

รายงานสรุปการจัดเสวนาโต้เถียง



จัดโดย สมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน (สสดย.)

ร่วมกับ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

รายชื่อผู้จัดทำรายงาน

- | | |
|-----------------------------|---------------------------------------|
| 1. ผศ.มรรยาท อัครจันทโชติ | สรุปประเด็นภาพรวมและเรียบเรียงเนื้อหา |
| 2. ผศ.ดร.ปรีดา อัครจันทโชติ | สรุปสาระสำคัญรายบุคคล |
| 3. ดร.นันทกา สุธรรมประเสริฐ | สรุปสาระสำคัญรายบุคคล |
| 4. นายวรัญญู วิจารณ์ | ออกแบบ Infographic สรุปเนื้อหา |
| 5. นางสาวนิพัทธา อินทรักษา | ถอดเทปการเสวนา |

สารบัญ

<u>เรื่อง</u>	<u>หน้าที่</u>
ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของโครงการและสรุปรายละเอียดกิจการ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 รูปแบบกิจกรรม	2
1.4 กำหนดการ	3
1.5 ผู้เข้าร่วมเสวนา	3
1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.7 ผลการประเมินความพึงพอใจ	6
1.8 ข้อเสนอเพื่อดำเนินการต่อยอดผลจากการเสวนา	6
ส่วนที่ 2 สรุปเนื้อหาจากการเสวนา	
2.1 สรุปสาระสำคัญจากผู้ร่วมเสวนารายบุคคล	7
2.2 สรุปประเด็นที่ได้จากการเสวนา	17
2.3 ภาพ Infographic สรุปประเด็น	21
ส่วนที่ 3 ภาคผนวก บทถอดเทปการเสวนา	24

ส่วนที่ 1

ข้อมูลเบื้องต้นของโครงการและสรุปรายละเอียดกิจกรรม

1.1 หลักการและเหตุผล

เด็กคือทรัพยากรที่สำคัญของสังคม การดูแลอบรมบ่มเพาะทัศนคติ พฤติกรรม และค่านิยมที่ถูกต้องเหมาะสม จึงเป็นพันธกิจสำคัญของผู้ใหญ่ในสังคม อย่างไรก็ตาม ทุกวันนี้ แหล่งเรียนรู้สำคัญที่ช่วยหล่อหลอมทัศนคติ ความคิดความเชื่อ และพฤติกรรมให้แก่เด็กได้ขยายจากครอบครัวและโรงเรียน ไปสู่สื่อประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อวิทยุโทรทัศน์

ถึงแม้ปัจจุบัน เด็กและเยาวชนจะเปิดรับสื่อหลากหลายช่องทางมากขึ้น แต่สื่อวิทยุโทรทัศน์ก็ยังคงเป็นสื่อที่เด็กและเยาวชนเปิดรับมากเป็นลำดับต้น ด้วยภาพและเสียงที่น่าตื่นตาตื่นใจ ดิตตรงใจให้เด็กนั่งเฝ้าอยู่หน้าจอ ตัวอย่างเช่น ผลสำรวจการรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์ของคนไทยในรอบ 20 ปี ระหว่าง พ.ศ.2532-2551 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า กลุ่มเด็กอายุ 6-14 ปี เป็นกลุ่มช่วงวัยของคนไทยที่รับชมสื่อโทรทัศน์สูงที่สุด หรือผลการวิจัยประเมินคุณภาพเนื้อหารายการในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2557) ซึ่งได้สำรวจพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ของคนไทยที่มีอายุตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไปจากทั่วประเทศจำนวน 20,330 คน พบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนเป็นกลุ่มที่ใช้เวลารับชมสื่อโทรทัศน์สูงกว่ากลุ่มช่วงวัยอื่น ๆ โดยทั้งกลุ่มเด็กอายุ 10-14 ปี และกลุ่มเยาวชน 15-24 ปี ใช้เวลารับชมโทรทัศน์โดยรวมเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4 ชั่วโมงครึ่ง (วันธรรมดา 3 ชั่วโมงครึ่ง และในวันหยุด 5 ชั่วโมงครึ่ง)

ดังนั้น การที่ประเทศไทยกำหนดให้มีสถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีระบบดิจิทัลที่มุ่งเน้นเนื้อหาเฉพาะสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว จึงถือเป็นความหวังครั้งสำคัญยิ่งของกิจการโทรทัศน์ไทย อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีระบบดิจิทัลทางธุรกิจ หมวดหมู่วัยเด็ก เยาวชน และครอบครัว 3 สถานี ได้แก่ ช่อง 3 Family ช่อง MCOT Family และช่อง LOCA (MVTV) ได้เริ่มออกอากาศในปี 2557 กลับพบงานศึกษามากมายที่สะท้อนว่าสถานีโทรทัศน์ทั้ง 3 ช่องดังกล่าว ยังไม่สามารถแสดงถึงศักยภาพของการเป็นสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัวได้อย่างแท้จริง

ช่อง LOCA แม้จะพยายามหาผู้ร่วมทุนเพิ่มเติมจนเปลี่ยนชื่อเป็นสถานี MVTV แล้ว แต่ก็ยังไม่สามารถฝ่ามรสุมทางการเงินไปได้ และต้องยื่นเรื่องขอยุติการออกอากาศไปในปี 2558 ส่วนช่อง 3 Family และ MCOT Family ก็ต้องประสบปัญหาทางธุรกิจ และพยายามหาทางออกของปัญหานี้เช่นกัน

ดูเหมือนว่า สถานีโทรทัศน์ฟรีทีวีระบบดิจิทัลทางธุรกิจ หมวดวัยเด็ก เยาวชน และครอบครัว จะเดินต่อไปได้ยากในสังคมไทย ในขณะที่สถานีโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว

ก็ยังคงไม่สามารถเกิดขึ้นได้ เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ที่แต่เดิมมีแผนที่จะต้องออกอากาศ สถานีโทรทัศน์สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัวประเภทบริการสาธารณะอีก 1 ช่อง กลับยุติแผนไปด้วย เหตุผลเรื่องงบประมาณ ที่ไม่สามารถนำมาใช้บริหารสถานีโทรทัศน์ถึง 2 ช่องได้

เส้นทางของสถานีโทรทัศน์รวมถึงรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชน จะเป็นอย่างไรต่อไปในสังคมไทย จึงเป็นเรื่องที่ไม่ควรปล่อยไปตามยถากรรม สมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน (สสคย.) จึงร่วมกับภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จัดงานเสวนาโต๊ะกลม ระดมความคิดเห็นเรื่อง “ทีวีสำหรับเด็กในเมืองไทย : ทำอย่างไรให้รอดและรุ่ง” ขึ้น เพื่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจะได้ร่วมกันหาแนวทางในการสร้าง พัฒนา และแก้ปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ อันจะทำให้ประเทศไทยมีสื่อโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนที่มีคุณภาพ สามารถสร้างคุณค่าให้แก่สังคมได้อย่างเต็มที่และอยู่รอดอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์

- 1.2.1 เพื่อให้สังคมไทยตระหนักถึงความสำคัญของรายการโทรทัศน์และการมีสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนโดยเฉพาะ
- 1.2.2 เพื่อร่วมกันหาแนวทางที่จะทำให้สังคมไทยมีรายการโทรทัศน์และสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนที่มีคุณภาพ อยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

1.3 รูปแบบกิจกรรม

จัดการเสวนาโต๊ะกลม ระดมความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมเสวนา ซึ่งประกอบด้วยตัวแทนหน่วยงานด้านนโยบายสื่อ, สถานีโทรทัศน์, ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก, นักวิชาการด้านสื่อ และกลุ่มเยาวชน โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้

- ความจำเป็นของการมีรายการโทรทัศน์และสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชน
- ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นกับรายการโทรทัศน์และสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชน
- แนวทางการส่งเสริมรายการโทรทัศน์และสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชนให้มีคุณภาพ และสามารถอยู่รอดได้ทางธุรกิจ

1.4 กำหนดการ

13.00 – 13.30	ลงทะเบียน		
13.30 – 13.35	เปิดการเสวนา	โดย	ดร.ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ธนอะเนก นายกสมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน (สสคย.)

- 13.35 – 16.00 เสวนาโต๊ะกลม ระดมความคิดเพื่อทางรอดและทางรุ่งของโทรทัศน์สำหรับเด็ก
ดำเนินการเสวนาโดย ผศ.มรรยาท อัครจันทโชติ (คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ)
- 16.00 – 16.30 เปิดเวทีแสดงความเห็น และสรุปประเด็นการเสวนา

1.5 ผู้เข้าร่วมเสวนา

ในการเสวนาครั้งนี้ ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง แม้จะเป็นการติดต่อในระยะก่อนข้างกระชั้นชิด คือ ประมาณ 1 สัปดาห์ก่อนงาน โดยก่อนหน้านั้น ได้มีจำนวนยืนยันที่จะเข้าร่วมงานเสวนาทั้งสิ้น 67 ท่าน แต่ในวันจริง บางท่านติดภารกิจด่วน ทำให้ไม่สามารถเดินทางมาร่วมเสวนาได้ อย่างไรก็ตาม ยอดรวมของผู้เข้าร่วมกิจกรรมในวันงานยังคงมีทั้งสิ้น 67 ท่าน ตามรายละเอียดในตารางด้านล่าง

ผู้ได้รับเชิญให้เข้าร่วมเสวนา และมาร่วมงานในวันจริง 28 ท่าน

ที่	ชื่อสกุล	หน่วยงาน / กลุ่ม
1	ดร.ธีรารัตน์ พันทวี วงศ์ธนะอนุเนก	นายกสมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน (สสดย.)
2	มณีนีรัตน์ กำจรกิจการ	ผู้อำนวยการสำนักการอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ กสทช.
3	สุภิญญา กลางณรงค์	อดีต กสทช. / ผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายสื่อ
4	วสันต์ ภัยหลิกสิทธิ์	ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
5	วิไลภรณ์ จงกลวัฒนา	ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักรายการ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส
6	นรภัทท์ อารัมเรือง	บรรณาธิการข่าว ช่อง 13 Family
7	พัสดรพพร วงศ์กรเขาวลิต	บมจ.อสมท (ขอเป็นเพียงผู้สังเกตการณ์)
8	รศ.นพ.สุริยเดว ทรีปาตี	ผอ.สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล
9	ภัทรจารีย์ นักสร้างสรรค์	ผู้ผลิตรายการสำหรับเด็ก (น่านิต สโมสรผิงน้อย)
10	อิษฎา อัยศิริ	ผู้ผลิตรายการสำหรับเด็ก บริษัท มิราเคิล มัชชรัม จำกัด
11	วรินทร์เนตร เต็มศิริกมล	ผู้ผลิตรายการสำหรับเด็ก บริษัท บี อเมซซิ่ง เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด
12	ณัฐชไม รุ่งปัญญา	ผู้ผลิตรายการสำหรับเด็ก บริษัท ทโมไนไทย จำกัด
13	ชีวัน วิสาสะ	นักประพันธ์หนังสือสำหรับเด็ก
14	โสภิตา สันติตระกูล	บริษัท โฮมรัน เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด
15	นพ ธรรมวานิช	นายกสมาคมผู้ประกอบการแอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ไทย
16	สรวงมณต์ สิทธิสมาน	บรรณาธิการบริหารนิตยสาร Mother & Care / กรรมการ สสดย.
17	พรพรรณ ชัยนาม	ผู้ผลิตรายการวิทยุสำหรับเด็ก
18	ผศ.ดร.พิรงรอง รามสูต	รองอธิการบดีจุฬาฯ / นักวิชาการด้านนโยบายสื่อ
19	ผศ.เมธา เสรีชนาวงศ์	หัวหน้าภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ
20	อ.สุภาพร โพธิ์แก้ว	ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ
21	ธาม เชื้อสถาปนศิริ	นักวิชาการอิสระด้านสื่อ

ที่	ชื่อสกุล	หน่วยงาน / กลุ่ม
22	เข็มพร วิรุณราพันธ์	ผู้จัดการสถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.)
23	ทัตเทพ ดีสุขพันธ์	เยาวชน เพจยามเฝ้าจอ
24	กฤตนันท์ ดิษฐบรรจง	เยาวชน เพจส่องสื่อ
25	วริศ ลิขิตอนุสรณ์	เยาวชน กลุ่ม Newground lab
26	อิมรอน เชษฐวัฒน์	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ
27	ชาญไชย วิกรวงษ์วิช	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ
28	สมจิตต์ อมรเพชรกุล	เครือข่ายครอบครัวเฝ้าระวังและสร้างสรรค์สื่อ

ผู้ได้รับเชิญให้เข้าร่วมเสวนา และตอบรับการเข้าร่วม แต่ติดภารกิจในวันจริง 9 ท่าน

ที่	ชื่อสกุล	หน่วยงาน / กลุ่ม
1	พิภพ พานิชภักดิ์	รอง ผอ. องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย
2	พญ.เบญจพร ต้นตสุติ	จิตแพทย์เด็ก / แอดมินเพจเซ็นเด็กขึ้นภูเขา (หมอมินบานเย็น)
3	เกียรติสุดา ภิรมย์	ผู้ผลิตรายการสำหรับเด็ก (น้ำอ้าว เจ้าขุนทอง)
4	อ.ดร.ชนัญสรุ อรนพ ณ อยุธยา	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
5	ดร.ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจี๊วงค์	นักวิชาการอิสระด้านสื่อ / ที่ปรึกษาด้านนโยบายสื่อ
6	อิทธิพล วรานุกุลกุล	นิสิตปริญญาเอก นิเทศ จุฬาฯ วิจัยด้านการกำกับดูแลสื่อ
7	อ.อภิษฎา ทองสอาด	สาขาวิชาทางศึกษาศาสตร์ สถาบันอาศรมศิลป์
8	ด.ญ.พลอยธัญญา ยินศิริภักดิ์ พานิชภักดิ์	เด็กบ้านเรียน / เพจห้องเรียนสุดขอบฟ้า / MOJO
9	ติดต่อยืนยันจะส่งตัวแทนมา	สถาบันยุวทัศน์แห่งประเทศไทย

ผู้สนใจทั่วไป และสื่อมวลชน 24 ท่าน

ที่	ชื่อสกุล	หน่วยงาน / กลุ่ม
1	เขมวดี ขนบแก้ว	สำนักคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ กสทช.
2	เมธิรา อินทร์สวาท	สำนักคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ กสทช.
3	จรรย์ชัย เคียงกิตติวรรณ	สำนักงาน กสทช.
4	ทวิพร ทองเล็ก	สำนักงาน กสทช.
5	พิชชาดา พัฒนสมบูรณ์	สำนักงาน กสทช.
6	พัชรพิน เพียรมาศ	สำนักงาน กสทช.
7	ภิรมย์ วิจิตรสัมพันธ์	ผู้ผลิตรายการสำหรับเด็ก
8	ผศ.ดร.ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน	คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ
9	อาจารย์พักรพีไล คุปตะวาทีน	คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ
10	อาจารย์กรรณิการ์ โต้ะมีนา	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร / กรรมการ สสย.

ที่	ชื่อสกุล	หน่วยงาน / กลุ่ม
11	อาจารย์ศิริพร เขาว์โชติ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
12	ฐิตา ทิพย์รัตน์	นิสิตปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ
13	กฤติญา สาลิกา	นิสิตปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ
14	ศศิธร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
15	ณัฐรา ศรีภิรมย์	นักศึกษา
16	สิรารวรรณ จันทร์พิทักษ์	มทร.จักรพงษ์ภูวนารอด
17	ณิชนอน อ่อนศรี	มทร.จักรพงษ์ภูวนารอด
18	ธนภรณ์ ศิริ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
19	อ.ยุทธนา สุวรรณรัตน์	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
20	อ.วณิชชา ภราดรสุธรรม	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
21	เชิดชาย พานมิ่ง	กศน. บางรัก
22	ชญ์วัฒน์ อีพภูตม	The Matter
23	วัชรพล สายสงเคราะห์	The Matter
24	สาคร	News 1

ทีมงาน 15 ท่าน

ที่	ชื่อสกุล	หน่วยงาน / กลุ่ม
1	ผศ.มรรยาท อัครจันทโชติ	คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ
2	ผศ.ดร.ปรีดา อัครจันทโชติ	คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ
3	อาจารย์ ดร.นันทกา สุธรรมประเสริฐ	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
4	รัชฎาวรรณ รongทอง	นิสิตปริญญาเอก คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ
5	รัตติยา กาญจนากัญญากุล	นิสิตปริญญาเอก คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ
6	วรัญญา วิจารณ์	นักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ ม.ธุรกิจบัณฑิตย์
7	กฤตยา ฉันทานนต	นักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ ม.ธุรกิจบัณฑิตย์
8	นิพัทธา อินทร์รักษา	นิสิตปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ
9	ปภาวรินทร์ สุขเลิศผล	นิสิตปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ
10	มณีนรัตน์ ยมกกุล	นิสิตปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ
11	ภาวินี วงศ์จอม	นิสิตปริญญาตรี คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ
12	สุธัญญา คนฉลาด	เจ้าหน้าที่ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ
13	วาสนา วงศ์ฉายา	กรรมการ สสคย.
14	นฤชิต เสงฆ์วัฒนอาภา	ผู้ผลิตรายการวิทยุอิสระ
15	นพรัตน์ เชื้อชัย	เจ้าหน้าที่ศูนย์แห่งความเป็นเลิศด้านสื่อดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ

1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 สังคมไทยตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นของการมีรายการโทรทัศน์และสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชน
- 1.6.2 ข้อเสนอเชิงนโยบายในการส่งเสริมรายการโทรทัศน์และสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กและเยาวชน

1.7 ผลการประเมินความพึงพอใจ

จากใบประเมินผลความพึงพอใจที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ส่งคืนในช่วงท้ายงาน พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วผู้เข้าร่วมกิจกรรมนี้มีความพึงพอใจระดับมากในทุกหัวข้อ โดยเฉพาะความคิดเห็นที่มีต่อเนื้อหาและประโยชน์ที่ได้รับจากการเสวนา อย่างไรก็ตาม เรื่องความเหมาะสมของวันเวลาในการจัดงาน แม้คะแนนความพึงพอใจโดยเฉลี่ยจะยังอยู่ในระดับมาก แต่ผู้เข้าร่วมหลายท่านก็ประเมินให้น้อยกว่าหัวข้ออื่น ๆ ด้วยเหตุผลว่า เวลาค่อนข้างน้อย จากการที่มีผู้เข้าร่วมเสวนาเป็นจำนวนมาก ทำให้แต่ละท่านอาจจะไม่ได้พูดมากนัก

- รูปแบบการจัดเสวนา	ได้ระดับคะแนนเฉลี่ย	4.63
- เนื้อหาที่ได้รับจากการเสวนา	ได้ระดับคะแนนเฉลี่ย	4.74
- ประโยชน์ที่ได้รับจากการเสวนา	ได้ระดับคะแนนเฉลี่ย	4.67
- ความเหมาะสมของวันเวลาในการจัดงาน	ได้ระดับคะแนนเฉลี่ย	4.22
- ความเหมาะสมของสถานที่ในการจัดงาน	ได้ระดับคะแนนเฉลี่ย	4.56
- การติดต่อประสานงานและอำนวยความสะดวก	ได้ระดับคะแนนเฉลี่ย	4.59
- ความพึงพอใจต่อภาพรวมของการเสวนา	ได้ระดับคะแนนเฉลี่ย	4.74

1.8 ข้อเสนอเพื่อดำเนินการต่อยอดผลจากการเสวนา

- 8.1 เผยแพร่สาระสำคัญจากการเสวนาสู่สาธารณะ
- 8.2 ประสานงานและสร้างภาคีเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กประเภทบริการสาธารณะ
- 8.3 วิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เรื่องเด็กไทยในปัจจุบันด้วยมิติที่ลึกลับและรอบด้านอย่างต่อเนื่อง

