



การวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก  
ครั้งที่ 1

โครงการเพื่อเด็กไทย ใสใจสื่อ

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ลักขมิ คงลาภและคณะ

สนับสนุนโดย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

กันยายน 2551

## สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	26
บทที่ 4 ผลการศึกษา	32
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	75
บรรณานุกรม	81
ภาคผนวก	84

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

ในกระบวนการเรียนรู้ของเด็ก “สื่อ” เป็นสิ่งหนึ่งซึ่งอยู่คู่กับเด็กอย่างแนบแน่น และมีอิทธิพลต่อเด็กมากมายมหาศาล สื่อไม่เพียงให้ความบันเทิงหรือข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับสารเท่านั้น แต่ยังสามารถค่านิยม ทักษะคติ ให้เด็กเลียนแบบด้วย ยิ่งในยุคสมัยที่เด็กต้องใช้ชีวิตอยู่กับสื่อมากกว่าพ่อแม่ สื่อจึงเป็นเสมือนดาบสองคม ที่พร้อมจะให้คุณและโทษกับเด็กซึ่งยังขาดวิจารณญาณในการคิดและไตร่ตรองเหตุผลที่พึงจะเป็น

ในบรรดาสื่อที่ใกล้ชิดเด็ก “สื่อโทรทัศน์” เป็นสื่อที่มีคุณสมบัติพิเศษซึ่งเด็กทุกคนให้ความสนใจ หลายครั้งที่พ่อแม่ทิ้งเด็กให้อยู่กับโทรทัศน์ตามลำพัง เด็กจะเพลิดเพลินไปกับภาพ เสียง และแสงที่ปรากฏอย่างเพลิดเพลิน โดยไม่ทันรู้ว่า ส่วนหนึ่งแห่งพฤติกรรม ทักษะคติ ความคิด และค่านิยมต่างๆ จากจอผู้ ได้ซึมซับเข้าถึงพวกเขาโดยไม่รู้ตัว โดยไม่ทันคิด พ่อแม่หลายคนสร้างพัฒนาการให้กับเด็กด้วยโทรทัศน์ สื่อเป็นสิ่งแวดล้อมที่อาจให้โทษต่อเด็กได้ หากความเข้มแข็งของครอบครัวอ่อนคลอน

กมล แสงทองศรีกมล (2551 : 36-37) กล่าวถึงผลกระทบที่โทรทัศน์มีต่อเด็ก ดังนี้

#### 1. ทำให้เด็กไม่ค่อยสื่อสารหรือมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น

ทีวีนั้นต่างกับคนตรงที่ทีวีเป็นการสื่อสารทางเดียว เด็กที่ดูทีวีตลอดวันจึงเรียนรู้แต่การรับสารอย่างเดียว ไม่เรียนรู้การส่งหรือการสื่อสาร นอกจากนี้เด็กจะไม่มีเวลาไปทำกิจกรรมอื่นๆ ที่มีประโยชน์ เช่น อ่านหนังสือ ทำการบ้าน เล่นกีฬา ออกกำลังกาย และไม่ค่อยมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกในครอบครัว พ่อแม่จะชวนคุย ก็อาจไม่สนใจ เพราะกำลังสนใจแต่ทีวี

#### 2. บิดเบือนการรับรู้ของเด็ก

หากใครที่เคยดูการ์ตูน หรือโฆษณาของรายการเด็ก จะเห็นว่าอัตราของภาพและเสียงที่เข้ามาจะรวดเร็วมาก พอถึงช่วงเวลาที่เด็กไม่ได้ดูทีวี คือสภาพในชีวิตจริง ภาพและเสียงไม่ได้เร็วแบบนั้นทางเดียวที่จะทำให้สมองได้รับข้อมูลภาพและเสียงที่เร็วๆ เหมือนทีวีก็คือ การที่ต้องชน อยู่ไม่นิ่ง ทำ

สิ่งนั้นแล้วมาทำสิ่งนี้ เปลี่ยนสิ่งที่สนใจบ่อยๆ และสนใจในสิ่งนั้นไม่นาน ซึ่งอาจเป็นที่มาของเด็กสมาธิสั้น ไม่ชอบอยู่นิ่ง เพราะใช้เวลาในการดูทีวีมากเกินไป

### 3. ผลกระทบต่อการเรียน

เด็กที่ดูโทรทัศน์มาก จะพบได้บ่อยคือ ผลการเรียนแยกลง เนื่องจากเด็กให้ความสนใจทั้งหมดไปกับการ์ตูน เด็กบางคนเคยเรียนดี ก็เรียนตกต่ำลง

### 4. ทีวีอาจทำให้เด็กไม่สามารถแยกแยะระหว่างจินตนาการ และความเป็นจริงได้

โดยเฉพาะการ์ตูนที่มีเรื่องจินตนาการมากๆ อาจทำให้เด็กสับสนว่า สิ่งใดจริง สิ่งใดเป็นเพียงภาพฝัน ดังนั้น จึงปรากฏเสมอว่า เด็กเลียนแบบพฤติกรรมตัวการ์ตูนหรือสิ่งที่เด็กเห็นในโทรทัศน์ เช่น คิดว่า บินได้เหมือนซูเปอร์แมน เป็นต้น

### 5. ปัญหาโรคอ้วน

เด็กที่ดูทีวี เล่นคอมพิวเตอร์มากๆ มักจะอ้วนขึ้น เพราะระหว่างที่ดูมักกินของว่าง ขนม น้ำอัดลมไปด้วย ร่วมกับการที่ไม่ค่อยได้ออกกำลังกาย

การปล่อยให้เด็กดูทีวีมากเกินไป ทำให้เด็กอ้วน สายตาสั้น นอนไม่หลับ ภูมิคุ้มกันโรคต่ำ ไปจนถึงแตกเนื้อหนู/สาวก่อนวัย อาจเป็นโรคออสซึมและอัลไซเมอร์ (ผู้จัดการออนไลน์ 21 ก.พ. 2550)

### 6. อาจมีผลต่อความก้าวร้าวรุนแรง

เพราะเด็กจะเห็นภาพข่าวต่างๆอย่างชินตา จนกลายเป็นสิ่งที่ธรรมดา เมื่อเห็นความรุนแรงที่เกิดขึ้น การดูการ์ตูนหรือภาพยนตร์ที่เป็นเรื่องของความก้าวร้าวรุนแรง เช่น พระเอกต่อสู้กับสัตว์ประหลาด หรือเรื่องเกี่ยวกับการชกมวย มวยปล้ำ หลังดูสักพัก เด็กจะเริ่มมาเล่นต่อสู้กันแบบรุนแรงตามฉากในหนัง บางคนจะหงุดหงิดง่าย และเวลาโกรธก็มักจะแสดงสีหน้าท่าทางเหมือนในหนังที่ดู เช่น ยืนกำหมัด ทำท่าฮึดฮัด

ข้อมูล เนื้อหาที่ปรากฏทางสื่อโทรทัศน์ ส่วนหนึ่งมีภาพข่าวความรุนแรง ข่าวอาชญากรรม ข่าวเด็กนักเรียนตีกัน ข่าวการจี้ปล้นฆ่าที่โหดร้าย การข่มขืน การละเมิดทางเพศ ข่าวรายวันบันเทิงที่เน้นเรื่องราวของดารานางงามมุขมุข ซึ่งไม่เป็นประโยชน์ในการเรียนรู้ และอีกมากมายที่ยังไม่นับโฆษณาที่เด็กเห็นในสื่อโทรทัศน์ที่สร้างความฟุ้งเฟ้อฟุ่มเฟือย ไม่เพียงการกระทำที่แสดงออกเลียนแบบสื่อโทรทัศน์ด้วยวาจา การแต่งกายและพฤติกรรม แนวโน้มความคิดและการใช้ชีวิตของเด็กไทยในอนาคตยังฝากไว้กับสื่อโทรทัศน์ เราจึงปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อมวลชน โดยเฉพาะโทรทัศน์ได้

กลายเป็นครูคนที่สามของเด็กๆ และเยาวชนไทยไปโดยปริยาย (โสภณ สถาพรชัยวัฒน์ ทีมเด็กกับสื่อ : โครงการส่งเสริม สนับสนุน และคุ้มครอง สุขภาพและสิทธิมนุษยชน ด้านเด็ก เยาวชน และครอบครัว)

รองศาสตราจารย์ แพทย์หญิงศันสนีย์ ฉัตรคุปต์ ผู้อำนวยการสถาบันสร้างสรรค์ศึกษาภาพสมองครีเอทีฟเบรนน กล่าวไว้ว่า สื่อโทรทัศน์ได้เข้ามามีบทบาทกับชีวิตคนเรามากขึ้น โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์กับเด็ก ซึ่งจากการศึกษาเรื่องสื่อโทรทัศน์กับพฤติกรรมความก้าวร้าวรุนแรงของเด็กในต่างประเทศ พบว่า ประมาณเกือบ 2 ใน 3 ของโปรแกรมทั้งหมดของสื่อโทรทัศน์ มีความก้าวร้าวรุนแรงมาก เนื่องจากเด็กได้รับอิทธิพลจากสื่อได้ง่าย และเด็กไม่สามารถจะแยกแยะสิ่งที่เห็นในสื่อกับชีวิตความเป็นจริงได้ โดยเฉพาะโปรแกรมเด็ก ถึงแม้ว่าโปรแกรมโทรทัศน์ดี ๆ จะมีผลในทางบวก แต่ผลในทางลบก็ค่อนข้างมาก เพราะทำให้รู้สึกว่าการแสดงความก้าวร้าวและรุนแรงออกจากโทรทัศน์นั้นดูดี และคนที่ทำผิดส่วนใหญ่ก็ไม่ถูกทำโทษ และยังมีการใช้อาวุธ ทำให้เด็กเรียนรู้สิ่งที่ผิด ในขณะที่เด็กบางคนก็จะมีอาการกลัวและฝันร้ายจากรายการโทรทัศน์ที่รุนแรง (เดลินิวส์ ฉบับที่ 19775 ประจำวันที่ 4 ธันวาคม 2546 : 31)

นายสาโรช จำปาศักดิ์ รองประธานสภาเด็กและเยาวชนแห่งประเทศไทย และกลุ่มแนวร่วมเยาวชนสร้างสรรค์สื่อไทย ประกอบด้วย สภาเด็กและเยาวชนแห่งประเทศไทย สภาเยาวชนกรุงเทพมหานคร เครือข่ายประธานนักเรียน เครือข่ายเอดส์และเพศศึกษา (V Teen) เครือข่ายเยาวชนสร้างสรรค์สังคม (saf) เครือข่ายนิเทศศาสตร์ จัดแถลง "ดู..ดู...ดูสื่อไทย ทำไม่ถึงทำกับเด็กได้" โดยร่วมกันสำรวจ "การดูโทรทัศน์ของเด็กและเยาวชนอายุ 10-25 ปี" จำนวน 565 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบ 60 % จะดูทีวีคนเดียว ดังนั้นเมื่อพบรายการที่ไม่เหมาะกับช่วงวัย เช่น ไม่เหมาะกับผู้ชมอายุต่ำกว่า 13 (น.13) หรือ 18 (น.18) รายการเฉพาะไม่เหมาะกับเด็กและเยาวชน (ฉ) เด็ก 10-15 ปี 58 % จะดูตามปกติ เด็ก 16-20 ปี 81.6 % ดูตามปกติเช่นกัน ส่วนกลุ่มที่ดูทีวีกับผู้ปกครองแล้วเจอรายการไม่เหมาะกับวัย แต่ดูโดยไม่เปลี่ยนช่องนั้น มีผู้ปกครองเพียง 54.8 % ที่พูดคุยให้คำแนะนำระหว่างดู

เมื่อถามถึงการแสดงละครฉากต่างๆ ที่เด็กและเยาวชนส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสมถึงขั้นไม่เหมาะสมเลย คือ ฉากข่มขืน 68.4 % ฉากร้องกรี๊ดๆ เมื่อไม่ได้สิ่งที่ต้องการ 60.8 % ฉากตบตีกัน 56.9 % ฉากยิงกัน แทงกัน 54.7 % เด็กและเยาวชน 62.9 % เห็นว่าค่อนข้างจำเป็นถึงจำเป็นที่สุดที่ต้องจัดเรตติ้งรายการที่ติดตามเวลาให้ละครหรือรายการที่มีความรุนแรงออกอากาศช่วงที่เด็กส่วนใหญ่เข้านอนแล้ว ซึ่ง 52.4% อยากให้เด็กมีส่วนร่วมจัดเรตติ้งด้วย ส่วนความรู้สึกที่มีต่อละครปัจจุบัน 64.8% เห็นว่าค่อนข้างรุนแรงถึงรุนแรงเกินไป ฉากที่คิดว่ารุนแรง 8 อันดับแรก คือ 1.ฉากตบตีกันนานๆ

2.ข่มขืน 3.คำทอ 4.ขว้างปาทำลายสิ่งของ 5.ล้อเลียน ดุฉก คนแก่ ผู้หญิง เพศทางเลือก 6.แต่งกาย  
โป๊ วัลๆ แวมๆ 7.ดื่มเหล้า 8.กระโดดถีบ เด็ก 70.4% บอกว่าเคยเห็นเด็กๆ เลียนแบบการแสดง  
ต่างๆ ในทีวี เช่น ร้องกรี๊ดๆ เวลาไม่พอใจ คำก่น ตบตีกัน เล่นเป็นพ่อเป็นแม่เมีย และ  
กลุ่มตัวอย่าง 33.8 % ยอมรับว่าตัวเองก็เคยอยากเลียนแบบพฤติกรรมเหล่านี้

ในการสำรวจเดียวกันนี้ พบว่า เรื่องของการโฆษณาที่เห็นในรายการโทรทัศน์ ก็มีอิทธิพล  
ต่อเด็กเช่นกัน เด็ก 10-15 ปี เกือบ 50 % ยอมรับว่า โฆษณาขนมกรุบกรอบที่มีของแฉกของแถม ทำ  
ให้อยากซื้อขนมมากถึงมากที่สุด และเจอโฆษณาเหล่านี้มากถึงมากที่สุดรายการเด็กเกือบ 50 %  
เช่นกัน ซึ่งทุกกลุ่มอายุ 46.4 % พบโฆษณา 1-9-0-0 ในลักษณะต่างๆ มากถึงมากที่สุดทีวี  
ขณะที่ 42.2 % ยืนยันว่าโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีผลจูงใจให้อยากดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์  
สถานการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้เด็กและเยาวชน 53.7 % ห่วงใยเด็กด้วยตนเอง ซึ่ง 60.8 % ต้องการให้  
กุมการโฆษณาขนมกรุบกรอบที่มีของแฉก ของแถม การชิงโชค 77.4 % อยากรู้เจ้าของ  
สถานีโทรทัศน์มีความตระหนัก ช่วยกันแก้ปัญหา และ 76.6 % คิดว่ารัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง  
เร่งแก้ปัญหา (เอ็กซ์ไซท์ ไทยโพสต์ 12 พฤษภาคม 2551)

ส่วน น.ส.อาวีวรรณ สร้อยคำ อายุ 17 ปี ชั้น ม.6 รร.เทพศิรินทร์ ร่มเกล้า เครือข่ายเยาวชน  
สร้างสรรค์สังคม กล่าวว่า การแสดง การโฆษณา หรือพฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในทีวี มีอิทธิพล  
อย่างมากต่อเด็กและเยาวชน ไม่ใช่แค่การมีพฤติกรรมรุนแรงเท่านั้น การฉายภาพซ้ำๆ เดิมๆ ก็ยิ่งตอก  
ย้ำความคิด ความเชื่อ แบบในทีวีให้กับเด็ก น้องของตนอายุเพียง 6 ขวบ ดูทีวี ดูโฆษณา ที่นำเสนอ  
ย้ำๆ ว่า คนมีผิวขาวถึงจะคู่ดี คู่สวย จึงใช้ไฮเตอร์อาบน้ำ ขณะที่เพื่อนบางคนเมื่อทานอาหารแล้วต้อง  
ล้วงคอให้อาเจียนออกมา หรือไม่ก็ทานยาระบาย เพราะกลัวอ้วน ซึ่งทีวีเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดขึ้น  
เนื่องจากสามารถหลอหลอมคนในสังคมส่วนใหญ่ให้คล้อยตามได้ สอดคล้องกับรายงานของ มูลนิธิ  
เพื่อนหญิงที่บอกว่า ปี 50 การข่มขืน กระทำชำเราพุ่งเถียด 3 เท่า การทำร้ายร่างกายเกิน 4 เท่าตัว จาก  
สถิติการกระทำความผิดของสำนักงานตำรวจแห่งชาติตั้งแต่ตุลาคม 2548-กันยายน 2549 พบคดีที่  
เกี่ยวกับชีวิต ร่างกาย และเพศ อาทิ ทำร้ายร่างกาย ข่มขืนฆ่ากันตายสูงถึง 33,669 คดี และรายงานของ  
หน่วยงานอาชญากรรมและยาเสพติด องค์การสหประชาชาติ พ.ศ.2550 ระบุว่าไทยติดอยู่ในกลุ่ม 68  
ประเทศที่มีสถิติการข่มขืนเพิ่มขึ้น จากการสำรวจใน 189 ประเทศทั่วโลก

นอกจากสื่อโทรทัศน์ที่เด็กๆ ฝ้าติดตามชม มีสิ่งหนึ่งที่ใครๆ อาจมองข้ามถึงอิทธิพลที่มีต่อ  
เด็ก ทั้งๆ ที่แอบแฝงเข้าไปใกล้ชิดกับเด็กทีละน้อยๆ นั่นคือ “การโฆษณา” ที่ปรากฏทางสื่อโทรทัศน์  
เพราะการโฆษณเป็นส่วนหนึ่งของกลไกทางเศรษฐกิจในอันที่จะให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและ

บริการ สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา (American Marketing Association) ให้นิยามการโฆษณาไว้ว่า การโฆษณาคือรูปแบบของการนำเสนอที่มีการเสียค่าใช้จ่ายโดยมิได้เจาะจงไปยังบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เป็นการเสนอแนวคิด สินค้า หรือบริการ โดยระบุผู้โฆษณา

Courtland L.Bovee และคณะ กล่าวว่า การโฆษณาหมายถึง การสื่อสารที่ไม่ได้มุ่งเฉพาะเจาะจงไปยังบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เป็นการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า หรือแนวความคิดเพื่อที่จะโน้มน้าวหรือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งต้องระบุผู้โฆษณาผ่านสื่อสารมวลชน ผู้โฆษณาต้องจ่ายค่าเวลา หรือเนื้อที่ของสื่อโฆษณา (Courtland L.Bovee และคณะ 1995:4)

จะเห็นได้ว่า โฆษณานั้นมีเป้าหมายเพื่อการจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจและซื้อสินค้า ซึ่งไม่ว่าผู้รับสารจะเป็นใคร การรับรู้สื่อโฆษณาล้วนแล้วแต่มีผลต่ออารมณ์ ความรู้สึกที่จะโน้มน้าวให้ผู้รับสื่อบริโภคสินค้าในที่สุด และเด็กเองก็เป็นหนึ่งในบรรดาผู้บริโภคที่รู้จักสินค้าจากสื่อโฆษณา และมีความต้องการซื้อสินค้านั้นๆตามสื่อที่เห็นเช่นกัน

กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ โดยสำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว จัดเสวนาเรื่อง “รวมพลังสื่อสร้างสรรค์เพื่อสตรีและครอบครัว” มีผู้ให้ความเห็นในเรื่องนี้มากมาย รวมทั้งนักตรุษย์ เชื่อราชมัญ จากขบวนการตาสับประรด ตัวแทนคณะทำงานสื่อเพื่อเด็ก กล่าวว่าสื่อในปัจจุบันเป็นเรื่องในเชิงพาณิชย์สูง เนื้อหาที่ถูกผลิตออกมา จึงเป็นการกระตุ้นให้เกิดการบริโภค ทั้งยังแฝงเรื่องค่านิยมที่ไม่เหมาะสม คิดว่า เด็กเยาวชนเป็นกลุ่มที่น่าเป็นห่วงมากที่สุด เพราะยังขาดวิจารณญาณ การทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวจึงควรทำเป็นโครงข่าย หรือความร่วมมือที่หน่วยงานรัฐเป็นผู้สนับสนุนหรืออำนวยการ แต่มิใช่เป็นการสั่งการกับโครงข่ายที่ให้ความร่วมมือ อีกทั้งยังแนะนำให้ทุกคนในสังคมแจ้งเรื่องสื่อที่ไม่เหมาะสมไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งหน่วยงานรัฐและผู้ผลิตสื่อให้มากขึ้น ซึ่งตนเชื่อว่าจะเป็นแรงกดดันให้สื่อมวลชนเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น (โครงการยุทธศาสตร์สื่อเพื่อเด็ก 1300 สายด่วนเฟียร์วังสื่อ ! 23 พฤษภาคม 2549)

จะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้บริโภคที่นักวิชาการให้ความสนใจคือ กลุ่มเด็ก ทั้งนี้เพราะเด็กมีบทบาทในการเป็นผู้บริโภคมากขึ้นกว่าในอดีต ประกอบกับการแข่งขันทางการตลาดที่มีการแข่งขันกันสูง มุ่งที่จะผลิตสินค้าใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค รวมทั้งการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มุ่งโน้มน้าวใจกับผู้บริโภคที่เป็นเด็ก มีการใช้เทคนิคต่าง ๆ มากมาย

เพื่อ ดึงดูดความสนใจของเด็กให้ชมโฆษณา นั้น ๆ ยิ่งในปัจจุบันการแข่งขันทางการโฆษณาเป็นการแข่งขันด้านภาพลักษณ์ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อสินค้าและบริการของผู้บริโภค จึงทำให้ผู้บริโภคกลายเป็นผู้เลือกซื้อ ภาพลักษณ์ของสินค้าแทนความต้องการในตัวสินค้านั้นจริง ๆ การที่ผู้บริโภคแสวงหาวัตถุและความสุขสบายในการเป็นเจ้าของวัตถุส่วนหนึ่ง เนื่องจากความคล้อยตามการโฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภคเป็นผู้ติดอยู่กับวัตถุนิยมทั้งโดยรู้ตัว ไม่รู้ตัว (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร 2533:338) เมื่อเด็กได้ดูโฆษณาจะถูกกระตุ้นให้เกิดความอยากได้สินค้าในขณะเดียวกันเด็กก็มีความปรารถนาในเรื่องคุณค่าที่เชื่อมโยงกับตัวสินค้า เช่น ความมีเสน่ห์ต่อเพศตรงข้าม (Fox 1996:20) มีงานสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น จำนวน 800 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับโทรทัศน์มากจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าเพื่อการยอมรับทางสังคม (Churchill & Moschis 1979)

นอกจากโฆษณาจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าแล้ว โฆษณายังมีอิทธิพลในการก่อให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบ ดังที่ สุริย์ประกา ตรีเวช (2523) ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครที่เกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการโฆษณา โดยศึกษาเหตุผลของการเลือกภาษาโฆษณาและเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักเรียน ผลการวิจัยพบว่า ทั้งนักเรียนหญิงและชายเห็นว่าภาษาโฆษณาเหมาะที่จะใช้ภาษาพูดมากกว่าภาษาเขียน ภาษาโฆษณาที่ดีและเหมาะสมนั้น ควรใช้ถ้อยคำคล้องจองมีความหมายดี อ่านแล้วดึงดูดความสนใจ ภาษาโฆษณาที่ไม่เหมาะสม เพราะใช้คำพูดที่เกินจริงอ่านแล้วไม่เข้าใจความหมาย ใช้ถ้อยคำกำกวม คลุมเครือผิดหลักภาษาไทย แต่มีอิทธิพลในแง่ที่ทำให้เกิดการเลียนแบบจากผู้ชม

จากมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ.2546 ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญต่อการดึงภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเข้ามาเพื่อร่วมกัน “สร้าง” พื้นที่สื่อที่เหมาะสมกับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ก่อให้เกิดความร่วมมือของภาคส่วนต่างๆ มีกิจกรรมเกิดขึ้นหลากหลาย เพื่อแสวงหองค์ความรู้ในด้านของการจัดสื่อเพื่อให้เหมาะสมกับเด็ก เยาวชน และครอบครัว รวมทั้งยังเกิดกิจกรรมที่สร้างความเข้าใจในเรื่องสื่อให้แก่ภาคผู้ผลิต และภาคประชาสังคมขึ้นอีกด้วย การขับเคลื่อนในเชิงนโยบาย มีดังนี้

1. การส่งเสริมให้เกิดมาตรการ การจัดความเหมาะสมของสื่อโทรทัศน์ (Rating )
2. การผลักดัน ร่างพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องการเรื่องของสื่อ ทั้ง ร่างพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย, ร่างพระราชบัญญัติแพร่ภาพและกระจายเสียงสาธารณะ , ร่างพระราชบัญญัติประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ,



ร่างพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ,ร่างพระราชบัญญัติเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา

3. การผลักดันให้เกิดกองทุนสื่อ

4. การสร้างหลักสูตร “สื่อมวลชนศึกษา” ให้เกิดขึ้นทั้งในระบบการศึกษา และนอกระบบการศึกษา (แผนงานสุขภาวะเด็กและเยาวชน )

มีการพิจารณาเนื้อหาในรายการโทรทัศน์ที่เด็กควรได้รับคำแนะนำเป็นพิเศษ 3 ประการคือ

1. พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมและพฤติกรรมที่มีความรุนแรง เช่น

- การแสดงที่สะเทือนใจ สะเทือนขวัญ ทำให้เด็กหวาดกลัว
- การใช้ความรุนแรงต่อตัวเอง ผู้อื่น สิ่งมีชีวิต สัตว์ สิ่งแวดล้อม รวมทั้งการใช้อาวุธทำร้ายกัน
- การกระทำผิดกฎหมาย การใช้สารเสพติด ของมีเงินมา และการค้าประเวณี
- ชักจูงไปยังสถานที่ที่ไม่เหมาะสมกับเด็ก
- การดูหมิ่นเหยียดหยามเกี่ยวกับชาติพันธุ์ เพศ สถานะ ชนชั้น หรือการแสดงออกที่เกดทัศนคติทางลบกับผู้อื่น
- การใช้ไสยศาสตร์ เวทมนตร์ เรื่องเหนือธรรมชาติ

2. การแสดงออกเรื่องเพศที่ไม่เหมาะสม เช่น

- การแต่งกายไม่มิดชิด ชู้ยู่ทางเพศ ไม่เหมาะสมกับกาลเทศะ และประเพณี
- การแสดงออกทางเพศที่ก่อให้เกิดความรู้สึก กริยาท่าทาง ความหมายที่ไม่เหมาะสม

3. การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม เช่น

- ภาษาที่ล่อแหลม หมิ่นเหม่ สื่อความหมายในทางลบ
- ภาษาที่ไม่สุภาพ ก้าวร้าว ดูหมิ่น ลดทอนศักดิ์ศรีของผู้ฟัง

(คู่มือแนะนำเลือกชมสมวัย : สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน)

สำหรับการโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กนั้น มีความพยายามที่จะควบคุมการโฆษณาสินค้าในรายการเด็กเฉพาะสถานีวิทยุโทรทัศน์ เริ่มปฏิบัติเป็นแนวทางวันที่ 1 กันยายน 2550 และออกเป็นระเบียบ และหลักเกณฑ์ ใน กกช. เดือนมกราคม 2551 ดังนี้

สินค้าที่ทำการโฆษณาในรายการเด็ก เป็นสินค้าทุกประเภทไม่ว่าเป็นอาหารหรือไม่ใช่อาหาร ถ้าจะทำการโฆษณาในรายการเด็ก ต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

- 1.ห้ามส่งเสริมการขาย โดยใช้ของเล่นของแถม ของแจก ของแลกซื้อ การชิงรางวัลและการเล่นเกม
- 2.ห้ามโฆษณาโดยใช้หุ่นตัวการ์ตูน บุคคลและตัวละครที่เด็กรู้จักเป็นอย่างดี หรืออยู่ในรายการสำหรับเด็ก ห้ามนำมาใช้ในการนำเสนอหรือรับรองสินค้า บริการรวมทั้งการกระทำใด ๆ ในลักษณะ เดียวกัน โดยมุ่งหมายเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ
- 3.การโฆษณาต้องไม่มีเนื้อหาเชิญชวนให้เด็กบริโภคจนเกินขอบเขต คือ ต้องไม่นำเสนอข้อความ เสี่ยง ภัยร้าย หรือรูปภาพใดของสินค้าและบริการใด ๆ เกินจริง เช่น คุณประโยชน์ ความเร็ว ขนาด สี ความทนทาน เป็นต้น
- 4.การโฆษณาจะต้องแสดงค่าเตือนในการบริโภคตามหลักเกณฑ์ที่ อย. กำหนด โดยดูจากข้อความที่ อย. อนุญาตให้ใช้ในใบอนุญาตโฆษณาเป็นหลัก

การกำหนดความถี่และระยะเวลาในการออกอากาศ เฉพาะรายการสำหรับเด็ก  
ระยะเวลาในการออกอากาศ

รายการ 1 ชั่วโมง	โฆษณาได้ 10 นาที	ความรู้ทางวิชาการ 2 นาที
รายการ ครึ่งชั่วโมง	โฆษณาได้ 5 นาที	ความรู้ทางวิชาการ 1 นาที

ความถี่ในการออกอากาศ

รายการ 1 ชั่วโมง โฆษณา 10 นาที ความถี่ออกอากาศได้ 4 ครั้ง ในเครื่องหมายการค้าเดียวกัน  
 รายการ ครึ่งชั่วโมง โฆษณา 5 นาที ความถี่ออกอากาศได้ 2 ครั้ง ในเครื่องหมายการค้าเดียวกัน  
 ทั้งนี้นับรวมเวลาที่ใช้ในการโฆษณาแฝงเป็นเวลาโฆษณาด้วย

การโฆษณาส่งเสริมให้ความรู้ทางวิชาการสำหรับเด็ก

2 นาที หรือ 1 นาที ภาครัฐเป็นผู้ผลิต และสถานีเป็นผู้ออกอากาศไม่เกี่ยวกับผู้ประกอบการ (สรุปโดยแผนกรัฐสัมพันธ์)

จากการเสวนา “ถอดบทเรียนการให้การสนับสนุน รายการโทรทัศน์ สำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว” วันที่ 8 พฤศจิกายน 2550 เวลา 13.00 – 17.00 น. ณ ห้องเป็นสุข ชั้น 35 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีความเห็นว่า

- 1). การตัดทอนเวลาในการโฆษณาเหลือ 10 นาที เป็นปัญหาอุปสรรคสำคัญของการหาโฆษณา เป็นเรื่องทำลายมากกว่าสร้างสรรค์ ทำให้รายได้ที่น้อยอยู่แล้วยังไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย
- 2). การหาโฆษณาในรายการเด็กเป็นเรื่องยาก เนื่องจากมีคนดูจำกัด และรายการเด็กส่วนใหญ่จะได้เวลาที่ไม่ค่อยมีโครชม เช่น เวลาเช้าตรู่ หรือช่วงเย็นที่เด็กยังกลับไม่ถึงบ้าน ทำให้บางรายการ

ใช้วิธีการประชาสัมพันธ์รายการทางสื่ออื่นๆ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การเผยแพร่รายการทางสถานีดาวเทียม

3). การออกกฎระเบียบด้านสินค้าโฆษณา เช่น ห้ามโฆษณาขนมขบเคี้ยว ทำให้รายการหาโฆษณายากยิ่งขึ้น และบางรายการมีสัญญาเกี่ยวกับสินค้าอยู่แล้ว อาจทำให้เกิดความเสียหายกับบริษัทได้

4). ต้นทุนการผลิตรายการสูงขึ้น แต่อัตรากำไรโฆษณาไม่ได้เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ผลิตมีปัญหาการแบกรับค่าใช้จ่าย บางบริษัทต้องเลิกกิจการ ทั่วๆไปยังมีใจรัก ต้องการทำรายการเด็ก เป็นปัญหาของวงจรผู้ผลิตรายการที่ไม่มีความมั่นคงยั่งยืน มีผู้ผลิตรายเก่าหายไป และผู้ผลิตรายใหม่มาแทนที่

จะเห็นได้ว่า สื่อโทรทัศน์และการโฆษณาทางโทรทัศน์ มีอิทธิพลและเกี่ยวข้องกับเด็ก ตั้งแต่วัยทารกจนถึงเยาวชน ดังนั้น การร่วมกัน “สร้าง” และ “ปั้น” ให้เด็กเติบโตอย่างมีคุณค่า จึงหมายรวมถึง การร่วมกันดูแลสื่อโทรทัศน์และการโฆษณาทางโทรทัศน์ ให้เป็นสื่อสีขาวที่เด็กๆ เข้าถึงได้อย่างบริสุทธิ์ สามารถเรียนรู้สิ่งต่างๆอย่างสร้างสรรค์

ดังนั้น การวิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก จึงเกิดขึ้น เพื่อร่วมพิจารณาว่ารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กว่ามีเนื้อหาที่เหมาะสมกับเด็กหรือไม่ เพียงใด เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิตรายการและสถานี อันจะเป็นแนวทางให้เกิดความร่วมมือในการสร้างเนื้อหาในรายการโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์ต่อเด็ก และเสริมสร้างพัฒนาการที่ดี อันจะนำไปสู่การพัฒนาเด็กอย่างยั่งยืนต่อไป

### วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาจำนวนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและปริมาณเวลาในการนำเสนอรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กของสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ซึ่งได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี ( ช่อง 9) สถานีโทรทัศน์ NBT ( ช่อง 11) และสถานีโทรทัศน์ THAI PBS

2. เพื่อศึกษาเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในเรื่องรูปแบบการนำเสนอ สาระความรู้ และคุณธรรมที่นำเสนอในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ตลอดจนรูปแบบการมีส่วนร่วมของเด็กในรายการ

3. เพื่อศึกษาโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในเรื่องประเภทของการโฆษณาและปริมาณเวลาของการโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

## นิยามศัพท์

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก หมายถึง รายการโทรทัศน์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กที่มีช่วงอายุระหว่าง 3-12 ปี เป็นรายการที่ถูกจัดระดับความเหมาะสมรายการเป็น “ค” และ “ป” รวมทั้งรายการประเภท “ท” ที่สามารถระบุได้แน่ชัดว่ามีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กวัย 3-12 ปี ซึ่งออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี (3, 5, 7, 9, NBT และ THAI PBS)

รูปแบบการนำเสนอ หมายถึง วิธีการนำเสนอเนื้อหา เรื่องราวต่างๆของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

โฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก หมายถึง ภาพยนตร์โฆษณาและโฆษณาแฝงที่ออกอากาศในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบจำนวนและลักษณะโดยรวมของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ออกอากาศในปัจจุบัน ช่วงเวลาที่ออกอากาศ รูปแบบรายการ เนื้อหาของรายการ รวมถึงทราบถึงสัดส่วนเวลาเมื่อเทียบกับรายการทั้งหมด

2. ทำให้ทราบถึงประเภทการโฆษณา และปริมาณเวลาของโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

4. ข้อมูลที่ได้จะเป็นแนวทางในการปรับปรุงให้การผลิตสื่อโทรทัศน์เพื่อเด็กไทยมีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น

4. เป็นการปกป้อง คุ้มครองเพื่อการเปิดรับสื่อที่สร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา “ การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ” ใช้แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยเพื่อเป็นแนวทางการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเรื่อง “รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก”
2. แนวคิดเรื่อง “ผลกระทบจากโทรทัศน์ที่มีต่อเด็ก”
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเรื่อง “รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก”

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในปัจจุบันมีมากมายหลายรูปแบบ แต่ละรายการก็มีความแตกต่างและแบ่งกลุ่มเด็กชัดเจนมากขึ้น ทั้งนี้ได้มีผู้ให้แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กไว้หลายแบบเช่นเดียวกัน

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก หมายถึง

1. รายการที่มุ่งจัดให้เด็กดูเข้าใจ สนุกสนาน ได้ความรู้และประโยชน์จากรายการนั้น ไม่ว่าจะ เป็นทางร่างกายหรือจิตใจ (จุมพล รอดคำดี, 2525)
  2. รายการที่จัดเสนอโดยคำนึงถึงคนดูที่เป็นเด็กเป็นหลัก ทั้งนี้ผู้แสดงอาจเป็นเด็กหรือผู้ใหญ่ หรือใช้สื่ออื่น ๆ อย่างไรก็ดี อาจเป็นรายการที่ผลิตขึ้นในประเทศหรือเป็นรายการสำเร็จรูปต่างประเทศ (อรชума ยุทธวงศ์, 2525)
  3. รายการที่จัดขึ้นสำหรับเด็กและเยาวชน 5 ขวบ คือ ขวบก่อนเข้าเรียน ขวบ 5-7 ปี ขวบ 8-11 ปี ขวบ 12-15 ปี และขวบ 16-19 ปี โดยแต่ละรายการจะเหมาะสมกับขวบ (จำนง รังสิกุล, 2530)
  4. รายการที่มีความง่ายให้ทั้งบันเทิง การสอน สอนการศึกษาพร้อม ๆ กัน (Howe, 1977)
- จุมพล รอดคำดี (2525) กล่าวไว้ว่า รายการสำหรับเด็ก คือรายการอะไรก็ตามที่มี
1. เด็กเป็นผู้แสดง หรือเป็นหุ่น เป็นการ์ตูน
  2. เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับเด็ก หรือเป็นความรู้ที่คิดว่าเหมาะกับเด็ก
  3. ชื่อรายการบอกว่า นี่คือการสำหรับเด็ก

พัฒนาการในแต่ละช่วงวัยของเด็ก เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จำเป็นต้องคำนึงถึงเป็นอย่างมาก เพราะในแต่ละวัยนั้นเด็กจะมีพัฒนาการและความสนใจแตกต่างกันออกไป ดังนั้นผู้ผลิตรายการจึงควรที่จะทราบว่าความต้องการของเด็กแต่ละวัยนั้น เด็กต้องการอะไรบ้างเพื่อที่ผู้ผลิตรายการจะได้ผลิตรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความต้องการของเด็กให้ได้มากที่สุด

1. วัยเด็ก 3 ขวบครึ่งถึง 5 ขวบ เนื้อหารายการควรใกล้เคียงกับสิ่งแวดล้อมที่เขาพบเห็นในชีวิตประจำวัน การดำเนินเรื่องควรง่าย ให้คุณหรือโทษอย่างเด่นชัด ไม่ซับซ้อน
2. เด็กวัย 6-7 ขวบ เนื้อหาควรเป็นธรรมชาติมากขึ้น และเด็กวัยนี้ชอบแสดงออก ชอบยกยอให้กำลังใจ ชอบอภินิหาร การต่อสู้กัน ไม่ชอบเรื่องยาว ๆ
3. เด็กวัย 10-12 ขวบ เป็นเนื้อหาที่ใกล้เคียงกับชีวิตจริงมากขึ้น เพราะเด็กเข้าใจสังคมมากขึ้น เนื้อเรื่องจึงควรมีเหตุผลมากขึ้น อย่างไรก็ตามยังคงมีเรื่องการผจญภัยและความรักพวกพ้อง (จุมพล รอดคำดี, 2525)

อาจกล่าวโดยสรุปว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก หมายถึง รายการโทรทัศน์ที่จัดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำหรับให้เด็กดู และอาจครอบคลุมถึงเยาวชนด้วย มุ่งให้เด็กดูแล้วเข้าใจ ได้รับความสนุกสนาน บันเทิง ไม่เป็นพิษเป็นภัย ให้ความรู้อย่างกว้างขวาง มีการปลูกฝังทัศนคติและค่านิยมที่ดีงามให้สอดคล้องกับสังคม รวมทั้งก่อประโยชน์แก่เด็กทั้งทางร่างกายและจิตใจ ซึ่งอาจเป็นรายการที่ผลิตขึ้นในประเทศไทยหรือเป็นรายการสำเร็จรูปจากต่างประเทศก็ได้ (อึ้งใน สันทัด ทองรินทร์, 2534)

รูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กปัจจุบันได้มีการพัฒนาไปมาก ทั้งในด้านเทคนิคการผลิต เนื้อหาสาระของรายการ เสรี วงษ์มณฑา (www. Manager.com : 10 กันยายน 2547 ) แบ่งประเภทรูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในประเทศไทยเป็น 3 ประเภท คือ

1. รายการที่ผู้ใหญ่ผลิตให้เด็กดู เช่น รายการซูเปอร์ฮีโร่ รายการทุ่งแสงตะวัน เป็นต้น
2. รายการการ์ตูน เช่น รายการช่อง 9 การ์ตูน
3. รายการครอบครัว เช่น รายการเกมทัศนู้เด็ก เป็นต้น

ไม่ว่ารายการสำหรับเด็กจะเป็นรูปแบบใดก็ตาม โครงสร้างของรายการควรมีความง่าย กระชับ ไม่ซับซ้อน เนื้อหาควรมีลักษณะให้ความรู้กว้างขวาง สอดคล้องกับความต้องการของเด็กเป็นสิ่งสำคัญ

## 2. แนวคิดเรื่อง “ผลกระทบจากโทรทัศน์ที่มีต่อเด็ก”

สื่อมวลชนเป็นสถาบันทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพล และผลกระทบต่อสังคมเป็นอย่างมาก ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องนี้ได้ชี้ให้เห็นว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลในหลายด้านทั้งในเชิงสร้างสรรค์และในทางลบ ทฤษฎีในเรื่องผลกระทบของสื่อโทรทัศน์ที่มีต่อเด็ก ได้แก่

### ทฤษฎีแรงเสริม (Reinforcement Theory)

โจเซฟ แคลปเปอร์ (Klapper Joseph, 1960) เป็นผู้มีบทบาทสำคัญสนับสนุนทฤษฎีเกี่ยวกับแรงเสริม โดยกล่าวว่า ความรุนแรงในโทรทัศน์และสื่อมวลชนต่าง ๆ มักจะไม่เพิ่มหรือลดความเป็นไปได้ในการแสดงพฤติกรรมรุนแรงของผู้รับสารอย่างเด่นชัด แต่สิ่งที่เกิดจากผลของสื่อมวลชนก็คือ เป็นแรงเสริมความก้าวร้าวรุนแรง หรือแรงเสริมการต่อต้านความก้าวร้าวรุนแรงที่มีอยู่แล้วของบุคคลผู้รับสาร

ทฤษฎีแรงเสริมของความก้าวร้าวรุนแรงในสื่อมวลชนชี้ให้เห็นว่า เนื้อหาในสื่อมวลชนเป็นแรงเสริมต่อทัศนคติ ค่านิยม บรรทัดฐาน ความเชื่อ ฯลฯ ของบุคคลที่รับสาร ถ้าบุคคลนั้นเชื่อในการใช้ความรุนแรงอยู่แล้ว ความรุนแรงในสื่อมวลชนก็ช่วยเสริมความเชื่อนั้นให้หนักแน่นขึ้น แต่หากบุคคลใดในสังคมที่ไม่ชอบใจวิถีการรุนแรง เขาก็จะรับรู้ความรุนแรงที่ปรากฏในสื่อมวลชนในลักษณะเลือกสรร คือมองว่าความรุนแรงนั้นก่อให้เกิดความเจ็บปวดทุกข์ทรมาน ควรจะได้มีการหลีกเลี่ยงเป็นอย่างยิ่ง

### ทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation Theory)

เกอร์บเนอร์และคณะ (Gerbner et al, 1980) ได้พัฒนาทฤษฎีการปลูกฝังโดยมีสมมติฐานว่า ข่าวสารในสื่อมวลชนโดยเฉพาะในโทรทัศน์ได้ปลูกฝังป็นแต่งความคิดของผู้รับสารเกี่ยวกับโลกที่แท้จริง อิทธิพลของวิทยุโทรทัศน์ในสังคมสมัยใหม่แพร่กระจายเข้าไปสู่ทุกประตูบ้าน ทั้งบนตึกระฟ้า หรือในสลัม เนื้อหาในโทรทัศน์มักจะเกี่ยวข้องกับความรุนแรง อาชญากรรม ความขัดแย้ง เรื่องราวทางเพศ ฯลฯ เสมอจนทำให้ผู้ชมมีความรู้สึกที่โลกนี้เต็มไปด้วยความรุนแรง ความขัดแย้ง ความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การดิ้นรนต่อสู้ นอกจากนั้นเนื้อหาในโทรทัศน์ก็มักจะแสดงให้เห็นว่าตัวละครเอกในเรื่องมีอำนาจหรือมีชัยชนะเหนือผู้อื่นได้ ด้วยวิธีการใช้กำลังหรือความรุนแรงเท่านั้น ผู้ชมโทรทัศน์ถูกปลูกฝังให้มีความรู้สึกที่โลกที่เป็นอยู่ในโทรทัศน์คือโลกที่แท้จริงของเราที่เต็มไปด้วยความรุนแรง

ทฤษฎีนี้แตกต่างจากทฤษฎีอื่น ๆ ในแง่ที่ว่าสื่อมวลชนมิได้มีผลต่อพฤติกรรมรุนแรงของผู้รับสารมากนัก แต่มีผลต่ออารมณ์ ความกลัว ความกังวลใจและความไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกันของคนในสังคม เพราะความรู้สึกนี้อาจจะเกิดขึ้นจากที่เขาได้เห็นในวิทยุโทรทัศน์หรือสื่อมวลชนอื่น ๆ

สรุปได้ว่า ทฤษฎีแรงเสริมและทฤษฎีการปลูกฝัง ต่างนำเสนอข้อมูลว่า สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อเด็ก ทั้งในด้านการเรียนรู้ ขบวนการขัดเกลาทางสังคม เป็นแรงเสริมและสนับสนุนให้เด็กเรียนรู้สิ่งต่างๆจากสื่อ

### 3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในต่างประเทศมีการศึกษาผลกระทบของสื่อโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กในหลายประเด็น ซึ่งประเด็นที่น่าสนใจได้แก่ ผลกระทบที่มีต่อการพัฒนาประสาทสัมผัส การพัฒนาระดับสติปัญญาการใช้ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ และผลกระทบต่อการรับรู้ความจริง

#### 3.1 ผลกระทบที่มีต่อการพัฒนาประสาทสัมผัส

จากการศึกษาของ Hilary Jackson (2004) พบว่าเด็กที่มีการละเล่น มักจะมีโอกาสพัฒนาประสาทสัมผัสมากกว่าเด็กที่นั่งดูคนอื่นเล่น โดยปกติ โทรทัศน์จะเป็นตัวทำลายระบบประสาทสัมผัส การศึกษาเชิงทดลองเปรียบเทียบพฤติกรรมการดูโทรทัศน์ด้วยการควบคุมตัวแปรด้านประสาทสัมผัส ผู้วิจัยพบว่า เด็กที่ดูโทรทัศน์ในห้องปฏิบัติการเชิงทดลองที่สร้างขึ้นโดยควบคุมสภาพแวดล้อมที่จะทำลายประสาทสัมผัสเป็นเวลา 96 ชั่วโมง จะเกิดผลกระทบต่อระบบประสาทสัมผัสกับเด็กที่ดูโทรทัศน์ในสภาพปกติเพียงไม่กี่นาที ประสาทสัมผัสในที่นี้จะหมายถึงรวมถึงสมดุลระหว่างร่างกายและจิตใจด้วย ในส่วนของผลกระทบของโทรทัศน์ที่มีต่อการพัฒนาประสาทสัมผัสของเด็ก สามารถแบ่งได้เป็น

##### 3.1.1 การมองเห็น

ขณะดูโทรทัศน์ สายตาจะไม่มีเคลื่อนไหว และไม่ปรับโฟกัส เพื่อให้มองเห็นภาพได้เต็มจอ การเคลื่อนไหวสายตาเป็นการพัฒนาตา การตรวจสอบการมองเห็นเป็นการประเมินสายตาขั้นต้นของระบบการมองเห็นภาพแบบ 2 มิติ จะไม่สามารถพัฒนาประสาทสายตาจนกระทั่งอายุ 12 ปี การชมโทรทัศน์มากๆ เป็นกิจกรรมที่สายตาถูกกระทำ ซึ่งอาจจะทำให้ทักษะการสังเกตของเด็กถดถอย ผลกระทบจากการดูโทรทัศน์ไม่เกิดขึ้นกับระบบสายตาเพียงเท่านั้น แต่จะกระทบถึงความสามารถในการโฟกัส และความตั้งใจของเด็ก

##### 3.1.2 การได้ยิน



เด็กจะใช้สายตามองดูโทรทัศน์มากกว่าการใช้หูฟัง ดังนั้น ทักษะด้านการฟังจึงไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร เด็กต้องพัฒนาการฟังด้วยแรงกระตุ้นให้เขาสร้างภาพในจิตใจจากสิ่งที่เขาได้ยิน เมื่อโทรทัศน์ถูกเปิดทิ้งไว้ตลอดเวลา ทักษะการฟังของเด็กจะลดลงเนื่องจากเสียงประกอบที่ถูกบังคับไว้แล้วจากจอโทรทัศน์

### 3.1.3 ความสงสัย

การพัฒนาความอดทนและประสบการณ์ในการสังเกต เป็นรูปแบบของการพัฒนาชีวิต ซึ่งจะพบเห็นได้จากเด็กที่ดูโทรทัศน์น้อย พฤติกรรมการแสดงออกที่รวดเร็ว ในโลกของมายาและการแสดง เพื่อชักจูงให้เด็กรับชม มีสิ่งๆที่เด็กคาดหวังว่าจะได้พบในโลกแห่งความเป็นจริง ดังนั้น ประสบการณ์จริงจึงไม่อาจแข่งขันกับมายาในโทรทัศน์ ทำให้เด็กขาดทักษะในการสงสัย

### 3.1.4 ผลกระทบด้านสุขภาพ

กิจกรรมต่างๆที่มีได้เกิดขึ้นหน้าจอโทรทัศน์ จะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ ความสมดุล และระดับของสภาพร่างกายที่สมบูรณ์ของเด็ก

### 3.1.5 รังสีและการปรับแต่งของแสง

งานวิจัยด้านรังสีที่ผ่านมา มักจะศึกษาเพื่อลดสถานะการแผ่กระจายของปริมาณรังสีเอ็กซ์เรย์ มีการวิจัยเชิงทดลองเพียงเล็กน้อยที่กล่าวถึงผลกระทบของไฟเทียมที่มีต่อประชาชน ในขณะที่เดียวกัน เด็กควรจะได้รับแสงจากธรรมชาติเพื่อภาวะการเจริญเติบโต และไม่ควรเปิดรับแสงจากไฟประดิษฐ์มากเกินไป

### 3.1.6 โรคอ้วน

ปัจจุบันนี้ โรคอ้วนและโรคเบาหวานและโรคอ้วน เป็นโรคสำคัญที่ทำให้สุขภาพและพบมากในเด็กอเมริกัน พบว่า เกิดขึ้นมากกับเด็กที่ดูโทรทัศน์เป็นประจำ อีกนัยหนึ่ง พฤติกรรมการดูโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการบริโภค โดยเฉพาะขนมขบเคี้ยว อาหารจากภาพยนตร์โฆษณา และการโน้มน้าวพฤติกรรมการซื้ออาหารของกลุ่มคุณแม่

### 3.1.7 ปัญหาการนอน

การศึกษาจำนวนมากพบว่า เด็กมักดูโทรทัศน์ในช่วงดึก การศึกษาเรื่องหนึ่งรายงานว่า เด็กอายุ 8 ปีดูโทรทัศน์จนกระทั่งเวลา 23.30 น. ในระหว่างวันเรียนของสัปดาห์ คุณครูแสดงความคิดเห็นว่า นักเรียนรู้สึกเหนื่อยและเบื่อหน่ายในห้องเรียน หลังจากดูโทรทัศน์จนดึก การพักผ่อนนอนหลับเป็นสิ่งจำเป็นที่ร่างกายต้องการอย่างยิ่ง เพื่อเสริมสร้างระบบการเจริญเติบโต อีกทั้งยังเป็นความต้องการทางด้านจิตใจซึ่งรวมถึงการฝันขณะหลับ การฝันหลังจากดูโทรทัศน์อาจเป็นการรบกวนและทำลายสุขภาพจิตด้วยภาพติดตาจากโทรทัศน์หรืออาจเป็นสาเหตุของการฝันร้าย

จากการวิจัยของ Hilary Jackson สอดคล้องกับนักวิจัยมหาวิทยาลัยมิชิแกน (Anderson, Huston, Schmitt, Linebarger และ Wright, 2001) พบว่า หากตื่นนอนในห้องที่มีโทรทัศน์และใช้เวลานานกว่า 2 ชั่วโมงต่อวัน หน้าจอโทรทัศน์ จะมีอัตราเสี่ยงต่อโรคอ้วนเมื่ออายุ 3 ปี หรือ 4 ปีครึ่ง ผลกระทบอาจเกิดขึ้นกับผู้ใหญ่ได้เช่นกัน รายการโทรทัศน์ช่วงวันหยุดในวัยเด็ก อาจส่งผลกระทบต่อน้ำหนักที่มากเกินไปในช่วงวัยผู้ใหญ่

นักวิจัยได้ทำการสืบค้น ไม่ว่าจะเป็นการอดอาหาร การออกกำลังกาย หรือการชมโทรทัศน์ ซึ่งอาจทำลายสุขภาพได้ในช่วงระหว่าง 3-7 ปี พบว่า สุขภาพร่างกายกับการดูโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันในการก่อให้เกิดโรคอ้วน โทรทัศน์คือตัวแปรสำคัญกว่าการอดอาหาร เด็กที่ดูโทรทัศน์มักจะเฉื่อยช้า และมักจะมึนงงระหว่างการดูโทรทัศน์

โฆษณาโทรทัศน์จำนวนมาก สร้างนิสัยการกินที่ไม่ดีให้กับเด็ก 2 ใน 3 ของโฆษณา 20,000 เรื่อง ที่เด็กๆ ได้รับชมในแต่ละปี มักจะเป็นเรื่องอาหาร และเป็นอาหารที่มีน้ำตาลสูง และยังพบว่า รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาที่ไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการก็ยิ่งทำให้กิจกรรมการออกกำลังกายในชีวิตประจำวันของเด็กลดน้อยลง เพราะขณะดูโทรทัศน์ กระบวนการทำงานในร่างกายจะลดต่ำกว่าการพักผ่อนในรูปแบบอื่น นั่นคือ เราจะเผาผลาญสารอาหารในร่างกายได้น้อยลงขณะดูโทรทัศน์ น้อยกว่าการนั่งนิ่งๆ เงียบๆ หรือไม่ทำอะไรเลย อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม มักใช้เด็กเป็นกลุ่มเป้าหมาย สินค้าส่วนใหญ่ที่นำเสนอเด็กมักมีแคลอรีสูง น้ำตาล เกลือ และไขมันมาก แต่มีพลังงานต่ำ ผลการศึกษา พบว่า การลดน้ำหนักจะประสบความสำเร็จในวัยก่อนผู้ใหญ่ด้วยการหยุดดูโทรทัศน์

มีงานวิจัยเรื่องหนึ่งศึกษาผู้ใหญ่วัย 25 ปี กับปริมาณการดูโทรทัศน์ พบว่า 17% เป็นโรคอ้วน 15% มีคอเลสเตอรอลสูง 17% สูบบุหรี่ และ 15% ขาดการออกกำลังกาย ซึ่งเกิดขึ้นจากการดูโทรทัศน์มากกว่า 2 ชั่วโมงต่อวันขณะเป็นเด็กและวัยรุ่น

Condry (1989) ศึกษาเรื่องการเลียนแบบพฤติกรรมโอดโพนจากโทรทัศน์ของเด็ก พบว่า การดูโทรทัศน์ก่อให้เกิดปัญหาด้านการนอน กล่าวคือ การดูโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการนอน และปัญหาการนอนระหว่างเด็กและวัยรุ่น ตารางเวลาการนอนเป็นสิ่งสำคัญเพื่อสุขภาพ การศึกษาพบว่า ทารกและเด็กเล็กที่ดูโทรทัศน์จะมีตารางการนอนที่ผิดปกติ งานวิจัยจำนวนมากต้องการศึกษาว่าการดูโทรทัศน์เป็นสาเหตุใช่หรือไม่ วัยรุ่นที่ดูโทรทัศน์วันละ 3 ชั่วโมงหรือมากกว่านั้น มีอัตราเสี่ยงต่อปัญหาการนอนสูง เมื่อเข้าสู่ผู้ใหญ่ตอนต้น

### 3.2 ผลกระทบต่อการพัฒนาระดับสติปัญญา

ผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาและการพัฒนาเด็ก แสดงความเป็นห่วงผลกระทบของการขาดความรู้ที่อาจจะเกิดกับสมองเด็กที่ดูโทรทัศน์ งานวิจัยหลายเรื่องรายงานว่า เด็กขาดการพัฒนาด้านระดับสติปัญญาในทิศทางที่ควรจะเป็น และพบได้มากในเด็กที่มีเปิดรับโทรทัศน์ในเกณฑ์สูง

Bryce Gyngell ([www.labouroflove.org](http://www.labouroflove.org)) อดีตประธานศาลชำระความสถานีกระจายเสียงของประเทศออสเตรเลีย กล่าวว่า โทรทัศน์สามารถกระทำต่อสมองทั้งด้านขวาและด้านซ้าย ในที่สุดจะทำให้กลายเป็นคนโง่ เมื่อสมองเริ่มส่งสัญญาณของอาการมินชา

โดยปกติ สมองด้านซ้ายจะเกี่ยวข้องกับการคิดอย่างมีเหตุผล ไม่ว่าเราจะเป็นคนโง่ หรือฉลาด ที่สามารถเข้าใจในหลายๆเรื่อง ล้วนเป็นผลลัพธ์จากคลื่นสมองเบตา ซึ่งเกิดจากการทำงานของสมองด้านซ้าย ทำให้มนุษย์สามารถติดต่อสื่อสารและคิดวิเคราะห์สิ่งต่างๆ ซึ่งแตกต่างจากสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมประเภทอื่นๆ

นักวิจัยพบว่า เมื่อปุ่มเปิดของโทรทัศน์ถูกทำงาน สมองด้านซ้ายของผู้ชมก็จะถูกปิดทันที ขณะที่สัญญาณ 300,000 จุดเล็กๆสร้างภาพบนจอโทรทัศน์จะพุ่งตรงไปสู่สมองด้านขวา สลับจากคลื่นเบตาสู่คลื่นอัลฟา ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการนอน แต่นั่นมิได้หมายความว่า ข้อมูลข่าวสารไม่มีความหมายอะไรในสมองเลย ในทางตรงกันข้าม สมองรับรู้ข้อมูลทุกอย่างจากโทรทัศน์ จนกระทั่งไม่สามารถวิเคราะห์ประเมินผลข้อมูลใดๆจากแหล่งอื่น

แนวคิดดังกล่าวสามารถประยุกต์ใช้กับเด็กๆที่มีได้รับข้อมูลข่าวสารและกระบวนการด้านเหตุและผลเช่นเดียวกันกับผู้ใหญ่ การคาดหวังว่าเด็กจะมองเห็น และได้รับประสบการณ์จากการ์ตูนในทิศทางเดียวกันกับผู้ใหญ่ นับเป็นการทำลายพัฒนาการของมนุษย์ อะไรที่เราดูแล้วคิดว่าสนุก ตลก เป็นเรื่องราวที่ไม่มีอันตราย อาจถูกตีความในทิศทางที่แตกต่างกันไป หากเด็กได้ดู คงไม่มีใครตอบได้ว่า เมื่อเด็กๆได้เปิดรับข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นแล้ว เขานำมันไปใช้อย่างไร เขาใช้เลนส์แบบไหนในการมองดูโลกภายนอก และเกิดค่านิยมใดๆอีกด้วยหรือไม่

Journal of Advertising Research ([www.labouroflove.org](http://www.labouroflove.org)) เปรียบเทียบการทำงานของสมองขณะอ่านหนังสือพิมพ์กับดูโทรทัศน์ พบว่า การตอบสนองของสมองมีความแตกต่างกัน การทำงานของสมองขณะอ่านหนังสือพิมพ์ เป็นไปในลักษณะของผู้กระทำ (Active) ขณะที่การทำงานของสมองขณะดูโทรทัศน์ เป็นไปในลักษณะของผู้ถูกระทำ (Passive)

นักวิจัยจาก National University of Canberra ([www.labouroflove.org](http://www.labouroflove.org)) พบว่า ยิ่งนั่งหน้าจอโทรทัศน์นานเท่าใด คลื่นสมองจะยิ่งทำงานช้าลงเท่านั้น เมื่อเปิดโทรทัศน์ สมองจะเริ่มทำงานโดยเก็บข้อมูลต่างๆไว้ในหน่วยความจำ ซึ่งมีไขการเรียนรู้ด้วยสติสัมปชัญญะใดๆ หากเป็นการเรียนรู้

แบบซึมซับจากข้อมูลที่ถูกบันทึกไว้แล้วในโทรทัศน์ ภาพลักษณ์ของความรุนแรงมากมาย ค่านิยมด้านศีลธรรมที่ยังคงเป็นคำถามที่ไม่มีคำตอบ จะถูกเก็บไว้ในจิตใจได้สำนึก แม้เราอาจเห็นว่า ไม่มีอันตรายใดๆ แต่ชาวฮอลลีวูดมีความเห็นว่า เด็กจะมีกระบวนการด้านข้อมูลข่าวสารไม่เหมือนกันกับผู้ใหญ่

จากการศึกษาของศาสตราจารย์ Matthew Gentzkow และ Dr. Jesse Shapiro มหาวิทยาลัยชิคาโก (The National Literacy Trust) พบว่า เด็กก่อนวัยเรียนที่ดูโทรทัศน์พอประมาณ จะประสบความสำเร็จด้านการศึกษามากกว่าเด็กที่ดูโทรทัศน์มากๆ นักเศรษฐศาสตร์กล่าวเสริมว่า เด็กที่ดูโทรทัศน์น้อย มักมาจากครอบครัวที่มีฐานะร่ำรวย มักเป็นเด็กที่ชอบไปโรงเรียน และทำให้ประสบความสำเร็จด้านการศึกษามากกว่า

### 3.3 ผลกระทบต่อการใช้ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ

การฝึกให้เป็นเด็กที่มีความคิดสร้างสรรค์ จะทำให้เขามีมุมมองที่แตกต่างจากคนอื่น กล้าคิดนอกกรอบ ทำให้สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ที่แตกต่าง และนำมาซึ่งความสำเร็จในเรื่องต่างๆ ความเบื่อหน่าย คือ ช่องที่ว่างเปล่าของความคิดสร้างสรรค์ เมื่อเด็กต้องการใช้เวลาว่างกับการเล่น ก็มักถูกผู้ใหญ่คิดค้นโปรแกรมต่างๆ ให้เด็กเล่น เพียงเพื่อต้องการขายของให้เด็กๆ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ ที่ถูกคิดค้นไว้เป็นที่เรียบร้อย ทำให้เด็กไม่มีโอกาสใช้จินตนาการแต่อย่างใด

ยิ่งกว่านั้น ความสามารถในการสร้างจินตนาการของเด็กมักจะบดบังพร่อง ขณะที่เด็กได้รับการขัดเยียดจากโทรทัศน์ กระบวนการสร้างภาพในจิตใจเป็นพัฒนาการของความฉลาดและความคิดสร้างสรรค์ การศึกษาที่มุ่งเน้นผลกระทบของโทรทัศน์ที่มีต่อการแก้ปัญหาด้านการใช้ความคิดสร้างสรรค์ พบว่า การดูโทรทัศน์มากเกินไปจะทำให้ความตั้งใจ ความมุ่งมั่น และความอดทนลดน้อยลง

### 3.4 ผลกระทบต่อการรับรู้ความจริง

การใช้เวลาดูโทรทัศน์นานๆจะทำลายระบบการรับรู้ความจริง อาจเนื่องมาจากการเปิดรับความรุนแรงในสังคมมากจนเกินไป ซึ่งเป็นรูปแบบการนำเสนอพฤติกรรมรุนแรงที่มากเกินไปจนความเป็นจริงในรายการโทรทัศน์ (ความถี่การนำเสนอความรุนแรงในรายการเด็กมีมากกว่ารายการของผู้ใหญ่ถึง 6 เท่า) (Hilary Jackson 2004) รายการเด็กมักจะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความรุนแรง โดยเฉลี่ยแล้วมากถึง 5 เท่าของเนื้อหารายการโทรทัศน์ช่วงขอดนินยที่มีคนดูมากๆ มีฉากความรุนแรงถึง 20 ฉากต่อชั่วโมง เปรียบเทียบกับรายการช่วงเวลาอื่นที่มีเพียง 5 ฉากต่อชั่วโมง เมื่อเด็กอายุถึง 12 ปี เขาจะพบเห็นอาชญากรรมมากกว่า 8,000 ครั้งในโทรทัศน์ ([www.med.umich.edu](http://www.med.umich.edu))

จากการศึกษาของ Chen (1994) พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่จะเป็นกังวลเกี่ยวกับเรื่องเนื้อหา และผลกระทบด้านความรุนแรงที่เกิดขึ้นกับเด็ก สิ่งอันตรายที่ทำให้ความรุนแรง ไม่เพียงแค่อนือหาในละครของผู้ใหญ่เท่านั้น แต่รายการตลก การ์ตูน หรือแม้แต่รายการข่าว ก็ล้วนสร้างความรุนแรงได้เช่นกัน งานวิจัยทางจิตวิทยาที่ศึกษาในช่วง 20 ปี ได้รวบรวมผลการศึกษเกี่ยวกับผลกระทบจากการชมความรุนแรงทางสื่อโทรทัศน์ได้ 3 ประการ ดังนี้

- 1) เด็กมีความรู้สึกต่อความเจ็บปวด และทรมานลดน้อยลงทั้งในโทรทัศน์ และชีวิตจริง
- 2) เด็กเกิดความหวาดกลัวสิ่งต่างๆ รอบตัวมากขึ้น และ
- 3) เด็กมีพฤติกรรมก้าวร้าว และทำอันตรายผู้อื่นมากขึ้น

เด็กๆเลียนแบบพฤติกรรมความรุนแรงจากโทรทัศน์ โดยเฉพาะที่ได้เห็นจากพฤติกรรมของพระเอก และได้เห็นว่า ใช้ความรุนแรงแล้วทำให้ได้มาในสิ่งที่ต้องการ (มักพบในรายการที่แสดงถึงอาชญากรรมของผู้ใหญ่) จากผลกระทบดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงเสนอว่าควรตีกรอบความรุนแรงที่เด็กจะได้รับจากโทรทัศน์

The American Academy of Pediatrics ([www.med.umich.edu](http://www.med.umich.edu)) เสนอผลงานวิจัยว่า พบหลักฐานความรุนแรงในสื่อสามารถทำให้เกิดพฤติกรรมก้าวร้าว ไร้ความรู้สึกต่อความรุนแรง ฝันร้าย และกลัวการถูกทำร้าย โดยเฉพาะแล้วเด็กอเมริกันพบเห็นการแสดงความรุนแรง 200,000 ครั้ง และการฆาตกรรม 16,000 ครั้งจากโทรทัศน์ เมื่ออายุครบ 18 ปี 2 ใน 3 ของจำนวนรายการทั้งหมด มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับความรุนแรง พบความรุนแรงในรายการเด็กมากกว่ารายการของผู้ใหญ่

พฤติกรรมรุนแรงในโทรทัศน์ส่วนใหญ่ ไม่ได้รับการลงโทษ และมักผสมความตลกขบขัน ผลลัพธ์จากความทรมาน หรือการสูญเสียมักไม่ถูกกล่าวถึง รายการโชว์มักนำเสนอความรุนแรง และสนับสนุนความรุนแรงให้เป็นเรื่องตลก และเป็นวิธีการที่ทำให้คุณได้มาซึ่งสิ่งที่คุณต้องการ โดยไม่พุดถึงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นในภายหลัง

เด็กอายุต่ำกว่า 8 ปี ไม่สามารถแยกแยะระหว่างความจริงกับจินตนาการ ทำให้พวกเขารับรู้พฤติกรรมรุนแรงเหล่านั้นได้โดยง่าย การดูการ์ตูนแรงๆ ทำให้เด็กขาดความรู้สึกต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นกับเหยื่อ หรือความเจ็บปวดที่เกิดจากความรุนแรงนั้น การดูโทรทัศน์ที่นำเสนอความรุนแรงจะเกิดผลระยะยาว

ข้อมูลการศึกษาจาก AAP พบว่า รายการเพื่อการศึกษา ช่วยให้เด็กมีภูมิคุ้มกันผลกระทบในเชิงลบและความรุนแรงในโทรทัศน์ การศึกษาบางเรื่องเสนอว่า เด็กที่เปิดรับรายการเพื่อการศึกษา จะมีพฤติกรรมรุนแรงน้อยกว่าดูโทรทัศน์รายการอื่นๆ โดยเฉพาะรายการที่มีความรุนแรง ดังนั้น ควรสอนเด็กให้เปิดรับสื่ออย่างปลอดภัย

Chen (1994) แนะนำให้ผู้ปกครองดูโทรทัศน์กับเด็กๆ หากรายการมีความรุนแรง ผู้ปกครองสามารถพูดคุยกับเด็กว่า เกิดอะไรขึ้นกับเนื้อหาเหล่านั้น เพื่อเป็นการสอนให้เด็กได้เรียนรู้ รู้ว่าเด็กกำลังดูอะไร ตัดสินใจเลือกรายการที่เหมาะสมกับอายุ และบุคลิกภาพของเด็ก แล้วกำหนดเป็นกฎให้ปฏิบัติตามนั้น เพื่อเป็นการลดปริมาณเด็กที่ดูความรุนแรงในโทรทัศน์ อาจต้องพูดคุยกับผู้ปกครองของเพื่อนลูกด้วย เพื่อสร้างกฎเกณฑ์ที่ยอมรับร่วมกัน

เด็กจะพบเห็น โลกในมุมที่น่ากลัว และดูดซับความรุนแรงจากสิ่งเร้าที่นำเสนอในโทรทัศน์จนกลายเป็นโลกในชีวิตจริงของพวกเขา อาการที่ตื่นตระหนกจากเนื้อเรื่องในโทรทัศน์ รวมไปถึงการฝันร้าย การหวาดกลัว การอยู่โดดเดี่ยว ถูกเพื่อนทอดทิ้ง และการไม่ได้ไปโรงเรียน ความกลัวที่เกิดจากโทรทัศน์ สามารถทำให้เด็กมีปัญหาด้านการนอน

การดูสิ่งที่น่ากลัว เช่น สัตว์ประหลาดที่ดุร้าย โดยเฉพาะเด็กในช่วงอายุ 2 - 7 ปี การบอกเด็กว่า ภาพที่เห็นไม่ใช่เรื่องจริง จะไม่บังเกิดผลใดๆ กับเด็กอายุต่ำกว่า 8 ปี เพราะเขาไม่สามารถแยกแยะโลกในจินตนาการ กับโลกแห่งความเป็นจริงได้ เด็กจำนวนมากที่ดูหนังสยองขวัญ รู้สึกเสียใจ เพราะเนื้อหาทำให้พวกเขาตื่นตระหนก

Condry (1989) พบว่า เด็กอายุ 8 - 12 ปีที่นิยมดูความรุนแรง มักหวาดกลัวว่าพวกเขาอาจตกเป็นเหยื่อของความรุนแรง หรือภัยพิบัติตามธรรมชาติต่างๆ พระเอก หรือดาราที่เด็กๆ นิยมมักเป็นผู้แสดงพฤติกรรม แม้ผู้ปกครองจะสอนเด็กว่า การตีหรือใช้กำลังเป็นเรื่องไม่ดี แต่โทรทัศน์กลับสอนเด็กว่า มันเป็นเรื่องปกติ หากพระเอกจะตะต่อย หรือใช้กำลังต่อสู้ หรือแม้แต่ผู้ร้าย โทรทัศน์ก็ไม่เคยนำเสนอผลของการกระทำหรือบทลงโทษพฤติกรรมเหล่านี้

นักวิจัยจากมหาวิทยาลัยมิชิแกน ทำการศึกษาเรื่องความรุนแรงกับเด็กมา 15 ปี (Anderson, Huston, Schmitt, Lineberger and Wright (2001) พบว่า เด็กที่ดูความรุนแรงในโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมก้าวร้าว และรุนแรง เมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่ อีกนัยหนึ่ง นักวิจัยทำการศึกษาเป็นเวลา 15 ปี พบว่า เด็กวัยรุ่นชายที่เติบโตมาหน้าจอโทรทัศน์ จะมีพฤติกรรมนิยมความรุนแรงมากกว่าเด็กที่ดูโทรทัศน์น้อย

Cyndy Scheibe (2000) ทำการรวบรวมงานวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์และเด็ก Cyndy ได้รวบรวมข้อแนะนำในการดูโทรทัศน์สำหรับเด็ก ดังนี้

1) ปกติแล้วเด็กมักจะเริ่มสนใจดูโทรทัศน์ตั้งแต่อายุ 2 ปี การพัฒนานิสัยการดูโทรทัศน์ตั้งแต่เด็กๆ ย่อมจะดีกว่าการปล่อยให้เด็กดูโทรทัศน์กันเองจนโตแล้วถึงไปห้ามพวกเขา

2) กำหนดระยะเวลาที่ให้เด็กดูโทรทัศน์ในแต่ละวันหรือสัปดาห์ โดยอาจให้มีการยืดหยุ่นได้ในบางกรณี ปกติแล้ว การดูโทรทัศน์วันละ 4 ชั่วโมง (ทั้งเด็กและผู้ใหญ่) ก็มากพอแล้ว ผู้ปกครองส่วนใหญ่มักจะกำหนดเวลาให้เด็กดูโทรทัศน์ได้เฉลี่ยวันละไม่เกิน 2 ชั่วโมง แต่ในทางปฏิบัติอาจจะมากหรือน้อยกว่านี้ มีผู้ปกครองคนหนึ่งคิดค้น “TV Chips” เพื่อแจกให้เด็กในแต่ละสัปดาห์ เด็กจะต้องนำ Chip กลับไปคืน 1 ชิ้นทุกๆ ครั้งชั่วโมงที่เด็กได้ดูโทรทัศน์

3) ควรสนับสนุนให้เด็กได้ดูรายการดีๆ แทนที่จะดูรายการให้เด็กดู โดยเฉพาะหากมีการกำหนดระยะเวลาที่จะให้เด็กดูโทรทัศน์ ควรเสนอรายการต่างๆ ให้เด็กเลือกดู เพราะจะทำให้เด็กได้ฝึกฝนการเป็นผู้บริโภคที่กระทำต่อสื่อ

4) ไม่ควรใช้โทรทัศน์เป็นอุปกรณ์ในการประกอบกิจกรรมยามว่างของครอบครัว และไม่ควรรู้ใช้โทรทัศน์เป็นพี่เลี้ยงให้อยู่กับเด็กตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม อาจใช้ได้บ้างในบางเวลา โดยเฉพาะกรณีฉุกเฉิน เพราะโทรทัศน์สามารถปฏิบัติการแทนพี่เลี้ยงได้

5) พยายามดูโทรทัศน์กับเด็ก และพูดคุยกับเขาในสิ่งที่เห็นจากโทรทัศน์ให้มากที่สุด กระตุ้นให้เด็กได้คิดหาคำตอบจากรายการต่างๆ รวมทั้งภาพยนตร์โฆษณา แล้วแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเด็ก หากเป็นรายการที่เราไม่ต้องการให้เด็กดู ควรอธิบายเหตุผลให้เด็กได้รับทราบ อาจจะดูร่วมกันสักครั้ง แล้วชี้ให้เห็นถึงเนื้อหาที่เราไม่ต้องการให้เด็กได้รับรู้ หากไม่มีเวลาดูโทรทัศน์ร่วมกับเด็ก ควรชวนเขาคุยเกี่ยวกับรายการที่เขาได้ดูในเวลาอื่นๆ ก็ได้ ข้อสำคัญก็คือ ไม่ควรหยุดยั้งการแสดงความคิดเห็นของเด็กเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ แต่ควรให้เขาได้แสดงออกแม้ว่าจะเป็นความคิดเห็นที่ขัดแย้งกันกับผู้ปกครองก็ตาม

6) สนับสนุนให้เด็กดูรายการที่แสดงถึงการให้ความช่วยเหลือ ความห่วงใย และความร่วมมือกัน เพื่อช่วยให้เด็กได้เปิดรับพฤติกรรมที่ยอมรับในสังคม อย่างไรก็ตาม ผู้ใหญ่ควรพูดคุยถึงประเด็นต่างๆ ในรายการเหล่านั้นด้วย เพราะเด็กอาจไม่เข้าใจในสิ่งที่เขาได้เห็น โดยเฉพาะหากเด็กไม่ชอบรายการที่ดูอยู่นั้น

7) จัดสรรกิจกรรมการอ่านและการดูโทรทัศน์ให้เท่าเทียมกัน เด็กอาจจะสืบค้นรายการโทรทัศน์ได้จากหนังสือในห้องสมุด หรือติดตามรายการโปรดจากหนังสือพิมพ์ที่มีตีพิมพ์เรื่องราวของรายการนั้น หรือการรู้ตอนจบของหนังหรือละครที่ดูอยู่จากการอ่านหนังสือ จะทำให้เด็กได้รับประสบการณ์เพิ่มมากขึ้น

8) ช่วย让孩子ได้รับชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ อย่างสมดุล (รายการเพื่อการศึกษา รายการตลก รายการศิลปะ รายการกีฬา ฯลฯ) ปล่อยให้เด็กดูโทรทัศน์ร่วมกับเด็กในรายการใหม่ๆ ที่เขาต้องการ อย่าคิดว่ารายการที่ไม่มีความรุนแรงจะปลอดภัยสำหรับเด็กๆ เสมอไป

9) ซึ่งให้เห็นถึงตัวอย่างที่ดีในรายการที่แสดงถึงความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เพื่อให้สังคมดีขึ้น บทบาทของผู้หญิงที่สามารถประสบความสำเร็จได้ทั้งหน้าที่การงานและที่บ้าน หรือคนสูงอายุที่ยังกระฉับกระเฉง มีความคิดอ่านอย่างฉลาด เนื่องจากคนทั้ง 3 กลุ่ม (แตกต่างทางวัฒนธรรม สตรี และคนชรา) มักถูกนำเสนอในแง่ลบ

10) ทุกครั้งที่มีฉากความรุนแรงปรากฏหน้าจอโทรทัศน์ ควรพูดคุยกับเด็กๆ โดยเฉพาะสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมเช่นนั้น ไม่ว่าเด็กๆ จะคิดว่าเป็นพฤติกรรมที่ผิดหรือถูก หรือไม่ว่าเขาจะคิดว่ามันอาจเกิดขึ้นในโลกแห่งความเป็นจริงได้หรือไม่ก็ตาม ที่สำคัญควรทราบถึงความเข้าใจของเด็กก่อนที่จะให้ข้อแนะนำใดๆ เด็กอาจไม่ได้รับรู้เรื่องเดียวกันกับสิ่งที่โทรทัศน์นำเสนอเฉกเช่นที่ผู้ใหญ่รับรู้ก็เป็นได้

11) หากผู้ปกครองไม่ต้องการให้เด็กๆ ดูโทรทัศน์นานๆ ผู้ปกครองก็ไม่ควรทำตัวอย่างให้เด็กเห็น เด็กจะเรียนรู้จากสิ่งที่ผู้ปกครองกระทำมากกว่าสิ่งที่เห็นจากโทรทัศน์

นอกจากผลกระทบทางด้านความรุนแรงที่มีต่อเด็กซึ่งสร้างความกังวลใจให้กับผู้ปกครองแล้ว ผลกระทบของโฆษณาในรายการโทรทัศน์ที่มีต่อเด็กเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่สังคมให้ความสำคัญและห่วงใย The American Academy of Pediatrics ([www.med.umich.edu](http://www.med.umich.edu)) ระบุว่า เด็กอเมริกัน พบเห็นงานโฆษณา 40,000 ชิ้นในแต่ละปี ตั้งแต่อาหารเร่งด่วนไปจนถึงโฆษณาของเล่น ระหว่างการดูในช่วงเช้าวันเสาร์ ทำการส่งเสริมการขายโดยใช้กล่องซีรียลเป็นจุดดึงดูดสำหรับเด็ก มันจะกลายเป็นสิ่งที่พวกเขาทุกคนต้องมีภาพลักษณ์เหล่านั้นและดูน่าสนใจกว่าความเป็นจริง

เด็กอายุต่ำกว่า 8 ปี จะไม่เข้าใจว่า การโฆษณาเป็นไปเพื่อการขายสินค้า เด็กอายุต่ำกว่า 6 ปี ไม่สามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างรายการโทรทัศน์ กับ โฆษณาทางโทรทัศน์ โดยเฉพาะเมื่อดาราคนโปรดของเขาไปเป็นพิธีเซ็นเตอร์งานโฆษณา แม้ว่าจะเป็นเด็กโตที่มีอายุมากแล้วก็ตาม ยังต้องการคนบอกเตือนถึงวัตถุประสงค์ของการโฆษณา

แน่นอนที่สุดว่า ข่าวสารทางการตลาดเหล่านี้จะถูกกำจัดทิ้งไปจากโทรทัศน์ไม่ได้เลย ผู้ปกครองคงทำได้เพียงปิดโทรทัศน์หรือจำกัดเวลาดูโทรทัศน์ให้เด็ก แต่กระนั้น เด็กก็ยังได้รับรู้งานโฆษณา

สิ่งที่ผู้ปกครองจะทำได้คือ การสอนเด็กให้เป็นผู้บริโภคที่ปลอดภัยด้วยการพูดคุย ให้พวกเขา รู้จักสินค้าที่กำลังปรากฏบนหน้าจอโทรทัศน์ อาจตั้งเป็นประโยคคำถาม เช่น “หนูชอบอะไรในนั้นบ้าง?” “หนูคิดว่าของจริงจะดูตัวอย่างที่เห็นในโทรทัศน์หรือไม่?” และ “หนูคิดว่ามันมีประโยชน์ต่อร่างกายไหม?”



การพูดอธิบายทุกครั้งที่ได้ตั้งคำถามเกี่ยวกับสิ่งที่เขาเห็นในโฆษณาว่ามันเป็นเพียงงานโฆษณาที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อกระตุ้นให้คนเกิดความต้องการ และมักทำให้เราเข้าใจไปว่า ถ้ามีมันแล้วจะทำให้เรามีความสุขมากขึ้น พูดให้เด็กเข้าใจว่า สิ่งของในโลกแห่งความเป็นจริงจะไปอยู่ในโลกของการรับรู้ได้อย่างไร AAP เสนอแนะให้จำกัดการเปิดรับโฆษณาทางโทรทัศน์ ดังนี้

- ให้เด็กดูรายการจากสถานีของสาธารณะ (บางรายการอาจมีผู้อุปถัมภ์จากหลากหลายบริษัท แม้ว่าจะไม่มีการขายสินค้าอย่างชัดเจน)
- บันทึกรายการโดยปราศจากงานโฆษณา
- ช้อหรือเช่าวีดิโอ หรือ ดีวีดี ให้เด็กชม

จากผลงานการวิจัยที่ได้ค้นคว้าข้างต้นสรุปได้ว่า มีการวิจัยหลายเรื่องให้เห็นว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีผลต่อเด็กในพัฒนาการทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ซึ่งการชมโทรทัศน์ที่จะทำให้เกิดการเรียนรู้ที่เหมาะสม ก็ควรมีความตระหนักถึงระยะเวลาการชม เนื้อหาที่พึงระวังทั้งเนื้อหาในรายการและภาพยนตร์โฆษณาด้วย

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

#### วิธีการศึกษา

การศึกษารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ใช้การวิจัยแบบวิเคราะห์เนื้อหา(Content Analysis)โดยมีรายละเอียดของการศึกษา ดังนี้

#### ก. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจากกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. สถานีโทรทัศน์ที่ทำการศึกษา คือ สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวี ซึ่งได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ทีวี ( ช่อง9) สถานีโทรทัศน์NBT ( ช่อง 11) และสถานีโทรทัศน์ THAI PBS

2. รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก คือ รายการโทรทัศน์ที่มีกลุ่มผู้ชมเป้าหมายเป็นเด็กที่มีช่วง อายุระหว่าง 3-12 ปี เป็นรายการที่ถูกจัดระดับความเหมาะสมรายการเป็น “ด” และ “ป” รวมทั้งรายการประเภท “ท” ที่สามารถระบุได้แน่ชัดว่ามีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กวัย 3-12 ปี

3. โฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก คือ ภาพยนตร์โฆษณาและโฆษณาแฝงที่ออกอากาศในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

#### ข. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการบันทึกรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศ ทั้ง 6 ช่องสถานี ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นเวลา 1 สัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 24 - 30 กรกฎาคม พ.ศ.2551 หลังจากนั้นทำการคัดเลือกศึกษาเฉพาะรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

#### ค. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

1. เครื่องเล่นดีวีดี และแผ่นดีวีดี สำหรับการบันทึกรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทั้ง 6 สถานี เป็นเวลา 1 สัปดาห์

2. แบบเก็บข้อมูล สร้างแบบเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการบันทึกรายละเอียดเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก และโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

## ง. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก และโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

ขั้นที่ 1 วิเคราะห์แยกรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กออกจากรายการโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ

ขั้นที่ 2 วิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

ขั้นที่ 3 วิเคราะห์การโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

ขั้นที่ 1 วิเคราะห์แยกรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กออกจากรายการโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ

เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาขั้นแรก เพื่อแยกรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจากรายการประเภทอื่นๆ ทั้งนี้ใช้เกณฑ์การพิจารณาว่ารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก คือ รายการที่มีลักษณะดังนี้

- รายการ “ป” เป็นรายการสำหรับเด็กปฐมวัย ผลิตขึ้นสำหรับผู้ชมในวัย 3-5 ปี
- รายการ “ด” เป็นรายการสำหรับเด็ก ผลิตขึ้นสำหรับผู้ชมในวัย 6-12 ปี
- รายการ “ท” เป็นรายการสำหรับผู้ชมทั่วไป ที่สามารถระบุได้แน่ชัดว่ามีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กวัย 3-12 ปี

ขั้นที่ 2 วิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

ในการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กแบ่งเป็น 6 ประเด็น คือ

1. ลักษณะทั่วไปของรายการ ได้แก่ ชื่อรายการ บริษัทผู้ผลิตรายการ ช่องที่ออกอากาศ วัน และเวลาที่ออกอากาศ

2. ลักษณะเนื้อหาของรายการการพิจารณาถึงเนื้อหาของรายการว่าเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เน้นด้านใดเป็นหลัก แบ่งเป็น

- รายการบันเทิง เป็นรายการที่เน้นเนื้อหาเพื่อความบันเทิงเป็นหลัก
- รายการความรู้ เป็นรายการที่ผลิตขึ้นมาเพื่อให้ความรู้และสาระแก่ผู้ชม
- รายการสาระบันเทิง เป็นรายการที่นำเสนอสาระควบคู่ไปกับความบันเทิง

3. ประเภทความรู้ที่นำเสนอในรายการโทรทัศน์ ปรับจากเกณฑ์การวิเคราะห์เนื้อหาของรายการของ Fiske (อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ 2547:389) ที่แบ่งความรู้เป็น 2 ประเภท คือ

3.1 ความรู้ที่เป็นข้อเท็จจริง (Factual Knowledge) ได้แก่บรรดาความรู้ที่เป็นข้อเท็จจริงต่างๆ ความรู้ดังกล่าวอาจจะได้มาจากการเรียนในโรงเรียน หรือจากประสบการณ์ชีวิต ยังมีกรแบ่งความรู้ที่เป็นข้อเท็จจริงย่อย เป็น 2 ประเภท คือ

- ข้อเท็จจริงที่เป็นวิชาการ (Academic Knowledge) ได้แก่ ข้อเท็จจริงที่ต้องเรียนรู้จากตำรา และโรงเรียนเป็นส่วนใหญ่ เมื่อพิจารณาตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ.2544 ของ กระทรวงศึกษาธิการที่จัดกลุ่มสาระการเรียนรู้ เป็น 8 กลุ่ม ได้แก่

- 1) ภาษาไทย
- 2) คณิตศาสตร์
- 3) วิทยาศาสตร์
- 4) สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม
- 5) สุขศึกษาและพลศึกษา
- 6) ศิลปะ
- 7) การงานอาชีพและเทคโนโลยี
- 8) ภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ)

- ข้อเท็จจริงที่เป็นความรู้รอบตัว (Everyday Knowledge) เช่น ราคาสินค้า เพลงที่ได้รับความนิยม เป็นต้น

3.2 ความรู้ที่เกี่ยวกับมนุษย์ (Human Knowledge) เป็นความรู้ที่เกี่ยวกับมนุษย์ในสังคมมากกว่า จะเป็นข้อเท็จจริง อันที่จริง ความรู้แบบนี้ไม่มีผิดหรือถูกในตัวเองและไม่ใช่ว่าความรู้ที่จะมีการ สอนอย่างเป็นทางการ แต่เกิดจากการสังเกตลักษณะของบุคคล เช่น ชีวิตการเรียน การจัดสรร เวลา เป็นต้น

4. คุณธรรม การพิจารณาคุณธรรมที่นำเสนอในรายการโทรทัศน์เด็ก พิจารณาถึง 8 คุณธรรม พื้นฐานที่ควรเร่งปลูกฝังตามนโยบายเร่งรัดการปฏิรูปการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ

4.1 ขยัน คือ ความตั้งใจเพียรพยายามทำหน้าที่การทำงานอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ อดทน ความ ขยันต้องปฏิบัติควบคู่กับการใช้สติปัญญา แก้ปัญหาจนเกิดผลสำเร็จ

4.2 ประหยัด คือ การรู้จักเก็บออม ถนอมใช้ทรัพย์สิน สิ่งของแต่พอควรพอประมาณ ให้เกิด ประโยชน์คุ้มค่า ไม่ฟุ่มเฟือย ฟุ้งเฟ้อ

4.3 ซื่อสัตย์ คือ ประพฤติตรงไม่เอินเอียงไม่มีเล่ห์เหลี่ยมมีความจริงใจ ปลอดจากความรู้อี้อก ล้ำเอียงหรืออคติ

4.4 มีวินัย คือ การยึดมั่นในระเบียบแบบแผน ข้อบังคับและข้อปฏิบัติ ซึ่งมีทั้งวินัยในตนเอง และวินัยต่อสังคม

4.5 สุภาพ คือ เรียบร้อย อ่อนโยน ละมุนละม่อม มีกิริยามารยาทที่ดีงาม มีสัมมาคารวะ

4.6 สะอาด คือ ปราศจากความมัวหมองทั้งกายใจ และสภาพแวดล้อม ความผ่อนคลาย เป็นที่เจริญตา ทำให้เกิดความสบายใจแก่ผู้พบเห็น

4.7 สามัคคี คือ ความพร้อมเพรียงกัน ความกลมเกลียวกัน ความปรองดองกัน ร่วมใจกัน ปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามที่ต้องการเกิดงานการอย่างสร้างสรรค์ปราศจากการทะเลาะวิวาท ไม่เอาัดเอาเปรียบกัน เป็นการยอมรับความมีเหตุผล ยอมรับความแตกต่างหลากหลายทางความคิด ความหลากหลายในเรื่องเชื้อชาติ ความกลมเกลียวกันในลักษณะเช่นนี้ เรียกอีกอย่างว่า ความสมานฉันท์

4.8 มีน้ำใจ คือ ความจริงใจที่ไม่เห็นแก่เพียงตัวเองหรือเรื่องของตัวเอง แต่เห็นอกเห็นใจเห็นคุณค่าในเพื่อนมนุษย์ มีความเอื้ออาทรเอาใจใส่ ให้ความสนใจในความต้องการ ความจำเป็น ความทุกข์สุขของผู้อื่น และพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกันและกัน

5. รูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์เด็ก สามารถแบ่งได้เป็น

5.1 รายการที่เป็นการแสดงออกของเด็ก คือรายการที่มุ่งเน้นให้เด็กได้แสดงความสามารถด้านต่างๆ เช่น การเล่นเกม การร้องเพลง เล่นดนตรี เป็นต้น โดยอาจทำในรูปแบบของชมรม หรือสโมสรก็ได้

5.2 รายการวาไรตี้ คือ รายการที่มีการนำเสนอเนื้อหาสาระและรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย โดยอาจมุ่งเน้นเนื้อหาสาระและวิธีการนำเสนอด้านใดเป็นพิเศษ

5.3 รายการละครหรือภาพยนตร์สำหรับเด็ก คือ รายการละครหรือภาพยนตร์ที่ผลิตขึ้นมาสำหรับกลุ่มเป้าหมายอายุ 3-12 ปี เป็นรายการที่ใช้ผู้แสดงเด็กเป็นหลัก โดยอาจผูกเป็นเรื่องจบในตอน หรือเป็นเรื่องราวต่อเนื่องเป็นตอนๆก็ได้

5.4 รายการสารคดี คือ รายการที่นำเสนอสาระความรู้ หรือทั้งสาระและความบันเทิงควบคู่กันไป ซึ่งอาจนำเสนอภาพและเสียงตลอดรายการ หรือการนำเสนอสลับกับมีผู้ดำเนินรายการ คอยชี้ประเด็น ขยายความของสารคดีนั้น ๆ ส่วนใหญ่เป็นรายการที่ให้ความรู้สำหรับเด็กอายุ 3-12 ปี เช่น รายการสารคดีชีวิตสัตว์ รายการความรู้ทางวิทยาศาสตร์ เป็นต้น

5.5 รายการตอบปัญหา คือ รายการที่มุ่งให้ความรู้เป็นหลักที่มีผู้ร่วมรายการส่วนใหญ่เป็นเด็กวัย 3-12 ปี การดำเนินรายการมีผู้ดำเนินรายการถามปัญหาและให้ผู้ร่วมรายการตอบคำถามต่างๆ

5.6 รายการเกมโชว์ คือ รายการที่เน้นการเล่นเกมนและการตอบปัญหาโดยเน้นความบันเทิงเป็นหลัก หรือบางรายการอาจมีการสอดแทรกความรู้เข้าไปด้วย

5.7 รายการการ์ตูน หรือภาพยนตร์แนวการ์ตูน คือ รายการที่ใช้เทคนิคการทำให้ภาพเขียนหรือวัตถุนิ่งให้มองเห็นเป็นภาพเคลื่อนไหวได้ ในปัจจุบันการ์ตูนมักจะหมายถึง แอนิเมชัน ซึ่งเป็นเทคนิคในการสร้างการ์ตูนในยุคปัจจุบัน นอกจากนั้นยังรวมถึงภาพยนตร์ที่ผู้แสดงสวมใส่เครื่องแต่งกายเป็นชุดแบบพิเศษ เช่น ชุดยอดมนุษย์จอมพลัง สัตว์ประหลาด เป็นต้น

## 6. การมีส่วนร่วมของเด็กในรายการ

วิธีการที่เด็กสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์ แบ่งได้ดังนี้

### 6.1 บทบาทในด้านการผลิตรายการ

- เด็กเป็นผู้ผลิตรายการทั้งหมด
- เด็กในฐานะผู้แสดง
- เด็กในฐานะพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ
- เด็กในฐานะเป็นเจ้าของเนื้อหาที่น่าสนใจ

### 6.2 บทบาทในฐานะผู้ชม

- การเข้ามาร่วมเป็นคนดูในห้องส่ง
- เด็กในฐานะผู้เข้าร่วมแข่งขัน
- โทรศัพท์เข้ามาร่วมตอบปัญหา
- ส่งจดหมายหรือวิธีการสื่อสารอื่นๆเพื่อติชมรายการ

## ขั้นที่ 3 การวิเคราะห์การโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

ประเด็นที่ศึกษา คือ ประเภทการโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ภาพยนตร์โฆษณา(Television Commercial ) กับการโฆษณาแฝง (Product Placement)

3.1 ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ (Television Commercial ) คือ ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ที่นำเสนอและแพร่ภาพในรายการโทรทัศน์ ในช่วงเวลาที่กำหนดเป็นช่วงเบรกโฆษณาของรายการ

3.2 โฆษณาแฝง (Product Placement) คือ โฆษณาที่ไม่ได้ออกอากาศในส่วนที่เป็นช่วงเบรกของรายการโทรทัศน์แต่แทรกอยู่ในรายการ

รูปแบบการโฆษณาแฝง สามารถแบ่งได้ดังนี้

- 1) โลโก้สินค้า คือการที่มีโลโก้ของสินค้า หรือบริการปรากฏที่มุมจอโทรทัศน์ หรือมีโลโก้ปรากฏตอนช่วงท้ายเป็นการขอบคุณผู้สนับสนุนรายการ

- 2) การใช้ตัวผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์จริง เป็นการใช้ตัวผลิตภัณฑ์ หรือบรรจุภัณฑ์จริงของสินค้าจัดวางประกอบในฉาก
- 3) การใช้บุคคลเชื่อมโยงกับสินค้า โดยอาจให้ตัวละครหยิบจับสินค้า ผู้ดำเนินรายการพูดถึงตัวสินค้า การแต่งกายของผู้เข้าร่วมแข่งขัน เป็นต้น
- 4) สปอตสั้น หรือเรียกกันว่า วิทีอาร์ (VTR) เป็นโฆษณาสั้นๆ ที่มีตัดย่อจากภาพยนตร์โฆษณา โดยแทรกเข้ามาในช่วงเข้า-ออกรายการ อาจมีหรือไม่มีคำพูดว่า “ช่วงนี้สนับสนุนโดย” ก็ได้ โดยทั่วไปวิทีอาร์จะมีความยาวประมาณ 3-5 วินาที
- 5) การใช้ป้ายโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการ เป็นการใช้ป้ายแสดงให้เห็นถึงชื่อ โลโก้ รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนสิ่งที่สามารถบ่งชี้ได้ว่าเป็นสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยอาจนำไปมาติด หรือวางประกอบในฉากก็ได้
- 6) การใช้ป้ายสินค้า การใช้อุปกรณ์ประกอบฉากอื่นๆ หรือสิ่งของอื่น เช่น ตู้แช่ โปสเตอร์ สติกเกอร์ แก้ว โดยอาจเป็นวัตถุของจริงหรือจำลองขึ้นมาเป็นวัตถุ (Mock Up) ซึ่งมีโลโก้ชื่อ หรือสัญลักษณ์ติดอยู่

## บทที่ 4 ผลการศึกษา

แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

ตอนที่ 3 โฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

### ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

จากการเปรียบเทียบสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก กับเวลาออกอากาศทั้งหมดของแต่ละสถานี ตั้งแต่วันที่ 24 -30 กรกฎาคม 2551 พบว่า

### ตารางที่ 1 แสดงสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเทียบกับเวลาออกอากาศทั้งหมด

สถานี	เวลาออกอากาศ (นาทิจ/สัปดาห์)	รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก (นาทิจ/สัปดาห์)	ร้อยละของเวลารายการ โทรทัศน์สำหรับเด็ก
ช่อง 3	10,080 นาที	507 นาที ( 17 รายการ)	5.03
ช่อง 5	10,080 นาที	240 นาที ( 3 รายการ)	2.38
ช่อง 7	10,080 นาที	771 นาที ( 19 รายการ)	7.65
ช่อง 9	10,080 นาที	943 นาที ( 14 รายการ)	9.36 **
NBT	10,080 นาที	185 นาที ( 6 รายการ)	1.83
TPBS	7,980 นาที	555 นาที( 16 รายการ)	6.95
รวม	58,380 นาที	3,201 นาที( 75 รายการ)	5.48

จากตารางที่ 1 แสดงว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีสัดส่วนการออกอากาศคิดเป็นร้อยละ 5.48 ของเวลาที่ออกอากาศทั้งหมด จำนวนรายการทั้งหมด 75 รายการ สถานีโทรทัศน์ที่มีสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมากที่สุด คือ ช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 9.36 ของเวลาที่สถานีออกอากาศ สถานีโทรทัศน์ที่มีสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กน้อยที่สุด คือ ช่อง NBT คิดเป็นร้อยละ 1.83



ตารางที่ 2 แสดงรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กของแต่ละสถานี

ช่อง 3

รายการ	วัน	เวลา	รวม (นาที/ สัปดาห์)	รูปแบบ	บริษัทผู้ผลิต
ทุ่งแสงตะวัน	เสาร์	06.25 - 06.50	25	สารคดี	ป่าใหญ่กรีเอชั่น
นักสำรวจ	อาทิตย์	06.50 - 06.55	5	สารคดี	Watch Dog
เก่งจริงนะ	อังคาร	16.00 - 16.25	25	โชว์	Remind
เรื่องเล่าของแม่	อาทิตย์	08.20 - 08.25	5	สารคดี	กระทรวงศึกษาธิการ และสอศ.
อิงลิช มินิท @1'	จันทร์-ศุกร์	19.58 - 20.00	2 x5 =10	สารคดี	Andrew Biggs
การ์ตูน คราก่อน	เสาร์- อาทิตย์	08.20 - 08.50	30x2=60	การ์ตูน	EFF
การ์ตูนลดโลกร้อนกับปังปอนด์	เสาร์	16.00 - 16.02	2	การ์ตูน	วิจิตา แอนิเมชั่น
การ์ตูน ชินจังจอมแก่น	จันทร์, อังคาร	19.45- 19.59	14x2=28	การ์ตูน	BEC Tero
สมรภูมิไอลเดีย	ศุกร์	16.00 - 16.25	25	เกมโชว์	BEC Tero
สตาร์ ด็อก	ศุกร์	19.45 - 19.59	14	การ์ตูน	Broadcast
ถ้าคุณแน่อย่าแพ้ ป.4	จันทร์-ศุกร์	19.15 - 19.45	30x5=150	เกมโชว์	BEC Tero
เด็ก เค็ด เค็ด	จันทร์	16.00- 16.25	25	โชว์	Search&Success Entertainment
โอมเพ็ญ	พุธ	16.00 - 16.25	25	โชว์	8 Dimension
แฟนซี คิด้ส์	พฤหัสบดี	16.00- 16.25	25	เกมโชว์	Tv Square
การ์ตูนท้าวแสนปม	พุธ-พฤหัสบดี	19.45 - 19.59	14x2=28	การ์ตูน	TV Thunder
อิงลิช ออนทัวร์	จันทร์-ศุกร์	18.00 - 18.05	5x5=25	สารคดี	Show Reel

**ช่อง 3 (ต่อ)**

รายการ	วัน	เวลา	รวม (นาที/ สัปดาห์)	รูปแบบ	บริษัทผู้ผลิต
เพื่อนซี้ล่องหน	เสาร์	09.15 – 09.45	30	ละคร	Broadcast
17 รายการ	-	-	507	-	-

**ช่อง 5**

รายการ	วัน	เวลา	รวม(นาที/ สัปดาห์)	รูปแบบ	บริษัทผู้ผลิต
กล้าคิดกล้าทำ	เสาร์	06.50 – 07.15	25	โชว์	ตะวันฉาย
GANG CARTOON	เสาร์- อาทิตย์	07.15 – 08.00	45x2=90	การ์ตูน	Rose Animation
คู่พ่อแม่ แท้กทิม	จันทร์-ศุกร์	17.25 – 17.50	25x5=125	เกมโชว์	Workpoint
3 รายการ	-	-	240	-	-

**ช่อง 7**

รายการ	วัน	เวลา	รวม(นาที/ สัปดาห์)	รูปแบบ	บริษัทผู้ผลิต
เจ้าขุนทอง	เสาร์	06.00-06.25	25	วาไรตี้	คณะครุศาสตร์ จุฬาฯ
ข่าวผู้เยาว์	จันทร์- ศุกร์	06.25 -06.30	5x5=25	ข่าว	ช่อง 7
พลังคิด	อาทิตย์	07.51-07.52	1	สารคดี	คิดๆ สมาร์ทคิด กับ Enfakid A+)

ช่อง 7 (ต่อ)

รายการ	วัน	เวลา	รวม(นาที/ สัปดาห์)	รูปแบบ	บริษัทผู้ผลิต
คาดฟ้าเต็ม 100	อังคาร	16.30 – 17.00	30	โชว์	สหมงคล เทเลวิชั่น
สังข์ทอง	เสาร์- อาทิตย์	08.15 – 09.10	55x2=110	ละคร	ดีต้า วิดีโอ โปรดักชั่น
ตุนดินีย์	เสาร์	06.30 – 08.10	100	การ์ตูน	Buana Vista
จอมขมมนตรา ภาค 2	พุธ	16.30 – 17.00	30	การ์ตูน	Medias of media+ศูนย์ คุณธรรม
การ์ตูน ครอบครัว หรรษา	อาทิตย์	06.30 – 07.00	30	การ์ตูน	ช่อง7
โซนิค เจ้าเม่น สายฟ้า	อาทิตย์	07.00 – 07.30	30	การ์ตูน	ช่อง7
ด่าสิบ	จันทร์	16.30 – 17.00	30	เกมโชว์	Inspire Entertainment
หลานปู่สู้สู้	เสาร์- อาทิตย์	18.15 – 18.45	30x2=60	เกมโชว์	Workpoint
จิวเจ้าจริงใจ	จันทร์- ศุกร์	18.10- 18.40	30x5=150	ละคร	ละครดี
การ์ตูน โปงลางละอ่อน	พฤหัสบดี- ศุกร์	18.00 – 18.10	10x2=20	การ์ตูน	RS และ Blue Friday
การ์ตูนครอบครัว พอเพียง	เสาร์- อาทิตย์	18.00 – 18.15	15x2=30	การ์ตูน	Appreciate และ VIM Media Three Kids Bellotta
7 สุขสะอาด	จันทร์-พุธ	18.00 – 18.10	10x3=30	การ์ตูน	สหมงคลเทเลวิชั่น
แบ่งปันรอยยิ้ม	อาทิตย์	07.15 – 07.20	5	สารคดี	ช่อง 7
การ์ตูนพยัคฆ์ร้าย วัยกรีด ปี 3	อาทิตย์	07.35 – 08.00	25	การ์ตูน	Marathon

**ช่อง 7 (ต่อ)**

รายการ	วัน	เวลา	รวม(นาที/ สัปดาห์)	รูปแบบ	บริษัทผู้ผลิต
จอมกวนป่วนครัว	จันทร์	16.15 – 16.30	15	โชว์	กันตนา
ไอน์สไตน์จิ๋ว	พุธ พฤหัสบดี	16.00 – 16.25 16.00 – 16.25	25 ถ่ายทอดสด	การ์ตูน	ช่อง 7
<b>19 รายการ</b>	-	-	<b>771</b>	-	-

**ช่อง 9**

รายการ	วัน	เวลา	รวม(นาที/ สัปดาห์)	รูปแบบ	บริษัทผู้ผลิต
ซูเปอร์จิ๋ว	เสาร์- อาทิตย์	07.05 – 07.30	25x2=50	โชว์	ซูเปอร์จิ๋ว
ภ.มาสเตอร์ไรเดอร์ อึบิกิ	เสาร์- อาทิตย์	07.30 – 08.00	30x2=60	ภาพยนตร์ การ์ตูน	ช่อง 9
โมเดิร์นไนน์ การ์ตูน 1. โคราเอม่อน 2. พาวเวอร์ พีไฟเกอร์ 3. นักล้าอสูร 4. โคนันเจ้าหนู น้อยยอดนักสืบ	เสาร์- อาทิตย์	08.05 – 08.35 08.35 – 09.00 09.00 – 09.25 09.25 – 09.59	30x2=60 25x2=50 25x2=50 34x2=68	การ์ตูน	ช่อง 9
เพื่อนแก้ว	จันทร์	16.30 – 16.57	27	วาไรตี้	ออสการ์ด
ตูน บูน แฟมิลี่	ศุกร์	16.30 – 16.57	27	การ์ตูน	ครีเอทีฟ คิงดอม

**ช่อง 9 (ต่อ)**

รายการ	วัน	เวลา	รวม(นาที/ สัปดาห์)	รูปแบบ	บริษัทผู้ผลิต
ฟุตบอล ฟอ ไฟ (3 น.)	จันทร์-ศุกร์	16.57 – 17.00	3x5=15	สารคดี	ฟุตบอล ฟอ ไฟ
ค.คนพื้นป่า	เสาร์- อาทิตย์	06.57 – 07.00	3x2=6	สารคดี	มูลนิธิสถาบันราช พฤกษ์
กว่าจะเป็นดาวปา ปารีสซี่	อาทิตย์	14.00 – 15.00	60	วาไรตี้	RS
ยอดมนุษย์น้อย	เสาร์- อาทิตย์	16.05 – 16.35	30x2=60	โชว์	Work point
แชมป์เยาวชน	อังคาร	16.30 – 16.55	25	โชว์	นพพรโพธิ์มอชั้น แอนฟิคเจอร์
สนุก 3 ดี	พุธ	16.30 – 17.00	30	วาไรตี้	GSUS7
เกมส์ซ่าท้ากิน Kasow Taishow	พุธ	20.35 – 21.30	55	เกมโชว์	Phoscine และ @NTV
ยกสยาม	จันทร์-ศุกร์	18.30 – 19.00	30x5=150	เกมโชว์	Work point
แดนสนธยา	จันทร์-ศุกร์	18.00 – 18.30	30x5=150	สารคดี	BBC
<b>14 รายการ</b>	-	-	<b>943</b>	-	-

ช่อง NBT

รายการ	วัน	เวลา	รวม(นาที/ สัปดาห์)	รูปแบบ	บริษัทผู้ผลิต
To Be No.1 วาไรตี้	เสาร์	20.40 – 21.30	50	วาไรตี้	กรมสุขภาพจิต
Good Idea Smart Idol	พฤหัสบดี	16.40 – 17.05	25	วาไรตี้	สนุกคิดมีเดีย
แผ่นดินทอง	ศุกร์	16.40 – 17.05	25	สารคดี	บิกนิวส์
โลกสวยด้วยวัยใส หัวใจพอเพียง	จันทร์	16.10 – 16.40	30	สารคดี	กรมประชาสัมพันธ์
सानรัก คนเก่ง หัวใจแกร่ง	อาทิตย์	20.40 – 21.05	25	สารคดี	แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส
TK TEEN	เสาร์	10.10 – 10.40	30	วาไรตี้	อุทยานการเรียนรู้ TK TEEN
<b>6 รายการ</b>	-	-	<b>185</b>	-	-

ช่อง TPBS

รายการ	วัน	เวลา	รวม(นาที/ สัปดาห์)	รูปแบบ	บริษัทผู้ผลิต
English For Kids	เสาร์-อาทิตย์	09.10 – 09.15	5x2=10	สารคดี	ทศภาค
ตาต้า ตีตี้ โตโต้ ไดโนจอมป่วน	เสาร์-อาทิตย์ ,จันทร์	09.00 – 09.10	10x3=30	ละคร(หุ่น)	ซาวด์แทร็ก
Mouse TV หนูเจ้าปัญญา	เสาร์-อาทิตย์ ,อังคาร-พุธ	11.30 – 12.00	30x4=120	วาไรตี้	Bavaria Media Television
เพื่อนพอเพียง	พฤหัสบดี-ศุกร์	16.05 – 16.15	10x2=20	วาไรตี้	Nonta Performing Arts
เรื่องเล่าสอนเด็ก	เสาร์-อาทิตย์	08.27 – 08.30	3x2=6	การ์ตูน	Thai PBS
Generation Why	พฤหัสบดี	16.30 – 16.57	27	สารคดี	Be Amazing edutainment
What and Why	ศุกร์	16.30 – 16.57	27	วาไรตี้	สเปน แอนด์ แอสโซซิเอท
ข่าวภาคเด็ก	เสาร์	08.00 – 08.12	12	ข่าว	Thai PBS
จากหนึ่งถึงล้าน	เสาร์,จันทร์	08.30 – 08.57	27x2=54	วาไรตี้	Jetty Dee Create
Nat Geo Junior	เสาร์,จันทร์	09.15 – 10.00	45x2=90	สารคดี	Thai PBS
การ์ตูนชน	อาทิตย์	08.00 – 08.12	12	การ์ตูน	Thai PBS
ต้นกล้าแห่งความดี	อาทิตย์	08.12 – 08.27	15	สารคดี	Think wiz
English Brakefast	อาทิตย์	8.30 – 08.57	27	วาไรตี้	Thai PBS
สวนสัตว์มหาสนุก	อาทิตย์	09.15 – 10.00	45	เกมโชว์	Thai PBS

**ช่อง TPBS (ต่อ)**

รายการ	วัน	เวลา	รวม(นาที/ สัปดาห์)	รูปแบบ	บริษัทผู้ผลิต
Discovery Kids	อาทิตย์	11.30 – 12.00	30	สารคดี	Thai PBS
ขบวนการนัก อ่าน	พุธ	16.30-17.00	30	วาไรตี้	Be Amazing edutainment
<b>16 รายการ</b>	-	-	<b>555</b>	-	-

จากตารางที่ 2 เป็นการแสดงรายละเอียดของรายการเด็กที่ออกอากาศในแต่ละสถานี ซึ่งมีประเด็นที่น่าสนใจ ดังตารางที่นำเสนอต่อไป

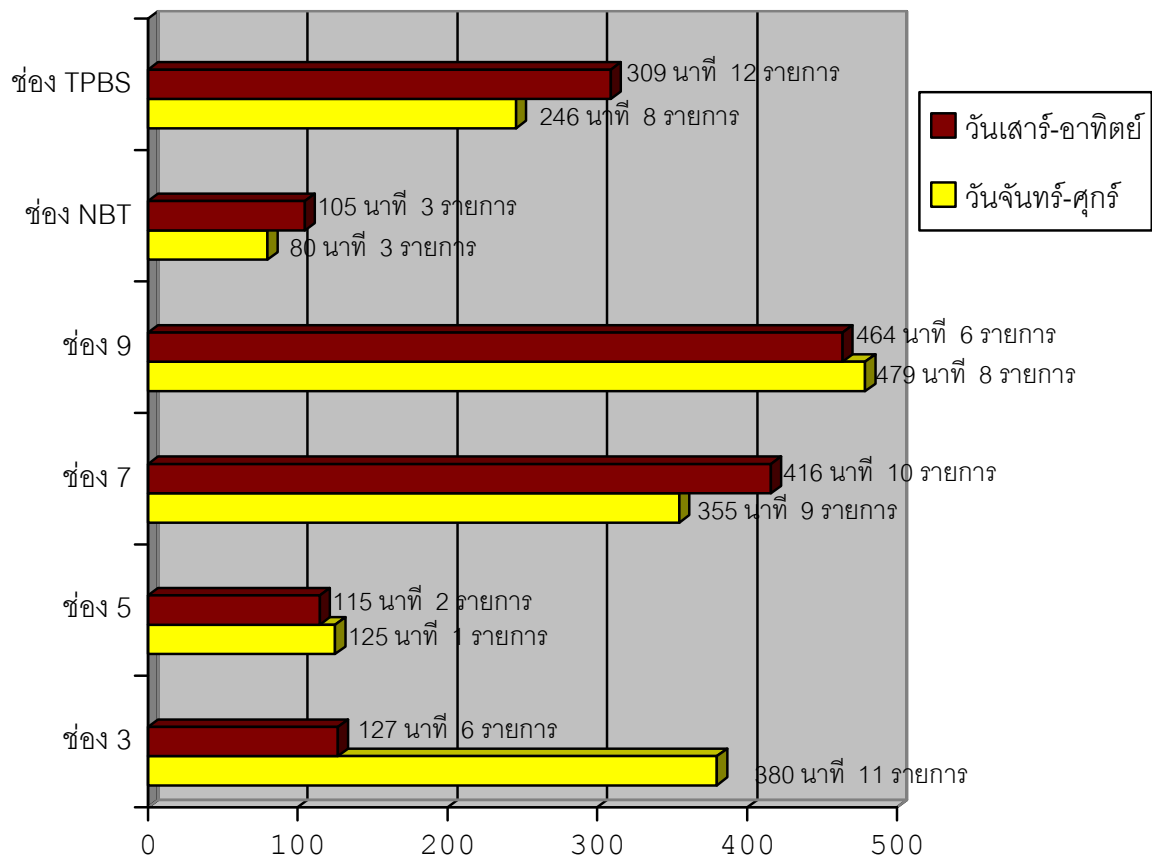


ตารางที่ 3 แสดงจำนวนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจำแนกตามช่วงวันออกอากาศของแต่ละสถานี

