

การผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สีบสัมพันธวงศ์

The Digital Documentary for Public Relations of Sueb Sampantawong Church

วันที่รับบทความ: 23 มกราคม 2568/ วันที่แก้ไขบทความ: 19 ธันวาคม 2568/ วันที่ตอบรับบทความ: 28 พฤษภาคม 2569

ปริญญญา สันญะเดช¹, ณภัทร เวชรักษ์², สหทัศน์ ชาวสวน³ และภัทรวรรณ ไกรปิยเศรษฐ์^{4,**}
Parinya Sanyadej¹ Napatra Wescharak Sahatud Chowsuan and Pattarawat Kraipiyaset

Abstract

The purpose of this research were 1) To produce Digital Documentary for Public Relations of Sueb Sampantawong Church 2) To study the satisfaction of viewers after watching the Digital Documentary for Public Relations of Sueb Sampantawong Church. The study methods include reviewing relevant documents and research, interviewing church caretakers about the history of the Sueb Sampantawong Church, writing the script, planning the filming, and editing the digital documentary. The quality of the documentary was assessed by three experts in terms of content, documentary media, and editing. Their suggestions were used to make improvements, and the satisfaction was then evaluated among a sample group of 100 general citizens in the Bangkok Metropolitan area.

The findings indicate that the study successfully produced a single-episode digital documentary video presenting the history and significance of the site, with a total duration of 9 minutes. The expert evaluation results showed an overall high level of quality (Mean = 3.97, S.D. = 0.78). Audience satisfaction was also rated at a high level (Mean = 4.42, S.D. = 0.67). The satisfaction results further suggest that viewers were able to access information about Christianity and the church's historical background, which enhanced public engagement and effectively encouraged interested individuals to participate in church-related activities.

Keywords: Digital Documentary, Public Relations, Media Production, Sueb Sampantawong Church

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อผลิตสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สีบสัมพันธวงศ์ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจหลังการรับชมสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์

¹ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Faculty of Science and Technology, Rajamangala University of Technology Krungthep

² คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Faculty of Science and Technology, Rajamangala University of Technology Krungthep

³ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Faculty of Science and Technology, Rajamangala University of Technology Krungthep

⁴ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Faculty of Science and Technology, Rajamangala University of Technology Krungthep

****Corresponding author; E-mail address:** Pattarawat.k@mail.rmuk.ac.th

สืบสัมพันธ์วงศ์ วิธีการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการสอบถามข้อมูลผู้ดูแลโบสถ์ ความ เป็นมาของโบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์ ดำเนินการเขียนบท วางแผนการถ่ายทำ และตัดต่อสื่อสารคดี โดยประเมิน คุณภาพของสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย ด้าน เนื้อหา ด้านสื่อสารคดี ด้านการตัดต่อ นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขและประเมินความพึงพอใจกับกลุ่ม ตัวอย่างคือประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน

ผลการศึกษาพบว่าผลสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์ เป็นสื่อ วิดีโอสารคดีดิจิทัลในรูปแบบการเล่าเรื่องประชาสัมพันธ์ความเป็นมาและความสำคัญของของสถานที่ จำนวน 1 ตอนโดยมีระยะเวลา 9 นาที โดยผลการประเมินคุณภาพของการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการ ประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก $\bar{X} = 3.97$, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) = 0.78 และผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก $\bar{X} = 4.42$, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) = 0.67 จากผลการศึกษาความพึง พึงพอใจพบว่ากลุ่มตัวอย่างนั้นสามารถเข้าถึงข้อมูลและรู้จักข้อมูลศาสนาคริสต์และความเป็นมา ทำให้เกิด การมีส่วนร่วมของผู้คน และเกิดการชักชวนผู้ที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมทางคริสตจักรได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: สารคดีดิจิทัล การประชาสัมพันธ์ การผลิตสื่อ โบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์

1. หลักการและเหตุผล

จากการเปลี่ยนแปลงของสังคมเมืองที่แออัดและมีใช้งานพื้นที่เศรษฐกิจและการขยายตัวของ ชุมชนเมืองสอดคล้องกับสถานที่ตั้งของโบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์ เป็นสถานที่ทำกิจกรรมทางศาสนาคริสต์ จาก หลักฐานการบันทึกต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่าศาสนาคริสต์ได้เข้ามาตั้งรกรากไว้ตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาโดย มิชชันนารี บาทหลวงคนแรกที่มีชื่อว่าพอล ซึ่งบาทหลวงที่เป็นที่รู้จักก็คือบาทหลวงหมอบลัดเลย์ผู้นำแท่น พิมพ์เข้ามาในประเทศไทย ถึงแม้จะมีศาสนาคริสต์เข้ามาในประเทศไทยอย่างยาวนาน ทั้งนี้ในปัจจุบัน ประเทศไทยมีศาสนาผู้คนจำนวนมากนับถือศาสนาคริสต์แม้กระนั้นผู้คนส่วนมากก็ยังไม่ทราบถึงบทบาท ของศาสนาคริสต์ที่ดำรงอยู่ท่ามกลางศาสนาพุทธในประเทศไทย (ชานี มโนรม, 2535) รวมไปถึงกับ วัฒนธรรมการสั่งสอนของศาสนาคริสต์ที่แตกต่างจากศาสนาพุทธและอิสลาม ซึ่งมีความโดดเด่นและเป็น เอกลักษณ์ โดยเฉพาะสถานที่ประกอบพิธีกรรมมีความศักดิ์สิทธิ์ต่อศาสนิกชน ผู้คนส่วนมากก็ยังไม่ทราบถึง คำสอนหรือพิธีกรรม ยกตัวอย่างการแต่งงานชาวศาสนาคริสต์ ส่วนมากก็จะจัดงานที่โบสถ์หรือมีกิจกรรม ต่าง ๆ ซึ่งศาสนาคริสต์ก็จะใช้โบสถ์เป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรม แสดงให้เห็นถึงความสำคัญในการทำ กิจกรรมทางศาสนา นอกจากนี้โบสถ์ยังเป็นสถานที่ที่สมาชิกของโบสถ์เข้ามาพบปะพูดคุยกันทำกิจกรรม ทางศาสนา (คริสตจักรสืบสัมพันธ์วงศ์, 2568) โดยความเป็นมาของคริสตจักรสืบสัมพันธ์วงศ์นั้นเกิดจาก นายบุญถ้วน บุญอิต เป็นผู้ริเริ่มก่อสร้างโบสถ์จักรสืบสัมพันธ์วงศ์ในปี พ.ศ. 2445 ด้วยการติดต่อหาทุน และทุ่มเทกำลังการก่อสร้างตัววิหารใหญ่ และเป็นการสืบเนื่องจากโรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนวิทยาลัย ที่ กำลังก่อสร้างอยู่ในสมัยนั้น นายบุญถ้วน บุญอิต มองเห็นถึงพระองค์ผู้เป็นเจ้าว่าถ้าราชกิจขององค์พระผู้ เป็นเจ้าเจริญก้าวหน้าต่อไปในบางกอกได้นั้นก็ต้องทำพันธกิจกับเยาวชนรุ่นใหม่ ซึ่งทุกคนมองเห็นว่าต้อง สร้างโบสถ์ไม่ไกลจากโรงเรียน จึงเป็นจุดที่ตั้งของคริสตจักรสืบสัมพันธ์วงศ์ (วัลลภา หัสการณ, 2546) และ ใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนาคริสต์เป็นประจำและสอดคล้องกับการเปลี่ยนผ่านในการรับชมสื่อใน ปัจจุบันจากเดิมการรับชมสื่อสารคดีอยู่ในรูปแบบสื่อโทรทัศน์เกิดการเปลี่ยนผ่านของคนรุ่นก่อนเข้าสู่คนรุ่น ใหม่ โดยพบปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของคริสตจักรสืบสัมพันธ์วงศ์เพื่อให้เป็นที่รู้จัก ผู้วิจัยทำ การสอบถามและสัมภาษณ์ผู้ดูแลคริสตจักรสืบสัมพันธ์วงศ์ ว่ามีความต้องการในการใช้สื่อสารคดีดิจิทัลใน

การประชาสัมพันธ์ความเป็นมาและกิจกรรมของทางคริสตจักรเพื่อให้คนที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมต่างของโบสถ์ที่เป็นประโยชน์กับทางศาสนาและสังคม โดยปัจจุบันพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของแต่ละเจนเนอเรชันอยู่ในลักษณะสื่อดิจิทัล จากการเข้าถึงทางเทคโนโลยีผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่แตกต่างทำให้เกิดความเข้าใจและการเรียนรู้ของคนนั้นจะช่วยให้สามารถมีพฤติกรรมในการรับรู้ในการรับชมสื่อและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการโดยเฉพาะการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดีย (ปรัชญา เปี่ยมการณ, 2566) ในทางเดียวการเล่าเรื่องราวความจริงที่เกิดขึ้นหรือเคยเกิดขึ้นจริงในรูปแบบสื่อสารคดีดิจิทัลนั้นเป็นการถูกถ่ายทอดเนื้อหาอย่างสร้างสรรค์และส่งผลต่อความรู้สึกอารมณ์ของผู้ชมโดยหลักสำคัญของรายการสารคดีดิจิทัลต้องเป็นการถ่ายทอดความจริงเชิงข้อมูลที่นำเสนอให้ผู้รับชมรู้สึกนึกคิดและเกิดอารมณ์กับเนื้อหาของสื่อสารคดีดิจิทัลจนจบและนำเนื้อหาในสื่อไปคิดต่อได้จากเรื่องราวที่เกิดขึ้น (พรสุรีย์ วิภาศรีนิมิต, 2552) การเล่าเรื่องราวด้วยสื่อสารคดีดิจิทัลที่ได้จากการค้นคว้า การเผยแพร่สื่อในรูปแบบดิจิทัล มีการนำเสนอทำให้เห็นภาพความเป็นมาของสถานที่ วัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมในเชิงของการเล่าเรื่องราวที่เข้าใจง่าย และเข้าถึงในการประชาสัมพันธ์ในการสื่อสารโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถรวบรวมผู้คนในลักษณะของกลุ่มเครือข่ายที่มีความสนใจเฉพาะเจาะจง ทำให้สามารถเลือกรับชมข้อมูลข่าวสารตามความสนใจของตนเองได้ตามความต้องการ ดังนั้นการทำสื่อสารคดีเชิงดิจิทัลจึงเป็นการสื่อสารที่ตรงตามความต้องการของผู้รับชมทำให้ผู้รับชมได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ถูกต้อง และตอบสนองตามความต้องการของผู้รับชมได้

ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจและได้ศึกษาข้อมูลและทำการสอบถามความต้องการของผู้ดูแลคริสตจักรสืบสัมพันธ์วงศ์ โดยมีความต้องการสื่อที่มีลักษณะของการประชาสัมพันธ์ข้อมูลทางศาสนาและที่อยู่ของคริสตจักร เพื่อให้ประชาชนหรือผู้คนที่มีความสนใจกิจกรรม พิธีกรรมทางศาสนาได้รู้จัก กิจกรรมต่าง ๆ ของคริสตจักรให้ผู้คนที่นับถือศาสนาคริสต์สามารถเข้ามาในสถานที่เพื่อใช้ประกอบกิจกรรม พิธีกรรมทางศาสนาได้และผู้วิจัยได้วิเคราะห์ห่อออกมาเป็นสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในการสื่อสารข้อมูลกิจกรรมต่างให้ทางคริสตจักรประชาสัมพันธ์สถานที่ และทำให้ผู้ที่สนใจได้รู้ข้อมูลประวัติความเป็นมาของคริสตจักรสืบสัมพันธ์วงศ์สำหรับประกอบพิธีกรรม และกิจกรรมต่าง ๆ ทางศาสนาและสังคมได้

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่องโบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์
- 2.2 เพื่อศึกษาคุณภาพการผลิตสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่องโบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์
- 2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจหลังการรับชมสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่องโบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์

3. การทบทวนวรรณกรรม

3.1 การผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์รูปแบบการเล่าเรื่อง

สารคดีดิจิทัลเป็นการเล่าเรื่องราวที่เกี่ยวกับข้อเท็จจริงนำเสนอเนื้อเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีตัวตนและเหตุการณ์ที่บังเกิดขึ้นจริง โดยสารคดีมีส่วนที่เหมือนกับบันเทิงคดี (Fiction) บทร้อยกรอง (Poetry) และบทละคร (Drama) ในด้านจินตนาการ นักสารคดีจะต้องเลือกเขียนเรื่องที่เป็นข้อเท็จจริงเลือกใช้ศิลปะถ้อยคำที่เหมาะสม และใช้วรรณศิลป์ในอันที่จะทำให้ผู้อ่านได้รับความบันเทิงใจเหมือนวรรณกรรมชนิดอื่น ๆ (ทวีศักดิ์ ญาณประทีป, 2561) ดังนั้นการเขียนบทสื่อสารคดีดิจิทัลเป็นการเขียน

เรียบเรียงเนื้อหาที่หลากหลายโดยผ่านการกลั่นกรองข้อเท็จจริงแล้วนำมาเสนอผ่านศิลปะภาษาที่มีสีสันชวนอ่านมีเนื้อหาในการนำเสนอข้อเท็จจริงในรูปแบบการอธิบาย การวิจารณ์หรืออาจมีเรื่องราวเกี่ยวกับความบันเทิงสอดแทรกเข้าไปในสื่อ (สุจิตรา ช้างอยู่, และคณะ, 2546) สารคดีดิจิทัลจึงเป็นงานผู้เขียนมุ่งที่จะนำเสนอความรู้และความจริงเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ชมได้สาระความรู้เกิดอารมณ์ร่วมและความเพลิดเพลินไปพร้อม ๆ กันจากความขำขันที่กล่าวมาความหมายของสารคดีดิจิทัล คืองานที่สร้างสรรค์จากเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริง มุ่งเน้นความบันเทิง รวมไปถึงการให้สาระความรู้ผสมผสานการถ่ายทอดความรู้เพื่อให้เกิดคุณค่าทางปัญญาการผลิตรายการสารคดีดิจิทัลให้น่าสนใจทำให้เพลิดเพลินการนำเสนอใหม่ ทันสมัย มีความงดงามของภาษาที่ใช้และเร้าความสนใจ (เชลลอรอดลอย, 2551) อีกทั้งยังรวมถึงการมีอิสระต่อการใช้ภาษาในการเล่าเรื่องเพื่อที่ให้เป็นการจำแนกรายการตามรูปแบบรายการไม่จำเนื้อหาของรายการจะเป็นความรู้ข่าวสารหรือสาระความบันเทิงของรายการสารคดีจะออกมาในรูปแบบของศิลปะ การนำเสนอองค์ประกอบรายการเทคนิคการถ่ายทำการตัดต่อการให้เพลงและเสียงประกอบ เป็นต้น เพื่อเกิดความเพลิดเพลินและน่าติดตาม (ปณณวัฒน์ บำรุง, 2563) ในทางเดียวกันก็มีข้อจำกัดของการออกอากาศของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทยนั้นจะต้องตรวจสอบเนื้อหาของตนเองทำให้ผู้ผลิตรายการต้องทำให้ถูกต้องตามกรอบที่กสทช. หรือสถานีโทรทัศน์ได้วางเอาไว้เนื้อหาบางอย่างทำให้การเผยแพร่ข้อมูลไม่สามารถทำได้อย่างอิสระเหมือนโซเซียลมีเดียจึงต้องมีการวางแผนตั้งแต่ก่อนเริ่มถ่ายทำและตรวจสอบเนื้อหาเพื่อให้สอดคล้องกับข้อมูลความจริงทำให้ผู้ผลิตได้มองเห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ในยุคปัจจุบันสามารถเพิ่มหรือเป็นตัวเลือกในการสื่อสารเพิ่มเติมทำให้คนที่ชอบเนื้อหาของรายการสามารถติดตามผู้ผลิตรายการได้โดยตรงสามารถแนะนำติชมสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์หรือสามารถรับชมเนื้อหาของสื่อสารคดีดิจิทัลย้อนหลังผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ได้จึงเป็นผลดีในการพัฒนาสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่องอื่นให้มีความน่าสนใจชวนติดตามมีประเด็นที่ได้รับความสนใจของผู้คนและตอบสนองตามความต้องการของผู้ชมได้

ดังนั้นการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน นำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะยึดหลักความเป็นจริงตั้งแต่ต้นจนจบในขณะเดียวกันก็อาศัยเทคนิคต่าง ๆ นำมาผสมกันทำให้เกิดความน่าสนใจและมองเห็นภาพ สี เสียง สามารถจูงใจให้ผู้รับชมมีความเพลิดเพลินมากยิ่งขึ้นเพื่อเสริมสร้างความหมายที่สมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น นอกจากจะมุ่งเน้นเสนอข้อเท็จจริงแก่ผู้รับชมแล้วยังมีการสร้างการจินตนาการเล็ก ๆ ปะปนอยู่ด้วยโดยทั่วไปแล้วสารคดีดิจิทัลจะมีความแตกต่างกันตามความหมายของแต่ละความหมายของผู้ที่นิยามซึ่งสารคดีดิจิทัลเป็นเนื้อหาเป็นความจริงที่ถูกถ่ายทอดและสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นจริงภายในสังคม เช่น การใช้ชีวิตของผู้คนในปัจจุบันวิถีชีวิตของผู้คนในสมัยก่อน (อรทัย รุจิราธร, 2541) จากข้อมูลดังกล่าวสามารถนิยามสารคดีดิจิทัลทั่วไปที่มีการนำเสนอเฉพาะเจาะจงเพียงเรื่องเดียวแต่มีวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไปไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงข้อจำกัดทางด้านเวลาซึ่งจะแตกต่างจากข่าวที่ต้องสดและทันต่อเหตุการณ์เห็นได้ว่าสารคดีดิจิทัลเป็นการนำเสนอที่มีความเป็นลักษณะเอกลักษณ์เฉพาะตัวจึงทำให้สารคดีดิจิทัลเป็นงานที่ได้รับนิยมเป็นอย่างมากการผลิตสื่อสารคดีของผู้วิจัยจึงสนใจการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัล ที่เล่าถึงความเป็นมาเรื่องราวที่เกิดขึ้นในอดีตหรือสิ่งที่มนุษย์กระทำตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันตลอดจนถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญหรือธรรมชาติที่มีผลต่อมวลมนุษยและประยุกต์การใช้สื่อสารคดีดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่สื่อผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อให้สามารถรับชมข้อมูลสื่อสารคดีดิจิทัลได้ตรงตามความนอกจากแนวคิดด้านการเล่าเรื่องแล้วการผลิตสารคดีดิจิทัล ในการประชาสัมพันธ์ยังต้องอาศัยการออกแบบกระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบ ซึ่งกระบวนการที่ควบคุมคุณภาพของเนื้อหาที่ใช้ในการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมี

ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลกลวิธีในการนำเสนอของสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ (นภัสสร เอมาวัฒน์ และคณะ, 2566)

1. ข้อมูลค้นคว้า หรือข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่มีผู้ทำไว้อยู่แล้วในหลาย ๆ แหล่งเช่น หนังสือ สิ่งพิมพ์ ใบปลิว สื่อเสียง วิดิทัศน์ สื่อออนไลน์ ฯลฯ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงของการใช้ข้อมูลประเภทนี้คือ ปรับรูปแบบวิธีการเล่าเรื่องให้แตกต่าง เพราะข้อมูลประเภทนี้อาจจะเคยมีการนำไปใช้มาก่อน

2. ข้อมูลสัมผัส เป็นข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ไปสัมผัสคลุกคลี ใช้ชีวิตร่วมในฐานนะผู้สังเกตการณ์หรือร่วมทั้งการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและการทำงานเดียวกับแหล่งข้อมูลเก็บเกี่ยวซึมซับผ่านการสัมผัสทุกด้านและนำมาถ่ายทอดแต่สิ่งที่สำคัญของข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลที่นำมาสื่อสารเล่าเรื่องราวได้อย่างตรงประเด็น

3. ข้อมูลสัมภาษณ์ เป็นการให้ข้อมูลจากปากคำของแหล่งข้อมูล ผู้เชี่ยวชาญ เจ้าของเรื่อง เจ้าของถิ่นหรือผู้มีส่วนรู้เห็นเกี่ยวข้องกับประเด็นที่ผู้ผลิตสารคดีสนใจ เป็นผู้รู้จริงในเรื่องนั้น ๆ เป็นข้อมูลที่ผู้ผลิตสารคดีไปพูดคุยซักถามรับฟังมาด้วยตนเอง อาจจะเป็นการบอกเล่าหรือเป็นการสัมภาษณ์แบบถามตอบจริงจัง ข้อมูลประเภทนี้เมื่อได้มาระดับหนึ่งแล้ว ควรคัดข้อมูลใช้ตามความเหมาะสม

ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลจึงมีความสำคัญต่อการคิดกลวิธีในการนำเสนอสื่อสารคดีเพื่อให้เกิดความน่าสนใจที่แฝงไปด้วยความเพลิดเพลิน ชวนติดตามและสอดคล้องกับการเปลี่ยนผ่านการรับชมสื่อสารคดีจากเดิมที่รับชมผ่านช่องสถานีโทรทัศน์เป็นการรับชมสื่อสารคดีในรูปแบบดิจิทัลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์และรวมถึงการสื่อสาร การเล่าเรื่องราวของสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่อคำนึงถึงระยะเวลาในการรับชมสื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของประชาชนในยุคปัจจุบัน

3.2 แนวความคิดคุณภาพในการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. เทคนิคการเขียนบทสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเขียนบทถือเป็นกระบวนการสำคัญที่มีผลโดยตรงต่อการเล่าเรื่อง การรับรู้ และอารมณ์ของผู้ชมสารคดีที่ดีต้องสามารถสะท้อนข้อเท็จจริง (Factual Content) ได้อย่างถูกต้องพร้อมทั้งใช้ศิลปะการเล่าเรื่องอย่างมีชั้นเชิง ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การเรียบเรียงข้อมูล การกำหนดลำดับเหตุการณ์ การวางโทนของเรื่องไปจนถึงการสร้างฉากที่มีอารมณ์ร่วมผ่านคำบรรยายและเสียงประกอบ (ทวีศักดิ์ ญาณประทีป, 2561) ดังนั้นบทสารคดีดิจิทัลที่มีคุณภาพมักใช้โครงสร้างแบบ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) บทนำ (Lead-in) ซึ่งทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจด้วยคำถามตั้งต้นหรือภาพที่กระตุ้นอารมณ์ 2) ส่วนเนื้อเรื่องหลัก (Main Body) ที่นำเสนอข้อมูลข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ตามลำดับเชิงตรรกะและ 3) บทสรุป (Conclusion) ที่ให้ข้อคิดหรือเชิญชวนให้ผู้ชมตั้งคำถามต่อประเด็นในเรื่อง (สุจิตรา ช้างอยู่ และคณะ, 2546) โดยเทคนิคในการเขียนบทในการเล่าเรื่องควรพิจารณาองค์ประกอบต่อไปนี้ (Michael Chanan, 2007) 1) การใช้ภาษาเชิงพรรณนา (Descriptive Language) เพื่อสร้างภาพจินตนาการของผู้ชมโดยเฉพาะการอธิบายสถานที่เหตุการณ์หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น การเลือกคำกริยาและคำคุณศัพท์ที่มีอารมณ์ 2) การวางโครงสร้างเรื่องแบบดราม่า (Dramatic Structure) เช่น การใช้ปมปัญหาจุดเปลี่ยน (Turning Point) และจุดพีคของเรื่อง (Climax) เพื่อสร้างความต่อเนื่องและเร้าอารมณ์ผู้ชม 3) การใช้เสียงบรรยาย (Narration) ควรเขียนบทให้เหมาะกับน้ำเสียงของผู้บรรยาย เช่น ใช้น้ำเสียงกลางทางวิชาการ หรืออารมณ์ร่วมในกรณีของสารคดีเชิงมนุษยธรรม (Voice of God vs. Personal Narration) 4) การวางจังหวะของบท (Pacing) การจัดวางข้อมูลให้กระชับไม่เยิ่นเย้อ และมีจังหวะการเปลี่ยนฉากหรือหัวข้อย่อยที่เหมาะสม ช่วยให้ผู้ชมไม่รู้สึกเบื่อ 5) การเชื่อมโยงข้อมูลกับภาพ (Script-to-Visual Match) บทควรสอดคล้องกับภาพที่นำเสนอ เช่น หลีกเลี่ยงการบรรยาย

สิ่งที่เห็นตรง ๆ และเน้นการให้บริบทหรือมุมมองเพิ่มเติมแทน 6) การใช้คำพูดของผู้ให้สัมภาษณ์ (Verbatim Quotes) การตัดประโยคเด่นที่มีน้ำหนักอารมณ์หรือข้อมูลเฉพาะมาใส่ในบท เป็นเทคนิคที่เพิ่มความน่าเชื่อถือและความรู้สึกร่วม ดังนั้นการเขียนบทสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นขั้นตอนที่สำคัญในการนำเสนอเนื้อหาให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของรายการ โดยมีกระบวนการสำคัญดังนี้ (ปัทมา สุวรรณศักดิ์, 2565) ขั้นแรกคือการหาข้อมูล (Data Collection) ถือเป็นขั้นตอนสำคัญที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของสารคดีเป็นข้อมูลที่ได้รวบรวมจากแหล่งข้อมูลหลัก 3 ประเภท ได้แก่ (1) ข้อมูลเบื้องต้นจากการค้นคว้าจากเอกสาร หนังสือ หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (2) ข้อมูลจากการสังเกตการณ์ โดยผู้ผลิตต้องลงพื้นที่จริงเพื่อเก็บข้อมูลทั้งในลักษณะที่เปิดเผยตัวและไม่เปิดเผยตัวและ (3) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องหรือเชี่ยวชาญในหัวข้อที่นำเสนอ ลำดับต่อมาเป็นการจับประเด็น (Issue Identification) โดยผู้เขียนบทจะต้องวิเคราะห์ สกัด และนำเสนอประเด็นสำคัญของเนื้อหาที่ชัดเจนและน่าสนใจ การนำเสนออาจเป็นการพัฒนาจากประเด็นเดิมหรือสร้างประเด็นใหม่ที่ช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้ชม จากนั้นผู้ผลิตต้องกำหนดแนวคิด (Concept) หรือแก่นเรื่อง (Theme) เพื่อแสดงจุดยืนและทัศนคติของตนที่ชัดเจน แนวคิดนี้จะทำหน้าที่กำหนดทิศทางของเนื้อหาและป้องกันไม่ให้เกิดการเล่าเรื่องออกนอกประเด็นหลัก และการหาตัวละครหลัก (Main Character Selection) ในสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ผู้ผลิตอาจจะใช้บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องราวที่นำเสนอสามารถช่วยให้ผู้ชมรู้สึกมีส่วนร่วมกับเนื้อหาผ่านการสัมภาษณ์หรือการติดตามชีวิต ตัวละครหลักจะเป็นแกนสำคัญที่ช่วยให้ผู้ชมสามารถติดตามเนื้อหาได้อย่างต่อเนื่อง และการวางโครงเรื่อง (Story Structuring) โดยเป็นการจัดลำดับเหตุการณ์ตั้งแต่ต้นจนจบ การวางโครงเรื่องที่ดีต้องมีการเปิดเรื่องที่นำเสนอ มีการสร้างชื่อเรื่องที่สามารถสื่อประเด็นได้ชัดเจน ตามด้วยเนื้อหาที่ถูกจัดลำดับอย่างมีเหตุผลพร้อมการสร้างผลทางอารมณ์ และปิดท้ายด้วยการสรุปประเด็นที่ต้องการสื่อสารเพื่อย้ำวัตถุประสงค์หลักของรายการ (อนงค์นาฏ รัตมีเวียงชัย, 2561) การเขียนบทสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์จึงเป็นการบูรณาการข้อมูล การจับประเด็นสำคัญ การกำหนดแนวคิด การเลือกตัวละคร และการวางโครงสร้างของเรื่อง เพื่อให้เนื้อหามีความน่าสนใจชัดเจน สามารถสร้างการมีส่วนร่วมเป็นการออกแบบประสบการณ์ของผู้ชมผ่านภาษาพูด ภาพ และเสียง โดยต้องตระหนักถึงบริบทของเนื้อหาวัตถุประสงค์ของสารคดีและกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

2) การเล่าเรื่องราวในการเล่าเรื่องของสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การเล่าเรื่องราวของสื่อสารคดีนั้นจะต้องเป็นประเด็นที่ได้รับการสนใจจากคนในสังคมเป็นเรื่องราวที่คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจ โดยทำการวิเคราะห์สถานการณ์โดยการจับประเด็น มาสร้างสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์และเป็นเรื่องราวที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อนยอมทำให้ผู้คนมาสนใจเรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับประเด็นนี้หรืออาจจะใช้เรื่องราวที่ส่งผลกระทบต่สังคมมาสร้างเป็นจุดมุ่งหมายในการผลิตจนนำมาสู่การนึกคิดและตระหนักถึงปัญหาอย่างจริงจังและมีการเล่าเรื่องราวที่สร้างสรรค์ก่อให้เกิดประโยชน์ส่งผลต่อสังคมซึ่งสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงผู้คนได้เป็นจำนวนมาก ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ก่อนให้เกิดการถกเถียงประเด็นที่นำเสนอจนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ดีขึ้น (ปัทมา สุวรรณศักดิ์, 2555) ดังนั้นการเลือกเรื่องราวในการเล่าเรื่องของสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์จะต้องเลือกเนื้อเรื่องที่ได้รับการสนใจและไม่เคยมีใครทำประเด็นนี้มาก่อนและเนื้อหาของเรื่องราวอาจจะส่งผลกระทบในสังคมทั้งแง่บวก และแง่ลบ จนนำมาสู่การแก้ไขปัญหาของสังคมได้และการเล่าเรื่องที่สร้างสรรค์นั้นมียุทธวิธีสื่อสารความหมายให้ผู้ชมได้รับรู้จนนำไปสู่การพัฒนาของพื้นที่ในอนาคต

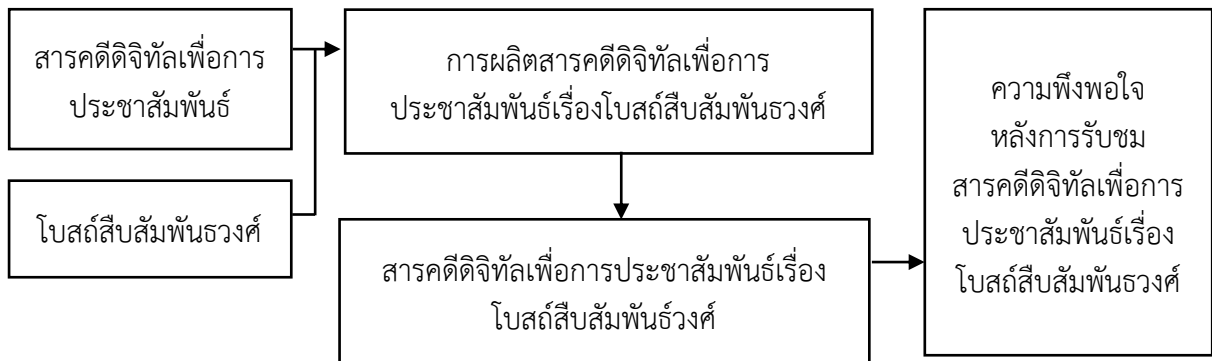
3) การถ่ายทำสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยรายการสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์นำเสนอเรื่องราวที่อิงตรงตามความเป็นจริงผ่านการสร้างสรรค์เค้าโครงบทของสื่อสารคดี

ดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบการเล่าเรื่องขั้นตอนในการถ่ายทำถือเป็นอีกหนึ่งขั้นตอนที่สร้างคุณภาพในการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยมีองค์ประกอบ 2 ส่วนดังนี้ (สราวุฒิ ทองศรี คำ, 2564) (1) ภาพของการถ่ายทำสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์การเริ่มต้นถ่ายทำภาพสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ในการบันทึกนั้นมีการวางแผนและมีลำดับในการถ่ายทำให้เสร็จตามสถานที่กำหนดไว้ องค์ประกอบของการถ่ายภาพของสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์จะต้องมีการถ่ายภาพหลักตามประเด็นเนื้อหาของบทโดยใช้เทคนิคในการเล่าเรื่องและเป็นภาพต่อเนื่องจากภาพแรกที่เกี่ยวข้อง กับภาพหลักและการถ่ายภาพองค์ประกอบ (Insert) จะเป็นการถ่ายภาพเสริมจากภาพหลักเป็นการนำเสนอภาพในมุมแคบเพื่อช่วยในการอธิบายเข้าถึงเหตุการณ์ที่มากขึ้นผสมผสานการถ่ายภาพเชิงสัญลักษณ์เป็นการเปรียบเทียบเป็นการสื่อถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (2) การใช้เสียงในการเล่าเรื่องสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยเสียงถือเป็นองค์ประกอบหลักที่ช่วยให้การเล่าเรื่องราวของสื่อสารคดีผสมผสานการสื่อสารด้วยภาพทำให้การสื่อสารความหมายมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นโดยลักษณะของการใช้เสียงในการเล่าเรื่อง

3.3 แนวความคิดความพึงพอใจในการรับชมสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์

ความพึงพอใจเป็นแนวคิดสำคัญในการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เนื่องจากเป็นตัวสะท้อนว่าผู้ชมได้รับประสบการณ์และการตอบสนองจากเนื้อหาในระดับที่คาดหวังหรือไม่ความพึงพอใจเป็นสภาวะจิตใจที่ปราศจากความเครียด เกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองจากสื่อที่รับชม ดังนั้นในการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับการเข้าใจความต้องการของผู้ชมและนำเสนอเนื้อหาที่สามารถตอบสนองความคาดหวังเหล่านั้นได้ (Morse, N. C., 1953) ความพึงพอใจว่าเป็นผลลัพธ์ของการที่บุคคลมีส่วนร่วมกับสิ่งที่ตนเองสนใจ โดยแสดงออกผ่านทัศนคติในทางบวกและทางลบ (Vroom, V. H., 1964) ซึ่งในการผลิตสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ความพึงพอใจจะสะท้อนผ่านการที่ผู้ชมมีส่วนร่วมกับการเล่าเรื่องและการนำเสนอของสารคดีนั้น ๆ เช่น การมีอารมณ์ร่วม หรือมีการตอบรับเชิงบวกผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่แบ่งเป็นความรู้สึกทางบวกและลบ โดยความรู้สึกเชิงบวกจะนำไปสู่ความสุขและการรับรู้เชิงบวกเกี่ยวกับเนื้อหาที่นำเสนอ ในทางตรงกันข้าม ความรู้สึกเชิงลบอาจเกิดขึ้นได้หากสารคดีไม่สามารถตอบสนองหรือขัดแย้งกับความคาดหวังของผู้ชม (Shelly M. W., 1975) ดังนั้น ผู้ผลิตควรออกแบบการเล่าเรื่องและการนำเสนอภาพให้สอดคล้องกับความต้องการทางอารมณ์และประสบการณ์ของผู้ชม เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแนวคิดสำคัญที่ใช้ในการประเมินผลการรับชมสื่อ โดยเฉพาะสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เนื่องจากความพึงพอใจของผู้ชมสามารถสะท้อนถึงคุณภาพ ประสิทธิภาพ และผลกระทบของสื่อได้อย่างชัดเจน แรงจูงใจให้ผู้ชมมีพฤติกรรมที่สนับสนุนเนื้อหาและรับข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น (Tkalec, M., & Zajc, J., 2024) ดังนั้นความพึงพอใจในการรับชมสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มเครือข่ายสังคมออนไลน์จะทำให้ผู้รับชมได้รับประสบการณ์เนื้อหาข้อมูลภายในสื่อสารคดีดิจิทัล ช่วยให้เกิดความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจในประเด็นเนื้อหา ข้อมูล และกิจกรรมต่างที่นำเสนอเป็นสะท้อนให้เห็นว่าการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อสารคดีดิจิทัลที่และทำให้ผู้รับชมสามารถเข้าใจเนื้อหาจากการเล่าเรื่องราวโดยประเด็นหรือข้อมูลที่เป็นความจริงดำเนินเรื่องในการสื่อสารในรูปแบบสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเกิดความสนใจจากเนื้อหาภายในสารคดีได้เป็นอย่างดี

4. กรอบแนวคิดของการวิจัย



5. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามความต้องการในการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์จากผู้ดูแลคริสตจักรสืบสัมพันธวงศ์และนำเนื้อหา ข้อมูลมาวิเคราะห์ ตามหลักการ ทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยมีขั้นตอนวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,471,588 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2567)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน จากการเปรียบเทียบขนาดกลุ่มตัวอย่าง ทาโร่ ยามาเน่ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อน $\pm 10\%$ (Yamane, Taro., 1967) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยการรับชมผ่านเพจเครือข่ายสังคมออนไลน์ของทางคริสตจักรสืบสัมพันธวงศ์ ก่อนทำการตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจหลังการรับชม

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาผลความพึงพอใจจากการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ดังนั้นผู้วิจัยแบ่งเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

1. สื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธวงศ์
2. แบบประเมินคุณภาพของการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธวงศ์ โดยผ่านขั้นตอนการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ของแบบประเมินคุณภาพ
3. แบบประเมินความพึงพอใจหลังการรับชมสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธวงศ์ โดยผ่านขั้นตอนการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ของแบบประเมินความพึงพอใจ

5.3 วิธีการการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาโดยมีวิธีการดังนี้

- 5.3.1 ขั้นตอนการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธวงศ์ โดยใช้กระบวนการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบ 3P ประกอบด้วย

1. กระบวนการเตรียมการก่อนการผลิต (Pre-Production) ผู้วิจัยได้แบ่งกระบวนการเตรียมการก่อนการผลิตออกเป็น 3 ขั้นตอนย่อยดังนี้ 1) ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเนื้อหาที่ใช้ในการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ 2) วิเคราะห์เนื้อหา หลักการ วิธีการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3) ทำการเขียนบท (Scrip) และวางเค้าโครงเรื่อง (Story Bord) ในการเล่าเรื่องราวของสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจและใช้ในการประชาสัมพันธ์สถานที่

2. กระบวนการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธวงศ์ ดำเนินการถ่ายทำตามกระบวนการเตรียมการก่อนการผลิตตามบทและเค้าโครงเรื่องที่วางไว้ และทำการบันทึกเสียงบรรยายของสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์

3. กระบวนการหลังการผลิต (Post-Production) ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนกระบวนการหลังการผลิตออกเป็น 4 ขั้นตอนย่อย ดังนี้ 1) นำสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธวงศ์ ประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน 2) แก้ไขสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธวงศ์ ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญให้เนื้อหาเกิดความถูกต้องและสมบูรณ์ 3) วิเคราะห์และสรุปผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ 4) นำสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธวงศ์ ประเมินความพึงพอใจหลังการรับชมกับกลุ่มตัวอย่าง

5.3.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือประเมินคุณภาพการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) ออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยแบบประเมินคุณภาพโดยแบบประเมินคุณภาพแบ่งออกเป็น 3 ด้านคือ ด้านสารคดีดิจิทัล ด้านการติดต่อลำดับภาพและเสียง และด้านเนื้อหา ดิจิทัล 2) ประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ของแบบประเมินคุณภาพของการรับชมสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3) วิเคราะห์ผลการประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม (IOC) แบบประเมินคุณภาพของสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์

5.3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือประเมินความพึงพอใจหลังการรับชมสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) ออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาความพึงพอใจหลังการรับชมสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธวงศ์ จำนวน 17 ข้อ 2) ประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ของแบบประเมินความพึงพอใจหลังการรับชมสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ 3) วิเคราะห์ผลการประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม (IOC) แบบประเมินความพึงพอใจหลังการรับชมสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญและแบบประเมินความพึงพอใจหลังการรับชมสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธวงศ์กับกลุ่มตัวอย่าง เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ระดับความคิดเห็นโดยทำการคิดค่าเฉลี่ยของเกณฑ์น้ำหนักคะแนนดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.51 – 5.00 หมายถึง มีคุณภาพหรือความพึงพอใจมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 – 4.50 หมายถึง มีคุณภาพหรือความพึงพอใจมาก
- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.51 – 3.50 หมายถึง มีคุณภาพหรือความพึงพอใจปานกลาง
- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.51 – 2.50 หมายถึง มีคุณภาพหรือความพึงพอใจน้อย
- ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 1.50 หมายถึง มีคุณภาพหรือความพึงพอใจน้อยที่สุด

6. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์ สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

6.1 ผลการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์

จากการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์ แบ่งออกเป็นขั้นตอนการเตรียมการก่อนการผลิต ทำการเขียนบท รวบรวมเนื้อหา เอกสาร ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเพื่อนำมาเขียนบทสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ทำการวางแผนเค้าโครงเรื่อง สตอรี่บอร์ด โดยในการถ่ายทำสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตขึ้น จำนวน 1 คลิป ความยาวคลิป 9 นาที โดยเนื้อหาของสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์อยู่ในสไตล์ลักษณะการเล่าเรื่องราวความเป็นมาพิธีกรรม กิจกรรมทางศาสนาและกิจกรรมของคริสตจักรเพื่อให้เกิดความเข้าใจในข้อมูล นำเสนอจุดเด่นของโบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์ วัฒนธรรมของชาวคริสต์นิกายโปรเตสแตนต์ที่อยู่ในประเทศไทย ขั้นตอนการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลทำการถ่ายตามเค้าโครงเรื่องและใช้มุมภาพตามสตอรี่บอร์ดและตรวจสอบคุณภาพจากการถ่ายทำ เสียงที่บันทึกจากการสัมภาษณ์เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินเรื่องในสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนหลังการผลิต ผู้วิจัยได้ทำการตัดต่อสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เล่าเรื่องราวเกี่ยวกับโบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์ ใช้ประเด็นและเทคนิคในการเล่าเรื่องเพื่อให้ข้อมูลกับผู้ชมสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ดังภาพ



ภาพที่ 2 กิจกรรมภายในโบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์
ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัย สหทัศน์ ชาวสวน



ภาพที่ 3 พิธีกรรมทางศาสนาภายในโบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์
ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัย สหทัศน์ ชาวสวน



ภาพที่ 4 โบสถ์สีบสัมพันธวงศ์
ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัย สหทัศน์ ชาวสวน



ภาพที่ 5 สื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สีบสัมพันธวงศ์
ที่มา: ภาพโดยผู้วิจัยภัทรวรรณ ไกรปิยเศรษฐ์

6.2 ผลการประเมินคุณภาพของการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สีบสัมพันธวงศ์

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมผลการประเมินคุณภาพมาวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การประเมินคุณภาพของสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สีบสัมพันธวงศ์ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D = 0.78) หากมองเป็นรายด้านพบว่า ด้านสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D = 0.77) ลำดับถัดมาคือด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D = 0.80) และลำดับสุดท้ายคือด้านการติดต่อลำดับภาพและเสียง มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D = 0.80) ผู้เชี่ยวชาญได้แนะนำเสนอแก้ไขมุมภาพบางมุมที่ใช้ในการสื่อสารเชิงความหมาย ควรมีความชัดเจนในการวางรายละเอียดมุมภาพในการสื่อสารความหมายบางมุม มองรวมถึงการใช้เสียงประกอบในการเล่าเรื่องให้สอดคล้องกับเนื้อหาของสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์

6.3 ผลการประเมินความพึงพอใจหลังการรับชมสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สีบสัมพันธวงศ์

จากกลุ่มตัวอย่างคือประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คนจากการการตอบแบบสอบถามความพึงพอใจหลังการรับชมผ่านเพจเครือข่ายสังคมออนไลน์โดย พบว่า เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.30 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 32.70 หากพิจารณาการศึกษาครั้งนี้ตามช่วงอายุพบว่าอายุ 18-38 ปี มีจำนวนร้อยละ 91.10 รองลงมาอายุ 38-59 ปี มีจำนวนร้อยละ 5.90 อายุต่ำกว่า 18 ปี มีจำนวนร้อยละ 2 และ อายุ 60 ปี ขึ้นไปมีจำนวนร้อยละ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจหลังการรับชมสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์
สืบสัมพันธ์วงศ์ ของกลุ่มศึกษา

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
1. เนื้อหาของสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์ มีความน่าสนใจ	4.29	0.65	มาก
2. การลำดับเนื้อหาของสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์ มีความน่าสนใจ	4.32	0.69	มาก
3. เสียงบรรยายที่ใช้ในสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีความน่าสนใจ	4.38	0.69	มาก
4. การตัดต่อลำดับภาพในสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ	4.42	0.67	มาก
5. การลำดับเสียงในสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ	4.50	0.66	มาก
6. ภาพวิดีโอในสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถสื่อสารความหมายได้	4.47	0.69	มาก
7. เสียงดนตรี (Sound) ในสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ	4.33	0.72	มาก
8. ภาพในสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถสื่อสารและเข้าถึงอารมณ์ได้	4.42	0.70	มาก
9. เสียงในสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถสื่อสารและเข้าถึงอารมณ์ได้	4.38	0.69	มาก
10. ระยะเวลาในการนำเสนอสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสม	4.43	0.68	มาก
11. เนื้อหาของสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถให้ข้อมูลเป็นประโยชน์ได้	4.50	0.63	มาก
12. สื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถสื่อสารความหมายในเชิงประวัติศาสตร์	4.49	0.64	มาก
13. การนำเสนอของสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถใช้เป็นประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ประวัติโบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์ได้	4.48	0.66	มาก
14. เนื้อหามีความกระชับและเข้าใจง่าย	4.47	0.69	มาก
15. ภาษาที่ใช้ในสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความกระชับเข้าใจง่าย	4.42	0.60	มาก
16. การดำเนินเรื่องในสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความต่อเนื่องและน่าสนใจ	4.45	0.67	มาก
17. ภาพสถานที่ตั้งโบสถ์ในสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความสวยงามและน่าสนใจ	4.50	0.63	มาก

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
รวมทั้งหมด	4.42	0.68	มาก

จากตารางพบว่า การประเมินความพึงพอใจหลังการรับชมสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โปสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์ ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$, S.D = 0.68) หากมองเป็นรายข้อที่ดีที่สุดพบว่ามี 3 ข้อคือ 1. การลำดับเสียงในสื่อสารคดีมีความน่าสนใจ 2. เนื้อหาของสื่อสารคดีสามารถให้ข้อมูลเป็นประโยชน์ได้ 3. ภาพสถานที่ตั้งโปสถ์ในสื่อสารคดีมีความสวยงามและน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.50$)

7. การอภิปรายผล

การผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โปสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์ สามารถอภิปรายผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ได้ดังต่อไปนี้

7.1 ผลการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โปสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์

ในการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยใช้กระบวนการผลิตแบบ 3P ประกอบด้วย กระบวนการเตรียมการก่อนการผลิต กระบวนการผลิต และกระบวนการหลังการผลิต จากกระบวนการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยได้จัดทำนั้นเป็นไปตามหลักการการวางแผนเรื่องเรียงเหตุการณ์เรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบเรื่องให้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องราวที่ชวนถกเถียงและให้ความรู้หรือสาระข้อมูลตรงตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ในการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่วางไว้ โดยโครงสร้างเปิดเรื่องสร้างความชัดเจนในประเด็นที่ต้องการนำเสนอ เล่าเรื่องให้ข้อมูลสร้างผลลัพธ์ทางอารมณ์และปิดท้ายวัตถุประสงค์หรือประเด็นที่ใช้ในการสื่อสาร (อนงค์นาฏ รัศมีเวียงชัย, 2561) ดังนั้นการวางแผนในการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นขั้นตอนที่สำคัญในการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เค้าโครงเรื่องเป็นการนำเสนอข้อมูลที่ตรงตามความจริงและมีความน่าสนใจชวนติดตาม ซึ่งเป็นตามกระบวนการ 3P (พัชชา อิทธิจารุกุล และคณะ, 2566) ในทิศทางเดียวกันกับกระบวนการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์จากงานวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก เริ่มจากขั้นก่อนการผลิต (Pre-production) ซึ่งมีกระบวนการสำคัญคือการจัดประชุมวางแผนในการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ จากการสัมภาษณ์เชิงประวัติศาสตร์แบบมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่หรือผู้ดูแลและเสริมสร้างความสัมพันธ์ ความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ในกลุ่มผู้เข้าร่วมผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเล่าเรื่อง การแสดงออกทางอารมณ์ และการระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการผลิตเนื้อหา ในขั้นตอนการผลิต (Production) เป็นขั้นตอนในการถ่ายทำช่วยสร้างประสบการณ์ที่สมจริงและสามารถถ่ายทอดประสบการณ์ส่วนบุคคลได้อย่างชัดเจน โดยสถานที่ถ่ายทำถูกคัดเลือกให้สอดคล้องกับบริบทของเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอในขั้นตอนสุดท้ายหรือขั้นตอนหลังการผลิต (Post-production) เป็นกระบวนการที่ดำเนินการตัดต่อและปรับแต่งภาพและเสียงโดยทีมงานมีการเพิ่มเทคนิคพิเศษทั้งด้านภาพเคลื่อนไหวและการออกแบบเสียง เพื่อเสริมสร้างอารมณ์และความสมจริงของเนื้อหา ก่อนที่จะนำสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ไปทดลองและเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ชมกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำผลตอบรับไปปรับปรุงครั้งสุดท้ายก่อนเผยแพร่ (Holohan et al., 2025) ดังนั้นจากการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ของผู้วิจัยมีการเขียนบทในการเล่าเรื่องและนำเสนอประเด็นใน

การสื่อสารและมีการวางแผนในการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เค้าโครงเรื่องที่วางแผนไว้ จึงสรุปได้ว่ากระบวนการนี้สามารถใช้สร้างสรรค์สื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้

7.2. ผลการประเมินคุณภาพสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบนัสสัมพันธวงศ์

การประเมินคุณภาพของสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบนัสสัมพันธวงศ์ พบว่า ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, $S.D = 0.78$) ในภาพรวมจากการนำเสนอ ภาพในการเล่าเรื่องของสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อความการจัดการเวลาในการนำเสนอ เรื่องราวการเล่าเรื่อง (Storytelling) กระชับ ชัดเจน และเหมาะสมกับการรับชมเป็นอีกเหตุผลในการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับการผลิตวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง รถไฟสายมรณะ ที่มีความยาวในช่วงระยะเวลา 7-15 นาทีโดยใช้วิธีการเล่าเรื่องแบบ Dale Carnegie's Magic มี 3 ขั้นตอนคือ 1) อุบัติการณ์ (Incident) เป็นการเล่าเรื่องจากความประทับใจ 2) การลงมือปฏิบัติ (Action) การลงมือปฏิบัติลงพื้นที่ในสถานที่จริง 3) ประโยชน์ (Benefit) คุณประโยชน์ ในการเผยแพร่สื่อเพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้เรื่องราว ประวัติของสถานที่นั้น (เกรียงไกร ภูมิ อายุวงศ์ และคณะ, 2566) จากวิธีการเล่าเรื่องดังกล่าวทำให้การผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ของผู้วิจัยมีหลักการและการวางแผนในการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ การให้ความสำคัญในการจัดลำดับเนื้อหา การออกแบบเนื้อหา เป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารและเนื้อหาสามารถนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้ จากผลดังกล่าวทำให้การออกแบบการเนื้อหาในการผลิตสื่อเกิดความสมบูรณ์และสอดคล้องกับการออกแบบสื่อประเภทอื่น ๆ ได้ (จักรพันธ์ เรื่องคุณภาพ, 2567, น. 36-48) ดังนั้นการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลให้เกิดประสิทธิภาพนั้นการเล่าเรื่องและการวางแผนในการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญในการสื่อสาร เพื่อให้ข้อมูลกับคนที่สนใจได้เป็นอย่างดี ดังนั้นกระบวนการผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถพัฒนาจากกระบวนการผลิตข้างต้นให้สอดคล้องกับการเผยแพร่ข้อมูลผ่านโซเชียลมีเดียจาก หลักการวิธีการเล่าเรื่อง 3 ขั้นตอนข้างต้นได้และสอดคล้องกับเทคโนโลยีการเผยแพร่ข้อมูลในเชิงสารคดีดิจิทัลแบบสั้นนั้นยังไม่ค่อยมีการทำในลักษณะนี้เท่าที่ควร นอกจากนี้กระบวนการดังกล่าวยังพัฒนาวิธีการเล่าเรื่องในรูปแบบสื่อสารคดีดิจิทัลแนวตั้งเชิงเล่าเรื่องได้ในอนาคต

7.3 ผลการประเมินความพึงพอใจหลังการรับชมสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่อง โบนัสสัมพันธวงศ์

ผลการประเมินความพึงพอใจในภาพรวมในภาพรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.42$, $S.D = 0.68$) จากผลการวิจัยเนื้อหาของสื่อสารคดีเป็นการนำความรู้จากการค้นคว้า การสัมภาษณ์ มาเขียนเป็นบทสื่อสารคดีในการเล่าเรื่องและสามารถนำความรู้ที่ได้รับชมจากสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ไปใช้ในชีวิตประจำวันได้โดยภาษาและเสียงที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหา รวมถึงสิ่งสำคัญคือการลำดับเนื้อหาของสื่อสารคดีแบบดั้งเดิมเปลี่ยนผ่านเป็นสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์จะมีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ (นภัสสร เอมาวัดน์ และคณะ, 2566) ปัจจุบันการรับชมข้อมูลข่าวสารของผู้ที่สนใจผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มีความหลากหลายมากขึ้นทำให้การรับรู้ข่าวสารหรือข้อมูลของสังคมในปัจจุบันได้รับความนิยมและมีความรวดเร็วมากกว่าในการรับชมสื่อผ่านสื่อโทรทัศน์ ดังนั้นการสื่อสารด้วยสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์และพัฒนาเป็นสื่อสารคดีดิจิทัลที่มีระยะเวลาสั้นในอนาคตจะมีความต้องการและได้รับความนิยมในการสื่อสารข้อมูลได้ (รมิดา ลีลาพตะ, 2567) ด้วยวิธีการรับรู้ข้อมูลโดยตัดแปลงการเล่าเรื่องจากบทหรือข้อมูลสู่การผลิตสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์มีเรื่องของขยายความ (Extension) การขยายเนื้อหาหรือเนื้อหาจากสื่อสารคดีโทรทัศน์ในรูปแบบเดิมให้เกิดความชัดเจน การตัดทอนเนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาหลักในการเล่าเรื่อง

ผ่านสื่อสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์มีการดัดแปลง การเพิ่มบทบาทของตัวละครหรือเนื้อหาในการเล่าเรื่องให้เกิดความสมจริง (อภิสร่า ยุทธโรจน์ และวรชัย คุรุจิต, 2567) การใช้วิธีการเล่าเรื่องจากเนื้อหาเชิงความจริงอยู่ในรูปสื่อสารคดีทำให้เกิดความเข้าใจในข้อมูลหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและสอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมสื่อในปัจจุบันและปรับเปลี่ยนวิธีการเล่าเรื่องรวมถึงการผลิตสื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมในการรับชมสื่อได้ในอนาคต ดังนั้นเกิดการเล่าเรื่องผ่านสื่อสารคดีดิจิทัลรูปแบบใหม่ที่พัฒนาจากวิธีการผลิตสารคดีในแบบเดิมทำการปรับกระบวนการผลิตเชิงเล่าเรื่องให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมสื่อในยุคปัจจุบัน ซึ่งในอดีตที่ยังไม่มีการเผยแพร่ทางสื่อดิจิทัลหรือสื่อออนไลน์ ดังนั้นรูปแบบของสื่อสารคดีจึงปรับเปลี่ยนการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทำให้สามารถเข้าถึงการรับชมได้ง่ายและรวดเร็ว

8. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

8.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ จากการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้ทราบถึงประวัติศาสตร์ของโบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์ ทางด้านพิธีกรรมทางศาสนา และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จากการสอบถามช่างต้นผู้วิจัยได้มองว่าสถานที่แห่งนี้ความน่าสนใจทางด้านอารยธรรมเชิงประวัติศาสตร์รวมถึงการใช้สถานที่ในการประกอบพิธีกรรม และกิจกรรมต่าง ๆ ทางศาสนาคริสต์ ในการสื่อสารเรื่องราวของสถานที่ให้ประชาชนทั่วไปที่สนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้รู้ถึงประวัติความเป็นมาของโบสถ์สืบสัมพันธ์วงศ์ และสามารถเข้าทำกิจกรรม มีส่วนร่วมกับทางคริสตจักรสืบสัมพันธ์วงศ์ได้

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการผลิตสื่อสารคดีโทรทัศน์แบบดิจิทัลเพื่อเล่าเรื่องราวและประชาสัมพันธ์สถานที่ของคริสตจักรสืบสัมพันธ์วงศ์ ให้ประชาชนที่สนใจรู้จักประวัติพิธีกรรม และกิจกรรมทางศาสนาหากในอนาคตมีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ จำลองสถานที่ให้เห็นภาพเบื้องต้นก่อนเข้ามายังสถานที่จริงโดยการพัฒนาสื่อดิจิทัลแบบจักรวาลนอภมิติ (Metaverse) เพื่อให้ผู้คนได้สัมผัสและเห็นพิธีกรรม หรือกิจกรรมทางศาสนาแบบจำลอง และสามารถเดินทางมายังสถานที่จริงเพื่อเข้าร่วมพิธีกรรมหรือกิจกรรมต่าง ๆ ได้ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- เกรียงไกรภูมิ อายวงค์, ดนุรัตน์ สาระบุลย์ และวิสิฐ ตั้งสถิตกุล. (2566). การผลิตวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่องเส้นทางรถไฟสายมรณะ. *วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ*, 5(1), 55-67.
- คริสตจักรสืบทอดพันธกิจ. (2568). *การก่อสร้างคริสตจักร*. คริสตจักรสืบทอดพันธกิจ. เข้าถึงได้จาก <http://203.154.243.49/>
- จักรพันธ์ เรืองนุภาพจร. (2567). การพัฒนาสื่อแอนิเมชันสองมิติเพื่อส่งเสริมการออกกำลังกาย. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*. 12(1), 36-48.
- ชลอ รอดลอย. (2551). *การเขียนสารคดี*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชำนาญ มโนรม. (2535). *สงครามศาสนา*. กรุงเทพฯ: พรศิริการพิมพ์.
- ทวีศักดิ์ ญาณประทีป. (2561). *การเขียนสารคดี*. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นภัสสร เอมาวัดน์, จุฑารัตน์ ทองหล่อ, ทิรฐาน เนียมชูชื่น และปริญญา สัตยเดชะ. (2566). การผลิตสารคดีโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เรื่อง การทำลูกประคบสมุนไพร. *วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ*, 5(2), 42-53.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปรัชญา เปี่ยมการณ. (2566). การเรียนรู้ด้านสื่อและการสื่อสารของอินฟลูเอนเซอร์ในกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*. 11(1), 107-118.
- ปณณวัฒน์ บำรุง. (2563). การเล่าเรื่องวัฒนธรรมญี่ปุ่นทางรายการสารคดีโทรทัศน์ไทย. *วารสารกระแสวัฒนธรรม*. 21(39), 47-57.
- ปัทมา สุวรรณศักดิ์. (2565). *การเขียนบทสารคดีดิจิทัลเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรสุรีย์ วิภาศรีนิมิต. (2552). *รู้จักและเข้าใจการผลิตรายการสารคดี ในโครงการเติมไฟประกายฝัน เพาะพันธ์สารคดีในใจคู่*. กรุงเทพฯ: ปินโด พับลิชชิง
- พัชรา อธิจารกุล, อุสุมา สุขสวัสดิ์ และสุกษณเณร์ ชุณหศิริรักษ์. (2566). การศึกษาการสร้างภาพยนตร์สารคดีที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความทรงจำของผู้มีภาวะอัลไซเมอร์ต่อประวัติศาสตร์ไทยสมัย 6 ตุลาคม พ.ศ. 2519. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*. 11(2), 124-134.
- รมิดา ลีลาพทะ. (2567). เรตติ้งแบบข้ามแพลตฟอร์ม: ความคาดหวังและบทเรียนของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัลไทย. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า*. 10(1), 21-37.
- วัลลภา หัสการณ. (2546). *วิถีชีวิตและโลกทัศน์ของชนชั้นกลางคริสเตียน: ศึกษากรณีชุมชนคริสตจักรใจमान กรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สรวิชัย ทองศรีคำ. (2564). *การผลิตรายการสารคดีในยุคดิจิทัล*. เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์และการผลิตรายการโทรทัศน์ขั้นสูง (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (15 มีนาคม 2567). *ระบบสถิติทางการทะเบียน*. ระบบสถิติทางการทะเบียน. <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statyear/#/FilterPageAge>
- สุจิรา ช้างอยู่, วิลาวัลย์ ม่วงเอี่ยม และสุจารี หอมนาน. (2546). *สารคดีเด็กและเยาวชน*. กรุงเทพฯ: แม็ค.
- อนงค์นาฏ รัตนะเวียงชัย. (2561). การผลิตสารคดีโทรทัศน์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิสรียา ยุทธโรจน์ และวรัญญู ครุจิต. (2567). การวิเคราะห์การเล่าเรื่องในภาพยนตร์เรื่อง Murder on the Orient Express ที่ดัดแปลงจากบทประพันธ์ของ อากาธา คริสตี. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า*. 10(3). 21-33. <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/jcmn/article/view/1400/1281>
- อรทัย รุจิราธร. (2552). *พัฒนาของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยจากปี พ.ศ. 2530 ถึง 2541*. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Holohan, C., Hogan, M., Kelly, D., Kennedy, M., & Silke, C. (2025). Ethical witnessing: Participatory virtual reality production and the experience of homelessness. *Studies in Documentary Film*.

Advance

online publication. <https://doi.org/10.1080/17503280.2025.2470117>

Michael Chanan (2007). *The Politics of Documentary*. London: BFI Publishing.

Morse, N. C. (1953). *Satisfaction in the White-Collar Job*. USA. University of Michigan Press.

Shelly, M. W. (1975). *Human Judgments and Optimality*. New York: Wiley.

Tkalec, M., & Zajc, J. (2024). Explaining the Rich Entertainment Appeal of Nature Documentaries and Their Impact on Pro-Environmental Behavior. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 68(1), 123-145.

Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*. New York: Wiley.

Yamane, Taro. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis*. (2nd Ed.). New York: Harper and Row.