รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

การศึกษานอกโรงเรียน, กรม. ละครหุ่นเพื่อชุมชน. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อักษรไทย, 2535.

เกศินี โชติกเสถียร. หุ่นเชิดมือ. กรุงเทพมหานคร : สีวิริยาสาส์น, 2524.

เกษม ศิริสัมพันธ์. การวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์รายวันในกรุงเทพ 14 ฉบับ ระดับวิทยานิพนธ์. กรุงเทพมหานคร : แผนกวารสารศาสตร์, คณะสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2507.

จันทร์เพ็ญ ศรีมันตะ. คู่มือดูแลลูกรัก. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์รักลูก, (ม.ป.ป.).

จาตุรงค์ อาจารีย์. คู่มือการเรียนกิจกรรมละครหุ่น. พระนคร : โรงพิมพ์รุ่งเรืองรัตน์, 2522.

จิรประภา บุณยนิตย์. ช่วยเด็กให้ชอบอ่าน. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาอนุบาลศึกษา, คณะวิชาครุศาสตร์, วิทยาลัยครูสวนดุสิต, 2530.

จุฑามาศ สุกิจจานนท์. จริยธรรมที่ปรากฏในภาพยนตร์การ์ตูนของวอลท์ ดิสนีย์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2539.

จุมพล รอดคำดี. รายการสำหรับเด็ก การส่งเสริมการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก. เอกสารหมายเลข 9 รายงานการสัมนาเรื่องการส่งเสริมการผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก (5 พ.ย. 2525) ณ ห้องประชุมคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

ชฎา เปรมโยธิน. หนังสือพิมพ์รายวันกับการพัฒนาเด็กและเยาวชน วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.

ชนิกา ตู้จินดา. คู่มือเลี้ยงลูก. กรุงเทพมหานคร : รักลูก, (ม.ป.ป.).

ชัยณรงค์ เจริญพานิชย์กุล. หุ่นกับเด็กอนุบาล นิตยสารรักลูก ฉบับที่ 4 (มกราคม 2530)

ดวงรัตน์ กมโลบล. การศึกษาลักษณะของการสร้างอารมณ์โดยสังคมในการ์ตูนญี่ปุ่นทางโทรทัศน์ชุดโดเรมอน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

ธีระพร อุวรรณโณ. พฤติกรรมวัยรุ่น เอกสารการสอนหน่วยที่ 7 จิตวิทยาวัยรุ่น. สาขาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,2532.

นราพร สังข์ชัย. ความพึงพอใจของเด็กที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

นันทวัน สุชาโต. อิทธิพลของการดูภาพยนตร์ที่รุนแรงทางโทรทัศน์กับทัศนคติในเชิงก้าวร้าวของเด็กจากครอบครัวต่างๆ ฐานะ เศรษฐกิจ สังคม และจากครอบครัวที่พ่อแม่ควบคุมการดูทีวีต่างระดับกัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท การวิจัยนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด, 2520.

นารากร ติยายน. การวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

นิพนธ์ คุณารักษ์. การศึกษาสถานภาพ ปัญหา อุปสรรค และความเป็นไปได้ของการผลิตรายการภาพยนตร์การ์ตูนชุดทางโทรทัศน์ของผู้ผลิตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

บำรุง สุขพรรณ. บทบาทของสื่อมวลชนในการเผยแพร่และปลูกฝังค่านิยมที่พึงประสงค์ต่อเยาวชนไทย. กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2525.

บำรุงสุข สีหอำไพและคณะ. อิทธิพลโทรทัศน์ต่อเด็กไทย ศูนย์วิจัยนิเทศศาสตร์, จุฬา ลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2518.

ประภพโชค นวพันธุ์พิพัฒน์. การใช้รหัสที่ปรากฏในงานของนักเขียนการ์ตูนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ปฟาณี ฐิติวัฒนา. การพัฒนาเด็ก เยาวชน และสตรี. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย, 2535.

พรจันทร์ จันทวิมล. การเล่านิทานสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน นิตยสารรักลูก ฉบับเดือนมิถุนายน 2529.

พรชนก พูนนารถ. Account Executive. บริษัท บีบีทีวีมาร์เก็ตติ้ง จำกัด. สัมภาษณ์ ,7 สิงหาคม 2541.

พรชัย เชวงเดช. การวิเคราะห์เนื้อหาด้านจริยธรรมของภาพยนตร์การ์ตูนสำหรับเด็กที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.

พรทิพย์ โอภาสสุขสถิต. ผู้จัดการทั่วไป. บริษัทบีบีทีวีมาร์เก็ตติ้ง จำกัด.สัมภาษณ์, 27 กุมภาพันธ์ 2541

พรพนิต พ่วงภิญโญ. บทบาทของหนังสือการ์ตูนเรื่องที่แปลจากภาษาญี่ปุ่นต่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

พรรณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์. ทฤษฎีจิตวิทยาพัฒนาการ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530

พูนศรี คัมภีร์ปกรณ์. ประโยชน์ของหุ่นนำไปสู่การอ่าน. ในรายงานการประชุมเชิงปฏิบัติการโครงการบริหารวิชาการสำหรับเด็กและผู้ใหญ่ในชุมชนชนบท ระหว่างวันที่ 6-10 กรกฎาคม 2530 ณ. สำนักวิทยบริการและภาควิชาบรรณารักษ์ศาสตร์, คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จังหวัดมหาสารคาม.

รุ่งนภา วงศ์ใหญ่. ผู้ควบคุมการผลิต. บริษัทเลมอนกราส โปรดักชั่นส์ จำกัด. สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2541

วรรณี ศิริสุนทร. การเล่านิทาน กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2532.

สมบุญ รุจิขจร และ ประนัปดา ทองมาลา. ตลาดลิขสิทธิ์. นิตยสารคู่แข่งรายปักษ์ ฉบับที่ 234 ปีที่ 17 ปักษ์หลัง (พฤษภาคม 2540) : หน้า 29-30.

สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต. ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2539

สุกัญญา ตีระวนิช และ นันทริกา คุ้มไพโรจน์. อิทธิพลของสื่อต่อเด็ก ในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาควิชาการหนังสือพิมพ์, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

สุชา จันทน์เอม. จิตวิทยาพัฒนาการ. กรุงเทพมหานคร :บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2536

สุพล วิเชียรฉาย. กรรมการผู้จัดการ.บริษัทเลมอนกราส โปรดักชั่นส์ จำกัด.สัมภาษณ์,5 สิงหาคม 2541

สุภางค์ จันทวานิช . วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬา ลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540

สุรางค์ โค้วตระกูล. จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพมหานคร :สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533

อรชุมา ยุทธวงศ์. การแสดงหุ่นสำหรับเด็กปฐมวัย. เอกสารการสอนชุดวิชาวรรณกรรมและลีลาคดีระดับปฐมวัยศึกษา หน่วยที่ 11 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช . นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2527.

อรทัย ศรีสันติสุข. การ์ตูนญี่ปุ่นกับเด็กไทย. นิตยสารตะวัน (พฤษภาคม – กรกฎาคม 2527).

อรพินท์ ศักดิ์เอี่ยม. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่เด็กได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

ภาษาอังกฤษ

Bandura, Albert. Social Cognitive Theory: Annals of Child Development. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall, 1989.

Berelson, Bernard. Content Analysis in Communication on Research. New York : Free Press, 1952.

Berlo David K. The Process of Communication. Holt, Rinehart and Winston Inc., 1960.

Holsti Ole, R. Content Analysis. In the Handbook of Social Psychology Edited by Lindzer, Gardner and Aronson. Ellict Addison Westley Publishing Company, 1968.

ภาคผนวก

ภาพยนตร์การ์ตูนหุ่นคนที่จะทำการศึกษาทั้ง 4 เรื่องนี้ มีประวัติความเป็นมาดังนี้

"กล้วยหอมจอมซน" (BANANAS IN PYJAMAS)

กล้วยหอมจอมซน (Banana in Pyjamas) ดั้งเดิมเป็นเพลงที่แต่งโดย Carey Blyton เป็นหลานของ Enid Blyton แต่งเมื่อปีค.ศ.1967 รูปแบบในครั้งแรกเป็นเพลง ซึ่งเนื้อร้องและทำนอง ถูกตีพิมพ์ลงในหนังสือชื่อ "A Book of Nonsense". (หนังสือที่ไม่มีสาระ)

ต่อมาบริษัท Australian Broadcasting Corporation (ABC) ได้นำเพลงนี้มาใช้ในรายการสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน ว่าเป็น Play School (โรงเรียนสำหรับเล่น) ติดตามด้วยการทำเป็นการ์ตูนที่สามารถเคลื่อนไหวได้ (Animation) เพลงและการ์ตูน Animation ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง จนกระทั่งได้ออกตลาดสินค้าของเล่น และหนังสือ

เมื่อผู้บริโภคต่างก็ต้องการสินค้าหลากหลายของกล้วยหอมจอมซน จนกระทั่งทางบริษัทต้องจดลิขสิทธิ์ทางปัญญาสำหรับสัญลักษณ์ของกล้วยหอมจอมซน และเมื่อภาพยนตร์การ์ตูนหุ่นคนกล้วยหอมจอมซนได้พิสูจน์แล้วว่าเป็นขวัญใจของเด็กวัยก่อนเรียน ทางบริษัทจึงได้ตัดสินใจผลิตรายการโทรทัศน์ความยาว 5 นาที เป็นรายการสำหรับเด็ก ซึ่งสนุกสนาน ไม่มีความรุนแรงอันตราย และสร้างสรรความบันเทิงด้วยการกำเนิด B1 และ B2 ในแบบการ์ตูนหุ่นคน

ตัวละครในระยะบุกเบิกในช่วง 30 ตอนแรกประกอบไปด้วย บี1 บี2 เอมี่ มอร์แกน และลูลู ซึ่งทั้งหมดอาศัยอยู่บนถนนคัดเดิล (Cuddles Avenue) หลังจากการเสนอเป็นครั้งแรกในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2535 บริษัท ABC(Australian Broadcasting Corporation) ได้วางตลาดวีดีโอชุดแรกในชื่อชุด "Birthday Special" สามารถทำยอดขายถึง 100,000 ตลับ

ในปีพ.ศ.2535 Gaffney International ได้รับการคัดเลือกให้เป็นตัวแทนของบริษัทABC ในการวางแผนและพัฒนาเพื่อให้กล้วยหอมจอมซนประสบความสำเร็ในภูมิภาคนี้ นอกจากนี้ยังทำงานร่วมกับบริษัท ABC ในเรื่องของลิขสิทธิ์สินค้า โดยผู้ที่ได้รับลิขสิทธิ์ในการผลิตสินค้าภายใต้สัญลักษณ์"กล้วยหอมจอมซน"จะได้รับการตรวจสอบอย่างพิถีพิถันในเรื่องคุณภาพของสินค้าจะต้องได้มาตรฐานตามที่กำหนด

ขณะนี้ลิขสิทธิ์สินค้าได้มีการพัฒนาจากเดิมที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะเป็นกลุ่มที่ชมรายการโทรทัศน์อายุระหว่าง 2-5 ขวบ ในปี พ.ศ. 2537 ได้ลิขสิทธิ์โดยเพิ่มสินค้าสำหรับผู้ที่มีอายุถึง 30 ปี ทำให้มีสินค้าสู่ท้องตลาดมากกว่า 250 ชนิด สินค้าใหม่ๆ ได้แก่ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กอ่อน เช่น ขวดนม รูปถ่าย อัลบัม กรอบรูป หมวกคลุมผม ฯลฯ มีสินค้าอย่างมากมาย ทางด้านวีดีโอได้มีการผลิตออกสู่ตลาดแล้วถึง 8 ชุด ซึ่งมียอดจำนวนรวมสูงถึง 500,000 ตลับในประเทศออสเตรเลีย

สถานที่หลักในการแสดง

1. สวนสาธารณะ
2. ชายหาด
3. บ้านของหมีเท็ดดี้
4. บ้านของกล้วยหอม
5. ร้านขายของของหนูเจ้าเล่ห์

เทเลทับบีส์ (Teletubbies)

Teletubbies เป็นรายการที่ผลิตโดย สถานีโทรทัศน์ BBC ของประเทศอังกฤษ BBC ได้นำ Teletubbies มาทำเป็นรายการโทรทัศน์ โดยมุ่งกลุ่มเป้าหมายที่เด็กก่อนวัยเรียน หรือเด็กที่อยู่ในช่วงอายุ 2-6 ขวบ

Teletubbies เป็นรายการโทรทัศน์ ที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของวงการโทรทัศน์ โดยการสำรวจพฤติกรรมการเล่นของเด็ก ๆ ก่อนนำมาผลิตเป็นรายการโทรทัศน์ Teletubbies เป็นรายการที่สร้างสรรค์ เหมาะสำหรับเด็ก ๆ และยังช่วงสร้างสรรค์สังคม โดยการสอดแทรกศีลธรรมอันดีไว้เพื่อสอนเด็ก ๆด้วย รายการนี้เป็นรายการที่แปลก แตกต่างจากรายการอื่นๆ ด้วยรูปแบบรายการที่แตกต่าง และเต็มไปด้วยความสนุกสนานสำหรับเด็ก ก็ได้นำมาซึ่งเรตติ้งที่สูงที่สุด ในประเทศที่นำรายการนี้ออกแพร่ภาพ และ Teletubbies เป็นรายการหนึ่ง ซึ่งดึงดูดผู้ชมได้มากในอังกฤษ และได้รับความนิยมจากคนดูมากพอๆ กับการพูดถึง Internet เลยทีเดียว

Teletubbies เป็นหนึ่งในสื่อด้านการตลาด ที่ใหญ่ที่สุดของ ปี 2540 ในประเทศอังกฤษ Telebutties เป็นขวัญใจของเล่นสำหรับเด็ก โดยเฉพาะตุ๊กตา เป็นที่นิยมนำไปเป็นของขวัญในเทศกาล คริสต์มาสมาก ยอดขายวีดีโอเทป สามารถขายได้ถึง 200,000 ม้วนต่อ 1 สัปดาห์

Chart Top Hit ในอังกฤษ ไม่ว่าจะเป็นรายการยอดนิยม, ของเล่นที่ขายดีที่สุด, วีดีโอเทป และเทปเพลงที่ขายดีที่สุด จะต้องมี Teletubbies ติดอันดับอยู่ด้วยเสมอ โดยในขณะนี้ Teletubbies เป็นที่นิยมในหมู่คนทุก เพศ ทุกวัย ในอังกฤษ

รายการ Teletubbies เป็นอย่างไร

Teletubbies คืออะไร

Teletubbies เป็นรายการโทรทัศน์ที่มีความยาว ตอนละ 30 นาที รายการที่ผลิตเสร็จแล้วมีจำนวน 260 ตอน และมีโครงการที่จะผลิตเพิ่มขึ้นอีก 80 ตอน จัดว่าเป็นรายการโทรทัศน์ที่มีจำนวนตอนเยอะมาก

รายการนี้เป็นแนวความคิดแบบใหม่ของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กอายุตั้งแต่ 2 ขวบขึ้นไป เน้นอุปกรณ์ทางด้านเทคนิค ผสมผสานกับของเล่นตุ๊กตา

จุดประสงค์ของรายการ

- ช่วยพัฒนาแนวความคิดของเด็กๆ
- สร้างความมั่นใจให้กับเด็ก
- สร้างความเคารพนับถือ
- สร้างจินตนาการ
- สร้างความอยากรู้อยากเห็น

รูปแบบของรายการ :

- ในดินแดนเหนือภูเขาอันไกลโพ้นที่ Teletubbies Land มี Teletubbies 4 ตัว อาศัยอยู่ อันได้แก่ Tinky-Winky (สีม่วง), Dipsy (สีเขียว), Laa-Laa (สีเหลือง) และ Po (สีแดง) Teletubbies จะชอบวิ่งมาจากที่ไกลๆ วิ่งมาใกล้ๆ ซ่อนอยู่ด้านหลัง และออกมาปรากฏตัวด้านหน้าวิ่งไป และวิ่งกลับมาในดินแดนของ Teletubbies

- Teletubbies ถูกออกแบบมา เพื่อส่งเสริมพัฒนาด้านความคิดของเด็กๆ ดังนั้น การกระทำของTeletubbies จะถูกสร้างขึ้นในรูปแบบของ
  - การฉายซ้ำไปมา ผลการวิจัยพบว่าเด็กๆ ไม่สามารถที่จะดู, ฟัง และเรียนรู้ถึงเนื้อหาได้ในเวลาเดียวกัน
  - กระโดดขึ้น กระโดดลง
  - วิ่งเข้า วิ่งออก
  - การกระทำพร้อมๆ กัน ตั้งแต่ต้นจนจบ
  - การแสดงออก จังหวะ และท่าทางการพูดของตัวละคร จะเลียนแบบพฤติกรรมของเด็กๆ

<u>สถานที่ในการแสดง</u>

- ฉากบนทุ่งหญ้ากว้างใหญ่ในดินแดนเทเลทับบีส์
- ฉากในห้องซึ่งมีกลไกต่างๆในดินแดทนเทเลทับบีส์
- ฉากบนโลกมนุษย์มีทั้งในร่ม และกลางแจ้ง ขึ้นกับเรื่องที่เสนอฉายในแต่ละตอน

<u>วิธีการนำเสนอ</u>

1. บรรยายด้วยภาพพระอาทิตย์กำลังขึ้น ตามด้วยใบหน้าเด็กที่ยิ้มพร้อมเสียงหัวเราะอย่างสดใส
2. สัญญลักษณ์คล้ายไมโครโฟนเพื่อเรียกเทเลทับบีส์ทั้ง 4 คนให้ออกมากลางแจ้งแล้วเต้นประกอบเพลง พร้อมกับเสียงร้องของตัวละคร
3. ดำเนินเรื่องราวของ เทเลทับบีส์ในช่วงแรก
4. กังหันหมุน ตามด้วยเสียงสัญญาณของไมโครโฟนตัวเดิม ให้เทเลทับบีส์ออกไปยืนบนเนินทุ่งหญ้าในจุดที่สูงสุดเพื่อรับสัญญาณที่ส่งมาจากโลกมนุษย์ ซึ่งเทเลทับบีส์ทุกคนจะยื่นหน้าท้องรับสัญญาณ แต่สัญญาณที่ส่งมาเป็นภาพจะปรากฏที่หน้าท้องของคนใดคนหนึ่ง แล้วทุกๆคนจะมารุมดูภาพจากโลกมนุษย์โดยทักทาย "สวัสดี" หรือ "Hello" กับเด็กๆ ซึ่งกันและกัน
5. เด็กบนโลกมนุษย์จะชักชวนไปชมกิจกรรมที่กำลังจะเกิดขึ้น ซึ่งจะต้องมีเด็กที่ชักชวนอยู่ร่วมในกิจกรรมนั้นๆ (ฉายซ้ำในส่วนนี้ 2 รอบ)
6. ต่อมาเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเทเลทับบีส์ อาจเป็นเรื่องการละเล่นของเทเลทับบีส์ หรือเทเลทับบีส์ชมการแสดง เหตุการณ์ซึ่งเกิดขึ้นบนดินแดนเทเลทับบีส์
7. ภาพกังหันหมุน ตามด้วยเสียงไมโครโฟนตัวเดิม เรียกให้ทุกคนกลับ "หมดเวลาสนุกแล้วชิๆ" ซึ่งเทเลทับบีส์ มักจะอิดออด หรือทำดื้อรั้นกระโดดลงหลุมแล้ว ก็กระโดดกลับมาอีก ภาพใบหน้าเด็กที่เปิดฉากในตอนแรกทำหน้าดุ และมีเสียงดุจากเด็ก จนมีเสียงจากไมโครโฟน "อย่าดื้อซิจ๊ะ แล้ว" เทเลทับบีส์ " ก็โบกมืออำลาแล้วกล่าวคำ "บ๊าย บาย" แล้วกระโดดลงหลุมไปทีละคน เมื่อครบหมดแล้ว ก็จะมีเพียงคนเดียวมาทักทายอีกครั้งด้วยการโบกมืออำลา พูดว่า "บ๊าย บาย" เป็นครั้งสุดท้าย
8. ภาพพระอาทิตย์กำลังตกดิน ภาพใบหน้าเด็กมีเสียงหัวเราะที่กำลังหายไปพร้อมเสียงบรรยาย "ตะวันลับขอบฟ้า เทเลทับบีส์บอกลา"

ทำไมเด็กๆ จึงรัก Teletubbies

Teletubbies เหมาะสำหรับเด็กๆ เพราะ

- เป็นรายการที่สนุกสนาน
- ตัวละครแต่ละตัวแสดงออกมาซึ่งความมขอบ และความรักซึ่งกันและกัน
-

เด็กๆ รัก Teletubbies เพราะ

- พวกเขาสนุกสนาน
- พวกเขามีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา
- พวกเขารักกัน และกันมาก
- พวกเขาพูดกับเด็กๆ โดยใช้ภาษาของพวกเขาเอง
- พวกเขาไม่เคยมีความเศร้า เสียใจ

ผลการวิจัยรายการ Teletubbies กับเด็กไทย (ทำการสำรวจก่อนการเสนอฉายทางโทรทัศน์)

- จากการวิจัยจากเด็ก ๆ 100 คน ซึ่งได้แก่
  1. โรงเรียนอนุบาล 5 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร
  2. กลุ่มของเด็ก 20 คน ในโรงเรียนอนุบาลแต่ละแห่ง
- ผลการวิจัย : มีผลทางบวก
  1. เด็ก ๆ ให้ความสนใจอย่างมากตลอดรายการ
  2. เด็ก ๆ มีการหัวเราะ เต้น และตบมือตามไปด้วย เวลาที่ Teletubbies จะทำในสิ่งที่ตลก และสนุกสนาน
- เด็ก ๆ จะทำตาม Teletubbies เช่น เฮลโล, บ๊าย-บาย
- เด็ก ๆ จะจดจำท่าทาง และคำพูดของ Teletubbies ได้อย่างแม่นยำ
- Teletubbies 4 ตัว มีสีสัน และเสาอากาศที่แตกต่างกันไป ดวงอาทิตย์,กระต่าย, ดอกไม้ และหมูที่กำลังกินอาหาร พร้อมทั้งอาบน้ำ
- เด็ก ๆ อย่างน้อย 90% ที่ต้องการดูรายการนี้อีก และมีความตั้งใจที่จะติดตามชมรายการโทรทัศน์นี้ต่อไป "เด็กไทยรักเทเลทับบีส์"

Daily Mail
THURSDAY, MARCH 27, 1997

Can Teletubbies really be good for young children?

By TONY HALPIN
Education Correspondent

The Teletubbies: Can speak Cantonese but not English

ONE sings in Cantonese, the others often burble incomprehensibly, and they all have a tendency to dance around a lot.

But what the Teletubbies barely seem able to do is speak English, which has many parents wondering exactly what the BBC's latest educational programme is teaching their children.

Unlike in the good old days of Play School, no one looks through the round window in this world. Instead the four brightly-coloured creatures point to televisions in their stomachs, showing films of children taking part in different activities.

The 'goo goo' speaking style of the Teletubbies — Tinky Winky, Dipsy, Laa Laa and Po — has caused a backlash among parents.

Some have complained to the BBC that the meaningless

'A series which reflects the times'

baby-talk is a poor substitute for the songs and stories in the long-running Playdays, which Teletubbies has replaced in the morning slot.

The programme's creators insist the series reflects the technological times in which 'nobody talks to babies' any more and where children are increasingly 'coming to school without words'.

They argue that the series is 'child-centred', encouraging youngsters aged two to five to learn by playing along with the characters. Teletubbies is the most expensive pre-school series in the BBC's history. The corporation has already commissioned 260 25-minute episodes over the next three years from the independent production company, Ragtime.

Filmed in Teletubbyland — actually a grassy hill in Warwickshire — the creatures live with rabbits and 'voice trumpets', which look like submarine periscopes and pop out of the ground to make announcements from the 'real world'.

They exist on a diet of custard and toast and share their 'Tubbytronic Superdrome' home with a vacuum cleaner called Noo Noo.

The four Teletubbies, who are portrayed by actors in costumes, have been described as looking like 'big babies weighed down by their nappies'.

Po, coloured red, is the smallest Teletubby and is 'highly excitable'. Her special song means 'quick, quick, quick' or 'slow, slow, slow' in Cantonese, though children never actually learn this from the show.

Laa Laa is yellow and described as 'the happiest, smiliest and second-smallest of the Teletubbies'. Her favourite word is 'mice'.

Dipsy is the second-largest, and green. He 'sets himself apart a bit as he tries to be cool'. Words to his special song are 'bptum, bptum, bptum, bptum'.

Tinky Winky, purple, is the 'largest and gentlest.' Teletubby who 'loves to dance and fall over'. His song goes 'Tinky winky biddle baddle boddle'.

Writer and co-creator Andrew Davenport said Teletubbies had been tested on seven 'focus groups' of children and parents across the country.

He insisted the programme was in the tradition of classics such as Watch With Mother and the Flowerpot Men. But he conceded the shows were aimed towards the youngest children in the age range.

'They are purposely pitched at a lower age level so that the children are given the feeling that they know slightly more than the Tubbies because the Tubbies know nothing,' he said.

A BBC spokesman admitted there had been 'a fair few' complaints from parents.

One mother, Sarah Spicer, said her three-year-old son Steffan had been an avid viewer of Playdays but was so unimpressed by Teletubbies that he did not watch it after the first episode. Mrs Spicer, from Llandyssul, Cardiganshire, said: "There is too much "goo goo" and dancing around doing meaningless things, whereas in Playdays there were interesting stories and ideas which you could follow through and talk about.'

Anne Wood, Teletubbies' creative director, dismissed the complaints, saying: 'There has been some articulate criticism from a narrow band of people who have pre-conceived ideas of what education is.

'We are not a school, we are an entertainment programme for young children. We have a responsibility to treat our audience with respect.'

How story-telling reached the end

GENERATIONS of children grew up learning to 'look through the round window' and other story-telling entrances in Play School, which ran from 1964 to 1988. It was replaced by Playbus and then Playdays. Repeats of Playdays are now being shown in the afternoons but there are no plans for any new series.

A variety of children's shows down the years have featured characters who did not speak English.

Children delighted in the 'flobbadob' speech of Bill and Ben the Flowerpot men (below right), the strange whistling noises of the Clangers, and the squeaky voice of Sooty's friend Sweep. Sooty's voice was (I never heard although his thoughts were relayed by his creator Harry Corbett — later replaced by his son Matthew.

Another pre-school star who remained silent was Andy Pandy (above right).

DAILY MAIL
THURSDAY MARCH 27, 1997

THE TIMES
MAY 26, 1997

Worried parents told that BBC's *Teletubbies* are smarter than they sound

Education experts praise 'dumb' TV show for children

By Peter Foster

PSYCHOLOGISTS have praised a new BBC programme for children which mothers and educationalists have accused of "dumbing down" the youngsters.

One parent described *Teletubbies* as slow, banal and ill-conceived, and several wrote complaining to the *Radio Times*. The programme stars four brightly coloured characters described as half-child, half-teddy bear.

They talk like babies, have televisions for tummies, aerials sticking out of their heads and act clumsily. Each action they perform, such as dropping a hat, is repeated several times during a single 25-minute programme.

However, concerns about the language of *Teletubbies* — the characters speak in baby-language, saying "haro" instead of "hello" — were not echoed by education specialists from continental Europe and America who were shown an episode of *Teletubbies* by *The Times*.

Diederik Van Rossum, a clinical psychologist from Amsterdam with 25 years' experience, watched *Teletubbies* with two children aged 2 and 6. "I loved the programme and so did the children," he said. "It gives free range to their imagination and is made with young children in mind."

Wood: has won awards for other screen work

Dr Van Rossum said that he could not understand the fuss: "I think it is typically British, with your very traditional ideas about education, to worry about this programme. If anything I think *Teletubbies* is better than *Sesame Street*, which tries to force ideas onto the child."

Dr Van Rossum said the repetition in the programme was part of the attraction. "This is how children actually behave. The language and movement are slow, straight and communicative. My children loved it, you could see how involved they were by their eyes."

Ulrich Schmitz, a psychologist from Cologne who specialises in the effect of television on children, said *Teletubbies* would not harm linguistic development. However, he was concerned that *Teletubbies* could encourage children to watch more television at an earlier age.

"Television is often used to keep children quiet and this programme will only help to get them hooked," he said. "Television should always be a secondary alternative to real life. Children need no more stimulation than is provided in their immediate environment."

Herr Schmitz dismissed concerns over the characters' speaking habits. "The programme aims to communicate not through language but through abstract structures and colours and so cannot be judged by adult measures such as language."

Anne Wood, who devised *Teletubbies* and has won Bafta awards for her other work, *Tots TV* and *Rosie and Jim*, said she could not understand the attention. "We simply set out to entertain young children growing up in a technological world. We are not 'dumbing down' and always take the opportunity to name things clearly through the narrator, who has a natural adult voice. The programme is deliberately sensitive to children and their needs," she said.

Charlotte Cole, vice-president of international research at the Children's Television Workshop, which produces *Sesame Street*, said repetition played an important part in the learning process for pre-school children. "Young children need a balance of what is new and what is familiar. After all, adults often reconfirm what has been agreed earlier when they get to the end of a telephone conversation," she said.

Ms Cole, who would not comment directly on *Teletubbies*, said that one of the rules of *Sesame Street* was not to patronise the young viewer. "We try never to talk down to the child and start with a level of respect for the child, but this is only one philosophy. Every programme has different goals."

The first foreign television company to buy *Teletubbies* is to cut some of the repetition from the episodes. KTV, a children's channel in South Africa, bought 260 episodes for an estimated $300,000 (£185,000) after viewing the programme at a BBC sales fair.

The BBC expects to sell *Teletubbies* throughout the world and is in negotiations with television companies across Europe. The corporation's licensing department is also developing a range of *Teletubbies* merchandise, which will be in the shops from October.

The Teletubbies' baby talk and frequent repetition has been criticised by parents

Debby Venter, schedules manager at KTV, said the first programme would be broadcast later this year: "The standard 25-minute episode will be cut to 15 or 20 minutes to cut out some of the more clumsy repetitions which we think might leave our children feeling bored," she said.

Teletubbies will also be shown on KTV's 12-hour satellite channel, which reaches across Africa from the Cape to northern Egypt. Ms Venter said that she had bought the programme because it offered an alternative to the American-style programmes currently on offer for her pre-school audience. "We liked the programme because it left more to the imagination for the children, who will feel very comfortable listening to voices like their own," she said.

☐ *Teletubbies is on BBC2 every weekday at 10am.*

Bright young things who behave just like students

By Peter Foster and Simon Horsborough

EVER since the days of Dougal, the shaggy dog from *Magic Roundabout* who was hooked on sugar lumps, there has been a cult following among students for children's television.

The psychedelically coloured Teletubbies are compulsory breakfast viewing on some university campuses. The attraction may have something to do with the fact that the characters behave much like students after a night in the union bar — giggling and falling over. The fact that one of the characters is called Dipsy has not escaped notice.

Students have also developed theories on the subversive subtext of Teletubbies. One young man from Oxford said it was clear that the green dome where the Teletubbies lived was a symbol for a nuclear bunker and that the tubes that emerged from the ground to give instructions to the Teletubbies — such as "It is time for bed" — were identifiable as Orwellian instruments of state control.

Anne Wood, the programme's creator, dismissed such an interpretation. "Students have always read things into children's television," she said. "Reverting to their childhood helps them to relieve tension."

Karl Dayson, 29, the president of the students' union at Salford University, said that *Teletubbies* was the ideal "no-brain-required" programme before setting off for library or lecture theatre. "I like the nice bright colours. Laa Laa [the yellow one] is my favourite because he's really happy and smiley," he said.

Toby Earle, reading ancient history at Nottingham University, said he thought the surreal movements and bright colours were hallucinogenic. "I can see the day when students' unions will be holding special Teletubbies events or parties, with maybe cocktails with the names and colours of Tinky Winky, Dipsy and Po." Mr Earle, 20, from south London, added that as well as being a bit "trippy", "I reckon if you play the gargled baby talk of the Teletubbies backwards there might well be some hidden messages".

Magic Roundabout has a cult following on campuses

Katie Coy, a business studies student at Northumbria University, said she thought the programme was "very silly". However, she was able to produce a faultless impression of Tinky Winky [the purple one] saying "haro".

The growing fascination with Teletubbies has also infiltrated the fancy dress business. Peter Evans, 38, manager of The Costume Studio in Islington, north London, said he had had at least half a dozen requests for Teletubbies suits in the past fortnight: "Perhaps it's because it's the May ball season and there are lots of students with nothing better to do than watch it."

Teletubbies is by no means the first children's programme with characters that do not speak a conventional language. In the 1970s programme *The Clangers* the characters communicated by whistling: Bill and Ben managed little more than "flobbadob" and, more recently, *Pingu*, an animated penguin, only squeaks.

School teachers are also having to get abreast of the new craze. Vanessa King, 45, who teaches in a north London primary school, said: "Even my four-year-olds love it. They've managed to see differences in the characters and they imitate their mannerisms." Ms King rejected the claims that baby-talk and catchphrases such as "uh-oh" and "bye-bye" would retard her charges' language development. "As a child I watched *Bill and Ben* and I haven't grown up to be stupid. The inventor of Teletubbies must have very good observational skills: their body language mirrors that of young children."

นิทาน นิทรา

โครงการ บาบา บีบี 2541

ชื่อรายการ	บาบา บีบี บนเกาะน้ำหวาน	ความยาว	5 นาที
กลุ่มเป้าหมาย	เด็กวัย 3 – 7 ปี	ประเภทรายการ	รายการเด็ก
รูปแบบรายการ	มินิซีรี่ย์สำหรับเด็ก แสดงโดยเหล่าบรรดาหุ่น MASCOTT พร้อมเพลงประกอบจบในตอน		
เวลาออกอากาศ	หลังข่าวภาคค่ำ 19.55 – 20.00 น.	สถานีออกอากาศ	ช่อง 5
ผู้ผลิตรายการ	บริษัท เลมอนกราส โปรดั๊กชั่นส์ จำกัด		

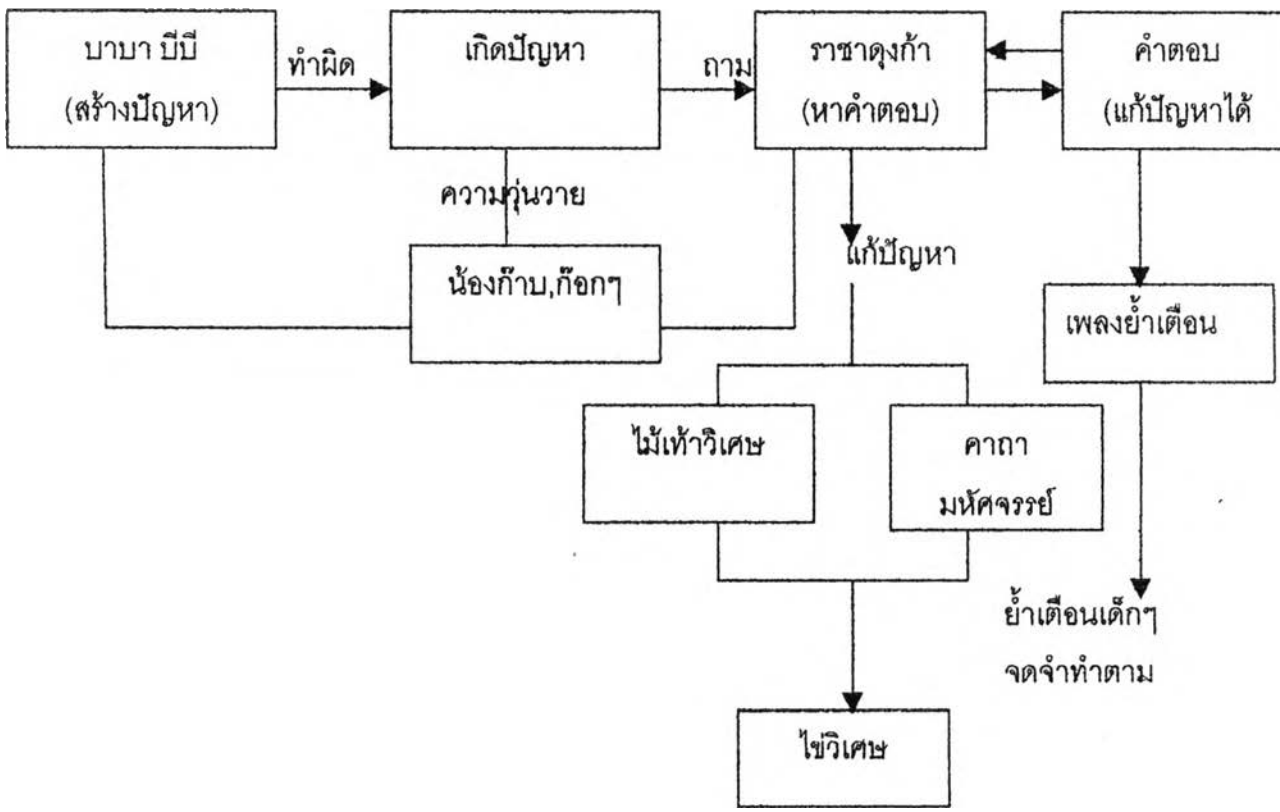
วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อสร้างสรรเรื่องราวของบาบา บีบี ในรายการนิทานนิทรา ให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น มีชีวิต มีตัวตนและเป็นตัวแทนของเด็กๆ
2. เพื่อปลูกฝังจริยธรรมอันดีงามให้กับความคิดเด็ก เช่น การเป็นคนมีน้ำใจ หยิบยื่นไมตรีให้กับคนรอบข้าง การให้อภัย การรักสิ่งของ ธรรมชาติรอบตัว เป็นต้น
3. เพื่อนำความสนุกของจินตนาการมาช่วยกระตุ้นพฤติกรรมทางด้านการสังเกต ความช่างคิดอันนำไปสู่ความสามารถในการแก้ปัญหาร่วมกัน โดยเริ่มต้นจากสังคมเล็กๆ รอบตัวของพวกเขา
4. เพื่อเป็นตัวแทนผู้ปกครองในการสร้างสรรความบันเทิงที่จบลงด้วยความสุข ให้เด็กๆ ได้ชมก่อนนอน และหลับฝันดี

สัดส่วนเนื้อหา

ไตเติ้ล	0.27 นาที
โฆษณา	1.00 นาที
พิธีกรเปิด	0.15 นาที
เนื้อเรื่อง	2.00 นาที
พิธีกรปิด	0.15 นาที
เพลง	1.00 นาที
ไตเติ้ลท้าย	0.03 นาที
รวม	5.00 นาที

โครงสร้างการเล่าเรื่อง



นิทาน นิทรา

ความสัมพันธ์ของตัวละคร

ราชาดุงก้า + ไดโนเสาร์

(คู่หู)

(แก่สุด ตัวแทนญาติผู้ใหญ่)

ไม่เคยทะเลาะกับใครบนเกาะ

นอกจากทะเลาะกันเอง

เป็นผู้ใหญ่ของเกาะที่คอย

ให้คำปรึกษากับเด็กๆ

ปลาโก๋ + หมึกหวาน

(เด็กวัยรุ่นก่อนเข้าสู่ช่วงวัยรุ่นอายุประมาณ 7-9 ปี)

ซน

เป็นเด็กวัยซนที่เริ่มมีความคิด ความชอบเป็นของ

ตนเอง แต่ยังไม่ชัดเจนเท่าเด็กช่วงวัยรุ่น ในบางครั้ง

ก็เป็นเหมือนเด็กที่โตกว่าทั่วๆ ไปคือ บางครั้งก็ไม่ค่อย

อยากเล่นกับเด็ก เล็กๆ ซักเท่าไหร่

ทั้งสองเป็นเพื่อนร่วมทะเลน้ำหวาน

บาบา + บีบี

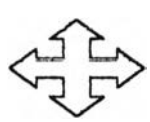
(เด็กเล็กวัยประมาณ 5-6 ปี) กำลัง

มีความอยากรู้ อยากเห็น ช่างซักช่าง

ถามอยู่มากมาย จนบางครั้ง

ปลาตีน + ปลาหมึก ขี้เกียจจะตอบ

ถึงขั้นเดินหนี



เป็นความสัมพันธ์แบบสังคมเด็กๆ คือมีผู้ใหญ่คอยให้คำแนะนำที่ดีและมีความสุข สนุกสนานอยู่กับเพื่อนๆ มีความผูกพันในการอยู่ร่วมกัน ช่วยเหลือกัน หวังดีต่อกัน

วิธีการนำเสนอ

9. บรรยายด้วยภาพพระอาทิตย์กำลังขึ้น ตามด้วยใบหน้าเด็กที่ยิ้มพร้อมเสียงหัวเราะอย่างสดใส
10. สัญญลักษณ์คล้ายไมโครโฟนเพื่อเรียกเทเลทับบีส์ทั้ง 4 คนให้ออกมากลางแจ้งแล้วเต้นประกอบเพลง พร้อมกับเสียงร้องของตัวละคร
11. ดำเนินเรื่องราวของ เทเลทับบีส์ในช่วงแรก
12. กังหันหมุน ตามด้วยเสียงสัญญาณของไมโครโฟนตัวเดิม ให้เทเลทับบีส์ออกไปยืนบนเนินทุ่งหญ้าในจุดที่สูงสุดเพื่อรับสัญญาณที่ส่งมาจากโลกมนุษย์ ซึ่งเทเลทับบีส์ทุกคนจะยื่นหน้าท้องรับสัญญาณ แต่สัญญาณที่ส่งมาเป็นภาพจะปรากฏที่หน้าท้องของคนใดคนหนึ่ง แล้วทุกๆคนจะมารุมดูภาพจากโลกมนุษย์โดยทักทาย "สวัสดี" หรือ "Hello" กับเด็กๆ ซึ่งกันและกัน
13. เด็กบนโลกมนุษย์จะชักชวนไปชมกิจกรรมที่กำลังจะเกิดขึ้น ซึ่งจะต้องมีเด็กที่ชักชวนอยู่ร่วมในกิจกรรมนั้นๆ (ฉายซ้ำในส่วนนี้ 2 รอบ)
14. ต่อมาเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเทเลทับบีส์ อาจเป็นเรื่องการละเล่นของเทเลทับบีส์ หรือเทเลทับบีส์ชมการแสดง เหตุการณ์ซึ่งเกิดขึ้นบนดินแดนเทเลทับบีส์
15. ภาพกังหันหมุน ตามด้วยเสียงไมโครโฟนตัวเดิม เรียกให้ทุกคนกลับ "หมดเวลาสนุกแล้วซิ ๆ" ซึ่งเทเลทับบีส์ มักจะอิดออด หรือทำดื้อรั้นกระโดดลงหลุมแล้ว ก็กระโดดกลับมาอีก ภาพใบหน้าเด็กที่เปิดฉากในตอนแรกทำหน้าดุ และมีเสียงดุจากเด็ก จนมีเสียงจากไมโครโฟน "อย่าดื้อซิจ๊ะ แล้ว" เทเลทับบีส์ " ก็โบกมืออำลาแล้วกล่าวคำ "บ๊าย บาย" แล้วกระโดดลงหลุมไปทีละคน เมื่อครบหมดแล้ว ก็จะมีเพียงคนเดียวมาทักทายอีกครั้งด้วยการโบกมืออำลา พูดว่า "บ๊าย บาย" เป็นครั้งสุดท้าย
16. ภาพพระอาทิตย์กำลังตกดิน ภาพใบหน้าเด็กมีเสียงหัวเราะที่กำลังหายไปพร้อมเสียงบรรยาย "ตะวันลับขอบฟ้า เทเลทับบีส์บอกลา"

ทำไมเด็กๆ จึงรัก Teletubbies

Teletubbies เหมาะสำหรับเด็กๆ เพราะ

- เป็นรายการที่สนุกสนาน
- ตัวละครแต่ละตัวแสดงออกมาซึ่งความขอบ และความรักซึ่งกันและกัน

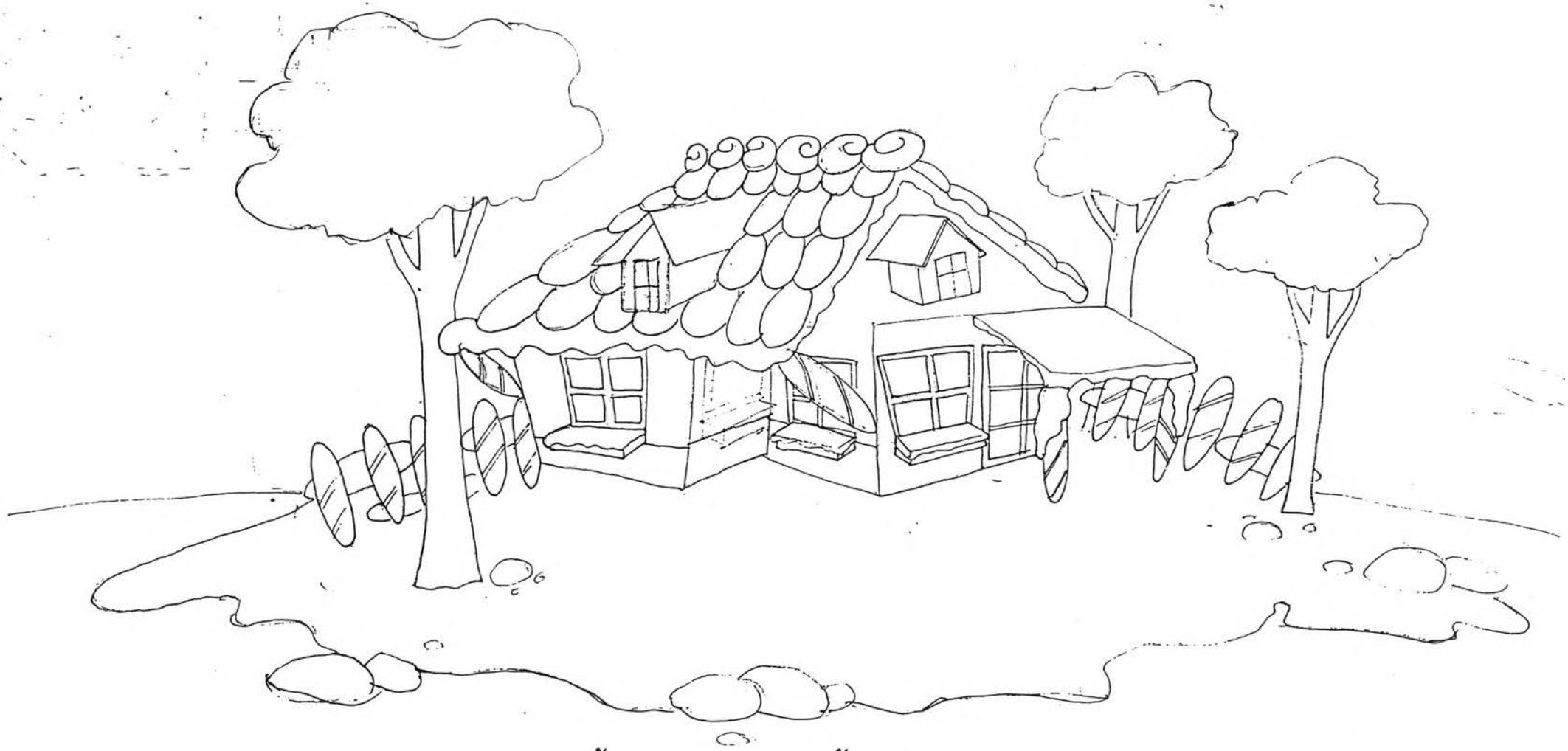
เด็กๆ รัก Teletubbies เพราะ

- พวกเขาสนุกสนาน

- พวกเขามีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา
- พวกเขารักกัน และกันมาก
- พวกเขาพูดกับเด็กๆ โดยใช้ภาษาของพวกเขาเอง
- พวกเขาไม่เคยมีความเศร้า เสียใจ

ผลการวิจัยรายการ Teletubbies กับเด็กไทย (ทำการสำรวจก่อนการเสนอฉายทางโทรทัศน์)

- จากการวิจัยจากเด็ก ๆ 100 คน ซึ่งได้แก่
  3. โรงเรียนอนุบาล 5 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร
  4. กลุ่มของเด็ก 20 คน ในโรงเรียนอนุบาลแต่ละแห่ง
- ผลการวิจัย : มีผลทางบวก
  3. เด็ก ๆ ให้ความสนใจอย่างมากตลอดรายการ
  4. เด็ก ๆ มีการหัวเราะ เต้น และตบมือตามไปด้วย เวลาที่ Teletubbies จะทำในสิ่งที่ตลก และสนุกสนาน
- เด็ก ๆ จะทำตาม Teletubbies เช่น เฮลโล, บ๊าย-บาย
- เด็ก ๆ จะจดจำท่าทาง และคำพูดของ Teletubbies ได้อย่างแม่นยำ
- Teletubbies 4 ตัว มีสีสัน และเสาอากาศที่แตกต่างกันไป ดวงอาทิตย์,กระต่าย, ดอกไม้ และหมูที่กำลังกินอาหาร พร้อมทั้งอาบน้ำ
- เด็ก ๆ อย่างน้อย 90% ที่ต้องการดูรายการนี้อีก และมีความตั้งใจที่จะติดตามชมรายการโทรทัศน์นี้ต่อไป "เด็กไทยรักเทเลทับบีส์"



ฉาก บ้านขนมหวาน บนเกาะน้ำหวาน

รายการ"สิ่งแวดล้อมของเรา"
แจ๋วแหววสาวใช้มหัศจรรย์

เจ้าของ กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม

รูปแบบ เป็นละครสั้นประมาณ 5 นาทีจบในตอน

เนื้อหา เกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม ประหยัดพลังงาน การประดิษฐ์สิ่งของจากเศษวัสดุ เพื่อไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

การนำเสนอ ใช้การ์ตูนหุ่นคนเป็นผู้ดำเนินเรื่อง

โครงเรื่องหลักโดยย่อ

ครอบครัวหนึ่งมีพ่อหมี ลูกหมี และแจ๋วแหวว ซึ่งเป็นหุ่นประดิษฐ์สาวใช้ และเพื่อนบ้านชื่อ "นายนิสัยเสีย" เป็นตัวดำเนินเรื่อง

นายนิสัยเสีย จะเป็นผู้ชักชวนให้ลูกหมี ซึ่งเป็นเด็กทำสิ่งที่ไม่ถูกต้องต่างๆ ด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ จนแจ๋วแหววต้องมาสั่งสอน หรือพ่อหมีต้องมาชี้แนะ และแจ๋วแหวว จะเป็นผู้สั่งสอนนายนิสัยเสีย เพื่อให้รู้สำนึก

สถานที่หลักในการดำเนินเรื่อง

1. ภายในบ้านของพ่อหมี
2. สนามหญ้าหน้าบ้านของพ่อหมี
3. ภายในบ้านของนายนิสัยเสีย
4. สถานที่อื่นๆเช่นชายทะเล, วนอุทยานแห่งชาติ

วิธีการนำเสนอ

1. ไตเติลเรื่องพร้อมดนตรีประกอบ
2. ดำเนินเรื่องจนจบในตอน
3. ปิดท้ายดนตรีประกอบ

ประวัติผู้เขียน

นาง ธนิดา จันทวงษ์ เกิดเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม พ.ศ. 2504 ที่ กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาการกระจายเสียงวิทยุ โทรทัศน์ ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2527 และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตรพัฒนาการ ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อ ปีพ.ศ. 2540 และสำเร็จการศึกษาเมื่อปี พ.ศ. 2542

ประสบการณ์ในการทำงานที่ผ่านมาได้แก่ งานด้านโรงแรมของฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ เช่น จัดงานส่งเสริมการตลาดของไวน์โดยเชิญนายธนาคารระดับแนวหน้าของประเทศมาร่วมเทศกาลชิมไวน์ เมื่อปีพ.ศ.2532-2533ฯลฯ และเคยดำรงตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไปของบริษัท โอเรียนเต็ล อินเตอร์เนชั่นแนล เซลส์ จำกัด ในเครือของบริษัท โอเรียนเต็ล แล็บปิดารี่ กรุ๊ป จำกัด ซึ่งดำเนินธุรกิจด้านอัญมณีซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ นอกจากนี้เคยทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ในบริษัทเอเยนซี่งานประชาสัมพันธ์ และวางแผนงานการตลาด ปัจจุบันสมรสแล้วมีบุตร ธิดารวม 2 คน