

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญและที่มาของปัญหา

โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อชีวิตคนไทยในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติได้เปรียบกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ เพราะมีทั้งภาพและเสียง มนุษย์ทุกเพศทุกวัย ต่างให้เวลากับโทรทัศน์จนโทรทัศน์กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมาก จนกลายเป็นศูนย์กลางของการสร้างสรรค์วัฒนธรรมในสังคมยุคนี้ เกือบทุกบ้านของไทยมีโทรทัศน์ประจำบ้าน ประกอบกับช่วงเวลาออกอากาศของโทรทัศน์ยาวนานเกือบตลอด 24 ชั่วโมง จึงปรากฏในงานวิจัยหลายชิ้นว่า เด็กใช้เวลาว่างรับชมโทรทัศน์มากที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยไลฟ์สไตล์เด็กในเอเชีย “นิวเจเนอเรชันส์ทีเอ็ม (New Generasians TM)” ของการ์ตูนเน็ตเวิร์ค พบว่า เด็กไทยเป็นผู้ชมรายการโทรทัศน์กลุ่มใหญ่ที่สุดใน 14 ประเทศทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และ 89% ของเด็กไทยรับชมโทรทัศน์ทุกวัน และจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2546 พบว่า กิจกรรมที่เด็กและเยาวชนไทยอายุ 6-24 ปี ทำมากที่สุด ได้แก่ การรับชมโทรทัศน์ รับชมวิดีโอ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 39.62 เมื่อเทียบกับการเลือกทำกิจกรรมอื่น ๆ รองลงมา คือ การฟังวิทยุ ฟังเทป การสังสรรค์กับเพื่อน เด็กเลือกทำเป็นอันดับสามและอันดับสี่ ได้แก่ การอ่านหนังสือ จึงกล่าวได้ว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงเด็กและมีโอกาสในการชี้นำเด็กไทยได้มาก (มนัสวินี จันทะเลิศ, 2548, น. 14)

งานวิจัยเรื่อง การใช้โทรทัศน์ของเด็กภายในครอบครัว ของ บัณฑิตา ทองสีมา (2536, น. บทคัดย่อ) พบว่า วัตถุประสงค์ของการรับชมโทรทัศน์ของเด็กนั้น เพื่อสร้างความบันเทิงและจินตนาการ ซึ่งเป็นสิ่งที่เด็กทั่วไปชื่นชอบและเป็นธรรมชาติของเด็ก โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่เด็กโปรดปราน เพราะสามารถเห็นภาพที่เคลื่อนไหว มีสีสันและมีเสียง นอกจากนี้ยังรับรู้สาระความรู้ในเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นเกร็ดความรู้ และแนวทางการประพฤติหรือการละเล่นในรูปแบบต่าง ๆ รวมไปถึงการแต่งกาย การพูดจา และเด็กยังใช้โทรทัศน์เป็นสื่อเพื่อการสื่อสารสมาคม และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อีกด้วย ในกรณีที่นั่งรับชมโทรทัศน์ร่วมกับคนในครอบครัว จะทำให้เด็กได้พูดคุยและถกเถียงถึงสิ่งที่กำลังรับชมอยู่ในขณะนั้น ถือเป็นโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน และยังสามารถนำเรื่องราวที่ได้รับชมจากรายการโทรทัศน์ไปเป็นหัวข้อในการสนทนาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกลุ่มเพื่อนได้อีกด้วย

การรับชมโทรทัศน์ของเด็กจะมีผลทั้งข้อดีและข้อเสียต่อพัฒนาการด้านต่าง ๆ ของเด็ก ซึ่งจากการวิจัยของสถาบันวิจัยวิทยุและโทรทัศน์ของ NHK ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งวิจัยข้อดีข้อเสียของโทรทัศน์ และพบว่า เด็กสามารถเรียนรู้การกระทำบางอย่างที่ง่าย ๆ จากโทรทัศน์ได้ตั้งแต่อายุ 4-7 เดือน และจะเพิ่มขึ้นเมื่ออายุสูงขึ้น ส่วนการกระทำที่สลับซับซ้อนจะมีอัตราสูงขึ้นเมื่อมีอายุ 3-3.5 ปี การออกท่าทางต่าง ๆ ตามที่เห็นในโทรทัศน์ เด็กในวัย 2.5-3 ปี จะทำได้มากที่สุด ส่วนการเลียนแบบภาษาและคำพูด เด็กในวัย 3 ปี จะทำตามอย่างได้ถึงร้อยละ 68 และสำหรับการศึกษาทัศนะของพ่อแม่ พบว่า พ่อแม่โดยส่วนใหญ่เห็นว่าโทรทัศน์มีข้อดีมากกว่าข้อเสียสำหรับเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 3 ปี แต่เมื่อเด็กมีอายุมากขึ้น พ่อแม่กลับเห็นว่าโทรทัศน์มีผลเสียต่อเด็กมากกว่าผลดี

จากการรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทางสื่อโทรทัศน์ หากเด็กได้รับชมรายการที่น่าเสนอ ความรุนแรง ก้าวร้าว การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม หรือมีแนวโน้มในทางยั่วเย้าอารมณ์จะส่งผลเสียต่อเด็กเป็นอย่างมาก เนื่องจากเด็กยังขาดวิจารณญาณในการแยกแยะสิ่งที่ถูกหรือผิด และไม่มีความสามารถในการควบคุมตัวเองได้อย่างผู้ใหญ่ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการแสดงพฤติกรรมของเด็ก ที่อาจเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมที่เห็นหรือรับรู้ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ได้ หากไม่มีใครอธิบายถึงสิ่งที่สมควรหรือไม่สมควรกระทำตามอย่างนั้น

อย่างไรก็ตาม โทรทัศน์ยังมีอิทธิพลในแง่ดีด้วยเช่นกัน เพราะผลการสำรวจของสถาบันวิจัยความคิดเห็นของสาธารณะ ของ NHK ซึ่งเก็บข้อมูลจากมารดา พบว่า ส่วนใหญ่เชื่อว่าโทรทัศน์มีส่วนในการเสริมสร้างความรู้ กระชับความสัมพันธ์กับเด็กอื่น ๆ ในวัยเดียวกัน และช่วยเพิ่มความสามารถในการแสดงออกทางการใช้ภาษาของเด็ก รวมทั้งเป็นเครื่องช่วยให้ผลการเรียนของเด็กดีขึ้น โดยผลการวิจัยระบุว่า ภาพเคลื่อนไหว การ์ตูน เป็นสิ่งที่กระตุ้นความสนใจของเด็ก และช่วยให้เด็กเข้าใจเนื้อหาของสื่อดีขึ้น และนอกจากนี้ ผู้ปกครองยังมีความคิดเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเด็กทางด้านการศึกษาและบุคลิกภาพ ทำให้เด็กรู้จักแสดงความคิดเห็น รู้จักวิพากษ์วิจารณ์ และทำให้การเรียนดีขึ้น (ศศิธร อภิสัทธีนิรันดร์, 2541, น. 7)

จากการวิจัยที่เกี่ยวกับรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก หรือรายการโทรทัศน์ที่เด็กชอบ ไม่ว่าจะเป็งานของสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2525) อรทัย ศรีสันติสุข (2527) สมคิด ปลอดโปร่ง (2528) พรพนิต พ่วงภิญโญ (2531) พรชัย เสงวนเดช (2532) วไลรัตน์ พูนวศิน (2535) ปัทมา ทงสิมา (2536) อรพันธ์ ศักดิ์เยี่ยม (2536) เป็นต้น ล้วนแต่พบผลการวิจัยว่า รายการโทรทัศน์ที่เด็กเปิดรับมากที่สุด คือ รายการภาพยนตร์การ์ตูน (อ้างถึงใน ดาวสิริ บุนนาค, 2549, น. 3-4)

“การ์ตูน” ถือเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยมจากผู้รับสารทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะจากผู้รับสารที่เป็นเด็กและเยาวชน ไม่ว่าจะเป็งานภาพยนตร์การ์ตูน (Cartoon Animation) ที่ฉายทาง

