

กลยุทธ์การนำเสนอคุณธรรมและจริยธรรมผ่านรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล สำหรับเด็กและเยาวชน

Strategies for presenting moral and ethics through television programs in the digital era for children and youth

วาสนา ยุทธชุม¹, วันสนันท์ นุชนารถ², วีรวรรณ แจ่มไม้³

บทคัดย่อ

บทความเรื่องกลยุทธ์การนำเสนอคุณธรรมและจริยธรรมผ่านรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอวิธีการสอดแทรกหลักคุณธรรมและจริยธรรมผ่านรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชนเพื่อการนำเสนอที่มีประสิทธิภาพ มีความน่าสนใจและดึงดูดใจกลุ่มเด็กและเยาวชนให้มีความสำนึกด้านคุณธรรม จริยธรรม เนื่องจากในปัจจุบันวัยเด็กและเยาวชนถูกกระตุ้นจากสื่อที่มีความหลากหลายในด้านของช่องทาง เนื้อหาและวิธีการนำเสนอ ด้วยเหตุนี้โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่สำคัญที่เข้าถึงทุกครัวเรือน และมีอิทธิพลอย่างมากต่อการพัฒนาการ พฤติกรรม และการเรียนรู้ของเด็ก ผู้ปกครองควรทราบถึงผลดีและผลเสียของรายการโทรทัศน์ที่มีต่อเด็ก จำกัดเวลาและรายการที่เหมาะสมร่วมกับเด็ก พร้อมทั้งให้พ่อแม่ได้มีโอกาสพูดคุย แลกเปลี่ยนสถานการณ์กับเด็กโดยใช้รายการโทรทัศน์เป็นสื่อ เพื่อให้เกิดประโยชน์และป้องกันผลเสียที่จะตามมาจากสื่อโทรทัศน์ ดังนั้นจึงจำเป็นที่รายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการสอดแทรกองค์ความรู้ด้านจิตสำนึกให้เด็กและเยาวชนซึมซับและเรียนรู้จากสื่อที่ดีมีประสิทธิภาพ มีประโยชน์และมีคุณค่าจากรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก จากการวิเคราะห์ได้ 3 กลยุทธ์หลักๆ คือ 1) สร้างการเล่าเรื่องเป็นละครสั้นๆ 2) การสร้างแรงบันดาลใจให้คนคนทางบ้านโดยการถามหรือสัมภาษณ์ความรู้สึกหรือหลักคุณธรรม จริยธรรมที่นำมาใช้ในชีวิตประจำวัน และ 3) ขึ้นรายการด้วยการสร้างเรื่องราวกดดัน ตื่นเต้น ทำทาย คาดเคา มินंग ผิดหวัง เสียใจ ลุ้นระทึก ระหว่างเด็กและเยาวชนร่วมรายการ เพื่อแทรกคำสอนเรื่องคุณธรรม จริยธรรม

คำสำคัญ : กลยุทธ์การนำเสนอคุณธรรมและจริยธรรม, รายการโทรทัศน์, เพื่อเด็กและเยาวชน

Abstract

The article aims to reveal the strategies for interpolating moral and ethics content through television programs in the digital era for children and youth. The program with moral and ethics encouragement content will improve quality of children's lives, attract and persuade the youth and children to create awareness of good moral traits. Since youth and children are motivated from various content from various medias, thus digital television is the significant media reaching most of families, and has more effect on behavior development and learning skill of children. Therefore, parents should know about advantages

¹ อาจารย์ สาขาดิจิทัลทีวีและสื่อออนไลน์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น

² อาจารย์ สาขาวิจิตรศิลป์และประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

³ อาจารย์ สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

and disadvantages of television program. The limited time of watching, the appropriate programs, and the chance of situation for sharing view between the members of family, will prevent the children from any negative effect. Thus, the television program should include the content of moral and ethics support for kids consisting of 1) creating the short story of drama about how to teach the kids, 2) inspiring the audience by interviewing about moral and ethics, and 3) interleaving the show with some pressure situations such as excitement, challenge, confusion, sadness, disappointment, or thrilling, for the kids to learn moral and ethics, and also sportmanship.

Keywords : Moral and ethics presentation strategies, television programs, children and youth

บทนำ

การเตรียมความพร้อมให้แก่เด็กและเยาวชนเพื่อสามารถเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่ดี หากเด็กและเยาวชนมีคุณธรรมแล้วนั้น ก็จะนำมาซึ่งคุณสมบัติอันพึงประสงค์ ด้วยความเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมในปัจจุบัน เรื่องคุณธรรม จริยธรรมของเด็กและเยาวชนไทยยังเป็นเรื่องที่ต้องได้รับการปลูกฝังจากสถาบันครอบครัว โรงเรียนและสื่อมวลชน เนื่องจากในปัจจุบันพบว่ามีกรายงานข่าวจากสื่อต่าง ๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ รวมถึงสื่อที่เผยแพร่ทางสังคมออนไลน์ พบข่าวอาชญากรรม การใช้ความรุนแรง ปัญหาครอบครัว ปัญหาการล่องละเมิดทางเพศ การพนัน ยาเสพติด อยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นข้อบ่งชี้บ่งถึงการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมและความตระหนักคิดของคนในสังคมปัจจุบัน นอกจากนี้ยังพบว่าปัญหาดังกล่าวมักเกิดขึ้นจากประชาชนในกลุ่มเด็กและเยาวชนที่ สืบเหล่านี้แล้วแต่เป็นข้อบ่งชี้ที่อันตราย ที่ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องเริ่มคิดวิเคราะห์เพื่อนำไปแก้ไขอย่างจริงจัง จะเห็นได้จากสถิติจำนวนคดีเด็กและเยาวชนที่ถูกดำเนินคดีโดยสถานพินิจฯ ทั่วประเทศ จำแนกตามอายุตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 ถึง 2557 ดังตารางที่แสดงต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนคดีเด็กและเยาวชนที่ถูกดำเนินคดีโดยสถานพินิจฯ ทั่วประเทศ จำแนกตามอายุตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 - 2557