ส่วนที่ 2

สรุปเนื้อหาจากการเสวนา

2.1 สรุปสาระสำคัญของผู้ร่วมเสวนารายบุคคล

คุณวิไลภรณ์ จงกลวัฒนา (ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักรายการ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส)

คนทำรายการเด็กต้องต่อสู้กับโลกของผู้ใหญ่ เวลาของรายการสำหรับผู้ใหญ่ แม้แต่ช่องไทยพีบีเอสเอง เนื่องจากช่องไทยพีบีเอสไม่ใช่ช่องเด็กโดยเฉพาะ จึงต้องแบ่งเวลาและสัดส่วนของรายการกับผู้ชมกลุ่มอื่น ๆ ด้วย ดังนั้น ถึงแม้ว่าตนจะพยายามต่อสู้เพื่อรักษาพื้นที่ของเด็ก แต่เวลาออกอากาศรายการสำหรับเด็กก็ยังคงลดลงเรื่อย ๆ ส่วนหนึ่งเกิดจากผู้ใหญ่ไปมองว่าเด็กปัจจุบันมีช่องทางอื่นในการรับสื่อแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อออนไลน์ ทั้งที่ความจริงแล้วไม่ใช่ว่าเด็กทั้งประเทศจะมีความพร้อมในการเข้าถึงสื่อออนไลน์ ที่สำคัญ สื่อออนไลน์ยังเป็นสื่อที่ยากต่อการคัดกรองเนื้อหาสาระ และพ่อแม่ผู้ปกครองก็อาจจะไม่ทันได้ระวัง หรือยังไม่มี ความเข้าใจในการเลือกสื่อให้ลูก ดังนั้น รายการโทรทัศน์และการมีสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กจึงยังมีความสำคัญ

นอกจากนี้แล้ว เด็กยังมีนาฬิกาชีวิตที่เขาคุ้นเคย ดังนั้น การที่สถานีโทรทัศน์สำหรับคนทั่วไปจะปรับผังรายการบ่อยครั้ง โดยไม่คำนึงว่าเด็กตามข้อมูลการปรับผังไม่ทัน หรือไปออกอากาศในเวลาที่ไม่สามารถรับชมโทรทัศน์ได้ ไม่คำนึงถึงนาฬิกาชีวิตของเด็ก ยังทำให้เด็กหลายคนเลิกติดตามรายการอีกด้วย

ไม่เพียงแต่ผังรายการเด็กที่ปรับตลอด ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ คือความมั่นคงของผู้ผลิตรายการ ไทยพีบีเอสเปิดให้ผู้ผลิตรายการจากภายนอกเข้ามาผลิตรายการเด็กให้ แต่สัญญาการผลิตจะต่อทุก ๆ 3 เดือน ซึ่งเป็นเวลาที่สั้นมาก แม้ปัจจุบันจะขยายสัญญาเป็นระยะ 6 เดือนแล้วก็ตาม ทำให้แทนที่ผู้ผลิตรายการจะได้มุ่งพัฒนารายการของตนอย่างเต็มที่ กลับต้องกังวลว่าวางแผนแล้ว ลงทุนแล้ว จะได้ต่อสัญญาหรือไม่

การมีสถานีโทรทัศน์ช่องเด็กจะเพิ่มทั้งจำนวนรายการเด็ก และเพิ่มความหลากหลายของรายการเด็ก เช่น เด็กอาจชอบดูละคร แต่พ่อแม่ไม่มีละครสำหรับเด็ก เด็กก็ต้องหันไปดูละครของผู้ใหญ่แทนซึ่งอาจมีเนื้อหาไม่เหมาะสมกับวัยของเด็ก อย่างไรก็ตามตอนนี้ ทางไทยพีบีเอสก็กำลังพยายามทำละครสำหรับเด็กอยู่

ส่วนตัว ยังสนับสนุนให้มีสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสมีช่องสำหรับเด็ก ซึ่งก่อนหน้านี้ ไทยพีบีเอสเคยมีแผนที่จะทำช่องเด็กอีกหนึ่งช่อง แต่ก็ชะลอแผนออกไป ปัจจุบันยังอยู่ในขั้นตอนของการศึกษาข้อมูล หากได้รับแรงผลักดันและแรงสนับสนุนจากสังคม โทรทัศน์ช่องเด็กก็น่าจะเกิดขึ้นได้

คุณนรภัทร์ อร่ามเรือง (บรรณาธิการข่าว ช่อง 13 Family)

ช่อง 13 Family เป็นช่องที่ไม่ได้มีเป้าหมายเป็นกลุ่มเด็กและเยาวชน แต่เป็นช่องสำหรับทุกคน ในครอบครัว การใช้ชื่อช่องว่า “Family” อาจทำให้ภาพของ “เด็ก” มันจางไป และมองไม่เห็น “เด็ก” เพราะทางช่องไปเน้นเนื้อหาที่ทุกคนสามารถชมได้ และคิดว่าคำว่า “Kids” ไม่สามารถขายได้ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันนี้ผู้บริหารไปเน้นพัฒนาช่อง 33 HD และช่อง 28 SD มากกว่า ยังไม่มีนโยบายชัดเจนเกี่ยวกับช่อง 13 Family มากนัก เนื่องจากเป็นช่องที่ไม่สามารถมีกำไร หรือสร้างรายได้ได้ ตอนนี้ จึงเน้นไปที่รายการที่ดูได้ทุกคน และออกอากาศละครที่เคยฉายในช่อง 3 มาก่อน แต่ก็คัดเลือกละครที่มีเนื้อหาเหมาะสม ไม่เป็นพิษเป็นภัยต่อเด็ก อย่างไรก็ตามจากการสำรวจเรตติ้ง พบว่า ไม่มีเด็กวัย 6-14 ปี เป็นผู้ชมของสถานีเลย แต่กลับมีผู้ชมสูงอายุมาก ดังนั้น ปีหน้าช่องจึงอาจเน้นไปที่ผู้ชมสูงอายุมากขึ้น

คุณวรินทร์เนตร เต็มศิริกมล (ผู้ผลิตรายการสำหรับเด็ก บริษัท พี อเมซซิ่ง เอ็ดดูเทนเมนท์ จำกัด)

ด้วยความที่ตนเองเติบโตมากับการเป็นสมาชิกของสโมสรผีน้อย ได้เรียนรู้โลกที่สวยงามของเด็ก ได้รับสิ่งดี ๆ จากรายการเด็ก เมื่อเติบโตจึงหวังจะแบ่งปันสิ่งที่ดีเหล่านี้ให้กับเด็กต่อไป ตนเองจึงยังยึดมั่นอยู่กับการทำรายการสำหรับเด็ก แม้จะเผชิญกับวิกฤตของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมาตลอดก็ตาม

การที่ได้มาผลิตรายการเด็กให้กับไทยพีบีเอส ทำให้ได้รู้จักและแลกเปลี่ยนกันระหว่างกลุ่มผู้ผลิตรายการสำหรับเด็กจากหลายกลุ่ม นอกจากนี้ ตนและกลุ่มผู้ผลิตรายการสำหรับเด็กยังได้ออกทุนเอง ไปศึกษาอบรม และดูงานรายการสำหรับเด็กที่ต่างประเทศ โดยเฉพาะงานของ ABU (Asia-Pacific Broadcasting Union) ทำให้ได้มีโอกาสพัฒนาตนเองมากขึ้น

ปัจจุบันนี้ รายการสำหรับเด็กในประเทศไทยมีคุณภาพไม่แพ้ชาติอื่น ๆ สามารถได้เข้ารอบและได้รางวัลจากนานาชาติหลายครั้ง อย่างที่งาน ABU คลิปรายการเด็กของไทย ก็ได้รับคัดเลือกจากผู้เข้าร่วมงานนำกลับไปประเทศของตนเองมากที่สุดด้วย แต่สังคมไทยยังไม่เห็นความสำคัญของรายการเด็กนัก

เด็กยังชอบดูโทรทัศน์ ถ้าเป็นรายการสำหรับเด็กจริง ๆ และผลิตอย่างรู้และเข้าใจเด็ก เด็กก็จะดู และยินดีดูซ้ำแล้วซ้ำอีก ส่วนตัวเห็นด้วยกับการมีสถานีโทรทัศน์ช่องเด็ก เป็นช่องของเด็กจริง ๆ ไม่ใช่แฝงอยู่กับคำว่าช่องครอบครัว โดยคนทำช่องเด็กควรเป็นคนที่รู้และเข้าใจเด็ก เรื่องนี้ ควรเป็นวาระแห่งชาติ และร่วมมือกันทุกภาคส่วนในสังคม

คุณอิษญา อัยศิริ (ผู้ผลิตรายการสำหรับเด็ก บริษัท มิราเคิล มัชรูม จำกัด)

เด็กเล็กช่วงวัย 3-5 ปี หรือเด็กปฐมวัยนั้น เป็นวัยที่จำเป็นต้องให้ความสำคัญ เพราะเป็นวัยที่กำลังพัฒนาในด้านต่าง ๆ เราสามารถปลูกฝังอะไรหลายๆ อย่างให้แก่เด็กวัยนี้ได้ ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญ แต่รายการสำหรับเด็กเล็กในเมืองไทยกลับมีน้อยมาก ไม่สามารถส่งเสริมพัฒนาการการเรียนรู้และสนองตอบความต้องการที่หลากหลายของเด็กได้ นอกจากนี้ เด็กเล็กก็ไม่ควรถูกมองเหมารวมเป็นกลุ่มเดียว หรือมีเพียงรายการเดียว เพราะเด็กต้องเรียนรู้เรื่องราวหลากหลาย สนุกกับเรื่องราวหลากหลาย ที่สำคัญ ยังมีเด็กอีกหลายกลุ่มที่ถูกมองข้าม เช่น เด็กพิเศษ เด็กออทิสติก เด็กพิการ ซึ่งรายการสำหรับเด็กในต่างประเทศเขามี ดังนั้น เรื่องโทรทัศน์สำหรับเด็กจึงควรเป็นวาระแห่งชาติที่ทุกภาคส่วนควรหันมาร่วมมือกัน เป็นช่องที่ทำเพื่อเด็ก คิดเนื้อหาเพื่อเด็ก ไม่ใช่เพื่อต้องการขายสินค้า หรือหากำไรทางธุรกิจ

คุณรัฐไม รุ่งปัญญา (ผู้ผลิตรายการสำหรับเด็ก บริษัท ทโมนไทย จำกัด)

ผู้ผลิตพร้อมที่จะผลิตรายการ แต่ไม่สามารถอยู่รอดได้ ถ้าไม่ถูกผลักดันให้เป็นวาระแห่งชาติ เพราะผู้ใหญ่ในสังคมไม่ให้ความสำคัญกับการให้การศึกษาหรือส่งเสริมการเรียนรู้แก่เด็กอย่างจริงจัง หากผู้เกี่ยวข้องร่วมมือกันผลักดันจริง ๆ สักวันประเทศไทยจะมีทีวีสำหรับเด็กที่ปราศจากธุรกิจ โดยรัฐอาจสนับสนุนด้วยการให้ผลประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีแก่ผู้ที่เข้ามาสนับสนุนรายการสำหรับเด็ก

นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่าสถานีไทยพีบีเอสทำให้เกิดเครือข่ายของผู้ผลิตรายการเด็ก และทำให้เห็นว่ารายการเด็กที่มีคุณภาพโดยฝีมือคนไทยก็ยังมี

คุณโสภิตา สันติตระกูล (ผู้ผลิตรายการสำหรับเด็ก บริษัท โฮมรัน เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด)

ปัญหาที่ผู้ผลิตประสบคือเรื่องงบประมาณ เพราะก่อนหน้านี้ สปอนเซอร์ก็ไม่ค่อยสนใจรายการสำหรับเด็กอยู่แล้ว แต่ตอนนี้ ยังมีระเบียบเรื่องการโฆษณาสินค้าสำหรับเด็ก ปกป้องเด็กจากการเป็นเป้าหมายทางการตลาด ซึ่งจริง ๆ เป็นเรื่องที่ดี แต่ก็ทำให้หลายธุรกิจเลยยิ่งเล็ง และไม่สนใจที่จะสนับสนุนรายการสำหรับเด็กเลย ทางออก คือ บริษัทเอกชนน่าจะมองเรื่องการสนับสนุนรายการเด็กเป็นโครงการ CSR (ความรับผิดชอบต่อสังคม) ของบริษัท เปลี่ยนความคิดจากการ “ปลูกป่า” มาเป็น “ปลูกคน”

ส่วนประเด็นช่องทางการเข้าถึงเด็คนั้น ปัจจุบันเด็กเสพสื่อทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ผู้ผลิตอาจจะต้องใช้ช่องทางนี้ให้เป็นประโยชน์ มี Youtube Channel ของตนเอง และตอนนี้ ทาง Youtube ได้จัดทำ Youtube Kids โดยเฉพาะ และกำลังจะเปิดตัวในประเทศไทย แสดงว่าเด็กเป็นกลุ่มที่มีความต้องการจะรับสื่ออยู่ ทาง Youtube ถึงมีนโยบายเช่นนี้ออกมา อย่างไรก็ตาม ก็ไม่ได้เห็นด้วยที่จะไปทางสื่อออนไลน์ทั้งหมด จนทั้งสื่อโทรทัศน์ เพราะเท่ากับว่า รายได้จะตกอยู่กับบริษัทของต่างประเทศ

โทรทัศน์สำหรับเด็กจึงต้องเป็นนโยบายของชาติ มีการสนับสนุนจากรัฐอย่างน้อยในช่วง 5-10 ปีแรก เพื่อให้เกิดขึ้นและอยู่รอดได้ อย่างตอนนี้ที่มีกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ก็ช่วยผู้ผลิตรายการได้ส่วนหนึ่ง แต่มองว่า เงื่อนไขในการเสนอมูลนิธิมีรายละเอียดและขั้นตอนมากเกินไปจนผู้ผลิตรู้สึกท้อที่จะลงทุน

นอกจากนี้ สิ่งที่ต้องทำควบคู่กันไป คือ การให้คำแนะนำพ่อแม่เกี่ยวกับการเลือกเนื้อหาหรือสื่อที่เหมาะสมสำหรับเด็ก เช่น ทำเฟสบุ๊กแฟนเพจแนะนำรายการเด็กที่เหมาะสม เป็นต้น

คุณภัทรจารย์ นักสร้างสรรค์ (น่านิต สโมสรผิงน้อย)

ประเด็นเรื่องรายการสำหรับเด็กได้พูดมาตั้งแต่ 39 ปีที่แล้ว เราต้องเอาจริงเอาจังกับเนื้อหาสำหรับเด็กในทุกสื่อ ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต รัฐจำเป็นต้องมีช่องเด็ก ด้วยเหตุที่คนไทยยังดูโทรทัศน์เป็นสื่อกระแสหลัก และการชมรายการโทรทัศน์เป็นกิจกรรมในครอบครัวที่ทุกคนสามารถนั่งชมร่วมกันได้

รายการสำหรับเด็กและโทรทัศน์ช่องเด็กก็เปรียบเหมือนเด็กที่ต้องดูแลให้เติบโตไปอย่างมีคุณภาพ ช่องเด็กไม่ใช่แค่ผลิตรายการเด็ก แต่เป็นช่องของคนที่คุณคิดว่าดี ๆ เพื่อสร้างพลเมืองคนรุ่นใหม่ ดังนั้นโทรทัศน์สำหรับเด็กจึงต้องเป็นอิสระ ทั้งจากธุรกิจที่คิดถึงผลกำไร ไม่สนใจว่าเด็กจะเติบโตขึ้นมาเป็นอย่างไร และไม่ควรรังเกียจหรือหวงหรือหน่วยราชการด้วย แต่ควรเป็นศูนย์รวมของคนที่มีใจและให้ความสำคัญกับเด็กที่ผ่านมา ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์สนใจแต่ผลกำไรของสถานี ไม่สนใจผลกำไรของผู้ชม และมีทัศนคติที่ว่ารายการได้ออกอากาศได้ 3 ปี ก็นับว่านานแล้ว จะทำให้ผู้ชมเบื่อ ต้องปรับออกจากผังรายการ ในขณะที่ในต่างประเทศ รายการเด็กจำนวนมากออกอากาศยาวนาน 20-30 ปี

คุณชิวัน วิสาสะ (นักเขียนหนังสือสำหรับเด็ก)

โครงสร้างทางสังคมไทยให้ความสำคัญกับเด็กหลังประชาชนกลุ่มอื่น แต่หากจำเป็นต้องตัดงบประมาณ กลับตัดงบประมาณของเด็กก่อน มองเรื่องสร้างเด็กไว้ทีหลัง เพราะเด็กไม่มีปากไม่มีเสียง ในอดีตมีการอภิปรายกันมาแล้วว่าควรต้องมีโทรทัศน์ช่องเด็ก แต่เมื่อเวลาผ่านไปก็ยังไม่มียะไรเกิดขึ้น ทั้งที่โทรทัศน์สำหรับเด็กเป็นการลงทุนเพื่อพัฒนาเด็ก เป็นสวัสดิการของรัฐที่มีเพื่อประชาชน โทรทัศน์สำหรับเด็กไม่ใช่ร้านค้า ไม่ควรมุ่งหาผลกำไร แต่ควรเป็นเสมือนห้องสมุดสำหรับเด็ก และไม่จำเป็นต้องมีหลายช่อง ไม่จำเป็นต้องออกอากาศ 24 ชั่วโมง แต่วางผังรายการให้เหมาะสมกับนาฬิกาชีวิตของเด็ก

ปัจจุบันนี้ผู้ผลิตรายการสำหรับเด็กอาจจะกระจายตัวกันเกินไป ทำให้ไม่มีพลังในการขับเคลื่อน อาจจะต้องปรับเปลี่ยนมาเป็นการร่วมกันทำงานเพื่อให้มีพลัง หลายประเทศมีการลงทุนกับรายการเด็กมาก และหากผลิตรายการออกมาได้ดี ก็สามารถขายต่างประเทศ ทำรายได้กลับเข้ามา ซึ่งอาจจะมากกว่าทุนที่ลงไปเสียอีก ทั้งนี้ มองว่าการจะเกิดสถานีโทรทัศน์ช่องเด็กได้นั้น มีอยู่ 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 ทำให้ผู้มีอำนาจหรือ

ภาครัฐเห็นด้วยกับการมีโทรทัศน์ช่องเด็ก ชั้นที่ 2 ทุกภาคส่วนมาช่วยกันคิดและออกแบบ ชั้นที่ 3 คือการออกอากาศ

คุณพรพรรณ ชัยนาม (ผู้ผลิตรายการวิทยุสำหรับเด็ก)

คนทำสื่อดี ๆ เพื่อเด็กยังมีอยู่มาก แต่ปัญหาคือไม่มีช่องทาง และผู้มีอำนาจก็ไม่เห็นว่ารายการเด็กมีความสำคัญ ผู้ผลิตรายการจึงควรช่วยกันเผยแพร่ความเข้าใจให้ผู้ปกครองเห็นความสำคัญของสื่อสำหรับเด็ก รวมถึงการส่งเสริมความเข้าใจเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มเด็ก ที่สำคัญผู้ปกครองยังต้องมีบทบาทในการเป็นผู้คัดกรองเนื้อหาให้กับเด็กด้วย

คุณเข็มพร วิรุณราพันธ์ (ผู้จัดการสถาบันเด็กและเยาวชน)

ที่ผ่านมา เคยร่วมกับภาคีเสนอมาตรการต่าง ๆ ไว้มากมาย แต่ดูเหมือนว่าไม่ค่อยเกิดผลนัก ได้แก่ การมีสถานีโทรทัศน์สาธารณะเพื่อเด็ก ปลอดโฆษณา และมีรายการคุณภาพสำหรับเด็กทุกช่วงวัย ซึ่งข้อแรกนี้ยังคงไม่ปรากฏ เรื่องที่สอง คือ มีกองทุนสนับสนุน ซึ่งอย่างน้อยขณะนี้ก็มีแล้ว แม้จะใช้เวลานานมากในการผลักดัน เรื่องที่สาม คือ องค์กรหรือหน่วยงานวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เรื่องเด็กและการผลิตรายการสำหรับเด็กในรูปแบบการร่วมมือกันเป็นสหวิชาชีพ ปัจจุบัน ยังไม่มีหน่วยงานมารับผิดชอบอย่างเด่นชัดและต่อเนื่อง เรื่องสุดท้าย คือ การสร้างแนวทาง Model เพื่อหาทางรอด เช่น กระจายเนื้อหาไปสู่สื่อที่หลากหลายเพื่อเป็นการสร้างรสนิยมของเด็ก ของพ่อแม่

รายการเด็กไม่ใช่แค่เพื่อพัฒนาเด็ก แต่พัฒนาพ่อแม่ไปด้วย การพัฒนาสื่อเด็กก็คือการพัฒนาประเทศ พัฒนาการศึกษาและการเรียนรู้ ดังนั้น จึงต้องผลักดันให้เกิดนโยบายและเชื่อมกับกระบวนการต่าง ๆ ให้มีพลัง

คุณสรวมณฑล สิทธิสมาน (บรรณาธิการบริหารนิตยสาร Mother & Care / กรรมการ สสดย.)

ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ไม่เห็นความสำคัญของผู้ชมที่เป็นเด็ก ทำให้เด็กยุคใหม่ไม่มีภาพจำเกี่ยวกับรายการเด็ก โดยเฉพาะรายการเด็กที่ผลิตเองในประเทศไทย เจตนารมณ์เดิมของการเปิดประมูลสถานีโทรทัศน์ในหมวดนี้ คือ ต้องการให้เป็นช่องเด็กและเยาวชน แต่เมื่อประมูลไปแล้วกลับเป็นช่องสำหรับครอบครัว เนื้อหาไม่ตอบสนองกลุ่มผู้ชมที่เป็นเด็ก

อย่างไรก็ตาม สถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กเป็นสิ่งที่ต้องทำให้เกิดให้ได้ในเมืองไทย ต้องมีการรวมตัวกันของผู้ผลิตรายการ องค์กร เครือข่ายต่าง ๆ เพื่อให้เกิดพื้นที่สำหรับเด็ก ที่สำคัญคือสร้างแนวร่วมที่เกิดมาจากพ่อแม่ให้ได้ เป็นแนวร่วมที่เกิดขึ้นจริง เล็งเห็นถึงคุณค่าที่จะมีให้ลูกหลาน ไม่ใช่การจัดตั้ง แล้วจะทำให้การขับเคลื่อนนั้นมีพลังอย่างแท้จริง

คุณนพ ธรรมวานิช (นายกสมาคมผู้ประกอบการแอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟิกส์ไทย)

ปัญหาของวงการแอนิเมชันไทยก็คือ ผู้ประกอบการไทยต้องต่อสู้กับผู้ผลิตระดับโลก เช่น ดิสนีย์ (Disney) และ การ์ตูนเน็ตเวิร์ก (Cartoon Network) เด็ก ๆ เคยชินและติดรสนิยมนแอนิเมชันระดับโลกไปแล้ว หากผู้ผลิตไทยจะผลิตงานที่เทียบเท่างานเหล่านั้นได้ จำเป็นต้องใช้งบประมาณมูลค่ามหาศาล นอกจากนี้ บริษัทในต่างประเทศยังได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และภาคส่วนต่าง ๆ ของสังคม แต่สำหรับผู้ผลิตแอนิเมชันในเมืองไทย กลับต้องหาเงินมาลงทุนเอง

ทางออกของผู้ผลิตแอนิเมชันไทยขณะนี้ คือ มุ่งตลาดต่างประเทศ และไปขายงานในตลาดรวม เช่น Asia Animation Summit เพื่อหาผู้ร่วมลงทุนผลิตงาน รวมทั้ง หาทางร่วมผลิตระหว่างสองประเทศ เพื่อเพิ่มเงินทุนในการผลิตและขยายตลาดให้กว้างขึ้น นอกจากนี้ การสร้างแอนิเมชันในปัจจุบัน จะมองเฉพาะภาพยนตร์แอนิเมชันไม่ได้แล้ว ต้องคิดแบบ 360 หรือบูรณาการ นำเสนอหลายรูปแบบด้วย เช่น เป็นสื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ ของเล่น เกม ฯลฯ

แนวทางสำคัญที่สมาคมฯ ใช้ขณะนี้ และน่าจะเป็นรูปแบบที่ทางผู้ผลิตรายการเด็กสามารถใช้เป็นแนวทางได้ คือ การร่วมมือกันผลิต ไม่มองเป็นคู่แข่ง โดยรวมกันไปขอทุน CSR จากภาคเอกชน และให้มีการแข่งขันกันเสนอไอเดีย หากแหล่งทุนรับไอเดียใด ก็จะใช้ไอเดียนั้นมาออกแบบ และแบ่งงานการผลิตกันไปหลายบริษัท เช่น งานแอนิเมชันพระมหากษัตริย์ที่ใช้ 14 บริษัท เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม แม้ปัจจุบันจะเน้นตลาดต่างประเทศมากขึ้น แต่พบว่า การมีเนื้อหาสาระของไทยเองเป็นเรื่องที่สำคัญมาก ทำให้มีจุดขายที่แตกต่าง ที่สำคัญ คือ ทำให้เด็กไทยได้เติบโตมาพร้อมกับสื่อบนรากฐานวัฒนธรรมของเราเอง ไม่ใช่เนื้อหาสาระ หรือวัฒนธรรมอื่น

คุณทัตเทพ ดีสุคนธ์ (เยาวชน แอดมินเพจยามเฝ้าจอ)

สังคมไม่ให้ความสำคัญกับเด็กในการกำหนดยุทธศาสตร์ชาติ ที่ผ่านมามีการร้องเรียนว่า รายการเด็กที่สอดคล้องกับนาฬิกาชีวิตเด็กหายไปจากหน้าจอโทรทัศน์ไทย โดยเฉพาะสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสที่เคยโดดเด่นเรื่องรายการเด็ก นอกจากนี้ยังเห็นด้วยว่าอาจจะต้องให้ภาคเอกชนเข้ามาช่วยเรื่องงบประมาณเพื่อให้เกิดรายการเด็ก ส่วนตัวมองว่าวิถีคิดพื้นฐานของสังคมที่มีต่อเด็กเป็นปัจจัยสำคัญ ถ้าไม่สามารถแก้ไขได้ การมีรายการสร้างสรรค์หรือสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กก็เกิดได้ยาก

คุณกฤตนัน ดิษฐบรรจง (เยาวชน แอดมินเพจส่องสื่อ)

ไม่มีรายการสำหรับเด็กให้เด็กได้ดู โดยเฉพาะช่วงไพรม์ไทม์ (Prime Time) กลายเป็นช่วงเวลาของผู้ใหญ่ เด็กจึงไม่มีทางเลือกให้รับชม นอกจากนี้ รายการเด็กที่ปรากฏในจอโทรทัศน์ส่วนใหญ่เป็นรายการการ์ตูนจากต่างประเทศ ขณะที่ประเทศไทยขาดหน่วยงานที่จะคิดและสร้างสรรค์รายการ ขาดการศึกษาวิจัยเพื่อนำมาพัฒนารายการ และควรมีกระบวนการเพื่อพัฒนารายการเด็กอย่างจริงจัง เช่น เป็นรายวิชาในหลักสูตร และสามารถนำมาใช้ได้จริง ที่สำคัญ ควรมีการศึกษาพฤติกรรมมารับสื่อ และความต้องการหรือความสนใจของเด็กด้วย โดยไม่คิดแทนเด็ก

คุณวริศ ลิขิตอนุสรณ์ (เยาวชน กลุ่ม Newground Lab)

มีความเห็นว่าควรเปลี่ยนทิศทางการต่อสู้ โดยเปลี่ยนจากการมองแบบบนลงล่าง (top-down) มาเป็นแบบล่างขึ้นบน (bottom-up) โดยไม่ต้องจ้องภาคนโยบาย ควรทำในสิ่งที่เราทำได้ เช่น ใช้อำนาจทางวิชาการ ผลพิสูจน์จากผลการวิจัยเป็นตัวผลักดัน

ในต่างประเทศ เช่น เกาหลี ญี่ปุ่นนั้น รัฐบาลมีแผนและนโยบายสนับสนุนอย่างจริงจัง มีการลงทุนทางด้านวัฒนธรรมอย่างมาก ขณะที่ประเทศไทยนั้นเป็นเรื่องยากที่จะหาผู้บริหารมาสนใจ ดังนั้นหากยังต่อสู้ด้วยวิธีแบบเดิมโดยการเรียกร้องจากรัฐ ส่วนตัวมองว่าอาจจะไม่ช่วยอะไร

นอกจากนี้ ที่สำคัญคือ จะทำโทรทัศน์สำหรับเด็ก ก็ต้องมีความรู้และเข้าใจเด็กแบบที่เด็กในปัจจุบันเป็น ทุกวันนี้ เทคโนโลยีทำให้เด็กแตกต่างจากอดีตมาก จนเราอาจตามเด็กไม่ทัน เราควรมองเด็กกว่ามีความ active มากขึ้น ถ้าเราไม่เข้าใจเด็ก เราจะสร้างสรรค์สื่อที่ตอบสนองพวกเขาไม่ได้เลย และการศึกษาเพื่อเข้าใจเด็กนั้น ไม่ควรศึกษาเฉพาะมิติด้านการแพทย์ หรือจิตวิทยาพัฒนาการ แต่จำเป็นต้องศึกษาลึกลงไปในมิติวัฒนธรรม มองเห็นเด็กและเยาวชนในฐานะกลุ่มวัฒนธรรมด้วย แล้วเราจะได้ข้อมูลที่เป็นจริง นำมาใช้ได้จริง

ดร.ธีรรัตน์ พันทวี วงศ์ธนะเอก (นายกสมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน - สสดย.)