โทรทัศน์หรือหนังสือการ์ตูน (Cartoon Comics) ด้วยเหตุผลที่มีเนื้อหาสนุกสนาน คล้ายเครียด เข้าใจง่าย รวมถึงมีภาพประกอบที่สวยงาม ก่อให้เกิดความบันเทิงได้เป็นอย่างดี

ธุรกิจการสร้างภาพยนตร์การ์ตูนเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่กำลังเจริญเติบโตสูงในแวดวงธุรกิจการ์ตูนไทยในปัจจุบัน ก่อนหน้านี้ภาพยนตร์การ์ตูนที่ฉายผ่านสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยล้วนนำเข้ามาจากผู้ผลิตภาพยนตร์การ์ตูนในกลุ่มประเทศเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น หรือเกาหลี ซึ่งได้รับความนิยมมากโดยเฉพาะการ์ตูนญี่ปุ่นที่เข้ามาแทรกตัวในรายการโทรทัศน์แทบทุกช่อง แต่หลังจากที่ประเทศไทยมีกลุ่มคนรุ่นใหม่ไปศึกษาต่อด้านแอนิเมชันจากต่างประเทศ และนำความรู้ที่ได้รับกลับมาพัฒนางานด้านแอนิเมชันในประเทศไทย รวมทั้งเทคโนโลยีในการสร้างภาพยนตร์การ์ตูนที่มีมากขึ้น ทำให้สามารถสร้างสรรค์งานได้หลากหลายและมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้ประเทศไทยจึงเริ่มสนใจการผลิตการ์ตูนแบบเคลื่อนไหว (Animated Cartoon) โดยได้มีหน่วยงานของทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามารับผิดชอบอย่างจริงจังและพยายามผลักดันให้อุตสาหกรรมการ์ตูนกลายเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่สร้างรายได้ให้กับประเทศอีกอุตสาหกรรมหนึ่ง อาทิ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ ซิป้า (SIPA) และสถาบันพัฒนาระบบและสร้างสรรค์ (The Institute for System Development and Initiation - ISDI) เป็นต้น

ธุรกิจดังกล่าวนี้มีแนวโน้มจะขยายตัวมากขึ้นในอนาคตดังที่ ธีรวิทย์ จารุวัฒน์ รักษาการผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ ซิป้า (SIPA) ได้กล่าวถึงภาพรวมตลาดอุตสาหกรรมแอนิเมชัน มัลติมีเดีย และดิจิทัลคอนเทนต์ ของไทยไว้ว่า ในปี 2549 อุตสาหกรรมนี้ขยายตัวประมาณ 15% คิดเป็นมูลค่าตลาดรวมมากกว่า 5,000 ล้านบาท และในปี 2550 คาดว่าอัตราการเติบโตจะเป็นในทิศทางเดียวกัน โดยคาดว่าจะในปี 2551 ตลาดรวมน่าจะเติบโตมากกว่า 20% ที่มูลค่าประมาณ 6,000 ล้านบาท และคาดว่าจะเติบโตเป็นระดับหมื่นล้านบาทได้ภายใน 3 ปีนับจากปีนี้เป็นต้นไป (“ซิป้าหวังแอนิเมชันไทย 3 ปีหมื่นล้าน,” ออนไลน์, 2550)

ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันทางโทรทัศน์ได้รับความนิยมจากเด็กทั่วประเทศในช่วงที่ผ่านมา ไม่ใช่การ์ตูนที่นำเข้ามาจากต่างประเทศดังเช่นยุคก่อน ๆ หากแต่เป็นผลงานการผลิตโดยฝีมือคนไทยในทุกกระบวนการ และเป็นภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันเรื่องแรกของประเทศไทยที่สร้างบุคลิกลักษณะ (Character) ของตัวละครหลักมาจากบุคคลจริง คือภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง “4 ANGIES สีสาวแสนชน” ที่สามารถสร้างเรตติ้งสูงสุดถึง 14 ในเทอมแรก และเพิ่มขึ้นเป็น 16.6 ในเทอม 2 หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 9.9 ล้านคนที่ชมรายการนี้ จากผลการสำรวจ

