

บทที่ 2

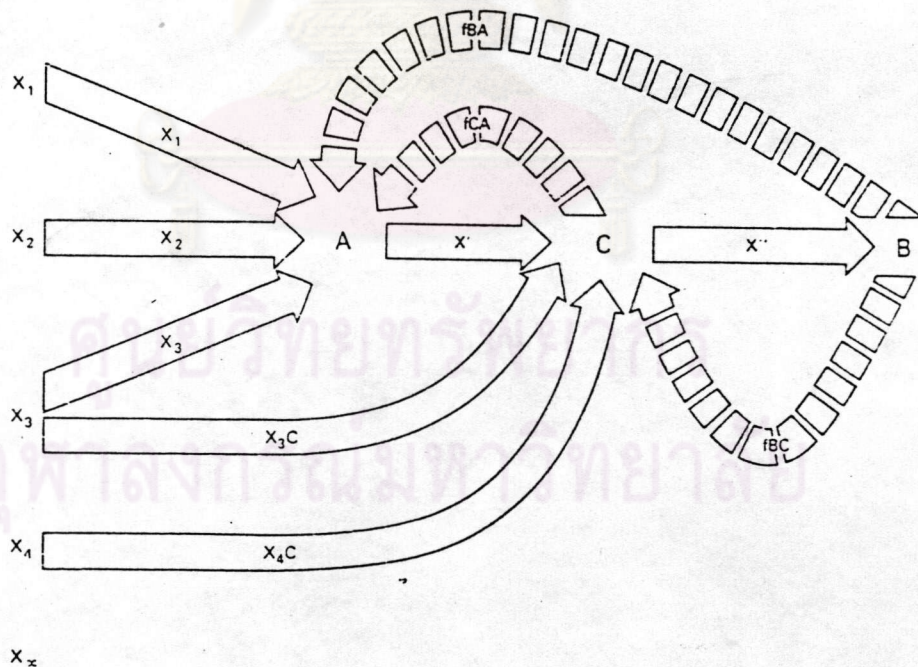
แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิดและงานวิจัย ที่นำมาเป็นกรอบความคิด ในการศึกษาเรื่องกระบวนการสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับ "ความซื่อสัตย์สุจริต" ในรายการโทรทัศน์ของสำนักงาน ป.ป.ป. ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสร้างและคัดเลือกเนื้อหาเพื่อผลิต รายการโทรทัศน์

แนวคิดของเวสลีย์ และแมคสัน เรื่องแบบจำลองเชิงแนวคิดรวมยอด เพื่อทำการวิจัยสื่อสาร

เป็นการนำเสนอแบบจำลอง ซึ่งใช้แทนสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นของการสื่อสารมวลชน ว่ามีกระบวนการใดบ้างในการกำหนด "สาร" ที่จะสื่อไปยังผู้รับสาร แบบจำลองดังกล่าวมีลักษณะดังนี้



