



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University
 Pillar of the Kingdom

รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่อง

**กึ่งทศวรรษแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน :
 ทบทวนการดำเนินงานและแนวทางการขับเคลื่อนสังคมในอนาคต**



ดร.ธাত্রี ใต้ฟ้าพูล
 คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 กันยายน 2556

สนับสนุนการวิจัยโดย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพแห่งชาติ (สสส.)

ภายใต้แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.)

สนับสนุนทุนบางส่วนจาก

ทุนพัฒนาอาจารย์ใหม่ กองทุนรัชดาภิเษกสมโภช จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่อง

“กึ่งทศวรรษแผนงานก่อสร้างสุขภาวะเยาวชน :
ทบทวนการดำเนินงานและแนวทางการขับเคลื่อนสังคมในอนาคต”

ดร.ธাত্রี ได้ฟ้าพูล

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กันยายน 2556

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

ภายใต้แผนงานก่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.)

และได้รับสนับสนุนทุนบางส่วนจาก

ทุนพัฒนาอาจารย์ใหม่ กองทุนรัชดาภิเษกสมโภช จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

The Complete Research Report
“Semi-Century Work Plan of the Youth Wellbeing Communications of
ThaiHealth: Review of Social Mobility in Future”

Tatri Taiphapoon, PhD.

Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University

September 2013

Research Funding Granted by

The Youth Wellbeing Communications Work Plan of

The Thai Health Promotion Foundation (ThaiHealth)

Grants for Development of New Faculty Staff,

Ratchadaphiseksomphot Endowment Fund, Chulalongkorn University

กิติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง "กึ่งทศวรรษแผนงานก่อสร้างสุขภาวะเยาวชน : ทบทวนการดำเนินงาน และแนวทางการขับเคลื่อนทางสังคมในอนาคต" นี้ ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ภายใต้แผนงานก่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.) และได้รับสนับสนุนทุนบางส่วนเพิ่มเติมจากทุนพัฒนาอาจารย์ใหม่ กองทุนรัชดาภิเษกสมโภช จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณแหล่งทุนสนับสนุนงานวิจัยทั้งสองแหล่งข้างต้นมา รวมทั้ง ศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ อาจารย์อาวุโสผู้เมตตาผู้วิจัยเสมอมา นับตั้งแต่ครั้งศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีบัณฑิต โดยเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา และในฐานะผู้บังคับบัญชาเมื่อผู้วิจัยเข้ามาเป็นอาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อีกทั้งให้ความเมตตาแนะนำและมอบโอกาสที่ดีแก่ผู้วิจัยทั้งในการทำงาน การเรียนการสอน การวิจัย ตำรา และงานวิชาการอื่นๆ อย่างต่อเนื่องเสมอมา

ความดีงามใดๆ หากเกิดขึ้นจากงานวิจัยเล่มนี้ ขอมอบให้กับแหล่งทุนวิจัยทั้งสอง และ ศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ และหากมีความผิดพลาดหรือบกพร่องใดๆ ผู้วิจัยขออ้อมรับไว้และจะพัฒนาปรับปรุงทักษะความชำนาญในการวิจัยต่อไป

อาจารย์ ดร.ธาทรี ใต้ฟ้าพูล

ผู้วิจัย

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง "กึ่งทศวรรษแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน : ทบทวนการดำเนินงานและแนวทางการขับเคลื่อนทางสังคมในอนาคต" มีวัตถุประสงค์สองประการ คือ 1) เพื่อทราบถึงภาพรวมของการเคลื่อนไหวทางสังคม เกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนไทยในระหว่างปี พ.ศ. 2549 – 2554 ทั้งในเชิงประเด็นสาธารณะและเครือข่ายทางสังคม และ 2) เพื่อทราบถึงแนวทางการขับเคลื่อนแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนในอนาคต โดยอาศัยเทคนิคการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งการวิจัยเอกสาร ได้แก่ เอกสาร เว็บไซต์และหนังสือพิมพ์รายวันจำนวน 6,207 ฉบับ การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 21 คน ประกอบด้วยคณะกรรมการกำกับทิศทางแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน และผู้เชี่ยวชาญในกลุ่มเครือข่าย (กลุ่มที่ทำงานร่วมกับอย่างใกล้ชิด) และกลุ่มพันธมิตร (กลุ่มที่ทำงานร่วมกันเฉพาะกิจ หรือร่วมกันทำงานในบางครั้งคราวตามแต่ละประเด็น) ของแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.) ซึ่งมีทั้งเครือข่ายเชิงวิชาการและเชิงการปฏิบัติ นอกจากนี้ยังวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 39 คน ที่เป็นผู้ปฏิบัติงานในกลุ่มเครือข่าย สสย. ทั้งเครือข่ายเชิงวิชาการและเชิงการปฏิบัติ โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมของการเคลื่อนไหวทางสังคมมีประเด็นหลักที่ใช้ขับเคลื่อนทางสังคม 4 ประเด็น ได้แก่ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อและเด็ก เช่น สถิติปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นและผลการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อและพฤติกรรมการใช้สื่อของเด็ก 2) การเฝ้าระวังเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อกับเด็ก 3) เนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาและผลกระทบของสื่อที่มีต่อเด็ก เช่น สื่อลามกอนาจาร ความรุนแรง พฤติกรรมการเสพติดเครือข่ายสังคมออนไลน์ การมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร การใช้สื่อไม่เหมาะสม การอ่านหนังสือน้อย การพนัน การถูกล่อลวงหรือข่มขู่ และการฉายภาพกลุ่มคนรักเพศเดียวกัน เป็นต้น โดยสื่อที่ให้ความสำคัญมาก คือ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ และหนังสือการ์ตูนโป๊

4) เนื้อหาเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับเด็กและสื่อ เช่น นโยบายสื่อสร้างสรรค์สำหรับเยาวชน การจัดตั้งกองทุนสื่อสร้างสรรค์ การจัดเรตติ้ง การควบคุมโฆษณา การจัดสื่อร้ายขยายสื่อดี การรณรงค์ให้เด็กและเยาวชนรักการอ่าน การรณรงค์สัปดาห์ปิดทีวี การใช้สื่อภาพยนตร์เพื่อกระตุ้นจินตนาการและการถ่ายทอดความคิด การใช้สื่อหลากหลายเพื่อเคลื่อนไหวทางสังคม และการรณรงค์รู้เท่าทันสื่อ เป็นที่น่าสังเกตว่านอกเหนือจาก 4 ประเด็นดังกล่าวแล้ว สสย.ยังเพิ่มประเด็นมากกว่าที่สื่อมวลชนให้ความสนใจอีก 2 ประเด็น ประกอบด้วย

การสร้างองค์ความรู้ด้านสื่อกับเด็ก และการสร้างเสริมเครือข่ายและความแข็งแกร่งของเครือข่าย อีกด้วย

สำหรับหน่วยงานที่มีกิจกรรมการเคลื่อนไหวทางสังคม เกี่ยวกับประเด็นสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน มีรวม 736 หน่วยงาน ซึ่งหน่วยงานที่มีข่าวความเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด 3 กลุ่มแรก ได้แก่ กลุ่มสื่อมวลชน กลุ่มองค์กรเคลื่อนไหวทางสังคม (NGOs) และกลุ่มหน่วยงานของรัฐ ตามลำดับ ทั้งนี้ ในกลุ่มสื่อมวลชน หน่วยงานที่มีการเคลื่อนไหวมากที่สุด คือ แจ๊วริมจอย (คอลัมน์นิสต์ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ) ส่วนกลุ่มองค์กรเคลื่อนไหวทางสังคม คือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ขณะที่กลุ่มหน่วยงานของรัฐ ได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม

แนวทางการขับเคลื่อนของแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.) ในอนาคตจากความคิดเห็นของคณะกรรมการกำกับทิศทางแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน และผู้เชี่ยวชาญในกลุ่มเครือข่าย มีความเห็นว่า ทิศทางการทำงานเพื่อการพัฒนาสื่อเพื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนไทยอย่างยั่งยืนต้องอาศัย กสทช. กำหนดนโยบายที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมในทางปฏิบัติ ทั้งในแง่ของการออกกฎระเบียบ การตรวจสอบ ตลอดจนการจัดสรรพื้นที่สำหรับเยาวชนในสื่อชนิดต่างๆ โดยเปิดโอกาสให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อเพื่อตนเอง นอกจากนี้ควรมีเป้าหมายและความชัดเจนในการดำเนินงาน มีการติดตามและประเมินผลตามแผนงานต่างๆ ที่เป็นรูปธรรม รวมถึงการหาแนวทางการดำเนินงานที่ปลอดจากการแทรกแซงทางการเมือง

การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ ต้องได้รับการสนับสนุนเชิงนโยบายจากภาครัฐ และมีกองทุนเพื่อการพัฒนาสื่อ นอกจากนี้ยังควรมุ่งเน้นการพัฒนาสื่อภาคประชาชนเพื่อให้เกิดพื้นที่สร้างสรรค์ที่แท้จริง ส่วนการเพิ่มความหลากหลายในเนื้อหา นั้น ต้องอาศัย 2 ปัจจัย คือ ความสนใจของผู้รับสารซึ่งในที่นี้หมายถึงเด็ก และผู้ผลิตสื่อที่มีความสร้างสรรค์และมืองค์ความรู้ใหม่ๆ ส่วนทางด้านการสร้างความรับผิดชอบของฝ่ายต่างๆ นั้น ควรมีหน่วยงานทำหน้าที่ตรวจสอบควบคุมทั้งในด้านกฎหมายและจริยธรรมผู้ผลิตเนื้อหา ทั้งนี้ประชาชนจะต้องเป็นพลังทางสังคมในการร่วมกันดูแลคัดกรองสื่อที่ดีและไม่ดีได้ และมีความตื่นตัวและรู้เท่าทันสื่ออยู่เสมอ

แนวทางการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็กให้เกิดสัมฤทธิ์ผล ควรมีกองทุนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก และมืองค์กรอิสระทำหน้าที่ขับเคลื่อนและสร้างเครือข่ายเพื่อเผยแพร่และถ่ายทอดความรู้ให้เกิดกลไกการมีส่วนร่วม มีสถาบันวิชาการสนับสนุนและ มีการติดตามประเมินผลจากผู้บริโภค ทิศทางการดำเนินงานในอนาคต ต้องพิจารณาจากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาแล้วปรับปรุงให้ดีขึ้น

ขึ้น ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ยังไม่เห็นด้วยกับการใช้แนวทางเดียวกับองค์กรภาคเอกชนในการรณรงค์ทางสังคม

สิ่งที่ต้องระมัดระวังในการสื่อสารคือการนำเสนอประเด็นเชิงลบมากเกินไป ควรหันมาเน้นประเด็นเชิงบวกมากยิ่งขึ้น และควรมีการนำเสนอหามาตัดแปลงเพื่อใช้กับสื่อประเภทต่างๆ ให้มีความคุ้มค่า นอกจากนี้ควรมีการวิจัยเก็บข้อมูลด้านสื่อว่าสื่อใดมีความเหมาะสมต่อผู้รับสารที่มีความแตกต่างหลากหลาย โดยให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในโรงเรียน และการพัฒนาการสื่อสารผ่านทางสื่อใหม่ (New Media) แต่ส่วนใหญ่ยังไม่เห็นด้วย หาก สสย.จะผลิตรายการทีวีหรือวิทยุเป็นของตนเอง

การสร้างความตระหนักและจิตสาธารณะให้เกิดขึ้นกับกลุ่มผู้รับสาร เพื่อให้เห็นว่าประเด็นเรื่องเด็กและเยาวชนนั้นมีความสำคัญ จำเป็นจะต้องใช้วิธีการที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม อีกทั้งมีหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการผลักดันด้านสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและเยาวชนโดยเฉพาะ และภาครัฐควรเข้ามาให้การสนับสนุน ทั้งในเรื่องของงบประมาณและแนวคิดเชิงนโยบาย

ผลการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มผู้ปฏิบัติงานในเครือข่าย สสย. มีความเห็นสอดคล้องกับกลุ่มคณะกรรมการกำกับทิศทางแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน และผู้เชี่ยวชาญในกลุ่มเครือข่ายและกลุ่มพันธมิตร โดยเห็นว่า สสย.ควรมุ่งเน้นภารกิจไปที่การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ของเด็กและเยาวชนมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพและความหลากหลายในเนื้อหาสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน การขยายเครือข่ายทั้งในแนวราบ (เพิ่มเครือข่ายใหม่) และแนวตั้งหรือแนวลึก (การสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์กับเครือข่าย) ตลอดจนการสร้างเสริมความรับผิดชอบของทุกฝ่ายต่อผลกระทบที่เกิดกับเด็กและเยาวชน อย่างไรก็ตาม มีความเห็นต่างจากกลุ่มคณะกรรมการฯ ในประเด็นการมีรายการโทรทัศน์หรือวิทยุทางอินเทอร์เน็ตเป็นของ สสย.เอง โดยกลุ่มนี้เห็นด้วยที่ สสย.จะผลิตรายการเนื่องจากเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพ

สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางการดำเนินงานของ สสย.ในอนาคต พบว่า สสย.ควรปรับบทบาทเป็นศูนย์กลางสนับสนุนด้านองค์ความรู้ การขับเคลื่อนนโยบายและเชื่อมประสานเครือข่ายต่างๆ และหากว่า สสย.ไม่มีบทบาทเป็นตัวกลางเชื่อมประสานแหล่งทุนให้กับภาคีเครือข่าย ทางภาคีจะหาแหล่งทุนจากภาครัฐและองค์กรอิสระ รวมทั้งผลักดันให้เกิดกองทุนสื่อสร้างสรรค์

Abstract

The study on “Semi – Century Work Plan of The Youth Wellbeing Communications of ThaiHealth: Review of Social Mobility in future. There are two objectives: 1) to get an overview of social movements. Thailand on Media for Children and Youth in the year 2549 – 2554 in both the public and social networks, 2) to understand implication of The Youth Wellbeing Communications Work Plan of ThaiHealth.

Through various and integrated research techniques, documentary research; for example the website and total 6,207 daily newspapers, in – depth Interview with 21 key informants consisting of committee of The Youth Wellbeing Communications Work Plan of ThaiHealth, advocacy partners, experts in various network group working with “The Youth Wellbeing Communication Work Plan” or “Child Media Thailand” regularly and occasionally and some strategic partners, both academic group and practitioner participate with, in selected issues of The Youth Wellbeing Communications Work Plan. Also survey research's sample size of 39 people who work in the network of “Child Media Thailand”, both academic and practitioner network, by using purposive sampling.

The results showed that overview of social movements driven into 4 issues Information about media and children, such as statistic and survey findings about media influence toward children media use and attitude. Precaution of indecent content exposure media's impact on children. Media's impact on children development such as pornography, violence, internet addiction disorder, premature sexualisation of children, inappropriate media consumption, infrequent reading habit, gamble, luring and enticement on children, homosexual lifestyle exposed on media etc., mainly media concerned on television, the internet, mobile phone and comics porno.

Information about solution ways for indecent media's impact on children, such as creative media policy for youth, funding creative media foundation, rating system,

advertising rule and guidance, eliminate bad media, enlarge good media, turning off Television week campaign, movie media enhance the imagination and idea propagation, various media for social movement and media literacy. It is noteworthy that in addition to 4 issues, Children Media Thailand also adds 2 issues, which make mass media interested, are to build the media knowledge bulletin for children, and to strengthen the foundation of network and network itself.

For agencies participating with social movement activity, on the issue of youth media has 736 units, that the most active social movement groups are media group, social movement group and government agency respectively. For media group is "Jaew Rim Jaw (Columnist in Thairath newspaper), for social movement group is ThaiHealth Promotion Foundation, and for government agency is Ministry of Culture.

From opinion's commission of The Youth Wellbeing Communications Work Plan of ThaiHealth, and professional network group toward social operation and movement of The Youth Wellbeing Communications of ThaiHealth in the future which have to rely on Office of National Broadcasting and Telecommunication Commission (NBTC) enacting clear and concrete policy in action, in field of rule & regulation, monitoring and opening media's dialogue for self media development among youth, which have to have precise goal, concrete operation standard follow-up and without political interference as well.

Increasing the area of creative media have to be supported by government in policy and fund for media development, moreover developing citizen media is another concern in order to create true public sphere. For content diversity media relies on 2 factor, content receiver (referring to children) and content provider who is presence of innovative and new knowledge.

It's quintessential to have agency or unit inspecting both legal and ethical content provider and public or audience collaboratively aware whether content is decent or not and media literacy.

Another factors to achieve campaign about media and children are to have institution or agency which provide media development fund for children, Non – Profit organization which mainly drive this issue and vastly propagate the knowledge with network group in order to create participatory system, Academic group which associate with and audiences which follow up.

Any future direction of operation plan's considered with the results of the past and each period improvement. Most of key informants have relatively disagreed with social movement campaign from private sector.

What we need to be more considerate about communicated content should turn to communicate more positive than negative issue, worthily utilize given content into various media, also research and restore media information which could depict the right media channel for the right audience target, especially communication within school and New Media, but most of key informants have disagreed if "Child Media Thailand" has own Television and Radio Broadcasting Production.

Boosting public awareness and consciousness among audience about children and youth issue is important. Finding appropriate communication method for each group, pushing the creative communication for children and youth by delegated agency, support fund and intelligence and policy all are required.

The survey result from Child Media Thailand's practitioners shown that organization should firstly focus on the mission increasing media sphere for children and youth, secondly focus on the increasing of media diversity and quality, network expansion, or horizontal expansion (generate more new network group), vertical expansion (collaboration and relationship expansion) as well promote media responsibility toward children and youth through every agencies, which they agree on comments of committee of the Youth Wellbeing Communication Work Plan of ThaiHealth, Professional Network Group and Advocacy, however there is different idea from

committee that Child Media Thailand should have own Internet Television and Radio Broadcasting, because of effective media.

For comment on the direction of Child Media Thailand Work Plan further is supposed to be central role of knowledge and intelligence center, policy driven and network association unit. But if Child Media Thailand could not be central role of network funding association for them, network group would seek fund from government sector and independent agencies by themselves also drive creative media foundation.

สารบัญเนื้อหา

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญเนื้อหา	ฎ
สารบัญแผนภาพและตาราง	ศ
บทที่ 1 บทนำ	
- ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
- ปัญหาคำวิจัย	3
- วัตถุประสงค์การวิจัย	3
- ข้อตกลงเบื้องต้น	4
- ขอบเขตการวิจัย	4
- นิยามศัพท์	4
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
- กรอบแนวคิดการวิจัย	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
- แนวคิดสิทธิเด็ก	7
- ทฤษฎีจิตวิทยาเด็ก	9
- ทฤษฎีการขัดเกลาทางสังคม	14
- แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา	19
- แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม	23
- แนวคิดเครือข่ายการสื่อสาร	27
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
- แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	38
- วิธีการสุ่มตัวอย่าง	39
- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
- เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลค่า	41
- ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือและข้อมูล	42
- การเก็บรวบรวมข้อมูล	42

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย (ต่อ)	
- การวิเคราะห์ข้อมูล	42
- การนำเสนอข้อมูล	43
บทที่ 4 ผลการวิจัยเอกสาร : ภาพรวมของการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับสื่อ เพื่อเด็กและเยาวชนไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2549 – 2553	
- ประเด็นของการขับเคลื่อนสร้างสรรค์เพื่อเด็กและเยาวชนไทยจากหนังสือพิมพ์ รายวัน	44
- ประเด็นของการขับเคลื่อนสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและเยาวชนไทยจากเอกสาร หนังสือ งานวิจัยและโครงการ ของ สสย.	48
- ประเด็นของการขับเคลื่อนสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและเยาวชนไทยจากการสำรวจ เนื้อหาในเว็บไซต์	53
- องค์กรที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนทางสังคมเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน	55
บทที่ 5 ผลการวิจัยการสัมภาษณ์เชิงลึก : ทิศทางการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านสื่อ เพื่อเด็กและเยาวชนไทย และแนวทางการขับเคลื่อน สสย. ในอนาคต	
- แนวทางการขับเคลื่อนระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนในภาพรวม	59
- การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์	82
- การเพิ่มความหลากหลายในเนื้อหา	98
- การสร้างความรับผิดชอบของฝ่ายต่างๆ	116
- แนวทางการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็ก	136
- ผู้ส่งสาร	137
- สาร	160
- ช่องทางการสื่อสาร	179
- ผู้รับสาร	195
บทที่ 6 ผลการวิจัยเชิงสำรวจ : ทิศทางการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านสื่อเพื่อเด็ก และเยาวชนไทย และแนวทางการขับเคลื่อน สสย. ในอนาคต	
- ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	205
- ความคิดเห็นต่อแนวทางการขับเคลื่อนงานด้านสื่อกับเด็กของ สสย.	210
- ทดสอบสมมติฐาน โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการ รณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็กในภาพรวม	224

บทที่ 7 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

- ภาพรวมของการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนไทย	232
- แนวทางการขับเคลื่อนของแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.) ในอนาคต จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ	235
- แนวทางการขับเคลื่อนของแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.) ในอนาคต จากความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงาน	238
- ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนทางสังคม	242
- ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไปในอนาคต	245
บรรณานุกรม	247
ภาคผนวก	
- ภาคผนวก 1 สรุปผลการวิจัยเอกสาร : หนังสือพิมพ์รายวัน	251
- ภาคผนวก 2 สรุปผลการวิจัยเอกสาร : เอกสาร หนังสือ งานวิจัย และโครงการ	314
- ภาคผนวก 3 สรุปผลการวิจัยข้อมูลในเว็บไซต์แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน	367
- ภาคผนวก 4 แบบสอบถาม	413

สารบัญแผนภาพและตาราง

	หน้า
- แผนภาพที่ 1.1 แสดงแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	5
- แผนภาพที่ 2.1 แสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่	28
- แผนภาพที่ 2.2 แสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบตัววย	28
- แผนภาพที่ 2.3 แสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ	29
- แผนภาพที่ 2.4 แสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบวงกลม	29
- แผนภาพที่ 2.5 แสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง	30
- ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มหน่วยงานที่มีการเคลื่อนไหวทางสังคม เกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยระหว่างปี 2549 – 2554	56
- ตารางที่ 4.2 แสดงรายชื่อองค์กรที่เป็นผู้สร้างข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน โดยจำแนกเป็น รายปี (ตั้งแต่ปี 2549 – 2554)	57
- ตารางที่ 4.3 แสดงรายชื่อองค์กรที่เป็นผู้สร้างข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน 10 อันดับแรก ตั้งแต่ปี 2549 – 2554	58
- แผนภาพที่ 5.1 แสดงโครงสร้างระบบสื่อเพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชนไทย	75
- ตารางที่ 6.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	205
- ตารางที่ 6.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	206
- ตารางที่ 6.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพหลัก	206
- ตารางที่ 6.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหน่วยงาน	207
- ตารางที่ 6.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	207
- ตารางที่ 6.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์การ ทำงานที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชน และ/หรือสื่อ	208
- ตารางที่ 6.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์ในการ เป็นแกนนำเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชน และ/หรือสื่อ	208
- ตารางที่ 6.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเด็นการ เคลื่อนไหวทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชน และ/หรือสื่อ	209
- ตารางที่ 6.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อ ภารกิจที่ สสย. ควรมุ่งเน้นมากที่สุด	210
- ตารางที่ 6.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อ รูปแบบการสื่อสารและรณรงค์ที่ สสย. ควรเน้นหรือให้ความสำคัญมากที่สุด	211

- ตารางที่ 6.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อสื่อที่ สสย. ควรให้น้ำหนักมากที่สุดในการสื่อสารประเด็นสื่อกับเด็ก	211
- ตารางที่ 6.12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความคิดเห็น ต่อการที่ สสย. ควรใช้ประโยชน์จากเนื้อหาที่ สสย. มีมาตัดแปลงเพื่อใช้เผยแพร่ในสื่อ ประเภทต่างๆ	212
- ตารางที่ 6.13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อการ ที่ สสย. จะผลิตรายการทีวีหรือวิทยุเป็นของตนเอง	212
- ตารางที่ 6.14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อสนับสนุนความ คิดเห็นต่อการที่ สสย. จะผลิตรายการทีวีหรือวิทยุเป็นของตนเอง	213
- ตารางที่ 6.15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเข้าถึงแหล่งทุน สนับสนุนการดำเนินงานของภาคีเครือข่าย	214
- ตารางที่ 6.16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวิธีการในการเข้าถึง แหล่งทุน	214
- ตารางที่ 6.17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลไกการดำเนินการ เพื่อหาแหล่งทุนสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง	215
- ตารางที่ 6.18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็น เกี่ยวกับการปรับบทบาทของ สสย. ในการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่าย	216
- ตารางที่ 6.19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็น เกี่ยวกับการปรับตัวขององค์กรที่ขับเคลื่อนประเด็นสื่อกับเด็ก เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ กว้างขวางยิ่งขึ้น	217
- ตารางที่ 6.20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็น เกี่ยวกับทิศทางการทำงานในอนาคตขององค์กรที่ขับเคลื่อนด้านสื่อกับเด็ก	218
- ตารางที่ 6.21 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความคิดเห็น ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็กในภาพรวม	219
- ตารางที่ 6.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรณรงค์ประเด็นสื่อกับ เด็กในภาพรวม	224

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เราไม่อาจปฏิเสธได้ว่า "เด็ก" เป็นทรัพยากรอันมีค่ายิ่งของสังคม อนาคตของสังคมหนึ่งๆ จะมีทิศทางเป็นเช่นใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับเด็กและเยาวชนที่ได้รับการอบรมบ่มเพาะจากกระบวนการทางสังคมผ่านสถาบันต่างๆ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าคนในสังคมจะตระหนักถึงความสำคัญของเด็ก หากแต่เรายังคงพบเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับเด็กอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นปัญหาเด็กถูกละเมิดสิทธิขั้นพื้นฐาน เช่น การถูกทอดทิ้ง การใช้แรงงานเด็ก การค้ามนุษย์ การล่วงละเมิดทางเพศ การตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร ปัญหายาเสพติด ทุโภชนาการ ความก้าวร้าวรุนแรง และลัทธิบริโภคนิยม เป็นต้น

สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่มีอิทธิพลในการชี้นำความคิด สร้างต้นแบบ และสร้างพฤติกรรมรูปแบบใหม่ๆ ให้กับเด็กและสมาชิกในสังคม โดยเฉพาะในปัจจุบันที่สถาบันหลักทางสังคมซึ่งประกอบด้วย สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา และสถาบันทางศาสนา ส่วนใหญ่ไม่สามารถทำหน้าที่อบรมบ่มเพาะเด็กได้อย่างเข้มแข็งเหมือนในอดีตได้อีกต่อไป ขณะที่สื่อมวลชนกลับมีบทบาททำหน้าที่เป็นสถาบันหลักในการอบรมบ่มเพาะ (Cultivation) สมาชิกในสังคมนอกเหนือจากสถาบันครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเด็กและเยาวชน

จากการวิจัยทางนิเทศศาสตร์พบว่า สื่อมวลชนมีพลังในการปลูกฝังค่านิยมเรื่องเพศ ความก้าวร้าวรุนแรง และลัทธิบริโภคนิยม แม้ว่าในกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning) รวมทั้งความสามารถในการเลือกเปิดรับ เลือกรับรู้ และเลือกจดจำ (Selective Process) จะมีส่วนช่วยกลั่นกรองและลดผลกระทบของสื่อมวลชนก็ตาม หากแต่การถ่ายทอดค่านิยมต่างๆ กระทำอย่างต่อเนื่องจนมีระดับความเข้มข้นมากขึ้นก็จะทำให้เกิดการปลูกฝังความเชื่อและทัศนคติทั้งในระดับของจิตสำนึก (Conscious) และจิตใต้สำนึก (Subconscious) โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตที่มีทั้งภาพและเสียง จัดว่าเป็นสื่อที่มีอิทธิพลสูงมากกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ เนื่องจากการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสของมนุษย์ส่วนใหญ่จะอาศัยการรับรู้ทางตามากถึงร้อยละ 83 รองลงมาได้แก่การรับรู้ทางหูร้อยละ 11 ดังนั้นการเปิดรับสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง จึงมีการรับรู้โดยประสาทสัมผัสถึงร้อยละ 94 ทำให้สื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลมากกว่าสื่ออื่นๆ

จากข้อมูลการวิจัยในปัจจุบัน พบว่า เด็กและเยาวชนไทยจำนวนกว่า 23 ล้านคน โดยเฉลี่ยจะเปิดรับสื่อไม่ต่ำกว่า 8 ชั่วโมงต่อวัน แบ่งเป็นการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ 5.7 ชั่วโมง อินเทอร์เน็ต 3-5 ชั่วโมง แต่กลับใช้เวลาในการอ่านหนังสือเพียง 39 นาที ขณะที่รายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้มีเวลาออกอากาศเพียงร้อยละ 5 และหากพิจารณาเนื้อหา รายการทางโทรทัศน์ยังพบว่า ใน 1 ชั่วโมงมีความรุนแรง 3.29 ครั้ง การตอกย้ำการสร้างอคติ เชิงลบต่อผู้อื่น 1.34 ครั้ง ภาษาก้าวร้าว 0.25 ครั้ง ความไม่เหมาะสมทางเพศ 0.13 ครั้ง โดยเฉพาะ การ์ตูนที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นเด็ก มีความรุนแรงกว่าร้อยละ 50 ของรายการ

ทางด้านของอินเทอร์เน็ต พบว่า ผู้ใช้บริการในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเด็กและ เยาวชน ซึ่งมีอัตราสูงถึงร้อยละ 42 ของจำนวนประชากรที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต และเมื่อพิจารณา เว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด 40 อันดับแรก พบว่า ร้อยละ 52.5 เป็นเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ เรื่องเพศและการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม และร้อยละ 17.5 เป็นเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาลามกอนาจาร ความรุนแรงและใช้ภาษาหยาบคาย ขณะที่เกมคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยนั้น ร้อยละ 90 เป็นเกม ที่นำเข้าจากต่างประเทศและส่วนใหญ่มีเนื้อหาที่เน้นการต่อสู้ ใช้ความรุนแรง เพศ และภาษาไม่ เหมาะสม

ผลกระทบของสื่อ ทำให้เกิดความกังวลจากสังคมโดยเฉพาะประเด็นเรื่องพฤติกรรมไม่ เหมาะสมทางเพศ และความก้าวร้าวรุนแรง ซึ่งสื่อนอกจากจะนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวเป็นจำนวน มากแล้ว ยังก่อให้เกิดการเลียนแบบพฤติกรรม (Modeling) และตอกย้ำพฤติกรรมจนกลายเป็น ความซาชิน เป็นเรื่องปกติธรรมดา และเกิดการยอมรับพฤติกรรมไม่เหมาะสมทางเพศและความ ก้าวร้าวรุนแรงในที่สุด

ด้วยความจริงที่ว่า “เหรียญย่อมมีสองด้าน” บทบาทของสื่อมวลชนนอกจากจะสร้าง ผลกระทบในด้านที่น่าเป็นห่วงแล้ว ยังมีบทบาทในการสร้างสรรค์ต่อเด็กและเยาวชนด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้เช่นเดียวกับความรู้ในห้องเรียนและความรู้นอกห้องเรียน การสร้างเสริม ประสิทธิภาพ การถ่ายทอดอุดมการณ์สร้างสรรค์ต่างๆ รวมถึงการเป็นเวทีแสดงออกและเวที แลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้กับเด็กและเยาวชน จากวิสัยทัศน์ที่เล็งเห็นถึงศักยภาพของการใช้สื่อ สร้างสรรค์และศักยภาพของเด็กและเยาวชนไทย ซึ่งมีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะในการใช้ชีวิต สามารถรู้เท่าทันสื่อและมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตสื่อ ทำให้เกิด “แผนพัฒนาสื่อเพื่อการเรียนรู้ ของเด็กและเยาวชน” ขึ้นในปี 2549 – 2550 และต่อมาได้พัฒนาเป็น “แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะ เยาวชน (สสย.)” ในปี 2551 โดยความร่วมมือระหว่างมูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก (มพด.) และ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพแห่งชาติ (สสส.) โดยกำหนดพันธกิจหลักในระยะเริ่มต้นสามประการ คือ

1. ส่งเสริมและพัฒนาสื่อเพื่อการเรียนรู้ของเด็กเยาวชนและครอบครัว ตลอดจนขยายช่องทางสื่อดีให้แพร่หลาย เข้าถึงเด็กเยาวชนและครอบครัวในทุกกลุ่มวัย
2. ส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม เพื่อให้เด็กและเยาวชนรู้เท่าทันสื่อและใช้สื่อเพื่อพัฒนาตนเอง ครอบครัว และสังคม
3. สนับสนุนการพัฒนาาระบบ กลไก นโยบาย เพื่อการปกป้องเด็กจากสื่อที่เป็นพิษภัย สนับสนุนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์และสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่เด็กและเยาวชน

ซึ่งจากพันธกิจดังกล่าวข้างต้น สสส.ได้กำหนดยุทธศาสตร์หลักในการดำเนินงานรวมทั้งสิ้น 5 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย การสร้างแกนนำในการขับเคลื่อนงาน การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์และสื่อต้นแบบ การพัฒนาความเข้มแข็งเครือข่าย การจัดการความรู้ และการขับเคลื่อนนโยบาย โดยผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ประสบความสำเร็จทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในระดับหนึ่ง ทิศทางการขับเคลื่อนแผนงานต่อไปในอนาคตนั้นเป็นสิ่งสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่ง จึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่อง "กึ่งทศวรรษแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน : ทบทวนการดำเนินงานและแนวทางการขับเคลื่อนทางสังคมในอนาคต"

ปัญหานำวิจัย

1. ภาพรวมของการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2549 - 2554 ขององค์กรต่างๆ ส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะและเครือข่ายทางสังคมอย่างไรบ้าง?
2. แนวทางการขับเคลื่อนของแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนในอนาคต ควรดำเนินไปในทิศทางใด?

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบถึงภาพรวมของการเคลื่อนไหวทางสังคม เกี่ยวกับสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนไทยในระหว่างปี พ.ศ. 2549 - 2554 ทั้งในเชิงประเด็นสาธารณะและเครือข่ายทางสังคม
2. เพื่อทราบถึงแนวทางการขับเคลื่อนแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนในอนาคต

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. ผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคนมีอิสระในการให้สัมภาษณ์และการตอบแบบสอบถาม
2. วันและเวลาในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อความคิดเห็นในคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก หรือคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถาม

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กึ่งทศวรรษแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน : ทบทวนการดำเนินงานและแนวทางการขับเคลื่อนทางสังคมในอนาคต” มีขอบเขตการวิจัยทั้งในด้านเนื้อหาและระยะเวลาดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเนื้อหาใน 2 ส่วน ประกอบด้วย 1) ภาพรวมของการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนไทย โดยศึกษาทั้งในด้านประเด็นของการเคลื่อนไหวและองค์กรที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนประเด็นดังกล่าว ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม และ 2) แนวทางในการขับเคลื่อนแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนต่อไปในอนาคต

2. ขอบเขตด้านเวลา

กรอบระยะเวลาในการศึกษาภาพรวมของการขับเคลื่อนสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและเยาวชนในประเทศไทยกำหนดช่วงระยะเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2549 – 2554 รวมระยะเวลาทั้งสิ้นร่วม 6 ปี ส่วนแนวทางการขับเคลื่อนแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน กำหนดระยะเวลาในการศึกษาเป็นแนวทางการขับเคลื่อนแผนงานฯ ในระยะสั้น 5 ปี โดยมีระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยรวมทั้งสิ้น 13 เดือน คือ ระหว่างเดือนกันยายน 2555 – กันยายน 2556

นิยามศัพท์

ภาพรวมของการเคลื่อนไหว หมายถึง การดำเนินกิจกรรมที่สำคัญของหน่วยงานหรือองค์กร ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อผลักดันให้เกิดสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและเยาวชนไทย โดยปรากฏกิจกรรมนั้นๆ ในหนังสือพิมพ์รายวันไทย และเอกสารสิ่งพิมพ์ของแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน

สื่อสำหรับเด็กและเยาวชนไทย	หมายถึง สื่อกระแสหลัก เช่น วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง ภาพยนตร์ เคเบิลท้องถิ่น อินเทอร์เน็ต และสื่อทางเลือกหรือสื่อพื้นบ้าน เช่น ลิเก ละคร
แนวทางการขับเคลื่อน	หมายถึง ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชนของ สสย.

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงภาพรวมในการขับเคลื่อนสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชนไทย ซึ่งจะเป็นแหล่งอ้างอิงทั้งในทางวิชาการ วิชาชีพ และผู้ที่สนใจทั่วไป อีกทั้งกระตุ้นให้เกิดความสนใจในการพัฒนางานการสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน
2. ทราบถึงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ผู้ปฏิบัติงาน และภาคีเครือข่ายของ สสย. ที่มีต่อการทำงานเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของ สสย. ทั้งในอดีตและทิศทางที่ควรดำเนินการต่อไปในอนาคต
3. เป็นแนวทางให้แก่นักวิจัยในสาขาต่างๆ รวมทั้งองค์กรที่ทำงานเกี่ยวข้องกับสื่อ รวมถึงทำงานเกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชน สามารถศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องแนวทางการเคลื่อนไหวเชิงสังคมต่อไปได้ในอนาคต

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แผนภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้เป็นแนวประกอบการศึกษาวิจัยเรื่อง "กึ่งทศวรรษแผนงาน
สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน : ทบทวนการดำเนินงานและแนวทางขับเคลื่อนทางสังคมในอนาคต"
ประกอบด้วย

1. แนวคิดสิทธิเด็ก
2. ทฤษฎีจิตวิทยาเด็ก
3. ทฤษฎีการขัดเกลาทางสังคม
4. แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา
5. แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
6. แนวคิดเครือข่ายการสื่อสาร
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดสิทธิเด็ก

อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กแห่งสหประชาชาติ (The United Nations Convention on the Rights of the Child, UNCRC) ซึ่งเป็นข้อตกลงระหว่างประเทศที่กำหนดขึ้นตามหลักการของ
กฎบัตรสิทธิสหประชาชาติที่ว่าด้วยศักดิ์ศรีและคุณค่าของความเป็นมนุษย์อย่างเท่าเทียมกัน โดย
ระลึกเสมอว่าเด็กมีสิทธิพิเศษที่จะได้รับการดูแล ช่วยเหลือและคุ้มครอง ทั้งในสภาพของครอบครัว
และการเลี้ยงดูอื่นๆ

อนุสัญญาดังกล่าวมีหลักการสำคัญ คือ การไม่เลือกปฏิบัติและประโยชน์สูงสุดของเด็ก
โดยกำหนดกรอบพื้นฐานสำหรับความสำคัญของการมีสิทธิสำหรับเด็ก 4 ประการ คือ สิทธิแห่ง
การมีชีวิตรอด (Survival) สิทธิแห่งการได้รับการคุ้มครอง ดูแล และปกป้อง (Protection)
สิทธิแห่งการได้รับการพัฒนา (Development) และสิทธิแห่งการมีส่วนร่วม (Participation) ซึ่ง
แนวคิดพื้นฐานหลักทั้ง 4 ประการนี้ ได้แยกย่อยออกไปเป็น 54 บทบัญญัติ ทั้งนี้ในจำนวนบท
บัญญัติทั้ง 54 ข้อนี้ มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนโดยตรงอยู่ 4 บทบัญญัติ ได้แก่

บทบัญญัติข้อที่ 12 สิทธิที่จะมีความเห็นและแสดงความคิดเห็นของตน

หนึ่งในสิทธิสำคัญที่สุดที่ให้ความมั่นใจในอนุสัญญา คือ สิทธิที่เด็กสามารถมีความเห็นของตนเองและแสดงออกซึ่งความเห็นนั้น อนุสัญญาได้บรรจุข้อบังคับให้ประเทศต่างๆ สร้างหลักประกันว่า จะรับฟังเด็กและจัดสื่อที่เหมาะสมให้พร้อม โดยบทบัญญัติข้อที่ 12 ของอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กแห่งสหประชาชาติระบุว่า "รัฐภาคีจะประกันแก่เด็กที่สามารถมีความคิดเห็นเป็นของตนเองได้แล้ว ซึ่งสิทธิที่จะแสดงความคิดเห็นในทุกๆ เรื่องที่มีผลกระทบต่อเด็กได้โดยเสรี ทั้งนี้ความเห็นดังกล่าวของเด็กจะได้รับการพิจารณาตามสมควรแก่อายุและวุฒิภาวะของเด็กผู้นั้น"

บทบัญญัติข้อที่ 13 เสรีภาพในการแสดงออกและเข้าถึงสื่อ

บทบัญญัติข้อที่ 13 กล่าวว่า "เด็กมีสิทธิที่จะมีเสรีภาพในการแสดงออก สิทธินี้รวมถึงเสรีภาพที่จะแสวงหา ได้รับหรือถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร และความคิดทุกลักษณะ โดยไม่ถูกจำกัดด้วยเขตแดน ไม่ว่าโดยวาจา ลายลักษณ์อักษร หรือการตีพิมพ์ในรูปแบบของศิลปะ หรือสื่ออื่นใดตามที่เด็กเลือก"

อย่างไรก็ตาม รัฐสมาชิกสามารถออกกฎหมายเพื่อจำกัดสิทธินี้ได้ หากยังอยู่ในขอบเขตที่จำเป็นต่อการแสดงความคิดเห็นหรือชื่อเสียงของผู้อื่น หรือเพื่อปกป้องความมั่นคงของชาติ ความเป็นระเบียบ อนามัย และหลักศีลธรรมของส่วนรวม

บทบัญญัติข้อที่ 16 สิทธิในความเป็นส่วนตัว

รัฐสมาชิกถูกคาดหวังว่าจะออกกฎหมายเพื่อคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของเด็ก และเพื่อให้พ้นจากคำพูดให้ร้ายและการหมิ่นประมาท ซึ่งนักข่าวนักหนังสือพิมพ์ควรจะรู้ถึงกฎหมายนั้นๆ และวางนโยบายและระเบียบการที่ชัดเจนในการสัมภาษณ์เด็ก โดยบทบัญญัติข้อที่ 16 ระบุไว้ว่า "เด็กจะไม่ถูกแทรกแซงโดยพลการ หรือโดยไม่ชอบด้วยกฎหมายในความเป็นส่วนตัว ครอบครัว บ้าน หรือหนังสือโต้ตอบ รวมทั้งจะไม่ถูกระงับโดยมิชอบต่อเกียรติและชื่อเสียง" โดยรัฐภาคีที่นำบทบัญญัตินี้มาใช้จะต้องออกกฎหมายห้ามการค้าเด็ก โสเภณีเด็ก และการถ่ายภาพอนาจารเด็ก นอกจากนี้ยังประณามการค้าอวัยวะต่างๆ ของเด็กเพื่อแสวงหากำไร การบังคับใช้แรงงาน และการรับเลี้ยงบุตรบุญธรรมโดยผิดกฎหมาย

บทบัญญัติข้อที่ 17 บทบาททางบวกของสื่อ

บทบัญญัติข้อที่ 17 ระบุว่า "รัฐภาคียอมรับในหน้าที่สำคัญของสื่อมวลชน และจะต้องประกันว่า เด็กสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและเรื่องราวจากแหล่งต่างๆ กัน ทั้งในประเทศและ

ระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลข่าวสาร และเรื่องราวที่มุ่งส่งเสริมสวัสดิภาพ ทั้งทางสังคม จิตใจ และศีลธรรม ตลอดจนสุขภาพกายและจิตของเด็ก” เพื่อการนี้ รัฐบาลควรจะ

- ส่งเสริมให้สื่อมวลชนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เรื่องราวที่มีประโยชน์ทางสังคมและวัฒนธรรมแก่เด็ก
- ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศในการผลิต แลกเปลี่ยนและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เรื่องราวดังกล่าว จากแหล่งข้อมูลทางวัฒนธรรมทั้งในและระหว่างประเทศ
- ส่งเสริมการผลิตและเผยแพร่หนังสือสำหรับเด็ก
- ส่งเสริมให้สื่อมวลชนให้ความสนใจเป็นพิเศษ ต่อความจำเป็นทางด้านภาษาของเด็กที่เป็นสมาชิกของกลุ่มชนเผ่า
- ส่งเสริมการพัฒนาแนวปฏิบัติที่เหมาะสม เพื่อการคุ้มครองเด็กจากข้อมูลข่าวสารและเรื่องราวที่เป็นอันตรายต่อสวัสดิภาพของเด็ก ทั้งนี้โดยคำนึงถึงบทบัญญัติที่ 13 และ 18 ที่กล่าวถึงความรับผิดชอบของบิดามารดาด้วย

แนวคิดสิทธิเด็กนี้ จะใช้เป็นกรอบในการกำหนดแนวคำถามสัมภาษณ์เจาะลึก การวิจัยเชิงสำรวจ การวิเคราะห์ข้อมูล และข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินงานเพื่อขับเคลื่อนสังคมต่อไปในอนาคตของ สสย.

2. ทฤษฎีจิตวิทยาเด็ก

จิตวิทยาเด็กเป็นหนึ่งในสาขาจิตวิทยา โดยมุ่งเน้นไปที่การศึกษาจิตใจและพฤติกรรมของเด็กตั้งแต่ช่วงก่อนเข้าโรงเรียน ช่วงต้นและช่วงปลาย ก่อนนำไปสู่การเป็นวัยรุ่น ซึ่งการศึกษาจิตวิทยาเด็ก ได้ทำการศึกษาทั้งพัฒนาการทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคมของเด็ก และทราบวิธีการที่จะทำให้เด็กสามารถเจริญเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นพลเมืองที่ดีของสังคม

ซูซาดา จันท์น้อม (2540 น. 115-130) ได้กล่าวถึงช่วงวัยของเด็กในหนังสือจิตวิทยาพัฒนาการ ซึ่งแบ่งแยกเด็กออกเป็น 3 ช่วงอายุ ดังนี้

เด็กวัยตอนต้นหรือเด็กวัยก่อนเข้าโรงเรียน มีอายุระหว่าง 2-5 ปี เป็นวัยที่มีการพัฒนาการมาจากวัยทารก เด็กจะมีการเจริญเติบโตและเปลี่ยนแปลงทางด้านลักษณะร่างกายจะเห็นได้ชัดเจนขึ้น แขนขาของเด็กจะยาวขึ้น ศีรษะได้ขนาดพอดีกับลำตัว ไหล่กว้าง มือและเท้าใหญ่ขึ้น โครงกระดูกจะแข็งแรงขึ้น กล้ามเนื้อมีความแข็งแรง เริ่มมีฟันแท้ขึ้น เด็กในวันนี้จะมีทักษะต่างๆ

ในการเคลื่อนไหวร่างกายได้ดี เช่น มีการเริ่มใช้มือหยิบจับสิ่งของได้ดีขึ้น สามารถช่วยเหลือตัวเองได้เบื้องต้น เช่น ทานข้าว แต่งตัว อาบน้ำได้เอง แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเสี่ยงของพ่อแม่ และเด็กวัยนี้จะมีความซุกซน ชอบเล่นกับเพื่อนๆ เริ่มแสดงความรู้สึกนึกคิดของตนเอง พ่อแม่จึงต้องคอยดูแลเอาใจใส่อบรมในสิ่งที่ถูกต้องให้แก่เด็กในวัยนี้

เด็กวัยตอนกลาง มีอายุระหว่าง 6-9 ปี ระยะเวลาเป็นระยะที่เด็กจะต้องเข้าโรงเรียน เด็กจะต้องมีการปรับตัว ซึ่งในระยะเวลาที่ผู้ปกครองจะต้องฝึกฝนเด็กในด้านร่างกาย อารมณ์ สติปัญญาและสังคมมาก่อน จะช่วยให้เด็กปรับตัวได้ง่ายยิ่งขึ้น ในระยะนี้ร่างกายของเด็กจะขยายออกทางส่วนสูงมากขึ้น อวัยวะย่อยและระบบหมุนเวียนของเลือดเจริญอย่างเต็มที่ ในระยะนี้เด็กจะมีพลังงานมาก จึงไม่หยุดนิ่งชอบทำกิจกรรมต่างๆอย่างรวดเร็ว ยังไม่มีความระมัดระวังด้านร่างกาย พ่อแม่ผู้ปกครองจึงต้องคอยดูแลเอาใจใส่เด็กในระยะนี้ในด้านการทำกิจกรรมต่างๆอย่างระมัดระวัง

เด็กวัยตอนปลาย มีอายุระหว่าง 10-12 ปี ในวัยนี้เป็นวัยคาบเกี่ยวระหว่างความเป็นเด็ก และวัยรุ่น จะมีการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของร่างกายเพื่อเข้าสู่ภาวะความเป็นวัยรุ่น

อารมณ์ของเด็ก

อารมณ์ คือ การเปลี่ยนแปลงสภาวะทางจิตใจ หรือภาวะที่ผิดแปลกไปจากเดิม ซึ่งจะมีการแสดงออกใน 3 รูปแบบ คือ แบบที่เกิดขึ้นทันที เช่น ความกลัว ความโกรธ ความดีใจ หรือพฤติกรรมที่เป็นผลต่อเนื่อง เช่น เมื่อโกรธแล้วอาจจะมีการทำร้ายร่างกายผู้ที่ทำให้โกรธ หรือเวลาดีใจก็จะแสดงออกด้วยการหัวเราะ หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายขึ้น เช่น เมื่อโกรธมือจะสั่นหน้าแดงหัวใจเต้นเร็ว เป็นต้น

ประเภทของอารมณ์ของเด็ก

เด็กจะมีการพัฒนาด้านอารมณ์ในตลอดระยะเวลาการเจริญเติบโต ซึ่งพัฒนาการด้านอารมณ์จะเปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการนั้นด้วย อารมณ์ที่มีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรม และวิถีชีวิตของเด็ก ได้แก่ ความกลัว ความโกรธ ความอิจฉาริษยา ความวิตกกังวล ความอยากรู้อยากเห็น ความพอใจ และความรัก ซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการการเติบโตของเด็ก และองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่ออารมณ์ของเด็ก มีดังนี้

1. ความเหนื่อยอ่อน เมื่อเด็กมีความเหนื่อยมากจากการพักผ่อนน้อยเกินไป รับประทานอาหาร ที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของร่างกาย เด็กอาจบันดาลโทสะได้ง่ายกว่าปกติ

2. สุขภาพไม่ดี เด็กที่สุขภาพไม่ดี เช่น รับประทานอาหารไม่เพียงพอ ระบบย่อยอาหารไม่ดี หรือมีอาการเจ็บป่วยบ่อยๆ จะเป็นเด็กที่มีอารมณ์เสี้ง่ายกว่าเด็กที่ไม่มีปัญหาด้านสุขภาพ

3. สถิติปัญญา จากการศึกษเกี่ยวกับเด็กที่มีความบกพร่องทางสมองในระดับอายุต่างๆ จะพบว่า เด็กที่มีสติปัญญาอยู่ในระดับที่ไม่ปกติจะควบคุมอารมณ์ไม่ค่อยได้ และเด็กที่มีความเฉลียวฉลาดจะเป็นเด็กที่มีจินตนาการอย่างลึกซึ้ง และจะกลัวสิ่งที่เป็นอันตรายมากกว่าเด็กที่ไม่ฉลาด

4. สภาพแวดล้อม เช่น บ้านที่มีความเข้มงวดกับเด็กมากเกินไป จะทำให้เด็กเกิดอาการโกรธง่ายกว่าบ้านที่ให้ควมอิสระกับเด็ก และในโรงเรียน หากคุณครูมีการบังคับให้เด็กทำสิ่งที่เด็กไม่ต้องการ เด็กจะรู้สึกว่ไม่มีความสุข ทำให้เกิดความไม่มั่นคงทางอารมณ์

5. ความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว เช่น เด็กที่พ่อแม่ต้องทำงานทั้งวัน หรือ พ่อแม่ดูแลเอาใจใส่มากเกินไปก็อาจจะเป็เด็กก้าวร้าวได้ หรือเด็กที่เป็นลูกคนโตมักมีความเจ้าอารมณ์กว่าลูกคนหลังๆ และลูกคนเล็กอาจจะมีความเอาแต่ใจอยู่ตลอดเวลา เพราะเห็นว่าตนเองได้รับความเอาใจใส่จากพ่อแม่มากนั่นเอง

เด็กมักจะควบคุมอารมณ์ไม่ค่อยได้ เมื่อต้องผิดหวังในสิ่งที่ตั้งความหวังไว้สูง ซึ่งอาจจะมี การแสดงอารมณ์ออกมาในรูปของการเสี้งดัง ต่อยตี ดังนั้น สิ่งที่คุณปกครองควรเรียนรู้คือการอบรมสั่งสอนอย่างเข้าใจ เพื่อไม่ให้เด็กมีการแสดงออกทางอารมณ์ที่เป็นแง่ลบ เช่น การสร้างสถานการณ์ที่จะชื่นชมเด็ก เด็กจะรู้สึกว่ตนเป็นที่รักและได้รับการยอมรับ หรือพ่อแม่จะต้องให้อิสระทางการแสดงออกทางอารมณ์ ไม่ให้เด็กเก็บกดเอาไว้ ก็จะเป็นประโยชน์ต่อเด็กเมื่อเจริญเติบโตขึ้น เมื่อเด็กสามารถมีอิสระในการแสดงออกทางอารมณ์ภายใต้การควบคุมของครอบครัวอย่างเข้าใจ เด็กจึงจะสามารถแสดงอารมณ์ไปในทิศทางที่เป็นวิธีที่ยอมรับได้ ซึ่งพัฒนาการทางด้านอารมณ์ของเด็ก แบ่งออกได้เป็น 3 ระยะ ดังนี้

1. วัยเด็กตอนต้นหรือวัยก่อนเข้าเรียน (2-5 ปี) เด็กวัยนี้จะเป็นคนเจ้าอารมณ์หงุดหงิดง่าย มีอารมณ์กลัวง่าย เนื่องจากมีจินตนาการสูง เป็นวัยที่ชอบปฏิเสธ ซึ่งพัฒนาการด้านอารมณ์จะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับ การเลี้ยงดูสั่งสอนของผู้ปกครอง หรือ จากการได้เข้าโรงเรียน

2. วัยเด็กตอนกลาง (6-10 ปี) ในวัยนี้ เด็กส่วนใหญ่เข้าโรงเรียนแล้ว เด็กจึงต้องมีการปรับตัว และเริ่มยับยั้งการแสดงอารมณ์ที่ไม่ดีออกมา แต่เด็กวัยนี้มักจะชอบคุยโอ้อวดสิ่งของ ต้องการเพื่อน ต้องการได้รับการยอมรับ และชอบที่จะเข้าร่วมกิจกรรมกับคนหมู่มาก

3. วัยเด็กตอนปลาย (10-12 ปี) อารมณ์ของเด็กในวัยนี้จะอยู่ในระดับปานกลาง ไม่ดี ไม่ร้ายจนเกินไป เวลาโกรธจะใช้เสี้ง ไม่มีพฤติกรรมแบบต่อสู้ แต่อาจมีการวางแผนแก้แค้นเงียบๆ

มีการควบคุมอารมณ์ได้ดีขึ้น กลัวการไม่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน ไม่ชอบการเปรียบเทียบ เริ่มมีความกังวลในเรื่องต่างๆ เช่น รูปร่าง มิตรภาพ อารมณ์เปลี่ยนแปลงง่าย ในวัยนี้ครอบครัวจึงต้องรับฟังความคิดเห็น ไขว่คว้าใจ และให้อิสระแก่เด็กในวัยนี้ เพื่อให้เด็กมีประสบการณ์และสามารถตัดสินใจเป็นความต้องการและความสนใจของเด็ก

ความต้องการและความสนใจของเด็ก มักมีความเกี่ยวข้องกับความสามารถและความถนัดที่มีเพิ่มขึ้นตามพัฒนาการ ซึ่งความต้องการนั้นจะช่วยเติมเต็มและส่งผลให้พัฒนาการต่างๆ ของเด็กเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งความต้องการและความสนใจของเด็กนั้น สามารถแบ่งได้ดังนี้

ความต้องการของเด็ก

1. ความต้องการของวัยเด็กตอนต้น

ความต้องการพื้นฐานของเด็กวัยนี้ คือ ต้องการความรักจากพ่อแม่และผู้ที่อยู่ใกล้ชิด เพราะความรักจะทำให้เด็กอารมณ์แจ่มใสมั่นคง ไม่อิจฉาริษยาเด็กคนอื่นๆ และต้องการความปลอดภัย ได้รับการยอมรับจากผู้อื่น ช่างซักถามและต้องการมีอิสระในการเล่น ดังนั้น ผู้ปกครองต้องมีการตอบสนองความต้องการเหล่านั้นของเด็กด้วยการให้ความรัก ความดูแลเอาใจใส่เสมอ การตอบคำถามที่ดีและมีประโยชน์ ส่งเสริมให้เด็กมีความอิสระทางการเรียนรู้ ส่งเสริมในการเข้าสังคมและสร้างบรรยากาศที่ดีและอบอุ่นที่บ้าน เพื่อตอบสนองความต้องการของเด็กให้มากที่สุด

2. ความต้องการของเด็กวัยตอนกลาง

นอกจากความต้องการพื้นฐานทางด้านร่างกาย เช่น อาหาร น้ำ อากาศ การออกกำลังกาย การพักผ่อนที่เพียงพอ เด็กวัยนี้ยังมีความต้องการทางด้านอารมณ์และสังคมด้วย เช่น ต้องการการยอมรับจากสังคม ความโดดเด่นจากการทำกิจกรรมกลุ่ม ความเห็นอกเห็นใจจากผู้อื่น ต้องการรับใช้หรือให้บริการพ่อแม่หรือบุคคลใกล้ชิด ซึ่งพ่อแม่และครูสามารถตอบสนองความต้องการเหล่านี้ได้ ด้วยการให้ความรักและความเอาใจใส่ ฝึกฝนให้เด็กรู้จักช่วยเหลือตนเองและผู้อื่นในครอบครัว ส่งเสริมการรู้จักคิดอย่างมีเหตุผล และสิ่งที่สำคัญที่ควรปลูกฝังให้กับเด็กในวัยนี้คือ ความสำคัญของการศึกษา เพื่อเป็นการปูพื้นฐานให้เด็กเป็นผู้ที่รักการศึกษาในอนาคต

3. ความต้องการของเด็กวัยตอนปลาย

เด็กในวัยนี้กำลังจะเติบโตเข้าสู่วัยรุ่น ดังนั้น การตอบสนองความต้องการของเด็กวัยนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เด็กสามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุข ความต้องการของเด็กวัยตอนปลาย

เช่น ความต้องการรับประทานอาหารที่เพียงพอ การเลียนแบบบุคคลที่ชื่นชอบ ต้องการอิสระในการตัดสินใจด้วยตนเอง ไม่ต้องการการลงโทษทางกายเพราะคิดว่าตนเองโตแล้ว นอกจากนั้นเด็กในวัยนี้ยังเริ่มค้นหา และต้องการหลักในการดำเนินชีวิตเพื่อนำมาปฏิบัติในชีวิตของตนเอง ผู้ปกครองสามารถตอบสนองความต้องการของเด็กในวัยนี้ได้ โดยการให้เด็กรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย เปิดโอกาสให้ได้คบเพื่อน แต่ต้องอยู่ภายใต้การดูแลของผู้ปกครอง การเป็นแบบอย่างที่ดีให้เด็กใช้เป็นต้นแบบ ปลูกฝังการพึ่งพาตนเอง และฝึกฝนให้เด็กมีความรับผิดชอบ และพร้อมช่วยเหลือเด็กตลอดเวลา

ความสนใจของเด็ก

ความสนใจ หมายถึง ความรู้สึก ทศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเด็กจะมีความสนใจเพิ่มขึ้นตามอายุ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นระยะ ดังนี้

1. ความสนใจของเด็กวัยตอนต้น

เด็กจะสนใจการเล่นคนเดียวมากกว่าการเล่นกับเพื่อนเป็นกลุ่ม ภาพในหนังสือที่มีสีสันสวยงาม สนใจฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ ฟังเพลง สนใจสิ่งที่อยู่รอบตัว เด็กวัยนี้จึงจะมีการซักถามบ่อยๆ สนใจเสื้อผ้าสีสันสดใส ชอบให้ผู้ใหญ่อ่านหนังสือให้ฟัง ซึ่งผู้ใหญ่สามารถตอบสนองความสนใจของเด็กวัยนี้ได้ด้วย การหาของเล่นที่ส่งเสริมพัฒนาการ การหาหนังสือที่มีสีสันสดใส และอ่านให้เด็กฟังสนับสนุนให้เด็กได้ รับสื่อต่างๆ ที่เหมาะสมกับเด็กตอบคำถามเด็กให้เหมาะสมกับวัยของเด็กและสอนด้วยวิธีการที่ไม่เป็นทางการมากนัก มีเครื่องเล่นต่างๆ ให้ได้ฝึกความคิดและการเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่

2. ความสนใจของเด็กวัยตอนกลาง

ในวัยนี้เด็กจะเริ่มสนใจบุคคลอื่นๆ นอกครอบครัว เช่น เพื่อนร่วมชั้น ครู โรงเรียน และสภาพแวดล้อมต่างๆ รอบตัว เด็กในวัยนี้จะสนใจการเล่นเป็นกลุ่มมากกว่าเด็กวัยตอนต้น สนใจในการเล่นกีฬาและการออกกำลังกาย สนใจในการเก็บสะสมสิ่งของที่ตนเองชื่นชอบ สนใจการอ่านหนังสือการ์ตูน ชอบดูโทรทัศน์และฟังวิทยุ โดยเฉพาะการรับฟังโฆษณา เพื่อรบเร้าให้ผู้ปกครองซื้อของตามโฆษณาให้ แต่ในการรับชมโทรทัศน์ของเด็ก ผู้ปกครองต้องควบคุมและเลือกรายการให้เหมาะสมกับเด็กและต้องสอนให้เด็กรู้จักค้นคว้าด้วยตนเอง ได้ลงมือกระทำและคิดเอง อ่านมาก ฟังมาก โดยการจัดหาหนังสือดีที่มีประโยชน์กับวัย และส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้โดยใช้ของเล่นที่ช่วยเสริมศักยภาพของเด็ก

3. ความสนใจของเด็กวัยตอนปลาย

ในวัยนี้เด็กเริ่มมีสติปัญญาที่กว้างขึ้น สามารถคิดแก้ไขปัญหาได้มากยิ่งขึ้น ความสนใจของเด็กวัยนี้ทั้งสองเพศแตกต่างกันอย่างชัดเจน เด็กหญิงจะมีความเจริญด้านบุคลิกภาพมากกว่า เด็กชายเด็กในวัยนี้จะเริ่มมีความสนใจเกี่ยวกับรูปร่างหน้าตาของตนเอง การแต่งกาย การเขียนบันทึกประจำวัน สนใจภาพยนตร์ที่นักแสดงที่ตนเองชื่นชอบเป็นผู้แสดง สนใจแฟชั่นการแต่งกาย โดยสิ่งที่สนใจนั้นมักจะเป็นสิ่งที่เพื่อนๆ ก็สนใจด้วยเช่นกัน เด็กในช่วงวัยนี้เป็นวัยที่จะเติบโตไปเป็นวัยรุ่น ดังนั้น ผู้ปกครองจึงต้องดูแลและให้ความอบอุ่นกับเด็ก ผู้ปกครองต้องสังเกตในความสนใจของเด็กและเปิดโอกาสให้เด็กได้มีโอกาสทำสิ่งที่ตนเองสนใจในเวลาว่าง เพื่อการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และฝึกฝนให้เด็กสามารถปรับตัวเข้ากับสภาวะแวดล้อมใหม่ๆ ได้

ในแต่ละวัยเด็กจะมีความต้องการที่แตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ขึ้นอยู่กับพัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไป โดยความต้องการพื้นฐานที่เด็กต้องการเหมือนกันคือ ความต้องการทางกาย ความต้องการทางอารมณ์ และความต้องการทางสังคม ส่วนความสนใจของเด็กนั้นจะแตกต่างกันไปตามวัย ซึ่งขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพส่วนบุคคลและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น พ่อแม่หรือครู เป็นผู้มีบทบาทในการปลูกฝังสิ่งต่างๆ ให้กับเด็ก โดยต้องสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมกับการเรียนรู้ และมีการตอบสนองความต้องการด้านต่างๆ ให้เหมาะสมกับวัย โดยให้ความต้องการและความสนใจของเด็กนั้นแสดงออก ในทางที่ดี เพื่อเป็นการสร้างพื้นฐานให้เด็กเป็นคนดีต่อไปในอนาคต

ทฤษฎีจิตวิทยาเด็กนี้ จะนำมาใช้ประกอบในการสร้างแนวคำถามสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก และใช้ประกอบการอภิปรายผลการวิจัย

3. ทฤษฎีการขัดเกลาทางสังคม

มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ซึ่งแตกต่างจากสัตว์ชนิดอื่นโดยสิ้นเชิง โดยเฉพาะการอาศัยอยู่ร่วมกันภายในสังคมหนึ่งๆ เริ่มตั้งแต่ระดับครอบครัวไปจนถึงระดับชาติ ทำให้ต้องมีการขัดเกลาเกิดขึ้นเพื่อให้มนุษย์สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติ

จุฑามาส ศรีโมรา (2545) กล่าวว่า การขัดเกลาทางสังคมเป็นสิ่งที่มนุษย์จะต้องประสบตลอดชีวิตเพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคม แต่มนุษย์ไม่ได้เป็นสัตว์สังคมโดยกำเนิด เนื่องจากมนุษย์ยังไม่มีพัฒนาการบางอย่างที่จำเป็นต่อการอยู่รอด เช่น การดำรงชีวิต การมีความสัมพันธ์กับผู้อื่น

ด้วยเหตุนี้ มนุษย์จึงจำเป็นต้องผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคม เพื่อให้มีความเป็นมนุษย์อย่างแท้จริง

การขัดเกลาทางสังคมเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นผ่านทางวัฒนธรรมที่ประกอบด้วย ภาษา ความคิด ความเชื่อ ความรู้ โดยเฉพาะระเบียบแบบแผน ศีลธรรม ที่มีความสำคัญในการดำเนินชีวิตให้เป็นอย่างถูกทำนองคลองธรรม โดยอาศัยกลุ่มบุคคลเป็นเครื่องมือในการทำหน้าที่ขัดเกลา เช่น ครอบครัว โรงเรียน สังคม ฯลฯ ดังที่สุพัตรา สุภาพ (2542) กล่าวว่า การขัดเกลาทางสังคมเป็นกระบวนการถ่ายทอดวัฒนธรรมของสังคมยุคหนึ่งไปยังอีกยุคหนึ่ง เป็นกระบวนการที่สมาชิกแรกเกิดถูกจำกัดให้อยู่ในกรอบของสังคมที่เป็นระเบียบ เป็นการเรียนรู้บทบาทต่างๆ ของสังคม เว้นแต่บุคคลได้ความรู้ ทักษะ บทบาท ฯลฯ จากตัวแทนการขัดเกลา เช่น ครอบครัว กลุ่มเพื่อนโรงเรียน กลุ่มอาชีพ สื่อมวลชน ฯลฯ ซึ่งทำให้มนุษย์ได้เรียนรู้กฎเกณฑ์ของกลุ่มต่างๆ ที่ตนจะต้องประพฤติปฏิบัติในฐานะที่เป็นสมาชิกที่ดีของสังคมต่อไป

ความหมายของการขัดเกลาทางสังคม

มีผู้ให้ความหมายของการขัดเกลาทางสังคม หรือสังคมประกิตเป็นจำนวนมาก โดยมีความหมายที่แตกต่างกันในรายละเอียด ดังนี้

Mercer และ Merton (อ้างถึงใน จุฑามาส ศรีโมรา, 2545) กล่าวว่าไว้ว่า การขัดเกลาทางสังคม เป็นกระบวนการที่ช่วยให้บุคคลมีการเรียนรู้และรับไว้เป็นของตน ซึ่งวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี บรรทัดฐานทางสังคมอุปนิสัย คุณค่าของระบบสังคมที่ตนอยู่และยอมทำตามกฎเกณฑ์ของสังคมในชีวิตประจำวันจนกลายเป็นนิสัย

Duncan (อ้างถึงใน จุฑามาส ศรีโมรา, 2545) กล่าวว่า การขัดเกลาทางสังคม คือ กระบวนการเรียนรู้ระยะยาวของมนุษย์ ที่จะทำให้บุคคลได้เรียนรู้ถึงค่านิยมที่สำคัญๆ ของสังคม ตลอดจนรูปแบบสัญลักษณ์ในระบบสังคมซึ่งบุคคลนั้นๆ เข้าร่วมอยู่ และนำมาใช้เป็นบทบาท ในการแสดงออก

รุ่งทิพย์ กล้าหาญ (2539) กล่าวว่า การขัดเกลาทางสังคมเป็นกระบวนการที่มีรากฐานอยู่ที่วิถีชีวิตทางสังคม วัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น ซึ่งไม่ได้แยกแยะระหว่างการเรียนรู้กับชีวิต เป็นกระบวนการที่ช่วยให้บุคคลและชุมชนสามารถดำเนินชีวิตอยู่ได้ องค์ประกอบที่สำคัญ คือ การเรียนรู้ในวิถีชีวิตแบบพื้นบ้าน การปฏิบัติตามอย่างผู้รู้ การอบรมสั่งสอนในบริบททางสังคมและ

วัฒนธรรมที่เป็นอยู่จริงได้ ถูกปรับเปลี่ยนไปตามสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป การคมนาคมและการติดต่อที่สะดวกยิ่งขึ้น ทำให้วิธีการหลายอย่างในกระบวนการขัดเกลาทางสังคมถูกปรับตามสภาพท้องที่เป็นจริงของชาวบ้านในท้องถิ่น

การขัดเกลาทางสังคม

เราสามารถแบ่งลักษณะการขัดเกลาทางสังคมออกได้เป็น 3 ด้าน (ศศิธร อภิสัทธีนิรันดร์, 2541) ประกอบด้วย

1. การขัดเกลาทางด้านจิตใจ ได้แก่ การถ่ายทอดในเรื่องที่เกี่ยวกับคุณค่าในสังคม (Social Value) หมายถึง ความคิด ความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมที่สังคมเห็นว่ามีคุณค่าในตัวเอง และมีการบำรุงรักษาเพื่อการถ่ายทอดให้แก่คนรุ่นหลังในสังคม เพื่อให้คงอยู่ต่อไป ส่วนมากเป็นนามธรรม แต่มีคุณค่าทางจิตใจ เช่น ความคิด ความเชื่อ ศีลธรรม ศิลปะ ขนบธรรมเนียมประเพณี

2. การขัดเกลาทางด้านสติปัญญา ได้แก่ การถ่ายทอดในเรื่องที่เกี่ยวกับความรู้ต่างๆ (Social Knowledge) ทั้งความรู้ที่เป็นทางการ ทั้งความรู้ในตำราเรียนและความรู้รอบตัวทั่วไปที่สำคัญ คือ ภาษาที่เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของสังคม และเป็นสื่อกลางในปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการติดต่อสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนสิ่งต่างๆ ระหว่างกัน นอกจากนี้ การขัดเกลาด้านสติปัญญา ยังครอบคลุมไปถึงทักษะความชำนาญ (Social Skill) ในเรื่องราวต่างๆ รวมถึงสาขาวิชาที่ทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ผู้ที่ได้รับการถ่ายทอดจะได้นำทักษะนั้นๆ ไปใช้ในการดำรงชีวิตและสร้างสรรค์สังคมให้เจริญยิ่งขึ้น

3. การขัดเกลาทางด้านพฤติกรรม ได้แก่ การถ่ายทอดในเรื่องที่เกี่ยวกับบรรทัดฐาน บทบาทและพฤติกรรมทางสังคม กล่าวคือ

- บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norm) หมายถึง กฎเกณฑ์ ระเบียบ แบบแผน หรือ คตินิยมที่สังคมสร้างไว้ เพื่อกำหนดแนวทางให้คนในสังคมยึดถือ ในสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งจะทำให้เกิดความเป็นระเบียบในสังคม

- บทบาททางสังคม (Social Role) เป็นสิ่งที่ติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่กำเนิด เป็นเครื่องบ่งชี้ สถานภาพและความเป็นตัวตนของมนุษย์ ทำให้ทราบถึงการทำหน้าที่การวางตัว และสิ่งที่ควรปฏิบัติ ซึ่งบทบาทนี้จะเป็นตัวควบคุมในการแสดงออกของแต่ละบุคคล และเปลี่ยนแปลงไปตามบุคคลที่ติดต่อสัมพันธ์ด้วย เช่น เมื่อเด็กอยู่บ้านเด็กจะมีบทบาทเป็นลูกของพ่อแม่ เมื่อไป

โรงเรียน บทบาทจะเปลี่ยนไปเป็นนักเรียน ดังนั้นพฤติกรรมที่เด็กจะแสดงออกเมื่ออยู่บ้านและโรงเรียนจะแตกต่างกัน

- พฤติกรรมทางสังคม (Social Behavior) ได้แก่ การกระทำต่างๆ ที่มนุษย์กระทำ โดยสอดคล้องกับบทบาทที่แต่ละคนได้รับในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งการขัดเกลาทางสังคมด้านพฤติกรรม จะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมที่สังคมเห็นว่าถูกต้องเหมาะสม หรือเป็นพฤติกรรมที่สังคมมุ่งหวังให้เกิดการแสดงออก

การขัดเกลาทางสังคมเป็นกระบวนการที่มีลักษณะ ดังนี้

1. เป็นกลไกการผลิตซ้ำทางสังคม
2. เป็นกลไกแห่งการควบคุมทางสังคม เนื่องจากสมาชิกของกลุ่มถูกนำไปปฏิบัติตามวิถีทางของกลุ่มโดยสมัครใจหรือไม่ก็ตาม โดยการทำให้บรรทัดฐานและค่านิยมต่างๆ ของกลุ่มกลายเป็นบรรทัดฐานและค่านิยมของตนเอง (โดยผ่านกระบวนการการขัดเกลาทางสังคม)
3. เป็นรากฐานแห่งการเรียนรู้บทบาท เนื่องจากเกิดความเข้าใจธรรมชาติของโครงสร้างทางสังคมและตำแหน่งของเราภายใต้โครงสร้างดังกล่าว รวมทั้งความคาดหวังต่างๆ สำหรับคนในตำแหน่งงานนั้น
4. เป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับวิถีทางที่เราก่อรูป อารมณ์และเปลี่ยนแปลงเอกลักษณ์ของเรา เหตุผลเพราะเราเคยเป็นใคร เราเป็นใครและจะเป็นอย่างไรต่อไป เป็นสิ่งที่ผุดขึ้นจากเตาหล่อหลอมแห่งประสบการณ์ที่เรียกว่า "กระบวนการขัดเกลาทางสังคม"

การขัดเกลาทางสังคมเป็นกระบวนการทั้งทางตรงและทางอ้อม ที่มนุษย์ในสังคมหนึ่งได้เรียนรู้คุณค่า กฎเกณฑ์ระเบียบแบบแผนที่กลุ่มสังคมได้ร่วมกันวางเอาไว้ ทั้งนี้เพื่อจะได้ปฏิบัติตามอย่างถูกต้องและเหมาะสมกับสถานการณ์หนึ่งๆ การอบรมโดยตรงมักจะพบเห็นได้ตามครอบครัว โรงเรียนและวัด เป็นต้น (สุพัตรา สุภาพ, 2522 อ้างถึงใน รุ่งทิพย์ กล้าหาญ, 2539)

จุดมุ่งหมายของกระบวนการขัดเกลาทางสังคม

กระบวนการขัดเกลาสังคมเกิดขึ้น เพราะสังคมมีความต้องการให้สมาชิกมีบุคลิกภาพการดำเนินชีวิตเป็นไปตามแบบอย่างที่สังคมกำหนดไว้ถูกต้องเหมาะสม หรือเป็นไปตามขนบธรรมเนียมที่สังคมกำหนดแล้วว่าถูกต้อง โดยกระบวนการขัดเกลานี้มีจุดมุ่งหมาย คือ (จุฑามาส ศรีโมรา, 2545)

1. ปลูกฝังระเบียบวินัย เพื่อให้สมาชิกประพฤติปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องเหมาะสมตามที่กลุ่ม หรือสังคมอนุญาต เป็นการปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่สังคมตั้งไว้
2. ปลูกฝังความมุ่งมั่น เพื่อช่วยให้สมาชิกมีกำลังใจในการทำตามระเบียบ โดยเฉพาะความมุ่งมั่นที่สังคมยกย่อง โดยใช้ความมุ่งมั่นนี้เป็นหลักในการบังคับตัวเองให้ทำตามระเบียบกฎเกณฑ์ แม้ว่าจะชอบหรือไม่ชอบก็ตาม
3. สอนให้รู้จักบทบาทและทัศนคติต่างๆ บุคคลจะอยู่ในสังคมได้ดี เมื่อรู้จักบทบาทหน้าที่ของตน และแสดงออกอย่างเหมาะสมตามกาลเทศะ เช่น บทบาทของพ่อแม่กับลูก ครูกับนักเรียน ซึ่งแต่ละบทบาทก็มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันออกไป
4. สอนให้เกิดความชำนาญหรือทักษะที่จะใช้ร่วมกับผู้อื่นในสังคม ทั้งทักษะในการใช้ ชีวิตประจำวัน และทักษะในการประกอบอาชีพ ซึ่งการเรียนรู้เกี่ยวกับทักษะในการดำเนินชีวิตประจำวันนั้นสามารถ เรียนรู้ได้ด้วยการลอกเลียนแบบสิ่งที่เห็นเป็นประจำในชีวิตประจำวัน ส่วนทักษะการประกอบอาชีพเป็นทักษะที่ต้องเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญเพื่อนร่วมอาชีพ เพื่อให้เกิดประโยชน์ตามที่ตั้งใจไว้

เมื่อกล่าวถึงจุดมุ่งหมายของกระบวนการขัดเกลาทางสังคมแล้ว สิ่งที่จะทำให้กระบวนการนี้เกิดขึ้นและดำเนินต่อไปได้ คือ กลุ่มผู้ที่มีบทบาทในการทำหน้าที่ขัดเกลาเรียกว่า "ตัวแทนของการขัดเกลาทางสังคม" ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ครอบครัว เป็นจุดเริ่มต้นของการขัดเกลาทางสังคม เนื่องจากครอบครัวเป็นแหล่งกำเนิดของมนุษย์ ผู้ปกครอง มีส่วนในการขัดเกลาทางสังคมให้เด็กมากที่สุด เพราะมีความใกล้ชิดผูกพันกันแทบจะตลอดเวลา ทำให้มีอิทธิพลต่อความคิด อารมณ์ ทัศนคติและเป็นต้นแบบของความประพฤติของเด็ก
2. กลุ่มเพื่อน เมื่อเด็กเติบโตขึ้นก็จะเจอกับกลุ่มสังคมใหม่ คือ กลุ่มเพื่อนและจะถูกอบรมจากกลุ่มเพื่อนด้วยเช่นกัน โดยเปลี่ยนแปลงไปตามวัย ตั้งแต่เด็กจนโตพอเป็นผู้ใหญ่ก็มีความต้องการที่จะคบค้าสมาคมกับผู้มีสถานภาพทางสังคมเท่าเทียมกัน มีความคิดอ่านคล้ายๆกัน
3. โรงเรียน เป็นสถานที่ที่มอบความรู้ วิชาต่างๆ ให้แก่เด็ก และยังเป็นที่ทำให้เด็กได้มีโอกาสพูดคุยสมาคมกับเพื่อนฝูงด้วยเช่นกัน ในขณะที่เดียวกันก็มีโอกาสได้รับความรู้ทักษะต่างๆ โรงเรียนจึงเป็นสถานที่ๆ มีอิทธิพลต่อการขัดเกลาทางสังคมมาก

4. กลุ่มอาชีพ เมื่อบุคคลได้รับการอบรมจากกลุ่มอื่นๆ และถึงเวลาที่ต้องประกอบอาชีพ เพื่อดำรงชีวิตแล้ว ผู้ที่ทำอาชีพแต่ละอาชีพนั้น ต้องยอมรับระเบียบวิธีปฏิบัติ เนื่องจากในแต่ละอาชีพ ก็จะมีคุณค่าและวิธีปฏิบัติที่แตกต่างกันออกไป

5. ตัวแทนศาสนา ได้แก่ วัด พระ นักบวชหรือผู้สอนศาสนาจากแต่ละศาสนา โดยมีหน้าที่คอยขัดเกลาในด้านศีลธรรม จริยธรรมและความประพฤติที่ถูกที่ควร รวมถึงปรัชญาในการดำเนินชีวิต เช่น พุทธศาสนาสอนให้คนทำความดีละเว้นความชั่ว ทำจิตใจให้ผ่องใส ศาสนาคริสต์สอนให้รักเพื่อนบ้านเหมือนรักตนเอง เป็นต้น ทำให้แต่ละบุคคลจะมีหลักศีลธรรมยึดมั่นร่วมกัน ทำให้สังคมมีระเบียบ

6. สื่อมวลชน ปัจจุบันเข้ามามีบทบาทในการขัดเกลาสังคมมากขึ้น เนื่องจากมีหลายช่องทางที่สามารถเข้าถึงตัวคนได้ ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ โดยเป็นการขัดเกลาที่มีสองด้านเปรียบเหมือนดาบสองคม กล่าวคือ ถ้าสื่อมวลชนเสนอเรื่องราวที่มีคุณค่าต่อการดำเนินชีวิต ก็จะทำให้ผู้รับสื่อถูกการขัดเกลาให้ดีขึ้น ตรงกันข้ามถ้าสื่อนำเสนอเรื่องราวที่ไม่มีคุณค่า ถ้าผู้รับสื่อยังขาดวุฒิภาวะก็จะทำให้การขัดเกลาเปลี่ยนแปลงไปในทางที่แยกลง สำหรับสาธารณชนทั่วไปจะใช้สื่อมวลชนเป็นแหล่งหาความบันเทิง

อิทธิพลของสื่อมวลชนเหล่านี้จะมีอิทธิพลมากน้อยเพียงไร ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลที่จะมีทัศนคติและแนวโน้มต่อสิ่งที่ได้รับ อย่างไรก็ตามบ้างยอมรับบ้างต่อต้าน ไม่ว่าจะ เป็นปฏิกริยาอย่างไร จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนแสดงให้เห็นถึงกระบวนการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมของคนบางกลุ่ม และการหาความรู้ของบุคคลอีกส่วนหนึ่ง (สุพัตรา สุภาพ, 2542 อ้างถึงใน รุ่งทิพย์ กล้าหาญ, 2539:10)

ทฤษฎีการขัดเกลาทางสังคมนี้ จะใช้ในการสร้างแบบสัมภาระณ์และแบบสอบถาม รวมทั้งการอภิปรายผลการวิจัยอีกด้วย

4. แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา เกิดจากการรวมสองทฤษฎีเข้าด้วยกัน คือ "ทฤษฎีการสื่อสาร" และ "ทฤษฎีการพัฒนา" ทำให้ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่เกิดขึ้นใหม่นั้นมี

ความแตกต่างอย่างชัดเจน ซึ่งสามารถแบ่งทฤษฎีนี้ออกเป็น 3 ยุค ตามการเปลี่ยนแปลงในช่วงเวลาต่างๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2548) ได้แก่

ยุคแรก (ช่วงทศวรรษ 1950) ใช้สื่อมวลชนสร้างความทันสมัย โดยการเปลี่ยนสังคมชนบทให้เป็นสังคมเมือง (Urbanization) และเปลี่ยนสังคมเกษตรให้เป็นสังคมอุตสาหกรรม (Industrialization) โดยใช้ “กลยุทธ์แบบเข้าแทนที่” กวาดล้างสิ่งด้อยพัฒนาให้หมดไป และแทนที่ด้วยสิ่งใหม่ (Substitution) โดยเป็นการพัฒนาแบบจากบนลงล่าง (Top to down) คือ เป็นการสื่อสารแนวตั้ง (Vertical Communication) มี “รัฐ” เป็นแกนนำ

ยุคที่สอง (ช่วงทศวรรษ 1970) นี้ นักวิชาการเสนอกระบวนทัศน์ใหม่ที่คัดค้านทฤษฎีในยุคแรก คือ ทฤษฎีการพึ่งพา (Dependency Theory) เนื่องจากการพัฒนาแบบที่ผ่านมา ทำให้ประเทศด้อยพัฒนาต้องพึ่งพาประเทศที่พัฒนาแล้วเพียงอย่างเดียว ซึ่งกระบวนทัศน์นี้ไม่ได้แพร่หลายมากนักในสังคมไทย

ยุคที่สาม (ช่วงทศวรรษ 1980) การพัฒนาในช่วงยุคที่ผ่านมานั้นไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร กล่าวคือ ได้ไม่คุ้มเสีย กลุ่มประเทศโลกที่สามรวมทั้งประเทศไทยจึงได้นำเสนอแนวคิดใหม่ที่เน้นการพัฒนาที่มาจากรากฐานของตัวเอง (Indigenous Theory) โดยเปลี่ยนจากการทำตามประเทศตะวันตกมามุ่งเน้นหลักเรื่องการพัฒนาตนเอง เน้นการพัฒนาที่พอเพียงเหมาะสมกับตนเอง ที่สำคัญที่สุด คือ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในทุกขั้นตอน ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในยุคนี้จึงเป็นการสื่อสารแบบทางเลือก (Alternative Communication) ที่ให้ความสำคัญสูงสุดกับ “ประชาธิปไตยทางการสื่อสาร”

สำหรับในประเทศไทยนั้น ได้มีปรัชญาการพัฒนาที่ได้รับการกล่าวถึงและให้ความสำคัญ 2 ปรัชญา คือ การพัฒนาแบบยั่งยืน (Sustainable Development) และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficient Economic) ปรัชญาดังกล่าวถือเป็นกระบวนทัศน์ที่สำคัญในการพัฒนาประเทศไทย (พนม คลีฉายา ,2549)

ความหมายและความสำคัญ

Wilbur Schramm (1964 อ้างถึงใน นนทญา หงษ์รัตน ,2550, 20) ให้ความหมายว่าการสื่อสารในการพัฒนาเป็นการสื่อสารที่มีบทบาทในการเฝ้ายามหรือบทบาทในการเสนอข่าวสาร บทบาทในการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจ ตลอดจนบทบาทในการสอน การสื่อสารจะทำ

หน้าที่สะท้อนความต้องการของประชาชน ประชาชนก็จะทราบข่าวสารการพัฒนาได้อย่างทันเหตุการณ์ นอกจากนี้ การสื่อสารยังมีส่วนช่วยในการยกระดับให้ประชาชนเกิดการร่วมแรงร่วมใจเรียนรู้ทักษะที่จำเป็นต่อการพัฒนาด้วย

พนม คลีฉายา (2549) ให้ความหมายว่า การสื่อสารพัฒนาการเป็นการใช้การสื่อสารเพื่อก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนทางด้านความรู้ ความคิด ทักษะและพฤติกรรม เพื่อมุ่งหวังแก้ไขปัญหาของสังคม ซึ่งเป็นการสื่อสารในเรื่องที่เป็นปัญหาของสังคมโดยมุ่งแก้ไขปัญหานั้น ด้วยการใช้การสื่อสารที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลและโครงสร้าง

ประมะ สดเวทิน (2546 อ้างถึงใน นนทญา หงษ์รัตน์, 2550) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้การสื่อสารกับการพัฒนาสังคมว่า ในขณะที่ประเทศกำลังดำเนินการพัฒนานั้น หน้าที่ที่สำคัญของการสื่อสารในสังคม ก็คือ หน้าที่ในการให้ข่าวสาร (Information Function) หน้าที่ในการชักจูงใจ (Persuasive Function) และหน้าที่ในการให้ความรู้ (Education Function) ให้มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม สนับสนุนและขยายงานพัฒนา การสื่อสารในลักษณะนี้เรียกว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนา มีรายละเอียดดังนี้

1. การให้ข่าวสาร (Information Function) เป็นการให้ข่าวสารแก่ประชาชนในลักษณะการสร้างบรรยากาศแห่งการพัฒนา ด้วยการเสนอข่าวเกี่ยวกับการพัฒนาให้แก่ประชาชนมาก เสนอข่าวเกี่ยวกับวิถีของสังคมที่พัฒนาโครงการพัฒนาต่างๆ ระบบการเมืองสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมของประเทศตนเองและประเทศที่พัฒนา เป้าหมายและปัญหาของการพัฒนา การเสนอข่าวสารในลักษณะนี้ เป็นการกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจในการพัฒนา

2. การชักจูงใจ (Persuasive Function) การสื่อสารในประเทศกำลังพัฒนา มีส่วนในการชักจูงใจให้ประชาชนเปลี่ยนวิถีชีวิตของตนและเข้าร่วมโครงการพัฒนาอย่างจริงจัง ด้วยการแสดงความคิดเห็นสนับสนุนโครงการพัฒนาของรัฐบาล ชี้แนะการตัดสินใจของประชาชน ตลอดจนประโยชน์ที่ประชาชนและสังคมโดยรวมจะได้รับจากการพัฒนา

3. การให้ความรู้ (Education Function) การสื่อสารในประเทศกำลังพัฒนามีความจำเป็นอย่างยิ่งในการให้ความรู้ต่างๆ แก่ประชาชน เพื่อปรับตัวเองให้เข้ากับการพัฒนาสังคมได้ โดยการให้ความรู้แก่ประชาชนให้การอ่านออกเขียนได้ การปรับปรุงการกินอยู่และการประกอบอาชีพ

เสถียร เขยประทับ (2538 อ้างถึงใน นนทญา หงษ์รัตน์, 2550) การสื่อสารที่เป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาอย่างแท้จริงควรมีหลักดังต่อไปนี้

1. ประชาชนต้องเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร ทั้งในฐานะผู้รับสารและผู้มีส่วนร่วมในการวางแผนและผลิตเนื้อหาของสื่อ
2. เนื้อหาของสื่อควรจัดทำขึ้นในท้องถิ่น เพราะเนื้อหาที่ผลิตในท้องถิ่นจะเป็นสิ่งที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดเพราะเกี่ยวข้องกับโดยตรงแบบเข้ากับสภาพของผู้รับสาร
3. ต้องสนับสนุนบทบาทหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือพัฒนา
4. ต้องมีมนุษยธรรม โดยถือ "คน" เป็นเป้าหมายไม่ใช่เทคโนโลยีหรือผลกำไร
5. การสื่อสารจะต้องช่วยให้ประชาชนมั่นใจในระบบคุณค่าดั้งเดิมอันดั้งงามที่ตนมีอยู่ หากจะมีการเปลี่ยนแปลงอันใด การเปลี่ยนแปลงนั้นต้องสอดคล้องกับคุณค่าเดิม
6. การสื่อสารต้องช่วยสร้างความเข้าใจให้ผู้รับสารเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมของตัวเอง
7. การใช้สื่อจะต้องช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจ "ความเป็นชุมชน" อย่างแท้จริงในขอบเขตที่กว้างขึ้น

หน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนา

การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น โดยพนม ศลีฉายา (2549) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนา ดังนี้

1. เพื่อกระตุ้นการเปลี่ยนแปลง
2. ปรับโครงการพัฒนาตามปัญหาเศรษฐกิจและสังคม
3. สร้างหลักสูตรการศึกษาและฝึกอบรม
4. กระตุ้นกลไกสำหรับการวิจัยและเครื่องมือพัฒนาอื่นๆ
5. เสริมสร้างการพัฒนา
6. เปลี่ยนแปลงกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามที่กำหนด

นอกจากจะมีหน้าที่ดังกล่าวข้างต้นแล้ว การสื่อสารจะประสบผลสำเร็จตามที่วางไว้ต่อเมื่อปฏิบัติตามเงื่อนไขต่อไปนี้ (ประมະ สดเวทิน, 2546 อ้างถึงใน นนทญา หงษ์รัตน์, 2550)

1. มีการวางแผนอย่างเหมาะสม โดยต้องคำนึงถึงเรื่องสังคมและจิตวิทยา เพราะการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเน้นเรื่องการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางจิตวิทยาและสังคม
2. การเข้ากันได้กับวัฒนธรรมของประชาชน ในแต่ละท้องถิ่น เพราะวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อความเชื่อ ทัศนคติและพฤติกรรม

3. ทำให้การสื่อสารเข้าถึงเป้าหมาย โดยต้องดูว่ากลุ่มเป้าหมายคือใคร มีลักษณะการดำเนินชีวิตอย่างไร มีความแตกต่างทางด้านกายภาพอย่างไร จึงจะสามารถเตรียมวิธีการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

4. อาศัยการสื่อสารแบบสองทาง คือ รัฐบาลต้องฟังเสียงประชาชน รับฟังความคิดเห็นของประชาชน เพื่อนำมาปรับปรุงแผนการพัฒนาและวิธีการสื่อสารต่อไป

5. ทำการสื่อสารบ่อยๆ โดยใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ และผู้ส่งสารจะต้องสามารถทำให้สารของตนเด่นกว่าคนอื่น ๆ อย่างเช่น การใช้ผู้นำความคิดของท้องถิ่นนั้นๆ เป็นผู้กระจายข่าวสาร

6. การสาริต ประชาชนจะยอมรับและเชื่อถือได้ต้องอาศัยการสาริตอย่างจริงจัง หรือต้องมีบุคคลที่เปลี่ยนแปลงแล้วเป็นตัวอย่าง

7. การปฏิบัติ ต้องทำให้กลุ่มคนที่จะเปลี่ยนแปลงมีประสบการณ์ร่วมในการเปลี่ยนแปลงก่อน ดังนั้นหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่พัฒนาต้องเตรียมการในเรื่องการทดลองให้เห็นจริง ๆ

จะเห็นได้ว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนาต้องมีการวางแผน เนื่องจากการพัฒนาต้องอาศัยระยะเวลาค่อยๆ เป็นค่อยๆ ไป เนื่องจากการเปลี่ยนวิถีชีวิต การดำเนินชีวิตจากแบบเก่าไปสู่แบบใหม่ ต้องอาศัยเวลาในการปรับตัว สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ต้องแสดงให้เห็นกลุ่มบุคคลที่เราต้องการเข้าไปพัฒนาเห็นว่า มีสิ่งใดบ้างในชุมชนที่ควรพัฒนา ต้องทำให้กลุ่มเห็นปัญหาและอยากแก้ไขด้วยตนเอง จึงมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จมากกว่าการบอกหรือสั่งโดยกลุ่มนักพัฒนา

แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาดังกล่าว จะนำมาใช้ในการสร้างแบบสัมภาระณและการอภิปรายผลการวิจัย ตลอดจนข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการดำเนินงานต่อไปในอนาคตของสสย.

5. แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นการสื่อสารชนิดหนึ่งที่ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจจากประชาชนในการพัฒนาสิ่งๆ หนึ่ง หรือกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นเรื่องที่เน้น "กระบวนการ" มากกว่า "ผลลัพธ์" ดังตัวอย่างหมู่บ้านเนินมะปรางที่ กาญจนบุรี แก้วเทพ (2552: 26-27) ได้ยกตัวอย่างไว้ว่า

"... ครั้งหนึ่งเมื่อทางราชการกำหนดให้แต่ละหมู่บ้านทำแผนพัฒนาหมู่บ้านตัวเอง ทางหมู่บ้านก็มีวิธีดำเนินการอยู่ 2 แบบๆ แรก คือ ให้ผู้ใหญ่บ้านจัดการไปเองเลยเพราะผู้ใหญ่บ้านย่อมรู้ว่าหมู่บ้านนั้นๆ มีปัญหาอะไร ก็จะได้ผลลัพธ์ออกมาชุดหนึ่ง แบบที่สองให้ชาวบ้านทั้งหมู่บ้านมาช่วยกันร่างแผน ใครมีความคิดดีๆ ก็เสนอออกมา โดยอาศัย "กระบวนการมีส่วนร่วม" ของชาวบ้าน ทำยที่สุดก็จะได้ผลลัพธ์ออกมาอีกชุดหนึ่ง แต่ส่วนใหญ่ไม่ว่าจะเป็นแบบแรกหรือแบบที่สองผลที่ออกมามักเหมือนกัน ชาวบ้านส่วนมากเลยเลือกใช้การตัดสินใจแบบแรก คือ ให้ผู้ใหญ่บ้านหรือกำนันตัดสินใจไปเลย เนื่องจากมีความสะดวกรวดเร็วกว่าถึงแม้ว่าจะได้ผลลัพธ์ที่ออกมาเหมือนกัน แต่สิ่งที่ไม่เหมือนกันคือ "ความรู้สึกเป็นเจ้าของ" เพราะถ้าเป็นแบบแรกชาวบ้านจะรับรู้แค่เพียงเป็นแผนของผู้ใหญ่บ้าน แต่ถ้าเป็นแบบที่สองที่พวกเขามีโอกาสได้แสดงความคิดเห็นร่วมกันสร้างมันขึ้นมา ชาวบ้านก็จะรู้สึกว่าเป็นของเราเพราะเราช่วยกันสร้างมันขึ้นมาความรู้สึก หรือผลลัพธ์ที่มองไม่เห็นนี้จะส่งแรงสะท้อนมาถึงการระดมความร่วมมือร่วมใจของงานอีกหลายขั้นตอน ..."

ดังนั้นจะอย่างไรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (อ้างถึงใน พิรญาศรีเพชรราช, 2549 น.37) ได้กล่าวถึงแนวทาง 3 ประการ คือ

1. ประชาชนต้องมีอิสรภาพที่จะมีส่วนร่วม (Freedom to Participation) ในทุกขั้นตอนของการพัฒนา
2. ประชาชนต้องสามารถที่จะมีส่วนร่วม (Ability to Participation) ในการแสดงความคิดเห็น การดำเนินงาน การกระทำต่างๆ ที่จะมีส่วนช่วยพัฒนาชุมชน
3. ประชาชนต้องเต็มใจที่จะมีส่วนร่วม (Willingness to Participation) ในการพัฒนาชุมชนของตนเอง

นอกจากนั้นแล้วการกำหนดเนื้อหาหรือประเด็นที่จะให้บุคคลเข้ามามีส่วนร่วมก็เป็นวิธีการสำคัญในการสนับสนุนให้บุคคลตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วมเช่นกัน คือ บุคคลมักจะเข้ามามีส่วนร่วมถ้าเป็นเรื่องที่พวกเขาให้ความสนใจ หรือเป็นประเด็นที่เป็นประโยชน์ หรืออาจเป็นประเด็นที่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่พวกเขา เกิดจากแนวคิดสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกัน ซึ่งเป็นความห่วงกังวลร่วมกันจนกลายมาเป็นความห่วงของส่วนรวม
2. ความเดือดร้อนและความไม่พึงพอใจร่วมกันที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้น ผลักดันให้สู่การรวมกลุ่มวางแผนและลงมือกระทำร่วมกัน

3. การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนไปในทิศทางที่พึงปรารถนา การตัดสินใจร่วมกันนี้ จะต้องรุนแรงมากพอที่จะทำให้เกิดความริเริ่มกระทำการตอบสนองความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น

ดังจะเห็นได้จากสถานการณ์ในปัจจุบัน ที่เกิดการรวมกลุ่มเพื่อเรียกร้องสิทธิต่างๆ มากมาย เช่น กลุ่มผู้ต่อต้านบิกแบ็กในภาวะวิกฤติน้ำท่วม 2554 กลุ่มผู้เรียกร้องสิทธิทางการเมือง เป็นต้น ซึ่งก็เป็นสิทธิของประชาชนตามนัยยะที่ กาญจนา แก้วเทพ (2552, น. 141 - 142) ได้กล่าวถึงการที่ประชาชนเข้าถึงสื่อ โดยแบ่งออกเป็น 2 นัยยะ คือ นัยยะแรก หมายถึง การใช้การสื่อสารประเภทต่างๆ เป็นหนทาง หรือเป็นเครื่องมือนำไปสู่การมีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ ตัวอย่างเช่น การเขียนจดหมายเปิดผนึกถึงสื่อมวลชนเพื่อร้องเรียน หรือบรรดารายการร้องทุกข์ตามรายการโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

นัยยะที่สอง หมายความว่า การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจการสื่อสารเอง โดยรูปแบบของการเข้าถึงการสื่อสารนั้นมีอยู่ 3 รูปแบบ คือ

1. การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริโภค หมายถึง การที่บุคคลมีโอกาใช้สื่อในฐานะ "ผู้รับสาร/ผู้ดู / ผู้ชม / ผู้ฟัง / ผู้อ่าน" กล่าวคือ บุคคลสามารถเลือกบริโภคสื่อได้จากรูปแบบของรายการที่หลากหลาย และมีช่องทางในการสะท้อนปฏิกิริยาของตนสู่ผู้ผลิตเรียกว่าเป็น "ผู้รับสารที่กระตือรือร้น (Active Audience)"

2. การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้ผลิต หมายถึง การที่บุคคลมีโอกาเข้าร่วมในเชิงกระบวนการผลิต เช่น การเข้าร่วมเป็นแขกรับเชิญในรายการวิทยุ การเข้าร่วมเป็นแหล่งข่าว การมีส่วนร่วมในการเลือกประเด็นนำเสนอ เป็นต้น

3. การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริหารสื่อ หมายถึง การที่บุคคลได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบการตัดสินใจต่างๆ ในองค์กรสื่อ เช่น การกำหนดเนื้อหาและรูปแบบที่เหมาะสม การกำหนดช่วงเวลา การวางระบบบริหารงาน งบประมาณ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแผนงาน และนโยบายต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้แล้ว การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมยังมีหลักสำคัญที่นักพัฒนาจะต้องใช้เพื่อให้เกิดการพัฒนาเกิดประสิทธิภาพสูงสุด พนม คลีฉายา (2549, น.16) ได้กล่าวถึงหลักสำคัญที่ต้องใช้ในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไว้ ดังนี้

1 : Paulo Freire เน้นการฟังสิ่งที่ประชาชนพูด ยอมรับทัศนคติและเชื่อในความสามารถของประชาชน พลังภูมิปัญญา พลังสร้างสรรค์และแก้ปัญหาชุมชนของตน

2 : UNESCO (1997) กำหนดลักษณะการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ดังนี้

- การเข้าถึง (Access) การใช้สื่อเพื่อให้บริการแก่สาธารณะชน เปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกรายการที่เกี่ยวข้องกับตนได้อย่างหลากหลาย และมีช่องทางให้ประชาชนแสดงการตอบสนองและแสดงความต้องการของตน
- การมีส่วนร่วม (Participation) ประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้นในระบบการสื่อสาร ทั้งกระบวนการผลิต การบริหารจัดการ และการวางแผนระบบการสื่อสาร
- การมีส่วนร่วมที่สำคัญยิ่งกว่าการแสดงความเห็นและการให้คำปรึกษา คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือการจัดการด้วยตนเอง โดยประชาชนมีอำนาจในการตัดสินใจ ตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน กำหนดนโยบาย บริหาร และผลิตสื่อด้วยตนเอง

เมื่อมีหลักในการดำเนินการแล้ว สิ่งที่สำคัญในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือ เป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกาญจนา แก้วเทพ (2543 อ้างถึงใน พิรญา ศรีเพชรารุช, 2549 น. 40) กล่าวถึงเป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในระดับชุมชนไว้ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเอง เช่น การนำภูมิปัญญาของชาวบ้านมาเผยแพร่เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในวงกว้าง
2. เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วม และให้เห็นคุณค่าความเชื่อของเขา
3. เพื่อพิสูจน์ความเชื่อชุมชนที่เคยคิดว่า ตนเองไม่สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ซับซ้อนได้ การเข้าร่วมฝึกอบรมการผลิตสื่อจะพิสูจน์ให้ชาวบ้านเห็นว่า เขาสามารถใช้เทคโนโลยีต่างๆ ได้หากมีโอกาส
4. เพื่อสร้างทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน เพื่อเป็นช่องทางที่ชุมชนจะส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืนและมุมมองในทัศนะของตัวเอง
5. เพื่อให้ชุมชนได้แสดงความรู้สึกต่อปัญหา วิธีการวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งวิธีแก้ปัญหาจากทัศนะของชุมชนเอง
6. ผลการสื่อสารของชุมชนที่อาจจะเกิดจากการริเริ่มของบางส่วนเสียของชุมชน หรือจากชุมชนใดชุมชนหนึ่ง จะช่วยยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบให้กับทั้งชุมชน หรือกับชุมชนอื่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

7. เนื่องจากเนื้อหาของการสื่อสารเพื่อชุมชนนั้น จะเน้นเรื่องราวที่มีสาระประโยชน์ต่อชีวิตชุมชนเอง ดังนั้นสื่อส่วนนี้จะช่วยเพิ่มสื่อที่มีสาระต่อชุมชนให้มีปริมาณมากขึ้น เพื่อถ่วงดุลกับการสื่อสารที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิง และการหลีกเลี่ยงปัญหาที่สื่อจากภายนอกอัดฉีดเข้าไปในชุมชน

การศึกษาการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม จึงเป็นการศึกษาที่จะมุ่งเน้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม มีบทบาทในการเสนอความคิดเห็นในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ ในชุมชนให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น เป็นการเริ่มต้นให้เกิดการพัฒนาในระดับชุมชน จนสามารถพัฒนาไปถึงในระดับประเทศได้ในที่สุด

แนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนี้ จะนำมาใช้ทั้งในการสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ตลอดจนการอภิปรายผลการวิจัย

6. แนวคิดเครือข่ายการสื่อสาร

การติดต่อสื่อสาร เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากการสื่อสารสามารถเชื่อมโยงมนุษย์ไว้ด้วยกัน และการสื่อสารก่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กันของมนุษย์ ซึ่งเครือข่ายการสื่อสาร จะสามารถทำให้เราทราบถึงรูปแบบของการสื่อสารแบบกลุ่มของมนุษย์ว่ามีรูปแบบเป็นอย่างไร

พัชนี เชยจรรยาและคณะ (2541) ให้นิยามเกี่ยวกับเครือข่ายของการสื่อสารไว้ว่า เครือข่ายการสื่อสาร คือ ระบบการแพร่กระจายข้อมูลในบรรดาสมาชิกของกลุ่ม จึงมีลักษณะต่างจากช่องทางการสื่อสารซึ่งเป็นเพียงตัวกลางในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

วินิจ เกตุขำและคมเพชร ฉัตรสุภกุล (2522, น.45) ให้ความหมายเครือข่ายของการสื่อสารไว้ว่า เครือข่ายการสื่อสาร คือ แบบแผนของการติดต่อ ความเกี่ยวข้องและการประสานงานภายในกลุ่ม โดยสมาชิกในกลุ่มจะมีหน้าที่ในการถ่ายทอดและการรับการถ่ายทอดเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

ประเภทของเครือข่ายการสื่อสาร (พัชนี เชยจรรยา และคณะ, อ้างแล้ว) มีดังนี้

1. เครือข่ายการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Network) หรือเครือข่ายการสื่อสารที่เกิดขึ้นเอง (Emergent Communication Network) จากการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยไม่มีใครได้รับมอบหมาย หรือบังคับให้ใช้การติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งอย่างตั้งใจ

เครือข่ายเหล่านี้จะเกิดขึ้นเมื่อสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอย่างอิสระในอัตราความถี่ และความเข้มข้นของการสื่อสารต่างๆ กัน เมื่อเวลาผ่านไปเครือข่ายนี้จะกลายเป็นแหล่งข้อมูลที่ไม่เป็นระเบียบ (Unstructured)

2. เครือข่ายการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Network) หรือเครือข่ายการสื่อสารที่ได้ถูกกำหนดไว้ (Prescribed Communication Network) เป็นประเภทของการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งเกิดปฏิสัมพันธ์ในเครือข่ายได้ถูกวางแผนมาอย่างแน่นอน ดังนั้น เครือข่ายเหล่านี้จึงมีโครงสร้างที่มีแบบแผน บทบาทและสถานภาพของบุคคลากรหรือสมาชิก เป็นสิ่งที่ควรพิจารณาอย่างมาก เพราะชีวิตในสังคมส่วนใหญ่ทุกวันนี้ต้องการวางรูปแบบเครือข่ายการสื่อสารแทบทั้งสิ้น

เครือข่ายทั้งสองประเภท ต่างมีเส้นทางการติดต่อที่สมาชิกสามารถสื่อสารเข้าถึงสมาชิกคนอื่น ทั้งรูปแบบของเครือข่ายการสื่อสารที่สามารถสื่อสารได้ทุกช่องทาง (All Channel Network) คือ สมาชิกทุกคนมีทางติดต่อกันได้หมด และอีกรูปแบบหนึ่ง คือ การสื่อสารที่สมาชิกทุกคนมีช่องทางสื่อสารถึงบุคคลอื่นๆ ในเครือข่ายได้อย่างจำกัด หรืออาจไม่มีทางสื่อสารถึงบุคคลอื่นได้เลย (Restricted Network)

วินิจ เกตุขำและคมเพชร จัตรศุภกุล (อ้างแล้ว, น.46) ได้ศึกษาถึงลักษณะของการวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารที่ใช้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นตัววิเคราะห์ พบว่า สถานภาพของคนในแต่ละกลุ่มจะมีความสัมพันธ์ต่อการสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น ผู้ที่มีสถานภาพสูงกว่า มักจะมีการสื่อสารมาในรูปแบบของการเสนอความคิดเห็นและการรับเอาความคิดเห็นจากสมาชิกภายในกลุ่ม ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสาร และสถานภาพของสมาชิก สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. การสื่อสารมักจะเกิดขึ้นมากในบุคคลที่มีสถานภาพสูงในกลุ่ม เช่น หัวหน้าหรือประธานกลุ่มจะมีการสื่อสารกับคนในกลุ่มมากกว่าผู้ที่เป็นลูกน้องหรือสมาชิก เนื่องจากหัวหน้าต้องเป็นผู้คอยติดต่อประสานงาน และรวบรวมข้อคิดเห็นจากคนในกลุ่มที่ทำการสื่อสารมา

2. การสื่อสารมักจะเกิดขึ้นมากในกลุ่มบุคคลที่มีสถานภาพเท่าเทียมกัน เช่น กลุ่มคนที่มีวัยวุฒิ คุณวุฒิเท่าเทียมกัน จะมีการสื่อสารมากกว่ากลุ่มคนที่มีวัยวุฒิ คุณวุฒิ แตกต่างกัน

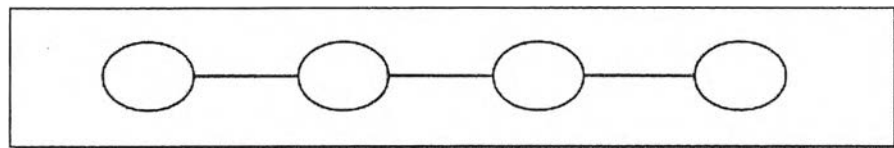
3. การสื่อสารมักจะไม่เกิดขึ้นกับกลุ่มบุคคลที่มีสถานภาพเหลื่อมล้ำกัน เช่น ต่ำกว่า สูงกว่า หรือสถานภาพที่ไม่เป็นที่บังชด

ฮาร์ลโรว์ เจย์ เรย์วิทซ์ (Harold J. Levitt) (อ้างถึงใน อัจฉริต แสงศรี, 2552) ได้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบของเครือข่ายการสื่อสาร จากผลการศึกษา พบว่า เครือข่ายของการสื่อสารสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ การสื่อสารแบบมีศูนย์กลางและการสื่อสารแบบกระจายอำนาจ

1. การสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง (Centralized Communication) คือ การสื่อสารที่มีบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นศูนย์กลาง หรือทางผ่านในการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิก โดยสมาชิกคนอื่นๆ ไม่ได้มีการทำการติดต่อสื่อสารกันโดยตรง แต่ต้องทำการสื่อสารผ่านคนกลาง ซึ่งรูปแบบของการสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง สามารถแบ่งได้หลายรูปแบบ ดังนี้

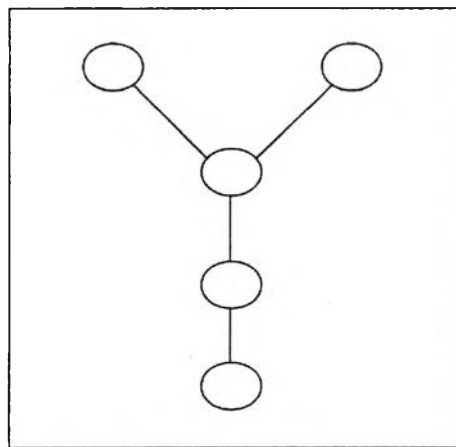
1.1) เครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่ (Chain Network) คือ การสื่อสารที่เครือข่ายที่สมาชิกแต่ละคนทำการสื่อสารไปยังสมาชิกคนถัดไปเท่านั้น เครือข่ายรูปแบบนี้ทำให้สมาชิกแต่ละคนขาดความเป็นอิสระในการติดต่อสื่อสาร เพราะสามารถติดต่อกับสมาชิกคนอื่นๆ ได้เพียง 1 หรือ 2 คน เท่านั้น

แผนภาพที่ 2.1 แสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบลูกโซ่



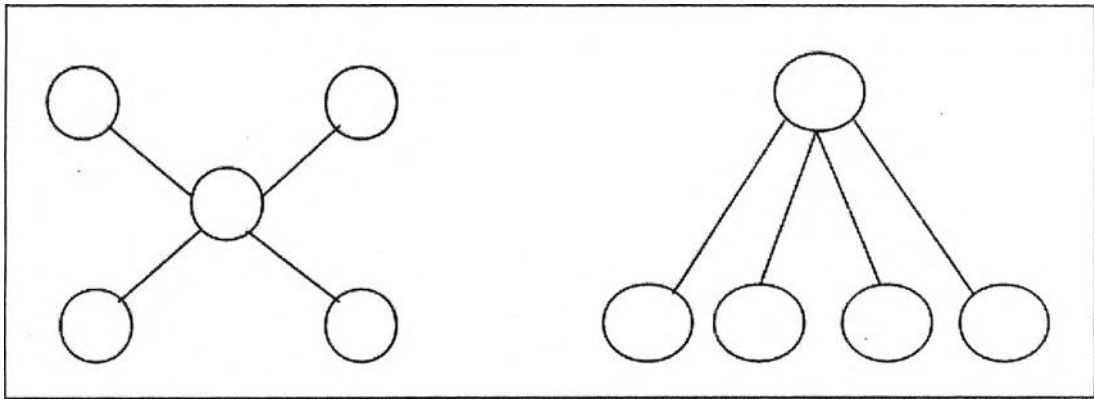
1.2) เครือข่ายการสื่อสารแบบตัววาย (Y Network) ได้แก่ การสื่อสารที่มีสมาชิกอยู่ตรงกลางเพียง 2 คน ที่มีหน้าที่ในการประสานและรับข้อมูลจากสมาชิกคนอื่นๆ ในกลุ่มรอบนอก ซึ่งการสื่อสารแบบนี้มีความเหมาะสมกว่าแบบลูกโซ่ เนื่องจากสามารถสื่อสารข้อมูลผ่านทิศทางต่างๆ ได้มากกว่า

แผนภาพที่ 2.2 แสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบตัววาย



1.3) เครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ (Wheel Network) ได้แก่เครือข่ายการสื่อสารที่มีสมาชิกคนหนึ่งเป็นผู้รับข่าวจากสมาชิกคนใดคนหนึ่งและส่งข่าวนั้นต่อไปให้สมาชิกคนอื่นๆ ซึ่งบุคคลที่อยู่ตรงกลางของกลุ่มจะเป็นผู้ที่มีอำนาจอย่างแท้จริงและเป็นผู้นำของกลุ่ม เพราะเป็นผู้เดียวที่รับผิดชอบต่อผลสำเร็จของงาน

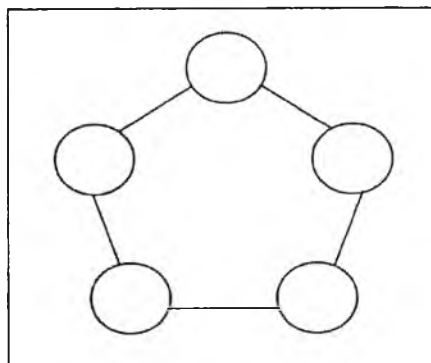
แผนภาพที่ 2.3 แสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบวงล้อ



2. เครือข่ายการสื่อสารแบบกระจายอำนาจ (Decentralized Network) หมายถึง การสื่อสารที่สมาชิกในกลุ่มสามารถติดต่อกันได้โดยอิสระ ทุกคนต้องร่วมกันคิดและแก้ปัญหา ซึ่งการสื่อสารแบบนี้มีความเหมาะสมต่อกระบวนการทำงานเป็นกลุ่ม เพราะทุกคนได้มีปฏิสัมพันธ์กัน เป็นการสื่อสารแบบกระจายอำนาจจะคำนึงถึงสมาชิกทุกคนในกลุ่ม เพื่อให้การติดต่อสื่อสารประสบผลสำเร็จ เราสามารถแบ่งการสื่อสารแบบนี้ได้ดังนี้

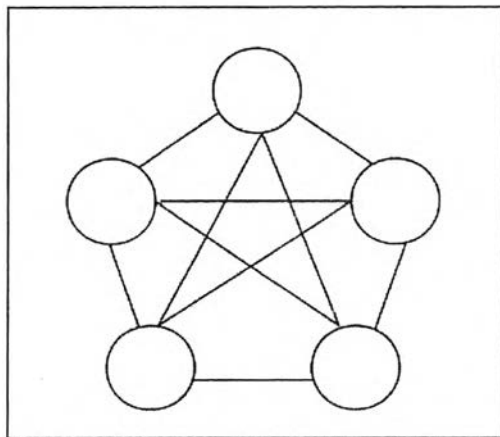
2.1) เครือข่ายการสื่อสารแบบวงกลม (Circle Network) คือ การสื่อสารที่สมาชิกในกลุ่มทุกคนสามารถติดต่อกับสมาชิกที่อยู่ถัดจากตนเองทั้งสองข้าง สถานะของทุกคนที่อยู่ในกลุ่มการสื่อสารจะมีความเท่าเทียมกัน

แผนภาพที่ 2.4 แสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบวงกลม



2.2 เครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง (All Channel Network) คือ เครือข่ายการสื่อสารที่สมาชิกทุกคนสามารถติดต่อกับสมาชิกคนอื่นได้อย่างอิสระ ไม่จำเป็นต้องผ่านสมาชิกคนอื่น ๆ ทั้งในการรับข่าวและส่งข่าว เครือข่ายการสื่อสารแบบนี้จะมีปฏิริยาสะท้อนกลับสูงสุด

แผนภาพที่ 2.5 แสดงเครือข่ายการสื่อสารแบบทุกช่องทาง



สรุปได้ว่า เครือข่ายการสื่อสารเป็นรูปแบบ หรือแบบแผนในการแสดงความสัมพันธ์ของมนุษย์ที่มีการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน การศึกษาเครือข่ายการสื่อสารจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้เราทราบถึงคุณลักษณะของการสื่อสารในสถานการณ์นั้นๆ ว่าเป็นในรูปแบบใด เช่น มีเครือข่ายการสื่อสารแบบรวมศูนย์ หรือแบบกระจายอำนาจ เป็นต้น เพื่อให้เราสามารถวิเคราะห์เครือข่ายของการสื่อสารในกลุ่มคนหนึ่งๆ หรือสถานการณ์หนึ่งๆ ว่ามีลักษณะการไหลของทิศทางข่าวสารไปในทิศทางใด ซึ่งแนวคิดเครือข่ายการสื่อสารจะนำมาใช้ในการอภิปรายผลการวิจัย

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

7.1) นราพร สังข์ชัย (2539) ศึกษาประเภทเนื้อหา รูปแบบ และองค์ประกอบอื่นๆ ของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก 12 รายการที่ออกอากาศในเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน 2539 และสำรวจความพึงพอใจของเด็กกลุ่มอายุ 7-11 ปี โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 807 คน จากโรงเรียน 6 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีเนื้อหา 16 ลักษณะ ได้แก่ เกมกีฬาวิทยาศาสตร์ ภาษาไทย คณิตศาสตร์ สิ่งแวดล้อม ดนตรี การแสดง ศิลปะประดิษฐ์ โภชนาการ ข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบัน ความรู้รอบตัว ความสัมพันธ์ในครอบครัว ธรรมชาติวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยว และผู้ใหญ่หรือเด็กที่เป็นตัวอย่างที่ดี

ในส่วนของรูปแบบรายการพบว่ามีการนิยตสารทางอากาศมากกว่ารูปแบบอื่น นอกจากนี้ยังมีรายการสารคดี ข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบัน และรายการเกมการแข่งขัน ผู้ดำเนินรายการมีทั้งที่เป็น ผู้หญิง ผู้ชาย ผู้ใหญ่ เด็ก และหนุ่ม สำหรับเวลาในการออกอากาศ วันจันทร์-ศุกร์ จะออกอากาศในช่วงเย็น ส่วนวันเสาร์-อาทิตย์ออกอากาศในช่วงเช้า สำหรับความพึงพอใจของเด็กที่มีต่อรายการพบว่า เนื้อหาและรูปแบบที่เด็กชอบมากที่สุดคือ เกมและกีฬา พิธีกรที่เด็กพึงพอใจมากที่สุด คือ ผู้ใหญ่ดำเนินรายการร่วมกับเด็ก และเด็กต้องการให้มีรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กทุกวัน ในช่วงเย็นหลังเลิกเรียน

7.2) ศศิธร อภิลิทธินันต์ (2541) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง "การขัดเกลาทางสังคมผ่านรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทรายการปกิณกะบันเทิง" โดยต้องการศึกษาถึงรูปแบบและเนื้อหาของรายการในการสอดแทรกกระบวนการขัดเกลาทางสังคมให้แก่เด็กและเยาวชน ในรายการปกิณกะบันเทิง หรือ รายการประเภท Variety จำนวน 6 รายการ ได้แก่ รายการอัศวินน้อย รายการกรล้าคิดกล้าทำ รายการเจ้าขุนทอง รายการที่มีเพื่อน รายการซูเปอร์จิ๋ว และรายการคิดดีแคท

จากผลการศึกษาพบว่า รายการดังกล่าวมีการสอดแทรกเนื้อหาสาระของกระบวนการการขัดเกลาทางสังคมให้กับเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะในการขัดเกลาด้านพฤติกรรม คือ นำเสนอบทบาทของเด็กในสังคม ปลูกฝังบรรทัดฐานของสังคมให้กับเด็ก และส่งเสริมให้เด็กมีพฤติกรรมที่เหมาะสมด้านสติปัญญา โดยการให้ความรู้กับเด็กในเชิงวิชาการ และทักษะต่างๆ ที่เหมาะสมและจำเป็นสำหรับเด็ก เช่น การใช้ภาษา การอ่าน เป็นต้น

ส่วนในพฤติกรรมทางด้านจิตใจ แม้แต่รายการจะไม่ได้นำเสนออย่างเด่นชัด แต่ก็ได้มีการสอดแทรกเกี่ยวกับศีลธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี แต่เนื่องจากพฤติกรรมทางด้านจิตใจเป็นเรื่องนามธรรม รายการเหล่านั้นจึงได้มีการนำเสนอโดยการเล่าเรื่อง การสาธิต เพื่อให้เด็กสามารถเข้าใจได้ง่าย และสามารถปฏิบัติตามได้ แต่ข้อจำกัดของการนำเสนอเนื้อหากระบวนการขัดเกลาทางสังคมของรายการปกิณกะบันเทิงคือ การยอมให้สินค้าต่างๆ กำหนดรูปแบบของการนำเสนอ รายการแลกกับงบประมาณสนับสนุนในการจัดทำรายการ ดังนั้น ทีมงาน และเจ้าหน้าที่ผู้ผลิตรายการจึงได้ปรับปรุงเนื้อหาให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เหตุการณ์ในปัจจุบัน และเพื่อความพึงพอใจของผู้สนับสนุนรายการควบคู่กันไป

7.3) ปรีชา ขุนทรง (2541) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของเด็ก ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์สำหรับเด็ก” ผลการวิจัยพบว่า เด็กจะมีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมรายการสิ่งแวดล้อมเฉพาะเรื่องราวที่เป็นประโยชน์ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เวลาในการชมประมาณ 16-30 นาที โดยเหตุผลสำคัญในการชมรายการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมคือ เพื่อให้ได้ความรู้ ทั้งนี้ เด็กมีความชื่นชอบเนื้อหาในการนำเสนอเป็นอันดับแรก ส่วนรองลงมา ได้แก่ รูปแบบที่น่าสนใจของรายการ และเวลาที่สะดวกในการรับชมเป็นอันดับที่ 3

เด็กส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการให้มีพิธีกรเป็นผู้ใหญ่และเด็กดำเนินรายการร่วมกัน และต้องการให้รายการสิ่งแวดล้อมออกอากาศในวันเสาร์และอาทิตย์ช่วงเช้ามากที่สุด และมีความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอแบบละครมากที่สุด และเหตุผลสำคัญที่ทำให้เด็กเกิดความพึงพอใจในรูปแบบคือ การได้เห็นวิว ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ส่วนด้านเนื้อหา เด็กมีความพึงพอใจในเนื้อหาเกี่ยวกับสัตว์มากที่สุด และเหตุผลสำคัญที่เด็กให้ความพึงพอใจในเนื้อหาคือ รายการสิ่งแวดล้อมมีประโยชน์ ทำให้เด็กได้รับความรู้ และพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมรายการสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์สำหรับเด็ก มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความพึงพอใจในรูปแบบและเนื้อหาการนำเสนอรายการ

7.4) เบญจมาภรณ์ เมฆรา (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “กระบวนการสังคมกรรมของ ผู้บริโภคกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของเด็กในจังหวัดเชียงใหม่” เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบความสัมพันธ์ของครอบครัวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของเด็ก รูปแบบความสัมพันธ์ของกลุ่มเพื่อนกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของเด็ก และการเปิดรับโฆษณาทางโทรทัศน์พฤติกรรม การซื้อสินค้าของเด็กที่จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบความสัมพันธ์ของเด็กกับครอบครัวสามารถแบ่งได้เป็น 7 รูปแบบ คือ

- 1) ความสัมพันธ์แบบเสมอภาค (เด็กมีโอกาสได้แสดงความคิดเห็นร่วมกับพ่อและแม่)
- 2) ความสัมพันธ์แบบเปิดโอกาส (พ่อแม่เปิดโอกาสให้ลูกได้ช่วยงานที่บ้าน และรับรู้เรื่องราวของพ่อและแม่)
- 3) ความสัมพันธ์แบบปกป้องดูแล (พ่อแม่จะวิตกกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของลูกมากเป็นพิเศษ)
- 4) ความสัมพันธ์แบบละเลย (พ่อแม่ไม่มีเวลาให้ลูก เด็กรู้สึกโดดเดี่ยว)
- 5) ความสัมพันธ์แบบตำหนิตีติเยน (พ่อแม่คอยตำหนิต่างๆที่ลูกทำ และไม่เคยชื่นชมเวลาลูกทำความดี)
- 6) ความสัมพันธ์แบบเผด็จการ(พ่อแม่บังคับลูก ลูกไม่มีสิทธิ์แสดงความคิดเห็น) และ
- 7) ความสัมพันธ์แบบเปรียบเทียบ (พ่อแม่ที่ชอบเปรียบเทียบลูกตนเองกับเด็กคนอื่น) พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับเด็กประเภท ความสัมพันธ์แบบเสมอ

ภาค ความสัมพันธ์แบบเปิดโอกาส ความสัมพันธ์แบบปกป้องดูแล ความสัมพันธ์แบบละเลย มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าของเด็กในเชียงใหม่

ส่วนความสัมพันธ์ของกลุ่มเพื่อนกับเด็ก สามารถแบ่งได้เป็น 6 กลุ่ม คือ กลุ่มเด็กกิจกรรม กลุ่มเด็กเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ กลุ่มเด็กติดเพื่อน กลุ่มเด็กอ่อนไหว กลุ่มเด็กสันโดษ และ กลุ่มเด็กขาดความมั่นใจ โดยรูปแบบของกลุ่มเด็กที่มีผลต่อการซื้อขายสินค้า คือ กลุ่มเด็กกิจกรรม กลุ่มเด็กเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ กลุ่มเด็กติดเพื่อน กลุ่มเด็กอ่อนไหว และการเปิดรับโฆษณามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าของเด็กเชียงใหม่ โดยสินค้าที่เด็กมีการตัดสินใจซื้อด้วยตนเองสูงได้แก่ ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม อาหาร เครื่องเขียน และหนังสือ ส่วนสินค้าที่พ่อแม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสูง ได้แก่ คอมพิวเตอร์ บริการต่างๆ ของใช้ส่วนตัว ชุดชั้นใน เสื้อผ้า และเครื่องประดับ

7.5) นัญญา เอื้อภราดร (2545) ศึกษาเรื่อง "วาทวิเคราะห์รายการวิทยุสำหรับเด็ก" เพื่อต้องการศึกษาถึงรูปแบบ เนื้อหารายการ กระบวนการสื่อสารของนักจัดรายการวิทยุสำหรับเด็ก และพฤติกรรมการสื่อสารของเด็กจากการรับฟังวิทยุ ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการนำเสนอจะเป็นการสนทนาเพื่อนำเสนอสาระที่เกี่ยวข้องและมีประโยชน์กับเด็กเป็นหลัก อีกทั้งยังมีการเปิดเพลงสำหรับเด็ก และการเล่านิทานมาสอดแทรกไปกับการนำเสนอเนื้อหาสาระของผู้จัดรายการ

ในด้านเนื้อหาของรายการที่นำเสนอ ได้แก่ ข่าวสารหรือเหตุการณ์ปัจจุบันที่เหมาะสมสำหรับเด็ก การประชาสัมพันธ์กิจกรรมสำหรับเด็ก หรือนำเสนอสาระที่เป็นความรู้สำหรับเด็ก ด้านกระบวนการสื่อสารของนักจัดรายการจะมีทั้งที่เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การสื่อสารระหว่างนักจัดรายการและแขกรับเชิญ การสื่อสารระหว่างนักจัดรายการและผู้ที่ใช้โทรศัพท์เข้ามา นอกจากนั้น นักจัดรายการจะต้องทำหน้าที่เป็นผู้ค้นคว้าเนื้อหาเพื่อนำเสนอในรายการด้วยตนเอง และพฤติกรรมของเด็กที่รับฟังรายการ เด็กส่วนใหญ่จะแสดงปฏิสัมพันธ์การสื่อสารกับนักจัดรายการโดยการโทรศัพท์ หรือเขียนจดหมายเข้ามาในรายการ

7.6) แอนนา จุมพลเสถียร และ กัลยกร วรกุลลัญฐานีย์ (2548) ศึกษาเรื่องการใช้ความรู้สึก และพฤติกรรมของวัยรุ่นที่มีต่องานโฆษณาที่ไม่เหมาะสม พบว่า งานโฆษณาที่ทำให้กลุ่มวัยรุ่นรับรู้การใช้ความรุนแรงและจุดเร้าใจทางเพศในงานโฆษณาได้ ต้องเป็นการนำเสนอที่แสดงออกอย่างเด่นชัดด้วยภาพเท่านั้น จากการวิจัยพบว่า กลุ่มวัยรุ่นชายและหญิงมีการรับรู้งานโฆษณาที่นำเสนอโดยใช้จุดเร้าใจทางเพศในการนำเสนอจากการพิจารณาการแต่งกายของตัวแสดงที่ไม่มีเสื้อผ้าปกปิด ประกอบกับท่าทางของตัวแสดงในงานโฆษณา ส่วนงานโฆษณาที่ใช้

ความรุนแรงในการนำเสนอพบว่า กลุ่มวัยรุ่นชายและหญิงมีการรับรู้งานโฆษณาที่นำเสนอด้วยความรุนแรงโดยการสรุปว่า ความรุนแรงคือการนำเสนอโฆษณาด้วยการใช้กำลังต่อสู้เอาชนะกัน และมีการตายเกิดขึ้นเท่านั้น ผู้ร่วมสนทนาจะยอมรับว่าเป็นงานโฆษณาที่มีการนำเสนอด้วยความรุนแรงต่อเมื่องานโฆษณานั้นมีฉากรบฆ่าฟัน

7.7) กรรณก กมลรัตน์ (2550) ทำการศึกษาเรื่อง "บทบาทของอินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาสำหรับเด็กและเยาวชนศึกษาเฉพาะกรณีเว็บไซต์พลังจิต" เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เว็บไซต์ได้รับความนิยม และแรงจูงใจที่ทำให้เด็กและเยาวชนเปิดรับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนาในเว็บไซต์พลังจิตดอทคอม เป็นเว็บไซต์ที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากการสำรวจของเว็บไซต์หฐิตดอทคอม โดยจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้เว็บไซต์พลังจิตได้รับความนิยมคือ ข้อมูลที่นำเสนอมีความหลากหลายและเข้าใจง่าย เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน ซึ่งในปัจจุบันเด็กและเยาวชนมีทักษะที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ จึงทำให้ง่ายต่อการรับชมเว็บไซต์ดังกล่าว เด็กและเยาวชนที่เปิดรับข้อมูลจากเว็บไซต์เพื่อศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา ข้อคิด คติสอนใจ ที่เหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน ซึ่งสิ่งที่เยาวชนให้ความสนใจมากที่สุดคือ เรื่องของกฎแห่งกรรม นอกจากนี้ เด็กและเยาวชนยังเข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรมทางพระพุทธศาสนาหลังจากได้เปิดรับข้อมูลในเว็บไซต์ โดยเด็กและเยาวชนจะสนใจเรื่องการสวดมนต์ภาวนา การให้ทาน และการเข้าร่วมกิจกรรมในวันสำคัญทางศาสนา

7.8) เมสิริน ขวัญใจ (2551) "เด็กกับการรู้เท่าทันสื่อโทรทัศน์" ได้ศึกษาถึงแบบแผนพฤติกรรมในการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์และการเปิดรับเนื้อหารายการโทรทัศน์ของเด็ก เพื่อนำมาวิเคราะห์ทักษะและความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อของเด็ก ผลการวิจัยพบว่า ในแต่ละวันเด็กส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์หลายชั่วโมง เริ่มต้นตั้งแต่เวลาเช้าตรู่ จนไปถึงก่อนเข้านอน ตลอดทั้ง 7 วันของสัปดาห์ และได้รับอิสระในการเลือกเปิดรับรายการโทรทัศน์ได้ตามความต้องการของตนเองพอสมควร ภายใต้การควบคุมของผู้ปกครองที่ตั้งกฎเกณฑ์ในการรับชมโทรทัศน์ของเด็ก

รายการที่เด็กเลือกเปิดรับนั้นมีหลากหลายประเภททั้งรายการประเภทข่าว สารคดีที่ผลิตขึ้นในประเทศไทย และสารคดีที่นำเข้ามาจากต่างประเทศที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตสัตว์ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ รายการประเภทเกมโชว์และวาไรตี้ รายการโทรทัศน์ที่เด็กมีการเลือกรับชมมากที่สุด คือ ละคร โดยเฉพาะละครที่ตลกแบบสถานการณ์ (Situation Comedy) และละครพื้นบ้าน นอกจากละครแล้ว รายการการ์ตูนก็เป็นอีกประเภทหนึ่งที่เด็กมีการเลือกเปิดรับมากที่สุด โดยรายการโทรทัศน์ที่เด็กเลือกเปิดรับจะออกอากาศกระจายอยู่ในสถานีโทรทัศน์เสรีทุกช่อง

หรือสถานีโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิก และหากเด็กบางคนยังมีการเข้าถึงสื่อที่ตนเองชื่นชอบซ้ำได้อีกครั้งจากการรับชมวีซีดีและดีวีดี โดยเฉพาะรายการประเภทการ์ตูน

จากการวิเคราะห์และประเมินการรู้เท่าทันสื่อของเด็กพบว่า เด็กมีความสามารถในการตีความคุณค่า หรือเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ทุกประเภทได้ และเด็กยังตระหนักรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่ปรากฏในข่าวโทรทัศน์ได้ และในการตัดสินใจเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ของเด็กนั้น เด็กจะมีการเลือกรับชมรายการเพื่อตอบสนองประโยชน์จากความต้องการของตนเอง และเด็กสามารถแยกแยะการกระทำและคำพูดที่ไม่เหมาะสมจากรายการที่ไม่ได้ผลิตขึ้นมาเพื่อเด็ก เช่น ละคร หรือ วาไรตี้โชว์ และสำหรับรายการการ์ตูน พบว่า เด็กมีความสนุกสนานและเพลิดเพลินไปกับเนื้อหา แต่เด็กตระหนักรู้ว่าเรื่องราวที่ได้รับชมนั้นเป็นสิ่งสมมติตามจินตนาการของผู้นำเสนอ ส่วนในรายการเกมโชว์ เด็กมีความชื่นชอบที่จะประเมินความสามารถของตนเองเทียบกับผู้ที่เข้าร่วมแข่งขัน

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า เด็กมีแบบแผนและมีทักษะในการรับชมโทรทัศน์ เด็กสามารถวิเคราะห์ตีความหมาย และประเมินคุณค่าของรายการที่ชมได้อย่างรู้เท่าทันสื่อโทรทัศน์ (Television Literacy) โดยเนื้อหาของรายการที่ไม่เหมาะสมกับเด็ก เด็กก็จะเปิดรับสื่อร่วมกับพ่อแม่ ซึ่งพ่อแม่เปรียบเสมือนสื่อกลางแห่งการเรียนรู้ และเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการสร้างมุมมอง และมีการแนะนำในสิ่งที่ไม่เหมาะสมให้กับเด็กได้ จะทำให้เด็กมีความรู้และความเข้าใจและยังสามารถช่วยพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้กับเด็กมากยิ่งขึ้น

7.9) วุฒิสรรณี อิศรยคุณานนท์ (2551) ทำการศึกษาเรื่อง "จรรยาบรรณวิชาชีพโฆษณาของโฆษณาที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก" โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการโฆษณาที่มีเด็กเป็นกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักการตลาด นักโฆษณา ผู้ปกครอง และกลุ่มผลักดันทางสังคมที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯ จากการศึกษาพบว่า ลักษณะทางจิตวิทยาและพัฒนาการในวัยเด็กที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นด้วยมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ 1) เด็กจะมีการเลียนแบบคำพูดที่ได้ยินจากสื่อต่างๆ ที่เด็กได้พบเห็น 2) เด็กจะได้รับอิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนในโรงเรียนในด้านกับพฤติกรรม ค่านิยม และทัศนคติและ 3) เด็กจะมีความสุข เมื่อได้รับสิ่งของตามที่ตนเองต้องการ แต่จะเกิดผลตรงกันข้าม หากไม่ได้รับในสิ่งของที่ต้องการ

ส่วนผลกระทบของการโฆษณาที่มีต่อพฤติกรรมเด็กมากที่สุด คือ 1) เด็กมักเลียนแบบคำพูด พฤติกรรม และบุคลิกของดารา นักแสดง นักร้อง ในรายการโทรทัศน์และโฆษณาที่ได้รับชม

2) รายการส่งเสริมการขายของสินค้า เช่น ของแถมต่างๆ ช่วยกระตุ้นให้เด็กอยากได้สินค้ามากขึ้น และ 3) เมื่อได้ดูโฆษณาที่นำเสนอเรื่องราวที่น่ากลัว เช่น ผี ภาพหวาดเสียว จะทำให้เด็กรู้สึกกลัว

ส่วนในเรื่องของความต้องการในการให้สื่อปฏิบัติตามจรรยาบรรณของวิชาชีพโฆษณาที่มีเด็กเป็นกลุ่มเป้าหมาย สื่อที่ควรปฏิบัติตามจรรยาบรรณของการโฆษณาสินค้าที่มีเด็กเป็นกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดคือ คือ 1) สื่อโทรทัศน์ 2) สื่ออินเทอร์เน็ต และ 3) ฉลากและบรรจุภัณฑ์ของสินค้า ส่วนหลักการและแนวทางปฏิบัติในการโฆษณาสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กควรจะมีมาตรฐานในประเด็นต่อไปนี้

1) การโฆษณาที่รุนแรงก้าวร้าว อาจก่อให้เกิดปัญหาด้านพฤติกรรมและการเลียนแบบของเด็ก เช่น การเลียนแบบความก้าวร้าวรุนแรง แสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และการเลียนแบบผู้แนะนำสินค้า เป็นต้น 2) การนำเสนอเนื้อหาและข้อความในโฆษณาที่ไม่ชัดเจน ทำให้เด็กเกิดความเข้าใจผิดหรือความเชื่อที่ผิดๆ เช่น การให้ผู้แนะนำสินค้าเด็กโฆษณาเครื่องสำอาง ซึ่งเป็นสินค้าที่ยังไม่มีความจำเป็นสำหรับเด็ก 3) การโฆษณาไม่ควรส่งเสริมให้เด็กบริโภคเกินความจำเป็น 4) การโฆษณาเด็กไม่ควรนำเสนอเนื้อหาโดยใช้จุดมุ่งใจเกี่ยวกับเพื่อนและสังคม เช่น ใช้สินค้านี้แล้วเพื่อนจะรักทุกคนจะชื่นชอบ เป็นต้น และ 5) การโฆษณาควรคำนึงถึงสวัสดิภาพ ความปลอดภัยและความเป็นอยู่ของเด็กเพื่อปกป้องเด็กให้ไม่ได้รับอิทธิพลในด้านลบจากการรับชมโฆษณา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น จะนำมาใช้ในการอภิปรายผลและประกอบการสร้างข้อเสนอแนะจากการวิจัย

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง "กึ่งทศวรรษแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน : ทบทวนการดำเนินงานและแนวทางการขับเคลื่อนทางสังคมในอนาคต" ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงแบบผสมผสาน ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยเทคนิคการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีรายละเอียดในการเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างเครื่องมือ ความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร และแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ เอกสารและเว็บไซต์ของหน่วยงาน สสย. รวมทั้งหนังสือพิมพ์รายวันระหว่างปี พ.ศ. 2549 – 2554 อันประกอบไปด้วย หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มติชน และกรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 1 มกราคม 2549 – 31 สิงหาคม 2554 ระยะเวลารวม 2,069 วัน (ประมาณ 6 ปี) โดยมีหนังสือพิมพ์จำนวน 6,207 ฉบับ ซึ่งจะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ภาพรวมของการขับเคลื่อนสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและเยาวชนไทย ทั้งในเชิงประเด็นสำคัญของการขับเคลื่อนและในเชิงองค์กรที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนทางสังคมเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน โดยข้อมูลที่ได้ยังจะใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแนวคำถามสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลหลักในลำดับต่อไป
2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก และการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่
 - 2.1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ประกอบด้วย คณะกรรมการกำกับทิศทางแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน และผู้เชี่ยวชาญในกลุ่มเครือข่าย (กลุ่มที่ทำงานร่วมกับอย่างใกล้ชิด) และกลุ่มพันธมิตร (กลุ่มที่ทำงานร่วมกันเฉพาะกิจ หรือร่วมกันทำงานในบางครั้งคราวตามแต่ละ

ประเด็น) ของ สสย. ซึ่งมีทั้งเครือข่ายเชิงวิชาการและเชิงการปฏิบัติ โดย สัมภาษณ์เจาะลึกในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ทิศทางการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนไทย รวมทั้งแนวทางการขับเคลื่อน สสย. ในอนาคต ผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวนรวม 21 คน (รายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลักโปรดดูในบทที่ 5 สรุปผลการวิจัยแนวทางการขับเคลื่อนแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนในอนาคต ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ หน้า 58 - 59) นอกจากนี้ เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจะนำไปใช้ประกอบในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อถามความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในกลุ่มผู้ปฏิบัติในลำดับต่อไป

- 2.2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กับ สสย. ประกอบด้วย ผู้ปฏิบัติงานในกลุ่มเครือข่าย สสย. ทั้งเครือข่ายเชิงวิชาการและเชิงการปฏิบัติ โดยการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนรวม 39 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ใน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ประกอบด้วย กลุ่มคณะทำงาน สสย. กลุ่มคณะกรรมการกำกับทิศทางแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนและกลุ่มเครือข่าย สสย.

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มคณะกรรมการกำกับทิศทางแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในเครือข่าย สสย. โดยมีประเด็นคำถามเกี่ยวกับการทบทวนการดำเนินงานและแนวทางการขับเคลื่อนสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนในอนาคตใน 8 ประเด็น คือ

1. แนวทางการขับเคลื่อนระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน
 - 1.1) ภาพรวม
 - 1.2) การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์

- 1.3) การเพิ่มความหลากหลายในเนื้อหา
- 1.4) การสร้างความรับผิดชอบของฝ่ายต่างๆ
2. บทบาทขององค์ประกอบการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ประเด็นสื่อสำหรับเด็ก
 - 2.1) ผู้ส่งสาร (Sender)
 - 2.2) สาร (Message)
 - 2.3) ช่องทางการสื่อสาร (Channel)
 - 2.4) ผู้รับสาร (Audience)

สำหรับแบบสอบถามในการวิจัยเชิงสำรวจนั้น จะจัดทำภายหลังจากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลหลักเรียบร้อยแล้ว มาจัดทำเป็นประเด็นสำหรับการสอบถามความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งประกอบด้วย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลและประสบการณ์ในการทำงาน จำนวน 6 ข้อ
2. ความคิดเห็นต่อแนวทางการขับเคลื่อนงานด้านสื่อสำหรับเด็กของ สสย. จำนวน 8 ข้อ
3. ความคิดเห็นต่อแนวทางการขับเคลื่อนงานด้านสื่อสำหรับเด็กโดยภาพรวม 40 ข้อ (โดยมีข้อย่อย 40 ข้อ)

เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลค่า

ตัวแปรด้านทัศนคติใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale ทั้งเชิงลบและเชิงบวก

	เชิงบวก
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

นำคำตอบที่ได้มาหาเฉลี่ยโดยมีเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระดับ	4.21 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมาก
ค่าเฉลี่ยระดับ	3.41 – 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับค่อนข้างมาก

ค่าเฉลี่ยระดับ	2.61 – 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระดับ	1.81 – 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับค่อนข้างน้อย
ค่าเฉลี่ยระดับ	1.00 – 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อย

ความเชื่อถือได้ของข้อมูล

ผู้วิจัยจะทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ และข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity)

การเก็บข้อมูลทั้งแบบการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบกับแนวคิด ทฤษฎีและผู้เชี่ยวชาญ นอกจากนี้ในการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงลึก เนื่องจากผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยตนเอง จึงได้เพิ่มการตรวจสอบความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (Face Validity) ซึ่งในระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึกได้มีการตรวจสอบข้อมูล และความเข้าใจในข้อคำถามและคำตอบกับผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นระยะๆ นอกจากนี้ในกรณีที่เก็บข้อมูลโดยผู้ช่วยวิจัย ผู้วิจัยได้มีการอบรมผู้ช่วยวิจัยและซักซ้อมความเข้าใจ รวมทั้งผู้วิจัยยังได้เข้าร่วมสังเกตการณ์การสัมภาษณ์ของผู้ช่วยวิจัย ในการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มแรกๆ เพื่อให้แน่ใจว่าผู้ช่วยวิจัยสามารถตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลด้วยตนเองได้ ดังนั้น จึงไม่น่าจะมีปัญหาในเรื่องของความเที่ยงตรงของข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ สำหรับในการวิจัยเชิงสำรวจนั้น จะตรวจสอบความเที่ยงตรงกับคำตอบของผู้ให้ข้อมูลหลัก ร่วมกับการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ

2. ความเชื่อมั่น (Reliability)

ความเชื่อมั่นสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลระหว่างผู้ให้ข้อมูลหลัก และตรวจสอบข้อมูลย้อนกลับกับผู้ให้ข้อมูลหลักเอง รวมทั้งการตรวจสอบร่วมกับเอกสารต่างๆ ส่วนในการวิจัยเชิงสำรวจตรวจสอบความเชื่อมั่นโดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทำการทดสอบ (Pre-test) จำนวน 20 ชุด และนำผลที่ได้มาคำนวณทดสอบระดับค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยอาศัยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbrach หากค่าที่ได้สูงกว่า 0.7 ถือว่ามีความน่าเชื่อถือเพียงพอในการใช้เป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล ทั้งนี้ ผลการทดสอบระดับค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือในครั้งนี้ได้เท่ากับ 0.913 ซึ่งถือว่ามีระดับความน่าเชื่อถือมาก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ แบ่งวิธีการเก็บข้อมูลได้ตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมเอกสารและข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาพรวมการขับเคลื่อนสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและเยาวชนไทย ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจะเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์และหนังสือพิมพ์ไทยรายวันฉบับย้อนหลังระหว่างปี พ.ศ. 2549 - 2554 รวมทั้งเอกสารของหน่วยงาน สสย. เว็บไซต์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อรวบรวมประเด็นการเคลื่อนไหวเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนไทย และเครือข่ายที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนทางสังคม
2. การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยจะทำภายหลังการวิจัยเอกสารแล้วเสร็จ เพื่อรวบรวมความคิดเห็นเป็นข้อเสนอแนะ แนวทางการเคลื่อนไหวทางสังคมของ สสย. ในอนาคต และนำไปใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบสอบถามในลำดับต่อไป
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเก็บจากผู้ปฏิบัติงานที่เป็นเครือข่าย สสย. ทั้งเครือข่ายเชิงวิชาการและเครือข่ายเชิงปฏิบัติ ซึ่งเข้าร่วมประชุมในโครงการ "รวมเป็นหนึ่ง : กิ่งทศวรรษสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน" ระหว่างวันที่ 17 - 18 ตุลาคม 2555 ณ บูรีธารวีรีสอร์ท แอน สปา กรุงเทพฯ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 39 คน

หลังการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิจัยเชิงสำรวจแล้วเสร็จ ผู้วิจัยจะนำผลที่ได้มาวิเคราะห์แจกแจง จัดลำดับและหมวดหมู่ของข้อมูลเพื่อนำเสนอสิ่งที่ค้นพบ จากนั้นจะสังเคราะห์ข้อมูลและความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อเป็นข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งการวิจัยเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึก จะใช้กรอบในการวิเคราะห์จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง มานำเสนอในเชิงพรรณนา (Descriptive Method) และนำเสนอข้อมูลในตาราง เพื่ออธิบายความสอดคล้องและแตกต่างกันระหว่างความคิดเห็นของผู้ข้อมูลหลักกลุ่มต่างๆ

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมาแล้ว ก็นำแบบสอบถามนั้นมาทำการลงรหัส (Coding) แล้วจึงนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่อง

คอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยเชิงสังคมศาสตร์ (SPSS for Windows) จากนั้นนำเสนอในเชิงพรรณนา (Descriptive Method) และนำเสนอข้อมูลในตารางเพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็กในภาพรวม

การนำเสนอข้อมูล

- ผลการวิจัยในครั้งนี้ จะนำเสนอข้อมูลตามลำดับ โดยแบ่งออกเป็นบทต่างๆ ดังนี้
- ผลการวิจัยในครั้งนี้ จะนำเสนอข้อมูลตามลำดับ โดยแบ่งออกเป็นบทต่างๆ ดังนี้
- บทที่ 1 บทนำ ระบุถึงที่มาและความสำคัญของปัญหาในการวิจัย ปัญหาที่นำวิจัย วัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย ข้อตกลงเบื้องต้น นิยามศัพท์ และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย
 - บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย
 - บทที่ 4 ผลการวิจัยเอกสาร : ภาพรวมของการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2549 – 2553
 - บทที่ 5 ผลการวิจัยการสัมภาษณ์เชิงลึก : แนวทางการขับเคลื่อนของแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนในอนาคตในความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
 - บทที่ 6 ผลการวิจัยเชิงสำรวจ : แนวทางการขับเคลื่อนของแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนในอนาคตในความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงาน
 - บทที่ 7 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทที่ 4

ผลการวิจัยเอกสาร : ภาพรวมของการเคลื่อนไหวทางสังคม เกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2549 – 2553

ในบทที่ 4 นี้จะเป็นการนำเสนอผลการวิจัยภาพรวมของการขับเคลื่อนสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและเยาวชนไทย ทั้งในเชิงประเด็นสำคัญของการขับเคลื่อน และในเชิงองค์กรที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนทางสังคมเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน โดยเก็บข้อมูลจากเอกสารและเว็บไซต์ของหน่วยงาน สสย. รวมทั้งหนังสือพิมพ์รายวันระหว่างปี พ.ศ. 2549 – 2554 อันประกอบไปด้วยหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มติชน และกรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 1 มกราคม 2549 – 31 สิงหาคม 2554 ระยะเวลารวม 2,069 วัน (ประมาณ 6 ปี) โดยมีหนังสือพิมพ์จำนวน 6,207 ฉบับ

การนำเสนอผลการวิจัย จะนำเสนอผลการวิจัยเอกสารประเภทหนังสือพิมพ์ เอกสาร หนังสือ งานวิจัย โครงการ และเว็บไซต์ตามลำดับ รายละเอียดสามารถดูได้จากภาคผนวกที่ 1 – 3 หน้า 251 – 412 โดยสาระสำคัญสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ประเด็นของการขับเคลื่อนสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและเยาวชนไทยจากหนังสือพิมพ์รายวัน

ปี 2549

ในช่วงครึ่งปีแรก พบว่า เนื้อหาที่นำเสนอในสื่อส่วนใหญ่มีประเด็น คือ ภาคประชาสังคม แสดงบทบาทในการหยิบยกประเด็นปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ ซึ่งสร้างผลกระทบต่อเด็กและเยาวชน รวมทั้งการนำเสนอแนวทางในการแก้ปัญหาดังกล่าว โดยเฉพาะประเด็นปัญหาสื่อลามกอนาจาร ขณะที่รัฐบาลเองก็ได้แสดงให้เห็นว่า รัฐบาลมีความใส่ใจในปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างมากและยังได้มีการออกมาตรการต่างๆ เพื่อป้องปรามสื่อที่สร้างผลกระทบต่อเด็ก เยาวชน และประชาชน

ในช่วงครึ่งปีหลัง พบว่า เนื้อหาที่ได้รับการนำเสนอมาก คือ การนำเสนอปัญหาเด็กและเยาวชนใช้สื่อไม่เหมาะสม โดยเน้นที่สื่ออินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น การใช้เพื่อสนทนา (Chat) การใช้แคมฟ็อกซ์ (CamFrog) การใช้เพื่อดูเนื้อหาลามกอนาจาร และการเล่นเกมส์ในสื่อ

อินเทอร์เน็ต ส่วนในสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่พบปัญหาการใช้เพื่อแอบถ่ายคลิปโป๊แล้วนำไปเผยแพร่ในวงกว้าง และปัญหาการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่พูดคุยกับคนแปลกหน้า จนถูกล่อลวง และตกเป็นเหยื่ออาชญากรรม ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพยายามสะท้อนปัญหา เดือนกุมภาพันธ์และเสนอมาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหา

หากจำแนกตามประเด็นที่นำเสนอในปี 2549 พบว่า หนังสือพิมพ์รายวันให้น้ำหนักกับการนำเสนอประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) ประเด็นเด็กติดเกม 2) นโยบายสื่อสร้างสรรค์สำหรับเยาวชน 3) ความรุนแรงในสื่อ 4) ปัญหาการจัดการสื่อลามกอนาจาร โดยเฉพาะคลิปโป๊ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ และเว็บไซต์ 5) การเฝ้าระวังสื่อเพื่อเยาวชน 6) สถิติ ปัญหาและการส่งเสริมการอ่านแก่เยาวชน 7) พฤติกรรมการใช้สื่อของเยาวชน ส่วนใหญ่ใช้สื่อโทรทัศน์ และ 8) การระดมทุนจัดตั้งกองทุนสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กและครอบครัว

ปี 2550

การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเด็กและเยาวชนในตลอดปี 2550 นี้ ทั้งครึ่งปีแรกและครึ่งปีหลังมีลักษณะร่วมกัน คือ ยังคงเป็นประเด็นเรื่องสื่อกับเนื้อหาลามกอนาจาร การมีเพศสัมพันธ์ และการแต่งกายวาทวิว ซึ่งภาคประชาสังคมแสดงความเป็นห่วงว่าเนื้อหาดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อเด็กและเยาวชน นอกจากนี้ ยังปรากฏการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของภาครัฐในการผลักดันกฎหมายและมาตรการต่างๆ เพื่อปกป้องเยาวชนจากการเสพสื่อที่ไม่เหมาะสม เช่น มาตรการจัดระดับความเหมาะสมเนื้อหารายการ (Rating) การควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และขนมขบเคี้ยว รวมทั้งมีการเสนอผลการวิจัยเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนอีกด้วย

หากจำแนกตามประเด็นที่นำเสนอในปี 2550 พบว่า หนังสือพิมพ์รายวันให้น้ำหนักกับการนำเสนอประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) ปัญหาและการจัดการสื่อลามก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อเว็บไซต์ คลิปจากโทรศัพท์เคลื่อนที่และหนังสือการ์ตูน 2) การกำจัดสื่อร้าย ขยายสื่อดี 3) ปัญหาและการจัดการการเสพสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชน เช่น การใช้โปรแกรมแคมฟอกซ์ เว็บไซต์ลามก และติดเกม 4) นโยบายการควบคุมโฆษณาสำหรับเยาวชน เช่น โฆษณาขนมขบเคี้ยว โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โฆษณานูทรี และโฆษณาที่เข้าข่ายผิดศีลธรรม 5) การจัดเรตติ้งรายการโทรทัศน์เพื่อคุ้มครองเยาวชน 6) การรณรงค์ให้เด็กรักการอ่าน 7) การรณรงค์สัปดาห์ปิดโทรทัศน์ เพื่อสร้างวินัยในการใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ และ 8) การใช้สื่อภาพยนตร์สั้น เพื่อกระตุ้นจินตนาการ และการถ่ายทอดความคิดของเด็ก

ปี 2551

เนื้อหาข่าวที่หนังสือพิมพ์นำเสนอในครั้งปีแรกส่วนใหญ่ เป็นการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในสื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะการนำเสนอเนื้อหาที่มีความรุนแรงและเพศ เช่น การนำเสนอข่าวเด็กนักเรียนหญิงตบกัน ละครสงครามนางฟ้า และการนำเสนอภาพชายรักชาย ทั้งเกย์และชายแต่งหญิงที่เป็นคนมีชื่อเสียง ซึ่งมีความกังวลว่าเนื้อหาดังกล่าวจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของเยาวชน นอกจากนี้ ยังมีการนำเสนอผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อของเยาวชน และผลวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อโดยเฉพาะโทรทัศน์ว่ามีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของเยาวชนในปัจจุบัน

ส่วนครึ่งปีหลังข่าวในหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ จะประกอบด้วยข่าวเกี่ยวกับเยาวชนกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ตลอดจนการรณรงค์ให้เยาวชนรักการอ่านหนังสืออีกด้วย

หากจำแนกตามประเด็นที่นำเสนอในปี 2551 พบว่า หนังสือพิมพ์รายวันให้น้ำหนักกับการนำเสนอประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) อิทธิพลของสื่อ ได้แก่ ละครโทรทัศน์เรื่อง "สวรรค์เบี่ยง" และ "สงครามนางฟ้า" ข่าวและภาพยนตร์ ต่อพฤติกรรมเด็กและเยาวชน ทั้งในด้านที่ดีและด้านที่ไม่เหมาะสม 2) ปัญหาและการจัดการclipลามกอนาจารและความรุนแรง 3) ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาวัยรุ่นกับการเสพสื่ออินเทอร์เน็ตที่ก่อให้เกิดปัญหา เช่น ดิดเกม การสนทนากับคนแปลกและถูกล่อลวง การดูเว็บไซต์ลามกอนาจาร และความรุนแรง (ฆ่าตัวตาย) ที่อาจทำให้เยาวชนเลียนแบบพฤติกรรม และเกิดปัญหาอาชญากรรม 4) การรณรงค์และกระตุ้นให้เยาวชนรักการอ่าน และ 5) การเปิดพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ การเฝ้าระวังสื่อเพื่อเด็กและครอบครัว

ปี 2552

ครึ่งปีแรกข่าวที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ ได้แก่ ประเด็นเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีทั้งคุณประโยชน์และโทษต่อเยาวชน แต่เนื่องด้วยโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย และเนื้อหาปัจจุบันมักเต็มไปด้วยความรุนแรงและการยั่วเย้าทางเพศ เช่น ข่าวตบตีของเด็กนักเรียนหญิง ละครเมียหลวง ฯลฯ ทำให้เยาวชนเกิดพฤติกรรมเลียนแบบได้ง่าย นอกจากนี้ เยาวชนเองยังมีการใช้สื่อออนไลน์ในทางที่ผิด เช่น เสพติดสื่ออินเทอร์เน็ต ดิดเกม ดูเว็บไซต์ลามก และถูกล่อลวง

สำหรับครึ่งปีหลัง เนื้อหาส่วนใหญ่ในหนังสือพิมพ์นำเสนอข่าวเกี่ยวกับการใช้สื่อหลากหลายของนักเคลื่อนไหวทางสังคมเพื่อเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความรู้แก่เยาวชน เช่น หนังสือ ละคร ภาพยนตร์ นิทาน เกม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเว็บไซต์

หากจำแนกตามประเด็นที่นำเสนอในปี 2552 พบว่า หนังสือพิมพ์รายวันให้น้ำหนักกับการนำเสนอประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) ความรุนแรงในสื่อ 2) การรณรงค์ร้านเกมสีขาว 3) การเสพสื่ออินเทอร์เน็ตของเยาวชน 4) ปัญหาเรื่องเพศและลามกอนาจารในสื่อ 5) การเฝ้าระวังสื่อสำหรับเยาวชน 6) อิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ 7) การรณรงค์สื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว 8) การรณรงค์และกระตุ้นให้เยาวชนรักการอ่าน

ปี 2553

อิทธิพลของสื่อโดยเฉพาะในด้านที่ไม่พึงประสงค์และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้สื่อใหม่เป็นประเด็นหลักที่หนังสือพิมพ์นำเสนอข่าวในช่วงครึ่งปีแรก โดยรายงานถึงพฤติกรรมการเสพสื่ออินเทอร์เน็ตและอิทธิพลจากสื่อดังกล่าว ทำให้เยาวชนมีพฤติกรรมก้าวร้าวและเสี่ยงต่อการถูกล่อลวง รวมถึงนำเสนอเนื้อหาข่าวอาชญากรรมที่เกิดจากอินเทอร์เน็ต เช่น การล่อลวงทางเพศ การพนัน และการติดเกม

ครึ่งปีหลัง เนื้อหาหลักที่นำเสนอในข่าวของหนังสือพิมพ์รายวัน ยังคงเป็นประเด็นผลกระทบของสื่อ โดยพบการนำเสนอสื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ ละครโทรทัศน์มีจากความรุนแรง เช่น ตบตี อันเป็นตัวอย่างที่ไม่เหมาะสมแก่เยาวชน อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดปัญหาทางสังคม เช่น การติดเกม การพนัน การล่อลวง การฆ่าตัวตาย การดูหนังโป๊ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในครึ่งปีหลังนี้เริ่มมีการนำเสนอแง่มุมใหม่ กล่าวคือ มีการใช้สื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตในเชิงสร้างสรรค์ เช่น ใช้ละครเป็นเครื่องมือในการจูงใจเยาวชนให้ร่วมกันเรียนรู้และกระตุ้นจิตสำนึกที่ดีต่อสังคม รวมทั้งการประยุกต์ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อให้เกิดผลดีต่อเยาวชน

หากจำแนกตามประเด็นที่นำเสนอในปี 2553 พบว่า หนังสือพิมพ์รายวันให้น้ำหนักกับการนำเสนอประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) ภัยจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อเยาวชน เช่น การติดเกม การถูกล่อลวง การถูกข่มขู่ การดูคลิปโป๊ คลิปที่มีความรุนแรง และการพนัน 2) การเสพติดสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่น ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และไฮไฟว์ 3) วัยรุ่นกับความเสี่ยงในวันวาเลนไทน์ 4) พฤติกรรมกรณีเพศสัมพันธ์ของเยาวชน 5) ความสนใจเรื่องลามกอนาจารของเยาวชน 6)

การควบคุมร้านอินเทอร์เน็ต การสนับสนุนร้านเกมสีขาว 7) การเฝ้าระวังสื่อสำหรับเยาวชน 8) อิทธิพลของละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ต่อเยาวชน 9) ความรุนแรงในสื่อ เช่น ฉากโป๊ ช่มชู้ เนื้อหาลามก ส่อลวง ทำร้ายร่างกาย การด่าทอ การดื่มแอลกอฮอล์ และการพนัน 10) การจัดเรตติ้งในสื่อโทรทัศน์

ปี 2554

สำหรับครึ่งปีแรกเนื้อหาข่าวในหนังสือพิมพ์ให้น้ำหนักไปที่การวิพากษ์พฤติกรรมของตัวละคร "เรยา" ในละครโทรทัศน์ช่อง 3 เรื่อง "ดอกส้มสีทอง" และความห่วงใยภาพความรุนแรงและพฤติกรรมไม่เหมาะสมจะส่งผลกระทบต่อเด็กและเยาวชน นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์นำเสนอพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้วย

เนื้อหาส่วนใหญ่ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ สำหรับเดือนกรกฎาคมและสิงหาคม มี 3 ประเด็นสำคัญ ประกอบด้วย หนึ่ง) การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในทางที่ผิด เช่น ดูภาพและคลิปโป๊ เล่นเกม สอง) การวิเคราะห์อิทธิพลของภาพยนตร์ และละครในสื่อโทรทัศน์ สาม) นโยบายการแจกแท็บเล็ต (Tablet) แก่เด็กนักเรียนของรัฐบาลปัจจุบัน

หากจำแนกตามประเด็นที่นำเสนอในปี 2554 พบว่า หนังสือพิมพ์รายวันให้น้ำหนักกับการนำเสนอประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) ละครโทรทัศน์เรื่อง "ดอกส้มสีทอง" 2) การพนันบอล 3) การรู้เท่าทันสื่อ 4) การวิพากษ์นโยบายแจกแท็บเล็ตให้นักเรียนของรัฐบาล 5) พฤติกรรมการเสฟสื่ออินเทอร์เน็ตและผลกระทบ เช่น ติดเกม ติดเครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บโป๊ การพนัน และความเสื่อมถอยของค่านิยมและวัฒนธรรมไทย 6) การเฝ้าระวังสื่อสำหรับเยาวชน 7) คลื่นสีขาว หรือสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว

2. ประเด็นของการขับเคลื่อนสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและเยาวชนไทยจากเอกสารหนังสือ งานวิจัยและโครงการ ของ สสย

ปี 2548

เนื้อหาในปีนี้เป็นเนื้อหาที่นำเสนอในรูปแบบงานวิจัย โดยมีประเด็นที่สำคัญ 2 ประเด็น คือ การเรียกร้องให้ภาครัฐเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมสนับสนุนสื่อสำหรับเด็กอย่างจริงจัง เนื่องจากรายการวิทยุและนิตยสารสำหรับเด็กยังมีอยู่น้อย ทั้งนี้เกิดจากแรงกดดันทางด้านโฆษณา

ส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการผลิตสื่อสำหรับเด็ก ซึ่งรูปแบบสื่อสำหรับเด็กที่พึงประสงค์ ได้แก่ การให้เด็กเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ เพื่อให้เป็น "สื่อของเด็ก สื่อโดยเด็ก และสื่อเพื่อเด็ก" นอกจากนี้จะเป็นประเด็นเกี่ยวกับการศึกษาการเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพของสังคม

หากจำแนกตามประเด็นที่พบในเอกสารต่างๆ ของ สสย. ในปี 2548 พบว่า สสย. ให้นำหนักกับการนำเสนอประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) การผลิตสื่อสำหรับเด็ก และ 2) การเฝ้าระวังสื่อ

ปี 2549

ในปีนี้นักงานจะมีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งที่เป็นหนังสือ งานวิจัย และโครงการ โดยงานประเภทหนังสือจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อเด็กและเยาวชนมากที่สุด ผู้ปกครองจึงเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการที่จะช่วยจัดสรรเวลาสำหรับดูรายการโทรทัศน์ เลือกสรรรายการที่เหมาะสมกับวัยของเด็ก รวมถึงการแนะนำช่วยเด็กในการแยกแยะ คิด วิเคราะห์ และไตร่ตรองการรับชมรายการต่างๆ อีกด้วย ส่วนงานวิจัยในปีนี้เป็นการศึกษาวิจัยการละครโทรทัศน์สำหรับเด็ก ซึ่งพบว่ามีทั้งสิ้น 62 รายการ โดยช่องที่มีรายการสำหรับเด็กมากที่สุด คือ ช่อง 7 ส่วนใหญ่เป็นรายการการ์ตูนที่มีเนื้อหามาจากต่างประเทศ

สำหรับโครงการในปี 2549 มีโครงการที่สำคัญอยู่ 5 โครงการ ประกอบด้วย โครงการพัฒนาศักยภาพแกนนำครูและนักเรียนในการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต โครงการระดมความคิดเห็นเวทีวิชาการในงานมหกรรมเยาวชน 60 ปี 60 ล้านความดีเริ่มที่เยาวชน โครงการสร้างสรรค์แนวทางการพัฒนาสื่อสารการแสดงผลวัฒนธรรมเพื่อเด็กและเยาวชนและครอบครัว โครงการสร้างเครือข่ายเยาวชนในการสร้างชุมชนและสื่อพื้นบ้านของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และโครงการศึกษาเอกลักษณ์การสร้างผลงานที่สัมพันธ์กับบริบททางวัฒนธรรม ลักษณะของสื่อและลักษณะเฉพาะตัวของฮายาโอะ มียาซากิ

หากจำแนกตามประเด็นที่พบในเอกสารต่างๆ ของ สสย. ในปี 2549 พบว่า สสย. ให้นำหนักกับการนำเสนอประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) การพัฒนาสื่อ 2) การรู้เท่าทันสื่อ 3) สื่อโทรทัศน์กับเด็ก 4) สื่อพื้นบ้านและสื่อวัฒนธรรม และ 5) สื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก

ปี 2550

ในปี 2550 ยังคงมีเนื้อหาหลากหลายรูปแบบเช่นเดียวกับปี 2549 คือ หนังสือ งานวิจัย และโครงการ โดยหนังสือมีเนื้อหาที่สำคัญ 2 ประเด็น คือ หนังสือมุ่งพัฒนานักสื่อสารรักการอ่านด้วยเทคนิคการละครเพื่อส่งเสริมการอ่านที่เรียกว่า "Readers Theatre (RT)" ซึ่งดึงดูดความสนใจ

ของเด็กและเยาวชนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังสามารถถ่ายทอดเพื่อพัฒนาให้เด็กและเยาวชน กลายเป็นนักสื่อสารรักการอ่านต่อไป นอกจากนี้ยังมีหนังสือที่มุ่งพัฒนาช่องทางให้สื่อที่ดีได้เผยแพร่ พัฒนาศักยภาพผู้ผลิต สนับสนุนการผลิตสื่อต้นแบบ สร้างกระแสสังคมและการมีส่วนร่วม เพื่อนำไปสู่การสร้างสุขภาวะของเยาวชน

ส่วนงานวิจัยในปี 2550 พบว่ามีอยู่ 2 ชิ้นที่สำคัญ ได้แก่ ผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การเปิดรับสื่อของเด็ก ซึ่งพบว่าเด็กไทยร้อยละ 91 ดูโทรทัศน์ทุกวันและมีการพบเห็นโฆษณาที่มี เนื้อหาไม่เหมาะสมกับเด็กขณะที่งานวิจัยอีกชิ้นหนึ่ง พบว่า พ่อแม่ส่วนใหญ่ร้อยละ 79 ดูโทรทัศน์ ร่วมกับลูก ด้วยเหตุผลที่ว่า เพื่อคอยชี้แนะสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสมให้กับลูก สร้างความอบอุ่นใน ครอบครัว ส่วนเหตุผลที่พ่อแม่ไม่ได้ดูโทรทัศน์กับลูกคือ ไม่มีเวลาและไม่ค่อยอยู่บ้านนั่นเอง

สำหรับโครงการที่ดำเนินงานในปี 2550 นั้น ประกอบด้วย โครงการเพื่อให้เด็กและเยาวชน รู้จักกระบวนการเรียนรู้ในการวิเคราะห์สื่ออย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้เด็กมีความรู้เท่าทันสื่อและมี ทักษะในการเฝ้าระวังสื่อ โครงการเพื่อให้เด็กเกิดการเรียนรู้และถอดความรู้ในการผลิตภาพยนตร์ สั้น ส่งเสริมให้ผู้ผลิตตระหนักและเข้าถึงการผลิตสื่อสำหรับเด็กอย่างจริงจัง โครงการผลิตและ เผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ "คู่มือพ่อแม่มือโปรดูโทรทัศน์กับลูก" เพื่อเป็นเครื่องมือสร้างแนวทางในการ พิจารณาจัดสรรเวลา และเลือกสรรรายการโทรทัศน์ให้เหมาะสมกับอายุของเด็ก โครงการบูรณา การสื่อ ทั้งโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หน่วยงานในราชการและเอกชน เพื่อประชาสัมพันธ์ รวมทั้ง เผยแพร่ค่านิยมรักการอ่าน

หากจำแนกตามประเด็นที่พบในเอกสารต่างๆ ของ สสย. ในปี 2550 พบว่า สสย. ให้ นำหนักกับการนำเสนอประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) การผลิตสื่อสำหรับเด็ก 2) การรู้เท่าทันสื่อ 3) การส่งเสริมการอ่านและการอ่านนิทาน 4) ความสัมพันธ์ในครอบครัว 5) รายการวิทยุสำหรับเด็ก 6) การสืบสานวัฒนธรรม 7) สื่อการละครและการแสดง 8) สื่อโทรทัศน์กับเด็ก 9) สื่อสร้างสรรค์ และสื่อดี

ปี 2551

เนื้อหาในปี 2551 มีงานทั้งหนังสือ งานวิจัย และโครงการเช่นเดียวกับปี 2549 และ 2551 หากแต่มีจำนวนชิ้นงานเพิ่มมากขึ้นในทุกประเภท โดยในหนังสือมี 3 เล่มสำคัญ คือ หนังสือ ส่งเสริมการอ่านให้น่าสนใจมากขึ้น หนังสือพัฒนาระบบการสร้างสรรค์สื่อและการเผยแพร่สื่อที่มี คุณภาพ และหนังสือพัฒนาทักษะชีวิตเยาวชนใน 5 ด้าน ประกอบด้วย การพัฒนาด้านความคิด

การรู้จักตนเองและเข้าใจผู้อื่น การจัดการและควบคุมอารมณ์ การสื่อสารและสร้างสัมพันธภาพ และการมีจิตใจเพื่อส่วนรวม ตามลำดับ งานด้านการวิจัยในปีนี้ พบว่ามีงานวิจัยมากขึ้น โดยผลการวิจัยหลักๆ ได้แก่ โทรทัศน์ทำให้เด็กทราบว่าคุณสมบัติคืออะไร ผู้ปกครองมีความเป็นห่วง ความรุนแรงในโลกความเป็นจริงมากกว่าความรุนแรงในจินตนาการ การวิเคราะห์ตลาดหนังสือ เด็กพบว่า แม้ว่าหนังสือเด็กจะมีออกสู่ตลาดอยู่เป็นระยะๆ แต่ผู้ปกครองต้องสนับสนุนให้เด็กอ่าน หนังสือที่ไม่ใช่หนังสือเรียนให้มากขึ้น การศึกษาสถานภาพของกระบวนการเรียนรู้ในกิจกรรมรู้เท่าทันสื่อ และการศึกษาสื่อโทรทัศน์พบว่า มีผลต่อเด็ก ทั้งด้านพฤติกรรม ทักษะคิด ความคิดและ ค่านิยมต่างๆ

ด้านโครงการที่ดำเนินในปีนี้ พบว่ามีจำนวนโครงการเพิ่มมากขึ้น โดยโครงการที่สำคัญ คือ โครงการส่งเสริมความรักความเข้าใจ และสร้างสายใยผูกพันให้แก่ครอบครัว โครงการส่งเสริม ทักษะ จินตนาการและเสริมสร้างสุขภาวะ โครงการส่งเสริมสาระบันเทิงให้เกิดการเรียนรู้และเรียนรู้เท่าทันสื่อ โครงการปลูกฝังนิสัยรักการอ่าน โครงการสนับสนุนรายการวิทยุที่มีเนื้อหาและรูปแบบ รายการที่เหมาะสมกับเด็ก เยาวชน และครอบครัว ให้สอดคล้องกับการเสริมสร้างสุขภาวะ โครงการกิจกรรมสร้างสรรค์สื่อดี การผลิตสื่อสร้างสรรค์ และโครงการจัดกิจกรรมการเล่านิทานใน รูปแบบต่างๆ

หากจำแนกตามประเด็นที่พบในเอกสารต่างๆ ของ สสย. ในปี 2551 พบว่า สสย. ให้นำหนักกับการนำเสนอประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) การพัฒนาทักษะชีวิตเยาวชนและพัฒนา ทางเลือกชีวิต 2) การรู้เท่าทันสื่อ 3) รายการวิทยุสำหรับเด็ก 4) การส่งเสริมการอ่านและการอ่าน นิทาน 5) สื่อโทรทัศน์กับเด็ก และ 6) สื่อสร้างสรรค์

ปี 2552

ในปีนี้อเนหาที่พบมีเพียง 2 รูปแบบเท่านั้น คือ หนังสือและโครงการ โดยแต่ละรูปแบบมี จำนวนเพิ่มมากขึ้นจากปีที่ผ่านมา สำหรับหนังสือมีจำนวนทั้งสิ้น 6 รายการ ซึ่งมีเนื้อหาที่สำคัญ ดังนี้ การส่งเสริมนิสัยรักการอ่านให้เด็ก การพัฒนาศักยภาพทางความคิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ ภาพยนตร์เป็นสื่อการเรียนรู้ที่สำคัญมาก จึงต้องมีการเลือกภาพยนตร์ที่เหมาะสมสอดคล้องกับ การเรียนรู้ของเด็ก รวมทั้งควรมีการเตรียมกิจกรรมก่อนดู ระหว่างดู และหลังจากดูภาพยนตร์แล้ว การผลักดันส่งเสริมให้มีช่วงเวลาออกอากาศและเนื้อหาของรายการที่เหมาะสมสำหรับเด็กให้เพิ่ม มากขึ้นในผังรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ พร้อมกับการใส่ใจดูแลการชมโทรทัศน์

ของเด็กอย่างใกล้ชิด การส่งเสริมการรายงานข่าวการเฝ้าระวังสื่อและผลิตสื่อสร้างสรรค์ให้มีจำนวนมากขึ้น การผลักดันให้เกิดการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์

โครงการที่สำคัญในปี 2552 มีดังนี้ โครงการปลูกฝังให้เยาวชนมีจิตสำนึกและส่งเสริมทักษะการรักการอ่านหนังสือหรือการเล่านิทาน โครงการเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์ให้กับเด็กและเยาวชน ได้ทำกิจกรรมที่ดี โครงการศึกษาถึงแนวทางในการจัดทำกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ โครงการส่งเสริมการทำสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน โครงการเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ โครงการส่งเสริมและพัฒนาการเรียนรู้เท่าทันสื่อ โครงการพัฒนารายการวิทยุชุมชนสำหรับเด็กและเยาวชน และโครงการสร้างสายใยความผูกพันให้แก่ครอบครัว

หากจำแนกตามประเด็นที่พบในเอกสารต่างๆ ของ สสย. ในปี 2552 พบว่า สสย. ให้น้ำหนักกับการนำเสนอประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) การคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ 2) การผลิตสื่อสำหรับเด็ก 3) การเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อและพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ 4) การรู้เท่าทันสื่อ 5) ความสัมพันธ์ในครอบครัว 6) รายการวิทยุสำหรับเด็ก 7) การส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ 8) การส่งเสริมการอ่านและการเล่านิทาน และ 9) สื่อโทรทัศน์และภาพยนตร์กับเด็ก

ปี 2553

จากเอกสารของหน่วยงานในปี 2553 พบว่า มีเอกสารจำนวนน้อยลงจากปีที่ผ่านมาอย่างมาก โดยพบว่ามีเอกสารเพียง 4 รายการเท่านั้น ประกอบด้วย เอกสารและหนังสือ ประเภทละ 1 รายการ และโครงการจำนวน 2 โครงการ ได้แก่ เอกสารการวางแผนเพื่อเพิ่มช่องทางและกลไกการเผยแพร่สื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็ก เยาวชน และครอบครัว หนังสือส่งเสริมการเฝ้าระวังสื่อและทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อ โครงการส่งเสริมการรักการอ่าน และโครงการส่งเสริมการเรียนรู้เท่าทันสื่อ

หากจำแนกตามประเด็นที่พบในเอกสารต่างๆ ของ สสย. ในปี 2553 พบว่า สสย. ให้น้ำหนักกับการนำเสนอประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) การเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ 2) การรู้เท่าทันสื่อ 3) การส่งเสริมการอ่าน และ 4) สื่อโทรทัศน์กับเด็ก

ปี 2554

ปี 2554 มีเอกสารที่เป็นหนังสือเพียงประเภทเดียว โดยมีเนื้อหาที่สำคัญ คือ การผลักดันให้เกิดกระบวนการรู้เท่าทันสื่อในมิติต่างๆ และการศึกษารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก

หากจำแนกตามประเด็นที่พบในเอกสารต่างๆ ของ สสย. ในปี 2554 พบว่า สสย. ให้นำหนักกับการนำเสนอประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) การรู้เท่าทันสื่อ และ 2) สื่อโทรทัศน์กับเด็ก

นอกจากนี้ยังพบหนังสือและงานวิจัยรวม 7 รายการที่ไม่ได้ระบุปี โดยหนังสือมีเนื้อหาเกี่ยวกับการสนับสนุนการสร้างพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ การปกป้องเด็กจากสื่อที่มีความรุนแรง ลามกอนาจาร และเป็นภัยแก่เด็ก การพัฒนาสื่อปลอดภัยและสื่อสร้างสรรค์ การส่งเสริมการรู้เท่าทันโฆษณาแฝง และการสนับสนุนการอ่านหนังสืออย่างสม่ำเสมอ ส่วนงานวิจัยมีเนื้อหาที่สำคัญประกอบด้วย การวิจัยเชิงสำรวจ “เด็กเท่าทัน สื่อสร้างสรรค์สื่อ” พบว่า เด็กสามารถจดจำภาพยนตร์โฆษณาได้ดีกว่าเนื้อหาของละคร และงานวิจัยศึกษาการจัดตั้งองค์กรอิสระเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคด้านสื่อ บทเรียนจากนานาประเทศ

หากจำแนกตามประเด็นที่พบในเอกสารต่างๆ ของ สสย. ที่ไม่ได้ระบุปี พบว่า สสย. ให้นำหนักกับการนำเสนอประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) การคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ 2) การผลิตสื่อสำหรับเด็ก 3) การรู้เท่าทันสื่อ 4) การส่งเสริมการอ่าน 5) สื่อสร้างสรรค์ 6) สื่อโทรทัศน์กับเด็ก

เป็นที่น่าสังเกตว่า จากเอกสาร หนังสือ งานวิจัย และโครงการต่างๆ ระหว่างปี 2548 – 2554 พบประเด็นสำคัญที่มักมีเนื้อหาอย่างสม่ำเสมอ 3 ประเด็น ได้แก่ การรู้เท่าทันสื่อ การเฝ้าระวังสื่อ และการสร้างสรรค์สื่อ

3. ประเด็นของการขับเคลื่อนสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและเยาวชนไทยจากการสำรวจเนื้อหาในเว็บไซต์

ปี 2548

เนื้อหาในปีนี้เป็นเนื้อหาที่เผยแพร่หลักใน 2 ส่วน ได้แก่ “เรื่องนี้ต้องขยาย” และ “ข่าวเด่นประเด็นเด็ก” โดยเนื้อหาใน “เรื่องนี้ต้องขยาย” มี 3 ประเด็นสำคัญ ประกอบด้วย โทรทัศน์สำหรับเด็ก การส่งเสริมการอ่าน และสื่อสร้างสรรค์ ส่วนเนื้อหาในส่วนของ “ข่าวเด่นประเด็นเด็ก” ประกอบด้วย การรู้เท่าทันสื่อ เกมคอมพิวเตอร์ โทรทัศน์สำหรับเด็ก เรื่องเกี่ยวกับเพศและลามกอนาจาร การส่งเสริมการอ่าน และสื่ออินเทอร์เน็ต

ปี 2549

ในปี 2549 มีเนื้อหาหลักที่เผยแพร่ใน 2 ส่วนเช่นเดียวกับปี 2548 โดย "เรื่องนี้ต้องขยาย" มีประเด็นที่สำคัญ 4 ประเด็น คือ เกมคอมพิวเตอร์ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก การส่งเสริมการอ่าน และสื่อสร้างสรรค์ ส่วน "ข่าวเด่นประเด็นเด็ก" มีประเด็นที่สำคัญ 5 ประเด็น ได้แก่ การรู้เท่าทันสื่อ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก สื่อช่วยยวหนทางเพศและลามกอนาจาร สื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็ก และสื่ออินเทอร์เน็ต

ปี 2550

สำหรับเนื้อหาหลักที่เผยแพร่ในปี 2550 นี้ยังคงมี 2 ส่วนเช่นปีก่อนๆ ซึ่ง "เรื่องนี้ต้องขยาย" มีประเด็นสำคัญ ได้แก่ การจัดระดับความเหมาะสมของรายการ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก การส่งเสริมการอ่าน และสื่อสร้างสรรค์ ส่วน "ข่าวเด่นประเด็นเด็ก" มีประเด็นสำคัญ คือ การรู้เท่าทันสื่อ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก สื่อช่วยยวหนทางเพศและลามกอนาจาร การส่งเสริมการอ่าน สื่อสร้างสรรค์และพื้นที่สร้างสรรค์ และสื่ออินเทอร์เน็ต

ปี 2551

ในปีนี้มีเนื้อหาหลักที่เผยแพร่มากถึง 6 ส่วน ประกอบด้วย "เรื่องนี้ต้องขยาย" มีประเด็นสำคัญ ได้แก่ การรู้เท่าทันสื่อ เกมคอมพิวเตอร์ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก สื่อสร้างสรรค์และพื้นที่สร้างสรรค์ ส่วน "ข่าวประกาศ" มีประเด็นสำคัญ คือ ความรุนแรงในสื่อ การส่งเสริมการอ่าน และสื่อสร้างสรรค์ ขณะที่ "E-news" มีประเด็นสำคัญ คือ การรู้เท่าทันสื่อ และสื่อสร้างสรรค์และพื้นที่สร้างสรรค์ "ข่าวเด่นประเด็นเด็ก" มีประเด็นสำคัญ ประกอบด้วย การรู้เท่าทันสื่อ เกมคอมพิวเตอร์ ความรุนแรงในสื่อ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก การส่งเสริมการอ่าน สื่อสร้างสรรค์และสื่อเพื่อเด็ก สื่อสร้างสรรค์และพื้นที่สร้างสรรค์ และสื่ออินเทอร์เน็ต "บทความ" มีประเด็นสำคัญ คือ การจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์ ความรุนแรงในสื่อ สื่อสร้างสรรค์และพื้นที่สร้างสรรค์ "สะกิดให้ดู" มีประเด็นสำคัญ คือ สื่ออินเทอร์เน็ต

ปี 2552

ประเด็นสำคัญที่นำเสนอในปีนี้มีเนื้อหาหลักที่เผยแพร่เท่ากับปีที่ผ่านมา กล่าวคือ มีเนื้อหาที่นำเสนอใน 6 ส่วน คือ "เรื่องนี้ต้องขยาย" มีประเด็นสำคัญ ได้แก่ ความรุนแรงในสื่อ พื้นที่สร้างสรรค์ และการส่งเสริมการอ่าน "ข่าวประกาศ" มีเนื้อหาสำคัญ ได้แก่ การจัดระดับความเหมาะสมของรายการ เกมคอมพิวเตอร์ ความรุนแรงในสื่อ การส่งเสริมการอ่าน และสื่อสร้างสรรค์ "E-news" มีเนื้อหาสำคัญ คือ การรู้เท่าทันสื่อ สื่อสร้างสรรค์และพื้นที่สร้างสรรค์ และการส่งเสริม

การอ่าน “ข่าวเด่นประเด็นเด็ก” มีเนื้อหาสำคัญ คือ การรู้เท่าทันสื่อ เกมคอมพิวเตอร์ ความรุนแรงในสื่อ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก การส่งเสริมการอ่าน สื่อสร้างสรรค์และพื้นที่สร้างสรรค์ สื่ออินเทอร์เน็ต “บทความ” มีเนื้อหาสำคัญ คือ เกมคอมพิวเตอร์ ความรุนแรงในสื่อ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก รายการวิทยุสำหรับเด็ก การส่งเสริมการอ่าน สื่อสร้างสรรค์และพื้นที่สร้างสรรค์ สื่ออินเทอร์เน็ต และ “สะกิดให้ดู” มีเนื้อหาสำคัญ คือ การส่งเสริมการอ่าน

ปี 2553

เช่นเดียวกับปีก่อนหน้านี้ คือ ปี 2551 – 2552 ที่มีประเด็นสำคัญในเนื้อหาหลักที่เผยแพร่ 6 รูปแบบ ดังต่อไปนี้ “เรื่องนี้ต้องขยาย” มีเนื้อหาสำคัญ คือ การจัดระดับความเหมาะสมของรายการ การรู้เท่าทันสื่อ รายการวิทยุสำหรับเด็ก การส่งเสริมการเล่น และสื่อสร้างสรรค์ “ข่าวประกาศ” มีเนื้อหาสำคัญ ได้แก่ เกมคอมพิวเตอร์ ความรุนแรงในสื่อ และสื่อสร้างสรรค์ “E-news” มีเนื้อหาสำคัญ คือ การรู้เท่าทันสื่อ “ข่าวเด่นประเด็นเด็ก” มีเนื้อหาสำคัญ คือ สื่อสร้างสรรค์และพื้นที่สร้างสรรค์ และสื่ออินเทอร์เน็ต “บทความ” มีเนื้อหาสำคัญ คือ การรู้เท่าทันสื่อ รายการวิทยุสำหรับเด็ก สื่อสร้างสรรค์และพื้นที่สร้างสรรค์ “สะกิดให้ดู” มีเนื้อหาสำคัญ ได้แก่ การรู้เท่าทันสื่อ รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก รายการวิทยุสำหรับเด็ก และการส่งเสริมการอ่าน

ปี 2554

ความหลากหลายของรูปแบบการนำเสนอในปี 2554 มีน้อยลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านๆ มา กล่าวคือ มี 4 รูปแบบนำเสนอเท่านั้น ได้แก่ “เรื่องนี้ต้องขยาย” ประกอบด้วยเนื้อหาสำคัญ คือ การรู้เท่าทันสื่อ ความรุนแรงในสื่อ และสื่อสร้างสรรค์ “ข่าวประกาศ” มีเนื้อหาสำคัญ คือ การรู้เท่าทันสื่อ “E-news” และ “ข่าวเด่นประเด็นเด็ก” มีเนื้อหาสำคัญเช่นเดียวกัน คือ สื่อสร้างสรรค์และพื้นที่สร้างสรรค์

นอกจากนี้ยังมีเนื้อหาที่ไม่สามารถระบุปีที่แน่นอนได้ จำนวน 2 ประเด็น ซึ่งเป็นเนื้อหาในส่วนของ การนำเสนอ “ข้อดีต่างแดน” ประกอบด้วย เนื้อหาเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและความรุนแรงในสื่อ

4. องค์กรที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนทางสังคมเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน

นับตั้งแต่ปี 2549 – 2554 รวมระยะเวลา รวม 6 ปี พบว่า องค์กรที่ทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนทางสังคมเกี่ยวกับประเด็นสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน มีรวม 736 หน่วยงาน (นับซ้ำ เช่น

สถานีวิทย์โทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นทั้งองค์กรสื่อและภาคธุรกิจ) ตามตารางที่แสดงข้างท้าย โดยหน่วยงานที่มีข่าวความเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด 3 กลุ่มแรก ได้แก่ กลุ่มสื่อมวลชน กลุ่มองค์กรเคลื่อนไหวทางสังคม (NGOs) และกลุ่มหน่วยงานของรัฐ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มหน่วยงานที่มีการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ไทยระหว่างปี 2549 – 2554

ที่	กลุ่มหน่วยงาน	จำนวน*	ร้อยละ
1.	สื่อมวลชน (รวมทั้งคอลัมนิสต์ และองค์กรวิชาชีพสื่อ)	154	20.92
2.	องค์กรเคลื่อนไหวทางสังคม (NGOs)	153	20.79
3.	หน่วยงานของรัฐ (รวมทั้งองค์การมหาชน)	131	17.80
4.	องค์กรภาคธุรกิจ	125	16.98
5.	องค์กรต่างประเทศ (รวมทั้งองค์กรระหว่างประเทศ)	90	12.23
6.	สถาบันการศึกษา (รวมทั้งครู อาจารย์ นักเรียน นิสิต นักศึกษา)	62	8.42
7.	อื่นๆ	13	1.77
8.	องค์กรทางศาสนา	8	1.09
	รวม	736	100.00

*นับซ้ำในบางกลุ่ม เช่น สถานีวิทย์โทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 หรือช่อง 9 การ์ตูน เป็นทั้งสื่อมวลชนและองค์กรภาคธุรกิจ หรือองค์การกองทุนสงเคราะห์เด็กแห่งสหประชาชาติ (ยูนิเซฟ) ประจำประเทศไทย เป็นทั้งองค์กรเคลื่อนไหวทางสังคม และองค์กรระหว่างประเทศ เป็นต้น

ตารางที่ 4.2 แสดงรายชื่อองค์กรที่ เป็นผู้สร้างข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน
โดยจำแนกเป็นรายปี (ตั้งแต่ปี 2549-2554)

ปี	อันดับที่	องค์กร	จำนวน ข่าว (ชิ้น)
2549	1	กระทรวงวัฒนธรรม (วธ.)	19
	2	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)	14
	3	มติชน	12
2550	1	กระทรวงวัฒนธรรม (วธ.)	31
	2	กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์	20
	3	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	13
2551	1	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ	10
	1	ไทยรัฐ	10
	2	กระทรวงวัฒนธรรม (วธ.)	9
	3	แจ้จจริมจจ (ผู้เขียน)	8
2552	1	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)	11
	2	กระทรวงวัฒนธรรม (วธ.)	10
	3	แจ้จจริมจจ (ผู้เขียน)	7
2553	1	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.)	19
	2	แจ้จจริมจจ (ผู้เขียน)	15
	3	องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO)	5
	3	องค์การพิพิธภัณฑทิวทยาาสตร์แห่งชาติ"(อพวช.)	5
2554	1	กระทรวงวัฒนธรรม (วธ.)	17
	2	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.)	7
	3	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	6

องค์กรที่ เป็นผู้สร้างข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน เมื่อจำแนกเป็นรายปี (ตั้งแต่ปี 2549-2554) พบว่า กระทรวงวัฒนธรรม และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) มักมีรายชื่อติดอยู่ใน 3 อันดับแรกเสมอๆ

ตารางที่ 4.3 แสดงรายชื่อองค์กรที่เป็นผู้สร้างข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน 10 อันดับแรก
ตั้งแต่ปี 2549 – 2554

อันดับที่	องค์กร	จำนวน ข่าว (ชิ้น)
1	กระทรวงวัฒนธรรม	101
2	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)	78
3	กระทรวงศึกษาธิการ	37
4	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	37
5	กระทรวงการพัฒนาลังคมและความมั่นคงของมนุษย์	33
6	แจ๊วริมจ่อ (คอลัมนิสต์ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ)	33
7	มติชน	32
8	กระทรวงสาธารณสุข	31
9	กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที)	25
10	ไทยรัฐ	22

เมื่อจัดอันดับองค์กรที่เป็นผู้สร้างข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน ตั้งแต่ปี 2549 – 2554 พบว่า กระทรวงวัฒนธรรม มีบทบาทมากที่สุด คือ มีข่าวปรากฏในสื่อ จำนวน 101 ชิ้น รองลงมา คือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) จำนวน 78 ชิ้น และ กระทรวงศึกษาธิการ จำนวน 37 ชิ้น ตามลำดับ

บทที่ 5

ผลการวิจัยการสัมภาษณ์เชิงลึก : ทิศทางการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านสื่อ เพื่อเด็กและเยาวชนไทย และแนวทางการขับเคลื่อน สสย. ในอนาคต

ผลการวิจัยทิศทางการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนในภาพรวม และแนวทางการขับเคลื่อน สสย. ในอนาคต ด้วยเทคนิคการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพแบบสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้เชี่ยวชาญจำนวนรวม 21 คน ประกอบด้วย คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน และผู้เชี่ยวชาญในกลุ่มเครือข่าย (กลุ่มที่ทำงานร่วมกับอย่างใกล้ชิด) และกลุ่มพันธมิตร (กลุ่มที่ทำงานร่วมกันเฉพาะกิจ หรือร่วมกันทำงานในบางครั้งคราวตามแต่ละประเด็น) ของ สสย. ซึ่งมีทั้งเครือข่ายเชิงวิชาการและเชิงการปฏิบัติ โดยมีรายชื่อดังต่อไปนี้

1. คณะกรรมการกำกับทิศทางฯ (7 คน)

1) นพ.ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์

กลุ่มที่ปรึกษาสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

2) นายมานิจ สุขสมจิตร

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

3) รศ.ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์

นักวิชาการสื่อสารมวลชนอิสระ

4) รศ.ดร. ประภาภัทร นิยม

สถาบันอาศรมศิลป์ และโรงเรียนรุ่งอรุณ

5) นายชัชวาลย์ ทองดีเลิศ

อาจารย์

6) รศ.ดร.วิลาสินี อดุลยานนท์

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ

7) นางสาวเข็มพร วิรุณราพันธ์

คณะกรรมการกำกับทิศทางแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน และ

คณะกรรมการบริหารแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน

2. คณะกรรมการบริหารแผน (2 คน)

- 8) รศ.ดร.โคทม อารียา
ศูนย์ศึกษาและพัฒนาสันติวิธี มหาวิทยาลัยมหิดล
- 9) รศ.ทิวพันธ์ อนวัชศิริวงศ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. ผู้เชี่ยวชาญในกลุ่มเครือข่าย สสย. (6 คน)

- 10) นายมนัส หามาลา
ทีมประเมินภายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสร้างสุขภาวะเยาวชน
- 11) นางศรีดา ตันทะอธิพานิช
ผู้จัดการมูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย
- 12) นางอัญญาอร พานิชพิงรัก
ผู้จัดการเครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ
- 13) นายอิฐบูรณ์ อ้นวงศา
โครงการกลไกคุ้มครองผู้บริโภคสื่อภาคประชาชน มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค
- 14) นายวรพจน์ ไอสถาภิรัตน์
เครือข่ายพื้นที่สร้างสรรค์ "พื้นที่นี้ดีจัง" (กลุ่มดินสอสี)
- 15) นายนิมิตร พิพิธกุล
ศิลปินพื้นบ้าน

4. ผู้เชี่ยวชาญในกลุ่มพันธมิตรกับ สสย. (6 คน)

- 16) น.ส.สุภิญญา กลางณรงค์
กรรมการในคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.)
- 17) พญ.พรรณพิมล วิปุลากร
ผู้อำนวยการสถาบันราชานุกูล กรมสุขภาพจิต
- 18) ผศ.ดร.พิรงรอง รามสูต
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 19) ดร.อมรวิรัช นาคทรพรพ
ผู้อำนวยการสถาบันรามจิตติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

20) ผศ.อังธิดา ลิ้มปี่ปทุมปาณี

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

21) นายวันชัย บุญประชา

ผู้จัดการมูลนิธิเครือข่ายครอบครัว

ทั้งนี้ ในการนำเสนอผลการวิจัย จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรก เป็นการนำเสนอ การขับเคลื่อนระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน ประกอบด้วย ภาพรวมของการขับเคลื่อน ดังกล่าว การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ การเพิ่มความหลากหลายในเนื้อหา และการสร้างความ รับผิดชอบของฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่สอง เป็นการนำเสนอแนวทางการรณรงค์ประเด็นสื่อ กับเด็ก ซึ่งจะพิจารณาตามองค์ประกอบของการสื่อสาร ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Audience) โดยแต่ละส่วนจะมีการ นำเสนอความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 ฝ่าย ซึ่งประกอบไปด้วย คณะกรรมการกำกับ ทิศทาง คณะกรรมการบริหารแผน กลุ่มเครือข่ายและกลุ่มพันธมิตร โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แนวทางการขับเคลื่อนระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน

1.1) ภาพรวม

ภาพรวม เป็นการนำเสนอความคิดเห็นที่ ประกอบไปด้วยการทิศทาง กลไก และโครงสร้าง ต่อการพัฒนาระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนไทย ซึ่งเป็นการศึกษากระบวนการทำงานที่ ผ่านมาและแนวทางการดำเนินงานในอนาคตเพื่อให้เกิดการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพและ เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

1.1.1) ทิศทางการทำงานเพื่อการพัฒนาสื่อเพื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนไทยอย่าง ยั่งยืน

ทิศทางการทำงานเพื่อการพัฒนาสื่อเพื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนไทยอย่างยั่งยืน หลายฝ่าย เห็นตรงกันว่าการเพิ่มพื้นที่ในสื่อและการเปิดโอกาสให้เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อ เพื่อตนเองคือสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นได้ และยังเห็นว่าผู้ที่มีอำนาจในการ กำกับดูแลด้านนโยบายอย่าง กสทช. ควรมีนโยบายที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมในทางปฏิบัติ ทั้งนี้ สถาบันทางการศึกษาก็สามารถเข้ามาช่วยในการถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการและเผยแพร่องค์

ความรู้เพื่อให้ประชาชนรู้เท่าทันสื่อและสามารถมีภูมิคุ้มกัน และตรวจสอบสื่อเพื่อรักษาผลประโยชน์ของตนได้ นอกจากนี้ยังมีแนวทางที่แตกต่างหลากหลายกันไปดังนี้

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

ทิศทางที่จะทำให้การพัฒนาสื่อเพื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนไทยอย่างยั่งยืนนั้น คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผนมีความคิดเห็นว่าสถาบันทางการศึกษา อย่างคณะ นิเทศศาสตร์และคณะศึกษาศาสตร์ควรเป็นหลักในการให้ความรู้ด้านสื่อของเยาวชน

"สถาบันการศึกษาทั้งนิเทศศาสตร์และศึกษาศาสตร์ทั้งปวงควรเป็นหลักก่อน"

(ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

โดยการจะทำให้มีความยั่งยืนจะต้องทำให้เด็กและเยาวชนสามารถคิดและตัดสินใจ ตัดสินใจ ตัดสร้งสรรค์จินตนาการได้ด้วยตนเอง หรือ ผลิตสื่อสร้างสรรค์ได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังควรสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนให้เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตที่สามารถนำไปปฏิบัติได้

"สร้างสรรค์สื่อที่ทำให้เกิดจินตนาการ หรือสื่อที่ทำให้เกิดความสามารถในการคิดเอง คือ คิดให้เป็นมากกว่านี้ไตร่ตรองและคิดอ่านให้มากขึ้น และมีจินตนาการด้วย"

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

"ให้ประชาชนมีส่วนร่วม โดยเฉพาะชุมชน ให้เป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวหรือชุมชนให้ได้ เป็นความยั่งยืนที่อยากเห็น ประชาชนต้องรู้สึกว่าการพัฒนาสื่อเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพวกเขา วิถีชีวิต สามารถนำไปปฏิบัติได้ในวิถีชีวิตของเค้า"

(เข้มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

"เข้าถึงเยาวชน แล้วก็ทำให้เยาวชนกลายเป็นผู้ผลิตสื่อเองตรงนี้ก็เป็นบทบาทที่น่าสนใจและเปิดพื้นที่สื่อให้กับเยาวชนได้มาก"

(ประภาภัทร นิยม, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

สำหรับการพัฒนาสื่อเพื่อสร้างสุขภาวะให้แก่เยาวชนอย่างยั่งยืนนั้น นอกจากกลุ่มพันธมิตรจะมีความเห็นว่าควรเพิ่มพื้นที่ในสื่อแล้ว สิ่งที่สำคัญก็คือการวิเคราะห์ เป้าหมายและแนวทางที่ผ่านมาให้ชัดเจน แล้วจึงค่อยพัฒนาต่อยอดจากสิ่งที่มีอยู่ โดยทั้งนี้ทั้งนั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือของหลายภาคส่วน ซึ่งผู้ที่มีหน้าที่ในการกำกับดูแลด้านนโยบายอย่าง กสทช. ควรมีนโยบายที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมในทางปฏิบัติ ในขณะที่องค์กรวิชาชีพสื่อต้องไปพัฒนารอบจรรยาบรรณหรือจริยธรรมขึ้นมาเพื่อใช้เป็นมาตรฐานกลางที่จะตรวจสอบกันเองว่าสื่อไหนมีผลกระทบต่อสังคม สื่อไหนดีต่อสังคม เพื่อให้เกิดการตรวจสอบกันเองมากยิ่งขึ้น และสุดท้ายคือการสร้างภูมิคุ้มกันในการรับสื่อที่แข็งแรงให้กับประชาชน ให้ประชาชนรู้เท่าทัน และเลือกสื่อที่ดีหรือไม่ดีได้ตนเอง ซึ่งหากทั้งสามส่วนนี้ขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกันก็จะสร้างให้เกิดการพัฒนาสื่อเพื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนไทยอย่างยั่งยืน

“เพิ่มพื้นที่สื่อเพื่อการเรียนรู้ต่อเด็ก”

(พรรณพิมล วิปุลากร, สัมภาษณ์)

“ทิศทางก็น่าจะถูกแล้ว เพิ่มพื้นที่ พัฒนาคุณภาพและความหลากหลาย เสริมสร้างความรับผิดชอบของฝ่ายต่าง ๆ มันน่าจะมีเรื่องของการตรวจสอบได้ด้วย ความสามารถที่จะถูกตรวจสอบได้ของฝ่ายต่าง ๆ”

(พิรงรอง รามสูต, สัมภาษณ์)

“ต้องดูเป้าหมายก่อนว่า สื่อเพื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มีสองคีย์เวิร์ด มันคืออะไร เยาวชนต้องการสุขภาวะแบบไหน อะไรเป็นเป้าหมายทิศทาง...เราก็ต้องทำยังไงให้ยุทธศาสตร์ ต่อยอดความเชื่อเดิม ออกแบบสื่อ ทำให้เกิดความเชื่อเดียวกัน แล้วค่อยมาลงรายละเอียด ว่าทำให้เกิดสุขภาวะ การเปลี่ยนแปลงสุขภาวะยังไงบ้าง เป็นวิธีการที่สร้างความคิด แต่ยังไม่ได้สร้างวิธีปฏิบัติ แล้วค่อยมาลงรายละเอียดว่าลงไปสู่ต้องทำยังไง”

(วันชัย บัญปะระชา, สัมภาษณ์)

"กระบวนการพัฒนาอะไรต่าง ๆ ก็จะมาในรูปของเปิดพื้นที่ให้เด็ก เปิดโอกาสให้เด็ก สนับสนุนศักยภาพให้เด็กในการผลิตสื่อ ให้เด็กก้าวผ่านกระบวนการทำงานสื่อเพื่อพัฒนาเขาไป เป็นพลเมืองของสังคม นั่นคือภาพรวม ถ้าถามว่าเรามองเรื่องนี้อย่างไรก็คือ เราต้องพัฒนาใน ภาพรวมของระบบสื่อทั้งระบบ และต้องมองเรื่องนี้ว่าโยงใยกันชนิดว่าแยกกันทำงานไม่ได้ ที่ต้อง มองอย่างนี้เพราะคนจะมองว่าการพัฒนาสื่อเด็กก็แค่ทำรายการเด็กขึ้นมาให้พอ ก็ทำให้เด็กมาดู สื่อเยอะ ๆ ซึ่งมันไม่ใช่ มันต้องเห็นทั้งระบบ และเชื่อมเรื่องการสร้าง active citizen คือมันปลาย ของกระบวนการทำงานทั้งหมด..."

(วิลาสินี อดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

"มองว่าการพัฒนาสื่อ ทิศทางหลักดูที่ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย หมายความว่าต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเรียนรู้อะไรกับสื่อ ควรจะมุ่งการผลิตสื่อ มีการแบ่งช่วงวัย ที่เหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องกับการเรียนรู้ สื่อบางประเภท สำหรับกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มมีน้อย ไป แต่สื่อ เช่นกลุ่มวัยรุ่น มีการผลิตเพื่อตอบสนองกลุ่ม แต่คิดว่าจะยังไม่ตอบสนองต่อกลุ่ม"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้กลุ่มเครือข่ายยังมีความเห็นว่า ความร่วมมือของผู้มีอำนาจมีส่วนสำคัญ ไม่ว่าจะ เป็นจากภาครัฐ หรือหน่วยงานต่างๆที่มีกำลังความสามารถในการสนับสนุน ทั้งทุนและนโยบาย ต่างๆมาเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อน

"คงต้องมีหน่วยงานหลักที่แรงๆคือ มีอำนาจในการที่จะระดมสรรพกำลังจากทุก ภาคส่วนมาช่วยกัน ทั้งเงิน ทั้งความคิด ทั้งเรื่องของการปฏิบัติลงถึงชุมชนทุกหย่อมหญ้า จะต้อง มาช่วยประสานเครื่องมือเครื่องมืออะไรก็ตามต้องกระจายลงไปให้ทั่วถึงจะทันกับสถานการณ์...ยัง ต้องการรัฐบาล หรือกระทรวงหรืออะไรที่มีอำนาจในการที่จะมาระดมทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้ง เรื่องเงินทุนทั้งเรื่องความคิดและก็เรื่องของ การปฏิบัติรวมถึงการติดตามประเมินผลเพื่อให้เห็นภาพ ชัดเจน"

(ศรีตา ตันตะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

“รัฐต้องมีความชัดเจนเรื่องการจัดสรรทรัพยากรที่รัฐมีอยู่ ซึ่งหมายถึงรัฐบาลและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นด้วยอย่างเป็นธรรม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเงิน ช่องทาง คลื่นความถี่ที่จะทำให้การมีส่วนร่วมเข้าถึงได้จริง...ถ้ารัฐไม่มีนโยบายการมีส่วนร่วมที่เยาวชนมีสิทธิเป็นได้ทั้งผู้รับและผู้ส่งสารด้วย สารที่ส่งมาให้ผู้รับก็ยังมีปัญหา...รัฐเองก็ต้องมีการวางกรอบนโยบาย มีการเขียนเรื่องของเนื้อหารายการ สารต่างๆ นุคลิกของประเทศก็มาจากนโยบายของรัฐ”

(อิฐบุญรัตน์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

ในขณะที่อีกส่วนหนึ่งมองว่าทิศทางการทำงาน ในการพัฒนาสื่อเพื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนไทยอย่างยั่งยืน ควรทำตามแนวทางเดิมที่วางไว้ แต่ต้องเน้นเชิงรุกและเชิงรับให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งเชิงรุกประกอบไปด้วยการเปิดพื้นที่สื่อ การรณรงค์ การสร้างกระแส การให้ความรู้แก่เยาวชนตลอดจนครอบครัว และวิธีการต่างๆที่เคยทำมา โดยที่เชิงรับ สามารถทำได้โดยการสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ผู้รับสื่อ

“ต้องทั้งรุกและรับ มันก็ต้องเพิ่มเชิงรุกทั้งสร้างกระแสให้มากขึ้น ทุกอย่างต้องตอบรับ ... ในเชิงรุกเราสามารถรณรงค์ได้ เราสามารถสร้างกระแสได้ เราสามารถผลิตสื่อสำหรับเด็กได้ ในขณะที่เดียวกันเราสามารถให้ความรู้กับเด็กและครอบครัวหรือคนที่ดูแลเด็กได้ ... ในขณะเดียวกันที่เป็นเชิงรับ ทิศทางที่จะทำต้องสร้างให้คนที่เป็นผู้บริโภคมีความเข้มแข็ง ... นอกจากบังคับจำกัดแล้วยังมองว่าภาพของการรวมกลุ่มของคนทำงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ยังมีไม่มากพอ...”

(อัญญอร พานิชพิ้งค์รัก, สัมภาษณ์)

1.1.2) ทิศทางการทำงานเพื่อการพัฒนาสื่อเพื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนไทยใน 3 ภารกิจหลัก

ในด้านทิศทางการทำงานของแผนงานสื่อเพื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนจะมุ่งเน้นการทำงานไปที่ 3 ภารกิจหลัก ได้แก่ การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ของเด็กเยาวชน การพัฒนาคุณภาพและความหลากหลายในเนื้อหาสื่อเด็ก และการเสริมสร้างความรับผิดชอบของฝ่ายต่างๆต่อเด็กเยาวชน ทุกภาคส่วนเห็นว่ามีเหมาะสม แต่จำเป็นจะต้องเพิ่มเติมบางส่วนเพื่อให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เช่น การสร้างการมีส่วนร่วมจากประชาชนโดยต้องกระจายลงไปยังท้องถิ่นให้มากที่สุด

การชี้ให้เห็นถึงแนวทางหรือทิศทางการทำงานที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น การให้การสนับสนุนการผลิตสื่อที่สร้างสรรค์ ตลอดจนการนำแนวทางด้านกฎหมายมาใช้ในการกำกับดูแลสื่อด้วย

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

สิ่งที่ต้องการเพิ่มเติมจากทั้ง 3 ภารกิจก็คือกระบวนการที่จะช่วยให้เด็กมีขีดความสามารถที่จะดูแลจัดการคุณภาพชีวิตของตนเองได้โดยมีสื่อเป็นองค์ประกอบ

"นอกจากทำพันธกิจ 3 ข้อที่บอกไปแล้ว อาจจะมีมองว่าในกระบวนการทำเรื่องสื่อเด็กทั้งหมดนี้จะทำอย่างไรให้เด็กมีขีดความสามารถที่จะดูแลจัดการคุณภาพชีวิตของเขาโดยสื่อเป็นองค์ประกอบหนึ่ง ในที่นี้สื่ออาจเป็นเครื่องมือในการที่นำไปสู่การจัดการคุณภาพชีวิตตนเองได้ หรือสื่ออาจจะเป็นตัวช่วยหนึ่งได้"

(วิลาสินี อดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังต้องการเห็นความเป็นรูปธรรมเพื่อนำไปปฏิบัติได้จริง ซึ่งควรระดมหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้ที่มีส่วนร่วมอย่างชัดเจน ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับผู้ที่ทำแผนงานสื่อเพื่อสร้างสุขภาพเยาวชนว่าจะมีการพัฒนาประเด็นไหน ไปในทิศทางใด

"เท่าที่เห็นคิดว่าเค้าทำอันหนึ่งค่อนข้างเป็นรูปธรรมเยอะ อันที่สองไม่ค่อยเห็นจาก สสย. โดยตรง เพราะเห็นแต่เรื่องเท่าทันสื่อ อันที่สามคิดว่าต้องมีกำลังคนมากกว่านี้ เช่น ง่ายๆ เลยเกี่ยวกับเรื่องกองทุนร่วมร่างกองทุนสื่อมันต้องใช้คนเยอะมาก ในด้านหนึ่งเพราะว่ามันต้องเอื้อให้เห็นความสำคัญ เช่น จัดนิทรรศการขนาดย่อม ไม่ใช่ให้เค้าต้องไปเปิดเว็บไซต์เอง ...แต่ละอันพูดให้เป็นรูปธรรมนิดหนึ่งว่าใครจะมาเข้าร่วม เช่น การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ของเด็กเยาวชน สมมติว่าใครจะเข้ามาร่วม เช่น องค์กร อบต. อบจ. หรืออะไร ควรพูดให้ชัดไปเลย ไม่ลอยแล้วก็เป็นหลักการที่ไม่มีใครสามารถปฏิเสธ..."

(ดิเรกานันท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

"ต้องดูว่าสามข้อนี้ ทำได้สมบูรณ์แค่ไหน อย่างไร มีประเด็นไหนที่ต้องพัฒนาหรือเปล่า อยู่ที่คนที่ทำสื่อเพื่อพัฒนาเยาวชน ผมไม่รู้ว่าจะทำแค่ไหนแล้ว แต่ต้องขึ้นอยู่กับการทำซึ่งจะรู้ว่าควรแก้ไข พัฒนาปรับปรุงอย่างไร"

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

สิ่งที่ต้องการให้เพิ่มเติมจาก 3 ภารกิจหลัก โดยส่วนใหญ่แล้วเห็นว่าควรมีการสร้างการมีส่วนร่วม ทั้งจากเยาวชนเองซึ่งเป็นผู้ที่รับสื่อโดยตรง โดยให้เข้ามาจับบทบาทและมีส่วนร่วมในการเป็นผู้ผลิตสื่อมากขึ้น หรืออาจเป็นกระบอกสะท้อนความต้องการตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้นจากสื่อไปยังผู้ผลิตเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนแนวความคิดและสร้างสรรค์สื่อได้อย่างเหมาะสม สำหรับสื่อกระแสรองอื่นๆ ก็ควรให้การสนับสนุนอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมร่วมกัน นอกจากนี้ ยังมีความต้องการให้นำแนวทางด้านกฎหมาย อย่าง พรบ. คุ้มครองเด็กมาใช้ในการกำกับดูแลสื่อด้วย

"ให้เด็กมีส่วนร่วม เพราะเด็กสมัยนี้สามารถจะสร้างเนื้อหาได้แล้ว ถ้าทำให้เด็กมาช่วยเป็น Producer ช่วยเป็นผู้ประกอบรายการในรายการ ไม่ใช่แค่มีส่วนร่วมในรายการแต่สร้างสรรค์สื่อด้วยน่าจะเป็นสิ่งที่ดี ความหมายในแง่ของ Accessibility ในตัวสื่อคือว่าเข้าถึงได้ ในแง่ของการมีส่วนร่วมของเด็กยังไม่ค่อยพูดถึง"

(พิรงรอง รามสูต, สัมภาษณ์)

"อยากจะเสนอ Idea เพิ่มเติม คือสร้างพื้นที่รูปธรรมของสื่อมากกว่าเข้าไปช่วยสื่อสร้างนามธรรม ... ตัวที่จะจับต้องได้คือพื้นที่ที่เป็นรูปธรรม สื่อย่อย สื่อประเพณี สื่อวัฒนธรรม สื่อบุคคล อันนี้คิดว่าเป็นงานใหญ่ของ สสย ที่จะเข้าไปช่วยไม่ว่าจะเป็นสนับสนุนการมีส่วนร่วม เข้าไปจูงใจ รวมถึงเข้าไปกำกับดูแลด้วย"

(อังธิตา ลิ้มปัทมปาณี, สัมภาษณ์)

"สิ่งที่ควรที่จะเพิ่มคือ คิดว่ากลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้น่าจะรวมตัวกันเป็นหน่วยที่จะสะท้อนปัญหาที่ได้รับผลกระทบจากสื่อให้กับผู้ประกอบการวิชาชีพได้ฟัง... สิ่งสำหรับผู้บริโภคสื่อหรือประชาชนควรจะเป็นผู้บริโภคที่ Active และสื่อสาร Direct กับผู้ประกอบการวิชาชีพนั้น คนทำสื่อจะรับรู้เพราะมี complaint ไปทันที หรือมี Action หรือมีอะไรที่ทำให้คนที่ทำได้รับรู้ หรือมี Movement ในเชิงรณรงค์หรือเชิง Active ที่น่าจะเพิ่มมาก... คือสร้างพื้นที่สร้างเวทีให้กับคนทำสื่อมาเจอกับ

คนดูสื่อ แล้วก็จะสะท้อนกันเพื่อปรับปรุง แล้วก็ทำบ่อยๆ แบบนี้จะทำให้เกิดการซึมซับซึ่งกันและกัน ... ตรงนี้ กสทช ก็ช่วยได้โดยการเป็นตัวกลาง"

(สุภิญญา กลางณรงค์, สัมภาษณ์)

"เรื่องที่น่าทำเรื่องหนึ่งคือเอา พรบ.คุ้มครองเด็กเข้ามาใช้กำกับควบคุมในเรื่องการที่เอา Clip เกี่ยวกับเด็กมาแฉตาม Web ต่างๆ อันนี้เป็นกฎหมาย เป็น พรบ. คุ้มครองเด็กมาตรา 27 เป็นเรื่องเฉพาะหน้าที่น่าทำ อีกเรื่องคือเรื่องการเข้าไปหนุน Social Network ด้านดีให้กับกลุ่มเยาวชนก็น่าจะช่วยให้เยอะ ... ภารกิจอะไรควรทำอีกก็คือเข้าไปคุ้มครองเด็กจากเรื่อง Cyber Bully, Cyber Alignment, Cyber Crime ทั้งหลายที่เด็กตกเป็นเหยื่อ โดยใช้ พรบ. คุ้มครองเด็กเป็นแนวทาง"

(อมรวิทย์ นาครทรรพ, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

กลุ่มเครือข่ายมีความเห็นว่าทั้ง 3 ภารกิจหลักมีความครอบคลุมดีอยู่แล้ว แต่ต้องการให้เน้นการมีส่วนร่วมและการสร้างความร่วมมือทุกระดับ โดยอาจเปิดโอกาสให้ระดับท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น เน้นกระบวนการพัฒนาเด็กและเยาวชน เน้นกระบวนการสื่อสารรณรงค์ทางสังคม หรือการทำอะไรให้เกิดแข่งขันในฝ่ายผู้ผลิตสื่อ เพื่อให้ได้สื่อดีมีคุณภาพและเป็นประโยชน์แก่ผู้ชมซึ่งเป็นเยาวชนสูงสุด

"ถ้าทำภารกิจทั้งสามนี้ได้ ก็ครอบคลุม แต่เส้นทางที่นำไปสู่สามภารกิจนี้มีองค์ประกอบเยอะ เช่น การจะทำให้แต่ละกลุ่มมีความรับผิดชอบต่อกันเป้าหมาย หรือทำให้เกิดการขยายพื้นที่ สื่อสำหรับเด็กมากขึ้น เป็นการขับเคลื่อนทางนโยบาย การขยายเครือข่าย ตัวที่นำไปสู่ความบรรลุภารกิจทั้งสาม ต้องคิดเยอะ จะไปอย่างไร เพราะสามเรื่องนี้ชัดแล้ว ถ้ามากกว่านี้จะเยอะไป"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"คือสามรถที่เค้าพยายามตั้งเป็นธงใหญ่ไว้แล้วให้มัน ครอบคลุมรวมกับภารกิจงานที่เค้า เห็นแล้วว่า ณ ขณะนี้ สลย. ให้งบประมาณไปที่เครือข่ายใด และเครือข่ายใดทำงานอะไร ค่อนข้าง ครอบคลุมอยู่แล้ว"

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

"แต่ที่เห็นว่าจะต้องทำให้มากกว่าเดิมเป็นเรื่องของความร่วมมือคือในระดับชุมชน...ถ้า ระดับแบบผู้บริหารในท้องถิ่นหรือคนในท้องถิ่นถ้าเขายังไม่ตระหนักในเรื่องพวกนี้ การที่เราจะเอา อะไรไปให้มันก็จะไม่เกิดการกระจายต่อหรือเกิดผลในที่สุดอันนี้คือสิ่งที่เห็น..."

(ศรีดา ดันทะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

"จะทำอย่างไรเพื่อสร้างให้เกิดระบบการแข่งขันในการผลิตเพื่อสื่อคุณภาพ...การแข่งขัน หมายถึงต้องมีกฎระเบียบป้องกันการผูกขาด...เราต้องเชื่อมั่นในระบบการแข่งขัน ไม่ใช่ฮั้วกัน เพราะคนดูจะไม่ได้อะไร"

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

"ต้องเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมในทุกระดับ เพราะเป็นการสร้างความเข้มแข็งยั่งยืนที่ แท้จริง ด้วยการสร้างกลไกการมีส่วนร่วมในแต่ละภาคส่วน และ การขับเคลื่อนภาคีเครือข่าย... เน้นกระบวนการพัฒนาเด็กและเยาวชน ให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงเชิงทัศนคติ การเรียนรู้ และการเติบโต พัฒนาทักษะชีวิต ด้วยกระบวนการเรียนรู้ท่ามกลางปฏิบัติการจริง การเปลี่ยน สถานะจากผู้รับเป็นผู้ให้ รู้จักคุณค่าการแบ่งปัน...เน้นกระบวนการสื่อสารรณรงค์สังคม ต่อ ยอดขยายผลสู่การสื่อสารรณรงค์สังคม ระดมพลังสังคม และคืนการสื่อสารสู่ชุมชน"

(วรวจน์ โอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

1.1.3) องค์ประกอบโครงสร้างของระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนไทย และการบริหารจัดการระบบสื่อ

ในขณะที่ด้านองค์ประกอบและการบริหารจัดการโครงสร้างของระบบสื่อเพื่อการพัฒนา เด็กและเยาวชนไทยนั้น ทุกฝ่ายเห็นว่าควรมีองค์กรกลางที่ดูแลโดยผู้มีความรู้ความสามารถ เข้า มาทำหน้าที่ในการดูแลทั้งระบบ ตั้งแต่กระบวนการการผลิตไปจนถึงการรับสื่อ โดยกลไกเชิง

โครงสร้างภาครัฐโดยเฉพาะอย่างยิ่ง กสทช. ต้องเข้ามามีบทบาทในการกำหนดนโยบายเพื่อสนับสนุนให้สามารถพัฒนาได้ในเชิงปฏิบัติ นอกจากนี้สำหรับภาคประชาชนผู้รับสื่อเองก็ควรจะมีกลไกที่สร้างความเข้มแข็งและการรู้เท่าทันสื่อ และนอกจากนี้ยังควรมีกองทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินการทั้งหมดด้วย โดยความคิดของแต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

โครงสร้างในการพัฒนาระบบสื่อ นั้น ควรมีการพูดถึงโครงสร้างต่างๆทั้งในด้าน การเป็นเจ้าของสื่อ ต้องเป็นสื่อของภาคประชาชน มีสื่อสาธารณะ สื่อรัฐ สื่อพาณิชย์ที่มีความรับผิดชอบ นอกจากนี้ยังมองว่าการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์สำหรับเยาวชนไม่ควรจะมุ่งเน้นไปที่ด้านเนื้อหาอย่างเดียวเท่านั้น แต่ควรดูทั้งระบบ ซึ่งกลไกเชิงโครงสร้างภาครัฐอย่าง กสทช. สามารถเข้ามามีบทบาทในการกำหนดสัดส่วนรายการสำหรับเด็กได้ นอกจากนี้สำหรับภาคประชาชนผู้รับสื่อเองก็ควรจะมีกลไกที่สร้างความเข้มแข็งในการเลือกรับสื่อที่ดีและไม่ดี โดยองค์ประกอบที่สำคัญก็คือควรมีกองทุนในการขับเคลื่อนให้กลไกทั้งหลายสามารถทำงานได้

"โจทย์ใหญ่ที่มองคือระบบสื่อที่ดีต้องเดินครบ Loop ภาพก็คือ พูดถึง Ownership ว่าระบบสื่อที่พึงปรารถนาต้องมี Ownership ทั้ง 3 แบบ คือเป็นสื่อของภาคประชาชน มีสื่อสาธารณะ สื่อรัฐ สื่อพาณิชย์ที่มีความรับผิดชอบ... แล้วก็ต้องการให้สื่อเป็นทั้งเครื่องมือและ Support ให้เด็กมีความสามารถ..."

การมีกลไกสนับสนุนเชิงโครงสร้างที่จะให้มีพื้นที่หรือช่องทางสื่อมากขึ้น ... กสทช. มีบทบาทอย่างยิ่งในการที่จะทำให้กลไกโครงสร้างของความเป็นเจ้าของสื่อสำหรับเด็กเกิดขึ้นได้ ...

มาดูอีกกลไกหนึ่งคือกลไกที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้รับสื่อหรือผู้ใช้สื่อ ผู้ใช้สื่อสามารถเข้าไปตรวจสอบ สะท้อนความเห็นไปจนถึงการเฝ้าระวัง เป็นผู้ใช้สื่อหรือบริโภคสื่อที่ Active แค่นั้น ...

ทั้งหมดนี้ Loop จะเดินได้ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดคือกองทุนสื่อสร้างสรรค์ ซึ่งจะ เป็นกองทุนที่สนับสนุนให้เกิดงบประมาณในการขับเคลื่อนและทำงานให้ระบบนี้เดินได้อย่างเป็นอิสระและมีความต่อเนื่องยั่งยืน..."

(วิลาสินี อุดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

“ที่พูดมาดีทั้งนั้น งานมันใหญ่มาก ใครจะช่วยทำก็ต้องเข้ามา แต่ สสย.ก็อยากเข้าไปช่วยนิดๆ หน่อยๆ ในสิ่งเหล่านี้ แต่จะได้ผลมากน้อยเพียงใดต้องรู้จักประมาณตนเองด้วย ที่ผ่านมาก็พอมีผลสำเร็จอยู่บ้าง ขณะเดียวกันก็ต้องรู้ภารกิจ...”

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

องค์ประกอบของโครงสร้างระบบสี่อนั้น ส่วนหนึ่งมองว่าโครงสร้างปัจจุบันดีอยู่แล้ว แต่ต้องสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริงในทางปฏิบัติ นอกจากนี้ยังมีความคิดเห็นที่มองว่าในโครงสร้างนั้น ควรจะมีช่องทาง และรูปแบบเนื้อหาที่มีความครอบคลุม โดยจะต้องคำนึงถึงการพัฒนาระบบการเรียนรู้ของเด็กให้มีมากยิ่งขึ้น ซึ่งรูปแบบการบริหารนั้นควรขึ้นอยู่กับที่มาของแหล่งทุน

“โครงสร้างระบบสี่อนั้นผมไม่วิจารณ์ ผมว่าที่ออกแบบไว้มันดีอยู่แล้วแต่ทำไม่ได้เอง”

(อมรวิทย์ นาคกรรพ, สัมภาษณ์)

“มีช่องทาง รูปแบบเนื้อหาที่ครอบคลุม และการคำนึงถึงกระบวนการเรียนรู้ของเด็กที่อยากจะพัฒนาให้เกิดขึ้น”

(พรรณพิมล วิปลากร, สัมภาษณ์)

“การบริหารจัดการอย่างไรตอบไม่ได้ขึ้นอยู่กับที่มาของแหล่งทุน”

(พิรงรอง รามสูต, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

ควรจะมีระบบเรตติ้งเชิงคุณภาพของรายการ แต่เปลี่ยนไปใช้คำอื่นที่เหมาะสมและทำให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ควรใช้คำว่า “การจัดระดับความเหมาะสมของสื่อ” แทน

“ระบบเรตติ้ง อยากเปลี่ยนไม่อยากใช้คำว่าระบบเรตติ้งเพราะทุกครั้งที่เราใช้คำว่าเรตติ้งมันสร้างความเข้าใจผิดให้กับกลุ่มคนทั่วไปเพราะทุกคนจะเข้าใจว่าหมายถึงเรตติ้งที่มีคนดูมากดู

น้อย จะไม่พุ่งตรงไปที่คุณภาพ เนื้อหารายการที่เราอยากให้อ่านกัน ดังนั้นสิ่งที่ควรจะทำควรใช้คำว่า การจัดระดับความเหมาะสมของสื่อ เพื่อให้เห็นภาพชัดว่าเราจัดระดับความเหมาะสมของสื่อก็คือคุณภาพเนื้อหารายการ ซึ่งเหมาะสมกับช่วงใด วัยใด การจัดระดับความเหมาะสมของสื่อ ความเหมาะสมของรายการและช่วงเวลาออกอากาศให้ออกตามช่วงวัย มันก็จะให้เห็นว่าสิ่งที่ทำเป็นตัวคุณภาพ อยากเปลี่ยนคำ..."

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังควรมีกกลไกต่างๆเป็นองค์ประกอบด้วย กลไกของผู้รับสื่อ กลไกของผู้กำกับดูแลสื่อ ชุมชนเฝ้าระวัง สภาผู้ชม ตลอดจนโครงสร้างของสื่อที่จะต้องมีการเข้ามาดูแล

"กลไกของผู้รับสื่อต้องมีบทบาทหน้าที่ไม่ใช่แค่เป็นผู้เสพหรือรับสื่อเท่านั้น แต่ต้องสะท้อนหรือเปิดแบ็กสิ่งที่ไม่โอเคเวลาที่รับชม...คนที่กำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นหน่วยงานที่ดูแลเรื่องนี้โดยตรงและควรระบุไปเลยว่าเนื้อหาแบบใดที่ผลิตได้ออกมาให้เป็นกติกา ...กลไกผู้รับสื่อเครือข่ายครอบครัวอาจจะเป็นแค่เครือข่ายหนึ่งที่อยู่ในกลไกผู้รับสื่อแล้วไม่เพียงพอ ชุมชนเฝ้าระวัง ถ้าทำได้ควรมี การสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง ถ้าทุกคนมีกลไกนี้ก็จะชุมชนเฝ้าระวังได้... สภาผู้ชมตอบโจทย์ของสื่อสาธารณะอยู่ในพระราชบัญญัติ คือจำเป็นต้องมีเพื่อให้กระบวนการทำงานของสื่อสาธารณะได้รับความชอบธรรม มีกระบวนการตรวจสอบหรือรับฟังความคิดเห็นอย่างเป็นระบบผ่านตัวสภาผู้ชม...เรื่องช่องทางการผลิต การออก โครงสร้างการเป็นเจ้าของสื่อ ช่องทางสื่อในชุมชน เจ้าของสื่อไม่ควรจะเป็นเจ้าของที่รวมไปถึงควรรวมสื่อ ทุกวันนี้บ้านเรามีเยอะมาก ทำให้เป็นมหาอำนาจได้ เจ้าของธุรกิจก็เป็นเจ้าของสื่อด้วย ช่องทางสื่อในชุมชน ต้องมีกระบวนการดูแลที่ดีพอสมควร"

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

โดยองค์ประกอบนั้นจะต้องมีเงินทุนเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อน มีเป้าหมายการดำเนินการที่ชัดเจน ตลอดจนมีกลไกการติดตามตรวจสอบด้วย โดยรัฐสามารถเข้ามาช่วยในการเป็นผู้กำหนดนโยบาย และมีองค์กรกลางที่ดูแลโดยผู้มีความรู้ความสามารถที่มาจากผู้ผลิต ผู้ประกอบวิชาชีพ และผู้บริโภค เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ

"มันก็มีตั้งแต่เรื่องของเงินทุน คือต้องยอมรับว่าสิ่งดีๆมันจะเกิดขึ้นได้คือต้องมีเงินหรือมีคนที่ยิ่งมาทำเรื่องนี้หรือแม้แต่หน่วยงาน เพราะฉะนั้นเบื้องต้นเลยคือต้องมีเจ้าภาพตรงนี้ และเจ้าภาพตรงนี้ก็คือมีเงิน มีอำนาจและมีความคิดดีๆซึ่งจะลงมาเล่น และต้องเล่นอย่างต่อเนื่อง ยั่งยืน ไม่ใช่เล่นตามกระแส...และอันที่สองคือต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนคือถ้าเป้าหมายชัดเจนเป็นแผนระยะสั้นหรือระยะยาว พี่ก็คิดว่าองค์กรหรือคนที่จะมาทำตรงนี้นั้นก็ชัดมากขึ้น...อย่างที่สามคือถ้ามีแล้วอย่างนั้นแล้วเนี่ยใครเป็นคนตรวจติดตามตรงนี้...เมื่อกี้พูดถึงเรื่องของโครงสร้าง นี่พูดถึงเรื่องขององค์กรที่ต้องมีอำนาจ แล้วเรื่องของบทบาททุกภาคส่วนอย่างโรงเรียน ต้องมีหลักสูตร ปชช.ก็ต้องมีความรู้ และก็เรื่องของเนื้อหาที่เป็นเป้าหมายของการทำงานที่มันชัดเจนซึ่งทุกภาคส่วนจะได้รู้"

(ศรिता ตันตะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

"หนึ่งมองว่ารัฐเป็นผู้กำหนดกรอบนโยบายที่จะให้ความสำคัญรวมทั้งเป็นผู้จัดสรรทรัพยากร งบประมาณอย่างชัดเจน สองตัวทุนที่เข้ามาเกี่ยวข้อง รัฐจะต้องวางกรอบป้องกันไม่ให้อุตสาหกรรมเกิดการผูกขาดตัดตอน ตัวที่สามผู้ผลิต ศิลปินต่างๆ เป็นงานที่อาศัยความเชี่ยวชาญระดับหนึ่ง"

(อิฐบูรณ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

"องค์กรกลางเพื่อขับเคลื่อนสื่อสร้างสรรค์เด็กและเยาวชน โดยมีคณะกรรมการอำนวยการจากผู้ทรงคุณวุฒิ คณะดำเนินงานจากผู้ที่มีความรู้ความสามารถ และ องค์กรประกอบจากภาคีเครือข่ายทุกระดับ ทั้งผู้ผลิต ผู้ประกอบวิชาชีพ ผู้บริโภค เป็นต้น"

(วรพจน์ ไชยสถาวรรัตน์, สัมภาษณ์)

1.1.4) เห็นด้วยมากน้อยเพียงใดที่จะจัดโครงสร้างระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนไทยตามแผนผังด้านล่างนี้

แผนภาพที่ 5.1 แสดงโครงสร้างระบบสื่อเพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชนไทย



จากโครงสร้างระบบสื่อเพื่อพัฒนาเด็กและเยาวชนไทย ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาระบบสื่อไทยให้เกิดขึ้นได้นั้นหลายฝ่ายเห็นด้วยว่าเป็นแนวทางที่ดี แต่ก็ยังคงมีข้อเสนอนะที่หลากหลายเพิ่มเติมว่าควร มีเป้าหมายและความชัดเจนในการดำเนินงาน ควรหาแนวทางการดำเนินงานที่ปราศจากการแทรกแซงจากระบบการเมือง ตลอดจนควรมีการประเมินผลด้วย ซึ่งสิ่งที่เห็นตรงกันมากที่สุดก็คือต้องการเห็นความชัดเจนเชิงการปฏิบัติจากโครงสร้างระบบสื่อดังกล่าว

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผนเห็นด้วยจัดโครงสร้างระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนไทยตามแผนผัง แต่ก็ยังมีความกังวลเนื่องจากโครงสร้างนี้เป็นโครงสร้างที่ใหญ่และซับซ้อน ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายๆฝ่ายในการสร้างความชัดเจนและร่วมกันขับเคลื่อน

"เห็นด้วยเพราะเขียนเอง แต่ความชัดเจนใหม่ ก็ยังต้องปรับไปเรื่อยๆ คิดว่าตัวระบบสื่อ เป็นภาพรวมใหญ่ แต่จริงๆ มิติอื่นๆ ในระดับย่อยว่าระบบสื่อ ถ้าเรามองมิติของชุมชน ความเข้าใจหรือบริบทของประชาชนส่วนใหญ่ อาจมีอะไรเพิ่มเติม จากสิ่งที่คิดไว้คือ น่าจะระดมความเห็นจากฝ่ายต่างๆ มองโครงสร้างบางอย่างให้ชัดเจนขึ้น อาจทำภาพระดับชุมชน จังหวัด ในส่วนผู้เกี่ยวข้องทั้งหลาย ภาครัฐ ธุรกิจ เข้าไปมีส่วนร่วมสร้างภาพระบบสื่อขึ้นมา..."

(เชิมพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

"มันก็โอเค แต่มันใหญ่มาก ปัญหาคือ โครงสร้างแบบนี้ใครรับผิดชอบในการประสานงาน เข้าใจว่า สสย. พยายามกระจายให้กลุ่มต่างๆ และในโครงสร้างแบบนี้เรามองเรื่องเด็กอยู่ ภายใต้ระบบสื่อเราจะเอาตรงนี้อยู่ตรงไหน ตรงนี้คือระบบสื่อเพื่อเด็ก แต่ถ้าระบบสื่อเพื่อเด็กอยู่ ภายใต้ระบบการสื่อสารของประเทศ มันจะอยู่ตรงไหนอันนี้ยากให้คิดด้วย ซึ่งองค์นี้ก็จะอยู่ ภายใต้การวิจัระบบการสื่อสารของภายใต้ใหญ่ คือพอไปแยกเด็กจะมองไม่เห็นความเชื่อมโยง กับระบบใหญ่ว่ามันไปอยู่ตรงไหนของระบบใหญ่ แต่เป็นการคิดการใหญ่ ซึ่งถือว่าเก่ง เพราะ รู้จักกันแล้ว และได้เห็นว่าคนมีนิดเดียว..."

(กิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

พันธมิต

สำหรับการจัดโครงสร้างระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนไทย กลุ่มพันธมิตมีความเห็นเพิ่มเติมว่าควรวางเป้าหมายที่ชัดเจนก่อน และระบุแนวทางการพัฒนาที่ประชาชนสามารถเข้าใจได้เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างมีประสิทธิภาพ และเห็นเป็นรูปธรรม ซึ่งโครงสร้างนี้จะต้องสามารถป้องกันการแทรกแซงจากระบบการเมืองได้

"เราต้องหาไฟกัส เป็นเป้าหมายชัดๆ ว่าอะไรที่ต้องการให้เด็กและเยาวชนเปลี่ยนแปลง เช่น ถ้าเด็กเยาวชนมีวินัย เชื่อมมั่นในเรื่องความสุจริต ก็ทำให้สังคมรอด อาจเป็นโมเดลขึ้นมา สร้างความรับผิดชอบ ยึดมั่นแน่เลย เราเป็นผู้ขับเคลื่อน เพราะเราไม่รู้ว่ายาวชนผ่านอะไรมาบ้าง ถ้าเป็นเป้าหมาย ใจหทัยก็ใช่ เป้าหมายการออกแบบ สื่อต้องขับเคลื่อนเรื่องนี้ ตอนนี้เรามีคำรวมว่า สุขภาวะเยาวชน สังคมเข้าใจแค่ไหน คำดีใจหทัยตรงนี้ไม่ออกหรอก ต้องบอกชัดๆ ว่าต้องเปลี่ยนเยาวชนแค่ไหน เปลี่ยนทุกคนหรือเปล่า ... ตรงนี้ ต้องวางยุทธศาสตร์ให้ชัดก่อน เพื่อให้ได้ช่วยกันทำงาน"

(วันชัย บัญประชา, สัมภาษณ์)

"เห็นด้วย แต่เลือก Creativity เพิ่มเข้ามากับ Participation Creativity ควรจะ Define ให้ชัดเจนว่าเป็นเนื้อหาที่สร้างสรรค์ หรือการสร้างสรรค์เนื้อหา"

(พิรงรอง รามสูต, สัมภาษณ์)

"เรื่องโครงสร้างผมไม่ตะเพราะผมว่าไม่ใช่เรื่องการวิจารณ์โครงสร้างแต่เป็นเรื่องทำให้มันได้ ตอนนี้นั้นติดปัญหาการเมืองแทรกแซง คนเขียนโครงสร้างไม่ได้คำนึงถึง Factor นี้เท่าไร โครงสร้างมันจะต้องสร้างภูมิคุ้มกันภัยการเมืองให้ได้ ...ใช้เครือข่ายแบบสมัชชาสุขภาพจะมา จาก Constituency ของแต่ละกลุ่ม เขาเลือกของเขาขึ้นมาเอง มันก็จะได้องค์ประกอบที่ไม่มีนอกมี ในกับการเมือง อันนี้คณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติก็เป็นตัวอย่างที่ดี..."

(อมรวิทย์ นาครทรรพ, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

โดยส่วนใหญ่ แล้วกลุ่มเครือข่ายเห็นด้วยกับโครงสร้างระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนไทยตามแผนผัง แต่มีสิ่งเพิ่มเติมที่ต้องการเน้นมากขึ้นก็คือ โครงสร้างการประเมินผล และการคัดกรองรูปแบบการนำเสนอให้มีความชัดเจน นอกจากนี้ยังมองว่า สัดส่วนสื่อเยาวชนและช่องทางการเผยแพร่ นั้น ไม่ควรกำหนดเวลาตายตัวควรขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของแต่ละสังคม

"การกำหนดโครงสร้างตัวนี้ก็โอเคแล้ว แต่ว่าการที่จะวัดการทำหน้าที่ของโครงสร้าง การประเมิน มีความสอดคล้องแค่ไหน ต้องให้น้ำหนัก ทำเรื่องพวกนี้มากขึ้น...เพิ่มเติมคือ สัดส่วนสื่อเด็ก ช่องทางการเผยแพร่ ว่าทุกสถานะ ตัวเลขพวกนี้ ไม่ควรจะมี ฟิกส์ น่าจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์แต่ละสังคมแต่ละช่วงสมัย ไม่มีการกำหนดตายตัวว่าช่วงเวลาไหน บางทีเราอาจจะต้องการสัดส่วนมากกว่านี้ บางทีน้อยกว่านี้ การกำหนดเป็นกรอบที่ชัดเจนให้คนทำงานมีเป้าหมายที่ชัดเจน แต่ตัวเลขไม่แน่ใจว่าเหมาะสมต่อแต่ละสถานการณ์หรือเปล่า"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"อยากให้เน้นหนักเรื่องของการคัดสรร คัดกรองเพื่อให้มีรูปแบบการนำเสนอที่ชัดเจน"

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

1.1.5) รูปแบบและกลไกที่สำคัญต่อการพัฒนาระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนไทยได้อย่างต่อเนื่อง

ในการพัฒนาพัฒนาระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนไทยหลายฝ่ายมองว่ากลไกที่สำคัญนอกจากการเปิดโอกาสให้หลายๆภาคส่วนอย่าง แวดวงวิชาการ วิชาชีพ สื่อสารมวลชน ตลอดจนประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมแล้ว ยังคงเห็นร่วมกันว่ากลไกจากภาครัฐยังคงมีความสำคัญในการพัฒนาระบบสื่อสำหรับเยาวชนได้ ทั้งในแง่ของการออกกฎระเบียบ การตรวจสอบ ตลอดจนการจัดสรรพื้นที่สำหรับเยาวชนในสื่อชนิดต่างๆ

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

รูปแบบกลไกที่สำคัญคือ ต้องเพิ่มกลไกภาคประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น ทั้งในด้านการกำกับดูแลเนื้อหาสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก การพัฒนาสื่อ ซึ่ง กสทช. สามารถเข้ามาให้การสนับสนุนได้ นอกจากนี้ยังมองว่าควรมีสถาบันหลักในการทำหน้าขับเคลื่อน ซึ่งองค์กรบริหารจัดการจัดการในเรื่องสื่อเพื่อเด็ก ต้องมีทั้งวิชาการ วิชาชีพ ดูแลโครงการแผนผังทั้งหมด เน้นการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ที่จะต้องเกี่ยวข้องกับวิชาชีพ วิชาการ และภาคประชาสังคม ซึ่งหากไม่สามารถทำได้ ควรผลักดันเป็นให้เป็นเรื่องของวิชาการและการเมืองเพราะอาจจะทำได้ หรืออาจทำสื่อขึ้นมาแล้วพัฒนาเอง

"สำคัญทุกกลไก เพียงแต่ว่าในระยะสั้น ระยะยาว เรากำสั่งจะผลักดัน ทำตามอะไร สสย. ควรปรับเรื่องอะไรบ้าง เล็กน้อย เช่น การพัฒนาคุณภาพรายการเด็กหรืออะไร สื่อสาธารณะ TPBS ทำเรื่องนี้ไม่ได้จริงจังที่เข้ามาทำเรตติ้งก็มีไปบ้างแล้ว แต่จุดที่ขาด คือ กลไกของภาคชุมชน ประชาชนที่เข้ามามีส่วนในการกำกับเนื้อหาสื่อสำหรับเด็ก รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อต้องมีโครงสร้างมีระบบสนับสนุนที่ทำให้ประชาชนในช่องทาง ฝากความหวังไว้ที่ กสทช. แต่กสทช. จะมองภาพใหญ่มาก จึงอยากเห็นภาพ กสทช. ทำเรื่องกลไกของพ่อแม่ ครอบครัว ให้มีความความชัดเจน รวมไปถึงกระบวนการเท่าทันสื่อ ทำให้ภาพของพ่อแม่ ของเด็ก มีความเข้มแข็ง มีพลังอำนาจในการแยกแยะได้ ตรวจสอบสื่อได้ ใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ น่าจะเป็นส่วนที่มองว่าสำคัญ และน่าจะเป็นตัวขับเคลื่อนในการผลักดันกลไกอื่นๆ ให้เกิดขึ้นด้วย แต่เป็นระยะยาวมากๆ เลยมองว่า จุดที่ทำให้เกิดขึ้นคือ กองทุนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ ซึ่งจะพยายามให้เป็นกองทุนขับเคลื่อนเรื่องเด็กและเยาวชน เพราะมีกรอบอยู่แล้ว คาดหวังว่าอยากให้เข้ามาเป็นกลไกในระยะสั้น ที่เห็นได้ และทำให้ขับเคลื่อนกลไกอื่นตามมา"

(เข้มพร วิภูธรพันธ์, สัมภาษณ์)

"ต้องมีเหมือนกับสถาบันที่คล่องตัวในการเป็นสถาบันประสานและขับเคลื่อนเพื่อให้คนอื่น ๆ หรือองค์กรอื่นๆ ทำงาน คือถ้าเป็นสถาบันที่กุมทุกอย่างอยู่ในที่เดียว ไม่สำเร็จ แต่ถ้าไม่มีสถาบันนี้ ก็ผลักดันให้เป็นเรื่องการเมือง เป็นวิชาการไปเลย ...อยากให้เป็นองค์กรบริหารจัดการในเรื่องสื่อเพื่อเด็ก ซึ่งมีทั้งวิชาการ วิชาชีพ ดูแลโครงการแผนผังทั้งหมด เน้นการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ที่จะต้องเกี่ยวข้องกับวิชาชีพ วิชาการ และภาคประชาสังคม..."

(ถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

"กลไกที่จะทำได้ 1 คือต้องเชื่อมกับงานวิจัยเพื่อเอาความรู้ชนิดนี้ออกมาให้ได้ 2 ต้องเชื่อมโยงกับสื่อทุกชนิด ทุกประเภท ต้องช่วงชิงพื้นที่กระแสหลัก ต้องมีกลยุทธ์ว่าจะเอาเรื่องดีๆ อย่างนี้ไปสื่ออย่างไร กับเยาวชนเองต้องมาเป็น Actor หลัก ไม่ใช่มีคนอื่นมาคิดให้ คือการที่เยาวชนเข้ามามีบทบาท เขาเห็นว่าตัวเขากำลังถูกกระทำอยู่ เขากำลังสูญเสียสุขภาพที่เขาควรจะมี แล้วเขาสามารถ Present ออกมาได้ เขาพูดกับสังคม เขาพูดกับผู้ใหญ่ กับใครๆ ได้หมด ตัวนี้จะมีพลัง"

(ชัชวาลย์ ทองดีเลิศ, สัมภาษณ์)

"ถ้าจะมุ่งพัฒนา เป็นสื่อที่ทำขึ้นมาเอง ต้องดูว่าสื่อตนเองน่าสนใจของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารมากน้อยแค่ไหน กว้างขวางแค่ไหน มีสาระเนื้อหา ดึงให้คนสนใจเข้ามามากแค่ไหน"

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

พันธมิต

จากความคิดเห็นของกลุ่มพันธมิตรพบว่าสิ่งที่มีความสำคัญมากนอกจากการมีกองทุนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กแล้ว ยังเห็นว่าควรมีระบบกลไกการตรวจสอบที่มีความจริงจัง ทั้งจากภาครัฐผ่านทางกฎหมายและการลงโทษที่เข้มงวด และจากภาคประชาสังคมที่จะต้องมีส่วนร่วมในการติดตามเฝ้าระวัง ซึ่งวิธีการที่ดีวิธีการหนึ่งคือการอาศัยความร่วมมือกันแบบไตรภาคี โดยภาครัฐมี กสทช. ในการทำหน้าที่เป็นตัวกลางเพื่อประสานความร่วมมือระหว่างฝ่ายผู้ผลิตสื่อ และ เครือข่ายสุขภาพะสื่อ เพื่อให้การทำงานพัฒนาไปในทิศทางเดียวกันอย่างยั่งยืน

"มีกองทุนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก"

(พรณพิมล วิบุลากร, สัมภาษณ์)

“กลไกตรวจสอบสำคัญมาก...ตอนนี้ไม่ใช่ไม่มีแต่ไม่เอาจริง มันตรวจไปอย่างนั้นแต่ไม่เอา ผิดจริง ตอนนี้กลไกสำคัญที่สุดคือกลไกคานอำนาจพวกสื่อเหลิง ๆ ทั้งหลาย สื่อไม่ติดต่อกันอะไร ต่างๆ ต้องมีบทลงโทษ การแทรกแซงอะไรที่เอาจริง ทั้งนี้มันต้องมีการมีส่วนร่วมกับทางภาค ประชาชน ... ผมอยากเห็น พรบ. ปราบปรามวัตถุอันตราย พรบ. ปราบปรามสื่อร้าย ทั้งหลาย”

(อมรวิทย์ นาครทรรพ, สัมภาษณ์)

“กลไกไตรภาคี สมมุติว่า เราอยากเห็นสื่อสาธารณะ Diversity มีกลไกของผู้รับสื่อได้ทุน ช่องทางแล้วมันไปตรงไหนล่ะ มันควรจะกลับไป ที่ สิ่งที่ได้จาก Monitor นี่มันควรจะได้อะไรที่เรียกว่า การแสดงออกต่อสาธารณะหรือการสะท้อนให้ผู้ประกอบการ

Interactive กับ Advocacy คือ การทำให้ผู้ประกอบการจะต้องฟังเรา ต้องมีช่องทางในการนำเสนอ หมายถึง จะต้องมีการมีกิจกรรม มีความสม่ำเสมอ ซึ่ง กสทช. สามารถเป็นตัวกลางได้ ระดับหนึ่งที่เราเรียกว่า เวทีไตรภาคี คือ กสทช. อยู่ตรงกลาง อันนี้เป็นผู้ผลิต อันนี้คือเครือข่าย สุขภาวะสื่อ ที่อยากจะสะท้อนปัญหา ถ้าทำแผนตรงนี้ให้ชัดเจนว่า Out Put หรือกลไกจะอยู่ตรงไหน อาจจะทำให้ชัดเจนว่ามีโครงสร้างสื่อแบบนี้มีภาคีกลไก สสย มีรัฐอยู่ มีผู้ประกอบการอยู่ การไหลไปไหลมาจะ Interactive กัน การเกิด Dialog พัฒนาคณะกรรมาธิการยั่งยืนเห็นผลจะวัดได้อย่างไร”

(สุภิญญา กลางณรงค์, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอว่า อยากให้การทำงานนั้นเน้นไปในระดับพื้นที่ให้มากยิ่งขึ้น มีการส่งเสริมพื้นที่สื่อหลากหลายในมิติต่างๆ ซึ่งสามารถทำผ่านกิจกรรมหลากหลายได้ ควรสร้างภาคีเครือข่ายให้มากยิ่งขึ้น มีกองทุนและกลไกการตรวจสอบที่ดี และภาครัฐต้องเข้าใจขีดจำกัดในการผลิตสื่อของตนเองตลอดจนปรับเปลี่ยนบทบาทเพื่อให้เกิดการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์โดยแท้จริง

“... เรื่องที่อยากเน้น 1) Local มากกว่า National ลงไปเปิดพื้นที่ระดับทำการข้างล่าง เยอะๆ ยกเว้นอยู่เรื่องเดียว เรื่อง พรบ. ปราบปรามวัตถุอันตราย ปราบปรามสื่อร้ายทั้งหลาย ผมอยาก

ให้ปรับให้ได้ 2) ส่งเสริมพื้นที่สื่อหลากหลายก็ 5 เรื่อง ทำอะไร 4-5 เรื่องที่มันเคลื่อนแล้วผ่านสื่อ
 ทั้งหมด ทั้งเรื่องการเรียนรู้ พวกผลิตสื่อ Software ทั้งการสร้างสรรคสื่อการสร้างสรรค Software
 เรื่องจิตอาสา การขับเคลื่อนสังคม เรื่องการค้าขาย มีอยู่แล้วถอดบทเรียนขยายผล 3) เครือข่าย
 ภาคี สสย ควรหาเพื่อนเยอะๆ สร้างเพื่อน สร้างพวกให้ได้ 4) กลไกกองทุนก็ดี กลไกมีกรรมการ
 ตรวจสอบก็ดี ต้องเป็นกลไกที่ได้มาอย่างปลอดภัยกระบวนการแทรกแซงทางการเมือง 5) รัฐต้องปรับ
 บทบาท ถ้าอยากให้เห็นการเติบโตขององค์กรผลิตสื่อสร้างสรรค์ทั้งหลาย รัฐต้องคิดว่ารัฐมี
 ขีดจำกัดในการผลิตสื่อสร้างสรรค์ ถึงแม้รัฐจะคุมสื่ออยู่"

(อมรวิชัย นาครทรรพ, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

ในส่วนของกลไกนั้นมีความคิดที่หลากหลาย ทั้งการอาศัยครอบครัว การมีส่วนร่วมของทุก
 ภาคส่วน การพัฒนาระบบสื่อ การมีพื้นที่สร้างสรรค์ที่รัฐจัดสรรให้ ตลอดจนการมีกองทุนพัฒนาสื่อ
 สร้างสรรค์สำหรับเด็ก

"กลไกสำคัญน่าจะเป็นครอบครัว หรือกลไกที่ใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมายที่สุด คือครอบครัว
 หรือโรงเรียน ปัญหาทุกอย่างตอนนี้ เกิดจากตัวครอบครัว...ตัวนี้อาจจะต้องมาให้น่าหนักเรื่องพวก
 นี้ค่อนข้างเยอะ...กลไกสำคัญต้องสร้างความเข้มแข็งในครอบครัวให้เข้าใจ อิทธิพลของสื่อที่มีผล
 ต่อเด็ก"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"การสร้างความเข้มแข็งให้กับเด็กกับเยาวชนน่าจะเป็นการพัฒนาระบบสื่อที่ดีที่สุด ถ้า
 หากเด็กและเยาวชนมีความเข้มแข็งเค้าจะสร้างอะไรมาก็ไม่ต้องกังวล ยิ่งยืนที่สุด แต่กระบวนการ
 สร้างความเข้มแข็งให้กับเด็กและเยาวชนมันไม่สามารถทำได้ในระยะเวลานั้นสั้น หรือไม่ได้ทำ
 ที่เดียวแล้วครอบคลุมทุกพื้นที่เพราะฉะนั้นต้องค่อยเป็นค่อยไป..."

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

"กองทุนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก"

(ศรिता ตันทะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

“ต้องมีพื้นที่ของรัฐที่จัดสรรให้โดยใช้งบประมาณของสื่อพาณิชย์พวกนี้ตั้งเข้ามา
สนับสนุนเยอะ สามารถแข่งขันได้”

(อิฐบูรณ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

“กลไกการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในรูปของการประสานงานภาคีเครือข่าย”

(วรพจน์ ไชยสาร, สัมภาษณ์)

1.2) การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์

หลายฝ่ายต่างต้องการเห็นการเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจริงผ่านความร่วมมือกันของสื่อรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น สื่อสาธารณะ สื่อพาณิชย์ (Commercial Media) ตลอดจนสื่อภาคประชาชน อย่างเช่น สื่อชุมชน หรือสื่อประเพณี โดยต้องการเห็นกลไกที่สามารถจะทำได้จริงในทางปฏิบัติ ซึ่งการเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชนนั้น มีความคิดเห็นว่าการเพิ่มพื้นที่ที่สามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งการเพิ่มพื้นที่ทางความคิดด้วยการเปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนเข้ามามีส่วนในการนำเสนอแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการเปิดพื้นที่สำหรับเยาวชนบนสื่อเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้จะต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐในฐานะผู้กำหนดนโยบาย ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องจะมีการเสนอความคิดเห็นต่างๆ ดังนี้

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์สำหรับเยาวชนนั้น คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผนมองว่าสามารถ เพิ่มพื้นที่ได้จากการจัดปริมาณสัดส่วนของสื่อแต่ละชนิดให้มีพื้นที่การนำเสนอเพื่อสื่อมวลชนมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการเพิ่มพื้นที่ด้วยการเปิดโอกาสให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของตนเอง นอกจากนี้การนำเสนอเนื้อหาควร เสริมสร้างความรู้และให้เด็กและเยาวชนสามารถคิดวิเคราะห์ได้เอง ซึ่งสามารถเปิดพื้นที่ไปยังสื่อทางเลือกอื่นๆได้อีกมากมาย

“คำว่าพื้นที่สร้างสรรค์มันไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นพื้นที่ที่จัดสัดส่วนเห็นเป็นเรื่องราว หรือเป็นพื้นที่ทางกายภาพ แต่อาจจะเป็นพื้นที่สร้างสรรค์ที่อยู่ในเนื้อในตัวของเด็กเองว่าเขาจะมีส่วนร่วม หรือทุกครั้งที่ได้ Expose ตัวเองกับสื่อ อยากให้เด็ก Expose ตัวเองโดยที่มีสติและใช้อย่างมีประโยชน์กับตัวเองจริงๆ”

(วิลาสินี อุดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

“ในส่วนพื้นที่ในสื่อก็ต้องเรียกร่องจากสื่อแล้วก็ต้องใช้สื่อที่มันเกิดใหม่ๆ อย่างมหาศาล หมายถึงว่า สื่อพาณิชย์หลักมันใช้ไม่ได้เพราะมีราคาแพง แต่ปัจจุบันมีทีวี เคเบิลทีวี วิทยุชุมชน อินเทอร์เน็ต คิดว่าตรงนี้ไม่ค่อยยาก...”

(ถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

“ถ้านิยามว่าสื่อที่เกี่ยวข้องกับเด็กเกี่ยวกับวิถีชีวิตมีมากมาย สื่อทางเลือก สื่อท้องถิ่น พื้นที่ตรงนี้ให้เกิดขึ้นได้ ความหวัง มีทางเลือกที่หลากหลายขึ้น ใกล้ตัวเด็กมากขึ้น”

(เช็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

“เราสามารถช่วยโดยเป็นคนฟังและสนับสนุน มันก็จะมีหลากหลาย ความสร้างสรรค์ อาจเป็นพื้นที่ในลักษณะที่ผู้ใหญ่มองว่าพื้นที่คุณภาพ มันออกแบบ มีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในการตัดสินใจ เขาทำแล้วเขาเรียนรู้ เขาไม่ได้ไปตาม Step ที่ผู้ใหญ่บอกว่าดูสื่อแล้วเอามาคุยกันแล้วดีความ นี่ก็เป็นอีกแบบหนึ่ง”

(อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, สัมภาษณ์)

“การจะใส่อะไรต้องมีตัวอย่างที่ดี ต้องมีไอเดียที่เข้มข้นให้เค้า...แต่เราต้องช่วยเค้า จะใส่อะไรไหนอะไร จึงจะเรียกว่าเป็นพื้นที่สร้างสรรค์ในสื่อ ส่วนพื้นที่ที่เป็นพื้นที่จริงๆ อันนั้นเหมาะกับภาคประชาสังคมและการปกครองส่วนท้องถิ่น ที่จะเป็นตัวกลไกที่จะทำงานได้ แต่เราต้องมีสถาบันประสาน จำเป็นต้องมี เพราะไม่รู้ว่าจะใส่อะไรจึงจะเรียกว่าสร้างสรรค์...”

(ถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

“โดยหลักการเดิม เนื้อหาสาระที่นำเสนอต้องน่าสนใจ มีประเด็นสำคัญซึ่งเยาวชนเสพเข้าไปแล้ว ทำให้เค้าได้รับความรู้ สาระประเทืองปัญญาแค่ไหน ทำให้เค้าจดจำเอาไปใช้ในการดำเนินชีวิต เป็นประโยชน์แค่ไหน ถ้าเสนอกออกมาแล้ว ไม่มีพิษภัยอะไร คงไม่อ่าน หรือคงไม่สนใจ พื้นที่สื่อสร้างสรรค์ ขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อต่างๆ”

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังเห็นว่าควรสร้างพื้นที่ที่เป็นรูปธรรมให้เกิดขึ้น แล้วจึงนำไปถ่ายทอดและเผยแพร่ผ่านทางงานวิจัยเชิงวิชาการ การสื่อสารผ่านสื่อช่องทางต่างๆ และการขับเคลื่อนโดยเยาวชน ต่อไป

“ต้องทำพื้นที่รูปธรรม ต้องค้นพบพื้นที่รูปธรรมในเชิงประจักษ์ให้สำเร็จ พื้นที่รูปธรรมคือ เยาวชนมีสุขภาพที่ดี เยาวชนรู้เท่าทันสื่อ เยาวชนมีภูมิคุ้มกัน ไม่ตกเป็นทาสฯ ต้องมีรูปธรรม เหล่านี้มากเท่าที่จะเป็นไปได้ แล้ววิธียายคือ 1. งานวิจัยทางเชิงวิชาการ 2. ผ่านสื่อต่าง ๆ 3. ตัว Actor ที่เป็นตัวเคลื่อนไหวต้องเป็นเยาวชน

อีกอันคือ คือเมื่อไหร่ที่งานวิจัยออก แล้วตีพิมพ์ แล้วเผยแพร่มากขึ้น หรือมีการ สนทนาวิสาสะเรื่องชุดความรู้เรื่องนี้มากขึ้น สื่อที่ออกไปตอนนี้เราเรียกว่างานพื้นที่ทางสังคม คุณ ต้องขยายพื้นที่ทางสังคมให้กว้างที่สุด ให้มีพลังที่สุดเท่าที่คุณจะทำได้”

(ชัชวาลย์ ทองดีเลิศ, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

สำหรับการเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชนนั้นมีความคิดเห็นว่า ภาครัฐ อย่าง กสทช. มีบทบาททำสำคัญมากในการเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ โดยการกำหนดเป็นระเบียบ เรื่องสัดส่วนของรายการให้เป็นกฎหมายที่ชัดเจน

“ทำให้ กสทช. ไปออกระเบียบ เรื่องการมีสัดส่วนปริมาณของรายการสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน ในตัวกฎหมายประกอบกิจการ”

(วันชัย บัญประชา, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

กลุ่มเครือข่ายมีความคิดเห็นที่ตรงกันว่า การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชนนั้นไม่ เพียงแต่เป็นพื้นที่เชิงกายภาพเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ควรหมายถึงการเปิดโอกาสให้เด็กและ เยาวชนได้มีพื้นที่ในการมีส่วนร่วมการนำเสนอความคิดเห็นและความต้องการของตนเองด้วย

“มองว่าพื้นที่มันไม่ใช่แค่ต้องเป็นห้องเป็นตึกหรือเป็นอะไร แต่ใช้อย่างนี้จริงๆ ในชุมชนก็ พยายามจะมีอยู่แล้ว เช่น สวนสาธารณะ เรื่องของลานกิจกรรมที่เค้าจะมาพูดคุยแลกเปลี่ยนทุกข์ สุข... ทำกิจกรรมสร้างสรรค์ นั่นคือพื้นที่ในแง่ Physical นี้ทำได้... พื้นที่ไม่ใช่แค่ทางกายภาพอย่าง เดียว แต่ยังเพิ่มได้ พื้นที่คือโอกาสที่เค้าจะมาพูดคุยแลกเปลี่ยนรับฟัง หรือจะเป็นพื้นที่อินเทอร์เน็ต

หรือเป็นความคิดที่เสนอ ได้พูดขึ้นมาที่จะทำนั่นทำนี่แล้วผู้ใหญ่ก็สนองกลับมาในรูปของกิจกรรม หรือเรื่องของอะไรที่เค้าอยากได้”

(ศรีดา ตันทะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

“จุดหนึ่งที่มองเห็น คือการสร้างพื้นที่สื่อผลิต เป้าหมายของสื่อคือการสื่อสาร การสื่อสาร คือ การเรียนรู้ คือการแลกเปลี่ยน ... แต่จริงๆ แล้วเนื้อในที่ดี เป็นสื่อจำเป็นมาก ต่อการนำเสนอสื่อ”

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

สำหรับข้อเสนอของกลุ่มเครือข่ายต้องการให้ ภาครัฐเข้ามามีส่วนในการเปิดพื้นที่สื่อสร้างสรรค์สำหรับเยาวชน โดยหลักแล้วควรเป็นหน้าที่ของ กสทช. และระบบการศึกษา นอกจากนี้ยังต้องอาศัย กลไกการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น ในการเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน ตลอดจนการให้รางวัลเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจแก่ผู้ผลิตสื่อดีสำหรับเด็กและเยาวชน

“เพิ่มช่องทางไมโซให้เข้าไปแสวงหากันเอง ผลักดันเป็นนโยบายให้ กสทช. เร่งขยายพื้นที่ ในขณะที่เดียวกันเมื่อเร่งขยายพื้นที่ภาคประชาชนหรือภาคสาธารณะก็ต้องมีความพร้อมมีการฝึกเรื่องการนำเสนอ”

(อิฐบุรณ อันวงศา, สัมภาษณ์)

“ข้อเสนอในการเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ วิเคราะห์ช่องทางที่เป็นไปได้ เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงของแต่ละจังหวัดที่เป็นสื่ออยู่แล้ว ... ให้พื้นที่เค้าใช้สื่อของหน่วยงานรัฐ ตอนนี้ก็เป็นช่องทางหนึ่ง ที่ทำงานเรื่องสื่ออยู่แล้วมีศักยภาพอยู่แล้วจะง่ายต่อการเริ่มต้นเพราะกลุ่มคนที่เป็นภาคี มีความรู้เรื่องสื่อ ก็เป็นพี่เลี้ยงไปในตัว อีกช่องทาง คือ กลไกโรงเรียน ในโรงเรียนทำให้เกิดพื้นที่สร้างสรรค์เรื่องสื่อได้ เพราะโรงเรียนมีกิจกรรมเกี่ยวกับสื่อ เสียงตามสาย มีบุคลากร สอดคล้องกับการหลักสูตรในกิจกรรมลงไป ต่อไป อาจจะมีชมรมเท่าทันสื่อ มีช่วงเวลาให้เด็กมีทางเลือกมากขึ้น เด็ก ม. ห้า ม.หก สนใจเรียนนิเทศศาสตร์ ที่นี้ นิเทศศาสตร์ยังงัย สร้างการเรียนรู้”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

“สร้างกระบวนการเรียนรู้สำหรับเด็กและเยาวชน กลไกการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น โดยอาศัยกิจกรรมและกระบวนการที่สัมพันธ์กับวิถีชุมชน”

(วรพจน์ ใสสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

“การให้รางวัลสื่อเชิงบวก เป็นอีกหนึ่งพื้นที่ที่จะเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ เช่น ให้รางวัลกับผู้ผลิตสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน เป็นการให้รางวัลเพื่อให้กำลังใจกับคนผลิตสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน การสร้างการเรียนรู้ให้กับเด็ก”

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

1.2.1) สื่อสาธารณะสามารถช่วยเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กได้อย่างไรบ้าง การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กในสื่อสาธารณะ ทุกฝ่ายเห็นตรงกันว่า การเพิ่มพื้นที่สำหรับเด็กนั้นต้องได้รับการสนับสนุนเชิงนโยบายจากภาครัฐ โดยเฉพาะจากหน่วยงานที่ต้องรับผิดชอบโดยตรงอย่าง กสทช. ซึ่ง สสย. เองสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมเพื่อช่วยให้ทำงานของสื่อสาธารณะพัฒนายิ่งขึ้น ได้

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

ในความเป็นสื่อสาธารณะก็ยังมีบทบาทในการทำหน้าที่เสนอข่าวและประเด็นอื่นๆที่น่าสนใจไม่เฉพาะประเด็นเรื่องเด็กและเยาวชนเท่านั้น ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับเรื่องอื่นๆด้วยเช่นกัน ซึ่งหากจะเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ได้ควรอาศัยการวางเงื่อนไขกำหนดสัดส่วนของ กสทช.

“ถ้า กสทช. สามารถวางเงื่อนไข ใช้หลักเกณฑ์ของสัดส่วน การออกใบอนุญาต พิจารณาเป็นพิเศษให้ ก็จะเป็นอันหนึ่งที่สามารถทำได้...”

(เช็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

“TPBS เป็นสื่อมวลชน เขาก็ต้องรับใช้มวลชนในประเด็นต่างๆ ไม่ใช่ว่าเขาเวลาห้าสิบเปอร์เซ็นต์ เอาให้เรื่องเยาวชนอย่างเดียว เขาคงไม่ทำและไม่มีใครดู เขาก็ต้องเฉลี่ยตามความสำคัญไปตามประเด็นแต่ละเรื่อง เช่น ตอนนี้ มีข่าวเรื่องปากเท้ามือเปื้อน เขาก็ต้องให้ความสนใจเรื่องนี้มากๆ พอซาลงไปก็จะหยุดแล้ว แต่ถ้ากะเกณฑ์ว่าเสนอข่าวนี้แต่วันละห้านาที สิบนาที ไม่ได้

เพราะไม่มีประเด็นอะไรที่น่าสนใจแล้ว เนื่องจากสื่อมวลชนต้องมีภาระมากมาย เสนอเรื่องนี้เรื่องเดียวคงไม่ได้ เพราะฉะนั้น คนจะสนใจทำเรื่องนี้ ต้องทำสื่อเอง แล้วพัฒนาคุณภาพให้เป็นที่สนใจของผู้รับสื่อตลอดเวลา"

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ของสื่อสาธารณะสำหรับเด็กนั้น กลุ่มพันธมิตรมองว่าในทางปฏิบัติสามารถทำได้อยู่แล้ว เช่น การจัดสรรช่วงเวลาให้ เนื่องจากตามกฎหมายขอสื่อสาธารณะมีข้อกำหนดและระเบียบที่ชัดเจนในเรื่องของการจัดเวลาเฉพาะสำหรับเด็กเยาวชน ซึ่งบทบาทและหน้าที่นี้อยู่ในความรับผิดชอบของ กสทช. ซึ่ง สสย. สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมได้ด้วยการทำการประเมิน และนำผลการประเมินนั้นมาปรับปรุงการทำงานของสื่อสาธารณะให้พัฒนายิ่งขึ้น

"ถ้ากสทช. กำหนด ได้เลย โดยเฉพาะสื่อสาธารณะ อยู่ในหลักเกณฑ์อยู่แล้ว ว่าต้องทำสื่อพัฒนา"

(วันชัย บัญประชา, สัมภาษณ์)

"อย่างสื่อสาธารณะเขามีกฎหมายอยู่แล้ว จึงเน้นได้ที่ผู้ผลิตกับผู้ชมเป็นหลัก ตรงนี้ต้องมีเครื่องมือ R&D Research and Development สสย. น่าจะเข้าไปมีส่วนตรงนี้เพื่อ 1 ประเมิน 2 เมื่อรู้ผลประเมินแล้วค่อยไปปรับทิศกับสื่อสาธารณะที่มีกฎหมายมีกรอบชัดมาก..."

(อังธิดา ลิ้มปัทมปาณี, สัมภาษณ์)

"ก็ชัดเจนอยู่แล้ว ในสื่อสาธารณะก็จัดช่วงเวลาให้...ทำเป็น Open Channel คือไม่ต้องเป็นผู้ผลิตที่เป็นมืออาชีพก็ได้แต่เข้ามาทำร่วมกับผู้ผลิตของสถานี มาให้ Idea ในลักษณะ Collaboration กัน Open Slot ก็ได้"

(พิรกร รามสุด, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

สื่อสาธารณะสามารถเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ให้แก่เยาวชนได้ โดยควรกำหนดเป็นนโยบายที่ชัดเจน

"ช่องต้องจริงจังเป็นเรื่องของนโยบาย ไม่ใช่เพียงแต่ไทยพีบีเอส ต้องลงรายละเอียดที่ขาดมาก ๆ ในการทำงานเชิงลึกต่อประเด็นต่างๆ"

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

"นโยบายที่กำหนดในผังรายการว่าสื่อสาธารณะ ในผังรายการต้องกำหนดให้ชัดเจนว่าให้พื้นที่เด็ก กลุ่มคนโตเท่าไร เปิดโอกาส ให้กลุ่มเด็ก คนที่ทำสื่อ ได้เข้ามาใช้พื้นที่ หรืออาจจะไปดูสื่อสาธารณะอื่นๆ ที่นี้สื่อสาธารณะ ตัวนี้ ในความหมายของผม ครอบคลุมไปถึงสื่อท้องถิ่น คือสื่อสาธารณะในชุมชนด้วย ไปดูในตรงนั้นด้วยว่า ในชุมชน มีสื่อไหนที่จะดึงเยาวชนเข้ามาเรียนรู้ได้ นอกจากจะเข้ามาในพื้นที่ ไปดูช่องทางตรงนั้นได้ด้วย"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้สื่อสาธารณะควรมีส่วนในการเพิ่มพื้นที่ด้วยการสร้างความหลากหลาย ที่สะท้อนให้เห็นความเป็นจริงของวิถีชีวิตของเยาวชน ซึ่งไม่ควรยึดติดกับคะแนนความนิยมต่อรายการมากนัก เพราะไม่สามารถใช้วัดว่าเป็นความต้องการของเด็กและเยาวชนทั้งหมด ควรเพิ่มพื้นที่ให้เด็กนอกเหนือจากการมีรายการ โดยการจัดกิจกรรมต่างๆ และมุ่งเน้นการผลิตงานที่มีคุณภาพ ให้เยาวชนรู้จักเท่าทันสื่อ

"เช่น TPBS ต้องบอกว่ามาถึงจุดนี้ที่สถานีเองให้ผู้ผลิต ผลิตความต้องการนำเสนอออกมา แต่ไม่ได้ซีเรียสเรื่องผลผลิตมากนัก แต่โดนกลับความคิด ภาพที่ทันสมัย โมเดิร์น พิธีกรต้องเป็นดารา เป็นเด็กเมือง สิ่งเหล่านี้ทำให้พื้นที่ของความหลากหลายหายไป...นั่นคือเป็นความพ่ายแพ้ ที่ไม่สามารถผลักดันวิถีของความเป็นจริงมาได้ แต่เราไปติดเรื่องปริมาณ เรทติ้ง ถ้าเรายืนยันความคิด จะเป็นการรักษาพื้นที่...ต้องทบทวนอย่างมากว่าสามารถสร้างความหลากหลายนั้นให้มีหน้าตาเลือกที่อยากเห็นได้ไหม แต่ไม่ใช่ว่าทำเปลือกที่อยากเห็นแล้ว Routine"

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

“มุมมองหนึ่งคือเพิ่มพื้นที่บนหน้าจอและนอกเหนือจากหน้าจอคือการจัดกิจกรรมอื่นๆ ให้เด็ก ๆ เพราะว่าเวลาออกหน้าจอมีจำกัด...แต่เพิ่มได้โดยไม่ต้องออกหน้าจอแต่สามารถจัดกิจกรรมให้กับเด็กได้นอกเหนือจากการออกอากาศ”

(อัญญอร พานิชพึงรัก, สัมภาษณ์)

“เพิ่มพื้นที่เพิ่มได้อยู่แล้ว แต่อยากให้เพิ่มด้านคุณภาพ การรู้เท่าทันสื่อมากกว่า”

(ศรिता ตันทะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

“สื่อสารสังคม ถึงแนวคิดและกระบวนการพื้นที่สร้างสรรค์ โดยผ่าน พื้นที่สร้างสรรค์ต้นแบบ”

(วรพจน์ ไอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

1.2.2) การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ในสื่อพาณิชย์ (Commercial Media)

ด้านการเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเยาวชนในสื่อพาณิชย์ (Commercial Media) ทุกฝ่ายเห็นพ้องกันว่า กสทช. ควรมียุทธศาสตร์บังคับใช้เพื่อเพิ่มพื้นที่ให้แก่เยาวชน นอกจากนี้ยังมีความเห็นเพิ่มเติมว่าจะต้อง สร้างกลไกการตรวจสอบของภาคประชาชน และการสร้างความร่วมมือกับผู้ผลิตสื่อ ตลอดจนการเพิ่มพื้นที่และสัดส่วนของรายการเด็กให้มากยิ่งขึ้น

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

ภาครัฐควรมียุทธศาสตร์รองรับอย่างชัดเจน โดยให้การสนับสนุนผลักดัน และมีความต่อเนื่องหรือหากจะทำให้สื่อพาณิชย์หันมาทำประเด็นนี้ ก็ควรนำเสนอเรื่องที่น่าสนใจมีความเจียมตนและเป็นประโยชน์

“...นโยบายของรัฐบาลหรือของในแง่สื่ออาจจะ เป็น กสทช. ไปเลย เป็นนโยบายที่ขอ กันอย่างเข้มข้น”

(กิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

"การผลักดันประเด็นทำให้เต็มที่เลย แต่ปัญหาคือเมื่อใช้เนื้อที่แล้ว สารเนื้อหาที่น่าเสนอ ต้องน่าสนใจ ที่เป็นประโยชน์ ถ้าให้สื่อกระแสหลัก โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ หันมาสนใจเรื่องนี้ อยู่ที่ประเด็นที่ได้นำเสนอ"

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

สำหรับการเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ในสื่อพาณิชย์ กลุ่มพันธมิตรยังคงให้ความสำคัญกับบทบาทของ กสทช. ที่สามารถกำหนดเป็นระเบียบที่ชัดเจนในเรื่องของสัดส่วนรายการสำหรับเด็กและเยาวชนได้

"กสทช สามารถกำหนด Content Quota ให้ได้ว่าผู้ประกอบการที่เป็นผู้รับใบอนุญาตจาก กสทช Information Media ของสื่อพาณิชย์นี้มีการนำเสนอรายการเด็กเป็นกี่เปอร์เซ็นต์ของเวลา หรือช่วง Prime Time จัดเวลาสำหรับเด็กเป็นกี่เปอร์เซ็นต์ จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษในการต่อใบอนุญาต หรือลดหย่อนค่าใบอนุญาต หรือมีโอกาสในการรับพิจารณา เพราะกระบวนการในการรับใบอนุญาตของสื่อพาณิชย์มันมีลักษณะเป็น Option อยู่แล้ว ก็อาจเป็นเงื่อนไขของการประมูลก็ได้"

(พิรงรอง รามสูต, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

กลุ่มเครือข่ายมีความคิดเห็นต่อการเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์ในสื่อพาณิชย์อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการวางกฎระเบียบของภาครัฐ การสร้างกลไกการตรวจสอบของภาคประชาชน การสร้างความร่วมมือกับผู้ผลิตสื่อ ตลอดจนการเพิ่มช่องทางในการเพิ่มพื้นที่และสัดส่วนของรายการเด็กให้มากยิ่งขึ้น

"การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ในสื่อพาณิชย์สามารถทำได้ แต่ทำได้ระดับเขาที่เราต้องยอมรับ เพราะสื่อพาณิชย์คงเน้นเรื่องของความบันเทิง ถึงขายได้...รัฐต้องมีการจัดโครงสร้างระเบียบโดยไม่เกรงกลัวว่าจะขาดรายได้ รัฐต้องมี Concept ของตัวเองก่อน"

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

"อันนี้เป็นเรื่องยาก แต่น่าจะสามารถทำได้คือ ทำกลไกเฝ้าระวังสื่อ พัฒนากฎหมาย ตอนนี้เราใช้ระบบจับผิด แต่ก่อนเรามี สกว. ตอนนี้เรามีระบบ น. ด. การทำหน้าที่โดยคณะกรรมการส่วนหนึ่ง ... ต้องสร้างกลไกการตรวจสอบจากภาคประชาชนให้เข้มแข็งขึ้นมา"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"อย่ามองว่าผู้ผลิตที่มีความพร้อม คือคำตอบของอนาคต เพราะความพร้อมอาจหมายถึง การที่ไปหลงในมายาคติ ที่โลโก้ไป Mass อยู่ด้วย เพราะเราได้แค่เงิน แต่ถามว่าเค้าปรับเปลี่ยนใหม่ ได้แค่ไหนก็ตอน แล้วมันคุ้มหรือเปล่า...โดยส่วนตัวทำไม่ยาก เพียงแต่เราใช้คำว่าคอมมูนิตี้ เข้ามาจับพอร์ท เช่น ไปจัดอะไรก็แล้วแต่ Income กลับมา เราได้วางแผนให้เกิดขึ้นแค่ไหน หรือว่าเป็นเพราะข้อบังคับ ว่าเงินทุนไปแล้วห้ามค้าขาย..."

(นิมิต พิพิทกุล, สัมภาษณ์)

"การนำเสนอ Content พื้นที่สร้างสรรค์ให้สื่อพาณิชย์สนใจนำไปเผยแพร่"

(วรพจน์ ไชยศิริรัตน์, สัมภาษณ์)

"ตอนนี้ง่ายที่สุด คือ เพิ่มสัดส่วนรายการเด็กให้มากกว่าทุกวันนี้ก่อน"

(อัญญอร พานิชพิ้งค์, สัมภาษณ์)

"ก็ทำได้อยู่แล้วที่จะมีเด็กมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีกิจกรรมเด็ก หรือมีพื้นที่แสดงผลงาน พวกข่าวเกี่ยวกับเด็ก หรือลดโฆษณาลงหน่อย ...อยากให้มองว่าถ้าเรามาคิดกันใหม่ว่าลดเรื่องเงินลงนิดหนึ่ง แล้วให้เป็นพื้นที่ของเด็กมาพูดแสดง มันทำได้อยู่แล้ว ไม่ว่าจะป็นสื่อกระดาษ สื่อทีวี หรือสื่ออินเทอร์เน็ต"

(ศรिता ตันทะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

1.2.3) สื่อภาคประชาชน เช่น สื่อชุมชน หรือสื่อประเพณี มีบทบาทในการเพิ่มพื้นที่ สื่อสร้างสรรค์ได้อย่างไร และมีแนวทางในการทำให้เกิดผลเป็นรูปธรรมได้อย่างไร

สำหรับบทบาทและแนวทางในการเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ของสื่อภาคประชาชน เช่น สื่อชุมชน หรือสื่อประเพณี ซึ่งเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุดนั้นต้องอาศัยความ

ร่วมมือจากหลายฝ่าย เพราะถึงแม้ว่าสื่อชุมชนจะมีความหลากหลายและมีความน่าสนใจในตัวเอง แต่ผู้ผลิตสื่อมักขาดโอกาส ขาดความรู้ด้านการผลิตสื่อ และขาดเงินทุนในการสร้างสรรค์และพัฒนาผลงาน ซึ่ง สสย. สามารถเข้ามาให้ความช่วยเหลือในการให้ความรู้ด้านการผลิตสื่อเพิ่มเติม และสร้างการมีส่วนร่วมภายในชุมชนเพื่อให้เกิดพื้นที่สร้างสรรค์ที่แท้จริง ซึ่งฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีความคิดเห็นดังนี้

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

การเพิ่มบทบาทในการเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ในสื่อภาคประชาชน ส่วนหนึ่งต้องอาศัยการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐ เช่น วัฒนธรรมจังหวัด กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ในการผลักดันให้สื่อภาคประชาสังคมรวมทั้งสื่อประเพณีต่างๆ ให้พัฒนาเพื่อตอบสนองการเรียนรู้ของเด็ก เพื่อให้ชุมชนเกิดความตระหนักและพัฒนาสื่อของตนเอง โดยต้องมีการแลกเปลี่ยนถ่ายทอดความรู้ มีการเชื่อมโยงระหว่างสื่อภาคประชาชนกับสื่อที่เรียกว่าสื่อรวมศูนย์ด้วย

"ทำได้อยู่แล้ว แต่ปัญหาคือใครจะทำให้เกิด อย่างน้อยเช่นวัฒนธรรมจังหวัด หรือตอนนี้มีกรมส่งเสริมวัฒนธรรม อาจจะต้องผ่านองค์กรเหล่านี้ หรือกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ที่จะดันให้สื่อภาคประชาสังคมรวมทั้งสื่อประเพณีต่างๆ ทำให้มันมีสิ่งที่สนองการเรียนรู้ของเด็ก แต่ย้ำว่าองค์ความรู้ต้องช่วยกันสะสมขึ้นมาให้ได้ บางคนก็ทำเหมือนจับเด็กมาตั้งหน้าให้เป็นผู้ใหญ่ซึ่งไม่รู้ว่ามันคืออะไร ไม่ค่อยได้อะไร ซึ่งก็ต้องปล่อยระดับหนึ่ง ไม่ใช่เรามีความรู้ที่ประชาชนไม่รู้แล้วเราต้องทำให้เค้ารู้ทั้งหมด จริงๆ คือหาช่องทางแลกเปลี่ยน กระทรวงและการปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเล่นด้วย ซึ่งจะมีเงินอยู่แล้ว ปัญหาอยู่ที่ว่าจะเล่นอะไร"

(ถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

"หลักข้อแรก คือ เสรีภาพที่จะให้แก่สื่อพวกนี้ ขณะเดียวกันเขาก็อาจวางระบบ วางเครือข่ายของเขาขึ้นมา แล้วก็ทวงถามพื้นที่บางอย่าง ถ้าเขาทำได้ดี สื่อภาคประชาชนก็ต้องมีพื้นที่ในสื่อสาธารณะ และก็มีพื้นที่ในสื่อพาณิชย์ได้ด้วย ขณะเดียวกันก็ยังรักษาความเป็นสื่อภาคประชาชนของตัวเองไว้ อยากให้มีการเชื่อมโยงระหว่างสื่อภาคประชาชนกับสื่อที่เรียกว่าสื่อรวมศูนย์ด้วย"

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

"ต้องให้ความสำคัญกับคนในชุมชน สร้างความตระหนัก สร้างคน ผู้ที่ทาบทาบในการ กระตุ้นขึ้น แคนนำ ไปวิเคราะห์ในแต่ละชุมชนว่าเป็นใคร ว่าเยาวชน หรือกลุ่มที่เป็นตัวหลักใน ชุมชน ถ้าสร้างความตระหนัก และมีกลไก ว่าลงไปถึงระดับชุมชน มีกองทุน เป็นทรัพยากร มี กิจกรรมเกิดขึ้น เข้าไปนโยบายขององค์กรท้องถิ่น อบต. หรือโรงเรียนเกิดเป็นรูปธรรมที่ชัด จะมี การใช้สื่อพัฒนาชุมชนต้องสร้างจุดนี้ขึ้นมา กระบวนการสื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงได้มากกว่าเดิม ทำให้เห็นว่า ไป Empower เด็ก และชุมชน ให้เค้าเป็นเจ้าของได้"

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์สำหรับสื่อภาคประชาชน กลุ่มพันธมิตรให้ความเห็นว่ายังคง เป็นบทบาทและความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงอย่าง กสทช. และ สสย. ในการ เข้าไปร่วมกำหนดแนวทางการดำเนินงาน โดยในส่วนของ สสย. ก็สามารถเข้าไปร่วมมือกับสื่อ ภาคประชาชนได้โดยการเข้าไปการเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเด็กอย่างเป็นรูปธรรม การสร้างการ มีส่วนร่วม ตลอดจนการเป็นผู้นำให้กับสังคม

"อาจจะมึนโยบายที่ กสทช จัดได้ใหม่ว่า สื่อชุมชนต้องจัดเวลาให้มีส่วนร่วมของเด็กและ เยาวชนหรือมีการจัดรายการ หรือว่าการกำหนดช่วงเวลาที่ยอมรับเด็กในชุมชน ก็อาจเป็น ข้อกำหนดในการพิจารณาใบอนุญาตก็ได้"

(พิรงรอง รามสูต, สัมภาษณ์)

"สื่อภาคประชาชนเป็นอันใหญ่ที่ สสย ควรเข้าไปเล่น แต่เนื่องจากใกล้คนแต่ไม่กว้าง Important But Small เพราะมันใกล้ชิดเยาวชนและมีประสิทธิภาพมากกว่า...ก็ต้องเข้าไปเลย ตั้งแต่คนผลิตเนื้อหา ช่องทางและผู้ชม เข้าไปหมดทุกส่วน ... เน้น 3 อย่าง 1 เป็นรูปธรรมจากสื่อ ให้ชัด ๆ 2 การมีส่วนร่วม อย่างพวกกลุ่มนี้ช่วยกันคิดประเด็นเนื้อหา ปีนี้จะเอาอย่างไร จะไปนำเสนอ อะไร ผู้ชมจะมาจากไหน แล้วก็การเป็น Lead ของสังคมเพื่อให้กลุ่มอื่นได้มาตาม"

(อังธิดา ลิ้มปัทมปาณี, สัมภาษณ์)

"เป็นเรื่องของการพัฒนาของผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการทำให้เกิดพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ เพราะต้องมาทำความเข้าใจว่าค่านี้ออกเด็กเยาวชนเป็นอย่างไร"

(พรพนพิมล วิปุลากร, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

โดยส่วนใหญ่แล้วสื่อชุมชนและสื่อประเพณี จะเป็นสื่อที่อยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเท่านั้น และเป็นทรัพย์สินของคนในชุมชนที่อยู่ร่วมกัน แต่สิ่งที่จะทำให้เกิดการเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ได้นั้น จำเป็นจะต้องอาศัยสื่อชนิดอื่นๆ มานำออกไปเผยแพร่ และต่อยอดทางความคิด โดยผู้ที่เกี่ยวข้อง ต้องเข้ามาให้ความรู้ สนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิตสื่อที่จำเป็น และมีศูนย์กลางการติดต่อประสานงาน เพื่อนำสื่อเหล่านั้นออกเผยแพร่ต่อเด็กและเยาวชน ทั้งนี้ควรมีการสอดแทรก ค่านิยมทางความคิด ความรู้ในเนื้อหาที่น่าสนใจ พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนได้เข้ามามีส่วนในการผลิตสื่อสร้างสรรค์จากประเพณีและชุมชนของตนเองด้วย

“สื่อชุมชน สื่อประเพณี เราต้องไม่บล็อกเค้าไว้ให้อยู่กับพื้นที่ของอดีต... นำให้ข้อคิดหรือศิลปะ มาสู่สื่ออื่นๆ สามารถทำให้ได้ออกมาในโลกอินเทอร์เน็ตได้ใหม่ ในสื่ออื่นๆ”

(นิมิต พิพิฑกุล, สัมภาษณ์)

“มี แต่ต้องมีการชี้ให้เห็นถึงความสำคัญ ... สสย. ต้องสร้างกลไกการทำงานกับกลุ่มศิลปินพื้นบ้านเหล่านี้ เพื่อไปแลกเปลี่ยนความรู้ในการที่จะทำสื่อเพื่อเด็ก เอาสื่อที่มีความสวยงามเกิดขึ้นในแต่ละท้องถิ่นที่ เช่น มโนราห์ ร่องเงืง มีความสวยงามในตัวของมันเอง ส่งผลประโยชน์ยังใจต่อเด็ก อย่างมโนราห์แทนที่จะไปเล่นเกี่ยวกับแย่งผ้า เมีย ก็ไปเล่นในเรื่องคุณธรรม เน้นพัฒนาทางความคิดต่อเด็ก”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

“ไม่ว่าจะสื่อชุมชน ประเพณี เค้าก็มีบทบาทในการสร้างพื้นที่ คือต้องรักษาประเพณี หรือสื่อที่มีอยู่และถ่ายทอดให้คนในชุมชนรุ่นต่อไป ทำให้เห็นเป็นรูปธรรมได้ด้วย พยายามหาคนมาสืบทอดในชุมชนหรือภูมิภาคที่ต้องการรักษาประเพณีนั้นไว้ ... ถ้าจะเป็นรูปธรรมต้องไม่กักวิชา ต้องสืบทอดอย่างมีคุณภาพจริงๆ ให้เทคนิควิธีการที่ไม่หวงไว้”

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

"ในหลายพื้นที่ตอนนี้มีอยู่แล้ว แต่อาจไม่เข้าใจว่าคำว่าสื่อที่เรานี้ใช้รีเปลา ต้องเท่าทันมัย คือ ต้องเพิ่มเรื่องกระบวนการนอกจากทำสื่อ เช่น ทำเพลง เล่นิทาน มีภูมิปัญญานั้นนั่นนี่แค่นี้ เพียงพอมัย ต้องมีการจัดการอะไรที่มากกว่านั้นรีเปลา เราต้องให้ความรู้กับเค้าด้วย... ศูนย์กลางที่จะทำทะเบียนและคอยประสานให้ ให้รู้ว่าใครมีอะไรอยู่ตรงไหนและติดต่อกัน แค่นี้ก็ช่วยได้มากแล้ว และไม่ได้ประสานเพื่อขออย่างเดียวอย่างที่บอกว่าประสานเพื่อเราเพิ่มเติมเสริมอาวุธอะไรให้เค้าได้บ้างอย่างเช่นเครื่องมือเครื่องมือการแพร่ภาพทำยังไง การทำเว็บทำยังไง จากเสียงตามสายในหมู่บ้านก็มีขึ้นเน็ตได้เป็นวีดีโอลงยูทูปเป็น โหลดขึ้นยูทูปยังงั้นเติมให้เค้าอีกหน่อยมันจะได้อีกเยอะ เป็นกลไกในการเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ได้"

(ศรีดา ตันทะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

"หนึ่งคือเป้าหมาย จะทำอย่างไรให้เกิดเป็นอาชีพระดับหนึ่ง สองถ้าเป็นการละเล่นตามกาลเทศะก็ทำไป ต้องทำให้พ่อเพลงแม่เพลงมีรายได้ จะดึงรายได้จากสื่อพาณิชย์มาอุดหนุนสื่อพวกนี้ได้อย่างไร มีการอุดหนุนข้าม"

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

"สื่อชุมชนหรือประเพณี เป็นกลไกและกระบวนการสำคัญในการขับเคลื่อนพื้นที่สร้างสรรค์ในท้องถิ่น ต้องสร้างกระบวนการเรียนรู้ท่ามกลางปฏิบัติการจริงสำหรับเด็กและเยาวชนในสื่อเหล่านี้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเปิดพื้นที่สร้างสรรค์"

(วรพจน์ โอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

1.2.4) มีกลไกในการเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ได้อย่างจริงในทางปฏิบัติ

ในขณะที่กลไกสำคัญที่จะช่วยให้การเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์สามารถทำให้เกิดขึ้นจริงได้ในทางปฏิบัติที่ทุกฝ่ายเห็นตรงกันก็คือ การดำเนินการของ กสทช. และการมีกองทุนเพื่อพัฒนาสื่อ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนทั้งในเชิงนโยบายและการปฏิบัติงาน

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

ในทางปฏิบัตินั้นอาจต้องอาศัยความร่วมมือจาก กสทช. ในการออกแผนแม่บทว่าควรจะมีการจัดสรรสื่อให้กับเยาวชนอย่างไร นอกจากนี้ควรทบทวนว่าในปัจจุบันการจัดสรรเวลาสำหรับสื่อเยาวชนสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้มากน้อยแค่ไหน

“อันแรกเลยก็คือจัดให้มีแผนแม่บทหรือตัวระบบสื่อที่พูดไปแล้วทั้งหมดว่าจะแบ่งสื่อออกไป
กี่ประเภท ถ้า กสทช จะเข้ามาयर่างก็น่าจะต้องออกแผนแม่บทให้ดูว่าจะจัดสรรสื่อให้กับ
เด็กเยาวชนแค่ไหน อันที่สองคือกลับมาทบทวนสิ่งที่มีอยู่แล้วว่าในพื้นที่ จำนวนเวลา จำนวน
Airtime ที่มีจะจัดสัดส่วนให้ตอบสนองของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กเยาวชนแค่ไหน”

(วิลาสินี อดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่ายังควรมีการจัดระดับคุณภาพของรายการด้วยระบบเรตติ้ง เพื่อให้
เห็นความเหมาะสมของสื่อต่อเยาวชน

“วิธีหนึ่งในเชิงกึ่งบังคับที่พยายามจะทำ คือ โทททัศน์ให้มีเรตติ้ง ซึ่งก็สามารถบอกได้ว่า
สื่อนี้เหมาะกับเยาวชนหรือเหมาะกับคนทุกวัน ต่อไป คือ เพอร์เซ็นต์ของเวลาที่จะให้กับรายการที่
เหมาะกับเด็กหรือเหมาะกับทุกวัย... กลไกมันไม่ใช่เป็นกลไกเดียว ไม่ใช่รัฐ นักวิชาการ นักธุรกิจ หรือ
นักวิชาชีพแต่เพียงฝ่ายเดียว ส่วนรสนิยมของผู้บริโภคก็ไปด้วยกันกับสิ่งเหล่านี้ ”

(โคทม อารียา, สัมภาษณ์)

โดยการเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์ในเชิงปฏิบัตินั้นจะต้องนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ มีวิธีการ
นำเสนอที่ดี ต้องก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเด็ก หรือหากเป็นสื่อเพื่อความบันเทิงก็ควรจะเป็นความ
บันเทิงอย่างบริสุทธิ์

“เนื้อหาสาระต้องน่าสนใจ วิธีการนำเสนอที่ดี เนื้อหานอกจากน่าสนใจแล้ว ต้อง
เกิดประโยชน์ในการดำรงชีวิตของเค้า หรือเพื่อความบันเทิง ที่เป็นความบันเทิงอย่างบริสุทธิ์ ถ้า
ทำแล้วใส่ไปให้สะใจตนเอง แล้วไม่มีคนอ่าน เยาวชนเองก็อ่านหนังสือน้อยมาก จะมาให้ผู้ใหญ่อ่าน
ก็คงไม่อ่าน แม้ว่าจะเป็นของตนเอง ก็ต้องเป็นเนื้อหาสาระที่น่าสนใจ มีประโยชน์”

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ที่สามารถทำให้เกิดขึ้นจริงได้ในทางปฏิบัติ นอกจากจะต้องมี
กลไกด้านกองทุน อย่างกองทุนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กและนโยบายของสถานี้แล้ว กลไก
สำคัญก็คือ เงิน ช่องทาง และพื้นที่ ซึ่ง สสย. จะต้องมึบทบาทในการสนับสนุนให้เกิดกลไกต่างๆ

ขึ้น รวมทั้งการสร้างการรู้เท่าทันสื่อและเน้นการกำกับดูแลให้ประชาชนมีบทบาทในการตรวจสอบ นอกจากนี้ยังคงเห็นว่า กสทช. จะเป็นหน่วยงานหลักที่สามารถสร้างการเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ได้อย่างเป็นรูปธรรม ผ่านทางระเบียบในการจัดสรรคลื่นและการกำหนดให้สื่อทำตามกฎหมาย

“ต้องมีกองทุนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก”

(พรรณพิมล วิบุลากร, สัมภาษณ์)

“ขึ้นอยู่กับนโยบายของแต่ละสถานีมากกว่า”

(พิรงรอง รามสูต, สัมภาษณ์)

“ตรงนี้ควรมีเครื่องมือหรือเรียกกลไก ก็จะมีอยู่ 3 อย่างที่ขาดคือ ช่องทาง พื้นที่ เงิน ที่ สสย ต้องเข้าไปเป็นองค์รวม จัดเป็นชุดความรู้ การสนับสนุนต้องมาพร้อมกับเนื้อหาด้วย พัฒนาคน ผลิตต้องมีนักวิชาการเข้าไปช่วย...”

(อังธิดา ลิมบีปัทมปาณี, สัมภาษณ์)

“คงต้องผลักดัน กสทช ให้จัดสรรคลื่นความถี่สาธารณะตามเจตนารมณ์ของกฎหมาย 20% กดี ก็ต้องตรวจสอบให้ กสทช. ทำตรงนี้ได้จริง อันที่สองคือ เครือข่ายประชาสังคมต้องเตรียมความพร้อมตรงนี้ และต้องเตรียมความพร้อมแบบยั่งยืนด้วย ไม่ใช่ทำแป๊บเดียวแล้วหายไป กลายเป็นธุรกิจหรือว่าไม่เกิดความต่อเนื่อง พื้นที่ตรงนี้ก็จะไม่มีชีวิตชีวาจริงๆ”

(สุกัญญา กลางณรงค์, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

โดยส่วนใหญ่แล้วกลุ่มเครือข่ายมีความคิดเห็นว่า กลไกสำคัญที่จะเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ได้จริงในทางปฏิบัตินั้น ควรเป็นหน้าที่หลักของ กสทช. ในการดำเนินการออกกฎหรือร่างระเบียบที่มีความชัดเจน ในการจัดสรรส่วนการนำเสนอสื่อเพื่อเยาวชน

“กลไกภาครัฐถ้าจะทำให้ใช้ได้จริงในทางปฏิบัติต้องไปออกกฎหมายมาให้ชัดเจนเลยว่า ถ้าสถานีช่องใดมีส่วนรายการต่ำกว่า 15% มีความผิดอย่างไร ต้องสัมพันธ์กันทุกภาคส่วน”

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

“เร่งรัดให้ กสทช. ดำเนินการออกกฎเรื่องนี้อย่างชัดเจน สองตัวภาคประชาชนก็ต้องมีความชัดเจนมีความพร้อมในการนำเสนอ”

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่า ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้แน่ชัด และมีการทำงานร่วมกับ 4 ภาคส่วนที่สำคัญ ได้แก่ ครอบครั้ว โรงเรียน สถาบันการศึกษา ประชาชนผู้รู้ในชุมชน นักพัฒนาและองค์กรท้องถิ่น รวมไปถึงการสร้างระบบของชุมชนขึ้นมาสนับสนุน

“ต้องสร้างความเข้าใจกับกลุ่มที่เราคิดว่ามีศักยภาพ อาจจะระบุชัดเจนเลยว่า ในช่วงเวลานี้เราจะทำงานกับกลุ่มเป้าหมายไหนเป็นหลัก ... ประเด็นคือกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัด และทำกับใคร วางแผนงานลงไปทำ เป็นรูปธรรมมากขึ้น ให้เกิดความยั่งยืน”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

“4 ภาคส่วน ได้แก่ ครอบครั้ว โรงเรียน สถาบันการศึกษา ประชาชนผู้รู้ในชุมชน นักพัฒนา และองค์กรท้องถิ่น”

(วรวจน์ โอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

“กลไกที่ได้ผลที่สุดคือ ระบบของชุมชน ค่อยๆ ขยายผลสมาชิก เพราะบางที่เราคิดว่าเราสร้างสื่อมาก่อน รอผลข้างหน้าว่าจะมีใครมาเสพ แต่ปรากฏว่าไม่มี หรือนั่งคิดว่ามีแล้วเสพกันเองแหละ แต่เสพกันเองแล้วขยายผลกันเอง กลุ่มคนที่มาต้องการความมีส่วนร่วม แต่เราต้องไม่ลืมว่าเรามีคนรอบข้างสร้างความสุขร่วมกันได้อีก ญาติโยม อันนี้เราไม่ค่อยได้ทำ และไม่ค่อยทำกระบวนการนี้...เม็ดเงินไม่ใช่เป้าหมาย สายสัมพันธ์คือเป้าหมาย จะเลี้ยงกันและกันเอง”

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

1.3) การเพิ่มความหลากหลายในเนื้อหา

ด้านการเพิ่มความหลากหลายในเนื้อหานั้นเป็นการมองหาปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งเสริมให้เกิดการสร้างเนื้อหาสำหรับเยาวชนอย่างหลากหลายมิติ ซึ่งมีแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตสื่อ ด้วยแนวคิดการจัดตั้งกองทุนขึ้นเพื่อสนับสนุนและผลักดันให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานที่

1.3.1) การสร้างความหลากหลายในเนื้อหาที่มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองการเรียนรู้ของเด็ก

การสร้างความหลากหลายในเนื้อหาที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองการเรียนรู้ของเด็ก ต้องอาศัย 2 ปัจจัยคือผู้รับสารซึ่งต้องศึกษาความสนใจของเด็กเป็นหลัก ในขณะที่อีกส่วนหนึ่งคือผู้ผลิตสื่อจะต้องมีความสร้างสรรค์และมีการเรียนรู้องค์ความรู้ใหม่ๆ ทั้งด้านพัฒนาการของเด็กแต่ละวัย และรูปแบบการนำเสนอเนื้อหารายการสำหรับเยาวชนโดยอาจศึกษาจากต่างประเทศ

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

การสร้างความหลากหลายทางเนื้อหาสามารถ สร้างจากความสนใจของเด็ก และความหลากหลายของเด็ก ซึ่งสามารถถ่ายทอดผ่านสื่อได้ไม่จำกัดรูปแบบ ทั้งนี้จะต้องเป็นการให้ความรู้ที่ไม่ยึดเยียดจนเกินไป และปลูกฝังความมีเหตุมีผล หรือสามารถพัฒนาให้เด็กเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สื่อด้วย

"ก็ต้องเป็นเรื่องน่าสนใจ เด็กๆ สนใจ แล้วเกิดประโยชน์กับเค้า เช่น ความรู้ ความบันเทิง ตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น"

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

"เรามีเกณฑ์แบ่ง Content น่าจะมีเกณฑ์ที่คำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กด้วย อันที่สองอยากให้คำนึงว่าเด็กที่เป็นผู้รับสื่อก็มีความหลากหลายมาก...ควรที่จะแบ่งเนื้อหาตามความสนใจของความเป็นเด็ก บวกกับความคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเด็กที่มีความหลากหลาย อันที่สามต้องคำนึงด้วยว่า ต่อให้เรานำเสนอเรื่องอะไรออกมาที่เป็นรายการสำหรับเด็ก ขอให้คำนึงด้วยว่าทุกครั้งจะมีเด็กที่ปกป้องตัวเองไม่ได้ดูอยู่เสมอ"

(วิลาสินี อุดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

"โดยธรรมชาติของเด็ก คือมีความอยากรู้อยากเห็น ถ้าเขาดูอะไรแล้วเข้าใจ เขาจะชอบ และเขาจะพัฒนารสนิยมของเขาไปเอง ไม่เห็นจะเป็นปัญหาอะไรมาก ถ้าเราไม่ไปยึดเยียดอะไรให้แก่เด็กมากจนเกินไป แต่แน่นอนว่ามีบางเรื่องที่จำเป็น เช่น การปลูกฝังความมีเหตุผล การปลูกฝังการมีมุมมองที่กว้าง พร้อมทั้งจะรับฟังความเห็นที่แตกต่าง สิ่งเหล่านี้อาจเป็นคุณค่าบางอย่างที่มากำกับ"

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

"ถ้ามองเป็นเรื่องกระบวนการเรียนรู้ของเด็กว่าไปเกี่ยวข้องกับกระบวนการใช้สื่อ ไม่ใช่ผลิตเนื้อหา แต่เด็กมีส่วนในการสร้างความหลากหลาย เช่น เก็บข้อมูลจากชุมชน ค้นคว้าด้วยตนเอง มีโอกาสสร้างสรรค์สื่อ ใช้สื่อ มีความสอดคล้องกับการตอบสนองของเด็กแต่ละกลุ่ม แต่ละชุมชน มีมิติที่มองถึงสื่อทุกประเภท ไม่ใช่รายการโทรทัศน์อย่างเดียว อยากให้คำนี้ เป็นการสร้างความหลากหลายในการเรียนรู้ ซึ่งตรงนี้นำไปสู่การผลักดันให้เกิดสื่อหลากหลายรูปแบบ ให้เรียนรู้จากการมีส่วนร่วมจากสื่อ ชุมชนด้วย ถ้ามองในอนาคต ไม่มีคนมานั่งดู จะสร้างกันเองมากมาย จะมีวิทยุชุมชน ศูนย์สื่อชุมชน มองในอนาคต ดังนั้นความหลากหลายตรงนี้ จะเกิดขึ้นเอง ถ้าเค้าใช้สื่อ"

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังเห็นว่าการสร้างความหลากหลายในเนื้อหา อาจใช้วิธีการหารายการที่ดีมาเป็นตัวอย่างให้แก่ผู้ผลิต เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการผลิตและสร้างสรรค์รายการของตัวเองมากยิ่งขึ้น

"ตอนนี้มีวิธีแบบง่ายคือซื้อรายการต่างประเทศ เวลามีคนเชิญไปเป็นคนอบรม คิดว่าง่ายมากสำหรับคนเข้าอบรม คือการซื้อรายการต่างประเทศที่ดีและหลากหลาย อาจเป็นของเอเชียหรืออื่นๆ เยอะแยะมากมายให้ผู้เข้าอบรมดู ซึ่งจะทำให้เกิดแนวคิดเป็นของตัวเอง..."

(กิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

พันธุมิตร

การเพิ่มความหลากหลายในเนื้อหา สามารถทำได้ด้วยการพัฒนาผู้ผลิตสื่อ ให้มีความรู้ความสามารถทั้งด้านการผลิต และทักษะความรู้ความเข้าใจต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน

"ต้องพัฒนาคนผลิตสื่อ เรามีแต่ทางความรู้ทางเทคนิค ขาดองค์ความรู้ เนื้อหา ความลึกซึ้งของเนื้อหา ใช้วิธีสื่อเป็นตัวตั้ง รายการจึงซ้ำ รายการจึงไม่หลากหลายและครอบคลุมต่อกลุ่มเป้าหมาย"

(พรรณพิมล วิปุลากร, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังมีความคิดเห็นเพิ่มเติมในเรื่องความหลากหลายว่า ควรจะเน้นที่เนื้อหาของรายการมากกว่ารูปแบบ โดยผลิตรายการที่มีเนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายทางมิติของสังคม เพื่อให้เยาวชนรู้และเข้าใจในความแตกต่าง

“ความหลากหลายมีหลายมิติ เช่น ความหลากหลายเกี่ยวกับวัฒนธรรม เชื้อชาติ ความหลากหลายในเชิงความคิดทางการเมือง อาจจะไม่ใช่ความหลากหลายในประเภทของรายการ สังคมไทยน่าจะเปิดมิติความหลากหลายให้กว้างขึ้นมากกว่ารีเปล่า คือทำยังไงให้เด็กมีทัศนคติที่เอื้อต่อการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพมากกว่า ไม่ใช่ความหลากหลายในเชิงมีรายการวาไรตี้ มีรายการปริณิถะ รายการทอคโชว์ ฯ ความหลากหลายทางมิติของสังคมที่ทำยังไงให้เด็กเข้าใจความแตกต่างในการอยู่ร่วมกันบนพื้นฐานของความแตกต่างหลากหลายมากกว่า”

(พิรงรอง รามสูต, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

การสร้างความหลากหลายในเนื้อหา ขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัย คือ กลุ่มเป้าหมาย และผู้ผลิตสื่อ โดยกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชนนั้น ต้องดูความต้องการของเด็กและเยาวชนเป็นสำคัญว่า ต้องการเรียนรู้และอยากเห็นอะไรในสื่อมีความสนใจในด้านใดบ้าง ซึ่งความต้องการการเรียนรู้ของเด็กอาจขึ้นอยู่กับพัฒนาการตามแต่ละช่วงวัย

“ต้องเข้าใจว่าบางทีเนื้อหาที่เราอยากให้เค้าเห็น เป็นมุมที่เรารู้จัก ทำยังไงให้มีเนื้อหาที่เค้าอยากเห็น อยากรู้จักมากขึ้น เพราะว่าเหมือนเราทำงานกับเยาวชน บางทีเราก็ต้องเรียนรู้จากเค้าเหมือนกัน เค้าก็มีคำถามบางอย่างที่เราตอบไม่ได้เหมือนกัน”

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

“คนผลิตต้องเข้าใจพัฒนาการของเด็ก คือถ้าเค้าเข้าใจแล้วว่าปัจจัยอะไรที่มีผลต่อพัฒนาการเติบโต ตั้งแต่ช่วงแรกเกิดจนพ้นความเป็นเยาวชน ก็ไปดูที่ปัจจัยนั้น และจะต้องให้น้ำหนักในเรื่องการเรียนรู้ เป็นเรื่องสำคัญมากกว่าสื่อจะขายได้หรือไม่ได้”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"การสร้างความหลากหลายคนที่ตอบได้ดีน่าจะเป็นคุณหมอมือหรือผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาการเด็ก เพราะว่าจจะรู้ว่าเด็กน่าจะเรียนรู้อะไรในช่วงใด"

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ในส่วนของผู้ผลิตสื่อเองก็ต้องมีความรู้และเข้าใจกลุ่มเป้าหมายของตนเองเป็นอย่างดี เพื่อให้ผลิตสื่อออกมาได้อย่างหลากหลาย และตรงตามพัฒนาการของเด็ก ทั้งนี้จะต้องให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อที่มีคุณภาพ และควรมีคุณธรรมจริยธรรมของผู้ผลิตสื่อด้วย

"คนทำสื่อต้องมีความรู้กับกลุ่มเป้าหมายของตนเอง...อันที่สำคัญของเรื่องของความหลากหลายและสื่อที่มีคุณภาพ คือ เรื่องของความรู้และจริยธรรมคุณธรรมของผู้ผลิตสื่อ ว่าตอนนี้เรามีไม้บรรทัดมีมาตรฐานมั๊ย...ถ้าเราอยากให้เป็นหลากหลาย ดึงดูด และมีคุณภาพ ก็ต้องมีการฝึกอบรมให้ความรู้ต่อเติมพวกผู้สร้างผู้ผลิตให้เค้ามีเครื่องมือ เครื่องมือ เรื่องจริยธรรมคุณธรรม ต้องมีการกระตุ้นเตือนตลอด มีการสอบการวัดมีการมอนิเตอร์"

(ศรีดา ตันทะอะธิพานิช, สัมภาษณ์)

"พูดถึงสื่อภาคประชาชน ต้องมีองค์ความรู้หลายด้านหากจะเป็นผู้ผลิตสื่อ ถ้ามีความรู้ในกลุ่มเดียวก็จะตัน ต้องพัฒนาตัวเอง ไม่ให้ตันในความรู้ ไม่งั้นเนื้อหาที่ซ้ำซาก"

(อิฐฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

"พัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสื่อ สร้างกลไกการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่างๆในการนำเสนอเนื้อหา พัฒนาระบบการเรียนรู้และมีส่วนร่วมทั้งกับเด็กและเยาวชน"

(วรพจน์ โอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

1.3.2) กลไกช่วยให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตรายการ ในการผลิตเนื้อหาที่มีหลากหลาย มีคุณภาพและสร้างสรรค์

การพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตรายการ เพื่อให้ผลิตเนื้อหาที่มีความหลากหลาย มีคุณภาพ และสร้างสรรค์นั้น ทุกฝ่ายเห็นตรงกันว่าการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญจะต้องสร้างองค์ความรู้ให้แก่ผู้ผลิตสื่อ โดยอาศัยความร่วมมือจากสถาบันทางการศึกษาในการพัฒนาผู้เรียน และ สสย. ก็

สามารถเข้าไปมีบทบาทในการเชื่อมโยงองค์ความรู้ที่มีประโยชน์ร่วมกับสถานศึกษาได้ นอกจากนี้
ยังจะต้องอาศัยองค์การวิชาชีพด้านการสื่อสารมวลชนในการเข้ามาให้ความร่วมมือ ดูแลควบคุมสื่อ
ให้มีการผลิตผลงานที่ดีมีคุณภาพและมีจริยธรรมที่ดีด้วย

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

การพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตรายการในปัจจุบันจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาความรู้
โดยสถาบันทางการศึกษา และวิชาชีพสื่อต้องเป็นหลักในการพัฒนาส่งเสริม นอกจากนี้ยังต้อง
สร้างความเข้าใจและสร้างความตระหนักให้ผู้ผลิตสื่อได้เห็นความสำคัญของการผลิตงานที่
สร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน

"เป็นเรื่องของแวดวงวิชาชีพที่จะไปช่วยเขา และแวดวงวิชาการที่จะไปเติมให้"

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

"สถาบันวิชาการอย่างนิเทศศาสตร์น่าจะมีหลักสูตรในการพัฒนาสื่อโดยเฉพาะ...
น่าจะคิดถึงการพัฒนาเนื้อหาหลักสูตรวิชาพวกนี้ อันที่สองคือการฝึกอบรม การ Training ที่อาจจะ
จับมือกันกับภาคราชการและกลุ่มองค์กรวิชาชีพทั้งหลาย...อันที่สามการเปิดให้มีเวที Feedback
ระหว่างตัวผู้ผลิตกับกลุ่มเด็กเป็นระยะๆ คือ ไม่ใช่ออกไปเจอ Fan Club แต่เป็นเวทีสาธารณะที่
สะท้อนผลกลับขึ้นมาจริงๆ ว่าเด็กคิดอย่างไรกับรายการเหล่านี้ เด็กเรียกร้องอะไรบ้าง หรือ
แลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้วยกันทั้งสองฝ่าย"

(วิลาสินี อดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

"สิ่งที่ขาดคือองค์ความรู้ ...มหาวิทยาลัยน่าจะต้องตอบสนอง พัฒนาหลักสูตร
ขึ้นมา เตรียมพร้อมตั้งแต่เป็นนักศึกษา อยากเห็นทิศทางตรงนั้นด้วย และสาม คือ ผู้ผลิตในชุมชน
ที่ฉายภาพว่ามีความหลากหลายมากขึ้น ไม่ใช่แค่วิชาชีพสื่อ แต่เป็นสื่อในชุมชน ตรงนี้ต้องการการ
สนับสนุน ถ้ามีกองทุน คงมีโครงการไปสนับสนุน ให้เกิดศักยภาพในชุมชนได้"

(เชมพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

"ต้องไปทำความเข้าใจให้คนผลิตรายการ เห็นความสำคัญในการพัฒนาเด็ก ให้เห็น
ความสำคัญเรื่องนี้ ถึงจะได้มีความรู้ความเข้าใจ ให้เนื้อที่มากขึ้น ขณะเดียวกัน ประเด็นที่น่าเสนา
ก็ต้อองนำเสนอ ถ้าจู่ๆ โยนหนังสือมาเล่มหนึ่งเกี่ยวกับพัฒนาเด็ก ออกรายการมาที่ เค้าคองชี้แจง

อ่าน ถ้าสนใจให้เค้าทำเกี่ยวกับเด็ก ต้องเอาหนังสือมาอ่านมาย่อยให้เค้า แต่เรื่องที่น่าสเนอ มีลักษณะเป็น news เป็นเรื่องใหม่ๆ แปลก ตามหลักวิชาการข่าว"

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

"วิธีการผลิตก็เหมือนรายการอื่นๆ แต่ให้มีจิตสำนึกว่าเป็นกลุ่มที่ทำเพื่อเด็ก อีกกลุ่มหนึ่ง เราทำรายการให้ผู้ใหญ่ คือ มันมีแนวของมันอยู่ คือ สื่อกระแสหลักไม่มีเวลาให้ ก็แค่นั้นแหละ คุณจะไปดันให้ช่อง 3 ดันมา 40 ปี เขาไม่ให้ ตอนนี่เขาเพิ่มเป็นข่าว เพราะล้งคมตอบรับกระแสนี้ไง"

(อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, สัมภาษณ์)

พันธมิต

กลไกที่จะช่วยพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตรายการ ในการผลิตเนื้อหาที่มีหลากหลาย มีคุณภาพและสร้างสรรค์นั้น ส่วนหนึ่งจำต้องอาศัยกลไกของระบบการศึกษา โดยสถาบันวิชาการต่างๆ ต้องให้ความสำคัญในกระบวนการผลิตนักรับสารมวลชน ซึ่งจำเป็นต้องสร้างองค์ความรู้ เรื่องการสร้างสื่อสำหรับเยาวชนบรรจุลงไปเป็นหลักสูตร เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และปฏิบัติงานที่สามารถนำมาใช้ได้จริง โดยส่วนนี้ สสย. สามารถเข้ามามีบทบาทในการเชื่อมโยง ความรู้จากสถาบันวิชาการและสื่อมวลชน เพื่อให้เกิดการทำงานไปในทิศทางเดียวกันได้

"ถ้าเขามีกองทุนสร้างสรรค์จริง เขาอาจต้องกลับไปสู่วิธีคิดก่อนว่าจะทำอย่างไรในแง่ของการเรียนการสอนในคณะนิเทศศาสตร์ คณะวารสารศาสตร์ คณะสื่อสารมวลชนที่มีอยู่มากมายทั่วประเทศหันมาสนใจการผลิตเนื้อหาการเรียนการสอน หรือการฝึกปฏิบัติจริงที่เกี่ยวกับเนื้อหาสำหรับเด็ก วิชาการสำหรับเด็กคิดว่ายังไม่มีนะ"

(พิรงรอง รามสูต, สัมภาษณ์)

"ในเรื่องเกี่ยวกับกลไก กลุ่มที่ต้องเข้ามามีส่วนปฏิสัมพันธ์อย่างมากคือสถาบันวิชาการ ที่บอกว่าทุก Group จะมี R&D ตลอด สสย ต้องเข้าไปมีส่วนอย่างมาก ดึงศักยภาพที่เขาทำหรือไปเชิญเขามาเพื่อใช้ศักยภาพของเขาในทางนี้ ... เพื่อ 1 เอาความรู้มากับ 2 มีการร่วมมือทั้งทางวิชาการ ทูต ตลาด ... ต้องมีการแลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่มสื่อ สื่อพาณิชย์ สื่อสาธารณะ สื่อภาคประชาชนหรือสื่อกระแสหลักต้องมีการแลกเปลี่ยนกัน ต้องมีการแลกคนด้วยจะ

ได้เข้าใจว่าตรงนี้นั้นยากอย่างนี้เอง จะได้จุดทัศนคติให้ใกล้เคียงกัน พาไปในทิศทางเดียวกันได้ ที่ผ่านมาก็ต่างคนต่างอยู่ คิดคิดว่าน่าจะทำสองประเด็นนี้ก่อนความหลากหลายในเนื้อหา"

(อังธิดา ลิ้มปัทมปาณี, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ ยังเห็นว่าควรมีการพัฒนาองค์กรทางวิชาชีพให้มีแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน ซึ่งอาจจะต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายๆฝ่ายด้วย โดยหน่วยงานรัฐสามารถเข้ามาเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้ ระหว่างภาคประชาชนและภาคธุรกิจที่ผลิตสื่อเพื่อให้เกิดการพัฒนาาร่วมกัน ทั้งนี้ภาคประชาชนต้องตระหนักถึงความต้องการรับสื่อของตนเองและนำเสนอความต้องการได้ ในขณะที่ภาคธุรกิจที่ผลิตสื่อก็ต้องพัฒนาตนเองด้วย

"ต้องส่งเสริมพัฒนาองค์กรวิชาชีพด้วยเหมือนกัน ให้เขามีแนวทางที่ชัดเจน ให้ดูว่ารายการเด็กและเยาวชนนี้รายการต่างประเทศเขาทำอย่างไร ส่วนหนึ่งหน่วยงานรัฐอาจจะสร้างเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้ ส่วนที่สองคือภาคประชาชนอาจจะเสนอแนะได้ว่ารายการอะไรที่มันหลากหลาย สามคือภาคธุรกิจเองจะต้องสร้าง R&D คือระบบวิจัยและพัฒนา... กสทช ก็พยายามจะพูดเรื่องนี้ว่าเรามีงานอันหนึ่งที่เรียกว่า งานพัฒนาวิชาชีพ มีทุนสนับสนุนในอนาคต ซึ่งก็จะเสริมความหลากหลายหรือ Skill ในการทำรายการให้มีคุณภาพ"

(สุภิญญา กลางณรงค์, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

ในด้านกลไกนั้นกลุ่มเครือข่ายมีความคิดที่แตกต่างกันออกไป โดยมองว่านอกจากภาครัฐจะมีส่วนสำคัญในการสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นการเงิน ภาษี โอกาส กฎหมาย ควรมีการสนับสนุนจากสถาบันทางการศึกษาและวิชาชีพเพื่อพัฒนาต่อยอดด้านการผลิตสื่อสร้างสรรค์ ในส่วนของผู้ผลิตก็ควรได้มีอิสระในการสร้างผลงานอย่างเต็มที่ แต่ก็จำเป็นจะต้องพัฒนาศักยภาพของตนเองให้มีความรู้ที่ก้าวหน้าหลากหลาย โดยอาจศึกษาจากต่างประเทศเพื่อเป็นต้นแบบก่อน

"คำถามคือ เพราะเราไม่เชื่อมั่นว่าสิ่งที่คิดนั้นมีคุณค่าเพียงพอหรือเปล่า หรือวิจัยจนกระทั่งวิญญูณอิสระของการสร้างสรรค์หายไปหรือเปล่า เพราะหลายครั้งผู้ผลิตท้อ กับการวิจัยตั้งคำถาม แม้กระทั่งกรอบที่ควรจะต้องมีในรายการนั้น จนไม่มีเสน่ห์ของความสนุกสนานสันต์ที่มี

อยู่ บางที่เราได้รายการไม้บรรทัด ไม่ใช่รายการเทียนๆ เช่น หนึ่งพาไป เริ่มต้นจากรายการเทียนๆ แล้วคนติด อยากรู้อะไร เพราะคนเทียน ถ้ารายการถูกนักวิชาการครอบแต่ต้น ไม่มีทางได้ผลิต พิธีกรพูดจาสุ่มเสี่ยงต่อจริยธรรมทั้งสิ้น แต่เป็นสิ่งที่คนดู TPBS ยอมปล่อยให้ไปปล่อยความห้ามออกมา เสียบ้าง **อิสระของผู้ผลิต**"

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

"ก็ต้องส่งเสริมให้คนที่มีความรู้เรื่องสื่อเหล่านี้ ได้มีโอกาสผลิตสื่อของตนเอง ต้องเพิ่มช่องทาง มีกองทุนให้เค้า ว่าอยากผลิตสื่อดีๆ ให้สังคม ไม่ต้องเดินไปบริษัทใหญ่ๆ อย่างเดียว และภาคการศึกษาจะได้ส่งเสริมเนื้อหาไปได้มากๆ แต่ต้องมีช่องทางมากขึ้น"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"ผู้ผลิตรายการอาจไม่มีความรู้ในการพัฒนารายการที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น เคยเสนอว่าถ้าคุณจะทำรายการเพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายใด คุณควรมีโอกาสได้นั่งคุยกัน วิธีการผลิตรายการของคนในประเทศไทยน่าจะไป Copy วิธีการผลิตรายการของต่างประเทศ หรือไม่...ผู้ผลิตของไทยจะมีกระบวนการผลิตแบบนั้นเพื่อเพิ่มคุณภาพให้รายการ ขณะนี้เดียวกัน คุณก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้นในการผลิตรายการ"

(อัญญอร พานิชพิ้งค์, สัมภาษณ์)

"หลักๆ ที่ประสบความสำเร็จในหลายๆประเทศ คือรัฐก็ต้องลงแรงลงเงินเหมือนกัน...แต่ว่าคุณต้องเริ่ม และก็ต้องมีกลไกในการพัฒนาผู้ผลิต วิธีการหาเงินการทำรายการที่ดีเพื่อให้เค้าเข้มแข็งและเค้าอยู่ได้แล้วรัฐค่อยถอยออกมาไม่ต้องสนับสนุนตลอดไปไม่งั้นก็หน่วยอีกคืออนอนกินฟรีไปตลอด ต้องตรงไปตรงมารัฐต้องสนับสนุนนอกจากในเรื่องของสัญญา การอบรมให้ความรู้ ให้เค้าเข้มแข็งให้เค้าหาเงินได้เองยังเป็นเรื่องของมาตรการจูงใจพวกสื่อเอกชนต่างๆ..."

(ศรिता ตันหะอริพานิช, สัมภาษณ์)

"ถ้ารัฐไม่รู้สังคมต้องมีข้อเสนอที่ชัดเจนให้ สองต้องยอมรับหลักการของการแข่งขันให้ได้ สื่อที่จะเป็นสื่อได้ต้องเป็นสื่อที่ดีคนยอมรับ มาจากการแข่งขันกับตัวเอง ไปจนถึงแข่งขันข้ามสื่อ"

การสนับสนุนอุดหนุนโดยใช้มาตรการทางการเงิน ภาษี โอกาส กฎหมาย ให้มีพื้นที่ ช่องทางในการนำเสนอ นอกนั้นก็เป็นเรื่องของการพัฒนาความรู้ ต้องทำทั้งกระบวนการ”

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

“การเมืองศักราชกลางในการขับเคลื่อน มีฝ่ายสถาบันวิชาการสนับสนุน และ กลไกการประเมินผลจากผู้บริหาร”

(วรพจน์ ไอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

1.3.3) สื่อภาคประชาชน เช่น สื่อชุมชน หรือสื่อประเพณี กับบทบาทในการสร้างความหลากหลายในเนื้อหาที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองการเรียนรู้ของเด็ก และ แนวทางในการทำให้เกิดผลเป็นรูปธรรม

บทบาทและแนวทางในการสร้างความหลากหลายในเนื้อหาที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองการเรียนรู้ของเด็ก ในสื่อภาคประชาชน เช่น สื่อชุมชน หรือสื่อประเพณี อย่างเป็นรูปธรรมนั้น หลายฝ่ายมองว่าสื่อภาคประชาชนเป็นสื่อที่มีความหลากหลายอยู่ในตัวเองเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว แต่มักขาดโอกาสในการเผยแพร่ ขาดแคลนทุน หรือการพัฒนาให้มีความร่วมสมัย ซึ่งการจะทำให้เกิดผลที่เป็นรูปธรรมนั้นจะเป็นจะต้องอาศัยการสนับสนุน ด้านต่างๆ ทั้งด้านการผลิต การมีพื้นที่ให้นำเสนอ จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากสถาบันวิชาการจากมหาวิทยาลัย และหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในการเข้ามาให้ความรู้แก่ชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนา

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

แนวทางในการทำให้เกิดเป็นรูปธรรมนั้นสามารถทำได้โดยการเข้าไปสนับสนุนด้านต่างๆ ทั้งด้านการผลิต การมีพื้นที่ให้นำเสนอ ตลอดจนการสร้างแรงจูงใจด้วยการให้รางวัล ซึ่งการมีกองทุนสื่อจะกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาที่เป็นรูปธรรมได้มากขึ้น ทั้งนี้จะต้องสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้ผลิตสื่อให้เห็นความสำคัญของเรื่องนี้ และควรมีการศึกษาแหล่งความรู้ว่ามีองค์ความรู้เรื่องสื่อชุมชน สื่อประเพณีอะไรไป ที่ตอบสนองความต้องการของเด็ก

“การทำให้เป็นรูปธรรม สามารถทำได้โดยการเข้าไปสนับสนุนในด้านต่างๆ ทั้งด้านการผลิต การมีพื้นที่ให้นำเสนอ ตลอดจนการสร้างแรงจูงใจด้วยการให้รางวัล ซึ่งทั้งนี้ ต้องขึ้นอยู่กับความต้องการของสื่อภาคประชาชนด้วยว่ามีความต้องการด้านใดบ้าง ”

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

“เพิ่มเติมคือกองทุนสื่อไปกระตุ้นให้เกิดตรงนี้เยอะขึ้นได้รับการพัฒนาไปด้วย แต่ในส่วนที่ทำให้เกิดเป็นรูปธรรม โครงสร้างในระดับชุมชน นูรณาการที่มีอยู่ หรือในส่วนของกองทุนอื่นๆ ที่มีเยอะมาก กองทุนสตรี กองทุนหมู่บ้าน พัฒนาเด็ก หรืออื่นๆ ถ้าทำให้เกิดความเข้าใจ เปลี่ยน ถ้าใช้สื่อเป็นเครื่องมือ ขับเคลื่อนการพัฒนา จะได้ผลมากขึ้น แทนที่ทำไมไปเล็กๆ พอใช้สื่อจะมีพลังมากขึ้น ถ้าไปนูรณาการ อื่นๆ จะทำให้เกิดการ สื่อจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ในส่วนนี้ นำไปสู่เรื่องของเด็ก ครอบครัว มีอะไรบ้าง ที่นูรณาการ สร้างการเรียนรู้ของตนเอง”

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

“ต้องไปทำความเข้าใจให้คนผลิตรายการ เห็นความสำคัญในการพัฒนาเด็ก ให้เห็นความสำคัญเรื่องนี้ ถึงจะได้มีความรู้ความเข้าใจ ให้เนื้อที่มากขึ้น ขณะเดียวกัน ประเด็นที่น่าเสนอก็คือต้องน่าสนใจ ถ้าจู่ๆ โยนหนังสือมาเล่มหนึ่งเกี่ยวกับพัฒนาเด็ก ออกรายการมาที เด็ดคงซีเกียจอ่าน ถ้าสนใจให้เค้าทำเกี่ยวกับเด็ก ต้องเอาหนังสือมาอ่านมาย่อยให้เค้า แต่เรื่องที่น่าเสนอ มีลักษณะเป็น News เป็นเรื่องใหม่ๆ แปลก ตามหลักวิชาการข่าว”

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

“คือหาแหล่งความรู้ที่ว่าด้วยสื่อชุมชนสื่อประเพณีถึงบทบาทที่มีต่อเด็ก ต้องไปว่ากันเป็นเรื่องๆ เพื่อจะให้มันสอดคล้องกับพัฒนาการเด็กด้วย แต่เราก็มาวิเคราะห์ ถ้ามีความรู้เรื่องเด็กเราไปหาคำว่าความรู้เรื่องสื่อชุมชน สื่อประเพณีต่างๆ แล้วก็พิจารณาว่ามันสนองอะไร อย่างไรบ้าง อย่างเช่น เด็กเล่นมากเก็บ มันช่วยในเรื่องพัฒนาการของกล้ามเนื้ออย่างไร สายตา น่าจะสนุก มันไม่น่าจะยาก...”

(กิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

ในการสร้างความหลากหลายในเนื้อหา ผ่านทางสื่อภาคประชาชนนั้น กลุ่มพันธมิตรมีความเห็นว่าสื่อประเภทนี้มีความหลากหลายอยู่แล้ว และเป็นสื่อที่ดีกว่าสื่อกระแสหลักเนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่ายเพราะมีรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง แต่ส่วนใหญ่มักขาดโอกาสในการเผยแพร่ และขาดงบประมาณ ซึ่งต้องอาศัยการสนับสนุนจากสังคมเพื่อให้สื่อเหล่านี้มีพื้นที่ในการนำเสนอ และพัฒนาให้มีความร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น โดยต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับบริบททางสังคมของเด็กและเยาวชนด้วย เพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

"เขาก็มีความหลากหลายในตัวของเขาอยู่แล้ว ที่ผ่านมามีโอกาสจะไม่มีช่องทางมาก แต่หลังจากที่เรามีวิทยุท้องถิ่น วิทยุชุมชน Cable สื่อเหล่านี้ก็มีพื้นที่ในทางออกมากขึ้น แต่บางทีก็ต้องปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยหรือความยั่งยืนในการทำรายการตรงนั้น บางทีอาจเป็นที่นิยมหลากหลายในที่เล็ก ๆ แต่ว่าอาจจะไม่ Popular ในที่ใหญ่ ๆ สิ่งที่จะทำได้ต่อไปคือทำอะไรให้สื่อท้องถิ่น สื่อประเพณี หรือว่าสื่อต่าง ๆ เหล่านี้มีที่ยืน มีงบประมาณสนับสนุนระดับหนึ่ง และมีที่ทางในสื่อท้องถิ่นหรือแม้แต่สื่อระดับชาติ แต่จะมีอันนี้ขึ้นมากก็ต้องขึ้นอยู่กับนโยบายของสถานี ขึ้นอยู่กับการสนับสนุนของสังคมด้วย ก็ต้องไปฟื้นฟูเอามาใช้แล้วปรับให้เข้ากับยุคสมัย"

(สุภิญญา กลางณรงค์, สัมภาษณ์)

"พวกนี้เป็นสื่อ Two Way ดีกว่าสื่อใหญ่ ...เข้าไปจับต้องสัมผัส ดีกว่า สัมผัสได้ดีกว่า การเข้าไปส่งเสริมเกิดขึ้น แต่ต้องเข้าใจว่าบริบทสภาพเด็กในสังคม เรื่องอื่นๆ การปรับบริบทที่สอดคล้อง อาจจะไม่ค่อยตาม แต่ให้สอดคล้องกับบริบท จะเป็นประโยชน์"

(วันชัย บัญประชา, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ ในการสร้างความหลากหลายควรมีกรอบหรือแนวคิดหลักเพื่อให้เกิดการพัฒนาเป็นทิศทางเดียวกัน ซึ่งกรอบแนวคิดนี้จะเป็นตัวกำหนดเนื้อหาในการผลิตรายการ

"ในความหลากหลาย เราควรกำหนด Theme พื้นที่ที่เป็นรูปธรรมกับความรู้ที่สื่อมันจะอยู่ในนี้ Home School กับ Community ต้องมาอยู่ในนี้ด้วย ที่บอกว่าเน้นสื่อภาคประชาชน แล้วสร้างนี้เป็น Center ตรงนี้จะกำหนดตัว Content อย่างที่บอกว่าปีนี้อะไรเรื่องค่านิยม ห้าปีนี้จะรณรงค์เรื่องความกล้ากับเรื่องความซื่อสัตย์ ก็ไปแตกประเด็นกันได้เยอะมากเลย ขอความร่วมมือทุกส่วน"

(อังธิตา ลิ้มปัทมปาณี, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

การสร้างความหลากหลายในเนื้อหาที่มีคุณภาพตอบสนองการเรียนรู้ของเด็ก โดยอาศัยบทบาทของสื่อภาคประชาชนนั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากสถาบันวิชาการอย่างมหาวิทยาลัย

ต่างๆ หรือแม้แต่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างกรมประชาสัมพันธ์ ในการเข้ามาให้ความรู้แก่ชุมชน ซึ่งชุมชนแต่ละแห่งก็มีค่านิยมที่มีความแตกต่างหลากหลายอยู่แล้ว ในการสร้างความหลากหลายในเนื้อหาจึงควรคำนึงถึงความต้องการของคนในชุมชนเป็นสำคัญ

“การให้ความรู้เป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยต้องมองศักยภาพของผู้ผลิตสื่อท้องถิ่นให้ออกว่าเค้าจะมีบทบาทกับกลุ่มที่อยู่ในท้องถิ่น มหาวิทยาลัยต้องทำหน้าที่ในการบริการวิชาการ ซึ่งเป็นบทบาทหน้าที่หนึ่งของสถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานหลักอย่างกรมประชาสัมพันธ์นั้น สื่อท้องถิ่นเองก็อยากได้ใบรับรองจากกรมประชาสัมพันธ์ ก็ต้องเปิดหลักสูตรพวกนี้ให้เข้ามาใช้ ทำงานแนวรุกเข้าไป ถ้าคนมีความรู้ ก็มีความอยากจะเผยแพร่ความรู้ อยากจะผลิตงานดีๆ แต่ตอนนี้ความรู้เค้าไม่พอ”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

“นิยามคำว่าสื่อของตัวเองในชุมชนให้ชัด แล้วดูว่าจะเพิ่มว่าจะความหลากหลายในเนื้อหานั้นได้อย่างไร โดยให้เนื้อหาความหลากหลายนั้น ตอบสนองให้คนที่อยู่ในชุมชนได้เรียนรู้ด้วย ... สื่อชุมชนจะช่วยให้ต้องประยุกต์หรือเพิ่มการเรียนรู้เรื่องอื่นๆ แล้วมา ประยุกต์ใช้กับของตัวเอง โดยที่ค่านิยมหลักที่ต้องยึดไว้คือค่านิยมหลักของชุมชน”

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

“ถ้าโครงการนั้นเดินไปได้สื่อชุมชนก็จะอยู่ใกล้กับชุมชนโดยตัวของมันเองอยู่แล้ว เพราะทำให้เกิดพื้นที่ในการนำเสนอ ปัจจัยทำให้เกิดก็มี Event เกิด ... เรื่องการแข่งขัน ประกวด ประชัน ทำให้เกิดการคัดกรองที่ดี ความคิดดีๆ จะทำให้เกิดความหลากหลาย...รัฐต้องลงทุนอุดหนุน ไม่จำเป็นต้องงบประมาณก้อนใหญ่”

(อิฐบูรณ อันวงศา, สัมภาษณ์)

“สื่อชุมชนหรือประเพณี มีความหลากหลายในตัวเอง การเปิดพื้นที่ให้สื่อเหล่านี้ได้ทำหน้าที่เชิงสร้างสรรค์ เป็นการสร้างความหลากหลายให้กับเนื้อหาของสื่อในตัวเอง แต่ต้องมีกระบวนการเรียนรู้ สืบค้น พัฒนาและสร้างสรรค์ใหม่ๆ ให้เกิด นวัตกรรม สำหรับ สื่อชุมชน/ประเพณี ให้สามารถสื่อสารกับคนในชุมชนหรือสังคมร่วมสมัยได้”

(วรพจน์ ไอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

1.3.4) ภารกิจและการบริหารจัดการกองทุนสื่อสร้างสรรค์เพื่อเป็นกลไกในการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตรายการ

ด้านการจัดตั้งกองทุนสื่อสร้างสรรค์เพื่อเป็นกลไกในการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตรายการนั้น ทุกฝ่ายเห็นด้วยหากมีการจัดตั้งกองทุนนี้ขึ้นจริง ซึ่งทุกฝ่ายมีความเห็นว่าควรครอบคลุมในทุกๆด้านไม่เพียงเฉพาะแต่ผู้ผลิตรายการเท่านั้น เพื่อให้เกิดประโยชน์และประสิทธิภาพสูงสุด โดยการบริหารจัดการควรเป็นองค์กิริสระที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือหลายฝ่ายและปราศจากการแทรกแซงของภาครัฐและฝ่ายการเมือง ซึ่งแต่กลุ่มมีความคิดเห็นดังนี้

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน เห็นด้วยที่จะให้มีการจัดตั้งกองทุนสื่อสร้างสรรค์เพื่อเป็นกลไกในการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตรายการ

โดยกองทุนนี้จะต้องมีความครอบคลุมด้านต่างๆ ได้แก่ การสร้างองค์ความรู้คือเรื่องเด็กกับเรื่องสื่อ สร้างการเปลี่ยนแปลงของสังคม ไม่ใช่ทำหน้าที่ผลิตชิ้นงานสื่อ จะต้องมีการกิจที่ไปพัฒนาศักยภาพ ที่ใช้สื่อที่เข้าไปถึงเด็กอย่างแท้จริง

ในขณะที่ด้านการมองว่าการบริหารจัดการ ต้องมีโครงสร้างคณะกรรมการต่างๆ ไม่ใช่โครงสร้างแบบราชการ ควรจะมีทั้งรัฐ สื่อ และภาคประชาสังคมทำงานร่วมกัน ซึ่งกองทุนนี้ต้องบริหารโดยคนมือสะอาด มีความรู้ ในเรื่องการพัฒนาเด็ก โดยไม่มีการเมืองแทรกแซง อาจเป็นทำงานของนักวิชาการ หรือเอ็นจีโอ ด้านเด็กโดยเฉพาะ ที่ไม่มีผลประโยชน์ส่วนตนมาเกี่ยวข้อง ต้องมีการตรวจสอบความโปร่งใส ในการทำงาน สามารถตรวจสอบได้

"เห็นด้วย ซึ่งตอนนี้กำลังมีการถ่วงค้อยู่ เห็นด้วยอย่างมากๆ ว่ามันต้องครอบคลุมการสร้างองค์ความรู้...ต้องรู้คู่สองเรื่องหลักๆ คือเรื่องเด็กกับเรื่องสื่อ แล้วก็ต้องไม่ใช่โครงสร้างแบบราชการมากจนปัจจุบัน ทุกครั้งเรื่องการผลิตสื่อต้องมีเสรีภาพ ..."

(ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

"เห็นว่ามีกองทุนก็เป็นเหมือนตัวช่วยได้...ส่วนที่มาของคณะกรรมการ ไม่ควรให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งยึดไป ต้องมี 2-3 ฝ่าย ควรจะมีทั้งรัฐ สื่อ และภาคประชาสังคม"

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

“เห็นว่าจำเป็นมาก...หัวใจ คือ Loop ที่เป็นตัวระบบ องค์ประกอบทั้งหลายจะเคลื่อนไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพถ้าไม่มีกองทุนที่จะเป็นเหมือนน้ำมันหล่อลื่นที่จะทำงานได้ ... ไม่ควรอยู่ภายใต้โครงสร้างราชการเหมือนกองทุนหมุนเวียน กองทุนอะไรเต็มไปหมดที่ราชการ หรือกระทรวง หรือรัฐบาลลงมากำกับดูแล มันควรจะมีความเป็นอิสระเหมือน สสส หรือไทยพีบีเอส แล้วเปิดให้ทุกคนได้ใช้ประโยชน์จากมันได้เต็มที่จริงๆ แต่เมื่อมีเงินเป็นกองทุนยังงี้ก็ต้องมีระบบตรวจสอบโดยรัฐสภา ตรวจสอบโดยสังคมทั้งสังคม และอาจจะตรวจสอบโดยระบบอื่น ๆ ที่ทำให้เกิดความมั่นใจได้ว่ามันจะไม่ถูก Abuse เรื่องโครงสร้างจึงอยากให้มีอิสระมากที่สุดเท่าที่จะทำได้”

(วิลาสินี อดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

“อยากเห็นกองทุนสื่อสร้างสรรค์เป็นกองทุนที่สร้างการเปลี่ยนแปลงที่เปลี่ยนแปลงของสังคม ไม่ใช่ทำหน้าที่ผลิตชิ้นงานสื่อหรือสนับสนุน ทำให้เป็นโปรดักส์ แต่เป้าหมายคือพัฒนาเด็กเยาวชน เด็กและครอบครัว...จะต้องมีภารกิจที่ไปพัฒนาศักยภาพ ที่ใช้สื่อที่เข้าไปถึงเด็กอย่างแท้จริง กลุ่มคนเหล่านั้น เข้าถึงกองทุนนี้ พัฒนา ผู้ผลิต ผู้ใช้ ทันสื่อ การมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย ให้มีความยั่งยืนด้วย ไม่ใช่ผลิตแล้วก็หาย ทำงานต้องมองมิติการมีส่วนร่วม การไปสร้างจุดที่ระดมทรัพยากรที่เข้ามาเพิ่ม มีการบริหารจัดการ มองโครงสร้างของภาคส่วนต่างๆ มีโครงสร้างคณะกรรมการต่างๆ”

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

“เห็นด้วย เพราะสนับสนุนเค้าอยู่ เพราะว่าจะไปกะเกณฑ์ให้สื่อมวลชนเพิ่มพื้นที่ เป็นไปไม่ได้ เพราะเค้ามีภาระมากมาย ถ้างานก็ต้องทำเอง หรือซื้อเวลา เอาเงินไปใช้จ่าย ในการทำรายการ เพื่อแนะนำความรู้ การประกอบอาชีพ เป็นเรื่องที่ถูกต้องที่มีกองทุน ประเด็นคือ กองทุนนี้ต้องบริหารโดยคนมือสะอาด มีความรู้ ในเรื่องการพัฒนาเด็ก โดยไม่มีการเมืองแทรกแซง เพราะนักการเมืองมักจะทำตามใจตนเอง คือการหาเสียง เพราะฉะนั้น กองทุนนี้จึงเป็นการทำงานของนักวิชาการ หรือเอ็นจีโอ ด้านเด็กโดยเฉพาะ ที่ไม่มีผลประโยชน์ส่วนตนมาเกี่ยวข้อง เช่น ชายขนม น้ำอัดลม ที่ทำลายสุขภาพเด็ก ชายหนังสือลามกอนาจาร ไม่ควรให้คนที่มีผลประโยชน์ทับซ้อน และนักการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้อง การตรวจสอบก็ต้องมีความโปร่งใส การทำงานต้องโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ หน่วยงานของรัฐก็สามารถตรวจสอบได้”

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

“ก็เลือกพรรคอะไรที่อยู่ในกระแสสังคม ตอนนี้ก็ช่วยโอกาสกรุงเทพเมืองหนังสือ ก็ร่วม Package ไปเลย”

(อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

สำหรับความคิดเห็นต่อการจัดตั้งกองทุนสื่อสร้างสรรค์เพื่อเป็นกลไกในการพัฒนา ศักยภาพของผู้ผลิตรายการนั้นส่วนใหญ่เห็นด้วย เนื่องจากว่าสามารถใช้เป็นกลไกเพื่อสร้างความ เปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาการผลิตสื่อที่สร้างสรรค์สำหรับเยาวชนได้ แต่มีแนวคิดว่าการบริหารจัดการ นั้นควรอยู่ในรูปแบบขององค์กรอิสระที่ปราศจากการแทรกแซงของภาครัฐ และต้องเปิดโอกาสให้ ภาคธุรกิจและประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้

"เงิน คือเครื่องมือสำคัญเสมอสำหรับคนทำสื่อ...การมีกองทุน หมายความว่า เริ่มมีคน กลุ่มหนึ่งที่มีอำนาจในการใช้กองทุนนี้ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงขบวนการสื่อทั้งหมดที่เข้าถึง..."

(วันชัย บัญประชา, สัมภาษณ์)

"คิดว่ามีกลไกแบบไม่ใช่ราชการ จะอยู่ในรูปแบบองค์กรอิสระ"

(พรรณพิมล วิบุลากร, สัมภาษณ์)

"ถ้าจะจัดตั้งกองทุนฯ ให้มีการบริหารจัดการที่เป็นอิสระและเปิดกว้างให้ภาคส่วนอื่น แม้แต่ธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมเข้ามาช่วยดูแลก็น่าจะใช้เพื่อประชาชนทั่วไป เข้ามาเป็น เครือข่าย ไปที่พ่อแม่ที่มีเวลา ผู้ผลิตต่าง ๆ ก็น่าจะดีกว่า ขอให้หลุดจากวงจรของภาครัฐ"

(พิรงรอง รามสูต, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

โดยส่วนใหญ่แล้วกลุ่มเครือข่ายเห็นด้วยที่จะมีการจัดตั้งกองทุนสื่อสร้างสรรค์ เพื่อเป็น กลไกในการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตรายการ

"เห็นด้วยกับหลักการของการมีกองทุนสื่อ แต่การทำหน้าที่ คือหนึ่ง ทำหน้าที่ในการไป เพิ่มเรื่องสื่อสร้างสรรค์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ให้มีความหลากหลายพอ สอง คือทำหน้าที่ในการ ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ การทำงานเรื่องสื่อ การผลิตสื่อให้กับสังคม เรื่องพัฒนาองค์ความรู้เป็น เรื่องสำคัญ

สำหรับการบริหารจัดการนั้น เรามีกองทุนมาหลายลักษณะ การบริหารจัดการมีความ หลากหลาย อยู่ที่วัตถุประสงค์ แต่ถ้ากองทุนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ โครงสร้างบริหารจัดการไม่ได้ฟัน

ธงตายตัว แต่เรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ คือการเน้นให้มีส่วนร่วม และความครบถ้วนขององค์ประกอบในสังคม ควรมุ่งเน้นสัดส่วนของภาคประชาชนมากขึ้น

การตรวจสอบกองทุนโดยส่วนตัวอาจทำได้ในสองลักษณะคือประชาชนตรวจสอบโดยตรง กับตรวจสอบผ่านตัวแทน เช่น ระบบรัฐสภา"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"เห็นด้วยมาก ... คือถ้ามีอันนี้มันจะเป็นจุดเริ่มต้นริเริ่มอะไรดีๆ แต่อย่างที่บอกว่าไม่รู้ว่กองทุนนี้มันถ้ามันมีมันจะถาวรยั่งยืนแค่ไหน มันก็ต้องสร้างความเข้มแข็งให้คนที่อยู่ในวงนี้ด้วย ก็คือผู้ประกอบการ คนทำสื่อเค้าก็ต้องมีความเข้มแข็งไม่ใช่มาขอไปได้ตลอด ในขณะเดียวกันเงินกองทุนนี้ถ้ามันเริ่มมันแล้วมันจะมีต่อๆไปก็ควรจะมีการกระจาย ต้องมีส่วนร่วม... การบริหารจัดการกองทุนนี้มันต้องโปร่งใส เข้าถึงได้จากทุกคนที่เค้าทำและเค้าอยากจะทำ ... ต้องมีงานในการสร้างความเข้มแข็งให้เค้าเติบโต อบรมให้ความรู้ เครื่องไม้เครื่องมืออะไรยังไง ปรับตัวยังไง วิธีการเขียนขอทุนแหล่งทุนอื่น วิธีการเขียนผลงาน การนำเสนอผลงาน การทำตลาด การหาลูกค้า สิ่งเหล่านี้มันจำเป็นสำหรับทุกองค์กร เพื่อที่จะคุณไม่ต้องมาขอเราละคุณได้เครื่องมือจับปลาไปแล้วคุณไปจับเอง ..."

(ศรีดา ตันทะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

"อยู่ในหลักของการอุดหนุนจากรัฐโดยตรง แต่กองทุนนี้อาจจะให้โอกาสสื่อได้มีโอกาสแสดง ควรจะดันให้เกิดการแข่งขันให้เกิดการนำเสนอกันอย่างคึกคัก ทุกอย่างเริ่มจากฐานล่าง... สองคือองค์ประกอบของนักวิชาการก็มีความจำเป็นในส่วนองค์ความรู้ต่างๆ ที่ต้องพัฒนาให้สื่อชุมชนนำวิทยากรใหม่ๆ มาใช้"

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

"เห็นด้วยกับการจัดตั้งกองทุนสื่อสร้างสรรค์ฯ ควรมีภารกิจหลักในการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก เยาวชน และ ครอบครัว โดยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม บริหารจัดการโดยมีกลไกสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกระดับ สถาบันวิชาการสนับสนุน และ ภาคีเครือข่ายในการขับเคลื่อน"

(วราภรณ์ ไชยธรรมาภรณ์, สัมภาษณ์)

“กองทุนสื่อสร้างสรรค์ก็เป็น เอ่อ ทางออกอีกแบบหนึ่งที่จะ Secure เรื่องของ เอ่อ Financial Mechanism ที่จะมาสนับสนุนการสร้างสื่อ เอ่อ เพราะว่าองค์กรแบบ สสส นี้ มันสนับสนุนเรื่องสื่อโดยตรง มันก็ได้ไม่มาก เพราะว่ามีภารกิจอื่น ๆ อยู่ ฉะนั้นการที่สังคมควรจะถึงจุดที่มี เอ่อ Financial Mechanism ที่จะเข้ามาช่วยขับเคลื่อนเรื่องนี้เป็นการเฉพาะ เนอะ แล้วก็หลุดออกมาจากระบบราชการนี่ก็จะสำคัญ ควรที่จะต้องให้มันหลุดออกมาจากระบบราชการให้ได้ ที่ถามว่าทำไมต้องหลุดออกมาจากระบบราชการให้ได้ก็เพราะว่าวิถีคิดแบบระบบราชการนี่มันก็จะแบบ ค่อนข้างจะจำกัด”

(ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ, สัมภาษณ์)

“การจัดตั้งกองทุนสื่อฯ เป็นเรื่องที่ดีถ้ามีเกิดขึ้น ซึ่งกองทุนนี้จะเป็นกลไกในการพัฒนาในหลายๆ ด้าน ไม่ใช่เฉพาะศักยภาพผู้ผลิตรายการ แต่คงไม่ตอบชัดมาที่กลุ่มครอบครัว แต่ถ้าถามว่าผู้บริโภคจะได้อะไรจากกองทุนไอเคตตอบได้ กองทุนสื่อฯ เป็นกลไกในการพัฒนาหลายๆ ด้าน เช่น นักวิจัย ผู้ผลิต ผู้ชม ผู้ผลิตมีโอกาสได้พัฒนาศักยภาพ ถ้าผู้ผลิตมีโอกาสได้ใช้ ขอเงินกองทุนสื่อไปผลิตรายการที่ดี...”

ภารกิจหลักของกองทุนควรสร้างการเรียนรู้ นอกเหนือจากให้ทุนการผลิต การวิจัย ให้ความรู้กับผู้บริโภคเรื่องของการเท่าทันสื่อ ถ้าไม่มีกระบวนการนี้กองทุนสื่อก็จะขาดความสมบูรณ์อย่างยิ่ง เพราะว่าการสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนคือผู้บริโภคต้องเท่าทันสื่อ ด้านการบริหารจัดการ เช่น ที่มาของคณะกรรมการ ต้องมีภาคีรัฐมาร่วมด้วย แต่เราสามารถปฏิเสธการมีภาครัฐทั้งหมดเป็นกรรมการ ภาคีรัฐกับองค์กรพัฒนาเอกชนต้องมีสัดส่วนที่สูสีกัน สมดุลกัน ที่มาของคณะกรรมการที่จะยกมือโหวตต้องมีสัดส่วนที่สมดุลกัน ตั้งคณะกรรมการตรวจสอบได้ และมีลักษณะเป็นองค์กรอิสระทำหน้าที่แบบมีข้อกำหนด จรรยาบรรณ จริยธรรมในการพิจารณา ก่อนที่จะมีการตั้งกรรมการต้องมีการเขียนคู่มือการปฏิบัติงานที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการให้ทุน การพิจารณา คุณสมบัติ ต้องเขียนกติกาอย่างชัดเจน ไม่เช่นนั้นการบริหารงานของกองทุนจะมีปัญหามาก”

(อัญญอร พานิชพึงรัก, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ก็ยังมีความคิดเห็นที่ไม่เห็นด้วยเนื่องจากเป็นกองทุนที่มุ่งเน้นแต่เพียงผู้ผลิตสื่อด้านเดียวเท่านั้น ซึ่งอาจเกิดปัญหาความไม่ต่อเนื่องตามมาได้ เพราะผู้ผลิตบางรายอาจหวังเพียงผลประโยชน์จากกองทุนชั่วคราวชั่วคราวเท่านั้น

“ไม่เห็นด้วยว่ากองทุนสื่อเพื่อผู้ผลิตรายการอย่างเดียว มันใช้เวลามายาวนานแล้วที่มีเงินให้ผู้ผลิตที่แหวะมาแล้วจากไป เป็นพวกรับจ้างทำดี ซึ่งไม่ได้คนที่สืบสานสิ่งที่เราอยากสร้าง”

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

1.4) การสร้างความรับผิดชอบของฝ่ายต่างๆ

การสร้างความรับผิดชอบของฝ่ายต่างๆ นั้นเกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วนทั้งผู้ผลิต ผู้รับสาร เครือข่ายของ สสย. ตลอดจนภาควิชาการที่เกี่ยวข้องต่อการพัฒนาสื่อเพื่อเยาวชน ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสื่อไปในทิศทางที่ถูกต้องและยั่งยืน

1.4.1) การสร้างความเข้มแข็งให้กับความรับผิดชอบของผู้ผลิตเนื้อหาสื่อเด็กและเยาวชน มีแนวทางอย่างไรบ้าง รวมทั้งมีเครื่องมือใดที่ช่วยให้เกิดผลเป็นรูปธรรม

แนวทางการสร้างความเข้มแข็งให้กับความรับผิดชอบของผู้ผลิตเนื้อหาสื่อเด็กและเยาวชน ทุกฝ่ายเห็นว่าควรมีองค์กรหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบควบคุมดูแลทั้งในด้านกฎหมาย และจริยธรรม ซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งองค์กรกลาง ภาควิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนที่สามารถควบคุมกันเอง หรือแม้แต่ภาคประชาชนในการทำหน้าที่นี้เพื่อให้เกิดเป็นผลที่เป็นรูปธรรม

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

สำหรับแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งให้กับความรับผิดชอบของผู้ผลิตเนื้อหาสื่อเด็กและเยาวชน คือต้องการให้มีองค์กรที่จะดูแลผู้บริโภคสื่ออย่างจริงจัง ทั้งในแง่กฎหมาย จริยธรรม องค์กรคุ้มครองพวกนี้ควรจะทำหน้าที่ที่ดูแลเนื้อหารายการเพื่อสะท้อนความรับผิดชอบอย่างเอาใจจริงเอาใจ ซึ่งองค์กรเหล่านี้จำเป็นต้องมีความรู้เรื่องสื่อพอสมควร เช่น สภาวิชาชีพ โดยอาศัยเครื่องมือได้แก่ มาตรการเฝ้าระวัง หรือการมีกลไกในการตรวจสอบ แต่ที่สุดแล้วเชื่อว่าคุณภาพของสื่อขึ้นอยู่กับประชาชน ซึ่งทำหน้าที่ในการตรวจสอบ และรักษาผลประโยชน์ของตนด้วย

"อยากให้มือองค์กรที่จะดูแลผู้บริโภคสื่ออย่างจริงจัง ทั้งในแง่กฎหมาย จริยธรรม คล้ายๆ ปนระหว่างองค์กรผู้บริโภคบวกกับสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์ แต่เราเป็นสมาคมสมาพันธ์หรือสภาก็ได้ของนักสร้างสรรค์สื่อเพื่อเด็กและครอบครัว องค์กรคุ้มครองพวกนี้ควรจะทำหน้าที่ที่ดูแลเนื้อหารายการเพื่อสะท้อนความรับผิดชอบอย่างเอาจริงเอาจัง เช่น ทำให้ภาคประชาชน ผู้ชมรู้สึกว่ามันเป็นความไม่ถูกต้องของผู้ผลิตที่ตนเองเรียกร้องได้ ...องค์กรผู้บริโภคสื่อเด็กจำเป็นต้องมีความรู้เรื่องสื่อพอสมควร เช่น โครงสร้างสื่อ ระบบสื่อ ต้องรู้ด้วย ต้องมีกฎหมายหรืออะไรที่จะทำให้เราตระหนัก นอกเหนือจากคุ้มครองต้องคอยมีข่าวสารที่จะทำให้เราตระหนักถึงปัญหาที่เกิดกับเรา แต่ว่าอันนี้เน้นที่เด็กและเยาวชน..."

(กิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

"มีการเฝ้าระวังสื่อหรือมี Media Inside Out ก็เป็นกลไกขึ้นมา หรือสภาวิชาชีพ ซึ่งบอกว่าเป็น ... มันต้องมีทั้งมาตรการกำกับอย่างสภาวิชาชีพ มาตรการเฝ้าระวัง เช่น Media Watch, Media Inside Out และฝ่ายวิชาการก็ต้องมีบทบาทในเชิงวิพากษ์วิจารณ์"

(โคทม อารียา, สัมภาษณ์)

"มองผู้ผลิตเนื้อหาในระดับชุมชนด้วย ต้องมีกลไกต่อเนื่องที่อยู่ในชุมชน"

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

"ผู้ผลิตต้องเปิดใจ ยอมรับและเห็นด้วยกับการมีกลไกตรวจสอบ กลไกการเฝ้าระวังสื่อที่มาจากเด็ก มาจากผู้ปกครอง อย่างมองว่าเป็นอะไรที่มาสร้างความน่ารำคาญ เป็นพวกเรียกร้อง ต้องยอมรับกลไกการตรวจสอบว่าเป็นเรื่องจะต้องมีคู่กันไป เพื่อให้เป็นกลไกปกติที่ต้องอยู่กับสื่อ เปิดรับฟังและมี Feedback ด้วย มี Respond ว่าได้แก้อะไรแล้ว ได้แก้อะไรแล้ว อันนี้จะเป็นเครื่องมือที่สำคัญมากๆ กับอันที่สองคือผู้ผลิตสื่อต้องมีความรู้ความเข้าใจเรื่องของเด็ก"

(วิลาสินี อดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

"เราต้องให้เยาวชนเองเป็นผู้ดูแล แต่เราต้องไปเปลี่ยนนโยบายสื่อ เราจะเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ในสื่อกระแสหลักได้ขนาดไหน ยังไง มันก็ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ของเราที่จะเข้าไปให้ถึง"

(ชัชวาลย์ ทองดีเลิศ, สัมภาษณ์)

“การสร้างความเข้มแข็ง หมายถึงว่า คนที่มากกระตุ้นให้สื่อมาสนใจ ต้องศึกษาหาความรู้ ต้องมีอะไรอยู่ในตัว คนที่ให้ความรู้เรื่องเด็ก ต้องมีประสบการณ์เรื่องเด็ก การพัฒนาเด็ก สิทธิเด็ก ตามกฎหมาย มีพรบ.การกระทำรุนแรงต่อเด็ก พรบ.จัดตั้งพิชานาคติศาลเยาวชนและครอบครัว ก็ ต้องมีความรู้ในเรื่องนี้ ถ้าไม่มีความรู้ ก็อย่าไปทำเลย นอกจากนี้ ต้องมีความตั้งใจในการทำงาน มุ่งมั่นในการพัฒนาเด็ก มีเป้าหมายที่ชัดเจนว่าจะทำงานนี้ โดยที่ไม่มีผลประโยชน์ส่วนตัว หรือไม่มีความต้องการจะดั่งเด่น เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย”

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

การสร้างความเข้มแข็งให้กับความรับผิดชอบของผู้ผลิตเนื้อหาสื่อออนไลน์นั้นมีมุมมองที่หลากหลาย ซึ่งแนวทางหนึ่งก็คือต้องทำให้ระบบการผลิตสื่อเพื่อเยาวชนนั้นปลอดจากธุรกิจทางการตลาด เพื่อให้ผู้ผลิตมีอิสระในการสร้างสรรค์รายการมากยิ่งขึ้น โดยความอิสระจะต้องมาควบคู่กับความรับผิดชอบ ซึ่งอาจมีกลไกในการควบคุมกันเอง หรือการวางกรอบทางจริยธรรมให้ปฏิบัติเป็นแนวทางเดียวกัน

“ต้องให้ระบบการผลิตสื่อปลอดจากธุรกิจการตลาด ผู้ผลิตจะมีฉลากในการสร้างผลงานโดยไม่ต้องพึ่งพิงธุรกิจการตลาด จึงเป็นที่มาของกองทุน ให้ผู้ผลิตมีอิสระในการผลิตพัฒนา ไม่ต้องพึ่งพิงธุรกิจ ที่สอง จุดอ่อน คือ เราไม่มีพื้นที่รายการเด็กมากนัก ไม่ได้สะสมคนทำงาน ประสบการณ์ พัฒนารูปแบบเด็กเยาวชนต่อเนื่องด้วยตัวของคนไทยเอง จึงต้องมีกระบวนการทำให้เกิดการถ่ายทอด มีสื่อดีๆ ของคนไทย เพื่อให้สามารถสร้างความรู้ และแม้แต่คณะ ซึ่งเป็นการผลิตผู้ผลิตสื่อ ไม่มีสาขาที่ทำในเรื่องของการพัฒนาผู้ผลิตสื่อเด็กโดยเฉพาะ”

(พรณพิมล วิบุลากร, สัมภาษณ์)

“จริงๆ ต้องสร้างรูปธรรมสื่อได้ก่อน การสร้างความรับผิดชอบเมื่อไปเรียนรู้ก็จะกำกับดูแลกันเอง ยังเชื่อเรื่องเสรีภาพ คือเปิดโอกาสให้มีเสรีภาพ แต่เสรีภาพต้องมาควบคู่กับการรับผิดชอบ คิดสร้างสรรค์ได้แต่คุณต้องรับผิดชอบต่อสิ่งที่เราคิดด้วย...ถ้าเขามีองค์วิชาชีพอยู่แล้ว สสย ก็เข้าไปร่วม ช่วยประเมิน ช่วยเขาปรับทิศทาง แล้วเป็นกลาง”

(อังธิดา ลิ้มปัทมปาณี, สัมภาษณ์)

"ต้องมี การวางกรอบจริยธรรม ที่เข้าให้มีระบบ ระเบียบ ทำตามกรอบจริยธรรม มีเงื่อนไขต่างๆ ที่เข้าไป ให้เค้าทำตามได้ เป็นตัวช่วยให้ทุกคน อยู่ภายใต้กรอบรับผิดชอบได้"

(วันชัย บัญประชา, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

การสร้างความเข้มแข็งให้กับความรับผิดชอบต่อผู้ผลิตเนื้อหาสื่อเด็กและเยาวชน กลุ่มเครือข่ายมีความคิดเห็นตรงกันว่า ควร มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบเป็นระยะๆ ไม่ว่าจะ เป็นจากภาควิชาชีพเอง องค์กรกลาง หรือภาคเอกชน เข้ามาร่วมมือกันเป็นกลไกหลักในการทำหน้าที่ตรวจสอบ

"ถ้าความรับผิดชอบต่อคนที่กองทุนอุดหนุนแล้ว เค้าก็ต้องรับผิดชอบ เพราะกรอบมากมายจนไม่สามารถทนออกเหนือได้ แต่ถ้าผู้ผลิตอื่นๆ แสดงความไม่รับผิดชอบต่อ ส่วนตัวอยากทำ แต่เราเองไม่ได้ไปลิงค์กับเครือข่ายเต็มที่...การที่เราเข้าไปไฟท์กัน เช่น เรยา ก๊อททาเลนท์ อันนี้เป็นเรื่องดี ที่แสดงบทบาทให้สื่อรับผิดชอบต่อ ต้องทำบ่อยๆ เรื่อยๆ ถึงขั้นที่ต้องมีหน่วยงานที่ตรวจสอบ ปล่อยประเดิน กระแส บางทีสื่อประชาสัมพันธ์ต้องวางแผน ออกมาให้เห็น"

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

"อาจจะต้องมีกลไกการตรวจสอบที่ภาคประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมมากขึ้น"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"พยายามจะทำให้เกิดการพัฒนาในลักษณะของวิชาชีพเพราะสื่อบ้านเรานี้มันเรียกว่า มันลุ่มๆ ดอนๆ ชมรมด้านสื่อเด็กและเยาวชน ควรจะยกระดับให้แบบสถานภาพการทำงานให้ คล้ายๆ กับเป็นลักษณะของการพัฒนาวิชาชีพคนทำงานด้านสื่อด้านเด็กและเยาวชน คราวนี้ตัวระบบนี้มันเหมือนตัว Control ไม่ให้แบบเกิดการดำเนินงานที่มันไม่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กรณีที่ทั้งผิดจรรยาบรรณ"

(ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ, สัมภาษณ์)

"มีองค์กรกลางขับเคลื่อน มีกลไกการมีส่วนร่วม มีสถาบันวิชาการสนับสนุน มีการประเมินผลจากผู้บริโภค"

(วรพจน์ ไชยธำภรณ์, สัมภาษณ์)

"ถ้ามีหน่วยงานสนับสนุนทุน เค้าก็จะไม่ไปหลงอยู่กับหน่วยงานที่ติดกับอำนาจทุน เค้าก็มีความรับผิดชอบมากขึ้น เพราะถ้าบอกให้ยืนยันแต่ต้องกัดก่อนเกลือกิน ในการผลิตรายการที่ดี ตัวเครื่องมือทุกก็เป็นเครื่องมือในการสร้างองค์ความรู้ ต้องเรียนรู้ว่าถ้าเด็กๆ ดูสื่อที่ไม่ดี ผลกระทบจะเกิดขึ้นเยอะ อันนั้นจะเป็นตัวเครื่องมือหนึ่งที่ทำให้เค้าตระหนัก น่าจะมีโอกาสได้เรียนรู้แบบนั้น ทุกวันนี้เค้าไม่ได้ตระหนักว่าสื่อสามารถปั้นคนให้ผิดรูปได้"

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่าควรมีการส่งเสริมผู้ผลิตสื่อที่ดีด้วยการเชิดชูให้กำลังใจ และมีการลงโทษสื่อที่ไม่สร้างสรรค์หรือไม่มีความดี ตลอดจนให้อำนาจในการตัดสินใจความพึงพอใจของผู้รับสื่อ โดยอาจทำผ่านการประกวดสื่อได้

"บทลงโทษนี้สำคัญ เรื่องที่สองที่ช่วยได้คือคนที่ทำผิดต้องเชิดชูเค้าเยอะๆ ... ซึ่งถ้าหากเราพยายามทำได้ในทุกระดับ เราก็คจะได้คนที่มีความดีในแต่ละระดับมากขึ้นมันก็จะช่วยได้มากกว่าโทษ แต่โทษมันคือเบื้องต้นพื้นฐาน"

(ศรีดา ตันตะอริพานิช, สัมภาษณ์)

"การประกวดแข่งขันแล้วให้ผู้ชมเป็นผู้ตัดสินใจว่าชอบหรือไม่"

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

1.4.2) ในการกำกับดูแลมาตรฐานทางจริยธรรมของสื่อต่อเด็กเยาวชน ควรมีกลไกในการดำเนินงานอย่างไร

ในขณะที่กลไกด้านการดูแลมาตรฐานทางจริยธรรมของสื่อต่อเด็กและเยาวชน นอกจากจะให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อองค์กรวิชาชีพและภาครัฐแล้ว กลไกที่มีความสำคัญ

เช่นเดียวกันก็คือประชาชนจะต้องเป็นพลังทางสังคมในการร่วมกันดูแล คัดกรองสื่อที่ดีและไม่ดีได้ โดยต้องมีความตื่นตัวและรู้เท่าทันสื่ออยู่เสมอ โดยแต่ละฝ่ายมีความคิดเห็นดังนี้

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

ในการกำกับดูแลมาตรฐานทางจริยธรรมของสื่อต่อเด็กเยาวชน ประชาชนเองควรมีความรู้เท่าทันสื่อ ในขณะที่คนทำสื่อเองก็ต้องมีจริยธรรมเป็นพื้นฐานในการทำงาน นอกจากนี้ยังต้องอาศัยกลไกทางสังคม ที่ช่วยให้ชุมชนมีความสามารถในการดูแลและกำกับสื่อ

“ยังไงก็ต้องทำในการสร้างความรู้เท่าทันสื่อ ตอนนี้เค้าใช้คำว่า MIL คือ Media and Information คือเท่าทันสื่อและข่าวสาร...”

(กิตรินทร์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

“คนมาทำสื่อ จะต้องมียุติธรรมอยู่แล้ว โดยเฉพาะสื่อมวลชน ถ้าทำไปโดยไม่มีจริยธรรมกำกับ ปล่อยให้วงการค้าเสรีเสีย ประการแรก คนทำต้องมีจริยธรรมอยู่ในตนเองในวิถีชีวิต ทั้งในการใช้สิทธิเสรีภาพ การเสนอบทความ ความคิดเห็น มียุติธรรมเป็นตัวกำกับอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น นายจ้างหรือหัวหน้างานต้องคอยกำกับดูแลผู้ใต้บังคับบัญชาด้วย นายงานก็ต้องมียุติธรรมด้วย จริยธรรมของทุกวิชาชีพมันมีอยู่ แตกต่างกันไปที่จะเขียนหรือไม่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรเท่านั้นเอง เช่น ครู หนายความ ที่ไม่เขียน เช่น จริยธรรมของคนขี่มอเตอร์ไซค์ แต่คนขี่มอเตอร์ไซค์ ต้องมียุติธรรม ว่าไม่หลอกผู้โดยสาร ไม่ไปทำมิดีมิร้ายผู้โดยสาร แม้ไม่เขียน แต่ก็ต้องมีอยู่ หรือจริยธรรมแม้ค้าไม่มีเขียนไว้หรอก ดังนั้นจึงมีทั้งไม่มี ที่เขียนไว้ ส่วนใหญ่ มักจะเป็นการทำงาน การประกอบวิชาชีพ ที่มีการรวมกลุ่ม รวมกันกันว่า จริยธรรมพวกเราต้องเป็นอย่างนั้นอย่างนี้”

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

“กลไกภาคสังคม เป็นเครือข่ายครอบครัว แม้แต่เด็กเยาวชนเองน่าจะมึบทบาทสะท้อนหรือตรวจสอบสื่อ มาตรฐานจริยธรรม เป็นเรื่อง กสทช. ออกระเบียบให้สื่อเป็นผู้กำหนดมาตรฐานของตัวเอง แต่เค้าต้องกำกับดูแลตัวเอง แต่ชาติที่ภาคสังคมคอยตรวจสอบร้องเรียน ทางสื่อฟังรู้ว่าได้รับผลกระทบยังไง สิ่งที่น่าเป็นห่วงคือสื่อใหม่ กับสื่อชุมชน ท้องถิ่น กสทช. อาจยังไม่มีภาพมองไปว่าทำยังไง เฉพาะผู้มีใบอนุญาตถือว่าไม่ทำตามจริยธรรม จะยึดใบประกอบกิจกรรม แต่ในอนาคต มีสื่อชุมชน ต้องมองว่าต้องทำยังไง เกิดมาตรฐานการเกิดรายการวิทยุชุมชน สื่อชุมชนใน

อนาคต ถ้าไม่เรื่องของ Broadcast กลไกตรงนี้ต้องสร้างขึ้นในระดับชุมชนเอง ติดตามกำกับดูแล ...”

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

“ถ้าเราจะใช้กลไกการตรวจสอบต้องใช้มาตรการทางสังคม ...”

(ชัชวาลย์ ทองดีเลิศ, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

กลไกในการดำเนินงานกำกับดูแลมาตรฐานทางจริยธรรมของสื่อต่อเด็กเยาวชน ควรเป็น ความรับผิดชอบของหลายฝ่าย โดยจะต้องมีองค์กรภาครัฐที่ทำหน้าที่กำกับดูแลให้เป็นไปตาม กฎเกณฑ์ นอกจากนี้ภาควิชาชีพจะต้องมีมาตรฐานในการทำงาน มีต้องมีกรอบมีระเบียบให้ ปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน และสามารถตรวจสอบและควบคุมกันเองได้ ในขณะที่ภาคประชาชน เองจะต้องมีความตื่นตัวและรู้เท่าทันสื่อ เพื่อช่วยในการตรวจสอบและคัดกรองสื่อที่ดีและไม่ดีได้

“สามส่วน คือ องค์กรกำกับดูแลก็ต้องมีมาตรฐานหรือเรียกว่าเกณฑ์ ร่างประกาศ ต่างๆ ที่ออกมา ถ้าผู้ประกอบการสื่อวิทยุโทรทัศน์อันไหนไม่เป็นไปตามนั้น ขาดเงื่อนไข ก็ต้องมา พิจารณากันว่าจะตักเตือน เสนอแนะ ส่งเสริมหรือควบคุมกำกับอะไรก็ว่าไป อันนี้ในเชิงของรัฐที่ จะต้องกำกับมาตรฐาน

สองคือวิชาชีพเองต้องมี Code of conduct, Code of practice หรือว่ามี Standard ของความเป็นมืออาชีพ Professional ถ้าผิด Standard คงต้องมีการตรวจสอบตักเตือนกันเอง ในหลายประเทศก็ใช้ Model นี้ มันต้องมีสภาวิชาชีพ หรืออะไรที่สร้างแกนกลางและสามารถที่จะ ตรวจสอบได้

อันที่สามคือกลไกตรวจสอบจากภาคประชาชนนี้สำคัญมาก กลุ่มอย่าง Media monitor ก็ดี หรือรู้เท่าทันสื่อก็ดีจำเป็นต้องเกิดให้มากขึ้น เมืองไทยยังมีน้อยอยู่มาก พอมีน้อยก็ไม่ ก่อให้เกิดความตื่นตัว คนผลิตก็ไม่รู้สึกว่าจะต้องปรับอะไร ฉะนั้นการยกระดับทำให้เป็นมาตรฐานก็ คือต้องใช้สามกลไกนี้แหละ”

(สุภิญญา กลางณรงค์, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่ระบบการจัดเรตติ้ง เพื่อกำกับดูแลเนื้อหา ยังคงมีความสำคัญ อยู่ ซึ่งสามารถใช้ควบคู่กับการเปิดโอกาสให้ประชาชนร้องเรียนหรือมีเสนอแนะในกรณีของรายการที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมที่ออกอากาศไปแล้วได้

"มาตรฐานทางจริยธรรมของสื่อต่อเด็กเยาวชนก็คือ Protection และ Manner คือการกำกับดูแลเนื้อหาเพื่อผู้เยาว์ ก็จะมี 3-4 เรื่องไม่มาก แต่ว่ากลไกที่ชัดเจนคือเรื่องของ Rating เรื่องของ Content Descriptor หรือ Label คือการติดป้ายเพื่อทราบได้ว่าคืออะไร ประมาณนี้ไม่ก็เป็น Expose Regulation คือหนังสือที่ออกอากาศไปแล้วจะมีการรับเรื่องร้องเรียนได้"

(พิรกร รามสูตร, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

ในการการกำกับดูแลมาตรฐานทางจริยธรรมของสื่อต่อเด็กเยาวชน กลุ่มเครือข่ายส่วนใหญ่มีความเห็นว่าควรมีกลไกในการกำกับดูแล ทั้งกลไกจากภาครัฐ และกลไกทางสังคม ในการช่วยกันทำหน้าที่ตรวจสอบและดูแลสื่อ ซึ่งควรมีระเบียบและกฎเกณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับของทุกฝ่าย ไม่ควรให้อิสระแก่ผู้ผลิตมากเกินไป และมีความจริงจังในการบังคับใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

"เรื่องการกำกับดูแลมาตรฐาน ต้องทำประเด็นในการกำกับให้เป็นที่ยอมรับของทุกฝ่าย อันไหนถูก ผิด มีความชัดเจน การกำกับต้องกระจายออกไปสู่วงกว้าง คนที่รู้เกณฑ์สามารถกำกับได้ง่าย ทำให้กระจายออกไปวงกว้างที่สุด เพื่อไปสู่ระบบย่อยๆ ในสังคม ซึ่งจะเป็นตัวกำกับเอง"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"การผลิตสื่อของเด็กและเยาวชนน่าจะมีกระบวนการอะไรที่หนักกว่าการผลิตสื่อสำหรับคนทั่วไปที่เป็นผู้ใหญ่ซึ่งระบบการคัดกรองหรือดูมิกวามีมากกว่าเด็ก คิดว่ากลไกการกำกับดูแลกันเองไม่พอ...มันต้องมีกลไกทางสังคม...น่าจะมีองค์กรหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลผู้ผลิตเนื้อหารายการเป็นคนตั้งกติกาขึ้นมาว่าแบบไหนอย่างไรที่ไม่ควรมีเกิดขึ้นในรายการหรือสื่อของเด็ก..."

(อัญญอร พานิชพิ้งค์, สัมภาษณ์)

"จริงๆ มันก็รวมๆ กัน คือ เมื่อเรามีกฎหมาย มีบทลงโทษ มีเรื่องของการเชิดชู มันต้องทำจริงจังนิดนึง ซึ่งภาครัฐ หรือภาคเอกชนที่เค้าทำผิด หรือทำไม่ได้เค้าไม่ค่อยโดนค่าสื่อก็ไม่กล้าลงสังคมก็ไม่กล้าประนาม เพราะฉะนั้นกลไกที่จะช่วยคือต้องช่วยกันเปิด ของดีก็ต้องช่วยกันเปิด ของแย่ก็ต้องตำ คือต้องเปิดเผยออกมาแล้วต้องตำต้องรุมประนาม"

(ศรีดา ตันทะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

"ต้องมีกฎระเบียบบังคับในระดับหนึ่งไม่อิสระเกินไป ให้ผู้รับใบอนุญาตจาก กสทช. จะต้องสังกัดสภาวิชาชีพใดวิชาชีพหนึ่ง...การที่อิสระเกินไปจะเป็นโอกาสของทุนที่จะบิดเบือนผูกขาดตัดตอนได้ ซึ่งปัจจุบันมีอำนาจเป็นกฎหมายมาตราหมวดใหญ่มีสี่ถึงห้ามาตราของกฎหมายของกสทช. ว่าด้วยเรื่องป้องกันการผูกขาดตัดตอน"

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

"รูปแบบขององค์กรทางฟากประชาชนนี่มันเป็นรูปแบบของจิตอาสา...พวกนี้มันต้องอาศัยตัวที่สำคัญก็คือว่ามีกิจกรรมประจำที่ทำให้คนเค้าเข้ามาได้เรียนรู้ว่า เออ การช่วยกันดูแลสื่อเนี่ยมันมีความสำคัญ คราวนี้กิจกรรมพวกนี้มันก็ต้องอาศัยแรง ทุนอาจจะมีบ้าง...ถ้าช่วยกันตรวจสอบเรื่อยๆ แล้วก็แบบ เข้าไปมีอิทธิพลกับสื่อได้ว่ามันมีการตรวจสอบนะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อกระแสหลักพวกนี้ ทีวี เนี่ย มันก็จะเป็นสื่อที่เด็กเข้าถึงอยู่ได้ง่าย นะ แล้วก็พยายามจะทำเรื่องใหม่ๆ ที่ต่อไปมันจะมีผลมากต่อครอบครัว"

(ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ, สัมภาษณ์)

"เป็นคำถามที่ตอบยาก เพราะคุณธรรมบ้านเรา เป็นแบบมือถือสาก ปากถือศีล หรือจริยธรรมเกินกว่าเหตุ บางทีเราใช้คุณธรรมแบบผ้าพับไว้ บอกว่าไม่ได้นะ แบบนี้ เปลือย ไม่ได้นะ เราไม่อธิบาย เราเข้าไปบอกอย่างเดียวว่าผิดจริยธรรมอันดีงามของไทยที่สืบสานมา ซึ่งไม่ใช่ คุณเล็กเอาอดีตมาอยู่กับปัจจุบัน เอาเฉพาะปัจจุบันว่า ถ้ามีปัญหาไม่ดียังไง เพราะไม่อย่างนั้นจะมีปัญหาเดิมๆ แล้วตั้งคำถามกลับมาว่า แล้วที่ผู้ใหญ่ละ สื่อนี้ละ ทำไมทำได้ ก็เป็นปัญหาเดิมเราพูดเรื่องนี้กันมานานแล้ว มีการขับเคลื่อนกันจริงจังไหม"

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

1.4.3) แนวทางการสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคผู้รับสื่อ เพื่อช่วยในการกำกับดูแลมาตรฐานทางจริยธรรมของสื่อต่อเด็กเยาวชน

แนวทางการสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคผู้รับสื่อ เพื่อช่วยในการกำกับดูแลมาตรฐานทางจริยธรรมของสื่อต่อเด็กเยาวชนนั้น ทุกฝ่ายเห็นตรงกันว่าจำเป็นจะต้องสร้างความแข็งแกร่งให้แก่เด็กและเยาวชนด้วยการให้ความรู้ เนื่องจากผู้รับสื่อโดยตรงเพื่อให้มีความรู้เท่าทันสื่อ และสามารถปกป้องตัวเองจากสื่อที่ไม่ดีได้ ซึ่งอาจต้องอาศัยความร่วมมือจากสถานศึกษาในการให้ความรู้ด้านนี้

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

แนวทางในการสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคผู้รับสื่อ เพื่อช่วยในการกำกับดูแลมาตรฐานทางจริยธรรมของสื่อต่อเด็กเยาวชนนั้น ควรอยู่ที่การให้ความรู้แก่เด็กและเยาวชนในการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อที่เด็กจะสามารถแยกแยะสื่อที่ดีและไม่ดีได้ ซึ่งนอกจากเป็นประโยชน์ต่อตนเองแล้วยังสามารถแนะนำและเผยแพร่ความรู้ไปยังผู้อื่นได้

"ต้องให้เค้ารู้อะไรเท่าทันสื่อ ว่าสื่อไปทำอย่างนี้ผิดจริยธรรมใหม่ ต้องให้ความรู้แก่เค้าด้วยการตรวจสอบสื่อเป็นยังไง สื่อที่ดี ไม่ดีเป็นยังไง ถ้ารู้เท่าทันแล้ว สื่อมาหลอกให้หลงว่า การทำอย่างนี้เป็นเรื่องที่ดี สื่อมาหลอกเค้าไม่ได้หรอก ดังนั้น ต้องให้เค้ามีความรู้ความเข้าใจของสื่อ ทุกวันนี้ ประชาชนรู้เท่าทันสื่อมากมาย เช่น สื่อที่นำเสนอข่าวไม่จริง ก็โทรไปต่อว่า ดังนั้น สื่อจะคิดว่าคนรับสื่อ ไม่รู้เรื่อง ไม่ได้ ถ้าประชาชนมีความรู้ สื่อก็หลอกเค้าทำได้ยาก"

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

"เท่าที่ สสย ทำอยู่ก็ทำได้ดีมากคือการผลักดันให้เกิดหลักสูตรการรู้เท่าทันสื่อในโรงเรียนในชุมชน การไปสนับสนุนหรือกระตุ้นให้เด็กเองจัดตั้งกลุ่มเฝ้าระวังสื่อของตัวเอง คือดูสื่อให้เป็น แยกแยะสื่อได้ แล้วก็สามารถไปแนะนำคนอื่น ๆ ในเรื่องสื่อได้ด้วย ใช้สื่อให้เป็นประโยชน์กับเรื่องการเรียนรู้ของเขาเอง อันนี้สำคัญมาก ๆ ... อันนี้คือสิ่งแรกเลยที่อาจจะต้องไปบุกก่อนไปเปิดสิ่งนี้ สสย ก็ทำหน้าที่เป็นตัวขยาย Idea ไปเรื่อย ๆ ขยายแนวคิดขยายแนวทางในการทำงานแต่ไม่ต้องลงไปทำเองทั้งหมด อันที่สองคือต้องเปิดโอกาสหรือ Cheer Up ให้เด็ก ๆ ที่เป็นผู้รับสื่อเขามีพื้นที่ของเขาในการเจอเจอกัน แลกเปลี่ยนกัน"

(วิลาสินี อดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ในการควบคุมดูแลควรมีความเหมาะสม ไม่มากเกินไปจนจำกัดความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิตสื่อ

“ถ้ามันมากเกินไป ก็ไปกดทับความคิดสร้างสรรค์ อะไรที่มันแหวกแนวออกไป ไม่เป็นไปตามกรอบคิดหรือกรอบความเชื่อปัจจุบัน ก็จะถูกกด”

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

พันธมิต

ในการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้รับสื่อที่เป็นเยาวชน ควรจะมีการวางพื้นฐานตั้งแต่ระบบการศึกษาที่ให้ความรู้และสร้างความเข้าใจเรื่องการเท่าทันสื่อ เพื่อให้เด็กและเยาวชนรู้จักป้องกันตนเองและรู้จักตรวจสอบสื่อที่ดีและไม่ดี

“ในภาพกว้างจะต้องเริ่มตั้งแต่ระบบการศึกษาที่จะต้องปลูกฝังหรือสอนเด็กเรื่องการรู้เท่าทันสื่อตั้งแต่กระทรวงศึกษาเลย ตรงนี้เป็นนโยบายรัฐบาลจะต้องทำ ... นอกจากนั้นการรณรงค์ในช่วงนั้นปลายก็ทำได้แต่จะมีผลเฉพาะคนที่ตื่นตัว ถ้าปลูกฝังวินัยหรือการเป็นคนช่างคิดช่างตรวจสอบตั้งแต่เล็กๆ ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ก็จะแก้ปัญหาอะไรไปเยอะ อันนี้เป็นเรื่องที่ต้องแก้ตั้งแต่ระบบการศึกษา”

(สุภิญญา กลางณรงค์, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ สสย. ยังสามารถเข้าไปช่วยให้ความรู้ได้ด้วยดี ผ่านการสร้างเครือข่ายเพื่อเผยแพร่ความรู้ไปยังพื้นที่ต่างๆ

“เราจะทำกลุ่มนี้ในเครือข่ายเหล่านี้ให้เขาไปต่อยอดกันใน Group แต่ต้องไปหา Nod ก่อนไปหา Nod ใหญ่ๆ แล้วไปต่อยอด ใช้เครือข่ายของ สสย. แต่ต้องกว้างกว่านี้เพราะว่ายังอยู่ใน Group เดิมอยู่ ต้องขยายออกไปมากกว่านี้ ... มันต้องกระจายไปต่างจังหวัด”

(อังธิดา ลิ้มปัทมปาณี, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

ในด้านการสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคผู้รับสื่อ เพื่อช่วยในการกำกับดูแลมาตรฐานทางจริยธรรมของสื่อต่อเด็กเยาวชนนั้น กลุ่มเครือข่ายมีความเห็นว่า สิ่งสำคัญก็คือการให้ความรู้ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ผู้รับสื่อให้สามารถรู้จักและแยกแยะสื่อที่ดีและไม่ดีได้

“ต้องให้ความรู้ ในการให้ความรู้เข้าไปยังครอบครัว ในขั้นต่อมาไปดูว่ามีส่วนไหนที่สามารถสร้างความเข้มแข็งให้ได้”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

“การสร้างความเข้มแข็งต้องให้ความรู้อย่างเดียว ไม่มีอะไรดีกว่าการสร้างความรู้ให้กับผู้รับสื่อ ว่าสื่อไหนควร...ถ้าเกิดผู้รับสื่อมีความเข้มแข็งในการรับสื่อได้อย่างดี ก็สามารถตอบโต้ภัยได้เรื่องของการดูแลสื่อ สามารถ 피ดแบ็กกลับไปก็ทำได้”

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

“รูปธรรมคือการสร้างศูนย์การเรียนรู้ตั้งแต่ระดับล่าง เกิด Event หรือเวทีแลกเปลี่ยนสม่ำเสมอ จะทำให้เกิดการพัฒนาสติปัญญาตลอดเวลา...คนที่จะมาทำงานก็อยู่ในพื้นที่ชุมชน มีการคัดสรรคัดกรองการกำกับดูแลที่ดี คือการสร้างจากฐาน”

(อิฐบูรณ อันวงศา, สัมภาษณ์)

นอกจากการให้ความรู้แล้ว ยังมีความเห็นว่าควรจะมีกฎระเบียบเป็นตัวกำกับ เพื่อใช้ในการประเมินและตรวจสอบด้วย ซึ่งบางท่านมีความเห็นว่าหากมีกฎระเบียบที่มากไปก็จะยังทำให้ผู้ผลิตสื่ออาจไม่ให้ความสำคัญ และไม่ให้ความร่วมมือได้

“ควรมีกฎกำกับอย่างที่บอกว่ามนุษย์มนุษย์จะอยู่ได้ประพัตติตัวที่อยู่ในระเบียบวินัยมันก็ขึ้นอยู่กับตัวบุคคล เหมือนความต้องการ 5 ชั้นเพราะฉะนั้นการมีกฎระเบียบคนที่เค้าอยู่ได้ด้วยการกลัวกฎระเบียบเค้าก็จะทำ แต่ถ้ามากกว่านั้นถ้าเราส่งเสริมมาตรการทางสังคม คนที่ดีกว่านั้น

ที่ไม่มีกฎระเบียบก็อยากจะทำด้วยตัวเองก็จะทำได้ แต่อยากให้ต่อเนื่อง มีกฎก็ต้องบังคับใช้ตรวจประเมินสอบ"

(ศรีดา ดันตะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

"สำหรับจริยธรรมผู้ผลิตสื่อ คุณธรรมที่เป็นลายลักษณ์อักษรอันตราย เพราะยังทำให้กลุ่มคนที่มีพฤติกรรมเหล่านั้นถอยห่างจากเรา และไม่สามารถนำกลุ่มเหล่านั้นมาเป็นเพื่อนได้"

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

1.4.4) โอกาสของการสร้างเครือข่ายของ สสย. ในภูมิภาคต่างๆ และเครือข่ายตามประเภทของสื่อ (เช่นเครือข่ายวิทยุ /โทรทัศน์) ที่จะพัฒนาเป็นกลไกในการพัฒนาสื่อเด็กและกำกับดูแลสื่อในอนาคต

สำหรับการสร้างเครือข่ายของ สสย. ในภูมิภาคต่างๆ และเครือข่ายตามประเภทของสื่อ เพื่อพัฒนาเป็นกลไกในการพัฒนาสื่อเด็กและกำกับดูแลสื่อ ยังเป็นสิ่งที่มีความเห็นไม่ตรงกันซึ่งคณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน บางส่วนยังแสดงความไม่แน่ใจว่าจะสามารถทำได้หรือไม่และจะสามารถทำได้ต่อเนื่องเพียงใด ในขณะที่กลุ่มพันธมิตรและกลุ่มเครือข่ายมีความเห็นว่าจะมีโอกาสพัฒนาเป็นกลไกในการพัฒนาสื่อเด็กและกำกับดูแลสื่อได้แต่ต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆ เข้ามาประกอบด้วย

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

ในการสร้างเครือข่ายของ สสย. ในภูมิภาคต่างๆ และเครือข่ายตามประเภทของสื่อ มีโอกาสที่จะพัฒนาเป็นกลไกในการพัฒนาสื่อเด็กและกำกับดูแลสื่อได้หรือไม่นั้น คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผนส่วนใหญ่มีความคิดว่า ยังไม่สามารถทำนายหรือตอบได้เพราะต้องขึ้นอยู่กับบุคคลากรที่เข้ามาทำงานว่ามีความจริงจังแค่ไหน และไม่มั่นใจว่าจะสร้างความต่อเนื่องได้หรือไม่

"อันนี้ยังทำนายไม่ได้ เพราะการที่จะทำอะไรเป็นผลสำเร็จมากน้อยแค่ไหน ต้องมีคนที่เขาจริงเขาจริง อุทิศเวลาให้กับงานนั้นๆ ต้องมีระบบที่เกื้อหนุนเขา ที่มีความยั่งยืนพอสมควร..."

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

“มองไม่ออกว่า ในอนาคต ต่อเนื่องได้ไหม ถ้ากองทุนสื่อเกิดขึ้นแล้วเข้าไปเป็นช่องทาง กลไก ที่พยายามพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ น่าจะเป็นช่องทางหนึ่งที่กลไกออกไป เข้าไปร่วมในกลไกอื่นๆ ที่ทำหน้าที่ พัฒนาสื่อ ในระดับชุมชน...”

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

“ตอบไม่ได้ว่าจะมีโอกาสพัฒนาหรือไม่”

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

ในขณะที่บางส่วนมองว่า สามารถพัฒนาเป็นกลไกในการพัฒนาสื่อเด็กและกำกับดูแลสื่อได้

“พัฒนาสื่อเด็กได้ แต่กำกับดูแลอย่างไรดี พัฒนาได้อยู่แล้ว เพราะมันเป็นกลไก”

(กิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

“ก็ได้ ตรงที่ทำให้มีกลุ่มเฉพาะที่เปิดโอกาสให้เด็กเข้าถึงมากขึ้น เพราะอะไรก็ตามที่มันรวมศูนย์อยู่ตรงกลางนี้มันไม่ Work อยู่แล้ว มันอาจจะได้ตรงนั้น แต่ว่าต้องมาดูด้วยว่าบรรดาเครือข่ายที่มีแต่ละภูมิภาคเขามีองค์ประกอบครบถ้วนรึเปล่า”

(วิลาสินี อุดลยานนท์, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

การสร้างเครือข่ายจะช่วยให้การทำงานเกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันได้ ซึ่งทำให้นโยบายจากส่วนกลางสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น และทำให้เกิดการตื่นตัว และเกิดการพัฒนาในทิศทางเดียวกัน

“เครือข่ายทำได้ก็ทำไป”

(อมรวิชัย นาครทรรพ, สัมภาษณ์)

“เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การทำงานในเรื่องสื่อสำหรับเด็ก ซึ่งเมื่อก่อนจำกัดในส่วนกลาง ทำให้เกิดกระบวนการได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในระหว่างคนที่ดูแลตรงกลางกับดูแลพื้นที่ ทำให้เกิดกระบวนการพัฒนาเครือข่ายในพื้นที่ การทำงานเรื่องเด็กหัวใจสำคัญคือพื้นที่ เพราะส่วนกลางทำ

ได้ แต่เข้าไม่ถึงเด็กโดยตรง ตรงนี้ทำให้คนส่วนกลางเองก็ได้มีโอกาสการลงไปทำเครือข่าย ทำให้ การตื่นตัว หันกลับมามอง ว่าเค้าคือคนสำคัญที่ต้องลุกขึ้นมาทำเกิดพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเด็ก”

(พรรณพิมล วิปุลากร, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

กลุ่มเครือข่ายมีความคิดเห็นว่าการสร้างเครือข่าย สสย. ในภูมิภาคต่างๆ และเครือข่าย ตามประเภทของสื่อ่นั้นมีโอกาสที่จะพัฒนาเป็นกลไกในการพัฒนาสื่อเด็กและกำกับดูแลสื่อได้ แต่ ต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆเข้ามาประกอบด้วย ซึ่งต้องมีความร่วมมือจากเครือข่าย การศึกษาวิธีการ ทำงานในแต่ละพื้นที่ และความพร้อมของเครือข่ายด้วย

“ตอนนี้ทำกันอยู่ในการพัฒนาโลก แต่ว่ามันมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละท้องถิ่น ... เป็นไปได้ที่ สสย. พัฒนา ทำเรื่องกลไกเฝ้าระวังสื่อ และต้องทำร่วมกับภาคี ว่าทำ ยังไง ทำได้แค่ไหน ต้องคุยถึงวิธีการทำงานในแต่ละพื้นที่ให้ชัด”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

“มีโอกาส แต่ว่าไม่มาก คงใช้เวลาอีกนานพอสมควร”

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

“ต้องเห็นภาพรวมของการเรียนรู้สังคมทั้งหมดว่ามีองค์ประกอบอะไรบ้าง ไม่ใช่แค่พื้นที่ หรือสื่อที่ตัวเองทำอยู่ เค้าก็ไม่คิดว่าทำไมไม่อุดหนุนส่งเสริมเค้าบ้าง พอเรียกกรอบแบบนี้ การ แข่งขันก็จะไม่เกิดขึ้น อาจประสบความสำเร็จแต่ใช้เวลาและทรัพยากรมาก”

(อิฐบูรณ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

1.4.5) การสร้างกระบวนการเท่าทันสื่อและกลไกในการดำเนินงานเพื่อสร้างความ เข้มแข็งให้กับภาคผู้รับสื่อ

การสร้างกระบวนการเท่าทันสื่อ สามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคผู้รับสื่อได้โดยการ สร้างหลักสูตรเพื่อให้ความรู้แก่เด็กและเยาวชนในสถานศึกษาและสร้างแหล่งเรียนรู้ นอกจากนี้ยังสามารถดำเนินงานโดยอาศัยภาคีเครือข่ายในการช่วยเผยแพร่ข้อมูลความรู้ไปสู่เยาวชน

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

ในการสร้างกระบวนการเท่าทันสื่อจำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้จากฝ่ายวิชาการและวิชาชีพ โดยสามารถปลูกฝังได้ ด้วยการสร้างเป็นหลักสูตรในสถานศึกษา ทั้งในโรงเรียนไปจนถึงระดับมหาวิทยาลัย จากคณะครุศาสตร์ และนิเทศศาสตร์ นอกจากนี้ยังสามารถสร้างความเข้มแข็งได้ด้วยการนำผู้ที่มีประสบการณ์จากสื่อที่แตกต่างกันมาทำงานร่วมกันก็จะสร้างความแข็งแกร่งให้กับกระบวนการเท่าทันสื่อได้

"มันมีทั้งการสร้างองค์ความรู้ในฝ่ายวิชาการ... สอง การยอมรับของฝ่ายวิชาชีพที่ต้องช่วยปลูกฝังสิ่งเหล่านี้ด้วยที่สำคัญคือ วิชาชีพก็จะเป็นเรื่องการศึกษาตามอัธยาศัย แต่จริงๆ เราต้องทำให้เกิดการศึกษาในระบบด้วยไม่มากนักน้อย ซึ่งต้องใช้เวลา ก่อนที่จะเกิดความพร้อมของทางวิชาการและก่อนเกิดความพร้อมของครูอาจารย์ที่จะสอนในการศึกษาในระบบ เพราะฉะนั้นก็ทำการศึกษาตามอัธยาศัยไปพลางๆ ก่อน..."

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

"การเท่าทันสื่อ เป็นระบบที่ทำอย่างจริงจัง มีหลักสูตร ในโรงเรียน อาจไม่ได้หมายถึงวิชาต่างหาก แต่ทำยังให้บูรณาการ... ภาคสังคมเองก็พัฒนาชุดความรู้เท่าทันสื่อออกมามากขึ้น อุดมศึกษาก็สร้างครุ วิทยาลัยครุ น่าจะมีการสอนจริงจัง แต่คาดหวังกลุ่มนี้ เพราะเข้าถึงเด็ก จริงๆ นิเทศศาสตร์ออกเป็นผู้ผลิต แต่เราต้องการคนที่จะไปสอนเด็ก น่าจะมุ่งไปที่ครุศาสตร์"

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

"การรู้เท่าทันสื่อ เพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง ก็ควรรวมตัวกันเป็นกลุ่ม ประสบการณ์ต่างกัน มาทำงานร่วมกัน ก็เกิดความเข้มแข็ง ไม่ว่าจะรวมตัวรูปแบบไหนก็แล้วแต่สะดวก"

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

ด้านการสร้างกระบวนการเท่าทันสื่อ กลุ่มพันธมิตรมีความเห็นว่าสามารถจะสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคผู้รับสื่อได้ โดยเฉพาะการพัฒนาเยาวชนให้มีความรู้เท่าทัน เพื่อให้สามารถดูแล ตรวจสอบ และป้องกันตนเองได้ โดยการดำเนินงานช่องทางหนึ่งคือการเข้าไปให้ความรู้ในสถานศึกษา จึงควรให้ภาคีเครือข่ายช่วยเผยแพร่ข้อมูลความรู้ไปสู่เยาวชน

"อันนี้เป็นบทบาทสำคัญ เพราะสื่อมีความเปลี่ยนแปลง มีความเข้าถึงง่ายมากขึ้น คนรับสื่อในกลุ่มเด็กเยาวชน เป็นมาตรการสำคัญ ให้เค้ารู้เท่าทัน แยกแยะ รับรู้ได้ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาให้ผู้รับเองลุกขึ้นมาดูแลในตอนนี้"

(พรณพิมล วิปุลากร, สัมภาษณ์)

"ภาคีโรงเรียนน่าจะมีพื้นที่ทำงานเยอะ ๆ เด็กใช้เวลาอยู่โรงเรียนเยอะนะ...โรงเรียนมันมีเวลาแน่นอน เด็กจะอยู่โรงเรียนเวลาแปดโมงถึงสามโมงเย็นเสมอ เพราะฉะนั้นมีเวลาที่แน่นอน ข้อดี ข้อสองคือเด็กอยู่กับที่ได้...สามมีครู มีหลักสูตรซึ่งเปิดรับกิจกรรมทางเลือกอยู่แล้ว... เพราะฉะนั้นมีเวลาเหลืออีกวันละชั่วโมง สองชั่วโมง สำหรับกิจกรรมการเรียนรู้เพิ่มเติม เช่น ทักษะชีวิต life skill ทั้งหลาย ก็สามารถทำได้เรื่อง สื่อศึกษา"

(อมรวิชัย นาครทรรพ, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

ในการบวนการเท่าทันสื่อ นั้นสามารถสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ผู้รับสื่อได้ ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีเป้าหมายที่ชัดเจนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยต้องสร้างความต่อเนื่องและพยายามสร้างเครือข่ายเพื่อให้เข้ามามีส่วนร่วมและขยายผลต่อไป

"ยอมรับในหลักวิชาการว่าได้ แต่ว่าต้องสร้างต่อเนื่อง หลายคนรู้เท่าทันสื่อ แต่ต้องรู้แล้วขยายต่อ สร้างเครือข่ายและนำเสนอต่อสังคมต่อไป การรู้เท่าทันจึงไม่ใช่เป้าหมาย แต่เป็นองค์ประกอบ"

(อิฐบุญธน์ อันวงศา, สัมภาษณ์)

"สสย. นอกจากจะส่งเสริมและทำงานผ่านเครือข่ายแล้ว ต้องทำงานเชิงนโยบายด้วย ไปทำงานกับกลุ่มที่มีอำนาจสามารถขยายเรื่องนี้ได้เยอะๆ เช่น คณะกรรมการ อธิการบดีแห่งประเทศไทย ทูกรมหาวิทยาลัยกัน สสย. ก็ไปคุยกับเค้า หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ไปคุยกัน"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"การสร้างกระบวนการเท่าทันสื่อ เริ่มต้นอยากจัดห้องเรียนให้ความรู้ให้มันกระจายไปในหลายๆ พื้นที่ จัดให้ได้เยอะหน่อยและมีคนมาสนับสนุนงบประมาณ ทำการเท่าทันสื่อเชิงลึกเป็นตัวเปิดประเด็นได้ดีมาก ทำให้คนได้ถูกคิดโดยสร้างกระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อผ่านเนื้อหารายการจริงๆ...กลไกการทำงานของ สสย. ถ้าจะให้กระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อเห็นภาพและไปอย่างมีทิศทางเดียวกัน"

(อัญญอร พานิชพิ้งค์, สัมภาษณ์)

1.4.6) บทบาทของภาควิชาการในการพัฒนาสื่อเด็กเยาวชน

ทุกฝ่ายมีความเห็นว่าภาควิชาการเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถเข้ามาช่วยให้เกิดการพัฒนาสื่อเด็กเยาวชนได้ โดยการสร้างองค์ความรู้ งานวิจัย ตลอดจนการเผยแพร่ความรู้แก่ประชาชน ซึ่งทั้งหมดนี้จะต้องอาศัยความร่วมมือจากสถาบันทางการศึกษาในคณะและสาขาวิชาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการใช้ความรู้ในเชิงบูรณาการ นอกจากนี้ผลงานทางวิชาการเช่น งานวิจัย ยังสามารถเป็นส่วนช่วยให้เกิดการพัฒนาที่เป็นรูปธรรมได้เพราะสามารถนำไปเป็นข้อมูลสนับสนุนการผลักดันในเชิงนโยบาย

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

ภาควิชาการโดยเฉพาะคณะที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร หรือครุศาสตร์ควรจะมีการการพัฒนาอย่างจริงจังทั้งในเรื่องของการมีองค์ความรู้ การวิจัย และการจัดการเรียนการสอน เพื่อให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งสิ่งสำคัญคือวิชาการที่ให้ความรู้นั้น ต้องเป็นนักวิชาการที่เข้าใจบริบทของสังคมไทยด้วย

"ต้องขยายสู่สถาบันการศึกษา ก็เปิดเป็นหนึ่งวิชาโท เอก ร่วมกับคณะที่เรียนรู้เรื่องเกี่ยวกับเด็ก แล้วมันจะตื่นเต้นกันทั้งคู่ ว่ามีสาขาใหม่ในหลักสูตรนิเทศศาสตร์ หรือในหลักสูตรของครุศาสตร์เป็นหลักสูตรร่วม..."

(ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

"คณะวารสารศาสตร์ หรือ คณะนิเทศศาสตร์ ทั้งหลาย เขาก็ไม่มีสื่อเด็กและเยาวชนแยกออกมาต่างหาก การศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย เรื่องสื่อมวลชนศึกษา การรู้เท่าทันสื่อ หรือ สื่อมวลชนสำหรับเด็กก็ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างจริงจัง ในเรื่องของการมีองค์ความรู้ การวิจัย

และต่อไปมีการจัดการเรียนการสอน เพราะฉะนั้นเราอยู่ในขั้นตอนของการก่อสร้างตัวของสิ่งต่างๆ เหล่านี้ คงต้องค่อยๆ ทำไป"

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

"ในเมื่อต้องการความรู้ในการให้สื่อเผยแพร่ต่อ หรือให้ความรู้ผู้รับสาร ด้านวิชาการจำเป็นอย่างยิ่งในการให้ความรู้ ที่สำคัญ คือ วิชาการที่ให้ความรู้ ต้องเป็นนักวิชาการที่เข้าใจบริบทของสังคมไทย ไม่ใช่แปลตำราฝรั่งมา เพราะเค้ามีวิธีคิดอย่างหนึ่ง ที่ไม่เหมือนคนไทย ความรู้สึกนึกคิด รายได้แตกต่างกัน ถ้าจะเอาความรู้มา ก็ต้องอยู่ในบริบทของคนไทย

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

กลุ่มพันธมิตรมีความเห็น บทบาทของภาควิชาการต่อการพัฒนาสื่อเด็กและเยาวชนนั้นมีความสำคัญมาก โดยภาควิชาการ ไม่เพียงแต่คณะที่ผลิตนักสื่อสารมวลชนเท่านั้นแต่จะต้องอาศัยความร่วมมือจากสถาบันการศึกษาและคณะต่างๆมาทำงานร่วมกัน เพื่อให้สามารถนำองค์ความรู้จากสาขาวิชาต่างๆที่เกี่ยวข้องกับเด็กและเยาวชนอย่าง จิตวิทยาเด็ก สังคมวิทยา ครอบครัวยุทธศาสตร์ ฯลฯ มาบูรณาการร่วมกันเพื่อพัฒนาผู้ผลิตสื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเด็กในหลากหลายมิติ และผลิตผลงานที่มีคุณภาพทั้งในด้านเนื้อหาและรูปแบบรายการที่มีความสร้างสรรค์

"เข้ามาเรียนรู้ร่วมกับคนทำงานเอง เพราะคนทำงานเองความรู้เกิดขึ้นจากการปฏิบัติ แต่นักวิชาการด้านสื่อเข้ามาตรงนี้สามารถทำให้เกิดเป็นองค์ความรู้ที่นำไปใช้ประโยชน์ต่อที่ใช้ในการพัฒนาสำหรับเด็ก มีองค์ความรู้เรื่องอื่นๆ อีกใหม่ เรื่องจิตวิทยาเด็ก สังคมวิทยา ครอบครัวยุทธศาสตร์ ถ้าเข้ามาเป็นการทำงานร่วมกัน จะได้ช่วยทำให้มีความรู้ในการทำงานเรื่องสื่อสำหรับเด็กขึ้นมา"

(พรพนพิมล วิปุลากร, สัมภาษณ์)

"ก็ทำด้านวิชาการไป ก็ทำการวิจัยว่าผลกระทบทางด้านสื่อเป็นอย่างไร ถ้าจะเติม ภาควิชาการควรจะเป็นสหวิทยาการ คือใช้หลาย ๆ นักเข้ามาช่วยกัน อย่าเป็นนักสื่ออย่างเดียว นัก

สื่อทำงานร่วมกับนักจิตวิทยา ทำงานร่วมกับนักจิตแพทย์ ทำงานร่วมกับนักสังคมสงเคราะห์ จะดี
มาก"

(อมรวิชัย นาคทรพรพ, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้แล้วภาควิชาการยังมีบทบาทในการพัฒนาการวิจัยเพื่อ สร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ
ให้แก่สังคม และเพิ่มการทำงานเชิงรุก เพื่อให้เกิดข้อถกเถียงในสังคมแล้วนำไปสู่การพัฒนา ซึ่ง
ทั้งนี้ก็ต้องอาศัยการประสานงานกันระหว่างสถาบันการศึกษาเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ
และเกิดความร่วมมือทางวิชาการ

"สำคัญมาก คณะนิเทศศาสตร์ทุกมหาวิทยาลัย หรือแม้แต่คณะที่สอนด้านทาง
สังคมศาสตร์ควรจะเน้นเรื่องจรรยาบรรณของการออกไปประกอบวิชาชีพ ...นอกจากการผลิต
นักศึกษาให้มีคุณภาพและเข้าใจผลกระทบ รับผิดชอบต่อสังคมแล้ว สิ่งที่จะทำได้ก็คือ การพัฒนา
งานวิจัย พัฒนาในเรื่องขององค์ความรู้ให้กับสังคม ซึ่งเรายังมีน้อยมาก ... สองก็คือที่มีอยู่ก็ไม่ได้
ถูกใช้ในเชิงประโยชน์มาก บทบาทวิชาการน่าจะทำงานเชิงรุกด้วย คือนอกจากทำวิจัยที่ดีแล้วก็
ควรลุกมามีบทบาททางสังคมด้วยการโยนงานวิจัยเข้ามาเป็นข้อถกเถียงกันในสังคม หรือให้
วิชาชีพเอาไปใช้ หรือเอามาให้หน่วยงาน Regulator อย่าง กสทช มาใช้ ต้องคิดอะไรเชิงรุก มี
วิสัยทัศน์ไปข้างหน้า อย่างน้อยก็ต้องรู้เท่าทันสื่อที่เปลี่ยนแปลง เราจะเห็นว่า Technology ไปเร็ว
กว่าหลักสูตรอยู่เสมอๆ สอนเด็กมาก็อาจจะไม่ทันกับความเปลี่ยนแปลงไปแล้ว เรื่องนี้ก็เป็นเรื่อง
ที่มหาวิทยาลัยจะต้องเท่าทันสถานการณ์ตรงนี้แล้วก็สอนนักศึกษาให้มีคุณภาพ ให้มีจิตสำนึกตรง
นี้"

(สุวิญญา กลางณรงค์, สัมภาษณ์)

"ภาควิชาการ ... ต้องมาวิจัย มาประมวล มองว่ายังขาดนิดหนึ่ง คือขาดการประสานงาน ...
ก็ทำแต่ละมหาวิทยาลัย อยากให้มีลักษณะเป็นส่วนรวมสักอัน ในแต่ละมหาวิทยาลัยย่อมจะมีจุด
แข็งของเขา แต่ต้องมีความร่วมมือทางวิชาการ"

(อังธิดา ลิ้มปัทมปาณี, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

ภาควิชาการมีบทบาทในการให้ความรู้ด้านการพัฒนาและการผลิตสื่อได้ ซึ่งความรู้เชิงวิชาการนั้นสามารถเป็นปัจจัยสำคัญในการช่วยผลักดันเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายที่สำคัญให้เกิดขึ้น

“ภาควิชาการจำเป็นอย่างยิ่งที่จำต้องทำความรู้เชิงวิชาการ เพื่อให้เกิดการผลักดันเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายที่สำคัญ ... ภาควิชาการเมื่อเสนอและผลักดันอะไรต้องเสนอมาที่สังคมส่วนล่าง แล้วก็ทำให้สังคมส่วนล่างสนับสนุน เหมือนเป็นตัวเชื่อม นำเสนอกับโครงสร้างส่วนบนคือนักการเมือง องค์กรอิสระ และสะท้อนมาที่ส่วนล่างอย่างเป็นวิชาการและเคารพจุดยืนตัวเอง”

(อิฐบูรณ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

“กลุ่มที่เรียนทางด้านนิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชน ครู อาจต้องเติมความรู้ เน้นเนื้อหา เพิ่มน้ำหนักของเนื้อหา เรื่องเท่าทันสื่อเข้าไป ให้ความรู้เรื่องพวกนี้ สุดท้ายแล้ว สอนผลิตสื่อเป็นแล้ว ก็ต้องสอนให้วิเคราะห์สื่อเป็นด้วย”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

“เป็นคนเขียนงานและให้ความรู้ เป็นตัวสนับสนุนเป็นหน่วยงานสนับสนุนแบ็คอัพอย่างดี เพื่อให้เรื่องที่เราต้องการสื่อมีความน่าเชื่อถือ ยืนยันชุดความรู้ว่าเป็นจริงได้ อีกเรื่องคือสืบค้นหาข้อมูลของแหล่งต่างๆ ที่ต่อยอดหรือพัฒนาสื่อเด็กและเอาองค์ความรู้ใหม่ๆ มาเผยแพร่ บางครั้งอยากได้องค์ความรู้จากต่างประเทศแต่ต้องจ่ายเงินเยอะ”

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

2. แนวทางการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็ก

การทำการรณรงค์กับสื่อเด็กมีความสนใจองค์ประกอบของการสื่อสารทั้ง 4 ด้านซึ่งประกอบไปด้วยผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Audience) ซึ่งการพัฒนาไปทั้งระบบจะช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2.1) ผู้ส่งสาร (Sender)

ด้านผู้ส่งสารเป็นส่วนสำคัญต่อการทำการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็ก ซึ่งยังพบว่ามีปัญหา และต้องการหาทางออกเพื่อพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น เช่น ปัญหาการขาดความต่อเนื่องของสื่อมวลชนในการติดตามประเด็น การบริหารงานองค์กรที่ทำงานกับเด็กและเยาวชน การจัดตั้งกองทุนและการสนับสนุนของภาครัฐ เป็นต้น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1) จากผลการวิจัยเอกสาร พบว่า องค์กรที่สนใจนำเสนอข่าวหรือทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในประเด็นสื่อกับเด็กมีจำนวนมาก หากแต่มักขาดความต่อเนื่อง หรือจริงจังในการติดตามประเด็น

การขาดความต่อเนื่องและจริงจังในการติดตามประเด็นในการนำเสนอข่าวหรือทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในประเด็นสื่อกับเด็กนั้น เกิดจากการขาดความตระหนักของคนในสังคม การขาดความชัดเจนในการดำเนินงาน และการขาดแหล่งเงินทุน ซึ่งแนวทางที่ทุกฝ่ายเห็นว่าควรนำมาใช้เพื่อแก้ไขปัญหา ก็คือ การมีกองทุนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก การสร้างองค์กรกลางเพื่อทำหน้าที่ขับเคลื่อน มีกลไกการมีส่วนร่วม มีสถาบันวิชาการสนับสนุนและ มีการติดตามประเมินผลจากผู้บริโภค

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

การขาดความต่อเนื่องในการนำเสนอข่าวหรือทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในประเด็นสื่อกับเด็ก พบว่ามีสาเหตุมาจากการขาดความตระหนัก ขาดแนวทางในการทำงานและขาดการสนับสนุนทรัพยากรที่จริงจัง ซึ่งการจะทำให้เกิดความต่อเนื่องได้นั้นต้องอาศัยจิตสำนึกร่วมกันของคนในสังคมที่เห็นความสำคัญของสื่อและเยาวชนว่ามีความเกี่ยวข้องกัน นอกจากนี้ยังต้องอาศัยการสนับสนุนด้านทรัพยากรและทุน โดย สสย. เป็นตัวกลางประสานงานในการระดมความคิดเห็นและเชื่อมโยงแต่ละฝ่ายให้มาทำงานร่วมกันได้

“เป็นปัญหาอยู่แล้ว และก็เป็นที่อื่นในสังคมที่เกี่ยวกับเรื่องดังาม สะอาด มันก็จะหายๆ ไปอย่างนี้ ระวังจริงๆ ต้องเป็นสำนึกของสื่อ ซึ่งไม่ง่าย อาจเป็นสื่อที่เล่นเรื่องนี้ไปเลยหรือไม่ก็มาจากที่ผู้ใหญ่ บอกว่าอยากได้เรื่องนี้ เช่น คนสำคัญในบ้านเมือง พูดเป็นระยะๆ กับเรื่องเหล่านี้จริงๆ มาจากสำนึกเรื่องความสำคัญของเด็กของสื่อและสังคมเอง ถ้าสังคมและสื่อไม่เห็น ถ้าสื่อริเริ่มก่อนได้ก็ดี ต้องปลูกฝัง สังคมก็ต้องมีการรณรงค์กันไปเรื่อยๆ ...”

(กิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

แนวทางในการแก้ไข คือ การส่งผู้ที่เกี่ยวข้องไปศึกษาดูงาน เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ

"เขาทำได้อย่างไร เราก็ต้องไปศึกษาดู ก็ต้องไปเปิดหูเปิดตาบ้าง หรือคุยกันเองมากขึ้น"

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

"ถ้าขาดความต่อเนื่องจะมีปัญหาว่า ทำแล้วก็หยุด ทำให้ไม่มีพลัง สาเหตุคือ ทรัพยากร และแนวทางการทำงาน ถ้ายิ่งแยกส่วนกับความตระหนักของชุมชน ...ถ้าไม่สามารถสร้างความตระหนัก หรือสนับสนุนได้ ก็ทำให้ขาดความต่อเนื่อง ทำไปแล้วอาจไม่มีใครสนับสนุน ต้องทำได้ เชื่อมโยงได้ ในชุมชน วัดบ้าง โรงเรียน มีความต่อเนื่อง การมีส่วนร่วมในส่วนอื่นๆ เชื่อมโยงและสนับสนุนทรัพยากร"

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

"สสย จึงควรจะเป็นตัวกลางในการทำบทบาทนี้ในการชวนคนที่ทำงานสื่อที่เกี่ยวข้องกับเด็กทั้งหลาย หรือคนที่มี Interest ในเรื่องนี้มาถกมาพูดคุยกันถึงการออกแบบระบบสื่อ การออกแบบการทำงาน การวางบทของ Actor แต่ละฝ่ายที่อยู่ในแต่ละกรอบว่าเขาทำงานเชื่อมกันแค่ไหน ที่จริงแล้ว สสย ควรจะทำงานเชื่อมองค์ประกอบเหล่านี้ทั้งหมดมากกว่าจะไปหนุนเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งตอนนี้ สสย ก็ยังทำได้ไม่ครบ ถ้าพูดไปแล้วก็อาจจะไปหนักภาคกรอบที่เป็นผู้รับสื่อค่อนข้างมาก"

(วิลาสินี อดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

"จะไปกะเกณฑ์ในการให้เค้าเสนอทุกวันไม่ได้ เนื่องจากเค้ามีภาระการเสนอในเรื่องอื่นๆ ด้วย การขาดความต่อเนื่อง เป็นคำพูด ความคิดของนักวิชาการที่ชอบพูด แต่นักวิชาการทำสื่อไม่มีใครอ่านก็มีเยอะ จริงๆ ถ้าเรื่องมันไม่ต่อเนื่อง ก็ไม่จำเป็นต้องต่อเนื่อง เช่น ถ้าให้อาหารกับเด็กทุกวัน ก็ต้องต่อเนื่อง ซึ่งมันอยู่ที่ประเด็นมากกว่า"

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

พันธุมิตร

ในสถานการณ์ที่การนำเสนอข่าวหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสื่อเด็กส่วนใหญ่มีขาดความต่อเนื่องและจริงจังในการติดตามประเด็น ซึ่งเป็นปัญหาในการทำงาน แนวทางในการแก้ไขก็คือ สสย. ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่ดูแลเรื่องนี้จะต้องมีภารกิจที่ชัดเจนแล้วทำตามเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

นอกจากนี้ยังสามารถใช้ กองทุนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการขับเคลื่อนกระบวนการทำงานทั้งหมดได้

"คิดว่าเป็นปัญหาเหมือนกันนะ เป็นเพราะภารกิจของ สสย. เยอะมาก เป็นหน่วยเล็ก หน่วย Support แต่ภารกิจยิ่งใหญ่มาก อาจจะมองเทียบเท่า สสส. เลยด้วยซ้ำ ทำยังไงให้มี 4 เรื่อง คือ สนับสนุน จริงใจ ทันสมัย ให้ต่อเนื่อง...เอาภารกิจให้ชัดเจนแล้วเข้ามาสนับสนุน สสย. จะรู้เองเลยว่าตัวเองจะมี Positioning ยังไง จะมีภารกิจอะไรบ้าง ต้องร่วมมือกับใครบ้าง ต้องใช้เงินเท่าไร"

(อังธิดา ลิ้มปัทมปาณี, สัมภาษณ์)

"สสย. ทำได้ในระดับหนึ่งของการทำงาน การสนับสนุนการเคลื่อนไหวเหล่านี้ ถ้าต่อเนื่องจริงจัง ก็ต้องคุยเรื่องกองทุนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก จะได้มีหน่วยงานหลัก หน่วยงานเดียวทำเรื่องเดียว ต่อเนื่อง สามารถวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ได้ เพราะตัวกองทุนจะรู้ว่าด้วยทรัพยากรที่มีทั้งหมด จะพัฒนาต่อเนื่องยังไง"

(พรณพิมล วิปุลากร, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

กลุ่มเครือข่ายมีความเห็นว่าสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการขาดความต่อเนื่องนั้น เกิดจากปัญหาด้านทุน ที่มีงบประมาณไม่เพียงพอ จำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานที่ดูแลด้านนี้จะต้องยื่นมือเข้ามาให้ความช่วยเหลือ

"เรื่องเงินทุนทำให้เค้าไม่มี Resource ที่จะมาทำหรือไม่มีช่องไม่มีที่ออกต่อเนื่อง เพราะฉะนั้นวิธีการแก้ก็ คือ ต้องมีกองทุน หรือมีทรัพยากรที่ไม่ต้องจ่ายแล้วเช่นช่องฟรี แอร์โหม์ฟรี หรือนั่นนู่นนี่ที่ต้นทุนถูกที่มาจากไหนถึงจะทำให้เค้าอยู่ได้"

(ศรिता ดันตะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

"ขาดความต่อเนื่องเรื่องงบประมาณและช่องทาง ช่องทางต้องจ่ายเงินซื้อและช่องทางก็น้อย และแคบ เราต้องหาผู้สนับสนุนให้มากกว่าสปอนเซอร์ธุรกิจในตลาด เมื่อหาผู้สนับสนุนไม่ได้ก็ต้องมองถึง กสทช. มีช่องทางเขียนไว้เป็นตัวกฎหมาย กสทช. ต้องเร่ง"

(อิฐบูรณ อันวงศา, สัมภาษณ์)

“องค์กรที่นำเสนอข่าวพวกสื่อมวลชนจริงๆ เค้ายกข่าวตามสถานการณ์ ไม่ได้เกาะติด เพราะข่าวต้องทันสถานการณ์ รวดเร็ว ทันสมัย อาจไม่ได้มีเวลามานั่งตามข่าว เมื่อเวลาผ่านไป ต้องนำเสนอข่าวต่อเนื่อง หายากในสื่อที่มีผลกำไร องค์กรที่สนใจนำเสนอข่าวด้านเด็ก อาจมีแค่ แดงผลเป็นระยะๆ... การทำกิจกรรมเพื่อเด็ก ก็ยังขาดความต่อเนื่อง เรื่องทรัพยากรทุน ทรัพยากรบุคคล พบว่าองค์กรพวกนี้งานล้นมือบุคลากรน้อย งานไม่ต่อเนื่อง บางครั้งเมื่อรับทุนก็ต้องมีตัวชี้วัด ต้องตอบโจทย์ของแหล่งทุนด้วย”

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้แล้วยังพบปัญหาเรื่องการจัดสรรเวลารายการสำหรับเยาวชน รวมไปถึงการไม่มีเป้าหมายระยะยาวที่ชัดเจน และการไม่เห็นความสำคัญในการสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องสื่อเด็กสู่สังคม ทำให้เกิดปัญหาการขาดความต่อเนื่องได้ ซึ่งสามารถแก้ปัญหาโดยใช้แนวทางอันประกอบไปด้วย การสร้างองค์กรกลางขับเคลื่อน มีกลไกการมีส่วนร่วม มีสถาบันวิชาการสนับสนุนและ มีการประเมินผลจากผู้บริโภค

“เป็นแน่นอน เค้ายังไม่ได้จัดสัดส่วนเปอร์เซ็นต์มาตรฐานให้กับพื้นที่ เช่นทีวีสาธารณะผลิตสัดส่วนตลอดเวลา ช่วงนี้สัดส่วนข่าวการเมืองมาก เหมือนกับว่าการปรับสัดส่วนขึ้นกับเรตติ้งด้วยเช่นกัน ที่สังคมกำลังสนใจด้วยเช่นกัน แต่เราต้องรักษาปริมาณเท่าเดิมไว้ เช่น พื้นที่เด็ก คนพิการ ชรา ไม่ใช่เดี่ยวนมาเดี่ยวนหาย มิฉะนั้นเค้าย่อมมีที่พึ่ง”

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

“ประเด็นที่เราลงไปทำงานกับเด็กมันไม่ชัด มีหลายเป้าหมายมากสำหรับสื่อเพื่อเด็ก ... การประเมินพัฒนาเด็กต้องประเมินระยะยาว เราต้องมีโครงการระยะยาว นำประเมินช่วงสิบปี ยี่สิบปี เราอาจจะเห็นข้อมูลอะไรมากขึ้น ซึ่งทำให้ต่อเนื่องมากขึ้น”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

“สถานการณ์ด้านการนำเสนอข่าวหรือกิจกรรมในประเด็นสื่อเด็ก ยังมีน้อย และ ขาดความต่อเนื่องจริงจัง ทั้งนี้ เพราะยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องสื่อเด็กสู่สังคม แนวทางคือ การสร้างองค์กรกลางขับเคลื่อน มีกลไกการมี

ส่วนร่วม มีสถาบันวิชาการสนับสนุน มีการประเมินผลจากผู้บริหาร โดยเน้น 3 กระบวนการ กระบวนการมีส่วนร่วม กระบวนการเรียนรู้ และกระบวนการสื่อสารสังคม”

(วราพจน์ ไชยสถาปรัตน์, สัมภาษณ์)

2.1.2) รูปแบบการบริหารหน่วยงานที่รณรงค์สื่อกับเด็กเพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

ด้านการบริหารจัดการหน่วยงานที่รณรงค์สื่อกับเด็ก โดยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าควรมีรูปแบบองค์กรอิสระ ไม่อยู่ภายใต้กระทรวง แต่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของ พรบ. เพื่อให้มีความมั่นคง ทั้งนี้จะต้องสามารถทำงานเชื่อมโยงกับทั้งภาครัฐและประชาชนได้เป็นอย่างดี

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

รูปแบบการบริหารงานควรเป็นองค์กรอิสระไม่อยู่ภายใต้กระทรวง แต่ต้องสามารถทำงานเชื่อมโยงกับภาครัฐได้เป็นอย่างดี โดยที่บุคลากรที่มาทำงานนั้นจะต้องทำงานโดยไม่มีแรงกดดันจากฝ่ายการเมือง นอกจากนี้ยังมองว่ารูปแบบการบริหารงานแบบองค์กรอิสระนั้นควรมีรากฐานทางสังคมที่ทำงานเชื่อมโยงกับภาคประชาชนได้เป็นอย่างดีและมีลักษณะการทำงานแบบเครือข่ายเพื่อให้เกิดพลังและมีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น

“ควรมีองค์กรประสานงานที่มีสถานภาพคล้ายๆ กับองค์กรอิสระต่างๆ มันจะทำให้เกิดความพิเศษว่าองค์กรที่เกี่ยวกับเด็กเป็นองค์กรที่สำคัญระดับชาติ ... แต่ต้องเป็นองค์กรที่มีลักษณะเป็นอิสระและที่สำคัญต้องมีความรู้ ... ต้องสื่อกับเด็กและเชื่อมตรงกับรัฐได้ก็ดี...”

(ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

“จะต้องเป็นคนทำงานโดยไม่มีแรงกดดันจากนักการเมือง จากนักธุรกิจที่มุ่งหาประโยชน์ส่วนตัว ต้องเป็นการทำงานนี้มีความรู้ มีประสบการณ์ มีเป้าหมาย ความคิดที่จะทำเพื่อสาธารณะจริงๆ อิสระนั้น หมายถึง อิสระภายในกรอบ เช่น การใช้จ่ายเงินทอง เงินจากตรวจสอบได้ ไม่ใช่เอาเงินมาใส่กระเป๋า แบบนี้ไม่เรียกอิสระ แต่เรียกว่าทำตามใจชอบ ซึ่งแตกต่างเยอะจากความเป็นอิสระ”

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

"สังคมไทย มันจะต้องมีกลไกอีกตัวหนึ่งซึ่งทุกครั้งที่เราจะทำเรื่องนี้เราจะขาด หมายถึงว่า การเชื่อมโยงกับภาคประชาสังคม การเชื่อมโยงกับภาคประชาชน...สุดท้ายต้องทำให้ภาคสังคมเข้มแข็ง คือสังคมที่เข้มแข็งจะตรวจสอบรัฐ ตรวจสอบเรื่องการเมือง ตรวจสอบสื่อที่มีปัญหา เราก็ต้องช่วยกันทำตัวนี้...ต่อเนื่องแล้วนำไปสู่เป้าหมายร่วมที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน กระบวนการนี้จะเป็นพื้นฐาน ไม่ว่าจะเมืองใดอะไรเกิดขึ้น มันจะมีพลังเพราะว่ามันต่อกัน สมมุติว่ากลไกนี้ได้รับการยอมรับจากรัฐให้เป็นกฎหมาย ฯ แต่มันมีฐานของภาคสังคม ภาคประชาชนเข้ามาอยู่ด้วย ออกไปในแนวขององค์กรอิสระที่มีฐานของภาคสังคม ภาคประชาชน"

(ชัชวาลย์ ทองดีเลิศ, สัมภาษณ์)

"เค้าต้องเกาะเกี่ยวกันให้เป็นเครือข่าย ที่ผ่านมามีการกระจัดกระจาย ยังไม่ได้แสดงผลว่าเข้มแข็งและมีอำนาจในการต่อรอง กับของสื่อและรัฐ และส่วนอื่นๆ ที่เป็นทรัพยากรที่เข้าถึง ถ้ามีกลไก มีการรวมตัวอย่างชัดเจน ตอนนี้โอกาส เกิดขึ้นเช่น กสทช. มีกองทุนสื่อแล้วน่าจะช่วยให้กลุ่มเหล่านี้ ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง"

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

รูปแบบการบริหารจัดการหน่วยงานที่รณรงค์สื่อกับเด็ก ควรจะเป็นองค์กรอิสระที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของ พรบ. เนื่องจากมีความมั่นคงและน่าจะเป็นรูปแบบที่ดีที่สุดต่อการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อเยาวชนของไทย

"ถ้าเป็นองค์กรอันแรกที่อิสระภายใต้ พรบ. ที่ดูแล ทั้งความมั่นคง มีความสามารถในการทำงานกับเรื่องสื่อสำหรับเด็กอย่างตรงประเด็น น่าจะเป็นรูปแบบที่ดีที่สุดของการพัฒนา"

(พรรณพิมล วิบุลากร, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

รูปแบบการบริหารจัดการของหน่วยงานที่รณรงค์สื่อกับเด็กนั้น กลุ่มเครือข่ายมีความเห็นที่แตกต่างกัน คือส่วนหนึ่งมองว่าเป็นองค์กรอิสระ ที่ต้องอาศัยการทำงานที่เชื่อมโยงกับภาครัฐ ในขณะที่อีกส่วนหนึ่งเห็นว่า ควรเป็นองค์กรภาคประชาสังคมที่มากกว่าเป็นองค์กรของรัฐหรือกึ่งรัฐ

"เป็นองค์กรอิสระดี แต่ต้องเชื่อมต่อกับรัฐด้วย แต่เป็นการเชื่อมต่อแบบที่เราควบคุมได้ และไม่พึ่งพารัฐ เพราะการพึ่งพารัฐ ทำให้เป็นกรอบโดยรัฐ ทำให้เราไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ เพราะรัฐบาลใช้การปกครองที่เราพึ่งตนเองไม่ได้ ทำให้เราต้องพึ่งพารัฐ เพราะจากประสบการณ์เราประกาศในองค์กรว่า เราจะไปไม่พึ่งพางบจากรัฐ แต่ไม่ใช่ไปแบมือขอเค้า ยืนด้วยขาตัวเองให้ได้ เพราะว่าเวลาทำงานมีปัจจัยทำงานหลายอย่างที่ต้องคอนโทรล"

(นิमित พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

"ไม่คิดว่าจะไปถึงกฎหมายแต่น่าจะเป็นกฎที่มีอำนาจ ต้องมีกติกาขึ้นมาและมีผลบังคับใช้ได้ ไม่ว่าต้องพิเศษหรือไม่ แต่เห็นด้วย และคงต้องเชื่อมต่อกับภาครัฐไม่เช่นนั้นก็อาจไม่มีอำนาจบังคับใช้"

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

"คอนเซ็ปต์ควรเป็นองค์กรที่คล่องตัวไม่ติดกับการเมือง ผลประโยชน์ หรือหน่วยธุรกิจ หรือระบบบริหารแบบราชการ หรือระเบียบที่ซ้ำล้าหลังไม่ทันโลกทันการณ์"

(ศรिता ตันตะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

"เป็นองค์กรกลางขับเคลื่อน มีกลไกการมีส่วนร่วม มีสถาบันวิชาการสนับสนุน มีการประเมินผลจากผู้บริโภค โดยเน้น 3 กระบวนการ กระบวนการมีส่วนร่วม กระบวนการเรียนรู้ และกระบวนการสื่อสารสังคม ควรเป็นองค์กรของภาคประชาสังคม มากกว่า องค์กรของรัฐหรือกึ่งรัฐ"

(วรพจน์ ไอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

"รูปแบบที่เป็นปัญหาในการบริหารจัดการงานในสังคม คือระบบแบบราชการ ที่ไม่ได้มีความยืดหยุ่น มีความเทอะทะ มองว่ากลไก ควรจะเป็นความคล่องตัว แต่จะอิสระหรือไม่ ยังไงก็ได้ และมีกลไกการตรวจสอบจากกลไกอื่นๆ เข้ามาด้วย เพื่อบาลานซ์การทำงาน"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

2.1.3) การใช้รูปแบบและวิธีการบริหารจัดการหน่วยงานที่รณรงค์สื่อกับเด็ก เช่นเดียวกับภาคเอกชน เช่น ใช้การโฆษณาในสื่อต่างๆ การจ่ายค่าตอบแทนแก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในอัตราตลาดหรือสูงกว่า

สำหรับการบริหารจัดการหน่วยงานที่รณรงค์สื่อกับเด็ก โดยใช้วิธีการเดียวกับบริษัทเอกชน นั้น คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน และพันธมิตร ไม่เห็นด้วยเนื่องจากเป็นวิธีการทุนนิยมมากเกินไป ซึ่งควรใช้เป็นตัวเลือกมากกว่า ในขณะที่ กลุ่มเครือข่ายส่วนใหญ่ อยากให้มีการบริหารจัดการเช่นเดียวกับเอกชน โดยเฉพาะการจ่ายค่าตอบแทนในการผลิตงานซึ่งควรมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับการลงทุนด้วย แต่ส่วนหนึ่งยังแสดงความไม่แน่ใจหากจะมีการใช้การโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

สำหรับการบริหารจัดการหน่วยงานที่รณรงค์สื่อกับเด็ก โดยใช้วิธีการเดียวกับบริษัทเอกชน นั้น ไม่เห็นด้วยกับการบริหารในเชิงธุรกิจ และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เนื่องจากเป็นวิธีการทุนนิยมมากเกินไป แต่สำหรับการจ่ายค่าตอบแทนแก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานนั้น มีความเห็นว่าเจ้าหน้าที่ควรจะได้รับค่าตอบแทนในอัตราที่ดี แต่อาจมีปัญหาระงับเรื่องทุนที่จะนำมาใช้

“ไม่ค่อยเห็นด้วย เพราะว่าหลายครั้ง ถ้าเราอยากสอนเด็กในเรื่องที่มันดีงาม ไม่อยู่ภายใต้สังคมบริโภคนิยม เท่าทันสื่อ เรากำลังใช้กลวิธี ที่ใช้สื่อครอบเด็ก ...ในส่วนของตอบแทนเจ้าหน้าที่ในอัตราที่สูง อัตราตลาด เจ้าหน้าที่ปกติก็ควรทำงานในอัตราที่ไม่ต่ำมาก เจ้าหน้าที่ขององค์กรพวกนี้ก็ควรจะได้รับอัตราตอบแทนที่ดี ไม่ใช่ใช้งานหนักแล้วบอกเค้าว่าต้องเสียสละ เค้าไม่ต้องเสียสละอะไรพิเศษ ก็ทำงานเต็มที่ของเค้า...”

(กิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

“การจัดการบริหารอาจจะไม่ใช่เชิงธุรกิจ แต่คิดว่าเป็นการจัดการบริหารยุทธศาสตร์เพื่อการเปลี่ยนแปลงมากกว่า การจัดการแบบธุรกิจมันจะกลายเป็นข้อด้อยด้วยซ้ำไปไม่ใช่จุดแข็งของเรา”

(ชัชวาลย์ ทองดีเลิศ, สัมภาษณ์)

"เห็นด้วย แต่ปัญหาคือทุน และเค้าไม่มีทักษะเรื่องนี้ ส่วนใหญ่เป็นการเชี่ยวชาญในพื้นที่ชุมชน แต่ไม่มีประสบการณ์ที่เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ต้องดึงภาคส่วนเหล่านั้นมามีส่วนร่วม บางองค์กรอยากเห็นการปรับตัวในการทำงานลักษณะนี้ เป็นมืออาชีพที่ใช้การสื่อสารกับการตลาด ไม่รู้เอาเงินมาจากไหน ไม่มีกำไรตอบแทน แต่ถ้าสามารถพัฒนาขึ้นมา เป็นทิศทางที่จะปรับได้..."

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

สำหรับรูปแบบและวิธีการบริหารจัดการของหน่วยงานที่รณรงค์สื่อกับเด็กหากจะใช้เช่นเดียวกับภาคเอกชนนั้น ส่วนใหญ่ยังไม่เห็นด้วย เนื่องจากทำได้ยาก และเสนอว่าควรใช้เป็นตัวเลือกมากกว่า

"อยาก รัฐต้อง Subsidize ไม่มีทางเลย ทำเป็นธุรกิจตายเปล่า ขายไม่ออกหรือ อันนี้ก็สำคัญ Mind Set ของรัฐ ของบางอย่างที่มี Social Value มักจะไม่ค่อยมี Commercial Value นี้ เป็นสังขรณ์"

(อมรวิชัย นาครทรรพ, สัมภาษณ์)

"น่าจะใช้เป็นตัวทางเลือก แบบนี้ไม่น่าจะเป็นทางหลัก ถ้าเราสามารถเข้ามาสนใจพัฒนางานที่พูด แต่ตัวหลักน่าจะเป็นองค์กรที่สามารถบริหารจัดการได้"

(พรณพิมล วิบุลากร, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

กลุ่มเครือข่ายส่วนใหญ่อยากให้มีการบริหารจัดการเช่นเดียวกับเอกชน โดยเฉพาะกรณีของการจ่ายค่าตอบแทนในการผลิตงานซึ่งควรมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับการลงทุนด้วย แต่ส่วนหนึ่งยังแสดงความไม่แน่ใจหากจะมีการใช้การโฆษณาผ่านทางสื่อต่างๆ

"เห็นด้วยคือเอกชนมีการตรวจสอบที่ดีในตัวของเค้าเอง มีการให้ค่าตอบแทนที่ทำให้เกิดความมั่นคงและความก้าวหน้าของบุคลากรของตัวเองได้...แต่ต้องได้รับเงินอุดหนุน ยังเห็นความสำคัญของการมีระบบสำนักงานอยู่"

(อิฐบูรณ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

“ถ้าการจ่ายค่าตอบแทนเห็นด้วย ปกติคนที่ทำงานด้านนี้จะได้รับค่าตอบแทนน้อย อาจถือว่าด้วยจิตอาสา เช่น งานรัฐบาลเงินเดือนน้อย แต่สวัสดิการมากมาย เอกชนตอบแทนด้วยเม็ดเงิน โบนัส วิธีการบริหารจัดการเช่นเดียวกับภาคเอกชน ก็ดี การโฆษณาในสื่อต่างๆ การจ่ายค่าตอบแทนแก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในอัตราตลาดหรือสูงกว่า ถ้าสูงกว่าไม่เห็นด้วย เป็นราคาตลาดได้...”

(อัญญอร พานิชพึงรัก, สัมภาษณ์)

“แน่นอนว่าหากมีคนดีๆ ครีเอทีฟดีๆ ที่จะเข้ามาอบรมที่จะมีตัวอย่างรายการดีๆ หรือการฝึกอบรมเครื่องมือเครื่องมือใหม่ๆ ที่ต้องจ่ายในราคาธุรกิจ... ต้องดูความคุ้มค่าจ่ายได้แต่ต้องเป็นไปด้วยความมีประสิทธิภาพ และผลที่ได้กลับมามันคุ้ม มันเซฟคอร์สได้ มันสร้างงานได้ลดการซื้อคนซื้อเครื่องมือซื้อรายการในระยะยาวแค่ไหน ก็ต้องไปรุ่งใส”

(ศรिता ตันตะอริพานิช, สัมภาษณ์)

“ถ้าทำได้ก็ทำ เพราะว่าไม่ได้มีปัญหาต่อ งบประมาณไม่ใช่บ่อย เข้าสู่ สสย. แต่ที่นี้ การที่เราจะบอกว่า ไม่จ่ายให้กับโฆษณา ก็ต้องถามว่า แล้วโฆษณาไม่ใช่เหรอ เป็นทุนที่ทำให้เรา แต่เราเลือกเครือข่ายให้กับตัวสื่อที่ดีได้ใช่ไหม หมายถึงผู้ที่ผลิตด้วย สามารถสร้างกลุ่มบริษัทที่มีจิตสำนึกที่ดีได้ใช่ไหม ถ้าได้ก็ร่วมมือกัน ถือว่าเป็นการแลกเปลี่ยนให้เกิดการเติบโตร่วมกันได้”

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

“การจะใช้โฆษณาหรือไม่ อยู่ที่การวางยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแผนดำเนินงาน ในการขับเคลื่อน ประเด็นสำคัญคือ การสื่อสารรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม การโฆษณาเป็นเพียงหนึ่งในเครื่องมือทั้งหมด ใช้ไม่ใช่เป็นเรื่องมาทีหลังมากกว่าความชัดเจนในการวางยุทธศาสตร์”

(วรพจน์ โอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

“ตัดสินใจไม่ได้ แต่ต้องมีข้อมูลก่อนตัดสินใจว่ารูปแบบใด ต้องมีข้อมูลได้ว่า องค์กรควรเป็นแบบไหน ผลดี ผลเสีย ความคุ้มค่าให้สังคมให้เลือก แต่ตอนนี้ข้อมูลไม่พอว่าต้องตัดสินใจยังไง คุ้มค่ายังไงที่จะทำให้เกิดกลไกนี้ในการทำหน้าที่ให้แก่สังคม”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

2.1.4) การเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงานการรณรงค์สื่อกับเด็กโดยรัฐ

สำหรับการเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงานการรณรงค์สื่อกับเด็กของภาครัฐ ทุกฝ่ายเห็นตรงกันว่าภาครัฐควรเข้ามาให้การสนับสนุน โดยมีความคิดเห็นดังต่อไปนี้

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน มีความเห็นว่าเป็นเรื่องจำเป็นและมีความสำคัญที่ภาครัฐควรเข้ามาให้การสนับสนุนในการดำเนินงานการรณรงค์สื่อกับเด็ก เนื่องจากการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยการสร้างประชากรที่มีคุณภาพในอนาคตได้ ซึ่งรัฐที่ทำหน้าที่นี้ควรมีความจริงจังในการทำงานทั้งระบบ ไม่แบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบ หรือเปลี่ยนไปตามสมัยของรัฐบาล

"ควรอยู่แล้ว ถ้ารัฐไม่เข้ามา จะเป็นเรื่องยาก แต่รัฐต้องจริงจัง เพราะรัฐชอบเข้ามาแบบการเมือง คือมาแป๊บแล้วเดี๋ยวก็หยุด แต่เราต้องการให้รัฐเป็นรัฐจริงๆ ไม่ใช่รัฐบาล เป็นวาระที่รัฐตระหนักว่ามันสำคัญ คล้ายๆ ญี่ปุ่น รัฐจะเข้ามาอยู่กับเด็กเยอะ เด็กจะมีหนังสืออ่าน มีรายการดีๆ ดู รัฐมาเป็นประเทศ ไม่ใช่รัฐบาลชุดใดชุดหนึ่ง"

(ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

"ก็สนับสนุนสิ เพราะเป็นหน้าที่อยู่แล้ว..."

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

"ควรเป็นหน้าที่หลักของภาครัฐ ตอนนี้ไม่ได้ทำ แต่ถ้าไปดูแผนพัฒนาประเทศ พูดเรื่องสื่อเด็กมาตลอด การใช้สื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน และการสร้างประชากรที่มีคุณภาพ ในรัฐธรรมนูญปัญหา คือ ไม่มีความเอาใจจริงเอาจริงเรื่องนี้ ไม่ได้สร้างการรองรับ แต่ไม่ได้เป็นเรื่องเด็กและเยาวชน ไม่ได้เป็นการบูรณาการในการส่วนของกระทรวงเช่น ทม. ที่ทำเรื่อง ได้มีสำนักพัฒนาเด็กและเยาวชน แต่ไม่ได้มีการบูรณาการเป็นระบบส่วน อาจมีแผนพัฒนาสื่อมวลชน แต่จะนั่งเหมือนกันลงไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงาน จะไม่มี ทั้งๆ ที่เรื่องสื่อเป็นเรื่องที่ช่องทาง ถ้าทำให้เกิดประโยชน์ จะเป็นประโยชน์มหาศาล แผนแปะไว้กว้างๆ แต่การใช้สื่อโดยตรง"

(เช็มพร วิภูธรพันธ์, สัมภาษณ์)

“ก็ควร เพราะรัฐเก็บภาษีอากรจากประชาชน เด็กคืออนาคตของชาติ เป็นอนาคตที่มีคุณภาพเป็นประโยชน์ต่อสังคม ก็เป็นเรื่องที่รัฐต้องกระทำ ให้การอุดหนุนคนที่ทำงานเกี่ยวกับเด็ก ควรจะทำอยู่แล้ว ถ้าต้องการเห็นเยาวชนของชาติแจ่มใส แข็งแกร่ง ก็ควรจะทำอย่างนี้”

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

“ควรแน่ๆ เพราะว่าถ้าเรารัฐแบบรัฐ ไม่ใช่ตัวรัฐบาลที่เป็นพรรคการเมืองเป็นพรรคๆ แต่เรามองถึงรัฐหรือระบบราชการที่รับผิดชอบทั้งหมด พิจารณาถึงความจำเป็นเพราะว่าหน่วยงานรัฐทั้งหลายไม่ควรจะแยกกันเป็นเรื่องๆ ... เพราะฉะนั้นภาครัฐ จำเป็น แต่จำเป็นในแง่ของเป็นตัวสร้าง Supportive Environment และจำเป็นในแง่ของการเป็นตัวหนุนเชิงของงบประมาณ”

(วิลาสินี อุดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

บทบาทของภาครัฐต่อการดำเนินงานการรณรงค์สื่อกับเด็กนั้น กลุ่มพันธมิตรส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นเรื่องสำคัญที่ภาครัฐควรให้การสนับสนุน ซึ่งไม่เพียงแต่อยู่ในรูปของเงินสนับสนุนเท่านั้น แต่ควรมีการสร้างรากฐานการเรียนรู้ให้แก่เด็กและเยาวชน นอกจากนี้ยังสามารถทำผ่านการออกกฎระเบียบต่างๆ เพื่อควบคุมได้อีกด้วย ซึ่งสามารถทำผ่านหน่วยงานที่มีความรับผิดชอบโดยตรงอย่าง กสทช. ในขณะที่ สสย. สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนแม่บทด้วยได้

“ควรต้องทำ เพราะเป็นบทบาทสำคัญของรัฐที่ต้องเข้ามาดูแลในกระบวนการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชน ซึ่งไม่ได้อยู่ที่แค่ห้องเรียน ต้องเริ่มมองการลงทุนเพื่อการพัฒนาสำหรับเด็กและเยาวชน ในรูปแบบของการศึกษา กระบวนการเรียนรู้ สื่อ”

(พรณพิมล วิบุลากร, สัมภาษณ์)

“ควรทำ แค่เงินได้ใช้ประโยชน์ที่เขามาส่งเสริม แต่ข้อระเบียบทั้งหลายต้องออกมาเพื่อส่งเสริมมากกว่า ให้อำนาจเค้าไปจัดการอะไร อะไรที่ส่งเสริมได้บ้าง ส่วนที่เหลือให้ภาคประชาชน ทำ การออกแบบ การไปทำงานกับกลุ่มประชากร ราชการไม่ต้องทำหรอก”

(วันชัย บัญประชา, สัมภาษณ์)

“ภาครัฐควรจะมาดำเนินงานทั้งหมด... โชคดีที่ฝ่ายการเมืองมองไม่เห็นประเด็นสำคัญเหล่านี้ หรือให้ความสำคัญน้อยไป ...มันไปแฝงกับการเมืองมากเกินไป ไปอยู่ภายใต้อิทธิพลของระบบการเมืองมากเกินไป...ส่วนที่มีบทบาทเยอะเลยคือ กสทช. ซึ่งเป็นหน่วยงานใหม่ ไม่แน่ใจแผนแม่บทเขาพูดถึงงานนี้ด้วยหรือเปล่า แต่อยากให้ สสย มีส่วนในการวางแผนแม่บทกับเขาด้วย ถ้าอยู่ในแผนแล้ว งบประมาณจะมา ส่วนหนึ่ง สสย ไม่ต้องออก หรือให้เอกชนเข้ามามีส่วนตรงไหนได้ เราต้องไปปักธงตรงนี้ให้เกิด Agenda ในแผนแม่บทให้ได้ ก่อนที่มันจะเข้าสู่สื่อกระแสหลักอย่างเดียว”

(อังธิดา ลิ้มปัทมปาณี, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

กลุ่มเครือข่ายมีความคิดเห็นที่ตรงกันว่าการดำเนินงานรณรงค์สื่อกับเด็กนั้น ภาครัฐควรเข้ามาให้การสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นด้าน การออกกฎหมายที่เอื้อต่อการทำงานของกลไก การสนับสนุนงบประมาณเงินทุน การส่งเสริมให้มีพื้นที่ให้การเผยแพร่ ตลอดจนการเปิดโอกาสให้มีการรณรงค์สื่อสำหรับเด็กเกิดขึ้น

“รัฐควรเป็นกลไก เป็นสถาบันหลักที่ต้องสนับสนุนในแง่ของการออกกฎหมายที่เอื้อต่อการทำงานของกลไก ให้มีความอิสระ สนับสนุนงบประมาณเข้ามาในการทำงานเข้ามาตัวงบประมาณควรเป็นรูปแบบของการจัดทำรบ.ให้เค้าโดยเฉพาะ รัฐไม่ควรมียอำนาจเข้ามาในการสั่งโน้มน้ากับองค์กรนี้ คล้ายๆ องค์กรอิสระ ในแง่กฎหมายบางประการ ที่ทำให้มันไม่คล่องตัว คนของรัฐต้องไปทำการเชื่อมประสานกลไกที่รัฐมีศักยภาพที่อยู่ภายใต้การกำกับของรัฐ ให้สามารถทำงานกับกลไกนี้ได้”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

“จริงๆ ถ้าพูดแบบตรงไปตรงมา ภาครัฐควรเข้ามาสนับสนุนในเรื่องของการรณรงค์หรือในหลายๆ เรื่องของคนทำงานเพื่อประโยชน์ของสังคมตั้งนานแล้ว โดยที่ไม่จำเป็นต้องตั้งแง่... ภาครัฐควรลงมาสนับสนุนความรู้ประสานงานในการให้เกิดขึ้นที่ในการจัดอำนวยความสะดวก

เรื่องทุน แต่ต้องตัดคำว่าแรงจูงใจออกไป ภาครัฐจะไม่ค่อยทำงานแบบนี้เพราะรู้สึกว่าจะทำไม่ได้ออกมาแล้วเจ็บตัว"

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

"ทั้งกฎหมาย ทั้งเงินอุดหนุน ส่งเสริม เปิดโอกาส รัฐจะทำอย่างไรให้ตัวเองเป็นผู้เอื้ออำนวย ให้กลุ่มข้างล่างทำกิจกรรมของตัวเองอย่างคึกคัก ต้องทำเป็นสำนักงาน มีการจัดจ้าง มีระบบการตรวจสอบที่ดี มีนักวิชาการมาช่วยเหลือ รัฐอาจจ่ายเงินให้นักวิชาการมาสนับสนุนชาวบ้าน เป็นตัวหนุนในเรื่องขององค์ความรู้ต่างๆ ที่ประสานงานได้ดีอยู่แล้ว"

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

แต่ปัญหาอย่างหนึ่งก็คือความไม่มั่นใจว่าภาครัฐจะสามารถเข้ามาสนับสนุนได้อย่างเต็มที่ การที่รัฐไม่ดำเนินงานหรือจริงจังต่อเรื่องสื่อสำหรับเด็กอย่างแท้จริง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความไม่ต่อเนื่องตามมา

"บอกรัฐ แล้วรัฐจะทำไหม ยังงงๆ เหมือนที่เราไปส่งรัฐได้ เค้าสนับสนุนไหม มันเป็นการทำตามปิงปองประมาณ ตามวาระ...ปัญหาคือรัฐไม่ทำงาน เค้าใช้ออแกไนซ์เซอร์ทำงาน ประเทศชาติอยู่ได้ด้วยออแกไนเซอร์ ถ้าออแกไนเซอร์รู้จักสร้างสรรค์สังคมก็ดีไป"

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

2.1.5) เครื่องมือสนับสนุนอื่นๆ นอกจากกองทุนสื่อสร้างสรรค์

กองทุนสื่อสร้างสรรค์ เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ถูกมองว่าจะช่วยให้เกิดการพัฒนาสื่อเพื่อเยาวชนได้ นอกจากนี้หลายฝ่ายยังมีความคิดเห็นว่ามีเครื่องมืออื่นๆที่จะเป็นตัวช่วยที่สำคัญก็คือ การสร้างเครือข่ายเพื่อเผยแพร่และถ่ายทอดความรู้ การพัฒนาประชาชนให้มีความรู้เท่าทันสื่อ โดยสามารถขอความร่วมมือจากภาครัฐ จากกระทรวงและ กสทช. ที่สามารถสนับสนุนได้ในเชิงนโยบาย เพื่อให้การพัฒนานั้นมีประสิทธิภาพ

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

นอกจากกองทุนสื่อสร้างสรรค์แล้ว ควรมีช่องทางสื่อสำหรับเด็กประเภทต่างๆที่เป็นรูปธรรม ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือนิตยสาร สถาบันการศึกษาที่ทำเรื่องสื่อเด็กอย่าง

จริงจัง ควรฝึกอบรมและองค์กรอิสระที่ทำงานด้านนี้ นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่าควรมีหน่วยงานภาครัฐมาร่วมสนับสนุน ทั้งจากกระทรวงต่างๆ และ กสทช. ที่อยากให้มีความชัดเจนเข้ามาดูแล

"มีตัวสื่อสำหรับเด็กที่เป็นรูปธรรม อ้างอิงได้ว่า ช่องนี้ คสช.นี้ หนังสือเล่มนี้ไง ขอให้มีวิทยุ โทรทัศน์ มีอินเทอร์เน็ตที่ชัดเจนว่าสร้างสรรค์สำหรับเด็ก และอาจมีสถาบันการศึกษาที่ชัดเจนว่ากำลังทำเรื่องสื่อกับเด็ก และก็องค์กรที่ว่าเพราะกองทุนกับองค์กรถ้าต้องแยกกัน ขอเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ตรงนี้ในระดับชาติ...ต้องมีความรู้เรื่องเด็กและสื่อ องค์กรอิสระ มีสถานภาพสูงในระดับชาติ..."

(กิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

"ตอนนี้ที่มองอยากเห็นระเบียบ หลักเกณฑ์ของ กสทช. ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มสัดส่วนการเพิ่มสิทธิประโยชน์พิเศษ ที่ทำรายการสำหรับคนด้อยโอกาส แต่ไม่ได้ขอระเบียบหลักเกณฑ์หรือโฆษณาสำหรับเด็ก อยากเห็นระเบียบหลักเกณฑ์ของกสทช. การบูรณาการมากกว่า กฎหมายหลายเรื่องค่อนข้างใช้ได้ของไทย เช่นการกำกับดูแล แต่การบูรณาการที่ทำให้เกิดการสนับสนุนในเชิงบวก ที่เข้าไปในกระทรวงต่างๆ ยังไม่มีความชัดเจน ตั้งแต่แผน ตัวกลไกที่จะรองรับ กระทรวงน่าจะมีการทำแผนร่วมกัน บูรณาการยังไง ที่จะใช้ทรัพยากรร่วมกันไม่ให้กระจัดกระจาย..."

(เชมพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

"ภาคธุรกิจเอกชนทำได้เลย อย่างที่เขามี CSR อยู่ อะไรต่างๆ การระดมทุน สิ่งเหล่านี้ภาคธุรกิจน่าจะเข้ามาช่วยเติมตรงนี้ได้..."

(วิลาสินี อดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

"กระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งคิดว่าน่าจะสอดคล้องมากกว่ากระทรวงอื่น กระทรวงศึกษาก็น่าจะทำได้ มีครูมากมายและก็ดูแลเด็กอยู่ด้วย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดูแลศูนย์เด็กเล็ก ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของรัฐ กรมประชาสัมพันธ์ อสมท. ก็ทำให้มันเป็นส่วนของรัฐให้หน่อยหน่อย เป็นสื่อสาธารณะมากขึ้น ก็ทำได้อยู่แล้ว..."

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

นอกจากกองทุนสื่อสร้างสรรค์แล้ว เครื่องมือสนับสนุนด้านอื่นๆ ที่ควรมีเพิ่มเติมได้แก่ กระบวนการในการประเมินผู้ผลิตรายการ เนื้อหาของรายการ และผู้ชม ซึ่งควรมีควบคู่ไปกับกองทุนด้วยเพื่อให้กองทุนนี้ขับเคลื่อนไปอย่างมีประสิทธิภาพ และในขณะเดียวกันก็ควรสร้างเครือข่ายในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เพื่อให้เกิดความทั่วถึงและครอบคลุม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เครือข่ายที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเครือข่ายด้านวิชาการ

"...มันจะมีเรื่องเงินคู่กับการประเมิน การควบคุมดูแล มีการพิจารณาใครควรได้ เมื่อเขาได้แล้วต้องมีการประเมินเนื้อหา ตัวประเมินนี้น่าสนใจว่า จะต้องมีการควบคู่ไปกับกองทุนๆ เองก็จะพูดถึงการกำกับดูแลของเขาด้วย ทั้งในตัวคนผลิตเอง ทั้งในตัวเนื้อหา ในเรื่องของใครเป็นผู้ชม มันจะมาเห็นภาพเดียวกัน เพื่อจะเอามาปรับทิศทาง ..."

(อังธิตา ลิมปิปัทมปาณี, สัมภาษณ์)

"การทำงานในรูปแบบเครือข่าย น่าจะสำคัญ เพราะเรื่องนี้ อยู่กับประเด็นอื่นๆ หลายเรื่อง เช่นจะมีการคุ้มครองผู้บริโภคในสื่อสำหรับเด็ก การดูแลการตลาด การโฆษณา ต้องไปดูสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเด็ก ต้องมีมิติ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเด็ก จะไปเกี่ยวข้องกับหลายเรื่อง อย่างการศึกษาก็มีอีกรูปแบบหนึ่ง ตัวเครือข่ายของการสนับสนุนกันและกัน เด็กกลุ่มด้อยโอกาส เป็นกลุ่มเฉพาะ ต้องมีการทำงานที่ลงไปตอบสนองกลุ่มเป้าหมายเล็กๆ ที่ไม่ใช่สเกลใหญ่ แต่เป็นกลุ่มที่เค้าต้องได้รับให้ทั่วๆ กัน"

(พรพนพิมล วิบุลากร, สัมภาษณ์)

"กองทุน ด้วยตัวมันเองทำอะไรไม่ได้ อำนาจสำคัญอยู่ที่ความรู้ หลายที่กำลังเคลื่อนขบวนที่ใช้ความรู้เป็นตัวนำทาง หลายที่พยายามจัดเป็นหน่วยงานอิสระ คล่องตัว เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น กลุ่มคุ้มครองเด็ก เค้าก็อยากให้มีหน่วยวิชาการเด็ก การทำเรื่องการพนัน ทำเรื่องสุราก็มีหน่วย ที่มีความคล่องตัว ไม่ติดกับระบบ ช่วยสนับสนุน กองทุนเป็นแค่เครื่องมือส่วนหนึ่ง ถ้ากองทุนสามารถจัดตั้งให้เกิดขึ้นมาได้ เพิ่มเติมสร้างเครือข่ายวิชาการ สร้างความรู้ที่ทั่วถึง"

(วันชัย บัญประชา, สัมภาษณ์)

“ก็กลไกตรวจสอบ ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมเป็นกรรมการอย่างที่ว่า”

(อมรวิชัย นาครทรรพ, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

เครื่องมือที่สนับสนุนอื่นๆนั้น กลุ่มเครือข่ายมองว่าควรเน้นการพัฒนาประชาชน ซึ่งเป็นผู้รับสื่อเป็นสำคัญ ให้มีความรู้เท่าทันสื่อ โดยกองทุนควรให้การสนับสนุนสถาบันทางการศึกษา ในการสร้างองค์ความรู้ให้กับผู้ผลิตสื่อและสังคม

“เครื่องมือจริงๆ แล้ว ต้องพัฒนาหรือเปลี่ยนผู้เสพ ให้เป็นผู้ส่งสารให้ได้ แล้วเค้าจะเสนอกองทุนให้เรา แต่เห็นด้วยไหม เมื่อไหร่จะมีสื่อดี มาเสพ รอกันมานานแล้ว ดังนั้นคือ ผู้เสพคือ ผู้ส่งสาร”

(นิมิต พิพิฑกุล, สัมภาษณ์)

“ยังคงมองว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องของประชาชน”

(ศรีดา ตันตะอติพานิช, สัมภาษณ์)

“หน้าที่ของกองทุน ค่อนข้างหลากหลาย ครอบคลุม แต่หน้าที่หลักคือสนับสนุนทุน มีกลไกอื่นๆ ที่น่าจะเข้ามา มองไปว่ากลไกสถาบันการศึกษาต้องเข้ามาทำหน้าที่ในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ของคนทำงานสื่อให้มากขึ้น สนับสนุนเงินจากกองทุน กำหนดเป็นภารกิจหลักสู่สังคม ในประเด็นเรื่องเท่าทันสื่อ”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังมีความคิดเห็นว่า ควรมีมาตรการทางกฎหมาย และภาษี ตลอดจนกลไกด้านอื่นๆมีช่วยสนับสนุนการผลิตสื่อสร้างสรรค์สำหรับเยาวชน

“เยอะมาก มาตรการทางกฎหมาย ภาษี กองทุนพูดถึงเงินโดยตรง เช่น ลด เพิ่มภาษีของการแสดง เป็นต้น หรือเรื่องของการเก็บภาษีกับคนที่ประกอบรายได้ เช่น ลิเก คิดให้เห็นว่าจะเกิดอุตสาหกรรมการเกิดสื่อพื้นบ้านอย่างไร เหมือนอุตสาหกรรมบันเทิง เหมือนที่รัฐพยายามทำ OTOP”

(อิฐบูรณ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

“ควรมี และเรื่องๆ หนึ่งควรมีหลายเครื่องมือ แต่เครื่องมือที่มีอยู่แล้วก็ควรมีต่อไป เช่น กลไกสนับสนุน สสส. ก็ควรมีอยู่ หายไปไม่ได้ ที่ผ่านมามีเครื่องมืออื่นๆ ที่สนับสนุน ถึงแม้จะมี กองทุนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ก็ตาม”

(อัญญอร พานิชพึงรัก, สัมภาษณ์)

2.1.6) ทิศทางการขับเคลื่อนภารกิจและกลยุทธ์การดำเนินงานของ สสย. ในอนาคต

ด้านทิศทางการขับเคลื่อนภารกิจและกลยุทธ์ของ สสย. ต่อไปในอนาคตนั้น สิ่งที่เห็นตรงกันก็คือ จะต้องนำแนวทางที่เคยใช้มาประเมินผลก่อนว่าที่ผ่านมานั้นทำได้ตามเป้าหมายมากน้อยอย่างไร แล้วเขาจุดบกพร่องมาพัฒนาเพิ่มเติมโดยอาศัยกลไกต่างๆ เช่นการสร้างความตระหนักด้านการรับสื่อ การสร้างเครือข่าย และการเชื่อมโยงกับคนในชุมชน เป็นต้น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

ทิศทางการทำงานของ สสย. ในอนาคต จะต้องกลับมาทบทวนภาพระบบสื่อที่วางไว้ ตามวัตถุประสงค์ ตามยุทธศาสตร์ และเป้าหมายให้ได้ โดยต้องเน้นการทำหน้าที่ในการสร้างความตระหนักของกลุ่มคนใหม่ๆ คอยตรวจสอบให้กองทุนทำหน้าที่ได้ตามที่สังคมคาดหวัง และต้องทำให้สังคมเกิดความตระหนักว่าเรื่องของเยาวชนนั้นเป็นเรื่องสำคัญระดับชาติ

“ที่ทำอยู่นี้ก็ดีแล้ว เอาอันนี้ให้ได้ตามวัตถุประสงค์ ตามยุทธศาสตร์ และเป้าหมายให้ได้ดีซะก่อน แล้วค่อยคิดทำอย่างอื่นต่อไป”

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

“สสย ต้องกลับมาทบทวนภาพระบบสื่อที่ตัวเองเล็ง Endorse ภาพนี้ไว้เอง แล้วแต่จะจุดไปถึงไหนได้บ้างแล้ว อะไรที่ยังทำไม่ได้มากด้วยเหตุผลอุปสรรคใดๆ ก็ตาม เราจะก้าวข้ามอุปสรรคเหล่านั้นได้อย่างไร ต้องมีตัวช่วยอะไรบ้าง...”

(วิลาสินี อดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

"กลยุทธ์คิดว่า ปีนหน้ากับในระยะต่อไป อาจต้องมีการปรับเปลี่ยน เช่นภูมิทัศน์สื่อ กสทช. เริ่มปฏิบัติงาน ทำให้เกิดการจัดสรรคลื่นความถี่ เจ้าของมีมากขึ้น สื่อที่ลงในระดับชุมชน มีการเคลื่อนไหวเยอะขึ้น ตัวละครที่เข้ามามีบทบาทในการทำสื่อเพื่อเด็กจะเยอะขึ้น ต้องอาจต้องมองมิติสื่อที่มีความหลากหลายที่เกี่ยวข้องที่มากขึ้น ไม่ใช่แกนนำ แต่ในระดับชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการใช้สื่อมากขึ้น และในส่วนของบทบาทของ กสทช. ให้ผู้บริโภคสื่อเข้ามามีบทบาท ตัวละครจะกว้างขึ้น จึงปรับการทำงานให้สอดคล้องกับ แต่ข้อเสนอคือ การเท่าทันสื่อ มาไม่ชัดเจน สสย. อาจต้องรับบทบาท แทนที่ ทำมาระดับหนึ่งแล้ว ต้องทำหน้าที่ในการสร้างความตระหนักของกลุ่มคนใหม่ๆ แต่อาจไม่ใช่ จะเสริมศักยภาพ การสร้าง การเข้าไปเป็น มีบทบาทในการเสนอหลักเกณฑ์ให้กลไก ที่สำคัญคือกองทุนสื่อสร้างสรรค์ ในระยะอันใกล้ ต้องทำตามร่าง พรบ. เกิดขึ้นไม่แน่ใจว่าทิศทางไหน แต่ต้องคอยมอนิเตอร์ให้กองทุนทำหน้าที่ได้ตามที่สังคมคาดหวัง"

(เช็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

"ต้องทำให้มันเห็นในระดับประเทศให้ได้ ว่าเรื่องเด็กกับสื่อเป็นเรื่องสำคัญระดับชาติ"

(ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

พันธุมิตร

การดำเนินงานของ สสย.ต่อไปในอนาคต ทิศทางในการขับเคลื่อนสามารถทำได้ 3 ส่วน คือ ส่วนแรกต้องมีการติดตามเพื่อให้สังคมเกิดความตระหนักและเห็นความสำคัญต่อการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเยาวชน และในส่วนที่สอง คือการพัฒนาเครือข่ายให้มีองค์ความรู้ ด้านการผลิตสื่อที่ดี และมีการเพิ่มพื้นที่สื่อสำหรับเยาวชนอย่างต่อเนื่อง และส่วนสุดท้ายคือจะต้องผลักดันให้เกิดเป็นนโยบายที่สนับสนุนให้เกิดการปฏิบัติได้จริง

"หนึ่งคือการติดตาม ตัวสถานการณ์เรื่องสื่อสำหรับเด็ก ทำให้อย่างน้อยสังคมหันกลับมาตระหนักว่าสื่อเพื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กของเราเป็นอย่างไร สองคือ งานที่ต้องทำให้เครือข่ายหรือคนที่เกี่ยวข้องมีองค์ความรู้ วิธีการ มีพื้นที่สร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง สองส่วนที่ทำได้อย่างเต็มที่ และสาม ถ้ามีกระบวนการผลักดันให้เกิดนโยบาย ที่เกื้อหนุนพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเด็กด้วยก็ควรทำ"

(พรรณพิมล วิปุลากร, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

สำหรับทิศทางการดำเนินงานของ สสย. ในอนาคตนั้น ควรคงรูปแบบภารกิจเดิมไว้ แต่ทำให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดย พยายามกระจายงานให้ลงไปสู่เครือข่ายภาคประชาชนมากยิ่งขึ้น และเน้นการทำงานประสานกันระหว่างภาคีเครือข่ายให้มีความเข้มแข็ง นอกจากนี้ยังควรปรับเปลี่ยนการทำงานให้มีความรวดเร็วและมีประเด็นที่ชัดเจนตรง เชื่อมโยงกับความต้องการของชุมชนและพื้นที่

“ภารกิจ สสย. น่าจะไม่เปลี่ยน ทั้งการขยายเครือข่าย สร้างพื้นที่ในการขยายสื่อดี สนับสนุนให้เครือข่าย น่าจะโอเค เหมือนเดิม เพียงแต่ทำยังไงให้ สสย. ได้งบประมาณมากขึ้นมากกว่า ถ้าไม่มีงบประมาณก็จะยิ่งไม่มีใครทำ ต้องทำให้เห็นภาพชัดว่าเป็นงานสำคัญไม่แพ้เรื่องเหล่า นุหรี”

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

“คิดว่าการพยายามเกี่ยวให้เครือข่ายให้มีปฏิสัมพันธ์กันบ่อยๆ เป็นเรื่องดี มีมิติที่เชื่อมโยงได้ แต่ มันไม่ได้เกิดขึ้นได้บ่อยๆ บางที เชื่อมโยงกันอยู่ แต่อาจไม่ได้ไปเชื่อม แต่เราคิดว่า มันดี และต้องมีมิติของเมืองและชนบท ที่มีส่วนผลสมที่เต็มทีกว่านี้ เพราะ สสย. เกิน เจ็ดสิบเปอร์เซ็นต์ที่ถูกผลักที่ชนบทเป็นหลัก”

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

“มองว่า สสย ต้องทำเรื่องของการทำงานเชิงประเด็นให้น้ำหนักมากหน่อยสักเจ็ดสิบเปอร์เซ็นต์ สสย. เค้าแบ่งน้ำหนักงาน พื้นที่สำคัญ การแบ่งก้อนงาน แต่ว่าการลงไปทำเอง สสย. ควรทำตัวนี้ด้วยตนเอง สักสามสิบเปอร์เซ็นต์พอ”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

“ภาพ บางทีการเคลื่อนงานของ สสย. อาจเป็นสุภาพเป็นวิชาการมากไปหรือบางทีอาจจะช้าและไม่ค่อยแรง ปรับทิศทางให้รวดเร็วรุนแรงนิดนึง...ตอนนี้เหมือนภาคีเครือข่ายก็มีอยู่ทั่วทุกภาคแต่เค้าไม่รู้ว่ สสย. จะให้เน้นประเด็นไหนมันเลยไม่ชัด”

(ศรีดา ดันทะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

“ตัว สสย. เป็นหน่วยงานหนึ่งภายใต้ สสส. แล้วมาทำเรื่องเยาวชน หนึ่งต้องทำงานเชิงวิจัยไม่ใช่กิจกรรมต้องไปรณรงค์ในพื้นที่... เชื่อมโยงความต้องการของพื้นที่มาสื่อสารกับโครงสร้างส่วนบน ผู้กำกับ ผู้ออกใบอนุญาตต่างๆ เพื่อให้แหล่งทุนมาสนับสนุนในส่วนที่จำเป็น”

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

2.1.7) การจัดสัดส่วนและเรียงเรียบลำดับความสำคัญในการสร้างเครือข่ายของ สสย.

ด้านการจัดสัดส่วนและเรียงเรียบลำดับความสำคัญ ต่อทิศทางในการสร้างเครือข่ายของ สสย. พันธมิตรและกลุ่มเครือข่ายมีความคิดเห็นว่าการสร้างเครือข่ายก่อนนั้นมีความสำคัญ เพราะถ้ามีเครือข่ายแล้วก็จะสามารถถ่ายทอดและเผยแพร่เนื้อหาและข้อมูลต่างๆ ได้ง่าย ทั้งนี้ไม่ควรคำนึงถึงรูปแบบของการขยายเครือข่ายมากเกินไป ควรมีความยืดหยุ่นและเหมาะสมกับสถานการณ์ ในขณะที่คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน มีความคิดเห็นว่าการสร้างเครือข่ายและสร้างการรู้เท่าทันสื่อที่ควรเกิดขึ้นพร้อมกัน

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

ทิศทางในการสร้างเครือข่ายของ สสย. ควรจัดสัดส่วนและเรียงเรียบลำดับความสำคัญในการสร้างเครือข่ายและสร้างองค์ความรู้เรื่องการทำทันสื่อที่ควบคู่กันไป เพราะจะเป็นการสร้างเครือข่ายที่มีความรู้ในการเท่าทันสื่อขึ้นมาสนับสนุนการทำงานด้วย ซึ่งสิ่งที่สำคัญก็คือจะต้องมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนและดำเนินการไปในทิศทางเดียวกันอย่างเป็นระบบ

“สร้างเครือข่ายสำคัญ แต่ไม่รู้ว่าภารกิจคืออะไร ดีแล้วแต่สร้างเพื่ออะไร อยากให้ชัด ข้อหนึ่งกับสองเป็นคนละประเภท แต่จริงๆ แล้วสร้างเครือข่ายกับเท่าทันสื่อสามารถทำไปพร้อมๆ กันได้ สร้างเครือข่ายที่เรียนรู้เรื่องเท่าทันสื่อ เท่าที่เห็นคือเหมือนเป็นการสร้างเครือข่ายเพื่อมาหนุนทุกระบบที่เค้าทำ”

(กิตติพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

“เป็น Nod ก็ได้ ไม่มีปัญหา แต่ต้องมีความชัดในกลุ่มเป้าหมาย มันต้องเริ่มตั้งแต่การคิดวิเคราะห์ตั้งแต่ต้นว่าเรากำลังจะสร้างการเปลี่ยนแปลงอะไรเกิดขึ้นข้างหน้า แล้วมีธงชนิดใดอยู่ แล้วก็อาจจะลองมาพูดคุยว่ามีใครบ้างที่อยากจะลงมาไปสู่เรื่องนี้ด้วยกัน แล้วก็มาสร้างกระบวนการ”

(ชัชวาลย์ ทองดีเลิศ, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่าการสร้างเครือข่ายนั้นควรดูปัจจัยอื่นๆ ที่เหมาะสมสอดคล้องกันด้วย ซึ่งในระหว่างที่ดำเนินการ สสย. อาจะพบหนทางใหม่ๆ ที่เป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น

“สร้างเครือข่าย ถ้าไม่เจอจังหวะที่เหมาะสม สภาพที่เหมาะสม เหตุปัจจัย ทรัพยากรต่างๆ สร้างไปก็ไม่เติบโต นี่ไม่ได้หมายความว่าไม่ได้ให้ความสำคัญ แต่เราต้องพร้อมทำใจ ว่ามันจะไปได้หรือไม่ได้ เช่นเดียวกับการรณรงค์รัฐเท่าทันสื่อ ซึ่งทำมา 20-30 ปีแล้ว ผมอยากให้เห็นหลักคิด Serendipity ผมแปลเป็นภาษาไทยว่า ‘เจลียวพบ’ คือ เราอาจจะวางแผนไว้ แต่ขณะที่เดินไปเราก็มองดูข้างๆ ว่าโอกาส ความเป็นไปได้ ศักยภาพอยู่ตรงไหน พร้อมทั้งจะหักหลบอุปสรรค พร้อมทั้งจะเดินเส้นใหม่ซึ่งมันถึงจะดูอ้อมแต่จะพาไปถึงจุดหมายที่ดีกว่า ดูโอกาส ความเป็นไปได้ เหตุปัจจัย เกื้อหนุน หรืออะไรอีกมากมาย แต่ไม่ได้หมายความว่าเราไม่มีเป้าหมายไม่มีแผนงาน แต่พร้อมที่จะใช้ความเฉลียว ไม่ใช่ความฉลาด คือเฉลียวใจว่าหลงทางหรือไม่...”

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

พันธมิตร์

สำหรับการสร้างเครือข่ายนั้นยังมีความสำคัญ และการทำงานเป็นเครือข่ายจะช่วยให้กระบวนการทำงานนั้นง่ายขึ้นและมีความชัดเจน ซึ่งควรมีกลไกการทำงานที่เชื่อมโยงกัน นอกจากนี้การมีเครือข่ายจะช่วยให้เกิดความเข้มแข็งในการเคลื่อนไหว เมื่อมีเครือข่ายแล้วการสร้างองค์ความรู้ อย่างการการรู้เท่าทันสื่อ หรือองค์ความรู้ด้านอื่นๆ ก็สามารถถ่ายทอดผ่านลงมาทางเครือข่ายได้

“ถ้าทำเครือข่าย ใสประเด็นอะไรลงไปก็ได้ เพราะเป็นเรื่องพื้นฐานที่ต้องทำภายใต้เครือข่ายที่ทำงาน เลือกลงประเด็นสำคัญที่ใส่ลงไปเครือข่าย”

(พรพนพิมล วิบุลากร, สัมภาษณ์)

“การทำให้ สสย. ทำให้กลไก สามารถเชื่อมต่อได้ โดยภารกิจของอุดมการณ์ร่วมได้ ไม่ใช่แนวตั้งได้ ให้เป็นแนวขวาง ทำงานเป็นแนวขวาง คนที่เท่าเทียมกัน ไม่ได้เชื่อมด้วยเงินอย่างเดียว ต้องลดลงไปเรื่อยๆ ต้องเชื่อมด้วยอุดมการณ์”

(วันชัย บุญประชา, สัมภาษณ์)

"ต้องเปลี่ยนมาเป็นเครือข่ายผู้ประกอบการให้ได้ Nod แต่ละ Nod ต้องเป็นเครือข่ายผู้ประกอบการที่พร้อมจะทำงานกับครอบครัว ทำงานกับโรงเรียน ช่วยโรงเรียนพัฒนาหลักสูตรวิชา สื่อศึกษา ช่วยครอบครัวให้มีความรู้เท่าทันสื่อ...วิธีคิดเป็น Area Base ในพื้นที่ หากลไก หากคนทำงานสื่อสร้างสรรค์ ทำงานพื้นที่ผลิตสื่อของเด็ก พื้นที่สื่อเท่าทันในโรงเรียน รณรงค์เรื่องครอบครัวในระดับพื้นที่ รวมทั้งเข้าไปเป็นกรรมการเฝ้าระวังในระดับพื้นที่ ระดับจังหวัด ในการดูแลสื่อที่ไม่เหมาะสม"

(อมรวิชัย นาคกรทรรพ, สัมภาษณ์)

"องค์กรที่ทำเรื่องเด็กและเยาวชนมีเยอะ จริงๆ เป็นองค์กรภาคประชาสังคมอย่างนี้ก็ดี ในแง่มุมที่ยืดหยุ่นคล่องตัว เป็นสะพานเชื่อมระหว่างกลุ่มต่างๆ ได้ เพียงแต่ต้องมีเครือข่ายให้มากขึ้น มีความเข้มแข็งในการเคลื่อนไหว ทำงานที่ว่มา โดยส่วนตัวก็มองว่าทำงานอะไรได้เยอะพอสมควรแล้วเหมือนกัน"

(สุภิญญา กลางณรงค์, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

กลุ่มเครือข่ายมีความเห็นว่า สสย. ควรสร้างเครือข่ายโดยไม่ยึดติดกับรูปแบบจนเกินไป แต่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และการทำให้ให้มีประสิทธิภาพ โดย สสย. ยังคงเป็นหลักสำคัญในการวางกลไกการดำเนินงานต่างๆ ซึ่งอาจจะทดลองทำในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งก่อน และเมื่อประสบความสำเร็จและได้ผลแล้วจึงขยายไปสู่พื้นที่อื่นๆ ต่อไป

"อย่างแรก เป็นการสร้างเครือข่ายในการสร้างกลไก อย่างหลังสร้างเครือข่ายเชิงประเด็น ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ รูปแบบการทำงานไม่น่าจะตายตัว หรือทำไปพร้อมกันสองอย่างก็ได้ ต้องมาดูที่กลไกการทำงานก่อน"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"ถ้า สสย. เป็นตัวกลางเชื่อมโยงให้เครือข่ายหลักแต่ละเครือข่ายมั่นใจใน สสย. เครือข่ายหลักทุกคนกระชับกันด้วยใจ จะมีพลังมากกว่าที่จะบอก讓她ไปทำกันเองนะ"

(อัญญอร พานิชพึ่งรัก, สัมภาษณ์)

“คิดว่าเครือข่ายไม่น่าจะจำกัดจะก็รูปแบบก็ทำไป ให้ได้พันธมิตรในการที่เห็นพ้องกัน ... แต่ต้องชัดเจนนิดนึง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อก็สำคัญก็สำคัญ เพราะฉะนั้นระหว่างการสร้างเครือข่าย ก็ต้องสร้างเรื่องการรู้เท่าทันสื่อให้เครือข่ายด้วยซ้ำไป ต้องให้ความรู้ภาคีด้วยก่อนแล้วหวังว่าภาคี จะไปให้ความรู้ชุมชน”

(ศรีดา ตันทะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

“ด้วยกำลังอันจำกัด ของ สสย. ก็คงได้ทำงานเชิงทดลองกับพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งมากกว่า อาจทดลองไปในกลุ่มเป็นภาคๆ เลยดีหรือไม่ ลองให้สำเร็จสักภาค แล้วดูว่ามี Concept แบบที่ ผมเสนอหรือแบบอื่นหรือไม่ ที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และเกิดการผลิตรายการที่มีคุณภาพ อาจเริ่มจากจุด ใดจุดหนึ่ง พอมีทุนต่อเนื่องก็ขยาย เรื่องการสร้างเครือข่ายตอนนี้มีหลายเครือข่ายเปิดมาก ก็คง ต้องให้ความสำคัญหรือให้น้ำหนักในการส่งเสริมสนับสนุนกับธุรกิจที่เป็นไปได้”

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

2.2) สาร (Message)

สารในการรณรงค์นั้นมีความต้องการพัฒนาที่หลากหลายครอบคลุม ไม่ว่าจะเป็นการผลิตสารเพื่อช่องทางต่างๆ ความถี่ในการสื่อสาร ประเด็นต่อการนำเสนอ และการกระตุ้นความสนใจต่อสารจากทุกภาคส่วน โดยมีรายละเอียดและสาระสำคัญดังนี้

2.2.1) การให้น้ำหนักกับประเด็นต่างๆ ในการดำเนินงานของนักเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับ “สื่อกับเด็ก” ที่ผ่านมา

ด้านการให้น้ำหนักต่อประเด็นสำคัญต่างๆ ทั้ง 7 ประเด็น ได้แก่ ปัญหาหรือผลกระทบของสื่อต่อเด็ก พฤติกรรมการใช้สื่อของเด็กในทางที่ผิดหรือไม่เหมาะสม ผลการวิจัย สื่อและพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเด็ก การรู้เท่าทันสื่อ การส่งเสริมการอ่าน การจัดระดับความเหมาะสมของรายการ และการเฝ้าระวังสื่อเกี่ยวกับเด็ก ต่อการดำเนินงานของนักเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับ “สื่อกับเด็ก” ที่ผ่านมานั้น ทุกฝ่ายเห็นตรงกันว่าทุกประเด็นมีความสำคัญ แต่สิ่งที่ต้องระมัดระวังก็คือการนำเสนอประเด็นที่เป็นเชิงลบมากเกินไป เพราะจะยิ่งเป็นการเน้นย้ำในสิ่งที่ไม่ดีและอาจไม่เกิดประโยชน์มากนัก จึงควรหันมาเพิ่มหรือเน้นประเด็นที่เป็นเชิงบวกให้มากยิ่งขึ้น จะเป็นการนำเสนอที่สร้างสรรค์มากกว่า

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผนบางท่านมีความเห็นว่า สิ่งที่จะให้ความสำคัญและน้ำหนักมากที่สุด ควรจะเป็นการดำเนินงานเชิงบวกหรือนำเสนอแนวทางการแก้ปัญหาให้มากยิ่งขึ้น ได้แก่ ผลการวิจัยสื่อและพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเด็ก การรู้เท่าทันสื่อ การส่งเสริมการอ่าน การจัดระดับความเหมาะสมของรายการ การเฝ้าระวังสื่อเกี่ยวกับเด็ก ซึ่งผลการวิจัยที่นำมาใช้นั้นควรมีการดำเนินการล่วงหน้าและเหมาะสมต่อสถานการณ์ ในขณะที่บางส่วนมองว่าควรจะให้น้ำหนักประเด็นสำคัญทั้ง 7 ให้อยู่ในความพอดี และอาจให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์มากขึ้นเพราะในอนาคตจะมีปัญหาด้านนี้ที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น

"อยู่ตรงที่ว่าตรงไหนมันพอดีมากกว่า ที่ทำมาทุกอย่างผมเห็นด้วยทั้งหมด แต่อยากให้อำนาจถึงความพอดีด้วย ..."

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

"ที่ผ่านมาประเด็นนี้จะออกมาในสื่อว่า มีสื่อลามกอนาจาร มีเด็กติดยา มีเด็กติด Game สถิติเด็กมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรเท่านั้นเท่านี้ ภาพปัญหามันออกมาแล้ว แต่ว่าภาพป้องกันปัญหามันไม่ค่อยออก ภาพที่แก้ปัญหาสำเร็จมันไม่ค่อยออก ..."

(ชัชวาลย์ ทองดีเลิศ, สัมภาษณ์)

"ในอนาคต สื่อออนไลน์น่าจะรุนแรงมากขึ้น อาจจะต้องมีการพูดมากขึ้นเพราะทำให้เกิดการละเมิดเด็กหรือต่อสังคมง่ายมาก แต่คอนเทนต์ต่างๆ การหลอมรวมของสื่อในอนาคต กว้างเบียด กสทช.จะตามไม่ทัน จะมีการณีเกิดขึ้น ปัญหาสื่อออนไลน์เยอะขึ้น จะรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ ในการณรงค์มากขึ้น รวมถึงความเข้มแข็งของผู้บริโภคสื่อ ทำให้เกิดการร้องเรียน มีมติ สิทธิเรื่องพื้นที่ การเข้าถึง"

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ ยังมีความเห็นเพิ่มเติมว่าควรจะให้น้ำหนักในการสร้างเด็กและเยาวชนที่มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อและสร้างสื่อสรรค์เองได้ด้วย

"สิ่งที่อยากให้เพิ่มมากขึ้นคือสื่อและพื้นที่สร้างสรรค์ โดยให้น้ำหนักกับการที่เด็กมาเป็น Active Partner ด้วยตัวเอง เพราะนอกนั้นมันดูเหมือนการไปในเรื่องของกาไปแนะนำ การ

“ไปจัดการกับเด็ก การทำให้เด็กเป็นอยุ่อย่างนั้นอย่างนี้ มันจะมีอยู่อันนี้หรือการรู้เท่าทันสื่อที่จะไปเน้น การสร้างความเป็น Active Citizen ให้กับเด็ก”

(วิลาสินี อดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

สำหรับการให้น้ำหนักสำหรับประเด็นต่างๆนั้นเห็นว่ามีที่เหมาะสมอยู่แล้ว แต่ประเด็น ที่ควรทำเพิ่มเติมก็คือการปฏิรูปการเรียนรู้ของเด็กให้รู้จักคิด แก้ปัญหา รู้จักถาม รู้จักวิพากษ์ และ ใช้หลักเหตุผลให้มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่ายากให้เพิ่มประเด็นที่เป็นเชิงบวกให้กับ เยาวชนให้มากขึ้น ไม่ใช่จะเน้นแค่การป้องกันเด็กและเยาวชนออกจากปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ซึ่งเป็นการ เน้นเรื่องที่เป็นเชิงลบมากเกินไป

“ผมว่าทุกประเด็นสำคัญเท่า ๆ กัน ถ้าจะให้ความสำคัญมากขึ้น ก็มากขึ้นด้วยกัน ถ้าจะ ลดลงก็ลดลงด้วยกัน แต่จะมีอันหนึ่งที่เป็น Cross Cutting Issue ที่เป็น Skill พื้นฐานอยู่ในสิ่ง เหล่านี้ ที่จะทำให้เด็กถูกปกป้องจากสิ่งเหล่านี้ได้ คือ ความมีเหตุผลของเด็กเอง การปฏิรูปการ เรียนรู้ของเด็ก การทำให้เด็กรู้จักคิด รู้จักแก้ปัญหา รู้จักถาม รู้จักวิพากษ์ รู้จักใช้เหตุผลสำคัญมาก ภาคสื่อต้องทำงานกับภาคการศึกษาเยอะๆ”

(อมรวิชัย นาครทรรพ, สัมภาษณ์)

“พวกนี้เป็นเรื่องเฝ้าระวังเรื่องสื่อ แต่จะมีเรื่องเดียวที่เป็นเรื่องบวก การส่งเสริมการอ่าน เป็นเรื่องบวกเรื่องเดียว ระวังไม่ให้สื่อทำร้ายเด็ก จริงๆ หกเรื่องนี้ก็รูปปิ้งให้ดีๆ ลดลงได้เยอะ ไปเพิ่ม สัดส่วน แนวบวกเพิ่มขึ้น...แต่เชิงบวกก็ต้องหาเพิ่มขึ้นด้วย”

(วันชัย บุญประชา, สัมภาษณ์)

“อยากให้นำสื่อเรื่องรูปธรรมสื่อ แล้วมันเป็นพื้นที่สาธารณะด้วย”

(อังธิดา ลิ้มปัทมปาณี, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

กลุ่มเครือข่ายบางส่วนเห็นว่าทุกประเด็นนั้นยังคงมีความสำคัญและมีความจำเป็น ควร เพิ่มความสำคัญต่อทุกๆ ประเด็น พร้อมกับการสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้แก่เด็ก

"ไม่มีอะไรต้องลด แต่ควรเพิ่ม เนื่องจากเป็นเรื่องสำคัญหมด...แต่ยังขาดการจัดสรรเรื่อง
ช่วงเวลาการเฝ้าระวังสื่อเกี่ยวกับเด็ก ..."

(อัญญอร พานิชพึงรัก, สัมภาษณ์)

"ไม่จำเป็นต้องลด ที่ควรต้องเพิ่มคือการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้ใหญ่กับเด็ก สำคัญมาก
ต้องเรียนรู้ร่วมกัน จะสร้างจุดพื้นที่สื่อที่มาร่วมกันทั้งสองฝ่ายได้อย่างไร"

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

"บูรณาการประเด็นต่างๆ เพื่อสร้างนิยามร่วม สุขุมชน 3 ดี สื่อดี พื้นที่ดี ภูมิดี"

(วรพจน์ ไอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

แต่ในขณะเดียวกันก็มีความคิดเห็นว่าเป็นบางประเด็นที่เป็นเชิงลบ อย่างเช่น ปัญหาหรือ
ผลกระทบของสื่อต่อเด็ก เช่น ลามกอนาจาร ความรุนแรง ตัดเกมและเครือข่ายสังคมออนไลน์ การ
ล่อลวง เพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร และการพนัน และพฤติกรรมการใช้สื่อของเด็กในทางที่ผิด
หรือไม่เหมาะสม เช่น คลิปปี้ การอ่านหนังสือน้อยลง การใช้เวลาไม่เกิดประโยชน์ การเลียนแบบ
พฤติกรรมไม่เหมาะสม ทั้งสองข้อนี้ควรนำเสนอด้วยความระมัดระวัง หรือควรจะลดทอนลง
เพราะอาจทำให้เยาวชนเสพสื่อที่ไม่ดีแทนที่จะสร้างประโยชน์ ดังนั้นควรจะปรับเปลี่ยนการ
นำเสนอไปเป็นการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ และให้เด็กสามารถคิดต่อยอดและตัดสินใจรับสื่อที่ดี
และไม่ดีได้ด้วยตนเอง

"ประเด็นที่ต้องทำความเข้าใจมาก คือลามกอนาจาร โดยส่วนตัวไม่เห็นด้วยว่าเป็นหัวข้อ
ที่บังคับข้อชีวิต ...เป็นส่วนที่อันตราย ที่การเรียนรู้ และยังคงเป็นอยู่ ไม่แก้ตรงจุดนี้ อยากให้ลบ
ประเด็นนี้ไปเลย เลิกพูดกันได้แล้ว แต่อยากพูดคือ ที่พูดว่าลามก สื่อควรจะส่งเสริมให้เกิดการ
เรียนรู้ เพศศึกษา ครอบครัวศึกษา มีเด็กมา ฤงยางเหลือเยอะกัน"

(นิमित พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

"ประเด็นที่ผ่านมา ที่เป็นประเด็นมากคือพูดถึงพฤติกรรมการใช้สื่อของเด็กที่เหมาะสมไม่
เหมาะสม เป็นประเด็นที่เราไปให้ความสำคัญตรงนี้ค่อนข้างเยอะ เพราะสังคมอาจตกใจง่ายกับ
เรื่องแบบนี้ กลุ่มนักวิชาการ ก็เห็นว่ามันเป็นจังหวะโอกาสที่จะเล่นได้ หรือสื่อเองก็เถอะ แต่ก็เป็น
ดาบสองคน เพราะการทำซ้ำบ่อยๆ ทำให้คนได้เสพสื่อที่ไม่ดีโดยปริยาย การนำเสนอต้อง

ระมัดระวัง ต้องควบคุม ว่านำเสนอได้ แต่ไม่ควรจะต่อเนื่อง ...นอกจากนี้ การทำงานเรื่องหลักสูตร เท่าทันสื่อเอง เราไม่ได้ห้ามเด็กดูสื่อที่ไม่ดี แต่ดูแล้วต้องมีกระบวนการที่ทำให้เด็กคิดต่อ ทำไมเราถึงระมัดระวังในการดู ในการเชื่อ”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

2.2.2) แนวทางที่จะทำให้เนื้อหาที่จะสื่อสารมีความน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย คือ เด็ก ผู้ปกครอง รัฐหรือผู้มีอำนาจและสื่อมวลชน

สำหรับแนวทางที่จะทำให้เนื้อหาที่จะสื่อสารมีความน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย คือ เด็ก ผู้ปกครอง รัฐหรือผู้มีอำนาจ และสื่อมวลชนนั้น ส่วนหนึ่งมีความคิดเห็นที่ต้องแยกกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เนื่องจากว่าแต่ละกลุ่มมีความสนใจในการรับสารที่แตกต่างกัน หรือหากต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายร่วมกันก็ต้องทำให้สามารถสร้างความเข้าใจได้ต่อหลายๆ ฝ่าย โดยแนวทางจะ ทำเนื้อหาที่น่าสนใจต้องเริ่มจากการให้ความสำคัญในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้แก่ผู้ผลิตสื่อ ให้หาวิธีการทางเทคนิคหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เอามาช่วยในการนำเสนอให้มีความน่าสนใจ

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

ควรจะแยกกลุ่มเป้าหมายให้มีความชัดเจน เรื่องจาก เด็ก ผู้ปกครอง รัฐ และสื่อมวลชนมีความแตกต่างกัน ซึ่งแนวทางที่จะทำเนื้อหาที่น่าสนใจนั้นอยู่ที่การดำเนินเรื่องอย่างมีชั้นเชิง เพื่อให้เกิดการขบคิด มีความสนุกสนาน ยกแก่การคาดเดา เพราะจะทำให้น่าติดตามไม่น่าเบื่อ และต้องให้ความรู้ด้านการสื่อสารแก่ผู้ผลิตสื่อเพื่อสร้างสรรค์สื่อที่ดีด้วย

“พูดในเชิงให้ผู้รับสารเป็นคนคิด แล้วถ้าใส่อารมณ์ขันไปบ้างจะดีกว่าไหมแล้วก็มี การหักมุม บ้าง ไม่ใช่ว่าดูแต่ต้นกฐิแล้วว่าจะเดินท้องเรื่องอย่างไร จะจบอย่างไร ก็ไม่น่าสนใจ ก็เป็นเรื่องทั่วไปของการเล่าเรื่องอย่างมีเสน่ห์...”

(โคทม อารียา, สัมภาษณ์)

“เอาให้มาเรียนนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ เรียนจบได้คะแนนสักสาม ก็พอแล้ว ก็ทำสื่อได้ดี ต้องใช้หลักวิชา”

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

แนวทางที่จะสร้างเนื้อหาให้มีความน่าสนใจก็คือ จะต้องแยกผลิตสื่อให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กก็ควรให้เด็กเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิต และเสนอแนะความต้องการของตน โดยการสื่อสารนั้นต้องเป็นไปในทางเดียวกัน ไม่ว่าจะผ่านทางช่องทางใดๆ ก็ตาม ซึ่งจะต้องอาศัยการวางแผนที่เป็นขั้นเป็นตอน

"แยกไปตามความสนใจ ของกลุ่มเป้าหมาย"

(พรรณพิมล วิบุลากร, สัมภาษณ์)

"แนวทางที่จะทำให้เนื้อหาที่จะสื่อสารมีความน่าสนใจต่อเด็กก็เอาเด็กมาทำ เอาเด็กมาช่วยคิด เอาเด็กมาวิพากษ์ได้นะ"

(อมรวิรัช นาคกรรพ, สัมภาษณ์)

"การสื่อสาร ต้องเป็นแพ็คเกจเดียวกัน การสื่อสารต้องวางแผนเป็นขั้นเป็นตอน"

(วันชัย บุญประชา, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

สิ่งที่จะทำให้การสื่อสารเนื้อหาให้มีความน่าสนใจนั้นจะต้องแยกกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนเสียก่อน เพราะกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันมีความสนใจและความต้องการเนื้อหาที่แตกต่างกัน หากจะทำแบบกลุ่มเป้าหมายร่วมก็ต้องทำให้สามารถสร้างความเข้าใจได้ต่อหลายๆ ฝ่าย ซึ่งต้องดูความเหมาะสมประกอบด้วย

"ข้อแรกที่จะตอบ กลุ่มเป้าหมายใด เป้าหมายนั้น เชื่อมมัน สองคือ การทำแบบกลุ่มเป้าหมายร่วม ยากเหมือนกัน แต่ทำอยู่ คือทำต้องดูได้ตั้งแต่เด็ก ผู้ใหญ่ ... ต้องอาศัยการประมวล ว่าเหมาะไม่เหมาะ จริยธรรม ที่ผู้ใหญ่รับได้ เพราะวันหนึ่งเด็กต้องโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่"

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่าการจะสื่อสารเนื้อหาให้มีความน่าสนใจ ต้องใช้เนื้อหาที่ตรงใจ สามารถสร้างความตระหนักให้เห็นความสำคัญต่อเรื่องที่รณรงค์ได้ โดยการสร้างแบรนด์ สื่อดี พื้นที่ดี และภูมิที่ดี เป็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อน นอกจากนี้แล้วยังควรสนับสนุนผู้ผลิตสื่อให้หาวิธีการทางเทคนิคหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เอามาช่วยในการนำเสนอ ตลอดจนใช้การแข่งขันเพื่อคัดกรองรายการที่ดีมีประโยชน์

"สร้าง Brand 3 ดี จากนิยามร่วม สื่อดี พื้นที่ดี ภูมิดี เป็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อน"

(วรพจน์ ไอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

"เนื้อหาที่รณรงค์ เพื่อให้กระแทกใจเค้า ก็มีคนที่สามารถทำเรื่องพวกนี้ได้ แต่ต้องทำต่อเนื่อง คนทำงานก็ต้องพยายามต่อไป แต่ว่าต้องคิดวิธีที่หลากหลายขึ้น หายุทธวิธีมีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างเรื่องสื่อก็ต้องนำเสนอ เรื่องสื่อด้านดี ในการตัดสินใจมากขึ้น อาจต้องมีกลเม็ดเป็นตัวบีบ หรือคนที่มีพาวเวอร์มากๆ ได้ช่วยเราทำเรื่องพวกนี้"

(มนัส นามาลา, สัมภาษณ์)

"ถ้าเนื้อหาที่เป็นประโยชน์สำหรับเด็กได้หมด ไม่ปิดกรอบเรื่องวิธี แต่มีข้อแม้ว่าผู้ปกครองต้องดูแลเด็กและสนใจเด็กจริงๆ ถ้าเป็นเนื้อหาการรณรงค์ "สร้างความตระหนัก" จะทำให้เห็นว่าสิ่งที่เราณรงค์สร้างผลกระทบกับเค้าและเด็กของเค้าจริงๆ ตัวเนื้อหาและกระบวนการสื่อสารน่าจะทำให้เห็นผลกระทบและมีความน่าเชื่อถือของตัวสาร (เนื้อหา) ถ้าการที่จะไปคุยกับรัฐหรือผู้มีอำนาจหรือสื่อมวลชนนักวิชาการจะช่วยให้ดีในการที่จะทำให้เห็นว่า รัฐจะถามก่อนตลอดว่ามีงานวิจัยรองรับหรือไม่ ตรงนี้จะได้รับการตอบรับ สื่อมวลชนต้องการให้เห็นการทำงานที่ปะทะหรือเรียกร้อง ต้องแรง ส่วนของผู้ปกครองถ้าเนื้อหาดีมีประโยชน์จะไม่ค่อยยึดติดกับรูปแบบ หรือการสื่อสารเท่าไร แต่รัฐหรือผู้มีอำนาจงานวิจัยช่วยได้มาก"

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

"ต้องมีวิธีการทางเทคนิคหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เอามาช่วยในการนำเสนอ"

(ศรีดา ตันทะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

“หลักคือให้มีการแข่งขัน คัดกรองด้วยระบบการแข่งขันแล้วนำเสนอในสถานการณ์ที่พื้นที่ เมื่อช่องทางสื่อยังคงบังคับต้องแข่งขันและตัดสินใจที่ไม่ได้ออกไป”

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

2.2.3) ความบ่อยครั้งในการสื่อสารในประเด็นสื่อกับเด็กแก่กลุ่มเป้าหมายต่างๆ (น้อยไปอาจไม่ทำให้สังคมตระหนัก มากไปอาจทำให้ปิดรับการสื่อสาร)

ด้านความถี่ในการสื่อสารประเด็นสื่อกับเด็กแก่กลุ่มเป้าหมายต่างๆ คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน กลุ่มพันธมิตรและ กลุ่มเครือข่ายเห็นร่วมกันว่าควรจะดูที่ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก ซึ่งควรให้ความสำคัญที่ความต่อเนื่องและความสอดคล้องต่อเป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่วางเอาไว้ด้วย

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

สำหรับความบ่อยครั้งในการสื่อสารในประเด็นสื่อกับเด็กแก่กลุ่มเป้าหมายต่างๆ ควรจะดูที่ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก และความถี่นั้นควรให้มีในระดับที่ทันห่วงที่ต่อสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้น ทั้งนี้ก็ต้องมีความพอดีในการนำเสนอเพื่อไม่เป็นการบังคับให้ชมสื่อจนเกินไป

“เราต้องแบ่งหรือแยกกลุ่มเป้าหมายว่าไม่ได้เป็นเด็กหรือผู้ปกครองทุกครั้ง หนึ่งมากได้ เพราะมันไม่ได้มาจากกลุ่มเดียวกัน อันที่สองต้องทำให้น่าสนใจ ไม่เดือดร้อนมาก นึกถึงทำโพลยังทำได้ หลายสำนัก อยากให้มีความถี่ระดับโพล พอมีประเด็นอะไร ก็ชักหน้าไว้แล้ว”

(กิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

“ก็ต้องเดินสายกลาง มากไปเด้าก็ไม่ดู เพราะไม่สามารถเอาปืนไปจี้ให้เค้าเปิดดูโทรทัศน์ได้ ต้องทำให้เค้าสนใจ เสพสื่อด้วยตัวเค้าเอง มากกว่าที่จะบังคับให้เค้าเสพ”

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

ความดีในการสื่อสาร กลุ่มพันธมิตรมีความเห็นว่าคุณค่าความบ่อยครั้งนั้นควรขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมาย และแผนการดำเนินงาน เนื่องจากแต่ละประเด็นมีความแตกต่างกัน และใช้สื่อในการสื่อสารที่แตกต่างกันด้วย

“มันจะถี่จะห่างแค่ไหน มันควรจะขึ้นอยู่กับ Audience ขึ้นอยู่กับ target group”

(อมรวิรัช นาคทรพรพ, สัมภาษณ์)

“อันนี้มันจะอยู่ใน Plan มันจะใช้สื่อไหน จะเล่นประเด็นอะไร...สสย มันเป็นการวางแผนว่าจะต้องทำยังไง เพราะฉะนั้นเรื่องความถี่หรือความถี่มีอันนี้ยังไม่ต้องพูดตอนนี้เลย แต่ไปพูดอันนี้ก่อน สมมุติทำอันนี้สำเร็จเรื่องราวจะตามมาอีกทีหนึ่ง มันเป็น Step ต่อไป”

(อังธิดา ลิ้มปีทมปาณี, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ ยังมีความเห็นว่าคุณค่าควรให้ความสำคัญด้านความต่อเนื่องด้วย

“ความต่อเนื่องสำคัญกว่า เข้าใจว่าการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงแรกๆ ความถี่ทำให้เกิดกระแสได้ในระดับหนึ่ง แต่ต้องมีความต่อเนื่อง”

(วันชัย บุญประชา, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

ด้านความดีในการสื่อสารในประเด็นสื่อกับเด็กแก่กลุ่มเป้าหมายต่างๆ โดยรวมแล้วมีความเห็นว่าคุณค่าควรดูจากความต้องการและความสนใจของเยาวชนเป็นหลัก นอกจากนี้แล้วยังควรดูเป้าหมายและกลยุทธ์ที่วางเอาไว้ด้วย ซึ่งหากจะให้การสื่อสารนั้นได้ผลควรมีความหลากหลาย ทั้งรูปแบบและวิธีการที่ไม่ก่อให้เกิดความเบื่อหน่าย แม้ว่าจะเป็นเนื้อหาหรือประเด็นเดิมที่ต้องการเน้นย้ำก็ตาม

“บ่อยแค่ไหนต้องไปดูที่ความสนใจของกลุ่มตัวอย่างแต่ละช่วงวัย เพราะไม่ได้ตายตัว แต่ละช่วงวัยสนใจไม่เท่ากัน อย่างบางตัว ต้องอาศัยข้อมูลงานวิจัย แต่บ่อยแค่ไหน ถ้าเรายึดหลักความเป็นไปของโลก ยิ่งบ่อยยิ่งดี แต่ประเด็นอาจเปลี่ยนไป แต่ควรเป็นประเด็นเรื่องดี ไม่ใช่ว่าคุณ

จะพูดเรื่องงดเหล้าไปตลอด อาจพูดว่าเลิกบุหรี่บ้าง ให้มีความเพียงพอ เปลี่ยนประเด็นบ้างให้คน
ได้พักบ้าง "ไปสู่ประเด็นใหม่ๆ"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"เราก็ทำเมื่อมีโอกาสเพราะการสอนเด็ก อย่างที่โปรเฟสเซอร์ทางสมองได้บอกไว้ว่าคนเรา
มีนาฬิกาของอยู่ คือนาฬิกาที่เด็กอยากรู้และเด็กอยากรับ...ดูสถานการณ์ว่าเด็กสนใจอยากรู้ ถือว่าเป็น
นาฬิกาของที่จะต่อยอดได้"

(ศรีดา ตันตะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

"...ต้องทำบ่อยครั้ง แต่ต้องเปลี่ยนรูปแบบเนื้อหาและวิธีการ ไม่เปิดสปอตเดิมๆ ทำเคส
เดิม กระตุ้นเรื่อยๆ อะไรพูดบ่อยๆ ได้ผลดี ถ้าเป็นการสื่อสารในมุมดีต้องทำบ่อย ต้องเปลี่ยน
กระบวนการรณรงค์บ้าง แต่คงเนื้อหาสาระเดิมไว้ ดีกว่าการทำน้อยไป เดี่ยวไม่ต่อเนื่อง"

(อัญญอร พานิชพึงรัก, สัมภาษณ์)

"ความถี่สำคัญในสถานการณ์ที่คนรับรู้สารได้สั้นๆ ... มุมมองของเราในเชิงพัฒนาต้องซ้ำ
ด้วย ต่อเนื่องด้วย เพิ่มเนื้อหาอย่างมีทิศทาง"

(อิฐนุรณ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

"จะมากน้อยแล้วไม่เกี่ยว เกี่ยวกับความเหมาะสมอันเกิดจากการวางแผนตามยุทธศาสตร์
กลยุทธ์ กิจกรรมที่วางไว้อยู่แล้ว"

(วรพจน์ ไอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

"ควรมีอย่างต่อเนื่องแบบไม่ต้องมากหรือค่อยไป จงมีอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ทำให้เป็น
เรื่องธรรมดาสามัญ ... เพียงแต่ว่ามีพื้นที่อยู่แล้ว แต่ต้องพัฒนาอย่างไร ต้องสื่อสารเองใหม่ๆ อยากร
กลับไปทำ คือ วิธีการใหม่ ง่าย"

(นิमित พิพิฑกุล, สัมภาษณ์)

2.2.4) การให้น้ำหนักกับประเด็นที่เป็นประเด็นร้อน (Hot Issues) หรือประเด็นที่อยู่ในแผนงานประจำปี (Planned Issues)

ด้านเนื้อหาในการสื่อสาร พันธมิตรและกลุ่มเครือข่าย มีความคิดเห็นที่ตรงกันว่า เนื้อหาในการสื่อสารควรจะทำให้ความสำคัญกับประเด็นที่เป็นประเด็นร้อนและประเด็นที่อยู่ในแผนงานประจำปีควบคู่กัน ในขณะที่ คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน มีความคิดเห็นว่าการนำเสนออันควรดูที่ผลเป็นหลักในการดำเนินการ แต่ทั้งนี้หากสามารถทำร่วมกันได้ก็จะเป็นแนวทางที่ดี

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

สำหรับด้านเนื้อหาในการสื่อสารนั้น คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผนมีความคิดเห็นว่าการสื่อสารนั้นๆ ว่าประเด็นใดให้ผลที่ตรงต่อความต้องการมากกว่ากัน โดยเอาตัวผลเป็นตัวตั้ง ถ้าประเด็นตามแผนงานประจำปีสามารถนำไปสู่ผล ก็เอาประเด็นตามแผนงานประจำปี แต่ถ้าประเด็นร้อนไปสู่ผล ก็เอาประเด็นร้อนเป็นตัวตั้ง ซึ่งทั้งสองประเด็นสามารถทำควบคู่กันไปได้

“ถ้าประเด็นร้อนมันให้ผลที่เราต้องการ ก็เอาประเด็นร้อน แต่ถ้ามันแค่จับประเด็นร้อน มันก็กลายเป็นไล่ตามเงา มีอะไรเกิดขึ้นก็วิ่งไล่ตาม มันก็ไม่ได้ผลอีกนั่นแหละ เพราะฉะนั้น Dilemma ที่คุณตั้งก็เปลี่ยนเป็นทางเลือกเพิ่มได้ไหม เอาตัวผลเป็นตัวตั้ง ถ้าประเด็นตามแผนไปสู่ผล ก็เอาประเด็นตามแผน ถ้าประเด็นร้อนไปสู่ผล ก็เอาประเด็นร้อน เอาแบบนี้ดีกว่าไหม”

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

“จริงๆ มันต้องไปด้วยกัน คือประเด็นร้อนมันบอกไม่ได้ มันมักจะเข้ามาเมื่อมีสถานการณ์เกิดขึ้น แต่ตามหลักนี้คนที่เขาทำงานเชิงรณรงค์สื่อสารเขาจะยึด Agenda ใหญ่ของแผนอยู่แล้ว สมมุติยุทธศาสตร์ปีที่เราจะดันเรื่องรู้เท่าทันสื่อ เราก็ต้องวาง Agenda กันตลอดทั้งปี แต่ถ้าบังเอิญช่วงนั้นมีประเด็นร้อนอะไรเกิดขึ้นที่เราฉวยโอกาสทำให้ยุทธศาสตร์หลักมันมีอัตราเร่งเร็วขึ้นได้ก็ต้องทำ แต่ไม่ใช่เฝ้าดูแต่จะจับเรื่องประเด็นร้อน ประเด็นร้อนเป็นแค่เพียงโอกาสที่จะฉวยกระแสแต่ละช่วงเท่านั้นเอง”

(วิลาสินี อดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังมีความเห็นที่แตกต่างกัน โดยบางท่านเห็นว่าควรให้ความสำคัญกับแผนงานประจำปี เพราะเป็นเป้าหมายที่ต้องการสร้างให้สำเร็จในระยะยาว ในขณะที่ท่านที่มีความเห็นว่าการให้ความสำคัญกับประเด็นร้อนมองว่า ประเด็นร้อนเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถสร้างกระแสได้ และสื่อมวลชนมักให้ความสำคัญกับประเด็นที่เป็นปัจจุบัน

"...ให้นำหนักกับแผนงาน เพราะว่าเป็นสิ่งที่เราวางแผนแล้วอยากให้เกิด เราจะไม่วิ่งตามกระแส เราอยากให้เกิดในสังคมเราจะรักษามัน และดันไปเรื่อยๆ มันยังยืนกว่ากันเยอะ ถ้าเราอยู่กับประเด็นร้อนเราก็จะอยู่กับการเล่นกับข่าวและมักจะเป็นเรื่องร้ายๆ..."

(กิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

"ประเด็นร้อนก็สำคัญ เพราะสร้างกระแสได้ แต่จริงๆ แล้วเกี่ยวข้องกับงานประจำตรงไหน โยงกัน ประเด็นที่อยากพัฒนาอย่างจริงจัง ลงไปที่ต้นเหตุ แต่ที่ผ่านมาอาจยังไม่ได้ ไม่สามารถทำงานให้ ต้องทำงานประเด็นเย็นให้ร้อนขึ้นมาให้ได้"

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

"ก็ต้องประสงค์กัน ส่วนใหญ่คนทำสื่อมักจะดูประเด็นปัจจุบัน อย่างตอนนี้พูดให้เด็ก ระวังระวังสุขภาพ ก็ต้องพูดเรื่องโรค มือเท้าปากเปื่อย ต้องพูดถึงเรื่องนี้ ไม่ใช่พูดเรื่องไข้หวัดนก สำหรับพูดประเด็นร้อน อันนี้เป็นวิชาการนิเทศศาสตร์ ต้องพูดเรื่องปัจจุบัน พูดเรื่องเก่าๆ ไม่ได้ นอกจากว่า อันนี้คือคอลัมน์ประวัติศาสตร์"

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

สำหรับการให้นำหนักกับประเด็นต่างๆ ที่จะนำไปใช้ในการสื่อสาร แม้จะมองว่าควรทำควบคู่กันไป แต่ก็ให้ความสำคัญกับประเด็นที่เป็นประเด็นร้อนเนื่องจากสามารถทำให้เกิดกระแสและการถกเถียงเกิดขึ้นในสังคมได้อย่างทันทีทันใด และหากประเด็นร้อนเรื่องนั้นสามารถนำมาใช้เชื่อมโยงกับประเด็นที่อยู่ในแผนงานประจำปีได้ก็จะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาได้

"ต้องให้ทั้งคู่ บางแผนก็ต้องว่าไป Hot Issues เราจะไม่ Take Action ก็ไม่ได้ แต่ก็ต้องเลือกดีๆ หน่อย Hot Issues ถ้ามันไม่ Hot จริง มันจะๆ ไม่เป็นกระแส"

(อมรวิรัช นาครทรรพ, สัมภาษณ์)

“ต้องเชื่อมกันเพราะประเด็นร้อน จะได้รับความสนใจทางสังคม มีคำอธิบายให้ชัดเจน ... ถ้าทำงานกับพื้นที่ ประเด็นไหนพื้นฐานก็สามารถเชื่อมกันได้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างถูกต้องได้”

(พรรณพิมล วิปุลากร, สัมภาษณ์)

“คือการสื่อสารเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง กระแสจะมีส่วนใหญ่ เพราะ Issue คือ กระแส คือโอกาส เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง นักชกขวยโอกาส สร้างการเปลี่ยนแปลงได้เสมอ”

(วันชัย บุญประชา, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

สำหรับเนื้อหาในการสื่อสาร กลุ่มเครือข่ายมีความเห็นว่าควรจะให้ความสำคัญกับประเด็นที่เป็นประเด็นร้อนและประเด็นที่อยู่ในแผนงานประจำปีควบคู่กัน เนื่องจากประเด็นที่อยู่ในแผนงานประจำปีนั้นเป็นแผนระยะยาวที่นำไปสู่เป้าหมาย แต่ประเด็นร้อนที่เกิดขึ้นนั้นสามารถทำให้ผู้รับสื่อเกิดการเรียนรู้ได้ทันที จึงควรทำไปพร้อมๆ กัน

“เราต้องให้น้ำหนักคิดว่าทั้งสองงานมีค่าน้ำหนักแตกต่างกัน ให้ผลแตกต่างกัน แต่จำเป็นต้องมี แผนงานประจำปี จะทำให้ เห็นภาพแต่ละช่วงเราต้องขับเคลื่อนงานใด เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับแผนงาน ทำให้คนที่เข้ามาทำงานกับเราเห็นแผนงานที่เราจะทำทั้งปีได้ ทำตัวชี้วัดให้เห็นได้ชัดเจน แน่นอน ประเด็นร้อนทิ้งไม่ได้ เพราะเข้ามาด่วน จำเป็นต้องสร้างการเรียนรู้ผ่านประเด็นร้อนๆ ...”

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

“ทำได้ทั้งสองอย่าง แต่ต้องรู้จักยืดหยุ่น หัวใจสำคัญ คือ ต้องยึดโยงกับสถานการณ์ปัจจุบันโดยเอาฐานของตัวเองมาร้อยเรียง”

(อิฐบูรณ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

"Hot issues ถ้าทำแผนงานประจำปี ก็รู้อันนี้ เปรี้ยว เราทำอะไรกัน เด็กที่เกิดใหม่ ต้องเรียนรู้ สิ่งเหล่านี้ ไม่จริง สามารถส่งเหล่านี้ได้ จากยูทูป หามาให้ดูได้ แต่ให้เค้าตั้งคำถามประจำวัน จะ ได้เด็กที่แข็งแรงในอนาคต"

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

"มันต้องทำทั้งสองอย่างประเดิม แต่ Hot Issue เรื่องสำคัญ ควรการนำเสนอประเด็นดีๆ สร้างการเรียนรู้ให้สังคม ไม่ใช่นำเสนอในทางลบ แต่การวางแผนงานก็มีได้หลายแบบ อย่างไรก็ตาม เทศกาลที่คนสนใจมาก ก็นำเสนอได้หลายอย่าง เช่น สงกรานต์นำเสนออะไร ก็สามารถวางแผนในช่วงยาวๆ ได้ แล้วค่อยมาลงรายละเอียดให้สังคมได้คิด แต่ต้องทำให้อต่อเนื่องไป ไม่ใช่ บางปีทำกันเยอะ บางปีก็หายไป"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

2.2.5) สื่อที่เหมาะสมในการใช้เพื่อเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับสื่อกับเด็ก

ด้านการสื่อสารที่นักเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับสื่อกับเด็ก ให้ความสำคัญในการ ติดตามหรือรณรงค์ ได้แก่ ทีวี อินเทอร์เน็ต มือถือ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือ และสื่อ พื้นที่บ้าน ซึ่งมีการให้ความสำคัญที่แตกต่างกันไป โดยคณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผนมองว่าการให้ความสำคัญไม่ควรแยกประเภทตามชนิดของสื่อควรจะมีการ มองสื่อเป็นองค์รวม และให้ความสำคัญที่เนื้อหาให้มากที่สุด ในขณะที่กลุ่มพันธมิตรและ เครือข่ายมีความเห็นตรงกันว่าควรจะให้เจ้าหน้าที่สื่อได้นั้นต้องขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายด้วยว่า สามารถเข้าถึงสื่อชนิดใดได้บ้าง เนื่องจากบางครั้งมีข้อจำกัดด้านการเข้าถึง ซึ่งควรให้ความสำคัญ กับแนวโน้มของสื่อในอนาคตด้วย

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

สำหรับการใช้สื่อสำหรับในด้านการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับสื่อและเด็กนั้น มีความ คิดเห็นที่หลากหลาย โดยมองว่าการให้ความสำคัญไม่ควรแยกประเภทตามชนิดของสื่อควรจะมี การมองสื่อเป็นองค์รวม และให้ความสำคัญที่เนื้อหาให้มากที่สุด นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่าควร ขึ้นอยู่กับงบประมาณ ตัวผู้รับสาร และมีข้อเสนอว่าอยากให้เพิ่มความสำคัญ Social Media ให้ มากขึ้น

“ควรเลือกเนื้อหา อย่าไปจัดแบ่งสื่อเลย เพราะยุคนี้สื่อก็หลอมรวมแล้ว...”

(กิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

“งบประมาณมากกว่าสามารถมีงบเข้าถึงสื่อไหน มีช่องทางติดต่อสื่อไหน อยากให้ออกทุกช่องทาง”

(เข้มพร วิภูธรพันธ์, สัมภาษณ์)

“ก็ขึ้นอยู่กับผู้รับสาร ถ้าไปเพิ่มอินเทอร์เน็ตมากๆ กว่าที่เป็นอยู่ ปัญหาผู้รับสารอยู่บนเขา ค่าไม่มีคอมพิวเตอร์ ดังนั้น ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ สถานที่ ความมีพร้อมที่จะรับสื่อได้ จะไปกะเกณฑ์ว่า เพิ่ม ลดตรงนี้ได้ ต้องดูสถานการณ์ของผู้รับสารแต่ละแห่ง”

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

“จริงๆ มันสำคัญเท่าๆ กันหมดเพราะในบริบทของไทยๆ เราและในแต่ละพื้นที่มันก็หลากหลาย...แต่ขณะเดียวกันก็อยากให้เพิ่ม ถ้าเป็นไปได้ก็มีแนวโน้มที่จะเปิดทางให้กับ Social Media ให้มากขึ้น”

(วิลาสินี อุดยานนท์, สัมภาษณ์)

พันธมิต

การใช้สื่อในการติดตามและการรณรงค์นั้น กลุ่มพันธมิตมีความเห็นว่าการจะให้น้ำหนักแก่สื่อใดนั้นต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์เป้าหมายด้วยว่าสามารถเข้าถึงสื่อชนิดใดได้บ้าง เนื่องจากบางครั้งมีข้อจำกัดด้านการเข้าถึง นอกจากนี้ยังควรให้ความสำคัญกับสื่อใหม่ (New Media) ด้วย

“ขึ้นอยู่กับการวางกลุ่มเป้าหมายที่สร้างการเปลี่ยนแปลง ถ้าสร้างการเปลี่ยนแปลงให้ชาวบ้าน ต้องใช้วิทยุชุมชน วิทยุร่น ต้อง Social Media กลุ่มทั่วไปใช้โทรทัศน์ ถ้าเราอยากสร้างการนึกคิดนักเขียน ใช้หนังสือพิมพ์ ขึ้นอยู่กับว่าเราจะใช้สื่อเพื่อใคร ให้ชัด เราวางเป้าหมายตรงไหน”

(วันชัย บุญประชา, สัมภาษณ์)

“สองส่วนคือ นิวมี่เดีย ต้องยอมรับว่าเด็กและเยาวชนเข้าถึงได้ดี สื่อพื้นบ้านก็เข้าถึงเด็กอีกกลุ่มหนึ่ง กระแสหลักก็เป็นครั้งคราวบ้าง เพื่อให้เป็นภาพใหญ่”

(พรรณพิมล วิบุลากร, สัมภาษณ์)

"มือถือ ควรให้ความสำคัญมากๆ เลย มากกว่า Internet อีก ตอนนี้ถ้าจะเจาะลึกเรื่องนี้นะ น่าจะเป็นเรื่องเด็กกับมือถือ เพราะมือถือมันรวมทุกอย่างอยู่ในนั้น มันรวม Internet มันรวมความเป็นโทรศัพท์ มันรวม Social Network มันรวม Game เป็นหมดเลย Game Online ก็เล่นผ่านมือถือได้ ผมคิดว่าภายใน 5 ปี ช่างหน้า Smart Phone จะอยู่ในมือเด็กทุกคน ทำยังไงมือถือมันจะไม่เข้าไป Occupy ชีวิตเด็ก เด็กนิสัยเปลี่ยน ความสัมพันธ์กับพ่อแม่ กับครอบครัวเปลี่ยน"

(อมรวิรัช นาคทรพรพ, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

เคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับสื่อกับเด็กนั้น การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารแต่ละชนิดควรขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมาย และเนื้อหา ว่าเหมาะสมที่จะถ่ายทอดผ่านทางสื่อชนิดใด และดูแลแนวโน้มของสื่อในอนาคตด้วย

"ต้องวิเคราะห์เป็นช่วงๆ ว่าสื่อไหนมีพลังมากที่สุด เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด บางช่วงอาจมองว่าหนังสือพิมพ์มีพลังมาก ก็ทำงานกับหนังสือพิมพ์ เช่น วรรณคดีประเด็นเรื่องมาลัยไทยรัฐ นำเสนอภาพแบบนี้ไม่เหมาะสม แต่ความรู้ ก็อาจลงไปถึงเรื่องการป้องกันมากไป แต่เราสามารถสร้างความรู้ให้เค้าได้ อย่างทุกวันนี้ ถ้าวิเคราะห์ก็ดูพลังของสื่อ ช่วงนี้เป็นมือถือ แนวโน้มอนาคตเป็นสื่ออะไร ก็ทำงานกับสื่ออื่น"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"อันดับที่หนึ่ง ไม่เห็นด้วย ที่บอกว่าเราเซพออนไลน์มากเกินไป ทำให้เกิดการต่อต้านของผู้ที่ใช้งาน เราต้องยอมรับว่า ทุกคนมีสิทธิ์เลือก เค้ามีสิทธิ์ที่ไม่ดูโทรทัศน์ อยู่ในโลกออนไลน์อย่างไร เป็น เพราะรับอินเทอร์เน็ตไม่ได้ ใช้พื้นที่ที่เหมาะสมกับตนเอง สองคือ ในแง่ของตัว เนื้อหา หรือสิ่งที่จะพูด"

(นิमित พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

"อินเทอร์เน็ตกับมือถือมีการรณรงค์ค่อนข้างเยอะแล้ว ... หลายๆ สื่อควรให้น้ำหนักมากขึ้น"

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

2.2.6) แนวทางในการกระตุ้นความสนใจจากสื่อมวลชนให้สนใจประเด็นเนื้อหาที่สื่อมวลชนมักไม่ค่อยให้ความสนใจ คือ เด็กเป็นผู้ผลิตสื่อ การส่งเสริมผู้ผลิตสื่อให้ทำสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็ก และสื่อที่บ้าน

ปัญหาการผลิตสื่อของเด็กและเยาวชน ตลอดจนการส่งเสริมการทำสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กมักไม่ค่อยได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนซึ่งจำเป็นจะต้องหาวิธีการเพื่อกระตุ้นความสนใจ โดยคณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผนมีความเห็นว่าจะต้องตัวอย่างสื่อที่เด็กทำแล้วมีผลงานเป็นรูปธรรมให้สื่อมวลชนได้เห็นและต้องต้องสร้างความตระหนักรู้ให้สังคมได้มองเห็นความสำคัญซึ่งไม่ควรเน้นที่สื่อกระแสหลักเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ส่วนพันธมิตรมองว่าควรสร้างให้เกิดเป็นกระแสขึ้นในสังคมและต้องมีแหล่งเงินทุนในการขับเคลื่อนการปฏิบัติงาน ในขณะที่กลุ่มเครือข่ายเห็นว่าอาจจะต้องอาศัยกลไกเชิงนโยบายของภาครัฐเข้ามาเป็นตัวช่วยโดยมีรายละเอียดดังนี้

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

การกระตุ้นให้สื่อมวลชนให้ความสนใจ ต่อการผลิตสื่อของเด็ก ตลอดจนการส่งเสริมผู้ผลิตสื่อให้ทำสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและสื่อที่บ้านนั้น ในกระบวนการผลิตสื่อควรให้เด็กเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์งาน โดยควรมีตัวอย่างสื่อที่เด็กทำแล้วมีผลงานเป็นรูปธรรมให้สื่อมวลชนได้เห็น ซึ่งผู้ใหญ่เองต้องทำหน้าที่สนับสนุนชี้แนะและให้ความรู้ด้านการผลิตสื่อให้แก่เด็ก และต้องสร้างความตระหนักรู้ให้สังคมได้มองเห็นความสำคัญในประเด็นดังกล่าว ในขณะที่สื่อเองควรมีการสร้างสรรคโดยใช้เนื้อหาที่ดึงดูดใจ และใช้ช่องพิเศษที่สามารถเผยแพร่ได้เฉพาะที่ไม่ใช่สื่อกระแสหลักเพียงอย่างเดียว แต่ควรพูดถึงสื่อกระแสรองหรือสื่อทางเลือกด้วย

"ถ้ารายการของเด็กมาออกโทรทัศน์แล้วมันจะน่าเบื่อ ก็มีวิธีการอื่นๆ อีก ที่จะเอาเด็กหรือเยาวชนเข้ามาร่วม ดูแล้วรู้สึกว่ามันทำให้เด็กเติบโตขึ้น อย่างน้อยเด็กเป็นส่วนหนึ่งของรายการ อันนี้ก็ทำได้ มีหลายอย่างที่ว่า 'เปิดพื้นที่' คือให้เด็กและเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วม แต่อาจไม่ใช่ว่าเขาเก่งกาจทำได้เองหมด เด็กก็เรียนรู้ ผู้ใหญ่ที่ดูรายการก็ได้ความรู้ไปด้วย..."

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

"จะต้องมี Case ที่เป็นของจริงที่ทำให้เห็นว่าเด็ก ๆ ทำสื่อเองได้ แล้วเด็กเรียนรู้แล้วมันเกิดผลการเปลี่ยนแปลง คือต้องทำให้เป็นประเด็นที่สื่อเขาเห็นจริงๆ ... บางครั้งการสื่อสารกับ

สื่อในงานที่ทำเหล่านี้ อาจจะต้องทำให้สื่อเห็นความเปลี่ยนแปลง เห็น Case ที่เป็นรูปธรรม แล้วก็เห็นว่าเรื่องที่ทำเป้าหมายมันจับต้องได้ มันไม่ใช่นามธรรม”

(วิลาสินี อุดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

“มีผู้ใหญ่คอยกำกับสิ่งที่เด็กทำ เพราะเด็กไม่มีความรู้ ไม่มีประสบการณ์ ผู้ใหญ่ที่มีความรู้ก็ต้องไปสอนเค้า เเท่าที่ดูมีรายการเด็กๆ ทำที่น่าสนใจเยอะเยอะ ต้องมีผู้ใหญ่คอยชี้แนะ สั่งสอน แต่ถ้าเด็กทำตามลำพัง ต้องยอมรับว่าเด็กไม่มีความรู้ กระตุ้นความสนใจสื่อมวลชน ต้องเป็นประเด็นที่น่าสนใจ คนดูแล้วได้รับความบันเทิง ได้รับความรู้ เกิดประโยชน์ สารที่น่าเอามาเสนอ ต้องเป็นสารที่ทำให้เค้ารับแล้ว เกิดประโยชน์ได้รับความรู้ ความบันเทิง ประสบการณ์”

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

“เป็นบทบาทของหน่วยงานรัฐของสังคมที่ทำให้เห็นว่าสิทธิเด็ก สิทธิการมีส่วนร่วม ตัวสื่อเป็นทรัพยากรอย่างหนึ่ง ที่เด็กเองมีส่วนร่วม บทบาทที่จะผลิตสื่อ ถ้ามีตัวเนื้อหา หรือสร้างความตระหนักในระดับโครงสร้างของสังคม เป็นมิติใหญ่ ในที่สุด สื่อก็ให้ความสนใจ ก็ต้องทำตามทั้งสองทาง กองทุนสื่อ มีบทบาทที่จะสนับสนุน สิ่งเหล่านี้ เกิดกลไกต่างๆ ในชุมชน”

(เช็มพร วิภูณราชพันธ์, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

สิ่งที่สามารถช่วยกระตุ้นให้สื่อมวลชนหันมาให้ความสนใจนั้น สามารถทำได้โดยการสร้างกระแสให้เกิดในสังคม เพราะเป็นสิ่งที่นอกจากจะช่วยให้สื่อมวลชนให้ความสนใจแล้ว ยังช่วยสร้างกระแสให้เกิดขึ้นกับประชาชนซึ่งเป็นผู้รับสื่อโดยตรงได้ การสร้างกระแสในปัจจุบันนั้นสามารถทำได้ง่ายยิ่งขึ้นผ่านการสื่อสารทางสื่อใหม่ (New Media) โดยสิ่งที่กลุ่มพันธมิตรให้ความสำคัญก็คือการมีแหล่งเงินทุนในการขับเคลื่อนการปฏิบัติงาน ซึ่งทางออกหนึ่งคือการมีกองทุนสื่อขึ้นมาเพื่อให้การสนับสนุน

“มันเป็นแค่ Demand Supply มันก็กระโดดเข้ามาเอง วิธีการคืออัดเงิน ทำให้เป็นกระแสขึ้นมา ถ้าเราไม่มีเงินเพียงพอ ทำสิ่งที่เรามีให้น่าสนใจ คนอยากรู้ สื่อถ้าคนไหนอยากรู้ก็ทำออกมาเอง ยกตัวอย่างแคว้นวันที่ทาง พม. เอาใหนทางเวิร์กพ้อย โฆษณาให้ พุดเช้า พุดเย็น คนไป เพราะมันพุดตลอด พุดทุกเบรก แล้วคนก็ไป ในงานก็ไม่มีอะไร แต่มอเตอร์ไซค์ไม่ต้องพุดเยอะ สื่ออยากไปจะตาย”

(วันชัย บุญประชา, สัมภาษณ์)

"กลยุทธ์สมัยใหม่ ก็ปล่อยลง New Media กระแสหลัก สนใจตามกระแส ต้องหาตัวอย่างดีๆ ของเรื่องเหล่านี้ลงไป New Media แล้วสร้างกระแส แล้วกระแสใหญ่ก็จะตามมาเอง"

(พรรณพิมล วิปุลากร, สัมภาษณ์)

"สื่อเราเป็นสื่อเชิงพาณิชย์ ถ้ารัฐบาลแทรกแซง มีกองทุนสื่อ มีโยนเงินมาเป็นพันๆ หมื่นๆ ล้าน เดี่ยวสนใจกันเอง สื่อก็ต้องเอาตัวรอดทางธุรกิจ แต่ถ้ารัฐทุ่มเงินไปซื้อบริการจากคนเหล่านี้ได้มาเอง อาจไม่ใช่ความสนใจจากหัวใจที่แท้จริง แต่ความสนใจก็มากพอที่เขาจะทำงานแบบมืออาชีพได้ อย่าไปหวังอุดมคติจากภาคธุรกิจมากเกินไป"

(อมรวิรัช นาครทรรพ, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่า การจะสร้างให้เกิดความสนใจนั้นจะต้องอาศัยการทำงานที่สม่ำเสมอและต่อเนื่อง ควรทำงานโดยตรงกับสมาคมวิชาชีพด้านการสื่อสารมวลชน

"ต้องทำงานให้หนักขึ้น เพราะทุกเรื่องก็ชิงความสนใจไปแล้วทั้งนั้น เราก็เรียกร้องให้สื่อต้องสนใจเรื่องนี้เยอะ ๆ คิดว่าก็ต้องเรียกร้องไปอย่างนี้เรื่อย ๆ แล้วก็สร้างความต่อเนื่องกับสื่อ แล้วก็พยายามไปทำงานกับสมาคมวิชาชีพ กับผู้ผลิตสื่อ ... ต้องทำงานให้เรียกว่ายันสม่ำเสมอในการที่จะสร้างความเข้าใจ สร้างประเด็น ไปพูดคุยกับสื่อวิชาชีพ ใช้ Social Media ให้เยอะขึ้น แล้วก็ส่งเสริมเด็กเยาวชนให้เข้าได้ลุกขึ้นมาพูดด้วยตัวของเขาเองมากขึ้นก็จะช่วยได้"

(สุกัญญา กลางณรงค์, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

วิธีการในการกระตุ้นความสนใจของสื่อมวลชนนั้น กลุ่มเครือข่ายมีความคิดที่หลากหลาย บางท่านคิดว่า รัฐควรใช้กฎระเบียบเข้ามาจัดการให้จัดสรรพื้นที่ ควรมีการส่งเสริมผู้ผลิตสื่อ หรือควรการมีประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจ นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่าสิ่งแรกต้องวิเคราะห์สาเหตุก่อน ว่าการไม่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเกิดขึ้นจากปัญหาอะไรแล้วกลับไปแก้ไขที่ปัญหานั้น ตลอดจนการสร้างเครือข่ายของผู้ผลิตเอง

"ต้องถามว่าทำไมเค้าไม่สนใจ ปัญหาเกิดจากอะไร ต้องไปวิเคราะห์ ว่าทำไมไม่สนใจสื่อเหล่านี้ อาจจะไปดูว่า ตอนที่คนผลิตสื่อไป ตั้งแต่กระบวนการเรียนรู้ เรื่องพวกนี้ ปลุกฝังกันมากแค่ไหน แต่ที่นี้ ถ้าสามารถทำตรงนี้ได้ ให้ความสำคัญมาก สองคือถ้าจะให้เค้าสนใจทำ ณ เวลานี้ กระแสสังคมนี้ ช่วยกันตั้งคำถามกลับไปบ่อยๆ"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"การส่งเสริมผู้ผลิตสื่อให้ทำสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็ก อาจจะมีโอกาส ถ้าเราส่งเสริม บางคนอยากผลิตแต่ไม่มีทุน หรือมีกลไกในการสนับสนุนหรือชื่นชมจากภาครัฐ"

(อัญญอร พานิชพิงรัก, สัมภาษณ์)

"วิธีจัดการที่ดีที่สุดคือใช้กฎระเบียบเข้ามาจัดการให้จัดสรรพื้นที่ แบ่งปันเวลาอย่างชัดเจน รัฐต้องไปหาเงินงบประมาณมาสนับสนุนดำเนินการ จัดพื้นที่ประกวดแข่งขัน"

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

"หาก Content เราชัด มีวิธีนำเสนอที่น่าสนใจ และการประสานงานสื่อที่มีประสิทธิภาพ ต่อเนื่อง ก็สามารถนำเสนอประเด็นดังกล่าวผ่านสื่อมวลชนได้"

(วรพจน์ ไอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

"ทำไมเราต้องทำให้สื่อมวลชนสนใจ เรา สื่อมวลชนทำตัวเป็นเจ้าของไปทั้งหมด สื่อมวลชน ผู้อำนวยการช่อง เด็กดู แต่ท้ายสุด มีผู้บริหารบอกว่า ไม่ดู เพราะผมไม่ดู เพราะฉะนั้นคือ ไม่จำเป็น รายการที่เค้าทำ เป็นเรื่องชุมชน สิ่งที่ต้องทำ และผู้ผลิตจริงๆ ทำคอมมิวนิตีของตัวเอง ทำให้เกิดเครือข่ายสัมพันธ์ อย่างป่าใหญ่ เค้าทำ ที่มันเป็นแอดติวิตี้ คอนเน็ค ดี และมีคนลงทำแบบนี้กัน"

(นิमित พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

2.3) ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

ที่ผ่านมา สสย.ได้ดำเนินการรณรงค์ผ่านทางช่องทางต่างๆ อย่างหลากหลายเพื่อต้องการจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีความพยายามในการพัฒนาในสื่อใหม่

และมีแนวคิดที่จะผลิตรายการเป็นของตนเองเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้นซึ่งแต่ละฝ่ายมีความเห็นต่อประเด็นต่างๆ ด้านช่องทางการสื่อสารดังนี้

2.3.1) รูปแบบการสื่อสารอื่นนอกเหนือจากรูปแบบการสื่อสารที่ สสย. มักใช้ในการดำเนินงาน ได้แก่ การจัดเสวนา การจัดกิจกรรม การจัดพิมพ์หนังสือ การใช้เว็บไซต์ (รวมทั้งเฟซบุ๊ก) ของหน่วยงานและเว็บไซต์ของเครือข่าย

รูปแบบการสื่อสารที่ สสย. มักใช้ในการดำเนินงาน ได้แก่ การจัดเสวนา การจัดกิจกรรม การจัดพิมพ์หนังสือ การใช้เว็บไซต์ (รวมทั้งเฟซบุ๊ก) ของหน่วยงานและเว็บไซต์ของเครือข่าย ซึ่งความเห็นจากฝ่ายที่เกี่ยวข้องมองว่าเพื่อให้ได้ประโยชน์นั้นควรควรมีการนำเนื้อหามาดัดแปลงเพื่อใช้กับสื่อประเภทต่างๆ ให้มีความคุ้มค่า ควรร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งจะช่วยให้การทำงานมีความหลากหลายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังควรสร้างการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายกลุ่มต่างๆ ด้วย

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

ควรเข้าถึงสื่อใหญ่ อย่างเช่น สื่อสาธารณะ สื่อพาณิชย์ หรือสื่อของรัฐ เนื่องจากสามารถสร้างผลกระทบได้มากขึ้น และใช้วิธีการที่แปลกใหม่หลากหลาย ควรมีการนำเนื้อหามาดัดแปลงเพื่อใช้กับสื่อประเภทต่างๆ ให้มีความคุ้มค่า และสร้างความเชื่อมโยงและเป็นไปในทางเดียวกัน

นอกจากนี้ควรร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ที่หลากหลาย ทั้งด้านการแลกเปลี่ยนความรู้ หรือการจัดเสวนาร่วมกัน และมีฝ่ายรณรงค์ที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังควรเพิ่มเติมช่องทางการสื่อสารผ่านทางโทรทัศน์ วิทยุ และ อีเล็กทรอนิกส์ด้วย

"ถ้าสามารถเข้าถึงสื่อใหญ่ เช่น สื่อสาธารณะ สื่อพาณิชย์ หรือสื่อของรัฐ ก็จะมีผลกระทบได้มากขึ้น แต่เขามักไม่ให้พื้นที่เพราะเป็นพื้นที่ราคาแพง อย่าจำกัดตัวเอง มีโอกาสเข้าสื่อใหญ่ก็เข้าสื่อใหญ่ไป ถ้าจะใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ก็หาพวก ก็จะทำได้มากขึ้น..."

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

"ยังไม่เพียงพอ คาดหวังว่าอาจจะมีฝ่ายสื่อสารรณรงค์ที่มีประสิทธิภาพ เป็นมืออาชีพที่ถูก เทรน ปัญหาคืองบประมาณและบุคลากรที่ไม่มีทักษะตรงนี้ มองเรื่องเครือข่าย มักจะมีข้อจำกัดเรื่องนี้ ไม่สามารถสื่อสารออกมาได้ บางคนมาดูก็ไม่น่าสนใจ"

(เข้มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

"ขึ้นอยู่กับผู้รับสารเป็นหลัก ว่าควรสื่อด้วยช่องทางแบบไหน"

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

"คือมันไม่พอแน่ ๆ แล้วรูปแบบที่เขาทำก็อาจจะเป็น Traditional เกินไปด้วยบางอย่างมันต้องหลากหลายกว่านี้ เช่น มันไม่จำเป็นต้องออกมาเป็นผลผลิตสื่อเลย แต่มันไปทำให้เกิด Policy ขึ้นในพื้นที่ก็ได้"

(วิลาสินี อดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

ด้านการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ ของ สสย. กลุ่มพันธมิตรมีความเห็นว่ามีวามครอบคลุมอยู่แล้ว แต่สิ่งที่ สสย. ควรเน้นและให้ความสำคัญมากที่สุดก็คือแนวคิดและเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารผ่านทางช่องทางต่างๆ ซึ่งต้องติดตามความเคลื่อนไหวของประเด็นใหม่ๆ และเตรียมการเพื่อให้มีโอกาสนำเสนอเนื้อหาเหล่านั้นได้ทันต่อเหตุการณ์และสถานการณ์ที่พร้อมต่อการนำเสนอ ตลอดจนการเข้าไปร่วมมือกับเครือข่ายให้มีความเชื่อมโยงมากยิ่งขึ้น

"ปัญหามันไม่ใช่ช่องทาง ช่องทางที่เป็นอยู่มันเหมาะสมอยู่แล้ว ปัญหามันอยู่ตรง Center หรือ ฐานคิดของ Sender คืออะไร ถ้าเป็นฐานคิดของกระแส มันก็ได้กระแส ถ้าเป็นฐานคิดจะขับเคลื่อน มันก็ได้งานขับเคลื่อน Message ก็ Follow Center"

(อมรวิชัย นาคทรพรพ, สัมภาษณ์)

"จริง ๆ สสย. ทำอยู่แล้ว คิดว่าเป็น สสย. ไปร่วมกับเวทีของเครือข่าย ก็เอาเรื่องสื่อสำหรับเด็กเข้าไป เป็นภาพความเชื่อมโยง ทำให้เครือข่ายที่เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่ สสย. ทำงาน"

(พรรณพิมล วิปุลากร, สัมภาษณ์)

"สัมมนาที่ไม่ได้เป็นข่าว ได้แก่คนที่ฟัง สื่อสารเป็นข่าว สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ แผ่นพับ เป็นพื้นฐาน ขั้นที่สองคือ มีสื่ออื่นสนใจ ช่วยเราโดยไม่ต้องจ่ายดั่งค์ ต้องพัฒนาขึ้นไป ... สำคัญกว่านั้นคืองานบางอย่าง มันเป็นเรื่องของเราเอง งานบางอย่างเราต้องทำให้ทันต่อเหตุการณ์ หรือเดาสถานการณ์ให้ชัด ต้องเตรียมการเรื่องนี้ไว้ ที่สนใจคือไปคุยกับเครือข่ายของพวกเขาต่าง ๆ ใหญ่ ๆ บางเรื่องเค้าอาจจะไม่ได้โฆษณาไว้ แต่เค้าเอาประเด็นไปในโฆษณาสินค้า นำวิธีคิดของ

เราเข้าไปนำเสนอ ... กระตุ้นในคอนเทนต์เรา ต้องพยายามให้เค้ารู้สึก ว่า คอนเทนต์เราอยู่ในทุกๆ
ที่ได้ แล้วจะได้ประโยชน์ อันนั้นสำคัญกว่า"

(วันชัย บุญประชา, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

รูปแบบการสื่อสารที่ สสย. มักใช้ในการดำเนินงาน หลายท่านมีความเห็นว่า ควรเพิ่ม
วิธีการใหม่ๆ ให้มากยิ่งขึ้น เช่น การทำโรดโชว์ การเพิ่มช่องทาง การใช้การสื่อสารทางสังคม ซึ่งควร
จะสร้างรูปแบบให้มีความแปลกใหม่ น่าใจมากยิ่งขึ้น

"การเสวนา มีความรู้สึกว่าจะไปที่เรื่องเดิม ข้อเรียกร้องเดิม ซึ่งทำให้การขับเคลื่อนในเชิง
ของนั้นๆ ที่ไม่มีความคืบหน้าไม่สูงสังคม ชุดความคิดบางอย่างของ สสย. มีมากพอแล้ว ต้องทำ
ตัวเองเป็นคอนเทนต์โรดโชว์ออกไปให้มากขึ้นเพื่อให้เห็นว่ากระบวนการคิดเหล่านั้นใช้ได้
อย่างไร ควรมีกิจกรรมที่มีลักษณะของการเวิร์คเชส สิ่งที่ สสย. ได้เก็บรวบรวมมา ... เป็นเวิร์คเชส มี
ของแจ่มให้ชม เจาะลึกเลย คุยๆ กันไป ว่ากันตามตรง เสวนา จะสนุกขึ้นเยอะ มันเป็นต้นแบบ ที่เรา
สามารถเอาไปบอกได้"

(นิมิต พิพิฑกุล, สัมภาษณ์)

"ก็อาจจะไม่เพียงพอ ตอนนี้ สื่อที่เป็นสื่อเอกชน สามารถเพิ่มช่องทางได้ตลอดเวลา
เพราะเป็นกลไกหนึ่ง ระบบเราเป็นเสรี ทุนนิยม สามารถเพิ่มช่องทางให้ตัวเองได้ แต่กลับกลายเป็น
ว่าระบบเศรษฐกิจที่เอื้อกลับมา ทำงานให้กับคนที่ทำงานให้สังคม ไม่สามารถทำอะไรได้มากมาย
ต้องหาวิธีการที่เพิ่มช่องทางมากขึ้น เช่น มีสถานีโทรทัศน์สื่อสร้างสรรค์ใหม่ ซึ่งเพิ่มการแข่งขัน
ทางการตลาดว่า พอมีการนำเสนอออกไปเยอะๆ คนก็กลับมาสนใจ เป็นแรงบีบสื่ออื่นๆ ให้กลับมา
ทำเนื้อหาเหล่านี้ด้วย ช่องทางที่หลากหลายต้องไปหาวิธีการทำงานเหมาะสมกับช่องทางนี้ด้วย"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"กิจกรรมเยอะ แต่ขาดการสื่อสารสังคม ทั้งๆ ที่ทำเรื่องการสื่อสาร ประเด็นไม่ใช่เรื่อง
รูปแบบ แต่เป็นเรื่องของศักยภาพในการสื่อสารสังคม"

(วราภรณ์ ไอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

"เพียงพอแล้ว แต่ว่าควรจะปรับรูปแบบที่มีอยู่ให้น่าสนใจ สสย. ไม่นิยมการจัดค่าย ซึ่งมันเป็นการสร้างอาสาสมัครได้ดี แต่เมื่อมีการขอค่าย มักโดนตัดงบประมาณทุกครั้ง เนื่องจากใช้เงินเยอะ ไม่คุ้มทุน ที่ส่วนที่หายไปคือ สปอตวิทยุ หนังสือ การ์ตูน"

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

"ด้วยกำลังของ สสย. ระดับหนึ่ง ด้วยเครื่องมือที่ไม่เปิดโอกาสให้ทำอะไรได้มากกว่านี้ เป็นประเด็นสำคัญที่รัฐต้องเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนมีการนำเสนอการดำเนินงานได้ เบื้องต้นถ้าเป็นการจัดลำดับขั้นตอนการทำงาน การให้ความรู้ ตอนหลังมีการแลกเปลี่ยนมากขึ้น พูดถึงนโยบายของรัฐ ก็เลยต้องมีเรื่องของกรอบกฎหมาย การพัฒนาร่างกฎหมาย เช่น กองทุนการพัฒนาสื่อ ก็จะมีการเคลื่อนไหวที่มากกว่ากรอบรู้เท่าทัน เครื่องมือพวกนี้เป็นเครื่องมือรองรับกระบวนการรู้เท่าทันสื่อ"

(อิฐบูรณ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

2.3.2) ช่องทางการสื่อสารที่จะเข้าถึงเด็กและผู้ปกครองได้ดี

ด้านช่องทางการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงเด็กและผู้ปกครองนั้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กก็จะต้องศึกษาพัฒนาการของเด็กแต่ละช่วงวัยเพื่อใช้ช่องทางในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในโรงเรียน และสำหรับผู้ปกครองก็ยังคงให้ความสำคัญกับสื่อโทรทัศน์เพราะเข้าถึงได้ดี แต่ก็ควรพัฒนาการสื่อสารผ่านทางสื่อใหม่ด้วย (New Media)

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

ช่องทางการสื่อสารไปยังเด็กและผู้ปกครองนั้นมีความคิดเห็นที่หลากหลาย ได้แก่ การสื่อสารผ่านทาง Social Media โทรทัศน์ วิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อทางเลือก สื่อละคร ตลอดจนมีความเห็นว่าควรเข้าไปสื่อสารภายในโรงเรียนด้วย ซึ่งทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้รับสารเป็นหลัก

"อยากให้มึวิทยุกับ Facebook ที่ดี น่าจะช่วยให้ได้มาก แต่ก็ลำบาก ถ้าเป็นเด็กต่างจังหวัด ต้องคิดในเงื่อนไขของเด็กต่างจังหวัดด้วย บางที่ใช้สื่อที่บ้านดิ่งได้หมด ..."

(กิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

"โทรทัศน์อันดับหนึ่ง แต่มองถึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก ในชุมชน สื่อทางเลือก สื่อละครที่เด็กจะเป็นผู้ผลิตเอง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคุณภาพ เป็นเรื่องของเค้าจริงๆ แต่ผลกระทบเชิงลบคือโทรทัศน์ มันต้องไปหลายๆ ทางทั้งสื่อชุมชน เนื้อหาสร้างสรรค์ เกิดการสื่อสารในเรื่องที่ต้องพัฒนาเด็กเหมือนครอบครัว"

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

"มีหลายอย่าง สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ ผู้ปกครองมีเวลาน้อยแค่ไหน ในการมาเฝ้าดูสื่อ เช่นมีเวลาอ่านหนังสือพิมพ์หรือเปล่า หรือข่าวคำก็ไม่ได้ดูแล้ว ต้องไปดูผู้รับสารอีก ตอบลำบาก"

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

"ถ้าเด็กกับผู้ปกครองก็ต้องเข้าไปที่โรงเรียน ใช้โรงเรียนเป็น Setting ของการทำงาน เมื่อเด็กมีเครื่องมือมากขึ้นอย่าง Tablet อาจจะเข้าไปหาทางที่จะใช้ประโยชน์จาก Tablet พวกนี้ด้วย"

(วิลาสินี อดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

พันธุมิตร

ช่องทางการสื่อสารที่จะทำให้เข้าถึงเด็กและเยาวชนนั้นต้องมีการศึกษากลุ่มเป้าหมาย เพื่อดูพัฒนาการของแต่ละช่วงวัย แล้วจึงเลือกใช้สื่อให้เหมาะสม ซึ่งโรงเรียนก็เป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถสื่อสารไปยังเด็กและผู้ปกครองได้ดี นอกจากนี้กลุ่มพันธุมิตรส่วนหนึ่งยังมองว่าโทรทัศน์ยังเป็นช่องทางที่มีความสำคัญ เพราะผู้ปกครองบางส่วนยังนิยมใช้สื่อเก่าอยู่ แต่ในขณะเดียวกันก็ควรให้ความสำคัญกับสื่อใหม่ ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายอย่าง Facebook ด้วย

"แบ่งเป็นช่วงวัย แรกเกิดถึงสามปี สื่อของเค้าคือแม่ ยาย ดูแลใกล้ชิด สื่อบุคคล ทำไงให้สสย. เวลาจะวางแผนฟิอาร์ หรือการเปลี่ยนแปลงดูกลุ่มเป้าหมาย เราต้องการเด็กเมือง ชนบท แรกเกิดถึงสามปี คือใคร สามถึงหกปี สื่อคือใคร ครู หนังสือนิทาน เพลงเด็ก พอวัยประถม เริ่มเป็นเกม หนังสือการ์ตูน เค้าดูทีวีหรือยัง นิดๆ หน่อยๆ อาจจะเป็นพวกนิทาน เพลงได้ ดูตามช่วงวัย ถ้าวัยรุ่น พัฒนาการปัจจุบัน เด็กทุกคนก็เล่นเกมในมือถือได้แล้ว ดูความต้องการไล่ไปพ่อแม่ผู้ปกครองก็คือทีวีทั่วไป"

(วันชัย บุญประชา, สัมภาษณ์)

"ขึ้นกับอายุเด็ก เพราะส่วนใหญ่ไปเชื่อมกับอายุเด็ก เด็กเล็กอยู่กับบ้าน ผู้ปกครอง เด็กวัยเรียน โรงเรียนคือช่องทางหลักที่ผ่านไปยังครอบครัวได้ เด็กวัยรุ่นก็มีแต่ New Media ... ของผู้ปกครอง เชื่อมระบบที่สอง เครือข่ายในโรงเรียนในเด็กวัยเรียน พ่อแม่อยู่ทั่วไปก็ไปเกาะกับกลุ่มของเด็ก เด็กเล็กต้องไปผ่านระบบตัวที่เด็กเกาะอยู่ ถึงจะหาพ่อแม่เจอ"

(พรรณพิมล วิบุลากร, สัมภาษณ์)

"ก็ Facebook นั้นแหละ จะเด็กหรือผู้ปกครองมันก็ไม่เหมือนกัน ผู้ปกครองต้องเป็น Old Media แต่ผู้ปกครองที่อายุต่ำกว่า 40 อาจจะใช้ New Media ได้ พวก Facebook หรือ E-mail แต่ผู้ปกครองที่เกิดหลังยุค Baby Boom ไปแล้ว ที่เกิดประมาณปี 75 ไปแล้ว ตอนนี้จะอายุประมาณ 30 กว่าๆ 40 พวกนี้คนรุ่นใหม่แล้ว พอเขาจำความได้เป็นวัยรุ่นนี้ก็มี Internet แล้ว คนรุ่นนี้จะเกิดมาพร้อมกับ Computer จำความได้ก็มี Computer มี Internet หลังปี 80 จะ Sure ว่าใช้ New Media ได้ คนรุ่น 40 Up ต้องเป็นสื่อแบบเดิมอยู่"

(อมรวิชัย นาคทรพรพ, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารยังมีความหลากหลาย และคิดว่าสามารถทำได้ทุกช่องทาง แต่ส่วนหนึ่งมองว่าการสื่อสารผ่านทางโทรทัศน์ก็ยังคงมีความสำคัญ เนื่องจากเข้าถึงประชาชนได้ง่าย ในขณะที่สื่ออื่นอาจมีความจำกัด

"ช่องทางทั้งหมด ก็ทำกันอยู่แล้ว มันเข้าถึงอยู่แล้ว"

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

"อันดับหนึ่งยกให้ทีวี รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ และวิทยุ อินเทอร์เน็ตไม่พูดถึงเพราะมันสามารถทำได้เลย จะทำเยอะก็ได้เยอะ ทำได้เลย แต่สื่อเสียงดังนี้จะให้น้ำหนักก็ต้องทีวีก่อน"

(ศรีดา ตันตะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

"ยอมรับได้ง่ายที่สุดคือ ทีวี สองการทำเป็นสื่อสั้นๆ ง่ายๆ ออกมาเป็นการตุนหรือแทรกในเนื้อหาฉบับนี้ทั้งต่างๆ"

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

“เด็ก คือมือถือ ตอนนี้ทุกคนมีมือถืออยู่กับตัวเองหมด และควบคุมยาก จะทำยังไง ให้เนื้อหาดีๆ เข้าสู่ช่องทางนี้ ส่วนผู้ปกครอง คิดว่า ประชากรส่วนใหญ่น่าจะดูทีวี”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

แต่มีข้อเสนอแนะว่าสำหรับเยาวชนควรใช้สื่อที่ดึงดูดความสนใจของเด็กได้อย่างการ์ตูน หรือ การจัดกิจกรรมศิลปะเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วม ในขณะที่ผู้ปกครองควรมีค่ายของผู้ปกครอง โดยเฉพาะ

“การ์ตูนแจกเด็ก ส่วนผู้ปกครองต้องทำค่ายผู้ปกครอง”

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

“กิจกรรมศิลปะเพื่อการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม”

(วรพจน์ ไอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

2.3.3) การให้น้ำหนักและความสำคัญ กับช่องทางการสื่อสารต่างๆ

ด้านการสื่อสารของ สสย. ไปยังประชาชนคณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน มีความคิดเห็นว่าการควรมีการวิจัยเก็บข้อมูลด้านสื่อว่าสื่อใดมีความเหมาะสมต่อผู้รับสารที่มีความแตกต่างหลากหลาย และพันธมิตรมีความเห็นว่าการสื่อสารไปยังประชาชนผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ควรขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของสื่อแต่ละชนิดและเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารไปยังผู้รับสาร ในขณะที่กลุ่มเครือข่าย มีความคิดเห็นว่าการจะให้น้ำหนักกับสื่อใด ควรขึ้นอยู่กับยุทธศาสตร์ของ สสย.

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

การให้น้ำหนักความสำคัญกับการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ ของสื่อมวลชน ควรมีการวิจัยเก็บข้อมูลด้านสื่อว่าสื่อใดมีความเหมาะสมต่อผู้รับสารที่มีความแตกต่างหลากหลาย นอกจากนี้ยังมีความเห็นการให้น้ำหนักสื่อที่แตกต่างกัน ทั้งโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และ Social Media

“มันต้องไปดูการวิจัยขนาดนี้ว่าประชาชนในเมือง กับชนบท เค้ารับสารผ่านสื่ออะไรบ้าง ก็ไปเพิ่มความสำคัญตรงนั้น”

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

"อยากให้เห็นหนังสือพิมพ์มากขึ้นหน่อย เพราะว่ามันมีพลังกับการพูดคุยกับชนชั้นนำในสังคม เพราะคิดว่าไม่ได้มีแค่เด็กกับผู้ปกครอง แต่ชนชั้นนำในสังคมก็สำคัญ ใช้หนังสือพิมพ์ออกมาเป็นสื่อบทความมากกว่าแค่เป็นข่าว ..."

(ถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

"โทรทัศน์ ก็ยังอันดับหนึ่ง"

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

"ก็ยังเป็นที่วิวยุ่แน่นอนอยู่แล้วก็เป็น Social media หนังสือพิมพ์อาจจะค่อย ๆ ลดลงไปได้ แต่ก็ยังจำเป็นต้องทำอยู่"

(วิลาสินี อดุลยานนท์, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

การลำดับความสำคัญในการสื่อสารไปยังประชาชนผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ควรขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของสื่อแต่ละชนิดและเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารไปยังผู้รับสาร เช่น โทรทัศน์เป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ดี ก็สามารถสื่อสารผ่านทางโทรทัศน์เพื่อสื่อสารไปยังคนหมู่มากได้

"ทีวีก็เข้าถึงครอบครัวมากที่สุด ในแง่ของสื่อมวลชน"

(พรรณพิมล วิปุลากร, สัมภาษณ์)

"ได้มองที่มันเป็นพื้นฐาน ถ้าทำแล้วออกสื่ออะไร สมมติว่าทำให้แค่เป็นข่าว งานเสวนาเป็นข่าว จัดกิจกรรมเป็นข่าว เดี่ยวนี้คนไม่อ่านหนังสือพิมพ์ คนอ่านข่าวผ่าน Facebook ชาวบ้านก็อ่านน้อยนะ เค้าก็ดูทีวี ถ้าเราอยากให้นักคิดมีส่วนร่วมกับเราก็ไปที่คอสม์หนังสือพิมพ์"

(วันชัย บุญประชา, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

สำหรับช่องทางการสื่อสารผ่านทางสื่อต่างๆนั้น กลุ่มเครือข่ายมีความเห็นว่า การจะให้น่านักกับสื่อใด ควรขึ้นอยู่กับยุทธศาสตร์ของ สสย. เอง ตลอดจนงบประมาณที่มีว่ามีขีด

ความสามารถจะเผยแพร่ผ่านช่องทางใดๆ ได้บ้าง ซึ่งทั้งนี้ สสย. ควรมีการวิจัยและหาข้อมูลว่าสื่อใดที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสูงสุดและใช้วิธีการสื่อสารผ่านทางช่องทางนั้นๆ

"สสย. ต้องหาข้อมูลมากกว่านี้ว่าสื่อไหนมีอิทธิพลมาก ถ้ากลุ่มตัวอย่างเป็นเด็ก ก็คือ สื่อมือถือ หรือออนไลน์ทั้งหลาย เพราะสามารถเข้าถึงตัวเด็กได้ ถ้าคนทำงาน ก็ใช้สื่อออนไลน์ และทีวี ต้องหาข้อมูลเยอะ เพราะแต่ละพื้นที่ไม่เหมือนกัน บางพื้นที่ ไกล มีหมู่บ้านใช้ทีวีดาวเทียมกันหมด ทั้งๆ ที่อยู่บนเขา บางที่หนวดกุ้งก็จับไม่ได้ สื่อพวกนี้เข้าไปถึงเค้โดยตรง ต้องไปวิเคราะห์แต่ละพื้นที่ ว่าสื่อไหนที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"สสย. ต้องให้นำหนักกับเงินในกระเป๋า ก่อน ถ้ามี ก็ให้นำหนักกับทีวีได้ ตอนนี่สิ่งที่ทำได้และใช้เงินน้อยสุด คือ อินเทอร์เน็ต ตอนนี่จดหมายข่าวก็ไม่มี"

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

"ขึ้นอยู่กับแผนยุทธศาสตร์ของสสย. ในแต่ละปี กลยุทธ์และกิจกรรมที่จะดำเนินการในแต่ละโครงการ"

(วรพจน์ โอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

หากจะให้นำหนักของทางการสื่อสาร พบว่าโทรทัศน์คือช่องทางที่ควรให้นำหนักมากกว่าช่องทางอื่นๆ

"ทีวีเป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากเป็นปัจจัยสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหา และต้องยึดครองพื้นที่ทีวีให้ได้ในระดับหนึ่ง มีความสม่ำเสมอ มีรายการ มี Concept"

(อิฐบูรณ อันวงศา, สัมภาษณ์)

"แนะนำเคเบิล ซึ่งทีวีสาธารณะไม่ใช่คำตอบ มีกรรมการมากมาย แต่เคเบิลที่เข้าถึงมากตามพื้นที่ ชุมชน ตามโรงแรม เค้ดูกัน ไม่จั่นเค้ดูอยู่ไม่ได้ แต่มีส่วนสื่อโฆษณา ที่ สสย. ไม่ชอบ แต่

เมื่อไหร่บ องค์กรที่เบื้องหลัง เกี่ยวกับเหล่าได้ ทำไมไม่บุกไป เพราะเคเบิล เข้าถึง เป็นพื้นที่ ที่เรื่องของเด็ก ๆ มีพื้นที่จริงๆ ... กลุ่มเป้าหมายเด็กไม่เหมือนกัน ถ้าในเมืองคืออินเทอร์เน็ต"

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

2.3.4) ความเป็นไปได้ในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารของ สสย. ในสื่อใหม่ เช่น เฟซบุ๊ก และ Mobile Application ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มคนต่างๆ มากขึ้น

ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเห็นด้วยหาก สสย. จะมีการพัฒนาช่องทางการสื่อสาร ในสื่อใหม่ เช่น เฟซบุ๊ก และ Mobile Application ให้สามารถเข้าถึงกลุ่มคนต่างๆ มากขึ้น แต่ก็มีข้อเสนอนะว่า ต้องอาศัยการออกแบบสร้างสรรค์ที่ดีเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ เนื้อหาที่ต้องการสื่อสารและช่องทางการสื่อสารนั้นควรเป็นไปในแนวทางเดียวกัน แต่จะต้องศึกษาให้ดีกว่ากลุ่มเป้าหมายคือใครเพื่อพัฒนาไปได้ถูกทิศทาง

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน มีความคิดเห็นด้วยหาก สสย. จะพัฒนาช่องทางการสื่อสารในสื่อใหม่ แต่ต้องทำอย่างสร้างสรรค์ มีการออกแบบที่ดี และให้ผลด้านความรู้สึกมากกว่าจะนำเสนอเฉพาะเพียงข่าวเท่านั้น และต้องระมัดระวังไม่ให้ไปรบกวนสิทธิเสรีภาพของคนใช้มือถือ

"ทำไปเถอะ เพราะไม่ได้ไปกระทบใคร ถ้าน่าสนใจ คนก็จะตามเอง Facebook ที่น่าสนใจ ก็มีคนติดตาม สื่อก็เอาไปขยายความออกข่าวต่อไปอีก ไม่ว่าจะป็นนักกฎหมาย ดังๆ นักการเมือง นักกลอน มีคนเอาไปขยายความต่อไปเอง"

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

"เห็นด้วย น่าจะทำค่ะ"

(วิลาสินี อุดลยานนท์, สัมภาษณ์)

"อยากให้มีช่อง ไม่อยากให้ไปพึ่งยูทูปอย่างเดียว Mobile Application ใส่อะไรที่เป็นประเด็นเกี่ยวกับเด็กเข้าไปให้มันเปิดง่าย ๆ แต่ก็ไม่ว่าจะเป็นการรบกวนหรือไม่ ต้องให้โผล่เข้าไปโดยไม่รบกวนสิทธิเสรีภาพของคนใช้มือถือ ต้องดีไซน์ลูกเล่น เล่นกับความรูสึกให้มากขึ้น ไม่ใช่เล่นกับข่าวอย่างเดียว คนจะรู้สึกชื่นชม ตระหนัก เพราะวัยเด็กเป็นวัยผลิบาน ข้อความที่ทำให้รู้สึกถึงความอึดอัด เบิกบานกับความเป็นเด็ก คนอ่านก็จะรู้สึกดี พอเด็กอ่านก็จะ

รู้สึกถึงความยิ่งใหญ่ของตัวเอง ถ้าเล่นดี ๆ อย่าเล่นข่าวสารอย่างเดียว เล่นกับสุนทรียภาพของ ถ้อยคำและเนื้อหาหรือรูปภาพ อยากให้ลองใช้ Mobile Application..."

(ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

ด้านการพัฒนาช่องทางการสื่อสารผ่านทางสื่อใหม่ อย่าง Facebook และ Mobile Application ของ สสย. ส่วนหนึ่งสนับสนุนให้ทำเนื่องจากเป็นการสร้างเครือข่ายได้ในวงกว้างและรวดเร็ว แต่สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญก็คือ เนื้อหาที่ต้องการสื่อสารและช่องทางการสื่อสารนั้นควรเป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยสื่อทำหน้าที่ในการเป็นพื้นฐานสำหรับการสื่อสารเนื้อหา

"น่าจะทำให้เครือข่ายใหญ่ขึ้น ขยายได้เร็ว"

(พรรณพิมล วิบุลากร, สัมภาษณ์)

"เอาสิ ทำเลย แต่ไปชนนือตตรง Center กับ Message มาให้ตรงแล้วกัน"

(อมรวิชัย นาคทรพรพ, สัมภาษณ์)

"สสย ไม่ควรออกไปทำ Facebook แล้วไปแปะ อันนี้ไม่ใช่ มันต้องมีอวตารของ สสย ที่จะทำให้เนียนแล้วทำให้เกิดความเข้าใจมากกว่า ใช้สื่อเป็นฐานมากกว่า"

(พิรงรอง รามสูต, สัมภาษณ์)

"เฟซบุ๊ก ไม่ใหม่แล้ว แต่ยังอยู่ในช่วงขาขึ้น และสร้างการเปลี่ยนแปลงได้ ต้องพัฒนาวิธีนี้ให้เกิดขึ้นให้ได้ ... แต่ว่าการใช้เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ น่าสนใจ แต่ Application เด็กใช้เฟซบุ๊ก ... ก็ไปดูว่าการออกแบบจริงๆ มันจะไปสอดคล้องกับความต้องการของเด็กกลุ่มไหน

สมมติว่าเราต้องการให้เด็กรักการอ่าน การอ่านต้องอ่านผ่านหน้ากระดาษ เพราะจะดีที่สุด ก็ต้องถนอมสายตา ต่อไป คล้ายๆ กระดาษก็ได้ ก็ว่ากัน จะมี Application เหมือนการอ่านแบบกระดาษได้ไหม ให้กับเด็ก คือบางทีโจทย์เรายังต้องไปสอดคล้องกับสถานการณ์ ต่อไป ต้องเทียบ เล็ต รัฐบาลสร้างสิทธิการบริโภคไปแล้ว ถ้าเราไม่ทัน ทำไง"

(วันชัย บุญประชา, สัมภาษณ์)

"ทำได้อยู่แล้วถ้ามีแรงขยัน ไม่มีปัญหา เนื่องจากถูกมาก และทำได้ภายในครึ่งชั่วโมง เช่น เฟซบุ๊ก แต่ทำแล้วจะให้เกิดความมั่นคง ก้าวหน้ายากกว่า ต้องหมั่นแลกเปลี่ยนความรู้กับ สังคม จุดประเด็น และวิพากษ์กับสังคมได้"

(อิฐบูรณ อันวงศา, สัมภาษณ์)

"จริงๆ ก็มากขึ้น แต่ติดอยู่ที่คนกลุ่มเดียวที่บ้านมีอินเทอร์เน็ต แต่กลุ่มคนที่ไม่ใช่อินเทอร์เน็ตก็ไม่สามารถเข้าถึง สสย. ได้...กลุ่มคนข้างล่างจะหายไป"

(อัญญอร พานิชพิงรัก, สัมภาษณ์)

2.3.5) ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หาก สสย.จะผลิตรายการทีวีหรือวิทยุเป็นของตนเอง

แนวคิดในการผลิตรายการทีวีหรือวิทยุเป็นของตนเองของ สสย. นั้น มีทั้งส่วนที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย ซึ่งสาเหตุที่ไม่เห็นด้วยเนื่องจากต้องใช้เงินงบประมาณและมีข้อจำกัดมาก ในขณะที่ฝ่ายที่เห็นด้วยมีความคิดเห็นว่าการผลิตรายการโทรทัศน์หรือวิทยุเป็นของตนเองจะเป็นการเพิ่มช่องทางสื่อสารสร้างสรรค์ให้กับเด็ก

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

หาก สสย. จะผลิตรายการทีวีหรือวิทยุเป็นของตนเองนั้นคณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน มีความเห็นทั้งสองด้าน ทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย

"ยังรู้สึกว่าจะจำเป็นต้องผลิตเอง แต่ถ้าอยากมีข่าวสารเสนอในสื่อ คิดว่ามีรูปแบบไปฝากเค้าอย่างสม่ำเสมอได้โดยไม่ต้องผลิตเอง "

(กิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

"อย่าทำเลย เพราะไม่ใช่ภารกิจ ถ้าไปทำตรงนั้น หมดแรงแน่ๆ ..."

(โคทม อารียา, สัมภาษณ์)

"เห็นด้วย คิดไว้เช่นกัน หลายทีก็กำลังทำอยู่"

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

"เห็นด้วย แต่รายการแบบนี้ ที่วีต้องใช้เงินมาก คิดเป็นนาที่ละแสนๆ บาท ถ้ามีเวลาเพียงหนึ่ง สอง นาที ก็เสียเงินไปเยอะ และไม่สามารถเสนอเนื้อหาได้มาก ต้องดูว่ากำลังเรามีแค่นั้น ยังไง"

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

สำหรับหรับที่ สสย. จะผลิตรายการวิทยุเป็นของตัวเองนั้น ความคิดเห็นส่วนใหญ่ของกลุ่มพันธมิตรมองว่าไม่ควรทำ หรือหากทำแล้วก็ไม่มั่นใจว่าจะสามารถอยู่ได้ เนื่องจากต้องใช้เงินงบประมาณเป็นจำนวนมาก และจำเป็นจะต้องสร้างความน่าสนใจ ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่า สสย. ควรทำหน้าที่เป็นผู้วางแนวทางและนโยบายแล้วให้ผู้อื่นเป็นผู้ผลิตดีกว่าการลงมือทำเองทั้งหมด

"ไม่เห็นด้วยครับ สสย. ไม่น่าจะเป็นตัวยุทธศาสตร์ ถ้า สสย. จะไปทำทีวีหรือวิทยุเป็นของตนเอง สสย. ก็หมดเวลาแล้ว สสย. ควรจะเป็นคนที่วางแผนแล้ว Generate Idea แล้วหากคนทำอย่าทำเอง ..."

(อมรวิทย์ นาคกรรพ, สัมภาษณ์)

"โดยระยะยาวไม่มีกลไกอื่นมาสนับสนุน ผลิตได้ไม่ไกลมั้ง เพราะน่าจะทำได้ชั่วคราวแล้วปิดตัวเองไป"

(พรรณพิมล วิปลากร, สัมภาษณ์)

"ขอให้โดน ก็ทำเถอะ ถ้าไม่โดนอย่าทำเลย เปลือง เหนื่อย"

(วันชัย บุญประชา, สัมภาษณ์)

"มุมมองของผู้ใหญ่มั่นตีมันได้ทุนสนับสนุน แต่ถามว่าในแง่ของเด็กมันอยากจะทำคือ ผู้ใหญ่เจ้ากระทรวง เจ้ากองทุน แหล่งทุน สีขาวเขาชอบนะใช่ แต่เราต้องมองถึงประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ"

(พิรงรอง รามสูต, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

ส่วนนี้เห็นด้วยว่า สสย. ควรจะผลิตรายการโทรทัศน์หรือวิทยุเป็นของตนเองเพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางสื่อสร้างสรรค์ให้กับเด็ก แต่ยังมีความกังวลใจว่าจะไม่สามารถทำได้ เนื่องจากมีข้อจำกัดมาก ทั้งด้านบุคลากรและการผลิตสื่อ ซึ่งจำเป็นจะต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ต้องผลิตสื่อที่มีความน่าสนใจและต้องแข่งขันได้

"เห็นด้วย แต่สสย. ควรมียุทธศาสตร์เป็นของตนเอง เพื่อเพิ่มช่องทาง แต่ไม่ใช่ไปผลิตเอง ต้องไปจ้าง ควรเป็นสื่อที่ขายกับสังคมได้ คุณภาพของสื่อต้องเพียงพอ แต่ต้องมีการควบคุมไปตามมาตรฐานด้วย มีเนื้อหาดี ต้องคิดเยอะ เรื่องนี้ ไม่ใช่อุดมคติ แต่ต้องสามารถเป็นจริงได้ในชีวิตจริง ๆ ที่ผ่านมามงบประมาณไม่เพียงพอ"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"เป็นสิ่งที่ดี ถ้าหาก สสย. พร้อม แต่ความพร้อมสำคัญที่สุด ถ้ามีก็ดี เพราะ สสย. เป็นแหล่งเดียวที่เป็นผู้บุกเบิกสื่อสำหรับเด็กถ้ามีภาพมันก็จะชัดว่าเป็นคนที่ทำงานสื่อสำหรับเด็กตลอดเวลา แต่ต้องคำนึงถึงเรื่องบุคลากร ความรู้ จะได้ว่าคนทำงานเรื่องสื่อสำหรับเด็กจะผลิตสื่อสำหรับเด็กได้ดีหรือไม่ เป็นการพิสูจน์ฝีมือ"

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

"ก็ดีแต่ต้องปรับรูปแบบให้มันโดน ถ้าเรียบๆก็แข่งขันไม่ได้"

(ศรिता ตันทะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

"ความชำนาญเวลา กำลัง มีไม่พอ ทำแล้วไม่เกิดความยั่งยืน ไม่เชี่ยวชาญพอ ในเบื้องต้นควรทำในสิ่งที่ตัวเองทำง่าย ๆ งบประมาณต่ำ อาจทำเป็นแคมเปญโฆษณาสั้นๆ แล้วไปขอพื้นที่ ซึ่งเรื่องเกี่ยวกับด้านเด็คน่าจะเวิร์ค และมีจุดแข็งกว่าด้านอื่นๆ"

(อิฐบูรณ์ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

ในขณะที่อีกส่วนหนึ่งแสดงความไม่เห็นด้วย และเห็นว่า สสย. ควรมียุทธศาสตร์ในการผลักดันมากกว่าจะเป็นผู้ก้าวลงไปทำสื่อเอง ซึ่งอาจเป็นเรื่องที่ไม่ถนัด

"ไม่เห็นด้วย สสย.ควรมีบทบาทหลักในการผลักดัน ดำเนินการในการหาช่องทางในการเผยแพร่ มากกว่า จากนั้นจึงสนับสนุนให้ผู้มีความรู้ความสามารถสร้างสรรค์ เป็นผู้ผลิต ไม่ใช่ผลิตเอง"

(วรพจน์ ไอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

"ไม่มีคนดู เด็กไม่ดูรายการเด็ก เด็กดูทีวีเพราะดูทีวี เมื่อใด ให้ดูรายการเด็กที่ดี เด็กไม่ดูหรอก เด็กเรียนในห้องเรียนพอแล้ว โทรทัศน์เป็นเรื่องบันเทิงสำหรับเค้า ทำรายการยาวไม่ได้ สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่ดูสั้นๆ พอเราทำรายการเด็ก ไปคิดถึงคอนเทนต์วิชาการความรู้ ความจริงเรื่องท้าทาย จริยธรรม ความคิดของเค้า อย่างนี้สนุก พอเราไปทำ แบบว่า รายการภาษา รายการทดลอง วิทยาศาสตร์ รายการปลูกผัก เค้าเรียนในห้องเรียนทั้งนั้น"

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

2.4) ผู้รับสาร (Audience)

ผู้รับสารถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของการรณรงค์ ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะเด็ก ผู้ปกครอง สื่อมวลชน ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเชิงนโยบาย ตลอดจนประชาชนทั่วไป โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการร่วมมือกันของทุกภาคส่วนในการผลักดันให้เกิดสื่อสร้างสรรค์ เพื่อเด็กและเยาวชน โดยประเด็นด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารมีการแสดงทัศนคติและความคิดเห็นต่างๆ คือ

2.4.1) แนวทางในการทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสนใจประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเด็กมากกว่าในปัจจุบัน โดยเฉพาะเด็ก ผู้ปกครอง สื่อมวลชน ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเชิงนโยบาย และประชาชนทั่วไป

วิธีการที่จะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสนใจประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเด็กมากกว่าในปัจจุบัน จำเป็นจะต้องสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นว่าประเด็นเรื่องเด็กและเยาวชนนั้นมีความสำคัญ ซึ่งควรนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ นอกจากนี้ยังสามารถใช้มาตรการเชิงนโยบายเข้ามาช่วยสนับสนุนได้

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน มีความคิดเห็นว่าการจะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสนใจประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเด็กนั้น จะต้องอาศัยการสื่อสารที่ดีและอำนวยความสะดวก

ความสะดวกให้แก่ผู้รับสาร นอกจากนี้ยังควรอาศัยการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเรื่องนั้นจะต้องเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เนื้อหาสาระต้องน่าสนใจ เป็นเรื่องใหม่ที่ทันเหตุการณ์

“สื่อสารและให้ความสะดวกทุกอย่างที่จะทำให้เค้ารับรู้เรื่องนั้น อันนี้คือหลักการ เช่น เรื่องให้คนกรอกใบร่วมร่างกฎหมาย มันต้องเอื้อเฟื้อมาก ฟังแล้วรู้สึกดี แต่ถ้าให้เดินไปหาเอกสารไม่เอา ไม่ใช่เรื่องของเราโดยตรง ต้องอำนวยความสะดวกให้มากที่สุด เช่น เอาข้อมูลให้ ถ้าเค้าเรียกหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเวลาที่ยังไม่ลงหลักปักฐานเป็นเรื่องสำคัญของสังคม...”

(ดิเรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

“รณรงค์ก็สำคัญ การรณรงค์เป็นตัวที่ทำให้กระตุ้นความสนใจ ถ้าทำได้อย่างต่อเนื่อง เป็นสิ่งที่คอยกระตุ้นเตือนตลอดเวลา ต่อเนื่อง เข้าไปเปลี่ยนจิตสำนึก ทศนคติ ว่าเป็นเรื่องที่ต้องสนใจ เช่น ดูโทรทัศน์ที่ชั่วโมง ดูรายการอะไร อยากทำให้เกิดขึ้นในระดับนี้”

(เข็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

“เรื่องนั้นเป็นเรื่องที่น่าสนใจ ทุกคนทำรายการต้องสนใจ เนื้อหาสาระต้องน่าสนใจ เป็นของใหม่ ทันเหตุการณ์ ซึ่งเป็นเรื่องที่เค้าอยากรู้ ถ้าไม่อยากรู้ ก็เสียดายกระดาษเปล่าๆ”

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

“ถามว่าจะทำอย่างไรให้คนสนใจเรื่องเด็กมากขึ้น ผมว่าสนใจให้ถูกทางจำเป็นกว่าสนใจมากขึ้น”

(โคทม อาริยา, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

สำหรับมีวิธีการที่จะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสนใจประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเด็กมากกว่าในปัจจุบัน ก็คือการสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นก่อน แล้วจึงให้ความรู้ นอกจากนี้ยังมีความคิดเห็นว่าการให้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถและมีความเป็นมืออาชีพมาทำ

“ความตระหนัก คิดว่าสิ่งแรกที่น่ากังวลมนุษย์คืออารมณ์มากกว่าความรู้ ทำให้เข้าถึงแล้วค่อยไปแสวงหาความรู้ตามมา ทำให้เค้าตระหนักได้ เป็นกระแสที่เกิดขึ้น”

(วันชัย บุญประชา, สัมภาษณ์)

“หามืออาชีพมาทำ”

(อมรวิชัย นาครทรรพ, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

กลุ่มเครือข่ายมีความคิดเห็นว่า สิ่งที่ทำให้สื่อมวลชนไม่สนใจนั้นอาจเกิดจากการที่เด็กไม่ใช่เป้าหมายหลัก เมื่อเทียบเท่ากับวัยรุ่นและผู้ใหญ่ หรืออาจจะเกิดจากการขาดความชัดเจนในแง่ของการสื่อสารว่ามันจะส่งผลกระทบต่ออะไรบ้าง ซึ่งสิ่งที่จะช่วยให้เกิดความสนใจมากยิ่งขึ้นก็คือ การพยายามสื่อสารผ่านทางสื่อที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดความตระหนัก นอกจากนี้ผู้ที่อำนาจยังสามารถใช้มาตรการเชิงนโยบายเข้ามาช่วยสนับสนุนได้

“ปกติเดิมทีก็สัดส่วนของการให้เด็กน้อยอยู่แล้วถ้าถามว่าการต่อสู้ พรบ. ก็แล้วแต่ อาจมีส่วนช่วยได้ พยายามผลักดัน อยู่เรื่อยๆ แต่ต้องยอมรับว่า เค้าสนใจเด็กน้อย เพราะเด็กไม่ใช่เป้าหมายบริโภคที่พร้อมจะตอบแทนผู้ผลิตเท่าวัยรุ่นและผู้ใหญ่ ทางที่จะช่วยคือ ลองปรับเปลี่ยนวิธีคิด ทำให้เป็นรายการครอบครัว ตั้งแต่พ่อแม่ พี่ชาย พี่สาว น้องเล็ก ทำให้ตัวกลุ่มเป้าหมาย เข้าไปอยู่ในสื่ออื่นๆ ถ้าคุณมีมัลติวิดิโอ ก็ควรมีเด็กอยู่ในนั้น เป็นเด็กมีพื้นที่ที่ดี”

(นิมิต พิพิธกุล, สัมภาษณ์)

“เรายังไม่ได้พูดมากพอในแง่ของผลกระทบที่เราไม่ได้สนใจ หรือไม่ได้ทำอะไรในนี้ มันไม่ชัด ... ซึ่งถ้าทำตรงนี้ได้แรงพอความสนใจก็มากขึ้น”

(ศรีดา ดันตะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

“ถ้าทำให้เค้าสนใจ ก็ต้องหาสื่อที่มีประสิทธิภาพไปถึงเค้า ผ่านบ่อยๆ ด้วยความถี่ที่เพียงพอ”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

“ถ้าเฉพาะตัวเด็ก จะทำให้เค้าสนใจในเรื่องที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับตัวเค้าทำได้ยาก มันไม่สามารถทำเฉพาะเจาะจงให้เด็กเห็น เด็กเล็กคงทำไม่ได้ แต่ถ้าเด็กโตขึ้นมาหน่อยคงจะทำให้เค้ารู้ได้บ้างว่าอะไรเป็นยังไง ทำให้เค้าได้รับผลกระทบต่ออะไร ผู้ปกครองถ้าเกิดสนใจไม่ว่ามารูปแบบใดได้

ทั้งนั้น ต้องตัดสินใจเชิงนโยบาย ผู้มีอำนาจตัดสินใจเชิงนโยบายนอกจากมีนักวิชาการวิวให้ แล้วสิ่งที่ผู้มีอำนาจตัดสินใจจะต้องมีคือตัวอย่างกรณีศึกษา ต้องมีเคลให้เห็น มีงานวิจัยรองรับ มีข้อเสนอที่เป็นไปได้ให้เค้าด้วย ประชาชนทั่วไปลำบากมาก”

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

2.4.2) การทำให้สังคมไทยเปลี่ยนค่านิยมหรือความเชื่อ ว่า ปัญหาเด็กเป็นเรื่องของสังคม ไม่ใช่เฉพาะครอบครัวใดครอบครัวหนึ่งที่ต้องดูแลสมาชิกในครอบครัว ปัญหาเรื่องเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่ในสังคมไทยนั้น มักจะถูกมองว่าเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะกับบางครอบครัวเท่านั้น ซึ่งทำให้ขาดการตระหนักจากคนในสังคม ซึ่งวิธีการที่จะเปลี่ยนแปลงค่านิยมใหม่ก็คือ ต้องสร้างให้คนในสังคมให้เกิดความรู้สึกและจิตสำนึกว่าเรื่องของเด็กและเยาวชนนั้นเป็นเรื่องส่วนรวม ทำให้เห็นความสำคัญของพลังประชาชนที่มาสามารถร่วมกันแก้ไขปัญหา โดยอาจขอความร่วมมือจากภาครัฐในการวางแผนนโยบายหรือกำหนดหมายเข้ามาช่วยสนับสนุน

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

การเปลี่ยนความคิดหรือค่านิยมของสังคมนั้นเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่การจะทำให้เรื่องปัญหาของเด็กเป็นเรื่องของสังคมนั้นจำเป็นจะต้องอาศัยกฎหมายเข้ามาช่วยด้วย ทั้งนี้จะต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐ

“ยาก เช่น การที่เด็กไม่อ่านหนังสือ พ่อแม่บอกว่าเป็นเรื่องของโรงเรียน อาจเป็นไปได้แต่ทำยากตรงที่ เช่น เมื่อก่อนเรื่องโสเภณี เค้าก็พยายามทำให้พ่อแม่รู้สึกรักลูก การเป็นโสเภณีแย่มาก แต่ไม่ได้ผล เพราะเค้าไม่รู้สึกรักว่าแย่มาก เค้าก็แก้โดยบอกว่าผิดกฎหมาย พ่อแม่โดยจับ อันนี้ก็ ปัญหาของสังคมไม่ใช่ของครอบครัว ตอนนี้เจอปัญหาครอบครัวแหงกลาง ครอบครัวที่ไม่มีพ่อแม่ อยู่กับปู่ย่าตายาย แล้วเด็กได้เรียนหนังสือแบบปู่ย่าไม่รู้ ต้องทำงานด้วย กลายเป็นอีกปัญหาหนึ่งของสังคมยุคใหม่ แก่ด้วยกฎหมายก็ได้บ้างเล็กน้อย ง่ายกว่า เวลาเด็กเป็นอะไรสังคมเดือดร้อนไปทั่ว สังคมกระเทือนเยอะไม่ใช่เราเดือดร้อนคนเดียว”

(กิตนันท อนุวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

“ต้องให้รัฐบาลเข้าใจ มาสนใจ ไม่ใช่มาสนใจแค่นิวโทษกรรมกัน ทุกวันนี้เด็ก ๆ ก็กลายเป็นฆาตกร รัฐบาลไม่เห็นจะสนใจกัน เพราะว่าเด็กคืออนาคตของประเทศ หลายฝ่ายต้องช่วยกัน ไม่

โกง ไม่เกรง เด็กจะได้เอาถือเป็นแบบอย่าง การเมืองต้องไม่คอร์รัปชั่น ไม่ส่อเสียด ยุยง พุดจ๋าว่าร้ายใคร ไม่เคารพกฎหมาย ทั้งหมดที่เห็น เป็นตัวอย่างที่ไม่ดีของเด็ก หยุดการกระทำนั้นเสีย และรัฐบาลต้องมาสนใจเรื่องนี้ให้มาก"

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

การเปลี่ยนแปลงค่านิยมและความเชื่อของคนในสังคม ให้เกิดความรู้สึกว่าเรื่องของเด็กและเยาวชนนั้น ก็คือการสร้างจิตสำนึกให้คนในสังคมให้เล็งเห็นความสำคัญของพลังประชาชนในการร่วมมือกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อกรณีของเด็กซึ่งเป็นเรื่องส่วนรวมที่ต้องร่วมกันรับผิดชอบ

"คือทำให้สังคมไม่รู้สึกรู้ว่าตนเอง Powerless การรวมตัวกันมันมีพลัง ... แต่ภาวะไร้พลังคือปัญหา ตอนนี้ถ้าใส่เครื่องมือการทำงานเข้าไปในมือคนทำงาน องค์กรภาคสังคม องค์กรชุมชนมากมาย ใส่ข้อมูลวิชาการ ใส่เครือข่าย ใส่เรื่อง KM ใส่เรื่องอำนาจ สิทธิตามกฎหมายบางเรื่อง พื้นที่ๆ จะแสดงตน พุดดั่งๆ ผ่านสื่อนะ"

(อมรวิชัย นาครทรรพ, สัมภาษณ์)

"ต้องให้เค้าสามารถเข้าใจได้ว่า เกี่ยวข้องกับเค้าอย่างไร ปัญหาของลูกคนอื่น เชื่อมโยงกับตัวเค้าอย่างไร เกิดผลกระทบอย่างไรกับตัวเค้าเอง"

(พรรณพิมล วิปลากร, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

วิธีการอย่างไรที่จะทำให้สังคมไทยเปลี่ยนค่านิยมหรือความเชื่อ ว่า ปัญหาเด็กเป็นเรื่องของสังคม ไม่ใช่เฉพาะครอบครัวใดครอบครัวหนึ่งที่ต้องดูแลสมาชิกในครอบครัวกลุ่มเครือข่ายมีความคิดเห็นว่าจะต้องทำให้เห็นความสัมพันธ์ครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน นอกจากนี้ควรทำให้สังคมเกิดความตระหนักและเข้ามาร่วมกันแก้ปัญหา

"ต้องชี้ให้เห็นว่าครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนมีความสัมพันธ์กัน ... ชี้ให้เห็นว่าชุมชน สังคมและครอบครัวต้องไปด้วยกัน"

(ศรีดา ตันตะอริพานิช, สัมภาษณ์)

“โดยภาพรวม สังคมไทยก็เห็นปัญหาเด็กเป็นปัญหาของสังคมอยู่แล้ว แต่ประเด็นอยู่ที่ว่าทำอย่างไรให้สังคมตระหนักและมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหามากกว่า”

(วรพจน์ ไอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

โดยสามารถทำได้ผ่านทางการให้ความรู้ผ่านสื่อ และการรณรงค์ที่มีความต่อเนื่อง

“การให้ความรู้ผ่านสื่อ ต้องยกกรณีปัญหาที่ตรงใจเค้า เห็นภาพชัดเจน เช่น ปัญหาเด็กยิงกัน แต่คนที่ตายก็อาจเป็นคนในครอบครัวคุณก็ได้ เด็กอาชีวะตีกัน บางคนเดินผ่านไป คิดว่าไม่ใช่เรื่องของเรา แต่คนที่ตาย พ่อดูข่าว คือคนใกล้ชิดเราก็นำเสนอประเด็นนี้บ่อยๆ ว่า นี่คือปัญหาเป็นปัญหาของสังคม ไม่ใช่ปัญหาคนใดคนหนึ่ง”

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

“ต้องรณรงค์สร้างกระแสอย่างเดียวว่าเราจะทำอย่างไรให้รักลูกคนอื่นเหมือนลูกตัวเอง คนอาจจะสนใจในช่วงที่มีปรากฏการณ์นั้นๆ ในสังคมแต่สักพักก็หายไป ต้องรณรงค์ต่อเนื่อง”

(อัญญอร พานิชพิ้งค์, สัมภาษณ์)

2.4.3) แนวทางการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ ในการผลักดันให้เกิดสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและเยาวชน

ทิศทางการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ ในการผลักดันให้เกิดสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและเยาวชน คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผนมีความคิดเห็นว่าการจะสร้างการมีส่วนร่วมกับฝ่ายใดก็ตามจำเป็นต้องใช้วิธีการที่เหมาะสมเฉพาะกลุ่ม กลุ่มพันธมิตรมีความคิดเห็นว่าคุณควรมีหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการผลักดันด้านสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและเยาวชนโดยเฉพาะ ในขณะที่กลุ่มเครือข่ายมีความคิดเห็นว่าคุณภาครัฐควรเข้ามาให้การสนับสนุน ทั้งในเรื่องของงบประมาณและแนวคิดเชิงนโยบาย เพื่อให้เกิดการสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน

คณะกรรมการกำกับทิศทางและคณะกรรมการบริหารแผน

หากต้องการการมีส่วนร่วมในเชิงวิชาการควรมีการทำงานร่วมกับสถาบันทางการศึกษา หรือหากต้องการการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคมหรือท้องถิ่น ควรทำงานร่วมกับองค์กรปกครอง

ส่วนท้องถิ่น โดย สสย. ควรวางตัวเป็นองค์กรอิสระที่ไม่ยึดติดกับรัฐบาล และสร้างภาคีเครือข่ายให้แข็งแกร่งโดยเข้าไปมีบทบาทต่อองค์กรภาคประชาสังคมต่างๆ

"ถ้าเราจะเข้าสู่สถาบันการศึกษาเพื่อจะมีวิชา หลักสูตรร่วมระดับวิชาเอก วิชาโท ก็ต้องเข้าไปสู่วิชาการ เราต้องการให้พื้นที่ต่างๆ มีพื้นที่สร้างสรรค์และสื่อสร้างสรรค์ ก็เข้าไปสู่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือภาคประชาสังคมต่างๆ แม้กระทั่งตอนนี้ องค์กรที่เกี่ยวข้องกับคนแก่ เข้าไปเพื่อให้คนแก่เชื่อมกับเด็ก หากทางไปสู่วิชาการหรือท้องถิ่น ภาครัฐที่ใหญ่องค์กรคงต้องวิ่งเองก็คือองค์กร สสย. เอง เรื่องภาคี สสย. ต้องเป็นหลักเดินหน้าเต็มประตู ซึ่งตอนนี้เค้าก็ผกอกอยู่ภายใต้ สสส. เป็นหลัก สสย. คงต้องอยู่กับนักการเมือง แต่จะอย่างไรให้ยั่งยืนแบบรัฐไม่ใช่รัฐบาล อยากให้เป็นองค์กรอิสระ ถ้าขึ้นอยู่กับรัฐพอเปลี่ยนรัฐบาลก็ต้องจับทิศทางใหม่ อยากให้ทำและจำเป็นมากๆ ในช่วงเวลาจริงอาจจ้งกับการผลักดันก่อนที่ปัญหาสื่อกับสังคมมันจะรุนแรงกว่านี้"

(ถิรพันธ์ อนวัชศิริวงศ์, สัมภาษณ์)

"ถ้าเกิดทำเรื่องนี้ให้เป็นวิถีชีวิตของคนทุกคน ไม่ใช่หน้าที่ ทุกคนก็จะรู้สึกเดือดร้อนว่ามีสื่อดีหรือไม่ดี รู้สึกได้ประโยชน์ที่ใช้สื่อเองได้ เอามาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ระดับเล็กๆ ตั้งแต่ตัวสื่อเอง ถ้าทำให้ทุกคนเห็นถึงความสำคัญ ประโยชน์ เป็นกระบวนการ นี่คือทิศทางที่อยากเห็น ทำให้นำไปสู่การช่วยกันกำกับดูแล เกิดประโยชน์มากขึ้น มีหน่วยงานช่วยเรื่องนี้มากขึ้น"

(เช็มพร วิรุณราพันธ์, สัมภาษณ์)

"เป้าหมายของ สสย. เค้าวางไว้ก็น่าจะดี ทำตามเป้าหมายตามกำหนดไว้"

(มานิจ สุขสมจิตร, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังต้องอาศัยทุกภาครัฐในการจัดการโครงสร้าง ซึ่งจะต้องดูแลสิทธิขั้นพื้นฐาน ในขณะที่เนื้อหาหรือการเข้าถึง ต้องเปิดตลาดให้กว้าง ให้มีความหลากหลาย ให้มีการแข่งขัน กำกับไม่ให้มีราคาสูงมากเกินไปจนเข้าไม่ถึง

"มันมีลักษณะค่อนข้างเป็นไปอย่างเสรี ... มองดูว่าโครงสร้างพื้นฐานของสื่อใหม่ ถ้าหากเราคิดว่ามันจะช่วยเป็นตัวทำให้เขาเข้าถึงเนื้อหาต่างๆ ที่กว้างขวางหลากหลายและรูปแบบใหม่ๆ ได้ ก็หมายความว่าโครงสร้างตรงนี้ต้องได้รับการดูแลโดยว่าจะส่งเสริมได้อย่างไร เช่น การวางโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่ทั่วถึง ใช้งานได้จริง มีให้โดยไม่คิดค่าบริการ เป็นต้น ซึ่งดูเหมือนว่าเราก็มี

นโยบายอย่างนั้น แต่ในทางปฏิบัติอาจจะยังไม่ได้เต็มที่ ... เพราะฉะนั้น การตอบรับผ่าน โครงสร้างที่รัฐสามารถจัดการได้พวกนี้ อันนี้เป็นหน้าที่ของรัฐ ของผู้ใหญ่ อันนี้เป็นเรื่อง ดูแลสิทธิขั้นพื้นฐาน ส่วนเรื่องเนื้อหาหรือการเข้าถึงการเลือก ต้องเปิดตลาดให้กว้าง ให้มีความหลากหลาย ให้มีการแข่งขัน กำกับไม่ให้มันแพงเกินไป"

(อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, สัมภาษณ์)

พันธมิตร

ในการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ นั้น ก่อนอื่นควรมีหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ ในการผลักดันด้านสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและเยาวชน จากนั้นจะต้องศึกษาแต่ละภาคส่วนว่ามี บทบาทและความสำคัญต่อการสนับสนุนผลักดันอย่างไรให้มีความชัดเจนก่อน แล้วให้ความรู้ ก่อนจะร่วมกันทำงาน

"มีหน่วยงานหลักที่ทำงานต่อเนื่อง การสร้างค่านิยมต้องใช้เวลา ทำงานต่อเนื่องไป"

(พรรณพิมล วิปุลากร, สัมภาษณ์)

"อันแรกต้องทำให้ภาคส่วนรู้ว่ามีส่วนยังไง เค้าน่าจะมองไม่ออกว่า เค้าน่ามีส่วนได้ยังไง เรา อาจจะต้องศึกษาชี้แนะ หรือแม้กระทั่งศึกษาอะไรบางอย่าง ว่าภาคส่วนที่สำคัญคือใคร เค้าน่าจะ ช่วยอะไรได้บ้างอยู่ในใจก่อน เราเองต้องรู้ก่อน"

(วันชัย บุญประชา, สัมภาษณ์)

"เรามีธงว่าจะต้อง 20% ของทุกสื่อ เราคงต้องไปดูว่าทุก ๆ สื่อเขาทำอะไรกันอยู่บ้าง แล้วมันขาดอะไรไป ต้องเข้าถึงแต่ละกลุ่มโดยใช้ความรู้เป็นตัวนำ พอมีความรู้เป็นตัวนำพอ คุยกันในเรื่องของการปรับทิศทาง เวลาคุยกัน คุยกันในแบบกัลยาณมิตร มันก็จะ Based On องค์ ความรู้ สมมุติว่าเราจะเข้าไปคุยกับสื่อสาธารณะเราก็ต้องมีความรู้ไปคุยกับเขาเพื่อไปปรับทิศเขา หรือว่าสื่อเชิงธุรกิจก็ต้องมีความรู้ไปคุยกับเขาเช่นกัน รู้ว่าเขาอยากได้อะไร รู้ว่าเขาสนใจเรื่องอะไร อย่างนี้แล้วมันก็จะได้รับความร่วมมือ หรืออย่างสื่อภาคประชาชนที่ควรจะต้องเข้าไป"

(อังธิตา ลิ้มปี๋ทมปาณี, สัมภาษณ์)

กลุ่มเครือข่าย

สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ ในการผลักดันให้เกิดสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน กลุ่มเครือข่ายมองว่า ภาครัฐควรเข้ามาให้การสนับสนุน ทั้งในเรื่องของงบประมาณและแนวคิดเชิงนโยบาย เพื่อให้เกิดการสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน

"ตอนนี้มันยังอยู่ในขั้นที่ทุกคนรู้ว่าเป็นปัญหาแต่ยังไม่ถึงขั้นออกมารวมพลังกันด้วยการทำให้เรื่องนั้นหายไป ช่วยกันแก้ไข ภาครัฐเองก็ไม่ได้มีนโยบายดูแลเรื่องนี้อย่างจริงจัง ปัญหาต่างๆ สำคัญแต่ว่าภาครัฐเองไม่มีนโยบายตรงนี้มีมารองรับจริงๆ ไม่มีกระบวนการตามต่อ เราต้องทำให้เค้าออกมาแสดงพลัง และแนวทางการมีส่วนร่วม ภาครัฐก็ต้องลงมาให้การสนับสนุน ต้องปันเงินจากตัวงบประมาณไทยเข้มแข็ง ส่งเสริมให้เกิดสื่อดี และเรื่องของตัวกลไกสร้างการเรียนรู้ให้กับประชาชน ให้มีความสำคัญกับผลกระทบของสื่อ...ตอนนี้สิ่งที่สำคัญคือทำอย่างไรให้ภาครัฐเตรียมความพร้อมให้กับคนที่ก้าวสู่ยุคที่ไอทีแรงและเร็วในขณะที่เอาเท็บเล็ตเข้ามาแต่ไม่ได้ให้ความรู้ จะทำอย่างไรไม่ให้โรงเรียนต้องรับภาระ รวมทั้งครอบครัวด้วย"

(อัญญอร พานิชพิ้งรัก, สัมภาษณ์)

"หนึ่งคือรัฐและองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่กำกับดูแลจะต้องมี Concept ของประเทศ ในการสร้างสังคมการเรียนรู้ผ่านสื่ออย่างไร เมื่อมี Concept แล้วก็จำเป็นต้องมีการออกมาตราการข้อกำหนดกฎเกณฑ์เพื่อรองรับ Concept ดังกล่าวให้เป็นจริงได้ โดยกำหนด Timing ระยะเวลาที่ชัดเจน ต้องมีการใช้เครื่องมือองค์ประกอบหลายๆ อย่างเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อที่จะส่งเสริมให้มีการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนอย่างเต็มที่"

(อิฐบูรณ อ้นวงศา, สัมภาษณ์)

นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่าการให้ความรู้และสร้างความตระหนักแก่สังคมก่อน ตลอดจนมีกลไกการทำงานร่วมกับประชาชนคนในพื้นที่เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมเชิงประเด็น ต้องบูรณาการประเด็นต่างๆ เพื่อสร้างนิยามร่วม สื่อดี พื้นที่ดี ภูมิดี สร้าง Brand 3 ดี จากนิยามร่วม ชุมชน 3 ดี สื่อดี พื้นที่ดี ภูมิดี เป็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อน

"การให้ความรู้สำคัญที่สุด ... หนึ่งต้องให้ความรู้ก่อน อีกอันหนึ่งก็คือการสร้างความตระหนัก ... ต้องชี้ให้เห็นชัดเจนว่าสื่อมีผลกระทบต่อพวกเราทุกคนและแรงด้วย"

(ศรีดา ตันตะอธิพานิช, สัมภาษณ์)

มันมีสองรูปแบบใหญ่ๆ บางที่ต้องมีกลไกการทำงานในระดับพื้นที่ และทำงานกับคนในพื้นที่ สร้างการมีส่วนร่วมในเชิงประเด็น โดยเอาประเด็นที่เกี่ยวกับเรื่องเด็กให้น่าสนใจ ผ่านสื่อ ช่องทาง หากช่องทางที่มีไม่เพียงพอ ก็ต้องไปหาวิธีการ มากขึ้น ... นอกจากนี้ มีกลไกที่ต่อเนื่องในพื้นที่ เป็นการทำงานสองระดับ คือ การมีส่วนร่วม คือ คนที่เข้ามามีส่วนร่วม มีเรื่องที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเค้าส่วนหนึ่ง ดึงนำหนักแต่ละคนเข้ามาจริงๆ"

(มนัส หามาลา, สัมภาษณ์)

"บูรณาการประเด็นต่างๆ เพื่อสร้างนิยามร่วม สื่อดี พื้นที่ดี ภูมิดี สร้าง Brand 3 ดี จากนิยามร่วม ชุมชน 3 ดี สื่อดี พื้นที่ดี ภูมิดี เป็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อน"

(วรวจน์ ไอสถาภิรัตน์, สัมภาษณ์)

บทที่ 6

ผลการวิจัยเชิงสำรวจ : ทิศทางการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนไทย และแนวทางการขับเคลื่อน สสย.ในอนาคต

การนำเสนอผลการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อให้ได้คำตอบของคำถามนำวิจัยในข้อที่ 2 ได้แก่ ทิศทางการเคลื่อนไหวทางสังคมด้านสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนไทย รวมถึงแนวทางการขับเคลื่อน สสย.ในอนาคต ซึ่งเป็นการสำรวจความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน ที่เป็นกลุ่มเครือข่าย สสย. ทั้งเครือข่ายเชิงวิชาการและเชิงการปฏิบัติ โดยการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนรวม 39 คน การนำเสนอข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความคิดเห็นต่อแนวทางการขับเคลื่อนงานด้านสื่อกับเด็กในภาพรวม และการขับเคลื่อนงานดังกล่าวของ สสย. ตลอดจนการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็กในภาพรวม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 6.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	17	43.59
หญิง	22	56.41
รวม	39	100.00

จากตารางที่ 6.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ จำแนกเป็นเพศชาย 17 คน และเป็นเพศหญิง 22 คน คิดเป็นร้อยละ 43.59 และ 56.41 ตามลำดับ

ตารางที่ 6.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 25 ปี	11	28.21
2. 25 - 35 ปี	7	17.95
3. มากกว่า 35 - 45 ปี	14	35.90
4. มากกว่า 45 - 55 ปี	4	10.25
5. มากกว่า 55 ปีขึ้นไป	3	7.69
รวม	39	100.00

จากตารางที่ 6.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงมากกว่า 35 - 45 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 35.90 รองลงมา คือ อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 28.21 และอายุ 25 - 35 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 17.95 สังก่ออายุมากกว่า 45 - 55 ปี มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 และอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 7.69

ตารางที่ 6.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
นักวิชาชีพ	26	66.67
นักวิชาการ	5	12.82
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	7	17.95
อื่นๆ	1	2.56
รวม	39	100.00

จากตารางที่ 6.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีอาชีพหลักเป็นนักวิชาชีพ มีจำนวนมากที่สุด คือ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาได้แก่นักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 17.95 และนักวิชาการ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12.82 นอกจากนี้มีกลุ่มตัวอย่างไม่ระบุอาชีพ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.56

ตารางที่ 6.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหน่วยงาน

หน่วยงาน	จำนวน	ร้อยละ
องค์กรเคลื่อนไหวทางสังคม	19	48.72
สถาบันการศึกษา	10	25.64
องค์กรภาคเอกชน	1	2.56
อื่นๆ	9	23.08
รวม	39	100.00

จากตารางที่ 6.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ทำงานในองค์กรเคลื่อนไหวทางสังคม มีจำนวนมากที่สุด คือ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 48.72 รองลงมาได้แก่สถาบันการศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 25.64 ส่วนองค์กรภาคเอกชน มีเพียง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.56 นอกจากนี้มีกลุ่มตัวอย่างทำงานในองค์กรอื่นๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 23.08

ตารางที่ 6.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	10	25.64
ปริญญาตรี	17	43.59
สูงกว่าปริญญาตรี	12	30.77
รวม	39	100.00

จากตารางที่ 6.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด คือ 17 คน คิดเป็นร้อยละ 43.59 รองลงมาคือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 30.77 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 25.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 6.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชน และ/หรือสื่อ

ประสบการณ์การทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	4	10.26
1 - 2 ปี	3	7.69
มากกว่า 2 - 5 ปี	8	20.51
มากกว่า 5 - 10 ปี	10	25.64
มากกว่า 10 ปีขึ้นไป	14	35.90
รวม	39	100.00

จากตารางที่ 6.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชน และ/หรือสื่อ มากกว่า 10 ปีขึ้นไป มีจำนวนมากที่สุด คือ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 35.90 รองลงมาคือประสบการณ์การทำงานมากกว่า 5 - 10 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 25.64 และประสบการณ์การทำงานมากกว่า 2 - 5 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20.51 ตามลำดับ ส่วนประสบการณ์การทำงานน้อยกว่า 1 ปี มีเพียง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 10.26 และประสบการณ์การทำงาน 1 - 2 ปี มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 7.69

ตารางที่ 6.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามประสบการณ์ในการเป็นแกนนำเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชน และ/หรือสื่อ

ประสบการณ์ในการเป็นแกนนำ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	26	66.67
ไม่เคย	13	33.33
รวม	39	100.00

จากตารางที่ 6.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเป็นแกนนำเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชน และ/หรือสื่อ มีจำนวนมากที่สุด คือ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ส่วนที่เหลือไม่เคยมีประสบการณ์ในการเป็นแกนนำเคลื่อนไหวทางสังคม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 6.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชน และ/หรือสื่อ

ประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคม	จำนวน	ร้อยละ
1. บุหรี่/เหล้า/ยาเสพติด	4	10.53
2. สื่อเพื่อเด็กและเยาวชน พื้นที่สร้างสรรค์ สื่อโทรคมนาคม และ พรบ.กองทุนสื่อสร้างสรรค์	15	39.47
3. ความรุนแรงในผู้หญิงและเด็ก สิทธิเด็ก พรบ.สภาเด็กและ เยาวชน สมัชชาเด็กและเยาวชน	7	18.42
4. ภูมิปัญญาท้องถิ่น	9	23.68
5. อื่นๆ	3	7.89
รวม	38	100.00

จากตารางที่ 6.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเป็นแกนนำเคลื่อนไหวทางสังคมประเด็นสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน พื้นที่สร้างสรรค์ สื่อโทรคมนาคม และ พรบ.กองทุนสื่อสร้างสรรค์ มีจำนวนมากที่สุด คือ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 39.47 รองลงมาคือประเด็นความรุนแรงในผู้หญิงและเด็ก สิทธิเด็ก พรบ.สภาเด็กและเยาวชน สมัชชาเด็กและเยาวชน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 18.42 และประเด็นบุหรี่/เหล้า/ยาเสพติด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 10.53 นอกจากนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการเป็นแกนนำเคลื่อนไหวทางสังคมในประเด็นอื่นๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.89

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อแนวทางการขับเคลื่อนงานด้านสื่อกับเด็กของ สสย.

ตารางที่ 6.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความคิดเห็นต่อภารกิจที่ สสย. ควรมุ่งเน้นมากที่สุด

อันดับ	ภารกิจ	ความถี่	ร้อยละ
1	การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ของเด็กและเยาวชน	148	27.06
2	การพัฒนาคุณภาพและความหลากหลายในเนื้อหาสื่อเด็กและเยาวชน	140	25.59
3	การขยายเครือข่ายทั้งในแนวราบ (เพิ่มเครือข่ายใหม่) และแนวตั้ง (สร้างและกระชับความร่วมมือและความสัมพันธ์กับเครือข่ายเดิม)	125	22.85
4	การสร้างเสริมความรับผิดชอบของทุกฝ่ายต่อเด็กและเยาวชน	121	22.12
5	อื่นๆ	13	2.38
รวม		547	100.00

จากตารางที่ 6.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ภารกิจที่ สสย. ควรมุ่งเน้นมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ของเด็กและเยาวชน คิดเป็นร้อยละ 27.06 อันดับ 2 คือ การพัฒนาคุณภาพและความหลากหลายในเนื้อหาสื่อเด็กและเยาวชน คิดเป็นร้อยละ 25.59 อันดับ 3 คือ การขยายเครือข่ายทั้งในแนวราบ (เพิ่มเครือข่ายใหม่) และแนวตั้ง (สร้างและกระชับความร่วมมือและความสัมพันธ์กับเครือข่ายเดิม) คิดเป็นร้อยละ 22.85 อันดับ 4 คือ การสร้างเสริมความรับผิดชอบของทุกฝ่ายต่อเด็กและเยาวชน คิดเป็นร้อยละ 22.12 และอันดับ 5 คือ ภารกิจอื่นๆ ได้แก่ การสร้างการรู้เท่าทันสื่อ การพัฒนาศักยภาพและเชื่อมโยงทุนของเครือข่าย และการจัดการความรู้ด้านสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน คิดเป็นร้อยละ 2.38

ตารางที่ 6.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสารและรณรงค์ที่ สสย. ควรเน้นหรือให้ความสำคัญมากที่สุด

อันดับ	รูปแบบการสื่อสารและรณรงค์	ความถี่	ร้อยละ
1	การจัดกิจกรรม	195	25.06
2	การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์	156	20.05
3	การเผยแพร่ทางเว็บไซต์	136	17.48
4	การจัดเสวนา	134	17.22
5	การจัดพิมพ์หนังสือ	119	15.30
6	อื่นๆ	38	4.88
รวม		778	100.00

จากตารางที่ 6.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ารูปแบบการสื่อสารและรณรงค์ที่ สสย. ควรเน้นหรือให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ การจัดกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 25.06 อันดับ 2 คือ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 20.05 อันดับ 3 คือ การเผยแพร่ทางเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 17.48 อันดับ 4 คือ การจัดเสวนา คิดเป็นร้อยละ 17.22 อันดับ 5 คือ การจัดพิมพ์หนังสือ คิดเป็นร้อยละ 15.30 และอันดับ 6 คือการสื่อสารและรณรงค์ในรูปแบบอื่นๆ ได้แก่ สื่อสาธารณะ และผ่านภาคีเครือข่ายต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 4.88

ตารางที่ 6.11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความคิดเห็นต่อสื่อที่ สสย. ควรให้น้ำหนักมากที่สุดในการสื่อสารประเด็นสื่อกับเด็ก

อันดับ	ประเภทสื่อ	ความถี่	ร้อยละ
1	โทรทัศน์	193	24.68
2	อินเทอร์เน็ต	179	22.89
3	สื่อภายในโรงเรียน	160	20.46
4	วิทยุกระจายเสียง	117	14.96
5	หนังสือพิมพ์	108	13.81
6	อื่นๆ	25	3.20
รวม		782	100.00

จากตารางที่ 6.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ สสย. ควรให้น้ำหนักกับการสื่อสารประเด็นสื่อกับเด็กทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุดเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 24.68

อันดับ 2 สื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 22.89 อันดับ 3 คือ สื่อภายในโรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 20.46 อันดับ 4 คือ วิทยุกระจายเสียง คิดเป็นร้อยละ 14.96 อันดับ 5 คือ หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 13.81 และอันดับ 6 คือสื่ออื่นๆ ได้แก่ สื่อพื้นบ้านและสื่อกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 3.20

ตารางที่ 6.12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามระดับความคิดเห็นต่อการที่ สสย.ควรใช้ประโยชน์จากเนื้อหาที่ สสย. มี
มาดัดแปลงเพื่อใช้เผยแพร่ในสื่อประเภทต่างๆ

ระดับความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างมาก	20	51.28
เห็นด้วย	19	48.72
รวม	39	100.00

จากตารางที่ 6.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีความเห็นต่อแนวทางการดำเนินงานด้านเนื้อหาของ สสย. ว่า สสย.ควรใช้ประโยชน์จากเนื้อหาที่ สสย.มี มาดัดแปลงเพื่อใช้เผยแพร่ในสื่อประเภทต่างๆ ในระดับเห็นด้วยอย่างมาก มีจำนวนมากที่สุด คือ 20 คน คิดเป็นร้อยละ 51.28 ระดับเห็นด้วย จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 48.72

ตารางที่ 6.13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความคิดเห็นต่อการที่ สสย.จะผลิตรายการทีวีหรือวิทยุเป็นของตนเอง

ความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ
เห็นด้วย	31	79.49
ไม่เห็นด้วย	7	17.95
อื่นๆ	1	2.56
รวม	39	100.00

จากตารางที่ 6.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เห็นด้วยที่ สสย.จะผลิตรายการทีวีหรือวิทยุเป็นของตนเอง มีจำนวนมากที่สุด คือ 31 คน คิดเป็นร้อยละ 79.49 และไม่เห็นด้วยกับแนวคิดดังกล่าว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 17.95 นอกจากนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่แสดงความเห็น 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.56

ตารางที่ 6.14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามข้อสนับสนุนความคิดเห็นต่อการที่ สสย.จะผลิตรายการทีวีหรือวิทยุเป็นของตนเอง

ความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ
เห็นด้วย		
1. สามารถผลิตเนื้อหาสาระได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย มีความชัดเจนในการเผยแพร่งาน และสามารถผลิตสื่อที่เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน	15	42.86
2. เป็นช่องทางในการเผยแพร่สื่อของตนเองไปยังกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขวางยิ่งขึ้น เป็นการสร้างความรู้จักและเข้าใจในภารกิจของ สสย.แก่ประชาชนทั่วไป และเครือข่ายต่างๆ สามารถเชื่อมโยงกันได้	20	57.14
รวม	35	100.00
ไม่เห็นด้วย		
1. ขาดความชำนาญและทุนในการดำเนินงาน	6	85.71
2. ต้องการให้ สสย. ส่งเสริม/เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ รายการทีวี/วิทยุ ของเครือข่ายมากกว่า	1	14.29
รวม	7	100.00

จากตารางที่ 6.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ที่เห็นด้วยต่อการที่ สสย.จะผลิตรายการทีวีหรือวิทยุเป็นของตนเอง เนื่องด้วยเหตุผลว่าเป็นช่องทางในการเผยแพร่สื่อของตนเองไปยังกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขวางยิ่งขึ้น เป็นการสร้างความรู้จักและเข้าใจในภารกิจของ สสย.แก่ประชาชนทั่วไป และเครือข่ายต่างๆ สามารถเชื่อมโยงกันได้ มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.14 เหตุผลรองลงมา คือ สามารถผลิตเนื้อหาสาระได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย มีความชัดเจนในการเผยแพร่งาน และสามารถผลิตสื่อที่เหมาะสมกับเด็กและเยาวชน คิดเป็นร้อยละ 42.86

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เห็นด้วยต่อการที่ สสย.จะผลิตรายการทีวีหรือวิทยุเป็นของตนเอง โดยให้เหตุผลว่าขาดความชำนาญและทุนในการดำเนินงาน คิดเป็นร้อยละ 85.71 และเหตุผลว่าต้องการให้ สสย. ส่งเสริม/เผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ รายการทีวี/วิทยุ ของเครือข่ายมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 14.29

ตารางที่ 6.15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามการเข้าถึงแหล่งทุนสนับสนุนการดำเนินงานของภาคีเครือข่าย

แหล่งทุน	ความถี่	ร้อยละ
ภาครัฐ	12	27.91
ภาคเอกชน	7	16.28
ทุนท้องถิ่น	7	16.28
องค์กรอิสระ	12	27.91
อื่นๆ	5	11.63
รวม	43	100.00

จากตารางที่ 6.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าในอนาคตหาก สสย. ไม่ได้มีบทบาทในการเป็นตัวกลางเชื่อมประสานแหล่งทุนให้ภาคีเครือข่ายดังเช่นปัจจุบัน ภาคีเครือข่ายจะดำเนินการและจัดหาแหล่งทุนจากภาครัฐและจากองค์กรอิสระ มีจำนวนเท่ากัน คือร้อยละ 27.91 รองลงมา คือ จัดหาแหล่งทุนจากภาคเอกชนและทุนท้องถิ่น มีจำนวนเท่ากัน คือร้อยละ 16.28 และจากแหล่งทุนอื่นๆ ได้แก่ ทุนของตนเอง สื่อสาธารณะ และกองทุนสื่อฯ ฉบับประชาชนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 11.63

ตารางที่ 6.16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามวิธีการในการเข้าถึงแหล่งทุน

วิธีการในการเข้าถึงแหล่งทุน	ความถี่	ร้อยละ
1. สร้างความรู้ความเข้าใจและมุมมองที่ถูกต้อง พัฒนากิจกรรมให้สอดคล้องกับพื้นที่ และนำเสนอโครงการกับแหล่งทุน	16	80.00
2. ร่วมผลักดัน พรบ. กองทุนสื่อฯ ให้สำเร็จ	3	15.00
3. อื่นๆ	1	5.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 6.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีวิธีการในการเข้าถึงแหล่งทุน โดยการสร้างความรู้ความเข้าใจและมุมมองที่ถูกต้อง พัฒนากิจกรรมให้สอดคล้องกับพื้นที่ และนำเสนอโครงการกับแหล่งทุน มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา คือ การร่วมผลักดัน พรบ.

กองทุนสื่อฯ ให้สำเร็จ คิดเป็นร้อยละ 15.00 และวิธีการอื่นๆ ได้แก่ การทำธุรกิจเพื่อเป็นแหล่งทุนให้กับตนเอง คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 6.17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามกลไกการดำเนินการเพื่อหาแหล่งทุนสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

กลไกการดำเนินการ	ความถี่	ร้อยละ
1. ควรปรับโครงสร้างเป็น Social Enterprise (กิจการเพื่อสังคม) และยกระดับการทำงานโดยพัฒนาบุคลากรและองค์กรให้มีความเข้มแข็ง สร้างความรู้ความเข้าใจและมุมมองที่ถูกต้องเกี่ยวกับองค์กร และสร้างผลงานให้เป็นที่ประจักษ์เพื่อให้แหล่งทุนเห็นความสำคัญของสื่อกับเด็ก	7	26.92
2. ควรผลักดันให้เป็นวาระแห่งชาติ มีกฎหมายรองรับ และสนับสนุนให้มีการจัดตั้งกองทุนสื่อฯ	12	46.15
3. การมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคธุรกิจเพื่อสังคม ภาคประชาชน และองค์กรอิสระเพื่อสนับสนุนนโยบายให้เป็นรูปธรรม	7	26.92
รวม	26	100.00

จากตารางที่ 6.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีความเห็นเกี่ยวกับกลไกการดำเนินการเพื่อให้องค์กรที่ขับเคลื่อนสังคมในประเด็นสื่อกับเด็กได้มีแหล่งทุนสนับสนุนอย่างต่อเนื่องโดยการผลักดันให้เป็นวาระแห่งชาติ มีกฎหมายรองรับ และสนับสนุนให้มีการจัดตั้งกองทุนสื่อฯ มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.15 รองลงมา คือ การปรับโครงสร้างให้เป็น Social Enterprise (กิจการเพื่อสังคม) และยกระดับการทำงานโดยพัฒนาบุคลากรและองค์กรให้มีความเข้มแข็ง สร้างความรู้ความเข้าใจและมุมมองที่ถูกต้องเกี่ยวกับองค์กรและสร้างผลงานให้เป็นที่ประจักษ์ เพื่อให้แหล่งทุนเห็นความสำคัญของสื่อกับเด็ก และการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคธุรกิจเพื่อสังคม ภาคประชาชน และองค์กรอิสระเพื่อสนับสนุนนโยบายให้เป็นรูปธรรม มีจำนวนเท่ากัน คือ ร้อยละ 26.92

ตารางที่ 6.18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับบทบาทของ สสย. ในการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่าย

การปรับบทบาทของ สสย.	ความถี่	ร้อยละ
1. เป็นศูนย์กลางสนับสนุนด้านองค์ความรู้ ขับเคลื่อนนโยบาย และเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ	13	68.42
2. เป็นผู้ผลิตและเจ้าของสื่อด้านเด็กและเยาวชน โดยปรับเนื้อหาและยุทธวิธีให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย	2	10.53
3. เพิ่มโอกาสและวิธีการในการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รับรู้ปัญหา ปรับเปลี่ยนแนวคิดและแนวการทำงานให้มีประสิทธิภาพ	3	15.79
4. ให้การสนับสนุนกิจกรรมของเครือข่าย พิจารณาช่วยเหลือด้านงบประมาณอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง	1	5.26
รวม	19	100.00

จากตารางที่ 6.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีความเห็นเกี่ยวกับการปรับบทบาทของ สสย. ในการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่าย เพื่อให้เกิดพลังในการขับเคลื่อนทางสังคมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด คือ สสย. ควรมีบทบาทเป็นศูนย์กลางสนับสนุนด้านองค์ความรู้ ขับเคลื่อนนโยบาย และเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.42 รองลงมา คือ สสย. ควรเพิ่มโอกาสและวิธีการในการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รับรู้ปัญหา ปรับเปลี่ยนแนวคิดและแนวการทำงานให้มีประสิทธิภาพ คิดเป็นร้อยละ 15.79 และ สสย. ควรเป็นผู้ผลิตและเจ้าของสื่อด้านเด็กและเยาวชน โดยปรับเนื้อหาและยุทธวิธีให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 10.53 นอกจากนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่า สสย. ควรให้การสนับสนุนกิจกรรมของเครือข่าย พิจารณาช่วยเหลือด้านงบประมาณอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 5.26

ตารางที่ 6.19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวขององค์กรที่ขับเคลื่อนประเด็นสื่อกับเด็ก
เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

การปรับตัวขององค์กรที่ขับเคลื่อนประเด็นสื่อกับเด็ก	ความถี่	ร้อยละ
1. ศึกษาพฤติกรรมกรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เข้าถึงได้อย่างถูกต้อง และผลิตสื่อเฉพาะกลุ่มให้สอดคล้องและเหมาะสมกับช่วงวัยของผู้รับสาร	15	55.56
2. สร้างแกนนำเยาวชนเครือข่ายต่างๆ ให้มากขึ้น และขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขวางขึ้น	8	29.63
3. สร้างการรู้เท่าทันสื่อ	3	11.11
4. อื่นๆ	1	3.70
รวม	27	100.00

จากตารางที่ 6.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี ส่วนใหญ่มีความเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวขององค์กรที่ขับเคลื่อนประเด็นสื่อกับเด็กเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางยิ่งขึ้น คือ ศึกษาพฤติกรรมกรับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เข้าถึงได้อย่างถูกต้อง และผลิตสื่อเฉพาะกลุ่มให้สอดคล้องและเหมาะสมกับช่วงวัยของผู้รับสาร มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงมา คือ การสร้างแกนนำเยาวชนเครือข่ายต่างๆ ให้มากขึ้น และขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขวางขึ้น คิดเป็นร้อยละ 29.63 และสร้างการรู้เท่าทันสื่อ คิดเป็นร้อยละ 11.11 นอกจากนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นอื่นๆ ได้แก่ การนำฐานข้อมูลวิจัยมาใช้ในการขับเคลื่อนประเด็นสื่อกับเด็ก คิดเป็นร้อยละ 3.70

ตารางที่ 6.20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางการทำงานในอนาคตขององค์กรที่ขับเคลื่อนด้านสื่อกับเด็ก

ทิศทางการทำงานขององค์กรที่ขับเคลื่อนด้านสื่อกับเด็ก	ความถี่	ร้อยละ
1. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่าย สร้างเยาวชนทุกภูมิภาคเพื่อเป็นแกนนำในการขับเคลื่อนต่อไป	12	48.00
2. ก้าวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมเด็กและเยาวชน	6	24.00
3. ให้ความรู้การเท่าทันสื่อ สนับสนุนการเฝ้าระวังและการร้องเรียนสื่อที่ไม่เหมาะสม	5	20.00
4. ขยายสื่อดี เพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์	2	8.00
รวม	25	100.00

จากตารางที่ 6.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับทิศทางการทำงานในอนาคตขององค์กรที่ขับเคลื่อนด้านสื่อกับเด็ก โดยควรส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายสร้างเยาวชนทุกภูมิภาคเพื่อเป็นแกนนำในการขับเคลื่อนต่อไป มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมา คือ การก้าวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมเด็กและเยาวชน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และควรให้ความรู้การเท่าทันสื่อ สนับสนุนการเฝ้าระวังและการร้องเรียนสื่อที่ไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 20.00 นอกจากนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นควรขยายสื่อดี เพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 8.00

ตารางที่ 6.21 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง
เกี่ยวกับการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็กในภาพรวม

ข้อความ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความคิดเห็น
1. การที่องค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้ความสนใจประเด็นสื่อกับเด็กเป็นจำนวน มาก แต่ความต่อเนื่องและจริงจังจะเป็น อุปสรรคต่อการเคลื่อนไหวทางสังคม	4.08	0.90	มาก
2. รัฐควรเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงาน การรณรงค์สื่อเพื่อเด็กและเยาวชนในทุกด้าน	4.67	0.58	มากที่สุด
3. การเคลื่อนไหวทางสังคมในเรื่องเด็กและ เยาวชน ควรจะมีการบูรณาการกับการ เคลื่อนไหวทางสังคมในเรื่องอื่นๆ ด้วย จึงจะเกิดผลในทางปฏิบัติ	4.72	0.51	มากที่สุด
4. หน่วยงานที่รณรงค์เรื่องสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน ควรได้รับการคุ้มครองหรือสนับสนุนภายใต้ กฎหมายพิเศษ	4.08	0.98	มาก
5. หน่วยงานที่รณรงค์เรื่องสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน ควรใช้รูปแบบและวิธีการบริหารจัดการเดียวกัน กับภาคเอกชน	3.72	0.92	มาก
6. กองทุนสื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญ ในการสนับสนุนการดำเนินการเกี่ยวกับ สื่อเพื่อเด็กและเยาวชน	4.51	0.60	มากที่สุด
7. การเคลื่อนไหวทางสังคมจะมีประสิทธิผล หาก มีการจัดโครงสร้างระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็ก และเยาวชน	4.36	0.63	มากที่สุด
8. โครงสร้างระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและ เยาวชน ควรเน้นที่การจัดสรรทรัพยากรสื่อ ให้เพียงพอต่อการเรียนรู้อย่างหลากหลาย	4.33	0.70	มากที่สุด

ข้อความ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความคิดเห็น
9. โครงสร้างระบบสื่อฯ ควรเน้นที่การสร้างโอกาสในการเข้าถึงสื่อ	4.38	0.71	มากที่สุด
10. โครงสร้างระบบสื่อฯ ควรเน้นที่การปกป้องเด็กและเยาวชนจากสื่อที่ไม่เหมาะสม	4.26	0.85	มากที่สุด
11. โครงสร้างระบบสื่อฯ ควรเน้นที่การมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชน	4.69	0.52	มากที่สุด
12. การเพิ่มพื้นที่สื่อเด็กและเยาวชนในปัจจุบัน ควรเน้นที่สื่อสาธารณะ	4.28	0.79	มากที่สุด
13. การเพิ่มพื้นที่สื่อเด็กและเยาวชนในปัจจุบัน ควรเน้นที่สื่อภาคประชาชน	4.21	0.73	มากที่สุด
14. การเพิ่มพื้นที่สื่อเด็กและเยาวชนในปัจจุบัน ควรเน้นไปที่สื่อพาณิชย์ให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น	4.13	0.77	มาก
15. การพัฒนาคุณภาพเนื้อหาทำได้โดยการเพิ่มศักยภาพผู้ผลิตสื่อ	4.21	0.73	มากที่สุด
16. การพัฒนาคุณภาพเนื้อหาทำได้โดยการวิจัยด้านสื่อกับเด็ก	4.05	0.72	มาก
17. กลไกที่สำคัญในการสร้างสรรค์สื่อเด็กและเยาวชน คือ การใช้ระบบเรตติ้ง	3.33	0.77	ปานกลาง
18. กลไกที่สำคัญในการสร้างสรรค์สื่อเด็กและเยาวชน คือ การสร้างมาตรฐานสื่อเด็กและเยาวชน	4.08	0.77	มาก
19. กลไกที่สำคัญในการสร้างสรรค์สื่อเด็กและเยาวชน คือ การสร้างการรู้เท่าทันสื่อ	4.56	0.64	มากที่สุด
20. การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นอำนาจและบทบาทของผู้บริโภค	4.00	0.83	มาก
21. การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นบทบาทของผู้ผลิตเนื้อหาที่จะกำกับดูแลตนเอง	3.36	1.14	ปานกลาง

ข้อความ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความคิดเห็น
22. การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นบทบาทของ ภาครัฐ	3.49	1.23	มาก
23. การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นบทบาทของ องค์กรวิชาชีพสื่อ	3.82	0.91	มาก
24. การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นบทบาทของ องค์กรอิสระ	4.00	0.76	มาก
25. การพัฒนาระบบสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนต้อง พิจารณาถึงโครงสร้างความเป็นเจ้าของสื่อ ด้วย	4.08	0.70	มาก
26. การพัฒนาระบบสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน ควรเพิ่มศักยภาพของสื่อในชุมชน	4.41	0.60	มากที่สุด
27. การพัฒนาระบบสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน ควรเน้นไปที่สื่ออินเทอร์เน็ตและเครือข่าย สังคมออนไลน์	3.90	0.82	มาก
28. การพัฒนาระบบสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน จำเป็นต้องมีกลไกด้านการเงินสนับสนุน	4.33	0.62	มากที่สุด
29. กลไกด้านการเงินที่จะสนับสนุนการพัฒนา ระบบสื่อ ควรอยู่ในรูปกองทุนสื่อสร้างสรรค์	4.44	0.75	มากที่สุด
30. การบริหารจัดการกองทุนเพื่อการพัฒนา ระบบสื่อ ควรอยู่ในรูปองค์กรอิสระ	4.49	0.68	มากที่สุด
31. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญ กับประเด็นผลกระทบของสื่อต่อเด็ก เช่น ลามกอนาจาร ความรุนแรง เด็กติดเกม เพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร เป็นต้น	4.38	0.88	มากที่สุด
32. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญ กับประเด็นของการเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์ของสื่อ ต่างๆ สำหรับเด็ก	4.62	0.49	มากที่สุด

ข้อความ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความคิดเห็น
33. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับการสร้างการรู้เท่าทันสื่อ	4.82	0.39	มากที่สุด
34. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการอ่านในกลุ่มเด็กและเยาวชน	4.49	0.64	มากที่สุด
35. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้น้ำหนักกับประเด็นร้อนมากกว่าประเด็นที่อยู่ในแผนงานประจำปีของแต่ละองค์กร	3.72	0.76	มาก
36. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับประเด็นการจัดระดับความเหมาะสมของรายการ (เรตติ้ง) และช่วงเวลารายการ	3.90	0.75	มาก
37. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรเน้นไปที่การเฝ้าระวังสื่อเกี่ยวกับเด็ก ว่ามีการดำเนินงานไปในทิศทางที่พึงปรารถนาหรือไม่พึงปรารถนามากน้อยเพียงใด และอย่างไร	4.13	0.80	มาก
38. ช่องทางการสื่อสารที่ควรให้ความสำคัญมากเป็นพิเศษนอกเหนือจากสื่อสารมวลชน คือ การสื่อสารภายในโรงเรียน	4.41	0.60	มากที่สุด
39. ช่องทางการสื่อสารที่ควรให้ความสำคัญมากเป็นพิเศษนอกเหนือจากสื่อสารมวลชน คือ การสื่อสารผ่านทางสื่อใหม่	4.38	0.67	มากที่สุด
40. ปัญหาสื่อกับเด็กของสังคมไทย เกิดจากค่านิยมของสังคมที่เชื่อว่า ปัญหาเด็กเป็นเรื่องของครอบครัวที่ต้องดูแลสมาชิกในครอบครัวเองเป็นหลัก	4.03	0.93	มาก
รวม	4.20	0.17	มาก

จากตารางที่ 6.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ มีความเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็กในภาพรวมในประเด็นต่างๆ อยู่ในระดับ “เห็นด้วยมาก” โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ± 0.17 เมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ข้อ 33 การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับการสร้างการรู้เท่าทันสื่อ เป็นประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับ “มากที่สุด” โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.82 ± 0.39 รองลงมาได้แก่ ข้อ 3 การเคลื่อนไหวทางสังคมในเรื่องเด็กและเยาวชน ควรจะมีการบูรณาการกับการเคลื่อนไหวทางสังคมในเรื่องอื่นๆ ด้วย จึงจะเกิดผลในทางปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 ± 0.51 และข้อ 11 โครงสร้างระบบสื่อฯ ควรเน้นที่การมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 ± 0.52

ตอนที่ 3 ทดสอบสมมติฐาน โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็กในภาพรวม

ตารางที่ 6.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็กในภาพรวม

ข้อความ	p-value						
	เพศ	อายุ	อาชีพ	หน่วยงาน	การศึกษา	ประสบการณ์	แกนนำ
1. การที่องค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสนใจประเด็นสื่อกับเด็กเป็นจำนวนมาก แต่ความต่อเนื่องและจริงจังจะเป็นอุปสรรคต่อการเคลื่อนไหวทางสังคม	.551	.659	.010*	.475	.282	.835	.263
2. รัฐควรเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงานการรณรงค์สื่อเพื่อเด็กและเยาวชนในทุกด้าน	.855	.677	.271	.711	.311	.275	.118
3. การเคลื่อนไหวทางสังคมในเรื่องเด็กและเยาวชน ควรจะมีการบูรณาการกับการเคลื่อนไหวทางสังคมในเรื่องอื่นๆ ด้วย จึงจะเกิดผลในทางปฏิบัติ	.621	.206	.046*	.140	.513	.639	.382
4. หน่วยงานที่รณรงค์เรื่องสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน ควรได้รับการคุ้มครองหรือสนับสนุนภายใต้กฎหมายพิเศษ	.283	.238	.153	.397	.883	.684	.735
5. หน่วยงานที่รณรงค์เรื่องสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน ควรใช้รูปแบบและวิธีการบริหารจัดการเดียวกันกับภาคเอกชน	.264	.290	.312	.518	.627	.799	.329
6. กองทุนสื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินการเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน	.225	.680	.102	.067	.989	.368	.712

ข้อความ				p-value			
	เพศ	อายุ	อาชีพ	หน่วยงาน	การศึกษา	ประสบการณ์	แกนนำ
7. การเคลื่อนไหวทางสังคมจะมีประสิทธิผล หากมีการจัด โครงสร้างระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน	.138	.366	.245	.163	.857	.726	.723
8. โครงสร้างระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน ควรเน้นที่ การจัดสรรทรัพยากรสื่อให้เพียงพอต่อการเรียนรู้ หลากหลาย	.044*	.117	.002*	.032*	.487	.993	.264
9. โครงสร้างระบบสื่อฯ ควรเน้นที่การสร้างโอกาสในการเข้าถึงสื่อ	.269	.286	.176	.418	.913	.964	.639
10. โครงสร้างระบบสื่อฯ ควรเน้นที่การปกป้องเด็กและเยาวชน จากสื่อที่ไม่เหมาะสม	.322	.503	.694	.429	.124	.825	.896
11. โครงสร้างระบบสื่อฯ ควรเน้นที่การมีส่วนร่วมของเด็กและ เยาวชน	.453	.003*	.828	.848	.111	.857	.521
12. การเพิ่มพื้นที่สื่อเด็กและเยาวชนในปัจจุบัน ควรเน้นที่สื่อ สาธารณะ	.935	.389	.703	.240	.796	.850	.575
13. การเพิ่มพื้นที่สื่อเด็กและเยาวชนในปัจจุบัน ควรเน้นที่สื่อภาค ประชาชน	.273	.118	.525	.598	.751	.676	.879
14. การเพิ่มพื้นที่สื่อเด็กและเยาวชนในปัจจุบัน ควรเน้นไปที่สื่อ พาณิชย์ให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น	.626	.162	.141	.521	.192	.500	.308

ข้อความ	p-value						
	เพศ	อายุ	อาชีพ	หน่วยงาน	การศึกษา	ประสบการณ์	แกนนำ
15. การพัฒนาคุณภาพเนื้อหาทำได้โดยการเพิ่มศักยภาพผู้ผลิต สื่อ	.046*	.033*	.357	.454	.026*	.264	.123
16. การพัฒนาคุณภาพเนื้อหาทำได้โดยการวิจัยด้านสื่อกับเด็ก	.955	.017*	.635	.893	.750	.931	.279
17. กลไกที่สำคัญในการสร้างสรรค์สื่อเด็กและเยาวชน คือ การใช้ ระบบเรตติ้ง	.493	.000*	.023*	.811	.419	.102	.565
18. กลไกที่สำคัญในการสร้างสรรค์สื่อเด็กและเยาวชน คือ การ สร้างมาตรฐานสื่อเด็กและเยาวชน	.342	.481	.117	.686	.521	.585	1.000
19. กลไกที่สำคัญในการสร้างสรรค์สื่อเด็กและเยาวชน คือ การ สร้างการรู้เท่าทันสื่อ	.484	.262	.420	.206	.938	.043*	.487
20. การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นอำนาจและบทบาทของผู้บริโภค	.442	.807	.054	.045*	.202	.543	.223
21. การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นบทบาทของผู้ผลิตเนื้อหาที่จะ กำกับดูแลกันเอง	.385	.107	.323	.983	.775	.721	.492
22. การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นบทบาทของภาครัฐ	.268	.065	.234	.192	.304	.077	.857
23. การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นบทบาทขององค์กรวิชาชีพสื่อ	.498	.199	.551	.546	.181	.059	.627
24. การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นบทบาทขององค์กรอิสระ	.677	.691	.512	.035*	.878	.404	.379
25. การพัฒนาระบบสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนต้องพิจารณาถึง โครงสร้างความเป็นเจ้าของสื่อด้วย	.221	.401	.330	.224	.749	.545	.635

ข้อความ	p-value						
	เพศ	อายุ	อาชีพ	หน่วยงาน	การศึกษา	ประสบการณ์	แกนนำ
26. การพัฒนาระบบสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนควรเพิ่มศักยภาพของสื่อในชุมชน	.027*	.305	.034*	.056	.330	.183	.709
27. การพัฒนาระบบสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนควรเน้นไปที่สื่ออินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์	.921	.262	.611	.848	.382	.561	.171
28. การพัฒนาระบบสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนจำเป็นต้องมีกลไกด้านการเงินสนับสนุน	.865	.425	.615	.403	.017*	.379	.721
29. กลไกด้านการเงินที่จะสนับสนุนการพัฒนาระบบสื่อ ควรอยู่ในรูปกองทุนสื่อสร้างสรรค์	.503	.693	.474	.511	.550	.090	.299
30. การบริหารจัดการกองทุนเพื่อการพัฒนาสื่อ ควรอยู่ในรูปองค์กรอิสระ	.079	.773	.000*	.001*	.110	.647	.871
31. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับประเด็นผลกระทบของสื่อต่อเด็ก เช่น ลามกอนาจาร ความรุนแรง เด็กติดเกม เพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร เป็นต้น	.197	.782	.848	.897	.743	.222	.446
32. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับประเด็นของการเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์ของสื่อต่างๆ สำหรับเด็ก	.767	.716	.526	.750	.486	.991	.037*
33. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับการสร้างการรู้เท่าทันสื่อ	.967	.295	.960	.944	.508	.655	.567

ข้อความ	p-value						
	เพศ	อายุ	อาชีพ	หน่วยงาน	การศึกษา	ประสบการณ์	แกนนำ
34. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการอ่านในกลุ่มเด็กและเยาวชน	.724	.694	.287	.664	.228	.925	.386
35. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้น้ำหนักกับประเด็นร้อนมากกว่าประเด็นที่อยู่ในแผนงานประจำปีของแต่ละองค์กร	.740	.620	.299	.340	.568	.695	.238
36. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับประเด็นการจัดระดับความเหมาะสมของรายการ (เรตติ้ง) และช่วงเวลารายการ	.462	.019*	.033*	.764	.081	.112	.234
37. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรเน้นไปที่การเฝ้าระวังสื่อเกี่ยวกับเด็ก ว่ามีการดำเนินงานไปในทิศทางที่พึงปรารถนาหรือไม่พึงปรารถนามากน้อยเพียงใด และอย่างไร	.745	.106	.309	.680	.752	.822	.782
38. ช่องทางการสื่อสารที่ควรให้ความสำคัญมากเป็นพิเศษ นอกเหนือจากสื่อสารมวลชน คือ การสื่อสารภายในโรงเรียน	.277	.430	.567	.219	.832	.915	.709
39. ช่องทางการสื่อสารที่ควรให้ความสำคัญมากเป็นพิเศษ นอกเหนือจากสื่อสารมวลชน คือ การสื่อสารผ่านทางสื่อใหม่	.468	.898	.711	.400	.140	.774	.319
40. ปัญหาสื่อกับเด็กของสังคมไทย เกิดจากค่านิยมของสังคมที่เชื่อว่า ปัญหาเด็กเป็นเรื่องของครอบครัวที่ต้องดูแลสมาชิกในครอบครัวเองเป็นหลัก	.625	.656	.471	.680	.960	.634	.089

* หมายถึง p-value < 0.05

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็กในภาพรวม พบว่า

1. อาชีพ มีความความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในประเด็นที่ว่า การที่องค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสนใจประเด็นสื่อกับเด็กเป็นจำนวนมาก แต่ขาดความต่อเนื่องและจริงจังจะเป็นอุปสรรคต่อการเคลื่อนไหวทางสังคม และประเด็นที่ว่า การเคลื่อนไหวทางสังคมในเรื่องเด็กและเยาวชน ควรจะมีการบูรณาการกับการเคลื่อนไหวทางสังคมในเรื่องอื่นๆ ด้วย จึงจะเกิดผลในทางปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$)

2. เพศ อาชีพ และหน่วยงานที่ทำงาน มีความความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในประเด็นที่ว่า โครงสร้างระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน ควรเน้นที่การจัดสรรทรัพยากรสื่อให้เพียงพอต่อการเรียนรู้อย่างหลากหลาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$)

3. อายุ มีความความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในประเด็นที่ว่า โครงสร้างระบบสื่อฯ ควรเน้นที่การมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชน และประเด็นที่ว่า การพัฒนาคุณภาพเนื้อหาทำได้โดยการวิจัยด้านสื่อกับเด็ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$)

4. เพศ อายุ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในประเด็นที่ว่า การพัฒนาคุณภาพเนื้อหาทำได้โดยการเพิ่มศักยภาพผู้ผลิตสื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$)

5. อายุ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในประเด็นที่ว่า กลไกที่สำคัญในการสร้างสรรค์สื่อเด็กและเยาวชน คือ การใช้ระบบเรตติ้ง และประเด็นที่ว่า การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับประเด็นการจัดระดับความเหมาะสมของรายการ (เรตติ้ง) และช่วงเวลารายการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$)

6. ประสบการณ์การทำงาน มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในประเด็นที่ว่า กลไกที่สำคัญในการสร้างสรรค์สื่อเด็กและเยาวชน คือ การสร้างการรู้เท่าทันสื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$)

7. หน่วยงานที่ทำงาน มีความความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในประเด็นที่ว่า การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นอำนาจและบทบาทของผู้บริโภค และประเด็นที่ว่า การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นบทบาทขององค์กรอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$)

8. เพศ และอาชีพ มีความความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในประเด็นที่ว่า การพัฒนาระบบสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนควรเพิ่มศักยภาพของสื่อในชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$)

9. ระดับการศึกษา มีความความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในประเด็นที่ว่า การพัฒนาระบบสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนจำเป็นต้องมีกลไกด้านการเงินสนับสนุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$)

10. อาชีพ และหน่วยงานที่ทำงาน มีความความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในประเด็นที่ว่า การบริหารจัดการกองทุนเพื่อการพัฒนากระบบสื่อ ควรอยู่ในรูปองค์กรอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$)

11. ประสบการณ์ในการเป็นแกนนำเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชน และ/หรือสื่อ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในประเด็นที่ว่า การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับประเด็นของการเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์ของสื่อต่างๆ สำหรับเด็ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$)

12. นอกเหนือจากประเด็นที่กล่าวถึงในข้อ 1 – 11 พบว่า เพศ อายุ อาชีพ หน่วยงานที่ทำงาน ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน และประสบการณ์ในการเป็นแกนนำเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชน และ/หรือสื่อ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็กในประเด็นอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} > 0.05$)

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็ง โดยพัฒนาศักยภาพเครือข่ายควบคู่ไปกับการสื่อสารสาธารณะในขณะเดียวกัน สสย. และเครือข่ายควรพัฒนางานสื่อในเชิงการสื่อสารทางการตลาดบ้าง

2. ควรสร้างพลังผู้บริโภคให้เข้มแข็ง ผลักดันให้เกิดสื่อสาธารณะเพิ่มมากขึ้น และเร่งการให้ความรู้การเท่าทันสื่อแก่สังคม

3. ทุนสนับสนุนเป็นปัจจัยที่สำคัญของการขับเคลื่อนโครงการให้ก้าวไปข้างหน้า และสะท้อนให้เห็นภาพการทำงานระหว่างรัฐและ NGO จึงควรผลักดันให้เกิดกองทุนสื่อสร้างสรรค์ที่ต่อเนื่องและยั่งยืน

บทที่ 7

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ผู้วิจัยจะได้สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ ในงานวิจัยเรื่อง "กึ่งทศวรรษแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน : ทบทวนการดำเนินงานและแนวทางการขับเคลื่อนทางสังคมในอนาคต" ซึ่งใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงแบบผสมผสาน ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยเทคนิคการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ทั้งนี้ เพื่อตอบคำถามการวิจัย 2 ข้อ ได้แก่ ภาพรวมของการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2549 – 2554 ขององค์กรต่างๆ ส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะและเครือข่ายทางสังคมอย่างไร และแนวทางการขับเคลื่อนของแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.) ในอนาคตควรดำเนินไปในทิศทางใด

ภาพรวมของการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนไทย

ผลการวิจัยหนังสือพิมพ์ เอกสาร จากเอกสารและเว็บไซต์ของหน่วยงาน สสย. รวมทั้งหนังสือพิมพ์รายวันระหว่างปี พ.ศ. 2549 – 2554 เพื่อทราบถึงภาพรวมของการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนไทย โดยพบว่า การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเด็กและสื่อในหนังสือพิมพ์รายวันมีเนื้อหาที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อและเด็ก ซึ่งประกอบด้วยสถิติปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อของเด็ก รวมทั้งผลการวิจัยอิทธิพลของสื่อที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของเด็ก

2) การเฝ้าระวังเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อกับเด็ก 3) เนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาและผลกระทบของสื่อที่มีต่อเด็ก ได้แก่ สื่อลามกอนาจาร ความรุนแรงในสื่อ (เช่น ตบตี ฆ่าตัวตาย การก่ออาชญากรรม เด็กติดเกม) พฤติกรรมการติดเครือข่ายสังคมออนไลน์ (เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไฮไฟว์) การมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร และความเสี่ยงในวันวาเลนไทน์ การแต่งกายวาบวาม การใช้สื่อไม่เหมาะสม (เช่น CamFrog ใช้มือถือถ่ายคลิปโป๊แล้วไปเผยแพร่ในที่สาธารณะ) การอ่านหนังสือน้อย การพนัน การถูกล่อลวง หรือข่มขู่ การฉายภาพกลุ่มคนรักเพศเดียวกัน หรือชาย

แต่งหนังสือ โดยสื่อที่ให้ความสำคัญมาก คือ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ และหนังสือการ์ตูนโป๊

4) เนื้อหาเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ที่เกิดขึ้นกับเด็กและสื่อ ได้แก่ นโยบายสื่อสร้างสรรค์สำหรับเยาวชน การจัดตั้งกองทุนสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว การจัดเรตติ้ง การควบคุมโฆษณา เช่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ขนมขบเคี้ยว บุหรี่ และโฆษณาผิดศีลธรรม การจัดสื่อร้าย ขยายสื่อดี เช่น การจัดการสื่อลามกอนาจาร และการขยายพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ คลื่นสีขาวสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว การรณรงค์ให้เด็กและเยาวชนรักการอ่าน การรณรงค์สัปดาห์ปิดทีวี เพื่อสร้างวินัยและใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ การใช้สื่อภาพยนตร์เพื่อกระตุ้นจินตนาการและการถ่ายทอดความคิด การใช้สื่อหลากหลายเพื่อเคลื่อนไหวทางสังคม เช่น หนังสือละคร ภาพยนตร์ เกม นิทาน และเว็บไซต์ การรณรงค์ร้านเกมสีขาว และการรณรงค์รู้เท่าทันสื่อ

ขณะที่เนื้อหาจากการวิเคราะห์เอกสาร หนังสือ งานวิจัยและโครงการของ สสย. พบว่า มีเนื้อหาใน 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) การเฝ้าระวังสื่อและเนื้อหาในสื่อ 2) การสร้างความตระหนักในปัญหา ประกอบด้วย สื่อเพื่อเด็กมีจำนวนน้อย เด็กมีการอ่านหนังสือน้อย การส่งเสริมให้ผู้ผลิตสื่อตระหนักและผลิตสื่อสำหรับเด็ก โดยสื่อที่ให้น้ำหนักความสำคัญ ได้แก่ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ นิตยสาร และหนังสือ

3) การเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว ประกอบด้วย ประเด็นต่างๆ คือ รัฐควรส่งเสริมสนับสนุนสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก ผู้ปกครองควรช่วยจัดสรรเวลาดูโทรทัศน์ สื่อรายการ และให้คำแนะนำเด็กในการคิดวิเคราะห์สื่อ เด็กควรมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ เพื่อให้เป็นสื่อของเด็ก โดยเด็กและเพื่อเด็ก การใช้สื่อที่บ้าน สื่อวัฒนธรรม และการสื่อสารการแสดงเพื่อสร้างสรรค์เด็ก การรณรงค์รักการอ่าน การรู้เท่าทันสื่อ

4) การสร้างองค์ความรู้ ประกอบด้วย ประเด็นการผลิตชุดหนังสือเพื่อให้ความรู้ (เช่น การพัฒนานักสื่อสารรักการอ่านโดยใช้เทคนิคการละคร) การพัฒนาช่องทางการสื่อสารเพื่อให้สื่อดีได้รับการเผยแพร่ การพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต การสนับสนุนการผลิตสื่อต้นแบบ การสร้างกระแสสังคมและการมีส่วนร่วม หนังสือ "คู่มือพ่อแม่มือโปร ดูโทรทัศน์กับลูก" การพัฒนาทักษะชีวิต เยาวชน การรู้เท่าทันสื่อ การเฝ้าระวังสื่อ การจัดระดับความเหมาะสมของรายการ (Rating) รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก การปกป้องเด็กจากสื่อที่มีความรุนแรง ลามกอนาจารและเป็นภัยต่อเด็ก การพัฒนาสื่อปลอดภัยและสื่อสร้างสรรค์ ตลอดจนการส่งเสริมการอ่านการสร้างองค์ความรู้

เกี่ยวกับเอกสักษณ์ การสร้างผลงานสื่อที่สัมพันธ์กับบริบททางวัฒนธรรมงานวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและเนื้อหารายการของเด็ก พฤติกรรมการเปิดรับชมโทรทัศน์ของครอบครัว ความรุนแรงในสื่อและทัศนคติของเด็กและพ่อแม่ต่อความรุนแรง การตลาดหนังสือเด็กไม่ได้ขาดแคลน แต่ผู้ปกครองต้องสนับสนุนให้เด็กอ่านหนังสือหลากหลาย นอกจากแบบเรียน อิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ต่อเด็กทั้งทัศนคติ พฤติกรรมและค่านิยม การสำรวจสถานภาพการรู้เท่าทันสื่อ การศึกษาแนวทางการจัดทำกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ รวมทั้ง การศึกษาการจัดตั้งองค์กวีอิสระเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคด้านสื่อและบทเรียนจากนานาชาติ

5) กิจกรรมการสร้างเครือข่ายและการสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย ประกอบด้วย การระดมความคิดเห็นภาควิชาการเพื่อแก้ปัญหาสื่อ การพัฒนาการสื่อสารการแสดงเพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว การสร้างเครือข่ายเยาวชนในการสร้างชุมชน สืบสานวัฒนธรรมและสื่อพื้นบ้าน การรู้เท่าทันสื่อ เช่น การพัฒนาศักยภาพแกนนำครูและนักเรียนรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต การจัดโครงการเพื่อให้เด็กและเยาวชนวิเคราะห์สื่อและเฝ้าระวังสื่อ การสร้างการเรียนรู้และถอดความรู้การผลิตภาพยนตร์สั้น การส่งเสริมให้ผู้ผลิตสื่อตระหนักและผลิตสื่อที่เหมาะสมสำหรับเด็ก (เช่น รายการวิทยุสำหรับเด็ก และรายการในวิทยุชุมชน) การบูรณาการสื่อและภาคส่วนต่างๆ ทั้ง ราชการและเอกชน เพื่อประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ค่านิยมรักการอ่านและการอ่านนิทาน การสร้างความรักความผูกพันในครอบครัว การส่งเสริมทักษะ จินตนาการและสุขภาพ การเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์ให้เด็กได้ทำกิจกรรมที่ดี

เมื่อวิเคราะห์ประเด็นการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับเด็กและสื่อจากเว็บไซต์ของ สสย. พบว่า เนื้อหาที่เผยแพร่มีประเด็นสำคัญ 6 ประเด็น ได้แก่ สื่อและพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเด็ก โดยเฉพาะโทรทัศน์และวิทยุ การส่งเสริมการอ่าน การรู้เท่าทันสื่อ ปัญหาเกมคอมพิวเตอร์และสื่ออินเทอร์เน็ต เนื้อหาสื่อที่ไม่เหมาะสม ได้แก่ เพศ ลามกอนาจารและความรุนแรง การจัดระดับความเหมาะสมของรายการ (Rating)

ส่วนองค์กรที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนทางสังคม เกี่ยวกับประเด็นสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน นับตั้งแต่ปี 2549 – 2554 รวมระยะเวลาร่วม 6 ปี พบว่า องค์กรที่ทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนทางสังคมเกี่ยวกับประเด็นสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน มีรวม 736 หน่วยงาน โดยหน่วยงานที่มีข่าวความเคลื่อนไหวทางสังคมมากที่สุด 3 กลุ่มแรก ได้แก่ กลุ่มสื่อมวลชน กลุ่มองค์กรเคลื่อนไหวทางสังคม (NGOs) และกลุ่มหน่วยงานของรัฐ ตามลำดับ ทั้งนี้ ในกลุ่มสื่อมวลชน หน่วยงานที่มีการเคลื่อนไหวมากที่สุด คือ แจงวิมจอ (คอลัมน์นิสต์ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ) ส่วนกลุ่มองค์กร

เคลื่อนไหวทางสังคม คือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ขณะที่กลุ่มหน่วยงานของรับ คือ กระทรวงวัฒนธรรม

แนวทางการขับเคลื่อนของแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน(สสย.) ในอนาคตจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้เชี่ยวชาญจากคณะกรรมการกำกับทิศทางแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน และผู้เชี่ยวชาญในกลุ่มเครือข่าย (กลุ่มที่ทำงานร่วมกับอย่างใกล้ชิด) และกลุ่มพันธมิตร (กลุ่มที่ทำงานร่วมกันเฉพาะกิจ หรือร่วมกันทำงานในบางครั้งคราวตามแต่ละประเด็น) ของ สสย. ซึ่งมีทั้งเครือข่ายเชิงวิชาการและเชิงการปฏิบัติ สรุปผลการวิจัยได้ว่า

1. การขับเคลื่อนระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน

1.1) ภาพรวม

ทิศทางการทำงานเพื่อการพัฒนาสื่อเพื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนไทยอย่างยั่งยืน หลายฝ่ายยังคงตั้งความหวังให้ผู้ที่มีอำนาจในการกำกับดูแลด้านนโยบายอย่าง กสทช. มีนโยบายที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมในทางปฏิบัติ ทั้งในแง่ของการออกกฎระเบียบ การตรวจสอบ ตลอดจนการจัดสรรพื้นที่สำหรับเยาวชนในสื่อชนิดต่างๆ และสิ่งสำคัญที่สุดคือการเปิดโอกาสให้เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อเพื่อตนเอง ทั้งนี้สถาบันทางการศึกษาก็สามารถเข้ามาช่วยในการถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการและเผยแพร่องค์ความรู้ เพื่อให้ประชาชนรู้เท่าทันสื่อ สามารถมีภูมิคุ้มกัน และตรวจสอบสื่อเพื่อรักษาผลประโยชน์ของตนได้

นอกจากนี้ยังมีข้อเสนอแนะที่หลากหลายเพิ่มเติมว่าควร มีเป้าหมายและความชัดเจนในการดำเนินงานตามแผนงานต่างๆ ให้เห็นเป็นรูปธรรม และการหาแนวทางการดำเนินงานที่ปราศจากการแทรกแซงจากระบบการเมือง ตลอดจนควรมีการติดตามและประเมินผลด้วย

1.2) การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์

หลายฝ่ายต่างต้องการเห็นการเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจริงผ่านความร่วมมือกันของสื่อรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น สื่อสาธารณะ สื่อพาณิชย์ (Commercial Media) ตลอดจนสื่อภาคประชาชน อย่างเช่น สื่อชุมชน หรือสื่อประเพณี โดย การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชนนั้นสามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งการเพิ่มพื้นที่ทางความคิดด้วยการเปิดโอกาสให้เด็กและเยาวชนเข้ามามีส่วนในการนำเสนอแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการเปิดพื้นที่สำหรับเด็ก

เยาวชนบนสื่อเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทุกฝ่ายเห็นตรงกันว่า การเพิ่มพื้นที่สำหรับเยาวชนนั้นต้องได้รับการสนับสนุนเชิงนโยบายจากภาครัฐ และการมีกองทุนเพื่อการพัฒนาสื่อ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนทั้งในเชิงนโยบายและการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ สสย. ยังควรมุ่งเน้นการพัฒนาสื่อภาคประชาชน ด้วยการให้ความช่วยเหลือความรู้ด้านการผลิตสื่อเพิ่มเติม และสร้างการมีส่วนร่วมภายในชุมชน เพื่อให้เกิดพื้นที่สร้างสรรค์ที่แท้จริง

1.3) การเพิ่มความหลากหลายในเนื้อหา

การเพิ่มความหลากหลายในเนื้อหานั้นเป็นการมองหาปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งเสริมให้เกิดการสร้างเนื้อหาสำหรับเยาวชนอย่างหลากหลายมิติ ซึ่งต้องอาศัย 2 ปัจจัยคือความสนใจของผู้รับสารเป็นหลัก ซึ่งได้แก่เด็ก ในขณะที่อีกส่วนหนึ่งคือผู้ผลิตสื่อจะต้องมีความสร้างสรรค์และมีการเรียนรู้องค์ความรู้ใหม่ๆ ด้วยการสร้างองค์ความรู้ให้แก่ผู้ผลิตสื่อ โดยอาศัยความร่วมมือจากสถาบันทางการศึกษาและ สสย. ในการพัฒนาผู้เรียน นอกจากนี้ยังเห็นว่ากองทุนสื่อสร้างสรรค์สามารถเป็นกลไกหนึ่งในการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตรายการ และควรทำให้ครอบคลุมในทุกๆ ด้านไม่เพียงเฉพาะแต่ผู้ผลิตรายการเท่านั้น โดยการบริหารจัดการควรเป็นองค์กรอิสระที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือหลายฝ่ายและปราศจากการแทรกแซงของภาครัฐและฝ่ายการเมือง

1.4) การสร้างความรับผิดชอบของฝ่ายต่างๆ

การสร้างความรับผิดชอบต่อฝ่ายต่างๆ นั้นเกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วนทั้งผู้ผลิต ผู้รับสาร เครือข่ายของ สสย. และภาควิชาการ โดยแนวทางการสร้างความเข้มแข็งให้กับความรับผิดชอบต่อผู้ผลิตเนื้อหาสื่อเด็กและเยาวชน ควรมีองค์กรหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบควบคุมดูแลทั้งในด้านกฎหมายและจริยธรรม ทั้งนี้ประชาชนจะต้องเป็นพลังทางสังคมในการร่วมกันดูแล คัดกรองสื่อที่ดีและไม่ดี และมีความตื่นตัวและรู้เท่าทันสื่ออยู่เสมอ ซึ่งอาจต้องอาศัยความร่วมมือร่วมมือจากสถานศึกษา และ สสย. ในการให้ความรู้ โดยการสร้างหลักสูตรเพื่อให้ความรู้แก่เด็กและเยาวชนในสถานศึกษา และสร้างแหล่งเรียนรู้ตามชุมชน เพื่อให้เกิดการใช้ความรู้ในเชิงบูรณาการ นอกจากนี้ยังสามารถนำผลงานทางวิชาการเช่น งานวิจัย มาใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการผลักดันในเชิงนโยบายด้านสื่อสำหรับเยาวชนได้

2. การรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็ก

2.1) ผู้ส่งสาร (Sender)

ผู้ส่งสารเป็นส่วนสำคัญต่อการทำการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็ก ซึ่งมีปัญหาการขาดความต่อเนื่องและจริงจังในการติดตามประเด็นในการนำเสนอข่าวหรือทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในประเด็น

สื่อกับเด็กนั้น ทุกฝ่ายเห็นว่าควรแก้ไขปัญหาดังกล่าว ด้วยการมีกองทุนพัฒนาสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก การสร้างองค์กรกลางเพื่อทำหน้าที่ขับเคลื่อน มีการสร้างเครือข่ายเพื่อเผยแพร่และถ่ายทอดความรู้ เพื่อให้เกิดกลไกการมีส่วนร่วม มีสถาบันวิชาการสนับสนุนและ มีการติดตามประเมินผลจากผู้บริโภค ส่วนการบริหารจัดการหน่วยงานที่รณรงค์สื่อกับเด็ก โดยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าควรมีรูปแบบองค์กรอิสระ ไม่อยู่ภายใต้กระทรวง แต่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของ พรบ. เพื่อให้มีความมั่นคง ยังไม่เห็นด้วยหากจะใช้วิธีการเดียวกับบริษัทเอกชน ทั้งนี้จะต้องสามารถทำงานเชื่อมโยงกับทั้งภาครัฐและประชาชนได้เป็นอย่างดี ส่วนทิศทางการขับเคลื่อนภารกิจและกลยุทธ์ของ สสย. ต่อไปในอนาคตนั้น จะต้องนำแนวทางที่เคยใช้มาประเมินผล แล้วนำจุดบกพร่องมาพัฒนาเพิ่มเติมโดยอาศัยกลไกต่างๆ เช่น การสร้างความตระหนักด้านการรับสื่อ การสร้างเครือข่าย และการเชื่อมโยงกับคนในชุมชน เป็นต้น

2.2) สาร (Message)

มีความต้องการจะพัฒนาสารที่ใช้ในการรณรงค์เพื่อให้เกิดความครอบคลุมต่อผู้เกี่ยวข้องทุกส่วน ซึ่งการให้น้ำหนักต่อประเด็นสำคัญต่างๆ ที่ผ่านมามีความสำคัญ แต่สิ่งที่จะต้องระมัดระวังก็คือการนำเสนอประเด็นที่เป็นเชิงลบมากเกินไป จึงควรหันมาเพิ่มหรือเน้นประเด็นที่เป็นเชิงบวกให้มากยิ่งขึ้นจะเป็นการนำเสนอที่สร้างสรรค์มากกว่า สำหรับแนวทางที่จะทำให้เนื้อหาที่จะสื่อสารมีความน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย ส่วนหนึ่งมีความคิดเห็นว่าจะต้องแยกกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และให้ความสำคัญในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้แก่ผู้ผลิตสื่อ ให้นำวิธีการทางเทคนิคหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เอามาช่วยในการนำเสนอให้มีความน่าสนใจ โดยความความถี่ในการสื่อสาร ควรจะดูที่ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และความสอดคล้องต่อกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่วางเอาไว้ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการผลิตสารเพื่อสื่อสารในสื่อทางเลือก สื่อใหม่ และการสื่อสารภายในโรงเรียนด้วย

2.3) ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

ที่ผ่านมา สสย. ได้ดำเนินการรณรงค์ผ่านทางช่องทางต่างๆ อย่างหลากหลายเพื่อต้องการจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งทิศทางต่อจากนี้ควรมีการนำเนื้อหา มาดัดแปลงเพื่อใช้กับสื่อประเภทต่างๆ ให้มีความคุ้มค่า รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ในการแลกเปลี่ยนความคิด นอกจากนี้ยังควรสร้างการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายกลุ่มต่างๆ ด้วย โดยความถี่ในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายควรเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ช่องทางการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงเด็กและผู้ปกครองนั้น ควรมีการวิจัยเก็บข้อมูลด้านสื่อว่าสื่อใดมีความเหมาะสมต่อผู้รับสารที่มีความแตกต่างหลากหลาย โดยให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายใน

โรงเรียน และการพัฒนาการสื่อสารผ่านทางสื่อใหม่ด้วย (New Media) แต่ส่วนใหญ่ยังไม่เห็นด้วย หาก สสย.จะผลิตรายการทีวีหรือวิทยุเป็นของตนเอง

2.4) ผู้รับสาร (Audience)

ผู้รับสารถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของการรณรงค์ ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะเด็ก ผู้ปกครอง สื่อมวลชน ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเชิงนโยบาย ตลอดจนประชาชนทั่วไป โดยวิธีการที่จะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสนใจประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเด็กมากกว่าในปัจจุบัน ก็คือการสร้างความตระหนักและจิตสาธารณะให้เกิดขึ้นว่าประเด็นเรื่องเด็กและเยาวชนนั้นมีความสำคัญ โดยทิศทางการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ ในการผลักดันให้เกิดสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชน จำเป็นจะต้องใช้วิธีการที่เหมาะสมเฉพาะกลุ่ม มีหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการผลักดันด้านสื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กและเยาวชนโดยเฉพาะ และภาครัฐควรเข้ามาให้การสนับสนุน ทั้งในเรื่องของงบประมาณและแนวคิดเชิงนโยบาย

แนวทางการขับเคลื่อนของแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน(สสย.) ในอนาคตจากความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงาน

จากการสำรวจความคิดเห็นผู้ปฏิบัติงานในกลุ่มเครือข่าย สสย. ทั้งเครือข่ายเชิงวิชาการ และเชิงการปฏิบัติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุมากกว่า 35 – 45 ปี เป็นนักวิชาชีพ อยู่ในองค์กรเคลื่อนไหวทางสังคม จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชนและ/หรือสื่อมากกว่า 10 ปีขึ้นไป และเคยเป็นแกนนำในการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชนและ/หรือสื่อมาแล้ว โดยประเด็นของการเคลื่อนไหวมากที่สุดคือ สื่อสำหรับเด็กและเยาวชน พื้นที่สร้างสรรค์สื่อ การสื่อสารโทรคมนาคม และพระราชบัญญัติกองทุนสื่อสร้างสรรค์

กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า สสย.ควรมุ่งเน้นภารกิจไปที่การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ของเด็กและเยาวชนมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพและความหลากหลายในเนื้อหาสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน การขยายเครือข่ายทั้งในแนวราบ (เพิ่มเครือข่ายใหม่) และแนวตั้งหรือแนวลึก (การสร้าง กระชับความร่วมมือและความสัมพันธ์กับเครือข่าย) การสร้างเสริมความรับผิดชอบของทุกฝ่ายต่อเด็กและเยาวชน ตามลำดับ

รูปแบบการสื่อสารและการรณรงค์ที่ สสย. ควรเน้นหรือให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การจัดกิจกรรม ร่องลงมา คือ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ การเผยแพร่ทางเว็บไซต์ การจัดเสวนา และการจัดพิมพ์หนังสือ ตามลำดับ ส่วนสื่อที่ควรให้น้ำหนักมากที่สุดในการสื่อสาร ได้แก่ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต สื่อภายในโรงเรียน วิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ

ส่วนประเด็นที่ สสย. ควรใช้ประโยชน์จากเนื้อหาที่มีมาดัดแปลงเพื่อใช้เผยแพร่ในสื่อประเภทต่างๆ หรือไม่ พบว่า สัดส่วนมีความใกล้เคียงกันระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วย และหาก สสย. จะผลิตรายการโทรทัศน์หรือวิทยุเป็นของตนเองนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยมาก โดยให้เหตุผลว่าจะเป็นช่องทางในการเผยแพร่เนื้อหาไปยังกลุ่มเป้าหมายกว้างขวางขึ้น ทำให้เกิดการรับรู้และเข้าใจในภารกิจของ สสย. แก่ประชาชน อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายได้อีกด้วย ส่วนผู้ที่ไม่เห็นด้วยให้เหตุผลว่า สสย. ขาดความชำนาญและมีข้อจำกัดด้านเงินทุนในการดำเนินงาน

หากว่าในอนาคต สสย. ไม่ได้มีบทบาทในการเป็นตัวกลางเชื่อมประสานแหล่งทุนให้กับภาคีเครือข่ายดังเช่นในปัจจุบัน ภาคีเครือข่ายจะดำเนินการจัดหาแหล่งทุนจากภาครัฐและองค์กรอิสระมากที่สุด โดยวิธีในการเข้าถึงแหล่งทุนส่วนใหญ่ คือ การสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง พัฒนากิจกรรมให้สอดคล้องกับพื้นที่และนำเสนอโครงการดังกล่าวต่อแหล่งทุน ทั้งนี้ กลไกในการดำเนินการเพื่อหาแหล่งทุนสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การพยายามผลักดันให้เป็นวาระแห่งชาติ โดยมีกฎหมายรองรับและสนับสนุนให้มีการจัดตั้งกองทุนสื่อสร้างสรรค์

สำหรับการปรับบทบาทของ สสย. ในการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่ายนั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า สสย. ควรปรับบทบาทไปเป็นศูนย์กลางสนับสนุนด้านองค์ความรู้ การขับเคลื่อนนโยบายและเชื่อมประสานเครือข่ายต่างๆ มากที่สุด ขณะที่ภาคีเครือข่ายเองก็ควรปรับตัวเพื่อขับเคลื่อนประเด็นสื่อกับเด็กเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยการศึกษาพฤติกรรมมารับสื่อของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เข้าถึงได้อย่างถูกต้อง และสามารถผลิตสื่อเฉพาะกลุ่มให้สอดคล้องและเหมาะสมกับช่วยวัยของผู้รับสาร ส่วนทิศทางการทำงานในอนาคตขององค์กรที่ขับเคลื่อนด้านสื่อกับเด็กนั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าองค์กรเหล่านี้ควรส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่าย สร้างเยาวชนในทุกภูมิภาคเพื่อให้เป็นแกนนำในการขับเคลื่อนด้านสื่อกับเด็กต่อไป

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็กในภาพรวมนั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. รัฐควรเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงานที่เกี่ยวกับการรณรงค์สื่อเพื่อเด็ก และเยาวชนในทุกด้าน
2. การเคลื่อนไหวทางสังคมในเรื่องเด็กและเยาวชน ควรจะมีการบูรณาการกับการเคลื่อนไหวทางสังคมในเรื่องอื่นๆ ด้วย จึงจะเกิดผลในทางปฏิบัติ
3. กองทุนสื่อสร้างสรรค์ เป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินการเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน
4. การเคลื่อนไหวทางสังคมจะมีประสิทธิผล หากมีการจัดโครงสร้างระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน
5. โครงสร้างระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน ควรเน้นที่การจัดสรรทรัพยากรสื่อให้เพียงพอต่อการเรียนรู้อย่างหลากหลาย
6. โครงสร้างระบบสื่อฯ ควรเน้นที่การสร้างโอกาสในการเข้าถึงสื่อ
7. โครงสร้างระบบสื่อฯ ควรเน้นที่การปกป้องเด็กและเยาวชนจากสื่อที่ไม่เหมาะสม
8. โครงสร้างระบบสื่อฯ ควรเน้นที่การมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชน
9. การเพิ่มพื้นที่สื่อเด็กและเยาวชนในปัจจุบัน ควรเน้นที่สื่อสาธารณะ
10. การเพิ่มพื้นที่สื่อเด็กและเยาวชนในปัจจุบัน ควรเน้นที่สื่อภาคประชาชน
11. การพัฒนาคุณภาพเนื้อหาทำได้โดยการเพิ่มศักยภาพผู้ผลิตสื่อ
12. กลไกสำคัญในการสร้างสรรค์สื่อเด็กและเยาวชน คือการสร้างการรู้เท่าทันสื่อ
13. การพัฒนาระบบสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนควรเพิ่มศักยภาพของสื่อในชุมชน
14. การพัฒนาระบบสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนจำเป็นต้องมีกลไกด้านการเงินสนับสนุน
15. กลไกด้านการเงินที่จะสนับสนุนการพัฒนาระบบสื่อ ควรอยู่ในรูปกองทุนสื่อสร้างสรรค์
16. การบริหารจัดการกองทุนเพื่อการพัฒนาสื่อ ควรอยู่ในรูปองค์กรอิสระ
17. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับประเด็นผลกระทบของสื่อต่อเด็ก เช่น ลามกอนาจาร ความรุนแรง เด็กติดเกม เพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร เป็นต้น
18. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับประเด็นของการเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์ของสื่อต่างๆ สำหรับเด็ก
19. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับการสร้างการรู้เท่าทันสื่อ

20. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการอ่านในกลุ่มเด็กและเยาวชน
21. ช่องทางการสื่อสารที่ควรให้ความสำคัญมากเป็นพิเศษนอกเหนือจากสื่อสารมวลชน คือ การสื่อสารภายในโรงเรียน
22. ช่องทางการสื่อสารที่ควรให้ความสำคัญมากเป็นพิเศษนอกเหนือจากสื่อสารมวลชน คือ การสื่อสารผ่านทางสื่อใหม่

ทั้งนี้ ในทุกประเด็นที่เกี่ยวกับการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็กในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างทุกคนเห็นสอดคล้องกัน ยกเว้นเพียง 2 ประเด็นเท่านั้นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นต่างกันภายในกลุ่ม ได้แก่ การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นบทบาทของผู้ผลิตเนื้อหาที่จะกำกับดูแลตนเอง และการกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นบทบาทของภาครัฐ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยว่า ลักษณะประชากรและภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็กในภาพรวมหรือไม่นั้น พบว่าส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์กัน ยกเว้นเพศมีความสัมพันธ์กับประเด็น 1) โครงสร้างระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชนควร เน้นที่การจัดสรรทรัพยากรสื่อให้เพียงพอต่อการเรียนรู้ที่หลากหลาย 2) การพัฒนาคุณภาพเนื้อหาทำได้โดยการเพิ่มศักยภาพผู้ผลิตสื่อ 3) การพัฒนาระบบสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนควรเพิ่มศักยภาพของสื่อในชุมชน

อายุ มีความสัมพันธ์กับประเด็นที่ว่า 1) โครงสร้างระบบสื่อฯ ควรเน้นที่การมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชน 2) การพัฒนาคุณภาพเนื้อหาทำได้โดยการวิจัยด้านสื่อกับเด็ก 3) การพัฒนาคุณภาพเนื้อหาทำได้โดยการเพิ่มศักยภาพผู้ผลิตสื่อ 4) กลไกที่สำคัญในการสร้างสรรค์สื่อสำหรับเด็กและเยาวชน คือ การใช้ระบบเรตติ้ง 5) การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับประเด็นการจัดระดับความเหมาะสมของรายการ (เรตติ้ง) และช่วงเวลารายการ

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับประเด็นที่ว่า 1) การที่องค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสนใจประเด็นสื่อกับเด็กเป็นจำนวนมาก แต่ขาดความต่อเนื่องและจริงจังจะเป็นอุปสรรคต่อการเคลื่อนไหวทางสังคม 2) การเคลื่อนไหวทางสังคมในเรื่องเด็กและเยาวชน ควรจะมีการบูรณาการกับการเคลื่อนไหวทางสังคมในเรื่องอื่นๆ ด้วย จึงจะเกิดผลในทางปฏิบัติ 3) โครงสร้างระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน ควรเน้นที่การจัดสรรทรัพยากรสื่อให้เพียงพอต่อการเรียนรู้ที่หลากหลาย 4) กลไกที่สำคัญในการสร้างสรรค์สื่อเด็กและเยาวชน คือ การใช้ระบบเรตติ้ง 5) การ

เคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับประเด็นการจัดระดับความเหมาะสมของรายการ (เรตติ้ง) และช่วงเวลารายการ 6) การพัฒนาระบบสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนควรเพิ่มศักยภาพของสื่อ ในชุมชน 7) การบริหารจัดการกองทุนเพื่อการพัฒนาาระบบสื่อ ควรอยู่ในรูปองค์กรอิสระ

หน่วยงานที่ทำงาน มีความสัมพันธ์กับประเด็นที่ว่า 1) โครงสร้างระบบสื่อเพื่อการพัฒนา เด็กและเยาวชน ควรเน้นที่การจัดสรรทรัพยากรสื่อให้เพียงพอต่อการเรียนรู้ที่หลากหลาย 2) การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นอำนาจและบทบาทของผู้บริโภค 3) การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็น บทบาทขององค์กรอิสระ 4) การบริหารจัดการกองทุนเพื่อการพัฒนาาระบบสื่อ ควรอยู่ในรูปองค์กร อิสระ

การศึกษาสูงสุด มีความสัมพันธ์กับประเด็นที่ว่า 1) การพัฒนาคุณภาพเนื้อหาทำได้โดย การเพิ่มศักยภาพผู้ผลิตสื่อ 2) การพัฒนาระบบสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนจำเป็นต้องมีกลไกด้าน การเงินสนับสนุน

ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชนและ/หรือสื่อ มีความสัมพันธ์กับ ประเด็นที่ว่า กลไกที่สำคัญในการสร้างสรรค์สื่อเด็กและเยาวชน คือ การสร้างการรู้เท่าทันสื่อ

ประสบการณ์ในการเป็นแกนนำเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชน และ/หรือ สื่อ มีความสัมพันธ์กับประเด็นที่ว่า การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับประเด็นของ การเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์ของสื่อต่างๆ สำหรับเด็ก

ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนทางสังคม

1. จากภาพรวมของการเคลื่อนไหวทางสังคม พบว่า เนื้อหาเกี่ยวกับสื่อสำหรับเด็กและ เยาวชนส่วนใหญ่มักเป็นเนื้อหาในเชิงลบมากกว่าเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ แม้ว่าเนื้อหา ด้านลบจะเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อชี้ให้เห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้น แต่การนำเสนอเนื้อหาเชิงลบ มาเกินไป อาจจะทำให้สังคมเกิดภาพตายตัว (Stereotype) ว่า กลุ่มผู้เคลื่อนไหวทาง สังคมมีมุมมองในด้านลบต่อสังคมตลอดเวลา ดังนั้น การนำเสนอเนื้อหาในเชิง สร้างสรรค์จะเป็นการสร้างสมดุลในเนื้อหา และสามารถดึงความสนใจให้กลุ่มเป้าหมายเปิดรับมากขึ้นหรืออย่างน้อยเพื่อเปลี่ยนทัศนคติในเชิงลบให้เป็นกลางหรือเป็น บวกมากขึ้น อันจะนำไปสู่การสร้างความร่วมมือได้มากยิ่งขึ้นในอนาคต

2. การปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอ โดยการออกแบบสารให้มีความน่าสนใจต่อสื่อมวลชน เพื่อนำไปขยายผลต่อ หรือการออกแบบสารให้ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ก็เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่นักเคลื่อนไหวทางสังคมควรให้ความสำคัญ ซึ่งจากการวิจัยเอกสารพบว่า เนื้อหาที่สื่อสารโดยนักเคลื่อนไหวทางสังคม รวมทั้ง สสย.มักจะนำเสนอจากมุมมองของนักเคลื่อนไหวทางสังคม แต่ขาดการพิจารณาจากมุมมองหรือความสนใจของผู้รับสาร เช่น ผู้รับสารจะสนใจประเด็นที่เป็นเรื่องใกล้ตัวและมีผลกระทบต่อตนเอง รวมทั้งวิธีการนำเสนอต้องมีความน่าสนใจ โดยอาศัยการโน้มน้าวใจเชิงอารมณ์ ไม่ว่าจะเป็นอารมณ์ขัน สนุกสนาน สร้างความประหลาดใจ หรือสร้างความประทับใจ แทนที่จะใช้เพียงการโน้มน้าวใจด้วยความกลัวหรือวิตกกังวลที่พบอย่างมากในปัจจุบัน
3. นักเคลื่อนไหวทางสังคม ควรปรับลดบทบาทในการสื่อสาร จากการเป็นผู้เฝ้าระวัง (ปัญหา) ทางสังคมและการเป็นผู้รู้ (ให้คำแนะนำ วิพากษ์วิจารณ์ และเสนอวิธีการแก้ปัญหา) ไปเป็นการเพิ่มบทบาทการเป็นนักเรียนรู้ทางสังคม กล่าวคือ บทบาทของการนำเสนอสิ่งทีภาคส่วนต่างๆ ซึ่งทำงานอย่างสร้างสรรค์เกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนมาขยายผลในวงกว้าง หรือการเรียนรู้ภูมิปัญญาของภาคส่วนต่างๆ ที่ดำเนินการได้อย่างดีมาเผยแพร่ในวงกว้าง อันเป็นการเรียนรู้จากผู้ที่ทำดีให้สังคมได้เรียนรู้และเติบโตทางปัญญาร่วมกัน
4. เนื่องจากนักเคลื่อนไหวทางสังคม มักมีข้อจำกัดในด้านทรัพยากรในการดำเนินงาน วิธีการแก้ปัญหาดังกล่าว สามารถทำได้อย่างน้อย 2 วิธี คือ หนึ่ง) การรวมทรัพยากรจากหน่วยงานต่างๆ ที่ขับเคลื่อนทางสังคมในประเด็นเดียวกันหรือเกี่ยวเนื่องกัน เพื่อขับเคลื่อนไปด้วยกัน อันจะช่วยให้การใช้ทรัพยากรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งทรัพยากรครอบคลุมทั้ง เวลา สถานที่ บุคลากร และงบประมาณดำเนินการ สอง) การหาพันธมิตรภาคธุรกิจเอกชน ซึ่งเป็นผู้ที่มีทรัพยากรมาร่วมกันขับเคลื่อนประเด็นทางสังคม อันเป็นการแก้ปัญหาในลักษณะได้ประโยชน์ทั้งสองฝ่าย (Win-Win Solution) ทั้งนี้ สำหรับรายละเอียดและเงื่อนไขที่เหมาะสมในการร่วมงานกัน ต้องพิจารณาตามความเหมาะสมด้วย
5. การเร่งให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมายให้รู้เท่าทันสื่อเป็นสิ่งสำคัญ นักเคลื่อนไหวทางสังคมต้องเร่งดำเนินการ และขยายผลให้เกิดในทางปฏิบัติมากกว่าในปัจจุบัน ที่มักมี

การจัดกิจกรรมอบรม ใช้การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ และรายการโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีแต่ยังมีไม่เพียงพอ ควรพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนการรู้เท่าทันสื่อในหลักสูตรการเรียนการสอนทั้งระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา โดยผลักดันผ่านกระทรวงศึกษาธิการในอีกทางหนึ่งด้วย

6. นักเคลื่อนไหวทางสังคมเน้นการใช้สื่อกิจกรรมในการให้ความรู้ หรือดึงดูดความสนใจจากสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าว แต่สื่อกิจกรรมต้องอาศัยงบประมาณและระยะเวลาในการดำเนินงาน ดังนั้น นักเคลื่อนไหวทางสังคมไม่ควรเน้นสื่อกิจกรรมมากนัก หากแต่ต้องอาศัยเทคนิคการประชาสัมพันธ์ในการบริหารประเด็นข่าว ซึ่งใช้ทรัพยากรในการดำเนินการน้อย แต่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดี
7. สื่อโทรทัศน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นสิ่งที่มีศักยภาพสูงในการขับเคลื่อนประเด็นทางสังคม ดังนั้น นักเคลื่อนไหวทางสังคมต้องใช้ประโยชน์จากสื่อทั้งสองประเภทให้มากขึ้น วิธีการหนึ่ง คือ ใช้การรวมทรัพยากรดังที่ได้กล่าวมาแล้ว อีกทางหนึ่งควรมีการทำประชาสัมพันธ์อย่างเต็มรูปแบบ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนและสร้างประเด็นข่าวชิงพื้นที่สื่อประชาสัมพันธ์โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ขณะที่เครือข่ายสังคมออนไลน์แม้จะมีใช้ในปัจจุบัน แต่ยังขาดความน่าสนใจ จึงต้องพัฒนาโดยในช่วงแรกอาจต้องอาศัยมืออาชีพ หรือผู้เชี่ยวชาญมาวางรูปแบบและวิธีการทำงานเพื่อเพิ่มศักยภาพของเครือข่ายสังคมออนไลน์
8. นักเคลื่อนไหวทางสังคมควรประยุกต์ใช้วิธีคิดวิธีทำงานจากภาคธุรกิจเอกชน มาปรับใช้กับการทำงานเชิงสังคมอย่างเหมาะสม เนื่องจากภาคธุรกิจเอกชนจะให้ความสนใจกับ "ผล" ของงานมากกว่า "กระบวนการทำงาน" ซึ่งมักต่างจากนักเคลื่อนไหวทางสังคมที่มักเน้นกระบวนการทำงานมากกว่าผล ดังนั้น โอกาสประสบความสำเร็จของภาคเอกชนจึงมีมากกว่า นักเคลื่อนไหวทางสังคมจึงควรเน้นผลให้มากขึ้น นอกจากนี้ภาคธุรกิจยังเน้นวิธีทำงานที่ "ทำน้อยแต่ได้มาก" กล่าวคือ แผนดำเนินงานจะไม่เน้นปริมาณงานจำนวนมากๆ หลายโครงการ หากแต่จะพิจารณาเลือกดำเนินงานเฉพาะแผนงานที่มีผลกระทบสูงต่อการบรรลุเป้าหมายองค์กรเท่านั้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล เนื่องจากปริมาณงานที่มาก แต่ไม่เกิดผลกระทบน้อย จะบั่นทอนประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร ทำให้เกิดความเหนื่อยล้าและขาดความคิดสร้างสรรค์

9. นักเคลื่อนไหวทางสังคม ไม่ควรให้น้ำหนักการฝากความหวังในการแก้ปัญหาไปที่ภาครัฐ หรือองค์กรอิสระในการดำเนินงานหรือออกมาตรการต่างๆ เพื่อแก้ปัญหาประเด็นทางสังคมมากนัก เนื่องจากเป็นปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุม นักเคลื่อนไหวควรวางแผนเพื่อสร้างเงื่อนไขให้ภาครัฐหรือองค์กรอิสระต้องดำเนินงานในสิ่งที่ควรจะทำ โดยอาศัยเทคนิคการประชาสัมพันธ์ คือ การบริหารประเด็น (Issue Management) แทนที่จะเกิดผลในทางปฏิบัติได้มากกว่า
10. ในส่วนของ สสย.นอกเหนือจากข้อเสนอแนะในข้างต้นแล้ว สสย.ควรวางตำแหน่งองค์กรให้เป็นองค์กรเชื่อมประสานเครือข่ายต่างๆ ในสังคม ซึ่งไม่เพียงแต่องค์กรเคลื่อนไหวทางสังคมเท่านั้น หากแต่ควรครอบคลุมไปถึงองค์กรภาครัฐ องค์กรอิสระ องค์กรกำกับดูแล องค์กรภาคธุรกิจ และองค์กรระหว่างประเทศ โดยอาศัยจุดแข็งของการเป็นแหล่งฐานข้อมูลและแหล่งเชื่อมต่อความสัมพันธ์ อันเป็นองค์กรสนับสนุนการขับเคลื่อนทางสังคมให้กับหน่วยงานต่างๆ โดยมีได้ทำหน้าที่เป็นแหล่งทุน
11. สสย.ควรจัดทำสถานีวิทยุหรือโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ต เช่นเดียวกับ สช. (สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ) เนื่องจากใช้งบประมาณไม่มากเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ ซึ่ง สสย.อาจหาแหล่งทุนเอง หรือระดมทุนจากเครือข่ายที่ขับเคลื่อนทางสังคมเพื่อสร้างช่องทางในการสื่อสาร อันจะช่วยขยายผลในการขับเคลื่อนทางสังคมให้กับเครือข่ายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการเชื่อมประสานเครือข่ายได้อีกด้วย หาก สสย.มีข้อจำกัดในด้านบุคลากรหรือความรู้ความชำนาญ อาจว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญให้วางโครงสร้างและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่เพื่อจะปฏิบัติได้เองในระยะยาว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไปในอนาคต

แม้ว่าในการวิจัยครั้งนี้ จะอาศัยระเบียบวิธีวิจัยหลากหลาย ทั้งการวิจัยเอกสาร การวิจัยสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งจะได้ข้อมูลทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ หากแต่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและกลุ่มตัวอย่างยังเป็นกลุ่มเครือข่ายที่ใกล้ชิดอย่างมากของ สสย. ซึ่งทำให้ผลวิจัยที่ได้ค่อนข้างจะมีความเห็นไม่แตกต่างกันมากนัก โดยเฉพาะวิธีการแก้ปัญหา ดังนั้นการวิจัยในอนาคตควรเพิ่มกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มคนนอกเครือข่าย สสย.

ด้วย โดยเฉพาะภาคธุรกิจ นักสื่อสารและการตลาด อันจะช่วยทำให้ได้ความคิดเห็นที่มีหลายมิติ
หลายแง่มุมมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

หนังสือ

กาญจนา แก้วเทพ. ก้าวต่อไปของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย (สกว.). 2548.

----- (2552). สื่อเล็กๆที่นำไปใช้ในงานพัฒนา. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์. 2552.

พนม คลีจายา. เอกสารประกอบการบรรยายวิชา 2800672. อัดสำเนา คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ถิรนนท์ อนุวัทศิริวงศ์. (2541). แนวคิดหลัก
นิเทศศาสตร์. สำนักพิมพ์ข้าวฟ่าง. กรุงเทพมหานคร.

วินิจ เกตุขำ และ คมเพชร ฉัตรศุภกุล. (2522). กระบวนการกลุ่มศึกษา 325. กรุงเทพมหานคร :
โอเดียนสโตร์.

สุชาติา จันทน์เอม. (2536). จิตวิทยาเด็ก. ไทยวัฒนาพานิช. กรุงเทพมหานคร (หน้า 58-80).

----- (2540). จิตวิทยาพัฒนาการ. ไทยวัฒนาพานิช. กรุงเทพมหานคร (หน้า 115-130).

แอนนา จุมพลเสถียร และ กัลยกร วรกุลลัญญานีย์. (2548). การรับรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมของ
วัยรุ่นที่มีต่องานโฆษณาที่ไม่เหมาะสม : รายงานผลการวิจัย. ม.ป.ท. : ม.ป.พ.

วิทยานิพนธ์

กรกนก กมลรัตน์ . (2550). บทบาทของอินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาสำหรับเด็กและ
เยาวชนศึกษาเฉพาะกรณีเว็บไซต์พลังจิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา
วารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
จุฑามาส ศรีโมรา. "การวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์ การ์ตูนของไทยทางโทรทัศน์ ในด้านการขัด
เกลางทางสังคม" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2545.

จุฑามาส ศรีโมรา. "การวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์ การ์ตูนของไทยทางโทรทัศน์ ในด้านการขัด
เกลางทางสังคม" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2545.

- นนทยา หงษ์รัตน์. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรในโรงเรียน
 ชาวนาจังหวัดสุพรรณบุรี, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์
 พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2550.
- นราพร สังข์ชัย. (2539). *Children's preferences of children television programs.*
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นัฐฐา เอื้อภราดร. (2545). วาทวิเคราะห์รายการวิทยุสำหรับเด็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญา
 มหาบัณฑิต ภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย
- เบญจมาภรณ์ เมฆรา. (2543). กระบวนการสังคมนิยมของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการซื้อสินค้า
 ของเด็กในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชา
 วิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปรีชา ขุนทรง. (2541). พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของเด็กในเขตกรุงเทพมหานครที่มี
 ต่อรายการสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์สำหรับเด็ก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขา
 นิเทศศาสตร์พัฒนาการ. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย
- พิรญา ศรีเพชรารุช. (2549). บทบาทของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อดำรงรักษาความเป็นชุมชน
 เข้มแข็งบ้านน้ำเกียน กิ่งอำเภอกุเพียง จังหวัดน่าน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
 สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เมสิริน ขวัญใจ. (2551). เด็กกับการรู้เท่าทันสื่อโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
 สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย
- รุ่งทิพย์ กล้าหาญ. "การขัดเกลาทางสังคมด้านความเชื่อโดยผ่านพิธีกรรมในชุมชนชนบท"
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษานอกระบบ คณะศึกษาศาสตร์
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2539.
- ศศิธร อภิสัทธินันต์. "การขัดเกลาทางสังคมผ่านรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทรายการ
 ปกตินะบันเทิง" วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะ
 นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2541
- อชวีตร แสนศรี. (2552). เครื่องข่ายการสื่อสารและการปรับตัวทางวัฒนธรรมของนิสิตโครงการ
 แลกเปลี่ยน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาวาทวิทยา ภาควิชาวาทวิทยา
 และสื่อสารการแสดง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เว็บไซต์

กองทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ. อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก (Convention on the Rights of the Child). จากเว็บไซต์ http://www.unicef.org/thailand/tha/overview_5954.html เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2552.

สัมภาษณ์

เข็มพร วิรุณราพันธ์. คณะกรรมการกำกับทิศทางแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน และ คณะกรรมการบริหารแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน.

โคทม อาริยา. รศ.ดร. คณะกรรมการบริหารแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน.

ชัชวาลย์ ทองดีเลิศ. คณะกรรมการกำกับทิศทางแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน.

กิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์. รศ. คณะกรรมการบริหารแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน.

นิมิตร พิพิธกุล. ศิลปินพื้นบ้าน.

ประภาภัทร นิยม. รศ.ดร. สถาบันอาศรมศิลป์ และโรงเรียนรุ่งอรุณ.

พรรณพิมล วิปุลากร. พญ. ผู้อำนวยการสถาบันราชานุกูล กรมสุขภาพจิต. มนัส หามาลา.

พิรงรอง รามสูต. ผศ.ดร. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มนัส หามาลา. ทีมประเมินภายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน.

มานิจ สุขสมจิตร. คณะกรรมการกำกับทิศทางแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน.

ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์. นพ. คณะกรรมการกำกับทิศทางแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน.

วรพจน์ ไอสถาภิรัตน์. เครือข่ายพื้นที่สร้างสรรค์ "พื้นที่นี้ดีจัง" (กลุ่มดินสอสี).

วันชัย บุญประชา. ผู้จัดการมูลนิธิเครือข่ายครอบครัว.

วิลาสินี อดุลยานนท์. รศ.ดร. คณะกรรมการกำกับทิศทางแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน.

ศรีดา ตันตะอริพานิช. มูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย.

สุภิญญา กลางณรงค์. กรรมการในคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.).

อมรวิทย์ นาครทรรพ. ดร. ผู้อำนวยการสถาบันรามจิตติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อังฉดา ลิมป์ปัทมปาณี. ผศ. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อัญญาอร พานิชพึ่งรัก. เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ.

อิฐบูรณ์ อ้นวงศา. มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. รศ.ดร. คณะกรรมการกำกับทิศทางแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน.

ภาคผนวก

ภาคผนวก 1

สรุปผลการวิจัยเอกสาร : หนังสือพิมพ์รายวัน

การวิจัยเรื่อง "กึ่งศตวรรษแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน : ทบทวนการดำเนินงานและแนวทางการขับเคลื่อนทางสังคมในอนาคต" เพื่อทราบถึงภาพรวมของการเคลื่อนไหวทางสังคม เกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนไทยในระหว่างปี พ.ศ.2549 – 2554 ทั้งในเชิงประเด็นสาธารณะและเครือข่ายทางสังคม และแนวทางการขับเคลื่อนแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนในอนาคต จึงได้ทำการวิจัยเอกสารในส่วนของหนังสือพิมพ์ จำนวน 3 หัว ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มติชน และกรุงเทพธุรกิจ เป็นต้น ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2549 – 31 สิงหาคม 2554 ระยะเวลาเกือบ 6 ปี หรือ 2,069 วัน และมีจำนวนหนังสือพิมพ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 6,207ฉบับ ผลการวิจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ (ปี2549-2554)
โดยจำแนกเป็นรายเดือน/ หนังสือพิมพ์

ที่	ปี	จำนวนข่าว																		
		2549			2550			2551			2552			2553			2554			
		เดือน	ไทยรัฐ	มติชน	กรุงเทพธุรกิจ	ไทยรัฐ	มติชน	กรุงเทพธุรกิจ	ไทยรัฐ	มติชน	กรุงเทพธุรกิจ	ไทยรัฐ	มติชน	กรุงเทพธุรกิจ	ไทยรัฐ	มติชน	กรุงเทพธุรกิจ	ไทยรัฐ	มติชน	
1	มกราคม	21	46	24	11	12	7	1	6	11	7	10	4	4	5	3	1	4	4	183
2	กุมภาพันธ์	22	26	17	6	23	4	6	5	1	1	8	2	5	6	4	2	5	1	144
3	มีนาคม	13	9	9	8	14	14	3	3	3	2	6	1	5	3	1	1	3	2	100
4	เมษายน	3	29	5	13	14	8	7	6	1	1	5	3	2	4	2	6	8	4	121
5	พฤษภาคม	2	22	3	8	6	2	4	6	6	5	2	1	1	2	3	5	8	4	90
6	มิถุนายน	3	9	5	3	4	10	3	3	3	7	3	3	4	1	3	4	4	3	75
7	กรกฎาคม	7	7	3	4	18	8	8	9	5	3	8	8	8	7	4	6	13	11	137
8	สิงหาคม	9	5	4	1	8	8	4	8	5	2	3	3	4	11	4	12	15	11	117
9	กันยายน	5	8	4	3	12	2	3	9	6	3	6	2	9	11	4	0	0	0	87
10	ตุลาคม	4	8	7	1	10	1	10	17	4	5	1	10	6	14	4	0	0	0	102
11	พฤศจิกายน	4	3	6	5	2	1	5	10	2	3	7	7	10	10	3	0	0	0	78
12	ธันวาคม	6	12	4	3	4	4	4	10	5	6	9	5	8	5	3	0	0	0	88
	รวม	99	184	91	66	127	69	58	92	52	45	68	49	66	79	38	37	60	40	

โดยภาพรวมจะพบว่า ทุกๆ เดือนมีข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนได้ถูกนำเสนอผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มติชน และกรุงเทพธุรกิจ (ดังภาพที่ 1.1) และเมื่อสังเกตเป็นรายปี พบว่า หนังสือพิมพ์มติชน ได้เปิดพื้นที่ข่าวสื่อและเยาวชนมากที่สุดในกลุ่ม ดังจะเห็นได้จากยอดจำนวนข่าวที่ปรากฏ ตั้งแต่ปี 2549 – 2554

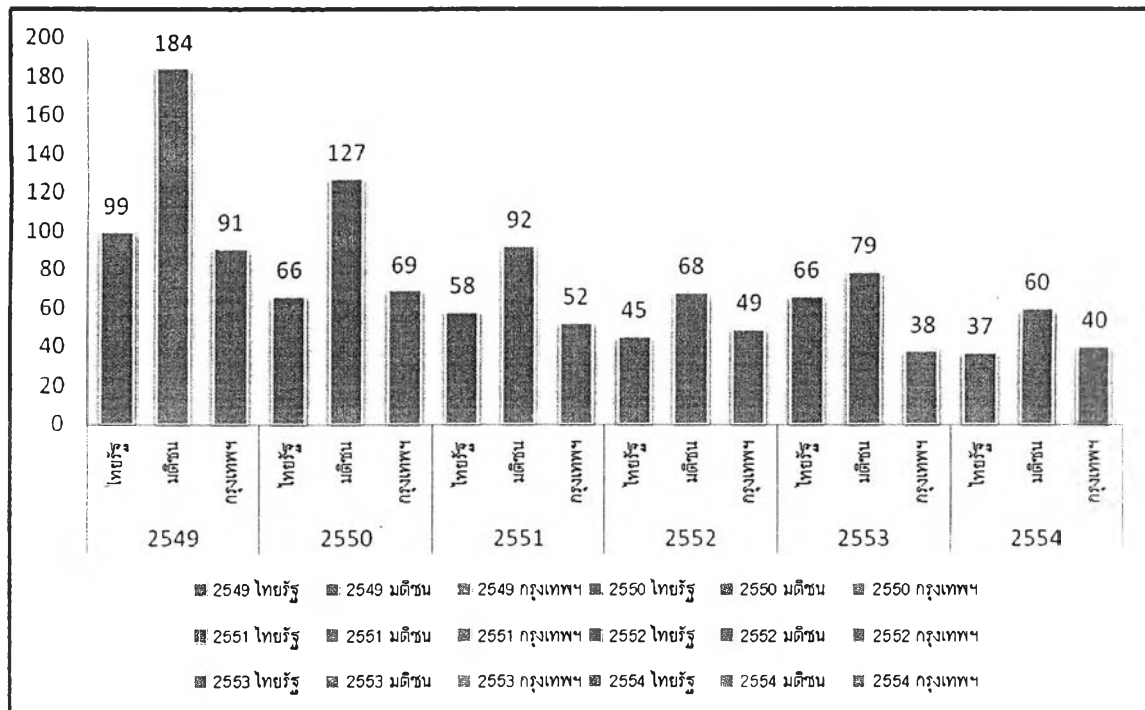
นอกจากนี้ เมื่อจำแนกเป็นรายเดือน พบว่า จำนวนข่าวโดยเฉลี่ย / ปี เกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ (ปี2549-2554) ข่าวฯ มักปรากฏมากที่สุด ในเดือนมกราคม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏ
ในหน้าหนังสือพิมพ์ (ปี 2549-2554) โดยจำแนกเป็นรายปี/ หนังสือพิมพ์

ปี	หนังสือพิมพ์	จำนวนข่าว
2549	ไทยรัฐ	99
	มติชน	184
	กรุงเทพ	91
2550	ไทยรัฐ	66
	มติชน	127
	กรุงเทพฯ	69
2551	ไทยรัฐ	58
	มติชน	92
	กรุงเทพฯ	52
2552	ไทยรัฐ	45
	มติชน	68
	กรุงเทพฯ	49
2553	ไทยรัฐ	66
	มติชน	79
	กรุงเทพฯ	38
2554	ไทยรัฐ	37
	มติชน	60
	กรุงเทพฯ	40

จากการเก็บข้อมูล พบว่า หนังสือพิมพ์มติชน ได้เปิดพื้นที่ข่าวสื่อและเยาวชนมากที่สุด ดังจะเห็นได้จากจำนวนข่าวที่ปรากฏ ตั้งแต่ปี 2549 – 2554 ซึ่งหนังสือพิมพ์มติชนมียอดจำนวนข่าวมากที่สุดในกลุ่ม กล่าวคือ มีจำนวน 184 ข่าว (ปี 2549) 127 ข่าว (ปี 2550) 92 ข่าว (ปี 2551) 68 ข่าว (ปี 2552) 79 ข่าว (ปี 2553) และ 60 ข่าว (ปี 2554) ตามลำดับ ดังภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1 แสดงจำนวนข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏ
 ในหน้าหนังสือพิมพ์ (ปี2549-2554) โดยจำแนกเป็นรายปี/ หนังสือพิมพ์



ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และค่าเฉลี่ยข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏ
ในหน้าหนังสือพิมพ์ (ปี2549-2554) โดยจำแนกเป็นรายเดือน

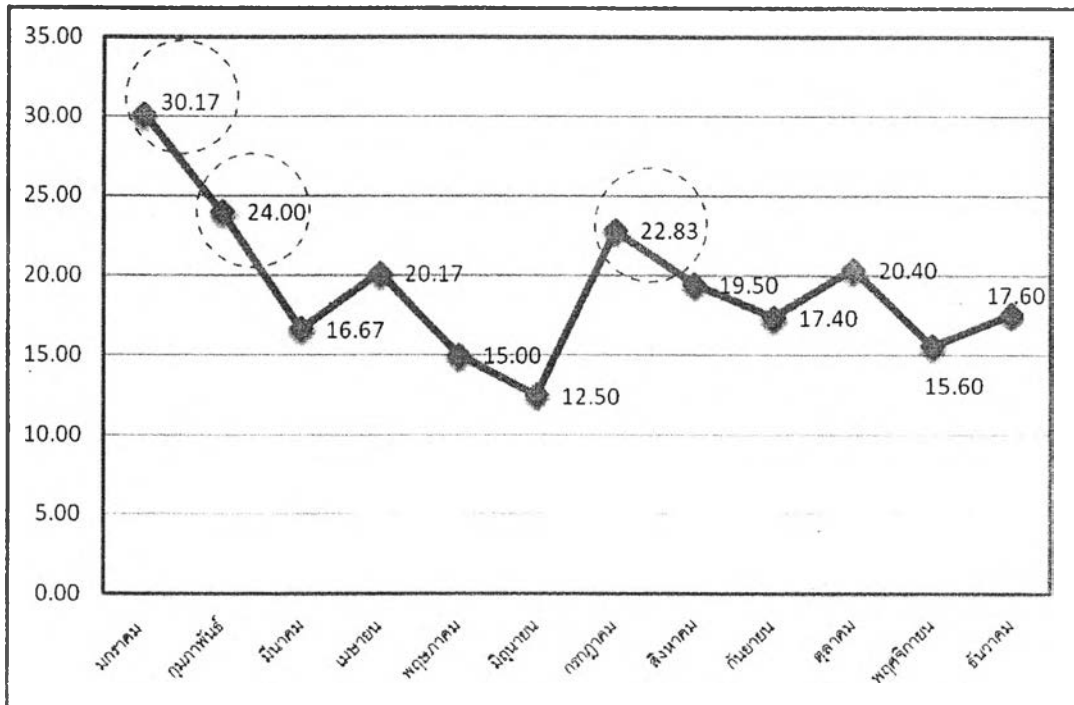
เดือน	จำนวนข่าว (ชิ้น)	เฉลี่ย /ปี (จำนวนชิ้นข่าว)
มกราคม	181	30.17
กุมภาพันธ์	144	24.00
มีนาคม	100	16.67
เมษายน	121	20.17
พฤษภาคม	90	15.00
มิถุนายน	75	12.50
กรกฎาคม	137	22.83
สิงหาคม	117	19.50
กันยายน	87	17.40
ตุลาคม	102	20.40
พฤศจิกายน	78	15.60
ธันวาคม	88	17.60

เมื่อจำแนกเป็นรายเดือน พบว่า จำนวนข่าวโดยเฉลี่ย / ปี เกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ (ปี2549-2554) ข่าวฯ มักปรากฏมากที่สุด ในเดือนมกราคม จำนวน 30.17 ข่าว /ปี รองลงมา คือ กุมภาพันธ์ จำนวน 24 ข่าว / ปี และ เดือนกรกฎาคม จำนวน 22.83 ข่าว / ปี ดังภาพที่ 3.1

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า สาเหตุที่เดือนมกราคม มีข่าวสื่อและเยาวชนมากที่สุด อาจเป็นเพราะเป็นเดือนที่มีวันเด็กแห่งชาติ องค์กรต่างๆ จึงใช้วาระนี้สร้างข่าวให้สอดคล้องกับความสนใจของสื่อมวลชนและประชาชน

นอกจากนี้ เดือนกุมภาพันธ์ยังเป็นเดือนแห่งความรัก ซึ่งมักมีการเสียตัวของวัยรุ่นอยู่เสมอๆ ดังนั้นทั้งภาครัฐ และเอกชนจึงออกมารณรงค์ และมีการป้องปรามสื่อลามก โดยเฉพาะจากสื่ออินเทอร์เน็ต

ภาพที่ 3.1 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ยข่าว /ปี เกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏ
 ในหน้าหนังสือพิมพ์ (ปี2549-2554) โดยจำแนกเป็นรายเดือน



ตารางที่ 4 แสดงรายชื่อองค์กรที่เป็นผู้สร้างข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน
(ตั้งแต่ปี 2549-2554)

ลำดับที่	องค์กร
1	DARPA หน่วยงานสนับสนุนทุนวิจัยทางด้านกลไกใหม่ของสหรัฐอเมริกา
2	Media Watch Project
3	raikorn (ผู้เขียน)
4	rangkids.com
5	U-Channel
6	waisang (นักข่าว)
7	weerasak (ผู้เขียน)
8	Y We Do (ผู้เขียน)
9	กรมการศาสนา (ศน.)
10	กรมทรัพย์สินทางปัญญา
11	กรมประชาสัมพันธ์
12	กรมพินิจคุ้มครองเด็กและเยาวชน
13	กรมศิลปากร
14	กรมสรรพากร
15	กรมสุขภาพจิต
16	กรมอนามัย
17	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
18	กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร(ไอซีที)
19	กระทรวงโทรคมนาคมเกาหลีใต้
20	กระทรวงพลังงาน
21	กระทรวงมหาดไทย
22	กระทรวงยุติธรรม
23	กระทรวงยุติธรรมสหรัฐฯ
24	กระทรวงวัฒนธรรม
25	กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
26	กระทรวงศึกษาธิการ (ศธ.).

- 27 กระทรวงสาธารณสุข
- 28 กระทรวงสาธารณสุขเกาหลีใต้
- 29 กระทรวงอุตสาหกรรม
- 30 กรุงเทพมหานคร
- 31 กลุ่มการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิเด็ก
- 32 กลุ่มควบคุมบริโภคยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- 33 กลุ่มเครือข่ายหยุดพนัน
- 34 กลุ่มเด็ก เยาวชน วัฒนธรรม ศิลปะ ดนตรี พื้นเมือง
- 35 กลุ่มเด็กรักป่า จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดศรีสะเกษ
- 36 กลุ่มต้นกล้าแผ่นดิน
- 37 กลุ่มไทยซิดฟิล์ม
- 38 กลุ่มเยาวชนสื่อสร้างสรรค์
- 39 กลุ่มบริษัทดัชเมลล์
- 40 กลุ่มมูลนิธิสื่อเพื่อเยาวชน
- 41 กลุ่มโลกทัศน์สโมสร
- 42 กลุ่มสื่อการเมือง (UMS)
- 43 กลุ่มออยส์ก้า
- 44 กองทัพบก
- 45 กองทุนประชากรแห่งสหประชาชาติ
- 46 กองทุนสงเคราะห์เด็กแห่งสหประชาชาติ (ยูนิเซฟ) ประจำประเทศไทย
- 47 กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี
- 48 กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ
- 49 กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดต่อเด็ก เยาวชน และสตรี (ปดส.)
- 50 กองปราบปรามอาชญากรรมทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี
- 51 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- 52 การบินไทย
- 53 การปราบปรามการกระทำผิดต่อเด็กเยาวชนและสตรี
- 54 การพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
- 55 กาลัญญ วรพิทยุต (ผู้เขียน)
- 56 กำพล-กิตติพันธ์ พูลวรลักษณ์ (ผู้เขียน)
- 57 กีฬารีน

- 58 กีเลน ประลองเชิง (ผู้เขียน)
- 59 กุมารแพทย์เมืองบอสตัน
- 60 เกมทศกัณฐ์ เด็ก
- 61 เกร็ดต๋องแดน (ผู้เขียน)
- 62 โกวิท วงศ์สุรวัฒน์ (ผู้เขียน)
- 63 ขติยา มหาสินธ์ (ผู้เขียน)
- 64 คณะกรรมการ ICANN
- 65 คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (กพฐ.)
- 66 คณะกรรมการการอุดมศึกษา (กกอ.)
- 67 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
- 68 คณะกรรมการคุ้มครองเด็กแห่งชาติ
- 69 คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์
- 70 คณะกรรมการบูรณาการนโยบายสื่อเพื่อการพัฒนาสังคม
- 71 คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- 72 คณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ
- 73 คณะกรรมการพิจารณาลดตัดสินการประกวดหนังสือดีเด่น
- 74 คณะกรรมการวิจัยความปลอดภัยในอินเทอร์เน็ต ออสเตรเลีย
- 75 คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ
- 76 คณะกรรมการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
- 77 คณะกรรมการแห่งชาติว่าด้วยแผนงานความทรงจำแห่งโลก
- 78 คณะกรรมการอิสระเพื่อความสมานฉันท์แห่งชาติ (กอส.)
- 79 คณะกรรมการ (กมธ.) กิจการเด็กเยาวชน สตรี และผู้สูงอายุ
- 80 คณะกรรมการการคุ้มครองผู้บริโภค
- 81 คณะทำงานด้านเด็ก
- 82 คณะทำงานเพื่อหามาตรการในการควบคุมการโฆษณาเหล้า
- 83 คณะทำงานว่าด้วยเรื่องโรคอ้วนนานาชาติ
- 84 คณะนักวิจัยของสหรัฐฯ
- 85 คณะนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชน และสังคมศาสตร์
- 86 คณะละครหุ่นฮอปปีฮัท
- 87 คณะลิเก "คิมฆ่าลูกพ่อขุน"
- 88 คณะลิเก "ศตวรรษ บุญวงศ์" ลิเกเด็ก

89	คณะวิจัยการพัฒนาระบบเรตติ้ง
90	คณะอนุกรรมการจัดทำกฎหมายห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกรูปแบบ
91	คนชายขอบ (ผู้เขียน)
92	คนสมณะ (ผู้เขียน)
93	ครอบครัวเพื่อความสามัคคีและสันติภาพโลก(ประเทศไทย)
94	ครูหยุด
95	คลื่น 94.5 เอฟ.เอ็ม.แมกซ์
96	คัทลียาจีระจำ (ผู้เขียน)
97	ค่าย ชิด เรคคอร์ด
98	คำรณ อินธนูไชย (นักข่าว)
99	ศิเชน เอช.อาร์
100	คิดส์ สตอรี่
101	เคเบิลทีวีของสหรัฐอเมริกา
102	เครือข่ายการศึกษาเพื่อเด็ก
103	เครือข่ายครอบครัว
104	เครือข่ายครอบครัว
105	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ
106	เครือข่ายครอบครัวมูลนิธิสื่อเพื่อเยาวชน
107	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค
108	เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ (คคส.)
109	เครือข่ายงดเหล้า
110	เครือข่ายเด็กทำสื่อ
111	เครือข่ายเด็กไทยไม่กินหวาน
112	เครือข่ายนักวิชาการที่ทำงานด้านเด็กและเยาวชน
113	เครือข่ายนักวิชาการในโครงการติดตามสภาวการณ์เด็กรายจังหวัด
114	เครือข่ายผู้ขายเล็กเหล่าายุติความรุนแรงต่อผู้หญิงและเด็ก
115	เครือข่ายผู้ปกครองของเยาวชน
116	เครือข่ายผู้ปกครองออนไลน์
117	เครือข่ายพลังใจ ้วยสร้างสรรค์
118	เครือข่ายพุทธิกา
119	เครือข่ายเฝ้าระวังชุมชน

- 120 เครื่องข่ายเยาวชน
- 121 เครื่องข่ายเยาวชนด้านเอดส์ประเทศไทย
- 122 เครื่องข่ายเยาวชนเพื่อการปฏิรูปการศึกษา
- 123 เครื่องข่ายเยาวชนนอกชีวิตศึกษา
- 124 เครื่องข่ายรณรงค์ป้องกันภัยจากแอลกอฮอล์
- 125 เครื่องข่ายรณรงค์หยุดการพนัน
- 126 เครื่องข่ายวัยมันส์รุ่นแอลกอฮอล์
- 127 เครื่องข่ายสมถะเยาวชนจังหวัดสุรินทร์
- 128 เครื่องข่ายสานรักสองวัย
- 129 เครื่องข่ายสื่อสำหรับเด็ก
- 130 เครื่องข่ายหยุดพนัน
- 131 เครื่องข่ายองค์กรผู้บริโภค
- 132 เครื่องข่ายอินเทอร์เน็ตปลอดภัยสร้างสรรค์
- 133 เครื่องซีเมนต์ไทย
- 134 เครื่องรักลูกกรุป
- 135 โครงการ "คุยเปิดใจ รักปลอดภัย"
- 136 โครงการ เอลิมพระเกียรติ เพื่อน้อมรำลึกในพระมหากรุณาธิคุณ
- 137 โครงการก่อตั้งมูลนิธิสื่อสาธารณะ (PUDSA)
- 138 โครงการการพัฒนารูปแบบการแก้ไขปัญหาคาการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร
- 139 โครงการชุ่มซุง ดิจิทัล ไฮปี 2006
- 140 โครงการติดตามสภาวการณ์เด็กและเยาวชนรายจังหวัด (Child Watch)
- 141 โครงการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการเสริมสร้างสุขภาวะ
- 142 โครงการเฝ้าระวังเด็กและเยาวชน
- 143 โครงการมีเดีย วอทช์ (Media Watch Project)
- 144 โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก
- 145 โครงการวัยกระเตาะฯ
- 146 โครงการวิจัยและพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้สำหรับเด็ก
เยาวชน และครอบครัว หรือ Tv4kids
- 147 โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง สำนักรงกนกทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
- 148 โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะ
- 149 โครงการสถาบันเด็กทำสื่อ

- 150 โครงการสื่อพื้นบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- 151 โครงการเสริมสร้างสุขภาพะทางเพศเด็กและเยาวชน
- 152 โครงการนงชาย (ปัญญา)
- 153 โครงการอบรมเยาวชนอาสาสมัครเผ่ากระวังทองวัฒนธรรม
- 154 จังหวัดฉะเชิงเทรา
- 155 จังหวัดชลบุรี
- 156 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 157 จังหวัดราชบุรี
- 158 จังหวัดสมุทรปราการ
- 159 จังหวัดสมุทรสงคราม
- 160 จังหวัดสระแก้ว
- 161 จังหวัดสุพรรณบุรี
- 162 จุฑารัตน์ ทิพย์นำภา (ผู้เขียน)
- 163 จุลสารกุมารเวชและยุวชนของนิวซีแลนด์
- 164 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 165 เจนเนอรัล อิลีคทริก
- 166 เจแปนฟาวน์เดชั่น
- 167 แจ๊วริมจอ (ผู้เขียน)
- 168 ขงาพร นาวัลย์ (ผู้เขียน)
- 169 ขณ เศรษฐศาสตร์ (ผู้เขียน)
- 170 ชมรมนักข่าวสิ่งแวดล้อม
- 171 ชมรมวิทยุเด็ก เยาวชน และครอบครัว
- 172 ชาวพณัสนิคม
- 173 ชูใจ (ผู้เขียน)
- 174 เขตวัน เตือประโคน (ผู้เขียน)
- 175 ซิมแมนเทค
- 176 ชุม (ผู้เขียน)
- 177 ไทเบอร์เกอร์ (ผู้เขียน)
- 178 ดร.กนก วงศ์ตระหง่าน (ผู้ให้ข้อมูล)
- 179 ดร.ด.ไฉยา ตั้งอุทัยสุข (ผู้เขียน)
- 180 ดร.วิเลศ ภูริวัชร (ผู้เขียน)

181	ดีไอบีหัวลำโพง แกลเลอรี
182	ดุษฎี สนเทศ (ผู้เขียน)
183	เคลลี@Web (ผู้เขียน)
184	เดอะเมจิสีย์ เบบี แฟร์เทลโซร์
185	โดม สขวงศ์ (ผู้เขียน)
186	ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
187	ดวงศักดิ์ ชื่นสินธุ์ (ผู้เขียน)
188	ไต้ฝุ่น (ผู้เขียน)
189	ท้องฟ้าจำลองกรุงเทพ
190	ทะเลปวน (ผู้เขียน)
191	ทักษิณ ขำสุข (ผู้เขียน)
192	ทีมข่าวการศึกษา
193	ทีมข่าวจุดประกาย
194	ทีมข่าวจุดประกายวรรณกรรม
195	ทีมข่าวเฉพาะกิจ
196	ทีมข่าวพัฒนาสังคม
197	ทีวีบูรพา
198	มูลนิธิหม่อมหมื่นรุปลรัตน์ราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี
199	เทศบาลเมืองยะลา
200	แทนคุณ จิตต์อิสระ (ผู้เขียน)
201	ธนาคารกรุงเทพ
202	ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
203	ธนาคารธนชาติ
204	ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
205	ธรรมาธิราชนาวาสวัสดิ์ (ผู้เขียน)
206	ธันวา วิน (ผู้เขียน)
207	นพ.กัมปนาท ตันสกลบุตรกุล (ผู้เขียน)
208	นักจิตวิทยาสหรัฐอเมริกา
209	นักจิตวิทยาอังกฤษ
210	นักปราชญ์และผู้เชี่ยวชาญปัญหาเด็กของอังกฤษ
211	นักวิจัยเยอรมัน

- 212 นักศึกษาเภสัชศาสตร์แห่งประเทศไทย (สนภท.)
- 213 นันทขว้าง สิริสุนทร (ผู้เขียน)
- 214 นางระเบียบรัตน์ พงษ์พานิช ส.ว.ขอนแก่น
- 215 นายกรัฐมนตรีของอังกฤษ
- 216 นายกสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย
- 217 นายกสมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (ส.พ.จ.ท.)
- 218 นายเกษม จันทร์น้อย (ผู้เขียน)
- 219 นายณรงค์ ดาวรวงศ์ (ผู้ให้สัมภาษณ์)
- 220 นายแพทย์คาร์โล เบลลินี กุมารแพทย์ชาวอิตาลี
- 221 นายแพทย์อริก ฮูเบอร์ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญในปัญหาสิ่งแวดล้อม ออสเตรีย (ผู้ให้ข้อมูล)
- 222 นายวรากรณ์ สามโกเศศ (ผู้ให้สัมภาษณ์)
- 223 นายวัลลภ ตังคณานุกีระ สมาชิกวุฒิสภา (ส.ว.) กทม.
- 224 นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ อดีตนายกรัฐมนตรี
- 225 นิตยสาร Cream
- 226 นิตยสาร คอมพิวเตอร์นิเวศ
- 227 นิตยสาร คอมพิวเตอร์อาร์ต (computer arts Thailand)
- 228 นิตยสาร ไบโอสโคป
- 229 นิตยสาร เพื่อแพทย์ของเยอรมนี
- 230 นิตยสาร มาเตอร์ แอนด์ แคร์ (Mother&Care)
- 231 นิตินันท์ นวรัตน์ (ผู้เขียน)
- 232 นิตินันท์ บุญจันทร์ (ผู้เขียน)
- 233 โนโลโก้
- 234 บมจ.โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น (ดีแทค)
- 235 บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ
- 236 บมจ.ธนาคารกรุงไทย
- 237 บมจ.เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์
- 238 บริษัท สตาร์บัคส์ คอฟฟี่ ไทยแลนด์
- 239 บริษัท กันตนา ออร์กาไนเซอร์ แอนด์ แมเนจเมนท์ จำกัด
- 240 บริษัท เกมโฮปแล็บ สหรัฐอเมริกา
- 241 บริษัท จัดการกองทุน เอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน)
- 242 บริษัท เซฟรอนประเทศไทย

- 243 บริษัท โซวีไรซ์ จำกัด
- 244 บริษัท ซีคอน ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)
- 245 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
- 246 บริษัท ซูเปอร์จีวี เวิร์คพอยท์
- 247 บริษัท ดูเม็กซ์ จำกัด
- 248 บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)
- 249 บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน)
- 250 บริษัท เทรนด์ ไมโครอิงค์
- 251 บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน)
- 252 บริษัท ไทยนิปปอน รัมเบอร์ อินดัสตรี จำกัด
- 253 บริษัท ทรู เดอะไลน์ คอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด
- 254 บริษัท นานมีบุ๊คส์ จำกัด
- 255 บริษัท นาโนเซิร์ช
- 256 บริษัท เนชั่น บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด
- 257 บริษัท เนสเล่ (ประเทศไทย)
- 258 บริษัท บรอดคาสท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด
- 259 บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน)
- 260 บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง
- 261 บริษัท ไบเออร์ ประเทศไทย จำกัด
- 262 บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด
- 263 บริษัท เป๊ปซี่-โคล่า (ไทย) เทรดดิง จำกัด
- 264 บริษัท พานาโซนิค
- 265 บริษัท ฟาร์อีสท์ ดิสิปี
- 266 บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
- 267 บริษัท เมืองไทยประกันภัย จำกัด (มหาชน)
- 268 บริษัท แมคแคน เวิลด์กรุ๊ป
- 269 บริษัท แมคแคน อีริคสัน (ประเทศไทย) จำกัด
- 270 บริษัท ไมโครซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด
- 271 บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย เทรดดิง จำกัด
- 272 บริษัท รักลูก กรุ๊ป จำกัด
- 273 บริษัท รักษาความปลอดภัยบนเครือข่ายออนไลน์ AVG

- 274 บริษัท แรนด์ คอร์ป ในเมืองพิตส์เบิร์ก สหรัฐอเมริกา
- 275 บริษัท ล็อกเลย์ จำกัด(มหาชน)
- 276 บริษัท ลานเกียร์ เทคโนโลยี จำกัด
- 277 บริษัท วอลท์ ดิสเนีย์ เทเลวิชั่น อินเตอร์เนชันแนล (เซาท์อีสต์ เอเชีย) จำกัด
- 278 บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย
- 279 บริษัท สยาม มิวสิค ยามาฮ่า
- 280 บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)
- 281 บริษัท สีสากล จำกัด ร่วมกับ
- 282 บริษัท หลักทรัพย์ บัวหลวง จำกัด (มหาชน)
- 283 บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)
- 284 บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน)
- 285 บริษัท อาทมาต ครีเอชัน
- 286 บริษัท อินทรี ดิจิตอล เกมส์ออนไลน์ บังยา
- 287 บริษัท อีจีวี เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด
- 288 บริษัท อีสต์เอเชียติก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)(EAC)
- 289 บริษัท เอเชียซอฟต์แวร์ คอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน)
- 290 บริษัท เอเชียบุ๊คส จำกัด
- 291 บริษัท เอ็นซี ทู จำกัด
- 292 บริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
- 293 บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน).
- 294 บริษัท แอล.พี.เอ็น.ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด (มหาชน) (LPN)
- 295 บริษัท ฮิวเลตต์-แพคการ์ด (ประเทศไทย) จำกัด
- 296 บริษัท ไฮปแลป ในรัฐแคลิฟอร์เนีย
- 297 บริษัท เอ็นซี ทู
- 298 บางกอกเกียน (ผู้เขียน)
- 299 บ้านปูฯ
- 300 บีบีซี
- 301 บุญเลิศ ช่างใหญ่ (ผู้เขียน)
- 302 บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ (ผู้เขียน)
- 303 บุษกร ภูแล่ (ผู้เขียน)
- 304 ประเทศนิวซีแลนด์

305	ประเทศเยอรมัน
306	ประเทศสหรัฐอเมริกา
307	ประเทศออสเตรเลีย
308	ประเทศอังกฤษ
309	ปัญญาสัมพันธ์เพื่อการวิจัยความเห็นสาธารณะแห่งประเทศไทย
310	ปาน ธนพร (ผู้ให้สัมภาษณ์)
311	ปิติ เลิศลุมพสิพันธ์ (ผู้เขียน)
312	ปิยมิตร ปัญญา (ผู้เขียน)
313	ปิยมิตร ปัญญา (ผู้เขียน)
314	ปิยะนุช สิมะจาริก (ผู้เขียน)
315	เปิดฟ้าสองโลก (ผู้เขียน)
316	เปิดฟ้าสองโลก (ผู้เขียน)
317	ผศ.ดร.อุษา บิ๊กกินส์ (ผู้เขียน)
318	ผศ.ลักษมี คงลาภ (ผู้เขียน)
319	ผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (ส.พ.จ.ท.)
320	ผู้เชี่ยวชาญความปลอดภัยในการใช้คอมพิวเตอร์ ประเทศออสเตรเลีย
321	ผู้ปกครอง
322	ผู้ผลิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
323	แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.)
324	พงษ์ทิพย์ เทศะภู (ผู้เขียน)
325	พญ.ชัญวลี ศรีสุโข (ผู้เขียน)
326	พนิดา สงวนเสรีวานิช (ผู้เขียน)
327	พรรคประชาธิปัตย์
328	พ่อเมฆ (ผู้เขียน)
329	พ่อแม่ผู้ปกครองใน ต.จะบังติกอ อ.เมือง จ.ปัตตานี
330	พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวัดคงคาราม
331	พีศรีหนู (ผู้เขียน)
332	ฟิวเจอร์เกมเมอร์
333	ภาคภูมิ ป่องภัย (ผู้เขียน)
334	ภาคีเครือข่ายละครสำหรับเยาวชนทั่วประเทศ
335	ภาคีเครือข่ายสำหรับเยาวชนทั่วประเทศ

- 336 ภาณุ มณีวัฒนกุล (ผู้เขียน)
- 337 ภาสินี ทองเที่ยง (ผู้เขียน)
- 338 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- 339 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- 340 มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- 341 มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- 342 มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย
- 343 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- 344 มหาวิทยาลัยซิดนีย์
- 345 มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น สหรัฐอเมริกา
- 346 มหาวิทยาลัยเซี่ยนา
- 347 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจธ.)
- 348 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) รัตนบุรี
- 349 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- 350 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 351 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- 352 มหาวิทยาลัยนอร์ธ คาโรไลนา
- 353 มหาวิทยาลัยพายัพ
- 354 มหาวิทยาลัยพิตส์เบิร์ก
- 355 มหาวิทยาลัยแพทย์เมืองพิตส์เบิร์ก
- 356 มหาวิทยาลัยมหิดล
- 357 มหาวิทยาลัยมอนทรีออล
- 358 มหาวิทยาลัยแมคควอร์รี่ แห่งออสเตรเลีย
- 359 มหาวิทยาลัยแมริแลนด์
- 360 มหาวิทยาลัยแมสซาชูเซตส์สหรัฐ
- 361 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- 362 มหาวิทยาลัยราชภัฏ (มรภ.) นครราชสีมา
- 363 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
- 364 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
- 365 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
- 366 มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

367	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต (มสด.)
368	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
369	มหาวิทยาลัยเวียงนา
370	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (มศว)
371	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
372	มหาวิทยาลัยศิลปากร
373	มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด สหรัฐอเมริกา
374	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
375	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
376	มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
377	มหาวิทยาลัยแห่งวอชิงตัน
378	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
379	มหาวิทยาลัยอินเดียนา แห่งประเทศสหรัฐอเมริกา
380	มหาวิทยาลัยอิสเทิร์นเอเซีย
381	มาลี บุญศิริพันธ์
382	มูลนิธิกระจกเงา
383	มูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม
384	มูลนิธิเข้าถึงเอดส์
385	มูลนิธิครอบครัว
386	มูลนิธิคุ้มครองเด็ก
387	มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว
388	มูลนิธิเครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ
389	มูลนิธิดนตรียามาฮ่า
390	มูลนิธิดวงประทีป
391	มูลนิธิเด็ก
392	มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย
393	มูลนิธิปวีณาหงสกุลเพื่อเด็กและสตรี
394	มูลนิธิปูนซิเมนต์ไทย (SCG Foundation)
395	มูลนิธิพะเยาเพื่อการพัฒนา
396	มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย
397	มูลนิธิเพื่อกรพัฒนาการแพทย์ทางเลือก(ประเทศไทย)

398	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก (มพด.)
399	มูลนิธิเพื่อนหญิง
400	มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค
401	มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่
402	มูลนิธิรักษ์ไทย
403	มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย
404	มูลนิธิศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็ก
405	มูลนิธิสงเคราะห์เด็กยากจน ซี.ซี.เอฟ.
406	มูลนิธิส่งเสริมการพัฒนามนุษย์ หรือ Human Development Foundation (HDF)
407	มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์
408	มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนานโยบาย
409	มูลนิธิสยามกัมมาจล
410	มูลนิธิสร้างความเข้าใจเรื่องสุขภาพผู้หญิง (สคส.)
411	มูลนิธิสร้างสรรค์เด็ก
412	มูลนิธิสอดส่องอินเทอร์เน็ต (The InternetWatch Foundation หรือ IWF)
413	มูลนิธิสธารณสุขแห่งชาติ
414	มูลนิธิสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
415	มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อม)
416	มูลนิธิสื่อเพื่อเยาวชน
417	มูลนิธิสุขภาพไทย
418	มูลนิธิหนังไทย
419	มูลนิธิหนังสือเพื่อเด็ก
420	มูลนิธิอมตะ
421	มูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย หรือ Internet Foundation for the Development of Thailand
422	มูลนิธิแอ็ดชั่นเอด อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล (ประเทศไทย)
423	มูลนิธิกระจกเงา
424	เมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ กรุ๊ป
425	เมืองเมนโดซา ทางตะวันตกของอาร์เจนตินา
426	แมคโดนัลด์
427	แมรี่ เบธ แมนนิ่ง ที่ปรึกษา ข้าราชการติดเหล้า (ผู้ให้ข้อมูล)

428 ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

429 ยูเนสโก

430 รมณ รวยแสน (ผู้เขียน)

431 รอยเตอร์

432 รักลูกแฟมิลีกรุ๊ป

433 รัฐบาล (ประเทศไทย)

434 รัฐบาลเกาหลีใต้

435 รัฐบาลจีน

436 รัฐบาลสิงคโปร์

437 รัฐบาลอังกฤษ

438 รัฐมนตรีสาธารณสุขมาเลเซีย

439 รัฐสภาของแคนาดา

440 ราชบัณฑิตยสถาน

441 รายการ "น้องใหม่ร้ายบริสุทธิ์"

442 รายการ ซูเปอร์จิ๋ว

443 รายการคาราการ์ตูน

444 รายการสโมสรฝั่งน้อย

445 เรือรบ เมืองมั่น (ผู้เขียน)

446 โรงพยาบาลมนารมย์

447 โรงพยาบาลราชวิถี

448 โรงพยาบาลรามธิบดี

449 โรงพยาบาลศิริวัฏญญา

450 โรงเรียนธุรกิจอาหารไทยและนานาชาติกรุงเทพฯ

451 โรงเรียนพัฒนวิชาการภาษานุสรณ์บางแค

452 โรงเรียนภาษานุสรณ์บางแค

453 โรงเรียนมาแตร์ เดอี วิทยลัย

454 โรงเรียนวังไกลกังวล

455 โรงเรียนวัดลาดชิด อ.ผักไห่ จ.พระนครศรีอยุธยา

456 โรงเรียนสตรีวัดอัมพรสวรรค์ กรุงเทพฯ

457 โรงเรียนสาธิตละอออุทิศ

458 โรงเรียนอินเตอร์เน็ตและการออกแบบ

459	โรงแรมสยามเบย์ฮอว์ริสอร์ท แอนด์ สปา
460	ลม เปลี่ยนทิศ (ผู้เขียน)
461	ลอนดอน สคูล ออฟ อีโคโนมิกส์
462	ลำแข (ผู้เขียน)
463	ลีฟ โกลบอล จำกัด (L.E.A.P. Global)
464	เลิศชาย คชยุทธ (ผู้เขียน)
465	โลริลลครีต โทแซคโค บริษัทผู้ผลิตบุหรี่ประเทศสหรัฐอเมริกา
466	ไลอาน่า ไลเบอเวโต (ผู้ให้สัมภาษณ์)
467	วฤตดา ทาระภูมิ (ผู้เขียน)
468	วชิษฐ เดชกุญชร (ผู้เขียน)
469	วัดพระบาทน้ำพุ
470	วัดสวนแก้ว
471	วันชัย มะโนมัน (ผู้เขียน)
472	วัยทวินส์ (ผู้เขียน)
473	วารสารของศูนย์ควบคุมและป้องกันโรคของสหรัฐ (ซีดีซี)
474	วารสารวิชาการระหว่างประเทศ "มะเร็งวิทยา"
475	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
476	วินทกานต์, ชาตวุฒิ บุญยรักษ์ และจรัญ ยั่งยืน (ผู้เขียน)
477	วินิทรา นวลละออง (ผู้เขียน)
478	วิมลิน (ผู้เขียน)
479	จีรพจน์ อินทรพันธ์ (ผู้เขียน)
480	เว็บไซต์ Momypedia.com
481	เว็บไซต์ เด็กดีดอทคอม
482	แวมมยุรา (ผู้เขียน)
483	ศ.พญ. สุจิตรา ประสานสุข (ผู้เขียน)
484	ศาลในเมืองนอริช
485	ศิริพงษ์ วิทยวิโรจน์ (ผู้เขียน)
486	ศิริราชพยาบาล
487	ศูนย์การค้า POWER CENTER
488	ศูนย์การแพทย์นวมบุตร สตรีและเด็ก
489	ศูนย์การเรียนรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- 490 ศูนย์ข้อมูลเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องแอลกอฮอล์
- 491 ศูนย์คุณธรรม สำนักรับผิดชอบและพัฒนาคณะความรู้
- 492 ศูนย์ดูแลสุขภาพจิตเพลทอพอไฮป
- 493 ศูนย์ทัชทิมนิมิต
- 494 ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค)
- 495 ศูนย์บริการความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (ศวท.)
- 496 ศูนย์บริการที่เป็นมิตร
- 497 ศูนย์บริหารจัดการเทคโนโลยี (TMC) อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ประเทศไทย หรือ ซอฟต์แวร์พาร์ค
- 498 ศูนย์บำบัดอาการเสพติดอินเทอร์เน็ต
- 499 ศูนย์ประสานงานเครือข่ายผู้ประกอบการในสถานศึกษา
- 500 ศูนย์ประสานงานเด็กและเยาวชนสร้างสรรค์ เพื่อชีวิตและสิ่งแวดล้อม (YPLE)
- 501 ศูนย์ประสานงานประชาชนและอาสาสมัครช่วยงานตำรวจ
- 502 ศูนย์ประสานงานเยาวชนเพื่อประชาธิปไตย (ศยป.)
- 503 ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)
- 504 ศูนย์วิจัยการจัดการความรู้การสื่อสารและการพัฒนา
- 505 ศูนย์วิจัยคันทักวาศาศสนา และวัฒนธรรม วิทยาลัยแสงธรรม
- 506 ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา
- 507 ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม (ศูนย์คุณธรรม)
- 508 ศูนย์สมิธแอนด์โจนส์ เมืองอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์
- 509 ศูนย์สวัสดิภาพเด็กเยาวชนและสตรี (ศดส.)
- 510 ศูนย์สุขภาพจิตที่ 1
- 511 ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 512 ศูนย์อินเทอร์เน็ตปลอดภัยและสร้างสรรค์
- 513 สถานทูตฝรั่งเศส
- 514 สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง
- 515 สถานเอกอัครราชทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทย
- 516 สถานเอกอัครราชทูตฝรั่งเศส
- 517 สถานเอกอัครราชทูตสหรัฐอเมริกาประจำประเทศไทย
- 518 สถานีโทรทัศน์ช่อง 3
- 519 สถานีโทรทัศน์ช่อง 5

- 520 สถานีโทรทัศน์ช่อง 7
- 521 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9
- 522 สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย TPBS
- 523 สถานีโทรทัศน์เห็ดนรรษา
- 524 สถานีวิทยุ FM 105 คลื่นสีขาวเพื่อเด็กและครอบครัว
- 525 สถานีวิทยุเยาวชนออนไลน์
- 526 สถานีวิทยุร่วมด้วยช่วยกัน
- 527 สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 528 สถานีอนามัยตำบลแก่งไสภา
- 529 สถาบัน EF Education First
- 530 สถาบันการ์ตูนไทย
- 531 สถาบันการแพทย์แผนไทย
- 532 สถาบันการศึกษามารเวทศาสตร์ของสหรัฐฯ หรือเอเอพี
- 533 สถาบันการศึกษาทางไกล
- 534 สถาบันการศึกษาระหว่างประเทศราชวาทันมัย
- 535 สถาบันเกอเธ่
- 536 สถาบันคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม (สบท.)
- 537 สถาบันดนตรียามาฮา
- 538 สถาบันไทยธุรกิจเน็ต
- 539 สถาบันยุทธศาสตร์ด้านนโยบายของออสเตรเลีย
- 540 สถาบันระหว่างประเทศเพื่อสิทธิและการพัฒนาเด็ก ประเทศแคนาดา
- 541 สถาบันรักลูก
- 542 สถาบันราชานุกูล
- 543 สถาบันรามจิตติ
- 544 สถาบันวิจัยชีวิตการทำงานแห่งชาติของสวีเดน
- 545 สถาบันวิจัยดาราศาสตร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ สดร.
- 546 สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย
- 547 สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข
- 548 สถาบันวิจัยโรงพยาบาลเด็ก ซีแอตเติล
- 549 สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์(TU-RAC)
- 550 สถาบันวิจัยแฮร์ริส อินเตอร์ แอ็คทีฟ (Harris Interactive)

551	สถาบันส่งเสริมการสอนนิตยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสจท.)
552	สถาบันสร้างสรรค์ศักยภาพสมอง
553	สถาบันสอนภาษาอังกฤษ EF Education First
554	สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่น
555	สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์
556	สถาบันสุขภาพเด็กแห่งชาติมหาราชินี
557	สถาบันเสริมทักษะ จีเนียส พลัส
558	สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว
559	สถาบันแห่งชาติเพื่อเด็กและเยาวชน
560	สถาบันอิสรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย
561	สภาอากาศไทย
562	สภาการพยาบาล
563	สภาเด็กและเยาวชนแห่งประเทศไทย
564	สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สป.)
565	สภานักศึกษาคณะนิติศาสตร์และการสื่อสารแห่งประเทศไทย
566	สภานิติบัญญัติแห่งชาติ
567	สภาผู้แทนราษฎร
568	สภาเยาวชน
569	สภาวิจัยแห่งชาติสหรัฐฯ
570	สภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชินูปถัมภ์
571	สภาองค์กรพัฒนาเด็กและเยาวชน
572	สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
573	สมพงษ์ จิตระดับ สุ้องค์ควาทิน (ผู้เขียน)
574	สมพันธ์ เตชะอธิก (คอลัมนิสต์)
575	สมรภูมิไอดี
576	สมาคมครูภาษาไทยแห่งประเทศไทย
577	สมาคมความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศ (ทีซ่า)
578	สมาคมคอมพิวเตอร์แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์
579	สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย
580	สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย
581	สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย

- 582 สมาคมนักเขียนแห่งประเทศไทย
- 583 สมาคมประวัติศาสตร์สตรีชอลไทย
- 584 สมาคมป้องกันการทารุณกรรมเด็กแห่งชาติ (เอ็นเอสพีซีซี) ประเทศไทย
- 585 สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จัดจำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย
- 586 สมาคมผู้ดูแลเว็บแห่งประเทศไทย
- 587 สมาคมผู้บริโภคสื่อสีขาว
- 588 สมาคมผู้ประกอบการแอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ไทย (TACGA)
- 589 สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน
- 590 สมาคมภาพยนตร์แห่งอเมริกา
- 591 สมาคมยุวมุสลิมแห่งประเทศไทย
- 592 สมาคมส่งเสริมสิทธิและความเสมอภาค
- 593 สมาคมสร้างสรรค์ไทย หรือ "ตาวีเศษ"
- 594 สมาคมเสริมสร้างครอบครัวให้อบอุ่นและเป็นสุข
- 595 สมาพันธ์ช่วยเหลือภาคีรัฐลดปัญหาแอลกอฮอล์แห่งชาติ
- 596 สมาพันธ์พิทักษ์สิทธิเด็กและสตรีแห่งประเทศไทย
- 597 สว.กลุ่มงานสืบสวน ภ.จ.ลพบุรี
- 598 สวนดุสิตโพล
- 599 สหพันธ์นิสิตนักศึกษาภาคอีสาน (สนนอ.)
- 600 สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ (ITU)
- 601 สหภาพยุโรป
- 602 สหรัฐอเมริกา
- 603 สันต์ หัตถ์รัตน์ (คอลัมนิสต์)
- 604 สาธารณสุข มาเลเซีย
- 605 สายการบินแอร์ มาดากัสการ์
- 606 สายพิน แก้วงามประเสริฐ (ผู้เขียน)
- 607 สำนักกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ
- 608 สำนักการตลาด
- 609 สำนักข่าววอยซ์ ออฟ อเมริกา (Voice of America)
- 610 สำนักข่าวออนไลน์ที่อังกฤษ นายจาคอบ วิกเตอร์ (ผู้เรียบเรียง)
- 611 สำนักข่าวเอเอฟพี
- 612 สำนักคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด (ป.ป.ส.)

613	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
614	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างสุขภาพ (สสส.)
615	สำนักงานการศึกษานอกระบบ
616	สำนักงานการศึกษานอกเวลา (กศน.)
617	สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว (สค.)
618	สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครศรีธรรมราช
619	สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา
620	สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.)
621	สำนักงานคณะกรรมการกิจกรรมโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.)
622	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)
623	สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)
624	สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.)
625	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.)
626	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ(วช.)
627	สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
628	สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชนผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ
629	สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (ตร.)
630	สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
631	สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.)
632	สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สบร.)
633	สำนักงานบริหารสื่อและสิ่งพิมพ์จีน
634	สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.)
635	สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด
636	สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ (พศ.)
637	สำนักงานพัฒนาการกีฬาและนันทนาการ
638	สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)
639	สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (สกศ.)
640	สำนักงานวัฒนธรรม จ.สงขลา
641	สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย

- 642 สำนักงานส่งเสริมเครือข่ายผู้ประกอบการ
- 643 สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก-เยาวชนผู้ด้อยโอกาส คนพิการ และผู้สูงอายุ (สท.)
- 644 สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน
- 645 สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือซิป้า
- 646 สำนักงานสถิติแห่งชาติ
- 647 สำนักงานสอบสวนกลางแห่งสหรัฐฯ (เอฟบีไอ) ประจำเมืองเอกซาคราเมนโต รัฐแคลิฟอร์เนีย
- 648 สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- 649 สำนักงานอินเทอร์เน็ต สหประชาชาติ
- 650 สำนักทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์
- 651 สำนักนายกรัฐมนตรี
- 652 สำนักประชาสัมพันธ์และเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 653 สำนักป้องกันแก๊งค์และความปลอดภัยด้านนิวเคลียร์ ออสเตรเลีย
- 654 สำนักพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (สทว.)
- 655 สำนักพิมพ์ แจ่มใส
- 656 สำนักพิมพ์มติชน
- 657 สำนักพิมพ์มูลนิธิเด็ก
- 658 สำนักภาพยนตร์และวีดิทัศน์
- 659 สำนักบรรณรักษ์และสื่อสารสารธารณะเพื่อสังคม
- 660 สำนักโรคเอดส์ วัณโรค และโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์
- 661 สำนักเลขานุการสมเด็จพระสังฆราช
- 662 สำนักวิจัยแรงค์ของสหรัฐอเมริกา
- 663 สำนักวิจัยเอแบคโพลล์
- 664 สื่อมวลชนคาทอลิกประเทศไทย
- 665 สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.)
- 666 สุทธาสินี จิตรกรรมไทย (ผู้เขียน)
- 667 สุพจน์ เอียงกฤษร (ผู้เขียน)
- 668 สุภาพ หริมเทพาธิป (ผู้ให้สัมภาษณ์)
- 669 เสกขภูมิ วรรณปก (ผู้เขียน)
- 670 เสถียรธรรมสถาน

- 671 เสาวนีย์ นิมิปานพยุงวงศ์ (ผู้เขียน)
- 672 หนังสือผู้เฝ้าระวังสื่อ (ผู้เขียน)
- 673 หน่วยงานบริการตรวจสอบ และประมวลผลสถิติการเยี่ยมชมเว็บไซต์ประเทศไทย
- 674 หน่วยงานพัฒนาดีจิตอลคอนเทนต์และแอนิเมชัน Mdec (Multimedia Development Corporation) ประเทศมาเลเซีย
- 675 หน่วยงานจัดการความรู้เรื่องความรุนแรงในครอบครัว
- 676 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ
- 677 หนังสือพิมพ์ไชน่า ยูธ เดลี
- 678 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
- 679 หนังสือพิมพ์มติชน
- 680 หนุ่มดีจิตอล cybernet@thairath.co.th
- 681 หนูมาน (ผู้เขียน)
- 682 หมายเหตุประเทศไทย (ผู้เขียน)
- 683 หอภาพยนตร์ (องค์การมหาชน)
- 684 ห้างเซ็นทรัล
- 685 หางนกยูง (ผู้เขียน)
- 686 หาดใหญ่โพล
- 687 องค์กรแพธ (PATH)
- 688 องค์กรเอ็กซ์เนดประเทศไทย
- 689 องค์การ แพลน อินเตอร์เนชันแนล (สำนักงานประเทศไทย)
- 690 องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ(UNESCO)
- 691 องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) นพรัตน์ อ.หนองเสือ
- 692 องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) น้ำริด อ.เมือง จ.อุตรดิตถ์
- 693 องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ม่วงงาม อ.สิงหนคร จ.สงขลา
- 694 องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) หนองคาย
- 695 องค์การพิพิธภัณฑิวิทยาศาสตร์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ
- 696 องค์การพิพิธภัณฑิวิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพพช.)
- 697 องค์การเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศของสหรัฐอเมริกา (USAID)
- 698 องค์การสตอฟ เลิฟเวอร์บอยส์
- 699 องค์การอนามัยโลก
- 700 องคมนตรี

701	อนันต์ ลือประดิษฐ์ (ผู้เขียน)
702	อมรากล อินโชนานนท์ (ผู้เขียน)
703	อรรถพล วชิรสิโรตม (ผู้เขียน)
704	อรรธรณ (ผู้เขียน)
705	อักษราฟอ์ คัดส์
706	อังคารกมล (ผู้เขียน)
707	อับดุลชะกูร์ บินฮาฟิอีย์ ดินอะ (ผู้เขียน)
708	อาร์เอส
709	อารี สัตนหจวี (ผู้เขียน)
710	อุทยานการเรียนรู้ TK park
711	อุทยานเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์ราชชนนี
712	เอกลักษณ์ ยี่มิวไล (ผู้เขียน)
713	เอเชีย ซอฟท์ กระจกรวงไอซีที
714	โฮงเฮือนสืบสานภูมิปัญญาล้านนา จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 7 การสรุปและวิเคราะห์ประเด็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับสื่อและเยาวชน (ปี2549-2554) โดยจำแนกเป็นราย 6 เดือน/ หนังสือพิมพ์

ปี (พ.ศ.)	เดือน	ประเด็นร้อน สื่อ-เยาวชน (จำนวนข้อ)			หมายเหตุ
		ไทยรัฐ	มติชน	กรุงเทพธุรกิจ	
2549	มกราคม – มิถุนายน	<ul style="list-style-type: none"> • รัฐบาลมีการออกมาตรการเกี่ยวกับการป้องปรามสื่อ เพื่อให้เกิดสื่อสร้างสรรค์สำหรับเยาวชนและประชาชนทั่วไป (14) • ปัญหาสื่อลามก และการจัดการสื่อลามก (8) 	<ul style="list-style-type: none"> • รัฐบาลมีการออกมาตรการเกี่ยวกับการป้องปรามสื่อ เพื่อให้เกิดสื่อสร้างสรรค์สำหรับเยาวชนและประชาชนทั่วไป (25) • ภาคองค์กรประชาสังคมมีบทบาทในการหยิบยกปัญหาที่เกิดจากสื่อที่ส่งผลกระทบต่อเยาวชน พร้อมเสนอแนวทางแก้ไข (25) • ปัญหาสื่อลามก และการจัดการสื่อลามก (18) 	<ul style="list-style-type: none"> • ภาคองค์กรประชาสังคมมีบทบาทในการหยิบยกปัญหาที่เกิดจากสื่อที่ส่งผลกระทบต่อเยาวชน พร้อมเสนอแนวทางแก้ไข (18) 	<p>รัฐบาลมีการออกมาตรการเพื่อปฏิรูปสื่อเป็นจำนวนมาก ตั้งข้อสังเกตว่า เป็นการทำให้เบี่ยงเบนกระแสนทางการเมือง ภายหลังจากที่นายก(พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร)ขายหุ้นให้สิงคโปร์ไปแล้ว</p>
	กรกฎาคม – สิงหาคม	<ul style="list-style-type: none"> • ปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่ไม่เหมาะสม เช่น การแชท การใช้แคมฟร็อก การดูสื่อลามก การเล่นเกมส์ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหานี้ต่างหาทางป้องกันแก้ไข (16) • ปัญหาการใช้โทรศัพท์มือถือในทางที่ผิด เช่น การถ่ายคลิปวิดีโอแล้วนำมาเผยแพร่ (10) 	<ul style="list-style-type: none"> • ปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่ไม่เหมาะสม เช่น การแชท การใช้แคมฟร็อก การดูสื่อลามก การเล่นเกมส์ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหานี้ต่างหาทางป้องกันแก้ไข (16) • ปัญหาการแฮดไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือจนทำให้เกิดการล่อลวง และอาชญากรรม (7) 	<ul style="list-style-type: none"> • ปัญหาการใช้อินเทอร์เน็ตในทางที่ไม่เหมาะสม เช่น การแชท การใช้แคมฟร็อก การดูสื่อลามก การเล่นเกมส์ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับปัญหานี้ต่างหาทางป้องกันแก้ไข (13) 	

2550	มกราคม - มิถุนายน	<ul style="list-style-type: none"> • เนื้อหาข่าวแสดงถึงความกังวลในเรื่องลามก การมีเพศสัมพันธ์ การแต่งกายวาทนวิหวที่ปรากฏในสื่อ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเยาวชน (18) • การนำเสนองานวิจัยเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน (9) 	<ul style="list-style-type: none"> • เนื้อหาข่าวแสดงถึงความกังวลในเรื่องลามก การมีเพศสัมพันธ์ การแต่งกายวาทนวิหวที่ปรากฏในสื่อ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเยาวชน (22) • การเคลื่อนไหวของภาครัฐในการผลักดันกฎหมาย และมาตรการต่างๆ เพื่อปกป้องเยาวชนจากการเสพสื่อผิดๆ เช่น งดการโฆษณาเหล่า-ขนมเด็ก (13) 	<ul style="list-style-type: none"> • การเคลื่อนไหวของภาครัฐในการผลักดันกฎหมาย และมาตรการต่างๆ เพื่อปกป้องเยาวชนจากการเสพสื่อผิดๆ เช่น การจัดเรทติ้งสื่อ งดการโฆษณาเหล่า-ขนมเด็ก (15) • เนื้อหาข่าวแสดงถึงความกังวลในเรื่องลามก การมีเพศสัมพันธ์ การแต่งกายวาทนวิหวที่ปรากฏในสื่อ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเยาวชน (9) 	
	กรกฎาคม - สิงหาคม	<ul style="list-style-type: none"> • การนำเสนองานวิจัยเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน (8) 	<ul style="list-style-type: none"> • เนื้อหาข่าวแสดงถึงความกังวลในเรื่องลามก การมีเพศสัมพันธ์ การแต่งกายวาทนวิหวที่ปรากฏในสื่อ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเยาวชน (17) • การนำเสนองานวิจัยเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน (10) • การเคลื่อนไหวของภาครัฐในการผลักดันกฎหมาย และมาตรการต่างๆ เพื่อปกป้องเยาวชนจากการเสพสื่อผิดๆ เช่น การจัดเรทติ้งสื่อ งดการโฆษณาเหล่า-ขนมเด็ก (10) 	<ul style="list-style-type: none"> • การนำเสนองานวิจัยเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน (11) • การเคลื่อนไหวของภาครัฐในการผลักดันกฎหมาย และมาตรการต่างๆ เพื่อปกป้องเยาวชนจากการเสพสื่อผิดๆ เช่น การจัดเรทติ้งสื่อ งดการโฆษณาเหล่า-ขนมเด็ก (7) 	รัฐบาลพ.ศ.สุรยุทธ์มีการปฏิรูปสื่อ ปฏิรูปประเทศไทย

2551	มกราคม – มิถุนายน	<ul style="list-style-type: none"> • เนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในสื่อโทรทัศน์ โดยเฉพาะการนำเสนอความรุนแรง เพศ มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของเยาวชน เช่น ชาวนักเรียนตบกัน ละครสงครามนางฟ้า ภาพเกย์ ดุเดือดที่เป็นคนมีชื่อเสียง (13) 	<ul style="list-style-type: none"> • มีการนำเสนอผลงานวิจัยเกี่ยวกับการเสพยาของเยาวชน และอิทธิพลของสื่อ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ มีผลต่อทัศนคติ พฤติกรรมของเยาวชนในปัจจุบัน (9) 	<ul style="list-style-type: none"> • มีการนำเสนอผลงานวิจัยเกี่ยวกับการเสพยาของเยาวชน และอิทธิพลของสื่อ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ มีผลต่อทัศนคติ พฤติกรรมของเยาวชนในปัจจุบัน (9) 	
	กรกฎาคม – สิงหาคม	<ul style="list-style-type: none"> • เยาวชนการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต (10) 	<ul style="list-style-type: none"> • ชาวกิจกรรมและโครงการรณรงค์ให้เยาวชนรักการอ่านหนังสือ (17) 	<ul style="list-style-type: none"> • การใช้สื่อโทรทัศน์ และภาพยนตร์กับเยาวชน (8) 	
2552	มกราคม – มิถุนายน	<ul style="list-style-type: none"> • สื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลทั้งคุณและโทษต่อเยาวชนในการเลียนแบบพฤติกรรม (8) • ปัญหาเยาวชนเสพยาเสพติดสื่ออินเทอร์เน็ต (5) 	<ul style="list-style-type: none"> • สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงง่าย แต่เต็มไปด้วยภาพความรุนแรง เพศ และตัวอย่างที่ไม่ดี (เช่น ชาวตบตี ละครเมียหลวง) ทำให้เยาวชนเกิดการเลียนแบบ (11) • ปัญหาเยาวชนเสพยาเสพติดเกมส์ออนไลน์ (7) 	<ul style="list-style-type: none"> • เยาวชนใช้สื่อออนไลน์ในทางที่ผิด เช่น การเล่นเกมส์ การล่อลวง การดูเว็บไซต์ลามก (7) 	
	กรกฎาคม – สิงหาคม	<ul style="list-style-type: none"> • หน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวข้องกับเด็ก-สังคมพยายามใช้สื่อ หนังสือ ละคร ภาพยนตร์และโดยเฉพาะเว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความรู้แก่เยาวชน(16) 	<ul style="list-style-type: none"> • หน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวข้องกับเด็ก-สังคมพยายามใช้สื่อ หนังสือ ละคร ภาพยนตร์ นิทาน เกมส์ และโดยเฉพาะเว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความรู้แก่เยาวชน(23) 	<ul style="list-style-type: none"> • หน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวข้องกับเด็ก-สังคมพยายามใช้สื่อ หนังสือ ละคร ภาพยนตร์ และโดยเฉพาะเว็บไซต์เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความรู้แก่เยาวชน(20) 	

2553	มกราคม – มิถุนายน	<ul style="list-style-type: none"> • อาชญากรรมที่มาจากโลกไซเบอร์ เช่น การล่อลวง การพนัน เกมส์ (8) 	<ul style="list-style-type: none"> • การเสฟสื่อใหม่ทำให้เยาวชนมีพฤติกรรมก้าวร้าว และเสี่ยงต่อการถูกล่อลวง (14) 	<ul style="list-style-type: none"> • อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อเยาวชน (11) 	
	กรกฎาคม – สิงหาคม	<ul style="list-style-type: none"> • ละครที่วิกับความรุนแรงในสังคม มีจากรุนแรง ตบตี ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ไม่ดีแก่เยาวชน (14) • อันตรายจากอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะสื่อ Social media ที่ทำให้เกิดปัญหาสังคม เช่น การติดเกมส์ การพนัน การถูกล่อลวง การฆ่าตัวตาย การดูหนังโป๊ เป็นต้น (9) 	<ul style="list-style-type: none"> • การใช้ละครเป็นเครื่องมือในการจูงใจเยาวชนให้ร่วมกันเรียนรู้ และกระตุ้นจิตสำนึกที่ดีต่อสังคม (9) • อันตรายจากอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะสื่อ Social media ที่ทำให้เกิดปัญหาสังคม เช่น การติดเกมส์ การพนัน การถูกล่อลวง การฆ่าตัวตาย การดูหนังโป๊ เป็นต้น (17) • การใช้ประยุกต์ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อให้เกิดผลดีต่อเยาวชน (7) 	<ul style="list-style-type: none"> • อันตรายจากอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะสื่อ Social media ที่ทำให้เกิดปัญหาสังคม เช่น การติดเกมส์ การพนัน การถูกล่อลวง การฆ่าตัวตาย การดูหนังโป๊ เป็นต้น (10) 	
2554	มกราคม – มิถุนายน	<ul style="list-style-type: none"> • ละครโทรทัศน์ช่อง 3 เรื่อง "ดอกส้มสีทอง" วิพากษ์พฤติกรรมของเรยา (7) 	<ul style="list-style-type: none"> • ละครโทรทัศน์ช่อง 3 เรื่อง "ดอกส้มสีทอง" วิพากษ์พฤติกรรมของเรยา (7) 	<ul style="list-style-type: none"> • พฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ประเภท Social Media (7) 	เดือนพ.ค. ละครดอกส้มสีทองออกอากาศ
	กรกฎาคม – สิงหาคม	<ul style="list-style-type: none"> • การใช้สื่อ Social Media ในทางที่ผิดๆ เช่น ดูภาพโป๊ เล่นเกมส์ (5) • การแจกแท็บเล็ตตามนโยบายรัฐบาล (3) 	<ul style="list-style-type: none"> • การเอ็กสเรย์หนัง ละคร การวิเคราะห์อิทธิพลของทีวี (7) • การแจกแท็บเล็ตตามนโยบายรัฐบาล (4) 	<ul style="list-style-type: none"> • การแจกแท็บเล็ตตามนโยบายรัฐบาล (5) 	รัฐบาลนส.ยิ่งลักษณ์ มีนโยบายแจกแท็บเล็ตให้เด็กประถม

* หมายเหตุ (...) คือ จำนวนข่าวที่เกิดขึ้น

จากการสังเกตผลจากการเก็บข้อมูลทั้งหมด พบว่า เมื่อกล่าวถึง "เยาวชน" และ "สื่อ" องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการดูแลเยาวชน มักจะหยิบยกความไม่ปลอดภัย และความอันตรายของสื่อ "อินเทอร์เน็ต" และ "โทรทัศน์-ข่าว ภาพยนตร์" ที่มีความรุนแรง ลามกอนาจาร ซึ่งอาจส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของเยาวชน ประเด็นข่าวเหล่านี้มักได้รับการกล่าวถึงทุก ๆ ปี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ เยาวชน โดยเฉพาะวัยรุ่น มักเลือกเสพสื่อจากอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ซึ่งยากที่ผู้ปกครองจะเข้าไปควบคุมดูแล หรือปิดกั้น

นอกจากนี้สื่อโทรทัศน์ก็เป็นสื่อที่ต้องแสวงหาผลกำไรเพื่อเลี้ยงองค์กรของตน ดังนั้น จึงมักเน้นรายการที่ "ขายดี" เช่น ละครตบจูบหลังข่าว การเลือกอ่านข่าว (สังคม อาชญากรรม หวย บ้านเทิง) ตามกระแสความนิยม ให้อยู่ในช่วงเวลาอดนิยาม (Pram Time) ทำให้มีผู้ชมทั้งเด็ก และวัยรุ่นจำนวนมากได้เกิดการรับรู้ "สาร" ความรุนแรงชุดเดิมๆ ซ้ำๆ จนเกิดการเฉยชาต่อพฤติกรรมความรุนแรง และความไม่ปกติของสังคม

ตารางที่ 8 การสรุปและวิเคราะห์ประเด็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับสื่อและเยาวชน (ปี2549-2554)
โดยจำแนกตามประเด็น

ปี 2549		
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	ปัญหาเกมส์ที่มอมเมาเยาวชน	กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) กระทรวงมหาดไทย นักปราชญ์และผู้เชี่ยวชาญปัญหาเด็กของอังกฤษ นายอำเภอสตึก จ. ชลบุรี บริษัท เอ็นซี ทู จำกัด ภานู มณีวัฒน์กุล (ผู้เขียน) มูลนิธิกระจกเงา มูลนิธิสร้างสรรค์เด็ก รัฐบาล สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) หนังสือพิมพ์มติชน
2	นโยบายสื่อสร้างสรรค์สำหรับเยาวชน	กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร (ไอซีที) กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุข คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ คณะทำงานว่าด้วยเรื่องโรคอ้วนนานาชาติ คณะอนุกรรมการจัดทำกฎหมายห้ามโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทุกรูปแบบ ครอบครัวเพื่อความสามัคคีและสันติภาพโลก(ประเทศไทย) เครือข่ายเยาวชนเพื่อการปฏิรูปการศึกษา เครือข่ายสื่อเพื่อเด็ก โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก โครงการวิจัยและพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว หรือ Tv4kids เปิดฟ้าสองโลก (ผู้เขียน) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) ธัญบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

	<p>มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก (มพด.) มูลนิธิเพื่อนหญิง รัฐบาล ศูนย์ประสานงานเยาวชนเพื่อประชาธิปไตย (ศยป.) ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันรามจิตติ สภากาชาดไทย สภานักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์และการสื่อสารแห่งประเทศไทย สมาคมคอมพิวเตอร์แห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ สำนักคดีเทคโนโลยีและสารสนเทศ กรมสอบสวนคดีพิเศษ (ดีเอสไอ) กระทรวงยุติธรรม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (สกศ.) หญิงสาวผู้เฝ้าระวังสื่อ (ผู้เขียน) หนังสือพิมพ์มติชน นายเหตุประเทศไทย (ผู้เขียน)</p>
<p>3 ความรุนแรงในสื่อ</p>	<p>โครงการอบรมเยาวชนอาสาสมัครเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทศนัย ขำสุข (ผู้เขียน) สถาบันวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ (ETV) สถาบันรามจิตติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (สกศ.)</p>
<p>4 ปัญหาและการจัดการสื่อลามก โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากคลิป์มือถือ และเว็บไซต์</p>	<p>กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) กระทรวงมหาดไทย กระทรวงวัฒนธรรม (วธ.) กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุข กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดต่อเด็ก เยาวชน และสตรี (ปดส.) การกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) คณะกรรมการ ICANN</p>

	<p>คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คณะทำงานด้านเด็ก (ครุฑหุຍ) เครือข่ายนักวิชาการในโครงการติดตามสภาวการณ์เด็กรายจังหวัด หรือ Child Watch จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทศนัย ชำสุข (ผู้เขียน) ผู้ว่าราชการจังหวัดสระแก้ว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) ธัญบุรี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มูลนิธิสร้างสรรค์เด็ก รัฐบาล ลำแชะ (ผู้เขียน) สถาบันรามจิตติ สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน เอแบคโพลล์-มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ</p>
<p>5 Media Watch การเฝ้าระวังสื่อเพื่อ เยาวชน</p>	<p>กระทรวงสาธารณสุข กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดต่อเด็ก เยาวชน และ สตรี (ปดส.) โครงการติดตามสภาวการณ์เด็กและเยาวชนรายจังหวัด (Child Watch) โครงการมีเดีย วอทช์ (Media Watch Project) มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว มูลนิธิสอดส่องอินเทอร์เน็ต (The InternetWatch Foundation หรือ IWF) รัฐบาล ศูนย์ประสานงานเด็กและเยาวชนสร้างสรรค์ เพื่อชีวิตและ สิ่งแวดล้อม (YPLE) สถาบันรามจิตติ สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) หญิงสาวผู้เฝ้าระวังสื่อ</p>

6	<p>สถิติ ปัญหา และการส่งเสริมการอ่านแก่เยาวชน</p>	<p>กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ทะเลป๋วน (ผู้เขียน) บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย เทรตติ้ง จำกัด บางกอกเกียน (ผู้เขียน) เปิดฟ้าสองโลก (ผู้เขียน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ธ คาโรไลนา มูลนิธิสงเคราะห์เด็กยากจน ซี.ซี.เอฟ. ในประเทศไทย ในพระ ราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี รายการสโมสรฝั่งน้อย ลำแซ (ผู้เขียน) วินทกานต์, ชาตวิมล บุญยรักษ์ และจรัญ ยั่งยืน (ผู้เขียน) สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ หรือทีเค ปาร์ค หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์มติชน</p>
7	<p>เยาวชนใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับสื่อโทรทัศน์</p>	<p>มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก (มพด.) มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว</p>
8	<p>การระดมทุนจัดตั้งกองทุนสื่อสร้างสรรค์เพื่อเด็กและครอบครัว</p>	<p>มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก (มพด.) เครือข่ายสื่อเพื่อเด็ก</p>

ปี 2550		
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	ปัญหาและการจัดการสื่อลามก โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากคลิปปมื่อถือเว็บไซต์ และหนังสือการ์ตูน	<p>กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์</p> <p>กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</p> <p>กระทรวงยุติธรรม</p> <p>กระทรวงวัฒนธรรม</p> <p>กระทรวงศึกษาธิการ</p> <p>กระทรวงสาธารณสุข</p> <p>กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับเด็กและสตรี</p> <p>กองปราบปรามอาชญากรรมทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี</p> <p>คิดส์ สตอร์</p> <p>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p> <p>แทนคุณ จิตต์อิสระ (ผู้เขียน)</p> <p>บริษัท นานามีนิวส์ จำกัด</p> <p>แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.)</p> <p>มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม</p> <p>มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต</p> <p>มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว</p> <p>รัฐบาล</p> <p>โรงพยาบาลศรีธัญญา</p> <p>ศูนย์สวัสดิภาพเด็กเยาวชนและสตรี</p> <p>สถาบันรักลูก</p> <p>สถาบันราชานุกูล</p> <p>สถาบันรามจิตติ</p> <p>สภานิติบัญญัติแห่งชาติ</p> <p>สมพงษ์ จิตระดับ สุอังคะวาทิน (ผู้เขียน)</p> <p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)</p> <p>สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค</p> <p>สำนักงานตำรวจแห่งชาติ</p> <p>สำนักเอบแคโทลล์</p>
2	กำจัดสื่อร้าย ขยายสื่อดี	<p>กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์</p> <p>กระทรวงวัฒนธรรม</p> <p>กองปราบปรามอาชญากรรมทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี</p> <p>นายเกษม จันทร์น้อย (ผู้เขียน)</p> <p>สถาบันรามจิตติ</p>

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เอกลักษณ์ อิมวีไล (ผู้เขียน)		
3	<p>ปัญหาและการจัดการการเสพติดอินเทอร์เน็ตของเยาวชน เช่น การใช้โปรแกรมแครมฟรอก เว็บไซต์ลามก ดิดเกมส์</p>	<p>กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุข กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับเด็กและสตรี โครงการวัยกระเตาะฯ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดร.ตโนยา ตั้งอุทัยสุข (ผู้เขียน) ธรณ์ อ่างนาวาสวัสดิ์ (ผู้เขียน) บริษัท แมคแคน อีริคสัน (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน) มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก ยูเนสโก รัฐบาลจีน ศูนย์บำบัดอาการเสพติดอินเทอร์เน็ต (ประเทศจีน) ศูนย์สวัสดิภาพเด็ก เยาวชน และสตรี สถานีโทรทัศน์ซีซีของ 3 สถาบันรามจิตติ สมพงษ์ จิตระดับ สุอังคะวาทิน (ผู้เขียน) สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา สำนักวิจัยเอแบคโพล หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ องค์กรแพธ อุทยานการเรียนรู้ (ทีเค ปาร์ค)</p>
4	<p>นโยบายการควบคุมโฆษณาสำหรับเยาวชน เช่น โฆษณาขนมขบเคี้ยว โฆษณาเหล้า โฆษณาบุหรี่ และโฆษณาที่เข้าข่ายผิดศีลธรรม</p>	<p>walsang (นักข่าว) กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงวัฒนธรรม</p>

	<p>กระทรวงสาธารณสุข (ประเทศมาเลเซีย) คิตส์ สตอร์ เครือข่ายเยาวชน เครือข่ายรณรงค์ป้องกันภัยจากแอลกอฮอล์ โครงการวัยกระเตาะฯ จังหวัดสมุทรสงคราม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ (ผู้เขียน) ภาคภูมิ ป่องภัย (ผู้เขียน) มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม รัฐบาล รัฐสภา (ประเทศแคนาดา) ศูนย์สุขภาพจิตที่ 1 สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สป.) สภานิติบัญญัติแห่งชาติ สภาองค์การพัฒนาเด็กและเยาวชน สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา สำนักงานคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ แห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักบรรณคดีสื่อสารสาธารณะเพื่อสังคม หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน</p>
<p>5 การจัดการเตียงรายการโทรทัศน์ เพื่อ คุ้มครองเยาวชน</p>	<p>คณะกรรมการบูรณาการนโยบายสื่อเพื่อการพัฒนาสังคม คณะวิจัยการพัฒนาระบบเรตติ้ง บริษัท บีอีซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) มูลนิธิเครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ ศูนย์วิจัยการจัดความรู้การสื่อสารและการพัฒนา สถาบันราชานุกูล</p>

หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ		
6	การรณรงค์ให้เด็กรักการอ่าน	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก (มพด.)
7	การรณรงค์สัปดาห์ปิดทีวี เพื่อสร้างวินัยในการใช้เวลาให้เป็นประโยชน์	กลุ่มละครมะขามป้อม นิตยสารอาจารย์สาร แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว ศูนย์ศึกษาและพัฒนาสันติวิธี มหาวิทยาลัยมหิดล สถาบันต้นกล้า แอดชันเฮดประเทศไทย
8	การใช้สื่อ "หนังสือ" เพื่อกระตุ้นจินตนาการ และการถ่ายทอดความคิดของเด็ก	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ

ปี 2551

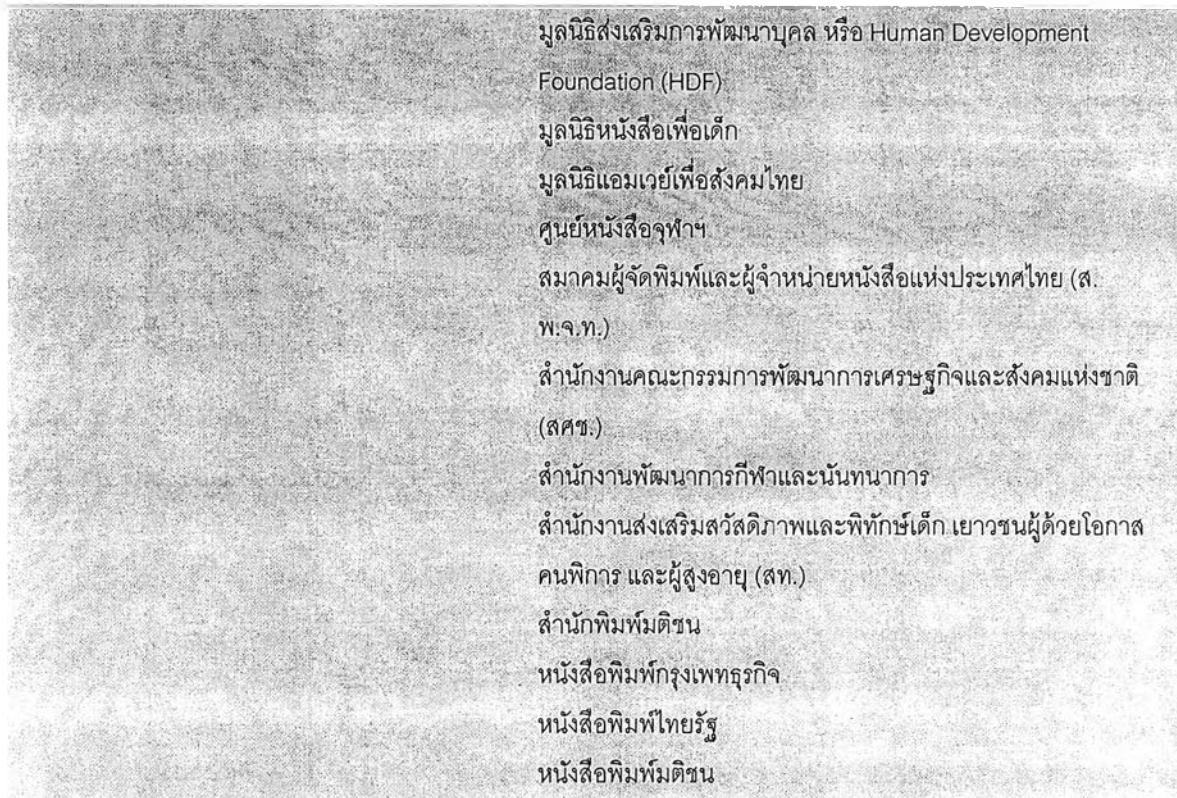
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	อิทธิพลโทรทัศน์(ละครสวรรค์เปียง สงครามนางฟ้า) ข่าว และ ภาพยนตร์ต่อพฤติกรรมของเด็ก และเยาวชน ทั้งด้านดี และด้านไม่ดี	กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ (ศธ.) กลุ่มบริษัทซัมซุง การบินไทย คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (กพฐ.) เครือข่ายเยาวชน แจ๊วริมจ้อ (ผู้เขียน) ชมรมนักข่าวสิ่งแวดล้อม ทิวบูรพา นพ.กัมปนาท ตันสัจดุตรกุล (ผู้เขียน) นักจิตวิทยาสหรัฐฯ บริษัท ซูเปอร์จีวี เวิร์คพอยท์ บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย มูลนิธิสยามกัมมาจล ศูนย์การแพทย์นวมบุตร สตรีและเด็ก ศูนย์ประสานงานประชาชนและอาสาสมัครช่วยงานตำรวจ สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย สถานีโทรทัศน์สารธารณะ ไทยพีบีเอส สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง7 สถาบันราชานุกูล สถาบันสอนภาษาอังกฤษ EF Education First สถาบันสุขภาพเด็กแห่งชาติมหาราชินี สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว สถาบันอิศรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย สภาเด็กและเยาวชนแห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย

		<p>สมาคมเสริมสร้างครอบครัวให้อบอุ่นและเป็นสุข สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำนักงานบริหารสื่อและสิ่งพิมพ์จีน สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักเอแบคโพลล์ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ องค์การแพธ</p>
2	ปัญหา และการจัดการคลิป์วิดีโอ ลามก และแฝงความรุนแรง	<p>กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ (ศธ.) การบินไทย สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์(TU-RAC) สภาการพยาบาล สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ(วช.)</p>
3	ปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหา วยรุ่นกับการเสฟสื่อผ่าน อินเทอร์เน็ต เช่น เด็กติดเกม แชท ดูเว็บไซต์ลามกและความรุนแรง (เช่น ฆ่าตัวตาย) ซึ่งอาจส่งผลต่อ การลอกเลียนแบบพฤติกรรมของ เยาวชน และเกิดเป็นปัญหา อาชญากรรม	<p>กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ (ศธ.) คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (กวช.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นิตยสารคอมพิวเตอร์นิเวศ บริษัท ไชวโรซิด จำกัด บริษัท เป็ปซี-โคล่า (ไทย) เทรตติ้ง จำกัด บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) บริษัท เอเชียซอฟท์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท ฮิวเลตต์-แพคการ์ด (ประเทศไทย) จำกัด ประธานมูลนิธิอมตะ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยศรีปทุม มูลนิธิสยามกัมมาจล โรงพยาบาลมนารมย์</p>

โรงเรียนพณิชยการภาษาอนุสรณ์บางแค
 โรงเรียนภาษาอนุสรณ์บางแค
 ลีฟ โกลบอล จำกัด (L.E.A.P. Global)
 ศูนย์ไฟระว่างทางวัฒนธรรม
 ศูนย์วิจัยค้นคว้า ศาสนา และวัฒนธรรม วิทยาลัยแสงธรรม
 ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม (ศูนย์คุณธรรม)
 สถาบันราชานุกูล
 สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว
 สภาการพยาบาล
 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
 สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.)
 สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
 (สศช.)
 สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.)
 สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
 สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชนผู้ด้อยโอกาส
 คนพิการ และผู้สูงอายุ (สท.)
 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ
 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
 หนังสือพิมพ์มติชน

4 กระตุ้นเด็กไทยรักการอ่าน

กระทรวงศึกษาธิการ
 กรุงเทพมหานคร
 เครือข่ายลูกกรุง
 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
 นิติภูมิ นวรรตน์ (ผู้เขียน)
 บมจ.ธนาคารกรุงไทย
 บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)
 บริษัท เอเชียบุคส์
 บริษัทอาทมาต ศรีเอชเอ็น
 ปิยมิตร ปัญญา (ผู้เขียน)
 มูลนิธิกระจกเงา
 มูลนิธิซิเมนต์ไทย (SCG Foundation)
 มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก (มพด.)
 มูลนิธิสงเคราะห์เด็กยากจน ซี.ซี.เอฟ. ในประเทศไทย ในพระ
 ราชมณเฑียรสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี



มูลนิธิส่งเสริมการพัฒนาบุคคล หรือ Human Development Foundation (HDF)

มูลนิธิหนังสือเพื่อเด็ก

มูลนิธิแอมเวย์เพื่อสังคมไทย

ศูนย์หนังสือจุฬาฯ

สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย (ส.พ.จ.ท.)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

สำนักงานพัฒนาการกีฬานันทนาการ

สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชนผู้ด้อยโอกาส คนพิการ และผู้สูงอายุ (สท.)

สำนักพิมพ์มติชน

หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

หนังสือพิมพ์มติชน

5 **เปิดพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ และเฝ้าระวังสื่อ เพื่อเด็ก และครอบครัว**

เครือข่ายวิทยุเพื่อเด็ก เยาวชน และครอบครัว

แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.)

มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว

สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างสุขภาพ (สสส.)

ปี 2552		
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	ความรุนแรงในสื่อสำหรับเยาวชน	กรมสุขภาพจิต กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงสาธารณสุข การสถาบันรามจิตติ โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แจ๊วริมจอ (ผู้เขียน) เดลี@Web (ผู้เขียน) บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) ผศ.ลักขมี คงลาภ (ผู้เขียน) ผู้จัดการมูลนิธิเครือข่ายครอบครัว ภาสินี ทองเหียง (ผู้เขียน) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยศรีปทุม มาลี บุญศิริพันธ์ (ผู้เขียน) มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว วินิตรา นวลละออง (ผู้เขียน) แวมมยุรา (ผู้เขียน) สถาบันการศึกษาระหว่างประเทศราชธานี สหภาพยุโรป สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หนังสือพิมพ์มติชน
2	ร้านเกมสีขาว	กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน)
3	การเสพสื่อจากอินเทอร์เน็ตของ เยาวชน	กระทรวงวัฒนธรรม (วธ.) กระทรวงศึกษาธิการ แจ๊วริมจอ (ผู้เขียน) ซีแมนเทค สหรัฐอเมริกา ซุม (ผู้เขียน) ดร.วิเลิศ ภูริวัชร (ผู้เขียน)

	<p>มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแพทย์เมืองฟิตส์เบิร์ก มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี มูลนิธิกระจกเงา ศูนย์อินเทอร์เน็ตปลอดภัยและสร้างสรรค์ กระทรวงศึกษาธิการ สถาบันการศึกษาระหว่างประเทศราชวรินทร์ สถาบันรามจิตติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.) สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ และผู้สูงอายุ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน เอกลักษณ์ ยี่มิวิไล (ผู้เขียน)</p>
4	<p>ปัญหาเรื่องเพศ และเรื่องลามกใน สื่อ</p> <p>กระทรวงความมั่นคงภายในของจีน กระทรวงยุติธรรม กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงสาธารณสุข โครงการเฝ้าระวังเด็กและเยาวชน จังหวัดฉะเชิงเทรา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซีเอ็มแมนเทค ดีไอบีหัวลำโพง แกลเลอรี เดลี@Web (ผู้เขียน) ทะเลป่วน (ผู้เขียน) บริษัทไมโครซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด ประเทศออสเตรเลีย พญ. ชัญวลี ศรีสุโข (ผู้เขียน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม มูลนิธิกระจกเงา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.) สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ และผู้สูงอายุ หนังสือพิมพ์มติชน</p>

เอกลักษณ์ ยิมวิไล (ผู้เขียน)	
5	<p>การเฝ้าระวังสื่อสำหรับเยาวชน (Media monitor)</p>
	<p>กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงวัฒนธรรม</p> <p>เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ โครงการเฝ้าระวังเด็กและเยาวชน โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพ จังหวัดฉะเชิงเทรา</p> <p>บริษัท ไมโครซอฟท์ (ประเทศไทย) มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร มูลนิธิกระจกเงา สถาบันรามจิตติ</p> <p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติดภาค 1 สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย จังหวัดเลย</p>
6	<p>อิทธิพลของสื่อโทรทัศน์</p>
	<p>กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุข</p> <p>เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p> <p>แจ้วริมจ้อ (ผู้เขียน) ทูใจ (ผู้เขียน) ดร.วิเลิศ ภูริวัชร (ผู้เขียน) ตีโอบีหัวลำโพง แกลเลอรี เตลี@Web (ผู้เขียน) ทะเลป่วน (ผู้เขียน)</p> <p>บริษัท ธู เดอะไลน์ คอมมิวนิเคชันส์ จำกัด ผศ.ลักขมี คงลาก (ผู้เขียน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยพิตส์เบิร์ก มหาวิทยาลัยแพทย์เมืองพิตส์เบิร์ก มหาวิทยาลัยแห่งวอชิงตัน</p>

		<p>มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย มาลี บุญศิริพันธ์ (ผู้เขียน) มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว วินิทราน นวลละออง (ผู้เขียน) แจ่มมยุรา (ผู้เขียน) ศูนย์อินเทอร์เน็ตปลอดภัยและสร้างสรรค์ กระทรวงศึกษาธิการ สถาบันรามจิตติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ และผู้สูงอายุ สำนักสถิติแห่งชาติ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ</p>
7	<p>การรณรงค์สร้างสื่อสร้างสรรค์ สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว</p>	<p>เครือข่ายเยาวชนเพื่อการพัฒนา บริษัทไอเค แมส แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.) มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก (มพด.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย</p>
8	<p>การรณรงค์กระตุ้นให้เด็กรักการ อ่าน</p>	<p>มูลนิธิกระจกเงา มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก มูลนิธิสงเคราะห์เด็กยากจน ซี.ซี.เอฟ. ในประเทศไทย ในพระ ราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ มูลนิธิแอมเวย์เพื่อสังคมไทยกรุงเทพมหานคร แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)</p>

ปี 2553		
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	ภัยจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อเยาวชน เช่น การติดเกมส์ การถูกล่อลวง การถูกข่มขู่ การดูคลิปโป๊-ความรุนแรง การพนัน	<p>กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์</p> <p>กระทรวงวัฒนธรรม</p> <p>กระทรวงสาธารณสุข</p> <p>กลุ่มการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิเด็ก</p> <p>กลุ่มดินสอสี</p> <p>กลุ่มรักยิ้ม</p> <p>กองทุนประชากรแห่งสหประชาชาติ</p> <p>คณะทำงานด้านเด็ก 24 องค์กร</p> <p>เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ</p> <p>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p> <p>แจ้วริมจ้อ (ผู้เขียน)</p> <p>ชฎาพร นาวัลย์ (ผู้เขียน)</p> <p>ชุมชนแพรงภูธร</p> <p>นานมี บุ๊คส์</p> <p>บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)</p> <p>บริษัท แมคแคน เวลด์กรุ๊ป</p> <p>บริษัท เอ็นซี ทู จำกัด</p> <p>ประเทศสหรัฐอเมริกา</p> <p>ปัญญาสมาคมเพื่อการวิจัยความเห็นสาธารณะแห่งประเทศไทย</p> <p>แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะ เยาวชน (สสย.)</p> <p>พงษ์ทิพย์ เทศะภู (ผู้เขียน)</p> <p>มหาวิทยาลัยแมริแลนด์</p> <p>มูลนิธิกระเจกเงา</p> <p>มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว</p> <p>มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก(มพด.)</p> <p>มูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย หรือ Internet Foundation for the Development of Thailand</p> <p>รัฐบาลเกาหลีใต้</p> <p>รัฐบาลสิงคโปร์</p> <p>ศูนย์ดูแลสุขภาพจิตเพลซอพอไฮป</p> <p>ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ</p> <p>สถานีวิทย์ไทยเพื่อเด็กและครอบครัว</p> <p>สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ</p>

		<p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)</p> <p>สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด</p> <p>สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.)</p> <p>สำนักพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์</p> <p>หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ</p> <p>หนังสือพิมพ์มติชน</p> <p>อักษรฯ ฟอรั คิตส์</p>
2	วัยรุ่นหายใจเข้าออกเป็นเฟชบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไฮ5	<p>DARPA หน่วยงานสนับสนุนทุนวิจัยทางด้านกลาโหมของ สหรัฐอเมริกา</p> <p>เมืองเมนโตซกา ทางตะวันตกของอาร์เจนตินา</p> <p>โพสท์ อิลิเมนต์ (Post elements) ผู้ผลิตนิตยสารคอมพิวเตอร์อาร์ต (computer arts Thailand)</p> <p>กรมสุขภาพจิต</p> <p>กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>คณะกรรมการวิจัยความปลอดภัยในอินเทอร์เน็ต ออสเตรเลีย</p> <p>มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร</p> <p>มูลนิธิปวีณาหงสกุลเพื่อเด็กและสตรี</p> <p>รัฐบาล</p> <p>วินิทรา นวลละออง (ผู้เขียน)</p> <p>ศูนย์ดูแลสุขภาพจิตเพลซออฟโฮป</p> <p>สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่น</p> <p>สหรัฐอเมริกา</p> <p>สำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยมหาดไทย</p>
3	วัยรุ่นกับความเสี่ยงในวันวาเลน ไทน์	<p>กรมสุขภาพจิต</p> <p>กรมอนามัย</p> <p>ปัญญาสมาคมเพื่อการศึกษาความเห็นสาธารณะแห่งประเทศไทย</p> <p>สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่น</p> <p>สำนักคูสติโพล</p> <p>หนังสือพิมพ์มติชน</p>
4	พฤติกรรมกรรมมีเพศสัมพันธ์ของ เยาวชน	<p>กรมสุขภาพจิต</p> <p>กรมอนามัย</p> <p>กระทรวงวัฒนธรรม</p> <p>กลุ่มการคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิเด็ก</p> <p>กองทุนประชากรแห่งสหประชาชาติ</p> <p>โครงการการพัฒนารูปแบบการแก้ไขปัญหาการตั้งครรรภ์ก่อนวัยอัน</p>

	<p>ควรว แจ่มวิมลจ่อ (ผู้เขียน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มูลนิธิปวีณาหงสกุลเพื่อเด็กและสตรี มูลนิธิสร้างความเข้าใจเรื่องสุขภาพผู้หญิง (สคส.) ลม เปลี่ยนทิศ (ผู้เขียน) ละคร "น้องใหม่ร้ายบริสุทธิ์" สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำนักดุสิตโพล หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก) องค์การพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ (อพวช.) องค์การแพธ (PATH)</p>
<p>5 ความสนใจเรื่องลามกของเยาวชน</p>	<p>กระทรวงวัฒนธรรม กลุ่มดินสอสี กลุ่มรักยิ้ม กองทุนสงเคราะห์เด็กแห่งสหประชาชาติ (ยูนิเซฟ) ประจำประเทศไทย คณะทำงานด้านเด็ก 24 องค์การ เครือข่ายครอบครัวไม่ระวังและสร้างสรรค์สื่อ โครงการการพัฒนารูปแบบการแก้ไขปัญหาการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควรว ชุมชนแห่งพุทธ ทีมข่าวพัฒนาสังคม (ผู้เขียน) แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะ เยาวชน (สสย.) มหาวิทยาลัยแมคควอรี แห่งออสเตรเลีย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว มูลนิธิปวีณาหงสกุลเพื่อเด็กและสตรี มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก(มพด.) ลม เปลี่ยนทิศ (ผู้เขียน) สถานีวิทย์ไทยเพื่อเด็กและครอบครัว</p>

		<p>สมาคมครูภาษาไทยแห่งประเทศไทย</p> <p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)</p> <p>สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ</p> <p>สำนักงานสอบสวนกลางแห่งสหรัฐฯ (เอฟบีไอ) ประจำเมืองเอชชาคราเมนโต รัฐแคลิฟอร์เนีย</p> <p>สำนักพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์</p> <p>หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ - ทีมข่าวพัฒนาสังคม</p>
6	คุมเข้มร้านอินเทอร์เน็ต มุคร้านเกมสีขาว	<p>กระทรวงวัฒนธรรม</p> <p>คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ</p> <p>คนสมณะ (ผู้เขียน)</p> <p>พ่อแม่ผู้ปกครองใน ต.จะบังติกอ อ.เมืองจ.ปัตตานี</p> <p>สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ</p> <p>สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.)</p> <p>สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชนผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ</p> <p>สำนักประชาสัมพันธ์และเทคโนโลยีสารสนเทศ</p> <p>สำนักพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์</p>
7	การเฝ้าระวังสื่อสำหรับเยาวชน (Media monitor)	<p>กรมสุขภาพจิต</p> <p>กระทรวงวัฒนธรรม</p> <p>คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ</p> <p>เครือข่ายลูกก๊อปปี้</p> <p>โครงการ Child Watch</p> <p>บริษัท แมคแคน เวลด์ก๊อปปี้</p> <p>มหาวิทยาลัยมหิดล</p> <p>มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี</p> <p>มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต (มสด.)</p> <p>สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ</p>
8	อิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ ละคร ภาพยนตร์ต่อเยาวชน	<p>กรมสรรพากร</p> <p>กรมสุขภาพจิต</p> <p>กระทรวงสาธารณสุขเกาหลีใต้</p> <p>กลุ่มมะขามป้อม</p> <p>คนสมณะ (ผู้เขียน)</p> <p>เครือข่ายผู้ขายเล็กเหย้ายุติความรุนแรงต่อผู้หญิงและเด็ก</p> <p>เครือข่ายพุทธิก้า</p> <p>เครือข่ายลูกก๊อปปี้</p>

จลสารกุมารเวชและเยาวชนของนิวซีแลนด์
 แจ้ววิมจ่อ (ผู้เขียน)
 ทะเลป่วน (ผู้เขียน)
 ธนาคารกรุงเทพ
 ถิ่นวา วิน (ผู้เขียน)
 นันทขว้าง สิริสุนทร (ผู้เขียน)
 นิติภูมิ นวรรค์ (ผู้เขียน)
 ผู้อำนวยการโรงเรียนธุรกิจอาหารไทยและนานาชาติกรุงเทพฯ
 ฟอเมฆ (ผู้เขียน)
 ภาควิชาขยายละครสำหรับเยาวชนทั่วประเทศ
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยมหิดล
 มหาวิทยาลัยมอนทรีออล
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
 มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 มูลนิธิเพื่อนหญิง
 มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อม)
 มูลนิธิสุขภาพไทย
 รัฐบาล
 ลม เปลี่ยนทิศ (ผู้เขียน)
 ละคร "น้องใหม่ร้ายบริสุทธิ์"
 วฤตดา ทาระภูมิ (ผู้เขียน)
 ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ
 สถาบันการศึกษากุมารเวชศาสตร์ของสหรัฐฯ หรือเอเอพี
 สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย
 สมาคมครูภาษาไทยแห่งประเทศไทย
 สมาคมผู้ประกอบการแอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ไทย
 (TACGA)
 สวนดุสิตโพล
 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
 สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (ซีปา)
 หน่วยงานพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์และแอนิเมชัน ประเทศ

	มาเลเชีย Mdec (Multimedia Development Corporation) หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ – ทีมข่าวพัฒนาสังคม หนังสือพิมพ์มติชน เอกลักษณ์ ยี่มิวไล (ผู้เขียน)
9 ความรุนแรงในสื่อ (เช่น มีฉาก ข่มขืน เซ็กส์ ฆ่า ล้อลวง ตบตี ต่ำ เหล้า การพนัน และโป๊)	กรมสุขภาพจิต กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ (ศธ.) กระทรวงสาธารณสุข คณะกรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์แห่งชาติ คนสมณะ (ผู้เขียน) เครือข่ายครอบครัว เครือข่ายผู้ชายเลิกเหล้ายุติความรุนแรงต่อผู้หญิงและเด็ก เครือข่ายหยุดพนัน เครือรักลูกกรุป แจงวิมจ่อ (ผู้เขียน) ขวภาพร นาวัลย์ (ผู้เขียน) ชน เศรษฐศาสตร์ (ผู้เขียน) ได้ฝุ่น (ผู้เขียน) ทะเลป่วน (ผู้เขียน) นันทขว้าง สิริสุนทร (ผู้เขียน) นิติภูมิ นวรรตน์ (ผู้เขียน) บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ประเทศสหรัฐอเมริกา ปัญญาสมาพันธ์เพื่อการวิจัยความเห็นสาธารณะแห่งประเทศไทย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยแมคควอรี แห่งออสเตรเลีย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มูลนิธิปวีณาหงสกุลเพื่อเด็กและสตรี มูลนิธิเพื่อนหญิง มูลนิธิสยามกัมมาจล

	<p>ลม เปลี่ยนทิศ (ผู้เขียน) วินิทรานวลละออง (ผู้เขียน) ศูนย์ดูแลสุขภาพจิตเพลซอพอโยป สมาคมครูภาษาไทยแห่งประเทศไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำนักงานกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว (สค.) สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) สำนักพิจารณาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ สุทธาสินี จิตรกรรมไทย (ผู้เขียน) หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน</p>
10	<p>การจัดเรตติ้งในสื่อโทรทัศน์</p> <p>เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ เครือข่ายสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก (มพด)</p>

ปี 2554		
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	กรณีละครโทรทัศน์ ดอกส้มสีทอง	กระทรวงวัฒนธรรม คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เครือข่ายครอบครัว ดร.วิเลิศ ภูริวัชร (ผู้เขียน) บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช มูลนิธิเพื่อนหญิง มูลนิธิสร้างความเข้าใจเรื่องสุขภาพผู้หญิง (สคส.) มูลนิธิแอ็ดซันเฮด อินเตอร์เนชันแนล (ประเทศไทย) รัฐบาล สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ - ทีมข่าวจุดประกาย หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน
2	การเข้าถึงสื่อและการพนันบอล	กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา คนชายขอบ (ผู้เขียน) เครือข่ายครอบครัวมูลนิธิสื่อเพื่อเยาวชน เครือข่ายองค์กรกัญชาการพนัน มูลนิธิสตรี-สฤณีวงศ์ มูลนิธิสื่อเพื่อเยาวชน ศูนย์ประสานงานเครือข่ายผู้ปกครองในสถานศึกษา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
3	รู้เท่าทันสื่อ	กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงวัฒนธรรม กุมารแพทย์เมืองบอสตัน ชฎาพร นาวัลย์ (ผู้เขียน) บริษัท เทรนด์ ไมโครอิงค์ แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเด็กและเยาวชน แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.)

		<p>มหาวิทยาลัยมหิดล</p> <p>มูลนิธิสยามกัมมาจล</p> <p>สถานีอนามัยตำบลแก่งไสภา</p> <p>สำนักข่าวเอเอฟพี</p> <p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส)</p> <p>หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ</p> <p>อุทยานการเรียนรู้ TK Park</p>
4	<p>วิภาควิจารณ์โครงการแจกแท็บเล็ต ให้นักเรียน หรือ One Tablet One Per Child</p>	<p>กรมสุขภาพจิต</p> <p>กระทรวงศึกษาธิการ</p> <p>กระทรวงสาธารณสุข</p> <p>ชติยา มหาสินธ์ (ผู้เขียน)</p> <p>จุฑารัตน์ ทิพย์นภา (ผู้เขียน)</p> <p>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p> <p>ดร.กนก วงศ์ตระหง่าน (ผู้ให้ข้อมูล)</p> <p>นายชินวรณ์ บุญยเกียรติ อดีต รมว. ศึกษาธิการ (ผู้ให้ข้อมูล)</p> <p>นายณรงค์ ถาวรวงศ์ (ผู้ให้ข้อมูล)</p> <p>นายวรากรณ์ สามโกเศศ อดีต รมว. ศึกษาธิการ (ผู้ให้ข้อมูล)</p> <p>โรงพยาบาลรามธิบดี</p> <p>ศ.ดร. วิจิตร ศรีสอาน อดีต รมว. ศึกษาธิการ (ผู้ให้ข้อมูล)</p> <p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.)</p> <p>เสาวนีย์ นิรมปานพุงวงศ์ (ผู้เขียน)</p> <p>หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ</p>
5	<p>ผลและพฤติกรรมการเสฟสื่อ อินเทอร์เน็ต (เช่น ติดเกม เฟสบุ๊ก เว็บโป๊ การพนัน ค่านิยมวัฒนธรรม เสื่อมถอย)</p>	<p>weerasak (ผู้เขียน)</p> <p>เคเบิลทีวีของสหรัฐอเมริกา</p> <p>เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ</p> <p>เครือข่ายงดเหล้า</p> <p>เครือข่ายรณรงค์หยุดพนัน</p> <p>โกวิท วงศ์สุรวัฒน์ (ผู้เขียน)</p> <p>โรงพยาบาลรามธิบดี</p> <p>กรมประชาสัมพันธ์</p> <p>กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</p> <p>กระทรวงวัฒนธรรม</p> <p>กระทรวงศึกษาธิการ</p> <p>กระทรวงสาธารณสุข</p> <p>กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับ</p>

	<p> อาชญากรรมทางเทคโนโลยี กุมารแพทย์เมืองบอสตัน คนชายขอบ (ผู้เขียน) คนสมณะ (ผู้เขียน) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชฎาพร นาวัลย์ (ผู้เขียน) บริษัท เทรนด์ ไมโครอิงค์ ประเทศอังกฤษ ปิยะนุช สิมะจาริก (ผู้เขียน) พีศรีหนุ่ม (ผู้เขียน) มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค มูลนิธิครอบครัว รมว.กระทรวงความมั่นคงแห่งมาตุภูมิ สหรัฐฯ รมว.กระทรวงยุติธรรมสหรัฐฯ ลม เปลี่ยนทิศ (ผู้เขียน) วีรพจน์ อินทรพันธ์ (ผู้เขียน) ศ.ดร. วิจิตร ศรีสอ้าน อดีต รมว. ศึกษานิเทศก์ (ผู้ให้ข้อมูล) สถาบันรามจิตติ สำนักเลขานุการสมเด็จพระสังฆราช สำนักแอมแบคโพลล์ สำนักข่าวเอเอฟพี สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์มติชน อารี สันหนวี (ผู้เขียน) </p>	
6	<p> การเฝ้าระวังสื่อสำหรับเยาวชน (Media monitor) </p>	<p> กระทรวงวัฒนธรรม </p>

	<p>เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ บริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด มหาวิทยาลัยมหาดไทย มูลนิธิครอบครัว รัฐบาล สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 สถานีอนามัยตำบลแก่งไทร</p>
<p>7 คลื่นสีขาว สื่อสร้างสรรค์...เพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว</p>	<p>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ชมรมวิทยุเด็ก เยาวชน และครอบครัว แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเด็กและเยาวชน(สสย.) แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.) สถานีวิทยุ FM 105 คลื่นสีขาวเพื่อเด็กและครอบครัว กรม ประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)</p>

ภาคผนวก 2

สรุปผลการวิจัยเอกสาร : เอกสาร หนังสือ งานวิจัย และโครงการ

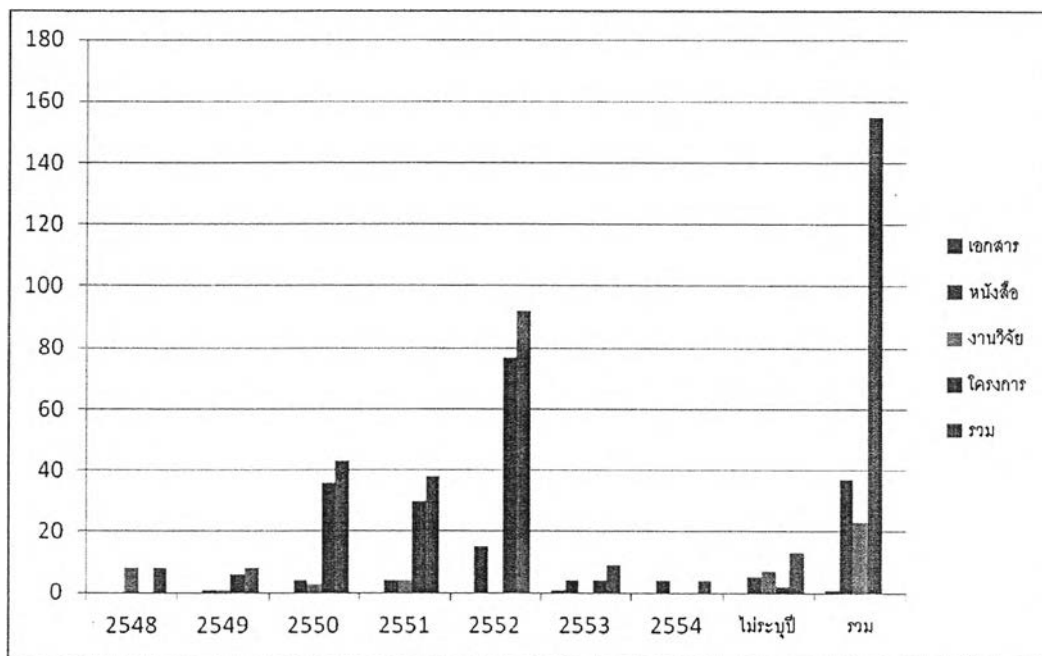
การวิจัยเรื่อง "กึ่งทศวรรษแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน : ทบทวนการดำเนินงานและแนวทางการขับเคลื่อนทางสังคมในอนาคต" เพื่อทราบถึงภาพรวมของการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนไทยในระหว่างปี พ.ศ.2548 - 2554 ทั้งในเชิงประเด็นสาธารณะและเครือข่ายทางสังคม และแนวทางการขับเคลื่อนแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนในอนาคต จึงได้ทำการวิจัยเอกสาร ในส่วนของเอกสาร หนังสือ ผลงานวิจัย และโครงการ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548 - 31 ธันวาคม 2554 ระยะเวลาเกือบ 6 ปี หรือ 2,556 วัน และมีจำนวนสื่อที่ใช้ในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 216 ชุด ผลการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏใน
เอกสาร หนังสือ งานวิจัย และโครงการ (ปี2548-2554) โดยจำแนกเป็นรายปี/ สื่อ

ปี	จำนวนข่าว				รวม
	เอกสาร	หนังสือ	งานวิจัย	โครงการ	
2548	-	-	8	-	8
2549	-	1	1	6	8
2550	-	4	3	36	43
2551	-	4	4	30	38
2552	-	15	-	77	92
2553	1	4	-	4	9
2554	-	4	-	-	4
ไม่ระบุปี	-	5	7	2	13
รวม	1	37	23	155	

โดยภาพรวมจะพบว่า ทุกๆ ปีมีข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนได้ถูกนำเสนอผ่านเอกสาร หนังสือ งานวิจัย และโครงการ (ดังภาพที่ 1.1) และเมื่อสังเกตเป็นรายปี พบว่า มีการจัดทำโครงการเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนมากที่สุดในกลุ่ม ดังจะเห็นได้จากยอดจำนวนข่าวที่ปรากฏ ตั้งแต่ปี 2548 - 2554

ภาพที่ 1.1 แสดงจำนวนข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏใน
เอกสาร หนังสือ งานวิจัย และโครงการ (ปี2548-2554) โดยจำแนกเป็นรายปี/ สื่อ



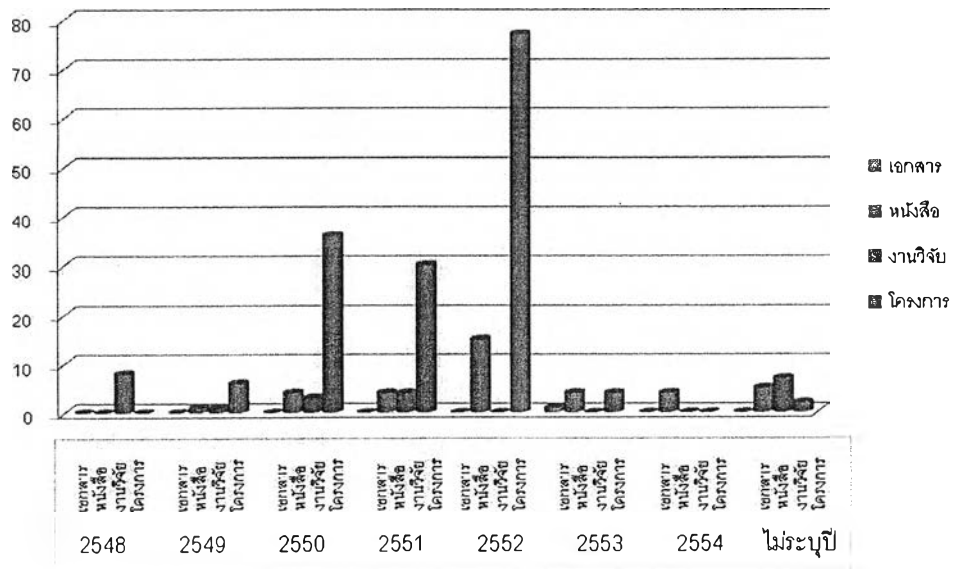
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏ
ในเอกสาร หนังสือ งานวิจัย และโครงการ (ปี2548-2554)
โดยจำแนกเป็นรายปี/ ประเภทสื่อ

ปี	สื่อ	จำนวนข่าว
2548	เอกสาร	-
	หนังสือ	-
	งานวิจัย	8
	โครงการ	-
2549	เอกสาร	-
	หนังสือ	1
	งานวิจัย	1
	โครงการ	6
2550	เอกสาร	-
	หนังสือ	4
	งานวิจัย	3
	โครงการ	36
2551	เอกสาร	-
	หนังสือ	4
	งานวิจัย	4
	โครงการ	30
2552	เอกสาร	-
	หนังสือ	15
	งานวิจัย	-
	โครงการ	77
2553	เอกสาร	1
	หนังสือ	4
	งานวิจัย	-

	โครงการ	4
2554	เอกสาร	-
	หนังสือ	4
	งานวิจัย	-
	โครงการ	-
ไม่ระบุปี	เอกสาร	-
	หนังสือ	5
	งานวิจัย	7
	โครงการ	2

จากการเก็บข้อมูล พบว่า มีการทำโครงการเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนมากที่สุด ดังจะเห็นได้จากจำนวนข่าวที่ปรากฏ ตั้งแต่ปี 2548 – 2554 ซึ่งโครงการเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนมียอดจำนวนข่าวมากที่สุดในกลุ่มโครงการ กล่าวคือ มีจำนวน 6 ข่าว (ปี 2549) 36 ข่าว (ปี 2550) 30 ข่าว (ปี 2551) 77 ข่าว (ปี 2552) และ 4 ข่าว (ปี 2553) ตามลำดับ ดังภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1 แสดงจำนวนข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏใน เอกสาร หนังสือ งานวิจัย และโครงการ (ปี2548-2554) โดยจำแนกเป็นรายปี/ ประเภทสื่อ

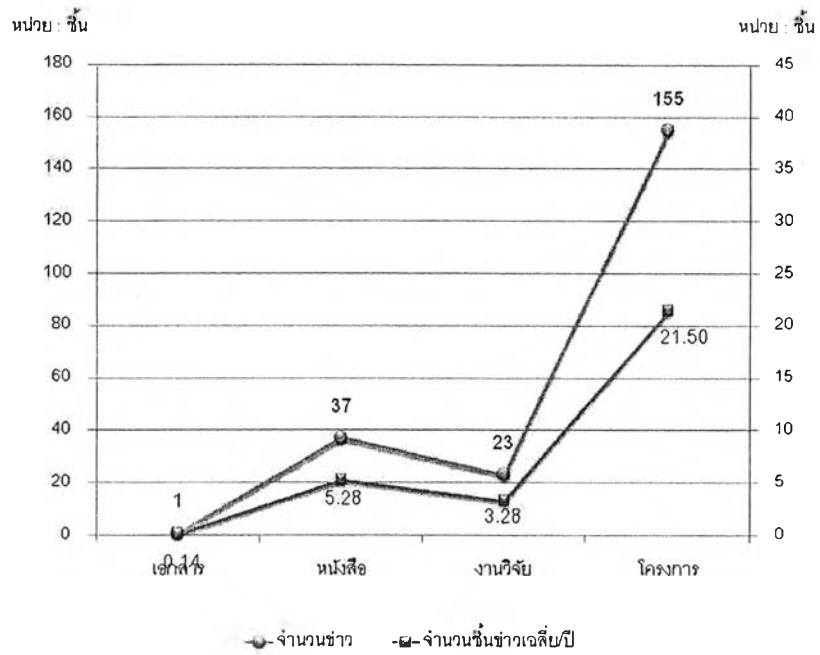


ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และค่าเฉลี่ยข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏ
ในเอกสาร หนังสือ งานวิจัย และโครงการ (ปี2548-2554) โดยจำแนกเป็นรายสื่อ

สื่อ	จำนวนข่าว (ชิ้น)	เฉลี่ย/ ปี (จำนวนชิ้นข่าว)
เอกสาร	1	0.14
หนังสือ	37	5.28
งานวิจัย	23	3.28
โครงการ	155	21.5

เมื่อจำแนกเป็นรายสื่อ พบว่า จำนวนข่าวโดยเฉลี่ย / ปี เกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏในเอกสาร หนังสือ งานวิจัย และ โครงการ (ปี2548-2554) ข่าวฯ ปรากฏมากที่สุด ในการจัดทำโครงการ จำนวน 21.5 โครงการ /ปี รองลงมา คือ หนังสือ จำนวน 5.28 เล่ม / ปี และ งานวิจัย จำนวน 3.28 งาน / ปี ดังภาพที่ 3.1

ภาพที่ 3.1 แสดงจำนวน และค่าเฉลี่ยค่าเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏ
ในเอกสาร หนังสือ งานวิจัย และโครงการ (ปี2548-2554) โดยจำแนกเป็นรายสื่อ



ตารางที่ 4 แสดงรายชื่อองค์กรที่เป็นผู้สร้างข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน
(ตั้งแต่ปี 2548-2554)

ลำดับที่	องค์กร
1	กลไกคณะทำงานสื่อเพื่อเด็กภาคตะวันออก
2	กลุ่ม Be shine ร่วมกับนาฏยสังคีต คณะอักษรศาสตร์ ม.ศิลปากร และสถาบัน ละครประยุกต์
3	กลุ่ม we are happy
4	กลุ่ม we change
5	กลุ่มกึ่งก้านใบ
6	กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ตำบลหนองตอกแป้น
7	กลุ่มเครือข่ายสื่อเด็ก
8	กลุ่มงานสุขภาพจิตและจิตเวช โรงพยาบาลมหาสารคาม
9	กลุ่มดอกคำพู่
10	กลุ่มคอยหมอกเพื่อการพัฒนา จ.แม่ฮ่องสอน
11	กลุ่มเด็กเยาวชนบ้านคลองป่าไม้ จังหวัดระยอง
12	กลุ่มต้นกล้าสื่อ
13	กลุ่มตะเกียงใต้ฝุ่น
14	กลุ่มไทยชอร์ตฟิล์ม
15	กลุ่มบุคคลกลุ่มคณะกรรมการโครงการ "พัฒนาศักยภาพ เพื่อพื้นที่สร้างสรรค์ สำหรับเด็ก"
16	กลุ่มแบ่งฝันปันใจ
17	กลุ่มพลอย
18	กลุ่มพลังแห่งการเปลี่ยนแปลง
19	กลุ่มมานิมานะ
20	กลุ่มไม้กวาดสีขาว

21	กลุ่มไม้จืดไฟ
22	กลุ่มเยาวชนต้นกล้า
23	กลุ่มเยาวชนบ้านส่องเหนือ
24	กลุ่มเยาวชนบาลีฮาย ชลบุรี
25	กลุ่มเยาวชนพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค สุราษฎร์ธานี
26	กลุ่มเยาวชนรักษ์บ้านเกิด ตำบลนนทรี
27	กลุ่มเยาวชนสืบสานวัฒนธรรมครองแครง
28	กลุ่มเยาวชนอาสาสอยดาว
29	กลุ่มระบัดใบ
30	กลุ่มระเบียบไม้
31	กลุ่มรักษ์เขาชะเมา
32	กลุ่มละครมะขามป้อม
33	กลุ่มศึกษาและถอดบทเรียนเยาวชนเท่าทันสื่อ
34	กลุ่มสงขลาฟอรั่ม เพื่อประชาชนพลเมืองเด็ก
35	กลุ่มสื่อบูรณาการ
36	กลุ่มสื่อไสวีย์ถิ่น
37	กลุ่มหนุ่มสาวสื่อสันติภาพ ภาควิชาวาทยวิทยาและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
38	โกศยันครเพื่อการพัฒนา
39	ขบวนการดาสิบประด
40	คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โรงเรียนหนองเม็กวิทยา ตำบลโคกสะอาด อำเภอมัญขัย จังหวัดกาฬสินธุ์
41	คณะบุคคลกลุ่มสื่อเพื่อการพัฒนาเด็ก เยาวชน และครอบครัว จังหวัดกำแพงเพชร
42	คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้
43	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ

44	เครือข่ายเด็กและเยาวชน
45	เครือข่ายชนบุรีรวมใจพัฒนาเด็กเล็กธนบุรี
46	เครือข่ายนักเขียนแห่งประเทศไทย
47	เครือข่ายนักวิชาการนิเทศศาสตร์
48	เครือข่ายพุทธิกา
49	เครือข่ายเยาวชนเพื่อการพัฒนา
50	เครือข่ายเยาวชนสืบสานภูมิปัญญา
51	เครือข่ายร่วมด้วยช่วยกันส่วนภูมิภาค (จังหวัดตราด)
52	เครือข่ายสร้างเสริมผู้ผลิตสื่อสร้างสรรค์
53	เครือข่ายสื่อเพื่อเด็กเยาวชนภาคเหนือ
54	เครือข่ายสื่อสร้างสุขภาวะเด็ก เยาวชน และครอบครัวขอนแก่น (สสข.)
55	เครือข่ายหนังสือเพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว
56	เครือข่ายอาสาสมัครนักสื่อสารชุมชนอุบลราชธานี (อ.อ.สข.อบ.)
57	โครงการป่าชุมชน กลุ่มเยาวชนรักษ์ป่า
58	โครงการเพื่อเด็กไทยใส่ใจสื่อ
59	โครงการศึกษาเฝ้าระวังสื่อและพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม
60	โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อ เพื่อสุขภาวะของเยาวชน
61	โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม
62	โครงการส่งเสริมจิตอาสา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย
63	จุดปฏิบัติการเรียนรู้วิถีชุมชนบ้านนา
64	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
65	นิตยสาร GLOZE
66	บริษัท ดินาคู จำกัด
67	บริษัท เดอะ โอเรียลเต็ล ชิสเต็ม ออฟ คอมมูนิเคชั่น แอนด์ รีเสิร์ช จำกัด
68	บริษัท เทโอส มีเดีย จำกัด

69	บริษัท ริงค์ ลิช จำกัด
70	บริษัท บ.ปือเมซิ่ง เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด
71	บริษัท ปิงคิง ทีดีบี จำกัด
72	บริษัท สปิรชวล เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด
73	แผนงานพัฒนาชน โยบลยสาธารณะเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี
74	เพื่อนไร่พรหมแดน
75	ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
76	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
77	มหาวิทยาลัยบูรพา
78	มหาวิทยาลัยมหิดล
79	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
80	มูลนิธิกระจกเงา
81	มูลนิธิกระจกเงา สำนักงานจังหวัดเชียงราย
82	มูลนิธิกองทุนไทย
83	มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว
84	มูลนิธิเด็ก
85	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก
86	มูลนิธิศักยภาพเยาวชน Thai Youth Action Program Foundation(TYAP)
87	มูลนิธิศาสตราจารย์คณิง ภาไชย
88	มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ
89	มูลนิธิสื่อชาวบ้าน
90	มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา
91	มูลนิธิหนังสือเพื่อเด็ก
92	มูลนิธิชักเมื่อน่าน
93	โรงเรียนขลุงรัชดาภิเษก

94	โรงเรียนคลองขามนุสรณ์
95	โรงเรียนชวอนนเกษตรอินทรีย์เด็กและเยาวชนเลิงนทก จังหวัดบไซธร
96	โรงเรียนทำใหม่ "พลสวัสดิ์ราษฎร์นุกูล"
97	โรงเรียนและศูนย์เด็กเล็กในโครงการเพื่อพัฒนากรรมมีส่วนร่วมพัฒนาเด็กและชุมชนด้วยสื่อสร้างสรรค์
98	ศูนย์กิจกรรมเยาวชนเมืองพัทยา
99	ศูนย์กิจกรรมเยาวชนสอยดาวหัวโลตีขาว
100	ศูนย์ประสานงานด้านสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนภาคเหนือ (ศสน.)
101	ศูนย์ประสานงานสำนักข่าวเด็กและเยาวชน จ.พะเยา
102	ศูนย์ประสานงานสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนภาคตะวันออกเฉียง
103	ศูนย์ประสานงานสื่อเพื่อสุขภาพะเด็กและเยาวชน ภาคตะวันออกเฉียง
104	ศูนย์ประสานงานสื่อสร้างสุขภาพะเด็กและเยาวชนภาคอีสาน (ศสอ.)
105	ศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนบ้านกาญจนาภิเษก
106	ศูนย์ฝึกอบรมเด็กและเยาวชนเขต 9 จังหวัดสงขลา
107	ศูนย์เพื่อน้องหญิง
108	ศูนย์สหวิทยาการสื่อสารและการพัฒนา
109	สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
110	สถานีวิทยุเรดิโอคิตส์
111	สถานีวิทยุศึกษากระทรวงศึกษาธิการ
112	สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์
113	สถาบันการจัดการแบบองค์รวม
114	สถาบันการ์ตูนไทย
115	สถาบันชุมชนชาวนา
116	สถาบันไทยรุตเน็ต(TRN)
117	สถาบันอิสรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย
118	สภาเยาวชนกรุงเทพมหานคร

119	สมาคมนักศึกษาผู้ปฏิบัติธรรม(นศ.ปธ.)
120	สมาคมป่าชุมชนอีสาน
121	สมาคมสืบสานตำนานผีขอ
122	สมาร์ทชายด์
123	สโมสรผู้นำเยาวชนเพื่อการศึกษาและพัฒนาชุมชน.(สขชช.)
124	สโมสรเยาวชนกรุงเทพมหานคร
125	สำนักข่าวเด็กและเยาวชน
126	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ
127	สื่อสร้างสุขภวะเยาวชน
128	สื่อสร้างสุขอุบลราชธานี
123	ห้องสมุดเยาวชนหนองควายในสถาบันการศึกษาทางเลือก
130	องค์การบริหารส่วนตำบลลาดกระทิง
131	โฮงเฮียนสืบสานภูมิปัญญาล้านนา

ตารางที่ 5 แสดงรายชื่อองค์กรที่เป็นผู้สร้างข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน
โดยจำแนกเป็นรายปี (ตั้งแต่ปี 2548-2554)

ปี	อันดับที่	องค์กร	จำนวนข่าว (เล่ม/ งาน/ โครงการ)
2548	1	สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน	5
	2	โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม	3
	3	แผนงานพัฒนานโยบายสาธารณะเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ	2
2549	1	สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน	7
	2	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ	2
	3	กลุ่มเครือข่ายสื่อเด็ก กลุ่มเยาวชนสืบสานวัฒนธรรมเครื่องเครง ศูนย์เพื่อน้องหญิง	1
2550	1	สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน	41
	2	เครือข่ายเด็กและเยาวชน มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก มูลนิธิหนังสือเพื่อเด็ก สถานีวิทย์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ	2
	3	กลุ่ม we change กลุ่มต้นกล้าสื่อ กลุ่มตะเกียงใต้ฝุ่น กลุ่มไทยชอร์ตฟิล์ม กลุ่มมานิมานะ กลุ่มไม้ขีดไฟ กลุ่มเยาวชนพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค สุราษฎร์ธานี	1

		<p>กลุ่มระบดโอบ</p> <p>กลุ่มรักษเฆาะชะเมะ</p> <p>กลุ่มสื่อเพื่อกกรมีส่วนร่วมของเด็กและเฆาะชน</p> <p>กลุ่มสื่อใโฉวบ่ทึน</p> <p>เครื่อง่ายครอบคร้วเฝ้าระวังและสร้งสรค์สื่อ</p> <p>เครื่อง่ายเฆาะชนเพื่อกการพัฒนา</p> <p>โครงการป่าชุมชน กลุ่มเฆาะชนรักษป่า</p> <p>บริษัท คีนาคู จำกัค</p> <p>บริษัท เคอะ โอเรีบลเตีล ชิสเตีม ออฟ คอมมูนีเคชัน</p> <p>แอนดรีเรีรท์ จำกัค</p> <p>บริษัท ชิงค์ วิช จำกัค</p> <p>บริษัท บ.บือเมซึ่ง เอีคดูเทนเมันท์ จำกัค</p> <p>บริษัทสปิริชวล เอ็นเตอร์เทนเมันท์ จำกัค</p> <p>ภาควิชาออกแบบนิเทศศึลปี คณะมัณฑนศึลปี</p> <p>มหาวิทยาลัยศึลปกร</p> <p>มูลนิธิเครื่อง่ายครอบคร้ว</p> <p>ศูนย์กิจกรรมเฆาะชนเมือ่งพัททยา</p> <p>ศูนย์ประสานงานสำนัก่าวเด็กและเฆาะชน จ.พะเฆาะ</p> <p>สถานีวิชุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศึาสตร์</p> <p>สถานีวิชูกศึษากระทรวงศึษาธิการ</p> <p>สถาบันไทษรฐัรเเ็ดต(TRN)</p> <p>สมาคมนักศึษาผู้ปฏิบัติธรรม(นศ.ปธ.)</p> <p>สโมสรผู้นำเฆาะชนเพื่อกการศึษาและพัฒนารชุมชน</p> <p>(สยชช.)</p> <p>โงเเียนสืบสานภูมิปัญญาถ้านนา</p>	
2551	1	สื่อสร้งสุขภาพเฆาะชน	35
	2	มหาวิทยาลัยชรูกิจบัณชิตยั มูลนิธิเพื่อกการพัฒนาเด็ก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้งเสริมสุขภาพ	3
	3	สถาบันการจัดการแบบองคร้วม	2

2552	1	สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน	88
	2	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก	14
	3	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ	13
2553	1	สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน	8
	2	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก	3
	3	เครือข่ายชนบุรีรวมใจพัฒนาเด็กเล็กชนบุรี เครือข่ายหนังสือเพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว บริษัท เทโอส มีเดีย จำกัด มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อม) โรงเรียนและศูนย์เด็กเล็กในโครงการเพื่อพัฒนาการ มีส่วนร่วมพัฒนาเด็กและชุมชนด้วยสื่อสร้างสรรค์ สถานีวิทยุศึกษากระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ	1
2554	1	สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน	4
	2	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ	2
	3	-	-

องค์กรที่ เป็นผู้สร้างข่าวหรือจัดโครงการเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน เมื่อจำแนกเป็นรายปี (ตั้งแต่ปี 2548-2554) พบว่า สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ มักมีรายชื่อติดอยู่ใน 3 อันดับแรกเสมอๆ

ตารางที่ 6 แสดงรายชื่อองค์กรที่ เป็นผู้สร้างข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน 10 อันดับแรก
ตั้งแต่ปี 2548-2554

อันดับที่	องค์กร	จำนวนข่าว (เล่ม/ งาน/ โครงการ)
1	สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน	188
2	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ	37
3	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก	26
4	โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม	7
5	เครือข่ายเด็กและเยาวชน แผนงานพัฒนานโยบายสาธารณะเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี มูลนิธิ สาธารณสุขแห่งชาติ สำนักข่าวเด็กและเยาวชน	5
6	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ มหาวิทยาลัยมหิดล มูลนิธิสื่อชาวบ้าน มูลนิธิหนังสือเพื่อเด็ก สำนักข่าวเด็กและเยาวชน "ขบวนการตาสับปะรด"	4
7	ขบวนการตาสับปะรด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ สงขลาฟอรั่ม	3
8	กลุ่ม we are happy กลุ่มตะเกียงใต้ฝุ่น กลุ่มมานีมานะ กลุ่มไม้ขีดไฟ กลุ่มรักษ้เขาชะเมา กลุ่มสื่อไสว้ยถิ่น โครงการเพื่อเด็กไทยใส่ใจสื่อ บริษัท ดินน้ำจืด จำกัด	2

	<p>มูลนิธิกระจกเงา มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว ศูนย์เพื่อน้องหญิง สถานีวิทย์ศึกษากระทรวงศึกษาธิการ สถานีวิทย์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันการจัดการแบบองค์กรร่วม สถาบันการ์ตูนไทย โฮงเขียนสืบสานภูมิปัญญาล้านนา</p>	
9	<p>กลไกคณะทำงานสื่อเพื่อเด็กภาคตะวันออก กลุ่ม Be shine ร่วมกับนาฏยสังคีต คณะอักษรศาสตร์ ม. ศิลปากร และสถาบันละครประยุกต์ กลุ่ม we change กลุ่มกึ่งก้านใบ กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ตำบลหนองคอกแป้น กลุ่มเครือข่ายสื่อเด็ก กลุ่มงานสุขภาพจิตและจิตเวช โรงพยาบาลมหาสารคาม กลุ่มดอกคำพู่ กลุ่มดอยหมอกเพื่อการพัฒนา จ.แม่ฮ่องสอน กลุ่มเด็กเยาวชนบ้านคลองป่าไม้ จังหวัดระยอง กลุ่มต้นกล้าสื่อ กลุ่มไทยซอร์ดีฟิล์ม กลุ่มบุคคลกลุ่มคณะกรรมการ โครงการ "พัฒนาศักยภาพ เพื่อพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเด็ก" กลุ่มแบ่งฝันปันใจ กลุ่มพลอย กลุ่มพลังแห่งการเปลี่ยนแปลง กลุ่มไม้กวาดสีขาว กลุ่มเยาวชนต้นกล้า กลุ่มเยาวชนบ้านส่องเหนือ กลุ่มเยาวชนบาลีฮาย ชลบุรี</p>	1

<p>กลุ่มเยาวชนพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค สุราษฎร์ธานี</p> <p>กลุ่มเยาวชนรักษ์บ้านเกิด ตำบลนันทรี</p> <p>กลุ่มเยาวชนสืบสานวัฒนธรรมครองแครง</p> <p>กลุ่มเยาวชนอาสาสอยควว</p> <p>กลุ่มระบัดใบ</p> <p>กลุ่มระเบียงไม้</p> <p>กลุ่มละครมะขามป้อม</p> <p>กลุ่มศึกษาและถอดบทเรียนเยาวชนเท่าทันสื่อ</p> <p>กลุ่มสื่อบูรณาการ</p> <p>กลุ่มหนุ่มสาวสื่อสันติภาพ ภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการ แสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p> <p>โกศยันครเพื่อการพัฒนา</p> <p>คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โรงเรียนหนองเม็ก วิทยา ตำบลโคกสะอาด อำเภอเมืองชัย จังหวัดกาฬสินธุ์</p> <p>คณะบุคคลกลุ่มสื่อเพื่อการพัฒนาเด็ก เยาวชน และครอบครัว จังหวัดกำแพงเพชร</p> <p>คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้</p> <p>เครือข่ายชนบุรีรวมใจพัฒนาเด็กเล็กถิ่นบุรี</p> <p>เครือข่ายนักเขียนแห่งประเทศไทย</p> <p>เครือข่ายนักวิชาการนิเทศศาสตร์</p> <p>เครือข่ายพุทธิกา</p> <p>เครือข่ายเยาวชนเพื่อการพัฒนา</p> <p>เครือข่ายเยาวชนสืบสานภูมิปัญญา</p> <p>เครือข่ายร่วมด้วยช่วยกันส่วนภูมิภาค (จังหวัดตราด)</p> <p>เครือข่ายสร้างเสริมผู้ผลิตสื่อสร้างสรรค์</p> <p>เครือข่ายสื่อเพื่อเด็กเยาวชนภาคเหนือ</p> <p>เครือข่ายสื่อสร้างสุขภาวะเด็ก เยาวชน และครอบครัว ขอนแก่น (สสข.)</p> <p>เครือข่ายหนังสือเพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว</p> <p>เครือข่ายอาสาสมัครนักสื่อสารชุมชนอุบลราชธานี (ค.อ.สช.)</p>	
---	--

	<p>อบ.)</p> <p>โครงการป่าชุมชน กลุ่มเยาวชนรักษ์ป่า</p> <p>โครงการศึกษาเฝ้าระวังสื่อและพัฒนารู้อาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของสังคม</p> <p>โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อ เพื่อสุขภาพของเยาวชน</p> <p>โครงการส่งเสริมจิตอาสา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย</p> <p>จุดปฏิบัติการเรียนรู้วิถีชุมชนบ้านนา</p> <p>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p> <p>นิตยสาร GLOZE</p> <p>บริษัท เดอะ โอเรียลเต็ล ซิสเต็ม ออฟ คอมมูนิเคชั่น แอนด์ รีเสิร์ช จำกัด</p> <p>บริษัท เทโอส มีเดีย จำกัด</p> <p>บริษัท ชิงค์ วิช จำกัด</p> <p>บริษัท บ.ป๊อเมซิ่ง เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด</p> <p>บริษัท บีลิงค์ มีเดีย จำกัด</p> <p>บริษัท สปริชวล เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด</p> <p>เพื่อนไร่พรมแดน</p> <p>ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปกร</p> <p>มหาวิทยาลัยบูรพา</p> <p>มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ</p> <p>มูลนิธิกระเจกเงา สำนักงานจังหวัดเชียงราย</p> <p>มูลนิธิกองทุนไทย</p> <p>มูลนิธิเด็ก</p> <p>มูลนิธิศักยภาพเยาวชน Thai Youth Action Program Foundation(TYAP)</p> <p>มูลนิธิศาสตราจารย์คณิง ภาไชย</p> <p>มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา</p> <p>มูลนิธิชกเมืองน่าน</p>	
--	---	--

โรงเรียนขลุงรัชดาภิเษก	
โรงเรียนคลองขางนุสรณ์	
โรงเรียนชวนาเกษตรอินทรีย์เด็กและเยาวชนสิงหนาท	
จังหวัดยโสธร	
โรงเรียนทำใหม่ "พูลสวัสดิ์ราษฎร์นุกูล"	
โรงเรียนและศูนย์เด็กเล็กในโครงการเพื่อพัฒนาการมีส่วนร่วมพัฒนาเด็กและชุมชนด้วยสื่อสร้างสรรค์	
ศูนย์กิจกรรมเยาวชนเมืองพัทธยา	
ศูนย์กิจกรรมเยาวชนสอยดาวหัวใจสีขาว	
ศูนย์ประสานงานด้านสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนภาคเหนือ (ศสน.)	
ศูนย์ประสานงานสำนักข่าวเด็กและเยาวชน จ.พะเยา	
ศูนย์ประสานงานสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
ศูนย์ประสานงานสื่อเพื่อสุขภาพเด็กและเยาวชน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	
ศูนย์ประสานงานสื่อสร้างสุขภาวะเด็กและเยาวชนภาคอีสาน (ศสอ.)	
ศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนบ้านกาญจนาภิเษก	
ศูนย์ฝึกอบรมเด็กและเยาวชนเขต 9 จังหวัดสงขลา	
ศูนย์สหวิทยาการสื่อสารและการพัฒนา	
สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	
สถานีวิทยุเรดิโอคิดส์	
สถาบันชุมชนชวนา	
สถาบันไทยรูรัลเน็ต(TRN)	
สถาบันอิสรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย	
สภาเยาวชนกรุงเทพมหานคร	
สมาคมนักศึกษาผู้ปฏิบัติธรรม(นศ.ปธ.)	
สมาคมป่าชุมชนอีสาน	
สมาคมสืบสานตำนานปี่ซอ	
สมาร์ทชายด์	

	สโมสรผู้นำเยาวชนเพื่อการศึกษานและพัฒนาชุมชน (สขช.) สโมสรเยาวชนกรุงเทพมหานคร สื่อสร้างสุขอุบลราชธานี ห้องสมุดเยาวชนหนองคายในสถาบันการศึกษาทางเลือก องค์การบริหารส่วนตำบลลาดกระทิง	
10	-	-

เมื่อจัดอันดับองค์กรที่เป็นผู้สร้างข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน ตั้งแต่ปี 2548-2554 พบว่า สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มีบทบาทมากที่สุด คือ มีข่าวฯ ปรากฏในสื่อ จำนวน 188 ชิ้น รองลงมา คือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) จำนวน 37 ชิ้น และ มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก จำนวน 26 ชิ้น ตามลำดับ

ตารางที่ 7 การสรุปและวิเคราะห์ประเด็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับสื่อและเยาวชน (ปี2548-2554)

โดยจำแนกเป็นราย ปี/ เอกสาร หนังสือ งานวิจัย และโครงการ

ปี (พ.ศ.)	ประเด็น สื่อ – เยาวชน			
	เอกสาร	หนังสือ	งานวิจัย	โครงการ
2548			<p>- รายการวิทยุสำหรับเด็กและนิตยสารสำหรับเด็กมือขุ่นน้อย ทางผู้ผลิตสื่อสำหรับเด็กส่วนใหญ่เรียกร้องให้ภาครัฐเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนสื่อสำหรับเด็กอย่างจริงจัง เพราะแรงกดดันทางด้านโฆษณาส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการผลิตสื่อสำหรับเด็ก สำหรับรูปแบบสื่อสำหรับเด็กที่พึงประสงค์คือการให้เด็กเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ โดยจะต้องเป็น "สื่อของเด็ก สื่อโดยเด็ก และสื่อเพื่อเด็ก"</p> <p>- ศึกษาการเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพะของสังคม</p>	

<p>2549</p>		<p>- สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อเด็กและเยาวชนมากที่สุด พ่อแม่ผู้ปกครอง จึงเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการที่จะช่วยจัดสรรเวลาสำหรับดูรายการโทรทัศน์ เลือกสรรรายการที่เหมาะสมกับวัยของเด็ก รวมถึงการแนะนำช่วยเด็กในการแยกแยะ คิดวิเคราะห์ และไตร่ตรองการรับชมรายการต่างๆอีกด้วย</p>	<p>- จากการสำรวจรายการละครโทรทัศน์สำหรับเด็ก พบว่ามีทั้งสิ้น 62 รายการ ช่องที่มีรายการสำหรับเด็กมากที่สุดคือ ช่อง7 โดยส่วนใหญ่เป็นการ์ตูน ที่มีเนื้อหามาจากต่างประเทศ</p>	<p>- พัฒนาศักยภาพแกนนำครู และนักเรียนในการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต - มีการระดมความคิดเห็นเวทีวิชาการในงานมหกรรมเยาวชน60ปี60ล้านความดีเริ่มที่เยาวชน - สร้างสรรค์แนวทางการพัฒนาสื่อสาร การแสดงวัฒนธรรมเพื่อเด็กและเยาวชน และครอบครัว - สร้างเครือข่ายเยาวชนในนครสร้างชุมชน และสื่อพื้นบ้านของจังหวัดอยุธยา - ศึกษาเอกลักษณ์การสร้างผลงานที่สัมพันธ์กับบริบททางวัฒนธรรม ลักษณะของสื่อและลักษณะเฉพาะตัวของฮายาโอะ มิยาซากิ</p>
<p>2550</p>		<p>- มุ่งพัฒนานักสื่อสารรักการอ่าน ด้วยเทคนิคการละครเพื่อส่งเสริมการอ่านที่เรียกว่า Readers Theatre หรือ RT ซึ่งดึงดูดความสนใจของเด็กและเยาวชนได้เป็นอย่างดี และยังสามารถถ่ายทอดเพื่อพัฒนาให้เด็กและเยาวชน</p>	<p>- เด็กไทยร้อยละ 91 ดูโทรทัศน์ทุกวัน และมีการพบเห็นโฆษณาโทรทัศน์ ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมกับเด็ก - พ่อแม่ส่วนใหญ่ร้อยละ 79 ดูโทรทัศน์กับลูก ด้วยเหตุผลที่ว่า เพื่อคอยชี้แนะสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสมให้กับลูก เพื่อ</p>	<p>- ให้เด็กและเยาวชนรู้จักกระบวนการเรียนรู้ในการวิเคราะห์ สื่ออย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้เด็กมีความรู้เท่าทันสื่อ และมีทักษะในการเฝ้าระวังสื่อ - เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และถอดความรู้ในการผลิตหนังสือ และส่งเสริมให้</p>

		<p>กลายเป็นนักสื่อสารรักการอ่านต่อไป</p> <ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาช่องทางให้สื่อดีได้เผยแพร่, พัฒนาศักยภาพผู้ผลิต, สนับสนุนผลิตสื่อต้นแบบ และสร้างกระแสสังคม และการมีส่วนร่วม เพื่อนำไปสู่การสร้างสุขภาวะของเยาวชน 	<p>สร้างความอบอุ่นในครอบครัว ส่วนเหตุผลที่พ่อแม่ไม่ได้ดูโทรทัศน์กับลูกคือ ไม่มีเวลา และไม่ได้อยู่บ้าน</p>	<p>ผู้ผลิตตระหนัก และเข้าถึงการผลิตสื่อสำหรับเด็กอย่างจริงจัง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลิตและเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ "คู่มือพ่อแม่มือโปรดูโทรทัศน์กับลูก" เพื่อเป็นเครื่องมือสร้างแนวทางในการพิจารณาจัดสรรเวลา และเลือกสรรรายการโทรทัศน์ให้เหมาะสมกับอายุของเด็ก - บูรณาการสื่อ ทั้งโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หน่วยงานในราชการ และเอกชน เพื่อประชาสัมพันธ์รวมทั้งเผยแพร่ค่านิยมรักการอ่าน
2551		<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการอ่านให้น่าสนใจมากขึ้น - พัฒนาระบบการสร้างสรรคสื่อ และการเผยแพร่สื่อที่มีคุณภาพ - พัฒนาทักษะชีวิตเยาวชนใน 5 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาด้านความคิด การรู้จักตนเองและเข้าใจผู้อื่น การจัดการและควบคุมอารมณ์ การสื่อสารและสร้างสัมพันธภาพ และการมีจิตใจเพื่อส่วนรวม 	<ul style="list-style-type: none"> - โทรทัศน์ ทำให้เด็กทราบถึงความรุนแรงคืออะไร และผู้ปกครองเป็นห่วงในส่วนของความรุนแรงแบบจริงมากกว่าแบบจินตนาการ - วิเคราะห์ตลาดหนังสือเด็กพบว่า แม้ว่าหนังสือเด็กจะมีออกสู่ตลาดอยู่เรื่อยๆ แต่ผู้ปกครองต้องสนับสนุนให้เด็กอ่านหนังสือที่ไม่ใช่หนังสือเรียนให้มากกว่านี้ - ศึกษาสถานภาพของกระบวนการ 	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมความรับผิดชอบเชิงใจ และสร้างสวทใจผูกพันให้เด็กครอบครัว - ส่งเสริมทักษะ จินตนาการ และเสริมสร้างสุขภาวะ - ส่งเสริมฉะระบันเชิง ดนตรีดี ให้เด็กกรรับรู้และเรียนรู้ทุกหนังสือ - ปักฝังนิสัยรักการอ่าน - สนับสนุนรายการวิทยุที่มีเนื้อหาและรูปแบบรายการเหมาะสมกับเด็กเยาวชนและครอบครัว ให้สอดคล้อง

			<p>เรียนรู้ในกิจกรรมรู้เท่าทันสื่อ</p> <p>- สื่อโทรทัศน์มีผลต่อเด็กทั้งทางด้านพฤติกรรม ทัศนคติ ความคิด และค่านิยมต่างๆ</p>	<p>กิจกรรมเสริมสร้างสุขภาวะ</p> <p>- กิจกรรมสร้างสรรค์สื่อศิลปะ, ละครผลิตสื่อสร้างสรรค์</p> <p>- จัดกิจกรรมการเล่านิทานในรูปแบบต่างๆ</p>
2552		<p>- ส่งเสริมนิสัยรักการอ่านให้เด็ก</p> <p>- พัฒนาศักยภาพทางความคิด เพื่อการเรียนรู้เท่าทันสื่อ</p> <p>- ภาพยนตร์เป็นสื่อการเรียนรู้ ที่สำคัญมาก จะต้องมีการเลือกภาพยนตร์ที่เหมาะสม สอดคล้องกับการเรียนรู้ของเด็ก และมีการเตรียมกิจกรรมก่อนดู, ระหว่างดู และหลังดูภาพยนตร์</p> <p>- ผลักดันส่งเสริมให้มีช่วงเวลาออกอากาศและเนื้อหาของรายการที่เหมาะสมสำหรับเด็กให้เพิ่มมากขึ้นในผังรายการ โทรทัศน์ของช่องสถานีต่างๆ พร้อมๆ กับการใส่ใจ ดูแลการดูโทรทัศน์ของเด็กอย่างใกล้ชิด</p> <p>- ส่งเสริมการรายงานข่าวการเฝ้าระวังสื่อ และผลิตสื่อสร้างสรรค์ให้มีจำนวน</p>		<p>- ปลุกฝังให้เยาวชนมีจิตสำนึก และส่งเสริมทักษะการรักการอ่านหนังสือหรือเล่านิทาน</p> <p>- เพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์ให้กับเด็กและเยาวชน ได้ทำกิจกรรมที่ดี</p> <p>- ศึกษาถึงแนวทางในการจัดทำกฎหมายในการคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ</p> <p>- ส่งเสริมการทำสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน</p> <p>- เฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ</p> <p>- ส่งเสริมและพัฒนาการเรียนรู้เท่าทันสื่อ</p> <p>- พัฒนารายการวิทยุชุมชนสำหรับเด็กและเยาวชน</p> <p>- สร้างสายใยความผูกพันให้แก่ครอบครัว</p>

		<p>มากขึ้น</p> <p>- ผลักดันให้เกิดการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์</p>		
2553	- วางแผนเพิ่มช่องทางและกลไกการเผยแพร่สื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็กเยาวชนและครอบครัว	- ส่งเสริมการเฝ้าระวังสื่อและทักษะการรู้เท่าทันสื่อ		- ส่งเสริมการรื้อครุอ่าน - ส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ
2554		- ผลักดันให้เกิดกระบวนการรู้เท่าทันสื่อในมิติต่างๆ - ศึกษารายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก		
ไม่ระบุปี		- สนับสนุนการสร้างพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ - ปกป้องเด็กจากสื่อที่มีความรุนแรงลามกอนาจาร และเป็นภัยแก่เด็ก - พัฒนาสื่อปลอดภัยและสื่อสร้างสรรค์ - ส่งเสริมการรู้เท่าทันโฆษณาแฝง - สนับสนุนการอ่านหนังสืออย่างสม่ำเสมอ	- จากการสำรวจของโครงการ "เด็กเท่าทัน สร้างสรรค์สื่อ" พบว่าเด็กสามารถจดจำภาพยนตร์โฆษณาได้ชัดเจนเนื้อหาของละคร - ศึกษาการจัดตั้งองค์กรอิสระเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคด้านสื่อ บทเรียนจากนานาชาติ	

จากการสังเกตผลจากการเก็บข้อมูลทั้งหมด พบว่า เมื่อกล่าวถึง “เยาวชน” และ “สื่อ” องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการดูแลเยาวชน มักจะกล่าวถึง การเรียนรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อ การเฝ้าระวังสื่อ และการสร้างสรรค์สื่อ ประเด็นเหล่านี้มักได้รับการกล่าวถึงทุกๆปี ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะ สื่อมีอิทธิพลอย่างมากต่อเด็ก และเยาวชน จึงต้องมีการสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้เท่าทันสื่อ และส่งเสริมให้มีสื่อที่สร้างสรรค์ให้มากขึ้น

ตารางที่ 8 การสรุปและวิเคราะห์ประเด็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับสื่อและเยาวชน (ปี2548-2554)

โดยจำแนกตามประเด็น

ปี 2548		
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	การผลิตสื่อสำหรับเด็ก	สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
2	การเฝ้าระวังสื่อ	โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม แผนงานพัฒนานโยบายสาธารณะเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี มูลนิธิ สธารณสุขแห่งชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ

ปี 2549		
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	การพัฒนาสื่อ	สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
2	การรู้เท่าทันสื่อ	กลุ่มเครือข่ายสื่อเด็ก ศูนย์เพื่อน้องหญิง สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
3	สื่อโทรทัศน์กับเด็ก	โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของ สังคม มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
4	สื่อพื้นบ้าน/ สื่อวัฒนธรรม	กลุ่มเยาวชนสืบสานวัฒนธรรมครองแครง สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
5	สื่อสร้างสรรค์/ สื่อสำหรับเด็ก	สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน

ปี 2550		
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	การผลิตสื่อสำหรับเด็ก	<p>กลุ่มไทยชอร์ตฟิล์ม</p> <p>กลุ่มสื่อเพื่อการมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชน</p> <p>บริษัท สปิรชวล เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด</p> <p>ศูนย์สหวิทยาการสื่อสารและการพัฒนา</p> <p>สถาบันการจัดการแบบองค์รวม</p> <p>สถาบันไทยรูรเน็ต(TRN)</p> <p>สโมสรผู้นำเยาวชนเพื่อการศึกษาและพัฒนาชุมชน (สขชช.)</p> <p>สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p>
2	การรู้เท่าทันสื่อ	<p>กลุ่มค้นกล้าสื่อ</p> <p>กลุ่มตะเกียงไต้ฝุ่น</p> <p>กลุ่มมานีมานะ</p> <p>กลุ่มเยาวชนพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค สุราษฎร์ธานี</p> <p>กลุ่มระบัดใบ</p> <p>กลุ่มรักษ์เขาชะเมา</p> <p>เครือข่ายเด็กและเยาวชนจังหวัดกำแพงเพชร</p> <p>ศูนย์กิจกรรมเยาวชนเมืองพัทยา</p> <p>ศูนย์ประสานงานสำนักข่าวเด็กและเยาวชน จ.พะเยา</p> <p>สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p>
3	การส่งเสริมการอ่าน/ นิทาน	<p>สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p> <p>บริษัท ดิน่าดู จำกัด</p> <p>สถานีวิทยศึกษากระทรวงศึกษาธิการ</p> <p>สถานีวิทยกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์</p> <p>มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก</p> <p>จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย</p> <p>โองเขียนสืบสานภูมิปัญญาล้านนา</p>

4	<p>ความสัมพันธในครอบครัว</p> <p>สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถานีวิทยุศึกษากระทรวงศึกษาธิการ สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p>
5	<p>วิทยุสำหรับเด็ก</p> <p>บริษัท บ.บีเอ็มซี เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถานีวิทยุศึกษากระทรวงศึกษาธิการ สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p>
6	<p>สืบสานวัฒนธรรม</p> <p>โครงการป่าชุมชน กลุ่มเยาวชนรักษ์ป่า สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p>
7	<p>สื่อการละครและการแสดง</p> <p>กลุ่มสื่อไสวีย์ทิน สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p>
8	<p>สื่อโทรทัศน์กับเด็ก</p> <p>กลุ่ม we change กลุ่มไม้ขีดไฟ เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ บริษัท ดินน้ำ จำกัด บริษัท เดอะ โอเรียลเต็ล ซิสเต็ม ออฟ คอมมูนิเคชั่น แอนด์รีเสิร์ท จำกัด บริษัท ริงค์ วิช จำกัด มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ สถานีวิทยุเรดิโอคิดส์ สมาคมนักศึกษาผู้ปฏิบัติธรรม(นส.ปธ.) สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p>
9	<p>สื่อสร้างสรรค์/ สื่อดี</p> <p>กลุ่มต้นกล้าสื่อ เครือข่ายเด็กและเยาวชนจังหวัดบุรีรัมย์ เครือข่ายเยาวชนเพื่อการพัฒนา บริษัท ริงค์ วิช จำกัด ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมัณฑนศิลป์</p>

มหาวิทยาลัยศิลปกร
มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว
มูลนิธิหนังสือเพื่อเด็ก
สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน

ปี 2551		
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	การพัฒนาทักษะชีวิตเยาวชน/ พัฒนาทางเลือกชีวิต	กลุ่มสงขลาพอร์ม มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก ศูนย์ฝึกอบรมเด็กและเยาวชนเขต 9 จังหวัดสงขลา สถาบันต้นกล้า สำนักข่าวเด็กและเยาวชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
2	การรู้เท่าทันสื่อ	กลุ่มสื่อไสว้ยทิน สถาบันการจัดการแบบองค์รวม สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
3	วิทยุสำหรับเด็ก	เครือข่ายนักเขียนแห่งประเทศไทย เครือข่ายวิทยุเพื่อเด็กเยาวชนและครอบครัว สถานีวิทยุศึกษากระทรวงศึกษาธิการ สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักข่าวเด็กและเยาวชน "ขบวนการตา सब ประค" สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
4	ส่งเสริมการอ่าน/ นิทาน	กลุ่ม we are happy กลุ่มหนุ่มสาวสื่อสันติภาพ ภาควิชาวาทยวิทยาและ สื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย เครือข่ายนักวิชาการนิเทศศาสตร์ เครือข่ายส่งเสริมผู้ผลิตสื่อสร้างสรรค์ บริษัท บีลิงค์ มีเดีย จำกัด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มูลนิธิกองทุนไทย มูลนิธิเด็ก มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก

	<p>มูลนิธิสื่อชาวบ้าน มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อมศูนย์เชียงดาว) สถาบันการ์ตูนไทย สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล สภาเยาวชนกรุงเทพมหานคร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p>
<p>5 สื่อโทรทัศน์กับเด็ก</p>	<p>เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ เครือข่ายวิทยุเพื่อเด็กเยาวชนและครอบครัว บ.บี อเมซซิ่ง เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (ขบวนการนักอ่าน) บริษัท คีนาคู จำกัด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p>
<p>6 สื่อสร้างสรรค์</p>	<p>กลุ่ม Be shine ร่วมกับนาฏยสังคีต คณะอักษรศาสตร์ ม.ศิลปากร และสถาบันละครประยุกต์ กลุ่มบุคคลกลุ่มคณะกรรมการโครงการ "พัฒนาศักยภาพ เพื่อพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเด็ก" กลุ่มไม้กวาดสีขาว เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อมศูนย์เชียงดาว) สถาบันการ์ตูนไทย สมาร์ทชายด์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p>

ปี 2552		
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	การคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ	มูลนิธิศาสตราจารย์คณิง ภาไชย สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
2	การผลิตสื่อสำหรับเด็ก	กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ ตำบลหนองตอกเป็น นิตยสาร GLOZE เพื่อแม่ไร้พรมแดน โรงเรียนขลุ่ยรัชกาลิเมก สำนักข่าวเด็กและเยาวชน "ขบวนการตาต๊อบประด" สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
3	การเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ/ พื้นที่สร้างสรรค์	กลุ่มกิ่งก้านใบ กลุ่มดอกคำพู กลุ่มเด็กเยาวชนบ้านคลองป่าไม้ จังหวัดระยอง กลุ่มแบ่งฝันปันใจ กลุ่มพลอย กลุ่มเยาวชนต้นกล้า กลุ่มเยาวชนรักษ์บ้านเกิด ตำบลนนทรี กลุ่มรักษ์เขาชะเมา กลุ่มละครมะขามป้อม กลุ่มสื่อบูรณาการ โกศยันครเพื่อการพัฒนา คณะบุคคลกลุ่มสื่อเพื่อการพัฒนาเด็ก เยาวชน และ ครอบครัว จังหวัดกำแพงเพชร เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ เครือข่ายสื่อเพื่อเด็กเยาวชนภาคเหนือ เครือข่ายสื่อสร้างสุขภาวะเด็ก เยาวชน และ ครอบครัวขอนแก่น (สสข.) โครงการเพื่อเด็กไทยใส่ใจสื่อ โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อ เพื่อสุขภาวะของ

	<p>เยาวชน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัยมหิดล มูลนิธิกระจกเงา สำนักงานจังหวัดเชียงราย มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก มูลนิธิชกเมืองน่าน ศูนย์กิจกรรมเยาวชนสอยดาวหัวใจสีขาว ศูนย์ประสานงานด้านสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนภาคเหนือ (ศสน.) ศูนย์ประสานงานสำนักข่าวเด็กและเยาวชน จ.พะเยา ศูนย์ประสานงานสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ศูนย์ประสานงานสื่อสร้างสุขภาวะเด็กและเยาวชนภาคอีสาน (ศสอ.) สถาบันอิศรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย สโมสรเยาวชนกรุงเทพมหานคร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน สื่อสร้างสุขอุบลราชธานี องค์กร สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล</p>
4 การรู้เท่าทันสื่อ	<p>กลุ่มกึ่งก้านใบ กลุ่มงานสุขภาพจิตและจิตเวช โรงพยาบาล กลุ่มดอกคำพู่ กลุ่มคอยหมอกเพื่อการพัฒนา จ.แม่ฮ่องสอน กลุ่มตะเกียงใต้ฝุ่น กลุ่มพลังแห่งการเปลี่ยนแปลง</p>

กลุ่มมานีมานะ จ.สงขลา
 กลุ่มเยาวชนบ้านส่องเหนือ
 กลุ่มเยาวชนบาลีสาย ชลบุรี
 กลุ่มระเบียงไม้
 กลุ่มละครมะขามป้อม
 กลุ่มศึกษาและถอดบทเรียนเยาวชนเท่าทันสื่อ
 มหาสารคาม
 กลุ่มสื่อไสวีย์ถิ่น
 เครื่อง่ายเด็กและเยาวชน
 เครื่อง่ายเด็กและเยาวชนจังหวัดกำแพงเพชร
 เครื่อง่ายเด็กและเยาวชนจังหวัดมหาสารคาม
 เครื่อง่ายเยาวชนสืบสานภูมิปัญญา
 เครื่อง่ายร่วมด้วยช่วยกันส่วนภูมิภาค (จังหวัด
 ตราด)
 เครื่อง่ายสื่อสร้างสุขภาวะเด็ก เยาวชน และ
 ครอบครัวขอนแก่น (สสข.)
 เครื่อง่ายอาสาสมัครนักสื่อสารชุมชนอุบลราชธานี
 (ค.อ.สช.อบ.)
 จุดปฏิบัติการเรียนรู้วิฑูรยชุมชนบ้านนา
 มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก
 มูลนิธิศักยภาพเยาวชน Thai Youth Action
 Program Foundation(TYAP)
 มูลนิธิสื่อชาวบ้าน
 โรงเรียนชานาเกษตรอินทรีย์เด็กและเยาวชนเล็ง
 นกทา จังหวัดยโสธร
 โรงเรียนท่าใหม่ "พลสวัสดิ์ราษฎร์นุกูล"
 ศูนย์กิจกรรมเยาวชนเมืองพัทยา
 ศูนย์ประสานงานสำนักข่าวเด็กและเยาวชน จ.
 พะเยา

		<p>ศูนย์ประสานงานสื่อเพื่อสุขภาพะเด็กและเยาวชน ภาคตะวันออก</p> <p>ศูนย์ประสานงานสื่อสร้างสุขภาพะเด็กและเยาวชน ภาคอีสาน (สสอ.)</p> <p>ศูนย์เพื่อน้องหญิง</p> <p>สถาบันชุมชนชาวนา</p> <p>สมาคมป่าชุมชนอีสาน</p> <p>สมาคมสืบสานตำนานปี่ชอ</p> <p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาพะเยาวชน</p>
5	ความสัมพันธ์ในครอบครัว	<p>มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว</p> <p>มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก</p> <p>มูลนิธิหนังสือเพื่อเด็ก</p> <p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาพะเยาวชน</p>
6	วิทยุสำหรับเด็ก	<p>คณะกรรมการสทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้</p> <p>มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว</p> <p>มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก</p> <p>สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์</p> <p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ</p> <p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาพะเยาวชน</p>
7	ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้	<p>คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โรงเรียน หนองเม็กวิทยา ตำบลโลกสะอาด อำเภอเมืองชัย จังหวัดกาฬสินธุ์</p> <p>สื่อสร้างสุขภาพะเยาวชน</p> <p>โองเขียนสืบสานภูมิปัญญาล้านนา</p>
8	ส่งเสริมการอ่าน/ นิทาน	<p>กลุ่ม we are happy</p> <p>กลุ่มเยาวชนอาสาสอยดาว</p>

	<p>เครือข่ายเด็กและเยาวชนจังหวัดกำแพงเพชร เครือข่ายพุทธิกา โครงการส่งเสริมจิตอาสา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย มูลนิธิกระจกเงา มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก สมาคมเยาวชนกรุงเทพมหานคร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน ห้องสมุดเยาวชนหนองควายในสถาบันการศึกษา ทางเลือก องค์การบริหารส่วนตำบลลาดกระทิง</p>
9	<p>สื่อโทรทัศน์/ ภาพยนตร์กับเด็ก กลุ่มไม้ขีดไฟ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนบ้านกาญจนาภิเษก สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน องค์กร สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล</p>

ปี 2553		
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	การเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ	เครือข่ายชนบุรีรวมใจพัฒนาเด็กเล็กธนบุรี เครือข่ายหนังสือเพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว โครงการศึกษาเฝ้าระวังสื่อและพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา โรงเรียนคลองขางนุสรณ์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ
2	การรู้เท่าทันสื่อ	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก มูลนิธิสื่อชาวบ้าน สถานีวิทยุศึกษากระทรวงศึกษาธิการ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
3	ส่งเสริมการอ่าน	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
4	สื่อโทรทัศน์กับเด็ก	กลไกคณะทำงานสื่อเพื่อเด็กภาคตะวันออก บริษัท เทโอส มีเดีย จำกัด มหาวิทยาลัยบูรพา สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน

ปี 2554		
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	การรู้เท่าทันสื่อ	สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
2	สื่อโทรทัศน์กับเด็ก	โครงการเพื่อเด็กไทยใส่ใจสื่อ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน

ปีระบปี		
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	การคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังสร้างสรรค์สื่อ มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
2	การผลิตสื่อสำหรับเด็ก	ขบวนการตาลับประด สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
3	การรู้เท่าทันสื่อ	กลุ่มระบัดใบ โครงการศึกษาเฝ้าระวังสื่อและพัฒนาการเรียนรูู้เท่า ทันสื่อ เพื่อสุขภาวะของสังคม มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
4	ส่งเสริมการอ่าน	สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
5	สื่อสร้างสรรค์	กลุ่มระบัดใบ มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
6	สื่อโทรทัศน์กับเด็ก	โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของ สังคม แผนงานพัฒนานโยบายสาธารณะเพื่อคุณภาพชีวิตที่ ดี มูลนิธิ สาธารณสุขแห่งชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ

ปี 2548 - 2554		
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	การคุ้มครองผู้บริโภคสื่อ	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก มูลนิธิศาสตราจารย์คิง ภาไชย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนเครือข่ายครอบครัวเฝ้า ระวังสร้างสรรค์สื่อ
2	การผลิตสื่อสำหรับเด็ก	กลุ่มไทยชอร์ดฟิล์ม กลุ่มสื่อเพื่อการมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชน ขบวนการตาต๊อบประด นิตยสาร GLOZE บริษัท สปิริวอล เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด เพื่อนไร้พรมแดน โรงเรียนขลุงรัชดาภิเษก ศูนย์สหวิทยาการสื่อสารและการพัฒนา สถาบันการจัดการแบบองค์รวม สถาบันไทยรูรัลเน็ต(TRN) สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล สโมสรผู้นำเยาวชนเพื่อการศึกษาและพัฒนาชุมชน (สยชช.) สำนักข่าวเด็กและเยาวชน "ขบวนการตาต๊อบประด" สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนกลุ่มเกษตรอินทรีย์ ตำบล หนองตอกแป้น
3	การเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ/ พื้นที่สร้างสรรค์	กลุ่มกึ่งก้านใบ กลุ่มดอกคำพู่ กลุ่มเด็กเยาวชนบ้านคลองป่าไม้ จังหวัดระยอง

กลุ่มแบ่งฝันปันใจ

กลุ่มพลอย

กลุ่มเยาวชนต้นกล้า

กลุ่มเยาวชนรักษ์บ้านเกิด ตำบลนนทรี

กลุ่มรักษ์เขาชะเมา

กลุ่มละครมะขามป้อม

กลุ่มสื่อบูรณาการ

โกศยนครเพื่อการพัฒนา

คณะบุคคลกลุ่มสื่อเพื่อการพัฒนาเด็ก เยาวชน และ

ครอบครัว จังหวัดกำแพงเพชร

เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ

เครือข่ายสื่อเพื่อเด็กเยาวชนภาคเหนือ

เครือข่ายสื่อสร้างสุขภาวะเด็ก เยาวชน และ

ครอบครัวขอนแก่น (สสข.)

เครือข่ายหนังสือเพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว

โครงการเพื่อเด็กไทยใส่ใจสื่อ

โครงการศึกษาเฝ้าระวังสื่อและพัฒนาการรู้เท่าทัน

สื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม

โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อ เพื่อสุขภาวะของ

เยาวชน

โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของ

สังคม

แผนงานพัฒนานโยบายสาธารณะเพื่อคุณภาพชีวิต

ที่ดี

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

มหาวิทยาลัยมหิดล

มูลนิธิ สาธารณสุขแห่งชาติ

มูลนิธิกระจกเงา สำนักงานจังหวัดเชียงราย

มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก

		<p>มูลนิธิสื่อมวลชนศึกษา มูลนิธิฮักเมืองน่าน โรงเรียนคลองยางนุสรณ์ ศูนย์กิจกรรมเยาวชนสอยดาวหัวใจสีขาว ศูนย์ประสานงานด้านสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนภาคเหนือ (ศสน.) ศูนย์ประสานงานสำนักข่าวเด็กและเยาวชน จ.พะเยา ศูนย์ประสานงานสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ศูนย์ประสานงานสื่อสร้างสุขภาวะเด็กและเยาวชนภาคอีสาน (ศสอ.) สถาบันอิศรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย สโมสรเยาวชนกรุงเทพมหานคร สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน สื่อสร้างสุขอุบลราชธานี องค์กร สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดลเครือข่ายชนบุรีรัมย์ ใจพัฒนาเด็กเล็กธนบุรี</p>
4	การพัฒนาทักษะชีวิตเยาวชน/ พัฒนาทางเลือกชีวิต	<p>กลุ่มสงขลาฟอร์รั่ม มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก ศูนย์ฝึกอบรมเด็กและเยาวชนเขต 9 จังหวัดสงขลา สถาบันต้นกล้า สำนักข่าวเด็กและเยาวชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p>
5	การพัฒนาสื่อ	สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน

6

การรู้เท่าทันสื่อ

กลุ่มกิ่งก้านใบ

กลุ่มเครือข่ายสื่อเด็ก

กลุ่มงานสุขภาพจิตและจิตเวช โรงพยาบาล

กลุ่มคอกลำพู

กลุ่มคอบหมอกเพื่อการพัฒนา จ.แม่ฮ่องสอน

กลุ่มคั่นกล้าสื่อ

กลุ่มตะเคียงไผ่

กลุ่มพลังแห่งการเปลี่ยนแปลง

กลุ่มมานีมานะ

กลุ่มมานีมานะ จ.สงขลา

กลุ่มเยาวชนบ้านสองเหนือ

กลุ่มเยาวชนบาลีฮาย ชลบุรี

กลุ่มเยาวชนพิทักษ์สิทธิผู้บริโภค สุราษฎร์ธานี

กลุ่มระบับัใจ

กลุ่มระเบียบงไม้

กลุ่มรักษ์เขาชะเมา

กลุ่มละครมะขามป้อม

กลุ่มศึกษาและถอดบทเรียนเยาวชนเท่าทันสื่อ

มหาสารคาม

กลุ่มสื่อใสวัยทีน

เครือข่ายเด็กและเยาวชน

เครือข่ายเด็กและเยาวชนจังหวัดกำแพงเพชร

เครือข่ายเด็กและเยาวชนจังหวัดมหาสารคาม

เครือข่ายเยาวชนสืบสานภูมิปัญญา

เครือข่ายร่วมด้วยช่วยกันส่วนภูมิภาค (จังหวัดตราด)

เครือข่ายสื่อสร้างสุขภาวะเด็ก เยาวชน และครอบครัวขอนแก่น (สสข.)

เครือข่ายอาสาสมัครนักสื่อสารชุมชนอุบลราชธานี

	<p>(ก.อ.ช.อบ.)</p> <p>โครงการศึกษาเฝ้าระวังสื่อและพัฒนาการเรียนรู้เท่าทันสื่อ เพื่อสุขภาวะของสังคม</p> <p>จุดปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนบ้านนา</p> <p>มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก</p> <p>มูลนิธิศึกษาภาพเยาวชน Thai Youth Action Program Foundation (TYAP)</p> <p>มูลนิธิสื่อชาวบ้าน</p> <p>โรงเรียนชานาเกษตรอินทรีย์เด็กและเยาวชนเลิงนกทา จังหวัดยโสธร</p> <p>โรงเรียนทำใหม่ "พุทธสวัสดิ์ราษฎร์นุกูล"</p> <p>ศูนย์กิจกรรมเยาวชนเมืองพิทยา</p> <p>ศูนย์ประสานงานสำนักข่าวเด็กและเยาวชน จ.พะเยา</p> <p>ศูนย์ประสานงานสื่อเพื่อสุขภาวะเด็กและเยาวชนภาคตะวันออกเฉียง</p> <p>ศูนย์ประสานงานสื่อสร้างสุขภาวะเด็กและเยาวชนภาคอีสาน (ศสอ.)</p> <p>ศูนย์เพื่อน้องหญิง</p> <p>สถานีวิทยุศึกษากระทรวงศึกษาธิการ</p> <p>สถาบันการจัดการแบบองค์รวม</p> <p>สถาบันชุมชนชานา</p> <p>สมาคมป่าชุมชนอีสาน</p> <p>สมาคมสืบสานตำนานปี่ซอ</p> <p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ</p> <p>สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p>
7	<p>ความสัมพันธ์ในครอบครัว</p> <p>มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว</p> <p>มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก</p> <p>มูลนิธิหนังสือเพื่อเด็ก</p>

		<p>สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถานีวิทยุศึกษากระทรวงศึกษาธิการ สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p>
8	วิทยุสำหรับเด็ก	<p>เครือข่ายวิทยุเพื่อเด็กเยาวชนและครอบครัว บริษัท บี.บี.เอ็ม.ซี. เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถานีวิทยุศึกษากระทรวงศึกษาธิการ สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์ สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักข่าวเด็กและเยาวชน "ขบวนการดาต้าบรอด" สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนคณะสารสนเทศและการ สื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนเครือข่ายนักเขียนแห่ง ประเทศไทย</p>
9	ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้	<p>คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน โรงเรียน หนองเม็กวิทยา ตำบล โลกสะอาด อำเภอเมืองชัย จังหวัดกาฬสินธุ์ สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน โสงเขียนสืบสานภูมิปัญญาล้านนา</p>
10	ส่งเสริมการอ่าน/ นิทาน	<p>กลุ่ม we are happy กลุ่มเยาวชนอาสาสอยดาว กลุ่มหนุ่มสาวสื่อสันติภาพ ภาควิชาวาทยุทธศาสตร์และ สื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์</p>

มหาวิทยาลัย
 เครื่องข่ายเด็กและเยาวชนจังหวัดกำแพงเพชร
 เครื่องข่ายนักวิชาการนิเทศศาสตร์
 เครื่องข่ายพุทธิกา
 เครื่องข่ายสร้างเสริมผู้ผลิตสื่อสร้างสรรค์
 โครงการส่งเสริมจิตอาสา มูลนิธิบูรณะชนบทแห่ง
 ประเทศไทย
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 บริษัท ดินน้ำดู จำกัด
 บริษัท บีลิงค์ มีเดีย จำกัด
 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
 มูลนิธิกระจกเงา
 มูลนิธิกองทุนไทย
 มูลนิธิเด็ก
 มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก
 มูลนิธิสื่อชาวบ้าน
 มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อมศูนย์เชิงดาว)
 สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 สถานีวิทยุศึกษากระทรวงศึกษาธิการ
 สถาบันการทูมไทย
 สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว
 มหาวิทยาลัยมหิดล
 สภาเยาวชนกรุงเทพมหานคร
 สมาคมเยาวชนกรุงเทพมหานคร
 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ
 สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
 ห้องสมุดเยาวชนหนองควายในสถาบันการศึกษา
 ทางเลือก
 องค์การบริหารส่วนตำบลลาดกระทิง

โองเขียนสืบสานภูมิปัญญาล้านนา		
11	สืบสานวัฒนธรรม	โครงการป่าชุมชน กลุ่มเยาวชนรักษ์ป่า ก่อสร้างสุขภาพะเยาวชน
12	สื่อการละครและการแสดง	กลุ่มสื่อไอซ์บีทีน ก่อสร้างสุขภาพะเยาวชน
13	สื่อโทรทัศน์/ ภาพยนตร์กับเด็ก	กลไกคณะทำงานสื่อเพื่อเด็กภาคตะวันออก กลุ่ม we change กลุ่มไม่ขีดไฟ เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ เครือข่ายวิทยุเพื่อเด็กเยาวชนและครอบครัว โครงการเพื่อเด็กไทยใส่ใจสื่อ โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพะของ สังคม บ.บี อเมซซิ่ง เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด (ขบวนการนัก อ่าน) บริษัท คีนาคู จำกัด บริษัท เดอะ โอเรียลเต็ล ซิสเต็ม ออฟ คอมมูนิเคชั่น แอนด์ รีเสิร์ท จำกัด บริษัท เทโอส มีเดีย จำกัด บริษัท ชิงค์ วิช จำกัด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ ศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนบ้านกาญจนา ภิเษก สถานีวิทยุเรดิโอคิดส์ สมาคมนักศึกษาผู้ปฏิบัติธรรม(นศ.ปธ.)

		<p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ</p> <p>สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p> <p>องค์กร สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล</p>
14	สื่อพื้นบ้าน/ สื่อวัฒนธรรม	<p>กลุ่มเยาวชนสืบสานวัฒนธรรมเครื่อง</p> <p>สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p>
15	สื่อสร้างสรรค์/ สื่อสำหรับเด็ก/ สื่อดี	<p>กลุ่ม Be shine ร่วมกับนาฏยสังคีต คณะอักษรศาสตร์ ม.ศิลปากร และสถาบันละครประยุกต์</p> <p>กลุ่มต้นกล้าสื่อ</p> <p>กลุ่มบุคคลกลุ่มคณะกรรมการ โครงการ "พัฒนาศักยภาพ เพื่อพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเด็ก"</p> <p>กลุ่มไม้กวาดสีขาว</p> <p>กลุ่มระบัดใบ</p> <p>เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ</p> <p>เครือข่ายเด็กและเยาวชนจังหวัดบุรีรัมย์</p> <p>เครือข่ายเยาวชนเพื่อการพัฒนา</p> <p>บริษัท ชิงค์ วิช จำกัด</p> <p>ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร</p> <p>มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว</p> <p>มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก</p> <p>มูลนิธิสื่อชาวบ้าน (มะขามป้อมศูนย์เชียงใหม่)</p> <p>มูลนิธิหนังสือเพื่อเด็ก</p> <p>สถาบันการ์ตูนไทย</p> <p>สมาร์ทชายด์</p> <p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ</p> <p>สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p>

ภาคผนวก 3

สรุปผลการวิจัยข้อมูลในเว็บไซต์ แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน

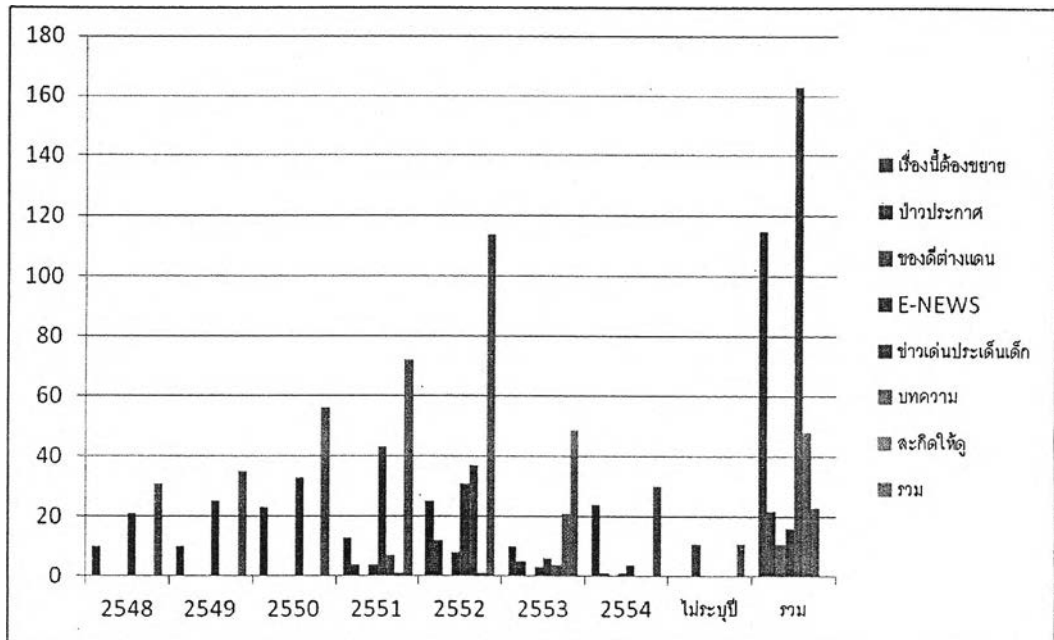
การวิจัยเรื่อง "กึ่งทศวรรษแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน : ทบทวนการดำเนินงานและแนวทางการขับเคลื่อนทางสังคมในอนาคต" เพื่อทราบถึงภาพรวมของการเคลื่อนไหวทางสังคมเกี่ยวกับสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนไทยในระหว่างปี พ.ศ.2548 - 2554 ทั้งในเชิงประเด็นสาธารณะและเครือข่ายทางสังคม และแนวทางการขับเคลื่อนแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนในอนาคต จึงได้ทำการวิจัยเว็บไซต์ของแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548 - 31 ธันวาคม 2554 ระยะเวลาเกือบ 6 ปี หรือ 2,556 วัน และมีจำนวนสื่อที่ใช้ในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 398 ชุด ผลการวิจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏในเว็บไซต์
แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (ปี2548-2554) โดยจำแนกเป็นรายปี/ หัวข้อ

ปี	จำนวนข่าว							รวม
	เรื่องนี้ ต้อง ขยาย	ข่าว ประกาศ	ของดี ต่างแดน	E- NEWS	ข่าวเด่น ประเด็น เด็ก	บทความ	สถิติให้ ดู	
2548	10	-	-	-	21	-	-	31
2549	10	-	-	-	25	-	-	35
2550	23	-	-	-	33	-	-	56
2551	18	4	-	4	43	7	1	72
2552	25	12	-	8	31	37	1	114
2553	10	5	-	3	6	4	21	49
2554	24	1	-	1	4	-	-	30
ไม่ระบุ ปี	-	-	11	-	-	-	-	11
รวม	115	22	11	16	163	48	23	

โดยภาพรวมจะพบว่า ทุกๆ ปีมีข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนได้ถูกนำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ (ดังภาพที่ 1.1) และเมื่อสังเกตเป็นรายปี พบว่า ข่าวเด่นประเด็นเด็ก มีข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนมากที่สุดในกลุ่ม ดังจะเห็นได้จากยอดจำนวนข่าวที่ปรากฏ ตั้งแต่ปี 2548 - 2554

ภาพที่ 1.1 แสดงจำนวนข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏในเว็บไซต์
แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (ปี2548-2554) โดยจำแนกเป็นรายปี/ หัวข้อ



ตารางที่ 2 แสดงจำนวนข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏในเว็บไซต์
แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (ปี2548-2554) โดยจำแนกเป็นรายปี/ หัวข้อ

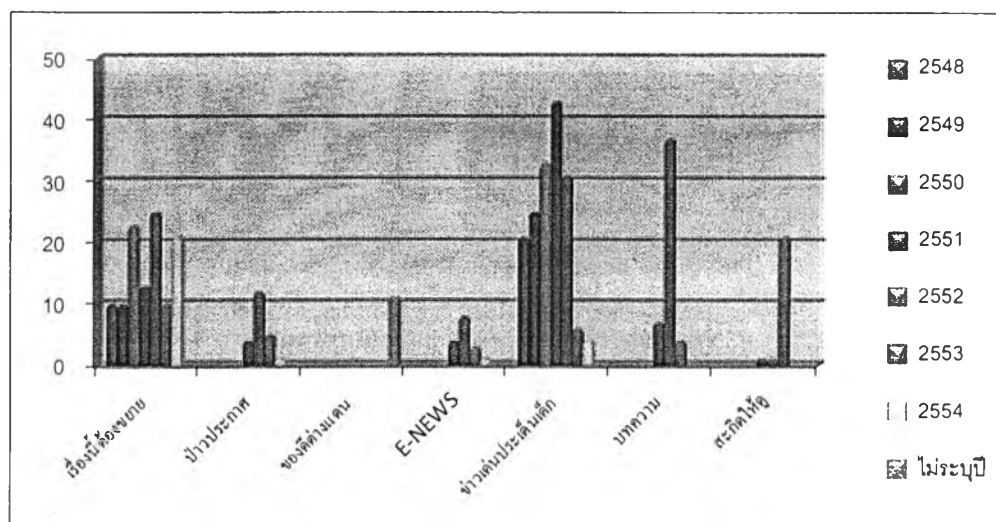
ปี	หัวข้อ	จำนวนข่าว
2548	เรื่องนี้ต้องขบข	10
	ข่าวประกาศ	-
	ของดีต่างแดน	-
	E-NEWS	-
	ข่าวเด่นประเด็นเด็ก	21
	บทความ	-
	สะกิดให้ดู	-
2549	เรื่องนี้ต้องขบข	10
	ข่าวประกาศ	-
	ของดีต่างแดน	-
	E-NEWS	-
	ข่าวเด่นประเด็นเด็ก	25
	บทความ	-
	สะกิดให้ดู	-
2550	เรื่องนี้ต้องขบข	23
	ข่าวประกาศ	-
	ของดีต่างแดน	-
	E-NEWS	-
	ข่าวเด่นประเด็นเด็ก	33
	บทความ	-
	สะกิดให้ดู	-
2551	เรื่องนี้ต้องขบข	13
	ข่าวประกาศ	4
	ของดีต่างแดน	-

	E-NEWS	4
	ข่าวเด่นประเด็นเด็ก	43
	บทความ	7
	สะกิดให้ดู	1
2552	เรื่องนี้ต้องขยาย	25
	ข่าวประกาศ	12
	ของดีต่างแดน	-
	E-NEWS	8
	ข่าวเด่นประเด็นเด็ก	31
	บทความ	37
	สะกิดให้ดู	1
2553	เรื่องนี้ต้องขยาย	10
	ข่าวประกาศ	5
	ของดีต่างแดน	-
	E-NEWS	3
	ข่าวเด่นประเด็นเด็ก	6
	บทความ	4
	สะกิดให้ดู	21
2554	เรื่องนี้ต้องขยาย	21
	ข่าวประกาศ	1
	ของดีต่างแดน	-
	E-NEWS	1
	ข่าวเด่นประเด็นเด็ก	4
	บทความ	-
	สะกิดให้ดู	-
ไม่ระบุปี	เรื่องนี้ต้องขยาย	-
	ข่าวประกาศ	-
	ของดีต่างแดน	11

	E-NEWS	-
	ข่าวเด่นประเด็นเด็ก	-
	บทความ	-
	สะกิดใจ	-

จากการเก็บข้อมูล พบว่า มีการทำโครงการเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนมากที่สุด ดังจะเห็นได้จากจำนวนข่าวที่ปรากฏ ตั้งแต่ปี 2548 – 2554 ซึ่งโครงการเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนมียอดจำนวนข่าวมากที่สุดในหัวข้อข่าวเด่นประเด็นเด็ก กล่าวคือ มีจำนวน 21 ข่าว (ปี 2548) 25 ข่าว (ปี 2549) 33 ข่าว (ปี 2550) และ 43 ข่าว (ปี 2551) ตามลำดับ ดังภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1 แสดงจำนวนข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏในเว็บไซต์
แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (ปี2548-2554) โดยจำแนกเป็นรายปี/ หัวข้อ

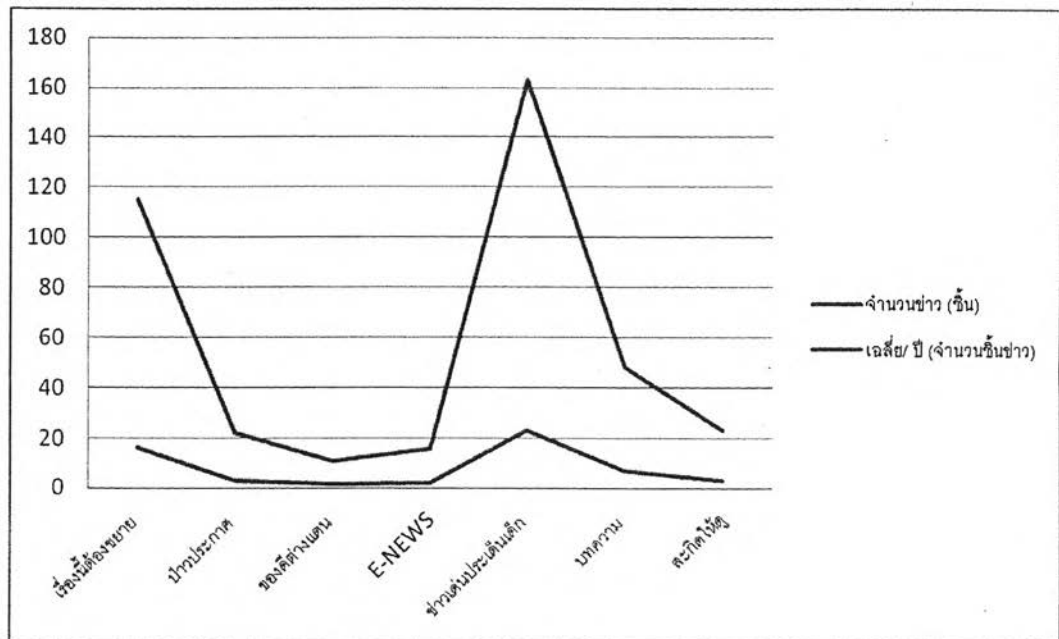


ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และค่าเฉลี่ยข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏ
ในเว็บไซต์แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (ปี2548-2554) โดยจำแนกเป็นรายหัวข้อ

หัวข้อ	จำนวนข่าว (ชิ้น)	เฉลี่ย/ปี (จำนวนชิ้นข่าว)
เรื่องนี้ต้องขยาย	115	16.42
ข่าวประกาศ	22	3.14
ของดีต่างแดน	11	1.5
E-NEWS	16	2.28
ข่าวเด่นประเด็นเด็ก	163	23.27
บทความ	48	6.85
สะกิดใจ	23	3.28

เมื่อจำแนกเป็นรายหัวข้อ พบว่า จำนวนข่าวโดยเฉลี่ย / ปี เกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏ
ในเว็บไซต์ (ปี2548-2554) ข่าวฯ มักปรากฏมากที่สุด ในหัวข้อข่าวเด่นประเด็นเด็ก จำนวน 23.27
ข่าว /ปี รองลงมา คือ เรื่องนี้ต้องขยาย จำนวน 16.42 ข่าว, บทความ จำนวน 6.85 ข่าว, สะกิดใจ
จำนวน 3.28 ข่าว, ข่าวประกาศ จำนวน 3.14 ข่าว, E-NEWS จำนวน 2.28 ข่าว และของดีต่างแดน
จำนวน 1.5 ข่าวตามลำดับ ดังภาพที่ 3.1

ภาพที่ 3.1 แสดงจำนวน และค่าเฉลี่ยข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชนที่ปรากฏ
 ในเว็บไซต์แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (ปี2548-2554) โดยจำแนกเป็นรายหัวข้อ



ตารางที่ 4 แสดงรายชื่อองค์กรที่ เป็นผู้สร้างข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน
(ตั้งแต่ปี 2548-2554)

ลำดับที่	องค์กร
1	AOL Game
2	Baby Hotel
3	http://www.green.id.th
4	IPA
5	The Importance of Deep Reading by Maryanne Wolf and Mirit Barzilai, ในวารสาร Education Leadership, March 2009
6	TIME
7	UNICEF
8	กรมประชาสัมพันธ์
9	กรมศิลปากร
10	กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
11	กรมสอบสวนคดีพิเศษ
12	กรมสุขภาพจิต 8
13	กรมอนามัย
14	กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ 6
15	กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร 9
16	กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
17	กระทรวงมหาดไทย
18	กระทรวงวัฒนธรรม 28
19	กระทรวงศึกษาธิการ 6
20	กระทรวงสาธารณสุข 9
21	กรุงเทพมหานคร
22	กลุ่ม WE ARE HAPPY 2
23	กลุ่มคนผู้รักสันติรวมตัว

24	กลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการ
25	กลุ่มคอกหมอกเพื่อการพัฒนา
26	กลุ่มดินสอสี
27	กลุ่มนวัตกรรมเยาวชนเพื่อสังคม (YIY)
28	กลุ่มนักศึกษานักค้าเพื่อและประชาธิปไตย
29	กลุ่มภักดีเครือข่ายหนังสือเพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว
30	กลุ่มมะขามป้อม
31	กลุ่มไม้กวาดสีขาว
32	กลุ่มไม้ขีดไฟ
33	กลุ่มเยาวชนสืบสานภูมิปัญญา ภาคอีสาน
34	กลุ่มระบัดใบ จังหวัดระนอง
35	กลุ่มละคร ไม้กวาดสีขาว
36	กลุ่มสื่อไสวีย์ทีน 3
37	กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
38	การกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
39	กูเกิ้ล
40	ขบวนการตาสับปะรด 4
41	ขบวนการนักอ่าน
42	คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
43	คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทช.)
44	คณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สื่อเพื่อเด็กและเยาวชนภาคเหนือ
45	คณะกรรมการปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ
46	คณะกรรมการรณรงค์เพื่อการปฏิรูปสื่อ
47	คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ 3
48	คณะกรรมการส่งเสริมการอ่านเพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต
49	คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ
50	คณะกรรมการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
51	คณะกรรมการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

52	คณะรัฐมนตรี 2
53	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
54	คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
55	คณะกรรมการดัดนติหิเด็กและเยาวชน
56	คลื่นวิทยุไทยเพื่อเด็กและครอบครัว 4
57	เครือข่ายถึงกัลยาโย
58	เครือข่ายจับเคลื่อนองค์กรผู้บริโภคด้านสื่อ
59	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ 17
60	เครือข่ายครอบครัวอาสาเฝ้าระวังสื่อ
61	เครือข่ายเด็กผลิตสื่อ
62	เครือข่ายเด็กและเยาวชน
63	เครือข่ายเทวทัศน์สื่อ 3
64	เครือข่ายนักวิชาการคณะนิเทศศาสตร์
65	เครือข่ายนักวิชาการศิลปะการแสดงแห่งประเทศไทย
66	เครือข่ายนักอ่าน
67	เครือข่ายประชาชน
68	เครือข่ายปิดทีวี
69	เครือข่ายเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ
70	เครือข่ายพลเมืองเน็ต
71	เครือข่ายพ่อแม่เยาวชนเพื่อการปฏิรูปการศึกษา
72	เครือข่ายพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเด็ก 3
73	เครือข่ายเพื่อทีวีสาธารณะ 3
74	เครือข่ายภูมิภาค
75	เครือข่ายเยาวชน "เพชรบุรี..ดีจัง"
76	เครือข่ายเยาวชน IDEA - IDOL เทวทัศน์สื่อ
77	เครือข่ายเยาวชนนักศึกษา
78	เครือข่ายเยาวชนเพื่อการพัฒนา 5
79	เครือข่ายเยาวชนเพื่อการพัฒนา 15 จังหวัด ในทั้ง 5 ภูมิภาคทั่วประเทศ"

80	เครือข่ายเยาวชนเพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์แห่งประเทศไทย
81	เครือข่ายชมรมรงค์ป้องกันภัยแอลกอฮอล์
82	เครือข่ายวิทยุเพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว 4
83	เครือข่ายสมานฉันท์เพื่อการปฏิรูปการเมือง
84	เครือข่ายสื่อเด็ก
85	เครือข่ายขงสื่อทางเลือก
86	เครือข่ายสื่อเพื่อเด็ก 7
87	เครือข่ายสื่อเพื่อเด็ก เยาวชน ครอบครัว นักศึกษา ประชาชนคนธรรมดา
88	เครือข่ายสื่อเพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว 5
89	เครือข่ายสื่อเพื่อเด็กร่วมกับสมาคมผู้ผลิตหนังสือและผู้จัดจำหน่ายฯ
90	เครือข่ายสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน
91	เครือข่ายสื่อภาคประชาชนภาคเหนือ
92	เครือข่ายสื่อสร้างสรรค์ เพื่อเด็ก เยาวชน และครอบครัว
93	เครือข่ายหนังสือเพื่อเด็ก เยาวชน และครอบครัว 3
94	โครงการ "ศูนย์ประสานงานเครือข่ายหนังสือเพื่อเด็ก เยาวชน และครอบครัว"
95	โครงการ Child Watch
96	โครงการครอบครัวอุ่นรัก
97	โครงการเด็กเยาวชนจิตอาสาพัฒนาสื่อสร้างสรรค์"
98	โครงการเด็กเยาวชนจิตอาสาพัฒนาสื่อสร้างสรรค์วิถีชุมชน
99	โครงการบริโศคสร้างสรรค์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
100	โครงการเพราะเมล็ดพันธุ์ด้วยหัวใจ
101	โครงการเพื่อเด็กไทยใส่ใจสื่อ
102	โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก 21
103	โครงการศึกษาผลกระทบของเกมออนไลน์ในสังคมไทย"
104	โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพของสังคม 4
105	โครงการสตรีและเยาวชนศึกษา
106	โครงการสร้างภูมิคุ้มกันการติดเกมออนไลน์สำหรับเยาวชน
107	โครงการสื่อสร้างสรรค์สุขภาพ

108	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
109	ชมรม To Be, number One
110	ชมรมเยาวชนตาบอดไทย
111	ชมรมวิทยุเด็ก เยาวชน และครอบครัว 7
112	ดร.เทรซีย์ อัลโลเวย์ นักจิตวิทยาที่เชี่ยวชาญด้านความจำระดับใช้งาน ม.สเตอร์ลิง ประเทศสกอตแลนด์
113	เครือข่ายเยาวชนนักพัฒนา
114	ทีมงานไทยเอ็นจีโอ
115	ทีนคลับ คลับของคนวัยมันส์"
116	ทีมเขียนการ์ตูน เทรพอมจอมยุ่ง
117	ทีมงานไทยเอ็นจีโอ
118	ทีมอาสาสมัครตาบอด
119	นพ.ไพบุลย์ เอกแสงศรี ผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการเด็ก
120	นิตยสาร Mother & Care
121	นิตยสารการศึกษาวันนี้
122	แนวร่วมเยาวชนสร้างสรรค์สื่อไทย
123	บริษัท บีอีซีวีลด์ จำกัด (มหาชน) 3
124	บริษัท ไบเออร์ เซริง ฟาร์มา ประเทศไทย 2
125	บริษัท แพลน ฟอรั คิตส์ จำกัด
126	บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย เทรคคิง จำกัด
127	บริษัท ออน-คิมการ์ด บุ๊คส์
128	บริษัท อาตาปี จำกัด
129	บริษัท อินเทอร์เน็ทประเทศไทย จำกัด (มหาชน)
130	บริษัท เอซิส โปรเฟสชั่นนัล เซ็นเตอร์ จำกัด
131	บริษัท แอ็ควานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน)
132	บริษัท ไพรเมียมไทย จำกัด (ปทท)
133	ผู้จัดการออนไลน์
134	ผู้แทนสำนักงานอัยการสูงสุด

135	แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ
136	แผนงานก่อสร้างสุขภาวะเยาวชน 121
137	ฟิว (Fuse)
138	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) ธัญบุรี
139	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
140	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี
141	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2
142	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
143	มหาดิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
144	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต 2
145	มหาดิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 2
146	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
147	มหาดิทยาลัยศิลปากร
148	มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด แคลิฟอร์เนีย
149	มหาวิทยาลัยสถาบันราชภัฏสวนดุสิต
150	มหาวิทยาลัยเองเกลียตะวันออก
151	มีเดียมอนิเตอร์
152	มูลนิธิกระจกเงา 4
153	มูลนิธิกองทุนไทย
154	มูลนิธิเข้าถึงเอดส์
155	มูลนิธิเรือฟายครอยบควัว 15
156	มูลนิธิบำบัด และวิจัยโรคทางกลิ่นและรสชาติ ที่นครชิคาโก
157	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก 62
158	มูลนิธิเพื่อนหญิง
159	มูลนิธิธรรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่
160	มูลนิธิศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็ก
161	มูลนิธิสื่อชาวบ้าน
162	มูลนิธิสื่อภาคประชาชน

163	มูลนิธิหนังสือไทย
164	มูลนิธิหนังสือเพื่อเด็ก
165	มูลนิธิอินเตอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย 5
166	รัฐบาล 6
167	กระทรวงศึกษาธิการ
168	รัฐสภาของรัฐคอนเนตทิคัต
169	โรงเรียนสาริตถุपालงกรณ์
170	วารสารสถาบันกุมารเวชศาสตร์อเมริกัน
171	ศคส.
172	ศาสตราจารย์ปีเตอร์ คีออสส์ และศาสตราจารย์คริสโตเฟอร์ แคนเฟอร์ท นักคณิตศาสตร์ประยุกต์จากมหาวิทยาลัยเวอร์มอนต์ สหรัฐฯ
173	ศูนย์ข้อมูลค้นหาเพื่อต่อต้านการค้ามนุษย์มูลนิธิกระจกเงา
174	ศูนย์นวัตกรรมเด็กด้อยโอกาส
175	ศูนย์นวัตกรรมสื่อเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏ (มรภ.) ศรีสะเกษ
176	ศูนย์ประสานงานสำนักข่าวเด็ก จังหวัดพะเยา"
177	ศูนย์ประสานงานสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน 2
178	ศูนย์ประสานงานสื่อสร้างสุขภาวะเด็กและเยาวชน ภาคอีสาน 3
179	ศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนเขต 5 อุบลราชธานี"
180	ศูนย์เฝ้าระวังป้องกันความรุนแรงจากสื่อและครอบครัว
181	ศูนย์พัฒนาอัจฉริยภาพ มศว.
182	ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ
183	ศูนย์หนังสืออุฬาฯ
184	สถานีวิทยุ มก.
185	สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย 2
186	สถานีวิทยุชลบุรี
187	สถานีวิทยุชุมชนคนเหนือเขื่อน อ.สอด จ.เชียงใหม่
188	สถานีวิทยุไทยเพื่อเด็กและครอบครัว
189	สถานีวิทยุเบบี้อีเอ็ม

190	สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
191	สถานี TRN
192	สถาบันการจัดการแบบองค์รวม
193	สถาบันกวีทูตไทย มูลนิธิเด็ก 6
194	สถาบันคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการ โทรคมนาคม
195	สถาบันเด็กทำสื่อ Kids story
196	สถาบันไทยศึกษา และเอเชียศึกษา
197	สถาบันราชานุกูล
198	สถาบันรามจิตติ
199	สถาบันและเครือข่ายครอบครัวอาสาเฝ้าระวังสื่อ
200	สถาบันวิจัยประชากรและสังคม
201	สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
202	สถาบันวิจัยและพัฒนาระบบเรียนรู้
203	สถาบันสร้างเสริมพัฒนาการเด็กผ่านการทำอาหาร หรือ a little something
204	สถาบันสุขภาพจิตเด็กและวัยรุ่นราชนครินทร์ กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข
205	สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว 5
206	สภาการศึกษา 4
207	สภากงคักรพัฒนาเด็กและเยาวชนฯ
208	สมาคมการเล่นนานาชาติ
209	สมาคมจิตวิทยาอเมริกัน (เอพีเอ)
210	สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย
211	สมาคมนักเขียนแห่งประเทศไทย
212	สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย 4
213	สมาคมผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตแห่งประเทศไทย
214	สมาคมโภชนาการแห่งประเทศไทย
215	สวนดุสิตโพล 2
216	สหทัยมูลนิธิ

217	สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ
218	สำนักข่าวเด็กและเยาวชน
219	สำนักคดีเทคโนโลยีและสารสนเทศ
220	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
221	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ 102
222	สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน 3
223	สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
224	สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค
225	สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
226	สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ
227	สำนักงานตำรวจแห่งชาติ 3
228	สำนักงานส่งเสริมกิจการอินเทอร์เน็ตของสิงคโปร์
229	สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชนผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ
230	สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ 3
231	สำนักนายกรัฐมนตรี 4
232	สำนักบรรณรักษ์และสื่อสารสาธารณะเพื่อสังคม
233	สำนักวิจัยสำนักวิจัยเอแบคโพลล์
234	สำนักวิจัยเอแบคโพลล์ 3
235	สำนักสุขภาพจิตสังคม
236	สื่อสร้างสุขอุบลราชธานี
237	สื่อไสวีย์ทีน
238	หน่วยปฏิบัติการพิเศษปราบปรามสื่อลามกและสินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
239	หนังสือพิมพ์เดลินิวส์
240	หนังสือพิมพ์ปักกิ่ง ไทมส์
241	หนังสือพิมพ์มติชน 3
242	องค์กรช่วยเหลือเด็ก
243	องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย 4
244	องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก)

245	องค์กรจัดเรตความมั่นคงของคอมพิวเตอร์ของญี่ปุ่น 2
246	องค์การทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ
247	องค์กรบริหารส่วนตำบลแม่เงา
248	เอเอฟพี

ตารางที่ 5 แสดงรายชื่อองค์กรที่เป็นผู้สร้างข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน
โดยจำแนกเป็นรายปี (ตั้งแต่ปี 2548-2554)

ปี	อันดับที่	องค์กร	จำนวนข่าว (ชิ้น)
2548	1	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริม สุขภาพ	8
	2	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก	5
	3	แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน	4
2549	1	โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก	6
	2	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริม สุขภาพ มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก	5
	3	กระทรวงวัฒนธรรม	3
2550	1	แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน	17
	2	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริม สุขภาพ	7
	3	กระทรวงวัฒนธรรม มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก	4
2551	1	แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน	15
	2	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริม สุขภาพ	11
	3	กระทรวงวัฒนธรรม	9
2552	1	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริม สุขภาพ	32
	2	แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน	31
	3	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก	11
2553	1	แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน	35

	2	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ	27
	3	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก	26
2554	1	แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน	12
	2	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ	5
	3	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก	3
ไม่ระบุปี	1	โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก	10
	2	แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน	1
	3	-	-

องค์กรที่ เป็นผู้สร้างข่าวหรือจัดโครงการเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน เมื่อจำแนกเป็นรายปี (ตั้งแต่ปี 2548-2554) พบว่า แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ มักมีรายชื่อติดอยู่ใน 3 อันดับแรกเสมอๆ

ตารางที่ 6 แสดงรายชื่อองค์กรที่ เป็นผู้สร้างข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน 10 อันดับแรก
ตั้งแต่ปี 2548-2554

ลำดับที่	องค์กร	จำนวนข่าว (ชิ้น)
1	แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน	121
2	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ	102
3	มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก	62
4	กระทรวงวัฒนธรรม	28
5	โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก	21
6	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ	17
7	มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว	15
8	กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงสาธารณสุข	9
9	กรมสุขภาพจิต	8
10	เครือข่ายสื่อเพื่อเด็ก ชมรมวิทยุเด็ก เยาวชน และครอบครัว	7

เมื่อจัดอันดับองค์กรที่ เป็นผู้สร้างข่าวเกี่ยวกับสื่อและเยาวชน ตั้งแต่ปี 2548-2554 พบว่า แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มีบทบาทมากที่สุด คือ มีข่าวฯ ปรากฏในสื่อ จำนวน 121 ชิ้น รองลงมา คือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) จำนวน 102 ชิ้น และ มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก จำนวน 62 ชิ้น ตามลำดับ

ตารางที่ 7 การสรุปและวิเคราะห์ประเด็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับสื่อและเยาวชน (ปี2548-2554)
โดยจำแนกเป็นรายปี/ หัวข้อในเว็บไซต์แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน

ปี (พ.ศ.)	เรื่องที่ต้องขยาย	ข่าวประกาศ	ของดีต่างแดน	E-NEWS	ข่าวเด่น ประเด็นเด็ก	บทความ	สะกิดใจดู
2548	- โทรทัศน์สำหรับเด็ก - ส่งเสริมการอ่าน - สื่อสร้างสรรค์				- การรู้เท่าทันสื่อ - เกม - โทรทัศน์สำหรับเด็ก - เพศ/ เช็กซ์/ ลามก - ส่งเสริมการอ่าน - อินเทอร์เน็ต		
2549	- เกม - โทรทัศน์สำหรับเด็ก - ส่งเสริมการอ่าน - สื่อสร้างสรรค์				- การรู้เท่าทันสื่อ - โทรทัศน์สำหรับเด็ก - เพศ/ เช็กซ์/ ลามก		

					- สื่อสร้างสรรค์/ สื่อสำหรับเด็ก - อินเทอร์เน็ต		
2550	- การจัดระดับ ความเหมาะสม ของรายการ - โทรทัศน์สำหรับเด็ก - ส่งเสริมการอ่าน - สื่อสร้างสรรค์				- การรู้เท่าทันสื่อ - โทรทัศน์สำหรับเด็ก - เพศ/ เชื้อชาติ/ ลามก - ส่งเสริมการอ่าน - สื่อสร้างสรรค์/ พื้นที่สร้างสรรค์ - อินเทอร์เน็ต		
2551	- การรู้เท่าทันสื่อ - เกม - โทรทัศน์สำหรับเด็ก - สื่อสร้างสรรค์/ พื้นที่สร้างสรรค์	- ความรุนแรง - ส่งเสริมการอ่าน - สื่อสร้างสรรค์		- การรู้เท่าทันสื่อ - สื่อสร้างสรรค์/ พื้นที่สร้างสรรค์	- การรู้เท่าทันสื่อ - เกม - ความรุนแรง - โทรทัศน์สำหรับเด็ก - ส่งเสริมการอ่าน	- การจัดระดับ ความเหมาะสม ของรายการ - ความรุนแรง - สื่อสร้างสรรค์/ พื้นที่สร้างสรรค์	- อินเทอร์เน็ต

					<ul style="list-style-type: none"> - สื่อสร้างสรรค์/สื่อสำหรับเด็ก - สื่อสร้างสรรค์/พื้นที่สร้างสรรค์ - อินเทอร์เน็ต 		
2552	<ul style="list-style-type: none"> - ความรุนแรง - พื้นที่สร้างสรรค์ - ส่งเสริมการอ่าน 	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดระดับความเหมาะสมของรายการ - เกม - ความรุนแรง - ส่งเสริมการอ่าน - สื่อสร้างสรรค์ 		<ul style="list-style-type: none"> - การรู้เท่าทันสื่อ - สื่อสร้างสรรค์/พื้นที่สร้างสรรค์ - ส่งเสริมการอ่าน 	<ul style="list-style-type: none"> - การรู้เท่าทันสื่อ - เกม - ความรุนแรง - โทรทัศน์สำหรับเด็ก - ส่งเสริมการอ่าน - สื่อสร้างสรรค์/พื้นที่สร้างสรรค์ - อินเทอร์เน็ต 	<ul style="list-style-type: none"> - เกม - ความรุนแรง - โทรทัศน์สำหรับเด็ก - วิทยุสำหรับเด็ก - ส่งเสริมการอ่าน - สื่อสร้างสรรค์/พื้นที่สร้างสรรค์ - อินเทอร์เน็ต 	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการอ่าน
2553	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดระดับความเหมาะสมของรายการ - การรู้เท่าทันสื่อ 	<ul style="list-style-type: none"> - เกม - ความรุนแรง - สื่อสร้างสรรค์ 		<ul style="list-style-type: none"> - การรู้เท่าทันสื่อ 	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อสร้างสรรค์/พื้นที่สร้างสรรค์ - อินเทอร์เน็ต 	<ul style="list-style-type: none"> - การรู้เท่าทันสื่อ - วิทยุสำหรับเด็ก - สื่อสร้างสรรค์/พื้นที่สร้างสรรค์ 	<ul style="list-style-type: none"> - การรู้เท่าทันสื่อ - โทรทัศน์สำหรับเด็ก - วิทยุสำหรับเด็ก

	<ul style="list-style-type: none"> - วิทยุกับเด็ก - ส่งเสริมการเล่น - สื่อสร้างสรรค์ 						- ส่งเสริมการอ่าน
2554	<ul style="list-style-type: none"> - การรู้เท่าทันสื่อ - คอมพิวเตอร์ - สื่อสร้างสรรค์ 	- การรู้เท่าทันสื่อ		<ul style="list-style-type: none"> - สื่อสร้างสรรค์ - พื้นที่สร้างสรรค์ 	<ul style="list-style-type: none"> - สื่อสร้างสรรค์ - พื้นที่สร้างสรรค์ 		
ไม่ระบุปี			<ul style="list-style-type: none"> - โทรทัศน์สำหรับเด็ก - ความรุนแรง 				

ตารางที่ 8 การสรุปและวิเคราะห์ประเด็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับสื่อและเยาวชน (ปี2548-2554)
โดยจำแนกตามประเด็น

ปี พ.ศ. 2548		
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	การรู้เท่าทันสื่อ	สมาคมโฆชนาการแห่งประเทศไทย
2	เกม	โครงการศึกษาผลกระทบของเกมออนไลน์ใน สังคมไทย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
3	ความรุนแรง	คณะกรรมการพัฒนาสังคมและความมั่นคง ของมนุษย์ เครือข่ายสื่อเพื่อเด็ก แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ
4	โทรทัศน์สำหรับเด็ก	เครือข่ายเยาวชนเพื่อการพัฒนา โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก ทีมอาสาสมัครตาต้อบประรด ผู้จัดการออนไลน์ มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก รัฐบาล สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและ ครอบครัว สภาองค์กรพัฒนาเด็กและเยาวชนฯ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ องค์กรทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ

5	เพศ/ เชื้อชาติ/ ลามก กระทรวงวัฒนธรรม โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก บริษัท อินเทอร์เน็ตประเทศไทย จำกัด (มหาชน) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มูลนิธิเข้าถึงเอดส์ มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก มูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย สถาบันไทยศึกษา และเอเชียศึกษา สำนักงานกองทุนสนับสนุนสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ
6	ส่งเสริมการอ่าน แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต มหาวิทยาลัยศิลปากร มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก สถาบันการ์ตูนไทย มูลนิธิเด็ก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ
7	สื่อสร้างสรรค์ เครือข่ายเด็กและเยาวชน เครือข่ายสื่อเพื่อเด็ก โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก ทีมงานไทยเอ็นจีโอ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ
8	อินเทอร์เน็ต กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการ สื่อสาร

ปี พ.ศ. 2549

ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	การรู้เท่าทันสื่อ	ผู้จัดการออนไลน์ รัฐสภาของรัฐคอนเนตทิคัต
2	เกม	กรมสุขภาพจิต กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงวัฒนธรรม โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก สำนักวิจัยเอแบคโพล หนังสือพิมพ์ปักกิ่ง ไทมส์ องค์กรจัดเรตความบันเทิงทางคอมพิวเตอร์ของญี่ปุ่น
3	โทรทัศน์สำหรับเด็ก	กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงวัฒนธรรม กลุ่มมะขามป้อม ขบวนการดาส์บ์ประรด โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก บริษัท ยูนิลีเวอร์ ไทย เทรดดิ้ง จำกัด มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก มูลนิธิสื่อชาวบ้าน สำนักข่าวเด็กและเยาวชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ
4	เพศ/เซ็กซ์/ลามก	กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต วารสารสถาบันกุมารเวชศาสตร์อเมริกัน

		หนังสือพิมพ์ดิชน
5	ส่งเสริมการอ่าน	เครือข่ายสื่อเพื่อเด็กร่วมกับสมาคมผู้ผลิตหนังสือและผู้จัดจำหน่ายฯ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สำนักวิจัยสำนักวิจัยเอแบคโพลล์
6	สื่อสร้างสรรค์	กระทรวงศึกษาธิการ โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก รัฐบาล สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ
7	อินเทอร์เน็ต	สำนักงานส่งเสริมกิจการอินเทอร์เน็ตของสิงคโปร์ หน่วยปฏิบัติการพิเศษปรเบปรมสื่อลามกและสินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

ปี พ.ศ. 2550

ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	การจัดระดับความเหมาะสมของ รายการ	กระทรวงสาธารณสุข แผนงานก่อสร้างสุขภาพเยาวชน สถาบันราชานุกูล สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและ ครอบครัว
2	การรู้เท่าทันสื่อ	กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการ สื่อสาร มหาวิทยาลัยสถาบันราชภัฏสวนดุสิต มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว มูลนิธิบำบัด และวิจัย โรคทางก่ลินและรชาติ ที่นครชิคาโก สถาบันเด็กทำสื่อ kids story
3	โทรทัศน์สำหรับเด็ก	กลุ่มนวัตกรรมเยาวชนเพื่อสังคม (YIY) กลุ่มนักศึกษานิด้าเพื่อและประชาริปไคย กลุ่มละครไม้กวาดสีขาว ขบวนการตาสับประรด ขบวนการนักอ่าน เครือข่ายครอบครัวอาสาฝ้าระวังสื่อ เครือข่ายเด็กผลิตสื่อเด็กชุมชนแออัด เครือข่ายเท่าทันสื่อ เครือข่ายปิดทีวี เครือข่ายภูมิภาค เครือข่ายเยาวชนนักศึกษา เครือข่ายวิทยุเพื่อเด็กเยาวชนและครอบครัว เครือข่ายสมานฉันท์เพื่อการปฏิรูปการเมือง เครือข่ายสื่อทางเลือก เครือข่ายสื่อเพื่อเด็ก เครือข่ายหนังสือเพื่อเด็กเยาวชนและครอบครัว

		<p>ชมรมเยาวชนตาบอดไทย บริษัท บีอีซีเวิลด์ จำกัด (มหาชน) แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก มูลนิธิเพื่อนหญิง สถานีวิทย์โทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถาบันเด็กทำสื่อ kids story สำนักนายกรัฐมนตรี</p>
4	เพศ/ เชื้อชาติ/ ลามก	<p>กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงวัฒนธรรม คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ โครงการ Child Watch สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ เอเอฟพี</p>
5	ส่งเสริมการอ่าน	<p>กรมอนามัย กระทรวงวัฒนธรรม บริษัท แพลน ฟอรั่ คิดส์ จำกัด แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก ศูนย์หนังสือจุฬาฯ สถาบันการ์ตูนไทย มูลนิธิเด็ก สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ</p>

6	สื่อสร้างสรรค์/ พื้นที่สร้างสรรค์	<p>กลุ่มไม่วาดศึกษา</p> <p>กลุ่มสื่อไสวัยทีน</p> <p>คณะกรรมการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์</p> <p>เครือข่ายนักวิชาการคณะนิติศาสตร์</p> <p>เครือข่ายเยาวชนเพื่อการพัฒนา</p> <p>แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p> <p>สถาบัน TRN</p> <p>สถาบันการ์ตูนไทย มูลนิธิเด็ก</p> <p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ</p>
7	อินเทอร์เน็ต	<p>กรมสอบสวนคดีพิเศษ</p> <p>กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์</p> <p>กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร</p> <p>กระทรวงวัฒนธรรม</p> <p>กระทรวงศึกษาธิการ</p> <p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ</p>

ปี พ.ศ. 2551

ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	การรู้เท่าทันสื่อ	กรมสุขภาพจิต กลุ่มมะขามป้อม คณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สื่อสำหรับเด็ก และเยาวชนภาคเหนือ โดยเครือข่ายเยาวชนนักพัฒนา แนวร่วมเยาวชนสร้างสรรค์สื่อไทย แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก สถาบันวิจัยและพัฒนาการเรียนรู้ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ
2	เกม	AOL Game TIME กรมสุขภาพจิต กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงสาธารณสุข กลุ่มเครือข่ายผู้ปกครอง คณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ รัฐบาล สมาคมจิตวิทยาอเมริกัน (เอพีเอ) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์
3	ความรุนแรง	กลุ่มคนผู้รักสันติรวมตัวกัน นำโดย รศ.ดร. โส ทม อารียา, สว.เตือนใจ ดีเทศ, ดร.อมรา พงศา พิชญ์ และอ.นารี เจริญผลพิริยะ

4	โทรทัศน์สำหรับเด็ก	หนังสือพิมพ์มติชน เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ เครือข่ายนักวิชาการศิลปะการแสดงแห่งประเทศไทย เครือข่ายเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ เครือข่ายเพื่อสื่อสาธารณะ เครือข่ายวิทยุเพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว เครือข่ายสื่อเพื่อเด็ก โครงการสตรีและเยาวชนศึกษา แผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว สถานีวิทยุ มก. สมาคมนักเขียนแห่งประเทศไทย
5	เพลง/ซีดี/ลามก	กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข บริษัท ไบเออร์ เฮอร์ ฟาร์มา ประเทศไทย มหาวิทยาลัยอังกะกุสโตน มูลนิธิศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็ก สถาบันวิจัยประชากรและสังคม สวนดุสิตโพล สำนักวิจัยเอแบคโพลล์
6	วิทยุสำหรับเด็ก	เครือข่ายวิทยุเพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
7	ส่งเสริมการอ่าน	กลุ่ม we are happy กลุ่มภาคีเครือข่ายหนังสือเพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว นิตยสาร Mother & Care บริษัท แอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน)

มูลนิธิกระจกเงา
 มูลนิธิหนังสือเพื่อเด็ก
 สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย
 สมาคมผู้จัดพิมพ์และผู้จำหน่ายหนังสือแห่งประเทศไทย
 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริม
 สุขภาพ
 สำนักงานอุทยานการเรียนรู้

8 สื่อสร้างสรรค์/พื้นที่สร้างสรรค์

กระทรวงวัฒนธรรม
 กระทรวงศึกษาธิการ
 กลุ่ม WE ARE HAPPY
 กลุ่มสื่อไสวีย์ทีน
 คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ
 คณะอนุกรรมการด้านสิทธิเด็กและเยาวชน
 เครือข่ายครอบครัวเพื่อระวังและสร้างสรรค์สื่อ
 เครือข่ายพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเด็ก
 เครือข่ายเยาวชนเพื่อการพัฒนา 15 จังหวัด ใน
 หึ่ง 5 ภูมิภาคทั่วประเทศ
 เครือข่ายสื่อเด็ก
 เครือข่ายสื่อเพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว
 ชมรมวิทยุเด็ก เยาวชนและครอบครัว
 ทีมงานไทยเอ็นจีโอ
 บริษัท อคาปี จำกัด
 แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
 ฟ้า (Fuse)
 มูลนิธิกองทุนไทย
 มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว
 มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก
 สถาบันการจัดการแบบองค์รวม

	สหทัยมูลนิธิ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริม สุขภาพ
9	อินเทอร์เน็ต กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการ สื่อสาร กระทรวงมหาดไทย กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มูลนิธิศูนย์พิทักษ์สิทธิเด็ก สถาบัน TRN สมาคมผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ตแห่ง ประเทศไทย สำนักคดีเทคโนโลยีและสารสนเทศ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริม สุขภาพ

ปี พ.ศ. 2552

ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	การจัดระดับความเหมาะสมของ รายการ	กระทรวงวัฒนธรรม เครือข่ายพ่อแม่เยาวชนเพื่อการปฏิรูปการศึกษา
2	การรู้เท่าทันสื่อ	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ ชมรม To Be number One แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก ศูนย์ประสานงานสื่อสร้างสุขภาวะเด็กและ เยาวชนภาคอีสาน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ สื่อสร้างสุขอุบลราชธานี สื่อไสวีย์ทิน
3	เกม	กรมสุขภาพจิต กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการ สื่อสาร กระทรวงวัฒนธรรม เครือข่ายเยาวชนเพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์แห่ง ประเทศไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สภาการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
4	ความรุนแรง	คณะรัฐมนตรี เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว มูลนิธิอินเตอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สภาการศึกษา

	<p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ</p> <p>สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ</p> <p>สำนักสุขภาพจิตสังคม</p>
<p>5 โทรทัศน์สำหรับเด็ก</p>	<p>กรมประชาสัมพันธ์</p> <p>เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ</p> <p>โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาพของสังคม</p> <p>ชมรมวิทยุเพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว</p> <p>มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว</p> <p>สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว</p> <p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ</p>
<p>6 เพศ เชื้อชาติ/ ลีลามก</p>	<p>เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ</p> <p>แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p> <p>สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ</p>
<p>7 วิทยุสำหรับเด็ก</p>	<p>กรมประชาสัมพันธ์</p> <p>ขบวนการตาข่ายประรด</p> <p>คณะกรรมการรณรงค์เพื่อการปฏิรูปสื่อ</p> <p>คลื่นวิทยุไทยเพื่อเด็กและครอบครัว</p> <p>เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ</p> <p>เครือข่ายสื่อเพื่อเด็กเยาวชนและครอบครัว</p> <p>ชมรมวิทยุเด็ก เยาวชนและครอบครัว</p> <p>แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p> <p>มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว</p> <p>มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก</p> <p>มูลนิธิสื่อภาคประชาชน</p>

สหพันธ์วิद्यุชุมชนแห่งชาติ
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม
สุขภาพ
องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะ
แห่งประเทศไทย

8 ส่งเสริมการอ่าน

กรมสอบสวนคดีพิเศษ
กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการ
สื่อสาร
กรุงเทพมหานคร
ภูเก็ต
เครือข่ายหนังสือเพื่อเด็ก เยาวชน และ
ครอบครัว
บริษัท ออน ดีมานด์ บুকส์
แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
มูลนิธิกระเจ๊กเงา
รัฐบาล
สถาบันการ์ตูนไทย มูลนิธิเด็ก
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม
สุขภาพ
สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคม
แห่งชาติ
สำนักงานตำรวจแห่งชาติ
สำนักงานอุทยานการเรียนรู้
องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรม
แห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก)

9 สื่อสร้างสรรค์/พื้นที่สร้างสรรค์

<http://www.green.in.th>
กลุ่มไม้ขีดไฟ จังหวัดนครราชสีมา
กลุ่มระบัดไบ จังหวัดระนอง
คณะกรรมการรณรงค์เพื่อการปฏิรูปสื่อ
คณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัย

แม่โจ้

เครือข่ายเด็กและเยาวชน จังหวัดบุรีรัมย์

เครือข่ายพลเมืองเน็ต

เครือข่ายเยาวชนเพื่อการพัฒนา

โครงการเด็กเยาวชนจิตอาสาพัฒนาสื่อ

สร้างสรรค์

โครงการเด็กเยาวชนจิตอาสาพัฒนาสื่อ

สร้างสรรค์วิถีชุมชน

โครงการบริ โภคสร้างสรรค์ จังหวัดสุราษฎร์

ธานี

แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน

มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก

มูลนิธิหนังไทย

ศูนย์นวัตกรรมสื่อเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัย

ราชภัฏ (มรภ.) ศรีสะเกษ

ศูนย์ประสานงานสำนักข่าวเด็ก จังหวัดพะเยา

ศูนย์ศึกษานโยบายสื่อ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริม

สุขภาพ

สำนักนายกรัฐมนตรี

10 อินเทอร์เน็ต

กูเกิล เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ดร.เทรซี อลันโลเวย์ นักจิตวิทยาที่เชี่ยวชาญ

ด้านความจำระดับใช้งาน ม.สเตอร์ลิง ประเทศ

สกอตแลนด์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด แคลิฟอร์เนีย

มูลนิธิกระจกเงา

ปี พ.ศ. 2553

ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	การจัดระดับความเหมาะสมของ รายการ	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ เครือข่ายสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก สื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน
2	ความรู้เท่าทันสื่อ	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริม สุขภาพ
3	เกม	กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของ มนุษย์ ศูนย์นวัตกรรมเด็กด้วยโอกาส สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริม สุขภาพ
4	คอมพิวเตอร์แรง	กระทรวงสาธารณสุข ศูนย์ประสานงานสื่อสร้างสุขภาวะเด็กและ เยาวชนภาคอีสาน สภาองค์กรศึกษา สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชนผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ
5	โทรทัศน์สำหรับเด็ก	UNICEF แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก สถานวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริม สุขภาพ
6	วิทยุสำหรับเด็ก	UNICEF คลื่นวิทยุไทยเพื่อเด็กและครอบครัว

	<p>ชมรมวิทยุเด็กและครอบครัว แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ สำนักงานสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะ แห่งประเทศไทย</p>
<p>7 ส่งเสริมการอ่าน</p>	<p>โครงการสื่อสร้างสรรค์สุขภาพ แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ</p>
<p>8 สื่อสร้างสรรค์/พื้นที่สร้างสรรค์</p>	<p>กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงสาธารณสุข กลุ่มดินสอสี กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ขบวนการคาถาสิบประการ เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ เครือข่ายเด็กผลิตสื่อ เครือข่ายเท่าทันสื่อ เครือข่ายพื้นที่สร้างสรรค์สำหรับเด็ก เครือข่ายเพื่อสื่อสาธารณะ เครือข่ายวิทยุเพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว เครือข่ายสื่อเพื่อเด็ก เยาวชนและครอบครัว เครือข่ายสื่อภาคประชาชนภาคเหนือ เครือข่ายหนังสือเพื่อเด็กเยาวชนและครอบครัว ชมรมวิทยุเด็ก เยาวชน และครอบครัว แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน</p>

	<p>มูลนิธิเครือข่ายครอบครัว มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก สถาบันวิทยุไทยเพื่อเด็กและครอบครัว สถาบันและเครือข่ายครอบครัวอาสาสมัคร ลือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ สำนักบรรณรักษ์และสื่อสารสาธารณะเพื่อสังคม องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะ แห่งประเทศไทย</p>
9 อินเทอร์เน็ต	บริษัท เอชซิส โพรเฟสชั่นแนล เซ็นเตอร์ จำกัด

ปี พ.ศ. 2554

ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	การรู้เท่าทันสื่อ	เครือข่ายเท่าทันสื่อประเทศไทย เครือข่ายเยาวชน IDEA – IDOL เท่าทันสื่อ
2	ความรุนแรง	กลุ่มคอยหมอกเพื่อการพัฒนา ศูนย์เฝ้าระวังป้องกันความรุนแรงจากสื่อและ ครอบครัว องค์การบริหารส่วนตำบลแม่เงา
3	สื่อสร้างสรรค์/ พื้นที่สร้างสรรค์	เครือข่ายกิ่งก้านใบ แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเด็ก ศูนย์ประสานงานสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ องค์กรช่วยเหลือเด็ก

ไม่วะบุปี		
ลำดับที่	ประเด็น	องค์กร
1	ความรุนแรง	โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก
2	โทรทัศน์สำหรับเด็ก	โครงการยุทธศาสตร์สื่อเด็ก แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน

แบบสอบถามความคิดเห็นต่อการขับเคลื่อน
แผนงานสื่อเพื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนไทย

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลและความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 25 ปี

2. 25 – 30 ปี

3. มากกว่า 30 – 35 ปี

4. มากกว่า 35 – 40 ปี

5. มากกว่า 40 – 45 ปี

6. มากกว่า 45 – 50 ปี

7. มากกว่า 50 – 55 ปี

8. มากกว่า 55 – 60 ปี

9. มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

3. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพหลัก คือ

หน่วยงานที่ท่านทำงาน คือ

4. การศึกษาสูงสุด

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ปริญญาตรี

3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อื่นๆ โปรดระบุ

5. ท่านมีประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชน และ/หรือสื่อ มานานมากน้อยเพียงใด

1. น้อยกว่า 1 ปี

2. 1 – 2 ปี

3. มากกว่า 2 – 5 ปี

4. มากกว่า 5 – 10 ปี

5. มากกว่า 10 ปีขึ้นไป

6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. ท่านเคยมีประสบการณ์ในการเป็นแกนนำเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชน และ/หรือสื่อหรือไม่ อย่างไร

1. เคย โดยเคลื่อนไหวในประเด็น

1.1)

1.2)

1.3)

2. ไม่เคย

3. ไม่แน่ใจ เพราะ

ตอนที่ 2 : ความคิดเห็นต่อแนวทางการขับเคลื่อนงานด้านสื่อกับเด็กของ สสย.

7. ทิศทางการทำงานของแผนงานสื่อเพื่อสุขภาวะเยาวชน (สสย.) ควรมุ่งเน้นไปที่ภารกิจใดมากที่สุด กรุณาเรียงลำดับจากสำคัญมากที่สุดไปน้อยที่สุด (อันดับที่ 1 หมายถึง ควรเน้นภารกิจนี้มากที่สุด)

- อันดับที่ การเพิ่มพื้นที่สื่อสร้างสรรค์ของเด็กและเยาวชน
- อันดับที่ การพัฒนาคุณภาพและความหลากหลายในเนื้อหาสื่อเด็กและเยาวชน
- อันดับที่ การสร้างเสริมความรับผิดชอบของทุกฝ่ายต่อเด็กและเยาวชน
- อันดับที่ การขยายเครือข่ายทั้งในแนวราบ (เพิ่มเครือข่ายใหม่) และแนวดิ่ง (สร้างและกระชับความร่วมมือและความสัมพันธ์กับเครือข่ายเดิม)
- อันดับที่ อื่นๆ (โปรดระบุ)

8. สสย. ควรเน้นหรือให้ความสำคัญกับการสื่อสารและรณรงค์รูปแบบใดมากที่สุด กรุณาเรียงลำดับจากสำคัญมากที่สุดไปน้อยที่สุด (อันดับที่ 1 หมายถึง ควรเน้นรูปแบบดังกล่าวมากที่สุด)

- อันดับที่ การจัดเสวนา
- อันดับที่ การจัดกิจกรรม
- อันดับที่ การจัดพิมพ์หนังสือ
- อันดับที่ การเผยแพร่ทางเว็บไซต์
- อันดับที่ การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์
- อันดับที่ อื่นๆ (โปรดระบุ)

9. สสย. ควรให้น้ำหนักกับการสื่อสารประเด็นสื่อกับเด็กทางสื่อใดมากที่สุด กรุณาเรียงลำดับจากสื่อที่ควรให้น้ำหนักมากที่สุดไปน้อยที่สุด (อันดับที่ 1 หมายถึง ควรให้น้ำหนักกับสื่อนี้มากที่สุด)

- อันดับที่ โทรทัศน์
- อันดับที่ วิทยุกระจายเสียง
- อันดับที่ หนังสือพิมพ์
- อันดับที่ อินเทอร์เน็ต
- อันดับที่ สื่อภายในโรงเรียน
- อันดับที่ อื่นๆ (โปรดระบุ)

10. ท่านเห็นด้วยมากน้อยเพียงใด สำหรับแนวทางการดำเนินงานด้านเนื้อหาของ สสย. ว่า สสย. ควรใช้ประโยชน์จากเนื้อหาที่ สสย. มี มาดัดแปลงเพื่อใช้เผยแพร่ในสื่อประเภทต่างๆ (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หรือ ✗ ลงในช่องด้านล่างที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด)

เห็นด้วยอย่างมาก	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างมาก

11. ท่านเห็นด้วยหรือไม่ หาก สสย. จะผลิตรายการทีวีหรือวิทยุเป็นของตนเอง

1. เห็นด้วย เพราะ
2. ไม่เห็นด้วย เพราะ
3. ไม่แน่ใจ เพราะ

12. ในอนาคตหาก สสย. ไม่ได้มีบทบาทในการเป็นตัวกลางเชื่อมประสานแหล่งทุนให้ภาคีเครือข่าย ดังเช่นปัจจุบัน ภาคีเครือข่ายจะมีแนวทางในการเข้าถึงแหล่งทุนได้บ้าง และด้วยวิธีการอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

13. ควรมีกลไกการดำเนินการใดบ้าง เพื่อเป็นหลักประกันให้องค์กรที่ขับเคลื่อนสังคมในประเด็นสื่อสำหรับเด็กได้มีแหล่งทุนสนับสนุนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

14. สสย. ควรปรับบทบาทของตนเองอย่างไรในการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่าย เพื่อให้เกิดพลังในการขับเคลื่อนทางสังคมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 : ความคิดเห็นต่อแนวทางการขับเคลื่อนงานด้านสื่อกับเด็กโดยภาพรวม

15. ปัจจุบันสื่อต่างๆ มีจำนวนมาก แต่กลับเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงแคบเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น (ตามความสนใจของผู้รับสารซึ่งมีความแตกต่างกันสูง) องค์กรที่รณรงค์ที่ขับเคลื่อนประเด็นสื่อกับเด็กควรปรับตัวให้เข้ากับปรากฏการณ์นี้อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

16. องค์กรที่ขับเคลื่อนด้านสื่อกับเด็กในอนาคต ควรปรับบทบาทการทำงานการขับเคลื่อนสังคมไปในทิศทางใด เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

.....

17. ท่านเห็นด้วยกับข้อความด้านล่างต่อไปนี้ เกี่ยวกับการรณรงค์ประเด็นสื่อกับเด็กในภาพรวมมากน้อยเพียงใด กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในตาราง โดยเลือก 5 หากท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นๆ มากที่สุดและ 1 หากท่านเห็นด้วยกับข้อความนั้นๆ น้อยที่สุด

ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. การที่องค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสนใจประเด็นสื่อกับเด็กเป็นจำนวนมาก แต่ความความต่อเนื่องและจริงจังจะเป็นอุปสรรคต่อการเคลื่อนไหวทางสังคม					
2. รัฐควรเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงานการรณรงค์สื่อเพื่อเด็กและเยาวชนในทุกด้าน					
3. การเคลื่อนไหวทางสังคมในเรื่องเด็กและเยาวชนควรมีการบูรณาการกับการเคลื่อนไหวทางสังคมในเรื่องอื่นๆ ด้วยจึงจะเกิดผลในทางปฏิบัติ					

ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
4. หน่วยงานที่รณรงค์เรื่องสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนควรได้รับการคุ้มครองหรือสนับสนุนภายใต้กฎหมายพิเศษ					
5. หน่วยงานที่รณรงค์เรื่องสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน ควรใช้รูปแบบและวิธีการบริหารจัดการเดียวกันกับภาคเอกชน					
6. กองทุนสื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการดำเนินการเกี่ยวกับสื่อสำหรับเด็กและเยาวชน					
7. การเคลื่อนไหวทางสังคมจะมีประสิทธิผล หากมีการจัดโครงสร้างระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน					
8. โครงสร้างระบบสื่อเพื่อการพัฒนาเด็กและเยาวชน ควรเน้นที่การจัดสรรทรัพยากรสื่อให้เพียงพอต่อการเรียนรู้อย่างหลากหลาย					
9. โครงสร้างระบบสื่อฯ ควรเน้นที่การสร้างโอกาสในการเข้าถึงสื่อ					
10. โครงสร้างระบบสื่อฯ ควรเน้นที่การปกป้องเด็กและเยาวชนจากสื่อที่ไม่เหมาะสม					
11. โครงสร้างระบบสื่อฯ ควรเน้นที่การมีส่วนร่วมของเด็กและเยาวชน					
12. การเพิ่มพื้นที่สื่อเด็กและเยาวชนในปัจจุบันควรเน้นที่สื่อสาธารณะ					
13. การเพิ่มพื้นที่สื่อเด็กและเยาวชนในปัจจุบันควรเน้นที่สื่อภาคประชาชน					
14. การเพิ่มพื้นที่สื่อเด็กและเยาวชนในปัจจุบันควรเน้นไปที่สื่อพาณิชย์ให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น					
15. การพัฒนาคุณภาพเนื้อหาทำได้โดยการเพิ่มศักยภาพผู้ผลิตสื่อ					
16. การพัฒนาคุณภาพเนื้อหาทำได้โดยการวิจัยด้านสื่อกับเด็ก					
17. กลไกที่สำคัญในการสร้างสรรค์สื่อเด็กและเยาวชน คือ การใช้ระบบเรตติ้ง					
18. กลไกที่สำคัญในการสร้างสรรค์สื่อเด็กและเยาวชน คือ การสร้างมาตรฐานสื่อเด็กและเยาวชน					
19. กลไกที่สำคัญในการสร้างสรรค์สื่อเด็กและเยาวชน คือ การสร้างการรู้เท่าทันสื่อ					

ข้อความ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
20. การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นอำนาจและบทบาทของผู้บริโภค					
21. การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นบทบาทของผู้ผลิตเนื้อหาที่จะกำกับดูแลตนเอง					
22. การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นบทบาทของภาครัฐ					
23. การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นบทบาทขององค์กรวิชาชีพสื่อ					
24. การกำกับดูแลเนื้อหาควรเป็นบทบาทขององค์กรอิสระ					
25. การพัฒนาระบบสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนต้องพิจารณาถึงโครงสร้างความเป็นเจ้าของสื่อด้วย					
26. การพัฒนาระบบสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนควรเพิ่มศักยภาพของสื่อในชุมชน					
27. การพัฒนาระบบสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนควรเน้นไปที่สื่ออินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์					
28. การพัฒนาระบบสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนจำเป็นต้องมีกลไกด้านการเงินสนับสนุน					
29. กลไกด้านการเงินที่จะสนับสนุนการพัฒนาระบบสื่อควรอยู่ในรูปกองทุนสื่อสร้างสรรค์					
30. การบริหารจัดการกองทุนเพื่อการพัฒนา ระบบสื่อ ควรอยู่ในรูปองค์กรอิสระ					
31. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับประเด็นผลกระทบของสื่อต่อเด็ก เช่น ลามกอนาจาร ความรุนแรง เด็กติดเกม เพศสัมพันธ์ก่อนวันอันควร เป็นต้น					
32. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับประเด็นของการเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์ของสื่อต่างๆ สำหรับเด็ก					
33. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับการสร้างการรู้เท่าทันสื่อ					
34. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการอ่านในกลุ่มเด็กและเยาวชน					
35. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้น้ำหนักกับประเด็นร้อนมากกว่าประเด็นที่อยู่ในแผนงานประจำปีของแต่ละองค์กร					

ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
36. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรให้ความสำคัญกับประเด็นการจัดระดับความเหมาะสมของรายการ (เรตติ้ง) และช่วงเวลารายการ					
37. การเคลื่อนไหวทางสังคม ควรเน้นไปที่การเฝ้าระวังสื่อเกี่ยวกับเด็ก ว่ามีการดำเนินงานไปในทิศทางที่พึงปรารถนาหรือไม่พึงปรารถนามากน้อยเพียงใด และอย่างไร					
38. ช่องทางการสื่อสารที่ควรให้ความสำคัญมากเป็นพิเศษ นอกเหนือจากสื่อสารมวลชน คือ การสื่อสารภายในโรงเรียน					
39. ช่องทางการสื่อสารที่ควรให้ความสำคัญมากเป็นพิเศษ นอกเหนือจากสื่อสารมวลชน คือ การสื่อสารผ่านทางสื่อใหม่					
40. ปัญหาสื่อกับเด็กของสังคมไทย เกิดจากค่านิยมของสังคมที่เชื่อว่า ปัญหาเด็กเป็นเรื่องของครอบครัวที่ต้องดูแลสมาชิกในครอบครัวเองเป็นหลัก					

12. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

***** ขอขอบคุณครับ/ค่ะ *****



ผู้วิจัย : ดร. ธาตรี ได้ฟ้าพูล

ผู้ออกแบบปก : ดร. ธาตรี ได้ฟ้าพูล



ลิขสิทธิ์งานวิจัยนี้เป็นของ แผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย) ห้ามเผยแพร่ส่วนหนึ่งส่วนใด หรือทั้งหมด หรือดัดแปลงเนื้อหาใดๆ ก่อนได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร จากเจ้าของลิขสิทธิ์