Overall Rating ของ AC Nielsen จากผู้ชมอายุตั้งแต่ 4 ปีขึ้นไป ซึ่งเรียกได้ว่าทำลายสถิติการ์ตูนทุกเรื่องที่เคยแพร่ภาพทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

4 ANGIES สีสาวแสนชน ภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติ เป็นผลงานชิ้นแรกของบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์รุ่นใหม่ “โฮมรันเอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด” ที่มุ่งมั่นทำรายการคุณภาพสำหรับเด็กและเยาวชน โดยได้มอบหมายให้บริษัท ัญญาอนิเมชัน จำกัด เป็นผู้วาดแอนิเมชันให้ในแนวน่ารัก สดใส สนุกสนาน สำหรับกลุ่มเป้าหมาย คือ เด็กอายุตั้งแต่ 4-14 ปี และทุกคนในครอบครัว ตัวละครหลักของเรื่องได้พัฒนาจากเอกลักษณ์เฉพาะตัวของ 4 สาวพิธีกรรายการสุดฮิต “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” “กอละแมร์-โก-บู๊ และ นิน่า” ตัวละครแต่ละตัวจะใช้ชื่อเล่นของพิธีกรแต่ละคนอุปนิสัยของตัวละครก็เช่นกัน ล้วนแต่มีที่มาจากพิธีกรทั้ง 4 คนด้วย อีกทั้งเนื้อเรื่องยังสนุกสนาน มีสาระและคติสอนใจแฝงไว้อย่างแนบเนียน แม้แต่เรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนชน ในภาค 2 ที่เป็นภาคต่อจากเนื้อเรื่องในภาค 1 นั้น ได้นำเสนอความแปลกใหม่ด้วยแอ็คชั่นแฟนตาซี พร้อมตัวละครตัวใหม่จากต่างดาว ที่เนื้อเรื่องยังคงความสนุกสนานและมีสาระเช่นเดิม โดยภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนชน ภาค 2 ออกอากาศวันแรก 10 กันยายน 2550 ต่อจากภาคแรกที่สิ้นสุดไปเมื่อวันอังคารที่ 27 กุมภาพันธ์ 2550 เวลา 19.45-20.00 น. ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ทุกวันจันทร์-อังคาร ในช่วงไพรม์ไทม์ คือ เวลา 19.45-20.00 น. ซึ่งเป็นเวลาของครอบครัวที่ใช้รับชมโทรทัศน์ร่วมกัน เป็นโอกาสที่ผู้ปกครองได้สร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดกับบุตรหลานและใช้ภาพยนตร์การ์ตูนเป็นสื่ออบรมสั่งสอนบุตรหลานในด้านคุณธรรมและจริยธรรมเนื่องจากในภาพยนตร์การ์ตูนได้แทรกข้อคิดและคติสอนใจที่เป็นประโยชน์ไว้ในทุกตอน ซึ่งนับเป็นการส่งเสริมสถาบันครอบครัวทางหนึ่งอีกด้วย

นอกจากนี้ ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้ 4 ANGIES สีสาวแสนชน เป็นภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมทั่วประเทศคือกลยุทธ์ด้านการตลาดของบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ คือ บริษัทโฮมรันเอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด ที่ไม่เพียงแต่อาศัยการสนับสนุนจากสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 แต่ยังจัดกิจกรรมทางการตลาดด้านอื่น ๆ ทั้งการใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนจัดกิจกรรมโรดโชว์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชน รวมถึงครอบครัวทั้งที่โรงเรียนและห้างสรรพสินค้าทั่วประเทศ และการร่วมมือกับองค์กรพันธมิตรเพื่อผลานกลยุทธ์ทางการตลาดให้เข้าถึงและสร้างความนิยมในกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง อาทิ บริษัท บีอีซีไอ คอร์ปอเรชั่น ที่ดูแลด้านการทำตลาดดิจิทัลคอนเทนต์ให้กับภาพยนตร์การ์ตูนเรื่องนี้ และ บริษัท วิชญ์เน็ตเวิร์ค ที่บริหารสิทธิ์การนำภาพการ์ตูนไปผลิตเป็นสินค้าต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการยอมรับและสร้างความนิยมชมชอบให้กับภาพยนตร์การ์ตูนเรื่องนี้ด้วย

