



บทความวิจัย (ก.ค. - ธ.ค. 57)

ยุทธศาสตร์การจัดการรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในรูปแบบบันเทิง สำหรับปลูกฝังวัฒนธรรมค่านิยมและพฤติกรรมที่ดีงาม ให้กับเยาวชน

ธนาชาติ จันทร์เวโรจน์, บริษัท จิณณ์ เจเนอเรชั่น จำกัด, กรุงเทพมหานคร 10230 email : tanachart15@hotmail.com, โทร. 089 898 9779
สุขุม เฉลยทรัพย์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, กรุงเทพมหานคร 10300 email : sukhum cha@dusit.ac.th, โทร. 081 939 4692
วรรณวิภา จัตูชัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, กรุงเทพมหานคร 10300 email : wanwipa cha@dusit.ac.th, โทร. 081 815 9037

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การจัดการรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในรูปแบบบันเทิงสำหรับปลูกฝังวัฒนธรรมค่านิยมและพฤติกรรมที่ดีงามให้กับเยาวชน” เกิดขึ้นจากปัญหาพฤติกรรมเยาวชน การวิจัยนี้ศึกษาสภาพปัจจุบันของรายการโทรทัศน์และเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์ที่พึงประสงค์ของเยาวชน ศึกษาการจัดการรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในรูปแบบบันเทิงสำหรับปลูกฝังวัฒนธรรม ค่านิยมและพฤติกรรมที่ดีงามให้กับเยาวชน พร้อมทั้งกำหนดยุทธศาสตร์การจัดการรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในรูปแบบบันเทิงสำหรับปลูกฝังวัฒนธรรม ค่านิยมและพฤติกรรมที่ดีงามให้กับเยาวชน ประชากรได้แก่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย และอุดมศึกษาชั้นปีที่ 1 - 4 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ 480 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการหาค่าความเที่ยงตรงและมีค่าความเชื่อมั่น 0.97 วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทางสถิติโดยใช้วิธีหาค่าความถี่ (frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (percentage) ด้านการวิเคราะห์ระดับความสนใจและความต้องการใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (mean :) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation : S.D.) ผสมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพกับผู้เชี่ยวชาญหลากหลายสาขา ทั้งนักวิชาการทางการศึกษา นักบรรณารักษ์ทางด้านวัฒนธรรม และผู้บริหารสถานโทรทัศน์และผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ผลการวิจัย พบว่าเยาวชนเชื่อว่าบทเรียนในดำเนินชีวิตที่ดีงามนั้น สามารถมาในรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลาย ทั้งบทเพลงประกอบภาพ ละครสั้น ละครยาว สารคดี พิพิธทัศน์ สันทนบันเทิง กีฬา และข่าว ผู้เชี่ยวชาญเชื่อว่ารายการเพื่อการศึกษาในรูปแบบบันเทิงมีศักยภาพที่จะปลูกฝังวัฒนธรรมและรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่ดีงามได้ โดยจะต้องเป็นความร่วมมือกันระหว่างนักการศึกษา และนักผลิตรายการโทรทัศน์มืออาชีพ มีการ บูรณาการ “สาระความรู้” และ “ความบันเทิง” เข้าด้วยกันอย่างกลมกลืนแต่อย่างไรจะต้องมีกรอบควม การศึกษา และสื่อมวลชนแขนงอื่น บูรณาการการอบรมสั่งสอนและขัดเกลาเยาวชน เสริมแรงรายการโทรทัศน์ดังกล่าวไปด้วย จากผลของการวิจัยผู้วิจัยได้สรุปเป็นยุทธศาสตร์ในการจัดการรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในสี่ด้านทั้งประกอบด้วย 15 P คือ โครงการ นโยบาย วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย งบประมาณ สถานที่และเวลาออกอากาศ การประชาสัมพันธ์ หน่วยงานผู้รับผิดชอบ บุคลากร ผู้นำเสนอ วิธีการนำเสนอ การสร้างเครือข่าย การผลิต และระบบและกระบวนการในการดำเนินงาน

คำสำคัญ : ยุทธศาสตร์, วัฒนธรรม, การศึกษาในรูปแบบบันเทิง

Received April 20,2014, Accepted May 29,2014

A STRATEGIC MANAGEMENT OF ENTERTAINMENT EDUCATION TV PROGRAMS TO CULTIVATE GOOD VALUES AND BEHAVIORS AMONG THE YOUTH

Tanachart Junveroad, Jin Generation Co,Ltd., Bangkok 10230 email : tanachart15@hotmail.com, Tel. 089 898 9779.
Sukhum Chaleysub, Suan Dusit Rajabhat University, Bangkok 10300 email : Sukhum cha@dusit.ac.th, Tel. 081 939 4692
Wanwipa Chatuchai, Suan Dusit Rajabhat University, Bangkok 10300 email : wanwipa cha@dusit.ac.th, Tel. 081 815 9037

Abstract

The research: “A Strategic Management of Entertainment Education TV Programs to Cultivate Good Values and Behaviors among the Youth” was originated due to the problem of juvenile delinquency. The research investigated current situations of TV programs and TV contents desired by the youth. It also studied the management of EE-TV program production that could cultivate good social attitudes, social values, and behaviors among the youth. It aimed at devising a management strategy to produce EE-TV to achieve successful cultivation as mentioned above. The research was a survey conducted among a sample of 480 students at levels secondary school, high

school, and university levels in Bangkok. The questionnaire was tested for reliability, and the result was 0.97. The statistical analysis consisted of frequency, percentage, means, and standard deviation. Depth interviews were conducted with experts in various fields, including education, culture campaign management, TV station management and TV production management.

The findings indicate that the subjects believe that lessons of life can be embedded in a variety of programs, including music videos, soap operas, sitcoms, game shows, talk shows, variety shows, documentaries, sports, and news. The informants all agree that entertainment education TV programs have potential to cultivate a decent living among young people. However, there should be a good collaboration between educators and professional TV personnel, so that “substantial lessons” and “the fun flavor” can be coherently integrated. Based on the findings, a paradigm of strategic management of EE-TV programs has been devised consisting of 15 P’s: Project, Policy, Purposes, People, Programs, Provision, Place, Public Relations, Party, Personnel, Presenters, Presentation, Power network, Production and Process.

Keywords : strategic, cultivate, entertainment Education

คำขอบคุณ : งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจาก มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

บทนำ

วัฒนธรรมกำลังอยู่ในจุดเสื่อม เยาวชนที่เรียกว่าเป็น Y Generation และ Z Generation มักจะมีรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่ไม่เหมาะสม มีค่านิยม ที่ใช้เป็นหลักในการดำเนินชีวิตที่ไม่ถูกต้อง มีหลักคิดในการดำเนินชีวิตที่ไม่ค่อยสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมหลายประการ เช่น การเที่ยวกลางคืนพร่ำเพรื่อ การใช้ยาเสพติด กลุ่มหลงบริโภคนิยม การหมกมุ่นเรื่องเพศ การแต่งกายที่ไม่เหมาะสม การเสพยาเสพติด การยึดติดสุขนิยม ไม่สนใจสิ่งที่เป็นสาระ การเล่นเกมพนัน การใช้ภาษาไทยผิดๆ ไม่สนใจความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ ปัญหาเหล่านี้ส่วนหนึ่งเกิดจากการเลียนแบบบุคคลที่เป็นคนมีชื่อเสียง (Celebrities) ไม่ว่าจะเป็น ดารา นักแสดง นักร้อง นักกีฬา พิธีกรรายการโทรทัศน์ นักจัดรายการวิทยุ และบรรดาหนุ่มสาวลูกเศรษฐีที่เรียกกันว่า “ไฮโซ” ตลอดจนการเลียนแบบพฤติกรรมของดารา นักแสดงต่างชาติที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในสังคมไทยในปัจจุบัน ทำให้วัฒนธรรมไทยกำลังจะสูญเสเอกลักษณ์ ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ที่ทำให้การดำรงชีพสังคม เป็นไปด้วยความยากลำบาก การปลูกฝังวัฒนธรรมในห้องเรียนอาจจะไม่น่าสนใจเพียงพอสำหรับเยาวชนที่เป็นพวกสุขนิยม ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องหาทางที่จะใช้สื่อเพื่อการบันเทิงในการปลูกฝังวัฒนธรรมและค่านิยมที่ดีงามให้แก่เยาวชน ในลักษณะของการบันเทิงเพื่อการศึกษา หรือการศึกษาที่มาในรูปแบบของการบันเทิงที่เรียกขานในภาษาอังกฤษว่า “Entertainment Education – EE” เป็นการให้การศึกษาด้านวัฒนธรรมและการปลูกฝังค่านิยมที่ดีงาม ในรูปแบบของการบันเทิงที่เป็นที่พึงใจของเยาวชนที่จะเติบโตต่อไปเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญของชาติ (เสรี วงษ์มณฑา, 2548 หน้า 58)

รายการโทรทัศน์ในสังคมไทยในปัจจุบันไม่ได้เอื้อหรือส่งเสริมการเรียนรู้ของเยาวชน การจัดการรายการโทรทัศน์ในสังคมไทย มักขึ้นอยู่กับข้อจำกัดหลายประการ เช่นการถูกกำหนดโดยเจ้าของสินค้าที่เป็นผู้อุปถัมภ์รายการ โดยผู้บริโภคที่เป็นไปตามกระแสนิยมและรสนิยมของประชาชน โดยพัฒนาการของเทคโนโลยี และโดยจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน (ชูชนะ เดชคณา, 2548 หน้า 101) บางอย่างอาจจะส่งเสริมให้เกิดรายการที่ดี แต่หลายอย่างกลับกลายเป็นปัญหาในการจะผลิตรายการโทรทัศน์ที่จะมีคุณค่าในด้านการปลูกฝังวัฒนธรรม ค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมที่ดีงามทางสังคม แม้จะมีแนวคิดในการพัฒนารายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชนในประเทศไทยมาเป็นเวลาหลายปีแล้ว แต่รายการสำหรับเด็กกลายเป็นรายการสำหรับเด็กอายุต่ำกว่า 10 ขวบมากกว่าที่จะเป็นรายการสำหรับเยาวชน ดังนั้นรายการโทรทัศน์ของประเทศไทยจึงมีรายการสำหรับเด็กเล็ก และสำหรับผู้ใหญ่ แต่ขาดรายการสำหรับปลูกฝังพฤติกรรม ค่านิยมที่ดีงามให้เยาวชน รายการสำหรับเยาวชนในปัจจุบัน จะเป็นรายการเกมโชว์ พิธีทัศน์ (Variety Show) รายการเพลงประกอบภาพ (Music Video) และรายการละคร ภาพยนตร์ชุดจีนและเกาหลี ซึ่งก็เป็นรายการเพื่อการบันเทิงมากกว่าที่จะเป็นรายการที่สามารถปลูกฝังวัฒนธรรมและค่านิยมที่ดีงามให้กับเยาวชน

รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาที่มีอยู่ก็จะเป็นรายการทางด้านการศึกษาที่เนื้อหาไม่ต่างจากบทเรียนในห้องเรียน เพียงแต่เปลี่ยนมาใช้สื่อโทรทัศน์เป็นช่องทางในการเผยแพร่บทเรียน ไม่ว่าจะเป็นรายการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ของโรงเรียนไกลกังวล และของสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ETV ที่มุ่งไปที่กลุ่มเป้าหมายวัยมัธยมต้น มัธยมปลาย และอุดมศึกษา เนื้อหาทั้งหมดเป็นเรื่องวิชาการมากกว่าการปลูกฝังวัฒนธรรมและค่านิยมที่ดีงามให้เยาวชน จนดูเหมือนว่าประเทศไทยขาดผู้ประกอบการที่เห็นความสำคัญของการพัฒนาเยาวชนของชาติ รายการโทรทัศน์ต่างๆ ที่นิยมผลิตและมีผู้อุปถัมภ์รายการหนาแน่นไม่ได้เป็นไปเพื่อเสริมสร้างการศึกษาและการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชนอย่างแท้จริง ในทางตรงกันข้าม ในบางครั้งเนื้อหาของสื่อเหล่านั้นกลับมีลักษณะที่ส่งผลร้ายต่อสังคมไทยมากขึ้นทุกวัน Beanculli (2000) เรียกช่วงเวลาที่มีการนำเสนอรายการที่ไม่เป็นประโยชน์ทางสังคมว่า “ดินแดนแห่งการสูญเสีย” และเขาได้เสนอแนะให้มีการแสวงหาแนวทางการทำรายการโทรทัศน์ที่จะเปลี่ยน “ดินแดนแห่งการสูญเสีย” ให้เป็น “ดินแดนที่เต็มไปด้วยคุณค่า” โดยแสดงทัศนะว่ารายการโทรทัศน์ในปัจจุบันมีคุณภาพและปริมาณที่น่าเป็นห่วง เพราะสิ่งที่ปรากฏในโทรทัศน์นั้นสามารถทำร้ายเด็กๆ ได้ เขาเปรียบเทียบรายการโทรทัศน์ที่น่าเสียดายรายการที่ไร้คุณค่าเป็น “อาหารขยะ” ที่เด็กๆ จะรับเข้าไปเหมือนการสะสมรูปแบบในการดำเนินชีวิต

และค่านิยม จนกลายเป็นวัฒนธรรมที่พวกเขายึดมั่นเมื่อสังคมมีปัญหาเกี่ยวกับพฤติกรรมของเยาวชน นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน นักการศึกษา และนักวิทยาศาสตร์สังคมเป็นจำนวนมาก แสดงความไม่สบายใจเกี่ยวกับพัฒนาการของรายการโทรทัศน์ เพราะรายการโทรทัศน์ปัจจุบันให้ทัศนะที่ไม่ค่อยเหมาะสมเกี่ยวกับเรื่องเพศ ความรุนแรง การดำเนินชีวิต และใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม จึงมีเสียงเรียกร้องให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการผลิตรายการโทรทัศน์ให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้น ให้ใช้โทรทัศน์ให้เป็นประโยชน์ แก่สังคมให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน กลุ่มประชากรที่จะได้รับผลกระทบเชิงลบจะเป็นกลุ่มเด็กและหนุ่มสาวที่ยังขาดทักษะทางสติปัญญาที่จะแยกแยะระหว่างความเป็นจริงกับจินตนาการ นักวิชาการทางด้านสังคมศาสตร์ต้องการให้โทรทัศน์ปรับบทบาทให้มีส่วนร่วมในระบบการศึกษา เพื่อให้ผู้ชมได้เรียนรู้สิ่งดีๆ ที่จะนำไปใช้ในการพัฒนาตนเอง ด้าน Bandura (2002 , p 12) มองว่า ในยุคที่โทรทัศน์มีอยู่ในเกือบทุกบ้านเรือนทั่วโลก “ผู้คนทั้งหลายมีความสามารถในด้านวิวัฒนาการและการพัฒนาการเรียนรู้จากการสังเกต โทรทัศน์ทำให้พวกเขาได้รับความรู้และทักษะในสังคมอุดมข่าวสารที่หลากหลาย” ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้แตกต่างจากอดีต ที่การเรียนรู้จะเกิดขึ้นในพื้นที่แคบๆ ในห้องเรียนหรือในชุมชนที่อยู่รอบตัวผู้เรียนเท่านั้น ปรากฏการณ์ของโทรทัศน์ที่มีอยู่ในทุกพื้นที่ ทำให้ผู้คนที่เป็นสมาชิกของสังคมสามารถเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ได้อย่างกว้างขวางได้ทุกวัน ที่ต้องการ ดังนั้นการบริหารจัดการเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์ให้มีความสามารถในการพัฒนาตนเองของผู้ชมจึงเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่ง นักวิชาการด้านการศึกษาจะต้องแสวงหาแนวทางในการใช้โทรทัศน์ให้เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาตนเองให้มีรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่เหมาะสม มีค่านิยมที่ถูกต้องในการดำเนินชีวิต ซึ่งจะนำไปสู่การมีวัฒนธรรมที่ดีงามของสังคม

การศึกษานอกห้องเรียนควรนำเสนอในรูปแบบ Edutainment ที่จะเน้นการปลูกฝังวัฒนธรรมที่ดีงามของไทย ปลูกฝังค่านิยมที่จะเป็นหลักในการดำเนินชีวิตที่ดีงามและมีคุณธรรมให้แก่เยาวชน ตลอดจนชี้แนะหลักคิดที่สร้างสรรค์ให้เยาวชนไทยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่มีคุณภาพ เป็นการแก้ไขปัญหาวัยรุ่นที่ไม่เหมาะสมของเยาวชน เป็นการจัดระเบียบสังคม และเป็นการพัฒนาเยาวชนให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพของชาติ โดยจะต้องมีการพัฒนารูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ที่หลากหลายและจะต้องบริหารจัดการให้มีการนำเสนอรายการต่างๆ อย่างน่าสนใจและมีสัดส่วนที่พอเหมาะระหว่างเนื้อหาในรายการที่มีการส่งเสริมการเรียนรู้ทางด้านการวิชาการ (Education) และการเรียนรู้วัฒนธรรม ค่านิยม หลักคิด ศิลปะในการดำเนินชีวิตที่มาจากบันเทิง (Entertainment) อาจจะเป็นละคร สันทนาการบันเทิง สารคดี รายการเกร็ดความรู้ ข่าวประจำวัน การวิเคราะห์ข่าว การเสวนา ที่สอดแทรกเรื่องราวของวัฒนธรรมและค่านิยมที่ดีงาม เป็นการให้การศึกษาแก่เยาวชนด้วยความสนุกสนาน เพลิดเพลิน เป็น Entertainment Education สำหรับเยาวชน

การวางแผนจัดการรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา สำหรับเป็น Entertainment Education สำหรับเยาวชน ด้วยเจตนารมณ์ในการปลูกฝังวัฒนธรรมซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญในการดำรงชีวิต เพราะค่านิยมนี้เป็นมาตรฐานที่จะเป็นเครื่องตัดสินใจหรือผลักดันให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมไปทางใดทางหนึ่ง (เกียรติศักดิ์ อิชยานันท์, 2525) ค่านิยม ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิดแต่เป็นสิ่งที่มนุษย์เรียนรู้จากบุคคลและสถาบันต่าง ๆ ทางสังคมที่มีบทบาทในการขัดเกลา (ก่อ สวัสดิพานิช, 2547) หลักคิด และศิลปะในการดำเนินชีวิตที่ดีงาม มีดังต่อไปนี้ (1) ประเภทของรายการที่จะนำเสนอ (2) เนื้อหาสาระของรายการแต่ละประเภท (3) ผู้นำเสนอที่สามารถดึงดูดความสนใจของเยาวชนได้เป็นอย่างดี (4) การจัดสัดส่วนด้านเวลาและช่วงเวลาของรายการ และ (5) วิธีการนำเสนอที่มีประสิทธิภาพ ประเทศไทยในยามนี้ต้องการให้รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาสำหรับเยาวชน ที่จะต้องนำเสนอรายการความรู้คู่ความบันเทิงเพื่อปลูกฝังวัฒนธรรมและค่านิยมที่ดีงามให้แก่เยาวชนนอกห้องเรียน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของรายการโทรทัศน์และเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์ที่พึงประสงค์ของเยาวชน
2. เพื่อศึกษาการจัดการรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในรูปแบบบันเทิงสำหรับปลูกฝังวัฒนธรรม ค่านิยมและพฤติกรรมที่ดีงามให้กับเยาวชน
3. เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การจัดการรายการโทรทัศน์เพื่อศึกษารูปแบบบันเทิงสำหรับปลูกฝังวัฒนธรรม ค่านิยมและพฤติกรรมที่ดีงามให้กับเยาวชน

วิธีวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการสำรวจด้วยแบบสอบถามในการสัมภาษณ์นักเรียนระดับมัธยมต้น มัธยมปลาย และอุดมศึกษาชั้นปีที่ 1 - 4 โดยกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยทำการเลือกสถานศึกษา ที่มีชื่อเสียงและคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับต้นของประเทศ คือ เลือกโรงเรียนทั้งของรัฐและเอกชน โดยโรงเรียนที่เลือกคือ โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย, โรงเรียนสตรีวิทยา, โรงเรียนบดินทรเดชา , โรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนวิทยาลัย , โรงเรียนเซนต์โยเซฟ และ โรงเรียนสาธิตประสานมิตร ในระดับมัธยมต้นโรงเรียนละ 20 คน และ ในระดับมัธยมปลายโรงเรียนละ 20 คน และ ในระดับอุดมศึกษา โดยมหาวิทยาลัยที่เลือกคือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ชั้นปีที่ 1 - ชั้นปีที่ 4 ชั้นปีละ 10 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งในระดับโรงเรียนและระดับอุดมศึกษา จำนวน 480 คน

การวิจัยเชิงปริมาณใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถามที่มีโครงสร้างแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด ในส่วนที่ 1 - 3 และ เป็นคำถามปลายเปิดในส่วนที่ 4 คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความสนใจในรูปแบบรายการโทรทัศน์และเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์ที่ท่านรับชมในปัจจุบัน ส่วนที่ 3 ความต้องการชมรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในรูปแบบบันเทิงที่มีเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของท่าน และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการจัดรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาที่ท่านเสนอในรูปแบบของบันเทิงในการปลูกฝังวัฒนธรรมค่านิยมและพฤติกรรมที่ดีงาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นการเก็บข้อมูลด้วยการให้ผู้ที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกคำตอบในแบบสอบถามเอง (Self-administered questionnaire) เพื่อให้เสรีภาพในการตอบแก่ผู้ที่อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง จะได้คำตอบที่ตรงความจริงมากกว่า การสัมภาษณ์โดยผู้สัมภาษณ์ที่อาจจะทำให้กลุ่มตัวอย่างให้คำตอบที่ทำให้พวกเขาคิดในสายตาของผู้สัมภาษณ์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการ คือ 1) ขอนหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต เพื่อขออนุญาตสถาบันต่างๆ จำนวน 6 โรงเรียน และ 6 มหาวิทยาลัย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พิจารณาขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล 2) ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในสถาบันการศึกษาต่างๆ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความอนุเคราะห์และขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตอบแบบสอบถามแล้วส่งคืนผู้วิจัยในเวลาที่กำหนด และ 3) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามพร้อมหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ไปมอบให้ผู้บริหารโรงเรียน และมหาวิทยาลัย ที่ขออนุญาตเก็บข้อมูลการวิจัยและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง ด้วยการนำ แบบสอบถามไปมอบให้กับแต่ละแห่ง ให้เก็บข้อมูลให้และผู้วิจัยได้ติดตามขอรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเองอีกครั้งหนึ่ง โดยแบบสอบถามทุกฉบับมีรหัสกำกับไว้เพื่อตรวจสอบ โดยผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืน 480 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เมื่อจัดกระทำข้อมูลเสร็จแล้วได้วิเคราะห์เพื่อหาค่าทางสถิติ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้วิธีหาค่าความถี่ (frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (percentage) และการวิเคราะห์ข้อคำถามระดับความสนใจและความต้องการของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (mean :) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation : S.D.)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่จะเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ตัวต่อตัว (Face – to – Face Interview) ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการในสาขาต่างๆ ได้แบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็น 6 กลุ่มได้แก่ 1) นักวิชาการ การศึกษาทั่วไป และ นักวิชาการด้านการศึกษาด้านมัธยมศึกษา 2) นักวิชาการด้านการสื่อสาร ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ 3) ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ และ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ 4) ผู้เกี่ยวข้องในการปลูกฝังวัฒนธรรมและค่านิยม และ เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหายุทธกรรมเยาวชน 5) ผู้บริหารภาครัฐและผู้กำกับนโยบายด้านสื่อ และ 6) ผู้บริหารภาครัฐผู้กำกับนโยบายพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และผู้กำกับนโยบายวัฒนธรรมและค่านิยม ซึ่งในแต่ละกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจะมีจำนวนกลุ่มละ 3 คน รวมทั้งสิ้น 18 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (depth Interviews) ได้ใช้แนวทางในการสัมภาษณ์ คือ 1) ติดต่อกับผู้ประสานงานและผู้ให้สัมภาษณ์ โดยการยื่นจดหมายด้วยตนเอง เพื่อขอเข้าทำการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลวิจัย พร้อมทั้งขอความอนุเคราะห์ในการขอเข้าสัมภาษณ์ จากนั้นทำการนัดหมาย 2) สำหรับแนวทางของคำถาม (Interviews Guide) ได้จัดพิมพ์เป็นเอกสารแนบไปพร้อมกับจดหมายขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ 3) ขออนุญาตบันทึกข้อมูลจากการสนทนาด้วยเครื่องบันทึกเสียง และอธิบายให้ผู้ให้สัมภาษณ์รับทราบว่าข้อมูลที่ได้นั้นจะนำไปใช้ในการศึกษาเท่านั้น โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองในรายละเอียดตัวแปรที่เกี่ยวข้องตามกรอบประเด็นสำคัญในแต่ละหัวข้อ ได้รับแบบสัมภาษณ์กลับคืน 18 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ทำการตรวจสอบข้อมูลและนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของสุภาค์ จันทวนิช (2550. น. 146-160) ได้แก่ การจำแนกประเภทข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล การเชื่อมโยงแนวคิดที่สัมพันธ์กันและการตีความด้วยการบรรยายผล และนำเสนอผลการวิจัยว่าได้ค้นพบความจริง เพื่อยืนยันความรู้ที่มีมาแต่เดิมหรือได้ความรู้ใหม่ประการใดบ้าง

ผลการวิจัย และ การอภิปรายผล

จากการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีความถี่ในการรับชมทีวีช่อง 3 มากที่สุด ชมเคเบิลทีวี ช่อง TRUE VISION มากที่สุด ประเภทรายการที่ชอบมากที่สุด 5 อันดับแรกคือ ภาพยนตร์ฝรั่ง Music Video รายการข่าว รายการเกมโชว์ และรายการกีฬา ความสนใจในรูปแบบรายการโทรทัศน์ด้านด้านเนื้อหาและสาระเรียง 5 ลำดับแรก เรื่องการท่องเที่ยว เรื่องความรัก เรื่องสิ่งแวดล้อม เรื่องการเรียนรู้ เรื่องประวัติศาสตร์ ความสนใจบุคคลที่นำเสนอเรียง 5 ลำดับแรกคือ ดารานักแสดง / นักร้อง พิธีกรรายการโทรทัศน์ที่คุ้นเคย ตีเจ / วิเจ นักพูดที่รู้จัก ผู้ประกาศข่าว / นักวิเคราะห์ข่าว ด้านความยาวของรายการที่กลุ่มตัวอย่างสนใจมากที่สุดรายการ 60 นาที ช่วงเวลาที่ออกอากาศเรียง 5 ลำดับแรกวันเสาร์ – อาทิตย์ 18.01น. – 21.00 น. วันธรรมดา 18.01 น. – 21.00 น. วันเสาร์ – อาทิตย์ 21.01 น. – 24.00 น. วันธรรมดา 21.01 น. – 24.00 น. วันเสาร์ – อาทิตย์ 15.01 น. – 18.00 น. ความต้องการรูปแบบรายการโทรทัศน์ประเภทสาระในรูปแบบบันเทิงสามารถเรียงลำดับประเภทรายการที่สนใจมากที่สุด 5 อันดับแรกคือ Music Video รายการข่าว ละครตอนเดียวจบ (Sit Com) รายการเกมโชว์ รายการกีฬา ความต้องการด้านเนื้อหาสาระสามารถเรียง 5 ลำดับแรกคือ เรื่องการท่องเที่ยว เรื่องสิ่งแวดล้อม เรื่องประวัติศาสตร์ เรื่องการเรียนรู้ เรื่องความรัก บุคคลที่นำเสนอสามารถเรียง 5 ลำดับแรกได้ดังต่อไปนี้ ดารานักแสดง / นักร้อง พิธีกรรายการโทรทัศน์ที่คุ้นเคย นักพูดที่รู้จัก ผู้ประกาศข่าว / นักวิเคราะห์ข่าว นักวิชาการที่มีชื่อเสียง ความต้องการรายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้ในรูปแบบบันเทิงด้านความยาวของรายการ เยาวชนต้องการให้รายการมีความยาว 60 นาที (1 ชั่วโมง) และ ความยาว 30 นาทีพอๆ กัน เวลาสำหรับการออกอากาศรายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้ในรูปแบบบันเทิงเรียง 5 อันดับแรกมีดังต่อไปนี้ วันเสาร์ – อาทิตย์ 18.01 น. – 21.00 น. วันธรรมดา 18.01 น. – 21.00 น. วันเสาร์ วันเสาร์ – อาทิตย์ 15.01 น. – 18.00 น. วันธรรมดา 21.01 น. – 24.00 น. (ทักษิณ สุนทรวิภาต, 2555, น. 82 – 90)

จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสมควรที่จะให้มีรายการโทรทัศน์ในรูปแบบบันเทิงเพื่อปลูกฝังวัฒนธรรมและค่านิยมที่ดีงามให้กับเยาวชน เพื่อเป็นพัฒนาการในการเพิ่มพื้นที่สื่อเพื่อเยาวชน หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพมนุษย์และสังคม จะต้องมีนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรสื่อและงบประมาณที่จะก่อให้เกิดรายการโทรทัศน์ประเภทให้สาระความรู้ในรูปแบบของความบันเทิง (education entertainment) กสทช.ควรจะเป็นผู้กำหนดนโยบายให้นำ

เสนอรายการสาระในรูปแบบบันเทิงในช่วงเวลาเอก (Prime time) การที่จะสร้างสรรค์รายการประเภทสาระความรู้ในรูปแบบของความบันเทิงนั้น จะต้องมีการสำรวจวิจัยความต้องการของเยาวชนว่าเขาต้องการที่จะได้รายการแบบไหน เพราะการจะทำให้เยาวชนสนใจ เนื้อหาของรายการจะต้องสอดคล้องกับรสนิยมของพวกเขา และในขณะเดียวกันต้องเหมาะสมกับบุคลิกภาพของพวกเขาด้วย ไม่จำเป็นต้องมีช่องเฉพาะสำหรับรายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้ในรูปแบบของความบันเทิง มิติของชีวิตที่เยาวชนควรจะเรียนรู้นั้นมีหลากหลาย บุคคลที่จะเป็นผู้นำเสนอสาระความรู้ในรูปแบบของความบันเทิง ควรจะต้องเป็นบุคคลที่อยู่ในกลุ่มเดียวกับเขา หรือถ้าหากอยู่ต่างกลุ่มก็จะต้องเป็นผู้ที่เข้าใจความเป็นเยาวชน รักเยาวชนและปรารถนาดีต่อเยาวชน สามารถนำเสนอตัวเองให้เยาวชนมองเป็นเพื่อนที่น่าไว้วางใจ และเป็นผู้ที่สามารถนำเสนอเนื้อหาสาระต่างๆ ให้แก่เยาวชนได้อย่างสนุกสนาน สักยภาพในการสร้างทัศนคติความเป็นคนให้เยาวชนก็คงพอมีอยู่บ้าง แต่ความล้มเหลวจะไม่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ต้องใช้เวลา และจะต้องมีรายการประเภทนี้ให้มากขึ้นในหลายๆ ช่อง อีกทั้งจะต้องมีกิจกรรมในการขัดเกลาเยาวชนในรูปแบบอื่น ๆ เข้ามาบูรณาการด้วย จะอาศัยแต่เพียงรายการโทรทัศน์อย่างเดียวไม่ได้ รายการทางโทรทัศน์สามารถระดมความคิดเห็นของคนด้วยการสร้างการรับรู้การดำรงอยู่ของปัญหา กระบวนการทางด้านกฎหมายจะต้องเข้มงวด รายการดังกล่าวจะต้องแสดงการไม่ยอมรับความรุนแรง เพื่อให้เยาวชนไม่มีพฤติกรรมที่รุนแรง รัฐบาลจะต้องมีความมุ่งมั่นและจริงจัง ด้วยการออกกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับให้ชัดเจนเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อการศึกษา และจะต้องมีกฎหมายในการจัดสรรงบประมาณให้สามารถทำรายการดังกล่าวอยู่ได้ โดยไม่ต้องอาศัยการสนับสนุนด้านโฆษณาจากเอกชน กระทรวงศึกษาจะต้องปรับแนวทางและภาพลักษณ์ในการดำเนินงานด้านการใช้สื่อเพื่อการศึกษา ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่ทำงานจะต้องมีความกล้าหาญที่จะคิดนอกกรอบ มุ่งมั่นให้การศึกษาตามอัธยาศัยมีลีลาแตกต่างไปจากการศึกษาในห้องเรียนทั้งด้านเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ รัฐบาลจะต้องให้การศึกษากับผู้ที่กลับมาเป็นผู้ดำเนินการผลิตรายการในรูปแบบ Education Entertainment รัฐบาลจะต้องจัดตั้งกองทุนเพื่อให้การดำเนินการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้ในรูปแบบของความบันเทิงเป็นไปได้อย่างจริงจัง จะปล่อยให้ผู้ผลิตต้องดิ้นรนทางธุรกิจเองอย่างที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไม่ได้ นักผลิตรายการโทรทัศน์มืออาชีพจะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาและพัฒนาลักษณะให้มีชีวิตที่มีคุณภาพ มากกว่าที่จะคิดถึงความสำเร็จทางด้านธุรกิจ ผู้ผลิตรายการควรเพิ่มจรรยาบรรณในการนำเสนอรายการโทรทัศน์ให้มีความเหมาะสมกับเยาวชน

1. ศึกษาสภาพปัจจุบันของรายการโทรทัศน์และเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์ที่พึงประสงค์ของเยาวชน

ด้านพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ของเยาวชน เยาวชนนิยมรับชมช่อง 3 และช่อง 7 มากที่สุด และนิยมช่องทีวีไทย และ NBT น้อยที่สุดแสดงว่า เยาวชนนิยมรายการประเภทบันเทิงมากกว่ารายการที่มีสาระหนักๆ ใน 15 ประเภทของรายการยอดนิยมนั้น 2 อันดับแรกเป็นรายการประเภทบันเทิงได้แก่ภาพยนตร์ฝรั่ง และ Music Video ต่อจากนั้นอันดับที่ 4 ที่ 5 และที่ 6 เป็นเกมโชว์ กีฬา และละครยาว ก็เป็นรายการประเภทบันเทิงอีก มีเพียงรายการข่าวที่ไม่ใช่รายการบันเทิงแทรกอยู่เป็นอันดับ 3 และมีสารคดีแทรกเป็นอันดับ 7 ถ้าเป็นด้านเนื้อหาสาระที่เยาวชนนิยมติดตามรับชมนั้น เรื่องท่องเที่ยวและความรักมาเป็น 2 อันดับแรกตามมาด้วยเรื่องสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นว่าเยาวชนมีปัญหาและสนใจที่จะเรียนรู้เรื่องความรัก และในขณะเดียวกันก็สนใจที่จะมองหาแหล่งท่องเที่ยว เรื่องสิ่งแวดล้อมตามมาเป็นอันดับ 3 แสดงว่าเยาวชนมีความตระหนักเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับที่น่าพอใจ ส่วนทางด้านบุคคลที่เยาวชนให้ความสนใจในฐานะผู้นำเสนอนั้น ดาราเข้ามาเป็นอันดับ 1 ตามด้วยพิธีกรที่พวกเขาคุ้นเคยมาเป็นอันดับ 2 อันดับ 3 เป็นกลุ่มดีเจและโอจี อันดับ 4 เป็นนักพูด อันดับ 5 เป็นคนอ่านข่าว แสดงให้เห็นว่าเยาวชนต้องการผู้นำเสนอที่พวกเขาคุ้นเคย มีความคล้ายคลึงกับพวกเขา อยู่ในวัยเดียวกับพวกเขา ค่านิยม รสนิยม และพฤติกรรมคล้ายคลึงกับพวกเขา เป็นผู้นำเสนอที่สนุกสนาน นักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิไม่ว่าจะมีชื่อเสียงแค่ไหน ไม่เป็นที่สนใจของเยาวชน และรายการที่เยาวชนนิยมรับชมอยู่ในช่วง 30-60 นาที แสดงว่าถ้าหากรายการมีความน่าสนใจ เยาวชนสามารถติดตามรับชมได้ถึง 60 นาที เวลาที่เยาวชนนิยมติดตามรับชมรายการโทรทัศน์ เป็นช่วงเวลาเอกคือ เวลา 18.00 น. ถึง 21.00 น. ทุกวัน ดังนั้น ถ้าหากจะทำให้รายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้ในรูปแบบของความบันเทิงเข้าถึงเยาวชนได้มากจะต้องเผยแพร่รายการในช่วงเวลาเอก

ด้านแนวโน้มของการติดตามรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้ในรูปแบบของความบันเทิงของเยาวชน รายการที่มีลีลาของความบันเทิงที่จะให้สาระความรู้แก่เยาวชนนั้นมีหลากหลายรูปแบบ ดังนั้นผู้ผลิตสามารถที่จะสอดแทรกแนวทางในการดำเนินชีวิตที่มีคุณภาพให้แก่เยาวชนได้หลากหลายรูปแบบ นอกเหนือจากข่าว สารคดี และรายการเพื่อการศึกษาที่มีเนื้อหาสาระความรู้แล้ว เยาวชนยังเชื่อว่าพวกเขาสามารถที่จะได้รับสาระความรู้ จากละครสั้น ละครยาว เกมโชว์ พิธีทัศน์ และสนทนาบันเทิง แม้แต่ Music Video ที่เป็นประเภทของรายการที่เยาวชนอยากชมเป็นอันดับ 1 นั้น แสดงให้เห็นว่าพวกเขาเชื่อว่า Music Video ก็สามารถให้บทเรียนชีวิตกับพวกเขาได้ เยาวชนเชื่อว่ารายการละครทั้งละครสั้นและละครยาว สามารถให้บทเรียนชีวิตแก่พวกเขาได้

ข้อเสนอแนะจากเยาวชนในกรณีที่จะมีการผลิตและเผยแพร่รายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้ในรูปแบบของความบันเทิง เยาวชนเห็นว่าการนำเสนอสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์กับพวกเขานั้น จะต้องเป็นละครสั้นหรือละครยาวก็ได้ หรือแม้กระทั่งจะให้พวกเขาได้เรียนรู้จากเกมโชว์ สนทนาบันเทิง การแข่งขัน สารคดี และกีฬา แสดงให้เห็นว่าเยาวชนไม่ชอบรายการที่สอนตรงๆ ด้วยเนื้อหาหนักๆ อย่างเป็นทางการ ซึ่งตรงนี้เยาวชนบอกชัดเจนว่าผู้ผลิตที่ผลิตรายการประเภทสาระความรู้ในรูปแบบของความบันเทิงจะต้องมีแนวทางในการทำงานจากผู้ผลิตรายการประเภทบันเทิงทั่วไป นั่นคือต้องมีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะสอดแทรกบทเรียนที่พวกเขาสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันไว้ในรายการที่มีความสนุกสนาน

2. ศึกษาการจัดการรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในรูปแบบบันเทิงสำหรับปลูกฝังวัฒนธรรม ค่านิยมและพฤติกรรมที่ดีงามให้กับเยาวชน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสมควรที่จะจัดให้มีรายการประเภทสาระความรู้ในรูปแบบของความบันเทิงเพราะรายการบันเทิงปัจจุบันไม่ให้ความสำคัญกับการสอดแทรกบทเรียนชีวิตที่ดีแก่เยาวชน สื่อโทรทัศน์มีศักยภาพในการให้บทเรียนได้ดีกว่าสื่ออื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าได้ตราที่เยาวชนชื่นชอบเป็นผู้นำเสนอเนื้อหาสาระของบทเรียนชีวิต ถ้าหากมีการใช้รายการโทรทัศน์ที่สนุกสนานที่มีบทเรียน

ชีวิตนำเสนอให้เยาวชนรับชม น่าจะทำให้เยาวชนได้เรียนรู้พฤติกรรมที่เหมาะสม ค่านิยมที่งาม และทัศนคติทางสังคมที่ถูกต้องได้ ซึ่งก็สอดคล้องกับ Fisherkeller (2002, p 5) ที่กล่าวว่า “วัฒนธรรมโทรทัศน์จะชี้แนะให้เยาวชนเห็นว่าเขาควรจะดำเนินให้ประสบความสำเร็จในด้านใดในการทำงานหรือในการเป็นสมาชิกของสังคมปัจจุบัน ในเวลาที่ชมโทรทัศน์หนุ่มสาวทั้งหลายมักจะจินตนาการว่าตัวเองเป็นใครคนใดคนหนึ่งในโทรทัศน์ และบางครั้งก็จะแสดงตนเป็นใครคนใดคนหนึ่งที่เขาเคยได้พบเห็นในรายการโทรทัศน์ ในเวลาที่อยู่กับเพื่อน ๆ ทำให้การพัฒนาตัวตนของเด็กมีที่มาจากสิ่งที่พบเห็นในโทรทัศน์มากกว่าประสบการณ์จริงนอกจอ ทั้งๆ ที่ในชีวิตจริงพวกเขาได้พบกับบุคคลอื่นๆ ที่มีตัวตนจริงๆ ทั้งที่บ้าน ที่โรงเรียน ที่ทำงาน แต่พวกเขาก็เลือกที่จะพัฒนาบุคลิกและการดำเนินชีวิตตามสิ่งที่เขาพบเห็นในโทรทัศน์มากกว่า เพราะการนำเสนอของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์นั้นมีพลังสูงมากจนเรียกว่า” ซึ่งหน่วยงานภาครัฐจะต้องมีบทบาทสำคัญที่จะทำให้เกิดรายการประเภทดังกล่าวขึ้น ทั้งนี้เพราะจะหวังให้เอกชนที่ผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อการพาณิชย์นั้นมาผลิตรายการโทรทัศน์ที่จะให้บทเรียนชีวิตที่มีคุณภาพสำหรับเยาวชนคงจะเป็นไปไม่ได้ เพราะผู้ผลิตเองต้องการผลิตรายการที่สนุกสนาน ให้ได้คะแนนนิยม (Rating) สูงๆ เพื่อจะขายโฆษณาได้มากๆ ดังนั้นแนวความคิดของผู้ผลิตดังกล่าวจะมุ่งเน้นไปที่ความบันเทิง โดยไม่สนใจว่ารายการของเขานั้นจะมีผลต่อสังคมอย่างไร ภาครัฐจะต้องให้ความสำคัญกับการจัดให้มีรายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้ในรูปแบบของความบันเทิง โดยกำหนดเป็นนโยบายที่ชัดเจน ให้สถานีโทรทัศน์ต่างๆ นำเสนอรายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้ในรูปแบบของความบันเทิง ในช่วงเวลาเอก จะต้องให้ กสทช. เป็นผู้ออกกฎหมาย และในขณะเดียวกัน จะต้องมีการจัดสรรงบประมาณหรือกองทุนที่จะทำให้มีทุนมาดำเนินรายการดังกล่าวซึ่งสอดคล้องกับ Hellriegel & Slocum. (2004). ที่กล่าวว่า “นักการศึกษาเล็งมองโทรทัศน์เป็นคู่แข่งของการศึกษา และมองโทรทัศน์เป็นแพะสำหรับความเลวร้ายหลายอย่างที่เกิดขึ้นในสังคม เขามองว่าการศึกษาไม่อาจจะมองข้ามบทบาทของโทรทัศน์ในการศึกษา เพราะโทรทัศน์เป็นสื่อที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงในกระบวนการสังคมประกิต (Socialization) ที่จะขัดเกลาลักษณะนิสัยให้แก่เยาวชน ชี้แนะด้านความคิดเห็นให้เยาวชน โทรทัศน์เป็นสื่อที่ใช้เพื่อการศึกษาตามอรรถาธิบายได้เป็นอย่างดี เป็นการศึกษาต่อเนื่องจากการเรียนรู้ในห้องเรียน ด้วยเหตุนี้ นักการศึกษาจึงต้องพัฒนาแนวทางในการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการศึกษาให้มีบทบาทด้านสังคมประกิตที่ปลูกฝังนิสัย ค่านิยม และขัดเกลากิจกรรมของเยาวชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้อง” และในการผลิตรายการประเภทดังกล่าวนี้ เนื้อหาสาระจะต้องเป็นไปตามรสนิยมของเยาวชน จะทำตามใจผู้ผลิตหรือผู้มีอำนาจในการอนุมัติไม่ได้ จะต้องมีการสำรวจความต้องการและรสนิยมของวัยรุ่นว่าเขาต้องการรายการประเภทไหน เนื้อหาสาระเกี่ยวกับอะไร ใครเป็นผู้นำเสนอ เพื่อให้เกิดความสำคัญต่อการปลูกฝังวัฒนธรรม พฤติกรรม ค่านิยม และทัศนคติทางสังคมที่ดีงามซึ่งสอดคล้องกับ Singhal & Rogers (2002, p 127) ที่กล่าวว่า “รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา รูปแบบบันเทิงจะต้องให้ความสำคัญกับเรื่องของการสื่อสารเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ...ต้องมุ่งเน้นให้การสื่อสารนำเสนอเนื้อหาสาระที่จะทำให้ผู้ชมได้พัฒนาตนเองและได้รับความสนุกในขณะที่เรียนรู้ รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในรูปแบบบันเทิงจำเป็นต้องใส่ใจด้านอารมณ์และความรู้สึกของการสื่อสาร จะต้องให้ความสำคัญกับบทบาทของสื่อบนการสื่อสารให้มากขึ้น ส่วนใหญ่นักวิชาการมักจะสนใจเรื่องของอารมณ์ มองว่าอารมณ์เป็นเรื่องไม่สำคัญ เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของผู้ชม ไร้เหตุผล ควบคุมไม่ได้ ไร้ศีลธรรม” ในการที่จะใช้รายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้ในรูปแบบของความบันเทิงนั้น ไม่จำเป็นต้องมีช่องพิเศษใหม่ขึ้นมาเพื่อรายการประเภทนี้โดยเฉพาะ ให้ใช้ช่อง Free TV ที่มีอยู่ โดยให้เผยแพร่รายการดังกล่าวในช่วงเวลาเอก เพราะถ้าหากไปเปิดช่องใหม่ที่มีลักษณะเป็นช่องเพื่อการศึกษาโดยเฉพาะ เยาวชนกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ชอบที่จะดูรายการเพื่อการศึกษาอยู่แล้ว อาจจะไม่หันไปรับชมเลยก็ได้ แต่การผลิตรายการดังกล่าวแล้วเผยแพร่ในรายการ Free TV ในช่วงเวลาเอกน่าจะมีโอกาสเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับ Harris, David (2005) ที่กล่าวว่า “รายการประเภทเนื้อหาสาระเชิงวิชาการที่ผู้ผลิตต้องการให้เป็นครูสังคมนั้น ไม่มีโอกาสจะได้อยู่เวลาเอก ถ้าหากจะให้รายการที่ผลิตขึ้นมาเพื่อให้เป็นครูสังคมนั้น จะต้องผลิตรายการให้มีรูปแบบบันเทิง เป็นที่นิยมของผู้ชม โดยออกแบบรายการให้มีการแฝงบทเรียนทางสังคมไว้อย่างแยบยล ไม่ให้ผู้ชมรู้สึกกำลังถูกกำหนดพฤติกรรมโดยเนื้อหาสาระของรายการ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในรูปแบบบันเทิง ที่จะสร้างคะแนนนิยมได้สูงและอยู่ในช่วงเวลาเอกในผังรายการ” เพื่อให้รายการที่ผลิตขึ้นมาแล้ว เป็นที่น่าสนใจติดตามรับชมของเยาวชน จะต้องใช้บุคคลที่เยาวชนนิยมเป็นผู้นำเสนอ ซึ่งได้แก่ ดารา นักร้อง นักแสดง นักพูด พิธีกร และคนอ่านข่าว แต่บุคคลเหล่านี้จะต้องคัดสรรด้านความรู้ ความน่าเชื่อถือ บุคลิกภาพ และการใช้ภาษา มิใช่เป็นเพียงบุคคลที่มีความนิยมสูงเท่านั้นซึ่งสอดคล้องกับ Sood (2002, p 157) ที่กล่าวว่า “ก่อนการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในรูปแบบบันเทิง ผู้ชมจะเลือกว่าจะรับชมหรือไม่ และเมื่อรับชมแล้วจะให้ความสนใจกับสิ่งที่ได้รับชมอย่างไรบ้าง จะมีการพิจารณาบุคคลผู้นำเสนอเนื้อหาสาระในรายการว่าเป็นคนมีเสน่ห์น่าสนใจหรือไม่ เป็นต้นแบบที่มีความคล้ายคลึงกับผู้ชมในด้านใดบ้าง เช่น อายุ การศึกษา ฐานะทางสังคม วัฒนธรรมย่อย ค่านิยม รสนิยม เป็นต้น ผู้ชมมักจะเลือกชมและให้ความสนใจในรายการที่มีผู้นำเสนอเนื้อหาที่ผู้ชมยอมรับให้เป็นต้นแบบทั้งนี้เพราะเป็นบุคคลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับผู้ชม” รายการประเภทดังกล่าวสามารถปลูกฝังพฤติกรรมที่ดีงามให้แก่เยาวชนได้ แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่เชื่อว่าเพียงรายการโทรทัศน์อย่างเดียวจะทำให้ได้รับผลสัมฤทธิ์สูงจะต้องมีอีกหลายปัจจัย โดยเฉพาะพฤติกรรมของดาราผู้นำเสนอที่นิยมของเยาวชน จะต้องมีการมีพฤติกรรมที่เหมาะสมให้เป็นแบบอย่างด้วย อีกทั้งรายการประเภทดังกล่าวมีศักยภาพช่วยลดปัญหาพฤติกรรมเยาวชนได้ เพราะเนื้อหาสามารถเตือนใจให้ข้อคิดแก่เยาวชน ให้เกิดการยับยั้งชั่งใจในการประพฤติผิดซึ่งสอดคล้องกับ Sherry (2002, p 212) ที่กล่าวว่า “สามารถจะใช้รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในรูปแบบบันเทิงให้ความรู้ทางสังคมที่ถูกต้อง ไม่บิดเบี้ยวเพื่อปลูกฝังวัฒนธรรมและค่านิยมอันดีงามให้แก่ผู้ชมได้ จึงได้มีการจัดทำรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในรูปแบบบันเทิงขึ้น เพื่อรณรงค์ให้เกิดพฤติกรรมที่เหมาะสมสอดคล้องกับแนวทางในการพัฒนาประเทศ แรกเริ่มที่กำเนิดขึ้นนั้นส่วนใหญ่จะเป็นรายการที่ใช้ในการปลูกฝังพฤติกรรมที่เหมาะสมด้านสาธารณสุข เพื่อสร้างรูปแบบของการดำเนินชีวิตที่ถูกสุขลักษณะ ให้ประชาชนเรียนรู้แนวทางของการดำเนินชีวิตที่จะทำให้มีสุขภาพที่ดี”

แต่อย่างไรก็ตาม รายการโทรทัศน์อย่างเดียวไม่อาจจะช่วยลดปัญหาสังคมได้ ถ้าหากไม่มีการแก้ไขในลักษณะของการบูรณาการ นั่นคือ ถ้าหากกระบวนการทางกฎหมายหย่อนยาน สื่อมวลชนยังคงนำเสนอความรุนแรงและพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของคน

ดัง ปัญหาทุรกรรมเยาวชนก็ยังคงมีต่อไป ทุกหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพัฒนาการของเยาวชนและคุณภาพของสังคมจะต้องมาร่วมมือกันทำงานเพื่อเสริมแรงอิทธิพลของรายการโทรทัศน์ ทางภาครัฐบาลต้องมีความมุ่งมั่นจริงจังในด้านกฎหมาย นโยบาย และการจัดสรรงบประมาณ การจะก่อให้เกิดรายการดังกล่าวนี้ รัฐบาลจะต้องมีความชัดเจนในการออกกฎหมายกำหนดให้ช่วงเวลาของรายการโทรทัศน์ช่อง Free TV ทุกช่องเป็นรายการประเภทสาระความรู้ในรูปแบบของความบันเทิง ประกาศเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเยาวชนและคุณภาพของสังคมให้เป็นวาระแห่งชาติ และมีนโยบายที่จะใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพของเยาวชนและสังคมโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับ เสรี วรฆมณทนา (2552, หน้า 1) ที่กล่าวว่า 1) ต้องได้รับการสนับสนุนที่ดีพอ รายการประเภทที่ให้สาระความรู้ เป็นรายการที่ผู้ผลิตรายการด้านบันเทิงเพื่อการพาณิชย์ไม่นิยมที่จะผลิต ส่วนหนึ่งเพราะเกรงว่าจะไม่เป็นที่นิยมของผู้ชมที่ไม่ต้องการให้โทรทัศน์สอนอะไรทั้งนั้น ทั้งนี้เพราะพวกเขามองว่าโทรทัศน์เป็นสื่อเพื่อการบันเทิง อีกส่วนหนึ่งเป็นเพราะนักธุรกิจเจ้าของสินค้าคงจะไม่ซื้อโฆษณาในรายการประเภทที่มีเนื้อหาสาระทางด้านการศึกษา แม้จะเป็นการศึกษาด้านสังคม เพราะพวกเขาก็มองว่าผู้ชมไม่ชอบที่จะถูกสอนในการรับชมโทรทัศน์และมักจะต่อต้านถ้าหากรู้สึกรายการโทรทัศน์กำลังพยายามที่จะหลอมนหรือกำหนดพฤติกรรมของพวกเขา ดังนั้นการผลิตรายการที่มีเป้าหมายในการจุดใจให้เกิดพฤติกรรมและทัศนคติที่ตงามทางสังคม ปลุกฝังวัฒนธรรมและค่านิยมที่ดี จะต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้มีอำนาจในการกำหนดนโยบายและการอนุมัติงบประมาณ เพื่อที่จะมีงบประมาณในการดำเนินการ และ 2) ต้องมีนโยบายรัฐบาลรองรับ การผลิตรายการที่มีเนื้อหาเชิงสอน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ด้านพฤติกรรมและทัศนคติทางสังคม ไม่อาจจะหาพื้นที่เข้าไปสอดแทรกอยู่ในผังรายการของสถานีโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อรายการบันเทิง ดังนั้นถ้าหากจะหาพื้นที่ให้แก่รายการประเภทนี้ จะต้องมีการประกาศเป็นนโยบายของรัฐบาลอย่างชัดเจนว่าต้องการให้สถานีโทรทัศน์ที่มีอยู่แบ่งปันเวลาช่วงใด เป็นเวลาที่ช่วยในการนำเสนอรายการที่มีลักษณะเป็นครูสังคม ที่จะปลุกฝังวัฒนธรรมที่ดีงาม ไม่ว่าจะเป็นการแทรกอยู่กับรายการบันเทิงอื่นๆ ในสถานีเดียวกัน หรือการจัดให้มีสถานีพิเศษที่จะนำเสนอรายการประเภทเสริมการศึกษาด้านสังคม ที่มีเป้าหมายให้เป็นโทรทัศน์เพื่อการศึกษาที่ผู้ชมจะได้รับเรียนรู้แนวทางของการมีพฤติกรรมและทัศนคติทางสังคมที่ดี กระทรวงศึกษาต้องปรับกระบวนการทัศน์ในการดำเนินงานผลิตสื่อเพื่อการศึกษา ถ้าต้องการให้รายการโทรทัศน์เป็นเครื่องมือของการศึกษาตามอรรถยาศัยที่น่าสนใจ ชวนติดตาม และสามารถให้บทเรียนที่ดีแก่เยาวชนได้ กระทรวงศึกษาจะต้องปรับกระบวนการทัศน์ในการทำงาน จะต้องยอมรับว่า ความบันเทิงสามารถให้บทเรียนชีวิตได้ ต้องเพิ่มงบประมาณให้มากพอ เพื่อให้สามารถผลิตรายการที่มีคุณภาพและน่าสนใจได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Fisher Keller (2002, p 206) ที่กล่าวว่า “ผู้ให้การศึกษาผ่านสื่อต้องหาทางที่จะช่วยให้เยาวชนได้เข้าใจความหมายและคุณค่าของสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ปรากฏในละครและสิ่งเหล่านี้เกี่ยวพันกับการพัฒนาตัวตนของพวกเขาอย่างเกี่ยวพันกับความคิดของพวกเขาในด้านวัฒนธรรมและสังคมอย่างไร นักการศึกษาควรจะสนใจสื่อต่างๆ ที่มีอยู่หลากหลายรวมทั้งสื่อที่พวกเขาอาจจะยังไม่เคยรู้จักมาก่อน หรือสื่อที่พวกเขาอาจจะมองว่าไม่ใช่สื่อที่ดีสำหรับการให้ความรู้ นักการศึกษาจะต้องเรียนรู้วัฒนธรรมมวลชนเริ่มต้นด้วยการศึกษาจากนักเรียนว่าพวกเขาใช้สื่ออะไรในชีวิตประจำวันและพวกเขาตีความหมายตัวละครและเนื้อหาที่พวกเขาพบในละครที่ปรากฏในสื่ออย่างไร นักการศึกษาที่ใช้เนื้อหาจากสื่อสารมวลชนในการสอนสามารถนำเอาการตีความเนื้อหาที่นักเรียนได้พบในสื่อซึ่งพวกเขาชื่นชอบเป็นพิเศษมาเป็นแบบฝึกหัดในการถกอภิปราย ในการเขียนเรียงความหรือกิจกรรมอื่นๆ ที่จะทำให้เด็กนักเรียนคิดในเชิงวิพากษ์วิจารณ์เป็น” และผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต้องปรับกระบวนการทัศน์ในการทำงาน ต้องผลิตรายการด้วยพันธกิจในการให้บทเรียนสำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิต อย่าคิดแต่ความบันเทิง คະแนนนิยม จะต้องพร้อมที่จะร้องของบประมาณที่เพียงพอในการผลิตรายการที่มีคุณภาพ อย่ายอมรับทำงานด้วยงบประมาณที่ต่ำเกินกว่าที่จะผลิตรายการที่มีคุณภาพได้ซึ่งสอดคล้องกับ Bouman (2002, p 235) ที่กล่าวว่า “ยุทธศาสตร์ของการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในรูปแบบบันเทิงต้องให้น้ำหนักด้านรูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนออย่างทัดเทียมกัน นอกจะเข้าใจรูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนอแล้ว ผู้ดำเนินการผลิตจะต้องเข้าใจการขานรับรายการของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายด้วย เพื่อให้สามารถประเมินได้ว่าเนื้อหาเพื่อการศึกษาที่ใส่ลงไปในรายการนั้นจะมีผลสัมฤทธิ์ผู้กำหนดเนื้อหาบางคนก็อยากมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน แต่นักผลิตรายการมืออาชีพอาจจะมองว่านักวิชาการผู้กำหนดเนื้อหาสาระที่จะให้เป็นบทเรียนควรจะมีบทบาทในช่วงของการกำหนดเนื้อหาเท่านั้น แต่นักวิชาการอาจจะมีส่วนร่วมมากกว่านั้น บางครั้งการกำหนดบทบาทของผู้เกี่ยวข้องด้านเนื้อหาและด้านการผลิตสามารถสร้างปัญหาในการทำงานได้”

3. ยุทธศาสตร์การจัดการรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในรูปแบบบันเทิงสำหรับปลุกฝังวัฒนธรรมค่านิยมและพฤติกรรมที่ดีงามให้กับเยาวชน

ข้อมูลจากผลของการวิจัยสามารถนำมาใช้ในการจัดทำยุทธศาสตร์เพื่อการจัดการรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในรูปแบบของความบันเทิง (Entertainment Education TV Programs) ได้ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

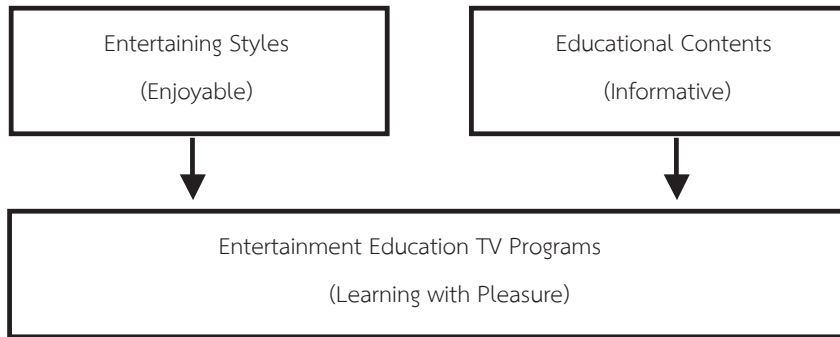
พันธกิจ (Mission): ปลุกฝังวัฒนธรรม ค่านิยมทางสังคม ทัศนคติทางสังคม และพฤติกรรมทางสังคมที่ดีงามให้แก่เยาวชน

วิสัยทัศน์ (Vision): สามารถใช้รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาในรูปแบบบันเทิง (Entertainment Education) แก่ทุรกรรมเยาวชนได้ ทำให้มีการปลูกฝังทัศนคติและพฤติกรรมทางสังคมให้เยาวชน เป็นการจัดระเบียบสังคมและพัฒนาเยาวชนให้เติบโตเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ ส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของประเทศไทยในเวทีโลกาภิวัตน์

วัตถุประสงค์ (Objectives): เผยแพร่รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ดีงามให้เป็นต้นแบบแก่เยาวชนเพื่อให้เกิดการรู้จักการดำรงตนให้มีค่านิยมที่ถูกต้อง ทัศนคติที่ถูกต้อง และพฤติกรรมทางสังคมที่ถูกต้อง เพื่อลดปัญหา ทุรกรรมเยาวชน

กลุ่มเป้าหมาย (Target Group): เยาวชนในรุ่น Generation Y คือกลุ่มเยาวชนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ.2523- พ.ศ.2540 และ Generation Z คือกลุ่มเยาวชนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ.2540 เป็นต้นไป

จุดยืน (Positioning): เป็นรายการโทรทัศน์ประเภทสาระในรูปแบบของความบันเทิง (Entertainment Education TV Programs) ที่จะให้สาระความรู้เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่สนุกสนาน น่าสนใจในระดับใกล้เคียงกับรายการบันเทิงที่ผลิตขึ้นมาเพื่อการพาณิชย์



ยุทธศาสตร์: ใช้รูปแบบของ “15 P’s Paradigm” ที่ประกอบด้วยส่วนผสมของยุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

1. Project (โครงการ) : การผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาตามอัธยาศัยในรูปแบบของรายการประเภทสาระความรู้ในรูปแบบบันเทิง

2. Policy (นโยบาย) : เพื่อให้โครงการดังกล่าวสำเร็จรัฐบาลจะต้องส่งเสริมให้มีการใช้รายการโทรทัศน์ในรูปแบบของความบันเทิงเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการเรียนรู้ตามอัธยาศัย โดยให้มียุทธศาสตร์โทรทัศน์ที่ผลิตเพื่อการศึกษาตามอัธยาศัยได้เผยแพร่ในสถานีโทรทัศน์ที่เป็น Free TV ในช่วงเวลาเอก (Prime time) โดยให้เป็นความร่วมมือกันระหว่างนักวิชาการด้านการศึกษา ด้านนิเทศศาสตร์ และนักผลิตมืออาชีพ จัดสรรงบประมาณในการจัดทำรายการดังกล่าวให้สามารถดึงดูดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถมาช่วยผลิตรายการ มาร่วมรายการ และมาเป็นผู้นำเสนอ

3. Purposes (วัตถุประสงค์) : ใช้รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาปลูกฝังวัฒนธรรมที่เหมาะสม ค่านิยมที่ดีงามและทัศนคติทางสังคมที่ถูกต้องให้แก่เยาวชน ให้เยาวชนให้ความสนใจติดตามรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้ในรูปแบบของความบันเทิง เพื่อการเรียนรู้แบบซึมซับแล้วก่อให้เกิดพฤติกรรมที่เหมาะสม ค่านิยมที่ดีงาม และทัศนคติทางสังคมที่ถูกต้อง โดยนำเสนอสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้แก่เยาวชนในรูปแบบของความบันเทิง

4. People (กลุ่มเป้าหมาย) : กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่เยาวชนในช่วงวัย Y Generation และ Z generation กลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ครูที่สอนในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ตอนปลาย และอุดมศึกษา กลุ่มเป้าหมายสนับสนุน ประกอบไปด้วย พ่อแม่ผู้ปกครองของกลุ่มเป้าหมายหลัก เครือข่ายพ่อแม่ สมาชิกสมาคมครูและผู้ปกครอง สื่อมวลชนสายการศึกษา สายวัฒนธรรม สายสังคม ผู้นำทางด้านความคิด (opinion leaders) และกลุ่มคนดัง (celebrities) ที่เป็นต้นแบบของเยาวชน

5. Program (รายการ) : เป็นรายการโทรทัศน์ที่มีหลากหลายรูปแบบ ทั้งละครชุด (drama series) ละครสั้นจบในตอน (sitcoms) เกมโชว์ (game show) พิธีทัศน์ (variety show) สนทนาบันเทิง (talk show) สารคดี (documentary) ที่นำเสนอเป็นลีลาของความบันเทิงที่สนุกสนาน เป็นที่น่าสนใจของเยาวชน มีเนื้อหาจะมุ่งเน้นให้บทเรียนเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเยาวชน มุ่งเน้นการปลูกฝังวัฒนธรรมอันดีงาม ให้เยาวชนมีพฤติกรรมที่เหมาะสม มีค่านิยมที่ดีงาม

6. Provision (งบประมาณ) : การจัดหางบประมาณในการจัดทำรายการดังกล่าวจะมาจากหลายแหล่งได้แก่ งบประมาณจากกระทรวงศึกษาธิการ กองทุนที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อดำเนินการในโครงการดังกล่าว การสนับสนุนของบริษัทเอกชนที่ต้องการทำสนับสนุนโครงการดังกล่าวในรูปแบบของการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility—CSR)

7. Place (ช่วงเวลาและช่องทางการเผยแพร่) : เพื่อให้เยาวชนมีโอกาสได้รับชมรายการดังกล่าว รายการที่ผลิตภายใต้โครงการนี้จะต้องมีโอกาสได้เผยแพร่ในช่วงเวลาเอก (Prime Time) ในสถานีโทรทัศน์ที่เป็น Free TV ช่อง 3, ช่อง 7, ช่อง 9, ช่อง 11, Thai PBS)

8. Public Relations (การประชาสัมพันธ์) : เพื่อเผยแพร่กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ว่ามีรายการดังกล่าว เผยแพร่ในช่วงเวลาใดและรายการดังกล่าวที่น่าสนใจเพียงใด สร้างการรับรู้และความชื่นชม เพื่อให้เกิดความสนใจติดตามรับชมผ่านช่องทางต่าง ๆ ตามหลักการของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

9. Party (หน่วยงานดำเนินการ) : เพื่อให้ได้รายการตามแนวทางที่กำหนด จะต้องมีการจัดตั้งคณะทำงานขึ้นมาในหน่วยงานใหม่ ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานการศึกษาออกโรงเรียน ประกอบด้วยผู้บริหารจากสำนักงานการศึกษาออกโรงเรียน นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ นักผลิตรายการโทรทัศน์มืออาชีพจากภาคเอกชน

10. Personnel (บุคลากร) : บุคลากรที่จะมาร่วมกันทำงานในโครงการดังกล่าวนี้จะต้องเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นว่ารายการโทรทัศน์ในรูปแบบของความบันเทิงสามารถที่จะใช้เป็นบทเรียนชีวิต ที่สามารถพัฒนาคุณภาพสังคมและคุณภาพชีวิตของเยาวชนได้ เป็นบุคคลที่ใจกว้าง ยอมรับความหลากหลายของรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาสาระความรู้ให้แก่เยาวชน เป็นคนทันสมัย ติดตามความเป็นไปของสังคม รับผิดชอบต่อสังคมเยาวชนเป็นอย่างดี

11. Presenter (ผู้นำเสนอเนื้อหาสาระ) : เพื่อให้รายการเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มเป้าหมาย ผู้ร่วมรายการ ไม่ว่าจะเป็นพิธีกร นักแสดง วิทยากร จะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการนำเสนอ มีความสามารถด้านการแสดง มีความสามารถด้านการสื่อสาร เป็นคนมีบุคลิกที่ทันสมัยชวนติดตาม เป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ เป็นบุคคลที่มีอิทธิพลทางความคิด สามารถทำให้กลุ่มเป้าหมาย คล้อยตามได้

12. Presentation (แนวทางในการนำเสนอ) : เพื่อให้รายการเป็นที่สนใจของเยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย ลีลาของการนำ

เสนอจะต้องเข้าใจง่าย เป็นเรื่องที่กลุ่มเป้าหมายสามารถโยงโยกับตนเองได้ เป็นเรื่องพื้นที่ใกล้ตัว เป็นกันเอง ไม่เป็นทางการ เป็นเรื่องเล่ามากกว่าการบรรยายหรือการสนุกสนาน และแฝงบทเรียนอย่างแยบยล ไม่สั่งสอนตรงๆ

13. Power Network (การสร้างเครือข่าย) : โครงการดังกล่าวนี้จะประสบความสำเร็จได้ จะต้องเป็นการทำงานแบบบูรณาการระหว่างภาคส่วนต่างๆที่ต้องร่วมมือกันอย่างสอดคล้องประสานกลมกลืน ปราศจากความขัดแย้งทางด้านพันธกิจ วิสัยทัศน์ และนโยบาย แม้จะมีความแตกต่างทางด้านความคิด แต่พันธกิจ วิสัยทัศน์และนโยบายที่เป็นพื้นฐานของการทำงานในโครงการจะต้องเป็นเอกภาพ โดยภาคส่วนต่างๆที่จะต้องรวมกันเป็นเครือข่ายเพื่อให้โครงการนี้ดำเนินการได้อย่างราบรื่น

14. Production (การผลิต) : การผลิตรายการจะต้องให้มีคุณภาพที่ได้มาตรฐานเทียบเท่ากับการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อความบันเทิงที่เผยแพร่ในสถานี Free TV มีบุคลากรมืออาชีพเป็นผู้ผลิตอย่างมีอิสระในความคิดสร้างสรรค์ มีผู้อนุมัติการผลิตที่ทันสมัย ใจกว้าง เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคโทรทัศน์ของเยาวชน มีการสนับสนุนที่ดีจากผู้มีอำนาจทุกฝ่าย มีงบประมาณที่เพียงพอที่จะทำให้การผลิตได้คุณภาพ มีอุปกรณ์และห้องถ่ายทำที่ทันสมัย พร้อมที่จะผลิตรายการที่มีคุณภาพ

15. Process (กระบวนการในการทำงาน) : เพื่อให้การผลิตรายการภายใต้โครงการดังกล่าวเป็นไปอย่างราบรื่น และมีประสิทธิภาพ การติดต่อประสานงานจะต้องมี ความง่าย ความสะดวก และรวดเร็วการประสานงานระหว่างฝ่ายต่างๆ จะต้องมีการบูรณาการ

รายการอ้างอิง

- ก่อ สวัสดิพานิช. (2547). วิทยุกับค่านิยมระบบศีลธรรม. กรุงเทพฯ : กรมสามัญศึกษา.
- เกียรติศักดิ์ อิชยานนท์. (2525). ค่านิยมที่ควรปลูกฝัง. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- ชัชณะ เทชคณา. (2548). การสื่อสารของมนุษย์ ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ทัศนัย สุนทรวาท. (2555, มกราคม – มิถุนายน). การศึกษารูปแบบโฆษณาแฝงในซีทีคอม. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น. 8, 82-90.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2548). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ธนัชการพิมพ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2552). เอกสารการบรรยายการทำรายการโทรทัศน์เพื่อการปลูกฝังวัฒนธรรม. สัมมนาการประชุมปฏิบัติการของสมาชิกฝั่งนั้อยระดับอุดมศึกษา.
- สุภากร จันทวานิช. (2550) วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bandura, A. (2002). Environmental sustainability through sociocognitive approaches to deceleration of population growth. Dordrecht, the Netherlands : Kluwer. (pp. 209-238).
- Beanculli, David. (2000). Teleliteracy : Taking Television Seriously. New York : Continuum Publishing Company.
- Bouman, Martine. (2002). Turtles and Peacocks : Collaboration ins Entertainment- Education Television. pp 225-244. n.p.
- FisherKeller, JoEllen. (2002). Department of Culture and Communication, School of Education New York University. New York.
- Harris, David . (2005). Key Concepts is Leisure Studies. London : New Delhi.
- Helriegel & Slocum. (2004). Organizational Behavior. 10th ed. Quebec: South-Western.Sood,
- Sheey. (2002). Media Saturation and Entertainment. Education- Communication Theory, 12 (2), pp.206-224.
- Sood, Suruchi. (2002). Communication Theory. Audience Involvement and Entertainment-Education. Entertainment-Education and Social Change. New Jersey: Lawrence Erlbaum. Pp.153-127.
- Suruchi. (2002). Communication Theory: Audience Involvement and Entertainment-Education. pp.153-172. New York .
- Singhal, A., & Rogers, E. M. (2002). Entertainment-education : A communication Strategy for social change .(pp.117-135). Mahwah, NJ : Erlbaum.