งบประมาณเป็นเรื่องสำคัญสำหรับผู้ผลิตรายการสำหรับเด็กและเยาวชน ดังนั้น กองทุนต่าง ๆ ที่มีอยู่ เช่น กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ หรือกองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมเพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ควรมีการจัดสรรเงินทุนสำหรับการผลิตสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนแยกออกจากการให้ทุนในโครงการประเภทอื่น ๆ

คุณธาม เชื้อสถาปนศิริ (นักวิชาการอิสระด้านสื่อ)

โทรทัศน์สำหรับเด็กยังจำเป็นอยู่ เด็กจำนวนมากยังคงดูโทรทัศน์แบบ Passive (นั่งดูเฉย ๆ ตามผังการออกอากาศ) แต่โทรทัศน์หมวดเด็ก เยาวชน และครอบครัวที่มีอยู่ในปัจจุบัน ไม่ได้เน้นและให้ความสำคัญกับเด็ก แต่ทำเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจมากกว่า ดังนั้น จึงควรยุบโทรทัศน์สำหรับเด็กให้เหลือแค่ช่องเดียว และเป็นช่องสำหรับเด็กจริง ๆ โดยเสนอให้ กสทช. นำเงินงบประมาณที่ประมูลช่องรายการเด็กมาสนับสนุนผู้ผลิตรายการสำหรับเด็กด้วย เพราะรายการเด็กที่ดี มีคุณภาพจะเกิดได้นั้นต้องปลอดจากธุรกิจ

ทางรอดของโทรทัศน์สำหรับเด็กนั้น อาจนำรูปแบบของเกาหลีมาใช้ได้ นั่นคือ การสร้างภาคีความร่วมมือที่เข้มแข็ง ทั้งนักวิชาการ นักวิชาชีพ เจ้าหน้าที่รัฐ รวมถึงผู้ที่เป็นแหล่งทุนในภาคธุรกิจด้วย ทำงานร่วมกัน ไม่ต้องแย่งหรือแข่งกัน เพื่อให้เกิดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการผลิตรายการสำหรับเด็ก สร้างสินค้าทางวัฒนธรรมที่แข็งแกร่ง ซึ่งเวลาออกแบบไม่ใช่มีเพียงแค่วางรายการโทรทัศน์ แต่ดึงพลังของสื่ออื่น ๆ มาร่วมด้วยแบบ 360 องศา เพื่อต่อยอดรายการ และตอบสนองเด็กที่รับสื่อแบบ Active เชิงรุก ส่วนตัวเชื่อว่า ถ้าออกแบบสร้างสรรค์กันอย่างจริงจังแล้ว เราก็สามารถต่อยอดขายได้ด้วย ทั้งในและต่างประเทศ เพราะสำหรับพ่อแม่แล้ว ล้วนต้องการสื่อดี ๆ พร้อมจะซื้อสื่อดี ๆ เพื่อพัฒนาลูกของตน

ผศ.เมธา เสรีนาวงศ์ (หัวหน้าภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ)

ในพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 มีการพูดถึงการคุ้มครองเด็กที่เน้นถึงเด็กที่ถูกทารุณกรรมหรือถูกรักษาเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจริง ๆ แล้ว มองว่า การคุ้มครองเด็กในที่นี้ก็รวมถึงการคุ้มครองเด็กจากสื่อที่ไม่ปลอดภัยด้วย ท่ามกลางภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไป กฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องน่าจะมีการทบทวนเกี่ยวกับเรื่องของเด็กเสียใหม่ เพื่อส่งเสริมสวัสดิภาพของเด็กให้เติบโตขึ้นอย่างมีคุณภาพต่อไปในสังคม

คุณสุภิญญา กลางณรงค์ (อดีต กสทช. / ผู้เชี่ยวชาญด้านนโยบายสื่อ)

การจัดสรรคลื่นความถี่ที่ผ่านมา มีการจัดสรรให้เป็นช่องโทรทัศน์หลายช่อง เหตุผลสำคัญก็คือ เพื่อให้อุตสาหกรรมโทรทัศน์ยังมีพื้นที่ มิฉะนั้น จะกลายเป็นคลื่นความถี่สำหรับโทรคมนาคมเสียหมด นอกจากนี้ ในยุคนั้น ยังเป็นยุคเติบโตของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ ทำให้ทางอุตสาหกรรมโทรทัศน์เองก็ต้องการให้มีช่องจำนวนมากด้วย

ส่วนโทรทัศน์หมวดเด็ก เยาวชน และครอบครัวนั้น จริง ๆ กสทช. มุ่งหมายให้เป็นช่องสำหรับเด็กและเยาวชน ได้เขียนคำนิยามไว้ชัดเจนอยู่แล้ว ช่องเด็กแปลว่าเด็กต้องดูได้ แม้ว่าจะเป็นรายการที่ไม่ได้มุ่งกลุ่มเด็ก แต่ปรากฏว่าปัจจุบัน กลับถูกละเลยด้วยปัญหาความอยู่รอดทางธุรกิจ

ส่วนตัวคิดว่า การมีสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กโดยเฉพาะ เป็นเรื่องสำคัญ โดยต้องมีเจ้าภาพผลักดันให้เกิดขึ้นอย่างจริงจัง และสามารถให้ช่องประเภทสาธารณะที่ยังว่างอยู่ได้ นอกจากนี้ กสทช.เองก็มีเงินสนับสนุน

เพียงพอ เพียงแต่ขึ้นอยู่กับผู้มีอำนาจตัดสินใจว่าจะอนุมัติเงินสนับสนุนให้แก่ของเด็กได้หรือไม่ อย่างไรก็ตาม ขณะนี้ กสทช.อยู่ระหว่างรักษาการ เนื่องจากหมดวาระแล้ว สังคมจึงควรช่วยกันจับตามองการสรรหา กสทช. ชุดใหม่ด้วย

นอกจากนี้ ทางรอดอีกประการหนึ่ง คือ การร่วมผลิตระหว่างประเทศ โดยก่อนที่ตนจะลาออกจาก กสทช. ได้ทำโครงการร่วมผลิตระหว่างไทยกับประเทศอาเซียนและเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่ง ที่ทางรายการสำหรับเด็กน่าจะเข้าไปร่วมด้วย เพื่อสนับสนุนให้เกิดอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Industry)

รศ.นพ.สุริยเดว ทรีปาตี (ผู้อำนวยการสถาบันแห่งชาติเพื่อพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล)

ขณะนี้ เงินทุนไม่น่าจะใช่ปัญหา เพราะเงินทุนมีอยู่ในกองทุนต่าง ๆ สิ่งสำคัญคือ สังคมต้องเพิ่มแรงกดดันไปที่กองทุนเหล่านั้นให้เห็นความสำคัญของโทรทัศน์สำหรับเด็ก และต้องช่วยกันเปลี่ยนชุดความคิด (Mindset) ของสังคมที่มีต่อเด็กให้ได้ เช่น เด็กไม่ใช่ผ้าขาว แต่เป็นผ้าสีพื้น เพราะฉะนั้น เด็กมีความแตกต่างกัน อย่างมองเด็กแบบเหมารวม หรือไปเปรียบเทียบกัน

ปัจจุบัน โทรทัศน์ยังเป็นช่องทางหลักในการรับชมอยู่ โดยเฉพาะผู้ชมในต่างจังหวัด มีผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า คนต่างจังหวัดยังใช้โทรทัศน์เป็นพี่เลี้ยงเด็กอยู่ ดังนั้น การออกแบบเนื้อหาในรายการโทรทัศน์จึงสำคัญ ยังมีเนื้อหาอีกหลากหลายที่มีผู้ชมต้องการ และยังไม่มีรายการตอบสนอง เช่น การคุ้มครองผู้บริโภค การรู้เท่าทันสื่อ หรือการเป็นโรงเรียนสำหรับพ่อแม่ ปู่ย่าตายายได้เข้าใจลูกหลาน รู้วิธีสื่อสารกับลูกหลาน

ชาญไชย วิกรวงษ์วนิช (เครือข่ายครอบครัวเผ่าระวังและสร้างสรรค์สื่อ)

กองทุนสื่อควรช่วยเหลือกลุ่มผู้ผลิตรายการสำหรับเด็ก หากเราทำแข่งกันอาจจะไปไม่รอด ภาคีเครือข่ายควรใช้ความรู้ ความเชี่ยวชาญมารวมกันและสร้างรายการที่ดีขึ้น จึงจะอยู่รอดได้ ส่วนเรื่องผังเวลา เห็นด้วยว่าควรมีการจัดสรรให้ตรงกับตารางเวลาการใช้ชีวิตตามช่วงวัยของเด็ก และหารายการที่เหมาะสมกับเด็กแต่ละช่วงวัย ซึ่งแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ เด็กปฐมวัย เด็กประถม เด็กมัธยมต้น และเด็กมัธยมปลาย

อาจารย์สุภาพร โพธิ์แก้ว (อาจารย์ประจำภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ)

ในอดีตเมื่อ 30 กว่าปีที่แล้ว คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ เคยมีการระดมพลผู้ผลิตรายการเด็ก และทดลองทำรายการเด็กร่วมกันระหว่างนักวิชาการและนักวิชาชีพ แต่ปัญหาของนักวิชาการคือการทำงานขาดความต่อเนื่อง และยังให้ความสำคัญกับเด็กไม่มากพอ จึงทำให้ปัญหาของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในเมืองไทยไม่ได้รับการแก้ไขแต่วิกฤติต่อเนื่องมากขึ้น อุตสาหกรรมโทรทัศน์และภาคธุรกิจยังมองเด็กเป็นแค่ผู้บริโภค ทำให้ลดคุณค่าของเด็กมาตลอด

ที่ผ่านมา สังคมไทยยังติดกับดักความเชื่อที่ว่า “การแข่งขันทำให้ได้ของดี” แต่ตอนนี้ มันเห็นชัดแล้วว่ามันไม่ใช่ การร่วมมือกันต่างหากจึงจะรอด นี่เป็นโจทย์สำคัญสำหรับการขับเคลื่อนเรื่องโทรทัศน์สำหรับเด็ก โดยใช้เครือข่าย และมีเด็กเป็นศูนย์กลาง

ในส่วนของภาควิชาการ พันธกิจสำคัญ คือ การทำความเข้าใจในความเป็นเด็กที่เป็นพลวัต เด็กมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุค ตามช่วงวัย ตามพื้นที่ ต้องเปลี่ยนความคิดจากการมองเด็กแบบเหมารวมว่าธรรมชาติของเด็กก็เหมือนกันไปหมด ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องมีการวิจัยเพื่อทำความเข้าใจความหลากหลายของเด็ก คลื่นคล้ายภาพเหมารวม (Stereotype) ที่ถูกประกอบสร้างไว้ รวมถึงการวิจัยและพัฒนาสร้างสรรค์รายการ ที่ไม่แยกระหว่างเนื้อหากับแพลตฟอร์มสื่อ

ส่วนตัวมองว่า องค์กรภาคธุรกิจที่ดี ๆ และสนใจสังคมยังมีอยู่มาก หากสามารถดึงคนที่ดูแลโครงการ CSR มาเป็นภาคีร่วมผลักดันเรื่องโทรทัศน์สำหรับเด็กได้ ก็จะเกิดการเคลื่อนของสังคมแบบมีส่วนร่วมมากขึ้น

คุณวสันต์ ภัยหลิกลิ (ผู้จัดการกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์)

การรับฟังเสวนาครั้งนี้ เป็นโจทย์ที่ทางกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์จะนำไปวางแผนต่อ และคิดว่าทำอย่างไร กองทุนจึงจะมีส่วนช่วยขับเคลื่อนงานสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนมากขึ้น ส่วนตัวมองว่า โทรทัศน์สำหรับเด็กยังมีความจำเป็น และควรเป็นโทรทัศน์ประเภทบริการสาธารณะ โดยมีช่องสำหรับเด็กอย่างน้อยหนึ่งช่อง ออกอากาศช่วงเวลาตั้งแต่ 05.00 – 22.00 น. มีการกำหนดชัดเจนว่ามีรายการอะไรบ้างสำหรับเด็กแต่ละช่วงวัย ที่สำคัญ คือการหาภาคีร่วมลงทุนสนับสนุนให้เกิดช่องโทรทัศน์สาธารณะเพื่อเด็กและเยาวชน

เด็กและเยาวชนในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปมาก เขาสามารถเข้าถึงแพลตฟอร์มสื่อได้หลากหลาย ดังนั้น การออกแบบสื่อให้ครอบคลุม 360 องศาในหลายแพลตฟอร์มสื่อก็เป็นแนวทางหนึ่งที่ควรจะเป็น

อุตสาหกรรมโทรทัศน์ของไทยในปัจจุบัน อาจมีความจำเป็นต้องรู้ใหม่ ล้างไฟใหม่ทั้งหมด เพราะถ้าปล่อยให้สถานการณ์เป็นแบบนี้ต่อไป โทรทัศน์ทุกช่องก็จะค้ำถึงเฉพาะความอยู่รอด และไม่สร้างสรรค์ให้เกิดสื่อที่ดีมีคุณภาพในสังคม

2.2 สรุปประเด็นที่ได้จากการเสวนา

สภาพปัญหาของรายการโทรทัศน์ และสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็ก มีปัจจัยสำคัญมาจาก

- **เด็ก**
 - ขาดพลังอำนาจในการต่อรอง
 - เด็กเรียนรู้จากสื่อที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสม
- **ครอบครัว**
 - ขาดความรู้ ความเข้าใจที่จะเลือกสรรสื่อที่มีคุณภาพสำหรับเด็ก
- **ผู้ผลิตรายการสำหรับเด็ก**
 - ขาดองค์ความรู้ที่จะรู้จักและเข้าใจเด็กในยุคปัจจุบันอย่างแท้จริง
 - ขาดความมั่นคง สัญญาการผลิตรายการกับสถานีเป็นสัญญาระยะสั้น (3 เดือน หรือ 6 เดือน)
 - มีคู่แข่งเป็นรายการเด็กที่มีคุณภาพจากต่างชาติ
 - ขาดการสนับสนุนแม้จะมีรายการที่มีคุณภาพระดับนานาชาติยอมรับก็ตาม
- **สถานีโทรทัศน์**
 - คำนึงถึงเรตติ้งจำนวนผู้ชม และรายได้จากค่าโฆษณาเป็นหลัก
 - มองว่ารายการสำหรับเด็กเป็นรายการที่ไม่สามารถสร้างผลกำไรทางการตลาดได้ ในขณะที่ต้องแบกภาระต้นทุนจากการประมูลใบอนุญาตประกอบกิจการ
 - ผังรายการมีการปรับเปลี่ยนตลอด รายการเด็กมีเวลาลดลงเรื่อย ๆ และออกอากาศในช่วงเวลาที่ไม่ได้มีผู้ชมมากนัก
 - สถานีโทรทัศน์ หมวดเด็ก เยาวชน และครอบครัว รวมถึงผังรายการช่วงเวลาสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว มุ่งไปที่ครอบครัวมากกว่าเด็ก
 - มองรายการเด็กแบบเหมารวม ไม่มีความหลากหลาย เพื่อสนองตอบเด็กแต่ละช่วงวัย และเด็กแต่ละกลุ่ม
- **นโยบาย**
 - ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเด็ก และการลงทุนเพื่อเด็กอย่างจริงจัง
 - ไม่มีนโยบายด้านสื่อสำหรับเด็กที่แยกออกมาอย่างเด่นชัด
 - แม้จะมีระเบียบ กฎเกณฑ์เรื่องสื่อสำหรับเด็กอยู่บ้าง แต่ขาดการบังคับใช้
 - นิยามเรื่องเด็ก และโทรทัศน์สำหรับเด็กไม่มีความชัดเจน

- **ธุรกิจ**
 - มองเด็กเป็นเพียงลูกค้า ผู้บริโภคที่ยังไม่มีกำลังซื้อ
 - ไม่เห็นความสำคัญในการร่วมลงทุนเพื่อพัฒนาเด็ก
 - ไม่แน่ใจเรื่องการโฆษณาในรายการเด็กว่าอาจจะผิดระเบียบเรื่องโฆษณา จึงเลี่ยงไปโฆษณาในรายการอื่น ๆ แทน
- **ภาควิชาการ**
 - ทำงานไม่ต่อเนื่อง ไม่เกาะติดประเด็นเรื่องเด็กอย่างจริงจัง
 - งานวิจัยแม้จะมีจำนวนมาก แต่ไม่ถูกนำมาใช้ในทางปฏิบัติจริง
- **ภาคประชาสังคม**
 - ต้องต่อสู้กับโลกที่มีผู้ใหญ่เป็นใหญ่ โลกที่มองเด็กเป็นเพียงผู้บริโภค
 - เกิดความล่าช้าไม่เห็นความเปลี่ยนแปลงแม้จะผ่านมาหลายปี

ความจำเป็นของการมีสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็ก

- **จำเป็นอย่างยิ่ง** ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้
 - เด็กไม่ได้เข้าถึงสื่อออนไลน์ทุกคนและทุกวัย ปัจจุบัน โทรทัศน์ยังเป็นสื่อหลักที่สำคัญสำหรับเด็กส่วนใหญ่ของประเทศ และหลายครอบครัวยังเลี้ยงลูกโดยปล่อยให้ดูหน้าจอโทรทัศน์
 - สื่อโทรทัศน์ยังมีระเบียบกฎหมายเกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาอยู่ ดังนั้น เนื้อหาที่เด็กจะได้รับ จึงมีการกลั่นกรองระดับความเหมาะสมได้มากกว่าสื่อออนไลน์
 - การมีสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กอย่างแท้จริง จะเป็นช่องทางของสื่อคุณภาพที่เหมาะสมต่อการพัฒนาการเรียนรู้ของเด็กในแต่ละช่วงวัย
 - สถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กจะเป็นห้องทดลองเพื่อวิจัยและพัฒนารายการของผู้ผลิตไทยที่เหมาะสมสำหรับเด็กไทย
 - เป็นตัวช่วยของผู้ปกครองในการเลือกสรรสื่อคุณภาพสำหรับเด็ก
 - การนั่งชมโทรทัศน์ร่วมกันสามารถส่งเสริมปฏิสัมพันธ์กันในครอบครัวได้
 - สถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กอาจมีแค่ช่องเดียว และไม่จำเป็นต้องออกอากาศ 24 ชั่วโมง

ทางรอดและทางรุ่งของโทรทัศน์สำหรับเด็ก

- **ปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์และความคิดที่มีต่อเด็ก**
 - เด็กคือศูนย์กลาง
 - สังคมต้องลงทุนเพื่อพัฒนาเด็ก ไม่ใช่ลงทุนเพื่อมองหาลำไรริงรุกริง
 - มองเห็นเด็ก ทั้งในฐานะผู้ชมแบบตั้งรับ (Passive) และในฐานะผู้ชมเชิงรุก (Active) ที่มีความเป็นพลเมือง
 - เด็กเติบโตขึ้นทุกวัน เรื่องของเด็กจึงไม่ใช่เรื่องที่รอได้
- **รู้จักและเข้าใจเด็กอย่างที่เด็กเป็น**
 - วิจัยอย่างจริงจัง เพื่อศึกษาพฤติกรรม แบบแผนการรับสื่อ และความสนใจของเด็ก โดยต้องทำความเข้าใจเด็กหลากหลายทุกกลุ่ม ทุกวัยอย่างแท้จริง
 - พัฒนาองค์ความรู้ด้านเด็กจากวิชาการหลากหลายสาขา และรอบด้าน
- **พัฒนางาน พัฒนาคคน**
 - มีห้องทดลองเพื่อวิจัยและพัฒนารายการสำหรับเด็กไทย
 - ศึกษาดูงานจากต่างประเทศ เพื่อเปิดโลกทัศน์ของผู้ผลิตรายการ
 - ทำโครงการร่วมผลิตกับต่างประเทศ เพื่อเรียนรู้และพัฒนางาน
 - จัดประกวด และจัดอบรม เพื่อสร้างผู้ผลิตใหม่ ๆ ที่มีความรู้ความสามารถ
- **รวมพลังสร้างสรรค์งาน ไม่มองเป็นคู่แข่ง**
 - ผู้ผลิตรายการและสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ สามารถร่วมมือกัน ใช้ความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ของตนมาร่วมออกแบบและสร้างสรรค์รายการสำหรับเด็กที่ดี ๆ มีคุณภาพ และกระจายช่องทางการเผยแพร่ได้หลากหลายสถานี ตลอดจนส่งออกต่างประเทศได้ด้วย
 - ไม่มองแค่สื่อโทรทัศน์ แต่ใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มสื่ออื่น ๆ เข้ามาขยายด้วย เพื่อสร้างประสบการณ์ร่วมและการรับรู้ สร้างแฟนรายการอย่างต่อเนื่อง
- **พุ่งเป้าที่พ่อแม่ สร้างพลังเครือข่าย**
 - ให้ความรู้ ความเข้าใจพ่อแม่ผู้ปกครองเกี่ยวกับเด็ก การรู้เท่าทันสื่อ การเลือกสรรสื่อที่มีคุณภาพ และคุณค่าของโทรทัศน์สำหรับเด็ก
 - ดึงพลังจากพ่อแม่ผู้ปกครองให้มาเป็นแนวร่วมในการขับเคลื่อนให้สังคมและผู้มีอำนาจเห็นความสำคัญของโทรทัศน์สำหรับเด็ก

- สร้างเครือข่ายทั้งผู้ผลิต สถานีโทรทัศน์ องค์กรธุรกิจ ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม ผู้ปกครอง
- ขับเคลื่อนให้สังคมเห็นความสำคัญด้านเด็ก โดยใช้พลังด้านบวก (Positive approach) จากล่างขึ้นบน (bottom-up) แล้วขยายผลไปสู่ผู้มีอำนาจเชิงนโยบาย

- **เสนอนโยบาย และสร้างมาตรการสนับสนุน**

- ทำให้รัฐบาลเห็นว่า การพัฒนาเด็กเป็นเรื่องสำคัญ และจำเป็นเร่งด่วน
- สนับสนุนให้เกิดสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กจริง ๆ โดยใช้เงินลงทุนจาก
 - งบประมาณแผ่นดินของรัฐบาล (อย่างน้อยในช่วงแรก)
 - กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยควรจัดหมวดหมู่กองทุนแยกเรื่องสื่อสำหรับเด็กโดยเฉพาะ
 - กองทุนวิจัยและพัฒนากิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กทปส.) โดยนำเงินที่ได้จากการประมูลคลื่นความถี่ หรือ ค่าใบอนุญาตประกอบกิจการส่วนหนึ่ง คืนสู่สังคม สร้างให้เกิดสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กที่แท้จริง
 - ภาคเอกชน ที่ให้ความสำคัญเรื่องการลงทุนเพื่อเด็ก ในรูปแบบ CSR (Corporate Social Responsibility) หรือ SE (Social Enterprise) โดยมีมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐเพิ่มเติม เพื่อกระตุ้นให้ภาคเอกชนมาร่วมลงทุนในสื่อโทรทัศน์สำหรับเด็ก เช่น การลดหย่อนภาษี
- ปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสื่อสำหรับเด็ก และนำมาใช้ในทางปฏิบัติอย่างจริงจัง
- สร้างนิยามที่ชัดเจนเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก
- แม้จะมีสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กแล้ว สถานีโทรทัศน์อื่น ๆ ก็ต้องถูกกำกับดูแลให้นำเสนอรายการที่เหมาะสมสำหรับเด็กในช่วงเวลาที่กำหนดให้เป็นเวลาสำหรับเด็กด้วย (โดยสถานีโทรทัศน์หมวดอื่น ๆ สามารถนำรายการเด็กที่ดี ๆ ของสถานีโทรทัศน์สำหรับเด็กไปออกอากาศในช่องของตนเองในช่วงเวลาดังกล่าวได้)

ปัญหาที่ถาโถม TVสำหรับเด็ก (1) ในเมืองไทย

เด็ก

ขาดพลังอำนาจในการต่อรอง

เรียนรู้จากสื่อที่ไม่เหมาะสม

ครอบครัว

ขาดความรู้ความเข้าใจในการเลือกสรรสื่อคุณภาพให้เด็ก

ผู้ผลิตรายการ

ขาดองค์ความรู้เรื่องเด็กและการผลิตสื่อสำหรับเด็ก

ขาดความมั่นคงไม่มั่นใจว่าจะได้ผลิตรายการในระยะยาว

ขาดงบประมาณสนับสนุน มีคู่แข่งเป็นรายการเด็กจากต่างชาติ

สถานีโทรทัศน์

ต้องแบกรับภาระต้นทุนมูลค่ามหาศาล

มองว่ารายการเด็กไม่สามารถสร้างเรตติ้งและผลกำไรได้

ปรับเปลี่ยนผังรายการตลอด

เวลาของรายการเด็กลดลงและอยู่ในช่วงที่ไม่ค่อยมีคนดู

ไม่แยกรายการเด็กออกจากรายการครอบครัว

มองเด็กแบบเหมารวมไม่แยกเด็กแต่ละกลุ่ม แต่ละช่วงวัย



ที่มา : เสวนาโต๊ะกลม "ทีวีสำหรับเด็กในเมืองไทย ทำอย่างไรให้รอดและรุ่ง" 8 พ.ย.2560





ปัญหาที่ถาโถม TVสำหรับเด็ก (2) ในเมืองไทย

ภาคนโยบาย

ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเด็กและการลงทุนเพื่อเด็กอย่างจริงจัง

นิยามของทีวีสำหรับเด็กยังไม่มีความชัดเจน

ไม่มีนโยบายด้านสื่อสำหรับเด็กที่แยกออกมาอย่างเด่นชัด

ขาดการบังคับใช้ระเบียบ กฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับรายการเด็ก

ภาคธุรกิจ

มองเด็กเป็นเพียงลูกค้าหรือผู้บริโภคที่ไม่มีกำลังซื้อ

ไม่เห็นความสำคัญในการร่วมลงทุนเพื่อพัฒนาเด็ก

มีกฎเกณฑ์เรื่องการโฆษณาสำหรับเด็ก จึงไม่อยากลงโฆษณาในรายการเด็กเลย

ภาควิชาการ

ทำงานไม่ต่อเนื่อง ไม่เกาะติดประเด็นเด็กอย่างจริงจัง

มีงานวิจัยเรื่องเด็กและสื่อเด็กจำนวนมาก แต่ไม่ถูกนำมาใช้

ภาคประชาสังคม

ต้องต่อสู้ !!!

กับโลกที่ไม่เห็นความสำคัญของเด็ก

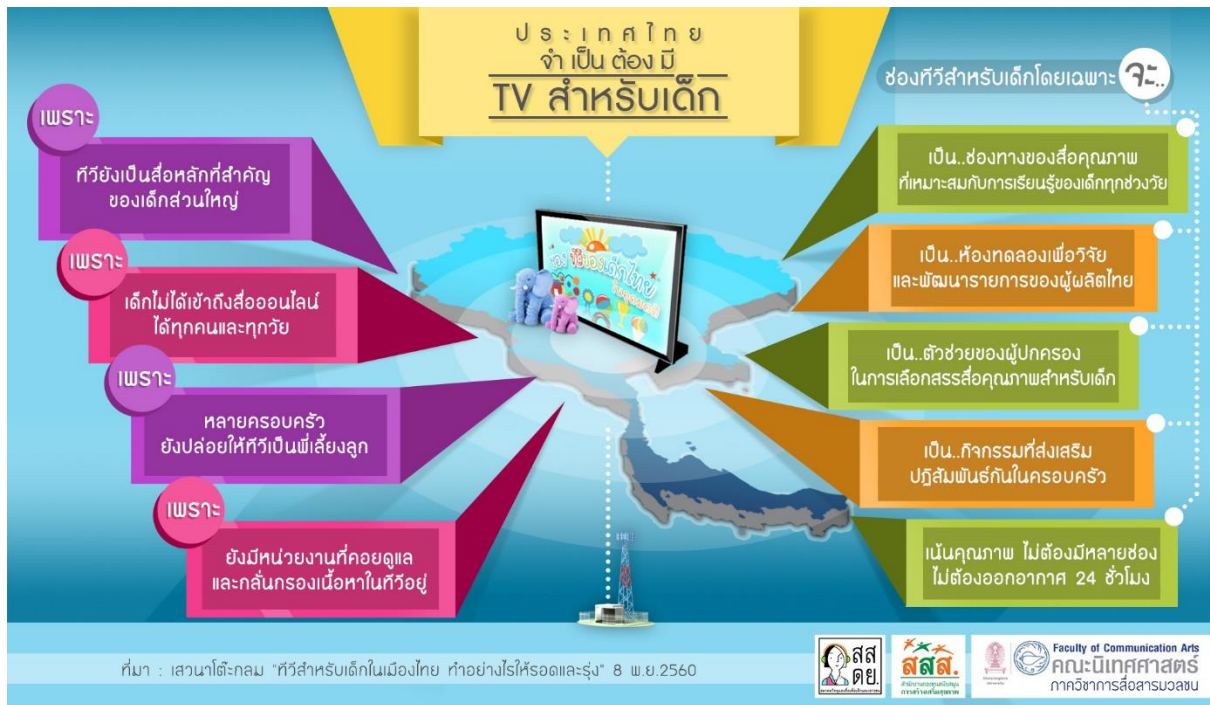
เกิดความล่าช้าต่อสู้นาน แต่ไม่ค่อยเห็นความเปลี่ยนแปลง



ที่มา : เสวนาโต๊ะกลม "ทีวีสำหรับเด็กในเมืองไทย ทำอย่างไรให้รอดและรุ่ง" 8 พ.ย.2560









ส่วนที่ 3

ภาคผนวก : บทถอดเทปการเสวนา