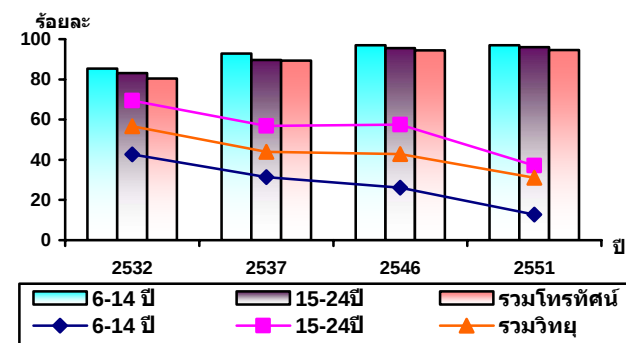


เรื่องเด่นประจำฉบับ

อิทธิพลของสื่อต่อเด็กและเยาวชนไทย

ในปัจจุบันสังคมไทยเป็นสังคมที่สื่อเข้ามามีอิทธิพลต่อประชาชนอย่างมากทั้งด้านบวกและด้านลบ มีผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไป ทั้งด้านทัศนคติ พฤติกรรม และวัฒนธรรม ผู้บริโภคต้องรู้จักเลือกในการบริโภคหรือการเสพสื่อ โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มที่สื่อเข้ามามีอิทธิพลได้ง่ายเพราะยังขาดวิจารณญาณในการเลือกบริโภคสื่อ ทั้งยังเป็นวัยที่สามารถชักจูงง่าย อยากลอง ดังนั้น ผู้เกี่ยวข้องและสังคมจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับอิทธิพลของสื่อและผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนอย่างจริงจัง โดยการ “กำจัดสื่อร้าย ขยายสื่อดี และสร้างภูมิคุ้มกัน” เพื่อให้กลุ่มเด็กและเยาวชนสามารถเติบโตขึ้นเป็นอนาคตของชาติอย่างมีคุณค่า

แผนภูมิที่ 15 อัตราการฟังวิทยุและชมโทรทัศน์ของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ปี 2532-2551



ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ตารางที่ 8 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ฟังวิทยุและชมโทรทัศน์จำแนกตามประเภทรายการที่ฟังชมมากที่สุด ปี 2551

ประเภทรายการ	วิทยุ			โทรทัศน์		
	รวม	6-14 ปี	15-24 ปี	รวม	6-14 ปี	15-24 ปี
ข่าว	32.9	7.1	9.1	40	3.2	16.6
สารคดี/ความรู้	2.5	1.2	1.3	2	1.4	2.1
บันเทิง	64.1	91.4	89.3	57.7	95.2	81
ความเห็นวิเคราะห์	-	-	-	0.1	0.1	0.1
อื่นๆ	0.5	0.3	0.3	0.2	0.1	0.2

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ตารางที่ 9 การใช้เวลาของเด็กและเยาวชนกับสื่อต่อวัน ปี 2549-2550 (หน่วย: นาที)

ระดับการศึกษา	ดูทีวี/วีซีดี	เล่นอินเทอร์เน็ต	คุยโทรศัพท์
ประถม	156.21	108.89	56.8
มัธยมต้น	177.78	163.04	83.93
มัธยมปลาย	172.98	167.98	86.19
อาชีว	179.12	165.69	94.48
อุดมศึกษา	178.54	172.06	90.73

ที่มา: Child Watch 2549-50 ภาพรวมประเทศ

ความก้าวหน้าของสื่อจากสิ่งพิมพ์สู่ยุคไซเบอร์

“สื่อ” หมายถึง ตัวกลางในการนำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร แบ่งประเภทตามการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

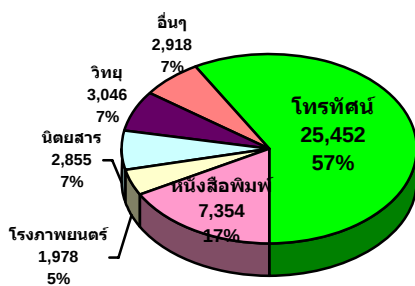
- ◆ สื่อทัศน์หรือสื่อสิ่งพิมพ์ (Visual Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ ภาพถ่าย เป็นสื่อเก่าแก่เข้าถึงประชาชนทุกเพศทุกวัยที่อ่านออกเขียนได้ และมีสื่อสิ่งพิมพ์บางประเภทที่ได้รับความสนใจจากเด็กและเยาวชน เช่น การ์ตูน นิตยสารบันเทิง นิตยสารเฉพาะกิจ ฯลฯ
- ◆ สื่อโสต (Audio Media) ได้แก่ วิทยุ มีทั้งรายการบันเทิงและข่าว แต่การฟังวิทยุมีแนวโน้มลดลงจากร้อยละ 56.7 ของประชากร ในปี 2532 เหลือร้อยละ 31.1 ในปี 2551 โดยลดลงในทุกช่วงวัย กลุ่มเด็ก (6-14 ปี) ฟังวิทยุร้อยละ 12.7 และเยาวชน (15-24 ปี) ฟังวิทยุร้อยละ 37.1 ในปี 2551
- ◆ สื่อโสตทัศน์ (Audio-Visual Media) ได้แก่ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ วิทยุทัศน์ เป็นต้น โทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงจากคนทุกเพศทุกวัย จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า การชมโทรทัศน์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกช่วงวัยโดยเพิ่มจากร้อยละ 80.4 ในปี 2532 เป็นร้อยละ 95.7 ในปี 2551 ประเภทรายการที่ชมเน้นความบันเทิงและข่าว โดยเด็กและเยาวชนกว่าร้อยละ 80 ชมรายการประเภทบันเทิง ผลการศึกษาปี 2549-50 ของโครงการ Child Watch เกี่ยวกับภาวะเด็กและสื่อ พบว่า เด็กประถม-มัธยมต้นใช้เวลาชมโทรทัศน์เฉลี่ย 2.5-3 ชั่วโมงต่อวัน สูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ย 2 ชั่วโมงต่อวัน สำหรับภาพยนตร์แม้ความนิยมจะขึ้น ๆ ลง ๆ เพราะมีการผลิตวิทยุทัศน์กันแพร่หลาย แต่ภาพยนตร์ยังเป็นสื่อบันเทิงที่นิยมของวัยรุ่น

นอกจากนี้ การใช้คอมพิวเตอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีการขยายตัวและกำลังมีบทบาทต่อสังคมไทยโดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน เพราะสามารถเข้าถึงง่าย มีอิสระในการใช้ สามารถเลือกเรื่องที่สนใจ รวมทั้งมีการพัฒนาระบบเพื่อตอบสนองต่อผู้ใช้ได้อย่างรวดเร็ว เช่น การเป็นโครงข่ายเทคโนโลยีของการหลอมรวมสื่อ (คอนเวอร์เจนซ์) สร้างเว็บไซต์เสนอข่าวสารที่เคยเผยแพร่ในสื่อหลักมาแล้ว รวมทั้งข่าวสารใหม่ๆ เพื่อให้คนใช้ประโยชน์ได้ตลอดเวลา การสร้างเว็บบล็อกเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารด้วยการเขียนโต้ตอบกัน สร้างบล็อกแยกเป็นอิสระที่ผู้อ่านมีส่วนในการสร้างเนื้อหา รวมทั้งการมีเครื่องมือในการใส่ภาพและเสียง ในปี 2550 มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์ 16 ล้านคน ผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 9.3 ล้านคน ร้อยละ 60 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเด็กและเยาวชน ใช้เฉลี่ยวันละ 2.5 ชั่วโมง ส่วนใหญ่ใช้เพื่อความบันเทิง จากข้อมูลสถาบันวิจัย CMR Market Research พบว่าเด็กไทยใช้บริการอินเทอร์เน็ตในร้านเพื่อการเล่นเกมร้อยละ 86 สนทนาออนไลน์ร้อยละ 49 ส่งอีเมลร้อยละ 44 ฟังเพลงร้อยละ 42 แต่ใช้งานเพื่อการศึกษาเพียงร้อยละ 14 เท่านั้น ส่วนการใช้โทรศัพท์มือถือในการเผยแพร่ข้อมูลผ่านระบบ SMS การส่งคลิปต่างๆ ในปี 2550 มีผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ 28.3 ล้านคน ใช้เวลาพูดโทรศัพท์ 1-1.5 ชั่วโมงต่อวัน ส่ง SMS 3-4 ครั้งต่อวัน โหลดเพลง/ภาพ/เกม/ข้อความ 3 ครั้งในเด็กประถม-มัธยมปลาย และ 8 ครั้งในระดับอุดมศึกษา

โทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต สื่ออิทธิพลสูงต่อเด็กและเยาวชน

ปัจจุบันสื่อที่มีอิทธิพลสูงคือสื่อโทรทัศน์ แทบทุกบ้านมีเครื่องรับจึงสามารถเข้าถึงคนได้ง่าย ความรวดเร็วของสื่อรวมทั้งสิ่งที่แพร่ภาพออกไปสามารถรับได้พร้อมกันทั่วประเทศทำให้คนสามารถรับรู้ในสิ่งเดียวกัน รวมทั้งยังมีอิทธิพลต่อการใช้ประสาทสัมผัสได้ทั้งรูปและเสียง โดยমনุษย์ใช้การรับรู้ถึงร้อยละ 75 และใช้หูร้อยละ 13 ทำให้สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีการโฆษณาสูงสุด จากการสำรวจของบริษัทเนชั่นไลน์ มีเดียรีเสิร์ช (ประเทศไทย) พบว่า ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2550 สื่อต่างๆ มีรายได้จากการโฆษณาทั้งสิ้น 43,603 ล้านบาท สื่อโทรทัศน์มีรายได้ 25,452 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร ตามลำดับ ในขณะที่ อินเทอร์เน็ตมีผลกระทบกว้างขวาง รุนแรงและรวดเร็วกว่าสื่ออื่นๆ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเปิดโอกาสให้ผู้รับสารเป็นผู้ส่งสารและสามารถปิดตัวตอนที่แท้จริงของบุคคลได้ ทำให้มีการใช้สื่อแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี ซึ่งเป็นการแสดงออกที่เป็นได้ทั้งการสร้างสรรค์เป็นประโยชน์หรือเป็นปฏิปักษ์ภัยร้ายต่อศีลธรรม วัฒนธรรม และสังคม ปัจจุบันการโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลมีมูลค่ารวม 800 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 580 ล้านบาท ในปี 2549 แต่จากการเปลี่ยนแปลงและวิวัฒนาการของเทคโนโลยีทำให้เชื่อได้ว่าเม็ดเงินผ่านสื่อดิจิทัลจะเป็นจำนวนมหาศาลในอนาคต

แผนภูมิที่ 16 รายได้จากการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ม.ค.-มิ.ย.50



ที่มา: บริษัทเนชั่นไลน์ มีเดียรีเสิร์ช (ประเทศไทย)

“ไอซีทีทำให้เด็กหัวใสหรือหัวขุ่นก็ได้ อยู่ที่เรานำไอซีทีเพื่อสร้างประสบการณ์อะไรให้กับเด็ก.....ไอซีทีถ้าออกแบบให้ดีก็ช่วยพัฒนาเด็กได้ วิธีการที่จะให้เด็กหัวใสคือการให้เขาได้ทำอะไรบางอย่างที่เขารัก เขาชอบและเป็นประโยชน์ต่อคนอื่น ให้ความรู้สึกภาคภูมิใจเกิดขึ้นจากการทำอะไรเพื่อผู้อื่น”

ศ.นพ.วิจารณ์ พานิช

อิทธิพลสื่อในทางสร้างสรรค์

สื่อที่มีสาระดีสามารถใช้ให้เกิดการเรียนรู้ และเป็นกลไกการสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่เด็กและเยาวชน รวมทั้งใช้ในการทำความดีแก่สังคมจากการศึกษา พบว่า สื่อที่มีสาระในเรื่องส่งเสริมพฤติกรรมที่เหมาะสมมีผลต่อการเรียนรู้ และความรู้ความเข้าใจของเด็กและเยาวชนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการเลือกใช้สื่อที่เด็กสนใจทำให้สามารถเข้าถึงเด็กและเยาวชนง่ายและกว้างขวาง เช่น การใช้สื่อแอนิเมชันในการสอนเรื่องสมบัติผู้ดี ให้ความรู้/รณรงค์เกี่ยวกับเมาไม่ขับ ฯลฯ การใช้สื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา โดยเกิดการศึกษาในรูปแบบใหม่ กระตุ้นความสนใจ เช่น ใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อในการสอน การใช้ระบบมัลติมีเดียในการสอนทางไกลเพื่อผู้ด้อยโอกาสทางการศึกษา ตลอดจนอินเทอร์เน็ตที่เป็นแหล่งแสวงหาและพัฒนาองค์ความรู้ เป็นต้น

นอกจากนี้ การสนับสนุนให้เด็กเป็นผู้ผลิตสื่อเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้เด็กๆ ได้มีมุมมองการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี เปลี่ยนจากผู้เสพเป็นผู้สร้าง เปิดโอกาสให้เด็กมีความคิดสร้างสรรค์ ค้นหาตัวเอง พัฒนานตนเองได้เร็วขึ้น

“วัยรุ่นหลายคนเป็นเหยื่อ ไม่ว่าจะเรื่องเกมออนไลน์ การแต่งกายตามแฟชั่นที่ล่อแหลม การติดต่อเพศตรงข้ามผ่านอินเทอร์เน็ต หรือสาว ๆ หลายคนเป็นสินค้าหน้าจอโดยไม่รู้ตัว”

พญ.นันทิยา วีระแพทย์
จิตแพทย์

“ช่วงเวลาที่ผู้ชมโทรทัศน์มากที่สุด คือ 16.00-22.00 น. พบว่ามีการนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมด้านเพศ ความรุนแรงและตอกย้ำอคติต่อคนบางกลุ่มแทรกอยู่ ในหนึ่งชั่วโมงมีภาพความรุนแรงมากที่สุดถึง 3.29 ครั้ง อคติต่อกลุ่มคน 1.34 ครั้ง ภาษาก้าวร้าว 0.25 ครั้ง ความไม่เหมาะสมทางเพศ 0.13 ครั้ง”

โครงการศึกษาและเฝ้าระวังสื่อฯ 2548
อ.อิทธิพล ปรีดิประสงค์

“เด็กร้อยละ 70 ชอบดูหนังยิงกันฆ่ากัน ขณะที่เด็กติดเกมร้อยละ 80 เล่นเกมต่อสู้อยู่..

ปัจจุบันมีเว็บเกมออนไลน์กว่า 10 ล้านเว็บที่สืบค้นได้จาก google โดยมากเป็นเกมแข่งขันหรือต่อสู้ หรือไม่ก็เป็นเกมลามกที่มีภาพความรุนแรงหรือยั่วยุให้ใช้ความรุนแรงกับตัวละครในเกม”

ดร.อมรวิทย์ นาคทรพร
ไทยโพสต์ 11 มค.50

ผลกระทบในทางลบที่พึงระวังจากการบริโภคสื่อ

- ◆ **ด้านอารมณ์และพฤติกรรม** สื่อที่มีเนื้อหาแสดงให้เห็นความรุนแรง ความอาฆาตพยาบาทอาจมีผลต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของเด็ก ความกังวลหรือซึมเศร้า เกมที่มีเนื้อหารุนแรง ชัดศีลธรรม ทำให้ผู้เล่นมีพฤติกรรมก้าวร้าว ทำร้ายร่างกายและการละเมิดทางเพศ รายการประเภทเกมโชว์หรือชิงโชคอาจโน้มน้าวให้ชอบการเสี่ยงโชค การใช้เวลากับสื่อโทรทัศน์หรือประเภทอื่น ๆ มากจนไม่ได้ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้ขาดทักษะในการโต้ตอบหรือทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งเนื้อหาที่แสดงออกของพฤติกรรมทางเพศ ส่งผลให้วัยรุ่นพัฒนาความเชื่อและค่านิยมเรื่องเพศสัมพันธ์ผิดๆ ยิ่งไปกว่านั้น ขณะนี้ยังมีการใช้แคมฟ็อกซ์เพื่อโชว์สรีระหรือขายบริการทางเพศ การเปิดเว็บไซต์ขายยาทำแท้งและให้คำปรึกษาอย่างครบวงจรแก่ผู้ตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์เป็นการยั่วยุให้เด็กและเยาวชนกล้ามีเพศสัมพันธ์อย่างเสรี ผลสำรวจของเอแบคโพลล์เด็กจำนวนหนึ่งเชื่อว่าพฤติกรรมการข่มขืนของพระเอกเป็นเรื่องที่ยอมรับได้และต้องการเลียนแบบ
- ◆ **ด้านสุขภาพ** เด็กที่ดูโทรทัศน์และใช้คอมพิวเตอร์มากมักไม่มีเวลาออกกำลังกาย การเพ่งมองจอภาพนานๆ ทำให้สายตาและสุขภาพตาเสื่อมก่อนวัยอันควร นอกจากนี้ สื่อโฆษณาขนมกรุบกรอบทางโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อความนิยมรับประทานในกลุ่มเด็กเล็กและนักเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเห็นผลจากการสำรวจของ สสส. ร่วมกับสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ เรื่อง “อิทธิพลของสื่อโฆษณาขนมกรุบกรอบ/ลูกอมที่ออฟฟิศทางโทรทัศน์ต่อความนิยมรับประทานในกลุ่มเด็กนักเรียนอายุระหว่าง 6-12 ปีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”
- ◆ **ด้านการพัฒนาสติปัญญา** การใช้เวลากับสื่อมากเกินไป โดยเฉพาะโทรทัศน์และคอมพิวเตอร์ทำให้ขาดโอกาสได้รับประสบการณ์หรือสิ่งเร้าอื่นๆ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ นอกจากนี้ เด็กอายุ 1-3 ปีถ้าดูโทรทัศน์มากเกินไปจะมีความเสี่ยงที่จะเกิดปัญหาเกี่ยวกับสมาธิในการเรียนเมื่ออายุ 7 ปี และเด็กดูโทรทัศน์ 10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ขึ้นไปจะมีผลกระทบต่อการพัฒนาการอ่านของเด็ก
- ◆ **ด้านวัฒนธรรม ทัศนคติ และค่านิยม** ทั้งในเรื่องการใช้ภาษา การถ่ายทอดวัฒนธรรม ทัศนคติหรือค่านิยมไม่เหมาะสมบางประการ เช่น ความฟุ้งเฟ้อ นิยมบริโภคสิ่งเสพติด ให้คุณค่าเงินมากกว่าความดี

การที่สื่อมีผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนทั้งในด้านบวกและลบขึ้นอยู่กับสาระที่ได้รับ ดังนั้น การสนับสนุนให้เด็กได้รับสื่อที่ดี ๆ และระยะเวลาที่เหมาะสมย่อมก่อให้เกิดผลดีมากกว่าผลเสีย

จัดสื่อราย ขยายสื่อดี สร้างภูมิคุ้มกัน : แนวทางดำเนินงาน

เนื่องจากสื่อเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน กลไกการดำเนินงานจึงมีทั้งในรูปของคณะกรรมการและหน่วยงาน ได้แก่ คณะกรรมการสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายด้านสื่อระดับชาติ ประสาน เปรียบเทียบ กำกับ ดูแลติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน รวมทั้งประสานความร่วมมือหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง โดยมีกระทรวงวัฒนธรรมเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงาน ร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวง ICT และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ การดำเนินงานเน้น “จัดสื่อราย ขยายสื่อดี และสร้างภูมิคุ้มกัน”

- ◆ จัดสื่อราย โดยจัดระดับความเหมาะสมของสื่อทุกประเภท การจัดระเบียบร้านอินเทอร์เน็ต เกมคาเฟ่ การจัด rating ตลอดจนการตรวจจับสื่อที่ไม่เหมาะสมต่างๆ
- ◆ ขยายสื่อดี โดยการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ผลิตผลิตสื่อคุณภาพ การบรรจุเนื้อหาการสอนต่างๆ ผ่านเว็บไซต์เพื่อเปิดพื้นที่ดีให้เยาวชนเข้ามาแลกเปลี่ยนกิจกรรมต่างๆ เช่น เว็บไซต์ smtsay.net และเว็บไซต์ aboutdha.net ที่ให้ข้อมูลและกิจกรรมต่างๆ ที่ให้ทั้งความรู้สาระและบันเทิง รวมทั้งการสนับสนุนให้เยาวชนมีบทบาทในการผลิตสื่อ เช่น การจัดประกวดสื่อการเรียนรู้ดิจิทัลสร้างสรรค์ต่างๆ เช่น การประกวดสื่อเพื่อการเรียนรู้ในรูปแบบเว็บไซต์สารคดีประวัติศาสตร์และสถานที่ท่องเที่ยวท้องถิ่น และการจัดทำนิตยสาร cream เป็นต้น
- ◆ สร้างภูมิคุ้มกัน ให้รู้เท่าทันสื่อผ่านการพัฒนาหลักสูตรอินเทอร์เน็ตปลอดภัยและสร้างสรรค์ โดยกระทรวงศึกษาธิการร่วมกับเครือข่ายผู้ปกครองออนไลน์

อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานที่ผ่านมายังมีข้อจำกัดในหลายด้าน คือ ความเพียงพอของรายการโทรทัศน์ที่เหมาะสม จากการกำหนดสัดส่วนรายการประเภท ป (สำหรับเด็กอายุ 3-5 ปี) และรายการประเภท ด (สำหรับเด็กอายุ 6-12 ปี) พบว่า ในเดือนธันวาคม 2550 มีสัดส่วนรายการทั้งสองประเภทรวมกันในช่วง 16.00-18.30 น. ของวันจันทร์-วันศุกร์มีเพียง 15 รายการ คิดเป็น 455 นาทีหรือร้อยละ 10.1 ซึ่งไม่ถึงร้อยละ 25 ของช่วงเวลาที่เหมาะสมกำหนด รวมทั้งในช่วง 16.00-22.00 น. ที่กำหนดให้มีรายการเพื่อส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้สำหรับเด็กอย่างน้อย 1-1.5 ชั่วโมง หรือร้อยละ 15 ของช่วงเวลา แต่กลับมีเพียง ร้อยละ 3-4 เท่านั้น เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่มีรายได้จากการโฆษณาสูงสุดซึ่งจะทำให้ธุรกิจสูญเสียรายได้มหาศาล ขณะที่การควบคุมและตรวจจับสื่อรายให้หมดไปทำได้ยากทั้งสื่อลามกและเกมที่มีความรุนแรงหรือเกี่ยวข้องกับเรื่องเพศ เนื่องจากสื่อเหล่านั้นมักเป็นสื่อออนไลน์หรือละเมิดลิขสิทธิ์ซึ่งหาซื้อง่าย และราคาถูก

สรุปและข้อเสนอแนะ

สื่อโดยพื้นฐานให้ประโยชน์ทั้งในเรื่องการรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้และความบันเทิง โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์และคอมพิวเตอร์สามารถทำให้เด็กและเยาวชนสามารถติดตามข่าวสาร และใช้เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้ ก้าวทันโลก ซึ่งขึ้นอยู่กับข้อมูลข่าวสารที่เด็กและเยาวชนได้รับ และระยะเวลาที่ใช้กับสื่อ อย่างไรก็ตาม การกำกับดูแลสื่อที่มีความซับซ้อน รวดเร็ว และหลีกเลี่ยงมาจากทั่วโลกนั้นทำได้ยากยิ่งขึ้น จำเป็นต้องสร้างภูมิคุ้มกันที่ตัวเด็กโดยครอบครัว โรงเรียน บุคคลรอบตัวเด็กต้องมีการสื่อสารกับเด็กเพื่อกล่อมเกลาให้แง่คิดแก่เด็กรู้เท่าทันสื่อ ภาคธุรกิจต้องแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการผลิตสื่อหรือให้การสนับสนุนการผลิตสื่อที่ดี และภาครัฐอาจสนับสนุนและมีมาตรการจูงใจต่างๆ เพื่อลดภาระการสูญเสียรายได้จากการโฆษณาให้มีการขยายสื่ออย่างเพียงพอ รวมทั้งสร้างพื้นที่กิจกรรมอื่นๆ ให้เด็กเพื่อเด็กได้เรียนรู้และพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เติบโตและเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณภาพ