

การหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย



นายวิรัชชัย พงษ์เกาะ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

ปีการศึกษา 2556

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตและวิทยานิพนธ์ที่ส่งตรงทางบัณฑิตวิทยาลัย

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR) are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

MEDIA CONVERGENCE OF BUDDHIST ORGANIZATIONS IN THAILAND

Mr. Wiratchai Pongkoh

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) Program in Communication
Arts

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2013

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาใน
ประเทศไทย

โดย

นายวิรัชชัย พงษ์เกาะ

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมลชาติประเสริฐ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมลชาติประเสริฐ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงกมลชาติประเสริฐ)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ศาสตราจารย์ กิตติคุณ สุภัฏญา สดขรรค์)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

วิชัชชัย พงษ์เกาะ : การหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย. (MEDIA CONVERGENCE OF BUDDHIST ORGANIZATIONS IN THAILAND) อ.ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์หลัก: ผศ. ดร.ดวงกมลชาติประเสริฐ, 322 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการหลอมรวมสื่อ ปัจจัยและประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อองค์กรและผู้รับสื่อทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสังเกตการณ์การทำงาน (Field Observation) และสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ผลิตสื่อจำนวน 19 คน และผู้รับสื่อจำนวน 38 คน จากวัด 5 แห่งที่ศึกษา ได้แก่ วัดท่าซุง วัดธารน้ำไหล วัดป่าบ้านตาด วัดพระธรรมกาย และวัดอัมพวัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. การหลอมรวมสื่อเกิดขึ้นในกระบวนการทำงานด้านสื่อของวัดทั้ง 5 แห่ง ในระดับความร่วมมือที่ต่างกัน เนื่องจากความแตกต่างด้านบริบทแวดล้อม แนวทางคำสอน นโยบายองค์กร บุคลากร เทคโนโลยี ฯลฯ โดยวัดพระธรรมกายมีลักษณะการทำงานแบบหลอมรวมสื่ออย่างเด่นชัดที่สุด เนื่องจากมีนโยบายการเผยแพร่ธรรมะเชิงรุก ใช้สื่อหลากหลายประเภทในการเผยแพร่ธรรมะ บุคลากรเป็นผู้มีความศรัทธาต่อวัด มีความรู้ความชำนาญในการทำงานสื่อด้านนั้นๆ มีวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งและมีศูนย์กลางการทำงานสื่อเพียงแห่งเดียว

2. ปัจจัยที่สนับสนุนและเป็นอุปสรรคต่อการหลอมรวมสื่อ แบ่งเป็นปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ นโยบายองค์กร แนวทางคำสอน บุคลากรสื่อ องค์กรหลวงพ่หรือพระสงฆ์ ทุน เทคโนโลยี และปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ผู้รับสื่อ โดยปัจจัยหลักที่กำหนดการหลอมรวมสื่อ ได้แก่ นโยบายองค์กร แนวทางคำสอน บุคลากร ทุนและเทคโนโลยี

3. ประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อส่งผลให้วัดปรับตัวการใช้สื่อตามพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อยุคใหม่ แต่จะไม่เน้นรูปแบบทางโลก และประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อส่งผลให้ผู้รับสื่อของวัดมีช่องทางในการเลือกเปิดรับสื่อมากขึ้น รู้จักสื่อของวัดผ่านสื่อและการบอกปากต่อปาก เข้าถึงสื่อตลอดเวลาในกลุ่มที่ใช้สื่อออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟน และเข้าถึงบ่อยครั้งขึ้นในกลุ่มที่ไม่ใช้สื่อออนไลน์ ผู้รับสื่อแต่ละวัดพึงพอใจสื่อแตกต่างกันและส่วนใหญ่ใช้สื่อเพื่อเพิ่มการเข้าถึง เพิ่มความศรัทธา และปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนามากขึ้น เพราะเชื่อว่าสื่อมีผลต่อการเพิ่มระดับความศรัทธาและการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา ผู้รับสื่อบางกลุ่มมีการหลอมรวมแนวทางการปฏิบัติธรรม โดยดึงเอาจุดเด่นของการปฏิบัติธรรมแต่ละแนวทางมาประยุกต์ใช้ด้วย

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์

ปีการศึกษา 2556

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

5584700328 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORDS: MEDIA CONVERGENCE / RELIGION / THAILAND / BUDDHIST ORGANIZATIONS

WIRATCHAI PONGKOH: MEDIA CONVERGENCE OF BUDDHIST ORGANIZATIONS IN THAILAND. ADVISOR: ASST. PROF. DR.DUANGKAMOL CHARTPRASERT, 322 pp.

This research aims at analyzing and comparing production, factors and effects of media convergence on Buddhist organizations and users of Buddhist media in Thailand. Using field observation and in-depth interview , the researcher collected data from 19 media production team members and 38 audience members from 5 selected temples ; Wat Tha Sung, Wat Suan Mokkh, Wat Pa Baan Taad, Wat Pra Dhammakaya and Wat Amphawan.

The results of the study are as follows:

1. Media convergence concept is being used in the media production of all temples but at different levels of cooperation among the production team members due to the factors such as contexts, preaching styles, organization policies, media staff, and technologies. Wat Pra Dhammakaya is the most outstanding Buddhist organization using media convergence in the entire production as seen in various types of media used in the proactive propagation policy, media staff with high skills and faith in the temple and in Buddhism, and strong organization culture with only one media operating center.

2. The factors affecting media convergence in organizations involve both internal and external elements. The internal factors consist of organization policies, Buddhist preaching style, media staff, Buddhist monks, budgets, the use of technology. The external factors comprise of social contexts, economy, politics, audience. The main factors determining media convergence are organization policies, preaching styles, personnel, budgets and technologies.

3. The effects of media convergence on organizations result in media adaptation of the temples so that they can approach modern media consumers while retain the same religious contents. Also, audience are provided with wider choices of media. New audiences of the temples know more about the media through media itself and word-of-mouth communication. Those who use online media can access the content at anytime, and do so more frequently than traditional media users. Media audience of different temples have different media satisfaction levels and use media to increase accessibility to the temple, faith, and opportunities to participate in religious activities. Some audience members also integrate Dhamma practicing methods from various temples to suit their own preferences.

Field of Study: Communication Arts

Student's Signature

Academic Year: 2013

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

จุดประสงค์หลักของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยต้องการให้เป็นองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์รื้อทางพระพุทธศาสนา เพื่อใช้ความรู้ทางนิเทศศาสตร์ที่มีให้เป็นประโยชน์ต่อพระพุทธศาสนาที่ผู้วิจัยเคารพนับถืออย่างยิ่ง แต่วิทยานิพนธ์เล่มนี้ไม่อาจสำเร็จลุล่วงได้ด้วยลำพังผู้วิจัยเพียงคนเดียว ในที่นี้ต้องขอขอบพระคุณอย่างสูงในความกรุณาของ ผศ.ดร.ดวงกมลชาติประเสริฐ อาจารย์ผู้ให้ความรู้ทางนิเทศศาสตร์ตั้งแต่ระดับปริญญาตรีจนถึงปริญญาโทและอาจารย์ที่ปรึกษาผู้คอยแนะนำแนวทางในการจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มแรกในชีวิต ตลอดจนความอนุเคราะห์ในการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ยิ่งจาก รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์และศาสตราจารย์กิตติคุณ สุกัญญา สุดบรรพต กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัยที่ร่วมชี้แนะและกลั่นกรองวิทยานิพนธ์จนเสร็จสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบน้อมบูชาคุณของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า องค์หลวงพ่ของวัดทั้ง 5 แห่งที่ทำให้ได้มีโอกาสใช้วิชาความรู้ตอบแทนบรรพบุรุษศาสนา ขอขอบพระคุณคณะทำงานสื่อของแต่ละวัดและศิษยานุศิษย์ของวัดต่างๆ ที่ร่วมให้ข้อมูลที่มีคุณค่าอย่างยิ่ง ขอขอบคุณครูอาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ ทุกท่านที่มอบวิชาความรู้ให้เป็นสมบัติติดตัวแก่ผู้วิจัย ขอคุณนายกฤษชนนท์ เดชะพันธ์ นายภัสชกฤษณ์ เอียดเกลี้ยง ที่มีส่วนช่วยผู้วิจัยเก็บข้อมูลวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบคุณเพื่อนๆ ภาควิชาวารสารสนเทศร่วมชั้นปีทั้ง 8 คน ตลอดจนเพื่อนๆ รุ่นที่ 3 ทุกภาควิชาและเจ้าหน้าที่คณะทุกคนที่ช่วยเหลือสนับสนุนกันตลอดระยะเวลาการศึกษา

ที่สำคัญที่สุด ต้องกราบขอบคุณครอบครัวพงษ์เกาะและครอบครัวทองเทพ ผู้ซึ่งให้การอบรมสั่งสอนผู้วิจัยให้ปฏิบัติตนอยู่ในศีลในธรรมด้วยความศรัทธาเสมอมา หากกุศลผลบุญนี้เกิดแก่ผู้วิจัยเพียงใดก็ขอให้แก่ครอบครัวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องคุณเดียวกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ.....	ฎ
สารบัญแผนภาพ.....	ฏ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาคำวิจัย.....	4
ข้อสันนิษฐานในการวิจัย.....	5
ขอบเขตในการวิจัย.....	5
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดและรูปแบบของการหลอมรวมสื่อ.....	7
แนวคิดการสื่อสารด้านศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์.....	13
แนวคิดการหลอมรวมสื่อและการสื่อสารด้านศาสนา.....	15
แนวคิดการสื่อสารกับการพัฒนาองค์การศาสนา.....	21
แนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารด้านศาสนา.....	26
แนวคิดประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อ.....	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
นิยามศัพท์.....	32
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	34
รูปแบบการวิจัย.....	34
ประชากร.....	34
กลุ่มตัวอย่าง.....	34

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล.....	35
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35
การเก็บข้อมูล.....	36
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
การนำเสนอข้อมูล.....	36
บทที่ 4 กระบวนการทำงานหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา.....	37
1. กระบวนการหลอมรวมสื่อวัดของท่าซุง.....	37
2. กระบวนการหลอมรวมสื่อของสวนโมกขพลาราม.....	50
3. กระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดป่าบ้านตาด.....	68
4. กระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดพระธรรมกาย.....	91
5. กระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดอัมพวัน.....	109
เปรียบเทียบกระบวนการหลอมรวมสื่อขององค์กรศาสนา.....	121
บทที่ 5 ปัจจัยและประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อองค์กรและผู้รับสื่อ.....	144
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา.....	144
ประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อและองค์กรทางพระพุทธศาสนา.....	169
1. ประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อด้านการเปิดรับสื่อ.....	169
2. ประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อด้านการรับรู้สื่อ.....	198
3. ประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อด้านการเข้าถึงสื่อ.....	212
4. ประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อ.....	224
บทที่ 6 สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	276
สรุปผลการวิจัย.....	276
อภิปรายผลการวิจัย.....	294
ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	309
รายการอ้างอิง.....	312
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	322

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 ข้อมูลคณะทำงานฝ่ายผลิตสื่อของวัดท่าซุง.....	39
ตารางที่ 4.2 ข้อมูลคณะทำงานฝ่ายผลิตสื่อของสวนโมกขพลาราม	56
ตารางที่ 4.3 ข้อมูลคณะทำงานฝ่ายผลิตสื่อของวัดป่าบ้านตาด	74
ตารางที่ 4.4 แผนผังแสดงรายการวิทยุเสียงธรรมฯ วัดป่าบ้านตาด.....	82
ตารางที่ 4.5 แผนผังแสดงรายการโทรทัศน์ SBT TV วัดป่าบ้านตาด	84
ตารางที่ 4.6 ข้อมูลคณะทำงานฝ่ายผลิตสื่อของวัดพระธรรมกาย	96
ตารางที่ 4.7 แผนผังแสดงรายการช่องโทรทัศน์ดาวเทียม DMC	102
ตารางที่ 4.8 ข้อมูลคณะทำงานฝ่ายผลิตสื่อของวัดอัมพวัน	111
ตารางที่ 4.9 ประเภทสื่อที่แต่ละวัดใช้ในการเผยแผ่ธรรมะ	126
ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบแนวทางคำสอนและนโยบายองค์กร	131
ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบความพร้อมด้านเทคโนโลยี	136
ตารางที่ 5.1 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อของวัดท่าซุง.....	170
ตารางที่ 5.2 ประเภทสื่อที่ผู้รับสื่อของวัดท่าซุงเปิดรับ	171
ตารางที่ 5.3 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อของสวนโมกขพลาราม	176
ตารางที่ 5.4 ประเภทสื่อที่ผู้รับสื่อของสวนโมกขพลารามเปิดรับ	176
ตารางที่ 5.5 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อของวัดป่าบ้านตาด	182
ตารางที่ 5.6 ประเภทสื่อที่กลุ่มผู้รับสื่อวัดป่าบ้านตาดเปิดรับ.....	182
ตารางที่ 5.7 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อของวัดพระธรรมกาย.....	187
ตารางที่ 5.8 ประเภทสื่อที่ผู้รับสื่อวัดพระธรรมกายเปิดรับ	188
ตารางที่ 5.9 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อของวัดอัมพวัน.....	193
ตารางที่ 5.10 ประเภทสื่อที่ผู้รับสื่อวัดอัมพวันเลือกเปิดรับ.....	193
ตารางที่ 5.11 ประสิทธิภาพด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อวัดท่าซุง	225
ตารางที่ 5.12 ประสิทธิภาพด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อสวนโมกข.....	231
ตารางที่ 5.13 ประเมินผลด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อวัดป่าบ้านตาด	239
ตารางที่ 5.14 ประสิทธิภาพด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อวัดพระธรรมกาย.....	247
ตารางที่ 5.15 ประสิทธิภาพด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อวัดอัมพวัน	255

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปภาพที่ 1.1 แสดงเทรนด์ผู้บริโภคยุคดิจิทัลประจำปี 2014.....	2
รูปภาพที่ 4.1 หนังสือธรรมปฏิบัติของวัดท่าซุง.....	41
รูปภาพที่ 4.2 นิตยสารธัมมวิโมกข์ของวัดท่าซุง.....	42
รูปภาพที่ 4.3 เว็บไซต์วัดท่าซุง www.watthasung.com.....	43
รูปภาพที่ 4.4 เฟซบุ๊กมูลนิธิหลวงพ่อบาน-พระมหาวิระ ถาวโร.....	44
รูปภาพที่ 4.5 กิจกรรมงานบุญวันสงกรานต์และพิธีเสเดาะเคราะห์ของวัดท่าซุง.....	45
รูปภาพที่ 4.6 ท่านเจ้าคุณพระภาวนากิจวิมล เจ้าอาวาสวัดท่าซุง.....	46
รูปภาพที่ 4.7 หลวงพ่อพุทธทาส อินทปัญโญ.....	51
รูปภาพที่ 4.8 หนังสือพิมพ์พุทธศาสนาในอดีต.....	53
รูปภาพที่ 4.9 หนังสือธรรมของสวนโมกขพลารามร่วมกับหอจดหมายเหตุฯ.....	60
รูปภาพที่ 4.10 เว็บไซต์ธรรมทานมูลนิธิ www.dhammadana.or.th.....	62
รูปภาพที่ 4.11 เฟซบุ๊กหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ.....	63
รูปภาพที่ 4.12 หนังสือธรรมะขององค์หลวงตามหาบัว.....	79
รูปภาพที่ 4.13 หนังสือธรรมะของวัดพระธรรมกาย.....	98
รูปภาพที่ 4.14 วารสารอยู่ในบุญประจำเดือน เม.ย.และ พ.ค.2557.....	100
รูปภาพที่ 4.15 เว็บไซต์วัดพระธรรมกาย www.dmc.tv.....	104
รูปภาพที่ 4.16 หนังสือกฎแห่งกรรม ธรรมปฏิบัติ.....	113
รูปภาพที่ 4.17 เว็บไซต์หลวงพ่ोजรัญ www.lpjarun.com.....	115
รูปภาพที่ 4.18 กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี 57 ณ ศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน จ.ขอนแก่น.....	116

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1.1 แบบจำลอง Convergence Continuum	12
แผนภาพที่ 1.2 Transmission Model (แบบจำลองเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร).....	14
แผนภาพที่ 1.3 Ritualistic Model (แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม)	15
แผนภาพที่ 2.1 แนวทางการเป็นประตูลู่ศูนย์กลางพระพุทธศาสนาโลกของประเทศไทย	16
แผนภาพที่ 4.1 แสดงกระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดท่าซุง	47
แผนภาพที่ 4.2 แสดงกระบวนการหลอมรวมสื่อของสวนโมกขพลาราม	66
แผนภาพที่ 4.3 แสดงกระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดป่าบ้านตาด	87
แผนภาพที่ 4.4 แสดงกระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดพระธรรมกาย	106
แผนภาพที่ 4.5 แสดงกระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดอัมพวัน	118
แผนภาพที่ 4.6 เปรียบเทียบความร่วมมือระดับ Cross-promotion.....	121
แผนภาพที่ 4.7 เปรียบเทียบความร่วมมือระดับ Cloning	122
แผนภาพที่ 4.8 เปรียบเทียบความร่วมมือระดับ Coopetition.....	123
แผนภาพที่ 4.9 เปรียบเทียบความร่วมมือระดับ Content sharing	123
แผนภาพที่ 4.10 เปรียบเทียบความร่วมมือระดับ Convergence	124
แผนภาพที่ 4.11 เปรียบเทียบบริบทที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อ	128
แผนภาพที่ 4.12 เปรียบเทียบความพร้อมด้านบุคลากรสื่อ	134
แผนภาพที่ 4.13 เปรียบเทียบความร่วมมือระหว่างสื่อ	139
แผนภาพที่ 4.14 เปรียบเทียบความยากง่ายของการหลอมรวมสื่อ.....	141
แผนภาพที่ 4.15 เปรียบเทียบศูนย์กลางการทำงานสื่อ	143
แผนภาพที่ 6.1 แบบจำลองกระบวนการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางศาสนา	298

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการขยายตัวของโอกาสในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่เริ่มต้นตั้งแต่ปี 2536 นับเป็นเวลา 20 กว่าปีที่เทคโนโลยีเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตพัฒนาการจนกระทั่งส่งผลให้สื่อกระแสหลักในประเทศไทยต้องปรับตัวสู่ความเป็นสื่อดิจิทัลมากขึ้น หนังสือพิมพ์บางแห่งก็เริ่มปรับตัวเข้าสู่กิจการสื่อโทรทัศน์ โดยเป็นการใช้ทรัพยากรเข้าร่วมกันในการนำเสนอสื่อในหลายช่องทาง ทั้งยังเป็นการปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสารที่นำสื่อดั้งเดิม (Conventional media) และสื่อใหม่ (New media) มาหลอมรวมกัน (Convergence)

ปัจจุบันการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) จึงเป็นแนวคิดที่กำลังมีอิทธิพลอย่างมากในภาคสื่อสารมวลชน ภาคธุรกิจและภาคบริการในประเทศไทย การหลอมรวมสื่อเป็นการหลอมรวมรูปแบบการสื่อสารทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารมวลชน และการสื่อสารผ่านสื่อใหม่เข้าไว้ด้วยกันบนสื่อเดียวกัน

การหลอมรวมสื่ออธิบายถึงความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี อุตสาหกรรม วัฒนธรรมและสังคม เป็นการไหลของข้อมูลผ่านช่องทางการสื่อสาร (Channel) ที่หลากหลาย มีลักษณะความร่วมมือกัน (Cooperation) ระหว่างองค์กรสื่อ และพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อมีการโยกย้ายเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (Jenkins, 2006a)

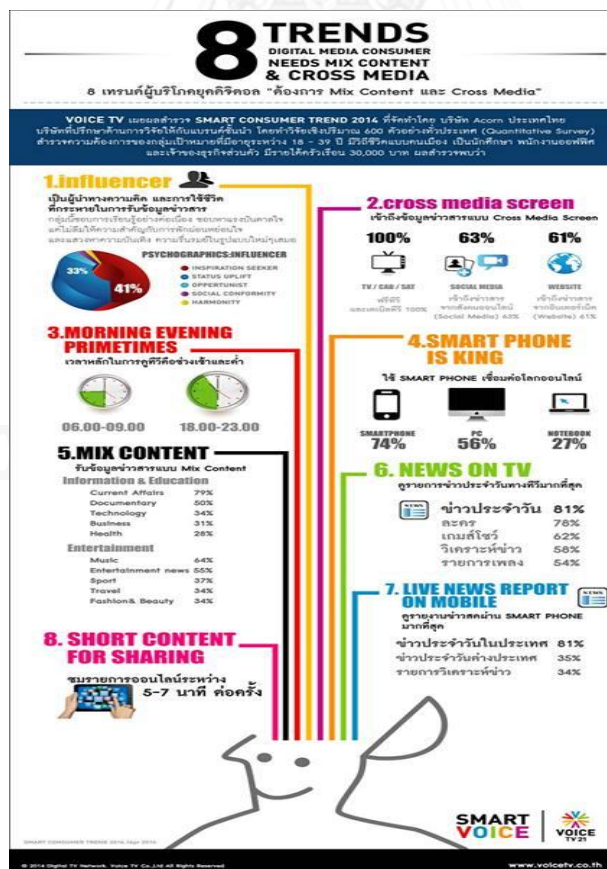
อคินา พรวิศิน และ สกุศลศรี ศรีสารคาม (2555) กล่าวว่า กระบวนการหลอมรวมสื่อเริ่มต้นครั้งแรกในองค์กรสื่อในประเทศสหรัฐอเมริกาและอังกฤษตั้งแต่ปี 1980 เป็นต้นมา เป็นแนวคิดของการปรับตัวองค์กรข่าวสู่กระบวนการเป็น Newsroom Convergence ในลักษณะที่เพิ่มความร่วมมือและการทำงานร่วมกันของกองบรรณาธิการทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ โดยผสมผสานการใช้เครื่องมือ เทคโนโลยี ทีมงานและพื้นที่ในการเผยแพร่เนื้อหา

จากองค์กรสื่อที่เคยผลิตเนื้อหาลงสื่อเพียงประเภทเดียว เมื่อได้รับอิทธิพลของการหลอมรวมสื่อ ทำให้ต้องปรับการทำงานไปสู่การเพิ่มเนื้อหาลงในช่องทางสื่อที่หลากหลาย เช่น เจ้าหน้าที่ฝ่ายข่าวโทรทัศน์ จะต้องผลิตเนื้อหาข่าวเพื่อเผยแพร่ลงสื่อประเภทอื่นๆ มากกว่าป้อนเข้ารายการโทรทัศน์อย่างเดียว (Zhang, 2008) ในช่วงหลังปี 1980 ทำให้เกิดรูปแบบความเป็นเจ้าของข้ามสื่อ (cross-media ownership) องค์กรสื่อในยุคนั้นจึงเริ่มปรับเปลี่ยนมาใช้ช่องทางสื่อมากกว่าหนึ่งประเภทเนื่องจากเนื้อหาสื่อกระจายไปยังสื่อต่างๆ เข้าถึงคนได้ง่ายขึ้นมาก (Jenkins, 2006a)

โดยเทคโนโลยีดิจิทัลในยุคหลอมรวมสื่อได้เอื้อต่อการจัดการรูปแบบเนื้อหาที่มีอยู่ให้สามารถส่งต่อผ่านระบบเครือข่าย และสื่อต่างๆ โดยไม่มีข้อจำกัดระหว่างสื่อ ไม่เพียงแต่สื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์และเว็บไซต์ที่สามารถรวมเข้าด้วยกันได้ แต่ทุกสื่อสามารถรวมศูนย์ดูแลภายใต้องค์กรเดียวกันได้ (Blackman, 1998)

ในปัจจุบันประเทศไทยได้เข้าสู่การให้บริการโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลทั้งภาคดาวเทียมและเคเบิล เหตุผลที่การหลอมรวมสื่อเติบโตอย่างมากในยุคนี้ ประการแรกเป็นปัจจัยที่มาจากกลุ่มผู้บริโภคที่เปลี่ยนวิถีการบริโภคข่าวสารไปตามพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารและอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง องค์กรสื่อรวมไปถึงภาคธุรกิจต่างๆ จึงต้องปรับตัวเพื่อผลิตสินค้าและบริการให้ตรงตามพฤติกรรมรูปแบบใหม่ของผู้บริโภค อีกประการหนึ่งเป็นปัจจัยด้านการแข่งขันระหว่างองค์กรคู่แข่ง เนื่องจากการหลอมรวมสื่อจะนำไปสู่การบูรณาการสื่อทุกประเภทที่มีอยู่ในมือให้เกิดผลกำไร ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มมูลค่าและคุณค่าของสินค้าและบริการ เชื่อมโยงสื่อต่างชนิดให้มาอยู่รวมตัวกันเพื่อใช้โครงสร้างพื้นฐานเดียวกัน ลดความซ้ำซ้อนของการลงทุนและเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคได้มีการบริการที่หลากหลาย (พิชญานี ภูตระกูล, 2549)

ทรงศักดิ์ เปรมสุข กรรมการผู้อำนวยการ บริษัท วอยซ์ทีวี จำกัด เผยผลสำรวจ Smart Consumer Trend 2014 สสำรวจความต้องการบริโภคสื่อของกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุระหว่าง 18-39 ปี ซึ่งผลการสำรวจพบว่าแนวโน้มผู้บริโภคยุคดิจิทัลเป็นผู้นำทางความคิดและการใช้ชีวิตที่กระหายในการรับข้อมูลข่าวสาร (Influencer) เข้าถึงข้อมูลข่าวสารแบบ Cross Media Screen รับข้อมูลข่าวสารแบบ Mix Content ใช้มือถือเชื่อมต่อโลกออนไลน์ กล่าวคือ ผู้บริโภคยุคใหม่มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารแบบ Cross Media Screen คือเปิดรับทั้งฟรีทีวี โทรทัศน์ดาวเทียม เคเบิลทีวี สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และเว็บไซต์ (หนังสือพิมพ์บ้านเมือง, 2557 : ออนไลน์)



รูปภาพที่ 1.1 แสดงเทรนด์ผู้บริโภคยุคดิจิทัลประจำปี 2014

ที่มา : เว็บไซต์หนังสือพิมพ์บ้านเมือง.วอยซ์ ทีวี เผยแพร่נדผู้บริโภคยุคดิจิทัล ทุ่มงบกว่า 600 ล้าน ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่. วันที่เข้าถึงข้อมูล 25 เมษายน 2557, แหล่งที่มา <http://www.banmuang.co.th>

จากแนวโน้มผู้บริโภคในยุคปัจจุบันจะเห็นว่า การเติบโตของสื่อประเภทใหม่ๆ ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตมากขึ้น เปลี่ยนแปลงวิธีการสื่อสารรูปแบบเดิม ๆ อย่างโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ใบปลิว มาเป็นสื่อรูปแบบใหม่ๆ อย่างเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ รวมถึงทีวีดิจิทัลที่ออกอากาศในปัจจุบัน เนื่องจากโลกยุคใหม่กำลังเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนผ่านจากยุคสื่อดั้งเดิมเป็นยุคการหลอมรวมกันของสื่อใหม่และสื่อเก่า เกิดเป็นไลฟ์สไตล์ใหม่ของคนยุคดิจิทัล สิ่งนี้เองเป็นโอกาสขององค์กรธุรกิจที่จะอาศัยสื่อเหล่านี้เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้รับสื่อที่เปลี่ยนไป

ที่กล่าวในข้างต้นเป็นมิติองค์กรสื่อสารมวลชนในทางโลก ซึ่งเป็นองค์กรที่ทำงานกับข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์บ้านเมืองทางโลกเป็นหลัก โครงสร้างการทำงานในองค์กรมีลักษณะเชิงธุรกิจ นโยบายขององค์กรจะบริหารธุรกิจโดยมุ่งหวังผลกำไร

ขณะเดียวกัน องค์กรทางพระพุทธศาสนาซึ่งทำงานกับเนื้อหาที่เป็นหลักธรรมคำสอน มีโครงสร้างการทำงานที่มุ่งทำหน้าที่ส่งเสริมการเผยแผ่ธรรมะและไม่แสวงกำไรแบบองค์กรธุรกิจทางโลก ก็มีการสื่อสาร จำเป็นต้องปรับวิธีการสื่อสาร รูปแบบเนื้อหาไปตามผู้รับสื่อยุคใหม่และเทคโนโลยีสมัยใหม่เช่นกัน

ปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ทุกอย่างเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ทุกเวลา แม้แต่หลักคำสอนของพระพุทธศาสนาก็ปรับรูปแบบเป็นพระไตรปิฎกออนไลน์ มีเว็บไซต์ อรรถาธิบายคำสอนไว้มากมาย หากอยากฟังพระสงฆ์แสดงธรรมก็เพียงเข้าไปในยูทูบก็สามารถเลือกฟังและชมภาพได้ เรียกว่าเทคโนโลยีได้ทะลุกำแพงวัดเข้ามาแล้ว (พระมหาบุญไทย ปุณฺณมโน, 2556)

ทั้งนี้ พระพุทธศาสนานับตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันได้ใช้การสื่อสารหลากหลายรูปแบบ ในยุคแรกมีพระสงฆ์เป็นสื่อบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดหลักธรรมคำสอน ลักษณะการเทศน์โดยพระสงฆ์ในช่วงแรกๆ จะมีลักษณะเป็นทางการ กล่าวคือ การเทศน์แต่ครั้งต้องมียุอาธนาพระขึ้นเทศน์บนธรรมาสน์ จนกระทั่งมีสื่อสิ่งพิมพ์เข้ามาเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ.2374 ใช้ในการพิมพ์พระธรรมคัมภีร์พระไตรปิฎก มีสื่อวิทยุกระจายเสียงเข้ามามีบทบาทต่อศาสนาครั้งแรกในปี พ.ศ. 2471 รายการธรรมะได้แทรกอยู่ตามรายการข่าว สารบันเทิงทางวิทยุ ก่อนที่ภาครัฐจะบรรจุรายการธรรมะเข้าไปในผังการออกอากาศของสถานีวิทยุกระจายเสียงภาครัฐ

ส่วนสื่อโทรทัศน์เข้ามาครั้งแรกในช่วงปี พ.ศ.2498 ในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม สมัยนั้นถูกใช้ในการแข่งขันทางการเมือง แต่ยังมีพื้นที่ให้รายการธรรมะในลักษณะรายการประเภทให้ความรู้ (Educational programs) โดยจะเน้นการเผยแผ่ศาสนาและสั่งสอนธรรมะในรูปแบบรายการเทศน์บรรยายธรรมปฏิบัติ สันทนาธรรม มีลักษณะที่ไม่เป็นทางการมากขึ้น อีกทั้งโทรทัศน์เป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียง ผู้บรรยายธรรมจึงเน้นไปที่พระภิกษุ ผู้ผลิตมักให้ภาพพระสงฆ์เป็นสัญลักษณ์ของรายการธรรมะ (อรทัย พนาราม, 2545)

ปัจจุบันเมื่อสื่อสมัยใหม่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ระบบอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย อินเทอร์เน็ตจึงเป็นช่องทางการสื่อสารใหม่ที่สะดวก รวดเร็ว เป็นการสื่อสารแบบเปิดระหว่างผู้เผยแพร่และผู้รับสาร ได้มีเว็บไซต์ทางพระพุทธศาสนาเกิดขึ้นมากมาย รวมถึงใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่ธรรมะร่วมด้วย เช่น เฟซบุ๊ก

กล่าวได้ว่า สถาบันสงฆ์ได้นำเอาสื่อสมัยใหม่มาใช้เสริมการทำหน้าที่ของสื่อบุคคล ขณะที่กลุ่มฆราวาสก็เริ่มมีบทบาทในการใช้สื่อใหม่ช่วยส่งเสริมการเผยแพร่ธรรมะมากขึ้น ส่งผลให้รูปแบบการสื่อสารธรรมะในปัจจุบันมีความหลากหลาย ถือเป็นสภาวะความจำเป็นที่จะต้องปรับตัวเพื่อเอาตัวรอดขององค์กรศาสนา เพราะหากพระพุทธศาสนาไม่ยอมปรับตัว ศาสนาก็จะไม่มี ความหมายกับวิถีชีวิตคนในยุคดิจิทัล

ลักษณะการปรับตัวขององค์กรศาสนานั้นปรากฏเด่นชัดในรูปแบบของ “ธรรมโมโลยี” (ธรรมะ+เทคโนโลยี) ต้องอาศัยเทคโนโลยีเฉพาะทางเพื่อช่วยเผยแพร่ธรรมะคำสอนของพระพุทธเจ้า โดยเฉพาะช่องทางบนโทรศัพท์มือถือถือ เป็นการเผยแพร่ธรรมะในเชิงรุก แทนที่จะรอให้คนเข้าวัดเพื่อมาหาธรรมะก็ใช้วิธีย่นธรรมะเข้าไปให้สังคมได้ฉกฉวย พระต้องเผยแพร่คำสอนโดยใช้ทุกช่องทางที่คนสามารถเข้าถึงได้ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด ซึ่งหากในอนาคตเกิดเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ๆ อีก ศาสนาก็ต้องต่อยอดตามเทคโนโลยีนั้นๆ ด้วย (พระมหาวิมลชัย วชิรเมธี, 2554)

จากที่กล่าวมา ถือเป็นโอกาสขององค์กรทางพระพุทธศาสนาที่ต้องปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี โดยปรับเปลี่ยนการทำงานด้านสื่อให้มีลักษณะการหลอมรวมสื่อเพื่อเข้าถึงผู้รับสื่อที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อที่หลากหลาย คนสามารถเข้าถึงเนื้อหาธรรมะทุกรูปแบบตลอดจนพระไตรปิฎกในรูปแบบสื่อดิจิทัลได้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องรูปแบบสื่ออีกต่อไป

ขณะเดียวกันเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่หลอมรวมช่องทางสื่อต่างๆ เข้าด้วยกัน ได้เพิ่มอำนาจในการเปิดรับสื่อ เข้าใช้งานและควบคุมสื่อให้แก่ผู้รับสื่อเช่นกัน บทบาทที่เปลี่ยนไปของผู้รับสื่อถือเป็นความท้าทายประการหนึ่งขององค์กรศาสนาที่จะต้องปรับตัวตั้งรับการสื่อสารสองทางจากผู้รับสื่อ กลับมายังองค์กรศาสนา ต่างจากในอดีตที่สถาบันศาสนาเป็นผู้มีอำนาจเบ็ดเสร็จเด็ดขาดในฐานะผู้อบรมศีลธรรมอันดีให้แก่สังคม

แต่กระนั้นก็ยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาการหลอมรวมสื่อทางศาสนาโดยตรงที่จะอธิบายกระบวนการทำงานด้านสื่อขององค์กรศาสนา ซึ่งหากพระพุทธศาสนามีการใช้แนวคิดการหลอมรวมสื่อจริง อาจนำไปสู่รูปแบบของศาสนาสมัยใหม่ที่ปรับตัวเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทั้งในตัวของสื่อ วิธีการทำงานของบุคลากร ประเภทสื่อที่ใช้ เนื้อหา และผู้รับสื่อที่เปลี่ยนไป

ปัญหาคำวิจัย

1. การหลอมรวมสื่อเกิดในองค์กรทางพระพุทธศาสนาของไทยหรือไม่ และกระบวนการหลอมรวมสื่อเกิดขึ้นในลักษณะใด
2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทยมีอะไรบ้าง

3. ประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อและองค์กรเป็นอย่างไร

ข้อสันนิษฐานในการวิจัย

1. ภายใต้บริบทสังคมไทยในยุคหลอมรวมสื่อ วัดมีการหลอมรวมสื่อเกิดขึ้นภายในฝ่ายทำงานสื่อ และมีแนวโน้มสนับสนุนแนวคิดนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการเผยแพร่ธรรมะผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย ตอบสนองต่อรูปแบบการใช้เทคโนโลยีของผู้รับสื่อและปรับรูปแบบ วิธีการสื่อสารตามประเภทสื่อที่สภาพสังคมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป

2. การหลอมรวมสื่อมีประสิทธิภาพต่อผู้รับสื่อในแง่บวก เนื่องจากช่วยเพิ่มการเข้าถึง ความศรัทธาอันนำไปสู่การนำไปใช้ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนาในชีวิตจริงได้มากขึ้น

3. ปัจจัยที่สนับสนุนและเป็นอุปสรรคต่อการหลอมรวมสื่อ มีทั้งปัจจัยภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ปัจจัยภายในมาจากนโยบายองค์กร ผู้นำองค์กรมีวิสัยทัศน์กว้างไกล ผู้ปฏิบัติงานมีทักษะการใช้งานสื่อที่หลากหลาย ส่วนปัจจัยภายนอก จะเป็นปัจจัยทางเทคโนโลยีและเศรษฐกิจที่ผลักดันให้องค์กรต้องปรับการทำงานให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสื่อให้มากที่สุด

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อขององค์กรพระพุทธศาสนา ส่วนใหญ่จะเป็นปัจจัยทางด้านเงินทุน และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของบุคลากร

ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษาบริบทการทำงานสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาด้วยแนวคิดการหลอมรวมสื่อนี้ ในกลุ่มองค์กรทางพระพุทธศาสนา 4 ประเภท ได้แก่ วัด สถานปฏิบัติธรรม มูลนิธิที่ก่อตั้งโดยเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ ในที่นี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะองค์กรประเภทวัด เนื่องจากเป็นตัวแทนขององค์กรทางพระพุทธศาสนาที่มีจำนวนมากกว่าองค์กรประเภทอื่น มีการใช้ประโยชน์สื่อเพื่อเผยแผ่งานพระพุทธศาสนา โดยแบ่งประเภทวัดด้วยเกณฑ์สายการปฏิบัติธรรมที่มีผู้เคารพนับถืออย่างแพร่หลาย 5 สาย โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเก็บข้อมูล ได้แก่

- | | |
|--------------------------------|---|
| 1. วัดท่าซุง จ.อุทัยธานี | สายปฏิบัติธรรมพระราชพรหมยาน |
| 2. วัดธารน้ำไหล จ.สุราษฎร์ธานี | สายปฏิบัติธรรมท่านพุทธทาส อินทปัญโญ |
| 3. วัดป่าบ้านตาด จ.อุดรธานี | สายปฏิบัติธรรมพระอาจารย์มั่น ภูริทัตตโต |
| 4. วัดพระธรรมกาย จ.ปทุมธานี | สายปฏิบัติธรรมพระมงคลเทพมุนี |
| 5. วัดอัมพวัน จ.สิงห์บุรี | สายปฏิบัติธรรมพระธรรมสิงหบุราจารย์ |

ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาองค์กรทางพระพุทธศาสนาเฉพาะองค์กรประเภทวัดที่ผู้วิจัยเห็นว่ามีการใช้ประโยชน์การหลอมรวมสื่อที่เด่นชัดในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา โดยวัดที่เลือกมานั้นเป็นกรณีศึกษา ไม่ได้ระบุเหมารวมในฐานะตัวแทนของวัดสายอื่นๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่ออธิบายกระบวนการทำงานขององค์กรทางศาสนาตามแนวคิดการหลอมรวมสื่อ
2. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนด้านการใช้สื่อทางศาสนาขององค์กรทางพระพุทธศาสนา
3. เพื่อประเมินประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อและองค์กรทาง

พระพุทธศาสนา

4. เพื่อทราบถึงภาพรวมและแนวโน้มการปรับตัวขององค์กรทางพระพุทธศาสนาที่ใช้สื่ออย่างหลากหลาย ในการขยายผลในองค์กรทางพระพุทธศาสนาอื่นๆ ต่อไป

5. เพื่อเป็นงานวิจัยนำร่องสู่การศึกษาการสื่อสารขององค์กรศาสนาในอนาคต



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยศึกษาการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการทำงาน ลักษณะความร่วมมือด้านการใช้สื่อของวัด ปัจจัยที่สนับสนุนและเป็นอุปสรรคต่อการหลอมรวมสื่อของวัด รวมถึงศึกษาประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อวัดและผู้รับสื่อ

แนวคิดและรูปแบบของการหลอมรวมสื่อ

บริบทการหลอมรวมสื่อในมิติเชิงวิชาการได้กล่าวถึงแนวคิดและรูปแบบของการหลอมรวมสื่อไว้อย่างหลากหลาย กล่าวได้ว่า ปัจจุบันแนวคิดการหลอมรวมสื่อยังไม่มีคำนิยามที่เป็นข้อสรุป เนื่องจากแต่ละเกณฑ์ชี้วัดและคำนิยามก็ถูกกำหนดขึ้นเพื่ออธิบายการหลอมรวมสื่อตามปรากฏการณ์ที่นักวิชาการแต่ละคนเข้าใจและสอดคล้องกับหน่วยที่สนใจจะศึกษา

1. นิยามของการหลอมรวมสื่อ (Definitions)

นักวิชาการด้านสื่อทั่วโลกได้กำหนดคำนิยามของการหลอมรวมสื่อไว้อย่างแตกต่างหลากหลายทั้งในทางทฤษฎีและวิธีปฏิบัติ ซึ่งสามารถแบ่งเป็นคำนิยามในมิติทางเทคโนโลยี วารสารศาสตร์ และมิติด้านธุรกิจ อุตสาหกรรมสื่อ

1.1 นิยามการหลอมรวมสื่อในมิติทางเทคโนโลยี วารสารศาสตร์

นิยามการหลอมรวมสื่อในมิติทางวารสารศาสตร์ (Convergence Journalism) ได้มีผู้ให้คำนิยามไว้อย่างหลากหลาย ดังต่อไปนี้

Jenkins (2006a) กล่าวว่า การหลอมรวมสื่อเป็นคำใช้อธิบายความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี อุตสาหกรรม วัฒนธรรมและสังคม เป็นการไหลของข้อมูลผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย มีลักษณะความร่วมมือกันระหว่างองค์กรสื่อ พฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อมีการโยกย้ายเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

Brooks (2004) กล่าวว่า การหลอมรวมสื่อเป็นการแบ่งปันข้อมูลและช่วยกันนำเสนอข้อมูลเดียวกันในช่องทางสื่ออื่นๆ เพื่อกระจายการเข้าถึงของผู้บริโภค เกิดขึ้นภายในกลุ่มพันธมิตรสื่อและความร่วมมือในท้องถิ่น

Ketterer (2004) กล่าวว่า การหลอมรวมสื่อเป็นการใช้ทรัพยากรร่วมกันระหว่างสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ เพื่อการรายงานข่าวที่มีประสิทธิภาพมากกว่า

Quinn (2004) กล่าวว่า การหลอมรวมสื่อเป็นกระบวนการที่มีการเลือกสื่อที่หลากหลายในการเข้าถึงข่าวและหาช่องทางที่เหมาะสมที่สุดในการเผยแพร่ข่าวนั้น

Straubhaar (2000) กล่าวถึงการหลอมรวมสื่อว่า เกิดจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วไปสู่ยุคสังคมสารสนเทศ (information society) เนื่องจากความก้าวหน้าของเครือข่ายคอมพิวเตอร์และ

การสื่อสารโทรคมนาคม ทำให้เกิดการผสมหรือหลอมรวมกันระหว่างสื่อวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ โทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ จนไม่อาจแบ่งแยกความแตกต่างของสื่อเหล่านี้ได้อีกต่อไป

Wirtz (1999) กล่าวว่า การหลอมรวมสื่อเป็นแนวคิดที่เปลี่ยนไปมาอยู่ตลอดเวลาในการบูรณาการการสื่อสารที่แตกต่างกันให้เข้ากับตลาดสินค้าที่มีข้อมูลสารสนเทศเป็นวัตถุดิบ

Gentry (อ้างถึงใน Zhang, 2008) กล่าวว่า การหลอมรวมสื่อเป็นความสามารถในการส่งข่าวสาร ขยายโฆษณา ผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย อาทิ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ เว็บไซต์ และสื่ออะไรก็ตามที่สังคมใช้กัน

Killebrew (2005) มองว่า การหลอมรวมสื่อเป็นคุณค่าของการแบ่งปันและนำเสนอข้อมูลผ่านช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างหลากหลายในอันที่จะเพิ่มรายได้ด้านโฆษณาให้แก่องค์กร

การหลอมรวมสื่อเป็นการหลอมรวมทั้งทางด้านเทคโนโลยี (Technological convergence) และทางด้านบริการ (Service convergence) เข้าไว้ด้วยกัน ทำให้เนื้อหาสาระ วิธีการนำเสนอรูปแบบการให้บริการผ่านสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีคอมพิวเตอร์เป็นตัวกลางสำคัญ (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ฝ่ายวิจัยกลยุทธ์และดัชนีอุตสาหกรรม, 2548)

McQuail (อ้างถึงใน ปาริชาติ สายธนู, 2553) เสนอว่า การหลอมรวมสื่อก่อให้เกิดสื่อรูปแบบใหม่ที่ต่างจากสื่อดั้งเดิม ไม่ว่าจะเป็นสื่อวิทยุ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี ภาพยนตร์ และจะกระจายผ่านเทคโนโลยีที่ซับซ้อนหลากหลาย ทั้งด้านเจ้าของสื่อ ฝ่ายจัดจำหน่าย โครงสร้างการบริหาร นักสื่อสาร ผู้ชม ความน่าเชื่อถือ การกำกับดูแลสื่อจริยธรรม

Erdal (2011) กล่าวว่า การหลอมรวมสื่อเป็นการสื่อสารและการผลิตข่าวโดยใช้สื่อ 2 ประเภทขึ้นไปในลักษณะบูรณาการ โดยต้องศึกษาระดับการใช้สื่อทั้งในลักษณะการสื่อสารผ่านสื่อหลายช่องทาง และมีมิติของกระบวนการผลิตที่มีการใช้สื่อต่างๆ ร่วมกัน

Paul Horrocks บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์ Manchester Evening News (อ้างถึงใน Quinn, 2004) กล่าวว่า หนังสือพิมพ์ต้องปรับตัวเองเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสารที่มีลักษณะต้องการรับสารได้จากหลายสื่อที่แตกต่างกัน หรือแม้แต่ BBC ก็ต้องปรับตัวจากการเป็นห้องข่าวที่รายงานข่าวผ่านช่องทางสื่อดั้งเดิมอย่างวิทยุและโทรทัศน์ แต่ต้องปรับกระบวนการผลิตข่าวให้มีลักษณะของการใช้สื่อผสมระหว่างสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ในรูปแบบของดิจิทัลและอินเทอร์เน็ต

Dailey and Spillman (2005) นิยามว่า การหลอมรวมสื่อเป็นกระบวนการที่นักข่าวจากหลายสื่อทำงานร่วมกันในการวางแผนและรายงานข่าว โดยตัดสินใจว่าจะใช้ช่องทางใดระหว่างสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์หรือสื่อดิจิทัลในการเผยแพร่ข่าวนั้นๆ ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด รวมถึงต้องศึกษาลักษณะของการปรับตัวในระดับองค์กรโดยเฉพาะระดับการปฏิสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของคนในองค์กรด้วย

1.2 นิยามการหลอมรวมสื่อในมิติทางธุรกิจ อุตสาหกรรมสื่อ

นิยามการหลอมรวมสื่อในมิติทางธุรกิจ อุตสาหกรรมสื่อ ได้มีผู้ให้นิยามไว้อย่างหลากหลายขึ้นอยู่กับบริบทที่ศึกษา ดังต่อไปนี้

Ernest J.Wilson III (อ้างถึงใน วงหทัย ต้นชีวะวงศ์, 2549) อธิบายถึงการหลอมรวมสื่อว่า เกิดจากการรวมภาคอุตสาหกรรมทั้งอุตสาหกรรมโทรศัพท์ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ และผู้ผลิตเนื้อหา ในสื่อเข้าด้วยกัน ส่งผลให้สามารถแข่งขันข้ามไปยังอีกตลาดหนึ่งได้ เกิดการรวมกันระหว่างอุปกรณ์ เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้อุปกรณ์หนึ่งๆ สามารถทำได้ทุกอย่าง

Smith and Meyer (อ้างถึงใน ปาริชาติ สายธนู, 2553) กล่าวว่า การหลอมรวมสื่อเป็น นวัตกรรมใหม่ที่เกิดจากมุมมองด้านวิศวกรรม การเงินการลงทุน การตลาด ผู้ดำเนินธุรกิจ และความ ต้องการของลูกค้า เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นจากความต้องการใช้เทคโนโลยีสื่อสารแบบเคลื่อนที่ของลูกค้า ขณะที่ด้านวิศวกรรมโครงข่ายก็มุ่งพัฒนาแพลตฟอร์มให้สามารถนำไปพัฒนาบริการใหม่ๆ ในที่สุดต้อง หลอมรวมโครงข่ายให้เป็นหนึ่งเดียวกัน

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์และธรราร รัตนนฤมิตร (2545) ให้ความหมายของการหลอมรวม สื่อในงานวิจัยเรื่องสภาพตลาดโทรคมนาคมในต่างประเทศและประเทศไทยว่า เป็นพัฒนาการอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ส่งผลให้ขอบเขตระหว่างการให้บริการโทรคมนาคม (Telecommunication) การแพร่ภาพกระจายเสียง (Broadcasting) และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information technology) เลื่อนรางจนไม่สามารถแบ่งแยกได้ชัดเจน

การหลอมรวมสื่อเป็นการนำเทคโนโลยีในรูปแบบต่างๆมาผสมผสาน หลอมรวมการบริการ เข้าด้วยกัน เช่น หลอมรวมเทคโนโลยีด้านการแพร่ภาพและกระจายเสียงกับเทคโนโลยีโทรศัพท์ หลอมรวมการบริการด้านบันเทิงกับบริการสารสนเทศ ซึ่งหากวิเคราะห์ตามลักษณะของเครือข่าย สามารถจำแนกการหลอมรวมด้านบริการ ตามลักษณะของเครือข่ายต่างๆได้เป็นเครือข่าย โทรคมนาคม เครือข่ายวิทยุโทรทัศน์ และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ถือว่าการหลอมรวมของสื่อเกิดจาก แรงขับเคลื่อนที่สำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งทำให้สามารถรับ-ส่งสัญญาณเสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และข้อมูลไปพร้อมๆกันบนโครงข่ายเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพอันจะนำมาซึ่ง การให้บริการในหลากหลายรูปแบบ อาทิ บริการเลือกชมรายการโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ตอีกทั้งยังมี ผลให้ผู้ประกอบการในธุรกิจสาขาหนึ่งเข้าสู่ธุรกิจในสาขาอื่น โดยผ่านการควบรวมกิจการ หรือการ เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ นำไปสู่อุตสาหกรรมโทรศัพท์ วิทยุ โทรศัพท์ การพิมพ์ และคอมพิวเตอร์ รูปแบบใหม่ๆ (เศรษฐพงษ์ มะลิสวรรณ, 2549) มหาวิทยาลัย

ภายใต้คำนิยามดังกล่าว การหลอมรวมสื่อจึงมิได้เป็นการหลอมรวมเฉพาะตัวสื่อและช่องทาง การสื่อสารเพียงอย่างเดียวแต่เป็นการหลอมรวมเทคโนโลยี หลอมรวมองค์กรและความร่วมมือของคน ในองค์กรเข้าด้วยกัน ซึ่งการหลอมรวมสื่อจะเป็นจุดเปลี่ยนใหม่ให้แก่กระบวนการผลิตข่าว องค์กรสื่อ จะร่วมมือกันใช้สื่อในการสื่อสารได้มากขึ้น แลกเปลี่ยนเนื้อหาระหว่างผู้สื่อข่าวที่ทำงานในสื่อต่างๆ ได้ (Erdal, 2011)

2. แนวทางการศึกษาการหลอมรวมสื่อ (Approaches)

การศึกษาด้วยกรอบแนวคิดการหลอมรวมสื่อจะสามารถวิเคราะห์รูปแบบ ลักษณะ ตลอดจน นโยบายขององค์กรสื่อที่จะพัฒนาสู่การเป็นองค์กรผู้ผลิตข่าวในยุคดิจิทัลได้ ในที่นี้มีผู้จำแนกรูปแบบ ออกเป็นแนวทางการศึกษาที่ใช้ศึกษาการหลอมรวมสื่อหลายกลุ่ม พบว่าส่วนใหญ่จำแนกรูปแบบตาม

แนวคิดที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่จะศึกษา บางส่วนได้กำหนดมิติที่จะศึกษาขึ้นมาใหม่

แนวทางการศึกษาการหลอมรวมสื่อที่ผู้วิจัยสนใจ ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเกี่ยวข้องกับกรอบการหลอมรวมสื่อของนักวิชาการ 4 คน ได้แก่ Henry Jenkins, Rich Gordon, Shinohara's และ Larry Dailey's

Henry Jenkins ได้กำหนดรูปแบบการหลอมรวมสื่ออย่างกว้างใน 5 ประเด็นด้วยกัน (Jenkins, 2001) ได้แก่

1. การหลอมรวมทางเทคโนโลยี (Technological convergence) หมายถึง การเปลี่ยนเนื้อหาให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลเพื่อส่งต่อในช่องทางสื่อต่างๆ
2. การหลอมรวมทางเศรษฐกิจ (Economic convergence) เป็นรูปแบบการขยายอุตสาหกรรมสื่อหนึ่งไปยังอีกสื่อหนึ่ง จากสื่อหนังสือไปยังสื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ สื่อเพลง เช่น บริษัท AOL Time Warner
3. การหลอมรวมทางสังคม (Social/organic convergence) เกิดในระดับผู้รับสารที่พร้อมเปิดรับสื่อหรือข้อมูลใหม่ๆ ในช่วงเวลาเดียวกัน เช่น เด็กดูเบสบอลในโทรทัศน์ ขณะเดียวกันก็ฟังสเตอริโอ ฟังเพลงและเขียนอีเมลถึงเพื่อนไปด้วย
4. การหลอมรวมทางวัฒนธรรม (Cultural convergence) อธิบายรูปแบบของสิ่งใหม่ที่จะเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ภายใต้บริบทตัวสื่อ อุตสาหกรรมสื่อ และผู้บริโภคสื่อที่ต่างกัน เช่น Transmedia storytelling เป็นการพัฒนารูปแบบการเล่าเรื่องของเนื้อหาข้ามช่องทางสื่ออื่นๆ
5. การหลอมรวมข้ามโลก (Global convergence) เป็นการผสมผสานทางวัฒนธรรมที่เป็นผลมาจากการเผยแพร่สื่อในระดับโลก เช่น ภาพยนตร์เอเชียได้สร้างรูปแบบใหม่ให้แก่วงการบันเทิงฮอลลีวูด

ด้าน Rich Gordon ได้กำหนดรูปแบบ แนวทางการหลอมรวมสื่อโดยอิงจากบริบทองค์กรสื่อในสหรัฐอเมริกา แบ่งออกเป็น 5 ลักษณะ (Rich Gordon, 2003)

1. การหลอมรวมความเป็นเจ้าของสื่อ (Ownership convergence) กล่าวในมิติที่ทุกสื่อถือครองโดยเจ้าของเดียวกัน สามารถส่งต่อเนื้อหา แบ่งปันเนื้อหาที่ผลิตขึ้นใหม่ข้ามสื่อได้ทันที
2. การหลอมรวมเชิงกลยุทธ์ (Tactical convergence) เป็นระดับเทคนิคในการเผยแพร่และนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อต่างๆ มีการแบ่งปันเนื้อหาระหว่างพันธมิตรธุรกิจที่มีเจ้าของคนละคนกัน
3. การหลอมรวมเชิงโครงสร้าง (Structural convergence) กล่าวถึงโครงสร้างองค์กรและหน้าที่การทำงานในแต่ละระดับที่เปลี่ยนไปในองค์กรข่าว อยู่ในขั้นแสวงหาข่าวสาร รีไรต์เนื้อหาใหม่ให้เหมาะกับประเภทสื่อที่จะเผยแพร่
4. การหลอมรวมกลวิธีแสวงหาข่าวสาร (Information-gathering convergence) เป็นกระบวนการรวบรวมข้อมูลข่าวสารด้วยเครื่องมือจากช่องทางที่หลากหลาย เน้นการพัฒนาข่าวให้มีความสามารถรอบด้าน

5. การหลอมรวมการนำเสนอ (Storytelling/presentation convergence) เป็นขั้นตอนที่นักข่าวต้องนำเสนอเนื้อหาสู่สาธารณะ โดยเลือกเครื่องมือ เลือกวิธีนำเสนอให้เหมาะกับผู้รับสารในแต่ละช่องทางสื่อ

Shinohara and Okano (อ้างถึงใน สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และธราธร รัตนนฤมิตร, 2545) แบ่งรูปแบบการหลอมรวมสื่อระหว่างการผลิตภาพกระจายเสียงและโทรคมนาคมว่า เกิดขึ้นใน 4 ระดับ ได้แก่

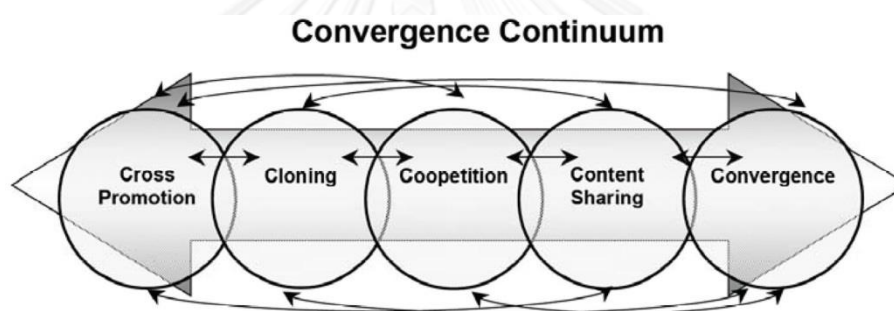
1. การหลอมรวมบริการ (Convergence of services) ทำให้ขอบเขตของบริการโทรคมนาคม การแพร่ภาพกระจายเสียงและอินเทอร์เน็ตไม่อาจแบ่งแยกได้ชัดเจน เช่น การบริการผ่านดาวเทียมที่ใช้ในการสื่อสารโทรคมนาคม
2. การหลอมรวมช่องทางการสื่อสารข้อมูล (convergence of transmission channels) เป็นการหลอมรวมเส้นทางการสื่อสารข้อมูลหรือโครงข่ายที่ใช้สัญญาณในรูปแบบดิจิทัล เช่น โครงข่ายใยแก้วนำแสง
3. การหลอมรวมของอุปกรณ์ปลายทาง (convergence of terminals) คือ การที่อุปกรณ์ปลายทางสามารถให้บริการสื่อสารโทรคมนาคม บริการสารสนเทศและบริการแพร่ภาพกระจายเสียงได้ เช่น อุปกรณ์ Set-top box ที่ทำให้เครื่องรับโทรทัศน์เป็นอุปกรณ์เชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้
4. การหลอมรวมของผู้ให้บริการ (Convergence of providers) ผ่านการควบรวมกิจการและการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการรายเดียวให้บริการได้ทุกรูปแบบ เช่น บริษัท AOL ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตรายใหญ่ที่สุดในโลกควบรวมกิจการกับบริษัทสื่อ Time Warner

ทั้งนี้ **Dailey และคณะ** (2005) เสนอแนวคิดเรื่องรูปแบบการหลอมรวมสื่อใน Convergence continuum: A Model for studying Collaboration Between Media Newsrooms ว่าจะต้องมีการศึกษาลักษณะของการปรับตัวองค์กรในระดับของการร่วมมือในกระบวนการข่าว การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อ และการแลกเปลี่ยนแบ่งปันเนื้อหาข้อมูล โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่

1. การส่งต่อเนื้อหาข้ามสื่อ (Cross-promotion) เป็นการช่วยกันโปรโมตเนื้อหาเดียวกันในสื่ออื่นๆ แต่ไม่ได้ผลิตเนื้อหาพร้อมกัน
2. การเผยแพร่เนื้อหาต้นฉบับ (Cloning) เป็นการช่วยเผยแพร่เนื้อหาของสื่อพันธมิตรโดยไม่มีการติดต่อ แก๊ซ ไม่มีการหารือเรื่องทำข่าวร่วมกัน เพียงแต่นำเนื้อหาที่เสร็จสมบูรณ์แล้วมาแชร์
3. ความร่วมมือเชิงแข่งขัน (Coopetition) เริ่มมีความร่วมมือในการผลิตข่าว ช่วยกันเผยแพร่เนื้อหา แต่จะมีการแบ่งปันข้อมูลข่าวในบางเรื่อง เนื่องจากต้องมีการแข่งขันระหว่างกันเองอยู่เรื่องที่เป็น exclusive ก็จะไม่ทำเอง
4. การแบ่งปันเนื้อหาที่ผลิตใหม่ (Content sharing) ในขั้นนี้จะแบ่งปัน เผยแพร่เนื้อหาที่ผลิตใหม่โดยร่วมมือกันทำงานมากขึ้น แต่ต่างคนก็ยังผลิตเนื้อหาของตัวเอง บางครั้งอาจมีการใช้บร่วมกัน พูดคุยกันระหว่างกอง

5. การหลอมรวมในกระบวนการข่าว (Convergence) เป็นระดับความร่วมมือสูงสุดในการวางแผนการรายงานข่าว การหาข่าว การเผยแพร่ข่าว ทำงานร่วมกันเป็นทีม ตัดสินใจร่วมกันว่าจะผลิตเนื้อหาอย่างไร ตัดสินใจว่าจะเสนอเนื้อหาผ่านสื่อใด อย่างไร

จากปัญหานำวิจัยที่ศึกษากระบวนการทำงานด้านสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดการหลอมรวมสื่อของ Larry Dailey และคณะ เป็นหลักในการวิเคราะห์การหลอมรวมการทำงานด้านสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา ซึ่งในงานวิจัยดังกล่าว Dailey ได้เสนอการหลอมรวมสื่อผ่านความร่วมมือภายในห้องข่าวในรูปแบบของ Convergence Continuum model เพื่อศึกษาระดับความร่วมมือในการทำงาน การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อ และการแบ่งปันข้อมูลและเนื้อหา โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับตามระดับของกิจกรรมที่เกิดขึ้นร่วมกันระหว่างสื่อและกองบรรณาธิการตามแผนภาพ ดังนี้



แผนภาพที่ 1.1 แบบจำลอง Convergence Continuum

แบบจำลอง Convergence Continuum เกิดขึ้นภายใต้ข้อสันนิษฐานว่า ระดับของปฏิสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตเนื้อหาข้ามสื่อเป็นตัวกำหนดรูปแบบการหลอมรวม ไม่ว่าจะสื่อเหล่านั้นจะอยู่ในองค์กรเดียวกันหรือต่างองค์กรที่เป็นพันธมิตรกันก็ตาม แบบจำลองดังกล่าวจะให้ภาพระดับของกิจกรรมความร่วมมือระหว่างองค์กรข่าว 5 ระดับ (The 5Cs of convergence) ได้แก่

1. Cross-promotion

เป็นระดับที่มีปฏิสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างคนข่าวต่างองค์กรน้อยที่สุด เป็นระดับที่สื่อช่วยกันนำเสนอเนื้อหาขององค์กรพันธมิตรในช่องทางที่ตนมี เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ช่วยลงโลโก้และเนื้อหาของสถานีโทรทัศน์ในเครือ ผู้ประกาศข่าวสถานีโทรทัศน์มีการแนะนำผู้ชมให้ไปติดตามรายละเอียดข่าวต่อจากหนังสือพิมพ์ในเครือ ซึ่งจะไม่ปรากฏการผลิตข่าวร่วมกัน

2. Cloning

เป็นระดับที่องค์กรสื่อช่วยกันผลิตซ้ำเนื้อหาเดิมของสื่ออื่นๆ หลังจากเนื้อหานั้นถูกเผยแพร่ไปแล้ว โดยแทบจะไม่ปรับแก้ไขเนื้อหาใหม่ ในระดับนี้ยังไม่มีประชุมวางแผนหาข่าวร่วมกัน เป็นลักษณะของการนำเนื้อหาในแต่ละสื่อที่ทำเสร็จสมบูรณ์แล้วมาเผยแพร่ต่อ

3. Coopetition

ขั้นนี้องค์กรสื่อจะร่วมมือในการผลิตข่าวและมีการแข่งขันระหว่างกันเองด้วย สื่อแต่ละองค์กรจะช่วยกันโปรโมตและแบ่งปันข่าวบางเรื่องให้แก่กัน แต่ก็ก็จะเก็บข่าวบางข่าวเป็นการเฉพาะ เนื่องจากความแตกต่างของวัฒนธรรมองค์กรทำให้ระดับความร่วมมืออยู่ในขอบเขตที่จำกัด

4. Content Sharing

ขั้นนี้สื่อจะช่วยกันส่งต่อเนื้อหาที่สื่อในเครือข่ายต่างหามาได้และเผยแพร่ซ้ำโดยนำมาผลิตใหม่ ระดับนี้สื่อต่างๆ อาจจะใช้ต้นทุน งบประมาณในการทำข่าว มีระดับของการทำงานร่วมกันมากขึ้น มีการพบปะแลกเปลี่ยนประเด็นข่าวระหว่างกัน วางแผนทำข่าวเชิงลึกร่วมกัน มีการให้คำแนะนำในการทำงานซึ่งกันและกัน แต่นักข่าวยังทำงานอย่างอิสระ ต่างคนต่างผลิตเนื้อหาเป็นของตัวเอง

5. Convergence

เป็นระดับความร่วมมือในกระบวนการทำข่าวที่สูงที่สุด ทั้งการหาข่าวและเผยแพร่ข่าว โดยสามารถเลือกประเภทสื่อเพื่อนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากที่สุด มีการวางแผนผลิตเนื้อหาร่วมกัน รายงานข่าวร่วมกันและตัดสินใจร่วมกันว่าจะนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อใดด้วยวิธีใด เนื่องจากความแตกต่างของวัฒนธรรมองค์กร ปัจจัยแวดล้อมและการวางแผนใช้สื่อที่แตกต่างกัน รูปแบบความร่วมมือกันทำงานในองค์กรสื่อจึงมีลักษณะเฉพาะตัว ไม่มีรูปแบบตายตัวของการหลอมรวมองค์กรสื่อ

ดังนั้น ความร่วมมือในบางองค์กรจึงอาจเกิดขึ้นไล่เรียงไปที่ระดับตั้งแต่ Cross-promotion, Cloning ไปถึง Convergence แต่บางองค์กรอาจกระโดดข้ามบางระดับสลับไปมาได้ แนวคิดในลักษณะนี้ ผู้วิจัยจึงมองว่ามีความยืดหยุ่นสูงและศึกษาลักษณะการปรับตัวด้านความร่วมมือที่นำไปสู่การหลอมรวมการทำงานได้ชัดเจน

แนวคิดการสื่อสารด้านศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์

ศาสนาใหญ่ๆ ทั่วโลกก็มีรูปแบบการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ศาสนาที่แตกต่างกันออกไป โดยลักษณะร่วม คือ รูปแบบการสื่อสารที่ควรรวมระหว่างสื่อทางโลก (Secular) และสื่อทางธรรม (Sacred) โดยใช้สื่อทางธรรมเพื่อให้ความรู้ ให้ความช่วยเหลือด้านมนุษยธรรม สร้างกลุ่มชุมชนทางศาสนา และใช้สื่อทางโลก เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์เพื่อเสริมความเชื่อทางธรรม

แนวคิดการพัฒนาแบบคู่ขนานของโลกียะและโลกทางธรรม

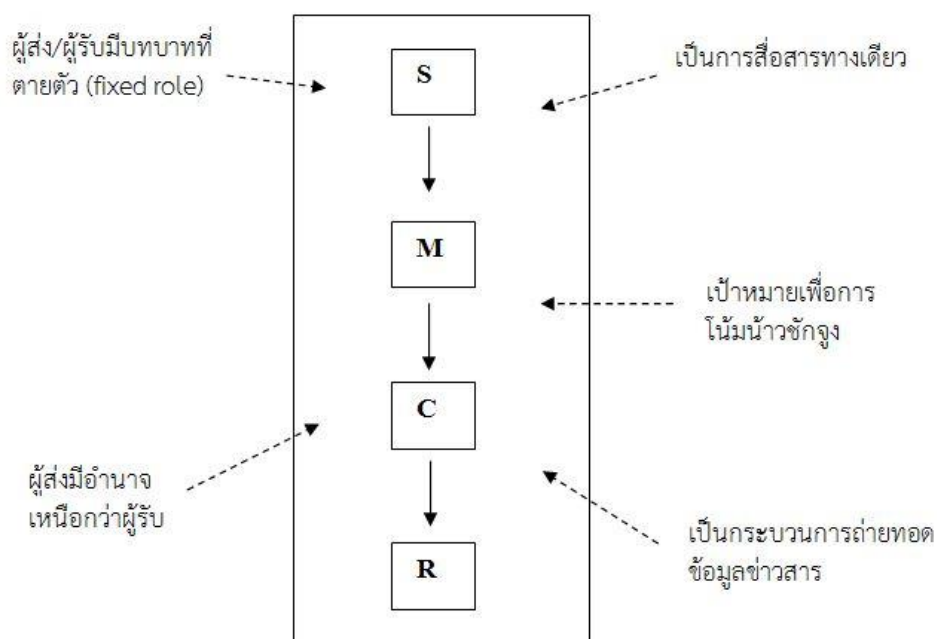
โลกทัศน์ของสถาบันศาสนาและสื่อมวลชนมีคุณลักษณะหลายประการที่ขัดแย้งกันแบบขาวดำ (Binary opposition) การศึกษาประเด็นศาสนาและการใช้เทคโนโลยีสื่อดูเหมือนจะมีแนวคิดที่สวนทางกันในช่วงระยะเริ่มต้น แต่กระนั้นทั้งสองสถาบันก็มีจุดร่วมที่นักวิชาการยุคแรกๆ มองข้ามไป อันจะกล่าวในแนวคิดการพัฒนาแบบคู่ขนานของโลกียะและโลกทางธรรม ที่เสนอว่าทั้งสองสถาบันสามารถทำงานร่วมกันได้

E. Eisenstein (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2554) กล่าวว่าศาสนาและการสื่อสารมีประวัติศาสตร์เดินทางร่วมกันด้วยมุมมองแบบ Instrumentalist ที่สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือของศาสนา สอดคล้องกับ Carey (1992) นักวิชาการอเมริกาสายวัฒนธรรมศึกษา เสนอใน

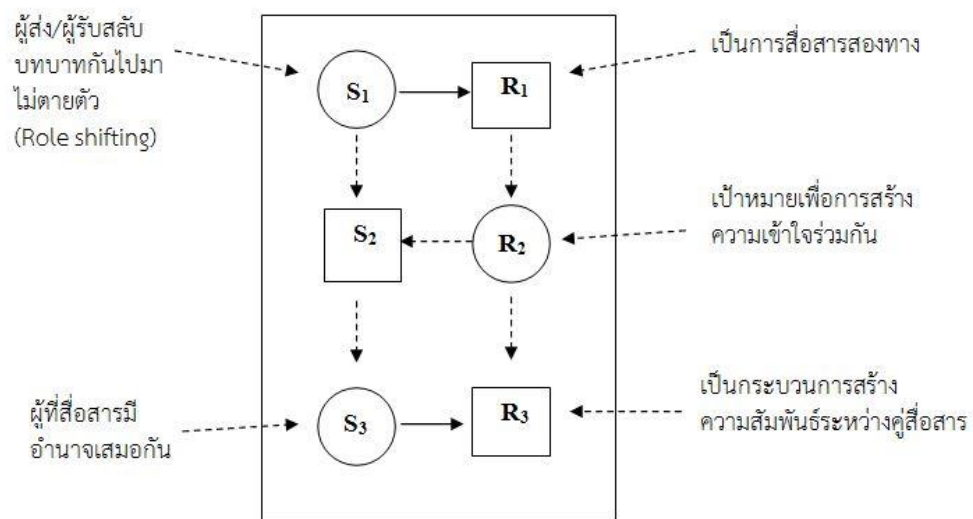
หนังสือ Communication and Culture ว่าศาสนากับสื่อมวลชนนั้นมีลักษณะร่วมกันสูง โดยในแบบจำลองการสื่อสารทั้ง 2 ประเภทล้วนมีความหมายที่เชื่อมโยงกับศาสนา

แบบจำลองแรกคือ แบบจำลองการสื่อสารเชิงถ่ายทอดข่าวสาร (Transmission Model) Carey กล่าวว่า การกระจายข่าวสารให้แพร่หลายนั้นเป็นความคิดดั้งเดิมของทุกศาสนา ในพระพุทธศาสนา พระพุทธเจ้าก็สั่งสอนภิกษุแล้วให้ภิกษุแยกย้ายไปเผยแผ่ธรรมะ แบบจำลองนี้สนใจศึกษาว่าศาสนาเข้ามาใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางในการเผยแพร่อะไร

อีกแบบจำลองหนึ่งคือ แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (Ritualistic Model) เป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันเพื่อผู้รวมคนเข้าไว้ด้วยกัน โดยถือว่ากิจกรรมทางศาสนา คือกิจกรรมการสื่อสารหนึ่ง ซึ่งในทฤษฎีการสื่อสารกระแสหลักมักใช้แบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอดข่าวสารเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยจะอาศัยแนวคิดนี้วิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารของแต่ละวัดในยุคหลอมรวมสื่อว่าสอดคล้องในลักษณะใด ผู้สื่อสารและผู้รับสารมีบทบาทที่เปลี่ยนไปอย่างไรบ้าง



แผนภาพที่ 1.2 Transmission Model (แบบจำลองเชิงการถ่ายทอดข่าวสาร)

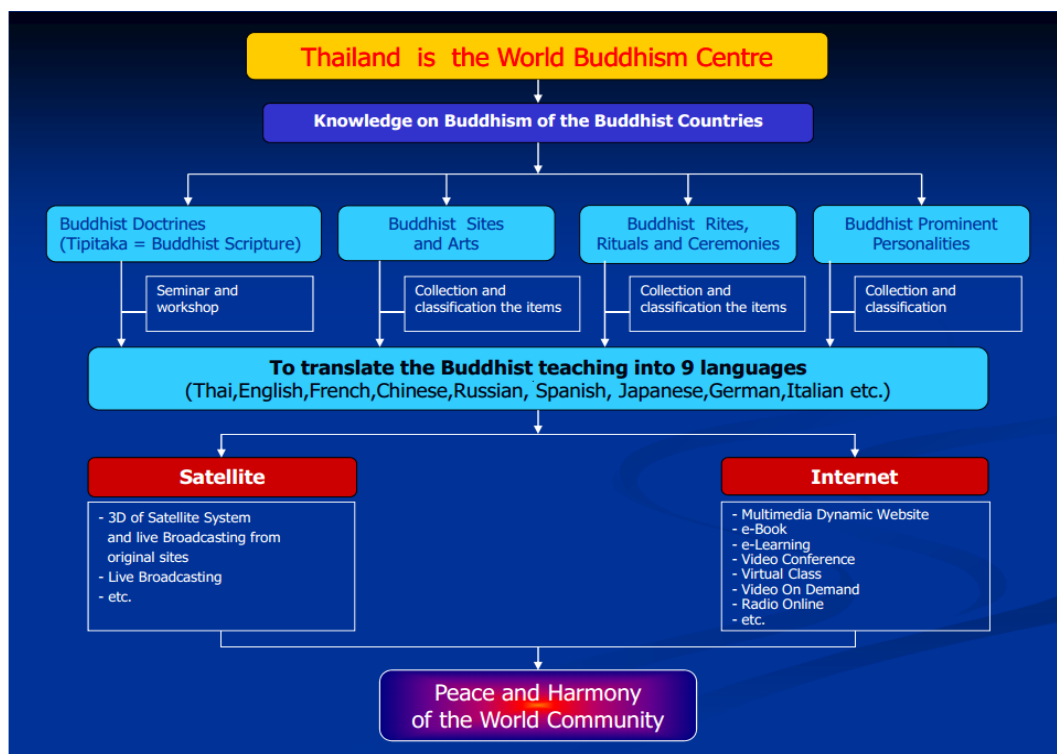


แผนภาพที่ 1.3 Ritualistic Model (แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม)

แนวความคิดหลอมรวมสื่อและการสื่อสารด้านศาสนา

จากแนวโน้มของกระแสโลกาภิวัตน์ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโดยเฉพาะ อินเทอร์เน็ตทำให้วิถีชีวิตของประชาชนอยู่กับโลกออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้แนวโน้มการเข้าถึงและเผยแพร่พระพุทธศาสนาได้เปลี่ยนจากรูปแบบดั้งเดิมไปอยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์บนเครือข่าย อินเทอร์เน็ตมากขึ้น พระมหาบุญไทย ปุณฺณมโน (2552) พบว่ามีจำนวนถึง 1,026 เว็บไซต์ สอดรับกับแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตของประชากรโลกและประชากรไทยที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ จากรายงานสรุปผลการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ.2554 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กล่าวว่า ไทยมีแนวโน้มการใช้งานคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและจะเพิ่มมากขึ้น กอปรกับการที่ประเทศไทยได้ประกาศเป็น ศูนย์กลางพระพุทธศาสนาโลก (Ministry Of Culture and Mahachulalongkornrajavidyalaya University, 2012 : ออนไลน์) จึงเป็นโอกาสในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในรูปแบบต่างๆ เช่น เว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ VDO on Demand, e-Learning, สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์พระพุทธศาสนา แอปพลิเคชันเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาบนโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น



แผนภาพที่ 2.1 แนวทางการเป็นประตูสู่ศูนย์กลางพระพุทธศาสนาโลกของประเทศไทย

ที่มา: กระทรวงวัฒนธรรม และ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (2555). World Buddhism Gateway. วันที่เข้าถึงข้อมูล 26 พฤศจิกายน 2556, แหล่งที่มา http://www.ictforall.org/ICT_for_All_Symposuim_2012/Thailand_Buddhist_Gateway.pdf

1. แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร

แนวคิดการวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อระบุถึงโครงสร้างการสื่อสารในการศึกษาภาพรวมของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในกลุ่ม องค์กร ซึ่ง Rogers (อ้างถึงใน อนิษฐา แจ็งเอี่ยม, 2553) กล่าวว่า เครือข่ายการสื่อสารเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เชื่อมโยงกันด้วยรูปแบบการไหลของข่าวสาร ดังนั้น สถานภาพของสมาชิกแต่ละคนในกลุ่มจะต้องสัมพันธ์กับการสื่อสารระหว่างบุคคล

ลักษณะของเครือข่ายที่ดีที่จะส่งผลให้การทำงานเครือข่ายประสบความสำเร็จและสร้างความเข้มแข็งให้แก่เครือข่าย ควรมีลักษณะดังนี้

1. เครือข่ายควรเป็นกลไกขั้นต้นในการเปิดโอกาสให้กลุ่มต่างๆ เข้าไปสู่กลไกที่สูงขึ้น
2. องค์กรที่เป็นเครือข่าย ควรมีความสัมพันธ์เป็นแบบเพื่อนร่วมงานเพื่อประสานความร่วมมือระหว่างกัน ความสัมพันธ์ขององค์กรเครือข่ายอาจมีลักษณะแนวดิ่ง แต่ไม่ได้หมายถึงการมีอำนาจในการสั่งการ
3. เครือข่ายต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจน องค์กรควรมีลักษณะที่เป็นอิสระ

ทั้งนี้ คุณลักษณะของเครือข่ายที่ดีควรมีการทำงานแบบดาวกระจาย ไม่รวมศูนย์กลาง องค์กรสมาชิกมีความเท่าเทียมกัน มีความไว้วางใจกัน มีการสื่อสารหลายทาง มีกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่องโดยอาศัยความร่วมมือจากสมาชิก มีการประสานงานทั้งแนวตั้งและแนวนอน และมีแกนกลางที่มีประสิทธิภาพ

ในส่วนของการสื่อสารนั้น Harold J. Leavitt (อ้างแล้วใน อนิษฐา แจ้งเอี่ยม, 2553) ได้ทดลองการสื่อสารหลายรูปแบบ พบว่า การสื่อสารแบ่งออกได้เป็น 2 แบบ คือ

1. การสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง (Centralized Communication) มีบุคคลหนึ่งเป็นศูนย์กลางการทำงาน โดยที่สมาชิกคนอื่นๆ ไม่มีการติดต่อโดยตรง

2. การสื่อสารแบบกระจายอำนาจ (Decentralized Communication) เปิดให้สมาชิกในกลุ่มติดต่อกันอย่างอิสระ ไม่มีผู้ตัดสินใจคนเดียวแต่ร่วมกันคิดและแก้ปัญหา เป็นวิธีสื่อสารที่เหมาะสมกับกระบวนการกลุ่มเพราะทุกคนจะมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันมาก ผลที่ออกมาจะได้ทั้งผลผลิต (Product) และกระบวนการ (Process) ของกลุ่ม เป็นการสื่อสารที่คำนึงถึงการเอาใจใส่ผู้ทำงาน สิ่งแวดล้อมในการทำงาน และขวัญ กำลังใจของกลุ่ม

Shaw (อ้างแล้วใน อนิษฐา แจ้งเอี่ยม, 2553) สรุปลักษณะของเครือข่ายการสื่อสารอีกว่า

1. เครือข่ายแบบรวมศูนย์กลางสู่ศูนย์กลาง จะมีผู้นำเพียงคนเดียว เกิดขึ้นได้ง่ายกว่าแบบกระจายอำนาจ เพราะผู้นำจะเป็นผู้ควบคุมความสำเร็จในการทำงานของกลุ่ม องค์กร

2. การสื่อสารแบบกระจายอำนาจมีประสิทธิภาพมากกว่าในการแก้ปัญหาที่สลับซับซ้อน แต่โครงสร้างแบบรวมอำนาจมีประสิทธิภาพมากกว่าในการแก้ปัญหาๆ ในการทำงานง่ายๆ เครือข่ายแบบรวมอำนาจจะเกิดข้อผิดพลาดน้อยและประสบความสำเร็จง่ายกว่า เพราะเป็นการสื่อสารทางเดียวที่ถูกครอบงำโดยผู้นำคนเดียว แต่การสื่อสารแบบกระจายอำนาจจะทำงานได้รวดเร็วกว่าและมีข้อผิดพลาดน้อยกว่า

3. การสื่อสารแบบรวมอำนาจมักจะทำให้เกิดภาวะข่าวสารท่วมท้น เพราะข้อมูลจะไปรวมที่ศูนย์กลางของเครือข่าย ส่วนการสื่อสารแบบกระจายอำนาจ ทุกคนจะใช้ข้อมูลร่วมกัน ต้องเป็นผู้ตัดสินใจและเป็นผู้เข้าร่วมกัน ภาวะข่าวสารท่วมท้นจึงเกิดได้ยาก

ผู้วิจัยอาศัยแนวคิดเครือข่ายการสื่อสารในการวิเคราะห์ลักษณะความร่วมมือในการทำงานของแต่ละองค์กร อันเป็นปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของการเกิดลักษณะการหลอมรวมสื่อในองค์กรศาสนา

2. แนวคิดประเภทสื่อในการสื่อสารด้านศาสนา

การหลอมรวมสื่อเป็นแนวคิดที่กล่าวถึงตัวสื่อ (Media) ที่เผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสาร (Channel) ที่หลากหลาย เป็นแนวคิดที่อธิบายการรวบรวมการทำงานของแต่ละประเภทสื่อที่มีหน้าที่รูปแบบการสื่อสารเฉพาะตัว แต่สามารถบริหารสื่อทั้งหมดให้ทำงานร่วมกันได้ เนื่องจาก

พระพุทธศาสนาก็จำเป็นต้องใช้ประโยชน์จากรูปแบบสื่อที่หลากหลายในการเผยแผ่คำสอนเช่นกัน

พุทธรัตน์ กมลชัยสกุล (2550) กล่าวว่า เมื่อสังคมไทยเข้าสู่สังคมเมืองที่พึ่งพาเทคโนโลยี

ทางการสื่อสารที่ทันสมัยมากขึ้น การเผยแพร่ธรรมะโดยใช้สื่อบุคคลเพียงอย่างเดียวคงไม่อาจทำหน้าที่ได้อย่างทั่วถึง แต่ต้องอาศัยการผสมผสานระหว่างสื่อแต่ละประเภทเข้าด้วยกันเนื่องจากธรรมชาติและบทบาทหน้าที่ของสื่อถูกมอบหมายให้มีความแตกต่างกัน เพื่อให้หลักธรรมคำสอนขยายพื้นที่เข้าถึงประชาชนในวงกว้าง

ในปัจจุบันประเภทสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่พระพุทธศาสนา แบ่งได้เป็น

1. สื่อบุคคล จะเป็นรูปแบบการสอนที่พระภิกษุหรือฆราวาสถ่ายทอดโดยการสื่อสารแบบเผชิญหน้า แต่เป็นการเรียนรู้แบบไม่เป็นทางการ เช่น การบรรยายธรรม สอนให้ปฏิบัติธรรม การสนทนาถามตอบข้อสงสัย
2. สื่อมวลชน แบ่งเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ สื่อกิจกรรม และสื่อเว็บไซต์

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

โทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีอิทธิพลครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย เพราะเน้นสื่อสารด้วยภาพและเสียง จึงไม่ต้องอาศัยความสามารถในการอ่าน ปัจจุบันมีรายการเสนอทางวิทยุโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเผยแผ่ศาสนาและสั่งสอนธรรมะหลายรายการในรูปแบบต่างๆ เช่น รายการเทศน์ บรรยายธรรมปฏิบัติ สนทนาธรรม โดยเวลาออกอากาศมักจะเป็นช่วงเช้าของวันสุดสัปดาห์ซึ่งเป็นเวลาที่มีผู้ชมน้อย เช่น รายการธรรมะ ออกอากาศวันอาทิตย์ เวลา 6.00-6.30น. ทางช่อง 7 รายการสารคดีทางศาสนา รายการเกี่ยวกับวันสำคัญทางศาสนา ละครสะท้อนปัญหาชีวิตในลักษณะที่ให้แง่คิด ใช้หลักธรรมในการแก้ปัญหา รายการนิทานหรือการ์ตูนแอนิเมชันเชิงศาสนา มีเนื้อหาสอดแทรกคติธรรมให้แก่กลุ่มเด็กและเยาวชนเป็นสำคัญ

วิทยุกระจายเสียง มักจัดในรูปแบบรายการปาฐกถาธรรม รายการธรรมเทศนาออกอากาศสดที่ผู้บรรยายเป็นพระสงฆ์ ซึ่งเวลาออกอากาศมักเป็นช่วงเช้าของวันหยุดสุดสัปดาห์เช่นเดียวกับรายการโทรทัศน์

สื่อสิ่งพิมพ์

หนังสือพิมพ์ กาญจนา แก้วเทพ (2556) กล่าวว่า โดยทั่วไปเรื่องราวที่ลงในสื่อสิ่งพิมพ์จะเป็นเรื่องราวประเภทเรื่องจริง (factual) เช่น ข่าว บทความวิจารณ์สังคม บทความความรู้ เนื้อหาหลักของหนังสือพิมพ์จึงเป็นประเภทข่าว (News) มีแก่นเนื้อหาคือความขัดแย้ง และเนื่องจากกำเนิดของหนังสือพิมพ์ถูกกำหนดให้มีบทบาทในการผลักดันความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงของสังคม และหน้าที่พื้นฐานของหนังสือพิมพ์จึงเป็นการระมัดระวังสอดส่องความผิดปกติที่เกิดขึ้นในสังคม (surveillance) สถาบันศาสนาก็เป็นสถาบันหลักที่มีอิทธิพลต่อชีวิตทางสังคม ดังนั้น หนังสือพิมพ์จึงมักจะเล่นบทบาทเป็นผู้ติดตามสอดส่องความผิดปกติทั้งหลายที่เกิดขึ้นในสถาบันศาสนา

วารสารและนิตยสาร สื่อประเภทนี้เป็นสื่อที่สถาบันศาสนาก็เคยใช้มาก่อนและยังใช้จนถึงปัจจุบัน แต่เมื่อโลกเข้าสู่ยุคที่มีระบบการผลิตหนังสือเป็นอุตสาหกรรม มีการซื้อขายลงทุนหวังกำไร สื่อวารสาร นิตยสารจึงได้แปรสภาพกลายเป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่เนื้อหาและรูปแบบได้โน้มเอียงไปสู่ทางโลกมากขึ้นและถอยห่างออกไปจากมิติศาสนามากขึ้นทุกที อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายมักเป็นกลุ่มเฉพาะเจาะจง และจะมุ่งไปทางนิตยสารเชิงพุทธพาณิชย์อย่างเด่นชัดขึ้น

แผ่นพับ มักใช้เป็นที่เผยแพร่กิจกรรม แนะนำสถานที่ อธิบายข้อควรรู้และสรุปหลักธรรม โดยย่อที่สามารถอ่านจบได้ในระยะเวลาอันสั้น

แผ่นประกาศและโปสเตอร์ มีจุดมุ่งหมายคล้ายกับแผ่นพับ เน้นเชิญชวนให้คนมาร่วมกิจกรรมที่องค์กรศาสนาจัดขึ้น ใช้ประชาสัมพันธ์ภายในอาคาร สำนักงาน สถานศึกษาหรือสถานที่สำคัญๆ ที่ผู้คนพบเห็นได้มาก

หนังสือธรรมะหรือพ็อกเก็ตบุ๊ก ใช้เผยแพร่ธรรมะที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ใช้ภาษาเรียบง่าย มีรูปเล่มกะทัดรัด โดยมีทั้งแบบเล่มเดี่ยว แบบหนังสือชุด วางให้หยิบอ่านได้ฟรีเป็นธรรมทานและจำหน่ายตามร้านหนังสือทั่วไป

สื่อโสตทัศน (สื่อบันทึกเสียง)

เทปบันทึกเสียง เทปธรรมะ เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเนื่องจากไม่ต้องใช้ทักษะในการอ่าน ใช้ภาษาพูดที่เข้าใจง่าย บางครั้งก็มีการสอดแทรกอารมณ์ขันในการบรรยายลงไปด้วย เช่น เทปธรรมะของพระพยอม กัลยาโณ

VCD DVD เป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียง เป็นอุปกรณ์การเผยแพร่ธรรมะที่นิยมอย่างมากในยุคนี้ นำเสนอทั้งในรูปแบบรายการสารคดี เช่น รายการธรรมะสวัสดิ์ของแม่ชีคันศรียี รูปแบบรายการพูดคุย (Talk Show) ซึ่งอาจแทรกอารมณ์ขันลงไปในรายการบรรยายธรรม เช่น ธรรมะเดลิเวอรี่ของพระมหาสมปอง ตาลปุตโต

สไลด์ อาจทำเป็นภาพถ่าย ภาพวาดเป็นเรื่องราวในการบรรยายธรรมะเพื่อบันทึกเสียงหรือการบรรยายสด

สื่อรูปภาพ สื่อรูปภาพที่ทำให้เกิดการเคลื่อนไหว เช่น สื่อคล้ายตัวหนังสือที่พระพยอมหยิบมาประกอบการบรรยายธรรม โดยจับตัวรูปภาพให้เคลื่อนไหวตามเรื่องที่พูด ผู้ฟังโดยเฉพาะเด็กๆ จึงมีอารมณ์สนุกสนานตามไปด้วย

ภาพวาด ส่วนใหญ่ปรากฏตามฝาผนัง กำแพงวัด เพื่อถ่ายทอดคติธรรมทางศาสนาสอนใจให้แก่ผู้มาเยือน

สื่อกิจกรรม

ลักษณะของสื่อกิจกรรมมีหลายระดับแบ่งตามขนาดและประเภทของกลุ่มเป้าหมาย โดยมากเป็นกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์งานบุญ ประกอบพิธีในวันสำคัญทางศาสนา หรือจัดกิจกรรมเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่สนใจจริงๆ เช่น กิจกรรมปฏิบัติธรรมในวันหยุดนักขัตฤกษ์ที่สถานปฏิบัติธรรมเสถียรธรรมสถาน การบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน

สื่อเว็บไซต์

ถือเป็นสื่อใหม่ที่ใช้ในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาอย่างกว้างขวาง ในปัจจุบันมีเว็บไซต์ธรรมะเกิดขึ้นใหม่เป็นจำนวนมาก โดยมีกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันไป อาทิ เว็บไซต์เพื่อถ่ายทอดธรรมะสำหรับบุคคลทั่วไป ได้แก่ www.dhammathai.org, www.palungjit.org เว็บไซต์สำหรับถ่ายทอดธรรมะแก่เยาวชน ได้แก่ www.tamdee.net, www.jaisabai.com เว็บไซต์ที่ใช้เป็นสื่อผสมควบคู่กับการเผยแพร่ธรรมะทางสื่ออื่นๆ ได้แก่ www.dmc.tv เว็บไซต์ที่เป็นสื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงานทางพระพุทธศาสนา ได้แก่ www.dra.go.th ของกรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม www.onab.go.th ของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ เว็บไซต์เผยแพร่ข่าวกิจกรรมของวัดหรือสถานปฏิบัติธรรมต่างๆ ได้แก่ www.sdsweb.org ของเสถียรธรรมสถาน เว็บไซต์ของพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง ได้แก่ www.dhammadelivery.com ของพระมหาสมปอง ตาลปุตโต โดยสื่อเว็บไซต์เหล่านี้ส่วนใหญ่มี

ลักษณะเป็นสื่อผสม (Multimedia) กล่าวคือ มีทั้งข้อความตัวอักษร รูปภาพแสดงทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว บางเว็บไซต์มีเสียงการบรรยายธรรม มีการออกแบบเว็บไซต์ให้ใช้งานง่าย มีสีสันสวยงาม ลดความเป็นทางการลงไป บางเว็บไซต์มีการสื่อสารโต้ตอบอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา (Interactive) ผ่านการใช้งานกระดานสนทนา (Web board)

สื่อสังคมออนไลน์

(ทศพนธ์ นรทัศน์, 2555b) กล่าวว่า ขณะนี้องค์กรทางศาสนาหลายแห่งได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการกระจายข่าวสารของตนเองให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น Facebook Google+ Twitter ซึ่งสื่อแต่ละประเภทจะสร้างกลุ่มชุมชนออนไลน์ตามความสนใจ โดยสื่อประเภทนี้นำเสนอเนื้อหาได้ทุกรูปแบบทั้งข้อความ ภาพ ภาพเคลื่อนไหว และวีดิทัศน์

3. แนวคิดคุณลักษณะของสื่อในยุคหลอมรวมสื่อ

จากแนวคิดคุณลักษณะสื่อใหม่ของ Flew (อ้างถึงใน ภาสกร จิตรโคตรครวญ, 2553) ผู้วิจัยดัดแปลงเป็นแนวคิดคุณลักษณะสื่อในยุคหลอมรวมสื่อที่มีคุณสมบัติ 6 ประการ ดังต่อไปนี้

1. จัดการข้อมูลได้ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ (Computerized) เนื่องจากเทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่มีพื้นฐานอยู่บนการทำงานระบบ Digital ซึ่งต้องอาศัยระบบคอมพิวเตอร์ในการสร้างและนำเสนอข้อมูล
2. มีการเชื่อมโยงกลับไปยังสื่อต้นทาง กล่าวคือ ภายในเนื้อหาจะแนบลิงค์เว็บไซต์หรือแหล่งอ้างอิงที่เป็นแหล่งข่าวในเครือข่ายขององค์กรเพื่อให้ผู้ใช้สามารถย้อนกลับไปอ่านเนื้อหาที่สื่อต้นทาง
3. เข้าถึงได้จากทุกสถานที่และทุกเวลา (Space/Time) สื่อในยุคหลอมรวมต้องมีคุณสมบัติที่เอื้อให้ผู้รับสามารถเข้าถึงสื่อได้ทุกที่ ทุกเวลาบนเทคโนโลยีอุปกรณ์พกพา เช่น คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต
4. เชื่อมโยงกับอุปกรณ์ฮาร์ดแวร์และระบบซอฟต์แวร์ โดยทำงานร่วมกันผ่านระบบเครือข่าย (Network) ที่ผู้ใช้งานแต่ละคนที่อยู่คนละสถานที่สามารถติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลถึงกันได้อย่างรวดเร็ว
5. หลากหลายรูปแบบสื่อในเนื้อหาเดียวกัน ผู้ใช้สามารถบริโภคสื่อหลากหลายรูปแบบ เช่น ภาพ คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิก ภายในเนื้อหานั้นๆ ซึ่งจะอาศัยสื่อหลายประเภทช่วยเพิ่มความน่าติดตามให้แก่ผู้รับ
6. เปิดให้ผู้มีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบได้ทันที เป็นคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่อาศัยระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่เปิดให้ผู้ใช้งานสามารถสื่อสารโต้ตอบกันได้ราวกับอยู่ในสถานที่เดียวกัน

4. แนวคิดคุณลักษณะของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะ

ทั้งนี้ คุณลักษณะของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะ จะต้องถ่ายทอดธรรมะได้ทุกระดับสามารถทำให้คนทุกระดับเกิดความสนใจ เข้าใจง่าย สงวนรักษาศิลปวัฒนธรรมและรูปแบบทางศาสนาที่ดีเอาไว้ ตลอดจนมีประสิทธิภาพทำให้เกิดการตอบรับที่ดีในแง่การสนับสนุนปัจจัย กำลังทรัพย์ในการดำเนินการเผยแพร่ธรรมะขององค์กรศาสนาต่อไปได้ ในส่วนเนื้อหาจะต้องเป็นธรรมะสามารถนำไปใช้อ้างอิงได้ วิธีการถ่ายทอดต้องมีความน่าสนใจ เน้นพยายามย่อเนื้อหาให้เข้าใจง่าย

ใช้ภาษาเรียบง่าย ไม่ใช่คำบาลีพุ่มเพื่อย แสดงให้เห็นเป็นรูปธรรมให้ชัดเจนที่สุด ใช้รูปแบบการนำเสนอที่เข้ากับยุคสมัย ไม่ปรุงแต่งมากเกินไป

แนวคิดการสื่อสารกับการพัฒนาองค์กรศาสนา

นับตั้งแต่ศาสนาได้กำเนิดขึ้นในสังคม จะเห็นได้ว่าทุกศาสนาจำเป็นต้องใช้การสื่อสารรูปแบบต่างๆ เพื่อเผยแพร่คำสอนออกไปอย่างกว้างขวาง เช่น การบันทึกหลักธรรมคำสอนจารึกลงในวัสดุต่างๆ การเทศนาสั่งสอนด้วยวาจาโดยตรง ฯลฯ สมสุข หินวิมาน (2547) กล่าวว่า การสื่อสารจึงมีบทบาทสำคัญอย่างสูงสุดในการสถาปนาการดำรงอยู่และการพัฒนาสถาบันศาสนา

รูปแบบของการสื่อสารที่เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาสถาบันศาสนานั้นมีหลายรูปแบบ โดยรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายนี้ล้วนมีบทบาทในการช่วยเกื้อหนุนสถาบันศาสนาในการธำรงรักษา สืบทอดและการพัฒนาศาสนา ได้แก่

1. การสื่อสารภายในตัวบุคคล (intrapersonal communication) เป็นการสื่อสารรูปแบบสำคัญของการสื่อสารศาสนา มีตั้งแต่การไตร่ตรองใคร่ครวญ (ที่ภาษาพุทธเรียกว่า โยนิโสมนสิการ) ไปจนกระทั่งการนั่งทำสมาธิ
2. การสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) เป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่ใช้มากในการสื่อสาร โดยมีตัวบุคคลเป็นสื่อบุคคล เช่น การให้คำปรึกษาหารือ การให้คำแนะนำ งานวิจัยไทยหลายชิ้นได้ศึกษาพระสงฆ์ในฐานะสื่อบุคคล
3. การสื่อสารภายในกลุ่ม (group communication) เช่น การเทศนาในวัด การจัดงานบุญต่างๆ
4. การสื่อสารภายในองค์กร (organization communication) หากพิจารณาว่าวัดแต่ละแห่งเป็นองค์กร ในสถาบันพระสงฆ์ก็มีการรวมตัวกันเป็นองค์กร เช่น มหาเถรสมาคม ชมรมพุทธต่างๆ ก็จำเป็นต้องมีการสื่อสารภายในองค์กร
5. การสื่อสารมวลชน (mass communication) จะพิจารณาว่าเมื่อตัวบุคคลากรด้านศาสนา เช่น พระสงฆ์ เข้ามาใช้สื่อสารมวลชนเป็นช่องทางเพื่อเผยแพร่ศาสนาโดยตรง หรือการแสดงบทบาทโดยอ้อม เช่น สื่อมวลชนได้เข้าไปตรวจสอบสถาบันศาสนาหรือเนื้อหาของสื่อมวลชนได้บรรจุค่านิยมและหลักธรรมทางศาสนาเอาไว้

ทั้งนี้ สมสุข หินวิมาน (2547) ยังกล่าวถึงบทบาทของการสื่อสารที่มีผลต่อการพัฒนาสถาบันองค์กรศาสนา เท่าที่มีปรากฏอยู่ในงานวิจัยไทยมี 10 ประการ ดังต่อไปนี้

1. บทบาทในการป้อนข้อมูลให้แก่บุคลากรในสถาบันศาสนา โดยมองว่าการสื่อสารเป็นปัจจัยนำเข้า (input) เนื่องจากหลักการที่ว่า สถาบันศาสนาหรือบุคลากรในสถาบันนั้นๆ จะต้องเป็นระบบเปิด (open system) ที่เปิดรับข่าวสาร ข้อมูล ความรู้จากส่วนอื่นๆ ภายใต้งैอนไขที่องค์กรจะต้องเปลี่ยนแปลงการทำหน้าที่ของตน เช่น พระสงฆ์มีบทบาทหน้าที่ใหม่ๆ ในการเป็นนักพัฒนาชุมชนมากกว่าการเป็นผู้ถ่ายทอดเผยแผ่คำสอน

2. บทบาทในการถ่ายทอดเผยแพร่หลักธรรมคำสอน ซึ่งจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารขาออก (output) การสื่อสารรูปแบบต่างๆ ได้ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่หลักธรรมคำสอนซึ่งจะมีตั้งแต่การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารภายในกลุ่ม การสื่อสารมวลชน เป็นต้น

3. บทบาทในการยกระดับจิตใจของประชาชน ลักษณะเฉพาะของการสื่อสารศาสนา นอกจากจะมุ่งหวังในระดับการกระทำ (performance) คือ ระดับมีจริยธรรมแล้ว การสื่อสารศาสนายังมุ่งหวังถึงขั้นยกระดับจิตใจให้ปัจเจกบุคคลแต่ละคนมีระดับความเป็นมนุษย์ที่สูงส่งขึ้น

4. บทบาทในการธำรงรักษาความศรัทธาของประชาชน การที่ประชาชนจะรับรู้ถึงประโยชน์ของสถาบันศาสนานั้นจำเป็นต้องมีการบอกกล่าว มีการแสดงผลงานหรือกิจกรรมที่พิสูจน์ว่าบรรดาองค์ประกอบต่างๆ ของศาสนา ไม่ว่าจะเป็นหลักคำสอน ตัวบุคคล พิธีกรรม ศาสนสถาน ศาสนวัตถุ ฯลฯ ล้วนแต่มีบทบาทในการธำรงรักษาความศรัทธาของประชาชนไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง

5. บทบาทในการขยายกลุ่มผู้ศรัทธากลุ่มใหม่ เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมจากสังคมที่มีศาสนาเป็นศูนย์กลางมาสู่สังคมที่เน้นมิติทางโลกย์ การสื่อสารของสถาบันศาสนาก็ดูเหมือนจะถูกผลักให้กลายเป็นการสื่อสารของคนเฉพาะรุ่น คือเป็นการสื่อสารของผู้อาวุโส และถูกตัดขาดออกไปจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ องค์กรศาสนาจึงต้องแสวงหาวิธีการใหม่ๆ ที่จะสื่อสารกับผู้รับสารกลุ่มนี้ อย่างเช่น พระพยอม กัลยาโณ ได้เริ่มจัดรายการธรรมะให้มีลักษณะสนุกสนานตามสไตล์วัยรุ่น มีการใช้ภาษาที่โดนใจกลุ่มวัยรุ่น เพื่อที่จะสื่อสารธรรมะกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชน วัยรุ่นนั่นเอง

6. บทบาทของการสื่อสารภายในองค์กร ภายในองค์กรศาสนาจะต้องมีการบริหารตัวบุคคล กิจกรรม งบประมาณ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางศาสนา การสื่อสารภายในองค์กรจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญ ซึ่งจะมีทั้งการสื่อสารภายในองค์กรเองและการสื่อสารระหว่างองค์กรกับภายนอก

7. บทบาทในการเผยแพร่ข่าวสารและระดมทรัพยากร ธรรมชาติและหน้าที่ขององค์กรศาสนา นอกเหนือจากเผยแพร่หลักธรรมคำสอนแล้ว จะต้องมีการติดต่อสื่อสารกับสมาชิกเพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร เช่น วัดจะจัดงานบุญใหญ่ สร้างโบสถ์ ซ่อมศาลาการเปรียญ ทั้งนี้ นอกจากแจ้งเพื่อทราบแล้วยังต้องกระจายผ่านสื่อเพื่อระดมทรัพยากรจากศรัทธาสาธุชนด้วย

8. บทบาทในการช่วยทำความเข้าใจเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงในสถาบันศาสนา กล่าวคือ เมื่อสถาบันศาสนาจำเป็นต้องมีกระบวนการปรับเปลี่ยนตนเองเพื่อให้สอดคล้องกับสังคมส่วนอื่นๆ เช่น มีการเปลี่ยนแปลงวิธีสื่อสารหลักธรรมคำสอนของศาสนา องค์กรจะต้องสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจใหม่ให้แก่ประชาชน เช่น ท่านพุทธทาสได้สร้างระบบการสื่อสารขึ้น 2 ระดับ คือ ภาษาคนและภาษาธรรม รวมถึงได้เผยแพร่แนวคิดใหม่ๆ ที่อาจจะแปลกสำหรับพุทธศาสนิกชนทั่วไป เช่น ทำงานด้วยจิตว่าง พูดโดยไม่เปิดปากพูด การละอิตตา เป็นต้น

9. บทบาทในการช่วยพัฒนาสถาบันศาสนาให้ทำหน้าที่ได้หลากหลายขึ้น ในอดีตสถาบันศาสนาเป็นสถาบันที่มีหน้าที่ต่างๆ ต่อสังคมอย่างมากมายแต่ปัจจุบันบทบาทของสถาบันศาสนาเหลือเพียงหน้าที่ทางพิธีกรรม ซึ่งหากสถาบันศาสนาต้องการดำรงอยู่ในโลกปัจจุบันก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตนเองโดยเพิ่มเติมบทบาทหน้าที่ใหม่ๆ เช่น บทบาทด้านการพัฒนาชุมชน สังคม เศรษฐกิจ ซึ่งการสื่อสารมีส่วนช่วยขยายบทบาทหน้าที่ให้ตอบสนองต่อความต้องการของสังคมปัจจุบันได้

10. บทบาทของสถาบันการสื่อสารในการตรวจสอบสถาบันศาสนา เนื่องจากสถาบัน

ศาสนาอยู่ได้เพราะความชอบธรรมของตัวสถาบันเอง เนื่องจากเป็นสถาบันที่ถูกมอบหมายให้อบรมสั่งสอนศีลธรรม จริยธรรมแก่สังคม ตัวสถาบันเองจึงต้องมีความบริสุทธิ์ในด้านศีลธรรม จริยธรรมเสียก่อน แต่เนื่องจากสถาบันศาสนามีลักษณะเปิดกว้างต่อการรับสมาชิก และมีผู้คนมากมายที่เข้าเป็นสมาชิกของสถาบันศาสนาและต้องมีกลไกตรวจสอบความชอบธรรมของสถาบันนี้ ซึ่งนอกจากสถาบันศาสนาจะมีกลไกในการตรวจสอบภายในของตนเองแล้วก็ยังมีสื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นกลไกตรวจสอบสถาบันศาสนาอีกทางหนึ่งด้วย

แนวความคิดการเปลี่ยนแปลงองค์กรสื่อในยุคหลอมรวมสื่อ

McQuail (อ้างถึงใน สุदारัตน์ ดิษยววรรณะ จันทราวัดนากุล และ จักรกฤษ เพิ่มพูล, 2557) กล่าวถึงเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีพัฒนาการอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสื่อมวลชน 3 ประการหลัก คือ สื่อพัฒนาไปสู่ระบบดิจิทัล (Digitalization) โลกาวัดนี้ได้ลดความแตกต่างทางเนื้อหา รูปแบบ สื่อา วิธีการนำเสนอ และเกิดรูปแบบการสื่อสารใหม่ที่ผสมผสานระหว่างเทคโนโลยี และเทคนิคที่แตกต่างกันเกิดเป็นสภาวะการหลอมรวมของสื่อ (Convergent Media) ซึ่งก่อให้เกิดการหลอมรวมทางเทคโนโลยี (Technological Convergence) การหลอมรวมทางเศรษฐกิจ (Economic Convergence) และการหลอมรวมทางวัฒนธรรม (Cultural Convergence) โดยทั้งสามมิติของการหลอมรวมนี้ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อสื่อ 8 ประเด็น ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงองค์กรสื่อ จากเดิมที่เน้นการรวมศูนย์องค์กร แต่ในระบบที่มีอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้องสามารถลดการรวมศูนย์ได้บางส่วน ระบบดิจิทัลยังเอื้อให้ทรัพยากรที่เคยใช้อย่างจำกัดมีพื้นที่กว้างขวางสำหรับรายใหม่ๆ
2. การเปลี่ยนแปลงประเภทของสื่อ รูปแบบของสื่อเก่าจะเปลี่ยนไป เช่น การฟังวิทยุ จะเปลี่ยนจากการฟังจากเครื่องรับวิทยุเป็นการฟังวิทยุผ่านเว็บไซต์
3. การเปลี่ยนแปลงด้านเนื้อหาสื่อ โดยเนื้อหาสื่อที่เดิมมีลักษณะตายตัวสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้อาณาความยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลาโดยผู้รับสาร ทั้งยังสามารถเชื่อมโยงข้ามไปยังเนื้อหาส่วนอื่นๆ ด้วยระบบ Hyperlink การผลิตเนื้อหาจึงต้องมองธรรมชาติของสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย
4. การเปลี่ยนแปลงวิถีการใช้สื่อ เนื่องจากภูมิศาสตร์สื่อที่เปลี่ยนไป วิถีชีวิตคนก็สามารถบริโภคสื่อได้ทุกที่ ทุกเวลา มีความยืดหยุ่นในการบริโภคสื่อ ซึ่งในทางทฤษฎีผู้รับสารจะสามารถเข้าถึงเนื้อหาและความบันเทิงต่างๆ ได้มากขึ้น ในทางกลับกัน ผู้รับสารก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาอันตราย เช่น ความรุนแรง การค้ามนุษย์ การประพฤติดศีลธรรม ฯลฯ
5. การเปลี่ยนแปลงการกระจายตัวของสื่อ เมื่อเนื้อหาความยืดหยุ่น ไม่หยุดนิ่ง และส่งผ่านไปอยู่ที่ต่างๆ ได้รวดเร็ว มีระบบที่เอื้อให้ผู้รับสารสามารถสร้างบทสนทนาโต้ตอบได้ ทำให้เกิดบทบาทของ User-generated Content ซึ่งบ่อยครั้งสื่อยังต้องตามหิบบกประเด็นจากผู้รับสารมาเสนอในรูปแบบข่าวด้วย
6. การเปลี่ยนแปลงด้านผู้รับสาร ผู้รับสารในยุคหลอมรวมสื่อจะต่างจากผู้รับสารในยุค

ก่อน จนเกิดคำว่า “producer” ซึ่งผสมระหว่าง producer กับ user โดยผู้รับสารในปัจจุบันเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ผลิตสารไปพร้อมๆ กัน แต่กระนั้นคนเรายังมีกระบวนการเลือก (Selectivity Process) สนใจ จดจำ และเลือกเชื่อ ซึ่งส่งผลให้คนเลือกรับสารเฉพาะสารที่ตนสนใจเท่านั้น

7. การเปลี่ยนวิธีการทำงานของสื่อมีอาชีพ จากการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ในช่วงต้นองค์กรสื่อย่อมคาดหวังต่อการเป็นสื่อมีอาชีพมากขึ้น มีทักษะในการทำงานสื่อหลากหลายที่เรียกว่า Multi-tasking skills การแบ่งแยกโครงสร้างระหว่างหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์เริ่มไม่ชัดเจน และมีความพยายามที่จะยุบรวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

8. การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยม ในยุคหลอมรวมสื่อ ผู้รับสารและสังคมย่อมมีความคาดหวังต่อธุรกิจ สื่อและองค์กรต่างๆ ในแง่ความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ โดยทุกภาคส่วนสามารถตรวจสอบและถูกตรวจสอบได้ตลอดเวลา

แนวคิดพัฒนาการของการเผยแพร่พระพุทธศาสนาด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารเพื่อเผยแพร่พระพุทธศาสนาถือว่ามีเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปตามยุคสมัยและเทคโนโลยีการสื่อสาร หากศึกษาพัฒนาการการสื่อสารที่สถาบันศาสนาใช้ในระยะเวลาแรกๆ จะเป็นการสื่อสารผ่านสื่อบุคคล (พระสงฆ์) เป็นหลัก เมื่อสื่อมวลชนสมัยใหม่เข้ามาในระยะหลังๆ จึงเปลี่ยนรูปแบบจากการสื่อสารระหว่างบุคคลสู่การสื่อสารผ่านสื่อ อรทัย พนาราม (2545) กล่าวถึงการเผยแพร่พระพุทธศาสนาผ่านสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ไว้ดังนี้

1. การเผยแพร่พระพุทธศาสนาในสื่อสิ่งพิมพ์

เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ.2374 ถูกใช้ในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาโดยการพิมพ์พระธรรม คัมภีร์ พระไตรปิฎกในสมัยรัชกาลที่ 4 แต่เดิมจำกัดใช้ศึกษาเฉพาะในแวดวงพระสงฆ์ กษัตริย์ และเจ้านายชั้นสูง โดยสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการเผยแพร่ศาสนาในยุคแรกมีอยู่ 3 ประเภท

1.1 วารสาร นิตยสารธรรมะ เนื้อหาเน้นเผยแพร่หลักธรรมคำสอนโดยเฉพาะ ส่วนใหญ่เป็นวารสาร นิตยสารที่จัดพิมพ์เผยแพร่โดยสมาคมหรือมูลนิธิทางพระพุทธศาสนาโดยตรง

1.2 หนังสือพิมพ์ เป็นหนังสือพิมพ์เฉพาะกลุ่ม สมาคม ออกเป็นรายเดือน ราย 3 เดือน เนื้อหาในสื่อจะนำเสนอข่าวในสังคมพระพุทธศาสนาไทย ข่าวในวงการสงฆ์และคอลัมน์เผยแพร่คำสอน มีการจัดคอลัมน์และรูปเล่มในลักษณะเดียวกับหนังสือพิมพ์ทั่วไป

1.3 คอลัมน์ธรรมะในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ซึ่งปรากฏในหนังสือพิมพ์ นิตยสารประเภทที่ไม่มีเนื้อหาทางศาสนาโดยตรง แต่จะสอดแทรกธรรมะในคอลัมน์ตามประเภทหนังสือและกลุ่มผู้อ่าน

ปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์ถูกใช้ในวงกว้างทั้งในการเผยแพร่ธรรมะ ปฏิปทาของพระพุทธเจ้า และครูบาอาจารย์สายต่างๆ นำเสนอข่าววงการสงฆ์ในรูปแบบหนังสือพิมพ์เพื่อจำหน่ายและแจกฟรี รวมถึงใช้เป็นพื้นที่ประชาสัมพันธ์วัดอุ้มงคลเชิงพุทธพาณิชย์ในรูปแบบแผ่นพับ นิตยสารพระเครื่อง และคอลัมน์ธรรมะ

2. การเผยแพร่พระพุทธศาสนาในสื่อวิทยุกระจายเสียง

สื่อประเภทนี้เริ่มต้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2471 ในยุคแรกๆ วิทยุกระจายเสียงถูกใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา รายการธรรมะจึงต้องแทรกตัวตามรายการข่าว สารบันเทิงทางวิทยุ กระทั่งต่อมาภาครัฐได้บรรจุรายการธรรมะเข้าไว้ในผังการออกอากาศของ

สถานีวิทยุกระจายเสียงภาครัฐ โดยรูปแบบจะเป็นการบรรยายธรรม เปิดเทปธรรมะ และสนทนาเพื่ออภิปราย ส่วนเนื้อหาที่นิยมออกอากาศ เป็นรายการธรรมะที่มีพระภิกษุผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้ดำเนินรายการ รายการบรรยายพระสูตรในพระไตรปิฎก รายการธรรมะด้านการปฏิบัติธรรม รายการธรรมะกับสังคมปัจจุบัน

3. การเผยแพร่พระพุทธศาสนาในสื่อโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์เข้ามาครั้งแรกในช่วงปี พ.ศ.2498 ในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม สมัยนั้นถูกใช้ในการแข่งขันทางการเมือง โดยการแบ่งประเภทรายการในขณะนั้นจะเน้นรายการบันเทิงหรือรายการที่มีเนื้อหาทำรายได้มาก แต่กระนั้นรายการธรรมะที่ปรากฏในสื่อโทรทัศน์ จัดเป็นรายการประเภทให้ความรู้ (Educational programs) มีปริมาณเวลาการนำเสนอแตกต่างกันขึ้นอยู่กับประเภทของรายการ ส่วนเนื้อหาจะเป็นการอธิบายธรรมะให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน เน้นสอนเรื่องการปฏิบัติตนตามวิถีพุทธ และเนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียง ผู้บรรยายธรรมจึงเน้นไปที่พระภิกษุ ผู้ผลิตมักให้ภาพพระสงฆ์เป็นสัญลักษณ์ของรายการธรรมะ

4. การเผยแพร่พระพุทธศาสนาในสื่ออินเทอร์เน็ต

การเผยแพร่พระพุทธศาสนาผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นวิทยาการใหม่ที่สะดวก รวดเร็ว เป็นการสื่อสารแบบเปิดระหว่างผู้เผยแพร่และผู้รับสาร ปัจจุบันจึงมีเว็บไซต์ทางพระพุทธศาสนาเกิดขึ้นมากมาย ประเภทเว็บไซต์ที่พบมากที่สุด คือ เว็บไซต์ที่ผู้สนใจพระพุทธศาสนาและมีความรู้ความสามารถในการสร้างเว็บเพจสร้างขึ้นเอง ส่วนรูปแบบเนื้อหาในเว็บไซต์จะเน้นหนังสือธรรมะออนไลน์ เสียงธรรมออนไลน์ พระไตรปิฎกออนไลน์ การตั้งกระทู้ถาม-ตอบ สนทนาในกลุ่มผู้สนใจศาสนาด้วยตนเอง

นอกจากนี้ เทคโนโลยีได้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาที่พระพุทธศาสนาต้องปรับตัวให้ทันสมัย พระฐิติวงษ์ อนุตตโร (อ้างถึงใน ทศพนธ์ นรทัศน์, 2555a) กล่าวว่า การเผยแพร่หลักธรรม พระสงฆ์ต้องอาศัยวิธีการที่หลากหลายในการสื่อสารความรู้ ความเข้าใจไปยังประชาชนทุกกลุ่มทุกวัย ในขณะที่สังคมได้พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่หลากหลายให้เหมาะกับกลุ่มผู้บริโภคองค์กรทางพระพุทธศาสนาเองจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสารที่สังคมกำลังสนใจและจำเป็นต้องมีการเรียนรู้ความทันสมัยในสื่อ สอดแทรกหลักธรรมเข้าถึงตัวของผู้บริโภคได้ทุกกลุ่ม ซึ่ง ทศพนธ์ นรทัศน์ (2555b) ได้แบ่งแนวทางการเผยแพร่พระพุทธศาสนาด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนี้

1. การเผยแพร่พระพุทธศาสนาผ่านทางเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น

Facebook.com, Google+, Twitter.com โดยสมัครเป็นสมาชิกหรือสร้างกลุ่ม (Group) ตามความสนใจ เช่น กลุ่มศึกษาพุทธประวัติ กลุ่มผู้ปฏิบัติธรรม กลุ่มศึกษาธรรม ชมรมธรรมะไทย ฯลฯ ซึ่งสามารถนำเสนอเนื้อหาได้ทั้งในรูปแบบข้อความ ภาพ ภาพเคลื่อนไหว วิดีทัศน์ (VDO Clip) แต่ต้องไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่นเว้นแต่ได้รับอนุญาตหรือมีการอ้างอิงที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ

2. การเผยแพร่วีดิทัศน์เกี่ยวกับพระพุทธศาสนา พุทธประวัติ พระธรรมเทศนา เสียงอ่าน

หนังสือธรรมะผ่านเว็บไซต์ Youtube.com หรือเว็บไซต์อื่นใดที่อนุญาตให้เผยแพร่ไฟล์ข้อมูลในรูปแบบสื่อมัลติมีเดีย โดยต้องสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ก่อนจึงสามารถนำคลิปที่ต้องการเผยแพร่ขึ้นยูทูป แต่ก็มีข้อจำกัดเรื่องขนาด ความยาวของวีดิทัศน์ รวมถึงขั้นตอนและเงื่อนไขที่ต้องปฏิบัติตาม

3. การพัฒนาเว็บไซต์ของวัด สำนักสงฆ์ หรือองค์กรทางพระพุทธศาสนา ซึ่งการพัฒนา

เว็บไซต์จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายปีละประมาณ 1,500 บาทในการจดทะเบียนชื่อเว็บไซต์ (Domain Name) และเช่าพื้นที่สำหรับเก็บข้อมูลเว็บไซต์ (Web Hosting) โดยค่าใช้จ่ายอาจแตกต่างกันขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละราย

4. การพัฒนาห้องสมุดพระพุทธรศาสนาออนไลน์ บทเรียนธรรมะออนไลน์ในลักษณะของ E-Learning แอปพลิเคชันธรรมะสำหรับแท็บเล็ต สมาร์ทโฟน ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงธรรมะได้ง่ายขึ้น ซึ่งจำเป็นต้องเรียนรู้เทคนิคการออกแบบการพัฒนาบทเรียน การเขียนโปรแกรม รวมถึงมีผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาด้วย

แนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารด้านศาสนา

สมสุข หินวิมาน (2547) กล่าวว่า แม้ว่าสื่อจะมีอิทธิพลหรือแสดงบทบาทหน้าที่บางอย่างต่อสังคม แต่โครงสร้างสังคมอันได้แก่ เศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรมและเทคโนโลยี ต่างก็มีผลต่อการทำงานของสื่อประเภทต่างๆ ด้วยเช่นกัน

อย่างเช่นปัจจัยด้านเศรษฐกิจ นักวิชาการกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองของสื่อพัฒนาที่เสนอเรื่องปัจจัยเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนดสื่อของคาร์ล มาร์กซ์ โดยพยายามหาความสัมพันธ์ของโครงสร้างทางเศรษฐกิจของสังคม อุตสาหกรรมสื่อต่างๆ และเนื้อหาสื่อ มองว่าเมื่อสื่อต่างๆ ถูกกำหนดโดยปัจจัยทางเศรษฐกิจ วิธีการทำงานของสื่อจะเน้นหนักเรื่องผลกำไร การแสวงหาช่องทางในการขยายผลทางการตลาด และเป็นระบบอุปถัมภ์ทางเศรษฐกิจ (sponsorship) พร้อมกับเกิดปรากฏการณ์ของการผูกขาดสื่อไว้ในมือคนไม่กี่กลุ่ม และในส่วนของผู้รับสารก็จะไม่ใช่หลักประกันการส่งเสริมคุณภาพของการทำงานสื่อ หากแต่เป็นกลไกทางธุรกิจและการตลาดที่จะเข้ามากำหนดวิธีการสื่อสาร

ปัจจัยด้านการเมืองมีผลในการกำหนดการทำงานสื่อ โดยนักวิชาการสื่อสาร 2 กลุ่ม ให้ค่านิยามปัจจัยทางการเมืองไว้ต่างกัน โดยนักทฤษฎีบรรทัดฐานสื่อมองว่า ระบบการเมืองและปรัชญาสังคมที่แตกต่างกันมีส่วนกำหนดบรรทัดฐานของสื่อในแต่ละสังคมนั้นๆ ขณะที่นักทฤษฎีกลุ่มการครองความเป็นเจ้าของสื่อ (hegemonic theory of media) มองว่า สื่อต่างๆ จะถูกระดมมาใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริมหรือรักษาความชอบธรรมทางการเมือง (political legitimation) ไม่ว่าจะเป็นการพูดผ่านรายการวิทยุ การออกข่าวโทรทัศน์ การใช้สื่อบุคคล ซึ่งจะทำให้ผู้ปกครองยังคงได้รับการสนับสนุนจากผู้ถูกปกครอง

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมก็มีส่วนเกี่ยวข้อง เนื่องจากคนกลุ่มต่างๆ มีความพยายามใช้สื่อในการต่อสู้ทางความคิดและวัฒนธรรมของกลุ่มสังคมที่แตกต่างหลากหลาย สื่อเป็นกลไกที่ทำให้ทำหน้าที่ผลิตซ้ำ (reproduce) และสร้างความชอบธรรม (legitimise) ผ่านวิถีคิดของสังคมและวัฒนธรรมของผู้คน ด้วยกลไกการทำงานสื่อที่พากันตอกย้ำซ้ำๆ เช่นนี้ทำให้อุดมการณ์ทางสังคมบางอย่างมีความชอบธรรมและกลายเป็นบรรทัดฐานของคนในสังคม

ในขณะที่นักคิดกลุ่มทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนดของสำนักโตรอนโต (The Toronto School) เชื่อว่า ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในเทคโนโลยีมีผลในการกำหนดความเปลี่ยนแปลงในโลกของสื่อ และจะนำมาสู่ความเปลี่ยนแปลงในสังคมโดยรวม อีกนัยหนึ่งการปฏิวัติเทคโนโลยีจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของสื่อในการสื่อสารและการปฏิวัติในสังคมโดยรวม

McQuail (อ้างถึงใน อริน เจียจันทร์พงษ์, 2546) กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการจัดรูปแบบองค์กรสื่อมวลชน แบ่งเป็นปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กร

โดยปัจจัยภายในองค์กรที่มีผลกระทบต่อการจัดองค์กร ได้แก่

1. ปัจจัยทางด้านการจัดการ (Management) การบริหารจัดการองค์กร การบริหารรายได้ การบริหารบุคคล ซึ่งแต่ละองค์กรจะมีบริบทที่แตกต่างกันไป อาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ องค์กรด้านสังคม (Normative) และองค์กรด้านธุรกิจ (Commercial)

2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technical) องค์กรใดที่มีเครื่องมือ อุปกรณ์ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสามารถในการผลิต โอกาสที่องค์กรนั้นจะเอาชนะองค์กรอื่นย่อมมีมาก

3. ปัจจัยด้านบุคลากร (Media professional) บุคลากรที่ดีจะทำหน้าที่คัดเลือกและผลิตเนื้อหาขององค์กรให้งานออกมามีคุณภาพ มีความเป็นมืออาชีพ รวมทั้งการมีอุดมการณ์ในวิชาชีพ ซึ่งจะช่วยเสริมประสิทธิผลในการทำงานสื่อขององค์กร

ปัจจัยภายนอกองค์กร หมายถึง ปัจจัยที่มาจากแหล่งอื่นๆ อันมีอิทธิพลโดยตรงหรือโดยอ้อมต่อการทำงานขององค์กรสื่อ ได้แก่

1. ปัจจัยทางด้านสังคมและการเมือง (Social and Political Pressures) ตลอดจนกฎหมาย กฎระเบียบต่างๆ ย่อมมีส่วนในการควบคุมการทำงานขององค์กร

2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Pressures) ได้แก่ คู่แข่ง หน่วยงานด้านข้อมูล ข่าวสาร เจ้าของทุน ผู้ให้การสนับสนุนองค์กร เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านผู้รับสาร (Audience) เนื่องจากผู้รับสารแต่ละคนมีความสนใจที่ต่างกัน ผู้ผลิตจึงพยายามผลิตสิ่งที่ตรงกับผู้รับสารเพื่อดึงดูดให้ชมเข้าถึงสื่อ

แนวคิดประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อ

จุมพล รอดคำดี (อ้างใน จุฑาทิพย์ วัฒนะธรรมนนท์, 2551) กล่าวถึงการทดสอบประสิทธิผลของสื่อว่าเป็นการประเมินปฏิกิริยาและพฤติกรรมของผู้รับสื่อว่า หลังจากใช้สื่อแล้วก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ กระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น โนมน้าวใจให้เปลี่ยนทัศนคติ รวมถึงสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมได้หรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับ Rogers (1973) ว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิผลต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Behavior)

การเลือกและการใช้สื่อ ไม่ว่าจะ เป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคลหรือสื่อใดๆ ต่างมีวิธีสื่อสารที่แตกต่างไปตามประเภทของผู้รับสาร หากใช้สื่อไม่เหมาะสมแล้ว การสื่อสารก็ย่อมไม่อาจประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ Singh (อ้างใน ณัฐนันท์ ประกายสันติสุข, 2541) กล่าวว่า การใช้สื่อเพียงประเภทเดียวย่อมไม่มีประสิทธิผลเพียงพอ การใช้สื่อแบบผสมผสานจะช่วยให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายได้รวดเร็วกว่า

อาจกล่าวได้ว่า การหลอมรวมสื่อหลากหลายประเภทมีส่วนในการกำหนดประสิทธิผลของการสื่อสาร องค์กรจึงควรเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสื่ออันจะนำไปสู่การเปิดรับสื่อ การรับรู้สื่อ การเข้าถึงสื่อและความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่งานวิจัยนี้สนใจศึกษา

1. แนวคิดการเปิดรับสื่อ

ในยุคที่เทคโนโลยีและรูปแบบการสื่อสารต่างๆ ถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันจนเกิดการหลอมรวมสื่อ (Convergence) ส่งผลให้สังคมยุคใหม่เป็นสังคม Digital Economy ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและเลือกเปิดรับสื่อดิจิทัลได้มากขึ้นโดยไม่ถูกจำกัดหรือผูกขาด โดยการเปิดรับหรือรับชม (Exposure) Becker (อ้างถึงใน ชานนท์ ศิริธร, 2554) กล่าวว่า เป็นการแสวงหาข้อมูล (Information seeking) ให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นต่อเรื่องหนึ่งๆ การเปิดรับข้อมูล (Information receptivity) เปิดรับสื่อเพื่อทราบข้อมูลที่ตนสนใจ เป็นการเปิดรับประสบการณ์ (Experience receptivity) เพื่อประโยชน์ที่ตนเองต้องการ แต่สื่อหรือสื่อมวลชนก็ไม่ได้มีอิทธิพลต่อประชาชนโดยตรงเสมอไป เพราะมนุษย์สามารถเลือกรับข้อมูลได้เองตามความต้องการของตน ผ่านกระบวนการเลือกสรร (selective process) ของแต่ละบุคคลที่มองว่า ผู้รับสารเป็นเงื่อนไขกำหนดผลของสื่อมวลชน

McLeod (อ้างถึงใน ชานนท์ ศิริธร, 2554) กล่าวถึงตัวชี้วัด 2 ข้อที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media exposure) คือ

1. วัดจากระยะเวลาที่บุคคลเปิดรับสื่อ
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ

อาจกล่าวได้ว่า การวัดการเปิดรับสื่อ หมายถึง ช่วงเวลา ระยะเวลา ความถี่ในการเปิดรับ ตลอดจนจำนวนสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยใช้เกณฑ์จำนวนสื่อที่ผู้รับสื่อเปิดรับในการวัดประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อขององค์กรศาสนา

2. แนวคิดการรับรู้สื่อ

วอร์เนอร์ เมทสวัสดี (2552) กล่าวว่า การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ เกิดจากการเลือกรับสาร (select) จัดสรร (organize) และตีความ (interpret) สารที่ได้รับมาตามความเข้าใจ โดยทั่วไปการรับรู้ของคนจะแตกต่างกันตามประสบการณ์ ความคาดหวังและแรงจูงใจของแต่ละบุคคล โดยการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) อาทิ แรงจูงใจ (Motive) ประสบการณ์เดิม (Past experience) กรอบอ้างอิง (Frame of reference) สภาพแวดล้อม (Environment) สภาพจิตใจและอารมณ์ (Mood) อันจะทำให้เกิดกระบวนการเลือกสรร (Selective processes) เป็นการเลือกที่จะรับรู้ตามสิ่งที่สนใจ (selective perception) โดยผู้วิจัยวัดประสิทธิผลการรับรู้สื่อด้วยเกณฑ์การรู้จักช่องทางสื่อที่หลากหลายและรับรู้เนื้อหาเดียวกันในสื่อแต่ละช่องทาง

3. แนวคิดการเข้าถึงสื่อ

จุมพล รอดคำดี (2542) กล่าวถึงหลักการสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวกับวิฤกษ์กระจายเสียงชุมชนตามแนวทางขององค์กรยูเนสโกว่า การเข้าถึง (Access) วัดตั้งแต่การเข้าถึงด้วยการฟัง การแสดงความคิดเห็น การแสดงความต้องการต่อรายการทั้งด้านการจัดการ การผลิต รายการ ไปจนถึงการมีส่วนร่วมเข้าไปจัดทำในสิ่งที่ตนเป็นประโยชน์ต่อตนเอง ซึ่งสื่อที่ใช้ในการสื่อสารจะต้องส่งเสริมให้เกิดการเข้าถึงสื่อได้ง่าย ควบคุมกันง่าย อันจะนำไปสู่การมีส่วนร่วม (Participation)

ในที่นี้ ผู้วิจัยกำหนดความสามารถในการเข้าถึงสื่อได้ทุกที่ทุกเวลาเป็นตัววัดประสิทธิผลการเข้าถึงสื่อ

4. แนวคิดความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อ

McCombs and Becker (อ้างถึงใน อรุณี ต้นศักดิ์ตา, 2553) กล่าวว่า มนุษย์มีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อตามความพึงพอใจ (Gratifications) ที่แตกต่างกัน โดยทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ศึกษาการใช้สื่อของผู้รับสื่อ รูปแบบความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อ รวมถึงความต้องการ แรงจูงใจที่สนับสนุนให้เกิดพฤติกรรมการใช้สื่อ โดยผู้รับสื่อจะเป็นผู้เลือกที่จะเปิดรับสื่อที่ตอบสนองความต้องการเพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจ โดยจะแสดงออกมาในลักษณะของรูปแบบและพฤติกรรมการใช้สื่อ ซึ่ง Katz et al. (อ้างถึงใน ดวงพร เวทไว, 2545) สรุปแนวคิดนี้จากนักวิชาการหลายท่านว่ามีลักษณะดังนี้

1. ผู้รับสารเป็นผู้กระทำ แสวงหาสื่อที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการของตน
2. ผู้รับสารใช้สื่อเพื่อเติมเต็มความคาดหวังหรือความพึงพอใจจากสื่อ
3. ผู้รับสารมีอิสระในการเลือกใช้สื่อและเนื้อหาเพื่อสนองความต้องการและแรงจูงใจ
4. ผู้รับสารแสดงความต้องการในการใช้สื่อภายในตนเองในรูปพฤติกรรมการใช้สื่อ
5. เป็นการศึกษาเพื่อทราบแรงจูงใจและความพึงพอใจของการใช้สื่อ ทำให้สามารถเข้าใจถึงแนวโน้มของพฤติกรรม ลักษณะของสื่อและเนื้อหาที่จะเปิดรับจากสื่อ

Palmgreen และ Rayburn (อ้างถึงใน อรุณี ต้นศักดิ์ตา, 2553) อธิบายว่า ผู้รับสารจะมีลักษณะเป็นฝ่ายกระทำ (Active) โดยผ่านทางการใช้สื่อจำนวนมาก ผู้รับสารจะเป็นศูนย์กลางของการสื่อสารมากกว่ารูปแบบเชิงรับ (Passive) ผู้รับสื่อและคนมีอิสระในการเลือกใช้สื่อตามที่ตนเองต้องการจะเปิดรับอันเป็นผลมาจากความสนใจส่วนบุคคล ลักษณะนิสัย แรงจูงใจในการใช้สื่อ และความต้องการที่หลากหลายภายในตนเอง

ผู้วิจัยจะวัดประสิทธิผลจากระดับความพึงพอใจต่อการใช้สื่อแบบหลอมรวมขององค์กรและการเปิดใช้สื่อประเภทอื่นที่ไม่ใช่ช่องทางเดิมที่ใช้อยู่เป็นประจำ และใช้สื่อเพื่อเสริมประสิทธิผลของการปฏิบัติ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นอกเหนือจากแนวคิดทฤษฎีที่หยิบยกมาเป็นกรอบการวิจัยหลักแล้ว ได้มีงานวิจัยต่างๆ ที่ศึกษาในแง่มุมมองของการหลอมรวมสื่อทางโลกที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้วิเคราะห์กับองค์กรทางธรรมตลอดจนศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ต่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในปัจจุบันไว้อย่างหลากหลาย ดังจะกล่าวต่อไปนี้

งานวิจัยที่ศึกษาการหลอมรวมสื่อในมุมมององค์กรธุรกิจ

งานวิจัยของพิชญานี ภูตระกูล (2549) เรื่องการใช้ประโยชน์จากการหลอมรวมสื่อและเครือข่ายบนเวปไซต์ไวด์เว็บในรายการอะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ที่ศึกษาการใช้ประโยชน์จากการหลอมรวมสื่อที่มีผลต่อการขยายธุรกิจให้บริษัทและเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้ชมในรายการอะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น พบว่า การหลอมรวมสื่อช่วยกระตุ้นให้ผู้ชมรายการบริโภคสื่อ รู้จักสินค้าและบริการของบริษัทมากขึ้น คนมีการรับรู้และจดจำภาพลักษณ์ว่าเป็นผู้นำการบริการที่หลากหลาย และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด งานวิจัยนี้ได้ขยายมุมมองการประโยชน์ของการหลอมรวมสื่อไปยังองค์กรธุรกิจสื่อบันเทิง

งานวิจัยที่ศึกษาการใช้สื่อสมัยใหม่ต่อการปรับตัวขององค์กรศาสนา เช่น งานวิจัยเรื่อง วัดพระธรรมกายและการใช้สื่อสมัยใหม่เผยแพร่ธรรมะ ของยุพาทพร อังกรวานิช (2550) กล่าวว่า วัดพระธรรมกายมีแนวคิดที่จะใช้สื่อใหม่เพื่อเผยแพร่วิชาและธรรมปฏิบัติแบบธรรมกายขยายไปทั่วโลกผ่านระบบโทรศัพท์ทางไกล ทีวีดาวเทียม สื่อออนไลน์ สื่อสารมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ทุกประเภท ทั้งยังพัฒนาบุคลากร สร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการร่วมกันทำงานเป็นทีม ส่งผลให้สามารถบริหารจัดการคนเพื่อรับมือกับกิจกรรมทางพระพุทธศาสนาที่ต้องรองรับมหาชนจำนวนมากได้

เช่นเดียวกับผลการวิจัยของดวงพร สารศาลิน (2550) ที่ศึกษาการบริหารจัดการองค์กรวัดพระธรรมกาย พบว่า วัดมีระบบบริหารที่มีการวางแผนอย่างดี มีผู้บริหารระดับสูง มีการศึกษา มีวิสัยทัศน์กว้างขวางเป็นผู้ควบคุม กลุ่มคณะทำงานต้องเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในงานทั้งทางโลกและทางธรรม เน้นสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นการผสมความร่วมมือกันอย่างเป็นระบบ กล่าวได้ว่าเป็นงานวิจัยที่ระบุความเป็นไปได้ในการทำงานแบบหลอมรวมสื่อขององค์กรทางศาสนาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

งานวิจัยของ สมเกียรติ เรืองอนันต์เลิศ (2539) เรื่องการเปิดรับธรรมะในยุคโลกาภิวัตน์ ก็ได้พยายามค้นหาวิธีการใหม่ๆ ในการเผยแพร่ธรรมะของพระสงฆ์ และวิจัยหาคำตอบลักษณะการเปิดรับสื่อธรรมะว่าเปิดรับสื่อด้วยรูปแบบ วิธีการใด มีความต้องการในการเปิดรับสื่ออย่างไร ผลสรุปว่าในขณะนั้นกลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ อรทัย พนาราม (2545) ที่ศึกษาเรื่องสื่อมวลชนกับการเผยแพร่พระพุทธศาสนา งานวิจัยของพุฒิรัตน์ กมลชัยสกุล (2550) เรื่องรูปแบบการสื่อสารธรรมะเพื่อเยาวชนผ่านเว็บไซต์ งานวิจัยเรื่องบทบาทอินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาสำหรับเด็กและเยาวชน ศึกษาเฉพาะกรณีเว็บไซต์พลังจิตของ กรกนก กมลรัตน์ (2550) และงานวิจัยเรื่องการสื่อสารและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศในเว็บไซต์พระพุทธศาสนาของ ภาวิณี วัชรประเสริฐชัย (2553) พบว่าศาสนามีแนวโน้มที่จะปรับตัวด้านการเลือกประเภทสื่อ รูปแบบ เนื้อหา กลุ่มเป้าหมายผู้รับสาร วิธีสื่อสารไปตามพลวัตรของสังคมที่เปลี่ยนแปลง เหล่านี้เป็นข้อค้นพบที่สนับสนุนว่า ศาสนาจะปรับตัวอย่างต่อเนื่องในอนาคตและปัจจุบันกำลังอยู่ในยุคหลอมรวมสื่อที่ใช้ประโยชน์ทุกช่องทางสื่อที่มีเพื่อสืบทอดอายุพระพุทธศาสนา

จะเห็นได้ว่า งานวิจัยในช่วงหลังๆ ให้ความสำคัญกับการศึกษาการประยุกต์ใช้สื่อรูปแบบใหม่ๆ ขององค์กรศาสนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับตัวของพระสงฆ์ เพราะพระสงฆ์ทำหน้าที่โดยไม่

มีสื่อสมัยใหม่เพียงอย่างเดียวไม่ได้อีกต่อไป การใช้ประโยชน์จากสื่อสมัยใหม่จะช่วยเพิ่มการเข้าถึง เพิ่มมูลค่าความน่าสนใจให้คนหันกลับมาศึกษาธรรมมากขึ้น

งานวิจัยที่ศึกษาการใช้สื่อและศาสนาในประเทศไทย พบว่าส่วนใหญ่จะเน้นไปที่การศึกษา เทคนิคการสื่อสารเพื่อเผยแพร่คำสอนของพระภิกษุสงฆ์ที่มีชื่อเสียง การใช้ประโยชน์สื่อ รูปแบบเนื้อหา ประสิทธิภาพ ประสิทธิผลของการใช้สื่อใหม่ขององค์กรศาสนา เช่น สิริลักษณ์ ศรีจินดา (2553) ศึกษาการใช้วาทศิลป์ทางภาษาเพื่อการเผยแพร่ธรรมะของพระมหาฐิติชัยวชิรเมธีผ่านสื่อ ซอฟต์แวร์ เรื่องโรจน์ (2553) ศึกษากระบวนการและกลวิธีการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดพุทธธรรมในหนังสือธรรมะของท่าน ว.วชิรเมธี ภัทรพร ศิลปาจารย์ (2553) ศึกษาประสิทธิภาพและประสิทธิผลของรายการ อนุบาลฝันในฝันวิทยา ซึ่งให้ข้อมูลในมิติผู้ส่งสาร (Sender) ข้อสาร (Message) เพื่อให้เข้าถึงผู้รับสาร (Receiver) เป็นหลัก แต่มีงานวิจัยศึกษาช่องทางการสื่อสาร (Channel/Media) ที่สัมพันธ์กับแนวคิด การหลอมรวมสื่ออยู่ไม่มาก

ขณะที่งานวิจัยเกี่ยวกับการหลอมรวมสื่อในต่างประเทศ ส่วนใหญ่ศึกษาในมิติของการหลอมรวมโครงสร้างการทำงาน (Structure convergence) และการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นการตอบคำถามว่า การหลอมรวมสื่อจะสร้างความเปลี่ยนแปลงต่อองค์กรวารสารศาสตร์ยุคใหม่ได้อย่างไร มีผลกระทบต่อความหลากหลายของเนื้อหา โครงสร้างการทำงานของห้องข่าวและการเลือกใช้สื่ออย่างไร และยังไม่ปรากฏงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้แนวคิดหลอมรวมสื่อต่อการทำงานด้านสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาอย่างเด่นชัด

กล่าวโดยสรุป แนวคิดหลักที่เป็นกรอบในการศึกษาการหลอมรวมสื่อทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย ได้แก่

1. แนวคิดและรูปแบบของการหลอมรวมสื่อ
2. แนวคิดการสื่อสารด้านศาสนาในยุคโลกาภิวัตน์
3. แนวคิดการหลอมรวมสื่อและการสื่อสารด้านศาสนา
4. แนวคิดการสื่อสารกับการพัฒนาองค์กรศาสนา
5. แนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารด้านศาสนา
6. แนวคิดประสิทธิผลของสื่อที่ส่งผลต่อการสื่อสารด้านศาสนา

นิยามศัพท์

การหลอมรวมสื่อ หมายถึง กระบวนการที่ผู้ผลิตสื่อร่วมมือกันในการวางแผน ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาโดยใช้ตัวสื่อ ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายในการเพิ่มคุณค่าของเนื้อหา เพิ่มการเข้าถึงผู้รับสื่อที่กระจายในแต่ละช่องทางสื่อและเพิ่มการตอบสนองความต้องการของผู้รับสื่อ

กระบวนการหลอมรวมสื่อทางศาสนา หมายถึง ลักษณะการทำงานและขั้นตอนการผลิตเนื้อหาทางพระพุทธศาสนาที่เกิดขึ้นภายในองค์กรประเภทวัด โดยกระบวนการหลอมรวมสื่อวัดได้จากลักษณะความร่วมมือระหว่างสื่อภายในองค์กรและองค์กรภาคีธรรมอื่นๆ

องค์กรทางพระพุทธศาสนา หมายถึง หน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการเผยแพร่แผนงานพระพุทธศาสนา ในที่นี้ หมายถึง องค์กรประเภทวัด ซึ่งเป็นองค์กรที่มีจำนวนมากกว่าองค์กรประเภทอื่นๆ เช่น สำนักปฏิบัติธรรม มูลนิธิที่ก่อตั้งโดยเอกชน ภาครัฐ

องค์กรภาคีธรรม หมายถึง หน่วยงาน องค์กร หรือกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องผูกพัน โดยมีแนวทางคำสอนและนโยบายการเผยแพร่ธรรมที่สอดคล้องกัน แบ่งเป็นกลุ่มภาคีทั้งภายในและภายนอกประเทศที่มีบทบาทในการสนับสนุนงานเผยแพร่ธรรมของวัด

ประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อ หมายถึง ผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อการเปิดรับสื่อ การรับรู้สื่อ การเข้าถึงสื่อ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อของผู้รับสื่อ โดยประสิทธิผลของการเปิดรับสื่อประเมินได้จากการเลือกเปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท ประสิทธิผลของการรับรู้สื่อประเมินได้จากการรู้จักช่องทางสื่อขององค์กรมากกว่า 2 ประเภทและรู้จักเนื้อหาเดียวกันในช่องทางมากกว่า 2 ประเภท

ประสิทธิผลของการเข้าถึงสื่อ ประเมินได้จากความสามารถในการเข้าถึงสื่อของศาสนาได้ทุกสถานที่ ทุกเวลาและประสิทธิผลของความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อ ประเมินได้จากระดับความพึงพอใจต่อการใช้สื่อแบบหลอมรวมขององค์กร การเปิดใช้สื่อประเภทอื่นๆ ที่ไม่ใช่ช่องทางเดิมที่ใช้อยู่เป็นประจำ และใช้สื่อเพื่อเสริมประสิทธิผลของการปฏิบัติ

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การหลอมรวมสื่อทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย” ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสังเกตการณ์ (Field Observation) และสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ฝ่ายผลิตสื่อภายในองค์กรและผู้รับสื่อทางพระพุทธศาสนา

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้แบ่งรูปแบบการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน โดยเก็บข้อมูลการทำงานเผยแผ่พระพุทธศาสนาในฝ่ายผลิตสื่อของวัด เก็บข้อมูลประสิทธิภาพการหลอมรวมสื่อต่อองค์กรและผู้รับสื่อ โดยการสัมภาษณ์เจาะลึก และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการหลอมรวมสื่อของแต่ละวัดโดยการสัมภาษณ์เจาะลึก

ส่วนที่ 1 เก็บข้อมูลการทำงานด้านสื่อภายในองค์กร (Field Observation) โดยเปิดเผยตัวแบบไม่มีส่วนร่วม สัมภาษณ์เจาะลึกขณะทำงานด้านผลิตสื่อ (In-depth Interview) เพื่อตอบคำถามนำวิจัยข้อที่ 1 ศึกษากระบวนการทำงานหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา

ส่วนที่ 2 สัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ขณะทำงานฝ่ายผลิตสื่อ ตลอดจนผู้รับสื่อแต่ละองค์กร เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา และคำถามวิจัยข้อที่ 3 ประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อต่อองค์กรและผู้รับสื่อ

ประชากร

1. องค์กรทางพระพุทธศาสนา
2. ผู้ผลิตสื่อในองค์กรทางพระพุทธศาสนา
3. ผู้รับสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา
4. ช่องทางการสื่อสารขององค์กรทางพระพุทธศาสนา

กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามรูปแบบการวิจัยทั้ง 2 วิธี ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Observation)

ประชากร

องค์กรทางพระพุทธศาสนา

กลุ่มตัวอย่าง

- | | |
|--------------------------------|---|
| 1. วัดท่าซุง จ.อุทัยธานี | สายปฏิบัติธรรมหลวงพ่อกาฬิณีดำ |
| 2. วัดธารน้ำไหล จ.สุราษฎร์ธานี | สายปฏิบัติธรรมท่านพุทธทาส อินทปัญโญ |
| 3. วัดป่าบ้านตาด จ.อุดรธานี | สายปฏิบัติธรรมพระอาจารย์มั่น ภูริทัตตโต |
| 4. วัดพระธรรมกาย จ.ปทุมธานี | สายปฏิบัติธรรมพระมงคลเทพมุนี |

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยแต่ละวัด ผู้วิจัยได้เลือกวัดด้วยเกณฑ์สายการปฏิบัติธรรมที่มีผู้เคารพนับถืออย่างแพร่หลายและเป็นวัดที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์การหลอมรวมสื่อ จำนวน 5 สาย สายละ 1 วัด เพื่อเก็บข้อมูลด้านกระบวนการทำงาน ความร่วมมือ การปรับตัวในระดับองค์กร

2. การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview)

ประชากร

คณะทำงานฝ่ายผลิตสื่อและผู้รับสื่อของแต่ละองค์กร

กลุ่มตัวอย่าง

1. คณะทำงานฝ่ายผลิตสื่อในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการของแต่ละองค์กร
2. ผู้รับสื่อของแต่ละองค์กร

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกสัมภาษณ์เจาะลึกหัวหน้าฝ่ายสื่อ เพื่อซักถามถึงแนวทาง รูปแบบการทำงานสื่อในองค์กรในการเผยแผ่เนื้อหาทางพระพุทธศาสนา ประเมินประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อองค์กร รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการหลอมรวมสื่อจากมุมมองขององค์กร และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Snowball Sampling ในการเลือกสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อ อย่างน้อยวัดละ 7 คน โดยจะต้องมีคุณสมบัติเป็นผู้รับสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อเว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ สื่อกิจกรรม ฯลฯ ขององค์กรอย่างน้อย 2 ประเภท เพื่อสอบถามถึงประสิทธิผลด้านต่างๆ ของการหลอมรวมสื่อขององค์กรศาสนา เพื่อเก็บข้อมูลสำหรับอภิปรายผลในคำถาวรวิจัยทั้ง 3 ข้อ

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

1. การเก็บข้อมูลการทำงานด้านสื่อภายในองค์กร (Field Observation) เก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือน พ.ย. 2556- ม.ค.2557
2. การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) เก็บข้อมูลในเดือน ก.พ.-เม.ย..2557

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. คู่มือบันทึกข้อมูลการเก็บข้อมูลการทำงานด้านผลิตสื่อภายในองค์กร ผู้วิจัยจะลงพื้นที่ไปยังฝ่ายผลิตสื่อขององค์กรโดยสังเกตแล้วบันทึกในตารางข้อมูลการทำงาน เพื่อเก็บข้อมูลตามคำถามวิจัยข้อที่ 1
2. แบบสัมภาษณ์ คำโครงคำถาม อุปกรณ์จดบันทึกและอุปกรณ์บันทึกเสียงสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะวางคำโครงคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับองค์กร การแบ่งฝ่ายการทำงานด้านสื่อ ภาพรวมการทำงานด้านสื่อ หน้าที่ความรับผิดชอบของคณะทำงานด้านสื่อแต่ละฝ่าย และเจาะรายละเอียด

ฝ่ายที่รับผิดชอบสื่อแต่ละประเภทว่ามีขอบเขตการทำงานอย่างไร มีนโยบายจากผู้บังคับบัญชาอย่างไร ระบบการทำงาน การประชุมวางแผนผลิตสื่อเป็นอย่างไร ลักษณะความร่วมมือข้ามสื่อที่เกิดขึ้นเป็นไปในลักษณะใด รวมถึงคำถามเกี่ยวกับมูลเหตุ ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตสื่อหลอมรวมในองค์กรมีอะไรบ้าง ประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อองค์กรและผู้รับสื่อ

การเก็บข้อมูล

1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตการณ์การทำงานในห้องทำงานฝ่ายผลิตสื่อ เพื่อทราบถึงลักษณะการทำงาน กระบวนการทำงานด้านสื่อว่าเกิดการหลอมรวมสื่อหรือไม่ ถ้าเกิด เกิดขึ้นในลักษณะใด
2. เก็บข้อมูลไฟล์เสียง แบบบันทึกการสัมภาษณ์ฝ่ายผลิตสื่อและผู้รับสื่อเพื่อเข้าสู่การสรุปผล อภิปรายผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์การทำงานของฝ่ายผลิตสื่อ (Field Observation) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ฝ่ายผลิตสื่อในประเด็นการผลิตสื่อเพื่อวิเคราะห์ว่า ลักษณะการทำงาน กระบวนการผลิตสื่อ ลักษณะความร่วมมือข้ามสื่อ (cross-media) แนวทางการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาเป็นอย่างไรเพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 1

จากนั้น รวบรวมข้อมูลด้านปัจจัยและประสิทธิผลที่เก็บได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นด้านปัจจัยที่สนับสนุนหรือเป็นอุปสรรคต่อการหลอมรวมสื่อและประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อต่อการเปิดรับสื่อ การรับรู้สื่อ การเข้าถึงสื่อ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อ ตลอดจนวิเคราะห์ข้อเสนอแนะที่กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูล เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 2 และ 3

การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลของการวิจัยนี้ แบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical descriptive research) โดยนำเสนอในผลการวิจัยบทที่ 4 อธิบายลักษณะการทำงาน กระบวนการผลิตสื่อ ลักษณะความร่วมมือข้ามสื่อ (cross-media) พร้อมการนำเสนอในรูปแบบแบบจำลองการสื่อสาร (communication model) เปรียบเทียบกับแบบจำลองการหลอมรวมห้องข่าวของ Dailey เพื่อตอบคำถามว่าแนวคิดการหลอมรวมสื่อของทางโลกสามารถใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติกับสื่อทางธรรมหรือไม่ ในลักษณะใด

ส่วนที่ 2 นำเสนอข้อมูลการสัมภาษณ์เจาะลึกฝ่ายผลิตสื่อและผู้รับสื่อด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical descriptive research) ในบทที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการหลอมรวมสื่อทางพระพุทธศาสนา และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางผลการวิเคราะห์ประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อต่อองค์กรและผู้รับสื่อในประเด็นต่างๆ ประกอบผลสรุปได้ตารางในบทที่ 5 ส่วนประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีผลต่อองค์กรและผู้รับสื่อ

บทที่ 4

กระบวนการทำงานหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา

การศึกษาเรื่องการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการหลอมรวมสื่อในองค์กรสื่อทางศาสนา ประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อและองค์กร รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) สังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมในองค์กรสื่อ (Field Observation) จากกลุ่มตัวอย่างองค์กรทางพระพุทธศาสนาของไทยที่แบ่งตามเกณฑ์สายการปฏิบัติธรรมที่ได้รับการเคารพนับถือปฏิบัติอย่างแพร่หลาย 5 กลุ่ม ได้แก่

- | | |
|------------------------------------|---|
| 1. วัดท่าซุง จ.อุทัยธานี | สายปฏิบัติธรรมหลวงพ่อกุญชรลีลา |
| 2. วัดสวนโมกขพลาราม จ.สุราษฎร์ธานี | สายปฏิบัติธรรมท่านพุทธทาส อินทปัญโญ |
| 3. วัดป่าบ้านตาด จ.อุดรธานี | สายปฏิบัติธรรมพระอาจารย์มั่น ภูริทัตตโต |
| 4. วัดพระธรรมกาย จ.ปทุมธานี | สายปฏิบัติธรรมหลวงพ่อดาว วัดปากน้ำ |
| 5. วัดอัมพวัน จ.สิงห์บุรี | สายปฏิบัติธรรมหลวงพ่อดาว จ.ฉะเชิงเทรา |

การวิเคราะห์ข้อมูลในบทนี้จะนำเสนอผลการศึกษาคำถามวิจัยข้อที่ 1 กระบวนการทำงานแบบหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical descriptive research) เรียงลำดับการนำเสนอข้อมูลแยกแต่ละวัด โดยจะมีการเปรียบเทียบกระบวนการทำงานหลอมรวมสื่อแต่ละวัดให้เห็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องและข้อค้นพบสำคัญทางการสื่อสารด้านศาสนาต่อไป

1. กระบวนการหลอมรวมสื่อวัดของท่าซุง

ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยกระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดท่าซุง เป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไป

วัดจันทาราม หรือที่คนทั่วไปรู้จักในชื่อวัดท่าซุง เป็นวัดในพระพุทธศาสนาฝ่ายเถรวาทฝ่ายมหานิกาย มีองค์พระราชนครหลวงพ่อกุญชรลีลา เป็นเจ้าอาวาสรูปแรก ได้ศึกษาพระกัมมัฏฐานจากพระครูวิหารกิจจานุการ (หลวงพ่อบาน โสณันโท) และอาจารย์พระกรรมฐานทั้งบรรพชิตและคฤหัสถ์จำนวนมาก จากนั้นท่านจึงได้เริ่มการเผยแผ่ความรู้จากประสบการณ์ของท่านจนมีผู้เคารพศรัทธาเลื่อมใสเป็นอันมาก ปัจจุบันมีท่านเจ้าคุณพระภาวนากิจวิมล หรือหลวงพ่อดาวนันทพุทธญาโณ เป็นเจ้าอาวาสรูปปัจจุบัน

ด้านการใช้สื่อของวัดท่าซุง พระอธิการพรชัย วิชชโย (2554) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ผลงานด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระราชนครหลวงพ่อกุญชรลีลา พบว่า ผลงานด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระราชนครหลวงพ่อกุญชรลีลาที่เด่นชัดได้แก่ การสอนพระกรรมฐานมโนมยิทธิ การ

สนับสนุนการใช้สื่อหนังสือธรรมะ นิตยสารธัมมวิโมกข์ สื่อธรรมะในรูปแบบเทปบันทึกเสียง ซีดี วีซีดี เทคนาและเผยแพร่ธรรมะทางวิทยุตั้งแต่ยุคสมัยที่สถานีวิทยุระบบ A.M. หรือ F.M. ยังไม่แพร่หลาย

จากการศึกษาเอกสาร พบว่า ในยุคนั้นหลวงพ่อพระราชพรหมยานเป็นนักจัดรายการวิทยุธรรมะที่มีความเสียสละและทุ่มเทอย่างมาก กล่าวคือ ต้องเป็นคนที่ศึกษาเป็นอย่างมากอยู่เสมอ ท่านต้องสละเวลาความสุขส่วนตัวในการต้องทำงานมากขึ้น ทั้งการเดินทางไปออกอากาศอย่างสม่ำเสมอ แม้กระทั่งในภายหลังท่านมีสุขภาพไม่ดี ท่านยังรับภาระบันทึกเทปธรรมะแล้วส่งให้สถานีตลอดเวลา อีกทั้งท่านยังสามารถที่จะเผยแพร่ธรรมะได้ตรงกับความต้องการของบุคคลได้อย่างถูกต้อง ถูกใจผู้ที่ต้องการรับรู้ แสดงให้เห็นว่าท่านมีความเพียรที่จะให้ศาสนาคำสอนของพุทธองค์นั้นถูกเผยแผ่ให้มากที่สุด

สถานีวิทยุส่วนใหญ่จึงมักนิยมนรวบรวมธรรมะที่เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์มารวบรวมไว้เป็นข้อมูลแล้วค่อยๆ ลำดับการออกอากาศกระจายเสียง

ทั้งนี้ จากการที่พระราชพรหมยานได้เป็นนักเทศน์ของสถานีวิทยุ เทปที่ทำการบันทึกจากการจัดรายการจึงมีเป็นจำนวนมาก ประกอบกับการที่ได้บันทึกนอกเวลาที่ท่านจัดรายการวิทยุ คือ การบันทึกจากการเทศนาหรือบรรยายในสถานที่ต่างๆ ซึ่งนับว่าเป็นเทคโนโลยีที่ดีที่สุดแล้วในสมัยนั้น ในปัจจุบันเสียงของพระราชพรหมยานได้ถูกถ่ายทอดไปในสื่อต่างๆ ได้แก่

1. การแปลงเสียงจากเทปมาเป็นรูปแบบของเสียงที่เป็นไฟล์เสียงที่สามารถเปิดฟังได้ทั้งเครื่องเล่นไฟล์เสียงทั่วไป เช่น เครื่องเล่นวีซีดี คอมพิวเตอร์ ตลอดจนสามารถนำมาฟังกับโทรศัพท์ก็ได้ เปิดฟังทางเว็บไซต์ได้

2. สื่อคำสอนจากเทปมาเป็นการลงเสียงอ่านใหม่โดยคณะลูกศิษย์ อาจมีดนตรีประกอบการบรรยายเพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินหรือรู้สึกสบายในการรับฟังธรรมะ ซึ่งอาจจะตัดต่อเฉพาะเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์จริงๆ หรือแยกหมวดหรือข้อธรรมที่เกี่ยวข้องกันอีกทั้งคณะลูกศิษย์ยังมีการทำในรูปแบบของวีซีดี มีภาพประกอบ ซึ่งอาจจะมีทั้งภาพพระราชพรหมยานหรือภาพที่มีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่ท่านเทศน์

3. สื่อการสอนของพระราชพรหมยานที่บันทึกในการเทศน์ถูกถ่ายทอด คัดลอกลงในหนังสือเป็นเล่มๆ อย่างมากมาย แล้วทำการจัดพิมพ์เป็นเรื่องเป็นหมวดต่างๆ มีความสั้นยาวแตกต่างกันไป เหมาะกับการเลือกอ่านเฉพาะเรื่อง เฉพาะหมวด ตลอดจนถูกถ่ายทอดเป็นนิตยสารธัมมวิโมกข์ ซึ่งเป็นนิตยสารของทางวัดจัดทำขึ้นเพื่อสืบทอดเจตนารมณ์ของหลวงพ่อ ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ และการเผยแพร่หลักคำสอนของหลวงพ่อกถูกถ่ายทอดลงในนิตยสารทีละเรื่องแล้วถูกส่งซื้อและแจกจ่ายไปทั่วประเทศ

ปัจจุบันวัดท่าซุงใช้สื่อสารมวลชนและสื่อต่างๆ รวม 8 สื่อ ได้แก่ นิตยสารธัมมวิโมกข์ หนังสือธรรมปฏิบัติ สื่อบันทึกเสียง (เทป ซีดี) เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เสียงตามสายและโทรทัศน์ภายในวัด สื่อกิจกรรม และสื่อบุคคล

ทั้งนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์หลัก (Key informants) ในฐานะผู้ผลิตสื่อของวัดท่าซุง มี 4 รูป ดังนี้

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	พระอาจารย์อาจันต์ ธรรมจิตโต	ดูแลฝ่ายสื่ออัมมิโมกข์
2	พระอาจารย์ชัยวัฒน์ อชิโต	ดูแลฝ่ายสื่อเว็บไซต์วัด
3	พระอาจารย์ละออง ธรรมจาโร	ดูแลฝ่ายหนังสือธรรมและสื่อเสียง
4	พระสมุห์มงคลเวทย์ สุธรรมฐานวโร	ดูแลฝ่ายสื่อภายในวัด

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลคณะทำงานฝ่ายผลิตสื่อของวัดท่าซุง

1.2 ภาพรวมของกระบวนการทำงานสื่อของวัดท่าซุง

การนำเสนอภาพรวมกระบวนการทำงานสื่อของวัดท่าซุง แบ่งเป็นหัวข้อต่างๆ ดังนี้

1.2.1 พัฒนาการของการใช้สื่อของวัดท่าซุง

จากการเก็บข้อมูลพบว่า นิติสารรายเดือน “อัมมิโมกข์” เป็นสื่อประเภทแรกที่วัดท่าซุงใช้ในการเผยแพร่ธรรมะ ที่มาของนิติสารอัมมิโมกข์เริ่มจากการเทศนาธรรมของพระเดชพระคุณพระราชพรหมยาน หรือหลวงพ่อดำรงศีลิ่งดำ อดีตเจ้าอาวาสวัดท่าซุง จากนั้นก็มีการถอดความจากเทปบันทึกการเทศนาธรรมของท่านโดยเลือกตีพิมพ์เป็นบางเรื่องลงเป็นนิติสารธรรมะรายเดือน อัมมิโมกข์ในช่วงแรกๆ จึงเป็นสื่อหลักที่องค์กรหลวงพ่อดำรงใช้

จากนั้นจึงเริ่มถอดเทปคำเทศน์ของหลวงพ่อดำรงตีพิมพ์เป็นหนังสือธรรมะประเภทรายการหนังสือธรรมปฏิบัติ อาทิ คู่มือปฏิบัติกรรมฐาน กรรมฐาน 40 มหาสติปัฏฐาน 4 หลวงพ่อธุดงค์ หลวงพ่อตอบปัญหาธรรม มโนเมยิทธิและประวัติของฉันท จูไรทองเที่ยวดวงดาว พ่อรักลูกเล่ม 1,2,3 ตายไม่สูญ...แล้วไปไหน ลูกศิษย์บันทึก ฯลฯ ทั้งยังมีหนังสือเฉพาะกิจ อาทิ หนังสือสังฆทานสำหรับแจกให้แก่ผู้มาถวายสังฆทาน

ช่วงที่สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีอิทธิพล ทางวัดได้สร้างเว็บไซต์ขึ้น ต่อมาได้เปลี่ยนมาเป็นเว็บไซต์อย่างเป็นทางการ www.watthasung.com และปีที่ผ่านมามีวัดก็เริ่มสร้างเฟซบุ๊กของวัดแต่ดำเนินการโดยมูลนิธิหลวงพ่อดำรง-พระมหาวิระ ถาวร ในเฟซบุ๊กมูลนิธิหลวงพ่อดำรง-พระมหาวิระ ถาวร ถึงแม้จะบริหารในนามมูลนิธิแต่การใช้เนื้อหาธรรมะจะเชื่อมโยงข้อมูลจากวัดท่าซุงโดยตรง กล่าวคือ ใช้ข้อมูลจากหนังสือคำเทศน์ของหลวงพ่อดำรงเช่นเดียวกัน ข้อมูลกิจกรรมและกำหนดการต่างๆ ของวัดก็ใช้ฐานข้อมูลร่วมกัน รูปภาพบางส่วนก็มาจากทีมช่างภาพ ทีมข้อมูลชุดเดียวกัน

ในส่วนของฐานข้อมูลส่วนกลางของวัด ขณะนี้อยู่ในระหว่างดำเนินการสร้างและพัฒนา ระบบฐานข้อมูล ปัจจุบันจึงได้อัพโหลดไปยังฮาร์ดดิสก์กลางที่ทุกฝ่ายสามารถดึงข้อมูลได้ก่อน โดยเฉพาะหมวดรูปภาพ ส่วนข้อมูลที่เป็นข้อความก็อยู่ในหนังสือธรรมะ ข้อมูลเสียงก็อยู่ในเทป ซีดี

ปัจจุบันวัดท่าซุงใช้สื่อต่างๆ ในการเผยแพร่ธรรมะรวม 8 สื่อ ได้แก่ นิตยสารธัมมวิโมกข์ หนังสือธรรมะ เสียงตามสายภายในวัด สื่อกิจกรรม สื่อบุคคล สื่อบันทึกเสียง เว็บไซต์ และเฟซบุ๊ก

1.2.2 ภาพรวมของกระบวนการทำงานสื่อ

ปัจจุบันวัดท่าซุงใช้สื่อหลากหลายประเภทในงานเผยแพร่พระพุทธศาสนาของวัด ทางวัดได้แบ่งฝ่ายดำเนินการตามประเภทสื่อต่างๆ โดยมีพระเถระชั้นผู้ใหญ่ของวัดเป็นผู้ควบคุมดูแล ประกอบด้วยฝ่ายสื่อธัมมวิโมกข์ ฝ่ายหนังสือ สื่อเสียงคำสอนหลวงพ่อ วัดถุมนคลที่ตีกรับแขก ฝ่ายสื่อเว็บไซต์ ฝ่ายสื่อภายในวัด และฝ่ายเฟซบุ๊กที่ดำเนินการโดยคณะลูกศิษย์ในนามมูลนิธิหลวงพ่อบาน-พระมหาวิระ ถาวโร

แต่ละปีจะมีการประชุมคณะกรรมการสงฆ์เพื่อกำหนดตารางกิจกรรมประจำปีของวัด ซึ่งโดยปกติแล้วจะเป็นตารางกิจกรรมเดียวกัน แต่ละฝ่ายจะยึดกิจกรรมประจำปีเป็นแกนในการทำงาน โดยในช่วงเดือน ม.ค.ของทุกปี ฝ่ายสื่อธัมมวิโมกข์จะลงข้อมูลตารางกิจกรรมประจำปีให้แก่ผู้อ่านได้ทราบกำหนดการที่แน่นอนจากทางวัด รวมถึงประชาสัมพันธ์ข่าวสารจากศูนย์ปฏิบัติธรรมวัดท่าซุงในแต่ละจังหวัด

ฝ่ายหนังสือ สื่อเสียงคำสอนหลวงพ่อ ที่ตีกรับแขก วัดท่าซุง จะรับผิดชอบดูแลการพิมพ์หนังสือธรรมปฏิบัติที่พระเดชพระคุณหลวงพ่อพระราชพรหมยานได้เทศนาธรรมสอนไว้ ปัจจุบันไม่มีการผลิตเนื้อหาธรรมะใหม่ๆ เพิ่มเติม แต่เป็นการพิมพ์ซ้ำหนังสือเดิมที่ใกล้จะหมดไป เนื่องจากองค์หลวงพ่อซึ่งเป็นผู้ส่งสารหลักได้มรณภาพไปแล้ว แต่กระนั้นยังมีเนื้อหาส่วนที่สร้างขึ้นใหม่ เช่น ภายในสื่อเฟซบุ๊ก ซึ่งจะประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรมที่หลวงพ่อพระภาวนากิจฉิมล เจ้าอาวาสรูปปัจจุบันเมตตาไปรับสั่งขทาน สอนพระกรรมฐานยังสถานที่ต่างๆ

จากการเก็บข้อมูลภาคสนาม พบว่า ที่ตีกรับแขก วัดท่าซุงยังดูแลการจำหน่ายสื่อบันทึกเสียง คำสอนหลวงพ่อ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบ CD DVD MP3 USB บรรจุไฟล์เสียงคำสอนหลวงพ่อ ตลอดจนวัดถุมนคลรุ่นต่างๆ ที่วัดท่าซุงเป็นผู้จัดสร้างด้วย

ฝ่ายสื่อเว็บไซต์ จะรับผิดชอบดูแลการอัปเดตข่าวสารกิจกรรมที่เป็นทางการของทางวัด คัดเลือกเนื้อหาคำสอนของหลวงพ่อในรูปแบบวิดีโอ คลิปเสียง E-Book บทความธรรมะให้ผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตได้รับชมรับฟังตามความสนใจ ฝ่ายสื่อเฟซบุ๊ก รับผิดชอบโดยคณะลูกศิษย์กลุ่มมูลนิธิหลวงพ่อบาน-พระมหาวิระ ถาวโร จะแบ่งการทำงานเป็นฝ่ายข้อมูลข่าวสาร ฝ่ายภาพ ดังจะเห็นได้ว่าหากทางวัดมีกิจกรรมรับถวายสังฆทานประจำเดือนที่บ้านสายลม ซ.พหลโยธิน8 ซึ่งเป็นองค์กรภาคีธรรมที่กรุงเทพฯ จะมีทีมเก็บภาพนิ่งและทีมข่าวสาร นำเข้าข้อมูลต่างๆ อัปเดตในสื่อเฟซบุ๊กอย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ โดยจะลงชื่อกำกับผู้เขียนข่าวและผู้บันทึกภาพทุกครั้ง

เมื่อทางวัดท่าซุงมีกิจกรรมงานบุญประจำปี อาทิ งานธุดงค์ ซึ่งจัดในช่วงเดือนธันวาคมของทุกปี ฝ่ายสื่อภายในวัดจะเป็นผู้ควบคุมสื่อโทรทัศน์ ระบบกระจายเสียงที่ติดตั้งประจำจุดศาลาปฏิบัติธรรมต่างๆ ทั่วบริเวณวัด ตลอดจนรับผิดชอบการสื่อสารภายในวัดกับผู้มาปฏิบัติธรรมโดยตรง

ทั้งนี้ ภาพรวมกระบวนการทำงานสื่อของวัดท่าซุง ถึงแม้จะมีการแบ่งฝ่ายการทำงานอย่างชัดเจนภายใต้การกำกับดูแลของพระเถระชั้นผู้ใหญ่แต่ละรูป แต่ก็มีความร่วมมือในการทำงานระหว่าง

สื่อ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลเนื้อหา รูปภาพจากทีมสื่อส่วนกลาง มีวัตถุประสงค์หลักเดียวกันคือ เพื่อให้ลูกศิษย์ ผู้สนใจที่มีบุญสัมพันธ์ต่อองค์หลวงพ่อบุญได้เข้าถึงหลักธรรมคำสอนได้ง่ายขึ้น

อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพระเถระชั้นผู้ใหญ่ที่รับผิดชอบสื่อประเภทต่างๆ สามารถอธิบายกระบวนการทำงานสื่อแยกประเภทได้ดังนี้

1.2.2.1 กระบวนการทำงานสื่อสิ่งพิมพ์

วัดท่าซุงมีการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์หลายประเภท แบ่งออกเป็นหนังสือธรรมปฏิบัติ นิตยสารธัมมวิโมกข์ หนังสือสังฆทาน ซึ่งทุกสื่อก็มีการแบ่งฝ่ายการทำงานอย่างชัดเจน โดยฝ่ายหนังสือธรรมปฏิบัติจะรวมสื่อบันทึกเสียงคำสอนหลวงพ่อบุญเข้าไว้ด้วยกัน ดูแลโดยพระอาจารย์ละออง ธมฺมจาโร ซึ่งจะเน้นสิ่งพิมพ์หนังสือธรรมะเล่มเก่าของทางวัดที่กำลังจะหมดไป ไม่ได้มีการเพิ่มเนื้อหาใหม่เพราะเป็นธรรมะที่หลวงพ่อบุญท่านได้สอนไว้อย่างละเอียด ครบถ้วน ถูกต้องดีแล้ว

เนื้อหาของหนังสือธรรมปฏิบัติมีทั้งหลักคำสอนของหลวงพ่อบุญ บทสวดมนต์ของวัด วิธีการปฏิบัติกรรมฐานแบบต่างๆ กิจกรรมประจำปีที่เกิดขึ้นในวัด ซึ่งหลวงพ่อบุญท่านเทศน์สอนไว้อย่างหลากหลายแนวขึ้นอยู่กับจริต ความสนใจของแต่ละบุคคลว่าชอบอ่านเนื้อหาประเภทใด

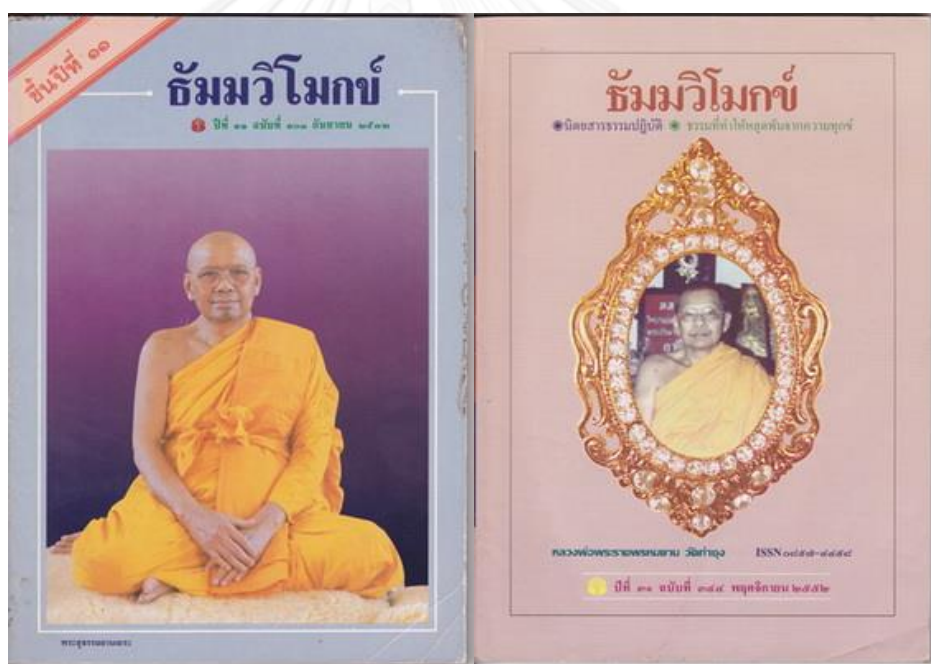


รูปภาพที่ 4.1 หนังสือธรรมปฏิบัติของวัดท่าซุง

กระบวนการทำงานของแผนกหนังสือจึงไม่มีขั้นตอนที่สลับซับซ้อน เพราะไม่ได้เป็นฝ่ายที่ต้องผลิตสร้างเนื้อหาขึ้นใหม่ เนื้อหาทุกอย่างมีไว้หมดแล้ว อาจจะมีการปรับปรุงเล่ม ปรับคุณภาพของกระดาษของบางเล่มเพื่อให้มีความคงทนถาวรยิ่งขึ้น แต่บางเล่มก็มีการเลิกพิมพ์อาจมาจากคนอ่านไม่นิยมอ่าน อ่านเข้าใจยาก หรือไม่ใช่ว่าเรื่องที่อยู่ในความสนใจ ส่วนราคาของสื่อหนังสือ ทางวัดจะ

คำนึงถึงผู้ที่ไม่มีปัจจัยเป็นหลัก หนังสือของวัดจึงไม่ขึ้นราคาเลยตั้งแต่ 20-30 ปีที่ผ่านมา วัดจะไม่เน้นความสวยงามของหน้าปก แต่จะเน้นเนื้อหาด้านในที่สามารถนำไปปฏิบัติแล้วเห็นผลได้จริง

นิตยสารธัมมวิโมกข์ เป็นสื่อธรรมะรายเดือนที่หลวงพ่อใช้เป็นสื่อสิ่งพิมพ์หลักในการเผยแผ่คำสอนในช่วงแรกๆ เนื้อหาของธัมมวิโมกข์ในช่วงนั้นส่วนใหญ่จะเลือกธรรมะที่มีความหลากหลายรส ทั้งที่เป็นเนื้อแท้ธรรมะที่หลวงพ่อตานสอน และธรรมะบันเทิงที่ไม่หนักเกินไป รวมถึงคัดเลือกข่าวสารกิจกรรมของวัด ข่าวสารจากศูนย์ปฏิบัติธรรม ศูนย์สงเคราะห์ต่างๆ ทั่วประเทศที่วัดให้การอุปถัมภ์ เนื่องจากธัมมวิโมกข์เป็นสื่อฉบับต้นข้าวที่ริเริ่มตีพิมพ์มากกว่า 20-30 ปี เนื้อหาที่ใช่ลงก็จำเป็นต้องลงซ้ำ เนื่องจากไม่มีองค์หลวงพ่อแล้ว ไม่มีเนื้อหาใหม่ๆ ให้ลงตีพิมพ์แล้ว แต่ธัมมวิโมกข์ฉบับปีหลังๆ ก็ยังได้รับความนิยม เนื่องจากมีลูกศิษย์วัดหน้าใหม่เข้ามาเรื่อยๆ แต่ปัจจุบันจะปรับลดปริมาณการพิมพ์จากที่เคยสั่งพิมพ์ประมาณ 7,000 ฉบับ ลดเหลือ 4,000 ฉบับ ส่วนหนึ่งมาจากการสร้างเว็บไซต์วัดท่าซุง เนื่องจากผู้อ่านหันไปรับสื่อในเว็บไซต์หรือเฟซบุ๊กแทน ทำให้มีจำนวนผู้อ่านลดลง แต่ธัมมวิโมกข์ก็ไม่ได้รับผลกระทบเพราะถือว่าเป็นการเผยแผ่พระธรรมคำสอนของหลวงพ่อคนละช่องทางกัน



รูปภาพที่ 4.2 นิตยสารธัมมวิโมกข์ของวัดท่าซุง

พระอาจารย์อาจันต์ ธมมจิตโต พระเถรอาจารย์ผู้เป็นองค์บุกเบิกผลิตสื่อ นิตยสารธัมมวิโมกข์ กล่าวถึงกระบวนการทำนิตยสารธัมมวิโมกข์ว่า ทีมงานผลิตสื่อประกอบด้วยพระสงฆ์และฆราวาส มีพระอาจารย์ 4 รูปเป็นหลักดูแลคำสอนตามพระไตรปิฎก ดูแลคำสอนที่ถอดความจากพระธรรมเทศนาของหลวงพ่อ มีคณะลูกศิษย์ทำหน้าที่ดูแลข่าวสารจากศูนย์ปฏิบัติธรรม ศูนย์สงเคราะห์ต่างๆ ข่าวสารจากโรงเรียนในสังกัดวัดท่าซุง ทั้งยังช่วยตรวจต้นฉบับ จัดหน้า ทำกราฟิก เลือกรูปประกอบปก โดยเฉพาะภาพประกอบปก จะเป็นข้อบังคับของธัมมวิโมกข์เลยว่าจะต้องเป็นรูปหลวงพ่อตานนั้น ปัจจุบันก็ยังยึดแนวปฏิบัตินี้อยู่

เนื้อหาในนิตยสารธัมมวิโมกข์จะคัดลอกมาจากเทปบันทึกคำสอนของหลวงปู่โดยตรง เนื่องจากสำนักงานธัมมวิโมกข์จะเป็นศูนย์กลางจัดเก็บเทปและข้อมูลธรรมะต่างๆ ของวัดท่าซุง ในสมัยก่อนฝ่ายสื่อต่างๆ จะหยิบเนื้อหาจากธัมมวิโมกข์ที่ตีพิมพ์ไว้แล้วมาผลิตสื่อตัวใหม่ เนื้อหาที่เป็นข่าวศูนย์ฯ จะเน้นประชาสัมพันธ์ข่าวสารของศูนย์สงเคราะห์ผู้ยากจนในถิ่นทุรกันดาร บอกรบญให้แก่ศูนย์ปฏิบัติธรรมสาขาในจังหวัดต่างๆ ส่วนนวนภาษาที่ใช้เขียนจะเป็นทางการ อ่านเข้าใจง่าย แต่ไม่มีภาษาปากแบบสื่อทางโลก

ปัจจุบันธัมมวิโมกข์เน้นไปที่การเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นภายในวัด ศูนย์สงเคราะห์ฯ ศูนย์ปฏิบัติธรรมสาขาฯ เนื้อหาจึงเป็นกิจกรรมข่าวสารประจำวันของวัด ไม่มีเนื้อหาธรรมะใหม่ๆ เนื่องจากไม่ค่อยมีทีมงานพระเถระชั้นผู้ใหญ่ที่สามารถตรวจสอบของเนื้อหาหลักธรรมคำสอนในพระไตรปิฎก และภาษาบาลีที่หลวงปู่ใช้

1.2.2.2 กระบวนการทำงานสื่อบันทึกเสียง

สื่อบันทึกเสียงคำสอนของหลวงปู่พระราชพรหมยาน รับผิดชอบโดยพระอาจารย์ละออง ธรรมจาโร ซึ่งดูแลแผนกหนังสือธรรมะ เทป ซีดี วัดถุมนงคล ยาสมุนไพโร ภายในตึกรับแขก วัดท่าซุง จากการสัมภาษณ์พระอาจารย์ละออง ธรรมจาโร พบว่า กระบวนการบันทึกเสียงพระธรรมเทศนาของหลวงปู่เริ่มมาตั้งแต่สมัยที่เทคโนโลยีการสื่อสารยังไม่พัฒนา เครื่องบันทึกเสียงเครื่องแรกที่ใช้บันทึกในวัดนั้น พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ รัชกาลปัจจุบันได้พระราชทานทรัพย์สินส่วนพระองค์ถวายเครื่องบันทึกเสียงจากญี่ปุ่นในราคา 300,000 บาทในสมัยนั้น ซึ่งเริ่มใช้บันทึกเสียงธรรมะของหลวงปู่เป็นแห่งแรก แต่เดิมสื่อเสียงของวัดมีมาก่อนหน้านั้นแต่อัดด้วยเครื่องอัดเทปแบบธรรมดา

ปัจจุบันสื่อบันทึกเสียงที่ทางวัดสร้างเพื่อจำหน่ายที่ตึกรับแขกจะเป็นซีดี วีซีดี MP3 USB บรรจุไฟล์คำสอน เนื่องจากกลุ่มลูกศิษย์เป็นคนรุ่นใหม่ ไม่ใช่วัยกลางคน ผู้สูงอายุเหมือนสมัยก่อนเพียงอย่างเดียว วัดจึงต้องปรับตัวโดยเปลี่ยนรูปแบบเป็น CD MP3 USB ที่สะดวกในการเปิดฟังในรถ และใช้งานกับคอมพิวเตอร์ได้

1.2.2.3 กระบวนการทำงานสื่อเว็บไซต์



รูปภาพที่ 4.3 เว็บไซต์วัดท่าซุง www.watthasung.com

เว็บไซต์ที่เป็นทางการของวัดท่าซุง สร้างขึ้นเมื่อปี 2551 โดยดำริของท่านเจ้าคุณพระภาวนา กิจวิมล เจ้าอาวาสรูปปัจจุบันที่สนองต่อปรารถนาขององค์หลวงพ่อดุสิตพรหมยานที่ต้องการให้วัดมี เว็บไซต์เป็นของตนเองเพื่อเป็นสื่อกลางข่าวสาร กิจกรรมและหลักธรรมคำสอนให้แก่ลูกศิษย์ ปัจจุบัน สื่อเว็บไซต์ของวัดดูแลโดยพระอาจารย์ชัยวัฒน์ อชิโต มีคณะทำงานประกอบด้วยพระสงฆ์และลูกศิษย์

จากการสัมภาษณ์พระอาจารย์ชัยวัฒน์ อชิโต พบว่า คณะทำงานที่เป็นพระสงฆ์จะรับผิดชอบ เนื้อหาธรรมะ กิจกรรม ข่าวสาร กำหนดการประจำปีของวัด ตลอดจนกำหนดการเดินทางของท่าน เจ้าอาวาสไปยังสถานที่ต่างๆ เช่น เมื่อเดือน ก.พ. 2557 ที่ผ่านมา ท่านเจ้าคุณพระภาวนากิจวิมล เจ้าอาวาสรูปปัจจุบันเพิ่งไปแจกสิ่งของเครื่องใช้ให้แก่คนยากจนแก่ทหารตามชายแดน พระอาจารย์ ชัยวัฒน์ก็จะนำข่าวสารลงเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ให้ทราบโดยทั่วกัน

ส่วนคณะทำงานที่เป็นลูกศิษย์จะเป็นผู้ติดตามท่านเจ้าอาวาส และส่งข่าว ภาพข่าวมาทาง อีเมล ไลน์ (LINE) หรือเข้ามาส่งที่วัด การคัดเลือกและนำเข้าเนื้อหาส่วนใหญ่จะคัดเลือกจากใน หนังสือ ไฟล์เอกสารที่ถอดเทปไว้แล้ว ไฟล์เสียงเทศน์ของหลวงพ่อดุสิตมาปรับให้เหมาะสำหรับเผยแพร่ใน เว็บไซต์ โดยตัวเว็บไซต์เองจะไม่ได้มีการสร้างเนื้อหาธรรมะขึ้นมาใหม่ เป็นเพียงการนำธรรมะที่หลวง พ่อดุสิตสอนแล้วมาทยอยนำเข้าระบบ เนื้อหาใหม่ที่เพิ่มเข้ามามีเพียงกิจกรรมของวัดในปัจจุบัน

เนื้อหาของเว็บไซต์แบ่งเป็นส่วนหลักธรรมคำสอนทั้งในรูปแบบเสียงเทศน์ MP3 คลิปวิดีโอ บทความ และข่าวสารกิจกรรมของวัด

ทั้งนี้ ทางวัดมีนโยบายสงวนลิขสิทธิ์ในการคัดลอกข้อมูลคำสอนเพื่อการค้าโดยไม่ได้รับ อนุญาต เนื่องจากปัจจุบันมีกลุ่มคนบางกลุ่มนำเนื้อหาธรรมะของหลวงพ่อดุสิตไปตีพิมพ์เพื่อประโยชน์ทาง ธุรกิจ ซึ่งหากเป็นการเปิดฟัง คัดลอกโดยไม่เป็นการแสวงกำไร ทางวัดก็ยินดีให้เผยแพร่อย่างอิสระ โดยทางวัดได้พัฒนาเว็บไซต์ให้สะดวกในการฟังเสียง ชมคลิปวิดีโอ เข้าถึงสื่อของวัดได้ง่ายที่สุด แม้กระทั่งผ่านสมาร์ตโฟนก็สามารถเปิดรับสื่อของวัดท่าซุงได้

1.2.2.4 กระบวนการทำงานสื่อเฟซบุ๊ก



รูปภาพที่ 4.4 เฟซบุ๊กมูลนิธิหลวงพ่อดุสิต-พระมหาวิระ ธารโธ

พระสมุห์มงคลเวทย์ สุธมมฐานวโร พระเถระที่รับผิดชอบดูแลภาพรวมสื่อภายในวัด กล่าวว่า เฟซบุ๊กที่เป็นทางการของวัดดูแลโดยกลุ่มลูกศิษย์มูลนิธิหลวงพ่อบาน-พระมหาวิระ ถาวร ถือเป็นสื่อออนไลน์สื่อหลักที่มีประสิทธิผลมากที่สุดในการเผยแพร่ข่าวสารของวัดในปัจจุบัน ก่อนหน้านี้สื่อหลักในวัดมีเพียงนิตยสารธัมมวิโมกข์ หนังสือ เว็บไซต์ แต่ภายหลังทางวัดพบปัญหาความผิดพลาดด้านข้อมูลเนื่องจากสื่อต่างๆ ของวัดลงกำหนดการกิจกรรมที่ไม่ตรงกัน ตลอดจนไม่ได้ควบคุมทิศทางการสื่อสารให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันในทุกสื่อ เฟซบุ๊กจึงสร้างขึ้นเพื่อเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ที่ทันสมัย เป็นปัจจุบันและผ่านการตรวจสอบข้อมูลจากสื่อหลายๆ ฝ่ายในวัดอย่างถูกต้องสมบูรณ์แล้ว

เฟซบุ๊กมูลนิธิหลวงพ่อบาน-พระมหาวิระ ถาวร จะอ้างอิงข้อมูลกิจกรรมจากเว็บไซต์มูลนิธิฯ ซึ่งจะมีคณะกรรมการมูลนิธิฯ เป็นผู้ควบคุม มีพระวัดท่าซุงและคณะลูกศิษย์ประสานงานกันตลอดเวลา ดังนั้น ข้อมูลต่างๆ จึงมีการตรวจสอบหลายชั้นตอนทั้งจากคณะกรรมการมูลนิธิฯ ที่ประสานกับวัดท่าซุงโดยตรงและติดตามสื่อที่เป็นทางการของวัดท่าซุงโดยตรงอีกชั้นหนึ่ง

1.2.2.5 กระบวนการทำงานสื่อกิจกรรมและเสียงตามสายภายในวัด

จากการศึกษาสื่อต่างๆ ภายในวัด พบว่า วัดท่าซุงจะมีการแจ้งกำหนดการประจำปีของวัดไว้ล่วงหน้าผ่านหลายๆ สื่อ เมื่อถึงกำหนดจัดกิจกรรมต่างๆ อาทิ งานเสด็จเคราะห์ เดือน เม.ย. และ พ.ค. งานธุดงค์ เดือน ธ.ค. พระสมุห์มงคลเวทย์จะเป็นผู้ดูแลสื่อภายในวัด ทั้งควบคุมสื่อโทรทัศน์ ระบบกระจายเสียงที่ติดตั้งประจำจุดต่างๆ และรับผิดชอบการสื่อสารกับผู้มาปฏิบัติธรรมโดยตรง

พระสมุห์มงคลเวทย์ สุธมมฐานวโร พระเถระผู้รับผิดชอบสื่อภายในวัด กล่าวว่า การทำงานในวันงานจริงจะต้องอาศัยทีมสื่อในการบันทึกภาพนิ่ง บันทึกภาพวิดีโอ ใช้เฮลิคอปเตอร์ติดกล้องถ่ายภาพบรรยากาศงานจากมุมสูง ตลอดจนอาศัยทีมงานฆราวาสเป็นจำนวนมากเพื่อช่วยงานทั้งฝ่ายโรงงาน ฝ่ายจราจร ฝ่ายรักษาความปลอดภัย ฝ่ายตักบาตรช่วงเช้า ฝ่ายร้านค้า ฯลฯ ส่วนใหญ่เป็นคณะลูกศิษย์จากทั่วประเทศ ภาคีธรรมจากศูนย์ปฏิบัติธรรมต่างๆ ที่หลวงพ่อให้การอุปถัมภ์สนับสนุน ซึ่งจะทำให้วัดสามารถรองรับผู้คนที่มาปฏิบัติจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ



รูปภาพที่ 4.5 กิจกรรมงานบุญวันสงกรานต์และพิธีสะเดาะเคราะห์ของวัดท่าซุง

1.2.2.6 กระบวนการทำงานสื่อบุคคล

สื่อบุคคลในที่นี้ หมายถึง องค์หลวงพ่อพระราชพรหมยาน (หลวงพ่อฤาษีลิงดำ) ท่านเจ้าคุณพระภาวนาภิรมย์ เจ้าอาวาสวัดป่าสุทธจินดา แม่ชี หรือฆราวาสที่ช่วยงานวัด



รูปภาพที่ 4.6 ท่านเจ้าคุณพระภาวนาภิรมย์ เจ้าอาวาสวัดท่าซุง

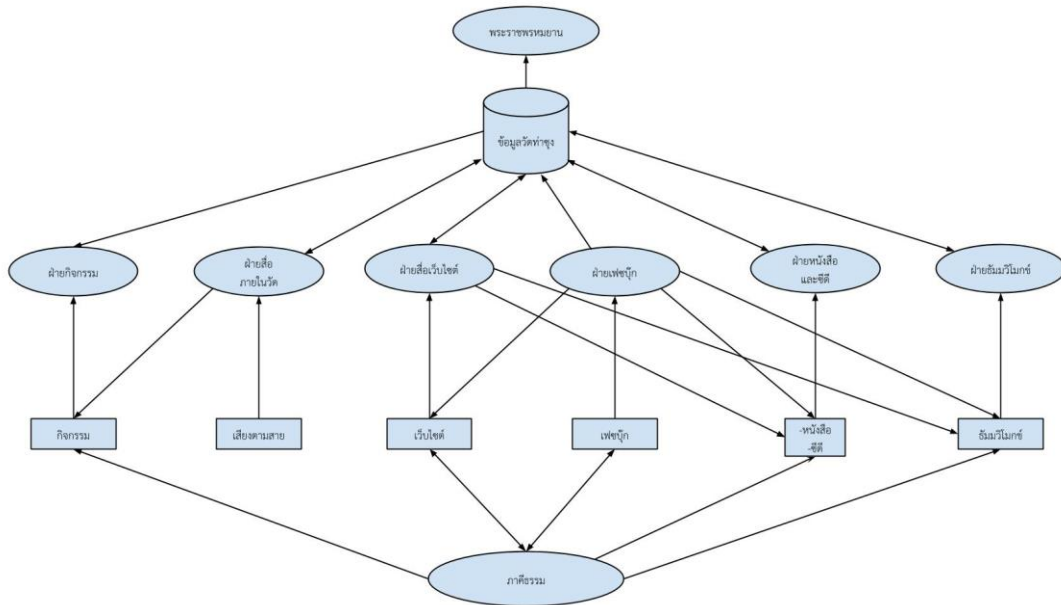
ที่มา: เฟซบุ๊กมูลนิธิหลวงพ่อบาน-พระมหาวิระ ภาวโร (2557).พระภาวนาภิรมย์. วันที่เข้าถึงข้อมูล 20 เมษายน 2557, แหล่งที่มา <https://www.facebook.com/PathToNirvana>

สมัยองค์หลวงพ่อฤาษีลิงดำ ท่านเน้นใช้สื่ออิมมูมิวกับหนังสือธรรมะที่จำหน่ายที่ตึกรับแขกเป็นหลัก สมัยนั้นท่านไม่ได้ปรารถนาเรื่องการใช้สื่อเว็บไซต์เท่าที่ควร ท่านถือว่าสื่อที่วัดท่าซุงใช้ อยู่ก็เพียงพอ อยู่ในระดับที่น่าพอใจแล้ว โดยหลักหลวงพ่อและพระสงฆ์รูปอื่นๆ ในวัดจะทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลในการประกอบศาสนกิจประจำวัน สอนปฏิบัติกรรมฐานมโนมยิทธิประจำวัน จัดงานบุญประจำปีของวัด โดยได้รับความช่วยเหลือจากแม่ชีและลูกศิษย์วัดในการอำนวยความสะดวกในการจัดงานทั้งหมด แม่ชีหรือฆราวาสบางท่านเองก็เป็นครูสอนมโนมยิทธิด้วยเช่นกัน จึงถือว่า ฆราวาสหรือแม่ชีเป็นสื่อบุคคลที่มีบทบาทในการเผยแพร่คำสอนเช่นเดียวกับพระสงฆ์

ปัจจุบันองค์หลวงพ่อพระภาวนาภิรมย์ จะเป็นผู้นำศาสนกิจต่างๆ ของวัดท่าซุง ตลอดจนได้เมตตาเดินทางไปรับสั่งขาน ไปแสดงพระธรรมเทศนา ตลอดจนสอนการปฏิบัติกรรมฐานแบบมโนมยิทธิให้แก่ลูกศิษย์ ณ ศูนย์ปฏิบัติธรรมสาขาต่างๆ เป็นประจำ ซึ่งสอดคล้องตามแนวปฏิบัติขององค์พระราชพรหมยานที่ได้ปฏิบัติให้เห็นเป็นแบบอย่างก่อนหน้านี้

1.3 กระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดท่าซุง

จากกระบวนการทำงานสื่อของวัดท่าซุงในข้างต้น สามารถอธิบายกระบวนการหลอมรวมสื่อตามแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 4.1 แสดงกระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดท่าซุง

จากแผนภาพแสดงกระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดท่าซุง ผู้วิจัยอธิบายกระบวนการทำงานสื่อตามแนวคิดการหลอมรวมสื่อ 5 ระดับของ Dailey and Spillman (2005) ได้ดังนี้

1. ระดับ Cross-promotion

เป็นขั้นความร่วมมือในการช่วยกันโปรโมตเนื้อหาจากสื่อหนึ่งผ่านอีกสื่อหนึ่ง เป็นการบอกต่อเนื้อหาให้ผู้อ่านไปติดตามผ่านสื่อต่างๆ ในองค์กร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในระดับ Cross-promotion พบว่า ภายในสื่อของวัดท่าซุงด้วยกันเอง เว็บไซต์วัดท่าซุงเป็นสื่อหลักที่คอยทำหน้าที่ช่วยโปรโมตช่องทางสื่อสารรวมถึงเนื้อหาธรรมะของวัดอื่นๆ ของวัด โดยจะแชร์บทความจากธัมมวิโมกข์ หนังสือธรรมะ E-Book เสียงธรรมตามสายที่เป็นเทปชุดคำสอนหลวงพ่ที่เปิดขณะเจริญกรรมฐานภายในวัดท่าซุง ฯลฯ

นิตยสารธัมมวิโมกข์ ซึ่งเป็นนิตยสารที่มีลงคำสอนของหลวงพ่เป็นประจำทุกเดือน ในยุคหลังอาจมีการแนะนำข่าวสาร ประกาศกำหนดการต่างๆ ของวัดท่าซุงจากในเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก รวมถึงประชาสัมพันธ์การทำงานของศูนย์สงเคราะห์ผู้ยากจนฯ ร่วมกับมูลนิธิหลวงพ่ปาน-พระมหาวิระถาวรโรตภัย ซึ่งหากผู้ที่อ่านธัมมวิโมกข์ฉบับนั้นมีความสนใจที่จะติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของศูนย์สงเคราะห์ผู้ยากจนฯ มูลนิธิหลวงพ่ปาน-พระมหาวิระถาวรโรตภัยสามารถติดตามเนื้อหาต่อไปได้

ส่วนในหนังสือธรรมปฏิบัติยุคแรกๆ จะไม่ได้มีการพิมพ์ลิ้งค์เว็บไซต์วัดให้ผู้อ่านได้ไปติดตามต่อ แต่หนังสือธรรมะในยุคหลังๆ ทางวัดได้สั่งให้พิมพ์ช่องทางเว็บไซต์หรือเฟซบุ๊กแนบไปด้วย

ทั้งนี้ วัดท่าซุงเองยังได้มีการช่วยแนะนำเนื้อหาของศูนย์ปฏิบัติธรรมของวัด วัดสาขาที่ประเทศเยอรมัน หรือองค์กรภาคีธรรมอื่นๆ ด้วยเช่นกัน โดยมักจะเป็นการแนะนำในสื่อออนไลน์ อาทิ ในเฟซบุ๊กมูลนิธิหลวงพ่อบาน-พระมหาวิระ ถาวโร ซึ่งจะมีโพสต์ที่ท่านเจ้าคุณพระภาวนากิจวิมลไปสอนกรรมฐานรับสังฆทานที่ศูนย์ปฏิบัติธรรมโคราช ผู้โพสต์ข่าวสารจะมีการบอกต่อให้ติดตามเฟซบุ๊กของศูนย์ปฏิบัติธรรมโคราชเพิ่มเติม ส่วนในเฟซบุ๊กมูลนิธิฯ เว็บไซต์วัด ธรรมวิโมกข์เองจะมีการแชร์ข่าวสารกิจกรรมต่างๆ ของวัดสาขาที่เยอรมันเป็นระยะๆ

2. ระดับ Cloning

เป็นขั้นตอนที่สื่อหนึ่งนำเนื้อหาของอีกสื่อหนึ่งไปเผยแพร่โดยไม่มีการแก้ไขหรือต่อยอดทำใหม่ อาจมีการแก้ไขบ้างแต่น้อยมาก เมื่อผ่านความร่วมมือในชั้นช่วยกันแนะนำบอกต่อเนื้อหาและตัวสื่อที่ใช้แล้ว จะพบว่าเนื้อหานั้นมีการปรับเปลี่ยน แก้ไขในลักษณะใด

ในระดับ Cloning พบว่า การบรรณาธิกรณเนื้อหาของวัดท่าซุงนั้น เนื้อหาหลักที่ทุกสื่อตั้งไปใช้จะมาจากแหล่งที่มาเดียวกัน คือ ธรรมะคำสอนหลวงพ่ที่อยู่ในรูปแบบบันทึกเสียง ไฟล์เสียงซีดี บทความในนิตยสารธรรมวิโมกข์ หรือหนังสือธรรมปฏิบัติที่ทางวัดได้ตีพิมพ์แล้ว

โดยทั่วไปหากสื่อใดต้องการคำสอนของหลวงพ่ไปเผยแพร่ในช่องทางของตนเอง จะคัดลอกมาทั้งหมดโดยไม่มีการแก้ไข เพราะเกรงว่าถ้าตัดทอน ลดค่าบางคำ จะทำให้ความหมายเดิมเปลี่ยนไป หากต้องการบางส่วนก็จะยกไปทั้งใจความ ไม่มีการตัดไปเพียงประโยคเดียว

หากเป็นข้อมูลรูปภาพ ฝ่ายสื่อต่างๆ จะได้รับอนุญาตให้เข้าถึงคลังรูปภาพส่วนกลาง สามารถเข้าไปเลือกรูปภาพข่าว ภาพหลวงพ่ได้ตามความต้องการ เพราะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่ต้องตั้งไปใช้ได้ทั่วถึงกันหมด

3. ระดับ Coopetition

เป็นขั้นตอนที่สื่อแต่ละสื่อแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันแต่ก็ยังมีการเลือกข้อมูลที่ต้องการแบ่งปันด้วย ในขณะที่เดียวกันก็มีทีมงานของแต่ละสื่อที่ผลิตเนื้อหาส่วนตัวที่แตกต่างกันไปตามความเฉพาะและกลุ่มเป้าหมายของแต่ละสื่อ

ในขั้น Coopetition แต่ละสื่อของวัดท่าซุงได้มีความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างเด่นชัด เช่น ทีมงานฝ่ายธรรมวิโมกข์ในฐานะสื่อต้นขั้วของวัดได้แชร์เนื้อหาธรรมะให้แก่ฝ่ายอื่นที่ขอข้อมูลไฟล์เสียง ข้อมูลถอดเทปเข้ามา แต่บางครั้งฝ่ายสื่อธรรมวิโมกข์เองก็ต้องประสานข้อมูลข่าวสารจากศูนย์ปฏิบัติธรรมต่างๆ ศูนย์สงเคราะห์ฯ โรงเรียนพระสุธรรมยานเถระวิทยา มีการประสานทีมช่างภาพจากบ้านสายลม ซึ่งเป็นองค์กรภาคีธรรมที่หลวงพ่เมตตาไปรับสังฆทานลูกศิษย์ที่กรุงเทพฯ เป็นประจำทุกเดือน เพื่อขอรูปภาพกิจกรรมที่เพิ่งจัดไป เพียงแต่ว่าแต่ละสื่อจะแยกกันดูในแต่ละส่วนไม่ร่วมกันผลิตข้ามสื่อกัน เว็บไซต์ก็ดูของเว็บไซต์ ธรรมวิโมกข์ก็รับผิดชอบปิดเล่มในแต่ละเดือน

ฝ่ายเว็บไซต์เองก็ต้องประสานข้อมูลเนื้อหาจากธรรมวิโมกข์ หนังสือธรรมที่ตีพิมพ์แจก ขอรูปภาพจากทีมช่างภาพที่เป็นลูกศิษย์ภายนอก เมื่อมีการประชุมคณะกรรมการวัดเพื่อออกกำหนดการประจำปีร่วมกัน ข้อมูลที่ได้ก็จะนำไปลงเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ธรรมวิโมกข์

แต่กระนั้น จะไม่มีการหวงข้อมูลไว้เผยแพร่ในสื่อของตนเอง เพราะทุกสื่อต่างทำหน้าที่เผยแพร่เนื้อหาให้เข้าถึงกลุ่มลูกศิษย์ที่ใช้สื่ออื่นๆ ขึ้นอยู่กับปัจจัยความสะดวกในการรับสื่อของลูกศิษย์ ทางวัดไม่มีนโยบายเลือกเนื้อหาใดเอาไว้เป็นของตนเองก่อน มีแต่การเลือกเนื้อหาให้เข้ากับสถานการณ์นั้นๆ มาเรียบเรียง ปรับรูปแบบใหม่เพื่อลงเผยแพร่เท่านั้น

4. ระดับ Content sharing

เป็นขั้นความร่วมมือที่เกิดขึ้นเมื่อทีมงานของสื่อมากกว่า 1 สื่อ มาร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยไม่มีเส้นแบ่งระหว่างสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร มีความร่วมมือในการทำข้อมูลมากขึ้น อาจมีการแชร์งบประมาณบางกิจกรรมร่วมกัน

ระดับความร่วมมือในขั้น Content sharing นี้ พบว่า คณะทำงานด้านสื่อของวัดท่าซุงมีการประชุมหารือตามวาระโอกาสสำคัญ เป็นการประชุมคณะกรรมการวัด เจ้าอาวาส รองเจ้าอาวาส คณะสงฆ์ ชรवास เพื่อกำหนดตารางกิจกรรมประจำปีของวัด รวมถึงอาจหารือเรื่องปัญหาการทำงานอื่นๆ ที่เกิดขึ้น ไม่ได้ประชุมเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ

กล่าวได้ว่า กระบวนการผลิตสื่อของวัดท่าซุงมีการแบ่งฝ่ายทำงานอย่างเป็นเอกเทศ แต่ละฝ่ายขึ้นตรงต่อพระเถระผู้ใหญ่ โดยในสถานการณ์ปกติจะไม่ได้มีความร่วมมือในการผลิตสื่อมากนัก จะมีการทำงานร่วมกันในบางโอกาส อาทิ ในกิจกรรมงานบุญสำคัญของวัด ซึ่งจะมีการประชุมใหญ่เพื่อแบ่งหน้าที่กันรับผิดชอบภายในงาน เช่น ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายอาคารปฏิบัติการปฏิบัติธรรม ฝ่ายโรงพยาบาลและรักษาความปลอดภัย ฯลฯ โดยฝ่ายงานด้านสื่อก็จะมีการขอความร่วมมือด้านเนื้อหา ภาพและวิดีโอจากฝ่ายต่างๆ มากเป็นพิเศษในช่วงนี้ หากเป็นในช่วงปกติที่วัดไม่มีงานใหญ่ แต่ละฝ่ายไม่ได้ใช้เนื้อหาส่วนกลางของวัดเสมอไป เพราะแต่ละสื่อจะมีเนื้อหาที่เลือกจากส่วนกลางเป็นของตัวเองอยู่แล้ว วัดไม่ได้มีกฎบังคับว่าต้องลงเหมือนกัน

ทั้งนี้ ในสื่อออนไลน์ (เฟซบุ๊ก เว็บไซต์) และนิตยสารธัมมวิโมกข์ จะพบว่ามีการใช้ข้อมูลร่วมกันมากกว่าสื่อหนังสือ สื่อบันทึกเสียง โดยสื่อออนไลน์จะต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหากับพระอาจารย์ ตลอดจนสื่อธัมมวิโมกข์ที่ดูแลกิจกรรมข่าวสารโดยรวมทั้งหมดอยู่เป็นระยะๆ เพื่อควบคุมสิ่งที่สื่อสารออกไปให้เป็นเรื่องเดียวกัน

ขณะนี้เนื้อหาหลักส่วนใหญ่จะอยู่ที่สำนักงานธัมมวิโมกข์และกำลังจะสร้างเป็นศูนย์ข้อมูลในอนาคตโดยมีมูลนิธิหลวงพ่อบาน-พระมหาวิระ ถาวโร เป็นผู้ดูแล

5. ระดับ Convergence

เป็นขั้นการทำงานที่เดิมแยกกันเป็นฝ่าย ถูกรวมศูนย์ไว้โดยมีตัวแทนจากทุกสื่อมาร่วมกันทำงานแบบมีมติเดียว ทุกฝ่ายร่วมกันทำงานตั้งแต่วางแผน หาข้อมูล ผลิตและเผยแพร่เป็นทีมเดียวกัน ให้เหมาะกับแต่ละช่องทางสื่อ

ปัจจุบันฝ่ายสื่อวัดท่าซุงยังคงทำงานแยกกันเป็นฝ่าย แต่บางฝ่าย เช่น เฟซบุ๊ก ดำเนินการโดยคณะลูกศิษย์ ไม่ได้ดำเนินการโดยวัด ศูนย์การปฏิบัติงานก็ไม่ได้เป็นส่วนเดียวกับทางวัด เนื่องจากทางคณะลูกศิษย์เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทำสื่อร่วมกับทางวัดมาตั้งแต่สมัยหลวงพ่อดำ

แต่กระนั้นความพยายามที่จะรวมศูนย์การทำงานแต่ละสื่อ ควบรวมฝ่ายสื่อบางฝ่ายที่มี ขอบข่ายงานใกล้เคียงเข้าด้วยกัน เช่น หนังสือธรรม หนังสือสังฆทาน นิตยสารธัมมวิโมกข์ เข้าด้วยกัน อาจยังไม่เกิดขึ้น เนื่องจากหลายปัจจัย เช่น มีพระเถระผู้ใหญ่และพระสงฆ์หลายรูปดูแล การแบ่งฝ่าย ทำงานอาจทำให้เกิดความรวดเร็วในการประสานงานและมีความคล่องตัวในการผลิตสื่อมากกว่า

ทั้งนี้ สื่อบางประเภทก็ไม่เหมาะสมที่จะเผยแพร่กิจกรรมสู่สาธารณะ เช่น สื่อโทรทัศน์ เนื่องจากแนวปฏิบัติกรรมฐานแบบมโนวิธิของวัดมีความเกี่ยวข้องกับความเชื่อ ความศรัทธาส่วนบุคคล และเป็นเรื่องอภิญญาทางจิตที่ไม่สามารถพิสูจน์ได้ด้วยตาเปล่า ลูกศิษย์บางกลุ่มก็ไม่ต้องการให้มีสื่อบันทึกภาพเผยแพร่สู่สาธารณะ เพราะเกรงว่าจะกระทบต่อภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ตำแหน่งหน้าที่ การงาน รวมถึงบุคลากร ทรัพยากรต่างๆก็ไม่ได้มีมากเหมือนวัดขนาดใหญ่หลายๆ วัด

อย่างไรก็ตาม แม้วัดท่าซุงได้พยายามขับเคลื่อนองค์กรสื่อศาสนาไปตามกระแสทางโลก เช่น พัฒนาสื่อ E-Book ผลิตสื่อคำสอนลงใน USB ตามปัจจัยที่เอื้ออำนวย แต่ทางวัดอาจไม่มีความพร้อมที่จะสร้างสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมหรือสื่ออื่นๆ เพิ่มขึ้น เนื่องจากสื่อที่ใช้ในขณะนี้ พระในวัดก็ทำงาน รับผิดชอบมากอยู่แล้ว

2. กระบวนการหลอมรวมสื่อของสวนโมกขพลาราม

ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยกระบวนการหลอมรวมสื่อของสวนโมกขพลาราม เป็น ประเด็นต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

2.1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อสวนโมกขพลาราม ตามแนวคิดของท่านพุทธทาส อินทปัญโญ ท่านนำเอาคำว่า “ปลา” ซึ่งเป็นชื่อต้นไม้ที่มีอยู่มากในบริเวณป่าแถบนั้น แล้วเลือกเอาคำว่า “โมกข” มารวมกันกลายเป็นสวนโมกขพลาราม ความหมายว่า ป่าไม้ที่น่ายินดี เป็นกำลังใจให้ถึงธรรมเครื่องหลุดพ้นจากทุกข์ เป็นชื่อสำนักป่าที่จัดขึ้นมาเพื่อส่งเสริมวิปัสสนาธุระ

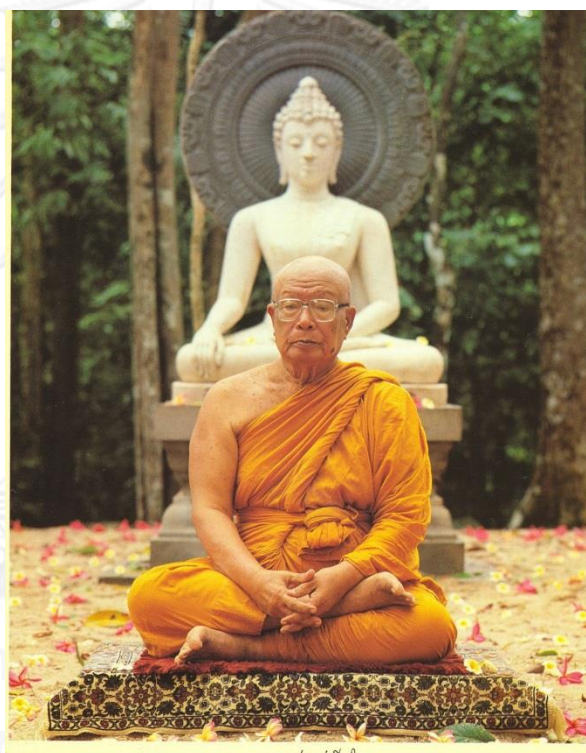
อย่างน้อยตั้งแต่ปี พ.ศ.2475 ท่านอาจารย์พุทธทาสมองเห็นว่าโลกกำลังเข้าไปสู่วิกฤตการณ์ใหญ่เพราะลัทธิวัตถุนิยม สิ่งที่ท่านทำตลอดชีวิต คือ การปลูก “โลกุตโรสถ” ให้เป็นยาสามัญประจำบ้าน เพื่อช่วยให้มนุษย์หลุดพ้นจากการถูกรอบงำด้วยอำนาจของวัตถุนิยม สวนโมกขพลารามหรือสวนที่เป็นพลังแห่งความหลุดพ้น (จากอำนาจของวัตถุนิยม) จึงยิ่งทวีความสำคัญยิ่งขึ้นควรที่ชาวพุทธจะร่วมกันรักษาไว้ให้เป็นเครื่องเตือนให้ระลึกถึงปณิธาน 3 ข้อที่ท่านมอบไว้ให้ ได้แก่ พยายามทำตนให้เข้าถึงหัวใจแห่งศาสนาของตน พยายามช่วยกันถอนตัวออกจากอำนาจของวัตถุนิยม และพยายามทำความเข้าใจระหว่างศาสนา (ประเวศ ะสี, 2556)

จากการศึกษาอัตตชีวประวัติของท่านพุทธทาส พระประชา ปสนนธมโม (2546) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของสวนโมกข์ ท่านพุทธทาสต้องการรื้อฟื้นและส่งเสริมการปฏิบัติธรรมแบบที่เป็นตัว พุทธศาสนามันหายไป ต้องรื้อกลับขึ้นมาให้มีการปฏิบัติชนิดนั้นและต้องส่งเสริมให้ก้าวหน้าถึงที่สุด เพราะท่านมองว่า การศึกษาปริยัตินั้นมันก็พลอยตายด้านไป เพราะการปฏิบัติอันเป็นหัวใจสำคัญของ พระพุทธศาสนาไม่มี ก็เลยอยากให้สวนโมกข์เป็นสถานที่ที่จะเผยแผ่ทั้งหลักปริยัติ คือ หลักที่เป็นหลัก พระคัมภีร์และเผยแผ่การปฏิบัติให้ชัดเจนและหลักปฏิบัติ ดังนั้น เมื่อขณะนี้ไม่มีการปฏิบัติใดเป็นแบบ

ฉบับ วิธีปฏิบัติกัมมัฏฐานวิปัสสนากำลังจะไม่มี จึงคิดว่าจะต้องถอดออกมาใหม่จากพระบาลีโดยตรง จึงทำงานค้นคว้าพระสูตรที่เป็นหลักปฏิบัติออกมาใหม่ ทำให้เกิดหนังสือ “ตามรอยพระอรหันต์” ขึ้น

ทุกวันนี้วัดโดยทั่วไปมีวัตถุมงคลและเจ้าอาวาสต้องไปบริหารวัตถุมงคลเสียมากกว่าบริหารธรรม และโดยทั่วไปพระก็จัดการสู้ฆราวาสเก่งๆ ไม่ได้ ควรจะมีระบบที่คณะฆราวาสที่เก่ง ๆ เข้ามาช่วยบริหารวัด เพื่อแบ่งเบาภาระให้พระมีเวลาไปบริหารธรรมมากขึ้น วัดต้องเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและชุมชนมีบทบาทเข้ามาดูแลวัดและพระ ชุมชนต้องกำกับไม่ให้พระออกนอกกลุ่มนอกทางธรรมด้วย ถ้าวัดแยกตัวออกจากชุมชนจะเกิดความเสื่อมดังในปัจจุบัน

สำหรับคติพจน์ประจำสวนโมกข์ คือ กินข้าวจานแมว อาบน้ำในคู นอนกุฏิเล่าหมู ฟังbungร้องเพลง ฯลฯ เป็นหลักปฏิบัติเพื่อไม่มีปัญหาทางด้านการเป็นอยู่ฝ่ายวัตถุ และเหมาะสมแก่การก้าวหน้าทางจิตใจ โดยหลักธรรมชาติที่ว่า กินอยู่อย่างต่ำ มุ่งกระทำอย่างสูงนั่นเอง



รูปภาพที่ 4.7 หลวงพ่อพุทธทาส อินทปัญโญ

สำหรับประวัติของท่านพุทธทาสภิกขุ ท่านพุทธทาส เดิมชื่อ เจื่อม พานิช เป็นชาวไชยา จ.สุราษฎร์ธานี เกิดในตระกูลพ่อค้า เมื่อ พ.ศ.2449 เด็บโตเล่าเรียนช่วยงานค้าขายของครอบครัว บวชเมื่ออายุครบ 20 ปี ฉายา “อินทปัญโญ”

ในปี พ.ศ.2471 เข้าเรียนเปรียญธรรมที่กรุงเทพฯ ด้วยคิดว่าเป็นเมืองสวรรค์ พระภิกษุล้วนเป็นพระอรหันต์ แต่แล้วก็พบว่าไม่เป็นอย่างที่คิด ท่านเบื่อเรียนจนสอบตกเปรียญธรรม 4 จึงเลือกกลับมาয়บ้านเกิดที่ อ.ไชยา มุ่งมั่นศึกษาค้นคว้าและปฏิบัติจากพระไตรปิฎกตลอดทั้งอรรถกถาต่างๆ

ด้วยตนเองร่วมกับน้องชาย นายธรรมทาส โดยคณะธรรมทานจัดตั้งสวนโมกขพลารามขึ้นที่วัดร้าง
ตระพังจิก เมื่อ พ.ศ.2475 ก่อนจะย้ายมายังที่ตั้งปัจจุบัน ณ วัดธารน้ำไหล ในปี พ.ศ.2488

งานด้านเผยแผ่ธรรมะ ท่านได้จัดพิมพ์หนังสือคู่มืออุบาสกอุบาสิกาและหนังสือทำวัตรสวด
มนต์แปลครั้งแรกในปี พ.ศ.2497 เริ่มแสดงธรรมออกอากาศเป็นประจำทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ปี
พ.ศ.2502 สร้างโรงมหรสพทางวิญญานในปี พ.ศ.2505

เริ่มโครงการพิมพ์หนังสือชุดธรรมโฆษณ์ปีพ.ศ.2511 จัดทำกฎบัตรของพุทธบริษัทในโอกาส
สวนโมกข์ครบ 50 ปี ในปี พ.ศ.2525 เริ่มดำเนินงานสวนโมกข์นานาชาติสำหรับอบรมปฏิบัติธรรมใน
ปี พ.ศ.2530 จนกระทั่งปี 2549 ยูเนสโก (UNESCO) ได้ประกาศยกย่องท่านพุทธทาสให้เป็นหนึ่งใน
บุคคลสำคัญของโลก (หอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ, 2554)

ท่านพุทธทาสภิกขุในฐานะผู้ริเริ่มการเทศนาธรรมเป็นหนังสือ

ท่านพุทธทาสภิกขุได้กล่าวถึงมูลเหตุที่มาของการเทศนาธรรมบนธรรมาสน์เป็นหนังสือว่า
เคยไปพูดครั้งแรกที่กรุงเทพฯ เมื่อปี พ.ศ.2483 ขณะนั้นนายสัญญา ธรรมศักดิ์ สมัยดำรงตำแหน่ง
ปลัดกระทรวงยุติธรรมเป็นคนนิมนต์ขึ้นไปแสดงที่พุทธธรรมสมาคม ก่อนไปเทศน์ก็เตรียมหัวข้อใส่
สมุดแบบฝึกหัดนักเรียนเล่มเล็กๆ เมื่อรู้ว่าต้องพูดก็อยากใช้คำว่าพุทธธรรม ซึ่งเป็นชื่อของสมาคมใน
สมัยนั้นด้วยก็เลยตั้งใจที่จะให้ชุดนี้เป็นชุดที่เกี่ยวกับพุทธธรรมในทุกแง่ทุกมุม จึงพูดเกี่ยวกับพุทธธรรม
เช่น “วิถีแห่งการเข้าถึงพุทธธรรม”(2483) “ผลแห่งความสงบในฐานะเป็นพุทธธรรม”(2485) “พุทธ
ธรรมกับสันติภาพ”(2489) “พุทธธรรมกับประชาธิปไตย”(2490) “ภูเขาแห่งวิถีพุทธธรรม” หรือ
“อุปสรรคแห่งการเข้าถึงพุทธธรรม”(2491) “ขยายความภูเขาแห่งวิถีพุทธธรรม”(2492) “ข้อคิดใน
ปัจจุบันเกี่ยวกับพุทธธรรม” (2493) ภายหลังทางผู้จัดนำเนื้อหาไปลงหนังสือพิมพ์รายวัน มีคนจดชว
เลขแปลเป็นไทย ท่านก็เอามาตรวจแก้ไขไปลงหนังสือพิมพ์พุทธศาสนา จนตอนหลังๆ จึงมีเทปเส้นลวด
มาบันทึกเสียง

ท่านพุทธทาสได้ปรารภว่า งานเผยแผ่ธรรมะนั้นตั้งใจทำให้ยิ่งๆ ขึ้นไป การเผยแพร่นั้นก็มุ่ง
เรื่องการทำหนังสือ เขียนหนังสือเป็นหลัก เรื่องการเทศน์ก็กลายเป็นเรื่องรอง แต่ต้องไม่เป็นการเทศน์
แบบเดิมๆ ต้องใช้สำนวนเปรียบเทียบสมัยใหม่

สื่อธรรมะท่านพุทธทาสทางวิทยุ

ท่านพุทธทาสให้สัมภาษณ์ไว้ในหนังสือเล่าไว้เมื่อวัยสนธยา ซึ่ง พระประชา ปสนนธมโม
(2546) ได้บันทึกไว้ว่า ท่านพุทธทาสได้เทศนาธรรมทางวิทยุครั้งแรกเมื่อกรมประชาสัมพันธ์ 7 ธนบุรี
ได้นำเรื่อง “หลักพระพุทศาสนา” ไปอ่านออกอากาศเป็นประจำตอนเช้า เริ่มออกอากาศ 22
กรกฎาคม พ.ศ.2502 เขาอ่านจากหนังสือที่พิมพ์แจกในงานกฐินพระราชทานของกระทรวงยุติธรรม
เมื่อปี 2499 ที่เป็นชุดอบรมผู้พิพากษาปีแรก ต่อมาพันเอกสาตี ปาลกุล มาขอให้อัดเทปออกอากาศที่
สถานีวิทยุ ปวธ. ที่เขาเป็นผู้อำนวยการอยู่ ก็ได้เอาชุด คนถึงธรรม ธรรมถึงคน และ ตัวกู-ของกู มา
อ่านใหม่เป็นตอนๆ ให้ได้ครึ่งชั่วโมง ตอนที่เริ่มสร้างโรงมหรสพทางวิญญานยังไม่เสร็จ ออกอากาศอยู่
นานติดต่อกันเป็นปี

ยุคหลังๆ ชุติที่พูดออกอากาศเดือนละครั้งทุกอาทิตย์ที่ 3 ของเดือน กรมประชาสัมพันธ์ติดต่อขอให้เริ่มออกอากาศ 18 มิถุนายน พ.ศ.2521 ทางวัดก็อดเสียงส่งไปให้ทางกรมประชาสัมพันธ์สุราษฎร์ธานีจัดส่งไปให้ที่สถานีวิทยุบ้านดอน เรื่องเวลาในการไปเทศน์ตามที่ต่างๆ ท่านก็บอกว่า เวลาไม่ต้องแบ่ง ทำไปตามความสะดวก ไม่ได้มีตารางที่ตายตัว เวลาพูดก็อาจมีบัตร์ย่อเรื่องที่พูดเป็นกิจจะลักษณะ หรือทำเป็นโครงไว้ว่าพูดเรื่องอะไรแล้วต่อไปเรื่องอะไร เมื่อฝึกพูดมากขึ้น เมื่อเก็บไว้นานก็มีหลายเรื่องหลายแนว จะพูดเรื่องอะไร แนวอะไร มันก็ปะติดปะต่อเรื่องนั้นๆ ออกมาง่าย ไม่ต้องเตรียมตัวมาก

การปรับตัวของหนังสือพิมพ์ “พุทธศาสนา”



รูปภาพที่ 4.8 หนังสือพิมพ์พุทธศาสนาในอดีต

ความมุ่งหมายในการออกหนังสือพิมพ์พุทธศาสนา ท่านพุทธทาส กล่าวว่า ท่านมีความคิดที่จะตั้งคณะธรรมทานและสวนโมกข์ จะต้องม็เครื่องมือสำหรับจะโฆษณาหรือติดต่อ จึงจำเป็นต้องมีหนังสือพิมพ์เล็กๆ ฉบับหนึ่ง อีกอย่างหนึ่งก็เป็นการเผยแพร่ธรรมะเป็นบุญกุศล

ปัจจุบันหนังสือพิมพ์พุทธศาสนาได้มีการเปลี่ยนรูปแบบเป็นวารสารพุทธศาสนา และกำลังทยอยตีพิมพ์ซ้ำเพื่ออนุรักษ์ต้นฉบับของหนังสือพิมพ์พุทธศาสนาในยุคแรกๆ ของท่านพุทธทาสเอาไว้

หนังสือธรรมโฆษณ์

สุวรรณา เหลืองชลธาร และคณะ (2541) กล่าวถึงหนังสือธรรมโฆษณ์ไว้ในหนังสือ “พุทธทาส สอนโมกขพลาราม กำลั้งแห่งการหลุดพ้น” ว่าเป็นหนังสือธรรมะชุดที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน เกิดจากการปรารภของท่านพุทธทาสว่า ธรรมะที่ท่านสอนไปมากต่อมากแล้ว ถ้าไม่รวบรวมเข้าด้วยกันมันจะสูญหาย กระจัดกระจายหมด ภายหลังจึงเปลี่ยนวิธีเทศน์มาเทศน์เป็นชุด เป็นเรื่องราวต่อกันเพื่อสะดวกแก่การพิมพ์ เช่น ชุดธรรมปาติโมกข์ ที่เทศน์หน้าโรงมหรสพทางวิญญาณ ชุดอานาปานสติภาวนาฉบับสมบูรณ์ เมื่อคิดจะพิมพ์เป็นเล่มใหญ่จึงใช้ชื่อ “ธรรมโฆษณ์” เพราะเรียกได้ง่าย ความหมายก็ดี

ธรรมทานมูลนิธิ

คณะทำงานด้านสื่อของสวนโมกขพลาราม หลักๆ ดำเนินการโดยธรรมทานมูลนิธิ มีนายเมตตา พาณิชเป็นประธานมูลนิธิ มีหน้าที่รับผิดชอบสื่อและข้อมูลทั้งหมดของสวนโมกขพลาราม ส่วนมากคณะทำงานจะเป็นคนในพื้นที่ที่ศรัทธาท่านพุทธทาส แบ่งเป็นคนทำงานรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ที่เป็นอาสาสมัครเข้ามาช่วยงาน

บุคลากรในองค์กรมีความยืดหยุ่นต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานสูง เพราะต้องปรับตัวไปตามเทคโนโลยีสมัยใหม่อยู่ตลอดเวลา แต่สื่อของธรรมทานมูลนิธิอาจไม่ได้ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงมาก ไม่มีลูกเล่นสวยๆ ที่เน้นขายรูปแบบ แต่จะเน้นด้านเนื้อหาอย่างเดียว เน้นการจัดวางให้อ่านง่าย ถูกต้องตามคำสอนของท่านพุทธทาสเป็นสำคัญ

โครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กร

โครงสร้างองค์กรสื่อของสวนโมกขพลารามจะไม่ได้มีรูปแบบองค์กรแบบเป็นทางการที่มีลำดับชั้นการสั่งงาน บุคลากรอยู่กันแบบเพื่อน พี่ น้อง การมอบหมายงานของธรรมทานมูลนิธิจะตั้งผู้รับผิดชอบสื่อหลักไว้ เมื่อต้องการติดตามงานจะได้ตามจากหัวหน้าผู้รับผิดชอบงาน แต่เมื่อปฏิบัติงานจริงต้องทำได้ทุกหน้าที่ สามารถปฏิบัติหน้าที่แทนกันได้ เพราะไม่ได้เป็นองค์กรขนาดใหญ่ ปัจจุบันสวนโมกขพลารามทำงานร่วมกับหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญญา

หอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญญา

หอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญญา เป็นศูนย์เรียนรู้และสถานบริการด้านศาสนธรรมอันรื่นรมย์ เป็นกำลังเพื่อการบรรลุธรรมในลักษณะ Spiritual Fitness & Edutainment Center มุ่งสืบสานงานพระพุทธศาสนา ผ่านงาน ปณิธาน และอุดมการณ์ของพุทธทาสภิกขุในการนำพาความถูกต้อง และสันติสุขทั้งทางกาย จิตใจ และปัญญา ให้กลับคืนสู่สังคมมนุษยชาติ

ปัจจุบันหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญญา ทำหน้าที่รวบรวม ดูแล รักษา และจัดระบบบริการสืบค้นมรดกธรรม เอกสารข้อเขียนต้นฉบับต่าง ๆ ของพุทธทาสภิกขุ ตลอดจนการให้บริการสนับสนุนการศึกษา ค้นคว้า วิจัย พัฒนา เผยแพร่และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านศาสนธรรม การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างด้านสติปัญญาและจิตใจให้เจริญจนกล้าแข็งในการถูกต้องตั้งงาม จนเป็นผู้สงบเย็น และเป็นประโยชน์ (หอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญญา, 2554)

สื่อของหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ

จากการศึกษาเอกสาร “8 เรื่องน่ารู้ สวนโมกข์กรุงเทพ หอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ” พบว่า สื่อที่ใช้ในหอจดหมายเหตุพุทธทาส ประกอบด้วยสื่อต่างๆ ดังนี้

1. ธรรมะเพื่อชีวิต

รายการวิทยุทางเครือข่ายสถานีวิทยุพิทักษ์สันติราษฎร์ (สวพ.) ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ทั่วประเทศ 44 สถานี เริ่มจัดตั้งตั้งแต่ พ.ศ.2552 อย่างต่อเนื่องถึงปัจจุบัน ออกอากาศทุกวันเสาร์-อาทิตย์ ต้นเดือน เวลา 17.30-18.00 น. ในลักษณะการสนทนาสบาย ๆ สอดแทรกเนื้อหาทางธรรม สำหรับชีวิตประจำวัน กับพระอาจารย์ปราโมทย์ เกตุบุญเกลี้ยง หนึ่งในผู้ก่อตั้งหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ

2. ธรรมะใกล้มือ

คลิปเสียงธรรมะและข้อความธรรมะสั้น ๆ (SMS) ประจำวัน ของพุทธทาสภิกขุ พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต) และพระมหาวิจิตร วชิรเมธี (ว.วชิรเมธี) บริการผ่านเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ เริ่มให้บริการมาตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ.2552 ปัจจุบันมีผู้สมัครใช้บริการมากกว่า 44,000 คน และเดือนมีนาคม พ.ศ. 2554 เป็นต้นมาได้เพิ่มสาระธรรมคำสอนของปัญญา นันทภิกขุ และพระไพศาล วิสาโล เข้าไว้ด้วยกัน

3. สารธรรมเพื่อมวลชน

คลิปเสียงและภาพประกอบเสียงธรรมะของพุทธทาสภิกขุ พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต) และพระมหาวิจิตร วชิรเมธี (ว.วชิรเมธี) ออกอากาศเป็นประจำทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 11 ช่อง 19 และช่อง 5 ทางสถานีวิทยุเครือข่ายกรมประชาสัมพันธ์ และ อสมท. ทั่วประเทศ ตลอดจนเครือข่ายและเคเบิลช่องอื่นๆ อย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มเผยแพร่ในเดือนมกราคม พ.ศ.2554 ได้เพิ่มสารธรรมของปัญญา นันทภิกขุ และพระไพศาล วิสาโล เข้าไว้ด้วยกัน

4. ธรรมะออนไลน์

www.bia.or.th – แหล่งสืบค้นฐานข้อมูลจดหมายเหตุพุทธทาส และรวบรวมข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ พร้อมเผยแพร่กิจกรรมของหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ และรวบรวมข่าวสาร ความรู้ พร้อมเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ของหอจดหมายเหตุฯ

www.Dhamma4u.com – ธรรมะสบาย ๆ ที่เข้าใจง่าย ประยุกต์ใช้งานได้จริง มีเนื้อหาที่หลากหลาย จากพระรูปต่างๆ พร้อมดาวน์โหลดธรรมบรรยายในรูปแบบ MP3 รวบรวมละเอียดสถานปฏิบัติธรรมกว่า 100 แห่งทั่วประเทศไทย และสามารถรับสมัครธรรมะทางอีเมล ซึ่งจะส่งให้เป็นประจำทุกวันตอนเช้า

ทั้งนี้ ยังสามารถรับข้อธรรมและเสียงธรรมประจำวันทางอีเมลเป็นประจำทุกวันโดยส่งอีเมลมาที่ dhammadd@Dhamma4u.com หรือติดตามผ่านทวิตเตอร์ที่

<http://twitter.com/buddhadasa> รวมถึงเฟซบุ๊กหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญที่

<http://www.facebook.com/buddhadasaarchives>

5. หนังสือและสื่อธรรม

ภารกิจที่สำคัญของหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ คือการศึกษาวิจัยและพัฒนา ตลอดจนการพัฒนาต้นฉบับหนังสือและสื่อธรรมใหม่ ๆ เพื่อเผยแพร่และให้การสนับสนุนส่งเสริม

สำนักพิมพ์และสื่อต่าง ๆ ในการนำเสนอธรรมเผยแผ่ให้กว้างขวาง รวมทั้งการจัดแปลเป็นภาษาต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการเข้าถึงธรรมตามยุคสมัยในหลายรูปแบบ จึงมีการผลิตหนังสือ และสื่อธรรมอื่น ๆ ครอบคลุมทั้งระบบมัลติมีเดีย วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต

การบริหารงานแบบธรรมภาคีสถาบันบุญนิยม

หอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ บริหารจัดการโดยคณะกรรมการดำเนินงานหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ โดยมีสวนโมกขพลาราม วัดธารน้ำไหล และคณะธรรมทาน (ธรรมทานมูลนิธิ) เป็นตัวแบบและที่ปรึกษาหลัก ภายใต้การกำกับของคณะกรรมการมูลนิธิหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ

หอจดหมายเหตุฯ เป็นองค์กรการกุศลแบบบุญนิยม ไม่แสวงหากำไรในเชิงพาณิชย์ อยู่ได้ด้วยเงินทำบุญแบบบริจาคและการสมทบจากกิจกรรมต่าง ๆ จึงเลือกใช้ระบบบุญบริหาร ที่อาจจะเรียกว่าบุญนิยม สามารถร่วมงานได้ในหลายลักษณะของจิตอาสา เรียกว่า “ธรรมภาคี : ผู้มีส่วนร่วมในธรรม หรือผู้มีส่วนร่วมในงานธรรม” แบบ “ธรรมได้คน คนได้ธรรม” หรือ “ธรรมมีคน คนมีธรรม” เป็นหลักการการทำงานที่เปิดกว้างต่อผู้มีจิตอาสาสมัครเข้าร่วมในงานธรรมกับสวนโมกข์กรุงเทพฯ

องค์กรภาคีธรรมที่สำคัญ ได้แก่ วัดญาณเวศกวัน นครปฐม วัดหนองป่าพง อุบลราชธานี คณะศิษย์หลวงพ่อบุญญานันทภิกขุ คณะศิษย์หลวงพ่อเทียน จิตตสุโข เครือข่ายพุทธิกา และพระไพศาล วิสาโล สถาบันวิมุตตยาลัย และพระมหาวิฑูชัย วชิรเมธี ฯลฯ มีภาคีความร่วมมือหลัก ได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บมจ. อสมท. กรมประชาสัมพันธ์ ททบ.5 ฯลฯ

ทั้งนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์หลัก (Key informants) ในฐานะผู้ผลิตสื่อของสวนโมกข์พลาราม มีจำนวน 7 คน ประกอบด้วย

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	พระอาจารย์ทวี จนทสโร	พระผู้ดูแลสื่อเสียงตามสายในวัด
2	นายเมตตา พานิช	ประธานธรรมทานมูลนิธิ
3	นายศรายุทธ เนียมมณี	เจ้าหน้าที่ด้านสื่อ ธรรมทานมูลนิธิ
4	นายวินัย พร้อมอุดม	เจ้าหน้าที่ด้านสื่อ ธรรมทานมูลนิธิ
5	นางสุกัญญาทิพ เผือกปาน	เจ้าหน้าที่ด้านสื่อ ธรรมทานมูลนิธิ
6	นายกิตติศักดิ์ รุ่งเรืองวัฒนชัย	ผู้จัดการหอจดหมายเหตุพุทธทาสฯ
7	ดร.ภัทรธร ภิญโญพิชญ์	หัวหน้าส่วนงานประชาสัมพันธ์ หอจดหมายเหตุพุทธทาสฯ

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลคณะทำงานฝ่ายผลิตสื่อของสวนโมกข์พลาราม

2.2 ภาพรวมของกระบวนการทำงานสื่อของสวนโมกขพลาราม

การนำเสนอภาพรวมกระบวนการทำงานสื่อของสวนโมกขพลาราม แบ่งเป็นหัวข้อต่างๆ ดังนี้

2.2.1 พัฒนาการของการใช้สื่อของสวนโมกขพลาราม

ธรรมทานมูลนิธิเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่รับผิดชอบสื่อธรรมะของสวนโมกขพลารามมาตั้งแต่สมัยก่อตั้งวัดที่มีท่านพุทธทาส อินทปัญโญ เป็นเจ้าอาวาส ปัจจุบันมีพระอาจารย์สุชาติ ปัญญาที่โป เป็นเจ้าอาวาสรูปปัจจุบัน กองธรรมทานยังคงปฏิบัติหน้าที่สานต่อมรดกสื่อธรรมะของท่านพุทธทาสทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นสื่อหนังสือ วารสาร เทป ซีดี เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ฯลฯ

พัฒนาการด้านสื่อของสวนโมกข์ มีจุดเริ่มต้นจากการบันทึกเสียงคำเทศน์ของท่านพุทธทาสไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ท่านพุทธทาสมีแนวคิดที่จะแสดงธรรมเป็นหนังสือมาตั้งแต่ต้น โดยกระบวนการบันทึกเสียงในยุคแรกๆ เริ่มอัดเสียงวันละ 3 เวลา เช้า – กลางวัน – เย็น มีทั้งการอัดเทปเส้นลวด เทปรีน เทปคลาสเซต จดชวเลข 3 คนแล้วมาสอบทานกันโดยมีท่านพุทธทาสตรวจสอบเองด้วย

ยุคหลังๆ ได้เปลี่ยนมาบันทึกเป็นวิดีโอแต่ไฟล์เสียเป็นส่วนใหญ่ ปัจจุบันมีเหลือบางส่วนแต่ไม่ค่อยได้เผยแพร่ มีคนทำภาพยนตร์สารคดีก็นำเอาวิดีโอบางส่วนไปออกอากาศ ส่วนสื่อใหม่อย่างเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ทางวัดก็เริ่มปรับมาใช้ในภายหลัง เนื่องจากมองว่าเป็นช่องทางที่ไม่ต้องลงทุนเพิ่มเติมแต่กระนั้นก็ไม่ได้รับความนิยมมากเท่ากับสื่อออนไลน์ของหอจดหมายเหตุพุทธทาส

ดังนั้น สื่อแต่ละประเภทที่สวนโมกข์ใช้มีที่มาจากเสียงบันทึกในเทปคลาสเซ็ท ถอดเทปเสียงให้เป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อตีพิมพ์เป็นหนังสือและเก็บสำเนาดิจิทัลในรูปซีดี โดยหลวงพ่พุทธทาสจะเป็นผู้วางโครงเรื่องการเทศนาไว้เป็นหนังสืออยู่แล้ว แต่ในส่วนขั้นตอนของการถอดเทป กำหนดหัวเรื่องในหนังสือเป็นหน้าที่ของพระผู้รับผิดชอบ อาทิ หนังสือธรรมโฆษณ์ มีพระอาจารย์ทวีเป็นผู้กำหนดหัวเรื่อง รวมทั้งมีคณะลูกศิษย์ที่เป็นฆราวาสมาช่วยทำอรรถาภิธานธรรมโฆษณ์ ทำให้เห็นภาพรวมของหนังสือธรรมโฆษณ์อย่างชัดเจน

เมื่อทางวัดได้บันทึกเสียงเรียบร้อยแล้วก็จะส่งมาให้คณะธรรมทาน ทำหน้าที่หลักในการคีย์ข้อมูล ตรวจสอบคำผิด จัดทำสารบัญ จัดรูปเล่ม เข้าเล่ม ปัจจุบันคณะธรรมทานพยายามถอดเทปสัมภาษณ์ ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาส่วนที่เป็นภาษาบาลี ส่วนการแปลงเทป ซีดีรุ่นเก่าๆ เป็นไฟล์ดิจิทัลสำหรับเก็บรักษาข้อมูลในรูปดิจิทัล เช่น ลงเว็บไซต์ บันทึกใส่ซีดี MP3 ผลิตเป็น E-Book ได้ดำเนินการเรียบร้อยแล้ว มีการเก็บข้อมูลทั้งหมดไว้คณะธรรมทานและส่งไปเก็บรักษาไว้ในคลังข้อมูลที่หอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ ที่กรุงเทพฯ ด้วย

ทั้งนี้ เนื่องจากปัจจุบันสวนโมกขพลารามทำงานร่วมเป็นองค์กรเดียวกันกับหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ จากการศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์คณะผู้บริหารของหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ พบว่า หอจดหมายเหตุฯ เป็นแหล่งเก็บรวบรวมผลงานท่านพุทธทาส ดำเนินการตามปณิธานของท่านพุทธทาสมี 3 ข้อ ข้อที่สำคัญที่สุด คือ ต้องการให้ทุกคนเข้าถึงศาสนาของตนเอง หอจดหมายเหตุฯ มีนโยบายในการเป็นศูนย์การเรียนรู้พัฒนาด้านจิตใจโดยเปิดรับทุกองค์กร มีพื้นที่ มีกิจกรรมให้เข้าร่วมอย่างเสมอภาค

การทำงานของหอจดหมายเหตุฯ มีหน้าที่เก็บข้อมูลหนังสือ เทป ซีดีของท่านพุทธทาสเพื่อเป็นฐานข้อมูลที่สะดวกในการใช้งาน สื่อออนไลน์อยากเผยแพร่อะไรก็เข้าไปค้นหาข้อมูลได้ ขณะนี้

ดำเนินการสร้างฐานข้อมูลทางธรรมยังไม่สมบูรณ์นัก แต่จุดประสงค์หลักคือ ต้องการเปิดให้บุคคลคนนอกองค์กรมาใช้แบบออนไลน์ในการสืบค้นและใช้ประโยชน์ข้อมูลโดยไม่กีดกันใดๆ

การใช้สื่อเพื่อการเผยแพร่ธรรมะในช่วงแรกจะเน้นกิจกรรม การเสวนาเป็นหลัก รองลงมาก็เป็นสื่อหนังสือ โดยฝ่ายสื่อธรรมของหอจดหมายเหตุฯ จะดูแลหนังสือธรรม ซีดี ดีวีดี ของที่ระลึก จำพวกเสื่อ ร่ม กระเป่าที่เขียนคำกลอนหลักธรรมของท่านพุทธทาสไว้

หอจดหมายเหตุฯ เป็นองค์กรที่ทำงานด้วยระบบบริหารแบบบุญนิยม เป็นลักษณะการลงแขกช่วยกันทำงานต่างๆ จนเกิดเป็นภาคีความร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายองค์กรต่างๆ สิ่งที่ย่อจดหมายเหตุฯ มีให้คือสถานที่ที่ใช้ในการจัดกิจกรรม จะมีองค์กรภาคีทางธรรมเข้ามาร่วมช่วยเหลือด้วยความศรัทธาท่านพุทธทาส และเห็นประโยชน์ในสิ่งที่หอจดหมายเหตุฯ ทำ แต่โดยหลักแล้วจะเป็นการช่วยเหลือกันเพราะมีผลประโยชน์ร่วมกันในการทำงาน

ในแต่ละปีหอจดหมายเหตุฯ จะวางแผนว่าจะออกหนังสือเล่มใดสู่ตลาดบ้าง หลักการคือ สื่อหนังสือต้องออกใหม่ให้คนได้เลือกใช้ มีการประยุกต์ใช้ให้เข้ากับสื่อมากขึ้นตามสมัย มีการปรับตัวตามตลาด กล่าวคือ ไม่ทำให้เกินงามทำให้พอดี โดยโรงพิมพ์ผู้จัดทำสื่อจะประสานขอความช่วยเหลือจากหอจดหมายเหตุฯ เรื่องภาพประกอบและข้อธรรมะซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันของธรรมทานมูลนิธิ

หอจดหมายเหตุฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาองค์กรให้เป็นสถาบันทางวิชาการ ซึ่งต้องสร้างฐานข้อมูลให้มีความพร้อม มีงานวิจัยสำหรับการค้นคว้าได้สะดวก มีศักยภาพในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เชิงลึกมากขึ้น ขณะนี้หอจดหมายเหตุฯ กำลังสร้างความสัมพันธ์กับสายธรรมในต่างประเทศ อาทิ คณะสงฆ์สายหลวงพ่อช้างที่มีสายธรรมอยู่ต่างประเทศ เชื่อมโยงกับคณะสงฆ์มาเลเซีย ทิเบต และกำลังเชื่อมโยงกับคณะสงฆ์สายจีนแผ่นดินใหญ่ เพื่อขยายฐานในการเชื่อมต่อด้านวิชาการกับนานาชาติในประเทศไทย

ปัจจุบันสวนโมกขพลารามใช้สื่อต่างๆ ในงานเผยแผ่พระพุทธศาสนา รวม 8 สื่อ ได้แก่ หนังสือ วารสารพุทธศาสนา สื่อบันทึกเสียง เพซบุ๊ก เว็บไซต์ เสียงตามสายภายในวัด สื่อกิจกรรม และสื่อบุคคล

2.2.2 ภาพรวมของกระบวนการทำงานสื่อ

เมตตา พาณิช ประธานธรรมทานมูลนิธิ กล่าวถึงรูปแบบการทำงานสื่อของคณะธรรมทานว่ามีคณะทำงานทั้งหมดประมาณ 10 คน จะแบ่งกันทำงานตามแต่ละสื่อที่บุคลากรมีความถนัดในการดูแล แต่ไม่มีหลักตายตัวว่าใครทำหน้าที่อะไร แต่จะกำหนดผู้รับผิดชอบหลัก 1 คนเพื่อทำหน้าที่ดูแลสื่อประเภทนั้นมากกว่าคนอื่น กล่าวคือ หากมีงานถอดเทปก็ต้องช่วยกันพิมพ์ จัดหน้า ตรวจสอบคำผิด ส่งต่อให้พระอาจารย์หรือผู้เชี่ยวชาญช่วยตรวจสอบความถูกต้องของบาลี โดยมากจะแบ่งงานให้สามารถทำแทนกันได้เพื่อผู้รับผิดชอบหลักไม่อยู่ ฝ่ายอื่นก็สามารถทำแทนได้

สื่อหลักที่ธรรมทานรับผิดชอบดูแล คือ สื่อสิ่งพิมพ์กับสื่อบันทึกเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือธรรมโฆษณ วารสารพุทธศาสนา สื่อบันทึกเสียง ได้แก่ เทป ซีดี ดีวีดี ส่วนเว็บไซต์ของวัดจะใช้เซิร์ฟเวอร์ของหอจดหมายเหตุฯ แล้วกำหนดเองว่าจะเสนอข้อมูล ข่าวสารอย่างไร ส่วนมากเป็นรายละเอียดข้อมูลการจัดอบรมปฏิบัติธรรม

ทั้งนี้ บุคลากรสื่อทั้งหมดของคณะธรรมทานไม่มีใครเรียนจบด้านสื่อสารมวลชนหรือมีประสบการณ์ทำงานด้านสื่อมาก่อน บางคนจบกฎหมาย บัญชี ก็มาช่วยงานด้วยจิตอาสาและความศรัทธาในท่านพุทธทาส ช่วงแรกๆ อาจต้องอาศัยเวลาในการเรียนรู้งานโดยให้ทีมงานที่ทำงานอยู่ก่อนเป็นผู้สอน บางครั้งพระอาจารย์ในสวนโมกข์ที่มีความรู้ด้านสื่อหรือทำงานสื่ออยู่กับวัดมานานช่วยสอนวิธีการใช้สื่อด้วย

ในส่วนภาพรวมกระบวนการทำงานสื่อของหอจดหมายเหตุพุทธทาส พบว่า คณะทำงานด้านสื่อจะมีการประชุมอย่างเป็นทางการทุก 3 เดือน เพื่อติดตามการทำงานเชิงนโยบาย มีคณะผู้บริหาร 4 คน ทำหน้าที่ด้านบริหารองค์กร ทหารีร่วมกันในการวางทิศทางสื่อ

สื่อหลักของหอจดหมายเหตุฯ จะเป็นเอกสารจดหมายเหตุและหนังสือธรรม โดยต้องการวางข้อมูลจดหมายเหตุเป็นฐานของงานทั้งหมด

หอจดหมายเหตุฯ แบ่งฝ่ายการทำงานสื่อตามเกณฑ์ประเภทสื่อ ได้แก่ ฝ่ายหนังสือและสื่อธรรม ดูแลสื่อหนังสือ สื่อบันทึกเสียง สื่อของที่ระลึกในส่วนห้องหนังสือและสื่อธรรม สื่อออนไลน์ ดูแลสื่อเว็บไซต์และเฟซบุ๊กของหอจดหมายเหตุฯ ฝ่ายกิจกรรม ดูแลกิจกรรมทั้งหมดที่จัดขึ้น รวมถึงการรับสมัครธรรมภาคีสำหรับสร้างเครือข่ายอาสาสมัครงานธรรม

โดยเฉพาะสื่อกิจกรรม หอจดหมายเหตุฯ จะให้ความสนใจกิจกรรมอบรม เสวนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ร่วมเป็นอาสาสมัครนำเที่ยว ซึ่งมีการวางกิจกรรมเป็นรายปี กิจกรรมเด่นๆ ส่วนใหญ่จะจัดขึ้นในช่วงเสาร์-อาทิตย์ โดยหอจดหมายเหตุฯ มีจุดมุ่งหมายที่ทำให้กิจกรรมให้เป็นเชิงลึกมากกว่า จะได้ประโยชน์มากกว่า

ในส่วนการทำงานจะประสานงานกันระหว่างสื่อในกรณีที่ต้องการความช่วยเหลือ หัวหน้าฝ่ายสื่อแต่ละสื่อจะมีอิสระในการคัดเลือกเนื้อหา โดยเป็นเนื้อหาเดียวกันทั้งหมด คือ หนังสือหรือเทปธรรมที่บันทึกเทศนาของท่านพุทธทาสนั่นเอง

อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์เชิงลึกคณะทำงานสื่อของสวนโมกขพลารามและหอจดหมายเหตุพุทธทาสฯ สามารถอธิบายกระบวนการทำงานสื่อโดยแยกเป็นประเภทสื่อ ได้ดังนี้

2.2.2.1 กระบวนการทำงานสื่อสิ่งพิมพ์

จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์การทำงานสื่อของคณะธรรมทาน พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่คณะธรรมทานรับผิดชอบ ประกอบด้วย หนังสือธรรมโมฆะ วารสารพุทธศาสนา หนังสือธรรมะทั่วไป



รูปภาพที่ 4.9 หนังสือธรรมของสวนโมกขพลารามร่วมกับหอจดหมายเหตุฯ

ที่มา: เฟซบุ๊ก BIA Book Club.(2556). หนังสือการปฏิบัติธรรม โดยพุทธทาสภิกขุ. วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 พฤษภาคม 2557, แหล่งที่มา <https://www.facebook.com/bookclub.bia>

ที่มาของเนื้อหาส่วนใหญ่มาจากพระไตรปิฎกที่ท่านพุทธทาสศึกษามาตลอดชีวิต โดยจะอยู่ในรูปแบบพระธรรมเทศนาว่าด้วยเรื่องหลักการปฏิบัติเพื่อการหลุดพ้น บทสวดมนต์ พุทธประวัติ ฯลฯ

ทั้งนี้ ลักษณะเนื้อหาที่ลงในสื่อหนังสือก็เหมือนกับสื่ออื่นๆ ของวัด เนื่องจากคัดลอกจากเทปก่อนถอดความลงเป็นหนังสือ ซึ่งกระบวนการนี้จะไม่ตัดทอนเนื้อหาที่ท่านเทศนาสอนไว้ แต่หากจำเป็นต้องเอาเฉพาะสั้น ๆ ก็จะไปขย้อหน้า เอวารรคสำคัญๆ ไป อาจมีการตัดเสียงรบกวนประเภทเสียงไอ เสียงสุนัขเห่าออกไปบ้าง

รูปแบบการผลิตสื่อหนังสือจะไม่เน้นการออกแบบ ความสวยงาม ไม่เน้นเล่มขนาดใหญ่ พยายามทำให้เล่มมีขนาดเล็กโดยย่อหรือเลือกมาเฉพาะเรื่องมาตีพิมพ์ใหม่ให้กะทัดรัด สะดวกแก่การพกพา อย่างตัววารสารพุทธศาสนา เป็นการนำเอาหนังสือพิมพ์พุทธศาสนาในอดีตมาตีพิมพ์ใหม่แต่อยู่ในรูปแบบเดิมเพื่อรักษาต้นฉบับและใจความที่อยู่ในเล่มเก่าเอาไว้

การตีพิมพ์ซ้ำจะทำเฉพาะในช่วง 10 ปีแรก ให้ได้ 10 ปี 40 เล่มเพราะหนังสือพิมพ์พุทธศาสนาแต่ก่อนเป็นราย 3 เดือน เน้นทำในรูปแบบ 2 สีและ 4 สี เพราะต้องการผลิตตามนโยบายของท่านพุทธทาสนั่นคือ “ประโยชน์สูง ประหยัดสุด”

การเลือกเนื้อหาในสื่อหนังสือ เลือกมาจากแหล่งเดียวกันคือ เทปบันทึกเสียงเทศน์ของท่านพุทธทาสที่วัดได้มีการบันทึกไว้ ธรรมทานทำหน้าที่เพียงแปลงรูปไฟล์เสียงให้เป็นตัวอักษรเพื่อตีพิมพ์เป็นหนังสือ หรือแปลงเป็นไฟล์ดิจิทัลสำหรับอัปโหลดนำเข้าสู่เว็บไซต์หรือปัมแผ่นซีดี หากดูจากหนังสือหลายๆ เรื่อง หลายๆ ปกของท่านจะทราบว่าเนื้อหามาจากท่านพุทธทาสเทศน์เกือบทั้งหมด เป็นเรื่องที่ท่านเขียนเองไม่กี่เรื่อง อาทิ ธรรมะจากพระโฆษฐ์ ขุมทรัพย์จากพระโฆษฐ์ อริยสัจจากพระ

โอษฐ์ สมัยนั้นท่านเล่าว่า เมื่อเขียนอริยสัจจากพระโอษฐ์เสร็จแล้วก็เรียบเรียงเป็นพุทธประวัติฉบับสำหรับยุวชนต่ออีกทอด

นโยบายการผลิตหนังสือมุ่งเผยแพร่หลักธรรมคำสอนตามแนวคำริของท่านพุทธทาสเป็นสำคัญ มีทั้งสี่สำหรับแจกเป็นธรรมทานให้แก่ผู้ร่วมบุญในวัด และสี่ธรรมสำหรับจำหน่ายแต่เป็นการจำหน่ายในราคาถูกลง

ผู้กำหนดตัวเนื้อหาหลักๆ คือ นายเมตตา พานิช จะเป็นผู้วางนโยบายการผลิตหนังสือของธรรมทานตามหมวดหมู่คำสอนที่ท่านพุทธทาสได้เทศน์ไว้ บางเจ้าภาพต้องการอ่านเล่มใหญ่ ๆ ก็อนุญาตให้จัดพิมพ์ไปเป็นเรื่องๆ นอกจากนั้นก็ตามแต่เจ้าภาพจะจัดพิมพ์ โดยมีธรรมทานเป็นผู้ออกแบบ

ในส่วนหนังสือธรรมสำหรับจำหน่าย ธรรมทานมูลนิธิมักได้รับการติดต่อจากสำนักพิมพ์ในการขอลิขสิทธิ์การพิมพ์เพื่อวัตถุประสงค์ใดก็ตาม โดยทางวัดก็อนุญาตและรับสี่เพียง 10% ของยอดตีพิมพ์ทั้งหมด เช่น ตีพิมพ์ 1,000 เล่ม วัดจะได้รับ 100 เล่ม สำหรับไว้แจกและจำหน่ายในแผนกสี่ธรรมของวัด ระบบการชำระเงินของวัดก็จะเป็นระบบบริการตัวเอง เน้นขายเท่าทุน เอาบุญกุศลเป็นกำไร

นอกจากนี้ งานสี่สิ่งพิมพ์นอกจากการพิมพ์ข้อมูล จัดพิมพ์หนังสือแต่ละเล่มแล้ว จะต้องรับผิดชอบดูแลของที่ระลึกที่มีคำสอนของท่านพุทธทาส อาทิ ส.ค.ส. วันปีใหม่ ชุดของขวัญส่งสุขด้วยหนังสือ ที่คั่นหนังสือคำกลอนธรรมะท่านพุทธทาส ของใส่ดินสอคำกลอน กระเป๋าใส่เงิน ฯลฯ เหล่านี้เป็น การแปลงสี่หนังสือให้เป็นสี่ของที่ระลึกหลากหลายรูปแบบ ซึ่งมีลูกศิษย์ผู้สนใจได้ขออนุญาตสร้างและนำมามอบให้ธรรมทานมูลนิธิจำหน่ายเพื่อนำเงินมาบำรุงวัดอย่างต่อเนื่อง โดยธรรมทานมูลนิธิจะพิจารณาตามเหมาะสมว่าจะทำสี่อะไรเพิ่มเติมบ้าง

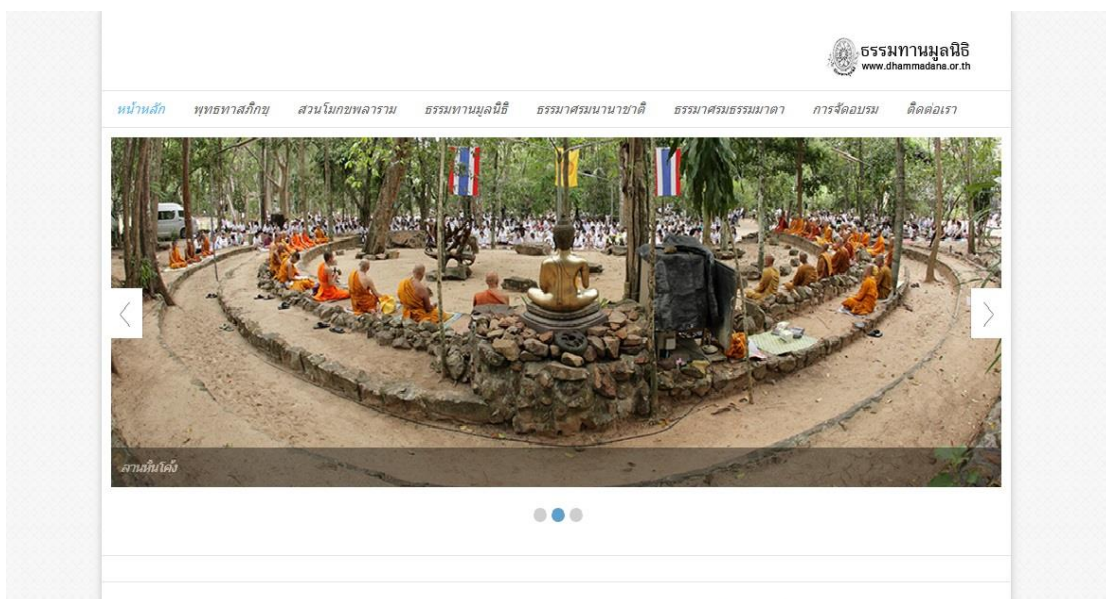
2.2.2.2 กระบวนการทำงานสี่บันทึกเสียง

นายวินัย พร้อมอุดม คณะทำงานสี่ของธรรมทานมูลนิธิ กล่าวว่า สี่แต่ละประเภทที่สวนโมกข์ใช้มีที่มาจากการบินที่เสียงพระธรรมเทศนาของท่านพุทธทาส สี่บันทึกเสียงจึงเป็นสี่รวมคำสอนสมัยเก่าๆ ของท่านพุทธทาส ธรรมทานมูลนิธิเป็นผู้เก็บไฟล์เสียง ถอดเทป พิมพ์เผยแพร่มาก่อนที่สวนโมกข์จะเป็นวัดในปัจจุบัน ท่านพุทธทาสตั้งใจวางโครงเทศน์ไว้ก่อนแล้วว่าจะแสดงธรรมแล้วพิมพ์เป็นหนังสือ การบรรยายธรรมของท่านจึงมีการทำออกมาเป็นสี่บันทึกเสียงด้วย ขณะที่หนังสือบางเล่มจะย่อนบันทึกให้อยู่ในรูปสี่ซีดีด้วย

บางเทปอาจมีภาพนิ่งสไลด์กับภาพเคลื่อนไหวแทรกเป็นบางช่วง ส่วนใหญ่จะส่งมาจากหอจดหมายเหตุฯ เพราะในงานวันล้ออายุ หรือ 100 ปี ชาตกาล ทางหอจดหมายเหตุฯ จะถ่ายถอดและเก็บเทปบันทึกเสียงไว้ ปัจจุบันไม่มีการผลิตเทป ซีดีที่มีเนื้อหาใหม่เพิ่มเติม ไม่มีเนื้อหาส่วนที่มาจากพระอาจารย์สุชาติ ปัญญาที่ไป เจ้าอาวาสสวนโมกข์พลาการมรูปปัจจุบัน เนื่องจากนโยบายองค์กรต้องการเผยแพร่ธรรมะของท่านพุทธทาสเป็นแกน ประกอบกับปัญหาความขัดแย้งภายในเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนสวนโมกข์ในรูปแบบใหม่ด้วย

2.2.2.3 กระบวนการทำงานสื่อเว็บไซต์และเฟซบุ๊ก

จากการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบเว็บไซต์ของสวนโมกข์ พบว่า เว็บไซต์สวนโมกข์จะเน้นประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัดเป็นหลัก แต่ก่อนเว็บไซต์ทางการจะเป็นเว็บไซต์ชื่อสวนโมกข์ ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นเว็บไซต์ www.dhammadana.or.th เนื้อหาภายในเว็บไซต์แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ สวนโมกข์นานาชาติ ธรรมาธรรมมาตา และวัดธารน้ำไหล เน้นกิจกรรมการอบรมปฏิบัติอานาปานสติ ทั้งของคนไทยและต่างชาติ



รูปภาพที่ 4.10 เว็บไซต์ธรรมทานมูลนิธิ www.dhammadana.or.th

ผู้ดูแลเว็บไซต์หลักจะมีเพียงคนเดียวที่มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสื่อมากที่สุด จะทำหน้าที่ป้อนข้อมูลกิจกรรมของวัด ตอบคำถามที่มีผู้ส่งคำถามเข้ามาทางเว็บบอร์ด เป็นผู้คัดเลือกเนื้อหาธรรมะ ตลอดจนออกแบบกราฟิกเพื่อเผยแพร่ในเว็บไซต์ แต่บางครั้งก็ไม่ได้ผลิตเนื้อหาเอง หากพบข้อความธรรมะของท่านพุทธทาสที่มีผู้อื่นโดยเฉพาะภาคีธรรมเครือข่ายสวนโมกข์ทำไว้และทางธรรมทานเห็นว่าดีก็จะนำมาแชร์ในเว็บไซต์ด้วยอีกทางหนึ่ง

เว็บไซต์ของสวนโมกข์จะแตกต่างจากของหอจดหมายเหตุฯ ประการหนึ่งคือ หอจดหมายเหตุฯ จะมีนโยบายเป็นองค์กรเผยแพร่พระพุทธานุศาสนานาที่เปิดเผยกว้างสำหรับพระอาจารย์จากหลากหลายสำนัก ถ้าเป็นเว็บไซต์สวนโมกข์จะเผยแพร่เฉพาะธรรมะของท่านพุทธทาสอย่างเดียว ไม่กล่าวถึงพระอาจารย์ท่านอื่น เพื่อรักษาการเผยแพร่ในแนวทางของท่านพุทธทาสไว้ท่านเดียว อีกนัยหนึ่งเพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงการได้ข้อมูลมาที่ไม่ถูกต้องและเลี่ยงการพาดพิงในกรณีที่ไม่ทราบข้อมูลที่แน่นอน

อย่างไรก็ตาม ในเว็บไซต์สวนโมกข์มีนโยบายที่จะไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตลอดจนแนะนำช่องทางสื่อธรรมะอื่นๆ ของเครือข่ายภาคีธรรม ยกเว้นข่าวสารและกิจกรรมของวัด จะไม่มีแบนเนอร์โฆษณาใดๆ เพราะไม่ได้ตั้งใจทำเป็นเชิงธุรกิจ เน้นลักษณะของการประชาสัมพันธ์แบบตามมีตามเกิดส่วนหนึ่ง เพราะชื่อของสวนโมกข์ค่อนข้างเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางอยู่แล้ว ช่องทางเว็บไซต์

จึงเป็นเพียงตัวช่วยให้เข้าถึงกิจกรรม ข่าวสารของวัดง่ายขึ้น เน้นให้เกิดการสื่อสารในลักษณะบอกปากต่อปากเป็นหลัก

ส่วนเฟซบุ๊กของสวนโมกข์จะไม่เน้นมาก แต่เดิมทางวัดไม่มีนโยบายจะเพิ่มประเภทสื่ออีก แต่เมื่อเห็นว่า เฟซบุ๊กเป็นสื่อที่ใช้เพิ่มได้โดยไม่ต้องเพิ่มจำนวนบุคลากร ไม่มีค่าใช้จ่าย ไม่ต้องลงทุนเพิ่ม จึงหันมาใช้เฟซบุ๊กด้วย ปัจจุบันยังมีผู้ใช้เฟซบุ๊กของสวนโมกข์น้อยมาก ส่วนใหญ่คนจะติดตามจากเฟซบุ๊กของหอจดหมายเหตุพุทธทาสฯ มากกว่า

ด้านการทำงานสื่อเฟซบุ๊ก รวมถึงสื่อออนไลน์อื่นๆ ของหอจดหมายเหตุฯ นั้น ดำเนินการโดยฝ่ายสื่อออนไลน์ ซึ่งรับผิดชอบสื่อหลัก 2 ประเภท คือ เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์

เว็บไซต์จะมีด้วยกัน 2 เว็บไซต์ คือ เว็บไซต์ Bia.or.th ซึ่งเป็นเว็บไซต์หลักเว็บของหอจดหมายเหตุฯ อีกเว็บไซต์หนึ่งคือ เว็บไซต์ www.Dhamma4u.com ซึ่งทางหอจดหมายเหตุฯ ตั้งใจจะแยกให้มีแต่เนื้อหาธรรมะอย่างเดียว แต่เว็บไซต์ Bia.or.th จะมีเนื้อหาธรรมะอยู่บ้างแต่เน้นเรื่องข่าวสาร กิจกรรมมากกว่า โดยทั้งสองเว็บไซต์ยังไม่ได้ได้รับความนิยมเท่ากับเฟซบุ๊ก



รูปภาพที่ 4.11 เฟซบุ๊กหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ

เฟซบุ๊กหอจดหมายเหตุฯ ถือเป็นสื่อที่มีประสิทธิผลมากที่สุดในช่วงนี้ ฝ่ายสื่อออนไลน์จะสร้างเนื้อหาธรรมะขนาดสั้นสำหรับโพสต์ลงเฟซบุ๊ก ในขณะเดียวกันเนื้อหาดังกล่าวก็สามารถลงสื่ออินสตาแกรมในชื่อ อินสตาธรรม (Instadham) ด้วย เพราะเทรนด์ผู้ใช้สื่อออนไลน์คนไทยหันมาใช้อินสตาแกรมเพิ่มขึ้น ทางหอจดหมายเหตุฯ ได้สมัครบัญชีทวิตเตอร์และยูทิวบ์ด้วย แต่แนวโน้ม

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ 2 ประเภทนี้ของคนไทยยังมีน้อย ขณะนี้กำลังรอดูแนวโน้มผู้ใช้หากปรับเปลี่ยนไปนิยมสื่อประเภทใด ก็พร้อมจะขยายการใช้สื่อให้เข้าถึงช่องทางใหม่นั้น

ในส่วนเนื้อหาของสื่อออนไลน์ รวมถึงเนื้อหาโดยรวมของหोजดหมายเหตุฯ ไม่ได้เน้นเผยแพร่ธรรมะของท่านพุทธทาสเพียงรูปเดียวแต่มีการเผยแพร่หลักธรรมของพระรูปอื่นๆ ด้วย อาทิ ท่านปัญญานันทภิกขุ หลวงพ่อชา สุภัทโท ท่านชยสาโร ท่านไพศาล ท่านว.วชิรเมธี สมเด็จพระสังฆราชฯ ท่าน ป.ปยุตโต ฯลฯ

เนื้อหาในเฟซบุ๊กหोजดหมายเหตุฯ แบ่งเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นธรรมะที่ใช้ในการเผยแผ่ ส่วนที่ 2 ใช้สำหรับประชาสัมพันธ์กิจกรรม และส่วนที่ 3 เป็นเนื้อหาปกิณกะทั่วไป เช่น การประกาศรับสมัครธรรมภาติ โดยปกติในส่วนธรรมะ หัวหน้าฝ่ายออนไลน์จะดูแลเองเกือบทั้งหมด ส่วนกิจกรรม บางครั้งจะมีแอดมินฝ่ายกิจกรรมเป็นคนโพสต์ข้อมูล ซึ่งหากมีเนื้อหาส่วนที่ต้องประชาสัมพันธ์โดยเร่งด่วนก็สามารถกระทำได้ทันทีโดยไม่ต้องผ่านหัวหน้าสื่อออนไลน์

ปัจจุบันหोजดหมายเหตุฯ ได้กำลังพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน (app mobile) ซึ่งผลตอบรับค่อนข้างดี เป็นความร่วมมือในการพัฒนาโปรแกรมในระบบ ios ร่วมกับมหาวิทยาลัยศรีปทุม แต่ก็ยังไม่ออกมาอย่างเป็นทางการ

ลักษณะการทำงานของฝ่ายสื่อออนไลน์จะต้องทำงานประสานกับฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายกิจกรรมธรรมภาติ มีการประชุมอย่างไม่เป็นทางการเกิดขึ้นบ่อย เนื่องจากแต่ละฝ่ายทราบรายละเอียดการทำงานอย่างดีแล้ว เว้นแต่มีกิจกรรมใหม่ๆ ก็จะมีการประชุมอย่างเป็นทางการ เช่น กิจกรรมงานวัดลอยฟ้าญาณสังวร 101 ปี ครึ่งล่าสุด

ในสถานการณ์ปกติที่ฝ่ายอื่นต้องการรับสมัครอาสาสมัครธรรมภาติ ฝ่ายสื่อออนไลน์เองก็ต้องประสานงานกับองค์กรภาติที่ติดต่อขออาสาสมัครเข้ามา เช่น ยูวพุทธิกา บ้านอารีย์ โดยจะดึงข้อมูลจากฐานข้อมูลดิจิทัลของหोजดหมายเหตุฯ รวมถึงบางข้อมูลที่ยังไม่เป็นดิจิทัลก็ดึงมาจากหนังสือโดยตรง ฐานข้อมูลดิจิทัลที่ทำไว้แล้ว เช่น เสียงเทศน์บรรยายธรรมที่ถอดออกมาเป็นตัวอักษร รูปแบบสื่อนี้จะใช้บ่อยที่สุด ร่วมกับการใช้ฐานข้อมูลที่เป็นภาพจากธรรมโฆษณแต่ในระยะหลังไม่ได้หยิบธรรมโฆษณมาใช้โดยตรง เพราะมีฐานข้อมูลที่เป็นลายมือของท่าน ฐานข้อมูลส่วนนี้มีในรูปแบบดิจิทัลน้อย และยังไม่ออกเผยแพร่มากนัก เมื่อได้ข้อมูลมาอาจมีการปรับเนื้อหา แก้ไขข้อมูลให้เหมาะสมกับประเภทสื่อที่จะเผยแพร่

2.2.2.4 กระบวนการทำงานสื่อกิจกรรมและเสียงตามสายภายในวัด

สื่อเสียงตามสายภายในสวนโมกข์ โดยปกติจะทุกวันเวลารุ่งเช้า 05.00น. บ่ายเวลา 13.00น. และช่วงหลังทำวัตรเย็น สำหรับผู้มาปฏิบัติธรรมได้นั่งสมาธิ ฟังพระธรรมเทศนาของท่านพุทธทาส รวมถึงในวันสำคัญทางศาสนาก็จะมีปาฐกถา การเสวนาธรรมที่ลานหินโค้ง โดยมีพระอาจารย์ทิวเป็น ผู้รับผิดชอบเปิดเสียงตามสายเป็นประจำทุกวัน อุปกรณ์ที่ใช้มีเพียงลำโพงที่ติดตั้งไว้แล้วทั่วบริเวณภายในวัดและเครื่องเปิดเทปเสียงบริเวณลานหินโค้ง เนื้อหาสื่อธรรมะที่เปิดส่วนใหญ่จะมาจากหนังสือธรรมโฆษณ แต่ถ้าในวันสำคัญทางศาสนาอย่างวันวิสาขบูชา อาสาฬหบูชา ก็จะมีเปิดเทปตามวันสำคัญที่ท่านได้เคยเทศน์ไว้

ทั้งนี้ สื่อกิจกรรมที่มักปรากฏในสวนโมกขพลาราม จะเป็นการปฏิบัติธรรมตามหลักอานาปานสติผ่านโครงการต่างๆ ของธรรมาศรม สวนโมกขณานาชาติ ในขณะที่จัดกิจกรรมปฏิบัติสมาธิจะไม่เน้นใช้สื่อต่างๆ ที่จะขัดขวางต่อความสงบในการปฏิบัติ แต่ทางวัดจะใช้สื่อธรรมชาติ ใช้รูปภาพ โดยมีสื่อบุคคล อาทิ พระสงฆ์ แม่ชี เป็นผู้นำการปฏิบัติ

2.2.2.5 กระบวนการทำงานสื่อบุคคล

สื่อบุคคลในที่นี้ หมายถึง องค์หลวงพ่อบุญทาส อินทปัญญา พระอาจารย์สุชาติ ปัญญาที่ไปเจ้าอาวาสรูปปัจจุบัน ฆราวาสที่ช่วยงานวัด

โดยปกติท่านพุทธทาสเป็นต้นธรรมผู้เผยแผ่หลักธรรมคำสอนผ่านธรรมเทศนา เนื้อหาที่ท่านเทศนาก็จะมาจากการศึกษาพระไตรปิฎก จากนั้นพระภายในวัดและคณะลูกศิษย์จะช่วยกันถอดเทปแล้วตีพิมพ์เป็นหนังสือ มีหนังสือบางเล่มที่ท่านเขียนขึ้นเอง แต่หลักๆ จะใช้วิธีการเทศนาธรรมบรรยายธรรม

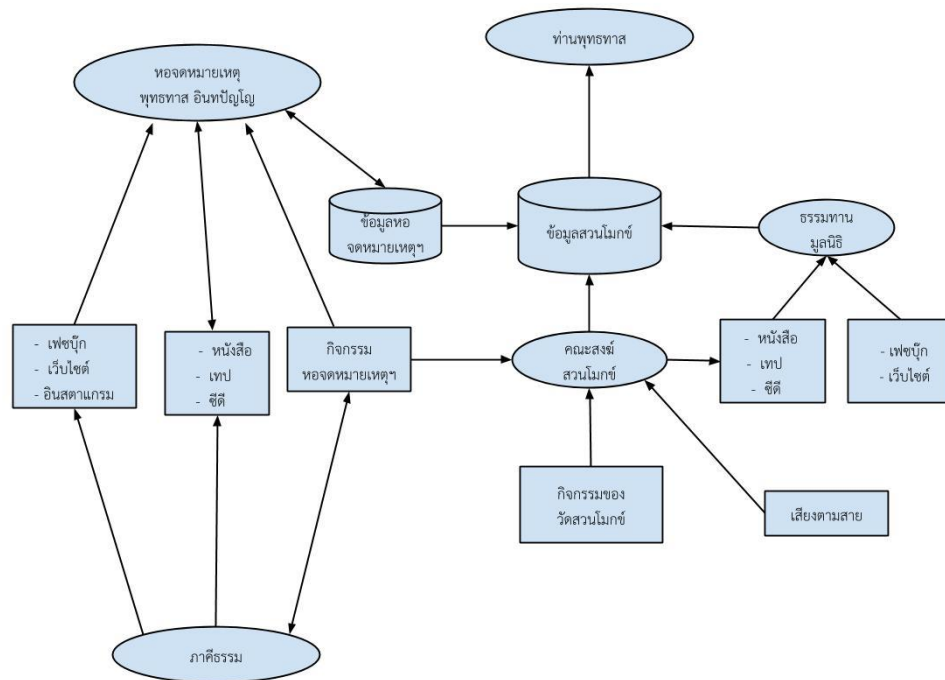
ขั้นตอนกระบวนการทำสื่อธรรมะของวัด สมัยที่ท่านพุทธทาสยังมีชีวิตอยู่ ท่านจะอยู่ในฐานะที่ปรึกษา โดยมีคุณเมตตา พานิชเป็นประธานธรรมทานมูลนิธิ เป็นผู้ร่วมก่อตั้งคณะทำงานมาตั้งแต่ต้น ซึ่งท่านพุทธทาสและกรรมการมูลนิธิในสมัยนั้นได้ร่วมกำหนดแนวทางการผลิตสื่อแบบให้หลักคิดกว้างๆ เอาไว้

โดยแนวคิดที่ชัดเจนเกี่ยวกับสื่อทางโลกและทางธรรมในทัศนะท่านพุทธทาส คือ เรื่องโรงมหรสพทางวิญญาณ ท่านอาจไม่ได้พูดว่าไม่ได้ปฏิเสธสื่อ แต่ท่านมีแนวคิดที่สื่อสมัยนี้เน้นทางโลกมากเกินไปจึงมีแนวคิดในการสร้างโรงมหรสพทางวิญญาณเพื่อถ่วงดุลกับแนวคิดในทางโลก เพราะโรงมหรสพทางวิญญาณเป็นดั่งโรงมหรสพที่จรโลงทางใจมากกว่า

นอกจากนี้ บทบาทหน้าที่หลักของสื่อบุคคลอื่นๆ ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นพระสงฆ์ในการสอนหลักสูตรการปฏิบัติสมาธิให้แก่ผู้สนใจทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่สมัครเข้าร่วมโครงการกับทางวัด ในระหว่างโครงการจะไม่อนุญาตให้ผู้เข้าอบรมใช้สื่อหรือให้สื่อมวลชนใดๆ เข้าไปบันทึกการที่ จะเป็นการรบกวนการปฏิบัติโดยเด็ดขาด

2.3 กระบวนการหลอมรวมสื่อของสวนโมกขพลาราม

จากกระบวนการทำงานสื่อของสวนโมกขพลาราม สามารถอธิบายลักษณะความร่วมมือทั้งความร่วมมือระหว่างสื่อภายในองค์กรเดียวกันและความร่วมมือระหว่างสื่อข้ามองค์กรตามแนวคิดการหลอมรวมสื่อ 5 ระดับของ Dailey ได้ตั้งแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 4.2 แสดงกระบวนการหลอมรวมสื่อของสวนโมกข์พลาราม

จากแผนภาพแสดงกระบวนการหลอมรวมสื่อ สามารถอธิบายระดับความร่วมมือในการหลอมรวมสื่อตามแนวคิดของ Dailey ได้ดังนี้

1. ระดับ Cross-promotion

เป็นขั้นความร่วมมือในการช่วยกันแนะนำเนื้อหาจากสื่อหนึ่งผ่านอีกสื่อหนึ่ง เป็นการบอกต่อเนื้อหาให้ผู้อ่านไปติดตามผ่านสื่อต่างๆ ในองค์กร

ลักษณะการทำงานด้านสื่อของวัดสวนโมกข์พลาราม จะร่วมมือกันงานแต่กำหนดผู้รับผิดชอบตามขอบข่ายงาน มีการช่วยเผยแพร่ธรรมะคำสอนของท่านพุทธทาสไปยังสื่ออื่นๆ บางส่วนในสื่อหนังสือธรรมะยุคหลังๆ ซึ่งจะแนะนำเว็บไซต์วัดให้คนติดตามเนื้อหาต่อ แต่จะพบมากในสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊กของหอจดหมายเหตุฯ ที่ตั้งเนื้อหาข้อมูลมาจากฐานข้อมูลหอจดหมายเหตุฯ ซึ่งดึงข้อมูลจากสวนโมกข์อีกที

กล่าวได้ว่า ความร่วมมือในการเผยแพร่เนื้อหาธรรมะระหว่างสวนโมกข์กับหอจดหมายเหตุฯ เกิดในลักษณะเปิดกว้าง กล่าวคือ มีเท่าไรก็ให้หมด แคร่ไปทั้งหมด ให้อันฉบับที่มั่นใจว่าถูกต้องไปเลย แต่หอจดหมายเหตุฯ มักจะแนะนำให้ผู้อ่านกลับไปอ่านสื่อต้นทางด้วย โดยจะพิมพ์ในลักษณะข้อความอนุญาตจากธรรมทานมูลนิธิให้ตีพิมพ์ที่ส่วนหน้าของสื่อหนังสือนั้นๆ

กรณีที่มีองค์กรภาคีธรรมนอกกลุ่มติดต่อเข้ามาขอเนื้อหาธรรมะของท่านพุทธทาสไปเผยแพร่ทางสวนโมกข์ก็ยินดีต้อนรับให้แกทุกองค์กรใด ซึ่งเป็นไปตามนโยบายของท่านพุทธทาสที่สอนให้เรา

ศึกษาระยะทุกรูปแบบ ไม่ปิดกั้นทุกสาย ส่วนใหญ่จะเป็นมูลนิธิ องค์กรเอกชน ติดต่อเข้ามาขอรูป เนื้อหา คำสอนไปใช้ ทางวัดก็จะมีคลังข้อมูลให้เลือก

2. ระดับ Cloning

เป็นขั้นตอนของการเผยแพร่เนื้อหาที่สมบูรณ์โดยไม่มี การแก้ไขหรือต่อยอดทำใหม่ อาจมีการแก้ไขบ้างแต่น้อยมาก

จากข้อมูลการทำงานสื่อดังกล่าว พบว่า สวณโมกข์มีนโยบายเปิดกว้างในการแชร์ข้อมูล เนื้อหา รูปภาพให้แก่องค์กรธรรมภาติและองค์กรอื่นๆ โดยไม่ปิดกั้นตามแนวคำสอนของท่านพุทธทาส โดยจะแชร์เนื้อหาทั้งหมด แต่ได้กำหนดกรอบของการเผยแพร่ว่า หากจะมีการแก้ไขเนื้อหาข้อมูล จะต้องมาปรึกษาธรรมทานมูลนิธิก่อน มิฉะนั้นจะต้องรับผิดชอบความผิดพลาดที่เกิดจากการตีพิมพ์ เนื้อหานั้น หรือหากต้นฉบับของธรรมทานมีความคลาดเคลื่อนไป ก็ต้องพิจารณาก่อนแล้วติดต่อ ประสานเรื่องข้อมูลที่ถูกต้องให้แก้กัน

กระบวนการบรรณาธิกรณเนื้อหาของสวณโมกข์ พบว่า จะไม่พบการแก้ไขเนื้อหาเทศน์และ หนังสือที่ท่านเขียน เช่น หากมีการตัด คัดลอกเนื้อหาจากหนังสือธรรมโฆษณไปตีพิมพ์เป็นหนังสือ เล่มย่อยๆ จะไม่มีการแก้ไขเนื้อหา หากองค์กรที่ติดต่อขอเนื้อหาไปต้องการจะแก้ไขในส่วหนังสือ หรือคำกลอนที่ยังไม่ผ่านการรับรองว่าท่านได้ใช้แบบนี้จริง อาจส่งมาให้ธรรมทานตรวจดูเนื้อหา ก่อน

3. ระดับ Coopetition

เป็นขั้นตอนที่สื่อแต่ละสื่อแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันแต่ก็ยังมี การเลือกข้อมูลที่ต้องการแบ่งปัน ด้วย ในขณะที่เดียวกันก็มีทีมงานของแต่ละสื่อที่ผลิตเนื้อหาส่วนตัวที่แตกต่างกันไปตามกลุ่มเป้าหมาย ของแต่ละสื่อ

ชั้นความร่วมมือนี้ สวณโมกข์และหอจดหมายเหตุฯ จะไม่มีการเก็บข้อมูลบางส่วนไว้เพื่อ เผยแพร่ในสื่อของตนเอง เพราะวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่เนื้อหาเป็นวัตถุประสงค์เดียวกันคือ เพื่อ เผยแพร่คำสอนของท่านพุทธทาสให้กว้างขวาง ต้องการกระจายการเผยแพร่ออกจากศูนย์กลาง หาก เป็นกิจกรรมขนาดใหญ่ จึงจะมีการรวมความร่วมมือสู่ศูนย์กลางเพื่อระดมความร่วมมือทั้งหมดมา ช่วยกัน เช่น งานวัดลอยฟ้าประจำปี 2557 ซึ่งจะร่วมมือด้านข้อมูลทั้งระหว่างสวณโมกข์ หอจดหมายเหตุฯ และองค์กรภาติต่างๆ หากในสถานการณ์ปกติจะมีการประชุมไม่เป็นทางการ เนื่องจากบุคลากร มีน้อย แต่ละฝ่ายมองเห็นกันว่าใครทำอะไร ไม่มีการหวงเนื้อหา ให้หมดทุกอย่าง เพราะไม่ใช่เรื่องของ ผลประโยชน์ องค์กรธรรมจะยิ่งดีใจที่คนจะเอาเรื่องที่ดีที่สุดไปเผยแพร่หลายๆ

4. ระดับ Content sharing

เป็นระดับความร่วมมือที่เกิดขึ้นเมื่อทีมงานของสื่อมากกว่า 1 สื่อ มาร่วมแลกเปลี่ยนความ คิดเห็นโดยไม่มีเส้นแบ่งระหว่างสื่อ มีความร่วมมือในการทำข้อมูลมากขึ้น อาจมีการแชร์งบประมาณ บางกิจกรรมร่วมกัน

จากการศึกษาพบว่า ในสถานการณ์ปกติที่องค์กรไม่มีกิจกรรมใหญ่ๆ การประชุมแลกเปลี่ยน เนื้อหาระหว่างสื่อจะเกิดขึ้นน้อยมาก เนื่องจากธรรมทานเป็นองค์กรขนาดเล็ก ทุกคนสามารถทำงาน

ในทุกตำแหน่งได้หมด การประชุมหารือด้านสื่อร่วมกันจึงมีลักษณะแบบพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการ บุคลากรอยู่ด้วยกันอย่างเพื่อน พี่ น้อง หากเกิดปัญหาในการทำงาน ทุกคนก็พร้อมจะช่วยเหลือ แก้ปัญหา

แต่ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนเนื้อหาข้ามองค์กรระหว่างธรรมทานมูลนิธิกับหอจดหมายเหตุฯ จะเกิดในกรณีที่มีกิจกรรมสำคัญ โอกาสพิเศษ เช่น งานล้ออายุท่านพุทธทาส งานวัดลอยฟ้า ซึ่งการประชุมร่วมมือกันทำกิจกรรมขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ความสะดวก ฯลฯ บุคลากรของธรรมทานอาจไม่สะดวกขึ้นมาประชุมร่วมกับหอจดหมายเหตุฯ และองค์กรภาคีธรรมที่กรุงเทพฯ แต่จะติดต่อผ่าน โทรศัพท์โดยตรงหรือผ่านบุคคลหากต้องการความช่วยเหลือจากธรรมทานและทางวัด

5. ระดับ Convergence

เป็นขั้นที่การทำงานที่เดิมแยกกันเป็นฝ่าย ธุรกรรมศูนย์ไว้โดยมีตัวแทนจากทุกสื่อมาร่วมกันทำงานแบบมีสติมีเดย์ ทุกฝ่ายร่วมกันทำงานตั้งแต่วางแผน หาข้อมูล ผลิตและเผยแพร่เป็นทีมเดียวกัน ให้เหมาะกับแต่ละสื่อ

ความร่วมมือระดับ Convergence ยังไม่เกิดขึ้นในการทำงานของสวนโมกข์ เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องแนวคิดการใช้สื่อของวัด ขัดแย้งกับจุดประสงค์การตั้งหอจดหมายเหตุฯ ที่เน้นการกระจายธรรมะของท่านพุทธทาสออกไปให้กว้างขวาง รวมถึงความพร้อมและความเป็นมืออาชีพของบุคลากร ส่งผลให้การหลอมรวมองค์กรเป็นหนึ่งเดียวเป็นไปได้ยาก

3. กระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดป่าบ้านตาด

ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยกระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดป่าบ้านตาด ออกเป็นประเด็นสำคัญต่างๆ ดังนี้

3.1 ข้อมูลทั่วไป

วัดป่าบ้านตาดตั้งอยู่ ณ ตำบลบ้านตาด อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี บนพื้นที่กำแพงล้อมรอบ 317 ไร่ ห่างจากตัวเมืองอุดรธานีไปทางทิศใต้ประมาณ 16 กิโลเมตร สภาพพื้นที่เป็นที่ราบรอบๆเป็นที่อุดมสมบูรณ์มีน้ำดี ทำนาได้ผลดีกว่าที่อื่น สภาพภายในเป็นสถานที่ปฏิบัติธรรมอันสงบเรียบง่าย

วัดป่าบ้านตาดมีชื่อที่เป็นทางการว่า วัดป่าเกษรศีลคุณ หลวงปู่บุญมี ปริบูรณ์ แห่งวัดป่าบ้านนาคุณ อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี ซึ่งอยู่กับองค์หลวงตาพระมหาบัว ญาณสัมปันโน มาตั้งแต่เริ่มตั้งวัดในปี พ.ศ.2499 อธิบายว่า เป็นนามขององค์หลวงตา โดย “บัว” เป็นชื่อดอกไม้ (คำว่าเกษร แปลว่า ดอกไม้)

องค์หลวงตาพระมหาบัวไม่กำหนดให้มีชื่อวัดป่าบ้านตาด ท่านให้เหตุผลว่า วัดกรรมฐานเป็นที่สงบ สัจ วิเวก เหมาะแก่การภาวนาเพื่อความสงบทางใจ ไม่ควรเขียนป้ายบอกให้คนแห่ไปเที่ยวชมภายในวัดจึงมีเพียงป้ายที่เขียนว่า “ที่นี่เป็นวัด เป็นสถานที่ภาวนาเพื่อความสงบใจ ไม่มีกิจจำเป็น ไม่

กรรมาเที่ยวเพนพ่าน” เพื่อให้มาวัดแล้วมีความสำรวมระวังใจ เฉพาะอย่างยิ่งมาดูวัดป่าบ้านตาดว่าเป็นอย่างไร

ในหมู่ศิษยานุศิษย์จะเรียกองค์หลวงตาแห่งวัดป่าบ้านตาด ท่านว่า “พ่อแม่ครูอาจารย์” ท่านเป็นพระที่เคร่งครัดในธรรมวินัย เป็นจอมปราชญ์ที่มีความลึกซึ้ง สุขุม คัมภีรภาพในอันที่จะปกป้องพระเนรให้อยู่รอดปลอดภัยเพื่อความสงบร่มเย็นในการบำเพ็ญเพียรภาวนา กิจนิมนต์ทำบุญในที่ต่างๆ ท่านก็ไม่รับ เว้นเฉพาะงานศพที่พระไปปลงธรรมสังเวยได้ กิจอื่นถ้าจำเป็นก็ไปตามลำพังท่านองค์เดียว มีผู้จะนำไฟฟ้าเข้ามาในวัดก็ไม่ให้เข้า โทรศัพท์ก็ไม่เอา กุฎิहरुๆ ก็ไม่ให้สร้าง โบสถ์หลังงามๆ ก็ไม่ให้ทำ ข้าวของเครื่องใช้ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่จำเป็นถูกกีดกันออกไปหมด

สิ่งหนึ่งที่องค์ท่านย้ำอย่างหนักแน่น คือ การไม่ให้พระเณรคลุกคลี ไปมาหาสู่กันระหว่างกุฎิ โดยไม่จำเป็น ให้เคร่งครัดตามหลักแห่งสัลเลชธรรม ให้ต่างองค์ต่างอยู่ด้วยความสงบ ปราศจากความเพียรภาวนาอยู่ในที่ของตน แม้ในการพบปะพูดคุยกับญาติโยมก็อนุญาตให้แต่พระเณรประจำศาลาที่ได้รับภารกิจแล้วเท่านั้น ห้ามไม่ให้พระองค์หนึ่งองค์ใดเที่ยวเพนพ่านอยู่บริเวณศาลา โรงน้ำร้อนหรือตามที่แตกต่างกัน

หากจำเป็นต้องพูดคุยสนทนากับโยมผู้หญิง จะต้องมิให้พระเณรหรือโยมผู้ชายคนใดคนหนึ่งอยู่เป็นเพื่อนตลอดระยะเวลาที่สนทนา สถานที่ที่เหมาะสมก็คือบนศาลาวัดป่าบ้านตาด พูดคุยธุระการงานเท่าที่จำเป็นเท่านั้นแล้วรีบลากลับและแม้เป็นวิธีการถูกต้องก็ไม่ควรทำบ่อยครั้งเพราะผิดธรรมเนียมข้อวัตรปฏิบัติของทางวัด

เทศนาธรรมสงเคราะห์โลก

จากการศึกษาเอกสาร “ญาณสัมปັນธัมมานุสสรณ์” พบว่า นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2493 เป็นต้นมา องค์หลวงตามหาบัวได้หมดสิ้นความสงสัยในธรรมทั้งปวงแล้ว องค์หลวงตาได้เมตตาสงเคราะห์โลก ด้วยการแสดงพระธรรมเทศนาแก่พระ เณร นักปฏิบัติด้านจิตตภาวนา ตลอดถึงฆราวาสญาติโยมชาวไทยและต่างชาติ โดยจะแสดงธรรมอบรมพระแยกจากฆราวาส เพราะพระและฆราวาสมีความเป็นอยู่และความมุ่งมั่นต่างกัน เนื้อธรรมที่แสดงจึงต่างกันออกไป ทั้งยังส่งเสริมวัดกรรมฐาน รั้งถวายญาติโยมที่บริจาคที่ดินสร้างวัดป่า สงเคราะห์โรงเรียน หน่วยงานราชการ โรงพยาบาล ประชาชน ผู้ด้อยโอกาสและสถานสงเคราะห์

ที่ผ่านมามารสงเคราะห์โลกขององค์หลวงตาเป็นการสงเคราะห์อย่างเจียมๆ ไม่ยอมให้ปรากฏเป็นข่าวทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ยิ่งในอดีตระยะที่ท่านแข็งแรงไปไหนมาไหนองค์เดียวได้ ท่านก็ให้ความเมตตาช่วยเหลือในลักษณะนี้มาโดยตลอดและไม่เคยสนใจจะประกาศให้โลกรู้

กระทั่งในปีพ.ศ. 2540 ไทยประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจอย่างหนัก ธนาคารแห่งประเทศไทยประสบภาวะขาดทุนจากการซื้อขายเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ธนาคารและสถาบันการเงินถูกสั่งปิด หน่วยงานภาครัฐ เอกชนตลอดจนประชาชนต่างประสบภาวะหนี้สินพะรุงพะรัง แม้แต่โรงพยาบาลต่างๆ ก็ถูกตัดงบประมาณจากรัฐ ชาวฆ่าตัวตายเกิดขึ้นรายวันเพราะกิจการล้มละลาย ไม่มีเงินใช้หนี้ โรงงานและกิจการห้างร้านทยอยปิดตัวไป ผู้คนตกงาน บัณฑิตจบใหม่ไม่มีงานทำ ประเทศมีแต่ความสลดหดหู่ใจอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน

เมื่อดูจากภาวะจิตใจและความเป็นอยู่ของประชาชน ตลอดจนสภาพบ้านเมืองในช่วงนั้น

หลวงตาเรียกว่าเป็นสงครามเศรษฐกิจ สงครามเงียบ ท่านได้วิตกเรื่องนี้ประกอบกับในนิมิตภาวนาของท่านปรากฏว่า ประเทศไทยมีแต่ความมืดดำปกคลุมมืดครึ้มไปหมด องค์ท่านจึงกำหนดจิตพิจารณาหาผู้ช่วยแบ่งเบาภาระและจุดประกายให้แสงสว่างแก่ประเทศชาติ เมื่อไม่เห็นผู้ใด องค์ท่านจึงกำหนดจิตย้อนเข้ามาภายในตน ปรากฏเห็นเป็นแสงสว่างเพียงหิ่งห้อย พิจารณาดูแล้วแสงเพียงหิ่งห้อยนั้นคือตัวท่านเอง

หลวงตามหาบัว ท่านจึงได้ออกไปแสดงพระธรรมเทศนาตามสถาบันการศึกษาต่างๆ อาทิ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร มหาวิทยาลัยรามคำแหง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งหลังจากแสดงพระธรรมเทศนาแล้ว ได้เปิดโอกาสให้ผู้มีจิตศรัทธาบริจาคเงินสมทบโครงการช่วยชาติโดยหลวงตามหาบัวฯ หรือรับผ้าป่าเงินบาท ดอลลาร์ เงินสกุลต่างประเทศอื่นๆ และทองคำ ซึ่งได้ประกาศอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 12 เม.ย. พ.ศ.2541 ณ สวนแสงธรรม พุทธมณฑลสาย 3 โดยเงินทั้งหมด หลวงตาท่านบอกว่า เป็นผู้ถือบัญชีและรับผิดชอบทั้งหมดแต่เพียงผู้เดียว

นอกจากองค์หลวงตาเปิดโครงการผ้าป่าช่วยชาติ ได้ระดมเงินบริจาค ระดมทองคำเข้าสู่คลังหลวงจนประเทศชาติพ้นจากภาระหนี้สินเป็นที่เรียบร้อยแล้ว องค์ท่านยังเป็นจอมทัพธรรมออกสนามปกป้องพระพุทธศาสนาและสถาบันพระมหากษัตริย์ เนื่องจากในช่วงปีพ.ศ.2544 มีร่างกฎหมายหลายฉบับที่กระทบกระเทือนต่อหลักพระธรรมวินัยจนเป็นเหตุให้พระกรรมฐานทั้งฝ่ายมหานิกายและธรรมยุตภายใต้การนำขององค์หลวงตาได้ออกมาประชุมพิจารณาตัดสินตามหลักธรรมวินัยหลายวาระ เช่น ร่างพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ....ที่ลิดรอนพระราชอำนาจของสมเด็จพระสังฆราชให้อำนาจทั้งปวงแก่มหาคณิสสรมีเนื้อหาบ่อนทำลาย ศาสนาและพระมหากษัตริย์ กุมอำนาจการปกครองสงฆ์แบบเบ็ดเสร็จยิ่งกว่าเผด็จการทางโลก รวมถึงปฏิเสธไม่รับร่างกฎหมายต่างๆ ที่มีปัญหาต่อพระธรรมวินัยอีกหลายฉบับด้วย

สี่สารธรรมทานหลวงตาพระมหาบัว

องค์หลวงตากล่าวถึงความสำคัญของธรรมว่ามีค่ายิ่งกว่าสมบัติใดในโลก สมบัติใดก็ตามที่เข้าสู่ภายในจิตใจไม่เหมือนธรรมสมบัติ ความรู้ทางธรรมที่องค์หลวงตานำออกสอน ท่านสอนด้วยความรู้แจ้งเห็นจริง เป็นผลมาจากการปฏิบัติจริงตั้งแต่สมัยที่อยู่ศึกษากับหลวงปู่มั่น ภูริทัตโต

สำหรับการสั่งสอนโลกของหลวงตา นอกจากท่านจะเมตตาสอนโดยตรงจากการเทศนาที่วัด การเดินทางไปเทศน์ในสถานที่ต่างๆ หรือการเขียนจดหมายธรรมะตอบลูกศิษย์แล้ว ท่านยังเมตตายอมให้นำธรรมะของท่านออกกระจายตามสื่อประเภทต่างๆ โดยไม่มีลิขสิทธิ์ เช่น หนังสือ เทปซีดี วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ดาวเทียม อินเทอร์เน็ต เป็นต้น และไม่ว่าจะนำออกทางสื่อชนิดใด สิ่งที่ท่านเน้นย้ำเป็นพิเศษตลอดชีวิตของท่านก็คือ การนำธรรมะออกเป็นธรรมทานเท่านั้น ไม่ให้มีการซื้อขาย ซึ่งท่านให้เหตุผลดังนี้ว่า

“ถ้าท่านผู้ใดประสงค์จะนำแจกเป็นธรรมทาน ท่านผู้นั้นกรุณาทำได้ตามประสงค์โดยไม่ต้องขออนุญาตจากหลวงตาแต่อย่างใด นอกจากเพื่อจำหน่ายจึงขอสงวนลิขสิทธิ์ เพราะหลวงตาไม่ต้องการอะไรยิ่งกว่าใจที่เป็นสมบัติล้ำค่ากว่าสมบัติใดๆ ในโลก”

แต่เดิมก่อนจะมีโครงการช่วยชาติโดยหลวงตามหาบัว หลวงตาก็ไม่ได้ใช้สื่อใดๆ ภายหลังจาก

ประเทศประสบวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ.2540 ในเบื้องต้นการกระจายข่าวสารการช่วยกู้ชาติค่อนข้างจำกัดอยู่ในวงแคบ เพราะใช้วิธีส่งข่าวแบบปากต่อปากหรือถอดคำเทศน์ประจำวันเฉพาะกัณฑ์ที่น่าสนใจพิมพ์เป็นเล่มแจกจ่าย ส่วนใหญ่ก็ได้รับแจกเฉพาะภายในวงลูกศิษย์ลูกหาที่มีความคุ้นเคยกัน เนื่องจากในขณะนั้นยังไม่ค่อยมีช่องทางการเผยแพร่ผ่านสื่อ

ต่อมาเมื่อองค์หลวงตาเทศนาถึงอันสงส์ของการนำธรรมะและข่าวสารการช่วยชาติเผยแพร่สู่วงกว้างไปยังสื่อประเภทต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารรายสัปดาห์ รายปักษ์ วิทยุกระจายเสียงในหลายจังหวัด สถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ทั้งแบบข่าวสั้นและแบบยาวเดือนละ 1-2 ครั้งตลอดปี รวมถึงนำธรรมเทศนาของท่านออกทั่วโลกผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จึงถือเป็นจุดกำเนิดแห่งงาน “การสื่อสารทานธรรม” กระจายสู่พุทธศาสนิกชน ผู้สนใจทั่วโลก (วัดป่าบ้านตาด, 2554)

กำเนิดเครือข่ายสถานีวิทยุเสียงธรรม

สมัยก่อนครูบาอาจารย์สายกรรมฐานชอบความวิเวกสงบสงัดในป่าเขามักอยู่ในที่ห่างไกล พระธรรมเทศนาของท่านจึงแพร่หลายอยู่ในวงจำกัดเฉพาะพระ เณร ส่วนฆราวาสผู้สนใจการปฏิบัติ ต้องตื่นตื่นเสาะหาถึงองค์ท่านจริงๆ จึงจะได้ฟังคำสอนของท่าน กระทั่งเมื่อเครื่องมือสื่อสารเจริญมากขึ้น มีการบันทึกเสียงธรรมะลงในรูปเทป ซีดี หรือไฟล์ภาพและเสียง คนจึงเข้าถึงสื่อธรรมได้มากขึ้น

ในปี 2540 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงสื่อได้ และเมื่อพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ.2543 มีผลบังคับใช้ ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงภาคประชาชนซึ่งไม่ใช่ภาครัฐและภาคธุรกิจก็เริ่มพากันก่อตั้งวิทยุภาคประชาชนขึ้นอย่างกว้างขวางกระจายไปทั่วประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเจริญแก่สังคม เป็นประโยชน์สาธารณะไม่แสวงหากำไรในทางธุรกิจแต่อย่างใด วิทยุประเภทนี้คือ วิทยุกระจายเสียงชุมชน (Community Radio)

จากพระราชบัญญัติฉบับนี้ทำให้ประชาชนผู้สนใจพระพุทธศาสนาฝ่ายกรรมฐานสายหลวงปู่มั่นได้เริ่มคิดก่อตั้งสถานีวิทยุภาคประชาชนขึ้นด้วยเช่นกัน โดยสถานีวิทยุที่กระจายเสียงด้านธรรมปฏิบัติสายหลวงปู่มั่นนั้นเกิดขึ้นแห่งแรกที่วัดป่าหลวงตาบัว ญาณสัมปันโน อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี ต่อมาประชาชนก็พากันก่อตั้งขึ้นที่วัดดอยเทพสมบูรณ อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู และก่อตั้งที่โรงเรียนบ้านตาด อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2546 ในชื่อ “สถานีวิทยุชุมชนเสียงธรรมบ้านตาด” คลื่นความถี่ระบบ FM 103.25 โดยสถานีวิทยุทั้ง 3 แห่งข้างต้นได้จัดหาผู้ดำเนินรายการเองและออกอากาศตามผังรายการของแต่ละสถานี สัดส่วนรายการมีเนื้อหาทางโลกประมาณกึ่งหนึ่ง โดยมีได้ร่วมกันจัดรายการให้เป็นเครือข่ายเดียวกันแต่อย่างใด

จุดกำเนิดและลักษณะเครือข่ายวิทยุเสียงธรรม

เมื่อภาครัฐมีนโยบายเพื่อการปฏิรูปสื่อและกฎหมายก็เปิดโอกาสให้ประชาชนประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงได้ อีกทั้งขณะนี้สถานีวิทยุภาคประชาชนที่ไม่มีโฆษณาและมีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนก็พากันก่อตั้งขึ้น บรรดาพระสงฆ์และประชาชนจึงได้เข้ากราบเรียนปรึกษาและขออนุญาตต่อองค์หลวงตาท่อตั้งสถานีวิทยุขึ้นที่สำนักสงฆ์สวนแสงธรรม ถนนพุทธมณฑลสาย 3 กทม. ซึ่งท่านก็เมตตาอนุญาตให้ก่อตั้งได้เพราะเห็นแก่ประโยชน์ด้านธรรมะของประชาชน พระสงฆ์และ

ประชาชนจึงได้พร้อมใจกันอาราธนาองค์หลวงตามืดตาเป็นประธานอำนวยการตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ด้วยเหตุนี้ สถานีวิทยุเสียงธรรมเพื่อประชาชน สวณแสงธรรม จึงถือกำเนิดขึ้นอย่างเป็นทางการ โดยเริ่มออกอากาศเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2547 กระจายเสียงด้วยคลื่นความถี่ FM 103.25 ตลอด 24 ชั่วโมง และเมื่อประชาชนในจังหวัดอื่นๆ เห็นตัวอย่างสถานีที่สวณแสงธรรมว่าเป็นประโยชน์อย่างมาก ประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ จึงพร้อมใจรวมตัวกันเป็นกลุ่มผู้ก่อตั้งสถานีในแต่ละแห่งขึ้นด้วยกำลังของตน และมีการก่อตั้งสถานีวิทยุภาคประชาชนมากถึง 24 สถานีในช่วงเวลาเพียง 6 เดือน เมื่อได้คลื่นความถี่ออกอากาศแล้ว ประชาชนในแต่ละท้องถิ่นต่างพร้อมใจกันเดินทางเข้ามา มอบถวายสถานีแด่องค์หลวงตาเพื่อยกให้เป็นสมบัติของสงฆ์และขอเป็นสถานีลูกข่ายรับสัญญาณ 100 เปอร์เซ็นต์ โดยในระยะแรกส่งสัญญาณด้วยระบบอินเทอร์เน็ตไปยังสถานีเครือข่ายทั่วประเทศ

ต่อมาเมื่อวันที่ 12 มกราคม 2548 สถานีวิทยุที่ก่อตั้งที่โรงเรียนบ้านตาดได้ย้ายมาตั้งในเขตที่ดิน 14 ไร่เศษซึ่งเป็นพื้นที่ของวัดป่าบ้านตาดอยู่บริเวณหมู่บ้านตาด ใกล้โรงเรียนวัดป่าบ้านตาดและใช้ชื่อใหม่ว่า “สถานีวิทยุเสียงธรรมเพื่อประชาชน วัดป่าบ้านตาด” โดยเพิ่มความสูงของเสาให้สูงขึ้นและขยายกำลังส่งให้แรงขึ้นเพื่อกระจายเสียงให้ทั่วจังหวัดอุดรธานีและจังหวัดใกล้เคียง

ในระยะแรกสถานีแห่งนี้เป็นทั้งแม่ข่ายและลูกข่ายในเวลาเดียวกันเนื่องจากเนื้อหารายการในเวลา 07.00-22.00น. รับสัญญาณจากสวณแสงธรรมและส่งสัญญาณไปยังสวณแสงธรรมในเวลา 22.00-07.00น. ด้วยระบบ Leased Line

เมื่อสถานีวิทยุเสียงธรรมฯ วัดป่าบ้านตาด ก่อสร้างแล้วเสร็จมีความพร้อมทั้งด้านบุคลากรด้านเทคนิค มีโครงสร้างองค์กรและการจัดวางระบบงานที่ชัดเจนแล้ว จึงได้ทำการย้ายสถานีแม่ข่ายจากสวณแสงธรรมมาประจำที่วัดป่าบ้านตาด เมื่อเดือนมิถุนายน 2548 และมีการส่งสัญญาณจากที่วัดป่าบ้านตาดไปยังสถานีลูกข่ายทั่วประเทศตลอด 24 ชั่วโมง และเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2548 ได้ปรับเปลี่ยนการส่งสัญญาณจากระบบอินเทอร์เน็ตไปเป็นดาวเทียมไทยคมระบบซีแบนด์ (C-Band)

เครือข่ายสถานีวิทยุเสียงธรรมเพื่อประชาชนทั่วประเทศไทยยังได้รับพระมหากรุณาธิคุณเป็นล้นพ้นจากสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี เนื่องจากทรงรับเป็นองค์อุปถัมภ์เมื่อวันที่ 26 เม.ย. 2548 และเสด็จเป็นองค์ประธานเปิดผ้าแพรคลุมป้ายสถานีวิทยุเสียงธรรมฯ เมื่อวันที่ 8 กรกฎาคม 2549 เครือข่ายสถานีวิทยุเสียงธรรมฯ ทั่วประเทศจึงถือวันอุดมมงคลนี้เป็นวันสถาปนาสถานี

อย่างไรก็ตาม เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2549 สถานีวิทยุเสียงธรรมฯ วัดป่าบ้านตาด จึงได้ทำสัญญาเช่าช่องสัญญาณดาวเทียมไทยคม 5 กับบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด ทำให้สามารถส่งได้ทั้งสัญญาณเสียงของสถานีวิทยุในเครือข่ายและภาพโทรทัศน์พระธรรมเทศนาขององค์หลวงตา กระจายไปทั่วประเทศไทยและประเทศใกล้เคียง จึงเรียกได้ว่า เป็นทั้งกิจการสถานีวิทยุและโทรทัศน์ นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

เมื่อกิจการของสถานีวิทยุและโทรทัศน์ฯ มีการพัฒนาและมีจำนวนสถานีเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น ในเดือนมิถุนายน 2549 องค์หลวงตาจึงได้จัดตั้ง “มูลนิธิเสียงธรรมเพื่อประชาชน” ขึ้นรองรับการดำเนินการโดยมีคณะกรรมการซึ่งเป็นตัวแทนมาจากเครือข่ายวิทยุเสียงธรรมฯ ในแต่ละภูมิภาค มีการตั้งคณะกรรมการบริหารเข้ามาอำนวยการจัดการให้เป็นไปตามนโยบายที่ตัวแทนแต่ละภูมิภาคได้ตกลงกันไว้ นอกจากนี้ คณะสงฆ์ได้มีมติให้จัดตั้งกองทุนเพื่อใช้กิจการของสถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์

เสียงธรรมเพื่อประชาชน โดยหลวงปู่ลี กุสลธโร เมตตาธิบดีเป็นประธานคณะกรรมการบริหารกองทุน
 เครือข่ายสถานีวิทยุเสียงธรรมฯ มีรูปแบบการจัดตั้งขึ้นจากความต้องการของประชาชนที่มี
 ความสนใจร่วมกันในพระธรรมเทศนาของพระกรรมฐานของทั้งฝ่ายมหานิกายและธรรมยุตจากทั่ว
 ประเทศตามปฏิปทาของหลวงปู่มั่น ฐริทัตโต ลักษณะการประกอบการมีความเป็น “วิทยุภาค
 ประชาชน” และ “วิทยุกระจายเสียงชุมชน” โดยสมบูรณ์ทั้งโดยเจตนารมณ์ของกฎหมายรวมถึงหลัก
 วิชาการ เนื่องจากเป็นสถานีวิทยุที่เป็นของประชาชน โดยประชาชน เพื่อประชาชน ปราศจากการ
 ครอบงำจากภาครัฐและภาคธุรกิจ ในทางสากลจะใช้ชื่อทางวิชาการว่า “Community Radio of
 Interest” ซึ่งในประเทศไทยที่เจริญแล้ว กฎหมายไม่จำกัดสิทธิเสรีภาพเกี่ยวกับความเป็นเครือข่ายและ
 การใช้กำลังส่ง กล่าวคือ ผู้ประกอบการภาคประชาชนมีความเสมอภาค มีสิทธิทัดเทียมกับภาครัฐและ
 ภาคธุรกิจโดยสมบูรณ์

ปัจจุบันเครือข่ายสถานีวิทยุเสียงธรรมฯ มีสถานีวิทยุในเครือข่ายกระจายเสียงครอบคลุมพื้นที่
 ทุกภาคของประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 121 สถานี โดยแยกเป็นภูมิภาคต่างๆ ดังนี้

- ภาคเหนือ	26	สถานี
- ภาคกลาง	26	สถานี
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	50	สถานี
- ภาคตะวันออก	11	สถานี
- ภาคใต้	9	สถานี

ภายหลังองค์หลวงตามหาบัวได้ดับขันธแล้วนั้น คณะสงฆ์ได้มีมติเป็นเอกฉันท์ขออาราธนา
 นิมนต์หลวงปู่บุญมี ปรีบุญโณ วัดป่าบ้านนาคุณ อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี เป็นประธานมูลนิธิ
 เสียงธรรมฯ สืบต่องานขององค์หลวงตา ซึ่งหลวงปู่บุญมีได้เมตตาธิบดีตามมติคณะสงฆ์ เมื่อวันที่ 8
 มี.ค.2554 ณ วัดป่าเกษรศีลคุณธรรมเจดีย์ (ภูผาแดง) อำเภอหนองวัวซอ จังหวัดอุดรธานี ซึ่งภาระ
 งานขณะนี้อยู่ระหว่างการประสานกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์
 และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ที่ต้องรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในการร่างประกาศ
 เกี่ยวกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียงชุมชนให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญและข้อกำหนด
 ประการสำคัญที่สุดต้องเป็นประกาศที่รองรับพระธรรมคำสอนในพระพุทธศาสนาซึ่งเป็นสถาบันหลัก
 อันสำคัญของชาติ ประกาศข้อบังคับต้องเปิดทางให้พระธรรมวินัยของพระพุทธเจ้าโดยเฉพาะ
 ภาควิชาปฏิบัติที่เป็นของจริงให้แผ่กระจายไปทั่วประเทศ

ทีมงานสื่อของวัดป่าบ้านตาด

จากการสัมภาษณ์ทีมงานสื่อของวัดป่าบ้านตาด พบว่า ทีมงานสื่อของวัดมีจำนวนประมาณ
 10 คน โดยช่วยกันดูแลสื่อทั้งสถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ดาวเทียมและสื่ออื่นๆ อย่างครบวงจร ทั้งนี้
 เจ้าหน้าที่สื่อไม่มีใครจบสายตรงด้านวิทยุโทรทัศน์หรือสายคอมพิวเตอร์และไม่เคยเรียนรู้อะบบการ
 ทำงานสื่อสารมวลชนมาก่อน เข้ามาทำงานสถานีฯ ด้วยจิตอาสาและความศรัทธาอยากช่วยงานธรรม
 ขององค์หลวงตามหาบัว

สำหรับงานผู้ประกาศรายการ ในอดีตจะมีตำรวจตระเวนชายแดน กองกำกับการ 24 จะจัดเจ้าหน้าที่จัดรายการวิทยุมาช่วยเป็นผู้ประกาศในช่วงแรก โดยมีทีมงานวิทยุเสียงธรรมฯ เป็นตัวเสริมและเรียนรู้กันไปพร้อมๆกัน

โดยได้รับความช่วยเหลือจากทีมงานคุณทองก้อน วงศ์สมุทร จากสวนแสงธรรมฯ กาญจนบุรี เข้ามาวางรากฐานการบริหารงานสถานีวิทยุให้กับสถานีวิทยุเสียงธรรม วัดป่าบ้านตาด โดยใช้แม่ข่ายจากกาญจนบุรี

ทั้งนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์หลัก (Key informants) ในฐานะผู้ผลิตสื่อของวัดป่าบ้านตาด จำนวน 4 คน ประกอบด้วย

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	นายพงศธร ศิริรัตน์	เจ้าหน้าที่รายการโทรทัศน์
2	นายอิทธิ อินทสร	เจ้าหน้าที่เทคนิครายการวิทยุ
3	นายบุญโฮม สารจันทร์	เจ้าหน้าที่เทคนิครายการโทรทัศน์
4	แอดมินเฟซบุ๊กเพจ “เหนือชีวิต คือธรรมะหลวงตา”	ผู้ดูแลเว็บไซต์หลวงตา www.luangta.com

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลคณะทำงานฝ่ายผลิตสื่อของวัดป่าบ้านตาด

3.2 ภาพรวมของกระบวนการทำงานสื่อ

การนำเสนอภาพรวมกระบวนการทำงานสื่อของวัดป่าบ้านตาด ผู้วิจัยได้แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.2.1 พัฒนาการของการใช้สื่อของวัดป่าบ้านตาด

จากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์คณะทำงานสื่อของมูลนิธิเสียงธรรมฯ พบว่า ในยุคแรกๆ หลวงตามหาบัวแทบไม่สนใจที่จะใช้สื่อต่างๆ เพราะต้องการให้วัดเป็นสถานที่สงบเงียบ พระเถระได้ปฏิบัติความเพียรภาวนา การอบรมสั่งสอนพระเป็นการเทศนาบนศาลาวัดแบบมุขปาฐะ (สื่อสารแบบปากต่อปาก) แต่ภายหลัง วัดป่าบ้านตาดได้มีการนำสื่ออื่นเข้ามาใช้ด้วย เพราะเล็งเห็นว่าถ้าไม่มีการบันทึกข้อความขององค์หลวงตาไว้ก็จะมีหลักธรรมคำสอนของครูอาจารย์ไว้ให้คนรุ่นหลังได้ยึดถือปฏิบัติ

จากบันทึกพระธรรมเทศนาของหลวงพ่อดิเรกธรรมาภรณ์ สันตสุสโก ณ วัดป่าบ้านตาด เมื่อวันที่ 17 ธ.ค.2553 ระบุถึงจุดเริ่มต้นของการบันทึกเสียงธรรมว่า สื่อประเภท MP3 ของวัดป่าบ้านตาด กำเนิดในปีพ.ศ. 2504-2505 ก่อนจะมีแผ่นบันทึกข้อมูล CD ท่านปัญญาวัฑโฒ เป็นผู้คิดอัดเทปคำเทศน์ของหลวงตาเอาไว้ โดยท่านจะสั่งเทป Grundig จากประเทศเยอรมัน มีขนาดใหญ่ต้องใช้ใช้ถ่านถึง

12 ก่อน ม้วนกลมประมาณ 6 นิ้ว

ช่วงแรกๆ ทางวัดจะอัดคำเทศนาของหลวงตาเก็บไว้ แต่ในปีพ.ศ. 2512 ช่วงนั้นเกิดสงคราม มีเครื่องบินมาลงที่สนามบินอุตรธานีบ่อย ทำให้มีเสียงดังจนหลวงตาสั่งว่าไม่ต้องอัดเทป ในช่วงปี พ.ศ.2513-2515 จึงไม่ค่อยมีเทปบันทึกเสียงธรรมของหลวงตา และกลับมาเริ่มบันทึกเสียงต่อในปี พ.ศ.2518

การบันทึกคำเทศน์ในช่วงแรกๆ นั้นบันทึกโดยพระภิกษุที่ร่วมจำพรรษาภายในวัดป่าบ้านตาด นั้นเอง บางครั้งท่านปัญญาธาตุไม่สะดวก จึงให้หลวงปู่สีเป็นผู้กดเทปให้ หลวงปู่สีซึ่งไม่ทราบว่าจะต้อง กดปุ่มบันทึกตัวไหนจึงกดผิดกดถูก ทำให้บางวันก็ไม่ได้บันทึกเสียงธรรม

ต่อมาคุณหญิงสงศรีเป็นผู้รับถอดเทปธรรมะของหลวงตา จนกลายเป็นหนังสือธรรมะเรื่อง อวภาคของจิต อวภาคของธรรม ธรรมะชุดเตรียมพร้อม จากนั้นจะนำไปให้หลวงตาเป็นคนตรวจทาน แล้วจึงออกตีพิมพ์ แต่หนังสือบางเล่มของหลวงตามหาบัว หลวงตาเป็นผู้เขียนและพิมพ์เอง โดยเขียน ใส่กระดาษก่อนแล้วจึงพิมพ์ด้วยเครื่องพิมพ์ดีดแบบพิมพ์สัมผัส เมื่อพิมพ์และตรวจทานเสร็จก็ส่งให้ “ศรีสัปดาห์” เป็นผู้พิมพ์ หนังสือเล่มแรกๆ ที่หลวงตาพิมพ์เอง เช่น ประวัติหลวงปู่มั่น ปฏิปทาพระ อุดมคุณธรรมฐานสายหลวงปู่มั่น

หนังสือธรรมะขององค์หลวงตาก็มีทั้งจากงานเขียนและถอดเทปจากการเทศน์อบรมพระ และฆราวาส ทั้งในวัดและนอกสถานที่ บางเล่มเป็นการรวบรวมคำตอบปัญหาธรรมจากจดหมายของ พระเถร ฆราวาสทั้งในและต่างประเทศ โดยท่านเริ่มแจกหนังสือธรรมะมาตั้งแต่ปี 2514-2515 การ จัดพิมพ์แต่ละครั้งมีจำนวนนับหมื่นนับแสนเล่มเพื่อให้เพียงพอต่อจำนวนคนที่เดินทางที่วัดและคนที่ เขียนจดหมายขอจากที่ต่างๆ

หนังสือที่มีผู้สนใจมากที่สุด คือ หนังสือประวัติท่านอาจารย์มั่น ภูริทัตโต และปฏิปทาพระ อุดมคุณธรรมฐาน สายท่านอาจารย์มั่น ซึ่งเป็นหนึ่งในหนังสือที่ท่านเขียนขึ้น

แต่กระนั้น ทางวัดป่าบ้านตาดจะไม่มีสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร เนื่องจากครั้งหนึ่ง เคยมีนิตยสารฉบับหนึ่งเข้ามาที่วัดเมื่อปี 2529-2530 ได้นำรูปหลวงตาไปลงหนังสือโดยไม่ได้อา นุญาต หลวงตาสั่งเก็บนิตยสารเหล่านี้ด้วยเกรงว่าจะนำรูปท่านไปแอบอ้างเพื่อผลประโยชน์ทาง ธุรกิจ ท่านไม่ต้องการเปิดตัวหรือให้ใครมานำประวัติท่านไปขาย ก่อนหน้านั้นท่านมองว่าสื่อมวลชนเป็น เครื่องประหารพระ โดยเปรียบว่า หนังสือพิมพ์มีแต่ข่าวทางโลก เรามาบวชเพื่อไม่อย่ากรับรู้อะไร วิทยุก็ขายของโฆษณา โทรทัศน์เหมือนเป็นพระเทวทัต โทรศัพท์มือถือนี่ปฏิเสธอย่างที่สุด แต่ในช่วง ช่วยชาติ ท่านเปิดกว้างให้ใช้สื่อต่างๆ เพื่อการเผยแผ่ธรรมะมากขึ้น

สื่อบันทึกเทป ซีดี

สื่อธรรมะขององค์หลวงตาก็ประเภทหนึ่ง คือ เทปอบรมพระและฆราวาส ซึ่งมีพระเถร ประชาชนจำนวนมากจากที่ต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนวัดต่างๆ ก็ได้ติดต่อขอมาทางวัดป่า บ้านตาดเพื่อขอรับแจกเป็นธรรมทาน ท่านได้เมตตากล่าวไว้ว่า “ที่อยู่ในวัดบ้านป่าตาดนี้ เรียกว่าคลัง เทปนะแหละ ทั่วประเทศไทยกรรมฐานสายหลวงปู่มั่นติดต่อมาทางนี้ๆ สำนักเหล่านั้นได้หมดได้จากนี้ นะ ได้แบบเจียบๆ ตั้งแต่ยังไม่ได้ออกช่วยชาติบ้านเมือง คือเราไม่ได้เปิดเผยแผ่ แต่เทศน์ธรรมะที่

สำคัญๆ นั้นในวงการกรรมฐานต่างๆ ไปในประเทศไทยได้หมด ไม่ว่าจะภาคไหนท่านติดต่อมาขอ ส่งไปๆ อันนี้เป็นประจำมานานแล้ว”

เว็บไซต์หลวงตา

ต้นปี พ.ศ.2541 ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการนำชีวประวัติย่อและธรรมะของหลวงตาออกเผยแพร่ด้วยระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อรองรับงานกอบกู้ชาติบ้านเมืองของท่าน ซึ่งในช่วงเวลานั้นได้มีการประสานงานจากพระสงฆ์วัดป่าบ้านตาดในการหาพื้นที่ การกำหนดโครงสร้างและการใช้ชื่อเว็บไซต์ ตลอดจนการวางแผนทางการจัดส่งธรรมะและข้อมูลจากทางวัด เพื่อให้เว็บไซต์มีการปรับปรุงอัปเดตข้อมูลอยู่เป็นระยะ เมื่อได้ข้อสรุปจากทางวัดให้ชื่อเว็บไซต์ว่า Luangta เนื่องจากสั้น กระชับ เป็นที่รับรู้แก่ศิษยานุศิษย์และคนทั่วไปอยู่แล้ว เว็บไซต์หลวงตาภายใต้ชื่อ www.thai.net/luangta จึงถือกำเนิดขึ้นอย่างเป็นทางการ มีทั้งภาคภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยจดทะเบียนเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2541 ในช่วงแรก พระธรรมเทศนาที่อยู่ในเว็บไซต์ยังไม่ค่อยได้รับการปรับปรุง เพราะระยะนั้นทางวัดยังไม่มีการถอดกัณฑ์เทศน์แบบวันต่อวันและได้เริ่มจดทะเบียนกับ NEDSTAT เพื่อเริ่มต้นนับจำนวนผู้ใช้บริการเว็บไซต์ของหลวงตาเมื่อวันที่ 10 มี.ค.2542

ต่อมาเมื่อทางวัดมีการถอดกัณฑ์เทศน์บ่อยครั้งมากขึ้นราว 3-4 วันต่อสัปดาห์ ประกอบกับในระยะต่อมาได้ใช้ File Server เป็นของตนเอง โดยทางวัดได้มอบหมายอย่างไม่เป็นทางการให้จดทะเบียนเว็บไซต์พร้อมกับกำหนดให้ใช้ชื่อ Luangta ไว้คงเดิม เว็บไซต์หลวงตาจึงมีพื้นที่เป็นของตนเองโดยสมบูรณ์ภายใต้ชื่อ www.Luangta.com เมื่อวันที่ 31 มี.ค.2543

ด้วยการพัฒนาเว็บไซต์ของทีมงานศิษย์หลวงตาที่มีความสามารถและด้วยการถอดกัณฑ์เทศน์แบบประจำวันจากทางวัดโดยการช่วยเหลือจากทีมงานคณะศิษย์ ทำให้ในระยะนั้นเว็บไซต์หลวงตาได้รับความนิยมอย่างมาก เป็นที่รู้จักแพร่หลายแก่สาธารณชนดังปรากฏในหน้า NEDSTAT แสดงสถิติผู้ใช้บริการตั้งแต่วันที่ 10 มี.ค. ถึงวันที่ 6 ต.ค.2542 จำนวนมากถึง 191,688 ครั้ง

ในปี 2545 ได้มีการจดทะเบียนเพิ่มเติมอีกชื่อหนึ่งในชื่อ www.Luangta.or.th โดยในระยะนี้เว็บไซต์ได้รับการพัฒนาจากทีมงานมืออาชีพของกลุ่มบริษัทแซทเทลไลท์ จำกัด (มหาชน) และได้ถวายส่งมอบเป็นธรรมทานอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 27 พ.ย.2545 ประกอบกับคณะศิษย์ได้ร่วมกันบริจาค File Server ที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้นโดยฝากไว้ภายใต้การดูแลของบริษัทชินแซทเทลไลท์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งทำให้สามารถบรรจุเทศน์องค์หลวงตาในรูปแบบต่างๆ ได้มากขึ้นนอกจากตัวอักษรคือ สามารถรับฟังและรับชมภาพวิดีโอได้ วัดป่าบ้านตาดจึงได้ทยอยแปลงเทปธรรมะหลวงตาให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลและอัปโหลดไว้บน File Server

ต่อมาไม่นานเมื่อพระสงฆ์วัดป่าบ้านตาดร่วมกับโปรแกรมเมอร์ได้ทดลองทางเทคนิคทำให้เว็บไซต์สามารถถ่ายทอดสดพระธรรมเทศนาขององค์หลวงตาทั้งในวัดป่าบ้านตาด สวนแสงธรรม และสถานที่อื่นๆ ออกกระจายไปทั่วโลกได้เป็นผลสำเร็จ นับเป็นเว็บไซต์แห่งแรกหรือลำดับแรกๆ ของประเทศไทยที่มีการถ่ายทอดสดผ่านระบบอินเทอร์เน็ต สำหรับเว็บไซต์ที่เป็นของวัดป่าบ้านตาดที่เกิดขึ้นในเวลาต่อมาคือ www.klangluang.com เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับคลังหลวงและ www.siangdham.com เพื่อให้ข้อมูลรายละเอียดและการประสานงานระหว่างเครือข่ายสถานีวิทยุเสียดธรรมเพื่อประชาชน

โทรทัศน์ดาวเทียมหลวงตา

วัดป่าบ้านตาดได้ทำสัญญาเช่าช่องสัญญาณดาวเทียมไทยคม 5 ประชาชนทั่วประเทศ ตลอดจนประเทศไทยใกล้เคียงที่มีจานรับระบบซีแบนด์ (C-Band) และตั้งค่าเครื่องรับตามที่กำหนดไว้ก็สามารถรับชมภาพโทรทัศน์ขององค์หลวงตาได้อย่างชัดเจน ช่วงเวลาที่ลูกศิษย์ลูกหาติดตามมากที่สุดคือ ช่วงเวลาถ่ายทอดสดพระธรรมเทศนาประจำวันของท่านในตอนเช้า ในช่วงเวลาอื่นหากหลวงตามेतตาออกมาเทศนาต้อนรับประชาชนที่มากกราบเยี่ยมองค์ท่านก็จะมีถ่ายทอดสดทั้งภาพและเสียงออกโทรทัศน์และวิทยุด้วยเช่นกัน

ในการรับชมภาพโทรทัศน์ช่องหลวงตานั้นนอกจากออกอากาศทางโทรทัศน์ดาวเทียมฟรีทีวีแล้ว ยังมีผู้ให้บริการเคเบิลทีวีหลายแห่งรับไปถ่ายทอดในพื้นที่บริการของตนด้วย

โทรทัศน์ดาวเทียมช่องหลวงตา (SBT TV) ออกอากาศพระธรรมเทศนาตลอด 24 ชั่วโมง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนที่มีเวลาว่างที่แตกต่างกันได้มีโอกาสสัมผัสกับธรรมได้ทุกช่วงเวลา ท่านที่รับชมรายการของสถานีจะได้เห็นภาพการบิณฑบาตร การขบฉัน การแสดงธรรมประจำวันขององค์หลวงตา การแสดงธรรมช่วยชาติในสถานที่ต่างๆ ชีวิตประวัติครูบาอาจารย์องค์สำคัญและอื่นๆ

ในเวลาที่ยังคงค้างคาใจคุณธรรมอยู่นั้น ประชาชนมีโอกาสได้รับชมการถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ดาวเทียมและทางอินเทอร์เน็ตทำให้เห็นการเคลื่อนไหวไปมาของท่านตลอดเวลาเหมือนได้มาสัมผัสองค์จริงที่วัด เมื่อองค์ท่านได้ดับขันธไปแล้ว ลูกศิษย์ก็ยังได้สัมผัสระลึกถึงคุณานุสสติผ่านโทรทัศน์ดาวเทียมนั่นเอง (วัดป่าบ้านตาด, 2554)

ปัจจุบันวัดป่าบ้านตาดใช้สื่อประเภทต่างๆ ในการเผยแผ่ธรรมะรวม 9 สื่อ ได้แก่ สื่อบันทึกเสียง หนังสือ วิทยุเสียงธรรมฯ โทรทัศน์หลวงตา เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ สื่อเสียงตามสายในวัด สื่อกิจกรรมและสื่อบุคคล

3.2.2 ภาพรวมของกระบวนการทำงานสื่อ

กระบวนการทำงานสื่อของมูลนิธิเสียงธรรมเพื่อประชาชนฯ ในฐานะผู้รับผิดชอบสื่อทั้งหมดของวัดป่าบ้านตาด จะเริ่มจากการบันทึกเทปหลวงตามหาบัวเทศน์ โดยพระวัดป่าบ้านตาดในสมัยนั้นๆ เป็นผู้บันทึกเสียง แต่เดิมหลวงตาจะเป็นผู้ฟังเทปนั้นก่อนและท่านจะอัดเสียงใส่ในตลับและตอนท้ายม้วนเทป ทำสำเนาตัดหัวตัดท้ายเพื่อบอกชื่อกัณฑ์เทศน์ บอกวันเดือนปีที่เทศน์ ซึ่งพระที่ทำหน้าที่อัดเทปจะทราบดีว่า ก่อนบันทึกเนื้อหาเทศน์จริงๆ จะต้องกรอเทปไปข้างหน้าเพื่อเว้นพื้นที่ให้หลวงตาอัดเสียงด้วยองค์เอง

หลวงตาเริ่มใช้เทปอัดเสียงมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2504 แต่ก่อนจะใช้เทปม้วนใหญ่อัดด้วยเครื่องที่ซื้อจากต่างประเทศ แล้วจะทำสำเนาเทปไว้ 4 ชุด คัดลอกลงม้วนเทปคาสเซ็ทเป็นม้วนต้นฉบับ (ทางวัดเรียกว่า ม้วนมาสเตอร์) ส่วนจะใช้ก็ม้วนขึ้นอยู่กับขนาดความยาวของกัณฑ์เทศน์นั้นๆ ปกติเทปคาสเซ็ทจะบันทึกได้ 120 นาที แต่บางครั้งก็แบ่งบันทึกม้วนละ 60 นาที 2 ม้วน

สำเนาเทปทั้ง 4 ชุดนั้น ชุดที่ 1-2 ทางวัดป่าบ้านตาดจะเก็บไว้เป็นม้วนมาสเตอร์ เก็บไว้ที่กุฏิพระในวัดเอง ส่วนชุดที่ 3 จะมอบหมายให้พระในวัดเป็นผู้ฟังและถอดเทปส่งให้ทางสถานีวิทยุเสียงธรรม และชุดที่ 4 จะเป็นการสำเนาให้พระนำไปคัดลอกลงซีดี MP3 หรือดีพีเอ็มพีลงหนังสือแจกจ่ายให้กับผู้สนใจทั่วไป

ปกติแล้วผู้ถอดเทปกัมภ์เทศน์ของหลวงตาจะเป็นพระที่บวชจำพรรษาในวัด ยกเว้นบางกัมภ์เทศน์หรือบางเทปที่ญาติโยมรับอาสาถอดเทปแล้วจึงนำไปให้หลวงตาตรวจทานเนื้อหาอีกที สมัยก่อนจะพิมพ์ในรูปแบบพิมพ์ดีด หลวงตาก็ต้องอ่านต้นฉบับที่เป็นพิมพ์ดีด ปัจจุบันพระอาจารย์สุดใจ ทันทมนโณ เจ้าอาวาสวัดป่าบ้านตาดองค์ปัจจุบันเป็นผู้อ่านต้นฉบับที่พิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์

สื่อบันทึกเสียงจึงเป็นสื่อประเภทแรกที่ทางวัดป่าบ้านตาดใช้ เนื่องจากไม่ต้องการให้ธรรมะของหลวงตาสูญหายไปโดยไม่มีการบันทึกเก็บเอาไว้ เมื่อทางวัดอัดเสียงพระธรรมเทศนาลงเทปแล้วจะก๊อปปี้สำเนาไว้แล้วส่งสำเนาชุดหนึ่งมาที่สถานีวิทยุเสียงธรรมฯ ด้วย ช่วงแรกจะส่งสำเนาเทปมาเป็นม้วนๆ รายการทางวิทยุจะไม่มีรายการสดที่ออกอากาศกิจวัตรประจำวันหรืองานที่เกิดขึ้นภายในวัด แต่เป็นการเปิดเทปทั้งหมด

ทั้งนี้ งานด้านสื่อของวัดป่าบ้านตาด แบ่งฝ่ายการทำงานออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ส่วนงานวิทยุเสียงธรรมเพื่อประชาชน และส่วนงานโทรทัศน์เสียงธรรมเพื่อประชาชน

วิทยุเสียงธรรมเป็นสื่อที่เกิดขึ้นมาก่อนโทรทัศน์ แต่ใช้ทีมงานชุดเดียวกันในการบริหารสื่อทั้งวิทยุและโทรทัศน์แบบรวมศูนย์ มีการกำหนดนโยบายการแพร่ภาพออกอากาศโดยผ่านมติคณะกรรมการมูลนิธิเสียงธรรมเพื่อประชาชน อันประกอบด้วยคณะพระเถรอาจารย์ผู้ใหญ่และทีมบริหารสถานีที่เป็นฆราวาส ตามระเบียบข้อบังคับมูลนิธิถือว่า คณะกรรมการบริหารสถานีวิทยุเสียงธรรมและสถานีโทรทัศน์แยกกันคนละชุด แต่ในทางปฏิบัติแล้วก็เป็นคณะกรรมการกลุ่มเดียวกันปฏิบัติหน้าที่ซ้ำๆกัน

การวางแผนโครงสร้างผังรายการวิทยุและโทรทัศน์ เป็นการกำหนดว่าแผนผังรายการจะนำเสนอเนื้อหาอะไรบ้าง โดยแผนผังรายการจะไม่ได้ลงตารางเป็นชั่วโมงๆ เหมือนรายการวิทยุโทรทัศน์ทั่วไปที่ลงตาราง 08.30-09.00น. หรือ 10.00-11.00น. แผนผังรายการขึ้นอยู่กับความยาวของกัมภ์เทศน์ที่เลือกมาออกอากาศ บางกัมภ์มีความยาวครึ่งชั่วโมง บางกัมภ์มีความยาว 1.30 ชั่วโมง ทีมจัดผังรายการจึงกำหนดคร่าวๆ ว่าภายในช่วงเช้า 08.00-12.00น. จะมี 4 กัมภ์เทศน์ความยาว 1 ชั่วโมง หรืออาจจะ 3 กัมภ์เทศน์ที่มีความยาวเกิน 1 ชั่วโมง แผนผังรายการจะกำหนดล่วงหน้าเป็นเดือน หากมีการเปลี่ยนแปลงผังรายการ ขอดัดหรือเพิ่มบางรายการ ต้องรวมมติคณะกรรมการมูลนิธิ แต่หากเป็นเรื่องเร่งด่วนมาก พระอาจารย์สุดใจ เจ้าอาวาสรูปปัจจุบัน มีอำนาจพิจารณาตัดสินใจได้ทันที โดยมีเจ้าหน้าที่ผังรายการวิทยุและผังรายการโทรทัศน์เป็นผู้รับผิดชอบ

สำหรับเนื้อหาสื่อที่ใช้ในรายการวิทยุและโทรทัศน์ จะใช้กัมภ์เทศน์ที่หลวงตามหาบัวเทศน์ไว้ในโอกาสต่างๆ โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำสถานีประมาณ 10 คน พระวัดป่าบ้านตาด 4-5 รูป ทำหน้าที่ช่วยกันดูหมุนเวียนสลับกันไป

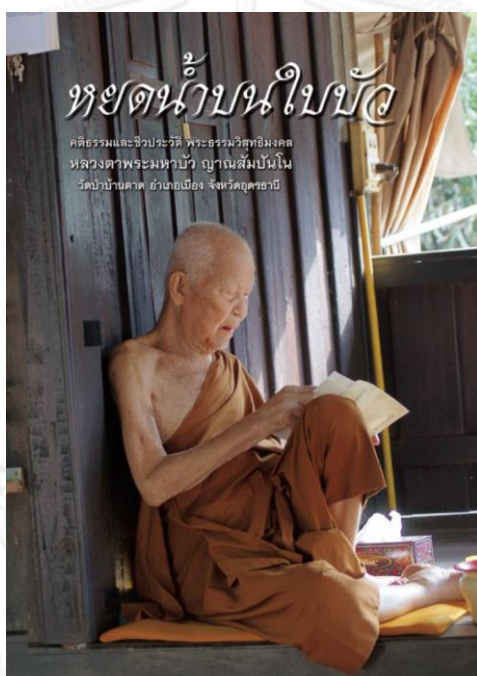
ทั้งนี้ ระบบการทำงานสื่อของวัดป่าบ้านตาดเป็นระบบที่บุคลากรควรรวมความรับผิดชอบทั้งในส่วนที่เป็นงานวิทยุและงานโทรทัศน์ โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคนิค 1 คนจะรับผิดชอบทั้ง 2 งาน มีหน้าที่ในการตัดแต่งกัมภ์เทศน์ที่ได้รับมาจากวัด คู่มือการถ่ายทอดออกอากาศสดบรรยากาศการบิณฑบาตรในช่วงเช้า เพิ่ม Title สำหรับออกอากาศในช่วงบ่าย เย็นและเช้าวินรุ่งขึ้นรวม 3 เวลา รวมถึงผู้ประกาศรายการวิทยุ ภายหลังจากเสร็จหน้าที่ประกาศนำเข้าสู่รายการแล้วก็จะมาช่วยตัดแต่งกัมภ์เทศน์ด้วย

กระบวนการผลิตสื่อในภาพรวมดูแลกำกับโดยคณะกรรมการมูลนิธิเสียงธรรมเพื่อประชาชน คณะกรรมการบริหารสถานีวิทย์และคณะกรรมการบริหารสถานีโทรทัศน์เสียงธรรมฯ หากจะมีการปรับเปลี่ยนแผนผังรายการหรือเนื้อหาในส่วนใดๆ จะต้องผ่านที่ประชุมคณะกรรมการบริหารสถานีวิทย์และคณะกรรมการบริหารสถานีโทรทัศน์เสียงธรรมฯ โดยถือว่ามติของคณะกรรมการเป็นที่สุด

จากการสัมภาษณ์ผู้รับผิดชอบสื่อประเภทต่างๆ ของวัดป่าบ้านตาด สามารถอธิบายกระบวนการทำงานสื่อแยกแต่ละประเภท ดังต่อไปนี้

3.2.2.1 กระบวนการทำงานสื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์ของวัดป่าบ้านตาดมีทั้งที่เป็นโปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว หนังสือธรรมะ โดยเฉพาะหนังสือธรรมะทั้งหนังสือที่หลวงตาเขียนขึ้น เช่น ปฏิปทาพระอุดมกรรมฐาน หยตน้ำบนใบบัว ฯลฯ



รูปภาพที่ 4.12 หนังสือธรรมะขององค์หลวงตามหาบัว

ในอดีตหนังสือที่ถอดเทปจากกัณฑ์เทศน์ของหลวงตา และหนังสือที่ลูกศิษย์เป็นผู้จัดทำขึ้น ส่วนใหญ่ทางวัดจะจัดทำเป็นเล่มบาง เน้นตัวอักษรที่เป็นเนื้อหา กัณฑ์เทศน์ ไม่เน้นรูปภาพ ระยะเวลาๆ ลูกศิษย์จึงให้ความสนใจรวบรวมธรรมะสำคัญจัดเป็นหมวดหมู่แล้วตีพิมพ์เพื่อแจกเป็นทานให้แก่ผู้มาทำบุญที่วัดหรือในกิจกรรมงานบุญพระป่ากรรมฐานต่างๆ

เนื้อหาภายในเป็นการถอดเทป กัณฑ์เทศน์ 1 กัณฑ์ บางเล่มเป็นกัณฑ์เทศน์ขนาดยาว เช่น หนังสือชุดเตรียมความพร้อม ขนาดยาว 93 กัณฑ์รวบรวมคำเทศน์ 3 เดือน

สื่อหนังสือธรรมะไม่ได้มีผู้รับผิดชอบเป็นฝ่ายงานอย่างชัดเจน เมื่อหลวงตาเทศน์เสร็จในแต่ละครั้ง พระอาจารย์จะเป็นผู้ถอดเทปคำเทศน์ไว้ แต่ถ้าใครต้องการจะพิมพ์เป็นหนังสือก็มารับต้นฉบับไปดำเนินการกันเอง ทางวัดจึงไม่มีฝ่ายทำหนังสือขึ้นโดยเฉพาะ แต่ส่วนที่ต้องส่งเนื้อหาข้อมูลมายัง

สถานีวิทยุเสียงธรรมฯ จะมีพระอาจารย์ผู้รวบรวมเนื้อหาอยู่ 2-3 รูป ทำหน้าที่เขียน ถอดเทปแล้วส่งข้อมูลโดยตรงมายังสถานีฯ

ข้อมูลเนื้อหาที่ได้มาจะไม่ได้แยกส่วนการนำเสนอ เนื้อหาส่วนนั้นมีเท่าไรก็เผยแพร่ทั้งหมดตามพื้นที่ที่มี ไม่มีการแบ่งสองส่วนไว้นำเสนอ 2 ช่วงเวลา เพราะจะทำให้เนื้อหาขาดตอน แต่จะแบ่งตามรูปแบบการนำเสนอ เช่น ถ้าเนื้อหามาในรูปแบบไฟล์เสียงก็จะเลือกส่งวิทยุก่อน ถ้าเนื้อหามาในรูปแบบภาพและเสียงก็จะเลือกส่งโทรทัศน์ แต่ถ้าเนื้อหามาในรูปแบบตัวอักษรก็เลือกส่งหนังสือ ทั้งนี้ทั้งนั้น ในท้ายที่สุดเนื้อหาทั้งหมดจะพยายามจัดการให้สามารถลงในสื่อได้ทุกประเภท เพื่อเผยแพร่เนื้อหาสาระธรรมที่มีให้เข้าถึงผู้ฟังมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

ขั้นตอนในการจัดพิมพ์ ตรวจสอบเนื้อหาต้นฉบับของหนังสือธรรมะนั้น จะมีการแก้ไขคำซ้ำๆ ที่ท่านพูดเป็นบางจุด แต่โดยรวมแทบจะยกบทถอดเทปมาทั้งหมดโดยไม่ปรับแก้ภาษาเขียน สำนวนลีลา เพื่อคงอรรถรสเหมือนกำลังฟังหลวงตาท่านเทศน์ด้วยองค์ท่านจริงๆ

3.2.2.2 กระบวนการทำงานสื่อบันทึกเสียง

สื่อบันทึกเสียงเป็นสื่อธรรมะแรกๆ สมัยก่อนเมื่อองค์หลวงตาท่านแสดงธรรม จะมีพระอาจารย์ทำหน้าที่ถอดเสียงอยู่ 1-2 รูป สลับสับเปลี่ยนกันไป เมื่อได้เทปมาแล้วจะสำเนาเนื้อหาเก็บไว้ 4 ชุด ชุดหนึ่งจะผลิตซ้ำเพื่อเผยแพร่แจกให้แก่ลูกศิษย์ที่มาวัด สื่อเสียงของวัด ณ ปัจจุบันมีทั้งเทปซีดี MP3 ม้วนวิดีโอ ม้วนVHH ใหญ่ในช่วงงานผ้าป่าช่วยชาติ

เนื้อหาในสื่อบันทึกเสียงจึงเป็นกัณฑ์เทศน์ขององค์หลวงตา เสียงอ่านประวัติพ่อแม่ครูอาจารย์ เพลงธรรมะ ซีดีคำสอน โดยเทปคำสอนและเพลงธรรมะจะได้รับความนิยมมาก ผู้สนใจบางคนที่ไม่ได้มาที่วัดก็จะติดต่อมายังสถานีวิทยุเสียงธรรมฯ เพื่อให้จัดส่งทางไปรษณีย์ หรือบางคนก็ส่งคำถามมาถามปัญหาธรรม ทางวัดก็จะส่งแผ่นซีดีกลับไปให้ฟังด้วย ปัจจุบันเท่าที่มีข้อมูลก็จัดส่งประมาณ 2,000-3,000 แผ่นต่อเดือน

การทำสื่อบันทึกเสียงจะแยกกันทำกับที่วัด วัดจะเป็นผู้ส่งแผ่นมาให้ทางสถานีฯ ช่วยปั๊มแจกจ่าย แต่หลังจากหลวงตาไม่อยู่ก็ไม่ได้ทำเทปเพิ่มเติม แต่เปลี่ยนไปทำซีดีเพราะสมัยนั้นคนนิยมฟังจากเทป แต่ยังคงมีเก็บบันทึกเป็น DV ระยะเวลาหลังๆ การบันทึกภาพในวัดไม่ค่อยได้บันทึกการเทศน์ของพระอาจารย์สุดใจ เจ้าอาวาสวัดป่าบ้านตาดรูปปัจจุบัน เนื่องจากท่านจะไม่ค่อยเทศน์เหมือนหลวงตา อาจเพราะองค์หลวงตาท่านพูดทุกอย่างไว้ชัดเจนถูกต้องหมดแล้ว อีกอย่างหนึ่งคือ หลวงตาสอนไว้ว่า ถ้าไม่รู้จริง จะไม่สอนใคร

แต่สื่อบันทึกเสียงจะไม่มีการแนะนำเนื้อหาสื่ออื่นๆ เพราะเป็นเนื้อหาต้นฉบับที่สื่อต่างๆ นำไปใช้เผยแพร่ต่อ

3.2.2.3 กระบวนการทำงานสื่อวิทยุเสียงธรรมฯ

กระบวนการผลิตสื่อวิทยุมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งสัญญาณวิทยุ และเสียงไปยังลูกข่ายสถานีวิทยุทั่วประเทศ มีเจ้าหน้าที่เทคนิครับผิดชอบทำภาพและเสียง รับผิดชอบร่วมกันทั้งทำวิทยุและโทรทัศน์

สถานีวิทยุจะมีผู้ประกาศ 2 คน มีทีมเจ้าหน้าที่วัดป่าบ้านตาด (บางส่วนเป็นทีมงานสถานีวิทยุฯ) ช่วยบันทึกภาพวิดีโอ บรรยายภาคการเดินสาย บิณฑบาต ฉันทัดอาหารในช่วงเช้า และเก็บ

ภาพนิ่งและวิดีโอในงานสำคัญของทางวัด เช่น งานบุญประเพณีข้าวเปลือก งานไตรโลกธาตุ มีเจ้าหน้าที่ผังรายการวิทยุควบคุมเนื้อหาให้เป็นไปตามผังรายการที่วางไว้

เมื่อทีมงานฝ่ายเทคนิค วิทยุเสียงธรรมฯ ได้รับเนื้อหาที่เป็นไฟล์ดิจิทัลที่ส่งมาจากทางวัด จะเก็บไว้เพื่อตรวจสอบเนื้อหาก่อนการแพร่ภาพออกอากาศทุกครั้ง โดยเฉพาะเรื่องบุคคลที่ปรากฏอยู่ในคลิป หากเป็นนักการเมือง บุคคลมีชื่อเสียงหรือบุคคลที่ 3 ทางทีมงานจะทำหน้าที่ตัดส่วนนั้นออก โดยไม่ให้กระทบต่อเนื้อหาคำเทศน์ หากตัดแล้วกระทบต่อเนื้อหาก็จะตัดเนื้อหาทั้งหมดออกไป

ฝ่ายเทคนิคยังมีหน้าที่ตัดแต่งกัณฑ์เทศน์ที่ได้รับมาจากทางวัด คุมการถ่ายทอดออกอากาศสดในช่วงเช้า โดยจะบันทึกไฟล์บรรยากาศการบิณฑบาตไว้ตัดต่อเพื่อรีรัน ใส่ Title สำหรับออกอากาศในช่วงบ่าย เย็นและเช้าวันรุ่งขึ้นรวม 3 เวลา ส่วนผู้ประกาศภายหลังสิ้นสุดการประกาศเข้าสู่รายการของกัณฑ์เทศน์นั้นๆ ก็จะต้องมาช่วยตัดแต่งกัณฑ์เทศน์ด้วย

ก่อนจะมีการเลือกกัณฑ์เทศน์เพื่อเผยแพร่ จะต้องมีการจัดแยกหมวดหมู่ของกัณฑ์เทศน์ก่อนว่าเป็นกัณฑ์เทศน์ทั่วไป กัณฑ์เทศน์สอนธรรมะฆราวาส สอนอบรมพระ อบรมกรรมฐาน เทศน์ช่วยชาติ เทศน์ผ้าป่าสงเคราะห์โลก จะทำให้สามารถกำหนดประเภทรายการได้ง่าย

เวลาแก้ไขตัดแต่งเนื้อหานี้ให้ทำเฉพาะการปรับคุณภาพเสียงให้คมชัด ลดเสียงรบกวน เสียงไมค์ซ้อต แต่จะไม่ปรับหรือตัดเนื้อหาธรรมะที่ท่านเทศน์ ดังนั้น เนื้อหาจึงมักจะเป็นการนำกัณฑ์เทศน์ทั้งกัณฑ์ลงเผยแพร่ทั้งหมดโดยแทบไม่ปรับเปลี่ยนอะไรเลย

สำหรับไฟล์กัณฑ์เทศน์ที่จะออกอากาศทางสถานีวิทยุหรือโทรทัศน์นั้น จะต้องผ่านการคัดเลือกเนื้อหาจากคณะกรรมการมูลนิธิเสียงธรรมฯ อันมีพระเถระจารย์ ผู้อำนวยการสถานี และฆราวาสเป็นผู้พิจารณาในทุกกรณี ไม่ได้นำเอาไฟล์เทศน์ของพระอาจารย์รูปใดมาเผยแพร่ก็ได้ วัดป่าบ้านตาดมีนโยบายสนับสนุนการเผยแพร่ธรรมะครูบาอาจารย์สายพระอาจารย์มั่น ภูริทัตโต โดยคณะกรรมการฯ จะกำหนดว่าวัดใดที่หลวงตาพิจารณาอนุญาตให้สนับสนุนได้ไว้แต่แรกอยู่แล้ว ส่วนปัจจุบันหากมีวัดสายพระป่าแต่ไม่ได้อยู่ในรายชื่อวัดที่หลวงตาให้การสนับสนุนรับรองว่าอนุญาตให้เผยแพร่ก็จะพิจารณาเป็นกรณีๆ ไป

ในส่วนแผนผังรายการวิทยุจะมีเจ้าหน้าที่ผังรายการวิทยุเป็นผู้รับผิดชอบ แผนผังรายการจะไม่ได้ลงตารางเป็นชั่วโมงๆ เหมือนรายการวิทยุทั่วไป เช่น 08.30-09.00น. หรือ 10.00-11.00น. แผนผังรายการขึ้นอยู่กับความยาวของกัณฑ์เทศน์ที่เลือก โดยแผนผังรายการจะกำหนดล่วงหน้าเป็นเดือน ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงผังรายการ ต้องรวมติดคณะกรรมการมูลนิธิฯ มีอำนาจพิจารณาตัดสินใจได้ทันที

ผังรายการประจํา วันพุธที่ 4 เดือน ธันวาคม พ.ศ.2556

ตรงกันวัน ขึ้น 2 ค่ำ เดือนอ้าย ปีมะเส็ง

เวลาเริ่ม-จบ	เวลา	รายการ	ลงชื่อ ผู้ประกาศ(เช้า)(บ่าย)
6:00:00 - 6:50:00	0:50:00	พระธรรมเทศนาโดยหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน	57 2550-08-22 เล็งใสธรรมตลอด (00.38.00)
7:00:00 - 7:30:00	0:30:00	ข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย	
7:30:00 - 8:00:00	0:30:00	เพลงสภานี+ประกาศสถานี+เจริญพระพุทธมนต์	
8:00:00 - 8:01:00	0:01:00	เคารพธงชาติ	
8:30:00 - 8:35:18	0:05:18	รายการพิเศษ (พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ)	12 ตอนที่ 9 การแพทย์และการสาธารณสุข (00.05.00)*
8:35:18 - 8:38:18	0:03:00		
8:38:18 - 9:34:47	0:56:29	รายการธรรมะครูบาอาจารย์ 1	บริการม ภาวนา และตามกำหนด - หลวงพ่อพุทธ ฐานโย (00.56.00)*
9:34:47 - 10:10:47	0:36:00	รายการธรรมปฏิบัติ 1	2547-12-14 เราอยากให้มีพระกรรมฐานในภาคกลาง (00.36.00)
10:10:47 - 10:57:01	0:46:14	รายการภาษาธรรม	96 2551-04-19 เทศน์อบรม ณ สวนแสงธรรม (00.46.00)
10:57:01 - 10:59:01	0:02:00		
10:59:01 - 10:59:01	0:00:00	รายการธรรมะครูบาอาจารย์ 2	งดอกอากาศ (เวลาเมฆ)
10:59:01 - 11:01:01	0:02:00		
11:01:01 - 12:12:01	1:11:00	รายการธรรมะจากโครงการช่วยชาติ	57 2543-06-23 ณ ม.ธรรมศาสตร์ จ.ปทุมธานี (01.11.00)
12:12:01 - 12:14:01	0:02:00		
12:14:01 - 12:59:01	0:45:00	พระธรรมเทศนาโดยหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน	57 2545-11-21 ที่ว่าเหลือเชื่อ (00.45.00)
12:59:01 - 13:02:01	0:03:00		
13:02:01 - 13:06:55	0:04:54	ประวัติหลวงปู่ปั้น - เพลิน พรหมแดน	02. ตอน สุครุฑพระมารดา (00.05.00)
13:06:55 - 13:11:55	0:05:00		
13:11:55 - 13:32:06	0:20:11	รายการถาม-ตอบปัญหาธรรม (ปั้น-หา-ทำ)	007 2547-08-02 คนดีให้สังคมความดีตลอดไป (00.20.00)*
13:32:06 - 13:37:06	0:05:00		
13:37:06 - 14:12:19	0:35:13	รายการนานาสาระธรรม	20 2530-08-01 อยาปลอยให้มันออกตามอารมณ์ (00.35.00)
14:12:19 - 14:14:19	0:02:00		
14:14:19 - 14:35:27	0:21:08	เทศน์ครูบาอาจารย์ ช่วงที่ 1	2536-03-15 ธมฺโมโรเกนุตตโร - หลวงปู่ศรี นหารโร (00.21.00)*
14:35:27 - 14:37:27	0:02:00		
14:37:27 - 15:25:27	0:48:00	รายการธรรมปฏิบัติ 2	011 2549-06-20 เทศน์อบรม ณ สวนแสงธรรม (00.48.00)
15:25:27 - 15:27:27	0:02:00		
15:27:27 - 15:50:27	0:23:00	รายการหลวงตาสงเคราะห์โลก	01 2530-07-13 ทรงอนุญาตให้ภิกษุขออาหารได้ (00.23.00)
15:50:27 - 15:52:27	0:02:00		
15:52:27 - 16:22:19	0:29:52	รายการ ประวัติ-ครูบาอาจารย์	09 ประวัติท่านพระอาจารย์มั่น ภูริทัตโต ตอนที่ 9 (00.30.00)
16:22:19 - 16:24:19	0:02:00		
16:24:19 - 17:00:10	0:35:51	เทศน์ครูบาอาจารย์ ช่วงที่ 2	กายมัจฉิตกรง - หลวงปู่สิม พุทธจาโร (00.37.00)*
17:00:10 - 17:02:10	0:02:00		
17:02:10 - 17:34:54	0:32:44	เทพบันเทิงเสียงเทศน์ หลวงตาดู 2	08 2547-07-14 ไม่นิกรมไปได้ (00.33.00)
17:34:54 - 17:57:44	0:22:50	ปฏิบัติพาพระชุดกรรมฐาน	ปฏิบัติพาพระชุดกรรมฐาน ตอนที่ 41 (00.23.00)
17:57:44 - 18:00:00	0:03:00		
18:00:00 - 18:30:00	0:30:00	เคารพธงชาติ	18:00:00 0:00:44 เวลาที่เกิน
18:30:00 - 18:34:00	0:04:00		
18:34:00 - 18:35:19	0:01:19	รายการนิทานหลวงตาดู	16 เรื่อง เาหนามาสอนคน (00.01.00)
18:35:19 - 19:02:19	0:27:00	พระธรรมเทศนาโดยหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน	85 2550-09-14 ธรรมกล่อมใจ (00.27.00)
19:02:19 - 19:29:57	0:29:57		
19:29:57 - 19:56:30	0:26:33	รายการแสงส่องธรรม	03 2540-03-11 เทศน์อบรม (00.27.00)*
19:56:30 - 20:04:30	0:08:00		
20:04:30 - 20:16:27	0:11:57	เทมบนทกเสียงการทาวตรเยน	
20:16:27 - 20:45:16	0:28:49	พระธรรมเทศนาโดยหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน	001 2546-09-25 ราคะประจำชั้น (00.29.00)*
20:45:16 - 21:12:41	0:27:25	พระธรรมเทศนาโดยหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน	002 2519-02-02 ปลุกใจสู้กิเลส (00.27.00)*
21:12:41 - 21:49:02	0:36:21	พระธรรมเทศนาโดยหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน	003 2509-04-17 วิธีปฏิบัติตัวเอง (00.36.00)*
21:49:02 - 22:43:41	0:54:39	พระธรรมเทศนาโดยหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน	004 2523-09-07 ตัวภพชาติแท้ คือ... (00.55.00)*
22:43:41 - 23:47:18	1:03:37	พระธรรมเทศนาโดยหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน	005 2523-09-15 พระสมบุรณ์แบบ (01.04.00)*
23:47:18 - 0:32:38	0:45:20	พระธรรมเทศนาโดยหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน	006 2535-12-14 ท่านผู้วิเศษ (00.45.00)*
0:32:38 - 1:14:42	0:42:04	พระธรรมเทศนาโดยหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน	007 2522-12-05 คลี่คลายดูให้ชัด (00.42.00)*
1:14:42 - 2:03:40	0:48:58	พระธรรมเทศนาโดยหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน	008 2530-07-29 วิชาชาวกิเลส (00.49.00)*
2:03:40 - 2:56:11	0:52:31	พระธรรมเทศนาโดยหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน	009 2527-08-09 กิเลสทำให้สัตว์ตามอด (00.53.00)*
2:56:11 - 4:02:50	1:06:39	พระธรรมเทศนาโดยหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน	010 2536-11-06 สัมมานธัมมปฏิบัติ (01.07.00)*
4:02:50 - 4:59:16	0:56:26	พระธรรมเทศนาโดยหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน	011 2525-08-24 อวภาคโลก อวภาคธรรม (00.56.00)*
5:01:16 - 5:16:01	0:14:45	เทพบันเทิงเสียงการทาวตรเยน	5:00:00 0:01:16 เวลาที่เกิน
5:16:01 - 5:40:09	0:24:08	พระธรรมเทศนาโดยหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน	013 2525-07-05 โลกกับธรรม (ก่อนปาฏิโมกข์) (00.24.00)*
5:40:09 - 6:00:24	0:20:15	พระธรรมเทศนาโดยหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน	014 2545-06-17 เป็นพระอรหันต์ทำไมไม่ดำรง (00.20.00)*

หมายเหตุ - กัณฑ์เทศน์วันที่ 2528-01-28 หอบ จะไม่นำมาออกอากาศอีก
- ปรับแก้ตัวอักษรให้เรียบร้อยและเพิ่มกัณฑ์เทศน์หลวงตาดูแทนเทพบันเทิงเสียงเทศน์เช้าแล้ว

13.50 P.M.
ออกผิงให้เมื่อวันที่ 28 พ.ย. 2556

ตารางที่ 4.4 แผนผังแสดงรายการวิทยุเสียงธรรมฯ วัดป่าบ้านตาด

แผนผังรายการแบ่งสลับตามลักษณะเนื้อหาของรายการ ความเข้มข้นของกัณฑ์เทศน์
ช่วงเวลาในการรับชม โดยจะมีรายการธรรมปฏิบัติ เน้นการเทศนาอบรมพระเถระที่เดินทางมากราบ

องค์หลวงพ่อตอนบ่ายๆ หลวงตาก็จะอยู่ต้อนรับและเทศนาให้ฟัง แต่จะไม่ลงลึกในรายละเอียดเพราะพูดให้พระอาคันตูกะหม่อมกั๋ง จะไม่ลึกเหมือนอบรมพระตอนกลางคืน รายการนี้เรียกสั้นๆ ว่า อบรมพระกลางวัน ช่วงค่ำจะเรียกว่า อบรมฆราวาสค่ำ จะเปิดเทปบันทึกเทศน์หลวงตาที่สวนแสงธรรม พุทธมณฑลสาย 3 เนื้อหาจะลึกกว่าอบรมฆราวาสช่วงเช้า ยกตัวอย่างรายการในแผนผัง ดังนี้

- รายการภาษาธรรม เป็นรายการเทศน์ทั่วไป เน้นศีลธรรมชาวบ้าน ผู้ฟังจะเป็นฆราวาสญาติธรรม แต่จะเป็นกัณฑ์เทศน์เก่าๆที่สวนแสงธรรม หลวงตาจะลงไปปีละ 3 ช่วง 3 เดือน ได้แก่ ช่วงเดือนเม.ย. ก.ค. และ ธ.ค. ช่วงหลังปี 2540 ทั้งนี้บางกัณฑ์อาจจะเก่า แต่บางกัณฑ์ใหม่ๆ ก็ออก รายการนี้ได้แต่ต้องตรงตามแนวคิดธรรมะในชีวิตประจำวัน เพราะกัณฑ์เทศน์เก่าๆ มีจำนวนน้อย ต้องผสมกับกัณฑ์ใหม่ๆ บ้าง

- ประวัติหลวงปู่มั่นและครูบาอาจารย์สายกรรมฐาน เป็นรายการที่ออกอากาศเสียงอ่าน ประวัติหลวงปู่มั่น ภูริทัตโตและพ่อแม่ครูบาอาจารย์รูปอื่นๆ จากหนังสือรวบรวมประวัติพระกรรมฐานที่มี หมุนเวียนกันไป

ทั้งนี้ เสียงอ่านที่จะออกอากาศทางวิทยุนี้ไม่ใช่ใครอ่านแล้วส่งมาให้ออกอากาศได้ ต้องเป็นเสียงอ่านที่คณะกรรมการมูลนิธิฯ ลงความเห็นว่าเป็นเสียงที่เหมาะสม ฟังแล้วน้อมนำไปปฏิบัติตาม ไม่ชี้้นำให้จิตสั่นส่าย ดังนั้น จะไม่เลือกเสียงผู้หญิงในการอ่านหรือเป็นผู้ประกาศในสื่อของวัด เพราะทางวัดพิจารณาแล้วว่า เสียงของผู้หญิง แม้จะเป็นเสียงใส มีความไพเราะเสนาะหู แต่ก็ชี้้นำให้จิตหลุดจากการภาวนาได้ง่าย ตัวอย่างเนื้อหาในแผนผังรายการวิทยุ อาทิ

- เพลงประวัติหลวงปู่ครูบาอาจารย์ รายการเพลงจะจัดให้มีในแผนผังรายการทุกวันแต่เปิดเป็นช่วงๆ เรียกว่าเป็นรายการบันเทิงเชิงธรรม เหตุที่ต้องมีเพลงมาเปิดด้วยเพราะคนส่วนใหญ่มองว่ารายการธรรมะมีเนื้อหาไม่หลากหลาย ลูกศิษย์ที่ทำสื่อเพลงได้เลยนำประวัติครูบาอาจารย์ไปเรียบเรียงเป็นเพลง

- รายการประวัติครูบาอาจารย์ เป็นเสียงอ่านประวัติครูบาอาจารย์ 28 รูปที่ทางมูลนิธิอนุญาต มีพระและฆราวาสที่อนุญาตเป็นผู้อ่าน เป็นต้น

3.2.2.4 กระบวนการทำงานสื่อโทรทัศน์ดาวเทียม

ลักษณะการทำงานสื่อโทรทัศน์ดาวเทียม (SBT TV) มีความคล้ายคลึงกับการทำงานของสื่อวิทยุ เนื่องจากใช้คณะทำงานกลุ่มเดียวกัน มีนายพงศธร ศิริรัตน์ เจ้าหน้าที่ผังรายการโทรทัศน์จะเป็นผู้ดูแลทั้งหมด

เนื้อหาที่ใช้ในสื่อทีวีจะเป็นเนื้อหาเดียวกับสื่อวิทยุ กล่าวคือ ทางวัดจะส่งเนื้อหาที่เป็นทั้งเสียงและภาพมายังสถานีฯ ถ้าส่งข้อมูลภาพมา เจ้าหน้าที่เทคนิคก็สามารถตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหาและคุณภาพของข้อมูลเพื่อเตรียมตัดต่อออกอากาศได้เลย แต่หากเก็บข้อมูลได้เฉพาะเสียงก็ต้องนำเสียงมาแทรกภาพให้ออกอากาศทางโทรทัศน์ได้ ภายหลังจากได้ปรับโดยการแยกเสียงเพื่อส่งสัญญาณออกอากาศในสถานีโทรทัศน์ 2 รูปแบบ คือเสียงจากวิทยุ กับเสียงโทรทัศน์ ซึ่งคุณภาพเสียงจะต่างกัน ในแต่ละพื้นที่จะรับเสียงจากวิทยุและโทรทัศน์ได้ต่างกัน

แผนผังรายการโทรทัศน์ไม่ได้กำหนดเป็นช่วงทุกชั่วโมงเช่นเดียวกับวิทยุ แต่กำหนดตามความ

สั้นยาวของรายการ โครงสร้างรายการจะถ่ายทอดสดการบิณฑบาตรช่วงเช้า ปกติสมัยหลวงตาอยู่จะมีการเทศน์เช้าทั้งก่อนและหลังฉันจังหัน 1-2 กัณฑ์ ก็จะถ่ายทอดเทศน์ด้วย

ผังรายการโทรทัศน์				
ประจำวันอังคาร ที่ 3 ธันวาคม 2556				
เวลาเริ่ม	เวลาจบ	เวลา	รายการ (VDO)	หมายเหตุ
7:40:00	8:45:15	1:00:00 0:05:15	ถ่ายทอดสด การทำบุญตักบาตร <i>01 ตอนที่ 1 พระอริยวัชระภาพด้านแผนกและการศึกษา (00.05.15)</i>	วัดป่าบ้านตาด จ.อุดรธานี
8:45:15	9:33:15	0:48:00	02 2546-11-23 เรื่องจอมปลอมเทวกรรม (0.48.00)	
9:33:15	10:11:20	0:38:05	04 2543-05-07 เทคนอบรมมรวาาส (00.38.05)	
10:11:20	11:37:41	1:26:21	06 2544-04-14 (คำ) เทคนอบรม ณ สวนแสงธรรม (01.26.21)	
11:37:41	12:35:56	0:58:15	08 2551-04-24 เทคนเช้าสวน (00.58.15)w	
12:35:56	14:00:28	1:24:32	10 2544-06-26 (บ้าย) เทคน ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน กรุงเทพฯ (01.24.32)	
14:00:28	14:00:28	0:00:00		
14:00:28	14:04:40	0:04:12	14 เพลงจิตนี้ไม่มีตาย - เอกชัย ศรีวิชัย (04.12)	(เวลาเกิน)
14:04:40	14:52:05	0:47:25	16 เทปบันทึกภาพ เทคนเช้า วันที่ 03 ธ.ค. 2551	0:04:40
14:52:05	16:00:05	1:08:00	20 2552-07-06 หลวงดาราบรวิถึกลองปี่ม้น ภูริทัตเถระ วัดป่าสุทธาวาส อ.เมือง จ.สกลนคร (01.08.00)	
16:00:05	16:40:05	0:40:00	22 2553-02-05 (สาย) เมตดาที่วัดป่าเกษรศีกคุณธรรมเจดีย์ (ภูผาแดง) ต.หนองอี้อ้อ อ.หนองวัวซอ จ.อุดรธานี (00.40.00)	
16:40:05	18:00:05	1:20:00	24 2548-09-12 ป่าเพ็ญกุศลพระสุธรรมคณาจารย์ (หลวงปู่เหรียญ วรลาโภ) วัดอริยญนบรรพต จ.หนองคาย (01.20.00)	
18:00:05	18:00:05	0:00:00		
18:00:05	18:00:05	0:00:00		
18:00:05	18:00:05	0:00:00	บริหารเวลา	(เวลาเกิน)
18:00:00	18:00:00	0:01:00	เคารพรงชาติ	0:00:05
18:01:00	18:11:00	0:10:00	สปอรัต	
18:11:00	19:24:33	1:13:33	30 2551-05-30 (บ้าย) เทคนอบรมมรวาาส วันเปิดสามแดนโลกธาตุ (01.13.33)	
19:24:33	20:00:33	0:36:00	32 เทปบันทึกภาพ การทำบุญเช้า วันที่	
20:00:33	20:00:33	0:00:00		
20:00:33	20:00:33	0:00:00	บริหารเวลา	(เวลาเกิน)
20:00:33	20:00:33	0:00:00		0:00:33
20:00:00	20:10:00	0:10:00	ข่าวในพระราชสำนัก	(รับจากช่อง 11)
20:00:00	20:10:00	0:11:11	ข่าวในพระราชสำนัก	
20:21:11	21:52:47	1:26:21 0:05:15	04 2544-04-14 (คำ) เทคนอบรม ณ สวนแสงธรรม (01.26.21) <i>02 ตอนที่ 1 พระอริยวัชระภาพด้านแผนกและการศึกษา (00.05.15)</i>	
21:52:47	22:40:12	0:47:25	06 เทปบันทึกภาพ เทคนเช้า วันที่ 03 ธ.ค. 2551	
22:40:12	0:04:44	1:24:32	08 2544-06-26 (บ้าย) เทคน ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน กรุงเทพฯ (01.24.32)	
0:04:44	0:52:44	0:48:00	10 2546-11-23 เรื่องจอมปลอมเทวกรรม (0.48.00)	
0:52:44	2:00:44	1:08:00	12 2552-07-06 หลวงดาราบรวิถึกลองปี่ม้น ภูริทัตเถระ วัดป่าสุทธาวาส อ.เมือง จ.สกลนคร (01.08.00)	
2:00:44	2:40:44	0:40:00	14 2553-02-05 (สาย) เมตดาที่วัดป่าเกษรศีกคุณธรรมเจดีย์ (ภูผาแดง) ต.หนองอี้อ้อ อ.หนองวัวซอ จ.อุดรธานี (00.40.00)	
2:40:44	4:00:44	1:20:00	16 2548-09-12 ป่าเพ็ญกุศลพระสุธรรมคณาจารย์ (หลวงปู่เหรียญ วรลาโภ) วัดอริยญนบรรพต จ.หนองคาย (01.20.00)	
4:00:44	4:58:59	0:58:15	18 2551-04-24 เทคนเช้าสวน (00.58.15)w	
4:58:59	4:58:59	0:00:00		
4:58:59	4:58:59	0:00:00		
4:58:59	4:58:59	0:00:00		
4:58:59	4:58:59	0:00:00	บริหารเวลา	(เวลาเกิน)
4:58:59	4:58:59	0:00:00		
5:00:00	5:10:29	0:10:29	28 ทำวัตรเช้า	23:58:59
5:00:00	5:10:29	0:00:00		
5:10:29	5:57:54	0:47:25	30 เทปบันทึกภาพ เทคนเช้า วันที่ 03 ธ.ค. 2551	
5:57:54	7:11:27	1:13:33	32 2551-05-30 (บ้าย) เทคนอบรมมรวาาส วันเปิดสามแดนโลกธาตุ (01.13.33)	
7:11:27	7:49:32	0:38:05	34 2543-05-07 เทคนอบรมมรวาาส (00.38.05)	
7:49:32	7:49:32	0:00:00		
7:49:32	7:49:32	0:00:00	บริหารเวลา	
7:49:32	7:49:32	0:00:00		

ตารางที่ 4.5 แผนผังแสดงรายการโทรทัศน์ SBT TV วัดป่าบ้านตาด

ปัจจุบันการวางแผนผังออกอากาศของสถานีโทรทัศน์เสียงธรรมฯ จะเลือกเทปบันทึกภาพเทคนต์ เข้าให้ตรงกับวันเดียวกันของปีก่อนหน้ากล่าวคือ เป็นวันเดียวกันแต่คนละปี ถ่ายทอดออกอากาศ ตลอด 24 ชม. แผนผังรายการโดยปกติจะถ่ายทอดสดบรรยากาศการบิณฑบาตรในช่วงเวลา 07.30-07.45 น. แต่ถ้าเป็นวันพระ การออกอากาศสดจะจบช่วงเวลา 08.30-08.45น. ในสมัยหลวงตา ช่วงออกอากาศสดจะยาว กล้องจะจับภาพตั้งแต่หลวงตาลงมานั่งที่ศาลา หากมีพระสงฆ์ ครูบาอาจารย์ ลูกศิษย์มาราบก็จะเก็บภาพบรรยากาศถ่ายทอดสดตลอด และท่านจะเทคนต์สอนธรรมโปรดลูกศิษย์ ด้วย เวลาออกอากาศเลยจะนานกว่าในปัจจุบัน

ส่วนรายการหลัง 20.00น. จะเป็นข่าวในพระราชสำนัก โดยดึงเอาข่าวในพระราชสำนักจากช่อง NBT และช่อง 3 มาออกอากาศเป็นเวลา 30 นาที เหตุที่นำข่าวในพระราชสำนักของช่อง NBT มาออกอากาศเนื่องจากหลวงตาได้ลงไปเทคนต์บ่อยๆ และช่อง 3 ก็เคยเข้ามาช่วยหลวงตาในช่วงผ่าป่าช่วยชาติ ในทางปฏิบัติทางวัดได้ขอเนื้อหาข่าวไว้หลายช่อง ซึ่งแต่ละช่องมีเนื้อหาคล้ายๆกัน จึงเลือกเอาของช่องสถานีที่ใกล้ชิดกับทางวัดมากที่สุด คือ ช่อง NBT และช่อง 3

ในกรณีที่วัดป่าบ้านตาดมีงานบุญใหญ่ เช่น งานบุญประทายเป็นปี ช่วงเดือน ก.พ. งานบุญเปิดโลกธาตุ ช่วงเดือน พ.ค. งานวันเกิดหลวงตามหาบัว 12 ส.ค. งานกฐิน และวันสำคัญทางศาสนา วันเหล่านี้จะมีการขยายเวลาการถ่ายทอดสด พระอาจารย์สุดใจจะลงมารับถวายจตุปัจจัยช่วงบ่าย

สำหรับการส่งสัญญาณภาพจากทางวัดมายังสถานี ในสมัยก่อนหลวงตาจะออกไปเทคนต์นอกสถานที่ จะมีรถตู้รับส่งและมีรถติดตามซึ่งจะมีทีมเก็บภาพบรรยากาศสด หากที่ที่ไปเทคนต์สะดวกในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตก็จะส่งไฟล์เสียงและภาพการถ่ายทอดสดกลับมาที่สถานี

ทั้งนี้ ในจุดหลักๆ เช่น วัดป่าสุทธาวาส จ.สกลนคร วัดเขาใหญ่เจริญธรรม จ.นครราชสีมา วัดแสงธรรม วัดผาแดง หลวงปู่ลี จะมีการติดตั้งงาน IP Star เพื่อกระจายสัญญาณกลับมายังสถานีเลย (ในส่วนงาน IP Star ไม่เป็นภาระของทางวัด เนื่องจากลูกศิษย์เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายให้เบ็ดเสร็จ) ส่วนถ้ากำหนดการเดินทางไปเทคนต์ได้กำหนดอยู่ในแผนผังรายการอยู่แล้ว จะต่ออินเทอร์เน็ตไว้ล่วงหน้า ถ้าไม่สะดวกก็จะส่งเฉพาะเสียงจากโทรศัพท์มือถือเข้ามา แต่หากอยู่นอกกำหนดการ จะเก็บภาพไว้แล้วตัดต่อเพื่อออกอากาศในวันรุ่งขึ้น

การประชุมวางแผนในสื่อโทรทัศน์จะเหมือนกับสื่อวิทยุ โดยจะประชุมเป็นประจำเดือนละ 1 ครั้ง ช่วงปลายเดือน ผู้อำนวยการสถานีจะเข้ามาดูแลเอกสารและถือโอกาสประชุมเจ้าหน้าที่ คณะทำงานอย่างเป็นทางการ แต่ในทางปฏิบัติคณะทำงานได้คุยกันเองอยู่แล้ว คณะทำงานในสถานีวิทยุทั้งหมดเป็นฆราวาส ไม่เป็นข้าราชการตามระเบียบวัดและจะมีการประชุมมูลนิธิสามัญปีละ 1 ครั้ง ถ้ามีวาระเร่งด่วนจะประชุมปีละ 3-4 ครั้ง ส่วนคณะกรรมการสถานีวิทยุโทรทัศน์ ประชุมปีละ 1-2 ครั้ง เมื่อมีการแยกใบอนุญาตที่วีต้องมีคณะกรรมการ 2 ชุด ได้จัดคณะกรรมการของวิทยุกับโทรทัศน์สลับตำแหน่งกัน ในทางปฏิบัติแล้วจึงเกือบจะเป็นคณะกรรมการชุดเดียวกัน

มติจากการประชุมหารือภายในประจำเดือนจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานได้ อาทิ มีผู้เสนอให้นำเทปเทคนต์ที่ออกอากาศทางวิทยุที่ได้รับความนิยมมากๆ นำมาออกอากาศทางโทรทัศน์บ้าง เมื่อที่ประชุมอนุมัติ ทางทีมงานก็พยายามปรับและลงมือทำ บางครั้งข้อเสนอแนะนั้นก็มาจากข้อเสนอของคณะสงฆ์ที่เห็นว่าควรปรับบางอย่างให้เข้ากับยุคสมัยโดยไม่บิดเบือนปรับเนื้อหาที่

ผิดไปตามเจตนาธรรมของหลวงตา บางครั้งครูบาอาจารย์เองก็รับฟังข้อเสนอแนะมาจากลูกศิษย์ของท่านที่รับชมรับฟังรายการอีกทอดหนึ่งแล้วนำมาเสนอในที่ประชุมก็มี

3.2.2.5 กระบวนการทำงานสื่อเว็บไซต์และเฟซบุ๊ก

เว็บไซต์ที่เป็นทางการของวัดป่าบ้านตาด คือ เว็บไซต์หลวงตา www.luangta.com ริเริ่มจากคณะศิษย์และครูบาอาจารย์วัดป่าบ้านตาดได้ตระหนักถึงความสำคัญของพระธรรมเทศนาขององค์หลวงตาและหลวงตาท่านเองก็ปรารถนาเสมอว่าอยากให้ธรรมพระพุทธเจ้าได้กระจายออกไปทั่วโลก จึงได้เกิดเว็บไซต์หลวงตานี้ขึ้น โดยทีมงานเว็บไซต์ สถานีวิทยุเสียงธรรมฯ และพระอาจารย์ ร่วมกันนำพระธรรมเทศนาขององค์หลวงตาที่ท่านเทศน์จากทุกสถานที่ ไม่ว่าจะเป็นวัดป่าบ้านตาด สวนแสงธรรมฯฯ โดยลูกศิษย์ได้นำคำเทศน์มาถอดเทปเป็นตัวหนังสือ และอัปโหลดขึ้นเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง ส่วนสื่อเฟซบุ๊กแต่เดิมใช้ชื่อ watpabaantaad luangta ปัจจุบันได้เปลี่ยนชื่อเป็น “เหนือชีวิตคือ ธรรมะหลวงตา” นำเสนอเนื้อหาหลักที่เป็นพระธรรมเทศนาของหลวงตา และกิจกรรมงานบุญของวัดป่าบ้านตาดและสวนแสงธรรมเท่านั้น การเลือกเนื้อหาจะเลือกหัวข้อที่เข้ากับเหตุการณ์ในปัจจุบัน โดยคณะทำงานจะเป็นกลุ่มลูกศิษย์เป็นหลัก

3.2.2.6 กระบวนการทำงานสื่อบุคคล

สื่อบุคคลที่มีความสำคัญที่สุดในการทำงานสื่อของวัดป่าบ้านตาด คือ องค์หลวงตามหาบัว ท่านเป็นพระสุปฏิปันโนผู้สอนอบรมธรรมะเพื่อมุ่งความหลุดพ้นทุกข์ของมนุษย์ แต่เดิมท่านไม่ค่อยเปิดรับสื่อทางโลก กระทั่งท่านต้องออกมาจัดกิจกรรมผ้าป่าช่วยชาติ สงเคราะห์โลก ท่านเริ่มเปิดกว้างรับสื่อเพราะเล็งเห็นประโยชน์ว่าสามารถเข้าถึงคนหมู่มากได้ สามารถเผยแพร่ธรรมะ ฟันฟูจิตใจคนให้มีศีลธรรมได้ หากไม่จำเป็นท่านจะไม่นำสื่ออื่นมาใช้ เพราะท่านมองว่าสื่อเป็นเครื่องประหารกิเลส ท่านจะเน้นให้คนมาปฏิบัติ ไน้มน้ำใจ ซักจูงให้ทำความดี ละเว้นความชั่ว

ในอดีต เวลาองค์หลวงตาไปไหน ท่านจะไม่บอกล่วงหน้า เพราะท่านไม่อยากจะให้มีคนติดตามหลังๆ ท่านอนุญาตให้ติดตามเพราะท่านมีอายุมากขึ้นและสุขภาพไม่แข็งแรงนัก ประกอบกับต้องเผยแพร่ธรรมะสู่สาธารณชนวงกว้าง จะมีชุดติดตามเก็บภาพ เก็บข่าว โดยเฉพาะในช่วงผ้าป่าช่วยชาติ ผ้าป่าสงเคราะห์โลก ในช่วงช่วยชาติ จะมีรถนำขบวน เวลาหลวงตาไปไหนจะมีตำรวจตระเวนชายแดนมาช่วยขบวนนำขบวนและดูแลความเรียบร้อยภายในวัดให้ ตอนนี้นำตำรวจตระเวนชายแดนได้กระจายไปช่วยดูแลวัดต่างๆ

องค์หลวงตามหาบัวท่านเขียนหนังสือธรรมะด้วยองค์ท่านเองหลายเล่ม ท่านจะแนะนำให้ติดตามปฏิบัติทางตรงธรรมฐาน ประวัติหลวงปู่มั่นฯ ที่มาของเนื้อหาธรรมท่านจะเทศน์จากประสบการณ์ที่ท่านรู้จากการปฏิบัติจริง บ้างก็อ้างอิงจากพระไตรปิฎก มีภาษิตนำหัวข้อเทศนา นำคำบอกเล่าครูบาอาจารย์ ประสบการณ์ชีวิตที่ได้พบเห็นมาถ่ายทอด ลูกศิษย์ลูกหาของหลวงตาไม่เอาจวัด ประเมินจำนวนได้ ในงานบุญสำคัญของทางวัดจะมีลูกศิษย์ร่วมงานเรือนหมื่นเรือนแสนคน ศาลาใหญ่ด้านนอกก็รองรับไม่เพียงพอ ถ้าเป็นวันปกติก็หลักร้อยคน และมีชาวบ้านในละแวกใกล้เคียงและในตัวเมืองอุดรธานี เดินทางมาใส่บาตรอย่างเนืองแน่นด้านหน้าวัด

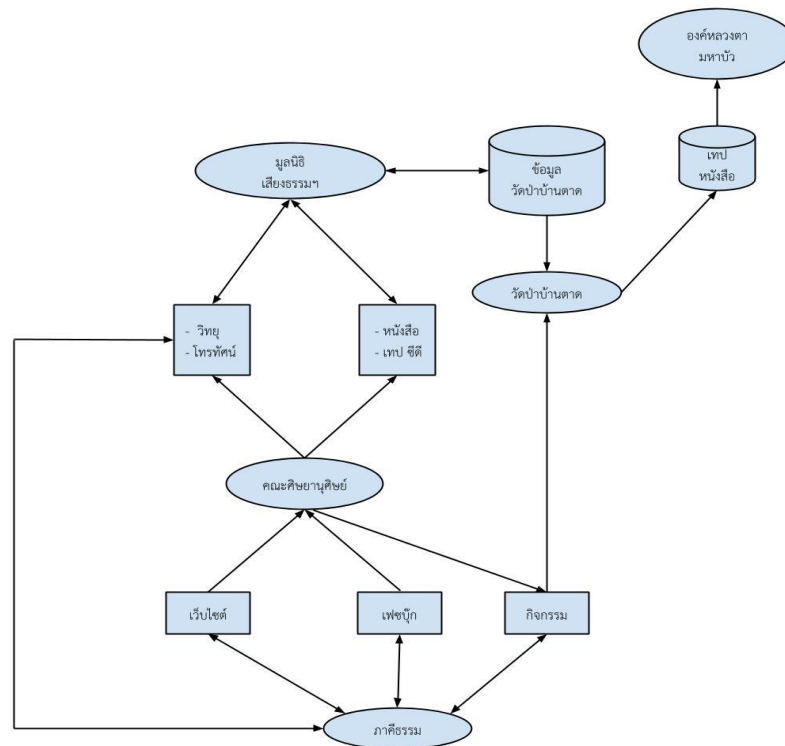
ในกระบวนการผลิตสื่อ องค์หลวงพ่อท่านไม่ได้เข้ามาช่วยอย่างเต็มตัวเพราะถือเป็นเรื่องทางโลก แต่ท่านให้การสนับสนุนเต็มที่ พอลูกศิษย์เสนอถ้าท่านเห็นสมควรก็จะสนับสนุน พระและลูกศิษย์ก็ช่วยกันบันทึกคำเทศน์ท่านไว้ แต่ช่วงแรกๆนั้นท่านจะเป็นผู้ตรวจทาน ฟังความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหาอีกที และท่านเป็นผู้อัดเสียงใส่หัวเทปและทำยเทป บอกวันเดือนปีที่เทศน์ เรื่องที่เทศน์ ก่อนเทศน์นั้นท่านจะดูคนที่มาฟัง ดูกลุ่มคนที่จะมาฟัง ถ้าเป็นกลุ่มใหญ่ก็จะสอนโดยทั่วไป ถ้าเป็นกลุ่มเล็กก็จะระบุเจาะจงไปยังข้อสงสัยของแต่ละบุคคล

ปัจจุบันพระอาจารย์สุดใจ ทันทมโน เจ้าอาวาสวัดป่าบ้านตาดรูปปัจจุบัน ถือเป็นสื่อบุคคลที่ทำหน้าที่สืบทอดงานพระพุทธศาสนาของวัดป่าบ้านตาดต่อจากองค์หลวงพ่อมหาบัว แต่ท่านจะไม่ค่อยเทศนาธรรมตามรอยหลวงพ่อ เนื่องจากท่านมองว่า หลวงตาได้สอนธรรมะไว้อย่างละเอียดถูกต้องทุกประการแล้ว ท่านไม่ต้องพูดอะไรเพิ่มเติม อาจเพราะหลวงพ่อท่านเคยกำชับว่า ถ้าไม่รู้จริง อย่าไปสอนใคร อาจเป็นส่วนหนึ่งทำให้พระอาจารย์สุดใจ เลือกที่จะมุ่งเพียรปฏิบัติภาวนา ไม่เทศนาธรรม แต่ก็สนับสนุนการผลิตสื่อธรรมอย่างเต็มที่

สื่อบุคคลของวัดป่าบ้านตาด จะเน้นเฉพาะพระสงฆ์ แต่แม่ชี หรือลูกศิษย์ใกล้ชิดไม่ได้มีบทบาทในการสอนธรรมะ นำปฏิบัติกรรมฐาน เพราะวัดป่าบ้านตาดไม่มีโครงการฝึกอบรมปฏิบัติธรรมอย่างเป็นทางการ แต่เปิดให้ผู้สนใจมาปฏิบัติตามโอกาสและความสะดวก

3.3 กระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดป่าบ้านตาด

กระบวนการทำงานสื่อของวัดป่าบ้านตาด ดำเนินการโดยมูลนิธิเสียงธรรมเพื่อประชาชน ลักษณะความร่วมมือที่เกิดขึ้นสามารถอธิบายดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 4.3 แสดงกระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดป่าบ้านตาด

ทั้งนี้ ผู้วิจัยอธิบายกระบวนการทำงานสื่อของวัดป่าบ้านตาดตามแนวคิดการหลอมรวมสื่อของ Dailey ได้ดังนี้

1. ระดับ Cross-promotion

เป็นขั้นความร่วมมือในการช่วยกันโปรโมตเนื้อหาจากสื่อหนึ่งผ่านอีกสื่อหนึ่ง เป็นการบอกต่อเนื้อหาให้ผู้อ่านไปติดตามผ่านสื่อต่างๆ ในองค์กร

ปัจจุบันวัดป่าบ้านตาดใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก กิจกรรมงานบุญในการเผยแพร่ธรรมะคำสอน สถานีวิทยุเสียงธรรมฯ รับผิดชอบดูแลสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือ และมีคณะลูกศิษย์รับผิดชอบดูแลเว็บไซต์และเฟซบุ๊ก

แต่ละช่องทางมีการร่วมกันเสนอเนื้อหาจากสื่อต้นทางคือ เทปบันทึกพระธรรมเทศนาของหลวงตา อย่างวิทยุ โทรทัศน์ก็จะเลือกเนื้อหาจากเทปคำเทศน์มาแชร์ทั้งหมดในสื่อของตนเอง มีแชร์เนื้อหาต่อกันอีก 25 วัดในสายพระป่ากรรมฐานที่หลวงตาให้การรับรองสนับสนุนหรือคณะกรรมการมูลนิธิเสียงธรรมฯ มีมติเห็นชอบ

โดยวิทยุเสียงธรรมฯ ก็จะมีการพูดแนะนำให้ติดตามรับชมสื่อธรรมของหลวงตาผ่านทางโทรทัศน์ดาวเทียม ขณะเดียวกันในสื่อโทรทัศน์ดาวเทียม SBT TV เองก็จะแนะนำช่องสัญญาณการรับชมโทรทัศน์ แนะนำช่องทางเว็บไซต์ และคลื่นวิทยุของสถานีเช่นกัน

หากเป็นการประชาสัมพันธ์เนื้อหา ต้องดูว่าเนื้อหาอะไร ขององค์กรใด หากเป็นเนื้อหาที่ไม่ใช่ธรรมะหรือไม่ใช่องค์กรที่ทางวัดหรือหลวงตาพิจารณาอนุญาตก็จะไม่ลงให้ จะลงให้เฉพาะประชาสัมพันธ์งานบุญของครูบาอาจารย์สายหลวงปู่มั่น ภูริทัตโตที่อนุญาตโดยตรงเท่านั้น ถ้านอกเหนือจาก 25 วัด ต้องเข้าที่ประชุมพิจารณาเป็นกรณีไป

นอกจากนี้ ในรายการโทรทัศน์จะมีตัววิ่งประชาสัมพันธ์ช่องทางสื่อต่างๆ ของวัดป่าบ้านตาด ถ้าเป็นตัววิ่งแบบ 2 บรรทัด บรรทัดบนจะแจ้งข้อมูลสถานีเครือข่าย 129 แห่ง บรรทัดล่างจะเป็นข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัดป่าสายพระอาจารย์มั่น ภูริทัตโต รวมถึงยังแนะนำให้ติดตามเว็บไซต์หลวงตา www.luangta.com

วัดป่าบ้านตาดเองไม่ได้เป็นผู้ขอพื้นที่จากสื่อของวัดอื่นๆ ในการนำเสนอเนื้อหาของวัดโดยตรง ส่วนใหญ่สถานีวิทยุ โทรทัศน์และเคเบิลทีวีอื่นๆ จะเข้ามาติดต่อขอทางวัดไปมากกว่า

กล่าวโดยสรุปคือ วัดป่าบ้านตาดจะช่วยแนะนำสื่อข้ามองค์กรน้อย แม้จะเป็นวัดในเครือข่ายพระป่ากรรมฐานด้วยกันก็น้อย มีการแนะนำเฉพาะเนื้อหาของวัด เนื่องจากไม่ต้องการไปยุ่งเกี่ยวกับทางโลกมาก

2. ระดับ Cloning

เป็นขั้นตอนที่สื่อหนึ่งนำเนื้อหาของอีกสื่อหนึ่งไปเผยแพร่โดยไม่มีการแก้ไขหรือต่อ ยอดทำใหม่ อาจมีการแก้ไขบ้างแต่น้อยมาก

ระดับความร่วมมือในขั้น Cloning นี้ วัดป่าบ้านตาดยึดหลักว่า ถ้าเป็นพระธรรมเทศนาหลวงตาจะต้องไม่มีการแก้ไข ลดทอน เปลี่ยนแปลงข้อความทำให้ความหมายบิดเบือนไปจากเจตนาของ

องค์หลวงตา ดังนั้น เมื่อทางสถานีวิทยุเสียงธรรมฯ ได้รับเทปคำสอนที่ยังไม่ถอดเทปหรือเนื้อหาที่ได้ถอดเทปแล้ว จะต้องมีการตรวจสอบความถูกต้อง และเลือกประเภทสื่อที่จะใช้ก่อน

เนื้อหาที่ใช้กับสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์เป็นเนื้อหาพระธรรมเทศนาของหลวงตาเหมือนกัน ถ้าได้ไฟล์เสียงมาลงสื่อวิทยุก็แชร์เนื้อหาได้ทั้งหมด ไม่ตัดแบ่งเป็นตอนๆ ไม่ต้องแก้ไข หรือแก้ไขก็เพียงปรับคุณภาพเสียง ลดเสียงรบกวนให้น้อยลง เนื้อหาจึงมักจะเป็นการนำกัณฑ์เทศน์ทั้งกัณฑ์ลงเผยแพร่ทั้งหมดโดยแทบไม่ปรับเปลี่ยนอะไรเลย

ถ้าได้รับข้อมูลที่เป็นไฟล์เสียงและต้องการเผยแพร่ในรายการโทรทัศน์ จะต้องเพิ่มหรือแทรกภาพนิ่งประกอบ ปรับคุณภาพเสียงให้มีความคมชัด เหมาะกับการออกอากาศทางโทรทัศน์ รวมถึงต้องตรวจซ้ำในด้านเทคนิคว่า มีเสียงแทรกรบกวน มีชื่อบุคคลที่สามที่อาจส่งผลกระทบต่อวัดหรือไม่ ถ้ามีจะต้องตัดออกจากคลิปโดยไม่ให้กระทบต่อความสมบูรณ์ของเนื้อหาเดิม ถ้าตัดแล้วทำให้ใจความของเนื้อหาเสียไปจะยกเลิกไม่นำเทปเทศน์นั้นออกอากาศ

ในส่วนของหนังสือธรรมะ เมื่อได้รับเนื้อหาที่ถอดเทปจากไฟล์เสียงต้นฉบับแล้ว อาจมีการแก้ไขคำที่อ่านผิด ชำๆ แต่โดยรวมแทบจะเป็นยกบทถอดเทปมาทั้งหมด ไม่มีการปรับแก้สำนวน ภาษา สีสักการสื่อสาร เพื่อคงอรรถรสในการอ่านเหมือนกำลังฟังหลวงตาเทศน์อยู่จริงๆ

3. ระดับ Coopetition

เป็นขั้นตอนที่สื่อแต่ละสื่อแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันแต่ก็ยังคงมีการเลือกข้อมูลที่ต้องการแบ่งปันด้วย ในขณะที่เดียวกันก็มีทีมงานของแต่ละสื่อที่ผลิตเนื้อหาส่วนตัวที่แตกต่างกันไปตามกลุ่มเป้าหมายของแต่ละสื่อ

ในระดับความร่วมมือนี้ แต่ละสื่อมีการลงพื้นที่เก็บข้อมูลและใช้ประโยชน์เนื้อหา กัณฑ์เทศน์ของหลวงตาร่วมกันอยู่แล้ว อย่างในงานบุญประเพณีข้าวเปลือก งานเปิดโลกธาตุ จะมีทีมงานที่ภาพนิ่งและวิดีโอของวัดป่าบ้านตาดทำหน้าที่บันทึกภาพวิดีโอ และส่งให้กับทางสถานี ขณะเดียวกันจะมีทีมงานบางส่วนของสถานีฯ ไปร่วมถ่ายวิดีโอด้วย แสดงให้เห็นว่า มีทีมงานสื่อประเภทนั้นๆ ลงไปเก็บข้อมูลนั้นด้วย ไม่ได้แยกกันอย่างชัดเจนว่าทีมงานวัดหรือทีมงานของสถานี ทุกฝ่ายจะร่วมกันทำงาน

ทั้งนี้ กัณฑ์เทศน์ของหลวงตาที่เป็นประโยชน์สาธารณะ ไม่ใช่เรื่องความขัดแย้งที่ไม่อาจเผยแพร่สู่สาธารณะได้ เช่น บุคคลทางการเมือง สามารถเผยแพร่ได้หมด แต่หากพาดพิงบุคคลอื่นที่ส่งผลกระทบต่อวัด หรือ เป็นพระธรรมเทศนาสอนพระสงฆ์เชิงตำหนิติเตียน เนื้อหาที่อาจเผยแพร่ไปแล้วไม่เหมาะสม ทางเจ้าหน้าที่จะเก็บไว้ในไฟล์ห้ามเปิดก็จะไม่เปิดใช้งาน บางส่วนอาจเป็นลิขสิทธิ์เฉพาะของผู้ผลิตสื่อ เช่น เพลงพุทธประวัติที่จัดทำขึ้นเพื่อจำหน่ายหาเงินสมทบทุนสร้างพระเจดีย์วัดเกตุมดีศรีวราราม จ.สมุทรสาคร

แต่กระนั้น จะไม่มีการหวงห้ามข้อมูลไว้สำหรับลงสื่อใดสื่อหนึ่งก่อน เพราะมีจุดประสงค์เพื่อเผยแพร่ธรรมะของพระพุทธเจ้าให้สามารถเข้าถึงทั่วโลกเช่นเดียวกัน ขึ้นอยู่กับผู้รับสื่อสามารถสะดวกเข้าถึงช่องทางใด

4. ระดับ Content sharing

เป็นขั้นความร่วมมือที่เกิดขึ้นเมื่อทีมงานของสื่อมากกว่า 1 สื่อ มาร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยไม่มีเส้นแบ่งระหว่างสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร มีความร่วมมือในการทำข้อมูลมากขึ้น อาจมีการแชร์งบประมาณบางกิจกรรมร่วมกัน

สืบเนื่องนโยบายการจัดตั้งวิทยุชุมชนของ กสทช. กำหนดให้ทางสื่อวิทยุเสียงธรรมฯ วัดป่าบ้านตาดต้องมีการนำเสนอข่าวอย่างน้อย 1 ชั่วโมง วัดป่าบ้านตาดจึงได้ขอความร่วมมือไปยังช่อง 3 ช่อง NBT เพื่ออนุเคราะห์ข่าวในพระราชสำนักให้ โดยเป็นการติดต่อในนามตัวบุคคลโดยให้ลูกศิษย์ที่ทำงานในองค์กรสื่อติดต่อประสานงาน ปัจจุบันทางวัดได้รับข่าวในพระราชสำนักจากช่อง NBT อันเป็นความร่วมมือระหว่างสื่อข้ามองค์กรในระดับแรก

ในส่วนของวัดสาขาหรือสถานีวิทยุเครือข่ายเสียงธรรมฯ อาทิ วัดดอยแสงธรรม สวนแสงธรรม วัดแสงธรรมวังเขาเขียว ฯลฯ เหล่านี้ได้ร่วมกันแชร์หลักธรรมคำสอนหรือข่าวสารงานบุญ อาทิ การสร้างพระมหาเจดีย์ศรีแสงธรรมวิสุทธิมงคล ณ วัดแสงธรรมวังเขาเขียว แต่ละวัดในเครือข่ายวัดหลวงตามหาบัว ได้ร่วมกันกระจายข่าว บอกรุณธรรมถึงจัดกิจกรรมผ้าป่าสามัคคีร่วมสร้างพระมหาเจดีย์มาอย่างต่อเนื่อง

ในบางงานบุญสำคัญอันเกี่ยวเนื่องกับองค์หลวงตา อาจมีการร่วมสมทบทุนกัน แต่โดยปกติจะไม่มีการพึ่งพาทุนข้ามองค์กร ยกเว้นเรื่องสถานีวิทยุธรรมะที่องค์หลวงตาจะให้การสนับสนุนเต็มที่ โดยวัดเหล่านั้นจะต้องมีความสามารถในการทำวิทยุมาก่อน

5. ระดับ Convergence

เป็นขั้นที่การทำงานที่เดิมแยกกันเป็นฝ่าย ถูกรวมศูนย์ไว้โดยมีตัวแทนจากทุกสื่อมาร่วมกันทำงานแบบมัลติมีเดีย ทุกฝ่ายร่วมกันทำงานตั้งแต่วางแผน หาข้อมูล ผลิตและเผยแพร่เป็นทีมเดียวกัน ให้เหมาะกับแต่ละช่องทางสื่อ

จากข้อมูลพบว่า องค์กรด้านสื่อของวัดป่าบ้านตาด มีศักยภาพในการผลิตสื่อหลายประเภท โดยเฉพาะสื่อกระจายเสียง มีการประชุมวางแผนการทำงานอย่างเป็นทางการทุกๆ เดือนและไม่เป็นทางการอยู่เป็นประจำ ทำให้ระบบการทำงานสื่อเอื้อต่อการเป็นองค์กรสื่อศาสนาแบบหลอมรวม แต่อาจยังไม่สมบูรณ์ 100% เนื่องจากปัจจัยในด้านบุคลากร เทคโนโลยี ปัญหาความขัดแย้งเรื่องการจัดตั้งวิทยุชุมชนของวัดและกสทช.

ในด้านวัฒนธรรมองค์กร มุลนิธิเสียงธรรมฯ วัดป่าบ้านตาดเอื้อต่อการทำงานแบบหลอมรวมสี่ เนื่องจากใช้บุคลากรที่มัลติมีเดียในการผลิต 4 สื่อหลักๆ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือ ซีดี แต่บุคลากรอาจยังไม่มีความเป็นมืออาชีพมากเท่าที่ควร

4. กระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดพระธรรมกาย

ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยกระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดพระธรรมกายเป็นประเด็นสำคัญต่างๆ ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไป

วัดพระธรรมกาย ต.คลองสาม อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี เริ่มต้นสร้างวัดจากเงินทุนเพียง 3,200 บาทกับที่นา 196 ไร่ที่ได้รับบริจาคมาจากคุณหญิงประหยัด แพทยพงศา วิสุทธาธิบดี เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2513 และผู้เลื่อมใสศรัทธาจำนวนไม่มาก ปัจจุบันขยายเป็น 2,500 ไร่และยังมีการขยายวัดศูนย์สาขาและศูนย์ปฏิบัติไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวม 131 แห่ง

แบ่งเป็นในประเทศ 51 แห่ง ทั้งภาคเหนือ (20 แห่ง) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (10 แห่ง) ภาคกลางและภาคตะวันตก (12 แห่ง) ภาคตะวันออก (6 แห่ง) และภาคใต้ (3 แห่ง) ส่วนต่างประเทศมีสาขา 80 แห่งใน 32 ประเทศทั่วโลก หลังจากไปเปิดวัดศูนย์ที่สาขาที่รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา เมื่อปี 2535 ก็มีการเปิดวัดศูนย์สาขาและศูนย์ปฏิบัติธรรมของวัดพระธรรมกายมากที่สุดถึง 14 แห่ง (สมาน สุคติ และนพพร วงศ์อนันต์, 2557)

ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า แนวคิดในการสร้างวัดพระธรรมกาย เกิดขึ้นเพื่อต้องการฟื้นฟู ความเป็นวัดที่ตึกกลับมาอีกครั้งหนึ่ง โดยเหตุที่ปัญหาสังคมต่างๆ ล้วนแสดงถึงการขาดศีลธรรมของคน ในสังคมเป็นประการสำคัญ ในฐานะที่วัดมีหน้าที่หลักในการสั่งสอนศีลธรรม ย่อมมีหน้าที่ที่จะต้อง พัฒนาระบบการปลูกฝังและวิธีการเผยแผ่ธรรมะ ให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับยุคสมัยให้มากยิ่งขึ้น ในสถานการณ์ปัจจุบันนี้ พระภิกษุสงฆ์จำนวนกว่า 300,000 รูป และวัดต่างๆ กว่า 30,000 วัดทั่วประเทศ จึงจำเป็นที่จะต้องมีความพร้อมในการชี้นำคุณงามความดีแก่ประชาชนอย่างเต็มกำลัง ความสามารถ (วัดพระธรรมกาย, 2557 : ออนไลน์)

สืบเนื่องจากคำกล่าวที่ว่า "คนไม่ค่อยเข้าวัด ผู้คนมีศีลธรรมน้อยลง" วัดพระธรรมกายมอง ปัญหานี้ในมุมกลับว่าจริงๆ แล้วประชาชนอยากเข้าวัด แต่วัดยังไม่น่าเข้า เป็นหน้าที่ของพระภิกษุสงฆ์ จะต้องเป็นผู้นำในการพัฒนาปรับปรุงวัดให้น่าเข้า แล้วประชาชนก็จะหลั่งไหลเข้าวัดเอง จากแนวคิดนี้ วัดพระธรรมกายได้แบ่งเขตพื้นที่เป็น เขตพุทธาวาส ที่ตั้งของโบสถ์ ประดิษฐานพระพุทธรูป เขตธัมมาวาส ที่แสดงธรรมอบรมประชาชน เขตสังฆาวาส ที่พักสงฆ์ อย่างเป็นสัดส่วนและได้พัฒนาวัดตามหลัก ปฏิรูปเทศ 4 ของพระพุทธเจ้า กล่าวคือ

1. *อาวาสเป็นที่สบาย* คือ การปรับปรุงสภาพทางภูมิศาสตร์ของวัดให้ดี ปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่น ดูแลวัดให้สะอาดสะอ้าน เป็นระเบียบเรียบร้อย

2. *อาหารเป็นที่สบาย* คือ ดูแลอาหารการกินของญาติโยมที่มาวัดให้ดี ภัตตาหารที่ญาติโยม นำมาถวายพระ ก็ดูแลให้ดี ให้ความเคารพในทานของญาติโยม ภาชนะของเขาคือใส่ภัตตาหารมาก็ทำ ความ สะอาดส่งคืนให้เรียบร้อย และรวมถึงการจัดระบบการบริหารการเงินให้รัดกุมด้วย

3. *บุคคลเป็นที่สบาย* คือ พระภิกษุ สามเณร อุบาสก อุบาสิกา ศิษย์วัด จะต้องอบรมให้มี กิริยามารยาทเรียบร้อย สมเป็นคนวัด มีอัธยาศัยไมตรี ตอนรับญาติโยมที่มาวัดอย่างดี ต้องรักษาศีล อย่างเคร่งครัด และหมั่นศึกษาธรรมะปฏิบัติธรรม เจริญสมาธิภาวนาอย่างสม่ำเสมอ ให้คนวัดเป็น แบบอย่างทางความประพฤติแก่ญาติโยมที่มาวัดได้

4. *ธรรมะเป็นที่สบาย* คือ เมื่อประชาชนมาวัดแล้ว อย่าให้กลับบ้านมือเปล่า จะต้องได้เรียนรู้ธรรมะ ได้ข้อคิดกลับไปใช้ในการประพฤติปฏิบัติในชีวิตได้ วัดจะต้องมีการอบรมสอนประชาชน ทั้งการปฏิบัติเจริญสมาธิภาวนา และการเทศน์สอนหลักธรรมต่างๆ

เมื่อได้พัฒนาวัดตามแนวทางดังกล่าวนี้แล้ว พบว่า ประชาชนสนใจเข้าวัดมากขึ้น เมื่อเขามาวัดแล้วสบายใจ ได้ประโยชน์ เขาก็บอกกันปากต่อปากทำให้คนมาวัดมากขึ้น วัดได้ทำหน้าที่หลักในการอบรมศีลธรรม สร้างคนดีให้เกิดขึ้นแก่สังคมอย่างจริงจังอีกครั้งหนึ่ง

ผู้นำในการบุกเบิกสร้าง วัดพระธรรมกาย คือ คุณยายอาจารย์อุบาสิกาจันทร์ ขนนกยูง, พระเดชพระคุณเทพญาณมหามุนี (หลวงพ่อดัมขโย) และพระเดชพระคุณพระภาวนาวิริยคุณ (หลวงพ่อดตชิว) โดยเริ่มต้นจากบ้านธรรมประสิทธิ์ ณ วัดปากน้ำ ภาษีเจริญ มาเป็นศูนย์พุทธจักรปฏิบัติธรรม และพัฒนาเป็นวัดพระธรรมกายในปัจจุบัน

การขยายพื้นที่และการก่อสร้างวัดพระธรรมกาย เป็นไปเพื่อให้เพียงพอแก่การรองรับผู้มีบุญจากทั่วโลกและมีลักษณะสร้างไปใช้ไปเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งปัจจุบันมีสาธุชนหลังไหลไปปฏิบัติธรรมที่วัดนับแสนคน และในอนาคตคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีกเป็นจำนวนมากและเนื่องจากสิ่งก่อสร้างทุกอย่างในวัดพระธรรมกายล้วนมาจากเงินบริจาคที่เกิดจากความศรัทธาของพุทธศาสนิกชน

การก่อสร้างและดูแลศาสนสถานจึงอาศัยหลัก “ประหยัดสุด ประโยชน์สูง และคงทนถาวร” กล่าวคือ สิ่งก่อสร้างทุกอย่างจะสร้างเฉพาะที่จำเป็นจริงๆ เมื่อสร้างแล้วต้องสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างคุ้มค่ามากที่สุด และคงทนถาวร ไม่ต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมบำรุงรักษา บุคลากรในวัดและสาธุชนยังได้รับการปลูกจิตสำนึกให้เป็นเจ้าของวัด ให้ช่วยกันดูแลรักษาสมบัติพระพุทธรูปอย่างระมัดระวัง เพื่อให้สิ่งก่อสร้างทั้งหลายเกิดประโยชน์คุ้มค่าที่สุดต่อพระพุทธรูปศาสนา

วัดพระธรรมกาย 3 ยุค

จากการศึกษาข้อมูลเอกสารพบว่า วัดพระธรรมกายดำรงอยู่ในสังคมไทยไม่ถึง 100 ปี แต่ดำรงรักษาอายุธรรมหลายล้านคนทั้งในและต่างประเทศ มีพิธีกรรมทางศาสนาที่ยิ่งใหญ่ อดทนการรองรับมหาชนจำนวนมากได้ โดยวัดพระธรรมกายได้แบ่งยุคการก่อสร้างวัดและเผยแพร่พระพุทธรูปศาสนาเป็น 3 ยุคด้วยกัน

ยุคบุกเบิก พ.ศ.2513-2528

วัดพระธรรมกายก่อตั้งขึ้นโดยพระเทพญาณมหามุนี หรือชื่อเดิม ไชยบุญย์ สุทธิผล เกิดเมื่อวันที่ 22 เมษายน พ.ศ.2487 ที่ตำบลบ้านเป้ง อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี เรียนจบมัธยมศึกษาจากโรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย และปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ด้วยความใฝ่ในธรรม ขณะเรียนชั้นมัธยมจึงได้จัดตั้งชุมนุมยุวพุทธขึ้นที่สวนกุหลาบวิทยาลัย พอจบปริญญาตรีก็อุปสมบทที่วัดปากน้ำ เมื่อวันที่ 27 ส.ค.2512 โดยมีพระเทพวรเวที (ปัจจุบันคือสมเด็จพระมหาธีรราชเจ้า) เจ้าอาวาสวัดปากน้ำ เขตภาษีเจริญ ผู้ปฏิบัติหน้าที่สมเด็จพระสังฆราชในปัจจุบัน) เป็นพระอุปัชฌาย์ มีฉายาว่า ธมมขโย แปลว่า “ผู้ชนะโดยธรรม”

ขณะพระธัมมขโยบวชในพรรษาแรกก็ได้หารือกับแม่ชีจันทร์เพื่อหาที่ดินสร้างวัด ต่อมาได้ทราบว่าคุณหญิงประหยัด แพทย์พงศาวิสุทธาธิบดี (ประหยัด สุนทรเวช) มีที่ดินเขตคลองหลวง จ.

ปฐมธานี แม้จะมีทุนจำกัดแต่ยังไปหาเพื่อขอซื้อ 50 ไร่ แต่คุณหญิงกลับยกให้ฟรีทั้งแปลง 196 ไร่ ฝ่ายแม่ชีจันทร์ได้รวบรวมเงินบริจาค 3,200 บาท มาเป็นทุนประเดิมขุดดินก้อนแรกเพื่อสร้างวัดในวันมาฆบูชาปี พ.ศ. 2513 ท่ามกลางความกังวลของบรรดาศิษย์ว่า ทุนที่มีไม่เพียงพอต่อการดำเนินการ จัดตั้งวัดได้สำเร็จ

ก่อนที่รู้จักกันในนามวัดพระธรรมกาย วัดนี้เปลี่ยนชื่อมา 2 ครั้ง โดยครั้งแรกชื่อวัด “ศูนย์พุทธจักรปฏิบัติธรรม” ต่อมาได้เปลี่ยนเป็น “วัดวรณีสรรพมกายาราม” ซึ่งมาจากชื่อของ วรณีสุนทรเวช บุตรสาวของคุณหญิงประหยัด ผู้บริจาคที่ดิน และเปลี่ยนชื่อเป็น “วัดพระธรรมกาย” จนถึงปัจจุบัน

ยุคบุกเบิก 15 ปีนั้น คือการปรับปรุงพื้นที่ 196 ไร่ จากท้องนาที่ไม่มีต้นไม้เลย แล้วค่อย ๆ ปลูก และขุดคู ขุดคลองต่าง ๆ ทั้งวัด ตั้งเป้าไว้เดิมว่าจะมีพระ 20 รูปเท่านั้น จึงเตรียมภิกษุไว้เพียง 20 หลัง สร้างห่าง ๆ กันในแมกไม้ เน้นการปฏิบัติเหมือนวัดป่าในเมือง ใครจะมาบวชถือว่าต้องตั้งใจบวชตลอดชีวิต โดยมีขบวนการกลั่นกรองคือให้มาเป็นอุบาสกรักษาศีล 8 ทุกคนต้องเรียนจบปริญญาตรีขึ้นไป ช่วยงานวัดก่อนอย่างน้อย 5 ปี เพื่อพิสูจน์ความตั้งใจจริง ถ้าคณะสงฆ์เห็นว่าบุคคลผู้นั้นมีศรัทธาพร้อม อุปนิสัยทุกอย่างเหมาะสมก็อนุญาตให้บวชได้

พระมหาสมชาย ฐานวุฑโฒ ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดพระธรรมกาย กล่าวในนิตยสาร Forbes Thailand ฉบับเดือน ม.ค. 2557 ว่า คนเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุด ถ้ามีคนที่เป็นคนดี มีอุดมการณ์ นั่นคือสิ่งที่สำคัญที่สุด มีคุณค่าที่สุด ถ้าขาดคนมีสติปัญญาคนอื่น จะมีเท่าไรมันก็กลวง คนที่มีอุดมการณ์คือผู้ที่มีแก่นทั้งหมด นี่เป็นหลักคิดของวัดพระธรรมกายตั้งแต่ต้นจนถึงปัจจุบันและตลอดไป

ยุคแผ่ขยาย พ.ศ.2528-2550

เมื่อเข้าสู่ยุคที่ 2 ในปี พ.ศ. 2528 คนมาวัดเพิ่มขึ้น ศาลาที่รองรับคนได้ 400 คนในช่วงแรก ต้องมารับคนเป็นหมื่น จนเกิดเสียงบ่นว่าไม่มองการณ์ไกล ขณะเดียวกันรอบวัดก็มีโครงการบ้านจัดสรรเกิดขึ้น เสียงดนตรีจากชุมชนทำลายความสงบ จึงเสียงติติงว่าไม่เหมาะแก่การปฏิบัติธรรม ญาติโยมขอให้ขยายวัด จึงขยายมาเป็น 2,000 ไร่ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2527 เมื่อดินมากขึ้น แต่วัดมีพระเพียง 20 รูป ไม่เท่าเทียมกัน จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนใหม่ โดยปีแรก ๆ จัดบวชธรรมทายาทวัดต่าง ๆ จึงมีพระเพิ่มเป็น 75 รูป ปี พ.ศ.2528 เริ่มรับสามเณรตั้งแต่อายุ 12 ปีเป็นต้นไป กระทั่งถึงปี พ.ศ.2532 วัดก็มีพระภิกษุ 200 รูป ส่วนบุคลลากรก็มีการปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับการขยายตัวของวัด

ในช่วงหาซื้อที่ดินเพิ่มเติมเพื่อให้ได้เป็น 2,000 ไร่ วัดต้องเผชิญปัญหาและอุปสรรคมากมาย เช่น ชาวบ้านจำนวนหนึ่งต่อต้านถึงกับเกิดการจลาจล จนเป็นข่าววิพากษ์วิจารณ์ตามสื่อมวลชน ดังเช่นในช่วงเดือนสิงหาคม 2542 ถึงมกราคม 2543 หนังสือพิมพ์หลายฉบับตีพิมพ์เรื่องวัดพระธรรมกายในแง่ลบ วิพากษ์วิจารณ์ทั้งหลักคำสอนที่ไม่สอดคล้องตามหลักการในพระไตรปิฎก และวิธีการในการบริหารทรัพย์สินและที่ดิน รวมทั้งการประพฤติปฏิบัติของเจ้าตัวอาวาสด้วย กระทั่งวัดพระธรรมกายต้องดำเนินการฟ้องร้องสื่อมวลชนเหล่านั้นต่อศาลอาญา สุดท้ายสื่อมวลชนที่ลงข่าวเชิงลบต้องลงประกาศขอขมาในความผิดพลาดที่เกิดขึ้น

ดังนั้น กิจกรรมในช่วง 2 ทศวรรษนี้ คือการขยายองค์กรภายใน ขยายสิ่งปลูกสร้างใหม่ ๆ

จัดกิจกรรมภายในวัด ขยายฐานผู้สนับสนุน พร้อมกับออกไปตั้งสาขาวัดในต่างประเทศและการยกวัดไปไว้ที่บ้านผ่านสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม 24 ชั่วโมง DMC ที่ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2544 เรียกตัวเองเป็น “ทีวีช่องคุณธรรม” ที่น้อมนำธรรมะของพระพุทธองค์มาเผยแผ่ไปทั่วโลกบนเว็บไซต์ของสถานี ดังกล่าว ทั้งยังมีการถ่ายทอดสดรายการต่าง ๆ ของทางสถานี โดยมีเนื้อหาข่าว ภาพ ใน 4 ภาษา ได้แก่ ไทย อังกฤษ จีน และญี่ปุ่น

ยุคเผยแผ่เชิงรุก พ.ศ.2551-ปัจจุบัน

ปัจจุบันวัดพระธรรมกายอยู่ในยุคที่ 3 ยุคแห่งการเผยแผ่ศาสนาอย่างเต็มตัว เป็นการเผยแผ่ในเชิงรุก โดยจัดกิจกรรมที่มุ่งออกออกไปสู่มวลชนนอกวัดมากขึ้น ในจำนวนที่มากขึ้น มีกิจกรรมและมีพิธีกรรมในขนาดมีผู้ร่วมงานนอกสถานที่นับหมื่นนับแสนคน ตั้งแต่การเดินทางครั้งในเมืองของพระนันทรูป การตักบาตรพระสงฆ์แบบนันทรูป หรือการบวชพระนันทรูป ก็ล้วนเริ่มต้นในช่วงนี้

นอกจากขยายแนวรุกภายในประเทศผ่านหลายกิจกรรมแล้ว ยังเปิดสาขาในหลายประเทศทั่วโลก แม้กระทั่งประเทศมุสลิมในตะวันออกกลาง ก็มีสาขาวัดพระธรรมกายตั้งอยู่ และยังเปิดสนามสอบธรรมศึกษาในประเทศนั้นๆ ติดต่อกันมา 3-4 ปีแล้ว

เอกสารเผยแพร่ของวัดพระธรรมกายระบุถึงเหตุที่วัดต้องเผยแผ่เชิงรุกว่า สังคมไทยได้เข้าสู่ยุคสังคมอุตสาหกรรม ทำให้วัดไม่ใช่ศูนย์กลางของชุมชนดังที่เคยเป็นมาในสังคมเกษตรกรรม ผู้คนย้ายถิ่นฐานการทำงาน ทำให้วัดจำนวนมากร้าง วัดในชนบทเหลือแต่พระหลวงตาและเด็กที่เข้าไปทำบุญ ขณะที่วัดในเมืองไม่คุ้นเคยกับชุมชนรอบวัดชาวพุทธห่างเหินกิจกรรมทางศาสนามากขึ้น ตัวเลขที่ทางวัดอ้างอิงจากสำนักสถิติแห่งชาติ เมื่อปี 2552 ที่สำรวจจากกิจกรรมทางวัฒนธรรม พบว่ามีชาวพุทธราว 70% ของประชากรไทย 67.4 ล้านคนเท่านั้น จากที่เราเคยภูมิใจว่ามีชาวพุทธทั่วประเทศ 90% ของประชากร วัดพระธรรมกายกังวลว่าแนวโน้มของจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาอาจลดลงเหลือไม่ถึง 50% จึงจำเป็นต้องหาวิธีแก้ไข นั่นคือ การเผยแผ่เชิงรุก ไม่นั่งรอให้คนเข้ามาวัด แต่ต้องนำพระและวัดออกไปหาประชาชน

เอกสารดังกล่าวได้เสนอปัญหาและทางแก้ไขไว้ กล่าวคือ เมื่อวัดร้างมีมาก ทางแก้ไขคือ จัดบวชพระแสนรูป ปีละ 2 ครั้ง แล้วส่งพระที่ไม่สึกไปประจำยังวัดร้างเพื่อให้กลายเป็นวัด “รุ่ง” เมื่อประชาชนห่างเหินพระพุทธศาสนา ทางแก้ไขคือ จัดโครงการตักบาตรพระ 2 ล้านรูป 77 จังหวัด ทุกวัดทั่วประเทศ จัดโครงการบวชอุปาสิกาแก้ว 1 ล้านคน จัดโครงการเดินธุดงค์ เมื่อเด็กขาดศีลธรรม ทางแก้ไขคือ จัดโครงการตอบปัญหาธรรมทางก้าวหน้า จัดโครงการเด็กดี V-Star สำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาจัดโครงการบรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน เมื่อพุทธศาสนาเผชิญภัยใน 4 จังหวัดภาคใต้ วัดพระธรรมกายจัดทอดผ้าป่าให้วัดทั้ง 323 วัด เป็นประจำทุกเดือน

ด้วยคำสอนของวัดพระธรรมกายที่ดูเหมือนมุ่งเน้นการบริจาคทานครั้งละมาก ๆ โดยมุ่งไปที่นักธุรกิจที่มีฐานะและการจัดกิจกรรมที่เน้นความยิ่งใหญ่อลังการ ในความจริงแล้วเป็นหลักคำสอนที่พระพุทธเจ้าทรงใช้เสมอคือ อนุปปุพพิททา หรือการสอนที่ไล่ไปตามลำดับ 5 อย่าง ได้แก่

1. ทานกถา (พรรณนาเรื่องทาน)
2. สีสกถา (พรรณนาเรื่องศีลว่าการรักษาศีลนั้นคืออะไร)
3. สัตตกถา (พรรณนาเรื่องสวรรค์)
4. กามาทีนพ (พรรณนาโทษของกาม)

5. เนกขัมมานิสงส์ (พรรณนาอันสงส์ของการออกบวช)

การเผยแผ่ศาสนาแนวรุกในไทย

พระมหาสมชาย ฐานวุฒโท (อ้างถึงใน สมาน สุตโต และนพพร วงศ์อนันต์, 2557) กล่าวว่า วัดพระธรรมกายในยุคปัจจุบันเปิดแนวรุกทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยโจทย์ในประเทศคือการ สู้กับอบายมุข ดึงกำลังทรัพย์และศรัทธาของคนทั้งหมดไปกับ สุรา บุหรี่ ยาเสพติด การพนัน ให้มาสู่ร่มเงาพระพุทธศาสนา ส่วนในต่างประเทศมุ่งเผยแผ่พระพุทธศาสนาให้แผ่ไปยังทุกส่วนของโลก

“เราไม่ได้รุกไปต่างประเทศเพียงลำพัง แต่ต้องร่วมมือกับวัดในประเทศด้วย วัดเดียวถึงจะใหญ่เท่าไร จะยกพุทธศาสนาในประเทศ ใช้กำลังวัดเดียวไม่พอ แม้ว่าพระ 3,000 รูป ดูเหมือนเยอะ แต่เมื่อกระจายทั่วประเทศแล้วก็เหลือนิดเดียว จึงต้องใช้วัด 30,000 วัด พระ 300,000 รูปมาช่วยกัน เพราะฉะนั้นเราจึงประสานกับวัดในโครงการจัดบวชพระ 10,000 รูป โดยนำไปบวชตามวัดต่างๆ ประสานกับเจ้าอาวาสให้ช่วยนำสวดมนต์ ต่อไปไม่ต้องทำงานมาก เพราะเจ้าอาวาสรู้วิธีแล้ว”

ปัจจุบันวัดพระธรรมกายมีเครือข่ายอยู่ 50 แห่ง ใน 31 จังหวัดไม่รวมปทุมธานี ในต่างประเทศมีสาขา 80 แห่งใน 32 ประเทศทั่วโลก โดยทิศทางการเผยแผ่กำลังเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายจากคนไทยในต่างแดนมาเป็นคนท้องถิ่นในประเทศนั้น ๆ แทน เนื่องจากคนไทยยุคแรก ๆ ที่ย้ายไปอยู่ต่างประเทศอายุมากขึ้น ลูกหลานที่เกิดในประเทศนั้นพูดไทยน้อยลง หากเผยแผ่เป็นภาษาไทย โอกาสจะแคบลงในระยะยาวจึงต้องอาศัยการส่งพระไทยจากวัดพระธรรมกายที่รู้ภาษาท้องถิ่นเข้าเผยแผ่กับคนท้องถิ่น ซึ่งโครงการทดลองนี้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีในสิงคโปร์ และกำลังถูกนำไปใช้ในญี่ปุ่น

โครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กร

โครงสร้างองค์กรของฝ่ายงานด้านสื่อของวัดพระธรรมกายจะเป็นองค์กรขนาดใหญ่ มีการแบ่งฝ่ายทำงานกันอย่างชัดเจนภายใต้โครงสร้างการบริหารของสำนักสื่อสารองค์กรมีทั้งอาสาสมัคร ฆราวาส อุบาสก อุบาสิกา และผู้ทำงานเต็มเวลากว่า 250 คน ดูแลงานประชาสัมพันธ์ ผลิตสื่อธรรมะ และสถานีโทรทัศน์ DMC ภายใต้งานประชาสัมพันธ์มีแผนกภาพลักษณ์องค์กรอยู่ในกำกับด้วย

วัฒนธรรมองค์กรที่ถือเป็นจุดเด่นสำคัญประการหนึ่งของวัดพระธรรมกาย คือ การให้ความสำคัญกับทรัพยากร “คน” ไม่ว่าจะมาเป็นพระสงฆ์ที่เข้ามาบวชในวัดพระธรรมกาย ก็ต้องผ่านขั้นตอนการกั้นกรงก่อน โดยจะให้มาเป็นอุบาสกรักรหัสศีล 8 ก่อน ทุกคนต้องเรียนจบปริญญาตรีขึ้นไป เข้ามาช่วยเหลืองานวัดก่อนอย่างน้อย 5 ปี เพื่อพิสูจน์ความตั้งใจจริง

องค์กรวัดพระธรรมกายถึงแม้จะเป็นองค์กรขนาดใหญ่ แต่ด้วยวัฒนธรรมองค์กรที่คัดกรองศรัทธาของบุคลากรมาเป็นอันดับแรก ทำให้คนในองค์กรทำงานกันอย่างอบอุ่น เพราะทุกคนมีเป้าหมายเดียวกันคือ เพื่อประโยชน์แห่งพระพุทธศาสนาและครูบาอาจารย์ที่องค์กรเคารพนับถือ

สำนักสื่อสารองค์กร วัดพระธรรมกาย

สำนักสื่อสารองค์กร เป็นหน่วยงานที่ดูแลภาพรวมการผลิตและบริหารสื่อโดยรวมของวัดพระธรรมกาย มีหน้าที่หลักในการกำหนดนโยบายการเผยแพร่สื่อ ควบคุม คัดกรองเนื้อหาสื่อทั้งหมด

โดยแบ่งการทำงานย่อยออกเป็น 3 ฝ่ายหลักรับผิดชอบสื่อแต่ละส่วน ได้แก่ กองประชาสัมพันธ์ กองสื่อธรรมะ และกองสื่อดีเอ็มซี

กองประชาสัมพันธ์จะมีหน้าที่ดูแลสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต รวมถึงป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ กองสื่อธรรมะ ดูแลการผลิตสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โบรชัวร์ วารสารอยู่ในบุญ และกองสื่อดีเอ็มซีมีหน้าที่ในการผลิตรายการโทรทัศน์ดาวเทียมช่องดีเอ็มซี รวมถึงสปอตการแจ้งข่าวสาร กิจกรรม งานบุญต่างๆ

ในภาพรวมวัดพระธรรมกายใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสาร ธรรมะหลายช่องทาง ช่องทางหลัก คือ สถานีโทรทัศน์ดีเอ็มซี ออกอากาศตลอด 24 ชม. และสื่อหนังสือ แผ่นพับ โบรชัวร์แจ้งข่าวกิจกรรมงานบุญ รวมถึงในช่องทางสื่อวิทยุชุมชนที่ทางวัดได้รับความอนุเคราะห์จากสถานีวิทยุเครือข่ายทั่วประเทศไทยให้นำรายการธรรมะ “สว่างที่กลางใจ” นำไปออกอากาศเป็นประจำ รวมถึงสื่อใหม่ประเภทเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ ซึ่งทางวัดพระธรรมกายเองเน้นสื่อสารในช่องทางออนไลน์อย่างมาก ทั้งในเว็บไซต์ dmc.tv เว็บไซต์ dhammakaya.net และเว็บไซต์ภาคีธรรมอย่างเว็บไซต์กัลยาณมิตร ฯลฯ

ทั้งนี้ ทางวัดพระธรรมกายได้เน้นจัดกิจกรรมงานบุญเป็นประจำอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี นอกเหนือจากกิจกรรมวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาที่ทางวัดจัดขึ้นเป็นการภายในเป็นประจำทุกปี เช่น งานวันมาฆบูชา เวียนเทียน จุดประทีปบูชาพระสัมมาสัมพุทธเจ้า กิจกรรมการปฏิบัติธรรมทุกวันอาทิตย์ ซึ่งจัดต่อเนื่องเป็นประจำเป็นเวลากว่า 40 ปีแล้ว ยังมีกิจกรรมนอกสถานที่ เช่น ทางวัดได้มีการจัดกิจกรรมช่วยเหลือวัด 323 แห่ง 4 จังหวัดภาคใต้ที่ประสบปัญหาความยากลำบากในการบิณฑบาตของพระในจังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งทางวัดจัดอย่างต่อเนื่องมา 10 ปี โดยเดือนเมษายน 2557 ที่ผ่านมา จัดเป็นครั้งที่ 101 และได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ รวมถึงโครงการตักบาตรพระสงฆ์ทั่วประเทศไทย

ผู้ให้สัมภาษณ์หลัก (Key informants) ของวัดพระธรรมกาย มีจำนวน 1 รูป ดังนี้

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	พระมหานพพร ปุณฺณชโย	หัวหน้าฝ่ายภาพลักษณ์องค์กร

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลคณะทำงานฝ่ายผลิตสื่อของวัดพระธรรมกาย

4.2 ภาพรวมของกระบวนการทำงานสื่อของวัดพระธรรมกาย

ปัจจุบันวัดพระธรรมกายใช้สื่อประเภทต่างๆ ในการเผยแพร่ธรรมะรวม 11 สื่อ ได้แก่ หนังสือธรรมะ วารสารอยู่ในบุญ สื่อบันทึกเสียง สถานีโทรทัศน์ดาวเทียม DMC ยูทูบ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ สื่อแอนิเมชั่น เสียงตามสายภายในวัด สื่อกิจกรรม และสื่อบุคคล ซึ่งการนำเสนอภาพรวมกระบวนการทำงานสื่อของวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยได้แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

4.2.1 พัฒนาการของการใช้สื่อของวัดพระธรรมกาย

กระบวนการทำงานสื่อของวัดพระธรรมกายจะปรับเปลี่ยนไปตามพัฒนาการของเทคโนโลยีในยุคสมัยนั้นๆ แต่เดิมสื่อของวัดจะเน้นหนักไปทางสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือธรรมะ เมื่อกว่า 30 ปี ก่อนได้เริ่มหันไปสนใจสื่อโทรทัศน์ มีการจัดตั้งสำนักประชาสัมพันธ์ขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่ดูแลสื่อทั้งที่เป็นโทรทัศน์ วิทยุ สปอตรรายการที่จะไปออกตามสื่อต่างๆ เพิ่มเติมจากสื่อหนังสือ และเมื่อ 10 กว่าปีที่ผ่านมานี้ สื่อใหม่ประเภทสื่อออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาท ทางวัดจึงต้องจัดตั้งสื่อใหม่ๆ และได้มีการจัดแบ่งหน่วยงานโดยตรงในการสื่อสารข้อมูล กิจกรรมของทางวัดในการเผยแพร่ออกไปสู่ผู้ชมทั่วไป ทั้งนี้ สำนักสื่อสารองค์กรจะเป็นผู้พิจารณาเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะทำการสื่อสารเลือกช่องทางให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล ตัวสื่อที่เกิดขึ้นนั้นนอกจากมีปัจจัยมาจากเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปแล้ว นโยบายหรือปัจจัยเสริมอื่นๆ เช่น ลูกศิษย์มีการนำเสนอให้ทำสื่อเพิ่ม พระในวัดมีมติให้เพิ่มขึ้น ความคิดเห็นร่วมกันระหว่างลูกศิษย์วัดและกรรมการบริหารวัด ก็มีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยกรรมการบริหารวัด ส่วนใหญ่จะเป็นพระสงฆ์ซึ่งมุ่งเน้นในการสื่อสารกิจกรรมเกี่ยวกับศาสนาเป็นหลัก การที่จะไปตามเทคโนโลยีอาจจะยังไม่มากเท่ากับลูกศิษย์ที่มีความตั้งใจจะเผยแพร่ธรรมะ มีความรู้ด้านเทคโนโลยี ก็นำข้อเสนอแนะดังกล่าวมาให้ผู้บริหารทางวัด โดยสำนักสื่อสารองค์กรจะเป็นผู้มีอำนาจคัดกรอง ทบทวน พิจารณาสื่อประเภทที่เหมาะสมกับกลุ่มคนที่ต้องการสื่อสารเพื่อให้การใช้สื่อของวัดมีประสิทธิภาพ เข้าตรงตามกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

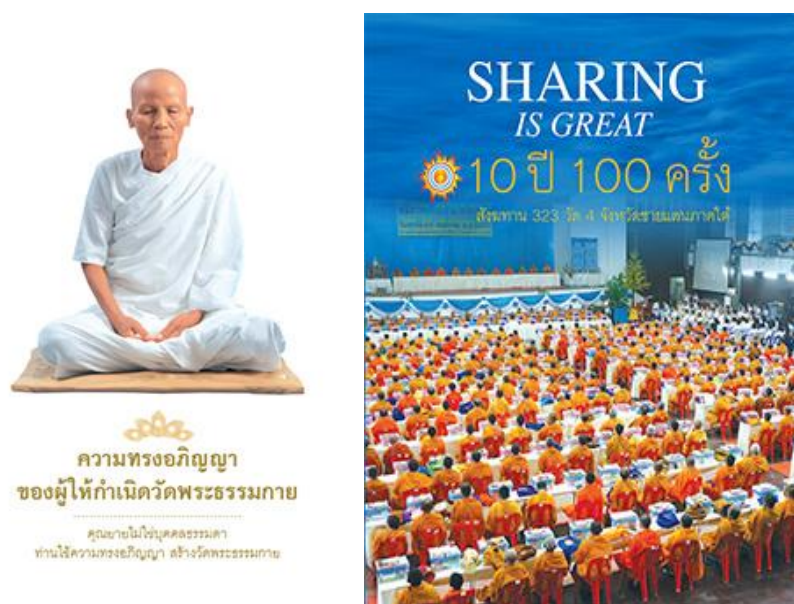
สำนักสื่อสารองค์กร แบ่งคณะทำงานเป็น 3 ฝ่ายหลัก ได้แก่ กองประชาสัมพันธ์ ดูแลสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต รวมถึงป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ กองสื่อธรรมะ ดูแลสื่อหนังสือธรรมะ โบรชัวร์ แผ่นพับ วารสารอยู่ในบุญ และกองสื่อดีเอ็มซี ดูแลการผลิตรายการโทรทัศน์ดีเอ็มซี และสปอตแจ้งข่าวบุญต่างๆ โดยทั้ง 3 กองจะทำงานร่วมกับกองวิชาการและกองกิจกรรมงานบุญ

กองวิชาการเป็นแหล่งเนื้อหาธรรมะของวัด ทำหน้าที่เลือก กลั่นกรองเนื้อหาให้กับกองงานที่ติดต่อขอข้อมูลเข้ามา และกองงานบุญเป็นคณะทำงานที่ดูแลกิจกรรมการจัดงานบุญของวัด ซึ่งจะมีข้อมูลกำหนดการงานบุญตลอดทั้งปี โดยแต่ละกองจะต้องทำงานร่วมกับทั้ง 2 กอง เพื่อประสานงานด้านข้อมูลธรรมะและกิจกรรมงานบุญมาผลิตสื่อในช่องทางที่ตนเองรับผิดชอบอีกชั้นหนึ่ง

4.2.2 ภาพรวมของกระบวนการทำงานสื่อแต่ละประเภท

จากข้อมูลการสัมภาษณ์พระที่รับผิดชอบสื่อของวัดพระธรรมกาย สามารถอธิบายกระบวนการทำงานสื่อโดยแยกประเภทสื่อต่างๆ ได้ดังนี้

4.2.2.1 กระบวนการทำงานสื่อสิ่งพิมพ์



รูปภาพที่ 4.13 หนังสือธรรมะของวัดพระธรรมกาย

ที่มา: เว็บไซต์กัลยาณมิตร (2557).สื่อธรรมะ Book. วันที่เข้าถึงข้อมูล 10 พฤษภาคม 2557, แหล่งที่มา <http://www.kalyanamitra.org/th/>

การใช้สื่อในช่วงแรกของวัดพระธรรมกายเน้นไปทางสื่อหนังสือธรรมะ ซึ่งเป็นหนังสือธรรมะทั่วไปที่หลวงพ่อดมชโย ท่านรองเจ้าอาวาส ผู้ช่วยเจ้าอาวาสเขียนเรียบเรียงขึ้น โดยคณะทำงานกองสื่อธรรมะเป็นผู้รวบรวมเนื้อหาจากกองวิชาการ ซึ่งนำเอาข้อมูลธรรมะเหล่านี้มาปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับผู้รับสารก่อน อาทิ พระราชภาวนาจารย์หรือหลวงพ่อดตชิวโวิท่านเทศน์เรื่อง 5 ห้องชีวิตเกี่ยวกับการแก้นิสัยของตัวเองในชีวิตประจำวัน ซึ่งบทเทศน์นี้เหมาะสำหรับคนทุกกลุ่มวัยแต่การสื่อสารกับคนหลายกลุ่มวัยต้องการช่องทางและรูปแบบที่แตกต่างกัน คณะทำงานทางวิชาการก็นำเอาเนื้อหาของหลวงพ่อดมชโยให้เหมาะสมกับทุกกลุ่มก่อนส่งให้กองสื่อธรรมะ

โดยลักษณะเนื้อหาธรรมะในสื่อสิ่งพิมพ์มีความแตกต่างกัน ถ้าเป็นธรรมะหลวงพ่อดมชโยที่ออกแนววิชาการจะมาจากองค์หลวงพ่อดมชโย หลวงพ่อดตชิวโวิท่านเทศน์ ซึ่งศึกษาอย่างถ่องแท้จากพระไตรปิฎก โดยนำพระพุทธรูปธรรมในพระไตรปิฎกมาแยกย่อยให้อ่านเข้าใจง่ายขึ้น อย่างหลักมงคลสูตร ซึ่งเหมาะกับกลุ่มคนในระดับปฐมวัยถึงอุดมศึกษา กองวิชาการได้ทำงานร่วมกับกองสื่อธรรมะผลิตเป็นหนังสือ “ตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า” มีนักเรียนทั่วประเทศเข้าร่วมเป็นจำนวนมากทุกปี

หนังสือธรรมะชุดนี้เป็นรูปแบบที่ท่านเจ้าอาวาสเทศน์ไว้ ลูกศิษย์ก็รวบรวมเนื้อหา โดยท่านรองเจ้าอาวาสและกองวิชาการได้นำมาจากพระไตรปิฎกส่วนหนึ่งด้วย ในที่สุดก็ผลิตได้เป็นหนังสือธรรมะคุณภาพที่ได้รับความนิยมและสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้อ่านทั่วประเทศ

เนื้อหาของหนังสือธรรมะบางเล่มจะมีการผสมระหว่างเชิงวิชาการการปฏิบัติธรรมกับข่าวสารกิจกรรม หากเน้นธรรมะจะอยู่ในรูปแบบหนังสือธรรมะ ถ้าเน้นกิจกรรม ข่าวสารจะอยู่ในรูปแบบ

วารสาร โบร์ซัวร์ แต่เนื้อหาที่ลงในแต่ละสื่อก็จะมาจากกองวิชาการและกองคณะกรรมการงานบุญ โดยมีกองสื่อธรรมะเป็นผู้ปรุงเนื้อหาขั้นสุดท้าย เป็นผู้คัดเลือกข่าวสาร (media selector) จากเนื้อหาในพระไตรปิฎก พระไตรปิฎกเหมือนเป็นป่าใหญ่ทั้งป่า จะหยิบเนื้อหาตรงไหนมาใช้ล้วนแต่เป็นเนื้อหาธรรมะทั้งหมด ผู้คัดเลือกข่าวสารต้องทำหน้าที่ส่งต่อให้ตรงกับกลุ่มคน ตรงช่องทางและถูกเวลา แต่จะมีการสร้างเนื้อหาธรรมะขึ้นมาใหม่ ส่วนใหญ่จะเป็นการสัมภาษณ์ประสบการณ์ตรง ความรู้สึกของผู้ที่ได้มาร่วมกิจกรรม

ในส่วนของคณะทำงานกองสื่อธรรมะแบ่งออกเป็น 2 กอง กองแรกเป็นฝ่ายสำนักงานเลขานุการ ทำหน้าที่ช่วยประสานงานเมื่อสื่อผลิตออกมาสำเร็จแล้ว อีกกองหนึ่งเป็นกองสื่อธรรมะดูแลทั้งสิ่งพิมพ์และสื่อบันทึกเสียง โดยคณะทำงานกองสื่อธรรมะเป็นคนที่มีความสามารถด้านสื่อมาก่อน บางคนเป็นบรรณาธิการมาก่อน เป็นก๊อบปี้เรเตอร์มาก่อน

ทั้งนี้ กองสื่อธรรมะไม่ได้มีหน้าที่เฉพาะผลิตสื่อในรูปแบบที่ได้รับมอบหมายเท่านั้น แต่ยังมีหน้าที่ผลิตสื่อเชื่อมโยงไปกิจกรรมที่ก่อประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมด้วย เช่น ในกัณฑ์เทศน์ 5 ห้องชีวิตของท่านรองเจ้าวาสที่ตตชีโว นอกจากได้ผลิตเป็นหนังสือชุดคู่มือแนวทางในการปฏิบัติแล้ว ยังได้ออกแบบสื่อเป็นโปสเตอร์กราฟิกแบบง่ายๆ ให้เด็กและเยาวชนเห็นภาพรวมและสามารถไปปฏิบัติได้ในโรงเรียน รวมถึงบูรณาการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ 5 ห้องชีวิตในโรงเรียน V-Star ทั่วประเทศ

กิจกรรมนี้ได้ขยายผลเกิดเป็นกลุ่มพลังเครือข่ายเยาวชนที่ได้ปฏิบัติตามหลัก 5 ห้องชีวิต มีการประเมินผลทุกๆ 3 เดือน คุณครูจะเป็นผู้คัดเลือกตัวแทนของนักเรียนขึ้นมารับรางวัลในการทำ ความดี ซึ่งเป็นกิจกรรมต่อเนื่องที่วัดพระธรรมกายได้คิดต่อยอดจากพระธรรมเทศนาของท่านรองเจ้าอาวาส ไม่เน้นว่าอ่านจบแล้วจบไปเท่านั้น

พระมหานพพร ปุณฺณชโย หัวหน้าฝ่ายภาพลักษณ์องค์กร กล่าวว่า แนวคิดการผลิตสื่อของทางวัดคือ จะมองว่า ตอนนี้สังคมมีสื่อต่างๆ กระจายอยู่รอบตัว โดยมีคณะทำงานสื่ออยู่ตรงกลางของเนื้อหา ถ้าต้องการให้เนื้อหาออกไปยังช่องทางไหนก็เลือกให้เหมาะสมกับกลุ่มคนที่ต้องการจะสื่อสารด้วย ซึ่งอาศัยหลักการในการให้ธรรมะ ให้ข่าวประชาสัมพันธ์แก่กลุ่มผู้รับสื่อตามหลักอภัยราชกุมารสูตร ซึ่งเป็นพุทธวิธีในการสื่อสารของพระพุทธเจ้า

ทั้งนี้ วารสารอยู่ในบุญ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์อีกประเภทหนึ่งที่อยู่ภายใต้การดูแลของกองสื่อธรรมะ เป็นวารสารธรรมะรายเดือน เน้นให้ข้อมูลด้านกิจกรรมที่วัดจัดขึ้น รวมถึงกิจกรรมที่สาธุชนในวัดได้มีส่วนร่วมในทุกๆเดือน อาทิ กิจกรรมบุญทุกวันอาทิตย์ ทางวัดก็จะมอบวารสารอยู่ในบุญให้แก่สาธุชนนำไปอ่านที่บ้านเป็นการทบทวนบุญอนุโมทนาบุญ ส่วนหนึ่งได้นำไปเผยแพร่ต่อให้กับห้องสมุดโรงเรียน ห้องสมุดชุมชนที่ขาดแคลน



รูปภาพที่ 4.14 วารสารอยู่ในบุญประจำเดือน เม.ย.และ พ.ค.2557

ส่วนกระบวนการผลิตวารสารอยู่ในบุญจะเหมือนกับสื่อหนังสือ กล่าวคือ สำนักสื่อสารองค์กร เป็นเจ้าภาพหลักในการกลั่นกรองภาพรวมว่าควรจะทำเนื้อหาหนังสือสารกับคนกลุ่มไหนและสามารถต่อยอดเป็นกิจกรรมอะไรได้บ้าง จากนั้นก็มอบหมายให้ทางฝ่ายสื่อธรรมะประสานงานกับกองวิชาการ กลั่นกรอง คัดเนื้อหาธรรมะ เลือกภาพมาประกอบกับเนื้อหา และประสานกับกองคณะกรรมการงานบุญเพื่อขอข้อมูลกิจกรรมหรือข่าวสารงานบุญ จากนั้นฝ่ายสื่อธรรมะก็ดำเนินการจัดรูปเล่มและกระบวนการผลิตทั้งหมดจนตีพิมพ์พร้อมเผยแพร่

4.2.2.2 กระบวนการทำงานสื่อบันทึกเสียง

สื่อบันทึกเสียงประเภทเทปธรรม ซีดี ดีวีดี MP3 มีกระบวนการทำงานสื่อคล้ายกับสื่อหนังสือ เนื่องจากรับผิดชอบดูแลโดยกองสื่อธรรมะ กล่าวคือ นำธรรมะมาจากส่วนกลางของกองวิชาการเป็นหลัก ไม่เน้นข่าวสาร กิจกรรม แต่อาจประสานงานกับฝ่ายสื่อแอนิเมชัน ฝ่ายสื่อดีเอ็มซีด้วย เนื่องจากบางครั้งได้นำเนื้อหาของรายการอนุบาลฝันในฝันฯ มาเผยแพร่ลงในซีดีด้วย แต่ก่อนงานสื่อบันทึกเสียงต้องรับผิดชอบแปลงเทปให้เป็นซีดี แต่ปัจจุบันหน้าที่งานส่วนใหญ่เป็นการจัดใส่ซอง ทำหน้าปกซีดี ไม่ได้ทำงานกับเนื้อหาด้านในแล้ว

4.2.2.3 กระบวนการทำงานสื่อวิทยุ

วัดพระธรรมกายไม่มีสถานีวิทยุอย่างเป็นทางการเป็นของตนเอง แต่จะนำข้อมูลสารธรรมกิจกรรมงานบุญของวัดไปเผยแพร่ในสถานีวิทยุอื่น แต่กระนั้นสำนักสื่อสารองค์กรได้กำหนดให้สื่อวิทยุรับผิดชอบดำเนินงานโดยศูนย์สื่อชุมชน ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของกองประชาสัมพันธ์

ศูนย์สื่อชุมชนจะทำหน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสาร ผลิตรายการธรรมะให้เหมาะสมกับช่วงเวลาที่จะไปออกรายการวิทยุ โดยข้อมูลที่นำไปประชาสัมพันธ์จะเป็นกิจกรรมที่วัดพระธรรมกายจัด เช่น

งานวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา กิจกรรมตักบาตรพระแสนรูปทั่วประเทศ จัดงานตักบาตรพระ 323 วัดใน 4 จังหวัดภาคใต้ ศูนย์สื่อชุมชนก็จะนำข้อมูลกิจกรรมไปเผยแพร่ผ่านช่องทางวิทยุ

ทั้งนี้ ต้องวางแผนการเผยแพร่สื่อให้เหมาะสมกับช่องและทิศทางเนื้อหาของสถานีนั่นๆ รวมถึงเวลาที่ได้มาด้วย ข้อจำกัดในการทำสื่อวิทยุอยู่ที่ทิศทางเนื้อหา (Theme) ของสถานีและเวลาที่ได้รับ โดยสัดส่วนของข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านวิทยุจะเน้นเผยแพร่หลักธรรมและกิจกรรมข่าวสาร แล้วแต่โอกาส สถานการณ์ หากช่วงนั้นมีกิจกรรมงานบุญใหญ่ วัดก็จะเน้นเผยแพร่กิจกรรมมากกว่า มีคณะทำงานในศูนย์สื่อชุมชนมีประมาณ 5 คน จะประสานข้อมูลเนื้อหาทั้งจากกองวิชาการและกองงานบุญ โดยคนทำสื่อเป็นผู้มีประสบการณ์ทำสื่อมาก่อนด้วย

4.2.2.4 กระบวนการทำงานสื่อโทรทัศน์ดาวเทียม DMC

สื่อโทรทัศน์ดาวเทียม DMC อยู่ภายใต้การดูแลของฝ่ายสื่อดีเอ็มซีและสำนักสื่อสารองค์กร ภายในฝ่ายดีเอ็มซียังแยกเป็นหน่วยงานย่อยๆ ได้แก่ ศูนย์ผลิตรายการ กองออกอากาศ กองสร้างสรรค์รายการ สำนักเลขานุการ กองการ์ตูน ฯลฯ ดูแลงานโทรทัศน์โดยเฉพาะ ออกอากาศผ่านระบบโทรทัศน์ดาวเทียม 24 ชั่วโมง

เนื้อหาภายในช่องรายการ DMC มีครบทุกรูปแบบทั้งเนื้อหาธรรมะ กิจกรรมงานบุญ ข่าวต่างประเทศ ฯลฯ แบ่งสัดส่วนรายการโดยมีเนื้อหาธรรมะประมาณ 40-60% แบ่งเป็นธรรมะสำหรับประชาชน 30% ที่เหลืออีก 70 % ก็เป็นเนื้อหาธรรมะวัยอื่นๆ ประเภทรายการมีรายการออกอากาศสด รายการบันทึกเทป ข่าวสารก็มีทั้งข่าวสารกิจกรรมภายในวัดที่ผลิตขึ้นเอง ข่าวสารจากวัดสาขา ศูนย์สาขาต่างๆ และเนื่อหารายการที่รับมาจากองค์กรภายนอก โดยวางแผนผังรายการโทรทัศน์ล่วงหน้าก่อน 2-3 เดือน เน้นจัดสรรเนื้อหาให้สอดคล้องกับกิจกรรมทางศาสนาในช่วงเวลานั้นๆ

รายการ DMC Channel เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๖

เวลา	ชื่อรายการ	ภาษา	ผู้ดำเนินรายการ	ผู้ดำเนินรายการ	ผู้ดำเนินรายการ	ผู้ดำเนินรายการ	ผู้ดำเนินรายการ	เวลา
00:00-00:30 น.	00:00 น. ภาวนาในคืนพระจันทร์เสี้ยว	Meditation for Beginners				Clearing with Buddhism		
00:30-00:45 น.	ดูใจใส-คิด	ดูใจใส-คิด						00:00 น. * ผู้ถือแบบวีซีดี
00:45-01:00 น.	ปฏิวัติธรรม	* DOU for You	* ซาเทค 500 ซาดี	เมฆเมฆเมฆเมฆเมฆ	World of Peace		* ลพพร นันทกสิลา	00:45-01:00 น.
01:00-01:30 น.	เสียงจากทุ่ง	ทุ่งแห่งธรรม (English Subtitle)						01:00 น. World news
01:30-01:50 น.	ปฏิวัติธรรมเพื่อโลกา	* ทุ่งแห่งธรรม (English Subtitle)						01:30-01:50 น.
01:50-04:00 น.	พระธรรมเทศนา	* ภาวนาในคืนพระจันทร์เสี้ยว						01:50-04:00 น.
04:00-04:30 น.		* เสียงใต้ภูเขา	* ลพพร นันทกสิลา	* นานาเทศนา	* ปฏิวัติธรรม	* D star		04:00-04:30 น.
04:30-05:00 น.		* DMC Variety			* ผู้ถือแบบวีซีดี	* ฟ้าโลกภิวัตน์		04:30-05:00 น.
05:00-05:25 น.	สงกรานต์ไทยเร่ / ภาวนาวันขึ้นปีใหม่							
05:25-06:15 น.	วิถีชนชาวจีน							
06:15-07:15 น.	DMC TIME				06:15 น. ภาวนาในรุ่งอรุณ	06:15 น. ทุ่งแห่งธรรม (Chinese Subtitle)		06:15-07:15 น.
07:15-07:25 น.	DMC NEWS / ปฏิวัติธรรม						06:45 น. ปฏิวัติธรรม	06:45 น. * ผู้ถือแบบวีซีดี
07:25-07:30 น.	สงกรานต์							
07:30-07:45 น.	ธรรมะเพื่อประชาชน						07:20 น. DMC Time สงกรานต์	07:30-07:45 น.
07:45-08:05 น.	มหาพรตวันมาฆ (ปี 18 ค.ศ.) / วัชรอุคคิย (ปี 19 ค.ศ.)						07:45 น. * World news	07:45-08:05 น.
08:05-08:35 น.	* ทุ่งแห่งธรรม (English Subtitle)						08:20 น. * ซาเทค 500 ซาดี	08:05-08:35 น.
08:35-09:00 น.	* DMC Guide (Return ธรรมะ)							08:35-09:00 น.
09:00-10:00 น.	ภาวนาในคืนพระจันทร์เสี้ยว							09:00-10:00 น.
10:00-10:10 น.	DMC NEWS / ปฏิวัติธรรม						ถ่ายทอดสดเสียงพระครูโพธิญาณ	10:00-10:10 น.
10:10-11:00 น.	ภาวนาในคืนพระจันทร์เสี้ยว						๓. ภาวนาธรรมะสงฆ์	10:10-11:00 น.
11:00-11:15 น.	วิถีชนชาวจีน						11:00-11:15 น.	
11:15-11:30 น.	ซาเทค 500 ซาดี	DOU for You	พระครูบุญ / MV	สวรรค์ * ภาวนา	11:15 น. Smile World	08:40 น. เสียงจากทุ่ง	11:15-11:30 น.	
11:30-11:45 น.	* D Star	* ผู้ถือแบบวีซีดี	ผู้ถือแบบวีซีดี	* เสียงใต้ภูเขา	11:45 น. เมฆเมฆเมฆ	(ถ่ายทอดสดเสียงพระครูโพธิญาณ)	11:30-11:45 น.	
11:45-12:00 น.				* ฟ้าโลกภิวัตน์	11:50 น. I like English	09:30 น. ปฏิวัติธรรม	11:45-12:00 น.	
12:00-12:10 น.	DMC NEWS / ปฏิวัติธรรม						10:30 น. พิธีบูชาข้าวพระ	12:00-12:10 น.
12:10-12:40 น.	* ผู้ถือแบบวีซีดี	เสียงใต้ภูเขา	กลิ้ง Variaty		12:10 น. นานาเทศนา	(เฉพาะวันอาทิตย์)	12:10-12:40 น.	
12:40-13:10 น.		ทุ่งแห่งธรรม	ทุ่งแห่งธรรม	* ปฏิวัติธรรม	11:00 น. ภาวนาธรรมะ	11:00 น. ภาวนาธรรมะ	12:40-13:10 น.	
13:10-14:00 น.	วิถีชนชาวจีน						11:15 น. รายการเสียงจากทุ่ง	13:10-14:00 น.
14:00-14:10 น.	DMC NEWS / ปฏิวัติธรรม						(เฉพาะวันอาทิตย์)	14:00-14:10 น.
14:10-14:45 น.	ธรรมะเพื่อประชาชน						14:10 น. DMC Variety	14:10-14:45 น.
14:45-15:15 น.	* นานาเทศนา	* ทุ่งแห่งธรรม (Chinese Subtitle)				๑๕.๑๕ น. เสียงจากทุ่ง / ไร่พระธรรม	13:30 น. ปฏิวัติธรรม	14:45-15:15 น.
15:15-15:45 น.		* ฟ้าโลกภิวัตน์	* ฟ้าโลกภิวัตน์	* ฟ้าโลกภิวัตน์	15:00 น. ผู้ถือแบบวีซีดี	14:30 น. ไร่พระธรรม / ไร่พระธรรม	15:15-15:45 น.	
15:45-16:00 น.	* I like English / ฟ้าโลกภิวัตน์	* เสียงใต้ภูเขา	ไร่พระธรรม	ไร่พระธรรม		15:45 น. พระธรรมเทศนา	15:45-16:00 น.	
16:00-16:10 น.	DMC NEWS / ปฏิวัติธรรม						17:10 น. พิธีบูชาข้าวพระสงฆ์	16:00-16:10 น.
16:10-16:15 น.	สงกรานต์						และถวายบูชาข้าวพระ	16:10-16:15 น.
16:15-16:30 น.	สารคดีชนชาวจีน						17:30 น. ทุ่งแห่งธรรม	16:15-16:30 น.
16:30-17:00 น.		* กลิ้ง Variaty (คน)	* ภาวนาในรุ่งอรุณ		16:30 น. ลพพร นันทกสิลา	16:25 น. สงกรานต์	16:30-17:00 น.	
17:00-17:30 น.	* เสียงใต้ภูเขา (คน)	* DMC Variety	* I like English / ไร่พระธรรม	* Smile World		18:30 น. ไร่พระธรรม	17:00-17:30 น.	
17:30-17:50 น.	สงกรานต์ไทยเร่							17:30-17:50 น.
17:50-18:20 น.	พิธีบูชาข้าวพระสงฆ์ และถวายบูชาข้าวพระ						19:00 น. * ปฏิวัติธรรม	17:50-18:20 น.
18:20-18:35 น.	ทุ่ง DMC NEWS / ปฏิวัติธรรม						19:30 น. ฟ้าโลกภิวัตน์	18:20-18:35 น.
18:35-19:05 น.	DMC Guide						20:00 น. * ผู้ถือแบบวีซีดี	18:35-19:05 น.
19:05-22:00 น.	ถ่ายทอดสดโรงเรือนอนุบาลสิงในมหาวิทยาลัย						21:00 น. * Smile World	19:05-22:00 น.
22:00-22:20 น.	ทุ่ง DMC NEWS / ปฏิวัติธรรม						21:30 น. เสียงใต้ภูเขา	22:00-22:20 น.
22:20-24:00 น.	ภาวนาในคืนพระจันทร์เสี้ยว						22:00 น. * DMC Time สงกรานต์	22:20-24:00 น.

ตารางที่ 4.7 แผนผังแสดงรายการช่องโทรทัศน์ดาวเทียม DMC

ที่มา: เว็บไซต์ดีเอ็มซี (2556).ผังรายการ DMC Channel. วันที่เข้าถึงข้อมูล 25 เมษายน 2557, แหล่งที่มา <http://www.dmc.tv/pages/schedule/schedule.html>

ทั้งนี้ ฝ่ายงานต่างๆ ในกองสื่อดีเอ็มซีจะแบ่งงานกันรับผิดชอบคนละส่วน เนื่องจากเป็นองค์กรสื่อขนาดใหญ่ที่ต้องดูแลบริหารสื่อโทรทัศน์ดาวเทียม 24 ชั่วโมง อย่างศูนย์ผลิตรายการก็มีหน้าที่ผลิตรายการ ทำงานร่วมกับช่างภาพ ช่างวิดีโอ มีศูนย์ภาพนิ่งที่เก็บข้อมูลภาพนิ่งที่บันทึกในกิจกรรมสำคัญต่างๆ แผนกศูนย์เทคโนโลยีเสียงจะดูแลเกี่ยวกับเสียงโดยเฉพาะ

การทำหน้าที่จึงเป็นการแยกกันรับผิดชอบตามขอบข่ายหน้าที่ แต่เมื่อต้องพึ่งพาความร่วมมือฝ่ายอื่นๆ อีกฝ่ายก็พร้อมอำนวยความสะดวก เช่น ฝ่ายสตูดิโอ ต้องอำนวยความสะดวกเรื่องการถ่าย

ทำ กองออกอากาศต้องร่วมกันดูแลเรื่องสวิตเตอร์ การมิกซ์เสียง กองการตูนต้องประสานกับกองวิชาการส่วนกลางเพื่อผลิตสื่อการตูนให้เป็นภาพที่สมจริงที่สุด มีเนื้อหาตรงกับธรรมะที่จะสื่อสารออกไปให้มากที่สุด

กล่าวคือ มีกระบวนการทำงานที่พึ่งพาความร่วมมือจากศูนย์กลาง ต้องการเนื้อหาธรรมะเรื่องใดต้องติดต่อประสานกับกองวิชาการส่วนกลางเป็นผู้กลั่นกรอง ต้องการข่าวสารงานบุญต้องติดต่อคณะกรรมการงานบุญเพื่อให้เนื้อหาที่เผยแพร่ออกไปเป็นเนื้อหาและทิศทางเดียวกัน

เนื้อหาของสาระของรายการของสถานีโทรทัศน์ DMC ส่วนใหญ่ก็ไม่ได้แตกต่างไปจากสื่อประเภทอื่นๆ อย่างเช่น หนังสือมังคลชีวิตที่คัดลอกมาจากมังคลสูตรของช่อง DMC เองก็มีรายการที่เกี่ยวข้องกับมังคลชีวิตเช่นกัน เพราะมีที่มาจากกองวิชาการเหมือนกัน

ล่าสุดทางวัดพระธรรมกายได้รับความร่วมมือที่ดีจากองค์กรภาคีธรรม อาทิ DTAC มอบเนื้อหารายการชดก 500 นาทีซึ่งเป็นรายการธรรมะที่มีผู้ติดตามชมมากรวมถึงโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมช่องอื่นๆ ได้ติดต่อเข้ามาขอช่อง DMC ไปแพร่ภาพออกอากาศในชื่อของตนเอง เช่น DDTV ของมหาเถรสมาคม WBTV สถานีวิทยุโทรทัศน์โลกพระพุทธศาสนาเฉลิมพระเกียรติฯ วัดยานนาวา ดำเนินงานโดยพระเดชพระคุณพระพรหมวชิรญาณ กรรมการมหาเถรสมาคม ได้นำรายการทำวัตรเช้า-เย็นไปออกอากาศ มีการแลกเปลี่ยนเนื้อหารายการซึ่งกันและกัน

กองสื่อดีเอ็มซีมีนโยบายในการให้เวลาในการประชาสัมพันธ์แก่องค์กรพุทธภาคีอื่นๆ เป็นรายการโทรทัศน์ประเภทฟรีทูแอร์ (Free To Air) โดยมีองค์กรพุทธภายนอกได้ติดต่อเข้ามาขอความร่วมมือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ อาทิ ยุวพุทธิกสมาคมแห่งประเทศไทย ลงในรูปแบบตัววิ่งในช่องรายการ ที่บางองค์กรเน้นขอรายการไปออกอากาศทางเคเบิลทีวีในต่างจังหวัด

ในส่วนคณะทำงานสื่อดีเอ็มซี ส่วนใหญ่เป็นผู้มีความรู้ความสามารถด้านสื่อ ขณะเดียวกันก็จะมีบุคลากรบางคนไม่ได้จบตรงสายงานแต่เข้ามาช่วยงานเพราะมีความศรัทธาเป็นตัวนำ

4.2.2.5 กระบวนการทำงานสื่อออนไลน์

สื่อออนไลน์ของวัดพระธรรมกาย ประกอบด้วย เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก สื่อสังคมออนไลน์ ดำเนินการโดยกองประชาสัมพันธ์และสำนักสื่อสารองค์กร

กองประชาสัมพันธ์แบ่งย่อยออกเป็น 2 หน่วยงาน ได้แก่ กองสื่ออินเทอร์เน็ต ดูแลสื่อออนไลน์ที่เป็นทางการของวัด อีกส่วนเป็นกองสื่อธรรมะดูแลไฟล์ซีดี ดีวีดี เพื่อเผยแพร่ให้ดาวน์โหลดฟรีประมาณ 500-600 รายการ

สำหรับสื่อเว็บไซต์ ถือเป็นคลังรวมข้อมูลสื่อทุกประเภทของวัดเข้าไว้ด้วยกัน ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบ E-book สื่อบันทึกเสียงในรูปแบบคลิปวิดีโอ คลิปเสียง สื่อโทรทัศน์ช่อง DMC ก็สามารถรับชมทางเว็บไซต์ได้



รูปภาพที่ 4.15 เว็บไซต์วัดพระธรรมกาย www.dmc.tv

ทีมงานที่ทำหน้าดูแลเว็บไซต์จะรับเนื้อหาจากกองวิชาการที่ทำงานร่วมในระดับเดียวกัน เว็บไซต์แต่ละเว็บไซต์ของวัดทั้งเว็บไซต์ dmc.tv, dhammakaya.net, kalyanamitra.org โดยวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์จะมุ่งเป้าไปยังกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ไม่ทำงานทับซ้อนกันกับเว็บไซต์อื่นที่ดึงข้อมูลมาจากแหล่งเดียวกัน ทั้งยังมีกองภาพลักษณ์ออนไลน์เป็นอีกหน่วยงานภายใต้กองประชาสัมพันธ์ที่ดูแลภาพลักษณ์สื่อออนไลน์และรายการโทรทัศน์ DMC ด้วย

คณะทำงานในกองภาพลักษณ์ออนไลน์จะดูแลทิศทางเนื้อหาของสื่อออนไลน์และ DMC โดยคณะทำงานกองภาพลักษณ์ออนไลน์เป็นผู้ที่ทำงานหรือมีความรู้ความเข้าใจเรื่องสื่อออนไลน์อยู่แล้ว มีบางส่วนที่ไม่เคยทำสื่อออนไลน์มาก่อน แต่ก็เข้ามาช่วยคัดกรองดูแลภาพลักษณ์ ชื่อเสียงของวัด

4.2.2.6 กระบวนการทำงานสื่อแอนิเมชัน

แผนกแอนิเมชันเป็นหน่วยงานแยกที่ไม่ได้สังกัดกองสื่อดีเอ็มซี แต่สังกัดกองพุทธศิลป์ แผนกนี้จะเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่สนใจเทคโนโลยีสมัยใหม่หรือกลุ่มที่เรียนรู้ด้านแอนิเมชันมาโดยตรง ตามอัตราส่วนงานแอนิเมชัน ส่วนใหญ่จะผลิตวิดีโอเกี่ยวกับผลของวิบากกรรมต่างๆ อานิสงส์ของการสร้างบุญกุศล สื่อเกี่ยวกับนรก สวรรค์ โดยแผนกแอนิเมชันไม่ได้แยกตัวอย่างเป็นทางการ แต่ต้องทำงานร่วมกับกองวิชาการ เพื่อขอข้อมูลภาพเกี่ยวกับนรก สวรรค์ ผลของการเสวยวิบากกรรมจะได้รับผลอย่างไร ภาพในพระไตรปิฎกพระพุทเจ้าได้อธิบายไว้ว่าอย่างไรบ้าง จากนั้นจึงสร้างเป็นสตอรี่บอร์ด (Story Board) ก่อนผลิตเป็นการ์ตูนแอนิเมชันด้วยเทคโนโลยีล้ำสมัย

4.2.2.7 กระบวนการทำงานสื่อบุคคล

สื่อบุคคลหรือพระสงฆ์ ในที่นี้หมายถึง พระเทพญาณมหามุนีหรือหลวงพ่อดมชโย พระอาจารย์ในวัดพระธรรมกาย แม่ชี อุบาสิกาอุบาสิกา

โดยปกติองค์หลวงพ่อดำจะลงมาในกิจกรรมทางศาสนาเป็นประจำ โดยเฉพาะในการทำบุญวันอาทิตย์ ท่านก็แสดงพระธรรมเทศนาภายในศาลารวมใหญ่ สภาธรรมกายสากล ทั้งในช่วงเช้าและบ่าย โดยช่วงเช้าจะเน้นการปฏิบัติธรรม นั่งสมาธิ ช่วงบ่ายก็นั่งสมาธิเช่นกันแต่ระยะเวลาน่าสั้นกว่า ส่วนวันธรรมดาทั่วไป องค์หลวงพ่อดำจะลงสอนธรรมในรายการอนุบาลฝันในฝันฯ ทางช่องสถานีโทรทัศน์ DMC มอบหมายให้พระอาจารย์สอนธรรมปฏิบัติ ออกไปสอนธรรมให้แก่พระภิกษุสามเณร อุบาสกอุบาสิกา เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานสื่อบุคคลพระธรรมกายให้ครบทุกกลุ่ม ถือว่าองค์หลวงพ่อดำเป็นศูนย์รวมจิตใจของศรัทธาสาธุศิษย์วัดพระธรรมกายทั่วโลก โดยหลักที่คนติดตามสื่อของท่านก็เพื่อให้เข้าถึงองค์ท่าน ไม่ว่าจะด้วยการเห็นใบหน้าท่าน ฟังเสียงธรรม หรือปฏิบัติตามข้อธรรมคำสอนที่องค์ท่านสอนผ่านสื่อก็ตาม

ทางวัดยังมีนโยบายส่งพระสงฆ์กระจายออกไปเผยแผ่พระศาสนาในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ ในศูนย์ปฏิบัติธรรมสาขา วัดต่างๆที่อยู่ในเครือข่ายภาคีธรรมกับวัดพระธรรมกาย ทั้งยังแผ่ขยายไปถึงต่างประเทศ เพราะวัดพระธรรมกายมีสาขาย่อยตามประเทศต่างๆ ถึง 80 แห่งใน 32 ประเทศทั่วโลก แต่ละแห่งก็จะมีพระจากวัดพระธรรมกายส่งไปประจำเพื่อเผยแผ่ธรรมและสอนการปฏิบัติตามสายวิชชาธรรมกายของหลวงพ่อดำ วัดปากน้ำ จึงถือว่าพระสงฆ์ในวัดเป็นสื่อบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในงานเผยแผ่ธรรมะด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ แม่ชี อุบาสกอุบาสิกาที่เป็นผู้ปฏิบัติงานฝ่ายต่างๆ ภายในวัด ถือเป็นสื่อบุคคลที่จะช่วยสื่อสาร อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่มาวัดเช่นกัน โดยกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์หลักที่เป็นผู้รับสื่อของวัดก็มีคนที่เป็นอาสาสมัครช่วยเหลืองานวัด พบว่า มีการแบ่งงานอาสาสมัครออกเป็นฝ่ายต่างๆ เพื่อช่วยเหลือในงานส่วนเล็กๆ ที่จะทำให้ภาพรวมงานเป็นไปด้วยความสงบเรียบร้อย สื่อบุคคลกลุ่มนี้แม้จะไม่ได้เป็นผู้สอนธรรมะให้แก่ผู้มาปฏิบัติโดยตรงแต่จะให้คำแนะนำ รวมถึงเป็นสื่อกระจายข่าวสารกิจกรรมผ่านช่องทางสื่อที่แต่ละคนมีอีกทางหนึ่งด้วย

4.2.2.8 กระบวนการทำงานสื่อกิจกรรม

วัดพระธรรมกายจะเน้นการสื่อสารด้วยการนำเอาหลักธรรมคำสอนมาผูกโยงกับกิจกรรมทางศาสนา จากการศึกษาข้อมูลเอกสาร พบว่า วัดพระธรรมกายเริ่มให้ความสำคัญกับสื่อกิจกรรม ดังนี้

ปี 2551 ทางวัดเริ่มต้นโครงการฟื้นฟูศีลธรรมโลก หรือโครงการเด็กดี V-Star ด้วยการรวบรวมเยาวชนจากโรงเรียนต่าง ๆ ให้สมัครเข้าร่วมโครงการอบรม โดยในปี 2555 วัดพระธรรมกายประเมินว่ามีเยาวชนทั่วประเทศ เข้าร่วมโครงการเด็กดี V-Star ไม่ต่ำกว่า 1 ล้านคน

ปี 2552 เริ่มต้นโครงการบวชพระธรรมทายาท รุ่นเข้าพรรษา 1,000 รูป โดยใช้ชื่อรุ่นอุปสมบทนี้ว่า “กองพลสถาปนา”

ปี 2552 เริ่มต้นโครงการ “จุดศรัทธาชัย” โดยการให้พระภิกษุสงฆ์เดินธุดงค์ไปตามสถานที่ต่าง ๆ ระยะทางตั้งแต่ 300-500 กิโลเมตร ภายในเวลากว่า 20 วัน โดยมีสารุชนมาโปรยกลีบกุหลาบตลอดเส้นทาง ทั้งนี้ ในปี 2557 มีการกำหนดเส้นทางธุดงค์ธรรมชัยตั้งแต่วันที่ 2-28 มกราคม 2557 ผ่าน 7 จังหวัดได้แก่ กรุงเทพฯ ปทุมธานี นนทบุรี สุพรรณบุรี พระนครศรีอยุธยา สมุทรสาคร และนครปฐม รวมระยะทางธุดงค์ทั้งสิ้น 459 กิโลเมตร

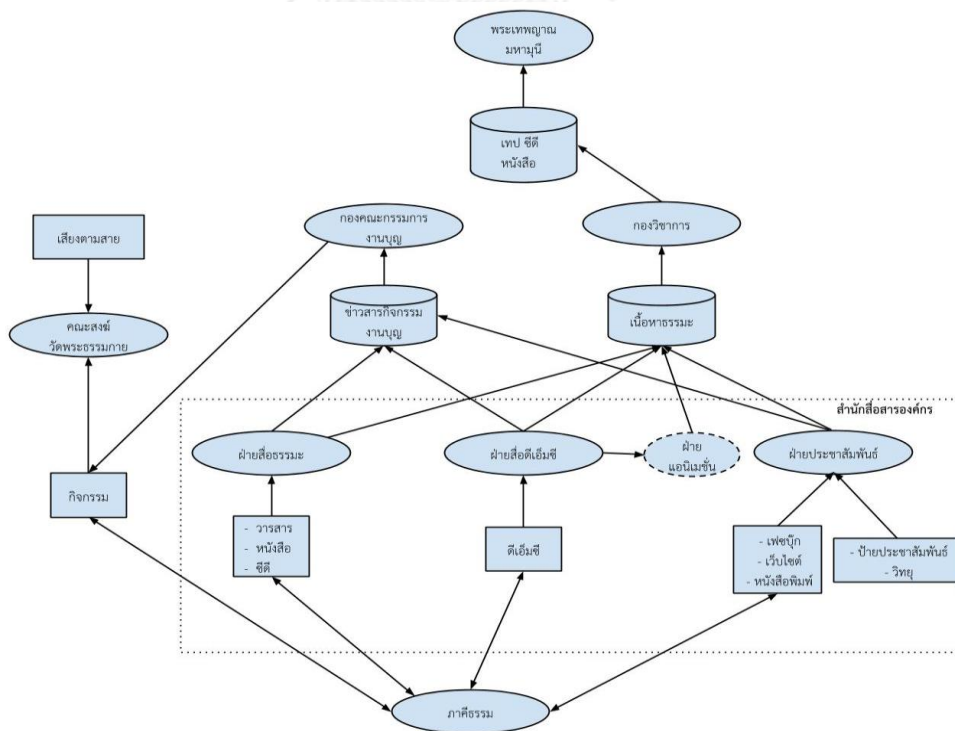
ปี 2553 เริ่มต้นโครงการอุปสมบทหมู่ “บวชพระแสนรูป” โดยเปิดโอกาสให้ชาวไทยที่ต้องการอุปสมบท สมัครเข้าโครงการได้ที่วัดอบรมประจำอำเภอทั่วประเทศ และจะมีการกำหนดช่วงเวลาการอุปสมบทพร้อมกันทั่วประเทศ โดยตั้งเป้าหมายว่าจะมีผู้เข้าร่วมโครงการอุปสมบทหมู่ “บวชพระล้านรูป” ในอนาคต

ปี 2553 เริ่มต้นโครงการบวชอุบาสิกาก้าวหน้าอ่อน โดยการบวชอุบาสิกาให้รักษาศีล 8 เป็นเวลา 1 สัปดาห์ จากนั้นเปิดโครงการอบรมอุบาสิกาก้าวหน้าอ่อน ผ่านทางวัดและสถาบันการศึกษา กว่า 1,500 แห่งทั่วประเทศที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์ฝึกอบรม

จนกระทั่งปัจจุบันทางวัดจะมีการจัดกิจกรรมงานบุญอย่างต่อเนื่อง โดยจะประสานข้อมูลการจัดกิจกรรมต่างๆ ทั้งกับองค์กรภาคีธรรมภายในประเทศและภายนอกประเทศเพื่อเผยแพร่ลงสื่อต่างๆ ของวัดต่อไป

4.3 กระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดพระธรรมกาย

กระบวนการทำงานสื่อของวัดพระธรรมกาย เป็นองค์กรสื่อขนาดใหญ่ที่สุดในกลุ่มองค์กรสื่อศาสนาที่ผู้วิจัยทำการศึกษาดำเนินการโดยสำนักงานสื่อสารองค์กร ซึ่งแบ่งแยกออกเป็นกองประชาสัมพันธ์ กองสื่อธรรมะ กองสื่อดีเอ็มซี ประสานงานโดยตรงกับกองวิชาการและกองคณะกรรมการงานบุญ โดยลักษณะความร่วมมือทั้งความร่วมมือระหว่างสื่อภายในองค์กรเดียวกันและความร่วมมือระหว่างสื่อข้ามองค์กร ขึ้นอยู่กับบริบท สถานการณ์ และปัจจัยเฉพาะขององค์กร ดังจะได้อธิบายตามแผนภาพและแนวคิดการหลอมรวมสื่อ 5 ระดับของ Dailey ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 4.4 แสดงกระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดพระธรรมกาย

จากข้อมูลข้างต้น สามารถอธิบายกระบวนการทำงานสื่อตามแนวคิดการหลอมรวมสื่อ 5 ระดับของ Dailey ได้ดังนี้

1. ระดับ Cross-promotion

เป็นขั้นความร่วมมือในการช่วยกันแนะนำเนื้อหาจากสื่อหนึ่งผ่านอีกสื่อหนึ่ง เป็นการบอกต่อเนื้อหาให้ผู้อ่านไปติดตามผ่านสื่ออื่นๆ ของวัด

ลักษณะการทำงานด้านสื่อของวัดพระธรรมกาย พบว่า จะร่วมมือกันทำงานแต่กำหนดผู้รับผิดชอบตามขอบข่ายงานอย่างชัดเจนเป็นกองหรือฝ่าย มีการแนะนำช่องทางสื่อต่างๆ ของวัด เช่น ในสื่อหนังสือ ในเว็บไซต์ dmc.tv ในช่องรายการโทรทัศน์ DMC ในเฟซบุ๊ก ยกตัวอย่างสื่อหนังสือ หนังสือไม่ได้ทำหน้าที่เฉพาะคนๆเดียว แต่จะมีผู้อ่านต่ออย่างน้อย 5-6 คน ถ้าเป็นหนังสือพิมพ์จะมีคนอ่านต่ออย่างน้อย 8 คน

อย่างในเว็บไซต์ dmc.tv จะมีการนำข่าววัดพระธรรมกายสาขาต่างประเทศที่ออกอากาศในช่องโทรทัศน์ดาวเทียม DMC มาให้อ่านในเว็บไซต์ แนะนำพระธรรมเทศนาของหลวงพ่อดมชโยที่ถอดเทปไว้แล้วมาโพสต์ลงเป็นบทความให้อ่านในส่วนบทความธรรมะมาใหม่ แนะนำคลิปวิดีโอธรรมะ เพลงธรรมะลงในส่วนคลิปวิดีโอมาใหม่ มีการแนะนำสื่อ E-Book ให้เลือกคลิกอ่านตามเรื่องที่น่าสนใจ มีการแนะนำให้รับชมทีวีบนมือถือ แนะนำช่องทางทวิตเตอร์ มีการแนะนำช่องทางเฟซบุ๊กของวัด DMC.tv - Dhamma Media Channel โดยเฉพาะในเฟซบุ๊ก จะมีการแนะนำช่องทางเว็บไซต์ www.dmc.tv และ www.facebook.com/dmc072 บนพื้นที่ว่างด้านล่างของรูปเพื่อให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กติดตามต่อไปยังเว็บไซต์ DMC.tv

2. ระดับ Cloning

เป็นขั้นตอนที่สื่อหนึ่งนำเนื้อหาของอีกสื่อหนึ่งไปเผยแพร่โดยไม่มีการแก้ไขหรือต่อยอดทำใหม่ อาจมีการแก้ไขบ้างแต่น้อยมาก

ในระดับนี้อธิบายได้ว่า กองสื่อฝ่ายต่างๆ ของวัดพระธรรมกายจะได้รับเนื้อหาธรรมะมาจากแหล่งเดียวกัน คือ กองวิชาการและกองคณะกรรมการงานบุญ ในแต่ละสื่อจะมีเนื้อหาธรรมะที่กองวิชาการและกองคณะกรรมการงานบุญกลั่นกรองมาให้ขั้นหนึ่งแล้วว่าเหมาะสำหรับการเผยแพร่ในช่องทางนั้นๆ กล่าวคือ เนื้อหาที่ได้รับมาจากทั้งสองกองนี้จะแตกต่างกันโดยวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่และกลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสาร

ดังนั้น สื่อวัดพระธรรมกายจึงทำหน้าที่เป็นช่องทางช่วยโปรโมตสื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับให้มากที่สุด ไม่ได้ไปคัดลอกหรือหยิบยืมข้อมูลของสื่ออื่นๆ มาแปะหรือใช้ในงานสื่อของตนเอง จึงไม่มีการแก้ไขหรือต่อยอดทำใหม่เกิดขึ้น กล่าวคือ สื่ออื่นๆ ผลิตไว้ในรูปแบบ เนื้อหาอย่างไร หากสื่อของตนเองมีพื้นที่ในการช่วยโปรโมต ประชาสัมพันธ์ก็จะช่วยยกมาทั้งหมดโดยไม่ปรับแก้ไขแต่อย่างใด

3. ระดับ Coopetition

เป็นขั้นตอนที่สื่อแต่ละสื่อแข่งขันข้อมูลระหว่างกันแต่ก็ยังมีทางเลือกข้อมูลที่ต้องการแข่งขันด้วย ในขณะที่เดียวกันก็มีทีมงานที่ผลิตเนื้อหาที่แตกต่างกันไปตามกลุ่มเป้าหมายของแต่ละสื่อ

ขั้นความร่วมมือนี้ วัดพระธรรมกาย ไม่มีการเก็บกักหรือหวงข้อมูลบางส่วนไว้เพื่อเผยแพร่ใน

ช่องทางของตนเองก่อน เพราะวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ธรรมะมีเป้าหมายเดียวกันเพื่อเผยแพร่คำสอนของพระพุทธเจ้า หลวงพ่อสด วัดปากน้ำ และองค์หลวงพ่อธัมมชโยให้กว้างขวาง

ลักษณะความร่วมมือในระดับนี้จึงไม่เกิดในองค์กรทางศาสนาที่ต้องการกระจายธรรมะออกจากศูนย์กลาง แม้จะมีการผลิตเนื้อหาที่มุ่งเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและวิธีการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน แต่เป็นไปเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ใช้สื่ออื่นๆ ให้มากที่สุด เกิดความพึงพอใจสื่อของวัดจนนำไปสู่การเปิดรับสื่อประเภทอื่นให้มากที่สุด ไม่ใช่แข่งขันกันสร้างฐานลูกศิษย์ให้เหนือกว่ากัน

4. ระดับ Content sharing

เป็นขั้นความร่วมมือที่เกิดขึ้นเมื่อทีมงานของสื่อมากกว่า 1 สื่อ มาร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยไม่มีเส้นแบ่งระหว่างสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร มีความร่วมมือในการทำข้อมูลมากขึ้น อาจมีการแชร์งบประมาณบางกิจกรรมร่วมกัน

ขั้นตอนนี้ องค์กรสื่อวัดพระธรรมกายมีความโดดเด่นในการประชุมหารือ มีความร่วมมือในการผลิตข้อมูลอย่างมาก เพราะลักษณะการจัดวางองค์กรสื่อทำให้องค์กรที่แยกตัวกันทำงานเป็นฝ่ายๆ ได้ร่วมมือกันทำงาน โดยใช้ประโยชน์จากแหล่งข้อมูลธรรมะและข่าวสารกิจกรรมแหล่งเดียวกัน เป็นลักษณะการกระจายงานกันรวมศูนย์ เพราะทุกฝ่ายต้องประสานงานติดต่อกับกองวิชาการ ซึ่งเป็นนายทวารข่าวสารดูแลเนื้อหาธรรมะทั้งหมดของวัด และกองคณะกรรมการงานบุญ ซึ่งเป็นนายทวารข่าวสารดูแลกิจกรรมงานบุญ ข่าวสารต่างๆ ของวัดเหมือนกัน ทำให้ทิศทางของเนื้อหาที่เผยแพร่ออกไปเป็นทิศทางเดียวกัน เมื่อสื่อหนึ่งต้องการเนื้อหาไปผลิตสื่อจึงต้องประสานงานอย่างน้อยมากกว่า 1 สื่อ ต้องมีการร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นว่าจะผลิตเนื้อหาออกมาในรูปแบบอย่างไร

ในส่วนความร่วมมือกับองค์กรภาคีธรรมภายนอกอย่างสถานีโทรทัศน์ DDTV ของมหาเถรสมาคม WBTV ของวัดยานนาวา รวมถึงเว็บไซต์ภาคีธรรมอื่นๆ ก็จะมีการพูดคุย แลกเปลี่ยนเนื้อหากันอย่างสม่ำเสมอ แต่โดยมากวัดพระธรรมกายจะเป็นผู้หยิบยื่นเนื้อหาให้แก่องค์กรอื่นไปเผยแพร่ต่อโดยไม่ปิดกั้นภายใต้เงื่อนไขตามแต่ตกลง อาทิ การให้เครดิตช่องรายการโทรทัศน์ DMC การเผยแพร่ลิงค์เว็บไซต์ของวัด เป็นต้น

5. ระดับ Convergence

เป็นขั้นการทำงานที่เดิมแยกกันเป็นฝ่าย ถูกรวมศูนย์ไว้โดยมีตัวแทนจากทุกสื่อมาร่วมกันทำงานแบบมีลิตมีเดีย ทุกฝ่ายร่วมกันทำงานตั้งแต่วางแผน หาข้อมูล ผลิตและเผยแพร่เป็นทีมเดียวกันให้เหมาะกับแต่ละช่องทางสื่อ

ด้วยคุณลักษณะองค์กรศาสนาของวัดพระธรรมกายที่มีจุดเด่นเรื่องวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง ให้ความสำคัญกับทรัพยากร “คน” ไม่ว่าจะเป็นพระสงฆ์ บุคลากรวัดที่จะเข้ามาทำงานในวัดพระธรรมกาย ต้องผ่านขั้นตอนการกลั่นกรองในด้านความบริสุทธิ์ด้วยคุณธรรม ความศรัทธาที่มีต่อวัดอย่างคงมั่นไม่ผันแปร และความเป็นผู้มีวิชาความรู้ในทางโลก ในด้านที่ตนอาสาจะเข้ามาช่วยงาน ทำให้วัดพระธรรมกายได้แต่บุคลากรที่มีความรู้คู่คุณธรรม มีอุดมการณ์ มีความศรัทธาในหลักธรรมคำสอนของวัดอย่างแรงกล้า

ปัจจัยภายในเหล่านี้ทำให้องค์กรสื่อของวัดพระธรรมกายพร้อมที่จะพัฒนาสื่อ พัฒนาวัดไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดนิ่ง คนในองค์กรทุกคนอยู่ในบุญ มีเป้าหมายเดียวกันคือ เข้ามาทำประโยชน์เพื่อพระศาสนาและครูบาอาจารย์ที่เคารพศรัทธา

ลักษณะการทำงานภายในวัดเกิดเป็นความสัมพันธ์ในลักษณะร่วมมือโดยสมัครใจ กล่าวคือ แม้ทุกสื่อจะแยกฝ่ายกันทำงาน แต่ต้องมีจุดนัดพบในการทำงานร่วมกัน คือ การประสานงานกับกองวิชาการและกองคณะกรรมการงานบุญในการกลั่นกรองเนื้อหาให้เหมาะสมกับรูปแบบสื่อที่จะเผยแพร่ และเกิดประสิทธิผลต่อกลุ่มเป้าหมายที่ใช้สื่อ นั้น ในทางปฏิบัติฝ่ายที่แยกกันทำงานจึงต้องร่วมมือกัน ตั้งแต่ขั้นวางแผนจะผลิตสื่ออะไร ใช้เนื้อหาอะไร สื่อสารกับใคร

ทั้งนี้ องค์กรสื่อวัดพระธรรมกายมีศูนย์กลางเพียงหนึ่งเดียวในการผลิตสื่อของวัด แม้จะร่วมมือกับองค์กรภายนอกในบางวาระโอกาสแต่ไม่ได้แยกศูนย์กลางติดต่อประสานงานไปยังที่อื่นๆ ส่งผลให้การหลอมรวมองค์กรเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมีโอกาสเกิดได้สูงมาก

ประกอบกับบุคลากรมีความเป็นมืออาชีพในการผลิตสื่อ มีความศรัทธาสูง เมื่อเข้ามาช่วยเหลืองานวัด มีความศรัทธาในวัดอย่างคงมั่น ย่อมร่วมกันขับเคลื่อนการเผยแผ่พระพุทธศาสนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. กระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดอัมพวัน

ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยกระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดอัมพวันเป็นประเด็นสำคัญต่างๆ ดังนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไป

วัดอัมพวัน อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี วัดสังกัดมหานิกาย เป็นชื่อเดิมมาตั้งแต่กรุงศรีอยุธยา ในกลุ่มวัดที่เป็นสำนักปฏิบัติธรรมของประเทศไทย พระพรหมโมลี กรรมการมหาเถรสมาคม เจ้าคณะภาค 1 เจ้าอาวาสวัดพิชยญาติการาม กรุงเทพฯ ให้สัมภาษณ์ไว้ในคอลัมน์สว่าง ณ กลางใจ หนังสือพิมพ์โพสทูเดย์ ประจำวันที่ 23 มิ.ย.2555 ว่า วัดอัมพวันเป็นศูนย์พัฒนาจิตใจของประชาชนจนประสบความสำเร็จ ชาวพุทธนักปฏิบัติทั้งในประเทศและต่างประเทศรู้จักวัดอัมพวันดีมาก เพราะท่านตั้งใจพัฒนาวัดให้เป็นศูนย์กลางอบรมวิปัสสนากรรมฐาน

หลวงพ่ोजริญฐิตธมโม เจ้าอาวาสวัดอัมพวัน กล่าวว่า เปิดสอนวิปัสสนากรรมฐานมาตั้งแต่ปี 2501 หลังจากหลวงพ่ोजริญฐิตธมโมมาเป็นเจ้าอาวาสปีเดียว หลวงพ่ोजริญฐิตธมโม เล่าว่า ผู้ปฏิบัติธรรมที่วัดยังมีอยู่สม่ำเสมอ และเป็นจำนวนมาก แต่ไม่ต่ำกว่า 500 คนแล้วแต่จะมาปฏิบัติก็วัน 7 วัน 5 วัน หรือ 3 วัน บางคนเข้าวันโกนนี้ออกวันโกนหน้า กองทัพบกยกมาอบรมเป็นรุ่นๆ รุ่นละ 200 คนรวม 35 รุ่นก็มี

นอกจากนั้นก็เป็นโรงเรียนทั่วไปมาฝึกอบรมเป็นประจำ เพราะคนเข้าวัดปฏิบัติธรรมเป็นจำนวนมากทุกวัน ทางวัดไม่ได้เรียกเงินเรียกทอง จะทำบุญเท่าไรก็ได้ แล้วแต่ศรัทธา บางคนไม่ได้เตรียมชุดขาวมาทางวัดก็มีให้ยืม ในช่วงเทศกาลที่มีวันหยุดหลายวัน จะมีชาวพุทธมากันเป็น 1,000 คน มากกว่านี้รับ ไม่ได้ไม่มีที่นอนส่วนหลักการอบรมนั้น หลวงพ่ोजริญฐิตธมโมจะทำหน้าที่เปิดและปิด ส่วนการบรรยายและการอบรมจะมีพระวิทยากรจำนวนหนึ่งทำหน้าที่ให้การอบรม

แนวสอนวิปัสสนาวิธัมพวันเป็นแนววัดมหาธาตุ คือสอนสติปัฏฐาน 4 (กาย เวทนา จิต ธรรม) แต่หากผู้ปฏิบัติสนใจแนวการปฏิบัติแบบใด หลวงพ่อก็จะสอนให้ แบบพุทโธก็จัดให้ ใครจะเอาแบบหลวงพ่อดต วัดปากน้ำ คือ สัมมา อรหัง ก็สอนให้ หลวงพ่อจรัญ กล่าวว่า เคยไปอยู่กับหลวงพ่อดตตอนที่สมเด็จพระมหาธีรราชเจ้ามิ่งมงคลจารย์ (เจ้าอาวาสวัดปากน้ำองค์ปัจจุบัน) ยังเป็นพระมหาช่วงเปรียญ 9 ประโยค ตอนหลังหลวงพ่อดตเข้าวัดมหาธาตุ โดยมีท่านอาจารย์มหาโชดก สอภารมณีย์ให้หลวงพ่อดตบอกว่าหลงเสียนาน ท่านคิดจะสอนแบบสติปัฏฐาน 4 แต่พูดได้ไม่กี่เดือนท่านมรณภาพ

ปฐมเหตุของการสร้างศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน

หลวงพ่อดต กล่าวว่าถึงการขยายสาขาศูนย์ปฏิบัติธรรมไปขอนแก่น บอกว่าต้องการให้เป็นศูนย์กลางการสอนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่นั่นสิ่งปลูกสร้างประกอบด้วยศาลา 3 หลัง ราคาหลังละ 38 ล้านบาท จุคน 3,000 คน มีสวนเวฬุวัน มีที่พักพระกรรมฐาน ทั้งหมดตั้งอยู่บนพื้นที่ 259 ไร่ สอนกรรมฐานแบบวิธัมพวัน โดยรับเป็นรุ่นๆ

หลวงพ่อดต กล่าวว่า หลังได้มาพบหลวงพ่อดตที่ อ.น้ำพอง จ.ขอนแก่น ท่านพาหลวงพ่อดตไปได้รับของดีจากขอนแก่นมากมาย หลวงพ่อดตจึงดำริที่จะสร้างศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน เพื่อสนองพระเดชพระคุณหลวงพ่อดตเพื่อนำของดีคืนสู่ชาวขอนแก่น ก่อนหน้านั้นที่หลวงพ่อดตประสบอุบัติเหตุทางรถยนต์จนกระทั่งคอหัก เมื่อวันที่ 14 ต.ค. 2521 หลวงพ่อดตก็คิดเสมอว่าตัวเองได้ตายไปแล้ว แต่ยังไม่เคยได้สนองคุณต่อหลวงพ่อดตให้เป็นขึ้นเป็นอัน จนในที่สุดหลวงพ่อดตได้ตกลงรับถวายที่ดินผืนแรก จาก ดร.ลำไย โกวิทย์กร จำนวน 22 ไร่ เมื่อวันที่ 1 มิ.ย. 2536

ต่อมาในภายหลัง อาจารย์ถาวร-ดร.ลำไย โกวิทย์กร ได้ถวายที่ดินเพิ่มเติมอีกจำนวน 3 ไร่ รวมเป็นทั้งหมด 25 ไร่ นอกจากนั้นคุณวีระชัย คุณรัตนาวดี ลีลาประชากุล ได้ซื้อที่ดินถวายหลวงพ่อดตเพิ่มเติมอีก 13 ไร่ และคุณวิเชียร สุขสถาวรพันธุ์ ได้ซื้อที่ดินถวายหลวงพ่อดตอีก 13 ไร่ รวมจำนวนที่ดินที่มีจิตศรัทธามอบถวายแด่พระเดชพระคุณหลวงพ่อดตเพื่อสร้างศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน จ.ขอนแก่นทั้งสิ้น 51 ไร่ หลวงพ่อดตจึงสร้างศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน จ.ขอนแก่น ขึ้นเป็นสาขาของวัดอัมพวัน จังหวัดสิงห์บุรี แห่งแรก

ทั้งนี้ หลวงพ่อดตได้ส่งพระภิกษุลูกศิษย์ที่ท่านเป็นพระอุปัชฌาย์ เข้ามาช่วยทำงานสร้างศูนย์ปฏิบัติธรรม โดยมีพระครูภาวนาวิสุทธิ (ธีรวัฒน์ ฐานุตโร) พระอุปัชฌาย์ ลูกศิษย์ที่คอยรับใช้ใกล้ชิด ท่าน เข้ามาช่วยดูแลงานการสร้างศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน ทั้งทางด้านถาวรวัตถุ และด้านการพัฒนาคน พัฒนาจิตใจด้วยวิปัสสนากรรมฐาน

ต่อมาในภายหลังท่านก็ได้ส่งพระครูปลัดสิทธิวัฒน์ (ครุฑมัย โยโสโร) อดีตเลขานุการเจ้าคณะจังหวัดสิงห์บุรี ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดอัมพวัน จ.สิงห์บุรี เข้ามาดูแลสนองการพัฒนาสวนเวฬุวัน ให้สวยงาม สงบ ร่มรื่น และได้เป็นผู้อำนวยการศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวันในปัจจุบันนี้ (ศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน, 2556 : ออนไลน์)

ทั้งนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์หลัก (Key informants) ของวัดอัมพวัน มีจำนวน 3 คน ประกอบด้วย

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
1	พระครูปลัดสิทธิรวีวัฒน์	ผู้อำนวยการศูนย์ปฏิบัติธรรม สอน เวฬุวัน จ.ขอนแก่น
2	นายธานินทร์ มาหาธนประทีป	ผู้ดูแลสื่อวัดอัมพวัน
3	นายนรินทร์ จริโมภาส	ผู้ดูแลสื่อศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน จ.ขอนแก่น

ตารางที่ 4.8 ข้อมูลคณะทำงานฝ่ายผลิตสื่อของวัดอัมพวัน

5.2 ภาพรวมของกระบวนการทำงานสื่อ

การนำเสนอภาพรวมกระบวนการทำงานสื่อของวัดอัมพวัน ผู้วิจัยได้แบ่งเป็นประเด็น ดังนี้

5.2.1 พัฒนาการของการใช้สื่อของวัดอัมพวัน

วัดอัมพวันเป็นวัดแนวปฏิบัติที่ไม่ค่อยเน้นการใช้สื่อสารมวลชนและสื่อประเภทต่างๆ หนังสือธรรมะ “กฎแห่งกรรม ธรรมปฏิบัติ” เป็นหนังสือธรรมะเล่มเดียวที่ทางวัดจัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปี ปีนี้เป็นเล่มที่ 28 ส่วนหนังสือธรรมะเล่มอื่นๆ ลูกศิษย์ที่มีความศรัทธาและประสงค์จะตีพิมพ์เฉพาะเรื่องหรือโรงพิมพ์จะมาขอข้อมูลจากทางวัดไปดำเนินการเอง ส่วนใหญ่เป็นการตัดตอนจากหนังสือกฎแห่งกรรม หรือคัดลอกพระธรรมเทศนาของหลวงพ่อดีพิมพ์ใหม่ เนื่องจากหลวงพ่อกล่าวเสมอว่าใครอยากทำอะไรก็ทำ ธรรมะไม่มีการสงวนลิขสิทธิ์

วัดไม่ได้จัดฝ่ายการทำงานด้านสื่ออย่างเป็นทางการ เพราะแนวคิด นโยบายที่เน้นการเป็นวัดสำหรับวิปัสสนากรรมฐาน จึงต้องการให้ผู้มาปฏิบัติธรรมอาศัยการบอกแบบปากต่อปาก โดยสื่อที่ใช้ในวัดขณะนี้มีเฉพาะสื่อหนังสือธรรมะ ทั้งที่วัดเป็นผู้ผลิตเองและลูกศิษย์ภายนอกสร้างมาถวาย มีเทปซีดีที่ลูกศิษย์ภายนอกเป็นผู้สร้างถวาย และสื่อออนไลน์อย่างเว็บไซต์และเฟซบุ๊ก

นอกจากสื่อหนังสือ ปัจจุบันทางวัดอัมพวันได้มีเว็บไซต์และเฟซบุ๊กเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ประวัติ ผลงาน กิจกรรมต่างๆ ของพระเดชพระคุณหลวงพ่อดวงพระธรรมสิงหบุราจารย์ ให้มีความเที่ยงตรงสมบูรณ์ โดยมีรายละเอียดสื่อ ดังนี้ (พระธรรมสิงหบุราจารย์, 2556)

เว็บไซต์อัมพวัน จังหวัดสิงห์บุรี

www.lpjarun.com เว็บไซต์ทางการของวัดอัมพวัน จ.สิงห์บุรี จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมประชาสัมพันธ์ประวัติ และผลงานด้านต่างๆ ของพระธรรมสิงหบุราจารย์

เพจวัดอัมพวัน จังหวัดสิงห์บุรี

www.facebook.com/amphwan เพจเฟซบุ๊กอย่างเป็นทางการของวัดอัมพวัน จ.สิงห์บุรี จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวม ประชาสัมพันธ์ประวัติ และผลงานด้านต่างๆ ของหลวงพ่อดวง

ศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน (สาขาวัดอัมพวัน จังหวัดสิงห์บุรี) ได้มีเว็บไซต์ศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน จังหวัดขอนแก่น : www.veruwan.com และเพจศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน : www.facebook.com/veruwankg

ทั้งนี้ ยังมีเว็บไซต์ Luangphor.net จัดตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนปณิธานการสร้างคนให้เจริญด้วยคุณธรรมของ พระธรรมสิงหบุราจารย์ โดยการปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน แนวสติปัฏฐานสี่ เพื่อการพัฒนาจิต การเจริญสติ อันก่อให้เกิดปัญญาในตน ตลอดจนสามารถจะนำวิธีปฏิบัติมาประยุกต์ในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

อย่างไรก็ตาม เนื้อหาภายในเว็บไซต์นี้ประกอบด้วยธรรมบรรยายเกี่ยวกับแนวทางการปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน แนวสติปัฏฐานสี่ เช่น วิธีการกำหนดย่น วิธีการเดินจงกรม วิธีนั่งปฏิบัติ วิธีกำหนดปัจจุบันธรรม วิธีการขอโอสถกรรม วิธีการอุทิศส่วนกุศล ตลอดจนความรู้ความเข้าใจในเรื่องกฎแห่งกรรม และอื่น ๆ อีกมากมายที่เกี่ยวข้องกับปฏิบัติ รวมทั้งมีกระดานสนทนาธรรม เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้มีคำถามสอบถามปัญหาการปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน แนวสติปัฏฐานสี่ ของท่านได้ตลอดเวลา และยังสามารถฟังธรรมบรรยายในรูปแบบของเสียง MP3 ได้อีกด้วย (วัดอัมพวัน, 2550)

5.2.2 ภาพรวมของกระบวนการทำงานสื่อแต่ละประเภท

จากข้อมูลการสัมภาษณ์คณะทำงานสื่อของวัดอัมพวันและศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน พบว่า วัดอัมพวันใช้สื่อประเภทต่างๆ ในการเผยแพร่ธรรมะรวม 6 สื่อ ได้แก่ หนังสือ สื่อบันทึกเสียง เพชฌัญญู เว็บไซต์ สื่อกิจกรรม และสื่อบุคคล

หากแบ่งประเภทสื่อตามเกณฑ์พื้นที่การสื่อสาร แบ่งได้เป็นการสื่อสารภายในวัดและการสื่อสารภายนอกวัด

การสื่อสารภายในวัด ได้แก่ การอบรมปฏิบัติธรรมโครงการต่างๆ การประชุมหารือกันหรือพูดคุยผ่านทางโทรศัพท์ การแสดงพระธรรมเทศนา และการสื่อสารภายนอกวัด ได้แก่ การใช้สื่อประเภทต่างๆ ในการเผยแพร่ธรรมะ เช่น เพชฌัญญู เว็บไซต์ หนังสือธรรมะ

ปัจจุบันทางวัดอัมพวันไม่ได้จัดตั้งฝ่ายรับผิดชอบด้านสื่ออย่างเป็นทางการ มีเพียงเจ้าหน้าที่สำนักงานเลขานุการในนามผู้ประสานงานกับโรงพิมพ์ ทำหน้าที่รวบรวมเนื้อหาส่วนต่างๆ รวมถึงประสานข้อมูลกับศูนย์เวฬุวัน เพื่อขอข้อมูลภาคเวฬุวันและภาคประสบการณ์การปฏิบัติธรรมจากผู้มาปฏิบัติธรรมที่วัดอัมพวันมาตีพิมพ์เป็นหนังสือกฎแห่งกรรมประจำปี

ส่วนสื่อเทป ซีดีก็มักมีลูกศิษย์สร้างมาถวายเพื่อมอบเป็นธรรมทานแก่ผู้มาปฏิบัติธรรม สื่อเว็บไซต์ เพชฌัญญูจะมีคณะลูกศิษย์ช่วยรับผิดชอบแทน ขณะนี้ทางวัดให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะเว็บไซต์ เนื่องจากวัดมองว่า เว็บไซต์มีพื้นที่สำหรับใส่รายละเอียดข้อมูลได้มาก หากมีผู้สนใจ นักเรียน นักศึกษาต้องการประวัติวัดและหลวงพ่ोजรรณูก็สามารถสืบค้นทางเว็บไซต์ได้สะดวก

แม้วัดจะไม่ได้ตั้งฝ่ายสื่ออย่างเป็นทางการก็จะลักษณะ แต่กระนั้น วัดอัมพวันได้ร่วมมือด้านข้อมูลกับศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวันอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้รับผิดชอบด้านสื่อของศูนย์ฯ ต่างเป็นลูกศิษย์ที่เคารพนับถือในองค์หลวงพ่ोजรรณูและเคยอยู่วัดอัมพวันมาก่อนจะจัดตั้งศูนย์ฯ กระบวนการผลิตสื่อต่างๆ จึงมีลักษณะพึ่งพาอาศัยกันเพราะถือว่าใช้ข้อมูลแหล่งเดียวกันโดยตรง

ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์คณะทำงานที่รับผิดชอบสื่อต่างๆ ของวัดอัมพวันและศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน สามารถอธิบายกระบวนการทำงานสื่อแยกประเภทได้ดังนี้

5.2.2.1 กระบวนการทำงานสื่อสิ่งพิมพ์

ในอดีตทางวัดมีการจัดตั้งคณะกรรมการหนังสือเพื่อการเผยแผ่ธรรม วัดอัมพวัน จุดประสงค์เพื่อรวบรวมผลงานขององค์หลวงพ่ोजรัญ ทั้งประวัติ ผลงาน เรื่องราวต่างๆ รวมไปถึงหนังสือ สิ่งพิมพ์ เทป ซีดี สื่อมัลติมีเดีย ฯลฯ จัดเป็นหมวดหมู่เพื่อเป็นฐานข้อมูลของวัด โดยปัจจุบันมีสำนักงานเลขานุการ เป็นผู้ดำเนินงานและเป็นศูนย์กลางข้อมูลและการเผยแพร่สำหรับผู้ที่ต้องการข้อมูลไปเผยแพร่

กระบวนการทำงานสื่อสิ่งพิมพ์ของวัดจะใช้เนื้อหาธรรมะๆ ส่วนเก่าที่เคยได้ตีพิมพ์ในหนังสือกฎแห่งกรรมปีเก่าๆ เลือกรวบรวมมาจัดเรียงใหม่ในภาคธรรมะโดยเนื้อหาไม่ซ้ำกันในแต่ละปี เนื้อหาคำเทศน์ของท่านที่ได้ถอดเทปจากเทปคำเทศน์ของท่านก็คัดเลือกมาลงเรื่อยๆ อาจไปคัดลอกเนื้อหาจากหนังสือเล่มอื่นๆ ที่ทางวัดเห็นว่าเรียบเรียงขึ้นจากพระธรรมเทศนาของหลวงพ่ोजรัญอย่างตรงไปตรงมา ส่วนหนึ่งใช้ข้อมูลประสบการณ์การปฏิบัติธรรมของผู้มาปฏิบัติธรรมและประสานข้อมูลกับศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวันมาลงประกอบ



รูปภาพที่ 4.16 หนังสือกฎแห่งกรรม ธรรมปฏิบัติ

หนังสือเล่มแรกๆ หลวงพ่ोजรัญท่านเขียนเสร็จจะมอบข้อมูลให้ลูกศิษย์ที่มีธุรกิจโรงพิมพ์ไปดำเนินการจัดรูปเล่ม ตีพิมพ์กันเองเพราะต้องการให้โรงพิมพ์มีรายได้ ส่วนมากกระบวนการผลิตสื่อของวัดเริ่มต้นจากโรงพิมพ์ ให้ข้อมูลโรงพิมพ์ไปจัดพิมพ์ ช่วงหลังๆ บุคลากรในวัดก็ได้รวบรวม เรียบเรียงเนื้อหา ก่อนส่งโรงพิมพ์

ทั้งนี้ การประชุมทำหนังสือระหว่างวัดอัมพวันและศูนย์ฯ จะเกิดขึ้นเมื่อต้องทำหนังสือประจำปี หนังสือธรรมะในวาระพิเศษที่นอกเหนือจากหนังสือกฎแห่งกรรม

5.2.2 กระบวนการทำงานสื่อบันทึกเสียง

เทปบันทึกเสียงถือเป็นสื่อข้อมูลขั้นแรกของวัดอัมพวัน ก่อนที่จะผลิตเป็นหนังสือ ลูกศิษย์จะทำการบันทึกเสียงพระธรรมเทศนาของหลวงพ่อบุญมาไว้ ภายหลังจากจึงได้มีการถอดเทปเป็นลายลักษณ์อักษรหรือแปลงไฟล์ให้อยู่ในรูปแบบซีดี MP3 โดยในช่วงแรก โรงพิมพ์รัตนชัยจะเป็นผู้ดำเนินการถอดเทปที่หลวงพ่อบุญเทศนาทุกวันพระ มีการบันทึกทุกๆ ช่วงหลังๆ ทางวัดจะทำเองทั้งหมด

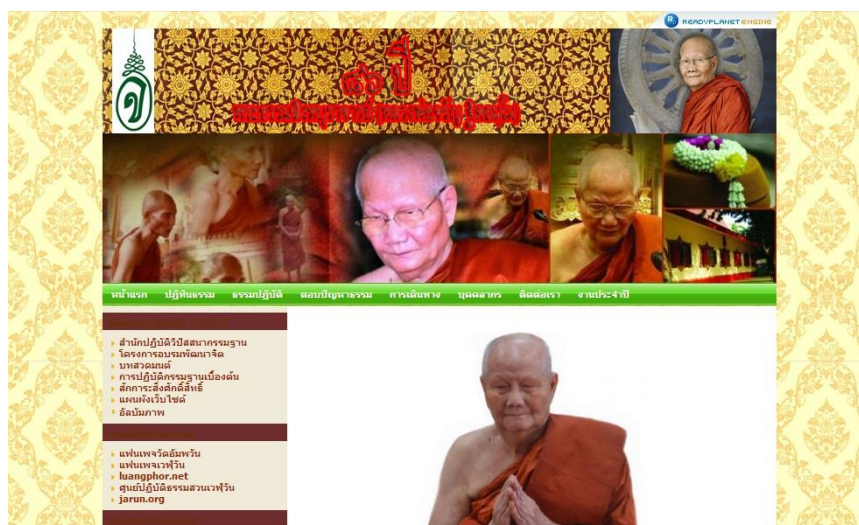
เนื้อหาส่วนใหญ่ที่เป็นเทปบันทึกเสียงจึงมีต้นกำเนิดจากวัดอัมพวัน แต่ที่ศูนย์ฯ เวทีวันจะมีไฟล์คัดลอกข้อมูลเสียง เทป ซีดี MP3 วิดีโอ ไว้บางส่วนเพื่อเป็นข้อมูลในการผลิตสื่อของทางศูนย์ฯ

ปัจจุบันซีดีธรรมได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย มีลูกศิษย์ได้บันทึกเสียงอ่านจากหนังสือเล่มสำคัญของหลวงพ่อบุญมาแล้วนำมาถวายหลวงพ่อบุญเพื่อแจกเป็นธรรมทาน ดังนั้น สื่อเสียงรูปแบบใหม่ๆ จึงมีขึ้นเรื่อยๆ แต่เป็นเนื้อหาเดิมคือ พระธรรมเทศนาในรูปแบบหนังสือ ซึ่งง่ายแก่การผลิต เนื่องจากปัจจุบันหลวงพ่อบุญไม่ได้เทศนาธรรมแล้ว

5.2.3 กระบวนการทำงานสื่อเว็บไซต์

เว็บไซต์อย่างเป็นทางการของวัดอัมพวัน www.lpjarun.com เกิดขึ้นจากแนวคิดของพระเถระชั้นผู้ใหญ่ของวัดอัมพวันที่มีความประสงค์ให้วัดมีสื่อกลางรวบรวมเนื้อหาธรรมะ ข่าวสารกิจกรรมการอบรมปฏิบัติธรรม ซึ่งเป็นสื่อที่สำนักงานเลขานุการสามารถดูแล ควบคุม และเผยแพร่ได้เองอย่างเป็นทางการ และเป็นศูนย์กลางของข้อมูลชั้นปฐมภูมิที่สื่ออื่นๆ โดยมีลูกศิษย์และผู้ศรัทธาในคำสอนของหลวงพ่อบุญได้สร้างขึ้นอย่างมากมาย ได้นำไปใช้เป็นฐานข้อมูลอ้างอิงที่ถูกต้อง ตรงกัน โดยมีพระภิกษุและฆราวาสช่วยกันดำเนินงาน โดยการสนับสนุนและให้คำปรึกษาทิศทางการดำเนินงานอย่างเป็นระบบระเบียบและถูกต้อง

เนื้อหาภายในเว็บไซต์มีการอัปเดตเป็นระยะๆ สม่าเสมอ มีข้อมูลที่น่าสนใจทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ง่ายและหลากหลาย เว็บไซต์มีผู้ดูแลจริงๆ เพียง 1-2 คน เพราะเป็นการสร้างระบบเอาไว้ให้แล้วจัดให้มีคนนำเนื้อหาเข้ามาใส่ โดยนโยบายการทำเว็บไซต์นั้นได้มีการแนบลิงค์เว็บไซต์วัดเพื่อให้ผู้สนใจติดตามกลับมายังเว็บไซต์ทางการของวัด มีเชื่อมโยงกับเว็บไซต์เพื่อนบ้าน ซึ่งเป็นเว็บไซต์หลวงพ่อบุญที่มีลูกศิษย์เป็นผู้สร้างขึ้น



รูปภาพที่ 4.17 เว็บไซต์หลวงพ่ोजรัญ www.lpjarun.com

5.2.2.4 กระบวนการทำงานสื่อเสียงตามสายภายในวัด

จากการศึกษาพบว่า วัดอัมพวันมีการจัดกิจกรรมอบรมปฏิบัติธรรมเป็นประจำทุกวัน สื่อที่ใช้จึงเป็นสื่อโสตทัศนภายในวัด เช่น ไมโครโฟน ลำโพง ซีดีเสียง แต่ในกรณีที่วัดมีกิจกรรมงานบุญประจำปี เช่น ในช่วงเทศกาลปีใหม่ของทุกปี ทางวัดอัมพวันได้ติดตั้งจอโทรทัศน์กระจายตามจุดต่างๆ ทั่วบริเวณวัด เพื่อให้ลูกศิษย์ที่มาร่วมสวดมนต์ปฏิบัติธรรมข้ามปีได้รับพรจากหลวงพ่ोजรัญที่จะลงมาร่วมกิจกรรมเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง

เมื่อต้นปี 2557 ทางวัดอัมพวันได้ทดลองส่งสัญญาณการแพร่ภาพแบบ Video conference ซึ่งออกอากาศบรรยากาศสวดมนต์ปฏิบัติธรรมข้ามปีที่วัดอัมพวันไปยังศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวันโดยตรง ซึ่งทำให้ผู้ที่มาปฏิบัติธรรมที่ศูนย์ฯ เวฬุวัน มีโอกาสได้รับฟังเสียงและเห็นองค์หลวงพ่ोजรัญไปพร้อมๆ กับวัดอัมพวันด้วย ขณะนี้อยู่ในระหว่างการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการเชื่อมต่อข้อมูลการแพร่ภาพเพื่อใช้งานสำหรับปีถัดไป



รูปภาพที่ 4.18 กิจกรรมสวดมนต์ข้ามปี 57 ณ ศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน จ.ขอนแก่น

5.2.2.5 กระบวนการทำงานสื่อกิจกรรม

วัดอัมพวันเป็นวัดสายปฏิบัติที่เน้นกิจกรรมการอบรมปฏิบัติธรรมตลอดทั้งปี ผู้สนใจมาปฏิบัติธรรมจะทราบกำหนดการการปฏิบัติธรรม ข้อปฏิบัติสำหรับการเตรียมตัวสำหรับการมาปฏิบัติธรรม จากช่องทางเว็บไซต์หรือการบอกต่อปากต่อปากเป็นหลัก ส่วนพระจะใช้สื่อโซเชียลมีเดีย คอมพิวเตอร์ จอฉายสไลด์สำหรับฝึกอบรมกลุ่มผู้มาปฏิบัติธรรมในวัด

ในส่วนกิจกรรมของศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน ได้มีโครงการทำความดีถวายหลวงพ่ोजรัญ เป็นโครงการที่จัดขึ้นตลอดทั้งปี มีชื่อย่อของโครงการแตกต่างออกไปตามวัตถุประสงค์โครงการ อาทิ โครงการพุทธวิถี เป็นโครงการอุปสมบทหมู่พระภิกษุในช่วงเดือนธันวาคม โครงการธรรมวิถี(อยู่อย่างพระ) เป็นโครงการสำหรับประชาชนทั่วไป โครงการยววิถี เป็นโครงการสามเณรน้อยตามรอยธรรม จัดบรรพชาสามเณรในช่วงเดือนตุลาคม โครงการเข้มเหล็ก เป็นโครงการที่ส่งเสริมให้เยาวชนได้เข้ามาปฏิบัติธรรมในช่วงปิดเทอม เป็นต้น

ในแต่ละโครงการจะมีพระภิกษุจากวัดอัมพวันสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันเข้ามาช่วยเหลือ หรือโครงการสำคัญของวัดอัมพวันอย่างโครงการสามเณรภาคฤดูร้อนหรือโครงการปฏิบัติธรรมสำคัญๆ พระภิกษุที่ประจำอยู่ที่สวนเวฬุวันก็จะขึ้นไปช่วยงานอย่างสม่ำเสมอ

ภายในสื่อกิจกรรมหนึ่งๆ จะมีการใช้สื่ออื่นๆ ร่วมด้วย เช่น งานธรรมวิถี ก็จะใช้สื่อต่างๆ เก็บข้อมูลกิจกรรม เช่น การบันทึกภาพวิดีโอและภาพนิ่ง โดยต้องเก็บข้อมูลอย่างระมัดระวังเพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนสมาธิต่อผู้ปฏิบัติธรรม บางครั้งอาจมีการสัมภาษณ์และถามตอบปัญหาการปฏิบัติของโครงการ เมื่อสิ้นสุดโครงการก็จะนำภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวเหล่านั้นมาจัดทำเป็นแผ่นข้อมูลแจกให้แก่ผู้ปฏิบัติธรรมเป็นที่ระลึก และนำลงยูทูป เฟซบุ๊กเพื่อให้ญาติธรรมได้ร่วมอนุโมทนาบุญในโครงการนั้นๆต่อไป

5.2.2.6 กระบวนการทำงานสื่อบุคคล

สื่อบุคคล ในที่นี้หมายถึง องค์หลวงพ่ोजรัญ ฐิตธมโม และพระสงฆ์วัดอัมพวัน

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ พบว่า ในช่วงแรกหลวงพ่ोजรัญท่านมีแนวคิดไม่ยากใช้สื่อมาก ท่านจะพูดว่า กิณน้อย พูดน้อย นอนน้อย ทำความเพียรให้มาก การอ่านหนังสือต้องดกก่อนเพราะมันจะฟัง ท่านปรารถนาเสมอว่า ธรรมะของท่านไม่สงวนลิขสิทธิ์ ความดีไม่ควรสงวนลิขสิทธิ์ ต้องช่วยกันเผยแพร่สร้างความดีออกไปให้มากที่สุด

หลวงพ่ोजรัญบอกว่า สมัยพระพุทธเจ้าท่านก็ทันสมัย ท่านใช้สื่อทุกอย่างรอบตัวที่มีในสมัยนั้น อย่างเวลาเดินทางไปเทศน์ก็จะมีช่วงเวลาเทศน์ที่แน่นอน เทศน์ในเวลาเย็นที่คนเลิกงาน มีความพร้อมที่จะรับฟังธรรม ขนาดกรรมฐานยังมีหลากหลายรูปแบบ ท่านว่าจิตคนไม่เหมือนกัน เปรียบเหมือนกับการใช้สื่อที่ต้องใช้ให้ถูกกับเขา เขาจึงจะรับได้

ในสมัยที่หลวงพ่ोजรัญท่านแข็งแรง ท่านเป็นพระนักเทศน์และนักเผยแพร่ ดังนั้นจึงมีข้อมูลพระธรรมเทศนาบันทึกเก็บไว้มากมายทั้งในรูปแบบเทปคาสเซ็ท ซึ่งสำนักงานเลขานุการได้ดำเนินการถอดเทปออกมาเป็นตัวหนังสือ และคัดเลือกตีพิมพ์ลงเป็นบทความในหนังสือต่างๆ โดยเฉพาะหนังสือกฎแห่งกรรม ธรรมปฏิบัติ ที่แจกเป็นประจำทุกปีในงานวันเกิดของหลวงพ่ोजรัญ 15 สิงหาคมของทุกปี โดยบทความในหนังสือกฎแห่งกรรมนี้เอง ลูกศิษย์ก็นำออกไปเผยแพร่ รวบรวม จัดหมวดหมู่ และนำจัดพิมพ์เป็นหนังสือต่างๆอีกมากมาย

ช่วงหลังๆ มานี้ แม้อีกท่านจะสุขภาพไม่แข็งแรงนัก แต่ท่านก็เห็นความสำคัญของเรื่องสื่อ และให้การสนับสนุนสื่อต่างๆ ในทุกด้าน ท่านอยากให้คำสอนได้เผยแผ่ออกไปยังต่างประเทศ เพราะมีลูกศิษย์อยู่ต่างประเทศเป็นจำนวนมาก เว็บไซต์เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะสื่อสารเผยแผ่ธรรมออกไปได้

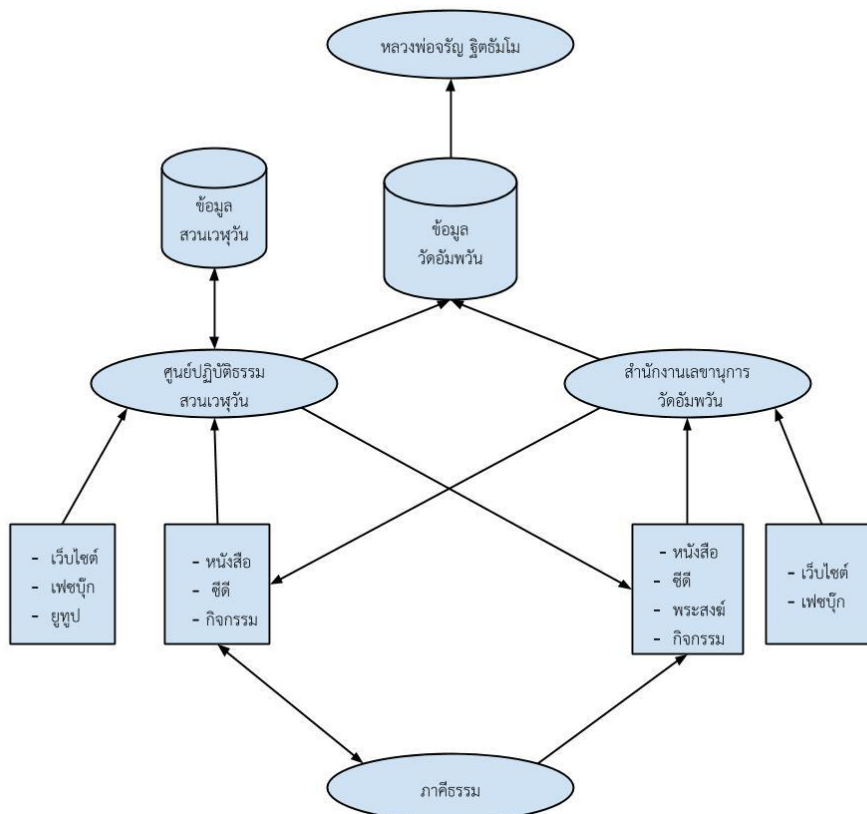
โดยปกติระบบการจัดการต่างๆ ภายในวัดจะขึ้นตรงต่อองค์หลวงพ่ोजรัญทั้งหมด เมื่อก่อนนี้จะมีขออนุญาตตีพิมพ์หนังสือเล่มใดก็ต้องไปขออนุญาตท่าน แต่ตอนนี้ท่านไม่ได้เข้มงวดเรื่องนี้เพราะเน้นให้เผยแผ่ออกไปเป็นธรรมทาน หนังสือส่วนใหญ่ที่วางจำหน่ายตามท้องตลาดมักไม่ผ่านการอนุมัติหรือตรวจสอบเนื้อหาจากองค์หลวงพ่ोजรัญ ยกเว้นหนังสือกฎแห่งกรรมเล่มเดียวเท่านั้นที่ท่านให้การรับรอง แต่หลวงพ่ोजรัญได้มอบแนวทางการจัดรูปเล่มหนังสือไว้ว่า ต้องเย็บกี่ ห้ามใส่กาว เพราะคนอ่านมากๆ แล้วจะหลุดง่าย

ทั้งนี้ ในภาคประสบการณ์การปฏิบัติธรรมของหนังสือกฎแห่งกรรม ธรรมปฏิบัติ ทางวัดจะต้องขอชื่อ-นามสกุล ที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ และรูปถ่าย เพื่อเป็นการอ้างอิงบุคคลที่มาลงเผยแพร่ในหนังสือด้วย มิฉะนั้น หนังสือจะขาดหลักฐานความน่าเชื่อถือ ป้องกันข้อครหาว่าทางวัดเป็นผู้สร้างข้อมูลขึ้นมาเอง

อีกทั้งท่านยังมีดำริที่กว้างไกลที่สร้างศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวันขึ้นมา ทำให้วัดอัมพวันทำงานร่วมกับศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน โดยทางวัดอัมพวันได้ให้พระครูปลัดสิทธิวิวัฒน์ ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดอัมพวันดูแลศูนย์ฯ ในฐานะผู้อำนวยการศูนย์ฯ และนิมนต์พระจากวัดอัมพวันไปช่วยงานด้านการปฏิบัติธรรมอย่างสม่ำเสมอ แต่ไม่ได้ยกสถานะศูนย์ฯ ให้เป็นวัด เพื่อมิให้อยู่ในการปกครองของคณะสงฆ์ จ.ขอนแก่น ซึ่งทางวัดไม่อาจเข้าไปบริหารจัดการได้อย่างเต็มตัว

5.3 กระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดอัมพวัน

กระบวนการทำงานสื่อของวัดอัมพวัน ดำเนินการโดยสำนักงานเลขานุการ วัดอัมพวัน ร่วมกับศูนย์ปฏิบัติการธรรมสวนเวฬุวัน โดยมีลักษณะความร่วมมือในกระบวนการผลิตสื่อทั้งระหว่างสื่อภายในองค์กรเดียวกันและระหว่างสื่อข้ามองค์กร ดังจะได้อธิบายด้วยแผนภาพและแนวคิดการหลอมรวมสื่อ 5 ระดับของ Dailey ดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 4.5 แสดงกระบวนการหลอมรวมสื่อของวัดอัมพวัน

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถอธิบายกระบวนการทำงานสื่อของวัดอัมพวันตามแนวคิดการหลอมรวมสื่อของ Dailey ดังนี้

1. ระดับ Cross-promotion

เป็นขั้นความร่วมมือในการช่วยกันโปรโมตเนื้อหาจากสื่อหนึ่งผ่านอีกสื่อหนึ่ง เป็นการบอกต่อเนื้อหาให้ผู้อ่านไปติดตามผ่านสื่อต่างๆ ในองค์กร

จากการศึกษาพบว่า วัดอัมพวันใช้สื่อหนังสือ สื่อบันทึกเสียง เว็บไซต์และเฟซบุ๊ก โดยสื่อออนไลน์ทั้งเว็บไซต์และเฟซบุ๊กจะมีการแนะนำช่องทางสื่อที่วัดใช้ เช่น เว็บไซต์ที่เป็นทางการของวัดกับเว็บไซต์ที่ลูกศิษย์สร้างขึ้น จะมีความร่วมมือในการช่วยกันแนะนำเว็บไซต์ของกันและกัน อย่างไรก็ตามเว็บไซต์วัดก็จะมีแบนเนอร์หรือลิงค์ให้กดไปติดตามยังเว็บไซต์อื่นๆ ที่ลูกศิษย์สร้างขึ้น ขณะเดียวกันในเว็บไซต์ภายนอกก็มีการแนะนำให้ติดตามเว็บไซต์ทางการของวัดด้วยเช่นกัน

ในส่วนของเฟซบุ๊ก จะมีการนำหลักธรรมคำสอนจากเว็บไซต์บ้าง จากหนังสือธรรมะของ

หลวงพ่อบ้าง จากการร่วมกิจกรรมปฏิบัติธรรมที่วัดบ้าง เพื่อมาเผยแพร่ในเฟซบุ๊กที่เป็นทางการของวัด ตลอดจนกลุ่มเฟซบุ๊กที่ลูกศิษย์สร้างขึ้น

ปัจจุบันความร่วมมือในการแนะนำเนื้อหาระหว่างวัดอัมพวันกับศูนย์ฯ เวฬุวันนั้น ถือว่าวัดอัมพวันเป็นแหล่งข้อมูล ส่วนเวฬุวันเป็นฝ่ายทำข้อมูล แบ่งกันรับผิดชอบแต่ช่วยกันผลิตและประชาสัมพันธ์

2. ระดับ Cloning

เป็นขั้นตอนที่สื่อหนึ่งนำเนื้อหาของอีกสื่อหนึ่งไปเผยแพร่โดยไม่มีการแก้ไขหรือต่อยอดทำใหม่ อาจมีการแก้ไขบ้างแต่น้อยมาก

ระดับความร่วมมือนี้หากเป็นการเผยแพร่เนื้อหาที่มาจากกัณฑ์เทศน์ของหลวงพ่อก็ไม่มีการแก้ไข การสร้างขึ้นมาใหม่ ไม่มีการดัดแปลงเนื้อหา มีเฉพาะส่วนของภาคการปฏิบัติที่ต้องสัมภาษณ์ประสบการณ์ของผู้มาปฏิบัติธรรมเพิ่มเติม แต่เนื้อหาจะคัดเลือกเรื่องที่แตกต่างกันมาลง เช่น ภาคธรรมะในหนังสือกฎแห่งกรรมจะสลับเนื้อหาคำเทศน์ของหลวงพ่อมาลงไม่ให้ซ้ำกันในแต่ละปี ถ้าห่างไปสักประมาณ 10 ปี อาจจะเอามาลงซ้ำสัก 1-2 เรื่อง

ส่วนเนื้อหาที่อยู่ในซีดี MP3 ปัจจุบันนี้พบว่าเป็นการใช้เนื้อหาธรรมะของหลวงพ่อดีที่เคยเผยแพร่ในหนังสือมาเปลี่ยนรูปแบบใหม่ ไม่มีการปรับเปลี่ยนคำ ตัด แก้ไข แต่จะยกเนื้อหาทั้งหมด

ทั้งนี้ ระดับความร่วมมือระหว่างศูนย์ฯ เวฬุวันและวัดอัมพวัน ได้แลกเปลี่ยนเนื้อหาแบบมีเท่าไรให้หมดตั้งแต่แรกอยู่แล้วเพราะถือว่าเป็นวัดเดียวกัน โดยมากเวฬุวันก็จะไม่แก้ไขแต่หากมีการแก้ไขบ้าง จะเป็นกรณีเพิ่มเติมเนื้อหาบางส่วน เช่น ภาคปฏิบัติ เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายและเกิดความสดใหม่ แตกต่าง หากมีเนื้อหาส่วนใดที่ยาวเกินพื้นที่ก็ตัดให้สั้นลง ส่วนใดที่มีถ้อยคำหมิ่นเหม่ต่อว่าวัดอื่นๆ ก็จะตัดทิ้ง มีการพาดพิงบุคคลที่ 3 ก็จะตัดออกไป

3. ระดับ Coopetition

เป็นขั้นตอนที่สื่อแต่ละสื่อแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันแต่ก็ยังมีการเลือกข้อมูลที่ต้องการแบ่งปันด้วย ในขณะที่เดียวกันก็มีทีมงานของแต่ละสื่อที่ผลิตเนื้อหาส่วนตัวที่แตกต่างกันไปตามความเฉพาะและกลุ่มเป้าหมายของแต่ละสื่อ

ขั้นตอนนี้มีปรากฏเฉพาะในกรณีที่มีผู้มาปฏิบัติธรรมสงสัยในเรื่องประวัติศาสตร์เกี่ยวกับสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช เนื่องจากเขาเคยได้ฟังหลวงพ่อบอกเทศน์ว่า พระเจ้าตากไม่ได้โดนประหารชีวิตตามที่ประวัติศาสตร์ระบุไว้ ข้อมูลตรงนี้ทางวัดก็ต้องห้ามปรามไว้ ไม่ให้นำไปเผยแพร่ เพราะข้อมูลที่หลวงพ่อบอกเป็นข้อมูลที่ท่านรู้เห็นในทางจิต ไม่ใช่สิ่งที่พิสูจน์ได้อย่างเป็นรูปธรรมในปัจจุบัน ไม่อยากให้สื่อที่เผยแพร่ออกไปขัดแย้งกับประวัติศาสตร์เนื่องจากไม่มีหลักฐานเชิงประจักษ์สนับสนุน

ส่วนในกรณีอื่น หากมีผู้ต้องการข้อมูลไปพิมพ์เผยแพร่ก็ไม่สงวนลิขสิทธิ์แต่ประการใด เพราะองค์กรศาสนาจะไม่มีการแข่งขัน มีข้อมูลดีๆ ก็จะมอบให้กันอย่างไม่หวงห้าม

4. ระดับ Content sharing

เป็นขั้นความร่วมมือที่เกิดขึ้นเมื่อทีมงานของสื่อมากกว่า 1 สื่อ มาร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยไม่มีเส้นแบ่งระหว่างสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร มีความร่วมมือในการทำข้อมูลมากขึ้น อาจมีการแชร์งบประมาณบางกิจกรรมร่วมกัน

ขั้นตอนนี้วัดอัมพวันจะมีความร่วมมือในระดับ Content sharing เนื่องจากต้องประสานงานกับศูนย์ปฏิบัติธรรมฯ เวฬุวันโดยตรง เนื่องจากพระวัดอัมพวันและเวฬุวัน ก็ถือรวมว่าเป็นลูกศิษย์ หลวงพ่อเหมือนกัน เพียงแต่จะมีการหมุนเวียนสลับสับเปลี่ยนสถานที่เพื่อมาช่วยเหลืองานตามความสามารถ เช่น พระที่มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ ด้านการวางระบบเน็ตเวิร์ค เรื่องการวางระบบไฟฟ้า ระบบกล้องวงจรปิดภายในวัด ด้านการออกแบบจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมัลติมีเดีย งานด้านการเผยแพร่ธรรม ก็จะช่วยกันสลับสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป เพื่อช่วยดำเนินการจัดการอบรมโครงการปฏิบัติธรรมต่างๆตลอดปี

ยกตัวอย่างความร่วมมือในขั้นนี้ เช่น แนวคิดที่ต้องการเผยแพร่พระปีใหม่ของหลวงพ่ोजรัญให้ลูกศิษย์ทั้งที่วัดอัมพวันและศูนย์ฯ เวฬุวันได้รับชมพร้อมๆ กัน ซึ่งแต่เดิมคณะสงฆ์วัดอัมพวันจะต้องติดตั้งกล้องถ่ายวิดีโอที่ศันของหลวงพ่อก่อนแล้วนำไปลงยูทูป เฟซบุ๊กเพื่อเผยแพร่ในช่วงงานสวดมนต์ข้ามปี ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของที่ศูนย์ฯ มีความเสถียรและมีประสิทธิภาพมากขึ้น คณะทำงานจึงจัดทำสื่อวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ โดยถ่ายทอดสัญญาณจากกล้องวงจรปิดที่ติดอยู่ตามสถานที่สำคัญ และแชร์ลงในระบบเครือข่ายไปยังอีกสถานที่หนึ่งซึ่งใช้จอทีวีหรือจอภาพในการรับภาพสัญญาณให้สามารถรับชมภาพเหตุการณ์สดได้ทั้ง 2 สถานที่ หลังได้รับผลตอบรับที่ดีจากลูกศิษย์ ในอนาคตจะมีโครงการปรับปรุงการขยายโอกาสในการถ่ายทอดสดให้มากขึ้น เช่น งานวันครบรอบวันเกิดหลวงพ่อกองงานทำบุญวันกตัญญู ตลอดจนช่วงเวลาทีหลวงพ่อลงรับแขกในแต่ละวัน

ในส่วนของวัด สำนักต่างๆ ที่ลูกศิษย์หลวงพ่ोजรัญไปสร้าง หากต้องการความช่วยเหลือก็จะส่งหนังสืออย่างเป็นทางการให้สำนักงานเลขานุการ และส่งต่อให้พระผู้ใหญ่พิจารณาอนุมัติตามความเหมาะสม

ด้านการใช้งบประมาณร่วมกันในการผลิตสื่อ พบว่า แต่ละแห่งมีกองทุนหรือบัญชีวัดแยกจากกันอย่างชัดเจน บ่อยครั้งที่ทางวัดอัมพวันต้องการให้งบประมาณสนับสนุนการผลิตสื่อของศูนย์ฯ แต่ทางศูนย์ฯ ซึ่งสามารถตั้งกองทุนได้เองจึงไม่ได้พึ่งพางบประมาณจากวัดอัมพวัน

ทั้งนี้ วัดอัมพวันยังมีองค์กรธรรมที่เป็นพันธมิตรร่วมกันอยู่หลายแห่ง อาทิ กลุ่มแสงธรรมนำชีวิต(มูลนิธิธรรมเพื่อเยาวชน) กลุ่มธรรมอริยวัตร กลุ่มวัดตาลเอน จ.อยุธยา กลุ่มวัดถ้ำผาพระงาม จ. เชียงราย กลุ่มสามัคคีธรรม กลุ่มศิษย์วัดอัมพวัน โดยในแต่ละกลุ่มจะมีการประชาสัมพันธ์ด้วยช่องทางสื่อของตนเอง ซึ่งโดยมากจะเป็นเฟซบุ๊ก หลักๆ จะช่วยกันเผยแพร่คำสอน กิจกรรมโครงการปฏิบัติธรรมหรือเข้าร่วมเป็นเจ้าภาพดำเนินการกิจกรรมกับทางวัดและศูนย์ฯ อย่างต่อเนื่อง

5. ระดับ Convergence

เป็นขั้นที่การทำงานที่เดิมแยกกันเป็นฝ่าย ถูกรวมศูนย์ไว้โดยมีตัวแทนจากทุกสื่อมาร่วมกันทำงานแบบมัลติมีเดีย ทุกฝ่ายร่วมกันทำงานตั้งแต่วางแผน หาข้อมูล ผลิตและเผยแพร่เป็นทีมเดียวกัน ให้เหมาะกับแต่ละช่องทางสื่อ

วัดอัมพวันมีความพยายามที่จะทำงานด้านสื่อร่วมกับศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน แต่ยังมีปัญหาในด้านองค์กรที่ไม่เน้นการผลิตสื่อหลากหลายรูปแบบ ไม่เน้นจำนวนบุคลากรรับผิดชอบขนาดใหญ่ ไม่มีคลังข้อมูลสำหรับเป็นฐานเนื้อหาธรรมะอย่างเป็นสัดส่วน ความร่วมมือกันในการผลิตสื่อปัจจุบันจึงเป็นความพยายามเพิ่มพูนจุดเด่นด้านการเป็นสำนักปฏิบัติธรรม ไม่เน้นใช้สื่อเพื่อชักจูงให้คนเข้ามาปฏิบัติแต่เป็นการใช้สื่อเพื่อรองรับคนที่มาปฏิบัติให้เข้าถึงข้อมูลที่จำเป็นต่างๆ ของวัด

แต่กระนั้น ได้ปรากฏว่าทางวัดอัมพวันและศูนย์ฯ มีการร่วมกันทำงานด้านสื่อสิ่งพิมพ์ประจำปี คือ หนังสือกฐนแห่งกรรม รวมถึงร่วมกันผลิตสื่อเพื่อถ่ายทอดสดกิจกรรมของวัดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกศิษย์ แต่ก็ยังเป็นความร่วมมือที่มีข้อจำกัดอยู่พอสมควร

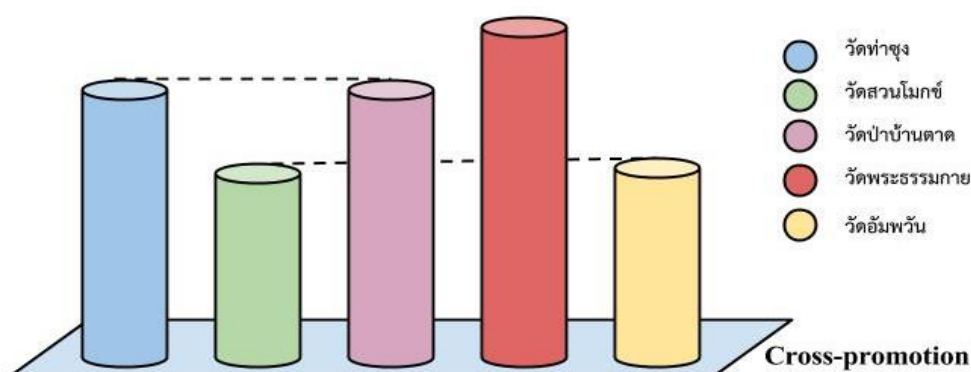
เหตุที่ยังไม่เข้าสู่องค์กรศาสนาแบบหลอมรวมสื่อ ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย อาทิ บริบทสภาพแวดล้อมของวัด วัฒนธรรมองค์กร นโยบายของวัด แนวทางคำสอนที่ไม่เน้นใช้สื่อมาก ทำให้วัดอัมพวันไม่ได้แนวคิดใช้สื่อเชิงรุกเพื่อการเผยแผ่ธรรมะให้คนเข้ามาหาวัด แต่เป็นการผลิตสื่อเพื่อรองรับความต้องการของคนที่เข้าวัดมากกว่า

เปรียบเทียบกระบวนการหลอมรวมสื่อขององค์กรศาสนา

ทั้งนี้ จากการศึกษากระบวนการทำงานหลอมรวมสื่อของวัดทั้ง 5 แห่ง พบว่า แม้บางวัดจะเกิดความร่วมมือในระดับเดียวกัน เช่น เข้าเกณฑ์ความร่วมมือในระดับ Cross-promotion เหมือนกัน แต่มีระดับความเข้มข้นของความร่วมมือในการช่วยโปรโมตเนื้อหาข้ามสื่อต่างกัน โดยระดับความร่วมมือที่แตกต่างกันนี้ทำให้องค์กรสื่อมีลักษณะการทำงานแบบหลอมรวมสื่อด้วยเงื่อนไขที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความร่วมมือในชั้นต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

1. ระดับ Cross-promotion

ผู้วิจัยเปรียบเทียบระดับความร่วมมือชั้น Cross-promotion ที่แตกต่างกันได้ตามแผนภูมิดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 4.6 เปรียบเทียบความร่วมมือระดับ Cross-promotion

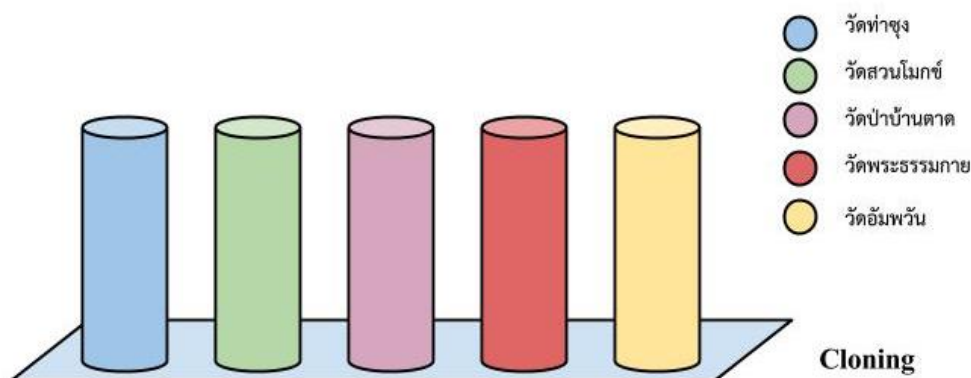
ความร่วมมือในระดับนี้ วัดพระธรรมกายมีการแนะนำช่องทางสื่อต่างๆ ที่วัดใช้อย่างเด่นชัด เนื่องจากวัดมีปริมาณสื่อที่ใช้มาก ทำให้มีช่องทางสื่อในการช่วยเผยแพร่มาก กล่าวคือ ในเว็บไซต์ก็จะมี การแชร์เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ DMC แชร์บทความจากหนังสือธรรมะ แชร์ E-book มีการนำข่าววัดพระธรรมกายสาขาต่างประเทศที่ออกอากาศใน DMC มาให้อ่านในเว็บไซต์ รวมถึงในเฟซบุ๊กก็ จะมีการแนะนำเว็บไซต์และรายการ DMC เพื่อให้คนที่สนใจติดตามไปยังสื่ออื่นได้ต่อไป

ขณะที่วัดท่าซุงและวัดป่าบ้านตาด ก็มีความร่วมมือในการแนะนำสื่อของวัดมาก แต่เกิดใน ระดับที่น้อยกว่าวัดพระธรรมกาย เนื่องด้วยปริมาณสื่อที่น้อยกว่า บุคลากร นโยบายองค์กรสนับสนุน ให้เกิดความร่วมมือในระดับนี้ไม่เข้มข้นนัก เป็นการช่วยโปรโมตตามหน้าที่ ไม่ได้กระทำในรูปกลยุทธ์ การสื่อสารแบบวัดพระธรรมกาย

สวนโมกขพลารามและวัดอัมพวัน มีการช่วยโปรโมตเนื้อหาสื่อของวัดเช่นกัน แต่จะเกิดใน ระดับน้อยที่สุด เนื่องจากมีสื่อที่ใช้ในวัดน้อย สื่อหลักที่ใช้ก็เป็นสื่อหนังสือที่ไม่เอื้อต่อการแนะนำ ช่องทางสื่อเท่าใดนัก แต่จะมีการโปรโมตบ้างในสื่อออนไลน์ ซึ่งมักดำเนินการโดยองค์กรภาคีอย่างหอ จดหมายเหตุพุทธทาสฯ และศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน วัดไม่ได้ดำเนินการเองโดยตรง

2. ระดับ Cloning

ผู้วิจัยเปรียบเทียบความร่วมมือชั้น Cloning ในแต่ละวัดได้ตามแผนภูมิดังต่อไปนี้

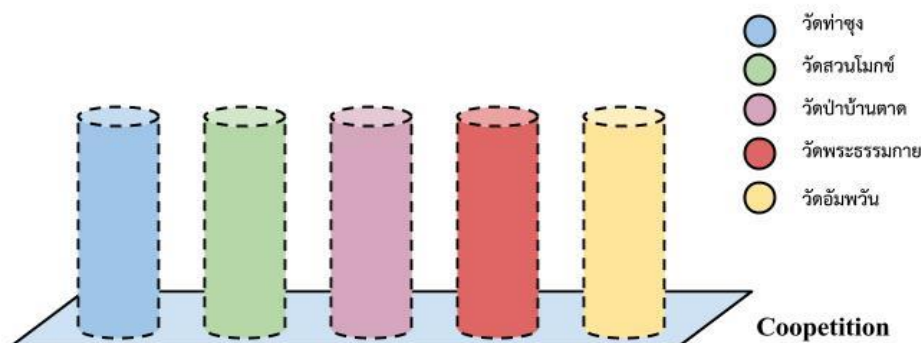


แผนภาพที่ 4.7 เปรียบเทียบความร่วมมือระดับ Cloning

ความร่วมมือในระดับนี้ พบว่าแต่ละวัดมีลักษณะการช่วยกันเผยแพร่เนื้อหาที่สมบูรณ์ลงใน แต่ละสื่อเหมือนกัน กล่าวคือ ทุกวัดจะพยายามคัดลอกเนื้อหาทั้งหมด โดยจะไม่มี การแก้ไข ปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้สูญเสียความหมายและเจตนาที่หลวงพ่อดังกล่าวต้องการสอน หากมีความจำเป็นต้อง แก้ไขก็เนื่องจากการปรับให้เหมาะสมกับแต่ละสื่อที่นำไปเผยแพร่ รวมถึงอาจมีการปรับคุณภาพเสียง และภาพในเชิงเทคนิคบ้าง แต่จะไม่มี การเปลี่ยนเนื้อหาโดยการสรุปความเอง เนื่องจากจะทำให้ ความหมายที่แท้จริงของธรรมะสูญหายไป

3. ระดับ Coopetition

ผลการเปรียบเทียบระดับความร่วมมือชั้น Coopetition ในแต่ละวัด ปรากฏดังแผนภูมิ

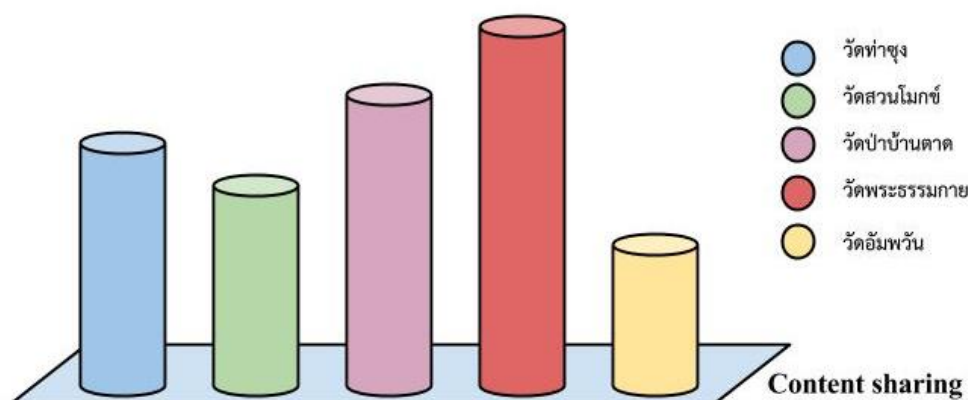


แผนภาพที่ 4.8 เปรียบเทียบความร่วมมือระดับ Coopetition

จากแผนภูมิเปรียบเทียบความร่วมมือในระดับนี้ แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ระดับของ Cooperation ทุกวัดมีความร่วมมือในการแบ่งปันข้อมูลระหว่างกัน แต่จะไม่มีระดับของ Competition คือการหวงเนื้อหาข้อมูลที่มีเพื่อเอาไว้ลงในสื่อของตนเองก่อน ดังนั้น ทุกวัดจึงไม่เกิดความร่วมมือในระดับ Coopetition เพราะไม่มีวัตถุประสงค์ในการแข่งขันกันนำเสนอแบบองค์กรธุรกิจทางโลก แต่มุ่งช่วยกันเผยแผ่เนื้อหาทางธรรมให้กว้างขวางที่สุด

4. ระดับ Content sharing

ผู้วิจัยเปรียบเทียบระดับความร่วมมือชั้น Content sharing ในแต่ละวัดตามแผนภูมิดังนี้



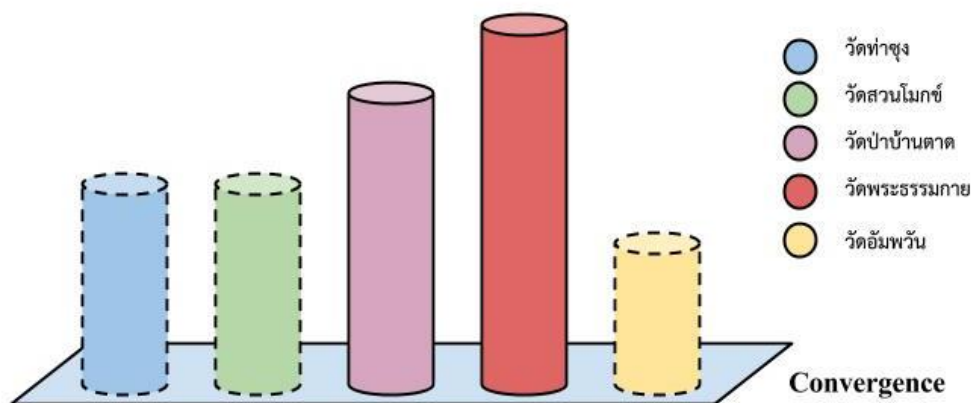
แผนภาพที่ 4.9 เปรียบเทียบความร่วมมือระดับ Content sharing

ความร่วมมือในระดับ Content sharing ที่ทีมงานสื่อมาร่วมทำข้อมูล มีการแชร์งบประมาณ บุคลากรร่วมกันนั้น เกิดขึ้นอย่างชัดเจนในบริบทของวัดพระธรรมกาย เนื่องจากการจัดรูปแบบการทำงานให้แบ่งฝ่ายรับผิดชอบแต่ก็ต้องประสานข้อมูลและความร่วมมือกับฝ่ายอื่นด้วย วัดป่าบ้านตาดมีการใช้บุคลากรทั้งของวัดและมูลนิธิเสียงธรรมฯ ในการทำสื่อทั้งในสถานการณ์ปกติและช่วงที่มีกิจกรรมงานบุญประจำปี แต่จะมีระดับน้อยกว่าวัดพระธรรมกายที่ความร่วมมือเกิดขึ้นโดยการจัดรูปองค์กร

วัดอื่นๆ ก็จะมีระดับการร่วมกันผลิตเนื้อหาที่ลดน้อยลงมา อย่างวัดท่าซุงจะแบ่งฝ่ายการทำงานสื่ออย่างอิสระ แต่จะร่วมมือกันเฉพาะในช่วงที่มีกิจกรรมงานบุญประจำปีหรือตามโอกาสที่ต้องการความช่วยเหลือ สอนโมกขพลารามจะมีการทำสื่อร่วมกันน้อยเพราะใช้สื่อไม่ก็ประเภท ส่วนการประสานความร่วมมือด้านสื่อกับหอจดหมายเหตุฯ จะเกิดในช่วงที่มีกิจกรรมใหญ่ๆ เป็นหลัก และวัดอัมพวันมีระดับนี้น้อยที่สุด เนื่องจากมีกำหนดการผลิตสื่อของวัดเพียงปีละครั้ง จะทำงานร่วมกับศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวันตามโอกาสพิเศษเช่นกัน

5. ระดับ Convergence

ผลการเปรียบเทียบความร่วมมือระดับ Convergence ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัด มีดังนี้



แผนภาพที่ 4.10 เปรียบเทียบความร่วมมือระดับ Convergence

กล่าวได้ว่า องค์กรวัดที่มีระดับความร่วมมือในชั้นหลอมรวมแบบสมบูรณ์ มีการรวมศูนย์การทำงานไว้ที่ส่วนกลาง ทุกฝ่ายร่วมกันทำงานตั้งแต่วางแผน หาข้อมูล ผลิตและเผยแพร่เป็นที่เดียวกัน เกิดขึ้นอย่างเด่นชัดในวัดพระธรรมกาย รองลงมาเป็นวัดป่าบ้านตาด ซึ่งความแตกต่างของทั้งสองวัดนี้คือ ระดับเทคโนโลยีที่ใช้มีความทันสมัยต่างกัน บุคลากรสื่อของวัดพระธรรมกายมีความเป็นสื่อมืออาชีพอย่างโดดเด่น นโยบายองค์กรที่เน้นการเผยแพร่ธรรมะเชิงรุกผ่านสื่อและกิจกรรมต่างๆ ตลอดทั้งปี วัดพระธรรมกายจึงมีลักษณะองค์กรศาสนาแบบหลอมรวมสื่อที่ชัดเจนที่สุดในวัดที่ศึกษา

ขณะที่วัดท่าซุง สวนโมกขพลาราม และวัดอัมพวัน ยังไม่ถึงระดับความร่วมมือนี้ เนื่องจากปัจจัยสำคัญคือ องค์กรไม่ได้รวมศูนย์กลางการทำงานไว้ที่ส่วนกลาง แต่ละฝ่ายยังไม่อาจร่วมมือกันผลิตสื่อได้อย่างเต็มตัวเนื่องจากปัจจัยด้านนโยบายองค์กร วัฒนธรรมองค์กร แนวทางคำสอนและอื่นๆ โดยหากองค์กรมีการรวมศูนย์การทำงาน วัดอัมพวันก็ยังมีระดับการหลอมรวมสื่อน้อยที่สุด เนื่องจากนโยบายองค์กรที่กระจายให้คนภายนอกเป็นผู้ผลิตเนื้อหาเอง สามารถนำเนื้อหาของวัดไปใช้ได้ อย่างไรก็ตาม วัดจึงไม่ได้เป็นผู้ผลิตสื่ออย่างเต็มตัวนั่นเอง

มิติเปรียบเทียบของกระบวนการหลอมรวมสื่อศาสนา

นอกจากการศึกษากระบวนการทำงานแบบหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาทั้ง 5 แห่งในข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยยังได้ศึกษาเปรียบเทียบผลการศึกษาในประเด็นสำคัญอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการหลอมรวมสื่อทางพระพุทธศาสนา ได้แก่

1. ประเภทสื่อที่ใช้
2. บริบทเกี่ยวกับการหลอมรวมสื่อ
 - 2.1 บริบทแวดล้อม (Context)
 - 2.2 แนวทางคำสอน/ นโยบายองค์กร (Policy)
 - 2.3 บุคลากร (Staff)
 - 2.4 เทคโนโลยี (Technology)
 - 2.5 ความร่วมมือระหว่างสื่อ (Cooperation)
 - 2.6 ความยากง่ายของการหลอมรวมสื่อ
 - 2.7 ศูนย์กลางการทำงานสื่อ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการศึกษาเปรียบเทียบในประเด็นดังกล่าว ดังนี้

1. ประเภทสื่อที่ใช้

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปประเภทสื่อที่แต่ละวัดใช้ในการเผยแผ่งานพระพุทธศาสนาได้ตามตารางดังต่อไปนี้

ประเภทสื่อ	วัดท่าซุง	วัดธารน้ำไหล	วัดป่าบ้านตาด	วัดพระธรรมกาย	วัดอัมพวัน
หนังสือ	✓	✓	✓	✓	✓
วารสาร				✓	
นิตยสาร	✓				
วิทยุ			✓	✓	
โทรทัศน์			✓	✓	
เสียงตามสาย	✓	✓	✓	✓	✓
เทป ซีดี	✓	✓	✓	✓	✓
เว็บไซต์	✓	✓	✓	✓	✓

เฟซบุ๊ก	✓	✓	✓	✓	✓
แอนิเมชั่น				✓	
สื่อกิจกรรม	✓	✓	✓	✓	✓
สื่อบุคคล	✓	✓	✓	✓	✓
รวม	8	7	9	11	7

ตารางที่ 4.9 ประเภทสื่อที่แต่ละวัดใช้ในการเผยแพร่ธรรมะ

จากตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัดและประเภทของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรม พบว่า วัดพระธรรมกาย ใช้สื่อมากที่สุดครบทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกระจายเสียง สื่อบันทึกเสียง สื่อเสียงตามสาย ภายในวัด สื่อออนไลน์ สื่อแอนิเมชั่น สื่อกิจกรรมและสื่อบุคคล เนื่องจากวัดพระธรรมกายให้ความสำคัญกับนโยบายการเผยแพร่ธรรมะเชิงรุก มุ่งใช้สื่อสารมวลชนและสื่อสมัยใหม่ทุกประเภทในการเข้าถึงคนทั่วไปในทุกพื้นที่ ทุกกลุ่มวัย

สวนโมกขพลารามและวัดอัมพวัน มีการใช้สื่อน้อยประเภทที่สุด ได้แก่ สื่อหนังสือ สื่อเสียงตามสายภายในวัด สื่อกิจกรรม สื่อบุคคล สื่อเว็บไซต์และสื่อเฟซบุ๊ก เนื่องจากทั้งสองวัดนี้ไม่เน้นแนวคิดการใช้สื่อหลากหลายประเภท เลือกใช้สื่อเท่าที่จำเป็น ไม่ต้องทำสื่อตามกระแสทางโลก

วัดท่าซุงและวัดป่าบ้านตาด เมื่อเทียบกับวัดทั้ง 5 แห่ง มีปริมาณการใช้สื่ออยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน แต่วัดป่าบ้านตาดมีลักษณะพิเศษตรงที่เป็นวัดป่ากรรมฐานที่ไม่เน้นการใช้สื่อหลากหลายประเภทมาตั้งแต่ต้น แต่หลังจากประเทศไทยเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ.2540 ทางวัดได้เปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ในการเผยแผ่พระศาสนาเพื่อช่วยชาติจนได้เกิดสถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ สื่อออนไลน์ต่างๆ ตามมา ถือเป็นจุดเปลี่ยนที่ทำให้วัดป่าบ้านตาดมีสื่อมากกว่าวัดธารน้ำไหล วัดอัมพวัน และวัดจันทาราม ซึ่งเป็นวัดที่ไม่เปิดรับสื่อทางโลกหลากหลายประเภทตั้งแต่ต้นเช่นเดียวกัน

ทั้งนี้ สื่อหนังสือ สื่อเทป ซีดี สื่อเสียงตามสาย สื่อเว็บไซต์ สื่อเฟซบุ๊ก สื่อกิจกรรมและสื่อบุคคล เป็นสื่อที่ทุกวัดมีเหมือนกันหมด โดยสื่อหนังสือและเทป ซีดี เป็นสื่อชั้นปฐมภูมิที่ถ่ายทอดมาจากหลักธรรมคำสอนโดยตรงของครูบาอาจารย์วัดนั้นๆ เสียงตามสายทุกวัดต้องใช้ในการประกอบศาสนกิจ สื่อเว็บไซต์และเฟซบุ๊กเป็นสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่ทุกวัดได้ปรับตัวให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกศิษย์ที่เปิดรับสื่อออนไลน์ ขณะที่สื่อกิจกรรมและสื่อบุคคลเป็นองค์ประกอบหลักที่ขาดไม่ได้ เนื่องจาก องค์การศาสนาต้องมีพระสงฆ์ทำหน้าที่เป็นศูนย์รวมศรัทธาแก่สานุศิษย์เพื่อประกอบกิจการทางศาสนา อาทิ งานบุญ พิธีกรรม การปฏิบัติธรรม เป็นต้น

2. กระบวนการทำงานแบบหลอมรวมสื่อของแต่ละวัด

จากการเก็บข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยได้แบ่งมิติบริบทเกี่ยวกับการหลอมรวมสื่อออกเป็น 5 ประเด็นหลัก ได้แก่ บริบทแวดล้อม แนวทางคำสอน/นโยบายองค์กร บุคลากร เทคโนโลยี ความร่วมมือระหว่างสื่อ ซึ่งแต่ละมิติเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการทำงานหลอมรวมสื่อที่แตกต่างกัน

2.1 บริบทแวดล้อม (Context) จากการเก็บข้อมูลบริบทแวดล้อมของวัด 5 แห่ง พบว่า

2.1.1 วัดท่าซุง

ในช่วงแรกหลวงพ่อพระราชพรหมยานจะเน้นใช้สื่อธัมมวิโมกข์และหนังสือธรรมปฏิบัติที่เรียบเรียงมาจากเทพพระธรรมเทศนาของท่าน ปัจจุบันทางวัดขยายประเภทสื่อเพิ่มขึ้นตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป เนื่องจากวัดมีขนาดใหญ่ มีเงินทุนในการขยายสื่อ แต่ต้องเป็นไปตามการพิจารณาของคณะกรรมการวัดว่าจะเพิ่มสื่อประเภทใด ใครเป็นผู้รับผิดชอบ เนื่องจากวัดท่าซุงเป็นองค์กรศาสนาขนาดใหญ่ จำเป็นต้องมีการแบ่งหน้าที่บริหารสื่อที่ดี มีพระเถระผู้ใหญ่รับผิดชอบเป็นหลัก 1 รูป ระยะเวลาหลังได้รับความช่วยเหลือที่ดีจากคณะลูกศิษย์กลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะมูลนิธิหลวงพ่อบาน-พระมหาวิระถาวร ที่เข้ามาช่วยประสานงานด้านข้อมูล กิจกรรม ดูแลสื่อเฟซบุ๊กช่วยเหลือทางวัดอีกทางหนึ่ง

2.1.2 สวนโมกขพลาราม

ท่านพุทธทาสมีแนวคิดสนับสนุนให้ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในการเผยแผ่ธรรมะ แต่ไม่สนับสนุนสื่อโทรทัศน์หรือสื่อที่มีลักษณะไม่จรรโลงจิตวิญญาณ ทำให้สื่อที่ใช้ในวัดสวนโมกข์จะเน้นไปที่สื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบกับท่านพุทธทาสเป็นพระที่เทศนาธรรมเป็นตัวหนังสือ และหลักธรรมท่านทั้งหมดมาจากการอุทิศชีวิตศึกษาพระไตรปิฎกอย่างถ่องแท้ และพยายามเรียบเรียงหลักธรรมจากพระไตรปิฎกให้อยู่ในรูปแบบหนังสือที่ไม่มีการตัดทอน บิดเบือนไปจากพระไตรปิฎก ทำให้สื่อหนังสือของสวนโมกข์ต่างเป็นต้นฉบับสื่อธรรมะที่ผู้รับสื่อไม่ว่าจะเข้าถึงช่องทางการสื่อสารใดมาก่อนก็ต้องอ่านหนังสือธรรมของท่านพุทธทาส ทั้งยังมีหोजดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญญา เป็นองค์กรร่วมกับธรรมทานมูลนิธิ และสวนโมกขพลาราม ทำหน้าที่เป็นคลังข้อมูลทั้งที่เป็นหนังสือ เทปบันทึกเสียง ไฟล์ถอดเทป ไฟล์เสียงดิจิทัล และเป็นศูนย์กลางข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรม ช่วยเผยแผ่แนวทางคำสอนของท่านพุทธทาสผ่านสื่อรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะรูปแบบกิจกรรม และสื่อออนไลน์ ทำให้ลูกศิษย์สามารถเข้าถึงหลักธรรมคำสอนได้ง่ายโดยไม่ต้องไปถึงวัดสวนโมกข์

2.1.3 วัดป่าบ้านตาด

เป็นวัดสายพระป่ากรรมฐานที่มุ่งความสมณะ เรียบง่าย ช่วงแรกหลวงตามหาบัวท่านไม่สนับสนุนการใช้สื่อทางโลกเนื่องจากมีสื่อมวลชนบางกลุ่มเข้ามาสัมภาษณ์ท่าน นำคำสอนของท่านไปใช้เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจส่วนตัว อีกทั้งท่านมองว่าเป็นสื่อที่ประหลาดกิเลส ไม่ส่งเสริมหนทางแห่งการหลุดพ้น แต่ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจประเทศ ในปี 2540 องค์กรหลวงตาได้จัดกิจกรรมผ้าป่าช่วยชาติ ท่านได้เห็นประโยชน์ของสื่อในการเผยแผ่หลักธรรมคำสอน จึงได้สนับสนุนให้มีการจัดตั้งสถานีวิทยุเสียงธรรมฯ สถานีโทรทัศน์เสียงธรรมฯ ส่วนเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก จะดูแลโดยคณะลูกศิษย์ มีระบบการทำงานสื่อที่ต้องผ่านการดูแลโดยคณะกรรมการมูลนิธิเสียงธรรมฯ แต่ปัจจุบันจะมีปัญหาทางกฎหมายในเรื่องการขอใบอนุญาตจัดตั้งสถานีวิทยุชุมชน

2.1.4 วัดพระธรรมกาย

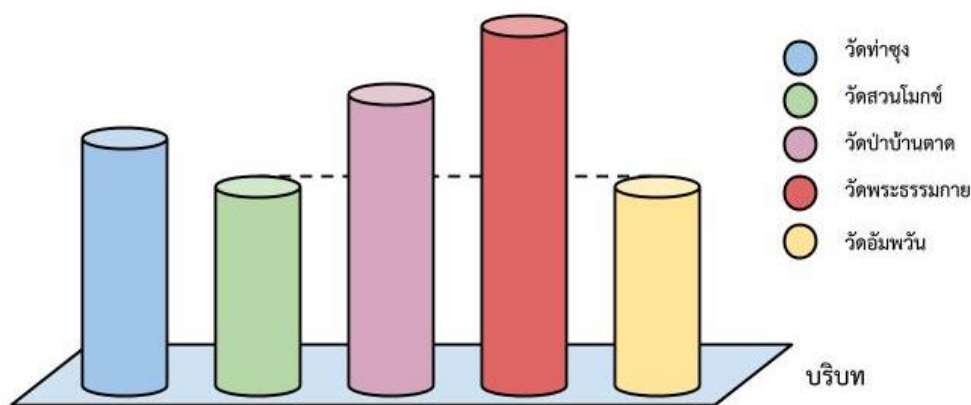
เป็นองค์กรทางพระพุทธศาสนาขนาดใหญ่ที่ขยายตัวด้านสื่ออย่างรวดเร็วมาก เนื่องจากปัจจุบันทางวัดใช้นโยบายการเผยแผ่ธรรมะเชิงรุกในการเข้าถึงและสร้างความศรัทธาที่เหนียวแน่น

ให้แก่พุทธศาสนิกชน ตลอดจนขยายพื้นที่การเผยแพร่ธรรมะให้ครอบคลุมทั่วโลก ทำให้องค์กรด้านสื่อจะต้องมีระบบการทำงาน บุคลากร ทรัพยากร และวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการใช้สื่อแบบหลอมรวมได้อย่างดี โดยวัดพระธรรมกายให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งกับทรัพยากรที่เป็นตัวบุคคล โดยบุคคลที่จะมาบวชในวัดหรือเจ้าหน้าที่ที่เข้ามาทำงานให้แก่วัด จะต้องผ่านการคัดกรองมาแล้วว่า เป็นผู้มีความศรัทธาตั้งมั่นในแนวทางคำสอนของวัดและพระพุทธรูปอย่างแท้จริง ส่งเสริมให้เกิดระบบการทำงานที่เกื้อกูลกันอย่างสมบูรณ์ อีกทั้งศูนย์การปฏิบัติงานต่างๆ ก็รวมอยู่ภายใต้สำนักสื่อสารองค์กรที่สามารถควบคุมทิศทางการทำงานให้เป็นไปในทางเดียวกัน ส่งผลให้ทิศทางเนื้อหา มีความเป็นเอกภาพ สื่อสารกันอย่างไม่ซ้ำซ้อนกัน แต่เข้าถึงแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพสูง

2.1.5 วัดอัมพวัน

เป็นวัดที่มุ่งเป็นสำนักปฏิบัติธรรมเป็นหลัก สมัยที่หลวงพ่ोजรัญท่านยังมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ท่านได้มีการเทศนาธรรมอย่างต่อเนื่อง แต่ทางวัดไม่ได้เน้นการผลิตสื่อหลากหลายประเภท มีเพียงผลิตหนังสือกฎแห่งกรรม ธรรมปฏิบัติ ซึ่งเป็นหนังสือธรรมที่ทางวัดพิมพ์แจกภายในงานวันเกิดหลวงพ่ोजรัญ วันที่ 15 ส.ค. ของทุกปี ส่วนหนังสืออื่นๆ จะมีลูกศิษย์เข้ามาขอเนื้อหาทางวัดไปตีพิมพ์ แจกเป็นธรรมทานบ้าง โรงพิมพ์ขอไปตีพิมพ์เผยแพร่บ้าง กล่าวคือ มีใครติดต่อเข้ามาขอข้อมูลไปก็ให้หมด แต่วัดไม่ได้เป็นผู้ทำเอง ทางวัดยังมีศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวันเป็นศูนย์สาขาอีกแห่ง ปัจจุบันได้ใช้บุคลากรในการเผยแพร่ธรรมะร่วมกัน เช่น ผลิตหนังสือกฎแห่งกรรม ส่งพระวัดอัมพวันมาช่วยอบรมการปฏิบัติธรรมที่เวฬุวัน ถือว่ามีความร่วมกันทำงานในระดับหนึ่ง

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยเปรียบเทียบโดยสรุปเป็นแผนภูมิ ดังนี้



แผนภาพที่ 4.11 เปรียบเทียบบิริบทที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อ

จากแผนภูมิพบว่า บิริบทแวดล้อมของวัดพระธรรมกายส่งผลต่อการทำงานหลอมรวมสื่อมากที่สุด เนื่องจากเป็นองค์กรวัดขนาดใหญ่ มีเงินทุนสนับสนุนในการผลิตสื่อ มีระบบการทำงานของตนเองที่มีความเข้มแข็ง คัดเลือกบุคลากรทำงานหรือคนที่มาบวชด้วยหลักศรัทธาและมีความรู้ความสามารถมาช่วยงานพระศาสนา รองลงมาเป็นวัดป่าบ้านตาด ที่แม้จะเป็นวัดสายพระป่าที่มุ่งเน้น

ความสงบ สมถะ เน้นการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด แต่เนื่องจากปัจจัยทางเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้วัดเปิดกว้างใช้สื่อมากขึ้น

วัดท่าซุงเป็นวัดขนาดใหญ่ เน้นใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในระยะแรก มีเงินทุนในการขยายสื่อ แต่ต้องเป็นไปตามการพิจารณาของคณะกรรมการวัดว่าจะเพิ่มสื่อประเภทใด มีพระเถระผู้ใหญ่รับผิดชอบหลัก ขณะที่สวนโมกขพลารามและวัดอัมพวัน มีบริบทใกล้เคียงกัน คือ เป็นวัดที่ไม่ค่อยเน้นใช้สื่อมาก

กล่าวโดยสรุปว่า วัดที่มีขนาดองค์กรใหญ่ มีทุนสูง มีแนวโน้มสนับสนุนการขยายประเภทสื่อเป็นตัวกำหนดศักยภาพในการใช้สื่อมากกว่าวัดที่มีขนาดองค์กรเล็ก มีทุนสนับสนุนด้านสื่อไม่มากนัก

2.2 แนวคำสอนและนโยบายองค์กร ของแต่ละวัดมีผลต่อการทำงานหลอมรวมสื่อในลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนี้

2.2.1 วัดท่าซุง

แนวคำสอนของหลวงพ่อพระราชพรหมยานท่านไม่ได้คัดค้านการมีสื่อมากมายหลายประเภท ในขณะที่ท่านยังมีชีวิตอยู่ ท่านเน้นให้วัดใช้สื่อโดยธรรมวิโมกข์และหนังสือธรรมปฏิบัติที่มาจากเทปบันทึกพระธรรมเทศนาเป็นหลัก ต่อมาเมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามามากขึ้น วัดก็ได้ปรับตัวตามด้วย โดยวัดจะเพิ่มสื่อขึ้นมาเพื่อรองรับความต้องการของลูกศิษย์ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี แต่จะไม่เน้นใช้สื่อสารมวลชนบางประเภท อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ เนื่องจากแนวคำสอนและวิธีปฏิบัติกรรมฐานแบบมโนยติที่เน้นอภิญญาหรือฤทธิ์ทางใจ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถพิสูจน์ให้เห็นได้ด้วยตาเปล่า จึงมีลูกศิษย์จำนวนมากที่ไม่ประสงค์หรือไม่ต้องการปรากฏในสื่อโทรทัศน์ เนื่องจากเกรงว่าจะกระทบต่อชื่อเสียง และอาจเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลที่บันทึกภาพโดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ที่ถูกแพร่ภาพผ่านสื่อ

แต่ปัจจุบันนโยบายด้านสื่อของวัดท่าซุงมุ่งเผยแพร่ธรรมะในช่องทางต่างๆ ที่เข้าถึงกลุ่มลูกศิษย์ทุกกลุ่มทุกวัยอย่างแพร่หลาย

2.2.2 สวนโมกขพลาราม

นโยบายด้านสื่อของธรรมทานมูลนิธิได้ปฏิบัติสนองปณิธานการใช้สื่อของท่านพุทธทาส ที่ส่งเสริมให้มีการศึกษาหลักคำสอนของพระพุทธศาสนาอย่างลึกซึ้ง เปิดรับคำสอนของศาสนาอื่นๆ เน้นใช้สื่อสิ่งพิมพ์จำพวกหนังสือธรรมะในการเผยแพร่ธรรมะที่ถูกต้องตามพระไตรปิฎก แต่ท่านพุทธทาสปรารถนาไม่ยากให้ใช้สื่อทางโลกมาก อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ หรือสื่อใดๆ ที่มีเนื้อหาอันไม่เป็นการพัฒนาทางจิตวิญญาณ ดังจะเห็นได้ว่า ในวัดท่านจะใช้ธรรมชาติเป็นสื่อสอนธรรม สร้างโรงมหรสพทางวิญญาณสอนภาพปริศนาธรรมเพื่อถ่วงดุลโรงภาพยนตร์ในทางโลก ในช่วงที่ผ่านมาแม้ทางวัดจะมีความพยายามที่จะปรับเปลี่ยนวัดให้มีความสะดวกสบาย มีความเจริญทางวัตถุมากขึ้น แต่โดยภาพรวมวัดยังเลือกที่จะรักษาแนวคิดอยู่อย่างธรรมชาติ กับธรรมชาติเอาไว้

ส่วนการเพิ่มประเภทสื่อตามยุคสมัย ทางธรรมทานมูลนิธิร่วมกับวัดก็ไม่ได้ตามโลกจนผิดไปจากจุดยืนของวัด แต่มีองค์กรจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญญา เป็นกำลังสำคัญช่วยรักษาข้อมูล

ต้นฉบับของทางวัดเอาไว้ ตลอดจนเป็นศูนย์กลางช่วยเผยแผ่ธรรมของท่านพุทธทาส บริหารงานแบบ บุญนิยม ธรรมภาณี ผ่านสื่อสมัยใหม่ต่างๆ อีกช่องทางหนึ่ง

2.2.3 วัดป่าบ้านตาด

การบริหารงานด้านสื่อของวัดป่าบ้านตาดเริ่มมาจากแนวคิดการสนับสนุนให้มีการใช้สื่อเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาขององค์หลวงตามหาบัว ก่อนหน้าที่จะเกิดวิกฤตเศรษฐกิจประเทศ ท่านไม่ค่อยสนับสนุนให้ทางวัดนำเข้าสู่ประเภทต่างๆ ไม่สนับสนุนให้ใช้โทรศัพท์มือถือ ให้เน้นการปฏิบัติวิเวกอยู่กับตนเอง ท่านจะใช้สื่อหนังสือเป็นหลัก หนังสือธรรมะในระยะแรกๆ มีทั้งเป็นหนังสือที่องค์หลวงตาดำริเขียนขึ้นเอง เช่น ประวัติพระอาจารย์มั่น ปฏิปทาของพระอริยสงฆ์สาวก สายท่านพระอาจารย์มั่น ภูริทัตตเถระ และหนังสือธรรมะที่เรียบเรียงขึ้นจากพระธรรมเทศนาในวัดป่าบ้านตาดและสถานที่ต่างๆ ภายหลังองค์หลวงตาดำริสนับสนุนให้ใช้สื่อมากขึ้น จึงมีลูกศิษย์ถวายสถานีวิทยุให้เป็นสื่อเสียงธรรม จนเกิดเป็นสถานีวิทยุเสียงธรรมเพื่อประชาชน ตามมาด้วยสถานีโทรทัศน์ SBT TV อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการมูลนิธิเสียงธรรมฯ และคณะกรรมการบริหารสถานีวิทยุและโทรทัศน์เสียงธรรมฯ

โดยคณะกรรมการดังกล่าวนี้มีหน้าที่กำหนดแนวทางการทำงานด้านสื่อของวัดให้เป็นไปตามปณิธานขององค์หลวงตามหาบัว สื่อใดที่จำเป็นต้องมีก็จะทำ สื่อใดที่มองว่านอกเหนือความจำเป็นก็จะไม่อนุมัติให้ทำ หากมีวัดอื่นๆ นอกสายพระป่ากรรมฐานที่นอกเหนือจากที่หลวงตาท่านเคยกล่าวไว้มาขอพื้นที่ประชาสัมพันธ์หรือติดต่อขอข้อมูลเข้ามา ทางคณะกรรมการฯ จะพิจารณาเป็นกรณีๆ ไปโดยไม่ปิดกั้น แต่จะดูตามความเหมาะสมเพื่อไม่ให้ขัดกับแนวทางที่หลวงตาท่านวางไว้ให้

2.2.4 วัดพระธรรมกาย

วัดพระธรรมกายเพิ่งกำเนิดขึ้นเมื่อไม่กี่สิบปีมานี้ แนวคิดในการสร้างวัดพระธรรมกายเพื่อต้องการฟื้นฟูความเป็น วัดที่ตึกกลับมาอีกครั้งหนึ่ง เพราะเล็งเห็นว่าปัจจุบันคนไม่ค่อยเข้าวัด ผู้คนมีศีลธรรมน้อยลง วัดและพระภิกษุสงฆ์ จะต้องเป็นผู้นำในการพัฒนาปรับปรุงวัดให้น่าเข้าหา วัดพระธรรมกายจึงได้พัฒนาพื้นที่วัดตามหลักปฏิรูปเทศ 4 ที่เน้นความสบายแก่ผู้มาปฏิบัติธรรม จากนั้นทางวัดได้วางแนวคิดการเผยแผ่ธรรมะเป็น 3 ยุค โดยยุคที่ 2 ตั้งแต่ปี 2528 กระทั่งปัจจุบัน วัดเน้นแนวคิดแผ่ขยายโดยการขยายองค์กรภายใน ขยายสิ่งปลูกสร้างใหม่ ๆ จัดกิจกรรมภายในวัด ขยายฐานผู้สนับสนุน พร้อมกับออกไปตั้งสาขาวัดในต่างประเทศและการยกวัดไปไว้ที่บ้านผ่านสถานีโทรทัศน์ DMC เผยแผ่ไปทั่วโลกโดยสามารถรับชมรายการได้ 4 ภาษา ได้แก่ ไทย อังกฤษ จีน และญี่ปุ่น

ปัจจุบันวัดพระธรรมกายอยู่ในยุคแห่งการเผยแผ่ศาสนาในเชิงรุก โดยจัดกิจกรรมที่มุ่งออกออกไปสู่มวลชนนอกวัดมากขึ้น อาทิ กิจกรรมบวชพระแสนรูป ตักบาตรพระสงฆ์นับหมื่นรูปทั่วโลก นอกจากขยายแนวรุกภายในประเทศแล้ว ยังเปิดสาขาในหลายประเทศทั่วโลก ด้วยเหตุผลเพื่อกระจายความเสี่ยงจากการถูกศาสนาอื่นรุกราน โดยยกตัวอย่างการดำรงอยู่ของพุทธศาสนาในอินเดียที่ถูกกองทัพมุสลิมบุกเข้ามาเผาเมืองนาลันทาทำลายวัด พระภิกษุแทบหมดสิ้น ด้วยแนวคิดและ

นโยบายดังกล่าวนี้เองที่ทำให้วัดพระธรรมกายมุ่งใช้สื่อทุกประเภทเป็นเครื่องมือประกาศหลักธรรมคำสอนให้แก่พระพุทธศาสนาอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน

2.2.5 วัดอัมพวัน

วัดอัมพวันเป็นวัดเก่าแก่มากตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา โดยหลักการแล้วจะมุ่งเน้นการพัฒนาวัดให้เป็นสำนักปฏิบัติธรรมตามแนวทางมหาสติปัฏฐาน 4 เป็นหลัก และปัจจุบันก็ได้รับความนิยมในหมู่ลูกศิษย์ ผู้สนใจมาปฏิบัติธรรม เพราะทางวัดเน้นการปฏิบัติธรรมอย่างเคร่งครัด แต่เรื่องการใช้สื่อนั้นทางวัดไม่ได้เน้นให้มีสื่อมากเหมือนวัดอื่นๆ หลวงพ่อจรัญท่านเองก็ไม่ได้ปรารถนาจะสนับสนุนหรือคัดค้านการมีสื่อมากๆ ในวัด แต่การมีสื่อ นั้นต้องไม่ทำลายความสงบในการปฏิบัติธรรมของผู้มาปฏิบัติธรรม ดังนั้น ในวัดอัมพวันจะเห็นว่ามีการใช้สื่อหนังสือ สื่อเสียง เทป ซีดีเป็นหลัก สื่อส่วนใหญ่ก็ไม่ได้จัดพิมพ์โดยวัด แต่เป็นกลุ่มลูกศิษย์ที่ต้องการนำไปพิมพ์เผยแพร่เป็นธรรมทาน หรือโรงพิมพ์ที่นำไปพิมพ์เพื่อจำหน่าย เนื่องจากหลวงพ่อบอกท่านสอนเสมอว่า ธรรมะไม่ควรมียศสิทธิ์ ต้องกระจายออกไปให้มากที่สุด

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยเปรียบเทียบโดยสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

มิติเปรียบเทียบ	แนวทางคำสอนและนโยบายองค์กร
วัดท่าซุง	สนับสนุนให้มีสื่อตามยุคสมัย แต่วัดจะไม่เน้นวิทยุ สื่อโทรทัศน์ เพราะไม่เหมาะสมต่อแนวการปฏิบัติมโนมยทริที่เกี่ยวกับจิตตวิญญา เป็นเรื่องที่ยังไม่เห็นด้วยตาเปล่า
สวนโมกขพลาราม	ท่านพุทธทาสปรารถนาไม่ยากให้ใช้สื่อทางโลก หรือสื่อใดๆ ที่มีเนื้อหาอันไม่เป็นการพัฒนาทางจิตวิญญาณ แต่โดยภาพรวมวัดยังใช้สื่อหนังสือตามแนวท่านพุทธทาสเป็นหลัก
วัดป่าบ้านตาด	แรกๆ หลวงตาไม่สนับสนุนสื่อทางโลกแต่ภายหลังสนับสนุนนำไปสู่การเกิดสถานีวิทยุโทรทัศน์ มีคณะกรรมการมูลนิธิกำหนดแนวทางการทำงานด้านสื่อตามปณิธานขององค์หลวงตา
วัดพระธรรมกาย	ทางวัดมีแนวคิดการเผยแพร่ธรรมเป็น 3 ยุค เน้นแนวคิดแผ่ขยายโดยการขยายองค์กรภายใน รองรับกิจกรรมและเผยแพร่เชิงรุกออกไปสู่มวลชนนอกวัดรวมถึงในหลายประเทศทั่วโลก
วัดอัมพวัน	เป็นวัดสายวิปัสสนากรรมฐานที่มุ่งเน้นการปฏิบัติ ระบบการทำงานไม่เป็นทางการ ไม่ได้แบ่งฝ่ายทำงานสื่ออย่างชัดเจน เพราะบุคลากรมีจำกัด แต่ก็เพียงพอเพราะไม่เน้นผลิตสื่อให้คนเข้าวัดมากๆ แต่ผลิตเพื่อรองรับคนจำนวนมากที่มาวัด

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบแนวทางคำสอนและนโยบายองค์กร

กล่าวโดยสรุปว่า แนวทางคำสอนของวัดเป็นตัวแปรสำคัญมีผลต่อนโยบายองค์กรและส่งผลต่อกระบวนการทำงานสื่ออย่างยิ่ง โดยวัดที่มีนโยบายหรือแนวคิดเปิดรับสื่อมาตั้งแต่แรก ได้แก่ วัดพระธรรมกาย มีศักยภาพในการพัฒนาสื่อ มีความพร้อมในการเผยแพร่ธรรมะ และปรับตัวเพื่อใช้ประโยชน์สื่อตามยุคสมัยของสังคมได้ดีกว่าวัดที่ช่วงแรกมีแนวคิดปิดรับสื่อหรือเพิกงั้นมาเปิดรับสื่อในภายหลัง โดยสายการปฏิบัติธรรมไม่ใช่ตัวแปรกำหนดระดับความร่วมมือในการทำงานแบบหลอมรวมสื่อ เนื่องจากจากการศึกษาครั้งนี้ วัดป่าบ้านตาดเป็นวัดสายพระป่าแต่มีลักษณะการหลอมรวมสื่อที่เด่นชัดกว่าวัดบ้าน

ขณะเดียวกัน วัดอัมพวันที่ไม่มีแนวคิดปิดกั้นสื่อตั้งแต่แรกแต่กลับใช้สื่อหลักเพียงไม่กี่ประเภทแสดงให้เห็นว่า มีปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวองค์กรศาสนาไปสู่องค์กรสื่อแบบหลอมรวม เช่น วัฒนธรรมองค์กร แรงกระตุ้นเรียกร้องให้ใช้สื่อเพิ่มจากลูกศิษย์

ส่วนวัดสวนโมกขพลาราม วัดท่าซุง วัดป่าบ้านตาด เป็นวัดที่พระอาจารย์ปรารภตั้งแต่ต้นว่าไม่ควรใช้สื่อทางโลกให้มากจนเกินไป ให้เน้นใช้สื่อหนังสือเป็นหลัก แต่ภายหลังก็ได้เพิ่มสื่อตามความเหมาะสม โดยไม่เน้นใช้สื่อทุกประเภท เพราะมีข้อจำกัดเรื่องความสงบภายในวัด ความสามารถในการทำสื่อของวัด แนวทางคำสอนที่ไม่เหมาะให้ใช้สื่อบางประเภทในการเผยแพร่ เป็นต้น

2.3 บุคลากร ของแต่ละวัดมีผลต่อการทำงานหลอมรวมสื่อในลักษณะที่แตกต่างกัน โดยมีประเด็นพิจารณาเกี่ยวกับบุคลากร ได้แก่ พื้นหลังประสบการณ์ ความรู้ ความเป็นมืออาชีพ ความศรัทธา ฯลฯ

2.3.1 วัดท่าซุง

วัดท่าซุงเป็นองค์กรวัดขนาดใหญ่ มีลูกศิษย์มากมายทั่วประเทศ งานด้านสื่อของทางวัดจึงต้องมีสื่อหลากหลายประเภท มีพระเถระผู้ใหญ่หลายรูปทำหน้าที่รับผิดชอบดูแลแต่ละสื่อ มีคณะทำงานที่เป็นทั้งพระสงฆ์และคณะลูกศิษย์ร่วมกันผลิตสื่อ

กล่าวได้ว่า บุคลากรสื่อของวัดท่าซุงมีจำนวนเพียงพอที่จะรับผิดชอบในแต่ละสื่อได้ ไม่มากนักน้อยเกินไป คณะทำงานส่วนใหญ่ไม่ใช่คนที่เคยทำงานด้านสื่อมาก่อน ไม่ใช่ผู้ใช้เทคโนโลยีอย่างชำนาญมาตั้งแต่แรก บุคลากรจึงไม่ได้มีพื้นหลังประสบการณ์มีความเป็นมืออาชีพสูง แต่อาศัยเข้ามาเรียนรู้กระบวนการทำงานจากพระอาจารย์หรือจากลูกศิษย์ที่มีความรู้โดยตรง ใช้เวลาไม่นานก็สามารถเข้าใจและทำงานได้ เพราะระบบการทำงานไม่ใช่อุปกรณ์หรือเทคโนโลยีที่ซับซ้อนมาก

ประการสำคัญคือ เป็นบุคลากรที่มีความศรัทธาในองค์หลวงพ่อดุสิตพรหมยานอย่างยิ่ง เพราะเข้ามาช่วยทำงานสื่อตลอด โดยไม่มีค่าตอบแทนและปฏิบัติงานอยู่นาน ไม่โยกย้ายไปไหน

2.3.2 สวนโมกขพลาราม

บุคลากรทำสื่อของคณะธรรมทานมูลนิธิ ทั้งหมดเป็นคนในพื้นที่ อ.ไชยา จ.สุราษฎร์ธานี บางคนเป็นเครือญาติในตระกูลพานิชของท่านพุทธทาส บุคลากรส่วนใหญ่มีอายุแล้ว ไม่ใช่เด็กจบใหม่ ไม่ใช่ผู้ที่เรียนจบหรือเคยมีประสบการณ์ทำงานด้านสื่อมาก่อน ความเป็นมืออาชีพในการทำสื่อจึงยังไม่มี เข้ามาทำงานช่วยเหลือวัดเนื่องจากเป็นลูกศิษย์หลวงพ่อดุสิตพรหมยานเป็นหลัก แม้ไม่เคยทราบขั้นตอนการใช้คอมพิวเตอร์ การจัดหน้า การตรวจพิสูจน์อักษร การถอดเทป ทำเว็บไซต์มา

ก่อน ก็มาเรียนรู้จากผู้ที่มาทำงานก่อน บางครั้งก็ได้พระอาจารย์ที่ท่านเรียนจบสูงๆ มาช่วยสอนทำงานสื่อ

2.3.3 วัดป่าบ้านตาด

บุคลากรด้านสื่อที่ทำงานเป็นฝ่ายผังรายการ ฝ่ายเจ้าหน้าที่เทคนิค ผู้ประกาศสถานีของวัดป่าบ้านตาด ทั้งหมดก็เป็นคนในพื้นที่บ้านตาดและมีความเคารพศรัทธาในองค์หลวงตามหาบัวอย่างที่สุดถึงแม้ทางวัดจะมีทั้งสถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์ แต่บุคลากรที่ดูแล 2 สื่อก็เป็นกลุ่มเดียวกัน มีจำนวนน้อยมากประมาณ 5-6 คน กล่าวคือ มีบุคลากรน้อยมากเมื่อเปรียบกับองค์กรที่ทำสถานีวิทยุและโทรทัศน์ โดยเจ้าหน้าที่ 1 คนต้องทำหน้าที่ทั้ง 2 สื่อ เรียนรู้ระบบสื่อทั้งหมดเหมือนกัน สามารถทำแทนกันได้ทุกอย่าง และช่วยดูแลบริการจัดส่งสื่อหนังสือและสื่อเทป ซีดี ตามที่มีผู้สนใจโทรศัพท์หรือเขียนจดหมายเข้ามาขอด้วย

แม้ว่าเจ้าหน้าที่ของวัดจะได้ค่าตอบแทน แต่ถือว่าเป็นจำนวนที่น้อยมาก ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตเท่าไรนัก แต่ทุกคนก็ยินดีช่วยเหลือ เพราะศรัทธาในองค์หลวงตามากกว่าตัวเงินที่ได้รับ

2.3.4 วัดพระธรรมกาย

วัดพระธรรมกายเป็นองค์กรศาสนาที่ให้ความสำคัญกับบุคลากรอย่างมาก มีการแบ่งฝ่ายทำงานกันอย่างชัดเจนภายใต้โครงสร้างการบริหารของสำนักสื่อสารองค์กร บุคลากรไม่ว่าจะเป็นพระหรือเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานที่มาทำงานในวัดจะต้องผ่านการกลั่นกรองก่อน เช่น เข้ามาเป็นอาสาสมัครศึกษา 8 ทุกคนต้องเรียนจบปริญญาตรีขึ้นไป เข้ามาช่วยเหลืองานวัดก่อนอย่างน้อย 5 ปี เพื่อพิสูจน์ความตั้งใจจริง

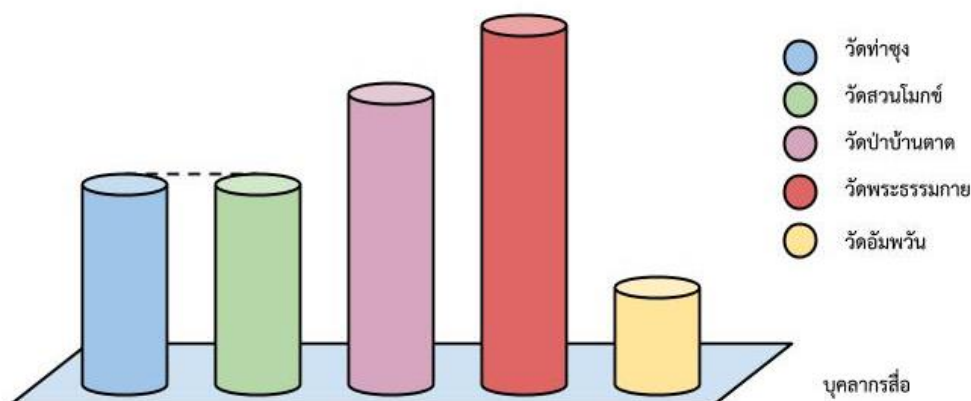
ขั้นตอนเหล่านี้ทำให้วัดพระธรรมกายได้คนที่ทั้งมีความรู้ความสามารถ มีความเป็นมืออาชีพในการทำงานสื่อ มีความศรัทธาตั้งมั่นจริง ส่งผลให้วัดสามารถพัฒนาสื่อ พัฒนาด้านต่างๆ ไปพร้อมๆ กันได้ เพราะทุกคนมีเป้าหมายเดียวกันคือ เพื่อประโยชน์แห่งพระศาสนาและครูบาอาจารย์ที่องค์กรเคารพนับถือ

2.3.5 วัดอัมพวัน

เนื่องจากวัดอัมพวันไม่มีการจัดตั้งฝ่ายการทำสื่ออย่างเป็นทางการ เคยตั้งคณะกรรมการหนังสือเพื่อการเผยแพร่ธรรม แต่ไม่ใช่ฝ่ายผลิตสื่อหนังสือ ปัจจุบันมีสำนักงานเลขานุการเป็นผู้ดำเนินงานและเป็นศูนย์กลางข้อมูลและการเผยแพร่สำหรับผู้ที่ต้องการข้อมูลไปเผยแพร่ โดยมีผู้ประสานงานด้านข้อมูล

บุคลากรที่ทำสื่อของวัดอัมพวันจึงมีน้อยมาก ในทางปฏิบัติจริงๆ ก็มีประมาณ 2 คน ดูแลข้อมูลระหว่างวัดอัมพวันกับศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน โดยทั้งสองคนต่างเป็นลูกศิษย์ที่เคารพนับถือในองค์หลวงพ่ोजรัญญและเคยอยู่วัดอัมพวันมาก่อน ไม่ได้มีความรู้ด้านสื่อหรือเคยมีประสบการณ์ทำงานสื่อมาก่อน เพิ่งมาเริ่มเรียนรู้ภายหลังจากพระอาจารย์หรือลูกศิษย์ที่มีความรู้ความสามารถ แต่ปัจจุบันก็สามารถทำสื่อได้อย่างชำนาญเพราะมีบุคลากรรับผิดชอบหลักจำนวนน้อย

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยเปรียบเทียบมิติบุคลากรสื่อในแต่ละวัด โดยสรุปเป็นแผนภูมิ ดังนี้



แผนภาพที่ 4.12 เปรียบเทียบความพร้อมด้านบุคลากรสื่อ

จากแผนภูมิแสดงให้เห็นว่า บุคลากรสื่อของวัดพระธรรมกายมีความพร้อมต่อการทำงาน หลอมรวมสื่อมากกว่าวัดอื่นๆ เนื่องจากบุคลากรมีการแบ่งฝ่ายทำงานอย่างชัดเจนแต่อยู่ภายใต้การ ดำเนินการของสำนักสื่อสารองค์กร บุคลากรทุกคนต้องผ่านการกลั่นกรองเพื่อพิสูจน์ความศรัทธา และมีความรู้ความสามารถโดยตรง กล่าวได้ว่ามีความรู้ทั้งทางโลกและความศรัทธาทางธรรมเป็นอย่างดี

บุคลากรวัดป่าบ้านตาด แม้มีจำนวนน้อยแต่ใช้ทีมงานกลุ่มเดียวกันดูแลทั้งวิทยุ โทรทัศน์และ สื่ออื่นๆ กล่าวคือ เจ้าหน้าที่ 1 คนต้องทำงานมากกว่า 1 สื่อและสามารถทำแทนกันได้ทุกอย่าง แต่ ระดับความเป็นมืออาชีพ (Media professional) จะน้อยกว่าวัดพระธรรมกาย เนื่องจากบุคลากรที่ ทำงานเป็นคนที่ในพื้นที่ ไม่มีความรู้ด้านสื่อมาก่อน แต่เข้ามาทำงานด้วยความศรัทธา

ส่วนความพร้อมของบุคลากรวัดท่าซุงและสวนโมกข์พลาารามอยู่ในระดับเดียวกัน กล่าวคือ จำนวนบุคลากรมีเพียงพอที่จะรับผิดชอบในแต่ละสื่อได้ แต่ไม่เคยทำงานด้านสื่อมาก่อน บ้างเป็นคน ในพื้นที่ใกล้วัด แต่บุคลากรจะแยกฝ่ายกันทำงานมากกว่าวัดป่าบ้านตาด ซึ่งมีการยุบรวมบุคลากรใน การดูแลสื่อมากกว่า 1 สื่อ ขณะที่วัดอัมพวัน บุคลากรมีความพร้อมน้อยที่สุด เนื่องจากมีจำนวนน้อย มาก ไม่มีการตั้งฝ่ายสื่ออย่างชัดเจน บุคลากรไม่ได้ทำงานด้านสื่อมาก่อน ความร่วมมือระหว่าง บุคลากรจึงเกิดขึ้นน้อยเฉพาะในวาระพิเศษ

อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์บุคลากรด้านสื่อของแต่ละวัด พบว่า ในวัดที่มีขนาดองค์กร เล็ก เช่น วัดสวนโมกข์ วัดอัมพวัน วัดป่าบ้านตาด บุคลากรจะมีจำนวนไม่มาก รองรับสื่อไม่กี่ประเภท โดยบุคลากร 1 คนจะต้องสามารถทำงานได้มากกว่า 1 สื่อ ส่วนใหญ่บุคลากรที่มาช่วยงานก็ไม่ได้มี ความรู้ด้านสื่อโดยตรง ไม่ได้จบสื่อสารมวลชน วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์มาตรงสาย ค่อนข้างเป็นคนมี อายุ ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ยังไม่คล่อง แต่มีความพร้อมที่จะเรียนรู้งานและปรับตัวได้ทันที เนื่องจาก บุคลากรเหล่านี้มีความศรัทธา มีความยินดีที่จะมาช่วยงาน แม้จะไม่ได้ค่าตอบแทนหรือค่าตอบแทน น้อยมากก็ตาม

ส่วนวัดพระธรรมกายและวัดท่าซุง ที่มีขนาดองค์กรใหญ่ มีสำนักงานสื่อแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจนนั้น จะมีบุคลากรด้านสื่อทั้งที่เป็นพระเถระผู้ใหญ่ พระสงฆ์ และลูกศิษย์มากเป็นจำนวนหนึ่ง มากเพียงพอที่จะดูแลบริหารสื่อต่างๆ ได้ดี ทำสื่อออกตามกำหนดเวลาได้ โดยเฉพาะวัดพระธรรมกาย บุคลากรเกือบทั้งหมดมีความเป็นมืออาชีพด้านสื่อ ผ่านการคัดกรองมาแล้วว่ามีความรู้ความสามารถดี พอที่จะช่วยงานด้านสื่ออื่นๆ

2.4 เทคโนโลยี ระดับเทคโนโลยีที่แต่ละวัดใช้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการทำงานหลอมรวมสื่อ โดยสามารถเปรียบเทียบทั้ง 5 วัดได้ดังต่อไปนี้

2.4.1 วัดท่าซุง

ปัจจุบันวัดท่าซุงมีสำนักงานรับผิดชอบดูแลสื่อแต่ละประเภทอย่างเป็นระบบ เช่น มีสำนักงานธัมมวิโมกข์ดูแลนิตยสารธัมมวิโมกข์รายเดือน มีคอมพิวเตอร์ มีเทคโนโลยีรองรับการจัดการเก็บข้อมูลรูปภาพส่วนกลาง มีสำนักงานฝ่ายเว็บไซต์บริเวณวิหารสมเด็จองค์ปฐม ซึ่งจะมีระบบอุปกรณ์ต่างๆ อาทิ มีเครื่องสแกน E-Book สำหรับสแกนหนังสือธรรมชั้นอัปโหลดบนเว็บไซต์

กล่าวได้ว่า วัดมีอุปกรณ์ เทคโนโลยีที่เพียงพอสำหรับประเภทสื่อที่วัดใช้ หากในอนาคตจะมีนโยบายเพิ่มประเภทสื่อและต้องอาศัยเงินทุน ทางวัดก็มีความพร้อมและลูกศิษย์ก็พร้อมที่จะสนับสนุน

2.4.2 สวนโมกขพลาราม

จากการสังเกตการณ์ห้องทำงานสื่อบนอาคารธรรมทานมูลนิธิ สวนโมกข์ จะมีคอมพิวเตอร์สำหรับทำงานสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ ซึ่งถือว่าเพียงพอสำหรับองค์กรขนาดเล็กที่มีบุคลากรไม่กี่คน เพียงแต่ถ้ามีอุปกรณ์ มีบุคลากรมากกว่านี้ก็จะเพิ่มความรวดเร็ว คล่องตัวในการทำงานขึ้น

ขณะที่หोजดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญญา กล่าวได้ว่ามีความพร้อมด้านฐานข้อมูล ห้องเก็บเอกสาร มีพื้นที่การทำงานสื่อที่กว้างกว่า มีบุคลากรทำสื่อแยกเป็นฝ่ายที่ชัดเจนกว่า ถ้าสวนโมกข์ไม่มีคลังเก็บข้อมูลก็ส่งไปให้หोजดหมายเหตุฯ ช่วยเก็บรักษาให้แทน ความร่วมมือของทั้งสององค์กรจึงช่วยเสริมศักยภาพการเผยแพร่สื่อของกันและกันได้

2.4.3 วัดป่าบ้านตาด

แม้สถานีวิทยุและโทรทัศน์เสียงธรรมจะอยู่ในสำนักงานมูลนิธิเสียงธรรมฯ ซึ่งมีขนาดเล็ก แต่ถือว่ามีการจัดระบบอุปกรณ์ เครื่องมือในการผลิตทั้งสื่อวิทยุและโทรทัศน์ได้ดีในระดับหนึ่ง ในห้องเดียวกันมีทั้งแผงควบคุมการออกอากาศรายการวิทยุและโทรทัศน์ มีคอมพิวเตอร์หลายเครื่องช่วยทำงานได้อย่างไม่ขาดตกบกพร่อง เทคโนโลยีบางอย่าง เช่น ตัววิ่งข่าวประชาสัมพันธ์ด้านล่างของจอโทรทัศน์ ก็ได้รับความช่วยเหลือจากลูกศิษย์ ทางสถานีไม่ได้ผลิตขึ้นเอง ถือว่าใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้อย่างคุ้มค่า แต่ในระดับที่น้อยกว่าวัดพระธรรมกาย ซึ่งมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากกว่า

2.4.4 วัดพระธรรมกาย

ในบรรดาวัดทั้งหมด วัดพระธรรมกายมีความพร้อมด้านเทคโนโลยีมากที่สุด ทางวัดให้ความสำคัญกับเครื่องมือสื่อที่ทันสมัยและเป็นระบบ ฝ่ายสื่อแต่ละฝ่ายก็จะมีคอมพิวเตอร์และโปรแกรมคุณภาพสูงที่ทันสมัยรองรับการทำสื่อประเภทนั้นๆ มีเจ้าหน้าที่ที่แยกกันดูแลอย่างเป็นสัดส่วน มีฝ่ายแอนิเมชันที่ทันสมัยมาก อยู่ภายใต้การดูแลของสำนักสื่อสารองค์กร เพื่อผลิตสื่อแอนิเมชันประกอบในรายการโทรทัศน์ช่อง DMC ส่วนสื่ออื่นๆ ไม่มีปัญหาเรื่องทุนในการพัฒนาสื่อ เพราะได้รับบริจาคจากคณะลูกศิษย์อย่างต่อเนื่อง

2.4.5 วัดอัมพวัน

วัดอัมพวันใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก เจ้าหน้าที่ที่ดูแลสิ่งพิมพ์ก็ไม่ได้ลงมือจัดหน้าเองทุกกระบวนการ แต่ส่งต่อข้อมูลเนื้อหาไปยังโรงพิมพ์ที่เป็นของลูกศิษย์เป็นผู้ดำเนินการเอง หากโรงพิมพ์ส่งโครงร่างก่อนพิมพ์มาให้ดู วัดก็จะได้ร่วมตรวจสอบแต่ถ้าไม่ส่งมาให้ดูก็ไม่มีโอกาสแก้ไข วัดจึงไม่จำเป็นต้องมีอุปกรณ์ เทคโนโลยีต่างๆ เพราะประสานกับโรงพิมพ์เป็นหลัก แต่ปัจจุบันวัดมีความพยายามที่จะพัฒนาเทคโนโลยีวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ เพื่อแพร่ภาพการถ่ายทอดสดหลวงพ่ोजริญอวยพรปีใหม่ในช่วงสวดมนต์ข้ามปีจากวัดอัมพวันไปยังศูนย์ฯ เวฬุวัน

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยเปรียบเทียบโดยสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

มิติเปรียบเทียบ	เทคโนโลยี
วัดท่าซุง	มีเทคโนโลยีที่เพียงพอต่อสื่อที่วัดมี สื่อบางอย่างก็มีลูกศิษย์สนับสนุน
สวนโมกขพลาราม	มีเทคโนโลยีน้อยแต่ได้ความร่วมมือจากหอจดหมายเหตุฯ ทดแทนสิ่งที่สวนโมกข์ไม่มี
วัดป่าบ้านตาด	จัดระบบทั้งสื่อวิทยุและโทรทัศน์ได้ดี เทคโนโลยีบางอย่างได้รับความช่วยเหลือจากลูกศิษย์
วัดพระธรรมกาย	มีเทคโนโลยี เครื่องมือที่ทันสมัยและเป็นระบบที่สุด มีฝ่ายแอนิเมชันที่ทันสมัยมาก
วัดอัมพวัน	มีเทคโนโลยีน้อยมาก เพราะเน้นประสานโรงพิมพ์เป็นหลัก

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบความพร้อมด้านเทคโนโลยี

2.5 ความร่วมมือระหว่างสื่อภายในวัด จากการศึกษาความร่วมมือระหว่างสื่อในวัดทั้ง 5 แห่ง พบว่า แต่ละวัดมีระดับความร่วมมือที่แตกต่างกัน ดังนี้

2.5.1 วัดท่าซุง

วัดท่าซุงมีสื่อหลายประเภท แต่ละสื่อมีสำนักงานและมีพระเถระผู้ใหญ่แบ่งงานกัน และประสานความร่วมมือกันภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ อาทิ เว็บไซต์วัดจะเป็นสื่อหลักที่ช่วยโปรโมตสื่ออื่นๆ ของวัด เช่น แชรส์บทความจากอัมมวิโมกข์ หนังสือธรรมะ แชรส์คลิปวิดีโอ เสียงธรรมตามสายที่เป็นเทปชุดคำสอนหลวงพ่อก่อนที่เปิดคณะเจริญกรรมฐานภายในวัดท่าซุง อย่างอัมมวิโมกข์ในยุคหลัง

อาจมีการแนะนำข่าวสารจากในเว็บไซต์บ้าง จากในเฟซบุ๊กบ้าง ในหนังสือธรรมปฏิบัติยุคหลัง ทางวัดได้สั่งให้พิมพ์ช่องทางเว็บไซต์หรือเฟซบุ๊กแนบให้คนได้ติดตามอ่านด้วย

ทั้งนี้ ยังมีความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูล เช่น ธัมมวิโมกข์ในฐานะสื่อต้นขั้วของวัดได้แชร์เนื้อหาธรรมะให้แก่ฝ่ายอื่นที่ขอข้อมูลไฟล์เสียง ข้อมูลถอดเทปเข้ามา ฝ่ายเว็บไซต์เองก็ต้องประสานเนื้อหาจากธัมมวิโมกข์ หนังสือธรรมที่ตีพิมพ์แจก ขอรูปร่างจากทีมช่างภาพที่เป็นลูกศิษย์ภายนอกด้วย

2.5.2 สวนโมกขพลาราม

ลักษณะการทำงานด้านสื่อของวัดสวนโมกขพลาราม จะร่วมมือกันงานแต่กำหนด ผู้รับผิดชอบตามขอบข่ายงาน โดยคนทำสื่อในองค์กรจะต้องทำสื่อเป็นทุกๆ อย่าง เช่น ตรวจสอบฉบับพิมพ์ถอดเทป ฯลฯ โดยการส่งต่อโปรโมตธรรมะคำสอนของท่านพุทธทาสไปยังสื่ออื่นๆ นั้น พบบางส่วนในสื่อหนังสือธรรมยุคหลังๆ ซึ่งจะแนะนำเว็บไซต์วัดให้คนติดตามเนื้อหาต่อ แต่จะพบมากในสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊กของหอจดหมายเหตุฯ ที่ดึงเนื้อหาข้อมูลมาจากฐานข้อมูลหอจดหมายเหตุฯ ซึ่งได้รับข้อมูลคำสอนแบบปฐมภูมิจากสวนโมกข์อีกที

แต่ด้วยลักษณะองค์กรขนาดเล็กเอื้อต่อความร่วมมือในการผลิตสื่อมากขึ้น โดยธรรมทานทำงานร่วมกันอย่างไม่มีข้อจำกัดด้านฝ่ายสื่อ บุคลากร อยู่ด้วยกันอย่างเพื่อน พี่ น้อง หากเกิดปัญหาทุกคนก็พร้อมจะช่วยเหลือแก้ปัญหา

แต่ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนเนื้อหาข้ามองค์กรระหว่างธรรมทานมูลนิธิกับหอจดหมายเหตุฯ จะเกิดในกรณีที่มีกิจกรรมสำคัญ โอกาสพิเศษ เช่น งานล้ออายุท่านพุทธทาส งานวัดลอยฟ้า ยกตัวอย่างงานวัดลอยฟ้าญาณสังวร 101 เมื่อวันที่ 3-7 เม.ย.57 การประชุมร่วมมือกันทำกิจกรรม ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ความสะดวก ความใกล้เคียงของพื้นที่ ฯลฯ บุคลากรของธรรมทานอาจไม่สะดวกขึ้นมาประชุมร่วมกับหอจดหมายเหตุฯ และองค์กรภาคีธรรม แต่จะติดต่อผ่านโทรศัพท์โดยตรง หรือผ่านบุคคลหากต้องการความช่วยเหลือจากธรรมทานและสวนโมกข์

2.5.3 วัดป่าบ้านตาด

ในแต่ละสื่อของวัดป่าบ้านตาดจะมีการร่วมกันแนะนำให้ติดตามรับชมสื่อธรรมของหลวงตาผ่านทางโทรทัศน์ดาวเทียม วิทยุเสียงธรรมฯ ในสื่อโทรทัศน์เองก็จะแนะนำช่องทางเว็บไซต์ คลื่นวิทยุของสถานี มีตัววิ่งประชาสัมพันธ์ช่องทางสื่อต่างๆ ของวัดป่าบ้านตาด ถ้าเป็นตัววิ่งแบบ 2 บรรทัด บรรทัดบนจะแจ้งข้อมูลสถานีเครือข่าย 129 แห่ง บรรทัดล่างจะเป็นข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวัดป่าสายพระอาจารย์มั่น ภูริทัตโต

ในระดับความร่วมมือภายในองค์กร เกิดขึ้นบ่อยครั้งเมื่อแต่ละสื่อมีการลงพื้นที่เก็บข้อมูล เช่น ในงานบุญประเพณีข้าวเปลือก งานเปิดโลกธาตุ จะมีทีมบันทึกภาพนิ่งและวิดีโอของวัดป่าบ้านตาดทำหน้าที่บันทึกภาพวิดีโอ และส่งให้กับทางสถานีฯ ขณะเดียวกันจะมีทีมงานบางส่วนของสถานีฯ ไปร่วมถ่ายวิดีโอด้วย แสดงว่า ทีมงานวัดหรือทีมงานสถานีต่างร่วมกันทำงาน ไม่แบ่งแยกกัน

2.5.4 วัดพระธรรมกาย

ลักษณะการทำงานด้านสื่อวัดพระธรรมกาย จะร่วมมือกันทำงานแต่กำหนดผู้รับผิดชอบตามขอบข่ายงานอย่างชัดเจนเป็นกองหรือฝ่าย มีการแนะนำช่องทางสื่อต่างๆ ของวัด อย่างในเว็บไซต์ dmc.tv มีการนำข่าววัดพระธรรมกายสาขาต่างประเทศที่ออกอากาศในช่องโทรทัศน์ดาวเทียม DMC มาให้อ่านในเว็บไซต์ มีการแนะนำให้รับชมทีวีบนมือถือ แนะนำช่องทางทวิตเตอร์ มีการแนะนำช่องทางเฟซบุ๊กของวัด DMC.tv - Dhamma Media Channel โดยเฉพาะในเฟซบุ๊ก จะมีการแนะนำช่องทางเว็บไซต์ www.dmc.tv และ www.facebook.com/dmc072 บนพื้นที่ด้านล่างของรูป เพื่อให้ผู้ใช้เฟซบุ๊กติดตามไปยังเว็บไซต์ DMC.tv ต่อไป

ความร่วมมือที่เกิดขึ้นภายในองค์กรจึงเป็นความร่วมมือในการช่วยกันโปรโมตสื่อในเครือเดียวกัน และยังมีความร่วมมือด้านข้อมูล ซึ่งทุกสื่อของวัดจะต้องขอข้อมูลเนื้อหาจากแหล่งเดียวกัน คือ กองวิชาการและกองคณะกรรมการงานบุญ ซึ่งเป็นลักษณะการกระจายงานกึ่งรวมศูนย์

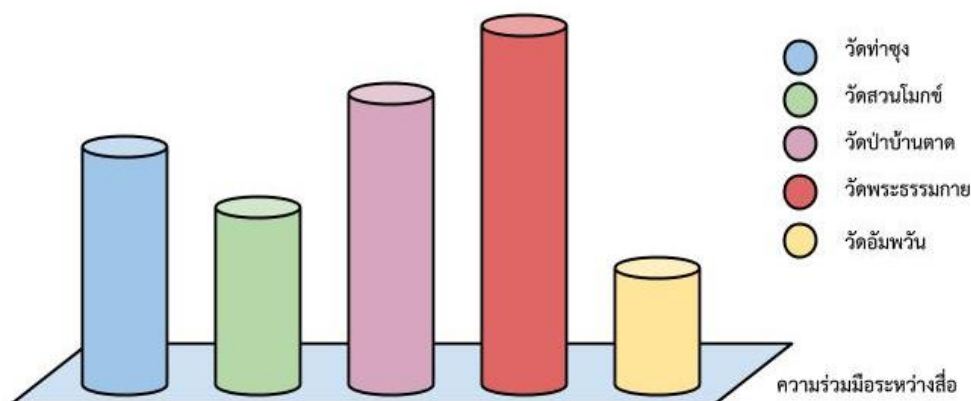
ความร่วมมือระหว่างสื่อภายในองค์กรที่เกิดขึ้นนี้เป็นผลมาจากวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง การจัดวางระบบการสื่อสารภายในวัดของสำนักสื่อสารองค์กร ทำให้สื่อทุกประเภทของวัดมีทิศทาง การสื่อสารไปในทางเดียวกันและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันได้

2.5.5 วัดอัมพวัน

สื่อออนไลน์ของวัดอัมพวันมีส่วนในการช่วยโปรโมตแนะนำสื่อหนังสือ สื่อบันทึกเสียง อย่างในเว็บไซต์วัดก็จะมีแบนเนอร์หรือลิงค์ให้กดไปติดตามเฟซบุ๊กของวัด ไปอ่านบทความของวัด เฟซบุ๊กของวัดจะมีการนำหลักธรรมคำสอนจากเว็บไซต์บ้าง จากหนังสือธรรมะของหลวงพ่อบ้างมาเผยแพร่ อีกทางหนึ่ง

ความร่วมมือด้านข้อมูล บุคลากร วัดอัมพวันกับศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวันมีความร่วมมือที่ใกล้ชิดกันมาก พระวัดอัมพวันจะมีการหมุนเวียนสลับสับเปลี่ยนมาช่วยเหลืองานศูนย์ฯ อาทิ งานด้านคอมพิวเตอร์ ด้านการวางระบบเน็ตเวิร์ค วางระบบไฟฟ้า ด้านการออกแบบจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ ล่าสุดมีความพยายามที่จัดทำสื่อวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ โดยถ่ายทอดสัญญาณหลวงพ่อบวชพรปีใหม่จากวัดอัมพวันส่งไปยังศูนย์ฯ เวฬุวันด้วย

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยเปรียบเทียบโดยสรุปเป็นแผนภูมิได้ดังนี้



แผนภาพที่ 4.13 เปรียบเทียบความร่วมมือระหว่างสื่อ

จากแผนภูมิข้างต้น แสดงว่า ในขั้นตอนการทำงานสื่อ วัดพระธรรมกายมีระดับความร่วมมือระหว่างสื่ออย่างเด่นชัดที่สุด เนื่องจากวัดมีสื่อหลายประเภท ร่วมกันแนะนำสื่อในเครือ แลกเปลี่ยนข้อมูลโดยอิงแหล่งเดียวกัน คือ กองวิชาการและกองคณะกรรมการงานบุญ ลักษณะการทำงานเป็นแบบกระจายงานกึ่งรวมศูนย์

ขณะที่วัดป่าบ้านตาด มีระดับความร่วมมือสื่อรองลงมา โดยมีการร่วมกันลงพื้นที่เก็บข้อมูล ภาพนิ่งวิดีโอ แชนร์ข้อมูลซึ่งกันและกัน ทีมงานวัดหรือทีมงานสถานีต่างร่วมกันทำงานและร่วมกันโปรโมตเนื้อหาข้ามสื่อ วัดท่าซุงมีระดับความร่วมมือในการโปรโมตเนื้อหา ช่องทางสื่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ ลดน้อยลงมาเนื่องจากการแบ่งฝ่ายดูแลสื่ออย่างอิสระ แต่ยังมีความร่วมมือระหว่างกันหลายโอกาส

ด้านสวนโมกข์พลารามมีความร่วมมือระหว่างสื่อน้อย และวัดอัมพวันมีความร่วมมือระหว่างสื่อนานๆ ครั้งหรือตามวาระโอกาสพิเศษของวัด

2.6 ความยากง่ายของการหลอมรวมสื่อ จากการศึกษาระดับความยากง่ายในการหลอมรวมสื่อของแต่ละวัดที่ศึกษา พบว่าแต่ละแห่งมีระดับความยากง่ายที่แตกต่างกัน ดังนี้

2.6.1 วัดท่าซุง

วัดท่าซุงมีความพร้อมในด้านบุคลากร ทูม เทคโนโลยี ส่วนแนวทางคำสอน นโยบายองค์กรต่างไม่ได้ปิดกั้นการใช้สื่อหลากหลายประเภท เพียงแต่มีระบบการทำงานแบบแบ่งฝ่ายกันดูแลแต่ละสื่ออย่างชัดเจนเพื่อให้เกิดการกระจายงานอย่างทั่วถึง เนื่องจากวัดท่าซุงเป็นองค์กรวัดขนาดใหญ่และมีลูกศิษย์จำนวนมาก ด้วยความจำเป็นดังกล่าว วัดท่าซุงจึงไม่อาจร่วมมือกันทำงานแบบหลอมรวมสื่อได้อย่างเต็มตัว

2.6.2 สวนโมกขพลาราม

สวนโมกขพลาราม มีข้อจำกัดสำคัญในกระบวนการทำงานแบบหลอมรวมสื่อตรงที่แนวคิดนโยบายการใช้สื่อขององค์กรที่ไม่เน้นปริมาณสื่อตามยุคสมัยของเทคโนโลยีการสื่อสารหรือพฤติกรรมผู้รับสื่อที่เปลี่ยนไป แต่สวนโมกข์จะยึดหลักความคุ้มค่า หากทำแล้วไม่เกิดประโยชน์สูงสุด ประหยัดที่สุดก็อาจไม่พิจารณาขยายประเภทสื่อเพิ่ม เนื่องจากธรรมเนียมมูลนิธิในฐานะคณะทำงานสื่อของวัดเองก็มีบุคลากรน้อย แต่กระนั้นก็ได้ทำงานร่วมกับหอจดหมายเหตุพุทธทาสฯ เป็นศูนย์กลางข้อมูลจดหมายเหตุและเผยแพร่ธรรมะของท่านพุทธทาส ตั้งอยู่ที่กรุงเทพฯ ด้วยเหตุที่ศูนย์การทำงานแบ่งออกเป็น 2 ส่วน จึงทำให้เกิดการบูรณาการความร่วมมือด้านสื่อเข้าด้วยกันได้ยากกว่าองค์กรที่เน้นรวมศูนย์การทำงาน

2.6.3 วัดป่าบ้านตาด

วัดป่าบ้านตาดเป็นวัดสายพระป่ากรรมฐานที่ดูเหมือนจะไม่มีลักษณะการทำงานแบบหลอมรวมสื่อมาตั้งแต่แรก เนื่องจากแนวทางคำสอน นโยบายองค์กรที่มีทำที่ปฏิเสธการใช้สื่อสมัยใหม่ จนกระทั่งประเทศประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจครั้งสำคัญ ถือเป็นจุดเปลี่ยนที่ทำให้วัดป่าบ้านตาดเริ่มเปิดกว้างรับสื่อทางโลกเข้ามาเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่พระธรรมและระดมทรัพยากรจากทุกภาคส่วนเพื่อแก้วิกฤตเศรษฐกิจจนประสบความสำเร็จ และเน้นใช้สื่อตลอดมาจนถึงปัจจุบัน ในส่วนของรูปแบบการทำงาน บุคลากร ต่างเื้อต่อการทำงานแบบหลอมรวมสื่อ เนื่องจากบุคลากรที่มเดียวกันจะต้องรับผิดชอบสื่อทุกสื่อทั้งวิทยุ โทรทัศน์ และมีศูนย์กลางทำงานเพียงแห่งเดียวคือ มูลนิธิเสถียรธรรมฯ

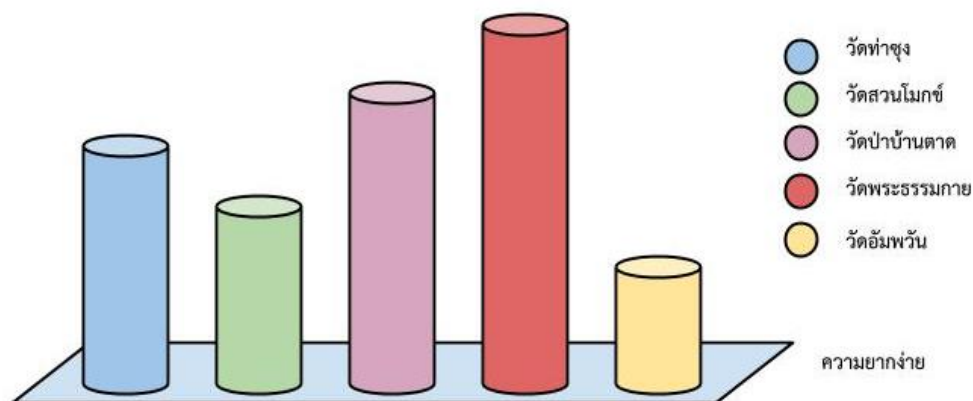
2.6.4 วัดพระธรรมกาย

วัดพระธรรมกายเป็นองค์กรวัดขนาดใหญ่ที่มีความพร้อมต่อการทำงานแบบหลอมรวมสื่อในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นทุนการพัฒนาสื่อ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทั้งทางโลกและทางธรรม เทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความทันสมัย นโยบายองค์กรที่เน้นการเผยแพร่ธรรมะเชิงรุกมาตั้งแต่ต้น ตลอดจนมีการรวมศูนย์การทำงานไว้ที่วัดพระธรรมกาย ดูแลโดยสำนักสื่อสารองค์กรเพียงแห่งเดียว มีความร่วมมือระหว่างสื่อ ระหว่างองค์กรภาคีธรรมทั้งในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดเครือข่ายการทำงานสื่อศาสนาที่เป็นระบบและประสบความสำเร็จมากที่สุดวัดหนึ่งในขณะนี้

2.6.5 วัดอัมพวัน

วัดอัมพวันเป็นวัดเน้นการปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐาน เป็นองค์กรขนาดเล็กแต่รองรับผู้มาปฏิบัติธรรมจำนวนมากต่อวัน เนื่องด้วยนโยบายของวัดที่เน้นการเป็นศูนย์ปฏิบัติธรรม จึงทำให้วัดไม่ค่อยเน้นการใช้สื่อหรือผลิตสื่อจำนวนมากเพื่อดึงคนให้เข้ามาวัด ระบบการทำงานด้านสื่อถือว่ายังไม่มีการแบ่งงานเป็นฝ่ายอย่างชัดเจน เพราะปัจจุบันมีการทำสื่อจริงๆ เพียงปีละครั้ง คือ หนังสือกฏแห่งกรรม ธรรมปฏิบัติ บุคลากรเองก็มีจำนวนน้อย อีกทั้งแนวคิดการไม่สงวนลิขสิทธิ์ของเนื้อหาธรรมะในการเผยแพร่ ทำให้อ่านจในการผลิตสื่อตกอยู่ในมือของผู้รับสื่อที่สนใจ ไม่ใช่ทางวัด ดังนั้น วัดจึงไม่อาจมีรูปแบบการทำงานแบบหลอมรวมสื่อได้

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยเปรียบเทียบโดยสรุปเป็นแผนภูมิดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 4.14 เปรียบเทียบความยากง่ายของการหลอมรวมสื่อ

กล่าวได้ว่า ความยากง่ายของการหลอมรวมสื่อในแต่ละองค์กรมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านบุคลากร นโยบายองค์กร แนวทางคำสอน ทูณ และลักษณะร่วมมือที่เกิดขึ้นในองค์กร โดยวัดพระธรรมกายมีความพร้อมในทุกด้าน เกิดกระบวนการทำงานหลอมรวมสื่อได้ง่ายกว่าวัดอื่นๆ รองลงมาเป็นวัดป่าบ้านตาด ซึ่งจะมีปัจจัยเรื่องเทคโนโลยีที่ทันสมัยและบุคลากรที่ยังไม่มีความเป็นสื่อมืออาชีพเท่ากับวัดพระธรรมกาย ทำให้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ที่ผลิตออกมายังไม่หลากหลายหรือมีปัญหาเรื่องคุณภาพสัญญาณอยู่บ้าง

วัดท่าซุง แม้จะมีบุคลากรรองรับทั้งพระสงฆ์และฆราวาส แต่ก็มีปัญหาเรื่องการแบ่งอำนาจการทำงานไปยังแต่ละฝ่ายและไม่ได้เกิดความร่วมมือระหว่างสื่อมากนัก ยกเว้นในช่วงที่วัดมีกิจกรรมใหญ่ประจำปี สวนโมกข์พลาารามและวัดอัมพวัน ค่อนข้างยากในการสร้างระบบการทำงานแบบหลอมรวมสื่อ ซึ่งจะต้องปรับตั้งแต่แนวคิด นโยบายองค์กรที่เน้นการใช้สื่อก่อน บุคลากร ทูณ เทคโนโลยีและความร่วมมือด้านสื่อจึงจะตามมา

2.7 ศูนย์กลางการทำงานสื่อ จากการเปรียบเทียบมิติด้านศูนย์กลางการทำงานสื่อในแต่ละวัดพบว่า

2.7.1 วัดท่าซุง

วัดท่าซุงมีการแบ่งหน้าที่การทำงานสื่อออกเป็นฝ่ายย่อยๆ โดยมีพระเถระชั้นผู้ใหญ่ของวัดเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ มีพระสงฆ์ ฆราวาสเป็นทีมงานแต่ละสื่อ แต่ละสื่อมีอำนาจที่เป็นอิสระในการผลิตสื่อของตนเองโดยไม่มีการก้าวล่วงงานกัน เนื่องจากแต่ละฝ่ายทราบขอบข่ายการทำงานชัดเจนอยู่แล้ว แต่มีสื่อเฟซบุ๊กดูแลโดยคณะลูกศิษย์มูลนิธิหลวงพ่อบาน-พระมหาวิระ ถาวร ที่จะแยกส่วนการทำงานออกไป แต่ก็มีประสานความร่วมมือกับทางวัดอย่างต่อเนื่อง เพราะเนื้อหาที่ลงในเฟซบุ๊กเป็นกิจกรรมประจำของวัด

2.7.2 สวนโมกขพลาราม

หากพิจารณาเฉพาะสวนโมกขพลาราม แต่เดิมศูนย์กลางการทำงานสื่อจะขึ้นตรงต่อธรรมทานมูลนิธิเป็นหลัก นับแต่มีการก่อตั้งหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ สวนโมกขพลารามและหอจดหมายเหตุฯ ก็มีการแยกศูนย์กลางทำงานออกจากกันเพื่อแบ่งกันทำหน้าที่กระจายงานเผยแผ่พระพุทธศาสนาให้กว้างขวาง ดังนั้น นโยบายดังกล่าวจึงไม่สนับสนุนต่อการหลอมรวมตัวองค์กรเข้าด้วยกัน

2.7.3 วัดป่าบ้านตาด

ศูนย์กลางทำงานสื่อของวัดป่าบ้านตาดดูแลโดยมูลนิธิเสียงธรรมฯ เป็นศูนย์รวมการทำงานทั้งสื่อหนังสือ ซีดี วิทยู โทททัศน์เข้าไว้ด้วยกัน มีบุคลากรที่มึเดียวในการบริหารจัดการทุกสื่อ แต่มีสื่อออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์หลวงตาและเฟซบุ๊กวัด ที่จะรับผิดชอบดูแลโดยคณะลูกศิษย์ภายนอก แต่กระนั้นทางทีมงานก็มีการประสานความร่วมมือด้านเนื้อหาข้อมูลกันอยู่ตลอด

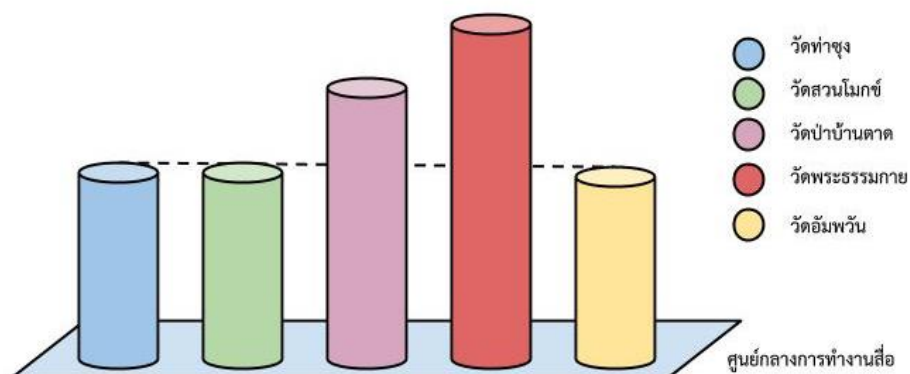
2.7.4 วัดพระธรรมกาย

วัดพระธรรมกายเป็นองค์กรวัดขนาดใหญ่ แม้จะมีการแบ่งฝ่ายการทำงานย่อยๆ เพื่อแบ่งกันผลิตแต่ละสื่อแต่จะมีการรวมศูนย์ความร่วมมือมายังส่วนกลาง คือ กองวิชาการและคณะกรรมการงานบุญทุกครั้งเมื่อต้องมีการใช้เนื้อหาในการผลิตสื่อ อีกทั้งยังอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักสื่อสารองค์กรอีกชั้นหนึ่งเพื่อควบคุมทิศทางการสื่อสารของวัดให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันในทุกสื่อตลอดจนฝ่ายงานด้านสื่อทุกสื่อก็รวมศูนย์อยู่ในวัดพระธรรมกายทั้งหมด ไม่มีการแยกฝ่ายออกไปภายนอก

2.7.5 วัดอัมพวัน

นับแต่มีการก่อตั้งศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน จ.ขอนแก่น วัดอัมพวันก็มีการแยกศูนย์การทำงานออกไป ด้วยนโยบายที่ต้องการกระจายแนวการปฏิบัติธรรมของหลวงพ่ोजริญไปยังคนในพื้นที่ จ.ขอนแก่น ทำให้ไม่เกิดลักษณะการยุบรวมองค์กรเพื่อทำงานแบบหลอมรวมสื่อ

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยสามารถเปรียบเทียบโดยสรุปเป็นแผนภูมิ ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 4.15 เปรียบเทียบศูนย์กลางการทำงานสื่อ

กล่าวได้ว่า วัดพระธรรมกายมีลักษณะของศูนย์กลางการทำงานสื่อเพียงแห่งเดียวแต่แบ่งออกเป็นฝ่ายๆ ที่ทำงานกันในลักษณะผสมผสานระหว่างการรวมศูนย์และกระจายศูนย์ ส่งผลให้อำนาจในการควบคุมดูแลสื่ออยู่ที่ส่วนกลาง ขณะที่วัดป่าบ้านตาดมีบางสื่อที่ยังดูแลโดยคณะลูกศิษย์ภายนอก ซึ่งอาจเป็นงานอาสาที่คณะลูกศิษย์ยินดีจะช่วยเหลือวัด แต่ศูนย์กลางการทำงานของสื่อส่วนใหญ่อยู่ใน การดูแลของบุคลากรของวัดเพียงกลุ่มเดียว ต่างจากวัดอื่นๆ ที่มีศูนย์กลางการทำงานสื่อแบบกระจาย ศูนย์หรือกระจายความร่วมมือออกไปยังฝ่ายต่างๆ โดยไม่ได้มีหน่วยงานส่วนกลางดูแล ดังนั้น จากปัจจัยด้านการรวมศูนย์กลางทำงานสื่อ องค์กรที่มีแนวโน้มเข้าเกณฑ์กระบวนการทำงาน หลอมรวมสื่อจึงมีเพียงวัดพระธรรมกายและวัดป่าบ้านตาด โดยวัดพระธรรมกายมีความพร้อมมาก ที่สุดในวัดที่ศึกษาทั้งหมด

บทที่ 5

ปัจจัยและประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อองค์กรและผู้รับสื่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย ยังได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อ รวมถึงประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีผลต่อวัดและผู้รับสื่อ เพื่อทราบปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ตลอดจนเป็นการประเมินประสิทธิผลของสื่อที่วัดใช้ในมิติต่อองค์กรผู้ผลิตสื่อและผู้รับสื่อ โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการศึกษากลับเป็น 2 ส่วนคือ

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อขององค์กร
2. ประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อองค์กรและผู้รับสื่อ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา

การศึกษาวิจัยหรืออุปสรรคของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อและองค์กรทางพระพุทธศาสนา ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ผลิตสื่อในวัด 5 วัด รวม 19 คน และสัมภาษณ์ผู้รับสื่อแต่ละวัดรวม 38 คน ซึ่งผู้วิจัยจะจัดกลุ่มข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยแบ่งเป็นปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กร ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยภายในองค์กร

ปัจจัยภายในองค์กร เป็นปัจจัยภายในที่มีผลกระทบต่อการบริหารจัดการองค์กรด้านสื่อ แบ่งเป็นปัจจัยที่เป็นตัวสนับสนุนและเป็นอุปสรรค ซึ่งจากการศึกษาการทำงานสื่อขององค์กรศาสนา ทั้ง 5 แห่ง พบว่า ปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นตัวกำหนดการทำงานแบบหลอมรวมสื่อในรูปแบบที่แตกต่างกัน ดังนี้

1.1 นโยบายองค์กร

นโยบาย แนวทางของวัด เป็นปัจจัยกำหนดทิศทางการทำงานสื่อของวัด เนื่องจากได้ผ่านการประชุมหารือจากคณะกรรมการวัด คณะกรรมการสงฆ์ บางวัดมีคณะลูกศิษย์เข้าร่วมกำหนดนโยบายด้วย ซึ่งจากการเก็บข้อมูลนโยบายการทำงานด้านสื่อของวัดแต่ละแห่ง พบว่า ส่วนใหญ่จะมีนโยบายสนับสนุนการใช้สื่อหลากหลายประเภทในการเผยแผ่ธรรมะ ขึ้นอยู่กับความซ้ำเร็วในการเข้าสู่บริบทการหลอมรวมสื่อ โดยบางวัดอาจส่งเสริมให้มีการใช้สื่อมาตั้งแต่ต้น เช่น วัดพระธรรมกาย บางวัดอาจเพิ่งปรับตัวมาใช้สื่อตามยุคสมัย เช่น วัดท่าซุง วัดอัมพวัน บางวัดเพิ่งปรับมาเน้นใช้สื่อหลังเกิดวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศ เช่น วัดป่าบ้านตาด

โดยปัจจัยด้านนโยบายองค์กรดังที่กล่าวไป ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางศาสนาในระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจแบ่งได้เป็นปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรค ดังนี้

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุนในมิตินโยบายองค์กร สามารถแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ กล่าวคือ

1) การใช้นโยบายเชิงรุกในการเผยแพร่ธรรม

นโยบายการเผยแพร่ธรรมเชิงรุกขององค์กรเป็นปัจจัยสำคัญกำหนดการวางแผนใช้สื่อหลากหลายประเภท เนื่องจากเป็นนโยบายที่ส่งเสริมการเผยแพร่หลักธรรมคำสอนไปยังกลุ่มลูกศิษย์ เพิ่มช่องทางการเข้าถึงสื่อขององค์กรซึ่งจะนำไปสู่กระบวนการหลอมรวมสื่อที่มีประสิทธิภาพ ยกตัวอย่างกรณีวัดพระธรรมกายและสวนโมกขพลาราม

“ปัจจุบันวัดพระธรรมกายอยู่ในยุคแห่งการเผยแพร่ศาสนาอย่างเต็มตัว เป็นการเผยแพร่ในเชิงรุก โดยจัดกิจกรรมที่มุ่งออกนอกไปสู่มวลชนนอกวัดมากขึ้น ในจำนวนที่มากขึ้น มีกิจกรรมและมีพิธีกรรมในขนาดมีผู้ร่วมงานนอกสถานที่นับหมื่นนับแสนคน ตั้งแต่การเดินธุดงค์ในเมืองของพระนักปฏิบัติ การตักบาตรพระสงฆ์นักปฏิบัติ หรือการบวชพระนักปฏิบัติรูป ก็ล้วนเริ่มต้นช่วงนี้ นอกจากขยายแนวรุกภายในประเทศผ่านหลายกิจกรรมแล้ว ยังเปิดสาขาในหลายประเทศทั่วโลก แม้กระทั่งประเทศมุสลิมในตะวันออกกลาง ก็มีสาขาวัดพระธรรมกายตั้งอยู่ และยังเปิดสนามสอบธรรมศึกษาในประเทศนั้น ๆ ติดต่อกันมา 3-4 ปีแล้ว”

(พระมหาสมชาย ฐานวุฑฺโฒ, อ้างถึงในสมาน สุโดโต 2557)

“สวนโมกข์ต้องมีวิธีในการประชาสัมพันธ์วัดเชิงรุก แนะนำช่องทางสื่อให้คนรู้จัก ต้องคิดแผนสนับสนุนการใช้สื่อของวัดให้เป็นที่แพร่หลาย คนจะได้รู้จักและใช้ประโยชน์สื่อของวัดอย่างคุ้มค่าตรงตามวัตถุประสงค์การผลิตสื่อของวัด”

(สุธาสนี ใจสมิทธิ์, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

2) นโยบายการจัดการเนื้อหาสื่อให้เป็นปัจจุบัน ทันสมัย

การจัดการเนื้อหาสื่อของวัดให้เป็นปัจจุบันและมีเนื้อหาข้อมูลใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง เป็นปัจจัยสนับสนุนที่ตอบโจทยพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อ ทำให้ผู้รับสื่อสามารถติดตามเนื้อหาของวัดได้ตลอดเวลา ถ้าเนื้อหาขององค์กรไม่มีความเคลื่อนไหว ผู้รับสื่อจะเปลี่ยนไปเปิดรับสื่อช่องทางอื่นๆ แทน ยกตัวอย่างกรณีของสวนโมกขพลาราม

“สื่อที่เป็นสื่อประเภทหลักของสวนโมกข์จะต้องมีการอัปเดตตารางกิจกรรม ข่าวสารภายในวัด ข้อธรรมะอย่างเป็นประจำสม่ำเสมอ เช่น กำหนดไปเลยจะอัปเดตธรรมะวันละ 3 เวลา อัปเดตกิจกรรมทุกเดือน หรือทุกวันที่ 15 และ 30 ของเดือน ถ้าวัดจัดการระบบตรงนี้อย่างสม่ำเสมอ ผู้รับสื่อจะทราบเวลาที่แน่ชัดและจะมีคนติดตามเรื่อยๆ”

(จิตติมา วงศ์ถวัลย์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

3) การประชุมติดตามผลการดำเนินงานสื่ออย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ

ระบบการทำงานสื่อขององค์กรที่ผู้บริหารในระดับนโยบายมีการประชุมติดตามผลอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลให้การทำงานต่างๆ ขององค์กรมีการรวมศูนย์ ทำให้ง่ายและรวดเร็วต่อการตัดสินใจ ดำเนินนโยบายต่างๆ ขององค์กร ซึ่งหากไม่มีการประชุมระหว่างสื่อในองค์กร ย่อมจะส่งผลให้เกิดความร่วมมือระหว่างสื่อได้ยาก ยกตัวอย่างกรณีวัดป่าบ้านตาด

“วัดป่าบ้านตาดจะมีการประชุมฝ่ายสื่ออย่างเป็นทางการเป็นประจำทุกเดือนและอย่างเป็นทางการไม่เป็นทางการทุกวัน โดยอำนาจอยู่ที่การพิจารณาตัดสินของคณะกรรมการของวัด หากมีการเสนอให้เปลี่ยนแปลงแผนผังรายการ โครงสร้างการออกอากาศ หรือเนื้อหาส่วนใดๆ วัดจะต้องนำเรื่องเข้าที่ประชุมคณะกรรมการทุกครั้ง ส่วนหนึ่งทำให้ระบบการทำงานมีการตรวจสอบ ติดตามผลอย่างสม่ำเสมอและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน”

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 15 พ.ย.56)

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค

ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในมิตินโยบายการทำงานสื่อขององค์กร มีดังนี้

1) องค์กรไม่มีนโยบายขยายประเภทสื่อเนื่องจากความไม่คุ้มทุน

องค์กรที่ไม่มีนโยบายขยายประเภทสื่อหรือไม่สนับสนุนให้ใช้สื่อหลากหลายประเภทเพื่อเผยแพร่ธรรมะของวัด ถือเป็นอุปสรรคที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อของวัด หากทางคณะกรรมการวัดพิจารณาแล้วเห็นว่าไม่ควรเพิ่มประเภทสื่อเนื่องจากเป็นสื่อที่ยังไม่มีความจำเป็นต่อวัด หากเพิ่มเข้ามา ก็เป็นการเพิ่มต้นทุนด้านบุคลากร งบประมาณโดยได้ประโยชน์ไม่คุ้มกับต้นทุน ทำให้วัดดังกล่าวไม่สามารถใช้ประโยชน์ช่องทางสื่อได้อย่างเต็มที่ ยกตัวอย่างวัดท่าซุงและวัดป่าบ้านตาด

“นโยบายการใช้สื่อของวัดท่าซุง ทางคณะกรรมการวัดเห็นว่า ทิศทางสื่อของวัดจะยังไม่ขยายประเภทสื่อเพิ่มเติม โดยเฉพาะสื่อที่ได้ประโยชน์ไม่คุ้มกับเสีย เช่น ไม่ผลิตสื่อวิทยุเพราะคิดว่าคงไม่มีใครฟัง สื่อโทรทัศน์คิดว่าไม่มีเนื้อหาสำหรับออกอากาศมากเพียงพอและต้องติดต่อเรื่องโฆษณาอีก

(พระอาจารย์อาจินต์ ฐัมมจิตโต, สัมภาษณ์ 10 ม.ค.57)

“คณะกรรมการมูลนิธิเสียงธรรมะของวัดป่าบ้านตาด พิจารณาเห็นว่าไม่ต้องขยายประเภทสื่อเพิ่มเติม เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร เพราะจะกลายเป็นสื่อที่เน้นเนื้อหาทางโลกจนเกินไป หนังสือธรรมะของวัดยังมีอยู่ มีวิทยุ มีโทรทัศน์ด้วย ไม่จำเป็นต้องมีสื่อหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารอีก”

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 15 พ.ย.56)

2) องค์กรเน้นสื่อสารคนในวัดมากกว่าภายนอกวัด

การเน้นสื่อสารเฉพาะกลุ่มคนในวัด ถือเป็นการให้ข้อมูลคนภายใน เสริมความศรัทธาทำให้คนในวัดได้รับประโยชน์อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย แต่บางกิจกรรมหากไม่สื่อสารออกไปยังกลุ่มคนภายนอกให้เกิดความเข้าใจตรงกันก็จะเป็นอุปสรรคต่อการจัดกิจกรรมสำหรับกลุ่มคนหมู่มากใน

โอกาสต่อไปได้ เช่น กรณีวัดพระธรรมกาย ดังต่อไปนี้

“บางครั้งวัดพระธรรมกายจะเน้นสื่อสารให้แก่กลุ่มลูกศิษย์วัดมากจนลืมให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลคนภายนอก เช่น กิจกรรมรุดงค์ธรรมชัย ตัวเราเองที่เป็นคนในวัดได้ทราบวัตถุประสงค์การจัดงาน ได้เห็นรูปแบบกิจกรรมก็รู้สึกว่ วัดสื่อสารแต่กับคนในวัด ไม่ได้สื่อสารกับคนนอกและชุมชนโดยรอบเส้นทางรุดงค์ธรรมชัย แค่นี้คิดว่าจุดนี้จะมีโครงการรุดงค์ธรรมชัยจัดขึ้นในวันที่เท่านี้ จุดนี้เป็นกิโลเมตรที่เท่าไร กำลังเดินมุ่งหน้าไปที่ไหน แต่ในความจริงอาจต้องให้ข้อมูลแก่คนภายนอกว่า เส้นทางบูชามหาปูชนียาจารย์มีความเป็นมาและความสำคัญอย่างไร ถ้าไปร่วมแล้วจะได้รับผลบุญอย่างไรที่จะดึงดูดให้คนที่ไม่รู้จักวัดออกมาร่วมด้วย”

(กัลยกร ฝูงวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

“คนภายนอกมองว่าทางวัดพระธรรมกายเรียกคนทำบุญมากไป เน้นเชิงวัดถูกมากไป เน้นสถานที่ใหญ่โตมากไป วัดต้องมีวิธีการสื่อสารกับคนภายนอกให้ถูกต้องก่อน”

(พรทิพย์ ประดิษฐ์กร, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

3) องค์กรใช้สื่อเพื่อแก้ข่าว ปรับลดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ที่สังคมภายนอกมองเข้ามา บางกรณีวัดที่มักปรากฏเป็นข่าว ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์จากสังคมภายนอก เช่น วัดพระธรรมกาย การใช้สื่อของวัดจะเป็นการแก้ข่าว ฟันฟูภาพลักษณ์ของวัดให้กลับมามีความน่าเชื่อถือที่วัดจะใช้สื่อ ใช้ทรัพยากรที่มีไปกับการเผยแพร่ธรรมะ แต่กลับต้องตั้งทีมงานดูแลภาพลักษณ์ ทีมงานเฝ้าระวังกลุ่มคนที่มุ่งทำลายชื่อเสียงของวัด บางครั้งวิธีการแก้ไขภาพลักษณ์ขององค์กรเองก็ยังไม่มีประสิทธิภาพนัก ถือเป็นปัจจัยอุปสรรคประการหนึ่งทำให้สังคมอาจยังไม่เปิดรับสื่อของวัดพระธรรมกาย

“อย่างกรณีมีคนติดต่อภาพตารานักแสดง นักการเมืองแล้วโยงเข้าประเด็นการเมือง หรือมีชายชุดดำเข้ามาในวัดพระธรรมกาย แทนที่จะมีการแก้ไขข่าวให้ถูกต้องว่าจริงๆ เป็นเพียงข่าวลือ ไม่มีชายชุดดำเข้ามาเดินโดยเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน แต่กลับแก้ไขข่าวผ่านเฟซบุ๊กของพระอาจารย์ท่านหนึ่ง ซึ่งมองว่าเป็นการแก้ไขภาพลักษณ์ที่ไม่ดี ยิ่งช่องทางเฟซบุ๊ก คนจะแชร์ข่าวไม่ได้ได้อย่างรวดเร็ว ทำให้การสื่อสารสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องกลับไปยังบุคคลที่เข้าใจผิดเหล่านั้นกระทำได้ยากขึ้น”

(กัลยกร ฝูงวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

1.2 ปัจจัยด้านแนวทางคำสอน

แนวทางคำสอนของหลวงพ่เป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดนโยบาย ระบบการทำงานสื่อของวัด เนื่องจากบุคลากรสื่อจะให้ความสำคัญที่เป็นตัวกำหนดนโยบาย ระบบการทำงานสื่อของหลวงพ่เป็นหลัก โดยลักษณะแนวทางคำสอนของวัดได้ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อใน 2 ลักษณะ

ได้แก่ แนวทางคำสอนที่ส่งผลต่อความเหมาะสมในการใช้สื่อ และแนวทางคำสอนที่กล่าวถึงสื่อในฐานะโอกาส (Opportunity) และภัยคุกคาม (Treat) ต่อการปฏิบัติธรรม

ทั้งนี้ ปัจจัยด้านนโยบายองค์กรที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อ อาจแบ่งได้เป็นปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรค ได้แก่

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุนด้านแนวทางคำสอน สามารถแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) แนวทางคำสอนสนับสนุนการใช้สื่อในการเข้าถึงกลุ่มผู้รับสื่อที่หลากหลาย

บางวัดมีแนวทางคำสอนที่สนับสนุนการเผยแพร่เนื้อหาสื่อออกไปในวงกว้าง ไม่จำกัดเส้นทางการไหลของเนื้อหาองค์กร มองว่าธรรมะต้องเผยแพร่ออกไปให้กว้างขวางที่สุด ส่งผลให้องค์กรสนับสนุนการเผยแพร่ธรรมะอย่างเต็มที่ กรณีดังกล่าว วัดพระธรรมกายจะมีแนวทางคำสอนที่ต่างจากวัดอื่นๆ เนื่องจากในช่วงแรกวัดอื่นๆ มีแนวคิดที่ปฏิเสธการใช้สื่อทางโลก มีเพียงวัดพระธรรมกายที่ยึดแนวทางคำสอนตามหลักอภัยราชกุมารสูตร ซึ่งเป็นพุทธวิธีในการสื่อสารของพระพุทธเจ้าในพระไตรปิฎก ส่งผลให้แนวทางคำสอนเป็นปัจจัยสนับสนุนการใช้สื่อของวัดพระธรรมกายอย่างโดดเด่น

“การผลิตสื่อของวัดพระธรรมกายจะอาศัยหลักการในการให้ธรรมะ ให้ข่าวประชาสัมพันธ์แก่กลุ่มผู้รับสื่อตามหลักอภัยราชกุมารสูตร พุทธวิธีในการสื่อสารของพระพุทธเจ้า ทำให้วัดจึงเน้นใช้สื่อมาตั้งแต่ต้น”

(พระมหานพพร ปุณฺณชโย, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค

ปัจจัยอุปสรรคด้านแนวทางคำสอน แบ่งออกเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

1) แนวทางคำสอนของวัดปฏิเสธการใช้สื่อ เนื่องจากมองว่าสื่อเป็นเครื่องประหารกิเลสพระจากการศึกษาพบว่า วัดส่วนใหญ่มีแนวทางคำสอนที่กล่าวว่า การใช้สื่อมวลชนทางโลกเป็นภัยต่อการปฏิบัติธรรมของพระสงฆ์และประชาชน เนื่องจากมองว่าสื่อทางโลกมีแต่เนื้อหาที่ไม่จริงใจ จิตใจ ไม่ก่อให้เกิดการพัฒนาทางปัญญา จึงปฏิเสธในการใช้สื่อในระยะแรก แต่มีการปรับตัวมาใช้สื่อเพิ่มขึ้นในระยะหลัง ยกตัวอย่างกรณีวัดป่าบ้านตาด

“ก่อนหน้านี้ท่านมองว่าสื่อมวลชนเป็นเครื่องประหารพระ โดยเปรียบว่า หนังสือพิมพ์มีแต่ข่าวทางโลก เรามาบวชเพื่อไม่อย่ากรับรู้อะไร วิชุกภัยขายของโฆษณา ไทรทัศน์เหมือนเป็นพระเทวทัต ไทรทัศน์มือถือนี่ปฏิเสธอย่างที่สุด ถ้าหลวงตาว่าใครมีมือถือ จะไล่ออกจากวัดเดี๋ยวนั้นเลย แต่ในช่วงช่วยชาติ ท่านเปิดกว้างให้ใช้สื่อต่างๆ เพื่อการเผยแผ่ธรรมะมากขึ้น”

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 15 พ.ย.56)

2) แนวทางคำสอนของวัดมองว่าต้องใช้สื่อเท่าที่จำเป็น ไม่ต้องตามกระแสทางโลก

ในกรณีที่วัดมีแนวทางคำสอนเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์สื่อเพื่อให้เกิดความคุ้มค่า เลือกเพิ่มประเภทสื่อเท่าที่จำเป็น ไม่ต้องสร้างสื่อให้มีหลากหลายประเภทตามกระแสทางโลก เช่น สวนโมก

ขพลาราม วัดป่าบ้านตาด ถือเป็นปัจจัยอุปสรรคต่อการบริหารจัดการสื่อของวัดและการเพิ่มประเภทสื่อ ทำให้วัดดังกล่าวมีการใช้สื่อเพียงไม่กี่ประเภท

“สวนโมกข์จะทำสื่อเท่าที่จำเป็น ยึดหลัก “ประโยชน์สูง ประหยัดสุด” ของท่านพุทธทาส วัดต้องทำเป็นตัวอย่างให้เห็นว่าการใช้สื่อต้องยึดหลักประโยชน์สูง ประหยัดสุด ไม่ตามกระแสทางโลก แต่ไม่ใช่ไม่ใช้สื่อเลย ท่านพุทธทาสเองท่านไม่ได้ปิดกั้นสื่อทุกประเภท ในยุคที่ท่านไม่มีกล้องถ่ายรูปหาเครื่องอัดเสียงยากมาก ท่านก็ชวนฆราวาสหาเครื่องอัดเสียงได้ แต่ท่านจะคิดว่าสื่อใดทำประโยชน์มาก สื่อใดส่งผลลบก็จะไม่ทำ”

(เมตตา ปานิช, สัมภาษณ์ 13 ธ.ค.56)

“วัดต้องดูเป้าหมายของการใช้สื่อประเภทนั้นๆ ว่าต้องการให้คนได้รับประโยชน์ทางธรรมอย่างไร ไม่เน้นสื่อทางธรรมให้มีความเป็นทางโลกมากเกินไป โดยหลักต้องเน้นให้คนเข้าใจง่าย ความสวยงามอาจไม่ต้องเน้นมาก แต่ต้องไม่เน้นในทางยั่วให้ผู้รับสื่อเกิดกิเลสมาก”

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 15 พ.ย.56)

3) พระบางวัดมีแนวทางปฏิบัติที่เคร่งครัดในพระธรรมวินัย

วัดที่มีรูปแบบการปฏิบัติที่เคร่งครัดตามพระธรรมวินัย ไม่สนับสนุนให้พระออกมายุ่งเกี่ยวกับทางโลก จะเป็นอุปสรรคต่อการทำงานหลอมรวมสื่อโดยมีพระสงฆ์มีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตสื่อ รวมถึงบางวัดมีทัศนคติว่ารายการธรรมไม่ควรให้ผู้ประกาศคอยสรุปประเด็นที่เป็นการชักนำความคิดผู้ชม และมีทัศนคติต่อผู้หญิงที่ไม่เหมาะสมต่อการเผยแพร่เสียง ปัจจัยดังกล่าวก็เป็นอุปสรรคทำให้วัดมีข้อจำกัดในการทำสื่อต่างๆ เช่นกัน ได้แก่ กรณีของสวนโมกข์พลารามและวัดป่าบ้านตาด

“ความเคร่งครัดในพระธรรมวินัย วินัยสงฆ์ของพระสวนโมกข์กำหนดให้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เช่น ไม่อนุญาตให้พระใช้โทรศัพท์ หากจะคุยกับญาติโยมต้องไม่คุยในที่ลับตา ไม่สนับสนุนให้พระบวชใหม่ใช้สื่อมากเพราะจิตใจยังไม่เข้มแข็ง เหล่านี้ก็เป็นปัจจัยให้พระสงฆ์เข้ามาในกระบวนการทำสื่ออย่างไม่เต็มตัวนัก”

(เมตตา ปานิช, สัมภาษณ์ 13 ธ.ค.56)

“ครูบาอาจารย์วัดป่าบ้านตาด ลงมติว่ารายการโทรทัศน์ไม่ควรให้ผู้ประกาศ เพราะเคยทดลองให้มีผู้ประกาศผู้หญิงแต่ไม่ประสบผลสำเร็จ อีกทั้งเสียงประกาศที่เป็นผู้หญิงไม่เหมาะสม เพราะมีผู้วิจารณ์ว่าเสียงผู้หญิงเป็นปฏิปักษ์ต่อการปฏิบัติธรรม พระและลูกศิษย์ลงความเห็นไว้แล้วว่าผู้ประกาศจะมีเสียงที่ไพเราะ แต่หลวงตาบอกว่า เป็นเสียงที่ทำให้ผู้ได้ยินไม่มีสมาธิในการฟังธรรม ปฏิบัติธรรมเลยให้ผู้ประกาศผู้ชายที่ทางวัดลงความเห็นว่ามีเหมาะสมอัดเสียงใส่เทปไว้ จะไม่ประกาศสด”

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 15 พ.ย.56)

4) แนวทางคำสอนที่ต้องการสื่อสารกับคนเฉพาะกลุ่ม ไม่เน้นสื่อสารกับคนหมู่มาก
แนวทางคำสอนของวัดเกือบทั้งหมดจะเปิดกว้างต่อคนทุกกลุ่ม วย แต่แนวทางคำสอนบางวัดอาจมีข้อจำกัดบางอย่างที่ทำให้ไม่เหมาะสมในการใช้สื่อบางประเภท เช่น กรณีวัดท่าซุง ที่ไม่สามารถใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ในการแพร่ภาพออกอากาศกิจกรรมการปฏิบัติกรรมฐานแบบมโนมยิทธิได้ เนื่องจากผู้ปฏิบัติไม่สะดวกใจให้วัดแพร่ภาพตนเองกำลังบรรยายภาพขณะนั่งสมาธิที่กล่าวถึงภิญญาทางจิต ซึ่งเป็นสิ่งที่คนทั่วไปมองไม่เห็น พิสูจน์ไม่ได้ วัดจึงจำกัดการใช้สื่อเฉพาะในเขตวัด ไม่เผยแพร่ผ่านสื่อที่คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้

“แนวคำสอนบางแนวไม่ได้ต้องการให้คนรู้จักในวงกว้าง แต่เน้นผลลัพธ์จากการปฏิบัติ ถ้าปฏิบัติแล้วได้ผลดีก็ดี แต่ถ้าไม่ได้ผลก็จะไม่สนใจไปเลย แนวปฏิบัติแบบมโนมยิทธิมีผู้สนใจไม่มากนัก เนื่องจากไม่ใช่ทุกคนจะทำได้ ดังนั้นจึงอาจไม่ได้ต้องการใช้สื่อเพื่อเรียกคนให้มาปฏิบัติ แต่เป็นเรียกคนที่สนใจจะปฏิบัติให้ปฏิบัติในสายนี้ได้เห็นผลชัดแจ้งขึ้น”

(คณิศ คุ่มพิทักษ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

1.3 บุคลากรสื่อ

บุคลากรสื่อเป็นปัจจัยที่สำคัญอันดับต้นๆ ในกระบวนการทำงานสื่อของวัด เนื่องจากเป็นผู้วางแผน กำหนดนโยบายขององค์กร เป็นผู้คัดเลือกเนื้อหา ผลิตเนื้อหา ประชาสัมพันธ์เผยแพร่เนื้อหา รวมถึงจัดกิจกรรมต่างๆ ของวัด บุคลากรจึงเป็นทรัพยากรสำคัญของทุกองค์กร ในส่วนขององค์กรศาสนา บุคลากรมีทั้งที่เป็นฆราวาสและพระสงฆ์ บางองค์กรเน้นบุคลากรสื่อที่เป็นฆราวาส พระสงฆ์จะไม่เข้ามามีส่วนร่วมเนื่องจากไม่ใช่กิจของสงฆ์ เช่น สวณโมกขพลาราม วัดป่าบ้านตาด แต่บางวัด บุคลากรมีทั้งพระสงฆ์และฆราวาสร่วมมือในการผลิตสื่อ เช่น วัดพระธรรมกาย วัดท่าซุง วัดอัมพวัน ซึ่งจะส่งผลต่อการทำงานหลอมรวมสื่อในรูปแบบความร่วมมือที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ หากบุคลากรสื่อเป็นผู้มีความพร้อมทั้งความรู้ความสามารถในการทำงานสื่อ มีความเป็นมืออาชีพด้านสื่อ (Media professional) และมีความศรัทธาสูง อาทิ บุคลากรวัดพระธรรมกาย จะส่งผลให้เนื้อหาสื่อที่ผลิตออกไปจะเกิดประโยชน์ เข้าถึงผู้รับสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และเป็นตัวกำหนดลักษณะองค์กรศาสนาแบบหลอมรวมสื่อในระดับที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านบุคลากรที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อ แบ่งได้เป็นปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรค

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุนในมิติบุคลากรสื่อ สามารถแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ กล่าวคือ

1) บุคลากรมีความรู้ความสามารถด้านสื่อและหลักธรรมคำสอน

บุคลากรสื่อของวัดที่มีความรู้ความสามารถ มีความเป็นมืออาชีพในการผลิตเนื้อหาสื่อ ตลอดจนรู้แจ้งแทงตลอดในด้านหลักธรรมคำสอน จะส่งผลให้การทำงานของสื่อมีประสิทธิภาพ เป็นไปด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง และเกิดความร่วมมือระหว่างสื่อซึ่งจะนำไปสู่การหลอมรวมสื่อศาสนาได้ง่าย แต่บางวัด หากพัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น จะสนับสนุนการทำงานหลอมรวมสื่อขององค์กรได้ดียิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น สวณโมกขพลารามและวัดป่าบ้านตาด

“ของสวนโมกข์ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการทำงานสื่อมีความสำคัญ ถ้ามีน้อยหรือ ไม่มีบุคลากรสำรองก็จะทำงานยาก เพราะองค์กรศาสนาเน้นงานจิตอาสา ไม่มีนโยบายจ่ายค่าแรงราคาสูงเหมือนองค์กรอื่นๆ บุคลากรที่มีความสามารถจึงอยู่ได้ไม่นาน ยิ่งถ้าเนื้องานเกี่ยวกับภาษาบาลี บุคลากรส่วนใหญ่ไม่ได้มีความสามารถโดยตรง จึงไม่อาจตรวจสอบความถูกต้องได้ด้วยตนเอง ต้องพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญภาษาบาลีเฉพาะทางมาช่วยตรวจสอบความถูกต้องของภาษาในหนังสือ”

(วินัย พร้อมอุดม, สัมภาษณ์ 13 ธ.ค.56)

“บุคลากรสื่อของวัดป่าบ้านตาดทั้งหมดเป็นฆราวาส จะต้องเป็นบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการผลิตสื่อ รู้จักวางแผนบริหารสื่อที่มีอยู่ในมือว่าจะให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกลุ่มไหน เข้าถึงอย่างไร ”

(จงใจ วิเศษมงคลชัย, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ผู้ผลิตสื่อต้องมีความฉลาดในการประยุกต์เนื้อหาเดียวให้สามารถเผยแพร่ได้หลายๆ สื่อ อย่างเช่น เนื้อหาจากเทปทัศน์ทัศน์ของหลวงตามหาบัวสามารถถอดเทปตีพิมพ์เป็นหนังสือได้ แปลงไฟล์ให้เป็นซีดีได้ ลงสื่อวิทยุ แทรกภาพแล้วออกอากาศทางโทรทัศน์ได้ จึงจะเป็นการใช้เนื้อหาอย่างเกิดประโยชน์สูงสุด เผยแพร่ได้หลากหลายช่องทาง”

(บุญโฮม สาริจันทร์, สัมภาษณ์ 16 พ.ย.56)

2) มีความศรัทธาต่อแนวทางคำสอนของวัด

นอกจากบุคลากรต้องเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการทำงานสื่อแล้ว จะต้องเป็นผู้มีความศรัทธาสูงต่อแนวทางคำสอนของวัดด้วย หากบุคลากรมีความศรัทธาต่อวัดเป็นที่ตั้ง จะเป็นตัวสนับสนุนให้ผลิตเนื้อหาสื่อที่มีคุณภาพด้วยความเต็มใจ เนื่องจากส่วนหนึ่งบุคลากรทำงานสื่อเพื่อบูชาพระคุณของหลวงปู่ ครูบาอาจารย์ ส่งผลให้สื่อที่ออกไปจะเกิดประโยชน์ทั้งต่อบุคลากรเองและผู้รับสื่อด้วย

“องค์กรวัดพระธรรมกายถึงแม้จะเป็นองค์กรขนาดใหญ่ แต่ด้วยวัฒนธรรมองค์กรที่คัดกรองศรัทธาของบุคลากรมาเป็นอันดับแรก ทำให้คนในองค์กรทำงานกันอย่างอบอ้อม เพราะทุกคนมีเป้าหมายเดียวกันคือ เพื่อประโยชน์แห่งพระพุทธศาสนาและครูบาอาจารย์ที่องค์กรเคารพนับถืออย่างที่สุด”

(พระมหานพพร ปุณฺณชโย, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ในมิติบุคลากรสื่อ สามารถแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) บุคลากรขาดมุมมองใหม่ๆ การนำเสนอเนื้อหา ตลอดจนขาดการศึกษาพฤติกรรมผู้รับสื่อ

บุคลากรสื่อที่ดีควรเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ มีมุมมองใหม่ๆ ในการผลิตและนำเสนอสื่อ ขณะเดียวกันจะต้องศึกษาติดตามแนวโน้มพฤติกรรม การเปิดรับสื่อที่เปลี่ยนไปของผู้รับสื่อ เพื่อปรับตัวทำสื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้รับสื่อที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา ยกตัวอย่างกรณีวัดป่าบ้านตาด และวัดอัมพวัน

“อย่างวัดป่าบ้านตาด มองว่าคนทำสื่อของวัดอาจจะยังขาดมุมมองใหม่ในด้านรูปแบบการนำเสนอ เช่น มุมมองของภาพ ถ้าเป็นทีวีก็พวมุมกล้อง แสง ที่จะทำให้ผู้รับชมทางทีวีเห็นแล้วครัทธา เพราะมุมมองการแพร่ภาพออกอากาศของวัดจะเป็นมุมเดียว ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลง ไม่ได้มีการจัดแสงให้ดูสวยงาม หรือหยา แต่อันนี้ก็แสดงให้เห็นอัตลักษณ์ว่าเป็นการถ่ายแบบซื่อๆ ที่เรียกว่าแบบสายพระป่าจริงๆ”

(วโรตม์ นนตรี, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

“คนทำสื่อวัดอัมพวันอาจต้องทำวิจัยศึกษาการเผยแพร่ธรรมะในช่องทางต่างๆว่า ช่องทางไหนได้ผลสำหรับกลุ่มลูกศิษย์กลุ่มไหน เพราะถ้าเอาหนังสือไปไว้ในที่ที่คนไม่สนใจ เท่ากับเป็นการเผยแพร่ในกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย คนที่ไม่สนใจแบบนี้มันก็สูญเปล่า ไม่เกิดประโยชน์ต่อวัด”

(ธีระพันธ์ นาคสินธุ์, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

2) บุคลากรไม่มีความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

หากบุคลากรสื่อในองค์กรยังไม่มี ความชำนาญหรือคุ้นชินกับการใช้งานเทคโนโลยีสมัยใหม่ จะเป็นอุปสรรคต่อการทำสื่อแบบหลอมรวมของวัด เนื่องจากปัจจุบันวัดจะต้องพึ่งพาเทคโนโลยีสมัยใหม่จากองค์กรทางโลกมาใช้ประโยชน์ในทางธรรม ยกตัวอย่างกรณีวัดป่าบ้านตาด

“บุคลากรใช้ศักยภาพจากเทคโนโลยีได้ไม่เต็มที่ บางครั้งไม่สามารถรับมือกับปัญหาเชิงเทคนิคที่ต้องอาศัยเจ้าหน้าที่เฉพาะทางมาแก้ไข เช่น การเปลี่ยนความถี่รับสัญญาณ นี่ก็เป็นปัญหาของบุคลากรยุคใหม่ๆ ที่ต้องเรียนรู้ให้มีความชำนาญ”

(อิทธิ อินทร, สัมภาษณ์ 16 พ.ย.56)

1.4 องค์กรหลวงพ่อดัง พระสงฆ์

ความสามารถในการทำงานหลอมรวมสื่อของวัด ส่วนหนึ่งก็ขึ้นอยู่กับ การสนับสนุนของหลวงพ่อดังปัจจุบัน รวมถึงแนวทางคำสอนของหลวงพ่อดังที่วัดให้ความเคารพนับถือสูงสุดเป็นปัจจัยสำคัญ ซึ่งหากท่านสนับสนุนการใช้สื่อทั้งสนับสนุนในด้านแนวคิดและสนับสนุนในการเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ วัดก็จะสามารถผลิตสื่อได้อย่างอิสระ เช่น ในกรณีของวัดพระธรรมกาย วัดอัมพวัน วัดท่าซุง บางวัดหลวงพ่อดังให้การสนับสนุนแนวคิดการใช้สื่อแต่หลวงพ่อดังไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ เช่น สวนโมกขพลาราม วัดป่าบ้านตาด แต่หากองค์กรหลวงพ่อดังท่านไม่เห็นด้วย คณะกรรมการวัดหรือบุคลากรก็ไม่อาจผลิตสื่อได้ตามที่วางแผนไว้ องค์กรสื่อศาสนาแบบหลอมรวมจึงไม่อาจเกิดขึ้นได้อย่างเต็มที่

นอกจากการสนับสนุนของหลวงพ่อกแล้ว ความสามารถของหลวงพ่อในฐานะสื่อบุคคลก็มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นปัจจัยส่งเสริมให้คนเกิดความศรัทธาต่อสื่อบุคคลแล้วติดตามสื่อต่างๆ ของวัดมากยิ่งขึ้น ซึ่งหากหลวงพ่อเป็นศูนย์รวมจิตใจลูกศิษย์ได้ดี คนจะยิ่งเปิดรับสื่อที่หลากหลายและเข้ามาปฏิบัติมากขึ้น

ทั้งนี้ ปัจจัยที่เกี่ยวกับหลวงพ่อที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อ แบ่งได้เป็นปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรค

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุนในมิติองค์หลวงพ่อ สามารถแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) ความสามารถในการสร้างศรัทธาแก่ลูกศิษย์ของหลวงพ่อ

หากองค์หลวงพ่อรูปปัจจุบัน หรือพระสงฆ์มีความสามารถในการสอนธรรม มีความแตกฉานในธรรม สามารถสื่อสารธรรมให้ผู้ฟังบังเกิดความศรัทธาได้ มีปฏิบัติทางที่ตรงตามสร้างศรัทธาแก่ลูกศิษย์ที่เคารพนับถือได้มาก ส่งผลให้คนจะเริ่มเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ ของวัดมากขึ้น เช่น กรณีสวนโมกขพลาราม วัดอัมพวัน

“ความสามารถของในการสอนธรรมของพระเป็นเรื่องสำคัญ บางวัดเมื่อสิ้นหลวงพ่อบางรูปไปแล้ว วัดไม่อาจหาพระสงฆ์ที่สามารถสอนธรรมได้ดีเท่าหลวงพ่อ หรือสอนได้แต่ไม่แตกฉาน ชัดเจน ผู้รับจึงอาจไม่เกิดความศรัทธามากเท่าฟังจากองค์หลวงพ่อ”

(เมตตา พานิช, สัมภาษณ์ 13 ธ.ค.56)

“ส่วนใหญ่คนที่เขามาปฏิบัติที่วัดอัมพวัน จะศรัทธาจากคนที่ปฏิบัติมาก่อนหน้านี้ หลวงพ่อจรัญ ท่านสร้างคน เมื่อคนปฏิบัติแล้วได้ผลเลยพูดแนะนำแบบปากต่อปากให้มาลองปฏิบัติดู เมื่อเห็นตัวอย่างคนที่ประสบความสำเร็จ ปฏิบัติแล้วเกิดผลดีในชีวิตจริงที่เราเองก็เห็นประจักษ์แก่ตาตัวเอง ก็อยากเข้ามารู้จัก เปิดรับสื่อและลองปฏิบัติตามดูบ้าง”

(ณัฐกฤตา ชานนทันตฤเบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

2) การผนวกหลักธรรมเข้ากับกิจกรรมทางศาสนา

บทบาทของพระสงฆ์ในยุคหลอมรวมสื่อควรมีมากกว่าการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา แต่พระสงฆ์ควรทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลในการเข้าถึงคน ชุมชน ผ่านกิจกรรมทางศาสนารูปแบบต่างๆ เพื่อเพิ่มโอกาสให้การเข้าถึงธรรมและสื่อธรรมของลูกศิษย์ที่จะนำไปสู่การหลอมรวมความร่วมมือในการผลิตสื่อ ยกตัวอย่างกรณีสวนโมกขพลาราม

“พระสงฆ์ควรเป็นสื่อบุคคลที่ออกมาพูด แนะนำให้คนเข้าถึงศาสนา อาจจะไปสอนวิชาพระพุทธศาสนาตามโรงเรียน หรือจัดกิจกรรมเทศนาธรรมในชุมชนเดือนละครั้งก็ได้ เหมือนมาสัมภาษณ์เชิงสอนให้ชาวบ้านเข้าใจหัวใจหลักของศาสนา เมื่อคนเริ่มสนใจก็ค่อยมาศึกษาต่อจากสื่อธรรมที่วัดอยู่เอง”

(นิวัติ สิทธิพร, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

“พระสงฆ์ต้องปฏิบัติให้คนศรัทธา ชวนคนให้เลื่อมใสและปฏิบัติธรรมมากขึ้น สอนแบบพุทธ ไม่เน้นพรหมณ์ ฝึ สิ่งมงาย ไม่ใช่ขึ้นไวนิลเฉพาะบอกบุญขอรับเงินบริจาคสร้างวัด ต้องเน้นสร้างคนให้มากขึ้น อีกทั้งพระต้องปรับตัวใช้สื่อใหม่ๆ ให้เป็น พระต้องตามโลกให้ทัน เพราะต้องสอนให้ญาติโยมเข้าถึงธรรมให้มากที่สุด”

(วิฑวัส ชัชวาลย์, สัมภาษณ์ 10 ก.พ.57)

ปัจจัยอุปสรรค

ปัจจัยอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับองค์หลวงพ่อ มีดังนี้

1) การปรากฏตัวผ่านสื่อขององค์หลวงพ่อ

จากการศึกษาพบว่า การปรากฏตัวผ่านสื่อขององค์หลวงพ่อในแต่ละวัดมีความแตกต่างกัน บางวัดเจ้าอาวาสรูปปัจจุบันออกแสดงธรรมผ่านสื่ออย่างต่อเนื่อง บางวัดเจ้าอาวาสไม่ค่อยแสดงธรรม ส่งผลให้วัดนั้นๆ สามารถผลิตเนื้อหาใหม่ๆ ในปริมาณที่แตกต่างกัน โดยวัดที่หลวงพ่อเทศนาธรรม ออกสื่อบ่อยๆ เนื้อหาของวัดจะมีปริมาณและความสดใหม่มากกว่า แต่กรณีวัดป่าบ้านตาด พบว่า เจ้าอาวาสรูปปัจจุบันท่านไม่ค่อยแสดงธรรม ทำให้องค์กรไม่อาจผลิตเนื้อหาใหม่ๆ ป้อนสื่อวิทยุ โทรทัศน์ ที่ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมงได้อย่างเพียงพอ

“ปัจจุบันท่านพระอาจารย์สุดใจ เจ้าอาวาสวัดป่าบ้านตาดรูปปัจจุบัน ไม่ค่อยแสดงธรรมเหมือนสมัยองค์หลวงพ่อตามหาบัว หรือแสดงบ้างเป็นครั้งคราว โดยสอนในหัวข้อธรรมเดิมที่มีอยู่แล้ว ทำให้วัดไม่มีเนื้อหาใหม่ที่มาจากหลวงพ่อไปออกอากาศในช่องทางสื่อที่วัดมี ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะสุขภาพร่างกายของพระอาจารย์ไม่ค่อยแข็งแรง อีกทั้งท่านน้อมรับคำสอนขององค์หลวงพ่อว่า ถ้าไม่รู้จริง อย่าไปสอนใคร ท่านจึงอาจไม่อยากเทศนาธรรมใดๆ ถ้าไม่มีความจำเป็น”

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 15 พ.ย.56)

1.5 ตัวสื่อธรรมะ

ในการสื่อสารด้านศาสนา สื่อ (Media) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ เนื่องจากเป็นช่องทางที่ผู้ส่งสารจะนำเนื้อหาส่งไปยังผู้รับสาร ประสิทธิภาพที่เกิดขึ้นแก่ผู้รับสารจะมีมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับคุณภาพของสื่อด้วยเช่นกัน โดยสื่อแต่ละประเภทของแต่ละวัดก็มีคุณภาพ ลักษณะการใช้งานและกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน อย่างกรณีสื่อของวัดท่าซุง สื่อเฟซบุ๊ก เว็บไซต์เป็นสื่อที่วัดใช้สื่อสารกับผู้รับสื่อมากที่สุด เนื่องจากลูกศิษย์มักเข้าถึงข้อมูลของวัดผ่านสื่อออนไลน์ วัดอัมพวันจะเน้นใช้สื่อหนังสือ วัดพระธรรมกายจะใช้สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ โดยองค์กรวัดที่มีคุณภาพสื่อที่ดีและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมากที่สุด คือ วัดพระธรรมกาย โดยปัจจัยด้านสื่อมีส่วนสนับสนุนและเป็นอุปสรรคต่อการหลอมรวมสื่อในระดับที่แตกต่างกัน

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุนในด้านตัวสื่อ สามารถแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ กล่าวคือ

1) สื่อธรรมะต้องมีเนื้อหาถูกต้อง ไม่บิดเบือน และอัปเดตอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ

ตัวสื่อธรรมะที่ดีแม้จะเปลี่ยนรูปแบบสื่อประเภทต่างๆ แต่เนื้อหาจะต้องมีคุณภาพ มีความถูกต้อง ไม่บิดเบือนไปจากต้นฉบับ อีกทั้งสื่อธรรมะที่จะเข้าถึงผู้รับสื่อได้ดีนั้นจะต้องมีเนื้อหาที่ใหม่ เผยแพร่อย่างสม่ำเสมอซึ่งผู้รับสื่อสามารถติดตามความเคลื่อนไหวได้ตลอด เช่น กรณีวัดท่าซุง

“สื่อที่เป็นสื่อหลักของวัดจะต้องอัปเดตข่าวสารให้เป็นปัจจุบันที่สุด ถ้าวัดเลือกใช้สื่อตัวใด เป็นสื่อหลักจะต้องพัฒนาสื่ออื่นๆ ให้มีเนื้อหาที่ครบถ้วน โดยเฉพาะการอัปเดตข่าวสาร กิจกรรมที่ชัดเจน แม่นยำ อย่างวัดที่ใช้เว็บไซต์ก็ต้องพัฒนาให้เว็บไซต์ให้อัปเดตข่าวสารบ่อยๆ คนเลือกที่จะมาติดตามจากในเว็บไซต์ได้เลย เพราะเป็นข่าวสารต้นทางจากวัด”

(สทธิรัฐ หล้าเนตร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

2) สื่อธรรมะต้องปรับตัวให้ทันสมัยตามกระแสสังคม

ในยุคที่สื่อต่างๆ เกิดการหลอมรวมเนื้อหาสื่อเข้ากับช่องทางสื่อต่างๆ สื่อธรรมะเองก็ต้องปรับตัวให้มีความทันสมัยตามกระแสทางโลก เนื่องจากผู้รับสื่อจะมีพฤติกรรมการรับสื่อเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีในขณะนั้น ถ้าคนเปลี่ยน สื่อธรรมะเองก็ต้องเปลี่ยนด้วย แต่ต้องเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสม

“สังคมเปลี่ยนไป วัดป่าต้องปรับใช้สื่อประเภทใหม่ๆ ตามกระแสสังคม แต่ไม่ควรตามทุกสื่อที่สังคมใช้ สื่อเก่าที่เป็นต้นฉบับเนื้อหาายังต้องคงไว้”

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 15 พ.ย.56)

3) สื่อธรรมะยุคใหม่ควรมีลักษณะเป็นสื่อแบบอินเตอร์แอคทีฟ (Interactive)

การพัฒนาสื่อธรรมะให้สอดคล้องกับรูปแบบการบริโภคสื่อแบบมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันทันทีของผู้รับสื่อ เป็นปัจจัยหนึ่งของผู้ผลิตสื่อควรให้ความสำคัญ เพราะจะเข้าถึงกลุ่มผู้รับสื่อยุคปัจจุบันที่ชอบรูปแบบการนำเสนอมาก่อนเนื้อหาสื่อ ซึ่งในกรณีของหลายๆ วัดยังขาดประเด็นดังกล่าว เช่น สวนโมกขพลาราม

“สวนโมกข์ควรปรับรูปแบบสื่อธรรมะให้เป็นสื่อมีชีวิต มีการโต้ตอบ (Interaction) กับผู้ชมมากขึ้น นอกจากเป็นสื่อสำหรับฟังแค่เสียงเพียงอย่างเดียว”

(นิวัติ สิทธิพร, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

4) การผลิตสื่อประเภทใหม่ต้องใช้ประโยชน์จากเนื้อหาเดิมที่มีอยู่

หากทางวัดมีนโยบายสนับสนุนการเพิ่มสื่อประเภทใหม่ๆ จะต้องเป็นการหยิบใช้เนื้อหาเดิมที่มีอยู่เพื่อแปลงลงในช่องทางใหม่ เพื่อเป็นการใช้ประโยชน์ทรัพยากรที่มีอยู่เดิมร่วมกัน ตามแนวคิดการหลอมรวมสื่อ ยกตัวอย่างกรณีวัดป่าบ้านตาด

“สื่อประเภทใหม่ๆ ที่เพิ่มขึ้นมา วัดได้ผลผลิตจากข้อมูลเดิมที่วัดมียู่ ไม่ต้องไปสร้างเนื้อหาใหม่ เพราะเนื้อหาทัศนคติเทคโนโลยีของหลวงตาที่วัดมียู่ ก็สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มาก การใช้สื่อใหม่ๆ ต้องไม่เป็นการเพิ่มภาระความยุ่งยากให้กับทางวัดมากเกินไป”

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 15 พ.ย.56)

1.6 ปัจจัยด้านเนื้อหาสื่อ

ในกระบวนการสื่อสารศาสนา เนื้อหาสื่อเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดองค์ประกอบหนึ่งในการสื่อสาร เพราะเป็นตัวสาร (Message) ที่จะส่งไปยังผู้รับสาร ประสิทธิภาพที่เกิดขึ้นแก่ผู้รับสารจะมีมากหรือน้อย ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับคุณภาพของตัวเนื้อหาที่ส่งไป

ทั้งนี้ เนื้อหาสื่อในแต่ละวัดจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ ถอดมาจากพระธรรมเทศนา หลวงพ่อเขียนขึ้นเอง หรือเรียบเรียงจากพระไตรปิฎกให้อ่านเข้าใจได้ง่าย แต่กระนั้นความแตกต่างด้านเนื้อหาสื่อในแต่ละวัด ขึ้นอยู่กับรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา เช่น วัดพระธรรมกายจะเน้นรูปแบบการนำเสนอเพื่อดึงดูดความสนใจผู้รับสื่อเป็นสำคัญ ส่วนวัดอื่นๆ จะไม่เน้นรูปแบบที่สวยงาม ไม่เน้นปรับเปลี่ยนเนื้อหาในสื่อต่างๆ ทำให้เนื้อหาสื่อจะมีความสด ใหม่ น่าสนใจต่อผู้รับสื่อแตกต่างกันไป

ปัจจัยที่เกี่ยวกับหลวงพ่อกำลังผลต่อการหลอมรวมสื่อ แบ่งได้เป็นปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรค

ปัจจัยสนับสนุน ในด้านเนื้อหาสื่อธรรมะ สามารถแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ กล่าวคือ

1) เน้นรูปแบบการนำเสนอมากกว่าเนื้อหา

แต่เดิมเนื้อหาสื่อทางศาสนาจะเน้นสนใจเนื้อหามากกว่ารูปแบบ ปัจจุบันเมื่อผู้รับสื่อเปลี่ยนไปสนใจรูปแบบการนำเสนอ จึงเป็นความจำเป็นที่ผู้ผลิตสื่อจะต้องสร้างสื่อให้มีความดึงดูดใจ น่าสนใจก่อนแล้วจึงชักจูงใจให้ผู้รับสื่อเข้าไปติดตามอ่านเนื้อหาภายในต่อไป เช่น กรณีวัดพระธรรมกาย

“ธรรมะของพระพุทธเจ้าไม่แตกต่างกันอยู่แล้ว แต่ตัวสื่อต้องเข้าถึงผู้รับสื่อให้ได้”

(จิระดา พันรูปท้าว, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“ปัจจุบันมีสื่อหลากหลายให้เลือก ธรรมะต้องตอบสนองคนด้วยสื่อหลายรูปแบบ เพื่อให้คนที่รับสื่อแตกต่างกันได้เข้าถึงธรรมะได้เหมือนกัน”

(ทิพยรัตน์ ตำนานวัน, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

2) ปรับเนื้อหาสื่อต่างๆ แต่ต้องไม่ปรับเปลี่ยนความหมายดั้งเดิม

เมื่อวัดเปิดรับช่องทางสื่อใหม่ๆ แต่วัดมีเนื้อหาหลักธรรมคำสอนอยู่ในปริมาณจำกัด วัดจึงต้องมีการคัดลอก หยิบยืมเนื้อหาที่ใกล้เคียงกันไปลงเผยแพร่ผ่านสื่ออื่นๆ ด้วย แต่กระนั้นการปรับแก้ไขเนื้อหาสื่ออื่นๆ จะต้องไม่เปลี่ยนแปลงความหมาย เจตนาดั้งเดิมของคำสอนนั้น เช่น กรณีวัดอัมพวัน

“เนื้อหาที่ลงในสื่อใดๆ ต้องมีความถูกต้อง วัดหรือบุคลากรสื่อของวัดจะต้องระมัดระวังเรื่องความถูกต้องของเนื้อหาที่เผยแพร่ออกไป ต้องมีการกลั่นกรองข้อมูลว่าถูกต้องจริงๆ ไม่มีผลประโยชน์แอบแฝง”

(ธานินทร์ มหาธนประทีป, 21 ธ.ค.56)

3) เนื้อหาธรรมะควรมีความใหม่ มีความน่าสนใจ

แม้จะเป็นเนื้อหาธรรมะจากพระไตรปิฎก จากพระธรรมเทศนาของหลวงปู่ แต่ทางวัดจะต้องปรับวิธีการนำเสนอให้เนื้อหา 1 อย่างสามารถเผยแพร่ลงสื่อต่างๆ ได้อย่างหลากหลาย ตรงกับความสนใจของผู้รับสื่อ โดยเฉพาะผู้รับสื่อที่เป็นคนรุ่นใหม่ได้ ยกตัวอย่างกรณีวัดท่าซุงและวัดป่าบ้านตาด

“วัดท่าซุงต้องมีกลวิธีในการเผยแพร่เนื้อหาธรรมะให้ชัดเจน ตรงประเด็น ตรงกลุ่มเป้าหมาย ตรงกับสื่อที่ใช้อยู่ เนื้อหาที่เผยแพร่ต้องอธิบายอย่างละเอียด มีเนื้อหามาก ไม่ใช่เป็นเนื้อหาสั้นๆ ที่ไปตัด คัดลอกเขามาอีกที”

(สิงหา ประพจนารมณ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“เนื้อหาของวัดป่าบ้านตาด ส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่บันทึกเทปไว้แล้วเกือบ 100% มีบางส่วนที่ยังสัญญาณาการถ่ายทอดสดการบิณฑบาตจากวัดมาโดยตรง ทำให้เนื้อหารายการในวิทยุโทรทัศน์ไม่ค่อยมีความใหม่ ยังเป็นสื่อที่ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมงด้วย ทำให้เนื้อหาเป็นของเดิมที่รีรันซ้ำ”

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 15 พ.ย.56)

ปัจจัยอุปสรรค

ขณะที่ปัจจัยอุปสรรคในด้านเนื้อหาสื่อ มีดังนี้

1) วัดมีการกำหนดลิขสิทธิ์ของเนื้อหา

การกำหนดลิขสิทธิ์ของเนื้อหาธรรมะ เป็นการป้องกันการป้องกันบุคคลอื่นคัดลอกเนื้อหาไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตน แต่ลิขสิทธิ์ดังกล่าวก็ส่งผลให้เนื้อหาสื่อถูกจำกัดวงการเผยแพร่โดยวัดเท่านั้น ซึ่งต่างจากบางวัดที่ไม่มีการกำหนดลิขสิทธิ์การเผยแพร่ เช่น วัดอัมพวัน มีแต่การเปิดให้องค์กรภายนอกนำไปใช้โดยไม่สงวนแต่อย่างใด ในที่นี้ยกตัวอย่างกรณีวัดท่าซุง

“เพื่อเป็นการป้องกันบุคคลอื่นคัดลอกสื่อธรรมไปเผยแพร่เพื่อประโยชน์ทางการค้าส่วนตน ทางวัดท่าซุงมีนโยบายคุ้มครองลิขสิทธิ์เนื้อหาโดยต้องกำหนดลิขสิทธิ์ในสื่อธรรมต่างๆ ตามสมควร วัดอาจต้องให้ความสำคัญกับมาตรการนี้มากขึ้น”

(พระอาจารย์ชัยวัฒน์ อชิโต, สัมภาษณ์ 14 มี.ค.57)

2) การเผยแพร่ข่าวเนื้อหาเดิม ส่งผลให้ความหลากหลายของเนื้อหาหายไป

ในวัดที่มีการใช้เนื้อหาเดิมในการออกอากาศโดยไม่มีการผลิตเนื้อหาใหม่ขึ้นมาเสริม มักพบปัญหาเนื้อหาไม่เพียงพอ ส่งผลให้ผังรายการสามารถใช้ออกอากาศได้ในระยะสั้น ไม่นานก็ต้องวนกลับมาใช้เนื้อหาเดิมออกอากาศซ้ำอีก ผังรายการจึงไม่มีเนื้อหาที่หลากหลายมากเพียงพอ เช่น กรณีวัดป่าบ้านตาด

“ในกรณีที่เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ 24 ชั่วโมง จะประสบปัญหาเนื้อหาธรรมะมีไม่มากพอต่อการจัดผังรายการให้มีความหลากหลาย แปลกใหม่ อย่างกรณีวัดป่าบ้านตาด มีเนื้อหาภัณฑ์เทศน์จำนวน 10,000 กว่าภัณฑ์เทศน์ที่ถอดเทปเสร็จแล้ว ถือว่าเพียงพอสำหรับ 3-4 เดือน ซึ่งในการออกอากาศรายการโทรทัศน์รายวันตลอด 24 ชั่วโมง ต้องมีการรีรันเนื้อหาเดิม ความหลากหลายของเนื้อหาสื่อจึงหายไป”

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 15 พ.ย.56)

1.7 ทุน งบประมาณ

ต้นทุนการผลิต หรือเงินสนับสนุนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้องค์กรสื่อสารศาสนาสามารถดำเนินการต่อไปได้ หากวัดได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากคณะลูกศิษย์อย่างเพียงพอ ส่งผลให้มีศักยภาพในการผลิตหรือพัฒนาสื่อมากกว่าวัดที่มีทุนทรัพย์น้อย

ทั้งนี้ จากวัดทั้ง 5 แห่งที่ศึกษา ทุกวัดมีความพร้อมในด้านเงินทุน งบประมาณที่สนับสนุนการผลิตสื่อ ของวัด ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ เช่น วัดมีนโยบายต้องการขยายประเภทสื่อหรือไม่ แนวทางคำสอนของวัดสนับสนุนการหลอมรวมสื่อหรือไม่ แต่ปัจจัยด้านทุนก็เป็นตัวแปรต้นที่กำหนดรูปแบบองค์กรศาสนาแบบหลอมรวมสื่อ

ปัจจัยด้านทุน งบประมาณที่มีผลต่อการทำงานแบบหลอมรวมสื่อ แบ่งได้เป็นปัจจัยสนับสนุน และปัจจัยที่เป็นอุปสรรค

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุนด้านทุน งบประมาณ ประกอบด้วย

1) มีเงินพัฒนาการใช้สื่อมาก

วัดที่ได้รับเงินบริจาคสนับสนุนจากลูกศิษย์ องค์กรภาคีธรรม หรือภาครัฐเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้วัดมีศักยภาพและความคล่องตัวในการพัฒนาสื่อหรือเพิ่มประเภทสื่อได้มากกว่าวัดที่มีเงินสนับสนุนน้อย ซึ่งปัจจัยเรื่องทุนมีความสำคัญ เนื่องจากเกือบทุกสื่อต้องใช้เงินทุน ซึ่งเป็นทุนที่ควบคุมกำหนดกระบวนการทำงานสื่อทุกขั้นตอน ยกตัวอย่างกรณีวัดท่าซุง

“วัดจะต้องมีเงินทุนหมุนเวียนจากเงินบริจาค เงินสนับสนุนจากองค์กรต่างๆ อย่างเพียงพอ จะช่วยให้การทำงานสื่อมีความคล่องตัว หากไม่มีงบประมาณก็จะส่งผลให้การทำสื่อหยุดชะงักได้ง่าย”

(พระอาจารย์ชัยวัฒน์ อธิโต, สัมภาษณ์ 14 มี.ค.57)

“วัดจะต้องจัดสรรงบประมาณสำหรับการผลิตและดูแลบำรุงรักษาสื่อ เพื่อยืดอายุการใช้งานของอุปกรณ์ เป็นการใช้สื่ออย่างคุ้มค่า”

(พระอาจารย์อาจันต์ ฉัมมจิตโต, สัมภาษณ์ 10 ม.ค.57)

1.8 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ในการผลิตสื่อประเภทหนึ่งๆ จะต้องอาศัยเทคโนโลยีการสื่อสารในการผลิตและเผยแพร่สื่อนั้นไปยังผู้รับสื่อ โดยเทคโนโลยีที่วัดเลือกมาใช้ต้องมีความทันสมัย สามารถรองรับระบบการทำงานสื่อของวัดได้ดี จากการศึกษาพบว่า เทคโนโลยีเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดลักษณะการทำงานแบบหลอมรวมสื่อขององค์กรศาสนา โดยวัดที่สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น วัดพระธรรมกาย วัดป่าบ้านตาด วัดท่าซุง จะมีระดับการทำงานแบบหลอมรวมสื่อมากกว่าวัดที่ยังไม่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น สวนโมกขพลาราม วัดอัมพวัน

ทั้งนี้ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี แบ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรค ดังนี้

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่สนับสนุนการหลอมรวมสื่อ ได้แก่

1) เทคโนโลยีต้องทันสมัยและเอื้อต่อการทำงานสื่อสมัยใหม่

เทคโนโลยีที่ใช้ในงานสื่อของวัดจะต้องเป็นเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย บุคลากรสามารถใช้งานได้ง่าย โดยหากเลือกใช้เทคโนโลยีให้เป็นจะเอื้อต่อประสิทธิผลการทำงานสื่อขององค์กรได้อย่างดี บางวัดที่ยังไม่เน้นใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่หากปรับตัวมาใช้สื่อสมัยใหม่จะพบว่า สามารถเพิ่มประสิทธิผลในการเผยแพร่ธรรมะของวัดได้ดียิ่งขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ยกตัวอย่างกรณีวัดอัมพวัน

“เทคโนโลยีสื่อที่วัดนำมาใช้ต้องเป็นระบบ มีความทันสมัย ช่วยทำให้การผลิตสื่อทำได้ง่าย เผยแพร่ได้รวดเร็ว ไม่เป็นอุปสรรคต่อระบบการทำงานอื่น เช่น มีระบบฐานข้อมูลที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันได้ ใช้โปรแกรมผลิตสื่อรุ่นใหม่ๆ เป็นชุดโปรแกรมลิขสิทธิ์แท้ ปลอดภัยจากไวรัส มัลแวร์ต่างๆ ที่จะส่งผลให้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตล่มหรือฐานข้อมูลถูกทำลาย”

(พระครูปลัดสิทธิวิวัฒน์, สัมภาษณ์ 11 ม.ค.57)

2) อินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีสำคัญที่ส่งเสริมการเผยแพร่ธรรม

ในสมัยนี้อินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่หลอมรวมเนื้อหาต่างๆ และช่องทางสื่อทั้งสื่อดั้งเดิม (Conventional) และสื่อใหม่เข้าไว้ในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ดังนั้น องค์กรวัดจึงต้องอาศัยคุณลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาให้เข้าถึงผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้กว้างขวางที่สุด

“ขณะนี้วัดต่างๆ ได้พัฒนาสื่อให้สามารถรองรับ 3G เข้าผ่านสมาร์ทโฟนได้มากขึ้น อย่างวัดท่าซุงก็มีการปรับตัวใช้สื่อออนไลน์ เพราะผู้รับสื่อสมัยใหม่มักใช้สมาร์ทโฟน ทางวัดจึงเน้นใช้สื่อออนไลน์และพบว่าเข้าถึงคนได้มาก วัดมีเงินบริจาคผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น”

(ศุภชัย จิรเกรียงสกุล, สัมภาษณ์ 30 ม.ค.57)

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค

ขณะที่ปัจจัยอุปสรรคในด้านเทคโนโลยีมีดังนี้

1) ระดับของเทคโนโลยีที่แตกต่างกันระหว่างวัดกับโรงพิมพ์

ระดับของเทคโนโลยีระหว่างวัดกับโรงพิมพ์ เป็นปัญหาหนึ่งในงานพิมพ์ที่พบได้บ่อยบ่อยครั้งที่วัดวางรูปแบบสื่อย่างหนึ่งแต่งานที่ออกมากลับไม่ตรงตามที่วัดกำหนดไว้ เหล่านี้เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้งานสื่อในขั้นสุดท้ายไม่เป็นไปตามที่วางแผนไว้ ยกตัวอย่างเช่น กรณีวัดท่าซุงและวัดอัมพวัน

“อย่างกรณีวัดท่าซุง ปัญหาเรื่องเทคโนโลยีที่เจอบ่อยปัญหาคือ ระดับของเทคนิคในการใช้โปรแกรมไม่เท่ากัน เมื่อทางวัดส่งต้นฉบับตีพิมพ์คนละเวอร์ชันกับที่โรงพิมพ์ใช้ ผลผลิตสุดท้ายที่ออกมาจึงไม่เป็นไปตามที่ทางวัดตั้งใจ ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นก็ไม่สามารถแก้ไขได้อีกแล้ว”

(พระอาจารย์อาจันต์ ธัมมจิตโต, สัมภาษณ์ 10 ม.ค.57)

“วัดอัมพวันเองมีโรงพิมพ์ที่รับผิดชอบพิมพ์สื่ให้วัดบ่อยครั้งเขามักจะเปลี่ยนรูปแบบหน้าปกรูปภาพ และการจัดรูปเล่ม ต่างไปจากรูปแบบที่ทางวัดเสนอไป เนื่องจากเป็นโรงพิมพ์บางแห่งมีความสนิทสนมกับวัด และเป็นสิทธิ์ขาดของโรงพิมพ์ในการรับผิดชอบรูปเล่มให้ออกมาน่าดึงดูดใจ แต่นั่นก็ทำให้ตัวสื่ที่ย่อออกมาผิดไปจากเจตนาที่ทางวัดอยากให้เป็น”

(ธานินทร์ มาหาชนประทีป, สัมภาษณ์ 21 ธ.ค.56)

2. ปัจจัยภายนอกองค์กร

ปัจจัยภายนอกองค์กรเป็นปัจจัยที่มาจากแหล่งอื่นๆ ภายนอกองค์กร โดยมีอิทธิพลโดยตรงหรือโดยอ้อมต่อการทำงานขององค์กรสื่ ซึ่งจากการศึกษาการทำงานสื่ขององค์กรศาสนาทั้ง 5 แห่งพบว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรเป็นตัวกำหนดการทำงานแบบหลอมรวมสื่ในรูปแบบที่แตกต่างกันดังต่อไปนี้

2.1 ปัจจัยทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง

ปัจจัยทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ตลอดจนกฎหมาย กฎระเบียบต่างๆ ทางสังคม มีผลกระทบในการควบคุมการทำงานขององค์กรสื่ไม่เว้นแต่องค์กรศาสนา เนื่องจากวิธีการทำงานสื่ต่างๆ ถูกกำหนดโดยปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น เงินทุน บางวัดได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางเศรษฐกิจของประเทศจนวัดต้องปรับตัวมาใช้สื่หลากหลายประเภทมากขึ้น เช่น วัดป่าบ้านตาด ที่เปิดกว้างต่อการใช้อย่างเด่นชัดหลังจากประเทศประสบภาวะเศรษฐกิจในปี พ.ศ.2540

ทั้งนี้ ปัจจัยด้านสังคม การเมือง ต่างก็มีผลในการกำหนดการทำงานสื่ศาสนา เนื่องจากองค์กรศาสนาต้องปฏิบัติตามระเบียบกฎหมายขององค์กรทางโลก เช่น กรณีการขอใบอนุญาตจัดตั้งสถานีวิชิตุชุมชนของวัดป่าบ้านตาด

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านสังคม เศรษฐกิจ เป็นทั้งปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคต่อการหลอมรวมสื่อขององค์กรศาสนา

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจที่สนับสนุนการหลอมรวมสื่อ ได้แก่

- 1) วิฤตเศรษฐกิจประเทศเป็นจุดเปลี่ยนให้วัดหันมาใช้สื่อเพื่อช่วยชาติ

กรณีวัดป่าบ้านตาดมีความสอดคล้องกับประเด็นนี้อย่างเด่นชัด เนื่องจากแต่เดิมวัดป่าบ้านตาดโดยองค์หลวงตามหาบัวไม่สนับสนุนให้ใช้สื่อทางโลกมาก ท่านมองว่ามันเป็นสื่อทางโลกย์ ไม่มีประโยชน์ มีแต่สิ่งชั่วยุคกิเลส แต่หลังจากเกิดวิฤตเศรษฐกิจประเทศในปี 2540 ท่านได้ปรับเปลี่ยนมุมมองมาใช้สื่อ ประการหนึ่งเพื่อช่วยชาติให้พ้นวิฤต อีกประการหนึ่งมุ่งเผยแพร่ธรรมให้เข้าถึงคนทุกกลุ่ม

“สืบเนื่องจากวิฤตเศรษฐกิจปี 2540 หลวงตาหันมาเทศน์ช่วยชาติ สงเคราะห์ฆราวาส เพราะท่านต้องการนำธรรมะเข้าสู่ใจคน ฟันฟุจิตใจคนให้มีศีลธรรม ส่วนการระดมเงิน ทองคำเข้าคลังหลวงช่วยชาตินั้นถือเป็นผลพลอยได้ แม้ท่านไม่เห็นด้วยที่จะใช้สื่อมากในช่วงแรก แต่พอเห็นประโยชน์ว่าสามารถเข้าถึงคนหมู่มากได้ ท่านเลยหันมาใช้สื่อมากขึ้น”

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 15 พ.ย.56)

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค

ขณะเดียวกัน ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจที่เป็นอุปสรรค มีดังนี้

- 1) ความขัดแย้งระหว่างวัดและ กสทช. เรื่องกฎหมายวิทยุชุมชน

ปัจจุบันวัดป่าบ้านตาดยังคงมีประเด็นความขัดแย้งกับสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เรื่องการออกใบอนุญาตจัดตั้งวิทยุชุมชน โดยสื่อวิทยุถือเป็นสื่อหลักของวัดป่าบ้านตาด การปิดกั้นการจัดตั้งสถานีวิทยุชุมชนเสียงธรรมฯ อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ถือเป็นปัจจัยอุปสรรคสำคัญต่อการใช้สื่อประเภทอื่นๆ ของวัดป่าบ้านตาด

“อุปสรรคใหญ่ของวัดในวันนี้ คือ กฎหมายส่งเสริมให้ประชาชนมีสิทธิใช้คลื่นความถี่ แต่ กสทช.เอาไปใช้เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจ กสทช.ปิดกั้นมาตรา 47 ศาสนาพุทธเป็นศาสนาประจำชาติ กสทช.กำหนดไม่ได้ ตอนหลวงตายังอยู่การตั้งสถานีวิทยุชุมชนยังทำได้แต่ตอนนี้ กสทช.เปลี่ยนไปเอื้อประโยชน์กลุ่มธุรกิจ ล่าสุดคืนใบคำขออนุญาตตั้งสถานีวิทยุเหมือนสั่งปิดวิทยุหลวงตา ซึ่งขั้นตอนต่อไปทางวัดจะส่งฟ้องศาล เพราะคลื่นเสียงธรรมไม่ใช่ผู้ต้องหา เรามองว่าคลื่นเสียงธรรมเป็นสิ่งสูงต้องทำอย่างละเอียด ละเมียดละไม ไม่ผิดกฎหมาย ถ้าจะปิด เราต้องรวมพลัง นี่เป็นมรดกธรรม มรดกคลังธรรม มีหนังสือเรื่อง วิทยุเสียงธรรมควรรู้”

(บุญโฮม สาริจันทร์, สัมภาษณ์ 15 พ.ย.56)

“ตามบทบัญญัติในพ. ร.บ.องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ. ศ.2553 ระบุว่า กฎหมายส่งเสริมให้ประชาชนมีสิทธิใช้คลื่นความถี่ แต่ กสทช. ในฐานะผู้ใช้อำนาจองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ พิจารณาแล้วไม่อนุญาตให้สถานีวิทยุเสียงธรรมฯ ดำเนินการตั้งสถานีวิทยุชุมชนได้ ล่าสุดได้คืนใบคำขออนุญาตตั้งสถานีวิทยุเหมือนสั่งปิดวิทยุหลวงตา จึงเป็นอุปสรรคสำคัญในการผลิตสื่อของวัด เนื่องจากวัดป่าบ้านตาดมีสถานีวิทยุเสียงธรรมฯ เป็นสื่อหลัก”

(กิงกาญจน์ ยกย่อง, สัมภาษณ์ 7 ก.พ.57)

“กสทช. ควรเล็งเห็นความสำคัญของสื่อศาสนา ผู้ใช้กฎหมายอย่าง กสทช. ไม่ควรตกอยู่ใต้อำนาจกลุ่มผลประโยชน์ฝ่ายใดที่จะขัดขวางการมีขึ้นของสถานีวิทยุเสียงธรรมฯ สื่อที่ไม่สร้างสรรคัลังคมเยอะเยอะมากมายควรไปจัดการส่วนนั้น ไม่ใช่มาขัดขวางการตั้งวิทยุเสียงธรรมอย่างถูกต้องตามกฎหมาย”

(จงใจ วิเศษมงคลชัย, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“วิทยุเสียงธรรมฯ มีปัญหาเรื่องของ พ.ร.บ. วิทยุชุมชน ที่ กสทช. ควบคุมเรื่องวิทยุชุมชนประเด็นคือวิทยุที่ไม่แสวงหากำไรจะเดือดร้อน แต่วิทยุที่เน้นแสวงหากำไรเขาสามารถมาทับคลื่นวิทยุเสียงธรรมได้ ทำให้คนที่รับฟังแต่ละท้องถิ่นมีปัญหา อาทิ เสียงขาดตอน ไม่ต่อเนื่อง คลื่นสัญญาณขาดหาย โดนรบกวน”

(วโรตม์ นนตรี, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

2) การโยงหลักธรรมคำสอนเพื่อสร้างความชอบธรรมทางการเมืองให้แก่ฝ่ายตนเอง
ปัจจัยประการหนึ่งที่เป็นตัวบั่นทอนความน่าเชื่อถือขององค์กรศาสนา คือ การที่คนหยิบยกหลักธรรมคำสอนบางตอนของหลวงพ่ามาใช้ประกอบความชอบธรรมในการสนับสนุนฝักฝ่ายทางการเมือง ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของวัดและหลวงพ่อ รวมถึงสันคลอนระดับความศรัทธาของคนที่ยึดมั่นถือมั่นในอุดมการณ์ทางการเมือง ยกตัวอย่างกรณีวัดป่าบ้านตาดและสวนโมกขพลาราม

“สมัยก่อนหลวงตามหาบัวท่านจะเทศนาสอนโดยอิงจากสถานการณ์ปัจจุบัน ลูกศิษย์ของท่านก็มีทั้งคนเลื้อยเลื้อย เลื้อยแดง แต่ตัวท่านไม่สนใจฝักใฝ่การเมืองฝ่ายใด เมื่อเห็นท่านเทศน์ตำหนิอีกฝ่าย อีกฝ่ายหนึ่งก็จะแห่มาที่วัด คนมองว่าท่านสนับสนุนการเมืองอีกฝ่ายทั้งที่ท่านกำลังเทศนาสอนธรรม ถึงวันนี้ก็ยังมีคนเอาธรรมะบางตอนที่ท่านเคยเทศน์ไว้มาเป็นเครื่องมือทางการเมือง เอามาเป็นข้อมูลยืนยันว่าขนาดหลวงตายังเตือนไว้แบบนี้”

(บัวอุบล วดี, สัมภาษณ์ 16 ก.พ.57)

“ฝ่ายผลประโยชน์ทางการเมืองมักนำธรรมะที่ท่านพุทธทาสเทศน์เกี่ยวกับสังคัมและการเมืองเอาไปเป็นเครื่องมือสนับสนุนการเมืองข้างตน ทำให้คนที่ไม่รู้ข้อมูลพากันตีความว่าท่านเป็น

เสื่อสินนั้นสินี่ ซึ่งในความเป็นจริงท่านกำลังสอนธรรมะ ไม่ได้กำลังปราศรัยเลือกฝักฝ่ายทางการเมือง”
(ฐิติมา วงศ์ถวัลย์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

2.2 ปัจจัยด้านผู้รับสื่อ

ผู้รับสื่อเป็นตัวแปรที่ชี้วัดผลของการผลิตสื่อของวัดนั้นๆ ว่าเป็นอย่างไร ดังนั้น การผลิตสื่อของวัดจึงต้องศึกษาปัจจัยของผู้รับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการเนื้อหาธรรมได้อย่างตรงจุด โดยผู้รับสื่อในแต่ละวัดจะมีแบบแผนพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับวัดมีการผลิตสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการเปิดรับสื่อได้มากน้อยเพียงใด

ดังนั้น เพื่อส่งเสริมการทำงานแบบหลอมรวมสื่อของวัด ทางวัดจำเป็นต้องพิจารณาจากพฤติกรรมในการรับสื่อของผู้รับสื่อ บริบทสังคมที่แวดล้อมผู้รับสื่อ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผู้รับสื่อที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อ นั้น ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้รับสื่อที่เพิ่มขึ้น วัยของผู้รับสื่อ แบบแผนการเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อ โดยวัดที่เน้นใช้สื่อออนไลน์ สื่อสมัยใหม่ กลุ่มผู้รับสื่อก็จะเป็นคนรุ่นใหม่ หรือเป็นคนรุ่นเก่าที่มีศักยภาพในการใช้สื่อใหม่ เช่น วัดท่าซุง วัดพระธรรมกาย ขณะที่วัดที่ใช้สื่อเก่าหรือใช้สื่อน้อยประเภท เช่น วัดอัมพวัน สวนโมกขพลาราม ผู้รับสื่อจะเป็นผู้สูงอายุ หรือเป็นคนรุ่นใหม่ที่สนใจสื่อเก่าที่วัดใช้

ทั้งนี้ ปัจจัยด้านผู้รับสื่อ มีทั้งปัจจัยสนับสนุนและเป็นอุปสรรคต่อการทำงานหลอมรวมสื่อ
ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุนในด้านผู้รับสื่อ สามารถแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

1) จำนวนผู้รับสื่อที่เพิ่มขึ้น

จำนวนผู้รับสื่อที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายกลุ่มผู้รับสื่อไปยังกลุ่มใหม่ๆ เป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่วัดต้องปรับตัวเพื่อรองรับกลุ่มคนที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนเข้าใจธรรมชาติการเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อที่เปลี่ยนไป เช่น ผู้รับสื่อที่เปิดรับอยู่ก่อนแล้วพบปัญหาการใช้งานสื่อหรือไม่ ผู้รับสื่อที่มาใหม่ใช้งานสื่อที่วัดมีอยู่ได้ดีหรือไม่ เมื่อวัดมีกลุ่มผู้รับสื่อจำนวนมาก ย่อมสนับสนุนให้วัดใช้สื่อปริมาณมากด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างผู้รับสื่อของวัดป่าบ้านตาด

“ปัจจุบันจำนวนผู้รับสื่อยุคใหม่เพิ่มมากขึ้น แต่สนใจธรรมะน้อยลง เพราะคนรุ่นใหม่สนใจเข้าวัดน้อย อาจต้องการแค่รับรู้แต่ไม่มีเวลาปฏิบัติ วัดจึงต้องเข้าใจธรรมชาติของผู้รับสื่อยุคใหม่แล้วปรับตัวให้รองรับกลุ่มนี้ให้ได้”

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 15 พ.ย.56)

2) แบบแผนการเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อเปลี่ยนไป เน้นเปิดรับสื่อผ่านอุปกรณ์พกพา

หากสังคมพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่ๆ คนก็จะเปลี่ยนแบบแผนการบริโภคสื่อตามไปด้วย ทุกวันนี้คนนิยมเปิดรับสื่อต่างๆ ผ่านอุปกรณ์พกพาอย่างสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต วัดต้องติดตามแนวโน้มพฤติกรรมการใช้สื่อของสังคมอย่างใกล้ชิดเพื่อปรับการใช้สื่อให้สอดคล้องกับแบบแผนการเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อที่เปลี่ยนไปด้วย ยกตัวอย่างผู้รับสื่อของวัดอัมพวันและวัดป่าบ้านตาด

“ธรรมชาติของผู้รับสื่อยุคใหม่จะชอบเนื้อหาที่ดึงดูดใจ น่าตื่นเต้น เดินเรื่องเร็ว แต่เมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ จะเปลี่ยนมาชมเนื้อหาที่เนิบช้า โดยเฉพาะเด็กสมัยนี้ไม่สนใจรูปแบบเก่าๆ วัดจึงต้องมีวิธีในการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเด็กและเยาวชน”

(อติยา ปู่ซิ่ง, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

“ผู้รับสื่อที่เป็นวัยทำงานนิยมมักเปิดรับสื่อผ่านสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต วัดจะต้องปรับตัวโดยนำธรรมะใส่ไว้ในอุปกรณ์บนมือถือ เพราะคนสามารถเข้าถึงได้ทุกสถานที่ในเวลาที่จะสะดวกเข้าถึง”

(อิทธิ อินทศร, สัมภาษณ์ 15 พ.ย.56)

3) บทบาทในการเป็นสื่อบุคคลของผู้รับสื่อ

ในการสื่อสารด้านศาสนา ผู้รับสื่อสามารถเปลี่ยนบทบาทในการสื่อสารจากผู้รับที่เป็น Passive Audience มาเป็นผู้รับสื่อที่เป็น Active audience กล่าวคือ เป็นบทบาทที่สามารถรับสื่อและส่งต่อสื่อในฐานะผู้ส่งสารได้พร้อมๆ กัน หากผู้รับสื่อเปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้ส่งด้วย ผู้รับสื่อก็จะเป็นผู้บุคคลที่มีส่วนช่วยเผยแพร่สื่อทางพระพุทธศาสนาได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความร่วมมือในการเผยแผ่เนื้อหาให้มากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างผู้รับสื่อของวัดป่าบ้านตาด

“ผู้รับสื่อต้องช่วยบอกต่อธรรมะของวัดอีกทางหนึ่ง ลูกศิษย์ ผู้รับสื่อมีความสำคัญในการสนับสนุนสื่อธรรมะของวัด หากยังมีคนศรัทธาเลื่อมใสหลงตาและเปิดรับสื่อ รวมถึงบอกต่อไปเรื่อยๆ จะต้องมีคนได้ประโยชน์จากสื่อธรรม มีคนติดตามสื่อมากขึ้น”

(วโรตม์ นนตรี, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

ปัจจัยอุปสรรค

ในส่วนปัจจัยอุปสรรคที่เกี่ยวกับผู้รับสื่อ มีดังนี้

1) วัยและความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้รับสื่อ

วัยของผู้รับสื่อที่เปลี่ยนไปมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ที่ไม่ได้เข้าถึงเทคโนโลยีบ่อยๆ จะพบปัญหาการเปิดรับสื่อ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงสื่อที่วัดมีได้ตลอดเวลา ยกตัวอย่างกรณีผู้รับสื่อของวัดอัมพวัน

“วัยของผู้รับสื่อสำคัญมาก ผู้สูงวัยบางบ้าน ลูกหลานไม่ได้ตั้งค่าสัญญาณรับชมโทรทัศน์ให้ตรงตามค่าในปัจจุบัน บางบ้านติดตั้งจานดาวเทียมแต่ใช้งานไม่เป็น ใช้ Social media ไม่คล่องก็มี”

(อติยา ปู่ซิ่ง, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

ผู้สูงอายุบางคนอยากจะเข้าเว็บไซต์วัดผ่านมือถือ แต่ก็อาจจิ้มมือถือได้ลำบากเพราะตัวเล็กมองไม่เห็น บางคนอยากไปวัดแต่เดินทางไปไม่ไหว บางคนต้องรอให้ลูกหลานมีงานมีการทำก่อน ค่อยไปเข้าวัด หลวงพ่อจรัญเคยเทศน์สอนผู้สูงอายุที่เพิ่งคิดจะเข้าวัดช่วงบั้นปลายชีวิตว่า “ตอนปากดี มือ

ดี ก็ไม่สวดมนต์ ไม่อยากไหว้พระ พอไม่มีเสียง มือไม้สั่น ถึงอยากจะเข้าวัดไหว้พระ”

(ณัฐกฤตา ชานนท์นฤเบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

2) ทศนคติด้านลบของผู้รับสื่อ

กรณีวัดที่สังคมภายนอกหรือผู้รับสื่อกลุ่มหนึ่งเฝ้าจับตามองพฤติกรรมของวัดอย่างใกล้ชิด อย่างวัดพระธรรมกาย ถือว่าทศนคติของคนในการพุ่งเป้าโจมตี วิพากษ์วิจารณ์วัด เป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ธรรมะของวัด เนื่องจากการรับรู้ของกลุ่มคนดังกล่าวไม่ตรงกับวัด ก่อให้เกิดทศนคติด้านลบซึ่งทำให้การใช้สื่อเผยแพร่ธรรมะหรือสื่อสารสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเป็นไปได้ด้วยความลำบาก เนื่องจากผู้รับสื่อเลือกที่จะปิดรับข้อมูลข่าวสารจากวัดตั้งแต่นั้น

“ไม่ว่าวัดพยายามทำสื่อที่ออกมาดีแค่ไหน คนที่ไม่เข้าใจวัด ไม่ชอบวัดก็หาเรื่องโจมตีได้อยู่ดี เรื่องธุรกิจธรรมชยันนี้ถูกโจมตีเยอะมากกว่าทำให้รติติด หว่าวัดอยากได้ลาภสักการะ มีคนสรรเสริญ ซึ่งตั้งแต่เข้ามารู้จักวัด มันแตกต่างจากที่คนภายนอกบอกเราโดยสิ้นเชิง วัดนี้สำหรับคนรวยเท่านั้น บุญสามารถซื้อได้ แต่ที่หลวงพ่อบอกสอนจะบอกว่า ทานเป็นบุญที่เราต้องทำ ถ้าเราอยู่ในเส้นทางของการสร้างบารมี ทานเป็นสิ่งจำเป็น ถ้าจนจะทำบุญได้ไม่เยอะ ถ้ามีจะทำทานได้เต็มที่ หลวงพ่อบอกสอนให้ทำ ให้สร้างบารมีแบบง่ายๆ แต่เน้นเอาเวลามาปฏิบัติดีกว่า”

(จิระดา พันรูปทำว, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“ขณะนี้มีคนกล่าวโจมตีหรือมีทศนคติไม่เห็นด้วยต่อแนวทางคำสอนของวัดพระธรรมกายอยู่ มาก บางคนพอเห็นว่าเป็นข่าวที่ไม่ดีเกี่ยวกับวัดพระธรรมกายจะตั้งแง่ แสร้งว่าออกไปอย่างเดียว อย่างพระมหาสมชาย ฐานวุฑโฒ บางคนไม่รู้ว่าคุณเป็นผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดก็แสร้งธรรมะของท่านออกไปเพราะเป็นธรรมะที่ดี เข้าใจง่าย นี่ก็แสดงให้เห็นว่า คนบางกลุ่มจะตั้งธงไม่ยอมรับวัดทันทีเมื่อรู้ว่าเป็นคนของวัด เป็นสื่อของวัด”

(ธนมน พลานุพัฒน์, สัมภาษณ์ 9 ก.พ.57)

“ในเฟซบุ๊กมีการตั้งเพจไม่เอาสมเด็จพระมหาธีรราชเจ้า วัดปากน้ำภาษีเจริญ ตำแหน่งผู้ปฏิบัติหน้าที่สมเด็จพระสังฆราช ซึ่งเป็นผู้มีภูมิธรรมสูง เนื่องจากท่านพูดบอกคุณสุเทพ เทือกสุเทพ เลขาธิการ กปปส.ให้หยุดชุมนุมทำลายชาติ ทำให้มีคนจากภาคการเมืองเข้ามาเล่นงานไม่ยอมรับ ตำแหน่งผู้ปฏิบัติหน้าที่สมเด็จพระสังฆราช เนื่องจากเป็นสายเดียวกับวัดพระธรรมกาย ทั้งที่ไม่มีความเกี่ยวเนื่องกันเลย”

(ทิพยรัตน์ ตำนานวัน, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

2.3 องค์กรภาคีธรรม

การบริหารองค์กรศาสนาในยุคหลอมรวมสื่อ กล่าวได้ว่า วัดไม่อาจผลิตสื่อและเผยแพร่สื่อเพียงลำพัง โดยไม่มีการประสานความร่วมมือกับองค์กรทางศาสนาอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นวัด สถานปฏิบัติธรรม หน่วยงานภาครัฐ มูลนิธิทางธรรมที่ก่อตั้งโดยเอกชน วัดในยุคใหม่จำเป็นต้องมีการสร้าง

เครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรภาคีธรรมเพื่อทำหน้าที่ช่วยกันเผยแผ่งานพระพุทธศาสนาให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสื่อที่หลากหลายยิ่งขึ้น

ในทึนี้ องค์กรภาคีธรรมแบ่งเป็นองค์กรภาคีธรรมภายในประเทศและภายนอกประเทศที่อยู่ในรูปองค์กรต่างๆ ได้แก่ วัด มูลนิธิ เครือข่ายพุทธต่างๆ ซึ่งองค์กรภาคีธรรมมีส่วนสนับสนุนการเกิดองค์กรหลอมรวมสื่อได้

จากการศึกษา พบว่า วัดทั้ง 5 แห่งที่ศึกษามีการประสานความร่วมมือในงานเผยแผ่ธรรมกับองค์กรภาคีธรรมทั้งในและต่างประเทศในระดับที่แตกต่างกัน

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุนในด้านองค์กรภาคีธรรม ได้แก่

1. องค์กรภาคีธรรมส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการแลกเปลี่ยน แนะนำเนื้อหาของวัดวัดที่มีองค์กรเครือข่ายหรือมีศูนย์สาขา อย่างกรณีสวนโมกขพลาราม ซึ่งมีหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ เป็นองค์กรภาคีที่ทำงานเผยแผ่ธรรมะตามแนวทางท่านพุทธทาสที่กรุงเทพฯ เป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือในการแนะนำ บอกต่อเนื้อหาของวัดมากขึ้น

“หอจดหมายเหตุพุทธทาสฯ เป็นองค์กรภาคีที่ทำงานเผยแผ่ธรรมะตามแนวทางท่านพุทธทาส โดยมีเครือข่ายองค์กรภาคีธรรมทั่วประเทศ เช่น วัดญาณเวศกวัน วัดหนองป่าพง เครือข่ายพุทธทาส สถาบันวิมุตตยาลัย ฯลฯ ตลอดจนมีภาคีความร่วมมือจากภาครัฐ เช่น กระทรวงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกฤษฎามนตรี บมจ. อสมท. กรมประชาสัมพันธ์ ฯลฯ เหล่านี้ส่งผลให้วัดมีระดับความร่วมมือในการผลิตสื่อและเผยแผ่งานพระพุทธศาสนาได้มากขึ้น เรียกว่าช่วยกันเผยแผ่ธรรมะตามแนวทางท่านพุทธทาส เพื่อให้ธรรมะเข้าถึงคนให้มากที่สุด”

(กิตติศักดิ์ รุ่งเรืองวัฒนชัย, สัมภาษณ์ 4 ม.ค.57)

2.4 พื้นที่

พื้นที่ ความใกล้ชิดของวัด ส่งผลต่อโอกาสในการเข้าถึงสื่อของวัดในเชิงเทคนิคการออกอากาศ ทั้งนี้ พื้นที่เป็นปัจจัยสำคัญซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการหลอมรวมสื่อศูนย์การทำงานสื่อของวัดด้วยเช่นกัน โดยวัดที่มีลักษณะการรวมศูนย์การทำงาน อาทิ วัดพระธรรมกาย จะมีลักษณะองค์กรที่เอื้อต่อการหลอมรวมสื่อมากกว่าวัดที่มีการกระจายศูนย์การทำงานออกไปในพื้นที่ต่างๆ เช่น สวนโมกขพลาราม วัดอัมพวัน

ทั้งนี้ ปัจจัยด้านพื้นที่ มีเฉพาะปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานหลอมรวมสื่อ

ปัจจัยอุปสรรค

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในด้านพื้นที่ สามารถแบ่งเป็นประเด็นต่างๆ กล่าวคือ

- 1) คุณภาพสัญญาณการออกอากาศ

วัดที่ใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หากระบบการส่งสัญญาณแพร่ภาพออกอากาศไม่ครอบคลุมพื้นที่โดยรอบในบริเวณกว้าง รวมถึงสัญญาณไม่คมชัดเพียงพอ จะส่งผลให้ผู้รับไม่สามารถรับสื่อของวัดได้ เช่น กรณีวัดป่าบ้านตาด

“ปัจจุบันเครื่องส่งที่วัดป่าบ้านตาดใช้อยู่อาจไม่มีประสิทธิภาพดีพอ เพราะสัญญาณในบางพื้นที่ยังขาดหาย ไม่ชัดเจน หากเครื่องส่งหรือระบบการส่งสัญญาณมีคุณภาพดี ผู้รับทุกพื้นที่จะรับสื่อเสียงธรรมได้ดีกว่านี้”

(จงใจ วิเศษมงคลชัย, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“อยากให้วัดใช้สื่อที่มีอยู่อย่างมีคุณภาพมากที่สุด อย่างปัญหาเรื่องคุณภาพการส่งสัญญาณวิทยุและโทรทัศน์ หากมีการปรับปรุง พัฒนาการแพร่สัญญาณที่มีอยู่ให้ดีขึ้น ผู้รับสัญญาณจะสามารถเข้าถึงธรรมะขององค์หลวงตาได้ตลอดโดยไม่สะดุด”

(عنกร ผดุงศักดิ์วงศ์, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

2) สภาพแวดล้อม

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม สภาพอากาศ มีผลต่อการทำงานสื่อที่เกี่ยวข้องกับระบบการส่งสัญญาณ เนื่องจากวัดที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล มีภูเขา ป่าไม้เป็นสิ่งกีดขวางสัญญาณ จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพการส่งสัญญาณออกไปยังผู้รับสื่อในพื้นที่ต่างๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น กรณีวัดป่าบ้านตาด

“ผู้รับสื่อของวัดบางแห่งไม่อาจรับสัญญาณดาวเทียมหรือสัญญาณวิทยุของทางวัดป่าบ้านตาดได้ชัดเจน ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม เช่น มีฝนตก ลมพายุ มีป่าไม้ ภูเขา ซึ่งอาจเป็นสิ่งกีดขวางทำให้ไม่สามารถรับส่งสัญญาณได้ดี”

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 15 พ.ย.56)

3) ระยะความห่างไกลจากวัดของลูกศิษย์

ระยะทาง ความห่างไกลจากวัด เป็นปัจจัยหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของสัญญาณการออกอากาศ ยิ่งครัวเรือนที่อยู่ห่างไกลวัดออกไปมาก อาจรับสัญญาณดาวเทียมหรือสัญญาณวิทยุได้ไม่ดี ส่งผลให้เลือกรับสื่อได้น้อยประเภทลงไป ยกตัวอย่างกรณีวัดอัมพวัน

“วัดอัมพวันมีลูกศิษย์อยู่ทั่วประเทศ ลูกศิษย์ที่อยู่ไกลวัดก็จะไม่สะดวกในการเข้าถึงเทคโนโลยี บ้างไม่มีอินเทอร์เน็ต ไม่มีคอมพิวเตอร์ การหลอมรวมสื่อจะไม่ตอบโจทย์กับลูกศิษย์กลุ่มนี้ เพราะจะสะดวกอ่านแต่หนังสือ หรือไม่ก็เข้าวัดนานๆ ครั้ง”

(ณัฐกฤตา ชานนพันธ์ุเบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

2.5 แรงกดดันจากมหาเถรสมาคม

มหาเถรสมาคม เป็นองค์กรทางพระพุทธศาสนาที่มีอำนาจสูงสุดในการปกครองคณะสงฆ์ทั่วประเทศ โดยข้อกำหนด ข้อเสนอแนะของมหาเถรสมาคมส่วนใหญ่มีสถานะแจ้งเพื่อทราบกึ่งบังคับให้วัดเหล่านั้นปฏิบัติตาม ซึ่งบางครั้งปัจจัยแทรกแซงดังกล่าวเป็นอุปสรรคต่อการทำงานหลอมรวมสื่อของวัด

จากการศึกษาพบว่า วัดที่มีปัจจัยแทรกแซงจากมหาเถรสมาคม คือ สวนโมกขพลาราม

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค จากมหาเถรสมาคม คือ

1) มหาเถรสมาคมพยายามผลักดันให้วัดบางวัดที่ไม่เน้นใช้สื่อหันมาใช้สื่อเพิ่มขึ้น

ด้วยนโยบาย การทำงานสื่อของวัดบางวัดที่มีแนวคิดไม่สนับสนุนการเผยแพร่ธรรมด้วยสื่อใหม่ ตามกระแสสังคมมาตั้งแต่เริ่มต้น เมื่อได้รับแรงกดดันจากมหาเถรสมาคม ส่งผลให้วัดขาดความคล่องตัว ขาดความเป็นอิสระในการบริหารดูแลตนเอง ได้แก่ กรณีสวนโมกขพลาราม

“มีครั้งหนึ่งที่สวนโมกข์เคยได้รับนโยบายจากมหาเถรสมาคม ที่ต้องการผลักดันให้วัดผลิตสื่อหลากหลายประเภทมากขึ้น ทั้งที่นโยบาย แนวทางของวัดไม่เน้นใช้สื่อมาก ส่งผลให้การทำงานสื่อของวัดขาดความคล่องตัว เพราะมีปัจจัยแทรกแซงจากภายนอก”

(เมตตา พานิช, สัมภาษณ์ 13 ธ.ค.56)

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา กล่าวได้ว่า ปัจจัยที่สนับสนุนการหลอมรวมสื่อ มีทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร

ปัจจัยสนับสนุนที่เป็นปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ นโยบายองค์กรที่เน้นการเผยแพร่ธรรมะในเชิงรุก แนวทางคำสอนที่เน้นการเผยแพร่ออกไปให้กว้างขวาง ไม่สงวนลิขสิทธิ์ บุคลากรมีความเปี่ยมอาชีพในการทำงานสื่อและมีความศรัทธาต่อแนวทางคำสอนของวัด มีทุน มีเทคโนโลยีรองรับในการพัฒนาสื่อใหม่ๆ องค์กรหลวงพ่อต้องมีความแตกฉานในการเทศนาธรรม สามารถสร้างความศรัทธาให้แก่ลูกศิษย์ได้อย่างสนิทใจ ตัวสื่อธรรมต้องมีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัย มีลักษณะเป็นสื่ออินเตอร์แอคทีฟ เนื้อหาสื่อเน้นที่ตัวรูปแบบแต่ไม่ปรับเปลี่ยนความหมาย

โดยปัจจัยสนับสนุนที่เป็นปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ ผู้รับสื่อมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อเปลี่ยนไปตามกระแสสังคม รวมถึงปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจที่เป็นจุดเปลี่ยนให้วัดหันมาใช้สื่อมากขึ้นด้วย

ขณะที่ปัจจัยอุปสรรคที่ส่งผลให้การทำงานหลอมรวมสื่อขององค์กรไม่มีประสิทธิผลเท่าที่ควร แบ่งเป็นปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรเช่นเดียวกัน โดยปัจจัยระดับภายในองค์กร ได้แก่ นโยบายองค์กรที่ไม่ต้องการเพิ่มสื่อเนื่องมาจากแนวทางคำสอนหรือแนวคิดความค้ำถุนของการใช้สื่อของวัด ความเคร่งครัดในพระวินัยทำให้พระเข้ามามีส่วนร่วมในการทำสื่อไม่ได้เต็มที่ แนวทางคำสอนที่มุ่งสื่อสารกับคนเฉพาะกลุ่มไม่ใช่คนทุกกลุ่ม บุคลากรยังไม่มีความรู้ความชำนาญในการใช้สื่อสมัยใหม่ ตลอดจนทุน เทคโนโลยีที่บางวัดขาดการสนับสนุนจนไม่สามารถผลิตสื่อได้แม้มีบุคลากรเพียงพอ

นอกจากนี้ ปัจจัยภายนอกองค์กร ประกอบด้วยปัจจัยที่มาจากผู้รับสื่อ ปัญหาความขัดแย้งทางกฎหมายกับ กสทช. ในฐานขององค์กรที่มีอำนาจในการออกใบจัดตั้งวิทยุชุมชน รวมถึงสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ดาวเทียมที่ต้องอาศัยการแพร่กระจายสัญญาณ

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยหลักที่เป็นเงื่อนไขกำหนดการเกิดองค์กรหลอมรวมสื่อทางศาสนา ประกอบด้วย

1. นโยบายองค์กร
2. แนวทางคำสอน
3. บุคลากรสื่อ
4. ผู้รับสื่อ
5. เทคโนโลยี
6. ทุน งบประมาณ

ระบบการทำงานสื่อในสถานการณ์ปกติ ถือว่าปัจจัยดังกล่าวเป็นเงื่อนไขกำหนดการทำงานแบบหลอมรวมสื่อขององค์กร โดยแนวทางคำสอนและทุน มีส่วนในการกำหนดนโยบายองค์กร นโยบายองค์กรกำหนดการใช้เทคโนโลยีและการทำงานของบุคลากร โดยมีผู้รับสื่อเป็นตัวแปรกำหนดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานด้านต่างๆ ขององค์กร

ประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อและองค์กรทางพระพุทธศาสนา

การศึกษาประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อและองค์กรทางพระพุทธศาสนาทั้ง 5 แห่งนั้น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ผลิตสื่อในแต่ละองค์กร จำนวน 19 คน และสัมภาษณ์ผู้รับสื่อของแต่ละองค์กร องค์กรละ 7-10 คน รวม 38 คน ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยแบ่งตามเกณฑ์การประเมินประสิทธิผลที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ 4 ด้าน ได้แก่ การเปิดรับสื่อ การรับรู้สื่อ การเข้าถึงสื่อ และความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อ

1. ประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อด้านการเปิดรับสื่อ

จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างองค์กรและผู้รับสื่อของวัดทั้ง 5 แห่ง ผู้วิจัยอธิบายประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อด้านการเปิดรับสื่อที่มีต่อองค์กรและผู้รับสื่อของแต่ละวัด ดังนี้

1.1 วัดท่าซุง

ประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อที่มีต่อองค์กร

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อบุคลากรสื่อวัดท่าซุงจำนวน 4 รูป

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------|
| 1. พระอาจารย์อาจันต์ ธมมจิตโต | ดูแลฝ่ายสื่อธัมมวิโมกข์ |
| 2. พระอาจารย์ชัยวัฒน์ อชิโต | ดูแลฝ่ายสื่อเว็บไซต์วัด |
| 3. พระอาจารย์ละออง ธมมจาโร | ดูแลฝ่ายหนังสือธรรมและสื่อเสียง |
| 4. พระสมุห์มงคลเวทย์ สุขมมฐานวโร | ดูแลฝ่ายสื่อภายในวัด |

จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ พบว่า การหลอมรวมสื่อมีผลต่อการเปิดรับสื่อของวัดท่าซุงในลักษณะที่เปลี่ยนมุมมองการใช้สื่อของวัดไปจากการเน้นใช้สื่อดั้งเดิม เช่น หนังสือธรรมปฏิบัติ

นิตยสารธัมมวิโมกข์ไปเน้นสื่อออนไลน์ อาทิ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ มากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้รับสื่อสนใจและเข้าถึงสื่อออนไลน์มาก แต่กระนั้นวัดก็ยังคงใช้สื่อเก่าและสื่อใหม่ ไม่ได้ลดประเภทสื่อแต่อย่างใด

“การหลอมรวมสื่อช่วยให้วัดทราบว่า วัดต้องเน้นมาใช้สื่อออนไลน์เป็นสื่อช่องทางหลัก เนื่องจากคนรุ่นใหม่นิยมเปิดรับสื่อของวัดผ่านสื่อออนไลน์อย่างเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เพราะข้อมูลมีความรวดเร็ว ทันสมัย”

(พระอาจารย์ชัยวัฒน์ อชิโต, สัมภาษณ์ 14 มี.ค.57)

“เมื่อวัดใช้สื่อมาก วัดจะรู้ว่าคนไม่ค่อยนิยมการอ่านจากหนังสือแล้ว ทำให้ฐานผู้อ่านธัมมวิโมกข์หรือหนังสือธรรมปฏิบัติอาจมียอดพิมพ์ลดน้อยลง เพราะคนสามารถเลือกช่องทางออนไลน์ในการเปิดรับสื่อของวัดได้”

(พระอาจารย์ละออง ธมฺมจาโร, สัมภาษณ์ 1 เม.ย.57)

ประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ในมิติประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่ส่งผลต่อการเปิดรับสื่อของวัดท่าซุง ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อวัดท่าซุง จำนวน 6 คน ได้แก่

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	อายุ	อาชีพ
1	นายศุภชัย จิรเกรียงสกุล	29	พนักงานบริษัทเอกชน
2	นายทศพร ดุสิตพัฒนาพันธ์	54	ที่ปรึกษาทางการเงิน
3	นายสหรัฐ หล้าเนตร	23	นักศึกษา
4	นายสิงหา ประพจนารณ	23	วิศวกร
5	นายคณิต คุ่มพิทักษ์	31	พนักงานขายอุปกรณ์กีฬา
6	นายอนุภาพ โทตระภวานนท์	27	ธุรกิจส่วนตัว

ตารางที่ 5.1 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อของวัดท่าซุง

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การประเมินประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อ พิจารณาจากการเลือกเปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภทและปริมาณความถี่ในการเปิดรับ ซึ่งจากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ พบว่าผู้รับสื่อแต่ละคนเปิดรับสื่อแตกต่างกัน โดยสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อบุคคลเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับทั้งหมด รองลงมาเป็นสื่อบันทึกเสียง เว็บไซต์ และสื่อกิจกรรม แต่ในรายละเอียดการเปิดรับสื่อของแต่ละบุคคล พบว่ากลุ่มตัวอย่างเน้นเปิดรับสื่อจากสื่อออนไลน์มากกว่า

ทั้งนี้ จากเกณฑ์การเลือกเปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภทและปริมาณความถี่ในการเปิดรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกคนเปิดรับสื่ออย่างน้อย 4 ประเภทขึ้นไปและมีการเปิดรับสื่อในปริมาณที่

แตกต่างกัน ดังตารางแสดงผลต่อไปนี้

ชื่อ-สกุล	หนังสือ	ซีดี MP3	เฟซบุ๊ก	เว็บไซต์	ยูทูป	กิจกรรม	สื่อ บุคคล	App
ศุภชัย	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
ทศพล	✓	✓		✓		✓	✓	
สหัสรัฐ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
สิงหา	✓		✓	✓	✓	✓	✓	
คณิศ	✓	✓	✓	✓	✓		✓	
อานุกาพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
รวม	6	5	5	6	4	5	6	1

ตารางที่ 5.2 ประเภทสื่อที่ผู้รับสื่อของวัดท่าซุงเปิดรับ

จากตารางที่ 5.2 แสดงประเภทสื่อที่ผู้รับสื่อของวัดท่าซุงเลือกเปิดรับ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกและแบ่งการนำเสนอออกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1.1.1 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก เนื่องจากได้รับสื่อหนังสือจากการไปร่วมกิจกรรมงานบุญของวัดและมีแบบแผนการเปิดรับสื่อโดยการอ่าน

“เข้ามารู้จักวัดท่าซุงเพราะครอบครัวพาไปวัดท่าซุงตั้งแต่เด็กๆ ไปร่วมกิจกรรมงานบุญที่วัดเฉลี่ยปีละ 3-4 ครั้ง ไปถวายสังฆทานท่านเจ้าอาวาสที่บ้านสายลม ซ.พหลโยธิน 8 ทุกเดือน เวลาไปถวายสังฆทานก็จะได้รับหนังสือกลับมาอ่านที่บ้าน ถ้าทำบุญ 100 บาทก็จะได้เล่มเล็ก ถ้าร่วมบุญ 1,000 บาทก็จะได้เล่มใหญ่ ตอนบวชก็ได้อ่านหนังสือประวัติหลวงพ่อบาน หนังสือมิลินทปัญหา อ่านจนหมดเล่ม นอกจากนี้ก็อ่านโพสตร์ธรรมะที่คุณแม่แชร์มา ฟังยูทูปบ้างเป็นครั้งคราว แต่หลักๆ อ่านหนังสือและไปถวายสังฆทานที่บ้านสายลม”

(สิงหา ประพจนารมณ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

1.1.2 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อออนไลน์เป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นเปิดรับสื่อออนไลน์ทั้งเฟซบุ๊ก เว็บไซต์เป็นหลัก เนื่องจากสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลผ่านอุปกรณ์พกพา สืบค้นข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา สามารถเปิดรับสื่อธรรมะได้ตลอดเวลา

“รู้จักหลวงพ่อดีมาตั้งแต่ปี 51 มีคนแนะนำมาว่าหลวงพ่อดีเป็นพระดี เนื่องจากส่วนตัวชอบศาสนา สนใจเรื่องบุญ บาป สิ่งที่ไม่เห็นอยู่แล้วจึงลองไปศึกษาดู เริ่มจากการหาบทความในเว็บ บอร์ดวัดท่าซุง เว็บพลังจิตอ่าน หาMP3 เลือกลำโพงที่เราสนใจจากในเว็บไซต์ฟัง แต่หลังๆ ก็โหลดจากในเว็บไซต์มาฟังไม่ได้ซื้อหาเอง ได้เข้าเพจเฟซบุ๊กดูคำสอนและวัตถุมงคลที่ท่านสร้างทุกวัน และไปทำบุญที่วัดเป็นบางโอกาส ปัจจุบันจะเน้นเฟซบุ๊กจากในมือถือเป็นหลักเพราะพกมือถือติดตัวอยู่ตลอด คำสอนดูน่าอ่านและใช้เวลาอ่านไม่นานด้วย”

(คณิต คุ่มพิทักษ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ชอบเข้าเฟซบุ๊กไปดูพระเครื่อง วัตถุมงคลที่ท่านหลวงพ่อดีปลุกเสก อีกส่วนหนึ่งก็อ่านธรรมะ คำสอนของหลวงพ่อดีที่มีคนแชร์ในกลุ่มเฟซบุ๊กลูกศิษย์ อ่านมาก แชร์มากจนได้สร้างเพจเฟซบุ๊ก เผยแพร่คำสอนของหลวงพ่อดีเป็นของตนเองชื่อ “ลูกรักพ่อ พระราชพรหมยาน” เป็นเพจที่รวมคำสอน หลวงพ่อดี มีคนไลค์ประมาณ 1,200 ไลค์ มีคนแชร์ธรรมะจากเพจเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันไม่ค่อยได้อัปเดตเพจ เวลาเข้าเฟซบุ๊กก็จะเข้าเว็บไซต์ด้วย ยุบไปด้วย เพราะใช้เมื่อเข้าอินเทอร์เน็ตเหมือนกัน”

(สพฐ หล้าเนตร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ที่บ้านมีหนังสือธรรมะของหลวงพ่อดีที่สะสมตั้งแต่ปี 2524 ถึงวันนี้ก็เกิน 30 ปี หนังสือมีเต็มตู้ ส่วนใหญ่ก็อ่านหมดแล้วเลยเก็บเข้าตู้ ไม่สะดวกก็ซื้อคัมภีร์มาอ่าน หลังๆเลยจะเข้าเฟซบุ๊ก เว็บไซต์แทนแต่ใช้บ่อยๆคือ เว็บไซต์ เพราะมีครบทั้งภาพ ตัวอักษร เสียง มีในรูปแบบ e-book วิดีโอเสียงหลวงพ่อดี มีกิจกรรมสำคัญต่างๆ ให้ติดตาม มีบทความธรรมะที่นำมาเรียบเรียงหรือโพสต์ใหม่เยอะ”

(ทศพล ดุสิตพัฒนาพันธ์, สัมภาษณ์ 1 ก.พ.57)

“ส่วนตัวสนใจเรื่องอภินิหาร กับเรื่องของพลังจิต และได้รู้จักเรื่องเหล่านี้ในเว็บไซต์พลังจิต ในนั้นจะเน้นคำสอนของหลวงพ่อดีซึ่งดีเป็นหลัก จนมายุคหลังๆก็ ฟังเทศน์ท่านผ่านยูทูปและอ่านข้อธรรมะต่างๆ จากทางเฟซบุ๊กเป็นประจำทุกวัน”

(อานภาพ โทตระภวานนท์ , สัมภาษณ์ 31 มี.ค.57)

“ตั้งแต่เปลี่ยนจากคริสต์มานับถือพุทธและเริ่มต้นรู้จักหลวงพ่อดีจึงดำนั้ก็เริ่มอ่านหนังสือก่อน แต่เดี๋ยวนี้นั่งแต่เฟซบุ๊ก โดยเปิดรับหมดทั้งเฟซบุ๊กของเพื่อนที่ชอบโพสต์ธรรมะ เฟซบุ๊กเพจกลุ่มลูกศิษย์วัดท่าซุง มีก็กลุ่มก็กดเข้าหมดทุกกลุ่ม เฟซบุ๊กมูลนิธิหลวงพ่อดีปาน-พระมหาวิระ ถาวร โพธิ์พุฒ พระอาจารย์รูปอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลวงพ่อดีซึ่งดี คำ เช่น หลวงปู่โต๊ะ วัดสระเกษ หลวงตาม้า วัดถ้ำเมืองนะ ฯลฯ นอกจากนี้ก็ใช้แอปพลิเคชันฟังธรรมะ ซึ่งมีพระอาจารย์หลายๆ รูป หนึ่งในนั้นก็ยังมีหลวงพ่อดี”

(ศุภชัย จิรเจริญสกุล, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

1.1.3 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อบันทึกเสียงเป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นเปิดรับสื่อบันทึกเสียง เนื่องจากมีแบบแผนการเปิดรับสื่อโดยการฟัง มองว่าการฟังเสียงจะทำให้เกิดสมาธิได้ง่ายกว่า

“ศึกษาคำสอนของหลวงพ่อกายูทูปมาประมาณ 4 ปี ชอบคำสอนของท่านที่แนะนำทางลัด การปฏิบัติไปสู่พระนิพพาน จากนั้นก็ค่อยเลิร์ซค่าเทศน์จากในยูทูป อินเทอร์เน็ต แต่จะชอบฟังจากยูทูป คลิปวิดีโอ CD MP3 มากกว่า โดยเฉพาะเสียง MP3 ได้โหลดคลิปทสดหลวงพ่อกายู เพลงสั้นๆ มาใส่มือถือไว้เปิดฟังเวลาว่างๆ CD จะเปิดฟังตลอดเวลาอยู่บ้าน ไม่ว่าจะทานข้าว ซักผ้า ก่อนนอนก็เปิดตลอด”

(สหรัฐ หล้าเนตร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อหลายช่องทางของผู้รับสื่อวัดท่าซุง

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อหลากหลายช่องทาง พบว่า ในกลุ่มที่มีความศรัทธาสูงและมีความพร้อมด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยี ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อทุกสื่อที่วัดใช้ ส่วนในกลุ่มที่เข้าวัดตามครอบครัวตั้งแต่ยังเด็กหรือติดตามเป็นลูกศิษย์ของวัดเป็นเวลานาน จะเปิดรับสื่อหลายช่องทางแต่น้อยประเภทกว่าและมีปริมาณความถี่น้อยกว่า เพราะมุ่งไปที่การปฏิบัติมากกว่าการศึกษาหาข้อมูล บางกลุ่มก็เปิดรับสื่อตามความสะดวก บางคนเลือกเปิดรับสื่อตามจุดเด่นของสื่อแต่ละประเภท

“สื่อแต่ละสื่อก็มีจุดเด่นแตกต่างกัน ต้องเลือกให้เหมาะสมกับสไตล์การใช้สื่อตัวเอง ที่เลือกใช้เฟซบุ๊กเพราะได้ความเข้าถึงง่าย ถ้าอยากได้ข้อมูลเจาะลึกและน่าเชื่อถือต้องไปดูในเว็บไซต์ ถ้าอยากได้แหล่งข้อมูลอ้างอิงต้องอ่านหนังสือ ยิ่งเป็นหนังสือตีพิมพ์ฉบับเก่าๆ ข้อมูลจะไม่ผิดเพี้ยนไปจากที่ท่านสอนไว้”

(คณิต คุ่มพิทักษ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“เปิดรับสื่อขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ถ้าสะดวกอ่านหนังสือก็อ่านหนังสือ ถ้าอยู่ข้างนอก สะดวกอ่านจากโทรศัพท์ก็จะเข้าเว็บ อ่านจากเฟซบุ๊ก สนใจสื่อใหม่หลายๆ สื่ออยู่แล้ว”

(ศุภชัย จิรเกรียงสกุล, สัมภาษณ์ 30 ม.ค.57)

“ตอนนี้ไม่ว่าวัดมีสื่ออะไร ลูกศิษย์มีสื่ออะไร ถ้าเราสะดวกเข้าถึงก็จะใช้หมด เพราะเราไม่ลังเลสงสัยในหลักธรรมคำสอนของหลวงพ่อกายูอีกแล้ว เข้าใจธรรมะในระดับหนึ่งแล้ว เลยจุดที่จะต้องหาข้อมูลความรู้มาแล้ว ตอนนี้ในช่วงหมั่นเปิดรับให้จิตอยู่ในธรรมแล้วมุ่งตรงต่อการปฏิบัติอย่างเดียว”

(ทศพร ดุสิตพัฒนาพิณนัท, สัมภาษณ์ 1 ก.พ.57)

“คนที่ใช้สื่อมากอาจไม่ได้แปลว่าเขาคร่ำคร่ามาก เรื่องการเปิดรับหลายสื่อมันขึ้นอยู่กับความสะดวกในการเปิดรับสื่อของคน บางที่เขาไปในสื่อหนึ่งแล้วเห็นภาพวัดสะอาด วัดสวยก็ชอบ บางที่เขาไปอ่านอีกสื่อหนึ่งแล้วคร่ำคร่าในหลักคำสอน กล่าวคือ ถ้าเข้าไปใช้สื่อแล้วจะค่อยๆเห็นประโยชน์ ถ้าใช้สื่อเรื่อยๆ ไม่ใช่คร่ำคร่าน้อย แต่อาจเข้าถึงสื่อได้น้อยลง โอกาสที่จะเกิดคร่ำคร่ามีน้อยลงไปด้วย”

(สทรรฐ หล้าเนตร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“จริงๆ ใช้สื่อน้อยกว่าแต่ก่อน เพราะเราซึมซับธรรมะจากคุณแม่มาตั้งแต่อายุ 5-6 ขวบ มันถึงจุดอิ่มตัว ไม่ได้อยากเปิดรับให้มากกว่านี้ อย่างบางสื่อ อาทิ หนังสือ เพชบุ๊กรูป ฆูทูป ไปร่วมงานบุญของวัดก็เป็นการเปิดรับทางอ้อมจากคุณแม่ เราได้ฟังฆูทูปที่แม่เปิดในบ้าน ได้อ่านโพสตร์ธรรมะที่แม่แชร์ในเฟซบุ๊กอยู่เป็นประจำ เรียกว่า รับน้อยๆ แต่สม่ำเสมอ คือ พอดีสำหรับตัวเรา”

(สิงหา ประพจนารณณ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

ผลของการเปิดรับสื่อใหม่ๆ ที่มีต่อผู้รับสื่อวัดท่าซุง

ทั้งนี้ จากการเก็บข้อมูลประสิทธิผลของการเปิดรับสื่อประเภทใหม่ๆ ต่อผู้รับสื่อวัดท่าซุง พบว่า การเปิดรับสื่อช่องทางใหม่ๆ เป็นการเพิ่มโอกาสการพบเห็น รับรู้ข้อธรรมคำสอนบ่อยครั้งขึ้น ให้ความรู้สึกเหมือนมีหลวงพ่อก้มครองอย่างใกล้ชิด และสื่อบางสื่อตอบสนองการใช้งานและรูปแบบการเปิดรับสื่อของผู้ใช้ได้แตกต่างกัน

“สื่อแต่ละแบบช่วยให้เราพบเห็นคติธรรมคำสอนของหลวงพ่อกว่ทุกเวลา ทุกช่องทาง แต่แค่เพิ่มโอกาสในการพบเห็น การเข้าถึง ไม่ได้เพิ่มความเชื่อ ความศรัทธา เพราะคนจะมีศรัทธาต่อสิ่งใดอย่างคงมั่นนั้นจะต้องมีประสบการณ์ตรงกับสิ่งนั้น เช่น หลวงพ่อกว่มาปรากฏในฝัน 3 คืนติดต่อกัน เราจึงจะรู้สึกศรัทธา ไม่ใช่เพราะเราดูสื่อทุกๆ วัน”

(ศุภชัย จิรเกรียงสกุล, สัมภาษณ์ 30 ม.ค.57)

“การเปิดรับสื่ออย่างสม่ำเสมอมันเหมือนการที่เราได้อยู่ใกล้ชิดครูอาจารย์ แม้ท่านจะไม่ดำรงธาตุขันธ์อยู่แล้วก็ตาม การใกล้ชิดครูมันก็ทำให้เรามีกำลังใจทำดีต่อไป ไม่กล้าประพฤตินอกกฎทางตามที่ท่านสอน”

(อานุภาพ โทตระภวานนท์, สัมภาษณ์ 31 มี.ค.57)

“คนที่ใช้โซเชียลมีเดียจะทราบว่ สื่อพวกนี้มันเน้นรวดเร็ว ทันใจ แคร่คำสอนเพียงคลิกเดียวมันไปเลย ยิ่งเราแคร่คำสอนของพระพุทธองค์ ของหลวงพ่อกว่ที่เราเคารพนับถือ คนที่ไม่เคยรู้ธรรมมาก่อนจะได้มีโอกาสพบเห็น หรือเข้าถึงแค่ผ่านๆ ก็ยังดี จากนั้นถ้าคำสอนมีผลต่อตัวเขา เขาจะค่อยๆหาช่องทางขยายผลไปสู่สื่อประเภทอื่นต่อ การเปิดใช้สื่อหลายๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์มันจะได้ความรวดเร็ว ได้กลุ่มคนใช้โซเชียลมีเดียซึ่งเป็นอีกกลุ่ม อีกรูปแบบหนึ่ง”

(สทรรฐ หล้าเนตร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

1.2 สวนโมกขพลาราม

ประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อที่มีต่อองค์กร

ในมิติประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อด้านการเปิดรับสื่อ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลบุคลากรสื่อของสวนโมกขพลาราม จำนวน 7 คน ได้แก่

- | | |
|---------------------------|-----------------------------|
| 1. พระอาจารย์ทวี จนทสโร | พระผู้ดูแลสื่อเสียงภายในวัด |
| 2. นายเมตตา พานิช | ประธานธรรมทานมูลนิธิ |
| 3. นายศรายุทธ มณีเนียม | เหรัญญิกธรรมทานมูลนิธิ |
| 4. นายวินัย พร้อมอุดม | เจ้าหน้าที่ธรรมทานมูลนิธิ |
| 5. นางสุกัญญาทิพ เผือกปาน | เจ้าหน้าที่ธรรมทานมูลนิธิ |

ผู้ให้สัมภาษณ์หลักของหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญญา จำนวน 2 คน ประกอบด้วย

- | | |
|-------------------------------------|---|
| 6. นายกิตติศักดิ์ รุ่งเรืองวัฒน์ชัย | ผู้จัดการหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญญา |
| 7. ดร.ภัทรดร ภิญโญพิชญ์ | หัวหน้าส่วนงานประชาสัมพันธ์
หอจดหมายเหตุพุทธทาสฯ |

จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ พบว่า การหลอมรวมสื่อทำให้วัดต้องปรับเปลี่ยนการใช้สื่อให้มีความหลากหลายกว่าเดิม จากเดิมที่วัดเน้นใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก ปัจจุบันวัดก็ไม่ปฏิเสธสื่อสมัยใหม่ ยังคงเปิดกว้างรับสื่อหลากหลายรูปแบบ แต่วัดพยายามจะปรับเปลี่ยนให้น้อยที่สุด

ทั้งนี้ การหลอมรวมสื่อยังช่วยให้วัดเห็นช่องทางในการสื่อสารที่ไม่ต้องลงทุนเพิ่ม เช่น เฟซบุ๊ก แต่วัดจะยังไม่เพิ่มประเภทสื่อมาก เนื่องจากมีหอจดหมายเหตุฯ รองรับการทำงานสื่ออีกส่วนหนึ่ง ซึ่งเน้นสื่อออนไลน์ทดแทนสื่อที่สวนโมกข์ไม่ค่อยได้เน้นให้ความสำคัญ

“แต่ก่อนสวนโมกข์จะไม่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเลยนะ เพิ่งหันมาใช้เฟซบุ๊ก เว็บไซต์จริงๆ เมื่อไม่นานมานี้ สวนโมกข์มีนโยบายที่จะไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตลอดจนแนะนำช่องทางสื่อธรรมะอื่นๆ ของเครือข่ายภาคี ยกเว้นข่าวสารและกิจกรรมของวัด เพราะชื่อของสวนโมกข์ค่อนข้างเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ช่องทางเว็บไซต์จึงเป็นเพียงตัวช่วยให้เข้าถึงกิจกรรม ข่าวสารของวัดง่ายขึ้น จะเน้นให้เกิดการสื่อสารในลักษณะบอกปากต่อปากเป็นหลัก”

(ศรายุทธ มณีเนียม, สัมภาษณ์ 13 ธ.ค.56)

“ปัจจุบันหอจดหมายเหตุฯ ได้กำลังพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน (app mobile) ซึ่งผลตอบรับค่อนข้างดี เป็นความร่วมมือในการพัฒนาโปรแกรมในระบบ ios ร่วมกับมหาวิทยาลัยศรีปทุม แต่ยังไม่ได้นำออกมาใช้อย่างเป็นทางการ”

(ภัทรดร ภิญโญพิชญ์, สัมภาษณ์ 17 ม.ค.57)

ประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ในมิติประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่ส่งผลต่อการเปิดรับสื่อของสวนโมกขพลาราม ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อ จำนวน 9 คน ได้แก่

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	อายุ	อาชีพ
1	น.ส.สุธาสินี ใจสมิทธิ์	32	นักวิจัยผู้ช่วย คณะจิตวิทยา จุฬาฯ
2	นายธาดร คล้ายปักยี	35	ค้าขาย
3	นายวิทวัส ชัชวาลย์	23	เกษตรกร
4	นางมะลิวัลย์ วัดจินดา	52	ค้าขาย
5	น.ส.ฐิติมา วงศ์ถวัลย์	32	HR EXXON Mobile
6	นางสุภาพ พักสุนทร	61	ข้าราชการบำนาญ
7	นายนิวัติ สิทธิพร	50	เกษตรกร
8	น.ส.พรทิพย์ ประดิษฐ์ากร	29	นิสิตปริญญาโท
9	นางนิตยา เพชรขำริ	54	ธุรกิจส่วนตัว

ตารางที่ 5.3 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อของสวนโมกขพลาราม

จากเกณฑ์การประเมินประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อ ผู้วิจัยพิจารณาจากการเลือกเปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภทและปริมาณความถี่ในการเปิดรับ ซึ่งจากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ พบว่า ผู้รับสื่อแต่ละคนเปิดรับสื่อแตกต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้

ชื่อ-สกุล	หนังสือ	ซีดี MP3	เฟซบุ๊ก	เว็บไซต์	ทีวี	ยูทูป	กิจกรรม	สื่อบุคคล
สุธาสินี	✓	✓	✓	✓			✓	✓
ธาดร	✓	✓					✓	✓
วิทวัส	✓	✓	✓	✓		✓		✓
มะลิวัลย์	✓	✓					✓	✓
ฐิติมา	✓	✓	✓				✓	✓
สุภาพ	✓	✓					✓	✓
นิวัติ	✓	✓			✓			
นิตยา		✓			✓		✓	✓
พรทิพย์	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
รวม	8	9	4	3	2	2	7	8

ตารางที่ 5.4 ประเภทสื่อที่ผู้รับสื่อของสวนโมกขพลารามเปิดรับ

จากตารางประเภทสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ พบว่า สื่อบันทึกเสียง (ซีดี MP3) เป็นสื่อที่กลุ่ม

ตัวอย่างเปิดรับทั้งหมด รองลงมาเป็นสื่อหนังสือและสื่อบุคคล

ทั้งนี้ จากเกณฑ์การเลือกเปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภทและปริมาณความถี่ในการเปิดรับพบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกคนเปิดรับสื่ออย่างน้อย 4 ประเภทขึ้นไปและมีการเปิดรับสื่อในปริมาณที่แตกต่างกัน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1.2.1 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดของวัดเปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่เน้นเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก เนื่องจาก ชอบบริโภคสื่อโดยการอ่าน และเห็นว่าเนื้อหาธรรมะในหนังสือของท่านพุทธทาสมีความละเอียดลึกซึ้ง

“หลักๆ จะอ่านหนังสือธรรมของท่านพุทธทาส เพราะนิสัยชอบการอ่าน ชอบบันทึกสรุปธรรมะที่อ่านได้จากหนังสือแต่ละเล่มเก็บไว้เป็นไดอารี่ส่วนตัว”

(สุราสีณี ใจสมิทธิ, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“รู้จักและนับถือท่านพุทธทาสมาเป็น 10 ปีแล้ว ช่วง 1-2 ปีแรกที่เริ่มเข้าวัด มาปฏิบัติธรรมทางวัดก็จะให้หนังสือมาอ่าน เราก็เอาหนังสือธรรมะของท่านอ่านมาตลอด อ่านธรรมะแล้วมีความสุขจิตใจสงบ หนังสือบางเรื่องบางเล่มก็อ่านกัน 2-3 รอบ แรกๆ ไม่เข้าใจแต่อ่านไปอ่านมาก็ชอบ ธรรมะท่านลึกซึ้งมาก ยิ่งอ่านเหมือนเรายังได้ จากคนที่เข้าใจอะไรยากแต่อ่านธรรมะของท่านก็เข้าใจหมด”

(มะลิวัลย์ วัดจินดา, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“สมัยที่วัดยังไม่มีสื่อมาก มีแค่การใช้เทปบันทึกพระธรรมเทศนาของท่านพุทธทาส หนังสือธรรมโฆษณ์ หนังสือพิมพ์พุทธศาสนา ช่วงนั้นเราได้เปิดรับทุกสื่อที่มีแต่จะเน้นหนังสือที่ทำแจกเป็นเล่มเล็กๆ เล่มใหญ่ก็อ่าน จนกระทั่งปัจจุบันที่มีสื่อใหม่เข้ามา แต่ก็ยังเน้นหนังสือ เพราะอ่านแล้วได้ข้อคิด ใช้ปฏิบัติได้ในชีวิตจริง”

(สุภาพ พักสุนทร, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

1.2.2 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อออนไลน์เป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า เน้นเปิดรับสื่อออนไลน์เป็นหลัก ให้เหตุผลว่า เป็นสื่อที่เข้าถึงง่าย มีข้อมูลต่างๆ ให้เลือกอ่านอย่างหลากหลาย ชอบอ่านสื่อที่มีเนื้อหาสั้นๆ เข้าใจง่าย มีภาพประกอบ

“เปิดรับสื่อของสวนโมกข์หลายๆ ประเภททั้งหนังสือ ซีดีคำสอน เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ แต่หลังๆ จะเน้นไปสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ ซึ่งชอบของหोजดหมายเหตุฯ เพราะเข้าถึงง่าย อัปเดตข้อมูลใหม่ตลอด อีกทั้งพักหลังๆ ไม่ค่อยได้อ่านหนังสือด้วย”

(พรทิพย์ ประดิษฐ์กร, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

“เมื่อเฟซบุ๊กเริ่มเข้ามาก็เปิดรับเฟซบุ๊กอย่างเดียว ไม่ว่าจะเปิดเฟซบุ๊กหรือจดหมายเหตุนั้นๆ ของกลุ่มลูกศิษย์หลวงพ่อกุญแจ เฟซบุ๊กสวนโมกข์ ไซยา เฟซบุ๊กต่างๆ ได้เข้าไปกดติดตามหมด แต่ไม่ได้เข้าเว็บไซต์เพราะมีเนื้อหาเยอะ อีกทั้งเปิดเว็บจากมือถือก็ดูไม่เห็น ใช้งานไม่สะดวก”

(ฐิติมา วงศ์วัลย์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

1.2.3 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อบันทึกเสียงเป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อบันทึกเสียงเป็นหลัก เนื่องจากชอบการฟังมากกว่าการอ่าน การดู กลุ่มตัวอย่างบางคนเป็นผู้สูงอายุซึ่งระบุว่า วัยเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกเปิดรับสื่อ โดยจะเลือกการฟังมากกว่าการอ่าน เพราะไม่ต้องสามารถอ่านหนังสือได้นานๆ เหมือนแต่ก่อนแล้ว

“สมัยที่บวชจำพรรษาที่สวนโมกข์ แรกๆ พระอาจารย์ทวิท่านจะให้ฟังเทปบันทึกเสียงคำสอนของหลวงพ่อกุญแจให้ฟังมูลเหตุที่จะต้องบวช ให้รู้จักแง่มุมพุทธศาสนาก่อนที่จะบวชอย่างถ่องแท้เสียก่อน จะได้ทราบขนบพิธีปฏิบัติของสวนโมกข์ เมื่อฟังแล้วก็ต่อยอดด้วยการอ่านหนังสือธรรมของท่านเรื่อง “บวช 3 เดือนจะได้อะไร” เพื่อให้เรา “บวชจริง เรียนจริง ปฏิบัติจริง” หลังจากนั้นหนังสือเริ่มอ่านน้อย แต่ยังฟังซีดีเรื่อยๆ ถ้าออกเรื่องใหม่ๆ”

(ธาดร คล้ายปักซี่, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

“เปิดรับสื่อหลายสื่อทั้งทีวีช่องศาสนา เทป ซีดี และไปวัด สื่อที่รับบ่อยจึงเป็นสื่อเสียงพวก เทป ซีดี เพราะชอบฟังมากกว่าอ่านหนังสือ เดี่ยวนี้อายุมาก ต้องฟังเอา อ่านไม่ไหวแล้ว”

(นิตยา เพชรขำริ, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

1.2.4 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อกิจกรรมเป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า เน้นเปิดรับสื่อกิจกรรมเป็นหลัก เนื่องจากสนใจการร่วมกิจกรรมเพื่อเข้าไปรู้จักประวัติความเป็นมาและหลักธรรมคำสอนของวัดให้มากขึ้น หรือมีประสบการณ์ ความผูกพันกับวัดอย่างลึกซึ้ง

“เคยไปปฏิบัติธรรมที่สวนโมกข์ ที่หอจดหมายเหตุพุทธทาสฯ และสมัครเป็นอาสาสมัครกิจกรรมเพลินธรรมนำชม ซึ่งจะได้ทราบประวัติความเป็นมาของวัด ประวัติท่านพุทธทาส สถานที่สำคัญต่างๆ ถือเป็นโอกาสตอบใจความสนใจใคร่รู้ของเราเอง ทั้งยังได้อบรมคู่มือมนุษย อบรมคอร์ส อานาปานสติ และไปเข้าร่วมอบรมกิจกรรมใหม่ๆ อื่นๆ ที่ไม่เคยรู้มาก่อนด้วย”

(สุธาสิณี ใจสมิทธิ, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“ได้บวชจำพรรษาที่สวนโมกข์เป็นเวลา 7 ปี จะคุ้นเคยกับกิจกรรมวันสำคัญทางศาสนาและกิจกรรมงานบุญของวัด เช่น งานวันล้ออายุท่านพุทธทาส งานวันพระอาจารย์โพธิ์ อดีตเจ้าอาวาส แต่ยังคงไปร่วมกิจกรรมอบรมผู้มาปฏิบัติธรรมอยู่เรื่อยๆ ทั้งฟังสวนโมกข์นานาชาติที่เป็น การปฏิบัติกรรมฐานของชาวต่างชาติและฟังวัดสวนโมกข์ที่จะรองรับเยาวชนและบุคคลทั่วไป สมัยที่ท่านพระอาจารย์โพธิ์ยังเป็นเจ้าอาวาสก็ได้ติดตามไปดูแลปฏิบัติที่ที่ปภาวันธรรมสถาน เกาะสมุย

หากที่ที่กลางวันมีกิจกรรมพิเศษก็จะติดตามไปบ่อยๆ”

(ธาดร คล้ายปักซี่, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อหลายช่องทางของผู้รับสื่อวัดสวนโมกข์

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างวัดสวนโมกข์ต่อลักษณะการเลือกเปิดรับสื่อหลายช่องทางพบว่า ส่วนใหญ่เลือกเปิดรับสื่อตามโอกาสและความสะดวก เลือกเปิดรับสื่อตามจุดเด่นของสื่อแต่ละประเภท การมีสื่อหลายช่องทางให้เลือกเหมาะแก่การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลมากกว่าการใช้สื่อประเภทเดียว

“แต่ละสื่อจะมีจุดเด่น จุดด้อยต่างกัน เฟซบุ๊กเข้าถึงคนง่ายด้วยภาพ มีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นง่าย ตอบคอมเมนต์ง่าย ยูทูบมีทั้งภาพและเสียงเหมาะสำหรับคนที่อยากเห็นหน้าและฟังเสียงท่าน ที่วีก็ติดตามบ้างไม่ให้ตกกระแส เพราะขณะนี้ท่านเจ้าอาวาสวัดสวนโมกข์ก็เปลี่ยนรูปแล้ว เรียกว่าเป็นการ “สนองจุดร่วม สงวนจุดต่าง” เลือกหยิบใช้เอาข้อดีมารวมกัน”

(สุธาสินี ใจสมิทธิ, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“ผู้ใช้สมัยนี้ใช้เฟซบุ๊กกันมาก มีคนแชร์รูปพร้อมคติธรรมคำสอนของท่าน คนสนใจกิจกรรมของหอจดหมายเหตุฯ กันเยอะ เราก็ติดตาม แชร์เฟซบุ๊กไว้ให้มันดังขึ้นมาที่ Feed มีคำสอนของหลวงพ่อกับพระเป็นระยะๆ จะได้คุ้มครองจิตเราได้ พออยู่นอกกำแพงวัด ไม่มีผ้าเหลืองคุ้มครองเราอยู่หนังสือก็จะได้รายละเอียดที่ลึกลงไป เสียงเทศน์ในซีดีจะช่วยจุดตึง นำจิตเราให้กลับมาสู่จิตเดิมแท้มากขึ้น ไม่เตลิดไปกับกิเลส”

(ธาดร คล้ายปักซี่, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

“ใช้หลายสื่อตามความสะดวกและโอกาส ถ้าเล่นคอมอยู่ก็จะเปิดเฟซบุ๊กดู ถ้าจะอ่านหนังสือก็จะปิดเสียง ปิดคอม รับไปที่ละสื่อ อย่างหนังสืออธิบายความธรรมะได้ละเอียด เราไม่ต้องคิดตีความไปเอง สามารถเข้าใจธรรม ได้อย่างถ่องแท้กว่า เฟซบุ๊กที่เสนอแต่ใจความสั้นๆ”

(วิทวัส ชัชวาลย์, สัมภาษณ์ 10 ก.พ.57)

“โลกสมัยนี้มีสื่ออะไรเราต้องเปิดรับทุกสื่อ จะได้ว่าสื่อไหนพูดว่าอะไร สื่อนี้พูดว่าอะไร ยังมีสื่อมากเหมือนมีทางเลือกให้เราเลือกรับ เลือกพิจารณาว่าอันไหนดี ไม่ดี อันไหนใช้ประโยชน์ได้ ไม่ได้ถ้ารับแค่สื่อเดียวเราจะไม่รู้ว่าอันไหนถูกหรือผิด อย่างการสอนของพระบางรูปก็สอนธรรมะขั้นสูงแบบยากๆ บางรูปอธิบายธรรมะเดียวกันได้เข้าใจง่าย โดยสรุปคือ เป็นช่องทาง เป็นโอกาสให้เราเลือกรับสื่อที่เหมาะสมกับเราได้”

(นิตยา เพชรขำริ, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

ผลของการเปิดรับสื่อใหม่ๆ ที่มีต่อผู้รับสื่อสวนโมกข์พลาราม

จากการเก็บข้อมูลผลของการเปิดรับสื่อประเภทใหม่ๆ ต่อผู้รับสื่อ พบว่า มีทั้งกลุ่มที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยกับการเปิดรับสื่อหลากหลายประเภทในการศึกษาธรรมะ โดยกลุ่มที่เห็นด้วยมองว่าสื่อประเภทใหม่ๆ มีผลต่อการต่อยุ่ความเชื่อและเพิ่มประสิทธิผลในการปฏิบัติธรรม

“เห็นด้วยกับการเปิดรับสื่อรูปแบบใหม่ๆ เช่น อ่านอีบุ๊ก ธรรมะออนไลน์ มองว่าสื่อใหม่เหล่านี้แค่ทำให้คนสนใจอยากรู้เพิ่มขึ้น เหมือนอยากรู้ว่าสวนโมกข์คืออะไร คนที่เข้าไปดูสื่อต่างๆ ก็จะไม่แคร์ว่าคืออะไร รู้จักช่องทางเพิ่มขึ้น แต่อาจไม่ได้เพิ่มความศรัทธา ความเชื่อ เพราะถ้าศรัทธาจริงจะต้องเข้าใจว่าท่านต้องการสื่ออะไร”

(นิวัติ สิทธิพร, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

“แต่ก่อนไม่รับสื่อออนไลน์ จะเอาแต่คอนเทนต์เฉพาะในหนังสือ แต่พอมีสื่ออื่นขยายออกไปก็อยากติดตามคอนเทนต์ที่เป็นเสียง ที่วิมาสนองสื่อที่เปลี่ยนไปตลอด ยิ่งคนเชื่อในศาสนามากขึ้น ยิ่งรับข้อมูลซ้ำๆ มากขึ้น จะยิ่งต่อยุ่ความมั่นใจ เพิ่มโอกาสและความถี่ในการทำบุญ นั่งสมาธิมากขึ้น”

(สุธาสินี ใจสมิทธิ์, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“การเปิดรับสื่อมากๆ มันช่วยเรื่องโอกาสการเข้าถึง ถ้าไม่เข้าไปดูก่อนก็ไม่มีทางศรัทธาและปฏิบัติได้ดี แต่คนที่ศรัทธาเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว สื่อที่หลากหลายเป็นผลดีจะช่วยให้เข้าถึงศาสนาได้ง่ายขึ้น สะดวกรับธรรมะเวลาไหนก็ได้ ที่ไหนก็ได้ เพราะมีสื่อเป็นตัวกลาง”

(นิตยา เพชรขำริ, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

“ถ้าสะดวกเปิดรับสื่อเยอะๆ จะทำให้เราหนักแน่น ศรัทธาในคำสอนมากขึ้นเรื่อยๆ แต่ป่าไม่ได้ใช้สื่อเยอะ ผู้คนอื่นไม่ได้ โอกาสเปิดรับสื่อของคนไม่เท่ากัน ของอย่างนี้ขึ้นอยู่กับบุญวาสนาด้วย”

(มะลิวัลย์ วัตจินดา, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า ไม่เห็นด้วยต่อการเปิดรับสื่อใหม่ๆ มองว่า สื่อไม่ได้มีผลต่อความเชื่อและการปฏิบัติธรรม แต่ขึ้นอยู่กับความสม่ำเสมอในการปฏิบัติธรรมของตนเอง

“ไม่ค่อยเห็นด้วยว่าต้องรับสื่อใหม่เยอะๆ หลากๆประเภท ถ้าจะปฏิบัติธรรมจริงๆ ขึ้นอยู่ที่ตัวเราเอง ไม่ได้อยู่ที่สื่อ สื่อให้พอประมาณ ใช้สื่อบ้างเป็นโอกาส แต่การใช้สื่อมากๆ จะดีก็ต่อเมื่อคนๆ นั้นมีความสนใจศาสนาอยู่แล้ว ถ้าคนไม่สนใจธรรม สื่อมากแค่ไหนก็ไม่สนใจ”

(ชาตร คาลัยปักษ์, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

“เปิดรับสื่อมากไปอาจไม่ได้รู้ ไม่ได้เพิ่มความเชื่อ ถ้ารับสื่อไม่ดี ความเชื่อที่มีก็ถูกลดทอนไปอีก เพราะศรัทธา ความเชื่อเป็นเรื่องตัวบุคคล แต่ไม่ใช่ว่าศรัทธาที่ตัวบุคคลอย่างเดียว ต้องศรัทธาในคำสอน ข้อวัตรปฏิบัติ นับถือคุณความดี ไม่ได้นับถือที่ชื่อเสียงท่าน ถ้าพระรูปไหนปฏิบัติดีก็นับถือศรัทธาหมด ไม่ต้องใช้สื่อประกอบก็เกิดศรัทธาได้”

(วิทวัส ชัชวาลย์, สัมภาษณ์ 10 ก.พ.57)

“ตามหลักที่ท่านพุทธทาสสอน เปิดรับสื่อมากไปก็ไม่ดี ถ้าท่านอยู่ตอนนี้อาจไม่เห็นด้วยที่มี การใช้สื่อเยอะ ใช้ไฟเปลืองๆ จัดงานวัดหรรุๆ ในรูปแบบงานวัดลอยฟ้าที่สยามพารากอน แต่ส่วนตัวจะชอบงานวัดลอยฟ้า เพราะคนที่ไม่เคยรู้จักประวัติท่านก็จะได้ แต่วัดควรใช้สื่อกลางๆ แม้แต่ของหอจดหมายเหตุฯ เอง บางทีก็ปรุงแต่งสถานที่เยอะ ยอมรับว่าเดี๋ยวนี้สิ่งต่างๆ เริ่มเปลี่ยนไปก็ต้องทำใจ อยากจะให้วัดเป็นที่ที่ไม่ต้องใช้สื่อมาก ให้คนบอกกันแบบปากต่อปาก นั้นมาจากความศรัทธาจริงๆ”
(ฐิติมา วงศ์ถวัลย์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

1.3 วัดป่าบ้านตาด

ประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อที่มีต่อองค์กร

ในมิติประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อด้านการเปิดรับสื่อ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลบุคลากรสื่อของวัดป่าบ้านตาด จำนวน 4 คน ได้แก่

- | | |
|------------------------|--|
| 1. นายพงศธร ศิริรัตน์ | เจ้าหน้าที่รายการโทรทัศน์ |
| 2. นายอิทธิ อินทร | เจ้าหน้าที่เทคนิครายการวิทยุ |
| 3. นายบุญโฮม สารจันทร์ | เจ้าหน้าที่เทคนิครายการโทรทัศน์ |
| 4. แอดมินเฟซบุ๊กเพจ | ผู้ดูแลเว็บไซต์หลวงตา www.luangta.com |
- “เหนือชีวิต คือธรรมะหลวงตา”

จากการศึกษาประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อองค์กรในด้านการเปิดรับสื่อ พบว่าการหลอมรวมสื่อส่งผลให้วัดป่าบ้านตาดเห็นประโยชน์ของการใช้สื่อในการเผยแพร่ธรรมะมากกว่าสมัยก่อนที่หลวงตามหาบัวท่านไม่เปิดรับสื่อทางโลกมาก เพราะหลวงตาเห็นว่าสื่อทางโลกมีแต่ข่าวฆ่ากันตาย ละครที่ไม่ใช่เนื้อหาเรื่องราวที่ควรรับรู้ แต่ช่วงหลังๆ ท่านเห็นประโยชน์สื่อก็เริ่มเปิดรับสื่อประเภทต่างๆ เพื่อช่วยทำหน้าที่เผยแพร่ธรรมะ

ทั้งนี้ โดยรวมถือว่าวัดป่าบ้านตาดมีความพร้อมที่จะเปิดรับสื่อใหม่ๆ แต่จำนวนบุคลากรความพร้อมบุคลากร ตลอดจนนโยบายการเพิ่มสื่อของคณะกรรมการมูลนิธิฯ อาจไม่สนับสนุนให้มีสื่อมากเกินไป แต่หากจะพัฒนาสื่อใหม่เพิ่มเติมก็ไม่อาจลงมือทำได้ทันที ต้องปรับตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป

ถึงแม้ทางวัดจะมีแนวคิดเปิดรับสื่อใหม่ๆ ตามกระแสสังคมที่เปลี่ยนไป แต่ทางวัดจะไม่ยึดตามรูปแบบที่เน้นทางโลกมากเกินไป ไม่เน้นโฆษณา太多 ทำเฉพาะในส่วนที่เกิดประโยชน์ทางธรรม และสื่อสารกับกลุ่มผู้รับสื่อที่สนใจจริงๆ เท่านั้น

“แต่ก่อนองค์หลวงตาท่านไม่ได้เข้ามาเกี่ยวกับสื่ออย่างเต็มตัวเพราะถือเป็นเรื่องทางโลก แต่หลังๆ หลวงตาเริ่มให้ความสำคัญกับอินเทอร์เน็ตมากขึ้นตั้งแต่มีการออกเทศนาช่วยชาติ ท่านให้การสนับสนุนเต็มที่ พอลูกศิษย์เสนอถ้าท่านเห็นสมควรก็จะสนับสนุน พระและลูกศิษย์ก็ช่วยกันบันทึกคำเทศน์ท่านไว้ ท่านเคยบอกว่า จะเอาธรรมะลงอินเทอร์เน็ตก็ได้ ให้โลกได้เห็นเสียบ้าง”

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 16 พ.ย.56)

ประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ในมิติประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่ส่งผลต่อการเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อวัดป่าบ้านตาด ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อ จำนวน 7 คน ได้แก่

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	อายุ	อาชีพ
1	น.ส.กิงกาญจน์ ยกย่อง	22	นิสิต
2	นางบัวอุบล วดี	49	นวดแผนไทย
3	นางจงใจ วิเศษมงคลชัย	46	พนักงานบัญชี
4	นายธนกร ผดุงศักดิ์วงศ์	25	เจ้าของธุรกิจเสื้อผ้า
5	นายอภิรักษ์ ปาसानะเก	32	นักศึกษาปริญญาโท
6	นายวโรตม์ นนตรี	28	นักศึกษาปริญญาโท
7	นายกิตติศักดิ์ หนูชัยแก้ว	23	ธุรกิจส่วนตัว

ตารางที่ 5.5 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อของวัดป่าบ้านตาด

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การประเมินประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อ โดยศึกษาจากการเลือกเปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภทและปริมาณความถี่ในการเปิดรับ ซึ่งจากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ พบว่าผู้รับสื่อแต่ละคนเปิดรับสื่อในประเภทและรูปแบบที่แตกต่างกัน ดังแสดงตารางต่อไปนี้

ชื่อ-สกุล	หนังสือ	ซีดี MP3	เฟซบุ๊ก	เว็บไซต์	TV	วิทยุ	ยูทูบ	กิจกรรม	สื่อบุคคล
กิงกาญจน์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บัวอุบล	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
จงใจ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ธนกร	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
อภิรักษ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
วโรตม์	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
กิตติศักดิ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
รวม	7	7	7	7	7	7	4	6	7

ตารางที่ 5.6 ประเภทสื่อที่กลุ่มผู้รับสื่อวัดป่าบ้านตาดเปิดรับ

จากตารางแสดงประเภทสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับ พบว่า ผู้รับสื่อเปิดรับเกือบทุกประเภทสื่อ ยกเว้นยูทูบและสื่อกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างบางคนตอบว่า ไม่ได้เปิดรับ แสดงว่า ผู้รับสื่อส่วนใหญ่เน้นเปิดรับสื่อทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และสื่อบุคคล

ทั้งนี้ จากเกณฑ์การเลือกเปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภทและปริมาณความถี่ในการเปิดรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกคนเปิดรับสื่อเกือบทุกประเภทที่วัดใช้และมีความถี่การเปิดรับสื่อในปริมาณที่

แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

1.3.1 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า เปิดรับสื่อหนังสือมากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ บอกว่า ต้องการติดตามอ่านข้อธรรมคำสอนที่หลวงตาท่านเขียนขึ้นเองเพราะเป็นมรดกธรรมที่มีคุณค่า เป็นเนื้อหาในรูปแบบธรรมะบริสุทธิ์ ไม่มีการปรุงแต่ง อ่านแล้วเข้าใจได้โดยง่าย

“หนังสือเป็นสื่อรูปธรรมที่สามารถหยิบจับได้ เก็บไว้เป็นที่ระลึกได้ทั้งตอนที่ท่านยังอยู่และละจากโลกนี้ไปแล้ว ผมได้อ่านหนังสือของหลวงตาหลายเล่ม อาทิ หนังสือหยดน้ำบนใบบัว ปฏิภาของพระธุดงค์กรรมฐานสายหลวงปู่มั่น ฎริทตโต ประวัติท่านหลวงปู่มั่น ฎริทตโต พ่อแม่ครูอาจารย์ ความรักเสมอต้นไม่มื วารสารบ้านอารีฯ เสียงธรรมหลวงตา หลวงตาพระผู้สืบสานอริยวงศ์ พระมหาบัว ญาณสัมปันโน แสงส่องธรรม ศาสนธรรมปลูกคนให้ตื่น เข้าสู่แดนอวกาศของจิตของธรรม หลักของใจ รากแก้วของศาสนา พระธรรมเทศนา อยู่แบบมีที่พึ่ง มรดกล้ำค่าของชาวพุทธ ธรรมชุดเตรียมพร้อมและอื่นๆ โดยหนังสือขององค์หลวงตาจะเรียบเรียงด้วยภาษาอ่านง่าย เข้าใจง่าย”

(อภิรักษ์ ปาสาณะเก, สัมภาษณ์ 29 ม.ค.57)

“สื่อหลักๆ ที่เปิดรับจะมีซีดี หนังสือธรรมที่ได้รับแจกอยู่บ่อยครั้ง แต่จะชอบอ่านหนังสือหลวงตา เช่น ประวัติการภาวนาขององค์หลวงตา หนังสือเล่มเล็กๆที่เป็นเกร็ดหลักพระธรรมอย่างติโรกชทกัณชสูตร ที่พูดถึงการอุทิศแผ่ส่วนกุศลให้แก่ผู้ล่วงลับ และการกรวดน้ำโดยไม่ใช้น้ำ”

(ธนกร ผดุงศักดิ์วงศ์, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“สมัยที่ยังไม่มีวิทยุเสียงธรรม โทรทัศน์หลวงตา ได้อ่านหนังสือประวัติหลวงปู่มั่น ปฏิภาพระธุดงค์กรรมฐาน ญาณสัมปันนธัมมานุสรณ์ และเล่มอื่นๆ อีกมาก เคยอ่านธรรมะมาหลายสาย แต่หนังสือของวัดป่าบ้านตาดจะออกมาในรูปแบบธรรมะตรงๆ ไม่มีการปรุงแต่ง ไม่มีอารมณ์บท แต่จะบอกวิธี ถ้าคุณมีความทุกข์ตรงไหน คุณเปิดหน้าไหน คุณก็จะได้คำตอบ”

(วโรตม์ นนตรี, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

1.3.2 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อออนไลน์เป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าเน้นเปิดรับสื่อออนไลน์เป็นหลัก ส่วนใหญ่เป็นคนวัยทำงาน วัยเรียนที่ทำการกิจกรรมชมรมทางพระพุทธศาสนาในมหาวิทยาลัย ซึ่งสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่มีประสิทธิผลที่สุดในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเครือข่ายมหาวิทยาลัยที่เป็นภาคีธรรม

“เมื่อเข้ามาในชมรมพุทธธรรมกรรมฐาน จุฬาฯ นอกจากได้อ่านหนังสือปฏิบัติพาพระธุดงค์กรรมฐาน แล้วก็เปิดรับสื่อธรรมะของวัดในอินเทอร์เน็ต เข้าเว็บไซต์กรรมฐานคลับ www.kammataclub.com เว็บไซต์วัดป่ากรรมฐาน www.watpa.com เฟซบุ๊กเพจธรรมะสายพระป่า เพจกลุ่มพุทธธรรมกรรมฐาน 7 สถาบัน ยูทูปช่องทางของวัดป่าบ้านตาดและพระกรรมฐานรูปอื่นๆ ซีดีเสียงอ่าน ฯลฯ แต่จะเน้นเข้าเฟซบุ๊กเป็นหลัก เพราะเป็นช่องทางที่ทางชมรมฯ ใช้ในการเผยแพร่

แม่ธรรมะครูบาอาจารย์และประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้วย”

(กิงกาญจน์ ยกย่อง, สัมภาษณ์ 7 ก.พ.57)

“ช่วงหลังๆ ที่สื่อออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญ ก็เริ่มหันไปเปิดรับเฟซบุ๊กทั้งในเฟซบุ๊ก กลุ่มลูกศิษย์หลวงตามหาบัว และเฟซบุ๊กของวัดป่าบ้านตาดที่มีกลุ่มศิษย์ดูแลบริหารแทนวัด ในเฟซบุ๊กจะเน้นโพสต์ แชร์หลักธรรมคำสอนของหลวงตามหาบัวรวมถึงพระอาจารย์รูปต่างๆ ในสายพระอาจารย์มั่น ภูริทัตโต ในเว็บไซต์หลวงตา www.luangta.com ก็จะเข้าไปชมการถ่ายทอดสดหลวงตาย้อนหลัง ติดตามกิจกรรมสำคัญของวัด ร่วมบุญสร้างพระมหาเจดีย์กับหลวงตามหาบัว ในยูทูปก็จะเปิดเข้าไปฟังพระธรรมเทศนาสมัยที่หลวงตาไปสงเคราะห์ญาติโยมในที่ต่างๆ”

(จิงใจ วิเศษมงคลชัย, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“หลังจากวัดริเริ่มตั้งสถานีวิทยุเสียงธรรมและสถานีโทรทัศน์หลวงตา ก็เริ่มใช้เฟซบุ๊ก ติดตามเพจเฟซบุ๊กวิทยุเสียงธรรมเพื่อประชาชน ติดตามเว็บไซต์วัดป่า www.watpa.com เว็บไซต์นี้จะประชาสัมพันธ์เวลาวัดมีงาน เผยแพร่ข่าวสารและธรรมะเป็นระยะๆ รวมทั้งเวลาเจ้าหน้าที่เว็บไซต์ไปทำบุญที่ใดก็จะถ่ายรูปมาให้ชม เห็นแล้วรู้สึกน่ายศรัทธา”

(วโรตม์ นนตรี, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

“เริ่มติดตามปฏิบัติทางองค์หลวงตาจากเฟซบุ๊กธรรมะต่างๆ จะเปิดอ่านคำคม ธรรมะสั้นๆ จากองค์หลวงตาอยู่เรื่อยๆ ครั้งละ 4-5 นาที เน้นเฟซบุ๊ก เว็บไซต์มากกว่าเพราะจะเป็นการเตือนสติเรา อยู่ตลอดเวลา เฟซบุ๊กที่ติดตามบ่อยๆ คือเพจ คติธรรม หลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน”

(กิตติศักดิ์ หนูชัยแก้ว, สัมภาษณ์ 15 เม.ย.57)

1.3.3 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อวิทยุเป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างที่เน้นเปิดรับสื่อวิทยุมากกว่าสื่อประเภทอื่น เนื่องจากเห็นว่า สื่อวิทยุหลวงตา ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ต้องการเปิดรับเพื่อให้จิตใจอยู่กับเสียงธรรมของหลวงตาตลอดเวลา

“วิทยุเสียงธรรมเป็นสื่อที่ฟังบ่อยที่สุด เปิดฟังตลอด 24 ชั่วโมง กลางวันจะเปิดทำวัตรเช้า เทศน์หลวงตาช่วงเช้า ดึกๆ ก็ฟังเทศน์ปฏิบัติสำหรับอบรมพระ เราก็กฟังตลอดเหมือนเราได้อยู่กับท่าน ตลอด ฟังธรรมจากวิทยุแล้วก็ปฏิบัติตามที่ท่านสอนไปเลย หลวงตาบอกอย่าเสียเวลาอ่านให้มาก ให้ลงมือปฏิบัติทันที ฟังตั้งแต่ยังเป็นวิทยุห่อธานินทร์ใส่ถ่าน ปัจจุบันก็ยังใช้ธานินทร์เครื่องเดิมอยู่”

(บัวอุบล วดี, สัมภาษณ์ 16 ก.พ.57)

“การตั้งสถานีวิทยุเสียงธรรมเพื่อประชาชนของวัด ถือเป็นสื่อที่มีประโยชน์อย่างยิ่ง เพราะทำให้ลูกศิษย์ลูกหาทั่วประเทศได้ติดตามรับฟังการถ่ายทอดเสียงหลวงตาที่วัดป่าบ้านตาดตลอด 24 ชั่วโมง อีกทั้งวิทยุสมัยนั้นพกพาติดตัวได้ตลอด ฟังเมื่อไรก็สะดวก”

(จิงใจ วิเศษมงคลชัย, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

1.3.4 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อบุคคลเป็นหลัก

ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างบางคนตอบว่า เน้นเปิดรับสื่อบุคคล ซึ่งทั้งหมดหมายถึง องค์กรหลวงตามหาบัว เนื่องจากเคยอยู่ปฏิบัติภาวนาหรือมีประสบการณ์ใกล้ชิดสมัยหลวงตามหาบัวยังมีชีวิตอยู่

“รู้จักองค์หลวงตาบัวตั้งแต่ปี 2530 ญาติพาไปกราบหลวงตาที่วัดป่าบ้านตาด ตอนนั้นไปกราบทำบ่อยๆ ทั้งที่วัดและสวนแสงธรรม พุทธมณฑล สาย3 ในช่วงโครงการผ้าป่าช่วยชาติก็ได้ไปช่วยงานท่านรับเงินบริจาค ชวนคนมาร่วมบุญกับองค์ท่าน ตอนนั้นจำได้ว่าท่านอายุ 93 ปี ท่านยังมีกำลังออกมาช่วยชาติ เราได้เห็นดังนั้นจึงได้ออกมาช่วยท่านบ้างโดยบอกบุญแบบปากต่อปากให้คนร่วมกันบริจาคเงินเข้าคลังหลวง หลวงตาท่านได้เห็นว่าเราจริงใจตั้งใจก็เมตตาสอนเราอยู่บ่อยๆ ในช่วงที่ยังไม่มีสื่อ ไม่มีวิทยุ ไม่มีอินเทอร์เน็ต ช่วงนั้นเราก็ยึดองค์ท่านเป็นหลัก”

(จงใจ วิเศษมงคลชัย, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“หลังจากที่องค์หลวงตาพูดทักทายเราว่า ไม่เข้าวัดหรือ? หลังจากนั้นเราก็เริ่มเข้าวัด ฟังเทศน์ท่าน อ่านหนังสือท่าน ถักอังสะถวายพระวัดป่าบ้านตาดทุกรูปช่วงเข้าพรรษา ตอนนั้นศรัทธาแรงมาก หลวงตาบอกเสมอว่า ให้รับสั่งสมบุญเรื่อยๆ เหมือนหยดน้ำลงในแก้วทีละน้อยๆ ทำบุญ ใส่บาตร ภาวนาเรื่อยๆ วัดไหนไปหมดไม่ได้ห้าม สะดวกที่ไหนก็ทำเลย ช่วงนั้นเข้าวัดบ่อยมากเหมือนไปส่งลูกที่โรงเรียน ตอนหลวงตาอาพาธเข้าโรงพยาบาล เราก็ไปเฝ้าท่านห่างๆ ด้วยความเคารพนับถือในพ่อแม่ครูอาจารย์ที่เมตตาอย่างสุดหัวใจ”

(บัวอุบล วดี, สัมภาษณ์ 16 ก.พ.57)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อหลายช่องทางของผู้รับสื่อวัดป่าบ้านตาด

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อวัดป่าบ้านตาดที่เปิดรับสื่อหลายช่องทาง พบว่า ส่วนใหญ่เลือกเปิดรับสื่อหลากหลายประเภท เพราะต้องการศึกษาเนื้อหาธรรมะรูปแบบใหม่ๆ ที่สามารถเปิดรับจากสื่อประเภทอื่นๆ ต้องการเปิดรับสื่อตลอดเวลาเพื่อให้ตนเองประพฤติอยู่ในธรรมตลอดเวลา

“สมัยนี้ต้องใช้สื่อหลายๆประเภทร่วมกัน เพราะอยากดูคอนเทนต์ในสื่อต่างๆ ไปเรื่อยๆ หลากๆรูปแบบ บางคอนเทนต์มีแต่ในหนังสือแต่ไม่มีในยูทูป บางคอนเทนต์ในเว็บไซต์มีแล้วก็มาเจอในเฟซบุ๊กอีก บางทีอยากจะค้นหาวิดีโอที่คุณไตรภพ ลิมปพัทธ์สัมภาษณ์หลวงตาออกรายการทไวไลท์ โชว์ก็ไม่ต้องไปขอทางวัด แต่เสิร์ชดูในยูทูปก็เปิดชมได้ทันที”

(กิงกาญจน์ ยก่อง, สัมภาษณ์ 7 ก.พ.57)

“เปิดรับทุกสื่อ สนใจหมดอะไรที่เป็นธรรมะ ความรู้ดีๆ เพราะเราอยากรู้ว่าประวัติตอนที่ท่านปฏิบัติจนบรรลุธรรม แต่รับทุกสื่อแล้วก็ต้องภาวนา เดินจงกรม สวดมนต์ไหว้พระก่อนนอน ฝึกอบรมจิตวันละเล็กน้อยแต่สม่ำเสมอ หลวงตาบอกว่า ให้ทำตัวเป็นลำต้น เดี่ยวดอกผลค่อยผลิออกมาเอง”

(บัวอุบล วดี, สัมภาษณ์ 16 ก.พ.57)

“การเสปสื่อกจากหลายช่องทางทำให้ได้รับธรรมอยู่ตลอดเวลา หากสื่อของวัดแทรกเข้ามา หรือทำให้เราเห็น เราก็จะเข้าไปอ่าน เข้าไปศึกษาอยู่เรื่อยๆ โดยเฉพาะ feed บนเฟซบุ๊กช่วยเตือนสติ และเรียนธรรมะได้ทุกที่ทุกเวลาจริงๆ”

(ธนกร ผดุงศักดิ์วงศ์, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“เดี๋ยวนี้คนมีตัวเลือกในการรับสื่อมากขึ้น เราก็จะควมเปิดรับสื่อจากหลายๆ ช่องทางด้วย เลยเปิดรับหมด แต่จะเน้นสื่อออนไลน์ เพราะเข้าถึงได้ตลอดเวลา จากที่ไหนก็ได้”

(กิตติศักดิ์ หนูชัยแก้ว, สัมภาษณ์ 15 เม.ย.57)

ผลของการเปิดรับสื่อใหม่ๆ ต่อผู้รับสื่อของวัดป่าบ้านตาด

จากการเก็บข้อมูลผลของการเปิดรับสื่อประเภทใหม่ๆ ต่อผู้รับสื่อ พบว่า สื่อมีผลต่อความเชื่อ ความศรัทธา ยิ่งเปิดรับสื่อประเภทใหม่ๆ จะยิ่งช่วยเสริมความศรัทธาของผู้รับสื่อให้คงมั่นและเพิ่ม โอกาสการเข้าถึงธรรมมากขึ้น

“การรับสื่อใหม่ๆ จะได้ไม่เสียเวลาศึกษา แต่นั่นจะทำให้เราพลาดเนื้อหาธรรมะในรูปแบบที่หลากหลาย สมัยนี้อินเทอร์เน็ตสำคัญมาก มันช่วยเผยแผ่ธรรมะได้ดีมาก ถ้าใช้สื่อมาก คนทั้งโลกมี โอกาสได้ยินได้ฟังถ่ายทอดสดธรรมะจากหลวงตาได้ง่าย เปรียบเทียบกับสมัยที่ไม่มีสื่อ จะหาธรรมะฟัง สักทีต้องไปหาพระอาจารย์ถึงที่ สมัยนี้มีสื่อช่วยกระจายธรรมะให้เข้าถึงทุกคนได้”

(จงใจ วิเศษมงคลชัย, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“บางคนอยู่ใกล้สื่อ เห็นสื่อทุกวันแต่ไม่เห็นธรรมก็มี สื่อมันสำคัญสำหรับคนที่เขาไม่รู้ธรรม พอได้มาฟังวิทยุ มานั่งปฏิบัติจริงก็จะเห็นประโยชน์ เพราะศรัทธาเกิดจากการปฏิบัติ ส่วนอื่นๆ เป็น แค่องค์ประกอบ”

(บัวอุบล วดี, สัมภาษณ์ 16 ก.พ.57)

1.4 วัดพระธรรมกาย

ประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อที่มีต่อองค์กร

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อบุคลากรสื่อวัดพระธรรมกาย จำนวน 1 รูป ได้แก่

1. พระมหานพพร ปุณฺณชโย หัวหน้าฝ่ายภาพลักษณ์องค์กร

จากการศึกษาประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อวัดพระธรรมกายในด้านการเปิดรับสื่อ พบว่า การหลอมรวมสื่อช่วยให้วัดได้รู้จักกลุ่มผู้รับสื่อที่มีรูปแบบการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน ทำให้วัด ได้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสื่อกลุ่มใหม่ๆ ในช่องทางสื่อที่วัดยังไม่เคยมี

ทั้งนี้ จากการเก็บข้อมูลผู้รับสื่อในวัดพระธรรมกายเอง พบว่า ผู้รับสื่อเปิดรับทั้งสื่อดั้งเดิมและ สื่อใหม่ แม้ว่ายุคหลังๆ สื่อใหม่จะมีอิทธิพลมาก ผู้รับสื่อของวัดยุคหลังๆ จะรับสื่อออนไลน์มากขึ้น แต่

วัดก็เปิดรับสื่อต่างๆ เสมอกันเพราะมองว่าแต่ละสื่อต่างทำหน้าที่สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันอยู่ตลอดเวลา

“การหลอมรวมสื่อช่วยเปิดมุมมองให้วัดได้รู้จักกลุ่มผู้รับสื่อที่มีรูปแบบการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน ลูกศิษย์บางคนที่เคยเปิดรับสื่อเก่าอยู่ แต่เมื่อวัดได้เปิดกว้างใช้สื่อใหม่ๆ ในการเผยแผ่ธรรมะมากขึ้น เขาก็พร้อมที่จะเปิดรับสื่อประเภทใหม่ของวัด”

(พระมหานพพร ปุณฺณชโย, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

ประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ในมิติประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่ส่งผลต่อการเปิดรับสื่อของวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อ จำนวน 9 คน ดังนี้

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	อายุ	อาชีพ
1	น.ส.กัลยกร ผุงวานิช	27	นิสิตปริญญาโท
2	นางธนมน พลานุพัฒน์	61	รับราชการครู
3	น.ส.ทิพย์รัตน์ ตำนานวัน	28	ธุรกิจส่วนตัว
4	น.ส.จิระดา พันรูปท้าว	35	เลขานุการกองบก.
5	นายโอภาส คงสุข	25	พนักงานบริษัท SCG
6	นายเกียรติคุณ เพิ่มอรุณ	45	พนักงานบริษัท
7	นายทองใส บุชดี	36	พนักงานบริษัท
8	น.ส.พรทิพย์ ประดิษฐากร	29	นิสิตปริญญาโท
9	นายวรวิฑูมิ คนเพียร	25	นักเทคนิคการแพทย์

ตารางที่ 5.7 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อของวัดพระธรรมกาย

จากเกณฑ์การประเมินประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อ ผู้วิจัยพิจารณาจากการเลือกเปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภทและปริมาณความถี่ในการเปิดรับ ผลจากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ พบว่า ผู้รับสื่อแต่ละคนมีรูปแบบการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้

ชื่อ-สกุล	หนังสือ	วารสาร	ซีดี MP3	เฟซบุ๊ก	เว็บไซต์	DMC	วิทยุ	ยูทูบ	กิจกรรม	สื่อบุคคล	แอนิเมชัน
กัลยกร				✓	✓	✓			✓	✓	✓
ธนมม	✓		✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓
ทิพย์รัตน์	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓
จิระดา	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓
โอภาส	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เกียรติคุณ	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓
ทองใส	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓
พรทิพย์	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓		✓
วรวิภา	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รวม	8	7	8	8	9	9	3	3	9	8	9

ตารางที่ 5.8 ประเภทสื่อที่ผู้รับสื่อวัดพระธรรมกายเปิดรับ

จากตารางประเภทสื่อที่กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อวัดพระธรรมกายเปิดรับ พบว่า สื่อเว็บไซต์ สื่อโทรทัศน์ดาวเทียม สื่อแอนิเมชัน และสื่อกิจกรรมเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเลือกเปิดรับ

ทั้งนี้ จากเกณฑ์การเลือกเปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภทและปริมาณความถี่ในการเปิดรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อทั้งหมดเปิดรับสื่อตั้งแต่ 6 ประเภทขึ้นไปและมีการเปิดรับสื่อในปริมาณที่แตกต่างกัน ดังนี้

1.4.1 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า เปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก ส่วนใหญ่จะชอบเปิดรับสื่อโดยการอ่าน ชอบเนื้อหาของหนังสือวัดเพราะเขียนได้น่าติดตาม สอดแทรกเกร็ดความรู้ที่น่าสนใจผสมผสานไปด้วย

“ชอบอ่านวารสารอยู่ในบุญที่รับแจกฟรีจากที่วัด เพราะเนื้อหาเขียนได้เข้าใจง่ายและสามารถปฏิบัติได้จริงในชีวิตประจำวัน เห็นความแตกต่างชัดเจนดีเมื่อนำมาปฏิบัติ”

(ทองใส บุษดี, สัมภาษณ์ 23 ก.พ.57)

“ชอบอ่านหนังสือธรรมะของพระอาจารย์สมชาย ฐานวุฑฺโฒ ท่านนี้เขียนแนวนิทาน สอดแทรกคำสอนได้ดี ชอบนิทานโบราณจีนบอกคำสอนทางธรรมะ มีภาพการ์ตูนธรรมะสอดแทรกอ่านแล้วก็เพลิน ได้ความรู้ดี”

(พรทิพย์ ประดิษฐากร, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

1.4.2 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อออนไลน์เป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า เปิดรับสื่อออนไลน์มากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ เนื่องจากใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์หลักในการรับสื่อธรรมะ อีกทั้งสื่อออนไลน์มีเนื้อหาสาระทุกรูปแบบทั้งดูโทรทัศน์ DMC

หรืออ่านบทความออนไลน์ก็ได้

“สมัยเข้าเรียนมหาวิทยาลัยปี 1 เริ่มจากการอ่านหนังสือ “รู้จักวัดพระธรรมกาย” “เรียงร้อยถ้อยคำ” ซึ่งเป็นหนังสือรวมคำเทศน์ขนาดสั้นของหลวงพ่ที่ลูกศิษย์เรียบเรียงขึ้นใหม่ก่อน จากนั้นเริ่มเข้าดูกิจกรรมของวัดและดูรายการอนุบาลฝันในฝัน นิทานชาดก หลวงพ่อตอบปัญหา ในช่อง DMC จากเว็บไซต์ DMC.tv เริ่มเข้าเฟซบุ๊ก โหลดแอปพลิเคชัน DMC เพื่อรับข่าวสารทางมือถือ เดียวนี้ก็ใช้สื่อออนไลน์บนมือถือเป็นสื่อหลัก”

(จิระดา พันรูปทำว, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“สมัยก่อนสื่อของวัดจะเป็นเทปคลาสเซ็ทบันทึกเสียงนำนั่งสมาธิ ลูกศิษย์วัดก็จะนำไปเปิดเพื่อทบทวนบุญ แต่ที่ชอบมาก คือ เว็บไซต์วัดพระธรรมกาย ซึ่งจะมีข่าวสารข้อมูลของวัด มีสื่อธรรมะต่างๆ ทั้งวิดีโอที่สามารถเปิดดูถ่ายทอดสดช่อง DMC ได้ ฟังวิทยุออนไลน์ได้ สะดวกสบายมากๆ”

(วารุฒิ คนเพียร, สัมภาษณ์ 23 มี.ค.57)

1.4.3 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้น สื่อโทรทัศน์ DMC เป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างที่เน้นเปิดรับสื่อโทรทัศน์ดาวเทียม DMC ทุกกลุ่มวัย ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อตลอดเวลา ขึ้นชอบรายการอนุบาลฝันในฝันวิทยา ที่หลวงพ่อัมมชโยลงสอนทุกๆวัน เปิดรับเพราะเนื้อหามีความหลากหลาย มีลูกเล่นที่ดึงดูดความสนใจ มีรายการสดที่ให้ประสบการณ์จริงเสมือนอยู่ที่วัดด้วยตนเอง

“ชอบดูรายการช่อง DMC โดยเฉพาะรายการอนุบาลฝันในฝันวิทยา รายการข้อคิดรอบตัว รายการทันโลกทันธรรม ชอบที่เป็นการผลิตผลงานวิชาการทางโลกและทางธรรมเข้าไปด้วยกันอย่างลงตัว รายการความรักของสมอง เป็นวิทยากรหาความรู้จากตำราไหนไม่ได้ แต่ศาสนาเกิดมาก่อน มีทุกอย่าง พระอาจารย์ที่เทศน์จบแพทยศาสตร์ จุฬาฯ จบดอกเตอร์จากญี่ปุ่น ท่านสอนได้เคลียร์ เข้าใจง่ายและเป็นเหตุเป็นผล”

(ทิพย์รัตน์ ตำนานวัน, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“เดี๋ยวนี้ดูช่อง DMC ด้วย ฟังวิทยุด้วย เข้าเว็บไซต์และเฟซบุ๊กด้วย แต่จะเน้นดูโทรทัศน์ DMC มากที่สุดเพราะติดตามมาตั้งแต่เด็กๆ มีรายการสด (Live) ที่เกี่ยวกับการนั่งสมาธิ กิจกรรมงานบุญ เราจะได้ติดตามชมสถานการณ์สดที่กำลังเกิดขึ้นเสมือนเราได้ไปร่วมอยู่ในขณะนั้นด้วย”

(โอภาส คงสุข, สัมภาษณ์ 20 ก.พ.57)

“รู้จักวัดพระธรรมกายมาตั้งแต่ พ.ย.47 มีเพื่อนชวนมาทอดกฐินเลยตั้งใจมาทำบุญ หลังจากกลับมาที่บ้าน ได้ติดตามดาวเทียมรับสัญญาณดูโทรทัศน์ช่อง DMC ก็เริ่มติดตามดูรายการอนุบาลฝันในฝันวิทยา ส่วนสื่ออื่นๆ ไม่ค่อยได้เข้า เพราะ DMC มีทุกอย่างอยู่แล้ว”

(ธนมน พลาณพัฒน์, สัมภาษณ์ 9 ก.พ.57)

1.4.4 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อกิจกรรมเป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า เน้นเปิดรับสื่อกิจกรรมนั้น ส่วนใหญ่ทำงานเป็นอาสาสมัครช่วยเหลืองานวัด และเป็นนิสิตนักศึกษาที่ทำกิจกรรมชมรมพุทธในช่วงเรียนระดับมหาวิทยาลัย

“สมัยอยู่ชมรมพุทธศาสตร์ที่มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ ได้มีการจัดงานจุดดวงจันทร์วันแม่ จะติดต่อยืมอุปกรณ์ของทางวัดใช้จัดกิจกรรมอยู่เรื่อยๆ เมื่อได้เข้ามาวัดก็มาเป็นอาสาสมัครแผนกติดต่อสอบถาม ของหายเด็กหาย คนพลัดหลง ปัจจุบันก็ยังช่วยอยู่แต่เปลี่ยนมาเป็นแผนกรักษาบรรยากาศทำงานในช่วงสาธุชนนั่งสมาธิ จะดูแลไม่ให้ใครพูดเสียงดัง จับกลุ่มคุยกันในระหว่างการปฏิบัติ ไม่ให้คนพูดโทรศัพท์ดังรบกวนผู้อื่น เดินดังก็ไม่ได้ เกินลากเท้าก็ไม่ได้ จะต้องช่วยบอกเตือนให้บรรยากาศเป็นไปด้วยความสงบเรียบร้อย”

(จิระดา พันรูปทำว, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“เข้าวัดมาตั้งแต่เด็กๆ คุณแม่เป็นคนพามาทำบุญ นั่งสมาธิทุกวันอาทิตย์ต้นเดือนที่วัด เคยทำหน้าที่เป็นอาสาสมัครดูแลต้อนรับคนที่มาวัดทุกวันอาทิตย์ต้นเดือนเพราะมีงานบูชาข้าวพระ หากวันเสาร์ไหนว่างก็จะไปเตรียมงานก่อน จนกระทั่งทุกวันนี้ บางเดือนก็มาวัดแทบทุกอาทิตย์ ไปฟังธรรมปฏิบัติธรรม หลักๆ คือวันสำคัญทางศาสนาจะไม่ขาด”

(กัลยกร ฝูงวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อหลายช่องทางของผู้รับสื่อวัดพระธรรมกาย

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อหลายช่องทางของกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อวัดพระธรรมกาย ได้แก่ รูปแบบสื่อที่เน้นภาพอย่างสื่อแอนิเมชันเรื่องนรก สวรรค์ เปิดรับสื่อตามโอกาสและความสะดวก สื่อและอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อ

“สื่อที่เน้นภาพอย่าง DMC จะช่วยให้ผู้ชมเห็นภาพของนรก-สวรรค์ ได้ชัดเจนกว่าอ่านจากหนังสือ DMC จะผลิตภาพนรก สวรรค์แต่ละชั้นให้เห็นอย่างเป็นรูปธรรมว่าแต่ละชั้นงดงามหรือน่ากลัวอย่างไร ป็นต้นจึงไว้ในนรกนี้มีนรกชัทรมาณแค่ไหน”

(กัลยกร ฝูงวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

“แต่ละสื่อมีเนื้อหาที่มีความน่าสนใจแตกต่างกัน เหมาะกับผู้ใช้ เวลาและสถานที่ที่แตกต่างกัน หนังสือธรรมะก็เขียนเรียบเรียงจากหลวงพ่อ รองเจ้าอาวาส ผู้ช่วยเจ้าอาวาส ซึ่งมีความหลากหลายด้านเนื้อหาอยู่พอสมควร ซีดีรวมคำเทศน์ก็เหมาะแก่คนที่ชอบฟังหรือสะดวกรับสื่อโดยการฟัง เพชบุ๊ค เว็บไซต์ก็เน้นแชร์ธรรมะคำสอน ข่าวสารที่อัปเดตใหม่ มีความสด รวดเร็ว โลกก็มีไว้พูดคุย แชร่บุญ บอกกิจกรรมในกลุ่มเล็กๆ”

(จิระดา พันรูปทำว, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“มีสื่อหลายช่องทางก็ดี เราสามารถเลือกค้นหาธรรมะที่สนใจตามช่วงเวลา สถานที่และ กิจกรรมที่กำลังกระทำอยู่ในช่วงนั้น ถ้าอยู่ที่บ้านก็จะเปิดอินเทอร์เน็ต วิทยุ ทีวี แต่ถ้ารู้ว่าช่องทางนั้น เราเปิดรับอะไรได้บ้าง จะเลือกเปิดรับเลย ถ้าอยู่พร้อมหน้าพร้อมตากับครอบครัวก็จะเปิดช่อง DMC ดู อยู่ข้างนอกก็เข้าเว็บไซต์จากมือถือ อยู่ที่ทำงานก็เปิดเว็บไซต์ดูในคอมพิวเตอร์”

(โอภาส คงสุข, สัมภาษณ์ 20 ก.พ.57)

ผลของการเปิดรับสื่อใหม่ๆ ต่อผู้รับสื่อของวัดพระธรรมกาย

จากการเก็บข้อมูลผลของการเปิดรับสื่อประเภทใหม่ๆ ต่อผู้รับสื่อ พบว่า สื่อมีผลต่อความเชื่อ ความศรัทธา ขณะเดียวกันถ้าเปิดรับสื่อมากๆ โดยไม่ลงมือปฏิบัติก็จะไม่เกิดประโยชน์ ควรใช้สื่อเพื่อ เพิ่มโอกาสการเข้าถึงธรรม และปฏิบัติด้วยตนเองด้วย

“เปิดรับหลายๆสื่อจะกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติมากขึ้น แต่ท้ายที่สุดผลลัพธ์ของการรับสื่อจะ เกิดจากการปฏิบัติ ถ้ารู้ธรรมะมากมายแต่ไม่ได้ปฏิบัติให้รู้ด้วยตนเองก็ไม่ได้อะไร เราอยู่กับการฟัง ธรรมมาตั้งแต่เด็กๆ เข้าร่วมโครงการอบรมธรรมะของวัดหลายโครงการจึงเข้าใจว่ารู้แล้วแต่ไม่ได้ทำ มันเป็นอย่างไรร”

(กัลยกร ผุงวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

“ใช้สื่อแค่เพื่อให้รู้หลักการ เมื่อรู้หลักการแล้วให้ลงมือปฏิบัติเลย ใช้สื่อหลายอย่างปนกันมัน จะมั่ว เช่น อ่านมากๆ เราก็จะรู้แต่ตัวหนังสือ ไม่ได้รู้จากผลการปฏิบัติ เรียกว่ารู้คนละแบบกัน ให้ ปฏิบัติอย่างค่อยเป็นค่อยไปที่ละนิด เดี่ยวคำตอบจะมาเอง”

(ชนมน พลาณพัฒน์, สัมภาษณ์ 9 ก.พ.57)

ขณะที่กลุ่มตัวอย่างบางส่วนมองว่า สื่อไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงระดับความเชื่อ ความ ศรัทธา ถึงแม้ไม่มีสื่อ ความเชื่อ ความศรัทธาก็ยังเกิดขึ้นได้

“เรื่องศาสนา เรื่องการสร้างบุญบารมี เรามีความเชื่ออย่างคงมั่นอยู่แล้ว สื่อใหม่ๆ แต่ละ ประเภทจึงมีส่วนช่วยเพิ่มการเปิดรับธรรมะให้มากขึ้น แต่ถึงจะไม่มีสื่อใดๆ เลย ก็ยังศรัทธาเหมือนเดิม ความเชื่อ ความศรัทธาเป็นสิ่งภายในจิตใจที่สร้างได้โดยไม่ต้องพึ่งพาตัวสื่อ”

(จิระดา พันรูปท้าว, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“ใช้สื่อมากก็ไม่ได้ช่วยเรื่องเพิ่มความศรัทธา แต่ช่วยเรื่องการเข้าถึงมากกว่า”

(พรทิพย์ ประดิษฐากร, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

1.5 วัดอัมพวัน

ประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อที่มีต่อองค์กร

กรณีวัดอัมพวัน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อบุคลากรสื่อของวัดอัมพวัน จำนวน 3 คน ได้แก่

1. พระครูปลัดสิทธิวรวัฒน์ ผู้อำนวยการศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน
2. นายธานินทร์ มหาธนประทีป ผู้ดูแลสื่อวัดอัมพวัน
3. นายนรินทร์ จริโมภาส ผู้ดูแลสื่อศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน

จากการศึกษาประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อวัดอัมพวันในด้านการเปิดรับสื่อ ผลการศึกษาพบว่า การหลอมรวมสื่อทำให้วัดอัมพวันปรับตัวจากวัดที่ไม่เน้นใช้สื่อหลากหลายประเภทในการเผยแพร่คำสอนเป็นการเปิดรับสื่อเพิ่มขึ้น แต่เป็นการเพิ่มสื่อตามความจำเป็นเพื่อรองรับลูกศิษย์กลุ่มใหม่ๆ โดยศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวันที่หลวงพ่ोजริญดาโรให้สร้างขึ้นใหม่นั้น ได้เปิดรับสื่อรูปแบบใหม่ๆ เพื่อทดแทนหรือเสริมประสิทธิภาพของการใช้สื่อของวัดอัมพวัน ซึ่งหากมาตั้งศูนย์ปฏิบัติธรรมแห่งใหม่โดยไม่มีการสื่อสาร ไม่ผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จัก ไม่เปิดรับสื่อมากขึ้น วัดจะตอบโจทย์ผู้สนใจมาปฏิบัติธรรมได้ไม่ถี่ สื่อจึงเป็นตัวเชื่อมสำคัญที่จะทำให้คนติดตามสื่อของวัด

“วัดเริ่มปรับตัวมาใช้สื่อ video conference เมื่อต้นปีนี้เอง โดยในช่วงเทศกาลปีใหม่ ทางวัดอัมพวันได้ติดตั้งจอโทรทัศน์กระจายตามจุดต่างๆ ทั่ววัด เพื่อให้ลูกศิษย์ที่มาร่วมสวดมนต์ปฏิบัติธรรมข้ามปีได้รับพรจากหลวงพ่ोजริญดาโรอย่างทั่วถึง ปีนี้มีความพิเศษตรงที่ทางวัดได้ทดลองส่งสัญญาณการแพร่ภาพผ่าน video conference ซึ่งออกอากาศบรรยากาศการสวดมนต์ปฏิบัติธรรมข้ามปีที่วัดอัมพวันไปยังเวฬุวันด้วย ทำให้ผู้ที่มาปฏิบัติธรรมที่เวฬุวัน มีโอกาสได้รับฟังเสียงและเห็นองค์หลวงพ่ोजริญดาโรไปพร้อมๆ กับวัดอัมพวัน แต่ขณะนี้อยู่ในระหว่างการทดลองปรับปรุงระบบอยู่”

(ธานินทร์ มหาธนประทีป, สัมภาษณ์ 21 ธ.ค.56)

ประสิทธิผลด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่ส่งผลต่อการเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อของวัดอัมพวัน โดยเก็บข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อ จำนวน 7 คน ดังนี้

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	อายุ	อาชีพ
1	นางอติทยา ปู่ซึ้ง	47	พนักงานราชทัณฑ์
2	นางพิมพ์อังคณา เพชรธนสวัสดิ์	40	แม่บ้าน
3	น.ส.ณัฐกฤตา ชานนทนต์เบศ	31	CEO Branding
4	นายศิลป์ชัย ถวาย	37	เกษตรกรสวนยางพารา
5	น.ส.ณัฐนันท์ เจริญศรี	29	พนักงานบัญชี ชกส.
6	นายธีระพันธุ์ นาคสินธุ์	38	รับราชการครู
7	นายเพชรมงคล อินทศิริ	23	พนักงานตรวจสอบคุณภาพ

ตารางที่ 5.9 ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อของวัดอัมพวัน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การประเมินประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อ วัดจากการเลือกเปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภทและปริมาณความถี่ในการเปิดรับ ซึ่งจากการเก็บข้อมูลผู้รับสื่อ พบว่า

ชื่อ-สกุล	หนังสือ	ซีดี MP3	เฟซบุ๊ก	เว็บไซต์	วิทยุ	ยูทูบ	กิจกรรม	สื่อ บุคคล
อติทยา	✓						✓	✓
พิมพ์อังคณา	✓	✓	✓	✓			✓	✓
ณัฐกฤตา	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
ศิลป์ชัย	✓	✓		✓			✓	✓
ณัฐนันท์	✓			✓	✓			✓
ธีระพันธุ์	✓	✓	✓	✓			✓	✓
เพชรมงคล	✓	✓	✓	✓		✓		
รวม	7	5	4	6	1	2	5	6

ตารางที่ 5.10 ประเภทสื่อที่ผู้รับสื่อวัดอัมพวันเลือกเปิดรับ

จากตารางประเภทสื่อที่กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อเปิดรับ พบว่า สื่อหนังสือ ซึ่งเป็นสื่อหลักที่วัดใช้เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับทั้งหมด รองลงมาเป็นสื่อบุคคลและสื่อเว็บไซต์

ทั้งนี้ จากเกณฑ์การเลือกเปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภทและปริมาณความถี่ในการเปิดรับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกคนเปิดรับสื่ออย่างน้อย 6 ประเภทขึ้นไปและมีการเปิดรับสื่อในปริมาณที่แตกต่างกัน ดังนี้

1.5.1 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า เน้นเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก เนื่องจากสื่อหนังสือเป็นสื่อธรรมะแจกฟรีที่คนนิยมนำไปเผยแพร่แจกเป็นธรรมทาน สามารถหาอ่านได้ตามสถานที่ต่างๆ เนื้อหาที่มีความน่าสนใจตรงที่มีการยกตัวอย่างชีวิตจริงของผู้ที่ปฏิบัติธรรมมาแล้ว ชีวิตเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น

“ส่วนตัวเป็นคนชอบอ่าน เวลาอ่านหนังสือจะอ่านได้ละเอียด จิตเกิดสมาธิได้เร็วกว่า อีกทั้งหนังสือของหลวงพ่อก็จะเอาเรื่องราวชีวิตของคนมายกตัวอย่างให้เราปฏิบัติให้เห็นผลตามนั้น เน้นให้สวดมนต์เยอะๆ สวดพาหุง จะช่วยให้ชีวิตดีขึ้น”

(ณัฐนันท์ เจริญศรี, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

“เริ่มจากอ่านหนังสือกฎแห่งกรรมของหลวงพ่อก่อน ภายในจะเล่าประวัติ เนื้อหาคำสอนเกี่ยวกับกรรมว่ากรรมใดให้ผลแบบใด ยกตัวอย่างกรณีจริงประกอบให้เห็นภาพ ใช้ภาษาที่อ่านแล้วนึกภาพตามได้อย่างน่าสนใจ”

(เพชรมงคล อินทศิริ, สัมภาษณ์ 1 เม.ย.57)

“ช่วงแรกๆ จะเปิดอ่านสื่อของหลวงพ่ที่เป็น Wording สั้นๆ จากหนังสือธรรมะแจกฟรี หนังสือของหลวงพ่มีคนตีพิมพ์เพื่อแจกฟรีเป็นธรรมทานเยอะมาก เราได้พบเจอจากตรงนั้น จากนั้นก็ค่อยๆ ตามอ่านกฎแห่งกรรม อ่านชุดธรรมนิยาย สัตว์โลกยอมเป็นไปตามกรรม มักกะลีผลของ อ.สุทัสสา อ่อนค้อม เพราะอ่านแล้วสนุก เป็นนิยายมีสีสันแต่เป็นเรื่องจริง”

(ณัฐกฤตา ชานนพันธ์ุเบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

1.5.2 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อออนไลน์เป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกเปิดรับสื่อออนไลน์มากกว่าสื่อประเภทอื่น เนื่องจากเป็นสื่อที่ผู้ใช้สามารถสอบถามปัญหา ข้อสงสัยแล้วได้คำตอบแบบทันที มีเนื้อหาแบบย่อให้สามารถเข้าใจได้ง่ายในเวลาอันสั้น และสามารถเข้าถึงธรรมะได้ตลอดผ่านอุปกรณ์พกพา

“พอกระแสสื่อออนไลน์มา เฟซบุ๊กมา เว็บไซต์มา เราก็หันมาเปิดรับเฟซบุ๊กด้วย ไม่ว่าจะป็นเนื้อหาสั้นๆ หรือยาวๆ จะอ่านหมด แต่บางทีเวลาทำงานก็ไม่ค่อยมีเวลานั่งอ่านอะไรยาวๆ เพื่อนๆ จะมีการส่งธรรมะสั้นๆ ในกลุ่มไลน์ (LINE) บนมือถือคือมองว่าเมื่อมีสื่อมาก ก็ต้องใช้ประโยชน์ในทางธรรมได้หมด”

(ณัฐกฤตา ชานนพันธ์ุเบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

“เปิดรับสื่อหนังสือของทางวัดทั้งหนังสือ เว็บไซต์วัด แผ่นซีดี แต่ส่วนมากก็จะหนักทางเว็บไซต์หลวงพ่ोजรรณู www.jarun.org หลักๆ จะเข้าไปช่วยเผยแพร่ธรรมะของหลวงพ่ เพราะศึกษา มาพอสมควร ตอนนั้นก็เน้นผ่านทางเฟซบุ๊กเพราะได้สร้างเพจเฟซบุ๊กกลุ่มลูกศิษย์หลวงพ่ोजรรณูด้วย”

(ธีระพันธุ์ นาคสินธุ์, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

“ทำงานอยู่ที่อิตาลี มีโอกาสได้มาไทยปีละครั้ง เลยจะเลือกเปิดดูเว็บไซต์ที่เป็นทางการของวัด เฟซบุ๊กวัดและกลุ่มลูกศิษย์ โดยจะชอบเข้าเฟซบุ๊กที่ลูกศิษย์สร้างขึ้น เข้าไปสอบถามปัญหา ติดตามอัปเดตข่าวคราว ความเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้น เป็นช่องทางที่โพสต์ถามได้โดยไม่ต้องอาย”

(พิมพ์อังกณา เพชรธนสวัสดิ์, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

“ปัจจุบันนี้เข้าผ่านเฟซบุ๊ก เว็บไซต์เป็นหลัก แม้จะชอบฟังวิทยุก็เลือกฟังวิทยุออนไลน์ เพราะเข้าผ่านอินเทอร์เน็ตสะดวกมากผ่านสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ตก็ได้”

(เพชรมงคล อินทศิริ, สัมภาษณ์ 1 เม.ย.57)

1.5.3 เปิดรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท แต่จะเน้นสื่อบันทึกเสียงเป็นหลัก

กลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่ตอบว่า เน้นเปิดรับสื่อบันทึกเสียงมากกว่าสื่ออื่นๆ เนื่องจากเป็นลูกศิษย์ที่ได้มีโอกาสอ่านหนังสือธรรมถ่ายทอดเป็นไฟล์เสียงลงในสื่อซีดี ซึ่งเปิดให้ผู้สนใจสามารถสั่งพิมพ์แผ่นซีดีเผยแพร่แจกเป็นธรรมทานได้ตามอัธยาศัย

“ได้มีโอกาสบันทึกเสียงอ่านหนังสือธรรมะเล่มสำคัญของหลวงพ่ोजรัญลงในสื่อซีดี เช่น หนังสืออนุสสาสนีปาฏิหาริย์ ไปไม่ในกำมือ พุทโธโลยีฯลฯ เนื่องด้วยมีคนรับไปฟังแล้วชอบ ประทับใจ ในน้ำเสียงการอ่าน ตอนนี่จึงทำหน้าที่เป็นสะพานบุญ บอกบุญให้ลูกศิษย์ได้สั่งซื้อซีดีเสียงอ่านที่ตนจัดทำขึ้นถวายหลวงพ่ोजรัญ บ่อยครั้งก็เปิดฟังเสียงอ่านตัวเอง เพราะเวลาที่เรารออ่านกับเวลาที่เรารอฟังเอง มันอาจจะให้ความหมาย อารมณ์ ความรู้สึกต่างกัน”

(ณัฐกฤตา ชานนพันธ์ุเบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

ทั้งนี้ ในกลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์มีบางส่วนที่เปิดรับสื่อไม่กี่ประเภท ไม่นับสื่อบุคคลและสื่อกิจกรรมที่เป็นการเข้าร่วมโครงการปฏิบัติธรรมแล้ว จะเปิดรับเฉพาะสื่อหนังสืออย่างเดียว เนื่องจากปัจจัยด้านอาชีพที่ไม่เหมาะแก่การเปิดรับสื่ออื่นๆ

“ในช่วงปฏิบัติหน้าที่ผู้คุมเรือนจำ จะไม่สามารถเปิดรับสื่ออื่นๆ ได้นอกจากสื่อหนังสือ ช่วงแรกๆ จะเปิดอ่านตามโอกาส นั่งอ่านขณะคุมนักโทษ ใช้เวลาประมาณวันละ 30 นาที- 1ชม. ทุกวัน ช่วงหลังๆ หากบางวันมีภารกิจนอกสถานที่ก็อาจไม่ได้อ่าน อีกเวลาหนึ่งคือจะอ่านช่วงเที่ยงคืนถึง 05.00น. เพราะจะต้องตื่นมาเข้าเวรตอนตี 3 หนังสือที่ชอบอ่านคือ หนังสือชุดกฎแห่งกรรม เพราะอธิบายได้เข้าใจง่าย เห็นผลการปฏิบัติได้ชัดเจน รู้สึกว่าอ่านจากหนังสืออย่างเดียว ไม่ต้องใช้สื่ออย่างอื่นก็ได้เพราะมีเนื้อหาครบถ้วนอยู่แล้ว”

(อทิติยา ปู่ซึ้ง, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

“รู้สึกว่าการอ่านหนังสือให้สมาธิมากกว่า อื่นๆ อย่างเว็บไซต์ ยูทูปก็เข้าไม่สะดวก อินเทอร์เน็ตช้า สัญญาณไม่ดี ดูไม่ได้ธรรมดา ซีดีก็เคยหาฟังมาหมดแล้ว ซึ่งซีดีจะเป็นเนื้อหายาวๆ หลวงพ่อเทศน์ยาวๆ ไม่ได้สรุปใจความมาให้เรา แต่หนังสือจะสรุปมาให้แล้ว ก็เลยไม่ค่อยดูสื่ออื่น”

(ศิลาปชัย ถวาย, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อหลายช่องทางของผู้รับสื่อของวัดอัมพวัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อหลายช่องทางของผู้รับสื่อวัดอัมพวัน ได้แก่ ความแตกต่างของเนื้อหาในแต่ละสื่อ การตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาในแต่ละสื่อ ช่องทางและโอกาสที่สะดวกเปิดรับโดยเฉพาะบนอุปกรณ์พกพา สมาร์ทโฟน

“แต่ละสื่อจะมีเนื้อหาหลากหลายแบบ หากเลือกรับสื่อใดสื่อหนึ่ง รายละเอียดมันจะน้อย อย่างเราได้สร้างเพจเฟซบุ๊กเผยแพร่ธรรมะหลวงพ่อก็ต้องเอาสื่อหลายๆ ประเภทมารวบรวมแล้วเผยแพร่ต่อ”
(ธีระพันธุ์ นาคสินธุ์, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

“สื่อแต่ละช่องทางนำเสนอเนื้อหาที่ไม่เหมือนกัน เนื้อหาที่น่าสนใจแตกต่างกันไป ให้ประโยชน์คนละด้านกัน หนังสือเล่มหนึ่งอาจเขียนอีกมุมหนึ่ง บางเล่มที่ต่างคนเขียนก็จะเขียนอีกอย่างหนึ่ง ในเว็บไซต์ก็จะมีเนื้อหาเรื่องใหม่ๆ ที่เราไม่ต้องเสียเงินซื้อ การได้เปิดรับจากหลายๆ สื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องด้วย”

(พิมพ์อังกณา เพชรธนะสวัสดิ์, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

“เข้าทั้งเฟซบุ๊ก ซีดี เว็บไซต์ เพราะมันสะดวก สืบค้นง่ายจากในสมาร์ทโฟน อีกทั้งตัวเนื้อหาสาระมีความหลากหลาย จะเลือกอ่านจะเว็บนี้ก็ได้อีกก็ได้ เลือกได้อิสระตามความต้องการ”

(ณัฐกฤตา ชานนทันทนุเบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

ผลของการเปิดรับสื่อใหม่ๆ ต่อผู้รับสื่อของวัดอัมพวัน

จากการเก็บข้อมูลผลของการเปิดรับสื่อประเภทใหม่ๆ ต่อผู้รับสื่อ พบว่า ส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า สื่อมีผลต่อการเพิ่มระดับความเชื่อ ความศรัทธาของผู้รับสื่อ

“ใช้สื่อมาก เพิ่มศรัทธาคนให้มามาก อย่างตัวผมเองเวลาดูรายการธรรมะ ถ้าเปิดเสียงบทสวดอิติปิโส พาหุงมหากาฯ แล้วมีคนวาดรูปการ์ตูนประกอบด้วย มีภาพอธิบายเราว่าช่างนาฬาคีรี ลักษณะเป็นอย่างไร อนุสิมาลรูปร่างหน้าตาคร่าวๆ เป็นอย่างไร หรือแปลบทสวดให้เข้าใจง่ายในแบบการ์ตูน ก็จะทำให้ความหมายของสิ่งที่เราสวดได้ดีขึ้น”

(ศิลป์ชัย ถวาย, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

“การอ่านวารสารหรือหนังสือเพียงอย่างเดียว อาจมีเนื้อหาเพียงแนวเดียว แต่แรงจูงใจที่จะทำให้เรารู้สึกสนใจ ก็น่าสนใจหรือศรัทธาอาจไม่เกิดในตอนนั้น แต่หากได้ฟังวิทยุ ซีดี หรือเทปที่มีเสียงหรือภาพประกอบด้วย ทำให้เราเกิดความสนใจมากขึ้น แรงศรัทธาและความเชื่อย่อมมีมากขึ้น”

(เพชรมงคล อินทคีรี, สัมภาษณ์ 1 เม.ย.57)

“ยิ่งเราได้ใช้สื่อหลายช่องทาง เรายิ่งได้เห็นว่ามีคนนับถือหลวงพ่อกันมากมาย ได้เห็นหลวงพ่อกำลังอยู่ในสื่อที่ทันสมัย เราก็อึ้งใจ”

(อหิตยา ปู่ซึ้ง, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

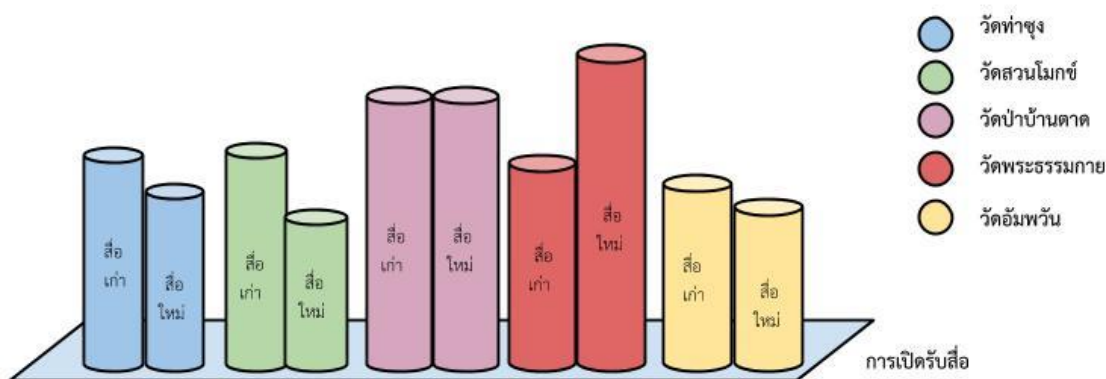
ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างบางส่วน ตอบว่า การเปิดรับสื่อทุกประเภทจนเกินความจำเป็นจะทำให้เกิดความไขว่เขว สับสนในการปฏิบัติได้ง่าย ให้เลือกรับช่องทางที่จำเป็นจริงๆ

“ถ้าเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเดียวกัน อ่านซ้ำเพื่อย้ำความมั่นใจก็ดี แต่ถ้าดูมากไป เปิดรับมากไป เราอาจไปเจอของฆราวาสได้ อย่างในสมัยพุทธกาลไม่ได้มีสื่อเยอะ ฟังแค่จากพระโอษฐ์ พระพุทธเจ้าก็บรรลุธรรมได้ สำหรับผู้ปฏิบัติจริงๆ ไม่ควรรับรู้อะไรมากเกินไป ไม่ควรหลายทางเพราะจะไขว่เขว รับสื่อมากมันจะตึงกัน”

(ณัฐกฤตา ชานนทันทฤเบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

จากข้อมูลประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ผลิตสื่อและผู้รับสื่อของวัด กล่าวโดยสรุป พบว่า ในภาพรวมการหลอมรวมสื่อช่วยให้วัดต่างๆ เริ่มปรับรูปแบบการใช้สื่อตามผู้รับสื่อมากขึ้น เช่น วัดท่าซุงได้ปรับมาเน้นสื่อเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เมื่อทราบว่าผู้รับสื่อสมัยนี้เข้าถึงวัดจากเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก แต่บางวัดก็ไม่ได้เพิ่มสื่อตามผู้รับสื่อ แต่เพิ่มตามความจำเป็น เช่น วัดอัมพวัน บางวัดแม้จะไม่เห็นด้วยกับการใช้สื่อมากแต่ก็ปรับมาใช้สื่อเพิ่มเมื่อเห็นว่าเป็นช่องทางที่ไม่ต้องลงทุนเพิ่ม เช่น สวนโมกข์หันมาใช้สื่อเฟซบุ๊ก เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อทั้ง 5 องค์กร ดังจะอธิบายตามแผนภูมิดังต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 5.1 เปรียบเทียบประสิทธิผลด้านการเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อแต่ละองค์กร

จากแผนภูมิการเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อในแต่ละวัด พบว่า ผู้รับสื่อวัดพระธรรมกายเปิดรับสื่อที่เป็นสื่อออนไลน์และสื่อสมัยใหม่ อาทิ เว็บไซต์ สื่อโทรทัศน์ดาวเทียม สื่อแอนิเมชัน อย่างชัดเจนกว่าวัดอื่นๆ เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ใช้สื่อออนไลน์ และสื่อออนไลน์ของวัดรวมสื่อทุกประเภทเอาไว้

วัดป่าบ้านตาด ผู้รับสื่อตอบว่า เปิดรับสื่อเก่าและสื่อใหม่ในสัดส่วนเท่าๆ กัน ขณะที่วัดท่าซุง และสวนโมกขพลาราม ผู้รับสื่อจะเปิดรับสื่อเก่ามากกว่าสื่อใหม่ เนื่องจากสื่อหลักที่วัดใช้เป็นสื่อหนังสือ และวัดอัมพวัน ผู้รับสื่อมีปริมาณการเปิดรับน้อยกว่าวัดอื่นๆ เนื่องจากวัดใช้สื่อน้อยและมีแนวคิดที่ไม่เน้นใช้สื่อมาก เน้นการปฏิบัติภาวนาเป็นหลัก

2. ประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อด้านการรับรู้สื่อ

จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างองค์กรและผู้รับสื่อของวัดทั้ง 5 แห่ง ผู้วิจัยอธิบาย ประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อองค์กรและผู้รับสื่อของแต่ละวัด ได้ดังนี้

2.1 วัดท่าซุง

ประสิทธิภาพด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อองค์กร

จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์บุคลากรสื่อของวัดท่าซุงต่อประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อในด้านการรับรู้สื่อ พบว่า การหลอมรวมสื่อช่วยให้วัดจำแนกกว่า ปัจจัยด้านวัยและโอกาส ความเข้าใจเร็วในการเข้ามารู้จักวัดของผู้รับสื่อ เป็นตัวแปรสำคัญต่อการรับรู้หรือรู้จักสื่อต่างๆ ที่วัดใช้ โดยวัยที่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้จะมีการรับรู้หรือรู้จักสื่อออนไลน์ของวัดมากกว่าสื่อดั้งเดิม ขณะที่กลุ่มที่รู้จักวัดมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานแล้วจะรู้จักสื่อใหม่ๆ น้อยลง ไม่เน้นพึ่งพาสื่อมาก

“จะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้รับสื่อที่เป็นคนรุ่นใหม่ หรือกลุ่มคนที่เพิ่งเข้ามารู้จักวัดใหม่ๆ จะรู้จักวัดจากสื่อออนไลน์มากกว่าสื่ออื่น ส่วนกลุ่มผู้รับสื่อที่รู้จักวัดและมาปฏิบัติธรรมที่วัดอย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว มักจะมาปฏิบัติที่วัดโดยไม่ได้มีภาวะการพึ่งพาสื่อมาก แต่อาจมีการอ่านหนังสือธรรมปฏิบัติ ฟังเสียงพระธรรมเทศนาบ้างตามโอกาส”

(พระสมุห์มงคลเวทย์ สุธมมฐานวโร, สัมภาษณ์ 3 ม.ค.57)

ประสิทธิภาพด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ขณะที่ประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อวัดท่าซุง จำนวน 6 คน โดยกำหนดเกณฑ์การรับรู้สื่อจากการรู้จักช่องทางสื่อของวัดท่าซุงมากกว่า 2 ประเภทและรู้จักเนื้อหาเดียวกันในช่องทางมากกว่า 2 ประเภท ซึ่งจากการศึกษาพบว่า

2.1.1 รู้จักช่องทางสื่อของวัดมากกว่า 2 ประเภท

ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับสื่อของวัดท่าซุงทั้งหมดรู้จักช่องทางสื่อของวัดอย่างน้อย 4 ประเภทขึ้นไป โดยช่องทางสื่อที่กลุ่มตัวอย่างทุกคนตอบว่ารู้จัก คือ สื่อหนังสือและสื่อบุคคล ซึ่งเป็นสื่อช่องทางหลักของวัด จากนั้นจึงค่อยติดตามไปยังสื่อประเภทอื่นที่วัดใช้ โดยผู้รับสื่อบางคนรู้จักสื่อของวัดจากการแนะนำของครอบครัว บางคนเป็นผู้สร้างช่องทางสื่อเพื่อเผยแพร่ธรรมของวัดเป็นของตนเอง

“รู้จักวัดและไปวัดตั้งแต่สมัยหลวงพ่อยู่ สมัยนั้นยังไม่มีอินเทอร์เน็ต ระบบการสื่อสารก็ยังไม่พร้อม ถ้าไม่ได้มาฟังท่านเทศน์ธรรมะ ก็จะมาหาเทศน์ธรรมะวิโมกข์มาฟัง อ่านหนังสือประวัติหลวงพ่อเล่มเล็กๆ เวลาถวายสังฆทานทุกเดือนที่วัดก็ได้รับหนังสือสังฆทานไปอ่านที่บ้าน ช่วงหลังๆก็ซื้อซีดี MP3 สื่อเสียงมาฟัง ตอนนั้นก็เข้าเว็บวัดท่าซุง www.watthasung.com และเว็บไซต์ที่ลูกศิษย์สร้างขึ้นเพื่อเผยแพร่ธรรมะหลวงพ่อ”

(ทศพล ดุสิตพัฒนาพิณนธ์, สัมภาษณ์ 1 ก.พ.57)

“ครอบครัวพาไปเข้าวัดท่าซุงตั้งแต่เด็ก ไปร่วมงานบุญใหญ่ เช่น งานวันสำคัญทางศาสนา งานธุดงค์ใหญ่ปลายปี เฉลี่ยไปปีละ 3-4 ครั้ง ไปถวายสังฆทานกับครอบครัวที่บ้านสายลมทุกเดือน ฟังยูทูปคำสอนหลวงพ่อกับคุณแม่ที่เปิดตลอดในบ้านและติดตามโพสต์ธรรมะจากเฟซบุ๊กของคุณแม่”

(สิงหา ประพจนารณ, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“รู้จักหลวงพ่อกาซีลิงคำเพราะศึกษาคำสอนของท่านในยูทูป ไม่ได้ทันตอนท่านยังอยู่ เมื่อเห็นคำสอนของท่านเกี่ยวกับการปฏิบัติเพื่อไปสู่นิพพานก็เกิดสนใจ จึงไปสืบค้นในเว็บไซต์ เลิร์ชจากกูเกิลมาอ่าน ซื้อหนังสือ ซีดี MP3 มาฟัง รวมถึงสร้างเพจเฟซบุ๊ก “ลูกรักพ่อ พระราชพรหมยาน” เป็นเพจรวบรวมธรรมะคำสอนของหลวงพ่อกาซีลิงคำ ถึงตอนนี้มีจำนวนผู้กดไลค์ประมาณ 1,200 ไลค์ มีคนแชร์ธรรมะอยู่จำนวนหนึ่ง”

(สพรัฐ หล้าเนตร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“รู้จักผ่านหนังสือตอบปัญหาธรรมหลวงพ่อก่อน จากนั้นค่อยตามสื่ออื่นๆ ที่วัดมี ไม่ว่าจะเป็นซีดีบทเทศน์ เฟซบุ๊ก ซึ่งเฟซบุ๊กนี้ดูหมดทั้งเฟซบุ๊กวัด เฟซบุ๊กที่เพื่อนแชร์ของวัดต่างๆ แต่ส่วนใหญ่จะสนใจแชร์ธรรมะที่เป็นของหลวงพ่อกาซีลิง เวลาไปบ้านสายลม กรุงเทพฯ ก็ไปถวายสังฆทาน ได้รับหนังสือสังฆทาน และซื้อหนังสือบางเล่มที่อยากอ่าน”

(ศุภชัย จิรเกรียงสกุล, สัมภาษณ์ 30 ม.ค.57)

“แรกๆ ติดตามสื่อของวัดท่าซุงจากในเว็บบอร์ด เว็บไซต์พลังจิต และเว็บไซต์หลวงพ่อกุญชร คำสมัยที่ยังไม่เป็นเว็บไซต์วัดท่าซุงในปัจจุบัน จากนั้นไปหาซีดี MP3 คำสอนของท่านมาฟัง อันไหน อ่านแล้ว ฟังแล้วดีก็จะตามหาเนื้อหาฉบับเต็ม เราจะเชื่อมั่นในเวอร์ชันต้นฉบับมากกว่า ตอนนั้นก็ติดตามจากเฟซบุ๊กมูลนิธิหลวงพ่อบานๆ เว็บไซต์วัดท่าซุงเป็นหลัก”

(คณิต คุ่มพิทักษ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

2.1.2 รู้จักเนื้อหาเดียวกันในช่องทางมากกว่า 2 ประเภท

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้รับสื่อทั้งหมดทราบว่า เนื้อหาของวัดที่เผยแพร่ในช่องทางต่างๆ เป็นพระธรรมเทศนาของหลวงพ่อกุญชรคำ บางคนสามารถระบุได้ว่า เนื้อหาในสื่อไหนเชื่อมโยงกับสื่อไหน บางคนได้สร้างเพจธรรมะขึ้นมาใหม่และใช้เนื้อหาจากสื่อของวัดมาเผยแพร่ซ้ำ บางคนได้อ่านเนื้อหาต้นฉบับมาก่อน เมื่อเห็นว่าเนื้อหาในอีกสื่อหนึ่งมีรายละเอียดบางส่วนแตกต่างกันก็ได้อ่านกลับไปตรวจสอบความถูกต้องจากสื่อหนังสือหรือสื่อบันทึกเสียงที่หลวงพ่อดำเทศน์บันทึกไว้ด้วย

“เริ่มอ่านคำสอนท่านจากเว็บไซต์มาก่อน เวลาได้มาอ่านหนังสือธรรมะที่เว็บไซต์เลือกไปโพสต์ก็รู้เลยว่าเคยอ่านมาแล้ว หลังๆ ก็เลยอ่านในเฟซบุ๊กอย่างเดียว ดูเพจศูนย์พุทธศรัทธา ดุจกิจกรรม บอกบุญ แชรส์คำสอน ในกลุ่มเฟซบุ๊กบางกลุ่มก็แชร์กิจกรรมต่างกัน ถ้าเราเห็นเนื้อหาไม่ตรงกันแบบนี้ เราต้องเช็คกลับไปยังเว็บไซต์ว่าข้อมูลที่ถูกต้องเป็นอย่างไร อย่างเฟซบุ๊กพระเครื่อง วัตถุมงคล เราก็เข้าไปดูและพบว่าก็คล้ายๆ ซ้ำๆ กัน”

(คณิต คุ่มพิทักษ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ได้คุยกับเพื่อนที่ทำแอปพลิเคชันฟังธรรมะ เขาบอกว่าใช้ไฟล์เนื้อหาจากซีดี ซึ่งอัดจากเทปมาลงในแอป รวมถึงสื่อหลายๆ ประเภทก็มีเนื้อหาเหมือนๆ กัน ธรรมะเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพียงแต่พระแต่ละรูปจะนำเสนอด้วยวิธีที่แตกต่างกันไปให้ตรงตามจริต”

(ศุภชัย จิรเจริญสกุล, สัมภาษณ์ 30 ม.ค.57)

“เวลาค้นหาคำสอนหลวงพ่อกุญชรจากเว็บไซต์ ถ้าเป็นเว็บไซต์อื่นๆ ที่ไม่ใช่เว็บไซต์ทางการของวัด ส่วนใหญ่ก็จะระบุที่มาของเนื้อหานั้นไว้ท้ายบทความเพื่อให้กลับมาติดตามยังเว็บไซต์เจ้าของเนื้อหา สุดท้ายมันก็เป็นเนื้อหาเดียวกันหรือคล้ายๆ กัน เราได้อ่านจากหลายๆ ที่ก็เป็นการทบทวน ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลไปด้วย”

(ทศพร ดุสิตพัฒนาพันธ์, สัมภาษณ์ 1 ก.พ.57)

“เพชรธรรมะในเฟซบุ๊กชื่อ “ลูกรักพ่อ พระราชพรหมยาน” ที่ผมสร้างขึ้น ไม่ได้คิดธรรมะขึ้นเอง แต่ไปคัดลอกเนื้อหาจากในเว็บไซต์วัดท่าซุง จากหนังสือธรรมะของหลวงพ่อ ในเฟซบุ๊กที่ต่างๆ ที่เราเห็นดี มีประโยชน์ น่าจะแชร์ให้คนอื่นได้รับรู้ด้วยมาโพสต์ใหม่ ดังนั้น หลักการที่อื่นก็น่าจะคล้ายๆกัน มีธรรมะของหลวงพ่อเป็นแกนกลาง ที่เหลือก็กระจายไปยังช่องทางต่างๆ เป็นการช่วยกันแชร์คนละไม้คนละมือ”

(สทรรฐ์ หล้าเนตร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

2.2 สวณโฆกขพลาราม

ประสิทธิผลด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อองค์กร

จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์บุคลากรสื่อของสวณโฆกขพลารามต่อประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อในด้านการรับรู้สื่อ พบว่า การหลอมรวมสื่อทำให้วัดทราบพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อว่า ส่วนใหญ่รู้จักและติดตามสื่อผ่านสื่อเฟซบุ๊กมากที่สุด รองลงมาก็เป็นสื่อหนังสือ ซีดี เว็บไซต์และเข้าร่วมกิจกรรมอบรมปฏิบัติภาวนา แต่พฤติกรรมกรรับรู้สื่อของผู้บริโภคอาจไม่ส่งผลต่อการปรับตัวขององค์กรสื่อ เนื่องจากไม่ต้องการให้ผู้รับสื่อยึดติดที่รูปแบบ องค์ประกอบอื่นๆ มากกว่าเนื้อหาหลักธรรม

“เดี๋ยวนี้คนชอบสื่อที่มีรูปแบบใหม่ๆ น่าสนใจ ไม่เครียดมาก สื่อในทางโลกจึงเป็นสื่อที่กระตุ้นให้คนเกิดกิเลสแล้วเสพมัน แต่ทางธรรม เราให้คนสงบจากกิเลส มันตรงข้ามกัน คนเสพธรรมจะไม่สนใจเรื่ององค์ประกอบเลย จะสนใจลัทธิธรรมที่มีอยู่ วงการหนังสือธรรมะต้องไม่แข่งกันในด้านลีลาปนกลวย เพราะธรรมะอยู่ที่ตัวอักษร แค่อย่ยตัวอักษรให้คนเข้าใจก็พอ เพราะถ้าตามทางโลก มันก็ไม่มีที่สิ้นสุด คนรุ่นใหม่ก็ต้องเหนื่อยคิดของใหม่ไปเรื่อยๆ”

(เมตตา พานิช, สัมภาษณ์ 13 ธ.ค.56)

ประสิทธิผลด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ทั้งนี้ ในส่วนของประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อของสวณโฆกขพลาราม จำนวน 9 คน โดยกำหนดเกณฑ์การรับรู้สื่อจากการรู้จักช่องทางสื่อของวัดมากกว่า 2 ประเภทและรู้จักเนื้อหาเดียวกันในช่องทางของวัดมากกว่า 2 ประเภท ซึ่งจากการศึกษาพบว่า

2.2.1 รู้จักช่องทางสื่อของวัดมากกว่า 2 ประเภท

จากการศึกษาว่า ผู้รับสื่อทั้งหมดรู้จักช่องทางสื่อของวัดอย่างน้อย 4 ประเภทขึ้นไป โดยช่องทางสื่อที่กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดตอบว่ารู้จัก คือ สื่อบันทึกเสียงคำสอนของท่านพุทธทาส ซึ่งเป็นสื่อชั้นปฐมภูมิของวัด โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนในพื้นที่สวณโฆกขหรือเคยไปปฏิบัติธรรมสมัยหลวงพ่อกุศลทาสมาก่อน บางส่วนที่ไม่ทันท่านพุทธทาสก็จะติดตามอ่านสื่อดั้งเดิมของวัด คือ หนังสือและเทปซีดีสมัยที่ท่านเทศนาธรรม จากนั้นจึงค่อยติดตามสื่ออื่นๆ ที่วัดใช้ตามประเภทสื่อที่แต่ละบุคคลสนใจ

“ผมเป็นคนไชยา รู้จักสวนโมกข์ รู้จักท่านพุทธทาสมาตั้งแต่เด็กๆ ในท้องถิ่นที่ท่านเป็นพระที่มีชื่อเสียงและน่าเคารพเลื่อมใส ผมมาบวชพระที่วัดสวนโมกข์ตอนอายุ 25 ปี แรกๆที่เข้ามาต้องอ่านหนังสือธรรมะหลายๆ เล่ม หลายๆศาสนา เพราะท่านพุทธทาสบอกว่าไม่จำเป็นต้องศึกษาพุทธ 100% ให้ศึกษาศาสนาอื่น ทำความเข้าใจศาสนาอื่นเพื่อเปรียบเทียบได้ อ่านธรรมโฆษณ์ซึ่งมีความเป็นวิชาการสูง ยังมีภาษาบาลีปนๆอยู่ ได้ฟังเทปเสียงท่านเทศน์ ศึกษาปริศนาธรรมต่างๆ ภายในวัด จนปัจจุบันก็พยายามรับสื่อทางโลกอยู่บ้าง แต่เน้นกิจกรรมวัดเป็นสำคัญ”

(ชาตร คล้ายปักซี, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

“สนใจธรรมะของท่านพุทธทาสในรูปแบบหนังสือเล่ม ตอนต่อไปเป็นอาสาสมัครถอดเทปคำเทศน์ท่านที่หอจดหมายเหตุฯ จึงได้อ่านธรรมะต้นฉบับของท่าน รู้สึกประทับใจมากจึงไปหาแผ่นซีดีเปล่าไปขอไฟล์ซีดีมาได้ 5 แผ่น รวมถึงได้รับไฟล์เสียง 340 ไฟล์จากพระอาจารย์ที่วัดสวนโมกข์ สำหรับถอดเทป ช่วงนั้นจึงเปลี่ยนจากการอ่านมาเป็นการฟังซีดีแทน ในซีดีที่ได้รับมาก็มีคลิปวันบรรจูลังขารท่าน เทศนาธรรมที่ลานหินโค้ง เทศน์เช้าช่วงเวลาตีสี่ ฯลฯ แล้วก็ขยายไปคู่มือใหม่จำพวกยูทูป เว็บไซต์ เฟซบุ๊กอื่นๆ จนถึงทุกวันนี้”

(สุธาสินี ใจสมิทธิ, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“สนใจเรื่องศาสนาตั้งแต่อายุ 13 ปี รู้จักสวนโมกข์เพราะสนใจพระปฏิบัติดี พระเก่ง ชอบสะสมวัตถุมงคล พอทราบว่าท่านพุทธทาสเป็นพระชื่อดังของไชยา ก็ลองหาข้อมูลอ่านดู อ่านทั้งหนังสือ เช่น ชีวิตคืออะไร ตัวกูของกู ปฏิจจสมุบบาท สมุดภาพโรงมหรสพทางวิญญาน ลักพักมีน้องที่รู้จักนำซีดีหลวงพ่อกมาให้เปิดฟัง ฟังแล้วรู้สึกชอบคำสอนของท่านที่สอนวิธีการปฏิบัติเพื่อพ้นทุกข์ จากนั้นพอมีอินเทอร์เน็ต ก็ดูทางเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยังไม่เคยได้เข้าไปปฏิบัติธรรมที่สวนโมกข์ แต่เคยไปที่สวนโมกข์ กรุงเทพฯ ก็ได้ติดตามสื่อที่เกี่ยวข้องกับสวนโมกข์ทั้งหมด”

(วิทวัส ชัชวาลย์, สัมภาษณ์ 10 ก.พ.57)

“รู้จักวัดสวนโมกข์มานานเพราะเป็นคนอำเภอท่าชนะ ไม่ไกลจากไชยา สมัยนั้นที่วัดยังไม่มีสื่อมากเท่าทุกวันนี้ ใช้แค่การบอกต่อกันของชาวบ้านที่มาปฏิบัติที่วัดแล้วประทับใจ มีสื่อหนังสือที่ธรรมทานมูลนิธิ เป็นหนังสือที่ท่านเขียนขึ้นเองด้วย เป็นหนังสือที่ถอดเทปจากท่านเทศนาสอนบ้าง แล้วก็รู้จักวัดจากรายการทีวี หนังสือพิมพ์ที่จะลงเรื่องราวของวัดในช่วงนั้น กระทั่งปัจจุบันวัดก็ใช้สื่อประเภทใหม่ๆ ทั้งเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ซีดี ต่างจากเมื่อก่อนที่มีแต่เทป หนังสือปกกระดาษบางๆ”

(สุภาพ พักสุนทร, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

“เป็นคนในพื้นที่อยู่ใกล้สวนโมกข์ แต่เพิ่งรู้จักเมื่อประมาณ 3-4 ปีนี้เอง ไม่ค่อยได้มาวัดบ่อยๆ เพิ่งได้เริ่มเข้าวัดอย่างจริงจังก็ปีนี้เอง แต่ก่อนจะรู้จักวัดจากสื่อโทรทัศน์ฟรีทีวี (รายการทรูปลูกปัญญา) ได้ยินชาวบ้านบอกปากต่อปาก ได้ยินจากคลื่นวิทยุแถวบ้านที่ฟัง ทุกวันนี้พอได้เริ่มเข้าวัดก็ทราบที่วัดมีหนังสือธรรมะ มีเทป ซีดี รู้ว่ามีเว็บไซต์ เพชบุรีด้วย”

(นิวัติ สิทธิพร, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

2.2.2 รู้จักเนื้อหาเดียวกันในช่องทางมากกว่า 2 ประเภท

ทั้งนี้ จากการสอบถามการรู้จักเนื้อหาเดียวกันในช่องทางสื่อต่างๆ ของวัด พบว่า ผู้รับสื่อทราบว่าเนื้อหาของวัดที่เผยแพร่ในสื่อต่างๆ มีที่มาจากคำสอนของท่านพุทธทาส โดยมีต้นทางเนื้อหาจากสื่อหนังสือ สื่อเทป ซีดี ส่วนใหญ่จะพบเห็นสื่อต้นฉบับเหล่านี้จากสื่อออนไลน์ที่วัดนำไปเผยแพร่ซ้ำ

“สื่อแต่ละชนิดแม้จะมีเนื้อหาแตกต่างกันไปบ้างแล้วแต่จุดประสงค์ของสื่อ นั้น แต่เนื้อหาที่เป็นหลักธรรมคำสอนจะไม่ต่างกัน มีที่มาอย่างเดียวกันคือจากเทศน์ของหลวงพ่อสบายที่ท่านยังมีชีวิตอยู่ หนังสือบางเล่มก็ถอดเทปมาจากเสียงเทศน์หลวงพ่อบ้าง ซีดีเสียงบางแผ่นก็อ่านจากหนังสือธรรมะที่หลวงพ่อบันทึกไว้ ถ้าได้ทราบจำนวนสื่อของท่านจะเข้าใจว่ามีมากมาย คูอย่างเล่มธรรมโฆษณ์เล่มเดียวก็มีมากแล้ว”

(ฐิติมา วงศ์ถวัลย์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ฟังจากตัวพระอาจารย์บอก อ่านจากหนังสือที่ท่านเขียนหรือมีคนเรียบเรียงใหม่ ฟังเทปคำสอนที่มีการอัดบันทึกไว้ มันก็เป็นเนื้อเดียวกัน เพียงแต่แยกๆ มาลงตามแต่ละสื่อ”

(ชาตรี คล้ายปักชี, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

“เคยอ่านหนังสือของวัดหลายเล่ม ชื่อมาแจกญาติที่รู้จักก็มาก พอทราบว่าเนื้อหาในหนังสือหลายๆ เล่มบางทีก็คัดลอก ดึงบางส่วนมาจากเล่มนั้นเล่มนี้มาเรียบเรียงใหม่ เราได้อ่านเจอหลายๆ ครั้งก็เป็นการทวนความรู้ไปในตัว”

(สุภาพ พักสุนทร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“คำสอนของท่านพุทธทาสส่วนใหญ่ก็จะอยู่ในเล่มธรรมโฆษณ์ ก่อนจะมาเป็นธรรมโฆษณ์ก็เป็นเทปบันทึกเสียง ซีดี เคยไปเป็นอาสาสมัครถอดเทปก็รู้ว่าเนื้อหาต้นฉบับทั้งหมดมาจากเทศน์ของท่าน ฟังไปรู้สึกเหมือนหลุดไปที่ลานหินโค้งในปี 2514 ได้ฟังเรื่องการปฏิบัติตนในฐานะพระบวชใหม่ก็รู้สึกซาบซึ้งจนตามไปหาหนังสือมาอ่าน คำกลอน คำคมที่ท่านเทศน์ไว้ก็แปลงมาอยู่ในรูปหนังสือรวบรวมคำกลอนที่เขียนด้วยลายมือท่านเอง หลังจากนั้นก็เปลี่ยนรูปแบบมาเป็นปฏิทินแทรกคำสอนท่านพุทธทาส”

(สุธาสิณี ใจสมิทธิ, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

2.3 วัดป่าบ้านตาด

ประสิทธิผลด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อองค์กร

จากการศึกษาประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อองค์กรและผู้รับสื่อ ในส่วนแรกผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลสัมภาษณ์บุคลากรสื่อ พบว่า องค์กรไม่ได้มีนโยบายผลิตสื่อเพื่อต้องการให้คนรู้จักและจดจำได้ เพราะหลวงตามหาบัวท่านไม่ได้ต้องการให้คนจดจำที่ตัววัด แต่กระนั้นการหลอมรวมสื่อก็ทำให้วัดทราบว่า สื่อที่สร้างการรับรู้ต่อคนได้มากที่สุด คือ สื่อบุคคลหรือองค์หลวงตามหาบัว รองลงมาคือ เว็บไซต์ วิทยู

“หลักการของเราไม่ได้ต้องการให้มีคนเยอะๆ ไม่ได้เรียกร้องให้คนต้องเข้ามาวัดมาก เนื่องจากหลวงตามหาบัวไม่อยากแค้ให้รู้จักวัดแล้วเดินออกไป อยากให้มีศรัทธากลับไปด้วย แต่ถ้าถามว่าสื่อที่ทางวัดมองว่าทำให้คนรู้จักมากที่สุด คือ องค์หลวงตา รองลงมาคือ เว็บไซต์หลวงตา วิทยูเสียงธรรม โทรทัศน์ดาวเทียม เทป ซีดี และหนังสือธรรม”

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 16 พ.ย.56)

ประสิทธิผลด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ขณะที่ประสิทธิผลด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อของวัดป่าบ้านตาด จำนวน 7 คน โดยกำหนดเกณฑ์การรับรู้สื่อจากการรู้จักช่องทางสื่อของวัดทำซุงมากกว่า 2 ประเภทและรู้จักเนื้อหาเดียวกันในช่องทางมากกว่า 2 ประเภท พบว่า

2.3.1 รู้จักช่องทางสื่อของวัดมากกว่า 2 ประเภท

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อทั้งหมดรู้จักสื่อของวัดเกือบทั้งหมดที่วัดใช้ กลุ่มตัวอย่างบางคนรู้จักเพราะมีความผูกพันกับองค์หลวงตาและวัด มีความศรัทธาในปฏิบัติทางองค์หลวงตา และครูบาอาจารย์สายพระป่ากรรมฐาน บางคนรู้จักวัดและสื่อของวัดจากกิจกรรมชมรมพุทธธรรมกรรมฐานของมหาวิทยาลัย บางคนเป็นคนในพื้นที่ รู้จักและมีความผูกพันกับองค์หลวงตา จากนั้นจึงเริ่มติดตามสื่อต่างๆ ของวัดตามประเภทสื่อที่สนใจ

“รู้จักวัดป่าบ้านตาดตั้งแต่เข้าเรียนจุฬาฯ และเข้าชมรมพุทธธรรมกรรมฐาน ก่อนหน้านี้รู้จักหลวงตามหาบัวว่าเป็นพระป่ากรรมฐานที่มีลูกศิษย์ลูกหาแน่นถือมาก งานวันพิธีพระราชทานเพลิงสรีระสังขารจัดอย่างยิ่งใหญ่แพร่ภาพทางโทรทัศน์ในสมัยนั้น เมื่อได้เข้ามาในชมรมก็ได้อ่านเล่มปฏิบัติทางพระอุดมกรรมฐาน เปิดฟังซีดีเสียงอ่านประวัติพ่อแม่ครูอาจารย์ ยิ่งทราบว่าหลวงตาเป็นลูกศิษย์หลวงปู่มั่นที่เคารพนับถือมากก็ศรัทธา จากนั้นก็จัดกิจกรรมธรรมสัญจรไปยังวัดป่าบ้านตาดและวัดป่ากรรมฐานทั่วทุกภูมิภาค โดยมีช่องทางสำคัญของชมรมเป็นเฟซบุ๊กกลุ่มพุทธธรรมกรรมฐานจุฬาฯ เฟซบุ๊กกลุ่มพุทธธรรมกรรมฐาน 7 สถาบัน เว็บไซต์กรรมฐานคลับเป็นช่องทางหลักของทางกลุ่ม”

(กิงกาญจน์ ยกย่อง, สัมภาษณ์ 7 ก.พ.57)

“รู้จักวัดมา 20 ปีแล้ว ตั้งแต่ลูกอายุ 5 ขวบ ตอนนี้ลูกอายุ 25 ปี ช่วงแรกๆ ก็จะเน้นไปทำบุญ ฟังเทศน์ที่วัดกับหลวงตา อ่านหนังสือธรรมะที่ทางวัดแจก ฟังวิทยุสถานีเสียงธรรมของวัดตลอด 24 ชั่วโมง ขนาดตอนนวดแผนไทยให้ลูกค้ำก็จะเปิดวิทยุฟังธรรมะหลวงตาไปด้วย อย่างน้อยให้มีเสียงธรรมะดังๆ ไว้ก่อน ฟังไม่ฟังไม่เป็นไร ให้ใจอยู่ในธรรม เฟซบุ๊กหรือเว็บไซต์หลวงตาถ้ามีโอกาสก็เปิดตลอด เพราะเป็นช่องทางที่จะได้ติดตามกิจกรรม งานบุญของวัดป่าสายหลวงตาบัว”

(บัวอุบล วดี, สัมภาษณ์ 16 ก.พ.57)

“ถ้าให้แบ่งสื่อของวัดตามช่วงเวลาก็แบ่งได้เป็น 3 ช่วง ช่วงแรกที่สังคมยังไม่ใช้สื่ออย่างแพร่หลาย ช่วงนี้ก็จะมืองค์หลวงตาเป็นสื่อบุคคล มีสื่อหนังสือ เทปเสียงต้นฉบับที่เริ่มอัดคำสอนของหลวงตาเอาไว้ ช่วงต่อมาเมื่อทางวัดได้ริเริ่มจัดตั้งสถานีวิทยุเสียงธรรมเพื่อประชาชน และตั้งสถานีโทรทัศน์ ช่วงนี้วัดของหลวงตาเริ่มมีคนรู้จักหลวงตาทั่วประเทศ เพราะอาศัยสื่อวิทยุและสื่อกระจายเสียง และในยุคปัจจุบันที่สื่อใหม่เข้ามา วัดก็ใช้เว็บไซต์หลวงตา ใช้เฟซบุ๊กเป็นสื่อกลางในการสื่อสารกับลูกศิษย์วัด นอกจากนี้ก็ยังมีเว็บไซต์และเฟซบุ๊กที่สร้างโดยกลุ่มลูกศิษย์ มีจุดประสงค์เพื่อเป็นช่องทางเสริมในการเผยแผ่คำสอนของหลวงตาอีกมากมาย ซึ่งเราก็ตีตามมาตลอดทั้ง 3 ช่วง”

(จงใจ วิเศษมงคลชัย, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“คุณพ่อเป็นคนพาไปทำบุญที่สวนแสงธรรม ได้ทราบว่าองค์หลวงตามหาบัวเป็นพระอรหันต์ จึงคิดว่าเป็นโอกาสดีที่เราจะได้พบกับพระอรหันต์ เมื่อมีโอกาสก็ทำบุญ ใส่บาตร ฟังเทศน์เป็นประจำมาโดยตลอด เมื่อหลวงตามีกิจนิมนต์ไปนอกวัดหรือไปบ้านของลูกศิษย์คนไหน คุณพ่อก็จะเป็นคนพาไป กระทั่งเมื่อหลวงตาอาพาธไม่สามารถเดินทางมากรุงเทพฯ บ่อยเหมือนก่อน ก็ไม่ค่อยมีโอกาสไปที่วัดป่าบ้านตาด แต่ก็ยังติดตามสื่อของวัดหลายประเภททั้งหนังสือ วิทยุเสียงธรรม ซีดีธรรมะ ฯลฯ”

(ธนกร ผดุงศักดิ์วงศ์, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

2.3.2 รู้จักเนื้อหาเดียวกันในช่องทางมากกว่า 2 ประเภท

จากการศึกษาการรู้จักเนื้อหาเดียวกันในสื่อต่างๆ ของวัด พบว่า กลุ่มตัวอย่างทราบว่าเนื้อหาของวัดที่เผยแพร่ในสื่อต่างๆ ยึดแก่นแท้ขององค์หลวงตาเป็นหลัก ทราบว่ามีการคัดลอกหียบยืม ตัดตอนมาเผยแพร่ให้เหมาะกับแต่ละประเภทสื่อ โดยมีที่มาของเนื้อหาจากหนังสือและแก่นแท้เทศน์ที่หลวงตาท่านเทศน์ไว้เป็นจำนวนมาก

“เนื้อหาธรรมะที่ลงในสื่อต่างๆ ของวัดเช่น ในหนังสือ ในเว็บไซต์ เป็นเนื้อหาที่เป็นธรรมะของหลวงตาเหมือนๆ กันแต่จะต่างกันในรูปแบบเนื้อหาที่เหมาะสมในแต่ละสื่อ เช่น เฟซบุ๊กจะเน้นข้อธรรมง่ายๆ สั้นๆ คนอ่านแล้วเข้าใจได้เลย หนังสือจะมีเนื้อหาที่ค่อนข้างละเอียดและยาวกว่า”

(กิตติศักดิ์ หนูชัยแก้ว, สัมภาษณ์ 15 เม.ย.57)

“เท่าที่สังเกตเนื้อหาธรรมะของทางวัดจะยึดเทป ซีดี วิดีโอที่บันทึกคำเทศน์ขององค์หลวงตาเป็นหลัก แต่ก็มีหนังสือบางเล่มที่หลวงตาดำริเขียนขึ้นเอง หลังจากนั้นหนังสือเล่มอื่น สื่อยุคหลังๆ ก็จะมีการหยิบยืม ตัดตอน คัดลอกเนื้อหาจากสื่อต้นฉบับมาเรียบเรียงเล่าในสื่อตัวใหม่ รวมถึงในสื่อที่เป็นของกลุ่มลูกศิษย์สร้างขึ้นมาเอง อย่างเฟซบุ๊กกลุ่มชมรมฯ ก็จะมีการหยิบยืมข้อมูลจากสื่อของวัด สื่อที่เกี่ยวกับวัดป่ากรรมฐานหรือสื่อของพุทธธรรมกรรมฐาน 7 สถาบันมาโพสต์ อย่างของจุฬาฯ ไปหาข้อมูลจากหนังสือ กัมม์เทศน์ ข้อธรรมที่คนเอามาโพสต์เฟซบุ๊ก เพราะครูบาอาจารย์สอนไว้ว่า ธรรมะไม่ล้าสมัย ของเก่าก็ยังใหม่ คนเดียวกันเปิดดูคนละเวลาก็ใหม่”

(กิงกาญจน์ ยกย่อง, สัมภาษณ์ 7 ก.พ.57)

“จะติดตามกิจกรรมของวัดป่ากรรมฐานทั้งจากเฟซบุ๊กของวัด ซึ่งจะอัปเดตกิจกรรมมาเป็นระยะๆ เหมือนกับที่ลงในเว็บไซต์ ในวิทยุเสียงธรรมที่จะมีช่วงประกาศข่าว กิจกรรม เช่น มีงานแสดงมูทิดาจิตหลวงปู่ กุศลธโร เมื่อไรก็จะบอกวัน เวลาและกิจกรรมเหมือนกันในทุกสื่อ”

(บัวอุบล วดี, สัมภาษณ์ 16 ก.พ.57)

2.4 วัดพระธรรมกาย

ประสิทธิผลด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อองค์กร

จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์บุคลากรสื่อของวัดพระธรรมกายต่อประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อในด้านการรับรู้สื่อ พบว่า วัดพระธรรมกายได้มีการวัดผลการรับรู้สื่อของผู้รับสื่อจากการที่คนรับทราบข่าวสารของวัดจากช่องทางต่างๆ แล้วมาร่วมงาน ผลปรากฏว่า คนรับรู้สื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ในระดับที่เท่ากัน

“ทางวัดดูการรับรู้สื่อของลูกศิษย์จากการรู้ข่าวสารแล้วมาร่วมงานวัด ซึ่งมีความเป็นรูปธรรมมากที่สุด ในช่วงที่ทางวัดสร้างแบบสอบถามว่าคนรู้จักข่าวสารของวัดจากช่องทางไหนมากที่สุด พบว่าคนรับรู้ข่าวสารจากสื่อเก่าและสื่อใหม่คละกันไป ต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละคน ทำให้วัดใส่ใจกับทุกช่องทางสื่อเพราะถือว่าแต่ละสื่อทำหน้าที่เข้าถึงกลุ่มผู้รับสื่อที่แตกต่างกัน”

(พระมหานพพร ปุณฺณชโย, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

ประสิทธิผลด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ทั้งนี้ ในส่วนของประสิทธิผลของการรับรู้สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อวัดพระธรรมกาย จำนวน 9 คน โดยกำหนดเกณฑ์การรับรู้สื่อจากการรู้จักช่องทางสื่อของวัดทำซุงมากกว่า 2 ประเภทและรู้จักเนื้อหาเดียวกันในช่องทางมากกว่า 2 ประเภท ซึ่งจากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถอธิบายผลการศึกษาดังนี้

2.4.1 รู้จักช่องทางสื่อของวัดมากกว่า 2 ประเภท

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อทั้งหมดรู้จักช่องทางสื่อของวัดอย่างน้อย 6 ประเภทขึ้นไป โดยช่องทางสื่อที่กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดตอบว่ารู้จัก คือ สื่อเว็บไซต์ www.dmc.tv สื่อโทรทัศน์ดาวเทียม DMC สื่อแอนิเมชัน และสื่อกิจกรรมงานบุญ ส่วนใหญ่จะรู้จักจากการมาร่วมกิจกรรมทางศาสนาที่วัด แล้วจึงติดตามสื่อต่างๆ ที่วัดใช้ตามโอกาสและความสะดวก

“วัดพระธรรมกายเป็นวัดที่ใช้สื่อเยอะมาก ตั้งแต่ที่ได้เข้ามารู้จักวัดก็ผ่านหนังสือธรรมะ ซีดี ช่องทีวี DMC เว็บไซต์วัดที่สามารถดูช่อง DMC ออนไลน์ได้ เพชบุ๊กร่วม DMC แอปพลิเคชัน DMC รวมไปถึงเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือกิจกรรมวัด เข้าวัดปฏิบัติธรรมทุกวันอาทิตย์ต้นเดือนและกิจกรรมสำคัญของวัดก็ไปเข้าร่วมโดยตลอด”

(จิระดา พันรูปท้าว, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“รู้จักวัดเพราะมาฟังหลวงพ่อบุญมาที่วัดตั้งแต่เด็กๆ ได้เข้าร่วมกิจกรรมอบรมธรรมะตั้งแต่เรียนประถม คุณแม่แนะนำให้อ่านหนังสือเล่มเล็กๆ “เดินไปสู่ความสุข” อ่านแล้วชอบก็ไปหาอ่านเล่มอื่นๆ ต่อ ที่บ้านก็เปิดช่อง DMC ตลอดเวลา เราก็ได้ฟังอยู่เรื่อยๆ ส่วนเว็บไซต์ เพชบุ๊กรู้ว่ามี แต่เข้าไปใช้ตามโอกาส เพราะยังไปเข้าวัดเป็นประจำอยู่แล้ว”

(กัลยกร ฝูงวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

“รู้จักวัดมา 20 กว่าปีแล้ว คุณแม่พามาสวนมนต์ นั่งสมาธิกับหลวงพ่อบุญตั้งแต่เด็ก และได้มีโอกาสเริ่มเป็นอาสาสมัครช่วยเหลืองานวัดตั้งแต่อายุ 13 ปี ตอนนั้นทำฝ่ายต้อนรับระดับโลก เป็นฝ่ายคอยให้การต้อนรับสาธุชนที่เดินทางมาร่วมงานบุญใหญ่ รู้จักสื่อที่วัดใช้ทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นหนังสือเล่ม วารสารอยู่ในบุญ โทรทัศน์ดาวเทียม DMC รายการวิทยุที่วัดไปออกอากาศ เว็บไซต์ DMC เว็บไซต์กัลยาณมิตร เพชบุ๊กรวมๆ”

(โอภาส คงสุข, สัมภาษณ์ 20 ก.พ.57)

“แรกเข้าวัดพระธรรมกาย ได้ยินญาติๆ คอยกันว่าเป็นวัดคอมมิวนิสต์ แต่เพื่อนชวนบอกว่าไปวัดนี้จะเรียนเก่ง จึงลองไปขึ้นรถที่อนุสาวรีย์ชัยฯ มาวัดดู มาได้ฝึกสมาธิแล้วเห็นว่าดีเลยมาอยู่ตลอด และรู้จักสื่อของวัดหลายๆ ตัวทั้งหนังสือ ซีดี ทีวีช่อง DMC เว็บไซต์”

(เกียรติคุณ เพิ่มอรุณ, สัมภาษณ์ 4 มี.ค.57)

“รู้จักวัดมา 16 ปี โดยการเจอคำเทศน์ของหลวงปู่ชาที่หน้ามหาวิทยาลัยโดยสะดุดคำว่า “ครั้งหนึ่งในชีวิตลูกผู้ชาย บวชแทนคุณบิดามารดา” จากนั้นก็ไปสมัครที่ชมรมพุทธศาสตร์ฯ ของ

มหาวิทยาลัย และได้ติดตามสื่อหนังสือ วารสารอยู่ในบุญ และเข้าร่วมกิจกรรมของวัดอย่างต่อเนื่อง”
(ทองใส บุษดี, สัมภาษณ์ 23 ก.พ.57)

“ตอนเด็กๆ คุณแม่จะตามคนข้างบ้านที่นับถือวัดไปร่วมกิจกรรมสร้างพระธรรมกายประจำองค์ ชวนไปงานธุดงค์ธรรมชัย งานบวชพระแสนรูป จากนั้นก็มาเริ่มปฏิบัติธรรมที่วัดกับคุณแม่ มานั่งสมาธิ สวดมนต์อย่างจริงจัง ส่วนตัวชอบอ่านหนังสือ อ่านวารสารอยู่ในบุญ แต่ที่บ้านชอบเปิดช่อง DMC เลยได้มีโอกาสดูไปด้วย”

(พรทิพย์ ประดิษฐากร, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

2.4.2 รู้จักเนื้อหาเดียวกันในช่องทางมากกว่า 2 ประเภท

ในกรณีผู้รับสื่อของวัดพระธรรมกาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อที่มีความใกล้ชิดกับวัด หรือเป็นอาสาสมัครช่วยเหลืองานวัดมาก่อน จะทราบเป็นอย่างดีว่า เนื้อหาของวัดที่เผยแพร่ในสื่อต่างๆ มีที่มาจากแหล่งใด ถ้าเป็นผู้รับสื่อทั่วไปก็จะทราบว่าเนื้อหาหลายๆ อย่างก็เป็นส่วนเดียวกัน ลงในหนังสือแล้วก็นำไปลงเว็บไซต์ ซีดีก็มี ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์เนื้อหาสื่อเดียวกันในหลายช่องทาง

“วัดจะมีฝ่ายกลางที่เป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่เนื้อหาธรรมะอยู่แล้ว สื่อต่างๆ จะก็ขอข้อมูลจากฝ่ายกลางนี้เองเพื่อไปผลิตสื่อรูปแบบใหม่ๆ ดังนั้น จึงเป็นข้อมูลเนื้อหาส่วนเดียวกัน คือ มาจากคำเทศนาของหลวงปู่ มาจากพระไตรปิฎก ในเว็บไซต์ ในช่อง DMC ในวารสารอยู่ในบุญก็จะมีใช้เนื้อหาส่วนกลางแต่ไปปรับให้เข้ากับแต่ละสื่ออีกที”

(กัลยกร ผูกวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

“เนื้อหาของสื่อวัดแต่ละสื่อจะเป็นเนื้อหาเดียวกัน ลักษณะขององค์กรก็คือ จะทำงานเป็นทีมเป็นหน่วยงานต่างๆ ของวัด ผสานความร่วมมือกันทำงาน เช่น ฝ่ายผลิตสื่อ DMC วิทยู วารสาร ซีดี เทปคำสอน โดยแต่ละทีมที่ดูแลเกี่ยวกับสื่อจะใช้ข้อมูลเดียวกัน อาศัยหลักการเดียวกันในการเผยแพร่ธรรมะของวัด คือ เขียนสื่อให้คนข้างนอกมีความเชื่อเดียวกัน มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน คนที่นำเข้ามาช่วยงานวัดก็ไม่ไ้รับใครก็ได้ แต่จะเลือกลักษณะบุคคลที่ศรัทธา มีความเชื่อเดียวกัน สื่อที่ออกไปก็จะไปในทางเดียวกันร้อยเปอร์เซ็นต์ กล่าวคือ มีท่านเจ้าอาวาสคนเดียวหรือมีครูบาอาจารย์ต้นสายคนเดียวก็เลยสื่อออกมาเหมือนกัน”

(วรวิมล คนเพียร, สัมภาษณ์ 23 มี.ค.57)

“อย่างอนุบาลฝันในฝันวิทยา ก็มีทั้งในช่อง DMC ในเว็บไซต์ DMC และที่เป็นซีดีรายการอนุบาลฝันในฝันฯ เคยซื้อเก็บไว้ด้วย จะซื้อเฉพาะเรื่องที่ชอบเก็บไว้ เพราะปกติจะดูผ่านจานดาวเทียม DMC ที่บ้าน”

(ชนมน พลาณพัฒน์, สัมภาษณ์ 9 ก.พ.57)

“คอนเทนต์หลายๆอย่างก็เป็นส่วนเดียวกัน จะเห็นว่าคอนเทนต์บางเรื่องที่อยู่ในซีดี เดียวนี้ก็ไปอยู่ในเว็บไซต์หมดแล้ว”

(ทิพย์รัตน์ ตำนานวัน, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“โหลดแอปพลิเคชัน DMC ไว้ในมือถือ ข่าวสารในแอปก็เหมือนในเว็บไซต์ แต่เนื้อหาจะสั้น กระชับ เข้าใจง่ายกว่า เวลาเลือกเข้าเพจเฟซบุ๊กก็เหมือนกัน กลุ่มลูกศิษย์วัดมีเยอะมาก เนื้อหาทุกกลุ่มก็จะคล้ายกัน คือ เอาธรรมะมาแชร์ บอกเล่าประสบการณ์การปฏิบัติธรรม อพัตตกิจกรรม ข่าวสาร งานบุญภายในวัด เลยจะต้องเลือกเข้าเพียงกลุ่มเดียวพอจะได้ไม่ซ้ำซ้อน เวลาเล่นไลน์ เนื้อหาที่คนส่งให้ในไลน์ก็จะเอามาจากเฟซบุ๊ก เพราะไลน์จะคุยในกลุ่มเล็กที่สมาชิกสนิทกัน เวลาตอบคอมเมนต์หรือการตอบสนองต่อเนื้อหาที่โพสต์ก็จะมีมากกว่า”

(จิระดา พันรูปท้าว, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“ปกติขอบดูช่อง DMC ที่บ้านเปิดโทรทัศน์ดู DMC แทบจะตลอดเวลา ถ้ากลับไปทันรายการอนุบาลฝันในฝันก็จะนั่งดู แต่ถ้าไม่ทันก็จะดูย้อนหลังในเว็บไซต์ dmc.tv เพราะมีเนื้อหารีรันให้ดูในเว็บเหมือนกัน ซีดีที่วัดก็มียรวมสื่อรายการอนุบาลฝันในฝันจำหน่ายสำหรับคนที่ต้องการซื้อเก็บไว้”

(โอภาส คงสุข, สัมภาษณ์ 20 ก.พ.57)

2.5 วัดอัมพวัน

ประสิทธิผลด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อองค์กร

จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์บุคลากรสื่อของวัดทำzungต่อประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อในด้านการรับรู้สื่อ พบว่า การหลอมรวมสื่อช่วยให้ทางวัดทราบว่าช่องทางสื่อที่ลูกศิษย์ส่วนมากติดตามมาก คือ สื่อหนังสือและเว็บไซต์ เพราะหนังสือเป็นสื่อดั้งเดิมของวัดที่สามารถหาอ่านได้ตามสถานที่ทั่วไป คนนิยมสั่งพิมพ์เผยแพร่เป็นธรรมทานเพราะเนื้อหาของวัดไม่มีการสงวนลิขสิทธิ์ แต่กระนั้นวัดก็ไม่ได้มีนโยบายจะเพิ่มการผลิตสื่อหนังสือ ยังคงยึดผลิตสื่อประจำปีเป็นหลัก

“กฎแห่งกรรม เป็นหนังสือธรรมะเล่มเดียวที่ทางวัดจัดทำขึ้นเป็นประจำทุกปี ส่วนหนังสือธรรมะเล่มอื่นๆ ลูกศิษย์จะมาขอข้อมูลทางวัดไปตีพิมพ์เอง เนื่องจากหลวงพ่อกล่าวเสมอว่า ใครอยากทำอะไรก็ทำ ธรรมะไม่สงวนลิขสิทธิ์อยู่แล้ว แต่วัดก็ไม่ได้ทำสื่อเพิ่ม เพราะหลายๆอย่างไม่พร้อม สื่อที่ควรจะมีจึงยังไม่มี”

(ชานินทร์ มหาธนประทีป, สัมภาษณ์ 21 ธ.ค.56)

ประสิทธิผลด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ในส่วนของประสิทธิผลด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างวัดอัมพวัน จำนวน 7 คน โดยกำหนดเกณฑ์การรับรู้สื่อจากการรู้จักช่องทางสื่อของวัดอัมพวันมากกว่า 2 ประเภทและรู้จักเนื้อหาเดียวกันในช่องทางมากกว่า 2 ประเภท ซึ่งจากเกณฑ์ดังกล่าวพบว่า

2.5.1 รู้จักช่องทางสื่อของวัดมากกว่า 2 ประเภท

จากการศึกษาพบว่า ผู้รับสื่อทั้งหมดรู้จักช่องทางสื่อของวัดอย่างน้อย 6 ประเภทขึ้นไป โดยช่องทางสื่อที่กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดตอบว่ารู้จัก คือ สื่อหนังสือ รองลงมาเป็นสื่อบุคคลและสื่อเว็บไซต์ ส่วนใหญ่จะรู้จักจากชื่อเสียงขององค์หลวงพ่ोजรรณก่อนแล้วจึงเดินทางมาปฏิบัติธรรมที่วัด บางคนได้รับแจกหนังสือธรรมะที่มีหน้าปกหลวงพ่ोजรรณแล้วค่อยเข้าวัดก็มี บางคนได้รับคำแนะนำให้เข้าวัดโดยไม่ผ่านสื่อก็มี

“สื่อที่จูงใจให้มาวัด ประการแรกคือ องค์หลวงพ่ोजรรณ หลวงพ่ोजจูงใจให้เรามาหา เราคิดว่าตัวหลวงพ่อยังอยู่ เราก็น่าจะได้มีโอกาสมาปฏิบัติกับท่าน จะรู้สึกศรัทธาคงมั่นในการปฏิบัติมากขึ้น แม้ว่าเดี๋ยวนี้หลวงพ่อกันไม่ได้ลงสอนกรรมฐานเองเหมือนเมื่อก่อนแล้ว แต่ได้ทันถวานสังฆทานแก่หลวงพ่อกับทุกครั้งที่มาปฏิบัติ ถ้าให้นับก็มีสื่อบุคคลเป็นสื่อที่ 1 และถ้านับการปฏิบัติธรรมเป็นสื่อ กิจกรรมก็จะเป็นสื่อที่ 2 โดยอ่านจากหนังสือของหลวงพ่อกันเป็นสื่อที่ 3”

(อทิทยา ปู่ชิง, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

“รู้จักวัดอัมพวันเพราะไปซื้อหนังสือตามร้านหนังสือ พอได้อ่านหนังสือที่ผู้มาปฏิบัติธรรมได้เขียนเล่าประสบการณ์ไว้ว่ามาที่วัดได้อะไรบ้างก็ชอบใจ จึงตามอ่านประวัติหลวงพ่อกัน อ่านหนังสือกฎแห่งกรรมที่ท่านเขียนขึ้นแล้วจึงมาวัด เพื่อมาปฏิบัติดูว่าเป็นจริงตามที่เขาวางใหม่ จากนั้นก็ไปตามอ่านในเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก”

(พิมพ์อังคณา เพชรธนสวัสดิ์, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

“แม้จะเพิ่งมารู้จักวัดเมื่อเดือน พ.ย.54 แต่ก็รู้จักช่องทางสื่อของวัดทุกอย่าง เริ่มจากเรามีความทุกข์ถึงขั้นจะคิดฆ่าตัวตาย ปรากฏว่าในจิตคิดถึงองค์หลวงพ่ोजจรรณขึ้นมาก็เลยไปวัดตั้งแต่ 7 โมงเช้า ไปรอพบหลวงพ่อกันที่กุฏิวัดอัมพวัน จากนั้นก็เริ่มเข้าร่วมการปฏิบัติกรรมฐานกับที่วัด นอนที่วัดเลย แล้วจึงกลับมาศึกษาธรรมะหลวงพ่อกันทั้งจากหนังสือ ซีดี MP3 เฟซบุ๊กทั้งของทางวัดและลูกศิษย์สร้าง ขึ้น เว็บไซต์ที่เป็นทางการของวัดและลูกศิษย์สร้างขึ้น ตอนนั้นก็รู้จักสื่อของคุณปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน ที่ขอนแก่น ใช้ทั้งเฟซบุ๊ก สื่อเสียง เว็บไซต์ ทำป้ายไม้บันทึกธรรมะสั้นๆไปติดตามต้นไม้ บางครั้งก็เป็นคนนำกิจกรรมปฏิบัติในโอกาสต่างๆ ด้วย”

(ณัฐกฤตา ชานนทน์ฤเบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

“ช่องทางสื่อของวัดที่มี ได้แก่ หนังสือธรรมะเล่มหลักชุดกฎแห่งกรรม เว็บไซต์หลวงพ่ोजจรรณ แผ่นซีดีธรรมเทศนา เฟซบุ๊กวัดอัมพวัน ทั้งยังมีเพจเฟซบุ๊กลูกศิษย์วัดที่สร้างขึ้นมามากมายเพจ หนึ่งในนั้นก็เป็นที่ของคนที่ทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ธรรมะครูบาอาจารย์หลายๆ สาย แต่จะเน้นหลวงพ่ोजจรรณเป็นหลัก”

(ธีระพันธุ์ นาคสินธุ์, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

2.5.2 รู้จักเนื้อหาเดียวกันในช่องทางมากกว่า 2 ประเภท

จากข้อมูลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างทราบว่าเนื้อหาในสื่อต่างๆ มีที่มาจากพระธรรมเทศนาของหลวงพ่ोजรัญ จากหนังสือยุคแรกๆ ที่ถอดมาจากพระธรรมเทศนา การรู้จักเนื้อหาของวัดมีทั้งการรู้จักผ่านสื่อของวัดเองและรู้จักผ่านสื่อของคณะลูกศิษย์หรือองค์กรภาคีธรรม

“รับรู้วัดอัมพวัน ทั้งจากสื่อวัดเอง และไม่ใช้ของวัด กล่าวคือ เข้าเว็บไซต์ลูกศิษย์เพื่อไปถามว่า วันนี้ไปปฏิบัติได้ไหม มีงานบุญ งานใหญ่หรือเปล่า หลวงพ่อท่านอยู่หรือเปล่า ลงรับสังฆทานใหม่ เชื่อกิจกรรมวัดเพราะจะตอบไฉนที่ ส่วนถ้าเป็นเนื้อหาข้อธรรมและการปฏิบัติธรรม จะอ่านจากหนังสือที่หลวงพ่เขียนไว้”

(พิมพ์อังกณา เพชรธรรณสวัสดิ์, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

“การได้อ่านหนังสือธรรมะของท่านลงซีดี และอัฟโพลด์ไฟล์เสียงลงยูทูป ทำให้เราได้รับคำสอนของหลวงพ่ोजรัญอย่างถ่องแท้ และเป็นการต่อยอดคำสอนของท่านซ้ำๆ ว่าท่านพยายามเน้นเรื่องอะไร เนื่องจากหนังสือแต่ละเล่มก็จะเน้นธรรมะหลักๆ เหมือนกันเพียงแต่เปลี่ยนรูปแบบวิธีเล่าหนังสือหลายๆ เล่มก็มีรายละเอียดเหมือนกัน เพราะบางเล่มก็คัดลอก ตัดทอนมาจากหนังสือกฎแห่งกรรมที่วัดจัดทำเป็นประจำทุกปี”

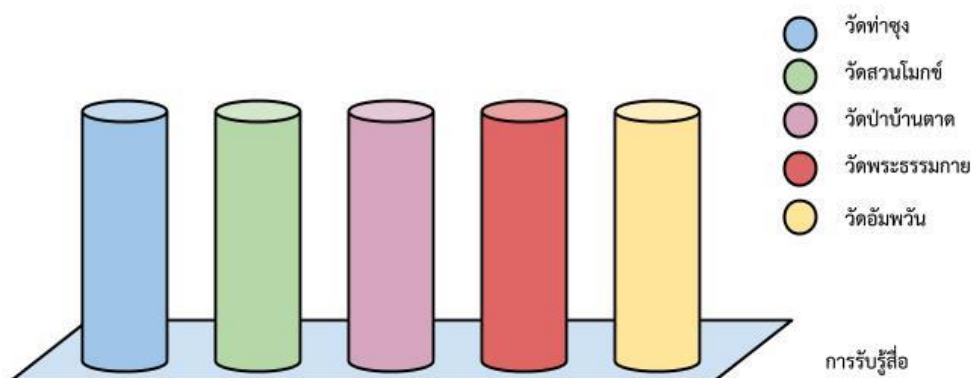
(ณัฐกฤตา ชานนทันตฤเบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

“เนื้อหาธรรมะที่ลงในสื่อต่างๆ มีความคล้ายคลึงกัน แต่ต่างกันที่รูปแบบการนำเสนอ”

(เพชรมงคล อินทศิริ, สัมภาษณ์ 1 เม.ย.57)

จากการศึกษาประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อองค์กรต่างๆ ในด้านการรับรู้สื่อ พบว่า ในภาพรวม ชื่อเสียงของหลวงพ่ोजรัญและวัดเองมีส่วนสร้างการรับรู้ให้คนเป็นอันดับแรก จากนั้นคนจึงติดตามมายังสื่อซึ่งจะเน้นสื่อหลักที่วัดใช้ เช่น รู้จักและศรัทธาหลวงตามหาบัว หลวงพ่ोजรัญก่อนจึงติดตามมายังวัดหรือสืบค้นหาหนังสือธรรมะของวัดป่าบ้านตาด วัดอัมพวันมาอ่านต่อ บางวัดมีการเก็บข้อมูลการรับรู้สื่อของลูกศิษย์อย่างเป็นทางการ แต่วัดส่วนใหญ่ไม่ได้เก็บข้อมูล จึงใช้การสังเกตและสอบถามลูกศิษย์ว่า สื่อใดของวัดที่คนรู้จัก จดจำได้มากที่สุด

ทั้งนี้ ในส่วนประสิทธิผลของการรับรู้สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบประสิทธิผลด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อทั้ง 5 องค์กร ดังแผนภูมิดังต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 5.2 เปรียบเทียบประสิทธิผลด้านการรับรู้สื่อของผู้รับสื่อแต่ละองค์กร

จากแผนภูมิการรับรู้สื่อของผู้รับสื่อในแต่ละวัด จะเห็นว่า ผู้รับสื่อทั้งหมดต่างรู้จักช่องทางสื่อของวัดมากกว่า 2 ประเภท และรู้จักเนื้อหาเดียวกันในช่องทางสื่อมากกว่า 2 ประเภทขึ้นไป แสดงว่า วัดใช้สื่อหลอมรวมได้อย่างประสบความสำเร็จในแง่ที่ผู้รับสื่อต่างรู้จักและจดจำสื่อของวัดได้ รวมถึงผู้รับสื่อรับรู้การใช้เนื้อหาร่วมกันในสื่อต่างๆ ของวัดว่าเป็นการช่วยเผยแพร่เนื้อหาที่วัดมีลงในทุกสื่อที่วัดใช้นั่นเอง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. ประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อด้านการเข้าถึงสื่อ

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลสัมภาษณ์บุคลากรสื่อและผู้รับสื่อของวัดต่อประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อว่าส่งผลต่อการเข้าถึงสื่อขององค์กรในลักษณะอย่างไร ผลการเก็บข้อมูลพบว่า การหลอมรวมสื่อส่งผลต่อการเข้าถึงสื่อของแต่ละองค์กรในระดับที่แตกต่างกัน ดังนี้

3.1 วัดท่าซุง

ประสิทธิภาพด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อองค์กร

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลประสิทธิภาพด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อบุคลากรสื่อวัดท่าซุงจำนวน 4 รูป ซึ่งพระเถระผู้ให้สัมภาษณ์ได้สอบถามลูกศิษย์บางส่วนว่า เข้าใช้สื่ออะไรของวัด กลุ่มลูกศิษย์ที่เพิ่งเข้ามารู้จักวัดใหม่ๆ ตอบว่า รู้จักวัดจากเว็บไซต์ เข้าเว็บไซต์วัดเป็นประจำด้วยเหตุผลสำคัญ คือ เว็บไซต์

ของวัดได้บอกบุญออนไลน์ คนได้มีโอกาสโอนเงินร่วมบุญได้ง่ายโดยไม่ต้องไปถึงที่วัด

“ทางวัดไม่เคยวัดการเข้าถึงสื่อของลูกศิษย์เลย แต่ถ้าเว็บไซต์วัดที่หลวงพ่อดูอยู่จะดูได้แค่อยอดเข้าชมและยอดเงินบริจาคร่วมบุญที่มีคนโอนเข้ามาเดือนละ 300,000- 400,000 บาท แสดงว่าเว็บไซต์มีประโยชน์กับกลุ่มผู้รับสื่อที่เพิ่งมาใหม่หรือลูกศิษย์เก่าที่อยากร่วมบุญโดยตรงกับทางวัดหลากหลายและมีประโยชน์มากมาย”

(พระอาจารย์ชัยวัฒน์ อชิโต, สัมภาษณ์ 14 มี.ค.57)

ประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ทั้งนี้ ในส่วนของประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อวัดท่าซุง จำนวน 6 คน โดยเกณฑ์การประเมินประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อ ผู้วิจัยวัดจากความสามารถในการเข้าถึงสื่อของศาสนาได้ทุกสถานที่ ทุกเวลา ผลจากการเก็บข้อมูลผู้รับสื่อ พบว่า

3.1.1 ผู้รับสื่อเข้าถึงสื่อตลอดเวลา

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อที่ตอบว่า เข้าถึงสื่อตลอดเวลาหรือมีความถี่เป็นประจำทุกวัน จะเป็นผู้ใช้สมาร์ทโฟนและมีความสนใจในการใช้เทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่ ส่วนผู้ที่ไม่ใช้สมาร์ทโฟนแต่เข้าถึงสื่อตลอดเวลา จะมีลักษณะเป็นผู้มีความศรัทธาแรงกล้า ต้องการอยู่ในบรรยากาศสื่อธรรมให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

“เปิดดูเฟซบุ๊กทุกวันและตลอดเวลาผ่านสมาร์ทโฟน วางเมื่อไรก็เช็ค News Feed เราจะกดไลค์เพจธรรมะสายหลวงพ่อดูภาชีลิงคำไว้ จึงมีโอกาสเห็นโพสต์ธรรมะที่โพสต์ใหม่ๆ ตลอดเวลา ทั้งยังมีการสร้างกลุ่มย่อยในไลน์ (LINE) เพื่อบอกบุญ แลกเปลี่ยนข่าวสารบุญในกลุ่มเล็กๆ ที่สนิทกันจริงๆ เดี่ยวนี้คนพยายามสร้างบารมี ปรรณนาพุทธภูมิกันมากจึงมักนำธรรมะมาโพสต์ แชร์แก่กัน ”

(ศุภชัย จิรเกรียงสกุล, สัมภาษณ์ 30 ม.ค.57)

“ที่บ้านจะเปิดซีดีเสียงคำสอน เสียงเพลง เสียงอ่านธรรมะของหลวงพ่อดูตลอดเวลา ไม่ว่าจะในช่วงทานข้าว ชักผ้า ก่อนนอนหรือทำอะไรอยู่ก็จะเปิดเสียงซีดีตลอดเวลา โดยจะโหลดเอาไฟล์เสียงที่มีทั้งหมดใส่ในคอมพิวเตอร์แล้วเปิดวนซ้ำ ตอนนั่งสมาธิก็เปิดเสียงเพลงฟังไปเรื่อยๆ นอกจากเสียงซีดีที่เปิดตลอดแล้ว เฟซบุ๊กก็เข้าใช้ตลอด จิตตัวเองก็ได้บันทึกบุญบ่อยๆ ระลึกพุทธานุสสติ อัมมานุสสติ สัมฆานุสสติอยู่ทุกขณะจิต”

(สหัสรัฐ หล้าเนตร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ที่เปิดทุกวัน ตลอดเวลา คือ เฟซบุ๊ก เดี่ยวนี้เข้าเฟซบุ๊กผ่านมือถือจะสะดวกสุด ดูได้ตลอดเวลาที่สะดวก แถมยังกรองธรรมะที่สั้นๆ ให้เราอ่าน เพราะทำงาน ไม่มีเวลาอ่านอะไรยาวๆ”

(คณิศ คุ่มพิทักษ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ปกติเล่นเฟซบุ๊กผ่านสมาร์ทโฟน ก็มักดูบทสวดมนต์ผ่านมือถือ หรือเห็นคุณแม่เล่นเฟซบุ๊ก แชร่ธรรมะพอดี ก็จะได้อ่านธรรมะจากตรงนี้ด้วย”

(สิงหา ประพจนารณณ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

3.1.2 ผู้รับสื่อเข้าถึงสื่อตามความสะดวก เป็นครั้งคราว

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อที่ตอบว่า เข้าถึงสื่อเป็นครั้งคราว มักเป็นผู้ที่ติดตามอ่านเนื้อหาทุกสื่อของวัดมาต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน การเข้าถึงสื่อเป็นการอ่านทบทวนซ้ำๆ กลุ่มตัวอย่างบางคนมองว่า ไม่เน้นใช้สื่อมาก แต่จะเน้นไปรวมกิจกรรมทางศาสนา เพราะได้บุญจริง ได้ความศรัทธามากกว่า

“แต่ก่อนจะอ่านหนังสือธรรมะทุกวัน เล่มใหญ่ๆก็อ่าน 2-3 วันจนจบ หลังๆ อ่านหนังสือลดน้อยลง อาศัยแต่การเปิดเว็บไซต์วัดดูจากในไอแพดเป็นระยะๆ ดูในส่วนของกิจกรรมแล้วก็อ่านบทความคำสอนของหลวงพ่อดี๋ที่ได้อ่านที่วัดได้บ้างที่ทางวัดได้นำมาเผยแพร่ไว้ เราก็ได้มาทบทวน”

(ทศพล ดุสิตพัฒนาพันธ์, สัมภาษณ์ 1 ก.พ.57)

“เดี๋ยวนี้ไม่ได้อ่านหนังสือมากเท่าแต่ก่อน เพราะเริ่มอึดตัวกับการเปิดรับสื่อคำสอนต่างๆ เว็บไซต์ก็ไม่ค่อยได้เข้า ซิตีก็ไม่ได้เปิดฟังเอง จะอาศัยรับธรรมะเหล่านี้จากคุณแม่ แต่ที่จะไปบ่อยที่สุดคือ ไปถวายสังฆทานที่บ้านสายลม เพราะมันได้ทำบุญจริงๆ”

(สิงหา ประพจนารณณ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

3.2 สวนโมกขพลาราม

ประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อองค์กร

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อบุคลากรสื่อของวัด พบว่า วัดทราบว่าคุณศิษย์มักเข้าถึงสื่อธรรมะของวัดโดยอ่านจากหนังสือและสื่อออนไลน์เป็นหลัก สำหรับคนที่ชอบมาปฏิบัติธรรมที่วัดเป็นประจำ จะชอบสื่อบุคคล และสื่อที่เป็นสิ่งก่อสร้างภายในวัด โดยสื่อภายในวัดเหมาะสำหรับคนที่รู้จักสวนโมกข์อยู่แล้ว แต่เว็บไซต์ หนังสือ ซิตี จะช่วยให้ลูกศิษย์กลุ่มใหม่ๆ ได้ความรู้ ให้คนรู้จักและเข้าถึงเนื้อหาของวัดได้ง่าย

“วัดเน้นกลุ่มคนที่สนใจสื่อของวัดจริงๆ นั่นคือ คนที่สนใจหนังสือ สื่อเสียงของท่านพุทธทาส แม้ว่าเราจะรู้ว่าหนังสือท่านจะอ่านเข้าใจยาก เพราะถอดมาจากพระไตรปิฎก แต่ก็ทำให้คนที่สนใจสื่อของเราเป็นคนที่สนใจที่จะศึกษาธรรมะที่ท่านสอนไว้จริงๆ แม้เดี๋ยวนี้สื่อออนไลน์จะมาแรง วัดคงไม่ไปเน้นจุดนั้นมาก แต่ก็สร้างให้มีสื่อที่เอื้อต่อการเข้าถึงวัดเหมือนกับวัดอื่นๆ”

(ศรายุทธ มณีเนียม, สัมภาษณ์ 13 ธ.ค.56)

ประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ทั้งนี้ ในส่วนของประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อสวนโมกขพลาราม จำนวน 9 คน ซึ่งประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อ ผู้วิจัยกำหนดจากความสามารถในการเข้าถึงสื่อของศาสนาได้ทุกสถานที่ ทุกเวลา หลังเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ผู้รับสื่อสวนโมกขพลาราม พบว่า

3.2.1 ผู้รับสื่อเข้าถึงสื่อตลอดเวลา

กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อที่ตอบว่า เข้าถึงสื่อตลอดเวลาหรือมีความถี่เป็นประจำทุกวัน จะมีลักษณะเป็นผู้มีความศรัทธาในคำสอนของท่านพุทธทาสอย่างมาก เคยบวชอยู่ในวัดเป็นเวลานานและมีความผูกพันกับวัด และเป็นผู้ใช้สมาร์โฟนที่ต้องการเข้าถึงสื่อธรรมะของท่านพุทธทาสเท่าที่โอกาสจะเอื้ออำนวย

“เข้าดูเฟซบุ๊กทุกวัน แบบตั้งใจเข้าไปเฉลี่ยวันละ 30 นาที - 1 ชั่วโมง เข้าไปอ่าน แชรร์ธรรมะที่ชอบ ถ้ามีเวลาว่างในขณะนั้นก็จะตามอ่านต่อจากเว็บไซต์อื่นๆ เช่น ชอบธรรมะที่ว่าศีลธรรมไม่กลับมา โลกจะวินาศ เราก็จะไปหาว่าที่มาจากไหนแล้วเอามาสรุปลงในสมุดบันทึกส่วนตัวไว้อ่านนอกรอบ”

(สุธาสิณี ใจสมิทธิ, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“เฟซบุ๊กจะเปิดดูผ่านมือถือตลอดเวลา บางครั้งไม่ได้ตั้งใจจะดูโพสค์ธรรมะ แต่ถ้าแจ้งเตือน Feeds มาเราก็จะเห็นธรรมะผ่านมือถือทุกวัน ซีดีคำเทศน์หรือบทสวดมนต์จะเปิดฟังเกือบทุกเช้า หนังสือเปิดอ่านเดือนละเล่ม โดยจะเลือกเล่มที่ชอบมาอ่านให้จบ โดยรวมก็เข้าถึงธรรมะตลอด”

(ฐิติมา วงศ์ถวัลย์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ถ้าเป็นกิจกรรมปฏิบัติภาวนาของทางวัด ผมจะอยู่ตลอด เพราะตอนบวชก็ทำหน้าที่เป็นพระนำปฏิบัติ ตอนนี้สึกมาแล้วก็แวะเวียนไปช่วยพระท่านอยู่เรื่อยๆ แต่ไม่ใช่แค่ดูแลบรณเด็กอย่างเดียว เวลาที่มีพระนวกะมาจำพรรษา สอนอานาปานสติชาวต่างชาติก็ช่วยดูได้”

(ธาดร คล้ายปักซี, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

“เข้าไปอ่านธรรมะของท่านพุทธทาสทุกวันทางเฟซบุ๊ก ชอบที่มีคำสอนง่ายๆ ประกอบภาพได้ติดตามและเข้าร่วมกิจกรรมของหอจดหมายเหตุฯ บ่อยๆ เช่น กิจกรรมความตายออกแบบได้ เพลินธรรมนำชม ถ้าเห็นกิจกรรมไหนน่าสนใจและมีเวลาว่างก็จะมาเข้าร่วมเรื่อยๆ”

(พรทิพย์ ประดิษฐากร, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

3.2.2 ผู้รับสื่อเข้าถึงสื่อตามความสะดวก เป็นครั้งคราว

จากการศึกษาพบว่า ในกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อที่ตอบว่า เข้าถึงสื่อตามความสะดวก เนื่องจากพื้นที่ไม่สะดวกเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต มีภาระทางโลกมาก ไม่ค่อยได้มีเวลาเปิดรับสื่อธรรม

“ปกติเปิดเฟซบุ๊กเข้าดูสื่อของสวนโมกข์สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง แล้วแต่โอกาส บางทีอยู่ต่างจังหวัด อินเทอร์เน็ตที่บ้านไม่ดีก็ไม่ได้เปิด แต่ถ้าเปิดได้ก็จะดูครั้งละเป็นชั่วโมงๆ”

(วิฑูรย์ ชัชวาลย์, สัมภาษณ์ 10 ก.พ.57)

“ช่วงแรกๆ อ่านหนังสือธรรมะท่านบ่อยเพราะอยากรู้จักท่าน หลังจากนั้นไม่ค่อยได้อ่าน เพราะเลิกงานกลับบ้านมากก็มีดแล้ว อาจได้เปิดบทสวดมนต์ก่อนนอนบ้าง ส่วนการปฏิบัติธรรมก็จะมาวัดสวนโมกข์เรื่อยๆ แม้ว่าคนจะบอกว่าตอนนี้สวนโมกข์เปลี่ยนไปเยอะ เราก็มา มาทำให้จิตใจสงบ อย่างอื่นไม่ต้องไปสนใจ”

(มะลิวัลย์ วัดจินดา, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“เดี๋ยวนี้ก็อ่านหนังสือน้อยลงเพราะมีอายุมาก เวลาว่างที่บ้านก็เปิดเทป ซีดีฟังเป็นครั้งคราว ไม่ได้เปิดทุกวัน บางครั้งเปิดรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสวนโมกข์โดยไม่ตั้งใจ เช่น ดูฟรีทีวี หรือดูช่อง DDTV อยู่ก็จะมีเรื่องสวนโมกข์ออกอากาศด้วย”

(นิตยา เพชรขำริ, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

“รู้จักช่องทางสื่อทุกตัวที่วัดใช้ แต่ที่เข้าถึงจริงๆ ก็คือ หนังสือ และซีดี จะเลือกอ่าน เลือกฟัง แล้วแต่โอกาส บางช่วงก็บ่อย บางช่วงแทบจะไม่ฟังเลย ขึ้นอยู่กับความสะดวกในช่วงนั้นๆ”

(สุภาพ พักสุนทร, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

“ขอรับสื่อธรรมะจากรายการโทรทัศน์ แต่สวนโมกข์ไม่มีรายการของตัวเอง เลยจะดูรู้เรื่องราวของสวนโมกข์จากช่องอื่นอย่างช่องทรูปลูกปัญญา จะออกอากาศบ่อยมาก ก็ติดตามดูประมาณเวลา 04.00-05.00น. แต่ไม่ได้ดูทุกวัน”

(นิวัต สิทธิพร, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

3.3 วัดป่าบ้านตาด

ประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อองค์กร

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อบุคลากรสื่อของวัดป่าบ้านตาด พบว่า พบว่า วัดทราบว่าคุณศิษย์วัดยุคใหม่จะเข้าถึงวัดจากเว็บไซต์มากที่สุด รองลงมาก็เป็นวิทยุเสียงธรรม โทรทัศน์หลวงตา หากเป็นสมัยที่หลวงตายังมีชีวิตอยู่ สื่อบุคคลและสื่อกิจกรรมจะมีคนเข้าถึงมากที่สุด รองลงมาเป็นสื่อหนังสือ และเทป ซีดี โดยทราบจากการที่ผู้ชม ผู้ฟังรายการโทรเข้ามาแสดงความ คิดเห็นหรือติดต่อขอสื่อเสียงคำสอนของหลวงตา

“ทางเดียวในขณะนี้ที่ทำให้วัดทราบผลตอบรับจากผู้ชม ผู้ฟังรายการ มาจากการโทรศัพท์เข้ามา แสดงความคิดเห็น แนะนำเนื้อหารายการที่ต้องการฟังจากผู้ฟัง รวมถึงได้รับข้อมูลจากกลุ่มลูกศิษย์

ที่อุปัฏฐากพระอาจารย์แล้วฝากข้อเสนอแนะผ่านพระอาจารย์ให้ลองเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอ บางอย่าง แต่ยังไม่มีการแนะนำว่าให้ลองเปลี่ยนไปใช้สื่อทางโลกสมัยใหม่เยอะๆ”

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 16 พ.ย.56)

ประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ทั้งนี้ ในส่วนของประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อของวัดป่าบ้านตาด ผู้วิจัยได้ สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อ จำนวน 7 คน เกณฑ์การประเมินประสิทธิผลกำหนดจากความสามารถ ในการเข้าถึงสื่อของศาสนาได้ทุกสถานที่ ทุกเวลา โดยผลการศึกษาแบ่งเป็น

3.3.1 ผู้รับสื่อเข้าถึงสื่อตลอดเวลา

กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อที่ตอบว่า เข้าถึงสื่อตลอดเวลาหรือมีความถี่เป็นประจำทุกวัน จะมี ลักษณะเป็นผู้ใช้สมาร์ตโฟนในการติดตามสื่อธรรมะของวัด เป็นผู้ทำกิจกรรมชมรมพุทธธรรม กรรมฐานของมหาวิทยาลัย มีความศรัทธาในคำสอนสายพระอาจารย์มั่น ภูริทัตตโต มีความผูกพันกับ วัดและต้องการรับสื่อเพื่อให้จิตใจอยู่ในเสียงธรรมคำสอนของหลวงตามหาบัวตลอดเวลา

“เปิดวิทยุเสียงธรรมทิ้งไว้ตลอดเวลา ทั้งเวลาทำงาน เวลาว่าง เวลานอน เปิดเพื่อให้เราอยู่ใน ธรรมะของหลวงตามหาบัวตลอดเวลา ให้รู้สึกเหมือนว่าหลวงตามหาบัวไม่เคยหายไปไหน ยังอยู่กับเรา คอยเตือนให้ เราปฏิบัติอยู่ตลอดเวลา ทั้งหลับและตื่น ก่อนนอนก็จะเปิดวิทยุบนหัวนอน ตื่นมาเมื่อรู้สึกตัวก็จะนั่งภาวนา ก่อนลุกขึ้น”

(บัวอุบล วดี, สัมภาษณ์ 16 ก.พ.57)

“เข้าเฟซบุ๊กกลุ่มพุทธธรรมกรรมฐานจุฬาฯ ทุกวัน เข้าดูข้อมูลเพจกลุ่มพุทธธรรมกรรมฐาน มหาวิทยาลัยอื่นๆ ด้วย ส่วนใหญ่ใช้เวลาเข้าเฟซบุ๊กเฉลี่ยวันละ 6-7 ชั่วโมง เน้นช่วงค่ำๆ ถึงดึกๆ โดย หลักๆ จะเป็นคนโพสต์ธรรมะ กิจกรรมในกลุ่ม เป็นผู้ประสานงานในกิจกรรมบวชพระกรรมฐาน ปี57 จึงต้องรับสายโทรศัพท์จากผู้สนใจบวชในช่วงปิดภาคฤดูร้อนหรือสอบถามข้อมูลอื่นๆ เกี่ยวกับ กิจกรรมของกลุ่ม”

(กิงกาญจน์ ยกย่อง, สัมภาษณ์ 7 ก.พ.57)

“เข้าถึงสื่อของวัดโดยเฟซบุ๊กเป็นประจำทุกวัน วันละ 2-3 ครั้ง ครั้งละ 5 นาที ส่วนใหญ่จะ เข้ามาอ่านคำคม ข้อธรรมสั้นๆ ของหลวงตาเพื่อเตือนตัวเองให้อยู่ในธรรมะตลอดทั้งวัน”

(กิตติศักดิ์ หนูชัยแก้ว, สัมภาษณ์ 15 เม.ย.57)

“เปิดเข้าเฟซบุ๊กทุกวัน วันละประมาณ 12-17 ชั่วโมง เรียกว่าเกือบจะตลอดเวลาดีกว่า”

(อภิสิทธิ์ ปาसानะเก, สัมภาษณ์ 29 ม.ค.57)

3.3.2 ผู้รับสื่อเข้าถึงสื่อตามความสะดวก เป็นครั้งคราว

กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อที่ตอบว่า เข้าถึงสื่อเป็นครั้งคราวตามความสะดวก เนื่องจากครอบครัว เป็นผู้นำข่าวสารงานบุญต่างๆ มาบอกโดยตรง เน้นเข้าร่วมกิจกรรมธรรมสังฆจรที่ชมรมพุทธธรรม ธรรมฐานของมหาวิทยาลัยเป็นผู้จัด หรือไปปฏิบัติธรรมที่วัดป่าบ้านตาดตามความสะดวกมากกว่า

“ก่อนหน้านี้จะอ่านหนังสือ ฟังวิทยุเสียงธรรมอยู่ตลอด แต่ปัจจุบันใช้สื่อน้อยลงเฉลี่ยสัปดาห์ ละครั้งหรือ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง ครั้งละ 1-2 ชั่วโมง อย่างเว็บไซต์หลวงตาก็ได้เข้าน้อย เพชบุรีก็ไม่ค่อย ใช้เพราะคุณพ่อจะติดตามข่าวสารและนำมาบอก”

(ธนกร ผดุงศักดิ์วงศ์, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“เป็นผู้จัดกิจกรรมธรรมสังฆจรและกิจกรรมกลุ่มพุทธธรรมกรรมฐาน จุฬาฯ โดยนำนิสิตจุฬานักศึกษาสถาบันต่างๆ รวมถึงผู้สนใจไปร่วมทำบุญตามเส้นทางพระป่ากรรมฐานสายพระอาจารย์ มั่น ภูริทัตโตที่กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ โดยจะยึดจัดกิจกรรมในช่วงปิดภาคเรียนหรือ เทศกาลหยุดยาว ก่อนหน้านี้นักจัดในช่วงปิดภาคเรียนเดือน มี.ค. และ ต.ค. ช่วงวันพ่อแห่งชาติ 5 ธ.ค. แต่หลังมหาวิทยาลัยเปิดภาคเรียนใหม่ตามอาเซียนก็จะปรับเวลาการจัดกิจกรรมตามความเหมาะสม”

(กิงกาญจน์ ยกย่อง, สัมภาษณ์ 7 ก.พ.57)

“หากมีโอกาสช่วงเสาร์-อาทิตย์ ก็มักไปปฏิบัติธรรมที่วัดป่าบ้านตาด ไปใส่บาตรพระช่วงเช้า ไปนั่งสมาธิทั้งวัน ช่วงเย็นๆ คำๆ ก็ไปเดินจงกรมรอบสถานที่ที่เป็นจุดพระราชทานเพลิงสรีระสังขาร หลวงตามหาบัว 48 รอบ เดินจนตัวเบา โลง เห็นนิมิต ตั้งจิตอธิษฐานพุทธโธ ไม่คิดอะไรมากนอกจากคำ ภาวนาพุทธโธ”

(บัวอุบล วดี, สัมภาษณ์ 16 ก.พ.57)

3.4 วัดพระธรรมกาย

ประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อองค์กร

จากการเก็บข้อมูลประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อบุคลากรสื่อของวัดพระธรรมกาย พบว่า การหลอมรวมสื่อส่งผลให้มีปริมาณการเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ดาวเทียม DMC เพิ่มขึ้นอย่างมาก และในปัจจุบันวัดทราบว่ามีผู้รับสื่อยุคใหม่เริ่มเข้าถึงสื่อของวัดผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น

“ในช่วง 5 ปีก่อนถึงปัจจุบัน สื่อโทรทัศน์ดาวเทียม DMC มีปริมาณการเข้าถึงสื่อเพิ่มขึ้นอย่าง มีนัยยะสำคัญ โทรทัศน์ดาวเทียม DMC เป็นช่องทางที่คนเข้าถึงเป็นหลักมากที่สุด เพราะสมัยก่อนวัด ในประเทศไทยไม่ค่อยมีวัดใดทำสื่อโทรทัศน์ดาวเทียม วัดพระธรรมกายถือว่าเป็นวัดแรกๆ ที่ริเริ่มทำ สื่อโทรทัศน์ดาวเทียมขึ้น และในปัจจุบัน สื่ออินเทอร์เน็ต รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาท ผู้รับสื่อยุคใหม่เริ่มเข้าถึงสื่อของวัดผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น”

(พระมหานพพร ปุณฺณชโย, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

ประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ทั้งนี้ ในส่วนของประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อของวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยได้ สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อ จำนวน 9 คน เกณฑ์การประเมินประสิทธิผลกำหนดจากความสามารถ ในการเข้าถึงสื่อของศาสนาได้ทุกสถานที่ ทุกเวลา แบ่งผลการศึกษาออกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.4.1 ผู้รับสื่อเข้าถึงสื่อตลอดเวลา

กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อของวัดพระธรรมกายที่ตอบว่า เข้าถึงสื่อตลอดเวลาหรือมีความถี่เป็น ประจำทุกวัน จะมีลักษณะเป็นผู้ใช้สมาร์ทโฟนหรืออุปกรณ์พกพาอื่นๆ มีความสนใจในการใช้ เทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่ เป็นอาสาสมัครช่วยเหลืองานบุญของวัดอย่างต่อเนื่อง มีความศรัทธาแรงกล้า ต่อแนวทางคำสอนของวัด โดยสื่อที่เข้าถึงตลอดว่า กลุ่มตัวอย่างตอบว่าเป็นสื่อโทรทัศน์ดาวเทียม DMC

