ่มของนักวิชาการและผู้สนใจด้านสื่อมวลชนกับเด็ก ในปี พ.ศ.2523 เกิดเป็น “โครงการส่งเสริมสื่อมวลชนเพื่อเด็ก” (กสด.) กิจกรรมที่กลุ่มได้ดำเนินการคือการเก็บรวบรวมข้อมูลและศึกษาปัญหาในด้านต่างๆ และนำไปรณรงค์เพื่อให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงผลกระทบของสื่อมวลชนที่มีต่อเด็ก รวมทั้งสนับสนุนให้มีการผลิตสื่อที่ดีและเหมาะสมกับพัฒนาการตามวัยของเด็ก จากนั้นในปี พ.ศ.2525 กสด. ก็ได้เข้าไปเป็นโครงการหนึ่งของมูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก (มพด.) และดำเนินโครงการย่อยๆ ต่างๆ โดยเน้นหนักกลุ่มเด็กที่ขาดโอกาส ตัวอย่างโครงการที่สาธารณชนรู้จักกันดีคือ โครงการแต่น้องผู้หิวโหย และโสเภณีเด็ก

มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็กได้ดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อเด็ก มาจนกระทั่งทุกวันนี้ (มีงานวิจัย 2 ชิ้นที่ทำการประเมินผลสื่อของ มพด. คืองานของอรทัย เมฆสุด, 2535 และแสงระวี กิริยาพงศ์, 2535)

(4.6.3) ตัวอย่างงานศึกษาเชิงเศรษฐศาสตร์การเมือง ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า ลักษณะที่สังคมได้เข้าไปกำหนดการทำงานของสื่อ นั้น เส้นทางสายหนึ่งคือ การศึกษาที่ต่อยอดมาจากการศึกษาเชิงเศรษฐศาสตร์การเมือง แนวทางนี้มักจะสำรวจปัญหาของผู้ผลิตสื่อสำหรับเด็กว่า จะต้องอยู่ภายใต้กรอบเงื่อนไขอะไรบ้าง

ตัวอย่างเช่น โสมนัส สุจริตกุล (2537) ศึกษาวิทยานิพนธ์สำหรับเด็ก 6 เล่ม และได้ประมวลปัญหาหลักๆของผู้ผลิตวิทยานิพนธ์เด็กว่ามีอยู่ 5-6 ประการคือ เงินทุน ช่องทางการจัดจำหน่าย (วางแผนขายได้ยาก) หาสปอนเซอร์ได้ยาก เวลาทำงานผลิตไม่พอเพราะหนังสือเด็กมีรายละเอียดมาก การแข่งขันกับสื่ออื่นๆ และการขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ ผู้วิจัยสรุปว่า ส่วนใหญ่แล้ว ผู้ผลิตหนังสือเด็กเป็นผู้ที่มีเจตนาดี มีความรักเด็กเป็นพื้นฐาน แต่นั่นก็ยังไม่เพียงพอต่อความอยู่รอดของหนังสือซึ่งต้องมีการบริหารจัดการดี มีเงินทุนสายป่านยาว และมีธุรกิจอื่นๆรองรับ (เช่น เป็นบริษัท/กิจการในเครือ)

หรืออีกกรณีหนึ่งเป็นสื่อโทรทัศน์ ในปีพ.ศ.2537 เช่นกัน สุทธาทิพย์ ศรีวรรณท์ (2537) ซึ่งมีประสบการณ์การทำรายการเด็กมาเป็นเวลาหลายปี ได้ทำวิจัยประมวลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลิตรายการเด็กทางโทรทัศน์ และพบว่า มีทั้งปัจจัยภายใน เช่น ขาดบุคลากรที่มีใจรักเด็กและมีความชำนาญ งบประมาณการผลิต และปัจจัยภายนอก เช่น ผู้อุปถัมภ์รายการ บริษัทตัวแทนโฆษณา (Agency) ซึ่งเป็นผู้ตัดสินใจเลือกลงโฆษณา สถานีโทรทัศน์ กฎหมายและกฎระเบียบนโยบายรัฐ การมีส่วนร่วมของเด็กๆ (การสนับสนุนของผู้ปกครอง) รวมทั้งการมีกลไกเสริมขวัญและกำลังใจแก่ผู้ผลิตรายการเด็ก เช่น การให้รางวัลจากสมาคม/องค์กร/หน่วยงานต่างๆ

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยทั้งสองแล้ว ผู้วิจัยสรุปว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายการเด็กมากที่สุดล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยภายนอก คือ ผู้อุปถัมภ์รายการ บริษัทตัวแทนโฆษณา และนโยบายของสถานี (ไม่ว่าจะเป็นผังรายการ ช่วงเวลา เจ้าหน้าที่ของสถานี ฯลฯ) ในส่วนของนโยบายของรัฐต่อรายการเด็กนั้น แม้ว่าจะมีอย่างหลากหลาย แต่ก็ยังขาดความชัดเจนในทางปฏิบัติเป็นส่วนใหญ่

(ผู้เขียนสังเกตว่า ในกรณีของเมืองไทย บทบาทของผู้ปกครองเด็กมักจะถูกมองข้ามไป เมื่อเปรียบเทียบกับประวัติศาสตร์ของการเคลื่อนไหวเรื่องสื่อมวลชนกับเด็กในสหรัฐที่เริ่มต้นจากกลุ่มคุณแม่ซึ่งมีส่วนได้เสียโดยตรงกับการพัฒนาของเด็ก)

(4.6.4) ตัวอย่างงานศึกษาเชิงบรรทัดฐานของสื่อมวลชน เนื่องจากข้อเท็จจริงที่ว่า ในสังคมไทยนั้นนับตั้งแต่มีการสำรวจปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ของเด็กไทยตั้งแต่ปีพ.ศ.2525 (โดยสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย) มาจนกระทั่งถึงปีพ.ศ.2540 ก็ยังพบว่า เด็กๆ ใช้เวลาจำนวนประมาณ 2-3 ชั่วโมงในการดูโทรทัศน์อยู่เสมอ แต่ในเวลาเดียวกัน สัดส่วนของรายการเด็กจะมีโดยเฉลี่ยเพียงแค่ 8% เท่านั้น ในขณะที่ประชากรเด็ก/เยาวชนนั้นมีถึงประมาณ 55% ของประชากร จึงไม่น่าแปลกใจเลยว่า เมื่อทำการสำรวจ 3 อันดับแรกของรายการที่เด็กชอบดูมากที่สุด นอกเหนือจากรายการเด็กและรายการการ์ตูนซึ่งเป็นรายการของเด็กๆ แล้ว เด็กไทยก็จะข้ามมาชื่นชอบรายการของผู้ใหญ่ เช่น หนึ่งจิ้น (ในยุคที่หนึ่งจิ้นเฟื่องฟู) หรือละครหลังข่าว (ในยุคปัจจุบัน)

จากข้อเท็จจริงดังกล่าว ภาครัฐซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงต่อการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาเด็กจึงเริ่มมีปฏิกิริยาต่อสภาพความเป็นจริงดังกล่าว เริ่มต้นตั้งแต่ปีพ.ศ.2522 ที่ภาครัฐได้มีนโยบายและแผนพัฒนาเด็กระยะยาว ในแผนนี้ได้เริ่มกล่าวถึงปัญหาสื่อมวลชนกับเด็กเอาไว้ 4 ประเด็นคือ การขาดนโยบายและระบบการใช้สื่อให้เป็นเครื่องมือ

พัฒนาเด็ก ตัวสื่อเองก็ขาดความสำนึกในหน้าที่ดังกล่าว ระบบสื่อมวลชนยังไม่เปิดให้คนที่มีความรู้เรื่องเด็กกับสื่ออย่างแท้จริงเข้าไปผลิตรายการและทำที่สุด ด้านผู้บริโภค (กลุ่มผู้ปกครอง/กลุ่มครู) ก็ยังขาดความเข้าใจและขาดการเข้ามามีส่วนร่วมในการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาเด็ก

จากจุดเริ่มต้นดังกล่าว ภาครัฐจึงได้เริ่มต้นปรับปรุงประเด็นข้อแรกในส่วนที่รัฐสามารถจัดการได้เพราะอยู่ในขอบเขตอำนาจของรัฐคือการเริ่มวางนโยบายเพื่อการกำกับทิศทางการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาเด็กในปีพ.ศ.2546 รัฐได้ออกข้อกำหนดเพื่อขอความร่วมมือจากสถานีโทรทัศน์ทุกช่องของไทยให้เพิ่มปริมาณเวลาสำหรับรายการเด็กให้อยู่ระหว่าง 10%-15% ของเวลาออกอากาศ โดยเฉพาะในช่วงเวลาระหว่าง 16.00-22.00 น. (ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เด็กเปิดรับโทรทัศน์มากที่สุด) ขอให้เวลานี้มีรายการเด็กประมาณ 1-1.30 ชั่วโมง

ในปีพ.ศ.2548 ธิติพร ศิริภัทร (2548) จึงได้ทำวิจัยติดตามผลการกำกับดูแลของภาครัฐในช่วงเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปีพ.ศ.2546-47-48 ต่อข้อกำหนดดังกล่าวของรัฐ โดยติดตามดูรายการเด็กที่แพร่ภาพในช่วงเวลาที่รัฐกำหนด ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่า สถานีโทรทัศน์ทั้ง 6 ช่องที่มีอยู่ในขณะนั้น มีปฏิกิริยาตอบรับต่อนโยบายของรัฐในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น

- รูปแบบที่มีการปฏิบัติมากที่สุดคือ การที่สถานีโทรทัศน์นำเอารายการเด็กที่กระจัดกระจายอยู่ตามช่วงเวลาต่างๆ ปรับมาลงในผังรายการให้ตรงกับช่วงเวลาที่รัฐกำหนดให้เป็นเวลาสำหรับเด็ก

- มีการผลิตรายการใหม่ๆ เฉพาะสำหรับเด็กเพิ่มมากขึ้น เช่น รายการเกมโชว์สำหรับเด็ก

- สำหรับรายการเด็กที่มีอยู่แล้ว บางสถานีก็ใช้วิธีการเพิ่มสาระในรายการเดิมให้มากขึ้น หรือพัฒนารูปแบบรายการให้น่าสนใจให้มากขึ้น

- สำหรับรายการเด็กในสถานีโทรทัศน์ของไทยนั้นจะประกอบ

ด้วย 2 ประเภท คือ รายการที่ผลิตเองภายในประเทศ ซึ่งมีสถานีบางสถานีเท่านั้นที่มีเครือข่ายผู้ผลิตรองรับอยู่ สำหรับสถานีเหล่านี้ก็จะใช้วิธีการผลิตเพิ่มมากขึ้น แต่สำหรับบางสถานีที่ไม่มีเครือข่ายผู้ผลิต ก็ต้องหันไปใช้กลยุทธ์การสั่งรายการเด็กจากต่างประเทศเข้ามาเสริมเพิ่มเติม

อย่างไรก็ตาม แม้ในกรณีที่เป็นการผลิตเองภายในประเทศ เนื่องจากต้นทุนการผลิตรายการเด็กแต่ละประเภทรายการมีความแตกต่างกัน ดังนั้น รูปแบบรายการเด็กที่ผลิตเพิ่มขึ้นมานั้นจึงมักเป็นรายการที่มีต้นทุนต่ำและผลิตได้ง่าย เช่น รายการวาไรตี้หรือรายการเกมโชว์ที่ง่ายต่อการหาผู้อุปถัมภ์รายการมากกว่ารายการที่มีต้นทุนผลิตสูงและทำได้ยาก เช่น รายการสารคดี

ตัวอย่างงานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการกำหนดสื่อเชิงบรรทัดฐาน และเป็นการวิจัยประเภทของสื่อที่เกี่ยวข้องกับเด็กอย่างมาก คือ สื่อโฆษณา ซึ่งเป็นสื่อประเภทที่มีเป้าหมายเพื่อการโน้มน้าวชักจูงเป็นการเฉพาะ และเด็กถูกรับรู้ว่า เป็นผู้ที่ถูกโน้มน้าวชักจูงได้ง่าย รวมทั้งเด็กก็ยังชื่นชอบสื่อโฆษณาอีกด้วย วิจิตรรัตน์ อีสริย-คุณานนท์ (2551) ทำการศึกษาเรื่อง “จรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณาของโฆษณาที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก” เพื่อจะแสวงหาแนวทางการสร้างจรรยาบรรณเพื่อเป็นการกำกับดูแลโฆษณาที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก และเพื่อให้การสร้างจรรยาบรรณนี้เกิดจากการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม นักวิจัยจึงได้รวบรวมความคิดเห็นจากกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อผลกระทบของโฆษณาที่มีต่อเด็กจำนวน 4 กลุ่ม คือ กลุ่มนักการตลาด กลุ่มนักโฆษณา กลุ่มผู้ปกครอง และกลุ่มผลักดันทางสังคม จำนวน 238 คน ผลการวิจัยพบว่า ทิศทางแนวการปฏิบัติที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นด้วยค่อนข้างมากต่อการโฆษณาที่มีผลต่อเด็กมีอยู่ 4 ประเด็นคือ

(1) การโฆษณาและพฤติกรรมการเล่นแบบ โดยเฉพาะพฤติกรรมก้าวร้าวและการเลียนแบบผู้รับรองสินค้า ซึ่งประเด็นความก้าวร้าวก็เป็นประเด็นที่อยู่คู่กับเด็กและโทรทัศน์มาตั้งแต่อดีตแล้ว

(2) การนำเสนอเนื้อหาและข้อความโฆษณาซึ่งอาจทำให้เด็กเข้าใจผิด เช่น การเปรียบเทียบก่อน-หลังการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือความเร็วของการได้ผลจากการใช้สินค้า ฯลฯ

(3) การโฆษณาไม่ควรส่งเสริมให้เด็กบริโภคเกินความจำเป็น โดยเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวกับสุขภาพอนามัยของเด็ก เช่น ขนมกรุบกรอบ น้ำอัดลม ซึ่งมีผลต่อโรคอ้วนของเด็ก

(4) การโฆษณาไม่ควรใช้จุดจูงใจเกี่ยวกับการยอมรับของเพื่อนและสังคม เนื่องจากการยอมรับของเพื่อนและสังคมเป็นจุดอ่อนไหวสำหรับเด็ก

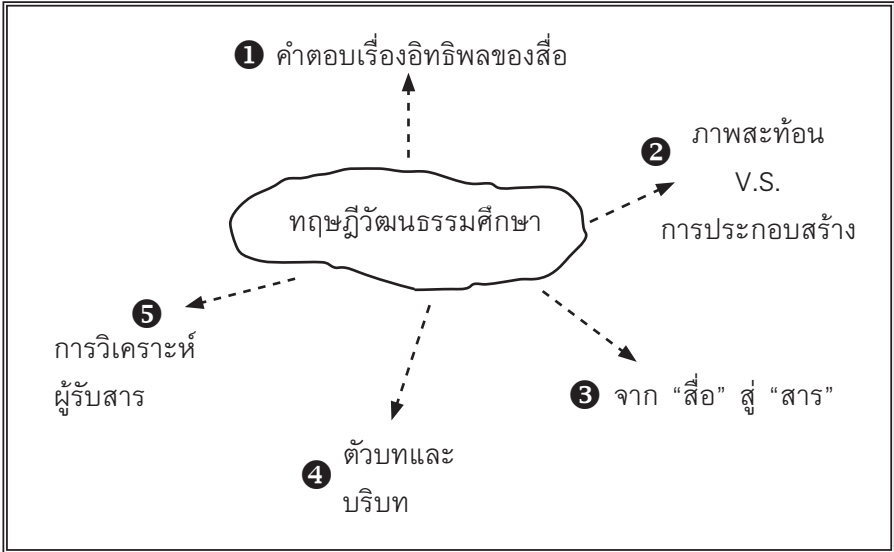
(5) การโฆษณาต้องคำนึงถึงสวัสดิภาพ ความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีของเด็ก เช่น การโฆษณาสินค้าต้องห้ามต่างๆ เช่น บุหรี่ การพนัน เหล้า เป็นต้น

(4.7) ทฤษฎีวิวัฒนาการการศึกษา (Cultural Study)

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่เกิดมาล่าสุดเมื่อเทียบกับทฤษฎีที่กล่าวมาทั้งหมด โดยก่อตั้งมาในราวช่วงทศวรรษ 1970 ในประเทศอังกฤษ จากกลุ่มนักวิชาการในมหาวิทยาลัย Birmingham จึงมักถูกเรียกว่า สำนัก Birmingham แต่แม้ว่าจะเพิ่งก่อร่างสร้างทฤษฎีมาไม่นาน แต่ทฤษฎีนี้ก็ได้รับความนิยมและแพร่หลายอย่างรวดเร็ว และเนื่องจากทฤษฎีนี้มักจะเลือกศึกษา “กลุ่มคนที่ด้อยโอกาส” เช่น สตรี คนผิวดำ ผู้อพยพ ฯลฯ ดังนั้น เด็กซึ่งถือว่าเป็น “กลุ่มคนที่มีอำนาจน้อย” กลุ่มหนึ่ง จึงมักมีการนำทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษามาใช้วิเคราะห์อยู่เสมอ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาให้มากขึ้น ผู้เขียนจะแนะนำทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาโดยเปรียบเทียบกับทฤษฎีอื่นๆที่ได้กล่าวมาแล้ว และจะยกตัวอย่างงานวิจัยของไทยที่เริ่มมีในราวทศวรรษ 2540 มาประกอบ

คุณลักษณะสำคัญของทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาที่แตกต่างจากทฤษฎีอื่นๆ มีอยู่ราว 5-6 ประการ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 13: คุณลักษณะของทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาศึกษา

(4.7.1) คำตอบในเรื่องอำนาจ/อิทธิพลของสื่อ เมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎี Impact Theory ซึ่งเชื่อในพลังการโน้มน้าวของสื่อมวลชนที่เกิดขึ้นได้ในระยะเวลาสั้นๆอย่างทันทีทันใดแล้ว ทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาก็อาจจะเชื่อในพลังของสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน หากแต่มิใช่พลังในการโน้มน้าวและมีใช้การสร้างผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ในระยะเวลายาว เป็นผลลัพธ์ที่ค่อยๆสั่งสมและเกิดขึ้นในระยะยาว ซึ่งอาจจะดูคล้ายคลึงกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม แต่ทว่า**ประเภทของผลลัพธ์**ที่ทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษามองว่าจะเกิดขึ้นนั้น มิใช่ “การเรียนรู้” แบบทฤษฎีการเรียนรู้ หากแต่เป็น “การสถาปนาตัวตนหรืออัตลักษณ์/ภาพตัวแทนของสิ่งต่างๆ/อุดมการณ์/มายาคติ” เป็นต้น

ทั้งนี้ เนื่องจากทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษามีแนวคิดเรื่องการผลิตและการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (cultural production & reproduction) หนุนหลังอยู่ แนวคิดนี้กล่าวว่าในขณะที่เรามองเห็นกระบวนการผลิตสื่อ

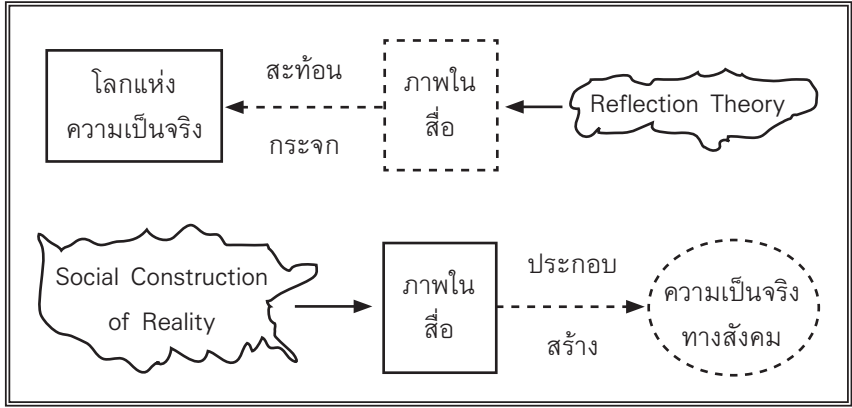
ประเภทต่างๆ เช่น การผลิตรายการเด็ก การทำหนังสือการ์ตูน ฯลฯ นั้น ในท่ามกลางการผลิตนี้ จะมีกระบวนการผลิต 2 กระบวนการเกิดขึ้นอย่างคู่ขนานกัน กระบวนการแรกเป็นเสมือนการผลิตบนพื้นดินที่เรา มองเห็นการเขียนบท การตัดต่อ การถ่ายทำ ฯลฯ และได้ผลผลิตออกมาเป็นผลงานชิ้นหนึ่ง (production of media) แต่ยังมีกระบวนการที่สองซึ่งเป็นเสมือนกระบวนการผลิตใต้ดินที่เกิดขึ้นคู่ขนานกันไป คือ การผลิตความหมายของสิ่งต่างๆ (production of meaning) และผลผลิตจากกระบวนการที่สองนี้ก็จะได้เป็น “ภาพตัวแทน” (representation) “อัตลักษณ์” (identity) “อุดมการณ์” (ideology) “มายาคติ” (myth) ต่างๆ ซึ่งเป็นผลผลิตที่ล้วนเป็น “สัญญะ” ที่มีความหมายบางอย่างอยู่เบื้องหลัง

ตัวอย่างเช่น งานของทิพย์ธิดา เกษะนันท์ (2541) ที่ศึกษาวิธีการใช้สื่อคาราโอเกะในการก่อรูปและธำรงรักษาอัตลักษณ์มิติต่างๆ ของกลุ่มวัยรุ่น ผู้วิจัยเลือกกลุ่มวัยรุ่นผู้ใช้สื่อคาราโอเกะ 3 ระดับคือ **ระดับสูง** (ซึ่งเป็นคนที่เรียนด้วยกันแต่จบแล้ว และแยกย้ายกันไปทำงาน) **ระดับกลาง** (เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยปีหนึ่งที่เพิ่งรู้จักกัน) และ **ระดับล่าง** (เป็นกลุ่มที่ทำงานซีมอเตอร์ไซด์แข่ง) ผู้วิจัยได้พบหน้าที่ของสื่อคาราโอเกะที่มีต่ออัตลักษณ์แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มแรกมีการใช้การมารวมร้องเพลงในคาราโอเกะเพื่อธำรงรักษาอัตลักษณ์กลุ่มเพื่อนร่วมรุ่นเอาไว้ ในขณะที่กลุ่มที่สองใช้สื่อคาราโอเกะเป็นโอกาสที่จะทำความรู้จักกันท่ามกลางความสนุกสนานเพื่อก่อรูปของอัตลักษณ์ นักศึกษามหาวิทยาลัย ส่วนกลุ่มระดับล่างใช้สื่อคาราโอเกะเพื่อต่อยุ้าอัตลักษณ์ความเป็นคนอีสาน หน้าที่ดังกล่าวแสดงออกในตัวอย่างต่างๆ เช่น การเลือกสถานที่คาราโอเกะ การสั่งเครื่องดื่ม การเลือกเพลงที่ร้อง กฎกติกา มารยาทในการรวมกลุ่ม วิธีการจ่ายเงิน ฯลฯ ซึ่งเป็น**ตัวบ่งชี้**ที่แสดงให้เห็นและในเวลาเดียวกันก็เป็นกลไกการธำรงรักษาอัตลักษณ์ทางชนชั้น เพศ ภูมิภาคได้เป็นอย่างดี

ในกรณีศึกษานี้ หากเราใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมาวิเคราะห์ เราก็จะได้คำตอบมาอีกแบบหนึ่ง เช่น ได้คำตอบว่า การใช้สื่อ (ระดับบุคคล) นั้นตอบสนองความต้องการด้านจิตวิทยาของแต่ละบุคคลอย่างไรเท่านั้น แต่ก็จะหาคำตอบบางอย่างจากปรากฏการณ์ไม่ได้ เช่น วิธีการจ่ายเงิน กฎกติกาการขายในการรวมกลุ่ม เป็นต้น

(4.7.2) คำตอบในเรื่องภาพสะท้อน v.s. การประกอบสร้าง
เมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎี Reflection Theory ที่ระบุว่า “ความเป็นจริง” (reality) นั้นเป็นต้นแบบ ส่วน “สื่อ” นั้นทำหน้าที่เป็นกระจกที่สะท้อน “ความเป็นจริง” ภาพในสื่อนี้จึงเปรียบเสมือน “ภาพเลียนแบบความเป็นจริง” หรืออาจสรุปได้ว่าลักษณะของความเป็นจริงเป็นตัวกำหนดภาพในสื่อ

แต่ทว่าทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษามีได้ใช้ความคิดเรื่องภาพสะท้อนเป็นทฤษฎีหนุนหลัง หากแต่กลับใช้แนวคิดเรื่อง “การประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม” (Social Construction of Reality) เป็นฐานคิด ทฤษฎีการประกอบสร้างความเป็นจริงกล่าวว่า แม้ว่า “ความเป็นจริงทางกายภาพ” เช่น พระอาทิตย์ พระจันทร์ ดาวหาง ฯลฯ จะมียูอยู่ตลอดเวลา แต่ทว่าในแต่ละสังคมต่างก็ “ประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม” ของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพนั้นแตกต่างกัน ตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่น ความเป็นจริงเกี่ยวกับ “ดาวหาง” ของสังคมไทยในอดีตและในปัจจุบันจะมีความหมายแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง ความหมายเกี่ยวกับ “พระอาทิตย์” ของสังคมญี่ปุ่นในอดีตก็แตกต่างจากสังคมอเมริกันในปัจจุบัน เป็นต้น หรือในบางกรณี อาจจะไม่จำเป็นต้องมี “ความเป็นจริงทางกายภาพ” รองรับ สังคมก็สามารถจะประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมขึ้นมาได้ เช่น มนุษย์ต่างดาว ซูเปอร์แมน ฯลฯ



ภาพที่ 14: Reflection Theory /Social Construction of Reality

และเนื่องจากทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษามีบรรพบุรุษทางความคิดเป็นสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองซึ่งมีความสนใจในมโนทัศน์เรื่อง “อำนาจ” (power) ดังนั้น โจทย์ของทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาในเรื่องการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคมของกลุ่มคน ของธรรมชาติ ของสถาบัน ของสรรพสิ่งต่างๆ จึงเข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องของ “อำนาจ” ด้วยว่า บรรดาผลผลิตทางวัฒนธรรมที่ได้กล่าวไปในข้อแรก เช่น อัตลักษณ์ ภาพตัวแทน อุดมการณ์ มายาคติ ฯลฯ เหล่านั้น ใครเป็นผู้มีอำนาจในการประกอบสร้างและได้ใช้กระบวนการ/เครื่องมือ/กลไกอะไรในการประกอบสร้างขึ้นมา

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของสิริรัตน์ เอื้อน้อมจิตต์กุล (2549) ที่ศึกษากระบวนการประกอบสร้างภาพของเด็กในละครโทรทัศน์ช่วงโพรม์โหม่ โดยเริ่มตั้งแต่ข้อเท็จจริงที่ว่า “ประเภทของรายการ” คือ “ละครโทรทัศน์ในช่วงโพรม์โหม่” นั้น เป็นละครที่สร้างโดยผู้ใหญ่ ของผู้ใหญ่ และเพื่อผู้ใหญ่ ดังนั้น อำนาจในการประกอบสร้าง “ภาพของเด็ก” จึงเป็นอำนาจของผู้ใหญ่อย่างแน่นอน และ “ภาพของเด็กที่ออกมา” ก็จะเป็น “ภาพแบบที่ผู้ใหญ่อยากให้เป็น” นั่นเอง

ดังนั้น ผลการวิจัยจึงพบว่า ภาพบทบาทของเด็กในละครดังกล่าวจะเป็นเพียง “ส่วนประกอบในชีวิตของเรื่องราวของผู้ใหญ่” เท่านั้น ภาพของเด็กจะถูกแปรไปตาม “โครงเรื่อง” เช่น ถ้าเป็นเรื่องการต่อสู้ชีวิต ภาพของเด็กก็จะถูกประกอบสร้างให้เป็นภาพที่นางสนร รัตนต เป็นคนต่อสู้ชีวิต เป็นต้น แต่โดยรวมแล้ว ภาพของเด็กที่ออกมาจากกระบวนการประกอบสร้างที่ใช้ “การเล่าเรื่อง” (Narrative) เป็นเครื่องมือ ก็จะเป็นภาพเด็กที่มองโลกในแง่ดี มีทัศนคติต่อคนรอบข้างและต่อตัวเองในทางที่ดี (มาจากกระบวนการทัศนเด็กเป็นเหมือนนางฟ้าองค์น้อย – The Innocent Child) เด็กเป็นผู้ที่จะได้รับการอบรมสั่งสอนจากผู้ใหญ่ เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้ก็คือ “ภาพของเด็กที่มองมาจากมุมมองของผู้ใหญ่” ทั้งสิ้น

(4.7.3) การเคลื่อนย้ายจากความสนใจ “สื่อ” มาสู่ความสนใจ “สาร/ตัวบท” ในขณะที่ทฤษฎี Impact Theory นั้นมีความเชื่อใน “พลังอำนาจของสื่อ” โจทย์ของการวิจัย Impact Theory จึงมักจะเน้นว่า “จะใช้สื่ออะไรดี และควรจะมีควมถี่บ่อยเท่าใดจึงจะได้ผลตามที่ต้องการ” แต่ทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษากลับให้ความสนใจกับ “ตัวสาร” หรือที่เรียกว่า “ตัวบท” (text) โดยจะสนใจว่า จะมีวิธีการประกอบสร้างตัวบทโดยใช้เครื่องมือต่างๆทางการสื่อสารอย่างไร จึงจะได้ความหมายตามที่ต้องการ

แนวคิดใหม่ๆที่ทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษานำมาใช้ในการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) ก็มีเช่น ทฤษฎีสัญวิทยา (Semiology) ที่กล่าวถึงเรื่องสัญญาณ (Sign) ความหมายโดยอรรถ (denotative meaning)/ ความหมายโดยนัย (connotative meaning) รหัส (code) ฯลฯ หรือแนวคิดเรื่องสัมพันธ์บท (intertextuality) ซึ่งเป็นกระบวนการเคลื่อนย้ายความหมายจากตัวบทตัวแรกมาสู่ตัวบทที่สอง/สาม... เป็นต้น

ส่วนเครื่องมือทางการสื่อสารในการประกอบสร้างความหมายที่ถูกนำมาใช้วิจัยมากที่สุดคือ เครื่องมือชุดองค์ประกอบของการเล่าเรื่องอันได้แก่ ตัวละคร (ผ่านวิธีการสร้างตัวละคร) โครงเรื่อง (ประเภทต่างๆ) ฉาก อารู ความขัดแย้ง มุมมองของผู้เล่า ฯลฯ

ตัวอย่างงานวิจัยที่ใช้การวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาศึกษาในสื่อที่เป็นของเด็กคือสื่อการ์ตูน ก็เช่นงานของวรัญญู วานิชวัฒนากุล (2548) ผู้วิจัยได้แสดงให้เห็นว่า ในหนังสือการ์ตูนพันธุ์ใหม่เรื่อง หนูแมนและไกรทอง ซึ่งถือว่าเป็น “ตัวบทที่สอง” นั้น ถูกประกอบสร้างมาจากนิทานพื้นบ้านของไทยซึ่งเป็นตัวบทแรก และในตัวบทแรกนี้ ผู้สร้างสรรค์นิทานพื้นบ้านดังกล่าวได้ “กำหนดความหมายขององค์ประกอบต่างๆ” เอาไว้แล้ว เช่น กำหนดแก่นหลักของเรื่องว่า “ธรรมะย่อมชนะอธรรม” กำหนดความหมายของพระเอกวีรบุรุษ เช่น หนูแมนและไกรทองว่าเป็นพระเอกที่ “เก่งทั้งเรื่องรบและเรื่องรัก” เป็นต้น

แต่ทว่าในการนำเอาเรื่องหนูแมนและไกรทองมาผลิตซ้ำใหม่เป็นหนังสือเล่มการ์ตูนในยุคปัจจุบันนี้ ผู้ผลิตซึ่งเป็นผู้เข้ารหัสความหมาย (encoder) ได้กระทำทั้งธำรงรักษา “ความหมายเดิมบางอย่าง” เอาไว้ เช่น รักษาแก่นเรื่อง “ธรรมะย่อมชนะอธรรม” เอาไว้เช่นเดิม แต่ทว่าก็ได้กระทำการ “ถอดถอน/รื้อถอน” (deconstruct) ความหมายเดิมบางอย่าง เช่น ถอนความหมายที่ว่า “หนูแมนและไกรทอง” เป็นพระเอกนักรักที่มีภรรยาหลายคนออกเสีย และสอดใส่ความหมายใหม่ (reconstruct) ว่าพระเอกทั้ง 2 คนนั้นเป็น “ชายที่รักเดียวใจเดียว” เป็นต้น

อีกตัวอย่างหนึ่งเป็นงานศึกษาเรื่องรหัส (code) ซึ่งหมายถึงระบบของการประกอบสัญลักษณ์ต่างๆเข้าด้วยกัน (system of sign organization) ตัวอย่างรหัสที่เรารู้จักกันดีก็คือ รหัสของ Morse หรือพจนานุกรมที่เป็นระบบการจัดชุดสัญลักษณ์ของภาษา 2 ภาษาเข้าไว้ด้วย มีการจัดเรียงกันตามตัวอักษร เป็นต้น ในผลงานสื่อมวลชนทุกชนิด เมื่อมองจากสายตาของนักสัตววิทยาแล้ว ก็คือการประกอบสัญลักษณ์ย่อยๆเข้าด้วยกันด้วยรหัสประเภทต่างๆ รวมทั้งสื่อของเด็กๆด้วย

ตัวอย่างงานของไทยที่แสดงให้เห็นการวิเคราะห์รหัสต่างๆที่ได้อีกแล้วมาได้แล้วได้แก่ งานของชไมพร สุขสัมพันธ์ (2541) ที่ได้เลือกวิเคราะห์รหัสในหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นที่แปลมาเป็นภาษาไทยจำนวน 15 เรื่อง

(ครอบครัว 15 แนวเรื่อง) เช่น โดราเอมอน ดรากอนบอล เป็นต้น ผู้วิจัยได้พบรหัสประเภทต่างๆในหนังสือการ์ตูนเหล่านี้ เช่น

- **Product code** เป็นรหัสที่เกี่ยวกับความหมายของสิ่งของเครื่องใช้ เช่น ภาชนะใส่อาหาร ถ้วยชา เครื่องเรือน เสื้อตะตะมี ฯลฯ product code ทั้งหมดนี้แสดงความหมายของ “ความเป็นญี่ปุ่น” ได้เป็นอย่างดี

- **Social code** เป็นรหัสที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ทางสังคมในญี่ปุ่น แสดงออกอยู่หลายรูปแบบ เช่น

- ความสัมพันธ์ในครอบครัวระหว่างสามี-ภรรยา “ภรรยา” เป็นสัญลักษณ์หมายถึงผู้ปรนนิบัติ ผู้ให้บริการและให้ความสุขแก่ทุกคนที่อยู่ในครอบครัว ในขณะที่ “สามี” เป็นสัญลักษณ์ของผู้ที่ต้องการเลี้ยงและรับผิดชอบในครอบครัว

- ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน ถือเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่สำคัญมากในสังคมญี่ปุ่น รหัสของความสัมพันธ์แบบเพื่อนก็คือ ต้องใช้เวลายาวนานในการสร้างและจะมีความยั่งยืน

- ความสัมพันธ์ระหว่างผู้อาวุโส-ผู้น้อย ที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนในความสัมพันธ์ระหว่างครูกับศิษย์ สังคมญี่ปุ่นมีการสร้างคำที่เรียกครูขึ้นมาโดยเฉพาะคือ “ซาเซน” ที่บ่งบอกนัยยะถึงความเคารพ

- ความสัมพันธ์ระหว่างหญิงกับชาย ซึ่งรหัสของสังคมญี่ปุ่นจะถือว่าชายเหนือกว่าหญิงในทุกด้าน

- **Cultural code** เป็นที่น่าสังเกตว่าในการ์ตูนญี่ปุ่นนั้น มีการบรรจุรหัสด้านวัฒนธรรมเอาไว้อย่างมาก ดังที่ผู้วิจัยได้ค้นพบ ดังนี้

- งานเทศกาลต่างๆ เช่น วันฉลองเด็กผู้หญิง วันฉลองเด็กผู้ชาย เทศกาลชมจันทร์ เทศกาลชมดอกซากุระ

- กิจกรรมการละเล่นต่างๆ (Games) เช่น เล่นตีโพ่ เล่นเชือก

- การเล่นนิทาน จากผู้ใหญ่เล่าให้เด็กฟัง

- การบริโภค เช่น การกินอาหารบางประเภทจะมีรหัสว่า “5 รส 5 สี 5 วิธี” หรืออาหารพิเศษ เช่น โมจิ สุกียากี้
- การแต่งกาย ทั้งแบบใหม่และแบบประเพณี เช่น กิโมโน ซึ่งจะมีรหัสในการใช้
- สถานที่ เช่น วัดพุทธ วัดชินโต ปราสาทของขุนนาง สวนญี่ปุ่น องค์ประกอบย่อยๆ ของสถานที่เหล่านั้นล้วนแล้วแต่มีความหมายทั้งนั้น
- อากัปกิริยา/มารยาทสังคม เช่น การทักทาย การโค้งคำนับ การฟัง

เมื่อสื่อเช่นหนังสือการ์ตูนบรรจुरหัสต่างๆ เหล่านี้เอาไว้ที่สื่อความหมายถึง “ความเป็นญี่ปุ่น” เมื่อเด็กๆ ทั่วโลกมาเปิดรับสารด้วยการอ่านการ์ตูนญี่ปุ่น ก็เท่ากับได้ค่อยๆ สั่งสมเรียนรู้รหัสดังกล่าวไปที่ละเล็กละน้อยนั่นเอง ฐานะของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นจึงอาจถือได้ว่าเป็นทูตของวัฒนธรรมที่อยู่ในชีวิตประจำวัน

(4.7.4) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง “ตัวบท” และ “บริบท” (Text-contextual relationship) เป็นที่น่าสนใจที่ว่า บรรดาทฤษฎีอื่นๆ ที่ได้กล่าวถึงมานั้น เมื่อมีการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางการสื่อสาร มักจะให้ความสนใจแต่การวิเคราะห์ “ปรากฏการณ์ทางการสื่อสาร” เท่านั้น งานวิจัยจำนวนมากไม่ค่อยได้อ้างอิงว่า ปรากฏการณ์ทางการสื่อสารดังกล่าวเกี่ยวข้องกับบริบทแวดล้อมหรือปรากฏการณ์อื่นๆ ในสังคมในช่วงเวลาที่เกิดการผลิตสื่อ/ผลิตความหมายอย่างไร วิธีการศึกษาดังกล่าวเป็นข้อแตกต่างจากทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาศึกษาเป็นอย่างมาก เนื่องจากทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาคะเน้นหนักอย่างมากกว่า ในการทำความเข้าใจ “ความหมายของตัวบทหนึ่งๆ (ซึ่งมีฐานะเป็นสัญญาณ)” เราจำเป็นต้องเข้าใจ “บริบท” ที่แวดล้อมอยู่เสมอ ตัวอย่างง่ายๆ ก็เช่น เมื่อเห็น “แหวนวงหนึ่ง” (สัญญาณ) เราจะไม่มีทางรู้ความหมายของแหวนวงนั้นเลย

จนกว่าเราจะได้เห็น “บริบทแวดล้อม” ว่า แหวนวงนั้นสวมใส่อยู่บนมือข้างไหน และสวมอยู่บนนิ้วใด เป็นต้น

ฉะนั้นในการวิเคราะห์ “ความหมาย” ของตัวบทหนึ่งๆ ทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาก็ต้องศึกษาระบบความหมายที่อยู่ในบริบทนั้นๆ ด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับบริบทนี้จะอยู่ในทุกขั้นตอนของกระบวนการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการผลิต (การใส่รหัสความหมาย) ขั้นตอนการวิเคราะห์ความหมายจากตัวบท หรือขั้นตอนของผู้รับสาร (การถอดรหัสความหมาย)

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของนิศรา บุญโพธิ์แก้ว (2551) ที่ศึกษาการสร้างตัวบทใหม่จากตัวบทเดิมที่เรียกว่า “สัมพันธ์บท” (Intertextuality) ของการ์ตูนแอนิเมชัน 4 Angies สีสาวแสนชน (ตัวบทที่สอง) ซึ่งสร้างมาจากตัวบทแรก คือ “ผู้ดำเนินรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง”

ในการสร้างตัวละครที่เป็นตัวการ์ตูนทั้ง 4 ตัวนั้น ไม่เพียงแต่ผู้ผลิตจะต้องวาดหน้าตาของการ์ตูนโดยเลียนแบบมาจากตัวจริงเท่านั้น หากทว่าผู้ใส่รหัส/ผู้ผลิตจะต้องนำเอา “ความหมาย” ของผู้ดำเนินรายการทั้ง 4 คนมาผลิตซ้ำใหม่อีกด้วย ซึ่งหากปราศจาก “บริบทแวดล้อม” คือความหมายของ “รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง” ตัวบทใหม่นี้ก็ไม่มีโอกาสที่จะสร้างสรรค์ขึ้นมาได้ หรือหากผู้ดำเนินรายการทั้ง 4 ท่านไม่ได้ประกอบสร้างความหมายเอาไว้ก่อน เช่น ป้าปู้ยเป็นแม่บ้านผู้ประหยัดมัธยัสถ์ ไก่จิ้งเป็นสาวหวานช่างฝัน นีน่าเป็นสาวสวยมั่นใจในตนเอง ส่วนกาละแมร์เป็นสาวหัวปากกล้าไม่กลัวใคร ตัวการ์ตูนทั้ง 4 ก็จะไม่มีความหมายที่นำมาสร้างใหม่ได้

และหากพิจารณาดูโดยผิวเผิน เราอาจจะคิดว่า การสร้างตัวบทที่สอง “การ์ตูนสีสาวแสนชน” นั้นเกิดมาจากต้นฉบับคือ ตัวบทแรก “รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง” เท่านั้น แต่ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าในการ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง “สีสาวแสนชน” นั้น นับว่าเป็นการ “ซุ่มนุ่ความหมาย” จากตัวบทและบริบทแวดล้อมอย่างรอบทิศ ซึ่งหากการ

วิเคราะห์ไม่ศึกษาบริบทแวดล้อมแล้ว ก็จะไม่เข้าใจความหมายของสัญลักษณ์เหล่านี้เลย (รวมทั้งเด็กๆผู้ชมหากไม่มีจักรวาลแห่งความหมายของสัญลักษณ์เหล่านี้ ก็จะอ่านความหมายไม่ออก) เช่น

- กระเป๋ากีบตลกของบ๊ายบ๊วย → กระเป๋าหน้าท้องของโดเรมอน
มาจาก
- คุณนายชายทุกอย่าง → คุณนายร้านจี๋น้อย สามย่าน
บวกกับร้านชายทุกอย่างใน
แฮร์รี่ พอตเตอร์
- พีเรน รูนที่ไก่อัจฉินถึง → นักร้องยอดนิยมเกาหลี
- ผักบุ้ง Eye Pop → มาจากการ์ตูนเรื่อง Pop Eye
- ครูแจ๊ → นักร้อง “แจ๊
ดนตรีพล แก้วกาญจน์”
- เจ้าหญิงแห่งดาวศุกร์ → มาจากหนังสือเรื่อง “ผู้ชาย
มาจากดาวอังคาร ผู้หญิง
มาจากดาวพระศุกร์”

เป็นต้น

ในอีกด้านหนึ่ง การวิเคราะห์บริบทจะช่วยให้เข้าใจ “การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับตัวบท” อีกด้วย ตัวอย่างงานวิจัยของอับสร มีศิลป์ (2545) เรื่อง “การถ่ายทอดความเป็นแฟนตาซีสำหรับเด็กในละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์” ซึ่งละครประเภทนี้มีกลุ่มผู้ชมเป็นเด็กเป็นส่วนใหญ่ ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์ที่รู้จักกันในนาม “ละครจักรๆ วงศ์ๆ” 3 เรื่อง คือ นางสิบสอง พระสุธน-มโนห์รา และแก้วหน้าม้า ซึ่งนิทานพื้นบ้านทั้ง 3 เรื่องนี้เกิดขึ้นในสังคมไทยตั้งแต่ครั้งอดีต จึงมีรหัสการเล่าเรื่อง/การสร้างตัวละคร/การมีอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์แบบสังคมไทยยุคอดีตที่มีความเชื่อในอำนาจเหนือธรรมชาติต่างๆ อย่างไรก็ตาม เมื่อนำเอาละครเหล่านี้มาผลิตซ้ำในยุคปัจจุบันที่ผู้ชมแม้จะเป็นเด็กแต่ก็มีวิถีคิดหลักเป็นกระบวนทัศน์แบบวิทยาศาสตร์ที่เชื่อในความเป็นเหตุเป็นผล รวมทั้งฝ่ายผู้ผลิตก็มีนโยบายที่จะขยายกลุ่มผู้ชมมาถึงกลุ่มผู้ใหญ่ด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์ตัวบทคือเทปละครโทรทัศน์ทั้ง 3 เรื่องเพื่อจะดูว่า “ความเป็นแฟนตาซี” ในละครพื้นบ้านทั้ง 3 เรื่องนั้น จะถูกปรับเปลี่ยนไปอย่างไรในการผลิตซ้ำครั้งนี้

ผลการวิจัยได้พบกลยุทธ์หลายๆประการในการสร้างความหมายใหม่ของ “ความเป็นแฟนตาซี” (ซึ่งแต่เดิมเป็นการแสดงอภินิหารของตัวละคร เช่น เหาะเหินเดินอากาศได้ มีอาวุธวิเศษ ฯลฯ **โดยไม่สมเหตุสมผลตามหลักวิทยาศาสตร์**) เช่น การเพิ่มมิติความสมเหตุสมผลให้แก่ตัวละครตามแบบยุคปัจจุบันมากขึ้น เช่น กรณีของนางยักษ์แม่ของนางเมรีในเรื่องนางสิบสองที่ถูกพลิกบทบาทจากความร้ายกาจโหดเหี้ยมไร้เหตุผลแบบยักษ์ๆ ให้กลายเป็นตัวละครที่มีความอ่อนไหวทางอารมณ์ (ประมาณตัวร้ายจำเป็นของหนังฮ่องกง) กล่าวคือ มีคำอธิบายที่มาที่ไปของความร้ายกาจนั้น หรือการนำเอาความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเข้ามาแทนไสยศาสตร์ เช่น การที่ฤษีในเรื่องแก้วหน้าม้าสามารถเนรมิตภาพได้ในรูปแบบจอโทรทัศน์แบบ LCD ซึ่งมีความคมชัดของภาพแทนการเนรมิตภาพบนชั้นน้ำมนต์หรือบนหนังสือแบบในอดีต

(4.7.5) การวิเคราะห์ผู้รับสาร ความแตกต่างประการสุดท้ายของสำนักวัฒนธรรมศึกษาที่แตกต่างจากทฤษฎี Impact Theory ก็คือทัศนคติต่อผู้รับสาร กล่าวคือ สำนักวัฒนธรรมศึกษามีความเชื่อว่าผู้รับสารนั้นมิได้ passive และถูกโน้มน้าวได้ง่ายๆ เช่นความเชื่อของ Impact Theory หากแต่ผู้รับสารนั้นมีลักษณะ active ซึ่งเป็นความเชื่อที่คล้ายคลึงกับ Uses & Gratifications Approach แต่ทว่า ในขณะที่ทฤษฎีการใช้ประโยชน์นั้น เชื่อว่าผู้รับสารนั้น active ในการเลือกเปิดรับและเลือกใช้สื่อ/สาร สำนักวัฒนธรรมศึกษากลับมีความเชื่อที่ลึกซึ้งไปกว่านั้น กล่าวคือ เชื่อว่า ผู้รับสารนั้นไม่เพียงแต่เลือกเปิดรับและเลือกใช้สื่อ/สารเท่านั้น หากทว่ายังเลือกที่จะ “อ่านความหมาย/ตีความหมายสาร” ในขั้นตอนของการถอดรหัสอีกด้วย โดยสำนักทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษา

เชื่อว่า ความหมายในสารนั้นมิได้ถูกผูกขาดจากฝ่ายผู้ผลิต/ผู้ใส่รหัสเท่านั้น หากแต่ผู้รับสารเองก็สามารถจะสร้างความหมายในขั้นตอนของการถอดรหัสได้ และในการถอดรหัสนี้ ทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษามีได้สนใจ “ตัวแปรด้านจิตวิทยา” เช่น ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ หากแต่สนใจภูมิหลังทางวัฒนธรรม ที่เข้ามามีส่วนในกระบวนการถอดรหัสของผู้รับสารมากกว่า

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของวรัชญ์ วานิชวัฒนากุล (2548) เรื่องการสื่อสารความหมายใน “การ์ตูนไทยพันธุ์ใหม่” ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาการถอดรหัสของผู้รับสารที่เป็นเด็กด้วย ผู้วิจัยพบว่าในกลุ่มเด็กชาย 8 คนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้น ทั้งๆที่มีภูมิหลังด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยทางด้านจิตวิทยาที่คล้ายคลึงกัน แต่ทว่าภายในเด็กกลุ่มนี้ก็ยังมี การตีความการ์ตูนไทยพันธุ์ใหม่อย่างแตกต่างกันอันเนื่องมาจากความแตกต่างในเรื่อง “ภูมิหลังทางวัฒนธรรม” คือต้นทุนความรู้เดิมทางวรรณคดีและนิทานพื้นบ้าน ในกลุ่มเด็กที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรมมากกว่าจะมีการตีความแบบตั้งคำถาม/โต้แย้ง/ต่อรองกับการ์ตูนไทยพันธุ์ใหม่มากกว่าเด็กที่มีต้นทุนความรู้เด็มน้อย เป็นต้น และสำหรับทัศนะที่พิจารณาว่าการรับรู้และการตีความสารของเด็กๆนั้นมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากผู้ใหญ่นั้น หากเราย้อนทวนทวนกลับไปพลิกดูกระบวนการทัศนเกี่ยวกับการรับรู้เด็ก เราก็คงพบว่า เป็นกระบวนการแบบ The Tribal Child นั่นเอง



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

1. เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์ (2540)
 “ความสัมพันธ์ระหว่างการอ่านหนังสือการ์ตูนกับการใช้ภาษา
 และความคิดสร้างสรรค์” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
 คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
2. กาญจนา แก้วเทพ (2540)
 สถานภาพแห่งองค์ความรู้เรื่องบทบาทสื่อมวลชนกับการ
 พัฒนาเด็ก เยาวชน และครอบครัว รายงานการวิจัย สำนักงาน
 กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
3. กาญจนา แก้วเทพ (2541)
 การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์, คณะนิเทศศาสตร์
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
4. กาญจนา แก้วเทพ (2552)
 สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา, คณะนิเทศศาสตร์
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
5. กาญจนา แก้วเทพ (2552)
 การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค, คณะนิเทศศาสตร์
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และโครงการวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการ
 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
6. ชนบพันธ์ ตั้งมณี (2534)
 “ภาพลักษณ์ของเด็กไทยในโฆษณาทางโทรทัศน์” วิทยานิพนธ์
 ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

7. จันรรจ์ เขตบรรพต (2534)

“การวิเคราะห์บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการนำเสนอเนื้อหาด้านสิทธิเด็กและความคิดเห็นของหน่วยงานการพัฒนาเด็กที่มีต่อการนำเสนอเนื้อหาสิทธิเด็กในหนังสือพิมพ์” วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

8. จันท์สุดา ตันติวิชญวานิช (2546)

“กลยุทธ์การตลาดเพื่อสังคมในโครงการรณรงค์เพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติดในกลุ่มเยาวชน” วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

9. ชฎา เปรมโยธิน (2528)

“หนังสือพิมพ์รายวันกับการพัฒนาเด็กและเยาวชน” วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

10. ซาลิสมา มากแผ่นทอง และคณะ (2545)

ผลกระทบของสื่อโทรทัศน์และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับเยาวชนไทยใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้, รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.

11. ชไมพร สุขสัมพันธ์ (2541)

“การวิเคราะห์สัญญาณ รหัส และกระบวนการสร้างรหัสในการตุนญี่ปุ่น”, วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

12. จูติรัตน์ อีสริยคุณานนท์ (2551)

“จรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณาของโฆษณาที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก” วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

13. ณิชรา บุญโพธิ์แก้ว (2552)

“การวิเคราะห์สัมพันธบทของกระบวนการสร้างการ์ตูนแอนิเมชั่น

4 Angies สีสาวแสนชน” วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

14. ทิพย์ธิดา เกกะนันท์ (2541)

“อัตลักษณ์ของวัยรุ่นและการใช้สื่อคาราโอเกะ” วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

15. ธนรัตน์ ทิวากรศศิธร (2547)

“การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการดูโทรทัศน์ของเด็ก” วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

16. ธรรมจักร อัญโพธิ์ (2538)

“การศึกษาระดับความชอบและพฤติกรรมการบริโภคหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นของเด็กและเยาวชนในกรุงเทพฯ” วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

17. ธิติพร ศิริภัทร (2548)

“การดำเนินการจัดการของสถานีโทรทัศน์เพื่อตอบสนองมาตรการของรัฐในการใช้สื่อเพื่อเด็ก เยาวชน และครอบครัว” วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

18. นภวรรณ ตันติเวชกุล (2542)

“การวิเคราะห์อิทธิพลของภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ตามแนวทฤษฎีการอบรมบ่มนิสัยทางวัฒนธรรมต่อเยาวชนในสถานศึกษา” วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

19. นันทวัน สุชาโต (2520)

“อิทธิพลของการดูภาพยนตร์ที่รุนแรงทางโทรทัศน์กับทัศนคติในเชิงก้าวร้าวของเด็กจากครอบครัวต่างฐานะเศรษฐกิจสังคม จากครอบครัวที่พ่อแม่ควบคุมการดูทีวีต่างระดับกัน” วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด สหรัฐอเมริกา.

