

การศึกษาการเปิดรับสื่อและความต้องการสารคดีทางวัฒนธรรม
ทางโทรทัศน์ชุมชนของประชาชนจังหวัดนครศรีธรรมราช
The Study of People' Media Exposure and Cultural Documentary
Need though Community Television of
Nakhon Si Thammarat Province People

กรกฎ จำเนียร^{1*} , เมธาวี จำเนียร
Korrakot Chamnian^{1*} , Methawee Chamnian

^{1,2}หลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
เลขที่ 1 หมู่ 4 ตำบลท่าจิว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280

^{1,2}Communication Arts Department, Faculty of Management Sciences,

Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

1 Moo 4, Tha-ngew Subdistrict, Muang District, Nakhon Si Thammarat 80280

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อและเพื่อศึกษาความต้องการรายการสารคดีทางวัฒนธรรมเพื่อการอนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของประชาชน จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ สุ่มตัวอย่างแบบโควตา ประชากรจังหวัดนครศรีธรรมราชในอำเภอต่าง ๆ รอบอำเภอเมือง จำนวน 5 อำเภอ อำเภอละ 200 คน รวม 1,000 คน โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชน จังหวัดนครศรีธรรมราช ตัวอย่างเลือกรับสื่อโทรทัศน์มากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สื่อออนไลน์และสื่อวิทยุกระจายเสียงตามลำดับ สำหรับสื่อโทรทัศน์เลือกรับชมรายการข่าวมากเป็นอันดับ 1 ช่วงเวลาที่เลือกรับชมมากที่สุดคือ เวลา 20.01-24.00 น. โดยส่วนใหญ่จะรับชมเป็นเวลา 1-2 ชั่วโมง และรับชมผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ โดยมีเหตุผลในการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์คือ เพื่อรับรู้ข้อมูลข่าวสารประจำวัน เพื่อความบันเทิงและผ่อนคลายความเครียด และการนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ตามลำดับ สำหรับความต้องการรูปแบบรายการสารคดีทางวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ชุมชนที่ต้องการ คือ 1) สารคดีเชิงท่องเที่ยว 2) สารคดีเชิงข่าว และ 3) สารคดีแบบเสมือนจริงติดตามชีวิตของคนในชุมชน สำหรับเนื้อหารายการสารคดีทางวัฒนธรรมที่ตัวอย่างต้องการ

* ผู้เขียนหลัก

อีเมล: ton4230010@hotmail.com



มากที่สุด คือ 1) เน้นประเด็นที่ทันสมัยกำลังเป็นที่สนใจ 2) เน้นความบันเทิงสอดแทรก และ 3) เน้นนำเสนอเรื่องราววัฒนธรรมที่ใกล้ตัว ตามลำดับ โดยทั้งนี้ รายการสารคดีทางวัฒนธรรมดังกล่าวควรให้เยาวชนรุ่นใหม่ลงมาเรียนรู้และสืบสานภูมิปัญญาชุมชนร่วมกับชาวบ้าน รวมถึงส่งเสริมความร่วมมือของชาวบ้านช่วยกันบอกเล่าเรื่องราวในชุมชนเพื่อให้คนอื่น ๆ ได้รับความรู้ด้วย

คำสำคัญ

การเปิดรับสื่อ สารคดีทางวัฒนธรรม ชุมชน

Abstract

This research aims at surveying media exposure of people in Nakhon Si Thammarat and to study cultural documentary need for conserving and transferring local wisdom of community. This research is quantitative research with quota sampling in five districts surrounding Muang Nakhon Si Thammarat District. The researcher collected 200 samplings for each district, totally five districts with 1,000 people. The researcher uses questionnaire as tool. The research result is that the samplings select television, online and radio respectively for exposure. For television, the samplings perceive news program as the first program and 8.01 p.m. – 12.00 p.m. is the period time for watching. They take time for 1-2 hours though television equipment. The reason for watching television program is for perceiving daily news, for entertainment and relaxing and for applying in daily life respectively. The samplings need the cultural documentary pattern through community television which should be 1) tourism documentary, 2) news documentary and 3) reality documentary following community people's life. For content, it should be about 1) cultural documentary which presents update and interesting issue, 2) inserted entertainment and 3) closed culture relating respectively. In addition, the teenagers should learn and continue local wisdom with villagers, including the villagers should narrate altogether about community art and culture disseminating to others to perceive.

Keywords

Media Exposure, Cultural Documentary, Community

บทนำ

หนึ่งในประเภทรายการโทรทัศน์ที่มีคุณค่าและสามารถสะท้อนเจตคติข้อมูลเพื่อนำเสนอให้กับผู้ชมได้รับรู้เรื่องราวรอบตัวได้เป็นอย่างดี คือ ประเภทรายการสารคดีทางวัฒนธรรม โดยพิภพ พานิชภักดิ์ (2558,

อ้างถึงใน คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2558) ให้ความเห็นว่า รายงานสารคดีทางวัฒนธรรมควรมีวิธีการหาเรื่องเล่าจากท้องถิ่นที่มีคุณค่า ผลิตรายการให้ดึงดูดและน่าสนใจ ซึ่งในปัจจุบันรายงานสารคดีไม่ได้นำเสนอผ่านทางสื่อโทรทัศน์เท่านั้น แต่ยังสามารถนำเสนอในลักษณะออนไลน์ที่ผู้ชมสามารถรับชมจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ และสมาร์ทโฟน ฯลฯ อย่างไรก็ตาม หลาย ๆ คนอาจมองว่ารายงานสารคดีค่อนข้างเข้าถึงยาก มีความซับซ้อนตลอดจนเป็นเรื่องราวไกลตัวจนเกินไป จึงมักหันไปเสพข่าวบันเทิง ละคร หรือรายการเบาสมองเสียมากกว่า สำหรับจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นจังหวัดที่มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน ถือเป็นศูนย์กลางพระพุทธศาสนาในภาคใต้ โดยเป็นที่ตั้งของวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร รวมถึงโบราณสถาน โบราณวัตถุ ความเชื่อ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาที่หลากหลายและทรงคุณค่า ซึ่งควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้ การบันทึกเรื่องราวของศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราชในลักษณะสื่อโทรทัศน์หรือสื่อวีดิทัศน์ รายงานสารคดีทางวัฒนธรรมจึงควรได้รับการส่งเสริมเพื่อมิให้ศิลปวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าเหล่านี้สูญหายไปตามกาลเวลา การศึกษาการเปิดรับสื่อและความต้องการสารคดีทางวัฒนธรรมของประชาชน จังหวัดนครศรีธรรมราช จึงถือเป็นการสำรวจข้อมูลขั้นต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อและจะเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์และผลิตผลงานสารคดีทางวัฒนธรรมที่ตรงกับความต้องการของประชาชน โดยเฉพาะรายงานสารคดีที่จะนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ชุมชนซึ่งเป็นสื่อที่มาจากความคิดสร้างสรรค์และผลิตโดยชุมชนเอง เพื่อจะเป็นเครื่องมือบันทึกมรดกทางศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดนครศรีธรรมราช สืบไป

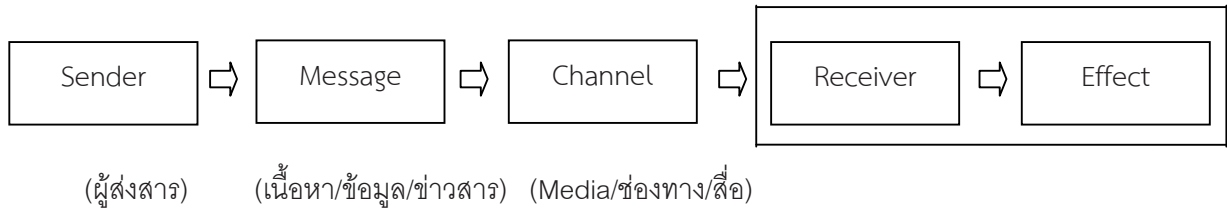
วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อของประชาชนจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาความต้องการรายงานสารคดีทางวัฒนธรรมเพื่อการอนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน

ทบทวนวรรณกรรม

ในงานวิจัยชิ้นนี้ คณะผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบของการสื่อสารมาอธิบายให้เห็นลักษณะการเปิดรับสื่อของประชาชนจังหวัดนครศรีธรรมราช ตามองค์ประกอบของการสื่อสารซึ่ง อุลลรต์น์ ศิริยวงศ์ดี (บ.ก.) (2547) ได้นำเสนอว่า องค์ประกอบพื้นฐานของกระบวนการสื่อสาร (Communication Process) ประกอบด้วยฝ่ายผู้สื่อสาร (Sender) ซึ่งมีความประสงค์จะสื่อสาร (Message) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านทางช่องทางสื่อสาร (Channel of Communication) ซึ่งอาจจะมีรูปแบบต่างๆ ที่หลากหลาย ภายใต้บริบทแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรม (Socio-Cultural Context) ที่กระบวนการสื่อสารดำเนินไป และโดยที่การสื่อสารถูกมองว่าเป็นกระบวนการที่มีทั้งพลวัต (Dynamic) ในลักษณะการตอบกลับ (Feedback) และการสื่อสารไปมาระหว่างกันของคู่สื่อสารเป็นการสื่อสารสองทาง

กาญจนา แก้วเทพ (2552) แสดงให้เห็นความเชื่อมโยงขององค์ประกอบการสื่อสารดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1: ภาพแสดงองค์ประกอบของการสื่อสาร

ที่มา: กาญจนา แก้วเทพ, 2552

จะเห็นได้ว่าการสื่อสารมีองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร เนื้อหา/สาร/ข้อมูล สื่อ/ช่องทาง และผู้รับสาร

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการเปิดการศึกษาการเปิดรับสื่อและความต้องการสารคดีทางวัฒนธรรมของประชาชนจังหวัดนครศรีธรรมราชที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม คณะผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดการสื่อสารเชิงวัฒนธรรมมาอธิบายผลการวิจัยที่เกิดขึ้น ซึ่งคำว่า “วัฒนธรรม” ญัฐกฤตา สุภาพันธ์ (2556) ศึกษาพบว่า นักวิชาการมีการแบ่งประเภทของวัฒนธรรมเป็นประเภทต่าง ๆ มากมายและหนึ่งในการแบ่งประเภท คือ การแบ่งเป็นวัฒนธรรมด้านวัตถุและวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม

1. วัฒนธรรมด้านวัตถุ (Material Culture) ได้แก่ สิ่งของหรือวัตถุที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น เครื่องมือต่างๆ สิ่งก่อสร้าง เครื่องแต่งกาย เป็นต้น

2. วัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม (Non-Material Culture) วัฒนธรรมนี้เน้นสิ่งไม่เป็นรูปธรรม กล่าวคือ เป็นนามธรรม (Abstract) ได้แก่ ภาษา ความเชื่อ ประเพณี ความคิด ค่านิยม การกระทำ การแสดงออกทางความรู้สึก เป็นต้น

สำหรับการสื่อสารวัฒนธรรมนั้น เป็นกระบวนการของการสื่อสารที่จะใช้ในการวิเคราะห์วัฒนธรรม จึงต้องเป็นกระบวนการที่ทั้งผู้ส่งและผู้รับสารมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารแบบเสมอภาคหรือเท่าเทียมกัน สลับสับเปลี่ยนกันทำหน้าที่เพื่อที่จะสร้างความหมายและความเข้าใจร่วมกัน โดยมองว่ากระบวนการสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม มิใช่การสื่อสารที่เป็นเพียงการส่งผ่านหรือถ่ายทอดความหมายแบบทางเดียว การสื่อสารในมุมมองนี้เป็นกระบวนการผลิต การตีความ และการแลกเปลี่ยนความหมายที่เกิดขึ้นในบริบททางสังคมวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายซับซ้อน อีกทั้งยังถูกกำหนดโดยการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวสารกับผู้รับสารในลักษณะที่เป็นพลวัตเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ผู้รับสารจึงมิได้เป็นเพียงผู้รับ ผู้ถูกกระทำหรือถูกยึดเยียดความหมายแต่เพียงอย่างเดียวแต่จะเป็นผู้ถอดรหัสที่ตีความ เป็นผู้ตีความจัดการและเลือกสรรความหมายในรูปแบบต่าง ๆ (ยศ สัตตสมบัติ, 2543, 2 อ้างถึงใน ญัฐกฤตา ดิฐวิรุฬห์, 2548) การสื่อสารในมุมมองข้างต้นนี้ คือ “การสื่อสารทางวัฒนธรรม” (Cultural Model of

Communication) การสื่อสารวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่ง คือ การสื่อสารผ่านรายการประเภทสารคดี เรียกว่า รายการสารคดีประเภทวัฒนธรรม ซึ่งหมายถึง รายการสารคดีที่นำเสนอวัฒนธรรมของชาติ ชนเผ่า กลุ่มคน วิถีชีวิตของคนในสังคมทั้งในอดีตและปัจจุบัน (คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2552)

รายการสารคดีประเภทวัฒนธรรมมี 2 ประเภท คือ

1. รายการสารคดีประเภทวัฒนธรรมที่เป็นสิ่งก่อสร้างหรือวัตถุ เป็นรายการสารคดีที่นำเสนอวัฒนธรรมในส่วนของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ที่เป็นมรดกของชาติ เป็นฝีมือของบรรพบุรุษที่ดำรงรักษามาจนถึงปัจจุบัน
2. รายการสารคดีประเภทวัฒนธรรมที่เป็นวิถีชีวิต เป็นรายการสารคดีที่นำเสนอวัฒนธรรมในส่วนของ การดำเนินชีวิต ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม ประเพณีของคนในสังคม อาจเป็นวัฒนธรรมของชาติ หรือท้องถิ่น หรือกลุ่ม อาจเป็นวิถีชีวิตที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีต (คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2552)

ในการเปิดรายการสารคดีดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม的开รับ (Exposure) ซึ่งหมายถึง การที่ผู้บริโภคลือเลือกที่จะรับเอาสิ่งเร้าเข้ามาโดยผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งเป็นการเลือกรับสิ่งเร้าบางตัวเท่านั้น จะเห็นได้ว่าพฤติกรรม的开รับเป็นขั้นตอนแรกสุดของกระบวนการรับรู้ (Perception) เมื่อผู้บริโภคมึพฤติกรรม的开รับสื่อแล้ว ก็จะสนใจในตัวสารและต่อมามีงทำการตีความหมายสารที่ได้รับ (ธีรศักดิ์ อาริยะอรชุน, 2556) แม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรม的开รับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในพฤติกรรม的开รับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในพฤติกรรม的开รับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น แต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำพฤติกรรม的开รับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูริย์, 2544 อ้างถึงใน ธีรศักดิ์ อาริยะอรชุน, 2556) ดังนี้

1. พฤติกรรม的开รับข่าวสารจากสื่อมวลชนโดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

2. พฤติกรรม的开รับข่าวสารจากสื่อบุคคลโดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ให้นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งโดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิริยาโต้ตอบระหว่างกัน โรเจอร์สและชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker) กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจน และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

- 2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูง โน้มน้าวใจกับประชาชนโดยตรง



2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคล ส่วนรวม ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจในทางนั้นด้วย

3. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจ เช่น จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ โบปลิวิ คู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้น พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญ ในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด บุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะ เป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้นเนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไปที่ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตาม บุคคลแต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ และวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันย่อมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้ด้วย

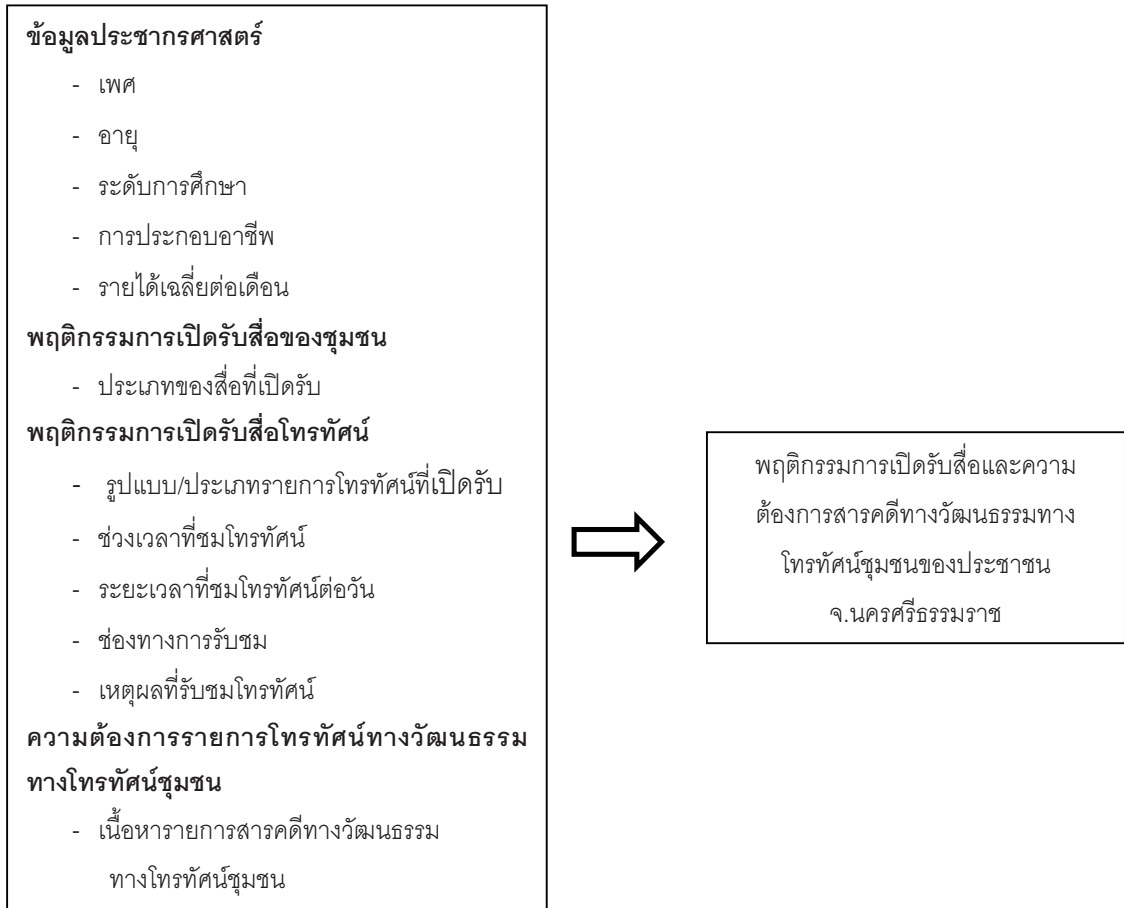
สำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความต้องการการรายการสารคดีทางวัฒนธรรมที่นำเสนอทางสื่อโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งการผลิตและการนำเสนอสื่อดังกล่าว ควรดำเนินไปตามหลักการสื่อสารชุมชนโดย กาญจนา แก้วเทพ, กำจร หลุยยะพงศ์, รุจิรา สุภาษา และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ (2543) ให้ความเห็นว่า การสื่อสารชุมชนเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิริยาโต้ตอบ (Interactivity) กันอยู่ตลอดเวลา ทั้งในลักษณะเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการได้ลักษณะการสื่อสารแบบสองทางทำให้สถานะของผู้ส่งและผู้รับไม่ตายตัว แต่จะมีการผลัดเปลี่ยนบทบาทอยู่ตลอดเวลา

Berrigan (1979 อ้างถึงในปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549) ระบุเพิ่มเติมคุณสมบัติบางประการที่การสื่อสารชุมชนควรมี ดังนี้

1. สื่อของชุมชนเน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสม สำหรับประโยชน์การใช้งานของชุมชน ไม่ว่าจะชุมชนจะตั้งวัตถุประสงค์การใช้เอาไว้เช่นใดก็ตาม
2. สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึง (Access) ได้ตลอดเวลา เพื่อนำไปใช้เพื่อหาข่าวสาร เพื่อความรู้หรือเพื่อความบันเทิง
3. สื่อชุมชนเป็นสื่อที่ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วม (Participate) ในหลายๆ บทบาท ไม่ว่าจะ เป็นผู้วางแผนการใช้สื่อ ผู้ผลิต ผู้แสดง ฯลฯ
4. สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่แสดงออกของชุมชน มิใช่เป็นสื่อเพื่อชุมชน ซึ่งหมายความว่าตัวตนของชุมชนที่จะแสดงออกไปนั้น ต้องมาจากการกำหนดของชุมชนเอง มิใช่เป็นผู้อื่นมาทำให้ชุมชน

5. สื่อชุมชนจะปรับเปลี่ยนลักษณะของการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสาร จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง มาเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยน ข่าวสารและทัศนะของทุกคน

แนวคิดและทฤษฎีทั้งหมดข้างต้น จะเป็นกรอบการดำเนินการวิจัยและอธิบายผลการวิจัยที่เกิดขึ้น ดังนี้



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพที่ 1 คณะผู้วิจัยต้องการศึกษา 4 ประเด็นเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยที่ตั้งไว้ ได้แก่ ข้อมูลประชากรศาสตร์ พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อของชุมชน พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ และความต้องการรายการโทรทัศน์ทางวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ชุมชน ซึ่งผลการวิจัยแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อทั่วไปของประชาชน และความต้องการเนื้อหารายการโทรทัศน์ทางวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ชุมชนของประชาชน



วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยหาความถี่และร้อยละเพื่ออธิบายผลการวิจัยที่เกิดขึ้น ประชากร ได้แก่ ประชาชนจังหวัดนครศรีธรรมราชใน 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอพระพรหม อำเภอพรหมคีรี อำเภอปากพะนึ่ง อำเภอลานสกา และ อำเภอท่าศาลา โดยการสุ่มตัวอย่างคือ การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า ในแต่ละอำเภอ อำเภอละ 200 คน รวม 1,000 คน จากนั้นในแต่ละอำเภอจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามสัดส่วนตัวอย่างที่กำหนดไว้ เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของชุมชน และส่วนที่ 3 ความต้องการสื่อรายการโทรทัศน์ด้านวัฒนธรรม ส่วนที่ 4 เนื้อหารายการโทรทัศน์ด้านวัฒนธรรมที่ต้องการ และส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหารายการโทรทัศน์ด้านวัฒนธรรม/ประเด็นวัฒนธรรมในชุมชนที่ต้องการให้มีการถ่ายทำรายการโทรทัศน์สารคดีทางวัฒนธรรม คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน พิจารณาความเหมาะสมของแต่ละข้อคำถาม นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คน เพื่อหาข้อผิดพลาดและนำไปปรับปรุงแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง การรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากตัวอย่างแบบสัดส่วน และแบบบังเอิญ กล่าวคือ ประชาชนทั่วไปใน 5 อำเภอ รอบอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช อำเภอละ 200 คน และจากนั้นจะสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ การวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยใช้การประมวลผลโดยใช้โปรแกรมประมวลผลสำเร็จรูป SPSS เพื่อวิเคราะห์ผลการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ ตัวอย่าง 1,000 คน ใน 5 อำเภอของจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ผลการวิจัยเชิงประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของชุมชน พฤติกรรมการเปิดรับรายการโทรทัศน์ ความต้องการเนื้อหารายการโทรทัศน์ด้านวัฒนธรรม และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหารายการโทรทัศน์สารคดีทางวัฒนธรรมที่ต้องการ คณะผู้วิจัยขอเสนอแยกเป็นส่วน ๆ ดังนี้

1. ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์

ข้อมูลประชากรศาสตร์แยกตามเพศ พบว่า จำนวนประชากร 1,000 คน แบ่งแยกตามเพศ พบว่า เพศหญิง 533 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 ซึ่งมากกว่าเพศชายที่มีจำนวน 467 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7

ข้อมูลประชากรศาสตร์แยกตามอายุ ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนช่วงอายุ 21-30 ปี เป็นตัวอย่างที่มากที่สุด 263 คน หรือร้อยละ 26.3 ถัดมาคือ ช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 217 คน หรือร้อยละ 21.7 และช่วงอายุ 41-50 ปี มีประชาชนจำนวน 209 คน หรือร้อยละ 20.9

ข้อมูลประชากรศาสตร์แยกตามระดับการศึกษาสูงสุดสรุปได้ว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่ จบระดับประถมศึกษามากที่สุด คือ 318 คน หรือร้อยละ 31.8 ต่อมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 242 คน หรือร้อยละ 24.2 และระดับปริญญาตรี จำนวน 167 คน หรือร้อยละ 16.7 ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 166 คน หรือร้อยละ 16.6

ข้อมูลประชากรศาสตร์แยกตามอาชีพ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวหรือค้าขายมีมากที่สุดจำนวน 314 คน หรือร้อยละ 31.4 ต่อมาคือ อาชีพรับจ้าง/ลูกจ้าง จำนวน 228 คน หรือร้อยละ 22.8 ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับอาชีพทำสวน จำนวน 223 คน หรือร้อยละ 22.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของตัวอย่างที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 488 คน ร้อยละ 48.8 ต่อมาคือรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 340 คน หรือร้อยละ 34 และรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 117 คน หรือร้อยละ 11.7

2. ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของชุมชน

ประเภทของสื่อที่ประชาชนตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด คือ โทรทัศน์ จำนวน 804 คน หรือร้อยละ 80.4 ต่อมาคือ สื่อออนไลน์ จำนวน 431 คน หรือร้อยละ 43.1 และวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ตัวอย่างเปิดรับเป็นลำดับที่ 3 จำนวน 383 หรือร้อยละ 38.3

3. ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับรายการโทรทัศน์

การเปิดรับรูปแบบ/ประเภทรายการโทรทัศน์กลุ่มตัวอย่างเปิดรับรายการประเภทรายการข่าวมากที่สุดถึง 668 คน หรือร้อยละ 66.8 รองลงมาคือ รายการละคร/ภาพยนตร์ จำนวน 436 คน หรือร้อยละ 43.6 และลำดับที่ 3 คือ รายการสารคดี จำนวน 386 คน หรือร้อยละ 38.6

ช่วงเวลาที่ยตัวอย่างรับชมโทรทัศน์ ช่วงเวลาที่รับชมมากที่สุด คือ ช่วง 20.01-24.00 น. จำนวน 472 คน หรือร้อยละ 47.2 ช่วงเวลาต่อมาคือ 16.01 - 20.00 น. จำนวน 422 คน หรือร้อยละ 42.2 และช่วงเวลา 08.01-12.00 น. จำนวน 387 คน หรือร้อยละ 38.7

ระยะเวลาที่ชมโทรทัศน์ต่อวัน จากผลการวิจัย พบว่า ตัวอย่างรับชมรายการโทรทัศน์เป็นเวลา 1-2 ชั่วโมง มากที่สุด 405 คน หรือร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ 3-4 ชั่วโมง จำนวน 246 คน หรือร้อยละ 24.6 และ 5-6 ชั่วโมง จำนวน 140 คน หรือร้อยละ 14.0

สำหรับช่องทางการรับชม ตัวอย่างรับชมรายการโทรทัศน์ทางเครื่องรับโทรทัศน์ จำนวน 862 คน หรือร้อยละ 86.2 รองลงมาคือ ใช้สมาร์ทโฟนในการรับชม 294 คน หรือร้อยละ 29.4 และรับชมผ่านคอมพิวเตอร์ 166 คน หรือร้อยละ 16.6

สำหรับเหตุผลที่ยตัวอย่างรับชมโทรทัศน์ คือ เพื่อรับรู้ข้อมูลข่าวสารประจำวัน 764 คน หรือร้อยละ 76.4 การได้รับความบันเทิงและผ่อนคลายความเครียด 488 คน หรือร้อยละ 48.8 และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน 376 คน หรือร้อยละ 37.6

4. ส่วนที่ 4 ความต้องการรายการโทรทัศน์ทางวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ชุมชน

เนื้อหารายการโทรทัศน์ด้านวัฒนธรรมที่ยตัวอย่างต้องการมากที่สุด คือ เน้นประเด็นที่ทันสมัยกำลังเป็นที่สนใจ จำนวน 700 คน หรือร้อยละ 70.0 เน้นความบันเทิงสอดแทรก จำนวน 417 คน หรือร้อยละ 47.1 และต่อมา เน้นนำเสนอเรื่องราววัฒนธรรมที่ใกล้ตัว จำนวน 315 คน หรือร้อยละ 31.5



5. ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นต่อรูปแบบรายการและเนื้อหารายการโทรทัศน์สารคดีทางวัฒนธรรมที่ต้องการ

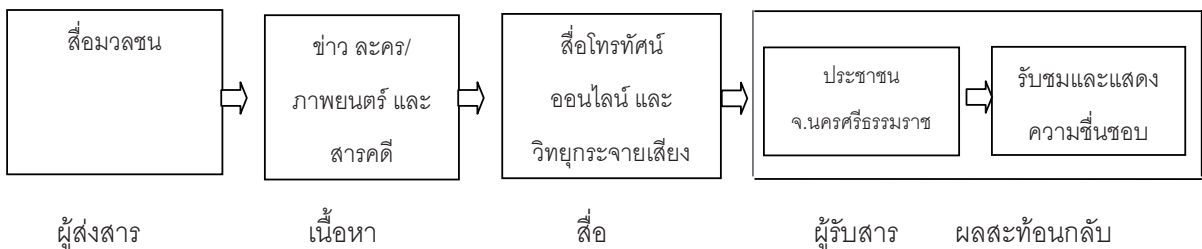
จากการสรุปผลแบบสอบถาม จำนวน 1,000 ชุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการรายการโทรทัศน์สารคดีในหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นรายการสารคดีเชิงท่องเที่ยว สารคดีเชิงข่าว สารคดีเสมือนจริงที่ติดตามชีวิตของคนในชุมชน และสารคดีเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น

รายการควรมีเนื้อหาสาระที่กระชับไม่ยืดเยื้อเกินไป สอดแทรกความบันเทิงและความรู้ในรายการเนื้อหาที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตรจริงได้ ซึ่งเนื้อหารายการจะต้องน่าสนใจ แปลกใหม่ เนื้อหาถูกต้องตามความจริง สามารถดูได้ทุกวัย โดยควรให้เยาวชนรุ่นใหม่มาเรียนรู้และสืบสานภูมิปัญญาชุมชนร่วมกับชาวบ้าน รวมถึงส่งเสริมให้ชาวบ้านช่วยกันบอกเล่าเรื่องราวในชุมชนเพื่อให้คนอื่น ๆ ได้รับความรู้

ประเด็นเนื้อหาวัฒนธรรมที่ต้องการให้มีการถ่ายทอดทำรายการโทรทัศน์สารคดีทางวัฒนธรรม ได้แก่ การสะท้อนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม อาชีพ ศาสนา (ความเป็นอยู่ที่อยู่รวมกันได้ แม้จะต่างศาสนา) ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมที่กำลังจะสูญหาย สถานที่ท่องเที่ยว ประเพณี ผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำนานชุมชน โบราณสถาน ปรากฏการณ์ในชุมชน การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม รายการพัฒนาวิถีชีวิตของคนชนบท

อภิปรายผลการวิจัย

คณะผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อตามองค์ประกอบพื้นฐานของกระบวนการสื่อสาร (Communication Process) ตามทัศนะของกาญจนา แก้วเทพ (2552) ดังนี้



ภาพที่ 2: การเปิดรับสื่อของประชาชนจังหวัดนครศรีธรรมราชตามองค์ประกอบพื้นฐานของกระบวนการสื่อสาร

จากภาพที่ 2 แสดงให้เห็นพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อตามองค์ประกอบกระบวนการสื่อสาร เริ่มตั้งแต่ผู้ส่งสารเป็นผู้ส่งสารไปยังประชาชน จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการส่งตัวอย่างแบบโควต้าใน 5 อำเภอ อำเภอละ 200 คน รวม 1,000 คน ซึ่งประชาชนในฐานะผู้รับสารรับรู้เนื้อหาในรูปแบบข่าว ละคร/ภาพยนตร์ และสารคดีตามลำดับ ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ และวิทยุกระจายเสียงตามลำดับ ซึ่งเมื่อรับชมรับฟังแล้วประชาชนตัวอย่างจะแสดงความชื่นชอบเป็นผลสะท้อนกลับของการสื่อสาร แต่ละครึ่ง ทั้งนี้การเลือกรับรู้ข้อมูล

ข่าวสารของบุคคล จะมีกระบวนการเลือกสรรแตกต่างกันไปตามความคิด ความเชื่อ ทศนคติ ประสบการณ์ ส่วนตัว ฯลฯ โดยกระบวนการเลือกสรรจะมีพฤติกรรมเปิดรับเป็นขั้นแรก จากนั้นก็จะเกิดความสนใจ การเลือกตีความและการเข้าใจในเนื้อหาข่าวสารที่นั้น ๆ (ธีรศักดิ์ อริยะอรชุน, 2556) จะเห็นได้ว่าหากไม่เปิดรับก็จะไม่รู้ปฐู ติความและจดจำ

สำหรับในงานวิจัยชิ้นนี้ นอกจากศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชนจังหวัดนครศรีธรรมราช แล้ว สิ่งที่ต้องการเน้นเป็นพิเศษ คือ การค้นหาความต้องการของประชาชนเกี่ยวกับรายการสารคดีทางวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ชุมชนซึ่งหมายความรวมความหมายสารคดีทางวัฒนธรรมทั้ง 2 ประเภท คือ รายการสารคดีประเภทวัฒนธรรมที่เป็นสิ่งก่อสร้างหรือวัตถุ และรายการสารคดีประเภทวัฒนธรรมที่เป็นวิถีชีวิต (คณะกรรมการการกลุ่มผลิตชุดวิชาการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2552) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ประชาชนตัวอย่างต้องการรับชมสารคดีที่มีเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท กล่าวคือ ประเภทวัฒนธรรมที่เป็นสิ่งก่อสร้างหรือวัตถุ เช่น โบราณสถาน สถานที่ท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ฯลฯ และประเภทวัฒนธรรมที่เป็นวิถีชีวิต ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม ความเชื่อ ศาสนา ฯลฯ

การจะผลิตรายการสารคดีทางวัฒนธรรมให้ประชาชนเกิดการเปิดรับ เกิดความสนใจ การเลือกตีความ และเข้าใจในเนื้อหาสารคดีนั้น ๆ จะต้องมีการสำรวจความต้องการของประชาชนเสียก่อน ซึ่งผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า รูปแบบสารคดีทางวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ชุมชนที่ประชาชนต้องการคือ การนำเสนอในรูปแบบรายการสารคดีท่องเที่ยว สารคดีเชิงข่าว ข่าวรายวัน รายการที่ติดตามชีวิตของคนในชุมชน สารคดีเกี่ยวกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น รายการเกมส์โชว์/ทอล์กโชว์ที่นำเสนอความเป็นท้องถิ่น ส่วนประเด็นเนื้อหาวัฒนธรรมที่ประชาชนต้องการ ได้แก่ เนื้อหาที่เน้นประเด็นที่ทันสมัยกำลังเป็นที่สนใจ เน้นความบันเทิง สดแทรกและเน้นนำเสนอเรื่องราววัฒนธรรมที่ใกล้ตัว

ความต้องการที่หลากหลายดังข้างต้น มีเหตุผลมาจากบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้นเนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไปจนกว่าที่ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544 อ้างถึงใน ธีรศักดิ์ อริยะอรชุน, 2556) การผลิตสารคดีทางวัฒนธรรมเพื่อให้ตรงกับความต้องการของประชาชนที่มีบริบททางสังคมและสภาพแวดล้อมแตกต่างกัน จึงมีความสำคัญ ผู้ผลิตสารคดีทางวัฒนธรรมจึงควรมีการสำรวจและศึกษาความต้องการของประชาชน ซึ่งเป็นผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการผลิตสารคดีทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับท้องถิ่นของพวกเขาตนเอง ทั้งนี้รูปแบบรายการและเนื้อหาที่ประชาชนสะท้อนออกมา ผู้ผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์ชุมชนควรดำเนินผลิตตามหลักการสื่อสารชุมชน ทั้งนี้ กาญจนนา แก้วเทพ, กำจร หลุยยะพงศ์, รุจิรา สุภาษา และวีรพงษ์ พลนิกรกิจ (2543) เสนอให้เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตและผู้ชมสื่อสารกันไปมาในลักษณะการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) มีปฏิริยาโต้ตอบ (Interactivity) กันอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ควรเน้นการใช้ประโยชน์จากสื่อของชุมชน โดยชุมชนสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา เป็นสื่อที่มาจากชุมชนและเน้นชุมชนมีส่วนร่วมมากที่สุด (Berrigan, 1979 อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549)



สรุป

คณะผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยแบ่งเป็น 2 วัตถุประสงค์ ดังนี้

1) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชนจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ข้อมูลจากการสอบถามประชาชนใน 5 อำเภอ อำเภอละ 200 คน รอบอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช รวม 1,000 คน พบว่าตัวอย่างเลือกรับสื่อโทรทัศน์มากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ สื่อออนไลน์ และสื่อวิทยุกระจายเสียงตามลำดับ สำหรับสื่อโทรทัศน์ เลือกรับชมรายการข่าว ละคร/ภาพยนตร์ และสารคดีตามลำดับ ช่วงเวลาที่เลือกรับชมมากที่สุดคือ เวลา 20.01 - 24.00 น. โดยจะรับชมเป็นเวลา 1-2 ชั่วโมงมากที่สุด และรับชมผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ โดยมีเหตุผลในการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์คือ เพื่อรับรู้ข้อมูลข่าวสารประจำวัน เพื่อความบันเทิง และผ่อนคลายความเครียด และการนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันตามลำดับ และ 2) ความต้องการรายการสารคดีทางวัฒนธรรมเพื่อการอนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน สรุปได้ว่า รูปแบบรายการโทรทัศน์ด้านวัฒนธรรมที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด คือ การนำเสนอในรูปแบบรายการสารคดีท่องเที่ยว สารคดีเชิงข่าว สารคดีเสมือนจริงที่ติดตามชีวิตของคนในชุมชน โดยมีเนื้อหาที่เน้นประเด็นที่ทันสมัยกำลังเป็นที่สนใจ เน้นความบันเทิงสอดแทรก และเน้นนำเสนอเรื่องราววัฒนธรรมที่ใกล้ตัว โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากตัวอย่างว่า ควรส่งเสริมเยาวชนรุ่นใหม่ให้เรียนรู้และสืบสานภูมิปัญญาชุมชนร่วมกับชาวบ้าน รวมถึงส่งเสริมความร่วมมือของชาวบ้านให้ช่วยกันบอกเล่าเรื่องราวในชุมชนเพื่อให้คนอื่น ๆ ได้รู้

จากสรุปผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ คือ สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดแนวทางดำเนินการผลิตรายการประเภทสารคดีทางวัฒนธรรมที่ตรงกับความต้องการของผู้ชม ซึ่งในที่นี้คือชุมชน

สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรต่อยอดเป็นการวิจัยที่มีลักษณะทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงความคิดเห็น การวิพากษ์วิจารณ์จากกลุ่มตัวอย่างในประเด็นความต้องการรายการสารคดีทางวัฒนธรรมทางสื่อโทรทัศน์อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเป็นข้อมูลนำไปสร้างสรรคและผลิตรายการสารคดีทางวัฒนธรรมทางโทรทัศน์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). **สื่อเล็ก ๆ ที่นำไปใช้ในงานพัฒนา**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
 กัจจร หลุยยะพงศ์, รุจิรา สุภาษา และ วีรพงษ์ พลนิกรกิจ. (2543). **สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้**.
 กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
 คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2558).

เพาะกล้า ภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ โครงการส่งเสริมการผลิตรายการต่อผู้ผลิตรายการระดับท้องถิ่นด้านการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ระยะที่ 2.

[เอกสารอัดสำเนา] ในโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพาะกล้า ภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ 15-17 กรกฎาคม 2558. จังหวัดภูเก็ต.

- คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2552).
การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณัฐกฤต ดิษฐวิรุฬห์. (2548). การสื่อสารวัฒนธรรม: การแลกเปลี่ยนความหมายบนพื้นฐานของความเสมอภาค.
วารสารสุโขทัยธรรมาธิราช. 18(1): 51-58.
- ณัฐกฤต สุกภาพันธุ์. (2556). การสื่อสารวัฒนธรรมไทยผ่านละครโทรทัศน์และนวนิยายแนวย้อนยุค
เรื่อง รากนครา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธีรศักดิ์ อริยะอรชุน. (2556). พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์
ดาวเทียม MEDIA NEWS CHANNEL ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 19 ตุลาคม
2559, จาก www.spu.ac.th/commarks/files/2013/09/บทความ-วิชาการ.doc.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ. (2549). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ:
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (บก.). (2547). **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม**.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.