

## พฤติกรรมกำรรับชม และความพึงพอใจรายการค้บข้วครบประเด้ยนของ สถานี้โทรทัศน้ โมเดิร์นไนน์ทีวี ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานคร

พรชัย แผ่นชัยภูมิ\*  
ผศ.ดร. พนารัตน์ ลิ้ม\*\*

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา(1) พฤติกรรมกำรรับชมของผู้ชมรายการค้บข้วครบประเด้ยนในเขตกรุงเทพมหานคร(2)เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมรายการค้บข้วครบประเด้ยนในเขตกรุงเทพมหานคร(3)เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการค้บข้ว ครบประเด้ยนในเขตกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมและความพึงพอใจในการรับชมรายการค้บข้ว ครบประเด้ยน(4)เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกำรรับชมรายการค้บข้วครบประเด้ยนของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครกับความพึงพอใจในการรับชมรายการค้บข้วครบประเด้ยนของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล เดือน มีนาคม 2559 – เมษายน 2559 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติ t-test, F-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน One Way Anova ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยใช้ Scheffe' และ LSD

### 1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการสื่อสารมวลชนประเภท “โทรทัศน์” เป็นสื่อที่มีแรงจูงใจสูงในการส่งข้อมูลข่าวสาร กว้างขวาง ทำให้สามารถเข้าถึงและใกล้ชิดกับผู้รับชมได้ในทุกคร้วเรือ่น โทรทัศน์มีศักยภาพที่สามารถนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียงที่เหมือนจริงปรากฏผ่านออกมาในรูปแบบรายการประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นละคร (Drama) ข้ว (News) พูดคุย (Talk) แข่งขัน (Game) สารคดี (Documentary) หรือปถิณกะ (Variety) ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าโทรทัศน์มีบทบาทต่อวิถีชีวิตของประชาชนในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก

ด้วยบทบาทและมีอิทธิพลของโทรทัศน์ซึ่งถือได้ว่าเป็นสื่อมวลชนที่มีผลต่อชีวิตประจำวัน และเป็นส่วนหนึ่งของความเปลี่ยนแปลงทั้งทางเศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรมซึ่งสามารถส่งผลต่อทัศนคติและค่านิยม รวมทั้งสามารถปลูกฝัง ความเชื่อ ความศรัทธาให้แก่ผู้รับชมได้ เห็นได้จากผลงานวิจัยของ วสันต์ อดิศัพท์ (2533, น33) พบว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่

\* นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

\*\*ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

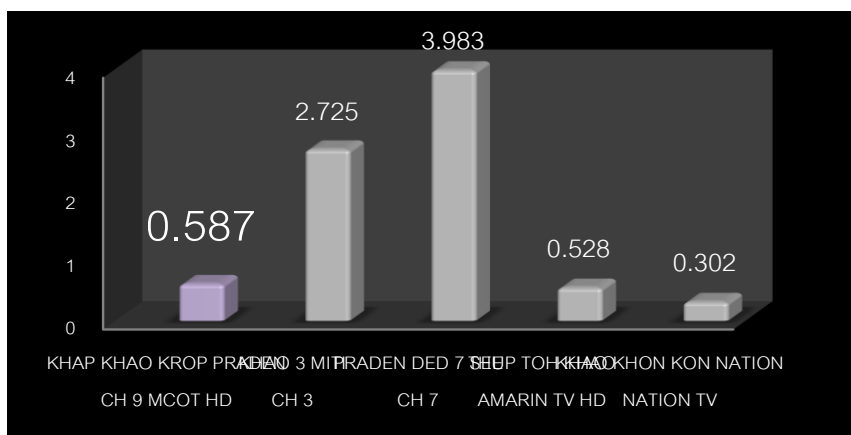
ได้รับการยอมรับในเรื่องคุณสมบัติต่าง ๆ โดยมีสื่อมวลชนเป็นผู้อยู่เบื้องหลังการนำเสนอข่าวสาร ให้มีความถูกต้องเที่ยงธรรม และครอบคลุมทุกประเด็น ทั้งนี้ สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่าสื่ออื่น อิทธิพลของสื่อโทรทัศน์จึงมีบทบาทสำคัญต่อทัศนคติและการเรียนรู้ของ ผู้รับชม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอรูปแบบรายการประเภท ข่าว ผ่านสื่อโทรทัศน์ ซึ่งได้รับความนิยมในการรับชมค่อนข้างสูง

ทั้งนี้ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี ซึ่งเป็นสื่อกลางในการนำเสนอข่าวสาร ได้ใช้แหล่งข่าวจากสำนักข่าวไทย เป็นศูนย์กลางในการผลิต รวบรวม จัดเก็บ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เน้นความเป็นกลาง ถูกต้อง เชื่อถือได้ และทันเหตุการณ์ ยึดหลักการนำเสนอข่าวตามมาตรฐานทางวิชาชีพ โดยนำเสนอผ่านสื่อของบริษัทที่หลากหลาย ได้แก่ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี โทรทัศน์ดาวเทียม เครือข่ายสถานีวิทยุฯ อสมท. ใช้เทคโนโลยี ในการรายงานข่าว ผ่านเว็บไซต์ [www.mcot.net](http://www.mcot.net) สื่อคอมพิวเตอร์ออนไลน์ (Computer Online) และสื่ออื่น ๆ โดยมีศูนย์ข่าวของสำนักข่าวไทย อยู่ในส่วนภูมิภาค 4 แห่ง คือ ศูนย์ข่าวภาคเหนือ จ. เชียงใหม่ ศูนย์ข่าวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จ. ขอนแก่น ศูนย์ข่าวภาคใต้ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา และศูนย์ข่าวอันดามัน จ.ภูเก็ต นอกจากนี้

เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้ชม ที่เลือกรับชมข่าวในแต่ละช่วงเวลา ทางสถานีฯ ได้มีรายการข่าวประเภทต่าง ๆ อาทิ 9 Speed, คุยโขมงข่าวเช้า และรายการคู่ข่าวเสาร์ อาทิตย์ มีทำให้รูปแบบรายการที่เหมือนกัน คือ ผู้ประกาศข่าวจะทำหน้าที่เล่าข่าว นำเสนอต่อผู้ชมรายการ สำหรับรายการคืบข่าวครบประเด็น เป็นการดำเนินรายการ โดยผู้ประกาศข่าวจะทำหน้าที่ อ่านข่าวตามบทของบรรณาธิการข่าวที่เรียบเรียงขึ้น พร้อมเล่าข่าว สรุปเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน นอกจากนี้ ในช่วงเวลาการออกอากาศของรายการ คืบข่าว ครบประเด็น มีจำนวนผู้ชมให้ความสนใจมากกว่ารายการข่าวในช่วงเวลาอื่น ของสถานีโทรทัศน์ 9 MCOT HD โดยมีเรตติ้งเฉลี่ยใน 1 ปีย้อนหลัง 1พ.ค.2558 – เมษายน2559 อยู่ที่ 0.58 (ที่มา บริษัท เอจีบี นีลเสน มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) ) เมื่อเปรียบเทียบกับรายการคู่แข่งในแต่ละสถานีโทรทัศน์ สรุปได้ดังนี้

## ตารางที่ 1.1 การเปรียบเทียบกับรายการคู่แข่งในแต่ละสถานีโทรทัศน์

Month\Year	KHAP KHAKHOP PRADEN CH 9 MCOT HD	KHAKHON 3 MITI CH 3	PRADEN DED 7 SEE CH 7	THUP TOH KHAKHON AMARIN TV HD	KHAKHON KHON NATION NATION TV
May 2015	0.656	2.819	4.625	0.298	0.298
June 2015	0.740	2.948	3.984	0.343	0.283
July 2015	0.573	3.012	3.880	0.357	0.246
August 2015	0.604	2.570	4.374	0.395	0.331
September 2015	0.635	2.450	4.004	0.620	0.350
October 2015	0.601	2.756	4.223	0.565	0.340
November 2015	0.651	2.731	3.333	0.577	0.275
December 2015	0.553	2.473	3.033	0.559	0.304
January 2016	0.486	2.694	3.712	0.605	0.269
February 2016	0.478	2.857	4.025	0.713	0.330
March 2016	0.508	2.670	4.415	0.658	0.358
April 2016	0.502	2.719	4.185	0.649	0.238
Total	7.047	32.699	47.793	6.339	3.622
Summary Columns	0.587	2.725	3.983	0.528	0.302



ภาพที่ 1.1 แสดงการเปรียบเทียบเรตติ้งกับรายการคู่แข่งในแต่ละสถานีโทรทัศน์

จากตารางดังกล่าว จึงเป็นสาเหตุทำให้ผู้วิจัยสังเกตเห็นถึงศักยภาพของการนำเสนอข่าวให้ถึงกลุ่มผู้ชมที่มีความหลากหลาย จึงทำการศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจที่มีต่อรายการคืบข่าวครบประเด็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการ ตลอดจนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดให้ตอบรับกับความต้องการผู้บริโภค เข้าถึงผู้บริโภคในทุกเพศทุกวัย และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคม

## 2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมรายการคืบข่าวครบประเด็นในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมรายการคืบข่าวครบประเด็นในเขตกรุงเทพมหานคร

3) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการคืบข่าว ครอบคลุมประเด็นในเขตกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมและความพึงพอใจในการรับชมรายการคืบข่าว ครอบคลุมประเด็น

4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมรายการคืบข่าวครอบคลุมประเด็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครกับความพึงพอใจในการรับชมรายการคืบข่าวครอบคลุมประเด็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร

### 3. ประโยชน์

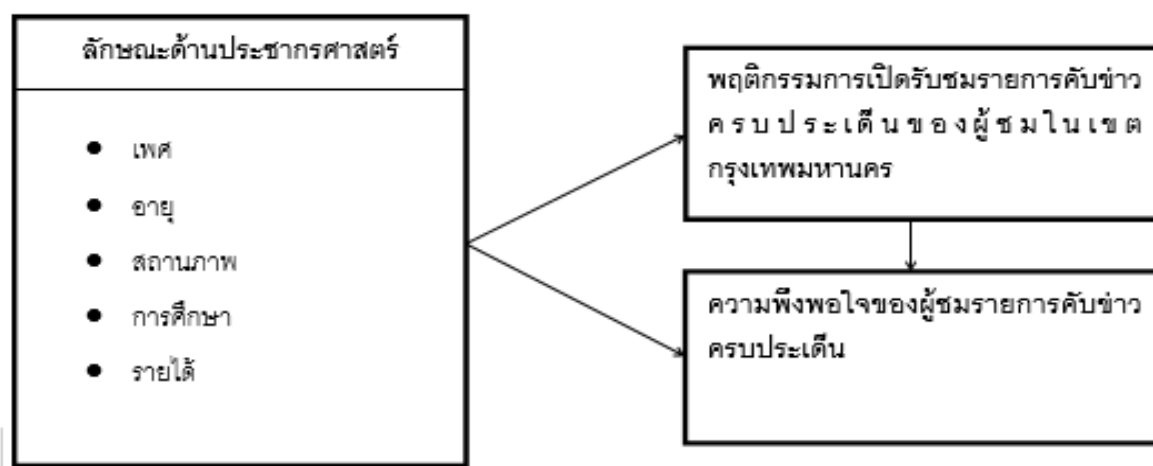
1) เพื่อทราบลักษณะประชากรของผู้ชมรายการคืบข่าวครอบคลุมประเด็นในเขต กรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปปรับปรุงรายการให้ตรงกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง

2) เพื่อนำข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคืบข่าวครอบคลุมประเด็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครในการปรับปรุงช่องทางการให้ข่าวสารที่เข้าถึงผู้ชมรายการอย่างมีประสิทธิภาพ

3) เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการคืบข่าว ครอบคลุมประเด็น เพื่อนำไปปรับปรุงรูปแบบรายการตามความพึงพอใจของผู้รับชมรายการ

### 4. กรอบแนวคิด

การวิจัยครั้งนี้ สามารถวางกรอบแนวคิดและทฤษฎีและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 5. สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชม และความพึงพอใจรายการค้ำข้าวครบประเด็นของสถานีโทรทัศน์ โมเดิร์นไนน์ทีวี ของผู้รับชมในเขตกรุงเทพมหานคร" สามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

### 1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มประชากร

กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 59 เพศชาย

จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3

อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20 – 29 ปี มากที่สุด จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมา มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ด้านสถานภาพ ส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด มากที่สุด จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 และอันดับสุดท้ายคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่า จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

ด้านการศึกษา ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 รองลงมาคือ อาชีวศึกษา / อนุปริญญา จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 และต่ำกว่าประถมศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ และ

ด้านรายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001–30,000 บาท จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,001 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 ตามลำดับ

### 2. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการค้ำข้าวครบประเด็นของกลุ่มประชากร

จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการมีความถี่ในการรับชมรายการค้ำข้าวครบประเด็น สัปดาห์ละ 3–4 วัน มากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1 รองลงมา รับชมสัปดาห์ละ 1–2 วัน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 และ รับชมทุกวัน จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ตามลำดับ

โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการมานาน 9–12 เดือน มากที่สุด จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 รองลงมาคือ รับชมมานาน 5–8 เดือน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และรับชมมาไม่เกิน 1 เดือน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

สำหรับระยะเวลาในการรับชมรายการค้ำข้าว ครบประเด็นในแต่ละครั้งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมมากกว่า 30 นาทีแต่ไม่จบรายการ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือ รับชม 15–30 นาที จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 และรับชมน้อยกว่า 15 นาที จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

ด้านช่องทางในการรับชมรายการคัซซาว ครบประเด็น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการทางโทรทัศน์ มากที่สุด จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมา รับชมรายการทางเว็บไซต์ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 และรับชมรายการทาง Youtube จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามลำดับ

ลักษณะการรับชมรายการคัซซาว ครบประเด็น ส่วนใหญ่รับชมรายการเปลี่ยนสลับไปสลับมากับรายการอื่นในช่อง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมา คือ รับชมรายการพร้อม ๆ กับทำกิจกรรมอื่น ๆ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 และรับชมรายการโดยที่ผู้อื่นเปิดรายการให้ชม จึงนั่งชมไปเรื่อย ๆ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 ตามลำดับ

สำหรับบุคคลที่ร่วมรับชมรายการคัซซาว ครบประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการคนเดียว จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมาคือ รับชมรายการร่วมกับครอบครัว / ญาติ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 และรับชมรายการร่วมกับคูครอง / สมรส จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ

สถานที่รับชมรายการคัซซาว ครบประเด็น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการที่บ้าน จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 รองลงมาคือ รับชมรายการที่ทำงาน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 และรับชมรายการที่อื่น ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

การมีส่วนร่วมในการรับชมรายการคัซซาว ครบประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีส่วนร่วมกับรายการ จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 และมีส่วนร่วมในรายการ จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 ตามลำดับ

### 3.ความพึงพอใจต่อการรับชมรายการคัซซาวครบประเด็นของกลุ่มประชากร

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 385 คน มีความพึงพอใจต่อการรับชมรายการคัซซาว ครบประเด็น ด้านรูปแบบรายการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในการนำเสนอข่าวอย่างเป็นกลางอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.92 รายการนำเสนอข่าวที่น่าสนใจและเป็นประเด็นมาเจาะลึกเพิ่มเติมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.87 และรายการมีความแปลกใหม่ น่าสนใจ ชวนติดตาม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72

ด้านเนื้อหารายการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจเนื้อหาที่มีความเข้มข้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.02 ให้แง่คิดผู้ชมเพื่อนำไปใช้ปรับใช้ในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 เนื้อหาจรรโลงสังคมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.98 เนื้อหารายการมีความแปลกใหม่ และมีความคิดสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.90 และเนื้อหารายการมีความกระชับ จับใจ ไม่ยืดเยื้อจนน่ารำคาญ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.88

ด้านการนำเสนอรายการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจในการถ่ายทำและการตัดต่อมีความสวยงาม น่าสนใจ และนำ

ต้นเต็น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.99 ชื่อรายการ "คับข้าวครบประเด็น" บ่งบอกถึงจุดเด่นในเรื่องของเอกลักษณ์รายการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.91 มีการแบ่งช่วงรายการอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.89 ภาพประกอบ/เพลง/ดนตรี/เสียงบรรยายประกอบรายการเหมาะสมและสอดคล้องกับการนำเสนอของรายการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.82 ระยะเวลาในการออกอากาศมีความเหมาะสม (รวมเวลาออกอากาศ 50 นาที) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 การนำเสนอผู้สนับสนุนรายการ (สปอนเซอร์) มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.80 และช่วงเวลาในการออกอากาศมีความเหมาะสม (ออกอากาศวันอาทิตย์ เวลา 22.10-23.00 น.) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.75

ด้านคุณสมบัติของผู้นำเสนอรายการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจที่ผู้ดำเนินรายการใช้คำพูดและภาษาอย่างเหมาะสม และ ผู้ดำเนินรายการมีความสามารถในการนำเสนอข่าวได้อย่างน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.06 ผู้ดำเนินรายการมีความเชี่ยวชาญในการเล่าข่าว และผู้ดำเนินรายการสามารถแก้ไขสถานการณ์ให้ดำเนินไปอย่างราบรื่น อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.02

## บรรณานุกรม

กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุขศึกษากรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข.

(2557).ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media exposure). [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ: 1 กุมภาพันธ์ จาก [http://www.hed.go.th /](http://www.hed.go.th/frontend/theme/content_data_list.php?ID_Menu=3825)

frontend/theme/content\_data\_list.php?ID\_Menu=3825

เกศินีจุฑาวจิตร. (2540). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น , กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

กัลยา วานิชปัญษา.(2552). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิติมา สุรสณี. (2533). ความรู้ทางการสื่อสาร, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ขวัญเรือน กิติวัฒน์. (2531). สื่อมวลชนกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม, วารสารนิเทศศาสตร์.จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชัยยงค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง, และไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค. (2546). รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ในเอกสารการสอนชุดความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุโทรทัศน์ (หน่วยที่ 11, น. 149-155),นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ดวงฤทัย พงศไพฑูรย์, 2544. การเปิดรับข่าวสารความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร, กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ประมะ สตะเวทิน. (2541). การสื่อมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี, กรุงเทพมหานคร: ห้าง  
หุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- พีระ จิระโสภณ. (2531). องค์ประกอบและกระบวนการสื่อสาร ใน หลักการและทฤษฎีการ  
สื่อสารมวลชน (หน่วยที่ 11, น. 433-440), นนทบุรี:  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2528). การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ: ทฤษฎีงานวิจัย  
และข้อเสนอแนะต่อการศึกษา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ, กรุงเทพมหานคร:  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.