

การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์
ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี

ธนินพร จุลศักดิ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2555

**The Dissemination Of Dhamma Through Online Social Media
Of Phra Maha Wuthichai Vajiramedhi**



Thaniporn Jullasak

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication)
Department of Business Communication
Faculty of Communication , Dhurakij Pundit University**

2012

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลหลายท่าน ซึ่งไม่อาจจะนำมากล่าวได้ทั้งหมด ซึ่งผู้มีพระคุณที่ผู้ศึกษาใคร่ขอกราบพระคุณประกอบไปด้วย รองศาสตราจารย์ ดร. กุลทิพย์ ศาสตราวุฒิจิ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ดร.ศรัณย์ธร ศศิชนากรแก้ว ดร.อดิสร ฌ อุบล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อศวิ นเนตร โพธิ์แก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ที่ให้ความรู้ คำแนะนำตรวจทาน และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ทุกขั้นตอน เพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ที่สุด

ขอขอบพระคุณ พ่อธนิษฐ์ (พ่อต่อ) เป็นอย่างสูงที่สนับสนุนทุนทรัพย์ในการศึกษา ทุนทรัพย์ในทุกๆ ด้าน และคอยให้กำลังใจลูกมาโดยตลอด ขอขอบคุณแม่ว่า น้องตึก น้องฝ้าย รวมถึงเพื่อนและพี่ร่วมรุ่น ที่คอยให้กำลังใจกันและกันเสมอมา

นอกจากนี้ ผู้ศึกษาใคร่ขอขอบพระคุณ ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ที่มอบโอกาสในการศึกษาครั้งนี้

ความสำเร็จของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ยังมีบุคคลอื่นที่อยู่เบื้องหลังอีกมากที่มีส่วนในการให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก และให้กำลังใจ ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกๆ คนที่ไม่อาจกล่าวถึงได้หมดด้วยความรู้สึกขอบคุณอย่างแท้จริง

สุดท้ายหากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้ก่อให้เกิดประโยชน์และคุณค่าต่อผู้ที่สนใจ ผู้วิจัยขออุทิศความดีทั้งหมดแด่บุพการี ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณต่อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ธนิพร จุลศักดิ์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ม
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามนำวิจัย.....	10
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	10
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	10
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
1.6 นิยามศัพท์.....	11
2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
2.1 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์.....	13
2.2 ทฤษฎีเครือข่ายสังคม.....	23
2.3 แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์.....	27
2.4 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	29
2.5 แนวคิดด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาศาสนา.....	36
2.6 แนวคิดการวิเคราะห์สาร.....	44
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	53
3.1 รูปแบบการวิจัย.....	53
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	53
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล.....	55

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
3.5 เครื่องมือในการวิจัย.....	56
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	57
3.7 การนำเสนอข้อมูล.....	58
4 ผลการวิจัย.....	60
4.1 ส่วนที่ 1 รูปแบบเนื้อหาและภาษาที่ใช้ในการสื่อสารธรรมะ.....	60
4.2 ความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสาร.....	76
5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	86
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	87
5.2 อภิปรายผล.....	92
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	94
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต.....	95
บรรณานุกรม.....	96
ภาคผนวก.....	100
ประวัติผู้เขียน.....	106

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 รายชื่อกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี.....	54
3.2 รายชื่อกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี.....	54
4.1 รูปแบบที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ธรรมะ	69
4.2 ตารางประเภทเนื้อหาและภาษา.....	70
4.3 ตารางแจกแจงความถี่เนื้อหาและภาษา.....	75

ภาพที่	สารบัญภาพ	หน้า
1.1	แสดงการจัดอันดับเว็บไซต์ในประเทศไทย.....	5
1.2	แสดงการจัดอันดับเฟซบุ๊ก เพจ (Facebook Page)	6
1.3	แสดงภาพหน้าหลัก จาก เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage)	7
1.4	แสดงสถิติผู้ใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) ในประเทศไทย	8
4.1	แสดงเมนูภายในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan page).....	60
4.2	แสดงเนื้อหาใหม่ไลน์ ภายในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page).....	61
4.3	แสดงเมนูข้อมูลทั่วไป ภายในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page).....	62
4.4	แสดงการนำเสนอรูปภาพ.....	62
4.5	แสดงจำนวนคนที่กดถูกใจ (Like) ให้กับเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page)....	63
4.6	แสดงเมนูสถานี่ธรรมะ ว.วชิรเมธี.....	64
4.7	แสดงการนำเสนอวิดีโอ.....	65
4.8	แสดงเมนู RSS.....	66
4.9	แสดงเมนู เสียงเพลง.....	66
4.10	แสดงเมนูบันทึก.....	67
4.11	แสดงเมนูกิจกรรม.....	68

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี
ชื่อผู้เขียน	ธนินพร จุลศักดิ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อศวิน เนตรโพธิ์แก้ว
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2554

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษารูปแบบ เนื้อหา ภาษา ที่ใช้สื่อสารเพื่อเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี (2) เพื่อศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี

โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาในแง่ของผู้ส่งสาร โดยศึกษาผลงานของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ที่เผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม 2555 การศึกษาวิจัยในแง่ผู้รับสาร โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กลุ่มตัวอย่าง อายุ 18-24 ปี จำนวน 8 คน และอายุ 25-34 ปี จำนวน 8 คน รวม 16 คน โดยคัดเลือกจากผู้ที่เป็นเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี

ผลการวิจัยพบว่า

รูปแบบของการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ใช้กรอบแนวคิดการนำเสนอแบบมัลติมีเดียพบว่า เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี มีการใช้มัลติมีเดียได้อย่างสมบูรณ์ ทุกรูปแบบ โดยเป็นการกระจายไปยังเมนูต่างๆ อย่างครบถ้วน โดยมีการใช้ข้อความตัวอักษร (Text) มากที่สุดจำนวน 10 เมนู รองลงมาคือการใช้รูปภาพ (Image) จำนวน 8 เมนู วิดีโอ ลิงค์ดาวน์โหลด (Video Link Download) จำนวน 6 เมนู และการใช้เสียง (Sound) 5 เมนู และยังพบว่าในแต่ละเมนูมีการใช้การนำเสนอแบบมัลติมีเดียมากกว่า 1 ชนิด ซึ่งเป็นการผสมผสานเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้าใช้งาน

ด้านเนื้อหาจากการศึกษาพบว่าภายในเมนูไทม์ไลน์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี เป็นเนื้อหาประเภทข้อคิด หลักธรรม คำสอน มากที่สุดจำนวน

ด้านภาษาจากการศึกษาพบว่า ภาษาที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะส่วนใหญ่ใช้ภาษาแบบที่ไม่เป็นทางการจำนวน 35 หัวข้อ โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สั้นกระชับ และคล้องจอง ส่วนภาษาที่เป็นทางการจำนวน 8 หัวข้อ เป็นการใช้ภาษาบาลี และภาษาอังกฤษ ในการอธิบายถึงหลักคำสอน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างถึงความต้องการและความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จากการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี และอายุ 25-34 ปี มีความต้องการและความพึงพอใจ ในลักษณะที่ใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการเข้าใช้งานมาประมาณ 3-9 เดือน และสนใจต่อรูปแบบการนำเสนอด้วยการใช้ภาษาที่เรียบง่าย เข้าใจง่าย มีการสอดแทรกภาษาบาลี และภาษาอังกฤษพร้อมคำแปล โดยกลุ่มตัวอย่างจะเน้นไปที่ การอ่านข้อความเพื่อทำความเข้าใจด้วยตนเอง และจะไม่มีการโต้ตอบกลับไปยังข้อความที่โพสต์ขึ้น หากพึงพอใจก็จะทำการกดถูกใจ (Like) เท่านั้น และเห็นว่าข้อคิดคำคมที่นำมาเผยแพร่นั้นเป็นประโยชน์ สามารถนำมาปรับใช้ได้ในชีวิตประจำวัน และชีวิตการทำงานได้

Thesis Title	The Dissemination Of Dhamma Through Online Social Media Of Phra Maha Wuthichai Vajiramedhi
Author	Thaniporn Jullasak
Thesis Advisor	Asst. Pro. Dr. Asawin Nedpogaeo
Department	Communication Arts
Academic Year	2011

ABSTRACT

This Research have to (1) the form, content, language used to communicate and spread Dharma. The great age of social media savant burden (2) to study the needs and preferences of the audience towards the Dissemination of Dharma through the Online Social Media Of Phra Maha Wuthichai Vajiramedhi.

Using Qualitative Research. The study of the messenger. The study of the data was collected in January to March 2555 study in the audience. In-depth interviews were aged 18-24 years, the 8 people, age 25-34 years, 8 people, including 16 people. The selected from a Facebook fan page of Phra Maha Wuthichai Vajiramedhi.

The results of this research.

From of The Dissemination of Dhamma Through Online Social Media of Phra Maha Wuthichai Vajiramedhi. The framework of a multimedia presentation that Facebook fan page of Phra Maha Wuthichai Vajiramedhi of the media was completely full, which is distributed to the various menus. in its entirety by the text the number of 10 the second is to use image, 8 the video download link, 6 discussions and the use of sound 5 menu. Also found that the menu has been used more than one type of multimedia presentations that combine to make it interesting. Drive traffic to and from work.

The content of the study showed that within the timeline Facebook fan page Of Phra Maha Wuthichai Vajiramedhi. Is the contents of comments are fair doctrines, most of the 35 topics is that the terms of the Apocalypse. Teach me to read a course of action to benefit their every day lives. The content of news. The content of 14 topic, followed by an announce.

Narrative theology. A message. It includes a download link electronic books. The speakers sound fairly. In addition, some topics that may be spread over an issue presented by the proposed combination.

The study found that language. The language used in the dissemination of the Dharma that is not the official language of 35 by using a simple and concise language that is compatible with the number 8 is the destination language. And English. To explain the doctrine.

The lessons from the sample within the needs and preferences of the audience towards the Dissemination of Dharma through the Online Social Media. The study found that The two groups were aged between 18-24 years and 25-34 years of age, needs and satisfaction. Similar in appearance. The majority of the samples have been used for about 3-9 months, and interest in the presentation by using a simple, easy to understand language is inserted. And English, with translation. The group will focus on reading to understand it myself. And no response to messages that are posted up. If satisfied, it will hit me (Like), and that life is to spread ideas that are useful. Can be deployed on a daily basis. And his work.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจกับธรรมะกันมากขึ้น เห็นได้จากการเดิมโตของ ทั่วรัธรรมะ กระแสการปฏิบัติธรรม การเข้าวัดทำบุญในช่วงวันสำคัญทางพุทธศาสนา หรือกระทั่ง การที่แฟนเพจ (Fan Page) ในเฟซบุ๊ก (Facebook) ของพระหลายองค์มีจำนวนสมาชิกมากกว่าแสน ราย ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่เคร่งครัดในศาสนา หรือศึกษาธรรมะอย่างลึกซึ้งจริงจัง หรือแม้กระทั่งสนใจ ตามกระแสของสังคมก็ตาม แต่ทั้งนี้และทั้งนั้นเป็นเรื่องที่น่าสนใจว่ามีเหตุปัจจัยใดที่ทำให้ธรรมะ กลายเป็นกระแสที่มาแรงในทุกวันนี้

พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี เป็นพระสงฆ์รูปหนึ่ง ที่มีอิทธิพลทางความคิดต่อผู้คนในยุค ปัจจุบัน ผ่านการเผยแผ่ธรรมะทั้งใน สื่อแบบดั้งเดิม (Traditional Media) และ สื่อใหม่ (New Media) ไม่ว่าจะเป็น การบรรยายธรรมผ่านรายการทีวี รายการวิทยุ งานเขียนที่ถ่ายทอดหลักธรรม คำสอน เช่น ธรรมะฉบับร้อน ธรรมะหลับสบาย ธรรมะบรรดาศ และธรรมะติดปีก ซึ่งได้รับการ นำไปตัดแปลงเป็นละครโทรทัศน์ทางไทยทีวีสีช่อง 3 และได้รับรางวัลจากสถาบันต่างๆ กว่าสิบ รางวัล และผลงานนิพนธ์ทั้ง 4 ชิ้นนี้ ทำให้พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ได้รับรางวัล ผู้ที่มีผลงานด้าน การเผยแผ่พุทธศาสนาดีเด่น จากมูลนิธิศาสตราจารย์พิเศษ จำนงค์ ทองประเสริฐ ราชบัณฑิต ปัจจุบันหนังสือของท่านได้ตีพิมพ์ออกมาแล้วกว่า 93 เล่ม และพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ยังได้จัดตั้ง เว็บไซต์ธรรมะทูเดย์ (www.dhammatoday.com) เพื่อเผยแผ่ธรรมะ และได้เผยแผ่ธรรมะผ่านสื่อ ออนไลน์ทั้งทางทวิตเตอร์ (Twitter) และ เฟซบุ๊ก (Facebook) รวมถึงการเดินทางบรรยายธรรมทั้ง ในประเทศและต่างประเทศอีกด้วย

แนวโน้มที่คนรุ่นใหม่ หันมาให้ความสนใจธรรมะนั้น ไม่ใช่เกิดขึ้นเฉพาะในเมืองไทย เท่านั้น เห็นได้จากการที่พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ได้รับกนิมนต์ให้เดินทางไปเผยแผ่ธรรมะทั่วโลก ในรอบ 7 ปีที่ผ่านมา จนได้รับประสบการณ์มากมายจากหลายมุมโลก ซึ่งทุกสิ่งล้วนเกิดขึ้นตาม กระแสของโลกเป็นหลัก และท่านได้ให้ความเห็นว่า “กระแสของโลกทุกวันนี้เป็นกระแสทางจิต วิญญาณ คือ โลกมาถึงจุดเปลี่ยนของศตวรรษ สังเกตเห็นได้ว่าการเมืองในเวทีโลกเปลี่ยนไป ผู้นำ ทางการเมืองอายุน้อยขึ้น หรือทฤษฎีโดมิโนที่เกิดขึ้นที่ฮิปปี้ ตูนิเซีย จอร์แดน ฝรั่งเศส หรือ แม้กระทั่งในประเทศไทย ที่ประชาชนลุกขึ้นมาท้าทายอำนาจรัฐ นั่นคือเพราะการเมืองเปลี่ยน”

อีกหนึ่งกระแสคือการบริโภค ในรอบหลายสิบปีที่ผ่านมาผู้คนถูกกล่อมให้บริโภคอาหารประเภท อาหารขยะ (Junk Food) ผลก็คือทำให้เกิดโรคอ้วนกันทั่วโลก จึงเกิดกระแสการบริโภคที่เปลี่ยนไปผู้คนเริ่มหันมาบริโภคอาหารที่เน้นคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้นให้ความสำคัญกับอาหารหรือพืชผล ที่มาจากเกษตรอินทรีย์ (Organic Farm) เป็นหลัก กระแสต่อไปคือ กระแสการรักสิ่งแวดล้อม พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ให้ความเห็นว่า “เนื่องจากปัญหาโลกเสียดุล นำโดยกลุ่มของอัล กอร์ ก่อให้เกิดความสนใจแก่ปัญหาภาวะโลกร้อนกันขนาดใหญ่ จนเป็นขบวนการระดับโลก อีกกระแสที่ตามมาคือเกษตรกรรมทางเลือกที่เรียกว่า พุทธเศรษฐศาสตร์ (Buddhism Economic) กำลังแพร่หลายไปทั่วโลก คนหันมาบริโภคในวิถีพุทธ ผลิตวิถีพุทธ และใช้ชีวิตพุทธกันมากขึ้น คนเริ่มหันมาตั้งคำถามถึงคุณภาพชีวิตกันมากขึ้น เหล่านี้เป็นแนวคิดแบบสมัยนิยม คือภาพรวมของโลก พอลมของโลกเป็นไปอย่างนี้ ไทยซึ่งเป็นประเทศเล็กๆ ก็จะได้รับกระแสของโลกด้วย และนั่นจึงเป็นเหตุให้คนรุ่นใหม่สนใจธรรมะ เพราะนี่คือกระแสหรือเทรนด์ของโลก”

ดังนั้น การเผยแผ่ธรรมะในยุคปัจจุบันจึงต้องอิงกับกระแสโลกที่เกิดขึ้นด้วย ซึ่งพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธีมองว่า การเผยแผ่ธรรมะในยุคนี้ต้องใช้การเผยแผ่ในเชิงรุก ที่ผ่านมาระยะหนึ่งจะเป็นไปตามเทศกาลหรือวันสำคัญทางศาสนา เช่น งานเทศกาล หรือวันพระถึงจะมีการเทศน์การสอน ผลที่ได้ก็คือธรรมะไม่ซึมซับเข้าถึงใจคน และนับวันเหมือนธรรมะจะห่างเหินคนไทยมากขึ้นทุกที ซึ่งกลุ่มคนสมัยใหม่ในยุคปัจจุบันอาจไม่สนใจธรรมะ ในรูปแบบของการอ่านผ่านหนังสือ และหากยังใช้วิธีการเผยแผ่ในเชิงรับต่อไป วันหนึ่งคนรุ่นใหม่อาจหันหลังให้ธรรมะก็เป็นได้

เหตุที่โลกก้าวหน้าไปทุกนาทีและมีการเกิดของสื่อใหม่ อย่างเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มีผู้ใช้งานกว่า 800 ล้านคนทั่วโลก พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธีได้กล่าวไว้ในหนังสือ BrandAge ฉบับเดือนกุมภาพันธ์ 2554 ว่า “เฟซบุ๊ก (Facebook) ถือว่าเป็นประเทศที่เกิดใหม่ ฉะนั้นศาสนาใหม่ก็คือศาสนา Social Media ถ้าพระสงฆ์ไม่ตระหนักรู้ถึงความเปลี่ยนแปลงของโลกตรงนี้ เราไม่เพียงแต่ก้าวไม่ทันโลก แต่เราก็จะถูกโลกทิ้งด้วย” เหตุนี้ จึงเห็นควรที่จะใช้การสื่อสารในรูปแบบของ Social Media ในการเผยแผ่ธรรมะ เพื่อให้เหมาะกับยุคสมัย ซึ่งจุดอ่อนของโลกในสายตาของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี คือ มนุษย์ยังคงมีกิเลส มีความโลภ ความโกรธ ความหลง ซึ่งเป็นเหตุแห่งความทุกข์ ในเมื่อผู้คนเครียดมาก ทุกข์มาก จึงเป็นโอกาสของธรรมะ ที่จะนำธรรมะไปดับทุกข์ โดยการปรับรูปแบบของการนำเสนอให้เข้ากับสังคมปัจจุบัน

โดยแต่เดิมนั้นพระสงฆ์มีการเผยแผ่ธรรมะเฉพาะภายในวัด โดยการเทศนา หากเมื่อเทียบกับยุคปัจจุบันถือว่ารูปแบบเดิมนั้นได้ผลน้อย จึงมาสู่การเผยแผ่โดยการเขียนหนังสือ เผยแผ่ธรรมะผ่านรายการโทรทัศน์ ผ่านรายการวิทยุ จนมาถึงสื่อออนไลน์อย่าง เว็บไซต์ (Website)

เฟซบุ๊กของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี (www.facebook.com/v.vajiramedhi) นั้น ปัจจุบันมีแฟนเพจ (Fan Page) มากกว่า 8 แสนราย จากการจัดอันดับจากเว็บไซต์ Marketing Byte เฟซบุ๊กของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี ถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 4 โดยวัดผลจากจำนวนผู้ที่เข้ามาถูกใจ (like) จากข้อมูลดังกล่าวเห็นได้ว่า ผู้คนในสังคมยุค Social Media หันมาให้ความสนใจในธรรมะมากขึ้น ด้วยเหตุที่ต้องการรับรู้และซึมซับหลักธรรมอย่างจริงจัง หรือแม้กระทั่งการเป็นแฟนเพจ (Fan Page) เพื่อทำตามกระแสก็ตาม แต่นี่ก็เป็นการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถทำให้คนยุคปัจจุบันหันมาสนใจธรรมะได้เป็นจำนวนมาก เข้าถึงคนในยุคปัจจุบันได้เป็นจำนวนมาก หรือเรียกการสื่อสารเพื่อการเผยแผ่ธรรมะในลักษณะนี้ได้ว่า “ธรรมะประยุกต์”

พระมหาภูติชัย วชิรเมธี ยังได้วางรูปแบบที่จะใช้ในการสื่อสารเพื่อการเผยแผ่ธรรมะผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) โดยยึดหลัก 3 สิ่งคือ เข้าใกล้ เข้าใจ และเข้าถึง โดยได้แบ่งออกเป็นขั้นตอนดังนี้

“เข้าใกล้” ได้ให้ความหมายว่าเป็นการพยายามปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของพุทธศาสนา จากการมองศาสนาว่าเป็นสิ่งเร้นลับ ไร้เหตุผล มีแต่เรื่องการบนบานศาลกล่าว ให้มองศาสนาเป็นศาสนาของปัญญาชน ที่ให้แง่คิด ความมีเหตุผล และการพึ่งพาตนเอง

“เข้าใจ” โดยการนำเสนอพุทธศาสนาให้เป็นเรื่องที่เข้าใจง่าย จากการที่เข้าใจว่าธรรมะเป็นสิ่งที่ยาก แต่ถูกทำให้เข้าใจยากโดยวิธีการถ่ายทอดของพระสงฆ์เอง พระมหาภูติชัย วชิรเมธี จึงใช้วิธีการนำเสนอพุทธศาสนาให้เข้าใจง่าย อะไรที่เป็นนามธรรม ก็อธิบายให้เป็นรูปธรรม เรื่องที่ไกลตัวก็ให้เป็นเรื่องที่ใกล้ตัว ในด้านของภาษาที่ใช้ในการสื่อสารนั้นเป็นเรื่องที่ยาก อาจเป็นเพราะพระพูดภาษาหนึ่ง คนพูดภาษาหนึ่ง ซึ่งอาจจะต้องมีการปรับเปลี่ยน พระจึงต้องปรับการใช้ภาษาให้เป็นภาษาที่ร่วมสมัย จากเดิมเน้นภาษาบาลีที่ฟังแล้วให้ความรู้สึกขลัง แต่อาจไม่เข้าใจความหมาย ปัจจุบันปรับมาใช้ภาษาไทยแท้ๆ ภาษาไทยแบบเดิมๆ ก็จะทำให้เข้าใจง่าย ติความได้ง่าย ซึ่งบางครั้งอาจจำเป็นต้องใช้ภาษาต่างชาติบ้างเพื่อให้นักรุ่นใหม่เข้าใจความหมายได้ดีขึ้น ธรรมะไม่ใช่สิ่งที่ล้าสมัย แต่ด้วยวิธีการสอน ด้วยภาษา ที่ทำให้คิดว่าเข้าใจยาก แต่เมื่อมีการอธิบายด้วยภาษาร่วมยุคร่วมสมัย สื่อสารด้วยภาษาเดียวกันก็จะทำให้คนรุ่นใหม่เข้าใจธรรมะได้ง่ายขึ้น ซึ่งการปรับเปลี่ยนภาษาให้เข้าใจง่ายขึ้น ไม่ได้มีการบิดเบือนเนื้อหา หรือคำสอนของพระพุทธเจ้าแต่อย่างใด เพียงแต่นำมาปรับให้ง่ายต่อความเข้าใจเท่านั้น

“เข้าถึง” คือการนำทฤษฎีมาปฏิบัติใช้ในชีวิตจริง ธรรมะที่แท้จริงวัดผลได้จากการนำไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้จริง พระมหาภูติชัย วชิรเมธี เห็นว่าการที่จะสื่อสารอะไรออกไป

เมื่อนำความหมายของการเข้าใจ เข้าใจ และเข้าถึง มาปรับใช้ในการเผยแพร่ธรรมะแล้ว ยังสามารถทำให้คนที่ไม่มีพื้นฐานเดิมในเรื่องของธรรมะ หรือผู้ที่ไม่ได้สนใจในพุทธศาสนาอยู่เป็นทุนเดิม กลับมาให้ความสนใจและรู้สึกที่จะอยากศึกษาเพิ่มเติมได้อีกด้วย นี่เป็นเหตุหนึ่งที่ทำให้เฟซบุ๊ก (Facebook) ของพระมหาวิฑูริย์ วชิรเมธี ได้รับความนิยมาจากกลุ่มคนจำนวนมาก ประกอบกับการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) เผยแพร่ธรรมะหรือหลักธรรมทางพระพุทธศาสนานั้น เป็นช่องทางหนึ่งที่เป็นประโยชน์ในการส่งเสริมให้เด็กและเยาวชน รวมถึงคนรุ่นใหม่เข้าถึงหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาได้ง่าย ซึ่งในส่วนเฟซบุ๊ก (Facebook) ของท่านนั้นเน้นเผยแพร่เนื้อหาธรรมะ และเน้นการสนทนาธรรมเป็นหลัก

ดังนั้น รูปแบบ เนื้อหา และภาษา ที่ใช้ในการถ่ายทอดหลักธรรมะคำสอนนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องศึกษาเพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการเผยแพร่ธรรมะในลักษณะนี้ด้วย

The screenshot shows the Alexa website interface. At the top, there is a navigation bar with the Alexa logo and the tagline 'The Web Information Company'. Below the navigation bar, there is a search bar and a 'Search' button. The main content area is titled 'Top Sites in Thailand' and lists the top 500 sites. The top five sites are:

1. กูเกิลประเทศไทย (google.co.th)
2. Facebook (facebook.com)
3. Google (google.com)
4. YouTube - Broadcast yourself (youtube.com)
5. Windows Live (live.com)

The Facebook entry is circled in red. Each entry includes a star rating, 'Search Analytics' link, and 'Audience' link.

ภาพที่ 1.1 แสดงการจัดอันดับเว็บไซต์ในประเทศไทย ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดตามลำดับ

ที่มา : <http://www.alexa.com/topsites/countries/TH> (สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2555)

จากภาพข้อมูลการจัดอันดับเว็บไซต์ในประเทศไทย ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด พบว่า เฟซบุ๊ก(Facebook) มีผู้นิยมใช้งานมากเป็นอันดับสองรองจากกูเกิล (Google) ประเทศไทย





MarketingByte
PageRank
The best facebook Pages statistic

Page statistic | Category statistic | How to

Now you can prediction likes on detail page

Facebook Page Ranked

Rank by Likes

Rank	Picture	Facebook Pages Name	Category	Likes	Growth rate	Post By	
						Page	User
1.		Bodyslam http://www.facebook.com/bodyslamband Yesterday comment=0 Comment/post=0 This page has been shared on facebook 127 times	Music-Band-Singer	785,087 Like 785K 0.42%	3,283 0.42%	Yesterday 0	Yesterday 311
2.		Abhisit Vejjajiva http://www.facebook.com/Abhisit.M.Vejjajiva Yesterday comment=0 Comment/post=0 This page has been shared on facebook 10,394 times	Political parties Government	737,622 Like 738K 0.03%	238 0.03%	Yesterday 2	Yesterday 0
3.		คนไทยรักในหลวง http://www.facebook.com/pages/คนไทยรักในหลวง/110602625619102 Yesterday comment=0 Comment/post=0 This page has been shared on facebook 0 times		684,734 Like 685K 0.08%	563 0.08%	Yesterday 2	Yesterday 0
4.		พระมหาอุณาภิชา วชิรเมธี http://www.facebook.com/v.vajiramedhi Yesterday comment=0 Comment/post=0 This page has been shared on facebook 55 times	Person	596,843 Like 597K 0.15%	923 0.15%	Yesterday 2	Yesterday 32

ภาพที่ 1.2 แสดงการจัดอันดับ เฟซบุ๊ก เพจ (Facebook Pages) ในประเทศไทย

ที่มา: <http://marketingbyte.com/pagerank/> (สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2555)

จากภาพข้อมูลการจัดอันดับ เฟซบุ๊ก เพจ (Facebook Pages) ในประเทศไทย จากเว็บไซต์ข้างต้น เห็นได้ว่า เฟซบุ๊ก เพจ (Facebook Pages) ของ พระมหาอุณาภิชา วชิรเมธี ถูกจัดอยู่ในอันดับ 4 โดยมีจำนวนแฟนเพจ หรือ ผู้ติดตามมากกว่า 500,000 ราย

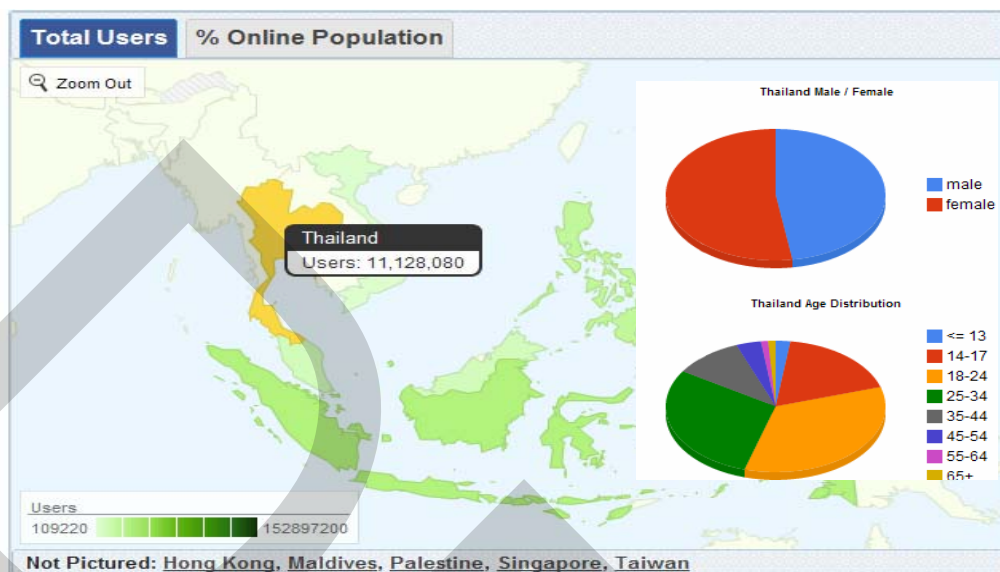
ส่วนประกอบหน้าเฟซบุ๊ก (Facebook) ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี



ภาพที่ 1.3 แสดงภาพหน้าหลัก จาก เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของ พระมหาภูติชัย วชิรเมธี

ที่มา : <http://www.facebook.com/v.vajiramedhi?sk=wall> (สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2555)

หน้าหลัก เป็นหน้าที่ใช้ในการอัปเดต ข้อมูล เนื้อหา การเผยแพร่ธรรมะ



กลุ่มที่ใช้งานมากที่สุด คือ อายุ 18-24 ปี (34.3%) รองลงมาคืออายุ 25-34 ปี (29.4%)



ภาพที่ 1.4 แสดงสถิติผู้ใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) ในประเทศไทย แบ่งตามช่วงอายุ
จากเว็บไซต์ Check Facebook

ที่มา: <http://www.checkfacebook.com> (สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2555)

สถิติผู้ใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ในประเทศไทย จากเว็บไซต์ CheckFacebook.com เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2555 พบว่า จำนวนสมาชิกของผู้ใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) ในไทยมีมากถึง 11,128,080 คน คิดเป็นสัดส่วน 82.95% จากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในไทย และ 1.57% ของผู้ใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) ทั้งหมดทั่วโลก ผู้ใช้กว่า 52.4% เป็นเพศหญิง และเพศชาย คิดเป็น 47.6% ของผู้ใช้ในไทย

จากสถิติดังกล่าวพบว่าช่วงอายุ 18-24 ปี เป็นกลุ่มที่ใช้งานมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วน 34.3% รองลงมาคือช่วงอายุ 25-34 ปี คิดเป็นสัดส่วน 29.4% และอายุ 14-17 ปี ในสัดส่วน 18.1%

ซึ่งจากข้อมูลสถิตินี้ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษากลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุ 18-24 ปี และ 25-34 ปี เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเป็นกลุ่มที่มีการเข้าใช้งาน เฟซบุ๊ก (Facebook) มากที่สุด และอาจเป็นกลุ่มที่ใช้วิธีการแสวงหาธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่าง เฟซบุ๊ก (Facebook) ของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี เพื่อนำมาตอบโจทย์การวิจัยด้านความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสาร ที่มีต่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์

1.2 คำถามนำวิจัย

1. รูปแบบ เนื้อหา ภาษา ที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ พระมหา วุฒิชัย วชิรเมธี เป็นอย่างไร
2. ผู้รับสารมีความต้องการ หรือความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี เป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบ เนื้อหา ภาษา ที่ใช้สื่อสารเพื่อเผยแพร่ธรรมะ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี
2. เพื่อศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1. ในการวิจัย “การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี” ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาในแง่ของผู้ส่งสาร โดยศึกษาผลงานของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ที่เผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนมกราคม ถึง เดือนมีนาคม 2555 และ ศึกษาเฉพาะสิ่งที่อยู่ภายในเฟซบุ๊ก (Facebook) เท่านั้น ไม่รวมถึงลิงค์เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นๆ โดยมุ่งวิเคราะห์ ถึง รูปแบบ เนื้อหา ภาษา ที่ได้เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์
2. การศึกษาวิจัยในแง่ผู้รับสาร โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่นับถือศาสนาพุทธ อายุ 18-24 ปี จำนวน 8 คน และอายุ 25-34 ปี จำนวน 8 คน รวม 16 คน โดยคัดเลือกจากผู้ที่เป็นแฟนเพจเฟซบุ๊ก (Fan Page Facebook) พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี โดยมี ระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 เดือน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลวิจัยที่ได้จะเป็นการสะท้อนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ในการศึกษาหลักธรรมคำสอนของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี
2. ผลการวิจัยที่ได้อาจเป็นประโยชน์ต่อองค์กร สถาบันศาสนา เพื่อใช้ในการพัฒนาการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของคนในสังคมยุคปัจจุบัน
3. เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนารูปแบบ และวิธีการในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่หลักคำสอน ทางพระพุทธศาสนา ให้เหมาะสมกับยุคสมัยมากยิ่งขึ้น

1.6 นิยามศัพท์

รูปแบบการสื่อสาร หมายถึง การนำเสนอการถ่ายทอดธรรมะด้วยลักษณะต่างๆ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) โดยการโพสต์ข้อความ รูปภาพ เสียง ไปยังกลุ่มเป้าหมาย

การเผยแพร่ธรรมะ หมายถึง การถ่ายทอดหลักธรรมคำสอน ขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ในลักษณะของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี เป็นการถ่ายทอดด้วยภาษาและถ้อยคำที่เรียบง่ายเข้ากับยุคสมัย ให้แก่คิดเพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับทุกสถานการณ์ โดยเนื้อหาธรรมะจะถูกย่อเป็นคำธรรมคาให้เข้าใจง่าย

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง การสื่อสารผ่านเว็บไซต์ โดยการรวมกลุ่มคนที่ให้ความสนใจในเรื่องเดียวกัน มาติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึง เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมกลุ่มคนที่ให้ความสนใจในเรื่องของพุทธศาสนา สนใจในหลักการสอนในแบบของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี

เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลออนไลน์ลงบน โดยใน
ที่นี้จะศึกษาเฉพาะเพจ (Page) ของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี www.facebook.com/v.vajiramethi

รูปแบบ หมายถึง การนำเสนอการเผยแพร่ธรรมะ โดยประยุกต์ด้วยวิธีต่างๆ ผ่านทาง เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี สำหรับการวิจัยครั้งนี้แบ่งการวิเคราะห์รูปแบบออกเป็น รูปแบบการนำเสนอแบบข้อความตัวอักษร คือข้อความที่ปรากฏอยู่ในหน้ากระดานสนทนา รูปภาพ คือ ภาพประกอบเนื้อหาหรือบทความต่างๆ ภาพวิดีโอหรือลิงค์ ดาวน์โหลด (Link Download) คือ วิดีโอการบรรยายธรรมะหรือการดาวน์โหลดเนื้อหาเพิ่มเติมได้จากในเว็บเชื่อมโยงอื่น

เนื้อหา หมายถึง สารที่เกี่ยวข้องกับหลักธรรมคำสอนของพระพุทธเจ้า เป็นการนำเสนอในรูปแบบของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี สำหรับการวิจัยครั้งนี้ แบ่งการวิเคราะห์เนื้อหาออกเป็น ข้อคิดหลักธรรม คำสอน และข่าวสาร ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับพุทธศาสนา

ภาษา หมายถึง การใช้ภาษาในการสื่อสาร อธิบายหลักธรรมคำสอน แบ่งเป็นภาษาแบบทางการและไม่เป็นทางการ ภาษาแบบเป็นทางการ คือ การใช้ภาษาอธิบายหลักธรรมคำสอนในเชิงวิชาการ, ภาษาบาลีสันสกฤต, คำศัพท์ที่ใช้ในพุทธศาสนา ศัพท์ที่ใช้กับภิกษุสงฆ์-ฆราวาส ภาษาแบบไม่เป็นทางการ คือการใช้คำที่สั้นกระชับ, คำคล้องจอง เข้าใจง่าย

ความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสาร หมายถึง ความพอใจ ความชอบ ความสนใจ ในการได้รับความรู้จากเนื้อหา ข่าวสาร ผ่านเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี และคาดหวังว่าจะสามารถการนำสิ่งที่ได้รับไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ ทั้งในทางปฏิบัติ และทางความรู้ตื้นลึกคิด

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ พระมหาภูติชัย วชิรเมธี” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated communication: CMC)

2.2 ทฤษฎีเครือข่ายสังคม (Social Network)

2.3 แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

2.4 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory)

2.5 แนวคิดด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาศาสนา

2.6 แนวคิดการวิเคราะห์สาร

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer-Mediated Communication: CMC)

การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ (Computer – Mediated Communication: CMC) เกิดขึ้นในช่วงปี 1970 และ 1980 โดยเริ่มต้นจากระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Computer Networking) ถูกนำมาใช้เพื่อการสื่อสารกันระหว่างบุคคล หรือกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ซึ่ง Santoro (อ้างถึงใน วิทวัส เกื่อนทอง, 2543 : 14) ได้กล่าวว่าการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นี้เป็นบริการที่อำนวยความสะดวกทางการสื่อสารให้กับบุคคลหรือกลุ่มโดยตรง และในการสื่อสารรูปแบบนี้ เครื่องคอมพิวเตอร์จะเป็นตัวกลางของการสื่อสารของมนุษย์ (Human – Communication) โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่นเดียวกับเครือข่ายโทรศัพท์ที่เราใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

Manuel Castells (อ้างถึงใน สุภาพร ขงยศ, 2549 : 25) ได้ให้ความเห็นว่า ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นเสมือนกระดูกสันหลังของระบบการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ เพราะมันสามารถเชื่อมต่อเครือข่ายได้มากที่สุด ทำให้ทุกวันนี้เทคโนโลยีได้รวบรวมไปด้วยชนิดของข้อความข่าวสารต่าง ๆ ทั้งเสียง ภาพและข้อมูล เครือข่ายมีไว้เพื่อสามารถสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ต่าง ๆ ภาษาดิจิทัลกลายเป็นภาษาสากลและเครือข่ายการสื่อสารทำให้ CMC ไร้พรมแดน ยกที่จะ

วลักษณ์กมล เอี่ยมวิวัฒน์กิจ (อ้างถึงใน สุภาพร ขงยศ, 2549 : 25) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ว่า “เป็นระบบการสื่อสารข้อมูลที่เป็น ข้อความ ภาพ สัญลักษณ์ และเสียง ระหว่างคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่งไปสู่อุปกรณ์คอมพิวเตอร์อีกเครื่องหนึ่ง หรือหลาย ๆ เครื่อง โดยใช้สื่อคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกับระบบโทรคมนาคม เช่น โทรศัพท์ เคเบิลใยแก้วหรือดาวเทียม เป็นสื่อกลาง”

รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์ (2542 : 16) ผู้ซึ่งทำวิจัยเกี่ยวกับมณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ได้ให้ความหมายของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ว่า “เป็นการสื่อสารที่ใช้คอมพิวเตอร์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางระหว่างผู้ใช้งานร่วมกัน เป็นการสื่อสารที่ทำให้อุปสรรคเรื่องสถานที่และเวลาหมดไป”

นอกจากนี้ Hoffman และ Novak (อ้างถึงใน เพ็ญทิพย์ จิรพินนุสรณ์, 2539 : 24)พบว่า อินเทอร์เน็ตมีคุณลักษณะของการสื่อสารแบบการแสวงหาข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้ (Information pull) ซึ่งมีความแตกต่างจากสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ ที่จะมีลักษณะของการผลักดันเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสาร เข้าสู่ประชาชน (Information push) รูปแบบการบริโภคข่าวสารของสื่อทั้งสองประเภทจึงแตกต่างกัน อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ถูกควบคุมโดยผู้ใช้นั้นมากกว่าสื่ออื่น ๆ ผู้ใช้สามารถควบคุมข่าวสารที่ต้องการเปิดรับ และเลือกปฏิเสธข้อมูลข่าวสารที่ไม่น่าสนใจได้ รวมทั้งการเรียกหาข้อมูลสามารถทำได้โดยไม่จำกัดจำนวน ไม่มีขีดจำกัดในการเลือกเปิดรับสาร และสามารถควบคุมข่าวสารที่ตนเองต้องการจะเปิดรับได้มากกว่าสื่ออื่นๆ ในปัจจุบันเมื่อมีการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้รับสารจะสามารถแสวงหาข้อมูลข่าวสารได้ตามความพอใจของตน เมื่อผู้รับสารมีความสนใจเป็นพิเศษต่อข้อมูลข่าวสารก็จะมีปฏิสัมพันธ์ (Interact) เพื่อติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมหรือแสดงความคิดเห็น

กิตติ กันภัย (อ้างถึงใน สุภาพร ขงยศ, 2549 : 26) ยังกล่าวอีกว่าคุณสมบัติความต่างของ CMC กับสื่อรุ่นก่อนที่สำคัญคือลักษณะของการใช้คอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลาง ในการสื่อสารบนระบบอินเทอร์เน็ตนี้ ไม่จำกัดสถานที่ในการสื่อสาร CMC กระจายตัวเองอยู่ทั่วไป (Widely Distributed) สามารถใช้กับคอมพิวเตอร์เครื่องไหนก็ได้ในโลกในการเข้าระบบสื่อสาร และไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา เนื่องจาก CMC เป็นสื่อประเภทที่ใช้เมื่อไหร่ก็ได้ (Transient) ไม่ติดเงื่อนไขเรื่องเวลาในการนำเสนอเนื้อหาเหมือนสื่ออื่น ๆ สามารถต่อเข้าไปในระบบเมื่อไหร่ก็ได้ที่ต้องการ ส่วนเรื่องราวที่นำเสนอในสื่ออินเทอร์เน็ต ก็มีไม่จำกัดเช่นกัน CMC ให้โอกาสกับผู้สื่อสารในการกระทำใด ๆ กับเนื้อหาสารก็ย่อมได้ (Manipulation of content) แล้วแต่ว่าผู้ส่งสารต้องการสื่อสาร

กาญจนา และ คณะ (อ้างถึงใน สุภาพร ขงยศ, 2549: 26) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของการสื่อสารแบบใหม่ในรูปแบบอินเทอร์เน็ตไว้ดังนี้

1. การไหลของข่าวสารจากผู้ส่งสารหลายคนสู่ผู้รับหลายคน และเป็นการสื่อสารข้อมูลของบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่งที่ส่งไปยังศูนย์คอมพิวเตอร์ให้บริการเครือข่ายผู้ใช้ข่าวสาร หรือระบบกระดานข่าวคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ยังลดข้อจำกัดของเวลา และระยะเวลาทางการสื่อสารออกไป เพราะไม่ว่าผู้ส่งสารจะอยู่บริเวณซีกโลกใด ๆ ของโลกก็สามารถสื่อสารกันได้

2. ผู้ส่งสารมีความรู้อย่างมากต่อผู้รับสาร เนื่องจากระบบ Interactive

3. การแบ่งประเภทของผู้รับสารสูงมากเป็นรายบุคคล

4. ระดับการโต้ตอบสูง

5. ปฏิบัติการป้อนกลับมีบ้างแต่ยังมีข้อจำกัดอาจจะมีบัลลังก์หรือต้องรอ

6. สักยภาพในการเก็บรักษาข่าวสารสูงมาก

7. ลักษณะอวัจนภาษาค่อนข้างมาก

8. ผู้สื่อสารทั้งสองฝ่ายสามารถควบคุมการไหลของสารได้เท่าเทียมกัน

9. การสื่อสารจากจุดศูนย์กลางคอมพิวเตอร์ให้บริการเฉพาะกลุ่ม คือการสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังศูนย์บริการ โดยที่ผู้รับต้องเป็นสมาชิกหรือลงทะเบียนเอาไว้ และการเข้าถึงข้อมูลนี้ได้จะต้องการใช้ชื่อและรหัสผ่านด้วย

การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์โดยมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นตัวเชื่อมโยง เป็นที่แพร่หลายอย่างมาก จนจัดได้ว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ของการสื่อสารในยุคปัจจุบัน เนื่องจากสามารถขจัดปัญหาในเรื่องของกาลและเทศะออกไป เพราะสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะอยู่ที่ใดในโลกก็ตาม หากมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโยงใยไปถึงก็สามารถจะติดต่อสื่อสารถึงกันได้ภายในเสี้ยววินาที อีกทั้งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีความสมบูรณ์คือ ให้การแสดงผลที่เป็นทั้งภาพ เสียง และตัวอักษร จึงทำให้สะดวกในการใช้ จนกลายเป็นแหล่งข้อมูลใหม่ขนาดใหญ่ที่มีผู้นิยมเข้าไปใช้บริการ

จะเห็นได้ว่าในยุคปัจจุบันเราขอรับการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์มากขึ้น เนื่องจากความสามารถของคอมพิวเตอร์พัฒนาให้มีความรู้สึกเสมือนจริง (Virtual Reality) แม้ว่าจะยังมีข้อจำกัดบางประการที่ทำให้ไม่สามารถแสดงหรือรับรู้ถึง สีหน้า น้ำเสียง อารมณ์ และท่าทาง อันเป็นส่วนประกอบสำคัญในการสื่อสารไม่น้อยไปกว่าตัวเนื้อหาของสารได้ แต่ทั้งผู้รับสารและผู้

McComb (อ้างถึงใน วิทวัส เดือนทอ, 2543 : 15) ยังได้สรุปว่าถึงแม้ว่าการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ จะมีความสะดวกและมีประสิทธิภาพมากมายหลายอย่างที่การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to Face) ไม่มี เช่น การกล้าแสดงออกถึงความรู้สึกต่าง ๆ ที่ไม่สามารถแสดงออกได้ในโลกแห่งความเป็นจริง, การสื่อสารกันได้จากทั่วทุกมุมโลกอย่างไร้ขีดจำกัด แต่ก็ไม่สามารถทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากการสื่อสารที่ผ่านตัวกลางนั้น รูปแบบของการสื่อสารจะถูกจำกัดด้วยตัวเทคโนโลยีโดยเอง กล่าวคือในการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ จะขาดแคลนการสื่อสารในส่วนของอวัจนภาษาในการมีปฏิสัมพันธ์กัน เช่นในกรณีการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ใช้การสนทนาผ่านห้องสนทนา (Chat Room) ที่เป็นการพูดคุยผ่านทางข้อความ ตัวอักษร คู่สนทนาจะไม่สามารถมองเห็นหน้าตา สีหน้า ท่าทาง หรือรู้ถึงน้ำเสียง บุคลิกลักษณะของอีกฝ่าย ดังนั้นจึงทำให้ยากที่จะคาดเดาได้ว่าคู่สนทนา รู้สึก นึกคิด มีอารมณ์อย่างไร มีความจริงใจหรือไม่ ในขณะที่การสนทนาดำเนินอยู่

สำหรับในประเทศไทยการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ หรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นั้น ได้เข้ามามีบทบาทในสังคมไทย โดยเฉพาะสังคมเมืองเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากก็คือ การค้นหาไฟล์ และ ฐานข้อมูลแบบเครือข่ายไฮแมงมุม ซึ่งจะมีข้อมูลข่าวสารมากมายที่ปรากฏออกมาในรูปแบบของ Multi Media ทำให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้ง่ายในรูปแบบของสื่อที่ผสมผสาน ให้ข้อมูลได้ทั้ง รูปภาพ, ภาพเคลื่อนไหว, และเสียงประกอบ แหล่งข้อมูลที่จะให้ค้นหาที่มีไม่จำกัด เพราะสามารถเชื่อมต่อไปยังแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ผู้ใช้ยังมีความนิยมในการใช้บริการในรูปแบบอื่นๆ อีกมาก เช่น การส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การดาวน์โหลดข้อมูล การพูดคุยแสดงความคิดเห็นผ่านห้องสนทนา, การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

รูปแบบและเนื้อหาของ การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต

ยุคแรกของการสื่อสารในอินเทอร์เน็ตเป็นยุคที่มีลักษณะรูปแบบเนื้อหาที่เป็นตัวอักษร (Text Mode) ซึ่งเป็นการสื่อสารกันผ่านตัวหนังสือล้วนๆ เป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีลักษณะค่อนข้างจริงจัง เนื้อหาของการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตในยุคนี้เป็นแหล่งรวมของข้อมูลทางวิชาการและการวิจัย แม้จะมีความครอบคลุมประเด็น แต่ขาดสีสัน ลวดลายที่ดึงดูดใจ เนื่องจากการสื่อสารในอินเทอร์เน็ตยุคแรกนี้เป็นการสื่อสารที่จำกัดอยู่ในวงเฉพาะกลุ่มที่มีการศึกษาที่ดี

ยุคปัจจุบันการสื่อสารในอินเทอร์เน็ตเปลี่ยนสู่ยุคไฮเปอร์เท็กซ์(hypertext mode) หรือที่รู้จักกันในนามของ เวิลด์ ไรด์ เว็บ (World Wide Web) เป็นการสื่อสารผ่านรูปแบบของสื่อประสม (multimedia) ผ่านรูปภาพ เสียง สี สัน ภาพเคลื่อนไหว และกราฟฟิกที่สวยงามดึงดูดตา และยังเอื้ออำนวยต่อการเชื่อมโยง (link) ข้อมูลจากเว็บไซต์หนึ่งไปยังอีกเว็บไซต์หนึ่งได้อีกด้วย ทำให้การสื่อสารในอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันนอกจากจะเป็นแหล่งรวมข้อมูลทางวิชาการและการวิจัยที่สำคัญแล้วยังแผ่ขยายไปถึงแทบทุกหัวข้อยของความสนใจ หรือรูปแบบการสื่อสารกระดานข่าวให้ผู้สนใจส่งข้อความหรือสารใด ๆ มาไว้บนกระดานกลางให้ผู้สนใจอื่นได้อ่านและแสดงความคิดเห็น ซึ่งการสื่อสารผ่านกระดานข่าวนี้มีความหลากหลายของประเด็นในการสนทนาข่าวนี้มีความหลากหลายของประเด็นในการสนทนา อาทิ ปัญหาสังคมหรือข่าวที่กำลังเป็นประเด็นที่สนใจ เรื่องวงการบันเทิง ละครต่างๆ หรือแม้แต่เรื่องของศาสนาเองก็ตาม

พิมพ์เดือน จาตุรงคกุล (อ้างถึงในพุฒิรัตน์ กมลชัยสกุล, 2550 : 13) ได้จำแนกองค์ประกอบของสื่อต่างๆ ได้เป็น 5 ชนิด ประกอบด้วย

1. ข้อความหรือตัวอักษร (Text)
2. ภาพนิ่ง (Still Image)
3. ภาพเคลื่อนไหว (Animation)
4. เสียง (Sound)
5. ภาพวิดีโอ (Video)

แล้วนำมาผสมผสานเข้าด้วยกันเพื่อใช้สำหรับการปฏิสัมพันธ์หรือโต้ตอบ (Interaction) ระหว่างคอมพิวเตอร์กับผู้ใช้ ซึ่งถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่ผู้ใช้สามารถเลือกกระทำต่อมัลติมีเดียได้ตามต้องการ ตัวอย่างเช่น ผู้ใช้ได้ทำการเลือกรายการและตอบคำถามผ่านทางจอภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ จากนั้นระบบคอมพิวเตอร์ก็จำและทำการประมวลผลและแสดงผลลัพธ์ย้อนกลับผ่านทางจอภาพให้ผู้ใช้เป็นอีกครั้ง เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีการปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบอื่น ๆ อีกมากมาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเครื่องมือและรูปแบบที่จะนำมาประยุกต์ใช้งาน ตัวอย่างเช่น การสร้างปุ่มเมนูหรือข้อความที่มีสีแตกต่างจากข้อความปกติ เมื่อผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์กับส่วนนี้ ระบบก็จะเชื่อมโยงไปยังส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งอาจเป็นไปได้ทั้ง ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงหรือวิดีโอ ตามที่ได้มีการออกแบบไว้ล่วงหน้าแล้ว ดังนั้น จึงถือได้ว่าการปฏิสัมพันธ์ในมัลติมีเดียเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าส่วนอื่นๆ

1. ข้อความหรือตัวอักษร (Text)

ข้อความหรือตัวอักษรถือว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของมัลติมีเดีย ระบบมัลติมีเดียที่นำเสนอผ่านจอภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ นอกจากจะมีรูปแบบและสีของตัวอักษรให้เลือกมากมายตามความต้องการแล้วยังสามารถกำหนดลักษณะของการมีปฏิสัมพันธ์ (โต้ตอบ) ในระหว่างการนำเสนอได้อีกด้วย

2. ภาพนิ่ง (Still Image)

ภาพนิ่งเป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด และภาพลายเส้น เป็นต้น ภาพนิ่งนับว่ามีบทบาทต่อระบบงานมัลติมีเดียมากกว่าข้อความตัวอักษร ทั้งนี้เนื่องจากภาพจะให้ผลในเชิงการเรียนรู้ด้วยการมองเห็น ได้ดีกว่า นอกจากนี้ยังสามารถถ่ายทอดความหมายได้ลึกซึ้งมากกว่าข้อความหรือตัวอักษรนั่นเอง ซึ่งข้อความหรือตัวอักษรจะมีข้อจำกัดทางด้านความแตกต่างของแต่ละภาษา แต่ภาพนั้นสามารถสื่อความหมายได้กับทุกชนชาติ ภาพนิ่งมักจะแสดงอยู่บนสื่อชนิดต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือวารสารวิชาการ เป็นต้น

3. ภาพเคลื่อนไหว (Animation)

ภาพเคลื่อนไหว หมายถึง ภาพกราฟิกที่มีการเคลื่อนไหว เพื่อแสดงขั้นตอน หรือปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การเคลื่อนที่ของอโตมในโมเลกุล หรือการเคลื่อนที่ของลูกสูบของเครื่องยนต์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อสรรสร้างจินตนาการให้เกิดแรงจูงใจจากผู้ชม การผลิตภาพเคลื่อนไหวจะต้องใช้โปรแกรมที่มีคุณสมบัติเฉพาะทางซึ่งอาจมีปัญหาก่อขึ้นอยู่บ้างเกี่ยวกับขนาดของไฟล์ที่ต้องใช้พื้นที่ในการจัดเก็บมากกว่าภาพนิ่งหลายเท่า นั่นเอง

4. เสียง (Sound)

เสียงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของมัลติมีเดีย โดยจะถูกจัดเก็บอยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัลซึ่งสามารถเล่นซ้ำกลับไปกลับมาได้ โดยใช้โปรแกรมที่ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับทำงานด้านเสียง หากในงานมัลติมีเดียมีการใช้เสียงที่เร้าใจและสอดคล้องกับเนื้อหาในการนำเสนอ จะช่วยให้ระบบมัลติมีเดียนั้นเกิดความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังช่วยสร้างความน่าสนใจและน่าติดตามในเรื่องราวต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องจากเสียงมีอิทธิพลต่อผู้ใช้มากกว่าข้อความ หรือภาพนิ่งนั่นเอง ดังนั้น เสียงจึงเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับมัลติมีเดียซึ่งสามารถนำเสียงผ่านทางไมโครโฟน แผ่นซีดี ดีวีดี เทป และวิทยุ เป็นต้น

5. วิดีโอ (Video)

วิดีโอเป็นองค์ประกอบของมัลติมีเดียที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากวิดีโอในระบบดิจิทัลสามารถนำเสนอข้อความหรือรูปภาพ (ภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว) ประกอบกับเสียงได้สมบูรณ์มากกว่าองค์ประกอบชนิดอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ปัญหาหลักของการใช้วิดีโอในระบบ

Rice (1989) (อ้างถึงในพุทธิรัตน์ กมลชัยสกุล, 2550 : 15) ได้วิเคราะห์ถึงศักยภาพของการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ โดยเปรียบจากคุณสมบัติในการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1. ความเป็นอิสระจากกฎเกณฑ์และข้อจำกัด (Freedom of constraints) เช่น การกำหนดสถานะของผู้ส่งสาร การผู้ขาดความเป็นเจ้าของสื่อ การไม่สามารถเลือกกลุ่มผู้รับสารเฉพาะเป้าหมายได้ การกำหนดช่วงเวลาในการรับข่าวสาร หรือการไม่สามารถเรียกคืนข้อมูลได้ เป็นต้น

2. ขอบเขตการสื่อสาร (Mode or technical bandwidth) ซึ่งหมายถึงระยะทางระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือเนื้อหาที่สามารถนำเสนอได้หลายลักษณะ ทั้งที่เป็นคำพูด สัญลักษณ์ หรือเสียง

3. การสนองตอบและปฏิสัมพันธ์ (feedback and interactivity) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร สามารถเกิดขึ้นโดยสะดวกและในเวลาอันรวดเร็ว

4. การติดต่ออย่างเป็นเครือข่าย (Network Flows) ซึ่งมีผลต่อการกระจายตัว รวมทั้งการเข้าถึงสื่อและข้อมูลที่เชื่อมโยงกัน

เสถียร เขยประทับ (2535, 22) ได้จำแนกรูปแบบการสื่อสารตามทิศทางการสื่อสารได้ 2 ทิศทางดังนี้คือ

1. การสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดไปยังผู้รับสารแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารซักถามหรือแสดงความคิดเห็น จึงไม่มีปฏิกิริยาย้อนกลับจากผู้รับสาร การสื่อสารแบบนี้มีลักษณะเป็นเส้นตรงจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยตรง ปราศจากการคำนึงถึงปฏิกิริยาโต้ตอบกลับจากผู้รับสารทำให้ปริมาณของข้อมูลสะท้อนกลับ (Feedback) จากผู้รับสารมีน้อยหรือไม่มีเลย

การสื่อสารในลักษณะนี้จะออกมาในรูปแบบของนโยบาย แผนงานคำสั่งต่างๆ ของผู้บริหารหรือผู้นำ โดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่การสื่อสารแบบทางเดียวมักจะเกิดขึ้นกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ที่มีการนำเสนอข่าวสารสู่ประชาชนแต่เพียงฝ่ายเดียว การสื่อสารแบบทางเดียวนั้นเหมาะกับสถานการณ์ที่ผู้ส่งสารมีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ สูงกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง

2. การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) หมายถึงการสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารทางหนึ่ง ในลักษณะเดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลแล้ว ก็จะส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้ส่งสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารก็สามารถส่งข่าวสารซึ่งกันและกัน มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน มีการโต้ตอบกัน ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน การสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารให้ความสำคัญกับปฏิกิริยาโต้กลับของผู้รับสาร (Feedback) ทั้งนี้การสื่อสารแบบสองทางนี้มีผลให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะการให้ความสำคัญต่อการสื่อสารกลับนั้นเป็นวิธีการที่ทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารมีความเสมอภาคกันในการติดต่อสื่อสารก่อให้เกิดการทำงานที่ดี

การจำแนกรูปแบบการสื่อสารตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

1. การสื่อสารแบบใช้ถ้อยคำหรือแบบวัจนะ (Verbal Communication) คือการอาศัยคำพูด หรือตัวเลข เป็นสัญลักษณ์ของข่าวสาร สัญลักษณ์อาจเป็นภาษาพูด ภาษาเขียน เพื่อใช้การสื่อความหมายให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายตรงตามที่ต้องการ ซึ่งลักษณะการสื่อสารแบบนี้ ได้แก่ การสนทนา การสัมภาษณ์ การเขียนบันทึก การประชุม เป็นต้น

2. การสื่อสารแบบไม่ใช้ถ้อยคำหรือแบบอวัจนะ (Non-verbal Communication) เป็นการสื่อสารที่แสดงออกทางท่าทาง สีหน้า การเคลื่อนไหวส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกายตามธรรมชาติของคน ซึ่งแต่ละบุคคลจะสื่อสารกับบุคคลอื่นโดยมีความหมายเฉพาะของตนเอง เช่น การพยักหน้าแสดงความเข้าใจ สายหน้าหมายถึงปฏิเสธ เป็นต้น

นอกจากนี้ การจำแนกรูปแบบการสื่อสารตามลักษณะการใช้ เรายังสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Information Communication) เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นเอง และเกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งไม่มีใครได้รับมอบหมายหรือบังคับให้ใช้การติดต่อผ่านทางช่องทางใดช่องทางหนึ่งอย่างตั้งใจ แต่การสื่อสารแบบนี้จะเกิดขึ้นเมื่อสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอย่างอิสระ ในอัตราความถี่และความเข้มข้นของการสื่อสารต่างๆ กัน และจะมีความรวดเร็วในการสื่อสาร แต่ข้อมูลข่าวสารอาจจะมีผลจากความไม่จริงใจได้ง่าย

2. การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formation Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งเกิดปฏิสัมพันธ์ในโครงสร้างที่มีแบบแผนกำหนดไว้อย่างแน่นอน สารจะถูกส่งออกไป

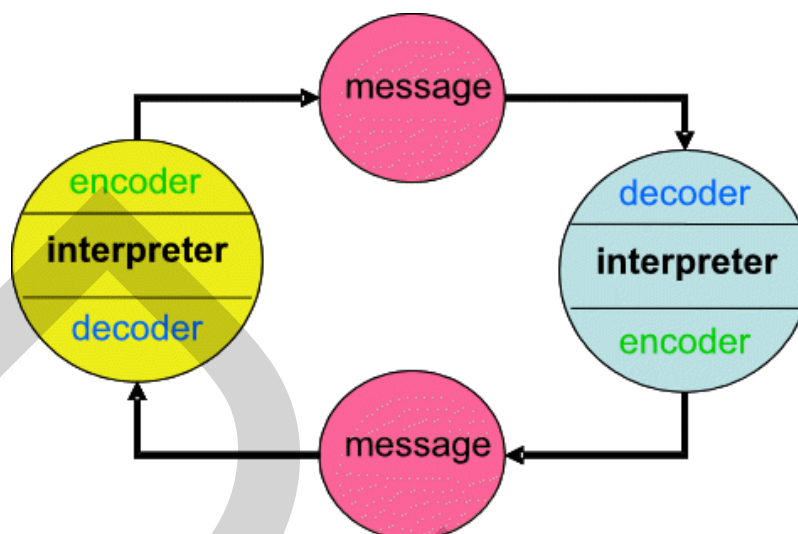
นอกจากนั้น ฮาร์ลด์โรลด์ เจ ลีวิท (Harold J. Leavitt, 1964, 143) ยังได้กล่าวถึงการทดลองเปรียบเทียบระหว่างการสื่อสารทางเดียวกับสองทางพบว่า การสื่อสารทางเดียวเหมาะกับสถานการณ์ที่ผู้ส่งสารคนใดคนหนึ่งเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่จะทำการศึกษามากกว่า การสื่อสารทางเดียวรวดเร็วกว่าการสื่อสารสองทาง การสื่อสารสองทางสามารถสร้างความมั่นใจแก่ผู้รับสารมากกว่าการสื่อสารทางเดียว แต่ก็มักมีการรบกวนและยุ่งยากมากกว่า

ดังนั้น ในเรื่องของการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระมหาวิจิตร วชิรเมธี สามารถที่จะใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร มาเป็นกรอบในการศึกษาได้อย่างชัดเจน เพราะในเรื่องของการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อออนไลน์นั้น จัดได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร ที่ผู้วิจัยสามารถนำมาวิเคราะห์และอธิบายถึงรูปแบบ เนื้อหา ภาษา ที่ใช้สื่อสารเพื่อการเผยแพร่ธรรมะของพระมหาวิจิตร วชิรเมธี ได้เป็นอย่างดี

การปฏิสัมพันธ์ทางการสื่อสาร (Interactive Media)

การสื่อสารผ่านเว็บไซต์ในประเทศไทยมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารที่มีการสื่อสารกลับ (Feedback) คือมีการโต้ตอบระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยปกติการสื่อสารของมนุษย์นั้นจะมีลักษณะเป็นการโต้ตอบกัน กล่าวคือ เมื่อมีผู้พูดก็มีผู้ฟัง ผู้ฟังรู้สึกร้อย่างไร ก็มีปฏิกิริยาตอบกลับมา แม้ว่าการสื่อสารมวลชนในอดีตจะมีการสื่อสารกลับที่ล่าช้า (delayed feedback) หรือโอกาสที่ผู้ส่งสารจะได้รับการสื่อสารกลับมีน้อย แต่ในปัจจุบันเมื่อมีสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาในวงการสื่อสารมวลชน การสื่อสารแบบสองทางได้กลายเป็นเรื่องที่ย่อยง่ายเพียงปลายนิ้วสัมผัส ทำให้ผู้ส่งสารได้รับการโต้ตอบจากผู้ส่งสาร และสามารถสื่อสารกันได้อย่างต่อเนื่อง ผู้ทำการสื่อสารทั้งสองฝ่าย เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร กล่าวคือในขณะที่ส่งสารก็จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร ในขณะที่รับสารก็จะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร ซึ่งในการสื่อสารนั้น แต่ละคนจะต้องทำหน้าที่เข้ารหัส (encoding) เมื่อทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร และทำการถอดรหัส (decoding) และตีความหมายสาร (interpreting) ของอีกฝ่ายหนึ่งเมื่อทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilber Schramm, 1954) (อ้างถึงในกิดานันท์ มลิทอง, 2543) กล่าวว่ากระบวนการสื่อสารอาจไม่ได้เริ่มต้นและสิ้นสุดลง ณ ที่ใดที่หนึ่งแบบเส้นตรง ในปี ค.ศ. 1954 วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilber Schramm) และ ซี อี ออสกู๊ด (C.E. Osgood) ได้ นำเสนอธรรมชาติของการสื่อสารที่เป็นรูปวงกลม



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบสองทาง ของออสกูดและชเรมม์
(Model of Two-way Communication Process)

ที่มา: http://drsiriwan.blogspot.com/2010/03/blog-post_08.html

โดย พ.ต.ท. หญิง ดร.ศิริวรรณ อนันต์โท ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

จากภาพเห็นได้ว่าผู้มีส่วนร่วมในการสื่อสารสามารถสลับบทบาทระหว่างกันเป็นแหล่งสาร (Source) หรือ ผู้เข้ารหัส (Encoder) และผู้รับสาร (Receiver) หรือ ผู้ถอดรหัส (Decoder) แบบจำลองนี้จึงเป็นรูปแบบของการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication)

ประเภทของการสื่อสารกลับ

การสื่อสารกลับแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ตามความเร็วหรือช้าของการรับทราบการสื่อสารกลับนั้น

1. การสื่อสารกลับทันทีทันใด (Immediate Feedback) คือการสื่อสารกลับที่ผู้ส่งสารสามารถทราบปฏิกิริยาของผู้รับสารได้รวดเร็ว เช่น การพูดคุยที่เห็นหน้าค่าตากันระหว่าง 2 คน ผู้ส่งสามารถรับทราบการสื่อสารกลับได้ในทันที ทั้งจากคำพูดโต้ตอบและกิริยาท่าทางของผู้รับสาร
2. การสื่อสารกลับที่ล่าช้า (Delayed Feedback) คือ การสื่อสารกลับที่ผู้ส่งสารสามารถทราบปฏิกิริยาของผู้รับสารได้ล่าช้า เช่น การถามตอบในกระทู้ทางอินเทอร์เน็ต การถามคำถามผ่าน

การสื่อสารกลับเชิงบวกและเชิงลบ (Positive and Negative Feedback)

ปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อสารของผู้ส่งสารแบ่งออกเป็น 2 ชนิด ตามลักษณะของผลที่เกิดจากการสื่อสาร

1. การสื่อสารกลับเชิงบวก (Positive Feedback) คือการสื่อสารกลับที่ทำให้ผู้ส่งสารพอใจในผลของการสื่อสาร เช่น การตอบรับเป็นอาสาสมัครในการมีส่วนร่วมตอบคำถามเกี่ยวกับการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตามที่เว็บไซต์ประกาศ

2. การสื่อสารกลับเชิงลบ (Negative Feedback) คือการสื่อสารกลับที่ทำให้ผู้ส่งสารไม่พอใจในผลของการสื่อสาร เช่น การชวนสนทนาธรรมะในห้องสนทนา (Chat) แต่ไม่มีใครยอมสนทนาด้วย

การสื่อสารกลับโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ (Purposive and Non-purposive Feedback)

นอกจากการจำแนกการสื่อสารกลับโดยอาศัยเกณฑ์ความรวดเร็ว ความล่าช้าและเชิงบวก-ลบแล้ว เรายังสามารถจำแนกการสื่อสารกลับโดยอาศัยเกณฑ์ความตั้งใจ-ไม่ตั้งใจของผู้รับสารด้วย ดังนี้

1. การสื่อสารกลับโดยตั้งใจ (Purposive Feedback) เป็นปฏิกิริยาของผู้รับสารที่แสดงการตอบสนองต่อสารของผู้ส่งสาร โดยตั้งใจที่จะแจ้งให้ผู้ส่งสารทราบ เช่น การเขียนจดหมายถึง webmaster ของเพจนั้นๆ การตั้งกระทู้ถามตอบทางเว็บไซต์ธรรมะ เป็นต้น

2. การสื่อสารกลับโดยไม่ตั้งใจ (Non-purposive Feedback) เป็นปฏิกิริยาของผู้รับสารที่แสดงตอบสนองต่อสารของผู้ส่งสาร โดยที่ผู้รับสารไม่ได้มีเจตนาที่จะให้ผู้ส่งสารทราบ เช่น การดูโฆษณาทางสื่อ TV ซึ่งบริษัททราบเรตติ้งได้จากการสำรวจตลาด (market survey) ทั้งที่ผู้บริโภคไม่ได้ตั้งใจให้บริษัทที่ขายสินค้าทราบปฏิกิริยาของตน

2.2 ทฤษฎีเครือข่ายสังคม (Social Network)

ชินสัค สุวรรณอิจจิริย (2549) ได้กล่าวถึงเครือข่ายทางสังคม ว่าเป็นช่องทางที่มีความสัมพันธ์ร่วมกับจุดยืนส่วนตัว ซึ่งเป็นเสมือนพื้นที่ภายในสังคมวัฒนธรรมหนึ่งและหลายๆ พื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม เช่น เครือญาติที่มีอาชีพเป็นชนชั้น มีตำแหน่งฐานะในท้องถิ่น

พิมพัลย์ ปรีดาสวัสดิ์ และ วาทีณี บุญชะลัทธิ (อ้างถึงใน วรรณพร กลิ่นบัว, 2552: 21) ได้รวบรวมและให้ความหมายของเครือข่ายสังคมไว้ว่า เครือข่ายสังคม หมายถึง สายใยของความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมระหว่างบุคคลคนหนึ่งกับบุคคลอื่นๆ อีกหลายๆคน เครือข่ายสังคมในที่นี้ จึงเปรียบเสมือนกรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษาหาความเข้าใจ เกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่มีอยู่ในสังคม อันนำไปสู่ความเข้าใจในเรื่องกลุ่มที่ไม่เป็นทางการ (Informal group) องค์กรทางสังคม (Social Organization) และโครงสร้างทางสังคม (Social structure) รวมทั้งลักษณะของความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าว สามารถนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมต่างๆของบุคคลเหล่านี้

เครือข่ายสังคมของบุคคลหนึ่ง ประกอบขึ้นด้วยความสัมพันธ์ทางสังคมทั้งหมดที่บุคคลนั้นๆมีอยู่ในสังคม นับตั้งแต่ความสัมพันธ์ในครอบครัว ระหว่างญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน เป็นต้น ถ้าหากจะมองเครือข่ายสังคมให้เป็นรูปธรรมขึ้นมา เครือข่ายสังคมก็เปรียบเสมือนรูปภาพของจุดต่างๆ ที่มีเส้นหลายๆ เส้น โยงมาระหว่างจุดต่างๆ เหล่านี้กับจุดๆ หนึ่ง ซึ่งเป็นจุดศูนย์กลาง จุดศูนย์กลางเปรียบเสมือนบุคคลคนหนึ่ง และจุดต่างๆ เป็นตัวแทนของบุคคลรอบๆ ข้างที่บุคคลนั้นมีความสัมพันธ์ด้วย ส่วนเส้นโยงหลายๆ เส้นนั้น หมายถึงความสัมพันธ์ทางสังคมที่สำคัญ คือ การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลอื่นๆ อย่างไรก็ตาม การติดต่อสื่อสารอย่างเดียวยังไม่พอที่จะเรียกว่า เป็นเครือข่ายสังคมได้ จำเป็นต้องมีองค์ประกอบอย่างอื่นด้วย ซึ่งได้แก่การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) และการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ข้อมูล เครื่องใช้ไม้สอย อาหาร การบริการ (Transaction) ระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล

ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างกันและกันของบุคคลต่างๆ ที่มีอยู่ในเครือข่ายสังคมนั้น เป็นความสัมพันธ์ในทุกๆ ด้านที่บุคคลทั้งหมดในเครือข่ายสังคมมีต่อกันทั้งในด้านของระบบเศรษฐกิจ การแต่งงาน เครือญาติ การเมือง สุขภาพอนามัย ฯลฯ ส่วนพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ทางสังคมขึ้น ได้แก่ การไปมาหาสู่เยี่ยมเยียนกัน การปรึกษาหารือกัน การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นต้น เครือข่ายสังคมของบุคคลหนึ่งๆ จึงเปรียบเสมือนสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ และขณะเดียวกันบุคคลนั้นๆ ก็เปรียบเสมือนส่วนหนึ่งของ

การวิเคราะห์เครือข่ายสังคมนั้น จะเน้นที่ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคลที่ดำรงอยู่ในเครือข่ายสังคมว่า จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมซึ่งกันและกันอย่างไร ซึ่ง Jeremy Boissevain, 1974 (อ้างถึงใน วรรณพร กลิ่นบัว, 2552: 21) ได้เสนอถึงลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคมที่สามารถนำมาเป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์เครือข่ายสังคมไว้ 4 ลักษณะด้วยกันด้วยกันดังนี้คือ

1. ความสัมพันธ์ที่มีความหลากหลาย อันเนื่องมาจากบทบาทที่มีอยู่ในสังคม : ความสัมพันธ์เชิงซ้อน (Diversity of Linkage : Multiplicity)

ลักษณะของความสัมพันธ์นี้ สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีบทบาท (Role Theory) เพราะในเครือข่ายสังคมนั้น จะประกอบไปด้วยบุคคลที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันตามบทบาทหรือหน้าที่ที่แต่ละคนหรือคู่ความสัมพันธ์มีอยู่ ซึ่งแต่ละคนนั้นมิได้มีเพียงบทบาทเดียว หากแต่มีหลายบทบาทที่จะต้องสวมในชีวิตประจำวัน เช่น บทบาทพ่อ บทบาทผู้ใหญ่ในบ้าน บทบาทลูก บทบาทของประธานคณะกรรมการหมู่บ้านต่างๆ เป็นต้น ดังนั้น บุคคลสองคนอาจมีความสัมพันธ์กันได้ ทั้งในบทบาทเดียวหรือหลายบทบาทประกอบกัน เรียกได้ว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงเดี่ยวและความสัมพันธ์เชิงซ้อน (Uniplex or Single - stranded และ Multiplex or Multi - stranded) ซึ่งบทบาทแต่ละบทบาทจะมีบรรทัดฐานและความคาดหวังเป็นตัวชี้แนะแนวทางพฤติกรรมที่จะปฏิบัติต่อกันและกัน

2. ความสัมพันธ์ทางสังคม ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการแลกเปลี่ยน (Transactional Contact)

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในเครือข่ายสังคม บางครั้งอาจเป็นไปตามทฤษฎีของการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) เพราะบุคคลไม่เพียงแต่ทำตามบทบาทหน้าที่ที่คาดหวังในสังคมหรือตามบรรทัดฐานที่ได้รับการถ่ายทอดมาเท่านั้น แต่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานของการรับรู้และการตัดสินใจในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างคู่ความสัมพันธ์ ทั้งในด้านวัตถุและทางด้านจิตใจ เช่น สิ่งของ ความช่วยเหลือต่างๆ เงินทอง หรือบุญคุณที่ต้องมีการตอบแทนกันต่อไปภายหน้า โดยที่ตัวบุคคลเป็นผู้ตัดสินใจเองในการที่จะเลือก หรือมีพฤติกรรมอย่างไร หรือแลกเปลี่ยนอะไรกับอีกบุคคลหนึ่ง เช่น ความเป็นเพื่อนระหว่าง นาย ก. กับนาย ข. อาจ

3. ความสัมพันธ์ทางสังคมในลักษณะที่เท่าเทียมกันและไม่เท่าเทียมกัน (Directional Flow)

ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคล ซึ่งวางอยู่บนพื้นฐานการแลกเปลี่ยนนั้น สามารถก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในลักษณะร่วมมือกัน หรือแข่งขันกันระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคน อีกทั้งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สมดุลกัน (Balance reciprocity) และไม่สมดุลกัน (negative reciprocity) ขึ้นด้วย ซึ่งหมายถึงการได้รับผลประโยชน์จากกันและกัน ทั้งในลักษณะที่เท่าเทียมกัน และไม่เท่าเทียมกัน โดยฝ่ายหนึ่งอาจได้รับมากกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง

4. ความถี่และระยะเวลาของความสัมพันธ์? (Frequency and Duration of Relationship)

ความถี่หรือความบ่อยครั้งของความสัมพันธ์นั้น เป็นปัจจัยที่นำไปสู่คุณภาพของความสัมพันธ์ในลักษณะการเกิดความสัมพันธ์เชิงซ้อน และในทำนองเดียวกันความถี่หรือความบ่อยครั้งของความสัมพันธ์ ก็เป็นผลเนื่องมาจากความสัมพันธ์เชิงซ้อน ความผูกพันและความมีอิทธิพลต่อกันและกันในด้านพฤติกรรมนั้น จะขึ้นอยู่กับความถี่และความบ่อยครั้งของการพบปะสัมพันธ์ ประกอบขึ้นอยู่ที่ช่วงระยะเวลาของเวลาความสัมพันธ์ด้วย ยิ่งบุคคลมีความสัมพันธ์กับอีกบุคคลหนึ่งบ่อยครั้งเพียงใดและบุคคลมีช่วงระยะเวลาของการรู้จักกันนานเท่าใด ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลสองคน จะมีอิทธิพลกำหนดพฤติกรรมของกันและกันมากขึ้นเท่านั้น

บุญมาก ศิริเนาวกุล (อ้างถึงใน วรรณพร กลิ่นบัว, 2552: 21) กล่าวว่า เครือข่ายสังคม (Social Network) หมายถึงโครงสร้างทางสังคมซึ่งสามารถที่จะสร้างเป็นเครือข่ายได้อย่างใดอย่างหนึ่งได้ โดยการใช้โหนดหรือ Node ซึ่งสัญลักษณ์เป็นวงกลม ซึ่งหมายถึงคน หรือกลุ่มคน หรือองค์กร และมีเส้นเชื่อมต่อระหว่างกันที่เรียกว่า Ties เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์กันในลักษณะเฉพาะต่างๆ กันไป เช่น เพื่อน ญาติ ครอบครัว ความเกลียด ความขัดแย้ง ความคิด คุณค่าทางสังคม วิสัยทัศน์ การแพร่กระจายของเชื้อโรค เส้นทางการบิน เส้นทางคมนาคม เราสามารถที่จะสร้างเครือข่ายนี้ในหลายระดับตั้งแต่ระดับครอบครัวไปถึงระดับประเทศหรือทั่วโลก และเครือข่ายของสังคมมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยกันร่วมแก้ไขปัญหา ช่วยให้องค์กรสามารถทำงานต่อไปได้และ

2.3 แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

ความหมายที่ใช้กันอย่างแพร่หลายเป็นการเกิดขึ้นจากแนวความคิด 2 แนวด้วยกัน ได้แก่ Web 2.0 และ User Generated Content (UGC) กล่าวคือ Web 2.0 เป็นวิธีการที่ผู้พัฒนาซอฟต์แวร์และผู้ใช้มีการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเนื้อหาและรูปแบบการใช้ต่างๆ ถูกสร้างขึ้นและเผยแพร่โดยคนใดคนหนึ่ง ในขณะที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบโดยผู้ใช้งานจำนวนมากจากการเข้าร่วม ซึ่งมีอยู่ตลอดเวลา ในขณะที่ UGC หมายถึง ผู้ใช้เป็นผู้สร้างสื่อเนื้อหาขึ้นเองซึ่งมีรูปแบบที่หลากหลายและเผยแพร่ลงในพื้นที่สาธารณะ เพราะฉะนั้น โดยสรุปแล้ว สื่อสังคมออนไลน์ คือ กลุ่มของรูปแบบการใช้ต่างๆ ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ตซึ่งสามารถสร้างขึ้นบนฐานของเทคโนโลยีและความนึกคิดของ Web 2.0 และยอมให้มีการแลกเปลี่ยน สร้างรูปแบบต่างๆ จากผู้ใช้นั้นเอง (Kaplan and Haenlein, 2010) จากนั้นความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ก็ได้ถูกนำไปใช้ในเชิงการบริหารงานมากขึ้น

เครื่องมือของสื่อสังคมออนไลน์

จากงานวิจัยของ IABC และ Buck (2009) เกี่ยวกับเครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยเรียงลำดับความนิยมแล้ว คือ บล็อก ร้อยละ 47 บอร์ดแสดงความคิดเห็น ร้อยละ 32 และพอดแคสต์ ร้อยละ 29 อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันเครื่องมือเหล่านี้ได้มีการพัฒนาและมีการเปลี่ยนแปลงไปตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ซึ่งหากมีการจัดแบ่งตามประเภทสามารถจัดแบ่งได้ดังนี้

1. ประเภทที่มีการตีพิมพ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ (Publish) ได้แก่

บล็อก (Blog) เป็นสิ่งพิมพ์ส่วนบุคคลที่สร้างขึ้นมาเพื่อให้ทุกคนได้เข้ามาดู และเชิญชวนให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็น โดยที่ผู้เขียนอาจมีการตั้งหัวข้อที่น่าสนใจเป็นพิเศษ หรืออาจเป็นหัวข้อที่ต้องการให้คนอื่นได้เข้ามาเรียนรู้ อย่างเช่น งานอดิเรก กีฬา ชีวิตครอบครัว เป็นต้น ผู้อ่านเองก็สามารถเข้ามาให้คะแนนในหัวข้อนั้นๆ หรืออาจเข้ามาขยายความเพิ่มเติมในความคิดเห็นของผู้สร้างบล็อกหรืออาจเข้ามาชื่นชมหรือวิพากษ์วิจารณ์ได้

วิกิ (Wiki) เป็นเว็บที่ให้คนเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างงานหรือโครงการใดๆ โดยการเพิ่มเติมปรับแต่งเนื้อหาของเว็บไซต์ได้อย่างง่ายดาย โดยทั่วไปจะนำ วิกิ ไปใช้วางแผนงาน การระดมสมองในทีมงาน การวิจัยหรือสร้างความคิดต่างๆ นอกจากนั้น เครื่องมือที่อยู่ในลักษณะ

บอร์ดแสดงความคิดเห็น (Discussion Forum) เป็นพื้นที่ที่คำถามต่างๆ จะได้รับการตีพิมพ์ประกาศไว้บนเว็บไซต์หรือชุมชนออนไลน์ เฉพาะเจาะจง ทั้งนี้ก็เพื่อให้มีการตอบ และแสดงความคิดเห็นในคำถามหรือข้อสงสัยเหล่านั้น

2. ประเภทเครือข่ายทางสังคม (Social Networking) หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นเว็บไซต์ที่อนุญาตให้คนทั่วไปสามารถเข้ามาแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลส่วนตัวและการค้นหาคนอื่นๆ เพื่อวัตถุประสงค์ที่จะให้ข้อมูล รับข้อมูล หรือการรวมตัวกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ ตัวอย่างของสังคมออนไลน์ อย่างเช่น

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นพื้นที่ที่จัดให้ผู้ใช้สามารถติดต่อเพื่อน ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน และคนที่คุ้นรู้จักผ่านกลุ่มเครือข่ายที่หลากหลายได้อย่างรวดเร็ว เฟซบุ๊ก (Facebook) สนับสนุนให้มีการสื่อสารภายในเครือข่ายที่มีความหลากหลายผ่านพื้นที่ที่ใช้ร่วมกัน ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของผู้ใช้

3. ประเภทเว็บไซต์แบ่งปันรูปภาพ (Photo) เป็นเว็บไซต์ที่ช่วยให้สามารถจัดประเภทจัดการ และแบ่งปันรูปภาพกับเพื่อนร่วมงาน หรือลูกค้าในเครือข่ายได้ผ่านการอัปโหลด รูปภาพ ตกแต่ง แก้ไขตามวัตถุประสงค์การใช้งาน ในบางกรณีมีการใช้เพื่อวัตถุประสงค์ที่ไม่ได้เป็นทางการในการแบ่งปันประสบการณ์ผ่านรูปภาพให้กับสมาชิกในชุมชน ซึ่งข้อดีของเว็บไซต์รูปภาพนี้ช่วยให้ข้อความหรือเนื้อหาโดยทั่วไปมีความชัดเจนเป็นรูปธรรมมากขึ้น ตัวอย่างเว็บไซต์รูปภาพนี้ช่วยทำให้ข้อความหรือเนื้อหาโดยทั่วไปมีความชัดเจนเป็นรูปธรรมมากขึ้น ตัวอย่างเว็บไซต์แบ่งปันรูปภาพที่ได้รับความนิยม อย่างเช่น Flickr, Photobucket, Picasa, Slide เป็นต้น

4. ประเภทเว็บไซต์ไฟล์เสียง (Audio) เป็นเว็บไซต์ที่เอื้อให้คนทั่วไปสามารถอัปโหลดดาวน์โหลด และแบ่งปันไฟล์เสียงให้กันและกันได้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสื่อสารแบ่งปันข้อมูล การศึกษา และความบันเทิง เช่น

Podcast เป็นรูปแบบหนึ่งของการบันทึกเสียงบนเว็บไซต์ที่เราสามารถดาวน์โหลดมาฟังได้จากเครื่องคอมพิวเตอร์หรือเครื่องเล่น MP3 Podcast เป็นไฟล์เสียงที่สามารถบันทึกและใส่ข้อมูลผ่านลงไปบนอินเทอร์เน็ตได้

iTunes เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์สื่อดิจิทัลที่สามารถเข้ากันได้ดีทั้งระบบการทำงานของ Windows และ Macintosh ผู้ใช้สามารถเข้าถึง จัดการและเล่นไฟล์วีดีโอและไฟล์เพลงได้

5. ประเภทเว็บไซต์วิดีโอ (Video) เป็นการแพร่ภาพและกระจายเสียงผ่านเครือข่ายสังคมบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ใช้สามารถอัปโหลดวิดีโอเพื่อแบ่งปันและโปรโมตวิดีโอได้ อย่างเช่น YouTube เป็นเว็บไซต์แบ่งปัน วิดีโอออนไลน์ที่ยอมให้ผู้ใช้อัปโหลดและแบ่งปันคลิปวิดีโอบนอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ โทรศัพท์มือถือ บล็อกและอีเมล

6. ประเภท Microblogging เป็นเว็บไซต์ให้บริการแก่บุคคลทั่วไปสำหรับผู้ใช้บริการได้ใส่ข้อความสั้นๆ (ประมาณ 140 ตัวอักษร) เพื่อบอกสถานะของตัวเองว่ากำลังทำอะไรอยู่ หรือบอกข่าวสารต่างๆ ที่ตนเองต้องการบอกให้เพื่อนหรือคนติดตามได้รับรู้ผ่านทางช่องนี้ เช่น Twitter เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่สร้างขึ้นมาเพื่อทำให้การสื่อสารดีขึ้น Twitter เป็นการให้บริการไม่ว่าจะเป็นเพื่อน ครอบครัว ผู้ร่วมงานในการสื่อสารและเชื่อมการติดต่อระหว่างกัน โดยที่ผู้ใช้สามารถปรับเปลี่ยนกิจกรรมที่ทำอยู่หรือแสดงความคิดเห็นส่วนตัวกับเพื่อนและคนแปลกหน้าได้เช่นกัน

7. ประเภทการถ่ายทอดสดผ่านอินเทอร์เน็ต (Livecasting) เป็นหมวดหมู่หนึ่งของสื่อสังคมออนไลน์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถถ่ายทอดสดผ่านวิดีโอ และสัญญาณเสียงไปพร้อมๆ กันในเครือข่ายของผู้ใช้ นอกจากนั้นยังรวมถึงการใช้สัญญาณวิทยุผ่านอินเทอร์เน็ต ในแง่ธุรกิจมีการปรับใช้การถ่ายทอดสดผ่านอินเทอร์เน็ตหลายวัตถุประสงค์ด้วยกัน เช่น การสื่อสาร การร่วมมือและแบ่งปันข้อมูล ความบันเทิงและการศึกษา เช่น Web Conferencing คือ การประชุมทางไกลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยสามารถประชุมแบบเห็นภาพ ฟังเสียง และรับ ส่งข้อมูลได้ในเวลาเดียวกัน ด้วยการใช้อุปกรณ์สัญญาณอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสำหรับการประชุมทางไกล การเรียนการสอน การฝึกอบรม และกิจกรรมการสนทนาต่างๆ เป็นต้น

8. ประเภทโลกเสมือนจริง (Virtual Worlds) เป็นสภาพแวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้นบนเว็บไซต์ ที่เอื้อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างพนักงาน ลูกค้าและผู้ซื้อเสมือนจริง เช่น เกมออนไลน์ การสร้างธุรกิจจำลอง เป็นต้น

2.4. แนวคิดทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory) เป็นทฤษฎีที่เน้นศึกษาถึงผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้กระทำการเลือกใช้สื่อ (Active Receiver) ว่ามีกระบวนการอย่างไร แนวทางการศึกษาดังกล่าวอยู่ภายใต้แนวคิดที่ว่าพฤติกรรมและปรากฏการณ์ในสังคมมนุษย์ต่างก็เกิดขึ้นจากความต้องการ (Need) ซึ่งมีที่มาต่างกัน พฤติกรรมที่เปิดรับสื่อของบุคคลเกิดขึ้นจากความต้องการพื้นฐานภายในจิตใจบุคคล และประสบการณ์โดยตรงจากที่บุคคลนั้น

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ถูกพูดถึงครั้งแรกโดยแคทซ์ (Katz) เขากล่าวว่า การวิจัยทางการสื่อสารควรจะเปลี่ยนแปลงจากแนวคิดและคำถามที่ว่า “สื่อส่งผลกระทบต่อผู้รับสารอย่างไร” ไปเป็นการหาคำตอบว่า “ผู้รับสารกระทำอย่างไรกับสื่อ” เนื่องจากแคทซ์มองผู้รับสารในฐานะเป็นผู้กระทำ (Active) และเป็นผู้ที่สามารถที่จะเลือกเปิดรับสื่อมากกว่าที่จะเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive) ที่เป็นแค่ผู้รับสื่ออย่างเดียว

แคทซ์และคณะ (Katz & Others) (อ้างถึงใน จารุวรรณ กิตตินราภรณ์, 2547) ได้ทำการศึกษาทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ โดยศึกษาและเก็บข้อมูลจากผู้ใช้อีเมลในประเทศอิสราเอล เป็นการวิจัยเชิงสำรวจขั้นพื้นฐานซึ่งเน้นที่ความพยายามที่จะประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะเป็นการศึกษาพิสูจน์โดยสมมติฐานใดๆ ที่แคทซ์และคณะได้สร้างมาวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ (The Social and Psychological Needs) และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้น โดยมีองค์ประกอบ 3 อย่างดังนี้ Mode คือ ลักษณะความต้องการประกอบด้วย ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น (Strengthen) ต้องการให้ลดน้อยลง (Weaken) ต้องการให้ได้มา

1. Connection คือจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอกประกอบด้วย

- การรับรู้ข่าวสารความรู้
- เพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ (ความตื่นเต้น ความ

สนุกสนาน)

- เพื่อความมั่นใจ ความเชื่อถือ ความมั่นคง และสถานภาพ
- เพื่อเชื่อมโยง หรือ หารักษาความสัมพันธ์

2. Reference คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปถึงในระดับต่างๆ

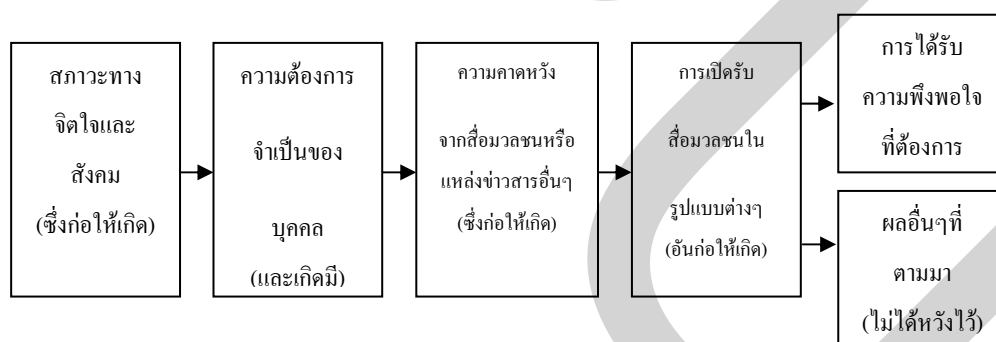
โดยเริ่มจากระดับใกล้ตัวก่อนจนห่างออกไปเรื่อยๆ ดังนี้

- ตนเอง
- ครอบครัว
- เพื่อนฝูง
- สังคม รัฐบาล
- ชนบทประเพณี วัฒนธรรม
- โลก
- สิ่งภายนอกอื่นๆ ที่มีความหมายเป็นนัยลบ

แคทซ์และคณะ (Katz & Others) ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการของบุคคลขึ้นจำนวน 35 ข้อความ โดยนำองค์ประกอบทั้ง 3 มารวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ เพื่อให้ชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลที่สามารถใช้สื่อต่างๆ ที่สามารถตอบสนองให้ความพึงพอใจได้ และได้นำข้อความเหล่านี้มาสร้างมาตรวัด (Rating Scale) ระดับการตระหนักในความสำคัญของความต้องการที่แตกต่างของแต่ละบุคคล (Individual Need Salience) และยังสามารถปรับระดับความพึงพอใจที่ผู้รับสารได้รับจากสื่อประเภทต่างๆ โดยการใช้วิธีการที่คล้ายคลึงกัน คือการสร้างมาตรวัดความพึงพอใจที่สื่อมวลชนแต่ละประเภทให้แก่ผู้รับสาร โดยแบบแผนการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาเกี่ยวกับ (1) สถานะทางสังคมและจิตที่มีผลต่อ (2) ความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่ (3) การคาดคะเนเกี่ยวกับ (4) สื่อและแหล่งที่มาของสาร ซึ่งการคาดคะเนนี้นำไปสู่ (5) ความแตกต่างกันในการใช้สื่อและพฤติกรรมอื่นๆ ของแต่ละบุคคล ส่งผลให้เกิด (6) ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อและ (7) ผลอื่นๆ ที่มีอาจคาดหมายมาก่อน

โดยองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องแนวคิดในเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน” สามารถแสดงให้เห็นในรูปแบบจำลองดังนี้



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการสื่อสารของแคทซ์และคณะ (Katz & Other)

ที่มา: จารุวรรณ กิตตินราภรณ์, 2547 หน้า 45.

แบบจำลองนี้ได้อธิบายถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชนและการใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกผู้บริโภคสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความ

ทั้งนี้ แคทซ์และคณะ (Katz & Others) ได้ศึกษาและอธิบายถึงปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับ การใช้สื่อของผู้ใช้สื่อหรือผู้รับสารดังนี้

1. สภาพทางสังคมและลักษณะทางจิตวิทยาของผู้รับสาร (The Social And Psychological Origins) ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันออกไป

2. ความต้องการและความคาดหวังในการใช้สื่อของผู้รับสาร (Needs, Expectation of the Mass Media) ที่แตกต่างกัน ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจที่แตกต่างกันออกไป

โดยทั้งสองปัจจัยนี้ สรุปได้ว่าความพึงพอใจที่แตกต่างกันจึงนำไปสู่ผลของพฤติกรรมการเปิดรับสารที่แตกต่างกันนั่นเอง

อนึ่ง ความต้องการก็เป็นตัวแปรสำคัญตัวแปรหนึ่งในการศึกษาตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ โดยการศึกษาตามทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่า ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ (Needs) ตามแนวคิดของมาสโลว์ (Maslow) ได้แก่ ความต้องการทางด้านกายภาพ (Physiological Need) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการด้านความรัก (Belonging and Love Need) ความต้องการความมีชื่อเสียง (Esteem Needs) และความต้องการประสบความสำเร็จอย่างแท้จริง (Self-Actualization Needs for Orientation) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและเข้าใจสถานะแวดล้อมของตนเอง ซึ่งความต้องการอย่างสุดท้ายนี้เป็นความต้องการที่มนุษย์พึงมีเพื่อความอยู่รอดในสังคมนั่นเอง

แม็คคอมบ์ และ เบคเกอร์ (McCombs and Becker) (อ้างถึงใน จารุวรรณ กิตตินรากรณ์, 2547) ทำการศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสารเกี่ยวกับการใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการพื้นฐานว่าผู้รับสารมีความต้องการในการใช้สื่อมวลชนเพื่อวัตถุประสงค์ 6 ประการ ดังนี้

1. เพื่อต้องการรับรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและการสังเกตรอบตัว เพื่อจะได้รู้ว่าเกิดอะไรขึ้น อะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้ และเพื่อให้เห็นเหตุการณ์ที่ทันสมัยและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน

2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติให้ถูกต้องและช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบการเมืองและสังคมที่เป็นอยู่

3. เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication)

4. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกว่าได้อยู่ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

5. เพื่อสร้างความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น (Reinforcement) เพื่อสนับสนุนการ

ตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว

6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์ วิลเลียม (William) (อ้างถึงใน จารุวรรณ กิตตินราภรณ์, 2547) กล่าวว่า ความพึงพอใจที่ได้จากสื่อเกิดจากความสามารถในการสนองความต้องการต่างๆ ดังนี้

1. การติดต่อกับผู้อื่น (Human Contact) เพื่อมีเพื่อนเพิ่มขึ้นและทำให้รู้สึกไม่เหงา ไม่โดดเดี่ยว อาทิ การเปิดโทรศัพท์ การเล่นอินเทอร์เน็ต การแชท การใช้บริการเว็บไซต์ ชุมชนออนไลน์ หรือการคุยโทรศัพท์กับผู้อื่น

2. การติดตามเหตุการณ์ (Surveillance) โดยเหตุการณ์นั้นๆ อาจมีความเกี่ยวข้องกับตนเองหรือไม่เกี่ยวข้องกันเลยเพียงแต่ต้องการมีความอยากรู้เพื่อให้ทันสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

3. การเข้าใจสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Understanding) เพื่อเรียนรู้ว่าเรามีสังคมและเป็นสมาชิกของสังคมประเภทไหนและมีวิธีการดำเนินชีวิตอย่างไร

4. การหลบหนีหรือผ่อนคลาย (Escape or Relax) โดยการหลบหนีจากชีวิตประจำวันที่มีความเร่งรีบ วุ่นวายและน่าเบื่อ และหลีกเลี่ยงการคิดถึงสิ่งที่รบกวนจิตใจอยู่

5. การสร้างเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ให้แก่บุคคล (Personal Identity) โดยการเรียนรู้เกี่ยวกับตนเองมากขึ้น เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในตนเอง และเข้าใจตนเองมากขึ้นเกี่ยวกับความพึงพอใจและความต้องการของตนเอง

6. การได้รับความพึงพอใจโดยทันทีทันใด (Outright Pleasure) คือ การได้รับความรู้สึกดีๆ เช่นความตื่นเต้น มีความสุข ถึงแม้จะเป็นช่วงเวลาสั้นๆ ก็ตาม

7. การได้รับความรู้หรือวิธีการในการปฏิบัติ (Gaining Knowledge or Know How) เพื่อความต้องการในส่วนต่างๆ

8. การเป็นแรงบันดาลใจ (Inspiration) ในการสร้างสรรค์ความคิดใหม่ อย่างไรก็ตาม แมคควอล (McQuail) (อ้างถึงใน จารุวรรณ กิตตินราภรณ์, 2547) ได้ทำการศึกษา ชุดตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากการใช้สื่อมวลชน ซึ่งแบ่งออกเป็น

1. ความต้องการข่าวสาร สารสนเทศ (Information)

1.1 ติดตามเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว สภาพปัจจุบันของสังคมและโลก

1.2 แสวงหาข้อเสนอแนะปฏิบัติ หรือแสวงหาความคิดเห็น และทางเลือกในการตัดสินใจ

1.3 สนองความต้องการอยากรู้อยากเห็น และความสนใจทั่วไป

1.4 เรียนรู้และศึกษาดูด้วยตนเอง

1.5 สร้างความรู้สึกมั่นคงจากความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ให้แก่บุคคล (Personal Identity)

2.1 แสวงหาแรงเสริม (Reinforcement) แก่ค่านิยมส่วนบุคคล

2.2 แสวงหาตัวแบบทางพฤติกรรม

2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมอื่นๆ (ในสื่อมวลชน)

2.4 เข้าใจตนเองอย่างถ่องแท้

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Integration and Social and Empathy)

3.1 เข้าใจสถานการณ์แวดล้อมของบุคคลอื่นในสังคม

3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่นและได้รับการยอมรับจากสังคม

3.3 นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

3.4 ใช้เป็นเพื่อน ทดแทนความเป็นเพื่อนในชีวิตจริงได้

3.5 ช่วยในการดำเนินบทบาททางสังคม

3.6 ช่วยให้ผู้สามารถติดต่อสื่อสารกับครอบครัว เพื่อน และสังคม

4. ความต้องการความบันเทิง (Entertainment)

4.1 หลีกหนีหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ

4.2 เพื่อความผ่อนคลาย

4.3 ได้รับวัฒนธรรมที่แท้จริงตามธรรมชาติ (Intrinsic Cultural) หรือได้รับความ

เพลิดเพลิน สนุกสนาน (Aesthetic Enjoyment)

4.4 ใช้เวลาให้หมดไป

4.5 ปลดปล่อยอารมณ์

4.6 กระตุ้นความรู้สึกทางเพศ

ลีนา ลีมอภิชาติ กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารที่ควรคำนึงเพื่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพดังนี้

1. ความต้องการของผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้วในการรับสารของแต่ละบุคคลนั้นจะ เป็นไปเพื่อตรวจสอบความต้องการของตนซึ่งประกอบด้วย

1.1 ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตน

1.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทักษะ และค่านิยมของตน

1.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่

1.4 ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน ได้แก่ เพศ วัย การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ

2.1 วัย หรืออายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนเกิดความแตกต่าง ในเรื่องของความคิด และพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารที่เปลี่ยนไป เมื่ออายุมากขึ้น

2.2 เพศ ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและรับสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังมีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับส่งข่าวสารนั้นๆ ด้วย

2.3 การศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้รับสารเป็นอย่างมาก ซึ่งอาจจะพบได้ตั้งแต่การตีความ การมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ หรือแม้แต่ความรู้ ความสามารถในการใช้สื่อเป็นสื่อที่ทำให้พฤติกรรมในการรับสารต่างกันไป

2.4 ฐานะ ทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงภูมิหลังของครอบครัว เชื้อชาติ อาชีพ รายได้ และความเป็นอยู่ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสาร

3. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ความตั้งใจจะช่วยให้บุคคลที่มีการรับรู้ข่าวสารที่ดีกว่า ดังคำกล่าวที่ว่าเราเห็นในสิ่งที่อยากเห็นและได้ยินในสิ่งที่อยากได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจจากประสบการณ์เดิมมีความสำคัญต่อผู้รับสารเช่นกัน

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการตีความสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่างๆที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานต่างๆให้สำเร็จลุล่วงได้

กาญจนา แก้วเทพ (อ้างถึงใน จารุวรรณ กิตตินราภรณ์, 2547) ได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจที่ใช้สื่อ และความพึงพอใจที่แสวงหา (Gratification sought) และความพึงพอใจที่ได้รับจริง (Gratification gained) ได้ดังตัวอย่างต่อไปนี้การได้รับข้อมูลข่าวสาร และคำแนะนำต่างๆ

- การลดความรู้สึกไม่มั่นใจในตนเอง
- การเรียนรู้เกี่ยวกับสังคม และ โลกกว้าง
- การหาข้อสนับสนุนมาตอกย้ำค่านิยมที่ตนยึดถืออยู่

- การแสวงหาความเข้าใจอย่างแจ่มแจ้งในเรื่องชีวิตของตนเอง และผู้อื่น
- เพื่อจะได้มีประสบการณ์ในการเข้ากับผู้อื่นได้
- เพื่อจะได้หาความรู้พื้นฐานในการติดต่อสัมพันธ์กับผู้คน
- เพื่อจะหากิจกรรมอื่นๆ มาทดแทนการติดต่อสัมพันธ์กับผู้คน
- เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกับผู้ที่มิประสบการณ์คล้ายคลึงกัน
- เพื่อหลบหนีจากปัญหาและความวิตกกังวลอื่นๆ
- เพื่อเปิดประตูเข้าไปสู่โลกแห่งจินตนาการ
- เพื่อฆ่าเวลา
- เพื่อปลดปล่อยอารมณ์
- เพื่อหาแบบแผนในการดำเนินชีวิตประจำวัน
- ฯลฯ

จากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง “การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อออนไลน์ของ พระมหาวิจิตร วชิรเมธี” เพื่อศึกษาหาความต้องการและความพึงพอใจ ของผู้รับสารที่มีต่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2.5 แนวคิดด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาศาสนา

เนื่องจากคำสอนของพุทธศาสนาเป็นพื้นฐานการดำเนินชีวิตของคนในสังคมไทย ส่วนใหญ่การพัฒนาทางศาสนาทั้งในแง่ของการให้เยาวชนมีความรู้ ความเข้าใจ เคารพ ยึดมั่น ศรัทธา ประพฤติ ปฏิบัติและดำเนินชีวิตตามแนวหลักธรรมคำสอนของศาสนาพุทธอย่างถูกต้องจึงเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาคุณค่าจิตใจและคุณภาพชีวิต

รูปแบบของการสื่อสารในการเผยแพร่ธรรมะ

รูปแบบการสื่อสารในการเผยแพร่ธรรมะ (ทัศนีย์ จันทร, 2543) ในสมัยโบราณเป็นลักษณะของการเทศน์โดยผ่านสื่อบุคคลที่มีลักษณะเป็นทางการ กล่าวคือ การเทศน์แต่ละครั้งต้องมีผู้อาราธนาพระที่เทศน์จะต้องนั่งบนธรรมาสน์ และถือคัมภีร์ มีการขึ้นนม โหม และยกพระบาฬีสอดแทรกอยู่เสมอ ต่อมาช่วง 50 ปีย้อนหลังมานี้การเผยแพร่ธรรมะได้มีการเปลี่ยนแปลงโดยมีทั้งเทศน์และบรรยายธรรม และในช่วง 30 ปีย้อนหลังมาจนถึงปัจจุบันการถ่ายทอดได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบจากการเทศน์มาสู่การบรรยายธรรมตลอด ซึ่งเป็นรูปแบบจากการสอนและเผยแพร่ธรรมะที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ โดยมีพระหรือฆราวาสเป็นผู้บรรยายธรรม เวลาบรรยายธรรมอาจนั่งหรือยืนก็ได้ การพูดใช้ภาษาทันสมัย ใช้ภาษาบาลีน้อย หรือหากมีการใช้ภาษาบาลีก็จะมีแปลความหมายควบคู่กันไปด้วย

ประเภทของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะ

เมื่อสภาพสังคมไทยเปลี่ยนจากสังคมท้องถิ่นมาสู่การเป็นสังคมเมือง ผนวกกับเทคโนโลยีทางการสื่อสารมีความทันสมัยมากขึ้น การเผยแพร่ธรรมะโดยการใช้สื่อบุคคลเพียงอย่างเดียวไม่ทั่วถึงอีกต่อไป จึงได้มีการพัฒนาสื่อที่ใช้โดยการผสมระหว่างสื่อต่างๆ เข้าด้วยกัน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อโทรทัศน์ สื่อกิจกรรม รวมถึงเว็บไซต์ เพื่อให้การเผยแพร่ธรรมะขยายพื้นที่ในวงกว้างและสามารถเข้าถึงประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชน ได้มากยิ่งขึ้น

1. สื่อบุคคล

การใช้สื่อบุคคลเพื่อถ่ายทอดธรรมะเป็นลักษณะของการสอนที่พระภิกษุหรือฆราวาสถ่ายทอดความรู้ โดยการสื่อสารแบบเผชิญหน้า แต่เป็นการเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการ เช่น การบรรยายธรรม สอนให้ปฏิบัติธรรม การสนทนาถามตอบข้อสงสัย

2. สื่อมวลชน

2.1 สื่ออิเล็กทรอนิกส์

2.1.1 วิทยุโทรทัศน์ ปัจจุบันมีรายการเสนอทางวิทยุโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเผยแผ่ศาสนาและการสั่งสอนธรรมะอยู่หลายรายการในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ รายการเทศน์บรรยาย ธรรมปฏิบัติ หรือสนทนาธรรม ซึ่งเวลาของการจัดมักจะเป็นช่วงเช้าของวันสุดสัปดาห์ซึ่งเป็นเวลาที่มีผู้ชมน้อย, รายการสารคดีเกี่ยวกับศาสนา, รายการเกี่ยวกับวันสำคัญทางศาสนา โดยอาจจัดทำในรูปของเทปโทรทัศน์อธิบายความเป็นมาของวันสำคัญดังกล่าว หรืออาจเป็นสปอตโฆษณากระตุ้นให้ประชาชนไปร่วมพิธีทางศาสนา, ละคร มักจะเป็นละครสะท้อนปัญหาชีวิต หรือละครที่ให้แง่คิดหรือสอนธรรมะในการแก้ปัญหา ซึ่งในตอนท้ายของรายการอาจจะมีการถามตอบ เช่น ละครเรื่องธรรมะติดปีก ที่เคยได้รับความนิยมจากผู้ชมอย่างแพร่หลายในช่วงปี 2547 ละได้มีการสร้างและฉายภาคต่อของละครธรรมะติดปีก ในปีถัดมา, รายการนิทานหรือการ์ตูนที่สร้างจากเรื่องราวทางศาสนาเป็นการเรียนรู้ที่เกิดความบันเทิงมักจะมีกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเด็กและเยาวชน เช่น รายการการ์ตูนบุญโต ที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ DMC TV เป็นรายการการ์ตูน Animation ที่เสนอเป็นตอนๆ ความยาวประมาณ 20 นาที มีเนื้อหาสอดแทรกคติธรรมหรือการสั่งสอนเรื่องคุณธรรมจริยธรรมแก่เด็กและเยาวชน

2.1.2 วิทยุกระจายเสียง มักเป็นการจัดรายการปาฐกถาธรรมหรือธรรมเทศนาแบบรายการสดที่ผู้บรรยายมักเป็นพระสงฆ์ ซึ่งเวลาของการจัดมักจะเป็นช่วงเช้าของวันสุดสัปดาห์ เช่นเดียวกับรายการโทรทัศน์

2.2 สื่อสิ่งพิมพ์

2.2.1 หนังสือพิมพ์ มักมีบทบาทในการใช้เป็นสื่อเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมและพิธีการทางศาสนาให้ประชาชนทราบ และเชิญชวนให้ร่วมกิจกรรม รวมถึงมีบทบาททางอ้อมในการสอนจากข่าวสารที่ดีและไม่ดีที่มีอยู่ในหนังสือพิมพ์ เพื่ออธิบายผลดีหรือผลเสียในแต่ละเรื่องราวได้ โดยใช้ธรรมะเป็นแกนในการอธิบายประกอบเป็นหลัก

2.2.2 วารสารและนิตยสาร วารสารและนิตยสารเกี่ยวกับหลักธรรมของศาสนาพุทธ โดยตรงยังมีจำนวนน้อย เพราะกลุ่มเป้าหมายมักเป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจง เช่น นิตยสาร สาวิกของเสถียรธรรมสถาน

2.2.3 แผ่นพับ มักใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือเผยแพร่ความรู้ อธิบายหลักธรรมอย่างย่อๆ

2.2.4 แผ่นประกาศและภาพโปสเตอร์ มีจุดมุ่งหมายคล้ายแผ่นพับ คือเชิญชวนให้ร่วมกิจกรรมต่างๆ

2.2.5 หนังสือธรรมะ หรือพ็อกเก็ตบุ๊ก เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้เผยแพร่ธรรมะ ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตประจำวัน ใช้ภาษาเรียบง่าย มีรูปเล่มขนาดกะทัดรัด ซึ่งมีความแพร่หลายในปัจจุบัน โดยมีทั้งแบบเล่มเดี่ยวและแบบเป็นหนังสือชุด อาทิ พ็อกเก็ตบุ๊กชุดธรรมะประยุกต์สำหรับคนรุ่นใหม่ ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี หรือ ว.วชิรเมธี ซึ่งจะมีหลายเล่มในหนึ่งชุด เช่น คนสำราญงานสำเร็จ ธรรมะติดปีก ธรรมะทำไม ธรรมะทอรัก เป็นต้น

3. สื่อโสตทัศน

เป็นสื่อที่ให้ทั้งเสียง และ/หรือภาพ สื่อโสตทัศนที่นิยมใช้ในการถ่ายทอดธรรมะในปัจจุบันได้แก่

3.1 เทปบันทึกเสียงหรือเทปธรรมะ เป็นสื่อธรรมะที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากไม่ต้องใช้ทักษะในการอ่าน ผู้ที่ไม่รู้หนังสือสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง และยังมีการใช้ภาษาพูดที่เข้าใจง่าย บางครั้งมีการสอดแทรกอารมณ์ขันในการบรรยายลงไปด้วย เช่น เทปธรรมะของพระพยอม เป็นต้น

3.2 ภาพทัศน ในปัจจุบันได้แก่ VCD และ DVD เป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียงใช้สำหรับเผยแพร่ธรรมะให้มีประสิทธิภาพในการสื่อสารให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น มักใช้เป็นอุปกรณ์การสอนและถ่ายทอดธรรมะ มีทั้งในรูปแบบรายการสารคดี เช่น รายการธรรมสวัสดิ์ของแม่ชีสันสนีย์ และ การพูดคุย (Talk Show) ซึ่งอาจมีการสอดแทรกอารมณ์ขันลงไปในการบรรยายธรรมด้วย เช่น ธรรมะเคลิเวอร์รี่ ของพระมหาสมปอง ตาลปุตฺโต

3.3 สไลด์ อาจจัดทำเป็นภาพถ่ายหรือภาพวาด ออกมาเป็นเรื่องราวต่าง ๆ เพื่อประกอบในการบรรยายธรรมะเพื่อบันทึกเสียงหรือการบรรยายสด

3.4 รูปภาพที่ทำให้เกิดอาการเคลื่อนไหว เช่น ในกรณีของพระพยอมที่นำสื่อที่มีลักษณะคล้ายตัวหนังสือมาประกอบบรรยายธรรมพร้อมๆ กับจับให้ตัวรูปภาพเคลื่อนไหวตามเรื่องราวที่พูดเพื่อทำให้ผู้ฟัง โดยเฉพาะเด็กๆ เกิดความสนุกสนาน

3.5 ภาพวาด มักเป็นภาพวาดที่วาดไว้ตามฝาผนังหรือกำแพงวัด เพื่อบอกกล่าวให้ทราบถึงเรื่องราวทางศาสนาและเรื่องราวที่เป็นคติสอนใจ

4. สื่อกิจกรรม

มักเป็นการจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ทางศาสนา ซึ่งมีหลายระดับ ตั้งแต่การจัดกิจกรรมที่มีกลุ่มเป้าหมายระดับใหญ่ เช่น จัดพิธีในวันสำคัญทางศาสนา หรือการจัดกิจกรรมที่มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะผู้ที่สนใจจริง ๆ เช่น การปฏิบัติธรรมในวันหยุดนักขัตฤกษ์ที่สถานปฏิบัติธรรมเสถียรธรรมสถานการบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน เป็นต้น

5. สื่อเว็บไซต์

สื่อเว็บไซต์นับเป็นสื่อใหม่ที่ใช้ในการเผยแพร่พระพุทธศาสนา รวมถึงหลักธรรม คำสอนต่างๆ ซึ่งปัจจุบันได้มีการก่อตั้งสื่อเว็บไซต์ขึ้นมามากมายหลายแห่ง โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันไป อาทิ

- เว็บไซต์สำหรับถ่ายทอดธรรมะสำหรับประชาชนทั่วไป เช่น www.dhammathai.org, www.dhammatoday.com เป็นต้น

- เว็บไซต์สำหรับถ่ายทอดธรรมะสำหรับเยาวชน เช่น www.tamdee.net, www.jaisabai.com, www.budpage.com เป็นต้น

- เว็บไซต์ที่ใช้เป็นสื่อผสมควบคู่กับการเผยแพร่ธรรมะทางสื่ออื่นๆ เช่น เว็บไซต์ www.dmc.tv ซึ่งก่อตั้งขึ้นมาเพื่อใช้สนับสนุนสถานีโทรทัศน์ DMC (Dhamma Media Channel) ซึ่งเป็นสถานีทางไกลผ่านดาวเทียมตลอด 24 ชั่วโมง ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและหลักธรรมของพระพุทธศาสนา ดำเนินการโดยมูลนิธิศึกษาธรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

- เว็บไซต์ที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงานทางพระพุทธศาสนา เช่น www.dra.go.th ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของกรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, www.onab.go.th เว็บไซต์ของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ หรือ www.thawasischool.com ของโรงเรียนทอสี โรงเรียนวิถีพุทธ www.dhammatoday.com ของสถาบันวิมุตตยาลัย

- เว็บไซต์มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมของวัดหรือสถานปฏิบัติธรรมต่าง ๆ เช่น www.dhamma-isara.org ของวัดอ้อน้อย (ธรรมะอิสระ) อำเภอกำแพงแสน

- เว็บไซต์ของพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง เช่น www.dhammadelivery.com ของพระมหาสมปอง ตาลปุตฺโต www.dhammatoday.com สถาบันวิมุตตยาลัย ของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี

สื่อเว็บไซต์เพื่อการถ่ายทอดธรรมะดังกล่าว ส่วนใหญ่มักจะเป็นสื่อที่มีลักษณะของสื่อผสม (Multimedia) กล่าวคือ มีทั้งตัวอักษรเพื่อบรรยายข้อความ มีรูปภาพแสดงให้เห็นทั้งภาพนิ่งและ/หรือภาพเคลื่อนไหว บางเว็บไซต์มีเสียงบรรยายธรรมให้ฟังอีกด้วย อีกทั้งยังมีจุดดึงดูดที่การใช้สี สัน ลวดลายกราฟฟิกตกแต่งเว็บไซต์ให้มีความสวยงาม ทำให้ลดความเป็นทางการลงไป และบางเว็บไซต์ก็สามารถสื่อสารโต้ตอบกันได้อย่างทันทีทันใด (Interactive)

คุณภาพของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะ

1. แสดงธรรมถึงทุกระดับ
2. สามารถทำให้คนทุกระดับเกิดความสนใจ
3. สามารถทำให้คนทุกระดับเกิดความเข้าใจ
4. รักษาศิลปวัฒนธรรมรูปแบบทางศาสนาเอาไว้ด้วย
5. สามารถทำให้เกิดการตอบสนองในแง่ของการสนับสนุนกำลังทรัพย์ มีทุนเพียงพอที่จะเลี้ยงตัวเพื่อดำเนินการเผยแพร่ธรรมะต่อไป

ลักษณะที่ดีของสื่อที่ใช้เผยแพร่ธรรมะ

1. เนื้อหาธรรมะที่บริสุทธิ์ที่สามารถนำมาใช้อ้างอิงได้
2. การถ่ายทอดความรู้ที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรม พยายามทำเนื้อหาให้เข้าใจง่ายที่สุดเท่าที่จะสามารถทำในแต่ละระดับของความรู้ความสามารถ
3. ทำให้มีรูปแบบการเสนอที่ทันสมัยพอสมควร ไม่ปรุงแต่งจนเกินไป มีรูปแบบเรียบง่าย น่าสนใจ น่าศรัทธา
4. การแทรกเนื้อหาธรรมะที่เข้าใจง่าย ที่เป็นเกร็ดของอานุภาพของพระรัตนตรัยไว้บ้างพอเป็นเครื่องเสริมสร้างศรัทธา
5. การใช้ภาษาเรียบง่าย ใช้คำบาลีไม่ฟุ่มเฟือย
6. วัสดุที่ใช้มีคุณภาพดีเก็บไว้ได้นาน

เทคนิคการสอนของพระพุทธเจ้า

พระพุทธเวที (ประยูรช ปรุคโต) (2532, 31-58) ได้กล่าวถึงเทคนิคการสอนของพระพุทธเจ้าในการที่จะถ่ายทอดหลักธรรมคำสอนต่างๆ ไปยังผู้รับสาร ประชาชนที่มีความสามารถในการรับรู้ และสติปัญญาแตกต่างกัน ให้เข้าใจง่ายและจดจำได้ง่ายที่สุด โดยมีเทคนิคการสอนดังต่อไปนี้

1. สอนจากสิ่งที่รู้เห็นเข้าใจง่าย หรือ รู้เห็นเข้าใจอยู่แล้ว ไปหาสิ่งที่รู้เห็นเข้าใจยาก หรือ สิ่งที่ไม่รู้ไม่เห็นไม่เข้าใจ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ อริยสัจจ์ ทรงเริ่มสอนจากความทุกข์ความเดือดร้อน ปัญหาชีวิตที่คนมองเห็นประสบอยู่โดยธรรมดาเห็นประจักษ์กันอยู่ทุกคนแล้วจากนั้นจึงหาสาเหตุที่ลึกซึ้ง และหาทางแก้ไขต่อไป

2. สอนเนื้อเรื่องที่ค่อนข้างลุ่มลึกยากขึ้นไปตามลำดับ และต่อเนื่องกันเป็นสายลงไป

3. ถ้าสิ่งที่สอนเป็นสิ่งที่แสดงได้ ฟังสอนด้วยความจริงให้ผู้เรียนรู้ได้ดู ได้เห็น ได้ฟังเอง อย่างที่เรียกว่าประสบการณ์ตรง

4. สอนตรงเนื้อหา ตรงเรื่อง คมอยู่ในเรื่อง มีจุด ไม่วกวน ไม่ไขว่ไขว ไม่ออกนอกเรื่อง โดยไม่มีอะไรเกี่ยวข้องกับเนื้อหา

5. สอนตามเหตุผล ตรงตามเห็นจริงได้

6. สอนเท่าที่จำเป็น พอดีสำหรับให้เกิดความเข้าใจให้การเรียนรู้ได้ผล ไม่ใช่สอนเท่าที่ตนรู้หรือสอนแสดงภูมิว่าผู้สอนมีความรู้มาก

7. สอนสิ่งที่มีความหมาย ควรที่เขาจะเรียนรู้และเข้าใจเป็นประโยชน์ต่อตัวเอง

กลวิธีและอุปมาประกอบการสอน

1. การยกอุทาหรณ์ และการเล่านิทานประกอบช่วยให้เข้าใจความได้ง่ายและชัดเจน ช่วยให้จำแม่นยำ เห็นจริง และเกิดความเพลิดเพลิน ทำให้การเรียนการสอนมีรสยิ่งขึ้น พระพุทธเจ้าทรงใช้อุทาหรณ์และนิทานประกอบการสอนมากมาย จะเห็นได้จากการใช้คัมภีร์ต่างๆ มีนิทานปรากฏอยู่ทั่วไป เฉพาะคัมภีร์ชาดกอย่างเดียวก็มีนิทานชาดกถึง 547 เรื่อง

2. การเปรียบเทียบด้วยข้ออุปมา ช่วยให้เรื่องที่ลึกซึ้งเข้าใจยาก ปรากฏความหมายเด่นชัดออกมาและเข้าใจง่ายขึ้น โดยเฉพาะมักใช้ในการอธิบายสิ่งที่เป็นนามธรรม เปรียบให้เห็นชัดด้วยสิ่งที่เป็นรูปธรรม หรือ แม้เปรียบเทียบเรื่องที่เป็นรูปธรรมด้วยข้ออุปมาแบบรูปธรรมก็ช่วยให้ความหนักแน่นเข้าใจ การใช้อุปมานี้จะเป็นกลวิธีการประกอบการสอนที่พระพุทธองค์ทรงใช้มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับวิธีอื่นๆ

3. การใช้อุปกรณ์การสอนสมัยพุทธกาล ย่อมไม่มีอุปกรณ์การสอนชนิดต่างๆ ที่จัดขึ้นไว้เพื่อการสอนโดยเฉพาะเหมือนสมัยปัจจุบัน เพราะยังไม่มีการจัดการการศึกษาเป็นระบบขึ้นอย่างกว้างขวาง หากใช้อุปกรณ์บ้างก็คงต้องอาศัยวัตถุสิ่งของที่มีในธรรมชาติหรือเครื่องใช้ต่างๆ ที่ผู้คนใช้กันอยู่

4. การทำเป็นตัวอย่าง เป็นวิธีการสอนที่ดีที่สุด โดยไม่ต้องกล่าวสอนด้วยวาจา แต่เป็นทำนองการสาธิตให้ดู พระพุทธเจ้าทรงกระทำเป็นตัวอย่างด้วยการเป็นผู้นำที่ดีและการมีจริยวัตรอันดีงามที่เป็นอยู่โดยปกตินั่นเอง

5. การเล่นภาษา เล่นคำ และใช้คำในความหมายใหม่เป็นเรื่องของความสามารถในการใช้ภาษากับปัญญา ไหวพริบ ข้อนี้เป็นการแสดงให้เห็นถึงพระปรีชาสามารถที่มีความรู้รอบไปทุกด้าน

6. อุบายเลือกคน และการปฏิบัติรายบุคคล การเลือกคนเป็นอุบายสำคัญ ในการเผยแผ่ธรรมะในพระพุทธศาสนาของพระพุทธเจ้า ในการสั่งสอนคนแต่ละถิ่นหรือแต่ละหมู่คณะ มักเริ่มต้นที่บุคคลที่เป็นประมุข เช่น พระมหากษัตริย์ หรือ หัวหน้าของชุมชนนั้นๆ ทำให้การประกาศศาสนาได้ผลรวดเร็วและเป็นการยืนยันพระปรีชาสามารถของพระองค์ด้วย

7. การรู้จักจังหวะและโอกาส เมื่อยังไม่ถึงจังหวะไม่เป็นโอกาส ก็ต้องมีความอดทน ไม่ชิงหักหาญหรือตั้งต้นทำ แต่ต้องต้นตัวอยู่เสมอ เมื่อถึงจังหวะหรือเป็นโอกาสก็ต้องมีความจับไวที่จะจับมาให้เป็นประโยชน์ไม่ปล่อยให้ผ่านเลยไปเสียเปล่า

8. ความยืดหยุ่นในการใช้วิธีการ ถ้าผู้สอนสอนอย่างไม่มีอึดตายาคัดตุ้มหามาจะทฤษฎีเสียให้น้อยที่สุดก็จะมุ่งไปยังผลสำเร็จในการเรียนรู้เป็นสำคัญ สุดแท้จะใช้กลวิธีใดในการสอนได้ผลดีที่สุดก็จะทำในทางนั้น ไม่กลัวว่าจะเสียเกียรติ ไม่กลัวว่าจะถูกรู้สึกว่าแพ้ บางคราวเมื่อสมควรก็ต้องยอมให้ผู้เรียน รู้สึกว่าเขาเก่ง บางคราวสมควรข่มก็ข่ม เราข่มฝึกคนด้วยวิธีอ่อนละมุนละไมบ้าง ด้วยวิธีรุนแรงบ้าง ด้วยวิธีทั้งอ่อนละมุนละไมและทั้งรุนแรงปนกันไปบ้าง

9. ลงโทษให้รางวัล แม้ว่าพระพุทธเจ้าจะใช้การชมเชยยกย่องบ้าง ก็เป็นไปในรูปการยอมรับคุณความดีของผู้นั้น กล่าวชมโดยธรรมให้เขามั่นใจในการกระทำความดีของตน แต่ไม่ใช่เป็นการเปรียบเทียบข่มคนอื่นลง บางทีทรงชมเพื่อให้ถือเป็นตัวอย่าง หรือเพื่อแก้ความเข้าใจผิด ให้ตั้งทัศนคติที่ถูก อย่างไรก็ตามจะมิได้อยู่แบบหนึ่งคือ การลงโทษตนเองซึ่งทั้งในทางธรรมและทางวินัย ในทางพระวินัยถือว่ามิบบทบัญญัติความประพฤติอยู่แล้ว และบทยบัญญัติเหล่านี้พระพุทธเจ้าทรงตราไว้ด้วยความเห็นชอบร่วมกันของคณะสงฆ์พร้อมทั้งมีบทกำหนดโทษไว้เสร็จส่วนในทางธรรมภิกษุที่เหลือของจริงๆ สอนไม่ได้ ก็กลายเป็นผู้ที่พระพุทธเจ้า และเพื่อนพรหมจารีทั้งปวง ไม่ถือว่าเป็นผู้ที่ควรจะว่ากล่าวสั่งสอน โดยวิธีนี้ถือว่าการลงโทษอย่างรุนแรงที่สุด

10. กลวิธีแก้ปัญหาเฉพาะหน้าย่อมต้องอาศัยปฏิภาณ คือ ความสามารถในการประยุกต์หลัก วิธีการ และกลวิธีต่างๆ มาใช้ให้เหมาะสมเป็นเรื่องเฉพาะครั้งเฉพาะคราวไป

นอกจากนั้นยังได้มีการจำแนกกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายออกเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง กลุ่มที่เห็นด้วย กลุ่มที่เป็นกลาง กลุ่มที่ไม่เห็นด้วย และกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนในทางพุทธจำแนกกลุ่มเป้าหมายในการรับสารไว้ 4 กลุ่ม เปรียบเสมือนบัว 4 เหล่าได้แก่

1. กลุ่มบัวพินน้ำ เมื่อได้รับแสงอาทิตย์ยังเข้มนานทันที กลุ่มนี้เปรียบเสมือนผู้มีปัญญาเฉียบแหลม มีการศึกษาดีแล้ว ไม่ต้องการเนื้อหาหรือการอธิบายอะไรมากมาย เพียงแต่ให้หัวข้อธรรมก็สามารถรู้ได้ กลุ่มนี้เพียงได้รับหัวข้อข่าวสารก็สามารถยังประโยชน์ตนและประโยชน์ผู้อื่นให้สำเร็จได้

2. กลุ่มบัวใต้อินน้ำ เพียงรอวันจะโผล่พื้นน้ำมารับแสงอรุณแล้วเข้มนานในวันรุ่งขึ้น เปรียบเสมือนผู้มีปัญญามากอยู่แล้ว ให้ข้อมูลข่าวสารเพียงเล็กน้อยก็จะเข้าใจยังประโยชน์ให้สำเร็จได้

3. กลุ่มบัวที่จมอยู่กลางน้ำ โอกาสที่จะพินน้ำเพื่อรับแสงอรุณ แล้วเข้มนานกับการที่ปลา เต่า กัดกินอาหารมีเท่าๆ กัน เปรียบเสมือนกลุ่มคนที่มีเชาว์ปัญญาปานกลาง หากประคับประคองดี โอกาสที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตก็มีมาก การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ต้องละเอียดอ่อน เนื้อหาต้อง เนื้อหาต้องตรงประเด็น ชัดเจนและถูกต้อง เพราะกลุ่มนี้ไม่ยอมเปลี่ยนแปลงอะไรง่าย ๆ

4. กลุ่มบัวในโคลนตม คือ บัวที่ยังเป็นหน่อไม่โผล่พื้นโคลนตมขึ้นมา โอกาสที่จะเป็นอาหารของเต่า ของปลามีมากที่สุด เปรียบเสมือนกลุ่มผู้รับสารที่มีปัญญาที่บิ ห่อหุ้มด้วยวิชา คือ ความไม่รู้แจ้ง การสื่อสารกับกลุ่มนี้ผู้ส่งสารต้องออกแรงมากจึงประสบความสำเร็จหรือบางครั้งอาจต้องเลิกกันไปเลยๆ พระพุทธเจ้าได้ทรงใช้ญาณพิเศษทราบถึงภูมิหลังตั้งแต่อดีตชาติ จึงช่วยกลุ่มนี้ให้บรรลุธรรมะได้เพราะกลุ่มนี้เป็น กลุ่มปทปรม (ปะทะปะระมะ) ผู้มีคณอย่างยิ่ง

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการเผยแผ่ธรรมะ จึงเลือกที่จะใช้แนวคิดการเผยแผ่ธรรมะในพระพุทธศาสนา มาเป็นแนวทางในการศึกษา เพื่อให้เห็นถึงแนวทางและลักษณะในการเผยแผ่ธรรมะ ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะต่างกัน

2.6 แนวคิดการวิเคราะห์สาร (Content Analysis)

การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นการศึกษาศาสตร์ประเภทต่าง ๆ ทั้งที่เผยแพร่ผ่านบุคคล และผ่านสื่อมวลชนปาริชาติ สถาปัตยกรรม (2545) ให้คำนิยามของการวิเคราะห์สารไว้ว่า การวิเคราะห์สารเป็นระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการบรรยาย ตีความ หรือประเมินคุณลักษณะต่าง ๆ ของสารที่สามารถสังเกตเห็นได้ หรือได้มีการบันทึกเอาไว้ โดยสารจะหมายถึง สัญลักษณ์ที่บุคคลใช้ในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน โดยอาจปรากฏในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ข้อความ เอกสาร หนังสือพิมพ์ นิตยสาร จดหมาย บันทึกส่วนตัว บทสัมภาษณ์ บทเพลง บทภาพยนตร์ ภาพเขียน หรือภาพถ่าย เป็นต้น

Krippendorff (1980) ได้บันทึกไว้ว่า การวิเคราะห์สารที่ดำเนินการเชิงวิทยาศาสตร์ ได้เริ่มต้นขึ้นในช่วงปลายทศวรรษที่ 19 โดยนักวิชาการในสหรัฐอเมริกาได้ประยุกต์นำหลักการเชิงวิทยาศาสตร์มาใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาของข่าวที่นำเสนอในหน้าหนังสือพิมพ์ในเมืองนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี ค.ศ. 1883-1893 โดยพิจารณาในด้านสัดส่วนของข่าวประเภทต่างๆ ผลการวิจัยพบว่า ประมาณการรายงานข่าวด้านศาสนา วิทยาศาสตร์ และวรรณคดีลดลงอย่างมาก ในขณะที่ข่าวซุบซิบ ข่าวกีฬา และข่าวอื้อฉาวทางการเมือง ได้รับการตีพิมพ์เพิ่มขึ้นมาก หลังจากได้มีการวิจัยดังกล่าว การวิเคราะห์สารด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาภายใต้หลักการเชิงวิทยาศาสตร์ได้มีการนำมาประยุกต์ใช้กับสื่อประเภทต่างๆ ที่กำลังมีบทบาทสำคัญในสังคมสมัยนั้น อาทิ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์

วัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์สาร

การวิเคราะห์สารมีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. การวิเคราะห์โครงสร้างของสาร ซึ่งมุ่งวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะของเนื้อหาองค์ประกอบเชิงโครงสร้าง และหน้าที่ของสาร โดยจะศึกษาศาสตร์จำนวนหนึ่งซึ่งเป็นตัวแทนของสารทั้งหมด
2. การบรรยายหรือตีความ มุ่งค้นหาความหมายของสารในเชิงภาพรวมหรือพิจารณาความหมายของถ้อยคำหรือข้อความต่างๆ ที่ปรากฏในสาร และพิจารณาศักยภาพของสารในการสื่อความหมายตามวัตถุประสงค์ หรือมุมมองของบุคคลกลุ่มต่างๆ ต่อเนื้อหาของสาร เป็นต้น
3. การประเมินคุณค่าของสาร มุ่งวิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมาะสมของสาร โดยนำกฎเกณฑ์หรือกรอบทฤษฎีต่าง ๆ ที่ได้ยอมรับอย่างกว้างขวางมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์

การจำแนกประเภทเนื้อหา

การระบุประเภทเนื้อหาสำหรับใช้แยกแยะข้อมูลจำเป็นต้องทำด้วยความละเอียดรอบคอบ ดังนั้นเราต้องมีความเข้าใจถึงคุณลักษณะของสิ่งที่จะศึกษา เพื่อที่จะนำลักษณะเฉพาะของสิ่งที่ศึกษานั้นมาวิเคราะห์

พีระ จิตร โสภณ (2535) ได้จำแนกประเภทเนื้อหาในลักษณะต่างๆ ดังนี้

1. การจำแนกประเภทตามหัวเรื่อง เช่น เศรษฐกิจ การเมือง ตลก สารคดี เกม สนทนา
2. การจำแนกตามทิศทางของเนื้อหา เช่น สนับสนุนหรือคัดค้าน ชอบหรือไม่ชอบ โดยพิจารณาจากหน่วยในการวิเคราะห์ เช่น คำ ประโยค วลี บริบทต่าง ๆ เป็นต้น
3. การจำแนกประเภทตามค่านิยมในสังคม เช่น ความประหยัดหรือฟุ้งเฟ้อ ความถ่อมตน หรือ โอ้อวด เป็นต้น
4. การจำแนกประเภทตามวิธีการหรือกลยุทธ์ เช่น การให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง การกระตุ้นทางอารมณ์ ความกลัว การใช้คำพูด สีหน้า ท่าทาง เป็นต้น
5. การจำแนกประเภทของแหล่งข้อมูล เช่น หน่วยงานราชการ เอกชน รัฐวิสาหกิจ NGO
6. การจำแนกประเภทตามกลุ่มเป้าหมาย เช่น เด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน ผู้สูงอายุ เป็นต้น

องค์ประกอบของการวิเคราะห์สาร

1. สาร ประเภทสาร

Frey และคณะ (1991) ได้แบ่งประเภทของสารที่ใช้ในการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ประเภท โดยตรง อาทิ จดหมาย งานเขียน ภาพยนตร์ เพลง ภาพวาด เป็นต้น สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ผลิตผลของการสื่อสารก็คือ เว็บไซต์ธรรมะ

บันทึกการสื่อสาร (Transcripts) ได้แก่ การบันทึกคำพูด หรือกิจกรรมการสื่อสารต่าง ๆ ในลักษณะของเอกสาร หรือเทปเสียง เทปวิดีโอ เช่น บทสุนทรพจน์ บทภาพยนตร์ บทเพลง ภาพวิดีโอการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน เป็นต้น

ปริมาณของสาร

การวิเคราะห์สารอาจใช้กลุ่มประชากรที่เป็นสารทั้งหมดที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ แต่หากสารที่เกี่ยวข้องมีจำนวนมาก อาจกำหนดกรอบในการสุ่มตัวอย่าง และดำเนินการคัดเลือกสารจำนวนหนึ่งมาใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

2. การสังเกตทางอ้อม

การวิเคราะห์สารมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลด้วยการสังเกตทางอ้อมและวิเคราะห์สื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ โดยปราศจากการแทรกแซงใดๆ

3. การเลือกแนวทางการวิเคราะห์สาร

โดยเลือกแนวทางการวิเคราะห์สารที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ทั้งการเลือกสารกรอบทฤษฎีในการวิเคราะห์ ขั้นตอนและเทคนิคต่างๆ อย่างเหมาะสม

หน่วยการวิเคราะห์เนื้อหา (The Unit of Content Analysis)

หน่วยของการวิเคราะห์เนื้อหา จะช่วยให้สามารถอธิบายผลของการวิเคราะห์เนื้อหาได้ ในเชิงปริมาณซึ่งแบ่งออกเป็น

1. หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) เคอริงเจอร์ (Kerlinger) ได้อธิบายถึงหน่วยที่สำคัญ 5 หน่วย ตามที่เบอร์เรลสัน (Berelson) กำหนดไว้ ได้แก่

1.1 การใช้คำ (Words) เป็นหน่วยที่เล็กที่สุดที่ใช้ในการวิเคราะห์ “คำ” อาจหมายถึง กลุ่มคำ (Word-compound) บางครั้งเรียกว่า หน่วยสัญลักษณ์ (Unit of Symbol) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) หรือใช้คำว่า ถ้อยคำ (Term)

1.2 แนวคิดหลัก (Theme) เป็นหน่วยที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาขนาดใหญ่กว่าคำ แนวคิดหลักนี้อาจปรากฏอยู่ในประโยคหรือข้อความ อาจอยู่ในประโยคเดียว (Simple sentence) หรือประโยคสังกรประโยค (Sentence-compound) ที่แสดงแนวคิดหลัก หนึ่งแนวคิดในหน่วยการวิเคราะห์ การใช้แนวคิดหลักนี้นับว่าเป็นหน่วยที่มีประโยชน์สูงสุดในการวิเคราะห์เนื้อหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งประโยชน์สำหรับการศึกษาผลกระทบของการสื่อสารมวลชนต่อสาธารณชน

1.3 คุณลักษณะ (Character) เป็นการกำหนดหน่วยพิจารณาคุณลักษณะที่ปรากฏอยู่ในสาร เช่น บทละคร เรื่องราว การตัดสินใจพิจารณาธงสีของหน่วยนี้จำเป็นต้องพิจารณาทั้งเรื่องจึงสามารถแยกแยะคุณสมบัติออกมาได้ เช่น การแยกแยะคุณสมบัติด้านการศึกษา สถานภาพทางการเงิน ศาสนา เชื้อชาติ เป็นต้น

1.4 รายเรื่อง (Item) เป็นหน่วยที่ใช้อย่างน้อยที่สุดในการวิเคราะห์เนื้อหา รายเรื่องของสื่อที่ต่างกัน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บทความ สุนทรพจน์ รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ จัดหมายเป็นต้น รายเรื่องคือการจัดการเรื่องอย่างกว้างๆ โดยการวิเคราะห์เรื่องทั้งหมด และ ภายในรายเรื่องนั้นยังสามารถแบ่งแยกย่อยได้อีก เช่น ข่าวสามารถจัดกลุ่มรายเรื่องได้อีกเช่น ข่าวภายในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ เป็นต้น

1.5 การวัดเนื้อที่และเวลา (Space and Time) เป็นการวิเคราะห์ที่ใช้วัดลักษณะทางกายภาพของงานสื่อสาร ความกว้างของคอลัมน์ จำนวนหน้า ความยาวของบรรทัด อาจะวัดเป็นนาที่ สำหรับรายการวิทยุ การวัดเป็นคอลัมน์นิ้วสำหรับนิตยสาร หรือหนังสือพิมพ์

การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถใช้หน่วยวิเคราะห์หลายๆ ประเภทรวมกันได้ตามความเหมาะสม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของการศึกษานั้นๆ

2. หน่วยในการระบุจำนวน (Unit of Enumeration)

2.1 เนื้อที่ (Space) คือ การวัดเนื้อหาของสิ่งพิมพ์ด้วยจำนวน ได้แก่ คอลัมน์นิ้ว คอลัมน์เซ็นติเมตร B.S.U. (Basis Space Unit) หน้า บรรทัด ย่อหน้า

2.2 การปรากฏ (Appearance) เป็นการนับคุณสมบัติของเนื้อหาข่าวสารที่ต้องการนับ จะนับการปรากฏเนื้อหาว่า ปรากฏหรือไม่ปรากฏ

2.3 ความถี่ (Frequency) เป็นวิธีการที่ใช้มากที่สุดในการวิเคราะห์คุณลักษณะของเนื้อหา เช่น การนับความถี่ในการใช้คำหนึ่งๆ เป็นต้น

2.4 ความเข้ม (Intensity) เป็นหน่วยในการระบุจำนวนที่ใช้ในการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมและทัศนคติที่ปรากฏในเนื้อหาของสาร แล้วจัดทำเป็นสเกล (Scale) เรียงลำดับข้อความที่แสดงความเข้มในเรื่องค่านิยมและทัศนคติ ในเรื่องที่มีแนวความคิดหลักเดียวกัน แต่มีการใช้คำและส่วนประกอบของประโยคแตกต่างกันซึ่งจะเป็นตัวชี้ถึงความเข้มที่แตกต่างกัน

ประโยชน์ของการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหา มีประโยชน์ในการศึกษาแนวโน้มของเนื้อหาไม่ว่าจะเป็นสาขาวิชาใดก็ตาม สามารถอธิบายถึงพัฒนาการของสาขาวิชาต่างๆ สะท้อนให้เห็นขอบเขตและลักษณะของเนื้อหาในแต่ละช่วงเวลา สามารถช่วยในการปรับปรุงเนื้อหาให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (สุพัตรา กุหากาญจน์ อ้างถึงใน จารุวรรณ กิตตินราภรณ์, 2547)

อย่างไรก็ตาม การวิจัยด้วยการวิเคราะห์เนื้อหานั้นมีข้อที่แตกต่างจากการวิจัยประเภทอื่นอยู่หลายประการ ได้แก่

1. การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นเทคนิคการวิจัยอย่างหนึ่งที่จะช่วยก่อให้เกิดสภาวะที่ผู้ได้รับการวิจัยไม่รู้ตัว (Unobtrusive) ทำให้เกิดความเป็นธรรมชาติของข้อมูลที่ได้รับอันเป็นผลมาจากการวิเคราะห์เนื้อหาที่ศึกษาจากสาร (Message)

2. การวิเคราะห์เนื้อหา สามารถนำมาใช้ได้กับข้อมูลที่ไม่มีโครงสร้างชัดเจน เมื่อเปรียบเทียบกับเทคนิคการวิจัยแบบอื่น เช่น การออกแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ ซึ่งลักษณะเช่นนี้เป็นการวางแผนคำตอบให้กับผู้ตอบ ในขณะที่การวิเคราะห์เนื้อหานั้นผู้วิจัยต้องสนใจข้อมูลทุก

3. การวิเคราะห์เนื้อหา เป็นวิธีการที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดความหมายของข้อมูล ตลอดจนกระบวนการที่ทำให้ข้อมูลอยู่ในรูปของสัญลักษณ์ ซึ่งการวิจัยด้วยเทคนิคอื่นๆ ไม่สนใจในเรื่องของการใช้ภาษา การใช้ถ้อยคำในการตอบ และไม่มีกรนำเอาคำตอบดังกล่าวมาทำให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์

4. การวิเคราะห์เนื้อหา สามารถใช้ได้กับข้อมูลที่มีความกว้างมาก ขณะที่การวิจัยแบบอื่นๆ จะทำการศึกษาได้ในวงแคบ เช่น ศึกษาเฉพาะกรณี แต่เป็นการศึกษาแบบลึก

เกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหาที่ดี จะต้องประกอบด้วยคุณลักษณะดังนี้

1. สอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย หรือวัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. การจำแนกประเภทต้องมีความครอบคลุมของเนื้อหา นั่นคือสามารถรองรับคำและข้อมูลที่ถูกเจนนับได้เป็นอย่างดี
3. การจำแนกประเภทต้องมีความเด่นชัดในตัวเอง ไม่เกิดปัญหาที่ว่าสามารถจำแนกเข้าได้หลายประเภทพร้อมกัน
4. ใช้หลักการหรือเกณฑ์การจัดประเภทต่างๆ เป็นหลักการเดียวกัน โดยตลอดๆ ไม่ใช่หลักเกณฑ์หลายๆ ด้านในการจัดประเภทข้อมูล

วัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) มุ่งเน้นการค้นหาข้อสรุป และตีความเกี่ยวกับคุณลักษณะของสาร ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร บริบทในการสื่อสาร ผลจากการสื่อสาร พฤติกรรมทางสังคมที่สะท้อนผ่านสาร และทดสอบสมมุติฐานต่างๆ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ต่างๆ ได้แก่

1. การบรรยาย (Description)

มุ่งเน้นการบรรยายคุณลักษณะต่างๆ ในสารทั้งที่สามารถสังเกตได้ชัดเจนและคุณลักษณะแอบแฝง เพื่อตอบคำถามว่าเนื้อหาเหล่านั้นเกี่ยวข้องกับอะไร กับใคร อย่างไร นำเสนอประเด็นหลักอะไรบ้าง และสารนั้นมีโครงสร้างอย่างไร ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงบรรยาย มักปรากฏในรูปของข้อมูลเชิงปริมาณ ที่จะช่วยสะท้อนให้ทราบถึงคุณลักษณะของสารตามความเป็นจริง

2. การอธิบาย (Explanation)

มุ่งวิเคราะห์ตีความ หรืออธิบายสารที่เลือกศึกษา เช่น คุณลักษณะของผู้ส่งสาร ผู้รับสาร เหตุผลที่ผู้ส่งสารนำเสนอสารดังกล่าว แรงบันดาลใจ กลุ่มเป้าหมายหลัก สถานการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง บริบท ผลกระทบ ความเหมาะสมในการนำเสนอสารนั้น เป็นต้น ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงอธิบาย มักปรากฏในรูปของข้อมูลเชิงคุณภาพ

3. การเปรียบเทียบ (Comparison)

โดยอาจวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาของสารที่นำเสนอโดยผู้ส่งสารคนเดียวกัน แต่ในบริบทที่ต่างกัน หรืออาจศึกษาเปรียบเทียบเนื้อหาสารของเรื่องเดียวกัน ที่นำเสนอโดยผู้ส่งสารแตกต่างกันก็ได้ หรืออาจศึกษาเนื้อหาของสารที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชนเปรียบเทียบกับข่าวสารในความเป็นจริงก็ได้เช่นเดียวกัน

การวิเคราะห์เนื้อหาสารมีจุดเด่นตรงที่ผู้ศึกษาสามารถวิเคราะห์เนื้อหาได้ด้วยตนเอง โดยการรวบรวมข้อมูล และจัดประเภทข้อมูลตามเกณฑ์ต่างๆ ที่กำหนดไว้โดยปราศจากการแทรกแซงใดๆ หรืออาจเก็บข้อมูลโดยให้กลุ่มเป้าหมายตอบแบบสอบถามหรือแบบสัมภาษณ์ที่เราได้จัดทำขึ้น แต่ก็มีจุดด้อยตรงที่ค่อนข้างเสียเวลา และซับซ้อน รวมถึงการวิเคราะห์เนื้อหามักเป็นข้อมูลเชิงบรรยายและตีความสารเท่านั้น จึงผนวกการศึกษาวิจัยในด้านอื่นๆ ร่วมด้วยเช่น การวิจัยเชิงสำรวจ การวิจัยเชิงทดลอง เพื่อตอบคำถามเกี่ยวกับผู้รับสาร โดยเฉพาะในด้านทัศนคติ หรือผลที่เกิดขึ้นจากสารนั้น

ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษารูปแบบ เนื้อหาการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อศึกษาว่า การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของพระมหาสวฤทธิชัย วชิรเมธี มีการนำเสนอเนื้อหาเป็นอย่างไร

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัญชลี ธิรเนตร(2543) ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจในหลักคำสอนของพระพุทธเจ้า จะเริ่มด้วยการเล่าเรื่องหรือการเปรียบเทียบสิ่งใกล้ ๆ ตัวผู้ฟังกับธรรมะที่จะสอน หรือสรุปประเด็นสำคัญไว้ในตอนต้นเรื่อง ซึ่งช่วยจูงใจผู้ฟังให้สนใจในเนื้อหา และมีวิธีการดำเนินเรื่อง โดยการใช้หลักฐานอ้างอิงคำสอนด้วยการอธิบายให้รายละเอียด การพรรณนาขยายความ การบอกเล่าจากประสบการณ์ตรง การยกตัวอย่างและการเปรียบเทียบกับสิ่งใกล้ตัว ทำให้เห็นภาพชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือ โดยใช้เรื่องเล่าซึ่งเป็นเรื่องสั้นๆ ไม่ซับซ้อน เหตุการณ์ต่างๆ มีความสำคัญตามหลักเหตุและผล สามารถติดตามและเห็นจริงได้ มีการยกตัวอย่างเปรียบเทียบอุปมาอุปไมย ในการอธิบายหัวข้อธรรมะซึ่งเป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรม โดยสิ่งที่นำมาเปรียบเทียบเป็นธรรมชาติ

อรณี ผู้วรรณลักษณ์ (2538) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจในรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ ของสมาชิกฆมนมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร พบว่าสมาชิกฆมนมทางพระพุทธศาสนาส่วนใหญ่ที่เปิดรับชมรายการธรรมะทางโทรทัศน์ 1-2 ครั้งต่อเดือน ใช้เวลาในการเปิดรับแต่ละครั้ง 15-30 นาที โดยการรับชมแต่ละครั้งเพื่อคาดหวังประโยชน์ที่จะแสวงหาความรู้ด้านพระพุทธศาสนาที่อาจจะนำไปประยุกต์ในชีวิตประจำวันได้

จิราพร เนธิธาดา (2542) ได้ศึกษาวิธีการถ่ายทอดธรรมะของหลวงพ่ocha สุภัทโท พบว่าหลวงพ่ocha สุภัทโทมีวิธีการถ่ายทอดธรรมะโดยการพูดเรื่องธรรมะให้ลูกศิษย์ฟัง ปฏิบัติในสิ่งที่พูดให้ฟังไปแล้วให้ดูเป็นตัวอย่าง และให้ลูกศิษย์ลองปฏิบัติเพื่อให้เกิดความเข้าใจด้วยตนเอง รวมถึงการใช้คำพูดแบบสั้น ๆ ง่าย ๆ ไม่ใช่คำศัพท์ภาษาบาลี สันสกฤต หากจำเป็นต้องใช้ก็จะมีคำอธิบายประกอบ รวมถึงการใช้การยกตัวอย่างเปรียบเทียบอุปมา อุปไมย ในการถ่ายทอดธรรมะ ที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรม ซึ่งสิ่งที่เปรียบเทียบนั้นจะเป็นธรรมชาติที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรา และมีประสบการณ์มาก่อน จึงสามารถสร้างมโนภาพตามเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น

สุกัญญา ตั้งเรื่องเกียรติ (2545) ได้วิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาบทนิทานไทยบนสื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 6 เว็บไซต์ พบว่า รูปแบบของเว็บไซต์ พบว่า รูปแบบของเว็บไซต์ใช้ภาพประกอบในการนำเสนอเป็นภาพนิ่ง ซึ่งมีทั้งภาพการ์ตูน รูปภาพจริง รวมทั้งบางเว็บไซต์ยังใช้ภาพการ์ตูนเคลื่อนไหวประกอบด้วย ส่วนรูปแบบการนำเสนอด้วยเสียงนั้นยังไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร เนื่องจากเสียงที่ดาวน์โหลดผ่านเว็บไซต์นั้น เสียงขาดหายเป็นบางช่วง ทางด้านเนื้อหาของนิทานพบว่า มักจะเป็นนิทานคติมากที่สุด คือมีแง่คิดด้านจริยธรรม ได้แก่ ความมีสติปัญญา ความยึดมั่นในคุณธรรม ความรับผิดชอบ ความมีน้ำใจ ช่วยเหลือผู้อื่น ความสามัคคี การพึ่งพาตนเอง ความขยันหมั่นเพียร ความประหยัด และความมีวินัย

พุดิรัตน์ กมลชัยสกุล (2550) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อสารธรรมะเพื่อเยาวชนผ่านเว็บไซต์ พบว่า ลักษณะเว็บไซต์ธรรมะที่เยาวชนต้องการเป็นรูปแบบการนำเสนอที่มีการตกแต่งหน้าเว็บเพจมีความเคลื่อนไหวโดยใช้คอมพิวเตอร์กราฟิก มีสีสันที่สดใส การจัดหมวดหมู่เนื้อหาให้เป็นระเบียบ รวมทั้งนำเสนอข้อความร่วมกับภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวที่สอดคล้องกับ

พิมพ์รัฐ วงษ์คนตรี (2545) ได้ศึกษาเรื่องการนำเสนอองค์ประกอบของเนื้อหาที่เหมาะสมในเว็บไซต์เครือข่ายการศึกษา พบว่า องค์ประกอบของเนื้อหาที่เหมาะสมในเว็บไซค์นั้นมีองค์ประกอบย่อยหลายองค์ประกอบด้วยกัน อาทิ รูปภาพที่ชวนให้สนใจ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่จำเป็น แหล่งค้นคว้าเพิ่มเติม เว็บอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง การที่สามารถกลับไปดูกระทู้เก่าๆ ได้ ตัวกระพริบหรือตัวชี้หน้าที่บอกว่าเป็นข่าวใหม่ เป็นต้น

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี”
มีขอบเขตในการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 รูปแบบการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
- 3.5 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 การนำเสนอข้อมูล

3.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี รวมถึงศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการเผยแพร่ธรรมะ

ในการวิจัยนี้ ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ของกลุ่มตัวอย่าง และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ของแหล่งข้อมูล คือ สื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการประมวลสำหรับการวิเคราะห์ และอธิบายถึงสิ่งที่จะศึกษา

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้มีประชากรและกลุ่มตัวอย่างจาก 2 แหล่ง ได้แก่

2.1 สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะ คือ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่นับถือศาสนาพุทธ อายุ 18-24 ปี จำนวน 8 คน และอายุ 25-34 ปี จำนวน 8 คน รวม 16 คน โดยคัดเลือกจากผู้ที่เกี่ยวข้องติดตามความเคลื่อนไหว เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ภายในระยะเวลา 3 เดือน ที่ผ่านมา

ขั้นตอนการเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยในครั้งนี้คือ สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะ โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purpose Sampling) มุ่งศึกษาผลงานของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ที่ได้เผยแพร่ผ่านทาง เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) (Facebook.com/v.vajiramedhi)

ในส่วนของกลุ่มตัวอย่าง ที่จะทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบอิงโครงสร้างปานกลาง (Semi-Structural Interview) นั้น ผู้วิจัยมีวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติ เป็นบุคคลที่นับถือศาสนาพุทธ อายุ 18-24 ปี จำนวน 8 คน และ อายุ 25-34 ปี จำนวน 8 คน อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล ที่มีการเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ในระยะเวลา 3 เดือน ดังนี้

1. ได้ทำการโพสต์ข้อความบนเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี
2. ผู้วิจัยทำการส่งข้อความการขอสัมภาษณ์เชิงลึกไปยังกล่องข้อความของผู้ที่ติดตามความเคลื่อนไหว เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ที่มีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง เพื่อหากกลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้งานจริง
3. ประกาศขออาสาสมัครผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับเครือข่ายของผู้วิจัยเอง
4. การบอกต่อกันของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการคัดเลือกมา (Snowball Sampling)
5. กรณีที่ผู้วิจัยไม่สามารถหากกลุ่มตัวอย่างตามวิธีที่กล่าวไปได้นั้น ผู้วิจัยจะเพิ่มวิธีหากกลุ่มตัวอย่าง โดยการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างโดยตรงไม่ผ่านทางสื่อออนไลน์ ยกตัวอย่างเช่น ผู้วิจัยเดินทางไปยังสถานที่ปฏิบัติธรรมต่างๆ เพื่อหากกลุ่มตัวอย่างตามคุณสมบัติดังกล่าว เช่น หอจดหมายเหตุพุทธทาส (สวน โมกข์ กรุงเทพฯ) ซึ่งสถานที่แห่งนี้ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี มีการมาบรรยายธรรมเป็นประจำ ผู้วิจัยจะใช้แบบสัมภาษณ์แบบอิงโครงสร้างปานกลาง (Semi-Structural Interview) ใช้สัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง แต่ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากช่องทางนี้ ก็ต้องเป็นผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ตามข้อกำหนดข้างต้นด้วย

รายชื่อกลุ่มตัวอย่าง และวิธีที่ใช้ในการคัดเลือกโดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.1 กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 8 คน

ลำดับ	ชื่อ / นามสกุล	อายุ	เพศ	อาชีพ	วิธีที่ใช้
1	นายกิตติภักดิ์ จรุงฉาย	19	ชาย	นักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	วิธีที่ 4
2	นายวันมงคล อัมพันธ์	24	ชาย	นักศึกษาปริญญาโท คณะวิศวกรรมศาสตร์	วิธีที่ 1
3	น.ส. ฐิติกมล วทันยุดานนท์	24	หญิง	นักศึกษาปริญญาโท	วิธีที่ 5
4	น.ส. อารยา ยิ้มไหม	23	หญิง	พนักงานธุรการบริษัทเอกชน	วิธีที่ 5
5	น.ส. วรพนิต ผ่องสุภา	22	หญิง	พนักงานบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	วิธีที่ 5
6	น.ส. วลัยพร อยู่สมุทร	22	หญิง	พนักงานบริษัทเอกชน	วิธีที่ 3
7	น.ส. นิตาภา จรพันธ์ชู	23	หญิง	ผู้แทนยา บริษัท อาร์เอ็กซ์ จำกัด	วิธีที่ 3
8	น.ส. สุวรรณมา นนเชื้อเผ่า	21	หญิง	ตัวแทนบริษัทประกัน	วิธีที่ 5

ตารางที่ 3.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 8 คน

ลำดับ	ชื่อ / นามสกุล	อายุ	เพศ	อาชีพ	วิธีที่ใช้
1	นายสุชาติ นัตรวุฒิไกร	34	ชาย	พนักงานบริษัทเอกชน	วิธีที่ 5
2	น.ส. กัทรพร เปรมประเสริฐ	29	หญิง	สถาปนิก บริษัทเอกชน	วิธีที่ 5
3	น.ส. บงกชกร โชติชินเชาว์	32	หญิง	พนักงานบัญชี บริษัทเอกชน	วิธีที่ 3
4	น.ส. เมธินี ไชยพังยาง	30	หญิง	ครูปฏิบัติการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	วิธีที่ 3
5	นายดวงอรรณ รักษาพราหมณ์	30	ชาย	Creative	วิธีที่ 4
6	น.ส. จันทร์จิรา ชูประสูตร	28	หญิง	พนักงานบริษัทเอกชน	วิธีที่ 5
7	นายอรรถพล เงินพดด้วง	30	ชาย	ช่างภาพอิสระ	วิธีที่ 4
8	นายอานันต์ จินคามณี	34	ชาย	เจ้าหน้าที่ฝ่ายกฎหมาย บริษัทเอกชน	วิธีที่ 5

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลในส่วนรูปแบบ เนื้อหา และภาษาที่ใช้ในการถ่ายทอดธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการบันทึกการสังเกตหรือการวิเคราะห์สื่อ ดังนี้

3.1 ศึกษารูปแบบของเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ในส่วนของ รูปแบบการนำเสนอแบบข้อความตัวอักษร รูปภาพ วีดีโอหรือลิงค์ดาวน์โหลด (Link Download)

3.2 ศึกษาเนื้อหาการเผยแพร่ธรรมะผ่านเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) โดยแบ่งประเภทเนื้อหาเป็น ข้อคิดหลักธรรม คำสอน และ ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับพุทธศาสนา

3.3 ศึกษาภาษาที่ใช้ในการถ่ายทอดธรรมะแบ่งเป็น ภาษาแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยทำการศึกษาข้อมูลทั้งหมดตั้งแต่เดือนมกราคม - มีนาคม 2555 ข้อความที่เผยแพร่ผ่านเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) รวม 45 ข้อความ

ข้อมูลในส่วนของการต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสาร ต่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบอิงโครงสร้างปานกลาง (Semi-Structural Interview) เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่นับถือศาสนาพุทธ อายุ 18-24 ปี จำนวน 8 คน และอายุ 25-34 ปี จำนวน 8 คน รวม 16 คน ที่เป็นผู้ร่วมติดตามความเคลื่อนไหวเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหา วุฒิชัย วชิรเมธี ระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 เดือน

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกส่วนบุคคล และการวิเคราะห์ข้อมูลจากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี มีรายละเอียดดังนี้

3.4.1 ข้อมูลทางเว็บไซต์ มีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมดังนี้

- อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ พร้อมอุปกรณ์การใช้อินเตอร์เน็ต
- ตารางบันทึกรูปแบบ เนื้อหา ภาษาที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะ
- และทำการศึกษาค้นคว้าจากบทความ บทสัมภาษณ์ ของพระมหาวุฒิชัย

วชิรเมธี

3.4.2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

- แบบสัมภาษณ์แบบอิงโครงสร้างปานกลาง (Semi-Structural Interview)

- อุปกรณ์บันทึกเสียง
- สมุดจดรายละเอียด

3.5 เครื่องมือในการวิจัย

5.1 สร้างตารางบันทึกรูปแบบ เนื้อหา และภาษาที่ใช้ในการถ่ายทอดธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์

5.2 สร้างแบบสัมภาษณ์แบบอิงโครงสร้างปานกลาง (Semi-Structural Interviews) โดยนำกรอบแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ เนื้อหา ภาษา ที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการเผยแผ่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ครอบคลุมลักษณะของสื่อธรรมะ แล้วจึงสร้างแบบสัมภาษณ์แบบอิงโครงสร้างปานกลางในการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงคุณภาพ

แนวคำถามในการสัมภาษณ์

คำถามส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ความสนใจในธรรมะ และการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี

1. ท่านมีความสนใจในธรรมะมากน้อยเพียงใด สนใจในด้านใดบ้าง และเหตุผลที่ทำให้ความสนใจคืออะไร
2. เมื่อท่านสนใจในธรรมะ ท่านแสวงหาธรรมะจากสื่อใดบ้าง และทำไมถึงสนใจในสื่อออนไลน์ และเหตุใดถึงเลือกศึกษาธรรมะจากสื่อออนไลน์ของท่าน ว.วชิรเมธี
3. ท่านรู้จัก สื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ได้อย่างไร
4. ท่านเริ่มใช้งาน เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ดังกล่าวมานานเท่าไร และมีการใช้งานบ่อยแค่ไหน

คำถามส่วนที่ 2 เป็นคำถามด้านรูปแบบ เนื้อหา ภาษาภายในเว็บไซต์

1. เมื่อใช้งานแฟนเพจ (Facebook Fan Page) ดังกล่าวแล้วนั้น ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อ รูปแบบการนำเสนอ ภายในเว็บไซต์ (เช่น ตัวอักษร รูปภาพ การดาวน์โหลดเสียงหรือภาพต่างๆ)

2. ภายในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ท่านพบการนำเสนอเนื้อหาด้านใดบ้าง และมีลักษณะอย่างไร และภาษาที่ใช้ในการถ่ายทอด เป็นอย่างไร เข้าใจมากน้อยเพียงใด (เช่น หลักธรรมคำคม วันสำคัญทางศาสนา ข่าวสารอื่นๆ)

3. ท่านมักเข้าไปใช้บริการด้านใดในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) เช่น อ่านข้อความ ฟังเสียงบรรยายธรรม หรือดูข้อมูลอื่นๆ)

4. ท่านมีการโต้ตอบกลับ เพื่อแสดงความคิดเห็นกับข้อความที่ได้อ่านบ้างหรือไม่ และตอบกลับทางใด เช่น ส่งอีเมลไปยังเว็บมาสเตอร์ ตอบกลับข้อความไปยังหน้ากระดานข้อความ (wall) ส่งข้อความไปในหน้า กระดานสนทนา (chat)

คำถามส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ความต้องการและความพึงพอใจที่มีต่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี เพื่อตอบโจทย์คำถามนำวิจัยในข้อที่สอง

1. ท่านคิดว่า เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ที่เผยแพร่ธรรมะของของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธีนั้น จูงใจให้ท่านอยากเข้าไปใช้บริการมากน้อยเพียงใด เพราะอะไร

2. ท่านคิดว่าเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ที่เผยแพร่ธรรมะดังกล่าวนี้ มีความเหมาะสมกับการใช้งานของท่านหรือไม่อย่างไร

3. ท่านได้ประโยชน์จากการศึกษาธรรมะผ่านเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) อย่างไม่บ้าง และสามารถนำสิ่งที่ได้ไปปรับใช้ได้หรือไม่ อย่างไร (ยกตัวอย่าง)

4. การเข้าใช้งาน เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี นั้น ท่านคาดหวังหรือต้องการนอกจากสิ่งที่นำเสนออยู่ภายในนั้น

5. การศึกษาธรรมะผ่านเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) กับ การศึกษาธรรมะโดยตรงที่วัด ท่านคิดว่ามีความแตกต่างอย่างไร ด้านใดบ้าง

6. ท่านคิดว่าเมื่ออ่าน หรือฟังข้อความต่างๆ แล้วมีความเข้าใจในธรรมะมากน้อยเพียงใด ภาษาที่ใช้ในการถ่ายทอดมีความเข้าใจได้มากน้อยเพียงใด

7. เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธีควรมีการปรับปรุงในด้านใดบ้าง อย่างไร

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 ข้อมูลจากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์รูปแบบ เนื้อหา และภาษา ซึ่งเก็บข้อมูลโดยใช้ตารางบันทึก (Coding Sheet) รูปแบบ เนื้อหา และภาษาที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้หน่วยในการ

โดยพิจารณา ประเด็นดังกล่าวว่ามีลักษณะและประเภทใด จากนั้นจึงลงความถี่และรายละเอียดลงในตารางบันทึก ซึ่งผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนมีนาคม 2555 รวมข้อมูลทั้งหมด 45 หัวข้อเรื่อง

3.6.2 ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยการสัมภาษณ์แบบอิงโครงสร้างปานกลาง ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์มาสังเคราะห์และจัดประเภทข้อมูลต่าง ๆ รวมเป็นหมวดหมู่ เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปถึงเนื้อหาของการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตามที่ผู้รับสารต้องการ

3.7 การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลของการศึกษาวิจัยเรื่องการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี แบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.7.1 การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ (Frequency table) เพื่อตอบคำถามเกี่ยวกับรูปแบบ เนื้อหา และภาษาที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อรายงานค่าความถี่ของข้อมูลที่นำเสนอภายในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี พร้อมทั้งเขียนบรรยายถึงสิ่งที่ได้พบจากการวิเคราะห์ข้อมูลตามรายเรื่องดังกล่าวด้วย

3.7.2 การนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อตอบคำถามเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจของการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่าง

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี” จากการประมวลข้อมูลทั้งหมดที่เก็บรวบรวมมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ และนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาประมวลวิเคราะห์ โดยผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 รูปแบบ เนื้อหา ภาษา ที่ใช้สื่อสารเพื่อเผยแพร่ธรรมะ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี

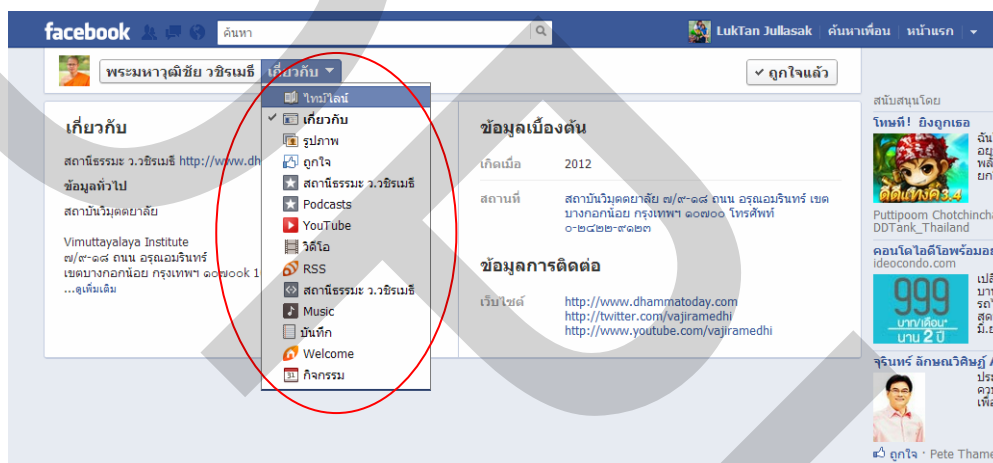
ส่วนที่ 2 ความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผลการศึกษา ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการทำสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 16 คน ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ช่วงอายุ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างอายุ 18-24 ปี จำนวน 8 คน และกลุ่มตัวอย่างอายุ 25-34 ปี จำนวน 8 คน รวม 16 คน

4.1 ส่วนที่ 1 รูปแบบ เนื้อหา ภาษา ที่ใช้สื่อสารเพื่อเผยแพร่ธรรมะ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี

สื่อสังคมออนไลน์ ในที่นี้หมายถึง เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ซึ่งได้เริ่มจัดทำขึ้นตั้งแต่ปี 2550 ณ ปัจจุบัน เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) พระมหาวุฒิชัย มีผู้ติดตามมากกว่า 8 แสนราย เป็นการจัดทำขึ้นโดยทีมงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเผยแพร่พุทธศาสนาและหลักธรรมคำสอน ไปสู่กลุ่มคนรุ่นใหม่ด้วยวิธีการในเชิงรุก เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงผ่านทางสื่อออนไลน์ โดยมีรูปแบบการนำเสนอที่เข้ากับยุคสมัย

รูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ประกอบด้วยเมนูหลักดังนี้



ภาพที่ 4.1 ภาพแสดงเมนูภายใน เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี

ที่มา : <http://www.facebook.com/v.vajiramedhi/info>

เป็นหน้าแนะนำเมนูต่างๆ ที่อยู่ภายใน เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) เมนูต่างๆ จะอยู่ในช่องที่เขียนว่าเกี่ยวกับ เมื่อนำเมาส์ (Mouse) ไปคลิกที่คำว่า เกี่ยวกับ ก็จะปรากฏเมนูที่อยู่ภายใน เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ดังนี้ โทรมไลน์ เกี่ยวกับ(Profile) รูปภาพ ภูเก็ต สถานีธรรมะ ว. วชิรเมธี Podcasts Youtube วีดีโอ Rss Music บันทึกรัก Welcome กิจกรรม

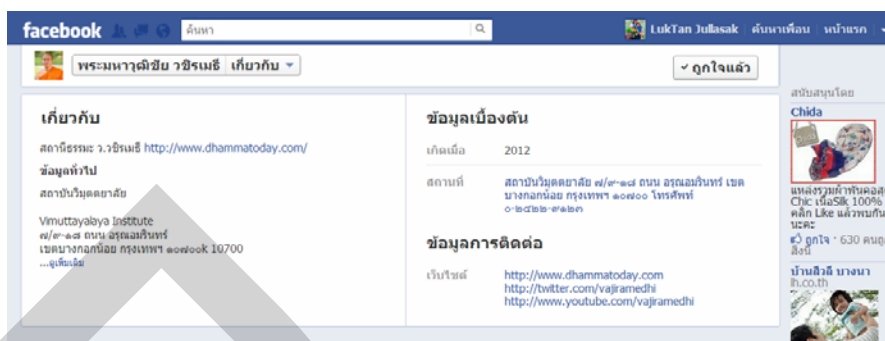


ภาพที่ 4.2 ภาพแสดงเนื้อหาใหม่ไ้ไลน์ ภายในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหา วัชชัย วชิรเมธี

ที่มา : <http://www.facebook.com/v.vajiramedhi>

ไ้ไลน์ ถือว่าเป็นหน้าหลักภายในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหา วัชชัย วชิรเมธี ภายในจะประกอบไปด้วย ชื่อเพจ พระมหา วัชชัย วชิรเมธี จำนวนคนที่เข้ามากดถูกใจเพื่อร่วมเป็น แฟนเพจ (Fan Page) และจำนวนคนที่กำลังพูดถึงเพจ (Page) นี้ มีเครื่องหมายกดถูกใจ (like) สำหรับผู้ที่ยังไม่ได้เป็นแฟนเพจ (Fan Page) และภายในหน้านี้อาจปรากฏรูปภาพที่แสดงถึงเมนูต่างๆ ภายใน แฟนเพจ (Facebook Fan Page) นี้ด้วย

หน้าไ้ยังเป็นหน้ารวมข้อความที่มีการโพสต์ (Post) เนื้อหาข้อมูลต่างๆ เพื่อสื่อสารไปยังผู้รับสาร และผู้รับสารยังสามารถโพสต์ (Post) เนื้อหาลงในหน้าไ้ได้ทันทีเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพจ (Page) ของพระมหา วัชชัย วชิรเมธี



ภาพที่ 4.3 ภาพแสดงเมนูข้อมูลทั่วไป ภายในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหา ฤทธิชัย วชิรเมธี

ที่มา : <http://www.facebook.com/v.vajiramedhi/info>

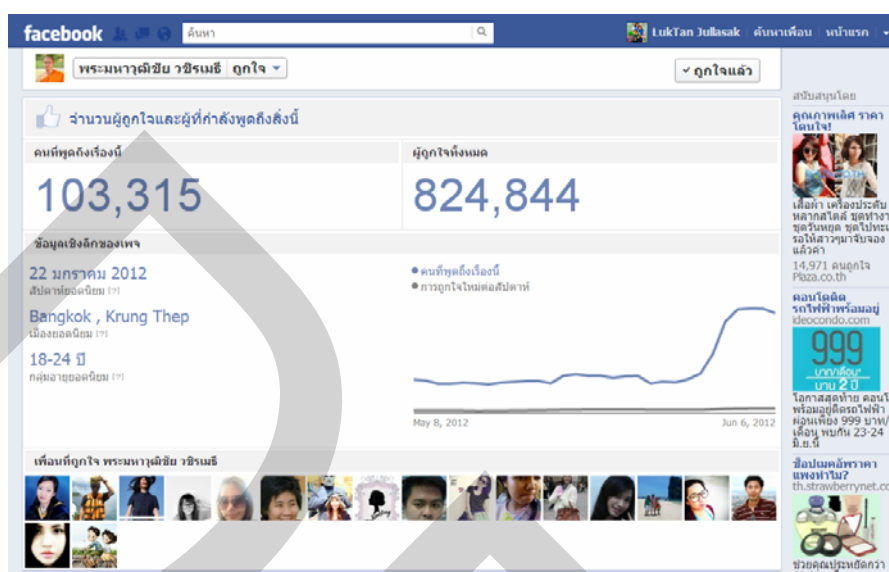
เป็นการแสดงรายละเอียดข้อมูล และลิงค์ (Link) เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นที่เกี่ยวข้องในการเผยแพร่ธรรมะของพระมหา ฤทธิชัย วชิรเมธี และข้อมูลที่ใช้ในการติดต่อ



ภาพที่ 4.4 ภาพแสดงการนำเสนอรูปภาพของพระมหา ฤทธิชัย วชิรเมธี

ที่มา : <http://www.facebook.com/v.vajiramedhi/photos>

เป็นการนำเสนอรูปภาพ กิจกรรมต่างๆ โดยแบ่งออกเป็นอัลบั้ม (Album) เป็นภาพกิจกรรมเกี่ยวกับการเทศน์ การแสดงธรรมในสถานที่ต่างๆ ภาพประกอบหน้าปกหนังสือ หรือโปสเตอร์ข้อคิดคำคม และกิจกรรมด้านอื่นอีกมากมาย



ภาพที่ 4.5 ภาพแสดงจำนวนคนที่กดถูกใจ (Like) ให้กับเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหา วุฒิชัย วชิรเมธี

ที่มา : <http://www.facebook.com/v.vajiramedhi/likes>

เป็นการนำเสนอจำนวนผู้ที่เป็นแฟนเพจ (Fan Page) และจำนวนคนที่กำลังพูดคุยถึงเพจ (Page) ของพระมหา วุฒิชัย วชิรเมธีอยู่บนโลกของสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ในหน้านี้ยังบอกถึงข้อมูลด้านสถิติ เช่น สัปดาห์ยอดนิยม เมืองยอดนิยม กลุ่มอายุยอดนิยม ที่มีคนเข้ามาใช้งานในเพจ (Page) นี้มากที่สุด และยังมีการแสดงผลในรูปแบบของกราฟอีกด้วย



ภาพที่ 4.6 ภาพแสดงเมนูสถานีธรรมะ ว. วชิรเมธี

ที่มา : http://www.facebook.com/v.vajiramedhi/app_190322544333196

เป็นการนำเสนอรูปแบบการลิงค์ (Link) เชื่อมโยงไปยังสื่อออนไลน์รูปแบบอื่น นอกเหนือจาก เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ได้แก่ ทวิตเตอร์ (Twitter) คือการเผยแพร่ธรรมะในรูปแบบของข้อความสั้น ยูทูบ (Youtube) คือ การเผยแพร่ธรรมะในรูปแบบของวิดีโอ ที่มีทั้งภาพและเสียง ผ่าน โปรแกรมยูทูบ (Youtube) E Books เป็นคลังหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้ใช้งานสามารถเข้าไปค้นหารายการหนังสือที่แต่งขึ้น โดย พระมหาวิชัย วชิรเมธี iTunes เป็นการเผยแพร่ธรรมะในรูปแบบของไฟล์เสียงแบบ MP3 และไฟล์วิดีโอ และ App Store เป็นการเผยแพร่ธรรมะในรูปแบบของ แอปพลิเคชัน (Application) บนโทรศัพท์มือถือ ที่ใช้การดาวน์โหลดเพื่อการใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ



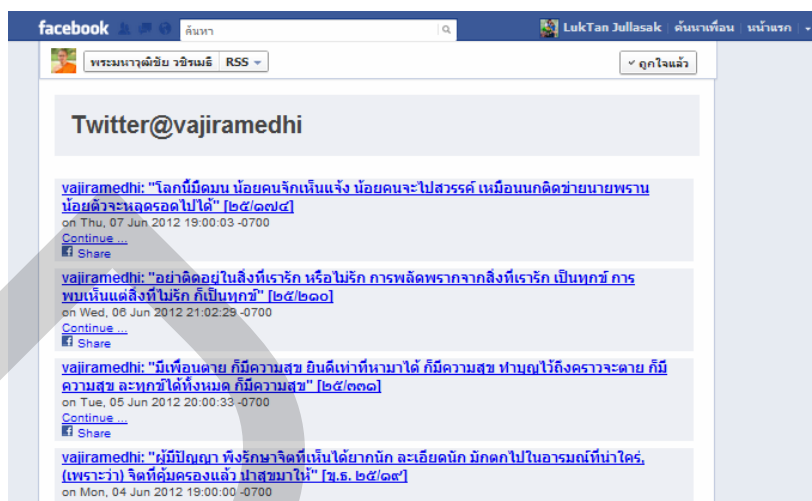
ภาพที่ 4.7 ภาพแสดงการนำเสนอวิดีโอ

ที่มา : http://www.facebook.com/v.vajiramedhi/app_57675755167

: <http://www.facebook.com/v.vajiramedhi/videos>

เป็นการนำเสนอในรูปแบบวิดีโอ ที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพระมหาอุทิศ วชิรเมธี เช่น ภาพกิจกรรมโครงการบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน หลักสูตร ๕ วันที่ฉันทัน, รายการธรรมะเดอะซีรีส์ ออกอากาศในวันจันทร์ที่ 4 มิถุนายน 2555 เวลา 03.30 น. ทางช่อง 9, สกู๊ป คมธรรมประจำวันกับท่าน ว.วชิรเมธี และได้เผยแพร่ผ่านทางโปรแกรม ยูทูป (Youtube) โดยผู้ใช้งานสามารถรับฟังได้ทั้งภาพและเสียง

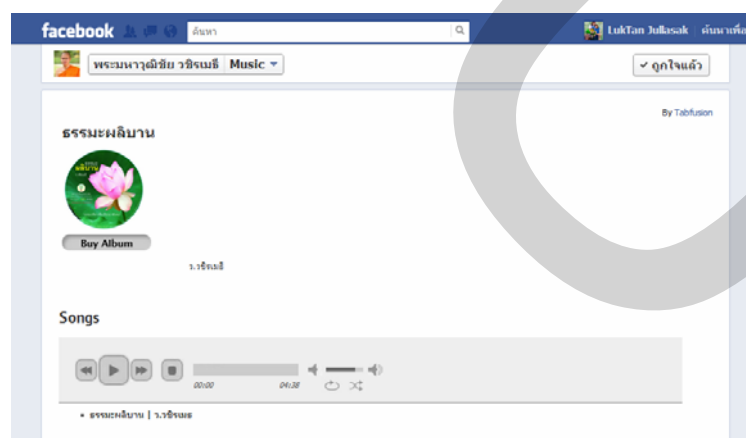
และเป็นการนำเสนอ ข้อคิด คำคม หลักธรรมะคำสอน พร้อมทั้งมีภาพประกอบเนื้อหาเพื่อสร้างความน่าสนใจและให้เข้าใจง่ายขึ้น เช่น กีฬากับโกลา(หล), ทำลายป่าทำลายตัวเอง ชีวิต 4 ฤดู ฯลฯ เป็นต้น



ภาพที่ 4.8 ภาพแสดงเมนู RSS

ที่มา : http://www.facebook.com/v.vajiramedhi/app_111701345516375

เมนู RSS คือ การรวบรวมข้อมูลที่มีการอัปเดต (Update) ในสื่อออนไลน์ของพระมหากษัตริย์ วชิรเมธี เช่นการอัปเดต (Update) ข้อมูลใน เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ทวิตเตอร์ (Twitter) ก็ไม่จำเป็นต้องเปิดไปยังหน้าของสื่อออนไลน์นั้น ๆ สามารถคลิกมาที่หน้า RSS เพียงหน้าเดียวก็จะได้รับการอัปเดต (Update) ข้อมูลต่างๆ ได้พร้อมกัน



ภาพที่ 4.9 ภาพแสดงเมนู เสียงเพลง (Music)

ที่มา : http://www.facebook.com/v.vajiramedhi/app_107668915934574

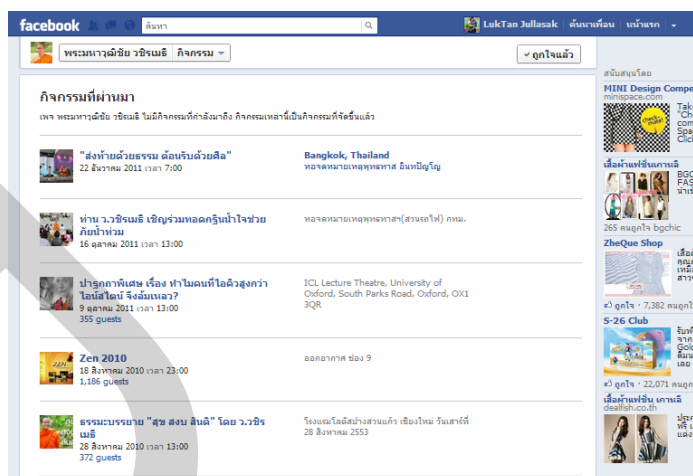
เป็นการนำเสนอในรูปแบบของไฟล์เสียง เมื่อผู้ใช้คลิกที่ปุ่มเล่นเพลง ก็จะได้รับฟังเสียงเพลง ซึ่งขณะนี้มีเพียง 1 ไฟล์เสียง คือ ธรรมะผลิบาน (มีนาคม 2555)



ภาพที่ 4.10 ภาพแสดงเมนู บันทึก

ที่มา : <http://www.facebook.com/v.vajiramedhi/notes>

เป็นรูปแบบบันทึกออนไลน์ ที่รวบรวมบทความ ข่าวสาร และข้อคิดต่างๆ ของพระ



ภาพที่ 4.11 ภาพแสดงเมนู กิจกรรม

ที่มา : <http://www.facebook.com/v.vajiramedhi/events>

เป็นการประมวลภาพกิจกรรมในโครงการต่างๆ ที่ได้จัดขึ้น โดยพระมหาวิชัย วชิรเมธี เช่น ส่งท้ายด้วยธรรม ต้อนรับด้วยศีล เป็นกิจกรรมส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่ เมื่อเดือนธันวาคม 2554 ทอดกฐินน้ำใจ ช่วยภัยน้ำท่วม

ตารางที่ 4.1 ตารางการนำเสนอรูปแบบ ที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ธรรมะของพระมหาจุฬาลงกรณ วชิรเมธี ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

เมนู	ข้อความตัวอักษร	รูปภาพ	เสียง	วิดีโอ/ลิงค์ ดาวน์โหลด
ไทม์ไลน์	•	•	•	•
เกี่ยวกับ	•			
รูปภาพ	•	•	•	
ถูกใจ	•			
สถานีธรรมะ ว. วชิรเมธี		•		•
Youtube	•	•	•	•
วิดีโอ	•	•	•	•
Rss	•			•
Music	•		•	
บันทึก	•	•		
กิจกรรม	•	•		•

รูปแบบการสื่อสารแบบมัลติมีเดียเดียว ภายในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาจุฬาลงกรณ วชิรเมธี ส่วนใหญ่มีลักษณะการสื่อสารด้วยการใช้รูปแบบข้อความร่วมกับรูปภาพ ซึ่งมีจำนวน 7 เมนู ได้แก่ ไทม์ไลน์ รูปภาพ สถานีธรรมะ ว. วชิรเมธี Youtube วิดีโอ บันทึก กิจกรรม และเมนูที่ใช้รูปแบบการสื่อสารแบบมัลติมีเดียครบทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ ไทม์ไลน์ Youtube วิดีโอ กิจกรรม ในขณะที่เมนู เกี่ยวกับ เป็นการสื่อสารในรูปแบบข้อความตัวอักษรเป็นหลัก เมนู RSS เน้นการสื่อสารในรูปแบบข้อความและวิดีโอลิงค์ดาวน์โหลดเป็นหลัก เมนู Music เป็นรูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความตัวอักษร และเสียงเท่านั้น

จากตารางการสรุปรูปแบบการสื่อสารจะเห็นได้ว่า เมนูต่างๆ ที่ปรากฏบนเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) แต่ละเมนูจะมีการนำเสนอแบบมัลติมีเดีย มากกว่าหนึ่งรูปแบบ ซึ่งคือการผสมผสานรูปแบบของมัลติมีเดียให้เข้ากันเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

4.1.1 เนื้อหาและภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ

พระมหาภูติชัย วชิรเมธี

เก็บข้อมูลด้านเนื้อหาและภาษาจากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ในเดือน มกราคม – เดือนมีนาคม 2555 รวมทั้งหมด 45 หัวข้อ ใช้เกณฑ์การแบ่งเนื้อหาเป็นรายเรื่อง ได้แก่ ข้อคิด หลักธรรม คำสอน ข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับพุทธศาสนา การประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสื่อ อื่นๆ และเกณฑ์การใช้ภาษาแบบเป็นทางการและการใช้ภาษาไม่เป็นทางการ

เนื้อหาและภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 45 หัวข้อ ที่เผยแพร่บนเมนู โทรม์ไลน์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี ประกอบด้วย

ตารางที่ 4.2 ตารางประเภทเนื้อหาและภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์

หัวข้อ	ประเภทเนื้อหา				ภาษา	
	พุทธศาสนา	ข้อคิด	ข่าวสาร	ประชาสัมพันธ์	ทางการ	ไม่เป็น
ดาวน์โหลด E-Book “เชือกือโพธิสัตว์” โดย ท่าน ว.วชิรเมธี http://www.ebooks.in.th/ebook/3653/	•					•
ที่มา... “ปฏิทิน-ปฏิธรรม 2555” โดย ว.วชิรเมธี ดาวน์โหลด http://www.ebooks.in.th/ebook/3513/			•			•
อัปเดตเสียงธรรมใหม่ในระบบ Podcasts เรื่องรุ่งอรุณแห่งความสุขและเกิดอย่างไรให้เป็น ยอดคน ติดตามและดาวน์โหลดผ่าน โปรแกรม itunes คลิก			•			•
ภาพงานส่งท้ายด้วยธรรมฯ (34 รูป) ประมวลภาพงาน”ส่งท้ายด้วยธรรม ค้อนรับด้วย ศีล : (มวลน้ำไหลมา มวลปัญญาเพิ่มพูน)” ส่งเสริมการส่งท้ายปีเก่า ค้อนรับปีใหม่แบบชาว พุทธ ณ หอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญญา (สวนรถไฟ) วันที่ ๒๒ ธันวาคม พ.ศ			•			•
ภาพกิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี (31 รูป) “สวดมนต์ข้ามปี สวัสดิ์ความสุข” ระหว่างวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๔ – วันที่ ๑ มกราคม ๒๕๕๕ ณ ศูนย์วิปัสสนาสากลไร่เชิญตะวัน			•			•

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)						
"สติ" คำเดียว ที่เกินพอ ชรรถนะเตรียมใจรับวิกฤติ โดย ท่าน ว.วชิรเมธี เทปบันทึก ชรรถนะเตรียมใจรับวิกฤติ โดย ท่าน ว.วชิรเมธี www.youtube.com เทปบันทึกรายการทูไนท์โชว์ ออกอากาศวันจันทร์ ที่ 9 มกราคม 2555 ทางช่อง 3		•	•			•
กวีนิพนธ์ลครธรรม "ความเป็นครู"		•				•
"ลมปาก" ผ่านเข้ามาแล้วก็ผ่านไป ถ้าเราไม่ให้ความสำคัญมากเกินไป ก็ไม่ทำให้เป็นทุกข์ Clip vdo อื่น ๆ http://www.youtube.com/vajiramedhi		•				•
ฟังออนไลน์และดาวน์โหลดเสียงธรรม MP3 ชุด "ศาสตร์แห่งสุข" ๘ ชรรถนะบรรยายจุดประกายความสุข			•			•
สยามพารากอน ร่วมกับ บจก.คูฟู๊ด จัด ชรรถนะบรรยาย เรื่อง "เจาะใจจีน" โดย พระมหาวิจิตร วชิรเมธี วันอาทิตย์ที่ 22 ม.ค.นี้ บ่าย 2 โมง ณ สออลส์ ออฟ มิเรอร์ ชั้น M สยามพารากอน ภายใน งานจำหน่ายหนังสือภาพถ่าย ทิเบต : เส้นทางสู่ สวรรค์ รายได้สมทบทุนสร้างวัดป่าวิมุตตาลัย จ. ปทุมธานี			•			•
คนฉลาดชอบแกล้งใจ คนโง่ชอบแสร้งว่าฉลาด ส่วนนักปราชญ์เรียนรู้ที่จะฉลาดและเรียนรู้ที่จะโง่		•				•
เกิดเป็นคนทั้งที อย่าเป็นคนชนิดที่เหมือน "ต้นไม้ ยืนต้นตาย" แต่ควรเป็นคนที่มีชีวิตชีวา" อยู่ที่ ไหนก็ก่อให้เกิดการพัฒนาขึ้น แก่ที่แห่งนั้นเสมอ ไป คมธรรม : เปรียบคนคั่งต้นไม้ www.youtube.com ศักรินทร์ 4.133 (ต่อ)ท่าน ว.วชิรเมธี"		•				•
รักอย่างลืมตัว "ที่ใดมีรัก ที่นั่นมีทุกข์" แต่ถ้ารักอย่างรู้ตัว "ที่ใดมีรัก ที่นั่นก็มีสุข" ที่มา..หนังสือ "ก้าวไปให้ถึงรักแท้" ว.วชิรเมธี		•				•
E-Book "ทำงานอย่างไรให้มีความสุข" โดย ว.วชิรเมธี http://www.ebooks.in.th/ebook/3813/		•	•			•
"โลกนี้มีพอสำหรับทุกคน แต่ยังคงขาดคนสำหรับผู้ ไม่พอ" ความโหดและแบ่งปัน E-Book "มอง ไม่เห็นฝั่ง" ว่าด้วยเรื่อง การจัดการความโลภ โดย ท่าน ว.วชิรเมธี http://www.ebooks.in.th/ebook/4147/		•	•			•

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ดาวน์โหลด "E-Book รักแท้ คือ กรุณา" (ปกใหม่) โดย ว.วชิรเมธี http://www.ebooks.in.th/ebook/1156/ หนังสือรักแท้ คือ กรุณา จะทำให้เราเห็นว่า ความรักก็มีมิติ มีผลดี ผลเสีย และผลข้างเคียงอย่างไร หวังว่าเมื่ออ่านหนังสือเล่มนี้จบแล้วเราทุกคนจะม...มมองต่อความรักด้วยทัศนคติใหม่ และมี ความสุขทุกครั้งเมื่อมีความรัก เนื่องจาก รักแท้ คือ กรุณา รักแท้มาเมื่อไหร่ ความเป็นผู้รู้ ผู้ตื่น ผู้ เบิกบานและการเป็นผู้ให้ก็เกิดขึ้นเมื่อนั้นดูเพิ่มเติม						•
ทุกครั้งที่มีความรัก ควรเตือนใจไว้สำหรับกรอกหัก ที่อาจจะเกิดขึ้นได้เสมอทุกคนที่มีความรัก ควร ภาวนาภาวนากันน้ำตาไหลที่ว่า "ไม่แน่ ไม่ได้ตั้งใจ ไม่มีอะไรสมบูรณ์" เอาไว้เสมอ						•
ความรักไม่ใช่ทั้งหมดของชีวิต อย่าอุทิศทุกสิ่งทุก อย่าง เพื่อความรักจนเสียผู้เสียคน						•
อย่ารักจนหน้ามืดตามัว กระทั่งมองไม่เห็นหัวของ มารคาบิบ้างเกิดเกล้า						•
คนรักกันต้องยอมทั้ง "ยศ" ลด "มานะ" ละ "ทิฐิ" หรือทั้งความเป็น "เธอ" ความเป็น "ฉัน" เพื่อหลอม กันเป็น "เรา"						•
ภัยใหญ่ของชีวิตคือ ชัดคิดกับความคิดที่ลุ่มหลง						•
ทำดีเวลาใด เวลานั้นไซ้หรือฤกษ์ดี มงคลดี เช้าดี รุ่ง อรุณดี When a good deed is done, that is an auspicious time, an auspicious morning, and an auspicious dawn. ทำดีเวลาใด เวลานั้นไซ้หรือฤกษ์ดี มงคลดี เช้าดี รุ่ง อรุณดี สุนทรภู่ สุนทรภู่ สุภาพดี สุหฤทธิ (๒๐/๕๕๕)						•
ทำ "ความดี" อย่างกลัวใครว่าทำ "เอาหน้า" ถ้าทำด้วยความ "เชื่อมั่น" และ "ศรัทธา" จะก็ "ดำเนินทา" ก็แต่ "ลมปาก" ที่ผ่านมา แล้วผ่านไป						•
หากคุณขยันเหมือนมด รับประกันว่าชาตินี้ "ไม่มี วันอดตาย" คมธรรม : ทำไม่ต้องขยัน (Subtitle English) www.youtube.com สกู๊ป "คมธรรมประจำวันกับท่าน ว.วชิรเมธี"						•
สรรพสิ่งล้วนอิงอาศัยกัน คมธรรม : เหตุที่ต้อง กตัญญู (Subtitle English) www.youtube.com สกู๊ป "คมธรรมประจำวันกับท่าน ว.วชิรเมธี"						•

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)						
สาเหตุของปัญหาภาวะโลกร้อน ที่ย้อนกลับมาเล่นงานมนุษย์ คมธรรม : สาเหตุภาวะโลกร้อน (Subtitle English) www.youtube.com สกู๊ป "คมธรรมประจำวันกับท่าน ว.วชิรเมธี"						•
หน้าใดเป็นหน้าหลักของชีวิต? คมธรรม : คนมี 4 หน้า (Subtitle English) www.youtube.com สกู๊ป "คมธรรมประจำวันกับท่าน ว.วชิรเมธี"						•
ผู้อดทนได้ในยามทุกข์ยาก ความลำบากย่อมไม่กล้ากราย กัจจกกาล โย กิจฺจํ นาติวคฺคติ						•
ผู้ไม่ทำชั่วด้วยความละอายใจ มีน้อยคนในโลก หิรินิเสโท โภจ โลกสุมิ วิชฺชติ						•
The world progresses because of actions, not words. โลกเปลี่ยน เพราะการลงมือทำ ไม่ได้เปลี่ยน เพราะคำที่พร่ำพูด						•
เพชรในกัฬาเป็นสิ่งสมมติ สิ่งสำคัญสูงสุดคือ มิตรภาพ คมธรรม : คุณค่าของกีฬา (Subtitle English) www.youtube.com สกู๊ป "คมธรรมประจำวันกับท่าน ว.วชิรเมธี"						•
วิธีแก้กรรมที่ดีที่สุด คือทำให้วันนี้ดีขึ้นกว่า เมื่อวาน ไม่ใช่พูดเรื่องเมื่อวานมาทำพิธี ให้วันนี้ "สูญเปล่า"						•
การปล่อยวาง คือหัวใจของการเป็นอิสระจากความทุกข์ทั้งหลาย						•
"ความสุข" สำคัญที่คุณภาพของชีวิต ไม่ได้สำคัญที่ปริมาณของวัตถุที่คุณถือครอง						•
คำพูดของคนอื่นจะทำร้ายเราได้ก็ต่อเมื่อเราเก็บมา "คิด"						•
ความทุกข์เกิดขึ้นมาไม่ใช่เพื่อให้เราท้อ แต่เกิดขึ้นมาเพื่อให้เราก้าวต่อไปจนพบความสุข The experience of suffering is not meant to discourage us. It is meant to guide us towards happiness.						•
คำอธิบายของวลีที่ว่า "เงินงอกงาม เพื่อธรรมงอก งาย" บทความพิเศษโดย ท่าน ว.วชิรเมธี อ่านออนไลน์ ที่นี่ http://www.dhammatoday.com คำอธิบายของวลีที่ว่า "เงินงอกงาม เพื่อธรรมงอก งาย" www.dhammatoday.com						•

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)						
Ask not of birth but of deeds. อย่าถามถึงชาติกำเนิด แต่จงถามถึงความประพฤติ จะดีกว่า มาชาติ ปุจฉา จรณญญ ปุจฉา (๑๕/๖๖๐)		•			•	
In every task, try as hard as you can, And deliver your very best. ทำอะไรก็ตาม จงทำให้เต็มที่และทำให้ดีที่สุด กยิรา เจ กยิรา เณ(พ.ศ.๒๕/๕๖)		•			•	
ชีวิตจะเป็นอย่างไร... ขึ้นอยู่กับว่า เราเลือกเส้นทาง ไหนให้ตัวเองดำเนิน คมธรรม : ทางของชีวิต(Subtitle English) www.youtube.com สื่ूप "คมธรรมประจำวันกับท่าน ว.วชิรเมธี"		•				•
ผู้หญิง ผู้ชาย ถ้าสนใจปฏิบัติธรรม กับรรรณพพาน ได้เสมอหน้ากัน คมธรรม : ผู้หญิงกับนพพาน(Subtitle English) www.youtube.com สื่ूप "คมธรรมประจำวันกับท่าน ว.วชิรเมธี"		•				•
แก้วที่เต็มไปด้วยน้ำ ไม่อาจรองรับน้ำได้อีกจนใด คนที่เต็มไปด้วย "ทิฐิมานะ" ก็ไม่อาจรองรับภูมิ ปัญญาได้อีกจั้นนั้น คมธรรม : นิตานชาสันถ์ด้วย(Subtitle English) www.youtube.com สื่ूप "คมธรรมประจำวันกับท่าน ว.วชิรเมธี"		•				•
ท่านว.วชิรเมธี มอบหนังสือธรรมะเล่มใหม่ (เกิลส Management) เพื่อเป็นกำลังใจแก่ ศ.ดร.สุชาติ ธาดาธำรงเวช โดยขอให้ช่วยสานต่อการปฏิรูป การศึกษาและการส่งเสริมการสร้างสรรค์ วัฒนธรรมแห่งการอ่าน ในพิธีเปิดงานสัปดาห์ หนังสือแห่งชาติครั้งที่ ๒๕ ...มีนาคม ๒๕๕๕ ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ พร้อม กันนี้ ท่านรัฐมนตรีได้มอบผลงานหนังสือใหม่ ล่าสุดชื่อ "ชีวิตเพื่อประชาชน" และ "ปรัชญาการ บริหารระบบเศรษฐกิจ" แก่ท่าน ว.วชิรเมธี ด้วย เช่นกันดูเพิ่มเติม			•			•
พระมหาภูติชัย วชิรเมธี (ท่านว.วชิรเมธี) ผู้ก่อตั้ง และอธิการบดีมหาวิทยาลัยพุทธเศรษฐศาสตร์ (มพ ศ.) ซึ่งเป็น "สถาบันการศึกษาทางเลือกเพื่อการวิจัย และภาวนาเพื่อสันติภาพโลก" เชิญ ศ.ดร.สุชาติ ธาดาธำรงเวช รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ร่วมงาน... "พุทธชยันตี ๒๖๐๐ ปี แห่งการตรัสรู้" ๑			•			•

ตารางที่ 4.3 ตารางแจกแจงความถี่เนื้อหาและภาษา

หัวข้อ	พุทธศาสนา และ พุทธ ประวัติ	ข้อคิด หลักธรรม คำสอน	ข่าวสาร ประพันธ์	ภาษา	
				ทางการ	ไม่เป็นทาง การ
เนื้อหาที่ ปรากฏ	1	35	13	8	35

สรุปเนื้อหาและภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 45 หัวข้อ ที่เผยแพร่บนเมนู ไลน์ ไลน์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหา วุฒิชัย วชิรเมธี พบว่า

เนื้อหาประเภทพุทธศาสนาและพุทธประวัติ มีจำนวน 1 หัวข้อ เรื่องชื่อคือโพธิสัตว์ โดยเป็นการให้ดาวน์โหลดผ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เป็นการบอกถึงลักษณะของ โพธิสัตว์

เนื้อหาประเภทข้อคิดหลักธรรม คำสอน มีจำนวน 35 หัวข้อ ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการให้แง่คิด ในการดำเนินชีวิต เป็นลักษณะของคำคล้องจอง เช่น คนฉลาดชอบแกล้งใจ คนโง่ชอบ เสแสร้งว่าฉลาด ส่วนนักปราชญ์เรียนรู้ที่จะฉลาดและเรียนรู้ที่จะโง่ ความรักไม่ใช่ทุกอย่างของชีวิต อย่าอุทิศทุกอย่าง เพื่อความรักจนเสียผู้เสียคน เป็นต้น

เนื้อหาประเภทข่าวสารประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 13 หัวข้อ เช่น ประมวลภาพงาน"ส่ง ท้ายด้วยธรรม ต้อนรับด้วยศีล ส่งเสริมการส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับปีใหม่แบบชาวพุทธ ณ หอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ (สวนรถไฟ) วันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2555 ท่านว.วชิรเมธี มอบหนังสือ ธรรมะเล่มใหม่ (กิเลส Management) เพื่อเป็นกำลังใจแก่ ศ.ดร.สุชาติ ชาติดำรงเวช ฯ พระมหา วุฒิชัย วชิรเมธี เชิญ ศ.ดร.สุชาติ ชาติดำรงเวช ร่วมงาน พุทธชยันตี 2600 ปี แห่งการตรัสรู้ เป็นต้น

ภาษาที่ใช้ในการเผยแพร่ ส่วนใหญ่ใช้ภาษาแบบที่ไม่เป็นทางการจำนวน 35 หัวข้อ ซึ่ง ส่วนใหญ่จะอยู่ในหมวดของข้อคิด หลักธรรม คำสอน และข่าวสารประชาสัมพันธ์ โดยใช้ภาษาที่ เข้าใจง่าย สั้นกระชับ และคล้องจอง ส่วนภาษาที่เป็นทางการจำนวน 8 หัวข้อ โดยจะอยู่ในหมวด ของข้อคิด หลักธรรม คำสอน เป็นการใช้ภาษาบาลี และภาษาอังกฤษ ในการอธิบายถึงหลักคำสอน

4.2 ความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของพระมหาวิฑูริชัย วชิรเมธี

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผลการศึกษา ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 16 คน ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 2 ช่วงอายุ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 8 คน และ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 8 คน รวม 16 คน เพื่อศึกษาถึงความต้องการและความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระมหาวิฑูริชัย วชิรเมธี

การเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ด้วยระยะเวลาและการรูปแบบการใช้งานที่ไม่ต่างกันดังตัวอย่าง

“ศึกษาธรรมะจากสื่อออนไลน์ของท่าน ว. วชิรเมธี เพราะมีการให้แง่คิดที่ดี และรู้จักเพจนี้เพราะมีเพื่อนส่งลิงค์ (link) แนะนำมา โดยได้ใช้งานมานานประมาณ 4-5 เดือนแล้ว แต่ไม่เคยเข้าไปที่หน้าแฟนเพจโดยตรง จะคอยติดตามจากข้อความที่โพสต์ขึ้นมา และจะเข้าไปอ่าน”

(บงกชกร โชติชินเชาวน์, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 55)

“ปกติก็เลือกอ่านหนังสือธรรมะอยู่บ้าง แต่ที่สนใจสื่อออนไลน์ของท่าน ว. เพราะเข้าถึงง่าย เป็นคนทำงานอยู่หน้าคอมพิวเตอร์อยู่แล้ว การที่จะเข้าเว็บเป็นเรื่องที่สะดวก อีกอย่างหนึ่งท่าน ว. วชิรเมธี เป็นพระที่มีชื่อเสียง มีคำสอนที่ทันสมัย สามารถนำเอาระเบียบปัจจุบันมาโยงเข้ากับคติ หรือปรัชญาต่าง ๆ ได้ง่าย จะคอยติดตามอ่านคพสตัอยู่เป็นประจำ เข้าใช้งานมานานประมาณ 1-2 ปี”

(เมธินี ไชยพียงยาง, ครูปฏิบัติการ มหาวิทยาลัยเอกชน สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 55)

“ศึกษาธรรมะจากการอ่านหนังสือ หรือไปตามสถานที่ต่างๆ อย่างที่สวนโมกข์กรุงเทพฯ ด้านสื่อออนไลน์ก็สนใจเฟซบุ๊ก (Facebook) ของท่าน ว. วชิรเมธี เริ่มติดตามเป็นแฟนเพจ (Fan Page) มาประมาณ 7-8 เดือนแล้ว โดยการแนะนำของเพื่อน และเห็นคนอื่น ๆ แชร์ลิงค์ต่างๆ กันมา เหตุที่สนใจเพราะวิธีการนำเสนอเหมาะกับวัยรุ่น ทำให้เข้าถึงง่าย และเป็นคนที่เล่นเฟซบุ๊กอยู่ประจำอยู่แล้ว เมื่อมีโพสต์ขึ้นมาก็มักจะเข้าไปอ่าน แต่ยังไม่เคยเปิดเข้าไปอ่านในเพจโดยตรง”

(จิตติภมล วทันยุดานนท์, นักศึกษาปริญญาโท, สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 55)

“ส่วนมากไม่ค่อยศึกษาธรรมะจากสื่อใด เน้นการทำบุญเป็นหลัก แต่มีเพื่อนแชร์ลิงค์แฟนเพจของท่าน ว. มากี่เริ่มสนใจ เข้าไปดูและก็ร่วมเป็นแฟนเพจ ได้ประมาณ 3 เดือน แต่ก็เข้าไปดูเนื้อหาบ้างแต่ไม่บ่อยนัก”

(วัลย์พร อยู่สมุทร, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 20 มกราคม 55)

“ไม่ค่อยชอบเรื่องของธรรมะหรือการปฏิบัติธรรมะมากนัก ไม่ค่อยเน้นการเข้าวัดทำบุญ แต่มีเพื่อแชร์ลิงค์ ของท่าน ว. วชิรเมธีมาให้ ก็เริ่มสนใจ อ่านแล้วเข้าใจง่าย ไม่เหมือนการฟังเทศน์ จึงสนใจและเป็นแฟนเพจมาได้ประมาณ 4 เดือน”

(กิตติภักดิ์ จรุงญา, นักศึกษาชั้นปีที่ 2, สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 55)

“เป็นคนชอบการฝึกสมาธิ เมื่อได้เข้าร่วมเป็นแฟนเพจ เฟซบุ๊ก (Fan Page Facebook) ท่าน ว. วชิรเมธี ก็รู้สึกเข้าใจในหลักธรรมะมากขึ้น ได้อ่านข้อความที่ถูกโพสต์ขึ้น ยิ่งรู้สึกว่าธรรมะเป็นเรื่องที่ใกล้ตัว เป็นแฟนเพจ มาประมาณ 6-7 เดือนแล้ว แต่มักเข้าไปอ่านแค่เพียงเนื้อหา หรือคู่วิธีโอการบรรยายธรรมย้อนหลัง”

(วันมงคล อัมพันธ์, นักศึกษาปริญญาโท, สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 55)

“สนใจด้านหลักธรรมคำสอนของพระพุทธเจ้าอยู่บ้างแล้ว แต่ชอบหลักการนำเสนอเนื้อหาของท่าน ว. วชิรเมธี ในเฟซบุ๊ก (Facebook) โดย จะเข้าไปอ่านทำความเข้าใจหลักธรรมะที่ท่านนำเสนอ และจะมีการโพสต์แสดงความคิดเห็นกลับไปบ้างเป็นบางครั้ง ตอนนี้เข้าใช้งานมาประมาณ 4-5 เดือนแล้ว”

(สุชาติ ฉัตรวุฒิไกร, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 55)

“สนใจการเผยแพร่ธรรมะทางสื่อออนไลน์ของท่าน ว. เพราะเนื้อหาภายในที่น่าสนใจ เน้นการคู่วิธีโอการบรรยายธรรม และอ่านเนื้อหาข้อความที่เป็นประโยชน์ ใช้งานเฟซบุ๊กนี้มาประมาณ 8-9 เดือน”

(ภัทรพร เปรมประเสริฐ, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 55)

ความสนใจต่อรูปแบบการนำเสนอ (www.facebook.com/v.vajiramedhi)

จากการศึกษาพบว่าความเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-24 ปี และ 25-34 ปี มีความสนใจต่อรูปแบบการนำเสนอ ภายในเฟสบุ๊ค และลักษณะการใช้งาน รวมถึงการโต้ตอบ การแสดงความคิดเห็น ที่ไม่ต่างกัน ดังตัวอย่าง

“สนใจในรูปแบบการนำเสนอภายในเว็บไซต์ ที่มีทั้งเวอร์ชันภาษาอังกฤษ และมีคำแปล มีการอัปเดตหนังสือของท่าน ว. ที่ออกใหม่ แต่การใช้งานก็คือจะเข้าไปอ่านทำความเข้าใจ และเมื่อถูกใจ หรือชอบข้อความส่วนไหน ก็จะเข้าไปกด like หรือมีการแชร์ข้อมูลไปขึ้นที่หน้า wall ตัวเองบ้าง แต่ยังไม่เคยโพสต์ข้อความตอบกลับเลย”

(วันมงคล อัมพนธ์, นักศึกษาปริญญาโท, สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 55)

“สนใจรูปแบบการนำเสนอ ที่ทำให้อ่านแล้วเข้าใจง่าย รับรู้ข้อมูลได้ง่าย โดยจะเข้าไปอ่านข้อความ อ่านพุทธสุภาษิตเพราะเห็นว่าเป็นประโยชน์ และเคยเข้าไปแสดงความคิดเห็น หรือคอมเมนต์ ข้อความที่ชื่นชอบผ่านทางหน้า wall ของท่าน ว.วชิรเมธี”

(อารยา ยิ้มไหม, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 24 มีนาคม 55)

“รูปแบบการนำเสนอ ง่ายต่อการเข้าไปดูเนื้อหาข้อมูล มีการสอดแทรกรูปภาพ ประกอบเนื้อหา ทำให้ดูน่าสนใจแต่จะเข้าไปอ่านเนื้อหาเพียงเท่านั้น ได้ตอบกลับโดยการเข้าไปกด like และ แชร์ข้อความที่ชอบไปยังเพื่อน”

(วรพนิต ผ่องสุภา, นักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สัมภาษณ์วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 55)

“สนใจการนำเสนอที่รูปแบบน่าสนใจ มีเนื้อหาหลากหลาย ทำให้ไม่เบื่อ มีทั้งภาษาบาลี พร้อมคำแปล ภาษาอังกฤษพร้อมคำแปล เน้นเข้าไปอ่านเนื้อหาและดูรูปภาพประกอบบ้าง และก็จะแชร์ข้อความไปให้เพื่อนที่สนใจเหมือนกัน”

(สุวรรณา นนเสื่อเผ่า, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 55)

“สนใจในรูปแบบการนำเสนอ การให้แง่คิดที่เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน จะเน้นการใช้งานแค่เพียงเข้าไปอ่านเนื้อหาหรือข้อความ และมีการแชร์ข้อมูลไปไว้บนหน้าเพจของตัวเอง”

(ดวงอรรด รักษาพรหมณ์, Creative, สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 55)

“รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ หัวข้อของเนื้อหาที่น่าสนใจ เป็นจุดดึงดูดที่ทำให้อยากเข้าไปใช้งาน เมื่อดูข้อมูลแล้วก็มีการแชร์ลิงค์ (Link) เกี่ยวกับวิดีโอ เนื้อหาที่น่าสนใจไปยังหน้าเฟซบุ๊กของตัวเองบ้าง”

(อาณัติ จิตคามณี, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 23 มีนาคม 55)

“รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ มีเนื้อหาหลายด้าน รูปภาพสวยงาม วิดีโอที่น่าสนใจก็น่าสนใจ เพราะเป็นช่วงสั้น ๆ ไม่ยาวจนน่าเบื่อ การใช้งานจะเน้นที่การอ่านข้อความ และดูวิดีโอรูปภาพประกอบ และจะแชร์วิดีโอส่งต่อไปให้เพื่อนๆ”

(จันทร์จิรา ชูประสูตร, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 55)

“ภายในเฟซบุ๊ก น่าสนใจ มีหลายรูปแบบผสมผสานกัน ทำให้ไม่น่าเบื่อ ส่วนใหญ่จะเข้าไปอ่านทำความเข้าใจเอง หรือมักจะอ่านจากการที่มีโพสต์แจ้งเตือนมายังหน้าของตนเอง และจะกดถูกใจ (Like) เมื่อชอบข้อความนั้น หรือถ้าชอบมากก็จะคอมเมนต์ แต่จะไม่ค่อยแชร์ลิงค์”

(เมธินี ไชยพียง, ครูปฏิบัติการมหาวิทยาลัยเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 55)

เหตุที่จูงใจให้เข้าไปใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ของพระมหาภูมิจัย วชิรเมธี

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-24 ปี และ 25-34 ปี มีเหตุจูงใจให้เข้าไปใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยรูปแบบที่เข้าถึงง่าย และเนื้อหาที่น่าสนใจ ดังตัวอย่าง

“เมื่อเข้าไปดูภายในเฟซบุ๊กแล้ว พบว่าเนื้อหาที่น่าสนใจในหน้าสนใจเป็นข้อคิด คำคมเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ก็เลยกด like เป็นแฟนเพจ หลังจากนั้นก็คอยอ่านตามกระทู้ที่อัปเดตขึ้นมา ไม่ได้เปิดเข้าไปดูเนื้อหาโดยตรง”

(กิตติภักดิ์ จรุงฉาย, นักศึกษาชั้นปีที่ 2, สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 55)

“เหตุที่จูงใจให้สนใจก็คือ มันมีกระแสมาจากสื่อทีวีก่อนแล้ว ว่าท่าน ว. มีเฟซบุ๊กที่ให้แง่คิดเกี่ยวกับธรรมะ จึงสนใจและเข้าไปเป็นแฟนเพจ จากนั้นก็ตามดูเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นเนื้อหาที่มีประโยชน์”

(ฐิติกมล วทันยุดานนท์, นักศึกษาปริญญาโท, สัมภาษณ์วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 55)

“เหตุที่จูงใจ เพราะเนื้อหาที่น่าสนใจ เข้ากับยุคสมัย เมื่อเข้าไปอ่านแล้วได้พบกับสังขรณ์ มากขึ้น ทำให้จิตในสงบได้”

(อารยา ยิมไหม, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 24 มีนาคม 55)

“ด้วยรูปแบบ และเนื้อหาที่มีความหลากหลาย ทั้งวิถีโอบรรยายธรรม ลิงค์ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ บทความและภาษาที่เข้าใจง่าย ทำให้สนใจติดตาม และเข้าไปอ่านและนำมาปรับใช้ได้จริง”

(สุวรรณา นนเสื่อเผ่า, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 55)

“เหตุที่ทำให้อยากเข้าไปใช้งานคือ เนื้อหาที่เข้าถึงง่าย ไม่ต้องตีความอะไรมากนัก และ ข้อคิดที่นำมาเผยแพร่ก็เป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวันด้วย”

(ภัทรพร เปรมประเสริฐ, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 55)

“ตัวเฟสบุ๊คเองไม่ได้ดึงอะไรมากนัก ด้วยรูปแบบก็เป็นมาตรฐานอยู่แล้ว แต่สิ่งที่ ดึงดูดให้เข้าไปติดตามก็คือ เนื้อหาด้านใน และการนำวิถีโอบรรยายธรรมะ มานำเสนอเพื่อให้ ติดตามย้อนหลังได้ด้วย ทำให้อยากฟังหรืออยากศึกษาเมื่อไรก็เข้าใช้งานได้ทันที”

(บงกชกร โชติชินเชาน์, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 55)

“เหตุที่ทำให้อยากเข้าไปใช้บริการ เข้าไปอ่าน ฟัง หรือดูเนื้อหาต่าง ๆ ก็เพราะเนื้อหา ด้านในที่ให้แง่คิดในมุมมองที่ดี ทำให้นำมาปรับใช้ในชีวิตจริงได้”

(ดวงอรรธ รักษาพรหมณ์, Creative, สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 55)

“จุดที่ทำให้อยากเข้าไปใช้บริการ คือ หัวข้อและคำโปรยในแต่ละวันที่โพสต์ขึ้นมา ทำให้ อยากเข้าไปอ่านเนื้อหาที่สนใจ และด้วยคำพูดที่อ่านง่าย เข้าใจง่ายทำให้ยังสนใจมากขึ้น”

(อาณัติ จิตตามณี, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 23 มีนาคม 55)

**ความต้องการและประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์
ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี**

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-24 ปี และ 25-34 ปี ได้รับประโยชน์จาก การศึกษาธรรมะ ผ่านเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ในด้านการอ่านเพื่อทำให้สบายใจ ได้ นำแนวคิดมาปฏิบัติใช้ในชีวิตประจำวัน ดังตัวอย่าง

“บางครั้งในเวลาที่เคร่งเครียด เมื่อเข้าไปอ่านทำความเข้าใจในเนื้อหาที่ทำให้ใจสบายขึ้นมาได้บ้าง และเนื้อหาส่วนมากก็ขึ้นเป็นแค่ข้อความสั้นๆ อ่านง่ายเข้าใจง่าย สิ่งที่เราคาดหวังหรือต้องการเพิ่มเติม คือแนวคิดในการปรับตัวอย่างไรให้เข้ากับสังคมในยุคปัจจุบัน แนวคิดด้านอื่นๆ เพิ่มเติม”
(วันมงคล อำนวย, นักศึกษาปริญญาโท, สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 55)

“ได้นำข้อมูลต่างๆ มาคอยเตือนสติเวลาที่เราจะทำอะไร สามารถนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันของเราได้ อยากให้เพิ่มเติมในส่วนของการศึกษา หรือมีการยกตัวอย่างจากเรื่องที่น่ามาให้เห็นภาพได้ชัดเจนและเข้าใจเนื้อหาได้มากยิ่งขึ้น”
(จิตติภม วัฒนยุตตานนท์, นักศึกษาปริญญาโท, สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 55)

“ประโยชน์ที่ได้ก็คือการประหยัดเวลาและนำหลักธรรมที่ได้รับมาปรับใช้กับการเรียนช่วยให้เรามีสติในการใช้ชีวิตวัยเรียนมากขึ้น โดยอาศัยหลักพุทธศาสนาเป็นแนวทางหากศึกษาจากช่องทางอื่น อาจต้องใช้เวลามากในการคิดวิเคราะห์ แต่ทางช่องทางนี้เป็นเนื้อหาที่สั้น กระชับ และตีความได้ง่าย ในเรื่องของการคาดหวัง ก็ไม่ได้คาดหวังอะไรจากเดิมที่มีอยู่ เพราะเมื่อเข้าไปอ่านหรือไปดูเนื้อหา ข้อมูล ก็ได้รับความรู้จากคุณนั้อยู่แล้ว”
(วรพนิต ผ่องสุภา, นักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สัมภาษณ์วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 55)

“ประโยชน์ที่ได้รับ ก็คือสามารถนำแนวคิด หรือหลักธรรมคำสอนมาปรับใช้ในการทำงานในปัจจุบันได้ คาดหวังว่าจะมีคำสอนหรือหลักธรรม ที่ตรงกับชีวิตการทำงานของตนเองเพิ่มเติมบ้าง”
(นิตาภา จรพันธ์ชู, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 23 มีนาคม 55)

“ประโยชน์ที่ได้ก็คือ การนำหลักคิดต่างๆ ที่ได้รับรู้ผ่านเฟสบุ๊ค ได้อ่านทำความเข้าใจและนำมาปรับใช้กับการทำงาน หรือการดำเนินชีวิตในปัจจุบันได้ โดยคาดหวังเพิ่มเติมว่าจะได้แนวคิดเพื่อความสุขแก่ตนเอง และนำไปแนะนำผู้อื่นเพื่อให้เกิดความสงบในจิตใจได้บ้าง”
(สุชาติ ฉัตรวุฒิไกร, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 55)

“ได้รับรู้ถึงพุทธประวัติบางอย่างที่เราอาจจะหลงลืม หรืออาจจะไม่เคยรู้ให้กลับมาปรับรู้อีกครั้งหนึ่ง และอาจจะมี การนำพุทธสุภาษิตบางอย่างที่ตรงกับชีวิตเราในหนึ่ง ก็

(เมธินี ไชยพียงยาง, ครูปฏิบัติกรมมหาวิทยาลัยเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 55)

“ประโยชน์ก็คือ เป็นแง่คิดที่ประทับใจสามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้จริงตาม สถานการณ์ต่างๆ ได้ การคาดหวัง พุทธศาสนาสอนให้คนไม่คาดหวัง แต่ใช้ซึมซับคุณค่าแห่งประสบการณ์ที่ได้รับ ความรู้ที่ได้ซึมซับมาถือว่ามีความคุ้มค่าเพียงพอแล้ว”

(ดวงอรรณ รัชชาพรหมณ์, Creative, สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 55)

“ประโยชน์ก็คือใช้เป็นแนวทางในการดำรงชีวิตได้ หากคิดตามหลักคำสอนต่างๆ จะทำให้เราเป็นคนที่มีจิตใจสงบ รู้จักปล่อยวางในบางเรื่องได้ คาดหวังว่าจะได้รับแนวทางในการดำรงชีวิตในด้านอื่นๆ ที่ตรงกับสังคมในปัจจุบันที่มีแต่ความรุนแรง”

(จันทร์จิรา ชูประสูตร, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 55)

การศึกษาธรรมะผ่านสื่อออนไลน์ กับการศึกษาธรรมะในสถานที่จริง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-24 ปี และ 25-34 ปี มีความเห็นที่แตกต่างกันถึงการศึกษาระบบผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กับการศึกษาธรรมะในสถานที่จริง ดังตัวอย่าง

“การศึกษาระบบผ่านสื่อใดนั้น หรือสถานที่ใดนั้นขึ้นอยู่กับตัวบุคคล ไม่จำเป็นต้องเข้าวัดก็สามารถหาความรู้ด้านพุทธศาสนาได้ หรือมีการศึกษาแนวคิดต่างๆ และนำมาปรับใช้ให้ถูกทาง ก็เกิดประโยชน์กับตนเองแล้ว แต่ถ้าเข้าไปในวัดอาจจะเกรงใจในสถานที่จนทำให้เราสงบจิตใจได้มากขึ้น”

(วันมงคล อำนวย, นักศึกษาปริญญาโท, สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 55)

“การศึกษาระบบในวัด จะได้บรรยากาศมากกว่า ได้เจอพระสงฆ์อาจมีการสนทนาธรรมที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น ได้รับความรู้สึกที่ใกล้ชิดพุทธศาสนามากกว่า ทำให้จิตใจสงบมากกว่า อ่านผ่านหน้าจอมพิวเตอร์”

(ฐิติกมล วทันยุดานนท์, นักศึกษาปริญญาโท, สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 55)

“การศึกษาธรรมะผ่านเว็บไซต์ หรือสื่อออนไลน์นั้น สามารถทำได้สะดวกกว่าการเข้าไปศึกษาในวัด ประหยัดเวลา เพราะอินเทอร์เน็ตสามารถใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา ส่วนการที่จะซึมซับมากน้อยแค่ไหนนั้น ขึ้นอยู่กับความสนใจของตัวบุคคล”

(อารยา ยิ้มไหม, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 24 มีนาคม 55)

“การศึกษาธรรมะผ่านเว็บไซต์เฟสบุ๊ก ไม่ต้องใช้เวลามากในการศึกษาหาความรู้ มีความรวดเร็วและประหยัดเวลา หากต้องเข้าไปศึกษาธรรมะในวัดต้องหาเวลาว่าง วันหยุดหรือต้องใช้เวลาในการเดินทาง”

(วลัยพร อยู่สมุทร, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 20 มกราคม 55)

“หากต้องการศึกษาหรือหารายละเอียดเกี่ยวกับธรรมะอย่างจริงจังแล้ว การเข้าวัดก็เป็นสิ่งที่ดีแต่ต้องมีเวลาในการนั่งฟังพระเทศนาธรรม หรือมีเวลาสนทนาธรรมกับพระจริงๆ แต่ถ้าไม่มีเวลามากนัก การอ่านเนื้อหาหรือหลักธรรมคำสอนผ่านทางสื่อออนไลน์และติดตาม จนเกิดการนำมาปฏิบัติใช้ก็ได้รับประโยชน์เช่นกัน”

(ภัทรพร เปรมประเสริฐ, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 55)

“การศึกษาธรรมะผ่านทางสื่อออนไลน์ ทางเว็บไซต์เป็นสิ่งที่ดีไม่น่าเบื่อ และไม่เคร่งครัด เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการหาที่พึ่งทางใจในบางครั้งคราว และผู้ที่เพิ่งเริ่มต้องการศึกษาธรรมะ”

(จันทร์จิรา ชูประเสริฐ, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 55)

“การศึกษาธรรมะผ่านสื่อออนไลน์ กับการศึกษาภายในวัดแตกต่างกัน โดยสิ้นเชิง คนส่วนมากในปัจจุบันหากไปวัดก็แค่ถวายสังฆทาน ท่องบทสวดมนต์ที่ไม่รู้ความหมาย ไม่ได้เน้นศึกษาเรื่องราวธรรมะหรือสนใจกับหลักคำสอนมากนัก ไม่เน้นการสนทนาธรรมกับพระสงฆ์ เน้นไปทางการเลี้ยงเซียมซี ขอพรมากกว่า แต่การศึกษาผ่านทางเฟสบุ๊ก หรือสื่อออนไลน์ทำให้รู้ถึงหลักคำสอน คำแปลความหมายของภาษาบาลีที่เราท่องไป หากนำคำสอนต่างๆ มาปรับใช้ก็จะเกิดประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น”

(อานัติ จินตาคมณี, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 23 มีนาคม 55)

“การศึกษาระยะผ่านสื่อออนไลน์ กับการเข้าวัดนั้น อาจจะต่างกันในเรื่องของการใช้เวลา การศึกษาผ่านเว็บไซต์ สะดวกทำได้ทุกที่ ทุกเวลา แต่ก็จะได้รู้คำสอนผ่านตัวหนังสือเท่านั้น และขึ้นอยู่กับว่าจะสามารถนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับตนเองได้หรือไม่”

(เมธินี ไชยพียงยาง, ครูปฏิบัติกร, สัมภาษณ์วันที่ 15 มกราคม 55)

ภาษาที่ใช้ในการถ่ายทอดธรรมะผ่านสื่อออนไลน์ ของพระมหาวุฒิชัยวิชิตเมธี

จากการศึกษาพบว่า ความเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ที่มีอายุ 18-24 ปี และ 25-34 ปี มีความเห็นต่อภาษาที่ใช้ถ่ายทอดผ่านสื่อออนไลน์ที่เหมือนกัน ดังตัวอย่าง

“ชอบการใช้ภาษาเข้าใจง่าย เรียบง่าย ไม่ต้องตีความมากนัก”

(กิตติภักดิ์ จรุงฉาย, นักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 55)

“ภาษ่ง่ายๆ ไม่ซับซ้อน เข้าใจแต่ปฏิบัติยาก บางข้อความเป็นภาษาอังกฤษ และมีการแปลเป็นภาษาไทย ถือว่าเป็นเรื่องที่ดี”

(วันมงคล อัมพนธ์, นักศึกษาปริญญาโท, สัมภาษณ์วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 55)

“ภาษาเข้าใจง่าย ไม่ต้องตีความมากนัก อ่านแล้วเข้าใจเลย คิดตามได้ทัน และมีการเพิ่มภาษาอังกฤษขึ้นมาก็ดีขึ้น”

(จิตติภมล วทันยุตตันยนต์, นักศึกษาปริญญาโท, สัมภาษณ์วันที่ 18 มกราคม 55)

“ภาษาเข้าใจง่าย ไม่ยากต่อการทำความเข้าใจ หากเป็นวิดีโอบรรยายธรรม ก็สามารฟังซ้ำได้หลายครั้ง ไม่เบื่อ”

(อารยา ยิ้มไหม, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 24 มีนาคม 55)

“ภาษาเข้าใจง่าย หากเป็นภาษาบาลีหรือ ภาษาอังกฤษก็มีการอธิบายเพิ่มเติมอยู่แล้ว งานต่อการทำความเข้าใจ”

(สุชาติ ฉัตรวุฒิไกร, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 55)

“ภาษาที่ใช้ทำให้เข้าใจเป็นอย่างดี มักเป็นคำสั้นๆ กระชับ ทำให้ตีความได้ง่าย คิดตาม
ได้ทัน”

(จันทร์จิรา ชูประสูตร, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 55)

“ภาษาที่ถ่ายถอดออกมา เข้าใจง่ายพอควรเหมือนเป็นการแปลความหมายจากหลักคำ
สอนต่างๆ และนำมาทำให้สั้นกระชับมากขึ้นเหมาะกับยุคสมัย”

(ภัทรพร เปรมประเสริฐ, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 55)

“ภาษาเข้าใจง่าย ถึงเป็นภาษาบาลีบ้าง แต่ก็มีคำแปลต่อท้าย เป็นภาษาอังกฤษก็มีคำแปล
และมักเป็นคำคมที่เป็นคำคล้องจอง ทำให้อ่านง่าย เข้าใจง่าย”

(บงกชกร โชติชินเชาวน์, พนักงานบริษัทเอกชน, สัมภาษณ์วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 55)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ พระมหาภูติชัย วชิรเมธี” ใช้หลักการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ พระมหาภูติชัย วชิรเมธี รวมถึงศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการเผยแพร่ธรรมะโดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษารูปแบบ เนื้อหา ภาษา ที่ใช้สื่อสารเพื่อเผยแพร่ธรรมะ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ พระมหาภูติชัย วชิรเมธี
2. เพื่อศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

1 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบ เนื้อหา และภาษาที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ รูปแบบ เนื้อหา และภาษาจาก เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม 2555

2 ความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ อายุ 18-24 ปี จำนวน 8 คน และ 25-34 ปี จำนวน 8 คน และเป็นผู้ที่ติดตามความเคลื่อนไหวของเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) พระมหาภูติชัย วชิรเมธี ไม่น้อยกว่า 3 เดือน โดยมีวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. โพสต์ข้อความขออาสาสมัครบนเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี
2. ส่งข้อความการขอสัมภาษณ์ไปยังกล่องข้อความของผู้ที่ติดตามความเคลื่อนไหวเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี
3. ประกาศขออาสาสมัครผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้กับเครือข่ายของผู้วิจัยเอง
4. การบอกต่อกันของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการคัดเลือกมา (Snowball Sampling)

5. หากกลุ่มตัวอย่างโดยตรงไม่ผ่านทางสื่อออนไลน์ ผู้วิจัยเดินทางไปยังสถานที่ปฏิบัติ หอจดหมายเหตุพุทธทาส (สวนโมกข์ กรุงเทพฯ) ซึ่งสถานที่แห่งนี้ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี มีการ มาบรรยายธรรมเป็นประจำ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบอิงโครงสร้างปานกลาง (Semi-Structural Interview) ใช้สัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง แต่ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากช่องทางนี้ ก็ต้องเป็นผู้ใช้งาน เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ตามข้อกำหนดข้างต้นด้วย

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ส่วนที่ 1 รูปแบบ เนื้อหา และภาษาที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารูปแบบการสื่อสารที่ใช้ภายในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี โดยใช้กรอบแนวคิดรูปแบบการนำเสนอแบบมัลติมีเดีย คือ การใช้รูปแบบข้อความตัวอักษร (Text) รูปภาพ (Image) เสียง (Sound) วิดีโอ ลิงค์ดาวน์โหลด (Video Link Download)

ตารางรูปแบบการนำเสนอแบบมัลติมีเดีย ภายในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page)

เมนู	ข้อความตัวอักษร	รูปภาพ	เสียง	วิดีโอ/ลิงค์ ดาวน์โหลด
ไทม์ไลน์	•	•	•	•
เกี่ยวกับ	•			
รูปภาพ	•	•	•	
ถูกใจ	•			
สถานีธรรมะ ว. วชิรเมธี		•		•
Youtube	•	•	•	•
วิดีโอ	•	•	•	•
Rss	•			•
Music	•		•	
บันทึก	•	•		
กิจกรรม	•	•		•
สรุป	10	8	5	6

รูปแบบของการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี ใช้กรอบแนวคิดการนำเสนอแบบมัลติมีเดียพบว่า เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี มีการใช้มัลติมีเดียได้อย่างสมบูรณ์ จากตารางด้านบนเห็นได้ว่า มีการใช้มัลติมีเดียทุกรูปแบบ โดยเป็นการกระจายไปยังเมนูต่างๆ อย่างครบถ้วน โดยมีการใช้ข้อความตัวอักษร (Text) มากที่สุดจำนวน 10 เมนู รองลงคือ การใช้รูปภาพ (Image) จำนวน 8 เมนู วิดีโอ ลิงค์ดาวน์โหลด (Video Link Download) จำนวน 6 เมนู และการใช้เสียง (Sound) 5 เมนู จากตารางยังพบว่าในแต่ละเมนูมีการใช้การนำเสนอแบบมัลติมีเดีย มากกว่า 1 ชนิด ซึ่งเป็นการผสมผสานเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้าใช้งาน

เนื้อหาและภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้านเนื้อหาและภาษาจากเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ในเดือนมกราคม – เดือนมีนาคม 2555 รวมทั้งหมด 45 หัวข้อ ใช้เกณฑ์การแบ่งเนื้อหาเป็นรายเรื่อง ได้แก่ ข้อคิด หลักธรรม คำสอน ข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับพุทธศาสนา และเกณฑ์การใช้ภาษาแบบเป็นทางการและการใช้ภาษาแบบไม่เป็นทางการ

ตารางสรุปความถี่เนื้อหาและภาษา

หัวข้อ	ข้อคิด หลักธรรม คำสอน	ข่าวสาร ประชาสัมพันธ์	ภาษา	
			ทางการ	ไม่เป็นทางการ
เนื้อหาที่ปรากฏบนไทม์ไลน์	35	14	8	35

จากการศึกษาพบว่าภายในเมนูไทม์ไลน์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี เป็นเนื้อหาประเภทข้อคิด หลักธรรม คำสอน มากที่สุดจำนวน 35 หัวข้อ ซึ่งเป็นข้อความที่ให้แง่คิด คติสอนใจ อ่านเพื่อนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ ส่วนเนื้อหาประเภทข่าวสาร เป็นเนื้อหาที่รองลงมาโดยมีจำนวน 14 หัวข้อ ซึ่งเป็นการเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ การบรรยายธรรม การแจ้งข่าวสาร รวมถึงการแจ้งลิงค์ดาวน์โหลด (Link Download) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ หรือเสียงบรรยายธรรม

จากข้อสังเกตของผู้วิจัยที่ได้ทำการศึกษาในส่วนของเนื้อหาที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า บางหัวข้อที่เผยแพร่อาจมีการนำเสนอเนื้อหาหมาหว่า 1 ประเด็น โดยเป็นการนำเสนอควบคู่กัน ไปทั้งข้อคิด หลักธรรมคำสอน และข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ เช่นเรื่อง สติ คำเดียวก็เกิดพอ ธรรมะเตรียมใจรับวิกฤติ โดยท่าย ว.วชิรเมธี เทปบันทึก ธรรมะเตรียมใจรับวิกฤติ

ภาษาที่ใช้สื่อสารเพื่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์

จากการศึกษาพบว่า ภาษาที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะส่วนใหญ่ใช้ภาษาแบบที่ไม่เป็นทางการจำนวน 35 หัวข้อ ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในหมวดของข้อคิด หลักธรรม คำสอน และข่าวสารประชาสัมพันธ์ โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สั้นกระชับ และคล้องจอง เช่น ลมปากผ่านเข้ามาแล้วก็ผ่านไป ถ้าเราไม่ให้ความสำคัญมากเกินไปก็ไม่ทำให้เราเป็นทุกข์ หรือ อย่ารักจนหน้ามืดตามัว กระทบมองไม่เห็นหัวของบิดามารดา ส่วนภาษาที่เป็นทางการจำนวน 8 หัวข้อ โดยจะอยู่ในหมวดของข้อคิด หลักธรรม คำสอน เป็นการใช้ภาษาบาลี และภาษาอังกฤษ ในการอธิบายถึงหลักคำสอน เช่น ทำดีเวลาใด เวลานั้นไชริ์คือฤกษ์ดี มงคลดี เช้าดี รุ่งอรุณดี When a good deed is done, that is an auspicious time, an auspicious morning, and an auspicious dawn. ทำดีเวลาใด เวลานั้นไชริ์คือฤกษ์ดี มงคลดี เช้าดี รุ่งอรุณดี สุนัขขุดตุ้ สุมงคฺคิ สุปภาตํ สุกุญฺจิตฺ เป็นต้น

เนื้อหาประเภทพุทธศาสนาและพุทธประวัติ มีจำนวน 1 หัวข้อ เรื่องเชือกคือโพธิสัตว์ โดยเป็นการให้ดาวน์โหลดผ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) เป็นการบอกถึงลักษณะของโพธิสัตว์

เนื้อหาประเภทข้อคิดหลักธรรม คำสอน มีจำนวน 35 หัวข้อ ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นการให้แง่คิด ในการดำเนินชีวิต เป็นลักษณะของคำคล้องจอง เช่น คนฉลาดชอบแก้งัง คนโง่ชอบเสแสร้งว่าฉลาด ส่วนนักปราชญ์เรียนรู้ที่จะฉลาดและเรียนรู้ที่จะโง่ ความรักไม่ใช่ทุกอย่างของชีวิต อย่าอุทิศทุกอย่าง เพื่อความรักจนเสียผู้เสียคน เป็นต้น

เนื้อหาประเภทข่าวสารประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 13 หัวข้อ เช่น ประมวลภาพงาน"ส่งท้ายด้วยธรรม ด้อนรับด้วยศีล ส่งเสริมการส่งท้ายปีเก่า ด้อนรับปีใหม่แบบชาวพุทธ ณ หอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ (สวนรถไฟ) วันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2554, ท่านว.วชิรเมธี มอบหนังสือธรรมะเล่มใหม่ (กิเลส Management) เพื่อเป็นกำลังใจแก่ ศ.ดร.สุชาติ ชาติธารงเวช ฯ พระมหาวิมลชัย วชิรเมธี เชิญ ศ.ดร.สุชาติ ชาติธารงเวช ร่วมงาน พุทธชยันตี 2600 ปี แห่งการตรัสรู้ เป็นต้น

ภาษาที่ใช้ในการเผยแพร่ ส่วนใหญ่ใช้ภาษาแบบที่ไม่เป็นทางการจำนวน 35 หัวข้อ ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในหมวดของข้อคิด หลักธรรม คำสอน และข่าวสารประชาสัมพันธ์ โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย สั้นกระชับ และคล้องจอง ส่วนภาษาที่เป็นทางการจำนวน 8 หัวข้อ โดยจะอยู่ในหมวดของข้อคิด หลักธรรม คำสอน เป็นการใช้ภาษาบาลี และภาษาอังกฤษ ในการอธิบายถึงหลักคำสอน

5.1.2 ส่วนที่ 2 ความต้องการและความพึงพอใจของการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระมหาอุทัย วชิรเมธี

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลผลการศึกษา ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 16 คน ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 2 ช่วงอายุ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 8 คน และ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี จำนวน 8 คน รวม 16 คน เพื่อศึกษาถึงความต้องการและความพึงพอใจต่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระมหาอุทัย วชิรเมธี สรุปได้ดังนี้

การเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์

จากการศึกษาความพึงพอใจและการเข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ ที่เผยแพร่ธรรมะของพระมหาอุทัย วชิรเมธี ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี และ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี รู้จักสื่อสังคมออนไลน์ที่เผยแพร่ธรรมะนี้จากการแนะนำของเพื่อนในเฟซบุ๊ก (Facebook) ด้วยการแชร์ลิงค์ (Link) ต่อๆ กันในเฟซบุ๊ก (Facebook) และกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวยังมีการใช้งานในระยะเวลาที่ใกล้เคียงกัน โดยเข้าใช้งาน หรือร่วมเป็นแฟนเพจ (Fan Page) มาแล้วตั้งแต่ 3-9 เดือน และมากที่สุดใช้งานมานานกว่า 1 ปี

ความสนใจต่อรูปแบบการนำเสนอ

จากการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-24 ปี และ 25-34 ปี มีความสนใจต่อรูปแบบภายในเว็บไซต์ ที่ไม่ต่างกัน โดยให้เหตุผลว่า สนใจในรูปแบบการนำเสนอภายในเว็บไซต์ ที่มีรูปแบบที่เรียบง่าย ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย หากเป็นภาษาบาลีก็จะมีคำแปลต่อท้าย และยังมีการแทรกภาษาอังกฤษทำให้ดูทันสมัยมากขึ้น เนื้อหาในการเผยแพร่ธรรมะก็สั้นกะชับ ได้ใจความ ทำให้ไม่น่าเบื่อ และยังมีบรรยายธรรมในรูปแบบของวิดีโอ (Video) ให้เลือกชมอีกด้วย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนมากจะเน้นไปที่การอ่านข้อความที่มีการโพสต์ขึ้นมาในหน้ากระดานสนทนา (wall) หากชื่นชอบข้อความดังกล่าวก็จะไปคลิกถูกใจ (like) ให้กับข้อความนั้น และอาจจะส่งต่อข้อความที่ประทับใจไปยังกลุ่มเพื่อนในเฟซบุ๊กของคนอีกด้วย

เหตุจูงใจที่ให้เข้าไปใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี

จากการศึกษาความต้องการและความพึงพอใจที่เป็นเหตุจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างเข้าไปใช้งานสื่อออนไลน์ที่เผยแพร่ธรรมะของพระมหาภูติชัยวชิรเมธี พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-24 ปี และ 25-34 ปี ให้ความเห็นที่ไม่ต่างกันถึงเหตุจูงใจให้เข้าไปใช้งาน คือ เน้นไปที่เนื้อหาที่น่าสนใจ มีข้อคิดคำคมที่ให้แง่คิดเกี่ยวกับธรรมะที่เข้ากับยุคสมัย ไม่ต้องตีความมาก อีกทั้งรูปแบบและเนื้อหาที่มีความหลากหลาย มีทั้งรูปภาพ บทความ วิดีโอ และเสียงบรรยายธรรม ที่ทำให้น่าสนใจและอยากติดตามเข้าไปดูอย่างต่อเนื่อง

ความต้องการและประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ที่มีอายุ 18-24 ปี และ 25-34 ปี มีความต้องการและความพึงพอใจต่อประโยชน์ จากการศึกษาระบบผ่านสื่อออนไลน์ ไม่แตกต่างกัน โดยสรุปได้คือ ประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับคือความสะดวกในการศึกษาระบบ การได้รับข้อคิดที่ดี และนำข้อคิดที่ได้รับไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ ยกตัวอย่างเช่น วันมงคล อำพนธ์ อายุ 24 ปี นักศึกษาปริญญาโท กล่าวว่า “ในเวลาที่เคร่งเครียด เมื่อเข้าไปอ่านทำความเข้าใจในเนื้อหาที่ทำให้ใจสบายขึ้นมาได้บ้าง” หรือ วรพนิต ผ่องสุภา อายุ 22 ปี นักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กล่าวว่า “นำหลักธรรมที่ได้รับมาปรับใช้กับการเรียน ช่วยให้เราใช้ชีวิตได้มีความสุขมากขึ้น” ความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ต่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่มีความเห็นที่ไม่ต่างกัน คือ ต้องการให้มีการเพิ่มหลักคิดในการใช้ชีวิตในสังคมปัจจุบัน ที่มีแต่ความวุ่นวายมากขึ้น พร้อมทั้งต้องการให้มีตัวอย่างหรือภาพประกอบเนื้อหาอื่นๆ

การศึกษาระบบผ่านสื่อออนไลน์ กับการศึกษาระบบในสถานที่จริง

จากการศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ที่มีต่อการศึกษาระบบผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กับการศึกษาระบบในสถานที่จริงนั้น มีความเห็นที่ไม่ต่าง คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-24 ปี เห็นว่า การศึกษาระบบผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้นจะได้ผลอย่างไรขึ้นอยู่กับตัวบุคคล ไม่ได้ขึ้นอยู่กับสถานที่ เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25-34 ปี เห็นว่า การศึกษาระบบผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ก็จะได้รับความสะดวกในแง่ของ อยู่ที่ไหนก็สามารถเข้าถึงได้ ทุกที่ทุกเวลา ไร้ขีดจำกัด แต่หากการเข้าไปศึกษาในวัด ต้องใช้เวลา และมีเวลามากพอหากต้องการศึกษาระบบอย่างจริงจัง

ภาษาที่ใช้ในการถ่ายทอดธรรมะผ่านสื่อออนไลน์ ของพระมหาภูติชัยวชิรเมธี

จากการศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ ภาษาที่ใช้ถ่ายทอดผ่านสื่อออนไลน์ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-24 ปี และ อายุ 25-34 ปี มีความเห็นที่ไม่ต่อกันคือ ภาษาที่ใช้เผยแพร่หลักธรรมะเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย ใช้ข้อความที่สั้นกระชับ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ หากมีการใช้ภาษาบาลีสันสกฤต ก็จะมีคำแปลประกอบ เช่นเดียวกับภาษาอังกฤษ ก็จะมีคำแปลต่อท้าย ทำให้น่าสนใจและอยากที่จะเข้าไปอ่าน ถ้อยคำที่สื่อสารออกมา จะเป็นคำกลอน คำคล้องจอง หรือถ้อยคำสั้นๆ ที่อ่านแล้วกินใจ เหมาะกับช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง “การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของ พระมหาภูติชัย วชิรเมธี” สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

สื่อสังคมออนไลน์ของพระมหาภูติชัย วชิรเมธี เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะ ด้วยยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป คนในยุคปัจจุบันให้ความสนใจกับสื่อออนไลน์ หรือ Social Media อย่าง เฟซบุ๊ก (Facebook) กันมากขึ้น เห็นได้จาก การจัดอันดับของเว็บไซต์ Alexa.com แสดงการจัดอันดับเว็บไซต์ในประเทศไทย ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดพบว่า เฟซบุ๊ก (Facebook) มีผู้นิยมใช้งานมากเป็นอันดับสองรองจากกูเกิลประเทศไทย และผู้ใช้งานส่วนใหญ่ก็ยังเป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน ที่มีอายุเฉลี่ยตั้งแต่ 18 – 34 ปี จากการอ้างอิงของ จากเว็บไซต์ Check Facebook ที่แสดงสถิติผู้ใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) ในประเทศไทย เมื่อวันที่ 20 มกราคม 2555 แบ่งตามช่วงอายุ พบว่า จำนวนสมาชิกของผู้ใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) ในไทยมีมากถึง 11,128,080 คน คิดเป็นสัดส่วน 82.95% จากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในไทย จากสถิติดังกล่าวพบว่าช่วงอายุ 18-24 ปี เป็นกลุ่มที่ใช้งานมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วน 34.3% รองลงมาคือช่วงอายุ 25-34 ปี คิดเป็นสัดส่วน 29.4% และจากจำนวนผู้ใช้ที่ใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มีมากกว่า 11 ล้านคนนั้น ยังมีการจัดอันดับ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย จากเว็บไซต์ marketingbyte.com ได้จัดให้ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Pages) ของ พระมหาภูติชัย วชิรเมธี อยู่ในอันดับ 4 เนื่องจากมีจำนวนผู้ติดตามมากกว่า 500,000 ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 20 มกราคม 2555)

โดยเนื้อหาภายในเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของ พระมหาภูติชัย วชิรเมธี นั้นมีวัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ธรรมะผ่านทางสื่อออนไลน์ นั่นคือ การคำสอน ขององค์สัมมาสัมพุทธเจ้าเป็นแล้วทางในการให้แง่คิด หลักธรรม ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่สนใจผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ โดยเป็นการนำคำสอนนั้น มาปรับให้เข้ากับยุคสมัย และสื่อออกมาในเนื้อหาที่สั้นกระชับ ได้ใจความ ตรงกับเหตุการณ์ในปัจจุบัน และปรับแต่งเนื้อหาให้ตรงใจวัยรุ่น โดยใช้คำที่เรียบง่าย

จากการศึกษาเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 16 คน ซึ่งแบ่งตามอายุ ได้กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น อายุ 18-24 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในวัยทำงาน อายุ 25-34 ปี สามารถอภิปรายผลการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ได้ดังนี้

พุทธศาสนาเป็นเรื่องของการนำหลักธรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต ดังนั้นเกือบทุกเรื่องในการดำเนินชีวิตก็มักจะมี การนำหลักธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง มาปรับให้เข้ากับการใช้ชีวิตในปัจจุบัน กลุ่มวัยรุ่นและผู้ที่ยังเพิ่งเริ่มต้นชีวิตการทำงาน ก็มักจะมีปัญหาในเรื่องต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการเรียน ความรัก หรือเรื่องครอบครัว การคบเพื่อน เป็นต้น

ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุดังกล่าวต้องพบเจอกับปัญหาที่หลากหลาย หากมีการนำหลักธรรมมาปรับใช้ในการแก้ไขปัญหา ก็อาจจะทำให้ปัญหาต่างๆ เบาลงได้ ทั้งกลุ่มตัวอย่างยังเป็นผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต เสมือนเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน จึงทำให้การรับรู้ธรรมผ่านสื่อออนไลน์ทำได้โดยง่ายด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของแคทซ์และคณะ (Katz & Others) ได้ศึกษาและอธิบายถึงปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อของผู้ใช้สื่อหรือผู้รับสารดังนี้ 1.สภาพทางสังคมและลักษณะทางจิตวิทยาของผู้รับสาร (The Social And Psychological Origins) ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันออกไป 2. ความต้องการและความคาดหวังในการใช้สื่อของผู้รับสาร (Needs, Expectation of the Mass Media) ที่แตกต่างกัน ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจที่แตกต่างกันออกไปโดยทั้งสองปัจจัยนี้ สรุปได้ว่าความพึงพอใจที่แตกต่างกันจึงนำไปสู่ผลของพฤติกรรม的开รับสารที่แตกต่างกันนั่นเอง

จากการศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อ การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของพระมหาวิชัย วชิรเมธี ผ่าน เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Page) ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18-24 ปี และ อายุ 25-34 ปี กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มีความสนใจในธรรมะและความพึงพอใจจากการเข้าใช้งาน โดยมีลักษณะความสนใจที่คล้ายกัน คือ มีความสนใจใน

อีกทั้งสื่อที่กลุ่มตัวอย่างจะเข้าถึงในการศึกษาธรรมะ ก็ยังมีความเห็นเหมือนกันคือ มักจะเริ่มต้นจากสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือธรรมะ จนกระทั่งสื่อออนไลน์ อย่างเฟสบุ๊กของท่าน ว. วชิรเมธี เนื่องจากการเข้าใช้งานสามารถทำได้ทุกที่เพียงแค่มีอินเทอร์เน็ต ก็จะได้รับความสะดวกสบายในการศึกษาธรรมะ โดยจะเน้นไปที่การอ่านข้อความเพื่อทำความเข้าใจเอง และมักจะไม่มีการโต้ตอบกลับไปยังข้อความที่โพสต์ขึ้น หรือแม้แต่การส่งข้อความเพื่อถามคำถามด้านพุทธศาสนา แต่หากพึงพอใจ หรือถูกใจกับเนื้อหาของข้อความ ก็จะเข้าไปกดถูกใจ (like) เพื่อแสดงออกถึงความพอใจ แต่กลุ่มตัวอย่างสามารถนำหลักคิดที่ได้รับมาปรับใช้ให้เข้ากับชีวิตประจำวันของตนเองได้

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยพบว่า ถึงแม้การเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของพระมหาวิฑูริชัชวชิรเมธี จะได้รับความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง แต่ก็ยังคงเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ความสนใจด้านธรรมะอยู่แต่เดิมแล้ว เพียงแต่ให้ความสนใจผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Pag) ค่อนข้างที่เข้าถึงง่าย สะดวกต่อการศึกษา และกลุ่มตัวอย่างยังเป็นผู้ที่เข้าใช้งาน เฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ก่อนแล้ว

แต่หากเป็นผู้ที่ไม่สนใจด้านธรรมะหรือให้ความสำคัญด้านพุทธศาสนามากนัก ก็อาจจะไม่สนใจที่จะเข้ามาชม เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Pag) ของพระมหาวิฑูริชัชวชิรเมธี ดังนั้นควรมีการเพิ่มรูปแบบและเนื้อหาที่จะทำให้ผู้ที่ไม่มีพื้นฐานความสนใจด้านธรรม ให้หันมาสนใจ และรู้สึกถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้าใช้งาน

อีกทั้ง ควรมีการปรับปรุงพัฒนา สื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fan Pag) ของพระมหาวิฑูริชัชวชิรเมธี ในด้านเนื้อหาให้เข้ากับยุคสมัยอยู่เสมอ เพื่อทำให้กลุ่มที่สนใจและติดตามอยู่แล้วนั้น เข้ามาใช้งานบ่อยครั้งขึ้นเพื่อประโยชน์ในการขัดเกลาพฤติกรรมและความคิดของคนในสังคมยุคปัจจุบัน

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาข้อมูลสื่อออนไลน์เฟสบุ๊กเพียงอย่างเดียว ในอนาคตควรศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ หรือเปรียบเทียบ เกี่ยวกับสื่อออนไลน์ที่เผยแพร่ธรรมะในรูปแบบอื่น เช่น สื่อเว็บไซต์

2. การศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ในครั้งนี้เป็นการในครั้งนี้เป็นการศึกษาสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ในอนาคตควรศึกษาในเชิงปริมาณ

3. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อออนไลน์ของพระมหาวิชัย วชิรเมธี กับ พระท่านอื่น ว่ามีการสื่อสารในลักษณะใด และต่างกันอย่างไร

ป
ร
ร
ณ
น
ุ
ก
ร
ม

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กิดานัน มลิตทอง. (2543). เทคโนโลยีการศึกษาและวัฒนธรรม. (พิมพ์ครั้งที่ 2), กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทัศนีย์ จันทร. การสื่อสารเพื่อการพัฒนา. หน่วยที่ 9-15. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2549). ระเบียบวิจัยการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์.
- ศรีนลิน พิมพ์ประเสริฐ. (2552). สนุกเล่นเป็นเร็ว facebook&twitte: กรุงเทพฯ: โปรวิชั่น.
- เสถียร เขยประทับ. (2535) การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิทยานิพนธ์

- เกลียวพร พุทธิภิญโญ. (2551). การเผยแพร่ธรรมะในสังคมไทยร่วมสมัย ศึกษาเปรียบเทียบวรรณกรรมของว.วชิรเมธีและดังตฤณ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล
- จารุวรรณ กิตตินราภรณ์. (2547) พฤติกรรมการเปิดรับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เวิลด์ ไวด์ เว็บ (world wide web: www) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
- จิราพร เนติธาดา. (2542) วิธีการถ่ายทอดธรรมะของหลวงพ่ocha สุภัทโท. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

พุฒิรัตน์ กมลชัยสกุล. (2550). รูปแบบการสื่อสารธรรมะเพื่อเยาวชนผ่านเว็บไซต์.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการพัฒนาการ. กรุงเทพฯ:

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เพ็ญทิพย์ จิรพินธุสรณ์. (2539) พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของ

นักศึกษา และบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วิทยานิพนธ์

ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วรรณพร กลิ่นบัว. (2552) การสร้างเครือข่ายทางสังคมผ่าน www.facebook.com ของกลุ่มวัย

ทำงาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย.

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต,

วิทวัส เกื้อนทอ. (2543) รูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏในบทสนทนาบนเครือข่ายไออาร์ซี.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย

รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์. (2542) มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ :

กรณีศึกษา www.pantip.com และ www.sanook.com. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา

เทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศุภัญญา ตั้งเรืองเกียรติ. (2545). การวิเคราะห์รูปแบบ และเนื้อหาของนิทานไทยบนสื่อ

อินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อรณี ฝูงวรรณลักษณ์. (2538) การเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจใน

รายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัญชลี ธีรเนตร. (2543). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจในหลักคำสอนของ

พระพุทธเจ้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

การจัดอันดับเว็บไซต์ในประเทศไทย. (2555). สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2555, จาก

<http://www.alex.com/topsites/countries/TH>

การจัดอันดับเฟสบุ๊กเพจ. (2555)สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2555,จาก

<http://marketingbyte.com/pagerank>

สถิติผู้ใช้เฟสบุ๊ก. (2555) ในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2555, จาก

<http://www.checkfacebook.com>

ภาษาต่างประเทศ

ARTICLES

Horowitz, E.L. (1964). "Spatial Localization of the Self." **Journal of Social Psychology**, 1964, 193.5. 379-387.

Kaplan Andreas M., Haenlein Michael, (2010), "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media." **Business Horizons**, 2010, Vol. 53 Issue 1. 59-68



ภาคผนวก



ประวัติ-เกียรติคุณ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี (ว.วชิรเมธี)



วันเดือนปีเกิด

๒๕ มกราคม ๒๕๑๖

การศึกษา

ป.ธ.๕ สำนักวัดเบญจมบพิตรดุสิตวนาราม (๒๕๔๓)

ศษ.บ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (๒๕๔๓)

พธ.ม. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (๒๕๔๖)

การทำงาน

อาจารย์พิเศษ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ ราชวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร

อาจารย์พิเศษ สถาบันพระปกเกล้า วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร โรงเรียนนายร้อย ตำรวจสามพราน โรงเรียนเตรียมทหาร

อาจารย์พิเศษและวิทยากรบรรยายพุทธศาสนากับศาสตร์ร่วมสมัย ของมหาวิทยาลัย และสถาบันการศึกษาชั้นนำของรัฐและเอกชนมากมาย เช่น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยนเรศวร เป็นต้น

เป็นอนุกรรมการทูตสันติภาพฝ่ายศาสนสัมพันธ์ โครงการทูตสันติภาพ (Ambassador for Peace) ของสหพันธ์นานาชาติและศาสนาเพื่อสันติภาพโลก (ประเทศไทย) สหพันธ์สันติภาพสากลเป็นที่ปรึกษา คณะกรรมการส่งเสริมการอ่านเพื่อสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต กระทรวงศึกษาธิการ

เป็นคอลัมนิสต์เขียนบทความเชิงวิชาการ กึ่งวิชาการ และบทความทั่วไปให้กับหนังสือพิมพ์และ นิตยสารมากมาย เช่น เนชั่นสุดสัปดาห์ มติชนสุดสัปดาห์ ประชาชาติธุรกิจ โพสต์ทูเดย์ กรุงเทพธุรกิจ แพรว WE HEALTH & CUISINE ชีวิต ชีวิตต้องสู้ who ฯลฯ

เป็นวิทยากรบรรยายธรรมและนำภาวนาตามสถาบันและองค์กรของรัฐรวมทั้งเอกชน ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

เป็นผู้ก่อตั้งสถาบันวิมุตตยาลัย (Vimuttayalaya Institute) : อันเป็นสถาบันเพื่อการศึกษา วิจัย ภาวนา และนำเสนอภูมิปัญญาทางพุทธศาสนาสู่ประชาคมโลก โดยเน้นปรัชญาการทำงานใน ลักษณะพุทธศาสนาเพื่อสันติภาพโลก (Buddhism for World Peace)

เป็นผู้ก่อตั้งเว็บไซต์ Dhammatoday.com (ธรรมะออนไลน์ เพื่อไทยเพื่อโลก)

เป็นผู้ริเริ่มเผยแพร่ธรรมะนวัตกรรมผ่าน Facebook, twitter อันเป็นการเปิดมิติใหม่ในการเผยแพร่พุทธศาสนาโดยใช้เทคโนโลยีแห่งยุคข้อมูลข่าวสารในการประยุกต์พุทธธรรมสำหรับคนรุ่นใหม่

เป็นวิทยากรประจำรายการ โทรทัศน์หลายรายการ เช่น ชุมชนนิมนต์ยิ้ม (ช่อง ๓), ธรรมะคิดปีก (ทีวีไทย), เมืองไทยวาไรตี้ (ททบ. ๕), กล้าคิดกล้าทำ (ททบ. ๕), พุทธประทีป (ททบ. ๕), สยามทูเดย์ (ททบ. ๕) ที่นี้หมอซิด (ช่อง ๗), เช้านี้ที่หมอซิด(ช่อง ๗), ดาสว่าง (ช่อง ๘) มหัศจรรย์แห่งปัญญา (ช่อง ๑๑), รอยธรรม, ธรรมภาวิวัฒน์ (ASTV), และอื่นๆ

เป็นวิทยากรบรรยายรายการวิทยุ คลื่นการเดินทางของความคิด FM ๘๖.๕ MHz รายการคลื่นลูกใหม่ FM ๘๓.๐ MHz

ผลงานนิพนธ์ภาษาไทย

ผลงานนิพนธ์ภาษาไทยมีมากกว่า ๑๐๐ เล่ม เช่น ธรรมะคิดปีก ธรรมะดับร้อน ธรรมะหลับสบาย ธรรมะบันดาล ธรรมะทำไม ธรรมะรับอรุณ ธรรมะราตรี ธรรมะเกร็ดแก้ว ธรรมะสบายใจ ธรรมะทอรั้ง ธรรมะชาลันด้วย ฝนตกไม่ต้อง ฟ้าร้องไม่ถึง สบตากับความตาย ในหลวงครองราชย์พุทธทาสครองธรรม หนังสือเรียนพระพุทธศาสนา (ม. ๑ - ม. ๖) กำลังใจแค่ชีวิต DNA ทางวิญญาณ ตายแล้วเกิดใหม่ตามนัยพุทธศาสนา คลื่นนอกคลื่นใน ตื่นรู้ด้วยรัก ทุกข์ กระทบธรรมกระเทือน สิ่งสำคัญไม่อาจเห็นด้วยตา แต่ปล่อยก็ลอยตัว ธรรมิกประชาธิปไตย (Buddhist Democracy) ธรรมิกเศรษฐศาสตร์ (Buddhist Economics) ตะแครงร้อนทอง วายทวน น้ำ ลายแทงแห่งความสุข มองลึก นึกไกล ใจกว้าง รู้ก่อนตาย ไม่เสียชาติเกิด เปลี่ยนเคราะห์ให้เป็นโชค -เปลี่ยนโรคให้เป็นครู งานสัมฤทธิ์ ชีวิตรื่นรมย์ ความทุกข์มาโปรด ความสุขไปรยปราย คิดถูก ไปรุ่งใส ใจสูง เป็นต้น

ภาษาอังกฤษ

ผลงานนิพนธ์ภาคภาษาไทย ที่ได้รับการแปลเป็นภาษาอังกฤษ ประกอบด้วย

ธรรมะหลับสบาย ANGER MANAGEMENT

ธรรมะทอรัรัก LOVE MANAGMENT

ธรรมะรับอรุณ DHARMA AT DAWN

ธรรมะราตรี DHARMA AT NIGHT

สบตากับความตาย LOOKING DEATH IN THE EYE

ธรรมะสบายใจ MIND MANAGEMENT

เมตตาธรรม TRUE LOVE

มณุษยธรรม THE FIVE PRECEPTS

อนึ่ง หนังสือ “ธรรมะหลับสบาย ธรรมะทอรัรัก สบตากับความตาย และคลื่นนอก คลื่นใน” นอกจากได้รับการแปลเป็นภาษาอังกฤษแล้ว ปัจจุบันยังได้รับการแปลเป็นภาษาอินโดนีเซีย ภาษาจีน ภาษาฝรั่งเศส ภาษาญี่ปุ่น ภาษาอิตาลีและภาษาคัทซ์ อีกด้วย

เกียรติคุณและรางวัล

พ.ศ. ๒๕๔๗ ผลงาน “ธรรมะติดปีก” ได้รับการนำไปดัดแปลงเป็นละครโทรทัศน์ทางไทยทีวีสีช่อง ๓ ได้รับรางวัลจากสถาบันต่างๆ กว่าสิบรางวัล

พ.ศ. ๒๕๔๘ รางวัล “ผู้มีผลงานด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนาดีเด่น” (จากผลงานนิพนธ์ ๔ เรื่อง คือ ธรรมะติดปีก ธรรมะหลับสบาย ธรรมะดับร้อน ธรรมะบันดาล) จากมูลนิธิศาสตราจารย์พิเศษจางงัก ทองประเสริฐ ราชบัณฑิต

พ.ศ. ๒๕๔๘ สถาปนาเพื่อสันติภาพโลก ยกย่องเป็น “ทูตสันติภาพโลก”

พ.ศ. ๒๕๔๙ นิตยสาร Positioning ยกย่องให้เป็นหนึ่งใน “๕๐ ผู้ทรงอิทธิพลของสังคมไทยปี ๒๕๔๙”

พ.ศ. ๒๕๔๙ รางวัล “The Great Dharma Putta Award” (พระธรรมทูตผู้มีผลงานดีเด่น ระดับโลก) จากรัฐบาลและคณะสงฆ์แห่งประเทศไทยศรีลังกา และองค์กร WBSY (World Buddhist Sangha Youth) ในฐานะเจ้าภาพจัดงาน “สมโภช ๒๕๕๐ ปีแห่งพระพุทธศาสนายุคกาล” (The Celebration of 2550th Buddha Jayanti)

พ.ศ. ๒๕๕๐ รางวัล BUCA HONORARY AWARDS ในฐานะผู้มีผลงานโดดเด่นในการนำเสนอธรรมะแบบอินเทรนด์ และมีคุณูปการต่อวงการวิชาชีพนิเทศศาสตร์ จากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

พ.ศ. ๒๕๕๐ รางวัล “รัตนปัญญา” (Gem of Wisdom Award) ซึ่งเป็นรางวัลเกียรติยศสำหรับพระสงฆ์ผู้ทรงภูมิปัญญาเป็นเอก จากคณะสงฆ์และประชาชนจังหวัดเชียงราย

พ.ศ. ๒๕๕๐ รับ พระราชทานรางวัล “เสนาเสมาธรรมจักรทองคำ” ในฐานะผู้ทำคุณประโยชน์ต่อพระพุทธศาสนา สาขาการแต่งหนังสือทางพระพุทธศาสนา จากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในงานสัปดาห์วิสาขบูชาโลก ณ มณฑลพิธีท้องสนามหลวง

พ.ศ. ๒๕๕๐ รับ พระราชทานรางวัล “บุคคลผู้ทำคุณประโยชน์ต่อเยาวชน” สาขาการศึกษาและวิชาการ จากสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร เนื่องในโอกาสวันเยาวชนแห่งชาติ ณ อาคารกีฬาเวสน์ ๒ ศูนย์เยาวชนกรุงเทพมหานคร (ไทย-ญี่ปุ่น)

พ.ศ. ๒๕๕๐ รางวัล “Young & Smart Vote 2007 สาขาคนรุ่นใหม่ที่มีบทบาทต่อสังคม” จากนิตยสารสัปดาห์ บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)

พ.ศ. ๒๕๕๐ รางวัล “ผู้มีอุปการคุณต่อวงการห้องสมุด และการศึกษาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์” จากสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

พ.ศ. ๒๕๕๑ รางวัล “นักเขียนบทความดีเด่นประจำปี ๒๕๕๑” จากมูลนิธิ ม.ร.ว. อายุมงคล โสณกุล

พ.ศ. ๒๕๕๑ รางวัล “กิตติคุณสัมพันธ์ “สังข์เงิน” ในฐานะผู้ที่มีผลงานการประชาสัมพันธ์ดีเด่น จากสมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย ณ ดิเกสันดิไมตรี ทำเนียบรัฐบาล

พ.ศ. ๒๕๕๑ รางวัล “ผู้มีอุปการคุณต่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนา” ของมูลนิธิรวมใจเผยแผ่ธรรมะ จากสมเด็จพระพุฒาจารย์ (เกี่ยว อุปเสโณ) ประธานคณะผู้ปฏิบัติหน้าที่สมเด็จพระสังฆราช

พ.ศ. ๒๕๕๑ รางวัล “ผู้นำเพ็ญประโยชน์ในการพัฒนาจิต ประจำปี ๒๕๕๑” จากสภาชาวพุทธ ร่วมกับมูลนิธิโลกทิพย์

พ.ศ. ๒๕๕๑ รางวัล “ผู้ทำคุณประโยชน์และสร้างชื่อเสียงให้แก่บัณฑิตวิทยาลัย” จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พ.ศ. ๒๕๕๑ รางวัล “ลูกที่มีความกตัญญูกตเวทีย่างสูงต่อแม่ ประจำปี ๒๕๕๑” จากสภาสังคมสงเคราะห์แห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

พ.ศ. ๒๕๕๑ ได้รับการคัดเลือกเป็น “๑ ใน ๑๐๐ บุคคลผู้เป็นแรงบันดาลใจ” (100 idols) จากนิตยสาร a day

พ.ศ. ๒๕๕๑ ได้รับการยกย่องจากกรุงเทพมหานครธุรกิจและกรุงเทพมหานครออนไลน์เป็น นักคิด นักเขียนแห่งปี

พ.ศ. ๒๕๕๑ ได้รับการยกย่องจากหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ให้เป็น “คนรุ่นใหม่ผู้เป็น ความหวัง”

พ.ศ. ๒๕๕๒ ได้รับการโหวตให้เป็นสุดยอดนักคิด ปี ๒๕๕๑ จากสถานีวิทยุ อสมท. F.M. ๙๖.๕ MHz คลื่นความคิด

พ.ศ. ๒๕๕๒ รางวัล “บุคคลต้นแบบคนดีศรีแผ่นดินปี ๒๕๕๑” จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

พ.ศ. ๒๕๕๒ รางวัล “พุทธคุณูปการ รัชตเกียรติคุณ” ผู้มีพุทธคุณูปการต่อ พระพุทธศาสนา จากคณะกรรมการการศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม สภาผู้แทนราษฎร

พ.ศ. ๒๕๕๒ ได้รับการคัดเลือกให้เป็น ๒๐ คนกรุงที่น่าจับตามอง (The Bangkok Hot List : ๒๐ people to watch) จากเว็บไซต์ซีเอ็นเอ็นเอ็นจีโอเอเซีย

พ.ศ. ๒๕๕๒ มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่ ถวายปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์

พ.ศ. ๒๕๕๓ รางวัลผู้ใช้ภาษาไทยดีเด่นประจำปี ๒๕๕๓ จากกระทรวงวัฒนธรรม

พ.ศ. ๒๕๕๓ รางวัลผู้ทำคุณประโยชน์ด้านนันทนาการ สาขาการอ่าน การพูด การเขียน จากกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา

พ.ศ. ๒๕๕๓ รางวัล “พุทธคุณูปการ กาญจนเกียรติคุณ” ผู้มีพุทธคุณูปการต่อ พระพุทธศาสนา จากคณะกรรมการการศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม สภาผู้แทนราษฎร

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

ประวัติการศึกษา

นางสาวธนิพร จุลศักดิ์

ระดับปริญญาตรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ปีการศึกษา 2547