สถานีโทรทัศน์	วันจันทร์-ศุกร์	วันเสาร์-อาทิตย์
3	11 รายการ ( 380 นาที )	6 รายการ ( 127 นาที )
5	1 รายการ ( 125 นาที )	2 รายการ ( 115 นาที )
7	9 รายการ ( 355 นาที )	10 รายการ ( 416 นาที )
9	8 รายการ ( 479 นาที )	6 รายการ ( 464 นาที )
NBT	3 รายการ ( 80 นาที )	3 รายการ ( 105 นาที )
TPBS	8 รายการ ( 246 นาที )	12รายการ ( 309 นาที )

หมายเหตุ สถานีโทรทัศน์ Thai PBS รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กบางรายการออกอากาศทั้งวันธรรมดา และวันเสาร์-อาทิตย์

จากตารางที่ 3 แสดงว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และช่อง 9 รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนใหญ่ออกอากาศในวันธรรมดา ส่วนสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ช่อง 5 และ Thai PBS รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนใหญ่ออกอากาศ วันเสาร์ อาทิตย์มากกว่าวันธรรมดา ขณะที่สถานีโทรทัศน์ NBT มีจำนวนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ออกอากาศในวันธรรมดา และวันเสาร์ อาทิตย์เป็นจำนวนเท่ากัน

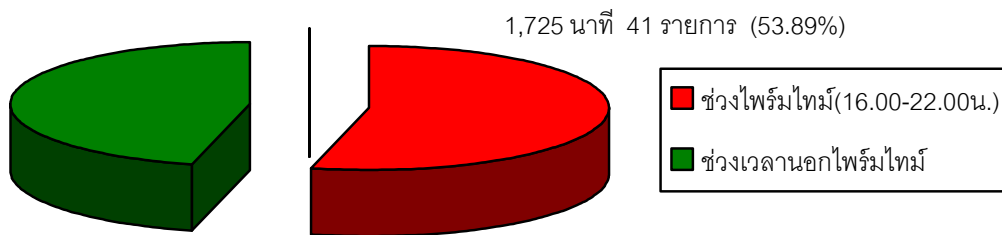


แผนภูมิที่ 1 แสดงปริมาณเวลารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจำแนกตามช่วงวันออกอากาศ

ตารางที่ 4 แสดงสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจำแนกตามช่วงเวลาที่ยออกอากาศ

เวลา	รวม (นาที/สัปดาห์)	จำนวนรายการ
ช่วงไพร์มไทม์ (16.00-22.00น.)	1,725 นาที ( 53.89 %)	41 ( 54.67%)
ช่วงเวลานอกไพร์มไทม์	1,476 นาที ( 46.12%)	34 (45.33%)
<b>รวม</b>	<b>3,201 นาที</b> <b>(100)</b>	<b>75</b> <b>( 100 )</b>

1,476 นาที 34 รายการ (46.12%)



แผนภูมิที่ 2 แสดงสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจำแนกตามช่วงเวลาที่ยออกอากาศ

จากตารางที่ 4 และแผนภูมิที่ 2 แสดงว่ารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ออกอากาศในช่วงไพร์มไทม์ (16.00-22.00 น.) มีทั้งหมด 41รายการ คิดเป็น 1,725 นาที และรายการที่ออกอากาศในช่วงเวลานอกไพร์มไทม์ มีทั้งหมด 34 รายการ คิดเป็น 1,476 นาที

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนรายการและปริมาณเวลาที่ออกอากาศในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ และ  
นอกเวลาไพรม์ไทม์ของแต่ละสถานี

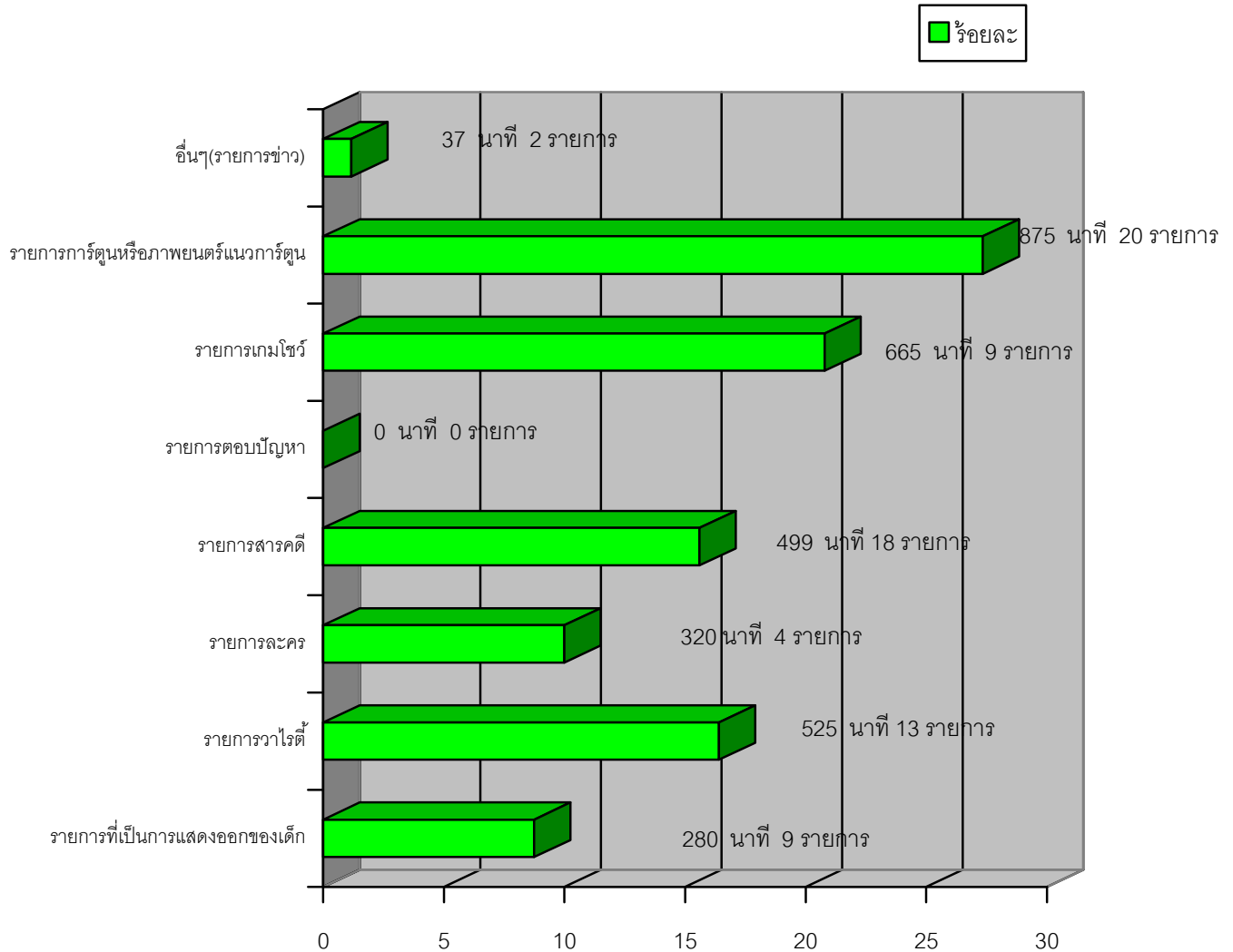
สถานี	จำนวนรายการทั้งหมด	ช่วงเวลา ไพรม์ไทม์ ( นาที)	จำนวน รายการ	ช่วงเวลา นอกไพรม์ ไทม์(นาที)	จำนวน รายการ
ช่อง 3	17	382	<b>12</b>	125	<b>5</b>
ช่อง 5	3	125	<b>1</b>	115	<b>2</b>
ช่อง 7	19	420	<b>10</b>	351	<b>9</b>
ช่อง 9	14	539	<b>9</b>	404	<b>5</b>
NBT	6	155	<b>5</b>	30	<b>1</b>
TPBS	16	104	<b>4</b>	451	<b>12</b>
<b>รวม</b>	<b>75</b>	<b>1,725</b>	<b>41</b>	<b>1,476</b>	<b>34</b>

จากตารางที่ 5 แสดงว่า สถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่นำเสนอรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในช่วงเวลาไพรม์ไทม์ ยกเว้นสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 กับสถานีโทรทัศน์ TPBS ที่รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนใหญ่ออกอากาศช่วงเวลานอกไพรม์ไทม์

ตารางที่ 6 แสดงสัดส่วนเวลารายการเด็ก จำแนกตามรูปแบบ

รูปแบบ	รวม(นาที/สัปดาห์)							จำนวนรายการ							คิด เป็น ร้อยละ
	3	5	7	9	NB T	TP BS	รวม	3	5	7	9	NB T	TP BS	รวม	
1.รายการ ที่เป็นการ แสดงออก ของเด็ก (โชว์)	75	25	45	135	-	-	280	3	1	2	3	-	-	9	8.74
2.รายการ วาไรตี้	-	-	25	117	105	278	525	-	-	1	3	3	6	13	16.40
3.รายการ ละคร	30	-	260	-	-	30	320	1	-	2	-	-	1	4	9.99
4.รายการ สารคดี	70	-	6	171	80	172	499	5	-	2	3	3	5	18	15.59
5.รายการ ตอบ ปัญหา	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6.รายการ เกมโชว์	200	125	90	205	-	45	665	3	1	2	2	-	1	9	20.78
7.รายการ การ์ตูนหรือ ภาพยนตร์ แนวการ์ตูน	132	90	320	315	-	18	875	5	1	9	3	-	2	20	27.34
8.อื่นๆ (รายการ ข่าว)	-	-	25	-	-	12	37	-	-	1	-	-	1	2	1.16
รวม	507	240	771	943	185	555	3201	17	3	19	14	6	16	75	100

แผนภูมิที่ 3 แสดงสัดส่วนเวลารายการเด็ก จำแนกตามรูปแบบ



จากตารางที่ 6 และแผนภูมิที่ 3 แสดงว่ารูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนใหญ่เป็นรายการประเภทการ์ตูนหรือ ภาพยนตร์แนวการ์ตูน ออกอากาศ 875 นาที จาก 20 รายการ คิดเป็นร้อยละ 27.34 รองลงมาคือรายการเกมโชว์ ออกอากาศ 665 นาที จาก 9 รายการ คิดเป็นร้อยละ 20.78 และประเภทวาไรตี้ ออกอากาศ 525 นาที จาก 13 รายการคิดเป็นร้อยละ 16.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจำแนกตามแหล่งผลิตรายการ

รูปแบบ	ในประเทศ							ต่างประเทศ							จำนวนรายการ
	3	5	7	9	NBT	TPB S	รวม	3	5	7	9	NBT	TPB S	รวม	
1.รายการที่เป็น การแสดงออก ของเด็ก(โชว์)	3	1	2	3	-	-	9	-	-	-	-	-	-	-	9
2.รายการวาไรตี้	-	-	1	3	3	5	12	-	-	-	-	-	1	1	13
3.รายการละคร	1	-	2	-	-	1	4	-	-	-	-	-	-	-	4
4.รายการสารคดี	5	-	2	2	3	3	15	-	-	-	1	-	2	3	18
5.รายการตอบ ปัญหา	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
6.รายการเกม โชว์	3	1	2	1	-	1	8	-	-	-	1	-	-	1	9
7.รายการการ์ตูน หรือภาพยนตร์ แนวการ์ตูน	3	-	5	1	-	2	11	2	1	4	2	-	-	9	20
8.รายการข่าว	-	-	1	-	-	1	2	-	-	-	-	-	-	-	2
<b>รวม</b>	<b>15</b>	<b>2</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>61</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>75</b>

\*หมายเหตุ การ์ตูนหรือภาพยนตร์การ์ตูน 20 รายการ แต่ถ้าแบ่งการ์ตูนหรือภาพยนตร์การ์ตูนเป็นรายเรื่อง จะมีจำนวนทั้งสิ้น 27 เรื่อง

จากตารางที่ 7 แสดงว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนใหญ่เป็นรายการที่มีแหล่งผลิตในประเทศ จำนวน 61 เรื่อง คิดเป็น ร้อยละ 81.33 เป็นที่น่าสังเกตว่ารายการการ์ตูนที่ผลิตโดยคนไทยมีจำนวนมากขึ้นกว่าเดิม

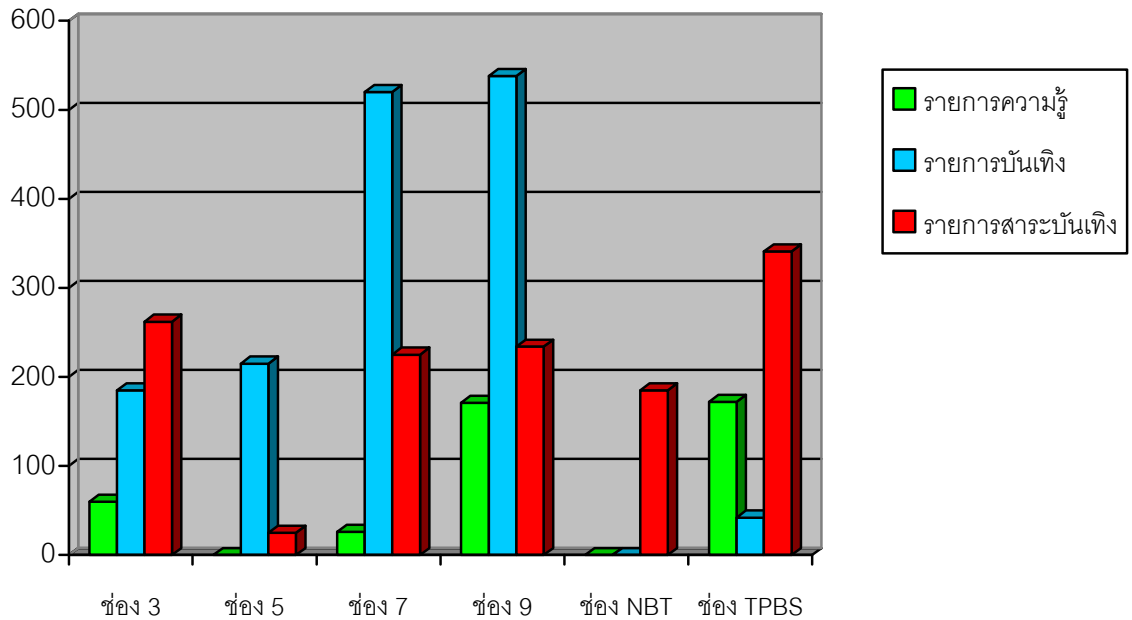
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

ตารางที่ 8 แสดงสัดส่วนเวลารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจำแนกตามลักษณะเนื้อหา

สถานี	รายการความรู้	รายการบันเทิง	รายการสาระบันเทิง	รวม
ช่อง 3	60 นาที ( 4 รายการ)	185 นาที ( 6 รายการ )	262 นาที ( 7 รายการ )	507 นาที ( 17 รายการ)
ช่อง 5	-	215 นาที ( 2 รายการ )	25 นาที ( 1 รายการ )	240 นาที ( 3 รายการ )
ช่อง 7	26 นาที ( 2 รายการ)	520 นาที ( 9 รายการ )	225 นาที ( 8 รายการ )	771 นาที ( 19 รายการ )
ช่อง 9	171 นาที ( 3 รายการ)	538 นาที ( 7 รายการ )	234 นาที ( 4 รายการ )	943 นาที ( 14 รายการ )
NBT	-	-	185 นาที ( 6 รายการ )	185 นาที ( 6 รายการ )
TPBS	172 นาที ( 7 รายการ)	42 นาที ( 2 รายการ)	341 นาที ( 7 รายการ )	555 นาที ( 16 รายการ )
<b>รวม</b>	<b>429 นาที</b> ( 16 รายการ)	<b>1500 นาที</b> ( 26 รายการ)	<b>1272 นาที</b> ( 33 รายการ )	<b>3201 นาที</b> ( 75 รายการ )
<b>ร้อยละ</b>	<b>13.40</b>	<b>46.86</b>	<b>39.74</b>	<b>100</b>



แผนภูมิที่ 4



จากตารางที่ 8 และแผนภูมิที่ 4 แสดงว่าเนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนใหญ่เป็นรายการบ้านเทิง ออกอากาศ 1500 นาที จาก 26 รายการ คิดเป็นร้อยละ 46.86 รองลงมาคือ รายการสาระบ้านเทิง 22 ออกอากาศ 1272 นาที จาก 33 รายการ คิดเป็นร้อยละ 39.74 และรายการความรู้ ออกอากาศ 429 นาที จาก 16รายการ คิดเป็นร้อยละ 13.40

ถ้าพิจารณาจำแนกตามสถานีโทรทัศน์ พบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ช่อง 7 และ ช่อง 9 ลักษณะ เนื้อหาส่วนใหญ่เน้นความบันเทิง ส่วนช่อง 3 ช่อง NBT และช่อง TPBS ส่วนใหญ่เป็นรายการสาระบ้านเทิง

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจำแนกตามประเภทความรู้ที่นำเสนอ

สถานี	ความรู้ที่เป็นข้อเท็จจริง		ความรู้เกี่ยวกับมนุษย์
	วิชาการ	ความรู้รอบตัว	
ช่อง 3	8	4	4
ช่อง 5	1	2	-
ช่อง 7	2	8	1
ช่อง 9	4	6	-
NBT	4	3	3
TPBS	6	10	1
<b>รวม</b>	<b>25 ( 33.33 )</b>	<b>33 ( 44.00 )</b>	<b>9 ( 12.00 )</b>

หมายเหตุ: 1 รายการอาจนำเสนอความรู้ได้มากกว่า 1 ประเภท

จากตารางที่ 9 แสดงว่าประเภทความรู้ที่นำเสนอรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนใหญ่เป็นความรู้รอบตัว จำนวน 33 รายการ จากรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กทั้งหมด 75 รายการ คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือนำเสนอความรู้ทางด้านวิชาการจำนวน 25 รายการ คิดเป็นร้อยละ 33.33 และความรู้เกี่ยวกับมนุษย์ จำนวน 9 รายการ คิดเป็นร้อยละ 12.00

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีการนำเสนอความรู้ประเภทวิชาการ มากที่สุด

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 มีการนำเสนอความรู้ประเภทความรู้รอบตัว มากที่สุด

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มีการนำเสนอความรู้ประเภทความรู้รอบตัว มากที่สุด

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มีการนำเสนอความรู้ประเภท ความรู้รอบตัว มากที่สุด

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง NBT มีการนำเสนอความรู้ประเภทวิชาการ มากที่สุด

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง TPBS มีการนำเสนอความรู้ประเภท ความรู้รอบตัว มากที่สุด

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่มีการเสนอเนื้อหาทางด้านคุณธรรม

สถานี	จำนวนรายการทั้งหมด	จำนวนรายการที่เสนอเนื้อหาทางด้านคุณธรรม	ร้อยละ
ช่อง 3	17	10	58.82
ช่อง 5	3	3	100
ช่อง 7	19	11	57.89
ช่อง 9	14	8	57.14
NBT	6	5	83.33
TPBS	16	9	56.25
<b>รวม</b>	<b>75</b>	<b>46</b>	<b>61.33</b>

จากตารางที่ 10 แสดงว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจำนวน 46 รายการ คิดเป็นร้อยละ 61.33 มีการนำเสนอเนื้อหาทางด้านคุณธรรม สำหรับช่อง 5 มีการสอดแทรกคุณธรรมในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กทุกรายการ

ช่อง 3 มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 17 รายการ มีรายการที่เสนอเนื้อหาทางด้านคุณธรรม 10 รายการ

ช่อง 5 มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 3 รายการ มีรายการที่เสนอเนื้อหาทางด้านคุณธรรม 3 รายการ

ช่อง 7 มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 19 รายการ มีรายการที่เสนอเนื้อหาทางด้านคุณธรรม 11 รายการ

ช่อง 9 มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 14 รายการ มีรายการที่เสนอเนื้อหาทางด้านคุณธรรม 8 รายการ

ช่อง NBT มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 6 รายการ มีรายการที่เสนอเนื้อหาทางด้านคุณธรรม 5 รายการ

ช่อง TPBS มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 16 รายการ มีรายการที่เสนอเนื้อหาด้านคุณธรรม 9 รายการ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจำแนกตามประเภทคุณธรรมที่นำเสนอ

ช่อง	ประเภทคุณธรรม							
	ขยัน	ประหยัด	ซื่อสัตย์	มีวินัย	สุขภาพ	สะอาด	สามัคคี	มีน้ำใจ
3	3	1	-	1	-	-	2	5
5	-	-	-	1	-	1	1	3
7	2	2	-	3	1	1	3	7
9	-	-	-	2	-	-	1	6
NBT	1	1	-	2	-	-	1	-
TPBS	3	4	2	1	-	-	2	1
รวม	9	8	2	10	1	2	10	22
ร้อยละ	12	10.67	2.67	13.33	1.33	2.67	13.33	29.33

หมายเหตุ \* 1 รายการอาจนำเสนอคุณธรรมได้มากกว่า 1 ประเภท

จากตารางที่ 11 แสดงว่ารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีการสอดแทรกคุณธรรมประเภท ความมีน้ำใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.33 ประเภทคุณธรรมที่มีการนำเสนอน้อยที่สุด คือ เรื่องความสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 1.33 ดังมีรายละเอียด ดังนี้

## การวิเคราะห์การนำเสนอคุณธรรมในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

### 1. รายการที่เป็นการที่เป็นการแสดงออกของเด็ก

จำนวนรายการ: 9 รายการ      สัปดาห์เวลาออกอากาศต่อสัปดาห์ : 280 นาที

**เนื้อหา:** เป็นการสนับสนุนให้เด็กกล้าแสดงออก ได้แสดงความสามารถในด้านต่าง ๆ เช่น ความสามารถทางด้านดนตรี ในรายการเก่งจริงนะ , รายการแชมป์เยาวชน ความสามารถทางวิทยาศาสตร์ ในรายการคาดฟ้าเต็ม 100 ความสามารถทางด้าน การทำอาหาร ในรายการซูเปอร์จิว เป็นต้น

การแสดงความสามารถของเด็ก มีรูปแบบการนำเสนอ 2 ลักษณะคือ

การให้เด็กมาโชว์ความสามารถของตนเอง กับ การจัดการแข่งขันความสามารถของเด็ก

#### คุณธรรม:

1. ขยัน : จำนวน 3 รายการ      เนื้อหารายการแสดงให้เห็นถึงผลของความขยันที่ทำให้ทำงานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จ ได้แก่ รายการเก่งจริงนะ รายการเด็ก เด็ด เด็ด และรายการ โอ้มเพียง
2. สะอาด : จำนวน 1 รายการ      รายการกล้าคิด กล้าทำ มีช่วงดูตาม ตามหาเด็กดี เป็นการตามหาเด็กดี เช่น เด็กที่มีจิตใจดี เข้าวัด ทำบุญ ช่วยเหลือผู้อื่น
3. มีน้ำใจ : จำนวน 1 รายการ      รายการกล้าคิด กล้าทำ เสนอเรื่องของเด็กที่ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว โดยไม่หวังผลตอบแทน

## 2. รายการวาไรตี้

จำนวนรายการ :13 รายการ                      สัปดาห์เวลาออกอากาศต่อสัปดาห์ : 525 นาที

**เนื้อหา:** ประเภทเนื้อหาที่น่าสนใจในรายการวาไรตี้ มีความหลากหลายทั้งความรู้ทางวิชาการ ความรู้ทั่วไป ตลอดจนแนวทางการใช้ชีวิต ความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ เช่น รายการ English Breakfast ความรู้ทั่วไป เช่น รายการ Mouses T.V. รายการ T.K Teen รายการ what and why เป็นต้น แนวทางการใช้ชีวิต เช่น รายการเพื่อนพ้อเพียง, To be no.1 ส่วนใหญ่การนำเสนอจะมีช่วงการสัมภาษณ์บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นต้นแบบที่ดีของเด็ก

### คุณธรรม:

1. ขยัน : จำนวน 3 รายการ                      เนื้อหารายการจะเน้นให้เห็นถึงความสำเร็จที่เกิดจากความขยัน โดยเป็นการสัมภาษณ์บุคคล หรือ แทรกในนิทาน ได้แก่ รายการ Good Idea Smart Idol, T.k. Teen และขบวนการนักอ่าน
2. ประหยัด: จำนวน 3 รายการ                      ความประหยัดที่น่าสนใจในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก แบ่งเป็น 2 ประเด็น คือ การประหยัดตามแนวความคิดเศรษฐกิจพอเพียง เช่น รายการเพื่อนพ้อเพียง และ การประหยัดพลังงาน ในรายการ What and why และรายการจากหนึ่งถึงล้าน
3. ซื่อสัตย์ :จำนวน 1 รายการ                      ในรายการเพื่อนพ้อเพียง ซึ่งให้เห็นว่าการพูดโกหกหลอกลวงเป็นสิ่งที่ไม่ดี
4. มีวินัย : จำนวน 2 รายการ                      รายการ To be no.1 และรายการกว่าจะเป็นดาวปาปารัสซี่ มีการสัมภาษณ์เยาวชนที่ประสบความสำเร็จจากความมีวินัยในตนเอง
5. สามัคคี :จำนวน 1 รายการ                      เป็นการนำเสนอให้เห็นถึงความสามัคคีในการร่วมกันสร้างหุ่นยนต์แยกขยะ ในรายการ Good Idea Smart Idol

6. มีน้ำใจ : จำนวน 4 รายการ เนื้อหารายการแสดงถึงความมีน้ำใจช่วยเหลือผู้อื่น เช่น รายการ  
ขบวนการนักร้อง รายการเจ้าขุนทอง

### 3. รายการละคร

จำนวนรายการ: 4 รายการ สัปดาห์เวลาออกอากาศต่อสัปดาห์: 320 นาที

**เนื้อหา :** รายการละครแบ่งเป็นละครที่ใช้นักแสดง จำนวน 3 รายการ และละครหุ่นจำนวน 1 รายการ เนื้อหาของรายการละครสำหรับเด็กในปัจจุบัน ไม่ได้เน้นการนำเสนอเพื่อความบันเทิงแต่เพียงอย่างเดียว บางรายการมีการสะท้อนวิถีชีวิตของคนในชนบท และแนวความคิดเศรษฐกิจพอเพียง เช่น ละครเรื่องจิวแจ้วจริงใจ เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในหมู่บ้านแห่งหนึ่งในชนบท ที่คนในหมู่บ้านใช้แนวความคิดเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต หรือรายการละครหุ่น ตาต้า ตีตี้ โตโต๊ จอมป่วน เป็นการสะท้อนให้เห็นปัญหาของสภาวะแวดล้อมที่เกิดจากน้ำมือมนุษย์

#### คุณธรรม:

1. ขยัน : จำนวน 1 รายการ ละครจิวแจ้วจริงใจ ให้ข้อคิดว่าชาวบ้านไม่ควรหลงเชื่อการทรงเจ้าเข้าผีเพื่อหวังความร่ำรวย แต่ควรขยันทำมาหากิน
2. ประหยัด : จำนวน 1 รายการ ละครจิวแจ้วจริงใจ เสนอแนวความคิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยพระเอกมาแนะนำให้ชาวบ้านปลูกผักกินเอง และแบ่งปันเก็บออมเงินที่ได้
3. สามัคคี : จำนวน 1 รายการ ละครจิวแจ้วจริงใจแสดงให้เห็นถึงการที่ชาวบ้านมีความสามัคคีร่วมมือกันแก้ปัญหาความยากจนของคนในหมู่บ้าน
4. มีน้ำใจ : จำนวน 1 รายการ ละครจิวแจ้วจริงใจ นำเสนอถึงความมีน้ำใจของคนในหมู่บ้านที่แบ่งปันช่วยเหลือกัน

#### 4. รายการสารคดี

จำนวน :18 รายการ

สัดส่วนเวลาออกอากาศต่อสัปดาห์: 499 นาที

เนื้อหา: รายการสารคดีส่วนใหญ่จำนวน 15 รายการเป็นรายการที่ผลิตในประเทศ อีก 3 รายการเป็นรายการจากต่างประเทศ  
ลักษณะเนื้อหาของรายการสามารถแบ่งได้เป็น

1. ความรู้ทางวิชาการ : วิทยาศาสตร์ 2 รายการ คือ รายการ Nat Geo Junior, Generation why  
: ภาษาอังกฤษ 4 รายการ คือ รายการ อิงลิชมินิท,  
อิงลิช ออนทัวร์, ฟุด ฟิด ฟอไฟ, English for kids  
: คณิตศาสตร์ 1 รายการ คือ พลังคิด
2. ความรู้ทั่วไป จำนวน 2 รายการ คือ นักสำรวจ, เรื่องเล่าของแม่
3. ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม : จำนวน 5 รายการ คือทุ่งแสงตะวัน, ต ตอนพื้นป่า แผ่นดินทอง, Discovery kids ,แดนสนธยา
4. รูปแบบการใช้ชีวิตที่เหมาะสม จำนวน 4 รายการ คือ รายการแบ่งปันรอยยิ้ม, โลกสวยด้วยวัยใส หัวใจพอเพียง, สานรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง, ต้นกล้าแห่งความดี

#### คุณธรรม:

1. ขยัน : จำนวน 2 รายการ คือ รายการสานรัก คนเก่งหัวใจแกร่งและรายการต้นกล้า แห่งความดี ที่นำเสนอบุคคลต้นแบบที่ขยัน อดทน ไม่ย่อท้อต่อปัญหา
2. ประหยัด: จำนวน 3 รายการ คือ รายการต้นกล้า แห่งความดี, รายการ โลกสวยด้วยวัยใส หัวใจพอเพียง แสดงให้เห็นถึงการใช้เงินอย่างมีคุณค่า
3. มีวินัย :จำนวน 4 รายการ เช่น รายการแบ่งปันรอยยิ้ม เสนอการใช้ชีวิตร่วมกันของเด็ก 2 กลุ่มที่มีความแตกต่างทางสังคม แต่สามารถอยู่ร่วมกันได้เพราะเคารพต่อกฎ กติกา รายการต้นกล้าแห่งความดี เป็นการแสดงให้เห็นถึงความมีวินัยในตนเองของเด็กผู้หญิงคนหนึ่ง
4. สามัคคี จำนวน 1 รายการ คือ รายการแบ่งปันรอยยิ้ม ที่ได้ร่วมมือกันทำกิจกรรมจนประสบความสำเร็จ



5. มีน้ำใจ จำนวน 2 รายการ คือ รายการทุ่งแสงตะวัน และรายการ ต.ต.น.พื้นป่า แสดงถึงการมีน้ำใจช่วยเหลือกันระหว่างกลุ่มเพื่อนและคนรอบข้าง

## 5. รายการเกมโชว์

จำนวน: 9 รายการ                      สัดส่วนเวลาออกอากาศต่อสัปดาห์ : 665 นาที

**เนื้อหา:** รายการเกมโชว์ส่วนใหญ่เป็นรายการที่ผลิตในประเทศ 8 รายการ และเป็นรายการต่างประเทศ 1 รายการ รายการส่วนใหญ่เน้นความสามัคคีของผู้เข้าแข่งขันระหว่างเพื่อนกับเพื่อน พ่อแม่กับลูก พี่กับน้อง ตลอดจนญาติผู้ใหญ่ กับเด็ก แสดงให้เห็นถึงการแข่งขันที่ต้องใช้ความร่วมมือร่วมใจกันปฏิบัติงานให้บรรลุตามที่กำหนดไว้

ลักษณะเนื้อหาของรายการเกมโชว์สำหรับเด็กสามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ความรู้ทางวิชาการ เช่นรายการถ้าคุณแน่ อย่างแพ่ ป.4
2. ความรู้ทั่วไป เช่นรายการ หลานปู่ก๊อจู้, รายการแฟนซี คิด้ส์, รายการสวนสัตว์มหาสนุก
3. ความคิดสร้างสรรค์ เช่น รายการเกมซ่าท้ากิ้น , รายการสมรภูมิไอเดีย

### คุณธรรม:

1. มีวินัย : จำนวน 2 รายการ คือ รายการสู้เพื่อแม่แท้คทีม และรายการคำลืบ ผู้เข้าร่วมแข่งขันทำภารกิจที่ได้รับมอบหมาย ตามกติกาที่รายการกำหนด
2. สามัคคี : จำนวน 6 รายการ เช่น รายการแฟนซี คิด้ส์, รายการหลานปู่ก๊อจู้, รายการเกมซ่าท้ากิ้น เป็นการแสดงให้เห็นถึงความสามัคคีของผู้เข้าร่วมแข่งขัน
3. มีน้ำใจ : จำนวน 2 รายการ เช่น รายการสู้เพื่อแม่แท้คทีมการที่พี่น้องเอื้ออาทรเอาใจใส่กันในการปฏิบัติภารกิจ

## 6. รายการการ์ตูน

จำนวนรายการ : 20 รายการ      สัดส่วนเวลาออกอากาศต่อสัปดาห์: 875 นาที

**เนื้อหา:** พบว่ามีการ์ตูน 27 เรื่อง จาก 20 รายการ เป็นการ์ตูนที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ 16 เรื่อง เป็นการ์ตูนที่ผลิตในประเทศ 11 เรื่อง รูปแบบรายการการ์ตูนเป็นการ์ตูนแอนิเมชัน (Animation) มากที่สุด ที่เหลือเป็นภาพยนตร์แนวการ์ตูน (ยอดมนุษย์) ลักษณะเนื้อหาของการ์ตูนที่นำเสนอ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะ คือ

1. การแข่งขัน/ต่อสู้: จำนวนเงิน 12 เรื่อง ได้แก่ ดราก้อน บอลส์ แซค, ขบวนการเกรโรโรระ, นิจานารู โตะ จอมคาถา, เมจิ เรนเจอร์, Mouse hunter, พยัคฆ์ร้ายวัยกรีด ปี 3, โซนิก เจ้าเม่นสายฟ้า, Kim Possible สาวน้อยสายลับ, มาสไรเคอร์, พาวเวอร์พัฟ เกิร์ล, นักล่าอสูร, โคนเนนเจ้าหนูยอดนักสืบ
2. ความสัมพันธ์ในครอบครัว และครอบครัว จำนวน 9 เรื่อง สตาร์ด็อก, ซินจัง, Proud family ตระกูลซ่าส์ ฮาสุคิซัง, โดราเอมอน, ตูน บูน แฟมิลี่, ครอบครัวพอเพียง, เจ็ดสุขสะอาด, การ์ตูนชน, เรื่องเล่าสอนเด็ก
3. การให้ความรู้ จำนวน 3 เรื่อง ครอบครัวหรรษา, ไลน์สไคส์จิว, ลดโลกร้อนกับปังปอนด์ ความรู้ส่วนใหญ่เป็นความรู้ทางวิทยาศาสตร์
4. วัฒนธรรมประเพณีไทย จำนวน 3 เรื่อง ท้าวแสนปม, จอมชนมนตรา, ไป๋กลางละอ่อน

### คุณธรรม:

1. ขยัน: จำนวน 1 รายการ จากการ์ตูนสุขสะอาด ตอนแข่งขันเซ็คกระจก ที่ผู้เข้าร่วมแข่งขันไม่สามารถทำงานได้สำเร็จเพราะความขี้เกียจบางคนไม่ตั้งใจทำ ผู้จัดการแข่งขันจึงสอนว่าต้องขยัน เอาใจใส่ต่องาน งานจึงจะสำเร็จได้
2. ประหยัด: จำนวน 2 รายการ ปังปอนด์ลดโลกร้อน ชวนให้เพื่อน ๆ ให้ใช้ของอย่างคุ้มค่า, ครอบครัวพอเพียง เสนอวิธีการประหยัดด้วยการนำอาหารจากบ้านไปรับประทานที่โรงเรียน
3. ซื่อสัตย์: จำนวน 1 รายการ รายการเรื่องเล่าสอนเด็ก แสดงให้เห็นว่าการขโมยของคนอื่นเป็นสิ่งที่ไม่ดี

4. มีวินัย :จำนวน 1 รายการ      รายการเจ็ดสุขสะอาด แสดงให้เห็นผลเสียของการไม่เข้าห้องเรียน
5. สุภาพ: จำนวน 1 รายการ      รายการเจ็ดสุขสะอาด ลูกกะโหลกสอนเรื่องการมีสัมมาคารวะต่อผู้ใหญ่
6. สะอาด :จำนวน 1 รายการ      รายการจอมชนมนตรา สอนให้อาชนะความโกรธ
7. สามัคคี :จำนวน 8 รายการ      เช่น นักล่าอสูร เป็นการนำเสนอความสามัคคี มิตรภาพในหมู่เพื่อน พยัคฆ์ร้ายวัยกรีด เป็นการนำเสนอความสามัคคีของพยัคฆ์ร้าย 3 สาว ในการปฏิบัติหน้าที่ เป็นต้น
8. มีน้ำใจ:จำนวน 8 รายการ เช่น ครอบครัวพอเพียง มีการแข่งขันประกวดการทำอาหาร แต่น้ำใสไม่หวังเอาชนะ แต่นำอาหารมามากพอเพื่อแบ่งให้ทุกคนไป

## 7. รายการข่าว

จำนวน :2 รายการ สัปดาห์เวลาต่อสัปดาห์ 37 นาที

เนื้อหา: รายการข่าวมีสัดส่วนเวลาออกอากาศต่อสัปดาห์น้อยที่สุดเพื่อเทียบกับรายการประเภทอื่น ๆ

ลักษณะเนื้อหาของรายการข่าว แบ่งเป็น 2 ลักษณะ

1. ข่าวกิจกรรมของเด็กและเยาวชน (รายการข่าวผู้เยาว์)
2. ข่าวทั่วไปและสื่อบุคคล (รายการข่าวภาคเด็ก) สำหรับรายการข่าวภาคเด็ก เด็กได้เข้ามามีส่วนร่วมในรายการ โดยเป็นทั้งผู้ประกาศข่าวและผู้สื่อข่าว

## คุณธรรม

1. ขยัน : จำนวน 1 รายการ      จากรายการข่าวภาคเด็ก สื่อบุคคลสัมภาษณ์นักวาดการ์ตูนถึงที่มีของความคิดสร้างสรรค์ได้ต้องตั้งใจและพยายามอย่างสม่ำเสมอ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่เปิดโอกาสให้เด็กได้มีส่วนร่วมในรายการ

สถานี	จำนวนรายการทั้งหมด	จำนวนรายการที่เด็กมีส่วนร่วมในรายการ	ร้อยละ
ช่อง 3	17	11	64.71
ช่อง 5	3	3	100
ช่อง 7	19	9	47.36
ช่อง 9	14	8	57.14
NBT	6	6	100
TPBS	16	11	68.75
<b>รวม</b>	<b>75</b>	<b>48</b>	<b>64.00</b>

จากตารางที่ 12 แสดงว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนใหญ่ จำนวน 48 รายการคิดเป็นร้อยละ 64.00 ที่ให้เด็กได้มีส่วนร่วมในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

ช่อง 3 มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 17 รายการ มีรายการที่ให้เด็กมีส่วนร่วมกับทางรายการ 11 รายการ

ช่อง 5 มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 3 รายการ มีรายการที่ให้เด็กมีส่วนร่วมกับทางรายการ 3 รายการ

ช่อง 7 มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 19 รายการ มีรายการที่ให้เด็กมีส่วนร่วมกับทางรายการ 9 รายการ

ช่อง 9 มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 14 รายการ มีรายการที่ให้เด็กมีส่วนร่วมกับทางรายการ 8 รายการ

ช่อง NBT มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 6 รายการ มีรายการที่ให้เด็กมีส่วนร่วมกับทางรายการ 6 รายการ

ช่อง TPBS มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 16 รายการ มีรายการที่ให้เด็กมีส่วนร่วมกับทางรายการ 11 รายการ

ซึ่งรูปแบบการมีส่วนร่วมของเด็กมีหลายรูปแบบดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจำแนกตามลักษณะการมีส่วนร่วมของเด็ก

ช่อง	ลักษณะการมีส่วนร่วมของเด็ก							
	บทบาทในส่วนการผลิตรายการ				บทบาทในฐานะผู้ชม			
	เป็นผู้ผลิตรายการทั้งหมด	ผู้แสดง	พิธีกรผู้ดำเนินรายการ	เป็นเจ้าของเนื้อหาที่นำเสนอ	การเข้ามาร่วมเป็นคณูในห้องส่ง	ผู้เข้าร่วมแข่งขัน	โทรศัพท์เข้ามาร่วมตอบปัญหา	ส่งจดหมายหรือวิธีการสื่อสารอื่นๆเพื่อติชมรายการ
3	-	4	2	2	1	5	-	8
5	-	-	1	-	-	1	-	3
7	-	3	1	3	-	5	-	3
9	-	-	-	4	1	4	-	2
NBT	-	4	3	4	-	-	-	2
TPBS	-	2	5	1	-	2	-	-
<b>รวม</b>	-	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>17</b>	-	<b>18</b>
		<b>(17.33)</b>	<b>(16)</b>	<b>(18.67)</b>	<b>(2.67)</b>	<b>(22.67)</b>		<b>(24)</b>

หมายเหตุ 1 รายการอาจให้เด็กมีส่วนร่วมกับทางรายการได้มากกว่า 1 ประเภท

จากตารางที่ 13 แสดงว่ารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนใหญ่ให้เด็กได้มีส่วนร่วมโดยการเปิดโอกาสให้ส่งจดหมายหรือวิธีการสื่อสารอื่นๆเพื่อติชมรายการมากที่สุด จำนวน 18 รายการ คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมาคือให้เด็กเป็นผู้เข้าร่วมแข่งขัน จำนวน 17 รายการ คิดเป็นร้อยละ 22.67 และเป็นเจ้าของเนื้อหาที่นำเสนอจำนวน 14 รายการ คิดเป็นร้อยละ 18.67 ตามลำดับ

### ตอนที่ 3 โฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

ผลการศึกษาโฆษณาทั้งที่เป็นภาพยนตร์โฆษณา และ โฆษณาแฝง ในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ตั้งแต่วันที่ 24 -30 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 ทั้ง

#### ตารางที่ 14 แสดง สัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่มีการโฆษณาเกินเวลาที่กำหนด

จำนวนรายการเด็ก	จำนวนรายการที่มีการโฆษณาเกินเวลาที่กำหนด	ร้อยละ
75	18	24

จากตารางที่ 14 แสดงว่า จากจำนวนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 75 รายการ มีรายการโทรทัศน์ที่มีการโฆษณาเกินระยะเวลาที่กำหนด ทั้งหมด 18 รายการ คิดเป็นร้อยละ 24 และเมื่อจำแนกรายละเอียดตามแต่ละสถานี มีรายละเอียดดังตารางที่ 15

#### ตารางที่ 15 แสดง จำนวนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่มีการโฆษณาเกินเวลาที่กำหนดจำแนกตามสถานี

สถานีโทรทัศน์	จำนวนรายการเด็ก	จำนวนรายการที่มีการโฆษณาเกินเวลาที่กำหนด
3	17	9
5	3	2
7	19	5
9	14	2
NBT	6	-
TPBS	16	ไม่มีโฆษณา

จากตารางที่ 15 แสดงว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่โฆษณาเกินเวลาที่กำหนดมากที่สุด จำนวน 9 รายการ รองลงมาคือ ช่อง 7 จำนวน 5 รายการ ขณะที่ช่อง 5 และช่อง 9 มีเพียง 2 รายการ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนรายการโทรทัศน์ที่มีการโฆษณาแฝง

สถานีโทรทัศน์	จำนวนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก	จำนวนรายการที่มีโฆษณาแฝง	แสดงร้อยละจำนวนรายการโทรทัศน์ที่มีการโฆษณาแฝง
3	17	13	76.47
5	3	3	100.00
7	19	15	78.95
9	14	13	92.86
NBT	6	6	100.00
TPBS	16	0	0.00

จากตารางที่ 16 ช่อง 5 และช่อง NBT มีโฆษณาแฝงร้อยละ 100 รองลงมาคือช่อง 9 มีโฆษณาแฝงร้อยละ 92.86

ตารางที่ 17 แสดงรูปแบบการโฆษณาแฝงรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กของไทยทีวีสีช่อง 3

ลำดับ	รายการ	รูปแบบโฆษณาแฝง
1.	ทุ่งแสงตะวัน	โลโก้สินค้าต้นและท้ายรายการ, สปอตสั้น
2.	นักสำรวจ	สปอตสั้น, พิธีกรพูดขอบคุณผู้สนับสนุน, การสนับสนุนของรางวัล
3.	เก่งจริงนะ	สปอตสั้น, พิธีกรพูดซื้อสินค้า, ป้ายผู้สนับสนุนรายการ
4.	เรื่องเล่าของแม่	โลโก้สินค้าก่อนเข้ารายการ
5.	อิงลิช มินิท @1'	สปอตสั้น, โห้วโลโก้สินค้าที่การ์ตูน, ตัวอักษรขอบคุณตอนจบรายการ
6.	การ์ตูน คราก้อน	-
7.	การ์ตูนลดโลกร้อนกับปังปอนด์	สปอตสั้น, ป้ายสินค้าผู้สนับสนุนรายการ
8.	การ์ตูน ชินจัง จอมแก่น	-
9.	สมรภูมิไอเดีย	สปอตสั้น, โลโก้สินค้าผู้สนับสนุนด้านข้างตอนจบ,
10.	การ์ตูนสตาร์ ด็อก	-
11.	ถ้าคุณแน่ อย่าแพ้ ป.4	สปอตสั้น, พิธีกรพูดซื้อสินค้า, ป้ายสินค้าที่แทนผู้เข้าแข่งขัน, ภาชนะโห้วสินค้า(แก้วไมโล), ป้ายสนับสนุนรายการ, พิธีกรพูดขอบคุณสินค้า, ป้ายสินค้าด้านข้าง
12.	เด็ก เต็ด เต็ด	สปอตสั้น, ป้ายสนับสนุนรายการ
13.	โอมเพ็ญ	สปอตสั้น, ป้ายผู้สนับสนุนรายการ, ผู้แข่งขันสวมเสื้อที่มีโลโก้สินค้า, ป้ายโฆษณาหน้าเกมที่เล่นแข่งขัน, การมอบรางวัลการสนับสนุนเป็นแผ่นป้ายสินค้า, ของรางวัล, โลโก้สินค้าเป็นกรอบในประมวลภาพการแข่งขันในรายการ, ภาพการแจกสินค้า, ของแจก, การสนับสนุนเงินรางวัลโดยสินค้าที่โฆษณา, ป้ายผู้สนับสนุนรายการเป็นตัวอักษรวิ่งบนจอ,
14.	แฟนซี คิคส์	สปอตสั้น, ป้ายสินค้าที่แทนพิธีกร/แทนผู้เข้าแข่งขัน, พิธีกรพูดขอบคุณผู้สนับสนุน, ป้ายทนายปัญหา



ลำดับ	รายการ	รูปแบบโฆษณาแฝง
15.	การ์ตูนท้าวแสนปม	-
16.	อิงลิช ออนทัวร์	สปอตสั้น,พิธีกรพูดขอบคุณตอนจบรายการ
17.	เพื่อนซี้ล่องหน	โลโก้สินค้าด้านข้างจอตอนจบรายการ

จากตารางที่ 17 แสดงว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ช่อง 3 จำนวน 17 รายการ มีโฆษณาแฝง 13 รายการ คิดเป็นร้อยละ 76.47 รายการที่มีโฆษณาแฝงมากที่สุดคือ รายการโอมเพียง รองลงมาคือ รายการถ้ำคุณแน่ อ่าแพ๊ ป.4 และรายการแฟนซี้คิดส์ รูปแบบโฆษณาแฝงที่พบมากที่สุดคือ รูปแบบการใช้สปอตสั้น และป้ายโฆษณาบริเวณด้านหลังพิธีกร แทนพิธีกร หรือที่แทนผู้เข้าแข่งขัน

**ตารางที่ 18** แสดงรูปแบบการโฆษณาแฝงรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กของสถานีโทรทัศน์ กงทึบ 5

ลำดับ	รายการ	รูปแบบโฆษณาแฝง
1.	กล้าคิดกล้าทำ	ประกาศการสนับสนุนรายการของสินค้า,สปอตสั้น,โลโก้สัญลักษณ์สินค้า,ตัวอักษรและโลโก้สินค้าช่วงขอบคุณตอนท้าย
2.	GANG CARTOON	สปอตสั้น,ภาพกิจกรรมที่คนร่วมแข่งขันใส่เสื้อมีโลโก้สินค้า,จัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกและแจกสินค้า เช่น ร้านสุกี้ MK , ไมโครโฟนมีโลโก้สินค้า,ตัวอักษรและโลโก้สินค้าช่วงขอบคุณตอนท้ายรายการ
3.	ผู้เพื่อแม่ แท็กทีม	พิธีกรพูดแนะนำผู้สนับสนุนรายการ,แผ่นป้ายโฆษณาสินค้าที่ฉากหลังพิธีกร, สปอตสั้น,แทนผู้เข้าแข่งขัน,ผ้าพันคอพิธีกร,ฐานเล่นเกมมีโลโก้สินค้า,เสื้อผ้าผู้เข้าแข่งขัน,พิธีกรพูดปิดรายการให้ส่งผลิตภัณฑ์เข้ามาชิงโชค,ตัวอักษรและโลโก้สินค้าช่วงขอบคุณตอนท้าย,พิธีมอบของรางวัลเป็นสินค้า

จากตารางที่ 18 แสดงว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ช่อง 5 จำนวน 3 รายการ มีโฆษณาแฝง ทั้ง 3 รายการ คิดเป็นร้อยละ 100 รายการที่มีโฆษณาแฝงมากที่สุดคือ รายการสู้เพื่อแม่ แท็กทีม รองลงมาคือรายการ GANG CARTOON และรายการกล้าคิด กล้าทำ รูปแบบโฆษณาแฝงที่พบมากที่สุดคือ การใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีโลโก้สินค้ามานำเสนอในรายการ เช่น เสื้อผ้า ผ้าพันคอ ไมโครโฟน รองลงมาคือรูปแบบสปอตสั้น ป้ายโฆษณาบริเวณด้านหลังพิธีกร แทนพิธีกร หรือที่แทนผู้เข้าแข่งขัน และการใช้ตัวอักษรหรือโลโก้สินค้าปรากฏที่หน้าจอทั้งต้นและจบรายการ

**ตารางที่ 19 แสดงรูปแบบการโฆษณาแฝงรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กของสถานีโทรทัศน์ กงทัทบก ช่อง 7**

ลำดับ	รายการ	รูปแบบโฆษณาแฝง
1.	เจ้าขุนทอง	สปอตสั้น
2.	ข่าวผู้เยาว์	-
3.	พลังคิด	สปอตสั้น,
4.	คาดฟ้า เต็ม 100	ป้ายสินค้าเป็นฉากหลัง, สปอตสั้น, ตัวอักษรชื่อสินค้าตอนจบ
5.	สังข์ทอง	ตัวอักษรและโลโก้สินค้าช่วงขอบคุณตอนท้าย
6.	ตุนดินนีย์	แข่งขันประดิษฐ์โดยใช้สินค้า(ไวตามิลค์)
7.	จอมชนมนตรา ภาค 2	สปอตสั้น, จัดกิจกรรมร่วมสนุกกับสินค้า
8.	การ์ตูน ครอบครัวหรรษา	-
9.	โชนิก เจ้าเม่นสายฟ้า	-
10.	คำสิป	สปอตสั้น, พิธีกรกล่าวขอบคุณ, ป้ายสินค้าด้านหลังพิธีกร, พิธีกรกล่าวขอบคุณ, ของขวัญมอบให้คนร่วมรายการ
11.	หลานปู่จู้จู้	สปอตสั้น, แจกทอง(ลุ้น โชคทองกับคูเม็กซ์), แทนผู้เข้าแข่งขัน, ป้ายด้านหลัง
12.	จิ๋วแจ๋วจริงใจ	โลโก้สินค้าปรากฏที่หน้าจอโทรทัศน์, การชวนให้ร่วมโครงการกับผลิตภัณฑ์
13.	การ์ตูน โปงกลางละอ่อน	สปอตสั้น, เพลงที่กำลังออกเทป,
14.	การ์ตูนครอบครัวพอเพียง	สปอตสั้น,
15.	7 สุขสะเด็ด	สปอตสั้น,

ลำดับ	รายการ	รูปแบบโฆษณาแฝง
16.	แบ่งปันรอยยิ้ม	สปอตสั้น,เปิดรายการมิโลโก้,พาไปชมสถานที่,การมอบ กระเช้าสินค้า
17.	การ์ตูนพยัคฆ์ร้ายวัยกรีด ปี 3	สปอตสั้น
18.	จอมกวนป่วนครัว	สปอตสั้น
19.	ไอน์สไตน์จิ๋ว	-

จากตารางที่ 19 แสดงว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ช่อง 7 จำนวน 19 รายการ มีโฆษณาแฝง 15 รายการ คิดเป็นร้อยละ 78.95 รายการที่มีโฆษณาแฝงมากที่สุดคือ รายการต๋าสิบ รองลงมาคือ รายการหลานปู่จู้จู้และรายการแบ่งปันรอยยิ้ม รูปแบบโฆษณาแฝงที่พบมากที่สุดคือ รูปแบบสปอตสั้น รองลงมาคือ ป้ายโฆษณาบริเวณด้านหลังพิธีกร แทนพิธีกร หรือที่แทนผู้เข้าแข่งขัน และการใช้ตัวอักษรหรือโลโก้สินค้าปรากฏที่หน้าจอทั้งต้นและจบรายการ

ตารางที่ 20 แสดงรูปแบบการโฆษณาแฝงรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 โมเดิร์นไนน์ทีวี

ลำดับ	รายการ	รูปแบบโฆษณาแฝง
1.	ซูเปอร์จิ๋ว	กรอบภาพป้ายโฆษณาโลโก้สินค้า,ประกาศซื้อสินค้าก่อน เข้ารายการ,แผ่นป้ายโฆษณา,Spot สั้น,อุปกรณ์ที่ใช้ในการ แข่งขัน(ผ้ากันเปื้อน,ผลิตภัณฑ์วางบนโต๊ะ,เสื้อที่เด็กใส่), โลโก้สินค้าติดหน้าเคาน์เตอร์ทำอาหาร,ตัดภาพเข้าสินค้า ขณะแจกรางวัล,ใช้สัญลักษณ์ของสินค้านำเสนอ (เช่น นกแก้ว/พีเสื้อ/ยี่ห้อ),กล่าวการสนับสนุนรายการ,ตัวอักษร ขอบคุณพร้อมกรอบป้ายสินค้า
2.	ภ.มาสเตอร์ไรเดอร์ อิบิกิ	กล่าวผู้สนับสนุนรายการ,ตัวอักษรขอบคุณและโลโก้สินค้า
3.	โมเดิร์นไนน์การ์ตูน 1. โคราเม่อน 2. พาวเวอร์ฟิเจอร์ 3. นักล่าอสูร 4. โคนันเจ้าหนูน้อยยอดนักสืบ	-

ลำดับ	รายการ	รูปแบบโฆษณาแฝง
4.	เพื่อนแก้ว	โลโก้สินค้าที่มุมจอ,ประกาศชื่อสินค้าที่เป็นรางวัล, ตัวอักษรขอบคุณและ โลโก้สินค้า
5.	ตูน บูน แฟมิลี่	ป้ายสินค้าด้านหลังพิธีกร,ตัวอักษรขอบคุณและ โลโก้สินค้า
6.	ฟุตฟิต ฟอไฟ (3 น.)	โลโก้อยู่ด้านซ้ายของจอ
7.	ท.คนพื้นป่า	กรอบภาพป้ายโฆษณา โลโก้สินค้า,กล่าวขอบคุณสินค้า, สปอตสั้น
8.	กว่าจะเป็นดาวปารีสซี่	ป้ายโฆษณาสินค้า , สปอตสั้น, โลโก้สินค้าขอบคุณท้ายรายการ
9.	ยอดมนุษย์น้อย	ป้ายโฆษณาสินค้า ,แทนพิธีกร,แก้วแขกรับเชิญมีโลโก้สินค้า,พิธีกรอ่านป้ายสินค้าข้างๆคนดู, สปอตสั้น,ของรางวัล, โลโก้สินค้าขอบคุณท้ายรายการ
10.	แชมป์เยาวชน	ขึ้น โลโก้สินค้า,ป้ายสินค้าด้านหลังพิธีกร,พิธีกรกล่าวขอบคุณผู้สนับสนุนรายการ
11.	สนุก 3 ดี	ขึ้น โลโก้สินค้าที่มุมจอและเต็มจอ,ฉากด้านหลังเป็น โลโก้สินค้า,ป้ายปรากฏขณะพิธีกรพูด,รางวัลเป็นสินค้าที่สนับสนุนรายการ
12.	เกมส์ซ่าท้ากิน Kasow Taishow	ประกาศผู้สนับสนุนรายการ,ช่วงแสดงโชว์มีการโชว์ผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุน,สปอตสั้น, โลโก้สินค้าขอบคุณท้ายรายการ
13.	ยกสยาม	โลโก้สินค้าที่มุมจอ,ป้ายสินค้าที่แทนพิธีกร,ป้ายสินค้าด้านหลังผู้แข่งขัน,สปอตสั้น,อุปกรณ์รายชื้อมีโลโก้สินค้า,ป้ายสินค้าตรงที่นั่งผู้ชม,กล่าวผู้สนับสนุนรายการ,พิธีกรกล่าวขอบคุณตัดภาพไปที่ป้ายสินค้า, โลโก้สินค้าตอนจบรายการ
14.	แดนสนธยา	โลโก้สินค้าที่มุมจอ, สปอตสั้น

จากตารางที่ 20 แสดงว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ช่อง 9 จำนวน 14 รายการ มีโฆษณาแฝง 13 รายการ คิดเป็นร้อยละ 92.86 รายการที่มีโฆษณาแฝงมากที่สุดคือ รายการซูเปอร์จิ๋ว รองลงมาคือ รายการยกสยามและรายการยอดมนุษย์น้อย รูปแบบโฆษณาแฝงที่พบมากที่สุดคือ การใช้ตัวอักษร หรือโลโก้สินค้าปรากฏที่หน้าจอทั้งต้นและจบรายการรองลงมาคือ ป้ายโฆษณาบริเวณด้านหลังพิธีกร แทนพิธีกร หรือที่แทนผู้เข้าแข่งขัน และการประกาศชื่อสินค้า

**ตารางที่ 21 แสดงรูปแบบการโฆษณาแฝงรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กของสถานีโทรทัศน์ช่อง  
ช่อง NBT(11)**

ลำดับ	รายการ	รูปแบบโฆษณาแฝง
1.	To Be No.1 วาไรตี้	สปอตสั้น,ภาพกราฟิกผู้สนับสนุนรายการ
2.	Good Idea Smart Idol	ภาพกราฟิกผู้สนับสนุนรายการ, ภาพ Animation สินค้า
3.	แผ่นดินทอง	ประกาศผู้สนับสนุนรายการ
4.	โลกสวยด้วยวัยใส หัวใจพอเพียง	โลโก้สินค้าที่มุมจอ,ตัวอักษรบอกผู้สนับสนุนรายการ
5.	सानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง	ภาพกราฟิกผู้สนับสนุนรายการ
6.	TK TEEN	สปอตสั้น

จากตารางที่ 21 แสดงว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ช่อง NBT(11) จำนวน 6 รายการ มีโฆษณาแฝงทั้ง 6 รายการ คิดเป็นร้อยละ 100 มี 3 รายการที่มีโฆษณาแฝง 2 รูปแบบคือ รายการ To Be No.1 วาไรตี้ รายการ Good Idea Smart Idol และรายการโลกสวยด้วยวัยใส หัวใจพอเพียง ส่วนรายการที่เหลืออีก 3 รายการมีโฆษณาแฝง 1 รูปแบบ คือรายการแผ่นดินทอง รายการसानรัก คนเก่งหัวใจแกร่ง และรายการ TK TEEN โฆษณาแฝงที่นิยมใช้มากที่สุดคือ การใช้ตัวอักษร ภาพกราฟิก หรือโลโก้สินค้าปรากฏที่หน้าจอทั้งต้นและจบรายการ

ตารางที่ 22 แสดงรูปแบบการโฆษณาแฝงรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กของสถานีโทรทัศน์ช่อง  
ช่อง TPBS

ลำดับ	รายการ	รูปแบบโฆษณาแฝง
1.	English For Kids	-
2.	ตาต้า ตีตี้ โตโต้ ไคโนจอม ป่วน	-
3.	Mouse TV หนูเจ้าปัญญา	-
4.	เพื่อนพอเพียง	-
5.	เรื่องเล่าสอนเด็ก	-
6.	Generation Why	-
7.	What and Why	-
8.	ข่าวภาคเด็ก	-
9.	จากหนึ่งถึงล้าน	-
10.	Nat Geo Junior	-
11.	การ์ตูนชน	-
12.	ต้นกล้าแห่งความดี	-
13.	English Breakfast	-
14.	สวนสัตว์มหานุก	-
15.	Discovery Kids	-
16.	ขบวนการนักอ่าน	-

จากตารางที่ 22 แสดงว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ช่อง TPBS จำนวน 16 รายการ ไม่พบ  
การโฆษณาแฝงในรายการของสถานีแห่งนี้

ภาพตัวอย่างโฆษณาแฝง



ป้ายโฆษณาสินค้าที่จากหลังผู้เข้าร่วมแข่งขัน



โลโก้สินค้าที่สนับสนุนรายการ



ป้ายสินค้าที่แทนพิธีกร



โลโก้สินค้าปรากฏที่ชื่อของรายการ





ใช้สินค้าประกอบรายการ



ป้ายสินค้าผู้สนับสนุนเงินรางวัล



ขึ้นตัวอักษรขอบคุณสินค้า



ใช้ตัวการ์ตูนซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของสินค้าประกอบฉาก

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กช่วง วันที่ 24 - 30 กรกฎาคม พ.ศ.2551 พบข้อสรุปและนำไปสู่การอภิปรายผล ดังนี้

#### 1. รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีสัดส่วนการออกอากาศที่น้อยมากเมื่อเทียบกับเวลาออกอากาศทั้งหมด

แม้ว่าที่ผ่านมา จะ มีความพยายามจากหลายฝ่ายที่ต้องการให้พื้นที่สำหรับรายการเด็กมีมากขึ้น แต่จากการศึกษาพบว่า สัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเมื่อเทียบกับเวลาที่ออกอากาศทั้งหมดยังคงมีสัดส่วนที่น้อยมาก คิดเป็นร้อยละ 5.48 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับผลการวิจัยของมีเดียมอนิเตอร์ ที่ทำการศึกษารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก เมื่อวันที่ 5-11 มกราคม 2549 พบว่าสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 5.2 เป็นการสะท้อนให้เห็นว่าแม้ว่าเวลาจะผ่านไป 2 ปีแต่รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กยังคงมีสัดส่วนที่น้อยอยู่อย่างไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 มีสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมากที่สุด รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง7 จะเห็นได้ว่าสถานีโทรทัศน์ทั้ง 2 ช่องนี้เป็นสถานีโทรทัศน์ที่ให้พื้นที่สำหรับเด็กมากกว่าสถานีอื่นๆ ดังจะเห็นได้จากผลการวิจัยของมีเดียมอนิเตอร์ เมื่อปี 2549 พบว่า สถานีโทรทัศน์ช่อง7 มีสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมากที่สุด รองลงมาคือสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 สถานีโทรทัศน์ที่มีสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเพิ่มขึ้น คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง3 จากปี 2549มีสัดส่วนร้อยละ2.3 เพิ่มมาเป็น ร้อยละ 5.03 ในขณะที่เดียวกันสถานีโทรทัศน์ ช่อง5 และสถานีโทรทัศน์ช่อง11 มีสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กลดลง โดยเฉพาะสถานีโทรทัศน์ NBT หรือ ช่อง11 ของกรมประชาสัมพันธ์ที่มีสัดส่วนการนำเสนอรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กน้อยที่สุด จากปี2549ช่อง11มีสัดส่วนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กร้อยละ 2.7 ในปี 2551 ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 1.83 ทั้งนี้เพราะ สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์สถานีใหม่ ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2551 โดยเปลี่ยนทั้งชื่อสถานีเป็นสถานีโทรทัศน์ NBT และปรับผังรายการใหม่โดยเน้นการนำเสนอข่าวมากขึ้น เพิ่มเวลารายการข่าวจาก 7 ชั่วโมง เป็น 9 ชั่วโมงครึ่ง สัดส่วนผังรายการใหม่ให้พื้นที่ข่าว 38.78% สารคดีความรู้ 56.11% และกีฬา บันเทิง 5.11% ( สุกรี แมนชัยนิมิต 2551: 79) ทำให้เวลาสำหรับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่มีน้อยอยู่แล้วกลับลดน้อยลงไปอีก

สำหรับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กของทางสถานีโทรทัศน์ช่อง11 ที่ออกอากาศอยู่ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นรายการทั่วไปที่เด็กสามารถดูได้ แต่ไม่ได้ผลิตขึ้นมาสำหรับกลุ่มเป้าหมายเด็ก

อายุ 3- 12 ปี โดยเฉพาะ ซึ่งต่างจากเดิมในปีพ.ศ.2548 รายการสำหรับเด็กที่ออกอากาศทาง สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 เป็นรายการที่มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายอายุ 3- 12 ปี เช่น รายการโลกใบจิ๋ว รายการพะยูนเยือนจอ รายการบ้านเด็กดี รายการประดู่บานเล็ก เป็นต้น (การศึกษาการนำเสนอ เนื้อหาสำหรับเด็กของสื่อมวลชนในปัจจุบัน : ลักษมี คงลาภ และ อัสสร เสถียรทิพย์ 2548 )

## 2. รายการที่จัดระดับความเหมาะสมของรายการ เป็น “ด” และ “ป” มีไม่มากนัก

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่จัดระดับความเหมาะสม เป็น รายการสำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) และรายการสำหรับเด็กอายุ ( 6-12 ปี ) มีไม่มากนัก เช่น รายการเจ้าขุนทอง จัดระดับความเหมาะสม ของรายการเป็น รายการสำหรับเด็กปฐมวัย รายการดูนดิสนีย์ รายการสนุก3 ดี รายการดูนแฟมิลี่ เป็น รายการสำหรับเด็กอายุ ( 6-12 ปี ) เป็นต้น ทำให้รายการที่นำเสนอเนื้อหาเพื่อตอบสนองความสนใจ และพัฒนาการของเด็กแต่ละช่วงวัย โดยเฉพาะจึงมีไม่มากนัก เด็กจึงต้องรับชมรายการประเภทอื่นๆ ที่ ไม่ได้ผลิตมาเพื่อพวกเขาโดยตรง ดังจะเห็นได้จากข้อมูลของ Nielsen Media Research (สิงหาคม 2551) ทำการศึกษาเรตติ้งรายการโทรทัศน์ ในกลุ่มเด็ก พบว่า รายการละครหลังข่าว เป็นรายการที่มี เรตติ้งสูงสุดในกลุ่มเด็ก เรตติ้งอันดับ 1-5 คือ

1. รายการละครคมแฝก (ละครหลังข่าว ) สถานีโทรทัศน์ช่อง 7
2. รายการละครพื้นบ้าน สังกข์ทอง สถานีโทรทัศน์ช่อง 7
3. รายการละครศัตรู คู่ขวัญ ( ละครก่อนข่าว 18.45 น.) สถานีโทรทัศน์ช่อง 7
4. รายการเส้นทางบันเทิง สถานีโทรทัศน์ช่อง 7
5. รายการดูนดิสนีย์ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7

## 3. รูปแบบรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนใหญ่เป็นรายการประเภทการ์ตูนหรือภาพยนตร์แนว การ์ตูน

ความหลากหลายในรูปแบบการนำเสนอรายการสำหรับเด็กมีเพิ่มมากขึ้น รูปแบบรายการ โทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนใหญ่ยังคงเป็นรูปแบบการ์ตูนคิดเป็นร้อยละ 27.34 ซึ่งสัดส่วนการออกอากาศ ลดลงจากเดิมค่อนข้างมาก กล่าวคือในปี2549 รูปแบบรายการการ์ตูนมีถึงร้อยละ54.9 ของสัดส่วน รายการเด็กทั้งหมด และเป็นแนวโน้มที่ดีว่ารายการการ์ตูนที่ผลิตโดยคนไทยในปัจจุบันมีเพิ่มมากขึ้น เนื้อหาการ์ตูนของไทยเป็นการสะท้อนค่านิยม ความเชื่อของความเป็นไทยมากขึ้นกว่าเดิม เช่น การ์ตูน ท้าวแสนปม จอมชนมนตราภาค2 การ์ตูนโป่งกลางละอ่อน เป็นต้น ในขณะที่การ์ตูนที่ผลิตใน ต่างประเทศ ส่วนใหญ่ยังคงเป็นการนำเสนอเรื่องราวของการแข่งขัน ต่อสู้ที่แฝงไว้ด้วยความรุนแรง

#### 4. เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนใหญ่เน้นรายการบันเทิง

จากการศึกษาลักษณะเนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก พบว่า ลักษณะเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นรายการบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 46.86 ถึงแม้บทบาทหน้าที่หนึ่งของสื่อวิทยุโทรทัศน์ คือการให้ความบันเทิง แต่ความบันเทิงที่นำเสนอสำหรับเด็กจำเป็นต้องระมัดระวังผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับเด็ก อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และเมธา เสรีชนาวงศ์ ( 2545 :414) ได้อธิบายถึงอิทธิพลในด้านความบันเทิงของสื่อโทรทัศน์ไว้ว่า อิทธิพลในด้านบันเทิงของสื่อโทรทัศน์ก่อให้เกิดความเกรงว่าจะสร้างตัวอย่างในทางลบต่อเด็ก และเยาวชน ได้มีการศึกษาวิจัยจำนวนมากเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลของจินตคติที่เสนอทางโทรทัศน์ ไม่ว่าจะสร้างต้นแบบของพระเอก นางเอก ผู้ร้าย หรือ ตัวโกง หรือในการสร้างโลกของความฝันและการหลีกหนีโลกแห่งความเป็นจริง สังคมเชื่อว่าสื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชนอย่างยิ่ง อาจก่อให้เกิดการเลียนแบบความคิดและพฤติกรรมทั้งทางด้านบวกและด้านลบ

#### 5. คุณธรรมที่นำเสนอในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมากที่สุด คือ เรื่องความมีน้ำใจ

รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กจำนวน 46 รายการ คิดเป็นร้อยละ 61.33 มีการนำเสนอเนื้อหาทางด้านคุณธรรม คุณธรรมที่มีนำเสนอมากที่สุด คือความมีน้ำใจ คิดเป็นร้อยละ 29.33 ประเภทคุณธรรมที่มีการนำเสนอน้อยที่สุด คือ เรื่องความสุภาพ คิดเป็นร้อยละ 1.33

ความมีน้ำใจที่นำเสนอในรายการโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องการช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างเพื่อนกับเพื่อน พี่กับน้อง ตลอดจนช่วยเหลือผู้อื่น การนำเสนอคุณธรรมในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเป็นการช่วยเสริมสร้างความฉลาดทางศีลธรรมจรรยาให้กับเด็กวิถีการหนึ่ง

ความฉลาดทางศีลธรรมจรรยา ( Moral Quotient ) เป็น1 ในความฉลาด 6 ด้านของเด็กความฉลาดทางศีลธรรมจรรยา คือความรู้จักผิดชอบชั่วดี รู้ว่าอะไรควรทำ อะไรไม่ควรทำ มีความละเอียดและเกรงกลัวต่อการทำความผิด มีความซื่อสัตย์ รับผิดชอบ มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และชอบช่วยเหลือคนอื่น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่ใช่เรื่องที่สามารถเกิดขึ้นได้ในเวลาอันสั้น ควรเริ่มปลูกฝังตั้งแต่วัยเด็กให้ค่อยๆ ซึมซับไปเรื่อยๆจนเกิดเป็นความเคยชินและกลายเป็นนิสัยติดตัวไปตลอด ซึ่งการปลูกฝังความฉลาดทางศีลธรรมจรรยา สามารถทำได้หลายวิธี และสื่อโทรทัศน์ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถทำหน้าที่ปลูกฝังความฉลาดทางศีลธรรมจรรยาให้กับเด็ก ด้วยการสอนให้เด็กรู้ว่าสิ่งไหนเป็นสิ่งที่ดีและควรทำ สิ่งไหนเป็นสิ่งที่ไม่ดี และไม่ควรทำ สอนให้รู้จักบาป บุญ คุณ โทษ ให้รู้จักตอบแทนบุญคุณ สอนเด็กผ่านประสบการณ์จริงที่เกิดขึ้น มีแบบอย่างที่ดีให้กับเด็ก เด็กที่มีความฉลาดทางศีลธรรมจรรยาดี จะทำให้เติบโตเป็นเด็กที่มีความซื่อสัตย์สุจริต ไม่คดโกงใครและดำรงชีวิตอยู่ในสังคมไทยไม่ทำให้ใครเดือดร้อน และยังช่วยเหลือคนอื่นที่กำลังเดือดร้อนอีกด้วย

## 6. รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กใช้เวลาโฆษณาเกินกว่าเวลาที่กำหนด

ในการศึกษาปริมาณเวลาโฆษณาในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ได้ใช้แนวทางการวิเคราะห์ของโครงการมีเดีย มอนิเตอร์ คือ พิจารณาตามพระราชบัญญัติกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 23 ที่กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับลักษณะและระยะเวลาสูงสุดในการโฆษณาและการบริการธุรกิจทางสถานีโทรทัศน์ ว่าการโฆษณาและการบริการธุรกิจได้ไม่เกินชั่วโมงละสิบสองนาทีกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.83 ของเวลาการนำเสนอรายการ ซึ่งมีข้อสังเกตว่าการบันทึกเวลาโฆษณาสามารถทำได้เพียงการศึกษาปริมาณเวลาในการนำเสนอภาพยนตร์โฆษณา กับ เวลาการนำเสนอสปอตสั้น (VTR) เท่านั้น ทั้งนี้เพราะรูปแบบการโฆษณาแฝงในปัจจุบันบางรูปแบบเป็นการแทรกไปกับเนื้อหารายการอย่างแนบชิด จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของรายการ ซึ่งสถานการณ์แบบนี้คล้ายคลึงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในอเมริกา วิภา อุตมพันธ์ (2546:147) พุดถึงปัญหานี้ว่า สิ่งที่เป็นปัญหาร้ายแรงของโทรทัศน์ในอเมริกาก็คือ รายการที่ดีสำหรับเด็กมีน้อยมาก จะมีอยู่บ้างก็ต้องพึ่งโฆษณาหรือแย่งกันดูนั่นก็คือ ปล่อยให้โฆษณาแฝงมาในรูปแบบของรายการกึ่งสาระกึ่งโฆษณา (Infomercial) เช่น ใช้ของเล่นเด็กซึ่งเป็นผู้ให้สปอนเซอร์เป็นส่วนประกอบสำคัญของท้องเรื่องเนื้อหารายการโทรทัศน์

ผลการศึกษาจำนวนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 75 รายการ มีรายการโทรทัศน์ที่มีการโฆษณาเกินระยะเวลาที่กำหนด ทั้งหมด 18 รายการ คิดเป็นร้อยละ 24 เมื่อเปรียบเทียบกับผลการวิจัยของมีเดีย มอนิเตอร์ที่ทำการศึกษาโฆษณารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก วันที่ 1-14 มีนาคม 2551 พบว่า รายการเด็กที่มีการโฆษณาเกินกว่าที่กำหนด คิดเป็นร้อยละ 31.34 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการพิจารณาเวลาการโฆษณาของโครงการมีเดีย มอนิเตอร์คำนวณปริมาณเวลาการโฆษณารายการของสถานีโทรทัศน์รวมเป็นเวลาการโฆษณาด้วย ในขณะที่การศึกษาครั้งนี้ไม่นับรวมปริมาณเวลาการโฆษณาโปรโมทรายการของสถานี

แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาจำนวนรายการโทรทัศน์ที่มีการโฆษณาเกินกำหนดจำแนกตามสถานีโทรทัศน์ พบว่ามีผลการศึกษาที่สอดคล้องกันกล่าวคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 มีจำนวนรายการที่โฆษณาเกินกำหนดมากที่สุด รองลงมา คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7

หากพิจารณารายได้จากโฆษณาของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก พบว่า อัตราโฆษณาความยาว 30 วินาที ของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่สูงสุดของแต่ละสถานี ได้แก่

สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 รายการการ์ตูนก่อนข่าว 20.00น. มีอัตราโฆษณาสูงสุด คือ 136,474 บาท สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 รายการผู้เพื่อแม่แท้กทิม มีอัตราโฆษณาสูงสุด คือ 82,355 บาท สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 รายการหลานปู่ก็อู้จู้ มีอัตราโฆษณาสูงสุด คือ 144,000 บาท

สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 รายการกว่าจะเป็นดาวปาปารัสซี่ มีอัตราโฆษณาสูงสุด คือ 133,000.00 บาท

หมายเหตุ อัตราโฆษณานำมาอ้างอิงเป็นอัตราที่ระบุในผังรายการ

ถึงแม้รายได้ของโฆษณาส่งผลต่อความอยู่รอดของรายการโทรทัศน์ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ก็ควรปฏิบัติตามระเบียบที่กำหนดไว้

## 7. รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กส่วนใหญ่มีการโฆษณาแฝง

จากผลการวิจัยพบว่ารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 75 รายการ มีการโฆษณาแฝง 50 รายการ คิดเป็นร้อยละ 66.66 แต่เป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่าสถานีโทรทัศน์ TPBS เป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะที่ไม่มีโฆษณาทั้งภาพยนตร์โฆษณาและโฆษณาแฝง ดังนั้น หากไม่นับรวมจำนวนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กทาง TPBS จะพบว่า มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 59 รายการ และมีถึง 50 รายการที่มีโฆษณาแฝง คิดเป็นร้อยละ 84.74 ซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่สูงมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการที่ไม่มีแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจนเรื่องการโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ ในธุรกิจสื่อโฆษณา การโฆษณาแฝง มีหลายรูปแบบอาจทำเป็นรูปแบบการนำสินค้าหรือตราผลิตภัณฑ์เข้าไปสอดแทรกในเนื้อรายการหรือการนำแนวคิดหลัก (Concept Idea) ของงานโฆษณาหรือจุดขายของสินค้า (Product Benefits) เข้าไปขยายในรายการเพื่อตกย้ำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้หรือเข้าใจมากขึ้น

เหตุผลในการใช้โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์มีหลายเหตุผล ดังที่ วลีทิพย์ นันทเอกพงส์ (2550) ได้ทำการศึกษาการโฆษณาแฝงในละครซีทคอม ของบริษัทอาร์เอส จำกัด (มหาชน) พบว่าวัตถุประสงค์ของการโฆษณาแฝงสินค้าในละครซีทคอมบริษัทอาร์เอส จำกัด (มหาชน) ด้วยเหตุผลทางด้านผลประโยชน์ทางธุรกิจ เหตุผลในด้านความจำเป็นที่จะต้องใช้สินค้าประกอบฉากในละครเพื่อให้เกิดความสมจริงในละคร และเหตุผลสุดท้ายคือเหตุผลในด้านการพัฒนาการขายโฆษณา เพราะกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น ส่วนวัตถุประสงค์ที่บริษัทตัวแทนโฆษณาเลือกใช้การโฆษณาแฝง ด้วยเหตุผล 4 ประการ คือ เหตุผลความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ที่โทรทัศน์มีรีโมท คอนโทรลช่วยในการเปลี่ยนช่องหรือเลือกดูรายการอื่น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราสินค้า เพื่อช่วยในการจดจำตราสินค้า และเพื่อนำเสนอสินค้าให้เป็นที่รู้จัก การโฆษณาแฝงจึงกลายเป็นกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆ ไม่เว้นแม้แต่รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดในการเลือกใช้โฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์ แต่ในหลายประเทศได้ตระหนักถึงปัญหาการโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์โดยเฉพาะรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กดังเช่น

สหภาพยุโรปได้ออกคำสั่ง 2007/65/EC เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2550 ห้ามโฆษณาแฝงในรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก (Official Journal of the European Union 2007:L 332/41) จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจว่าสำหรับประเทศไทยจะมีมาตรการป้องกันปัญหานี้หรือไม่ อย่างไร

#### ข้อเสนอแนะ

1. จากสถานการณ์ความขัดแย้งที่เพิ่มมากขึ้นในสังคมไทย รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กควรทำหน้าที่เป็นผู้ปลูกฝังความฉลาดทางศีลธรรมจรรยาให้กับเด็ก เพื่อให้เด็กเติบโตและดำรงชีวิตอยู่ในสังคมไทยได้อย่างมีคุณภาพ
2. ควรสนับสนุนให้มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี) และรายการสำหรับเด็กอายุ (6-12 ปี) เพิ่มมากขึ้นในทุกสถานี และการผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็กควรตอบสนองต่อความต้องการและพัฒนาการตามวัยของเด็ก
3. การนำเด็กเข้ามามีส่วนร่วมในรายการ ควรนำเสนอในลักษณะที่เป็นธรรมชาติของเด็กอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นวิธีการคิด วิธีการพูด ภาษาที่ใช้ บุคลิกภาพ และการแต่งกาย
4. รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศในช่วงเวลา 16.00 น. ถึง 20.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เด็กเปิดชมรายการโทรทัศน์มากที่สุด ควรระมัดระวังเนื้อหาที่อาจส่งผลกระทบต่อเด็ก
5. ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กควรร่วมมือกันในการจัดตั้งเป็นองค์กรเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก และเป็นองค์กรที่สนับสนุนและส่งเสริมการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในรูปแบบต่างๆ
6. ควรมีการสร้างกลไกการให้ความรู้เรื่องสื่อกับการพัฒนาการของเด็กให้กับพ่อแม่ และผู้สูงอายุในครอบครัว
7. ควรมีระบบการเฝ้าระวัง และเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
8. รัฐควรให้การสนับสนุนรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ดี มีคุณภาพ อย่างเป็นระบบ อย่างต่อเนื่องและจริงจัง
9. ควรสนับสนุนให้มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ที่เป็นรายการต้นแบบ เพื่อเด็กไทยจะได้ชมรายการโทรทัศน์ดีๆ และเป็นรายการที่อยู่ใจเด็กตลอดไป



## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กมล แสงทองศรีกมล (2551) พลิกเรื่องเรียนสู่ผู้อัจฉริยะ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท แชนบุ๊ก.
- จุมพล รอดคำดี. (2525) สภาพปัญหาและอุปสรรคของการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในประเทศไทย. เอกสารสัมมนาเรื่องการส่งเสริมการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก
- เดลินิวส์ ฉบับที่ 19775 ประจำวันที่ 4 ธันวาคม 2546
- ยุคผล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พีที พรินท์ จำกัด.
- สันหัตถ์ ทองรินทร์. (2535) ความคิดเห็นของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุทธาทิพย์ ศรีวรรณ.(2537) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ในประเทศไทย วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

### ภาษาอังกฤษ

- Anderson, D. R., Huston, A. C., Schmitt, K. Linebarger, D. L., & Wright, J. C. (2001). Early childhood television viewing and adolescent behavior: The recontact study. Monographs of the Society for Research in Child Development. 66, (Serial No. 264).
- Armstrong, G. B., Boirsky, G. A., & Mares, M-L. (1991, September). Background television and reading performance. Communication Monographs, 58.
- Auckland Star. 9 June 1982. Raphael House Newsletter.
- Chen, M. (1994). The Smart Parents Guide to Kids' TV. Emoryville, CA: Publishers Group West.
- Comstock, G. & Paik, L. (1991). Television and the American Child. New York: Academic Press.
- Comstock, George, with Paik, Haejun (1991). Television and the American Child. San Diego, CA: Academic Press, Inc.

- Condry, J. (1989). *The Psychology of Television*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Eaton, B. Carol & Joseph, R. Dominick. (1991). Product-Related Programming and Children's TV – A Content Analysis. *Journalism Quarterly*. 68 (1/2), pp. 67-75.
- Gentile, D.A., Walsh, D. A. (2002, January 28). A normative study of family media habits. *Applied Developmental Psychology*. 23, pp. 157-178.
- Liebert, R. M. & Sprafkin, J. (1988). *The Early Window* (3<sup>rd</sup> Ed.). New York: Pergamon Press.
- MacBeth, Tannis (editor) (1996). *Tuning Into Young Viewers*. Newbury Park, CA: SAGE Publications.
- National Literacy Trust. *Developing Language for Life*. Register charity in England and Wales, London.
- Office of Educational Research and Improvement (1988). *National education longitudinal study of 1988*. Washington, DC: Government Printing Office.
- Reinking, D. and Wu, J. (1990, Winter). Reexamining the research on television and reading. *Reading Research and Instruction*. 29, pp. 30-43.
- Searls, D.T., Mead, N.A., and Ward, B. (1985). The relationship of students' reading skills to TV watching, leisure time reading and homework. *Journal of Reading*. 29, pp. 158-162.
- Singer, D. G. & Singer, J. L. (1987). Practical Suggestions for Controlling Television. *Journal of Early Adolescence*. 7, pp. 365-369.
- Time-Warner Cable in Ithaca. *Talking Chart of Your TV. A Guide to Critical Viewing for Parents and Children*. (By request). NY.
- Wright, John C., Huston, Aletha C., (1995). Effects of educational TV viewing of lower income preschoolers on academic skills, school readiness, and school adjustment one to three years later. Lawrence, KS: Center for Research on the Influences of Television on Children.
- Wright, John C., Huston, Aletha C., Murphy, Kimberlee C., Peters, Michelle St., Pinon, Marites, Scantlin, Ronda, and Kotler, Jennifer. (2001, October). The relations of early television viewing to school readiness and vocabulary of children from low-income families: The early window project. *Child Development*. 72, pp. 1347-1366.

**Website**

URL: <http://www.clam.rutgers.edu>

URL: <http://www.kidshealth.org>

URL: <http://www.labouroflove.org>

URL: <http://www.med.umich.edu>

URL: <http://www.thaichildrednright.net/th/home/issue/php>

URL: <http://www.manager.com>

## ภาคผนวก

แบบบันทึกการวิเคราะห์โฆษณาในรายการโทรทัศน์เด็ก

แบบบันทึกการวิเคราะห์โฆษณาในรายการโทรทัศน์เด็ก (1)

ช่อง 3

ลำดับ	สถานีโทรทัศน์	วัน	เวลา	ชื่อรายการ	ปริมาณเวลาโฆษณา (นาที:วินาที)	ปริมาณเวลาโฆษณาแฝง (VTR) (นาที:วินาที)	รวมปริมาณ โฆษณา (นาที:วินาที)	ร้อยละ	การโฆษณาเกิน กำหนดเวลา	อัตราโฆษณาต่อ 30 วินาที
1	ช่อง 3	เสาร์	06.25-06.50	ทุ่งแสงตะวัน	4 นาที 16 วินาที	15 วินาที	4 นาที 31 วินาที	17.66	✘	42,354.00 บาท
2	ช่อง 3	อาทิตย์	06.50-06.55	นักสำรวจ	45 วินาที	-	45 วินาที	15	✘	41,178.00 บาท
3	ช่อง 3	อังคาร	16.00-16.25	เก่งจริงนะ	5 นาที	25 วินาที	5 นาที 25 วินาที	21.66	✓	56,472.00 บาท
4	ช่อง 3	อาทิตย์	08.20-08.25	เรื่องเล่าของแม่	สนับสนุนโดย	กระทรวงศึกษาธิการ	-	-	-	-
5	ช่อง 3	จันทร์	19.58.20.00	อิงลิช มินิท @	-	11 นาที	11 วินาที	9.17	✘	-
		อังคาร	19.58.20.00	อิงลิช มินิท @	-	11 นาที	11 วินาที	9.17	✘	-
		พุธ	19.58.20.00	อิงลิช มินิท @	-	11 นาที	11 วินาที	9.17	✘	-
		พฤหัสบดี	19.58.20.00	อิงลิช มินิท @	-	11 นาที	11 วินาที	9.17	✘	-
		ศุกร์	19.58.20.00	อิงลิช มินิท @	-	11 นาที	11 วินาที	9.17	✘	-
6	ช่อง 3	เสาร์	08.20-08.50	การ์ตูน คราก้อน	5 นาที	-	5 นาที	16.67	✘	70,590.00 บาท
		อาทิตย์	08.20-08.50	การ์ตูน คราก้อน	5 นาที	-	5 นาที	16.67	✘	70,590.00 บาท
7	ช่อง 3	เสาร์	16.00-16.02	การ์ตูนลดโลกร้อน กับป๊อปอนด์	-	10 วินาที	10 วินาที-	8.33	✘	-
8	ช่อง 3	จันทร์	19.45-19.59	การ์ตูน ชินจัง จอม แก่น	3 นาที	-	3 นาที	21.42	✓	136,474.00 บาท
		อังคาร	19.45-19.59	การ์ตูน ชินจัง จอมแก่น	3 นาที	-	3 นาที	21.42	✓	136,474.00 บาท

ช่อง 3 (ต่อ)

ลำดับ	สถานีโทรทัศน์	วัน	เวลา	ชื่อรายการ	ปริมาณเวลาโฆษณา (นาที:วินาที)	ปริมาณเวลา โฆษณาแฝง (VTR) (นาที:วินาที)	รวมปริมาณ โฆษณา (นาที:วินาที)	ร้อยละ	การโฆษณาเกิน กำหนดเวลา	อัตราโฆษณาต่อ 30 วินาที
9	ช่อง 3	ศุกร์	16.00-16.25	สมรภูมิเอเชีย	5 นาที	18 วินาที	5 นาที 18 วินาที	21.2	✓	45,884.00 บาท
10	ช่อง 3	ศุกร์	19.45-19.59	สตาร์ ด็อก	3 นาที	-	3 นาที	21.42	✓	136,474.00 บาท
11	ช่อง 3	จันทร์	19.15-19.45	ถ้าคุณแน่ อย่าแพ้ ป.4	6 นาที 15 วินาที	28 วินาที	6 นาที 43 วินาที	22.39	✓	119,415.00 บาท
		อังคาร	19.15-19.45	ถ้าคุณแน่ อย่าแพ้ ป.4	6 นาที 15 วินาที	25 วินาที	6 นาที 40 วินาที	22.22	✓	119,415.00 บาท
		พุธ	19.15-19.45	ถ้าคุณแน่ อย่าแพ้ ป.4	6 นาที 15 วินาที	28 วินาที	6 นาที 43 วินาที	22.39	✓	119,415.00 บาท
		พฤหัสบดี	19.15-19.45	ถ้าคุณแน่ อย่าแพ้ ป.4	6 นาที 15 วินาที	31 วินาที	6 นาที 46 วินาที	22.55	✓	119,415.00 บาท
		ศุกร์	19.15-19.45	ถ้าคุณแน่ อย่าแพ้ ป.4	6 นาที 15 วินาที	28 วินาที	6 นาที 43 วินาที	22.38	✓	119,415.00 บาท
12	ช่อง 3	จันทร์	16.00-16.25	เด็ก เด็ด เด็ด	4 นาที 45 วินาที	34 วินาที	5 นาที 19 วินาที	21.26	✓	60,000.00 บาท
13	ช่อง 3	พุธ	16.00-16.25	โอมเพียง	4 นาที 45 วินาที	39 วินาที	5 นาที 24 วินาที	21.6	✓	56,472.00 บาท
14	ช่อง 3	พฤหัสบดี	16.00-16.25	แฟนซี คัดส์	5 นาที	42 วินาที	5 นาที 42 วินาที	22.8	✓	42,354.00 บาท
15	ช่อง 3	พุธ	19.45-19.59	การ์ตูนท้าวแสนปม	3 นาที	-	3 นาที	21.42	✓	136,474.00 บาท
		พฤหัสบดี	19.45-19.59	การ์ตูนท้าวแสนปม	3 นาที	-	3 นาที	21.42	✓	136,474.00 บาท
16	ช่อง 3	จันทร์	18.00-18.05	อิงลิช ออนทัวร์	-----ไม่มีโฆษณา----- (ผู้สนับสนุนหลัก ISUZU)					
		อังคาร	18.00-18.05	อิงลิช ออนทัวร์	-----ไม่มีโฆษณา----- (ผู้สนับสนุนหลัก ISUZU)					
		พุธ	18.00-18.05	อิงลิช ออนทัวร์	-----ไม่มีโฆษณา----- (ผู้สนับสนุนหลัก ISUZU)					
		พฤหัสบดี	18.00-18.05	อิงลิช ออนทัวร์	-----ไม่มีโฆษณา----- (ผู้สนับสนุนหลัก ISUZU)					
		ศุกร์	18.00-18.05	อิงลิช ออนทัวร์	-----ไม่มีโฆษณา----- (ผู้สนับสนุนหลัก ISUZU)					
17	ช่อง 3	เสาร์	09.15-09.45	เพื่อนซี้ล่องหน	6 นาที 15 วินาที	-	6 นาที 15 วินาที	20.83	✗	105,885.00 บาท

ช่อง 5

ลำดับ	สถานีโทรทัศน์	วัน	เวลา	ชื่อรายการ	ปริมาณเวลาโฆษณา (นาที:วินาที)	ปริมาณเวลา โฆษณาแฝง (VTR) (นาที:วินาที)	รวมปริมาณ โฆษณา (นาที:วินาที)	ร้อยละ	การโฆษณาเกิน กำหนดเวลา	อัตราโฆษณาต่อ 30 วินาที
1	ช่อง 5	เสาร์	06.50-07.15	กล้าคิดกล้าทำ	4 นาที 35 วินาที	13 วินาที	4 นาที 48 วินาที	19.2	✗	25,883.00 บาท
2	ช่อง 5	เสาร์	07.15-08.00	GANG CARTOON	8 นาที 35 วินาที	1 นาที 35 วินาที	10 นาที 5 วินาที	22.4	✓	350,000 บาท
		อาทิตย์	07.15-08.00	GANG CARTOON	7 นาที	2 นาที 22 วินาที	9 นาที 22 วินาที	20.81	✗	350,000 บาท
3	ช่อง 5	จันทร์	17.25-17.50	สู้เพื่อแม่ แท้ก็ทิม	5 นาที	44 วินาที	5 นาที 44 วินาที	22.33	✓	82,355.00 บาท
		อังคาร	17.25-17.50	สู้เพื่อแม่ แท้ก็ทิม	5 นาที	47 วินาที	5 นาที 47 วินาที	23.13	✓	82,355.00 บาท
		พุธ	17.25-17.50	สู้เพื่อแม่ แท้ก็ทิม	5 นาที 15 วินาที	60 วินาที	6 นาที 15 วินาที	25	✓	82,355.00 บาท
		พฤหัสบดี	17.25-17.50	สู้เพื่อแม่ แท้ก็ทิม	5 นาที	37 วินาที	5 นาที 37 วินาที	22.46	✓	82,355.00 บาท
		ศุกร์	17.25-17.50	สู้เพื่อแม่ แท้ก็ทิม	5 นาที 15 วินาที	66 วินาที	6 นาที 21 วินาที	25.4	✓	82,355.00 บาท

ช่อง 7

ลำดับ	สถานีโทรทัศน์	วัน	เวลา	ชื่อรายการ	ปริมาณเวลาโฆษณา (นาที:วินาที)	ปริมาณเวลา โฆษณาแฝง (VTR) (นาที:วินาที)	รวมปริมาณ โฆษณา (นาที:วินาที)	ร้อยละ	การโฆษณาเกิน กำหนดเวลา	อัตราโฆษณาต่อ 30 วินาที
1	ช่อง 7	เสาร์	06.00-06.25	เจ้าขุนทอง	30 นาที	-	30 นาที	2	✗	30,000.00 บาท
2	ช่อง 7	จันทร์	06.25-06.30	ข่าวผู้เยาว์	-	-	-	-	-	-
		อังคาร	06.25-06.30	ข่าวผู้เยาว์	-	-	-	-	-	-
		พุธ	06.25-06.30	ข่าวผู้เยาว์	-	-	-	-	-	-
		พฤหัสบดี	06.25-06.30	ข่าวผู้เยาว์	-	-	-	-	-	-
		ศุกร์	06.25-06.30	ข่าวผู้เยาว์	-	-	-	-	-	-
3	ช่อง 7	อาทิตย์	07.51-07.52	พลังกลิต	-----สนับสนุนโดย สสวท.-----					-
4	ช่อง 7	อังคาร	16.30-17.00	ดาตฟ้า เต็ม 100	5 นาที 30 วินาที	28 วินาที	5 นาที 58 วินาที	19.88	✗	70,590.00 บาท
5	ช่อง 7	เสาร์	08.15-09.10	สังข์ทอง	12 นาที 30 วินาที	-	12 นาที 30 วินาที	22.72	✓	94,120.00 บาท
		อาทิตย์	08.15-09.10	สังข์ทอง	12 นาที 35 วินาที	-	12 นาที 35 วินาที	22.87	✓	94,120.00 บาท
6	ช่อง 7	เสาร์	06.30-08.10	ตุนดินนีย์	15 นาที 20 วินาที	10 วินาที	15 นาที 30 วินาที	15.5	✗	41,178.00 บาท
7	ช่อง 7	พุธ	16.30-17.00	จอมขมนมตรา ภาค 2	3 นาที 30 วินาที	16 วินาที	3 นาที 4 วินาที	12.5	✗	61,767.00 บาท
8	ช่อง 7	อาทิตย์	06.30-07.00	การ์ตูน ครอบครัวหรรษา	3 นาที 45 วินาที	-	3 นาที 46 วินาที	12.5	✗	32,942.00 บาท
9	ช่อง 7	อาทิตย์	07.00-07.30	โซนิก เจ้าแม่สายฟ้า	5 นาที	-	5 นาที	16.66	✗	32,342.00 บาท
10	ช่อง 7	จันทร์	16.30-17.00	ตำลึง	5 นาที	19 วินาที	5 นาที 19 วินาที	21.05	✓	102,944.00 บาท
11	ช่อง 7	เสาร์	18.15-18.45	หลานปู่กู่ฮู้	5 นาที	41 วินาที	5 นาที 41 วินาที	18.94	✗	140,000.00 บาท
		อาทิตย์	18.15-18.45	หลานปู่กู่ฮู้	5 นาที	41 วินาที	5 นาที 41 วินาที	18.94	✗	140,000.00 บาท



ช่อง 7 (ต่อ)

ลำดับ	สถานีโทรทัศน์	วัน	เวลา	ชื่อรายการ	ปริมาณเวลาโฆษณา (นาที:วินาที)	ปริมาณเวลา โฆษณาแฝง (VTR) (นาที:วินาที)	รวมปริมาณ โฆษณา (นาที:วินาที)	ร้อยละ	การโฆษณาเกิน กำหนดเวลา	อัตราโฆษณาต่อ 30 วินาที
12	ช่อง 7	จันทร์	18.10-18.40	จิตเจ้าจริงใจ	3 นาที	-	3 นาที	10	✗	85,000.00 บาท
		อังคาร	18.10-18.40	จิตเจ้าจริงใจ	2 นาที 45 วินาที	-	2 นาที 45 วินาที	9.17	✗	85,000.00 บาท
		พุธ	18.10-18.40	จิตเจ้าจริงใจ	2 นาที	-	2 นาที	6.67	✗	85,000.00 บาท
		พฤหัสบดี	18.10-18.40	จิตเจ้าจริงใจ	1 นาที 45 วินาที	23 วินาที	2 นาที 8 วินาที	7.11	✗	85,000.00 บาท
		ศุกร์	18.10-18.40	จิตเจ้าจริงใจ	2 นาที 15 วินาที	-	2 นาที 15 วินาที	7.5	✗	85,000.00 บาท
13	ช่อง 7	พฤหัสบดี	18.00-18.10	การ์ตูนโปงลางละอ่อน	2 นาที 15 วินาที	-	2 นาที 15 วินาที	22.5	✓	58,825.00 บาท
		ศุกร์	18.00-18.10	การ์ตูนโปงลางละอ่อน	2 นาที 15 วินาที	-	2 นาที 15 วินาที	22.5	✓	58,825.00 บาท
14	ช่อง 7	เสาร์	18.00-18.15	การ์ตูนครอบครัว พอเพียง	3 นาที 30 วินาที	16 วินาที	3 นาที 46 วินาที	25.11	✓	90,991.00 บาท
		อาทิตย์	18.00-18.15	การ์ตูนครอบครัว พอเพียง	3 นาที	-	3 นาที	20	✗	90,991.00 บาท
15	ช่อง 7	จันทร์	18.00-18.10	7 สุขสะเด็ด	1 นาที 45 วินาที	-	1 นาที 45 วินาที	17.5	✗	82,354.00 บาท
		อังคาร	18.00-18.10	7 สุขสะเด็ด	1 นาที 15 วินาที	-	1 นาที 15 วินาที	12.5	✗	82,354.00 บาท
		พุธ	18.00-18.10	7 สุขสะเด็ด	1 นาที 45 วินาที	17 วินาที	1 นาที 52 วินาที	18.67	✗	82,354.00 บาท
16	ช่อง 7	อาทิตย์	07.15-07.20	แบ่งปันรอยยิ้ม	สนับสนุนรายการ โดย	ไทยสมุทร ประกันภัย			-	-
17	ช่อง 7	อาทิตย์	07.35-08.00	การ์ตูนพิกซ์ร้ายวัย กรี๊ด ปี 3	6 นาที 1 วินาที	-	6 นาที 1 วินาที	24.06	✓	32,942.00 บาท

ช่อง 7 (ต่อ)

ลำดับ	สถานีโทรทัศน์	วัน	เวลา	ชื่อรายการ	ปริมาณเวลาโฆษณา (นาที:วินาที)	ปริมาณเวลา โฆษณาแฝง (VTR) (นาที:วินาที)	รวมปริมาณ โฆษณา (นาที:วินาที)	ร้อยละ	การโฆษณาเกิน กำหนดเวลา	อัตราโฆษณาต่อ 30 วินาที
18	ช่อง 7	จันทร์	16.15-16.30	จอมกวนป่วนครัว	3 นาที	6 วินาที	3 นาที 6 วินาที	20.66	✘	65,884.00 บาท
19	ช่อง 7	พุธ	16.00-16.20	ไอน์สไตน์จิ๋ว	45 วินาที	-	45 วินาที	3	✘	60,000.00 บาท
		พฤหัสบดี	16.00-16.20	ไอน์สไตน์จิ๋ว	ถ่ายทอดสด	-	-	-	-	60,000.00 บาท

ช่อง 9

ลำดับ	สถานีโทรทัศน์	วัน	เวลา	ชื่อรายการ	ปริมาณเวลาโฆษณา (นาที:วินาที)	ปริมาณเวลา โฆษณาแฝง (VTR) (นาที:วินาที)	รวมปริมาณ โฆษณา (นาที:วินาที)	ร้อยละ	การโฆษณาเกิน กำหนดเวลา	อัตราโฆษณาต่อ 30 วินาที
1	ช่อง 9	เสาร์	07.05-07.30	ซูเปอร์จิว	5 นาที 45 วินาที	30 วินาที	6 นาที 15 วินาที	25	✓	480,000.00 บาท
		อาทิตย์	07.05-07.30	ซูเปอร์จิว	5 นาที	30 วินาที	5 นาที 30 วินาที	22	✓	480,000.00 บาท
2	ช่อง 9	เสาร์	07.30-08.00	ภ.มาสเตอร์ไรเดอร์ อีบิกิ	3 นาที 45 วินาที	-	3 นาที 45 วินาที	12.5	✗	56,472.00 บาท
		อาทิตย์	07.30-08.00	ภ.มาสเตอร์ไรเดอร์ อีบิกิ	5 นาที 1 วินาที	-	5 นาที 1 วินาที	16.72	✗	56,472.00 บาท
3	ช่อง 9	เสาร์-อาทิตย์	08.05-10.00	โมเดิร์นไนน์การ์ตูน						
		เสาร์	08.05-08.35	1. โคราเอม่อน	5 นาที 6 วินาที	-	5 นาที 6 วินาที	17	✗	60,002.00 บาท
		อาทิตย์	08.05-08.35	2. โคราเอม่อน	5 นาที 20 วินาที	-	5 นาที 20 วินาที	17.78	✗	60,002.00 บาท
		เสาร์	08.35-09.00	2. พาวเวอร์ฟฟิเจอร์ส	3 นาที 50 วินาที	-	3 นาที 50 วินาที	15.33	✗	60,002.00 บาท
		อาทิตย์	08.35-09.00	2. พาวเวอร์ฟฟิเจอร์ส	3 นาที 5 วินาที	-	3 นาที 5 วินาที	12.33	✗	60,002.00 บาท
		เสาร์	09.00-09.25	3. นักล่าอสูร	3 นาที 50 วินาที	-	3 นาที 50 วินาที	15.33	✗	60,002.00 บาท
		อาทิตย์	09.00-09.25	3. นักล่าอสูร	3 นาที 20 วินาที	-	3 นาที 20 วินาที	13.33	✗	60,002.00 บาท
		เสาร์	09.25-09.59	4. โคนันเจ้าหนูน้อยยอด นักสืบ	5 นาที 50 วินาที	-	5 นาที 50 วินาที	17.15	✗	60,002.00 บาท
อาทิตย์	09.25-09.59	4. โคนันเจ้าหนูน้อยยอด นักสืบ	6 นาที 25 วินาที	-	6 นาที 25 วินาที	18.87	✗	60,002.00 บาท		
4	ช่อง 9	จันทร์	16.30-16.57	เพื่อนแก้ว	5 นาที	-	5 นาที	18.51	✗	30,000.00 บาท
5	ช่อง 9	ศุกร์	16.30-16.57	ตูน บูน แฟมิลี่	2 นาที 15 วินาที	-	2 นาที 15 วินาที	9	✗	35,000 บาท

ช่อง 9 (ต่อ)

ลำดับ	สถานีโทรทัศน์	วัน	เวลา	ชื่อรายการ	ปริมาณเวลาโฆษณา (นาที:วินาที)	ปริมาณเวลา โฆษณาแฝง (VTR) (นาที:วินาที)	รวมปริมาณ โฆษณา (นาที:วินาที)	ร้อยละ	การโฆษณาเกิน กำหนดเวลา	อัตราโฆษณาต่อ 30 วินาที
6	ช่อง 9	จันทร์	16.57-17.00	ฟุตบอล ฟอ ไฟ (3 น.)	-----ไม่มีโฆษณา-----					
		อังคาร	16.57-17.00	ฟุตบอล ฟอ ไฟ (3 น.)	-----ไม่มีโฆษณา-----					
		พุธ	16.57-17.00	ฟุตบอล ฟอ ไฟ (3 น.)	-----ไม่มีโฆษณา-----					
		พฤหัสบดี	16.57-17.00	ฟุตบอล ฟอ ไฟ (3 น.)	-----ไม่มีโฆษณา-----					
		ศุกร์	16.57-17.00	ฟุตบอล ฟอ ไฟ (3 น.)	-----ไม่มีโฆษณา-----					
7	ช่อง 9	เสาร์	06.57-07.00	ค.คนพื้นป่า	-	5 วินาที	5 วินาที	2.78	✘	-
		อาทิตย์	06.57-07.00	ค.คนพื้นป่า	-	5 วินาที	5 วินาที	2.78	✘	-
8	ช่อง 9	อาทิตย์	14.00-15.00	กว่าจะเป็นดาวปาริสาชี	10 นาที	5 วินาที	10 นาที 5 วินาที	16.81	✘	130,000.00 บาท
9	ช่อง 9	เสาร์	16.05-16.35	ขอดมนุชย์น้อย	7 นาที	15 วินาที	7 นาที 15 วินาที	24.17	✓	103,532.00 บาท
		อาทิตย์	16.05-16.35	ขอดมนุชย์น้อย	6 นาที 5 วินาที	15 วินาที	6 นาที 20 วินาที	21.11	✓	103,532.00 บาท
10	ช่อง 9	อังคาร	16.30-16.55	แชมป์เขาวงกต	5 นาที	-	5 นาที	20.0	✘	13,236.00 บาท
11	ช่อง 9	พุธ	16.30-17.00	สนุก 3 ดี	5 นาที	-	5 นาที	16.67	✘	28,825.00 บาท
12	ช่อง 9	จันทร์	18.30-19.00	ยกสยาม	3 นาที 30 วินาที	6 วินาที	3 นาที 36 วินาที	12	✘	103,532.00 บาท
		อังคาร	18.30-19.00	ยกสยาม	5 นาที 15 วินาที	9 วินาที	5 นาที 24 วินาที	18	✘	103,532.00 บาท
		พุธ	18.30-19.00	ยกสยาม	4 นาที	9 วินาที	4 นาที 9 วินาที	13.83	✘	103,532.00 บาท
		พฤหัสบดี	18.30-19.00	ยกสยาม	5 นาที 15 วินาที	10 วินาที	5 นาที 25 วินาที	18.05	✘	103,532.00 บาท
		ศุกร์	18.30-19.00	ยกสยาม	5 นาที 15 วินาที	10 วินาที	5 นาที 25 วินาที	18.05	✘	103,532.00 บาท

ช่อง 9 (ต่อ)

ลำดับ	สถานีโทรทัศน์	วัน	เวลา	ชื่อรายการ	ปริมาณเวลาโฆษณา (นาที:วินาที)	ปริมาณเวลา โฆษณาแฝง (VTR) (นาที:วินาที)	รวมปริมาณ โฆษณา (นาที:วินาที)	ร้อยละ	การโฆษณาเกิน กำหนดเวลา	อัตราโฆษณาต่อ 30 วินาที
13	ช่อง 9	จันทร์	18.00-18.30	แดนสนธยา	4 นาที	18 วินาที	4 นาที 18 วินาที	14.33	✘	70,002.00 บาท
		อังคาร	18.00-18.30	แดนสนธยา	4 นาที 45 วินาที	18 วินาที	5 นาที 3 วินาที	16.83	✘	70,002.00 บาท
		พุธ	18.00-18.30	แดนสนธยา	4 นาที	18 วินาที	4 นาที 18 วินาที	14.33	✘	70,002.00 บาท
		พฤหัสบดี	18.00-18.30	แดนสนธยา	4 นาที 30 วินาที	18 วินาที	4 นาที 48 วินาที	16	✘	70,002.00 บาท
		ศุกร์	18.00-18.30	แดนสนธยา	4 นาที 30 วินาที	18 วินาที	4 นาที 48 วินาที	16	✘	70,002.00 บาท
14	ช่อง 9	พุธ	20.35-21.30	เกมส์ซ่าส์ท้ากิน	9 นาที 45 วินาที	20 วินาที	10 นาที 5 วินาที	18.33	✘	132,357.00 บาท

ช่อง 11 หรือ NBT

ลำดับ	สถานีโทรทัศน์	วัน	เวลา	ชื่อรายการ	ปริมาณเวลาโฆษณา (นาที:วินาที)	ปริมาณเวลา โฆษณาแฝง (VTR) (นาที:วินาที)	รวมปริมาณ โฆษณา (นาที:วินาที)	ร้อยละ	การโฆษณาเกิน กำหนดเวลา	อัตราโฆษณาต่อ 30 วินาที
1	ช่อง 11	เสาร์	20.40-21.30	To Be No.1 วาไรตี้	5 นาที 40 วินาที	13 วินาที	5 นาที 53 วินาที	11.77	✘	ไม่ระบุ
2	ช่อง 11	พฤหัสบดี	16.40-17.05	Good Idea Smart Idol	4 นาที 30 วินาที	12 วินาที	4 นาที 42 วินาที	18.8	✘	14,500.00 บาท
3	ช่อง 11	ศุกร์	16.40-17.05	แผ่นดินทอง	-	60 วินาที	60 วินาที	4	✘	ไม่ระบุ
4	ช่อง 11	จันทร์	16.10-16.40	โลกสวยด้วยวัยใส หัวใจพอเพียง	-	-	ไม่มีโฆษณา		-	-
5	ช่อง 11	อาทิตย์	20.40-21.05	สานรักคนเก่งหัวใจแกร่ง	1 นาที	26 วินาที	1 นาที 26 วินาที	5.73	✘	50,000.00 บาท
6	ช่อง 11	เสาร์	10.10-10.40	TK TEEN	5 นาที	14 วินาที	5 นาที 14 วินาที	17.44	✘	15,000.00 บาท

ช่อง Thai PBS (ต่อ)

ลำดับ	สถานีโทรทัศน์	วัน	เวลา	ชื่อรายการ	ปริมาณเวลาโฆษณา (นาที:วินาที)	ปริมาณเวลา โฆษณาแฝง (VTR) (นาที:วินาที)	รวมปริมาณ โฆษณา (นาที:วินาที)	ร้อยละ	การโฆษณาเกิน กำหนดเวลา	อัตราโฆษณาต่อ 30 วินาที
1	ช่อง Thai PBS	09.10-09.15	เสาร์	English For Kids						
		09.10-09.15	อาทิตย์							
2	ช่อง Thai PBS	09.00-09.10	เสาร์	ตาต้า ตีตี โตโต้ ไคโน จอมป่วน						
		09.00-09.10	อาทิตย์							
		09.00-09.10	จันทร์							
3	ช่อง Thai PBS	11.30-12.00	เสาร์	Mouse TV หนูเจ้าปัญญา						
		11.30-12.00	อาทิตย์	Mouse TV หนูเจ้าปัญญา						
		11.30-12.00	อังคาร	Mouse TV หนูเจ้าปัญญา						
		11.30-12.00	พุธ	Mouse TV หนูเจ้าปัญญา						
4	ช่อง Thai PBS	16.05-16.15	พฤหัสบดี	เพื่อนพอเพียง						
		16.05-16.15	ศุกร์	เพื่อนพอเพียง						
5	ช่อง Thai PBS	08.27-08.30	เสาร์	เรื่องเล่าสอนเด็ก						
		08.27-08.30	อาทิตย์	เรื่องเล่าสอนเด็ก						
6	ช่อง Thai PBS	16.30-16.57	พฤหัสบดี	Generation Why						
7	ช่อง Thai PBS	16.30-16.57	ศุกร์	What and Why						

ช่อง Thai PBS (ต่อ)

ลำดับ	สถานีโทรทัศน์	วัน	เวลา	ชื่อรายการ	ปริมาณเวลาโฆษณา (นาที:วินาที)	ปริมาณเวลา โฆษณาแฝง (VTR) (นาที:วินาที)	รวมปริมาณ โฆษณา (นาที:วินาที)	ร้อยละ	การโฆษณาเกิน กำหนดเวลา	อัตราโฆษณาต่อ 30 วินาที
8	ช่อง Thai PBS	08.00-08.12	เสาร์	ข่าวภาคเด็ก			-----ไม่มีโฆษณา-----			
9	ช่อง Thai PBS	08.30-08.57	เสาร์	จากหนึ่งถึงล้าน			-----ไม่มีโฆษณา-----			
		08.30-08.57	จันทร์							
10	ช่อง Thai PBS	09.15-10.00	เสาร์	Nat Geo Junior			-----ไม่มีโฆษณา-----			
		09.15-10.00	จันทร์							
11	ช่อง Thai PBS	08.00-08.12	อาทิตย์	การ์ตูนชน			-----ไม่มีโฆษณา-----			
12	ช่อง Thai PBS	08.12-08.27	อาทิตย์	ต้นกล้าแห่งความดี			-----ไม่มีโฆษณา-----			
13	ช่อง Thai PBS	08.30-08.57	อาทิตย์	English Breakfast			-----ไม่มีโฆษณา-----			
14	ช่อง Thai PBS	09.15-10.00	อาทิตย์	สวนสัตว์มหานุกล			-----ไม่มีโฆษณา-----			
15	ช่อง Thai PBS	11.30-12.00	อาทิตย์	Discovery Kids			-----ไม่มีโฆษณา-----			
16	ช่อง Thai PBS	16.30-17.00	พุธ	ขบวนการนักอ่าน			-----ไม่มีโฆษณา-----			