- X = แทนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น การทุจริตที่เกิดขึ้นมากมาย
ในสังคม
- A = เป็นผู้ทำการสื่อสารที่มีบทบาทเป็น "ตัวตั้งตัวตี" (advocate)
คือ ผู้ส่งสารอย่างมีความมุ่งหมาย
- C = คือ องค์กรสื่อมวลชน หรือปัจเจกบุคคลที่อยู่ในองค์กรนั้น ซึ่ง
เป็นผู้เลือกวิธีที่จะสื่อสารถึงผู้รับสาร โดยเลือกจาก A ตาม
เกณฑ์ที่คำนึงถึงความสนใจ และความต้องการจำเป็นของกลุ่ม
ผู้รับสารเป็นสำคัญ ทั้งนี้อาจเลือกโดยตรงจาก X เพื่อสื่อสารไป
ยัง B (กลุ่มผู้รับสารก็ได้) บทบาทอีกอย่างหนึ่งของ C ก็คือ C
ทำหน้าที่เป็นตัวแทนแห่งความต้องการของ B และในเวลา
เดียวกันก็เป็นตัวแทนสำหรับ A ด้วย
- B = แทนผู้รับสาร อาจจะเป็นปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มหรือระบบสังคม
ซึ่งถือว่ามีความต้องการที่จะได้รับสาร
- X' = คือ การเลือกตามและผู้ส่งสาร (C) ได้ตัดสินใจในอันที่จะเข้า
ถึงทางติดต่อทางใดทางหนึ่ง และ X'' คือ สารที่ถูกปรับ
เปลี่ยนแล้วโดย C เพื่อถ่ายทอดไปยัง B
- fBA = คือ การป้อนกลับของ B ไปยังต้นแหล่งสาร A
- fBC = คือ การป้อนกลับจากสมาชิกผู้รับสารไปยังองค์กรสื่อมวลชน
อาจโดยการติดต่อโดยตรง หรือโดยการวิจัยกลุ่มผู้รับสารก็ได้
ภายในช่วงเวลาหนึ่ง การป้อนกลับนี้จะชี้แนะแก่ C ว่าจะ
เลือกทางติดต่อทางใด และใช้วิธีการถ่ายทอดสารอย่างไร
ต่อไปในอนาคต
- fCA = คือ การป้อนกลับจากผู้ส่งสารไปยังผู้เป็นตัวตั้งตัวตี การป้อน
กลับนี้อาจจะส่งเสริม หรือปรับเปลี่ยน หรือยับยั้งความ
พยายามในการสื่อสารอย่างมีจุดมุ่งหมายของ A
- X_{3C}, X_{4C} แทนรายงานข้อสังเกตต่าง ๆ ที่ได้จากรวด X
ทั้งหลาย ซึ่ง C ได้มาโดยตรง ตัวอย่าง เช่น เรื่องราวที่

ผู้เขียนบทโทรทัศน์ซึ่งเป็นทีมงานของ C ได้เห็นมาด้วยตนเองและนำมาเขียนเป็นบทโทรทัศน์

2. แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์

Wurtzel (1985) ได้แบ่งขั้นตอนการผลิตไว้ดังนี้ คือ

1. การวางแผนการผลิตรายการ (Pre-production Planning)

เริ่มต้นที่การแสวงหาความคิด การกำหนดวัตถุประสงค์ การวิเคราะห์ผู้ชม การวิเคราะห์เนื้อหาและข้อมูล การเขียนบทโทรทัศน์ การกำหนดฉากและวัสดุประกอบฉาก การกำหนดผู้แสดง ผู้ร่วมรายการ พิธีกร การทำผังเวที/ไฟ และจัดทำงบประมาณ

1.1 การแสวงหาแนวความคิด (Investigating an idea)

การแสวงหาแนวความคิดที่จะมาผลิตรายการโทรทัศน์ เป็นภารกิจขั้นแรกของผู้ผลิตรายการที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการสูง ผู้ผลิตจึงต้องมีสายตา และความคิดคำนึงที่กว้างไกล

1.2 การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective)

เป็นการคาดหวังผลที่จะเกิดขึ้นหลังจากที่ผู้ชมได้ชมรายการไปแล้ว ผู้ผลิตต้องกำหนดวัตถุประสงค์ว่า มุ่งจะให้ผู้รับได้รับหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านใด อาจจะเป็นวัตถุประสงค์ทั่วไปหรือวัตถุประสงค์เฉพาะก็ได้

1.3 การวิเคราะห์ผู้ชมเป้าหมาย (Target audience)

เป็นการทำความเข้าใจผู้ชมในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้สามารถผลิตรายการได้ตรงกับความต้องการมากที่สุด เมื่อกำหนดวัตถุประสงค์แล้วก็ต้องมีการวิเคราะห์ผู้ชมว่า เรื่องที่จะผลิตเป็นรายการโทรทัศน์นั้นมุ่งที่ผู้ชมเป้าหมายกลุ่มใด โดยคำนึงถึงข้อมูลต่าง ๆ เช่น เพศ อายุ การศึกษา ช่วงเวลาที่รับชมรายการ เป็นต้น

1.4 การวิเคราะห์เนื้อหาและข้อมูล (Content analysis)

เป็นการวิจัยศึกษาเนื้อหา สาร และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะทำรายการโทรทัศน์และนำมาวิเคราะห์ เพื่อให้ได้เนื้อหาสาระ ข้อมูลที่ถูกต้องมากที่สุด

1.5 การเขียนบทโทรทัศน์ (Script writing)

เป็นการกำหนดลำดับก่อนหลังของการเสนอภาพและเสียง เพื่อให้ผู้ชมได้รับเนื้อหา สาระตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยระบุลักษณะของภาพและเสียงไว้อย่างชัดเจน

1.6 การกำหนดฉากและวัสดุประกอบฉาก (Stage & props)

1.7 การกำหนดผู้แสดงหรือผู้ดำเนินรายการ (Talent or M.C.)

1.8 การจัดทำงบประมาณ ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการโทรทัศน์ ประกอบด้วย

- ค่าผู้ผลิตรายการ
- ค่าผู้กำกับรายการ
- ค่าผู้เขียนบทโทรทัศน์
- ค่าผู้ดำเนินรายการ
- ค่านักดนตรี
- ค่าสถานที่และอุปกรณ์ในการผลิต เช่น กล้อง ไฟ ไมโครโฟน
- ค่างานกราฟิกต่าง ๆ
- ค่าของขวัญผู้ร่วมรายการ

ฯลฯ

2. การเตรียมการผลิตรายการโทรทัศน์ (Set up and Rehearsal)

เป็นขั้นตอนที่ได้นำสิ่งที่ได้วางแผนมาแล้ว มาสร้าง มาผลิต และจัดให้พร้อมก่อนจึงจะถึงวันเวลาผลิตรายการ ซึ่งจะครอบคลุมถึงการจัดการความพร้อมด้านบุคลากร สถานที่ถ่ายทำ ฉาก วัสดุประกอบรายการ กราฟิกและผู้แสดง เป็นต้น

3. การผลิตรายการ (Production)

ผู้ที่รับผิดชอบการดำเนินการผลิตคือ ผู้กำกับรายการ (Production Director) ซึ่งเป็นบุคคลที่ผู้ผลิตมอบอำนาจให้แล้ว ขั้นตอนในการผลิตแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนการประชุมก่อนการผลิต (Preproduction Conference) ขั้นซ้อม (Rehearsal) และขั้นการผลิต (Production)

4. ขั้นหลังการผลิต (Post - Production)

เป็นการนำเทปที่บันทึกรายการไว้แล้วมาเรียงลำดับคัดเลือกช่วงรายการที่ดีที่สุดไว้โดยคัดเลือกส่วนที่ไม่ต้องการทิ้งไป ไปได้เนื้อหาและความยาวที่ต้องการ โดยใช้เทคนิคการตัดต่อ เมื่อด้านภาพเรียบร้อยแล้ว ก็ถึงขั้นตอนของการใส่เสียงประกอบต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้ในบทโทรทัศน์ไม่ว่าจะเป็นเสียงดนตรี เสียงพูด หรือเสียงประกอบ (Sound effect) ลงในเทปโทรทัศน์นั้น ก็จะได้รายการโทรทัศน์ที่สมบูรณ์ 1 รายการ แต่ก่อนที่จะส่งเทปโทรทัศน์ไปออกอากาศ ผู้ผลิตจะตรวจสอบความเรียบร้อยของรายการก่อนว่าเป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่ได้กำหนดขึ้นหรือไม่ ทั้งในด้านของเนื้อหาสาระ วิธีการนำเสนอ ถ้ายังไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ก็อาจจะมีการแก้ไขในบางส่วนที่สามารถแก้ไขได้จนเรียบร้อย จึงนำเทปโทรทัศน์ส่งสถานีโทรทัศน์เพื่อรอการตรวจพิจารณาของคณะกรรมการประจำสถานีและออกอากาศต่อไป

สำหรับการศึกษาวิจัยเรื่องกระบวนการสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับ "ความซื่อสัตย์สุจริต" ในรายการโทรทัศน์ของสำนักงาน ป.ป.ป. จะเลือกศึกษาเน้นหนักในขั้นตอนแรกคือ ขั้นตอนการวางแผนการผลิตรายการ เนื่องจากเป็นขั้นตอนของกระบวนการสร้างและคัดเลือกเนื้อหา ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3. แนวคิดเรื่องกระบวนการปลูกฝัง "ความซื่อสัตย์สุจริต" โดยใช้สื่อมวลชน

สื่อมวลชนนับว่าเป็นสถาบันที่มีบทบาทสำคัญมากในการปลูกฝังค่านิยมในเรื่องต่าง ๆ โดยเฉพาะในวัยเด็ก สมัยก่อน พ่อ-แม่ และพระสงฆ์มีบทบาทสำคัญในการสั่งสอนอบรมบ่มนิสัยเด็กและเยาวชน แต่ปัจจุบันโรงเรียนได้เข้ามารับหน้าที่ให้การศึกษา และสื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทสำคัญยิ่งในการกำหนดค่านิยม ความคิด และคุณธรรมของเด็ก (บุญกร่าง เกิดตุลา, 2523:24) การมีบทบาทและอิทธิพลของสถาบันสื่อมวลชนนี้ ได้มีการศึกษาโดยนักวิชาการสื่อสารมวลชนที่เชื่อว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลโดยตรงและทันทีต่อพฤติกรรมของกลุ่มผู้รับสาร แต่นักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่งกลับเชื่อว่า การมีอิทธิพลของสื่อมวลชนนั้น น่าจะอยู่ที่การปลูกฝังค่านิยมและความเชื่อแก่สมาชิกของสังคม (cultivation theory) อิทธิพลในลักษณะนี้จึงเป็นอิทธิพลที่สะสมต่อเนื่องลึกซึ้งและมีผลในระยะยาว แนวคิดดังกล่าวได้รับความนิยมนมากขึ้นในช่วงทศวรรษ 1980 นักทฤษฎีในยุโรปหลาย

ประเทศที่มีความเชื่อในทฤษฎีนี้ได้ใช้วิธีการวิจัยในแนววิเคราะห์เนื้อหาของสื่อสารมวลชนเข้ามาประกอบการศึกษา และด้วยการพิจารณาว่าสื่อสารมวลชนเสนอสาระอะไร และมีวิธีการเสนออย่างไร ทำให้ได้ข้อมูลสนับสนุนว่า สื่อสารมวลชนเลือกเสนอค่านิยมและความเชื่อบางประเภทผ่านรูปแบบรายการต่าง ๆ (อุบลรัตน์ ศิริบุวคักดี, 2535:39-40)

การศึกษาเรื่องการปลูกฝังค่านิยมโดยใช้สื่อมวลชน (cultivation analysis) ปรากฏในงานวิจัยหลายชิ้นของ Gerbner ซึ่งเชื่อว่า รายการโทรทัศน์ (โดยเฉพาะรายการละคร) มีอิทธิพลสำคัญต่อการหล่อหลอมความคิดของผู้ชมที่มีต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ในงานวิจัยของเขาได้กำหนดการวิเคราะห์ไว้ 2 ประการ ได้แก่ การวิเคราะห์กระบวนการของสาร (message system analysis) และการวิเคราะห์การปลูกฝัง (cultivation analysis)

ในเรื่องของการวิเคราะห์กระบวนการของสาร (message system analysis) พบว่าส่วนที่สำคัญคือ การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ซึ่งทำได้โดยการศึกษาลักษณะของรายการ และการนำเสนอในรายการโทรทัศน์ ส่วนในเรื่องการวิเคราะห์การปลูกฝัง (cultivation analysis) เป็นการศึกษาเพื่อจะอธิบายถึงอิทธิพลของสาร(ในรายการโทรทัศน์) ที่มีผู้ชม เช่น การดูรายการโทรทัศน์วันละ 3-4 ชั่วโมงมีผลต่อสิ่งที่เราคิด สิ่งที่เราเชื่อ และค่านิยมของเราอย่างไรบ้าง Gerbner ได้พบว่า รายการโทรทัศน์มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อทัศนคติและความเชื่อ ละครโทรทัศน์ซึ่งมีผู้นิยมดูมากได้ถูกนำมาเป็นตัวจัดในประเด็นเรื่องความรุนแรง และความเลวร้าย โดยดูว่าผู้ชมคิดอย่างไรหรือนำมาใช้กับชีวิตจริงของเขาหรือไม่อย่างไร ผลการวิจัยพบว่าผู้ที่ดูโทรทัศน์มาก (ได้แก่ผู้ที่ให้ความสนใจที่จะดู เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ จากรายการโทรทัศน์) มีทัศนคติในเรื่องความรุนแรงมากกว่าความเป็นจริง และยังคงกลัวในเรื่องอาชญากรรมและไม่มั่นใจในสวัสดิภาพของตน ทั้งนี้ ประชากรที่ประเมินเป็นผู้ที่มีสถานะทางสังคมเดียวกัน และอยู่ในสิ่งแวดล้อมเหมือน ๆ กัน Gerbner เรียกผลกระทบดังกล่าวนี้ว่า mainstreaming และความเชื่อนี้ยิ่งเพิ่มมากขึ้นเป็น 2 เท่า เมื่อผู้ชมอยู่ในสภาพคล้าย ๆ กันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในรายการโทรทัศน์กลุ่มนี้จะพบมากในพวกที่อยู่ในเมืองที่มีสถิติเกี่ยวกับอาชญากรรมสูง Gerbner เรียกผลกระทบนี้ว่า resonance คนพวกนี้จะได้รับอิทธิพลจากสิ่งที่เห็นในโทรทัศน์แล้วนำมาเปรียบเทียบกับชีวิตจริงเป็น

สองเท่า ผลกระทบที่เรียกว่า *mainstreaming* ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะเรื่อง ความรุนแรง แต่เกิดขึ้นกับเรื่องอื่น ๆ ด้วย เช่น เมื่อผู้ใหญ่ทำสิ่งที่ไม่ดีให้เห็น ในรายการโทรทัศน์ เมื่อสำรวจทัศนคติของผู้ที่ดูโทรทัศน์มาก และผู้ที่ดูโทรทัศน์ น้อย พบว่าผู้ที่ดูโทรทัศน์มากมีทัศนคติต่อผู้ใหญ่ในด้านลบมากกว่าที่ผู้ดูโทรทัศน์น้อย มีงานวิจัยมากมายได้ยืนยันความจริงที่ว่า โทรทัศน์มีแนวโน้มที่จะค่อย ๆ เข้าไป กำหนดทัศนคติและค่านิยมของผู้ที่ชมโทรทัศน์มากโดยไม่รู้ตัว

อย่างไรก็ตาม มีงานเขียนหลายชิ้นที่วิพากษ์วิจารณ์ผลการวิจัยของ Gerbner แต่ยังไม่มียุทธวิธีที่สามารถหักล้างได้ ในขณะที่โครงการวิจัยของ Gerbner ยังคงทำการศึกษาเกี่ยวกับสื่อมวลชนไปเรื่อยๆ และทฤษฎีและระเบียบ วิธีวิจัยได้ถูกนำไปศึกษาในรายละเอียดโดยนักวิจัยอื่น ๆ

ในด้านจิตวิทยา มีการศึกษาเรื่องผลกระทบของโทรทัศน์ต่อทัศนคติและ ค่านิยมในเรื่อง "Script" โดย Abelson (1976) เป็นผู้อธิบายเรื่องนี้เป็น คนแรก เขาบอกว่า "Script" เป็นสิ่งที่คนทั่วไปได้จำลองพฤติกรรมของตัวเอง ไว้ ถ้าเป็นเหตุการณ์สั้น ๆ จะเรียกว่า "Vignette" ซึ่งจะมีทั้งจินตนาการ และตัวแทนความคิดของคน ๆ นั้นอยู่ด้วย ใน "Script" หนึ่ง ๆ ของคนจะ ประกอบด้วย "Vignette" มากมาย ซึ่งเมื่อรวม ๆ กันแล้วจะเป็นการเรียนรู้ ต่อพฤติกรรมทางสังคม ทั้งหมดนี้จะขึ้นอยู่กับกระบวนการ 2 ขั้นตอน ก็คือ

1. การเลือก "Script" เฉพาะเพื่อเป็นตัวแทนเหตุการณ์ที่ให้มาและ
2. การแสดงบทบาทร่วมใน "Script" นั้น

ความคิดเรื่อง "Script" นี้อาจนำมาใช้อธิบายถึงผลกระทบของ โทรทัศน์ต่อทัศนคติค่านิยมได้ก็คือ ในรายการโทรทัศน์ได้กำหนด "Script" เพื่อ ให้คนได้ประพฤติปฏิบัติในเรื่องของอาชีพ บทบาทหน้าที่ หรือแม้แต่กำหนดในเรื่อง พฤติกรรมเกี่ยวกับสุขอนามัยด้วย ดังนั้น "Script" จึงอาจนำมาใช้วิเคราะห์ เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ และพฤติกรรมของบุคคลได้ในขณะที่เราเรียนรู้เรื่อง "Script" เราได้ประพฤติปฏิบัติตาม "Script" ไปด้วย ซึ่งเรื่อง "Script" ที่เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยา เป็นสิ่งที่งานวิจัยของ Gerbner ขาดไป

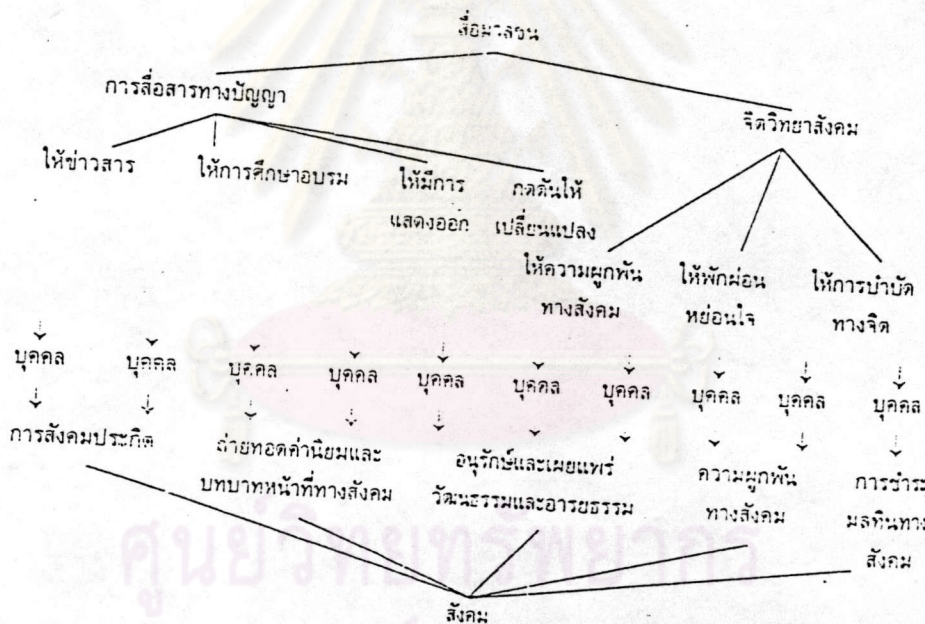
กล่าวโดยสรุปแล้ว แนวคิดเรื่องการปลูกฝังของ Gerbner ซึ่งมีทั้ง การวิเคราะห์กระบวนการของสาร และการวิเคราะห์การปลูกฝังนี้ เป็นแนวคิด ที่สำคัญสำหรับการศึกษาการทำหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์ และการทำหน้าที่ของสาร

(ในรายการโทรทัศน์) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการขัดเกลาทางสังคมที่สื่อมวลชนมีหน้าที่ในฐานะ เป็นสถาบันของสังคม

ส่วน Roger Clause ได้พูดถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนว่าสามารถแบ่งเป็น 2 ด้านคือ บทบาทหน้าที่สื่อสารทางปัญญา (Intellectual communication) และบทบาทหน้าที่ด้านจิตวิทยาสังคม (Psycho Social Funtions) สำหรับบทบาทหน้าที่สื่อสารทางปัญญา ได้แก่

1. การให้ข่าวสาร

2. การให้การศึกษาอบรม หมายถึง การเสนอข่าวสารและความรู้ อย่างมีระบบและกรรมวิธี เพื่อให้ผู้รับสารได้รับการศึกษาและอยู่ร่วมสังคมกับผู้อื่นได้ (Socialization) รวมถึงการถ่ายทอดค่านิยมและบทบาทหน้าที่ทางสังคมที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป นอกจากนี้ยังมีบทบาทหน้าที่ด้านอื่น ๆ ซึ่ง Roger Clause ได้เขียนเป็นแบบจำลองไว้ดังนี้



(อ้างในสมควร กวียะ, การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ เสรีภาพและความรับผิดชอบ, 2536: 41-42)

สำหรับบทบาทหน้าที่ด้านจิตวิทยาสังคมนั้น เป็นอีกส่วนหนึ่งที่แยกออกไปนั้น ซึ่งงานวิจัย เรื่องกระบวนการสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับ "ความซื่อสัตย์สุจริต"

ในรายการโทรทัศน์ของสำนักงาน ป.ป.ป. จะไม่นำมาวิเคราะห์

จากการศึกษาแนวคิดเรื่องการปลูกฝังของ Gerbner และแนวคิดเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนของ Roger Clause ที่มองว่ากระบวนการขัดเกลาทางสังคม(Socialization) เป็นกระบวนการที่สื่อมวลชนในฐานะสถาบันหนึ่งของสังคมได้ทำหน้าที่ โดยเฉพาะในแง่ของการสื่อสารทางปัญญาที่มุ่งให้ข่าวสาร และให้การศึกษาอบรมนี้ กระบวนการดังกล่าวได้มีบทบาทสำคัญในการปลูกฝัง(Cultivation) ที่ค้นคิดค่านิยมของผู้ชม ซึ่งสามารถใช้วิธีการวิเคราะห์กระบวนการของสาร (message system analysis) และการวิเคราะห์การปลูกฝัง (cultivation analysis) มาวัดได้

สำหรับงานวิจัยนี้ จะนำแนวคิดทั้งเรื่องกระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) และการปลูกฝัง (Cultivation) มาวิเคราะห์ โดยในเรื่องการปลูกฝังจะมุ่งเน้นในส่วนของวิธีการวิเคราะห์กระบวนการของสาร ซึ่งมีการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นส่วนสำคัญตามแนวคิดของ Gerbner มาเป็นกรอบในการศึกษา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษากระบวนการสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับ "ความซื่อสัตย์สุจริต" ในรายการโทรทัศน์ของสำนักงาน ป.ป.ป. เท่าที่ค้นคว้าถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

พรชัย เชาวเดช (2532) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาด้านจริยธรรมของภาพยนตร์การ์ตูนสำหรับเด็กที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เนื้อหาจริยธรรมด้านบวกที่ปรากฏมากที่สุดใตภาพยนตร์การ์ตูนที่ศึกษา จำนวน 13 เรื่อง ได้แก่ ความสามัคคี รองลงมาคือ ความมีเหตุผล ความเมตตากรุณา ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความขยันหมั่นเพียร ความกตัญญูกตเวที และความประหยัด จริยธรรมด้านบวกและลบส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

สุพิศตรา คูหากาญจน์(2529) ศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาด้านจริยธรรม

ในรายการโทรทัศน์พบว่า รายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาด้านจริยธรรมด้านบวกและด้านลบสูงสุดคือ รายการละครและภาพยนตร์ รายการข่าวเสนอเนื้อหาจริยธรรมด้านลบมากที่สุดเกี่ยวกับความยึดมั่นในคุณธรรม รายการสารคดีส่วนใหญ่จะเสนอเนื้อหาจริยธรรมด้านบวกและเสนอมากที่สุดในเรื่องความรักชาติ รายการบันเทิงเสนอเนื้อหาจริยธรรมด้านบวกมากที่สุดเกี่ยวกับความมีสติปัญญา และเสนอด้านลบมากที่สุดเกี่ยวกับความยึดมั่นในคุณธรรม นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีความเห็นว่า เนื้อหาจริยธรรมที่เสนอในรายการโทรทัศน์ไม่ว่าจะเป็นด้านบวกหรือลบสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

สันทัด ทองรินทร์ (2533) ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้อุปถัมภ์รายการ เห็นว่า วิธีการนำเสนอควรเปิดโอกาสให้เด็กมีส่วนร่วมในรายการมากที่สุด และควรเสนอรายการในลักษณะเป็นสารคดีให้ความรู้ โดยเนื้อหาควรเน้นให้รู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์และนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ แต่ไม่ควรเสนอเรื่องราวของสิ่งลึกลับของขวัญ ค่านิยมที่ควรปลูกฝังมากที่สุด คือ ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์สุจริต และผู้ดำเนินรายการควรให้เด็กดำเนินรายการร่วมกับผู้ใหญ่ด้วย

นรากร ดิยายน (2536) ศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ออกอากาศในเดือนพฤศจิกายน 2535 ช่วง 16.00 - 19.30 น. ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 และช่อง 9 พบว่ารูปแบบรายการมี 3 ประเภทคือ นิตยสารทางอากาศ ข่าว และเกมโชว์ มีวิธีการนำเสนอ 8 ลักษณะ คือ การสนทนา การบรรยาย การเล่านิทาน การตอบปัญหา การแสดงประกอบเพลง การสัมภาษณ์ การแสดงการปฏิบัติจริง และเกมโชว์ สำหรับเนื้อหาของรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมีการเน้นหนักพัฒนาการทางสติปัญญามากที่สุด รองลงมาได้แก่ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการทางร่างกาย พัฒนาการทางอารมณ์ และบุคลิกภาพ และพัฒนาการทางสังคมตามลำดับ นอกจากนี้พบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับเด็กวัย 3 ปีครึ่งถึง 12 ปี

สุจิตรา รัตนกรกช (2533) ศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม ที่จัดทำขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2519 - 2531 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทผู้โฆษณา และประเภทปัญหาสังคมที่นำเสนอในภาพยนตร์โฆษณา

ส่งเสริมสังคม การวิจัยพบว่า ปัญหาสังคมที่พบมากที่สุดในการศึกษานักเรียน
ส่งเสริมสังคม คือ ปัญหาด้านศีลธรรม วัฒนธรรม และจิตใจ รองลงมาได้แก่
ปัญหาสุขภาพอนามัยและโรคภัยไข้เจ็บ และปัญหาการจราจรตามลำดับ ส่วน
เนื้อหาหลักที่นำเสนอพบว่าเป็นเนื้อหาหลักด้านการอบรมขัดเกลา สั่งสอน และ
แนะนำสมาชิกให้รู้จักกฎเกณฑ์และระเบียบของสังคม ตลอดจนการถ่ายทอด
วัฒนธรรมประเพณี และค่านิยมสู่คนรุ่นใหม่ โดยหน่วยงานภาครัฐบาลเป็นผู้จัดทำ
ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมในทุกหน้าที่ให้มากที่สุด

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยชิ้นนี้ได้ชี้ให้เห็นว่า ในเรื่องปัญหาคอร์รัปชัน
ไม่มีผู้โฆษณาอื่น นอกจากหน่วยงานภาครัฐบาลที่นำเสนออาจเป็นเพราะความรู้สึก
ของคนทั่วไป เมื่อนึกถึงปัญหาคอร์รัปชัน คนส่วนใหญ่จะเชื่อมโยงการคอร์รัปชันกับ
ข้าราชการ เข้าด้วยกันเสมอ อีกประการหนึ่งก็คือ การคอร์รัปชันที่เกิดขึ้น
บางครั้งมีสาเหตุมาจากด้านการเมือง มีนักการเมืองเข้ามาพัวพันด้วย หน่วยงาน
ภาครัฐกิจเอกชนจึงไม่สนใจจะแตะต้องปัญหาดังกล่าว เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบ
กระเทือนต่อธุรกิจของตนในภายหน้า

ส่วนผลการวิเคราะห์ในเรื่องรูปแบบการจูงใจ ที่ใช้ในภาพยนตร์
โฆษณาพบว่า จะนิยมใช้รูปแบบการจูงใจที่เน้นถึงความรู้สึก เนื่องมาจากการ
จูงใจรูปแบบนี้ เป็นวิธีการโน้มน้าวจิตใจที่พยายามเข้าถึงจิตใจของผู้ชมมากที่สุด
คือ การตอบสนองความต้องการระดับต่าง ๆ ของผู้ชมขณะเดียวกันก็พยายาม
สร้างความต้องการ อารมณ์ ความรู้สึกแบบต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นในจิตใจผู้ชมให้เป็น
ไปในทิศทางเดียวกับที่ผู้โฆษณาตั้งเป้าหมายไว้

งานวิจัยทั้งหมดนี้เป็นข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก
และรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเรื่องจริยธรรม คุณธรรม ความซื่อสัตย์
สุจริตและปัญหาการคอร์รัปชัน ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา
วิเคราะห์กระบวนการสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับ "ความซื่อสัตย์สุจริต" ได้เป็นอย่างดี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย