

การรับรู้และความคิดเห็นของเยาวชนไทยต่อสัญลักษณ์ น 18 ในรายการโทรทัศน์
Thai Youth's Perceptions and Opinions on the “Nor 18” Rating Symbol
in Television Programs

นิษฐา หุ่นเกษม¹, ดารารัตน์ คงนวม², จิรเดช แสงจันทร์³, พิชามณญ์ เม่งภักดี⁴, และ ธีรนนท์ ชุมพาลี⁵
Nitta Roonkaseam¹, Dararat Kongnuam², Jiradet Sangjan³, Pichamon Mangpakdee⁴,
and Teeranunt Chumpalee⁵

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
^{2,3,4,5}นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

Corresponding Author: nitta@pnru.ac.th

Received: March 27, 2025. Revised: April 19, 2025. Accepted: April 20, 2025.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ศึกษาการรับรู้ ความคิดเห็น และพฤติกรรมของเยาวชนไทยต่อสัญลักษณ์ น 18 ในรายการโทรทัศน์ รวมทั้งประเมินประสิทธิภาพของสัญลักษณ์ น 18 ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกจากผู้ตอบแบบสอบถาม 217 คน และข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักศึกษา 4 คนโดยวิธีเลือกแบบเจาะจง

ผลการวิจัยพบว่า เยาวชนไทยร้อยละ 99.1 ระบุความหมายของสัญลักษณ์ได้ถูกต้อง พบเห็นมากที่สุด ในภาพยนตร์ (ร้อยละ 61.8) เนื้อหารุนแรง (ร้อยละ 59.9) และรายการที่มีคำหยาบ (ร้อยละ 58.5) ที่น่าสนใจคือร้อยละ 96.3 เคยรับชมรายการที่มีสัญลักษณ์นี้ตอนอายุยังไม่ถึงเกณฑ์ และร้อยละ 91.7 ยังคงรับชมต่อเมื่อพบสัญลักษณ์ โดยร้อยละ 46.5 ให้เหตุผลว่าเป็นผู้ใหญ่แล้ว ทั้งนี้ ร้อยละ 78.8 เห็นว่าสัญลักษณ์มีความจำเป็นระดับปานกลางถึงมากที่สุด และร้อยละ 52.5 เชื่อว่าช่วยสร้างความตระหนักรู้ งานวิจัยนี้เสนอให้เพิ่มค่าเตือนเฉพาะประเภทเนื้อหา พัฒนานโยบายให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อดิจิทัล และบูรณาการแนวความคิดการรู้เท่าทันสื่อร่วมกับระบบการจัดเรตติ้ง

คำสำคัญ: สัญลักษณ์ น 18, การรับรู้, พฤติกรรมการรับชม, การรู้เท่าทันสื่อ, สื่อโทรทัศน์

Abstract

This study examined Thai youth’s perceptions, opinions, and behaviors regarding the “Nor 18” rating symbol in television programs and evaluated its effectiveness as a content warning and age-appropriate guidance tool. A mixed-methods approach was employed, with quantitative data collected through convenience sampling from 217 respondents via online surveys, and qualitative data gathered through purposive sampling with in-depth interviews conducted among four undergraduate students.

The findings revealed that 99.1% of the participants correctly identified the symbol's meaning. It was most frequently encountered in movies (61.8%), violent content (59.9%), and programs containing coarse language (58.5%). Notably, 96.3% reported having watched such programs before reaching the recommended age, and 91.7% continued watching even after seeing the symbol, with 46.5% stating that they were already adults capable of making their own decisions. Furthermore, 78.8% perceived the symbol as moderately to extremely necessary, and 52.5% believed it effectively raised awareness of content sensitivity.

This study recommends the implementation of content-specific warning labels, the development of policies aligned with youth media consumption behaviors in the digital age, and the integration of media literacy into the rating system to enhance its role in protecting and educating young audiences.

Keywords: “Nor 18” symbol, perception, viewing behavior, media literacy, television

บทนำ

ในยุคที่สื่อดิจิทัลสามารถเข้าถึงได้ง่ายและหลากหลาย ผู้บริโภคโดยเฉพาะเด็กและเยาวชนจึงมีโอกาสรับชมเนื้อหาที่อาจไม่เหมาะสมตามวัยมากยิ่งขึ้น การคุ้มครองเยาวชนไทยจากเนื้อหาดังกล่าวจึงกลายเป็นประเด็นสำคัญทางสังคมที่ได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง โดยหนึ่งในเครื่องมือด้านนโยบายที่ใช้ควบคุมการเผยแพร่เนื้อหา คือ “สัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของรายการ” ซึ่งกำหนดช่วงอายุของเยาวชนไทยเป้าหมายตามระดับของเนื้อหา เช่น สัญลักษณ์ “น 18” สำหรับเยาวชนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไป

สัญลักษณ์ “น 18” นับเป็นระดับสูงสุดในระบบการจัดเรตติ้งรายการโทรทัศน์ของประเทศไทย ซึ่งบ่งชี้ว่าเนื้อหาอาจมีความรุนแรง ทางเพศ หรือภาษาหยาบคายที่ไม่เหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน อย่างไรก็ตาม จากรายงานของกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (2567) พบว่าเยาวชนจำนวนมากยังคงสามารถเข้าถึงรายการที่มีสัญลักษณ์ดังกล่าวได้อย่างง่ายดาย โดยเฉพาะในแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ระบบกำกับดูแลยังมีข้อจำกัด การศึกษาความหมาย การรับรู้ และพฤติกรรมของเยาวชนไทยต่อสัญลักษณ์นี้ จึงมีความสำคัญต่อการประเมินประสิทธิภาพของเครื่องมือเตือนดังกล่าวในบริบทของสื่อยุคดิจิทัล อีกทั้งการมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะเจาะจงที่ “น 18” ยังสะท้อนถึงความพยายามในการทำความเข้าใจผลกระทบของเนื้อหาที่อาจมีความเสี่ยงสูงต่อพฤติกรรมและทัศนคติของเยาวชนในระยะยาว

แม้ว่าระบบการใช้สัญลักษณ์จะได้รับการบังคับใช้และปรากฏในรายการโทรทัศน์ทั่วไปมาเป็นเวลานาน แต่ประสิทธิภาพของการสื่อสารผ่านสัญลักษณ์ และการรับรู้ของกลุ่มเยาวชนไทยต่อสัญลักษณ์ดังกล่าว ยังคงเป็นประเด็นที่ควรศึกษาอย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนไทยซึ่งเป็นผู้บริโภคสื่อรุ่นใหม่ที่มีพฤติกรรมการรับชมสื่อแตกต่างจากเยาวชนไทยในยุคก่อน

นอกจากนี้ ภายใต้กรอบของพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 33 และ 37 ได้กำหนดแนวทางเกี่ยวกับการจัดผังรายการและข้อห้ามด้านเนื้อหา ขณะที่ประกาศ กสทช. ปี พ.ศ. 2556 ได้กำหนดให้ผู้ประกอบกิจการใช้สัญลักษณ์และคำเตือนอย่างชัดเจนสำหรับรายการที่มีเนื้อหาอ่อนไหว เช่น ความรุนแรง เพศ และการใช้ภาษาหยาบคาย (นิษฐา หุ่นเกษม, 2566) อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติยังพบว่าเยาวชนจำนวนมากสามารถเข้าถึงเนื้อหาดังกล่าวได้ง่าย และมักเลือกรับชมแม้จะมีคำเตือนแสดงไว้แล้วก็ตาม ส่งผลให้สัญลักษณ์เตือนที่มีอยู่อาจไม่เพียงพอในการป้องกันผลกระทบเชิงพฤติกรรม

ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่าการมีสัญลักษณ์เตือนเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ หากเยาวชนไทยยังขาดทักษะในการวิเคราะห์เนื้อหาและเข้าใจความหมายของสัญลักษณ์อย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) Bandura (2001) ที่อธิบายว่ามนุษย์เรียนรู้พฤติกรรมจากการสังเกตและเลียนแบบ โดยเฉพาะเมื่อพฤติกรรมนั้นไม่มีบทลงโทษหรือได้รับการยอมรับในสังคม ขณะเดียวกัน การขาดความรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ก็อาจทำให้เยาวชนไม่สามารถประเมินความเหมาะสมของเนื้อหาได้อย่างรอบด้าน (Livingstone, 2004)

แม้งานวิจัยที่ผ่านมาจะเน้นศึกษาสัญลักษณ์เรตติ้งในบริบทของรายการโทรทัศน์เป็นหลัก แต่ในปัจจุบัน พฤติกรรมบริโภคสื่อของเยาวชนได้เปลี่ยนแปลงไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ บริการสตรีมมิง และสื่อสังคมออนไลน์อย่างแพร่หลาย ซึ่งเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านช่องทางเหล่านี้ยังคงสามารถก่อให้เกิดกระบวนการอบรมบ่มเพาะทางสังคม (Gerbner et al., 1986) และการเรียนรู้โดยการเลียนแบบได้ไม่ต่างจากโทรทัศน์แบบ

ดั้งเดิม โดยเฉพาะเมื่อเนื้อหาที่มีลักษณะซ้ำ ๆ และขาดระบบคำเตือนหรือกลไกกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ งานของ Gerbner ได้ถูกต่อยอดและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในบริบทของการรับชมเนื้อหาผ่านสื่อ ดิจิทัล Morgan & Shanahan (2010) เสนอว่า แม้เยาวชนไทยจะรับชมผ่านแพลตฟอร์มใหม่ที่มีลักษณะเป็น on-demand หรือ multi-screen แต่กระบวนการอบรมเพาะ (cultivation) ยังคงเกิดขึ้น โดยเฉพาะเมื่อ เยาวชนไทยรับชมเนื้อหาประเภทเดียวกันซ้ำ ๆ จนกลายเป็นกรอบความคิดหรือแบบแผนการรับรู้ทางสังคมที่ ฝังแน่น การพัฒนา “ความรู้สึกปกติ” ต่อพฤติกรรมที่มีความรุนแรง หรือไม่เหมาะสมจึงสามารถเกิดขึ้นได้แม้ จะไม่ได้ผ่านสื่อโทรทัศน์แบบดั้งเดิมอีกต่อไป

อย่างไรก็ตาม ความท้าทายสำคัญประการหนึ่งของระบบสัญลักษณ์ น 18 คือการปรับตัวให้เข้ากับ บริบทของสื่อดิจิทัลที่มีความซับซ้อนและหลากหลาย การกำกับดูแลเนื้อหาในยุคดิจิทัลเผชิญกับปัญหาหลาย ด้าน ทั้งเขตอำนาจทางกฎหมายที่ไร้พรมแดน ความหลากหลายของแพลตฟอร์ม และลักษณะการไหลเวียน ของเนื้อหาที่รวดเร็ว สัญลักษณ์ น 18 ซึ่งใช้ในรายการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม จึงมีข้อจำกัดในการนำไปใช้กับ แพลตฟอร์มสตรีมมิงและสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะกรณีที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเนื้อหาจากต่างประเทศที่ไม่มี ระบบจัดเรตเดียวกัน หรือสามารถใช้บัญชีผู้ใหญ่เพื่อหลีกเลี่ยงข้อจำกัดได้โดยง่าย นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมการรับชมของเยาวชนไทย ซึ่งหันไปรับชมเนื้อหาผ่านอุปกรณ์พกพาและหลายหน้าจอ (multi-screen viewing) ยังทำให้ระบบการควบคุมแบบเดิมมีประสิทธิผลลดลง เนื่องจากเนื้อหาที่มีข้อจำกัดด้าน อายุสามารถเข้าถึงได้โดยไม่มีกรกัณฑ์จากผู้ปกครองโดยตรง ในบริบทของสื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่นนี้ การพึ่งพาเพียงระบบสัญลักษณ์จึงไม่เพียงพอ จำเป็นต้องมีการพัฒนากลไกกำกับดูแลใหม่ที่สอดคล้อง กับพฤติกรรมของเยาวชนไทยยุคดิจิทัล พร้อมทั้งส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับครอบครัวและชุมชน เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถประเมินความเหมาะสมของเนื้อหาได้ด้วยตนเอง

จากบริบทและช่องว่างทางองค์ความรู้ดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อศึกษาการรับรู้ ความ คิดเห็น และพฤติกรรมของเยาวชนไทยที่มีต่อสัญลักษณ์ น 18 ในรายการโทรทัศน์ พร้อมทั้งประเมิน ประสิทธิภาพของสัญลักษณ์ในฐานะเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อคุ้มครองเยาวชนไทย และเสนอแนวทางในการ ปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอให้มีความชัดเจน เหมาะสม และสอดคล้องกับบริบทการรับชมของเยาวชนในยุค ดิจิทัล

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ ความคิดเห็น และพฤติกรรมของเยาวชนไทยต่อสัญลักษณ์ น 18 ในรายการ โทรทัศน์
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของสัญลักษณ์ น 18 ในรายการโทรทัศน์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาการรับรู้และความคิดเห็นของเยาวชนไทยต่อสัญลักษณ์ น 18 ในรายการโทรทัศน์นี้อาศัย การบูรณาการแนวคิดทฤษฎีสำคัญสามประการ คือ ทฤษฎีการอบรมเพาะทางสังคม ทฤษฎีการเรียนรู้ทาง สังคม และแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ ร่วมกับกรอบกฎหมายและแนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการ โทรทัศน์ในประเทศไทย

ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะทางสังคมของ Gerbner et al. (1986) ช่วยอธิบายว่าการรับชมเนื้อหาที่มีสัญลักษณ์ น 18 อย่างต่อเนื่องอาจส่งผลต่อการรับรู้ความเป็นจริงทางสังคมของเยาวชน โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนไทยหนักที่อาจมีมุมมองต่อโลกบิดเบือนไปตามเนื้อหาที่นำเสนอซ้ำ ๆ ขณะที่ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของ Bandura (2001) ใช้อธิบายกระบวนการเลียนแบบพฤติกรรมจากสื่อ รวมถึงวิเคราะห์ว่าสัญลักษณ์เตือนมีผลในการยับยั้งหรือกลับกระตุ้นความสนใจในการรับชม ส่วนแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ (Livingstone, 2004) ช่วยศึกษาความสามารถของเยาวชนในการวิเคราะห์และประเมินเนื้อหาอย่างมีวิจารณญาณ ซึ่งเป็นทักษะสำคัญในการตัดสินใจเลือกรับชมสื่อที่เหมาะสม

งานวิจัยนี้ได้้นำแนวคิดข้างต้นมาวิเคราะห์ร่วมกับกรอบกฎหมายไทย โดยเฉพาะ พ.ร.บ.การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 และประกาศ กสทช. ปี 2556 เกี่ยวกับการใช้สัญลักษณ์ระบุความเหมาะสมของรายการ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาาระบบสัญลักษณ์ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับบริบทการรับชมสื่อของเยาวชนในยุคดิจิทัล

นิยามศัพท์

สัญลักษณ์ น 18 หมายถึง เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่ใช้แสดงระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์สำหรับเยาวชนไทยที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอเนื้อหาของสื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์ พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 มาตรา 37 ว่าด้วยเนื้อหาของรายการที่ห้ามออกอากาศโดยรายการที่มีสัญลักษณ์นี้มักมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรุนแรง ภาษาหยาบคาย หรือเนื้อหาทางเพศที่อาจไม่เหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน

การรับรู้ (Perception) หมายถึง ความสามารถของเยาวชนในการสังเกต จดจำ และเข้าใจ ความหมายหรือวัตถุประสงค์ของสัญลักษณ์ น 18 ที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์ โดยอาศัยประสบการณ์หรือความรู้พื้นฐานที่มีต่อระบบการจัดระดับความเหมาะสมของเนื้อหา

ความคิดเห็น (Opinion) หมายถึง มุมมองหรือทัศนคติของเยาวชนที่มีต่อความจำเป็น ความเหมาะสม หรือความชัดเจนของการใช้สัญลักษณ์ น 18 ในรายการโทรทัศน์ รวมถึงการมองว่าสัญลักษณ์ดังกล่าวมีผลต่อพฤติกรรมการรับชมของตนหรือไม่

พฤติกรรมการรับชม (Viewing Behavior) หมายถึง ลักษณะและรูปแบบการตอบสนองของเยาวชนเมื่อพบรายการที่มีสัญลักษณ์ น 18 ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจรับชมต่อ หลีกเลี่ยงรายการดังกล่าว หรือแสดงพฤติกรรมอื่นที่สะท้อนถึงการมีวิจารณญาณในการเลือกรับชมสื่อ

ประสิทธิภาพของสัญลักษณ์ (Symbol Effectiveness) หมายถึง ความสามารถของสัญลักษณ์ น 18 ในการทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเตือนหรือแนะนำการรับชมให้แก่เยาวชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในแง่ของการสร้างความตระหนักรู้ การป้องกันการเข้าถึงเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม และการส่งเสริมให้เกิดการกลั่นกรองเนื้อหาก่อนรับชม

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะทางสังคม (Cultivation Theory)

ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะ (Cultivation Theory) ของ Gerbner เริ่มต้นจากการวิเคราะห์เนื้อหาในโครงการ Cultural Indicators เพื่อศึกษาความรุนแรงในโทรทัศน์ และพัฒนาต่อมาเป็นการศึกษาผลกระทบของการรับชมระยะยาวต่อทัศนคติและความเชื่อของผู้ชม (Morgan, Shanahan, & Signorielli, 2015)

หนึ่งในแนวคิดสำคัญคือ “Mean World Syndrome” หรือ “ภาวะมองโลกในแง่ร้ายเกินจริง” ซึ่งอธิบายว่าผู้ชมโทรทัศน์เป็นประจำมีแนวโน้มรับรู้ว่ามีโลกเต็มไปด้วยอันตรายมากกว่าความเป็นจริง (Potter, 2014) การเปิดรับเนื้อหาความรุนแรงหรือพฤติกรรมไม่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง อาจนำไปสู่ “กระบวนการทำให้เป็นเรื่องปกติ” (normalization) ซึ่งส่งผลให้ผู้ชม โดยเฉพาะเยาวชน มองพฤติกรรมเหล่านั้นว่าไม่ใช่สิ่งแปลกแยกในสังคมอีกต่อไป

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีนี้ถูกวิพากษ์ในประเด็นความเป็นเส้นตรงของผลกระทบ (Hirsch, 1980) และการเน้นบทบาทของโทรทัศน์มากเกินไป ขณะที่ McQuail (2010) เชื่อว่าผู้ชมมีศักยภาพในการตีความมากกว่าที่ทฤษฎีนี้เสนอ โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่มีความหลากหลายของสื่อและแพลตฟอร์ม

ทั้งนี้ Morgan และ Shanahan (2017) ได้พัฒนาแนวคิด “Resonance” เพื่ออธิบายว่า ผลของการอบรมบ่มเพาะจะยิ่งรุนแรงขึ้นหากเนื้อหาในสื่อตรงกับประสบการณ์ของผู้ชม ส่วน Shrum (2017) เชื่อมโยงทฤษฎีนี้กับกลไกทางจิตวิทยา เช่น การเข้าถึงข้อมูลจากความทรงจำเมื่อรับชมเนื้อหาซ้ำ ๆ ซึ่งช่วยอธิบายพฤติกรรมของเยาวชนที่คุ้นชินกับสื่อที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมและละเลยคำเตือนอย่าง “สัญลักษณ์ น 18”

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory)

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของ Bandura (2001) อธิบายว่ามนุษย์เรียนรู้พฤติกรรมผ่านการสังเกตเลียนแบบ และได้รับแรงเสริมจากสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะแบบอย่าง (model) ที่ปรากฏในสื่อมวลชน หากพฤติกรรมบางอย่าง เช่น ความรุนแรงหรือการใช้ภาษาหยาบคาย ปรากฏในสื่อโดยไม่มีบทลงโทษ หรือได้รับการยอมรับในเชิงสังคม ผู้ชม โดยเฉพาะเยาวชน อาจเลียนแบบพฤติกรรมเหล่านั้นได้ง่ายขึ้น

หัวใจสำคัญของทฤษฎีนี้คือแนวคิด Self-efficacy หรือความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองในการควบคุมพฤติกรรมและบรรลุเป้าหมาย (Bandura, 1997) ในบริบทของสื่อและสัญลักษณ์ “น 18” แนวคิดนี้สามารถอธิบายได้ว่า เยาวชนที่มี self-efficacy สูงในการประเมินเนื้อหา จะมีแนวโน้มเลือกรับชมอย่างมีวิจารณญาณ และสามารถต้านทานอิทธิพลเชิงลบจากสื่อได้ดีกว่า

Pajares, Prestin, Chen & Nabi (2009) ประยุกต์แนวคิดนี้กับการบริโภคสื่อดิจิทัล โดยเสนอว่าแม้กระบวนการเรียนรู้ผ่านสื่อยังคงเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมออนไลน์ แต่การมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาอย่างใกล้ชิดทำให้กระบวนการนี้มีความซับซ้อนมากขึ้น จึงจำเป็นต้องส่งเสริม “media self-efficacy” เพื่อให้เยาวชนสามารถประเมินเนื้อหาได้ด้วยตนเอง แทนที่จะพึ่งพาเพียงคำเตือนหรือระบบเรตติ้ง

นอกจากนี้ LaRose & Eastin (2004) ยังได้เสนอ ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมว่าด้วยการใช้และความพึงพอใจในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต (Social Cognitive Theory of Internet Uses and Gratifications) ซึ่งผสมผสานแนวคิดของ Bandura เข้ากับทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) เพื่ออธิบายว่าพฤติกรรมบริโภคสื่อดิจิทัลเกิดจากกระบวนการเรียนรู้โดยสังเกต การควบคุมตนเอง และความ

คาดหวังต่อผลลัพธ์ ไม่ใช่เพียงแรงจูงใจภายนอก งานวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Martins et al. (2019) ที่พบว่า ทักษะการควบคุมตนเองของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับการตอบสนองต่อระบบเรตติ้ง โดยเยาวชนที่มีทักษะการควบคุมตนเองสูงมักเลือกบริโภคสื่ออย่างมีวิจารณญาณมากกว่า

แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)

การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และสร้างเนื้อหาสื่อในหลากหลายรูปแบบได้อย่างมีวิจารณญาณ (Livingstone, 2004) โดยเน้นให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจในเจตนาของผู้ผลิตสื่อ ความหมายของข้อมูล และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการบริโภคเนื้อหานั้น ๆ

สำหรับเยาวชน การรู้เท่าทันสื่อมีบทบาทสำคัญในการสร้างภูมิคุ้มกันทางความคิดและพฤติกรรม เพื่อให้สามารถเลือกรับเนื้อหาที่เหมาะสม วิเคราะห์ความเสี่ยงของเนื้อหา และไม่ตกเป็นเหยื่อของอิทธิพลเชิงลบจากสื่อโดยไม่รู้ตัว โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่เยาวชนเข้าถึงเนื้อหาหลากหลายโดยไม่มีกักรงจากผู้ปกครองหรือระบบกรองเนื้อหา

กฎหมายและแนวทางการจัดระดับความเหมาะสมของรายการโทรทัศน์

การกำกับดูแลเนื้อหารายการโทรทัศน์ในประเทศไทยอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ซึ่งมาตรา 33 กล่าวถึงการจัดผังรายการ และมาตรา 37 กำหนดข้อห้ามในการนำเสนอเนื้อหาที่อาจกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดี เช่น เนื้อหาลามกอนาจาร ความรุนแรง หรือเนื้อหาที่ส่งผลต่อจิตใจและสุขภาพของประชาชนอย่างร้ายแรง

ในกรณีที่เนื้อหาไม่ขัดต่อมาตรา 37 จะสามารถนำมาจัดระดับความเหมาะสมตามหลักเกณฑ์ที่ประกาศโดยคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เมื่อปี พ.ศ. 2556 โดยพิจารณาจากลักษณะของเนื้อหา เช่น เพศ ภาษา และความรุนแรง และกำหนดการแสดงสัญลักษณ์ตามระดับอายุ ได้แก่

ป: สำหรับเด็กปฐมวัย (3-5 ปี)

ด: สำหรับเด็ก (6-12 ปี)

ท: สำหรับเยาวชนไทยทั่วไปทุกวัย

น 13: สำหรับเยาวชนไทยที่มีอายุ 13 ปีขึ้นไป

น 18: สำหรับเยาวชนไทยที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งอาจมีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมในด้านพฤติกรรม ความรุนแรง เพศ หรือภาษา

ฉ: สำหรับรายการที่มีเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมอย่างชัดเจน เด็กและเยาวชนไม่ควรรับชม

สัญลักษณ์เหล่านี้เป็นกลไกสำคัญในการช่วยให้เยาวชนไทย โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน สามารถเลือกรับชมเนื้อหาได้อย่างเหมาะสมกับวัย และส่งเสริมบทบาทของผู้ปกครองในการกำกับดูแลการรับชมอย่างมีวิจารณญาณ

จากการทบทวนทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง พบว่า ทั้งทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะ (Cultivation Theory) และทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ต่างมีความสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมการรับชมของเยาวชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมที่เกิดจากการสัมผัส

เนื้อหาผ่านสื่ออย่างต่อเนื่อง ทฤษฎีการอบรมบ่มเพาะชี้ให้เห็นว่า การรับชมเนื้อหาที่คล้ายคลึงกันซ้ำ ๆ สามารถส่งผลให้เยาวชนไทยมีมุมมองต่อโลกที่สอดคล้องกับภาพที่สื่อนำเสนอ ขณะที่ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมอธิบายว่า เยาวชนสามารถเลียนแบบพฤติกรรมจากตัวแบบในสื่อได้ แม้ไม่มีประสบการณ์ตรง ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่ช่วยกลั่นกรองผลกระทบดังกล่าวคือทักษะ “การรู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) ซึ่งเป็นเกราะป้องกันที่จำเป็นอย่างยิ่งในยุคดิจิทัล

แม้ทฤษฎีทั้งสองจะพัฒนาขึ้นในบริบทของโทรทัศน์เป็นหลัก แต่ในปัจจุบันที่พฤติกรรมการรับชมของเยาวชนเปลี่ยนไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ สตรีมมิง และโซเชียลมีเดีย การบริโภคเนื้อหาผ่านช่องทางเหล่านี้ก็ยังคงสามารถก่อให้เกิดกระบวนการอบรมบ่มเพาะหรือการเลียนแบบพฤติกรรมได้ไม่ต่างกัน โดยเฉพาะเมื่อเนื้อหาที่มีลักษณะซ้ำ ๆ และขาดระบบเตือนหรือกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น การศึกษาการรับรู้ ความคิดเห็น และพฤติกรรมของเยาวชนต่อสัญลักษณ์ น 18 ในรายการโทรทัศน์ (และเนื้อหาออนไลน์ที่มีลักษณะเดียวกัน) จึงมีความสำคัญต่อการประเมินบทบาทของสัญลักษณ์ดังกล่าวในฐานะกลไกเชิงสื่อสารที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและจริยธรรมในการบริโภคสื่อของเยาวชนไทยในปัจจุบัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประเภทการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ที่ใช้ทั้งวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยในส่วนของวิจัยเชิงปริมาณได้ใช้แบบสอบถามออนไลน์เพื่อเก็บข้อมูลทั่วไปและความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับทัศนคติและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อสัญลักษณ์ น 18 ในรายการโทรทัศน์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้างนี้ คือ เยาวชนไทยที่มีประสบการณ์ในการรับชมรายการโทรทัศน์ซึ่งมีการแสดงสัญลักษณ์ “น 18” โดยกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตามลักษณะของการเก็บข้อมูล ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 4 คน ซึ่งมีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ ได้แก่ มีประสบการณ์รับชมรายการที่มีสัญลักษณ์ “น 18” อย่างสม่ำเสมอ (อย่างน้อย 3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์) มีความคุ้นเคยกับระบบเรตติ้งรายการโทรทัศน์ของประเทศไทย และสามารถสะท้อนมุมมองเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสัญลักษณ์ดังกล่าวได้อย่างชัดเจน แม้จำนวนผู้ให้ข้อมูลจะมีเพียง 4 คน แต่ถือว่าเพียงพอสำหรับการศึกษานี้ เนื่องจากข้อมูลที่ได้มีลักษณะตรงประเด็น ครอบคลุมหัวข้อที่ต้องการศึกษา และแสดงแนวโน้มของ ความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) ในระดับที่สามารถนำไปวิเคราะห์และตีความได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2) กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยเทคนิคการสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 217 คน แม้วิธีการสุ่มลักษณะนี้จะมีข้อจำกัดในด้านการแทนประชากร (generalizability) แต่ขนาดกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวถือว่าเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มเบื้องต้น และตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ที่มุ่งสำรวจการรับรู้และพฤติกรรมของกลุ่มเยาวชนไทย

เครื่องมือวิจัย

1) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide): ประกอบด้วยคำถามปลายเปิด 10 ข้อ เกี่ยวกับประสบการณ์ ความคิดเห็น และพฤติกรรมในการรับชมรายการที่มีสัญลักษณ์ระบุความเหมาะสมสำหรับเยาวชนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไป โดยออกแบบให้มีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมคำถามได้ตามสถานการณ์ของการสัมภาษณ์ ทั้งนี้ ประเด็นที่ค้นพบจากการสัมภาษณ์ถูกนำมาใช้ประกอบการพัฒนาแบบสอบถาม โดยครอบคลุมหัวข้อหลักเกี่ยวกับการรับรู้ ทศนคติ พฤติกรรม และข้อเสนอแนะต่อสัญลักษณ์ดังกล่าวด้วย

2) แบบสอบถามออนไลน์ สร้างขึ้นโดยใช้ Google Forms ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (เพศ อายุ ระดับการศึกษา) และคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ ทศนคติ และพฤติกรรมในการรับชมรายการที่มีสัญลักษณ์ระบุความเหมาะสมสำหรับเยาวชนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไป โดยคำถามมีทั้งแบบปลายปิด (เลือกตอบและมาตราส่วนประมาณค่า 0-5) และแบบปลายเปิด รวมทั้งสิ้น 10 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักศึกษาจำนวน 4 คน ในเดือนมกราคม 2568 โดยทำการสัมภาษณ์ในสถานที่ต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย และมีการบันทึกเสียงไว้เพื่อนำมาถอดความเป็นบทสัมภาษณ์ หลังจากถอดความบทสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์เนื้อหาเพื่อสังเคราะห์ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ระบุความเหมาะสมสำหรับเยาวชนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไป นอกจากนี้ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ถูกนำมาวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ เพื่อสังเคราะห์ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้และพฤติกรรมของเยาวชนไทยต่อสัญลักษณ์ “น 18” ซึ่งเป็นสัญลักษณ์แสดงระดับความเหมาะสมของเนื้อหาในรายการโทรทัศน์สำหรับผู้ชมอายุ 18 ปีขึ้นไป โดยประเด็นที่ได้จากการวิเคราะห์ดังกล่าวได้นำไปใช้ในการพัฒนาแบบสอบถามสำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณในลำดับถัดไป

สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ผู้สอนในรายวิชาการวิจัยนิเทศศาสตร์แล้ว คณะผู้วิจัยได้เผยแพร่แบบสอบถามออนไลน์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ในเดือนกุมภาพันธ์ 2568 มีค่าใช้จ่ายวัสดุประสงค์การวิจัย และขอความยินยอมจากผู้ตอบแบบสอบถามก่อนการเก็บข้อมูล ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 2 สัปดาห์ จนได้ข้อมูลครบตามจำนวนที่กำหนด (217 คน)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยถอดความจากบทสัมภาษณ์ทั้งหมด จากนั้นนำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่ตามประเด็นที่ศึกษา วิเคราะห์ความสอดคล้องและความแตกต่างของข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคน ตีความและสรุปเป็นประเด็นสำคัญ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง สำหรับคำถามปลายเปิดในแบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดกลุ่มคำตอบที่มีความหมายคล้ายคลึงกันไว้ด้วยกัน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอโดยเรียงลำดับตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 3 หัวข้อหลัก ได้แก่ 1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง 2. การรับรู้ ความคิดเห็น และพฤติกรรมของเยาวชนไทยต่อสัญลักษณ์ น 18 ในรายการโทรทัศน์ และ 3. ประสิทธิภาพของสัญลักษณ์ น 18 รายละเอียดดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายทางด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงมุมมองที่หลากหลายต่อประเด็นที่ศึกษา กล่าวคือ

ด้านเพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 58.1 รองลงมาเป็นเพศชายร้อยละ 33.6 โดยมีผู้ระบุเป็นเพศทางเลือกและไม่ต้องการระบุรวมกันเพียงร้อยละ 8.3

ด้านอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 84.3 อยู่ในช่วงอายุ 18-24 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยผู้ใหญ่ตอนต้นที่มีการบริโภคสื่อสูง ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี และกลุ่มอายุอื่น ๆ รวมกันประมาณร้อยละ 15.7

ด้านการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาหรือสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.2 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 16.6 และระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 13.4

2. การรับรู้ ความคิดเห็น และพฤติกรรมของเยาวชนไทยต่อสัญลักษณ์ น 18 ในรายการโทรทัศน์

ผลการวิจัยมีดังนี้

ตาราง 1 การรับรู้สัญลักษณ์ระบุความเหมาะสมสำหรับเยาวชนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไป

ความสามารถในการระบุสัญลักษณ์	จำนวน	ร้อยละ
ระบุได้ถูกต้อง	215	99.1
ระบุได้ไม่ถูกต้อง	2	0.9
รวม	217	100

ผลการวิจัยจากตาราง 1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 99.1) สามารถระบุสัญลักษณ์ที่ถูกต้องสำหรับรายการที่เหมาะสมกับเยาวชนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปได้ สะท้อนให้เห็นว่าสัญลักษณ์นี้มีความชัดเจนและเป็นที่ยอมรับได้ในวงกว้าง มีเพียงร้อยละ 0.9 หรือเพียง 2 คนเท่านั้นที่ไม่สามารถระบุสัญลักษณ์ได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนเคยพบเห็นสัญลักษณ์ น 18 และสามารถอธิบายได้ว่าพบเห็นในรายการประเภทต่าง ๆ ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์คนหนึ่งให้ข้อมูลว่า “เคยค่ะ เป็นประเภทซีรีส์หรือภาพยนตร์แนวดราม่าเข้มข้นค่ะหรือสารคดีที่มีเนื้อหาสำคัญหรือความรุนแรงค่ะ”

นอกจากการรับรู้สัญลักษณ์แล้ว การวิจัยยังได้สำรวจความถี่ในการพบเห็นสัญลักษณ์ดังกล่าวในชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบเห็นสัญลักษณ์นี้ในระดับความถี่ที่สูง โดยมากกว่าหนึ่งในสาม (ร้อยละ 37.8) ระบุว่าพบเห็นในระดับมากที่สุด (ระดับ 5) คิดเป็นจำนวน 82 คน

และอีกร้อยละ 28.1 หรือ 61 คน ระบุว่าพบเห็นในระดับมาก (ระดับ 4) เมื่อรวมกันแล้ว พบว่าร้อยละ 65.9 ของกลุ่มตัวอย่างพบเห็นสัญลักษณ์นี้ในระดับมากถึงมากที่สุด

ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ยังพบอีกด้วยว่า ยังมีผู้ให้สัมภาษณ์คนอื่น ๆ ที่ระบุว่าพบเห็นสัญลักษณ์นี้ในสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น ซีรีส์หรือภาพยนตร์แนวดราม่า สารคดีที่มีเนื้อหาสำคัญหรือความรุนแรง และรายการเกี่ยวกับความเชื่อหรือสิ่งลึกลับ

ตาราง 2 ประเภทรายการที่เยาวชนไทยพบเห็นสัญลักษณ์ระบุความเหมาะสมสำหรับเยาวชนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไป

ประเภทรายการ	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (n=217)	ร้อยละ	ลำดับ
ภาพยนตร์	134	61.8	1
รายการที่มีเนื้อหารุนแรง	130	59.9	2
รายการที่มีคำหยาบ	127	58.5	3
รายการผี	111	51.2	4
ซีรีส์	105	48.4	5

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผลการวิจัยจากตาราง 2 แสดงให้เห็นว่าประเภทรายการที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบเห็นสัญลักษณ์ระบุความเหมาะสมสำหรับเยาวชนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปมากที่สุด คือ ภาพยนตร์ (ร้อยละ 61.8) รองลงมาคือ รายการที่มีเนื้อหารุนแรง (ร้อยละ 59.9) และรายการที่มีคำหยาบ (ร้อยละ 58.5) สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งพบเห็นสัญลักษณ์นี้ในสื่อทั้งสามประเภทดังกล่าว นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากยังพบเห็นสัญลักษณ์นี้ในรายการผี (ร้อยละ 51.2) และซีรีส์ (ร้อยละ 48.4) ตามลำดับ

ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกยังให้ข้อมูลเพิ่มเติมถึงความหลากหลายของประเภทรายการที่มีสัญลักษณ์ น 18 ครอบคลุมตั้งแต่รายการที่มีเนื้อหาซับซ้อนเกี่ยวกับความสัมพันธ์และการใช้ชีวิต รายการเกี่ยวกับความเชื่อและสิ่งลึกลับ ไปจนถึงรายการเกมที่มีการใช้คำหยาบคาย สอดคล้องกับข้อมูลเชิงปริมาณที่พบว่าสัญลักษณ์นี้ปรากฏในสื่อหลากหลายประเภท ไม่จำกัดเฉพาะสื่อที่มีความรุนแรงหรือเนื้อหาทางเพศเท่านั้น โดยผู้ให้สัมภาษณ์ได้ระบุถึงประเภทรายการที่หลากหลายที่ได้พบเห็นสัญลักษณ์ น 18 ดังคำให้สัมภาษณ์ที่กล่าวไว้ว่า

“ส่วนใหญ่ก็จะเป็นซีรีส์คะที่มีเนื้อหาซับซ้อนเช่นเรื่องราวเกี่ยวกับความสัมพันธ์หรือการใช้ชีวิตซึ่งทำให้ได้มุมมองใหม่ ๆ ค่ะ”

“เคยครับเป็นรายการเกี่ยวกับความเชื่อสิ่งที่ยังมองไม่เห็นครับ”

“เคยครับเป็นรายการที่เล่นเกมที่มีคำหยาบคายเยอะครับ”

ตาราง 3 การตัดสินใจของเยาวชนไทยเมื่อพบสัญลักษณ์ระบุความเหมาะสมสำหรับเยาวชนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไป

การตัดสินใจและเหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
คู่มือ ฉันเป็นผู้ใหญ่แล้วสามารถตัดสินใจเองได้	101	46.5
คู่มือ ขึ้นอยู่กับประเภทของเนื้อหา	56	25.8
คู่มือ อยากรู้ว่าเนื้อหาเป็นอย่างไร	42	19.4
ลังเล/ไม่แน่ใจ/ปิด	18	8.3
รวม	217	100

ผลการวิจัยจากตาราง 3 แสดงให้เห็นว่าเมื่อพบสัญลักษณ์ระบุความเหมาะสมสำหรับเยาวชนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (ร้อยละ 46.5) ตัดสินใจคู่มือโดยให้เหตุผลว่าตนเป็นผู้ใหญ่แล้วสามารถตัดสินใจเองได้ รองลงมาคือกลุ่มที่คู่มือขึ้นอยู่กับประเภทของเนื้อหา (ร้อยละ 25.8) และกลุ่มที่คู่มือเพราะอยากรู้ว่าเนื้อหาเป็นอย่างไร (ร้อยละ 19.4) เมื่อรวมกันแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 91.7) เลือกที่จะคู่มือเมื่อพบสัญลักษณ์ น 18 มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 8.3) เท่านั้นที่ลังเลหรือเลือกที่จะไม่คู่มือ

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้พบว่าการตัดสินใจที่พบมากที่สุด คือ “การคู่มือเพราะเป็นผู้ใหญ่แล้วสามารถตัดสินใจเองได้” โดยมีอัตราส่วนของผู้ที่คู่มือเทียบกับผู้ที่ไม่คู่มือสูงถึง 11:1 สะท้อนให้เห็นว่าสัญลักษณ์ น 18 มีผลต่อการยับยั้งการรับชมคอนเทนต์น้อย ข้อมูลเชิงปริมาณนี้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลซึ่งส่วนใหญ่ระบุว่าเลือกคู่มือแม้จะพบสัญลักษณ์ น 18 ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลว่า “คู่มือค่ะ เพราะว่าเข้าใจว่าสัญลักษณ์นี้เป็นการเตือนให้เราปรับด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณในการรับชมค่ะ” หรือ “เลือกคู่มือครับ เพราะว่าอยากรู้ว่ารายการนี้มันเป็นรายการแบบไหน” และ “คู่มือเพราะอยากคู่มือเพราะมันสนุกครับ” ซึ่งแสดงให้เห็นถึงทัศนคติที่หลากหลายแต่นำไปสู่พฤติกรรมการรับชมที่คล้ายคลึงกัน

นอกเหนือจากนั้นแล้ว ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากถึงร้อยละ 96.3 หรือ 209 คนจากทั้งหมด 217 คน เคยมีประสบการณ์รับชมรายการที่มีสัญลักษณ์ระบุความเหมาะสมสำหรับเยาวชนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปในช่วงที่อายุยังไม่ถึงเกณฑ์ ในขณะที่จำนวนผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ดังกล่าวมีเพียงร้อยละ 3.7 หรือ 8 คนเท่านั้น โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 46.5 หรือ 101 คนระบุว่าคู่มือได้โดยไม่คิดอะไรเพราะรู้ว่าอะไรควรหรือไม่ควร

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกให้ผลที่สอดคล้องกับข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนเคยดูรายการที่มีสัญลักษณ์ระบุความเหมาะสมสำหรับเยาวชนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปในช่วงที่อายุยังไม่ถึงเกณฑ์เช่นกัน ตัวอย่างของคำให้สัมภาษณ์เช่น “ตอนนั้นยังไม่เข้าใจเนื้อหาเต็มที่ค่ะแต่รู้สึกทำให้เราตั้งคำถามและอยากรู้เพิ่มเติมค่ะ” หรือ “เพราะคิดว่าตัวเองสามารถคิดวิเคราะห์แยกแยะเองได้”

3. ประสิทธิภาพของสัญลักษณ์ น 18

ความจำเป็นของสัญลักษณ์ระบุความเหมาะสมสำหรับเยาวชนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไป

การศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความจำเป็นของสัญลักษณ์ระบุความเหมาะสมสำหรับเยาวชนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปในการช่วยเตือนเยาวชนไทย ปรากฏผลว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์ดังกล่าว โดยร้อยละ 31.8 หรือ 69 คนให้คะแนนความจำเป็นในระดับปานกลาง

(ระดับ 3) รองลงมาร้อยละ 24.9 หรือ 54 คนให้คะแนนในระดับมากที่สุด (ระดับ 5) และร้อยละ 22.1 หรือ 48 คนให้คะแนนในระดับมาก (ระดับ 4) เมื่อรวมกลุ่มที่ให้คะแนนในระดับปานกลางถึงมากที่สุด (ระดับ 3-5) พบว่ามีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 78.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนแสดงความเห็นสอดคล้องกันว่าสัญลักษณ์ น 18 มีความจำเป็น ดังถ้อยคำให้สัมภาษณ์เช่น “มีความจำเป็นมากค่ะเพราะช่วยให้เยาวชนไทยตระหนักถึงเนื้อหาที่เหมาะสมกับตัวเองและปกป้องเด็กจากการรับชมสิ่งที่ไม่เหมาะสมค่ะ” หรือ “มีความจำเป็นครับ เพราะจะได้ระบุว่ารายการนี้มีความจำเป็นต่อเยาวชนไทยประเภทไหนครับ”

ผลกระทบของสัญลักษณ์ต่อพฤติกรรมการเลือกดูรายการ

การศึกษาาระดับผลกระทบของสัญลักษณ์ระบุความเหมาะสมสำหรับเยาวชนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปต่อพฤติกรรมการเลือกดูรายการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 30.4 หรือ 66 คนให้คะแนนผลกระทบในระดับปานกลาง (ระดับ 3) รองลงมาร้อยละ 24.9 หรือ 54 คนให้คะแนนในระดับมาก (ระดับ 4) และร้อยละ 18.9 หรือ 41 คนให้คะแนนในระดับมากที่สุด (ระดับ 5) ข้อมูลแสดงให้เห็นการกระจายของคะแนนที่ค่อนข้างกว้าง โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีมุมมองที่หลากหลายต่อระดับอิทธิพลของสัญลักษณ์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกสะท้อนความหลากหลายของความคิดเห็นในลักษณะเดียวกัน โดยผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลว่า “สำหรับตัวเองนะคะ สัญลักษณ์จะช่วยกรองรายการที่เหมาะสมค่ะ แต่เชื่อว่าคนในวัยอื่น ๆ โดยเฉพาะผู้ปกครองจะใช้เป็นแนวทางที่ดีในการแนะนำบุตรหลานค่ะ” หรือ “ส่งผลครับเพราะว่ารายการนี้ก็สามารถนำมาใช้ในการดำเนินชีวิตได้ครับ” แต่สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีความเห็นที่แตกต่างไปนั้นได้แสดงความรู้สึกว่า “ไม่ครับเพราะก็ดูได้อยู่”

บทบาทในการสร้างความตระหนักรู้ในสังคม

การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของสัญลักษณ์ระบุความเหมาะสมสำหรับเยาวชนไทยอายุ 18 ปีขึ้นไปในการสร้างความตระหนักรู้ในสังคม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 52.5 หรือ 114 คนเห็นว่าสัญลักษณ์มีส่วนช่วยอย่างมากในการสร้างความตระหนักรู้ เพราะทำให้คนในสังคมใส่ใจเรื่องความเหมาะสมของเนื้อหา รองลงมาร้อยละ 38.7 หรือ 84 คนเห็นว่ามีส่วนช่วยอย่างมากเพราะทำให้รู้ว่าอะไรควรหรือไม่ควร รวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 91.2 หรือ 198 คนมีความเห็นในเชิงบวกต่อบทบาทของสัญลักษณ์ในการสร้างความตระหนักรู้

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกให้ผลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงปริมาณ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าสัญลักษณ์มีส่วนช่วยสร้างความตระหนักรู้ในสังคม ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ระบุว่า “มีส่วนช่วยอย่างมากค่ะ เพราะทำให้คนในสังคมใส่ใจเรื่องความเหมาะสมของเนื้อหา และสร้างความตระหนักรู้ถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นค่ะ” สอดคล้องกับความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านที่กล่าวว่า “ก็สร้างความตระหนักรู้ครับ จะได้ว่าอะไรควรไม่ควร”

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า แม่เยาวชนไทยส่วนใหญ่สามารถระบุความหมายของสัญลักษณ์ น 18 ได้อย่างถูกต้อง และมีความคุ้นเคยกับเนื้อหาที่มักปรากฏร่วมกับสัญลักษณ์ดังกล่าว เช่น รายการที่มีความรุนแรง ภาษาหยาบคาย หรือเนื้อหาทางเพศ แต่พฤติกรรมการรับชมกลับไม่ได้สะท้อนถึงการยับยั้งหรือการกลั่นกรองเนื้อหาอย่างมีวิจารณญาณ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงเลือกชมรายการแม้จะมีคำเตือนล่วงหน้า โดยให้เหตุผลว่า “อยากรู้” หรือ “คิดว่าสามารถแยกแยะได้ด้วยตนเอง” ทั้งที่ยังไม่ถึงวัยตามที่สัญลักษณ์กำหนด ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นว่า “เพียงการรับรู้” ไม่ได้เพียงพอต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรับชมอย่างมีวิจารณญาณ

ข้อค้นพบนี้แสดงให้เห็นถึงข้อจำกัดของการใช้สัญลักษณ์ น 18 ในฐานะเครื่องมือกำกับดูแลเนื้อหา ซึ่งอาจยังไม่มียุทธวิธีเพียงพอต่อพฤติกรรมการรับชมของเยาวชน โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่เยาวชนไทยสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้อย่างไร้พรมแดน และมีทางเลือกหลากหลายในการรับชมผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่ไม่ได้ยึดโยงกับระบบสัญลักษณ์แบบเดิม

เมื่อพิจารณาจากข้อมูลเชิงคุณภาพ ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจและทัศนคติเชิงบวกต่อสัญลักษณ์ น 18 แต่ต้องการให้ระบบคำเตือนมีความชัดเจนมากขึ้น เช่น การเพิ่มคำอธิบายประกอบ การใช้เสียงหรือภาพเคลื่อนไหว และคำแนะนำเฉพาะสำหรับผู้ปกครอง ซึ่งข้อเสนอแนะดังกล่าวสะท้อนถึงแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ที่ Livingstone (2004) ได้กล่าวถึงว่า เยาวชนไทยจะสามารถประเมินเนื้อหาได้อย่างมีวิจารณญาณก็ต่อเมื่อมีทักษะในการตีความ แยกแยะ และเข้าใจเจตนาของผู้ผลิตสื่อได้อย่างรอบด้าน ทั้งนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น ระดับการศึกษา ยังมีผลต่อความสามารถในการตีความและตอบสนองต่อสัญลักษณ์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่ามักมีความเข้าใจระบบเรตติ้งดีขึ้น และสามารถใช้เป็นแนวทางในการเลือกรับชมเนื้อหาได้ดีกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Krafft et al. (2021) ที่เสนอว่าการส่งเสริม media awareness และ critical thinking ควบคู่กับบทบาทของครอบครัวในการอธิบายเนื้อหาสื่อจะช่วยลดผลกระทบจากสื่อที่ไม่เหมาะสมได้มากกว่าการพึ่งพาระบบเตือนเพียงอย่างเดียว

นอกเหนือจากนั้นแล้ว หากเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดทางทฤษฎี จะพบว่าทฤษฎีการอบรมเพาะ (Cultivation Theory) ของ Gerbner et al. (1986) ได้อธิบายไว้อย่างชัดเจนว่า การรับชมเนื้อหาซ้ำ ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มที่รับชมสื่อเป็นประจำ (Heavy viewers) จะมีแนวโน้มพัฒนา “ความรู้สึกปกติ” ต่อพฤติกรรมหรือเนื้อหานั้น ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อไม่ได้รับคำอธิบายหรือแนวทางทางเลือกจากผู้ใหญ่หรือระบบสื่อสารเสริม ในทำนองเดียวกัน ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Bandura, 2001) ก็ชี้ว่าเยาวชนอาจเรียนรู้และเลียนแบบพฤติกรรมจากแบบอย่างในสื่อ โดยเฉพาะเมื่อพฤติกรรมนั้นไม่ถูกลงโทษ หรือได้รับการยอมรับจากบริบทของเรื่องราวในสื่อที่รับชม

ผลการวิจัยนี้จึงอาจอธิบายได้ว่า การใช้สัญลักษณ์ น 18 ในฐานะ “เครื่องมือด้านนโยบาย” อาจยังไม่เพียงพอหากปราศจากกลไกเสริมในการอธิบาย ชี้แนะ และส่งเสริมการเรียนรู้ของเยาวชนไทยอย่างรอบด้าน นอกจากนี้ ความซับซ้อนของพฤติกรรมการรับชมสื่อในยุคดิจิทัลยังส่งผลต่อประสิทธิภาพของระบบเรตติ้งแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะเมื่อพบว่ากลุ่มตัวอย่างถึงร้อยละ 91.7 ยังคงเลือกรับชมเนื้อหาที่มีสัญลักษณ์ น 18 แม้จะเข้าใจความหมายของสัญลักษณ์ ปรากฏการณ์นี้สามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิด Mean World Syndrome ซึ่งชี้ว่าเยาวชนที่เปิดรับเนื้อหาความรุนแรงหรือพฤติกรรมไม่เหมาะสมบ่อยครั้ง อาจเกิด กระบวนการทำให้เป็น

เรื่องปกติ (Normalization) จนลดความตระหนักถึงผลกระทบ และไม่เห็นความจำเป็นในการหลีกเลี่ยงเนื้อหาเหล่านั้นอีกต่อไป

การพัฒนาาระบบเรตติ้งในประเทศไทยจึงควรให้ความสำคัญกับการออกแบบรูปแบบคำเตือนที่เข้าใจง่ายมีความเฉพาะเจาะจงต่อเนื้อหา และสอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อของเยาวชนในยุคดิจิทัลที่มีการรับชมแบบหลายหน้าจอและเลือกเนื้อหาตามความสนใจส่วนบุคคลมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. เพิ่มคำเตือนที่เฉพาะเจาะจงต่อเนื้อหา (Content-Specific Warnings) ควรพัฒนาระบบคำเตือนให้มีลักษณะเฉพาะต่อประเภทของเนื้อหา เช่น “มีความรุนแรง” “มีภาษาหยาบคาย” หรือ “มีฉากไม่เหมาะสมทางเพศ” แทนการใช้เพียงตัวเลขหรือช่วงอายุ เพื่อเสริมสร้างการรับรู้และช่วยให้เยาวชนไทยสามารถประเมินความเหมาะสมของเนื้อหาได้อย่างมีวิจารณญาณ

2. พัฒนานโยบายการจัดเรตติ้งให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะการรับชมหลายหน้าจอ (multi-screen viewing) และการเลือกเนื้อหาตามบริบท (context-based content selection) ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของการบริโภคสื่อในยุคดิจิทัล ระบบเรตติ้งควรปรับให้ครอบคลุมสื่อออนไลน์ แพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง และสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางหลักในการบริโภคของเยาวชน โดยเน้นการใช้คำเตือนแบบไดนามิก (dynamic content labeling) และการแจ้งเตือนแบบเรียลไทม์ที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละแพลตฟอร์ม

3. บูรณาการแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อร่วมกับระบบการจัดเรตติ้ง ควรส่งเสริมการสื่อสารและการเรียนรู้ด้านการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ให้ครอบคลุมในระดับโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน เพื่อให้เยาวชนสามารถวิเคราะห์ ตีความ และเลือกรับชมเนื้อหาอย่างมีวิจารณญาณ ไม่พึ่งพาเพียงสัญลักษณ์เรตติ้งหรือคำเตือนจากแพลตฟอร์มเท่านั้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษากลุ่มเยาวชนไทยจากช่วงอายุและพื้นที่ที่หลากหลายยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนความหลากหลายของประสบการณ์และบริบททางสังคม

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้สัญลักษณ์เรตติ้งในแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น YouTube, Netflix และ TikTok ซึ่งเป็นช่องทางหลักในการบริโภคสื่อของเยาวชนในปัจจุบัน

3. ควรใช้วิธีวิจัยเชิงลึกเพิ่มเติม เช่น การสังเกตพฤติกรรมจริง หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อเข้าใจแรงจูงใจในการเลือกรับชมรายการที่มีสัญลักษณ์ น 18 อย่างรอบด้านมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (2567). *การจัดเรตติ้งรายการ: ตัวกรองเนื้อหาสื่อโทรทัศน์สำหรับเด็ก*. สืบค้นจาก <https://www.thaimediafund.or.th/article-29042567>
- นิษฐา ทรุ่นเกษม. (2566). *คู่มือหลักสูตรการพัฒนาการส่งเสริมความเข้มแข็งเครือข่ายผู้บริโภคสื่อ (กลุ่มความหลากหลายทางเพศและความหลากหลายทางสังคม): MODULE 2: รู้จักสิทธิของผู้บริโภคสื่อ*. [คู่มือ]. สำนักงาน กสทช.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W.H. Freeman.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3(3), 265–299.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Perspectives on media effects* (pp. 17–40). Lawrence Erlbaum Associates.
- Hirsch, P. M. (1980). The “scary world” of the nonviewer and other anomalies: A reanalysis of Gerbner et al.'s findings on cultivation analysis, part I. *Communication Research*, 7(4), 403-456.
- Krafft, H., Boehm, K., Schwarz, S., Eichinger, M., Büssing, A., & Martin, D. (2021). Media Awareness and Screen Time Reduction in Children, Youth or Families: A Systematic Literature Review. *Child Psychiatry & Human Development*, 54, 815–825.
- LaRose, R., & Eastin, M. S. (2004). A social cognitive theory of Internet uses and gratifications: Toward a new model of media attendance. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(3), 358-377.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3–14.
- Martins, N., Matthews, N. L., & Ratan, R. A. (2019). Playing by the rules: Parental mediation of video game play. *Journal of Family Issues*, 40(8), 1120-1145.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Morgan, M., & Shanahan, J. (2010). The state of cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(2), 337–355.
- Morgan, M., & Shanahan, J. (2017). Television and the cultivation of authoritarianism: A return visit from an unexpected friend. *Journal of Communication*, 67(3), 424-444.

Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2015). Yesterday's new cultivation, tomorrow. *Mass Communication and Society*, 18(5), 674-699.

<https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1072725>

Pajares, F., Prestin, A., Chen, J., & Nabi, R. L. (2009). Social cognitive theory and media effects. In R. L. Nabi & M. B. Oliver (Eds.), *The SAGE handbook of media processes and effects* (pp. 283-297). SAGE Publications.

Potter, W. J. (2014). A critical analysis of cultivation theory. *Journal of Communication*, 64(6), 1015-1036.

Shrum, L. J. (2017). Cultivation theory: Effects and underlying processes. In P. Rössler, C. A. Hoffner, & L. van Zoonen (Eds.), *The international encyclopedia of media effects* (pp.1-12). Wiley-Blackwell.