

บทที่ 2

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



1. แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการศาสนาทางโทรทัศน์
2. แนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์
3. แนวคิดเรื่ององค์กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะแวดล้อมทางสังคม
4. แนวคิดการวิเคราะห์ประเภทรายการ (Genre Analysis)
5. แนวคิดหน้าที่และบทบาทของศาสนาที่มีต่อสังคม
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เมื่อกล่าวถึงรายการโทรทัศน์นั้น สิ่งที่มีความสำคัญมากอย่างหนึ่งของรายการ คือ กระบวนการผลิต ซึ่งเป็นสิ่งที่หลายคนไม่ได้ให้ความสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ชม ไม่ทราบและไม่สนใจในกระบวนการผลิตนั้นเลย สนใจแต่รูปแบบ และเนื้อหาของรายการเท่านั้น รายการจะสนุก น่าติดตาม หรือผู้ชมจะนิยมดูหรือไม่ แต่สิ่งสำคัญในกระบวนการทั้งหมดของรายการที่นำเสนอผ่านทางโทรทัศน์นั้นคือ ขั้นตอนการผลิตนั่นเอง

ในความเป็นจริงขั้นตอนการผลิต เป็นส่วนที่น่าศึกษา และให้ความสำคัญมาก เพื่อสร้างการพัฒนาให้กับรายการโทรทัศน์ต่อไป ไม่ว่าจะเป็นรายการประเภทใดก็ตาม

แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการศาสนาทางโทรทัศน์

แนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการศาสนาทางโทรทัศน์ไม่ได้มีการระบุอย่างชัดเจน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเรื่องการผลิตรายการโทรทัศน์ และงานวิจัยของ Abelman & Hoover (1990) อ้างใน ศาสตราจารย์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษามาเป็นแนวทางของแนวคิดนี้ จึงเกิดเป็นแนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตรายการศาสนาทางโทรทัศน์ขึ้น ซึ่งกระบวนการผลิตเป็นการรับผิดชอบของผู้ผลิตรายการหรือ Producer ที่จะต้องดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆจนมีรายการขึ้นมา มีทั้งหมด 3 ขั้นตอนหลัก คือ

1. ขั้นวางแผนและเตรียมการผลิต (Pre-Production Planning)

หมายถึง ขั้นตอนการเตรียมการทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็น

1. แนวคิดของรายการศาสนา- มุ่งเน้นเรื่องของศีลธรรม จริยธรรม ต้องการให้หลักและแนวคิดที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของผู้ชม ฯลฯ

2. การเลือกผู้ดำเนินรายการ- มีหลักเกณฑ์หลากหลายในการคัดเลือก อย่างเช่นการคัดเลือกพระภิกษุมาออกสื่อ่นั้นมีเส้นทางที่หลากหลายอย่างมาก โดยที่พระภิกษุบางองค์มักจะเป็น วีรบุรุษมาก่อน ด้วยวีรกรรมแบบต่างๆกัน เช่น มีคาถาอาคม ปลุกเสกเครื่องรางของขลัง เทคนิสังฆอนเก่ง ฯลฯ ต่อจากนั้นสื่อจึงช่วยแปรสภาพ วีรบุรุษเหล่านี้ให้กลายเป็น คนเด่นคนดัง ดังนั้น จึงอาจจะมีพระบางองค์ที่ไม่ได้มีความสามารถด้านการสื่อสารหากทว่ามี วีรกรรม อย่างอื่น ๆ และมีบุคลิกภาพ ที่เหมาะสมกับสื่อก็สามารถจะกลายเป็น คาราประจำของสื่อได้
3. การกำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย เป้าหมายและแนวทาง วิธีการดำเนินงาน การหาข้อมูลอ้างอิง เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ ตลอดจนกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากร กำหนดปัจจัยการผลิตที่จำเป็นต้องใช้ในการผลิต

บุคลากรในการผลิตรายการศาสนาเหล่านี้ จำเป็นต้องมีการปรับตัวและปรับปรุงกระบวนการสื่อสารของตนเอง เช่นกัน เช่น ต้องมีวิธีการวิเคราะห์ผู้รับสาร ต้องแสวงหาความรู้ข่าวสารที่จะนำมาใช้เป็นเนื้อหา รวมทั้งเมื่อไปออกโทรทัศน์ เนื่องจากสื่อมวลชนมีศักยภาพในการให้สถานภาพแก่บุคคล(Status Conferral) ดังนั้น พระภิกษุที่ออกโทรทัศน์ก็จะกลายเป็น ผู้เชี่ยวชาญ ไปโดยปริยาย และต้องพร้อมที่จะให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ การได้มาซึ่งความสามารถดังกล่าวต้องอาศัยการปรับตัวและใช้ทรัพยากรอย่างมาก
4. กำหนดงบประมาณ- การเข้ามาใช้ช่องทางของสื่อโทรทัศน์นั้น จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายสูง และหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ผู้รับผิดชอบรายการต้องใช้ค่านิยมแบบทางโลกธุรกิจ เช่น ต้องมีประสิทธิภาพ ต้องได้กำไรมาลงทุนซ้ำ ต้องขยายตัว ซึ่งการกระทำเหล่านี้ขัดแย้งกับ ค่านิยมทางศาสนา เช่น เน้นการให้เป็นทาน ความเมตตา เสียสละ ฯลฯ การใช้กลยุทธ์ในการหาผู้อุปถัมภ์รายการจึงเป็นปัญหาของรายการศาสนาเช่นกัน

2. ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production)

หมายถึง ขั้นตอนการถ่ายทำ ประกอบไปด้วยการเดินทางและการเคลื่อนย้ายทีมงานถ่ายทำ การติดตั้งอุปกรณ์การถ่ายทำ การฝึกซ้อม การเลือกมุมภาพ การบันทึกภาพและเสียง โดยในขั้นตอนนี้ต้องอาศัยความพร้อมและความสามารถของทีมงานมากที่สุด

ขั้นตอนการถ่ายทำของรายการศาสนานั้น มีความขัดแย้งกันอยู่ระหว่างวัฒนธรรมศาสนา และวัฒนธรรมสื่อ เนื่องจากทั้งศาสนาและสื่อมวลชนต่างก็มีเนื้อหาและรูปแบบของตัวเอง เช่น ในพุทธศาสนา เมื่อพระจะเทศน์นั้นจะต้องมีการอาราธนาเสียก่อน หรือพระจะต้องนั่งสูงกว่าฆราวาส ส่วนในสื่อมวลชน ในการนำเสนอรายการจะต้องมีสคริปต์ ดังนั้นการผลิตรายการศาสนาจะต้องมี

การคัดแปลงอย่างไรบ้าง รายการศาสนาดังกล่าวนี้จึงถือเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของวัฒนธรรมในปัจจุบัน

3. ขั้นตอนหลังการผลิตรายการ (post production)

1. งานด้านเทคนิค

ขั้นตอนการนำภาพและเสียง ที่ได้บันทึกไว้ในขั้นตอนการผลิตนั้น มาเรียบเรียงขึ้นใหม่ให้เป็นเรื่องราวที่สมบูรณ์ตามบทที่กำหนด ซึ่งบางกรณีอาจตัดทอนบทบางส่วนออกบ้าง เพื่อความกระชับ หรือเพื่อให้มีความยาวตามที่ได้กำหนดไว้ รวมถึงการเพิ่มภาพ เสียง และเทคนิคพิเศษต่างๆ เมื่อผลิตรายการเสร็จแล้วจะเป็นการตรวจสอบรายการ ซึ่งจะแบ่งออกเป็นตรวจสอบด้านเทคนิค และการตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหา

โทรทัศน์เป็นเทคโนโลยีขั้นสูงทางการสื่อสาร เช่น การจัดฉาก การจัดแสงและสี การใช้เสียงประกอบ การตัดต่อภาพ ฯลฯ เมื่อบวกกับ ประสิทธิภาพผู้มีความสามารถทางการสื่อสาร ทำให้อาณาภพในการโน้มน้าวชักชวนมีพลังเพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณ

2. งานด้านการประเมินรายการ

เป็นการตัดสินเชิงคุณค่าให้กับรายการวิทยุโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นมา โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ทั้งตัวรายการ คณะผู้ผลิตรายการ ผู้ชมรายการ สื่อมวลชน และสังคม แล้วนำผลที่ได้มาเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ เพื่อแสดงว่ารายการที่ผลิตขึ้นมานั้น มีคุณค่าอยู่ในระดับใด

การที่ศาสนาหันไปใช้ช่องทางการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนมากขึ้น เนื่องจากการเทศน์ทางโทรทัศน์นั้น พระที่ได้รับความนิยมให้ออกรายการเหล่านี้มักจะเทศน์ด้วยเนื้อหาที่น่าสนใจมากกว่า มีรูปแบบที่น่าติดตามมากกว่าการเทศน์ที่วัด ในระยะยาว ศาสนิกชนอาจจะนิยมฟังพระเทศน์ผ่านสื่อมวลชนและใช้ทดแทนการไปวัด เนื่องจากเข้าถึงได้ง่าย ลูกนั่งฟังสะดวกกว่า ฟังไปทำงานไปได้ เป็นต้น

แนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการโทรทัศน์

ในการผลิตรายการโทรทัศน์นั้น กระบวนการมากมายและมีปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อกระบวนการผลิตรายการ

Gerhard Maletzke (Windahl, Signitzer and Olson ,1992) นักวิจัยชาวเยอรมัน กล่าวถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ เพื่ออธิบายและทำความเข้าใจบทบาทและหน้าที่ของนักสื่อสารมวลชน ซึ่งให้เห็นถึงการวางบทบาทของนักสื่อสารมวลชนในระดับต่างๆ ที่มีผลสะท้อนต่องานที่ผลิตขึ้น ซึ่งแนวคิดนี้จะเน้นที่ปัจจัยที่มาจากองค์กรผู้ผลิตรายการ ซึ่งส่งผลไปยังกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ มีแนวคิด ดังนี้



M= เนื้อหาของสื่อมวลชน

C= นักสื่อมวลชน

รูปที่ 1 แสดงปัจจัยที่มีต่อกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ตามแนวคิดของ Maletzke

สำหรับรายการศาสนาทางโทรทัศน์ถือว่าเป็นองค์กรสื่อมวลชนองค์กรหนึ่ง ดังนั้นแนวคิดของ Maletzke จึงน่าจะนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาครั้งนี้ได้ และจากรูปภาพดังกล่าวข้างต้นสามารถอธิบายถึงรายละเอียดได้ดังนี้

1. อุดมการณ์และความมุ่งหมายขององค์กรผู้ผลิต (The Communication Organization's self-image)

ตามปกติแล้วการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนส่วนใหญ่จะมุ่งไปในทิศทางที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย ซึ่งก็แล้วแต่ว่าใครจะมีจุดมุ่งหมายอย่างไร แตกต่างกันไป และในขณะเดียวกันภายในหน่วยย่อยขององค์กรนั้นๆก็จะมีหน้าที่ที่ต่างกันไปด้วย ดังนั้น องค์กรสื่อสารมวลชนที่มองตนเองเป็นเพียงตัวกลางผ่านข้อมูลข่าวสาร จะวางบทบาทขององค์กรไว้ที่การทำหน้าที่กระจายข่าวสารสู่ผู้รับสาร ในทางตรงกันข้ามหากนักสื่อมวลชนให้ความสำคัญกับบทบาทของตนเองมากเกินไป ก็อาจจะนำตนเองเข้าไปมีส่วนในข้อมูลข่าวสารนั้นๆ ซึ่งจะทำให้หันเหไปจากมาตรฐานที่วางไว้

McQuail (Windahl et al, 1992) ได้แบ่งมาตรฐานทางวิชาชีพของนักสื่อสารมวลชนออกเป็น 4 ประเภท คือ

- 1) The pragmatics หมายถึง องค์กรสื่อมวลชนที่มุ่งให้ความสำคัญต่อระบบความนิยม(rating) ของผู้รับสารที่มีผลต่องานหรือรายการขององค์กรเป็นหลักใหญ่
- 2) The craft-oriented หมายถึง องค์กรสื่อมวลชนที่วางระดับความสำเร็จทางวิชาชีพไว้ที่การยอมรับในผลงานจากองค์กรสื่อมวลชนที่เป็นเพื่อนร่วมสายอาชีพ

- 3) The organization-oriented หมายถึงองค์กรสื่อมวลชนที่ปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมายขององค์กรใหญ่ที่กำหนดไว้ให้
- 4) The society/environment-oriented หมายถึงองค์กรสื่อมวลชนที่มุ่งสร้างผลงานให้สอดคล้องกับกลุ่มหรือสิ่งต่างๆที่แวดล้อมองค์กร

2. ลักษณะบุคลิกภาพขององค์กรผู้ผลิต (The Communication Organization's Personality)

องค์กรสื่อมวลชนแต่ละประเภทจะแสดงตนเองต่อสาธารณชน ในลักษณะที่แตกต่างกัน และภายในหน่วยย่อยเอง ก็มีลักษณะการวางบุคลิกของหน่วยงานต่างกัน ไปซึ่งจะสะท้อนอยู่ในเนื้อหาของรายการที่ผลิตออกมา รวมถึงการยืนยันจากหน่วยงานเองว่าเป็นเช่นไร เช่น ผลิตรายการเพื่อนำความรู้ข้อมูลมาบอกกล่าว หรือเสนอรายการในเชิงครอบงำความคิด การวางตนเองขององค์กรสื่อมวลชนมีความสำคัญมากและมักจะเป็นที่จับตามองของสถาบันต่างๆ ในสังคมเพราะหากขอบเขตของสื่อมวลชนเกินขอบเขตที่จะยอมรับได้ องค์กรสื่อมวลชนจะต้องแก้ไขปรับปรุงหรืออาจถูกลงโทษที่รุนแรง ซึ่งการลงโทษอาจมาจากสถาบันที่มีอำนาจเหนือกว่า หรืออำนาจของผู้รับสาร แต่หากองค์กรสื่อมวลชนวางบุคลิกในทางที่สังคมยอมรับก็จะได้รับการตอบสนองในรูปแบบของความสนใจในการติดตามชมรายการ หรือในรูปแบบของรางวัล

3. ลักษณะการปฏิบัติงานของคณะผู้ผลิตรายการ (The Communication Organization's working team)

บรรยากาศการทำงานในองค์กรสื่อมวลชนจะเกิดขึ้นจาก การวางกฎระเบียบขององค์กร ซึ่งอาจจะอยู่ในลักษณะที่เข้มงวดหรือยืดหยุ่น ให้ความสำคัญต่อฐานะของผู้ร่วมงานในระดับเท่าๆกัน หรือแบ่งแยกฐานะอย่างชัดเจน ระดับความมากน้อยของกฎระเบียบหรือกติกาขององค์กรจะก่อให้เกิดความแตกต่างในบรรยากาศของการปฏิบัติงานสื่อมวลชน อย่างไรก็ตามนักสื่อมวลชนจำนวนไม่น้อย ที่ปฏิบัติหน้าที่ของตนไปตามความคาดหวังขององค์กร ให้ความสำคัญต่อความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงานมากกว่าของตนเองหรือผู้รับสาร จนไม่ได้ให้ความสำคัญกับผู้รับสารทำใ้ในงานที่ผลิตนั้นมีทิศทางการตอบสนองความต้องการขององค์กรมากกว่า นอกจากนี้การปฏิบัติงานขององค์กรสื่อมวลชนนั้นยังเกี่ยวข้องกับความพร้อมของคณะผู้ผลิตรายการ และความสามารถที่จะทำงานประสานกันระหว่างผู้ร่วมงาน

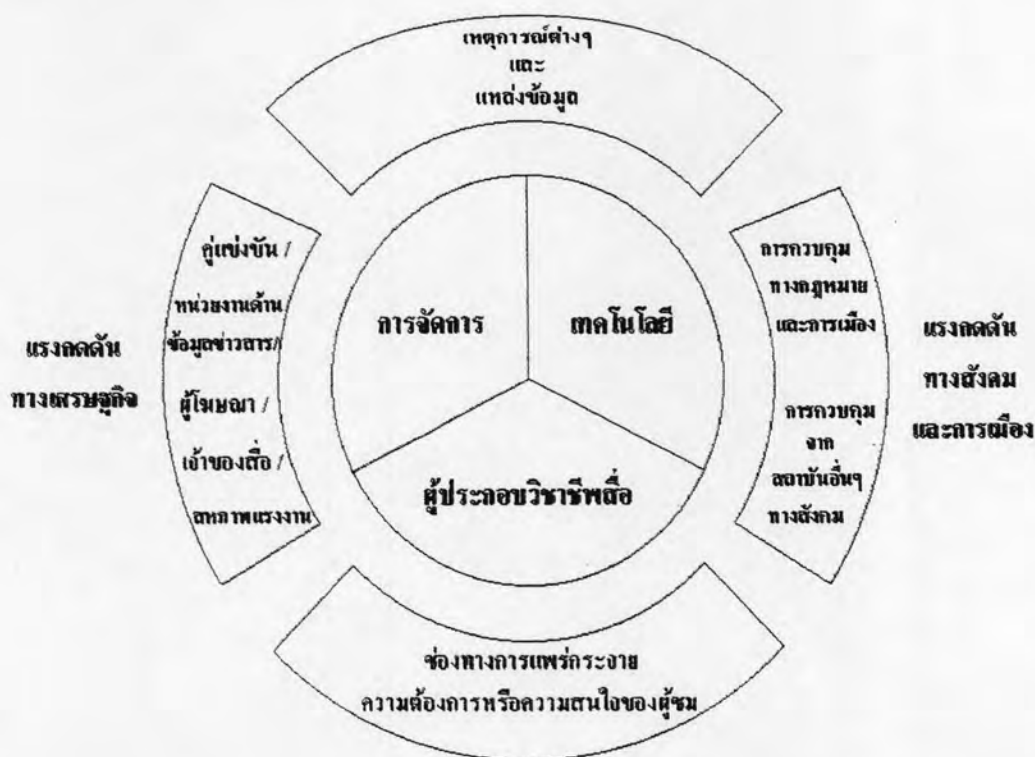
4. สภาพแวดล้อมภายในองค์กรผู้ผลิต (The Communication Organization's environment)

สภาพแวดล้อมภายในองค์กร ไม่ได้มีการกำหนดรูปแบบที่ชัดเจน เพียงแต่ควรมีสภาพแวดล้อมที่สอดคล้องกับขนาดขององค์กร สื่อมวลชน อุดมคติภาวะ ความยึดมั่นในอุดมการณ์ ตลอดจนภาวะการเป็นกลุ่มผู้ดำเนินธุรกิจกับผู้ให้บริการต่อสังคม องค์กรผู้ผลิตบางแห่งอาจะทำงานนอกสถานที่มากกว่าอยู่ภายในองค์กร แต่ความมีกฎระเบียบอาจจะไม่ต่างกันเท่าไรนัก สิ่งต่างๆเหล่านี้จะแสดงออกมาให้เห็นได้ โดยการมองที่บรรยากาศในองค์กร

5. เงื่อนไขและขีดจำกัดในการดำเนินการผลิต (Condition from medium)

Maletzke กล่าวว่า ตามปกติแล้วการทำงานของนักสื่อสารมวลชนจะถูกจำกัดด้วยธรรมชาติของสื่อที่ตนเองเกี่ยวข้อง นั่นคือ ความพร้อมในอุปกรณ์ที่จะใช้ปฏิบัติการ สื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์มักจะประสบปัญหาเรื่องอุปกรณ์ ทั้งที่มีราคาสูง ทำให้เกิดข้อจำกัดในด้านจำนวน ซึ่งต้องผลัดเปลี่ยนกันใช้ระหว่างหน่วยงานอื่นๆ อันจะส่งผลให้เกิดข้อจำกัดต่างๆที่จะตามมา ไม่ว่าจะเป็นเวลา สถานที่ถ่ายทำ เทคนิคและรูปแบบของรายการที่จะสร้างสรรค์ตามจินตนาการไม่ได้ ความกดดันอันเกิดจากความจำกัดของสื่อ เป็นสิ่งที่องค์กรสื่อมวลชนที่มีขนาดเล็กต้องเผชิญ แต่ก็มีไม่น้อยที่องค์กรขนาดใหญ่ต้องประสบปัญหาเช่นเดียวกัน

แนวคิดเรื่ององค์กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะแวดล้อมทางสังคม



รูปที่ 2 แสดง องค์กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะแวดล้อมทางสังคม

McQuail (1994) กล่าวไว้ว่า องค์กรสื่อสารมวลชนตกอยู่ท่ามกลางแรงผลักดันทั้งจากภายใน และภายนอก ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร ดังนั้นเมื่อพิจารณาจาก แบบจำลอง องค์กรสื่อสารมวลชนท่ามกลางภาวะแวดล้อมทางสังคมแล้ว จึงพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ผลิต รายการ โทรทัศน์

1. ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยที่เกิดขึ้นหรือมีขึ้นภายในตัวองค์กรผู้ผลิตรายการ ซึ่งอาจควบคุมให้เป็นไปในแนวทางใดก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ นโยบายขององค์กรเป็นสำคัญ
 - 1) การจัดการขององค์กร
 - 2) เทคโนโลยี
 - 3) นักสื่อสารมวลชน ซึ่งมีความหมายเกี่ยวข้องกับความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ ภูมิหลัง อุดมการณ์และทัศนคติของผู้สื่อสาร
2. ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่มีมาจากแหล่งอื่นๆ อันมีความเกี่ยวพันและมีอิทธิพล โดยตรงหรือโดยอ้อมกับกระบวนการผลิตรายการ โทรทัศน์ขององค์กร ดังนั้นปัจจัยประเภทนี้

จึงเป็นสิ่งที่อาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามสภาวะการณ์หรือนโยบายในช่วงเวลานั้นๆ อาทิ แรงกดดันทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ยากในการควบคุม

- 1) เหตุการณ์ต่างๆ และแหล่งข้อมูล
- 2) ช่องทางในการออกอากาศ หรือสถานี และความต้องการหรือความสนใจของผู้ชม
- 3) แรงกดดันทางเศรษฐกิจ เช่น คู่แข่ง หน่วยงานด้านข้อมูลข่าวสาร ผู้โฆษณา เจ้าของสื่อ และสภาพแรงงาน
- 4) แรงกดดันทางสังคมและการเมือง เช่น การควบคุมทางกฎหมายและการเมือง รวมถึงการควบคุมจากสถาบันอื่นๆทางสังคมด้วย

ในการแบ่งปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตสามารถแยกเป็นปัจจัยภายในและภายนอกแล้วยังสามารถศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตในภาพรวมได้ดังนี้

- 1) เทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเผยแพร่งานสื่อมวลชนและลดค่าใช้จ่ายการผลิตรายการในระยะยาวได้
- 2) ผู้ชมหรือผู้รับสาร ซึ่งมีผลต่อการผลิตรายการในแง่ของผลกำไรและความนิยมต่องานที่น่าเสนอ
- 3) บุคลากร คือ ทีมงานที่มีผลต่อกระบวนการผลิตรายการในขั้นตอนต่างๆ
- 4) งบประมาณการลงทุน คือ งบประมาณการผลิตรายการ เช่นค่าลิขสิทธิ์เรื่อง,ค่าเขียนบท,ค่าเช่าอุปกรณ์, ค่าตัวนักแสดง เป็นต้น
- 5) ผู้อุปถัมภ์รายการ คือผู้ที่มีบทบาทหรือมีส่วนเกี่ยวข้องในการสนับสนุนทุนในการผลิตรายการ
- 6) คู่แข่งขัน คือกลุ่มผู้ผลิตรายอื่นๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อทางเลือกบริโภคของผู้ชม
- 7) นโยบาย หมายถึงหลักการดำเนินงานและนโยบายของสถานี หรือองค์กรสื่อมวลชน รวมถึงทางหน่วยงานของรัฐที่เป็นระเบียบข้อบังคับ
- 8) เวลา คือ เวลาในการผลิต และเวลาในการออกอากาศ

วีระ สุภะ (2536) ศึกษาเรื่อง การศึกษากระบวนการในการผลิตละครชุดทางโทรทัศน์ไทย ใน พ.ศ. 2536 ได้กล่าวถึงผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกัน ประกอบด้วย 10 ปัจจัย คือ

1. บุคลากร
2. นโยบาย
3. งบ/เงินทุน
4. ผู้ชม
5. ผู้อุปถัมภ์รายการ
6. เทคโนโลยี
7. สภาพสังคมปัจจุบัน
8. สถานที่
9. เวลา
- และ 10. สภาพการแข่งขัน

ในการแบ่งแยกปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์นั้น ถึงแม้ว่าจะสามารถแยกออกมาในหลายรูปแบบ แต่จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่สรุปออกมานั้นจะมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน

แนวคิดการวิเคราะห์ประเภทรายการ(Genre Analysis)

McQuail (1994) ได้กล่าวถึงการแบ่งGenre ในผลงานของสื่อมวลชนว่ามีความสำคัญต่อสื่อมวลชนทุกแขนง เพราะทำให้สื่อมวลชนผลิตผลงานที่มีคุณภาพและสม่ำเสมอ นอกจากนี้การแบ่งGenre ผลงานทางด้านสื่อมวลชนยังเชื่อมโยงตัวผลงานกับความคาดหวังของผู้บริโภคได้ด้วย กล่าวคือ การผลิตผลงานตามแนวทางของGenre ที่มีมาก่อนจะทำให้ผู้รับสารแต่ละคนสามารถเลือกผลผลิตจากสื่อมวลชนได้

Neale (1980) ได้ให้คำนิยามคำว่า Genres ว่าเป็น System of Orientation, Expectation, Conventions ระหว่างผู้ผลิต, ตัวบท (Text), และตัวเนื้อเรื่อง (Subject) และมีแนวคิดคล้ายคลึงกับของMcQuail ที่ว่ารายการแต่ละประเภทนั้น จะมีสิ่งที่ผู้ผลิตจำเป็นต้องรู้เพื่อที่จะผลิตรายการให้มีในสิ่งนั้น และผู้ชมเองก็จะรับรู้ร่วมกันในจุดนี้ด้วย

แนวคิดเรื่องรูปแบบ(Genres) นั้นครอบคลุมมิติอันหลากหลายมาก นับตั้งแต่ความยาว วิธีการเล่าเรื่อง ตัวแสดง คนตรีประกอบ ช่วงเวลานำเสนอ ฉาก บทสนทนา ลีลา (style) ฯลฯ

ความสำคัญของรูปแบบ(Genres) นั้น จะเป็นตัวกำหนด การรับรู้ การตีความหมาย กำหนดความน่าสนใจ ความดึงดูดใจของเนื้อหา และความคาดหวังของผู้รับสาร ตัวอย่างในชีวิตประจำวัน เช่น หากเรานำเอาแฮมเปอญมาใส่ในแก้วสังกะสี ย่อมไม่ดึงดูดใจให้คนสนใจเท่ากับการเอาไปใส่ในแก้วทรงสูงสำหรับใส่แฮมเปอญโดยเฉพาะ การตกแต่งอาหาร การจัดหน้าร้าน การบรรจุหีบห่อ ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เป็นข้อยืนยันถึงความสำคัญของรูปแบบ ที่จะเป็นประจุด้านแรกในการเรียกให้ผู้รับสารให้หันเข้ามาสนใจในสารที่ผู้ส่งส่งไปให้

McQuail ยังได้กำหนดเกณฑ์ที่จะตัดสินรูปแบบของเนื้อหาที่จะสามารถจัดเป็นแนวโน้มนำไว้ว่า จะต้องพิจารณาจากคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

