# การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเปิดรับกับการรู้เท่าทันสื่อ: กรณีศึกษารายการการ์ตูนโทรทัศน์ของ นักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร

**สุภา พนัสบดี***

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเปิดรับกับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านความรู้ความเข้าใจ มิติด้านอารมณ์ มิติด้านจริยธรรม และมิติด้านสุนทรียศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือนักเรียนชายและหญิงระดับประถมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน การวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการวิจัยพบว่าการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลางทุกมิติ โดยพบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านสุนทรียศาสตร์ การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านจริยธรรมและมิติด้านสุนทรียศาสตร์ และรูปแบบของการ์ตูนโทรทัศน์ที่เปิดรับมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านความรู้ความเข้าใจ มิติด้านอารมณ์ และมิติด้านจริยธรรม ทั้งนี้ภาครัฐและผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ควรมีส่วนร่วมในการส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อเพื่อให้เด็กเติบโตขึ้นเป็นผู้บริโภคสื่อที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงผู้ปกครองควรใช้เวลาส่วนหนึ่งชมโทรทัศน์ร่วมกับบุตรหลานเพื่อเป็นโอกาสเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อแก่เด็กให้ครอบคลุมทั้ง 4 มิติ

**คำสำคัญ :** การรู้เท่าทันสื่อ การ์ตูนโทรทัศน์ เด็ก

* อาจารย์ประจำ ภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

# Study of the Relationship between Audience Backgrounds and Media Exposure with Media Literacy : A Case of Television Cartoon of Elementary School Students in Bangkok

**Supa Panusbordee***

## Abstract

The purpose of this quantitative research was to study the media literacy of television cartoon in cognitive, emotional, moral, and esthetic dimensions with the relationship of audience backgrounds and media exposure of elementary school students in Bangkok. Four hundred questionnaires were collected from both male and female elementary school students in Bangkok using multistage sampling. Statistical instruments such as frequency, percentage, mean, standard deviation, T-test, and One-way ANOVA at significant level of 0.05 were selected to complete the process of data analysis. The results revealed that the media literacy of television cartoon from elementary school students in Bangkok was in intermediate level of all dimensions. Also, the relationship between the audience age and the esthetic dimension of media literacy was found. In addition, the results found that there was the relationship between parent's participation and moral, esthetic dimensions. Finally, media format of television cartoon had the relationship with cognitive, emotional, and moral dimensions. This research suggested that both government and television producers should support media literacy for children today to be skillful audience of media literacy tomorrow. Also parents should spend their time to attend television programs with their children to enhance the children's media literacy skills in all 4 dimensions.

**Key words :** Media Literacy; Television Cartoon; Children

* Faculty Member, Department of Broadcasting, School of Communication Arts, Bangkok University

## บทนำ

อาจกล่าวได้ว่าการ์ตูนกับเด็กเป็นของคู่กัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการ์ตูนโทรทัศน์ถือเป็นรายการที่ครองใจเด็กมาทุกยุคทุกสมัย สอดคล้องกับผลวิจัยหลายชิ้นที่พบว่ารูปแบบรายการโทรทัศน์ที่เด็กเปิดรับมากที่สุดคือรายการการ์ตูน เช่น งานวิจัยของนภัทร เผยฉวี (2548) งานวิจัยของเก็จมณี วรรธนะสิน (2550) และงานวิจัยของธีรดา หอมคำวะ (2551) เป็นต้น ทั้งนี้การที่เด็กชมการ์ตูนโทรทัศน์ถือเป็นกิจกรรมช่วยเสริมสร้างจินตนาการได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังทำให้เด็กเกิดความสนุกสนานไปพร้อมกันด้วย แต่หากพิจารณาการ์ตูนโทรทัศน์ในฐานะเป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่ง การ์ตูนโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่ทรงประสิทธิภาพมีอิทธิพลและผลกระทบต่อผู้รับสารได้โดยตรง ซึ่งผู้รับสารในที่นี้ก็คือกลุ่มเด็กนั่นเอง

งานวิจัยหลายชิ้นแสดงท่าทีห่วงใยต่อเด็กที่อาจได้รับผลกระทบจากการชมการ์ตูนโทรทัศน์ จึงศึกษาเนื้อหาของการ์ตูนโทรทัศน์โดยเฉพาะประเด็นเนื้อหาและความเหมาะสมของเนื้อหาซึ่งแม้ภาพรวมพบเนื้อหาด้านดี แต่ก็พบเนื้อหาด้านลบรวมอยู่ด้วยเสมอ เช่น งานวิจัยของสุปราณี ปัญจานนท์ (2539) วิเคราะห์ความเหมาะสมของรายการการ์ตูนโทรทัศน์สำหรับเด็ก พบว่าพฤติกรรมที่ไม่พึงปรารถนาของตัวการ์ตูน ได้แก่ ความรุนแรง ความก้าวร้าว ความน่าเกลียด เอาเปรียบผู้อื่น และความขัดแย้งในสังคม งานวิจัยของพสุ ชัยเวฬุ (2540) วิเคราะห์เนื้อหารายการช่อง 9 การ์ตูน พบว่าเนื้อหาที่ทำลายคุณธรรมและสังคมที่ปรากฏมากที่สุดคือเนื้อหาการประทุษร้ายต่อชีวิต ไม่เกรงกลัวต่อการทำความชั่ว และงานวิจัยของมัทนียา สุวรรณวงศ์ (2542) วิเคราะห์แนวเรื่องและประเภทเนื้อหาของภาพยนตร์การ์ตูนที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ พบว่าเนื้อหาไม่ส่งเสริมคุณธรรมที่ปรากฏมากที่สุดคือ ความก้าวร้าวไม่เคารพผู้ใหญ่ ความโลภและเห็นแก่ตัว การไม่มีเมตตาต่อสัตว์และเพื่อนมนุษย์ เนื้อหาเรื่องเพศที่ไม่สร้างสรรค์ การพูดโกหก และการแอบฟังคนอื่นคุยกัน

งานวิจัยอีกชิ้นหนึ่งที่น่าสนใจคืองานวิจัยของโครงการเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม (2551) เรื่องการ์ตูนเด็กในฟรีทีวี ซึ่งพบว่าเนื้อหาการ์ตูนโทรทัศน์โดยภาพรวมเป็นเนื้อหาด้านลบ โดยการ์ตูนโทรทัศน์แทบทุกเรื่องนำเสนอฉากความรุนแรงต่อร่างกาย จิตใจ และวัตถุ มีการนำเสนอเนื้อหาเรื่องเพศผ่านมุมกล้อง ชุดเสื้อผ้า และความสัมพันธ์ของตัวละครที่ไม่เหมาะสม ใช้ภาษาลามกหยาบโลน ส่วนมากมาจากการพากย์ และขาดการคำนึงถึงกลุ่มอายุของผู้ชม ความเหมาะสมต่อพัฒนาการด้านร่างกายและสติปัญญาในแต่ละช่วงวัย

ผลวิจัยเหล่านี้ย่อมเป็นสิ่งที่ผู้ปกครองและผู้เกี่ยวข้องไม่อาจมองข้ามไปได้ เพราะในแง่ของการมีอิทธิพลของสื่อมวลชนนั้น “เนื้อหาสาร” ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการมีอิทธิพลของสื่อและส่งผลกระทบต่อผู้รับสารได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้รับสารที่เป็นเด็กนั้นอาจเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมจากการ์ตูนโทรทัศน์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Linder & Gentile (2009) ที่พบว่า เด็กมักเลียนแบบหรือสมมติตัวเองเป็นตัวละครในการ์ตูนพอ ๆ กับตัวละครในภาพยนตร์ และเด็กจะเลียนแบบอากัปกิริยาที่ไม่ดีมาจากโทรทัศน์ เช่น การแพร่กระจายข่าวลือ นินทาว่าร้าย และใช้คำพูดที่ก้าวร้าวจากโทรทัศน์และนำไปพูดกันที่โรงเรียน และผลการสำรวจรายการโทรทัศน์โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ หรือ สสส. ร่วมกับแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน หรือ สสย. (อินเตอร์เน็ต, 2552) พบว่าการ์ตูนและละครหลังข่าวเป็นสิ่งที่เด็กชอบดูมากที่สุดโดยเด็กหลายคนยอมรับว่าเคยมีพฤติกรรมเลียนแบบ เช่น การเตะต่อยและการตบตีกัน

นอกจากนี้ในแง่ของธุรกิจ การ์ตูนโทรทัศน์ย่อมต้องการหารายได้จากผู้สนับสนุนรายการ กลุ่ม

เด็กจึงถูกจัดเป็น “ผู้บริโภค” ไปอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นโฆษณาสินค้าสำหรับเด็ก โดยเฉพาะโฆษณาขนมขบเคี้ยวจึงปรากฏให้เห็นมากมายในช่วงการออกอากาศของการ์ตูนโทรทัศน์ โฆษณาเหล่านี้มักส่งผลกระทบด้านลบต่อเด็กมากกว่าจะส่งผลด้านดี ดังเช่น งานวิจัยของวรรณภา วิเชียรโชติ (2551) พบว่าเด็กไทยชื่นชอบการซื้อขนมจากการจดจำผู้นำเสนอสินค้าที่เป็นการ์ตูน และงานวิจัยของจุฑารัตน์ กำเครื่อง (2554) พบว่าโฆษณาขนมขบเคี้ยวมีผลกระทบต่อสุขภาพของเด็กคือทำให้มีน้ำหนักตัวมากเกินไปและเกิดปัญหาฟันผุ

แม้การชมการ์ตูนโทรทัศน์ของเด็กจะกลายเป็นเรื่องน่าวิตกสำหรับผู้ปกครอง แต่ในทางปฏิบัติคงไม่อาจห้ามเด็กชมการ์ตูนโทรทัศน์ได้ ทางแก้ไขปัญหาอย่างหนึ่งคือผู้ปกครองควรมีส่วนร่วมและให้คำแนะนำแก่บุตรหลานในการชมการ์ตูนโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมและพัฒนาให้เด็กเกิดทักษะความเข้าใจและการตีความเนื้อหาสารที่ปรากฏในการ์ตูนโทรทัศน์ หรือที่เรียกว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” น่าจะเป็นหนทางแก้ไขปัญหาที่ดีกว่าซึ่งจะทำให้เด็กมี “เกราะ” หรือ “เครื่องมือ” ที่จะเป็นภูมิคุ้มกันจากผลกระทบที่ไม่พึงปรารถนาจากการชมการ์ตูนโทรทัศน์ได้

การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) หมายถึงความสามารถในการรับ เข้าใจ และตีความเนื้อหาสารที่ปรากฏในสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ โดยเป็นองค์ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ของบุคคลตั้งแต่ในวัยเด็ก และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในช่วงชีวิตโดยไม่มีที่สิ้นสุด (ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2547) โดย Potter (2005) กล่าวว่าเด็กแต่ละวัยจะมีความสามารถในการทำความเข้าใจและตีความเนื้อหาสารจากสื่อในลักษณะที่แตกต่างกัน เด็กเล็กจะเริ่มเรียนรู้การเชื่อมโยงองค์ประกอบต่าง ๆ เข้าด้วยกันเพื่อให้ความหมายกับสิ่งที่สื่อนำเสนอและสามารถวิเคราะห์รูปแบบรายการง่าย ๆ ได้ เด็กวัย 8 – 10 ปี จะเริ่มมีประสบการณ์และความเข้าใจในโครงเรื่องของละคร เข้าใจถึงการกระทำของตัวละครที่เกิดจากแรงจูงใจ เข้าใจถึงบุคลิกลักษณะของตัวละครและสามารถจำแนกลักษณะความแตกต่างของตัวละครได้ ส่วนเด็กวัย 10 – 12 ปี จะสามารถเข้าใจเรื่องของธุรกิจและโฆษณาในรายการโทรทัศน์ได้ เด็กจะรู้ว่าการโฆษณาสินค้าเกี่ยวข้องกับเรื่องรายได้ แต่ก็ไม่ใช่จะเข้าใจในการโฆษณาของสินค้าทุกประเภท เพราะเด็กวัยนี้ยังมีประสบการณ์ชีวิตไม่มาก

ตามทัศนะของ Potter (2005) เห็นว่าคนเราจะมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่ดีนั้นต้องมีการรู้เท่าทันสื่อครอบคลุม 4 มิติ ได้แก่ มิติด้านความรู้ความเข้าใจ มิติด้านอารมณ์ มิติด้านจริยธรรม และมิติด้านสุนทรียศาสตร์ ไม่ควรขาดมิติใดมิติหนึ่งไป เพราะการรู้เท่าทันสื่อทั้ง 4 มิติ จะทำให้บุคคลสามารถจัดการหรือแยกแยะเนื้อหาสารที่เปิดรับได้อย่างเหมาะสม เช่น ขณะชมภาพยนตร์อาจรู้ว่ากำลังถูกกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกและรู้สึกไม่ชอบภาพยนตร์เรื่องนี้ แต่ขณะเดียวกันก็ยังรู้สึกชื่นชมผู้กำกับในเรื่องความงามด้านศิลปะของภาพยนตร์เรื่องนี้ได้เช่นกัน เป็นต้น

สำหรับกรณีการชมการ์ตูนโทรทัศน์ของเด็กก็เช่นกัน หากพิจารณาตามแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อทั้ง 4 มิติของ Potter ก็เป็นเรื่องน่าพิจารณาว่าเด็กมีการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติต่าง ๆ หรือไม่ เช่น มิติด้านความรู้ความเข้าใจนั้นเด็กสามารถเชื่อมโยงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ปรากฏในเนื้อหาของการ์ตูนโทรทัศน์เข้าด้วยกันได้หรือไม่ เช่น เมื่อดูตัวการ์ตูนฝ่ายธรรมะเด็กเข้าใจหรือไม่ว่าเป็นตัวแทนของความดี หรือเด็กรู้หรือไม่ว่าเรื่องราวในการ์ตูนโทรทัศน์เป็นเรื่องสมมติที่ไม่เหมือนชีวิตจริง มิติด้านอารมณ์ เด็กตระหนักได้หรือไม่ว่า “อารมณ์” ของตนเองถูกกระตุ้นจากการ์ตูนโทรทัศน์ และเด็กสามารถควบคุมผลกระทบที่เกิดจากอารมณ์นั้นได้หรือไม่ เช่น ขณะดูการ์ตูนโทรทัศน์เด็กมีอารมณ์เกลียดตัวการ์ตูนแต่เมื่อการ์ตูนจบลงความรู้สึกเกลียดนั้น

หมดไปหรือว่ายังคงอยู่ เป็นต้น มิติด้านจริยธรรม เด็กสามารถวิเคราะห์เนื้อหาเชิงจริยธรรมที่ผู้ผลิตสอดแทรกไว้ในเนื้อหาได้หรือไม่ เช่น ฉากโป๊ ฉากที่มีความรุนแรง เด็กสามารถวิเคราะห์ได้หรือไม่ว่าเป็นสิ่งไม่เหมาะสม หรือการชมโฆษณาขนมขบเคี้ยวในรายการการ์ตูนโทรทัศน์ เด็กวิเคราะห์ได้หรือไม่ว่าเป็นการโฆษณาแฝง เพื่อกระตุ้นให้เด็กซื้อสินค้าเกินความจำเป็น เป็นต้น และมิติด้านสุนทรียศาสตร์เด็กสามารถชมการ์ตูนโทรทัศน์ได้อย่างเข้าใจ เพลิดเพลิน และซาบซึ้งกับเนื้อหาและเทคนิคในการนำเสนอหรือไม่ เช่น การเข้าใจการสื่อความหมายต่าง ๆ ของขนาดภาพ การใช้มุมกล้อง การใช้สี หรือการใช้เสียงดนตรี เป็นต้น

จากที่กล่าวมาทั้งหมด ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อโดยเฉพาะในกลุ่มผู้รับสารที่เป็นเด็กควรได้รับการส่งเสริมให้เกิดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ คำถามคือว่า ทุกวันนี้เด็กไทยมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อหรือไม่ และมีมากน้อยแค่ไหน โดยเฉพาะการชมการ์ตูนโทรทัศน์ซึ่งเป็นรายการที่เด็ก ๆ ชื่นชอบมากที่สุดนั้น แท้จริงแล้วเด็ก ๆ กำลังตกเป็นเหยื่อของการ์ตูนโทรทัศน์หรือเด็ก ๆ สามารถอ่านเกมส์ความหมายที่ซ่อนอยู่ของผู้ผลิตได้อย่างแตกฉานกันแน่ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเปิดรับชมการ์ตูนโทรทัศน์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ของเด็ก โดยประชากรที่ศึกษาคือนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยนี้จะนำไปสู่การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อมวลชนของเด็กในระดับที่สูงขึ้นในอนาคต

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านความรู้ความเข้าใจ มิติด้านอารมณ์ มิติด้านจริยธรรม และมิติด้านสุนทรียศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล (ได้แก่ เพศ อายุ เกรดเฉลี่ย รายได้ของครอบครัว และระดับการศึกษาของผู้ปกครอง) และพฤติกรรมการเปิดรับชมการ์ตูนโทรทัศน์ (ได้แก่ ความถี่ที่เปิดรับ ระยะเวลาที่เปิดรับ รูปแบบที่เปิดรับ เนื้อหาที่เปิดรับ และการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง) กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร

## วิธีการวิจัย

ประชากรคือนักเรียนชายและหญิงระดับประถมศึกษาตอนปลายที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 184,389 คน (ข้อมูลสถิติด้านการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ, 2553)

กลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยเปิดตารางสำเร็จรูปของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ $\pm$5 เปอร์เซ็นต์ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling)

ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลโดยสร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อมวลชนและแนวคิดเกี่ยวกับการ์ตูนโทรทัศน์ มีคำถาม 3 ส่วนคือ ข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมการเปิดรับชมการ์ตูนโทรทัศน์ และการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านความรู้ความเข้าใจ มิติด้านอารมณ์ มิติด้านจริยธรรม และมิติด้านสุนทรียศาสตร์

ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากผู้อำนวยการของโรงเรียนระดับประถมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ใช้เวลาดำเนินการ 2 เดือน เก็บแบบสอบถามได้จำนวน 422 ชุด และได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน 400 ชุด

ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่า

เบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการเปิดรับชมการ์ตูนโทรทัศน์ และการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านความรู้ความเข้าใจ มิติด้านอารมณ์ มิติด้านจริยธรรม และมิติด้านสุนทรียศาสตร์ และใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเปิดรับชมการ์ตูนโทรทัศน์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์

## ผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุ 10-12 ปี รองลงมาคืออายุ 8-9 ปี มีคะแนนสะสมเฉลี่ย 3.01-3.50 ($\bar{X}$ =3.18) มีรายได้ของครอบครัว 10,000-25,000 บาทต่อเดือน และการศึกษาของผู้ปกครองอยู่ในระดับปริญญาตรี

2. พฤติกรรมการเปิดรับชมการ์ตูนโทรทัศน์ พบว่าส่วนใหญ่เปิดรับชมทุกวัน ใช้เวลาชมแต่ละครั้ง 1-2 ชั่วโมง รูปแบบที่เปิดรับมากที่สุดคือการ์ตูนญี่ปุ่น เนื้อหาที่เปิดรับคือเรื่องราวการผจญภัยและการต่อสู้ และผู้ปกครองมีส่วนร่วมให้คำแนะนำกลุ่มตัวอย่างในขณะเปิดรับชมการ์ตูนโทรทัศน์

3. การรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในระดับปานกลางทุกมิติ ได้แก่ มิติด้านความรู้ความเข้าใจ มิติด้านอารมณ์ มิติด้านจริยธรรม และมิติด้านสุนทรียศาสตร์ โดยภาพรวมของการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีประเด็นของการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในแต่ละมิติ (ตารางที่ 1)

**ตารางที่ 1 แสดงประเด็นการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ใน 4 มิติของกลุ่มตัวอย่าง**

| มิติ | ประเด็นการรู้เท่าทัน (เรียงจากรู้มากที่สุดไปน้อยที่สุด) |
|---|---|
| ความรู้ความเข้าใจ | 1.วัตถุประสงค์หลักของการ์ตูนโทรทัศน์คือความสนุกสนานเพลิดเพลิน<br>2. การ์ตูนโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาได้หลายแนว เช่น ต่อสู้ ผจญภัย สืบสวน นิทาน ความรัก<br>3. การ์ตูนโทรทัศน์ทุกเรื่องมีแก่นเรื่องจะบอกคนดู<br>4. ตัวการ์ตูนมีบทบาทเป็นตัวแทนความดีความชั่วเพื่อให้ข้อคิด/สั่งสอนคนดู<br>5. การ์ตูนโทรทัศน์คือรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอเรื่องราวด้วยภาพวาด<br>6. การ์ตูนโทรทัศน์ในประเทศไทยมีทั้งการ์ตูนไทย การ์ตูนญี่ปุ่น และการ์ตูนฝรั่งตะวันตก<br>7. การ์ตูนโทรทัศน์สามารถส่งเสริมความรู้และสติปัญญาให้คนดูได้<br>8. เรื่องราวในการ์ตูนโทรทัศน์เป็นเรื่องสมมติไม่เหมือนชีวิตจริง<br>9. การ์ตูนโทรทัศน์สร้างมาจากนิทาน ละคร หรือภาพยนตร์<br>10.รูปสัญลักษณ์การจัดเรตติ้งที่เหมาะสมสำหรับรายการการ์ตูนโทรทัศน์ |
| อารมณ์ | 1. สามารถใช้การ์ตูนโทรทัศน์เพื่อปรับอารมณ์ตนเองได้ (สร้างอารมณ์ดีและลดอารมณ์ไม่ดี)<br>2. การควบคุมอารมณ์ตัวเองให้กลับสู่ภาวะปกติได้หลังเปิดรับชมการ์ตูนโทรทัศน์<br>3. การจัดการกับอารมณ์ของตัวเองอย่างเหมาะสมขณะเปิดรับและหลังเปิดรับชมการ์ตูนโทรทัศน์<br>4. ใช้อารมณ์ที่เป็นกลางขณะเปิดรับชมการ์ตูนโทรทัศน์<br>5. การตระหนักในอารมณ์ตนเองขณะเปิดรับชมการ์ตูนโทรทัศน์ |
| จริยธรรม | 1. การ์ตูนโทรทัศน์ที่ดีควรมีคติสอนใจและคุณธรรมให้แก่เด็ก<br>2. การ์ตูนโทรทัศน์ที่มีคำหยาบคาย/คำลามกเป็นสิ่งไม่เหมาะกับศีลธรรม/ขนบธรรมเนียมไทย<br>3. ตัวการ์ตูนผู้ร้ายคือตัวแทนของความชั่วที่เด็กไม่ควรทำตาม<br>4. ตัวการ์ตูนพระเอกคือตัวแทนของความดีที่เด็กควรใช้เป็นแบบอย่าง<br>5. การ์ตูนโทรทัศน์ที่นำเสนอเรื่องเพศ (เช่น ภาพโป๊) เป็นสิ่งไม่เหมาะกับศีลธรรม/ขนบธรรมเนียมไทย<br>6. การ์ตูนโทรทัศน์ที่มีการใช้ความรุนแรง ไม่เหมาะกับเด็กเพราะอาจเกิดการเลียนแบบได้ |

