

การเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ
รายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์

EXPOSURE, USES AND GRATIFICATIONS TOWARDS YANNAWA
TEMPLE'S DHAMMA PRATEEP SERIES ON ONLINE MEDIA

ศิริวรรณ ริวสุขสันต์ / SIRIWAN REAOSUKSAN¹

ณัฐรัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน / NATTAWAT SUTTIYOTHIN²

ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค / PAIBOON KACHENTARAPHAN³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสารออนไลน์ เนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึก รายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ของผู้ชมรายการ 2) การได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ 3) การนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ 4) ความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับการได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ และ 5) ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสาร ความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึก รายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์กับการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ชมรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มเชิงระบบ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม เก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม และการสำรวจทางออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบไคสแควร์ การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1) กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมรายการธรรมปทีป สัปดาห์ละครั้ง ในช่วงเวลา 12.01-18.00 น. เปิดรับชมเพียงอย่างเดียวอย่างตั้งใจ ชมที่บ้าน/ที่พัก ครั้งละประมาณ 1 ชั่วโมง ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสารออนไลน์ เนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึก ในระดับมาก โดยพึงพอใจวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึก เป็นลำดับแรก 2) ผู้ชมได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้ พัฒนาตนเองได้

¹ นักศึกษาปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช

² อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช

³ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รองศาสตราจารย์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช

ในระดับมาก 3) ผู้ชมรายการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองในระดับมาก 4) ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองได้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5) ความพึงพอใจต่อช่องทางทางการสื่อสาร ความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึกของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การเปิดรับ, การใช้ประโยชน์, ความพึงพอใจ, รายการธรรมะ, สื่อออนไลน์

ABSTRACT

The objectives of this research were to study: 1) the media exposure behavior of the audience and their satisfaction with online communication channel, content, presentation format, and delivery method of Phra Thammakateuk of Wat Yannawa's Dhammabateep Program; 2) the extent to which viewers learned Buddhist teachings from the program that they could apply for self-development; 3) the extent to which they utilized that knowledge for self-development; 4) the relationship between demographic factors and media exposure behavior with learning of Buddhist teachings from the program that viewers could apply for self-development; and 5) the relationship between the viewers' satisfaction towards online communication channel, content, presentation format, and delivery method of Phra Thammakateuk with their application of learning of Buddhist teachings for self-development.

This study was a survey research. The sample was 400 audience who watched Wat Yannawa's Dhammabateep Program online. The sample was derived by systematic random sampling. Data were collected using a questionnaire and an online survey. The statistics used were frequency, percentage, mean, standard deviation, chi square, t-test, ANOVA and Pearson's correlated coefficient.

The results showed that: 1) most of the sample watched the Dhammabateep program online once a week during the time period 12:01-18:00. They paid fully attention to the program and didn't do anything while watching. They normally watched at home or residence for one hour at a time. The viewers were satisfied with the online communication channel, content, presentation format, and delivery method of Phra Thammakateuk at a high level. The viewers were satisfied with Phra Thammakateuk's delivery method with the highest average. 2) The viewers learned Buddhist teachings from the program that they could apply for self-development at a high level. 3) The viewers reported utilized the knowledge they learned from the program for

self-development at a high level. 4) The differences in demographic factors and media exposure behavior were related to differences in extent of learning Buddhist teachings that viewers could apply for self-development with a statistically significant level at .05. 5) The viewers' satisfaction with the online communication channel, content, presentation format, and delivery method of Phra Thammakateuk were related to the extent to which the viewers' their applied learning of Buddhist teachings for self-development with a statistically significant level at .05.

Keywords: exposure, use and gratifications, Dhamma program, online media

บทนำ

มนุษย์เกิดมาย่อมพบกับความทุกข์ ไม่ว่าจะเป็นด้านร่างกายหรือด้านจิตใจ มนุษย์จึงหาหนทางพ้นทุกข์ โดยการแสวงหาสิ่งที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ หนทางหนึ่งคือการยึดหลักธรรมคำสอนในพระพุทธศาสนา แต่เดิมนั้นการที่จะเข้าถึงหลักคำสอนของศาสนา ต้องเดินทางไปยังวัดหรือสถานที่ปฏิบัติธรรม เพื่อทำบุญ สนทนาธรรมกับพระสงฆ์เพื่อคลายทุกข์ เมื่อโลกพัฒนาไปการเผยแพร่ศาสนาก็เข้าถึงคนมากขึ้น ด้วยการใช้สื่อมวลชน องค์กรทางศาสนาหลายแห่งได้ผลิตรายการธรรมะออกอากาศทางสื่อโทรทัศน์ เพื่อผ่อนคลายความเครียด คลายความทุกข์

วัดยานนาวาเป็นองค์กรทางศาสนาแห่งหนึ่งที่มีการเผยแพร่หลักธรรมผ่านสื่อโทรทัศน์อย่างต่อเนื่องยาวนาน โดยได้มีการจัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์โลกพระพุทธศาสนาเฉลิมพระเกียรติฯ วัดยานนาวา WBTV (World Buddhism Television) ขึ้นมาเพื่อเผยแพร่สาระความรู้หลักธรรมโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ศาสนาพุทธแห่งแรกของประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2547 เพื่อเฉลิมพระเกียรติฯ 72 พรรษา สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ โดยมุ่งเป็น “สื่อธรรมะเพื่อประโยชน์และสันติสุขของชาวโลก” เป็นสถานีที่มีการออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง (สถานีวิทยุโทรทัศน์โลกพระพุทธศาสนา, 2561) โดยมีรายการที่สำคัญรายการหนึ่งคือ “รายการธรรมปทีป” วัดยานนาวา ที่มีผู้ชมให้ความสนใจรับชมเป็นอันดับต้น ๆ เริ่มผลิตรายการตั้งแต่ เดือนตุลาคม 2558 เป็นรายการรูปแบบธรรมบรรยาย บรรยายโดยพระภิกษุผู้ปฏิบัติดี ปฏิบัติชอบ พระอาจารย์สอนวิปัสสนากรรมฐานชื่อดัง พระนักเทศน์ และพระนักเผยแผ่ ณ อาคารมหาเจษฎาบดินทร์ ชั้น 3 วัดยานนาวา ทุกวันเสาร์ เวลา 15.00-16.30 น. โดยมีการถ่ายทอดสดผ่านทางสถานีวิทยุโทรทัศน์โลกพระพุทธศาสนา เฉลิมพระเกียรติฯ วัดยานนาวา (WBTV) โดยเริ่มมีการถ่ายทอดสดทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ รายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ในเดือน มิถุนายน 2559 ปัจจุบันมียอดสมาชิกผู้ติดตาม จำนวน 14,649 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 14 กันยายน 2561) มีการถ่ายทอดสดไปแล้วจำนวน 60 เทป โดยมีการเข้าชมวิดีโอรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ในเฟซบุ๊กแฟนเพจโดยเฉลี่ย 1,500 ครั้ง ยอดการเข้าชมรายการมากที่สุดคือ 3,500 ครั้ง ส่วนการเข้าชมรายการน้อยที่สุด 300 ครั้ง (ข้อมูล ณ วันที่ 14 กันยายน 2561) โดยเทปที่มีผู้เข้าชมจำนวนมากนั้น มักจะเป็นตอนที่มีองค์พระธรรมกถึก (หมายถึง พระผู้ทำหน้าที่บรรยายธรรม) ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก เป็นพระวิปัสสนาจารย์ ผู้ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบ พระนักเผยแผ่ พระนักเทศน์ ที่มีความสามารถในการบรรยายธรรม ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สามารถอธิบายและยกตัวอย่างให้เห็นเป็นรูปธรรม สามารถนำไปใช้ในชีวิตได้

เนื่องจากเว็บไซต์ที่เผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับพระพุทธศาสนามีให้ผู้อ่านเลือกเปิดรับกว่า 1,323 เว็บไซต์ (โครงการชวนอ่านพระไตรปิฎก, 2561) การที่ผู้อ่านจะเลือกเปิดรับ เลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้และตีความหมาย และเลือกจดจำ เนื้อหารายการธรรมะจากเว็บไซต์ใด จึงขึ้นอยู่กับว่าเว็บไซต์นั้นนำเสนอเนื้อหารายการที่สอดคล้องกับความคิดเห็น สนับสนุนทัศนคติเดิมของผู้อ่านที่มีอยู่หรือไม่ เช่น ความเชื่อในเรื่องของบุญและบาป ความเชื่อเรื่องกฎแห่งกรรม ความเชื่อว่าจะธรรมะช่วยชี้แนวทางแก้ปัญหาชีวิตได้ เป็นไปตามทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารตามที่ Klapper (1960: 19-25) อธิบายไว้ว่า ผู้อ่านจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารตามความสนใจและความต้องการของตน สอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติเดิมของตน กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ซึ่งประกอบด้วย การกลั่นกรอง 4 ชั้น ได้แก่ การเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมาย และการเลือกจดจำ

นอกจากนี้การที่บุคคลจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อใด ยังมีความคาดหวังที่จะได้รับความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสารนั้น เป็นไปตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ดังที่ Katz et al. (1974) อธิบายไว้ว่า สภาวะทางจิตใจและสังคมที่แตกต่างกันของบุคคล เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความต้องการที่แตกต่างกันไป ซึ่งความต้องการที่ต่างต่างนี้ ทำให้บุคคลคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสามารถสนองความพอใจได้แตกต่างกัน และเป็นสิ่งที่น่าสนใจในความแตกต่างในการใช้สื่อหรือการเปิดรับสื่อของบุคคล อันเป็นผลทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อที่ต่างกัน และยังก่อให้เกิดผลอื่น ๆ ที่ไม่ได้คาดหวังไว้ตามมา

การเปิดรับข่าวสารจาก “รายการธรรมปทีป” ทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ รายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ผู้อ่านรายการย่อมมีความคาดหวังที่จะได้รับความพึงพอใจ อันเนื่องมาจากได้รับประโยชน์จากการรับชมรายการ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Katz โดยที่แต่ละคนจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันไป ซึ่งอาจจะมีลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งตามแนวคิดความพึงพอใจจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อ (media news gratifications) ของ Wenner (1985 อ้างถึงใน นิลาวัณย์ พาณิชย์รุ่งเรือง, 2540) ที่ได้แบ่งความพึงพอใจจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อออกเป็น 4 ประเภท คือ 1) การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิงและเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา 2) การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน 3) การใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ และ 4) การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลด หรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตัวเอง

การดำเนินการผลิตและเผยแพร่ “รายการธรรมปทีป” ทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ รายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับทฤษฎีและแนวคิดด้านการสื่อสารเรื่องการเปิดรับสื่อ ของ Klapper แนวคิดเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อโดย Katz และแนวคิดของ Wenner เรื่องประเภทของความพึงพอใจจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อ แต่ยังเป็นเพียงการศึกษาในเชิงทฤษฎี ยังขาดข้อมูล ข้อเท็จจริงจากปรากฏการณ์ที่เป็นรูปธรรมจากพฤติกรรมการรับชมรายการของประชาชน มายืนยัน นอกจากนี้ในการพัฒนาการผลิตและการนำเสนอรายการ ทางคณะผู้ผลิตรายการของวัดยานนาวา มีความจำเป็นต้องทราบข้อมูลที่

เป็นจริงจากพฤติกรรมการรับชมและความคิดเห็นของผู้ชมเพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนารายการ ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นศิษย์วัดยานนาวาและเคยมีบทบาทในการร่วมผลิตรายการนี้ ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงได้ดำเนินการวิจัยเรื่องนี้ เพื่อแสวงหาคำตอบในเชิงรูปธรรม และนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนารายการให้มีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจต่อช่องทางทางการสื่อสารออนไลน์ เนื้อหารูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมภิกขุของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ของผู้ชมรายการ
2. เพื่อศึกษาการได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาตนเองของผู้ชมรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์
3. เพื่อศึกษาการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับจากรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ไปใช้ในการพัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับการได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อช่องทางทางการสื่อสาร ความพึงพอใจต่อเนื้อหารูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมภิกขุ รายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์กับการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้ในการพัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีในการศึกษาตัวแปรและสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร นำมาใช้ศึกษา ตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดย Klapper (1960) อธิบายว่า ผู้รับสารจะมีการเลือกเปิดรับสื่อตามความสนใจและความต้องการของตน โดยจะเลือกเปิดรับสื่อที่มีความสอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติเดิมของตนเอง
2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ นำมาใช้ศึกษาตัวแปร ความพึงพอใจต่อช่องทาง การสื่อสารที่ใช้ในการนำเสนอ และตัวแปรความพึงพอใจต่อสารในรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ โดย Katz et al. (1974) อธิบายว่า สภาวะทางจิตใจและสังคมที่แตกต่างกันของบุคคลเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความต้องการที่แตกต่างกันไป ซึ่งความต้องการที่แตกต่างนี้ทำให้บุคคลคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสามารถสนองความพอใจได้แตกต่างกันและเป็นสิ่งที่นำไปสู่ความแตกต่างในการใช้สื่อหรือการเปิดรับสื่อของบุคคลอันเป็นผลทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อที่แตกต่างกันและยังก่อให้เกิดผลอื่น ๆ ที่ไม่ได้คาดหวังไว้ตามมาอีกด้วย ทั้งนี้ หากผู้ชมรายการมีความพึงพอใจต่อช่องทางทางการสื่อสารที่ใช้ในการนำเสนอ และพึงพอใจต่อสารในรายการธรรมปทีปวัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์มาก ก็จะมีผลต่อการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาตนเอง

ตัวแปรการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

“ลักษณะทางประชากร” ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้

“พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ” ประกอบด้วย ความถี่ ช่วงเวลา ระยะเวลา สถานที่ ลักษณะการชม หัวข้อที่ชื่นชอบ

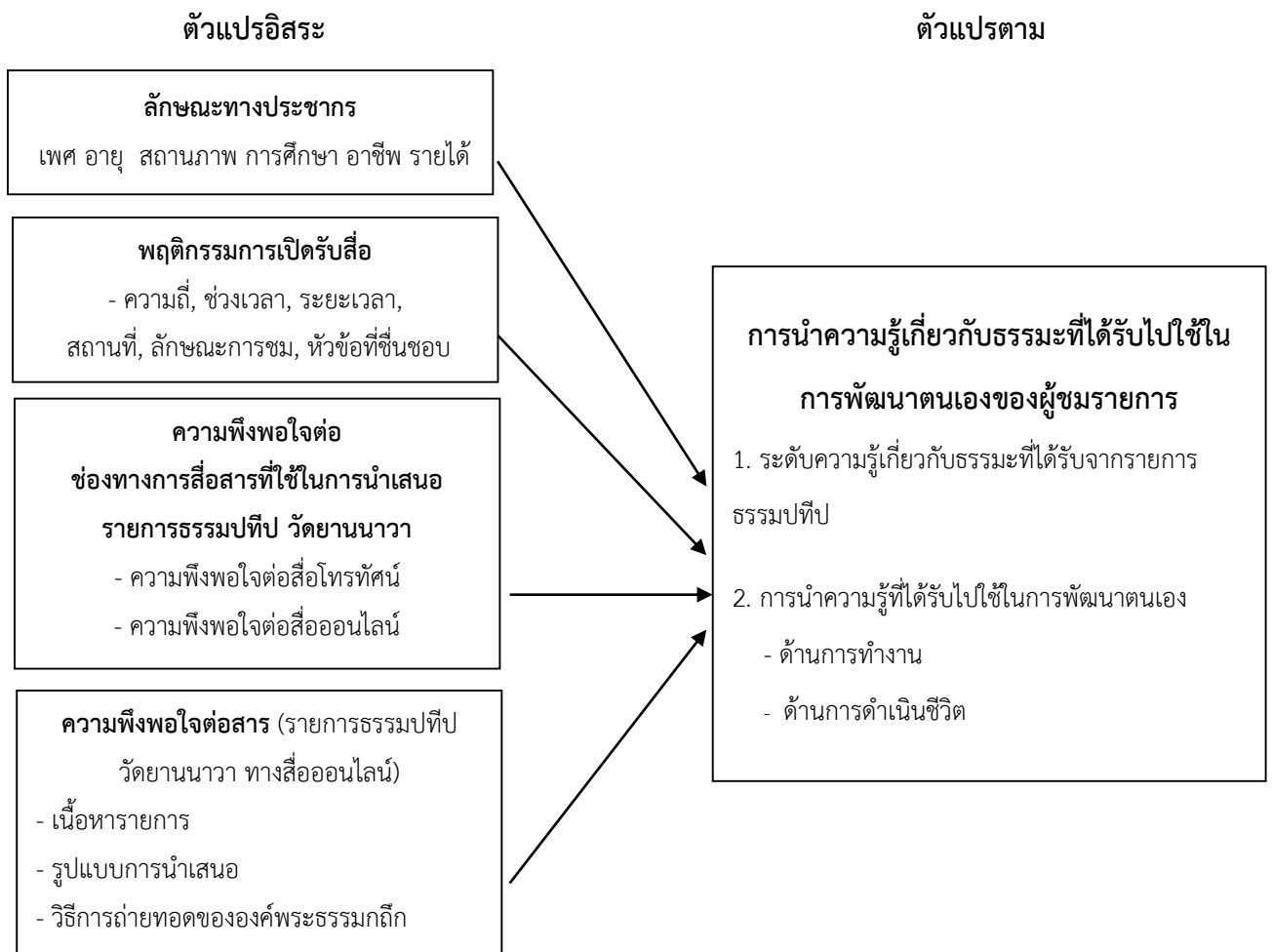
“ความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสารที่ใช้ในการนำเสนอ รายการธรรมปทีป วัดยานนาวา” ประกอบด้วย ความพึงพอใจต่อสื่อโทรทัศน์ ความพึงพอใจต่อสื่อออนไลน์

“ความพึงพอใจต่อสาร รายการธรรมปทีปวัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์” ประกอบด้วย เนื้อหา รายการ รูปแบบการนำเสนอ วิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึก

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

การนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้ในการพัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ ประกอบด้วย ระดับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับจากรายการธรรมปทีป และการนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการพัฒนาตนเองในด้านการทำงานและด้านการดำเนินชีวิต

โดยผู้วิจัยได้นำเสนอกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



สมมุติฐานการวิจัย

1. ผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของรายการธรรมปทีป วิทยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ แตกต่างกัน
2. ผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสารในการนำเสนอ รายการธรรมปทีป วิทยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ แตกต่างกัน
3. ผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึก ของรายการธรรมปทีป วิทยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ แตกต่างกัน
4. ผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับจากรายการธรรมปทีป วิทยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ ไปใช้ในการพัฒนาตนเอง แตกต่างกัน
5. ผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาตนเอง แตกต่างกัน
6. ผู้ชมที่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน ได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาตนเอง แตกต่างกัน
7. ความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสารของรายการธรรมปทีป วิทยานนาวา ทางสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์กับการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ
8. ความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึก ของรายการธรรมปทีป วิทยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ

วิธีดำเนินการ

- การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้
- ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ชมรายการธรรมปทีป วิทยานนาวา ซึ่งเป็นแฟนเพจเฟซบุ๊ก รายการธรรมปทีป วิทยานนาวา จำนวน 14,649 คน (ระหว่างเดือนสิงหาคมถึงกันยายน 2561)
- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ชมรายการธรรมปทีป วิทยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ ซึ่งต้องเป็นแฟนเพจเฟซบุ๊ก รายการธรรมปทีป วิทยานนาวา การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane ที่มีค่าความน่าเชื่อถือได้ 95% ถือว่าจะมีความผิดพลาดมาตรฐานไม่เกิน 5% หรือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน
- วิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มเชิงระบบ (systematic random sampling) โดยการสุ่มเก็บข้อมูลจากผู้เดินทางไปรับชมการถ่ายทอดสด ณ อาคารมหาเจษฎาบดินทร์ วิทยานนาวา ใช้วิธีการกำหนดตัวเลขลำดับของกลุ่มตัวอย่างตามลำดับคิวกของผู้ที่มารับชมการถ่ายทอดสด เริ่มต้นจากลำดับที่หนึ่งแล้วเพิ่มขึ้นครั้งละ 2 จะได้กลุ่มตัวอย่างที่จะแจกแบบสอบถามตามลำดับดังนี้คือ ผู้ชมลำดับที่ 1, 3, 5, 7, 9 จนครบตามจำนวนที่ต้องการ คือ 240 ตัวอย่าง

สำหรับแบบสอบถามออนไลน์นั้น ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีเจาะจง (purposive sampling) โดยส่งลิงค์แบบสอบถามให้ทางแอดมินเพจ รายการธรรมปทีป วัดยานนาวา และเพจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องช่วยแปะโพสต์บนหน้าเพจโดยระบุให้ผู้ที่ได้รับชมรายการธรรมปทีปทางสื่อออนไลน์และเป็นแฟนเพจรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา เข้ามาช่วยตอบแบบสอบถาม จำนวน 160 ตัวอย่าง

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของแบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วน คือ คำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (multiple choice questions) และคำถามที่แสดงความคิดเห็น (scale questions) แบ่งคำถามออกเป็น 6 ส่วน คือ คำถามเกี่ยวกับ 1) ลักษณะทางประชากร สถานภาพ ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา 3) ความพึงพอใจต่อช่องทางการสื่อสารในการนำเสนอรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทั้งสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ 4) ความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมภิกขุของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ 5) ความคิดเห็นต่อการได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการและการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ และ 6) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือโดยอาศัยคำนิยามศัพท์ตัวแปร และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และพิจารณาเลือกใช้เฉพาะข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) มีเกณฑ์สูงกว่า 0.6 ทุกข้อคำถามคือ เท่ากับ .955 จากนั้นหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถามโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -coefficient) ของโดยการทดสอบค่าความเชื่อมั่นทั้ง 3 ด้าน เท่ากับ .828, .954, .967 เป็นค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ขั้นตอน คือ

1. สร้างแบบสอบถามออนไลน์และบันทึกโดยกูเกิลไดรฟ์ จากนั้นนำลิงก์ (link) ของแบบสอบถามส่งให้ทางแอดมินเพจ รายการธรรมปทีป วัดยานนาวา และเพจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ช่วยโพสต์ เพื่อรอกกลุ่มตัวอย่างมาตอบแบบสอบถาม โดยสามารถเก็บแบบสอบถามออนไลน์ได้จำนวน 160 ชุด

2. นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยเดินทางไปเก็บข้อมูล ณ อาคารมหาเจษฎาบดินทร์ วัดยานนาวา ในช่วงเวลาที่มีการถ่ายทอดสดรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ในวันที่ 4, 18, 25 และ 31 สิงหาคม 2561 ผู้วิจัยเลือกแจกแบบสอบถามให้กับผู้ที่เดินทางเข้ามาชมรายการสด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องเป็นแฟนเพจรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา และเคยได้รับชมรายการมาจากแฟนเพจแล้ว และให้ตอบตามความคิดเห็นที่เกิดจากการรับชมรายการผ่านแฟนเพจ โดยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ทั้งหมด 240 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Pearson (Pearson's correlation)

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ร้อยละ 77.3 รองลงมา คือ สัปดาห์ละ 2-4 วัน ร้อยละ 18.5 ช่วงเวลาที่เปิดรับชมส่วนใหญ่ คือ 12.01-18.00 น. ร้อยละ 55.3 รองลงมา คือ 18.01- 00.00 น. ร้อยละ 37.0 ส่วนระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับชมครั้งละ ประมาณ 1 ชั่วโมง ร้อยละ 47.0 รองลงมา คือ ประมาณ 15-30 นาที ร้อยละ 22.5 ส่วนใหญ่เปิดรับชมที่บ้าน/ ที่พัก ร้อยละ 79.5 รองลงมา คือ วัด/สถานปฏิบัติธรรม ร้อยละ 9.0 ส่วนลักษณะการเปิดรับ คือ เปิดรับชมเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 62.0 รองลงมา คือ ชมไปด้วยทำกิจกรรมอื่นไปด้วย ร้อยละ 38.0 และหัวข้อที่ชื่นชอบรับชมมากที่สุด คือ ด้านศีลธรรม ร้อยละ 88.0 รองลงมา คือ ด้านครอบครัวซึ่งมีเพียง ร้อยละ 6.8

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อสื่อออนไลน์ที่ใช้ในการนำเสนอรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ในภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.79) โดยมีความพึงพอใจต่อการที่สามารถกลับมา รับชมรายการซ้ำได้เมื่อต้องการในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.69) รองลงมา คือ ความสะดวก ในการรับชมรายการได้ทุกที่ ทุกเวลา ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.66) และสามารถแบ่งปันข้อมูล กับผู้อื่นได้ ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.64)

3. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอและวิธีการถ่ายทอดของ องค์พระธรรมกถึกของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ ในภาพรวม ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$, S.D. = 0.64)

สำหรับความพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.66) โดยมีความพึงพอใจต่อรายการมีเนื้อหาเกี่ยวกับคำสอนในพระพุทธศาสนา เป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.51) รองลงมา คือ รายการมีเนื้อหาเกี่ยวกับอานิสงส์ของการทำบุญและผลของการทำบาป ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.73) ส่วนความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอรายการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.72) โดยมีความพึงพอใจต่อรูปแบบธรรมบรรยาย/ธรรมประยุกต์ เป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.69) รองลงมา คือ รูปแบบการตอบปัญหา ปุจฉาวิสัชนา ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.74)

ส่วนความพึงพอใจต่อวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.61) โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด 6 ประเด็น คือ ความสามารถในการกระตุ้น เตือนใจ ให้ข้อคิดกับผู้ชมรายการ ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = 0.54) องค์พระธรรมกถึกมีความน่าศรัทธา น่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.59$,

S.D. = 0.58) องค์พระธรรมกถึกมีความสามารถในการแสดงธรรม โดยใช้โวหารต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม เช่น บรรยาย พรรณนา อุปมาสาธก และเทศนา ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.56) องค์พระธรรมกถึกมีทักษะในการเลือกเหตุการณ์ปัจจุบัน มาใช้กับหัวข้อธรรม ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.57) องค์พระธรรมกถึกใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ยกบาลีมาอธิบายมากเกินไป ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.57) และองค์พระธรรมกถึกสอดแทรกเนื้อหาธรรมะที่เข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.62)

4. กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองในภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เข้าใจหลักธรรมะที่จำเป็นต่อการทำงานและการดำเนินชีวิตในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.62) รู้วิธีการนำหลักธรรมะไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = 0.62) รู้หลักธรรมะที่จำเป็นต่อการทำงานและการดำเนินชีวิต ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.62) และวิธีการนำหลักธรรมะไปประยุกต์ใช้ในการทำงานในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = 0.70)

5. กลุ่มตัวอย่างมีการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับจากการชมรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ไปใช้ในการพัฒนาตนเองในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะไปใช้พัฒนาตนเองด้านการดำเนินชีวิตในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.70) การนำความรู้เรื่องอิทธิบาท 4 ไปใช้ ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.68) การนำความรู้เรื่องสังขหัตถ์ 4 ไปใช้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.70) และมีการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะไปใช้พัฒนาตนเองด้านการทำงาน ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.70)

การนำความรู้เรื่องอิทธิบาท 4 ที่ได้รับจากการชมรายการไปใช้พัฒนาตนเอง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.68) โดยกลุ่มตัวอย่างนำเอาหลักวิธียะ คือ การสร้างความขยันหมั่นเพียรในการทำงานที่ได้รับมอบหมาย ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.68) เท่ากันกับการนำหลักวิมังสา คือ การเสริมสร้างการทำงานด้วยปัญญา ด้วยสมองคิด เข้าใจในงานอย่างลึกซึ้งทั้งในแง่ขั้นตอนและผลสำเร็จหรือผลสัมฤทธิ์ของงาน ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.69)

การนำความรู้เรื่องสังขหัตถ์ 4 ที่ได้รับจากการชมรายการไปใช้พัฒนาตนเอง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.70) โดยนำหลักทาน คือช่วยเหลือผู้อื่นด้วยการมอบสิ่งของและเกื้อกูลแก่ผู้ที่ต้องการผู้ขาดแคลนหรือผู้เดือดร้อน ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.66) รองลงมา คือ การนำหลักสมานัตตตา คือ วางตัวเหมาะสมกับฐานะ เสมอต้นเสมอปลาย มีจิตใจมั่นคงไม่หวั่นไหวเปลี่ยนแปลงง่าย และดำรงตนไว้ไม่ให้ตกไปในความชั่ว ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.70)

ส่วนการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้ในการพัฒนาตนเองด้านการทำงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.70) โดยกลุ่มตัวอย่างขยัน มุ่งมั่น พยายามในการทำงาน มีสมาธิในการทำงานมากขึ้น เป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.68) เท่ากันกับ มีความเพียรพยายามมากขึ้น ใจเย็นมากขึ้น ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.66)

สำหรับการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้ในการพัฒนาตนเองด้านการดำเนินชีวิต ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.70) โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดถึง 10 ประเด็น คือ ไม่หยิบบวชเอาของคนอื่นมาเป็นของตนเอง ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.59) งดดื่มสุรา เครื่องดองของเมาทั้งหลาย อันเป็นเหตุให้ขาดสติ ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.60) ดำเนินชีวิตอย่างมีเป้าหมาย ด้วยความถูกต้องและสุจริต อยู่ในสัมมาอาชีวะด้วยความไม่ประมาท ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.57) ไม่เป็นชู้กับชายหรือหญิงอื่นที่ไม่ใช่คู่ครองของตนเอง ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.80) เชื่อว่าเมื่อมีลาภย่อมเสื่อมลาภ มียศก็ย่อมเสื่อมยศเป็นธรรมดา ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.62) ไม่พูดเท็จ อันก่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนจากความจริง ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.69) มีสติเตือนตนอยู่เสมอว่า ความตายอาจเกิดขึ้นกับเราวันไหนก็ได้ ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.64) ไม่พูดจาใส่ร้ายยุยงให้คนอื่นแตกแยกกัน พูดให้คนอื่นเจ็บใจ ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.71) เมื่อมีโอกาส มีเวลา หรือวันสำคัญต่าง ๆ จะไปฟังธรรม เพื่อนำข้อคิดมาปรับปรุงตนเองให้ดีขึ้น ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.63) และไม่เบียดเบียนรังแก ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.72)

6. ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

6.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ ในประเด็นช่วงเวลาของการเปิดรับชม ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับชม สถานที่ในการเปิดรับชมและหัวข้อที่ชื่นชอบรับชม แต่เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ในเรื่องของ ความถี่ของการเปิดรับชม และลักษณะการเปิดรับชม

6.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเปิดรับสื่อของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ ในประเด็นความถี่ของการเปิดรับชม ช่วงเวลาของการเปิดรับชม ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับชม สถานที่ในการเปิดรับชม และหัวข้อที่ชื่นชอบรับชม แต่อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ในเรื่อง ลักษณะการเปิดรับชม

6.3 สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเปิดรับสื่อของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ ในประเด็นความถี่ของการเปิดรับชม ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับชม สถานที่ในการเปิดรับชม และหัวข้อที่ชื่นชอบรับชม แต่สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ในเรื่อง ช่วงเวลาของการเปิดรับชม และลักษณะการเปิดรับชม

6.4 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเปิดรับสื่อของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ ในประเด็นช่วงเวลาของการเปิดรับชม ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับชม สถานที่ในการเปิดรับชม ลักษณะการเปิดรับชม และหัวข้อที่ชื่นชอบรับชม แต่การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ในเรื่อง ความถี่ของการเปิดรับชม

6.5 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเปิดรับสื่อของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ ในประเด็นความถี่ของการเปิดรับชม ช่วงเวลาของการเปิดรับชม ระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับชม

สถานที่ในการเปิดรับชม และหัวข้อที่ชื่นชอบรับชม แต่อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ในเรื่องของลักษณะการเปิดรับชม

6.6 รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์

7. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อช่องทางทางการสื่อสารออนไลน์ในการนำเสนอรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา แตกต่างกัน พบว่า อายุ สถานภาพ และอาชีพ ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อช่องทางทางการสื่อสารออนไลน์ในการนำเสนอรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา แตกต่างกัน ส่วนเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อช่องทางทางการสื่อสารออนไลน์ในการนำเสนอรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ไม่แตกต่างกัน

8. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึก ของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ แตกต่างกัน พบว่า ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึก ของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ แตกต่างกัน ส่วนเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึก ของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน

9. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับจากรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ ไปใช้ในการพัฒนาตนเอง แตกต่างกัน พบว่า เพศ และอายุของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับจากรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ ไปใช้ในการพัฒนาตนเอง แตกต่างกัน ส่วนสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับจากรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ ไปใช้ในการพัฒนาตนเอง ไม่แตกต่างกัน

10. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ แตกต่างกัน พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ แตกต่างกัน ส่วนเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการไม่แตกต่างกัน

11. กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน ได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ แตกต่างกัน โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการรับชม ระยะเวลาในการรับชม และลักษณะการรับชมที่แตกต่างกัน ได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ แตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาในการรับชมที่แตกต่างกัน ได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ ไม่แตกต่างกัน

12. ความพึงพอใจต่อช่องทางทางการสื่อสารของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ ในระดับปานกลาง ($r = .569, p < .05$)

13. ความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอและวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึกของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ ในระดับปานกลาง ($r = .578, p < .05$)

อภิปรายผล

1. เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน การที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะผู้ชมรายการมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จึงเลือกเปิดรับสื่อตามความสนใจและความต้องการของตน และเพื่อสนองความต้องการของตน ซึ่งตรงกับแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับข่าวสาร ของ Klapper (1960: 19-25) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน โดยผลการวิจัยนี้ตรงกับแนวคิด 2 ขั้นตอน คือ 1) การเลือกเปิดรับ (selective exposure) 2) การเลือกให้ความสนใจ (selective attention) โดยบุคคลมีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับและให้ความสนใจสารจากแหล่งและข้อมูลต่าง ๆ ตามความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของจตุวัติ จิตประพันธ์ (2556) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการข่าวเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการข่าวเช้าแตกต่างกัน

2. กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอและวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึกของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อเนื้อหาของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์มากกว่าผู้ชมที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จากการที่ผลวิจัยเป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะมีผลต่อความรู้ความเข้าใจ ความพึงพอใจ ต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอและวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารของ Klapper (1960: 19-25) ขั้นที่ 3 คือ การเลือกรับรู้หรือตีความ บุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจของบุคคล

3. กลุ่มตัวอย่างอายุต่ำกว่า 34 ปี มีการนำความรู้ที่ได้รับจากรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ ไปใช้ในการพัฒนาตนเอง มากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 34-54 ปี และ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป การที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างช่วงอายุต่ำกว่า 34 ปี เป็นกลุ่มช่วงวัยทำงาน เริ่มมีภาระความรับผิดชอบมากขึ้น เป็นช่วงสร้างเนื้อสร้างตัว อีกทั้งเกิดความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในร่างกายจาก

วัยหนุ่มสาวก้าวสู่วัยกลางคน จึงเกิดความเครียดและพบกับปัญหาชีวิตมากกว่าตอนที่อายุยังไม่ถึงวัยทำงาน พร้อมกับที่กลุ่มคนวัยนี้มีความสามารถในการใช้สื่อออนไลน์เพราะเติบโตมากับยุคดิจิทัล จึงทำให้มีการนำความรู้ที่ได้รับชมจากรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ ไปใช้ในการพัฒนาตนเองได้มากกว่าช่วงอายุอื่น ๆ สอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลซึ่ง DeFleur (1966) อธิบายว่า บุคคลมีความแตกต่างกันหลายประการ เช่น บุคลิกภาพ ทักษะสติ สติปัญญา และความสนใจ เป็นต้น และความแตกต่างนี้ยังขึ้นอยู่กับสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมทำให้มีพฤติกรรมการสื่อสารและการเลือกเปิดรับสารที่แตกต่างกันรวมทั้งภูมิหลังของประชากรหรือปัจจัยส่วนบุคคลด้วย

4. กลุ่มตัวอย่างที่มีความถนัดในการรับชม ระยะเวลาในการรับชม และลักษณะการรับชมที่แตกต่างกันได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Katz et al. (1974) ที่กล่าวถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ โดยแสดงให้เห็นว่าสภาวะทางจิตใจและสังคมที่แตกต่างกันของบุคคลเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความต้องการที่ต่างกันไปซึ่งความต้องการที่แตกต่างนี้ทำให้บุคคลคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสามารถสนองความพอใจได้แตกต่างกันและเป็นสิ่งที่นำไปสู่ความแตกต่างในการใช้สื่อหรือการเปิดรับสื่อของบุคคลอันเป็นผลทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อที่แตกต่างกันและยังก่อให้เกิดผลอื่น ๆ ที่ไม่ได้คาดหวังไว้ตามมาอีกด้วย

5. ความพึงพอใจต่อช่องทางทางการสื่อสารของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ ในระดับปานกลางที่ระดับนัยสำคัญ .05 การที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ อาจเนื่องมาจากการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ จะเกิดขึ้นได้นั้นก็ต้องเกิดจากความพึงพอใจต่อช่องทางทางการสื่อสารเสียก่อน ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ช่วยให้สามารถรับชมรายการได้สะดวก รวดเร็ว ชมได้ทุกที่ทุกเวลา สอดคล้องกับที่ McQuail (2000: 167) กล่าวว่า การปฏิวัติเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสื่อสารแต่ละครั้ง จะทำให้เกิดการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงสังคมตามมาเสมอ สอดคล้องกับการศึกษาของวคิน ประดิษฐ์ศิลป์ (2556) เรื่อง นวัตกรรมวิธีคิดเพื่อการสื่อสารศาสนาของพระไพศาล วิสาโล และงานวิจัยของฉวีเมธย์ สุขไพบุลย์ (2553) เรื่อง การประยุกต์แนวคิด การตลาดเพื่อสังคมในการเผยแผ่ธรรมะกรณีศึกษา: พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ที่แสดงให้เห็นถึงการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อเสริมในการช่วยสื่อหลักที่ทำการเผยแผ่หลักศาสนา

6. ความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึก ของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ ในระดับปานกลางที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยเฉพาะความพึงพอใจต่อวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึก มีผลทำให้ผู้ชมรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ นำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับจากการรับชมรายการไปใช้ในการพัฒนาตนเอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะองค์พระธรรมกถึกมีความสามารถขององค์พระธรรมกถึกในการแสดงธรรม มีทักษะในการเลือกเหตุการณ์ปัจจุบันมาใช้กับหัวข้อธรรมการใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สามารถสอดแทรกเนื้อหาธรรมะที่เข้าใจง่าย ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎี SMCR ของ

Berlo (1960) ในด้านของผู้ส่งสาร (sender) ซึ่งผู้ส่งสารต้องที่ทักษะหลายด้านทั้งเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจ ในเนื้อหาของสาร มีความน่าเชื่อถือ และเป็นผู้รู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของทัศนีย์ เจนวิถีสุข และคณะ (2549) เรื่อง ความสามารถด้านการสื่อสารของ พระพิศาลธรรมพาที (พระพยอม กัลยาโณ) กับการระดมพลังการพัฒนาชุมชน โดยผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า พระพิศาลธรรมพาทีมีการใช้สื่อเดิมเกี่ยวกับเผยแผ่ควบคู่ไปกับการใช้สื่อใหม่เสริม เพื่อให้ผู้รับสื่อมีความรู้ ความเข้าใจในสารได้มากขึ้น มีอารมณ์ร่วมและมีความสนุกสนานจากการรับสื่อ นั้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของชลธิชา ชูชาติ (2552) เรื่อง กระบวนการสร้างสารของพระมหาสมปอง ตาลปุตฺโต ในรายการ ธรรมะเดลิเวอรี่ ที่แสดงให้เห็นว่าความสามารถของ ผู้ส่งสารจะเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้รับสารยอมรับ ทำให้ผู้รับสาร สามารถเข้าถึงสารที่ส่งมาให้โดยง่าย เป็นสิ่งที่โน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเชิงลบให้กลายเป็น พฤติกรรมเชิงบวก คือ การมีความเชื่อในเรื่องกฎแห่งกรรมมากขึ้นนำไปสู่การทำความดี ละเว้นการทำความชั่ว มีความสำนึกในการกระทำเพราะเห็นผลของการกระทำผ่านเนื้อหาตัวละครผู้ดำเนินรายการของรายการ ธรรมะนั้น ๆ รวมทั้งยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของสิริลักษณ์ ศรีจินดา (2553) เรื่อง การใช้วาทศิลป์ทาง ภาษาเพื่อการเผยแผ่ธรรมะของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ผ่านสื่อมวลชน พบว่า วาทศิลป์ทางภาษาที่พบ ได้แก่ การใช้สัมผัส การซ้ำคำและกลุ่มคำ การใช้คำซ้อน การสร้างคำประสมขึ้นใหม่ การใช้สำนวน คำต่างประเทศ ส่วนการใช้ภาพพจน์ที่พบ ได้แก่ คำถามเชิง วรรณศิลป์ การเปรียบเทียบ อุปมา อุปลักษณ์ บุคลาธิษฐาน คำซ้ำ และคำปฏิทรรศน์ ในด้านจุดจับใจในสารที่พบ ได้แก่ จุดจับใจด้านความอบอุ่น จุดจับใจด้านอารมณ์ขัน จุดจับใจ ด้านอารมณ์ จุดจับใจด้านความเป็นตัวเอง จุดจับใจด้านดนตรี และจุดจับใจด้านดารานอกจากนี้ผลการวิจัย พบว่า พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี มีการสร้างสารผ่านถ้อยคำที่ตรงตาม ประณิต ทราบว่าควรจะพูดอย่างไร และ เลือกใช้เนื้อหา ถ้อยคำใดเพื่อให้ธรรมะที่ถ่ายทอดออกมาซาบซึ้งกินใจ และสอดคล้องกับช่องทาง สื่อสารมวลชนที่ใช้ในการเผยแผ่ธรรมะ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับชมรายการส่วนใหญ่ ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง รองลงมาคือ ประมาณ 15-30 นาที ซึ่งโดยกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวรับชมสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ผู้ผลิต รายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ควรคงรูปแบบรายการเดิมไว้ นอกจากนั้นควรพิจารณาเพิ่มการจัดทำรูปแบบ การนำเสนอรายการเป็นช่วงเวลาสั้น ๆ กระชับ ได้ใจความ ปฏิบัติตามได้จริงโดยมีความยาวไม่เกิน 15-30 นาที เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้ผู้ชมสามารถรับชมได้ซ้ำ ๆ เพื่อใช้ประโยชน์ในการนำธรรมะไปใช้อย่างแท้จริง

1.2 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อช่องทางการนำเสนอรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ ในระดับมาก เพราะมีความสะดวกและง่ายต่อการเข้าถึง ดังนั้น ผู้ผลิตรายการ ธรรมปทีป วัดยานนาวา หรือผู้ผลิตรายการธรรมะอื่น ๆ ควรเน้นการนำเสนอรายการผ่านช่องทางออนไลน์

โดยพัฒนารูปแบบรายการให้เหมาะสมตามคุณลักษณะ ความสามารถและศักยภาพของสื่อออนไลน์ เช่น การใช้คุณลักษณะในด้านการโต้ตอบปฏิสัมพันธ์ การโต้ตอบแบบเรียลไทม์ การใช้คลิปวิดีโอ

1.3 ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการนำเสนอขององค์พระธรรมกถึก โดยพึงพอใจวิธีการนำเสนอขององค์พระธรรมกถึกเป็นอย่างมาก ดังนั้น ผู้ผลิตรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ควรเน้นการนิมนต์องค์พระธรรมกถึกที่มีความสามารถในการกระตุ้น เตือนใจให้สอดคล้องกับผู้ชมรายการ มีทักษะในการแสดงธรรมที่ทำให้ผู้ชมเข้าใจธรรมะได้ง่าย มาเป็นวิทยากรผู้บรรยายธรรมต่อไป นอกเหนือจากนั้น ควรเพิ่มความน่าสนใจอื่น ๆ ให้มากกว่าการที่องค์พระธรรมกถึกบรรยายธรรมเพียงอย่างเดียว เช่น เพิ่มช่วง การปจฉาวิสัชนา จากผู้ชมสด ๆ ในรายการทางออนไลน์

1.4 ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจต่อช่องทางทางการสื่อสาร ความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึกของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ ดังนั้น ผู้ผลิตรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ควรพัฒนาและให้ความสำคัญกับช่องทางทางการสื่อสารออนไลน์ เพราะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้สะดวก รวดเร็ว ง่ายต่อการรับชม รวมทั้งยังควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือกองค์พระธรรมกถึกที่จะมาเป็นผู้ถ่ายทอดหลักธรรมะคำสอน ควรจะคัดเลือกบุคคลที่มีความเข้าใจเนื้อหา มีทักษะการสื่อสารที่ดี มีศิลปะในการถ่ายทอดเนื้อหาผ่านการเล่าเรื่องราวที่ถูกใจผู้ชมรายการ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า อายุของผู้ชมรายการส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 35-44 ปี ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป อาจทำการศึกษาเกี่ยวกับเหตุผล แรงจูงใจ ทักษะคิด ที่เป็นเหตุผลให้คนช่วงวัยนี้เลือกรับชมรายการธรรมะ หรือเหตุผลที่ใช้ธรรมะในการแก้ปัญหาชีวิต โดยศึกษาผลที่ได้รับจากการรับชมรายการธรรมะและการนำไปแก้ปัญหาชีวิตและการทำงานอย่างเป็นรูปธรรม

2.2 ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อองค์พระธรรมกถึกผู้นำเสนอรายการ มีความสัมพันธ์กับการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ การศึกษาครั้งต่อไป ควรเน้นศึกษาในประเด็นคุณลักษณะขององค์พระธรรมกถึกโดยตรง โดยอาจศึกษาเปรียบเทียบการบรรยายธรรมระหว่างองค์พระธรรมกถึกหลายท่าน เพื่อเปรียบเทียบว่าคุณลักษณะใดที่ผู้ชมชื่นชอบ เพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุงรายการ เพื่อให้ผู้ชมพึงพอใจและสามารถนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาตนเองอย่างแท้จริง

2.3 ควรศึกษาเปรียบเทียบรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา กับรายการธรรมะของสถานีอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบถึงความแตกต่าง ข้อดี ข้อควรพัฒนาปรับปรุง เพื่อประโยชน์ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาต่อไป

2.4 ผลการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณ ในการศึกษาครั้งต่อไป จึงอาจทำการศึกษาในรูปแบบเชิงคุณภาพ เช่น ศึกษาเกี่ยวกับการนำความรู้ด้านธรรมะที่ผู้ชมได้รับจากการชมรายการไปใช้ในการพัฒนาตนเอง

สรุป

พฤติกรรมการเปิดรับของผู้ชมรายการธรรมปทีป วัดยานนาวาส่วนใหญ่รับชมสัปดาห์ละครั้ง ในช่วงเวลา 12.01-18.00 น. เปิดรับชมเพียงอย่างเดียวอย่างตั้งใจ ชมที่บ้าน/ที่พัก ครั้งละประมาณ 1 ชั่วโมง ผู้ชมมีความพึงพอใจต่อช่องทางสื่อออนไลน์ เนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึกในระดับมาก โดยพึงพอใจวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึก เป็นลำดับแรก ผู้ชมได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองได้ในระดับมาก โดยมีการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองในระดับมาก ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่สามารถนำไปใช้พัฒนาตนเองได้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ความพึงพอใจต่อช่องทางสื่อสาร ความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และวิธีการถ่ายทอดขององค์พระธรรมกถึกของรายการธรรมปทีป วัดยานนาวา ทางสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์กับการนำความรู้เกี่ยวกับธรรมะที่ได้รับไปใช้พัฒนาตนเองของผู้ชมรายการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เอกสารอ้างอิง

- โครงการชวนอ่านพระไตรปิฎก. (2561). **เว็บไซต์เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา**. ค้นเมื่อ 28 กันยายน 2561, จาก https://www.3pidok.com/index_url.php?url=link&catid=6
- จตุวัติ จิตประพันธ์. (2556). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการข่าวเช้าทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ฉวีมณต์ สุขไพบูลย์. (2553). **การประยุกต์แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม ในการเผยแพร่ธรรมะ กรณีศึกษา: พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลธิชา ชูชาติ. (2552). **กระบวนการสร้างสรรค์ของพระมหาสมปอง ตาลปุตโต ในรายการธรรมะเดลิเวอรี่**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทัศนีย์ เจนวิถีสุข และคณะ. (2549). **รายงานการวิจัยเรื่อง ความสามารถด้านการสื่อสารของพระพิศาลธรรมพาทิ (พระพยอม กัลยาโณ) กับกระระดมพลังการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- นิลาวัฒน์ พาณิชย์รุ่งเรือง. (2540). **ความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3, 5, 7, 9, 11)**. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- วคิน ประดิษฐ์ศิลป์. (2556). **นวัตกรรมวิธีคิดเพื่อการสื่อสารศาสนาของพระไพศาล วิสาโล**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สถานีวิทยุโทรทัศน์โลกพระพุทธศาสนา. (2561). **ประวัติสถานีวิทยุโทรทัศน์โลกพระพุทธศาสนา วิทยานนาวา**. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2561, จาก <http://www.wbtvonline.com/About-Us.html>
- สิริลักษณ์ ศรีจินดา. (2553). **การใช้วาทศิลป์ทางภาษาเพื่อการเผยแพร่ธรรมะของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ผ่านสื่อสารมวลชน**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Katz, E. et al. (1974). **The uses of mass communication current perspective on gratification research**. Beverly Hill: Sage Publications.
- Klapper, J. T. (1960). **The effects of mass communication**. New York: The Free Press.
- McQuail, D. (2000). **Mass communication theory** (4th Ed.). London: Sage Publications.
- DeFleur, M. L. (1966). **Theories of mass communication**. New York: David McKay.
- Berlo, D. K. (1960). **The process of communication**. New York: The Free Press.