

# นวัตกรรมการสื่อสาร(หนังสั้น)กับการจัดการปัญหาขยะแหล่ง การท่องเที่ยวบ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช

## Communication innovation (Short Film) and waste management problems, Khiri Wong tourism source Nakhon Sri Thammarat

ธีระ ราชภาพล\*

### บทคัดย่อ

สื่อเชิงสร้างสรรค์ รูปแบบหนังสั้นกับการจัดการขยะแหล่งท่องเที่ยวบ้านคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช เป็นรูปแบบการสื่อสารในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การสนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ภายใต้บริบทของการร่วมรับรู้ปัญหา ร่วมคิด และร่วมปฏิบัติชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช โดยการวิเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในปัจจุบัน (Documentary Research) และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 25 คน นั้น พบว่าทั้ง 3 กลุ่ม มีความต้องการสื่อสร้างสรรค์ที่เข้าถึงกลุ่มบุคคลได้ทุกเพศทุกวัย รวมทั้งช่องทางที่เผยแพร่สื่อควรเข้าถึงได้ทุกกลุ่มและได้ครวละมาก ๆ เพื่อให้ความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ ยูทูบ ไลน์ แพนพับ ป้ายโฆษณา เป็นต้น และต้องการให้สื่อสร้างสรรค์ช่วยกระตุ้นจิตสำนึกของชาวบ้านในการหวงแหน รักบ้านเกิด และช่วยกันดูแลสภาพแวดล้อมให้คงอยู่ในสภาพเดิมมากที่สุด รวมไปถึงนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อให้หมู่บ้านคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช คงสภาพเดิมมากที่สุด และควรเป็นประเภทละครสั้นที่บอกวิธีปฏิบัติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และประวัติความเป็นมาของหมู่บ้าน สภาพแวดล้อม ตลอดจนวิธีการจัดการขยะของหมู่บ้าน

**คำสำคัญ:** การจัดการขยะ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชมรมการท่องเที่ยว หมู่บ้านคีรีวงค์ สื่อเชิงสร้างสรรค์

### ABSTRACT

The objective is to study the creative media production model and waste management of Ban Khiri Wong Eco-Tourism Club, Lansaka District, Nakhon Si Thammarat Province. And study communication patterns in creating local community participation, supporting eco-tourism activities Under the context of participation in problem-solving and participation in the Khiri Wong Eco-Tourism Club, Lansaka District, Nakhon Si Thammarat Province Which uses the research method by analyzing current research papers

\* อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

and using in-depth interview methods from 25 target groups. It was found that all 3 groups have creative media needs at Access to groups of people of all ages Including channels that publish media should be accessible to all groups and can be given a lot of time in order to provide understanding in the same direction, such as Facebook, YouTube, flyers, brochures, advertising banners, etc. In cherishing love for the homeland and helping to care for the environment to be in the most original condition Including tourists in eco-tourism For the Khiri Wong Village, Lan Saka District, Nakhon Si Thammarat Province Maintain the most original condition. And should be a short drama type that tells the practice of ecotourism And the history of the village, the environment and the village waste management methods

**Keywords:** Waste management, eco-tourism Tourism club, Khiri Wong Village, Creative Media

### ความเป็นมาของปัญหา

ชุมชนคีรีวงเป็นพื้นที่ที่มีการขยายตัวของชุมชนในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเชิงพาณิชย์ มีจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น ปริมาณขยะมูลฝอยก็เพิ่มขึ้น เป็นเงาตามตัว จากการที่ขยะมูลฝอยมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น และการจัดเก็บหรือการจัดการขยะมูลฝอย ไม่สามารถรับมือกับจำนวนขยะมูลฝอยที่ตกค้าง ทำให้ขยะมูลฝอยเป็นปัญหาที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งสภาพภูมิทัศน์ (ดินเสีย และน้ำเสีย) และสุขภาพอนามัยของประชาชน การจัดการขยะจึงเป็นปัญหาสำคัญอย่างยิ่งที่ต้องการการแก้ไข จากปัญหาของขยะมูลฝอยที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนโดยตรง ทั้งในชุมชนเมืองและชนบท ทำให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมีความตระหนักในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย โดยอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานราชการส่วนท้องถิ่นในการจัดการขยะมูลฝอย และการปลูกฝังจิตสำนึก ในการมีส่วนร่วมแก่ชุมชน โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนในแต่ละชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดการขยะ เพื่อให้ประชาชนเกิดการเรียนรู้และเกิดจิตสำนึกที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการจัดการขยะมูลฝอย ซึ่งประชาชนในชุมชนมีอิทธิพลในการกระตุ้นจิตสำนึกต่อความรับผิดชอบร่วมกันแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม เรื่องขยะมูลฝอยชุมชน โดยเริ่มจากการให้ประชาชนในชุมชนได้เรียนรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะมูลฝอยอย่างเป็นระบบ เพื่อรองรับปัญหาขยะมูลฝอยที่เพิ่มมากขึ้นทุกวัน

ดังนั้นประชาชนในชุมชนจึงควรมีความตระหนักในการลดปริมาณขยะมูลฝอยมากกว่าการพึ่งพาการกำจัดขยะมูลฝอย ชุมชนจากภาครัฐเพียงฝ่ายเดียว ทำอย่างไรที่จะรณรงค์ให้ประชาชนในชุมชนเห็นการเปลี่ยนแปลงในเหตุการณ์ ที่ก่อให้เกิดปัญหาขยะมูลฝอยชุมชนทั้งในปัจจุบันและอนาคตมาร่วมกันคิดหาวิธีการและแนวทางในการแก้ปัญหา โดยคำนึงถึงความจำเป็นและความเป็นไปได้ในการบริหารจัดการขยะเพื่อเลือกแนวทางที่เป็นรูปธรรมที่ดีที่สุด และเหมาะสมที่สุด ซึ่งเป็นกระบวนการที่ทำให้ประชาชนและนักท่องเที่ยว ในชุมชนเห็นคุณค่าและเกิดจิตสำนึกในการปรับเปลี่ยน พฤติกรรม และร่วมด้วยช่วยกันในการจัดการขยะมูลฝอยในชุมชนที่ตนเองอาศัยอยู่ให้เหลือน้อยที่สุด

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้เขียนสนใจในการศึกษา “การใช้นวัตกรรมการสื่อสารต่อการจัดการปัญหาขยะของชมรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวง” ขึ้นทั้งนี้เพื่อศึกษาปัญหาการจัดการปัญหาขยะของชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านคีรีวง อ.ลานสกา จ.นครศรีธรรมราช มีกลยุทธ์อะไรในการสื่อสารเพื่อการ



2 ในด้านการสื่อสารด้านข้อมูลข่าวสาร ของชุมชนที่ผ่านมาเป็นในลักษณะเสียงตามสาย การบอกต่อ โทรศัพท์ วิทยุ และเกิดเฟสบุ๊คตามมา

3 การจัดการเรื่องทิ้งขยะของชุมชนที่ผ่านมาแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

พวกที่ 1 จัดการกับขยะโดยตรง คือ การลงปฏิบัติจริง การคัดแยกขยะ การกำจัดขยะ

พวกที่ 2 จัดการด้านรณรงค์ น่าจะเรียกว่าการสร้างจิตสำนึกมากกว่า เช่น การสร้างสื่อละครสร้างสรรค์ ป้ายรณรงค์ เป็นต้น

ในระยะแรกที่ชุมชนยังไม่มีรถเก็บขยะมากนัก ก็ใช้วิธีฝัง กลบ เมา ตามแบบวิธีของชาวบ้าน แต่หลังจากปี 2538 เป็นต้นมาที่ชุมชนมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วมาก ก็จะมีหน่วยงานเข้ามาให้ความรู้เรื่องการคัดแยกขยะ การรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวช่วยกันนำขยะกลับไปทิ้งที่บ้านเพื่อลดปริมาณขยะลง

4 การรับรู้ข่าวสารส่วนใหญ่จะเป็นจากเฟสบุ๊คและไลน์ ป้ายโฆษณา การบอกต่อ และทางโทรศัพท์ วิทยุ เป็นต้น

5 ถ้ามีหน่วยงานเข้าช่วย คือ อยากรู้ให้จริงจังและจริงจังมากกว่านี้ เนื่องจากหมู่บ้านศิริวงประสบปัญหาเรื่องขยะมานานมากจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของเมือง ไม่ใช่การมาปักป้าย ถ่ายรูปและเสนอผลงานเหมือนที่คุณอาจินต์ เพ็ชรวงค์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพชรศิริโฮมสเตย์ ได้ให้แนวทางไว้

6 ประเภทของสื่อส่วนมากที่พบเจอกันอยู่บ่อย ๆ คือ เสียงตามสาย, เฟสบุ๊ค, ไลน์, โบรชัวร์ ฯลฯ แต่ส่วนมากจะเป็นเฟสบุ๊คดังที่คุณกันขัติธิดา มัธนาท ผู้ประสานงานชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านศิริวงค์ ได้กล่าวไว้ว่านักท่องเที่ยวจะค้นหาข้อมูลทางเฟสบุ๊ค ก่อนจะมาลงไปตามที่ตนเองสนใจตามที่สถานที่ที่ตกลงประชาสัมพันธ์ไว้

7 คำว่า “นวัตกรรมการสื่อสาร” คือ สื่อใหม่ทุกประเภทที่มีคุณภาพโดยอ้างอิงความคิดในเรื่องที่สร้างสรรค์และน้อมนำไปเกิดจิตสำนึกที่ดี หลีกเลี่ยงการใช้คำพูดที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือภาพลักษณ์ของหมู่บ้านและหน่วยงานต่าง ๆ

8 การสื่อสารด้วยเฟสบุ๊คหรือช่องทางโซเชียลอื่น ๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัยโดยคำนึงถึงจิตสำนึกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น การไม่ทำลายธรรมชาติ การเก็บขยะกลับไปทิ้งในจุดที่ทิ้งไว้ การคัดแยกขยะเพื่อลดปัญหาขยะล้นชุมชน เป็นต้น

## การอภิปราย

จากการใช้นวัตกรรมการสื่อสารกับการจัดการขยะของชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านศิริวงพบว่าสื่อที่ผู้นำท้องถิ่น ชาวบ้าน เยาวชนและนักท่องเที่ยวต้องการให้มีมากที่สุด คือ สื่อใหม่ที่เข้าใจง่ายและน้อมนำไปเกิดจิตสำนึกที่ดีในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมและทรัพยากรของหมู่บ้านให้คงเดิม โดยเน้นช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ค ไลน์ ยูทูป เป็นต้น และสนับสนุนให้เป็นสื่อประเภทหนังสือเพื่อให้เกิดความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันสอดคล้องกับบุญทัน ภูบาล (2549 อ้างถึงใน จินตนา กลิ่นนันท, 2560: 18) ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงจิตสำนึกของนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่เกิดจากการใช้วีดิทัศน์ละครหุ่นเชิดเป็นตัวแทนจิตสำนึก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียน บ้านศรีแก้ว เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสอบถามวัดจิตสำนึก แบบสังเกตพฤติกรรม จิตสำนึก ผลการศึกษาพบว่านักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ใช้วีดิทัศน์ ละครหุ่นเชิดเป็นตัวแทน มีการเปลี่ยนแปลงของคะแนนจิตสำนึกเฉลี่ยโดยรวม ก่อนการใช้วีดิทัศน์ระหว่างการใช้วีดิทัศน์ และหลังการใช้วีดิทัศน์

ละครหุ่นเชิดเป็น ตัวแบบในแต่ละช่วงสัปดาห์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดย คณะแนวจิตสาธาณะเฉลี่ยโดยรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดช่วงระยะเวลา 4 สัปดาห์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของจินตนา กลิ่นนันท (บทคัดย่อ: 2560) ที่พบว่านักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 ที่ใช้วีดิทัศน์ละครหุ่นเชิดเป็น ตัวแบบ มีการเปลี่ยนแปลงของคณะแนวจิตสาธาณะเฉลี่ย โดยแยกตามรายองค์ประกอบของ จิตสาธาณะ 3 องค์ประกอบ ก่อนการใช้วีดิทัศน์ ระหว่างการใช้วีดิทัศน์ และหลังการใช้วีดิทัศน์ ในแต่ละช่วงสัปดาห์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อมีการศึกษารูปแบบการสื่อสารในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การสนับสนุน กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ภายใต้บริบทของการร่วมรับรู้ปัญหา ร่วมคิด และร่วมปฏิบัติชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านศรีวัง พบว่ารูปแบบที่ผู้นำท้องถิ่น ชาวบ้าน เยาวชน และนักท่องเที่ยว ต้องการให้มี คือ ช่องทางสื่อโซเชียลออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ ยูทูป เพราะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกเพศทุกวัย หรือการใช้พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ที่เป็นแนวความคิดที่เกิดขึ้นจาก Habermas (2001, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และคนอื่น ๆ, 2543 น. 28) นักวิชาการชาวเยอรมัน ซึ่งมองเห็นความสำคัญ ของโลกของการสื่อสาร และบทบาททางการเมืองของกลุ่มชนชั้นใหม่ในสังคมยุโรป ช่วงรอยต่อ ระหว่างการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาสู่ระบบ การเมืองรูปแบบ ประชาธิปไตยในคริสต์ศตวรรษที่ 18 การสื่อสารตามร้านกาแฟ ร้านตัดผม ร้านค้าใน ชุมชน หรือ สถานที่สาธารณะอื่น ๆ เป็นศูนย์รวมการวิพากษ์วิจารณ์อำนาจรัฐ และแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ประชาชนซึ่งเป็นกลุ่มพ่อค้า และนายทุน(Bourgeois) มีโอกาสนำเรื่องการเมืองมาตรวจสอบ และ กัดดันให้เกิดความโปร่งใส ซึ่งฮาเบอร์มาส์ ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องของการสื่อสารใน 2 ประเด็น คือ ประเด็นที่ 1 การสื่อสารเป็นโครงสร้างส่วนหนึ่งที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคม การเมืองไป สู่สังคมประชาธิปไตย และประเด็นที่ 2 การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ทำให้สาธารณชนเกิดความเข้าใจ และ ฉันทามติที่ นำไปสู่การกระทำ และการเปลี่ยนแปลงที่มีผลในวงกว้างโดยกระบวนการการสื่อสารที่มี ประสิทธิภาพจะต้องเกิดขึ้นในบริบทของความเท่าเทียมกัน และความพร้อมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือ ได้แย้งแสดงเหตุผลระหว่างกัน

อีกด้านหนึ่งก็มีข้อวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับแนวความคิดเรื่องการใช้พื้นที่สาธารณะว่า เป็นแนว ความคิดที่มองโลกของการสื่อสารสาธารณะอย่างจำกัด กล่าวคือ มองเห็นเพียงกระบวนการ ที่มีการพูดจา อภิปราย หรือ ได้แย้งด้วยหลักเหตุผล ซึ่งเรื่องเหตุผลถือว่าเป็นโลกของผู้ชายล้วน ๆ ไม่ได้หมายรวมถึง บทบาท และการมีส่วนร่วมของผู้หญิงเข้าไปในโลกของการสื่อสารสาธารณะด้วย ทำให้แนวความคิดนี้ไม่ เปิดกว้าง และการเน้นเฉพาะวิธีการโต้แย้งกันด้วยเหตุผลก็ไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นใน โลกของการสื่อสารสาธารณะว่ามีการใช้รูปแบบอื่น ๆ อีกมาก เช่น การเสียดสี การเยาะเย้ย ถากถาง การ ล้อเลียนด้วยถ้อยคำรวมทั้งการขูขิบนินทา วิธีการ และ รูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายเหล่านี้ก็ทรง ประสิทธิภาพในทางการเมืองพอ ๆ กับวิธีการใช้ เหตุผลในการสื่อสาร (Downing, et al., 2001, อ้างถึง ใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547, น. 26) ซึ่งจะขัดกับความเป็นจริงที่พื้นที่สาธารณะในปัจจุบันที่ผู้หญิงเข้าไป มีบทบาทค่อนข้างมากกว่ายุคก่อน

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย และปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2546). *มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่*. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์
- กิตติมา สุรสนธิ. (2541). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2548). *การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น*. พิมพ์ครั้งที่ 3. นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์
- ชนิดา เพชรทองคำ และคณะ. (2554). *การบริหารจัดการขยะและเทคโนโลยีที่เหมาะสมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน : กรณีองค์การบริหารส่วนตำบลไร่ส้ม จังหวัดเพชรบุรี*. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยและฝึกอบรมด้านสิ่งแวดล้อม กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม.
- ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2555). การใช้ภาพยนตร์เป็นสื่อการสอนสำหรับวิชาทางด้านการจัดการ. *วารสารนักบริหาร* ,32 (2), 53-61.
- ณรงค์ สมพงษ์. (2543). *สื่อสารมวลชนเพื่อการส่งเสริม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ทิวทอง หงส์ทองวิวัฒน์. (2527). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภณาการพิมพ์
- ธนาดี บุญลือ. (2542). *หลักการประชาสัมพันธ์ขั้นสูง*. กรุงเทพฯ: ที.พี. พรินท์ จำกัด
- นรมน นันทมนตรี. (2545). *ยุทธวิธีการสื่อสารของผู้นำชุมชนในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการลดปริมาณขยะ กรณีศึกษา: ชุมชนสุขสันต์ 26. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ*
- บุษยา สุธีธร. (2540). *พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคล. เอกสารชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร* (หน่วยที่ 6, หน้า 218, 220-221). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ประมะ สตะเวทิน. (2529). *หลักนิเทศศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 14
- ปาริชาติ วลัยเสถียร และคนอื่น ๆ. (2546). *กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา*. กรุงเทพฯ: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข
- พัชนี เขยจรรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์. (2541). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ข้าวฟ่าง
- เสถียร เขยประทับ. (2535). *ศักยภาพของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศ*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
- สากล สถิติวิทยานันต์. (2532). *ภูมิศาสตร์ชนบท*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์
- สิริวิวัฒน์ สายแดงศิริ. (2548). *การจัดการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการพัฒนาชุมชน หมู่ที่ 5 เทศบาลตำบลโคกคราม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สุดาวรรณ มีบัว และคณะ (2560) *การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตชุมชนหมู่บ้านศิริวงจากการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ .มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*
- สุวรรณณี คงทอง. (2536). *การมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ป่าชายเลนชุมชนในท้องที่อำเภอเสถียร จังหวัดตรัง*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (สำเนา)

- เสาวนิตย์ ยมาภัย. (2526). *การสื่อสารของมนุษย์*. กรุงเทพมหานคร: 68 การพิมพ์
- อคิน รพีพัฒน์. (2547). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา. กรุงเทพฯ :ศูนย์การศึกษานโยบาย  
สาธารณสุข.*
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). *สื่อมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชนวัฒนธรรมและสังคม*. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่ง  
ชาติ ฉบับที่ 12 (2560-2564).*

#### ภาษาอังกฤษ

- Dale, Edgar. (1969). *Audio-Visual Methods in Teaching*. 3 Ed. New York: The Dryden Press  
Holt, Rineheart and Winston. Inc
- Defleur, L. Melwin. (1966). *Theory of Mass Communication*. Newyork: Mckay David.
- George. C. William. (1996). *Adaption and Natural Selection*. Princeton University Press, 41  
William Street, Princeton, New Jersey
- Lazarsfeld.P.F., Menzel. H. “*Mass Media And Personal Influrence*”. In *The Science Of Hu  
man Communication*. Wibur Schramm. (ed). Newyork: Basic Book. 1983
- Rogers E. M, Shoemaker and Floyd F, 1971. *Communication of Innovations*. New York: The  
Free Press, 1971
- Zeman, A. (2001, July). *Brain Retrieve*. April, 2, 2018, from .[https://doi.org/10.1093/brain/  
124.7.1263](https://doi.org/10.1093/brain/124.7.1263)
-