การศึกษาในครั้งนี้ต้องการศึกษาถึงวัตถุประสงค์ของภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนชนที่ผู้ผลิตต้องการสื่อสารไปยังผู้ชมกลุ่มเด็ก โดยเฉพาะเด็กวัยประถมศึกษา ซึ่งนับเป็นผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายหลักที่ผู้ผลิตต้องการสื่อสารวัตถุประสงค์สำคัญต่าง ๆ ไปถึง รวมทั้งศึกษาถึงการรับรู้ในด้านต่าง ๆ ของผู้ชมกลุ่มเด็กที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนชนว่ามีความสอดคล้องและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ผลิตต้องการสื่อสารมายังกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายหลักหรือไม่ และมากน้อยเพียงใด โดยการศึกษาวิเคราะห์กลุ่มผู้รับสารเป้าหมายหลักของภาพยนตร์การ์ตูนเรื่องนี้อย่างลึกซึ้ง โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นเด็กนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3, 4 และ 5 ซึ่งมีอายุประมาณ 8-10 ปี ที่มีความใกล้เคียงกับตัวการ์ตูนหลักในเรื่อง คือ สีสาวโพรเเองจีที่เป็นเด็กหญิงอายุประมาณ 10 ปีและศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 และที่สำคัญเด็กในช่วงวัยที่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างจัดเป็นวัยเด็กตอนกลางที่อยู่ในระยะการวางรากฐานของทัศนคติ บุคลิกภาพ ศีลธรรมจรรยา ลักษณะอารมณ์ มีการพัฒนาทางสังคม โดยมีโรงเรียนเป็นศูนย์กลางชีวิตทางสังคม และกลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่มีอายุ 10 ปี ยังอยู่ในช่วงวัยเด็กตอนกลางช่วงปลายที่ต้องเตรียมตัวในการดำเนินชีวิตเพื่อเข้าสู่วัยรุ่น การศึกษาในครั้งนี้ จึงมุ่งศึกษาถึงการรับรู้ในด้านต่าง ๆ ของเด็กกลุ่มนี้ในฐานะผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายหลักของภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนชนที่นับว่าเป็นภาพยนตร์การ์ตูนที่เป็นสื่อสร้างสรรค์ที่ดีเรื่องหนึ่งให้กับเด็กและเยาวชนไทยปัจจุบัน

### ปัญหานำวิจัย

1. วัตถุประสงค์ของภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนชน ที่ผู้ผลิตต้องการสื่อสารไปยังผู้ชมกลุ่มเด็กเป็นอย่างไร
2. การรับรู้ของผู้ชมกลุ่มเด็กในด้านต่าง ๆ ของภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนชน ได้แก่ การจดจำโดยทั่วไปเกี่ยวกับภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนชน และ การตีความข้อคิดและคติสอนใจที่แฝงอยู่ในภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนชน เป็นอย่างไร
3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ชมกลุ่มเด็กที่มีต่อภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนชน เป็นอย่างไร

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงวัตถุประสงค์ของภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซน ที่ผู้ผลิตต้องการสื่อสารไปยังผู้ชมกลุ่มเด็ก
2. เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ของผู้ชมกลุ่มเด็กที่มีต่อภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซน ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การจดจำโดยทั่วไปเกี่ยวกับภาพยนตร์การ์ตูน เรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซน และ การตีความข้อคิดและคติสอนใจที่แฝงอยู่ในภาพยนตร์การ์ตูน เรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซน
3. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ชมกลุ่มเด็กที่มีต่อภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซน

### ขอบเขตการศึกษา

1. ศึกษาเฉพาะภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซน ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ทุกวันจันทร์-อังคาร เวลา 19.45-20.00 น. โดยมีบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ โฮมรันเอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด เป็นผู้ผลิต และทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นผู้ดำเนินการจัดสรรเวลาเพื่อออกอากาศ
2. ศึกษาเฉพาะผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายหลักที่ผู้ผลิตต้องการสื่อสารวัตถุประสงค์สำคัญต่าง ๆ ไปถึง คือ ผู้ชมกลุ่มเด็กวัยประถมศึกษา โดยกำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างเป็นเด็กนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3, 4 และ 5 มีอายุอยู่ในช่วง 8-10 ปี ที่เปิดรับชมภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซนทั้งสองภาคเป็นประจำและเปิดรับชมทั่วไป
3. ระยะเวลาเก็บข้อมูล คือ ช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม พ.ศ. 2551

### นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซน หมายถึง รายการภาพยนตร์การ์ตูนซึ่งใช้เทคนิคการนำเสนอในรูปแบบแอนิเมชัน โดย บริษัท โฮมรันเอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด เป็นผู้ผลิต และใช้ชื่อเรื่องว่า 4 ANGIES สีสาวแสนซน ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 โดยสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เป็นผู้จัดสรรเวลาในการออกอากาศ ประเภทไม่เสียค่าใช้จ่าย (Free TV) ในประเทศไทย

ผู้ส่งสาร หมายถึง บริษัทที่ผลิตภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซน คือ บริษัท โฮมรันเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

ผู้รับสาร หมายถึง ผู้ที่เปิดรับชมภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซนทั้งสองภาค รวมถึงผู้ปกครอง ครูอาจารย์ และผู้ชมกลุ่มเด็ก

ผู้ชมกลุ่มเด็ก หมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเด็กนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 3, 4 และ 5 มีอายุอยู่ในช่วง 8-10 ปี ที่เปิดรับชมภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซนทั้งสองภาคเป็นประจำและเปิดรับชมภาพยนตร์การ์ตูนเรื่องนี้ทั่วไป

การรับรู้ของผู้ชมกลุ่มเด็กในด้านต่าง ๆ ของภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซน หมายถึง การจดจำโดยทั่วไป ได้แก่ การจดจำเนื้อหาและการจดจำเกี่ยวกับตัวละครของภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซน และการตีความข้อคิดและคติสอนใจที่แฝงอยู่ในภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซน ของผู้ชมกลุ่มเด็ก

- การจดจำโดยทั่วไปเกี่ยวกับภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซน หมายถึง การเข้าใจและจดจำได้ของผู้ชมกลุ่มเด็กเกี่ยวกับเนื้อหาและตัวละครของภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซน

- การตีความข้อคิดและคติสอนใจที่แฝงอยู่ในภาพยนตร์การ์ตูน หมายถึง การเข้าใจและตีความหมายข้อคิดและคติสอนใจที่แฝงอยู่ในภาพยนตร์การ์ตูนของผู้ชมกลุ่มเด็กได้ตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ผลิตได้ตั้งไว้

การจดจำด้านเนื้อหา หมายถึง การเข้าใจและจดจำได้เกี่ยวกับเนื้อหาของภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซนโดยภาพรวมว่าเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับอะไร

การจดจำด้านตัวละคร หมายถึง การเข้าใจและจดจำได้เกี่ยวกับบุคลิกลักษณะและอุปนิสัยของตัวละครในภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง 4 ANGIES สีสาวแสนซน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันของไทย ให้สอดคล้องกับความต้องการและคุณประโยชน์ต่อการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชนไทย ซึ่งเป็นผู้ชมภาพยนตร์การ์ตูนกลุ่มหลักของประเทศ

2. เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อัน ได้แก่ พ่อแม่ ผู้ปกครอง ครูอาจารย์ของเด็กและเยาวชน รวมถึงผู้ผลิตสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนได้ตระหนักถึงความสำคัญในการบริโภคสื่อโทรทัศน์

ของเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะภาพยนตร์การ์ตูน อันจะช่วยให้การบริโภคดังกล่าวเกิดประโยชน์  
ยิ่งขึ้น

3. เพื่อนำผลจากการศึกษามาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการผลิตภาพยนตร์การ์ตูนของ  
บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์การ์ตูน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

4. เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนไทยให้สอดคล้องกับ  
ความต้องการและคุณประโยชน์ต่อการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชนไทยซึ่งเป็นอนาคตของชาติต่อไป