- 1) มีลักษณะเฉพาะตัวซึ่งเป็นที่จดจำกันได้ระหว่างผู้ผลิตกับผู้รับสาร
- 2) ลักษณะเฉพาะตัวนั้นถูกกำหนดขึ้นจากจุดประสงค์ของตัวสาร รูปแบบ และเนื้อหา เช่น ให้ความบันเทิง หรือเพื่อบอกข่าวสาร ให้ความรู้
- 3) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมานาน มีธรรมเนียมแบบแผน (Conventions) ที่แพร่หลาย เป็นที่คุ้นเคย และมีแนวโน้มนำที่จะรักษารูปแบบทางวัฒนธรรมที่มีมาแต่เดิมเอาไว้ แม้ว่าอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาเกิดขึ้นภายในกรอบเดิมบ้างก็ตาม
- 4) เป็นสิ่งที่ดำเนินไปตาม โครงสร้างที่สามารถคาดเดาได้ของการเล่าเรื่องและการลำดับเหตุการณ์ แม้มีความแตกต่างหลากหลายไปบ้าง แต่ก็อยู่ภายในแก่นเรื่องที่เป็นพื้นฐาน

Jane Feuer(1992) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์ประเภทของรายการโทรทัศน์นั้นสามารถทำได้หลายแนวทางด้วยด้วยกัน สำหรับในส่วนที่เป็นการวิเคราะห์เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงรายการ ซึ่งผู้ผลิตรายการจำเป็นที่จะต้องทราบ และทำการศึกษา คือ การวิเคราะห์สิ่งที่เป็นธรรมเนียมปฏิบัติ(Convention) และสิ่งที่ประดิษฐ์ขึ้น(Invention) อย่างเช่น รายการศาสนาจะมีสิ่งที่เป็นธรรมเนียมปฏิบัติ (Identity) หรือคุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของรายการประเภทนี้ ที่จำเป็นต้องรักษาไว้ เป็นสิ่งที่ผู้ชมหรือผู้รับสารคาดหวังจากรายการ แต่ในขณะที่เดียวกัน ด้วยยุคสมัยกาลเวลาและบริบทแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงพัฒนา สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ในบางส่วนให้เกิดขึ้นในรายการศาสนา เพื่อจะดึงดูดความสนใจของผู้ชมรายการและให้สอดคล้องกับสื่อโทรทัศน์ ซึ่งจำเป็นที่จะต้องผสมผสานให้เกิดความลงตัว (อ้างใน อารียา ทวีศักดิ์สกุล, 2544)

การแบ่งรูปแบบรายการโทรทัศน์

รูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีการใช้กันมาก แต่ที่สามารถนำมาใช้ในรายการศาสนาสามารถแบ่งได้ 5 รูปแบบด้วยกัน ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และอาชัญญา สิริยานนท์, 2534 (อ้างใน อารียา ทวีศักดิ์สกุล, 2544) คือ

1) รูปแบบพุดคุยคนเดียว (Monologue)

รูปแบบพุดคุยคนเดียวนี้ เป็นรูปแบบที่มีผู้ดำเนินรายการ หรือพิธีกรทำหน้าที่พุดคุยกับผู้ชมเพียงหนึ่งคน ส่วนมากจะมีภาพประกอบในรายการเพื่อมิให้เห็นหน้าผู้พุดตลอดเวลา รูปแบบพุดคุยนี้จะต้องอาศัยความรู้ ความสามารถในด้านศิลปะการพุดและนำเสนอเนื้อหาสาระ รวมไปถึงบุคลิกภาพของผู้ดำเนินรายการหรือพิธีกรเป็นหลัก การจะทำให้รายการน่าสนใจควรจะใช้เวลาในการเกริ่นเรื่องให้น้อยที่สุด และเข้าสู่เรื่องที่ต้องการนำเสนอโดยเร็วและตรงประเด็น เพื่อดึงดูดผู้ชมไว้กับรายการที่มีเวลาออกอากาศสั้นๆ ลักษณะเด่นของรูปแบบรายการชนิดนี้ เพื่อให้ข้อมูลเรื่องใดเรื่องหนึ่งในลักษณะที่กระชับและน่าเชื่อถือ

ทั้งนี้ด้วยรูปแบบพุดคุยนี้ จะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับการบรรยายธรรมในรายการศาสนา ที่มีพระสงฆ์บรรยายธรรมผู้เดียวตลอดรายการ และในบางครั้งจะมีการแทรกภาพ(Insert) เหตุการณ์ต่างๆเข้ามาประกอบการพุด

2) รูปแบบสนทนา (Dialogue)

รูปแบบสนทนาเป็นรายการโทรทัศน์ที่มีคนมาพุดคุยกัน 2-3 คน แต่ละคนจะทำหน้าที่เท่าๆกันคือ เป็นทั้งผู้ถามและผู้ตอบ มีการแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้และความคิดกัน รูปแบบสนทนามีความแตกต่างจากรูปแบบอภิปรายตรงที่หัวข้อ หรือประเด็นที่เลือกมาสนทนาจะต้องไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างการสนทนา ซึ่งในการสนทนาในรายการศาสนานั้นแม้

บางครั้งจะมีจำนวนผู้ร่วมสนทนามากกว่า 3 คน แต่ประเด็นหรือเรื่องราวที่พูดคุย หรือถามตอบกันนั้น จะไม่มีการขัดแย้งกัน จะเป็นเพียงคลายข้อสงสัยของผู้ร่วมสนทนา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลความรู้ หาข้อตกลงร่วมกันและกระตุ้นความสนใจของผู้ชม

3) รูปแบบสารคดี (Documentary)

รูปแบบสารคดี ใช้ในรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระด้วยภาพและเสียงบรรยายตลอดรายการ โดยไม่มีพิธีกร ผู้ดำเนินรายการหรือผู้คนมาพูดคุยกัน สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

3.1 รูปแบบสารคดีเต็มรูปแบบ จะดำเนินเรื่องด้วยภาพตลอด อาจมีการถามความเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องบ้างเล็กน้อยครั้งละไม่เกิน 1 นาที อาจจะถามความเห็นจากคนเดียวกันได้หลายครั้งหรืออาจจะถามหลายคนก็ได้ แต่รายการส่วนใหญ่จะเสนอภาพที่เป็นกระบวนการหรือเรื่องราวตามธรรมชาติโดยไม่มีผู้ดำเนินรายการ

3.2. รูปแบบกึ่งสารคดีกึ่งบุคคลคนเดียว (Semi-Documentary) เป็นรายการที่มีผู้ดำเนินรายการทำหน้าที่เดินเรื่องพูดคุยกับผู้ชมและให้เสียงบรรยายตลอดรายการ โดยที่มีผู้ดำเนินรายการปรากฏตัวตอนต้น ตอนกลาง(เท่าที่จำเป็น) และตอนสรุปรายการ นอกจากนั้นเป็นภาพแสดงเรื่องราวหรือกระบวนการตามธรรมชาติ อาจจะมีตัวแทนไปสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องเข้ามาแทรกเพื่อเสริมความคิดเห็นด้วยก็ได้ ส่วนผู้ดำเนินรายการอาจจะพูดในสตูดิโอหรือพูดนอกสถานที่เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศในรายการได้เช่นกัน

4) รูปแบบละคร (Drama)

รูปแบบละครเป็นรายการที่นำเสนอเรื่องราวต่างๆด้วยการจำลองสถานการณ์เป็นละคร มีการกำหนดตัวผู้แสดง จัดสร้างฉาก แต่งตัวและแต่งหน้าให้สมจริงสมจัง และใช้เทคนิคการละครเพื่อเสนอเรื่องราวให้เหมือนจริงมากที่สุด ซึ่งใช้ได้ทั้งรายการบันเทิงและรายการเพื่อการศึกษา ละครโทรทัศน์จะอยู่ในรูปของชุดต่อเนื่องที่เรียกว่า Series หรือชุดที่ไม่ต่อเนื่องภายใต้เรื่องเดียวกัน ซึ่งแต่ละตอนมีเรื่องราวไม่เหมือนกันก็ได้

ในด้านการศึกษาละครโทรทัศน์ถูกนำมาจำลองสถานการณ์ชีวิตของคนในสังคมเพื่อเสนอความรู้ในเชิงจิตวิทยา สังคมวิทยา อาชญากรรม ประวัติศาสตร์ การเมืองการปกครองฯลฯ โดยให้ตัวละครนำเรื่องพูดคุยและให้ข้อคิด ผู้ชมก็จะเรียนรู้จากคำพูดหรือเรื่องราวที่ตัวละครเสนอ ขณะเดียวกันก็ให้ความบันเทิงไปด้วย ผู้ชมส่วนมากไม่รู้ตัวว่าได้รับความรู้จากรายการเหล่านี้ เพราะคิดว่าเป็นรายการบันเทิงเพียงอย่างเดียว

5) รูปแบบวาไรตี้ (Variety)

ชื่อภาษาไทยว่า วิพิธทัศนา เป็นรายการที่มุ่งให้ความบันเทิงเป็นหลักโดยไม่เน้นความรู้ทางวิชาการและยังอาศัยความหลากหลายของเนื้อหาที่ไม่สัมพันธ์กัน รายการวาไรตี้จะแบ่งช่วงรายการของการนำเสนอที่ชัดเจนแน่นอน และเนื้อหาในแต่ละช่วงจะไม่มีมีความเกี่ยวเนื่องกัน เช่น รายการเกมโชว์ซึ่งประกอบด้วย ช่วงของรายการต่างๆ นำเสนอหลายประเด็น หลายรส และหลากหลายรูปแบบในรายการเดียวกัน เช่น การตอบปัญหาการร่วมสนุกชิงโชค การแสดงตลก การแสดงดนตรีและการขับร้องเพลง เป็นต้น

6) รูปแบบนิตยสารทางอากาศ (Magazine)

รูปแบบนิตยสารทางอากาศ หมายถึง รายการโทรทัศน์ที่รวมการจัดรายการต่างๆ รูปแบบเข้าด้วยกันโดยยึดหลักการที่ว่ารายการมีทั้งความหลากหลาย (Variety) และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Unity) ความหลากหลาย หมายถึง การนำเสนอเนื้อหาด้วยวิธีการหรือรูปแบบหลายอย่าง กล่าวอีกในหนึ่งว่า รายการจะต้องมีแกน (Theme) ของเรื่องที่ชัดเจนในแต่ละหัวข้อ (Item) จะต้องมีความคิดที่เป็นแกนของรายการอย่างเดียวกัน แต่ไม่ได้มีความหมายว่าทุกหัวข้อจะต้องเป็นเรื่อง (Subject) เดียวกัน โดยรายการประเภทนี้จะมีความยาวค่อนข้างมากกว่ารายการประเภทอื่นๆ และควรมีความยาวตั้งแต่ 30-60 นาที หรืออาจถึง 120 นาทีก็ได้

การแบ่งรูปแบบรายการทั้ง 6 แบบนี้มีความคล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกับรูปแบบการนำเสนอในช่วงต่างๆ ของรายการศาสนา ซึ่งจะสามารถใช้เป็นกรอบหรือแนวทางในการศึกษาในส่วนของ การนำเสนอรายการศาสนา

การนำเสนอรายการโทรทัศน์

ในการนำเสนอรายการโทรทัศน์ ผู้จัดรายการควรคำนึงในแง่ของคุณลักษณะของรายการโทรทัศน์ ซึ่งประกอบด้วย (จุมพล รอดคำดี, 2525)

1. การเสนอภาพที่ผู้ชมไม่เคยเห็นมาก่อน (Visual Primacy) หรือการได้เห็นเป็นครั้งแรกของผู้ชม เป็นสิ่งที่สำคัญมากในแง่ของการสื่อสาร เพราะตาของมนุษย์นั้นเชื่อมต่อกับสมอง ซึ่งจะแปลความหมายของภาพต่างๆ โดยสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบๆ ตัวเขา การเห็น (Seeing) จะเชื่อมต่อกับสมองโดยตรง ภาพที่ปรากฏในสมองจะกลายเป็นภาพที่ไม่ต้องการแปลความหมายใดๆ ทั้งสิ้น ซึ่งก็หมายความว่าสมองรับภาพนั้นเอาไว้ได้ทันที ในกรณีที่เห็นสิ่งแปลกและใหม่ ผู้ชมจะจำภาพนั้นติดตามมากกว่าและรวดเร็วกว่าภาพปกติที่เคยเห็นเป็นประจำ หรือเคยมี

ประสบการณ์มาก่อน และจะจดจำเอาภาพนั้นไว้ในสมองไปอีกนาน ถ้าผู้ชมพบเห็นอย่างจังหรือบังเกิดขึ้นซึ่งหน้า

ในส่วนเรื่องของเสียง (Sound) ถึงแม้ว่าจะเชื่อมต่อกับสมองของมนุษย์ก็ตามแต่ก็ยังต้องการการแปลความหมาย (Interpretation) เพราะเสียงมาในลักษณะคำพูด (Words) โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาพูดมีแนวโน้มจะซึมได้ง่ายกว่าการจำภาพ

2. การเสนอภาพที่คุ้นเคยอยู่ข้างแล้ว (Visual context) คือภาพที่ปรากฏให้เห็นนั้นผู้ชมเคยพบเห็นมาก่อนแล้วและพอจะจำหรือเดาได้ว่าสิ่งนั้นเป็นอะไร ผู้ชมแต่ละคนจะรู้จักเลือกรับภาพที่คุ้นเคย เห็นได้ในชีวิตประจำวัน ตามประสบการณ์และความต้องการของตนเองมากกว่า การเสนอภาพที่ผู้ชมเคยเห็นมาก่อน ย่อมมีผลกระทบกระเทือนได้มากในแง่การใช้โทรทัศน์เพื่อการสื่อสาร (communication) ยิ่งภาพนั้นมีเนื้อหาที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่เขาเคยได้ยินหรือประสบมา ก็ยิ่งจะทำให้ภาพนั้นมีน้ำหนักและเข้าถึงจิตใจผู้ชมคนนั้นมากและภาพที่ได้รับการยอมรับว่าเข้าถึงจิตใจผู้ชมได้รวดเร็วก็คือภาพที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของมนุษย์ทั่วไปนั่นเอง ส่วนภาพที่มีผลกระทบกระเทือนหรือเข้าถึงจิตใจผู้ชมได้น้อยที่สุดก็คือ ภาพที่เกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆ หรือภาพที่ต้องการอธิบายประกอบมาก ผู้ชมไม่เคยรู้จักและพบเห็นมาก่อน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเกี่ยวข้องกับชีวิตของเขาน้อยมาก แต่อย่างไรก็ดี ถ้าจำเป็นต้องนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ก็จำเป็นต้องเสนอบ่อยครั้งและควรจะเป็นภาพมากกว่าคำพูด ทั้งนี้เพราะถือหลักคนจำภาพได้ดีกว่าจำคำพูด

รายการศาสนาส่วนใหญ่ เนื้อหาของรายการผู้ชมจะคุ้นเคย หรือเคยได้ยินมาอยู่แล้ว เมื่อผู้ชมชมซ้ำ จะทำให้เข้าใจถึงเนื้อหาที่ผู้ส่งต้องการนำเสนอมากยิ่งขึ้น จะเข้าถึงจิตใจของผู้ชม และได้รับการยอมรับจากผู้ชมมากยิ่งขึ้นด้วยเช่นกัน

3. การเพิ่มความเข้มข้นในด้านทัศนคติและความรู้ที่มีอยู่ของผู้ชมให้มากยิ่งขึ้น (Reinforcement) เพราะความหมายของภาพใดก็ตามที่มีผลต่อทัศนคติและความรู้เดิมที่มีอยู่แล้วนั้น แสดงว่าภาพนั้นมีอิทธิพลมาก แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าความหมายของภาพนั้นอยู่นอกเหนือจากความรู้เดิมของผู้ชมหรือขัดแย้งกับทัศนคติเดิมของเขา ภาพนั้นก็จะมีอิทธิพลน้อยมาก จะสังเกตเห็นได้ว่ารายการโทรทัศน์ น้อยมากที่จะสามารถเปลี่ยนทัศนคติของผู้ชมได้อย่างสิ้นเชิง ด้วยการเสนอรายการหรือฉายภาพให้ชมเพียงครั้งเดียว อันที่จริงแล้วทำได้ยากมาก แต่อย่างไรก็ดีรายการใดที่มีเนื้อหาขัดแย้งกับทัศนคติผู้ชมอย่างรุนแรง บางทีอาจจะทำให้เขาโกรธมาก และซ้ำร้ายยังจะเป็นการย้ำทำให้เขามั่นใจในความเห็นเดิมของเขามากยิ่งขึ้น ในสภาวะเช่นนี้เปรียบเสมือน “ผลกระทบย้อนกลับ” (Boomerang effect) มาหาความเห็นเดิมของผู้ชม ซึ่งแทนที่ผู้จัดรายการจะเปลี่ยนทัศนคติของผู้ชมให้เป็นอย่างอื่น กลับกลายเป็นย้ำให้ทัศนคติในเรื่องเดิมมาก

ยิ่งขึ้น อิทธิพลของรายการต่างๆ เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อทัศนคติของเขาทั้งที่เห็นด้วย (Positive) และไม่เห็นด้วย (Negative) และเมื่อไหร่ก็ตามที่ถูกเสริมความเข้มข้น (Reinforcement) ด้วยความคิดอันเดิม แนวคิดอันนั้นก็จะมีแนวโน้มจะทำให้ผู้ชมเชื่อได้ง่าย แต่ถ้าเปลี่ยนแนวความคิดไป แนวโน้มก็อาจจะเห็นด้วยหรือไม่ต้องการจะชมหรืออาจเกิดผลกระทบย้อนกลับดังที่กล่าวมาแล้ว

ในการรับชมรายการศาสนา ผู้ชมจะเลือกชมรายการศาสนาที่ตนเองนับถืออยู่แล้ว ซึ่งเนื้อหาของรายการจะสนับสนุนความคิดเดิม หรือทัศนคติเดิมของผู้ชมให้มีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น คอยย้ำทัศนคติเดิมของผู้ชม และมีแนวโน้มให้ผู้ชมคล้อยตามแนวคิดนั้นๆ ได้ง่ายยิ่งขึ้น

4. ผลต่อเนื้อหาในเนื้อหาที่เสนอ (Content Relevance) หมายถึง ผู้ชมเป้าหมาย (Target Audience) ได้รับแนวคิด (Content) ที่เสนอไปหรือไม่ เพราะการทำรายการโทรทัศน์ เนื้อเรื่องค่อนข้างเฉพาะเจาะจงมากกว่าจะเป็นเรื่องทั่วไป ซึ่งก็เป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องถามตัวเองเสียก่อนจะลงมือทำว่าใครจะเป็นผู้ชมรายการของเรา ผู้จัดรายการย่อมจะไม่หวังนพีชออกไปโดยไม่มีเป้าหมายที่แน่นอน เพราะจะทำให้เสียเงินเสียเวลาโดยใช่เหตุและผลที่ได้รับมีเปอร์เซ็นต์ต่ำ แต่ถ้าเราตั้งเป้าหมายเสียแต่แรกว่าเนื้อหาที่อยากจะเสนอ เราหวังจะให้ใครเป็นผู้ชม ความคิดเห็นที่เราใส่ในรายการก็จะได้เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง เพราะมีผู้รับที่แน่นอน

นอกจากนี้ การปรุงแต่งเนื้อหาที่จะเสนอก็จำเป็นต้องพิจารณากันโดยละเอียด โดยไม่ให้ผู้ชมรายการของเราต้องดูในสิ่งที่เราคิดว่าเป็นสุดยอดของศิลปะเพียงอย่างเดียว แต่ต้องคำนึงถึงการเสนออย่างมีระเบียบ เนื้อหาควรจะถูกคัดตอนและเรียงลำดับความสำคัญจากเรื่องที่ธรรมดาที่สุดไปหาเรื่องสำคัญที่สุด การดำเนินเรื่องควรจะกระชับได้ใจความและเข้าใจง่ายในเวลาอันจำกัด เพราะเนื้อหามีส่วนสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชมทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างน้อยในเนื้อหาชุดนั้น ผู้จัดรายการจะต้องคิดเสมอว่าต้องการให้ผู้ชมเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างไรบ้าง การบอกที่มาของเหตุและผลที่เกิดขึ้นจะให้ออกมาในรูปใดมากที่สุด จะเห็นความดี ความชั่ว ให้ได้รับความโศกเศร้าหรือในทางกลับกันให้ได้รับความบันเทิงสนับสนุนอย่างเต็มที่ เนื้อหาเหล่านี้ควรจะถูกกำหนดและเรียงลำดับเป็นอย่างดี

จากแนวคิดการนำเสนอรายการโทรทัศน์ข้างต้นเป็นสิ่งที่ผู้จัดรายการควรคำนึงถึงและให้ความสำคัญ ว่าในฐานะผู้จัดรายการนั้นได้ผลิตหรือให้อะไรแก่ผู้ชมบ้าง เนื่องจากปัญหาเรื่องการเลือกชมภาพของผู้ชม (Selective exposure) เพราะผู้ชมจะเลือกเฉพาะภาพที่มีแนวคิดคล้ายๆ หรือเหมือนเขาส่วนภาพที่แตกต่างไปจากนี้ก็พยายามหลีกเลี่ยงไม่ชม หรือถ้าชมก็เป็นของที่ไม่เคยเห็นมาก่อนเท่านั้นเอง ปัญหาในเรื่องการรับรู้ (Selective perception) คือ ถ้าผู้ชมถูกบังคับให้ชมเรื่องราวที่ขัดแย้งกับทัศนคติหรือความคิดของเขา ผู้ชมส่วนหนึ่งก็จะมีแนวโน้มที่จะยอมรับ

ความเห็นที่ตรงกันกับความคิดเห็นของเขาเท่านั้น หรือบางคนอาจจะแสดงความโกรธและ บิดเบือนเนื้อหาของรายการ เพื่อสนับสนุนความคิดดั้งเดิมให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้นเปรียบเทียบ เสมือน “ผลกระทบย้อนกลับ” ความคิดเดิมนั้นเอง และปัญหาของการเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่คิดว่ามีคุณค่ากับตนเองเท่านั้น (Selective Retention) เนื่องจากผู้ชมแต่ละคนจะเลือกจดจำสิ่งต่างๆ จาก รายการตามสิ่งที่ตนเป็นองค์ประกอบหรือคุณลักษณะในตัวบุคคลแต่ละคน ไม่ว่าจะเป็น อายุ เพศ ความฉลาดหลักแหลม การศึกษา คุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนแนวคิดหรือความ เป้าหมายตามความต้องการในชีวิต ซึ่งปัญหาดังที่กล่าวมานั้นจะส่งผลต่อการรับชมและรับรู้ต่อ รายการที่จะนำเสนอ ฉะนั้นผู้จัดรายการจะต้องคำนึงถึงคุณลักษณะของรายการที่จะผลิต เพื่อที่จะ ตอบสนองความต้องการของผู้ชมและสนองตอบวัตถุประสงค์ของแต่ละรายการให้สัมฤทธิ์ผลมากที่สุด

แนวคิดหน้าที่และบทบาทของศาสนาที่มีต่อสังคม

นักคิดทางด้านสังคมวิทยา มองเห็นว่า ศาสนานั้นเป็นสิ่งจำเป็นอย่างสูงยิ่งสำหรับชีวิตใน สังคม เพราะศาสนามีการปฏิบัติหน้าที่สนองตอบความต้องการของชีวิตและสังคมหลายประการ หน้าที่(Function) และบทบาท (Role) หมายถึงการที่ส่วนใดส่วนหนึ่งอำนวยความสะดวกให้ส่วนรวม ทั้งหมดดำรงอยู่ได้ แต่ละสถาบันต่างปฏิบัติหน้าที่ เพื่อการคงอยู่ของสังคมส่วนรวม สถาบันศาสนาก็เป็นสถาบันหนึ่งในสังคม ดังนั้นย่อมมีการปฏิบัติหน้าที่ร่วมกับสถาบันอื่นๆ เพื่อการดำรงอยู่ของ สังคมส่วนรวมทั้งหมด

หน้าที่ทางสังคม(Social Function)

ศาสนามีส่วนช่วยสังคมในหลายวิธีการ ดังจะสรุปหน้าที่ทางสังคมอย่างกว้างๆดังต่อไปนี้

1. ศาสนาเป็นสื่อของการอบรมให้รู้ระเบียบทางสังคม (Socialization)

การอบรมให้รู้ระเบียบทางสังคม หมายถึง กระบวนการที่ช่วยให้บุคคลเรียนรู้เพื่อปรับตัว เข้ากับระเบียบทางสังคม และปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับมาตรฐานของสังคม พร้อมกับหลีกเลี่ยงสิ่ง ที่จะก่อให้เกิดความขัดแย้งในสังคม สถาบันทางศาสนาช่วยให้บุคคลมีการเรียนรู้เพื่อปรับตัวให้ สอดคล้องกับบรรทัดฐาน และค่านิยมในสังคม และช่วยให้บุคคลมีอุดมคติในการดำรงชีวิต

2. ศาสนาช่วยให้เกิดความรู้ให้เกิดความรู้สึกว่ามีอยู่ในสังคม(Social Identity)

บุคคลที่นับถือศาสนาเดียวกัน จะมีความรู้สึกสนิทสนมและใกล้ชิดกันทางอารมณ์ และ มักจะมีการช่วยเหลือกัน และเมื่อสมาชิกคนใดได้รับความเดือดร้อนก็จะได้รับการช่วยเหลือซึ่งทำ ให้เกิดความอบอุ่นแก่สมาชิก

3. ศาสนาช่วยทำให้สังคมเป็นปึกแผ่น(Social Solidarity)

ศาสนาช่วยให้เกิดการตกลงและความเห็นร่วมกันเกี่ยวกับข้อบังคับทางสังคมโดยจัดสรรค่านิยม ซึ่งปฏิบัติการเพื่อรวมทัศนคติของสมาชิกให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน นอกจากนี้ ศาสนาปฏิบัติหน้าที่ในฐานะเป็นสื่อให้เกิดเสถียรภาพในสังคม โดยร่วมมือกับสถาบันอื่นๆ

4. ศาสนาเป็นสื่อการควบคุมสังคม(Social Control)

ศาสนาปฏิบัติหน้าที่สำคัญที่สุด คือการสั่งสอน อบรม และการโน้มน้าวจิตใจของบุคคลให้ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ศีลธรรมและค่านิยมของกลุ่ม ซึ่งช่วยในการอบรมสั่งสอนกุลบุตร กุลธิดา ให้เป็นพลเมืองดีของประเทศ ศาสนาเป็นแหล่งควบคุมอาชญากรรมไม่ให้เกิดขึ้นในสังคมได้เป็นอย่างดี และเป็นสถาบันส่งเสริมบุคคลให้มีกำลังใจต่อสู้ยามเผชิญกับวิกฤตการณ์ในชีวิต

ยิ่งไปกว่านั้น หลักคำสอนทางศาสนามีส่วนช่วยการปฏิรูปสังคม ในการปฏิรูปจิตใจของบุคคลถือเป็นการปฏิรูปสังคมไปด้วย ดังนั้นสังคมที่เป็นระเบียบ มีความก้าวหน้า และไม่มีปัญหาจึงเป็นสังคมที่ประชาชนมีจิตใจที่ปฏิรูปมาดีแล้ว พร้อมทั้งจะรับการเปลี่ยนแปลงได้ทุกชนิด โดยไม่เกิดความล่าช้าทางวัฒนธรรมใดๆทั้งสิ้น

5. ศาสนาเป็นสถาบันสวัสดิการสังคม(Social Welfare)

องค์กรศาสนาต่างๆ ได้ปฏิบัติการช่วยเหลือบุคคลที่ประสบความเดือดร้อนอันเนื่องมาจากภัยธรรมชาติ หรือภัยที่เกิดจากตัวมนุษย์ด้วยกันเอง ในสังคมไทย วัดเป็นสถานที่สำหรับการศึกษาล่าเรียน เป็นแหล่งให้ความเพลิดเพลินยามมีงานนักขัตฤกษ์ เป็นแหล่งให้คำแนะนำแก่ประชาชนยามประสบปัญหาต่างๆในชีวิต ฯลฯ

จากแนวคิดนี้ ได้แสดงให้เห็นว่า ศาสนานั้นมีประโยชน์ต่อชีวิตและสังคมมากมายและเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับบุคคลและสังคมโดยทั่วไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัย “วิเคราะห์เนื้อหาและความหมายของรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ปี พ.ศ.2532-2534” ของจิรวรรณ กมลรัตน โยธิน (2536)

ทำการศึกษาจากรายการสารคดีสิ่งแวดล้อม จำนวน 6 รายการ โดยแบ่งเป็นรายการขนาดสั้น และรายการขนาดยาว ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตรายการได้แก่

1. ผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตรายการตั้งแต่แรกเริ่ม โดยเป็นผู้กำหนดความยาวของรายการ แนวเนื้อหาและแนวในการนำเสนอ
2. งบประมาณ รายการสารคดีสั้นจะมีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณ ซึ่งในการหาข้อมูลและวิธีแก้ไขปัญหาที่แตกต่างจากที่เราพบทุกวัน จะต้องใช้งบประมาณสูง ต้องค้นหาข้อมูลใหม่ เดินทางไกล และใช้เวลานาน
3. ความยาวของรายการ ในประเด็นนี้เป็นผลมาจากผู้อุปถัมภ์รายการเป็นผู้กำหนดความยาวในการออกอากาศ (ผู้อุปถัมภ์งบประมาณ และผู้อุปถัมภ์ในเรื่องเวลาในการออกอากาศ เช่น สถานี เป็นต้น)
4. ทักษะของผู้ผลิตรายการ ซึ่งทักษะของผู้ผลิตจะสะท้อนออกมาให้เห็นในกระบวนการผลิตรายการนั่นเอง

จากงานวิจัยของจิรวรรณ กมลรัตน โยธิน ซึ่งทำการศึกษารายการสารคดีสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความใกล้เคียงกับรายการศาสนาที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา และเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยครั้งนี้ โดยได้ทราบถึง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกระบวนการผลิตรายการ

2. งานวิจัย “การวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบรายการธรรมะทางโทรทัศน์ พ.ศ.2542” ของอารียา ทวีศักดิ์สกุล (2544)

ทำการศึกษารายการธรรมะ ทั้งหมด 5 รายการ โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือก เป็นรายการที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์เป็นเวลา 2 ปีขึ้นไป และเป็นรายการที่เคยได้รับรางวัลด้านสื่อสารมวลชนจากองค์กรหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง

อารียา ทวีศักดิ์สกุล ได้ใช้แนวคิด 4 แนว เพื่อเป็นกรอบในการทำความเข้าใจและตอบคำถามปัญหานำวิจัย กล่าวคือ การแบ่งประเภทรายการนั้น ใช้เกณฑ์การจำแนกรูปแบบการนำเสนอของรายการธรรมะในแบบต่างๆ ประกอบกับแนวคิดการวิเคราะห์ว่าทศกรรมและแนวคิดวาทศกรรมทางพุทธศาสนาของไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางการจัดกลุ่มเนื้อหาและหน้าที่รายการธรรมะ ทำให้เข้าใจถึงเกณฑ์การคัดเลือกวิทยากรและประเด็นต่างๆที่จะนำเสนอ ตลอดจนศึกษาปัจจัยต่างในการผลิตรายการ ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของรายการ ส่วนแนวคิดการวิเคราะห์

ประเภทรายการจะเป็นกรอบในการวิเคราะห์รายการธรรมะ ทั้งในส่วนจากรูปแบบและเนื้อหา รายการ เพื่อศึกษาในสิ่งที่เป็นธรรมเนียมปฏิบัติและในส่วนที่สร้างขึ้นใหม่ในรายการธรรมะ

โดยสรุปงานวิจัยได้ดังนี้คือ สถานีโทรทัศน์ทุกช่องจำเป็นต้องให้มีการผลิตรายการธรรมะ เผยแพร่ออกอากาศ เพราะรายการธรรมะเป็นลักษณะของรายการบังคับของสถานี แต่ด้วยความที่ รายการธรรมะไม่ได้สร้างรายได้ หรือกำไร บางสถานีจึงต้องทำการผลิตรายการเอง และสนับสนุน ในด้านต่างๆ แต่เป็นในวงเงินที่จำกัด ซึ่งเป็นให้เนื้อหา และรูปแบบไม่มีความหลากหลาย ในเรื่อง ของเวลาในการออกอากาศทางสถานีได้ให้การสนับสนุนด้านช่องทางการนำเสนอ และช่วงเวลา ออกอากาศ คือ ช่วงเช้า และไม่ค่อยมีการประชาสัมพันธ์ จึงทำให้เกิดข้อจำกัดในการเปิดรับชมของ ผู้ชม และส่งผลต่อการหาผู้สนับสนุนรายการ เพราะทางสถานีจะให้ความสำคัญกับการ ประชาสัมพันธ์รายการ ที่สร้างผลกำไรให้กับสถานีมากกว่า

ส่วนรูปแบบของรายการธรรมะนั้นจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ นิมนต์พระมาเทศน์ใน รายการ หรือการสนทนาธรรมของวิทยากรที่มีความรู้ในเรื่องของธรรมะ หรือพระสงฆ์ที่ได้รับการ เคารพนับถือจากประชาชน โดยการผลิตมีลักษณะที่เรียบง่ายส่วนใหญ่มักจะใช้กล้องในการถ่ายทำ เพียง 1 ตัวเท่านั้น และในแต่ละครั้งที่มีการถ่ายทำจะสามารถนำมาตัดต่อและออกอากาศได้หลายๆ ตอน เพื่อประหยัดงบในกระบวนการผลิต เนื้อหาของรายการนั้นส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับ ผู้อุปถัมภ์ วิทยากร หรือ ผู้ควบคุมการผลิต เช่น รายการคติธรรมนำชีวิต โดยมี พระพิพิธธรรมสุนทร เป็น วิทยากรและผู้ควบคุมการผลิตรายการเอง ดังนั้นเนื้อหาของรายการจึงอยู่ภายใต้กรอบความคิดของ ท่านทั้งหมด ส่วนในเรื่องของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายการธรรมะ คือ ด้านงบประมาณ บุคลากร และอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในการผลิตรายการ เป็นต้น

จากการศึกษางานวิจัยของ อาริยา ทวีศักดิ์สกุล เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยในเรื่องของ รายการศาสนา โดยได้ทราบถึง รูปแบบและเนื้อหา รายการธรรมทางโทรทัศน์ในช่วง พ.ศ. 2542 ซึ่ง สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

3. งานวิจัย “การศึกษากระบวนการในการผลิตละครชุดโทรทัศน์ไทย พ.ศ. 2536”

ของ นายวีระ สุภะ (2537)

การศึกษากระบวนการในการผลิตละครชุดโทรทัศน์ไทย พ.ศ.2536 เป็นการศึกษา กระบวนการต่างๆ ในการผลิตละคร โทรทัศน์ของแต่ละสถานี และแต่ละบริษัทผู้ผลิต ว่ามีกี่ขั้นตอน และมีลักษณะการดำเนินงานเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า กระบวนการใน การผลิตละคร โทรทัศน์ของแต่ละสถานีหรือแต่ละบริษัทผู้ผลิตนั้น มีขั้นตอนเหมือนกัน 4 ขั้นตอน

1. ขั้นตอนการวางแผน
2. ขั้นตอนการเตรียมการ

3. ขั้นตอนการถ่ายทำ
4. ขั้นตอนการประเมิน

ขั้นตอนทั้งหมดนี้อาจมีความแตกต่างกันในทางปฏิบัติ แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะการดำเนินงานในการผลิตละครโทรทัศน์ ด้วยว่าอยู่ในประเภทใด การผลิตละครโทรทัศน์แบ่งออกเป็น

1. สถานีโทรทัศน์เป็นผู้ผลิตเอง
2. บริษัทร่วมมือกับสถานีโทรทัศน์
3. บริษัทผลิตเช่าเวลาจากสถานีโทรทัศน์

ขั้นตอนต่างๆของแต่ละสถานีและแต่ละบริษัทผู้ผลิตนอกจากจะขึ้นอยู่กับลักษณะการดำเนินงานในแต่ละประเภทแล้ว ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีต่อกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์อีก ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 10 ปัจจัย

1. นโยบาย เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดแนวทางของกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์เพื่อสาธารณชน และเพื่อสนับสนุนผลทางธุรกิจที่ดีด้วยบุคลากร เป็นปัจจัยสำคัญที่จะเป็นผู้ดำเนินงานไปสู่จุดมุ่งหมายให้สำเร็จสมบูรณ์ในขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์

2. ผู้อุปถัมภ์รายการ เป็นปัจจัยที่มีบทบาทในกระบวนการผลิตลักษณะของธุรกิจที่มีการแลกเปลี่ยนกัน เพราะผู้ชมเป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน การโฆษณาสินค้าของผู้อุปถัมภ์รายการมักจะสนับสนุนการผลิตให้กับผู้ผลิต ซึ่งในบางกรณีแล้วผู้อุปถัมภ์รายการมักมีเงื่อนไขในการมีส่วนในการกำหนดแนวเรื่องและผู้แสดงด้วย

3. ผู้ชมเป็นปัจจัยและเป้าหมายหลักของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ในแต่ละบริษัทในทุกสถานีโทรทัศน์ เป็นตัวแปรในเรื่องของผลทางธุรกิจ คือเมื่อรายการที่มีผู้ชมปริมาณมาก ก็จะมีผู้สนับสนุนรายการมากจึงเป็นที่น่าสังเกตว่าผู้ชมนั้น จะเป็นผู้กำหนดเนื้อหา และการดำเนินงานของผู้ผลิตละครโทรทัศน์ที่สำคัญของกระบวนการผลิต

4. บุคลากร ทั้งบุคลากรผู้ผลิตและบุคลากรในเนื้อสารนั้น ถึงแม้ว่าจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินการต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี แต่เมื่อเหตุขัดข้องเกิดขึ้น ไม่สามารถเปลี่ยนคัดเลือกบุคลากรอื่นมาแทนได้

5. งบประมาณหรือเงินทุน เป็นปัจจัยในการนำมาเป็นค่าใช้จ่ายต่างๆในกระบวนการผลิต ค่าจ้างทีมงาน นักแสดง ค่าเช่าสถานที่ และอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อให้เกิดความสมดุลย์กันระหว่างผลงานและธุรกิจโดยมีแหล่งที่มาของงบประมาณนั้นได้มาจากสถานีโทรทัศน์ ผู้สนับสนุนรายการและแหล่งเงินทุนต่างๆ

6. เวลา แบ่งออกเป็นเวลาในการผลิตและเวลาในการออกอากาศ ทั้งนี้การทำงานที่มีเวลามากนั้นถ้ามีการทำงานอย่างต่อเนื่องก็ส่งผลให้ออกมาดีมีคุณภาพ และถ้าผู้ผลิตทราบเวลาในการออกอากาศที่ชัดเจนว่าเวลาใด ผู้ผลิตสามารถผลิตได้ตรงตามความต้องการของผู้ชมเป้าหมาย ที่มีความสนใจในละครที่ต่างกัน

7. สถานที่ เป็นปัจจัยที่สร้างความสมจริงในเหตุการณ์ต่างๆ และจากมีความสำคัญค่อนข้างมาก ซึ่งจะทำให้เห็นถึงความตั้งใจและวิธีการทำงานของผู้ผลิตในระดับหนึ่ง

8. เทคโนโลยี การนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ก็จะเป็นการลดค่าใช้จ่ายในระยะยาว แม้การเริ่มมันจะมีค่าใช้จ่ายที่สูงก็ตาม หรือเทคโนโลยีก็อาจทำให้เกิดอุปสรรคต่อการผลิตด้วยในกรณีที่เกิดการเสียหายหรือเกิดการขัดข้องขึ้น

9. สภาพสังคมในปัจจุบัน เรื่องในการนำเสนอไม่มีความทันสมัยอาจได้รับความนิยมน้อยหรือแม้แต่สมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัวให้ความสนใจในละครจำนวนมาก อาจเกิดความสมจริงและการสร้างอารมณ์ให้ผู้ชมเกิดความคล้อยตามได้

10. สภาพการแข่งขัน มีการแข่งขันสูง ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ชมในเรื่องของการเพิ่มทุนหรือการพิถีพิถันงานให้มีคุณภาพมากขึ้น แต่ข้อเสีย คือผู้ผลิตมักไม่นิยมสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพขึ้นใหม่ รายการที่ผลิตออกอากาศนั้นยังขาดความสมบูรณ์สืบเนื่องจากการปัจจัยหลายๆด้าน ที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือผลทางธุรกิจ และนโยบายของผู้บริหารงาน และผู้ผลิตเองให้ความสำคัญของการประเมินผลน้อยเกินไป เป็นเพียงการสอบถามจากผู้ชมบางกลุ่ม ซึ่งผลที่ได้ยังไม่สามารถชี้ชัด ดังนั้นควรมีการร่วมมือจากหลายฝ่าย เช่นผู้บริหารของสถานี ผู้ควบคุมสื่อผู้ผลิต ผู้อุปถัมภ์ เป็นต้น

4. งานวิจัย “การใช้สื่อสารมวลชนเพื่อการเผยแพร่อิสลาม (ศึกษาเฉพาะกรณีมูลนิธิสันติชน)”
นางสาวอัสมา พิมพ์ประพันธ์ (2541)

จากการวิจัยพบว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมจากผู้รับสารชาวมุสลิมรองมาจากวิทยุกระจายเสียง ซึ่งสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียงทำให้เกิดความน่าสนใจแต่เนื่องจากจำนวนรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อการเผยแพร่อิสลามมีเพียงรายการเดียว และขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จึงมีการเปิดรับในระดับต่ำ ไม่แพร่หลายในสังคมมุสลิมเท่าสื่อวิทยุกระจายเสียง

เนื้อหาสาระที่นำเสนอในรายการวิทยุโทรทัศน์เพื่อการเผยแพร่อิสลามเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องต่างๆดังต่อไปนี้

- เนื้อหาเกี่ยวกับหลักธรรมคำสอนจากพระคัมภีร์อัลกุรอาน
- เนื้อหาเกี่ยวกับหลักธรรมคำสอนจากวจนะของท่านศาสดามูฮัมหมัด
- เนื้อหาเกี่ยวกับครอบครัวและเยาวชน
- เนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน
- เนื้อหาเกี่ยวกับการถามตอบปัญหาเยาวชน
- เนื้อหาเกี่ยวกับข่าวบริการสังคมมุสลิม
- เนื้อหาเกี่ยวกับโอวาทของจุฬาราชมนตรี

- เนื้อหาเกี่ยวกับการเยี่ยมชมชุมชนมุสลิม
- เนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิตมุสลิม
- เนื้อหาเกี่ยวกับการให้ความรู้เรื่อง คำ ในภาษาอาหรับ

ข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มความรู้ความเข้าใจในสาระคำสอนของอิสลามได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความศรัทธาหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้อย่างถาวร แต่เสริมความศรัทธาที่มีอยู่เดิมให้แน่นมากขึ้น

5. งานวิจัย “พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเผยแพร่พระพุทธศาสนาทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” ของพวงทอง อังกาษ (2538)

71% ของกลุ่มตัวอย่าง 430 คน เปิดรับรายการธรรมะธัมโมทางโทรทัศน์แบบนานๆ ครั้ง แต่ในทางจิตสำนึกแล้วคนกรุงเทพฯ ก็ยังเห็นว่าจำเป็นต้องมีรายการธรรมะทางโทรทัศน์และเห็นว่าปริมาณรายการที่มีอยู่นั้นมีน้อยเกินไป

เมื่อกลุ่มตัวอย่างได้เปิดรับแล้ว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะนำเอาหลักธรรมะไปปฏิบัติ (อาจเป็นไปได้ว่า คนที่เปิดดูรายการแบบนี้ เป็นคนดีมีศีลธรรมอยู่แล้ว) และมักจะเพิ่มกิจกรรมการปฏิบัติทางศาสนา เช่น ทำบุญใส่บาตร ไปวัดฟังธรรม ฯลฯ อย่างไรก็ตามสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้กระทำในแง่ข่าวสารก็คือ ไม่ได้ทำการเผยแพร่เรื่องราวที่เปิดรับจากสื่อไปยังผู้อื่น ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากความเข้าใจของชาวพุทธว่าบทบาตดังกล่าวเป็นภารกิจของสงฆ์ ไม่ใช่ฆราวาส

กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะหลายประการเกี่ยวกับรายการธรรมะที่มีอยู่ในโทรทัศน์ เช่น ช่วงเวลาไม่เหมาะสม เช่น ช่วงเวลาเช้าก็เข้าเกินไป ช่วงเย็นก็แข่งกับรายการอื่นๆ ไม่ไหว ปริมาณที่มีนั้นน้อยไปควรแบ่งรายการออกให้เป็นหลายๆแบบสำหรับคนหลายๆกลุ่มควรปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาให้หลากหลายให้มากขึ้น

6. งานวิจัย “พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเผยแพร่พระพุทธศาสนาทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” อรณี ผู่จวรรณลักษณ์ (2538)

กลุ่มตัวอย่าง 322 คน ส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการธรรมะทางโทรทัศน์แบบนานๆ ครั้ง 1-2 ครั้งเดือน โดยมีเหตุผลอยู่ที่ฝ่ายโทรทัศน์ เช่น รายการธรรมะน้อย เวลาที่มีก็ไม่สะดวกที่จะดูตัวรายการ ไม่น่าสนใจเพราะไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการดังนั้นหากคนกลุ่มนี้จะศึกษาธรรมะก็มักจะไม่น่าอาศัยสื่อมวลชนเช่น โทรทัศน์ หากแต่จะใช้สื่อเฉพาะกิจ เช่น เทป หนังสือธรรมะจากทางชมรมฯ มากกว่า

ผลการวิจัย พอให้ข้อสรุปเกี่ยวกับบทบาทของสถาบันสื่อมวลชนสมัยใหม่ที่มีพลังอำนาจ
มหาศาล เช่น โทรทัศน์ที่มีต่อสถาบันศาสนาว่าในเชิงปริมาณ แล้วบทบาทดังกล่าวยังมีอยู่น้อย ใน
เชิงคุณภาพ การแสดงบทบาทดังกล่าวไม่มีประสิทธิผลเท่าใดนัก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องช่วงเวลาที่ไม่
เหมาะสม เนื้อหาที่ไม่หลากหลาย รูปแบบไม่น่าสนใจ ทำให้กลุ่มคนทั่วไป รวมทั้งคนที่พอจะสนใจ
ศาสนาอยู่บ้างเปิดรับสื่อดังกล่าวน้อยมาก รายการธรรมะในสื่อที่มีราคาแพง เช่น โทรทัศน์ก็คงเป็น
เพียงไม่กี่ระดับสถานี และอาจมีประสิทธิผลแม้เพียงแค่ว่าทำให้มาเปิดรับชมนี้(Exposure) คงจะ
เอือมไปไม่ถึงคนธรรมดาทั่วไป