อายุ	ปี พ.ศ.			
	2554	2555	2556	2557
รวม	34,995	34,276	36,763	36,537
เกิน 10 ปี แต่ไม่เกิน 15 ปี	5,028	6,108	10,672	10,776
เกิน 15 ปี แต่ไม่ถึง 18 ปี	29,967	28,168	26,091	25,761

(กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน, 2555)

จากข้อมูลในตารางข้างต้นจะพบว่าจำนวนของเด็กและเยาวชนที่ถูกดำเนินคดี โดยกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนทั่วประเทศ จำแนกตามอายุ ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2554 ถึง 2557 ซึ่งชี้ให้เห็นแนวโน้มว่า สถานการณ์การกระทำผิดกฎหมายของเด็กและเยาวชนมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนมากขึ้น และมีลักษณะเป็นการกระทำความผิดที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชนที่อายุระหว่าง 10 ถึง 15 ปี มีแนวโน้มก่อคดีอาชญากรรมสูงขึ้นมากตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 ถึง 2557 ดังนั้น จากสถานการณ์ดังกล่าวถือเป็นความรับผิดชอบของสถาบันครอบครัว โรงเรียนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในฐานะผู้ใหญ่ที่มีส่วนสำคัญในการเร่งแก้ปัญหาดังกล่าว

จะเห็นได้ว่าสังคมไทยกำลังเผชิญวิกฤติด้านคุณธรรมและจริยธรรมอย่างรุนแรง การเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบันส่งผลให้ค่านิยมที่ดีงามของไทยเสื่อมซึ่งสะท้อนได้จากพฤติกรรมของคนในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เครื่องมือสำคัญของการแก้ไขปัญหาคือการขาดคุณธรรม จริยธรรมของคนในสังคม คือ ศาสนา และ สื่อ เพราะทุกศาสนาล้วนสอนให้ทุกคนเป็นคนดี มีคุณธรรมจริยธรรม และสื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้ติดต่อเชื่อมโยงถึงกัน หรือเป็นการถ่ายทอดข้อเท็จจริง ความรู้สึก และทัศนคติ หรือทักษะความรู้ของผู้ที่ต้องการถ่ายทอดไปยังผู้รับข่าวสาร โดยผ่านเทคโนโลยีหรือเครื่องมือที่ทันสมัย สื่อจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นในการแก้ไขปัญหาทั้งนี้ต้องมีความน่าเชื่อถือทั้งเนื้อหาสาระและความถูกต้องซึ่งทั้งนี้เนื้อหาสาระสื่อต้องมีวิธีในการนำเสนอที่น่าสนใจ น่าติดตาม เหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมและเข้าใจ เข้าถึงเนื้อหาสาระด้วย ดังนั้นผู้เขียนจึงเล็งเห็นความสำคัญการแก้ปัญหาดังกล่าวจึงนำเสนอวิธีการสอดแทรกหลักคุณธรรมและจริยธรรมผ่านรายการโทรทัศน์ ในยุคดิจิทัลอย่างไรให้เข้าถึงกลุ่มเด็กและเยาวชนให้ได้มากที่สุด เพื่อให้เด็กและเยาวชน เข้าใจ เข้าถึงเพื่อปลูกจิตสำนึกให้เป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีในอนาคตดังที่ วรุฒิ อ่อนน่วม (2560 , หน้า 211) กล่าวว่า รูปแบบรายการและเนื้อหาสาระให้เหมาะสมกับพัฒนาการของช่วงวัย มีความเชื่อมโยงกับสังคม เกิดประโยชน์ทั้งต่อจิตสำนึกและการกระทำที่เด็กสามารถนำไปใช้ได้ พบว่ารูปแบบและเนื้อหาที่ส่งผลกระทบต่อเด็ก ทั้งทางกาย อารมณ์ ปัญญา และสังคม มีทั้งการให้ความรู้ควบคู่กับความสนุก และรายการครอบครัวที่สมาชิกในครอบครัวสามารถรับชมร่วมกันได้ ส่วนเนื้อหา ประกอบด้วย เนื้อหาที่ส่งเสริม ทักษะการเรียนรู้และการใช้ชีวิต สอดแทรกคุณธรรมจริยธรรม และเสริมสร้างทักษะด้านการเรียนรู้และการรับรู้ของเด็กอีกด้วย

ดังนั้นผู้เขียนจึงค้นคว้าวิธีการนำเสนอเนื้อหาสาระด้านคุณธรรมและจริยธรรม สำหรับเด็กและเยาวชนผ่านรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลเพื่อให้ผู้อ่านได้รับประโยชน์และทราบถึงวิธีการสร้างรายการโดยการสอดแทรกเนื้อหาธรรมะอย่างไรให้น่าสนใจสำหรับเด็กและเยาวชน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาสังคมด้านเด็กขาดคุณธรรมและจริยธรรมต่อไป

กลยุทธ์การนำเสนอคุณธรรมและจริยธรรมผ่านรายการโทรทัศน์

คำว่ากลยุทธ์มีนิยามการนิยามไว้มากมายสำหรับบทความนี้ผู้เขียนจะกล่าวถึงกลยุทธ์ที่สอดคล้องและเกี่ยวข้องกับการนำเสนอเนื้อหาคุณธรรมจริยธรรมผ่านรายการโทรทัศน์ รายการโทรทัศน์ดังนี้

ชาตรี ไต้ฟ้าพล (2559, หน้า 2) กลยุทธ์การสื่อสาร คือ กลยุทธ์ที่กำหนดแนวทางในการสื่อสารว่า ควรใช้รูปแบบการสื่อสารอย่างไรเพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด

เสนาะ ตีแยว (2543, หน้า 3) มองว่ากลยุทธ์ (strategy) คือ วิธีการที่ทำให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ด้วยวิธีที่ถูกต้อง ซึ่งมีอีกคำหนึ่งว่า กลเม็ดหรือกลวิธี (tactic) ซึ่งเป็นวิธีที่ทำให้บรรลุผลสำเร็จโดยไม่คำนึงว่าผิดหรือถูก

พัทยนุช บุศนาเพชร (2557, หน้า 748) กลยุทธ์ คือ เทคนิคและวิธีการบริหารงานรวมถึงการผลิตรายการในกระบวนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย

ณัฐวุฒิ สมยาโรน (2557, หน้า 63) อธิบายว่า “กลยุทธ์การสื่อสาร” เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น โดยจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้เกิดกลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้ส่งสาร เป็นอิทธิพลของผู้ส่งสารเป็นสิ่งจำเป็นในการวิเคราะห์ผู้ส่งสารเพราะเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ซึ่งอิทธิพลที่สำคัญของผู้ส่งสารนั้น คือ 1) ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร 2) ความดึงดูดใจของผู้ส่งสาร ซึ่งแนวทางในการสร้างสารจากกลยุทธ์ผู้ส่งสารนั้น มีอยู่ 4 ประการ ได้แก่ การให้บริการข่าวสาร การให้การศึกษาและความรู้ การชักจูงโน้มน้าวใจ การให้บริการด้านความบันเทิง ดังเช่น

ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์ (2558, หน้า 245) กล่าวว่า ผู้ผลิตรายการในฐานะผู้ส่งสารต่างต้องสร้างสรรค์กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ และมีความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น เพื่อเพิ่มฐานผู้ชม

กลยุทธ์การสร้างสาร เป็นส่วนสำคัญที่สุดในกระบวนการสื่อสาร เพราะความสำเร็จหรือประสิทธิภาพของการสื่อสารจะขึ้นอยู่กับ “สาร” เป็นสำคัญ ผู้ส่งสารจึงต้องให้ความสำคัญกับสารเป็นอันดับแรกในการสื่อสาร โดยองค์ประกอบของกลยุทธ์การสร้างสารนั้นได้แก่ 1) วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร 2) การกำหนดผู้รับสารเป้าหมาย 3) เนื้อหาหลักของสาร 4) หลักฐานสนับสนุน 5) ลีลาอารมณ์ของสาร ทั้งนี้สอดคล้องกับศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์ (2558, หน้า 245) พบว่า มี 5 องค์ประกอบ พื้นฐานของกระบวนการสื่อสารเป็นแนวทางในการกำหนดการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร และปฏิกิริยาตอบกลับ โดยวิธีการรับฟังความคิดเห็น เพื่อสร้างแนวคิดและมุมมองใหม่ การเล่าเรื่องข้ามสื่อ การนำเสนอรายการควรผ่านช่องทางหรือสื่อที่หลากหลาย รวมถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ชม และการให้ความสำคัญกับปฏิกิริยาตอบกลับของผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

กลยุทธ์การใช้สื่อ การกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อจะเป็นการวิเคราะห์ว่าควรใช้สื่ออะไรด้วยวิธีการนำเสนออย่างไร เมื่อไหร่ จึงจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้นได้ การกำหนดกลยุทธ์การใช้สื่อจะต้องพิจารณาดังนั้น 1) วิธีการใช้สื่อ 2) ประเภทของสื่อ 3) นอกจากนี้ยังควรให้ความสำคัญกับประเด็นดังต่อไปนี้ 1) ความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย 2) ความสอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และความเป็นอยู่ของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงภาษาที่จะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ 3) การบูรณาการสื่อ

กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้รับสาร แนวทางการสร้างกลยุทธ์ด้านผู้รับสารได้แก่ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ซึ่งการวิเคราะห์กลุ่มผู้รับสารเป้าหมายนี้จะทำให้ผู้สื่อสารสามารถรู้จักลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร และจะช่วยให้เกิดความเข้าใจรวมถึงคาดคะเนพฤติกรรมของผู้รับสารล่วงหน้าได้โดยลักษณะการวิเคราะห์ผู้รับสารเป้าหมาย ได้แก่ 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ 2) ลักษณะทางจิตวิทยา 3) ลักษณะทางภูมิประเทศและที่ตั้งชุมชน 4) ลักษณะด้านความรู้ที่เกี่ยวข้อง 5) ลักษณะเกี่ยวกับสื่อที่มีอยู่ในพื้นที่

สรุปได้ว่า กลยุทธ์ หมายถึง วิธีการและแนวทางการนำเสนอความรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรมไปยังเด็กและเยาวชนโดยผ่านรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลต้องมีกลยุทธ์เกี่ยวกับผู้ส่งสาร กลยุทธ์การสร้างสาร กลยุทธ์การใช้สื่อและ กลยุทธ์เกี่ยวกับผู้รับสารโดยการสร้างสรรค์เนื้อหารายการที่แตกต่าง การสร้างตราสินค้าของสถานีโทรทัศน์ การวางแผนการสื่อสารการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วม และการนำเสนอด้วยเทคนิคพิเศษ เพื่อให้การสื่อสารบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุดนั่นเอง

นับจากประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงการรับชมโทรทัศน์ระบบอนาล็อกเป็นระบบดิจิทัลทีวี่จะเห็นได้ว่าการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนมีความหลากหลายและมากขึ้น ซึ่งรูปแบบของช่องโทรทัศน์ระบบดิจิทัลมี 3 ประเภท อันได้แก่ ช่องบริการสาธารณะ จำนวน 12 ช่อง บริหารทางธุรกิจจำนวน 24 ช่อง และช่องบริการชุมชน จำนวน 12 ช่อง รวมทั้งหมดจำนวน 48 ช่อง ข้อมูลจากโครงการศึกษาผลกระทบและแนวทางการพัฒนารูปแบบและเนื้อหารายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในประเทศไทยหลังการเปลี่ยนผ่าน เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2562 ณ ห้องประชุม กรีนปี โรงแรมโสมะจันทน์ขอนแก่น ทั้งนี้ต้องยอมรับว่าสื่อโทรทัศน์ถือเป็นที่มีอิทธิพลต่อผู้คนในสังคมมากมาย โดยสามารถเข้าถึงผู้คนทุกเพศ ทุกวัย อย่างไม่จำกัด เป็นสื่อที่ต้องอาศัยการดูแลและการฟังเพื่อให้ได้บรรณสารและข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน โทรทัศน์เป็นสื่อสาธารณะที่จำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งในส่วนของ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สถานีโทรทัศน์ หรือแม้แต่ผู้สนับสนุนเองจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องตระหนักถึงผลกระทบที่มีต่อผู้บริโภคสื่อ เนื้อหาที่เหมาะสม แนวทาง

ในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่ดี มีประโยชน์สำหรับทุกคน ก็จะเป็นการเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์อย่างถูกต้อง ปัจจุบันมีการพัฒนารูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อให้เข้ากับยุคและทันสมัยมากขึ้น ดัง ภัททิรา กลิ่นเสนา (2557, หน้า 39) กล่าวว่า ปัจจุบันนี้มีพัฒนาการรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายมากขึ้นสามารถจำแนกแยกย่อยตามประเภทรายการที่เป็นความรู้และให้ความบันเทิงดังนี้

รายการข่าว รายการละคร/ซีรีส์ รวมถึงรายการเด็ก/ครอบครัว ซึ่งแต่ละรายการจะมีลักษณะแตกต่างกันออกไป เช่นรายการข่าวเป็นรายการที่จัดทำขึ้น เพื่อรายงานเหตุการณ์สำคัญ ๆ ที่เกิดขึ้นแล้วในวันหนึ่ง ๆ เพื่อให้ผู้ฟังได้รู้ว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม และอย่างไร รายการข่าวทางวิทยุกระจายเสียงควรมีลักษณะสั้น ๆ ชัดเจน เข้าใจง่ายมีหัวข้อข่าวนำให้รู้ว่าเป็นเรื่องอะไร และมีรายละเอียดครอบคลุมให้ชัดเจนว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร และเมื่อไหร่ ปาริส มินา (2561, หน้า 230) กล่าวว่า รายการที่อิงจากความจริง ประเภทข่าวนิยมสร้างอารมณ์ขันผ่านกลวิธีการล้อเลียนเสียดสีมากที่สุด โดยสอดแทรกอยู่ในวิธีการนำเสนอข่าวของ ผู้ดำเนินรายการ ส่วนรายการประเภทอิงจากความจริง ประเภทสารคดีบันเทิง รายการให้ความบันเทิง ประเภทประกวดแข่งขัน รายการให้ความบันเทิง ประเภทสนทนา นิยมใช้กลวิธีการสร้างความตลกในรูปแบบ การเล่นตลกกับภาษามากที่สุด ทั้งนี้รายการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ ที่นำความตลกมาเป็นองค์ประกอบในรายการอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อสะท้อนทัศนคติและมุมมองเชิงความคิดของคนที่มติดูเรื่องนั้น ๆ และที่สำคัญคือ เพื่อนำเสนอรายการให้น่าสนใจและได้รับความนิยม ต้องกับรสนิยมของคนไทยที่นิยมความสนุกสนานรื่นเริง และนิยมการลดระดับสิ่งที่เป็นความจริงจึง จนอาจกล่าวได้ว่าอารมณ์ขันเป็นลักษณะสำคัญประการหนึ่งของคนไทย รายการเด็ก/ครอบครัว พรสุรีย์ วิภาศรีนิมิต (2560, หน้า 76) ได้ร่วมกับนักวิชาการจากสถาบัน การศึกษาทำการศึกษากเกี่ยวกับการผลิตรายการสำหรับเด็ก พบว่า รายการสำหรับเด็กและเยาวชนของสถานีไทยพีบีเอสจัดเป็นรายการคุณภาพที่สร้างแรงบันดาลใจและความเป็นปึกแผ่นของสถาบันครอบครัวและเยาวชนให้เติบโตเป็นพลังบวกเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม และผลการศึกษาจากการประชุม ABU Children's TV Program Item - Exchange มีข้อเสนอแนะแนวทางในการผลิตรายการสำหรับเด็กและเยาวชนว่า ผู้ผลิต ควรให้ความสำคัญกับการวางแผนการผลิต เริ่มต้นจากการประเภทรายการให้ชัดเจนว่าเป็นรายการเด็ก ไม่ใช่รายการเพื่อการศึกษา กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนมีความเฉพาะเจาะจง โดยแบ่งตามพัฒนาการตามช่วงวัยของเด็ก รายการเด็กควรจะเป็นรายการที่จุดประเด็นชวนให้เด็กคิด มุ่งเน้นการสร้างเสริมจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ และปล่อยให้เด็กได้แสดงออกอย่างเสรีและเป็นธรรมชาติ การวิเคราะห์เนื้อหารายการที่ได้รับการยอมรับและได้รับความนิยมในประเทศ สามารถสรุปแนวทางการผลิตรายการแต่ละช่วงวัยได้ดังนี้ รายการสำหรับเด็กอายุ 3-5 ปี เน้นความสนุกสนาน ส่งเสริมพัฒนาการด้านต่างๆ ของเด็ก สำหรับอายุ 6-12 ปี เน้นความสนุกสนานสอดแทรกความรู้ทางวิชาการและแนวทางการใช้ชีวิต และรายการสำหรับเยาวชนอายุ 13-14 ปี เน้นโดนใจ ทันสมัย ดุสนุก

รายการละคร/ซีรีส์ ละครโทรทัศน์เป็นรายการลักษณะบันเทิงและยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยภาครัฐในการส่งเสริมการศึกษาและวัฒนธรรมที่ดีของสังคม ฉะนั้นเนื้อหาละครโทรทัศน์จึงเป็นสิ่งสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของเด็กและเยาวชนจำนวนมาก การนำเสนอเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่ไม่เหมาะสมทางด้านเพศ ภาษา และความรุนแรง โดยปราศจากแนวทางการกำกับกการนำเสนอเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่ไม่เหมาะสมต่อเด็กและเยาวชนที่ดี ย่อมส่งผลเสียต่อเด็กและเยาวชนให้เกิดการเรียนรู้และการเลียนแบบตามเนื้อหาในละคร ซึ่งดัง วิชิตโชค อินทร์เอียด (2560, หน้า 296) อธิบายถึงอิทธิพลของละครโทรทัศน์ต่อเด็กและเยาวชนว่าละครโทรทัศน์จะมีบทบาทแทรกซึมต่อจิตใจเด็กและเยาวชน หรือหล่อหลอมให้เกิดการเรียนรู้และการเลียนแบบตามเนื้อหาในละคร ซึ่งละครโทรทัศน์ยังมีอิทธิพลต่อเด็กและเยาวชนเพราะว่าสิ่งที่มองเห็นและรับรู้กันกระตุ้นให้เด็กและเยาวชนตื่นตัวรู้สึกมีความท้าทายชวนให้อยากทดลอง รวมถึงเด็กและเยาวชนยังขาดการยับยั้งชั่งใจ รู้เท่าไม่ถึงการณ์ ไร้ความสามารถไตร่ตรองในเรื่องนั้นๆ ซึ่งละครโทรทัศน์สามารถเปลี่ยนแปลง

จิตใจได้ เพราะเด็กและเยาวชนไม่สามารถควบคุมอารมณ์หรือกำหนดคุณค่าในสิ่งต่างๆ ได้ดีเท่าที่ควร เช่น ลอกเลียนพฤติกรรมต่างๆ ตามตัวละครโทรทัศน์ที่ชื่นชอบ และจำทุกสิ่งทุกอย่าง ที่ได้เห็นและรับรู้เข้ามา ปฏิบัติตาม เด็กและเยาวชนมักชอบดูละครโทรทัศน์ที่สามารถทำสิ่งต่างๆ ที่เด็กและเยาวชนไม่ได้รับอนุญาต ให้ทำ เช่น ความซุ่มซ่าม การขว้างปาสิ่งของ การข่มขืนคนที่ตนเองหลงรัก ตบตีคนที่ไม่มีทางสู้ เป็นต้น

สรุปได้ว่า ผู้ผลิตรายการหรือแม้แต่ผู้สนับสนุนโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนจำเป็นต้องตระหนักถึงผลกระทบที่มีต่อผู้บริโภคสื่อ เนื้อหาที่เหมาะสม แนวทางในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่ดี มีประโยชน์สำหรับทุกคน ก็จะเป็นการเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์อย่างถูกต้อง ควรให้ความสำคัญกับการวางแผนการผลิต เริ่มต้นจากการกำหนดประเภทรายการให้ชัดเจนว่าเป็นรายการประเภทใดเพื่อเข้าสู่กระบวนการการกำหนดเนื้อหาให้เหมาะสมกับรายการ เช่น รายการเด็กและเยาวชนกำหนดให้ชัดเจนว่าเป็นรายการเด็ก ไม่ใช่รายการเพื่อการศึกษา รายการเด็กควรจะเป็นรายการที่จุดประเด็นชวนให้เด็กคิด มุ่งเน้นการสร้างเสริมจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ และปล่อยให้เด็กได้แสดงออกอย่างเสรีและเป็นธรรมชาติรวมถึงการกำหนดเนื้อหาให้เหมาะสมกับช่วงวัยและรูปแบบละครโทรทัศน์ควรสอดแทรกเนื้อหาสาระที่สร้างสรรค์ เพราะรายการโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเล่นแบบ เพราะคิดว่าสิ่งที่มองเห็นและรับรู้เป็นสิ่งที่ถูกต้อง มีความตื่นตัวรู้สึกมีความท้าทายชวนให้อยากทดลอง รวมถึงเด็กและเยาวชนยังขาดการยับยั้งชั่งใจ รู้เท่าไม่ถึงการณ์ ไร้ความสามารถไตร่ตรองในเรื่อมนั้นๆ ผู้รายการหรือแม้แต่ผู้สนับสนุนจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในการวางแผนนำเสนอแนะ

เมื่อกลับมาวิเคราะห์ถึงวิธีการนำเสนอคุณธรรมจริยธรรมผ่านรายการโทรทัศน์ ในฐานะผู้ผลิตรายการต้องคำนึงถึงความเหมาะสมเป็นสำคัญและการนำเสนอต้องเป็นประโยชน์ต่อเด็กและเยาวชนในด้านการปลูกจิตสำนึก หรือกระตุ้นให้เห็นความถูกต้องในการใช้ชีวิตด้วยหลักคุณธรรม จริยธรรมได้อย่างถูกต้อง ในสังคมสื่อจึงควรนำเสนอเนื้อหาหรือเรื่องราวที่ดีเป็นต้นแบบแก่เด็กและเยาวชนต้องแสดงพฤติกรรมที่ดีที่เหมาะสมเป็นต้นแบบที่ดีถึงแม้จะเป็นการสอนผ่านสื่อโทรทัศน์ก็ตาม ดังที่ ดนยา วสุวัต และวิมลทิพย์ มุสิกพันธ์ (2560, หน้า 298) ค้นพบว่า เทคนิคที่ใช้ในการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเล็กวิธีการเดินเรื่องให้เข้าถึงเด็กๆ ได้ดีเพราะเด็กๆ ชอบนิทาน สำหรับเด็กอายุ 5-6 ปี ชอบเรื่องราวที่ผูกขึ้น เรื่องราวที่ผูกขึ้นมาต้องไม่ยาวมาก และแทรกคุณธรรมหรือจริยธรรมที่สอดคล้องกับการพัฒนาการเรียนรู้ของเด็กคือเรื่องสั้นง่ายต่อความเข้าใจ ใกล้ตัว ให้เด็กเรียนรู้ความแตกต่าง เช่นการเปรียบเทียบว่าสิ่งไหนทำได้สิ่งไหนทำไม่ได้ หากทำดีจะมีผลเสียอย่างไร ซึ่งเทคนิคนี้ความสอดคล้องกับความเห็นของ ข้อมูลจากโครงการศึกษาผลกระทบและแนวทางการพัฒนารูปแบบและเนื้อหารายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลในประเทศไทยหลังการเปลี่ยนผ่าน เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2562 ณ ห้องประชุม กรีนปี โรงแรมโฆษะ จังหวัดขอนแก่น ภาคประชาชนให้ข้อเสนอเกี่ยวกับการแทรกคุณธรรม จริยธรรมสำหรับเด็กไปทางรายการการ์ตูนหรือนิทานเพราะวัยเด็กยังติดการ์ตูนอยู่หรือสร้างการ์ตูนธรรมะโดยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องแบ่งส่วนการออกอากาศเพิ่มขึ้นและมีการตรวจสอบมากขึ้น

ทั้งนี้การพัฒนาหรือการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชน เช่น ด้านเนื้อหาหรือรูปแบบการนำเสนอที่ดีมีคุณภาพเรื่องคุณธรรมจริยธรรม ควรมีการเผยแพร่ที่หลากหลายช่องทางเพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตในครอบครัวปัจจุบัน ทั้งโทรทัศน์ สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตโทรทัศน์ เพราะบางครั้งเรื่องของคุณธรรมจริยธรรมอาจจะดูว่าเชย เนื้อหาดูน่าเบื่อสำหรับเด็กๆ หากการนำเสนอเป็นช่องรายการตรงๆ อาจจะไม่เข้าใจไม่สนใจ เราในฐานะผู้ผลิตสื่ออาจจะต้องปรับเทคนิคให้สอดคล้องกับองค์ประกอบอื่นๆ ให้เข้ากับยุคสมัย ซึ่งการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมเป็นสิ่งสำคัญซึ่งเราต้องสร้างเนื้อหาและรายการให้มีคุณภาพมีความน่าสนใจเพื่อการพัฒนาเด็กรวมถึงการส่งเสริมด้านคุณธรรม จริยธรรมได้อย่างแท้จริง (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ,

2554 อ้างถึงใน ดนยา วสุวัต และวิมลทิพย์ มุสิกพันธ์ (2560, หน้า 299) นอกจากนี้เทคนิคอื่นที่จะให้เด็กเกิดพฤติกรรมที่เหมาะสมหรือเกิดคุณธรรมได้ในการเล่าเรื่องคือ ในแต่ละช่วงของรายการ คือ ในแต่ละช่วงของรายการต้องย้าซ้ำหัวข้อเดิม มีจังหวะซ้ำ ต่อเนื่อง และเห็นคุณค่าสิ่งต่างๆ ตามหลักปฏิบัติเพื่อสร้างเสริมคุณธรรม และเราจะเห็นได้จากบางรายการมีเทคนิคด้านการสร้างส่วนร่วมเทคนิคนี้สร้างให้เกิดเกิดความผูกพันและติดตามรายการรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของรายการ ดังจะเห็นได้จากรายการ มาสเตอร์เชฟจูเนียร์ไทยแลนด์ Master Chef Junior Thailand เป็นเกมโชว์รูปแบบแข่งขันทำอาหาร โดยมีผู้เข้าแข่งขันที่มีอายุ 8 ถึง 13 ปี เป็นรายการที่มีเรตติ้งสูงที่สุดในรอบปี พ.ศ. 2561 จากการวิเคราะห์เห็นว่าเป็นรายการเด็กที่เน้นการมีส่วนร่วม ไม่ว่าจะเป็นเด็กๆ ที่มีส่วนร่วมกับทางรายการ ผู้ปกครองทางบ้าน และรุ่นพี่ที่เคยผ่านการแข่งขันรายการ จึงสร้างความผูกพันให้กับเด็กๆ ติดตามเกิดความสนใจ จึงเป็นส่วนหนึ่งทำให้รายการได้รับความนิยม ซึ่งเทคนิคการมีส่วนร่วมสอดคล้องกับข้อค้นพบของ ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์ (2559, หน้า 91) กล่าวว่า การส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วม เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ชมได้เข้ามาสัมผัสกับสถานีโทรทัศน์มากกว่าการเป็นเพียงผู้รับชม ผลของการมีส่วนร่วมจะทำให้ผู้ชมเกิดการรับรู้และค่อยๆ ซึมซับการจดจำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากการมีส่วนร่วมนั้นเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีระดับที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ยิ่งช่วยตอกย้ำการรับรู้และจดจำให้กับผู้ชมได้มากขึ้น เมื่อผู้ชมรู้สึกว่าคุณมีส่วนร่วมแล้ว ก็จะเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของรายการ และเมื่อผู้ชมมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับรายการแล้ว จะมีผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ชมตามที่รายการได้นำเสนอนั่นเอง



ภาพที่ 1 รายการที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปี 2561 (ไม่รวมการ์ตูน)
(TvDigitalWatch, 2561)

นอกจากนี้รูปแบบของรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลปฏิเสธไม่ได้เลยว่า ใช้เทคนิคเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น อาทิเช่น การลำดับภาพ การตัดต่อหรือลำดับภาพ แต่ทั้งนี้ไม่ควรที่จะเร็วเกินไป เนื่องจากอาจจะมีการกระตุ้นการรับรู้ของเด็ก ภาพที่เสนอไม่ใช่มุมกล้องกดต่ำหรือสร้างความรู้สึกไม่เท่าเทียมกันระหว่างเด็กกับ

ผู้ใหญ่ เลือกการใช้กราฟิกที่เหมาะสมไม่เน้นกระตุ้นสลับไปมาหรือรวดเร็วไม่เน้นตัวหนังสือเน้นเป็นภาพหรือกิจกรรมเคลื่อนไหว ดังความกล่าวของ ดร.วิริยา อุดมผล หรือ "ครูดี" ประธานกรรมการบริหารสถาบันพัฒนาทักษะการใช้สมองซีกขวา กล่าวถึงความสำคัญในการใช้ภาพเป็นสื่อเสริมการเรียนรู้ หลักคิดที่ทางสถาบันฯ คิดค้นเป็นแนวทางสอนเด็กให้เกิดความรู้บนพื้นฐานของความสุข สวนทางกับการเรียนในปัจจุบันที่เร่งพัฒนาแต่สมองซีกซ้ายมากเกินไป เด็กจึงใช้สมองซีกเดียวที่มีไม่ถึงร้อยละ 50 ของสมองทั้งหมด ซึ่งตามหลักแล้วต้องใช้อย่างเท่าๆ กันประมาณร้อยละ 80 นั้นเอง

ดังนั้นสรุปได้ว่า การผลิตรายการโทรทัศน์ต้องใช้เทคนิคที่เกิดการรับรู้และไม่มีความรุนแรง ใช้ภาษาที่สุภาพและจัดสัดส่วนรายการให้เข้าถึงผู้ชมในหลายๆ ช่องทาง เพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตในครอบครัวปัจจุบัน ทั้งโทรทัศน์ สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ตโทรทัศน์เรื่องราวต้องไม่ยาวมากใช้เทคนิคการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างให้เด็กเกิดความผูกพันและติดตามรายการรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของรายการรวมถึงการสร้างเรตติ้ง ใช้เทคนิคเชิงสร้างสรรค์ด้วยการเล่าเรื่องมากขึ้น ไม่ยาวเกินไป ไม่เร็วเกินไป รวมถึงสื่อสารด้วยภาพและกิจกรรมเคลื่อนไหวมากกว่าตัวหนังสือเพื่อให้เด็กและเยาวชนเกิดการจำเนื้อหาที่ผู้ผลิตสอดแทรกลงไปในการ์ตูนนั้นคือการพัฒนาเด็กและเยาวชนด้านคุณธรรม จริยธรรมนั่นเอง

บทสรุป

จากข้อมูลข้างต้นผู้เขียนบทวิเคราะห์ข้างต้นผู้เขียนบทความสามารถสังเคราะห์กลยุทธ์การสอดแทรกเนื้อหาคุณธรรม และจริยธรรมผ่านรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลสำหรับเด็กและเยาวชน ได้ 3 กลยุทธ์ ดังนี้

1. สร้างการเล่าเรื่องเป็นละครสั้นๆ เกี่ยวกับการสอนลูกให้ประสบความสำเร็จจนถึงวันนี้โดยใช้ผู้แสดงเป็นผู้ปกครองและผู้เข้าแข่งขันโดยการแทรกคำสอนและเนื้อหาเรื่องคุณธรรม จริยธรรม เพราะเป็นการต่อยอดเนื้อหา และขยายของรายการนั้นๆ ผนวกกับความรู้สึกของผู้แสดงให้ผู้ชมจดจำ เพราะละครทางรายการโทรทัศน์เป็นการแสดงที่สามารถมองเห็นทั้งภาพ เสียง และท่าทางสามารถทำให้ผู้ชมคล้อยตามใช้เทคนิคที่เกิดการรับรู้และไม่มีความรุนแรง ใช้ภาษาที่สุภาพและจัดสัดส่วนรายการให้เข้าถึงผู้ชมในหลายๆ ช่องทาง

2. สร้างแรงบันดาลใจให้คนทางบ้านโดยการถามหรือสัมภาษณ์ความรู้สึกหรือหลักคุณธรรม จริยธรรม ที่นำมาใช้ในชีวิตประจำวันจนได้รับการยอมรับและประสบความสำเร็จในวันนี้ เพราะวิธีนี้เป็นวิธีหนึ่งที่เรียกว่า คนธรรมดา มีเด่น คนดัง เพราะการออกรายการโทรทัศน์ถือว่าเป็นบุคคลที่ยืนยงเปิดเผยตัวตนเป็นคนสาธารณะ มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากเรียกได้ว่าเป็นบุคคลที่ชื่อเสียงเด็กหรือตัวแทนที่แสดงความรู้สึกว่า เป็นที่ยอมรับและได้รับความสำคัญ มีความภาคภูมิใจ เพราะจากคนธรรมดาเป็นคนที่ประสบความสำเร็จจะทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่หยุดพัฒนาตัวเองและผู้ชมสามารถเอาเป็นแบบอย่างในอนาคตได้ใช้เทคนิคเชิงสร้างสรรค์ด้วยการเล่าเรื่องมากขึ้น ไม่ยาวเกินไป ไม่เร็วเกินไป รวมถึงสื่อสารด้วยภาพและกิจกรรมเคลื่อนไหวมากกว่าตัวหนังสือ

3. ขั้รายการด้วยการสร้างเรื่องราวกดดัน ตื่นเต้น ทำทาย คาดเดา มินंग ผิดหวัง เสียใจ ล้นระทักระหว่างเด็กและเยาวชนร่วมรายการ เพื่อแทรกคำสอนเรื่องคุณธรรม จริยธรรมทั้งนี้ควรดูสถานการณ์ตามความเหมาะสม เรื่องราวต้องไม่ยาวมากใช้เทคนิคการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างให้เด็กเกิดความผูกพันและติดตามรายการรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของรายการรวมถึงการสร้างเรตติ้ง ด้วยการให้เพื่อนหรือผู้ร่วมรายการแกล้งทำผิดเรื่องคุณธรรม จริยธรรมเพื่อดูพฤติกรรมของผู้ร่วมรายการและมีผู้ใหญ่สรุปพร้อมแทรกคำสอน วิธีนี้เรียกว่าเป็นการทำรายการให้ดราม่าเข้าไว้ รายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมนั้น ถ่ายทอดด้วยการเล่นกับอารมณ์ของคนดู กำกับอารมณ์ให้บิดแปรผันตลอดเวลา เนื่องจากการดำเนินเรื่องทำให้ผู้เข้าร่วมรู้สึกหรือตกอยู่ในสถานการณ์เช่นนั้นเองปัจจุบันผู้ชมจะปฏิเสธการต้อมก้นมา หรือไม่ชอบการดราม่ามากเกินไป เพราะฉะนั้นการดราม่าควรเป็นธรรมชาติจะดีที่สุดเพื่อเรียกเรตติ้งผู้ชม

ดังนั้น วิธีสอดแทรกเนื้อหาด้านคุณธรรม และจริยธรรมผ่านรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลสำหรับเด็ก และเยาวชน จึงควรมีรูปแบบรายการที่มีความผสมผสานเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและมีองค์ประกอบของการสร้างรายการที่ครอบคลุมเพื่อสร้างให้ผู้ชมซึมซับเนื้อหาด้านคุณธรรม จริยธรรม รวมถึงการจัดสัดส่วนของรายการโทรทัศน์ทุกช่องควรได้รับการตรวจสอบจากรัฐให้มีรายการที่แทรกคุณธรรมจริยธรรมมากขึ้น อันเป็นคุณธรรมพื้นฐานที่สำคัญต่อการใช้ชีวิตในสังคมให้มีความสุขสืบไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

บรรณานุกรม

- กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน. (2555). สถิติคดีย้อนหลังระหว่างปี พ.ศ.2553 – 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.djop.go.th/Djop/main.php?page=NewsAll&CatID=63>
- กาญจนา แก้วเทพ, นันทกา สุธรรมประเสริฐ และเอกธิดา เสริมทอง. (2554). *ผู้คนที่หลากหลายในการสื่อสาร: เด็ก สตรี และผู้สูงอายุ*. สำนักพิมพ์: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส กระทบทัศน์ใหม่ของสื่อสารศึกษาไทย
- ณัฐภูมิ สมยาโรน. (2557). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาของเล่นพื้นบ้านของกลุ่มคนเฒ่าคนแก่ ตำบลป่าแดด อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 9(2), 63.
- ดนยา วสุวัต และวิมลทิพย์ มุสิกพันธ์. (2560). แนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม ในเด็กวัย 3-6 ปี. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์*, 11(2), 298-299.
- ธাত্রี ไต้ฟ้าพล. (2559, กันยายน). กลยุทธ์การสื่อสารในงานประชาสัมพันธ์. [PowerPoint]. เข้าถึงได้จาก https://www.tgia.org/upload/file_group/37/download_939.pdf
- ปวริศ มินา. (2561). *กลวิธีการสร้างสรรค์ความตลกในรายการโทรทัศน์ไทย ฉบับภาษาไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร
- พัทธนูช บุศนาเพชร. (2557). กลยุทธ์ของผู้จัดละครโทรทัศน์ในกระบวนการสร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 3 กรณีศึกษา คุณยศสินี ณ นคร. *การประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2557 (National Research Conference 2014)* (หน้า 748). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- พรสุรีย์ วิชาศรีนิมิต. (2560). แนวทางการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชน ให้เป็นที่ยอมรับและ ได้รับความนิยม. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์*, 11(2), 76.
- ภัททิรา กลิ่นเลขา. (2557). *พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อและความต้องการรูปแบบรายการโทรทัศน์ ของคนพิการทางสายตา*. (รายงานวิจัย). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- วรวิมล อ่อนน้อม. (2560). การสร้างสรรค์รายการ “ใต้หลังคา ฟ้ามืดาว” เพื่อการพัฒนาของเด็กปฐมวัย. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 24(2), 211.
- วิชิตโชค อินทร์เอียด. (2560). แนวทางการกำกับการนำเสนอเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่ไม่เหมาะสมต่อเด็ก และเยาวชน. *วารสารวิชาการ กสทช*, 2(1), 296.
- วิริยา อุดมผล. (2562). *“สื่อภาพ” ฝึกสมองลูกอย่างไร? ให้ได้ผล*. เข้าถึงได้จาก https://www.babybbb.com/article_detail.php?nid=486
- ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจืองศ์. (2558). การนำเสนอรายการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 7(2), 245.
- _____. (2559). การสร้างการรับรู้ของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลให้เป็นที่จดจำของผู้ชม. *วารสารร่มพญักษ์*, 34(3), 91.
- เสนาะ ตีเยาว์. (2543). *หลักการบริหาร: การวางแผน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Tv Digital Watch. (2561). รายการที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปี 2561 (ไม่รวมการ์ตูน). เข้าถึงได้จาก <https://www.tvdigitalwatch.com/analysis-top-youthprogram-rating2561>