

นิตยสารซีเคร็ตกับการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสุขภาพทางจิตวิญญาณ



นางสาววิวรรธนี สุขยศ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

SECRET MAGAZINE AND COMMUNICATION TO PROMOTE SPIRITUAL HEALTH.



Miss Vivatthanee Sukyot

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts Program in Journalism and Information  
Department of Journalism

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2009

Copyright of Chulalongkorn University



วืวรรณี สุขยศ : นิตยสารซีเคริตกับการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสุขภาพทางจิต-  
วิญญาณ (SECRET MAGAZINE AND COMMUNICATION TO PROMOTE  
SPIRITUAL HEALTH.) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.  
ณรงค์ ขำวิจิตร, 172 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์กร นโยบาย จุดมการณ์ในการผลิตนิตยสาร และการจัดการด้านการตลาดของนิตยสาร Secret เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาพทางจิตวิญญาณในนิตยสาร Secret และเพื่อศึกษาการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้รับสารหลังจากที่ได้่านนิตยสาร Secret ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารและคณะผู้จัดทำนิตยสารซีเคริต และการวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารซีเคริต ตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 ถึงเดือนธันวาคม 2552 รวมถึงการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามทั้งคำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด เพื่อถามทัศนคติของผู้่านนิตยสารซีเคริตที่มีต่อเนื้อหาในนิตยสารซีเคริต มาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาในส่วนของการสัมภาษณ์ผู้บริหารและคณะผู้จัดทำนิตยสารซีเคริต พบว่า นิตยสารซีเคริตเป็นองค์กรที่มีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน ในส่วนของนโยบายทางผู้บริหารบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) จะเป็นฝ่ายกำหนดทิศทางของนิตยสาร การลงโฆษณา และนโยบายอื่นๆที่เกี่ยวกับนิตยสารซีเคริต ในส่วนของบรรณาธิการ กองบรรณาธิการ ช่างภาพ และกราฟฟิคดีไซน์ จะรับผิดชอบในส่วนของภาพประกอบและเนื้อหาตลอดจนการจัดวางคอลัมน์และภาพประกอบในทุกคอลัมน์ของนิตยสารซีเคริต ในส่วนของการตลาดของนิตยสารซีเคริตก็มีการรูปแบบจัดการการตลาดใกล้เคียงกับนิตยสารเล่มอื่นๆ

ในส่วนของการวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารซีเคริตทั้ง 24 ฉบับ พบว่า เนื้อหาในนิตยสารซีเคริต ได้มีการนำเสนอประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจิตวิญญาณจากเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้ทั้งหมด 17 เกณฑ์มากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ 1. ความสุข 2.ความรัก 3.สังขรณ์ของชีวิต 4.ความดีงามและความทุกข์ 5.สติ และมีการนำเสนอประเภทของโฆษณาในนิตยสารซีเคริตมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1.โฆษณาเกี่ยวกับองค์กร และบริษัทห้างร้านต่างๆ 2.โฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพและอาหาร 3.โฆษณาเกี่ยวกับความสวย ความงาม

ในส่วนของการวิเคราะห์ผลแบบสอบถามจากผู้่านนิตยสารซีเคริตจำนวน 200 คน พบว่า มีการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์หลังจากที่ได้่านนิตยสารซีเคริตในระดับที่มากและให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่านิตยสารซีเคริตสามารถส่งเสริมสุขภาพทางจิตวิญญาณของผู้่านได้จริง

ภาควิชา วารสารสนเทศ ลายมือชื่อนิสิต..... วืวรรณี สุขยศ  
สาขาวิชา วารสารสนเทศ ลายมือชื่ออ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....  
ปีการศึกษา 2552

## 5184732028 : MAJOR JOURNALISM

KEYWORDS : DHARMA / COMMUNICATION / SPIRITUAL HEALTH

VIVATTHANEE SUKYOT : SECRET MAGAZINE AND COMMUNICATION

TO PROMOTE SPIRITUAL HEALTH. THESIS ADVISOR : ASST.PROF.

NARONG KHAMWIJIT, Ph.D., 172 pp.

The objective of this research is to study in the organization, policy, ideology in publishing magazines and the management in marketing of 'Secret' magazine which studying in the presentation about dharma detail about communication to promote spiritual health in the 'Secret' magazine. And studying in openness, satisfaction and utilization of readers after reading 'Secret' magazine.

The researcher chose collecting information by 'In-depth Interview' with the executives and team in 'Secret' magazine and 'Content Analysis' in Secret magazine from January - December 2009. Furthermore, the researcher used 'Survey Research' by 'Questionnaire' in Close-end Questionnaire and Open Questionnaire to ask readers' attitude about the details in 'Secret' magazine. There are the instruments to collect the information in this research.

From the studying in the interview with the executives and team in 'Secret' magazine, the researcher found that 'Secret' magazine is the organization which shares the work clearly. About the policy, the executives from Amarin Printing and Publishing Co., Ltd assign the direction of the magazines, advertising and other policies about this magazine. In the editor, the editorial department, photographers and graphic designers will take responsibilities in the illustrations and details, also concluding organizing columns and illustrations in every columns of the magazine. In marketing, 'Secret' magazine's pattern looks like other magazines.

In Content Analysis of 24 'Secret' magazines, the research showed that the detail in the magazine presented in the point about the spirit from the standard which the researcher specified to 17 standards; top 5 are happiness, love, truth of life, goodness and misery, and consciousness. In addition, there's the presentation kind of advertisement in 'Secret' magazine; top 3 are the advertisement in organization, companies and stores, the advertisement in health and food, and the advertisement in beauty.

In analysis of questionnaire from 200 'Secret' readers showed there is the openness, satisfaction and utilization after reading the magazine deeply and share the opinions that 'Secret' magazine can promote effectively the spiritual health to the readers.

Department : ..... Journalism .....  
Field of Study : ..... Journalism and Information .....  
Academic Year : ..... 2009 .....

Student's Signature Vivatthanee Sukyot  
Advisor's Signature Narong Khamwijiit

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ได้ด้วยความเมตตาและการช่วยเหลือของผู้มีพระคุณหลายท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ ขำวิจิตร อาจารย์ที่ปรึกษาผู้คอยให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ตลอดการทำวิจัยฉบับนี้ ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ และรองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ สำหรับคำแนะนำที่ดีเพื่อปรับปรุงวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการสัมภาษณ์ และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ทั้งคุณเมตตา อุทกะพันธุ์ ประธานกรรมการบริหาร บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) คุณอุษาวดี สีนุเสณ บรรณธิการบริหาร นิตยสารซีเคร็ต และกองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ตทุกท่าน รวมทั้งพระมหาภูฒิชัย วชิรเมธี (ว.วชิรเมธี) นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณบ้านอารีย์ที่อนุญาตให้ใช้สถานที่ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามสำหรับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอขอบกราบขอบพระคุณป้าและหม่าม้าที่คอยดูแล ช่วยเหลือ และให้กำลังใจผู้วิจัยมาโดยตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอบใจน้องชายที่คอยช่วยเหลือเวลาเครื่องพิมพ์มีปัญหา ขอบคุณเพื่อนแทตที่ช่วยหานิตยสารซีเคร็ตมาให้จนครบ ขอบคุณเพื่อนๆ เชมะสิริฯ ที่ร่วมแบ่งปันความทุกข์ ความสุข และช่วยเหลือกันเสมอมา ขอบคุณเพื่อน jr และเพื่อน mc ทุกคนที่คอยให้กำลังใจ รักและขอบคุณสำหรับทุกๆ กำลังใจที่ส่งมาให้เสมอ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
ปัญหานำวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
กรอบแนวคิด.....	9
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
สื่อกับสถาบันศาสนา.....	10
แนวคิดเรื่ององค์กรและแนวคิดเรื่องกลยุทธ์การตลาด.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสารและบทความเชิงโฆษณา.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา.....	27
แนวคิดเรื่องการสื่อสาร.....	29
แนวคิดเรื่องจิตวิญญาณและสุขภาวะทางจิตวิญญาณ.....	32
แนวคิดเรื่องผู้รับสาร.....	37
แนวคิดเรื่องการเปิดรับ ทศนคติ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์.....	38

บทที่	หน้า
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	46
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	47
การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	52
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
การนำเสนอข้อมูล.....	54
นิยามเกณฑ์วิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสาร Secret.....	56
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
ผลการศึกษาในส่วนของผู้ผลิตนิตยสารซีเคร็ต.....	58
ผลการศึกษาในส่วนของพระมหาจุฬาลงกรณ วชิรเมธี.....	74
ผลการศึกษาในส่วนรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา.....	77
ผลการศึกษาในส่วนของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต.....	89
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	105
สรุปผลการวิจัย.....	105
อภิปรายผล.....	110
ข้อเสนอแนะ.....	119
รายการอ้างอิง.....	120
ภาคผนวก ก.....	124
ภาคผนวก ข.....	138
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	172



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.4.1	ตารางแสดงผลเพศของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต.....	89
4.4.2	ตารางแสดงผลอายุของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต.....	89
4.4.3	ตารางแสดงผลอาชีพของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต.....	90
4.4.4	ตารางแสดงผลระดับการศึกษาของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต.....	90
4.4.5	ตารางแสดงผลรายได้ของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต.....	91
4.4.6	ตารางแสดงผลสถานะทางครอบครัวของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต.....	91
4.4.7	ตารางแสดงผลการนับถือศาสนาของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต.....	92
4.4.8	ตารางแสดงผลตำแหน่งงานในสถานที่ทำงานของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต.....	92
4.4.9	ตารางแสดงผลลักษณะการอ่านของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต.....	92
4.4.10	ตารางแสดงผลสถานะการเป็นสมาชิกของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต.....	93
4.4.11	ตารางแสดงผลการเปิดรับนิตยสารซีเคร็ต และทัศนคติที่มีต่อนิตยสารซีเคร็ต..	94
4.4.12	ตารางแสดงผลความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอธรรมะของนิตยสารซีเคร็ต.....	95
4.4.13	ตารางแสดงผลการนำเสนอเนื้อหาที่ได้จากการอ่านนิตยสารซีเคร็ตไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน.....	97
4.4.14	ตารางแสดงผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต.....	99

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	ตัวอย่างเว็บไซต์ธรรมะ.....	4
1.2	ตัวอย่างนิตยสารธรรมะออนไลน์.....	5
2.1	แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของ Lasswell.....	31
4.1.1	ภาพตัวอย่างหน้าปกนิตยสารซีเคร็ต ฉบับที่ 1 ถึงฉบับที่ 10.....	59
4.1.2	โครงสร้างการบริหารงานภายในกองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต.....	72
4.3.1	ตัวอย่างภาพปกนิตยสารซีเคร็ต.....	77
4.3.2	ตัวอย่างสารบัญนิตยสารซีเคร็ต.....	78
4.3.3	ภาพตัวอย่าง Secret Box จากคอลัมน์ MONEY MANAGEMENT.....	79
4.3.4	แผนภาพแสดงการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางจิตวิญญาณในนิตยสารซีเคร็ต ตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 – เดือนธันวาคม 2552.....	80
4.3.5	แผนภาพแสดงการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางจิตวิญญาณในนิตยสารซีเคร็ตจากการใช้ตารางบันทึกข้อมูลวิเคราะห์เนื้อหามากที่สุด ตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 – เดือนธันวาคม 2552.....	80
4.3.6	ตัวอย่างคอลัมน์ที่ถูกนำเสนอประเด็นจิตวิญญาณที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของความสุขในนิตยสารซีเคร็ต.....	82
4.3.7	ตัวอย่างคอลัมน์ที่ถูกนำเสนอประเด็นจิตวิญญาณที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความเชื่อความศรัทธาในนิตยสารซีเคร็ต.....	83
4.3.8	ตัวอย่างคอลัมน์ที่ถูกนำเสนอประเด็นจิตวิญญาณที่เกี่ยวข้องกับเรื่องศีลธรรมของชีวิตในนิตยสารซีเคร็ต.....	84
4.3.9	ตัวอย่างคอลัมน์ที่ถูกนำเสนอประเด็นจิตวิญญาณที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของสติในนิตยสารซีเคร็ต.....	85
4.3.10	ตัวอย่างคอลัมน์ที่ถูกนำเสนอประเด็นจิตวิญญาณที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความทุกข์ในนิตยสารซีเคร็ต.....	86
4.3.11	แผนภาพแสดงประเภทโฆษณาที่ถูกนำเสนอในนิตยสารซีเคร็ตจาก ตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 – เดือนธันวาคม 2552.....	87
4.3.12	แผนภาพแสดงประเภทโฆษณาที่ถูกนำเสนอในนิตยสารซีเคร็ตจากการใช้ตารางบันทึกข้อมูลวิเคราะห์เนื้อหามากที่สุด 5 อันดับแรก ตั้งแต่เดือนมกราคม	

	2552 – เดือนธันวาคม 2552.....	87
4.3.13	ตัวอย่างภาพโฆษณาแต่ละประเภทที่ถูกลำเสนอในนิตยสารซีเคร็ต.....	88
5.1	แผนภาพแสดงมุมมองของท่าน ว.วิฑริเมธี ในฐานะนักเขียนประจำของนิตยสารซีเคร็ต.....	114



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

# บทที่ 1

## บทนำ

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสังคมไทยอยู่ในภาวะวิกฤตหรืออปริวิต เพราะความไม่สมดุลของการพัฒนาที่ทำให้เกิดการพัฒาที่ไม่ยั่งยืน ความเจริญก้าวหน้าทางวัตถุที่ทำให้คนตกเป็นทาสของวัตถุนิยม (materialism) และบริโภคนิยม (consumerism) มีความเห็นแก่ตัวมากขึ้น เห็นแก่ผู้อื่นน้อยลง ค่านิยมของสังคมได้เปลี่ยนแปลงไป การพัฒนาประเทศไทยในระยะ 30 ปีผ่านมา แม้เศรษฐกิจจะเจริญก้าวหน้า ประชาชนมีชีวิตที่สะดวกสบายขึ้น แต่ปัญหาสังคมก็มีมากขึ้นและรุนแรงยิ่งขึ้น เช่น ปัญหามลภาวะ เป็นพิษ ปัญหาอาชญากรรม ปัญหาความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปัญหาเยาวชน ปัญหาครอบครัว ปัญหายาเสพติด ปัญหาโรคเอดส์ ปัญหาความเสื่อมโทรมในด้านศีลธรรม จริยธรรม และค่านิยม คนมีความเห็นแก่ตัวมากขึ้นเห็นแก่ผู้อื่นน้อยลง

ปัจจุบันเราอยู่ในโลกของยุคโลกาภิวัตน์ซึ่งเป็นโลกที่ไร้พรมแดน เป็นโลกที่มีความเจริญก้าวหน้าอย่างมากและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เน้นแต่ความเจริญรุ่งเรืองทางด้านวัตถุ แต่ด้านจิตใจหาได้รุ่งเรืองไปตามความเจริญของโลกไม่ ในสมัยก่อนความเจริญด้านจิตใจรุ่งเรืองเหนือความเจริญด้านวัตถุ แต่ในโลกยุคโลกาภิวัตน์ความรุ่งเรืองด้านวัตถุเหนือความเจริญด้านจิตใจ (สมพร เทพสิทธิ์า, 2541)

นักทฤษฎีมาร์กซิสอาทิ จอร์จ ลูคัสส์, เออร์เนสต์ บลอค, อองรี เลอแปบว์ และเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ ได้แลเห็นการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในศตวรรษที่ 20 โดยเฉพาะรูปแบบสังคมและความทันสมัยในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ก่อให้เกิดรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ลื่นไหลไปตามกระแสเศรษฐกิจ ส่วนผลลัพธ์ที่เกิดจากพลวัตทางสังคมนี้คือ รูปแบบอันหลากหลายทางวัฒนธรรมของการบริโภคที่ปรากฏอยู่ในชีวิตประจำวัน

นอกจากนี้พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของระบบทุนนิยมยังชี้ให้เห็นว่า การบริโภคมักผูกพันกับความมั่งคั่งมากกว่าความพอเพียง เพราะการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่มีความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจได้ขับเคลื่อนการดำเนินชีวิตของเรา จนมีผู้กล่าวว่า “บริโภคนิยม คือ ศาสนาของปลายศตวรรษที่ 20” และมุมมองในส่วนของนักจริยธรรมได้โจมตีในประเด็นนี้ว่าเป็นความเสื่อมโทรมทางศีลธรรมและเป็นเนื้อร้ายของสังคมร่วมสมัย (อ้างถึงในเกษม เพ็ญภินันท์, 2550)

ผู้คนจำนวนมหาศาล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เยาวชนและคนชั้นกลาง ได้ถูกล่อหลอมโดยระบบการค้าเสรี-ระบบข่าวสารเสรีให้ติดหล่มอยู่กับวิถีชีวิตแบบวัตถุนิยมบริโภคนิยม และปัจเจกชนนิยมแบบสุดขั้ว ซึ่งกลายเป็นบ่อทุกข์บ่อใหม่ที่ยิ่งหาทางปายปิ้นขึ้นมาไม่ได้ พวกเขาขาดแคลนทั้งพุทธิปัญญาและความแข็งแรงทางด้านจิตวิญญาณ ในขณะที่โลกกำลังหมุนไปสู่ยุคโลกาภิวัตน์อย่างไม่หยุดยั้ง ช่องว่างตรงนี้ทำให้ลูกหลานของเราต่างรับเอาข่าวสารข้อมูลที่หลั่งไหลเข้ามาอย่างหิวกระหายปราศจากเครื่องมือทางความคิดในการกลั่นกรอง ขาดสติในการนำมาประยุกต์ใช้ กลายเป็นวิถีชีวิตที่สับสนอลหม่าน ดิบๆสุกๆทางด้านรสนิยม ชีวิตเต็มไปด้วยความสุชระยะสั้นและความทุกข์ระยะยาว พุดกันตามความจริงข่าวสารที่ส่งผ่านมาตามสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ระบบโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ต ไม่ได้เป็นข่าวสารที่เปิดกว้างกระจัดกระจายหรือข่าวสารเสรีดังที่เราชอบคิดว่ามันเป็นเสียทั้งหมด หากส่วนใหญ่คือข้อมูลข่าวสารที่ถูกขับเคลื่อนออกมาเป็นกองหนุนของระบบทุนนิยมโลกแทบทั้งสิ้น ทั้งนี้ก็แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทกว้างๆ คือ หนึ่ง ผ่านมาทางโฆษณาสินค้า และ สอง เป็นการโฆษณาทางความคิดโดยตรง (เสกสรรค์ ประเสริฐกุล, 2551)

จากผลสำรวจของศูนย์เครือข่ายวิชาการเพื่อสังเกตการณ์และวิจัยความสุขชุมชน หรือ ศูนย์วิจัยความสุขชุมชน (Academic Network for Community Happiness Observation and Research, ANCHOR) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เผยผลวิจัยแนวโน้มความสุขมวลรวม หรือค่า Gross Domestic Happiness, GDH ของคนไทยภายในประเทศ พบว่า ค่าเฉลี่ยความสุขมวลรวมของคนไทยในประเทศตั้งแต่ระดับที่ 1-10 ค่าเฉลี่ยความสุขมวลรวมของคนไทยในประเทศตั้งแต่เดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2549 ถึง เดือนกรกฎาคม ปี พ.ศ. 2551 อยู่ในระดับที่ 4.39 – 6.90

ในสังคมไทยเมื่อเอ่ยถึงคำว่า “จิตวิญญาณ” หลายคนอาจจะงุนงงในเบื้องต้น เพราะแม้จะค่อนข้างคุ้นเคยกับคำว่า “จิต” และ “จิตวิญญาณ” แต่คำว่า “จิต” นั้นมีการกล่าวถึงอยู่อย่างมากมาย

ในสังคมพุทธในบริบทของการฝึกฝนให้เกิดรู้แจ้ง ส่วนคำว่า “จิตวิญญาณ” นั้นบ้างก็กล่าวว่าเป็นตัวรู้ หรือ บ้างก็บอกว่าหมายถึง ภูตผีปีศาจ เมื่อนำคำว่า จิต มารวมกับคำว่า วิญญาณ เป็น “จิตวิญญาณ” ความหมายก็อาจจะเปลี่ยนแปลงไปอีกสุดแล้วแต่กรอบวิธีคิดของผู้ตอบ อย่างไรก็ตามปัจจุบันนี้ยังมีการศึกษาเรื่องจิตวิญญาณน้อยมาก จากงานวิจัยในต่างประเทศพบว่า กายและจิตมีความสัมพันธ์กัน มีการพิสูจน์ทั้งการทดลองที่เป็นวิทยาศาสตร์และการสอบถามจากประสบการณ์ของผู้ป่วยและการรู้เห็นของบุคคลข้างเคียง เมื่อเป็นเช่นนี้จึงอาจกล่าวได้ว่าสภาวะทางกายนั้นย่อมมีความสัมพันธ์ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งกับสภาวะทางจิตวิญญาณด้วย หรือในทางกลับกันสภาวะทางจิตวิญญาณย่อมมีความสัมพันธ์กับสภาวะทางกายภาพด้วยเช่นกัน (สุกัญญา สุตบรรพต และคณะ, 2548-2549)

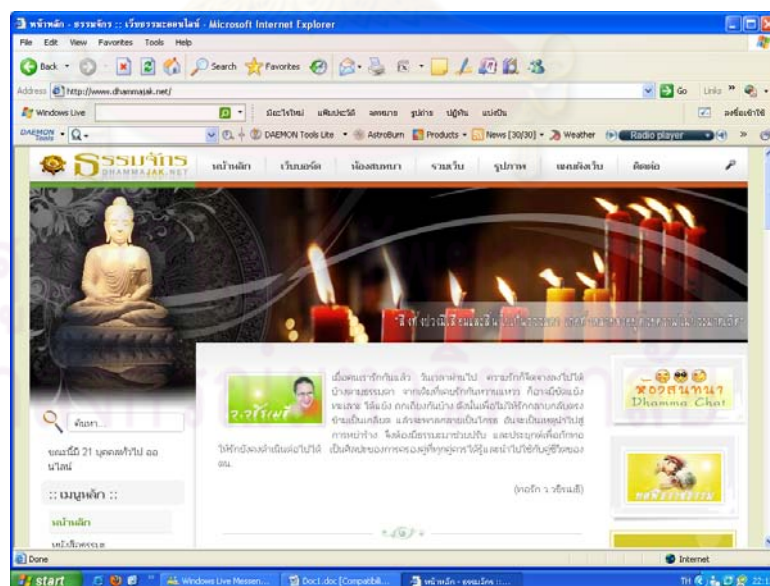
ประเวศ วะสี (2541 : 7-8, 22) กล่าวไว้ในหนังสือบนเส้นทางใหม่ การส่งเสริมสุขภาพพอวิวัฒน์ชีวิตและสังคม ว่า ในทางพุทธศาสนาจิตวิญญาณ หมายถึง พระนิพพาน ส่วนในศาสนาอื่น หมายถึง พระผู้เป็นเจ้า มนุษย์สามารถที่จะเข้าถึงได้ผ่านทางหลักธรรมทางศาสนาซึ่งเป็นสิ่งที่จะช่วยขัดเกลาจิตใจให้เห็นและเข้าใจถึงเหตุและผลที่แท้จริงของการมีชีวิตและการใช้ชีวิตของมนุษย์

ในอดีตกาล กลวิธีในการสื่อสารเพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มคนแบบที่เห็นหน้าค่าตากันนั่นคือ ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถเห็นหน้าซึ่งกันและกันสามารถสังเกตเห็นกิริยาท่าทางของฝ่ายตรงข้ามได้ ทำให้พระพุทธเจ้าสามารถเลือกเรื่องที่จะแสดงธรรมและกลวิธีในการแสดงธรรมให้เหมาะกับอุปนิสัยและความถนัดของผู้ฟังแต่ละคน อันเป็นผลให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจได้อย่างง่ายดายจนกระทั่งเกิดความเลื่อมใสในพระธรรมคำสั่งสอน เป็นผลให้พระพุทธศาสนาเผยแพร่ออกไปอย่างกว้างขวาง

ในสมัยต่อมาได้มีการเขียนพระไตรปิฎกขึ้นเพื่อให้เป็นหนังสือรวบรวมพระธรรมคำสั่งสอนขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า นอกจากนี้เนื้อหาจะเป็นไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของมวลมนุษย์ นั่นคือ การหลุดพ้นแล้วยังประโยชน์แก่การดำรงชีวิตประจำวันได้อย่างมีความสุขอีกด้วย ในสมัยก่อนมีงานเขียนอิงธรรมะที่เป็นสิ่งสอน เช่น นิทานอิงธรรมะ นิทานชาดก ปาฐกถาธรรม เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันได้มีการพัฒนารูปแบบการเขียนเพื่อถ่ายทอดหลักธรรมคำสั่งสอนขององค์พระอรหันต์สัมมาสัมพุทธเจ้าให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป

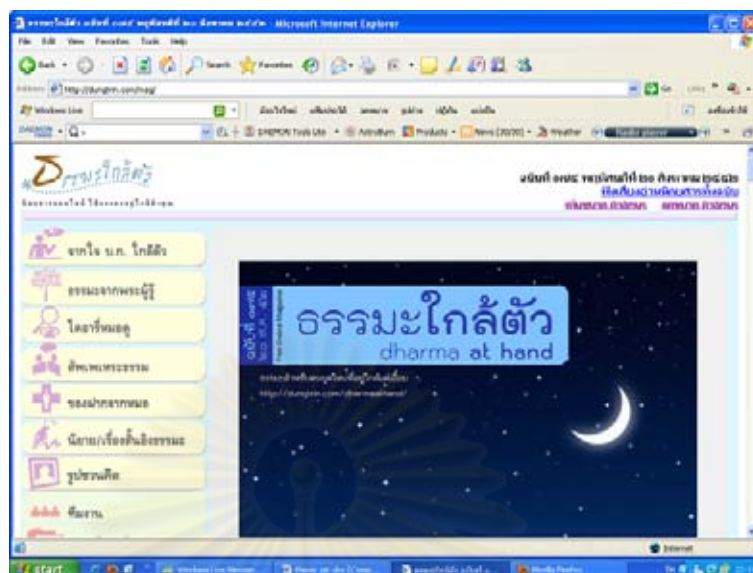
ในการสืบทอดหลักธรรมคำสั่งสอนขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า นับแต่ครั้งยังต้องอาศัยการจดจำผ่านวิธีท่องบ่นด้วยปากเปล่ามาจนถึงการจารึกลงบนใบลาน มาจนกระทั่งเมื่อความก้าวหน้าเข้าทางเทคโนโลยีพัฒนามากขึ้น จากการเผยแพร่พระพุทธศาสนาที่เคยเป็นเพียงการเทศนาโดยตรง ก็ได้มีการใช้หนังสือหรือสิ่งพิมพ์ธรรมะขึ้นมา รวมถึงสื่อทัศนูปกรณ์สมัยใหม่เข้ามาช่วยไม่ว่าจะเป็นวีดิทัศน์ เทปคลาสเซท วิทยูกระจายเสียง และโทรทัศน์ ซึ่งให้ประสิทธิภาพของการเผยแพร่ธรรมะคำสั่งสอนแตกต่างกันไปตามคุณลักษณะของสื่อแต่ละชนิดซึ่งมีข้อดีและข้อด้อยแตกต่างกันไป (อานันตพร จินดา, 2549)

แต่ในเวลาอีกรูปแบบของการเผยแพร่พุทธศาสนาได้มีการพัฒนารูปแบบของการเผยแพร่ธรรมะให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น กล่าวคือ ได้มีการเผยแพร่ธรรมะบนสื่อออนไลน์กันมากขึ้น ทั้งในรูปแบบของเว็บไซต์ธรรมะ หนังสือธรรมะออนไลน์ และนิตยสารออนไลน์กันมากขึ้น แต่สื่อออนไลน์นั้นก็ยังมีข้อจำกัดในการเผยแพร่หลักธรรมอยู่มาก ตรงที่ไม่สามารถเข้าถึงบุคคลทุกกลุ่มได้ เพราะการที่จะเข้ามาชมเว็บไซต์ออนไลน์ได้นั้น ผู้ชมจะต้องมีคอมพิวเตอร์และจะต้องมีองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้คอมพิวเตอร์ รวมไปถึงการใช้อินเทอร์เน็ต อีกทั้งไม่สามารถเปิดเนื้อหาที่ต้องการได้ในทันทีเหมือนกับการพลิกหน้าหนังสือ



ภาพที่ 1.1 ตัวอย่างเว็บไซต์ธรรมะ

ที่มา : จากเว็บไซต์ [www.dhammadownload.com](http://www.dhammadownload.com)



ภาพที่ 1.2 ตัวอย่างนิตยสารธรรมะออนไลน์  
ที่มา : จากเว็บไซต์ [www.dharmamag.com](http://www.dharmamag.com)

แต่ด้วยคุณลักษณะของสื่อเก่าอย่างหนังสือที่มีจุดเด่นอยู่ตรงที่สามารถพกพาและเปิดอ่านได้ทุกเมื่อตามต้องการ เป็นกิจกรรมที่ต้องใช้ความเป็นส่วนตัว ผู้อ่านสามารถรักษาระยะห่างระหว่างตนเองกับเรื่องที่อ่านได้ เพราะรูปแบบการอ่าน ผู้อ่านจะเป็นผู้ควบคุมการสื่อสาร ทำให้เรื่องราวในสื่อมีอำนาจโน้มน้าวผู้อ่านได้น้อยกว่า เพราะผู้อ่านมีสิทธิจะถอยห่างออกมาพิจารณาไตร่ตรองได้ทุกเวลา (กาญจนา แก้วเทพ, 2552)

จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ยังคงมีการเผยแพร่ธรรมะผ่านหนังสือกันเป็นส่วนใหญ่ แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนแปลงไปค่านิยมของผู้คนในสังคมก็เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอหลักธรรมทางพุทธศาสนาให้น่าสนใจขึ้นกว่าเดิม มีการพิมพ์ภาพประกอบสีสันสวยงามและตั้งราคาในระดับเดียวกับพ็อกเก็ตบุ๊กส์ตามแผงหนังสือ ในหลายสำนักพิมพ์ที่สนใจเรื่องธรรมะ อาทิเช่น สำนักพิมพ์สุขภาพใจได้มีการพิมพ์หนังสือเรื่องหนังสือธรรมะเล่มแรก เรื่อง “ตามรอยพระอรหันต์” ของท่านพุทธทาสภิกขุ “พุทธธรรม ฉบับเติม” ของพระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต) “พระไตรปิฎก ฉบับเซ็น” ของธรรมรักษา และ ธรรมะของพระภิกษุ และฆราวาสอีกเป็นจำนวนมากโดยถือเอาพระไตรปิฎกเป็นหลักสำคัญ และสำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะซึ่งเป็นสำนักพิมพ์ย่อยในเครือบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ก็ผลิตหนังสือแนวธรรมะที่เน้นการนำเสนอหนังสือแนวธรรมะที่เข้าใจง่าย



จรรโลงคุณธรรมอันดีงามแก่สังคมออกมาได้น่าสะดูดตา รวมถึงหนังสือธรรมะเชิงปฏิบัติสำหรับบุคคลทั่วไปสามารถนำธรรมะไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ง่าย และจรรโลงใจให้คนในสังคมอยู่อย่างมีความสุข ซึ่งแตกต่างไปจากรูปแบบของหนังสือธรรมะแบบเดิมที่อาจจะมีเนื้อหาที่ดูหนักเกินไปสำหรับบุคคลทั่วไป เน้นเนื้อหาภายในตัวเล่มมากกว่าความสวยงาม และมักนิยมแจกจ่ายตามงานฌาปนกิจหรือซื้อขายกันในราคาถูก และไม่เน้นผู้รับสารในวงกว้าง

กระทั่งในวันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2551 ได้เกิดนิตยสารธรรมะร่วมสมัยชื่อว่า Secret ขึ้นมา ซึ่งนิตยสารซีเคร็ตเป็นนิตยสารรายปักษ์นื่องใหม่ในเครืออมรินทร์ ออกวางแผงทุกวันที่ 10 และ 26 ของทุกเดือน และได้ให้คำนิยามนิตยสารซีเคร็ตว่าเป็นนิตยสารชีวิตที่เน้นนำเสนอแง่คิด เคล็ดล็บ และแนวทางปฏิบัติเพื่อนำไปสู่ความสุข ความสำเร็จ รวมทั้งเป็นที่พึ่งทางใจ ผ่านเนื้อหาธรรมะที่เข้าใจง่าย อ่านสนุก จะสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อ่านได้ค้นพบความสุขและความสำเร็จในชีวิตอย่างแท้จริง และเชื่อมั่นว่าทุกคนสามารถประสบความสำเร็จและมีชีวิตที่มีความสุขได้ เพียงใช้สติและปัญญา ([www.secret-thai.com](http://www.secret-thai.com))

เนื้อหาภายในเล่มของนิตยสารซีเคร็ตจะเน้นหลักธรรมสำหรับฆราวาสเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อให้มีความสุขทั้งทางโลกและทางธรรมผ่านบทความ เรื่องเล่า และบทสัมภาษณ์ทั้งดาราและผู้มีชื่อเสียงในด้านต่างๆในวงสังคม เนื้อหาธรรมะไม่หนักจนเกินไป และมีความหลากหลายเหมือนกับลักษณะของนิตยสารทั่วไป อีกทั้งยังหาซื้อได้ตามร้านหนังสือทั่วไป จึงทำให้ในช่วงหนึ่งปีที่ผ่านมา นิตยสารซีเคร็ตเป็นที่รู้จักกันมากขึ้น นับว่าเป็นก้าวที่สำคัญและท้าทายของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ที่เลือกทำนิตยสารธรรมะร่วมสมัยที่มีการเปิดตลาดในวงกว้าง

ดังนั้นในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษานิตยสารซีเคร็ตใน 3 ส่วน คือ 1. ส่วนผู้ผลิตนิตยสารซีเคร็ต ในแง่ของกลยุทธ์การจัดทำนิตยสารซีเคร็ต ที่มีการผสมผสานกันระหว่างเรื่องธรรมะและแนวคิดทุนนิยมว่าสามารถผสมผสานกันอย่างไร และมีการดำเนินงานทางการตลาดอย่างไรบ้าง 2. ส่วนของเนื้อหา นิตยสารซีเคร็ต นั้นได้มีการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพทางจิตวิญญาณอย่างไร 3. ในส่วนของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต ในแง่ของการเปิดรับของผู้อ่าน มีความพึงพอใจต่อรูปแบบการนำเสนอภาพและเนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ตมากน้อยเพียงใดหลังจากที่ได้

อ่านนิตยสารซีเคร็ต และนำธรรมะที่อ่านจากนิตยสารซีเคร็ต ไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันของผู้อ่านอย่างไรบ้าง

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์กร นโยบาย คุณดมการณ์ในการผลิตนิตยสาร และการจัดการด้านการตลาดของนิตยสารซีเคร็ต
2. เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาวะทางจิตวิญญาณในนิตยสารซีเคร็ต
3. เพื่อศึกษาการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้รับสารหลังจากที่ได้่านนิตยสารซีเคร็ต

### ปัญหำวิจัย

1. ประวัติความเป็นมา โครงสร้างองค์กร บริหารงาน คุณดมการณ์ รวมถึงการจัดการด้านการตลาดของนิตยสารซีเคร็ตมีลักษณะอย่างไร
2. นิตยสารซีเคร็ตมีการนำเสนอเนื้อหาธรรมะที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาวะทางจิตวิญญาณอย่างไร
3. นิตยสารซีเคร็ตมีส่วนทำให้ผู้อ่านมีการเปิดรับ มีความพึงพอใจ และมีการใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันอย่างไร

### ขอบเขตของการวิจัย

1. วิเคราะห์เนื้อหา นิตยสารซีเคร็ต (รายปักษ์) ตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 – เดือนธันวาคม 2552 เป็นระยะเวลา 1 ปี จำนวนทั้งสิ้น 24 เล่ม
2. ใช้การวิจัยเชิงสำรวจโดยการใช้แบบสอบถามด้วยคำถามปลายปิดและปลายเปิดผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ตจำนวน 200 คน

3. สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ผลิตนิตยสารซีเคร็ตบรรณาธิการบริหาร / กองบรรณาธิการ / ฝ่ายการตลาด และสื่อสารแบรนด์ (นิตยสาร) / พระ

### คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

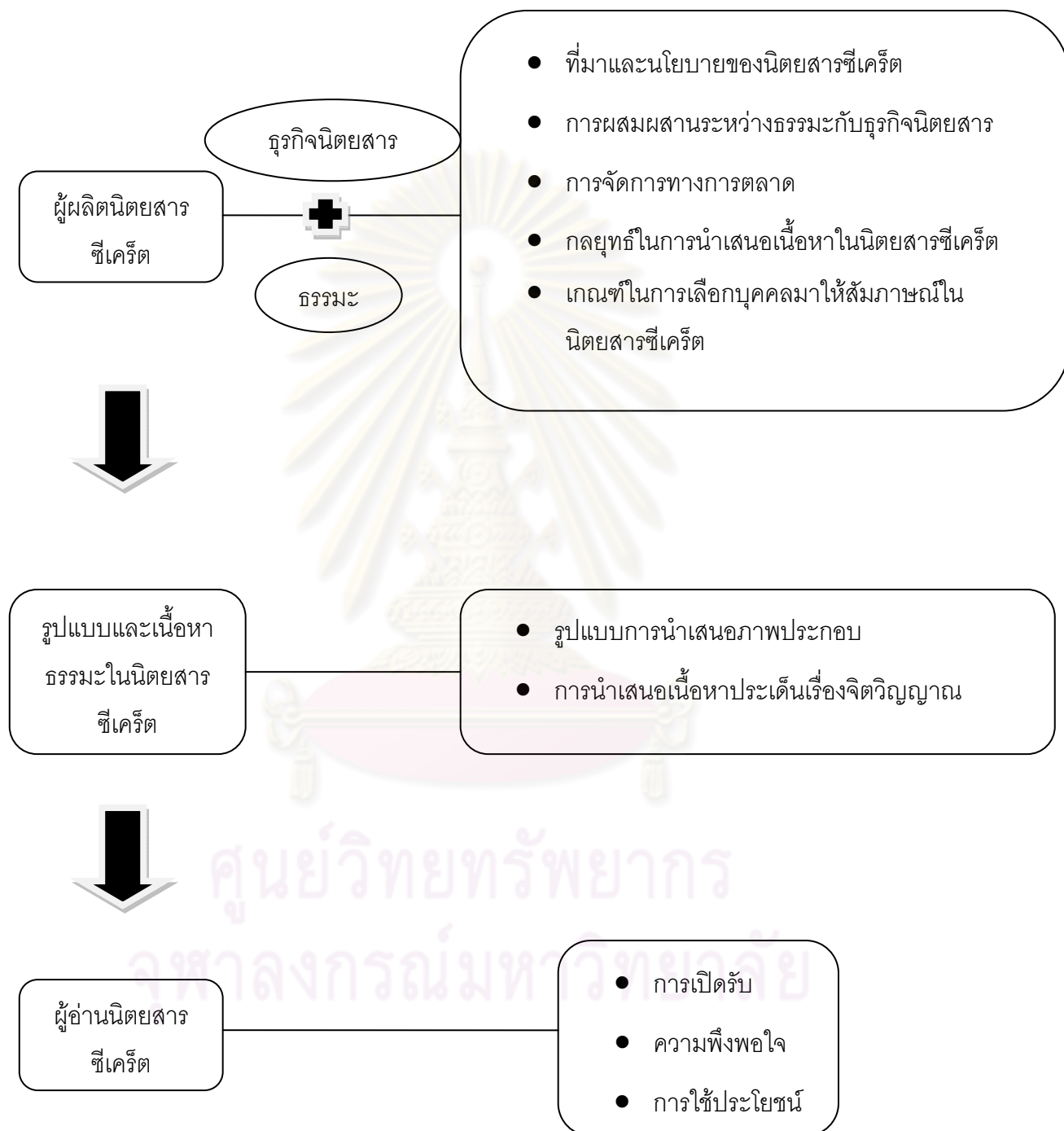
**กลยุทธ์การนำเสนอธรรมะ** หมายถึง กลวิธีหรือรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะรวมถึง ภาษาที่ใช้และภาพประกอบในทุกคอลัมน์ของนิตยสาร ซีเคร็ต ตั้งแต่หน้าปกนิตยสารไปจนถึงเนื้อหาหน้าสุดท้ายของนิตยสาร ที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านนิตยสารทั่วไปได้ไม่ใช่เฉพาะกลุ่มคนที่สนใจเรื่องธรรมะเท่านั้น

**สุขภาวะทางจิตวิญญาณ** หมายถึง สิ่งที่ครอบคลุมและเชื่อมโยงกับสุขภาพในอีกสามมิติ ทั้งทางกาย ทางจิต และทางสังคม และเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับจิตใจของมนุษย์ทั้งสิ้น ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้มีจำแนกเกณฑ์การนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ตที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางจิตวิญญาณออกเป็น 17 ประเด็น ได้แก่ ความสงบ ความสุข ความผ่อนคลาย ความดีงาม การรักษาสมดุลของจิตใจ ความเชื่อความศรัทธา การแสวงหาแก่นแท้ของชีวิต การไม่ยึดติดวัตถุนิยม ความเสียสละ การยึดมั่นในสรวพลัง ความรัก กิเลสของมนุษย์ วัฏจักรของชีวิต ความทุกข์ การปฏิบัติตนในศีลธรรม และสติ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เข้าใจถึงบทบาทในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณของสื่อมวลชนประเภทนิตยสารมากขึ้น
2. เห็นการทำนิตยสารแนวธรรมะรูปแบบใหม่ที่มีการผสมผสานระหว่างธรรมะ(บุญนิยม)กับธุรกิจนิตยสาร(ทุนนิยม)เข้าด้วยกัน

## กรอบแนวคิด Conceptual Framework



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “นิตยสารซีเคร็ตกับการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณ” ประกอบด้วยแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ในงานวิจัยดังต่อไปนี้

1. สื่อกับสถาบันศาสนา
2. ทฤษฎีองค์การและแนวคิดเรื่องการตลาด
3. แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสารและบทความเชิงโฆษณา
4. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา
5. แนวคิดเรื่องการสื่อสาร
6. แนวคิดเรื่องจิตวิญญาณและสุขภาวะทางจิตวิญญาณ
7. แนวคิดเรื่องผู้รับสาร
8. แนวคิดเรื่องการเปิดรับ ทักษะคติ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์

#### สื่อกับสถาบันศาสนา

จากหนังสือชื่อ “ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา” ของกาญจนา แก้วเทพ ได้ใช้สมมติฐานเบื้องต้นของทฤษฎีหน้าที่นิยมมาพิจารณาในเรื่องของความเป็นปึกแผ่นของสังคมเป็นหลักสำคัญ และทุกสถาบันย่อยของทุกสังคมจะต้องช่วยกันทำหน้าที่ธำรงรักษาสืบทอดความเป็นปึกแผ่นของสังคม นักทฤษฎีรุ่นบรรพบุรุษของทฤษฎีหน้าที่นิยม

เมื่อนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในทฤษฎีการพัฒนาสังคมที่มีการวิเคราะห์ว่า สถาบันย่อยๆที่เคยมีอยู่ในสังคมดั้งเดิม ไม่ว่าจะเป็นสถาบันเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และศาสนา จะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาสังคมไปสู่ความทันสมัย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องพัฒนาสถาบันเหล่านี้ให้ปรับตัวให้เข้ากับสภาพการณ์แบบใหม่ ตัวอย่างในเรื่องคำสอนเรื่อง “ความสันโดษ/ความพอใจในสิ่งที่ตนเองมีนั้น” จะเป็นค่านิยมที่ขัดแย้งกับ “การกระตุ้นให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และการขยายตัวของสินค้า” ดังนั้นจึงต้องขจัดค่านิยมเดิมทางศาสนาออกไป และสอดใส่ค่านิยมใหม่เข้ามา

ซึ่งนักทฤษฎีนิยมมองว่าเป็นการปรับตัวเพื่อตอบสนองสภาพแวดล้อมใหม่ของระบบและเป็นกระบวนการที่ไม่ได้เกิดขึ้นตามยถากรรม แต่เป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนพัฒนาสังคม

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนจึงเป็นการโฆษณาให้คนมีคุณธรรมมากขึ้น ไม่ใช่การโฆษณาให้คนสนใจในเรื่องกามารมณ์ หรือกามคุณเพียงอย่างเดียว เช่น เมื่อดูเข้าไปในความสวยงามของนางงามก็จะพบแต่ความไม่งาม แต่สื่อไม่ได้นำมาพูดเพียงแต่บอกว่าสวยงาม ดังนั้นถ้าสวยงามจริงทำไมจึงต้องปกปิดความน่าเกลียดเหล่านั้นคนทั่วไปจึงไม่พูดความจริง พูดแต่สิ่งหลอกลวง ซึ่งสิ่งเหล่านี้สื่อสามารถทำได้ ถึงแม้บางคนเมื่ออยู่ในวัยหนุ่มสาวอาจไม่เข้าใจ แต่เมื่ออายุมากขึ้นจะเข้าใจได้ (สุกัญญา สุตบรรทัด และคณะ, 2548-2549)

ผู้วิจัยนำแนวคิดเรื่องสื่อกับสถาบันศาสนามาเป็นกรอบในงานวิจัยชิ้นนี้ เพื่อให้เห็นบทบาทของสถาบันศาสนาที่เปลี่ยนแปลงความสำคัญไปตามสภาพสังคมในแต่ละยุคสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่สภาพสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไปมาก จนทำให้บทบาทของสถาบันศาสนาที่เคยมีความสำคัญและผูกพันกับคนไทยมาช้านานถูกลดทอนบทบาทลงไป เพราะมองว่าศาสนาเป็นอุปสรรคต่อสังคมสมัยใหม่ ดังนั้นสถาบันศาสนาจึงต้องมีการดึงสื่อมวลชนเข้ามาเป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่อุดมการณ์และหลักธรรมคำสอนทางศาสนาเพื่อธำรงรักษาความเป็นปึกแผ่นของสังคม และเพื่อสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมของสังคมให้ยืนยาวแก่คนรุ่นต่อไป

### **ทฤษฎีองค์กรและแนวคิดเรื่องการตลาด**

องค์กร หมายถึง บุคคล คณะบุคคล หรือสถาบันซึ่งเป็นส่วนประกอบของหน่วยงานใหญ่ที่ทำหน้าที่สัมพันธ์กันหรือขึ้นต่อกัน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน, 2542)

องค์กรเป็นที่รวมของกลุ่มบุคคลหลายคนเข้ามารวมกัน ร่วมกันทำงาน เพื่อจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์กร มีการรวมส่วนงานรับผิดชอบต่างๆโดยกระทำอย่างมีระเบียบแบบแผน เพื่อในการประสานงานดำเนินไปด้วยดี องค์กรจึงทำให้มนุษย์สามารถประกอบกิจกรรมต่างๆในสังคมให้บรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมายได้ง่าย รวดเร็ว สมบูรณ์ และมีประสิทธิภาพกว่าการทำงานโดยลำพังคนเดียว (วิเชียร วิทยอุดม, 2548)

ลักษณะธุรกิจของนิตยสารมีแตกต่างกันไป นับแต่เป็นผู้ประกอบการที่มีเพียงนิตยสารฉบับเดียว ไปจนถึงกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีนิตยสารในเครือจำนวนมาก (conglomerate) เช่น บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) และบริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

Johnson & Prijatel (2000 : 177-182) ได้เขียนถึงลักษณะธุรกิจของนิตยสารตามเจ้าของลักษณะธุรกิจ (consumer and trade magazine ownership) แบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

1. เจ้าของในลักษณะบริษัทมหาชน (Publicly owned) คือ เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์การบริหารจึงต้องรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ซึ่งสนใจลงทุนและหวังผลตอบแทนในรูปของกำไร มักไม่สนใจระดับคุณภาพของนิตยสารโดยตรง พนักงานของนิตยสารมักได้รับค่าตอบแทนที่สูงและมั่นคง ฝ่ายบริหารต้องรายงานต่อกรรมการของบริษัท
2. เจ้าของในลักษณะบริษัทเอกชน (Privacy owned) คือ ไม่ได้ระดมทุนจากสาธารณชน มักเป็นบริษัทของเจ้าของคนเดียว หรือธุรกิจครอบครัว หรือกลุ่มนักลงทุน มักเป็นนิตยสารเฉพาะกลุ่ม (niche magazine) และมีความเสี่ยงทางธุรกิจสูงกว่า

จากงานวิจัยของสุภาวดี สุขสมัย ได้ทำการศึกษาเรื่อง “นิตยสารแนวสุขภาพของบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) กับการนำเสนอเรื่องโยคะ” ได้กล่าวถึงบุคลากรภายในองค์กรนิตยสารโดยทั่วไปจะต้องประกอบด้วย

1. ผู้พิมพ์โฆษณา (Publisher) เป็นผู้กำหนดนโยบายสูงสุดทั้งในด้านธุรกิจและในส่วนของกองบรรณาธิการของนิตยสาร ซึ่งผู้พิมพ์โฆษณานี้อาจจะเป็นเจ้าของผู้ลงทุนในการผลิตนิตยสารฉบับนั้นๆ แต่โดยส่วนใหญ่ผู้ที่ดำรงตำแหน่งนี้จะมีหน้าที่ความรับผิดชอบทางด้านกฎหมายมากกว่าการมีส่วนร่วมอย่างจริงจังกับกองบรรณาธิการ
2. บรรณาธิการอำนวยการ (Editor Director) เป็นบรรณาธิการใหญ่ผู้ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและวางแผนระยะยาวในด้านการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ของนิตยสารทั้งฉบับ
3. บรรณาธิการบริหาร (Managing Editor) เป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงต่อกองบรรณาธิการทั้งหมด ทั้งในด้านเนื้อหาและข้อมูล ทำให้นิตยสารเสร็จออกมาเป็นรูปเล่มได้ทันตามกำหนด

4. กองบรรณาธิการ (Editorial Staff) ทำหน้าที่เขียนบทความลงในนิตยสาร ซึ่งกองบรรณาธิการนี้หมายรวมถึงนักเขียนอิสระ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญพิเศษในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ที่องค์กรผู้ผลิตนิตยสารว่าจ้างให้เขียนบทความลงในนิตยสารของตน

5. หัวหน้าฝ่ายศิลป์ (Art Director) รับผิดชอบด้านศิลปะทั้งหมด ได้แก่ การออกแบบและจัดหน้านิตยสาร การเลือกตัวอักษรและสี การเลือกภาพประกอบ ฯลฯ

6. ฝ่ายจัดการ รับผิดชอบด้านการจัดจำหน่าย การโฆษณา การหาสมาชิก และการตลาด

7. ฝ่ายผลิต ทำหน้าที่พิมพ์นิตยสารตามรูปแบบที่กำหนดมา

จงจิต ศรีพรรณ โรเบิร์ต (2543) ได้เขียนแผนการทำงานด้านธุรกิจนิตยสารในหนังสือ “บรรณาธิการนิตยสาร Magazine Editing” ไว้ว่า โดยทั่วไปนักลงทุนย่อมต้องเห็นโครงการที่จะทำแผนงานธุรกิจที่ชัดเจนตามแนวคิดทั้งในส่วนของการจัดทำนิตยสาร กลุ่มผู้อ่าน การจัดสายงาน หน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรในหน่วยงาน การคาดคะเนที่มาของรายรับรายจ่าย

### โครงร่างการจัดทำแผนธุรกิจมีดังต่อไปนี้

1. แนวคิดในการจัดทำนิตยสาร (The concept) เพื่อแสดงให้เห็นชัดเจนถึงความแตกต่างระหว่างนิตยสารที่มีจำหน่ายอยู่แล้วกับนิตยสารที่กำลังวางแผนการดำเนินการพร้อมแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาที่จะนำมาตีพิมพ์
2. การวางตำแหน่ง (Position) ของนิตยสารให้ชัดเจน อธิบายให้ชัดเจนว่าทำไมผู้อ่านจึงต้องการนิตยสารฉบับนี้ (editorial need)
3. กำหนดวัตถุประสงค์หรือแนวทางของนิตยสาร รวมทั้งระบุประเภทของเนื้อหาที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง (editorial content) โดยการแสดงตัวอย่างสารบัญญ (content) ของนิตยสารแต่ละฉบับที่วางแผนจะออก (ตามวาระ) ภายใน 1 ปี
4. กำหนดคุณลักษณะของผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นผู้อ่าน (the reader potential) ทั้งในด้านประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ (demographic characteristics of the potential



readers) และกำหนดความต้องการทางด้านความรู้สึกหรือความคิดเห็น (psychographics) ของผู้อ่าน แสดงรายชื่อของนิตยสาร และจำนวนจำหน่ายของนิตยสารแต่ละฉบับที่คนกลุ่มนี้อ่าน พร้อมอธิบายให้ชัดเจนว่านิตยสารที่วางแผนจะออกใหม่นี้มีจำนวนจำหน่ายเท่าใด ภายใน 3-5 ปีข้างหน้า

5. กำหนดแหล่งผู้ประสงค์จะโฆษณาทั้งรายใหญ่ และรายย่อย และจำนวนเงินที่คาดว่าจะ จะได้รับจากโฆษณา (the advertising potential)
6. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (the people involved) ธุรกิจนิตยสารเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับงานนี้จึงมีความสำคัญมาก ผู้ที่จะลงทุนทำธุรกิจด้านนี้จะต้องรู้จัก บุคลากรแต่ละคนแต่ละฝ่ายเป็นอย่างดี นับตั้งแต่ผู้รับผิดชอบด้านการพิมพ์ บรรณาธิการ ศิลปะ การโฆษณา การจัดจำหน่าย ฝ่ายผลิต คณะที่ปรึกษาฝ่ายบรรณาธิการ นักกฎหมาย การเงิน/การบัญชี โดยแสดงแผนการปฏิบัติงานของแต่ละฝ่ายให้ชัดเจน
7. ความคาดหวัง (basic assumption) นักลงทุนธุรกิจด้านนี้ต้องการทราบงบประมาณรายรับ – รายจ่าย ระหว่าง 3-4 ปี หรือจนกว่าจะมีกำไร
8. การประมาณรายรับ – รายจ่าย (cash projection) ผู้รับผิดชอบด้านการพิมพ์ หรือผู้ลงทุน ต้องการทราบประมาณการรายรับ – รายจ่ายเพื่อการดำเนินงาน ทั้งนี้อาจเป็นประมาณการ รายเดือนหรือทุกครั้งที่นิตยสารออกจำหน่าย

การตลาดภายใต้ระบบการตลาดและเศรษฐกิจทุนนิยมอุตสาหกรรมที่สามารถผลิตสินค้า ลักษณะเหมือนกันได้ครั้งละมากๆ ในราคาที่ถูกลงทำให้การเลียนแบบพฤติกรรมทำได้ง่าย ขณะเดียวกันความเหมือนกันก็เป็นสัญลักษณ์ของการรวมกลุ่มและแยกกลุ่มด้วย ทำให้เห็นถึงความแตกต่างได้อย่างชัดเจน นักการตลาดเรียนรู้ถึงการที่คนในสังคมให้ความสำคัญแก่ความหมายทาง วัฒนธรรมแก่สินค้ามากกว่าประโยชน์ในการใช้สอย คุณภาพและราคา จึงได้ใช้กลไกการตลาด เช่น การสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า เน้นความทันสมัย ความหรูหรามีระดับ เอกลักษณ์ ฯลฯ และการ โฆษณา การออกแบบเชิงศิลป์ การจัดวางสินค้าในการช่วยสร้างคุณค่าทางสัญลักษณ์ให้แก่สินค้าตน ก่อให้เกิดกระแสการตามแฟชั่น และสร้างความหมายใหม่ส่วนตัวให้กับผู้บริโภคต่อไป (สมรักษ์ ชัย สิงห์กานานนท์, 2544 : 63-64,199)

ยิ่งในยุคปัจจุบันการแข่งขันกันทางธุรกิจเพิ่มขึ้นมากทำให้มีการคิดการตลาดรูปแบบหนึ่ง ซึ่งนิยมใช้กันมากนั่นก็คือ ส่วนประสมการตลาด ซึ่งหมายถึง กลุ่มของเครื่องมือการตลาดที่กิจการใช้ในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการตลาดในตลาดเป้าหมายและเป็นตัวแปรทางการตลาดที่กิจการสามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการต้องนำมาใช้ร่วมกันหรือนำมาประสมกัน เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายและส่วนประสมการตลาดประกอบด้วย (วิรัตน์ โปธิสารวารากรณ์, 2546)

1. ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย สินค้าและบริการซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถสนองความจำเป็น ความต้องการ และความพอใจของผู้บริโภคได้ ทั้งเป็นสิ่งที่เสนอให้กับตลาดเพื่อเรียกร้องความสนใจ และความเป็นเจ้าของ ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่มีตัวตน (จับต้องได้) และไม่มีตัวตน (จับต้องไม่ได้) ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบ คือ ตัวผลิตภัณฑ์ ชื่อตราสินค้า การหีบห่อรูปแบบ
2. ราคา เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของเงินตรา ซึ่งการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ควรเป็นราคาที่เหมาะสมและยุติธรรม (The right price) ฉะนั้นจึงต้องคำนึงถึงวิธีการกำหนดราคา นโยบาย และกลยุทธ์การกำหนดราคา เพราะราคาเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ
3. การจัดจำหน่าย เป็นกิจกรรมทางการตลาดในการนำผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องออกสู่ตลาดเป้าหมาย ในการจำหน่ายนี้รวมถึง สถานที่จำหน่ายที่ไหน จำหน่ายผ่านคนกลางระดับไหน อย่างไร และมีการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ (การขนส่ง) และเก็บรักษาอย่างไร ซึ่งในการนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วนคือ

**ส่วนที่ 1** ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution หรือ Distribution Channel) เป็นการพิจารณาว่าจะมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยผ่านคนกลางระดับไหนบ้าง อย่างไร ซึ่งมีช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางของการแลกเปลี่ยนกรรมสิทธิ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคสุดท้าย (Ultimate Consumer) หรือ ผู้ใช้เพื่ออุตสาหกรรม (Industrial User) โดยมีกลุ่มของสถาบันเข้าทำหน้าที่ในการนำผลิตภัณฑ์จากการ

ผลิตสู่การบริโภคในช่องทางทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลางทุกชนิด และผู้บริโภคหรือผู้ใช้

**ส่วนที่ 2** การกระจายตัวสินค้า (Physical distribution) หรือเรียกว่า PD เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ในปริมาณที่ตลาดเป้าหมายต้องการไปยังสถานที่ที่ถูกต้องและในเวลาที่เหมาะสม กิจกรรมในส่วนนี้ได้แก่ การขนส่ง การเก็บรักษา การคลังสินค้า การควบคุมสินค้าคงคลัง การคาดคะเนยอดขาย การวางแผนจำหน่าย การดำเนินการเกี่ยวกับคำสั่งซื้อ การบรรจุหีบห่อ และการเคลื่อนย้ายวัสดุและสินค้า เป็นต้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จำหน่ายในการเสนอผลิตภัณฑ์กับตลาดเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ นับได้ว่าเป็นการส่งเสริมการตลาด เป็นวิธีที่ช่วยเสริมสร้างการติดต่อสื่อสารให้ผู้บริโภคมั่นใจ ความเข้าใจ ในผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายในตลาดมากยิ่งขึ้น เป็นต้นว่า ทำให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจำหน่ายแล้ว และสามารถหาซื้อได้ที่ใดในราคาที่เหมาะสมยุติธรรม ซึ่งการส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย 4 ประการเรียกว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) หรือ ส่วนประสมการสื่อสาร (Communication Mix) คือ

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล (non - personal) โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา การโฆษณาในโรงภาพยนตร์ และการส่งทางไปรษณีย์ เพื่อก่อให้เกิดการเสนอแนะสินค้าหรือการส่งเสริมการค้า บริการ และความคิดเห็นขององค์กรหรือหน่วยงานซึ่งเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย

4.2 การขายโดยบุคคล (Personal Selling) เป็นการขายโดยใช้พนักงานขายเอง ดังนั้นถือได้ว่าเป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายกับลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ ใช้การเสนอข้อมูลด้วยคำพูดแก่ผู้ซื้อ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างยอดขาย

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่กระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค กระตุ้นร้านค้าเพื่อให้ขายอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และกระตุ้นพนักงานขายเพื่อสร้างการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการขาย ถือว่าเป็นเครื่องมือที่สามารถจูงใจและกระตุ้นผู้บริโภคในระยะสั้น เพื่อให้เกิดการซื้อและการขายผลิตภัณฑ์ และเป็นกิจกรรมในการส่งเสริมการตลาดที่ต้องใช้ร่วมกับการขายโดยบุคคลและการโฆษณา

4.4 การออกข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) ซึ่งการออกข่าว (Publicity) เป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นลักษณะของการติดต่อสื่อสารที่กิจการจัดขึ้นเพื่อประโยชน์ของกิจการในรูปแบบที่มีคุณค่าทางข่าวสารหรือมีลักษณะเด่น โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อการนี้แต่เป็นการให้ข่าวสารมีการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีต่อกลุ่มชน สำหรับการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นความพยายามขององค์กรที่มุ่งจะสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรในเกิดในกลุ่มชนที่เกี่ยวข้องต่างๆ โดยตลาดเป้าหมายของกลุ่มประชาสัมพันธ์ ได้แก่

1. ลูกค้าของกิจการ (Customer) ได้แก่ ลูกค้าภายใน (พนักงาน) และลูกค้าภายนอก
2. กลุ่มสาธารณะ (Publics) ได้แก่ ประชาชนทั่วไป หน่วยงานของรัฐบาลและผู้ถือหุ้น

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีองค์กรและแนวคิดเรื่องกลยุทธ์การตลาดมาเป็นกรอบในการศึกษาถึงที่มา นโยบายขององค์กร การจัดทำนิตยสาร การวางตำแหน่งของนิตยสาร การกำหนดวัตถุประสงค์หรือแนวทางของนิตยสาร การคัดเลือกบุคลากร ความรับผิดชอบของบุคลากรในแต่ละหน่วยงาน รวมถึงวิธีการทางการตลาดของนิตยสารซีเคริต รวมถึงการวางแผนทางการตลาดของนิตยสารซีเคริต ทั้งราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์

## แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร

นิตยสาร (magazines) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่งที่มีพัฒนาการมาเป็นลำดับนับแต่ศตวรรษที่ 18 ในตอนแรกฐานะของนิตยสารนั้นเป็นสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นสำหรับกลุ่มผู้มีอันจะกิน หรือชนชั้นสูง (elite) จำนวนไม่มาก ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีการพิมพ์ก้าวหน้าขึ้นประกอบกับจำนวนผู้รู้หนังสือมีเพิ่มมากขึ้น ในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 นิตยสารจึงเข้าถึงผู้รับที่เป็นมวลชนมากขึ้น ทั้งนี้นิตยสารนับได้ว่าเป็นสื่อชนิดแรกที่แพร่หลายไปสู่มวลชนในระดับนานาชาติ ขณะที่หนังสือพิมพ์แม้จะนับว่าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เข้าถึงมวลชนได้ก่อนแต่ก็เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เข้าถึงมวลชนในระดับท้องถิ่นหรือระดับภูมิภาคเท่านั้น

นิตยสารเป็นสื่อมวลชนประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีบทบาทสำคัญต่อสังคมปัจจุบัน หน้าที่ของนิตยสารส่วนใหญ่จะมุ่งไปในทางสร้างความบันเทิง แต่ถ้าพิจารณาถึงความเปลี่ยนแปลงของนิตยสารในปัจจุบัน เราจะพบว่านิตยสารที่มีได้มุ่งเฉพาะการให้ความบันเทิงเพียงอย่างเดียว แต่บางฉบับยังสามารถให้ความรู้ในทางวิชาการด้านใดด้านหนึ่งแก่ผู้อ่านด้วย (ดร.ฉวี หิรัญรักษ์, 2530)

เนื่องจากนิตยสารเป็นสื่อสิ่งพิมพ์เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ ดังนั้นวิธีการนำเสนอเพื่อสื่อสารกับผู้อ่านจึงมีทั้งความคล้ายและความแตกต่างกัน ดังนี้

1. เป็นสื่อที่ปราศจากเสียง สื่อสารด้วยสัญลักษณ์ที่เป็นตัวอักษรและภาพ นำเสนอเนื้อหาที่มีความคงที่สามารถจับต้องได้
2. เป็นการสื่อสารในลักษณะออกเป็นรายประจำ อาจจะออกทุกสัปดาห์ หรือเป็นรายปักษ์ เป็นรายเดือน เป็นต้น
3. เนื้อหาจัดแบ่งเป็นคอลัมน์เพื่อความสะดวกในการอ่าน
4. โครงสร้างการนำเสนอเรียบเรียงเป็นคำ ประโยค ย่อหน้า และเรื่อง
5. นำเสนอเนื้อหาหลายรูปแบบ ด้วยบทความ สัมภาษณ์ สารคดี ข่าวที่ไม่เน้นข่าวรายวัน นวนิยายเป็นเรื่องราวหลายตอนจบ เป็นต้น
6. ผู้เขียนหลายคน มีทั้งผู้เขียนที่เป็นทีมงานประจำ (staff) และผู้เขียนอิสระ (freelance)
7. ความพิถีพิถันในการนำเสนอมีมากกว่าหนังสือพิมพ์ทั้งภาษา รูปภาพ สี สัน การออกแบบปก การจัดหน้า ตลอดจนกระดาษที่ใช้ก็มีคุณภาพดีกว่า

8. โฆษณาสินค้าและบริการเป็นส่วนหนึ่งของนิตยสารที่น่าเสนอ ในลักษณะสวย สะดุดตา ชับช้อน เช่น โฆษณาน้ำหอม มีตัวอย่างกลิ่นบรรจุของแทรกไปในนิตยสาร ซึ่งการโฆษณาสินค้าและบริการนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำรายได้ที่นอกเหนือจากการขายเล่มให้กับผู้อ่าน

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2544) ได้ให้ความหมายว่า นิตยสาร หมายถึง หนังสือซึ่งออกเป็นประจำ อาจเป็นรายสัปดาห์ รายบ้กซ์ หรือรายเดือน เนื้อหามุ่งให้ความบันเทิง จึงมีเนื้อหาประเภทบันเทิงคดี ซึ่งได้แก่ เรื่องสั้น นวนิยาย บทร้อยกรอง หรืออาจมีงานเขียนประเภทสารคดีที่อ่านได้เพลินๆ ประเภทเกร็ดความรู้ต่างๆ กล่าวคือ เป็นหนังสือที่ได้ทั้งความเพลิดเพลินและความรอบรู้ได้ในเวลาเดียวกัน

วิชณ สุวรรณเพิ่ม (2531) ได้กล่าวถึงคุณภาพของนิตยสารไว้ว่า คุณภาพของนิตยสารนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบด้านต่างๆ อาทิ เช่น

1. Editing การตกแต่งต้นฉบับ เช่น การจัดหน้า การพิมพ์ เพื่อให้ทันออกจำหน่าย
2. Production การผลิตอย่างมีระบบ การเข้าหน้า การพิมพ์ พิมพ์ เป็นต้น
3. Magazine advertising การโฆษณาที่เป็นจริงในด้าน สี กระดาษ การออกแบบปก เป็นต้น
4. Circulation ยอดการจำหน่ายสูง จะเป็นเครื่องหมายของคุณภาพในหมู่ผู้อ่านประการหนึ่ง
5. Specialization กลุ่มผู้สนใจเป็นพิเศษ จะเป็นสมาชิกของนิตยสารเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม เช่น นักวิทยาศาสตร์ นักอุตสาหกรรม นักธุรกิจการค้า น้ำมัน เป็นต้น นิตยสารเหล่านี้สามารถพิมพ์ให้มีคุณภาพมาตรฐานได้
6. Research การวิจัยค้นคว้า หาค่านิยมจากผู้อ่านอยู่เสมอ

การแบ่งประเภทของนิตยสารโดยยึดกลุ่มผู้อ่านเป็นหลักสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

1. นิตยสารทั่วไป (consumer magazine) หมายถึง นิตยสารที่มุ่งตอบสนองความสนใจกลุ่มผู้อ่านทั่วไป เช่น นิตยสารสำหรับผู้หญิงหรือผู้ชายทั่วไป นิตยสารข่าว เป็นต้น
2. นิตยสารเฉพาะกลุ่ม (specialized magazine) หมายถึง นิตยสารที่ผลิตขึ้นโดยมีกลุ่มผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม ซึ่งมีความสนใจเฉพาะเรื่องที่แตกต่างหลากหลายไป เช่น นิตยสารเกี่ยวกับศาสนา การศึกษา ธุรกิจ วิทยาศาสตร์ เป็นต้น

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (อ้างถึงแล้ว) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของนิตยสารว่ามีความสำคัญต่อการสร้างเอกลักษณ์และความโดดเด่นจากนิตยสารฉบับอื่นๆ ไว้ในหนังสือ “เรียนรู้วิธีการและงานบรรณาธิการสิ่งพิมพ์” ไว้ 5 ประการ ดังนี้

1. หน้าปกนิตยสาร หน้าปกนิตยสารมักมีสีสันสวยงาม หรือสะดุดตา พิมพ์สีดี เพื่อเรียกร้องความสนใจ นิตยสารที่พิมพ์จำหน่ายในท้องตลาดมักใช้ภาพถ่ายบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น นักแสดง นักร้อง นักการเมือง นักกีฬา ในขณะที่นิตยสารฉบับนั้นออกจำหน่าย เป็นต้น มาขึ้นเป็นภาพปก

ปกนิตยสาร เป็นส่วนสำคัญที่สุดของนิตยสารเพราะเป็นจุดแรกที่คนพบเห็นและมีผลต่อยอดขายของนิตยสาร ปกนิตยสารจะมีลักษณะเฉพาะตัวที่ต่างจากปกหนังสือเล่ม เนื่องจากมีข้อมูลจำนวนมากที่บอกลักษณะเฉพาะตัวของนิตยสารแต่ละฉบับ ตั้งแต่ชื่อนิตยสาร ตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ คำขวัญประจำนิตยสาร(ถ้ามี) และภาพปก นอกจากนี้ยังอาจมีข้อมูลแสดงปีที่ ฉบับที่ วันที่ เดือน ปีพุทธศักราช ราคาจำหน่าย และเรื่องเด่นประจำฉบับ รวมทั้งเลขประจำนิตยสาร (International Standard Number หรือ ISSN) แต่ข้อมูลดังกล่าวอาจปรากฏที่สันปกหรือในหน้าของนิตยสาร แทนที่จะรวมอยู่บนหน้าปกก็ได้ การออกแบบจัดหน้าหน้าปกนิตยสารควรเป็นรูปแบบพื้นฐานที่สอดคล้องกันในแต่ละฉบับ เพื่อแสดงเอกลักษณ์ของนิตยสารฉบับนั้นๆ ส่วนปกอื่นๆ ได้แก่ ปกหน้าด้านใน ปกหลังด้านใน และปกหลัง

2. หน้าสารบัญ หน้าสารบัญมักเลือกเนื้อหาที่น่าสนใจมาก (Hi-light) ภายในฉบับนั้นๆ มาใส่ไว้ในสารบัญ และมีการออกแบบที่สวยงาม โดยอาจจะใช้ภาพประกอบเรื่องมาประกอบเป็นภาพประกอบ ทั้งนี้ นิตยสารอาจจะมีสารบัญมากกว่า 1 หน้าก็ได้

หน้าสารบัญ เป็นส่วนประกอบสำคัญของจากหน้าปก เพราะเป็นหน้าของนิตยสารที่แสดงข้อมูลทั้งหมดซึ่งจำเป็นต่อการจัดทำนิตยสาร รวมทั้งแสดงชื่อคอลัมน์ และบทความทั้งหมดที่มีในนิตยสารนั้น พร้อมทั้งระบุเลขหน้าเพื่อความสะดวกต่อการเปิดอ่าน โดยเฉพาะเมื่อผู้อ่านต้องการอ่านเรื่องที่สนใจหรือเรื่องที่ทำให้ความสำคัญก่อน หน้าสารบัญจะต้องมีชื่อนิตยสาร ปีที่ ฉบับที่ เดือน ปีพุทธศักราชที่นิตยสารวางจำหน่ายเหมือนอย่างเช่น หน้าปก รวมทั้งรายชื่อกองบรรณาธิการ และ

คณะผู้จัดทำ ชื่อบริษัทสำนักพิมพ์ ที่อยู่ของสำนักพิมพ์ ระยะเวลาในการออกจำหน่าย รายชื่อแผนกหรือคอลัมน์ทั้งหมด พร้อมระบุเลขหน้า สำหรับนิตยสารซึ่งวางจำหน่ายมานานจนรู้จักกันแพร่หลาย อาจเน้นจุดเด่นนี้ด้วยการแสดงปีแรกที่จัดทำนิตยสารนั้น บางครั้งอาจจะแสดงขนาดย่อของภาพปกพร้อมคำบรรยายใต้ภาพย่อ สารบัญอาจมีจำนวนหลายหน้า โดยอาจมีเรื่องย่อบทความหรือคอลัมน์ในหน้าด้วย อย่างในกรณีนิตยสารที่มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเมื่อผู้อ่านคุ้นเคยกับคอลัมน์ประจำในนิตยสาร และไม่ต้องการความรวดเร็วในการเปิดหาคอลัมน์

3. บทบรรณาธิการ เป็นข้อเขียนของบรรณาธิการ มักเป็นคนทักทายผู้อ่าน รวมทั้งแนะนำเรื่องเด่นๆภายในเล่ม หรือ แนะนำผู้เขียน คอลัมนิสต์ เพื่อเป็นข้อมูลเลือกอ่านให้กับผู้รับสาร

4. เนื้อหา ข้อเขียน บทความและคอลัมน์ มักเป็นสารคดี ความรู้ ความบันเทิง และข่าวสาร เนื้อหาจะเน้นหนักในด้านใด มีความแตกต่างกันไปบ้างทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทหรือกลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย (target audience) ของนิตยสารฉบับนั้น

การจัดหน้าภายในเล่มมีการพิถีพิถัน มีภาพประกอบที่สวยงาม อาจจะมีพิมพ์สอดสีจัดคอลัมน์จัดคอลัมน์ให้เหมาะกับการเคลื่อนที่ของสายตา เช่น แบ่งเป็นคอลัมน์ (เช่นเดียวกับการจัดแบ่งคอลัมน์ในหน้าหนังสือพิมพ์) มีพื้นที่ว่างขอบประกอบ มีภาพประกอบ

เอกลักษณ์ที่โดดเด่นของนิตยสาร คือ การนำเสนอเนื้อหาที่ประกอบไปด้วยเรื่องราว บทความ และคอลัมน์ที่มีความหลากหลาย ทั้งด้านความรู้และความบันเทิง โดยใช้ผู้เขียนจำนวนมาก การเน้นเนื้อหาในด้านใดนั้นขึ้นอยู่กับนโยบาย และวัตถุประสงค์ในการจัดทำเป็นสำคัญ ถ้าเป็นนิตยสารทั่วไป อาจจะเสนอเรื่องราว คอลัมน์ และบทความซึ่งคนทั่วไปสนใจ เช่น เรื่องสั้น บทวิเคราะห์ข่าวสาร สำคัญทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมในขณะนั้น หรือเรื่องราวอิงประวัติศาสตร์ และสัมภาษณ์บุคคลที่เด่นหรือมีความสำคัญ เป็นต้น ถ้าเป็นนิตยสารเฉพาะกลุ่มสตรี อาจเสนอเรื่องราว คอลัมน์ และบทความเกี่ยวกับสตรี เช่น แฟชั่น แบบเสื้อ ทรงผม เครื่องประดับ การตกแต่งบ้าน การทำอาหาร นวนิยาย เป็นต้น

นอกเหนือจากเนื้อหาที่เป็นตัวหนังสือแล้ว นิตยสารทั่วไปนิยมใช้ภาพประกอบเนื้อหา เพื่อเพิ่มความโดดเด่น ความน่าสนใจ และความสวยงามของหน้าแต่ละหน้า การใช้ภาพประกอบยังช่วย



ให้การจัดหน้าเป็นไปอย่างสมบูรณ์ และได้สัดส่วนมากขึ้นในกรณีที่มีเนื้อหาบ่อยก็อาจจะใช้ภาพประกอบเป็นตัวเสริม นอกจากนี้ การมีภาพประกอบแทรกในเนื้อหาที่เต็มไปด้วยข้อความจะช่วยให้ผู้ดูได้พักสายตาอีกด้วย

5. หน้าโฆษณา นับเป็นส่วนประกอบที่จำเป็นของนิตยสาร เพราะการทำรายได้หลักให้กับนิตยสารได้มากกว่ารายได้จากการจัดจำหน่าย หน้าโฆษณาของนิตยสารมักอยู่ที่ปกหลัง ปกหน้าด้านใน ปกหลังด้านใน ส่วนต้นของนิตยสารก่อนหน้าสารบัญ และแทรกระหว่างบทความหรือคอลัมน์ หน้าโฆษณาซึ่งเจ้าของสินค้าต้องจ่ายแพงที่สุด ได้แก่ ปกหลัง รองลงมาคือ ปกในที่อยู่ด้านหน้า ปกในที่อยู่ด้านหลัง ส่วนต้นของนิตยสารก่อนหน้าสารบัญ และหน้าแทรกระหว่างคอลัมน์ตามลำดับ หน้าโฆษณาที่มีสีจะราคาแพงกว่าหน้าขาวดำ

เนื่องจากรูปแบบของนิตยสารเป็นตัวกำหนดเนื้อหาที่เสนอในนิตยสารและจะแยกประเภทของนิตยสารให้เด่นชัดในสายตาของผู้อ่าน รูปแบบของนิตยสารจะต้องมีการตกลงกันระหว่างเจ้าของผู้พิมพ์โฆษณาและกองบรรณาธิการ นิตยสารจะประสบความสำเร็จได้รูปแบบของนิตยสารต้องได้รับความสนใจและดึงดูดใจผู้อ่านให้ซื้อนิตยสารเพื่อติดตามเนื้อหาซึ่งต้องมีความต่อเนื่องในแต่ละฉบับ ซึ่งองค์ประกอบในการกำหนดรูปแบบโดยทั่วไปมีดังนี้ (ดร.ณิ หิรัญรักษ์, อ้างถึงแล้ว)

1. จุดประสงค์ของการจัดทำนิตยสาร
2. ตลาดสำหรับนิตยสาร
3. มาตรฐานการครองชีพของผู้อ่าน และอำนาจในการซื้อของผู้อ่าน
4. ระดับการศึกษาของผู้อ่าน
5. รูปแบบของนิตยสารที่เป็นคู่แข่ง
6. การพิจารณาและการทดลองรูปแบบที่เป็นอยู่ของนิตยสารโดยดูจากยอดจำหน่าย ยอดโฆษณา และรายงานรายได้ของนิตยสารตลอดจนความคิดเห็นของผู้อ่าน
7. ความต้องการและความคิดเห็นของผู้อ่าน
8. งบประมาณการเงินของผู้พิมพ์โฆษณา หรือ เจ้าของนิตยสาร

### คุณสมบัติของนิตยสารมีดังนี้

1. คุณสมบัติที่เป็นจุดเด่นของนิตยสาร

- 1.1. ผู้บริโภคสามารถเลือกได้ (selectivity) หากเปรียบเทียบกับสื่ออื่น นับว่านิตยสารเป็นสื่อที่สามารถดำเนินการได้ในลักษณะที่เป็นธุรกิจขนาดไม่ใหญ่โต ด้วยเงินลงทุนไม่สูงมาก จึงทำให้มีผู้ผลิตนิตยสารสำหรับคนแทบทุกกลุ่มในสังคม ด้วยเหตุนี้เองทำให้เกิดผลดีต่อผู้บริโภคในการที่จะเลือกอ่านนิตยสารได้สอดคล้องตรงตามความสนใจและความต้องการของแต่ละบุคคล
- 1.2. นิตยสารมีความยืดหยุ่นสูง (flexibility) ผู้ผลิตนิตยสารสามารถที่จะสร้างสรรค์รูปแบบได้ไม่ยาก โดยอาจจะออกแบบให้มีความหลากหลายในขนาด รูปทรง ความกว้าง ความยาว เช่น นิตยสารเล่มจิ๋ว นิตยสารขนาดพกพาไม่หนักมาก หรือ นิตยสารกระดาษมันอย่างดีหนา หนัก ไม่เหมาะพกพา แต่เน้นความงามของภาพที่น่าเสนอนิตยสารนั้นๆ เป็นต้น
- 1.3. นิตยสารสามารถผลิตได้อย่างเข้มข้น (intensification) หากเปรียบเทียบกับหนังสือพิมพ์ ขณะที่หนังสือพิมพ์มีช่วงเวลาของการทำงานที่จำกัด นิตยสารจะมีความกดดันในเรื่องเวลาน้อยกว่าหนังสือพิมพ์ ทำให้บรรณาธิการสามารถที่จะเลือกเฟ้นเนื้อหา หรือ เจาะลึกในประเด็นปัญหา มีการตีความ วิเคราะห์ วิจัยได้อย่างเข้มข้นมากกว่า
- 1.4. นิตยสารสามารถออกแบบเพื่อตอบสนองลูกค้าด้วย (custom-tailor) ไม่ว่าจะ เป็นกลุ่มที่แตกต่างกันทางวัฒนธรรม เชื้อชาติ ศาสนา สภาพภูมิศาสตร์
- 1.5. นิตยสารมีความคงทนมากกว่า (last) แม้จะไม่ถาวรเท่ากับหนังสือแต่ก็มีอายุยืนยาว คงทนมากกว่าหนังสือพิมพ์ซึ่งมีอายุปกติ คือ วันต่อวัน สำหรับนิตยสารรายสัปดาห์มีได้หมดอายุภายในสัปดาห์นั้นๆ แต่ยังคงอยู่ได้สองสามหรือหลายสัปดาห์สำหรับบางคอลัมน์ หรือ นวนิยาย

## 2. ข้อจำกัดของนิตยสาร

- 2.1. โอกาสการเข้าถึงของผู้รับสาร เนื่องจากนิตยสารเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่ง ดังนั้นคุณสมบัติที่จะเข้าถึงสารที่สื่อผ่านนิตยสารก็ได้คือ ผู้รับสารจะต้องมีความสามารถในการอ่าน และต้องอ่านได้คล่องแคล่วจึงจะเกิดความเพลิดเพลินในการรับสาร เนื่องจากการสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ที่เป็นตัวอักษรเป็นหลัก

- 2.2. ราคาแพง แม้นิตยสารจะออกแบบรูปเล่มที่สวยงามให้ชวนซื้อหา แต่นิตยสารส่วนใหญ่ มักมีราคาแพง เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตที่สูง เพราะต้องการเน้นทั้งด้านคุณภาพ กระดาษ เนื้อหา และรูปภาพที่บรรจุในเล่ม จึงเป็นอุปสรรคประการหนึ่งของผู้ซื้อ
- 2.3. การนำเสนอเนื้อหา เนื่องจากนิตยสารมีกระบวนการจัดเตรียมต้นฉบับต้องอาศัย เวลานานกว่าหนังสือพิมพ์ ทำให้มีข้อจำกัดในการนำเสนอเนื้อหา ไม่สามารถนำเสนอ เนื้อหาในลักษณะสดใหม่ได้ เช่น การเสนอข่าวในนิตยสารมักเป็นสรุปข่าวรอบสัปดาห์ ไม่ใช่ข่าวรายวัน เป็นต้น

### แนวคิดเรื่องบทความเชิงโฆษณา

Philip Kotler (1997) ให้ความหมายบทความเชิงโฆษณาว่า เป็นรูปแบบใหม่ที่เพิ่มขึ้นมาใน ส่วนผสมทางการตลาด โดยเป็นการทำโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการออกแบบเนื้อหาให้คล้ายคลึงกับ เนื้อหาทั่วไปของหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร จนคนดูแยกไม่ออก

O'Quinn, Allen & Semenik (2000) กล่าวว่า การใช้บทความโฆษณานับวันจะมีแนวโน้มที่ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ด้วยเหตุผลที่น่าเชื่อถือและนักโฆษณาไม่ต้องการที่จะนำเสนองานโฆษณาที่ดูเป็นการ จงใจขายสินค้า หรือบริการที่มากเกินไป แต่บทความเชิงโฆษณาสามารถสร้างการโน้มน้าวใจ และ ความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างเจ้าของสินค้ากับผู้บริโภคเป็นอย่างดี

ประสิทธิภาพของการทำโฆษณาในรูปของบทความโฆษณายังคงได้ผล เนื่องจาก คุณลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

- ความโดดเด่น น่าสนใจของบทความโฆษณาที่สามารถให้ข้อมูลที่ประโยชน์ได้มากกว่า โฆษณาทั่วไปในหนังสือหรือนิตยสาร
- บทความที่นำมาโฆษณาอาจได้จากงานเขียนของผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ หรือบุคคลที่มี ชื่อเสียง ล้วนแล้วแต่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าหรือบริการได้เป็นอย่างดี
- ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อเจ้าของสินค้า

Russell & Lane (1999) กล่าวว่า ความแพร่หลายของบทความเชิงโฆษณาได้กระจายไปสู่

สื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลายมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือแผ่นพับก็ตาม ซึ่งล้วนแล้วแต่อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดในกลุ่มผู้บริโภคในการแยกแยะถึงความแตกต่างระหว่างโฆษณา หรือบทความที่ให้ความรู้ นอกจากนี้สิ่งที่นักโฆษณายกย่องที่จะทำ คือ การลงโฆษณาให้ติดกับการรายงานข่าวหรือบทความ เพราะเชื่อว่าจะทำให้ผู้อ่านเข้าใจว่า โฆษณาดังกล่าวเป็นข่าวหรือบทความ เป็นเจตนาในการบิดเบือนให้ผู้อ่านเข้าใจผิดว่า ผู้ส่งสารคือกองบรรณาธิการ เป็นผลให้สารดังกล่าวโน้มน้าวใจผู้อ่านได้ดีกว่าการที่ผู้อ่านเข้าใจว่าเป็นการโฆษณารูปแบบหนึ่ง เนื่องจากผู้อ่านให้ความไว้วางใจของบทความมากกว่านักโฆษณา สภาพดังกล่าวกลายเป็นปัญหาใหญ่ ดังนั้นสมาคมบทความนิตยสารของอเมริกา และหน่วยงานหนังสือพิมพ์ต่างๆร่วมกันกำหนดรูปแบบแนวทางที่เกี่ยวกับการทำบทความเชิงโฆษณา ไว้ดังนี้

- บทความเชิงโฆษณาไม่ควรใช้รูปแบบมาตรฐานของการจัดหน้า หรือพาดหัวแบบเดียวกับที่เจ้าของสื่อให้นำเสนอ
- บทความเชิงโฆษณาควรมีการระบุอย่างชัดเจนว่าเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่โฆษณา และควรจัดวางไว้ด้านบน หรือด้านล่างของหน้ากระดาษนั้น
- ควรมีการจัดวางระบุชื่อผู้สนับสนุน หรือผู้นำเสนอบทความนั้นในตำแหน่งที่เห็นชัดเจน โดยเฉพาะส่วนหน้าของโฆษณา
- ในแต่ละหน้าควรมีการระบุว่าเป็นพื้นที่โฆษณา (Paid Advertising-Supplement)

จากงานวิจัยของชัลยพร อนันต์ศฤงคาร (2543) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอบทความแฝงโฆษณาในนิตยสาร และการเปิดรับ การตระหนักรู้ และทัศนคติของผู้อ่านนิตยสาร” มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษารูปแบบและเนื้อหาของบทความเชิงโฆษณาในนิตยสาร และศึกษาการเปิดรับ การตระหนักรู้ และทัศนคติของผู้อ่านต่อบทความดังกล่าว รวมถึงทัศนคติต่อสินค้าที่นำเสนอในรูปแบบนี้ด้วย พบว่า

1. บทความเชิงโฆษณามีทั้งหมด 7 ประเภทด้วยกัน คือ บทความประเภทบรรยาย บทความประเภทสาระเบาๆ บทความเชิงสัมภาษณ์ บทความเชิงวิชาการ บทความอธิบาย บทความรายงาน และบทความเชิงแสดงบุคลิกภาพ
2. เนื้อหาความรู้ที่บทความเชิงโฆษณานำเสนอมีทั้งหมด 8 หมวด คือ ความรู้เรื่องสุขภาพ ความรู้เรื่องความสวยความงาม ความรู้สำหรับแม่บ้าน ความรู้เรื่องการเลี้ยงดูเด็ก

ความรู้เรื่องการตกแต่งบ้านและที่อยู่อาศัย ความรู้เรื่องการดูแลรถยนต์ ความรู้เรื่องเทคโนโลยีและความรู้ทั่วไป

3. ผู้อ่านนิตยสารทุกคนมีการเปิดรับบทความเชิงโฆษณา และตระหนักรู้ว่าบทความเชิงโฆษณามีการทำโฆษณาแฝง
4. ผู้อ่านนิตยสารส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อบทความเชิงโฆษณา เพราะเห็นว่าบทความนำเสนอสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ ที่ผู้อ่านมีทัศนคติต่อสินค้าที่นำเสนอรูปแบบบทความเชิงโฆษณาในทิศทางบวก เพราะเห็นว่าสินค้านั้นนำเสนอความรู้ที่เป็นประโยชน์ นอกเหนือจากการขายสินค้า

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับนิตยสารมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะในนิตยสารซีเคร็ต เพื่อให้เห็นภาพรวมขององค์ประกอบของนิตยสาร ประเภทของนิตยสาร การทำนิตยสาร จุดเด่นและข้อจำกัดของนิตยสาร และรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารตั้งแต่หน้าปก หน้าสารบัญ บทบรรณาธิการ เนื้อหา และหน้าโฆษณา รวมถึงวิธีการในการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจทั้งจากนักเขียนภายนอกและกองบรรณาธิการของนิตยสารซีเคร็ต

และในส่วนของการวิเคราะห์บทความเชิงโฆษณาผู้วิจัยได้เลือกเกณฑ์การนำเสนอบทความเชิงโฆษณาทั้ง 7 หมวด จากงานวิจัยของชัลย์พร อนันต์ศุงคาร (2543) มาเป็นเกณฑ์ประกอบในงานวิจัยเรื่องนี้ เพื่อให้เห็นการเลือกนำเสนอบทความและบทความเชิงโฆษณาภายใน ดังนี้

1. ความรู้เรื่องสุขภาพ
2. ความรู้เรื่องความสวยความงาม
3. ความรู้สำหรับแม่บ้าน
4. ความรู้เรื่องการเลี้ยงดูเด็ก
5. ความรู้เรื่องการตกแต่งบ้านและที่อยู่อาศัย
6. ความรู้เรื่องการดูแลรถยนต์
7. ความรู้เรื่องเทคโนโลยี

## แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา

Bernard Berelson (1971) กล่าวว่า ในกระบวนการสื่อสารสิ่งหนึ่งที่สำคัญก็คือ เนื้อหาที่สื่อสาร ซึ่งกระบวนการสื่อสารประกอบไปด้วย ใครพูดอะไรกับใครอย่างไรมีผลอะไร เนื้อหาของการสื่อสารก็คือการบอกว่า “อะไร”

Budd, Thop, Domogew (1967) กล่าวถึงการวิเคราะห์เนื้อหาว่า เป็นการศึกษาพฤติกรรมของผู้ส่งสาร (Source) ว่าผู้ส่งสารมีจุดมุ่งหมาย ค่านิยม ทศนคติอย่างไร การวิเคราะห์เนื้อหาจะช่วยให้สามารถศึกษาบุคคลจากเนื้อหาที่เขาแต่งขึ้นได้และไม่เพียงแต่จะใช้การวิเคราะห์เนื้อหาอธิบายผู้ส่งสารเท่านั้น แต่สามารถนำระเบียบวิธีวิจัยของการวิเคราะห์เนื้อหาไปใช้อธิบายหรือทำนายผู้รับสารได้ เนื่องจากการวิเคราะห์เนื้อหาสามารถอธิบายได้ด้วยกระบวนการของการสื่อสาร (Communication Process) ซึ่งประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการ และการวิเคราะห์เนื้อหายังสามารถเกี่ยวพันกับการกับการศึกษาพฤติกรรมของการสื่อสารได้เช่น วิธีการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ เป็นต้น การวิเคราะห์เนื้อหาสามารถเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร รวมทั้งการวิเคราะห์และทำนายปฏิบัติการตอบกลับของผู้รับสารได้อีกด้วย (อ้างถึงใน โชติรส อุตสาหกิจ, 2541)

การวิเคราะห์เนื้อหาที่มีวัตถุประสงค์และคุณประโยชน์ที่สามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อทราบแนวโน้มและระดับของการสื่อสารมวลชน เนื้อหาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสารมวลชน การวิเคราะห์เนื้อหาจึงอาจแสดงผลเป็นทำนองเปรียบเทียบให้เห็นถึงแนวโน้มและระดับการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน ผลของการวิเคราะห์เนื้อหาเนื้อหาย่อมชี้ให้เห็นถึงคุณภาพและปริมาณของเนื้อหาที่ถูกถ่ายทอดไปสู่ประชาชนซึ่งเป็นผู้อ่าน ผู้ฟัง หรือผู้ชมสื่อมวลชนนั้นๆ ทุกวันนี้สื่อมวลชนเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับชีวิตประจำวันของคนปัจจุบัน การที่ตรวจสอบให้ได้ข้อมูลที่แน่นอนเกี่ยวกับเนื้อหาของการสื่อสารชนย่อมมีคุณประโยชน์แก่ทั้งผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับสื่อมวลชน นักการศึกษา ประชาชน ผู้ใช้สื่อมวลชน ตลอดจนเจ้าหน้าที่ทางราชการที่เกี่ยวข้องสื่อมวลชนทุกฝ่าย

2. เพื่อเปรียบเทียบแนวโน้มและระดับของเนื้อหาของการสื่อสารมวลชนระหว่างประเทศ ทุกวันนี้เนื้อหาของสื่อสารมวลชนมิได้จำกัดอยู่เพียงวงเขตของประเทศหนึ่งประเทศใดโดยเฉพาะ เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นที่มุมโลกอีกด้านหนึ่งก็สามารถถูกถ่ายทอดไปให้ประชาชนอีกมุมโลก หนึ่งทราบได้อย่างรวดเร็ว มีคำกล่าวว่า โลกจะมีสันติภาพอย่างแท้จริงได้ก็ต่อเมื่อมีชุมชนโลก แต่ชุมชนโลกจะมีขึ้นได้นั้นต้องอาศัยการสื่อสารโลกเสียก่อน ฉะนั้นการถ่ายทอดเรื่องราวและเหตุการณ์ ต่างๆเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันในระหว่างประชาชาติ จึงเป็นจุดมุ่งหมายสำคัญในการ อนุรักษ์สันติภาพของโลกไว้ การสื่อสารมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญในการสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การตรวจสอบวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อสารมวลชนโดยนำข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของสื่อสารมวลชน ของแต่ละประเทศมาเปรียบเทียบ จึงอาจอนุมานให้เห็นถึงระดับการแลกเปลี่ยนข่าวสารและความ คิดเห็นเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีของประชาชาติต่างๆได้เป็นอย่างดี

3. เพื่อทราบระดับความต้องการของประชาชนผู้ใช้สื่อมวลชน เนื้อหาของสื่อสารมวลชน นั้นดำเนินไปตามกฎของการเสนอและสนอง เมื่อประชาชนมีความต้องการเนื้อหาของสื่อสารมวลชน ประเภทใดชนิดใด ผู้ดำเนินการจัดทำสื่อสารมวลชนย่อมต้องสนองความต้องการของประชาชน จริง อยู่การสื่อสารมวลชนมีภาระหน้าที่อันจะต้องยกระดับบรรณนิยมและความต้องการของประชาชนให้ สูงขึ้น แต่กฎแห่งการเสนอและสนองก็ยังเป็นความจริงซึ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ ฉะนั้นเราอาจอนุมานระดับ บรรณนิยมและความต้องการของประชาชนได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อสารมวลชน

4. เพื่อทราบ “แบบแผนวัฒนธรรม” ของสังคมปัจจุบัน วัฒนธรรม คือ กรอบหรือแนว แห่งพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคม แต่เดิมนั้นไม่ว่าจะเป็นสังคมตะวันตกหรือตะวันออกก็ตาม แนว นิยมทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นจากความประพฤติกของกลุ่มชนชั้นสูงซึ่งๆได้รับการยอมรับให้เป็นผู้นำของ สังคม แต่ในโลกปัจจุบันเนื่องจากความเจริญทางเศรษฐกิจ การแพร่ขยายการศึกษาออกไปยังคนทุก ชันทุกกลุ่ม ความเจริญในวิธีการสื่อสารติดต่อและความเชื่อในลัทธิการเมืองระบอบประชาธิปไตยทำ ให้สามัญชนคนเดินถนนมีบทบาทสำคัญในสังคม แนวกรอบแห่งพฤติกรรมในสังคม มนุษย์จึงมี ความสำคัญอยู่ที่ความประพฤติกของสามัญชนคนธรรมดาตนเอง สื่อสารมวลชนซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึง มวลชนจึงเป็นตัวจักรสำคัญในการกำหนดแนวโน้มทางวัฒนธรรมของมวลชน ฉะนั้นการศึกษา ตรวจสอบเนื้อหาของสื่อสารมวลชนจึงเป็นแนวทางหนึ่งซึ่งนักสังคมศาสตร์สามารถกำหนดการเรียกรู้ “แบบแผนวัฒนธรรม” ของสังคมได้

5. เพื่อทราบแนวความคิดเห็นของสื่อสารมวลชนในฐานะเป็นแหล่งกลางในการแสดงความคิดเห็น สื่อสารมวลชนนอกจากมีหน้าที่ในการเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์และเรื่องราวที่เกิดขึ้นให้ประชาชนทราบ ยังมีหน้าที่ในการเสนอความคิดเห็น สื่อสารมวลชนเป็นแหล่งในการแสดงความคิดเห็นในปัญหาอันเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์อันเป็นส่วนรวมของสังคม เสียงของสื่อสารมวลชนไม่ใช่เสียงสวรรค์ แต่เป็นเสียงที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องพึงสำเหนียกระมัดระวังอยู่ ฉะนั้นการวิเคราะห์เนื้อหาความคิดเห็นที่แสดงออกทางสื่อสารมวลชนจึงเป็นสิ่งจำเป็นในสังคมประชาธิปไตย

6. เพื่อตรวจสอบการโฆษณาชวนเชื่อเพื่อผลทางการเมืองและการทหารในทางสงครามจิตวิทยา วิธีการวิเคราะห์นั้นถูกริเริ่มครั้งแรกโดย Office of War Information (OWI) ในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 Office of War Information (OWI) เป็นหน่วยงานราชการทางทหารของฝ่ายพันธมิตร มีหน้าที่ดำเนินสงครามจิตวิทยาและตรวจสอบการโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายศัตรู การวิเคราะห์เนื้อหาที่ใช้ระหว่างสงครามโลกครั้งที่สองนั้นมีผลแน่นอน ฝ่ายสัมพันธมิตรสามารถอนุมานกำลังขวัญของประชาชนและทหารของฝ่ายศัตรู ตลอดจนล่วงรู้วิธีการโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายตรงข้ามได้อย่างแม่นยำ เมื่อเสร็จสิ้นสงครามโลกแล้วจึงมีนักวิจัยทางสังคมศาสตร์นำวิธีการวิเคราะห์เนื้อหามาใช้เป็นประโยชน์ในทางการบริหารของรัฐบาลและวงการธุรกิจ

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหามาเป็นกรอบในการวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสารซีเคร็ต

เพื่อตรวจสอบให้ได้ข้อมูลที่แน่นอนเกี่ยวกับเนื้อหาของนิตยสารซีเคร็ตนั้นมีคุณประโยชน์ในการส่งเสริมสุขภาพทางจิตวิญญาณแก่ผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ตอย่างไร

### แนวคิดเรื่องการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นกระบวนการที่สร้างความเข้าใจระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยมีกระบวนการทำงานที่เป็นพลวัต (Dynamic) เกิดขึ้นต่อเนื่องตลอดเวลาอย่างไม่หยุดนิ่ง กล่าวคือ ในกระบวนการสื่อสารนั้น ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารจะมี



การโต้ตอบกันตลอดเวลา ผู้ส่งสารอาจกลายเป็นผู้รับสาร และผู้รับสารอาจกลายเป็นผู้ส่งสารได้เช่นกัน (พวงทอง อังกาบ, 2529 : 11)

G. Gerbner (1956) นักวิชาการด้านการสื่อสารได้ให้ความหมายของการสื่อสารที่สามารถให้ความเข้าใจโดยรวมไว้ว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กัน ในสภาพแวดล้อมทางสังคมเฉพาะ” จึงเห็นได้ว่าการสื่อสารมีความสำคัญ และเป็นพื้นฐานของการมีปฏิภริยาของมนุษย์ วัตถุประสงค์ที่สำคัญประการหนึ่งของการสื่อสาร คือ การก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เพื่อก่อให้เกิดผลบางประการในตัวผู้รับสาร โดยเกิดจากความตั้งใจของแหล่งสาร ซึ่งผลของการสื่อสารทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน 3 ประเด็นใหญ่ คือ

1. ระดับความรู้ของผู้รับสาร (Change in receiver's knowledge)
2. ทศนคติของผู้รับสาร (Change in receiver's attitude)
3. พฤติกรรมของผู้รับสาร (Change in receiver's behavior)

เกษม ศิริสัมพันธ์ (2515: 87) กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง การติดต่อสัมพันธ์กันระหว่างมนุษย์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน รวมถึงถ่ายทอดประสบการณ์ ความคิดเห็นและข้อเท็จจริงต่างๆของมนุษย์ในสังคม

โดยทั่วไปกระบวนการสื่อสารจะประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ คือ

1. แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source หรือ Sender) คือ ผู้ที่ทำการส่งสารไปยังผู้อื่นอาจเป็นบุคคลคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ ขึ้นอยู่กับประเภทและระดับการสื่อสาร
2. สาร (Message) คือ เรื่องราวหรือความคิดที่ผู้ส่งสารต้องการส่งหรือถ่ายทอดไปยังผู้รับสารโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับสารรับรู้ความหมาย และมีปฏิภริยาตอบสนอง
3. ช่องทางหรือสื่อ (Channel หรือ Media) ช่องทาง หมายถึง ทางที่ทำให้ผู้ส่งสารกับผู้รับสารติดต่อกันได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา หู จมูก ลิ้น กาย  
สื่อ หมายถึง สื่อที่มีอยู่ตามธรรมชาติ ได้แก่ อากาศและเสียง ตลอดจนสื่อที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ติดต่อสื่อสารไปถึงกันและกัน

4. ผู้รับสาร (Receiver) คือ บุคคลที่ได้รับเรื่องราว ความคิดจากผู้ส่งสาร สามารถคิดและรู้ความหมายของสารที่ได้รับ อาจเป็นบุคคลคนเดียว หรือ กลุ่มบุคคลก็ได้ เช่นเดียวกับผู้ส่งสาร
5. ผลที่เกิดจากการรับสาร (Effect)
6. ปฏิกริยาสะท้อนกลับ (Feedback)

### แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของ Harold D. Lasswell

เป็นทฤษฎีการสื่อสารที่อธิบายถึงการสื่อสารเชิงพฤติกรรม (The behavioral school of thought) เป็นการศึกษาปฏิกริยาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาข่าวสาร ชนิดของสื่อที่ใช้และผลอันเกิดจากการกระทำการสื่อสารของ Lasswell อธิบายกระบวนการสื่อสาร โดยตั้งเป็นคำถามเกี่ยวกับตัวผู้ส่งสาร ผู้รับสาร และผลของการสื่อสาร ซึ่งเขียนเป็นแบบจำลองแผนภูมิได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2.1 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของ Laswell

แบบจำลองดังกล่าว เกิดขึ้นในช่วงที่นักทฤษฎีการสื่อสารมีความเชื่อว่า กระบวนการสื่อสารส่วนใหญ่เป็นกระบวนการเชิงโน้มน้าวใจ จึงเป็นสูตรที่เหมาะสมสำหรับใช้วิเคราะห์การสื่อสาร เพื่อการโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างที่ผู้ส่งสารต้องการ (รจิตลักขณ์ แสงอุไร , 2548)

บ่อยครั้งที่เราพูดถึงกระบวนการสื่อสารว่าเป็น “กระบวนการของการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ” (ปรมะ สตะเวทิน, 2542) หรือ “การแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อที่จะเรียนรู้หาความเข้าใจและความหมายร่วมกัน” (กาญจนา แก้วเทพ, 2542)

การสื่อสารช่วยให้มนุษย์สามารถอธิบายและทำความเข้าใจในความจริงของธรรมชาติ พร้อมกับเชื่อมโยงสิ่งต่างๆเข้าไว้ด้วยกัน ทำให้มนุษย์สร้างความเข้าใจในภาพรวมของโลกและชีวิตได้ ถ้าศาสนาคือภาพรวมของชีวิตและโลก หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งคือ ความเป็นไป ชีวิตก็คือการดำรงอยู่ท่ามกลางความเป็นไป และการสื่อสารก็เป็นหนทางสู่ความเข้าใจนั้น ศาสนา ชีวิต และการสื่อสารจึงเป็นองค์ประกอบรวมที่มีอาจแยกออกจากกันได้โดยง่าย (ธรรมเกียรติ กันอริ, 2542)

ในส่วนของแนวคิดเรื่องการสื่อสารผู้วิจัยได้เลือกแบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์ มาเป็นกรอบในการศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารของนิตยสารซีเคร็ต ตามที่การสื่อสารของลาสเวลล์เชื่อว่าเป็นกระบวนการเชิงโน้มน้าวใจ ที่สามารถทำให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างไปตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้มากน้อยเพียงใด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องประเด็นทางจิตวิญญาณที่ถูกถ่ายทอดผ่านสื่ออย่างนิตยสารซีเคร็ตที่มีรูปแบบการนำเสนอธรรมะที่แตกต่างไปจากสื่ออื่นที่เคยมีมาในอดีต

### แนวคิดเรื่องจิตวิญญาณและสุขภาวะทางจิตวิญญาณ

วิวัฒนาการของวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ได้แบ่งการศึกษาทางกายและจิตออกเป็น 2 ส่วน แบบไม่เกี่ยวข้องกันและไม่ต้องอ้างอิงถึงกันตามหลักปรัชญาของเดส์คาร์ทส์ นักปรัชญาและนักคณิตศาสตร์ชาวฝรั่งเศส ได้ทำให้วิทยาศาสตร์สมัยใหม่จำกัดขอบเขตความรู้อยู่แต่มีมิติทางกายภาพ ส่วนมิติทางจิตวิญญาณนั้นถือว่าเป็นเรื่องของศาสนา การแสวงหาความเข้าใจในมิติทางจิตวิญญาณของชีวิตจึงอาจต้องมาเรียนรู้จากศาสนา เราจะเห็นได้ว่าไม่มีสังคมใดที่ไม่มีศาสนาหรือระบบคำสอนและแนวทางการปฏิบัติที่สลับซับซ้อนมากขึ้น แม้ว่ามิติทางจิตวิญญาณของแต่ละศาสนาอาจมีความหมายที่แตกต่างกันออกไปบ้าง แต่ในศาสนาต่างๆทั่วโลกนี้มีลักษณะร่วมอยู่ประการหนึ่ง คือ ความหมายของการมีชีวิตอยู่ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่การมีชีวิตไปวันๆ แต่การเป็น “มนุษย์ที่แท้” นั้น อยู่ที่การทำให้ชีวิตมีความสมบูรณ์ทางจิตวิญญาณ

Malinowski (1929) กล่าวว่า ศาสนามีหน้าที่หลักในการลดความวิตกกังวลและอารมณ์อันตึงเครียดอันเกิดจากความไม่แน่นอนในชีวิต (uncertainly) และความกลัวของมนุษย์ในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งหากไม่ควบคุมความกลัวนี้ก็จะกระทบกับความราบรื่น ความเป็นไปในสังคม เพราะฉะนั้นมนุษย์จึงใช้ศาสนา ความเชื่อ และพิธีกรรมเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ศาสนาทำให้มนุษย์

มีความมั่นใจว่าจะเอาชนะความตายได้ด้วยการยืนยันถึงชีวิตในภพหน้า ความตายในโลกนี้ไม่ได้เป็นจุดสิ้นสุดของมนุษย์ ศาสนาจึงเป็นสถาบันของสังคมที่มี “หน้าที่” ตอบสนองความต้องการพื้นฐานด้านจิตใจของมนุษย์ ในการเสริมสร้างความมั่นใจทั้งในระดับจิตสำนึกและจิตใต้สำนึก (อ้างอิงในพิงพิศ เทพปฏิมา, 2546)

ในทางพระพุทธศาสนา คำว่า “จิต” และ “วิญญูณ” เป็นคำ 2 คำที่มีความหมายเหมือนกัน แปลว่า

“ธรรมชาติรู้” มนุษย์ธรรมชาติในการรับรู้สิ่งต่างๆจากสภาวะแวดล้อมภายนอกโดนผ่านทางตา หู จมูก ลิ้น กาย และใจ เหมือนกับในพจนานุกรมพุทธศาสน์ ฉบับประมวลศัพท์ ได้ให้ความหมายของคำว่า “จิต” และ “วิญญูณ” ว่า จิต, จิตต์ หมายถึง ธรรมชาติที่รู้อารมณ์, สภาพที่นึกคิด, ความคิด, ใจ ส่วนคำว่า วิญญูณ นั้นหมายถึงความรู้แจ้งอารมณ์, จิต, ความรู้ที่เกิดขึ้นเมื่ออายตนะภายในและอายตนะภายนอกกระทบกัน เช่นรู้อารมณ์ในเวลาเมื่อรูปมากระทบตา เป็นต้น ได้แก่ การเห็น การได้ยินเป็น อาทิ; วิญญูณ 6 คือ

- |                |                       |                  |
|----------------|-----------------------|------------------|
| 1. จักขุวิญญูณ | ความรู้้อารมณ์ทางตา   | (เห็น)           |
| 2. โสตวิญญูณ   | ความรู้้อารมณ์ทางหู   | (ได้ยิน)         |
| 3. พานวิญญูณ   | ความรู้้อารมณ์ทางจมูก | (ได้กลิ่น)       |
| 4. ชิวหาวิญญูณ | ความรู้้อารมณ์ทางลิ้น | (รู้รส)          |
| 5. กายวิญญูณ   | ความรู้้อารมณ์ทางกาย  | (รู้สิ่งต้องกาย) |
| 6. มโนวิญญูณ   | ความรู้้อารมณ์ทางใจ   | (รู้เรื่องในใจ)  |

แต่ในทางพุทธศาสนายังไม่เคยมีการใช้คำว่า “จิตวิญญูณ” เป็นสองคำคู่กัน แท้จริงคำนี้น่าจะเป็นคำใหม่ที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า Spiritual Health ซึ่งหมายถึง ความสุขที่เกิดจากความดีและลดความเห็นแก่ตัวลง ทำให้เกิดปัญญา

Hill และ Smith (1990) ได้ให้ความหมายของคำว่า จิตวิญญูณ หมายถึง องค์ประกอบของสุขภาพที่มีความสัมพันธ์กับการมีชีวิตอยู่ โดยธรรมชาติแล้วชีวิตมนุษย์ประกอบขึ้นด้วยส่วนที่มองเห็นด้วยตาและสัมผัสได้ ได้แก่ ส่วนประกอบที่เป็นร่างกาย และส่วนประกอบที่มองไม่เห็น คือ จิตวิญญูณ (Spirituality) ซึ่งส่วนนี้เปรียบเสมือนลมหายใจแห่งชีวิตจิตวิญญูณ ยังเป็นมโนทัศน์ที่ยาก

ต่อการให้คำอธิบายชัดเจนลงไป แต่จิตวิญญาณมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการมีชีวิตอยู่ สิ่งนี้จึงเป็นความรู้สึกหรือประสบการณ์ที่ไม่มีตัวตน ไม่มีวิธีการปฏิบัติโดยเฉพาะ แต่จิตวิญญาณเกี่ยวข้องข้องกับสิ่งต่อไปนี้ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 12 คุณลักษณะ ได้แก่

1. ปรัชญาในการดำเนินชีวิตทั้งในขณะรู้ตัวและไม่รู้ตัว
2. สิ่งที่เป็นที่สูงสุด (Supreme being) มีที่มาจากศาสนา ปรัชญา ประสบการณ์ชีวิต เช่นผู้สร้าง พลังจักรวาล ปรีชาญาณ (High Intelligence) ความรักที่ไม่มีสิ้นสุด พลังแห่งพระเจ้า
3. จิตวิญญาณไม่จำเป็นต้องมาจากศาสนา
4. มิติที่บุคคลพัฒนาจิตโดยค้นหาความหมายในการมีชีวิตอยู่ของตน (Personal dimension) และภาวะภายในตนที่พัฒนาสู่การติดต่อแลกเปลี่ยนกับพลังสากล หรือเหนือตน (Transpersonal dimension) โดยวิธีการต่างๆ เช่น การทำสมาธิ การสวดมนต์ การขับร้อง การอดอาหารหรือถือศีลบวช
5. ประสบการณ์สูงสุด (Peak Experience) เช่น ความกลัว ความสุข ความหลงใหล ความปลื้มปิติ ตื่นตันอย่างที่สุด การหยั่งรู้อย่างที่สุด (Profound insight) ประสบการณ์นี้เกิดจากดนตรี ความงาม หรือศาสนา
6. การสำนึกหรือหยั่งรู้ด้วยตนเองหรือฉาณ (intuition)
7. การปฏิบัติกิจกรรมหรือพิธีกรรมบ่อยๆ หรือเป็นประจำ
8. ความรัก การให้ และรับความรักอย่างไม่มีเงื่อนไข
9. การแผ่หรือแสดงความรักและพลังงานภายในตนแก่ผู้อื่น
10. การสร้างสรรค์งานศิลปะ ดนตรี วรรณกรรม ความสมดุลในชีวิต สร้างสรรค์บ้านให้เต็มไปด้วยความรัก
11. ความปิติ สนุกสนานภายในตน เกิดจากความไว้วางใจภายในตนเอง
12. ความรับผิดชอบและชอบการเลือกวิถีการดำเนินชีวิต

ประเวศ วะสี กล่าวไว้ในหนังสือบนเส้นทางใหม่ การส่งเสริมสุขภาพจิตวิญญาณชีวิตและสังคม (2541 : 7-8,22) ว่า จิตวิญญาณ หมายถึง จิตขั้นสูงสุด เป็นคุณค่าและจิตสำนึกแห่งความดี จิตที่ลดความเห็นแก่ตัว เห็นแก่ผู้อื่น จิตที่เกี่ยวกับความยึดมั่นถือมั่นในตัวตน ความดี ความซื่อต่างๆ จิตในส่วนที่จะเข้าถึงสิ่งสูงสุดได้ คือ นิพพาน หรือ พระผู้เป็นเจ้า ซึ่งพัฒนาการทางจิตวิญญาณนั้นหมายถึง

การทำให้เข้าถึงสภาวะความสุขในฝ่ายจิตวิญญาณอันทำให้สุขภาพดี ด้วยวิธีอันหลากหลายทั้งจากการเล่น การทำงาน การเรียนรู้ การรวมกลุ่มทางศาสนา การสัมผัสธรรมชาติ การให้ การปฏิบัติธรรม การพัฒนาทางจิตใจ เช่น การทำสมาธิ การเสียสละ การช่วยเหลือผู้อื่น เป็นต้น

ส่วนสภาวะทางจิตวิญญาณนั้นเป็นสิ่งที่ครอบคลุมและเชื่อมโยงกับสุขภาพในอีกสามมิติ ทั้งทางกาย ทางจิต และทางสังคม เรื่องสุขภาพทางวิญญาณจึงเป็นเรื่องของความรู้สึกในเนื้อในตัว มีศรัทธา มีปัญญา เข้าถึงความดีสูงสุด จนเกิดความสุข มีความสุขในทุกอณูของร่างกาย จึงช่วยให้สุขภาพดี จิตใจดี และเมื่อพบปะกับผู้อื่นก็รู้สึกดี

การสร้างเสริมเรื่องสภาวะหรือสุขภาพ จึงต้องไปให้ถึงเรื่องของจิตวิญญาณ ซึ่งเป็นมิติที่สูงและเชื่อมโยงกับเรื่องอื่นๆทั้งหมด เพื่อให้ไปถึงความสุขทางจิตวิญญาณ (Spiritual happiness) ซึ่งในการพัฒนามนุษย์ จำเป็นต้องสร้างให้มนุษย์มีความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ คือ ต้องมีเรื่องทางจิตวิญญาณ ไม่เช่นนั้นจะแก้ปัญหาเสียดัดและปัญหาความรุนแรงไม่ได้ สภาวะทางจิตวิญญาณจึงเป็นสภาวะที่เกิดจากความสุข การลดความเห็นแก่ตัว การมีปัญญา ซึ่งเป็นเรื่องที่จะเสียก่อนและต้องปฏิบัติจนเกิดผลจึงจะเข้าใจ (ประเวศ วะสี, 2544 อ้างถึงใน ปิยะมาศ ยินดีสุข, 2548)

และในพระพุทธศาสนายังเน้นเรื่องความเมตตากรุณา (Compassion) คือ ถ้ามีเมตตากรุณา ก็ถือว่าปัญญา แต่ถ้าเห็นแก่ตัวก็ไม่ถือว่าปัญญาเพราะไม่ถือว่ามีความดีทางจิตวิญญาณ การมีเมตตากรุณาถือว่าเริ่มต้นในทิศทางของจิตวิญญาณ ในพระไตรปิฎกก็บอกว่าถ้าเผื่อแผ่เมตตาไปทุกทิศทุกทางอย่างไม่มีที่สิ้นสุดก็สามารถบรรลุธรรมได้ ท่านอาจารย์พุทธทาสเองก็เคยกล่าวว่า ทุกคนเคยเจอนิพพานชิมลองมาแล้วทั้งสิ้น ยามใดเราไม่เห็นแก่ตัว เราจะมีความสุขเล็กๆ นั่นคือนิพพาน แต่เป็นนิพพานชั่วคราวหรือนิพพานชิมลอง ดังนั้นทำอะไรให้รู้ ให้มันเกิดบ่อยขึ้น ให้มันอยู่นานขึ้นนั่นเป็นภาคปฏิบัติ นั่นคือ 'สภาวะทางจิตวิญญาณ'

สภาวะทางจิตวิญญาณ จึงหมายถึง การทำความดีแล้วเกิดความสุขอันประณีต ดีมีค่าเล็กซึ่ง สุขทั้งเนื้อทั้งตัว เรียกว่า สุขทางจิตวิญญาณ เป็นความสุขที่เกิดจากหลุดพ้นจากตัวตนหรือความเห็นแก่ตัว มีพัฒนาการทางจิตวิญญาณเพิ่มขึ้น

จากงานวิจัยของสุภมาศ วัลย์อุดมวุฒิ (2547) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การทำจิตวิญญาณให้เป็นสินค้าในนิตยสารผู้หญิง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความหมายในมิติจิตวิญญาณที่ถูกสร้างให้อยู่ในรูปของสินค้า และปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำเสนอเนื้อหาจิตวิญญาณ โดยศึกษาจากนิตยสารผู้หญิง 3 เล่ม ได้แก่ นิตยสารแพรว นิตยสาร Lip และนิตยสาร ELLE พบว่า จิตวิญญาณที่ถูกทำเป็นสินค้าในนิตยสารผู้หญิง เป็นการนำเสนอโดยผ่านรูปแบบของ ความหมายในระดับลึกของการเอาจิตวิญญาณมาถ่ายทอดผ่านรูปแบบของสินค้า ซึ่งความหมายทางจิตวิญญาณที่ถูกนำมาใช้นั้นสามารถจำแนกได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่ ความสงบ ความสุข ความผ่อนคลาย ความดีงาม และการเข้าถึงความสมดุลของจิตใจ โดยความผ่อนคลายเป็นความหมายทางจิตวิญญาณที่ถูกนำเสนอมากที่สุด เนื่องจากปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดให้มีเนื้อหาเกี่ยวกับจิตวิญญาณในนิตยสารผู้หญิงคือ สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ

และจากงานวิจัยของพิงพิศ เทพปฏิมา (2546) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การถ่ายทอดความคิดเรื่องจิตวิญญาณในภาพยนตร์” มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาวิเคราะห์และพรรณนาความคิดเรื่องจิตวิญญาณ และกระบวนการสื่อความหมายความคิดเรื่องจิตวิญญาณในภาพยนตร์ รวมถึงศึกษาเรื่องการนำเสนอสถานการณ์เรื่องจิตวิญญาณในสังคมผ่านความคิดเรื่องจิตวิญญาณที่ปรากฏในภาพยนตร์ พบว่า ภาพยนตร์ฮอลลีวูด ไทย และเอเชียมีการถ่ายทอดความคิดเรื่องจิตวิญญาณในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้ คือ เรื่องความเชื่อศรัทธาที่มีต่อพระเจ้าหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เรื่องการแสวงหาความเป็นจริงหรือแก่นแท้ต่างๆของชีวิต เรื่องการยึดมั่นในคุณธรรม หรือ จิตสำนึกความดีความชั่วของมนุษย์ เรื่องความคิดวัตถุนิยมของมนุษย์ในปัจจุบัน เรื่องความเสียสละ เรื่องการยึดมั่นถือมั่นในสรรพสิ่งต่างๆ เรื่องความรักและเรื่องกิเลสของมนุษย์ ทั้งนี้ไม่พบว่ามีความคิดเรื่องจิตวิญญาณที่ปรากฏแตกต่างกันทั้งภาพยนตร์ทั้ง 2 กลุ่ม โดยโครงสร้างการเล่าเรื่องที่ถูกนำมาใช้ในกระบวนการสื่อความหมายมากที่สุดในการ์ตูนทั้ง 2 กลุ่ม คือ ความขัดแย้ง (Conflict) และตัวละคร (Character) จากการศึกษาเรื่องการนำเสนอสถานการณ์เรื่องจิตวิญญาณในสังคมผ่านภาพยนตร์นั้น พบว่า ภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีการสะท้อนบริบททางสังคมวัฒนธรรม เศรษฐกิจและเทคโนโลยีเป็นหลัก ส่วนในภาพยนตร์ไทยและเอเชีย พบว่า มีการสะท้อนบริบททางสังคมวัฒนธรรมเป็นหลัก

ผู้วิจัยจึงได้เลือกการนำเสนอโดยผ่านรูปแบบของ ความหมายในระดับลึกของการเอาจิตวิญญาณมาถ่ายทอดผ่านรูปแบบของสินค้าจากงานวิจัยของจากงานวิจัยของสุภมาศ วัลย์อุดมวุฒิ

(2547) ซึ่งความหมายทางจิตวิญญาณที่ถูกนำมาใช้นั้นสามารถจำแนกได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่ ความสงบ ความสุข ความผ่อนคลาย ความดีงาม และการเข้าถึงความสมดุลของจิตใจประกอบกับคุณลักษณะที่ถูกถ่ายทอดความคิดเรื่องจิตวิญญาณในภาพยนตร์ซึ่งเป็นงานวิจัยของฟิงพิศ เทพปฏิมา (2546) รวมถึงคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับจิตวิญญาณของ Hill และ Smith มาเกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหาใน ทั้งหมด 17 เกณฑ์ ได้แก่ ความสงบ ความสุข ความผ่อนคลาย ความดีงาม ความเชื่อ ความศรัทธา การแสวงหาแก่นแท้ต่างๆของชีวิต การยึดมั่นในคุณธรรม หรือ จิตสำนึกความดีความชั่วของมนุษย์ ไม่ยึดติดวัตถุนิยม ความเสียสละ การยึดมั่นถือมั่นในสรรพสิ่งต่างๆ ความรัก กิเลสของมนุษย์ สัจธรรมของชีวิต ความทุกข์ การปฏิบัติตนในศีลธรรม สติ

### แนวคิดเรื่องผู้รับสาร

องค์ประกอบในการสื่อสารของมนุษย์ประกอบด้วยผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งในปัจจุบันองค์ประกอบด้านผู้รับสารมีบทบาทสำคัญอย่างมาก เนื่องจากเป็นดัชนีวัดความสำเร็จในการสื่อสาร ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนต่างก็มีคุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งคุณสมบัติต่างๆเหล่านี้ส่งผลต่อการเปิดรับ การตีความ และการนำสารนั้นไปใช้ประโยชน์

ปรมะ สตะเวทิน (2546) ได้จำแนกความแตกต่างเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร ดังนี้

1. อายุ
2. เพศ
3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งมีความหมายรวมถึงอาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ และภูมิหลังของครอบครัว
4. การศึกษา
5. ศาสนา

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2550) ยังจำแนกผู้รับสารออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้รับสารในฐานะผู้ดู ผู้อ่าน ผู้ฟัง ผู้ชม ซึ่งไม่มีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร นอกเหนือไปจากบทบาทการเป็นผู้ดู ผู้อ่าน ผู้ฟัง ผู้ชมเท่านั้น



2. ผู้รับสารในฐานะเป็นมวลชนที่ได้รับโอกาสจากผู้ส่งสารให้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดเนื้อหา หรือ มีการตอบกลับระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ การมีหน้าจดหมายถึงบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร

3. ผู้รับสารในฐานะสาธารณชนหรือกลุ่มสังคม เป็นผู้รับสารที่มีความสนใจในประเด็นต่างๆ ร่วมกัน และอาศัยสื่อพัฒนาให้เกิดความต่อเนื่องหรือมีกิจกรรมร่วมกัน

4. ผู้รับสารในฐานะผู้บริโภคสินค้าหรือตลาด โดยผู้ผลิตสื่อจะหาจุดร่วมบางประการ เช่น เพศ วัย ชีวิต หรือความสนใจ เพื่อโน้มน้าวให้เกิดการบริโภค

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องผู้รับสารมาเป็นกรอบในการศึกษาลักษณะของผู้อ่าน ที่มีอายุเพศ อาชีพ รายได้ การศึกษา ศาสนา และภูมิหลังของครอบครัว ที่แตกต่างกันจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของการรับรู้และเข้าใจเนื้อหาธรรมะที่อยู่ใน ได้แตกต่างกันมากน้อยเพียงใด โดยที่ผู้วิจัยจะนำข้อมูลในส่วนนี้ไปเป็นข้อมูลประกอบในแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลในส่วนของผู้อ่านนิตยสาร

### **แนวคิดเรื่องการเปิดรับ ทักษะคติ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์**

การที่ผู้รับสารมีความแตกต่าง ทำให้มีความสนใจที่จะเลือกเปิดรับสารแตกต่างกันไปด้วย Schramm (1973) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบในการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสาร ดังนี้

1. ประสบการณ์ ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ข่าวสาร ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนเองอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมเลือกรับสื่อ และเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารเข้าใจ หรือเป็นอุปสรรคต่อการเข้าใจ ความหมายของข่าวสารได้
8. ทศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับ และตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่พบ

เนื่องจากข่าวสารเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆในชีวิตประจำวันของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เพราะข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น (วุฒิชัย จ้างง, 2523 : 5)

### การเลือกเปิดรับข่าวสารนั้นประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. **การเลือกเปิดรับ** กล่าวคือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่างๆตาม ความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ไขปัญหาหรือสนองความต้องการของตน
2. **การเลือกให้ความสนใจ** นอกจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิม และหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตนเอง
3. **การเลือกรับรู้** บุคคลที่เลือกรับรู้ หรือ เลือกตีความข่าวสารที่ได้รับมาใหม่มีความขัดแย้งกับ ทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิม บุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตน
4. **การเลือกจดจำ** หลังจากที่บุคคลเลือกเปิดรับ เลือกให้ความสนใจ และเลือกตีความข่าวสาร ไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหา สารของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป และจะพยายามลืมในส่วนที่ต้องการจะลืมอีกด้วย

ชลีย์พร อนันต์ศฤงคาร (2543) กล่าวว่า ทศนคติ (Attitude) เป็นสิ่งที่สะสมมาจากการ เรียนรู้ จนทำให้เกิดเป็นความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งต่างๆรอบตัว ซึ่งความรู้สึกดังกล่าวจะเป็น ตัวกำหนดพฤติกรรมการแสดงออกของแต่ละบุคคลว่าจะปฏิบัติต่อสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็นบุคคล กลุ่ม คนในสังคม สิ่งของ แนวความคิดว่าเป็นอย่างไร สามารถสรุปคุณลักษณะของทัศนคติ ได้ดังนี้

- ทักษะคิดเป็นสิ่งที่มียู่ภายใน เป็นเรื่องของ การแสดงความรู้สึกนึกคิด ที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของแต่ละคน
- ทักษะคิดไม่ได้มีมาแต่กำเนิด แต่เป็นการเรียนรู้เรื่องราวจากสิ่งต่างๆ จากประสบการณ์ตัวเอง หรือจากบุคคลรอบข้าง เช่น ครอบครัว เพื่อน สังคม และทำการประเมินหลังจากที่ได้เกี่ยวข้องกับสิ่งเหล่านี้แล้ว
- ทักษะคิดมักจะอ้างถึงบุคคล หรือสิ่งของเสมอ เป็นสิ่งที่ก่อตัวมากจากการเรียนรู้ในสิ่งที่กล่าวอ้างถึงได้ เช่น บุคคล สิ่งของ ค่านิยม เป็นต้น
- ทักษะคิด มีความมั่นคงถาวร เพราะเกิดจากการวิเคราะห์ ประเมิน และสรุป เป็นการจัดระเบียบไว้แล้ว ทำการเปลี่ยนแปลงได้ยาก ซึ่งอาจต้องใช้เวลาานาน

Katz and Stotland (1955) ได้แยกองค์ประกอบของทักษะคิดไว้ดังนี้คือ

1. องค์ประกอบด้านความคิดและความรู้ ความเข้าใจ เรียกว่า “Cognitive Component” ได้แก่ ความคิด ซึ่งเป็นส่วนประกอบของมนุษย์ในการคิด โดยความคิดนี้จะอยู่ในรูปใดรูปหนึ่งแตกต่างกันออกไป

2. องค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก เรียกว่า “Affective Component” ซึ่งเป็นตัวรับรู้ ความคิดอีกทอดหนึ่ง ถ้าหากบุคคลมีภาวะความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี ก็จะแสดงสิ่งที่กำลังคิดในขณะนั้นออกมาในลักษณะที่ต่างกัน เช่น ความรู้สึกในด้านบวก เรียกว่า “Positive Affective Component” ก็จะมีความรู้สึกในด้านบวกเป็นไปในทางที่ดี ขณะที่บุคคลซึ่งมีความรู้ในด้านลบซึ่งเรียกว่า “Negative Affective Component” ก็จะมีความรู้สึกในเชิงลบ

3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม เรียกว่า “Behavioral Component” เป็นองค์ประกอบที่มีแนวโน้มเน้นไปในทางการกระทำหรือพฤติกรรม ในลักษณะที่ว่าเมื่อมีสิ่งเร้าก็จะเกิดปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้น เช่น เมื่อบุคคลมีความรู้สึกในด้านบวก พฤติกรรมที่แสดงออกก็จะเป็นไปในทางที่ดี

จากการศึกษาของ Katz และคณะ, 1974 (อ้างถึงใน สุภาวดี สุขสมัย, 2550 : 21) อธิบายว่า ภาวะที่สังคมและจิตใจของคนแตกต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความต้องการที่จะแตกต่างกันไป ซึ่งความต้องการที่ต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดหวังว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความต้องการของตนเองได้

ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อของคนที่มีความต้องการแตกต่างกันจึงไม่เหมือนกัน และสุดท้ายความพึงพอใจที่จะได้รับจากการใช้สื่อก็จะแตกต่างกันไปด้วย

นอกจากนี้ยังได้แยกประเภทของการใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการ ตามแนวคิดทางจิตวิทยา ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. Cognitive Need คือ ความต้องการที่บุคคลเลือกเปิดรับสื่อมวลชนและข่าวสารมี เพื่อที่จะได้ทราบความเป็นไปในชีวิตประจำวัน ความรู้ ทั้งความเข้าใจในตัวบุคคล เหตุการณ์ หรือ สิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นรอบๆตัว
2. Affective Need คือ ความต้องการเปิดรับข่าวสารเพื่อจะได้รับความพึงพอใจ หรือ ได้รับประสบการณ์ร่วมทางอารมณ์ รวมทั้งความต้องการในเรื่องความสวยงามหรือ ศิลปะต่างๆด้วย
3. Integrative Need คือ ความต้องการเปิดรับข่าวสาร เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการแสดง ความคิดเห็นของตน เพื่อให้เกิดความมั่นใจ ความมั่นคงทางอารมณ์และความคิดเห็น ทั้งเพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคมรอบข้าง
4. Escape Need คือ ความต้องการเปิดรับข่าวสารเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริง ชั่วขณะ เพื่อให้ลืมสิ่งที่ขมขื่นหรือความยุ่งยากในชีวิต โดยใช้สื่อและสารเป็น เครื่องมือในการผ่อนคลายความตึงเครียดหรือหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

การศึกษาวิจัยในเวลาต่อมา ดำเนินรอยตามแนวทางของ Katz ในความพยายามที่จะค้นหา เหตุผลหรือแรงจูงใจหรือความต้องการที่คนบริโภคสื่อ จนกระทั่งพัฒนามาเป็นชุดของตัวแปรความต้องการหรือความพึงพอใจในการใช้สื่อหลายแบบ แต่ส่วนใหญ่ก็มีความคล้ายคลึงกันอยู่ที่น่าสนใจ คือ การจำแนกชุดตัวแปรความพึงพอใจของ Blumler (1985) ซึ่งเขาได้จำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำ และเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ เป็นต้น
2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relations) เช่น ใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น เพื่อให้มีโอกาสได้เวลาอยู่ร่วมกันกับคนในครอบครัว เป็นต้น

3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล (Personal Reference) การค้นหาความจริง (Reality Exploration) และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตน
4. ติดตามข่าวสาร (Surveillance)

วีระภัทร์ จิรัจฉิทิพิพ (2540 : 36) กล่าวว่า พฤติกรรมต่างๆของมนุษย์เกิดขึ้นจากความต้องการ ซึ่งความต้องการของแต่ละคนมีที่มาต่าง ๆ กัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อความสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้นๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำ หรือพฤติกรรมใดๆของคนเราส่วนใหญ่จะเป็นการแสดงออกของบุคคลผู้นั้นที่มีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติของตนเอง การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องมาจากมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดจากความแตกต่างในเรื่องของการรับสื่อ การแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับสิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร,2533)

ซึ่งผลของการโน้มน้าวใจจะก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (activation)
2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (deactivation)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ เพื่อวิเคราะห์การเลือกเปิดรับของผู้อ่าน แต่ละคน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้อ่าน จำนวน 200 คนว่ามี การเลือกเปิดรับนิตยสารอย่างไรบ้าง หลังจากที่ได้อ่าน แล้วมีความพึงพอใจในเนื้อหาที่ถูกรับเสนอมากน้อยเพียงใด และได้นำความรู้จากการเนื้อหาที่ได้อ่านจาก ไปใช้ในชีวิตประจำวันหรือไม่ อย่างไร

## เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. สุภมาศ วัชอุดมวุฒิ (2547) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การทำจิตวิญญาณให้เป็นสินค้าในนิตยสารผู้หญิง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความหมายในมิติจิตวิญญาณที่ถูกสร้างให้อยู่ในรูปของสินค้า และปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำเสนอเนื้อหาจิตวิญญาณ โดยศึกษาจากนิตยสารผู้หญิง 3 เล่ม ได้แก่ นิตยสารแพรว นิตยสาร Lip และนิตยสาร ELLE

พบว่า จิตวิญญาณที่ถูกทำเป็นสินค้าในนิตยสารผู้หญิง เป็นการนำเสนอโดยผ่านรูปแบบของความหมายในระดับลึกของการเอาจิตวิญญาณมาถ่ายทอดผ่านรูปแบบของสินค้า ซึ่งความหมายทางจิตวิญญาณที่ถูกนำมาใช้นั้นสามารถจำแนกได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่ ความสงบ ความสุข ความผ่อนคลาย ความดีงาม และการเข้าถึงความสมดุลของจิตใจ โดยความผ่อนคลายเป็นความหมายทางจิตวิญญาณที่ถูกนำมาใช้มากที่สุด ซึ่งปัจจัยที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดให้มีเนื้อหาเกี่ยวกับจิตวิญญาณในนิตยสารผู้หญิงคือ สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ

2. สุภาวดี สุขสมัย (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “นิตยสารแนวสุขภาพของบริษัทยูนิคอร์นพรีนติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) กับการนำเสนอเรื่องโยคะ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการนำเสนอเรื่องโยคะ ลักษณะรูปแบบการนำเสนอ การเปิดรับ การนำไปใช้ และความพึงพอใจที่ผู้อ่านได้รับ และการสร้างกระแสบริโภคโยคะในฐานะสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม

พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเสนอตามแนวคิดหลักที่ปรากฏออกเป็น 5 กลุ่ม ลักษณะการนำเสนอที่ปรากฏจำนวนครั้งมากที่สุด คือ การนำเสนอข้อมูลทั่วไปและกระแสความนิยมในสังคม ส่วนรูปแบบการนำเสนอที่ปรากฏจำนวนครั้งมากที่สุด ได้แก่ บทความ ปกิณกะประเภทเกร็ดความรู้และบทความสัมภาษณ์ดาราดาราและผู้มีชื่อเสียงในสังคมชั้นสูง

ในส่วนของการเปิดรับ นำไปใช้ และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้อ่าน พบว่า ผู้อ่านมีความคาดหวังแตกต่างกัน ผู้อ่านต้องการข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับโยคะและใช้โยคะเพื่อการคลายเครียด หลังจากอ่านนิตยสารแนวสุขภาพแล้วเกิดความพึงพอใจ แต่สำหรับผู้อ่านที่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับด้านความสวยงาม ภายหลังจากอ่านนิตยสารแล้วไม่ได้รับความพึงพอใจ

สำหรับการสร้างกระแสบริโภคโยคะในฐานะสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม พบว่า นิตยสารที่เลือกศึกษาใส่รหัสว่าโยคะเป็นการออกกำลังกายของชนชั้นสูง และสร้างความหมายโดยนัยว่า

เป็นการออกกำลังกายสำหรับคนรุ่นใหม่ สร้างอัตลักษณ์คนรุ่นใหม่ไม่ตกกระแส การสร้างคุณค่าให้โยคะเป็นสิ่งสำคัญสำหรับชีวิต และโยคะทำให้สวยและรูปร่างดี ซึ่งวิธีการดังกล่าวทำให้ผู้รับสารเลือกบริโภคโยคะด้วยคุณค่าทางสัญญาะมากกว่าการบริโภคด้วยคุณค่าที่แท้จริง

3. พิงพิศ เทพปฏิมา (2546) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การถ่ายทอดความคิดเรื่องจิตวิญญาณในภาพยนตร์” มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาวิเคราะห์และพรรณนาความคิดเรื่องจิตวิญญาณ และกระบวนการสื่อความหมายความคิดเรื่องจิตวิญญาณในภาพยนตร์ รวมถึงศึกษาเรื่องการนำเสนอสถานการณ์เรื่องจิตวิญญาณในสังคมผ่านความคิดเรื่องจิตวิญญาณที่ปรากฏในภาพยนตร์

พบว่า ภาพยนตร์ฮอลลีวูด ไทย และเอเชียมีการถ่ายทอดความคิดเรื่องจิตวิญญาณในเรื่องเดียวกันดังต่อไปนี้ คือ เรื่องความเชื่อศรัทธาที่มีต่อพระเจ้าหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เรื่องการแสวงหาความเป็นจริงหรือแก่นแท้ต่างๆของชีวิต เรื่องการยึดมั่นในคุณธรรม หรือ จิตสำนึก ความดีความชั่วของมนุษย์ เรื่องความคิดวัตถุนิยมของมนุษย์ในปัจจุบัน เรื่องความเสียสละ เรื่องการยึดมั่นถือมั่นในสรรพสิ่งต่างๆ เรื่องความรักและเรื่องกิเลสของมนุษย์ ทั้งนี้ไม่พบว่ามีความคิดเรื่องจิตวิญญาณที่ปรากฏแตกต่างทั้งภาพยนตร์ทั้ง 2 กลุ่ม โดยโครงสร้างการเล่าเรื่องที่ถูกนำมาใช้ในกระบวนการสื่อความหมายมากที่สุดในภาพยนตร์ทั้ง 2 กลุ่ม คือ ความขัดแย้ง (Conflict) และตัวละคร (Character) จากการศึกษาเรื่องการนำเสนอสถานการณ์เรื่องจิตวิญญาณในสังคมผ่านภาพยนตร์นั้น พบว่า ภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีการสะท้อนบริบททางสังคมวัฒนธรรม เศรษฐกิจและเทคโนโลยีเป็นหลัก ส่วนในภาพยนตร์ไทยและเอเชีย พบว่ามีการสะท้อนบริบททางสังคมวัฒนธรรมเป็นหลัก

4. ชลัยพร อนันต์ศฤงคาร (2543) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอบทความแฝงโฆษณาในนิตยสาร และการเปิดรับ การตระหนักรู้ และทัศนคติของผู้อ่านนิตยสาร” มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษารูปแบบและเนื้อหาบทความเชิงโฆษณาในนิตยสาร และศึกษาการเปิดรับ การตระหนักรู้ และทัศนคติของผู้อ่านต่อบทความดังกล่าว รวมถึงทัศนคติต่อสินค้าที่นำเสนอในรูปแบบนี้ด้วย พบว่า

บทความเชิงโฆษณามีทั้งหมด 7 ประเภทด้วยกัน คือ บทความประเภทบรรยาย บทความประเภทสาระเบาๆ บทความเชิงสัมภาษณ์ บทความเชิงวิชาการ บทความอธิบาย บทความรายงาน และบทความเชิงแสดงบุคลิกภาพ

เนื้อหาความรู้ที่บทความเชิงโฆษณานำเสนอมีทั้งหมด 8 หมวด คือ ความรู้เรื่องสุขภาพ ความรู้เรื่องความสวยงาม ความรู้สำหรับแม่บ้าน ความรู้เรื่องการเลี้ยงดูเด็ก ความรู้เรื่องการตกแต่งบ้านและที่อยู่อาศัย ความรู้เรื่องการดูแลรถยนต์ ความรู้เรื่องเทคโนโลยีและความรู้ทั่วไป

ผู้อ่านนิตยสารทุกคนมีการเปิดรับบทความเชิงโฆษณา และตระหนักรู้ว่าบทความเชิงโฆษณามีการทำโฆษณาแฝง นอกจากนี้ผู้อ่านนิตยสารส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อบทความเชิงโฆษณา เพราะเห็นว่าบทความนำเสนอสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ อีกทั้งผู้อ่านมีทัศนคติต่อสินค้าที่นำเสนอรูปแบบบทความเชิงโฆษณาในทิศทางบวก เพราะเห็นว่าสินค้านั้นนำเสนอความรู้ที่เป็นประโยชน์นอกเหนือจากการขายสินค้า

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “นิตยสารซีเคร็ตกับการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณ” เป็นทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยที่ผู้วิจัยใช้ทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ทั้งคำถามปลายปิด (Close-end Questionnaire) และคำถามปลายเปิด (Open Questionnaire) มาเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. นิตยสารซีเคร็ต (รายปักษ์) ตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 – เดือนธันวาคม 2552 เป็นระยะเวลา 1 ปี จำนวนทั้งสิ้น 24 เล่ม
2. ผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต จำนวน 200 คน

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งจากการวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ต ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตนิตยสารซีเคร็ต พระ และข้อมูลที่ได้จากการให้อ่านนิตยสารซีเคร็ตทำแบบสอบถามเพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การนำเสนอธรรมะและบทบาทการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณในนิตยสารซีเคร็ต โดยนำเอาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบในเก็บข้อมูลดังนี้

- เก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ต
- เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ บรรณาธิการบริหารนิตยสารซีเคร็ต หัวหน้ากองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต กองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต ฝ่ายการตลาดและการสื่อสารแบรนด์ (นิตยสารซีเคร็ต) และพระมหาภูมิจัย วชิรเมธี ในฐานะนักเขียนประจำของนิตยสารซีเคร็ต
- เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 200 คน

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 1. ตารางเก็บบันทึกข้อมูล Coding Sheet

1.1. วิเคราะห์เนื้อหาที่ประเด็นในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อส่งเสริมสุขภาพทางจิตวิญญาณใน นิตยสารซีเคร็ตจากประเด็นจิตวิญญาณที่ได้จากงานวิจัยของพิงพิศ เทพปฎิมา ที่ได้ทำงานวิจัยเรื่อง “การถ่ายทอดความคิดเรื่องจิตวิญญาณในภาพยนตร์” และสุภมาศ วัลย์อุดมวุฒิ ที่ได้ทำงานวิจัยเรื่อง “การทำจิตวิญญาณให้เป็นสินค้าในนิตยสารผู้หญิง” โดยแยกเป็นประเด็นดังนี้

1. ความสงบ
2. ความสุข
3. ความผ่อนคลาย
4. ความดีงาม
5. การรักษาสมดุลของจิตใจ
6. ความเชื่อความศรัทธา
7. การแสวงหาแก่นแท้ของชีวิต
8. การยึดมั่นในคุณธรรม
9. การไม่ยึดติดวัตถุนิยม
10. ความเสียสละ
11. การยึดมั่นในสรรพสิ่ง
12. ความรัก
13. กิเลสของมนุษย์
14. สัจธรรมของชีวิต
15. ความทุกข์
16. การปฏิบัติตนในศีลธรรม
17. สติ

โดยที่ผู้วิจัยจะเลือกการนำเสนอประเด็นทางจิตวิญญาณที่เป็นประเด็นโดดเด่นในแต่ละคอลัมน์มาคอลัมน์ละ 1-3 ประเด็นที่ผู้วิจัยเห็นว่ามีความชัดเจนอยู่ในคอลัมน์นั้นๆ ทุกคอลัมน์ภายใน

นิตยสารซีเคร็ต ทุกฉบับตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 – เดือนธันวาคม 2552 (ยกเว้นคอลัมน์ Sharing ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่ผู้อ่านเขียนถึงกองบรรณาธิการเท่านั้น)

## 1.2. วิเคราะห์เนื้อหาภาพรวมการนำเสนอโฆษณาในนิตยสารซีเคร็ตโดยแยกเป็นประเด็นดังนี้

1. จำนวนโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพและอาหาร
2. จำนวนโฆษณาเกี่ยวกับความสวยความงาม
3. จำนวนโฆษณาเกี่ยวกับครอบครัว
4. จำนวนโฆษณาเกี่ยวกับการเลี้ยงดูเด็ก
5. จำนวนโฆษณาเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านและที่อยู่อาศัย
6. จำนวนโฆษณาเกี่ยวกับรถยนต์และการดูแลรถยนต์
7. จำนวนโฆษณาเกี่ยวกับเทคโนโลยี
8. จำนวนโฆษณาเกี่ยวกับเรื่องอื่นๆ

## 2. การใช้คำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

### ผู้ผลิตนิตยสารซีเคร็ต

- |                            |  |
|----------------------------|--|
| 1. เมตตา อุทกะพันธุ์       | ประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่<br>บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด(มหาชน) |
| 2. อุษาวดี สีนุเสณ         | บรรณาธิการบริหาร   |
| 3. ทิพย์วรรณ ศิลป์สกุลสุข  | หัวหน้ากองบรรณาธิการ   |
| 4. สุกัญญา มกราวุธ         | กองบรรณาธิการ  |
| 5. เสาวลักษณ์ ศรีสุวรรณ    | กองบรรณาธิการ  |
| 6. ศรัณยู นกแก้ว           | กองบรรณาธิการ  |
| 7. อิศระพร บวรเกิด         | กองบรรณาธิการ  |
| 8. วรลักษณ์ ผ่องสุขสวัสดิ์ | กองบรรณาธิการ  |

### ฝ่ายการตลาดและการสื่อสารแบรนด์นิตยสารซีเคร็ต

- |                        |                                   |
|------------------------|-----------------------------------|
| 9. เบญจพร นาทีกาญจนลาภ | ฝ่ายการตลาดและการสื่อสารแบรนด์ () |
|------------------------|-----------------------------------|

## พระ

### 10. พระมหาวิมลชัย วชิรเมธี (ว.วชิรเมธี) ผู้อำนวยการสถาบันวิมุตตยาลัย

โดยการตั้งคำถามต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์รูปแบบการนำเสนอภาพและเนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ต ในแง่ของการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสุขภาพทางจิตวิญญาณในฐานะของผู้ส่งสารและในส่วนของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต และผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจโดยการใช่แบบสอบถามเก็บข้อมูลเพื่อเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างครบถ้วนสมบูรณ์และรอบด้าน ดังนี้

### ตัวอย่างแนวคำถามสำหรับประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด(มหาชน) และบรรณาธิการบริหารนิตยสารซีเคร็ต

- ตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้ให้สัมภาษณ์
- ความเป็นมาของนิตยสารซีเคร็ต นโยบายและอุดมการณ์ในการทำนิตยสารซีเคร็ต
- แนวคิดในการตั้งชื่อหัวนิตยสารว่า “Secret”
- การใช้ภาพหน้าปกนายแบบและนางแบบเป็นภาพขาวดำ
- เกณฑ์ในการเลือกสีหน้าปกนิตยสาร
- ปัจจัยที่กำหนดการนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ต
- การวางแผนรูปแบบการนำเสนอธรรมะ
- เกณฑ์ในการเลือก Contributor
- เกณฑ์ในการคัดเลือกบุคคลากรเข้ามาทำงานในกองบรรณาธิการนิตยสารอย่างไรบ้าง
- เกณฑ์ในการคัดเลือกบุคคลมาขึ้นปกนิตยสารซีเคร็ต
- เกณฑ์ในการคัดเลือกบุคคลมาสัมภาษณ์ในนิตยสารซีเคร็ต
- เกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหา หรือ เรื่องราวมาลงในนิตยสารซีเคร็ต
- การออกนิตยสารเป็นรายปี
- การแบ่งสัดส่วนหน้าโฆษณากับเนื้อหา
- การที่นิตยสารซีเคร็ตเป็นนิตยสารแนวธรรมะ มีผลต่อการลงโฆษณาในนิตยสารอย่างไร
- เกณฑ์ในการเลือกโฆษณามาลงในนิตยสารซีเคร็ต
- นิตยสารซีเคร็ตจะมีส่วนช่วยพัฒนาจิตวิญญาณของผู้อ่านได้หรือไม่ อย่างไร

### ตัวอย่างแนวคำถามสำหรับหัวหน้ากองบรรณาธิการ และกองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต

- ตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้ให้สัมภาษณ์
- ความรับผิดชอบในส่วนของบทความหรือคอลัมน์ และลักษณะการนำเสนอเรื่องราวของแต่ละคอลัมน์
- การเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่นำมาเขียนลงในนิตยสารซีเคร็ต
- การตอบรับจากผู้อ่านในเรื่องของบทความและเรื่องราวในการนำเสนอ
- ปัจจัยใดที่มีส่วนสนับสนุน หรือ เป็นอุปสรรคในการทำงาน
- เนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ต มีส่วนช่วยส่งเสริมสุขภาพทางจิตวิญญาณของผู้อ่านได้หรือไม่อย่างไร
- กิจกรรมที่ทางนิตยสารจัดขึ้นได้รับผลตอบรับจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ตอย่างไร
- ความคิดเห็นในฐานะที่เป็นกองบรรณาธิการของนิตยสารซีเคร็ต เกี่ยวกับแนวโน้มนิตยสารธรรมชาติในอนาคต

### ตัวอย่างแนวคำถามฝ่ายการตลาดและการสื่อสารแบรนด์นิตยสารซีเคร็ต

- ตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้ให้สัมภาษณ์
- นโยบายในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานของนิตยสารซีเคร็ต
- เหตุใดจึงมีแนวคิดที่จะผสมผสานเนื้อหาธรรมชาติเข้ากับธุรกิจนิตยสาร
- ใครคือกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารซีเคร็ตคือใคร
- ยอดการพิมพ์จำหน่ายของนิตยสารซีเคร็ต
- การใช้วิธีการสื่อสารแบรนด์นิตยสารซีเคร็ตอย่างไรบ้าง เพื่อที่จะให้ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด
- การวางแผนในการกำหนดเวลาออกนิตยสารและช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างไร และตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบันประเด็นดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร มีปัญหาอุปสรรคเรื่องใดบ้าง
- การวางแผนและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ และวิธีการประชาสัมพันธ์ของนิตยสารซีเคร็ต

- จุดเด่นของนิตยสารซีเคร็ตที่สามารถดึงดูดผู้อ่านและบริษัทเอเจนซีให้สนใจเข้ามาซื้อพื้นที่โฆษณา
- ภาพลักษณ์ของนิตยสารซีเคร็ต มีผลต่อการตัดสินใจในการลงโฆษณาหรือไม่ อย่างไร
- มีเกณฑ์ในการเลือกโฆษณามาลงในนิตยสารซีเคร็ตหรือไม่ อย่างไร
- เป้าหมายในการทำนิตยสารซีเคร็ต เพื่อหวังกำไรจากยอดขายหรือจากโฆษณาเป็นหลัก
- การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มยอดสมาชิกและยอดโฆษณาของนิตยสาร

### ตัวอย่างแนวคำถามสำหรับพระ

- ตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบโดยย่อของผู้ให้สัมภาษณ์
- ความหมายของคำว่า “จิตวิญญาณ” ในทางพุทธศาสนา
- สาเหตุหรือปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้ในปัจจุบันมีการเผยแพร่ธรรมะในสื่อต่างๆกันมากขึ้นในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา
- สื่อมีศักยภาพที่จะช่วยพัฒนาจิตวิญญาณของคนในสังคมได้หรือไม่
- ความแตกต่างของนิตยสารซีเคร็ตคืออะไร
- ความคิดเห็นอย่างไรกับการที่มีการนำเรื่องของธรรมะมาผสมผสานกับธุรกิจนิตยสาร
- นิตยสารซีเคร็ตนั้นถือว่าเป็นนิตยสารที่สามารถ “สื่อสารสุขภาวะทางจิตวิญญาณ” ได้หรือไม่ อย่างไร

### 3. ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยแบ่งโครงสร้างแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- 3.1. ข้อมูลเบื้องต้นด้านคุณลักษณะประชากรส่วนบุคคล
- 3.2. การเปิดรับนิตยสารSecret และทัศนคติที่มีต่อนิตยสารSecret
- 3.3. ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอธรรมะของ
- 3.4. การนำเนื้อหาที่ได้จากการอ่านนิตยสารSecretไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน
- 3.5. การสื่อสารเนื้อหาธรรมะที่ส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณของผู้อ่าน

### การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำตารางบันทึกข้อมูลมาใช้เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ต โดยที่ผู้วิจัยเลือกใช้การวัดเปรียบเทียบคะแนนของผู้ประเมินหลายคน โดยการทดสอบความเที่ยงในการลงรหัสโดยการคัดเลือกเนื้อหา จำนวน 37 คอลัมน์และผู้สังเกตอีก 3 คน ทำหน้าที่ให้คะแนนข้อมูลตามที่สังเกตเห็นหรือ วิเคราะห์เนื้อหาจากเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางจิตวิญญาณที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ 3 เกณฑ์ต่อ 1 คอลัมน์ เพื่อให้คะแนนดังกล่าวมีความเที่ยงและปราศจากอคติส่วนตัวของผู้ลงรหัส ผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้สูตรการทดสอบความเชื่อมั่นของ Holsti

$$R = \frac{N(C1,2,3.....n)}{(C1+C2+C3...+Cn)}$$

R = ความน่าเชื่อถือ

N = จำนวนผู้ลงรหัส

C1+C2+C3 = จำนวนครั้งที่ผู้ลงรหัสมีความเห็นเหมือนกัน

C1+C2+C3...+Cn = จำนวนครั้งรวมกันทั้งหมดของผู้ลงรหัสที่ทำการศึกษาค่าที่ได้จากการพิจารณา

ไม่ควรต่ำกว่า 0.75 จึงถือได้ว่ามีความเชื่อมั่น

$$R = \frac{3(32)}{(111)}$$

$$\text{ค่าความเชื่อมั่น} = 0.86$$

ค่าความเชื่อมั่น  $0.86 > 0.75$  ดังนั้นสรุปได้ว่าแบบบันทึกข้อมูลนี้มีความเชื่อมั่น

ในส่วนของแบบสอบถาม (Questionnaire) ทั้งคำถามปลายปิด (Close-end Questionnaire) และคำถามปลายเปิด (Open Questionnaire) ผู้วิจัยได้นำมาจากการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องและคำถามสำหรับสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมา และได้นำไปปรึกษากับผู้ทรงคุณวุฒิและเชี่ยวชาญทางด้านนิเทศศาสตร์ แล้วจึงทำการแก้ไขและตรวจสอบความเที่ยงก่อนเก็บข้อมูล เพื่อให้

แบบสอบถามถูกต้อง สอดคล้องกับเนื้อหา ครอบคลุมประเด็น ใช้ภาษาได้ถูกต้องเหมาะสม และตรงกับวัตถุประสงค์ ซึ่งเรียกทั้งหมดนี้ว่า ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity)

### เกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปรดังต่อไปนี้ตั้งแต่ส่วนที่ 2 ถึงส่วนที่ 5 โดยใช้เดียวกันในการให้คะแนน คือ ใช้วิธี Likert Scale มีเกณฑ์การให้คะแนน 5 อันดับ คือ มากที่สุด = 5 มาก = 4 ปานกลาง = 3 น้อย = 2 น้อยที่สุด = 1

โดยใช้มาตรวัดระดับความถี่แบบ Rating Scale 5 ระดับ คือ

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยนั้น ดังนี้

คะแนนในระดับ	1.00-1.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด
คะแนนในระดับ	1.50-2.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย
คะแนนในระดับ	2.50-3.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนในระดับ	3.50-4.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
คะแนนในระดับ	4.50-5.00	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์ตัวเนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ต การสัมภาษณ์ผู้ผลิตนิตยสารซีเคร็ต และข้อมูลที่ได้จากการให้ผู้รับสารทำแบบสอบถาม เพื่อศึกษากลยุทธ์การนำเสนอ



ธรรมะและบทบาทการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสุขภาพทางจิตวิญญาณในนิตยสารซีเคร็ต โดยนำเอาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

- วิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ต จากตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) และประมวลผลข้อมูลที่ได้ผ่านโปรแกรม Microsoft Office Excel 2007
- วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกจากผู้ผลิตนิตยสารซีเคร็ต อย่างเช่น บรรณาธิการอำนวยการนิตยสารซีเคร็ต บรรณาธิการบริหารนิตยสารซีเคร็ต หัวหน้ากองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต ฝ่ายการตลาดและการสื่อสารแบรนด์ (นิตยสาร) และพระ
- วิเคราะห์ข้อมูลทีวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้ง 200 คน โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้โปรแกรม SPSS Statistics 17.0 มาใช้ในการประมวลผลในรูปของตารางแจกแจงความถี่ (frequency table) แสดงจำนวนร้อยละ (percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร และปริมาณ ส่วนแบ่งการนำเสนอบทความ ใช้ค่าเฉลี่ย (mean) และให้ความหมาย เพื่ออธิบายการเปิดรับทัศนคติที่มีต่อนิตยสารซีเคร็ต ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอธรรมะของนิตยสารซีเคร็ต และการนำเนื้อหาที่ได้จากการอ่านนิตยสารซีเคร็ต ไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน รวมถึงการสื่อสารเนื้อหาธรรมะที่ส่งเสริมสุขภาพทางจิตวิญญาณของผู้่านนิตยสารซีเคร็ต

### การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยใช้การอธิบายเนื้อหา (Explanation) ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งในส่วนของผู้ผลิตนิตยสารซีเคร็ต และพระ ตารางบันทึกข้อมูล และแบบสอบถามจากผู้อ่าน ประกอบกับนำเสนอในรูปแบบของการพรรณาค่าความและตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) การคำนวณค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและการวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ต ในบทที่ 4 และบทที่ 5 ตามขอบเขตของงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้กำหนดเอาไว้ ดังนี้

1. ผลการศึกษาในส่วนของผู้ผลิตนิตยสารซีเคร็ต

2. ผลการศึกษาในส่วนพระ
3. ผลการศึกษาในส่วนของรูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารซีเคร็ต
4. ผลการศึกษาในส่วนของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต
5. สรุปผลและอภิปรายผล

### การนิยามเกณฑ์ในการใช้ตารางวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ต

**ความสงบ** หมายถึง เป็นความสงบสุขทางใจ เป็นการตัดสิ่งที่ทำให้จิตใจหมกมุ่น ฟุ้งซ่าน อันเป็นอุปสรรคต่อการตั้งจิตให้มั่น โดยการนั่งสมาธิและสวดมนต์เป็นประจำ การปฏิบัติภาวนา การปฏิบัติกรรมฐาน หรือการสวดมนต์ การเล่นหรือฟังดนตรี การวาดภาพศิลปะ เป็นต้น

**ความสุข** หมายถึง ความสุขที่เกิดจากวัตถุ บุคคล หรือการกระทำบางอย่าง และรวมถึงความสุขที่เกิดขึ้นจากเบื่องลึภายในจิตใจของมนุษย์ เป็นความสุขที่มีความปิติมากกว่าความสุขที่พบเห็นได้ทั่วไปในการดำเนินชีวิตของมนุษย์

**ความผ่อนคลาย** หมายถึง ความผ่อนคลายทั้งทางร่างกายและทางจิตใจ แต่จะเน้นในเรื่องของความผ่อนคลายทางจิตใจ ซึ่งเป็นความผ่อนคลายที่เกิดจากการได้อยู่ในสภาวะแวดล้อมที่ดี และปล่อยวางพันธะต่างๆในจิตใจของตนเองออกไป เกิดความสบายใจ และลดความตึงเครียดของตนเองลงได้

**ความดีงาม** หมายถึง ความตั้งใจที่จะทำประโยชน์และสิ่งดีๆให้กับผู้อื่น หรือการปฏิบัติตนเป็นคนดี การคิดดี ทำดี ไม่เบียดเบียนใคร และคนทั่วไปสามารถนำไปปฏิบัติตามได้ เช่น มีจิตอาสาเป็นอาสาสมัคร ช่วยเหลือผู้ที่ตกทุกข์ได้ยากทั้งทางตรงและทางอ้อม การทำบุญทำทาน ร่วมสมทบทุนสร้างโรงพยาบาล สร้างวัด ประเพณีงานบุญต่างๆ เป็นต้น

**การรักษาสมดุลของจิตใจ** หมายถึง การปฏิบัติตนจนสามารถรักษาสภาพร่างกายและจิตใจให้สมดุลกันอยู่ตลอดเวลา เพื่อไม่ให้เกิดสภาวะของจิตตก จิตเศร้าหมอง เช่น การเสริมสร้างกำลังใจให้กับตนเอง การควบคุมสภาวะจิตใจของตนเองให้ปกติอยู่เสมอ หรือการเข้าถึงสมาธิด้วยการเจริญสติ การสะกดจิตเพื่อให้จิตนิ่ง การฝึกจิตจนสามารถละวางสังขารจนได้มรรคผลนิพพาน จนเกิดเป็นอิสรภาพทางวิญญาณ เป็นต้น

**ความเชื่อความศรัทธา** หมายถึง ความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับศาสนา โชคชะตา หรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เช่น เครื่องรางของขลัง วัตถุมงคล สิ่งลี้ลับ ปาฏิหาริย์ พระพุทธรูป ความเชื่อในพระเจ้า ความศรัทธาในหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนา หรือความเชื่อในตัวมนุษย์ด้วยกันเอง เป็นต้น

**การแสวงหาแก่นแท้ของชีวิต** หมายถึง การพัฒนาจิตวิญญาณให้สูงขึ้นเพื่อหลุดพ้นจากกิเลส การแสวงหาการหลุดพ้นจากความทุกข์ หรือนิพพานนั่นเอง

**การยึดมั่นในคุณธรรม** หมายถึง รู้จักผิดชอบชั่วดี มีความกตัญญู มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม ไม่เอาเปรียบผู้อื่นทั้งความคิดและการกระทำ ทั้งทางตรงและทางอ้อม

**การไม่ยึดติดกับวัตถุนิยม** หมายถึง การปล่อยวางการยึดติดจากวัตถุ ค่านิยม และสิ่งต่างๆ และให้ความสำคัญกับการพัฒนาจิตใจและจิตวิญญาณของตนให้ดียิ่งขึ้น

**ความเสียสละ** หมายถึง การสละทรัพย์สิน สิ่งของ หรือร่างกายของตนส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมด เพื่อให้สิ่งเหล่านั้นได้ทำประโยชน์แก่ผู้อื่นด้วย ได้แก่ การบริจาคทรัพย์สิน สิ่งของ หรือร่างกาย เป็นต้น

**การยึดมั่นในสรรพสิ่ง** หมายถึง การยึดมั่นถือมั่นในทรัพย์สินเงินทอง ชื่อเสียง อำนาจ สิ่งของ สวयงามที่ล้วนแต่เป็นสิ่งลวงตาทั้งสิ้น หากใครที่ยึดมั่นถือมั่นสิ่งเหล่านี้ไว้ตลอดชีวิต บุคคลนั้นก็เลยไม่สามารถบรรลุมรรคจากความทุกข์ หรือนิพพานได้ ไม่ตกเป็นทาสของสรรพสิ่ง หรือ แม้แต่การจมอยู่กับสิ่งที่ผิดพลาดในอดีต

**ความรัก** หมายถึง ความรักที่เกิดจากวัตถุ หรือบุคคล และรวมถึงการแสดงความรักที่มีให้แก่ตนเองและผู้อื่นในรูปแบบต่างๆ ทั้งทางโลกและทางธรรม เช่น การอนุรักษทรัพย์ากรธรรมชาติ ความเมตตา มีน้ำใจ ความไม่อิจฉา ความไม่อวดดี ไม่หยิ่งผยอง ไม่หยาบค้าย ไม่เห็นแก่ตัว ไม่ฉุนเฉียว ไม่จดจำความผิด รักที่จะทำในสิ่งที่สุจริตและเป็นประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น เป็นต้น

**กิเลสของมนุษย์** หมายถึง ความอยากของมนุษย์ในทุกสิ่งทุกอย่างที่จะก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ ในชีวิตของบุคคลนั้นและผู้อื่นตามมาในภายหลัง

**สังขธรรมของชีวิต** หมายถึง ความไม่แน่นอนของชีวิต การเกิด การตาย การรวนเวียนอยู่ในสังสารวัฏ และกฎแห่งกรรม

**ความทุกข์** หมายถึง ความทุกข์ที่เกิดขึ้นในจิตใจ และความทุกข์ทางร่างกายที่เกิดจากโรคภัยไข้เจ็บ ความยากลำบาก เป็นต้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “นิตยสารซีเครีตกับการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาองค์กร นโยบาย คุณดมการณ์ในการผลิตนิตยสาร และการจัดการด้านการตลาดของนิตยสารซีเครีต เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาวะทางจิตวิญญาณในนิตยสารซีเครีต และเพื่อศึกษาการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้รับสารหลังจากที่ได้่านนิตยสารซีเครีต

จึงได้แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

1. ผลการศึกษาในส่วนของผู้ผลิต
2. ผลการศึกษาในส่วนของพระ
3. ผลการศึกษาในส่วนของรูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาของ
4. ผลการศึกษาในส่วนของผู้อ่าน

#### 1. ผลการวิจัยในส่วนของผู้ผลิต

##### ความเป็นมาและพัฒนาการของนิตยสารซีเครีต

เป็นนิตยสารรายปักษ์แนวธรรมะน้องใหม่ในเครือบริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ออกวางแผงทุกวันที่ 10 และ วันที่ 26 ของทุกเดือน และได้ให้คำจำกัดกับว่าเป็นนิตยสารที่สร้างแรงบันดาลใจ เป็นหลักให้แก่ชีวิต เป็นที่พึ่งทางใจผ่านเนื้อหาที่เข้าใจง่าย อ่านสนุก ให้แง่คิด เคล็ดลับ และแนวทางปฏิบัติเพื่อนำไปสู่ “ความสุขและความสำเร็จในชีวิต” และมีความมั่นใจว่านิตยสารซีเครีต จะนำเสนอแง่คิด เคล็ดลับ และแนวทางปฏิบัติเพื่อนำไปสู่ความสุข ความสำเร็จ รวมทั้งเป็นที่พึ่งทางใจ ผ่านเนื้อหาที่เข้าใจง่าย อ่านสนุก จะสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อ่านได้ค้นพบความสุขและความสำเร็จในชีวิตอย่างแท้จริง และเชื่อมั่นว่าทุกคนสามารถประสบความสำเร็จและมีชีวิตที่มีความสุขได้เพียงใช้สติและปัญญา

นิตยสารซีเคร็ตเริ่มวางจำหน่ายฉบับแรกเมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2551 โดยมีเบิร์ต ธงไชย แมคอินไตย์ มาขึ้นปกฉบับปฐมฤกษ์ โดยมีอุษาวดี สินธุเสนเป็นบรรณาธิการบริหาร ในส่วนของคณะผู้จัดทำ ประกอบด้วยบรรณาธิการบริหาร หัวหน้ากองบรรณาธิการ กองบรรณาธิการ 6 คน และฝ่ายศิลป์ โดยคัดสรรจากทีมงานที่มีประสบการณ์



ภาพที่ 4.1.1 ภาพตัวอย่างหน้าปกนิตยสารซีเคร็ต ฉบับที่ 1 ถึงฉบับที่ 10

จากการสัมภาษณ์เมตตา อุทกะพันธุ์ ประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ทำให้ได้ทราบถึงที่มาของ มากยิ่งขึ้น พบว่า

ที่มาของ นั้นเริ่มต้นจากเมื่อ 6 ปีที่แล้วที่ทางบริษัทได้ทำหนังสือเกี่ยวกับธรรมะในรูปแบบใหม่ ออกมา เพราะเกิดความรู้สึกว่าสังคมในยุคปัจจุบันคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจในเรื่องธรรมะน้อย เข้าถึงธรรมะน้อย ไปวัดกันน้อยลง ไม่เหมือนกับสมัยก่อนที่ตัวเองได้อยู่กับพ่อแม่ปู่ย่าตายาย ไกล่ชิดกับวัด ไกล่ชิดกับพระมาก ซึ่งตัวเองก็ได้ซึมซับสิ่งเหล่านี้มา แต่หลังๆพอมมาถึงสมัยนี้สังคมเปลี่ยนแปลงไป สังคมขยายมากขึ้น มันก็ออกมาในเชิงวัตถุนิยมมากขึ้น เกิดปัญหาขึ้นในสังคมสูงมาก ฉะนั้นในฐานะที่เราเป็นบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์และเราก็ทำหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์มากมาย section แล้ว ทั้งเรื่องสุขภาพ บำบัดและสวน ความงาม และอีกหลายอย่างมาก นวนิยายก็ทำหมดแล้ว จึงลองมานึกดูว่าเราจะมีวิธีทำสื่อธรรมะกับคนรุ่นใหม่ได้อย่างไร ให้คนรุ่นใหม่หันมาสนใจธรรมะตั้งแต่อายุน้อยจนถึงมาก ก็มองดูว่าหนังสือธรรมะที่มีอยู่ในตลาดในเวลาเมื่อ 6-7 ปีที่แล้ว 1. ยังไม่มีหนังสือธรรมะรูปแบบที่ทันสมัยและ

ไม่น่าดึงดูดใจพอ 2. เผลอคิดว่าช่วงนั้นมีพระรูปหนึ่งมาเขียนคอลัมน์อยู่ในนิตยสารชีวิตอยู่ประมาณปีเศษๆ เมื่อตัวเองได้อ่านก็รู้สึกว่ภาษาของพระองค์นี้ดี ภาษาที่ท่านใช้เป็นภาษาที่เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ ซึ่งท่านนั้นก็คือท่านว. วชิรเมธี ท่านสามารถใช้ภาษาได้เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ ไม่มีภาษาบาลี และเข้าใจง่าย จากทั้งสองส่วนที่ตัวเองเกิดความรู้สึกประกอบกับความพร้อมของบริษัทว่าเรามีผู้เขียนหลักอยู่แล้ว จึงได้หารือกับท่านว. ว่าอยากจะทำพ็อกเก็ตบุ๊กที่รวบรวมผลงานเขียนของท่านขึ้นมาซักเล่ม และออกแบบหน้าปกให้หน้าสนใจ ไม่ใช่รูปดอกบัวหรือปกเป็นรูปพระ แบบที่คนรุ่นใหม่หรือวัยรุ่นเห็นแล้วไม่อยากจะอ่านไม่อยากจะถือ เพราะถือแล้วรู้สึกไม่ใช่ตัวเขา เมื่อเอางานเขียนของท่านจากนิตยสารชีวิตและจากที่อื่นๆมารวมกัน เพราะงานที่ท่านได้มาเขียนให้กับนิตยสารชีวิตนั้นแค่ประมาณหนึ่งปีทำให้งานเขียนของท่านไม่พอที่จะรวบรวมได้ จึงไปเอางานที่ท่านเขียนจากนิตยสารเล่มอื่นๆเข้ามารวมด้วย ซึ่งในเวลานั้นท่านยังไม่เป็นที่รู้จัก เราจึงเริ่มงานเขียนพ็อกเก็ตบุ๊กเล่มแรกขึ้นมา นั่นคือ “ธรรมะติดปีก” แม้กระทั่งชื่อเราก็คงคิดกันว่าจะใช้ชื่ออะไรดี ถ้าจะไม่ใช้คำว่าธรรมะเลย คนก็จะไม่รู้ว่าเป็นหนังสือธรรมะอีก แต่ว่าจะทำยังไงให้คนรู้สึกว่ามันทันสมัย จึงใช้ชื่อว่าธรรมะติดปีก เพราะคิดว่ามันเข้าถึงใจวัยรุ่น ซึ่งจากจุดนี้ก็เป็นที่มาของการทำหนังสือเล่มนี้ หลังจากนั้นเราก็ได้ปรับปรุงและผลิตหนังสือธรรมะที่ทันสมัยออกมาเรื่อยๆ เนื่องจากประสบความสำเร็จจากผลงานเขียนของท่านว. วชิรเมธี หลังจากนั้นทางสำนักพิมพ์ก็ได้นำผลงานของพระและอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนาท่านอื่นๆมาทำหนังสือด้วย อย่างอาจารย์สนอง วรอุไร ก็เป็นคนหนึ่งที่สอนธรรมะให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ง่าย ซึ่งท่านจะเน้นธรรมะในเชิงปฏิบัติ หรืออย่างงานของท่านพระพรหมคุณาภรและค้อยๆทำหนังสือออกมาเรื่อยๆ ปรากฏว่างานเขียนที่ออกไปนั้นได้รับผลตอบรับในสังคมอย่างดี ทำให้คนรุ่นใหม่หันมาสนใจธรรมะมากขึ้น เพราะนอกจากรูปเล่มเนื้อหาภายในก็ทันสมัยเวลาถือไปไหนก็ไม่รู้สึกอาย หลังๆกลับทำให้รู้สึกโก้เข้าเทรนด์อีกต่างหาก ใครที่ไม่ถือ ถือว่าตกเทรนด์หนังสือก็น่ารักพกพาสะดวก ถือไปไหนมาไหนก็ได้ ซึ่งตรงนี้ถือเป็นจุดเริ่มต้นของอมรินทร์ที่ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงการตลาดตรงนี้ จากนั้นก็มีคนแห่มาทำตลาดตรงนี้มากมาย ซึ่งก็ดีส่วนตัวรู้สึกว่เพราะเป็นการส่งเสริมให้คนมีทางเลือกมากขึ้น เพราะเราก็ทำได้ไม่หมด ครูบาอาจารย์ที่สอนธรรมะก็มีอยู่มากมาย และในช่วง 2-3 ปีมานี้ยอดของหนังสือธรรมะขยายตัวเพิ่มขึ้น แม้จะมีคนมาเล่นตลาดตรงนี้เยอะ แต่ยอดจำหน่ายหนังสือธรรมะของบริษัทก็ยังคงเติบโต จนวันหนึ่งคนในบริษัทก็พูดว่อมรินทร์น่าจะทำนิตยสารธรรมะขึ้นมาบ้าง เพราะยังไม่เห็นว่จะมีบริษัทไหนจะมีความเชี่ยวชาญในการทำนิตยสารเท่ากับอมรินทร์ นอกจากนี้ก็ยังมีคนนอกฝากมาบอกเช่นกันว่อมรินทร์น่าจะทำนิตยสารธรรมะออกมาบ้าง หลังจากนั้นก็เลยเอามาคิดดูว่เราไม่เคยนึกถึงนิตยสารธรรมะเลย เพราะภาพที่เร

เห็นนิตยสารธรรมะเราก็จะเห็นแต่พวกพระเครื่องหรือนิตยสารธรรมะที่แจ่มๆทั่วไปซึ่งเราก็ติดภาพตงนั้น หลังจากนั้นเลยลองร่างสารบัญขึ้นมาว่าถ้าทำเป็นนิตยสารธรรมะแล้วเราอยากจะได้เนื้อหาหรือนำเสนอเรื่องอะไรลงไปบ้าง พอเขียนออกมาแล้วก็คิดว่ามันเป็นไปได้ และให้ผู้บริหารคนอื่นๆเอาไปติดต่อ หลังจากนั้นก็ทำ workshop ขึ้นมา ขึ้นต่อไปก็คือการเลือกบรรณาธิการซึ่งเราก็ได้คนที่เคยทำงานกับเรามาก่อนว่าปีก็คืออุษาวดี สีนุเสณ และตั้งกองบรรณาธิการขึ้นมา หลังจากนั้นเราก็ทำ workshop จากสารบัญที่ร่างไว้มาจัดทำเป็นคอลัมน์ต่างๆจนเป็นรูปเป็นร่างที่ชัดเจนขึ้น ซึ่งจะเน้นเนื้อหาที่ไม่เป็นธรรมะมากเกินไป และพยายามให้เนื้อหาในนิตยสารไม่เหมือนกับธรรมะแจก เราจึงตั้งใจซ่อนตัวธรรมะไว้โดยเสนอผ่านชีวิตคน เรื่องราว ประสบการณ์ของคน ซึ่งธรรมะให้ตัวธรรมะนำเสนอมากกว่าที่จะนำเสนอออกไปตรงๆ บางส่วนก็เอาเรื่องต่างประเทศเข้ามาผสม เพื่อไม่ให้ดูเก่าดูแก่แต่ดูทันสมัย

แม้แต่ชื่อของหนังสือเองกว่าจะได้ชื่อนี้มามีตั้ง 40-50 กว่าชื่อ ตอนแรกก็ได้ชื่อมาว่า awake แต่ก็ไม่แน่ใจว่าคนอ่านจะเข้าใจหรือเปล่า จนในที่สุดก็มาลงเอยที่ Secret ก็เพราะว่าในช่วงนั้นทางสำนักพิมพ์ได้ซื้อลิขสิทธิ์ของหนังสือ The Secret เข้ามาแปลพอดี ซึ่งหนังสือเล่มนี้ก็เน้นเสนอเรื่องราวการใช้ชีวิตให้มีความสุข จากนั้นก็มีคนพูดขึ้นมาว่าทำไมเราไม่ใช้ชื่อว่า Secret แทนและทุกคนในที่ประชุมก็เห็นด้วย เพราะว่าชื่อนิตยสารมีความสำคัญมากในการดึงดูดคน ทั้งที่ใจจริงอยากจะตั้งชื่อภาษาไทย แต่ว่าแต่ละที่เสนอมานั้นให้ความรู้สึกที่มั่นใจเป็นธรรมะมากเกินไป จึงตั้งสนใจใช้ชื่อภาษาอังกฤษทั้งในส่วนของชื่อนิตยสารและชื่อคอลัมน์ หลังจากนั้นทางสำนักพิมพ์ก็ได้เชิญนักเขียนโดยทางสำนักพิมพ์ได้เลือกคนที่เป็นที่รู้จักในตลาดและคนภายในที่รู้จักกันอย่างท่านว. วชิรเมธี อาจารย์สนอง วรอุไร พระอาจารย์ชาญชัย และคนนอกที่มีความสามารถในการเขียนดี มีความรู้ทางด้านธรรมะ มีความรู้สมองเป็นอย่างดีอย่างหนูดี วนิษา เรซ เข้ามาเป็นนักเขียนประจำให้กับทางนิตยสารซีเคร็ต เนื้อหาภายในนิตยสารจะการเน้นนำเสนอเรื่องราวทั้งธรรมะและจิตใจ เป็นธรรมะประยุกต์ มีความพยายามดึงเอาสาระธรรมะและบันเทิงใส่ลงไปในการเล่นเดียวกัน

และสาเหตุที่ทำปกนิตยสารให้เป็นเป็นขาว-ดำ เพราะส่วนตัวคิดว่าเวลาเราเดินไปในตลาดปกนิตยสารส่วนใหญ่ก็จะเป็นสีๆกันทั้งนั้น ถ้าเราเป็นนิตยสารใหม่เราก็จะทำให้ให้สะดุดสายตา เกิดความแตกต่าง ไม่ใช่ทำให้สีกลมกลืนไปกับเล่มอื่นที่วางอยู่ ซึ่งจุดนี้เป็นช่องว่างในตลาดที่ทางสำนักพิมพ์ได้ตั้งขึ้นมาใช้ เพื่อทำให้นิตยสารธรรมะของเรามีความโดดเด่น หรือหากจะมองในมุมมองของธรรมะก็ได้เช่นกัน เพราะเวลาที่คนไปปฏิบัติธรรมส่วนใหญ่มักจะใส่ชุดสีขาว ซึ่งเป็นสีที่แสดงถึงความปล่อยวาง ความไม่ยึดติด ไม่ต้องไปตกแต่งอะไรมากมาย ซึ่งมันก็เป็นนิยามที่สะท้อนบุคลิกถึง



การเป็นนิตยสารธรรมะโดยธรรมชาติอยู่แล้ว ส่วนการเลือกดารามาเป็นปกมากกว่าที่จะเป็นใครบางคน หรือแม้แต่ไฮโซ ก็เพราะว่าเราต้องดึงตัวบุคคลเพื่อมาดึงความสนใจของผู้คนในวงกว้าง ซึ่งดาราคือคนที่เข้าถึงกลุ่มคนได้กว้างมากกว่าไฮโซซึ่งเข้าถึงคนได้เพียงกลุ่มเล็กๆเท่านั้น และที่สำคัญดาราคือ 80-90 เปอร์เซ็นต์ส่วนใหญ่มีธรรมะหมด เพราะถ้าหากไม่มีธรรมะในชีวิตก็ไม่สามารถที่จะอยู่ในวงการนี้ได้ยาวนาน อย่างน้อยดาราก็ต้องมีความคิดดีๆทางด้านโน้นด้านนี้ ฉะนั้นทางสำนักพิมพ์จึงเลือกเอาดารามาเป็นตัวอย่างว่าเขามีความคิดอะไร และคุณมาเขียนอยู่ตรงนี้ได้อย่างไร คุณต้องฟันฝ่าอะไรบ้าง คุณต้องใช้ความพยายามมากแค่ไหน ซึ่งมันก็เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับเด็กได้ ฉะนั้นถ้าดาราคือคนไหนที่ประสบความสำเร็จชัดเจนนอกจากขึ้นปกนิตยสารแล้วก็มีสัมภาษณ์ใหญ่เพิ่มเติมอีกด้วย แต่ถ้าไม่มีอะไรมากมายก็แค่ขึ้นปกและอยู่ในสัมภาษณ์เล็กๆเท่านั้น

ในส่วนของการเลือกกองบรรณาธิการนั้นก็เลือกไม่ยาก เพราะเราเลือกจากคนที่สนใจเรื่องธรรมะเบื้องต้นอยู่แล้ว แม้ว่าโจทย์สารบัญที่ตั้งไว้จะดูเป็นเรื่องยาก แต่เมื่อทำจริงๆแล้วก็ทำได้และประสบความสำเร็จด้วย

กลุ่มเป้าหมายแต่แรกของนิตยสารซีเคร็ต คือ คนรุ่นใหม่ วัยทำงานอายุตั้งแต่ 28 - 35 ปี แต่ตอนนี้ผู้อ่านจริงที่เป็นกลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มอายุ 30 - 50 ปี แต่อายุน้อยกว่า 30 ก็มีแต่เป็นกลุ่มที่เล็กกว่า

ส่วนการที่นิตยสารซีเคร็ตทำเป็นนิตยสารรายปักษ์ เพราะว่าหากใส่เนื้อหามากเกินไปก็ดูจะเป็นการยัดเยียดและไม่น่าสนใจ และเราอยากให้นิตยสารเล่มนี้เป็นเพื่อนผู้อ่านได้ในชีวิตประจำวัน ถ้าออกมาเดือนหนึ่งแล้วหายไปมันก็จะจบ หากเทียบความสำคัญของคนกับปัจจัยสี่ ธรรมะก็คือปัจจัยที่ห้า และเมื่อเราทำไปแล้วผลตอบรับกลับมาก็ตรงตามกับวัตถุประสงค์ ทุกคนอ่านแล้วมีความสุข ได้ประโยชน์ หนังสือทำหน้าที่ขนาดนี้เพียงพอแล้ว ถ้าให้หนากว่านี้ก็จะมีน้ำหนักเกินไป ด้วยความหนา 80 - 90 หน้า อ่านแป๊บเดียวก็หมดแล้วและถ้าต้องรออีกไปอีกหนึ่งเดือนมันก็นานเกินไป เราจึงเห็นว่ามันสามารถที่จะทำเป็นนิตยสารรายปักษ์ได้ และด้วยเนื้อที่ที่จำกัดเราก็ต้องเลือกเรื่องที่ดีที่สุด และมีองค์ประกอบที่มีทั้งเรื่องหนักเรื่องเบา เพราะว่าผู้อ่านที่พบจะมีอยู่สองประเภทคือ 1. หนังสือออกอีกแล้วยังอ่านไม่จบเลย 2. ได้หนังสือมาอ่านจบแล้วภายในวันเดียว เราจึงเลือกที่จะพบกันครึ่งทาง และเราก็มีตัวอย่างจากการทำนิตยสารรายปักษ์อย่างชีวิตจิตแล้วว่าได้ผล เราก็เลยตั้งราคาให้เท่ากับนิตยสารชีวิตจิตด้วย

แท้จริงแล้วนิยายสารซีเคริตไม่ได้ต้องการที่จะทำเพื่อคนเมืองโดยเฉพาะ แต่ต้องการทำขึ้นเพื่อคนทั่วไปมากกว่า แต่ส่วนใหญ่คนที่นิยายสารเล่มนี้ก็คือ คนที่มีการศึกษา ซึ่งคนที่มีการศึกษาส่วนใหญ่ก็จะรวมตัวกันอยู่ในศูนย์กลางอย่างกรุงเทพหรือเมืองใหญ่ๆ ฉะนั้นยอดของนิยายสารที่ออกมาพบว่ายอดในเมืองกับต่างจังหวัดนั้นใกล้เคียงกันจริงๆ ซึ่งแตกต่างจากนิยายสารเล่มอื่นๆ ในเครืออมรินทร์ที่ยอดจำหน่ายในต่างจังหวัด 30 เปอร์เซ็นต์ ส่วนยอดจำหน่ายในเมือง 70 เปอร์เซ็นต์

ส่วนเหตุผลที่นำภาษาอังกฤษมาใส่ในนิยายสารก็เพื่อความทันสมัย ซึ่งผู้อ่านของเราส่วนใหญ่ก็เป็นผู้ที่มีการศึกษาคืออยู่แล้ว อีกทั้งในปัจจุบันภาษาอังกฤษก็เป็นภาษาที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในกลุ่มคนรุ่นใหม่ จึงคิดว่าจะให้ภาษาอังกฤษเป็นตัวที่ดึงดูดคนรุ่นใหม่ให้มาสนใจธรรมะมากขึ้น นอกจากนี้จากจดหมายที่เขียนเข้ามาทำให้ทราบว่านิยายสารซีเคริตกลายเป็นนิยายสารของครอบครัวที่อ่านกันได้ทั้งบ้าน

ณ เวลานี้โฆษณาในนิยายสารซีเคริตก็ยังไม่มากอาจเพราะเพิ่งเปิดตัวนิยายสารมาได้ไม่นาน แต่ถ้าเขาเข้ามาดูจริงจะพบว่ายอดขายของเราสูงมาก แต่เพราะเขายังมีตัวเลือกอื่นๆ อยู่ ซึ่งตรงนี้ก็ต้องใช้เวลาพอสมควร ส่วนบริษัทไหนที่อยากจะลงโฆษณากับเราทางเราก็จะดูก่อนว่ามันถูกกับนิยายสารหรือเปล่า ถ้าขัดกันก็จะไม่รับ หรือบางทีที่มันมีรูปที่ดูเซ็กซี่ แต่ทางเราก็ดูแล้วว่ามันไม่ทำร้ายจิตใจหรือเสื่อมเสีย และในส่วนหนึ่งของหนังสือเราก็ต้องยอมรับว่าต้องมีโฆษณา เพราะถ้าเราไม่รับโฆษณาเราก็ไม่มีกำลังขาย หรือถ้าเราไม่มีโฆษณาเราก็ต้องขายราคาเล่มละ 70 - 80 บาท ซึ่งมันก็เป็นภาระเบียดเบียนคนซื้อที่อยากจะได้แต่เงินน้อย โฆษณาที่เข้ามาช่วยทำให้หนังสือนั้นขายถูกลง และนโยบายของเราคือว่าเราจะไม่รับโฆษณาเหล่าเบียร์เด็ดขาดทุกเล่มเลย

ในฐานะที่เป็นผู้ริเริ่มการทำนิยายสารซีเคริตขึ้นมาก็คิดว่านิยายสารซีเคริตนั้นมีส่วนช่วยพัฒนาจิตวิญญาณของผู้อ่านได้มากเลยทีเดียว เพราะจากจดหมายที่เขียนเข้ามาพบว่า ผู้อ่านกำลังทุกข์อยู่และพอเขาได้อ่านนิยายสารซีเคริตแล้วความทุกข์ของเขาหายไปหมดเลย หรือเพียงแค่คำๆ เดียวหรือประโยคๆ เดียวที่เขาอ่านมันพลิก มันทำให้เขาเปลี่ยนวิธีคิด จากทุกข์ที่เคยจมอยู่ พอได้อ่านก็พบว่าคนที่อยู่ในหนังสือนั้นทุกข์กว่าเรามากมาย ทุกข์ของเรานั้นเล็กน้อยเอง เพราะฉะนั้นนิยายสารซีเคริตช่วยในเรื่องจิตวิญญาณของคนได้มากเลยทีเดียว และส่วนตัวเวลาที่ออกไปข้างนอกคนก็จะเปลี่ยนคำพูดจากที่เคยชมว่า “ทำนิยายสารบ้านและสวนสวยจังเลย หรือนิยายสารแพรวสวยมากเลย” ก็เปลี่ยนมาเป็นคำพูดที่ว่า “ขอบคุณมากนะคะที่ทำนิยายสารซีเคริตขึ้นมาแทน” มันเป็นคำขอบคุณ ซึ่ง

แตกต่างกันไปจากแต่ก่อนตรงที่เขาชมว่าเราทำหนังสือออกมาได้สวย แต่เขาไม่ได้ขอบคุณเราได้แต่ชมขอบคุณที่เราทำสิ่งดี ๆ ไปสู่สังคม เพราะตัวเขาอ่านและได้ประโยชน์และเขาก็เชื่อว่าสิ่งดี ๆ นั้นจะเกิดกับคนอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน สิ่งที่เราได้ก็คือความปลื้มปิติใจ ความภาคภูมิใจว่าเราได้ทำประโยชน์ให้กับสังคม จนเป็นหน้าที่หลักของบริษัทที่ว่าเราทำอะไรแล้วจะต้องเกิดประโยชน์กับสังคม

เหตุผลที่นิยายสารซีเคริตเป็นนิยายสารที่ยังสามารถวางบนแผงได้อยู่ถึงแม้ว่ามันจะหมดกำหนดเวลารอบรายปักษ์ไปแล้ว มันเป็นนิยายสารธรรมดาที่สามารถอ่านได้ทุกเวลาไม่ล้าสมัย ซึ่งบางคนเห็นนิยายสารซีเคริตครั้งแรกก็อาจจะคิดว่าเป็นนิยายสารเรื่องลับของดารา ก็เลยไม่สนใจ ดังนั้นเราก็จึงใช้การตลาดเข้ามาโดยการแจกตามสี่แยก ตามรถไฟฟ้ามอเตอร์ เพื่อให้คนได้ลองเปิดอ่านจริง แล้วจะพบว่ามันคือนิยายสารธรรมดาไม่ใช่ในนิยายสารเรื่องลับของดารา นอกจากนี้เราก็จะไม่นำนิยายสารซีเคริตเข้าเครื่องสับทิ้งเหมือนกับเล่มอื่นๆ แต่เราจะเอาไปแจกให้ที่เรือนจำผ่านกรมราชทัณฑ์ทุกๆ 2-3 เดือนแทน เพราะส่วนตัวเชื่อว่าแม้เขาจะทำผิดพลาดไปแล้วแต่เขาก็ควรที่จะได้รู้จักกับธรรมดา และจากจดหมายที่ได้รับคำตอบกลับมาจากเรือนจำก็พบว่า แม้ว่าเขาจะไม่ได้รับอิสรภาพทางร่างกายเหมือนกับคนอื่นๆ ในสังคม และเขาก็กลับได้รับอิสรภาพทางใจ แต่คนที่ไม่ได้อ่านแม้จะอยู่นอกคุก บางคนก็อาจจะกำลังติดคุกชีวิตอยู่ก็เป็นได้ เพราะแม้พวกเขาเหล่านั้นจะติดคุกซึ่งถือเป็นวิกฤตในชีวิต แต่เขาก็ได้มีโอกาสที่จะศึกษาธรรมดา แม้ว่าจะไม่ใช่ทุกคนในเรือนจำที่สนใจ และคนที่อ่านก็จะเขียนมาเล่าเรื่องราวของตัวเอง ซึ่งทางนิยายสารก็ได้ทยอยลงไปบ้างแล้ว แม้จะสำนึกได้เมื่อสายไปหน่อยจนต้องไปรับกรรมในคุก แต่เมื่อเกิดความคิดใหม่หลังจากที่ได้อ่านหนังสือ ก็ถือว่ามันเป็นบุญของคุณที่คุณจะไม่เอาจิตของคุณเข้าไปติดคุกด้วย ดังนั้นช่วงหลังๆ เราก็เพิ่มจำนวนหนังสือธรรมดาที่นอกเหนือจาก เข้าไปในเรือนจำมากขึ้น เพราะคนเหล่านี้มีเวลาอ่านมาก โดยเราจะขอพิมพ์เพิ่มจากเจ้าของลิขสิทธิ์เพื่อส่งเข้าไปในเรือนจำ

วัตถุประสงค์หลักในการทำนิยายสารซีเคริตขึ้นมาก็เพื่อที่อยากจะให้คนหันมาสนใจเรื่องเงินเท่านั้น แต่คิดว่าจะทำอย่างไรให้คนหันมาสนใจธรรมะมากขึ้น และด้วยความที่นิยายสารเมื่อนำมาเทียบกับรสชาติของอาหารก็เรียกได้ว่ากลมกล่อม เพราะมีครบทุกรสเหมือนกับเรื่องราวที่มีทั้งหนักและเบา จะอ่านเรื่องไหนหรือส่วนไหนของนิยายสารก่อนก็ได้ แต่ว่าเงินเป็นเรื่องที่ตามทีหลัง และยอดขายของ ในปัจจุบันนั้นสูงเป็นอันดับ 3 ในบรรดานิยายสาร 10 กว่าเล่มของนิยายสารในเครืออมรินทร์

และจากการสัมภาษณ์คุณสุภาวดี สิริคุณสุนทร บรรณาธิการบริหารนิตยสารซีเคร็ตก็ทำให้ทราบถึงวิธีการจัดทำรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารซีเคร็ตมากยิ่งขึ้น พบว่า

จุดเริ่มต้นของการทำนิตยสารนั้นเริ่มมาจากประธานกรรมการบริหารก็คือ คุณเมตตา อุทกะพันธุ์ ซึ่งท่านเป็นนักปฏิบัติธรรมและศึกษาพุทธศาสนาหลายปี พอท่านได้มาศึกษาทางสายนี้ก็รู้สึกว่ามันมีประโยชน์กับชีวิตมาก จึงอยากให้คนทั่วไปได้เข้ามารู้จัก เข้ามาปฏิบัติธรรม และเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งดีๆของศาสนาพุทธให้มากยิ่งขึ้น ท่านจึงคิดที่จะเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะเรามีหนังสือที่เน้นสุขภาพกายแล้วอย่างชีวิตจริง คราวนี้เราก็หันมาที่สุขภาพใจอย่างนิตยสารซีเคร็ต เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตให้พ้นจากความทุกข์ มีหลักในการดำเนินชีวิต สามารถใช้ชีวิตอย่างมีความสุขและประสบความสำเร็จ

อุดมการณ์หลักในการทำนิตยสารซีเคร็ตขึ้นมานั้นเกิดจากแรงบันดาลใจของท่านประธานบริษัทที่อยากจะให้มีนิตยสารธรรมะแนวใหม่เกิดขึ้นในตลาด ซึ่งนิตยสารแนวนี้ในบ้านเราไม่มีเลย แต่นิตยสารซีเคร็ตนั้นมีการผสมผสานธรรมะเข้ากับเรื่องการเงิน การใช้ชีวิต จิตวิทยาด้วยมีความหลากหลาย และอยากจะให้นิตยสารเล่มนี้เป็นเพื่อนกับผู้อ่านทุกเพศทุกวัย เพราะเนื้อหาที่น่าสนใจผ่านนิตยสารก็เป็นเรื่องที่เป็นประโยชน์ในการใช้ชีวิตของทุกคน สามารถเก็บธรรมะไว้เป็นคลังข้อมูลและนำออกมาใช้ได้ทุกเมื่อ ซึ่งทุกเนื้อหาในทุกๆคอลัมน์ของนิตยสารซีเคร็ตก็จะแฝงธรรมะเอาไว้อย่างที่คุณผู้อ่านไม่รู้ตัวเลย มันก็จะตอบโจทย์ของคนยุคใหม่ได้อย่างดี

ช่วงที่เราออกนิตยสารเล่มนี้กระแสของหนังสือ The Secret กำลังมาแรง และหนังสือเล่มนี้ก็เป็นหนังสือจิตวิทยาที่มีธรรมะแฝงอยู่ซึ่งมันก็คล้ายๆกัน แต่เราก็ไม่ได้คิดว่ามันจะมีอะไรที่เกี่ยวข้องกันซะทีเดียว และก็ไม่ได้อยากจะไปอิงกับหนังสือเล่มนั้นด้วย การที่อยากจะตั้งชื่อว่า Secret นั้นก็เพราะว่านิตยสารเล่มนี้เป็นนิตยสารที่ซ่อนเคล็ดลับหรือความลับของความสุขและความสำเร็จจากธรรมะมากกว่า เพราะจริงๆแล้วธรรมะเป็นเรื่องใกล้ตัว เป็นเรื่องที่เรามักจะหลงลืม แต่เราเหมือนเอามาเปิดเผยหรือเอามาเผยแพร่ให้รู้ว่ามันมีสิ่งดีๆเหล่านี้อยู่ในประเทศของเรา ซึ่งชื่อ Secret ที่เราลองเอาไปวางบนปกก็สวยกว่าตัวพิมพ์ที่เป็นภาษาไทย เพราะภาษาไทยมักจะมีสระ และวรรณยุกต์ ซึ่งจะทำให้ดูรกเวลาจัดหน้าหนังสือ ซึ่งเป็นส่วนเล็กๆน้อยๆที่ต้องคำนึงถึง การที่ใช้ชื่อคอลัมน์เป็นภาษาอังกฤษก็ด้วยเหตุผลเดียวกันกับชื่อนิตยสาร เพราะว่าคำในภาษาอังกฤษมันสั้นและเต็มไปด้วยความหมายมากกว่า คำในภาษาอังกฤษคือใช้คำเดียวและเข้าใจเลยซึ่งถ้าเป็นคำที่ความหมาย

เดียวกันในภาษาไทยอาจจะต้องใช้คำบรรยายช่วย เพราะชื่อคอลัมน์นั้นมีเป็น 10-20 คอลัมน์ชื่อจำกัด เรื่องความสวยงามในการจัดหน้านิตยสารก็เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ต้องใช้ชื่อคอลัมน์เป็นภาษาอังกฤษ และทำให้นิตยสารมีความร่วมสมัย เหมาะกับคนสมัยใหม่ มีความทันสมัย

เนื้อหาที่น่าสนใจในนิตยสารทุกเรื่องล้วนแทรกธรรมะเอาไว้ในทุกๆคอลัมน์เอาไว้โดยไม่น่าเบื่อ ซึ่งมันเป็นหนังสือธรรมะแน่นอน เพราะเราต้องการจะเผยแพร่ความดีงามของหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ซึ่งเราให้เปอร์เซ็นต์กับเรื่องของธรรมะไปเต็มๆ แต่เรื่องวิธีการนำเสนอจะทำให้ดูเหมือนว่ามันไม่ร้อยเปอร์เซ็นต์ ไม่ว่าจะเป็ภาพ วิธีการเขียนก็พยายามที่จะไม่ใช่คำที่เข้าใจยาก หรือใช้ภาษาบาลีเต็มไปหมด หรือมีรูปพระเครื่อง

การใช้ภาพขาว-ดำเป็นภาพปกก็เป็นความตั้งใจของเราที่ต้องการจะสร้างความโดดเด่นบนแผงหนังสือ เพราะว่าหนังสือของเราเป็นหนังสือใหม่ ฉะนั้นจึงต้องทำหน้าที่ให้สะดุดตาเข้าไป ให้ไม่เหมือนใคร หรืออีกมุมมองของคนที่มาตีความให้กับนิตยสารซีเคร็ตก็คือ “บางทีอย่าตัดสินกันแต่เปลือกภายนอก” ก็เหมือนกับหน้าปก Secret ที่มองว่าเป็นภาพขาว – ดำ ดูเหมือนไม่น่าสนใจ แต่จริงๆแล้วมีอะไรซ่อนอยู่มากมาย คือให้คนดูแล้วไม่รู้ว่ามีข้างในซ่อนสิ่งดีๆอยู่มากมาย ก็อาจจะเผลออ่านเข้าไปแล้วติดใจ และเรายังต้องการเสนอภาพบุคคลขึ้นปกที่มีใบหน้าที่สุดชั้น เพราะเราต้องการที่จะนำเสนอว่าบุคคลที่ขึ้นปกเป็นคนที่มีความสุขและประสบความสำเร็จ แล้วภาพที่สะท้อนออกมา ก็ควรที่จะสะท้อนภาพนั้นๆออกมาด้วย เมื่อคนอ่านเห็นแม้จะเป็นภาพขาว – ดำดูไม่น่าจะสดชื่นแต่ปรากฏว่าเรามีความสุขเพราะว่าคนบนปกก็มีความสุข ส่วนสีที่ใช้ประกอบทั้งชื่อนิตยสารและตัวไปรยปกก็จะเลือกสีสดใสเพื่อให้ปกไม่หมองซึ่งจะเปลี่ยนสีไปเรื่อยๆ

ในส่วนของการนำเสนอทางนิตยสารก็พยายามที่จะเสนอเรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้่านให้หลากหลายเข้าไปและเข้ากับทุกเพศทุกวัย พยายามนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย เอาไปใช้ได้จริง เรื่องที่กำลังอยู่ในกระแส ส่วนการเลือกนักเขียน เราก็จะเลือกจากคนที่ประสบความสำเร็จในการเขียนหนังสือซึ่งผู้อ่านให้การยอมรับในระดับหนึ่ง ในส่วนของการเลือกกองบรรณาธิการจะต้องรักการอ่าน การเขียน สนใจในพุทธศาสนาอยู่บ้าง ไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นนักปฏิบัติ แต่ก็ต้องยอมรับว่าสามารถเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางนิตยสารได้จัดขึ้นอยู่เป็นประจำได้ เพราะเมื่อผ่านงานแล้วจะต้องถูกส่งไปปฏิบัติธรรมเป็นเวลา 7 วัน ในส่วนของการเลือกบุคคลมาสัมภาษณ์ จะต้องเป็นบุคคลที่ประสบความสำเร็จในชีวิตและเป็นคนดีประวัติสะอาด ไม่ใช่ว่าประสบความสำเร็จร้ายจากการโกงใครมา

แบบนี้ก็จะไม่ได้ลงนิตยสารซีเคร็ตแน่นอน ส่วนเกณฑ์ในการเลือกเรื่องมาลงในนิตยสารถ้าเป็นนักเขียนนอกทางเราจะตกลงกันได้อยู่แล้ว ซึ่งแต่ละคนก็มีแนวทางที่ชัดเจน ในส่วนที่กองบรรณาธิการรับผิดชอบแต่ละคนก็จะรู้แวงงานของตัวเองว่าจะต้องทำอะไรอย่างไรแตกต่างกันไป คนที่ทำคอลัมน์สัมภาษณ์เราก็ต้องมาตั้งโจทย์กันว่าสัมภาษณ์อะไร จะสัมภาษณ์คนแบบไหน และวิธีการสัมภาษณ์จะเน้นอะไร ถ้าเป็นคอลัมน์ทั่วไปเราก็จะมีการประชุมเพื่อเสนองานว่าปักษ์นี้ใครรับผิดชอบอะไรบ้าง จะนำเสนอบุคคลหรือว่าสถานที่หรืออะไรก็ได้แต่ที่ไหนอะไรยังไงเราก็จะต้องมีการคัดกรองกันก่อน ต้องคุยกันก่อนว่าเรื่องแบบนี้เข้ากับหนังสือของเราหรือไม่ ซึ่งชื่อคอลัมน์ก็จะเป็นตัวระบุไว้อยู่แล้วว่าเรื่องที่น่ามาเขียนจะต้องเป็นเรื่องประมาณไหน ส่วนคอลัมน์อื่นๆที่มีผู้อ่านเขียนเข้ามา ก็จะมีการประชุมกองบรรณาธิการกัน

ในเรื่องสัดส่วนของการให้พื้นที่ในหน้าโฆษณานั้นทางผู้บริหารจะเป็นคนที่กำหนดเอง ส่วนที่อยู่ในความรับผิดชอบของบรรณาธิการก็จะอยู่ในหน้าของเนื้อหาที่จะต้องเรื่องนี้จะให้พื้นที่เท่านี้ประมาณ 80 หน้า ในส่วนของการลงโฆษณาในนิตยสารส่วนใหญ่พวกบริษัทห้างร้านค่อนข้างที่จะชอบลงโฆษณากับหนังสือที่ผู้อ่านยังไม่ละวางกิเลส ผู้อ่านซึ่งอยู่ในวัยต่างๆที่ยังมีกิเลสอยู่ครบ ซึ่งเมื่อบริษัทเหล่านี้มองภาพของนิตยสารซีเคร็ตก็จะเข้าใจว่าคนที่อ่านน่าจะเป็นคนดีที่ปล่อยวางกิเลสแล้วหรือเปล่า ซึ่งมีส่วนที่ทำให้เขาลังเลที่จะลงโฆษณากับทางนิตยสารซีเคร็ตอยู่พอสมควร

ในฐานะที่เป็นบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต โดยส่วนตัวก็คิดและหวังว่านิตยสารซีเคร็ตจะช่วยพัฒนาจิตวิญญาณของคนอ่านได้ เพื่อให้ผู้อ่านได้นำข้อคิดและแนวทางที่เราได้นำเสนอไปใช้ทั้งในแง่ของตัวเองและคนใกล้ชิด เพราะโดยส่วนตัวการที่ได้มาทำงาน ณ ตรงนี้บอกตามตรงว่าทำด้วยใจมากกว่าค่าตอบแทนที่ได้รับเป็นตัวเงิน และอยากจะให้คนที่อ่านได้ทั้งอาหารใจและอาหารสมองและข้อคิดดีๆเพื่อที่คนอ่านจะได้มีความสุขในการใช้ชีวิตมากขึ้นโดยอาศัยธรรมะ

### **ผลการศึกษาในส่วนของหัวหน้ากองบรรณาธิการ และกองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต**

จากการสัมภาษณ์หัวหน้ากองบรรณาธิการ และกองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ตทั้ง 6 คนพบว่า ในส่วนของการเขียนคอลัมน์นั้นก็จะเวียนกันเขียนไปเรื่อยๆภายในกองบรรณาธิการ แต่ว่าแต่ละคนก็จะมีคอลัมน์ประจำในแต่ละฉบับที่จะต้องรับผิดชอบเช่นกัน และในแต่ละคอลัมน์หรือบทความก็จะมีการนำเสนอเรื่องราวที่แตกต่างกันออกไป เช่น

คอลัมน์ News Update เป็นคอลัมน์ที่เน้นข้อมูลข่าวสารทั่วไป เช่น ข่าวสารบุญ ความดี เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และงานวิจัยด้านสมองและจิตใจ เป็นต้น

คอลัมน์ Whiteboard เป็นคอลัมน์ที่เกี่ยวกับงานบอกบุญ อาสาทำดีเพื่อสังคม

คอลัมน์ Life Management เป็นคอลัมน์ที่เกี่ยวกับการใช้ชีวิตทั่วไป

คอลัมน์ Serve Your Sense เป็นคอลัมน์เกี่ยวกับเรื่องกินเรื่องเที่ยว หรือแนะนำกิจกรรมต่างๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาและไม่เกี่ยวข้อง

คอลัมน์ Inspiration เป็นคอลัมน์เกี่ยวกับคนหรือสิ่งต่างๆ ที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับคนได้

คอลัมน์ Feature เป็นคอลัมน์ที่หมุนไปตามกระแสข่าวหลัก ซึ่งทางกองบรรณาธิการจะเลือกตามในเรื่องที่ตามได้ มีการคาดการณ์ประเด็นล่วงหน้า อย่างเช่น ช่วงเวลาเลนไทนก็จะนำเสนอเรื่องความรัก เป็นต้น

คอลัมน์ Serve Your Soul : Read เป็นคอลัมน์แนะนำหนังสือที่เหมาะสมกับผู้อ่าน เช่น แนวธรรมะ ชีวประวัติ การพัฒนาจิตใจ

คอลัมน์ Live & Learn เป็นคอลัมน์เรื่องราวประสบการณ์ชีวิตของผู้คนที่สามารถเป็นบทเรียนให้คนอื่นได้

คอลัมน์ This is Life เป็นคอลัมน์ที่นำเรื่องราวชีวิตของคนที่มีทั้งทุกข์และสุข ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในแวดวงสังคมที่มีบทเรียนสอนใจคนอื่นได้ดี

คอลัมน์ Special Report เป็นคอลัมน์สัปดาห์พิเศษตามวาระ การปฏิบัติธรรม งานอีเว้นท์ที่น่าสนใจ

คอลัมน์ Beautiful Experience เป็นคอลัมน์ที่พูดถึงประสบการณ์ที่น่าประทับใจที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชีวิตและได้แง่คิดดีๆ

คอลัมน์ The Miracle เป็นคอลัมน์เรื่องแปลก เรื่องมหัศจรรย์ แต่สามารถพิสูจน์ได้ทางวิทยาศาสตร์ หรือเรื่องตำนานบอกเล่าที่มีน้ำหนักมากพอ มีหลักฐานแน่นอน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ

คอลัมน์ Secret of Life เป็นคอลัมน์สัมภาษณ์ที่ใหญ่ที่สุดในเล่ม เน้นคนที่มีความสำเร็จในชีวิต ทั้งนักธุรกิจ นักวิชาการ คนในและนอกวงการบันเทิงในแง่มุมมองการใช้ชีวิตตามหลักธรรมะ ว่าคนเหล่านั้นมีเคล็ดลับการใช้ชีวิตอย่างมีความสุขความสำเร็จได้อย่างไร

คอลัมน์ Mystery of Life เป็นคอลัมน์เรื่องกฎแห่งกรรม ว่าทำสิ่งนั้นแล้วจะได้ผลอย่างไร รวมถึงเรื่องลึกลับและตำนานต่างๆที่มีความหลากหลาย

คอดัมน์ Admirable One เป็นคอดัมน์เกี่ยวกับชีวประวัติสั้นๆของคนๆหนึ่งที่มีแรงบันดาลใจในการทำอะไรร่างอย่าง ส่วนใหญ่เป็นคนต่างชาติ เป็นคอดัมน์ที่เน้นสาระบันเทิงบ้าง

คอดัมน์ Unforgettable เป็นคอดัมน์ที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความประทับใจต่างๆที่ได้ทำ และมีคุณค่าที่จะนำมาถ่ายทอดให้แก่คนอ่าน

คอดัมน์ Never Give Up เป็นคอดัมน์นำเสนอเรื่องราวของการต่อสู้อย่างไม่ย่อท้อทั้งเพื่อตัวเอง เพื่อคนอื่น หรือเพื่อสิ่งแวดล้อมจนประสบความสำเร็จ

ในการหาข้อมูลกองบรรณาธิการแต่ละคนก็จะมี การเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่จะนำมาเขียนลงในแต่ละคอดัมน์แตกต่างกันออกไปแล้วแต่ความถนัดของแต่ละคนบางคนก็ถนัดที่จะหาเรื่องราวจากงานวิจัยในต่างประเทศเป็นพิเศษ บางคนก็สนใจที่ค้นคว้าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเป็นหลัก แต่ปกติแล้วกองบรรณาธิการทุกคนต่างรับข่าวสารและเรื่องราวจากทุกสื่อ นอกจากนี้ยังมีการหาข้อมูลตามการอบรม และสัมมนา การสัมภาษณ์ งานเสวนา คอร์สปฏิบัติธรรม

บทความหรือเรื่องราวที่น่าสนใจออกไปก็ได้รับการตอบรับจากผู้อ่านดี จากการที่ได้เคยทำ Focus Group ปรากฏว่าคอดัมน์ที่ได้รับความสนใจจากผู้อ่านเป็นอย่างดีโดยเฉพาะคอดัมน์ที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์บุคคล และเท่าที่ได้รับการตอบรับส่วนใหญ่ก็จะชื่นชอบและเห็นประโยชน์จากเนื้อหาที่น่าสนใจ เพราะสามารถนำมาใช้แก้ปัญหาชีวิตได้ ได้วิธีคิดใหม่ๆในการปฏิบัติ การเข้าใจถึงบุญและบาป และเข้าใจในคำสอนของพระพุทธศาสนาได้มากขึ้น เพราะมีการนำเสนอให้ผู้อ่านเข้าใจง่าย และหลายคนก็ชอบ Secret Box ที่มีคำพูดเตือนใจที่หลากหลายในคอดัมน์ต่างๆภายในเล่ม นอกจากนี้ยังมีการโทรเข้ามาที่กองบรรณาธิการ เพื่อสอบถามถึงสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ปฏิบัติธรรมเพิ่มเติมอีกด้วย ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ

ในส่วน of สิ่งที่น่าสนใจในการทำงาน เนื่องจากภาพลักษณ์ของนิตยสารซีเคร็ตนั้นมีภาพลักษณ์ที่เป็นบวก ไม่เหมือนกับภาพลักษณ์ของพวกนักข่าวที่เน้นตีแผ่เรื่องด้านลบ ทำให้เราเข้าถึงแหล่งข้อมูลอย่างการสัมภาษณ์ได้ค่อนข้างเป็นกันเอง และทางบริษัทอำนวยความสะดวกเรื่องเครื่องมือในการทำงานอย่างเต็มที่ มีรถตู้ให้บริการสามารถทำงานต่างจังหวัดได้สะดวก ส่วนบุคคลที่ให้สัมภาษณ์ก็มีความเชื่อมั่นในบริษัทอมรินทร์ว่าทำหน้าที่สื่อออกมาได้อย่างมีคุณภาพ ทำให้มีความเชื่อใจในการให้สัมภาษณ์ว่านิตยสารจะนำเสนอในสิ่งที่ดี นอกจากนี้การหาข้อมูลในเรื่องธรรมะ



ก็ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานและองค์กรธรรมะต่างๆเป็นอย่างดี รวมถึงการจัดคอร์สปฏิบัติธรรมฟรีให้กับสมาชิกนิตยสารซีเคร็ต ก็เป็นอีกทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มแหล่งข้อมูลให้กับกองบรรณาธิการมากขึ้นด้วย หรือบางครั้งหากทำงานไม่ทันปิดเล่ม เพื่อนๆในกองบรรณาธิการก็จะช่วยเหลือกันเป็นอย่างดี อีกส่วนสนับสนุนที่สำคัญในการทำงานก็คือ เราได้ contributor ที่เก่งมากอย่างท่านว.วชิรเมธี คุณหนูดี วนิษา เรช ทพ.สม สุจิตรา เป็นต้น ซึ่งทุกท่านตั้งใจเขียนผลงานที่สดใหม่เพื่อนิตยสารของเรา

ในสวนอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการทำงาน เนื่องจากนิตยสารซีเคร็ตยังเป็นนิตยสารใหม่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักกันในวงกว้าง เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้อ่านทั่วไปไม่ทราบว่าเป็นนิตยสารซีเคร็ตนั้นเป็นนิตยสารแนวไหน เกี่ยวกับอะไร หรือเมื่อเห็นครั้งแรกบางคนก็อาจจะเข้าใจผิดคิดว่าเป็นนิตยสารกอสซิปบันเทิง ทั้งที่จริงๆแล้ว เป็นนิตยสารที่เน้นพุทธศาสนา ซึ่งบางครั้งถ้ามีการนำเสนอถึงเนื้อหาของศาสนาอื่นก็ต้องดูก่อน เพราะบางครั้งเรื่องราวของศาสนาอื่นทางนิตยสารก็ไม่สามารถนำเสนอออกไปได้ อุปสรรคอีกเรื่องคือเนื้อหาของนิตยสารที่มีอยู่อย่างจำกัด จึงต้องคำนึงถึงการเขียน เพราะจะต้องเขียนเนื้อหาที่ไม่มากและไม่น้อยจนเกินไป รวมถึงต้องไม่น่าเบื่อและไม่หนักจนเกินไปด้วย ที่สำคัญเนื้อหาที่ได้จะต้องเป็นเนื้อหาที่ใหม่เสมอ นอกจากนี้ปัญหาอื่นๆที่พบก็คือเรื่องของงบประมาณในการทำงาน และอุปสรรคในเรื่องของเวลา เนื่องจากนิตยสารซีเคร็ตเป็นนิตยสารรายปักษ์

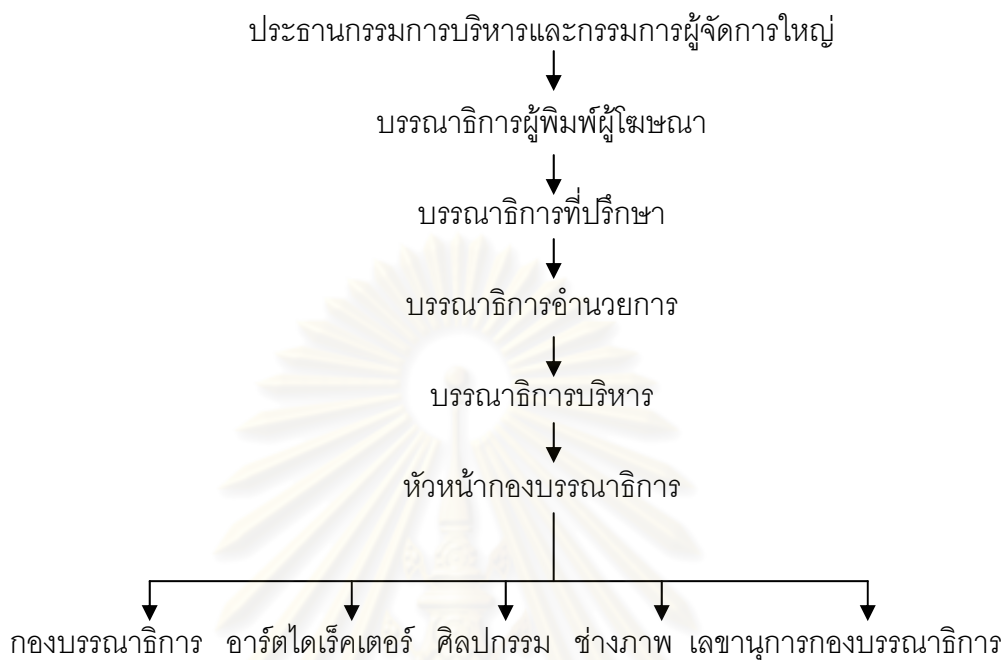
ในฐานะที่เป็นกองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ตนั้นคิดว่าเนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ตจะมีส่วนช่วยส่งเสริมสุขภาพทางจิตวิญญาณของผู้อ่านได้ในระดับหนึ่ง เพราะโดยวัตถุประสงค์ของนิตยสารก็มีความตั้งใจว่าจะส่งเสริมสุขภาพทางจิตวิญญาณของผู้อ่านอยู่แล้ว อยากจะให้คนอ่านเป็นคนดี ทางนิตยสารจึงได้เน้นการนำเสนอแต่เรื่องดีๆ ไม่ว่าจะเป็นการทำความดีในรูปแบบที่แปลกๆ เพื่อให้คนอ่านได้รู้สึกถึงการทำความดี ซึ่งผู้เขียนก็เชื่อว่าหนังสือจะให้ประโยชน์กับผู้อ่านทั้งร่างกายและจิตใจ เพราะเนื้อหาในนิตยสารช่วยปลอบใจคนที่ท้อแท้สิ้นหวัง ไม่มีทางออกให้กับชีวิต แต่เมื่ออ่านนิตยสารซีเคร็ตแล้วเขาก็จะพบทางออกให้กับปัญหาของตัวเอง นอกจากนี้เนื้อหาส่วนใหญ่ของนิตยสารซีเคร็ตเป็นเนื้อหาที่พัฒนาจิตใจ สอนให้มองโลกในแง่บวก และเข้าใจถึงความเป็นจริงของชีวิตว่าทุกสิ่งทุกอย่างไม่มีเที่ยงแท้แน่นอน ยิ่งไปกว่านั้นเนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ตก็พยายามให้คนได้หันมองเพื่อนมนุษย์รอบข้างบ้างว่ายังมีบางคนที่ลำบากกว่าเรา และเราควรที่จะช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ทั้งการให้ธรรมะ ให้สิ่งของ หรือแม้แต่ปัจจัยอื่นๆตามความเหมาะสม เพราะกองบรรณาธิการและนักเขียนทุกคนก็มีความคาดหวังว่าช่วยให้คนที่อ่านนิตยสารซีเคร็ตได้เกิดความคิดหรือจุดประกายอะไรได้บ้าง

หรือเกิดความรู้สึกขื่นเล็กน้อยก็พอ แต่หากเกิดความรู้สึกที่เข้าถึงในระดับลึกได้ก็ดี แม้ว่าสุดท้ายแล้วผู้อ่านจะนำสิ่งที่ได้อ่านจากนิตยสารซีเคริตไปปฏิบัติหรือไม่นั้นก็ยังเป็นอีกเรื่องหนึ่ง

ในส่วนของกิจกรรมที่ทางนิตยสารซีเคริตจัดขึ้นได้นั้นผลตอบรับจากผู้เข้าร่วมที่เป็นผู้อ่านอย่างดีมากเกินความคาดหมายทุกครั้ง ทั้งคอร์สธรรมะและกิจกรรมอื่นๆก็มีคนสมัครเข้ามาเป็นจำนวนมาก แต่ทางนิตยสารซีเคริตนั้นรับจำนวนจำกัด ในส่วนของกิจกรรมทำดีกับซีเคริตที่ทางนิตยสารซีเคริตชวนผู้อ่านไปปลูกพืชให้ข้างกินก็ได้รับความสนใจจากผู้อ่านเป็นจำนวนมาก ถึงแม้จะรู้ว่ากิจกรรมปฏิบัติธรรมที่ทางนิตยสารจัดขึ้นนั้นจะไม่ได้ช่วยพัฒนาจิตของคนบางคนให้ดีขึ้นได้เท่าที่ควร

ในฐานะที่ท่านเป็นกองบรรณาธิการของนิตยสารซีเคริตที่เป็นนิตยสารแนวธรรมะร่วมสมัย ก็มีความคิดว่าแนวโน้มนิตยสารธรรมะในอนาคตนั้น คิดว่ายังมีโอกาสเติบโตอยู่และน่าจะไปได้ดี เพราะนิตยสารธรรมะนั้นก็เหมือนเป็นนิตยสารที่เติมเต็มช่องว่างในสังคมอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะในยุคที่สังคมขาดที่พึ่งทางใจ ผู้คนยังต้องเผชิญกับปัญหาความไม่มั่นคง ทั้งปัญหาการเมือง เศรษฐกิจ ยิ่งคนทุกข์มากขึ้นเท่าไรก็จะยิ่งหันเข้าหาธรรมะมากขึ้น เมื่อคนเราโหยหาความสำเร็จในวัตถุเงินทอง มากจนสุดโต่งจนความสุขภายในใจนั้นลดต่ำลงมาก นิตยสารธรรมะก็เหมือนกับเป็นสิ่งที่มาสร้างสมดุลในชีวิต แต่หากบรรยากาศของสังคมนั้นดีคนก็อาจจะหันหน้าออกห่างจากธรรมะ เพราะผู้คนยังมีความสุขอยู่กับวัตถุอยู่ ขณะที่คนที่สนใจธรรมะเพราะอยากรู้จริง ๆ นั้นมีไม่มาก แต่ในอนาคตก็คิดว่าน่าจะยังคงมีการผลิตนิตยสารธรรมะใหม่ๆออกมาอีกตามแนวทางของการทำธุรกิจนิตยสารที่มีการปรับนิตยสารและเนื้อหาให้เข้ากับคนรุ่นใหม่ โดยการประยุกต์ใช้หลักธรรมกันมากขึ้นเหมือนกับเป็นซ็อกโกแลตที่เคลือบยาขมเอาไว้ข้างใน ซึ่งยาขมที่วางนั้นก็คือความรู้ทางธรรมที่หลายคนส่ายหน้าปฏิเสธนั่นเอง แต่อาจจะไม่ใช่รูปแบบเดียวกันกับนิตยสารซีเคริต เพราะอย่างที่รู้กันว่าบริษัทอมรินทร์มีพื้นฐานทางธุรกิจดีมีนิตยสารและธุรกิจอื่นๆในเครือเกี่ยวพันกันอยู่ หากในอนาคตจะมีคนทำนิตยสารธรรมะออกมาแข่งขันกันก็อาจจะออกมาในรูปแบบของนิตยสารที่เป็น FREE COPY อย่างนิตยสารที่ชื่อว่า “ธรรมดา” เป็นนิตยสารธรรมะร่วมสมัยที่มีการแจกฟรีตามร้าน S&P ห้องเสื้อ GREYHOUND ร้าน GREYHOUND Cafe ห้องเสื้อ SODA ร้าน Vanilla Cafe ร้าน Vanilla GARDEN ห้องอาหารสีฟ้า Qconceptstore เป็นต้น แต่ตราขายไต่ที่มนุษย์ยังคงมีความทุกข์ก็เชื่อว่านิตยสารธรรมะยังคงขายได้ เพราะมันเป็นความสุขที่ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเงินทองแต่อยู่ที่ใจ

## การบริหารงานในกองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต



แผนภาพที่ 4.1.2 โครงสร้างการบริหารงานภายในกองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต

## ผลการศึกษาในส่วนของการตลาดนิตยสารซีเคร็ต

จากการสัมภาษณ์คุณเบญจพร นาที่กาญจนลาภ ตำแหน่งเจ้าหน้าที่การตลาดและสื่อสารแบรนด์ – นิตยสาร ดูแลด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ของนิตยสารซีเคร็ต ในส่วนของการสื่อสารการตลาดของนิตยสารซีเคร็ตพบว่า

รูปแบบของนิตยสารซีเคร็ตนั้นเป็นนิตยสารรายปักษ์ (15 วัน) วางแผงทุกวันที่ 10 และ 26 ของเดือน มียอดการพิมพ์อยู่ที่ 250,000 เล่มต่อปักษ์ ในส่วนการกำหนดแนวทางการดำเนินงานของนิตยสารซีเคร็ต ในด้านนโยบายต่างๆผู้บริหารจะเป็นคนกำหนดทิศทางต่างๆแต่ที่วางไว้คือ นิตยสารซีเคร็ตจะต้องเป็นนิตยสารอันดับ 1 ในหมวดสุขภาพใจ และแนวคิดในการผสมผสานเนื้อหาธรรมะเข้ากับธุรกิจนิตยสารของนิตยสารซีเคร็ตนั้นเป็นการต่อยอดจากพ็อกเก็ตบุ๊ก the top secret ทางผู้บริหารจึงมีความคิดอยากทำนิตยสารเกี่ยวกับสุขภาพใจออกมาในตลาดจึงได้เกิดนิตยสารซีเคร็ตขึ้นโดยฉบับแรกวางแผง เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2551

กลุ่มเป้าหมายของนิตยสารซีเคร็ต คือ ผู้หญิงและผู้ชายอายุ 25 - 45 ปี มีกำลังการซื้อสูง การศึกษาระดับปริญญาตรี แสวงหาความสำเร็จและความสุขในชีวิต มีพลังเชิงสร้างสรรค์และคิดบวก รักการแบ่งปัน และร่วมรับฟังประสบการณ์ดีๆ พร้อมแฉคิด เพื่อนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

เพื่อที่จะให้นิตยสารซีเคร็ตเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ในส่วนของการสื่อสารแบรนด์ นิตยสารซีเคร็ตทางฝ่ายการตลาดได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดหลายรูปแบบ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงโดยออกไปแจก (ฉบับทดลองอ่าน) ตอนช่วงเปิดตัวตามแหล่งชุมชนต่างๆ และตามต่างจังหวัด หัวเมืองต่างๆ ตลอดถึงงานบรรยายธรรม ตามที่ต่างๆ ที่คิดว่าตรงกับกลุ่มเป้าหมายของทาง และมีการจัดทำหน้าประชาสัมพันธ์ผ่านนิตยสารในเครืออมรินทร์ นอกจากนี้ยังมีการทำตลาดอื่นๆ อีกซึ่งไม่สามารถบอกได้

ในส่วนของการวางแผนในการกำหนดเวลาออกนิตยสาร และช่องทางการจัดจำหน่ายทางฝ่ายกองบรรณาธิการต้องปิดต้นฉบับล่วงหน้าประมาณ 1 เดือน และช่องทางการจัดจำหน่ายทางนิตยสารในเครืออมรินทร์ได้ให้บริษัท อมรินทร์บุ๊กเซ็นเตอร์ เป็นตัวแทนจัดจำหน่ายนิตยสาร และทางอมรินทร์บุ๊กเซ็นเตอร์จะทำการจัดส่งให้ทางเอเยนต์รายต่อไป

ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ ก็ได้ทำการประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทาง หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาของรายการเหมาะกับตัวนิตยสาร อาทิเช่น รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง, ธรรมในใจ, ลิฟวิ้ง มันทรา และรายการธรรมเสนห์ เป็นต้น ในลักษณะนี้ก็จะเป็นการ Barter โดยให้ทางรายการเอาเนื้อหาของนิตยสารไปให้ออกอากาศและบอกว่าเนื้อหาเรื่องนี้มาจากนิตยสารซีเคร็ต

จุดเด่นของนิตยสารซีเคร็ตที่สามารถดึงดูดผู้อ่านได้น่าจะเป็นด้านเนื้อหาที่ค่อนข้างโดดเด่น ซึ่งทางนิตยสารซีเคร็ตได้คอลัมนิสต์ที่มีชื่อเสียง อาทิเช่น ท่าน ว.วชิรเมธี, ดร. สมอง วรอุไร, แมชีตันสนีย์, คุณหนูดี, ทันตแพทย์ สม สุจีรา มาเขียนคอลัมน์ในนิตยสารซีเคร็ตด้วย

ด้วยภาพลักษณ์ของนิตยสารซีเคร็ตที่เป็นนิตยสารแนวธรรมะจึงมีผลต่อการตัดสินใจของบริษัทที่ต้องการจะลงโฆษณากับทางนิตยสารอยู่บ้าง จึงทำให้โฆษณาที่มีมาลงในนิตยสารส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะสินค้าที่เหมาะสมกับผู้หญิง หรือ เป็นบริษัทที่ทำอะไรเพื่อสังคม (CSR) ซึ่งเกณฑ์ในการเลือกโฆษณามาลงในนิตยสารก็ไม่ได้มีกฎเกณฑ์อะไรมาก แต่จะเป็นนโยบายของทางบริษัทโดยรวมมากกว่าที่จะไม่มีสินค้าประเภทเครื่องสำอางค์มาลงโฆษณา ส่วนเป้าหมายในการทำ

ทั้งกำไรทางนิตยสารนั้นหวังทั้งจากยอดขายและโฆษณา แต่โดยส่วนใหญ่ในปัจจุบันจะมาจากยอดขายเป็นหลักมากกว่าโฆษณาที่เข้ามา

ในส่วนของการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มยอดจำหน่ายสมาชิกทางนิตยสารได้มีการจัดคอร์สปฏิบัติธรรมสำหรับสมาชิคนิตยสารซีเคร็ต 1 ปี ประมาณ 6 ครั้ง ณ ศูนย์ปฏิบัติธรรมเฉลิมพระเกียรติ 84 พรรษาราชนครินทร์ เขตดินแดง จังหวัดจันทบุรี ระยะเวลาเข้าคอร์ส 5 วัน 4 คืน

## 2. ผลการศึกษาในส่วนพระ

จากการสัมภาษณ์พระมหาวิมลชัย วชิรเมธี ผู้อำนวยการสถาบันวิมุตตยาลัย และเจ้าของผลงานนิพนธ์ภาคภาษาไทยมากกว่า 50 เล่ม อาทิเช่น ธรรมะติดปีก ธรรมะดับร้อน ธรรมะหลับสบาย ธรรมะบันดาล ธรรมะทำไม ธรรมะรับอรุณ ธรรมะราตรี ธรรมะเกร็ดแก้ว ธรรมะสบายใจ ธรรมะทอรั้ง ธรรมะชาลันถั่วฝัก ฝนตกไม่ต้อง พ้าร่องไม่ถึง สบตากับความตาย ในหลวงครองราชย์พุทธ ทาสครองธรรม หนังสือเรียนพระพุทธศาสนา (ม.1 – ม.6) กำลังใจแต่ชีวิต DNA ทางวิญญาณ ตายแล้วเกิดใหม่ตามนัยพุทธศาสนา คลื่นนอกคลื่นใน ตื่นรู้อยู่ด้วยรัก ทุกข์กระทบธรรมกระเทือน สิ่งสำคัญไม่อาจเห็นด้วยตา แต่ปล่อยก็ลอยตัว ธัมมิกประชาธิปไตย (Buddhist Democracy) ธัมมิก เศรษฐศาสตร์ (Buddhist Economics) ตะแกรงร้อนทอง วายทวนน้ำ เป็นต้น พบว่า

ความหมายของคำว่า “จิตวิญญาณ” ในทางพุทธศาสนาแท้จริงแล้ว คือ คำว่า “จิต มโน วิญญาณ” ในทางพุทธศาสนา ถือว่า เป็นไวยากรณ์ของกันและกัน คือ ใช้แทนกันได้ในบางกรณี ส่วนคำว่า “จิตวิญญาณ” เป็นศัพท์บัญญัติแทนคำว่า “spirit” หรือ “spirituality” ซึ่งหมายถึงเรื่องของจิตใจ หรือ เรื่องของการมีศรัทธาในพระเจ้า ส่วนในทางพุทธศาสนา คำว่า “จิตวิญญาณ” ควรหมายถึง ระบบความรู้ ระบบความรู้สึก ระบบความคิด ระบบความเชื่อ (รวมทั้งศนคติและค่านิยม) และปัญญา กล่าวสั้นๆก็คือว่า จิตวิญญาณ เป็นเรื่องที่น่าเนื่องกับจิตใจทั้งหมดนั่นเอง (ทั้งความรู้ ความรู้สึก ความเชื่อ ความคิด จิตใจ และปัญญา)

ส่วนสาเหตุหรือปัจจัยที่ทำให้ในปัจจุบันมีการเผยแพร่ธรรมะในสื่อต่างๆกันมากขึ้นในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาสามารถพิจารณาได้หลายแง่มุมด้วยกันดังนี้

ในแง่ของการเผยแผ่พุทธศาสนา ในห้วงเวลาที่ผ่านมาหนึ่งทศวรรษที่ผ่านมา (2540-2550) มีพระธรรมทูตรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพในการเผยแผ่พระพุทธานุภาพเพิ่มขึ้น และหลายรูปรู้จักการเผยแผ่พระพุทธานุภาพด้วยการ “ประยุกต์ธรรม” ให้ทันสมัย ตอบโจทย์ของสังคม และมีชีวิตชีวา คำอธิบายธรรมะของพระธรรมทูตหนุ่มหลายรูปในยุคนี้สามารถตอบคำถามสำคัญๆ ของยุคสมัยได้

ในแง่ของสื่อมวลชนมีการนำเสนอหรือเปิดพื้นที่ให้กับการเผยแผ่ธรรมะมากกว่าทุกยุคสมัย ทำให้คนมีโอกาสศึกษาธรรมะผ่านสื่อมวลชนมากขึ้น

ในแง่ของการเลียนแบบบุคคลสำคัญในสังคม จะเห็นว่า ในรอบหลายปีมานี้มีคนดังในแวดวงต่างๆ มาสนใจศึกษาธรรมะ และช่วยกันเผยแผ่อย่างแข็งขัน เสียงของ “คนดัง” เป็นเสียงที่มีผู้พร้อมจะฟัง และนั่นก็ส่งผลให้คนที่เปี่ยมไปด้วยศรัทธาต่างพากันสนใจปฏิบัติธรรมอย่างแพร่หลาย

ในแง่ของสังคมก็สืบเนื่องมาจากสังคมไทยมีวิกฤติมากมายหลายอย่างเกิดขึ้นมาพร้อมกัน ทำให้คนขาดความอบอุ่น ขาดที่พึ่งทางใจ จึงมองหาที่พึ่งทางจิตใจซึ่งก็ได้แก่ธรรมะ

ในแง่ของโลกก็สืบเนื่องมาจากโลกมาถึงจุดเปลี่ยนและเกิดวิกฤตการณ์หลายด้านพร้อมกัน ทั้งวิกฤติการเมือง การก่อการร้าย วิกฤติพลังงาน วิกฤติอาหาร วิกฤติเศรษฐกิจ วิกฤติโลกร้อน ท่ามกลางวิกฤติต่างๆ ชาวโลกต่างแสวงหาทางออก และธรรมะคือคำตอบที่ชาวโลกกำลังมองหา

สื่ออย่างนิตยสารมีศักยภาพที่จะช่วยพัฒนาจิตวิญญาณของคนในสังคมได้ สื่อสิ่งพิมพ์ทั้งนิตยสาร หนังสือพิมพ์ หนังสือเล่ม มีส่วนอย่างมากในการพัฒนาจิตวิญญาณของผู้อ่าน จากประสบการณ์ของผู้เขียนที่บ้านเคยรับนิตยสารบางเล่มมาแต่ยังเด็ก โดยผู้รับคือพี่สาว ผลก็คือพลอยได้อ่านบทความดีๆ อยู่เสมอ ทำให้เกิดนิสัยรักการอ่าน รักการเรียนรู้โดยอัตโนมัติและเมื่อโตขึ้นก็บอกรับเป็นสมาชิกนิตยสารอีกหลายฉบับมาจนทุกวันนี้

ในฐานะที่ผู้เขียนเป็นทั้งพระและเป็นนักเขียนประจำของนิตยสารซีเคร็ตก็คิดว่าความพิเศษของนิตยสารซีเคร็ตนั้นอยู่ที่

1. การนำเสนอธรรมแบบประยุกต์ (applied dhamma) โดยที่ผู้อ่านไม่รู้สึกรู้ว่าเขย
2. การนำเสนอธรรมะที่มีชีวิตชีวาตอบโจทย์ของคนร่วมยุคสมัยได้หลากหลายกลุ่ม

3. การเปลี่ยนบุคลิกภาพของธรรมะให้มีลักษณะฮาวทูผ่านคอลัมน์สำคัญๆ ในหนังสือ ทำให้ธรรมะเป็นสิ่งที่ “เส่ง่าย” สบายๆ
4. การทำให้ผู้อ่านซึ่งเป็นคนทำงาน ชนชั้นกลาง แม่บ้าน และคนทั่วไป มีโอกาสศึกษาธรรมะอย่างกว้างขวางพร้อมกันทั่วประเทศ
5. การสร้างแรงบันดาลใจให้คนรุ่นใหม่สนใจธรรมะด้วยการนำเสนอบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นบุคคลบนหน้าปก และการมีบทสัมภาษณ์ดีๆ ที่ชี้ให้เห็นประโยชน์ของการนำธรรมะมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าการนำธรรมะเป็นสิ่งจำเป็น ไม่ใช่เรื่องยากเย็นที่จะนำมาใช้ในชีวิต

ในส่วนของการนำเรื่องของธรรมะมาผสมผสานกับธุรกิจนิตยสารนั้นทำได้ หากทำอย่างมีกุดโลบายก็เป็นสิ่งควรทำในสังคมไทยของเรานั้น เรามักเรียกร้องอยากเห็นสังคมไทยมีธรรมะ แต่เรามักจะไม่กล้านำเสนอธรรมะแบบใหม่ นั่นเป็นเหตุผลให้การนำเสนอธรรมะยังคงติดอยู่ในกรอบเดิมๆ คือ การเทศน์ของพระ และต้องรอวันพระเป็นสำคัญ ผลก็คือ ธรรมะกลายเป็นสิ่งที่น่าเบื่อหน่าย การฟังเทศน์กลายเป็นกิจกรรมที่ไม่มีใครสนใจ แต่เมื่อมีผู้กล้าคิดนอกกรอบนำเอาระบบการบริหารจัดการเข้ามาช่วยในการเผยแผ่ธรรม ก็ทำให้ธรรมะมี“พื้นที่” ในการเข้าถึงคนได้ง่ายและมากขึ้น

โดยส่วนตัวคิดว่านิตยสารเป็นสื่อที่สามารถ “สื่อสารสุขภาวะทางจิตวิญญาณของผู้คนในสังคม” ได้ในระดับหนึ่ง เพราะอย่างน้อยก็เป็นการสะท้อนความต้องการของคนในสังคมว่าเขาคือต้องการบริโภคธรรมะแบบใด อยากอ่านแนวคิดทางธรรมของใคร หรืออีกนัยหนึ่ง ก็สามารถเป็นชุมชนผู้สนใจในธรรมร่วมสมัยได้เป็นอย่างดี

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย







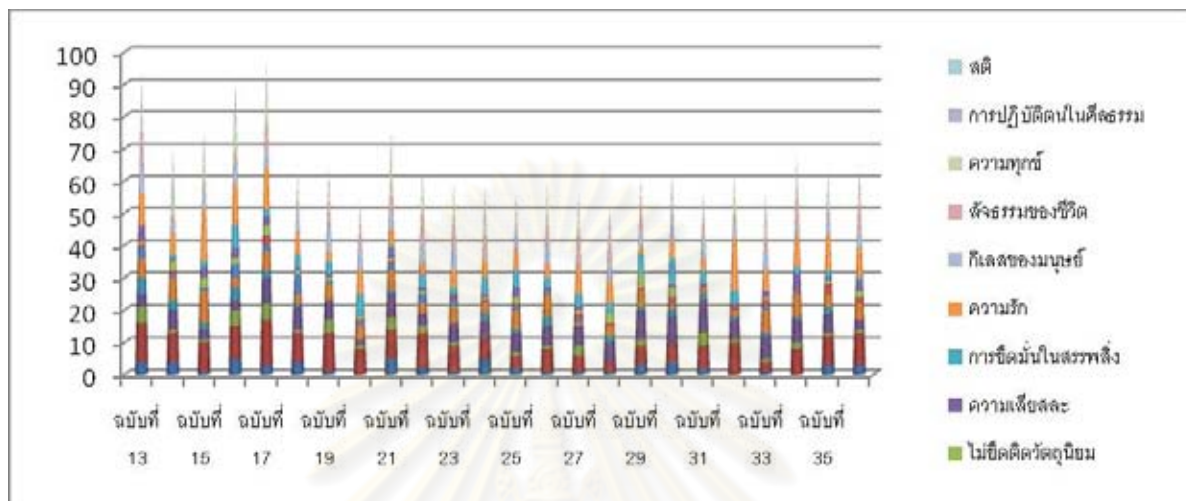
และในแต่ละหมวดจะประกอบไปด้วยคอลัมน์ต่างๆซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปบ้างตามแต่ละฉบับหรือเพิ่มเนื้อหาเข้ามาใหม่บ้างตามลักษณะของนิตยสารที่เพิ่งเปิดตัวมาได้ไม่นาน แต่จากการศึกษาไม่พบว่ามีมีการเปลี่ยนแปลงมากนัก ในแต่ละคอลัมน์จะมีความชัดเจนในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจิตวิญญาณอย่างน้อยหนึ่งประเด็นที่ชัดเจน และในหลายๆคอลัมน์ก็มี Secret Box เป็นข้อคิดดีๆ อยู่ในตอนท้ายคอลัมน์เพื่อให้ผู้อ่านได้ข้อคิดดีๆไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันดังตัวอย่างต่อไปนี้



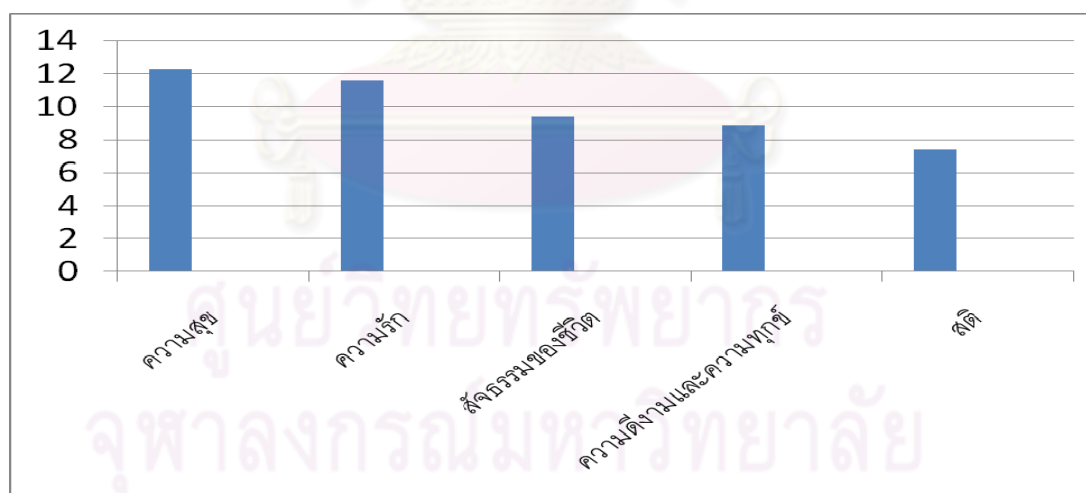
Secret Box ในคอลัมน์ MONEY MANAGEMENT ได้ให้คำแนะนำดี ๆ เกี่ยวกับการจัดสรรเงินทองเพื่อให้มีความสุขทั้งในวันนี้และวันข้างหน้า โดยแนะนำให้แบ่งการจัดสรรเงินออกเป็น 3 ส่วน คือ 1. ไว้จับจ่ายใช้สอย 2. เก็บออมเพื่ออนาคตจะได้ไม่ต้องพึ่งพาคคนอื่น 3. เงินสำหรับทำบุญทำทาน

แผนภาพที่ 4.3.3 ภาพตัวอย่าง Secret Box จากคอลัมน์ MONEY MANAGEMENT  
ที่มา : จากนิตยสารซีเคร็ต ฉบับที่ 30 วันที่ 26 เดือน กันยายน 2552

การนำเสนอเนื้อหาตามประเด็นทางจิตวิญญาณในนิตยสารซีเคร็ต (ตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 – เดือนธันวาคม 2552)



แผนภาพที่ 4.3.4 แผนภาพแสดงการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางจิตวิญญาณในนิตยสารซีเคร็ต ตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 – เดือนธันวาคม 2552



แผนภาพที่ 4.3.5 แผนภาพแสดงการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางจิตวิญญาณในนิตยสารซีเคร็ตจากการใช้ตารางบันทึกข้อมูลวิเคราะห์เนื้อหามากที่สุด 5 อันดับแรก ตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 – เดือนธันวาคม 2552

จากการศึกษาเนื้อหาทุกคอลัมน์ใน (ยกเว้นคอลัมน์ Sharing) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจิตวิญญาณ

โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) พบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจิตวิญญาณมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ อันดับที่ 1 ได้แก่ ความสุข คิดเป็น 12.3 % อันดับที่ 2 ได้แก่ ความรัก คิดเป็น 11.6 % อันดับที่ 3 ได้แก่ สัจธรรมของชีวิต คิดเป็น 9.4 % อันดับที่ 4 ได้แก่ ความดีงาม คิดเป็น 8.9 % อันดับที่ 5 ได้แก่ ความทุกข์ คิดเป็น 8.9 % ส่วนอันดับที่ 6 ถึงอันดับที่ 17 เรียงตามลำดับได้ดังนี้ สติ คิดเป็น 7.4 % กิเลสของมนุษย์ คิดเป็น 7.3 % ความเชื่อความศรัทธา คิดเป็น 7 % การยึดมั่นในสรรพสิ่ง คิดเป็น 5.1 % การปฏิบัติตนในศีลธรรม คิดเป็น 4.6 % ความสงบ คิดเป็น 3.5 % ความผ่อนคลาย คิดเป็น 2.9 % ความเสียสละ คิดเป็น 2.5 % การเข้าถึงสมดุลงของจิตใจ คิดเป็น 2.2 % การไม่ยึดติดวัตถุนิยม คิดเป็น 2.2 % การแสวงหาแก่นแท้ของชีวิต คิดเป็น 2 % การยึดมั่นในคุณธรรม คิดเป็น 1.5 %

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ตัวอย่างคอลัมน์ที่มีการนำเสนอประเด็นทางจิตวิญญาณในนิตยสารซีเคร็ตมีดังต่อไปนี้



**ความสุขขององค์ทะไลลามะ**

พระกษัตริย์แห่งทิเบตองค์ปัจจุบัน พระลามะองค์ที่ 14 แห่งทิเบต พระองค์มีพระชนมพรรษา 74 พรรษาแล้ว และทรงเป็นพระกษัตริย์องค์ที่ 14 ของทิเบต

พระองค์ทรงเป็นพระกษัตริย์องค์ที่ 14 ของทิเบต และทรงเป็นพระกษัตริย์องค์ที่ 14 ของทิเบต

พระองค์ทรงเป็นพระกษัตริย์องค์ที่ 14 ของทิเบต และทรงเป็นพระกษัตริย์องค์ที่ 14 ของทิเบต

คอลัมน์นี้ได้มีการนำเสนอประเด็นทางจิตวิญญาณในเรื่องของความสุขขององค์ทะไลลามะที่มีจุดมุ่งหมายของชีวิตคือการชีวิตอย่างมีความสุข

วันหนึ่ง ขณะที่ยังเด็กอายุได้ 4 ปี คนแปลกหน้ากลุ่มหนึ่งเดินทางเข้ามาในหมู่บ้านและขอพักค้างคืนที่บ้านของนางจุกุ ลามะ ธนดูป ก็ชี้ไปที่คนรับใช้คนหนึ่งและร้องว่า “เซว่าลามะ! เซว่าลามะ!” หลังจากที่ถูกคนกลุ่มนี้จากไปเพียง 2-3 วัน พวกเขา ก็กลับมาอีกครั้ง และแสดงตัวว่าพวกเขาคือลามะชั้นสูงที่ปลอมตัวเข้ามาเพื่อค้นหาองค์ทะไลลามะองค์ที่ 14

แท้จริงแล้ว “เซว่าลามะ” คือท่าน Kewtsang Rinpoche ซึ่งปกติจำวัดอยู่ที่อารามเซว่า และมีตำแหน่งเป็นหัวหน้าคณะคัมภีร์นั้นเอง ท่านได้ทำการทดสอบให้เด็กชายลามะ ธนดูป เลือกลูกหยิบส้อยประเภท บัดปะนะ และไม้เท้า ซึ่งเป็นของใช้ติดตัวของทะไลลามะองค์ที่ 13 ซึ่งวางปะบนอยู่กับข้าวของอื่นๆ เด็กชายเลือกหยิบได้ถูกต้องพร้อมกับพูดว่า “ของฉัน ของฉัน”

ในที่สุด หลังจากการค้นหาอันยาวนานกว่า 2 ปี ชาวทิเบตก็พบทะไลลามะองค์ที่ 14

องค์ทะไลลามะได้รับการสถาปนาเป็นทะไลลามะองค์ที่ 14 ในปี 1940 มีพระนามเต็มว่า **จัมเพด นวริ่ง อภัย เยช เท็นซิน กยิดโชทะไลลามะองค์ที่ 14** ท่านบวระและรับการศึกษาตามหลักสูตรอารยธรรมตั้งแต่อายุ 6 ปี และได้รับศึกษา กษะ สรรพมา ซึ่งเทียบเท่ากับปริญญาเอกด้านปรัชญาพุทธศาสนาเมื่ออายุเพียง 23 ปี

ชีวิตของทะไลลามะองค์ที่ 14 ควรที่จะสงบสุขบนเส้นทางธรรม เลกเช่นทะไลลามะองค์ก่อนๆ แต่หลังจากการรุกรานของกองทัพรัฐบาลจีนคอมมิวนิสต์ในปี 1959 องค์ทะไลลามะต้องลี้ภัยไปยังประเทศอินเดีย นับแต่นั้นความขัดแย้งระหว่างจีนและทิเบตก็ไม่มีที่ท่าว่าจะสิ้นสุด

องค์ทะไลลามะต้องรับตำแหน่งผู้สูงสุดทางการเมืองขณะที่ท่านมีอายุเพียง 18 ปี จนกระทั่งปัจจุบัน ท่านได้เดินทางไปยังเมืองประเทศต่างๆ มากกว่า 82 ประเทศใน 6 ทวีปทั่วโลก เพื่อขอความช่วยเหลือสนับสนุนจากรัฐบาลโลกให้ช่วยแก้ปัญหาระหว่างจีนกับทิเบตอย่างสันติ ท่านต้องการให้ผู้มีอำนาจรอบโลกหันมาสนใจชีวิตของชาวทิเบต และอยู่ร่วมกันโดยไม่จำเป็นต้องแยกประเทศ

อันที่จริงการเรียกร้องสันติภาพและความยุติธรรมให้ประชาชน รวมไปถึงการปกป้องรักษาสิ่งแวดล้อมในทิเบตเป็นการที่หนึ่งในสามประการขององค์ทะไลลามะ ซึ่งท่านกล่าวอยู่เสมอว่า เมื่อใดที่มีปัญหาได้รับการแก้ไข ท่านพร้อมที่จะยุติบทบาททันที นอกจากนี้ถ้าหากทิเบตเห็นว่าสถาบันทะไลลามะไม่จำเป็นหรือไม่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิต ก็สามารถยุติได้ตามรัฐธรรมนูญที่ร่างไว้ตั้งแต่ปี 1963

ปัจจุบัน องค์ทะไลลามะดำรงตำแหน่งผู้นำทางศาสนาของชาวทิเบตทั่วโลก และเป็นผู้นำสูงสุดของรัฐบาลลัทธิตันที่ดูแลประชาชนหลายแสนคนในธรรมศาลา (Dharamsala) ที่อยู่ทางตอนเหนือของอินเดีย

ผู้ที่สนใจสามารถอ่านเกร็ดความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ทะไลลามะได้ที่ [www.secret-thai.com](http://www.secret-thai.com)

แม้จะอยู่ในฐานะสูงส่ง แต่ท่านพูดถึงตนเองว่า “อาตมาเป็นเพียงภิกษุรูปหนึ่ง ไม่มีอะไรมากกว่านี้ และไม่มีอะไรน้อยกว่านี้”

องค์ทะไลลามะใช้เวลาร้อยละ 80 กับภารกิจ 2 ประการ ประการแรกคือ การส่งเสริมคุณค่าความเป็นมนุษย์ เช่น ความเข้าใจ การให้อภัย การมีขันติธรรม ฯลฯ ประการที่สองคือ การส่งเสริมให้ผู้คนไม่ว่าจะนับถือศาสนาใดสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข

ภารกิจทั้งสองประการนี้เป็นสิ่งที่ท่านจะนำความลงท้ายให้สุดท้าย

**“จุดมุ่งหมายของชีวิตคือการอยู่อย่างมีความสุข”**

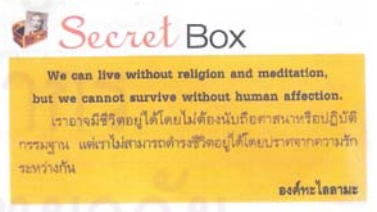
การประสบความสำเร็จของอาตมา อาตมาพบว่าความสุขที่ยิ่งใหญ่ที่สุดมาจากการพัฒนาความรักและความเห็นอกเห็นใจ ยิ่งเราห่วงใยในทุกข์สุขของคนอื่น เรายิ่งรู้สึกเป็นสุข

“ถ้าเราตระหนักว่าชีวิตทุกชีวิตล้วนแปรปรวนกันที่จะมีความสุข และมีสิทธิ์ที่จะได้รับความสุขโดยเท่าเทียมกัน เมื่อนั้นทั้งคนสามารถเข้าอกเข้าใจผู้อื่นและรู้สึกใกล้ชิดกับและกับทุกคนขึ้น”

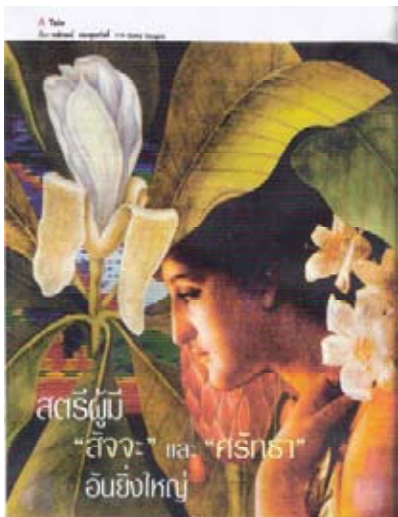
ด้วยการต่อสู้โดยยึดหลักอดทน ด้วยความเมตตาที่จะหย่มแถม คำสอนเรียบง่าย โดยมีสันติภาพของทุกชีวิตเป็นจุดมุ่งหมายสูงสุด องค์ทะไลลามะจึงเป็นที่รักของคนทั่วโลก ท่านได้บริหารวงล้อธรรมจักรมากมาย รวมทั้งรางวัลโนเบลสาขาสันติภาพประจำปี 1989 และในปี 2008 นิตยสาร ไทม์คัดเลือกให้ท่านเป็นหนึ่งในบุคคลที่มีอิทธิพลสูงสุด 100 คนแรกในด้านความเป็นผู้นำและผู้ทำการเปลี่ยนแปลงโอกาสนี้ **ตีทัก ไชรวา** ผู้ดำเนินจิตวิญญาณชื่อดังได้เขียนสวดถึงองค์ทะไลลามะไว้ว่า

“สำหรับผม ความวิเศษขององค์ทะไลลามะคือการที่ท่านมีความสุขได้อย่างแท้จริงท่ามกลางสถานการณ์ที่วุ่นวายยุ่งเหยิง และสิ่งที่เป็นแรงบันดาลใจสูงสุดก็คือ การที่ท่านบอกให้ผมและทั้งความเชื่อที่ได้จากหลักการต่างๆ และทั้งความเชื่อในพุทธบัญญัติของตนเอง

**“ความมหัศจรรย์ไม่ได้หยุดตรงที่ว่า เราสามารถค้นพบความสุขดังกล่าวได้ด้วยตัวเอง แต่ความมหัศจรรย์อยู่ตรงที่คนคนหนึ่งทำให้การตามหาความสุขกลายเป็นเรื่องง่ายขึ้น”**



ภาพที่ 4.3.6 ตัวอย่างคอลัมน์ที่ถูกนำเสนอประเด็นทางจิตวิญญาณที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของความสุขในนิตยสารซีเคร็ต (สามารถอ่านคอลัมน์เต็มได้ในภาคผนวก ข. ในหน้าที่ 151-152 )



คอด้มนี่ได้มีการ  
 นำเสนอประเด็นทางจิต  
 วิญญาณในเรื่องของ  
 ความศรัทธาของนาง  
 สุปิยาที่มความ  
 ปรากรณาจะสร้างสร้าง  
 กุศลกรรมให้กับ  
 พระพุทธศาสนาให้  
 ได้มากที่สุดโดยการแล้  
 เนื้อที่ขาขวาของนางเพื่อ  
 ทำน้ำตมเนื้อให้กับภิกษุที่  
 กำลังอาพาธ

คุณเองเคยรู้สึกแปลกใจและทั้งในความงามอันน่ามหัศจรรย์  
 ของสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์ในสมัยโบราณสร้างขึ้นมา ทั้งๆ ที่เครื่องมือ-  
 เครื่องมือในยุคนั้นแทบจะไม่มี

คุณเองเคยสงสัยว่า เพราะเหตุใดมนุษย์ตัวเล็กจึงสามารถ  
 แกะสลักภูมาที่ใหญ่มหึมาเป็นรูปเคารพได้สำเร็จ หรือไม่เข้าใจว่า  
 คนในสมัยก่อนสร้างพระติดได้อย่างไร

เชื่อกันหรือไม่ว่า “ศรัทธา” ทำให้มนุษย์สามารถทำหลายสิ่ง  
 หลายอย่างที่เหลือเชื่อได้อย่างไม่น่าเชื่อ...

ครั้งพุทธกาลสมัยหนึ่งนางมา สุปิยา เธอได้ชื่อว่าเป็น  
 ผู้มีศรัทธาอันยิ่งใหญ่และมีใจจะให้นำชิ้นนม แม้เธอจะไม่ได้รับ  
 สิ่งก่อสร้างใหญ่โตให้โลกประจักษ์ ทว่าศรัทธาอันสูงส่งที่เธอมี ทำให้  
 เธอตัดสินใจทำในสิ่งที่คนทั่วไปไม่กล้าทำและคงไม่เคยมีใครทำมาก่อน  
 นางสุปิยาผู้นี้มีสามีชื่อ นายสุปิยะ ทั้งสองคนเป็นชาวเมือง  
 ทวารณดี สองสามีภรรยาที่มีความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนา  
 อย่างแรงกล้า หนึ่งในกิจวัตรประจำวันที่ทั้งสองคือ การเดินทาง  
 ไปถวายภัตตาหารแด่ภิกษุสงฆ์ตามวัดวาอารามต่างๆ

วันหนึ่งถือเป็นคราวโชติของสองสามีภรรยา เมื่อพระพุทธองค์  
 เสด็จมาแสดงพระธรรมเทศนาโปรดชาวทวารณดี และเพียงครั้งแรก  
 ที่นางสุปิยาได้ฟังธรรมจากพระโอษฐ์...นางก็บรรลุโสดาบันทันที  
 จะเป็นด้วยความปรารถนา นับแต่อดีตชาติมานับแสนกัป  
 ที่นางปรารถนาจะสร้างกุศลกรรมให้พระศาสนาได้มากที่สุด หรือ  
 ความมุ่งมั่นตั้งใจในชาติปัจจุบันที่สุดจะเท่าใด จึงทำให้นางสุปิยา  
 มีจิตเมตตาภิกษุผู้อาพาธ ครอบงำตามทุกข์-สุขและอาการอาพาธ  
 ของภิกษุในทุกๆ วัด เพื่อหาทางช่วยเหลือน้ำดื่มอยู่เสมอ

ครั้งหนึ่งนางสุปิยาได้ทราบว่ามีภิกษุรูปหนึ่งอาพาธจากการ  
 ต้มยาถ่ายและต้องการดื่มน้ำ “น้ำเนื้อตม” เพื่อปรุปรูกำลัง เมื่อเห็นว่า  
 ไม่เกินกำลังแต่อย่างใด นางจึงตบกำรับคำภิกษุรูปนั้นเป็นมั่น-  
 เป็นเหมาะว่า “ลูกจะนำถวายพระคุณเจ้าในเช้าวันพรุ่งนี้” พุทธเจ  
 นางก็รีบมอบหมายให้หญิงรับใช้ไปหาซื้อเนื้อที่ตลาดทันที

วันนั้นแม้หญิงรับใช้จะเพียรหาเนื้อจนทั่ว แต่ก็ไม่มีร้านไหน  
 มีเนื้อขายเลย เพราะเหตุว่าเป็นวันห้ามฆ่าสัตว์ตัดชีวิต หญิงรับใช้  
 จึงกลับมาแจ้งนางสุปิยาและอาสาจะไปหาซื้อให้อีกครั้งในเช้า  
 วันรุ่งขึ้น

นางสุปิยาคิดใคร่ตรวจดูแล้วไม่ทันกาลหากจะต้องรอ “เนื้อ”  
 จนเวลาเช้า เพราะกว่าจะเตรียมการทุกอย่างเสร็จ นางก็คงนำน้ำ

เนื้อตมไปถวายไม่ทันอย่างที่ได้รับปากไว้อย่างแน่นอน และหากเป็น  
 เช่นนั้นจริง อาการอาพาธของภิกษุรูปนั้นก็อาจกำเริบมากขึ้นไปอีก  
 สร้างความทรมานไม่รู้จักสิ้น...ก่อนเป็นบาปกรรมได้

เมื่อมองไม่เห็นทางอื่นที่จะได้เนื้อมา นางสุปิยาจึงกลับเข้าไป  
 ในห้อง ก่อนจะกลับใจใช้มีดแลเนื้อที่ขาขวาออกมาชิ้นหนึ่งและยื่น  
 ให้หญิงรับใช้นำไปปรุงอาหาร เมื่อทุกอย่างแล้วเสร็จ นางสุปิยา

จึงวานให้นางสุปิยะผู้เป็นสามีนำน้ำเนื้อตมไปถวายภิกษุอาพาธ  
 ในเช้าวันพรุ่งนี้ เพราะตัวนางเองเกิดป่วยกะทันหัน

พระพุทธองค์ทรงทราบถึงเหตุแห่งศรัทธานั้น เช้าวันต่อมา  
 พระองค์และพระสาวกจึงออกบิณฑบาตผ่านหน้าบ้านสองสามีภรรยา  
 เมื่อเห็นดังนั้นนางสุปิยะจึงถือเป็นการสวดอันดีที่จะได้ดื่มมนต์  
 พระพุทธองค์และพระสาวกขึ้นรับภัตตาหารบนเรือน ครั้งนั้นแม้  
 นายสุปิยะจะแจ้งว่า นางสุปิยาป่วยนอนพักอยู่ในห้อง แต่  
 พระพุทธองค์ก็ยังคงตรัสเรียกให้นางออกมาอยู่หลายครั้ง

วันมาติ่นั้นเอง ได้เกิดอัศจรรย์ขึ้นที่ขาข้างขวาของนาง...เนื้อ  
 ที่หายไปเริ่มเต็มขึ้นมา ผิวหนังบริเวณที่ขาดเนื้อออกไปกลับ  
 สมานเรียบดังเดิม หน้าข้านางยังมีผิวพรรณเผ่งใสยิ่งกว่าเก่าเสียอีก  
 นางสุปิยาสามารถก้าวเดินออกจากห้องได้เป็นปกติและได้ตบถน  
 เข้ามากราบพระพุทธองค์ด้วยความปลาบปลื้มยินดียิ่งนัก

เมื่อพระพุทธองค์ตรัสถามถึงสาเหตุของอาการใช้ นางสุปิยา  
 จึงเล่าเหตุการณ์ทั้งหมดถวายโดยไม่ปิดบัง สร้างความตื่นตะลึง  
 ให้ทุกคน ณ ที่นั้น และด้วยอำนาจแห่งศรัทธานี้ พระพุทธองค์  
 ได้ทรงพยากรณ์ว่า

**นางสุปิยาเป็นอุมาสิกาผู้เป็นเลิศกว่าอุมาสิกาทั้งปวงในการ  
 เป็นอุปัฏฐากภิกษุที่อาพาธ**

ต่อมาภายหลังพระพุทธองค์มีรับสั่งให้มีการประชุมสงฆ์และ  
 ได้สอบถามความจากภิกษุอาพาธรูปนั้นจนทราบว่า “ท่านรับฉัน  
 น้ำเนื้อมนุษย์ตมจริง” พระพุทธองค์ทรงตั้งพระทัยกับชี้แจงว่า  
 เป็นเรื่องไม่น่าเลื่อมใสศรัทธาแก่พุทธศาสนิกชนเป็นอย่างยิ่งทั้งนี้  
 และต่อไปในภายภาคหน้า

ด้วยเหตุนี้จึงเกิด พุทธบัญญัติห้ามฉันเนื้อมนุษย์ ตามด้วย  
 เนื้อสัตว์ ๖ ชนิด ได้แก่ ช้าง ม้า หูหนูงู หมู สิงโต เสือโคร่ง  
 เสือเหลือง และ เสือดาว นับแต่นั้นมา

ภาพที่ 4.3.7 ตัวอย่างคอด้มนี่ที่ถูกนำเสนอประเด็นจิตวิญญาณที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของความเชื่อความ

ศรัทธาในนิตยสารซีเคร็ต

(สามารถอ่านคอด้มนี่เต็มได้ในภาคผนวก ข. ในหน้าที่ 163-164 )

JOYFUL LIFE & PEACEFUL DEATH ชื่อ: uslamn 5rln / ms cost, Stockport



# สิทธิ์ที่จะตายอย่างสงบ

เชกนาถ วิชาญและศิษย์เป็นที่ยกย่องว่าเป็นคณาจารย์จิตวิญญาณ ได้ดำเนินชีวิตอย่างเรียบง่ายมาก ในวัยเด็ก คือเมื่อครอบครัวของเขามีนาม ตอนที่ทำงานจากบ้านที่ "ท่านนริศสมาธิจึงเสวยธูป บูชาสิ่งมีชีวิต สวรรค์ผู้ใหญ่ผู้ยิ่งใหญ่ไปกราบโสดๆ หมอไปผู้รักความ"

เขาเกิดด้วยวิถีชีวิตที่เรียบง่าย เมื่อเขากลับมาสู่ชีวิตที่ไม่ได้ใจความหมายกับครอบครัวแล้ว เขาก็ออกไปโดยพลันและอยู่กับอาการที่เรียกว่า "จิตว่าง"

การตายอย่างสงบนั้นเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา และไม่ได้จำกัดเฉพาะกับผู้ที่ศรัทธาในศาสนา แม้แต่กับผู้ที่ศรัทธาในสิ่งอื่นก็ตามได้ แต่ไม่มีสิ่งใดในโลกนี้ที่ตายแล้วจะฟื้นคืนชีพขึ้นมาได้ แต่ไม่มีสิ่งใดในโลกนี้ที่ตายแล้วจะฟื้นคืนชีพขึ้นมาได้

การตายอย่างสงบนั้นคือการที่เรารู้สึกว่าหากเราทำหน้าที่นี้ด้วยดี เราจึงจะได้สิทธิ์ในการตายอย่างสงบ ปัญหาที่คณาจารย์ท่านนี้เคยประสบกับตัวเองก็คือว่าทำไมถึงตายแล้วแต่ก็ยังไม่ตายเลยสักนิด หรือแม้แต่ตอนที่เขากำลังจะตายแล้วแต่ก็ยังไม่ตายเลยสักนิด หรือแม้แต่ตอนที่เขากำลังจะตายแล้วแต่ก็ยังไม่ตายเลยสักนิด

การที่คนที่จะตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

ประการต่อมาคือ การเตรียมตัวหรือเรื่องความตายอย่างสงบ เพราะความตายนั้นเป็นเรื่องที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้

"เตรียมตัว" หมายถึงการเตรียมตัวให้พร้อมที่จะตาย ไม่ใช่เป็นการกังวลใจ เช่น ทำหน้าที่ที่พอเพียง ถูกกล่าวหา สนับสนุนอย่างครบถ้วน จนมั่นใจว่าเราจะไม่ตายโดยไม่มีอะไรที่ติดค้างใจหรือค้างใจกับใคร

เตรียมตัวให้พร้อมไม่ใช่ว่าทำดี สะสาง หรือสร้างบุญกุศลอย่างมากมาย เพราะเมื่อถึงเวลาที่จะต้องตายแล้ว หากเรารู้สึกว่าสิ่งที่ได้ทำก็จะเกิดความอึดอัด ภาวจิตใจที่ไม่ดีหรือจิตใจที่ไม่ดี

"เตรียมใจ" หมายถึงการเตรียมใจให้พร้อมที่จะตาย ไม่ใช่เป็นการกังวลใจหรือกลัวตาย ที่จะต้องมาถึงในวันใดวันหนึ่ง หรือกลัวว่าจะได้ไปอยู่กับใครสักคน หรือกลัวว่าจะได้ไปอยู่กับใครสักคน

เตรียมใจให้พร้อมไม่ใช่ว่าทำดี สะสาง หรือสร้างบุญกุศลอย่างมากมาย เพราะเมื่อถึงเวลาที่จะต้องตายแล้ว หากเรารู้สึกว่าสิ่งที่ได้ทำก็จะเกิดความอึดอัด ภาวจิตใจที่ไม่ดีหรือจิตใจที่ไม่ดี

การตายอย่างสงบนั้นเป็นสิ่งเหนือวิสัยของปุถุชน และไปให้จำกัดเฉพาะกับผู้ที่ทรงศีลเท่านั้น แม้กับผู้ที่ปรารถนาที่จะตายอย่างสงบในวาระสุดท้ายได้ จะเรียกว่าเป็นสิทธิ์ของทุกคนก็ว่าได้

การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก การตายอย่างสงบนั้นเป็นเรื่องที่ง่ายมาก

คอลัมน์นี้ได้มีการนำเสนอประเด็นทางจิตวิญญาณในเรื่องสังขารของชีวิต ซึ่งในคอลัมน์นี้ได้มีการนำเสนอเรื่องความตายว่าเป็นหน้าที่ของทุกชีวิต หากมีการเตรียมตัวและเตรียมใจกับความตายไว้ล่วงหน้า เราก็จะได้ใช้สิทธิในการตายอย่างสงบ เพราะเราไม่มีทางรู้ได้เลยว่าความตายนั้นจะมาถึงเมื่อไหร่

ภาพที่ 4.3.8 ตัวอย่างคอลัมน์ที่ถูกนำเสนอประเด็นจิตวิญญาณที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสังขารของชีวิต ในนิตยสารซีเคร็ต (สามารถอ่านคอลัมน์เต็มได้ในภาคผนวก ข. ในหน้าที่ 153-154 )



คอลัมน์นี้ได้มีการนำเสนอประเด็นทางจิตวิญญาณในเรื่องสติของผู้ที่รอดชีวิตจากเหตุการณ์เพลิงไหม้ผ้าขนตีก่า ที่มีผู้คนจำนวนมากต้องสังเวยชีวิตไปกับเพลิงไหม้ในครั้งนั้น เพราะมีสติในช่วงที่อุบัติเหตุนี้ จะคิดแก้ไขปัญหานั้นสามารถรอดชีวิตจากอุบัติเหตุในครั้งนั้นมาได้

ข่าวใหญ่ที่สุดรับช่วงต่อระหว่างปีพอดี คือ ข่าวไฟไหม้ชาบตีก่า

หลังจากเกิดเหตุการณ์ได้มีการวิเคราะห์ถึงเรื่องราวแปลกๆ ของมันบ้างตามมามากมาย ทั้งหน้าเว็บไซต์ของเว็บในคืนก่อนวันปีใหม่ที่เป็รูปเปลวไฟพลั่วไฟไปมา วงดนตรีที่เล่นในคืนนั้นชื่อวง Bann การตั้งชื่อวงและตัวคำว่า "คืนสุดท้ายของชาบตีก่า" แล้วเอาในทางชนบทไปลงประดับตกแต่งภายใน และหลังจากไฟไหม้ลงลง บัญชีออนไลน์ใหญ่ใหม่ในเฟซบุ๊ก แต่คำว่า KA ยังคงเด่นตระหง่านอยู่กลางชานชาลาที่ทุกทั้ง ช่างเป็นความบังเอิญที่เหลือเชื่อจริงๆ

คุณลูกตาล - อภิวิมล วิมล ดารานงนแบบที่อยู่ในชาบตีก่ากับคืนแค้นความน่าอึ้งที่เกิดเพลิงลุกไหม้เพียงห้าชั่บอกว่า มีน้ำหยดจากผ้าเพดานลงมาตรงตำแหน่งที่เธอนั่งนอนยืนอยู่ตลอดเวลาจนเสื้อที่เธอนั่งไม่คุ้มกันเปียก เธอจึงตัดสินใจกลับบ้านเพื่อไปฉลองปีใหม่กับครอบครัวของเธอ และเมื่อคืนหลังจากออกมาจากผ้าขนตีก่าด้วยไฟก็ลุกไหม้อย่างรวดเร็ว

ดีใจมากและดีใจเพราะจำกำลังงานอยู่หลังเวที จู่ๆ ก็นึกอยากเอาเสื้อแจ็คเก็ตมาเก็บที่รถ ขณะที่เดินมาถึงรถกับผ้าเปลวไฟลุกท่วมผ้าไปแล้ว

ไม่ว่าสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะเป็นเรื่องบังเอิญ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ลึกลับหรือลางสังหรณ์ **แต่สิ่งที่ทำให้พวกเรารอดชีวิตคือ "สติ"** หยดน้ำทำให้ลูกตาลนึกคิดว่า น่าจะกลับไปฉลองปีใหม่กับครอบครัวคุณแม่ หรือตั้งใจของคนทีลั่นใจนึกจะหยาบ แลเห็นน้ำเลื้อยไปเก็บไว้ที่รถก่อน แต่ความรู้สึกชั่วครู่ส่วนหนึ่งเกิดขึ้นได้ไม่บ่อยนัก ส่วนใหญ่ต้องรอให้เกิดเหตุการณ์ขึ้นเสียก่อนจึงค่อยรู้สึกตัว สติจะมีประโยชน์มากแม้ว่าจะต้องตกอยู่ในเหตุการณ์อันเลวร้าย **ผู้รอดชีวิตที่ตกอยู่กลางเพลิง ทุกคนออกมาบอกตรงกันว่า รอดมาได้เพราะสติสัมปชัญญะ** เพราะขณะนั้นผู้คนที่ต่างจะโหมกรีดร้องและพยายามแย่งกันวิ่งฝ่าควันไปที่ทางออก บางคนทุบกระจกเพื่อจะได้ออกไปเร็วขึ้น แต่ปรากฏว่า ออกซิเจนจากภายนอกพุ่งเข้าไปทำให้เปลวไฟในอาคารลุกขึ้นทันที

บางคนสติไวมาก ขณะที่เห็นประกายไฟลุกไหม้อยู่ด้านบนของเวทีเพียงสองสามนาทีก็รู้สึกผิดปกติ คนส่วนใหญ่ยังคงมองด้วยอารมณ์สนุกสนานและหลงใหลชมว่าเป็นเอฟเฟ็กต์ที่ทางผ้าขนตีก่าจัดให้ดูตื่นเต้น ในขณะที่มีผู้ร่วมงานรุ่นหนึ่งรู้สึกถึงห้วงมืดปกปิดและรีบเดินออกมา

ปรากฏการณ์นี้คล้ายๆ เหตุการณ์สีน่านี ตอนก่อนที่คลื่นลูกใหญ่จะมา น้ำทะเลได้ลดลงอย่างรวดเร็ว นักท่องเที่ยวพากันลงไปดูปลาชนิดต่างๆ ที่ติดอยู่ตรงชายฝั่งเพราะลงตามน้ำไม่ทันอย่างสนุกสนาน ในขณะที่มีเด็กหญิงชาวต่างชาติคนหนึ่งตั้งสติได้

และเห็นว่าเหตุการณ์เช่นนี้ไม่ปกติ รีบวิ่งไปบอกทุกคนที่ที่จะทำได้ ให้รีบขึ้นจากทะเล แต่น้ำเลี้ยดยกที่บางคนไม่เชื่อ แต่กระนั้นเธอก็สามารถช่วยชีวิตคนได้หลายสิบคน เพราะหลังจากนั้นไม่กี่นาทีคลื่นลูกใหญ่ก็มาถึง ทุกคนที่ขึ้นมาได้หนีเสียชีวิตคนละ

การมีสมาธิแนบแน่นในอารมณ์ใดอารมณ์หนึ่ง **ไม่ว่าอารมณ์สนุกหรืออารมณ์กลัว จะทำให้ขาดสติสัมปชัญญะ** สติคือความระลึกได้ถึงกายกรรม วาจากรรม เมโนกรรม ทั้งที่เคยทำมาแล้วหรือจะทำในอนาคต ส่วน **สัมปชัญญะ** หมายถึงความรู้สึกถึงสิ่งที่ เป็นไปในปัจจุบัน รู้ว่ากำลังทำอะไร โดยรูปสติคือการระลึกได้ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีตหรือกำลังเกิดขึ้นในอนาคต ส่วนสัมปชัญญะ เป็นเรื่องของปัจจุบัน ในกรณีของเหตุการณ์ชาบตีก่ากับสีน่านี คนที่รู้ว่ากำลังจะเกิดอะไรขึ้นกับผ้าขนตีก่ากับสีน่านี คนที่ประมาทไฟลุกไหม้ หรือเด็กหญิงที่รู้ว่า อีกไม่กี่วินาทีข้างหน้าจะเกิดอะไรขึ้นเพราะเห็นสิ่งที่เกิดขึ้นคือ น้ำทะเลลดลงอย่างผิดปกติ ทั้งสองกรณีเกิดจากกำลังสติที่ไวกว่าปกติ และการตัดสินใจเดินออกมาจากผ้าขนตีก่าหรือวิ่งไปบอกทุกคนให้รีบจากทะเลคือสัมปชัญญะ

แม้จะหนีไม่ทัน รอให้เกิดเหตุการณ์ก่อนแล้วถึงค่อยระลึกได้ ถ้ามีสติยังมีโอกาสรอดชีวิต น้องก็กก ก็นักแสดงคนหนึ่งชื่อของสาม ตัดสินใจวิ่งเข้าไปในห้องน้ำหญิงแทนที่จะวิ่งไปที่ประตูผ้าขนตีก่าหลังคนที่วิ่งไปทางนั้นเสียชีวิตเกือบหมด เธออดคือคุณ ออกแล้วนำไปขุ่นน้ำมาปิดจมูก และตักน้ำในห้องน้ำมาราดตัวจนเปียก นอกจากนี้ยังได้นำขุ่นน้ำมาอุดรูประตูห้องน้ำที่มีควันไฟทะลักเข้ามาอุดตลอดเวลา ปรากฏว่าเพื่อนที่อยู่ในห้องน้ำร่วมกับเธอรอดชีวิตทุกคน

จิตของมนุษย์มีความไวสูงมาก และสติก็คือเจตสิก (องค์ประกอบ) หนึ่งของจิต ดังนั้นไม่ว่าเหตุการณ์นั้นจะฉุกเฉินเพียงใด ถ้าตั้งสติได้ จะไวกว่าวิกฤติเสมอ บางครั้งก็ไวถึงขนาดที่ยังรู้เหตุการณ์ล่วงหน้า และเมื่อสติมา ปัญญาเกิด คนที่เคลือบแคลงจากอุบัติเหตุหลายๆ คนบอกว่า รอดเพราะการมีสติ ณ วินาทีนั้นต้องมีสติก่อน สัมปชัญญะถึงจะตามมา เพราะความไวของสติ จะทำให้สามารถคาดการณ์อนาคตในเสี้ยววินาทีข้างหน้าได้ จึงจะรู้ตัวว่าปัจจุบันจะต้องทำอะไร

จิตที่ไม่ได้ฝึกจะมีสติที่ช้ากว่าปกติ แม้แต่การเคลื่อนไหวทางกายยังเร็วกว่ากำลังสติ 3-5 เท่า เช่นการกะพริบตาทั้งวัน แต่ไม่เคยระลึกได้เลย แต่เรื่องฉุกเฉินทั้งหลายมักจะเกิดขึ้นเพียงชั่วพริบตา ดังนั้นความไวในจิตคือสิ่งสำคัญ สำหรับผู้สนใจเรื่องการฝึกสติสามารถอ่านเพิ่มเติมได้ในหนังสือ "สติ ความลับ/ ความสำราญ" ซึ่งเป็นภาคต่อของหนังสือ "เดอะบิชอปส์คริสต์"

ภาพที่ 4.3.9 ตัวอย่างคอลัมน์ที่ถูกนำเสนอประเด็นจิตวิญญาณที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของสติในนิตยสารซีเคร็ต (สามารถอ่านคอลัมน์เต็มได้ในภาคผนวก ข. ในหน้าที่ 148-149 )



LIFE MANAGEMENT

# “ทุกข์ Analysis”

## กลวิธีชนะทุกข์ และสร้างสุขรับปีใหม่

(เชิง ทัศนคติ / ทักษะ)

ใครมีทุกข์อย่าคิด...  
ไม่ต้องแปลกใจหรือสับสน หากคุณจะเป็นหนึ่งในหลายล้านคนที่ทุกข์จนแล้วถวิลดังว่า “นี่แหละทุกข์อันยิ่งใหญ่” เพราะมนุษย์ทุกคนล้วนเกิดทุกข์ทั้งนั้น โดยธรรมชาติของความทุกข์นั้น หากเกิดขึ้นแล้วดับไป ก็คงจะไม่มีปัญหาสักเท่าไร แต่กับใครที่ทุกข์ติดขึ้นแล้วถูกว่าทุกข์จะไม่ยอมปล่อยไปง่ายๆ แล้วยังดิ้นรนเรื่อยๆ แล้วสักวัน สิ่งที่จะตามมาคือ อดทน ความกลัว ความเหนื่อย ความเศร้า ซึ่งเหล่านี้เปรียบได้กับพิษอันดำมืดที่กำหนดถึงพิษแห่งความทุกข์แท้จริงที่ฝังอยู่ในจิตใจจนยากจะถอน

ดังนั้น เพื่อเป็นการกำจัดทุกข์ให้สิ้น **Secret** ฉบับรับปีใหม่ นิยมเชื่อกันว่าคนที่มีชีวิตโดยมีความสุขคือชาวพุทธที่เคร่งครัดของ **เดส คาสเซิล (Dale Carnegie)** ผู้เป็นบิดาของศาสตร์นี้ภายใต้หลักการอย่างเคร่งครัด แต่กลับสิ้นเหตุแห่งการทุกข์ที่ด้วยทุกข์วิธี จนสามารถมาเป็นพุทธเจ้าแห่งการกำจัดทุกข์ที่ขมขื่นคืออดทนในชื่อว่า **How to Stop Worrying and Start Living** และฉบับนี้คือกลวิธีชนะความทุกข์ที่รับรองได้ว่า คุณจะสามารถนำไปปรับใช้กับความทุกข์ได้อย่างถูกต้อง



### Step 1 : ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับทุกข์ที่ควรรู้ สิ่งแรกที่ต้องทำก่อนจะกำจัดทุกข์คือ การทำความเข้าใจกับตัว “ทุกข์” ให้ถ่องแท้

- **ทุกข์เกิดจากจิตใจและการโต้ตอบจากสิ่งแวดล้อม** ปรากฏหลักฐานจากการที่เราได้ใช้ชีวิตอยู่ในปัจจุบันขณะ ขณะนั้นตัวเรายังไม่รู้ว่า ใครหรือใคร่อยู่กับเราจนกระทั่งถึงวันหนึ่งเราก็ได้เกิดทุกข์ ก็คือที่เรารู้สึกว่าเราต้องทำอะไรบางอย่างที่เรารู้สึกว่าไม่ดีกับตัวเรา หรือที่เรารู้สึกว่าเราต้องทำอะไรบางอย่างที่เรารู้สึกว่าไม่ดีกับตัวเรา หรือที่เรารู้สึกว่าเราต้องทำอะไรบางอย่างที่เรารู้สึกว่าไม่ดีกับตัวเรา
- **ทุกข์เกิดจากการไม่ยอมรับทุกข์** อีกสิ่งที่ไม่ควรละเลยคือ การปล่อยใจไปกับทุกข์ที่มันกำลังไม่ปล่อยใจ โดยที่เราไม่กล้าคิดอะไรอย่างอื่นว่าเรากำลังเผชิญกับทุกข์ที่มันกำลังจะปล่อยใจไปจริงๆ แต่ที่ใดก็ตามที่มันคิด การปล่อยใจไปกับทุกข์ที่มันกำลังจะปล่อยใจไปจริงๆ แต่ที่ใดก็ตามที่มันคิด การปล่อยใจไปกับทุกข์ที่มันกำลังจะปล่อยใจไปจริงๆ

### Step 2 : ศิลปะแห่งการกำจัดทุกข์ เมื่อรู้จักตัวทุกข์แล้ว ขั้นตอนคือการวิเคราะห์และกำจัดทุกข์ให้หมดสิ้น

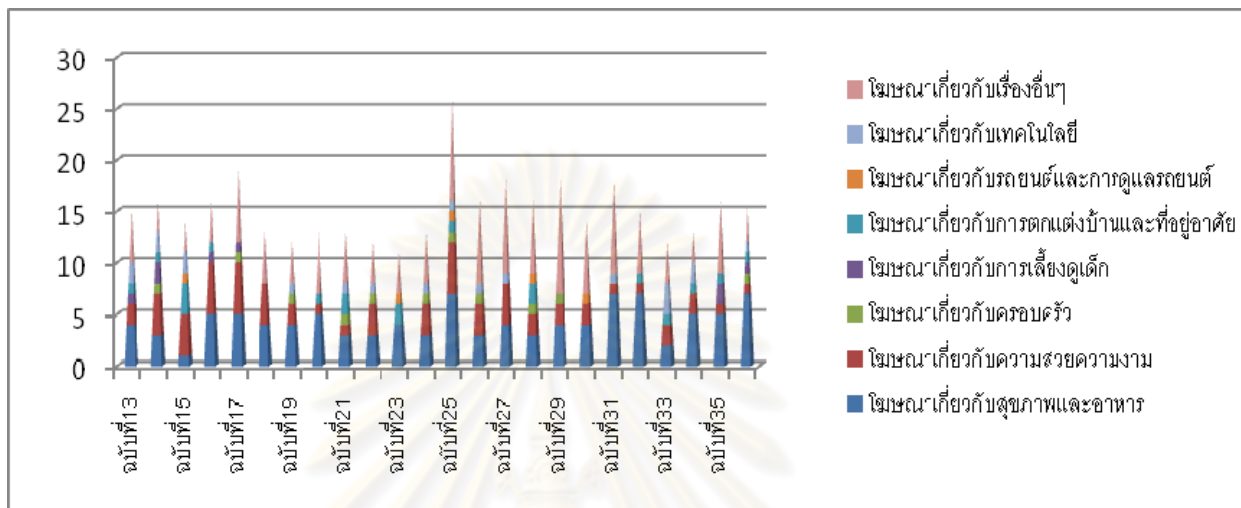
- 1. **ค้นหาต้นเหตุ** ค้นหาต้นเหตุของทุกข์ให้เจอ...  
2. **ค้นหาสาเหตุ** ค้นหาสาเหตุของทุกข์ให้เจอ...  
3. **ค้นหาวิธีแก้** ค้นหาวิธีแก้ทุกข์ให้เจอ...

**Tip :** เทคนิคการดับทุกข์ที่แท้จริง...  
**Tip :** การปล่อยใจไปกับทุกข์...  
**Tip :** การปล่อยใจไปกับทุกข์...

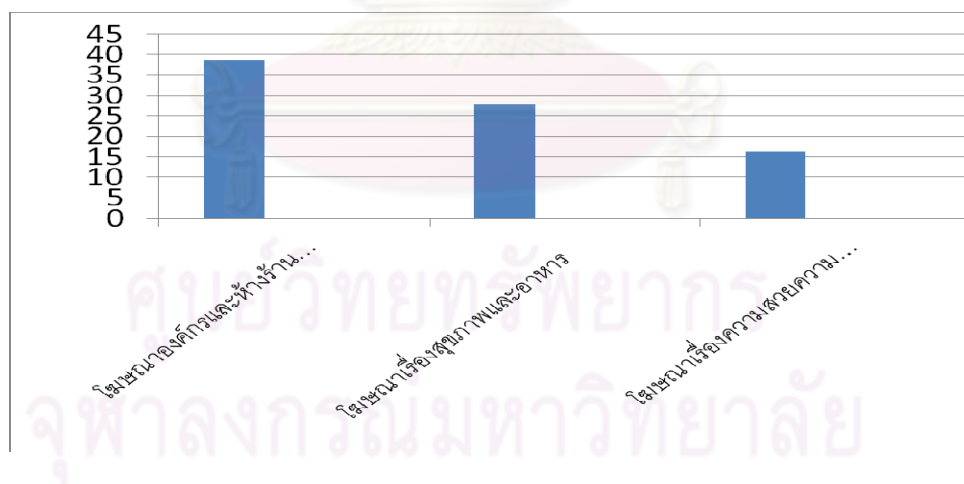
คอลัมน์นี้ได้มีการนำเสนอประเด็นทางจิตวิญญาณในเรื่องของความทุกข์ที่เกิดขึ้นและกลวิธีการดับทุกข์ในหนทางของพุทธศาสนาที่จะช่วยให้สามารถกำจัดความสุขให้หมดสิ้นไปได้

ภาพที่ 4.3.10 ตัวอย่างคอลัมน์ที่ถูกนำเสนอประเด็นจิตวิญญาณที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของความทุกข์ในนิตยสารซีเคร็ต (สามารถอ่านคอลัมน์เต็มได้ในภาคผนวก ข. ในหน้าที่ 155-156 )

การนำเสนอเนื้อหาประเภทโฆษณาในนิตยสารซีเคร็ต (ตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 – เดือนธันวาคม 2552)



ภาพที่ 4.3.11 แผนภาพแสดงประเภทโฆษณาที่ถูกลำเสนอในนิตยสารซีเคร็ต  
ตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 – เดือนธันวาคม 2552



ภาพที่ 4.3.12 แผนภาพแสดงประเภทโฆษณาที่ถูกลำเสนอในนิตยสารซีเคร็ต  
จากการใช้ตารางบันทึกข้อมูลวิเคราะห์เนื้อหามากที่สุด 5 อันดับแรก  
ตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 – เดือนธันวาคม 2552

จากการศึกษาประเภทบทความเชิงโฆษณาที่ปรากฏใน โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) พบว่า มีประเภทของบทความเชิงโฆษณาที่มีการนำเสนอมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับที่ 1 ได้แก่ โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องอื่นๆ (โฆษณาองค์กร หรือบริษัทห้างร้านต่างๆ) คิดเป็น 38.5 % อันดับที่ 2 ได้แก่ โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพและอาหาร คิดเป็น 27.8 % อันดับที่ 3 ได้แก่ โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องความสวยงาม คิดเป็น 16.3 % ส่วนอันดับที่ 4 ถึงอันดับที่ 8 เรียงตามลำดับได้ดังนี้ โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องเทคโนโลยี คิดเป็น 5.4 % โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องการแต่งงานและที่อยู่อาศัย คิดเป็น 5.1 % โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องครอบครัว คิดเป็น 3 % โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องการเดินทาง คิดเป็น 2.1 % โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องรถยนต์และการดูแลรถยนต์ คิดเป็น 1.3 %



ภาพที่ 4.3.13 ตัวอย่างภาพโฆษณาแต่ละประเภทที่ถูกรับเลือกในนิตยสารชีเคริต

#### 4. ผลการวิจัยในส่วนของผู้อ่าน

ผลการศึกษาผู้รับสารที่เป็นผู้อ่าน ทั้งที่เป็นสมาชิกนิตยสารและไม่ได้เป็นสมาชิกนิตยสาร จำนวนทั้งสิ้น 200 คน จากการเก็บแบบสอบถามทั้งปลายปิดและปลายเปิด สามารถแจกแจงรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นได้ดังนี้

##### ส่วนที่ 4.4.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

###### เพศของผู้อ่าน

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	49	24.5
หญิง	151	75.5
รวม	200	100.0

ตารางที่ 4.4.1. ตารางแสดงผลเพศของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต

###### อายุของผู้อ่าน

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	54	27.0
26-35 ปี	64	32.0
36-45 ปี	42	21.0
46-55 ปี	30	15.0
56 ปีขึ้นไป	10	5.0
รวม	200	100.0

ตารางที่ 4.4.2 ตารางแสดงผลอายุของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต

## อาชีพของผู้อ่าน

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	43	21.5
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	19	9.5
พนักงานบริษัท	64	32.0
แพทย์/พยาบาล	3	1.5
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	19	9.5
อาจารย์/นักวิชาการ	5	2.5
ว่างงาน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ	21	10.5
รับจ้าง/อาชีพอิสระ	22	11.0
นักออกแบบ/สถาปนิก	4	2.0
รวม	200	100.0

ตารางที่ 4.4.3 ตารางแสดงผลอาชีพของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต

## ระดับการศึกษาของผู้อ่าน

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	6	3.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	8	4.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	24	12.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	6	3.0
ปริญญาตรี	122	61.0
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	34	17.0
รวม	200	100.0

ตารางที่ 4.4.4 ตารางแสดงผลระดับการศึกษาของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต

## รายได้ของผู้อ่าน

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10,000 บาท หรือต่ำกว่า	64	32.0
10,001-15,000 บาท	28	14.0
15,001-20,000 บาท	20	10.0
20,001-25,000 บาท	14	7.0
25,001-30,000 บาท	18	9.0
30,001-35,000 บาท	18	9.0
35,001-40,000 บาท	6	3.0
40,001-45,000 บาท	8	4.0
45,001-50,000 บาท	10	5.0
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	14	7.0
รวม	200	100.0

ตารางที่ 4.4.5 ตารางแสดงผลรายได้ของผู้อ่านนิตยสารซีเคิร์ต

## สถานภาพทางครอบครัวของผู้อ่าน

สถานภาพทางครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	137	68.5
สมรส	54	27.0
หย่าร้าง	7	3.5
แยกกันอยู่	2	1.0
รวม	200	100.0

ตารางที่ 4.4.6 ตารางแสดงผลสถานภาพทางครอบครัวของผู้อ่านนิตยสารซีเคิร์ต

### การนับถือศาสนาของผู้อ่าน

นับถือศาสนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พุทธ	195	97.5
คริสต์	5	2.5
รวม	200	100.0

ตารางที่ 4.4.7 ตารางแสดงผลการนับถือศาสนาของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต

### ตำแหน่งในสถานที่ทำงานของผู้อ่าน

ตำแหน่งหน้าที่ในสถานที่ทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	23	11.5
ผู้บริหารระดับสูง	7	3.5
หัวหน้าแผนก	25	12.5
พนักงานทั่วไป	73	36.5
อื่นๆ	72	36.0
รวม	200	100.0

ตารางที่ 4.4.8 ตารางแสดงผลตำแหน่งงานสถานที่ทำงานของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต

### ลักษณะการอ่านของผู้อ่าน

การอ่าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อ่านทุกฉบับ	31	15.5
ไม่ได้อ่านทุกฉบับ	169	84.5
Total	200	100.0

ตารางที่ 4.4.9 ตารางแสดงผลลักษณะการอ่านของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต





6. นิตยสารซีเคร็ตช่วยเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและเป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถอ้างอิงความน่าเชื่อถือได้	0 (0.0)	2 (1.0)	44 (22.0)	111 (55.5)	43 (21.5)	3.98	มาก
7.ระยะเวลาในการออกวางแผงของนิตยสารซีเคร็ตในแต่ละเดือน (รายปักษ์)	0 (0.0)	3 (1.5)	81 (40.5)	91 (45.5)	25 (12.5)	3.70	มาก

ตารางที่ 4.4.11 ตารางแสดงผลการเปิดรับนิตยสารซีเคร็ต และทัศนคติที่มีต่อนิตยสารซีเคร็ต

คะแนนในระดับ	1.00-1.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด
คะแนนในระดับ	1.50-2.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย
คะแนนในระดับ	2.50-3.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนในระดับ	3.50-4.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
คะแนนในระดับ	4.50-5.00	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อที่ได้คะแนนค่าเฉลี่ยในระดับมากมีอยู่ 6 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 คือ บุคคลที่ขึ้นหน้าปกนิตยสารซีเคร็ตมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่านมากน้อยเพียงใด ข้อที่ 3 คือ ชื่อผู้เขียนบทความในนิตยสารซีเคร็ตมีผลต่อความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของท่านมากน้อยเพียงใด ข้อที่ 4 คือ รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมชาติภายในนิตยสารซีเคร็ตมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่านมากน้อยเพียงใด ข้อที่ 5 คือ ท่านต้องการที่จะได้รับเนื้อหาสาระเรื่องธรรมชาติมากขึ้นจากนิตยสารซีเคร็ต ข้อที่ 6 คือ นิตยสารซีเคร็ตช่วยเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและแหล่งข้อมูลที่สามารถอ้างอิงความน่าเชื่อถือได้ ข้อที่ 7 คือ ระยะเวลาในการออกวางแผงของนิตยสารซีเคร็ตในแต่ละเดือน (รายปักษ์)

ส่วนข้อที่ได้คะแนนค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางมีอยู่ 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2 คือ ความโดดเด่นของหน้าปกนิตยสารซีเคร็ตมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่านมากน้อยเพียงใด

สรุปได้ว่าทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องการเปิดรับนิตยสารซีเคร็ต ได้ให้ความสนใจกับบุคคลที่ผู้นำมาขึ้นปกนิตยสาร ชื่อผู้เขียนบทความที่มีความน่าเชื่อถือ ระยะเวลาในการออกวางแผงของนิตยสารซีเคร็ต และความต้องการเนื้อหาธรรมชาติภายในนิตยสารซีเคร็ต เพื่อเพิ่มพูนความรู้

และเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าไปสามารถอ้างอิงความน่าเชื่อถือมาก แต่ความโดดเด่นของหน้าปกนั้นมีผลต่อการเปิดรับของผู้อ่านในระดับปานกลางเท่านั้น

#### ส่วนที่ 4.3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอธรรมชาติของนิตยสารซีเคร็ต

ข้อความ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	ระดับความพึงพอใจ
1.ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมชาติของนิตยสารซีเคร็ต	0 (0.0)	2 (1.0)	50 (25.0)	123 (61.5)	25 (12.5)	3.86	มาก
2.ความพึงพอใจในบทความสัมภาษณ์บุคคลของนิตยสารซีเคร็ต	0 (0.0)	1 (0.5)	55 (27.5)	107 (53.5)	37 (18.5)	3.90	มาก
3.ความพึงพอใจที่ได้รับทราบข้อมูลกิจกรรมทางพุทธศาสนาที่สามารถกระทำได้ในวันหยุด	0 (0.0)	7 (3.5)	63 (31.5)	98 (49.0)	32 (16.0)	3.78	มาก
4.ความพึงพอใจในเนื้อหาที่ทันสมัยของนิตยสารซีเคร็ต	0 (0.0)	4 (2.0)	35 (17.5)	114 (57.0)	47 (23.5)	4.02	มาก
5.ความพึงพอใจในการจัดองค์ประกอบและการให้สีของปกนิตยสารซีเคร็ต	2 (1.0)	8 (4.0)	71 (35.5)	87 (43.5)	32 (16.0)	3.70	มาก
6.ความพึงพอใจในความสวยงามของรูปภาพประกอบในนิตยสารซีเคร็ต	0 (0.0)	6 (3.0)	72 (36.0)	90 (45.0)	32 (16.0)	3.74	มาก
7.ความพึงพอใจในเนื้อหาของนิตยสารซีเคร็ตที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน	0 (0.0)	2 (1.0)	45 (22.5)	107 (53.5)	46 (23.0)	3.99	มาก
8.ความพึงพอใจในปริมาณเนื้อหาที่ให้สำหรับคอลัมน์ต่างๆในนิตยสารซีเคร็ต	0 (0.0)	5 (2.5)	65 (32.5)	105 (52.5)	25 (12.5)	3.75	มาก

ตารางที่ 4.4.12 ตารางแสดงผลความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอธรรมชาติของนิตยสารซีเคร็ต

คะแนนในระดับ	1.00-1.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด
คะแนนในระดับ	1.50-2.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย
คะแนนในระดับ	2.50-3.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนในระดับ	3.50-4.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
คะแนนในระดับ	4.50-5.00	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อที่ได้คะแนนค่าเฉลี่ยในระดับมากมีอยู่ 8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 คือ ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะของนิตยสารซีเคร็ต ข้อที่ 2 คือ ความพึงพอใจในบทความสัมภาษณ์บุคคลของนิตยสารซีเคร็ต ข้อที่ 3 คือ ความพึงพอใจที่ได้รับทราบข้อมูลกิจกรรมทางพุทธศาสนาที่สามารถกระทำได้ในวันหยุด ข้อที่ 4 คือ ความพึงพอใจในเนื้อหาที่ทันสมัยของนิตยสารซีเคร็ต ข้อที่ 5 คือ ความพึงพอใจในการจัดองค์ประกอบ และการให้สีของปกนิตยสารซีเคร็ต ข้อที่ 6 คือ ความพึงพอใจในความสวยงามของรูปภาพประกอบในนิตยสารซีเคร็ต ข้อที่ 7 คือ ความพึงพอใจในเนื้อหาของนิตยสารซีเคร็ตที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน ข้อที่ 8 คือ ความพึงพอใจในปริมาณเนื้อที่ที่ให้สำหรับคอลัมน์ต่างๆในนิตยสารซีเคร็ต

สรุปได้ว่าความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะที่ทันสมัย การจัดองค์ประกอบ ปริมาณเนื้อที่ที่ให้สำหรับคอลัมน์ต่างๆในนิตยสารซีเคร็ต และการให้สีของปกนิตยสารซีเคร็ต ความสวยงามของรูปภาพประกอบในนิตยสาร บทความสัมภาษณ์บุคคลในนิตยสารซีเคร็ต การได้รับทราบข้อมูลกิจกรรมทางพุทธศาสนาที่สามารถกระทำได้ในวันหยุด รวมถึงเนื้อหาของนิตยสารซีเคร็ต ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับที่มาก

**ส่วนที่ 4.4 คำถามเกี่ยวกับการนำเนื้อหาที่ได้จากการอ่านนิตยสารซีเคร็ตไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน**

ข้อความ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	ระดับการใช้ประโยชน์
1.ได้รับคติสอนใจจากการอ่านนิตยสารซีเคร็ต และนำข้อคิดที่ได้นั้นไปบอกต่อแก่	1 (0.5)	2 (2.0)	52 (26.0)	109 (54.5)	34 (17.0)	3.86	มาก

ญาติมิตรและคนรู้จัก							
2.ได้เห็นวิธีการที่จะช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของท่านได้จริง	0 (0.0)	2 (0.1)	58 (29.0)	109 (54.5)	31 (15.5)	3.84	มาก
3.ได้ใช้ชีวิตอย่างมีสติและมีเหตุผลในการคิดและการกระทำมากขึ้นหลังจากที่ได้อ่านนิตยสารซีเคร็ต	0 (0.0)	4 (2.0)	65 (32.5)	107 (53.5)	24 (12.0)	3.75	มาก
4.สามารถเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตของท่านหลังจากที่ได้อ่านนิตยสารซีเคร็ต และปฏิบัติตามข้อคิดที่ได้จากนิตยสาร	1 (0.5)	10 (5.0)	101 (50.5)	70 (35.0)	18 (9.0)	3.77	มาก
5.นิตยสารซีเคร็ตทำให้ท่านเปลี่ยนวิธีคิดให้สามารถใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างมีความสุขมากขึ้น	0 (0.0)	6 (3.0)	64 (32.0)	107 (53.5)	23 (11.5)	3.73	มาก
6.เนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ตช่วยพัฒนาจิตวิญญาณของท่านให้ดีขึ้น	0 (0.0)	9 (4.5)	72 (36.0)	95 (47.5)	24 (12.0)	3.68	มาก
7.หลังจากที่ท่านได้อ่านนิตยสารซีเคร็ต ท่านรู้สึกอยากจะช่วยเหลือผู้อื่นมากขึ้น	1 (0.5)	3 (1.5)	70 (35.0)	97 (48.5)	29 (14.5)	3.75	มาก

ตารางที่ 4.4.13 ตารางแสดงผลการนำเนื้อหาที่ได้จากการอ่านนิตยสารซีเคร็ตไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

คะแนนในระดับ	1.00-1.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด
คะแนนในระดับ	1.50-2.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย
คะแนนในระดับ	2.50-3.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนในระดับ	3.50-4.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
คะแนนในระดับ	4.50-5.00	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อที่ได้คะแนนค่าเฉลี่ยในระดับมากมีอยู่ 7 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 คือ การได้รับคติสอนใจจากการอ่านนิตยสารซีเคร็ต และนำข้อคิดที่ได้นั้นไปบอกต่อแก่ญาติมิตรและคนรู้จัก ข้อที่ 2 คือ การได้เห็น



4. นิตยสารซีเคร็ตทำให้ท่านหมั่นสวดมนต์ รักษาศีล และหันมาปฏิบัติธรรมมากขึ้น	3 (1.5)	29 (14.5)	89 (44.5)	63 (31.5)	16 (8.0)	3.30	ปานกลาง
5. นิตยสารซีเคร็ตทำให้ท่านแสวงหา ความสุขทางจิตวิญญาณมากขึ้น	0 (0.0)	15 (7.5)	89 (44.5)	77 (38.5)	19 (9.5)	3.50	มาก
6. นิตยสารซีเคร็ตช่วยให้ท่านเข้าใจสัจ ธรรมในชีวิตมากขึ้น	0 (0.0)	5 (2.5)	59 (29.5)	111 (55.5)	25 (12.5)	3.78	มาก
7. ท่านรู้สึกผ่อนคลายและสบายใจทุกครั้ง หลังจากที่ได้อ่านนิตยสารซีเคร็ต	0 (0.0)	4 (2.0)	56 (28.0)	98 (49.0)	42 (21.0)	3.89	มาก
8. นิตยสารซีเคร็ตทำให้ท่านมีสติในการใช้ ชีวิตมากขึ้น	0 (0.0)	4 (2.0)	58 (29.0)	107 (53.5)	31 (15.5)	3.83	มาก
9. นิตยสารซีเคร็ตช่วยให้ท่านรู้จักที่จะ เสียสละบางสิ่งบางอย่างในชีวิตเพื่อผู้อื่น	0 (0.0)	8 (4.0)	60 (30.0)	103 (51.5)	29 (14.5)	3.77	มาก

ตารางที่ 4.4.14 ตารางแสดงผลการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณของผู้่าน  
นิตยสารซีเคร็ต

คะแนนในระดับ	1.00-1.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด
คะแนนในระดับ	1.50-2.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย
คะแนนในระดับ	2.50-3.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนในระดับ	3.50-4.49	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก
คะแนนในระดับ	4.50-5.00	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อที่ได้คะแนนค่าเฉลี่ยในระดับมากมีอยู่ 8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 คือ นิตยสารซีเคร็ตช่วยให้ท่านหันมาแสวงหาแก่นแท้ในชีวิตมากขึ้น ข้อที่ 2 คือ นิตยสารซีเคร็ตช่วยให้ท่านมีความยึดมั่นศรัทธาและความเชื่อในพุทธศาสนามากขึ้น ข้อที่ 3 คือ นิตยสารซีเคร็ตช่วยให้ท่านมีความเมตตาต่อผู้อื่นมากขึ้น ข้อที่ 5 คือ นิตยสารซีเคร็ตทำให้ท่านแสวงหาความสุขทางจิตวิญญาณมากขึ้น ข้อที่ 6 คือ นิตยสารซีเคร็ตช่วยให้ท่านเข้าใจสัจธรรมในชีวิตมากขึ้น ข้อที่ 7 คือ ท่านรู้สึกผ่อนคลายและสบายใจ

ทุกครั้งหลังจากที่ได้อ่านนิตยสารซีเคร็ต ข้อที่ 8 คือ นิตยสารซีเคร็ตทำให้ท่านมีสติในการใช้ชีวิตมากขึ้น ข้อที่ 9 คือ นิตยสารซีเคร็ตช่วยให้ท่านรู้จักที่จะเสียสละบางสิ่งบางอย่างในชีวิตเพื่อผู้อื่น

ส่วนข้อที่ได้คะแนนค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางมีอยู่ 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4 คือ นิตยสารซีเคร็ตทำให้ท่านหมั่นสวดมนต์ รักษาศีล และหันมาปฏิบัติธรรมมากขึ้น

สรุปได้ว่าการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งเสริมสุขภาพทางจิตวิญญาณของผู้่านนิตยสารซีเคร็ตนั้น นิตยสารซีเคร็ตช่วยให้ผู้อ่านหันมาแสวงหาแก่นแท้ในชีวิตมากขึ้น ช่วยให้ผู้อ่านมีความยึดมั่น ศรัทธาและความเชื่อในพุทธศาสนามากขึ้น ช่วยให้ผู้อ่านมีความเมตตากับผู้อื่นมากขึ้น และทำให้ผู้อ่านแสวงหาความสุขทางจิตวิญญาณมากขึ้น ช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจสังขารมในชีวิตมากขึ้น ผู้อ่านรู้สึกผ่อนคลายและสบายใจทุกครั้งหลังจากที่ได้อ่านนิตยสารซีเคร็ต ช่วยให้มีสติในการใช้ชีวิตมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้ผู้อ่านรู้จักที่จะเสียสละบางสิ่งบางอย่างในชีวิตเพื่อผู้อื่นในระดับที่มาก แต่ในประเด็นที่ นิตยสารซีเคร็ตทำให้ผู้อ่านหมั่นสวดมนต์ รักษาศีล และหันมาปฏิบัติธรรมมากขึ้นแค่ระดับปานกลางเท่านั้น

**ส่วนที่ 4.6 ทศนะจากผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต จำนวน 200 คนที่มองเห็นลักษณะพิเศษของนิตยสารซีเคร็ตที่แตกต่างออกไปจากนิตยสารเล่มอื่นๆที่วางขายบนแผงหนังสือสรุปเป็นประเด็นใหญ่ๆได้ดังนี้**

- นิตยสารซีเคร็ตเป็นสื่อสิ่งพิมพ์(นิตยสาร)ธรรมะสมัยใหม่ ซึ่งผู้ผลิตนิตยสารในเมืองไทยยังไม่ค่อยหันมาให้ความสนใจนิตยสารประเภทนี้มากนัก มีการออกแบบหน้าปกนิตยสารซีเคร็ตให้โดดเด่นโดยใช้สีขาว-ดำ-เทา
- คอลัมนิสต์หลายคนมีความน่าเชื่อถือ
- ประทับใจในการนำเสนอเนื้อหาสาระดีๆ หลากหลาย และน่าเชื่อถือ มีแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำบุญ บทความจากพระอาจารย์ที่มีความรู้ด้านพุทธศาสนา มีแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการทำบุญ สอนให้คนเข้าวัด ทำบุญกันมากขึ้น
- มีภาพประกอบที่สวยงามและมีความหมาย
- ไม่น่าเบื่อ ทำให้ไม่หงุดหงิดรำคาญใจเวลาอ่าน

- นิติสารเล่มนี้ยังจำกัดเฉพาะกลุ่มผู้ที่นับถือศาสนาพุทธหรือเต๋าเท่านั้น
- เป็นนิติสารสมัยใหม่ที่มีวิธีการสอนธรรมะและวิธีการดำเนินชีวิตมีการปรับให้เข้ากับชีวิตคนเมืองสมัยใหม่ที่มีวิถีชีวิตเร่งรีบ เนื้อหาภายในเล่มมีธรรมะแทรกกับเรื่องราวที่ให้ออกคิดที่ดี แต่ละเรื่องอ่านแล้วกระชับเข้าใจง่าย ไม่น่าเบื่อ
- เนื้อหาธรรมะที่ดูน่าเสนอกภายในเล่มสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี เพราะนำเสนอเรื่องราวของความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในชีวิตคนเรา
- มีการสอดแทรกเรื่องของศาสนาและจิตวิญญาณเข้ามาในรูปแบบที่อ่านเข้าใจง่าย
- อ่านแล้วสบายใจ ให้ออกคิดดีๆที่ช่วยพัฒนาจิตใจ
- เนื้อหาสาระนั้นล้วนแต่สอนใจผู้อ่าน การได้คิดตามในขณะที่ได้อ่านเนื้อหาในนิติสารซีเคร็ตช่วยเปลี่ยนวิธีมองโลกและเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิต ทำให้ใจคนเราสงบลงด้วย หลังจากที่ได้อ่านเนื้อหาในนิติสารซีเคร็ตแล้วรู้สึกปล่อยวางมากขึ้น ลดการเอาวัดเอาเปรียบและการแข่งขันที่เห็นแก่ตัวมากขึ้น
- ทำให้รู้สึกว่าคุณค่าความสุขที่แท้จริงนั้นอยู่ไม่ไกล
- ทำให้เราคิดอะไรได้มากขึ้นในช่วงที่มีปัญหาชีวิต
- มีธรรมะสอดแทรกทุกคอลัมน์
- บทสัมภาษณ์ของบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการต่างๆมาเล่าประสบการณ์ชีวิตที่ให้แก่คิดหลายๆอย่าง เป็นหนังสือที่ช่วยให้รู้จักชีวิตของคนอื่นที่แตกต่างจากเราทั้งที่ดีกว่าเหมือนกัน และเลวร้ายกว่า และให้ออกคิดในการดำเนินชีวิต
- เป็นนิติสารที่เป็นสื่อให้พระพุทธศาสนาเข้าใจกับพุทธศาสนิกชนมากขึ้น
- มีการใช้จำนวนถ้อยคำในการเขียนคอลัมน์ได้ทันสมัย เข้าใจง่าย ช่วยให้เข้าถึงหลักธรรมแม้จะไม่ได้เข้าวัดหรือเข้าร่วมวิปัสสนา
- Secret ถือว่าเป็นนิติสารรูปแบบใหม่ที่จะทำให้คนที่อยู่ใกล้หรืออยู่ไกลศาสนาและหลักธรรมได้มีตัวเลือกในการใกล้ชิดศาสนามากขึ้น ทำให้เห็นมุมมองที่แตกต่างทางสังคม
- นิทานธรรมะตลกๆที่นำไปเล่าให้คนอื่นฟังแล้วเกิดอารมณ์ขัน
- ทำให้มีสติในการใช้ชีวิตมากขึ้น



- การจัดหน้า หรือองค์ประกอบศิลป์ในนิตยสารซีเคร็ตเป็นจุดที่ทำให้นิตยสารน่าสนใจ เนื่องจากมีการจัดวางหน้านิตยสาร รูปแบบการนำเสนอ เข้ากับสมัยนิยม เป็นนิตยสารธรรมชาติเล่มแรกที่มีรูปเล่มเหมือนนิตยสารทันสมัยทั่วไปไม่ดูโบราณล้าหลัง เพราะออกแบบได้สวยงาม เหมาะสำหรับคนทุกเพศทุกวัย พกพาสะดวกเหมาะแก่การพกพาไปอ่านยามว่าง
- มีการใช้ลวดลายสีเส้นสดใสจนลืมไปว่านิตยสารเล่มนี้คือนิตยสารธรรมชาติ รูปแบบของนิตยสารก็ไม่หนาเกินไป การใช้ font ของหนังสือก็ออกแบบได้ดี ทำให้น่าสนใจและไม่รู้สึกเบื่อว่านี่คือหนังสือธรรมชาติ
- มีเนื้อหาสาระที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาจิตวิญญาณ
- เป็นการทวนกระแสของนิตยสารในทิศทางที่ดีขึ้น
- เป็นนิตยสารที่ให้ประโยชน์ในเชิงแง่คิดของการใช้ชีวิต ช่วยให้มีการดำเนินชีวิตอย่างมีสติมากขึ้น รู้ทัน และเข้าใจความเป็นไปของโลกมากขึ้น
- มีข่าวสารกิจกรรมดีๆ การจัดกิจกรรมอาสาสมัครเพื่อส่วนรวม และกิจกรรมทางศาสนาบอกด้วยว่าที่ไหนมีอะไรที่น่าไป น่าสนใจ น่าติดตาม ทำให้ทราบถึงกิจกรรมเกี่ยวกับธรรมชาติและสามารถเข้าร่วมได้ตามสะดวก
- เป็นกัลยาณมิตรทางตัวหนังสือในเวลาทุกข์หรือสุข อ่านซ้ำได้ไม่เก่า เนื้อหาทันสมัยเหมาะกับสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน
- มีธรรมะแฝงอยู่ตามคอลัมน์ต่างๆ และมี Secret Box ที่ให้ข้อคิดและแนะแนวทางในการใช้ชีวิต
- เป็นนิตยสารที่เน้นในเรื่องของการพัฒนาตัวเองและสร้างความสุขจากตัวเอง มีคุณค่าทางจิตใจ และยังมีเนื้อหาที่หลากหลายมิติทั้งสุขภาพจิต สุขภาพกาย และการทำงาน เป็นประโยชน์กับผู้อ่านหลายกลุ่ม นอกจากนี้ยังได้นำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการดำเนินชีวิตในแบบที่ให้ตัวเรามีความสุขและคนที่อยู่รอบตัวเรามีความสุขไปด้วย ทำให้เราใช้ชีวิตอย่างที่คุณค่า มีประโยชน์ที่ให้อำลางใจหลักการใช้ชีวิตมากขึ้น
- จุดขายที่ไม่ใช่แค่การบริโภคเพื่อความบันเทิงใจภายนอก แต่ยังช่วยให้มีแหล่งบริโภคจากจิต รู้สึกใกล้ชิดธรรมชาติมากขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาจิตวิญญาณโดยเนื้อแท้ของแนวคิด มีตัวอย่างการปฏิบัติธรรมที่ได้ผล เป็นตัวอย่างในการทำความความดี

- นำเสนอความสงบทางจิตใจมากกว่าความตื่นเต้นทางโลก ให้ข้อคิดมุมมองที่เป็นประโยชน์ต่อจิตใจ อ่านแล้วอยู่กับตัวเองมากขึ้น มีมุมมองที่ต่างออกไป และได้เห็นมุมมองของผู้เขียนหลายๆท่าน
- มีความทันสมัยในการจัดรูปแบบและคอลัมน์ ดูน่าอ่าน เนื้อหาไม่เครียดจนเกินไป มีคอลัมน์ How-To ที่น่าสนใจ
- เป็นนิตยสารที่เน้นการทำความคิด และกฎแห่งกรรม ทำให้ลดละความประมาทในชีวิตดีมากสำหรับผู้เริ่มปฏิบัติธรรม ส่วนผู้ที่ปฏิบัติอยู่แล้วก็เพิ่มความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่างทั้งทางโลกและทางธรรม
- ผู้เขียนเป็นพระอาจารย์ผู้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับกันทุกคน
- มีการสอดแทรกเรื่องธรรมชาติที่เรียกว่า “ธรรมะ” ให้บุคคลได้เจริญสติ เพื่อให้ปัญญารู้แจ้ง เพื่อเป้าหมายที่สูงที่สุดคือ มรรคผลนิพพานมากกว่าการแสวงหากำไรเหมือนนิตยสารทั่วไป การได้รับการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดในแง่มุมมองชีวิตของผู้มีชื่อเสียง วิธีคิดที่ถูกต้อง และการเอาชนะใจจนสำเร็จ ให้ความรู้ในการใช้สังขารมในการดำเนินชีวิต มีการนำเอาคนที่ประสบความสำเร็จมาแนะนำเป็นแนวทางในการดำรงชีวิตให้ก้าวไปสู่ความสำเร็จ มีกำลังใจในการทำงาน สอนให้รู้ถึงสังขารมในชีวิต และได้มองเพื่อนมนุษย์ในแต่ละแง่มุมที่หลากหลาย ส่งเสริมให้มีกำลังใจที่จะคิดดีทำดี เหมือนกับได้คุยกับเพื่อนดีๆอีกคน
- นิตยสารในประเทศไทยส่วนใหญ่เน้นตอบสนองความต้องการด้านความบันเทิงของผู้อ่านเป็นหลัก ซึ่งเป็นการตอบสนองเพียงด้านอารมณ์ เพื่อช่วยให้ผ่อนคลายเท่านั้น แต่สิ่งที่แตกต่างของนิตยสารซีเคร็ตก็คือ เป็นนิตยสารที่ช่วยยกระดับจิตใจของผู้อ่าน ในขณะที่ยังให้ความบันเทิงไปพร้อมๆกัน ลดความอยากได้อะไรก็มี และเพิ่มความอยากดูแลจิตใจของตนเองและผู้อ่านมากขึ้น เหมือนตัวประสานธรรมะกับสังคมปัจจุบัน มีทั้งข้อคิดและธรรมะ เพื่อให้ผู้อ่านพัฒนาจิตและเตือนสติในการดำเนินชีวิต รู้เท่าทันตัวเอง
- มีการนำเสนอเรื่องของดารา นักแสดงที่สนใจธรรมะ ก็ถือว่าเป็นการเลือกบุคคลในการนำเสนอที่ดี เพราะเท่ากับเป็นการเปิดโลกอีกด้านของนักแสดงเหล่านี้ให้ประชาชนได้ทราบ ดังนั้นจึงทำให้ผู้ที่ชอบดารานักแสดงเหล่านี้สนใจธรรมะมากขึ้น และเห็นว่าธรรมะไม่ใช่เรื่องไกลตัว

- รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะที่แปลกใหม่ อายแล้วสบายใจ คลายความทุกข์ มีแต่มุมมองด้านดี สอนให้เรารู้จักคิดแก้ปัญหาและใช้ชีวิตอย่างมีความสุข ทำให้เข้าใจชีวิตของเพื่อนมนุษย์ขึ้นอีกเยอะ และทำให้ได้มองย้อนตัวเองว่ามีความเสียสละกับเพื่อนมนุษย์มากเพียงใดและใช้ชีวิตอย่างมีสติมากขึ้น เห็นคุณค่าของผู้อื่น มีกำลังใจในการใช้ชีวิตต่อไปอย่างมีสติ ทำให้รู้สึกว่ามีแค่เราคนเดียวที่มีปัญหา ทำให้คนรู้จักบาปบุญคุณโทษ ช่วยบรรเทาทุกข์ของคนในปัจจุบัน ถือเป็นความกล้าอย่างมากที่พยายามจะนำเสนอธรรมะเชิงปฏิบัติประจำวันต่อคนทั่วไป
- เป็นหนังสือธรรมะที่ให้อ่านได้ปฏิบัติตามและมีตัวอย่างบุคคลในสังคมปัจจุบันที่ได้ปฏิบัติธรรมะแล้วมีความสุขในชีวิตทั้งทางโลกและทางธรรมได้เข้าถึงธรรมะอย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากแก่ทุกชีวิตและทุกจิตวิญญาณทั้งโลกนี้และโลกหน้า ตามพระธรรมะคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าที่ต้องการให้สัตว์โลกได้พ้นทุกข์ เนื้อหาสาระดีๆในนิตยสารซีเคร็ตจึงควรค่าแก่การพัฒนามนุษย์

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

### สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “นิตยสารซีเคริตกับการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณ” ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลทั้งในเชิงคุณภาพและในเชิงปริมาณ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์เนื้อหา และการใช้แบบสอบถาม ซึ่งทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลมาตอบปัญหานำวิจัยดังนี้

1. ประวัติความเป็นมา โครงสร้างองค์กร บริหารงาน อุดมการณ์ รวมถึงการจัดการด้านการตลาดของนิตยสารซีเคริตมีลักษณะอย่างไร
2. นิตยสารซีเคริตมีการนำเสนอเนื้อหาธรรมะที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาวะทางจิตวิญญาณอย่างไร
3. นิตยสารซีเคริตมีส่วนทำให้ผู้อ่านมีการเปิดรับ ความพึงพอใจ และใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันอย่างไร

### สรุปผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ในบทที่ 4 จะพบว่าความเป็นมาของนิตยสารซีเคริตนั้นมีจุดเริ่มต้นมาจากงานเขียนของท่าน ว. หรือ พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ที่ได้เขียนบทความธรรมะที่คนทั่วไปเข้าใจง่ายและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชีวิตประจำวันให้กับนิตยสารชีวิตซึ่งเป็นนิตยสารสุขภาพในเครืออมรินทร์ หลังจากนั้นทางสำนักพิมพ์ก็ได้ทำพ็อกเก็ตบุ๊กส์ที่รวบรวมงานเขียนของท่านเอาไว้ในหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ที่มีการวางแผนและออกแบบการจัดวางหน้ากระดาษและภาพประกอบสวยงามตลอดทั้งเล่มไม่แพ้หนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์อื่นที่มีขายอยู่ตามท้องตลาดและใช้ชื่อหนังสือว่า “ธรรมะติดปีก” ซึ่งหลังจากที่ได้มีการออกประชาสัมพันธ์และได้ออกจำหน่ายไปได้รับการตอบรับจากผู้อ่านเป็นอย่างดีจนต้องมีการตีพิมพ์เพิ่ม หลังจากนั้นก็ได้มีการตั้งสำนักพิมพ์เล็กภายใต้เครือข่ายของบริษัทอมรินทร์ พรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ขึ้นโดยใช้ชื่อว่าสำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะ และต่อมาได้มีการออกตีพิมพ์หนังสือผลงานเขียนพ็อกเก็ตบุ๊กส์ของพระและนักเขียนที่มีความเชี่ยวชาญในธรรมะอีกหลาย

ท่านจนประสบความสำเร็จทางยอดขายจนชื่อเสียงในการทำพ็อกเก็ตบุ๊กส์ธรรมะรูปแบบใหม่ของอมรินทร์ได้เป็นที่ยอมรับในสังคมวงกว้างขึ้น ว่าเน้นการนำเสนอธรรมะที่เข้าใจง่าย ภาพหน้าปกและภาพประกอบในเล่มสีสันสวยงาม และอีก 6-7 ปีต่อมาในช่วงเดือนกรกฎาคม ปีพ.ศ.2551 ก็ได้เกิดนิตยสารซีเคร็ตออกมาบนแผงหนังสือเป็นครั้งแรก เนื่องจากทางผู้บริหารของอมรินทร์ได้สังเกตเห็นว่ายังไม่เคยมีนิตยสารธรรมะร่วมสมัยอย่างซีเคร็ตออกมาในตลาดเลยผนวกกับความสนใจในธรรมะของผู้บริหารอมรินทร์ และสภาพสังคมไทยในปัจจุบันที่ผู้คนในสังคมหันมาให้ความสนใจกับธรรมะมากขึ้น เนื่องจากธรรมะเป็นที่พึ่งทางใจชั้นดีของผู้คนในยามที่สภาพการเมือง เศรษฐกิจ สังคมยุ่งเหยิงเช่นนี้ และสภาพวิกฤติ ต่างๆที่เกิดขึ้นในทั่วโลก จึงมีส่วนสำคัญที่ทำให้มีการเผยแพร่ธรรมะผ่านสื่อต่างๆมากขึ้นรวมถึงการเกิดของนิตยสารซีเคร็ตด้วยเช่นกัน

โครงสร้างองค์กรและบริหารงานของนิตยสารซีเคร็ตนั้นมีการแบ่งงานกันอย่างชัดเจนในส่วนของผู้บริหารก็จะรับผิดชอบในส่วนของการวางแผนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับนิตยสารซีเคร็ตทั้งหมด ในส่วนของบรรณาธิการก็จะเป็นผู้ที่วางแผนการนำเสนอเนื้อหาทุกหน้าภายในนิตยสารทุกเล่ม ส่วนกองบรรณาธิการและช่างภาพนั้นจะรับผิดชอบในส่วนของการประกอบและเนื้อหาในแต่ละคอลัมน์ตามที่ได้รับมอบหมายหน้าที่ ส่วนฝ่ายกราฟฟิคดีไซน์ก็จะรับผิดชอบงานในส่วนการจัดหน้ากระดาษและจัดภาพกับคอลัมน์ในแต่ละหน้าของนิตยสารในแต่ละเล่มในสวยงามและสะดวกในการอ่านเนื้อหาของคอลัมน์นั้นๆ

ในส่วนอุดมการณ์หลักของผู้ผลิตนิตยสารซีเคร็ต คือ ต้องการที่จะให้ธรรมะเข้าถึงคนในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนรุ่นใหม่ เพื่อในคนรุ่นใหม่ใช้ชีวิตอย่างมีความสุขและประสบความสำเร็จในชีวิตในแง่ที่นอกเหนือจากชื่อเสียงเงินทอง และหลังจากทางผู้บริหารบริษัทอมรินทร์ได้สังเกตเห็นว่าธรรมะยังเป็นที่ต้องการของผู้คนในสังคมปัจจุบันอยู่มาก และคนรุ่นใหม่ก็ควรที่จะได้รู้จักและใกล้ชิดกับธรรมะให้มากขึ้น จึงมีความคิดว่าอยากจะทำนิตยสารธรรมะร่วมสมัยที่มีการสอดแทรกเนื้อหาธรรมะในรูปแบบที่น่าสนใจ ไม่เหมือนกับหนังสือหรือนิตยสารธรรมะทั่วไปที่จะมีแต่ตัวหนังสือ ภาษาบาลี ที่อ่านแล้วเข้าใจยาก และรูปภาพยังไม่สวยงามน่าสนใจมากพอเพื่อดึงดูดให้คนรุ่นใหม่หันมาสนใจธรรมะได้

ในส่วนการจัดการด้านการตลาดของนิตยสารซีเคร็ตส่วนใหญ่ก็มีการวางแผนทางการตลาดที่เหมือนกับนิตยสารเล่มอื่นๆที่วางขายอยู่ตามแผงหนังสือมีการวางกลุ่มเป้าหมายเอาไว้อย่างชัดเจน คือ

กลุ่มเป้าหมายของนิตยสารซีเคร็ต คือ ผู้หญิงและผู้ชาย อายุ 25 – 45 ปี มีกำลังการซื้อสูง การศึกษาระดับปริญญาตรี แสวงหาความสำเร็จและความสุขในชีวิต มีพลังเชิงสร้างสรรค์และคิดบวก รักการแบ่งปัน และร่วมรับฟังประสบการณ์ดีๆ พร้อมแ่งคิด เพื่อนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน และเพื่อที่จะให้นิตยสารซีเคร็ตเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ในส่วนของการสื่อสารแบรนด์นิตยสารซีเคร็ตทางฝ่ายการตลาดจึงได้มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในหลายรูปแบบ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง โดยมีการได้ไปแจกนิตยสารซีเคร็ต (ฉบับทดลองอ่าน) ตอนช่วงเปิดตัวตามแหล่งชุมชนต่างๆ และตามต่างจังหวัดหัวเมืองต่างๆ ตลอดจนงานบรรยายธรรม ตามที่ต่างๆที่คิดว่าตรงกับกลุ่มเป้าหมายของทางนิตยสารซีเคร็ต และมีการจัดทำหน้าประชาสัมพันธ์ผ่านนิตยสารในเครืออมรินทร์ นอกจากนี้ยังมีการทำตลาดอื่นๆอีกซึ่งเป็นความลับของบริษัทไม่สามารถบอกได้

จากการวิเคราะห์เนื้อหาทุกคอลัมน์ในนิตยสารซีเคร็ต (ยกเว้นคอลัมน์ Sharing) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจิตวิญญาณโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) พบว่า นิตยสารซีเคร็ตมีการนำเสนอเนื้อหาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจิตวิญญาณมากที่สุด 5 อันดับแรกดังนี้ อันดับที่ 1 ได้แก่ ความสุข คิดเป็น 12.3 % อันดับที่ 2 ได้แก่ ความรัก คิดเป็น 11.6 % อันดับที่ 3 ได้แก่ ความสำเร็จในชีวิต คิดเป็น 9.4 % อันดับที่ 4 ได้แก่ ความดีงามและความทุกข์คิดเป็น 8.9 % อันดับที่ 5 ได้แก่ สติ คิดเป็น 7.4 % ส่วนอันดับที่ 6 ถึงอันดับที่ 16 เรียงตามลำดับได้ดังนี้ กิเลสของมนุษย์ คิดเป็น 7.3 % ความเชื่อความศรัทธา คิดเป็น 7 % การยึดมั่นในสรรพสิ่ง คิดเป็น 5.1 % การปฏิบัติตนในศีลธรรม คิดเป็น 4.6 % ความสงบ คิดเป็น 3.5 % ความอ่อนคลาย คิดเป็น 2.9 % ความเสียสละ คิดเป็น 2.5 % การเข้าถึงสมดุลงของจิตใจ คิดเป็น 2.2 % การไม่ยึดติดวัตถุนิยม คิดเป็น 2.2 % การแสวงหาแก่นแท้ของชีวิต คิดเป็น 2 % การยึดมั่นในคุณธรรม คิดเป็น 1.5 %

จากการศึกษาประเภทบทความเชิงโฆษณาที่ปรากฏในนิตยสารซีเคร็ตโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) พบว่า มีประเภทของบทความเชิงโฆษณาที่มีการนำเสนอมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อันดับที่ 1 ได้แก่ โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องอื่นๆ (โฆษณาองค์กร หรือบริษัทห้างร้านต่างๆ) คิดเป็น 38.5 % อันดับที่ 2 ได้แก่ โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพและอาหาร คิดเป็น 27.8 % อันดับที่ 3 ได้แก่ โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องความสวยความงาม คิดเป็น 16.3 % ส่วนอันดับที่ 4 ถึงอันดับที่ 8 เรียงตามลำดับได้ดังนี้ โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องเทคโนโลยี คิดเป็น 5.4 % โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องการแต่งบ้านและที่อยู่อาศัย คิดเป็น 5.1 % โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องครอบครัว คิดเป็น 3 % โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องการเรียนรู้ของเด็ก คิดเป็น 2.1 % โฆษณาเกี่ยวกับเรื่องรถยนต์และการดูแลรถยนต์ คิดเป็น 1.3 %

จากการวิเคราะห์ผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ตจำนวน 200 คน พบว่า ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้อ่านที่อ่านนิตยสารซีเคร็ตเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และอายุของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ตส่วนใหญ่ คือ อายุ 26-35 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มผู้อ่านที่ทางการตลาดของนิตยสารซีเคร็ตได้วางแผนเอาไว้ อาชีพที่เป็นผู้อ่านส่วนใหญ่ของนิตยสารซีเคร็ตประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ระดับการศึกษาของผู้อ่านส่วนใหญ่ คือ ระดับปริญญาตรี รายได้ของผู้อ่านส่วนใหญ่ 10,000 บาทหรือต่ำกว่า สถานภาพของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ตส่วนใหญ่ คือ โสด ศาสนาที่ผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ตส่วนใหญ่ นับถือ คือ ศาสนาพุทธ ตำแหน่งงานของนิตยสารซีเคร็ตในที่ทำงานส่วนใหญ่ คือ ระดับพนักงานทั่วไป ลักษณะการอ่านของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ตที่ผู้วิจัยได้ไปเก็บข้อมูลแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ไม่ได้อ่านนิตยสารทุกฉบับและไม่ได้เป็นสมาชิกนิตยสารซีเคร็ต

ในส่วนของคำถามที่เกี่ยวกับการเปิดรับนิตยสารซีเคร็ต และทัศนคติที่มีต่อนิตยสารซีเคร็ตจากการใช้แบบสอบถามจากผู้อ่านจำนวน 200 คน ทำให้สรุปได้ว่าทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องการเปิดรับนิตยสาร Secret ได้ให้ความสนใจกับบุคคลที่ผู้นำมาขึ้นปกนิตยสาร ชื่อผู้เขียนบทความที่มีความน่าเชื่อถือ ระยะเวลาในการออกวางแผงของนิตยสารซีเคร็ต และความต้องการเนื้อหาธรรมะภายในนิตยสาร Secret เพื่อเพิ่มพูนความรู้และเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าไปสามารถอ้างอิงความน่าเชื่อถือค่อนข้างมาก แต่ความโดดเด่นของหน้าปกนั้นมีผลต่อการเปิดรับของผู้อ่านในระดับปานกลางเท่านั้น

ในส่วนของคำถามที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอธรรมะของนิตยสารซีเคร็ตจากการใช้แบบสอบถามจากผู้อ่านจำนวน 200 คน ทำให้สรุปได้ว่าความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะที่ทันสมัย การจัดองค์ประกอบ ปริมาณเนื้อที่ที่ให้สำหรับคอลัมน์ต่างๆในนิตยสารซีเคร็ตและการให้สีของปกนิตยสารซีเคร็ตความสวยงามของรูปภาพประกอบในนิตยสาร บทความสัมภาษณ์บุคคลในนิตยสารซีเคร็ตการได้รับทราบข้อมูลกิจกรรมทางพุทธศาสนาที่สามารถกระทำได้ในวันหยุด รวมถึงเนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ตที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับที่ค่อนข้างมาก

ในส่วนของกรนำเนื้อหาที่ได้จากการอ่านนิตยสารซีเคร็ตไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันจากการใช้แบบสอบถามจากผู้อ่านจำนวน 200 คน ทำให้สรุปได้ว่าการใช้ประโยชน์ของผู้ตอบ

แบบสอบถามจากการที่ได้อ่านเนื้อหาภายในนิตยสารซีเคร็ตแล้ว ผู้อ่านได้รับคติสอนใจจากการอ่านนิตยสารซีเคร็ตและนำข้อคิดที่ได้นั้นไปบอกต่อแก่ญาติมิตรและคนรู้จัก ผู้อ่านเห็นวิธีการที่จะช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของตนเองได้จริง และใช้ชีวิตอย่างมีสติและมีเหตุผลในการคิดและการกระทำมากขึ้นหลังจากที่ได้่านนิตยสารซีเคร็ตสามารถเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้อ่านหลังจากที่ได้่านนิตยสารซีเคร็ต และผู้อ่านได้ปฏิบัติตามข้อคิดที่ได้จากการอ่านนิตยสาร ช่วยเปลี่ยนวิธีคิดให้สามารถใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างมีความสุขมากขึ้น เนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ตช่วยพัฒนาจิตวิญญาณของท่านให้ดีขึ้น ทำให้ผู้อ่านรู้สึกอยากจะช่วยเหลือผู้อื่นมากขึ้นอยู่ในระดับที่ค่อนข้างมาก

ในส่วนการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ตจากการใช้แบบสอบถามจากผู้อ่านจำนวน 200 คน ทำให้สรุปได้ว่าการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ตนั้นนิตยสารซีเคร็ตช่วยทำให้ผู้อ่านหันมาแสวงหาแก่นแท้ในชีวิตมากขึ้น ช่วยให้อ่านมีความยึดมั่นศรัทธาและความเชื่อในพุทธศาสนามากขึ้น ช่วยให้อ่านมีความเมตตากับผู้อื่นมากขึ้น และทำให้อ่านแสวงหาความสุขทางจิตวิญญาณมากขึ้น ช่วยให้อ่านเข้าใจสัจธรรมในชีวิตมากขึ้น ผู้อ่านรู้สึกผ่อนคลายและสบายใจทุกครั้งหลังจากที่ได้่านนิตยสารซีเคร็ตช่วยให้มีสติในการใช้ชีวิตมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้ผู้อ่านรู้จักที่จะเสียสละบางสิ่งบางอย่างในชีวิตเพื่อผู้อื่นในระดับที่ค่อนข้างมาก แต่ในประเด็นที่นิตยสารซีเคร็ตทำให้อ่านหมั่นสวดมนต์ รักษาศีล และหันมาปฏิบัติธรรมมากขึ้นแค่ระดับปานกลางเท่านั้น อาจเพราะในชีวิตประจำวันผู้อ่านได้ปฏิบัติสิ่งเหล่านั้นเป็นประจำอยู่แล้ว

ในส่วนของทัศนคติจากผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ตจำนวน 200 คนที่มองเห็นลักษณะพิเศษของนิตยสารซีเคร็ตที่แตกต่างออกไปจากนิตยสารเล่มอื่นๆที่วางขายบนแผงหนังสือ ดังนี้

นิตยสารซีเคร็ตเป็นนิตยสารธรรมะสมัยใหม่ ที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อนในเมืองไทย มีการออกแบบหน้าปกนิตยสารซีเคร็ตให้โดดเด่นโดยใช้สีขาว-ดำ มีคอลัมน์สตอรี่ที่มีชื่อเสียงหลายคนมีความน่าเชื่อถือ ในแต่ละคอลัมน์มีภาพประกอบที่สวยงามและมีความหมาย มีการนำเสนอเนื้อหาสาระดีๆ หลากหลาย และน่าเชื่อถือ มีแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำบุญ บทความจากพระอาจารย์ที่มีความรู้ด้านพุทธศาสนา มีแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการทำบุญ สอนให้คนเข้าวัด ทำบุญกันมากขึ้น เป็นนิตยสารสมัยใหม่ที่มีวิธีการสอนธรรมะและวิธีการดำเนินชีวิตมีการปรับให้เข้ากับชีวิตคนเมืองสมัยใหม่ที่มีวิถีชีวิตเร่งรีบ เนื้อหาภายในเล่มมีธรรมะแทรกกับเรื่องราวที่ให้ข้อคิดที่ดีในทุกๆคอลัมน์ แต่ละเรื่องอ่านแล้วกระชับเข้าใจง่าย ไม่น่าเบื่อ สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี เพราะนำเสนอ



เรื่องราวของความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในชีวิตคนเรา มีการสอดแทรกเรื่องของศาสนาและจิตวิญญาณเข้ามาในรูปแบบที่อ่านเข้าใจง่าย เนื้อหาสาระนั้นล้วนแต่สอนใจผู้อ่าน มี Secret Box ที่ให้ข้อคิดและแนะแนวทางในการใช้ชีวิต การได้คิดตามในขณะที่ได้อ่านเนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ตช่วยเปลี่ยนวิธีมองโลกและเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิต ทำให้ใจคนเราสงบลงด้วย หลังจากที่ได้อ่านเนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ตแล้วรู้สึกปล่อยวางมากขึ้น ลดการเอาวัดเอาเปรียบและการแข่งขันที่เห็นแก่ตัวมากขึ้น อ่านแล้วสบายใจ ให้ข้อคิดดีๆ ที่ช่วยพัฒนาจิตใจ เป็นนิตยสารที่เป็นสื่อให้พระพุทธศาสนาเข้าใกล้กับพุทธศาสนิกชนมากขึ้น มีเนื้อหาสาระที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาจิตวิญญาณ เป็นนิตยสารธรรมะที่ให้อ่านได้ปฏิบัติตามและมีตัวอย่างบุคคลในสังคมปัจจุบันที่ได้ปฏิบัติธรรมะแล้วมีความสุขในชีวิตทั้งทางโลกและทางธรรมได้เข้าถึงธรรมะอย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากแก่ทุกชีวิตและทุกจิตวิญญาณทั้งโลกนี้และโลกหน้าตามพระธรรมะคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าที่ต้องกรทำให้สัตว์โลกได้พ้นทุกข์ เนื้อหาสาระดีๆ ในนิตยสารซีเคร็ตจึงควรค่าแก่การพัฒนามนุษย์

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “นิตยสารซีเคร็ตกับการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณ” พบว่า นิตยสารซีเคร็ตนั้นเป็นนิตยสารธรรมะที่เกิดขึ้นจากการต่อยอดทางธุรกิจของสำนักพิมพ์ในเครือบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) อย่างสำนักพิมพ์อมรินทร์ธรรมะหลังจากที่ประสบความสำเร็จจากการรวบรวมงานเขียนของพระมหาภูมิจัย วชิรเมธี (ว.วชิรเมธี) ขึ้นเป็นหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กส์ที่มีภาพประกอบสวยงาม และมีการสอนธรรมะผ่านภาษาที่เข้าใจง่าย เพื่อต้องการปรับเปลี่ยนค่านิยมของคนในสังคมไทยโดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้หันมาสนใจธรรมะกันมากขึ้น จึงได้มีการนำธรรมะมาผสมผสานเข้ากับธุรกิจนิตยสารให้เป็นนิตยสารธรรมะร่วมสมัย ซึ่งยังไม่เคยมีรูปแบบการผสมผสานระหว่างทั้งสองสิ่งนี้ในประเทศไทยมาก่อน และถือเป็นโมเดลรูปแบบหนึ่งในการทำนิตยสารธรรมะร่วมสมัยที่เข้ากับยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

จากการสัมภาษณ์พระมหาภูมิจัย วชิรเมธี(ว. วชิรเมธี) ถึงปัจจัยที่สนับสนุนให้มีการนำเสนอธรรมะมากขึ้นในสังคมไทยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา นั้นเกิดจากในช่วงหนึ่งทศวรรษที่ผ่านมา (2540-2550) มีพระธรรมทูตรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาเพิ่มขึ้น และมีพระหลายรูปรู้จักการเผยแผ่พระพุทธศาสนาด้วยการ “ประยุกต์ธรรม” ให้ทันสมัย ตอบโจทย์ของสังคม และมีชีวิตชีวา คำอธิบายธรรมะของพระธรรมทูตหนุ่มหลายรูปในยุคนี้สามารถตอบคำถามสำคัญๆ ของยุคสมัยได้

ในปัจจุบันสื่อมวลชนมีการนำเสนอหรือเปิดพื้นที่ให้กับการเผยแพร่ธรรมะมากกว่าทุกยุคสมัย ทำให้คนมีโอกาสศึกษาธรรมะผ่านสื่อมวลชนมากขึ้นและการเลียนแบบบุคคลสำคัญในสังคม จะเห็นว่าในรอบหลายปีมานี้มีคนดังในแวดวงต่างๆ มาสนใจศึกษาธรรมะ และช่วยกันเผยแผ่อย่างแข็งขัน เพราะเสียงของ “คนดัง” เป็นเสียงที่มีผู้พร้อมจะฟัง และนั่นก็ส่งผลให้คนที่เป็นแฟนคลับคนดังต่างพากันสนใจที่จะศึกษาธรรมะกันอย่างแพร่หลาย ในแง่ของสังคมก็สืบเนื่องมาจากสังคมไทยมีวิกฤติมากมายหลายอย่างเกิดขึ้นมาพร้อมกัน ทำให้คนขาดความอบอุ่น ขาดที่พึ่งทางใจ จึงมองหาที่พึ่งทางจิตใจซึ่งก็ได้แก่ธรรมะ และในแง่ของโลกก็สืบเนื่องมาจากโลกมาถึงจุดเปลี่ยนและเกิดวิกฤตการณ์หลายด้านพร้อมกัน ทั้งวิกฤติการเมือง การก่อการร้าย วิกฤติพลังงาน วิกฤติอาหาร วิกฤติเศรษฐกิจ วิกฤติโลกร้อน ท่ามกลางวิกฤติต่างๆ ชาวโลกต่างแสวงหาทางออก และธรรมะคือคำตอบที่ชาวโลกกำลังมองหา

และจากการที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ประธานกรรมการบริหารบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) และบรรณาธิการบริหารนิตยสารซีเคร็ต ถึงอุดมการณ์ในการผลิตนิตยสารซีเคร็ตนั้นเกิดจากความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนาของประธานกรรมการบริหารบริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ประกอบกับสภาพสังคมไทยในปัจจุบันที่คนรุ่นใหม่ห่างไกลวัดกันมากขึ้น จึงเกิดความคิดที่จะปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของธรรมะในอดีตที่คนทั่วไปอาจจะสนใจและเข้าใจเพราะรูปลักษณ์ของหนังสือก็ไม่สวยงามและน่าอ่าน ให้เป็นนิตยสารธรรมะที่สอดแทรกธรรมะไว้ในเรื่องราวต่างๆ ในแต่ละคอลัมน์ของนิตยสารซีเคร็ต อ่านเข้าใจง่ายและมีภาพประกอบที่สวยงาม เพื่อเป็นช่องทางที่จะดึงดูดคนรุ่นใหม่ให้หันมาสนใจธรรมะกันมากขึ้น

ด้วยจุดเด่นของนิตยสารที่มีความเหมาะสมที่จะเป็นสื่อหนึ่งที่สามารถส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ตได้ไม่ต่างจากสื่ออื่นๆ ตรงที่ผู้บริโภคสามารถเลือกตามความสนใจและความต้องการของแต่ละบุคคลได้ นิตยสารมีความยืดหยุ่นสูงสามารถออกแบบให้มีความหลากหลายในขนาด รูปทรงตามความคิดสร้างสรรค์ และเน้นความงามของภาพที่นำเสนอในนิตยสาร ในส่วนของเวลาที่มีค่อนข้างมากทำให้บรรณาธิการสามารถที่จะเลือกเฟ้นเนื้อหา หรือ เจาะลึกในประเด็นที่อยากจะนำเสนอได้มากกว่า และมีระยะเวลาในการวางขายที่ค่อนข้างนาน แม้ว่าข้อจำกัดของนิตยสารนั้นการสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ที่เป็นตัวอักษรเป็นหลัก ซึ่งผู้รับสารจะต้องมีความสามารถในการอ่าน และราคาแพง แม้วานิตยสารจะออกแบบรูปเล่มที่สวยงามให้ชวนซื้อหา แต่นิตยสารส่วน

ใหญ่มักมีราคาแพง เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตที่สูง เพราะต้องการเน้นทั้งด้านคุณภาพกระดาษ เนื้อหา และรูปภาพที่บรรจุนุ่ม จึงเป็นอุปสรรคประการหนึ่งของผู้อื้อ และข้อจำกัดในการนำเสนอเนื้อหา ไม่สามารถนำเสนอเนื้อหาในลักษณะสดใหม่ได้

ในส่วนของคุณลักษณะภายในองค์กรนิตยสารซีเคร็ตนั้นมีการแบ่งหน้าที่ตามความรับผิดชอบกันอย่างชัดเจนตามทฤษฎีการบริหารบุคลากรในองค์กรตามที่ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของสุภาวดี สุขสมัย ที่เคยศึกษางานวิจัยเรื่อง “นิตยสารแนวสุขภาพของบริษัทยอนิรินทร์พรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) กับการนำเสนอเรื่องโยคะ” มาเป็นกรอบในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากได้กล่าวถึงลักษณะการทำงานของบุคลากรในบริษัทยอนิรินทร์พรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นลักษณะการทำงานที่เหมือนกับการทำงานในกองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต (ในหน้าที่ 12) เนื่องจากเป็นบริษัทในเครือเดียวกัน

ในส่วนของการสื่อสารสุขภาวะทางจิตวิญญาณในนิตยสารซีเคร็ตตามทฤษฎีการสื่อสารของลาสเวลล์ในหน้าที่ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมากรอบในการศึกษาถึงกระบวนการสื่อสารของนิตยสารซีเคร็ตในเรื่องของการสื่อสารสุขภาวะทางจิตวิญญาณ และจากการที่สัมภาษณ์คณะผู้จัดทำนิตยสารประกอบกับผลที่ได้จากแบบสอบถามของผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต ทำให้ผู้วิจัยทราบว่า การสื่อสารของนิตยสารซีเคร็ตนั้นตรงกับการสื่อสารของลาสเวลล์ที่เชื่อว่าเป็นกระบวนการเชิงโน้มน้าวใจที่สามารถทำให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมบางอย่างไปตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้

จากการวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ตตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 – เดือนธันวาคม 2552 ผู้วิจัยพบว่า นิตยสารซีเคร็ตมีการวางแผนและจัดวางรูปแบบของนิตยสารให้เด่นชัดในสายตาของผู้อ่านตามที่ดร.ณี หิรัญรักษ์ ได้กล่าวไว้ใน (ในหน้าที่ 21) นิตยสารซีเคร็ตซึ่งถือเป็นนิตยสารเล่มหนึ่งที่เน้นการนำเสนอเนื้อหาธรรมะเป็นหลักตามแนวคิดนิตยสารตามที่สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ ได้กล่าวถึง การแบ่งประเภทของนิตยสารเกี่ยวกับศาสนานั้น พบว่า นิตยสารซีเคร็ตนั้นเป็นถือเป็นนิตยสารเฉพาะกลุ่ม (specialized magazine) ที่องค์ประกอบของนิตยสารนั้นมีความสำคัญต่อการสร้างเอกลักษณ์และความโดดเด่นของนิตยสารอย่างมากตามที่ได้กล่าวไว้ (ในหน้าที่ 19) ซึ่งนอกจากรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ตแล้วสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การตลาดซึ่งกลไกการตลาดภายใต้ระบบการตลาดและเศรษฐกิจทุนนิยมอุตสาหกรรม นักการตลาดเรียนรู้ถึงการที่คนในสังคมให้ความสำคัญ

แก่ความหมายทางวัฒนธรรมแก่สินค้ามากกว่าประโยชน์ในการใช้สอย คุณภาพและราคา และเน้นความแตกต่างของสินค้า ด้วยการการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า เน้นความทันสมัย ความหรูหรา มีระดับ เอกลักษณะการโฆษณา การออกแบบเชิงศิลป์ การจัดวางสินค้าในการช่วยสร้างคุณค่าทางสัญลักษณ์ให้แก่สินค้าตน การสร้างความหมายใหม่ส่วนตัวให้กับผู้บริโภคต่อไปตามที่สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์ ได้กล่าวไว้ (ในหน้า 14)

การสร้างความโดดเด่นให้กับนิตยสารซีเคร็ตจึงเป็นเรื่องที่สำคัญทั้งในส่วนของการออกแบบคุณภาพของนิตยสาร และราคาของนิตยสาร เพราะสิ่งเหล่านี้มีผลต่อภาพลักษณ์ของนิตยสารซีเคร็ตในสายตาของผู้่านอย่างมาก จากการที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ตตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 ถึงเดือนธันวาคม 2552 จำนวนทั้งสิ้น 24 เล่ม ผู้วิจัยสามารถสัมผัสถึงความโดดเด่นของนิตยสารซีเคร็ตได้ตั้งแต่หน้าปกของนิตยสารซีเคร็ตที่เป็นภาพหน้าปกบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม โดยเฉพาะดารานางงามที่ขึ้นปกด้วยใบหน้าที่มีรอยยิ้มแห่งความสุขในภาพขาว – ดำ ตัดกับสีสันสดใสของตัวอักษรทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เป็นส่วนหนึ่งของชื่อนิตยสารและโปรยปกเพื่อสร้างความทันสมัยให้กับนิตยสารซีเคร็ต ซึ่งในภาพรวมเป็นสิ่งที่สามารถสร้างจุดเด่นให้กับนิตยสารซีเคร็ตบนแผงหนังสือได้ไม่น้อย

จุดเด่นของนิตยสารซีเคร็ตอีกส่วนหนึ่งก็คือ การสอดแทรกเนื้อหาธรรมะที่ส่งผลต่อจิตวิญญาณของผู้่านเอาไว้ในทุกๆบทความ เรื่องเล่า บทสัมภาษณ์ในแต่ละคอลัมน์ไว้ได้อย่างน่าสนใจ มีการจัดวางหน้าคอลัมน์ในหลายรูปแบบเหมือนกับนิตยสารทั่วไป มีการใช้ภาษาที่ง่ายต่อความเข้าใจของคนทั่วไปทุกเพศทุกวัย มีการตั้งชื่อเรื่องในแต่ละคอลัมน์ได้อย่างน่าสนใจ มีการคัดสรรเรื่องราวที่น่าสนใจจากหลายสื่อและหลายชาติมาลงในคอลัมน์ที่มีเนื้อที่จำกัดได้อย่างน่าสนใจ นอกจากนี้ยังมี การใช้ภาพประกอบในรูปแบบต่างๆทั้งภาพกราฟฟิก ภาพวาด และภาพถ่าย พร้อมสีสันสวยงามที่แฝงความหมายทางธรรมะและสื่อถึงเรื่องราวในคอลัมน์นั้นๆได้อย่างชัดเจน รวมถึง Secret Box ที่เป็นกล่องที่บรรจุข้อคิดดีๆเอาไว้ในท้ายเรื่อง นอกจากนี้ยังมีนักเขียนประจำที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่าง ท่านว. วชิรเมธี, หนูดี วนิษา เรช, ทพ.สม สุจีรา, ดร.สนอง วรอุไร และแม่ชีคันสนีย์ เสถียรสุด ที่เขียนเรื่องราวลงในคอลัมน์นิตยสารได้อย่างน่าสนใจ

จุดเด่นของนิตยสารซีเคร็ตที่ผู้วิจัยพบหลังจากที่ได้ทำการศึกษา นิตยสารซีเคร็ต จากการสัมภาษณ์พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี ในฐานะที่เป็นผู้หนึ่งที่มีส่วนในการริเริ่มให้เกิดนิตยสารซีเคร็ตขึ้น และได้เป็นนักเขียนประจำให้กับนิตยสารซีเคร็ตมาตั้งแต่ฉบับปฐมฤกษ์คือ นิตยสารซีเคร็ตมีจุดเด่นในการนำเสนอธรรมะที่แตกต่างไปจากการนำเสนอธรรมะผ่านตัวหนังสือในอดีต ดังนี้

มุมมองของท่านว.วชิรเมธีที่มีต่อนิตยสารซีเคร็ต ในฐานะที่เป็นนักเขียนประจำในนิตยสารซีเคร็ต



ภาพที่ 5.1 แผนภาพแสดงมุมมองของท่านว.วชิรเมธี ในฐานะนักเขียนประจำของนิตยสารซีเคร็ต

จากแผนภาพแสดงให้เห็นถึงจุดเด่นและกลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารซีเคร็ต จนทำให้นิตยสารซีเคร็ตได้รับการตอบรับจากผู้อ่านเป็นอย่างดีด้วยลักษณะของการนำเสนอประเด็นธรรมะที่ทันสมัยกับเหตุการณ์ปัจจุบัน เนื้อหาที่มีความหลากหลายสามารถตอบใจทุกคนได้ทุกเพศทุกวัย มีการเปลี่ยนภาพของธรรมะในอดีตที่คนทั่วไปมองว่าเป็นเรื่องหนัก ยาก และมีแต่ภาษาบาลีให้มีลักษณะเป็นฮาวทูที่ใช้ภาษาง่ายๆและไม่มีภาษาบาลี เพื่อให้ผู้อ่านเสพได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังทำให้

คนทำงาน ชนชั้นกลาง และคนทั่วไปได้เข้าใจลัทธิธรรมมากขึ้น เนื่องจากสภาพสังคมในปัจจุบันทำให้ผู้คนต้องแข่งขันกันเพื่อหาเลี้ยงชีพ จึงไม่มีเวลาที่จะเข้าวัดฟังธรรมขัดเกลาจิตใจให้ดีขึ้น รวมถึงคอลัมน์ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคอลัมน์สัมภาษณ์บุคคลที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้อ่าน นิตยสารซีเคร็ตได้และทำให้ผู้อ่านได้รู้ว่าธรรมะเป็นสิ่งจำเป็นในการใช้ชีวิตของคนทุกคน

ซึ่งจากการสัมภาษณ์พระมหาวิมลชัย วชิรเมธี ถึงความหมายของคำว่าจิตวิญญาณในแง่ของพุทธศาสนา ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบว่าความหมายของคำว่า “จิตวิญญาณ” ในทางพุทธศาสนาแท้จริงแล้ว คือ คำว่า “จิต มโน วิญญาณ” ในทางพุทธศาสนา ถือว่า เป็นไวยากรณ์ของกันและกัน คือ ใช้แทนกันได้ ในบางกรณี ส่วนคำว่า “จิตวิญญาณ” เป็นศัพท์บัญญัติแทนคำว่า “spirit” หรือ “spirituality” ซึ่งหมายถึงเรื่องของจิตใจ หรือเรื่องของกรรมสิทธิ์ในพระเจ้า ส่วนในทางพุทธศาสนา คำว่า “จิตวิญญาณ” ควรหมายถึง ระบบความรู้ ระบบความรู้สึก ระบบความคิด ระบบความเชื่อ (รวมทั้งศรัทธา และค่านิยม) และปัญญา กล่าวสั้นๆก็คือว่า จิตวิญญาณ เป็นเรื่องที่น่าเชื่อถือกับจิตใจทั้งหมดนั่นเอง (ทั้งความรู้ ความรู้สึก ความเชื่อ ความคิด จิตใจ และปัญญา)

เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงประเด็นการนำเสนอเรื่องจิตวิญญาณที่ถูกสอดแทรกอยู่ในเนื้อหาของนิตยสารซีเคร็ตตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 ถึงเดือนธันวาคม 2552 จำนวนทั้งสิ้น 24 เล่ม ซึ่งผู้วิจัยได้นำเกณฑ์จากงานวิจัยของสุภามาศ วิยอุดมวุฒิ ที่ทำศึกษาเรื่อง “การทำจิตวิญญาณให้เป็นสินค้าในนิตยสารผู้หญิง” และของพิงพิศ เทพปฏิมา ที่ได้ศึกษาเรื่อง “การถ่ายทอดความคิดเรื่องจิตวิญญาณในภาพยนตร์” มาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหา ประกอบกับเกณฑ์เพิ่มเติมที่ผู้วิจัยได้เพิ่มขึ้นมาในภายหลังจากที่ได้วิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ตมาแล้ว 5 เล่ม รวมทั้งสิ้น 17 เกณฑ์เพื่อให้การวิเคราะห์ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจิตวิญญาณในนิตยสารซีเคร็ตนั้นครอบคลุมมากขึ้น และพบว่าประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจิตวิญญาณ มากที่สุด 5 อันดับแรกดังนี้ 1. ความสุข 2. ความรัก 3. สัจธรรมของชีวิต 4. ความดีงามและความทุกข์ 5. สติ

ในส่วนการจัดการและการวางแผนการตลาดของนิตยสารซีเคร็ตนั้นในภาพรวมไม่แตกต่างไปจากนิตยสารเล่มอื่นๆในท้องตลาดที่มีการวางแผนกลุ่มเป้าหมายและรูปแบบการตลาด การประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน แม้ว่าในเวลานี้นิตยสารซีเคร็ตยังไม่มีโฆษณาเข้ามามากนัก แต่นิตยสารซีเคร็ตก็ยังมียอดสมาชิกนิตยสารที่สูงเป็นอันดับสามในบรรดานิตยสารหลายสิบเล่มที่บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง

แอนด์พลัสซิง จำกัด (มหาชน) ซึ่งถือได้ว่านิตยสารซีเครีตนั้นสามารถอยู่ได้ด้วยตัวเอง แม้ยังต้องการโฆษณาจากภายนอกเพื่อลดต้นทุนในการผลิตนิตยสาร เพื่อให้ไม่ให้อ่านนิตยสารต้องจ่ายค่านิตยสารในราคาที่สูงเกินไป โดยทางการตลาดได้มีการนำแผนการตั้งราคาจากนิตยสารชีวิต ซึ่งเป็นนิตยสารรายปักษ์ในเครือเดียวกัน

ซึ่งจากการที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาส่วนการนำเสนอบทความเชิงโฆษณาในนิตยสารซีเครีตที่ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์ขึ้นมา 8 เกณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกณฑ์ที่ผู้วิจัยนำมาจากงานของชลัษฏพร อนันต์ศฤงคาร ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอบทความเชิงโฆษณาในนิตยสาร และการเปิดรับ การตระหนักรู้ และทัศนคติของผู้อ่านนิตยสาร” ซึ่งเกณฑ์ที่มีการนำเสนอผ่านนิตยสารซีเครีตมากที่สุด 3 อันดับแรกตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 – เดือนธันวาคม 2552 จำนวนทั้ง 24 เล่ม ตามลำดับ ดังนี้ 1. บทความโฆษณาเกี่ยวกับเรื่องอื่นๆ (โฆษณาองค์กร หรือห้างร้านต่างๆ ที่อยู่นอกเหนือจากเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้กำหนดเอาไว้) เนื่องจากเป็นองค์กรที่มีการทำงานเพื่อสังคม และต้องการจะโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์อย่างนิตยสาร 2. บทความโฆษณาเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพและอาหาร 3. บทความโฆษณาเกี่ยวกับเรื่องความสวยงาม

จากการวิเคราะห์ผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้อ่านนิตยสารซีเครีต จำนวน 200 คน พบว่า ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้อ่านที่อ่านนิตยสารซีเครีต เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และอายุของผู้อ่านนิตยสารซีเครีตส่วนใหญ่ คือ อายุ 26-35 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มผู้อ่านที่ทางการตลาดของนิตยสารซีเครีตได้วางแผนเอาไว้ ซึ่งเป็นช่วงอายุที่ต้องเผชิญกับความเครียดและแรงกดดันจากสิ่งต่างๆรอบตัว ทั้งปัญหาในการทำงาน ปัญหาเพื่อนร่วมงาน ปัญหาค่าครองชีพ และปัญหาอื่นๆ ส่วนอาชีพของผู้อ่านส่วนใหญ่ของนิตยสารซีเครีตประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ตำแหน่งงานของนิตยสารซีเครีตในที่ทำงานส่วนใหญ่ คือ ระดับพนักงานทั่วไป ระดับการศึกษาของผู้อ่านส่วนใหญ่ คือ ระดับปริญญาตรี ในส่วนผลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับรายได้ของผู้อ่านที่พบว่าส่วนใหญ่ 10,000 บาทหรือต่ำกว่า เนื่องจากผู้อ่านนิตยสารซีเครีตที่ได้ทำแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยชั้นปี 3 ปี 4 และคนในช่วงที่เพิ่งเริ่มทำงานที่เคยอ่านนิตยสารซีเครีตจากตามสถานที่ต่างๆทั้งที่บ้าน เพราะมีคนในบ้านซื้อนิตยสารซีเครีตมาอ่านหรือบอกรับเป็นสมาชิก และที่อื่นๆ อย่างเช่นร้านทำฟันหรือสถานที่รวมกลุ่มคนที่สนใจธรรมะ เป็นต้น จึงทำให้ผลจากแบบสอบถามที่ได้ในงานวิจัยครั้งนี้ไม่ตรงกับกลุ่มรายได้ที่ทางการตลาดของนิตยสารซีเครีตได้ตั้งไว้ ส่วนสถานภาพของ

ผู้อ่านนิตยสารซีเคริตส่วนใหญ่ คือ โสด และศาสนาที่ผู้อ่านนิตยสารซีเคริตส่วนใหญ่นับถือ คือ ศาสนาพุทธ ลักษณะการอ่านของผู้อ่านนิตยสารซีเคริตที่ผู้วิจัยได้ไปเก็บข้อมูลแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ไม่ได้่านนิตยสารทุกฉบับและไม่ได้เป็นสมาชิกนิตยสารซีเคริต เนื่องจากผู้วิจัยต้องการผลแบบสอบถามที่แตกต่างกัน จึงเน้นแจกแบบสอบถามให้กับผู้อ่านที่ไม่ได้เป็นสมาชิกนิตยสารซีเคริต และไม่ได้่านนิตยสารซีเคริตทุกฉบับมากกว่าผู้อ่านที่เป็นสมาชิกนิตยสารซีเคริตและ่านนิตยสารซีเคริตทุกฉบับ

จากผลที่ได้จากแบบสอบถามที่ศนะจากผู้อ่านนิตยสารซีเคริต จำนวน 200 คนในส่วนของกาารเปิดรับและทัศนคติของผู้อ่านที่มีต่อนิตยสารซีเคริต ทำให้ผู้วิจัยทราบว่ทั้งบุคคลขึ้นปก ชื่อผู้เขียนบทความที่มีความน่าเชื่อถือ ระยะเวลาในการออกวางแผงของนิตยสารซีเคริต และความต้องการเนื้อหาธรรมะภายในนิตยสารซีเคริต เพื่อเพิ่มพูนความรู้และเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าไปสามารถอ้างอิงความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลต่อการเปิดรับของผู้อ่านมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการเปิดรับที่ผู้วิจัยได้นำประกอบเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาการเปิดรับนิตยสารซีเคริตในหน้าที 37 ที่กล่าวว่าบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน และเลือกให้ความสนใจเฉพาะเรื่องี่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตน นอกจากนี้ผู้อ่านยังที่ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะที่ทันสมัย การจัดองค์ประกอบ ทั้งการให้สีของปก ความสวยงามของรูปภาพประกอบในนิตยสาร ปริมาณเนื้อที่ที่ให้สำหรับคอลัมน์ต่างๆในนิตยสารซีเคริต บทความสัมภาษณ์บุคคลในนิตยสาร รวมถึงการได้รับทราบข้อมูลกิจกรรมทางพุทธศาสนาที่สามารถกระทำได้ในวันหยุด และสามารถนำเนื้อหาในนิตยสารซีเคริตไปปฏิบัติใช้ได้จริงในชีวิตประจำวันมากที่สุด ซึ่งเนื้อหาภายในนิตยสารซีเคริตนั้นเป็นประโยชน์สำหรับผู้อ่านอย่างมาก เพราะผู้อ่านได้รับข้อคิดและคติสอนใจจากการ่านนิตยสารซีเคริตและนำไปปฏิบัติจากนั้นก็ไปบอกต่อแก่ญาติมิตรและคน สามารถช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของตนเองได้ และใช้ชีวิตอย่างมีสติและมีเหตุผลในการคิดและการกระทำมากขึ้น ช่วยเปลี่ยนวิธีคิดให้สามารถใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างมีความสุขมากขึ้น และอยากจะช่วยเหลือผู้อื่นมากขึ้นมากขึ้น

และผลจากแบบสอบถามในส่วนการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณของผู้อ่านนิตยสารซีเคริต ทำให้ผู้วิจัยทราบว่านิตยสารซีเคริตมีส่วนช่วยทำให้ผู้อ่านหันมาแสวงหาแก่นแท้ในชีวิตมากขึ้น มีความยึดมั่นศรัทธาและความเชื่อในพุทธศาสนามากขึ้น มีความเมตตากับผู้อื่นมาก



ขึ้น และแสวงหาความสุขทางจิตวิญญาณมากขึ้น เข้าใจสัจธรรมในชีวิตมากขึ้น ผ่อนคลายและสบายใจทุกครั้งหลังจากที่ได้อ่านนิตยสารซีเคร็ต มีส่วนช่วยให้มีสติในการใช้ชีวิตมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้ผู้อ่านรู้จักที่จะเสียสละเพื่อผู้อื่น แม้ว่าในประเด็นที่นิตยสารซีเคร็ตทำให้ผู้อ่านหมั่นสวดมนต์ รักษาศีล และหันมาปฏิบัติธรรมมากขึ้นจะอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าในชีวิตประจำวันผู้อ่านได้ปฏิบัติสิ่งเหล่านี้เป็นประจำอยู่แล้ว แต่ผู้วิจัยก็เชื่อว่านิตยสารซีเคร็ตสามารถสื่อสารสุขภาวะทางจิตวิญญาณได้จริง

จากการที่ได้ศึกษานิตยสารซีเคร็ตทั้งในส่วนของของผู้ผลิตนิตยสาร เนื้อหาในนิตยสาร และผลตอบรับจากผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ต ทำให้เห็นโมเดลการนำธรรมะที่มีการผสมผสานให้เข้ากับธุรกิจนิตยสารได้อย่างลงตัว ภายใต้กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาธรรมะผ่านเรื่องราวในคอลัมน์ต่างๆของนิตยสารซีเคร็ตเพื่อมุ่งเน้นส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณให้กับผู้อ่านนั้นเป็นสิ่งที่ทำได้หากทำอย่างมีกุศโลบาย จากการให้สัมภาษณ์ของพระมหาวิมลชัย วชิรเมธีได้กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า “เรามักเรียกร้องอยากเห็นสังคมไทยมีธรรมะ แต่เรามักจะไม่กล้านำเสนอธรรมะแบบใหม่ นั่นเป็นเหตุผลการนำเสนอธรรมะยังคงติดอยู่ในกรอบเดิมๆ คือ การเทศน์ของพระ และต้องรอวันพระเป็นสำคัญ ผลก็คือ ธรรมะกลายเป็นสิ่งที่น่าเบื่อหน่าย การฟังเทศน์กลายเป็นกิจกรรมที่ไม่มีใครสนใจ แต่เมื่อมีผู้กล้าคิดนอกกรอบนำเอากระบวนการบริหารจัดการเข้ามาช่วยในการเผยแผ่ธรรม ก็ทำให้ธรรมะมี“พื้นที่” ในการเข้าถึงคนได้ง่ายและมากขึ้น และโดยส่วนตัวคิดว่านิตยสารเป็นสื่อที่สามารถสื่อสารสุขภาวะทางจิตวิญญาณของผู้คนในสังคมได้ในระดับหนึ่ง เพราะเรื่องจิตวิญญาณเป็นเรื่องเรื่องที่เกี่ยวข้องกับใจทั้งสิ้น แต่การเกิดนิตยสารซีเคร็ตขึ้นมาอย่างน้อยก็เป็นการสะท้อนความต้องการของคนในสังคมว่าเขาต้องการบริโภคธรรมะแบบใด อยากอ่านแนวคิดทางธรรมของใคร หรืออีกนัยหนึ่ง ก็สามารถเป็นชุมชนผู้สนใจในธรรมร่วมสมัยได้เป็นอย่างดี”

และจากผลที่ได้งานวิจัยครั้งนี้ในส่วนที่ออกมาว่านิตยสารซีเคร็ตสามารถทำให้ผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ตหมั่นสวดมนต์ รักษาศีล และหันมาปฏิบัติธรรมในระดับปานกลางเท่านั้น ทำให้ผู้วิจัยเห็นว่านิตยสารซีเคร็ตที่ถือว่าเป็นสื่อชาวบ้านยังไม่สามารถเทียบกับสื่อวัด และเป็นสิ่งที่นิตยสารซีเคร็ตควรนำไปปรับปรุง เพื่อให้นิตยสารซีเคร็ตสามารถเทียบเท่ากับสื่อวัดได้

ซึ่งจากการทำวิจัยครั้งนี้ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นว่ ศาสนามีหน้าที่หลักในการสร้างความเป็น ปึกแผ่นให้กับสังคม โดยมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการใช้สื่อมวลชนจากรูปแบบอื่น ๆ มากเป็นสื่อ นิตยสาร และเอาค่านิยมของศาสนาในรูปแบบเดิมที่มองว่าศาสนาเป็นอุปสรรคสำหรับสังคมสมัยใหม่ทิ้งไป และใส่ค่านิยมศาสนาในรูปแบบใหม่เข้าไปแทนที่ ซึ่งนักทฤษฎีนิยมมองว่าเป็นการปรับตัวเพื่อ ตอบสนองสภาพแวดล้อมใหม่ของระบบและเป็นกระบวนการที่ไม่ได้เกิดขึ้นตามยถากรรม แต่เป็นส่วน หนึ่งของกรวางแผนพัฒนาสังคม บทบาทหน้าที่ของนิตยสารซีเคร็ตในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนจึงเป็น การโฆษณาเพื่อให้นักมีคุณธรรม ไม่ใช่การโฆษณาให้คนสนใจในเรื่องการมรณกรรมตามที่กาญจนา แก้ว เทพ ได้กล่าวไว้ในหน้าที่ 10

### ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะทั่วไปจากการวิเคราะห์เนื้อหาในซีเคร็ต ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่านิตยสาร ซีเคร็ตควรจะมีการนำเสนอประเด็นทางจิตวิญญาณในทุกประเด็นอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อจะได้ส่งเสริม สุขภาวะทางจิตวิญญาณของผู้อ่านได้รอบด้านและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาเฉพาะสื่อ นิตยสารร่วมสมัยที่ยังผูก ติดอยู่กับธุรกิจนิตยสารที่ต้องการโฆษณามาช่วยในการลดต้นทุนการผลิต หากในอนาคตมีการศึกษา นิตยสารธรรมะในรูปแบบอื่นอย่างเช่น นิตยสารธรรมะแบบ Free copy ที่ได้รู้จักผ่านการสัมภาษณ์ กองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ตก็เป็นเรื่องที่น่าสนใจและหากมีนิตยสารธรรมะในรูปแบบ Free copy เพิ่มมากขึ้น การทำวิจัยครั้งต่อไปหากมีการเปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอสื่อ นิตยสารธรรมะแบบ Free copy และหากมีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการหารายได้เพื่อมาสนับสนุนการทำนิตยสาร ธรรมะที่สี่สันสวยงามสามารถดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้ไม่แพ้ นิตยสารธรรมะอย่างซีเคร็ตจะสามารถ ส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณของคนได้หรือไม่ก็เป็นเรื่องที่น่าสนใจ

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กนกวรรณ นະนะกร. การวิเคราะห์องค์กร รูปแบบ และการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารสกุลไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542
- กรกนก กมลรัตน์. บทบาทของอินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาสำหรับเด็กและเยาวชนศึกษาเฉพาะกรณีเว็บไซต์พลังจิต. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550
- กาญจนา แก้วเทพ. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เอดิสัน เพรส โปรดักส์, 2549
- เกษม เพ็ญภินันท์. สู่พรมแดนความรู้เรื่องวัฒนธรรมบริโภค. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์, 2550
- เกษม ศิริสัมพันธ์. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) หนังสือพิมพ์รายวันในกรุงเทพฯ 14 ฉบับ. กรุงเทพฯ : แผนกวารสารศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2507
- โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ บรรณาธิการ. มิติสุขภาพ : กระบวนทัศน์ใหม่เพื่อสร้างสังคมแห่งสภาวะสุข. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข, 2545
- เครือข่ายองค์การพระพุทธศาสนาแห่งประเทศไทย. คำว่า "จิตวิญญาณ" ในร่างพรบ.สุขภาพแห่งชาติ มีผลกระทบต่อพระพุทธศาสนาในประเทศไทยอย่างไร?. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : พิมพ์สวย, 2546
- จงจิต ศรีพรพรรณ โรเบิร์ต. บรรณาธิการนิตยสาร Magazine Editing. ภาควิชา การสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2543
- ชยุตตรา ศิริไกรวัฒนาวงศ์. พฤติกรรมการเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้อ่านนิตยสารแนวธรรมะและแนววิถีปฏิบัติ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541
- ชลัษฏพร อนันต์ศฤงคาร. การวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอบทความเชิงโฆษณาในนิตยสาร และการ

- เปิดรับ การตระหนักรู้ และทัศนคติของผู้อ่านนิตยสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาค  
 วิชาการโฆษณา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : ไทเนรมิตกิจ อินเตอร์  
 โปรเกรสซีฟ, 2552
- ณัฐนันท์ ปรกาศสันติสุข. ประสิทธิผลของการสื่อสารในการเผยแพร่ธรรมะหลักสูตรการพัฒนาจิตให้  
เกิดปัญญาและสันติสุข. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546
- เดวิด คินส์ลีย์, เขียน ; ฌภาพรรณ ศุภมันตรา, แปล. นิเวศวิทยากับศาสนา : จิตวิญญาณเชิงนิเวศ  
ในมุมมองต่างวัฒนธรรม = Ecology and religion. กรุงเทพฯ : สวณเงินมีมา, 2551
- ทิพย์วรรณ ศิลป์สกุลสุข. กองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต. สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2553
- เบญจพร นาทีกาญจนลาภ. ฝ่ายการตลาดและการสื่อสารแบรนด์นิตยสารซีเคร็ต. สัมภาษณ์,  
 2 กุมภาพันธ์ 2553
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่ง  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550
- ปิยะมาศ ยืนดีสุข. การศึกษาเพื่อพัฒนาสุขภาพทางจิตวิญญาณของนักเรียนโรงเรียนวิถีพุทธ.  
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาคศึกษานิเทศศาสตร์ การจัดการ และความเป็นผู้นำทาง  
 การศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548
- พนิต กุลศิริ. การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อศึกษาบทบาทของหนังสือพิมพ์รายวันต่อการพัฒนาสตรี.  
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
 2528
- พระมหาอุทัย วชิรเมธี. ผู้อำนวยการสถาบันวิมุตตยาลัย. สัมภาษณ์, 16 กุมภาพันธ์ 2552
- พีรียา จารุเศรษฐการ. การรู้เท่าทันบทความเชิงโฆษณาในนิตยสารสตรี. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
 มหาบัณฑิต ภาคศึกษาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549
- พิงพิศ เทพปฏิมา. การถ่ายทอดความคิดเรื่องจิตวิญญาณในภาพยนตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
 มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546
- มาลี บุญศิริพันธ์. เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ เล่ม 2. นนทบุรี :

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2546

เมตตา อุทกะพันธุ์. ประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง

แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด(มหาชน). สัมภาษณ์, 29 มกราคม 2553

รินธรรม อโคตตระกูล และคณะ. จิตวิญญาณแห่งความสุข. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : อูษาการพิมพ์,  
2549

วรลักษณ์ ผ่องสุขสวัสดิ์. กองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2553

วิพุธ พูลเจริญ. สุขภาพ : อุดมการณ์และยุทธศาสตร์ทางสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ :

สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข, 2544

วิชณ สุวรรณเพิ่ม. นิตยสาร. กรุงเทพฯ : บุรพาสานการพิมพ์, 2526

ศรีณญ นกแก้ว. กองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2553

สมพร เทพสิทธิ์า. การควบคุมทางสังคม. กรุงเทพฯ : สมชายการพิมพ์, 2541

เสาวลักษณ์ ศรีสุวรรณ. กองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2553

สุกัญญา มกรารุช. กองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2553

สุกัญญา สุตบรรทัด, กุลทิพย์ ศาสตร์ระรุจิ, อัญชลี จุฬาริมพ์พันธุ์, ณรงค์ ขำวิจิตร. การสื่อสาร

สำหรับการพัฒนาจิตวิญญาณสันติภาพเพื่อสุขภาวะ. สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุน

สนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาวะ (สสส.), 2548-2549

สุภมาศ ้วยอุดมวุฒิ. การทำจิตวิญญาณให้เป็นสินค้าในนิตยสารผู้หญิง. วิทยานิพนธ์ปริญญา

มหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. เรียนรู้วิธีการและงานบรรณาธิการสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2549

โสมนัส สุจริตกุล. การศึกษาผลกระทบการผลิตนิตยสารสำหรับเด็ก (พ.ศ.2528-2535). วิทยานิพนธ์

ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการหนังสือพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536

อัญชลี ถิรเนตร. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อนำมาไว้ในหลักคำสอนของพระพุทธเจ้า.

วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

2543

อานันตพร จินดา. กลยุทธ์ด้านสาระและการเล่าเรื่องในงานเขียนอิงธรรมะของดังตฤณ.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549  
 อิศระพร บวรเกิด. กองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2553  
 เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมองค์กรและการจัดการการตลาด. สาขาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัย  
 ธรรมมาธิราช. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2546  
 อุษาวดี สีนุเสณ. บรรณาธิการบริหารนิตยสารซีเคร็ต. สัมภาษณ์, 16 ธันวาคม 2552

### ภาษาอังกฤษ

Butler-Bowdon, Tom . 50 spiritual classics : timeless wisdom from 50 great books of inner discovery, enlightenment, and purpose. London ; Boston : Nicholas Brealey, 2005  
 Elizabeth M. Dowling, W. George Scarlett editors. Encyclopedia of religious and spiritual development. Thousand Oaks, Calif. : SAGE, 2006  
 Erricker, Clive. Reconstructing religious, spiritual and moral education. London : Routledge Falmer, 2000  
 Gary Gardner, Jane A. Peterson, editor. Invoking the spirit : religion and spirituality in the quest for a sustainable world. Washington, D.C. : Worldwatch Institute, 2002  
 Parrinder, Geoffrey. The Routledge dictionary of religious & spiritual quotations. London : Routledge, 2000  
 Rubin, Jeffrey B. The good life : psychoanalytic reflections on love, ethics, creativity, and spirituality. Albany : State University of New York Press, 2004  
 Takeuchi Yoshinori editor. Buddhist spirituality : Indian, Southeast Asian, Tibetan, and early Chinese ; in association with Jan Van Bragt. New York : Crossroad, 1993  
 VIJAYA SAMARAWICKRAMA. A Buddhist Reflects on SPIRITUALITY. 1 ed. Alatulis dan Pencil Capital Sdn Bhd, 2000  
 Wallace, B. Alan. Embracing mind : the common ground of science and spirituality. Boston : Shambhala, 2008  
<http://www.abacpoll.au.edu>



ภาคผนวก ก.

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางเก็บบันทึกข้อมูล (Coding Sheet)**  
 ตารางข้อมูลวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพทางจิตวิญญาณในนิตยสาร Secret  
 (เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสาร Secret)

ฉบับที่ .....

ปีที่ ..... / ปีที่ .....

บุคคลที่นำมาขึ้นปกคือ ..... อาชีพ ..... อายุ ..... ปี

ชื่อคอลัมน์	การนำเสนอประเด็นทางจิตวิญญาณ																
	ความสงบ	ความสุข	ความผ่อนคลาย	ความดีงาม	การรักมาสมคุณของจิตใจ	ความเชื่อศรัทธา	การแสวงหาแก่นแท้ของชีวิต	การยึดมั่นในคุณธรรม	ไม่ยึดติด	ความเสียสละ	การยึดมั่นในสรรพสิ่ง	ความรัก	กิลตของมนุษย์	สังกรรมของชีวิต	ความทุกข์	การปฏิบัติตนในศีลธรรม	สติ
Editor's talk																	
News Update																	
Serve your soul : Watch/listen																	
Serve your soul : Eat&Drink																	
Serve your soul : Go																	
Serve your soul : Shop																	
Serve your soul : Read																	
Serve your Senses																	
News Remark																	
Whiteboard																	
Idol Secrets																	

ตัวอย่างตารางวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสาร Secret (หน้าที่ 1)



ชื่อคอลัมน์	การนำเสนอประเด็นทางจิตวิญญาณ																
	ความสงบ	ความสุข	ความผ่อนคลาย	ความคึกคัก	การรักษาสมดุลของจิตใจ	ความเชื่อศรัทธา	การแสวงหาแก่นแท้ของชีวิต	การยึดมั่นในคุณธรรม	ไม่ยึดติดวัตถุนิยม	ความเสียดสี	การยึดมั่นในสรรพสิ่ง	ความรัก	กิเลสของมนุษย์	สังขารของชีวิต	ความทุกข์	การปฏิบัติตนในศีลธรรม	สติ
Secret of Life																	
Say It Out Loud																	
Admirable One																	
This Is Life																	
Never Give Up																	
Answer Keys																	
Feature II																	
Special Feature																	
Live & Learn																	
Life Management																	
Mind Management																	
Mind Training																	
Money Management																	
Healthy Body in Healthy Mind																	
A Trip with a View																	
Food for Thoughts																	
Unforgettable																	
Feature																	
Feature I																	

ตัวอย่างตารางวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสาร Secret (หน้าที่ 2)



ชื่อคอลัมน์	การนำเสนอประเด็นทางจิตวิญญาณ																
	ความสงบ	ความสุข	ความผ่อนคลาย	ความดีงาม	การรักกษัตริย์ของจิตใจ	ความเชื่อศรัทธา	การแสวงหาแก่นแท้ของชีวิต	การเชื่อมั่นในคุณธรรม	ไม่ยึดติดวัตถุนิยม	ความเยือกเย็น	การเชื่อมั่นในสรรพสิ่ง	ความรัก	กิเลสของมนุษย์	ศีลธรรมของชีวิต	ความทุกข์	การปฏิบัติตนในศีลธรรม	สติ
Special Report																	
You are What You Do																	
Mystery of life																	
Stories from Our Readers																	
Encouragement																	
Inspiration																	
The Miracle																	
Dhamma Talk																	
My Secret																	
Joyful Life & Peaceful Death																	

ศูนย์วิทยพัชยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตัวอย่างตารางวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสาร Secret (หน้าที่ 3)

ตารางเก็บบันทึกข้อมูล (Coding Sheet)

ตารางข้อมูลวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารสุขภาพทางจิตวิญญาณในนิตยสาร Secret

(เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสาร Secret)

ฉบับที่ .....

ปีที่ ..... / ปีที่ .....

บุคคลที่นำมาขึ้นปกคือ ..... อาชีพ ..... อายุ ..... ปี

เนื้อหา	จำนวนความถี่	ร้อยละ
จำนวนโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพและอาหาร		
จำนวนโฆษณาเกี่ยวกับความสวยความงาม		
จำนวนโฆษณาเกี่ยวกับครอบครัว		
จำนวนโฆษณาเกี่ยวกับการเลี้ยงดูเด็ก		
จำนวนโฆษณาเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านและที่อยู่อาศัย		
จำนวนโฆษณาเกี่ยวกับรถยนต์และการดูแลรถยนต์		
จำนวนโฆษณาเกี่ยวกับเทคโนโลยี		
จำนวนโฆษณาเกี่ยวกับเรื่องอื่นๆ		

ตัวอย่างตารางวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสาร Secret (หน้าที่ 4)

### ตัวอย่างแนวคำถามสำหรับประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด(มหาชน) และบรรณาธิการบริหารนิตยสารซีเคร็ต

- ตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบโดยย่อของผู้ให้สัมภาษณ์
- ความเป็นมาของนิตยสารซีเคร็ต นโยบายและอุดมการณ์ในการทำนิตยสารซีเคร็ตขึ้นมา
- มีแนวคิดอย่างไรในการตั้งชื่อหัวนิตยสารว่า “Secret”
- ทำไมจึงใช้ภาพหน้าปกนายแบบและนางแบบเป็นภาพขาวดำ
- มีเกณฑ์ในการเลือกสีหน้าปกนิตยสารอย่างไรบ้าง
- มีปัจจัยอะไรบ้างที่กำหนดการนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ต
- มีการวางแผนรูปแบบการนำเสนอธรรมะไว้อย่างไรบ้าง
- มีเกณฑ์ในการเลือก Contributor อย่างไรบ้าง
- มีเกณฑ์ในการคัดเลือกบุคลากรเข้ามาทำงานในกองบรรณาธิการนิตยสารอย่างไรบ้าง
- มีเกณฑ์อะไรบ้างในการเลือกบุคคลมาขึ้นปกนิตยสารซีเคร็ต
- มีเกณฑ์อะไรบ้างในการเลือกบุคคลมาสัมภาษณ์ในนิตยสารซีเคร็ต
- มีเกณฑ์อะไรบ้างในการเลือกเนื้อหา หรือ เรื่องราวมาลงในนิตยสารซีเคร็ต
- ทำไมถึงออกเป็นนิตยสารรายปักษ์
- มีการแบ่งสัดส่วนหน้าโฆษณากับเนื้อหาอย่างไร
- การที่นิตยสารซีเคร็ตเป็นนิตยสารแนวธรรมะ มีผลต่อการลงโฆษณาในนิตยสารหรือไม่  
อย่างไร
- มีเกณฑ์ในการเลือกโฆษณามาลงในนิตยสารซีเคร็ตหรือไม่ อย่างไร
- ท่านคิดว่านิตยสารซีเคร็ตจะมีส่วนช่วยพัฒนาจิตวิญญาณของผู้อ่านได้หรือไม่ อย่างไร

### ตัวอย่างแนวคำถามสำหรับหัวหน้ากองบรรณาธิการ และกองบรรณาธิการนิตยสารซีเคร็ต

- ตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบโดยย่อของผู้ให้สัมภาษณ์
- รับผิดชอบในส่วนของบทความหรือคอลัมน์ใดบ้าง และมีลักษณะการนำเสนอเรื่องราวของแต่ละคอลัมน์อย่างไรบ้าง
- มีการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่นำมาเขียนลงในนิตยสารซีเคร็ตอย่างไรบ้าง

- บทความหรือเรื่องราวที่น่าสนใจได้ออกไปได้รับการตอบรับจากผู้อ่านอย่างไรบ้าง
- มีปัจจัยใดบ้างที่มีส่วนสนับสนุน หรือ เป็นอุปสรรคในการทำงาน
- ท่านคิดว่าเนื้อหาในนิตยสารซีเคร็ต จะมีส่วนช่วยส่งเสริมสุขภาวะทางจิตวิญญาณของผู้อ่านได้หรือไม่ อย่างไร
- กิจกรรมที่ทางนิตยสารจัดขึ้นมาได้รับผลตอบรับจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นผู้อ่านนิตยสารซีเคร็ตอย่างไรบ้าง
- ในฐานะที่ท่านเป็นบรรณาธิการของนิตยสารซีเคร็ต ท่านคิดว่าแนวโน้มนิตยสารธรรมะในอนาคตจะเป็นอย่างไร

### ตัวอย่างแนวคำถามฝ่ายการตลาดและการสื่อสารแบรนด์นิตยสารซีเคร็ต

- ตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบโดยย่อของผู้ให้สัมภาษณ์
- มีนโยบายในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานของนิตยสารซีเคร็ตไว้อย่างไรบ้าง
- ทำไมจึงมีแนวคิดที่จะผสมผสานเนื้อหาธรรมะเข้ากับธุรกิจนิตยสารได้ เพราะเหตุใด
- กลุ่มเป้าหมายของนิตยสารซีเคร็ตคือใคร
- ยอดการพิมพ์นิตยสารซีเคร็ต
- มีการใช้วิธีการสื่อสารแบรนด์นิตยสารซีเคร็ตอย่างไรบ้าง เพื่อที่จะให้ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด
- มีการวางแผนในการกำหนดเวลาออกนิตยสารและช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างไร และตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบันประเด็นดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร มีปัญหาอุปสรรคเรื่องใดบ้าง
- มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างไรบ้าง และมีวิธีในประชาสัมพันธ์นิตยสารซีเคร็ต ในรูปแบบใดบ้าง
- ท่านคิดว่าอะไรคือจุดเด่นของนิตยสารซีเคร็ต ที่จะสามารถดึงดูดผู้อ่านและบริษัทเอเจนซี่ให้สนใจเข้ามาซื้อพื้นที่โฆษณา
- ภาพลักษณ์ของนิตยสารซีเคร็ต มีผลต่อการตัดสินใจในการลงโฆษณาหรือไม่ อย่างไร
- มีเกณฑ์ในการเลือกโฆษณามาลงในนิตยสารซีเคร็ตหรือไม่ อย่างไร
- เป้าหมายในการทำนิตยสารซีเคร็ต เพื่อหวังกำไรจากยอดขายหรือจากโฆษณาเป็นหลัก

- มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อเพิ่มยอดสมาชิกและยอดโฆษณาของนิตยสารอย่างไรบ้าง

#### ตัวอย่างแนวคำถามสำหรับพระ

- ตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบโดยย่อของผู้ให้สัมภาษณ์
- ท่านคิดว่าความหมายของคำว่า “จิตวิญญาณ” ในทางพุทธศาสนาแท้จริงแล้วคืออะไร
- ท่านคิดว่าสาเหตุหรือปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้ในปัจจุบันมีการเผยแพร่ธรรมะในสื่อต่างๆกันมากขึ้นในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา
- ตามทัศนะของท่าน ท่านคิดว่าสื่อมีศักยภาพที่จะช่วยพัฒนาจิตวิญญาณของคนในสังคมได้หรือไม่
- ท่านคิดว่าความแตกต่างของนิตยสารซีเคร็ตคืออะไร
- ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการที่มีการนำเรื่องของธรรมะมาผสมผสานกับธุรกิจนิตยสาร
- ท่านคิดว่านิตยสารซีเคร็ตนั้นถือว่าเป็นนิตยสารที่สามารถ “สื่อสารสุขภาวะทางจิตวิญญาณ” ได้หรือไม่ อย่างไร

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชุดที่ .....

## แบบสอบถาม

## เรื่อง นิตยสารซีเครีตกับการสื่อสารสุขภาวะทางจิตวิญญาณ

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เท่านั้น ผู้ทำวิจัยขอความกรุณา

ผู้ตอบแบบสอบถาม โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและครบถ้วน เพื่อประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้

.....  
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

## 1. เพศ

- 1.ชาย       2.หญิง

## 2. อายุ (ปี)

1. ต่ำกว่า 25 ปี       2. 25 - 35 ปี  
 3. 36 - 45 ปี       4. 46 - 55 ปี  
 5. 56 ปีขึ้นไป

## 3. อาชีพ

- 1.นักเรียน/นักศึกษา       2.รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ  
 3.พนักงานบริษัท       4.แพทย์/พยาบาล  
 5.ค้าขาย/เจ้าของกิจการ       6.อาจารย์/นักวิชาการ  
 7.ว่างงาน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ       8.รับจ้าง/อาชีพอิสระ  
 9.นักออกแบบ/สถาปนิก       10.ประกอบอาชีพอื่น ๆ (โปรดระบุ)

.....  
4. ระดับการศึกษาสูงสุด

- 1.ประถมศึกษา       2.มัธยมศึกษาตอนต้น  
 3.มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.       4.อนุปริญญา/ปวส.  
 5.ปริญญาตรี       6.ปริญญาโทหรือสูงกว่า

## 5. รายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน

1. 10,000 บาท หรือต่ำกว่า       2. 10,001-15,000 บาท

3. 15,001-20,000 บาท                       4. 20,001-25,000 บาท
5. 25,001-30,000 บาท                       6. 30,001-35,000 บาท
7. 35,001-40,000 บาท                       8. 40,001-45,000 บาท
9. 45,001-50,000 บาท                       10. มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป
6. สถานภาพทางครอบครัว
1. โสด     2. สมรส
3. หย่าร้าง                                       4. แยกกันอยู่
7. ท่านนับถือศาสนาใด
1. พุทธ     2. คริสต์
3. อิสลาม     4. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....
8. ตำแหน่งหน้าที่ในสถานที่ทำงาน
1. เจ้าของกิจการ                               2. ผู้บริหารระดับสูง
3. หัวหน้าแผนก                               4. พนักงานทั่วไป
5. อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....
9. ท่านอ่านนิตยสาร Secret ทุกฉบับใช่หรือไม่
1. ใช่     2. ไม่ใช่
10. ท่านเป็นสมาชิกของนิตยสาร Secret หรือไม่
1. เป็นสมาชิกนิตยสาร Secret               2. ไม่ได้เป็นสมาชิกนิตยสาร Secret

## ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับนิตยสาร Secret และทัศนคติที่มีต่อนิตยสารSecret

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.บุคคลที่ขึ้นหน้าปกนิตยสาร Secret มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่านมากน้อยเพียงใด					
2.ความโดดเด่นของหน้าปกนิตยสาร Secret มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่านมากน้อยเพียงใด					



3.ชื่อผู้เขียนบทความในนิตยสาร Secret มีผลต่อความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของท่านมากน้อยเพียงใด					
4.รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะภายในนิตยสาร Secret มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่านมากน้อยเพียงใด					
5.ท่านต้องการที่จะได้รับเนื้อหาสาระในเรื่องธรรมะมากขึ้นจากนิตยสาร Secret					
6.นิตยสาร Secret ช่วยเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับธรรมะและเป็นแหล่งข้อมูลที่สามารออ้างอิงความน่าเชื่อถือได้					
7.ระยะเวลาในการออกวางแผงของนิตยสาร Secret ในแต่ละเดือนเหมาะสมหรือไม่ (วันที่ 10 และ 26 ของทุกเดือน)					

### ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอธรรมะของนิตยสาร Secret

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาธรรมะของนิตยสาร Secret					
2.ความพึงพอใจในบทความสัมภาษณ์บุคคลของนิตยสาร Secret					
3.ท่านพึงพอใจที่ได้รับทราบข้อมูลกิจกรรมทางพุทธศาสนาที่สามารถกระทำได้ในวันหยุด					
4.ท่านพึงพอใจในเนื้อหาที่ทันสมัยของนิตยสาร Secret					
5.ท่านพึงพอใจกับการจัดองค์ประกอบ และการให้สีของปกนิตยสาร Secret					

6. ท่านพึงพอใจกับความสวยงามของรูปภาพประกอบในนิตยสาร Secret					
7. ท่านรู้สึกพึงพอใจในเนื้อหาของนิตยสาร Secret ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวันของท่าน					
8. ท่านพึงพอใจในปริมาณเนื้อที่ที่ให้สำหรับคอลัมน์ต่างๆในนิตยสาร Secret					

**ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการนำเนื้อหาที่ได้จากการอ่านนิตยสาร Secret ไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน**

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ท่านได้รับคติสอนใจจากการอ่านนิตยสาร Secret และนำข้อคิดที่ได้นั้นไปบอกต่อแก่ญาติมิตรและคนรู้จัก					
2. ท่านได้เห็นวิธีการที่จะช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของท่านได้จริง					
3. ท่านใช้ชีวิตอย่างมีสติและมีเหตุผลในการคิดและการกระทำมากขึ้นหลังจากที่ได้่านนิตยสาร Secret					
4. ท่านสามารถเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตของท่านหลังจากที่ได้่านนิตยสาร Secret และปฏิบัติตามข้อคิดที่ได้จากนิตยสาร					
5. นิตยสาร Secret ทำให้ท่านเปลี่ยนวิธีคิดให้สามารถใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างมีความสุขมากขึ้น					
6. เนื้อหาในนิตยสาร Secret ช่วยพัฒนาจิต					

วิญญูณของท่านได้มากขึ้น					
7.หลังจากที่ท่านได้อ่านนิตยสาร Secret ท่านมีความรู้สึกอยากจะช่วยเหลือผู้อื่นมากขึ้น					

**ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับการสื่อสารเนื้อหาที่ส่งเสริมสุขภาพทางจิตวิญญูณของผู้่านนิตยสาร Secret**

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.นิตยสาร Secret ช่วยทำให้ท่านหันมาแสวงหาแก่นแท้ในชีวิตมากขึ้น					
2.นิตยสาร Secret ช่วยทำให้ท่านมีความยึดมั่นศรัทธาและความเชื่อในพุทธศาสนามากขึ้น					
3.นิตยสาร Secret ช่วยทำให้ท่านมีความเมตตา กับผู้อื่นมากขึ้น					
4.นิตยสาร Secret ทำให้ท่านหมั่นสวดมนต์รักษาศีล และหันมาปฏิบัติธรรมมากขึ้น					
5.นิตยสาร Secret ทำให้ท่านแสวงหาความสุขทางจิตวิญญูณมากขึ้น					
6.นิตยสาร Secret ช่วยทำให้ท่านเข้าใจสังขารมในชีวิตมากขึ้น					
7.ท่านรู้สึกผ่อนคลายและสบายใจทุกครั้งหลังจากที่ได้่านนิตยสาร Secret					
8.นิตยสาร Secret ทำให้ท่านมีสติในการใช้ชีวิตมากขึ้น					
9. นิตยสาร Secret ช่วยทำให้ท่านรู้จักที่จะเสียสละบางสิ่งบางอย่างในชีวิตเพื่อผู้อื่น					

ท่านคิดว่าอะไรคือความพิเศษของนิตยสาร Secret ที่แตกต่างไปจากนิตยสารเล่มอื่นๆ บนแผงหนังสือ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่กรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถามอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยชิ้นนี้เป็นอย่างมาก



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข.

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางรายชื่อบุคคลที่ถูกเลือกนำมาขึ้นปกตั้งแต่เดือนมกราคม 2552 – เดือนธันวาคม 2552

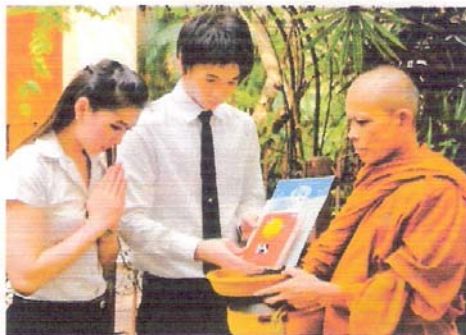
	บักซ์แรก (ทุกวันที่ 10 ของทุกเดือน)	บักซ์หลัง (ทุกวันที่ 26 ของทุกเดือน)
เดือนมกราคม	นิรุตต์ ศิริจรรยา อาชีพ นักแสดง อายุ 62 ปี	นาเดีย นิมิตรวานิช อาชีพ พิธีกร, นักแสดง อายุ 31 ปี
เดือนกุมภาพันธ์	ศักดิ์สิทธิ์ เวชสุภาพร อาชีพ นักร้อง, นักเปียโน อายุ 25 ปี	พียดา อัครเศรณี อาชีพ นักแสดง อายุ 34 ปี
เดือนมีนาคม	เข้มอัปสร สิริสุขะ อาชีพ นักแสดง อายุ 29 ปี	ทันตแพทย์สม สุจิรา อาชีพ ทันตแพทย์, นักเขียน, อาจารย์ อายุ - ปี
เดือนเมษายน	สุริวิภา กุลตังวัฒนา อาชีพ พิธีกร อายุ 41 ปี	เพชรทาย วงษ์คำเหลา อาชีพ นักแสดงตลก, ผู้กำกับภาพยนตร์ อายุ 44 ปี
เดือนพฤษภาคม	สุกฤษฎี วิเศษแก้ว อาชีพ นักร้อง, นักแสดง อายุ 24 ปี	แพทย์หญิง คุณหญิงพรทิพย์ โรจนสุนันท์ อาชีพ นักแสดง อายุ 55 ปี
เดือนมิถุนายน	เรย์ แม็คโดนัลด์ อาชีพ พิธีกร, นักแสดง อายุ 32 ปี	สิริเยม ภัคดีดำรงฤทธิ์ อาชีพ พิธีกร, นักแสดง อายุ 39 ปี
เดือนกรกฎาคม	พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี อาชีพ พระ, วิทยากร อายุ 36 ปี	จินตหรา สุขพัฒน์ อาชีพ นักแสดง อายุ 44 ปี
เดือนสิงหาคม	พิศมัย วิไลศักดิ์ อาชีพ นักแสดง อายุ 70 ปี	นพพล โกมารชุน อาชีพ ผู้กำกับ, นักแสดง อายุ 56 ปี
เดือนกันยายน	พอลล่า เทเลอร์	วนิษา เรช

	อาชีพ นางแบบ, พิธีกร, นักแสดง อายุ 26 ปี	อาชีพ ผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาด้าน อัจฉริยภาพ, ผู้อำนวยการโรงเรียนวนิษา อายุ 32 ปี
เดือนตุลาคม	จารุณี สุขสวัสดิ์ อาชีพ นักแสดง อายุ 47 ปี	อานันท์ ปันยารชุน อาชีพ นักการเมือง อายุ 77 ปี
เดือนพฤศจิกายน	สรพงษ์ ชาตรี อาชีพ นักแสดง อายุ 59 ปี	สินจัย เปล่งพานิช อาชีพ นักแสดง อายุ 44 ปี
เดือนธันวาคม	เขมนิจ จามิกรณ์ อาชีพ นางแบบ, นักแสดง อายุ 21 ปี	ไทรภพ ลิมปพัทธ์ อาชีพ พิธีกร, เจ้าของบริษัทบอร์นแอนด์ แอสโซซิเอทส์ จำกัด อายุ 54 ปี

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### News Update

เรื่อง ศรัทธา นกแก้ว ภาพ ศรัทธา, Stockxpert



#### What's On : ตักบาตรหนังสือ

สำนักพิมพ์ดีเอ็มจีขอชวนพุทธศาสนิกชนร่วมตักบาตรหนังสือดี เพื่อเป็นวิทยาทานและธรรมทานแก่พระภิกษุสงฆ์ ผู้สนใจสามารถร่วมตักบาตรหนังสือออนไลน์ได้ที่ [www.dmgbooks.com](http://www.dmgbooks.com) หรือนำหนังสือดีมาร่วมตักบาตรได้ในวันวิสาขบูชา วันเข้าพรรษา และวันออกพรรษาของปีนี้ ที่หน้าอาคารอิมรินทร์พลาซ่า สีแยกราชประสงค์ กรุงเทพฯ เวลา 8.00 - 9.00 น. สอบถามเพิ่มเติมที่หมายเลขโทรศัพท์ 0-2695-2254

*“การให้ธรรมะเป็นทาน ชนะการให้ทั้งปวง”*

#### Calendar Update : ตื่นรู้สู่สังคมใหม่

ว่ากันว่าในปีนี้โลกเราจะเกิดวิกฤติขึ้นหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นวิกฤติทางการเมือง พิษเศรษฐกิจ ภัยธรรมชาติ รวมทั้งสงครามกลางเมืองที่เริ่มคุกรุ่นอยู่ในหลายภูมิภาค ดังนั้นเพื่อเป็นการเตรียมตัวรับมือกับวิกฤติที่กำลังจะเกิดขึ้นอย่างมีสติ หมู่บ้านพลัม ประเทศไทย จึงขอเชิญทุกท่านร่วมภาวนาตามแนวทาง ท่านติช นัท ฮันห์ ในหัวข้อ **ตื่นรู้สู่สังคมใหม่** โดยคณะพระธรรมจารย์จากหมู่บ้านพลัม ประเทศฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา และเวียดนาม ระหว่างวันที่ **8 - 29 เมษายน 2552** สอบถามรายละเอียดและตารางกิจกรรมภาวนาได้ที่หมายเลขโทรศัพท์



08-5318-2939, 08-6688-4984

เพียงช่วงเวลาสั้นๆ ของการภาวนาอย่างมีสติ ก็สามารถช่วยสร้างสังคมแห่งการตื่นรู้ได้แล้ว



#### Hot Destination “วัดชวต” ธรรมสถานจากงานริโซเคิล

เรียกว่าเป็นโรงงานริโซเคิลขนาดใหญ่ที่สุดในเมืองไทยเลยก็ได้ สำหรับ วัดชวต หรือ สถานปฏิบัติธรรมโคกสัก วัดป่าที่ตั้งอยู่ที่ หมู่ 5 บ้านคลองทาน ถนนสายจะนะ - นาทวี ตำบลบ้านแค อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา วัด

แห่งนี้นอกจากจะตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติของป่ายางแล้ว ยังมีจุดเด่นที่ต่างจากวัดอื่นๆ ตรงที่ทุกอย่างภายในวัด ไม่ว่าจะเป็น อุโบสถ โรงธรรม กุฏิ เจดีย์ หรือแม้แต่กำแพง ล้วนแล้วแต่สร้างขึ้นจากขวดเก่าหลากสีที่ชาวบ้านทิ้งไว้จนกลายเป็นขยะกองมหึมาทั้งสิ้น สถาปนิกผู้ออกแบบก็ไม่ใช่ใครที่ไหน แต่เป็น พระครูสุนทรธรรมสิริ เจ้าอาวาส ผู้ต้องการให้วัดเป็นสถานที่ที่สร้างประโยชน์แก่สังคมอย่างแท้จริง

แล้วคุณจะรู้ว่า ศาสนาและภูมิปัญญาคนไทยก็ช่วยลดโลกร้อนได้เหมือนกัน



#### Did you know? ภาวนาปิดปากความเจ็บปวด

แทบไม่กล้าเชื่อเลยว่าในขณะที่เทคโนโลยีทางการแพทย์กำลังพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว นักวิทยาศาสตร์กลับค้นพบว่า แท้จริงแล้ววิธีการรักษาโรคที่ดีที่สุดนั้นไม่จำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีที่ล้ำหน้าที่สุด ในทางตรงกันข้ามการรักษาที่ได้ผลที่สุดคือ การหันกลับมาเริ่มต้นภายในจิตใจ ดังที่ คณะนักวิจัยของมหาวิทยาลัยมอนทรีออล ประเทศแคนาดา ได้ค้นพบว่า วิธีการเอาอาการเจ็บปวดที่ปราศจากความยุ่งยาก อีกทั้งยังสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ทางการแพทย์ให้สงบและภาวนาตามวิธีแห่งเซน นั้น กลับกลายเป็นการรักษาที่ให้ผลน่าอัศจรรย์ที่สุด

จากการทดลองพบว่า เมื่อผู้ป่วยภาวนาเป็นประจำมากกว่า 1,000 ชั่วโมงขึ้นไป จะสามารถควบคุมความเจ็บปวดได้ดี และรู้สึกเจ็บปวดน้อยกว่าผู้ป่วยที่ไม่เคยผ่านการปฏิบัติภาวนาเลย เรียกว่าเข้าข่าย “จิตเป็นนาย กายเป็นบ่าว” นั่นเอง

ภาพที่ 1 ตัวอย่างคอลัมน์ News Update

ที่มา : จากระเบียง Secret ฉบับที่ 18 ปีที่ 18 วันที่ 26 เดือน มีนาคม ปี 2552



## Serve Your Soul : Go

เรื่องและภาพ ศรีธัญญา นกแก้ว

# ไหว้พระธาตุประจำปีเกิด



เริ่มต้นปีใหม่ทั้งที **Secret** ขอชวนคุณผู้อ่านมาเริ่มต้นสิ่งดีๆ ด้วยการออกเดินทางไปไหว้พระธาตุประจำปีเกิด การบูชาพระบรมธาตุ นิยมใช้เครื่องหอม ข้าวตอกดอกไม้ และปิดท้ายด้วยการสรงน้ำพระบรมธาตุด้วยน้ำสะอาดหรือน้ำเจือน้ำหอม ว่ากันว่า ครั้งหนึ่งในชีวิต หากใครมีโอกาสเดินทางไปบูชาพระธาตุประจำปีเกิดของตนสักครั้ง ถือว่าเป็นมงคลแก่ชีวิตอย่างยิ่งแล้ว

### ปีชวด : พระธาตุศรีจอมทอง

พระธาตุศรีจอมทอง ตั้งอยู่บนยอดดอยจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ภายในประดิษฐานพระบรมธาตุส่วนพระเศียรเบื้องขวา ตามธรรมเนียมควรนำน้ำจากสายน้ำแม่กลางเจือน้ำหอมหรือแก่นจันทร์มาใช้สรง

### ปีฉลู : พระธาตุลำปางหลวง

พระธาตุลำปางหลวง วัดพระธาตุลำปางหลวง ตั้งอยู่ที่ใจกลางเวียงโบราณ จังหวัดลำปาง ภายในวัดมีหอพระแก้วประดิษฐานพระแก้วจากวัดพระแก้วดอนเต้าสุชาดาราม

### ปีขาล : พระธาตุช่อแฮ

พระธาตุช่อแฮ ตั้งอยู่บนเนินเขาเตี้ยๆ อำเภอเมืองฯ จังหวัดแพร่ ในแต่ละปีจะมีงานนมัสการพระธาตุระหว่างวันขึ้น 11 ค่ำ เดือน 4 ถึงขึ้น 15 ค่ำ เดือน 4

### ปีเถาะ : พระธาตุแช่แห้ง

พระธาตุแช่แห้ง จังหวัดน่าน บรรจุพระเกศาธาตุและพระธาตุข้อพระกรข้างซ้ายของพระพุทธเจ้า ในวันขึ้น 14-15 ค่ำ เดือน 4 ทางวัดจะมีการจัดงานนมัสการพระธาตุแช่แห้งด้วยการจุดบอกไฟถวายเป็นพุทธบูชา

### ปีมะโรง : พระธาตุพระสิงห์

พระธาตุพระสิงห์ ตั้งอยู่ที่วัดพระสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่ วัดแห่งนี้เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปสิงห์ ในช่วงสงกรานต์จะมีการอัญเชิญเพื่อแห่แหนไปรอบเมืองให้ประชาชนได้สรงน้ำสักการะ

### ปีมะเส็ง : พระมหาเจดีย์พุทธคยา

พระธาตุประจำปีนี้คือพระมหาเจดีย์พุทธคยาที่ประเทศอินเดีย แต่ภายหลังวัดอนาลโย จังหวัดพะเยา ได้จำลองพระมหาเจดีย์พุทธคยามาไว้ให้ผู้ที่เกิดปีนี้ได้นมัสการ

### ปีมะเมีย : พระธาตุขเวดากอง

นอกจากพระธาตุขเวดากอง ประเทศพม่าแล้ว คนที่เกิดปีมะเมียยังสามารถไหว้บูชาพระธาตุเสริมมงคลได้ที่พระบรมธาตุเมืองตาก ซึ่งได้จำลองแบบมาจากพระธาตุขเวดากองนั่นเอง

### ปีมะแม : พระธาตุดอยสุเทพ

มีความเชื่อกันว่า หากได้บูชาพระธาตุดอยสุเทพ จังหวัดเชียงใหม่ ตามทิศทั้งสี่ จะทำให้มีสติปัญญาดี สมัยก่อนในวันวิสาขบูชา ชาวล้านนาจะจัดประเพณีขึ้นพระธาตุ โดยชาวบ้านจะเดินเท้าลัดเลาะป่าขึ้นไปนมัสการองค์พระธาตุถึงบนดอย

### ปีวอก : พระธาตุพนม

พระธาตุพนม จังหวัดนครพนม ถือได้ว่าเป็นศูนย์รวมจิตใจของพี่น้องสองฝั่งโขง ภายในบรรจุพระอุรังคธาตุหรือกระดูกส่วนหน้าอกของพระพุทธเจ้าไว้

### ปีระกา : พระธาตุหริภุญชัย

พระบรมธาตุหริภุญชัยเป็นพระธาตุคู่เมืองลำพูนมาแต่โบราณ ในวันขึ้น 13 ค่ำ เดือน 6 ของทุกปี จะมีงานประเพณีสรงน้ำพระธาตุ ซึ่งน้ำที่นำมาสรงจะต้องนำมาจากบ่อน้ำทิพย์บนยอดดอยขะม้อ

### ปีจอ : พระธาตุเกตแก้วจันทน์

เชื่อกันว่าพระธาตุจันทน์ประดิษฐานอยู่บนสรวงสวรรค์ ต่อมาภายหลังได้มีการสร้างพระธาตุเกตแก้วจันทน์ขึ้นมาสำหรับสักการบูชา ณ วัดเกตการาม จังหวัดเชียงใหม่

### ปีกุน : พระธาตุดอยตุง

พระธาตุดอยตุง แห่งวัดดอยตุง จังหวัดเชียงราย ถือเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวไทยล้านนา ไทยใหญ่ หลวงพระบาง และเวียงจันทน์ ชาวเชียงรายจะร่วมกันจัดงานนมัสการพระบรมธาตุในวันเพ็ญเดือน 3 ของทุกปี ☺

ภาพที่ 2 ตัวอย่างคอลัมน์ Serve Your Soul : Go

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 13 ปีชวแรก วันที่ 10 เดือน มกราคม ปี 2552

**Serve Your Soul : Shop**  
 เรื่อง ศรัณยู นกแก้ว ภาพ อนุพงษ์ เจริญมิตร

# เสริมพลังชีวิตรับปีวัว



▲ **ปฏิทินมงคล**  
 สร้างความเชื่อมั่นให้จิตใจด้วยปฏิทินมงคล  
 ที่ระบุวันดี - วันร้ายตามหลักโหราศาสตร์จีน  
 ราคา 190 บาท จาก Belief Stories

แม้หลายๆ คน  
 จะเรียกปีนี้เป็น "ปีวัวดู"  
 เพราะทั่วโลกต้องประสบกับพิษเศรษฐกิจ  
 และความเครียดทางการเมือง แต่ก็อย่าเพิ่ง  
 ท้อใจ เพราะ Secret มีเคล็ดลับในการรับมือ  
 กับวัวดูมาฝาก ด้วยสินค้าโชคลาภที่แม้จะไม่ได้  
 ทำให้คุณโชคดีขึ้นทันตาเห็น แต่อย่างน้อย  
 ก็สร้างกำลังใจให้คุณพร้อมที่จะลุกขึ้นมา  
 รับมือกับวิกฤติพร้อมรอยยิ้ม



▲ **นกฮูกราชาแห่งโชค**  
 ต้อนรับศักราชใหม่ด้วยนกฮูกจิวราชาแห่ง  
 โชคลาภ มีให้เลือก 7 สี ราคาตัวละ 110  
 บาท จาก Horo World



▲ **กระดิ่งแห่งสติ**  
 เรียกสติก่อนขับรถด้วยกระดิ่งติดรถ  
 สัญลักษณ์แห่งความโชคดี ราคา 1,284  
 บาท จาก Horo World



◀ **ดารมะ**  
 ชาวญี่ปุ่นเชื่อว่า ถ้าขอพรกับดารมะแล้ว  
 ชีวิตจะสมหวัง ใครที่ชีวิตนี้ไม่เคยสมหวัง  
 แนะนำให้วางตุ๊กตาดารมะไว้ใกล้ๆ ตัว  
 ตลอดปี ราคา 530 บาท จาก Horo World



▲ **ซีดีเสริมพลังธาตุ**  
 เต็มพลังธาตุให้ชีวิตสมดุลด้วยแผ่น  
 ซีดีพลังธาตุ ราคาชุดละ 109 บาท  
 จาก Belief Stories

ภาพที่ 3 ตัวอย่างคอดัมน์ Serve Your Soul : Shop

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 14 ปีขั้หลัง วันที่ 26 เดือน มกราคม ปี 2552



▲ สมุดโชคดี

จดบันทึกเรื่องดีๆ รั่วปีใหม่ลงในสมุดโน้ต ลายสัญลักษณ์แห่งความโชคดี เช่น ใบ clover แห่งโชคกลาง นำเต้าป้องกันภัย มังกรแห่งความมั่งคั่ง ฯลฯ ราคาเล่มละ 55 บาท จาก Belief Stories

Dream Catcher ▶

หลับฝันดีด้วย Dream Catcher ที่ชาว อินเดียนแดงเชื่อว่าเป็นเครื่องมือดักจับ ฝันร้ายและโชคร้ายไม่ให้มาสู่ตัวเรา ราคา 750 บาท และ 1,700 บาท จาก Horo World



◀ เทพแห่งความสมบูรณ์

สร้างกำลังใจรับวิกฤตการเงินด้วยที่วางของ รูปหมูทอง เทพแห่งความอุดมสมบูรณ์ สอบถามราคาได้ที่ Belief Stories



▲ กระดาษปลั่งแห่งรัก

กระดาษห่อของขวัญลวดลายสัญลักษณ์ แห่งความรัก อย่างหงส์ มังกร ดอก โบตั๋น และควิวัด จะช่วยดลบันดาลให้ รักของคุณหวานชื่นไปตลอดปี ราคา แผ่นละ 69 บาท จาก Belief Stories

▲ แมววิเศษนำโชค

กวางมีชื่อเรียกความโชคดี เงินทอง และ ความรัก ด้วยแมววิเศษ 7 สี 7 ความหมาย ราคาตัวละ 110 บาท จาก Horo World



▲ ม้าแห่งชัยชนะ

เตรียมพร้อมรับวิกฤตด้วยโคมไฟม้าซึ่ง เป็นสัญลักษณ์แห่งชัยชนะของชาวจีน สอบถามราคาได้ที่ Belief Stories



▲ 7 เขียนเสริมมงคล

เสริมพลังชีวิตด้วยตุ๊กตา 7 เขียนที่ให้โชคในด้านต่างๆ เช่น การงาน เงินทอง ความรัก สุขภาพ โชคดี การเรียน และความสมบูรณ์ปรารถนา ราคาตัวละ 380 บาท จาก Horo World

Special Thanks: Horo World: ชั้น ๒ อิมพีเรียลพลาซ่า ศูนย์การค้า ไอคอนสยาม กรุงเทพฯ Belief Stories: ชั้น ๒ เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ

ภาพที่ 4 ตัวอย่างคอลัมน์ Serve Your Soul : Shop (ต่อ) ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 14 ปีถัดหลัง วันที่ 26 เดือน มกราคม ปี 2552



# พอลล่า เทเลอร์

## มากกว่าความสุข คือความฉลาด

สิ่งแรกที่นึกถึงเมื่อพูดถึง พอลล่า เทเลอร์ คือรอยยิ้มหวานๆ ที่แสนสดใส และเมื่อได้พูดคุยกันหลายครั้ง การันตีว่ารอยยิ้มของผู้หญิงคนนี้สดใสและไร้มลทินจริงๆ ในความสุขที่ถือเป็นสิ่งขจรอันไม่เที่ยงนี้ เธอซ่อนสิ่งที่เที่ยงกว่าไว้ภายใน คือความฉลาดและมุมมองชีวิตแบบบวกๆ วิธีคิดในการมองโลกของเธอเป็นอย่างไร ลองฟังกันดูครับ

“จริงๆ แล้วพอลล่าเหมือนไม่มีศาสนา เพราะนับถือหมดทั้งพุทธและคริสต์ ทางแม่เป็นพุทธ ส่วนพ่อเป็นคริสต์ ตอนเด็กอยู่ออสเตรเลียมีโอกาสได้ไปวัดแคปีละครั้งสองครั้งตอนคนไทยจัดงานแล้วรวมตัวกันไปทำบุญที่วัด นี่คือส่วนที่เป็นพุทธ แต่พอโตขึ้น ตั้งแต่ประถมจนจบไฮสกูลเรียนโรงเรียนคริสต์มาตลอด เลยทำกิจที่เกี่ยวกับคริสต์ ทั้งนี้ทั้งนั้นพอลล่าจะเอาสิ่งที่ดีๆ ของแต่ละศาสนามาใช้ เพราะลึกๆ แล้วคิดว่าทุกศาสนาต่างก็อยากให้เราเป็นคนดี จะแตกต่างกันที่แคว้นฮิสสอนก็เท่านั้น”

บางคนมีศาสนาไว้ยึดเหนี่ยวจิตใจ ถ้าถึงวันที่ชีวิตมีปัญหา ไม่สบายใจ เมื่อไม่มีศาสนาจะแก้อย่างไร

ถ้ามีอะไรที่เครียดมากๆ แล้วการไปวัดช่วยได้ พอลล่าก็มาทางพุทธ เช่น ไปทำบุญทำทาน ปล่อยนกปล่อยปลา ทำหมต (อิม) แต่ส่วนใหญ่จะใช้วิธีระบายทุกข์ออกจากตัวด้วยการคุยกับเพื่อน การได้พูดคุยกับคนอื่นทำให้เราได้รับแรงหนุนที่อยู่นอกเหนือจากกรอบที่สมองเราจะคิดได้ ถ้าคิดเองก็อาจจะวนอยู่กับที่ ทำไมเป็นแบบนี้ ใครผิดใครถูก แต่พอเรารู้อยู่กับคนอื่น ทำให้รู้ว่าจริงๆ แล้วยังมีอีกมุมหนึ่ง

ปัญหาที่คนในวัยพอลล่าประสบพบเจอบ่อยๆ คือเรื่องความรัก บางคนหาทางลัดด้วยการฆ่าตัวตาย พอลล่าเองแก้ปัญหาได้อย่างไร

ทุกครั้งที่มีปัญหา เช่น เลิกกับใครไป ทะเลาะกับคนนั้นคนนี้ หรืองานที่อยากได้มก แต่สุดท้ายกลับไม่ได้ เมื่อพบกับความผิดหวังไม่ว่าเรื่องไหน พอลล่าเชื่อในคำพูดที่ว่า...Blessing in Disguise เหมือนกับว่า วันหนึ่งเราไม่รู้หรอกว่าทำไมเราถึงไม่ได้งานนี้ ทำไมถึงเลิกกับแฟนที่รักมาก แต่ในอนาคต มันจะมีเรื่องที่ทำให้เราพูดว่า “อ้อ...ถ้าเราได้งานนั้นไป เราก็จะไม่ได้อันนี้” หรือ “ถ้าเราไม่เลิกกับผู้ชายคนนั้น เขาก็จะไม่เจอผู้ชายคนนี้” พอลล่าเชื่อว่าในอนาคตจะมี

ภาพที่ 5 ตัวอย่างคอลัมน์ IDOL SECRETS

ที่มา : จานิตยสาร Secret ฉบับที่ 29 ปีที่ 1 แรก วันที่ 10 เดือน กันยายน ปี 2552

สิ่งอื่นมาทดแทนสิ่งที่เราเสียไปวันนี้ ตอนมีปัญหาเราอาจจะยังไม่ออก แต่ถ้าสามารถผ่านเหตุการณ์นั้นมาได้ วันหนึ่งเราจะเข้าใจ

สำหรับคนที่ฆ่าตัวตายเพราะความรัก พอลเล่าว่าเขาคิดสั้นและมูมมองแคบ อยากบอกว่า ถ้าเสียใจมากๆ อย่าเพิ่งทำอะไรตัวเอง วันหนึ่งเมื่อเวลาผ่านไปจะมีคนมาทดแทนคนที่เขาจากไป แล้วคนนั้นแหละที่จะทำให้เรารู้สึกว่า ในวันนั้นเราสูญเสียคนนั้นไปเพื่อจะได้มาเจอกับคนนั้นนี่เอง

**ตอนนี้การพูดเรื่องศาสนาเป็นเหมือนแฟชั่น พอลสำนึกเห็นอย่างไรในเรื่องนี้**

ไม่เคยคิดเลยว่าจะต้องทำให้ใครเห็นหรือทำอะไรให้มีเรื่องพูดกับคนอื่น โดยส่วนตัวถ้าจะทำบุญก็ทำ ไม่ได้อยากให้ใครรู้ จริงๆ การทำบุญเป็นการทำเพื่อตัวเอง แต่ถ้าทำโดยมีจุดประสงค์เพื่อให้อื่นเห็น ต้องถามว่าเราทำเพื่อใครกันแน่ เพื่อเขาหรือเพื่อเรา

จริงๆ พอลล่าชอบการบริจาคมากกว่าจะไปทำบุญที่วัด บางครั้งรู้สึกว่าการไปวัด เราทำเพื่อตัวเอง สร้างกุศลให้ตัวเอง แต่ถ้าทำทานหรือบริจาคเหมือนเราไปช่วยคนอื่น เช่น ช่วยเด็กตามมูลนิธิ พอลล่าชอบทำบุญกับเด็ก เพราะมองว่าเขาไม่มีทางเลือกในชีวิตทำผู้ใหญ่ยังไม่มีย่านาจตัดสินใจทำอะไรด้วยตนเอง กว่าจะเขาจะเลือกอะไรได้ก็เมื่อตอนที่โตแล้วหรือรู้แล้วว่าอะไรผิดหรือถูก การไปช่วยเขาเหมือนให้โอกาสแก่เขา

**ถ้ามีเงินก้อนใหญ่ก้อนหนึ่งให้ไปทำอะไรก็ได้แก่สังคม หรือนำไปทำอะไรครับ**

อยากทำเรื่อง Education System ให้ดีขึ้นค่ะ ให้สิทธิ์แก่เด็กทุกคนที่อยากเรียนหนังสือให้ได้เรียน ส่งให้เขาเรียนจนถึงระดับหนึ่ง หลังจากนั้นเขาจะเรียนต่อหรือไม่เรียนก็เป็นสิทธิ์ที่เขาจะเลือกเอง แต่อย่างน้อยขอให้เขาได้รับโอกาสก่อน ตอนนีพอลล่าเป็นฟรีเซ็นเตอร์ให้ มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย ในโครงการ One Million Pixels of Love (ล้านพิกเซลแห่งรัก) ตอนที่ผู้จัดการบอกว่า เป็นโครงการของมูลนิธิศุภนิมิตฯ ยอมรับว่าตอนแรกไม่รู้จัก แต่ผู้จัดการบอกว่าเกี่ยวกับการกุศลเลยทำ ตอนหลังพอได้รู้ว่ามูลนิธิศุภนิมิตฯ ก็คือ World Vision ก็ร้องอ้อ เพราะรู้จักที่ออสเตรเลีย ตอนเรียนจบพอลล่าและเพื่อนๆ ในห้องเคยช่วยกันเรียไรเงินคนละเหรียญสองเหรียญรวบรวมแล้วนำไปให้เด็กในโครงการนี้เพื่อเป็นค่าเล่าเรียน

หน้าที่ของฟรีเซ็นเตอร์คือช่วยหาเงินบริจาคเพื่อช่วยเหลือเด็กยากไร้ และช่วยส่งเสริมสุขภาพแม่และเด็กในโครงการ อดก้อย เป็นโครงการเกี่ยวกับเรื่องโภชนาการ ไม่ว่าจะใครทำได้ แค่อำนาจเงินให้เดือนละ 540 บาท เงินจำนวนนั้นแค่ยอมที่จะไม่ซื้อเสื้อผ้าตัวหนึ่งก็ช่วยพวกเขาได้แล้ว ตอนนีพอลล่าทำโบสถ์มัครเพื่ออุปการะเด็กของมูลนิธิศุภนิมิตฯ ประมาณ



8 ใบติดตัว จะเอาไปให้เพื่อน บังคับเลยว่าต้องช่วย (หัวเราะ) เงินแค่นี้แต่ช่วยชีวิตคนอื่นได้มากมาย ทำเถอะ ไม่อยากเลยด้วย เพราะตอนนี้เขามีวิธีใหม่ คือส่ง sms พิมพ์คำว่า Love ส่งไปที่หมายเลข 4520020 (ค่าส่งครั้งละ 6 บาท เฉพาะผู้ใช้ทรูมูฟและดีแทคเท่านั้น) ไม่ต้องกรอกใบสมัคร หมดข้ออ้างว่าไม่สะดวก แค่นั่งอยู่กับที่แล้วกระดิกนิ้วก็ได้ทำบุญ เป็นอะไรที่ง่ายที่สุดแล้วที่จะทำสิ่งดีๆ เพื่อสังคม

**มีความรู้สึกผิดในใจครั้งไหนที่หากกลับไปแก้ได้ก็อยากกลับไปแก้**

วันหนึ่งพอลล่าไปเดินสยามตอนค่ำๆ ระหว่างกำลังเปิดประตูรถ มีน้องผู้หญิงคนหนึ่งเข้ามาหา บอกว่าที่กระเป๋ามีเงินหาย ไม่มีเงินกลับบ้าน ขอตั้งค่าน้อย พอลล่านึกถึงเรื่องที่พี่คนหนึ่งที่ถูกถ่ายเคยเล่าให้ฟังว่าเคยวันมีการโกงแบบนี้ เลยร้องอ้อทันที แล้วบอกไปว่า “นี่โกงใช้ไหม” เขายังไม่ทันอธิบาย เพื่อนพอลล่าที่ตามมาถามว่ามีอะไร แล้วบอกให้น้องคนนั้นไปซะ

ทั้งที่ใจเรารู้ว่าเขาโกง แต่อีกความรู้สึกคือ ถ้าเขาไม่ได้โกงล่ะ ถ้าเขาไม่มีเงินกลับบ้านจริงๆ เงินร้อยสองร้อยที่เสียไปจะมีผลอะไรกับชีวิตเราไหม ก็ไม่มี พอลคิดว่าก็อยากกลับไปเอาเงินให้เขา แต่เขาหายไปแล้ว ช่วงแรกรู้สึกว้าวใจ ไม่โดนหลอก แต่อีกใจก็รู้สึกผิดว่าถ้าเขาไม่ได้หลอก ถ้าเขาล่าบากจริงๆ แต่เราไม่ช่วยเขา คิดแต่เรื่องนี้อยู่สองสามวัน โทรไปหาพี่ที่เล่าเรื่องนี้ให้ฟังตอนแรกว่า “ฮือ...สตอรี่ของพี่ทำให้หนูเสียใจ”

**อะไรในชีวิตตอนนี้ที่จะทำให้พอลล่าทุกข์ได้มากที่สุด**

ความรักค่ะ พอลล่าเป็นคนที่ไม่แคร์เรื่องความรักมาก ไม่ใช่แค่ความรักแบบแฟนอย่างเดียวนะ แต่เป็นความรักที่มีต่อเพื่อนด้วย ถ้าทะเลาะกับเพื่อนเมื่อไร จะรู้สึกแย่มากๆ มองว่ารีเลชั่นชิปเป็นสิ่งที่เติมเต็มชีวิต ลองสังเกตสิ ถ้ารีเลชั่นชิปในชีวิตเติม ไม่ว่าจะทำงานอะไรที่ไหน ก็มีแรงทำอย่างเต็มที่ แต่ถ้ามีปัญหา เช่น ทะเลาะกับแฟนกับเพื่อน หรือพ่อแม่ งานจะตก ไม่ค่อยอยากไปทำงาน ต่อให้ทำงานมีเงินเยอะแยะ แต่ไม่มีคนแชร์ด้วย ชีวิตก็ไม่มีความสุขหรอกค่ะ

**ขอถามถึง Secret ที่ทำให้เป็นคนยิ้มแย้มสดใสได้ตลอดเวลา**

พยายามทำทุกอย่างให้ตัวเองมีความสุขตลอด พอลล่าใช้ชีวิตค่อนข้างดีและเป็นคนที่ค่อนข้างเอาแต่ใจตัวเองในการทำงาน จะทำงาน

ภาพที่ 6 ตัวอย่างคอลัมน์ IDOL SECRETS (ต่อ)

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 29 ปีกร์แรก วันที่ 10 เดือน กันยายน ปี 2552

ที่อยากทำเท่านั้น เพื่อที่จะได้มีแรงลุกขึ้นไปทำทุกวัน ไม่มีอะไรกดดัน พอเป็นอย่างนี้ ไม่ว่าเราจะไปไหนก็แฮปปี้ มีรอยยิ้ม แต่บางครั้งก็มีนะที่ยิ้มไม่ออก เพราะในการรับงานก็มีพลาด เช่น ตกลงไว้อย่างหนึ่ง แต่พอไปถึงกลับเป็นอีกอย่าง เจอทีมงานไม่น่ารักก็ทำให้เครียดได้ แต่แม้จะไม่ชอบ ก็จะพยายามหาจุดดีของงานนั้นออกมาให้ได้ก่อน เพื่อจะได้มีแรงทำในตอนนั้น หลังจากนั้นก็จะระวังตัวขึ้น ไม่ต้องไปเจอเขาอีก รูปที่ถ่ายไปก็ไม่ต้องดูให้เครียด

**พอลล่ามีโอกาสได้ไปแข่ง The Amazing Race Asia มาด้วย ได้ประสบการณ์หรือแง่คิดที่ติดไม้ติดมือกลับมาบ้างไหม**

หลายคนบอกที่พอลล่าสมัครไปก็เพื่อจะได้มีงานตามมา หรือบอกว่าพอลล่าคงมองในแง่ธุรกิจแน่ๆ แต่ขอบอกว่าไม่ได้คิดตรงนั้นเลย บางคนก็ถามว่า ภาพจะออกมาดีหรือ มันเป็นเรื่องลึกลับนะ คนอาจจะเกลียดพอลล่าไปเลย หาเรื่องใส่ตัวหรือเปล่า แต่พอลล่าไม่คิดตรงนั้น คิดแค่ว่าเกมมันสนุก อยากไปเล่น ก็เท่านั้น

พอแข่งจบก็รู้สึกว่าการเลือกไม่ผิด ชอบทุกอย่างในรายการ ทั้งเพื่อนใหม่ที่ได้เจอ กิจกรรมที่ได้ทำ บางวันต้องเดินทางไกลไม่ได้หยุดจากฟิลิปปินส์ ไปฮ่องกง ไปนิวซีแลนด์ เหนื่อยมาก แต่ได้เห็นอะไรเจ๋งๆ ตลอดทาง ความที่ทุกภารกิจล้วนสร้างความตื่นเต้น เลยรู้สึกว่าตลอดหนึ่งเดือนที่ถ่ายทำนั้นเหมือนไม่ได้หายใจ อะคริบาลินหลังตลอดชีวิตทั้งชีวิตอยู่กับซอสสีเหลืองที่เขาให้มา แม้แต่ตอนนอนยังฝันถึงเกมการแข่งขัน ตื่นขึ้นมาก็ต้องแข่งต่อ

ที่หนักสุดคือการหักหายความกลัวในใจตัวเอง อย่างซ็อตแรกต้องปีนจากตึกที่มีความสูงประมาณ 60 ชั้นไปยังอีกตึกหนึ่ง มันสูงมากและพอลล่าก็กลัวมาก ตามกติกา ถ้ามีอะไรน่ากลัว เราจะมีตัวเลือกให้ จะไม่ปีนข้ามตึกก็ได้ จะวิ่งขึ้นบันไดก็ได้ แต่ความที่เป็นเกมแข่งกับเวลาการปีนข้ามตึกใช้เวลา 10 นาที แต่ถ้าวิ่งขึ้นบันไดใช้เวลาถึง 40 นาที เลยเลือกปีนข้ามตึก ตอนปีนขาล้นและกลัวสุดๆ แต่สิ่งหนึ่งที่ได้เรียนรู้คือ ทุกอย่างในชีวิตคนขึ้นอยู่กับความกลัวหรือไม่กลัวนี่แหละ

ถ้าเราเอาความกลัวออกไปจากชีวิต เราจะสามารถทำอะไรได้อีกเยอะมาก หลายสิ่งที่เราเลือกที่จะไม่ทำก็เพราะความกลัวที่มีในใจ ในครั้งนั้นพอลล่าปีนตึกได้สำเร็จ พอข้ามไปได้รู้สึกว้าว “เฮ้ เราก็ไม่ตายนี่” นี่เป็น Secret อย่างหนึ่งก็ว่าได้ จำไว้ “อย่าให้ความกลัวหยุดเราจากความสำเร็จ”

**วางเป้าหมายในชีวิตไว้อย่างไรบ้างครับ**

ยังไม่รู้ว่าทำอะไรแน่นอน แต่ไม่ว่าจะทำอะไร อยากให้ชีวิตมีความสุข อาจจะต้องทำงานตรงนี้ มีครอบครัว แต่ยังไม่ขอให้มีความสุข จะแต่งงาน จะมีลูกก็คน จะรวย จะจน ไม่รู้ แต่ขอให้แฮปปี้ก็พอ

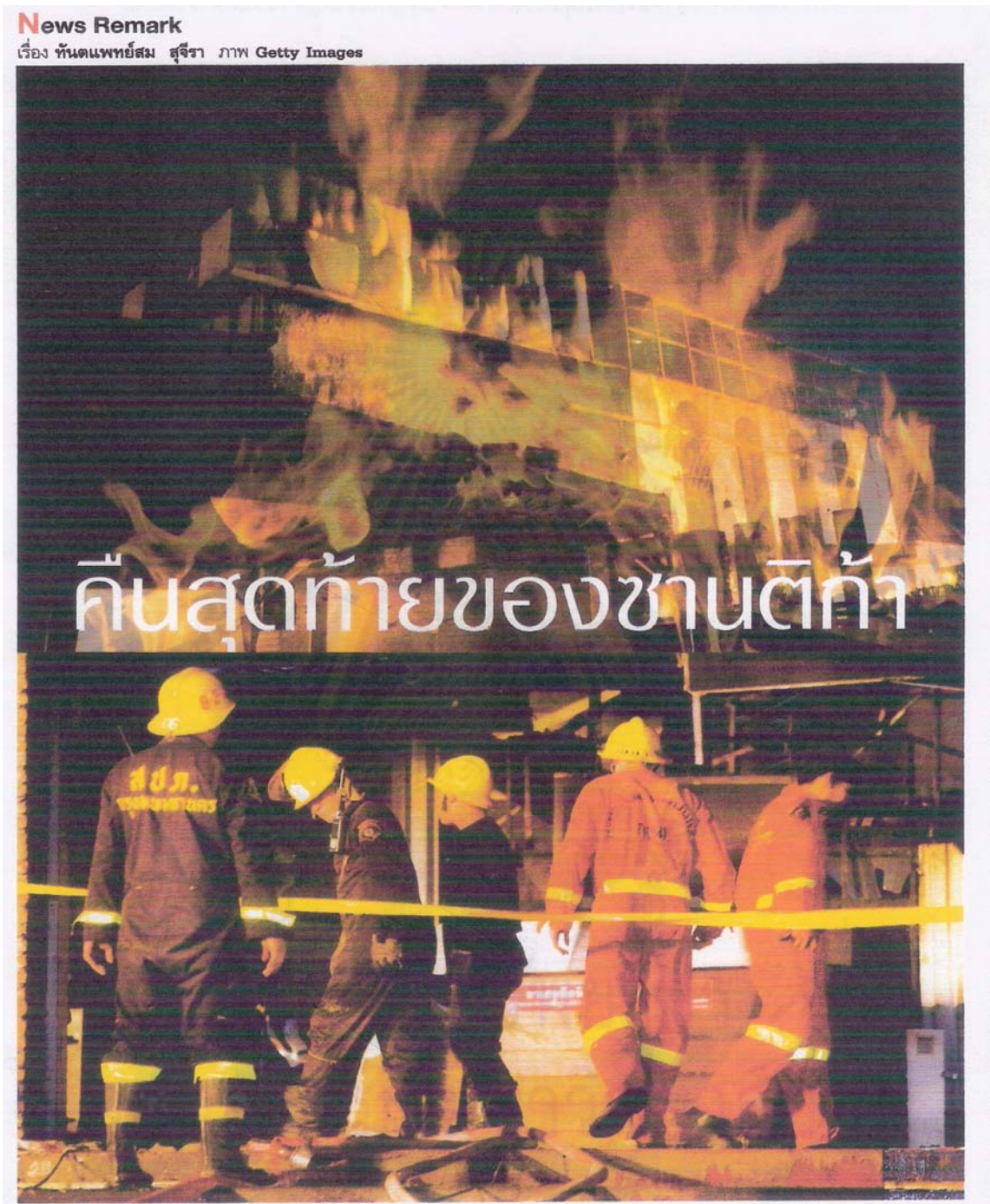


## Secret Box

- เมื่อมีความทุกข์ จงระบายทุกข์ออกจากตัวด้วยการพูดคุยกับเพื่อน เพราะการได้พูดคุยกับคนอื่นจะทำให้ได้แง่คิดที่เราเองอาจนึกไม่ถึง
- เมื่อมีปัญหาหรือพลาดจากสิ่งที่หวัง ให้เชื่อในคำพูดที่ว่า Blessing in Disguise แม้วันนี้ไม่รู้ว่าจะทำไม่ถึงพลาดหวัง แต่วันหนึ่งเมื่อเวลาผ่านไปเราจะรู้ได้เอง
- วิธีสร้างความสุขให้ตัวเอง คือ พยายามทำในสิ่งที่ตัวเองมีความสุข เช่น ทำงานที่อยากทำ ฯลฯ
- จงอย่าปล่อยให้ความกลัวหยุดเราจากความสำเร็จ

ภาพที่ 7 ตัวอย่างคอลัมน์ IDOL SECRETS (ต่อ)

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 29 ปีเศษแรก วันที่ 10 เดือน กันยายน ปี 2552



ภาพที่ 8 ตัวอย่างคอลัมน์ News Remark

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 14 ปีกรัษหลัง วันที่ 26 เดือน มกราคม ปี 2552

ข่าวใหญ่ที่สุดรับช่วงรอยต่อระหว่างปีพอดี คือ ข่าวไฟไหม้ซานติก้าผับ

หลังจากเกิดเหตุการณ์ได้มีการวิเคราะห์ถึงเรื่องราวแปลกๆ ของผับแห่งนี้ตามมากมาย ทั้งหน้าเว็บไซต์ของผับในคืนก่อนวันปีใหม่ที่เปลี่ยนรูปเปลวไฟพลิวไฟไปมา วงดนตรีที่เล่นในคืนนั้นชื่อวง Bum การตั้งชื่องานแคนต์ดาวนั้นว่า "คืนสุดท้ายของซานติก้า" แล้วเอาไม้กางเขนกับโลงมาประดับตกแต่งภายใน และหลังจากไฟมอดลงป้ายชื่อผับถูกไฟลุกไหม้ไม่เหลือชิ้นดี แต่คำว่า KA ยังคงเด่นตระหง่านอยู่กลางซากปรักหักพัง ช่างเป็นความบังเอิญที่เหลือเชื่อจริงๆ

คุณลูกตาล - อาริษา วิลล์ ดารานางแบบที่อยู่ในซานติก้าผับคืนแคนต์ดาวนั้นก่อนที่จะเกิดเพลิงลุกไหม้เพียงห้านาทีบอกว่า มีน้ำหยดจากฝ้าเพดานลงมาตรงตำแหน่งที่เธอและเพื่อนยืนอยู่ตลอดเวลาจนลื่นเพื่อนที่ไปด้วยกันเปียก เธอจึงตัดสินใจกลับบ้านเพื่อไปฉลองปีใหม่กับคุณพ่อคุณแม่แทน และเมื่อคล้อยหลังออกมาจากผับเพียงครู่เดียว ไฟก็ลุกไหม้อย่างรวดเร็ว

ดิเจภูมิและดีเจเพชรจ้ากำลังทำงานอยู่หลังเวที รู่ๆ ก็นึกอยากเอาเสื้อแจ็คเก็ตมาเก็บที่รถ ขณะที่เดินมาถึงรถก็พบว่าเปลวไฟลุกท่วมผับไปแล้ว

ไม่ว่าสิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นเรื่องบังเอิญ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ลึกลับหรือลางสังหรณ์ แต่สิ่งที่ทำให้พวกเขารอดชีวิตคือ "สติ" หยตหน้าทำให้คุณลูกตาลนึกคิดว่า น่าจะกลับไปฉลองปีใหม่กับคุณพ่อคุณแม่ หรือดีเจทั้งสองคนที่กลัวแจ็คเก็ตจะหยาบ เลยเดินนำเสื้อไปเก็บไว้ที่รถก่อน แต่ความรู้สึกรู้ตัวล่วงหน้าเช่นนี้เกิดขึ้นได้ไม่บ่อยนัก ส่วนใหญ่ต้องรอให้เกิดเหตุการณ์ขึ้นเสียก่อนจึงค่อยรู้สึกตัวสติจะมีประโยชน์มากแม้ว่าจะต้องตกอยู่ในเหตุการณ์อันเลวร้ายผู้รอดชีวิตที่ตกอยู่กลางวงเพลิง ทุกคนออกมาบอกตรงกันว่า รอดมาได้เพราะสติสัมปชัญญะ เพราะขณะนั้นผู้คนต่างตะโกนกรีดร้องและพยายามแย่งกันวิ่งฝ่าควันไปที่ทางออก บางคนทุบกระจกเพื่อจะได้ออกไปเร็วขึ้น แต่ปรากฏว่า ออกซิเจนจากภายนอกพุ่งเข้าไปทำให้เปลวไฟในอาคารลุกพริบพริบขึ้น

บางคนสติไวมาก ขณะที่เห็นประกายไฟลุกไหม้อยู่ด้านบนของเวทีเพียงสองสามนาทีก็รู้สึกผิดสังเกตุ คนส่วนใหญ่ยังคงมองด้วยอารมณ์สับสนงุนงงและหลงซึ้นชมว่าเป็นเอฟเฟ็คท์ที่ทางผับจัดให้ดูตื่นเต้น ในขณะที่มีผู้ร่วมงานกลุ่มหนึ่งรู้สึกถึงความผิดปกติและรีบเดินออกมา

ปรากฏการณ์นี้คล้ายๆ เหตุการณ์ลีนาบี ตอนก่อนที่คลื่นลูกใหญ่จะมา น้ำทะเลได้ลดลงอย่างรวดเร็ว นักท่องเที่ยวพากันลงไปดูปลาชนิดต่างๆ ที่ติดอยู่ตรงชายฝั่งเพราะลงตามน้ำไม่ทันอย่างสนุกสนาน ในขณะที่มีเด็กหญิงชาวต่างชาติคนหนึ่งตั้งสติได้

และเห็นว่าเหตุการณ์เช่นนี้ไม่ปกติ รีบวิ่งไปบอกทุกคนเท่าที่จะทำได้ให้รีบขึ้นจากทะเล แต่น่าเสียดายที่บางคนไม่เชื่อ แต่กระนั้นเธอก็สามารถช่วยชีวิตคนได้หลายสิบคน เพราะหลังจากนั้นไม่กี่นาทีคลื่นลูกใหญ่ก็มาถึง ทุกคนที่ขึ้นมาไม่ทันเสียชีวิตหมด

การมีสมาธิแนบแน่นในอารมณ์ใดอารมณ์หนึ่ง ไม่ว่าจะอารมณ์สนุกหรืออารมณ์กลัว จะทำให้ขาดสติสัมปชัญญะ สติคือความรู้สึกได้ถึงกายกรรม วาจกรรม มโนกรรม ทั้งที่เคยทำมาแล้วหรือจะทำในอนาคต ส่วนสัมปชัญญะหมายถึงความรู้ถึงสิ่งที่เป็นไปในปัจจุบัน รู้ว่ากำลังทำอะไร โดยสรุปสติคือการระลึกได้ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีตหรือกำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต ส่วนสัมปชัญญะเป็นเรื่องของปัจจุบัน ในกรณีของเหตุการณ์ซานติก้ากับลีนาบี คนที่รู้ว่ากำลังจะเกิดอะไรขึ้นกับผับเพราะเห็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาแล้วคือประกายไฟลุกไหม้ หรือเด็กหญิงที่รู้ว่า อีกไม่กี่นาทีข้างหน้าจะเกิดอะไรขึ้นเพราะเห็นสิ่งที่เกิดขึ้นคือ น้ำทะเลลดลงอย่างผิดสังเกต ทั้งสองกรณีเกิดจากกำลังสติที่ไวกว่าปกติ และการตัดสินใจเดินออกจากผับหรือวิ่งไปบอกผู้คนให้ขึ้นจากทะเลคือสัมปชัญญะ

แม้จะหนีไม่ทัน รอให้เกิดเหตุการณ์ก่อนแล้วถึงค่อยระลึกได้ ถ้ามีสติก็ยังมีโอกาสรอดชีวิต น้องก๊วกก็ นักแสดงคนหนึ่งของช่องสาม ตัดสินใจวิ่งเข้าไปในห้องน้ำหญิงแทนที่จะวิ่งไปที่ประตูผับซึ่งภายหลังคนที่วิ่งไปทางนั้นเสียชีวิตเกือบหมด เธอถอดเสื้อคลุมออกแล้วนำไปชุบน้ำมาปิดจมูก และดันน้ำในห้องน้ำมารดตัวจนเปียก นอกจากนี้ยังได้นำผ้าชุบน้ำมาอุดรูประตูห้องน้ำที่มีควันไฟทะลักเข้ามาอยู่ตลอดเวลา ปรากฏว่าเพื่อนที่อยู่ในห้องน้ำร่วมกับเธอรอดชีวิตทุกคน

จิตของมนุษย์มีความไวสูงมาก และสติก็คือเจตสิก (องค์ประกอบ) หนึ่งของจิต ดังนั้นไม่ว่าเหตุการณ์นั้นจะถูกเดินเพียงใด ถ้าตั้งสติได้ จะไวกว่าวิกฤตติเสมอ บางครั้งก็ไวถึงขนาดหยั่งรู้เหตุการณ์ล่วงหน้า และเมื่อสติมา ปัญญาจะเกิด คนที่แคล้วคลาดจากอุบัติเหตุหลายๆ คนบอกว่า รอดเพราะการมีสติ ณ วินาทีนั้นต้องมีสติก่อน สัมปชัญญะถึงจะตามมา เพราะความไวของสติจะทำให้สามารถคาดการณ์อนาคตในเสี้ยววินาทีข้างหน้าได้ จึงจะรู้ว่าปัจจุบันขณะจะต้องทำอะไร

จิตที่ไม่ได้ฝึกจะมีสติที่ช้ากว่าปกติ แม้แต่การเคลื่อนไหวทางกายยังเร็วกว่ากำลังสติ 3-5 เท่า เช่นเรากะพริบตาทั้งวัน แต่ไม่เคยระลึกได้เลย แต่เรื่องฉุกเฉินทั้งหลายมักจะเกิดขึ้นเพียงชั่วพริบตา ดังนั้นควรหมั่นเจริญสติอยู่เสมอ สำหรับผู้สนใจเรื่องการฝึกสติสามารถหาอ่านเพิ่มเติมได้ในหนังสือ "สติ ความลับสู่ความสำเร็จ" ซึ่งเป็นภาคต่อของหนังสือ "เดอะท็อปซีเคร็ต" 🌟

ภาพที่ 9 ตัวอย่างคอลัมน์ News Remark (ต่อ)

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 14 ปีชั้หลัง วันที่ 26 เดือน มกราคม ปี 2552



**Say It Out Loud**

เรื่อง Horizon ภาพ อนุพงศ์ เจริญมิตร, ณัฐฉาติ เพ็งคำภู

# ธรรมะในองสันทนาประสา “ผ้าขาว”

ปีใหม่ทั้งที Say It ฉบับนี้ขอเปลี่ยนบรรยากาศให้ผู้อ่านมาฟังเสียงใสๆ ของหนูน้อยสามคนสามวัยสันทนาประสาผ้าขาวกันด้วยเรื่องราวต่างๆ ในแบบ Secret กันบ้าง ขอบอกว่า การสนทนาครั้งนี้เป็นฉบับ **uncensor...** ที่ไม่เคยเปิดเผยที่ไหนมาก่อน



น้องมิว - ด.ญ.นันทน์กษิ์ เลิศนามเชิดสกุล (6 ปี)    น้องคาร์บีว - ด.ช.กฤษฎา ชนะภัยเจริญสุข (7 ปี)    น้องฟลุท - ด.ช.รจนกร อนุพันธ์ (6 ปี)

ปี “พระ” สำหรับหนูคือใครจ๊ะ

**น้องมิว:** พระเขาใส่จีวร ไม่ได้อยู่ธรรมดาแบบพวกเรา ต้องทำตัวลำบาก กินข้าวแค่มือเดียว...แล้วก็ต้องสวดมนต์ด้วย (ทำท่า)

**น้องคาร์บีว:** พระต้องใส่จีวรสีส้ม เจอพระแล้วต้องไหว้สามครั้ง กราบเท้าด้วยก็ได้ครั้น (กราบให้ดู)

**น้องฟลุท:** เวลาที่พวกเราต้องไปหาพระครับ แล้วถ้าเราอยากให้คนตายกินอะไรก็เอาไปให้พระกินนะ อาหารก็จะขึ้นไปอยู่บนนั้น

📖 สวดมนต์เป็นกันไหมคะ

**น้องมิว:** สวด “นะโมตัสสะ ภาคะวะโต” แล้วก็สวดพระพิฆเนศได้ด้วย “โอม ศรี คณะกษะ นะมะเย” เพราะหนูเป็นศาสนาพุทธค่ะ

**น้องคาร์บีว:** คาร์บีวสวด “อาเมน” ทุกเช้าตอนเข้าแถว แล้วก่อนนอนแม่ให้สวด “นะโมตัสสะ” เพื่อกันผีครับ

**น้องฟลุท:** “นะโมตัสสะ” 3 จบ แล้วก็ “อิหมัน มะยัง กันเต...” (ถวายสังฆทาน) มีสวดก่อนนอนด้วยครับ จะได้นอนหลับฝันดีครับ

😊 รู้จัก “สวรรค์” ไหมคะ แล้วรู้ไหมว่าทำอย่างไรจึงจะไปสวรรค์

**น้องมิว:** หนูเคยได้ยินแต่ชื่อเทวดานางฟ้าว่าอยู่บนฟ้า แต่สวรรค์หนูไม่รู้ว่าคืออะไร...แม่บอกว่าต้องไหว้พระ ไม่ได้ ไม่แก๊งใคร ไม่โกหก ไม่ไปขโมยเงินคนอื่น แล้วจะไปสวรรค์ค่ะ

**น้องคาร์บีว:** สวรรค์อยู่ไหน (ชี้ไปบนฟ้า) มีเทวดากับนางฟ้าด้วย เป็นที่อยู่ของคนดี คนชั่วอยู่นรก คาร์บีวไม่โกหก ไม่แก๊งใคร ไม่ทำลายทรัพย์สินผู้อื่น ไม่ตัดไม้ทำลายป่า ไม่ตีพ่อแม่ มีน้ำใจ ก็จะไปสวรรค์แล้ว (ชูมือ)

**น้องฟลุท:** สวรรค์มีหลายชั้น มีเทวดา มีนางฟ้า มียักษ์ตัวเขียว เขียวยาวน่ากลัว ยักษ์จะยืนอยู่ข้างหน้า คอยป้องกัน คอยเฝ้าสวรรค์ไม่ให้ “นรก” ขึ้นมาได้ คนที่ทำบุญเยอะๆ ทำทาน ไม่แก๊งใคร ก็จะได้ขึ้นสวรรค์

เห็นอย่างนี้แล้ว เรามารบมือตั้งๆ ให้อนาคตของชาติกันเถอะ รับรองว่าพลเมืองน้อยๆ เหล่านี้จะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาชาติบ้านเมืองให้รุ่งเรืองยิ่งๆ ขึ้นไปได้อย่างแน่นอน ☺

😞 แล้วหนูๆ เคยทำเรื่องไม่ดีเหล่านั้นบ้างไหมคะ

**น้องมิว:** หนูเคยทำเลิ่บระอ แต่แอบไว้ไม่บอกแม่ บางทีแม่ก็จับได้... แต่หนูไม่แก๊งใคร ไม่แก๊งสัตว์ เคยเล่นกับมะเฟือง (แมว) อุ้มไปอุ้มมาแล้วผลอททำหลุดมือ...มะเฟืองก็ตกลงพื้น ร้องโหย!

**น้องคาร์บีว:** คาร์บีวก็ชอบไม้ อย่างเนี้ยๆ (เส้า) บ้านมีหมา 3 ตัว แต่จริงๆ ไม่มี...(หัวเราะ) มีแต่หมาปลอมครับ แล้วก็เคยจับปลาทางนกกุงมาเล่น เอามาใส่แก้วน้ำให้ปลาวายน้ำตื้นๆ จะได้แข็งแรง

**น้องฟลุท:** ผมชอบแก๊งเพื่อน เวลาเห็นภบก็ชอบเอาเท้าไปเขี่ย ผมเลี้ยงตัวงและชอบให้มันเดินบนไม้ให้มันตกลงมาที่พื้น บางทีก็เอามันมาชนกันเป็นการออกกำลังกาย

🙄 เอาละดี เข้าชั้นห้าบปากกันแล้ว แก๊ไข้อย่างไรกันละคะหนูๆ

**น้องมิว:** เอาสังฆทานไปกราบที่วัดกับพ่อแม่ แต่หนูจะใส่บาตรทุกวันพระที่ตรงกับเสาร์ - อาทิตย์ค่ะ

**น้องคาร์บีว:** ไปใส่บาตรตอนตีห้า ใส่ของกินอร่อยๆ แล้วใส่เป็นหิน (ของเล่น) ก็ได้ พระจะได้เล่นเผื่อเหงา (หัวเราะร่วน)

**น้องฟลุท:** เราก้เอาม่าหรืออะไรก็ได้ที่ไม่ผิด ไม่ใช่เหล่า ใส่บาตรหรือสังฆทานให้พระครับ แล้วก็ไปทำบุญ สร้างห้องน้ำ สร้างกุฏิให้วัดต่างๆ บ่อยๆ ครับ กับที่บ้าน (ทำทางจริงจัง)

🙏 เวลาทำบุญ อธิษฐานขอพระอะไรบ้างคะ

**น้องมิว:** ขอให้อ่านภาษาอังกฤษออกเร็วๆ เรียนหนังสือเก่งๆ สอบได้ที่หนึ่ง และเป็นลูกที่ดีของพ่อแม่ค่ะ

**น้องคาร์บีว:** ขอของเล่นเยอะๆ ขอให้ผมมีอีก 2 ตัว ขอให้ผมมาอายุยืน และขอให้อนาคตเป็นจริงครับ (คาร์บีวฝันอยากเป็นหมอ)

**น้องฟลุท:** ขอให้ผมมีที่ดินพันไร่ มีบ้านหลังโตๆ มีดั่งทุกพันธุ์อยู่ในบ้าน มีสนามกีฬา และขอให้ครอบครัวเป็นอมตะทุกคนครับ

ภาพที่ 10 ตัวอย่างคอลัมน์ Say It Out Loud

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 13 ปีแรก วันที่ 10 เดือน มกราคม ปี 2552

## Admirable One

เรื่อง Violet ภาพ Getty Images



## ความสุขขององค์ทะไลลามะ

ชีวิตของคนคนหนึ่งอาจเริ่มนับจากวันที่แรกที่ลืมตาดูโลกจนถึงเวลาที่ลมหายใจสุดท้ายหลุดออกจากร่าง แต่สำหรับองค์ทะไลลามะ ชีวิตของท่านเริ่มขึ้นตั้งแต่หลายร้อยปีก่อน และยังไม่รู้ว่าจะสิ้นสุดลงเมื่อไร

ในอดีต ทิเบตหาใช้ดินแดนที่สงบสุขเหมือนที่เรารับรู้กันในปัจจุบัน แต่เป็นดินแดนที่มีการรบพุ่งระหว่างชนเผ่าหรือนิกายต่างๆ ที่สลับกันขึ้นมาเป็นใหญ่ ผู้ปกครองซึ่งมีฐานะเป็นผู้นำทางจิตวิญญาณหรือประมุขของนิกายจะทำการกวาดล้างฝ่ายตรงข้ามอย่างถอนรากถอนโคน

อย่างไรก็ดี เมื่อศาสนาพุทธแผ่อิทธิพลเข้ามาในทิเบต ชาวทิเบตรับความเชื่อเรื่องการกลับชาติมาเกิด ผสมเข้ากับวิถีชีวิตของตนอย่างแนบแน่น จุดเริ่มต้นจากความปรารถนาของผู้นำที่ต้องการการกลับชาติมาเกิดเพื่อปกป้องประชาชนและมรดกของตนส่วนมาถึงปัจจุบัน ชาวทิเบตเชื่อว่า "ลามะ" หรือพระอาจารย์ที่ปฏิบัติดีมาากุ จนบรรลุมรรคผลนิพพานจะสามารถเลื่อนกำหนดเวลานิพพานออกไป เพื่อกลับมาเกิดใหม่และสั่งสอนธรรมะต่อไป ทั้งนี้มีเชื่อว่าท่านทำเพื่อต้องการให้ผู้ศรัทธายิ่งสรรเสริญ แต่ท่านทำ

เพราะมีเมตตาปรารถนาจะช่วยเหลือสรรพสัตว์ให้พ้นจากวิฏสงสาร จะเห็นได้ว่าศาสนาพุทธวัชรยานของทิเบตเป็นศาสนาที่มีคำสั่งสอนและหลักการปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องความตายมากที่สุด

ก่อนปี 1950 ชาวทิเบตกว่า 8 ล้านคนที่อยู่ภายใต้การปกครองของรัฐบาลเล็กๆ ซึ่งบริหารโดยพระชั้นผู้ใหญ่ จึงใช้ชีวิตอยู่อย่างเรียบง่าย โดยมีปณิธานว่าพวกเขาจะใช้เวลานบนโลกนี้เพื่อแสวงหาความหลุดพ้นเท่านั้น

วันที่ 6 กรกฎาคม 1935 ณ หมู่บ้านเล็กๆ ในแคว้นฮัมโดหญิงชาวมาจนหนึ่งได้ให้กำเนิดลูกชายคนใหม่ นางมีลูกสาวลูกชายก่อนหน้าให้หลายคนแล้ว การให้กำเนิดทารกคนนี้จึงไม่น่าจะทำให้นางตื่นแต่ประหลาดใจอะไรนัก แต่นางต้องตกตะลึง เพราะลูกชายของนางลึกลับในขณะคลอด ทั้งที่โดยปกติแล้วทารกแรกคลอดจะยังไม่ลืมตา นางและสามีตั้งชื่อลูกชายคนใหม่ว่า **ลาโม รนดูป** ตามพระนามของเทพธิดาแห่งความสมหวัง

หลังจากคลอดลูกชายได้ไม่กี่วัน นางสังเกตว่ามีอีกสองตัวบินมาเกาะที่หลังคาบ้านทุกวัน พวกมันจะบินมาคอน้ำ เคาอยู่ครู่หนึ่งก่อนบินจากไป ภายหลังนางจึงรู้ว่าอีกทมิฬถึงผู้คุ้มครองและมักปรากฏตัวขึ้นเมื่อองค์ทะไลลามะองค์ใหม่ถือกำเนิดขึ้น

ภาพที่ 11 ตัวอย่างคอลัมน์ Admirable One

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 13 ปีแรกแรก วันที่ 10 เดือน มกราคม ปี 2552

วันหนึ่ง ขณะที่ลูกชายของนางอายุได้ 4 ปี คนแปลกหน้ากลุ่มหนึ่งเดินเข้ามาในหมู่บ้านและขอพักค้างคืนที่บ้านของนาง จู๋ ลาม โชนดูป ก็ขึ้นไปต้อนรับใช้คนหนึ่งและร้องว่า "เซร่าลามะ! เซร่าลามะ!" หลังจากที่คนกลุ่มนี้จากไปเพียง 2-3 วัน พวกเขา ก็กลับมาอีกครั้ง และแสดงตัวว่าพวกเขาคือลามะชั้นสูงที่ปลอมตัวเข้ามาเพื่อค้นหาคณะที่ 14

แท้จริงแล้ว "เซร่าลามะ" คือท่าน Kewtsang Rinposhe ซึ่งปกติจำวัดอยู่ที่อารามเซร่าและมีตำแหน่งเป็นหัวหน้าคณะคันทันนั้นเอง ท่านได้ทำการทดสอบให้เด็กชายลามะ โชนดูป เลือกหยิบสร้อยประคำ บัดดะกะวี และไม้เท้า ซึ่งเป็นของใช้เดิมของทะเลลามะองค์ที่ 13 ซึ่งวางปล้นอยู่กับข้าวของอื่นๆ เด็กชายเลือกหยิบได้ถูกต้องพร้อมกับพูดว่า "ของฉัน ของฉัน"

**ในที่สุด หลังจากการค้นหาค้นหาอันยาวนานกว่า 2 ปี ชาวทิเบต ก็พบทะเลลามะองค์ที่ 14**

องค์ทะเลลามะได้รับการสถาปนาเป็นทะเลลามะองค์ที่ 14 ในปี 1940 มีพระนามเต็มว่า **จัมเพล นาวัง ลอบซัง เยเช เท็นซิน กยัตโซทะเลลามะองค์ที่ 14** ท่านบวชและรับการศึกษาด้านหลักพุทธปรัชญาธรรมตั้งแต่อายุ 5 ปี และได้รับดัตริ **เกเช ลาวาบา** ซึ่งเทียบเท่ากับปริญญาเอกด้านปรัชญาพุทธศาสนาเมื่ออายุเพียง 23 ปี

ชีวิตของทะเลลามะองค์ที่ 14 ควรที่จะสงบสุขบนเส้นทางธรรมเฉกเช่นทะเลลามะองค์ก่อนๆ แต่หลังจากการรุกรานของกองทัพรัฐบาลจีนคอมมิวนิสต์ในปี 1959 องค์ทะเลลามะต้องลี้ภัยไปยังประเทศอินเดีย นับแต่นั้นความขัดแย้งระหว่างจีนและทิเบตก็ไม่มีที่ท่าว่าจะสิ้นสุด

องค์ทะเลลามะต้องรับตำแหน่งผู้นำสูงสุดทางการเมืองขณะที่ท่านมีอายุเพียง 16 ปี จนจนถึงปัจจุบัน ท่านได้เดินทางไปเยือนประเทศต่างๆ มากกว่า 62 ประเทศใน 6 ทวีปทั่วโลก เพื่อขอความช่วยเหลือสนับสนุนจากประชาคมโลกให้ช่วยแก้ปัญหาความขัดแย้งระหว่างจีนกับทิเบตอย่างสันติ ท่านต้องการให้ผู้บริจาคเงินยอมรับเอกลักษณ์วิถีชีวิตของชาวทิเบต และอยู่ร่วมกันโดยไม่จำเป็นต้องแยกประเทศ

อันที่จริงการเรียกร้องสันติภาพและความยุติธรรมให้ประชาชนรวมไปถึงการปกป้องรักษาสันติภาพในทิเบตเป็นการกิจหนึ่งในสามประการขององค์ทะเลลามะ ซึ่งท่านกล่าวอยู่เสมอว่า เมื่อใดที่ปัญหาได้รับการแก้ไข ท่านพร้อมที่จะยุติบทบาททันที นอกจากนี้ถ้าชาวทิเบตเห็นว่าสถาบันทะเลลามะไม่จำเป็นหรือไม่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิต ก็สามารถยุบได้ตามรัฐธรรมนูญที่ร่างไว้ตั้งแต่ปี 1963

ปัจจุบัน องค์ทะเลลามะดำรงตำแหน่งผู้นำทางศาสนาของชาวทิเบตทั่วโลก และเป็นผู้นำสูงสุดของรัฐบาลพลัดถิ่นที่ดูแลประชาชนหลายแสนคนในธรรมศาลา (Dharamsala) ที่อยู่ทางตอนเหนือของอินเดีย

ผู้ที่สนใจสามารถอ่านเกร็ดความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ทะเลลามะได้ที่ [www.secret-thai.com](http://www.secret-thai.com)

**แม้จะอยู่ในฐานะสูงส่ง แต่ท่านพูดถึงตนเองว่า "อาตมาเป็นเพียงภิกษุรูปหนึ่ง ไม่มีอะไรมากกว่านี้ และไม่มีอะไรน้อยกว่านี้"**

องค์ทะเลลามะใช้เวลาร้อยละ 80 กับภารกิจ 2 ประการ ประการแรกคือ การส่งเสริมคุณค่าความเป็นมนุษย์ เช่น ความเข้าใจ การให้อภัย การมีขันติธรรม ฯลฯ ประการที่สองคือ การส่งเสริมให้ผู้คนไม่ว่าจะนับถือศาสนาใดสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข ภารกิจทั้งสองประการนี้เป็นสิ่งที่ท่านจะทำตาบอดตายใจสุดท้าย

**"จุดมุ่งหมายของชีวิตคือการอยู่อย่างมีความสุข"**


**"จากประสบการณ์ของอาตมา อาตมาพบว่าความสุขที่ยิ่งใหญ่ที่สุดมาจากการพัฒนาความรักและความเห็นอกเห็นใจ ยิ่งเร่งห่วงใยในทุกข์สุขของคนอื่น เรายิ่งรู้สึกเป็นสุข"**

**"ถ้าเราตระหนักว่าชีวิตทุกชีวิตล้วนปรารถนาที่จะมีความสุข และมีสิทธิ์ที่จะมีความสุขโดยเท่าเทียมกัน เมื่อนั้นท่านจะสามารถเข้าอกเข้าใจผู้อื่นและรู้สึกใกล้ชิดกันและกันมากขึ้น"**

ด้วยการต่อสู้โดยยึดหลักอหิงสา ด้วยความเมตตาที่จะเผยแพร่คำสอนเรียบง่าย โดยมีสันติภาพของทุกชีวิตเป็นจุดมุ่งหมายสูงสุด องค์ทะเลลามะจึงเป็นที่รักของคนทั่วโลก ท่านได้รับรางวัลอันทรงเกียรติมากมาย รวมทั้งรางวัลโนเบลสาขาสันติภาพประจำปี 1989 และในปี 2008 นิตยสาร **ไทม์** คัดเลือกให้ท่านเป็นหนึ่งในมโนกุลผู้มีอิทธิพลสูงสุด 100 คนแรกในด้านความเป็นผู้นำและผู้ทำการเปลี่ยนแปลงโอกาสนี้ **ดีทัก ไชปรา** กูรูด้านจิตวิญญาณชื่อดังได้เขียนสตุติองค์ทะเลลามะไว้ว่า

**"สำหรับผม ความพิเศษขององค์ทะเลลามะคือการที่ท่านมีความสุขได้อย่างแท้จริงท่ามกลางสถานการณ์วุ่นวายยุ่งเหยิง และสิ่งที่เป็นแรงบันดาลใจสูงสุดก็คือ การที่ท่านบอกให้ผมละทิ้งความเชื่อที่ได้จากหลักการต่างๆ และหันมาเชื่อในทฤษฎีปัญญาของตนเอง"**

**"ความมหัศจรรย์ไม่ได้โดยตรงที่ว่า เราสามารถค้นพบความสุขดังกล่าวได้ด้วยตัวเอง แต่ความมหัศจรรย์อยู่ตรงที่คนคนหนึ่งทำให้การตามหาความสุขกลายเป็นเรื่องแสนง่าย"**



**We can live without religion and meditation, but we cannot survive without human affection.**

เราอาจมีชีวิตอยู่ได้โดยไม่ต้องนับถือศาสนาหรือปฏิบัติกรรมฐาน แต่เราไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้โดยปราศจากความรักระหว่างกัน

องค์ทะเลลามะ

ภาพที่ 12 ตัวอย่างคอลัมน์ Admirable One (ต่อ)

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 13 ปักษ์แรก วันที่ 10 เดือน มกราคม ปี 2552



# สิทธิ์ที่จะตายอย่างสงบ

**เขมานันทะ** นักเขียนและศิลปินที่หลายคนนับถือเป็นครูทางจิตวิญญาณ ได้เล่าถึงเหตุการณ์หนึ่งซึ่งประทับใจมากในวัยเด็ก คือเมื่อหวดของท่านสิ้นลม ตอนที่ท่านจากไปนั้น **“ท่านนั่งขัดสมาธิพึ่งเสาเรือน ใบน้ำอ้อมเอิบ มีวงาม ผู้ใหญ่บอกให้ผมเข้าไปกราบใกล้ๆ ผมไม่รู้สึกกลัวเลย”**

เขมานันทะยังเล่าถึงบ่าววัย ๑๓ เมื่อจะสิ้นลม ท่านรู้ตัวดี สั่งให้ไปตามพระภิกษุปรมาสาวกชยันโต ท่านจากไปโดยพนมมืออยู่บนนอกขณะที่พระกำลังสวดมนต์

การตายอย่างสงบนั้นมิใช่สิ่งเหนือวิสัยของปุถุชน และไม่ได้จำกัดเฉพาะภิกษุผู้ทรงศีลเท่านั้น แม้คนทั่วไปก็สามารถเข้าถึงความสงบในวาระสุดท้ายได้ จะเรียกว่าเป็นสิทธิของทุกคนก็ว่าได้ แต่ไม่มีสิทธิอะไรที่ได้มาเปล่าๆ ต่อเมื่อทำหน้าที่ครบถ้วน เราจึงจะได้สิทธินี้มา

การตายนั้นเป็นหน้าที่ของทุกชีวิต หากเราทำหน้าที่นี้ด้วยดี เราจึงจะได้สิทธิในการตายอย่างสงบ ปัญหาก็คือคนทุกวันนี้ไม่ยอมรับว่าตัวเองมีหน้าที่ดังกล่าว หรือถึงจะยอมรับ แต่ก็พยายามบ่ายเบี่ยง หลีกเลี่ยง หรือผัดผ่อนตลอดเวลา เพียงแค่รู้สึกถึงความตายที่จะต้องเกิดขึ้นกับตน คนส่วนใหญ่ก็ไม่อยากทำแล้ว อ้างว่าเป็นเรื่องไกลตัวบ้าง เป็นอัปมงคลบ้าง ผลก็คือเมื่อวาระสุดท้ายมาถึงจึงตายอย่างกระสับกระส่าย ทุรนทุราย

การทำหน้าที่ต่อความตาย ประการแรกหมายถึง การยอมรับว่าสักวันหนึ่งเราจะต้องตาย ความตายเป็นเรื่องธรรมดาที่ไม่มีใครหนีพ้น เขมานันทะเล่าถึงบ่าวชราว่า เมื่อครั้งที่ท่านยังมีชีวิตอยู่ มีญาติวิงวอนตักใจมาบอกว่าหลานผู้ใกล้ชิดคนหนึ่งเสียชีวิตแล้ว ท่านฟังจบก็พูดเบาๆ ว่า **“มีงเคยเห็นคนไม่ตายบ้างเธอ”**

ประการต่อมาคือ การเตรียมตัวเตรียมใจพร้อมรับความตายอยู่เสมอ เพราะความตายนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาทุกสถานที่

**“เตรียมตัว”** หมายถึงการทำสิ่งสำคัญในชีวิตให้แล้วเสร็จ ไม่ให้เป็นภาระค้างคาใจ เช่น ทำหน้าที่ต่อพ่อแม่ ลูกหลาน คนรักอย่างครบถ้วน จนมั่นใจว่าเขาจะอยู่ได้ โดยไม่มีเรา มีเรื่องราวอะไรที่ติดค้างใจก็สะสางให้จบ ภารกิจใดที่สำคัญก็ไม่ปล่อยให้ค้างค้ำเป็นภาระแก่คนอื่น

เตรียมตัวยังรวมไปถึงการทำดี ละชั่ว หมั่นสร้างสมบุญกุศลอยู่เสมอ เพราะเมื่อวาระสุดท้ายมาถึง หากระลึกถึงความดีที่ได้ทำก็จะเกิดความอ้อมเอิบ ภาควุฒิใจที่ได้ใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่า รวมทั้งมั่นใจในภาพหน้าว่าจะได้ไปสู่สุคติ เพราะเมื่อละโลกนี้ไปแล้ว มีแต่บุญและบาปเท่านั้นที่จะติดตามไปด้วย ทรัพย์สินสมบัติ เกียรติยศ อำนาจ หรือบริษัทบริวารนั้น เอาไปด้วยไม่ได้เลยแม้แต่อย่างเดียว

**“เตรียมใจ”** หมายถึงการระลึกรู้เสมอถึงความตายที่จะต้องมาถึงไม่วันใดก็วันหนึ่ง (มรณสติ) ทั้งนี้เพื่อใจจะได้คุ้นชินกับความตาย ขณะเดียวกันก็เป็นเครื่องกระตุ้นเตือนให้เร่งทำสิ่งสำคัญในชีวิตให้แล้วเสร็จ เพื่อจะได้ไม่ทุกข์ใจในภายหลัง

เตรียมใจยังรวมถึงการฝึกใจให้พร้อมปล่อยวางทุกสิ่งเมื่อวาระสุดท้ายมาถึง ไม่ห่วงแหนอาลัยในชีวิตหรือห่วงกังวลคนรัก รวมไปถึงการพร้อมรับมือกับทุกขเวทนาที่จะเกิดขึ้นกับร่างกายโดยไม่ทุกข์ทรมานไปด้วย กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การบ่มเพาะสติ สมาธิ และปัญญา จนใจไม่หวั่นไหวต่อความพลัดพรากหรือความทุกข์ใดๆ ที่เกิดขึ้น เมื่อเตรียมตัวเตรียมใจไว้ดีแล้ว หากวาระสุดท้ายมาถึง

ภาพที่ 13 ตัวอย่างคอลัมน์ JOYFUL LIFE & PEACEFUL DEATH

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 30 ปีเศษหลัง วันที่ 26 เดือน กันยายน ปี 2552



**การตายอย่างสงบนั้นมิใช่สิ่งเหนือวิสัย  
ของปุถุชน และไม่ใด้จำกัดเฉพาะภิกษุผู้ทรงศีล  
เท่านั้น แม้นคนทั่วไปก็สามารถเข้าถึงความสงบ  
ในวาระสุดท้ายได้ จะเรียกขานนี้เป็นสิทธิ์ของ  
ทุกคนก็ว่าได้**

ก็สามารถตายได้อย่างดีที่สุดในที่สุด กล่าวคือยอมรับความตายได้  
ไม่ตื่นตระหนกตื่น หรือละจากโลกนี้ไป เพื่อเปิดทางให้คนอื่น  
หรือชีวิตอื่นได้มาอาศัยและใช้ประโยชน์จากโลกนี้บ้าง ถึง  
ตอนนั้นจึงมีสิทธิ์ที่จะตายอย่างสงบ แต่หากละเลยการ  
เตรียมตัวเตรียมใจดังกล่าวแล้ว ความสงบก็อาจอยู่ไกลเกิน  
ไหวศรัว่าเมื่อจวนสิ้นลม

คุณพ่อวัยเจ็ดสิบผู้หนึ่งซึ่งป่วยเพราะไตวาย หลังจาก  
ล้างไตมานานนับสิบปีก็ตระหนักรู้ว่าความตายจะมาถึงเมื่อไร  
ก็ได้ วันหนึ่งจึงบอกลูกว่าอยากทำพิธีกรรม แต่ลูกๆ  
ไม่ยอม เห็นว่าเป็นกลางร้าย และคิดว่าพ่อยังแข็งแรงดีอยู่  
แต่แล้ววันหนึ่งขณะที่ล้างไต ความดันของพ่อขึ้นสูงจน  
เส้นเลือดในสมองแตก พ่อยังมีสติรู้ถึงตัวอยู่จึงขอ

กลับไปตายที่บ้าน แต่ลูกๆ ไม่ยอม ยินทราบให้ไว้รักษาที่  
โรงพยาบาล แม้หมอมจะพยายามช่วยชีวิตเต็มที่ แต่ก็ไร้ผล  
สองวันต่อมาพ่อก็เสียชีวิต สิ่งทีลูกๆ เห็นก็คือพ่อตาย  
ตาไม่หลับ หน้าเขียวตัวชวรค เหมือนกับมีเรื่องค้างใจอยู่  
อีกกรณีหนึ่งเป็นผู้หญิงป่วยด้วยโรคมะเร็ง ตอนที่  
เสียชีวิตตาของเธอเปิดค้าง พยาบาลพยายามปิดเปลือกตา  
แต่ก็ไม่สำเร็จ ตั้งแต่สามทุ่มจนเช้าตาก็ยังเปิดอยู่ ญาติที่มา  
รับศพรู้สึกแปลกใจ มีคนหนึ่งถูกคิดขึ้นมาว่าผู้ตายคงเป็นห่วง  
ลูกคนสุดท้าย เพราะลูกชายสองคนแรกติดยาถูกจับเข้าคุก  
ตอนมีชีวิตอยู่เธอเคยบ่นว่ากลัวลูกชายวัย 10 ขวบจะลงเอย  
เหมือนพี่ เธอจึงผู้หนึ่งจึงจุดธูปแล้วบอกผู้ตายว่าจะดูแลหลาน  
คนนี้ได้ ไม่ต้องห่วง พุทธเจ้าพยาบาลก็ปิดเปลือกตาผู้ตาย  
คราวนี้ได้ผล ตาทั้งคู่อปิดสนิท

ทุกวินาทีที่เรายังมีลมหายใจอยู่ ขอให้ระลึกว่า คือ  
โอกาสสำหรับการเตรียมตัวเตรียมใจเพื่อสิทธิที่จะตายอย่าง  
สงบ อย่าปล่อยให้โอกาสดังกล่าวหลุดลอยไป เพราะเรา  
ไม่มีวันรู้เลยว่าความตายจะดูโหมถึงตัวเมื่อใด ☺

ภาพที่ 14 ตัวอย่างคอลัมน์ JOYFUL LIFE & PEACEFUL DEATH (ต่อ)  
ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 30 ปีที่ 30 ปี 2552 วันที่ 26 เดือน กันยายน ปี 2552





# เงิน...

## อาจไม่ใช่คำตอบสุดท้ายของชีวิต

*“งานคือเงิน เงินคืองาน บันดาลสุข”  
-คำของคนวัดที่มลของงาน-*

คติพจน์เหล่านี้ถูกฝังอยู่ในหัวของจิตใจได้ลึกลงมาเป็นเวลานาน ส่งผลทำให้ผมเป็นคนหนึ่งที่เรียกได้ว่าเข้าขำขี้งาน หรือที่เรียกกันว่า Workaholic

ถ้าวันไหนผมหยุดพักผ่อนอยู่กับบ้านเฉยๆ หรือว่าวันไหนไม่ได้ทำงาน จะรู้สึกว่ามีวันนั้นตนเองเป็นคนที่ใช้ค่าไปวันเหี้ย

แต่ถ้าวันไหนมีคนมาพูดว่า *“ทำอะไรถึงทำงานได้ทุกวันไม่รู้สึกหิวขาดนี้ คนหรือหุ่นยนต์กันแน่”* ผมจะรู้สึกจิตใจฟ่องโต จนวิญญาณแทบจะกระโดดลอยออกจากร่างทีเดียว

แต่แล้วกลางดึกวันอาทิตย์เมื่อเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา ผมเริ่มคิดแล้วว่าคติพจน์เหล่านี้ทำไมไม่ใช่คำตอบสุดท้ายของชีวิต

กลางดึกคืนนั้นผมตื่นขึ้นมาท่ามกลางเสียงฟ้าร้อง เสียงฝนตกพร้อมๆ กับอาการหัวใจเต้นแรง หอบเหนื่อย จนแทบจะหายใจไม่ออก มือเท้าเย็นเฉียบ กระสับกระส่าย นอนกินนอนไม่หลับอยู่เป็นชั่วโมง จนเมื่อรู้สึกตัวว่าอาการไม่สู้ดีจึงโทรศัพท์แจ้งไปยังเจ้าหน้าที่ของตลาดหลักทรัพย์ให้ประสานงานหาวิทยากรท่านอื่นมาบรรยายแทน

ความเครียดที่เกาะง่วนจะนอนไม่หลับ ตื่นไม่หลับ ไม่สามารถไปบรรยายได้จึงค่อยๆ ลดลงจนสามารถนอนหลับได้

ณ วินาทีนั้นเอง ผมเริ่มระลึกถึงคำสอนสั้นๆ ที่พระพุทธรูปองค์หนึ่งให้โอวาทไว้ว่า *“ให้เดินทางสายกลาง ยึดหลักมัชฌิมาปฏิปทาขึ้นมาแทนเหี้ย”* ผมนึกถึงเนื้อหาที่เขียนในวิชาพุทธศาสนาที่เกือบจะเลื่อนหายไปจากความทรงจำไปพร้อมกับกาลเวลาขึ้นมาได้ว่า

*สายพินดะที่ซึ่งตั้งจนเกินไป เวลาดีดย่อมทำให้สายพินดะไม่ตั้ง  
สายพินดะที่ซึ่งตั้งจนเกินไป เวลาดีดอาจทำให้สายพินดะขาดได้  
สายพินดะที่ซึ่งพอดี ไม่ตั้งไม่หย่อนจนเกินไปเท่านั้น เวลาดีด  
จึงจะมีเพียงไฟระเริงเท่านั้น*

หลังจากนั้นหนึ่งสัปดาห์ผมจึงขอตรวจการบรรยายต่างๆ เพื่อพักผ่อนร่างกาย

เริ่มหันมามองที่ร่างกาย สวดมนต์ นั่งสมาธิ ผมเริ่มรู้สึกว่าการประกอบอาชีพที่ผมนึกคิดว่าเท่มากๆ ทางการเงินที่บอกว่า *“Cash is only the king.”* ไม่จริงอีกต่อไปแล้ว

ผมเริ่มเรียนรู้ว่าแนวคิดในทางการเงินเกี่ยวกับกระบวนการจัดสรรเงินทุนไปลงทุนในทรัพย์สินประเภทต่างๆ อันได้แก่ ทรัพย์สินที่มีสภาพคล่องคล้ายเงินสด พันธบัตรหุ้นกู้ และหุ้นสามัญ ควรได้รับการประยุกต์ใช้กับการจัดสรรเวลาและเงินทุนให้กับชีวิต

เวลาและเงินที่มีอยู่ในปัจจุบันควรได้รับการจัดสรรส่วนหนึ่งเพื่อการดำเนินชีวิตอย่างเป็นปกติสุขเฉพาะหน้าในวันนี้

ในขณะเดียวกัน เวลาและเงินที่มีอยู่ในปัจจุบันควรได้รับการจัดสรรอีกส่วนหนึ่งเพื่อการดำเนินชีวิตอย่างเป็นปกติสุขในภายหน้า เพื่อให้เราได้มีอิสรภาพทางการเงินและสามารถดำรงชีพตลอดอายุขัยโดยไม่ต้องหวังพึ่งคนอื่น

แต่การจัดสรรเวลาและเงินที่มีอยู่ในปัจจุบันอีกส่วนหนึ่งที่หลายคนมักลืมไปก็คือ การแบ่งเวลาไปปฏิบัติธรรมและแบ่งเงินไปทำบุญให้ทานเพื่อความสุจริตในปัจจุบันและอนาคต ทั้งในโลกนี้และโลกหน้า บางครั้งความรู้ท่วมหัวก็เกือบทำผมเอาตัวไม่รอดเหมือนกัน

*สำหรับใครที่มีคำถามหรือมีประเด็นทางการเงินที่อยากให้นำมาเล่าสู่กันฟัง หรือต้องการปรึกษาปัญหาการวางแผนทางการเงิน นอก  
กันมาได้ขอรับที่ <http://moneysecret.hi5.com>*

ภาพที่ 17 ตัวอย่างคอลัมน์ MONEY MANAGEMENT

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 30 ปีที่ 30 หลัง วันที่ 26 เดือน กันยายน ปี 2552





ภาพที่ 18 ตัวอย่างคอลัมน์ MONEY MANAGEMENT (ต่อ)

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 30 ปักษ์หลัง วันที่ 26 เดือน กันยายน ปี 2552

# คล้ายทุกข์ สุขใจ ด้วยละคร

เรื่อง เสาวลักษณ์ ศรีสุขสรุ / ภาพ Stockxpert

เราอาจจะเคยได้ยินคำกล่าวที่ว่า “ละครแล้วมันดูตัว” กันมาบ้างแล้ว ซึ่งทำให้รู้ว่าหากละครแล้วหันมาพิจารณาชีวิตตัวเองไปด้วย ก็จะได้ประโยชน์มากกว่าแค่ความสนุกสนาน และที่น่าสนใจคือ ปัจจุบันมีการนำเทคนิคของการเล่นละครมาใช้ในการบำบัดเยียวยาจิตใจได้ด้วย

ในประเทศไทยละครบำบัดยังจำกัดอยู่ในกลุ่มเล็กๆ เท่านั้น และคนที่สามารถอธิบายเรื่องนี้ให้เราเข้าใจได้ดีคือ **คุณศฤงคารณ์ ไหม้ส** นักละครบำบัดจากประเทศอังกฤษ หลังจากทำงานละครบำบัดที่อังกฤษและเวลส์มาระยะหนึ่ง คุณศฤงคารณ์ก็กลับมาทำงานที่ประเทศไทยและเริ่มงานละครบำบัดตั้งแต่ปี 2545 โดยทำงานให้บุคคลและองค์กรต่างๆ รวมถึงเผยแพร่ความรู้แก่ผู้สนใจ วิธีการบำบัดแบบที่เธอร่ำเรียนมาจะใช้กระบวนการและเทคนิคของละครเป็นสื่อกลางในการเรียนรู้และแก้ไขปัญหา รวมทั้งส่งเสริมให้คนได้เข้าใจศักยภาพ และค้นพบพลังสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในตัวเอง

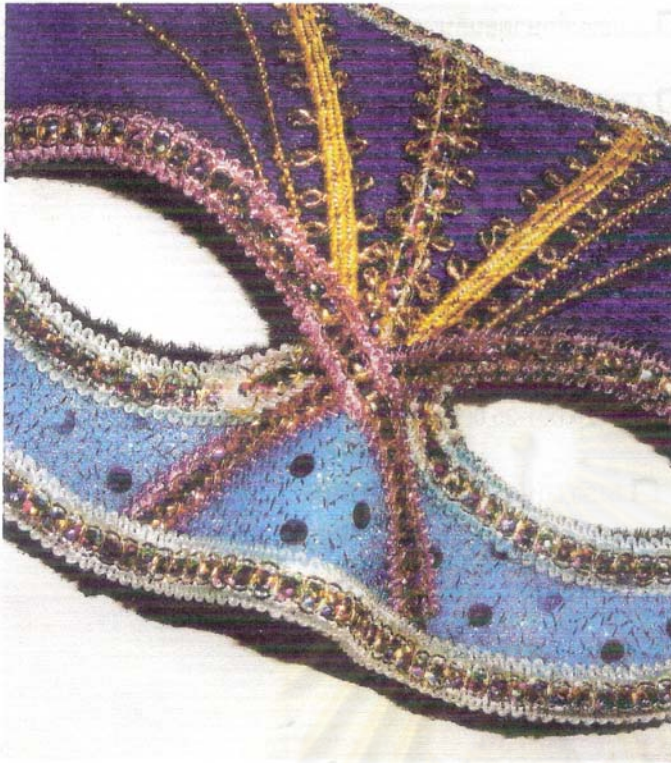


คุณศฤงคารณ์เล่าว่า เธอสนใจละครบำบัดเพราะสมัยเรียนจบจากมหาวิทยาลัยมีโอกาสทำงานเป็นพิธีกรรายการเกี่ยวกับสุขภาพใจ และทำงานละครเวทีควบคู่กันมา จนรู้สึกว่าคุณศฤงคารณ์อย่างจริงจัง จึงไปศึกษาต่อที่ประเทศอังกฤษ ทำให้เธอค้นพบว่า ละครบำบัดสามารถเยียวยาจิตใจของคนอื่นๆ และตัวเองได้

“ฉันเริ่มจากครอบครัวที่แตกร้าง คุณพ่อคุณแม่แยกทางกัน สมัยวัยรุ่นชีวิตมีปัญหา เพราะเวลาพ่อแม่ทะเลาะกัน ผลกระทบต่อจิตใจของเราด้วย และสิ่งเหล่านี้ก็ประทับอยู่ในความทรงจำ ฉันเองไม่ใช่เด็กเรียบร้อย ใช้ชีวิตลองผิดลองถูกมาเยอะ เคยทำตัวประหลาดพ่อแม่ โชคดีที่สุดท้ายก็เลือกทางเดินได้ถูกโดยไม่ต้องมีคนมาบอกว่าสิ่งนี้ดีหรือไม่ดี เพราะวันหนึ่งเมื่อเราซึมซาบข้อดีของตัวเอง รู้ว่าตัวเรายังมีคุณค่า มีศักยภาพ เราก็จะเดินไปในทางที่ถูก” เธอเล่าชีวิตของตัวเองให้ฟังคร่าวๆ ก่อนจะอธิบายถึงความหมายที่แท้จริงของ ละครบำบัด (Drama Therapy) ให้ฟังว่า

“ละครบำบัดเป็นการบำบัดจิตใจโดยใช้กระบวนการและเทคนิคของละครเป็นสื่อกลางให้เราได้สำรวจตัวตน รู้จักการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึก ช่วยให้เราสามารถทำความเข้าใจปัญหาต่างๆ ได้ง่ายขึ้น เร็วขึ้น รวมถึงการค้นพบศักยภาพและความสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในตัวของแต่ละคน ทำให้เราค้นหาหนทางในการใช้ชีวิตได้อย่างมีค่าและมีความสุขขึ้น

“สิ่งที่เราเรียนรู้จากละครบำบัดเปรียบเหมือนการเรียนรู้จิตวิทยาการเข้าใจตัวเองและผู้อื่นมากขึ้น เป็นการเรียนรู้ในบรรยากาศที่อบอุ่นและเกื้อหนุนกัน โดยมีนักละครบำบัดเป็นผู้ที่คอยเสนอแนะ ตั้งข้อสังเกต ชี้ทางหรือกำหนดทิศทาง



ของกระบวนการต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น”

นอกจากนั้นคุณสมุทรรัตน์เล่าว่า ในประเทศไทยยังมีความเข้าใจผิดที่ว่ากระบวนการละครบำบัดเกิดขึ้นเพื่อช่วยเหลือผู้ที่มีปัญหาทางจิตใจ หรือคนที่ได้รับการวินิจฉัยอย่างชัดเจนว่า “ต้องรักษา” เท่านั้น

แต่แท้จริงแล้วละครบำบัดสามารถใช้ได้กับทุกคน ตั้งแต่เด็กจนถึงผู้สูงอายุ เพราะละครบำบัดสามารถกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ ช่วยให้ผ่อนคลายและมีความสุข ละครบำบัดช่วยให้การสื่อสารกับตัวเองและผู้อื่นสนุกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงสามารถนำไปใช้กับกลุ่มคนทำงานสร้างสรรค์อื่นๆ เช่น นักแสดง พิธีกร ผู้กำกับ และนักเขียนได้ด้วย

ส่วนการทำละครบำบัดเพื่อใช้สำหรับการบำบัดจิตใจโดยตรงนั้น เธอเล่าว่าที่ผ่านมามีการนำไปใช้กับกลุ่มคนต่างๆ เช่น กลุ่มผู้ต้องขังในเรือนจำ กลุ่มผู้กระทำความผิดซ้ำซ้อน กลุ่มคนที่มีปัญหาเรื่องความเครียดหรือข้อเท้า กลุ่มผู้ติดยาเสพติด กลุ่มเด็กพิเศษที่มีปัญหาการเรียนรู้อาก (Learning Difficulties) และ กลุ่มเรื้อรังติดิก กลุ่มผู้ต้องการ

การฟื้นฟูจิตใจจากเรื่องต่างๆ เช่น ผู้ที่เผชิญกับความสูญเสีย ผู้ที่ถูกล่วงละเมิดทางเพศ ผู้ที่มีปัญหาความสัมพันธ์และมีปัญหาในครอบครัว ซึ่งสามารถบำบัดได้ทั้งแบบตัวต่อตัว (Individual Therapy) และแบบกลุ่มบำบัด (Group Therapy)

## วิธีบำบัดใจด้วยละคร

เทคนิคของละครบำบัดมีหลากหลายรูปแบบที่สำคัญ การบำบัดโดยวิธีนี้ไม่ใช่การเล่าประสบการณ์ความทุกข์หรือปัญหาออกมาโดยตรง แต่ใช้เทคนิคต่างๆ เช่น ใช้เรื่องราวที่เขียนขึ้นใหม่ (Story-making) เป็นการเล่าเรื่องราวต่างๆ ที่ผู้รับการบำบัดอยากจะเล่า โดยเรื่องที่เขาอาจไม่ใช่เรื่องราวในชีวิตเขาเลยก็ได้ ซึ่งการที่เขาจะเลือกเรื่องอะไรขึ้นมาจะสะท้อนให้เห็นว่าเรื่องนั้นมีความสำคัญกับเขา หรืออาจจะเป็นเรื่องที่กระทบความรู้สึกของเขามาก

นอกจากนี้ยังมีการใช้วัตถุต่างๆ (Transitional Objects) หรือของเล่นมาใช้เพื่อแสดงความคิด ความรู้สึก และอารมณ์ต่างๆ การใช้หน้ากาก (Mask) ละครไม้ (Mime) การจัดองค์ประกอบร่างกาย การเคลื่อนไหวของร่างกาย (Body Movement) การใช้

ดนตรี การสวมบทบาทต่างๆ (Role-play) ที่กำหนดเองหรือถูกกำหนดให้โดยผู้อื่น เพื่อเปิดโอกาสให้ได้เห็นมุมมองใหม่ๆ ทำให้เกิดความเข้าใจเรื่องราวต่างๆ ในชีวิตดีขึ้น รวมทั้งการแสดงสด (Improvisation Play) ซึ่งจะช่วยให้เกิดความเข้าใจในบุคลิกลักษณะของตัวเองและผู้อื่น

สุดท้าย ในฐานะนักละครบำบัด คุณสมุทรรัตน์ได้ฝากแนวคิดถึงคนยุคนี้ว่า “ปัจจุบันเราใช้ชีวิตกันอย่างเต็มที่ แบบสุดทาง ‘ฉันทำอะไรฉันต้องเต็มที่ที่สุด’ มองไปที่เป้าหมายอย่างเดียว ทำให้หลงลืมความงามระหว่างทางไป ส่งผลให้มีความสุขเครียดสะสม หรือบางคนชอบแก้ปัญหาแบบเร็วๆ หรือกลบๆ มันไว้จนในที่สุดก็ระเบิดออกมา

“ดิฉันอยากให้เราได้รู้จักตัวเองมากขึ้น อยากให้เคารพนับถือตัวเอง แล้วจะเกิดความมั่นใจที่เกิดมาจากข้างใน โดยที่ไม่ต้องพยายามแต่งตัวให้ดูดีหรือเสริมแต่งภายนอก เพราะมีความมั่นใจและมีความสุขใจอยู่ภายในอย่างเต็มเปี่ยมแล้วที่สำคัญ ไม่ต้องให้ใครมายอมรับเรา แต่เราสามารถยอมรับตัวเราเองที่เราเป็นได้ ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ใจสงบแล้ว ยังช่วยให้เข้าใจธรรมชาติมากขึ้นอีกด้วย”

นี่คือบทสรุปของการใช้ละครช่วยในการบำบัด ซึ่งนอกจากจะบำบัดใจที่เจ็บป่วยแล้ว ยังช่วยให้เรานำศักยภาพที่มีอยู่ภายในตัวมาใช้ได้อย่างสูงสุดอีกด้วย 🌟

หมายเหตุ : สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมหรือขอรับบริการฟรีครบได้ที่ [chance@csloxinfo.com](mailto:chance@csloxinfo.com) และโทรศัพท์ 08-1373-7523 หรือแวะชมที่ [www.chancecentre.com](http://www.chancecentre.com)

ภาพที่ 20 ตัวอย่างคอลัมน์ HEALTHY BODY IN HEALTH MIND (ต่อ)

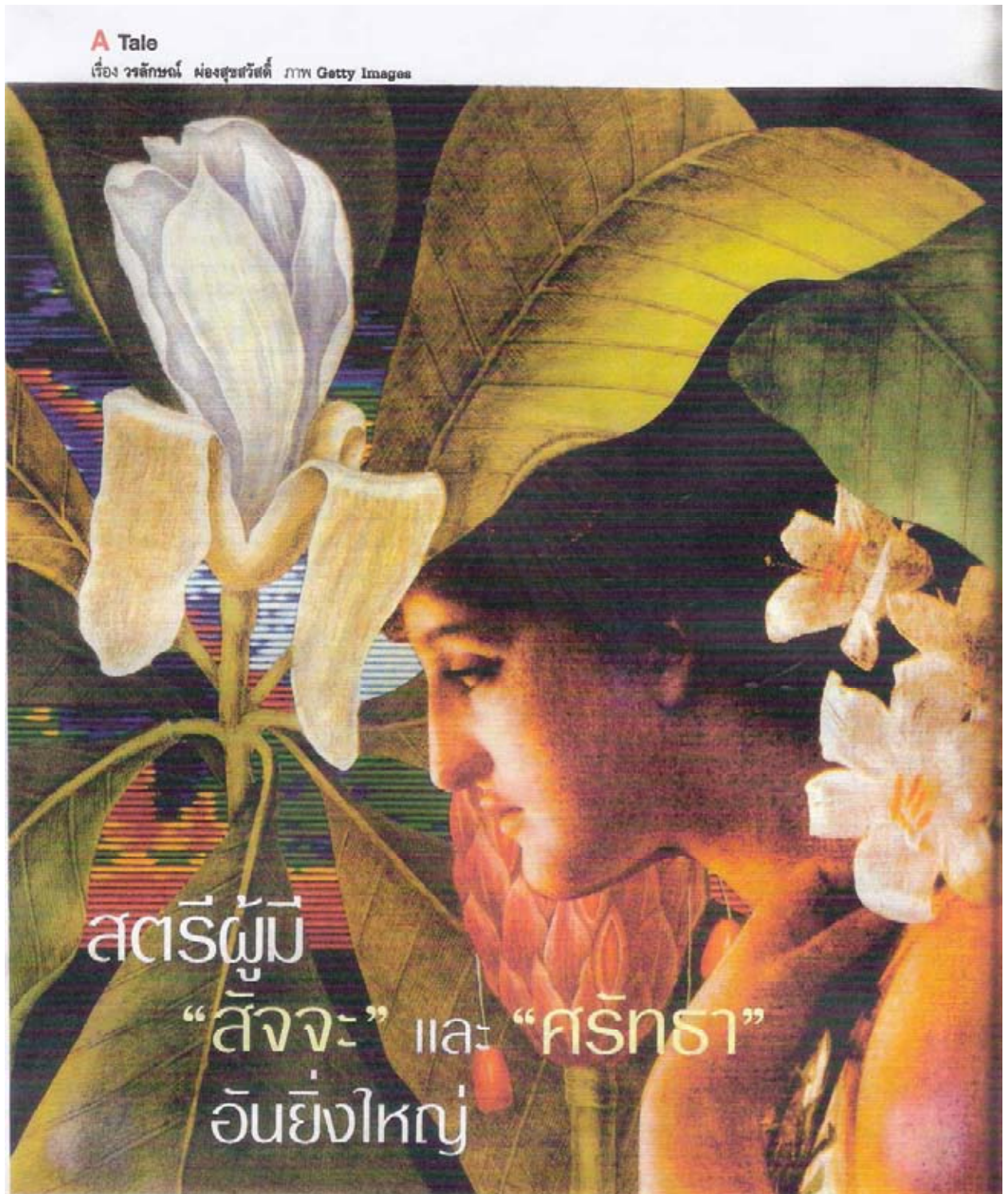
ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 27 ปีกษ์แรก วันที่ 10 เดือน สิงหาคม ปี 2552



ภาพที่ 21 ตัวอย่างคอดลิมน์ ANSWER KEYS

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 28 ปีเศษแรก วันที่ 10 เดือน สิงหาคม ปี 2552





ภาพที่ 23 ตัวอย่างคอลัมน์ A Tale

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 20 ปีถัดหลัง วันที่ 26 เดือน เมษายน ปี 2552

คุณอาจเคยรู้สึกแปลกใจและตั้งในความงามอันน่ามหัศจรรย์ของสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์ในสมัยโบราณสร้างขึ้นมา ทั้งๆ ที่เครื่องมือ-เครื่องมือในยุคนั้นแทบจะไม่มี

คุณอาจเคยสงสัยว่า เพราะเหตุใดมนุษย์ตัวเล็กๆ จึงสามารถแกะสลักภาพที่ใหญ่มาเป็นรูปเคารพได้สำเร็จ หรือไม่เข้าใจว่าคนในสมัยก่อนสร้างพีระมิดได้อย่างไร

เชื่อหรือไม่ว่า “ศรัทธา” ทำให้มนุษย์สามารถทำหลายสิ่งหลายอย่างที่เหลือเชื่อได้อย่างไม่น่าเชื่อ...

ครั้งพุทธกาลมีสตรีผู้หนึ่งนามว่า สุปิยา เธอได้ชื่อว่าเป็นผู้มีศรัทธาอันยิ่งใหญ่และมีสัจจะที่น่าชื่นชม แม้เธอจะไม่ได้สร้างสิ่งก่อสร้างใหญ่โตให้โลกประจักษ์ ว่าศรัทธาอันสูงส่งที่เธอมี ทำให้เธอตัดสินใจทำในสิ่งที่คนทั่วไปไม่กล้าทำและคงไม่เคยมีใครทำมาก่อน

นางสุปิยาผู้นี้มีสามีชื่อ นายสุปิยะ ทั้งสองคนเป็นชาวเมืองพาราณสี สองสามีภรรยาคู่นี้มีความเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธศาสนาอย่างแรงกล้า หนึ่งในกิจวัตรประจำวันของทั้งสองคือ การเดินทางไปถวายภัตตาหารแด่ภิกษุสงฆ์ตามวัดวาอารามต่างๆ

วันหนึ่งถึงเป็นคราวโชดดีของสองสามีภรรยา เมื่อพระพุทธองค์เสด็จมาแสดงพระธรรมเทศนาโปรดชาวพาราณสี และเพียงครั้งแรกที่นางสุปิยาได้ฟังธรรมจากพระโอษฐ์...นางก็บรรลุโสดาบันทันที

จะเป็นด้วยความปรารถนาหนีแต่อดีตชาติมานานับแสนกัปที่นางปรารถนาจะสร้างกุศลกรรมให้พระศาสนาได้มากที่สุด หรือความมุ่งมั่นตั้งใจในชาติปัจจุบันก็สุดจะเดา จึงทำให้นางสุปิยามีจิตเมตตาภิกษุผู้อาพาธ คอยไต่ถามทุกข์ - สุขและอาการอาพาธของภิกษุในทุกๆ วัด เพื่อหาทางช่วยเหลือเยียวยาอยู่เสมอ

ครั้งหนึ่งนางสุปิยาได้ทราบว่า มีภิกษุรูปหนึ่งอาพาธจากการดื่มยาถ่ายและต้องการดื่มน้ำ “น้ำเนื้อต้ม” เพื่อบำรุงกำลัง เมื่อเห็นว่าไม่เงินกำลังแต่อย่างใด นางจึงตักปากรับคำภิกษุรูปนั้นเป็นมันเป็นเหมาะว่า “อุกจะนำมถวายพระคุณเจ้าในเช้าวันพรุ่งนี้” พุดจบ นางก็รีบมอบหมายให้หญิงรับใช้ไปหาซื้อเนื้อที่ตลาดทันที

วันนั้นแม้หญิงรับใช้จะพยายามเนื้อจนหัว แต่ก็ไม่มีร้านไหนมีเนื้อขายเลย เพราะเหตุว่าเป็นวันห้ามฆ่าสัตว์ตัดชีวิต หญิงรับใช้จึงกลับมาแจ้งนางสุปิยาและอาสาจะไปหาซื้อให้อีกครั้งในเช้าวันรุ่งขึ้น

นางสุปิยาคิดใคร่ครวญกลัวไม่ทันกาลหากจะต้องรอ “เนื้อ” จนเวลาเช้า เพราะกว่าจะเตรียมการทุกอย่างเสร็จ นางก็คงนำน้ำ

เนื้อต้มไปถวายไม่ทันอย่างที่ได้รับปากไว้อย่างแน่นอน และหากเป็นเช่นนั้นจริง อาการอาพาธของภิกษุรูปนั้นก็อาจกำเริบมากขึ้นไปอีกสร้างความทรมานไม่รู้จบสิ้น...ก่อนเป็นบาปกรรมได้

เมื่อมองไม่เห็นทางอื่นที่จะได้เนื้อมา นางสุปิยาจึงกลับเข้าไปในห้อง ก่อนจะกลับใจใช้มีดแลเนื้อที่ขาขวาออกมาชิ้นหนึ่งและยื่นให้หญิงรับใช้นำไปปรุงอาหาร เมื่อทุกอย่างแล้วเสร็จ นางสุปิยาจึงวานให้นายสุปิยะผู้เป็นสามีนำน้ำเนื้อต้มไปถวายภิกษุอาพาธในเช้าวันแทนนาง เพราะตัวนางเองเกิดป่วยกะทันหัน

พระพุทธองค์ทรงทราบถึงเหตุแห่งศรัทธานั้น เช้าวันต่อมา พระองค์และพระสาวกจึงออกบิณฑบาตผ่านหน้าบ้านสองสามีภรรยา เมื่อเห็นดังนั้นนางสุปิยะจึงถือเป็นโอกาสอันดียิ่งที่จะได้นิมนต์พระพุทธองค์และพระสาวกขึ้นรับภัตตาหารบนเรือน ครั้งนั้นแม้นางสุปิยะจะแจ้งว่า นางสุปิยาป่วยนอนพักอยู่ในห้อง แต่พระพุทธองค์ก็ยังคงตรัสเรียกให้นางออกมาอยู่หลายครั้ง

วินาทีนั้นเอง ได้เกิดอัศจรรย์ขึ้นที่ขาข้างขวาของนาง...เนื้อที่หายไปเริ่มเติมเต็มขึ้นมา ผิวหนังบริเวณที่นางตัดเนื้อออกไปกลับสมานเรียบดังเดิม หน้าข้านางยังมีผิวพรรณผ่องใสยิ่งกว่าเก่าเสียอีก นางสุปิยาสามารถก้าวเดินออกจากห้องได้เป็นปกติและได้คลานเข้ามากราบพระพุทธองค์ด้วยความปลาบปลื้มยินดียิ่งนัก

เมื่อพระพุทธองค์ตรัสถามถึงสาเหตุของอาการไข้ นางสุปิยาจึงเล่าเหตุการณ์ทั้งหมดถวายโดยไม่ปิดบัง สร้างความตื่นตะลึงให้ทุกคน ณ ที่นั้น และด้วยอาณภาพแห่งศรัทธานี้ พระพุทธองค์ได้ทรงยกย่องว่า

**นางสุปิยาเป็นอุบาสิกาผู้เป็นเลิศกว่าอุบาสิกาทั้งปวงในการเป็นอุปัฏฐากภิกษุที่อาพาธ**

ต่อมาภายหลังพระพุทธองค์มีรับสั่งให้มีการประชุมสงฆ์และได้สอบถามความจากภิกษุอาพาธรูปนั้นจนทราบว่า “ท่านรับฉันน้ำเนื้อมนุษย์ต้มจริงๆ” พระพุทธองค์ทรงติติงพร้อมกับชี้แจงว่าเป็นเรื่องไม่น่าเลื่อมใสศรัทธาแก่พุทธศาสนิกชนเป็นอย่างยิ่งทั้งนี้และต่อไปในภายภาคหน้า

**ด้วยเหตุนี้จึงเกิด พุทธบัญญัติห้ามฉันเนื้อมนุษย์ ตามด้วยเนื้อสัตว์ ๑ ชนิด ได้แก่ ช้าง ม้า สุนัข ภู หมี สิงโต เสือโคร่ง เสือเหลือง และ เสือดาว นับแต่นั้นมา**

ภาพที่ 24 ตัวอย่างคอคัลมน์ A Tale (ต่อ)

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 20 ปีภักษ์หลัง วันที่ 26 เดือน เมษายน ปี 2552







บาทลีคังเป็นเมืองที่อยู่เหนือกาลเวลา  
ไม่ว่าโมงยามจะเคลื่อนผ่านไปไวแค่ไหน สายลมแห่งโลกา-  
ภิวัดนั้นจะลาโฉมและซัดกระหน่ำเข้าใส่รุนแรงและรวดเร็วเพียงใด  
หรือแม้แต่ความทันสมัยที่มาพร้อมกับกองทัพนักเดินทางจะแผ่หาว  
ไปทั่วทั้งเกาะ แต่บาทลีไม่เคยเปลี่ยนแปลง

ฉันเป็นคนหนึ่งที่เที่ยวไปเที่ยวมาบาทลี ราวกับเป็นเพื่อนกันผู้แท้  
ของเกาะสวรรค์แห่งนี้

คำว่า “เกาะสวรรค์” ของฉันบางทีอาจจะเป็นคนละนิยามกับ  
นักเดินทางผู้หิวกระหายสายลมแสงแดด โปรดปราณชีวิตที่ได้นอน  
เกลือกกลิ้งบึงตัวตามชายหาด เพราะคำเรียกขานบาทลีว่าเป็นเกาะ  
สวรรค์สำหรับฉันมันคือที่ทางแห่งความสงบงาม บนแผ่นดินที่  
หมกคลุมไว้ด้วยความศรัทธา จนหลายครั้งแทบไม่เชื่อว่านี่คือเกาะ  
ที่อยู่ในศตวรรษที่ 21

ด้านหนึ่งของบาทลีคือเกาะที่อุดมไปด้วยนักเดินทางที่มุ่งน้อย  
พ่มน้อย เดินทอดน่องให้น้ำทะเลเคลอเคลียและนอนผิงแดดอยู่เกลื่อน  
หาด หากแต่อีกด้านหนึ่งของบาทลีกลับอวลไว้ด้วยกลิ่นแห่งศรัทธา  
ที่ไม่ค่อยไปกว่าศรัทธาบนแผ่นดินพม่าหรือนครศักดิ์สิทธิ์อย่างทิเบต  
ในยุคที่โลกไซเบอร์กำลังแผ่อ่านจากปกคลุมทุกสิ่ง แต่ฉันกลับ  
ได้เห็นผู้คนในชุดพื้นเมืองเดินเรียงรายเป็นริ้วขบวนเพื่อไปวัดใกล้บ้าน  
ด้วยรอยยิ้ม ซึ่งไม่ได้ไปกันเฉพาะในวันสำคัญทางศาสนาเท่านั้น แต่  
คนบาทลีทำแบบนี้อยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน

ผู้ชายโดยมากจะใส่เสื้อสีขาวธรรมดา ผู้หญิงในชุดเสื้อลูกไม้  
แขนยาวหลากสีสัน สวมผ้าถุงที่พอดีตัว เทินภาชนะใส่อาหารคาว  
หวานและผลไม้เพื่อไปทำบุญเอาไว้บนศรัทธา ในใจแบกศรัทธาเอาไว้  
อย่างเต็มปรี

พ่อแม่จงลูกหลานไปวัด คนแต่ละคนแก้หอบความขราด้วยใบหน้า  
อ้อมบุญไปด้อมด้อมกับความเชื่อความศรัทธา ส่วนในตอนเช้าผู้คนก็จะ  
นำดอกไม้และข้าวใส่กระหน้อยเพื่อบูชาเทพเจ้าทางศาสนาอินดูเป็น  
กิจวัตร

นี่เป็นภาพวิถีชีวิตของชาวบาทลีที่ได้ดูก็ครั้งก็ทำให้ใจมอหุ้ม  
อย่างหนึ่งคือ ทำให้รู้ว่าพลังแห่งศรัทธาในศาสนาอินดูของชาว  
เกาะบาทลีนั้นเข้มแข็งเพียงใด แม้แต่อินดูนิเซียซึ่งเป็นชนชาติที่นับถือ  
ศาสนาอิสลามที่ยิ่งใหญ่แห่งหนึ่งของโลกก็ไม่อาจสลายความเชื่อและ  
ความศรัทธาของชาวเกาะบาทลีได้ หรือแม้แต่ชาวตะวันตกที่เคยเข้ามาแผ่  
อิทธิพลครอบครองบาทลีอยู่เกือบ 40 ปี ก็ไม่อาจนำอารยธรรมยุโรป  
มาแทนที่วิถีชีวิตและความเชื่อแบบดั้งเดิมของชาวบาทลีได้

วัดวาอารามจึงเป็นอีกแห่งหนึ่งที่มีมาเยือนบาทลีควรรหาโอกาส  
แวะเวียนไปชม ทั่วทั้งเกาะบาทลีมีอยู่สี่หมื่นกว่าวัด มีทั้งวัดเล็ก  
วัดน้อยใกล้บ้านและวัดใหญ่ที่เป็นของหมู่บ้านตุ้มเมือง

บางคนชอบวัดอุลัน ดานู บาตุร์ แกวคินตามณี เพราะหาก  
มองจากด้านหลังของวัดจะมองเห็นทะเลสาบดานู บาตุร์ และ  
ฉากธรรมชาติที่มีภูเขาไฟบาตุร์อันยิ่งใหญ่ได้อย่างชัดเจน

ภาพที่ 26 ตัวอย่างคอลัมน์ A Trip with a View (ต่อ)

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 17 ปีที่ 17 ปีแรก วันที่ 10 เดือน มีนาคม ปี 2552



โดยมากนักท่องเที่ยวจะชอบวัดแม่อย่างเบซากิ เพราะฉากแห่งความยิ่งใหญ่อลังการของหมู่วิฑวาวรามน้อยใหญ่ที่มีฉากหลังเป็นภูเขาไฟทุง อากุง ทำให้เบซากิเป็นวัดที่มีทั้งเจ้าถิ่นและคนต่างถิ่นแวะเวียนไปชนิดที่วันได้ไม่แห้ง

แต่โดยส่วนตัวฉันชอบวัดอุลัน ดานู บราตัน ที่ทะเลสาบ บราตันมากที่สุด แม้จะไม่ยิ่งใหญ่เท่าวัดบ้านคูเมืองอย่างวัดเบซากิ และไม่คึกคักเท่าที่วัดอุลัน ดานู บาศูร์ ด้วยเหตุที่วัดแห่งนี้อยู่กลางทะเลสาบ บริเวณรายรอบวัดจึงดูร่มรื่น งดงาม สงบเงียบมองเห็นสายน้ำอันรื่นรมย์ ฉากหลังเป็นภูเขาสูงใหญ่อันขั้มขั้ม หากแต่ใจความโรแมนติกเอาไว้พอประมาณ

ส่วนเมนูโปรดของฉันบนเกาะเบาสักงไม่มีที่ไหนที่ทำให้ฉันใจได้เท่า "อูบุด"

แม้จะไม่มีเสียงดนตรีและแสงสีสร้างความครึกครื้นรยอยู่ที่นั่น ไม่มีแพชั่นไว้ให้อัฟเวอร์น และไม่มีชายหาดเอาไว้ดื่มกินแสงแดดแบบที่หาดคูต้า หาดซารูร์ และหาดนูซา ดูร์ มีไว้ปรนเปรอแขกหรือแต่อูบุดเป็นเมนูเล็กๆ บนเกาะที่มีเรือนพักแบบบุดิกโฮเต็ล ซิคโฮเต็ล และฮิลโฮเต็ลตั้งอยู่ริมหน้าข้าวแบบชั้นบันได เติยงหวัดและสมุนไพรมานาชนิดรอทุกคนให้ไปทำสปาอยู่ที่นั่น บางรีสอร์ทมีคอร์สเรียนโยคะเอาไว้รอให้นักท่องเที่ยวด้วย

ร้านรวงที่มีข้าวของหน้าตาจุ่มจิมรอกทุกคนอยู่หลังตู้กระจก แกแลลอรี่ที่เมืองแม้นไปด้วยผลงานศิลปะกระจายอยู่ทั่วอูบุด คาเฟ่เก๋ไก๋เปิดเพลงบอสซาโนวาเบาๆ เคล้าเครื่องตีเพื่อสุขภาพ เป็นพรรณที่กำกั้มกั้มแรงในอูบุด

การแสดงระบำบารองก็หาดูง่ายแฉวๆ นั้น ยามที่เอียงย่างไปตามตรอกซอกซอยของอูบุดก็มีเสียงดนตรีจากเครื่องดนตรีพื้นเมืองไซยเข้าหูอยู่ตลอด

บาทสิจึงเหมือนหนังสือเล่มโปรด หยิบขึ้นมาอ่านได้บ่อยๆ อย่างไม่รู้เบื่อ และหนังสือเล่มนี้ อ่านที่ไรความสุขแน่คลุมจิตใจทุกครั้ง หนังสือเล่มนี้ไม่ใช่หนังสือที่บอกเล่าถึงประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ ไม่ใช่หนังสือท่องเที่ยว หากแต่เป็นหนังสือเล่มที่เปลี่ยนให้เห็นวิถีชีวิตของมนุษย์ในมุมเล็กๆ ของโลก ที่ไม่เพียงงดงาม แต่ยังมีคำพราสอนมากมายแทรกตัวอยู่ในความงดงาม

อย่างน้อยหนังสือเล่มนี้ก็คอยเตือนฉันอยู่เสมอ ไม่ใช่ใช้ชีวิตอย่างเปลืองเปลืองไปกับสายลมแห่งโลกาภิวัตน์ และสะกิดบอกทุกครั้งที่มีใจให้โลกไซเบอร์มากกว่าอยู่กับตัวเอง



จากกรุงเทพฯ ไปบาหลีมีหลายสายการบินให้เลือก ทั้งอินโดนีเซีย กูรูตาแอร์ไลน์ สิงคโปร์แอร์ไลน์ และแอร์เอเชีย เมื่อไปถึงบาหลีก็มีรถแท็กซี่รับส่งจุดต่างๆ แต่รถแท็กซี่ที่มักได้เลือกสายรถจาก อีอากุงพักโรงแรมห้าดาวคือโรงแรมสตูลา ดิลดาจะต้องไปพักแถวทูลูซา ดูร์ แต่ถ้าแถวทูลูดาจะมีที่พักให้เลือกตั้งแต่โรงแรมห้าดาวไปจนถึงพวกเกสต์เฮาส์ ส่วนที่อูบุดจะเป็นที่พักแนวบูทิคหลายราคา

ภาพที่ 27 ตัวอย่างคอลัมน์ A Trip with a View (ต่อ)  
ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 17 ปีแรก วันที่ 10 เดือน มีนาคม ปี 2552

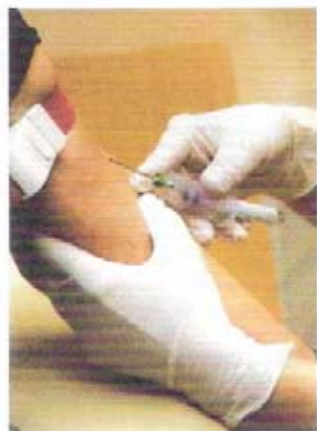
WHITEBOARD เรื่อง Voluntary girl / ภาพ Stockport

### ให้ชีวิตใหม่ด้วย “การบริจาคสเต็มเซลล์”

จะดีแค่ไหนหากเราสามารถมอบชีวิตใหม่เป็นของขวัญปีใหม่แต่เพื่อนมนุษย์...

มูลนิธิของขวัญแห่งชีวิต ร่วมกับสภาการขาดไทย ชวนชาวไทยมอบของขวัญปีใหม่ด้วยการบริจาค สเต็มเซลล์ ซึ่งเป็นเซลล์ต้นกำเนิดที่สามารถนำมารักษาโรคอันเกิดจากความผิดปกติของสเต็มเซลล์ เช่น มะเร็งเม็ดเลือดขาวทั้งชนิดเฉียบพลันและเรื้อรัง โรคไขกระดูกฝ่อ โรคหระเร้งบางชนิด เช่น มะเร็ง ต่อมน้ำเหลือง มะเร็งไขกระดูก รวมทั้งโรคที่พบมากในเมืองไทย นั่นก็คือ ทาลัสซีเมีย

สำหรับการบริจาคสเต็มเซลล์ในเมืองไทยนั้น ปัจจุบันมีผู้ลงทะเบียนบริจาคเพียง 63,000 ราย ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนที่น้อยมาก เพราะไม่ใช่ผู้ป่วยทุกคนจะมี HLA หรือเนื้อเยื่อบนเม็ดเลือดขาวตรงกับ ผู้บริจาคเสมอไป โดยเฉพาะแล้วผู้ป่วย 1 คน มีโอกาสที่จะมี HLA ตรงกับสเต็มเซลล์ผู้อื่นเพียง 1 ต่อ



10,000 เท่านั้น ซึ่งหมายความว่า ผู้ป่วย 1 คนอาจต้องใช้เวลายาวนานหรือเป็นปีในการรอสเต็มเซลล์สำหรับการปลูกถ่ายชีวิตใหม่

ด้วยเหตุนี้สภาการขาดไทยจึงขอเชิญชาวไทยร่วมบริจาคสเต็มเซลล์ให้ได้อย่างน้อย 100,000 ราย ภายในปี พ.ศ. 2555 เพื่อให้ผู้ป่วยที่ต้องรักษาด้วยการปลูกถ่าย สเต็มเซลล์ซึ่งมีอยู่ไม่ต่ำกว่า 600 ราย ได้มีชีวิตใหม่อย่าง ทั้งทั่วทั้งที่ ผู้สนใจร่วมเป็นอาสาสมัครสามารถลงทะเบียน บริจาคสเต็มเซลล์ได้ที่ ศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ สภาการขาดไทย ถนนอังรีดูนังต์ กรุงเทพฯ โทรศัพท์ 0-2256-4300

ของขวัญชิ้นใหญ่ ก็คงจะไม่มีค่าเท่ากับการได้มีชีวิตใหม่ที่ใช้โรคภัย...คุณว่าจะจริงไหม



### ทำบุญกับปฏิทินธรรม

ร่วมทำบุญสร้างสังคมแห่งจริยธรรม ด้วยปฏิทินธรรมสวัสดิ์ปี 2553 เพื่อสมทบทุนสร้างสารนิเทศวิทยุ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์เพื่อเยาวชนสังคม สังข์คือได้ดี เจริญธรรมสถาน โทรศัพท์ 0-2509-0085, 0-2510-8897 www.sdsweb.org หรือร่วมบริจาคสมทบทุนตามกำลังศรัทธาได้ที่เทคโนโลยีธรรมวิทยุทุกสาขาทั่วประเทศ

### จักรยานเพื่อน้อง

โรงแรมอิมพีเรียลควีนส์ปาร์ค ร่วมกับมูลนิธิเพื่อการฟื้นฟูพัฒนาเด็กและครอบครัว (ฟอร์เด็ก) ขอเชิญผู้ใจบุญร่วมมอบของขวัญปีใหม่ให้พี่น้องในถิ่นทุรกันดารกว่า 15 จังหวัด ด้วยการบริจาคทุนทรัพย์ซื้อจักรยานผ่านโครงการ จักรยานเพื่อเด็กนักเรียนที่ด้อยโอกาสในถิ่นทุรกันดาร เพื่อนำไปซื้อจักรยานมอบให้เด็กนักเรียนที่ต้องเดินเท้าไปกลับบ้านและโรงเรียนเป็นระยะทางกว่า 3 กิโลเมตร

คนใจดีทั้งหลายสามารถร่วมแบ่งปันใจได้ที่ศูนย์บริจาค บริเวณเดือนบี

(อิมพีเรียลคลับทาวเวอร์) โรงแรมอิมพีเรียลควีนส์ปาร์ค กรุงเทพฯ ตั้งแต่วันถึง 31 ธันวาคม 2552 สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หมายเลข โทรศัพท์ 0-2261-9300 ต่อ 5938



### Gift for Your Special

เทศกาลปีใหม่เวียนมาถึงเทศกาลแห่งการส่งความสุข และเพื่อเป็นการส่งความสุขที่ยั่งยืน มูลนิธิรามากิบัติ ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จึงขอชวนชาวไทยร่วมส่งความสุขด้วยการเลือกซื้อของขวัญในโครงการ Gift for Your Special ซึ่งมีของขวัญให้เลือกหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นตุ๊กตาดมมีรามากิบัติ กระเป๋าผ้าไหม แก้วกาแฟ การ์ดอวยพรปีใหม่ นาฬิกาตั้งโต๊ะ ที่วางนามบัตรไม้สัก ของหนังใส่ปากกา ฯลฯ ทั้งนี้รายได้จากการจำหน่ายจะสมทบทุนสร้างอาคารสมเด็จพระเทพรัตน์ ซึ่งเป็นศูนย์การแพทย์ที่มีมาตรฐานระดับภูมิภาค และเป็นที่ยอมรับใช้ของประชาชนชาวไทย

ร่วมส่งความสุขแก่คนไทยได้ที่ มูลนิธิรามากิบัติ โรงพยาบาลรามากิบัติ กรุงเทพฯ หมายเลขโทรศัพท์ 0-2201-1111, 0-2201-1656 www.rama foundation.or.th



ภาพที่ 28 ตัวอย่างคอลัมน์ WHITEBOARD

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 36 ปีเศษหลัง วันที่ 26 เดือน ธันวาคม ปี 2552

### ปฏิทินปีใหม่เพื่อสุนัขและแมวจรจัด

ข่าวนี้ฝากถึงคนรักแมวและสุนัขโดยเฉพาะ เมื่อองค์กรเพื่อนสุนัขและแมวจรจัด หรือ Soi Cats and Dogs Rescue (SCAD) เปิดตัว SCAD 2010 Calendar ปฏิทินปีใหม่ที่ได้ช่างภาพชื่อดัง ลูโดวิก คาสบา (Ludovic Cazeba) มาร่วมถ่ายทอดความน่ารักของเหล่าน้องหมาน้องแมวจรจัดที่โผล่ทำคู่กับดารานางแบบชื่อดัง อาทิ สิริณยา บิซอพ, มิเชล วอกอर्ट, กัทริยา ณ นคร ร่วมด้วยอดีตนางงามจักรวาลและทูตของ SCAD นาตาลี เกลโบวา โดยรายได้ทั้งหมดจากการจัดจำหน่ายจะมอบให้ SCAD เพื่อนำไปใช้ในกิจการขององค์กร เช่น การจัดหาบ้านใหม่ให้แมวและสุนัขจรจัด การผ่าตัดทำหมัน รวมทั้งการปลูกฝังจิตสำนึกเพื่อให้เยาวชนเกิดความรับผิดชอบต่อสัตว์เลี้ยง

คนรักสัตว์ทั้งหลายสามารถสนับสนุนกิจกรรมของ SCAD และชมความน่ารักของสุนัขและแมวจรจัดได้ใน SCAD 2010 Calendar ราคา 300 บาท โดยสามารถสั่งซื้อได้ที่ [info@scadbangkok.org](mailto:info@scadbangkok.org) สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 0-2713-2835 หรือ [www.scadbangkok.org](http://www.scadbangkok.org)



### ธรรมะดีๆ สำหรับเด็ก

ขอเชิญผู้ใหญ่ใจบุญร่วมสนับสนุน โครงการหนังสือธรรมะสำหรับเด็ก โดย ชاکริต อาชวอำรุง ผ่านการสั่งซื้อปฏิทินปี 2553 ในราคาชุดละ 100 บาท มีให้เลือก 2 ลาย คือ หนูเป็นคนดี และ ภูเขาพระรัตนตรัย ทั้งนี้รายได้หลังหักค่าใช้จ่ายจะนำไปจัดพิมพ์หนังสือธรรมะสำหรับเด็ก เช่น ขวนคุณพ่อคุณแม่ไปไหว้พระ วันสำคัญทางพระพุทธศาสนา วัดของหนู และ หนูเป็นคนดี เพื่อแจกจ่ายเป็นธรรมทานต่อไป ผู้สนใจสามารถสั่งซื้อได้ที่ ชاکริต อาชวอำรุง บ้านเลขที่ 9 ถนนประดิพัทธ์ ซอย 14 เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 08-1752-0401 หรืออีเมล [info@tuichakrit.com](mailto:info@tuichakrit.com)



### ส.ค.ส. จากใจผู้พิการ

ร่วมส่งความสุขในเทศกาลแห่งการให้ด้วยการ์ตอวยพร และปฏิทินตั้งโต๊ะที่สร้างสรรค์จาก จิตรกรสร้างสรรค์ด้วยปากและเท้า ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มของจิตรกรผู้พิการทางกาย แต่ไม่ย่อท้อท้อใจ โดยผลงานทั้งหมดล้วนวาดจากปลายฟู่กันที่ใช้เท้าและปากในการวาดลายเส้นทั้งสิ้น

สำหรับผู้ที่ต้องการส่งความสุขด้วย ส.ค.ส. จากลายเส้นของจิตรกรสร้างสรรค์ด้วยปากและเท้า สามารถติดต่อได้ที่ บริษัทจิตรกรสร้างสรรค์ด้วยปากและเท้า จำกัด 50/82-83 หมู่บ้านสายลม ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ 0-2583-7304, 0-2584-0216



### ของขวัญจากสตาร์บัคส์

กลับมาอีกครั้งกับกิจกรรมดีๆ รับปีใหม่จากสตาร์บัคส์ โดยการชวนลูกค้าร่วมส่งความสุขให้คนรอบข้างด้วยการบริจาคหนังสือดีๆ เพื่อนำไปมอบแด่มูลนิธิหนังสือเพื่อเด็ก จากนั้นทางมูลนิธิจะนำไปมอบแก่ห้องสมุดโรงเรียนในถิ่นทุรกันดารต่อไป ผู้สนใจอยากร่วมทำบุญสามารถนำหนังสือดีๆ มาบริจาคได้ที่ร้านสตาร์บัคส์ทุกสาขา

ด่วน! ตั้งแต่วันนี้ถึง 11 มกราคม 2553 เท่านั้น

ภาพที่ 29 ตัวอย่างคอร์ดมินิ WHITEBOARD (ต่อ)

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 36 ปีเศษหลัง วันที่ 26 เดือน ธันวาคม ปี 2552



## เรื่องคุยประจำฉบับ ข้อคิดคนทำทาน

เรื่อง สุทธิขวัญ เทียบศิริวัฒนา / ภาพ pugpug

ฉบับนี้ **ฐิติขวัญ เทียบศิริวัฒนา** ลูกศิษย์ที่สงสัย จะขอสนทนากับ **อาจารย์ ดร.สนอง วรอุไร** ผู้รู้แจ้งทั้งทางโลกและทางธรรม เรื่องการทำทาน ว่า**ในฐานะชาวพุทธที่แท้ เราควรทำทานอย่างไรจึงจะได้บุญเต็มร้อย** โดยไม่มีบาปเป็นแขกที่ไม่ได้รับเชิญติดสอยห้อยตามมาด้วย

✪ อาจารย์คะ “ทำทาน” กับ “ทำบุญ” คือสิ่งเดียวกันหรือเปล่านั้น  
 ✎ การให้ทานเป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง แต่การทำบุญไม่ได้หมายถึงการให้ทานเพียงอย่างเดียวเท่านั้น เพราะบุญเกิดขึ้นได้จากการกระทำในสิ่งที่เป็นคุณธรรม 10 ประการ ได้แก่ 1. ให้ทาน 2. รักษาศีล 3. เจริญภาวนา 4. ประพฤติอ่อนน้อม 5. ช่วยเหลือรับใช้ผู้อื่น 6. เผลี่ยส่วนความดีให้ผู้อื่น 7. ยินดีในความดีของผู้อื่น 8. ฟังธรรม 9. สังกษณธรรม และ 10. ทำความเห็นให้ถูกต้อง ไม่ว่าจะทำอะไรก็ตามที่เกี่ยวกับ **บุญกิริยาวัตถุ** ทั้งสิบข้อนี้ ให้ผลเป็นบุญทั้งสิ้น

✪ เวลาเราให้ทาน บุญจะเกิดขึ้นเมื่อไรคะอาจารย์  
 ✎ บุญจะเกิดขึ้นตอนที่เรามีจิตคิดจะให้ และมีสติระลึกได้ในการกระทำของเรา ถ้าเราให้ทานไปโดยขาดสติ ระลึกไม่ได้ในขณะที่กำลังกระทำ บุญย่อมไม่เกิดขึ้น

✪ เวลาเราให้ทาน จำเป็นไหมคะที่เราจะต้องไปร่วมพิธีถวายทานด้วยถึงจะได้บุญ หรือไม่เวลามีคนมาชวนช่วยทำบุญ เขามักจะกำชับว่าต้องไปร่วมพิธีด้วยจึงจะได้บุญเต็มที

✎ เวลาใครพูดอะไร ขวัญต้องรู้จักใช้ปัญญาพิจารณาก่อนนะลูก อย่าได้ปลงใจเชื่อในทันที

บุญจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อเรามีสติและมีจิตคิดจะให้ ส่วน

จะไปร่วมพิธีหรือไม่นั้นไม่สำคัญ เพราะพิธีกรรมไม่ใช่คำสอนของศาสนาพุทธ แต่เป็นอิทธิพลที่มาจากศาสนาอื่น ส่วนศาสนาพุทธนั้นสอนว่า แค่เรามีจิตคิดจะให้ คิดจะช่วยเหลือเท่าที่เราทำได้ เพียงเท่านั้นเราก็ได้บุญเต็มที่แล้ว ไม่จำเป็นต้องไปร่วมพิธีกรรมแต่อย่างใด นอกจากนั้นการไปร่วมพิธีที่มีคนมากๆ ยิ่งอาจเป็นเหตุให้เราเกิดความรู้สึกหงุดหงิด ทำให้บาปเกิดขึ้นด้วย

✪ อาจารย์คะ ผลของบุญนี้วัดกันอย่างไรคะ เราจะรู้ได้อย่างไรว่าทำบุญอะไรแล้วจะได้ผลแค่ไหน อย่งไร

✎ มีหลายปัจจัยที่ใช้เป็นเครื่องวัด สำหรับบุญที่เกิดจากการให้ทาน เครื่องวัดอันสูงส่งของบุญประการแรกก็คือ **ประเภทของทาน**ที่ให้ เช่น การให้ปัญญาเป็นทานมีอานิสงส์สูงสุด เพราะเป็นการทำให้ผู้อื่นมีความเห็นถูกต้อง มีดวงตาเห็นธรรม สามารถนำชีวิตไปสู่สุคติ และเข้านิพพานได้ การให้ปัญญาเป็นทานจึงมีอานิสงส์ทำให้ผู้นั้นรู้เท่าทันสิ่งที่เข้ากระทบจิต และมีปัญญาเป็นเครื่องนำพาชีวิตไปสู่ความเจริญ

ทานที่มีอานิสงส์รองลงมาคือ อภัยทาน เป็นทานที่เมื่อให้ไปแล้วจะทำให้เราเป็นผู้ที่มีเมตตา ไม่ได้รับอันตรายจากการปองร้ายของศัตรู

ส่วนทานที่มีอานิสงส์น้อยที่สุดคือวัตถุทาน ซึ่งได้อานิสงส์อย่างมากแค่สวรรค์สมบัติ

เครื่องวัดประการที่สองคือ **สิ่งที่นำมาให้เป็นทาน** จะมากหรือน้อยไม่สำคัญเท่ากับความบริสุทธิ์ประณีตของสิ่งที่ให้ ถ้าสิ่งที่เรานำมาให้เป็นทานไม่บริสุทธิ์ เช่น นำเงินที่ขโมยมาให้เป็นทาน ผู้ให้ย่อมได้รับทั้งบุญและบาป

เครื่องวัดประการที่สามคือ **สภาพจิตใจของผู้ให้ทาน** ก่อน

ภาพที่ 30 ตัวอย่างคอลัมน์ DHAMMA TALK

ที่มา : จากนิตยสาร Secret ฉบับที่ 28 ปักษ์แรก วันที่ 10 เดือน สิงหาคม ปี 2552

ให้ทานต้องมีศรัทธา ขณะให้ทานต้องตั้งใจ และเมื่อให้ทานไปแล้วสบายใจ แบบที่อธิภังษของบุญจะเกิดขึ้นมาก

และเครื่องวัดประการสุดท้ายคือ ผู้รับทาน ถ้าผู้รับมีคุณธรรมสูงหรือเป็นการให้ทานแก่คนหมู่มาก อธิภังษของบุญจะเกิดขึ้นมาก

\* แล้วเราจะรู้ได้อย่างไรล่ะคะว่า คนที่มารับทานจากเราเป็นคนที่มีความดีธรรมมากน้อยแค่ไหน อย่างไร

๒๘ แทนที่จะไปอยากรู้ว่าใครมีคุณธรรมมากแค่ไหน ทำไมเราไม่อธิษฐานขอให้ผู้ที่มิใช่คุณธรรมสูงมารับทานจากเรา วิธีนี้จะทำให้เรามีโอกาสได้ทำทานกับผู้ที่มิใช่คุณธรรมสูงมากกว่าจะลูก

\* อาจารย์คะ การคิดแบบที่เวลาจะทำบุญจะทำให้เข้าข่าย "ทำบุญแบบหวังผล" หรือไม่คะ

๒๙ การอธิษฐานเป็นการตั้งจิตปรารถนาในสิ่งที่ต้องการ เป็นคุณธรรม ผู้ใดประพฤติแล้วจะเกิดเป็นอธิษฐานบารมีสั่งสมอยู่ในจิตวิญญาณ การอธิษฐานให้ผู้ที่มีคุณธรรมสูงมารับทานจึงมิใช่ตัวตน แต่เป็นการทำบุญโดยมีอธิษฐานเป็นองค์ประกอบ บุญที่เกิดขึ้นจึงมีอธิภังษสูงมาก และไม่มีการปรารถนา ส่วนความอยากรู้ (ตัวตน) ว่าผู้ที่มารับทานมีคุณธรรมสูงแค่ไหนนั้น เป็นการทำบุญแบบหวังผล เพราะมีตัวตนเป็นองค์ประกอบ บุญที่เกิดขึ้นจึงมีบาปปน ทำให้ผู้ทำได้ทั้งบุญและบาป เหมือนการทำบุญเพราะอยากถูกลดลดเตอวีเมื่อไม่ถูกแล้วก็เสียใจ หรือว่าทำบุญแล้วไปเฝ้าตามดูว่า สิ่งที่เราทำถูกนำไปใช้ตามเจตนาธรรมหรือไม่ และเมื่อพบว่าไม่ตรงตามความคาดหวังของเราเกิดความรู้สึกขัดใจขึ้น แบบนี้จึงนับเป็นการกระทำที่ไม่ฉลาด

ตอนที่อาจารย์ไปฝึกปฏิบัติธรรมกับท่านเจ้าคุณโชดกที่วัดมหาธาตุฯ มีคุณนายคนหนึ่งชื่อทุเรียนหอมทองอย่างดีมากวันแม่ก็ออก แล้วนำมกถวายท่านเจ้าคุณโชดก เมื่อถวายแล้วก็บ่นว่าเฝ้าดูว่าเมื่อไรท่านเจ้าคุณจะนั่งดูเทียนของเธอสักที เมื่อรออยู่นานไม่เห็นท่านเดินจึงถามขึ้นว่า "ท่านเจ้าคุณอาจารย์เจ้าคะ ดิฉันอุตสาหะชื่อทุเรียนราคาแพงเพื่อมกถวายท่านโดยเฉพาะ ทำไมท่านไม่หันสักทีล่ะเจ้าคะ" ท่านเจ้าคุณโชดกไม่ตอบอะไรทั้งสิ้น แต่หันมาสบตากับอาจารย์เพื่อจะสอนว่า ทำบุญแล้วอย่าหวังผล

\* การขัดคนที่อยากทำบุญนั้นบาปไหมคะอาจารย์ เช่น ถ้าเพื่อนเราหยิบแบงก์ใบละหนึ่งพันบาทขึ้นมาเพื่อจะทำบุญ แล้วเขาไปบอกเขาว่า ไม่ต้องทำมากขนาดนั้นก็ได้ แต่ทำช่วยบาทก็พอ อย่างนี้ถือว่ามีบาปไหมคะ

๒๙ บาปสิ การขัดศรัทธาคนที่กำลังจะทำบุญหรือกำลังจะรับบุญนั้นเป็นบาป

\* แล้วการเขี่ยให้ผู้อื่นทำบุญมากๆ ละคะอาจารย์ เป็นบุญหรือเปล่า

๒๘ อย่างนี้ไม่เหมาะ เพราะอธิภังษของบุญไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนหรือปริมาณ ดังนั้นเราจึงไม่ควรจะไปชี้ว่าใครว่าควรจะทำบุญเท่าไร ในทางโลก เรื่องนี้อาจจะเป็นเรื่องที่ทำกันเป็นปกติ แต่ในทางธรรม พระพุทธเจ้าไม่เคยสอนให้ชาวพุทธขอหรือเรียไรอะไรจากใคร เพราะการทำแบบนี้ แม้จะได้บุญ แต่ในขณะที่เดียวกันหากไปทำให้ผู้อื่นรู้สึกว่าการบังคับให้ทำบุญ บาปจะเกิดขึ้นกับผู้ออกบุญทันที นอกจากนั้นการทำบุญเพราะมีผู้ชักชวนยังได้บุญน้อยกว่าการคิดอยากจะทำบุญด้วยตัวเองอีกด้วย

ด้วยเหตุนี้วัดที่ปฏิบัติถูกต้องตามธรรมวินัยจึงไม่มีการเรียไร ไม่บอกให้ใครมาทอดกฐิน และไม่แจกซอง แต่จะแจ้งญาติโยมเพียงว่าเดือนนี้จะมีการทำกฐินวันไหนบ้าง ส่วนใครจะทำบุญหรือไม่อย่างไรนั้น ไม่พูดถึง แล้วแต่ศรัทธา ซึ่งในทางปฏิบัติ หากวัดนั้นเป็นวัดที่ปฏิบัติถูกต้องตามธรรมวินัยจริงๆ เตียวเทวดาและญาติโยมเขาก็จะมาช่วยกันเองโดยไม่ต้องไปออกปากเรียไรแต่อย่างใด

\* อาจารย์คะ การทำสังฆทานคืออะไรคะ

๒๘ คือทานที่ถวายแด่หมู่สงฆ์โดยรวม ซึ่งต่างจากทานที่ถวายแต่สงฆ์รูปใดรูปหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า "บุคลลิกทาน"

ในโลกนี้นิยมสมมุติกันว่า การถวายสังฆทานต้องเป็นการถวายของในถังสี่เหลี่ยม และต้องมีสงฆ์อย่างน้อยสี่รูปมารับแต่จริงๆ แล้วสังฆทานนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับรูปแบบเลยแม้แต่น้อย แต่อยู่ที่เจตนา ดังนั้นไม่ว่าเราจะถวายอะไรก็ตามแต่พระสงฆ์ และแม้ว่าเราจะถวายแต่พระสงฆ์เพียงรูปเดียว แต่หากท่านใดท่านนั้นไปเป็นของส่วนรวมของสงฆ์ อย่างนี้ก็ถือว่าเป็นสังฆทานแล้ว

ในทางตรงกันข้าม แม้จะมีพระสงฆ์นั่งรับการถวายทานครบสี่รูป แต่หากรับแล้วพระแต่ละรูปแยกย้ายกันนำกลับไปใช้สอยส่วนตัว อย่างนี้ไม่ถือว่าเป็นสังฆทาน

เพราะฉะนั้นไม่ว่าทานของเราจะเป็นอะไรก็ตาม เช่น เป็นเงิน เป็นอาหารมิดชิดบาต เป็นหนังสือ ฯลฯ หากสงฆ์นำทานนั้นไปเป็นของส่วนรวม การถวายของเราที่จัดว่าเป็นสังฆทานได้หมด

\* แล้วสังฆทานเวียนที่วัดจัดให้ล่ะคะ ใช้ได้ไหม

๒๘ เวียนหรือไม่เวียนไม่สำคัญ สำคัญที่ก่อนทำเราศรัทธา ขณะที่เราตั้งใจ และเมื่อทำเสร็จแล้วเราสบายใจ แบบนี้ได้บุญเต็มร้อยเลยลูก แต่ถ้าเราไปนั่งกังวลหรือเฝ้าดูว่าสิ่งที่ถวายไปแล้วไปไหนใครใช้ แบบนี้บาปเกิดขึ้นทันที เพราะฉะนั้นเมื่อรู้อย่างนี้แล้วขวัญต้องฉลาดในการทำทานนะลูก

\* ตะอาจารย์ ขอบพระคุณมากนะคะ

ร่วมสนทนาและฝากคำถามถึงอาจารย์ ดร.สนอง วรอุไร ได้ที่ thitikwan@amarin.co.th

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

วिवรรณีย์ สุขยศ จบการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนเขมะสิริอนุสรณ์ หลังจากสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีจากคณะอักษรศาสตร์ วิชาเอกภาษาเกาหลี จากมหาวิทยาลัยศิลปากรในปีการศึกษา 2550 ได้สอบเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่คณะนิเทศศาสตร์ สาขาวิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในปีการศึกษา 2551



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย