

การเปิดรับ ทศนคติ และความต้องการของผู้ชม ที่มีต่อรายการโทรทัศน์ “เล่าเรื่องล้านนา”

EXPOSURE ATTITUDE AND REQUIREMENT OF CONSUMPTIONIST THROUGH “LAO ROUENG LANNA” TELEVISION PROGRAM VIEWER

ภัชฌามณ พูนศรีโชติ¹ และ ลันทัต ทองรินทร์²

Patchamon Poonsrichote¹ and Santat Thongrin²

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120^{1, 2}

Sukhothai Thammathirat University, T. Bangpud, Pakkret District, Nontaburi, 11120^{1, 2}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การเปิดรับชมของผู้ชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” 2) ทศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” 3) ความต้องการของผู้ชมที่มีต่อรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” 4) เปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความต้องการรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” 5) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมรายการกับทศนคติต่อรายการ “เล่าเรื่องล้านนา”

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ชมรายการโทรทัศน์ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง NBT เชียงใหม่ จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบหลายชั้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที่ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) และค่าไคสแควร์

ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่ เป็นบางครั้ง ตั้งใจติดตามรับชมตั้งแต่ต้นจนจบสนใจรายการเพราะสามารถนำความรู้ได้จากรายการไปพูดคุยถ่ายทอดได้และสามารถนำไปใช้ในการสืบทอดปฏิบัติตามเรื่องราวทางวัฒนธรรมแบบล้านนา 2) ผู้ชมรายการมีระดับทศนคติต่อรายการอยู่ในระดับมากทุกด้าน ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.96) 3) ผู้รับชมรายการมีความต้องการให้รายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่ มีรูปแบบรายการเป็นสารคดี ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.92) โดยมีความยาวไม่เกิน 30 นาที ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.74) ด้านช่วงเวลาออกอากาศยังเป็นช่วงเวลาคงเดิม คือ 15.30 – 16.00 น. ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.87) ผู้ดำเนินรายการใช้ภาษาท้องถิ่นในการดำเนินรายการ ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.56) และมีความเป็นกันเอง ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.36) เนื้อหารายการมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตแหล่งท่องเที่ยว โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.58) 4)

¹ นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์

เพศที่แตกต่างกันของผู้รับชมรายการมีความต้องการต่อรายการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนอายุที่แตกต่างกันมีความต้องการ ในช่วงเวลาออกอากาศและรูปแบบรายการ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การศึกษาที่แตกต่างกันมีความต้องการช่วงเวลาออกอากาศที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาชีพที่แตกต่างกันมีความต้องการด้านรูปแบบ การนำเสนอ รายการ ความยาวของรายการ และช่วงเวลาออกอากาศที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5) การเปิดรับชมรายการที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรูปแบบรายการ ผู้ดำเนินรายการและความรู้ที่ได้รับจากรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การเปิดรับ ทัศนคติ ความต้องการของผู้ชม เล่าเรื่องล้านนา ช่อง NBT เชียงใหม่

ABSTRACT

The objectives of this research were to study 1) exposure to the television program “Lao Reuang Lanna” 2) attitudes about the program; 3) need for the program ; 4) the relationships between demographic factors and consumer need for the program; and 5) the relationships between consumer’ exposure to the program and their attitudes towards the program.

This was a survey research. The sample consisted of 400 viewers of the “Lao Reuang Lanna” program on NBT Chiang Mai TV station, chosen through stratified sampling. Data were collected using a questionnaire and statistically analyzed to find percentage, mean, standard deviation, t-test, One Way Anova and chi square.

The results showed that 1) the majority of samples said they watched the “Lao Reuang Lanna” program on NBT Chiang Mai TV station sometimes and when they did, they intended to watch it from the beginning to the end. Most said they had interested in the program because it taught them something that they could talk with other people, and they could use the information to pass down and participate in Lanna cultural traditions. 2) The viewers had a high level of positive attitude about every aspect of the program. ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.96) 3) For their demands, the majority of viewers wanted the program to have a documentary format ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.92), a length of 30 minutes, ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.74) and be on aired at the usual time of 15:30–16:00, ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.87). They needed the program hosts to use local northern dialect, ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.56) and be casual, ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.36). They had a high demand for content about ways of life, tourism destinations, ancient sites, art and culture, ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.58). 4) Differences in viewers’ age were related to the difference in their demand for the program’s broadcast time and format. The Differences in viewers’ occupation was related to the difference in their demand for the program’s format, the length

and the broadcast time, to a statistically significant degree at 0.05 confidence. 5) The Difference in the exposure to the program was related to the difference in viewers' attitudes about the program format, the program hosts, and the knowledge that they gained from the program.

KEYWORDS : Exposure, Attitudes, Consumer's requirement, Lao Reuang Lanna, NBT Chiang Mai Channel

บทนำ

ปัจจุบันสื่อมวลชนนับว่ามีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศและการดำรงชีวิตของคนในสังคมข่าวสาร ความรู้มีความสำคัญต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น การสื่อสารที่ต้องการเข้าถึงประชาชนในวงกว้าง และรวดเร็ว นิยมกระทำโดยผ่านสื่อทั้งวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่นับว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนในรูปแบบของแหล่งข่าวสารและความบันเทิงที่สำคัญที่สุดของประชาชน สร อักษรสกุล (2555) ได้กล่าวถึงสื่อโทรทัศน์ว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีบทบาทมากที่สุดในสังคมไทยก็ว่าได้ เนื่องจากมีผู้ชมรายการโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น ๆ ทุกประเภท จำนวนรวมกันหลายสิบล้านคนทั่วประเทศ สื่อโทรทัศน์ นับได้ว่าเป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่ายที่สุด เปิดเครื่องรับเมื่อไรก็สามารถชมภาพได้ทันที

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่มีข้อได้เปรียบสื่อมวลชนชนิดอื่น ๆ คือได้เห็นทั้งภาพและเสียง ซึ่งก่อให้เกิดแรงกระตุ้นและความสนใจสูง เสรีวงศ์มณฑา (2556) ได้กล่าวถึงอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ว่าทุกวิชาชีพต้องมีจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ ความบันเทิงเป็นหน้าที่หนึ่งของการละคร รายการให้ซึ่งความรู้ แต่ละละครเป็นสื่อมวลชน ต้องคำนึงถึงหน้าที่ของสื่อมวลชน คือ สื่อมวลชนเป็นครูของสังคม ละครและรายการที่ดีต้องมีแก่นเรื่อง (theme) ละครที่สนุกต้องมีโครงเรื่อง (plot) เรื่องที่ดีต้องคำนึงถึง

จรรยาบรรณของวิชาชีพ คนทำละครจะต้องรู้ว่า จะต้องทำอะไร และควรตระหนักถึงหน้าที่ของสื่อมวลชน สื่อโทรทัศน์คือสื่อที่สามารถเข้าถึงอารมณ์ ความเข้าใจง่ายที่สุด สื่อชนิดนี้จึงได้รับความนิยมอย่างมาก

การถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไปจากรุ่นสู่รุ่นนั้น ก็เป็นบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการร่วมอนุรักษ์ สืบสาน ภูมิปัญญา ปุณฺณจิตสำนึกให้คนในท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่า แก่นสาระและความสำคัญของภูมิปัญญาในท้องถิ่น ร่วมส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมตามประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ สร้างจิตสำนึกของความเป็นคนในท้องถิ่นที่จะต้องร่วมกันอนุรักษ์ ภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์ เพื่อฟื้นฟูโดยการเลือกสรร ภูมิปัญญาที่กำลังจะสูญหายหรือที่สูญหายแล้วมาทำให้มีคุณค่าและมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตในท้องถิ่น โดยเฉพาะพื้นฐานทางจริยธรรม คุณธรรม และค่านิยมวัฒนธรรมท้องถิ่นของชาวไทยมีหลากหลาย ครอบคลุมการดำเนินชีวิตทุกด้านของผู้คนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ ทั้งด้านอาหาร เครื่องแต่งกาย ศิลปะ ศาสนา และลัทธิความเชื่อ ยารักษาโรค ประติมากรรม หัตถกรรม และการดำรงชีวิตตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมไทย มีลักษณะที่เป็นจุดเด่น คือมีความหลากหลายในด้านเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น เช่น

ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคอีสาน และภาคใต้ มีความแตกต่างในด้านวัฒนธรรม แต่ก็ไม่ได้ทำให้เกิดความรู้สึกแบ่งแยกในหมู่คนไทยแต่ประการใด แต่กลับทำให้สังคมและวัฒนธรรมไทยมีสีสันและน่าสนใจยิ่งขึ้น เชียรชัย อิศรเดช (2558) กล่าวว่า การสื่อสารในพิธีกรรมหนุนให้ชาวบ้านแสดงตัวตนในพิธีกรรมตามอัตลักษณ์ที่สังคมคาดหวัง

ส่วนสารคดีโทรทัศน์นั้น หมายถึง รายการประเภทหนึ่งซึ่งนำเสนอเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างละเอียดตั้งแต่ต้นจนจบรายการ โดยอาศัยหลักการนำเสนอเรื่องราวความเป็นจริง แต่ในขณะเดียวกันก็ใช้เทคนิควิธีการนำเสนอหลายลักษณะมาผสมผสานกันเพื่อให้เกิดจินตนาการที่ดี และจูงใจให้ผู้ชมเกิดความสนใจ อรรถชัย บุตรสอน (2552) ได้สรุปว่า รายการสารคดีเป็นการนำเสนอเรื่องราวโดยยึดหลักความจริงเป็นสำคัญ สารคดีไม่ได้เกิดจากการสร้างเรื่องราวขึ้นมาแล้วนำไปเขียนบทเพื่อการถ่ายทอด แต่เป็นการบันทึกเรื่องราวจากเหตุการณ์และสถานที่จริง โดยนำเสนอประเด็นที่ประกอบขึ้นมาจากความจริงของเรื่องราวที่เกิดขึ้น รายการสารคดีเป็นกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้ โดยใช้องค์ประกอบของภาพและเสียงที่สร้างสรรค์เป็นหลัก สารคดีส่วนใหญ่เป็นสารคดีที่เป็นกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้ เป็นเรื่องของความรู้ที่มีขอบข่ายกว้างขวางมาก เป็นกระบวนการการสร้างการเรียนรู้รูปแบบหนึ่งโดยมีทั้งภาพและเสียงเป็นองค์ประกอบซึ่งผ่านกระบวนการสร้างสรรค์เป็นหลัก เมื่อรายการสารคดีเป็นการเสริมสร้างการเรียนรู้โดยอาศัยองค์ประกอบของภาพและเสียงที่ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ นำไปสู่กระบวนการคิดต่อยอด นั่นคือการทำให้คนดูได้รับความรู้และนำความรู้ที่ได้ไปใช้และเกิดมุมมองใหม่ในการดำเนินชีวิต รวมไปถึงการนำไปสู่

การแสวงหาความรู้เพิ่มเติมด้วย

ในปี พ.ศ. 2558 รายการเล่าเรื่องล้านนาเป็นรายการสารคดีรายการหนึ่งที่ย่ออากาศทุกวันอังคาร เวลา 15.30 น. – 16.00 น. ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่ ครอบคลุมการออกอากาศ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน คือ เชียงใหม่ เชียงราย แพร่ น่าน พะเยา แม่ฮ่องสอน ลำพูน และลำปาง มีแนวคิดรายการที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลาย บอกเล่าเรื่องราวความเป็นมา ความเชื่อ รวมถึงภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อส่งเสริมการสืบทอดเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของภาคเหนือ โดยเชื่อว่ามนุษย์ต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น ขณะเดียวกันมนุษย์เป็นสัตว์สังคม การอยู่ร่วมกันจึงต้องมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมในรูปแบบกฎหมายบ้านกฏหมาย วัฒนธรรมประเพณี และธรรมเนียมปฏิบัติ รายการ เล่าเรื่องล้านนา มีวัตถุประสงค์จะให้ผู้ชมหันกลับมาให้ความสนใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิม และให้ความสำคัญในการส่งเสริม ให้ผู้ชมรายการได้เรียนรู้และสัมผัสภูมิปัญญาท้องถิ่นมากขึ้น โดยรายการเล่าเรื่องล้านนา นำเสนอในเชิงบวก ระดับครอบครัว ชุมชน ทำให้ผู้ผลิตคาดหวังให้ความสัมพันธ์ภายในสังคมชุมชนให้ดีขึ้น ให้เกิดความรักใคร่สามัคคี รวมทั้งให้ผู้ชมรายการ มีความภาคภูมิใจในชุมชนท้องถิ่นและภูมิปัญญาไทยรายการเล่าเรื่องล้านนา เริ่มผลิตรายการตั้งแต่เดือน มกราคม 2552 จนถึงปัจจุบัน คือ ปี พ.ศ. 2558 ในระดับท้องถิ่นนั้นรายการเล่าเรื่องล้านนาถือเป็นที่ยกย่องเป็นที่ยอมรับในสังคม และในการศึกษาการเปิดรับ ทศนคติและความต้องการของผู้ชมที่มีต่อรายการโทรทัศน์เล่าเรื่องล้านนา ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดการเปิดรับสื่อมาใช้ประกอบในการวิจัยเพื่ออธิบาย

พฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการ ตามคำกล่าวของชาร์ลส์ เค. อัทคิน อ้างถึงใน ชูศักดิ์ เฟลสคอฟท์ และ ลินี กิตติชนมวรกุล (2555) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับสื่อมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับสื่อทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้น สื่อที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่าง ๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นสื่อที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร ตามแนวคิดของ โจเซฟ ทีแคลปเปอร์ อ้างถึงใน ชูศักดิ์ เฟลสคอฟท์ และลินี กิตติชนมวรกุล (2555) ได้กล่าวไว้ว่ากระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนลำดับดังต่อไปนี้

1. กระบวนการเลือกสรร (Selective Process)
2. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention)
3. การเลือกรับรู้หรือตีความหมาย (Selective Perception of Selective Interpretation)
4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) ซึ่งเกิดจากความเหงาประโยชน์ใช้สอย สาเหตุจากตัวสื่อซึ่งมีการกระตุ้นขึ้น

ในด้านทัศนคติ ฌ็อง-ปอล ซาทร์ (2551) ได้อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในด้านที่เกี่ยวกับกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ทัศนคติมีลักษณะที่เป็นนามธรรม และเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการแสดงออกทางด้านปฏิบัติแต่ไม่ใช่ว่าแรงจูงใจและแรงขับหากเป็นสภาพแห่งความพร้อมที่จะโต้ตอบและแสดงให้ทราบถึงแนวทางของการตอบสนองของบุคคล

ทัศนคติ จึงนับได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม และมีผลต่อแบบของพฤติกรรมที่แสดงออกมา ซึ่งเป็นส่วนที่เราสามารถสังเกตเห็นได้จะเห็นได้ว่า ทัศนคติประกอบด้วย ความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม และสอดคล้องกับ ชีระภัทร์ เอกพาณิชย์สวัสดิ์ (2551) ที่ว่าบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่ต่างกัน ผู้วิจัยนำปัจจัยลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันของผู้รับสารทั้งด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ แนวคิดทางด้านประชากรศาสตร์นี้เป็นแนวทางทฤษฎีหลักการความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อส่วนบุคคลดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมวางไว้ ตัวอย่างเช่น พฤติกรรมของคนวัยเดียวกันก็จะเป็นเช่นเดียวกัน หรือสังคมทำให้ลักษณะนิสัยและพฤติกรรมของผู้หญิงจะแตกต่างไปจากผู้ชาย ทั้งนี้เนื่องมาจากว่าสังคมโดยทั่วไปจะกำหนดให้บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย ดังนั้นการสื่อสารซึ่งถือว่าเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของบุคคลย่อมเป็นไปตามหลักการดังกล่าวเช่นกัน กล่าวคือ บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันย่อมมีพฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกันด้วย ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาศึกษาร่วมกับการเปิดรับชมรายการรวมทั้งทัศนคติที่มีต่อรายการ “เล่าเรื่องล้านนา”

ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นควรศึกษาในประเด็นการเปิดรับและทัศนคติของผู้ชมรายการโทรทัศน์ เล่าเรื่องล้านนา ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่ ว่าเป็นไปในทิศทางใด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะชน และนำผลการวิจัยสะท้อน

ไปยังผู้เกี่ยวข้อง ผู้ผลิตรายการนำไปสู่การปรับปรุงรายการ และปรับปรุงนโยบายเพื่อเพิ่มอัตราร้อยละการเผยแพร่ออกอากาศในอนาคต ก่อให้เกิดประโยชน์ยิ่ง ๆ ทั้งในภาครัฐและเอกชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับชมของผู้ชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา”
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ “เล่าเรื่องล้านนา”
3. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ชมที่มีต่อรายการ “เล่าเรื่องล้านนา”
4. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากร ศาสตร์กับความต้องการเปิดรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา”
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การเปิดรับชมรายการกับทัศนคติต่อรายการ “เล่าเรื่องล้านนา”

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับชมรายการที่ต่างกันจะมีความต้องการรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” แตกต่างกัน
2. การเปิดรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ของผู้ชมรายการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการเปิดรับชมรายการ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. กลุ่มประชากร ได้แก่ ผู้ชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่ที่อาศัยอยู่ในรัศมี

การออกอากาศทางภาคเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง เชียงราย แพร่ น่าน แม่ฮ่องสอน พะเยา ที่ชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” จำนวนทั้งสิ้น 2,402 คน (ข้อมูลผู้ชมตั้งแต่ปี 2555 ถึง มิถุนายน 2558 โดยเน้นผู้ชมที่รับชมรายการและเคยติดต่อมายังรายการ (ห้างหุ้นส่วนจำกัด เลื่อนนิ่งคลับโปรดักชั่น 2558) ใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ทาโรยามาเน ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และมีความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 (Taro Yamane, อ้างถึงใน สุทธนุ ศรีไสย์, 2551) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 343 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นตัวแทนมากขึ้น ผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่าง จำนวน 450 คน และสุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้น โดยเลือกวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) พิจารณาจากกลุ่มประชากรผู้ชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่ ที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือตอนบน ทั้ง 8 จังหวัด มีการติดต่อเข้ามาในรายการตามลำดับ ตั้งแต่ปี 2555 – มิถุนายน 2558 ใช้วิธีแบ่งกลุ่มทั้ง 8 จังหวัด โดยแบ่งตามสัดส่วนของผู้ชม รายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่ เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัด และใช้การสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อสุ่มตัวอย่างจากผู้ชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่ ตามขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ โดยมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{N \times \text{ผู้ชมรายการ เล่าเรื่องล้านนา}}{\text{สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยแต่ละจังหวัด}}$$

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งคำถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจากแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทาง NBT เชียงใหม่

ตอนที่ 3 การเปิดรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา”

ตอนที่ 4 ทศนคติของผู้ชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา”

ตอนที่ 5 ความต้องการของผู้ชมรายการมีต่อรายการ “เล่าเรื่องล้านนา”

3. นำแบบสอบถามไปทดลอง (Try out) กับกลุ่มทดลอง 30 ชุด นำมาทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 0.86

4. ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามและรับกลับทางไปรษณีย์ จำนวน 450 ชุด

5. ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามและเลือกใช้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มากที่สุดจำนวน 400 ชุดนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที ค่าเอฟ และค่าไคสแควร์

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.75 มีอายุ 51 ปีขึ้นไป การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท สถานภาพครอบครัวสมรสแล้ว

การเปิดรับชมรายการทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่โดยส่วนมาก เปิดรับชมทุกวัน และรับชมในช่วงเวลาเย็น 15:00 – 16:00 น. ส่วนการเปิดรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” โดยภาพรวมพบว่ารับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” เป็นบางครั้ง แต่ตั้งใจติดตามรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ตั้งแต่ต้นจนจบเหตุผลสำคัญที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างสนใจรายการ คือ หลังรับชมรายการแล้วสามารถนำความรู้ที่ได้ไปพูดคุยถ่ายทอดต่อได้และสามารถนำไปใช้ในการสืบทอดปฏิบัติตามเรื่องราวทางวัฒนธรรมแบบล้านนา

ตารางที่ 1 แสดงค่าจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่ ในภาพรวม

ภาพรวมทัศนคติ	$\bar{X}$	SD	ระดับความต้องการ
ด้านเนื้อหารายการ	4.02	0.96	มาก
ด้านรูปแบบรายการ	4.03	0.57	มาก
ด้านวิธีการนำเสนอ	3.90	0.41	มาก
ด้านผู้ดำเนินรายการ / ผู้ร่วมรายการ	3.82	0.56	มาก
ด้านความรู้ที่ได้รับจากรายการ	3.85	0.62	มาก
รวม	3.92	0.62	มาก

จากตารางที่ 1 ด้านทัศนคติของผู้ชมรายการ พบว่า ผู้ชมรายการมีระดับทัศนคติเชิงบวกต่อรายการอยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านรูปแบบรายการ ด้านเนื้อหารายการ ด้านวิธีการนำเสนอรายการ ด้านความรู้ที่ได้รับจากรายการ และด้านผู้ดำเนินรายการ/ผู้ร่วมรายการ เรียงตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการภาพรวมในรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่

ความต้องการในการเปิดรับชม		ระดับ	
รายการ		X	SD
“เล่าเรื่องล้านนา”ทาง NBT เชียงใหม่			ความต้องการ
1. ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ	2.60	0.30	ปานกลาง
2. ด้านความยาวรายการ	3.31	0.48	มาก
3. ด้านช่วงเวลาออกอากาศ	3.35	0.58	มาก
4. ด้านผู้ดำเนินรายการ / ผู้ร่วมรายการ	4.26	0.36	มาก
5. ด้านเนื้อหารายการ	4.26	0.34	มาก
รวม	3.56	0.41	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าความต้องการของผู้ชมรายการพบว่า มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผู้ดำเนินรายการ / ผู้ร่วมรายการที่มีความเป็นกันเอง ใช้เพลง ดนตรี และภาษาท้องถิ่นในการดำเนินรายการ ด้านเนื้อหารายการที่ต้องการให้น่าสนใจ ได้แก่ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาชาวบ้านและหัตถกรรมพื้นบ้าน การท่องเที่ยว โบราณสถาน รวมถึงการแสดงศิลปะและวัฒนธรรม ส่วนช่วงเวลาออกอากาศ ได้แก่ เวลา 15.00 น. – 16.00 น. และมีความต้องการความยาวรายการ ไม่เกิน 30 นาที ส่วนรูปแบบการนำเสนอรายการมีความต้องการในรูปแบบสารคดี

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความต้องการของผู้ชมที่มีต่อรายการโทรทัศน์ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่ จำแนกสภาพส่วนบุคคลด้าน เพศ

ความต้องการของผู้ชมรายการโทรทัศน์ “เล่าเรื่องล้านนา”	t-Value	P-Value
ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ	0.91	0.36
ด้านความยาวรายการ	1.160	0.24
ด้านช่วงเวลาออกอากาศ	0.480	0.63
ด้านผู้ดำเนินรายการ / ผู้ร่วมรายการ	-0.81	0.41
ด้านเนื้อหารายการ	-0.35	0.72
รวม	-0.64	0.52

จากตารางที่ 3 พบว่า เพศชาย และ เพศหญิง มีความต้องการเปิดรับชมรายการไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

รายการ “เล่าเรื่องล้านนา” เป็นรายการที่ไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มผู้ชมในด้านเพศเป็นสำคัญ อีกทั้งเนื้อหารายการสามารถรับชมได้ไม่ว่าจะเป็นเพศใดก็ตาม

ตารางที่ 4 แสดงค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ชมรายการด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุเป็นรายคู่

อายุ	X̄	น้อยกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปี ขึ้นไป
		2.33	2.50	2.60	2.57	2.66
น้อยกว่า 20 ปี	2.33		0.17	0.27	0.24	0.33
21-30 ปี	2.50			0.1	0.07	0.16
31-40 ปี	2.60				0.03*	0.06
41-50 ปี	2.57					0.09
51 ปีขึ้นไป	2.66					

* P < .05

จากตารางที่ 4 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีความต้องการเปิดรับชมรายการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้รับชมรายการที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 41 – 50 ปี 31 – 40 ปี และ 51 ปีขึ้นไป มีความต้องการเปิดรับชมรายการด้านรูปแบบการนำเสนอรายการมากกว่าผู้รับชมรายการที่มีช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี และ 21 – 30 ปี

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ชมรายการด้านช่วงเวลาออกอากาศ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ เป็นรายคู่

อายุ	X	น้อยกว่า 21-30 31-40 41-50 51 ปีขึ้นไป				
		20 ปี	ปี	ปี	ปี	ไป
		3.31	3.16	3.04	3.11	3.65
น้อยกว่า 20 ปี	3.31		0.15	0.27	0.20	0.34
21-30 ปี	3.16			0.12	0.05*	0.49
31-40 ปี	3.04				0.07	0.61
41-50 ปี	3.11					0.54
51 ปีขึ้นไป	3.65					

* P < .05

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้รับชมรายการที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 51 ปีขึ้นไป มีความต้องการรับชมรายการมากกว่า ผู้ที่มีช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี 21 – 30 ปี 41 – 50 ปี และ 31 – 40 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความต้องการของผู้ชมที่มีต่อรายการโทรทัศน์ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านการศึกษา

ความต้องการของผู้ชมรายการโทรทัศน์ "เล่าเรื่องล้านนา"	F-Value	P-Value
ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ	1.68	0.15
ด้านความยาวรายการ	1.33	0.25
ด้านช่วงเวลาออกอากาศ	4.79	0.00*
ด้านผู้ดำเนินรายการ / ผู้ร่วมรายการ	0.47	0.75
ด้านเนื้อหารายการ	0.40	0.80
รวม	0.61	0.65

* P < .05

จากตารางที่ 6 พบว่า ในภาพรวมการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความต้องการเปิดรับชมรายการที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่าความต้องการในการรับชมรายการด้านช่วงเวลาในการออกอากาศ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยจึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe) ไม่พบความแตกต่างรายคู่ใดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนในรูปแบบการนำเสนอ ความยาวรายการ ผู้ดำเนินรายการ/ผู้ร่วมรายการ และเนื้อหารายการ พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

หากพิจารณารายการ “เล่าเรื่องล้านนา” มีแนวคิดรายการที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลาย บอกเล่าเรื่องราวความเป็นมา ความเชื่อ รวมถึงภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อส่งเสริมการสืบทอดเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่ดีงามของภาคเหนือ โดยเชื่อว่ามนุษย์ต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น โดยสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นพื้นฐานของมนุษย์ที่เป็นสัตว์สังคม การอยู่ร่วมกันจึงต้องมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมในรูปแบบกฎหมาย วัฒนธรรมประเพณี และธรรมเนียมปฏิบัติ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้ความสนใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิม และให้ความสำคัญในการส่งเสริม ได้เรียนรู้และสัมผัสภูมิปัญญาท้องถิ่นมากขึ้น ซึ่งทำให้ตัวแปรด้านระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อระดับความต้องการรับชมรายการ

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความต้องการของผู้ชมรายการด้านช่วงเวลาออกอากาศของรายการ จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	X	ข้าราชการ					
		นักเรียน นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย	การ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท ห้างร้าน	รับจ้างทั่วไป	เกษียณว่างงาน
		2.33	2.59	2.66	2.68	2.52	2.63
นักเรียน/นักศึกษา	2.33		0.26	0.33	0.35	0.19	0.30
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	2.59			0.07	0.09	0.07	0.04
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2.66				0.02*	0.14	0.03*
พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	2.68					0.16	0.05*
รับจ้างทั่วไป	2.52						0.11
เกษียณว่างงาน	2.63						
เกษียณว่างงาน/คู่สมรส/ประมง	2.85						

* P < .05

จากตารางที่ 7 อาชีพที่ต่างกัน มีความต้องการเปิดรายการที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้รับชมรายการที่เป็นนักเรียน นักศึกษา มีความต้องการเปิดรับชมรายการด้านช่วงเวลาออกอากาศของรายการน้อยกว่าผู้รับชมรายการที่มีอาชีพ เกษตร ปลูกสัตว์ ประมง พนักงานบริษัท ห้างร้าน ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ เกษียณ ว่างงาน ธุรกิจส่วนตัวค้าขาย รับจ้างทั่วไป

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ชมรายการที่ต่างกันจะมีความต้องการรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการเปิดรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา”

ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่ โดยส่วนมากเปิดรับชมทุกวัน และรับชมในช่วงเวลาเย็น 15.00 – 16.00 น. ส่วนการเปิดรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” โดยภาพรวม พบว่า รับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” เป็นบางครั้ง แต่ตั้งใจติดตามรับชมตั้งแต่ต้นจนจบ เหตุผลคือ หลังรับชมรายการแล้วสามารถนำความรู้ที่ได้ไปพูดคุยถ่ายทอดต่อได้ และสามารถนำไปใช้ในการสืบทอดปฏิบัติตามเรื่องราวทางประเพณี วัฒนธรรมแบบล้านนา ซึ่งแสดงถึงกระบวนการเลือกสรร การรับรู้ของผู้รับชมและสอดคล้องตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ สุภาภรณ์ พลนิกร (2548) ดังนี้ ผู้ชมจะมี

พฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการที่ตนสนใจ อาจใช้แก้ปัญหาหรือสนองความคิดและเลือกจดจำเนื้อหา สารของสารที่ตรงกับความสนใจ และสนับสนุนทัศนคติของตนเองที่มีอยู่

2. ผลการศึกษาทัศนคติของผู้ชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่พบว่า โดยภาพรวมมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะด้านรูปแบบรายการที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อรายการที่มีรูปแบบสารคดี โดยนำเสนอ ศิลปวัฒนธรรมล้านนา และเน้นถึงประโยชน์และคุณค่าจากสารที่ได้รับ แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาสาระกับภูมิหลังหรือประสบการณ์ของผู้ชมที่มีความใกล้ชิดกันจนเกิดการเห็นคุณค่าและนำไปใช้ประโยชน์ต่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลีรัฐรา ขวาท (2551) และ ลีดิรัตน์ โพธิ์ศรี (2556) ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อย่างไรก็ตามหากมีข้อมูลใดที่มีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับตนเองหรือสามารถนำมาแก้ไขปัญหาก็จะให้ความเอาใจใส่เป็นพิเศษ

3. ผลการศึกษาระดับความต้องการของผู้ชมรายการที่มีต่อรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” โดยภาพรวมมีระดับความต้องการอยู่ในระดับมาก ในด้านผู้ดำเนินรายการ /ผู้ร่วมรายการ พบว่าระดับความต้องการมากที่สุดคือต้องการให้ผู้ดำเนินรายการใช้ภาษาท้องถิ่นในการดำเนินรายการ ด้านเนื้อหารายการที่ต้องการให้นำเสนอยังคงใช้ซึ่งเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลาย บอกเล่าเรื่องราวความเป็นมา ความเชื่อ รวมถึงภูมิปัญญาชาวบ้านแสดงให้เห็นถึงความผูกพันและความภาคภูมิใจในวัฒนธรรม ตลอดจนมีความต้องการอนุรักษ์และส่งเสริมการสืบทอดเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของภาคเหนือ

ซึ่งสอดคล้องกับ คมกฤษณ์ ศิริวงษ์ และ สุทัศน์ ภูมิรัตนจรินทร์ (2554) ได้ให้บทนิยาม คำว่า “วัฒนธรรม” คือ “สิ่งที่มนุษย์ผลิตหรือสร้างขึ้น ปรับปรุง เปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดความเจริญงอกงามชีวิตของส่วนรวม มีการถ่ายทอดหรือสืบทอดกันเป็นผลผลิตของมนุษย์โดยส่วนรวมที่ได้เรียนรู้มาจากคนรุ่นหลังและสืบทอดต่อมา”

4. การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของความต้องการเปิดรับชมรายการจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ด้านเพศ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้รายการ “เล่าเรื่องล้านนา” เป็นรายการที่ไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มผู้ชมในด้านเพศเป็นสำคัญ เนื้อหารายการสามารถรับชมได้ไม่ว่าจะเป็นเพศใดก็ตาม

ด้านอายุ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อายุระหว่าง 41 – 50 ปีและอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีระดับความต้องการรับชมรายการในด้านการนำเสนอรายการมากกว่า อายุระหว่าง 21 – 30 ปี และอายุน้อยกว่า 20 ปี และสอดคล้องกับ จิราภา เต็งไธรัตน์ และคณะ (2552) กล่าวไว้ว่า ความแตกต่างด้านอายุหรือวัยของคนเรา มีส่วนเกี่ยวข้องและก่อให้เกิดความแตกต่างในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเห็นเสรีนิยม และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดเห็นที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติระมัดระวังเนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อบุคคลก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารเพื่อคุณประโยชน์มากกว่าความบันเทิง และรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” เป็นรายการที่

เน้นคุณค่าความเป็นล้านนาบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมา ความเชื่อ รวมถึงภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อส่งเสริมการสืบทอดเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่ดั่งงามของภาคเหนือ จึงเป็นรายการที่ไม่ตรงกับความต้องการหรือตรงกับความต้องการของกลุ่มที่มีอายุน้อย

ด้านการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เนื่องจาก รายการ “เล่าเรื่องล้านนา” มีแนวคิดรายการที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลาย บอกเล่าเรื่องราวความเป็นมา ความเชื่อ รวมถึงภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อส่งเสริมการสืบทอดเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่ดั่งงามของภาคเหนือ โดยเชื่อว่ามนุษย์ต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น โดยสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นพื้นฐานของมนุษย์ที่เป็นสัตว์สังคม การอยู่ร่วมกันจึงต้องมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมในรูปแบบกฎหมายบ้าน กฎหมายวัฒนธรรมประเพณี และธรรมเนียมปฏิบัติ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้ความสนใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิม และให้ความสำคัญในการส่งเสริม ได้เรียนรู้และสัมผัสภูมิปัญญาท้องถิ่นมากขึ้น ซึ่งทำให้ตัวแปรด้านระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อระดับความต้องการรับชมรายการ

ด้านอาชีพ พบว่า โดยภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา มีระดับความต้องการรับชมรายการในด้านช่วงเวลาออกอากาศน้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพเกษตรกรรม ปศุสัตว์ ประมง พนักงานบริษัท ห้างร้าน ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ เกษียณ ว่างาน ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย รับจ้างทั่วไปซึ่งสามารถสรุปได้ว่า นักเรียน นักศึกษาเป็นอาชีพที่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา เนื่องจากมีหน้าที่ในการศึกษา

เล่าเรียน มีเวลาเข้าเรียนและเลิกเรียนที่แน่นอน จึงเป็นไปได้ยากที่จะรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ซึ่งเริ่มออกอากาศเวลา 15.30 - 16.00 น. อีกทั้งรูปแบบการดำเนินชีวิตมุ่งเน้นในการศึกษาเล่าเรียน และเน้นกิจกรรมยามว่าง ตลอดจนงานอดิเรกและสิ่งบันเทิงต่าง ๆ มากกว่า ดังนั้น ผู้ที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษาจึงมีระดับความต้องการรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” น้อยกว่า อาชีพอื่น ๆ ที่มีความยืดหยุ่นในเรื่องของเวลาและอาชีพการทำงานมากกว่า นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาดัชนีแปรด้านอายุ ได้แก่ ผู้รับชมรายการมีอายุระหว่าง 21-30 ปี และอายุน้อยกว่า 20 ปี มีระดับความต้องการรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” น้อยกว่า ผู้รับชมที่มีอายุมากกว่า นอกจากนี้ผู้ศึกษาให้น้ำหนักถึงตัวแปรภายนอก อย่างเช่น ค่านิยมในกลุ่มเพื่อน หรือตัวนักเรียน นักศึกษาเอง และความพร้อมของสถานศึกษาต่าง ๆ ในเรื่องการจัดหาโทรทัศน์เพื่อเปิดรายการที่ดีมีสาระให้กับนักเรียน/นักศึกษาได้รับชมอีกด้วย และเห็นควรเป็นประเด็นในการเสนอแนะแนวทางการปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือช่องทางการนำเสนอเพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้เหมาะสมกับอาชีพ และช่วยรวมถึงการนำไปเป็นข้อเสนอแนะแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติมในครั้งต่อไป

5. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมรายการกับทัศนคติในการเปิดรับชม รายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่ พบว่า

5.1 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการในด้านความสม่ำเสมอในการรับชมรายการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในด้านรูปแบบรายการและผู้ดำเนินรายการ / ผู้ร่วมรายการ และความรู้ที่ได้รับจากรายการอยู่ในระดับมาก สามารถอธิบายได้ตามการศึกษาของ พัชรา ตันติประภา (2553) ได้สรุปลักษณะของทัศนคติไว้ว่า “ทัศนคติคือวิธีการที่แต่ละคนคิด รู้สึก และการกระทำต่อสภาวะแวดล้อมหรือปริมาณของความรู้สึกทั้งในทางต่อต้านหรือสนับสนุนและหรือเป็นการตอบสนองสิ่งต่าง ๆ ทั้งในด้านบวกและลบด้วยความเสมอต้นเสมอปลาย” และเมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาค่าคะแนนเฉลี่ย พบว่าความสม่ำเสมอในการรับชมรายการคือผู้รับชมส่วนมากรับชมได้บางครั้งแต่มีระดับทัศนคติในด้านรูปแบบรายการดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการและความรู้ที่ได้รับจากรายการอยู่ในระดับมาก ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ผู้รับชมรายการมีความชื่นชอบในรายการและผู้ดำเนินรายการและความรู้ที่ได้รับจากรายการ แต่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา ยามว่างในการรับชมไม่ตรงกับช่วงเวลาในการออกอากาศของรายการ จึงควรนำไปพิจารณาและปรับปรุงต่อไป

5.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการในด้านความตั้งใจติดตามรับชมรายการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในด้านเนื้อหา รายการและรูปแบบรายการซึ่งประเภทและรูปแบบรายการ ได้แก่ วิธีการ สื่การนำเสนอ เนื้อหารายการ และสิ่งที่อยู่ในรายการ ล้วนมีความสำคัญในการรับชมรายการ สอดคล้องกับแนวคิดของ สุรัชดา สุบรรณ ณ อยุธยา

(2558) กล่าวว่าโทรทัศน์เป็นสื่อเคลื่อนไหว ที่ให้เสียงได้อย่างสมจริงสมจังจึงมีพลังในการถ่ายทอดเนื้อหาสาระสูง สามารถเข้าถึงผู้ชมได้กว้างขวางครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้ทุกเพศทุกวัย ยิ่งกว่านั้นยังสามารถโน้มน้าวอารมณ์ความรู้สึกรู้สึกนึกคิดและทัศนคติของผู้ชมได้ดี เสมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์นั้น ๆ ด้วย ลักษณะเช่นนี้ย่อมส่งผลต่อผู้ชมให้ติดตามรับชมรายการอย่างต่อเนื่อง

5.3 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการในด้านเหตุผลในการเปิดรับชมรายการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในด้านเนื้อหา รายการและความรู้ที่ได้รับจากรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดของอรรถพร ลิ้มปนารมณ (2548) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมของคนที่ให้ความสนใจรายการโทรทัศน์ขึ้นอยู่กับความสนใจในรายการโทรทัศน์ โดยมีการเปิดชมมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับเนื้อหาและสิ่งที่น่าสนใจ หรือคุณค่าและความรู้ที่จะได้รับ

5.4 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการในด้านความรู้และประโยชน์ที่ได้จากการเปิดรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านรูปแบบรายการและผู้ดำเนินการการ/ผู้ร่วมรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยจากทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการทัศนคติจากกล่าวได้ว่าทัศนคติและพฤติกรรมแสดงออกต่างมีความสัมพันธ์กันและมีผลซึ่งกันและกัน กล่าวคือ ทัศนคติเกี่ยวข้องกับบุคคลความรู้สึกและความต้องการที่จะปฏิบัติหรือกระทำกริยาอย่างใดอย่างหนึ่งกับสิ่งต่าง ๆ หรือสถานการณ์ใด ๆ โดยสอดคล้องกับโรเจอร์ อังถึงใน กัลยกฤต บุญบำรุงชัย (2555) กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นดัชนีชี้ว่า บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับสารที่ได้รับ โดยทัศนคติ

นั้นอาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทักษะคิดจึงเป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า เพื่อแสดงให้เห็นว่า ชอบหรือไม่ อาจสรุปได้ว่าทัศนคติของผู้รับสารเป็นตัวแปรที่อยู่ระหว่างการรับและการตอบสนองสิ่งเร้าต่าง ๆ นอกจากนี้ทัศนคติเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการเลือกเปิดรับชมรายการ โดยบุคคลจะเปิดรับชมรายการที่สอดคล้องกันกับทัศนคติเดิมของตนดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า บุคคลจะเปิดรับชมรายการและให้ความสนใจกับสิ่งที่เป็นประโยชน์และไม่ขัดกับทัศนคติเดิมของตน

หากพิจารณาจากพฤติกรรมการรับชมรายการของผู้ชมทั้งหมดด้วยค่าคะแนนเฉลี่ยพบว่ารายการ “เล่าเรื่องล้านนา” เป็นรายการที่อยู่ในความสนใจของผู้รับชม ได้รับรู้เรื่องวัฒนธรรมท้องถิ่นล้านนาและสามารถนำความรู้ไปพูดคุยถ่ายทอดต่อไป ซึ่งรูปแบบรายการเป็นรายการสารคดี ที่ถ่ายทอดเรื่องราวของวัฒนธรรมประเพณีล้านนาและทำให้รู้สึกซาบซึ้งภาคภูมิใจและมีจิตสำนึกในความเป็นล้านนาอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาการเปิดรับ ทัศนคติและความต้องการของผู้ชมที่มีต่อรายการโทรทัศน์ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่ ซึ่งผู้ศึกษามีความคาดหวังอยากส่งเสริมให้ชุมชนมีความสัมพันธ์ภายในสังคมให้ดีขึ้น ให้เกิดความรักใคร่สามัคคี รวมทั้งให้ผู้ชมรายการ มีความภาคภูมิใจในชุมชนท้องถิ่นและภูมิปัญญาไทย จึงมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาสำหรับเป็นแนวทางให้กับผู้ผลิตรายการ ดังนี้

1.1 จากการศึกษาตัวแปรด้าน

อาชีพ พบว่า กลุ่มนักเรียน นักศึกษาเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการติดตามรับชมรายการอยู่ในระดับน้อย ซึ่งอาจเป็นเพราะการดำเนินชีวิตในวัยเรียนมีพฤติกรรมค่อนข้างใกล้เคียงกัน กล่าวคือ มีเวลาศึกษาเล่าเรียนและการทำกิจกรรมที่ค่อนข้างแน่นอนตามเวลา จึงไม่สามารถติดตามรับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ได้ แต่หากพิจารณานำเสนอรายการในช่องทางใหม่ ๆ เช่น การนำเสนอรายการในช่องทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งที่นักเรียน นักศึกษาให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก อาจทำให้กลุ่มนักเรียน/นักศึกษาให้ความสนใจในรายการมากขึ้น

1.2 จากการศึกษาระดับ

ทัศนคติ พบว่า ทัศนคติของผู้รับชมรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านเนื้อหารายการ ด้านรูปแบบรายการ ด้านวิธีการนำเสนอด้านผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ และด้านความรู้ที่ได้รับจากรายการ ดังนั้นรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” จึงควรที่จะรักษาข้อดี และจุดเด่นของรายการไว้

แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีบางประเด็นที่ยังต้องนำไปพิจารณาเพื่อปรับปรุงรายการ ได้แก่ ช่วงเวลาออกอากาศ เนื่องจากผู้รับชมมีความชื่นชอบในรายการและผู้ดำเนินรายการเป็นพิเศษเมื่อพิจารณาจากค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้ แต่กลับมีพฤติกรรมการรับชมได้เป็นบางครั้ง ซึ่งหากมีการปรับปรุงช่วงเวลาออกอากาศก็จะช่วยให้พฤติกรรมการติดตามรับชมมีความสม่ำเสมอและทำให้วัตถุประสงค์ของรายการที่ต้องการให้ผู้ชมหันกลับมาให้ความสนใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิม และให้ความสำคัญในการส่งเสริม ได้เรียนรู้และสัมผัสภูมิปัญญาท้องถิ่นมากขึ้นนั้น อาจสำเร็จได้ไม่ยาก

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาในเชิงวิเคราะห์ การนำเสนอรายการ “เล่าเรื่องล้านนา” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย NBT เชียงใหม่ ในประเด็นเกี่ยวกับความหลากหลายของเนื้อหา และปริมาณที่นำเสนอให้เหมาะสมกับเวลา

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

เช่น ความตระหนักถึงคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมของผู้ชมและผู้จัดทำรายการ เพื่อนำไปสู่การสนับสนุนหรือส่งเสริมการจัดรายการเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม

เอกสารอ้างอิง

- กัลยกฤต บุญบำรุงชัย. (2555). *ทัศนคติของผู้ชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ สรยุทธ สุทัศนะจินดา. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*
- คมกฤษณ์ ศิริวงษ์ และสุทัศน์ ภูมิรัตนจรินทร์. (2554). *หน้าที่พลเมืองในสังคม วัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตในสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบ.*
- ชูศักดิ์ เพลลศคทท์ และ ลินี่ กิตติชนม์วรกุล. (2555). *การเปิดรับข่าวสารและอิทธิพลของสื่อต่อแนวความคิด ทางการเมืองของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตของสถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดสงขลา. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลา.*
- ฐิติรัตน์ โพธิ์ศรี. (2556). *การเปิดรับ ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากรายการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทางโทรทัศน์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.*
- ฐิรัฐฐา ขวาเขต. (2551). *พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ศูนย์ประชาสัมพันธ์พลเรือน ตำรวจ ทหาร ในเขตพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.*
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2551). *พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด บุ๊คชั่น.*
- ธีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์. (2551). *ประชากรศึกษา. สืบค้น 20 กันยายน 2551.*
จาก <http://computer.pcru.ac.th/emoodledata/19/>.
- เจียรชัย อิศรเดช. (2558). *การสื่อสารเชิงพิธีกรรมของโนราโรงครูในมิติสุนทรียภาพ = Ritualistic model of Nora Rongkruu to communicate aesthetics. นิเทศศาสตรปริทัศน์. 19(1), 246 – 259.*
- พนิดา กันทะเขียว. (2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับการดำเนินชีวิต. สืบค้น 21 มกราคม 2559. จาก <https://sites.google.com/site/panidaple59/home>.*

- พัชรา ตันติประภา. (2553). *หลักการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). เชียงใหม่: ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสรี วงศ์มณฑา. (กันยายน 2556). *ผลกระทบต่อการขายและการตลาดโทรทัศนต่อสังคม*. สืบค้น 19 กันยายน 2556. จาก <https://kmofca.wordpress.com/>
- สร อักษรสกุล. (2555). *สื่อกับบทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมไทย*. มติชนออนไลน์. สืบค้น 16 ตุลาคม 2556. จาก http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1341539605
- สุทนต์ ศรีไสย์. (2551). *สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวัฒน์ สงวนงาม. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: โฮลิสติก พับลิชชิง.
- สุรัชดา สุบรรณ ณ อยุธยา. (2558). *ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารผ่านวิทยุโทรทัศน์*. สำนักเทคโนโลยี การศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. จาก <http://webcache.googleusercontent.com/>
- อรรณพ ลิมปนารมณ. (2548). *การเขียนบทโทรทัศน์*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อรรถชัย บุตรสอน. (2552). *สถานีโทรทัศน์เพื่อมวลชนมนุษยชาติ สาธารณชนอโคก อำเภอดอนจาน จังหวัดอุบลราชธานี*. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด เลิ่เนิ่งคลับโปรดักชั่น. (2558). *รายงานการประชุม เรื่อง สรุปผลการผลิตรายการโทรทัศน์ “เล่าเรื่องล้านนา”*. (ม.ป.ท.)