| | |
|---|---|
| จริยธรรม | 7. การโฆษณาขนมขบเคี้ยวในรายการการ์ตูนโทรทัศน์อาจส่งผลเสียแก่เด็ก เช่น ฟันผุ เป็นโรคอ้วน<br>8. การโฆษณาในการ์ตูนโทรทัศน์เป็นการกระตุ้นการซื้อของเด็กเกินความจำเป็น<br>9. การ์ตูนโทรทัศน์ไม่ควรสร้างเรื่องอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ โชคลาง เพราะทำให้เด็กงมงาย ขาดเหตุผล<br>10. การโฆษณาโดยใช้ตัวการ์ตูนเป็นการแอบแฝงประโยชน์ทางการค้าของผู้โฆษณา |
| สุนทรีย-ศาสตร์ | 1.ภาพระยะใกล้ในการ์ตูนโทรทัศน์สื่อความหมายว่าต้องการเน้นใบหน้าตัวการ์ตูน<br>2. ภาพระยะปานกลางในการ์ตูนโทรทัศน์สื่อความหมายท่าทางของตัวการ์ตูน<br>3. การใช้เสียงพากย์การ์ตูนเพื่อช่วยสร้างสีสันและอารมณ์ของตัวการ์ตูน<br>4.เสียงดนตรีและเสียงเพลงในการ์ตูนโทรทัศน์ควรเป็นแนวสดใส ร่าเริง อบอุ่น<br>5. ภาพระยะไกลในการ์ตูนโทรทัศน์สื่อความหมายให้รู้ว่าตัวการ์ตูนกำลังอยู่สถานที่ใด<br>6. มุมกล้องระดับต่ำสื่อความหมายว่าตัวการ์ตูนต่ำต้อย อ่อนแอ<br>7. มุมกล้องระดับสูงสื่อความหมายว่าตัวการ์ตูนมีอำนาจ มีพลังเหนือกว่า<br>8. การ์ตูน 2 มิติ คือภาพการ์ตูนที่มีด้านกว้างและด้านยาว<br>9. การ์ตูน 3 มิติ คือภาพการ์ตูนที่มีด้านกว้าง ด้านยาว และด้านลึก<br>10. การใช้สีในการ์ตูนเพื่อสื่อความหมาย เช่น สีมืดหมายถึง ผู้ร้าย |

4. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเปิดรับชมการ์ตูนโทรทัศน์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง ปรากฏผลดังนี้

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านสุนทรียศาสตร์ โดยเด็กอายุ 10-12 ปี ($\bar{X}$ = 6.89) มีการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านสุนทรียศาสตร์สูงกว่าเด็กอายุ 8-9 ปี ($\bar{X}$ = 6.00) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ คะแนนสะสมเฉลี่ย รายได้ของครอบครัว และระดับการศึกษาของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในทุกมิติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมการ์ตูนโทรทัศน์ พบว่าการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านจริยธรรมและมิติด้านสุนทรียศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และรูปแบบของการ์ตูนที่เปิดรับมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านความรู้ความเข้าใจ มิติด้านอารมณ์ และมิติด้านจริยธรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทดสอบรูปแบบของการ์ตูนที่เปิดรับมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านความรู้ความเข้าใจ มิติด้านอารมณ์ และมิติด้านจริยธรรม จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe ได้ผลดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมการ์ตูนฝรั่งตะวันตก ($\bar{X}$=7.09) และการ์ตูนญี่ปุ่น ($\bar{X}$ = 6.81) มีการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านความรู้ความเข้าใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมการ์ตูนไทย ($\bar{X}$ = 5.57)

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมการ์ตูนฝรั่งตะวันตก ($\bar{X}$ = 3.22) มีการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านอารมณ์สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมการ์ตูนไทย ($\bar{X}$ = 2.57)

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมการ์ตูนฝรั่งตะวันตก ($\bar{X}$=6.51) มีการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านจริยธรรมสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมการ์ตูนไทย ($\bar{X}$ = 5.38)

## อภิปรายผล

1. ในภาพรวมนั้นนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครมีการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในระดับปานกลางสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องการรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มเด็กและเยาวชน เช่น งานวิจัยของเมสิริณ ขวัญใจ (2551) ที่พบว่าเด็กมีทักษะและความสามารถใน

การวิเคราะห์ ตีความหมาย และประเมินคุณค่าเนื้อหารายการโทรทัศน์ทุกประเภทได้ งานวิจัยของ Hobbs & Kubey (2003) ที่พบว่านักเรียนมีความรู้เท่าทันสื่อโดยสามารถตระหนักได้ถึงข้อมูลที่สื่อนำเสนอว่ามีความคลุมเครือและซับซ้อนระหว่างความบันเทิงและธุรกิจ และงานวิจัยของ Lim & Theng (2011) ที่พบว่านักเรียนมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับปานกลาง ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าเด็กและเยาวชนส่วนใหญ่มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว ซึ่งเป็นทักษะที่เกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ของบุคคลมาตั้งแต่วัยเด็ก (ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2547) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยเรื่องการรู้เท่าทันสื่อส่วนใหญ่เป็นการวัดในมิติเดียวคือมิติด้านความรู้ความเข้าใจ (อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์, 2543) ยังไม่พบงานวิจัยที่วัดการรู้เท่าทันสื่อของเด็กใน 4 มิติ งานวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการเปรียบเทียบความสอดคล้องในมิติด้านความรู้ความเข้าใจโดยยังไม่สามารถเปรียบเทียบในมิติด้านอารมณ์ มิติด้านจริยธรรม และมิติด้านสุนทรียศาสตร์กับงานวิจัยอื่นได้

2. การรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านอารมณ์นั้นพบว่าประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างรู้เท่าทันมากที่สุดคือรู้จักใช้การ์ตูนโทรทัศน์เพื่อปรับอารมณ์ตนเองซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses & Gratifications Theory) ของ Blumler & Katz (1974) ที่กล่าวว่าผู้ใช้สื่อจะเลือกใช้สื่อที่สามารถสนองความต้องการของตนเอง กรณีนี้จึงเห็นได้ว่าเด็กเปิดรับชมการ์ตูนโทรทัศน์เพราะรู้ว่าสามารถตอบสนองให้เกิดอารมณ์ดีได้ อย่างไรก็ตามแม้ประเด็นอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ การตระหนักในอารมณ์ตนเอง การใช้อารมณ์ที่เป็นกลาง การควบคุมอารมณ์ตัวเอง และการจัดการกับอารมณ์ของตัวเองอย่างเหมาะสมขณะเปิดรับชมการ์ตูนโทรทัศน์ จะเป็นประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างรู้เท่าทันน้อย แต่ถือเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงได้ยากเนื่องจากในแง่ของการรู้เท่าทันสื่อแล้ว “อารมณ์” เป็นองค์ประกอบที่จำเป็นในการบริโภคสื่อซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคสื่อบริโภคเนื้อหาสื่อได้อย่างมีอรรถรสมากยิ่งขึ้น (ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2547) ยิ่งเป็นกรณีของเด็กที่เปิดรับชมการ์ตูนโทรทัศน์ เพื่อต้องการความสนุกสนานด้วยแล้ว การจัดการและควบคุมอารมณ์ให้เหมาะสมจึงเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ยากมาก

3. การรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านจริยธรรมนั้น เมื่อพิจารณาทฤษฎีพัฒนาการจริยธรรมของเพียเจท์ (1960 อ้างถึงใน สำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2551) ที่กล่าวว่าพัฒนาการทางจริยธรรมของมนุษย์ขึ้นกับพัฒนาการทางสติปัญญา ดังนั้นการที่กลุ่มตัวอย่างมีการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านจริยธรรมจึงน่าจะเป็นผลมาจากการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านความรู้ความเข้าใจ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาทฤษฎีพัฒนาการทางบุคลิกภาพของฟรอยด์และอีริคสัน (อ้างถึงใน สุรางค์ โค้วตระกูล, 2548) ที่อธิบายว่าเด็กในวัยประถมอายุ 6 – 12 ปี จะมีมโนธรรมรู้ว่าอะไรผิดอะไรถูกโดยใช้มาตรฐานจริยธรรมของผู้ใหญ่เป็นเกณฑ์นั้น ผลการวิจัยนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผู้ปกครองให้คำแนะนำในขณะรับชมการ์ตูนโทรทัศน์ ดังนั้นการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านจริยธรรมจึงอาจเป็นผลมาจากคำแนะนำของผู้ปกครองด้วยเช่นกันซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยนี้ที่พบว่าการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านจริยธรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าครอบครัวมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อด้านจริยธรรมแก่บุคคลโดยเฉพาะวัยเด็กเป็นวัยที่ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากครอบครัวซึ่งจะสร้างพื้นฐานด้านการเปิดรับและการบริโภคสื่อให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป (ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2547)

4. หากพิจารณาถึงทักษะพื้นฐานความรู้ความเข้าใจเรื่องการผลิตสื่อแล้วถือว่ากลุ่มเด็กยังไม่มีทักษะด้านนี้ การรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านสุนทรียศาสตร์ของเด็กนั้นจึงมิใช่การรู้เท่าทันสื่อเชิงประเมินคุณค่าในวิธีการนำเสนอของการ์ตูน

โทรทัศน์ เนื่องจากผู้ประเมินต้องมีความรู้ความเข้าใจในการผลิตสื่อดีพอสมควร(ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2547) อย่างไรก็ตาม ความเข้าใจพื้นฐานใน “ภาษาโทรทัศน์” เช่น การเคลื่อนไหวของกล้อง ขนาดภาพ และการเปลี่ยนภาพ เป็นทักษะที่เด็กสามารถเข้าใจได้ตั้งแต่อายุ 4-5 ปีแล้ว (Van, 2004) โดยส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้ในชีวิตประจำวันและสติปัญญาของเด็ก (Maessaris, 1994) ดังนั้นเด็กจึงรู้ว่าการ ซูมอิน (Zoom in) ที่ทำให้เห็นภาพระยะใกล้ไม่ได้หมายความว่าภาพนั้นใหญ่ขึ้น หรือการตัดภาพจากภาพหนึ่งไปยังอีกภาพหนึ่ง (Cut Away) ไม่ได้หมายความว่าภาพถูกตัดหายไป (Salomon, 1979) เด็กรู้ว่าเมื่อใดเป็นจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดของรายการ และสามารถรู้ถึงความแตกต่างของตัวรายการและโฆษณาได้ (Jaglom & Gardner, 1981) นอกจากนี้เด็กยังเข้าใจถึงการเปลี่ยนฉากในสื่อโทรทัศน์ด้วย เช่น เมื่อตัวละครเดินออกจากห้องไป และฉากต่อมาก็เห็นตัวละครเดินอยู่บนถนน ซึ่งเด็กเข้าใจได้โดยไม่ต้องนำเสนอภาพเหตุการณ์ต่อเนื่องทั้งหมด (Smith, et al., 1985) ดังนั้นการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านสุนทรียศาสตร์ในงานวิจัยนี้จึงน่าจะเป็นการทำความเข้าใจ “ภาษาของการ์ตูนโทรทัศน์” ที่เกิดจากทักษะการเรียนรู้และสติปัญญาของเด็กโดยไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานความเข้าใจเรื่องการผลิตสื่อการ์ตูนโทรทัศน์แต่อย่างใด

5. งานวิจัยครั้งนี้พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลคือตัวแปรอายุมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านสุนทรียศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เพราะอายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ (บุบผา เมฆศรีทองคำ, 2554) สอดคล้องกับงานวิจัยของทิพวรรณ ถาวรังกูร (2553) ซึ่งพบว่าอายุเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการรู้เท่าทันโฆษณาแฝงของแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตาม การที่พบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์เพียงมิติด้านสุนทรียศาสตร์โดยไม่พบความสัมพันธ์ในมิติด้านอื่น ๆ อาจเป็นเพราะเด็กชื่นชอบการชมการ์ตูนโทรทัศน์ จึงสามารถรับสารได้อย่างเข้าใจ เพลิดเพลินและซาบซึ้งกับเนื้อหาได้โดยง่าย ขณะที่การรู้เท่าทันสื่อในมิติด้านอื่น ๆ จำเป็นต้องอาศัยทักษะการตีความซึ่งเด็กยังมีประสบการณ์ในชีวิตไม่มากพอที่จะนำมาเชื่อมโยงกับสิ่งที่สื่อนำเสนอ (Potter, 2005)

นอกจากนี้ยังพบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับคือตัวแปรรูปแบบของการ์ตูนที่เปิดรับมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านความรู้ความเข้าใจ มิติด้านอารมณ์ และมิติด้านจริยธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤชณัท แสนทวี (2554) ที่พบรูปแบบการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับระดับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชน

งานวิจัยนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมการ์ตูนฝรั่งตะวันตกมีการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านความรู้ความเข้าใจ มิติด้านอารมณ์ และมิติด้านจริยธรรมสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมการ์ตูนไทย ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมการ์ตูนญี่ปุ่นมีการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านความรู้ความเข้าใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมการ์ตูนไทยทั้งนี้อาจเป็นเพราะเนื้อหาของการ์ตูนฝรั่งตะวันตก การ์ตูนญี่ปุ่น และการ์ตูนไทยมีลักษณะแตกต่างกัน โดยงานวิจัยของโครงการเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม (2551) พบว่าการ์ตูนฝรั่งตะวันตกเน้นความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ การใช้เหตุผล การส่งเสริมให้เป็นคนมีเมตตา เคารพในสิทธิหน้าที่ของมนุษย์แต่ละคน การ์ตูนญี่ปุ่นเน้นเรื่องความคิดสร้างสรรค์และการแก้ปัญหาที่ถูกต้อง ส่วนการ์ตูนไทยเน้นการส่งเสริมคุณธรรม เรื่องปาฏิหาริย์ แต่ขาดการส่งเสริมความคิดที่เป็นวิทยาศาสตร์ ซึ่งน่าจะมีผลต่อการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติดังกล่าวเพราะการที่บุคคลเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาประเภทใดประเภทหนึ่งอย่างต่อเนื่องจะส่งผลต่อการรับรู้ “ความเป็นจริงของสังคม” ไปในทิศทางเดียวกัน (ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, 2547) ดังนั้นเด็กที่ชมการ์ตูนฝรั่งตะวันตกจึงมี

แนวโน้มที่จะรู้เท่าทันในมิติด้านความรู้ความเข้าใจ มิติด้านอารมณ์ และมิติด้านจริยธรรม และเด็กที่ชมการ์ตูนญี่ปุ่นมีแนวโน้มที่จะรู้เท่าทันในมิติความรู้ความเข้าใจมากกว่าเด็กที่ชมการ์ตูนไทย

6. ปัจจัยส่วนบุคคลคือตัวแปรเพศ และพฤติกรรมการเปิดรับชมซึ่งได้แก่ ความถี่ที่เปิดรับ ระยะเวลาที่เปิดรับและเนื้อหาที่เปิดรับ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในทุกมิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของวัฒนชวินท์ กิตติเลิศรัฐ (2551) ที่พบว่าเพศไม่มีผลต่อความพึงพอใจของเด็กต่อตัวการ์ตูนต่างประเทศ และงานวิจัยของเอกสุวัชร์ สิริธัญญ์ภรณ์ (2553) ที่พบว่าเพศ ความถี่ในการชม ระยะเวลาที่ชม และเนื้อหาของการ์ตูนไม่มีผลต่อความพึงพอใจของเด็กต่อการชมการ์ตูนไทย 3 มิติ สำหรับคะแนนสะสมเฉลี่ย รายได้ของครอบครัว และระดับการศึกษาของผู้ปกครองซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในทุกมิติเช่นเดียวกันนั้น อาจเป็นเพราะการรู้ เท่าทันสื่อเป็นทักษะที่ต้องอาศัยความสามารถหลายด้านทั้งการถอดรหัสสาร การวิเคราะห์ การประเมินสาร และการสื่อสารผ่านสื่อ (Hobbs & Kubey, 2001) ซึ่งเป็นความสามารถทางสติปัญญาของบุคคล ขณะที่การ์ตูนโทรทัศน์เป็นสื่อบันเทิงที่มุ่งสนองความต้องการด้านความสนุกสนานเป็นหลัก การชมการ์ตูนของเด็กจึงเป็นไปด้วยความรู้สึกผ่อนคลายโดยไม่ขึ้นกับคะแนนสะสมเฉลี่ย ตลอดจนรายได้ของครอบครัวและระดับการศึกษาของผู้ปกครองด้วยเช่นกัน

## สรุป

1. การรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลางทุกมิติ

2. อายุมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านสุนทรียศาสตร์ การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านจริยธรรมและมิติด้านสุนทรียศาสตร์ และรูปแบบของการ์ตูนที่เปิดรับมีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านความรู้ความเข้าใจ มิติด้านอารมณ์ และมิติด้านจริยธรรม โดยกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมการ์ตูนฝรั่งตะวันตกมีการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านความรู้ความเข้าใจ มิติด้านอารมณ์ และมิติด้านจริยธรรมสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมการ์ตูนไทย ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมการ์ตูนญี่ปุ่นมีการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในมิติด้านความรู้ความเข้าใจสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมการ์ตูนไทย

3. ส่วนเพศ คะแนนสะสมเฉลี่ย รายได้ของครอบครัว ระดับการศึกษาของผู้ปกครอง ความถี่ที่เปิดรับ ระยะเวลาที่เปิดรับและเนื้อหาที่เปิดรับ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในทุกมิติ

## ข้อจำกัดของงานวิจัย

ผลการวิจัยนี้อาจไม่ครอบคลุมตัวแปรคะแนนสะสมเฉลี่ยในทุกระดับ เนื่องจากการสุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ผู้วิจัยสุ่มได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคะแนนสะสมเฉลี่ยระดับค่อนข้างสูงคือ 3.01-3.50 เป็นส่วนใหญ่ จึงอาจส่งผลต่อการทดสอบระดับนัยสำคัญของตัวแปรนี้

## ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่านักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครมีการรู้เท่าทันการ์ตูนโทรทัศน์ในระดับปานกลางทั้ง 4 มิติ คือ ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านอารมณ์ ด้านจริยธรรม และด้านสุนทรียศาสตร์ ซึ่งแม้ว่าระดับการรู้เท่าทันสื่อของเด็กจะค่อย ๆ พัฒนาไปตามช่วงอายุและประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตามภาครัฐและผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ควรมีส่วนร่วมในการส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อเพื่อให้เด็กเติบโตขึ้นเป็นผู้บริโภคสื่อที่มีประสิทธิภาพ เช่น การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ในการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กเป็นต้น นอกจากนี้ครอบครัวก็เป็นอีกสถาบันหนึ่งที่สำคัญยิ่งต่อการส่งเสริมการ

รู้เท่าทันสื่อของเด็กโดยเฉพาะผู้ปกครองควรใช้เวลาส่วนหนึ่งชมโทรทัศน์ร่วมกับบุตรหลานเพื่อเป็นโอกาสเสริมสร้างทักษะการรู้เท่าทันสื่อแก่เด็กให้ครอบคลุมทั้ง 4 มิติ

## เอกสารอ้างอิง


กระทรวงศึกษาธิการ. (2553). *ข้อมูลสารสนเทศด้านการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ.* ค้นเมื่อ 22 เมษายน 2555, จาก http: //www. moe.go.th/data_stat/ #ข้อมูล-สถิติด้านการศึกษา

กฤชณัท แสนทวี. (2554). *พฤติกรรมการเปิดรับและระดับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร.* คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

เก็จมณี วรรธนะสิน. (2550). *ความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก: กรณีศึกษากลุ่มบูรพา เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

โครงการเฝ้าระวังสื่อเพื่อสุขภาวะของสังคม. (2551). *รายงานผลการศึกษารอบที่ 23 เรื่องการ์ตูนเด็กในฟรีทีวี.* ค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2555, จาก http://www.mediamonitor. in.th /main/ research/docman.html?start=10

จุฑารัตน์ ก่ำเครื่อง. (2554). *โฆษณาขนมขบเคี้ยวทางสื่อโทรทัศน์ที่มีผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจเลือกบริโภคของเด็กในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ทิพวรรณ ถาวรังกูร. (2553). *ความรู้เท่าทันโฆษณาแฝงของผู้ชมรายการชิดหมอในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธีรดา หอมคำวะ. (2551). *รายการวิทยุโทรทัศน์สำหรับเด็กที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักเรียน.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นภัทร เผยฉวี. (2548). *พฤติกรรมการเปิดรับชมและความคิดเห็นของนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพยนตร์การ์ตูนเรื่องปังปอนด์.* วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บุบผา เมฆศรีทองคำ. (2554).การรู้เท่าทันสื่อ: การก้าวทันบนโลกข่าวสาร. *วารสารนักบริหาร,* 31(1), 117-123.

พสุ ชัยเวฬุ. (2540). *การวิเคราะห์เนื้อหารายการ "ช่อง 9 การ์ตูน".* วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร. (2547). *การรู้เท่าทันสื่อมวลชน.* ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อมวลชน หน่วยที่ 9-15.* หน้า 299-347. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

มัทนียา สุวรรณวงศ์. (2542). *การวิเคราะห์แนวเรื่องและประเภทเนื้อหาของภาพยนตร์การ์ตูนที่ออกอากาศทางโทรทัศน์.* วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เมสิริณ ขวัญใจ. (2551). *เด็กกับการรู้เท่าทันสื่อโทรทัศน์.* วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรรณภา วิเชียรโชติ. (2551). *การโฆษณาขนมขบเคี้ยวทางโทรทัศน์กับการตั้งใจซื้อของเด็กไทย.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วัฒนชวินท์ กิตติเลิศรัฐ. (2551). *ความพึงพอใจของเด็กไทยต่อการชมการ์ตูนต่างประเทศ.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2552). *บทความเรื่องนักวิจัยเผย "การ์ตูนช่อง 9" นำเสนอความรุนแรงมากที่สุด.* ค้นเมื่อ 21 เมษายน 2555, จากhttp:// www. matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1236926110&grpid=01&catid=04

สำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2551). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้เหตุผลเชิงจริยธรรม.* ค้นเมื่อ 21 กรกฎาคม 2555, จาก http://www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=5998.0

สุปราณี ปัญจานนท์. (2539). *การศึกษาเพื่อวิเคราะห์ความเหมาะสมของรายการการ์ตูนโทรทัศน์สำหรับเด็ก.*วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษา, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุรางค์ โค้วตระกูล. (2548). *จิตวิทยาการศึกษา.* พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์. (2543). *การศึกษาแนวคิดเพื่อกำหนดตัวแปรการรู้เท่าทันสื่อสำหรับการวิจัยสื่อสารมวลชน.* วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอกสุวัชร์ สิริธัญญ์ภรณ์. (2553). *ความพึงพอใจของเด็กต่อการชมการ์ตูนไทย 3 มิติ.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Blumler, J.G., & Katz, E. (1974). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research.* Beverly Hills, CA: Sage.

Hobbs, R., & Kubey, R. (2001). *Media Literacy in the Information Age: Current Perspectives.* (6th ed.). USA : Transaction Publishers.

Hobbs, R.,& Kubey, R. (2003). Measuring the acquisition of media-literacy skills. *Reading Research Quarterly,* 38(3), 330.

Jaglom, L.,& Gardner, H. (1981). The preschool television viewer as anthropologist, in Kelly, H. and Gardner, H. (eds.) *Viewing Children Through Television.* San Francisco: Jossey-Bass.

Lim, L. H., & Theng, Y.-L. (2011). Are youths today media literate? A Singapore study on youth's awareness and perceived confidence in media literacy skills. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology,* 48, 1–4.

Linder, J., & Gentile, D. (2009). Is the television rating system valid? Indirect, verbal, and physical aggression in programs viewed by fifth grade girls and associations with behavior. *Journal of Applied Developmental Psychology,*30, 286 - 297.

Messaris, P. (1994). *Visual 'Literacy': Image, Mind and Reality*. Boulder, Colorado: West View.

Potter, W. J. (2005). *Media Literacy.* (3rd ed.). Sage Publications, Inc. United State of America.

Salomon, G. (1979). *Interaction of Media, Cognition and Learning*. San Francisco: Jossey-Bass.

Smith, R., Anderson, D., & Fisher, C. (1985). Young children’s comprehension of montage*, Child Development*, 56, 962-71.

Van, E. J. (2004). *Television and Child Development.* Mahwah, NJ: Erlbaum.