20. นารากร ดิยายน (2536)

“การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก” วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

21. บำรุงสุข สีหอำไพ และคณะ (2518)

อิทธิพลของโทรทัศน์ต่อเด็กไทย รายงานการวิจัย คณะนิเทศ
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

22. ปริญญาติ จรุงจิตรประชาธมย์ (2553)

“การสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง และการเรียนรู้
ค่านิยมส่งเสริมสังคมจากภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์
ของกลุ่มแฟนคลับ” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศ
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

23. ปรีชา ขุนทรง (2541)

“พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของเด็กในเขตกรุงเทพ
มหานครที่มีต่อรายการสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์สำหรับเด็ก”
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

24. พรทิพย์ พัฒนานุสรณ์ (2543)

“การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นทางเพศของวัยรุ่นไทยที่
นำเสนอผ่านทางอินเทอร์เน็ต” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

25. พรพนิต พ่วงภิญโญ (2531)

“บทบาทของหนังสือการ์ตูนแปลจากญี่ปุ่นที่มีต่อการพัฒนาเด็ก
และเยาวชน” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

26. พรธรราย พิทักษ์พงศ์ (2540)

“การวิเคราะห์การนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับการละเมิดเด็กที่ปรากฏ
ในข่าวหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย” วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

27. พินิจ ศุภมัสตอังกูร (2528)
 “การนำเสนอเนื้อหาด้านเพศศึกษาในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร”
 วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย.
28. เมสิริน ขวัญใจ (2551)
 “เด็กกับการรู้เท่าทันสื่อโทรทัศน์” วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต
 คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
29. รุ่งรวี รัตนดำรงอักษร (2540)
 “ภูมิหลังครอบครัว กระบวนการสังคมกรรมและการเปิดรับราย
 การโทรทัศน์ประเภทสารคดีเชิงสืบสวนของเด็กและเยาวชนที่มี
 พฤติกรรมเบี่ยงเบน” วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศ
 ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
30. ลาวรรณ โฉมเฉลา (2504)
 “ผลดีและผลเสียของการอ่านการ์ตูนของเด็กประถมปลาย” วิทยา
 นิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหา
 วิทยาลัย.
31. ล้ำค่า โพธิ์กระจ่าง (2534)
 “การใช้และความพึงพอใจจากสื่อของเด็กและเยาวชนที่มีพฤติ
 กรรมเบี่ยงเบน” วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสาร
 ศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
32. วรัชญ์ วานิชวัฒนากุล (2548)
 “การสื่อสารความหมายใน “การ์ตูนไทยพันธุ์ใหม่” วิทยานิพนธ์
 ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
33. วไลรัตน์ พูนวศิน (2534)
 “การศึกษาความต้องการวิจัยโทรทัศน์ของเด็กชนบทใน จ.สุรินทร์”
 วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย.

34. วัชรีย์ คำศรี (2543)

“พฤติกรรมกรรมการรับสื่อโทรทัศน์ของเด็กในครอบครัวที่มีอาชีพ
ประมง” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

35. วรินทรา ไกยรวงศ์ (2540)

“มติแห่งการบริโภคที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิง” วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

36. วรทัย เมฆสุด (2535)

“การประเมินผลสื่อที่ใช้เผยแพร่ในโครงการแรงงานเด็ก มูลนิธิ
เพื่อการพัฒนาเด็ก” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศ
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

37. ศศิธร อภิสิทธิ์นิรันดร์ (2541)

“การขัดเกลาทางสังคมผ่านรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภท
รายการปกิณกะบันเทิง” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะ
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

38. สรวุฒิ พุ่มผกา (2539)

“การปลูกฝังค่านิยมเด็กไทยในอนาคต มองผ่านรายการเด็ก”
***จิวแจ้วเจาะโลก** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศ
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

39. โสมนัส สุจริตกุล (2537)

“การศึกษากลยุทธ์การผลิตนิตยสารสำหรับเด็ก” วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

40. สิริรัตน์ เอื่อน้อมจิตต์กุล (2549)

“ภาพเด็กและการถอดรหัสความหมายในละครโทรทัศน์ช่วง
ไพร์มไทม์” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

41. สุกัญญา ตรีระวนิช และนันทรिका คุ่มไพโรจน์ (2528)
 อิทธิพลของสื่อต่อเด็กในกรุงเทพมหานคร, รายงานวิจัย คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ กรุงเทพฯ.
42. สุชาดา สัจจสันถวไมตรี (2542)
 “ทัศนคติของนักจิตวิทยาต่อเนื้อหาสื่อวิดีโอเกมและผลกระทบที่มีต่อเยาวชน” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
43. สุดาพร สิทธิเวคิน (2535)
 “ผลของการใช้รายการวิทยุโรงเรียนศิลปศึกษาที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียน ป.3” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
44. สุดาวิณี พัฒนพิสุทธิชัย (2544)
 “การใช้สื่อของเด็กที่มีความสามารถพิเศษ โรงเรียนสาธิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ฝ่ายประถม)” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
45. สุทธาทิพย์ ศรีวรานนท์ (2532)
 “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในปี 2532” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
46. สุวัจนรา เปี่ยมญาติ (2538)
 “บทบาทของโทรทัศน์ในระบบการเรียนรู้ทางสังคม” เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง “ทีวียุคโลกาภิวัตน์กับเด็กและเยาวชน” คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
47. สุวนิช ศรีสง่า (2516)
 “การศึกษาการอ่านการ์ตูนของเด็กนักเรียนอายุ 8-10 ปี” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

48. แสงรพี ภัทรกิจกุลธร (2543)

“การเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ที่ให้ความรู้ในการพัฒนาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

49. แสงระวี กิริยาพงศ์ (2535)

“การศึกษารูปแบบและเนื้อหาของจดหมายข่าวโครงการสโมสรแรงงานเด็ก” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

50. อรชума ยุทธวงศ์ (2525)

“ทัศนะบางประการเกี่ยวกับสถานการณ์ ปัญหา และอุปสรรคของการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก” การสัมมนาเรื่อง “การส่งเสริมการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก” คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

51. อัจฉนารรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา (2529)

“ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนกับการพัฒนาลักษณะสมัยใหม่ของเยาวชนในเขตเมืองและชนบท” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

52. อัปสร มีศิลป์ (2545)

“การถ่ายทอดความเป็นแฟนตาซีสำหรับเด็กในละครพื้นบ้านทางโทรทัศน์” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

53. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ (2543)

“การเสนอภาพของเด็กในข่าวหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์” รายงานการวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

54. อุไร สิงห์ไพบูลย์พร (2543)

“การวิเคราะห์เนื้อหาของรายงานข่าวเกี่ยวกับสิทธิเด็กในหนังสือ

พิมพ์ไทย ตามแนวคิดอนุสัญญาสิทธิเด็ก” วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

55. เอกชยา สุขศิริ (2540)

“เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอในหน้าสำหรับเด็กและเยาวชน
ของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย” วิทยานิพนธ์ปริญญามหา
บัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

56. Ansell, N. (2005)

Children, Youth and Development, Routledge.

57. Bandura, A. (1971)

Social Learning Theory, New Jersey: Prentice-Hall.

58. Bandura, A. (1994)

“Social cognitive theory of mass communication” in
J. Bryant & D. Zillmann (eds.) **Media Effects**, Lawrence
Erlbaum Associates, Inc.

59. Baran, S.J. & Davis, D.K. (2003)

Mass Communication Theory (3rd), Wadsworth.

60. Comstock, G. 1991.

Television and the American Child, California: Academic
Press, Inc.

61. DeFleur, M. & Ball-Rokeach, S. (1989)

Theories of Mass Communication, (5th) Longman.

62. Dennis, E.E. & Pease, E.C. (eds) (1996)

Children and the Media, New Jersey: Transaction Publisher.

63. Gunter, B. & McAleer, J. (1997)

Children and Television, Routledge.

64. James, A. et al (1998)
Theorizing Children, Polity Press.
65. Lasswell, H. (1949)
“The Structure and Function of Communication in Society”
in W.S. Schramm (ed), **Mass Communication**, Urbana,
University of Illinois Press.
66. Maccoby, E.E. (1954)
“Why do children watch television”, **Public Opinion Quarterly**
18: 239-244.
67. McQuail, D. (3rd) (1994)
Mass Communication Theory, Sage Publications
68. McQuail, D. (5th) (2005)
McQuail’s Mass Communication Theory, Sage Publications.
69. Schramm, W. et al (1961)
Television in the Lives of Our children, California: Stanford
University Press.
70. Severin, W.J. & Tankard, J.W. (5th) (2010)
Communication Theories, Addison Wesley, Longman, Inc.
71. Shoemaker P.J. & Reese, S.D. (1991)
Mediating the Message, Longman.
72. Signorielli, N. & Morgan, M. (1990)
Cultivation Analysis, Sage Publications.
73. Strasburger, V.C. (1993)
Adolescents and the Media, Sage Publications.
74. Van Evra, J. (3rd) (2004)
Television and Child Development, London: LEA Publisher.

75. Wojcik-Andrews, I. (2000)

Children's Films, New York: Garland Publishing, Inc.

76. Young, B.M. (1990)

Television Advertising and Children, Oxford: Clarendon Press.