“ทุกวันนี้รับสื่อช่อง DMC ทุกวัน เวลา 19.30-21.00น. จะต้องดูรายการอนุบาลฝันในฝัน เวลาอื่นๆ ก็จะไปดูทีวีดาวเทียมเข้า-เย็น เสียงหลวงพ่อนำนั่งสมาธิช่วงเวลาประมาณ 13.00-14.00น. ช่วง นั้นเป็นช่วงการทำงานแต่ถ้ามีเวลาก็จะไปดูจากในเว็บไซต์ เพราะรู้ผังรายการที่เราอยากดูอยู่แล้ว ถ้าไม่สะดวกดูตอนนั้นจริงๆ รอคอยจนหลังรีรันในเว็บก็ได้ ส่วนในเว็บไซต์ที่เข้าทุกวันเพราะไปรีรันดู รายการเก่าๆ เพลงธรรมะ อ่านข้อธรรมต่างๆ ซึ่งจะแตกต่างจากช่อง DMC คือเราสามารถเลือกหาสิ่ง ที่เราต้องการจะดูได้ แต่ช่อง DMC เราต้องอิงตามผังรายการ ส่วนสื่ออื่นๆ จะเปิดแล้วแต่โอกาสและ เวลาที่ว่างจากการทำงาน”

(โอภาส คงสุข, สัมภาษณ์ 20 ก.พ.57)

“ถ้าเป็นเฟซบุ๊กจะเข้าทุกวัน อ่านประมาณ 5-10 นาทีก็จะพักไปทำอย่างอื่น พอมีเวลาว่าง หรือมีอะไรอัปเดตใหม่ก็จะมาเปิดดูเรื่อยๆ แอปพลิเคชัน DMC ก็คลิกเข้าไปดูเผื่อมีเนื้อหาอะไรใหม่ๆ เพราะคอนเทนต์ในแอปจะสั้น เข้าใจง่าย ถ้าอยู่ข้างนอกจริงๆ ก็จะเปิดแอปดูข่าวสารสั้นๆ ถ้าเป็น หนังสือธรรมะ จะตั้งใจอ่านให้จบเล่ม บางเล่มใช้เวลาอ่านเป็นอาทิตย์ ชอบเล่มไหนก็อ่านซ้ำ 2-3 รอบ เช่น ประวัติหลวงพ่อดต วัดปากน้ำ ประวัติหลวงพ่อดมชโย อ่านเพื่ออยากเข้าใจอย่างถ่องแท้”

(จิระดา พันรูปท้าว, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“คุณแม่พาเราเข้าวัดตั้งแต่อายุ 5 ขวบ ได้มารู้จักหลวงพ่อดตเพราะฝึกเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือ งานที่วัดตั้งแต่วัยเด็ก หลักๆ ที่คลุกคลีอยู่ด้วยจึงเน้นกิจกรรมของทางวัด ตอนเข้า ม.1 ก็สมัครเป็น อาสาสมัครช่วยเหลือเก็บกวาดสถานที่ ล้างจาน แจกอาหาร เช็ดเสื่อ จัดรองเท้า พอขึ้น ม.ปลายก็เริ่มชวน น้องมาเป็นน้องฝ่ายจัดรองเท้า จนเข้าเรียนที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ก็มาช่วยกิจกรรมของวัดอยู่ ตลอด ปัจจุบันเข้าไปเป็นอาสาสมัครฝ่ายประสานงานคนที่มาทำบุญที่วัด แนะนำการทำบุญให้คนที่มา วัด พาผู้มาวัดไปส่งยังที่นั่ง นับถึงวันนี้ก็ประมาณ 16 ปีแล้วที่ทำงานอาสาสมัครช่วยวัด”

(ทิพย์รัตน์ ตำนานวัน, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“ถ้าเป็นกิจกรรมงานบุญทุกวันอาทิตย์ต้นเดือนที่มีงานบูชาข้าวพระ ขอมาพระรัตนตรัย รวมถึงวันสำคัญทางศาสนา จะไปเป็นประจำไม่เคยขาด ช่วงไหนถ้าอยู่ กทม. วันอาทิตย์ธรรมดาที่ไม่มีงานบุญใหญ่ก็ไปนั่งสมาธิช่วงเช้า-บ่าย เวลาว่างมีกิจกรรมพิเศษ เช่น งานธุรกิจธรรมชัย V-Star ธรรมทายาทที่มีเพื่อนหรือคนรู้จักบวช ก็จะไปร่วมตามเวลาและสถานที่ที่สะดวก”

(กัลยกร ผูกวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

“เข้าใช้สื่อของทางวัดเกือบทุกวัน เหมือนเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ แล้วแต่เวลาช่วงไหนว่างก็รับสื่อเยอะหน่อย แต่ละครึ่งก็ดูเป็นชั่วโมงๆ โดยมากจะเข้าผ่านสมาร์ทโฟน เนื่องจากอินเทอร์เน็ตบนมือถือถือรวดเร็วมาก”

(วรวิมล คนเพียร, สัมภาษณ์ 23 มี.ค.57)

3.4.2 ผู้รับสื่อเข้าถึงสื่อตามความสะดวก เป็นครั้งคราว

กรณีกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อวัดพระธรรมกายที่ตอบว่า เข้าถึงสื่อเป็นครั้งคราวตามความสะดวก เนื่องจากไม่เน้นใช้สื่อ แต่จะเน้นไปร่วมกิจกรรมทางวัดหรือเป็นอาสาสมัครช่วยเหลืองานวัด นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านสุขภาพที่ไม่เอื้ออำนวยให้อ่านสื่อตลอดเวลา ปัจจัยด้านภาระงานทางโลกมาก ทำให้ไม่สะดวกรับสื่อตลอดเวลา

“ใช้สื่อต่างๆ ของวัดเป็นครั้งคราว เพราะว่าเราไปวัดบ่อยอยู่แล้ว สื่อที่ช่วยสร้าง Awareness ตรงนี้เลยไม่สำคัญมาก อีกอย่างพ่อแม่สอนให้เราอ่าน เข้าคอร์สฝึกปฏิบัติธรรมมาตั้งแต่เด็กๆ เลยคุ้นชินและชื่นชอบการไปวัดมากกว่าการมีประสบการณ์ผ่านสื่อ”

(กัลยกร ผูกวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

“ถ้าเป็นหนังสือธรรมะ เดี่ยวนี้ก็จะอ่านน้อยลงกว่าแต่ก่อนเยอะ เพราะอ่านมากจะปวดตา เลยเปลี่ยนมาดูหรือฟังอย่างอื่นแทน เล่มที่ยังอ่านอยู่บ้างคือ ที่มีคำตอบ เพราะย่อเนื้อหาจากอนุบาล ผันในผันๆ เป็นหนังสือถาม-ตอบเล่มเล็กๆ เนื้อหาที่น่าสนใจมาก เช่น ทำไมต้องทำบุญ 7 วัน 100 วัน ซึ่งเป็นเรื่องที่เราอยากรู้”

(ธนมน พลานพัฒนา, สัมภาษณ์ 9 ก.พ.57)

“ไม่ได้เข้าใช้ทุกวัน เดือนละ1-2ครั้ง ครั้งละ1-2 ชม. ช่วงนี้ใช้น้อยมากเพราะติดเรื่องงานเรื่องเรียน”

(พรทิพย์ ประดิษฐ์กร, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

3.5 วัดอัมพวัน

จากการศึกษาประสิทธิผลของการเข้าถึงสื่อที่มีต่อบุคลากรสื่อของวัดอัมพวัน พบว่า จุดประสงค์การทำสื่อของวัดเพื่อต้องการให้คนเข้าถึงวัดที่เป็นวัดจริงๆ มากกว่าเข้าถึงวัดผ่านสื่อ เพราะการได้มาวัดจะได้เรื่องความศรัทธามากกว่าการดูภาพพระผ่านสื่อ

“เหตุที่วัดไม่เน้นใช้สื่อมาก เพราะปัจจุบันองค์หลวงพ่ोजรญ์ก็ยังเป็นสื่อบุคคลที่เป็นศูนย์รวมศรัทธาผู้คนอยู่ วัดจึงไม่เน้นสร้างสื่อมากเกินไป เพราะต้องการให้คนเข้าถึงวัดที่เป็นวัด มาปฏิบัติธรรมจริงๆ แต่วัดก็พยายามเพิ่มสื่อเท่าที่จำเป็นเพื่อรองรับลูกศิษย์ที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นทุกๆ ปี”

(พระครูปลัดสิทธิวิวัฒน์, สัมภาษณ์ 11 ม.ค.57)

ในส่วนของประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อของวัดอัมพวัน ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อ จำนวน 7 คน โดยประเมินจากความสามารถในการเข้าถึงสื่อของศาสนาได้ทุกสถานที่ทุกเวลา ซึ่งแบ่งผลการศึกษาออกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.5.1 ผู้รับสื่อเข้าถึงสื่อตลอดเวลา

กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อวัดอัมพวันที่ตอบว่า เข้าถึงสื่อตลอดเวลาหรือมีความถี่เป็นประจำทุกวัน เนื่องจากใช้สมาร์ตโฟนหรือมีความพร้อมในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพื่อเปิดรับสื่อธรรมะของวัดตลอดเวลา มีเวลาว่างจากภารกิจในชีวิตประจำวันมาก

“มีเวลาว่างเมื่อไรก็จะเปิดดูทุกวัน ทุกวันต้องอ่านธรรมะอะไรสักอย่าง บางทีก็เป็นหลวงพ่อรูปอื่นๆ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นหลวงพ่ोजรญ์ เหตุที่เปิดรับได้บ่อยๆ เพราะว่างๆ มีเวลามาก เป็นแม่บ้านเลยมีเวลาว่างมาก แต่ทุกครั้งที่กลับมาเมืองไทยก็จะมาปฏิบัติที่วัดอัมพวันทุกปี นี่ก็มา 10 ปีแล้ว”

(พิมพ์อังกณา เพชรธนสวัสดิ์, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

“ทุกๆ วันจะต้องโพสต์เฟซบุ๊กบอกกิจกรรมที่เราได้ไปทำมาให้คนได้ร่วมอนุโมทนาบุญกัน ถ้าได้ไปถวายสิ่งของอะไรแล้วได้บอกบุญคนในกลุ่มเฟซบุ๊กไว้ก็จะถ่ายภาพการถวายสิ่งของ พิมพ์รายชื่อคนที่ร่วมทำบุญลงให้คนได้เห็นจริงๆ บางทีเราต้องเช็คมือถือตลอดว่ามีใครส่งข้อความร่วมบุญโอนเงินมาเท่าไร ในกลุ่มไลน์คนปฏิบัติธรรมเวฬุวันก็มีการแชร์ข้อธรรมะ ชวนกันรวมตัวไปทำกิจกรรมบุญ เช่น ไปซัดห้องน้ำวัด อีกช่องทางหนึ่งก็ฟังยูทูบ “แก้วเสียงธรรม” ที่เราลงเสียงอ่านไว้ที่นี่”

(ณัฐกฤตา ขานนันทนฤเบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

“รับสื่อออนไลน์ทั้งเว็บไซต์และเฟซบุ๊กของวัดอัมพวันบ่อยเกือบทุกวัน แต่ละครึ่งก็นานเป็นชั่วโมง”

(ธีระพันธุ์ นาคสินธุ์, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

3.5.2 ผู้รับสื่อเข้าถึงสื่อตามความสะดวก เป็นครั้งคราว

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อที่ตอบว่า เข้าถึงสื่อเป็นครั้งคราว มักเป็นผู้ที่มีภาระงานทางโลกมาก วิถีชีวิตประจำวันไม่เอื้อต่อการเข้าถึงสื่อตลอดเวลา และต้องการมาปฏิบัติธรรมที่วัดมากกว่ารับสื่อหรือมีประสบการณ์ทางศาสนาผ่านสื่ออย่างเดียว

“ไม่ได้เข้าดูสื่อธรรมตลอดทั้งวัน หลังๆ มานี้ก็ไม่ได้อ่าน ปัจจุบันทำงานในเรือนจำพิษณุโลก ในห้องสมุดเรือนจำจะมีหนังสือหลวงพ่อยะเยอะมาก ไม่ค่อยซื้อเทป ซีดีฟังด้วย เพราะการเป็นผู้คุมในเรือนจำไม่อนุญาตให้นำอุปกรณ์สื่อสารเข้าไป เปิดอ่านได้แค่หนังสือ แต่ตั้งใจว่าจะหาเวลามาปฏิบัติธรรมที่วัดปีละ 1-2 ครั้งเหตุผลหลักที่มากปฏิบัติที่นี่เพราะองค์หลวงพ่ोजริญยังอยู่”

(อทิทยา ปู่ซึ้ง, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

“ตอนนี้อ่านหนังสือหลวงพ่อนานๆ ทีครั้ง อ่านในช่วงว่างๆ จากการทำงาน แต่จะเปลี่ยนอ่านเล่มใหม่ ไม่อ่านเล่มเดิมซ้ำนอกจากบทสวดมนต์ ที่อ่านน้อยลงทั้งที่เป็นคนชอบอ่านเพราะช่วงแรกๆ ที่เข้ามาศึกษาธรรมะสายนี้ก็อ่านมาเยอะ อ่านทุกวัน ทุกเล่มจนอิมตัวแล้ว”

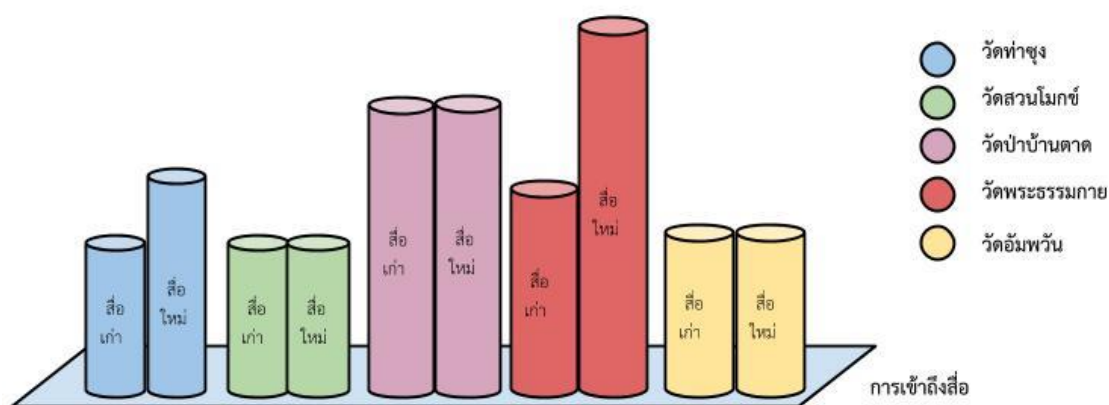
(ณัฐนันท์ เจริญศรี, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

“ช่วงแรกๆ ที่สนใจใหม่ๆ จะเข้าถึงบ่อยมาก แต่หลังๆ เนื่องจากต้องเข้าสวนยางพารา จึงไม่สะดวกในการรับสื่อบ่อยๆ ทุกวัน แต่จะพยายามอ่านหนังสือธรรมหลวงพ่อกตามโอกาสที่สะดวก”

(ศิโรชัย ถวาย, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อองค์กรในด้านการเข้าถึงสื่อ กล่าวโดยสรุปว่า ผู้รับสื่อวัดต่างๆ เข้าถึงสื่อในรูปแบบที่ต่างกัน แต่จะเข้าถึงสื่อที่วัดใช้เป็นช่องทางหลักมากกว่า เพราะต้องการติดตามสื่อที่เป็นทางการของวัด ล่าสุดบางวัดที่ไม่ค่อยใช้เทคโนโลยีสื่อทันสมัยอย่างวัดอัมพวัน ก็พยายามเพิ่มการเข้าถึงสื่อของกลุ่มลูกศิษย์ โดยพยายามปรับใช้สื่อวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ เพื่อให้ผู้รับสื่อที่ปฏิบัติธรรมที่ศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน จ.ขอนแก่น ได้รับประสบการณ์ทางศาสนาจริงเหมือนที่วัดอัมพวัน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปเปรียบเทียบประสิทธิภาพด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อทั้ง 5 องค์กร ดังแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 5.3 เปรียบเทียบประสิทธิภาพด้านการเข้าถึงสื่อของผู้รับสื่อ

จากแผนภูมิการเข้าถึงสื่อของผู้รับสื่อในแต่ละวัด พบว่า ผู้รับสื่อวัดพระธรรมกายเข้าถึงสื่อที่เป็นสื่อออนไลน์และสื่อสมัยใหม่อย่างชัดเจนกว่าวัดอื่นๆ เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ใช้สื่อออนไลน์ และวัดมีสื่อจำนวนมากให้ผู้รับสื่อเลือกเข้าถึงได้มากกว่า แต่จะเข้าถึงสื่อเก่าน้อยกว่า เพราะผู้รับสื่อจะเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ดาวเทียมมาก ด้านผู้รับสื่อวัดป่าบ้านตาด เข้าใช้สื่อเก่าและสื่อใหม่ในปริมาณใกล้เคียงกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่เข้าถึงสื่อดั้งเดิมของวัดมาตั้งแต่ช่วงที่หลวงตายังมีชีวิตอยู่ และกลุ่มผู้รับสื่อยุคใหม่ที่จะเน้นเข้าถึงสื่อออนไลน์

ขณะที่ผู้รับสื่อวัดท่าซุงตอบว่า เข้าถึงสื่อออนไลน์มากกว่าสื่อเก่า โดยเข้าถึงเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ ซึ่งเป็นสื่อที่ผู้รับสื่อสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์พกพาได้และมีการอัปเดตเนื้อหาที่เป็นปัจจุบัน ทันสมัยและมีเนื้อหาหลากหลายให้เลือกเปิดรับ

ส่วนสวนโมกข์พลารามและวัดอัมพวัน ผู้รับสื่อจะเปิดรับสื่อเก่าและสื่อใหม่ในปริมาณเท่าๆ กัน แต่อยู่ในปริมาณน้อยเมื่อเทียบกับวัดอื่นๆ เนื่องจากทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อทั้งสองวัดมักเข้าถึงสื่อเป็นครั้งคราวตามความสะดวก ไม่ได้เน้นเปิดรับสื่อมากเหมือนผู้รับสื่อวัดอื่นๆ

4. ประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อ

จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างองค์กรและผู้รับสื่อของวัดทั้ง 5 แห่ง ผู้วิจัยอธิบาย ประสิทธิภาพด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อองค์กรและผู้รับสื่อของแต่ละวัด ได้ดังนี้

4.1 วัดท่าซุง

ประสิทธิภาพด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อองค์กร

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลสัมภาษณ์บุคลากรสื่อของวัดท่าซุงต่อประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อในด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อ โดยผลการเก็บข้อมูลพบว่า การหลอมรวมสื่อช่วยให้วัดทราบผลตอบรับของสื่อและพอใจสื่อทุกประเภทที่วัดทำขึ้นเพราะเป็นเนื้อหาหลักคำสอนขององค์กร หลวงพ่อพระราชพรหมยาน ไม่ว่าจะป็นหนังสือ ัมมวิโมกข์ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก แต่สื่อออนไลน์อย่างเว็บไซต์กับเฟซบุ๊กจะเป็นช่องทางที่มีความน่าเชื่อถือที่สุด ลูกศิษย์มักเข้าเว็บไซต์เพื่อติดตามข่าวสารวัดที่ถูกต้อง แม่นยำ ลูกศิษย์มักเข้าเฟซบุ๊กเพื่อติดตามกิจกรรมที่วัดท่าซุงทำในแต่ละวัน

ส่วนการใช้ประโยชน์สื่อของวัดพบว่า สื่อออนไลน์ สื่อหนังสือและสื่อกิจกรรมงานบุญ ต่างเกื้อหนุนให้คนต่างเข้าวัดปฏิบัติธรรม เข้าถึงธรรมะของพระพุทธเจ้าทั้งสิ้น

"วัดท่าซุงเรามีการใช้สื่อหลายตัว แต่เราไม่รู้ว่ลูกศิษย์ของเราชอบสื่อไหน ต้องดูจากอะไร แต่อย่างของเว็บไซต์วัดและในเฟซบุ๊ก เราจะเห็นตัวเลขชัดเจนว่ มีคนเข้าใช้เว็บไซต์ของวัดเยอะ มีคนโอนเงินมาร่วมบุญกับทางวัดโดยตรง เดือนละ 3 แสน 4 แสนบาท มีคนเข้าเว็บบอร์ดถามมาทางแอดมินอยู่เรื่อยๆ ก็พอจะบอกได้ว่ เว็บไซต์มีคนชอบเยอะ ถ้ามูลูกศิษย์ที่ใช้เว็บไซต์วัดท่าซุงก็บอกว่าชอบมาก นี่ไม่นับกิจกรรมงานบุญที่จะมีคนมาร่วมงานเยอะมากๆ ถ้าวัดตรงนั้น เวลาวัดมีงาน คนจะเยอะมากที่สุด"

(พระอาจารย์ชัยวัฒน์ อชิโต, สัมภาษณ์ 14 มี.ค.57)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประสิทธิภาพด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ในส่วนประสิทธิภาพด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ ผู้วิจัยกำหนดจากระดับความพึงพอใจต่อการใช้สื่อแบบหลอมรวมของวัดและการเปิดใช้สื่อประเภทอื่นที่ไม่ใช่ช่องทางเดิมที่ใช้อยู่เป็นประจำ โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลผู้รับสื่อวัดท่าซุง จำนวน 6 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้รับสื่อพึงพอใจและใช้ประโยชน์สื่อต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้

ชื่อ-สกุล	หนังสือ	ซีดี MP3	เฟซบุ๊ก	เว็บไซต์	ยูทูบ	กิจกรรม	สื่อ บุคคล	App
ศุภชัย			✓					
ทศพร				✓				
สหัสรัฐ		✓						
สิงหา	✓							
คณิต			✓					
อานุกาพ			✓					

ตารางที่ 5.11 ประสิทธิภาพด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อวัดท่าซุง

จากตารางดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสื่อแต่ละคนมีความพึงพอใจและเลือกใช้ประโยชน์สื่อมากที่สุดแตกต่างกัน โดยสื่อเฟซบุ๊กเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจและใช้ประโยชน์มากที่สุด ทั้งนี้ จากเกณฑ์ระดับความพึงพอใจต่อการใช้สื่อแบบหลอมรวมของวัดและการเปิดใช้สื่อประเภทอื่นที่ไม่ใช่ช่องทางเดิมที่ใช้อยู่เป็นประจำ ผู้วิจัยสามารถอธิบายลักษณะความพึงพอใจและมูลเหตุการตัดสินใจใช้ประโยชน์สื่อของผู้รับสื่อ ได้ดังนี้

ลักษณะความพึงพอใจต่อสื่อประเภทต่างๆ

4.1.1 ความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากเชื่อว่า หนังสือเป็นสื่อดั้งเดิมที่มีเนื้อหา คำสอนต้นฉบับของหลวงพ่อ ธรรมะในสื่อนี้จะมีความน่าเชื่อถือมากกว่าสื่ออื่นๆ

“ในบรรดาสื่อวัด ชอบหนังสือสังฆทานมากที่สุด เขียนอ่านได้เข้าใจง่าย ใช้คำที่แสดงความรัก ความผูกพัน ได้อารมณ์ เช่น หลวงพ่อแทนตัวเองว่า พ่อ อ่านเรื่องพ่อสอนลูก ได้ธรรมะและอารมณ์ ความรู้สึกมากกว่าชุดอื่นๆ มองว่าหนังสือธรรมะของวัดไม่ได้มุ่งเน้นให้ธรรมะอย่างเดียว 100% แต่ อ่านแล้วผ่อนคลายด้วย”

(สิงหา ประพจนารมณ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ชอบอ่านหนังสือหลวงพ่อ เพราะเป็นข้อมูลดั้งเดิมที่มีไว้อ้างอิง มีความน่าเชื่อถือของข้อมูลมากที่สุด มีความละเอียดมากที่สุด เป็นทั้งสื่อธรรมะคำสอนและข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรม”

(ศุภชัย จิรเกรียงสกุล, สัมภาษณ์ 30 ม.ค.57)

4.1.2 ความพึงพอใจต่อสื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อที่ตอบว่า พึงพอใจสื่อออนไลน์มากกว่าสื่อประเภทอื่น เนื่องจากมีความพร้อมในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต มีสมาร์ตโฟนที่สามารถเข้าอ่านธรรมะผ่านจอมือถือได้ทุกที่ ทุกเวลา เนื้อหาในสื่อออนไลน์มีครบทุกรูปแบบสื่อ

“เว็บไซต์มีครบทั้งภาพ เสียง มี E-book เปิดอ่านได้ตลอดเวลาในอุปกรณ์ไอแพด สบายๆ อื่นๆ ก็รวมอยู่ในเว็บไซต์นี้เอง”

(ทศพร ดุสิตพัฒนาพันธ์, สัมภาษณ์ 1 ก.พ.57)

“เฟซบุ๊กเป็นสื่อที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการติดตามธรรมะบนมือถือในเวลาจำกัด ถ้าเป็นเว็บไซต์ จะต้องคลิกลิงค์ในมือถือ แต่เฟซบุ๊กจะสะดวกมาก Feed จะแจ้งเตือนตลอด ส่วนใหญ่จะชอบเข้า เฟซบุ๊กที่ลูกศิษย์สร้างขึ้น เฟซบุ๊กศูนย์พุทธศรัทธา เพราะมีเนื้อหาขนาดสั้นที่เราชอบมากกว่า”

(คณิต คุ่มพิทักษ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“เพราะชีวิตเรายู่งกับโลกออนไลน์อยู่แล้ว เวลาเปิดรับสื่ออะไรก็เปิดจากอินเทอร์เน็ตเลย”

(อานภาพ โหตระภวานนท์, สัมภาษณ์ 31 มี.ค.57)

4.1.3 ความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรม

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจสื่อกิจกรรม เนื่องจากชอบการไปวัดมากกว่ามีประสบการณ์ ทางศาสนาผ่านสื่อ

“ชอบการไปฟังเทศน์ ไปร่วมกิจกรรมของวัด โดยเฉพาะงานธุดงค์ใหญ่ช่วงปลายปี ไปแล้วมัน สงบมากกว่าปกติ มองว่าการได้ไปทำบุญดีกว่าการอ่านสื่อใดๆ เพราะนั่นคือเราได้ปฏิบัติจริง”

(สิงหา ประพจนารณณ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

4.1.4 ความพึงพอใจต่อสื่อบันทึกเสียง

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจสื่อบันทึกเสียง เนื่องจากมีรูปแบบการเปิดรับสื่อโดยการฟัง ต้องการให้ตนเองอยู่ในเสียงธรรมของหลวงพ่อตลอดเวลา

“เวลาอยู่ที่บ้านก็จะเปิดฟังซีดีคำสอนหลวงพ่อ เสียงหลวงเทศน์ เพลงธรรมะหลวงพ่อยู่ ตลอดทั้งยามหลับและยามตื่น เพราะเราไม่ค่อยมีเวลาอ่านหนังสือ อีกทั้งสื่อเสียงของทางวัดก็มีให้เลือกหลากหลายรูปแบบ สงสัยอะไรเกี่ยวกับเรื่องการปฏิบัติกรรมฐาน สื่อเสียงก็มีเนื้อหาเดียวกับสื่อ หนังสือ”

(สหรัฐ หล้าเนตร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

ทั้งนี้ เมื่อผู้วิจัยสอบถามถึงรูปแบบ (Format) ของสื่อที่ผู้รับสื่อพึงพอใจมากที่สุด พบว่าผู้รับสื่อมีความพึงพอใจทั้งในรูปแบบตัวอักษร (text) ภาพ (visual) และเสียง (audio) ที่แตกต่างกันตามแบบแผนการเปิดรับสื่อในแต่ละบุคคล ดังนี้

- ฟังพอใจสื่อที่เป็นรูปแบบตัวอักษร (text)

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า ฟังพอใจสื่อในรูปแบบตัวอักษร เนื่องจากชอบการอ่านหนังสือ จิตจะจดจ่อเกิดเป็นสมาธิได้เร็วเมื่อได้อ่านหนังสือ

“อ่านหนังสือเข้าใจง่ายกว่าการฟัง เพราะเราตั้งใจเปิดรับ จิตจะเป็นสมาธิ”

(สิงหา ประพจนารณณ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

- ฟังพอใจสื่อที่เป็นรูปแบบภาพ (Visual)

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า ฟังพอใจสื่อในรูปแบบภาพ เนื่องจากจิตเกิดสมาธิได้ง่ายเมื่อเพ่งมองภาพ เกิดจินตนาการตามได้ หรือสามารถจับภาพเพื่อเจริญสติได้

“ใช้รูปภาพหลวงพ่อกุญชรลีลา สมนัดจองค์ปฐม เป็นอนุสตินำจิตในการปฏิบัติกรรมฐาน จะชอบเพ่งภาพพระให้จิตเราจดจำต่อองค์พระ มองพระทุกวันจะได้ระลึกถึงพระได้ทุกขณะจิต”

(ทศพร ดุสิตพัฒนาพันธ์, สัมภาษณ์ 1 ก.พ.57)

“ไม่ว่าใช้สื่อใดๆ ถ้ามีภาพด้วย เราจะมีจุดตั้งความสนใจ เราจะสามารถจินตนาการภาพตามไปได้ง่ายกว่า ถ้าให้เลือกระหว่างฟัง MP3 กับดูคลิปวิดีโอ เลือกวิดีโอที่มีภาพจะให้ผลต่อเรามากกว่า”

(สิงหา ประพจนารณณ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ในเฟซบุ๊กเราจะเห็นภาพมาก่อน ถ้าภาพดี ธรรมะดี ใจเราก็รู้สึกสงบได้ ยิ่งถ้าเป็นภาพหลวงพ่อก็จะเป็นสื่อทำให้เราระลึกนึกถึงท่านได้ เมื่อเราเห็นท่าน เราก็จะมีกำลังใจปฏิบัติ”

(คณิตศ คุ่มพิทักษ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

- ฟังพอใจสื่อที่เป็นรูปแบบเสียง (Audio)

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า ฟังพอใจสื่อในรูปแบบเสียงมากกว่ารูปแบบอื่นๆ เนื่องจากมองว่าเสียงเป็นสื่อที่เสริมสร้างกำลังใจในการปฏิบัติ ได้ยินเสียงหลวงพ่อก็รู้สึกว่าการพูดของท่านพูดอยู่กับเรา เกิดความศรัทธาและจิตเป็นสมาธิได้ง่ายกว่า

“เสียงหลวงพ่อก็เป็นสิ่งสร้างเสริมกำลังใจในการปฏิบัติให้เราอย่างดีที่สุด เวลาได้ฟังเสียงหลวงพ่อก็รู้สึกว่าการพูดของท่านพูดอยู่กับเรา เทคนิคสอนให้เราฟัง ไม่ว่าจะเป็นคลิปเสียงในยูทูป เสียงตามสายในวัด วิดีโอที่อัดสมัยหลวงพ่อก็ได้ทั้งหมด”

(ศุภชัย จิรเกียรติสกุล, สัมภาษณ์ 30 ม.ค.57)

“เสียงจะเปิดรับได้ง่ายที่สุด สะดวกฟังเวลาเราอยู่ที่บ้าน ถึงแม้ทำงานอย่างอื่นไปด้วยแต่แค่เปิดผ่านๆ ให้หูได้ยินก็โอเค เสียงที่ฟังจะเน้นคำเทศน์ของหลวงพ่อก็เคยฟังเสียงเทศน์ท่านพุทธทาส ชอบเสียงของท่านที่กังวาน ชัดเจน เทศน์ได้อย่างราบรื่นไม่ติดขัด เสียงนี้เองที่ช่วยให้จิตเราเกิดสมาธิ

ได้เร็ว นิ่งสมาธิก็บังเกิดความสงบได้ง่าย”

(สทรรฐ หล้าเนตร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“เวลานั่งกรรมฐาน เสียงจากซีดี MP3 จะกระตุ้นให้รู้สึกเบาสบาย จิตว่าง หากอยู่นอกบ้านก็สามารถเปิดฟังเสียงเทศน์หลวงพ่อบ้านที่ใกล้มือถือได้ อยากรู้ฟังเมื่อไรก็เปิดในมือถือที่พกติดตัวได้”

(คณิต คุ่มพิทักษ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

ขณะเดียวกัน ผู้วิจัยได้สอบถามถึงความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหาสื่อ (Media content) และรูปแบบสื่อ (Media format) พบว่าผู้รับสื่อมีความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อมากกว่าเนื้อหาสื่อ ทั้งที่การสื่อสารด้านศาสนาจะเน้นเนื้อหามากกว่ารูปแบบสื่อ แต่กลุ่มตัวอย่างบางส่วนมองว่า ต้องควบคุมไปทั้งเนื้อหาและรูปแบบสื่อ ดังนี้

- พึงพอใจเนื้อหาสื่อมากกว่ารูปแบบสื่อ
- กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจเนื้อหาสื่อมากกว่ารูปแบบสื่อ เนื่องจากประโยชน์อยู่ที่ตัวเนื้อหา

“เราอ่านสื่อเราต้องการอ่านเนื้อหา แต่ถ้ามีการจั่วหัวข้อดีๆ ภาพหลวงพ่อสวยๆ ภาพพระสวยๆ ก็จะดึงดูดความสนใจยิ่งขึ้น”

(อานุกาพ โทตระภวานนท์, สัมภาษณ์ 31 มี.ค.57)

- พึงพอใจรูปแบบสื่อมากกว่าเนื้อหาสื่อ
- กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจรูปแบบสื่อมากกว่าเนื้อหาสื่อ เนื่องจาก รูปแบบที่น่าสนใจจะดึงดูดให้คนสนใจและเข้ามาอ่านเนื้อหา ถ้ารูปแบบไม่น่าสนใจ คนก็จะไม่ติดตามอ่านเนื้อหาข้างในต่อ

“รูปแบบควรมาก่อนเนื้อหา สำหรับคนที่ศรัทธาหลวงพ่อไม่ว่าจะใช้สื่อตัวใดก็ตามติดตามอ่านได้ตลอด แต่สำหรับคนที่เพิ่งเข้ามาศึกษาใหม่ๆ ถ้าได้เห็นข้อธรรมสั้นๆ ง่ายๆ รูปประกอบสวยก็จะเข้ามาอ่านได้มากกว่า บางทีแปะเนื้อหาเพิ่มเติมหน้า ไม่มีรูป ไม่ตกแต่งหน่อยก็ไม่มีใครอยากอ่านเพราะมันดูไม่น่าสนใจ”

(สทรรฐ หล้าเนตร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“จะหยิบหนังสือธรรมะที่ปกสวยๆ มาดูแล้วค่อยๆ พลิกดูเนื้อหาข้างใน แต่จะเลือกอ่านเฉพาะบทที่สนใจ จะเลือกอ่านสื่อเล่มเล็กๆ ที่ปกสวยๆ มาดูก่อน จะไม่เลือกเล่มหนาๆ ที่มีแต่ text”

(สิงหา ประพจนารณ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

- ฟังพอใจทั้งรูปแบบและเนื้อหาควบคู่กัน

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า ฟังพอใจทั้งรูปแบบและเนื้อหาควบคู่กันนั้น เนื่องจากไม่ยากให้คนติดรูปแบบอย่างเดียว ขณะเดียวกันรูปแบบก็มีความสำคัญในการดึงความสนใจคนให้มาอ่านเนื้อหา

“เนื้อหาและรูปแบบสำคัญทั้งคู่ รูปแบบการใช้สื่อนั้นก็ต้องให้ความสำคัญมากๆ เพราะจะจูงจจริตคนให้หันมาสนใจได้ ขนาดกรรมฐานพระพุทธเจ้ายังสอนไว้ 40 กอง กลืน 10 ประเภท ที่ต้องมีหลากหลายรูปแบบก็เพื่อให้ตรงกับจริตคน เนื้อหาธรรมะเป็นของกลาง ไม่มีพระอริยสงฆ์องค์ใดนำธรรมะพระพุทธเจ้ามาสอนโดยบิดเบือน เพียงแต่สอนด้วยวิธีที่แตกต่างให้ถูกจริตของบุคคลที่ต่างกัน”
(ศุภชัย จิรเกรียงสกุล, สัมภาษณ์ 30 ม.ค.57)

การเปิดใช้ช่องทางสื่อใหม่ๆ นอกจากสื่อที่ใช้อยู่ประจำ

ทั้งนี้ จากเกณฑ์การเปิดใช้ช่องทางใหม่ๆ ของผู้รับสื่อวัดท่าซุง พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้ประโยชน์สื่อช่องทางใหม่ๆ ตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป ส่วนมากเปลี่ยนจากสื่อดั้งเดิม (Conventional media) ไปสู่สื่อออนไลน์และสื่อใหม่

“ที่ใช้ประจำอยู่ก็คือ สื่อเสียง เช่น ซีดี MP3 แต่หลังจากสื่อใหม่ เว็บไซต์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊กเป็นที่นิยมในคนไทย เราก็ต้องเปลี่ยนมาใช้ช่องทางสื่อที่คนนิยมเพื่อเข้าถึงธรรมะของหลวงพ่อก่อน เพื่อช่วยกระจายธรรมะของหลวงพ่อก่อนให้เป็นที่แพร่หลายในวงกว้าง ตอนนั้นก็หันมาใช้เฟซบุ๊กทุกวัน โพสต์คำสอน โพสต์ระลึกถึงบุญที่เคยทำมา คนที่เป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กจะได้เห็นและร่วมอนุโมทนาบุญกัน”
(สทรรฐ หล้าเนตร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“เมื่อก่อนเปิดรับแต่สื่อหนังสือ หลังๆ ก็เริ่มเปลี่ยนไปใช้สื่อสมัยใหม่ที่สังคมนิยมใช้ ที่วัดปรับตัวไปใช้สื่อนั้นด้วย หากวัดปรับตัวไปใช้สื่อใหม่ คนก็ต้องปรับตัวให้สอดคล้องด้วย”
(ศุภชัย จิรเกรียงสกุล, สัมภาษณ์ 30 ม.ค.57)

การใช้ประโยชน์สื่อเพื่อน้อมนำจิตให้เข้าถึงการปฏิบัติธรรม

จากการสัมภาษณ์ผู้รับสื่อต่อประสิทธิผลด้านการใช้ประโยชน์สื่อ ผู้วิจัยพบว่า ผู้รับสื่อเชื่อว่าสื่อมีผลต่อการน้อมนำจิตให้เข้าถึงการปฏิบัติธรรมได้ดีขึ้น โดยเฉพาะการใช้สื่อหลากหลายประเภทจะเป็นตัวกระตุ้นให้เข้าถึงกิจกรรมทางศาสนาหรือรับรู้ธรรมะบ่อยครั้งกว่าการไม่ใช้สื่อ

“ขณะนี้ใช้ทุกสื่อทั้งหนังสือ เฟซบุ๊ก แอปพลิเคชันในสมาร์ทโฟน ซีดี รวมถึงสื่อบุคคลทั้งพระสงฆ์ ลูกศิษย์หลวงพ่อกับปฏิบัติได้มโนเมธิแล้ว สื่อเหล่านี้เป็นตัวกระตุ้นให้เราปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนาบ่อยครั้งขึ้น ช่วยให้เราทรงอารมณ์มั่นได้ดีกว่าเดิม เช่น เวลาเปิดเฟซบุ๊กมาเจอคำสอนหลวงพ่อก่อนใจเราก็จะคิดตาม เราก็จะทรงอารมณ์บุญได้ดี เมื่อเจอคำสอนที่ว่า “อย่าลืมความตาย” จิตเราก็จะทรงมรณานุสติ ท่องไว้ว่าไม่ลืมความตาย จิตเราก็นิ่งสงบในขณะที่เปิดรับสื่อได้”

(ศุภชัย จิรเกรียงสกุล, สัมภาษณ์ 30 ม.ค.57)

“สื่อเป็นตัวเร่งให้จิตเข้าถึงบุญเร็วขึ้น แต่ถึงไม่ใช่สื่อใดๆ ก็น้อมจิตได้ แล้วแต่การฝึกฝนจิต การนั่งสมาธิ บุญวาสนา วาระเวลา ส่วนสื่อรูปแบบไหนดีกว่ากัน อันนี้ขึ้นอยู่กับจริตของแต่ละบุคคล บางคนก็ใช้รูปหลวงพ่อก็ได้ แต่ผมจะใช้สมเด็จพระปฐมบรมครูเป็นพระพุทธรูปองค์บูชา ใช้การเพ่งรูป กำหนดจิต จณจิตจำพระได้อเอง”

(ทศพล ดุสิตพัฒนาพิณนธ์, สัมภาษณ์ 1 ก.พ.57)

“ช่วงที่รู้จักวัดท่าซุงใหม่ๆ อยากไปที่วัดท่าซุงแต่ไม่สะดวกเพราะติดภาระงาน เลยใช้วิธีโอนเงินร่วมบุญเข้าบัญชีอยู่ตลอดแล้วอนุโมทนาบุญเอา จากนั้นก็ศึกษาหลักธรรมของหลวงพ่อกับอุปัชฌาย์จากหนังสือธรรมะเล่มต่างๆ ซีดี เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก โดยเฟซบุ๊กเป็นสื่อกลางทำให้ได้รู้จักกับอาจารย์ที่สอนปฏิบัติมโนมยิทธิโดยบังเอิญ ปัจจุบันนั่งสมาธิบ่อยมาก ครั้งละอย่างน้อย 15 นาทีทุกวัน วันไหนที่ว่างก็จะเปิดซีดีฟังทำให้นั่งได้นานขึ้น ปล่อยใจนิ่งไปตามความยาวเสียงเทศในซีดี”

(สหรัฐ หล้าเนตร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ก่อนจะฝึกมโนมยิทธิ ได้อ่านบทความจากในเว็บบอร์ดพลังจิตเยอะมาก หาข้อมูลในเฟซบุ๊ก อ่าน เสรีชุกเกิลก็เจอประวัติหลวงพ่อกุญแจเยอะ เราก็อ่านเนื้อหาในนั้น จากนั้นก็ลองปฏิบัติ คำภาวณาที่เคยใช้มาก่อนอย่าง พุทโธ นะมะพะธะ ก็ทิ้งไปชั่วคราว เมื่อมีโอกาสก็ไปฝึกมโนมยิทธิที่บ้านสายลม”

(คณิต คุ่มพิทักษ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

4.2 สอนโมกขพลาราม

ประสิทธิผลด้านความพึงพอใจสื่อและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อองค์กร

จากการศึกษาประสิทธิผลด้านความพึงพอใจสื่อและการใช้ประโยชน์สื่อของสวนโมกข์ พบว่า วัดพึงพอใจภาพรวมสื่อทุกประเภทที่วัดใช้แม้ว่าวัดใช้สื่อน้อยประเภทก็ตาม เพราะไม่ต้องการให้เนื้อหาธรรมะถูกลดทอนหรือบิดเบือนไป ปัจจุบันวัดปรับมาใช้สื่อหลากหลายประเภทขึ้น เพื่อต้องการเผยแพร่หลักคำสอนให้กว้างขวาง เข้าถึงกลุ่มคนที่ใช้สื่อหลากหลาย อีกทั้งมีเสียงเรียกร้องจากลูกศิษย์ เช่น ต้องการให้วัดปรับตัวให้มีความทันสมัยตามยุคสมัย

ทั้งนี้ การที่สวนโมกข์ใช้สื่อเพิ่มขึ้น เนื่องจากสื่อบางสื่อไม่ต้องใช้ต้นทุนเพิ่มเติม เช่น เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ วัดก็ปรับตัวใช้สื่อออนไลน์ตามแต่บุคลากรของวัดไม่เพียงพอ หากต้องการมีสื่อที่ทันสมัยขึ้น สวนโมกข์มีหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญที่กรุงเทพฯ รองรับการทำงานสื่อ โดยสื่อของทางหอจดหมายเหตุฯ จะเน้นสื่อออนไลน์ เว็บไซต์และเฟซบุ๊กเพราะมีผู้เข้าชมติดตามดีมาก ขณะที่เฟซบุ๊กและเว็บไซต์ของสวนโมกข์เองไม่ได้รับความนิยมมากนัก

“ลูกศิษย์ของสวนโมกข์จะชอบอ่านหนังสือท่านพุทธทาส เวลามีคนมาถึงสวนโมกข์ ไชยา ยิ่งก็ถึงต้องมาที่ธรรมทานมูลนิธิ มาเลือกหนังสือของท่านอ่าน บ้างก็ซื้อกลับไปอ่านที่บ้าน ไปฝากญาติผู้ใหญ่ด้วย บางคนบอกว่า ไม่ชอบอ่านหนังสือท่านพุทธทาส มันอ่านยาก แต่จริงๆ แล้วหนังสือของท่านต้องใช้เวลาทำความเข้าใจ ธรรมะมันลึกซึ้ง เหมาะแก่คนที่สนใจธรรมะที่ลึกซึ้งจริงๆ ถ้ามว่าสื่อ

ไหนที่เราชอบก็ต้องหนังสือ สื่ออื่นๆก็น้อยๆ ลงไป เรามีสื่อไม่เยอะ คนใช้ก็ไม่เยอะ"

(สุกัญญาทิพ เผือกปาน, สัมภาษณ์ 13 ธ.ค.56)

ประสิทธิผลด้านความพึงพอใจสื่อและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ในส่วนประสิทธิผลด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ ผู้วิจัยกำหนดจากระดับความพึงพอใจต่อการใช้สื่อแบบหลอมรวมของวัดและการเปิดใช้สื่อประเภทอื่นที่ไม่ใช่ช่องทางเดิมที่ใช้อยู่เป็นประจำ โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลผู้รับสื่อวัด จำนวน 9 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่าผู้รับสื่อของสวนโมกขพลารามมีระดับความพึงพอใจและใช้ประโยชน์สื่อที่ต่างกัน ดังตารางต่อไปนี้

ชื่อ-สกุล	หนังสือ	ซีดี MP3	เฟซบุ๊ก	เว็บไซต์	ทีวี	ยูทูบ	กิจกรรม	สื่อบุคคล
สุธาสินี	✓							
ธาดร							✓	
วิทวัส	✓							
มะลิวัลย์							✓	
จิตติมา		✓						
สุภาพ	✓							
นิวัติ	✓							
นิตยา		✓						
พรทิพย์	✓							

ตารางที่ 5.12 ประสิทธิผลด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อสวนโมกข์

จากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสื่อแต่ละคนมีความพึงพอใจและเลือกใช้ประโยชน์สื่อมากที่สุดแตกต่างกัน โดยสื่อหนังสือเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจและใช้ประโยชน์มากที่สุด เนื่องจากเป็นสื่อหลักที่วัดใช้

ทั้งนี้ จากเกณฑ์ระดับความพึงพอใจต่อการใช้สื่อแบบหลอมรวมของวัดและการเปิดใช้สื่อประเภทอื่นที่ไม่ใช่ช่องทางเดิมที่ใช้อยู่เป็นประจำ ผู้วิจัยสามารถอธิบายลักษณะความพึงพอใจและมูลเหตุการตัดสินใจใช้ประโยชน์สื่อของผู้รับสื่อ ได้ดังนี้

ลักษณะความพึงพอใจต่อสื่อประเภทต่างๆ

4.2.1 ความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากเชื่อว่า หนังสือเป็นสื่อดั้งเดิมที่มีเนื้อหา ค้ำสอนต้นฉบับของหลวงปู่ เนื้อหาธรรมะมีความน่าเชื่อถือมากกว่าสื่ออื่นๆ ต้องการอ่านเนื้อหาแบบเต็มมากกว่าอ่านสรุปความจากสื่ออื่น ซึ่งอาจบิดเบือนใจความสำคัญของหลวงปู่ได้

“ชอบหนังสือธรรมะตรงที่มีความคงทนถาวร เก็บรักษาไว้ได้นาน สะดวกต่อการหยิบอ่าน ข้อไว้มอบเป็นของขวัญแก่ผู้อื่นก็ดูทรงคุณค่า ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือต่างจากออนไลน์ที่ข้อมูลมาไวไปไว อีกทั้งชอบอ่านหนังสือที่มีเนื้อหาเต็มๆ ไม่ชอบแบบสรุปใจความมาแล้ว ไม่ต้องการอ่านสรุปที่อาจมีใจความผิดเพี้ยนไปจากที่หลวงพ่อบอกไว้”

(สุธาสินี ใจสมิทธิ์, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“หนังสือธรรมที่ท่านเขียน ที่ท่านเทศน์ไว้มุ่งหมายจะให้ป็นหนังสือ แม้จะอ่านยาก ภาษาวิชาการ แต่ท่านก็สื่อสารตรงไปตรงมาดี ถือเป็นจุดเด่นของที่นี่ การย่อพระไตรปิฎกให้อ่านง่ายไม่ใช่ง่ายๆ ธรรมโฆณณ์ของท่านมีเอกสารอ้างอิง เปรียบเทียบได้ สามารถเทียบพระไตรปิฎกอ่านได้เลย”

(ชาตร คล้ายปักษี, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

“เป็นคนช่างสงสัยในหลักธรรมคำสอนหลายๆอย่าง เมื่อมีโอกาสมาที่สวนโมกข์กรุงเทพฯ ก็จะมาเลือกอ่านหัวข้อธรรมที่สนใจ สงสัยที่ท่านพุทธทาสเขียนไว้ หนังสือของท่านเขียนโดยมีการยกอุปมาอุปไมย เปรียบเทียบหลายๆตัวอย่างช่วยให้เข้าใจได้ง่าย ไม่มีเรื่องราวปาฏิหาริย์ให้สงสัยกลางแคลงใจ”

(วิทวัส ชัชวาลย์, สัมภาษณ์ 10 ก.พ.57)

“ลักษณะพิเศษของสื่อหนังสือคือ เวลาอ่านจะเป็นสมาธิได้เร็วกว่าสื่ออื่นๆ ฟังเสียงเทศน์จากซีดีแล้วทำอย่างอื่นไปด้วยมันไม่ได้ ไม่มีสมาธิ ไม่เข้าใจเนื้อหานั้น เปิดใจให้แค่หนังสืออย่างเดียว”

(มะลิวัลย์ วัตจินดา, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“ชอบอ่านหนังสือธรรมะเล่มเล็กๆ สามารถพกติดตัวไปไหนมาไหนได้ ถ้าไม่ได้พูดคุยกับใครก็จะอ่านหนังสือ แม้บางเล่มจะอ่านไม่รู้เรื่อง ไม่เข้าใจหลายครั้ง แต่เราก็อ่านซ้ำๆ จนเข้าใจ ยิ่งถ้าเป็นหนังสือที่ท่านเขียนด้วยลายมือองค์ท่านเอง จะทราบว่าท่านเขียนได้อย่างมีลำดับชัดเจน รู้สึกว่าเราโชคดีที่เกิดมาอยู่ใกล้สวนโมกข์ ได้รู้ประวัติ ได้เห็นการปฏิบัติตนของท่าน ตั้งแต่ท่านยังมีชีวิตอยู่ กระทั่งปัจจุบันที่ท่านไม่อยู่แล้ว”

(สุภาพ พักสุนทร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“เรื่องคำสอนในหนังสือของท่านนี้โดดเด่นมาก ท่านจะสอนเน้นให้เราอยู่กับธรรมชาติ อยู่อย่างธรรมดา ไม่ฟุ้งเฟ้อ ไม่ยึดติดสิ่งของ คน และสถานที่ ท่านสอนให้คนลงมือทำ การทำงานคือการปฏิบัติธรรม ท่านเขียนหนังสือแบบไม่กลัวคนติติง ตรงไปตรงมา ท่านกล้าที่จะพูดเรื่องการเมือง วิจารณ์สังคม วิจารณ์คนมากทำให้นักถึงสมัยก่อนที่มีคนว่าท่านเป็นคอมมิวนิสต์”

(พรทิพย์ ประดิษฐ์กร, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

4.2.2 ความพึงพอใจต่อสื่อออนไลน์

จากผลการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจสื่อออนไลน์ เนื่องจากประทับใจ คุณลักษณะของสื่อที่มีการสื่อสารโต้ตอบสองทางได้อย่างรวดเร็ว มีการอัปเดตเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง สม่่าเสมอ อีกทั้งวิถีชีวิตสมัยใหม่ที่ผูกติดกับเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต ทำให้ต้องบริโภคสื่อออนไลน์ไปโดยอัตโนมัติ

“เคยส่งคำถามที่สงสัยถามไปยังเว็บไซต์สวนโมกข์โดยตรง ถือว่าตอบเร็วมาก ส่งวันนี้ พรุ่งนี้เข้ามาตอบเลย อีกทั้งยังตอบได้ดี ยาว อธิบายได้เข้าใจ แนบลิ้งค์ให้เราไปติดตามอ่านเพิ่มเติมด้วย หากอยากทราบตารางการปฏิบัติธรรม การเตรียมตัวสำหรับการฝึกปฏิบัติ ในเว็บไซต์มีข้อมูลตรงนี้หมด ถ้าเป็นเฟซบุ๊กก็ชอบอ่านหัวข้อธรรมสั้นๆ มองว่าเป็นสื่อที่คนยุคใหม่เข้าถึงง่าย เป็นตัวล่อให้เราไปติดตามจากสื่ออื่นต่อไป มันเลยต้องสั้น โดนใจ เข้ากับสถานการณ์ เข้าถึงกลุ่มคนออนไลน์”

(วิทวัส ชีवालย์, สัมภาษณ์ 10 ก.พ.57)

“สมัยก่อนจะชอบอ่านหนังสือแต่สมัยนี้จะชอบสื่อออนไลน์ เพราะไลฟ์สไตล์เราผูกติดอยู่กับโทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊กจึงใช้บ่อยที่สุดเพราะเข้าถึงง่าย ใช้งานง่าย มีเนื้อหาหลากหลายดี จะเข้าถึงเนื้อหาหลักธรรมก็ได้ กิจกรรมงานบุญก็มี”

(พรทิพย์ ประดิษฐากร, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

“ตอนนี้ใช้เฟซบุ๊กบ่อยที่สุด มีการโพสต์ แชร์คำสอนหลวงพ่อย่างสม่่าเสมอ เพราะเฟซบุ๊กของหอจดหมายเหตุฯ เลือกธรรมะเด่นๆ ประโยคเด็ดๆ มาโพสต์เยอะ บางครั้งก็นำปฏิทินคำคมหนังสือท่านที่มีภาพประกอบมาโพสต์ เราก็เลือกมาแชร์อีกที”

(สุธาสิณี ใจสมิทธิ, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“สื่อเฟซบุ๊กเข้าถึงได้ง่ายที่สุด เนื้อหาที่แชร์ก็มักเป็นข้อความสั้นๆ เราสามารถแชร์ให้เพื่อนได้ หรือจะแปะหน้าเฟซบุ๊กตัวเองก็ได้ จะได้เอาไว้คอยเตือนตัวเองเวลาเปิดดูหน้าโพสต์ตัวเองด้วย”

(ฐิติมา วงศ์ถวัลย์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

4.2.3 ความพึงพอใจต่อสื่อบันทึกเสียง

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจสื่อบันทึกเสียง เนื่องจากมีแบบแผนการเปิดรับสื่อโดยการฟัง เป็นวัยผู้สูงอายุที่สะดวกฟังมากกว่าสะดวกอ่าน ชอบเปิดฟังเสียงให้มีธรรมะผ่านหูตลอดเวลา

“วัยนี้ชอบฟังเสียงมากกว่า อยู่กับบ้านถ้าไม่มีอะไรทำ ก็เปิดวิทยุ เปิดเทปฟัง หลักธรรมคำสอนที่ใช้ในชีวิตประจำวันก็ยึดจากการฟังเทปบรรยายธรรม ซี้ดีเพราะเป็นเสียงท่านสอนเองเลย ถูกต้องแน่นอนกว่าหนังสือ บางทีอ่านหนังสือท่าน แม้ว่าท่านเขียนเองแต่เราอาจผลอ่านผิดเพี้ยนไปจากความหมายที่แท้จริง”

(นิตยา เพชรขำริ, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

“ชอบเปิดฟังซีดีคำเทศน์และบทสวดมนต์ของท่านพุทธทาสในรถตอนเช้าๆ แม้เราจะชอบเล่นเฟซบุ๊ก แต่ในช่วงหนึ่งที่เราไม่สะดวกใช้มือถือ สื่อเสียงจะทดแทนตรงนี้ได้”

(ฐิติมา วงศ์ถวัลย์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

4.2.4 ความพึงพอใจต่อสื่อบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าพึงพอใจสื่อบุคคล ซึ่งหมายถึงองค์ท่านพุทธทาสและพระอาจารย์ในสวนโมกข์ มองว่า สื่อบุคคลมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างกำลังใจในการปฏิบัติธรรม ได้ประโยชน์มากกว่าการใช้สื่อหรือเสริมการใช้สื่อให้มีประสิทธิผลยิ่งขึ้น

“ผมเริ่มศึกษาธรรมะจากพระอาจารย์ในวัด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าน่าเคารพยกย่อง ชอบที่ได้ฟังธรรมจากตัวบุคคลที่มาสอนให้เราแบบตัวต่อตัว เมื่อเกิดความสนใจก็ค่อยหาหนังสืออ่านต่อยอด”

(ธาดร คล้ายปักซี่, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

“ประทับใจที่ท่านพุทธทาสถ่ายทอดธรรมะได้อย่างเข้าใจ แดกฉาน หลังได้อ่านสื่อธรรมะบางส่วน ขออนุญาตเปรียบเทียบว่าท่านพุทธทาสเสมือนเป็นพระพุทธเจ้าองค์ที่ 2 ที่สามารถปรับเนื้อหา หลักการ หัวใจของธรรมะกับศาสนาเข้าด้วยกัน โดยมีหลักฐานอ้างอิงที่ชัดเจนเหมือนหลักฐานที่พระพุทธเจ้าปฏิบัติแล้วสามารถหยิบเอามาได้เหมือนท่านรู้ว่าพระพุทธเจ้าตรัสรู้ได้อย่างไร”

(นิวัติ สิทธิพร, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

“ท่านพุทธทาส พระอาจารย์ มีส่วนสำคัญในการสร้างเสริมกำลังใจ สร้างบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การปฏิบัติแล้วเราจะน้อมนำทำตามได้ดี สื่อบุคคลถือเป็นตัวแบบ เราจะได้เห็นสีหน้า ท่าทาง จริยวัตร สงสัยอะไรก็สามารถซักถามได้เลย บางทีเรามานั่งปฏิบัติถ้าได้พระอาจารย์ดีๆ มาให้คำแนะนำ มาช่วยสอบอารมณ์ จะรู้สึกมั่นใจในการปฏิบัติมากขึ้น”

(สุธาสินี ใจสมิทธิ, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“ขณะที่เราไปปฏิบัติที่วัด คำแนะนำจากพระอาจารย์จะมีผลต่อการปฏิบัติมากที่สุด หากเรารู้ว่าตัวเองมักจะติดขัดตรงไหน พระอาจารย์จะช่วยแก้ไขตรงนี้ได้โดยตรงจุด พระท่านจะสอนแก้ไขทีละขั้นแต่ต้องรู้สภาวะธรรมของตัวเองมาก่อน สื่ออื่นอย่างหนังสือตอบตรงนี้ให้ไม่ได้”

(วิทวัส ชัชวาลย์, สัมภาษณ์ 10 ก.พ.57)

“สมัยที่เข้ามาขอสัมภาษณ์ท่านพุทธทาสทำวิทยานิพนธ์ปริญญาโท ได้เข้าไปพบท่านที่กุฏิ ท่านเป็นพระที่เรียบง่ายมาก ท่านก็เอ่ยถามวัตถุประสงค์ว่าต้องการสัมภาษณ์อะไร จากนั้นท่านก็ให้สัมภาษณ์คุยกันอย่างเป็นกันเอง ท่านมีจริยวัตรที่งดงาม อยู่แบบธรรมชาติ น่าเคารพนับถือสมกับที่องค์การยูเนสโกได้ประกาศให้ท่านเป็นบุคคลสำคัญของโลก เพราะเวลาเข้ามาในวัด บรรยากาศในวัดเป็นตัวบอกว่า สิ่งที่ท่านทิ้งไว้เป็นมรดกธรรมมันมีคุณค่ามาก ท่านมีวิสัยทัศน์ยาวไกล โดยเฉพาะคำ

สอนของท่านยังสามารถประยุกต์ใช้ได้กับเหตุการณ์ปัจจุบัน เหมือนเป็นธรรมที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา”
(สุภาพ พักสุนทร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

ทั้งนี้ เมื่อผู้วิจัยสอบถามถึงรูปแบบ (Format) ของสื่อที่ผู้รับสื่อพึงพอใจมากที่สุด พบว่าผู้รับสื่อของสวนโมกขพลาราม มีความพึงพอใจทั้งในรูปแบบตัวอักษร (text) ภาพ (visual) และเสียง (audio) ที่แตกต่างกัน โดยจะพึงพอใจรูปแบบที่เป็นตัวอักษรมากที่สุด

- พึงพอใจสื่อที่เป็นรูปแบบตัวอักษร

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจสื่อที่เป็นรูปแบบตัวอักษร เนื่องจากท่านพุทธทาสเขียนอ้างอิงจากพระไตรปิฎก และมีรายละเอียดมากกว่าสื่ออื่นๆ

“หนังสือธรรมโฆษณ์ที่เขียนจากพระไตรปิฎก ใช้อ้างอิงเปรียบเทียบได้ มีต้นตอที่มาที่ตรวจสอบได้”

(ชาตร คล้ายปักซี่, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

“สนใจตัวอักษรมากกว่าเสียงและภาพ ถ้าได้อ่านภาพที่มีตัวอักษรก็จะอ่านตัวอักษร เพราะตัวอักษรมีรายละเอียดที่เราสนใจ สามารถอ่านซ้ำไปมาได้ เวลาอ่านบางทีก็ชอบสรุปใจความสำคัญด้วยลายมือไว้ข้างๆ แล้วย้อนมาอ่านใหม่ก็จะเข้าใจมากขึ้น”

(ฐิติมา วงศ์ถวัลย์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ตัวหนังสือมีมนต์เสน่ห์ ยิ่งถ้าเป็นหนังสือที่มีลายมือท่านจะซื้อหาเก็บไว้ เราอ่านแล้วเรารู้สึกได้ว่าท่านตั้งใจทำ นำเสนอโดยเก็บประเด็นได้ดี วันนี้อ่านถึงหน้านี้อีกวันมาอ่านต่อได้ บางทีเราอ่านแล้วไม่เข้าใจ ไม่แตกฉาน มันต้องใช้เวลา”

(สุธาสิณี ใจสมิทธิ, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“ชอบคำสอนแบบสั้นๆ ที่แปะตามต้นไม้ เพราะอ่านแล้วเข้าใจได้ทันที”

(นิตยา เพชรขำริ, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

- พึงพอใจสื่อที่เป็นรูปแบบภาพ (Visual)

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจสื่อที่เป็นภาพ เนื่องจากภาพจะชี้แนะให้จินตนาการตาม ต้องใช้ความคิดอย่างลึกซึ้งในการตีความหมายของภาพออกมา

“ชอบสื่อที่เป็นรูปภาพแล้วมีธรรมะสั้นๆ บรรยายใต้ภาพ แต่ภาพนั้นจะต้องดึงดูดใจก่อน เพราะเราจะได้ใคร่ครวญว่า ภาพต้องการสื่ออะไรคำอธิบายใต้ภาพตรงกับสื่อเราตีความหรือไม่”

(นิวัติ สิทธิพร, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

“ขบสื่อภาพในโรงมหรสพทางวิทยุญาณ เพียงแต่ไม่ค่อยเข้าใจ ดีความได้ไม่ละเอียดลึกซึ้ง ต้องมีพระอาจารย์มาเล่าอธิบายจึงจะเข้าใจโดยกระจ่าง”

(มะลิวัลย์ วัดจินดา, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

- ฟังพอใจสื่อที่เป็นรูปแบบเสียง (Audio)

กลุ่มตัวอย่างที่ชื่นชอบฟังพอใจสื่อประเภทเสียง เนื่องจากเห็นว่า เสียงของท่านพุทธทาสจะเป็นข้อมูลปฐมภูมิ มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด อีกทั้งเสียงหลวงพ่อก็จะเป็นเครื่องนำจิตในการปฏิบัติได้เป็นอย่างดี

“เสียงสำคัญที่สุด เพราะมาจากปากท่านเอง ถ้าได้ฟังเสียงจากท่านจะมีความศรัทธามาก ธรรมะจะมีความถูกต้องแน่นอน เคยลองฟังซีดีที่ไม่ใช่เสียงหลวงพ่อก็แล้วไม่อิน เสียงหลวงพ่อก็เป็นตัวนำจิตที่ดีที่สุด เหมือนไปเรียนหนังสือที่มหาวิทยาลัย ไม่มีเสียงอาจารย์พูดก็ไม่ได้”

(สุธาสิณี ใจสมิทธิ, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“วัยนี้ชอบฟังเสียงมากกว่า อยู่กับบ้านถ้าไม่มีอะไรทำ ก็เปิดวิทยุ เปิดเทปฟัง นอกจากนี้ น้ำเสียงของท่านพุทธทาสฟังดูมีเมตตา ฟังแล้วใจเราสบาย สอนอะไรเราก็เข้าใจง่าย”

(นิตยา เพชรขำริ, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

ขณะเดียวกัน ผู้วิจัยได้สอบถามถึงความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหาสื่อและรูปแบบสื่อ พบว่าผู้รับสื่อมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาสื่อมากกว่ารูปแบบสื่ออย่างเด่นชัด

- ฟังพอใจเนื้อหาสื่อมากกว่ารูปแบบสื่อ

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า ฟังพอใจเนื้อหาสื่อมากกว่ารูปแบบสื่อ ให้เหตุผลว่า จุดประสงค์ของการเปิดรับสื่อก็เพื่อต้องการเนื้อหาธรรมะ รูปแบบหน้าปกเป็นองค์ประกอบรอง ผู้รับสื่อต้องไม่ไปให้ความสำคัญกับรูปแบบจนเกินไป ให้ยึดที่ตัวเนื้อหาเป็นหลัก

“เนื้อหาจากหนังสือสำคัญที่สุด เฟซบุ๊ก สื่อออนไลน์ที่มีมากมายนั้นไม่ได้ช่วยเพิ่มในแง่หลักธรรมคำสอนเท่าไร อีกอย่างตัวเราสำคัญที่สุด ไม่ต้องไปสนใจกับตัวสื่อ รูปแบบมากๆ แค่อุ้ตัวเองให้หมดก็นานมากแล้ว”

(วิทวัส ชัชวาลย์, สัมภาษณ์ 10 ก.พ.57)

“ถ้าได้อ่านภาพที่มีตัวอักษรก็จะเลือกอ่านตัวอักษร เพราะเราสนใจรายละเอียดในตัวอักษรนั้น ไม่ใช่ตัวภาพ ตัวสื่อ รูปแบบบางอย่างก็ปรุงแต่งเยอะไปแต่ยอมรับว่าช่วยให้ที่น่าสนใจขึ้นได้”

(ฐิติมา วงศ์ถวัลย์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“วัดท่านเป็นวัดที่ไม่เน้นรูปแบบอยู่แล้ว อย่างคำสอนของท่านจะเน้นมากกว่าต้องตรงตามพระไตรปิฎกแต่ก็ไม่ได้ปิดกั้นที่จะศึกษาศาสนาเดียว ท่านจะเน้นแก่นที่เป็นการศึกษาปฏิบัติ ไม่เอาเปลือกของศาสนามาสอน ท่านบอกว่าไม่ต้องมีพิธีกรรมอะไร อยู่ที่ตัวเราต้องศึกษาเอง รู้เอง”

(นิวัติ สิทธิพร, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

“คนมีอายุจะเลือกฟังธรรมะโดยดูที่ตัวเนื้อหา ส่วนตัวชอบการฟัง การฟังนี้หมายความว่าเราต้องการธรรมะเนื้อหา ไม่ต้องเอารูปแบบ องค์ประกอบอื่นมาใส่มาก แค่อ่อนเสียงท่านสอนธรรมะ เราได้ฟังก็หยุดไม่ได้ต้องฟังให้จบ บางทีก็เกิดสมาธิโดยไม่ต้องนั่งปฏิบัติด้วยซ้ำ”

(นิตยา เพชรชารี, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

- ฟังพอใจรูปแบบสื่อมากกว่าเนื้อหาสื่อ

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า ชอบรูปแบบสื่อมากกว่าเนื้อหา จะมองไปที่ความน่าสนใจของสื่อก่อน ถ้ารูปแบบไม่สวย ไม่น่าสนใจ คนที่ติดรูปแบบจะหยิบมาอ่านได้ยาก

“ส่วนตัวชอบสื่อที่ทำออกมาแล้วน่าอ่าน น่าสนใจ อย่างปฏิทินคำกลอน ชื่นชมคนทำที่ตั้งใจคิด แต่ละปีจะเลือกภาพสวยๆ แล้วเพิ่มข้อธรรมคำสอนสลับเปลี่ยนทุกปี เป็นสื่อที่น่าเก็บสะสม มีคุณค่ามากกว่าปฏิทินธรรมดา เพราะมีรูปท่านพุทธทาสและคำกลอนสอนธรรมอยู่ด้วย”

(สุภาพ พักสุนทร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

การเปิดใช้ช่องทางสื่อใหม่ๆ นอกจากสื่อที่ใช้ประจำ

จากเกณฑ์การเปิดใช้ช่องทางใหม่ๆ นอกจากสื่อที่ใช้ประจำ พบว่า ผู้รับสื่อมวลชนมีกรมการเปลี่ยนแปลงไปเปิดรับช่องทางใหม่ตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป คือ เปลี่ยนจากสื่อสิ่งพิมพ์ขยายไปสู่สื่อออนไลน์และสื่อใหม่ด้วย

“แต่ก่อนเคยใช้สื่อเดิมที่เคยใช้อย่างฟังวิทยุ อ่านหนังสือที่ท่านพุทธทาสเขียน ต่อมาได้มีสื่อใหม่ๆ เกิดขึ้นในลักษณะที่เป็นการนำพระธรรมคำสอนใส่ลงไปในระบบอินเทอร์เน็ต สามารถสืบค้นหาอ่านกันได้ง่ายขึ้น ถือเป็นการเปิดรับช่องทางตามยุคสมัย”

(นิวัติ สิทธิพร, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

“แต่ก่อนอ่านแต่หนังสือธรรมของท่านพุทธทาส หลังมีสื่อออนไลน์เข้ามา ก็เปลี่ยนมาใช้สื่อออนไลน์ดูบ้าง ทั้งเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูปก็เคยลองเข้า พบว่าธรรมะของท่านอยู่ทุกที่ ทุกสื่อ ไม่ว่าจะโลกนี้จะมีก็สื่อ ธรรมะของท่านก็กระจายอยู่ทั่วไปหมด”

(วิวัฒน์ ชัชวาลย์, สัมภาษณ์ 10 ก.พ.57)

การใช้ประโยชน์สื่อเพื่อน้อมนำจิตให้เข้าถึงการปฏิบัติธรรม

จากการสัมภาษณ์ผู้รับสื่อต่อประสิทธิผลด้านการใช้ประโยชน์สื่อ ผู้วิจัยพบว่า ผู้วิจัยพบว่า ผู้รับสื่อแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มหนึ่งเห็นว่า สื่อมีผลต่อการน้อมนำจิตให้เข้าถึงการปฏิบัติธรรมได้

“เวลาได้ฟังคำสอนจากท่านในซีดีแล้วจะรู้สึกศรัทธาในการปฏิบัติมากขึ้น เหมือนท่านพูดกับเรา พูดให้เราฟัง ดีกว่าคนธรรมดาทั่วไปมาบอกเรา”

(นิวัติ สิทธิพร, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

“ขณะดูทีวี ตาเห็นภาพท่านสอนและอ่านตัวหนังสือไปด้วย หูได้ยินเสียงท่าน หรือถ้าเดินทางไกลก็เปิดเทป ซีดีในรถฟังไปก็ทำให้ใจเราสงบได้เบื้องต้น บางทีเวลาหาคำตอบให้ตัวเองไม่ได้ เมื่อมาฟังคำสอนหลวงพ่อก็พบว่าท่านเคยยกตัวอย่างเหตุการณ์ทุกข์เหล่านี้ไว้แล้ว เช่น ทุกข์เรื่องลูกเสีย ทุกข์เรื่องความกตัญญู แปลกที่บางทีเรามีปัญหาที่จะเปิดมาเจอทางออกโดยที่เราไม่ต้องไปค้นหามัน”

(นิตยา เพชรขำริ, สัมภาษณ์ 22 ก.พ.57)

“เวลาจะนั่งสมาธิถ้าได้ฟังเสียงท่านพูดทาสไปด้วย ทำตามไปด้วยจะค่อยๆ สร้างธรรมะในใจเล็กๆ บางครั้งในช่วงที่ไม่ได้ปฏิบัติธรรม แค่เดินเล่นในสวนโมกข์ ได้ยินเสียงตามสายก็รู้สึกใจสงบสบายใจดี แต่ถ้าอ่านธรรมะคำสอนท่าน หนังสือก็เส่ง่ายดี ไม่ทรมานสายตาเท่าพวกสื่อใหม่”

(พรทิพย์ ประดิษฐ์กร, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

“จริงๆ เวลานั่งสมาธิแต่ละครั้งเป็นเพราะตัวเองรู้สึกเบื่อโลก เบื่อความวุ่นวายรอบตัว แต่ที่จะหันมาใช้หนังสือ ก็เพื่อให้เราติดตามคำสอนที่ท่านบันทึกไว้ ยิ่งถ้าเรามีความทุกข์อยากปฏิบัติธรรมอยู่แล้ว การรับสื่อจะทำให้เราอยากปฏิบัติเพิ่มขึ้น”

(มะลิวัลย์ วัตจินดา, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

ขณะเดียวกัน ผู้รับสื่ออีกกลุ่มก็เห็นว่า การปฏิบัติธรรมไม่เกี่ยวกับตัวสื่อ แต่เกี่ยวกับความตั้งใจปฏิบัติของผู้ปฏิบัติเอง

“การปฏิบัติธรรมไม่เกี่ยวกับตัวสื่อ เกี่ยวกับตัวของผู้ปฏิบัติเอง แต่การใช้สื่อบางครั้งก็ทำให้เราได้เห็นตัวตนที่แท้จริงของตัวเอง เช่น การเข้าร่วมอบรมอานาปานสติ จะเป็นการเรียนรู้ภายในตนเองว่าต้องอดทน ต้องข่มกิเลสไว้ ถ้ามาจัดกิจกรรมต้องสละแรงช่วยเหลืองานมากกว่าแค่มาร่วม”

(ธาดร คล้ายปักซี่, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

“เวลาจะนั่งปฏิบัติธรรมมันขึ้นอยู่กับอารมณ์ ความอยากในขณะนั้น ไม่ค่อยเกี่ยวกับตัวสื่อตัวเราเองสำคัญที่สุด สื่อจะมีมากแค่ไหน ถ้าเราไม่อยากรู้ ไม่อยากปฏิบัติก็ไปไม่รอด”

(วิทวัส ชัชวาลย์, สัมภาษณ์ 10 ก.พ.57)

4.3 วัดป่าบ้านตาด

ประสิทธิผลด้านความพึงพอใจสื่อและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อองค์กร

จากผลการเก็บข้อมูลประสิทธิผลด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อวัดป่าบ้านตาด สื่อที่วัดป่าบ้านตาดพึงพอใจมากที่สุดและได้ผลดีที่สุด นอกจากสื่อบุคคลที่มีองค์หลวงพ่อเป็นศูนย์รวมศรัทธาสาธุศิษย์ทั่วโลกแล้ว สื่อวิทยุเสียงธรรม โทรทัศน์ดาวเทียม เป็นสื่อที่วัดตลอดจนคณะกรรมการมูลนิธิเสียงธรรมฯ พึงพอใจมากที่สุด

ส่วนสื่อที่มีผู้ใช้ประโยชน์มากที่สุดก็ขึ้นอยู่กับประเภทเนื้อหาและปัจจัยส่วนบุคคล แต่วิทยุจะกว้างและได้ประสิทธิผลมากสำหรับผู้รับสื่อของวัดที่ส่วนใหญ่ชอบฟังสื่อเสียง

"ทางวัดก็ไม่เคยมีข้อมูลเลยว่า สื่อไหนมีคนใช้เท่าไร ดูเท่าไร จำนวนเท่าไร อย่างซีดีเสียงเทคน์ของหลวงพ่อ เราจะไม่มีข้อมูลเลยว่า เดือนนี้มีคนขอแผ่นซีดีกี่คน หรือโทรทัศน์ วิทยุ เราก็ไม่ได้คิดเรื่องเรตติ้ง ไม่ว่าจะ มี 1 คนดู 100 คน หรือ 10,000 คน ขอให้ มีสัก 1 คนที่เขาได้รับสื่อของวัดแล้วชีวิตเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น เท่านั้นวัดก็พอใจที่สุดแล้ว"

(พงศธร ศิริรัตน์, สัมภาษณ์ 15 พ.ย.56)

ประสิทธิผลด้านความพึงพอใจสื่อและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อวัดป่าบ้านตาด 7 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้รับสื่อพึงพอใจและใช้ประโยชน์สื่อต่างกัน ดังตารางนี้

ชื่อ-สกุล	หนังสือ	ซีดี MP3	เฟสบุ๊ก	เว็บไซต์	TV	วิทยุ	ยูทูบ	กิจกรรม	สื่อบุคคล
กิ่งกาญจน์			✓						
บัวอุบล						✓			
จงใจ						✓			
ธนกร	✓								
อภิภัทร์	✓								
วโรตม์						✓			
กิตติศักดิ์			✓						

ตารางที่ 5.13 ประเมินผลด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อวัดป่าบ้านตาด

จากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสื่อแต่ละคนมีความพึงพอใจและเลือกใช้ประโยชน์สื่อมากที่สุดแตกต่างกัน โดยสื่อวิทยุเสียงธรรมฯ เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจและใช้ประโยชน์มากที่สุด

ทั้งนี้ จากเกณฑ์ระดับความพึงพอใจต่อการใช้สื่อแบบหลอมรวมของวัดและการเปิดใช้สื่อประเภทอื่นที่ไม่ใช่ช่องทางเดิมที่ใช้เป็นประจำ ผู้วิจัยสามารถอธิบายลักษณะความพึงพอใจและมูลเหตุการตัดสินใจใช้ประโยชน์สื่อของผู้รับสื่อ ได้ดังนี้

ลักษณะความพึงพอใจต่อสื่อประเภทต่างๆ

4.3.1 ความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากเห็นว่า เนื้อหาในหนังสือเป็นเหมือนแนวทางการปฏิบัติธรรมที่หลวงตาท่านเขียนเป็นมรดกธรรมแนะนำไว้ให้ เป็นสื่อที่ถ่ายทอดมาจากองค์หลวงตาโดยตรง มีความน่าเชื่อถือมากกว่าสื่ออื่นๆ

“ชอบหนังสือขององค์หลวงตาเรื่องประวัติการภาวนาขององค์หลวงตา หนังสือเล่มเล็กๆ ตีโร กุฑกัทธกสูตร ที่พูดถึงการอุทิศแผ่ส่วนกุศลให้แก่ผู้ล่วงลับและการกรวดน้ำโดยไม่ใช้น้ำ เป็นเหมือนบันทึกการปฏิบัติธรรมของท่านที่เป็นแนวทางให้เราประพฤติปฏิบัติตาม เราได้รู้ว่าหลวงตาใช้เส้นทางนี้ ส่วนของหลวงพ่อก็คืออื่นๆก็เป็นอีกเส้นทางหนึ่ง เพียงแต่ว่าเราจะเรียนรู้เส้นทางไหน”

(ธนกร ผดุงศักดิ์วงศ์, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“หนังสือเป็นสื่อรูปธรรมที่สามารถหยิบจับได้ เก็บไว้เป็นที่ระลึกได้ทั้งตอนที่ท่านยังอยู่และละจากโลกนี้ไปแล้ว ผมได้อ่านหนังสือของหลวงตาหลายเล่ม อาทิ หนังสือหยดน้ำบนใบบัว ปฏิปทาของพระธุดงค์กรรมฐานสายหลวงปู่มั่น โดยหนังสือหลวงตาจะเรียบเรียงใช้ภาษาเข้าใจง่าย”

(อภิสิทธิ์ ปาसानะเก, สัมภาษณ์ 29 ม.ค.57)

“หนังสือเล่มที่หลวงตาเขียนขึ้นเอง เป็นสื่อมรดกธรรมที่ทรงคุณค่ามาก แม้ความรวดเร็วของข้อมูลจะไม่มากเท่าเว็บไซต์ แต่จะยังคงอยู่ ไม่สูญหายไปไหน”

(กิงกาญจน์ ยกย่อง, สัมภาษณ์ 7 ก.พ.57)

4.3.2 ความพึงพอใจต่อสื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจสื่อออนไลน์ (เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก) เป็นกลุ่มที่ใช้สมาร์ตโฟน อุปกรณ์พกพาที่สะดวกในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ทุกเวลา

“เฟซบุ๊กเป็นช่องทางสื่อธรรมะที่หลากหลาย มีทั้งขององค์หลวงตามหาบัวและพ่อแม่ครูบาอาจารย์สายพระป่ากรรมฐานรูปอื่นๆ เราเปิดดูได้ตลอดเวลาที่ใช้สมาร์ตโฟนหรือเปิดผ่านคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก เปิดดูไปในขณะทำงานด้วยก็ได้ ใช้งานสะดวก มีข้อมูลที่น่าสนใจให้เลือกอ่านมากมาย”

(กิงกาญจน์ ยกย่อง, สัมภาษณ์ 7 ก.พ.57)

4.3.3 ความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรม

กลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรม พบว่า เป็นกลุ่มนิสิต นักศึกษา ผู้สนใจทั่วไปที่ ชอบเข้าร่วมกิจกรรมงานบุญของวัด หรือกิจกรรมธรรมสัจจวัตรที่ชมรมของมหาวิทยาลัยต่างๆ เป็นผู้จัด

“กิจกรรมธรรมสังฆจรเป็นกิจกรรมที่มีนิสิตนักศึกษา ผู้สนใจทั่วไปเข้าร่วมอย่างต่อเนื่องตลอดปี เพราะคนชอบไปทำบุญกับพระอาจารย์สายกรรมฐานที่ยังมีชีวิตอยู่ บางครั้งกลุ่มๆ ก็บอกบุญร่วมสร้างพุทธมหาเจดีย์หลวงตามหาบัว ณ วัดป่าภูผาแดง หลวงปู่ลี กุศลธโร ให้คนที่ไม่สะดวกเดินทางไปทำบุญได้ร่วมบุญโดยโอนเงินผ่านบัญชี โดยแอดมินเพจจะมีการอัปเดตยอดเงินร่วมบุญอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ร่วมบุญได้สบายใจว่าเงินบุญได้ไปถึงวัดทุกบาททุกสตางค์”

(กิงกาญจน์ ยก่อง, สัมภาษณ์ 7 ก.พ.57)

“ผมเป็นผู้ก่อตั้งกลุ่มพุทธธรรมกรรมฐานมหาวิทยาลัยรามคำแหง สายท่านพระอาจารย์มั่น ภูริทัตโต เวลาที่มีกิจกรรมตักบาตรพระกรรมฐานครั้งใหญ่ มีงานบวชพระป่ากรรมฐาน ก็จะนำกิจกรรมมาประชาสัมพันธ์ทางเฟซบุ๊กและเว็บไซต์กรรมฐานคลับ ทั้งยังจัดกิจกรรมธรรมะสังฆจรไปยังวัดป่าบ้านตาดและไปยังวัดป่าพระกรรมฐานวัดอื่นๆ ทั่วประเทศ ดังนั้น จึงให้ความสำคัญกับกิจกรรมมาก เพราะได้ไปเยี่ยมชมและปฏิบัติถึงถิ่นพ่อแม่ครูอาจารย์ผู้ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบ”

(อภิรักษ์ ปาसानะเก, สัมภาษณ์ 29 ม.ค.57)

4.3.4 ความพึงพอใจต่อสื่อวิทยุ

กลุ่มตัวอย่างที่ชอบฟังรายการในสถานีวิทยุเสียงธรรมฯ วัดป่าบ้านตาด จะเป็นคนที่ชอบการฟังมากกว่าการอ่าน การดู การฟังเสียงหลวงตาจะให้ความรู้สึกได้ใกล้ชิดหลวงตามากขึ้น รู้สึกว่าหลวงตากำลังครองอยู่ใกล้ๆ ตลอดเวลา ซึ่งเป็นสื่อที่เพิ่มกำลังใจในการปฏิบัติธรรมได้ดี

“ชอบฟังวิทยุมานานแล้ว การฟังจะช่วยให้เรามีสมาธิดีมาก การเปิดวิทยุให้เสียงได้เข้าหูเราตลอดเวลาที่มีผลมาก ที่บ้านจะไม่เปิดเพลงอย่างอื่นเลยนอกจากเสียงธรรมของหลวงตา ขณะล้างชามอยู่ก็ฟัง บิบนวดลูกค้ายูก็ฟังตลอด การได้ฟังเสียงหลวงตาให้ความรู้สึกเหมือนหลวงตายังอยู่ด้วย เรายังต้องฟังท่านอยู่ เลยต้องฟังเสียงท่านตลอด”

(บัวอุบล วดี, สัมภาษณ์ 16 ก.พ.57)

“การฟังเทศน์ของหลวงตามานสื่อวิทยุต้องหลับตา มีสมาธิและตั้งใจฟัง จะเป็นประโยชน์มาก หากประกอบกับหนังสือธรรมะก็จะช่วยทบทวนอีกครั้ง ย้ำความเข้าใจได้ดี แต่เพียงฟังเสียงและนี่ถึงหลักธรรมคำสอนก็เพียงพอ สื่อวิทยุคงเป็นสื่อที่ชอบไม่ว่าจะเป็นสมัยไหน เพราะเสียงคือคำที่ช่วยสร้างจิตได้เป็นอย่างดี”

(ธนกร ผดุงศักดิ์วงศ์, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

4.3.5 ความพึงพอใจต่อสื่อบันทึกเสียง

กลุ่มตัวอย่างที่พึงพอใจสื่อบันทึกเสียงประเภทเทป ซีดีคำสอน เป็นกลุ่มที่ชอบการฟังเช่นกัน โดยไม่ต้องกังวลเรื่องคุณภาพสัญญาณเหมือนสื่อวิทยุ สามารถเลือกเรื่องที่สนใจฟังได้ ไม่เหมือนวิทยุที่ต้องเปิดรับตามแผนผังรายการ

“ที่บ้านเปิดฟังซีดี MP3 ตลอดเวลา ชอบสื่อประเภทนี้ตรงที่ไม่ต้องกลัวว่าจะไม่มีสัญญาณวิทยุหรือเปล่า เรามีแผ่นอยู่แล้วก็เปิดได้เลย อีกทั้งสามารถเลือกฟังเรื่องที่เราสงเกตใจเฉพาะได้ ต่างจากวิทยุที่เราต้องรับฟังตามผังรายการที่เขาจัดไว้ให้”

(จงใจ วิเศษมงคลชัย, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ชอบฟังซีดีคำเทศน์ชุดหลักของใจ สมัยก่อนถ้าไปงานบุญของวัดป่าบ้านตาด จะมีซีดีคำเทศน์เรื่องต่างๆ ในปีต่างๆ แจกเป็นที่ระลึกให้แก่ผู้ร่วมงานฟรี เดียวนี้หากต้องการฟังเทศน์เรื่องไหนแล้วหาไฟล์ในเว็บไซต์ไม่เจอ ก็สามารถโทรไปขอทางสถานีวิทยุเสียงธรรมฯ ได้”

(วโรตม์ นนตรี, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

4.3.6 ความพึงพอใจต่อสื่อบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่ประทับใจสื่อบุคคล เป็นกลุ่มที่มีความศรัทธาในองค์หลวงตามหาบัวอย่างมาก มีโอกาสได้ทำบุญ สดับฟังพระธรรมเทศนาสมัยท่านยังมีชีวิตอยู่ แม้ว่าจะเป็นกลุ่มลูกศิษย์รุ่นหลังก็มีความศรัทธาในองค์ท่าน เพราะได้ติดตามอ่านปฏิปทาจากสื่อต่างๆ จากคำบอกเล่าของคนใกล้ชิด ก็บังเกิดความศรัทธาในองค์ท่านได้เช่นกัน

“สมัยก่อนที่ไปสวนแสงธรรม จะเห็นรถมาจอดรายเรียงกันแน่น ทำให้เชื่อว่าความเลื่อมใสศรัทธาของคนต่อองค์หลวงตานั้นมีอยู่จริงและไม่เสื่อมคลาย องค์หลวงตาบว้ยังดำรงความสมณะ ไม่ถือเอาสิ่งอำนวยความสะดวกใดๆ มีจิตใจแบ่งปัน เงินที่ได้มากมายจากปัจจัยของเหล่าลูกศิษย์ก็ส่งต่อบุญเป็นผลลัพธ์ยิ่งใหญ่มากมาย ทั้งทองแท่งช่วยชาติ โรงเรียน โรงพยาบาล และอื่นๆ อีกมากมายที่เป็นสาธารณประโยชน์ทั้งต่อครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติ ทุกวันนี้สิ่งต่างๆ ที่หลวงตาได้บำเพ็ญเพียรตลอดมาเป็นแบบอย่างที่ดี แม้ท่านจะละสังขารไปแล้ว แต่หลักธรรม คำสอน และสิ่งที่หลวงตาได้สร้างไว้เป็นสิ่งที่จะคงอยู่และเป็นที่น่าชื่นชมและพึงน้อมปฏิบัติตามอย่างยิ่ง”

(ธนกร ผดุงศักดิ์วงศ์, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“ศรัทธาแนวทางการปฏิบัติสายวัดป่าในด้านความเรียบง่าย มกน้อย สันโดษ การประพฤติปฏิบัติธรรมเอาจริงเอาจัง รวมทั้งเลื่อมใสอย่างยิ่งองค์หลวงตาที่ท่านเป็นผู้ปฏิบัติดี ปฏิบัติชอบจนท่านได้รับธรรมะชั้นสูงและเผยแผ่แก่อื่นให้เป็นแนวทางปฏิบัติ เป็นที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจได้”

(อภิสิทธิ์ ปาसानะเก, สัมภาษณ์ 29 ม.ค.57)

“ศรัทธาปฏิปทาของสายหลวงปู่มั่น ฐิริทัตโตเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว หลวงตาจะเคร่งสอนให้เรา มกน้อย พอใจในสิ่งที่ตัวเองมี มีความพอเพียง สันโดษ เคร่งครัดในหลักธรรมของพระพุทธเจ้าที่สืบทอดกันมา ปฏิบัติแล้วก็รู้สึกว่าได้ผลจึงศรัทธาในองค์หลวงตาไม่เสื่อมคลาย”

(วโรตม์ นนตรี, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

เมื่อผู้วิจัยสอบถามถึงรูปแบบ (Format) ของสื่อที่ผู้รับสื่อฟังพอใจมากที่สุด พบว่าผู้รับสื่อมีความพึงพอใจทั้งในรูปแบบตัวอักษร (text) ภาพ (visual) และเสียง (audio) โดยจะฟังพอใจรูปแบบเสียงมากที่สุด กล่าวคือ

- ฟังพอใจสื่อที่เป็นรูปแบบตัวอักษร

กลุ่มตัวอย่างที่ฟังพอใจรูปแบบตัวอักษร เห็นว่า สื่อที่เป็นตัวอักษรจะดึงใจความเด่นๆ ออกมาเป็น Quote ไว้ให้เรียบร้อยแล้ว ฟังเสียงมันไม่มีการดึงเรื่องเด่นๆ จากสิ่งที่ฟังให้จับใจความได้

“เวลาฟังวิทยุ เสียงมันไม่มีการเน้นข้อความเด่นๆ แต่ถ้าเป็นหนังสือ จะมีการ Quote ข้อความเด่นๆ ไว้ให้เรียบร้อย ซึ่งคนทำเขาคงเลือกมาแล้วว่าคำไหนที่จะโดนใจคนอ่าน”

(วโรตม์ นนตรี, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

- ฟังพอใจสื่อที่เป็นรูปแบบภาพ

กลุ่มตัวอย่างที่ฟังพอใจภาพ กล่าวว่า ภาพจะชวนให้ผู้ปฏิบัติสามารถจินตนาการตามโดยไม่ต้องทักทักไปเอง จิตเกิดเป็นสมาธิได้ง่าย

“ภาพทำให้เรามองเห็นปฏิปทาขององค์หลวงตาได้ชัดเจน บางครั้งตัวภาพเองก็อธิบายธรรมะ โดยที่เราไม่ต้องคิดหรือจินตนาการไปเอง”

(กิตติศักดิ์ หนูชัยแก้ว, สัมภาษณ์ 15 เม.ย.57)

“ภาพจะนำจิตใจและโน้มน้าวใจได้ดีกว่า หากมีเสียงประกอบด้วย เมื่อได้ชมได้ฟังแล้วจิตจะเป็นสมาธิได้เร็วขึ้น”

(อภิรักษ์ ปาสาณะเก, สัมภาษณ์ 29 ม.ค.57)

- ฟังพอใจสื่อที่เป็นรูปแบบเสียง

กลุ่มตัวอย่างที่ฟังพอใจสื่อในรูปแบบเสียง เป็นกลุ่มที่เห็นว่า เสียงของหลวงตามีผลต่อการน้อมนำจิตใจให้มีกำลังใจในการปฏิบัติภาวนาได้ง่าย เสียงหลวงตาเป็นเสมือนตัวแทนของหลวงตาที่ยังคอยเตือนเราให้อยู่ในศีลในธรรมอยู่ตลอดเวลา

“เวลาไปฟังท่านเทศน์ที่วัดป่าบ้านตาดและที่อื่นๆ ไม่ว่าจะเสียงสดหรือเสียงบันทึกของหลวงตา จะชอบฟังทั้งหมด ฟังย้อนที่หลังก็ได้ เสียงจะทำให้เรารู้สึกว่าหลวงตายังคุ้มครองอยู่ตลอดเวลา”

(จงใจ วิเศษมงคลชัย, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ในขณะที่ทำงานอย่างอื่นอยู่ จะชอบฟังเสียงเทศน์หลวงตาหรือเพลงประวัติพ่อแม่ครู อาจารย์ตลอดไปด้วย เพราะเป็นคนชอบฟังเทศน์ เสียงเทศน์กล่อมจิตให้เป็นสมาธิได้ดี แต่ถ้าไปนอกสถานที่ ฟังจากพระอาจารย์จะใกล้ชิดดีกว่า เข้าถึงกว่า”

(กิงกาญจน์ ยกย่อง, สัมภาษณ์ 7 ก.พ.57)

“เสียงมีผลต่อความศรัทธาต่อศาสนาได้ที่สุดเพราะเราไม่จำเป็นต้องเห็น เพียงสัมผัสได้จาก การฟังและใช้ใจนำไป เพียงแต่เสียงไม่ได้มีบทบาททุกอย่าง ตัวอักษรเป็นตัวช่วยหนึ่งที่จะสิ่งต่างๆ ได้อย่างครบถ้วน”

(ธนกร ผดุงศักดิ์วงศ์, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

ขณะเดียวกัน ผู้วิจัยได้สอบถามถึงความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหาสื่อและรูปแบบสื่อ พบว่าผู้รับ สื่อมีความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อมากกว่าเนื้อหาสื่อ

- **พึงพอใจเนื้อหาสื่อมากกว่ารูปแบบสื่อ**

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจเนื้อหาสื่อมากกว่ารูปแบบสื่อ ให้เหตุผลว่า ถ้าคนต้องการอ่าน เนื้อหาจริงๆ ไม่ว่าจะอยู่ในสื่อไหน รูปแบบไหนก็สามารถดึงดูดคนได้

“เลือกที่ตัวเนื้อหาดีกว่า ถ้าเนื้อหาดี ไม่ว่าจะอยู่ในสื่อไหนก็สามารถดึงดูดคนได้ แต่ถ้า ธรรมดา ตัวสื่อ เทคโนโลยีสื่อดี วิธีการนำเสนอดีมาผสมกัน จะยังมีประสิทธิผลดีมากขึ้น”

(วโรตม์ นนตรี, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

- **พึงพอใจรูปแบบสื่อมากกว่าเนื้อหาสื่อ**

แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่า รูปแบบสื่อต้องมาก่อนเนื้อหาสื่อ เนื่องจากวิธีการเปิดรับสื่อ ของคนไม่ได้เลือกอ่านจากปัจจัยด้านเนื้อหาอย่างเดียว ต้องมีองค์ประกอบอื่น เช่น ดีไซน์ หน้าปก ขนาดเล่ม ซึ่งต้องมีความดึงดูดใจก่อน คนจึงจะหยิบดูแล้วอ่านเนื้อหาภายใน

“ตัวธรรมะก็สำคัญ แต่คนสมัยใหม่จะไม่ได้เลือกอ่านเฉพาะตัวธรรมะ แต่ดูอย่างอื่นประกอบ กัน เช่น เลือกเปิดเว็บไซต์ที่มีรายละเอียดดีเพราะมีความน่าเชื่อถือสูง ถ้าเป็นเสียงเทศน์ที่มีภาพ เปิดดู จากยูทูปหรือเว็บไซต์ก็จะสะดวกกว่าเปิดแผ่นฟัง”

(กิงกาญจน์ ยก่อง, สัมภาษณ์ 7 ก.พ.57)

“ส่วนตัวยังเป็นคนติดกิเลสอยู่ จึงเลือกรูปแบบสื่อที่น่าสนใจก่อน เพราะอย่างน้อยก็จะน้อม นำหรือดึงดูดเราให้เลือกหรือตัดสินใจก่อน”

(กิตติศักดิ์ หนูชัยแก้ว, สัมภาษณ์ 15 เม.ย.57)

“สื่อธรรมะที่มีภาพและเสียงประกอบที่เหมาะสม เมื่อรับชม รับฟังแล้วก็จะได้อรรถรส ทำ ให้จิตน้อมเป็นสมาธิได้เร็วขึ้นกว่ามีตัวอักษรอย่างเดียว”

(อภิรักษ์ ปาसानะเก, สัมภาษณ์ 29 ม.ค.57)

การเปิดใช้ช่องทางสื่อใหม่ๆ นอกจากสื่อที่ใช้อยู่ประจำ

จากเกณฑ์การเปิดใช้ช่องทางใหม่ๆ พบว่า ผู้รับสื่อวัดป่าบ้านตาด ก็มีการเปลี่ยนช่องทางการเปิดรับสื่อใหม่ๆ ตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป คือ เปลี่ยนจากสื่อสิ่งพิมพ์ไปสู่สื่อออนไลน์และสื่อใหม่

“ครั้งแรกที่เข้ามารู้จักหลวงตามหาบัวในกลุ่มพุทธธรรมกรรมฐาน จุฬาฯ ก็เริ่มจากการอ่านหนังสือที่ท่านเขียนขึ้น หลังจากนั้นก็หาข้อมูลอื่นๆ ทั้งฟังซีดีกัมมัทเทคน์ เข้าเว็บไซต์พระป่า เข้าเว็บไซต์หลวงตา เพชบุรีเพจต่างๆ ตอนนี้นำมาใช้แทบทุกสื่อที่วัดมี วิทยุกับทีวีดาวเทียมช่องหลวงตา (SBT TV) ก็เปิดดูบ้างแล้วแต่โอกาส หลักๆ ในวิทยุจะเป็นกัมมัทเทคน์ ทีวีดาวเทียมจะมีบรรยากาศงานที่หลวงตาไปสงเคราะห์ญาติโยม”

(กิงกาญจน์ ยกย่อง, สัมภาษณ์ 7 ก.พ.57)

“ปกติติดตามข่าวสารงานบุญของวัดจากคุณพ่อ จึงไม่ได้เข้าเว็บไซต์ เพชบุรีอะไรมาก แต่หลังๆ ก็หันมาติดตามผ่านเว็บไซต์ luangta.com และเพชบุรีด้วย จะได้ไม่ต้องพึ่งพาข้อมูลจากคุณพ่อทางเดียว”

(ธนกร ผดุงศักดิ์วงศ์, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“นอกจากวิทยุที่เปิดฟังตลอดเวลา เราก็ไปติดตามเพชบุรีกลุ่มวัดอื่นๆ ในสายพระป่ากรรมฐาน เช่น ตามเพชบุรีลูกศิษย์วัดป่าภูผาแดง ซึ่งจะมีคำสอนของหลวงตาอยู่ด้วย ถ้ากำลังใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ก็จะเปิดคลิปในยูทูปฟัง แล้วแต่ว่าตอนนั้นสะดวกเข้าใช้สื่ออะไร”

(บัวอุบล วดี, สัมภาษณ์ 16 ก.พ.57)

การใช้ประโยชน์สื่อเพื่อน้อมนำจิตให้เข้าถึงการปฏิบัติธรรม

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังตอบว่า สื่อต่างๆ ของวัดมีผลต่อการเสริมประสิทธิผลของการปฏิบัติธรรม โดยมองว่า สื่อเป็นตัวกลางให้เข้าถึงธรรมของพระพุทธเจ้า การรับสื่อธรรมะของวัดจะช่วยให้เราเลื่อมใสและน้อมเข้าสู่การปฏิบัติธรรมอย่างหมดข้อสงสัย และสื่อมีผลต่อการน้อมนำจิตให้มีกำลังสูงขึ้น

“เราใช้สื่อหมดทุกประเภทที่วัดใช้ สมัยก่อนที่วัดหลวงตายังไม่มีสื่อมากก็จะมาฟังธรรมะจากหลวงตา ติดตามคุณหลวงตาถึงจะได้ฟังธรรมะ หลังๆ พอมีหนังสือ มีเทป ซีดี วิทยุเสียงธรรมฯ เราก็ได้ฟังธรรมะของหลวงตามากขึ้นกว่าแต่ก่อน สื่อเป็นตัวกลางช่วยให้เราเข้าถึงธรรมะของพระพุทธองค์มากขึ้น”

(จงใจ วิเศษมงคลชัย, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ชอบฟังวิทยุเสียงธรรม เวลาเปิดฟังตอนว่างจากการทำงานก็จะถือโอกาสภาวนาตามเสียงวิทยุไปด้วยเลย เวลาท่านเทศน์ให้เราอย่าอยากรู้ อยากเห็น อย่ายึดติด ปล่อยใจให้สบาย อยู่กับคำ

ภาวนาพุทธโธ เราก็ปฏิบัติตามเหมือนท่านยังอยู่สอนเรา เหมือนท่านไม่ได้หายไปไหน ถ้าไม่มีวิทยุเสียงธรรมนี้ลำบากมาก ไม่มีสื่อเสียงบุญเชื่อมจิตใจ ถ้าต้องเปิดคอมพิวเตอร์ ใส่หูฟังฟังยูทูบทุกวันคงลำบากคนแก่”

(บัวอุบล วดี, สัมภาษณ์ 16 ก.พ.57)

“การอ่านหนังสือธรรมะอย่างประวัติของพ่อแม่ครูบาอาจารย์องค์ต่างๆ ช่วยให้เราเลื่อมใสและน้อมเข้าสู่การปฏิบัติธรรมอย่างไม่มีข้อสงสัย สิ่งนี้ได้มาจากเมื่อมีโอกาสได้อุปสมบทและอ่านหนังสือประวัติพระครูหรือพระเกจิอย่างหลวงพ่อบาน วัดบางโคนม หรือท่านเจ้าคุณนรฯ วัดเทพศิรินทร์ ทำให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกัน ขณะที่สื่ออื่นๆ อย่างวิทยุทัศน์ แอนิเมชันก็เป็นช่องทางให้ศึกษาพระธรรมคำสอนด้วยตัวเองได้อย่างอิสระ อีกทั้งยังช่วยทบทวนความเข้าใจได้ด้วย”

(ธนกร ผดุงศักดิ์วงศ์, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“พอได้ศึกษาธรรมะของหลวงตาจากสื่อต่างๆ จึงทราบว่าหลวงตาอดทน เข้มแข็ง เป็นพระที่ทำอะไรจริงจัง ตั้งใจ ประทับใจในความมุมานะของหลวงตา ท่านบวชท่านก็ตั้งใจปฏิบัติจนสำเร็จได้ ประทับใจในคำสอนของท่าน เช่น เรื่องการถูกติณนินทา หลวงตาจะสอนว่า “จำไว้นะ ใครจะพูดอะไรก็ช่างเขา เป็นกรรมของเขา” เมื่อไปที่วัดป่าบ้านตาดก็ประทับใจบรรยากาศที่คงความเรียบง่าย ไม่ได้เน้นโบสถ์หรือสิ่งการ กุฎิสวยๆติดแอร์ เป็นวัดที่เน้นความเป็นธรรมชาติ เราได้ไปเห็น ได้ฟัง ได้เปิดรับสื่อขององค์ท่านแล้วก็ยังศรัทธา เมื่อลองมีปฏิบัติในชีวิตประจำวันก็ได้ผลไม่มากก็น้อย”

(กิงกาญจน์ ยกย่อง, สัมภาษณ์ 7 ก.พ.57)

4.4 วัดพระธรรมกาย

ประสิทธิผลด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อองค์กร

จากการเก็บข้อมูลประสิทธิผลด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อวัดพระธรรมกาย พบว่า วัดพอใจสื่อทุกประเภทที่ใช้เพราะถือว่าแต่ละสื่อทำหน้าที่สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน วัดจึงพยายามบริหารทุกสื่อไปพร้อมๆ กัน แต่จะให้ความสำคัญกับสื่อที่เข้าถึงผู้รับของวัดมากกว่าสื่อที่ยังเข้าถึงผู้รับได้น้อย

ด้านการใช้ประโยชน์สื่อ มองว่านอกจากวัดทำหน้าที่ส่งสื่อออกไปแล้ว คนก็ทำหน้าที่กระจายสื่อออกไปเรื่อยๆ บางคนทราบข่าวบุญจากช่องทางหนึ่งแล้วยังช่วยกระจายข่าวบุญไปยังช่องทางอื่น แม้ว่าขณะนี้สื่อออนไลน์กำลังมีบทบาทมาก แต่วัดคงไม่เน้นสื่อออนไลน์อย่างเดียว เพราะสื่อแต่ละสื่อจะทำหน้าที่ที่ต่างกันไป เช่น วัดจัดงานบวชพระแสนรูป วัดได้ใช้สื่อหลายประเภททั้งโบรชัวร์ ไลน์ บิลบอร์ด โปสเตอร์ ยกตัวอย่างเช่น คนที่เขาตัดสินใจบวชก็ไม่ได้บวชเพราะรับจากสื่อๆ เดียว เขาอาจรับข่าวจากบุตรประชาสัมพันธ์ รถประชาสัมพันธ์ บิลบอร์ด ที่ตัดสินใจจากหลายๆ สื่อรวมกัน

“วัดเคยทำ survey กลุ่มลูกศิษย์ว่าใช้สื่อไหนของวัดมากกว่ากัน ปรากฏว่า คนใช้ทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่คละกันไป วัดเลยต้องให้ความสำคัญกับสื่อทุกสื่อ ไม่ได้ชอบสื่อไหนเป็นพิเศษ เพราะแต่ละสื่อจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต่างกัน”

(พระมหานพพร ปุณฺณชโย, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

ประสิทธิผลด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อวัดพระธรรมกาย 9 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้รับสื่อพึงพอใจและใช้ประโยชน์สื่อต่างกัน ดังตารางนี้

ชื่อ-สกุล	หนังสือ	วารสาร	ซีดี MP3	เฟซบุ๊ก	เว็บไซต์	DMC	วิทยุ	ยูทูป	กิจกรรม	สื่อบุคคล	แอนิเมชั่น
กัลยกร									✓		
ฉนมน						✓					
ทิพย์รัตน์						✓					
จิระดา									✓		
โอภาส						✓					
เกียรติคุณ	✓										
ทองใส						✓					
พรทิพย์						✓					
วรุณี											✓

ตารางที่ 5.14 ประสิทธิผลด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อวัดพระธรรมกาย

จากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสื่อแต่ละคนมีความพึงพอใจและเลือกใช้ประโยชน์สื่อมากที่สุดแตกต่างกัน โดยสื่อโทรทัศน์ดาวเทียม DMC เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจและใช้ประโยชน์มากที่สุด

อย่างไรก็ตาม จากเกณฑ์ระดับความพึงพอใจต่อการใช้อุปกรณ์แบบหลอมรวมของวัดและการเปิดใช้สื่อประเภทอื่นที่ไม่ใช่ช่องทางเดิมที่ใช้อยู่เป็นประจำ ผู้วิจัยสามารถอธิบายลักษณะความพึงพอใจและมูลเหตุการตัดสินใจใช้ประโยชน์สื่อของผู้รับสื่อ ได้ดังนี้

*ลักษณะความพึงพอใจต่อสื่อประเภทต่างๆ**4.4.1 ความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์*

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจสื่อหนังสือ สิ่งพิมพ์ เป็นกลุ่มที่มองว่า หนังสือเป็นสื่อที่ถอดมาจากพระไตรปิฎกให้อยู่ในรูปแบบที่อ่านง่าย เข้าใจง่าย มีการอ้างอิงชัดเจนว่านำมาจากแหล่งข้อมูลไหน มีรายละเอียดเชิงลึกที่น่าสนใจศึกษา

“ชอบสื่อหนังสือของวัดที่เขียนโดยมีแหล่งอ้างอิงชัดเจนว่ามาจากแหล่งใด เราสามารถหาอ่านเพิ่มเติมได้จากพระไตรปิฎกหน้านั้นนี้ ผู้เขียนก็มีความรู้ความสามารถจำเพาะ เช่น ผ่านเปรียญ

ธรรม 9 ประโยค เป็นพระมหาบัณฑิตที่ท่านจบสูงๆ จำเพาะด้านนั้นๆ ถือเป็นผู้มีการศึกษาทั้งทางโลก และทางธรรมของพระ แต่เรื่องของเนื้อหาความเชื่อก็จะแตกต่างกันออกไปเนื่องจากว่าวัดพระธรรมกายก็จะถ่ายทอดในแบบที่ครูปฏิบัติของสายตนเองสอนมา โดยรวมคือธรรมะต่างๆ เป็นของพระพุทธเจ้าเหมือนกัน แต่จะต่างกันตรงหลักการที่นำมาสื่อให้เข้าใจ”

(วรุฒิ คนเพียร, สัมภาษณ์ 23 มี.ค.57)

“หนังสือธรรมะของวัดเป็นธรรมะในพระไตรปิฎกที่ย่อในรูปแบบที่อ่านง่าย เข้าใจง่าย อย่างวารสารอยู่ในบุญจะเชื่อมโยงกับวันสำคัญในขณะนั้น รวมถึงกิจกรรมงานบุญจากวัดหรือศูนย์สาขาธรรมกายทั่วโลก เช่น นิวซีแลนด์ สหรัฐอเมริกา มีธรรมะที่เรียบเรียงของหลวงพ่อรองเจ้าอาวาสผู้ช่วยเจ้าอาวาสรวมกัน”

(โอภาส คงสุข, สัมภาษณ์ 20 ก.พ.57)

“ชอบอ่านหนังสือที่มีคำตอบ อ่านหนังสือเรียนของธรรมกายแคลิฟอร์เนียเรื่องจักรวาลวิทยา ปรโลภวิทยา แต่ก่อนชอบอ่านวิทยานิพนธ์คำสอนเรื่องการสร้างบารมีของวัดพระธรรมกาย ได้ความรู้เชิงลึกที่น่าสนใจ หนังสือสามารถสรุปองค์ความรู้ที่อ่านให้เราได้”

(ธนมน พลานุกุศล, สัมภาษณ์ 9 ก.พ.57)

“หนังสือธรรมะของหลวงพ่อรองจะเขียนให้เห็นว่าธรรมะ คือ ธรรมชาติ อ่านแล้วเป็นเหตุเป็นผลชัดเจน นำไปใช้ได้เลย ไม่ใช่เรื่องไกลตัว ชี้ให้เห็นว่าธรรมะอยู่กับเราตลอดเวลา ไม่ได้ยกเปรียบเทียบจนเวอร์ ไม่ได้เขียนให้หลงมกมายสิ่งบูชาจนหลุดออกจากคำสอนพระพุทธองค์”

(ทิพย์รัตน์ ตำนานวัน, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

4.4.2 ความพึงพอใจต่อสื่อโทรทัศน์ดาวเทียม DMC

กลุ่มตัวอย่างที่พึงพอใจสื่อโทรทัศน์ DMC ส่วนใหญ่จะชอบรูปแบบการนำเสนอที่มีความน่าสนใจของรายการ ทุกรายการเจาะกลุ่มผู้ชมทุกกลุ่มวัย เนื้อหาสาระมีคุณภาพ ถ้าไม่สะดวกชมโทรทัศน์ในขณะนั้นก็สามารถย้อนไปดูรีรัน (Rerun) ในเว็บไซต์ตามได้

“ในฐานะที่คลุกคลีอยู่กับวัดมาตั้งแต่เด็ก DMC เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เพราะเจาะกลุ่มผู้ชมทุกกลุ่มวัย แยกสื่อสำหรับเด็กและผู้ใหญ่อย่างสมดุล แต่ละกลุ่มวัยก็เลือกวิธีสื่อสารกับกลุ่มได้ดี เช่น วัยเด็ก ก็จะเน้นการ์ตูน มิวสิควิดีโอ ละคร แอนิเมชัน ซึ่งจะช่วยให้เด็กเห็นภาพ เข้าใจง่าย ดูสนุกสนานน่าติดตามไปจนจบ ดึงดูดความสนใจ ไม่น่าเบื่อ ช่วงเช้าวันเสาร์-อาทิตย์ก็จะวางผังรายการให้เป็นการ์ตูนธรรมะชนกับเวลาการ์ตูนช่อง 9 เพื่อให้เด็กหันมาสนใจการ์ตูนที่เป็นสื่อธรรมะสีขาว มีรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันฯ ในช่วงค่ำ 19.00น. เด็กดูได้ ผู้ใหญ่ดูดี แต่จะมีความดึงดูดใจทั้งรูปแบบสื่อที่สวยงามและเนื้อหาที่หลวงพ่อรองสอนด้วยตนเอง”

(กัลยกร ฝุงวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

“ดู DMC มาตั้งแต่เด็กๆ ชอบที่มีรายการสดเกี่ยวกับการนั่งสมาธิ กิจกรรมงานบุญ เราจะได้ติดตามชมสถานการณ์สดที่กำลังเกิดขึ้นเสมือนเราได้ไปร่วมอยู่ในขณะนั้นด้วย แต่ละครวันรายการสดในช่อง DMC จะไม่เหมือนกันแล้วแต่ผังรายการ ดู DMC ทั้งผ่านจานดาวเทียมที่บ้าน ผ่านเว็บไซต์และผ่านมือถือ รวมถึงอ่านวารสารอยู่ในบุญ ฟังเทป ซีดี วิดีโอ เพซบุ๊ก และสื่อต่างๆ แต่จะเน้นสื่อ DMC เพราะมีทุกอย่างรวมไว้ทีเดียว”

(โอภาส คงสุข, สัมภาษณ์ 20 ก.พ.57)

“ชอบดูรายการอนุบาลฝันในฝัน เพราะ 1. หลวงพ่อสอนด้วยตนเอง 2. ได้ปกิณกะสาระมากกว่าพระไตรปิฎก เพราะรายการนี้หลวงพ่อนำมาจากพระไตรปิฎก แต่จะย่อยให้ผู้ฟังเข้าใจง่าย และชอบรายการสดของ DMC รายการอื่นๆ ด้วย ถ้าดูไม่ทันในวันนั้นก็สามารถดูย้อนหลังได้ไม่จำกัดช่วงเวลาการชม”

(ทิพย์รัตน์ ตำนานวัน, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“เนื้อหารายการใน DMC ทีมทำสื่อจะผลิตในรูปแบบการ์ตูนออกมาได้ดีมาก เรื่องกฎแห่งกรรมก็จะออกแบบภาพการ์ตูนบอกว่ากรรมแบบนี้เกิดมาจากผลของการกระทำอะไร โดยรวมเนื้อหาทุกอย่างดี มาจากหลวงพ่อกับตัวเอง ตัวสื่อทำออกมาได้สวยงาม น่าสนใจ ดูแล้วสบายใจ”

(ธนมน พลานุกุศล, สัมภาษณ์ 9 ก.พ.57)

4.4.3 ความพึงพอใจต่อสื่อกิจกรรม

ผู้รับสื่อที่พึงพอใจสื่อกิจกรรม จะเป็นกลุ่มที่เป็นอาสาสมัครช่วยงานวัด เคยมีประสบการณ์การปฏิบัติธรรมกับโครงการของวัดมาแล้วหลายครั้ง

“ชอบกิจกรรม V-Star ของปีล่าสุดที่จัดที่วัดพระธรรมกาย คนทำสื่อฉลาดมาก ใช้สื่อเสมือนให้เด็กๆ เข้าไปอยู่ในสวนสนุก แต่เป็นสวนสนุกที่จำลองภาพนรก สวรรค์ มีโรงหนังที่ใช้จอโปรเจกเตอร์ฉายเกี่ยวกับเรื่องกฎแห่งกรรม มีแวนสามมิติให้เด็กใส่ นั่งเก้าอี้ธรรมดาแต่ให้ความรู้สึกเหมือนดูหนังสามมิติอยู่ในโรงจริงๆ เวลาเด็กดูเรื่องราวเกี่ยวกับนรก ก็จะมีเปรตออกมาหาเราจริงๆ ถ้าเป็นสวรรค์ก็ทำออกมาได้สวยงาม ประทับใจตอนพุทธประวัติของพระพุทธเจ้าที่ท่านกำลังตรัสรู้ ผู้ผลิตสื่อจะจำลองห้องหนึ่งให้เป็นต้นพระศรีมหาโพธิ์ ใต้ต้นโพธิ์มีรูปปั้นพระพุทธเจ้า มีแสงฟ้าผ่า แผ่นดินสะเทือน มีฝนตกจริงๆ จำลองตอนที่พระองค์กำลังจะตรัสรู้ ซึ่งทำได้สมจริงมาก แม้เทคโนโลยีอาจไม่ถึงขั้นยูนิเวอร์แซล แต่ก็อาศัยเทคนิคด้านสื่อที่ทางวัดตั้งใจทำเป็นอย่างมาก ขนาดเราไม่ใช่เด็กยังดูแล้วประทับใจมาก”

(กัลยกร ฝูงวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

4.4.4 ความพึงพอใจต่อสื่อแอนิเมชัน

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจสื่อแอนิเมชัน เนื่องจากประทับใจในคุณภาพการผลิตที่ทำ

ออกได้สมจริง ภาพสวยงามชวนจินตนาการ และมีผลกระทบทางบวกต่อจิตใจของผู้ชม โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน

“ชอบ 3D แอนิเมชันว่าด้วยเรื่องนรก-สวรรค์ในรายการช่อง DMC ถ่ายทอดเป็นนรก สวรรค์ที่สวยงามสมจริง อย่างแอนิเมชันเรื่องกฎแห่งกรรมล่าสุดในกิจกรรม V-Star ปี 56 ก็ชอบมาก ดูดีมาก ดูแล้วไม่อยากจะบาปกรรมอีกเลย เด็กๆ ได้เห็นเวลาเปรตรูปร่างหน้าตาน่าเกลียดน่ากลัวโผล่ออกมารึร้องกรี๊ด มีเด็กบางคนได้ดูแอนิเมชันเรื่องนี้แล้วก็พูดว่าอยากให้พอเลิกเหล่า ถือว่าสื่อประสบความสำเร็จที่ทำให้เด็กถูกคิดและอยากเลิกทำความชั่วได้”

(กัลยกร ฝูงวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

“แอนิเมชันนิทานธรรมะจะชอบมากที่สุด เป็นเรื่องดีที่ทางวัดจะเผยแพร่ผ่านหลายภาษา คนที่รับชมก็จะได้เรียนรู้ภาษาอื่นไปด้วย เข้าถึงประเทศอื่นด้วย อีกทั้งภาพที่ใช้ประกอบก็สวยงาม ดึงดูดใจ ชวนจินตนาการ”

(วารุณี คนเพียร, สัมภาษณ์ 23 มี.ค.57)

4.4.5 ความพึงพอใจต่อสื่อบันทึกเสียง

กลุ่มตัวอย่างที่พึงพอใจสื่อเสียงคำสอน พบว่า เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการซื้อสื่อไปแจกญาติผู้ใหญ่เป็นธรรมทาน หรือใช้เปิดฟังในรถ

“เทป ซีดีที่เหมาะสมที่จะซื้อแล้วมอบให้คนอื่นเป็นธรรมทาน เป็นสื่อที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุที่ไม่สะดวกใช้อินเทอร์เน็ต เปิดเว็บไซต์ อ่านหนังสือตัวเล็กๆ ที่ต้องเพ่งสายตา และเป็นสื่อที่เหมาะสมแก่การเปิดฟังในรถ”

(โอภาส คงสุข, สัมภาษณ์ 20 ก.พ.57)

ทั้งนี้ เมื่อผู้วิจัยสอบถามถึงรูปแบบ (Format) ของสื่อที่ผู้รับสื่อพึงพอใจมากที่สุด พบว่าผู้รับสื่อมีความพึงพอใจทั้งในรูปแบบตัวอักษร (text) ภาพ (visual) และเสียง (audio) ส่วนใหญ่ผู้รับสื่อตอบว่า พึงพอใจรูปแบบภาพมากที่สุด

- พึงพอใจสื่อที่เป็นรูปแบบภาพ (Visual)

กลุ่มตัวอย่างที่พึงพอใจสื่อในรูปแบบภาพ ให้เหตุผลว่า ภาพก่อให้เกิดความรู้สึกร่วม ตาได้เห็นภาพนรกแล้วรู้สึกไม่กล้าทำบาป อีกทั้งภาพยังสามารถสื่อสารแทนคำพูดได้

“เทคโนโลยีทางภาพทำให้คนเกิดความรู้สึกร่วมจริงๆ ภาพใน DMC สวยมากๆ เด็กหลายคนดูการ์ตูน เพลงของ DMC ก็รู้สึกชอบ และรู้สึกกลัว ไม่อยากทำบาปเพราะไม่อยากได้รับผลไม่ดีย่างที่เห็นในภาพ”

(กัลยกร ฝูงวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

“ภาพแทนคำพูดได้ทุกอย่าง บอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ได้ อย่างใน DMC ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว กราฟิกที่ใช้จะสวยงามมาก ถ้าได้เสียงพูด เพลงประกอบ จะทำหน้าที่สื่อสารได้ครบทุกรูปแบบ”

(โอภาส คงสุข, สัมภาษณ์ 20 ก.พ.57)

“ชอบภาพที่มาคู่กับเสียง จะอินง่ายกว่าการอ่าน เพราะต้องใช้สมาธิ ต้องฟังอ่าน สำหรับเราที่ไม่สมาธิก็ใช้การดูภาพเพลินๆ ให้จิตสงบตามภาพเอา”

(ธนมน พลานุกุศล, สัมภาษณ์ 9 ก.พ.57)

- ฟังพอใจสื่อที่เป็นรูปแบบเสียง

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า ฟังพอใจสื่อในรูปแบบเสียง เป็นกลุ่มที่ชอบฟังเสียงบุคคลเล่าให้ฟัง หากฟังแล้วมีข้อสงสัยอะไรก็สามารถถามได้เลย ต่างจากสื่ออื่นที่สงสัยเมื่อไรก็ต้องเก็บความสงสัยไว้ อีกทั้งเสียงที่นุ่มนวลชวนฟังของหลวงพ่อก็จะน้อมนำจิตให้สงบเย็นได้เร็วกว่าไม่ใช่สื่อใดๆ เลย

“ชอบฟังสื่อที่เป็นเสียงบุคคลจริงๆ เช่น หลวงพ่อ พระอาจารย์ แม่ เพื่อนๆ เล่าธรรมะให้ฟัง ไม่ค่อยชอบการอ่านหนังสือ เพราะการฟังถ้าเราสงสัยอะไรก็ถามได้เลย เพื่อนเล่าอะไรมาก็ย้อนถามได้ทันที ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงถ้าเป็นเสียงบทสวดมนต์ อันนี้ก็จะชอบฟังทำสมาธิก่อนนอน เพราะทำให้จิตสงบได้”

(กัลยกร ฝูงวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

“ถ้ามีโอกาสเข้าวัดก็จะชอบฟังเสียงหลวงพ่อก่อน แต่ถ้าไม่ได้เข้าวัด ฟังจากซีดี MP3 ก็ได้ เสียงหลวงพ่อก็นำจิตเราให้สงบได้ดีกว่าเรามาตัวเอง หาทางทำจิตให้สงบด้วยตนเอง”

(ทิพย์รัตน์ ตำนานวัน, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“เพลงธรรมะของทางวัดใช้สื่อการ์ตูนประกอบได้ดี ทำนองดนตรีเพราะ ภาพดูสวยงาม ฟังแล้วเพลิดเพลินดี และชอบฟังส่วนที่มีอุปมาอุปไมยมาเล่าประสบการณ์การปฏิบัติธรรมให้ฟังว่าท่านนั่งสมาธิแล้วไปรู้เห็นอะไรมาบ้าง”

(ธนมน พลานุกุศล, สัมภาษณ์ 9 ก.พ.57)

“โดยนิสัยไม่ค่อยชอบฟัง แต่ในเวลาที่จะสะดวกเข้าอุทูปก็จะชอบฟังเสียงธรรมะของวัดมาก เช่น เสียงหลวงพ่อนำนั่งสมาธิ รายการธรรมะทันใจ ข้อคิดธรรมะของพระมหาสมชาย ฐานวุฑโฒ บางครั้งเลยต้องอัดเสียงหลวงพ่อนำนั่งสมาธิมาใส่ในมือถือ จะได้เปิดฟังก่อนนั่งสมาธิ”

(จิระดา พันรูปท้าว, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

- ฟังพอใจสื่อที่เป็นรูปแบบตัวอักษร
กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า ฟังพอใจสื่อที่เป็นตัวอักษร เนื่องจากมีแบบแผนการรับสื่อโดยการอ่าน

“ชอบการอ่านหนังสือ ชอบอ่านตัวอักษรแล้วจินตนาการภาพเอาเอง”

(เกียรติคุณ เพิ่มอรุณ, สัมภาษณ์ 4 มี.ค.57)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยยังได้สอบถามถึงความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหาสื่อ (Content) และรูปแบบสื่อ (Format) พบว่าผู้รับสื่อมีความพึงพอใจต่อรูปแบบสื่อมากกว่าเนื้อหาสื่อ

- ฟังพอใจรูปแบบสื่อมากกว่าเนื้อหาสื่อ

กลุ่มตัวอย่างตอบว่า รูปแบบที่น่าสนใจจะทำให้กลุ่มคนที่ยังไม่เปิดรับธรรมะสามารถเข้าถึงธรรมะได้ง่าย ผู้รับสื่อกลุ่มนี้เชื่อว่า เนื้อหาทุกเนื้อหาเป็นธรรมะพระพุทธเจ้าเหมือนกัน อยู่ที่ตัวสื่อจะนำธรรมะให้เข้าถึงผู้รับสื่อกลุ่มใหม่ๆ ได้อย่างไร

“ธรรมะของพระพุทธเจ้าไม่แตกต่างกันอยู่แล้ว แต่ตัวสื่อต้องเข้าถึงผู้รับสื่อให้”

(จิระดา พันรูปท้าว, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“ปัจจุบันมีสื่อหลากหลายให้เลือก ธรรมะต้องตอบสนองคนด้วยสื่อหลายรูปแบบ เพื่อให้คนที่รับสื่อแตกต่างกันได้เข้าถึงธรรมะได้เหมือนกัน”

(ทิพย์รัตน์ ตำนานวัน, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“รูปแบบสื่อที่น่าสนใจทำให้คนที่ไม่เคยสนใจธรรมะหันมาสนใจธรรมะได้ง่ายขึ้น”

(กัลยกร ผุ้วานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

- ฟังพอใจเนื้อหาสื่อมากกว่ารูปแบบสื่อ

โดยผู้รับสื่อที่ตอบว่า ฟังพอใจเนื้อหาสื่อมากกว่ารูปแบบ เนื่องจากต้องการรับเนื้อหา ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับว่าเป็นเนื้อหาในรูปแบบไหนที่สะดวกเปิดรับในช่วงนั้น

“เวลาเลือกใช้สื่อจะไม่ยึดติดกับรูปแบบสื่อว่าจะต้องเป็นเว็บไซต์เท่านั้น แต่จะดูว่าคอนเทนต์ในรูปแบบไหนที่เหมาะสมกับช่วงเวลานั้นก็ใช้เลย”

(โอภาส คงสุข, สัมภาษณ์ 20 ก.พ.57)

“ถ้าทำรูปแบบออกมาดีไม่ถึงขั้นจริงก็ไม่ดีจืดเลยจะเน้นที่คำสอนมากกว่า”

(พรทิพย์ ประดิษฐากร, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

การเปิดใช้ช่องทางสื่อใหม่ๆ นอกจากสื่อที่เคยใช้อยู่ประจำ

จากเกณฑ์การเปิดใช้ช่องทางใหม่ๆ พบว่า ผู้รับสื่อวัดพระธรรมกายก็มีการเปลี่ยนช่องทาง การเปิดรับสื่อใหม่ๆ ตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปเหมือนวัดอื่นๆ กล่าวคือ เปลี่ยนจากสื่อสิ่งพิมพ์ขยาย ไปสู่ออนไลน์และสื่อใหม่ แต่จะยึดสื่อโทรทัศน์ DMC เป็นหลัก

“นอกจากช่องรายการ DMC เว็บไซต์ DMC ที่เปิดดูทุกวันแล้ว ขณะนี้ในกลุ่มอาสาสมัครที่วัด ได้สร้างกลุ่มไลน์ (LINE) เป็นกลุ่มแจ้งข่าวสารบุญ กิจกรรมสำคัญของวัด พุดคุยเรื่องทั่วไป อัปเดต ความเคลื่อนไหวของวัด เช่น ตอนนี้งานพระธุดงค์ธรรมชัยอยู่ตรงไหน แชรบุญที่ได้ไปกระทำมาใน วันนี้ให้คนในกลุ่มร่วมกันอนุโมทนาบุญ”

(ทิพย์รัตน์ ตำนานวัน, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“ทางวัดมีการส่ง SMS ข่าวสาร งานบุญต่างๆ ให้ลูกศิษย์วัดที่ลงทะเบียนรับข่าวสารทาง ช่องทางนี้ เช่น ในกรณีงานธุดงค์ธรรมชัยครั้งที่ผ่านมาจะมีการส่ง SMS บอกว่า ขณะนี้งานพระ ธุดงค์กำลังอยู่ตรงจุดไหน กิโลเมตรที่เท่าไร”

(โอภาส คงสุข, สัมภาษณ์ 20 ก.พ.57)

“แอปพลิเคชัน DMC กับกรู๊ปไลน์ (LINE) จะใหม่ขึ้นมาจากสื่อหลักอื่นๆ ที่ใช้สื่อพวกนี้เพิ่ม อีกเพราะเป็นช่องทางสื่อสารทางธรรมกับกลุ่มขนาดเล็ก อย่างในกรู๊ปไลน์ก็จะมีหลวงพี่ พระอาจารย์ที่ เคารพนับถือมากมายโพสต์ธรรมะว่าวันนี้หลวงพ่อกำลังเทศน์เรื่องอะไรบ้าง มีสถานการณ์ภายนอกโจมตี วัดว่ายังไงบ้าง ทุกคนจะช่วยอัปเดตข้อมูลอินไซด์ ซึ่งจะไม่มีในสื่อไหน”

(จิระดา พันรูปท้าว, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“จากที่อ่านหนังสือ รับสื่อเพื่อศึกษาหลักธรรมคำสอน หลังๆ มานี้จะเข้าเว็บบอร์ด ไปตอบ กระทุ้งเป็นหลัก เน้นดูสื่อเฟซบุ๊กของลูกศิษย์วัดข้างนอกแทน เพราะจะเข้าไปดู อ่าน และรายงาน เว็บไซต์ที่ต่อต้านวัด”

(เกียรติคุณ เพิ่มอรุณ, สัมภาษณ์ 4 มี.ค.57)

การใช้ประโยชน์สื่อเพื่อนำมาจิตให้เข้าถึงการปฏิบัติธรรม

ในด้านการใช้ประโยชน์สื่อ กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อวัดพระธรรมกายยังตอบว่า สื่อต่างๆ ของวัด มีผลต่อการเสริมประสิทธิผลของการปฏิบัติธรรมด้วยเช่นกัน โดยมองว่าหากอยู่ในวัดอยู่แล้วอาจไม่ ต้องใช้สื่อเพิ่มช่วยกระตุ้นจิตใจให้เข้าถึงธรรม แต่หากอยู่นอกเขตวัด เช่น ที่บ้าน การใช้สื่อจะช่วยรวม จิตใจผู้ปฏิบัติให้เป็นสมาธิง่ายกว่าการนั่งปฏิบัติเองโดยไม่ใช้สื่อ อีกทั้งการได้อ่านประสบการณ์การ ปฏิบัติธรรมของผู้อื่นในสื่อก็ช่วยเป็นแนวทางให้เราจัดการกับปัญหาชีวิตแบบเดียวกันได้ง่ายขึ้นด้วย

“ได้อ่านกรณีศึกษา (Case study) ในหนังสือ หรือดูในรายการของ DMC เห็นมีกรณีหนึ่ง รอดตาย หายป่วย ปลอดภัยได้เพราะสวดสัมมาอรหัง 500 ครั้ง เราก็เลยจดจำมาลองปฏิบัติตามบ้าง”
(เกียรติคุณ เพิ่มอรุณ, สัมภาษณ์ 4 มี.ค.57)

“ถ้าจะเริ่มนั่งสมาธิที่บ้าน มักจะเปิดเสียงหลวงพ่อนำนั่งปฏิบัติที่อัดใส่โทรศัพท์เอาไว้มากเปิด ฟังคลอไปกับการปฏิบัติ เพราะเสียงหลวงพ่อดีช่วยรวมจิตเราให้เป็นสมาธิได้ง่ายขึ้น นั่งได้ลุ่มลึกและ นานกว่าลองนั่งด้วยตนเอง”

(จิระดา พันรูปทำว, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“จะใช้สื่อเพื่อการปฏิบัติสมาธิหรือไม่ขึ้น ต้องดูว่ากำลังทำกิจกรรมอะไรอยู่ในขณะนั้น ถ้าอยู่ในวัดอยู่แล้วก็ไม่ต้องใช้สื่ออะไร นั่งปฏิบัติตามหลวงพ่อดีหรือพระอาจารย์ได้เลย ถ้านั่งเองที่บ้าน อาจ ต้องเปิด DMC เว็บไซต์ ซีดีนำนั่งเสียก่อน ในสื่อเหล่านั้นจะสอนวิธีปฏิบัติ วิธีรวมจิตให้หนึ่ง แต่สื่อของ วัดธรรมกายใช้ได้ทุกประเภทเพราะเป็นสื่อสีขาว จรรโลงใจ ไม่มีสิ่งที่ชวนร้อใจในนั้น”

(โอภาส คงสุข, สัมภาษณ์ 20 ก.พ.57)

“แรกๆ รู้สึกว่าการใช้สื่อกับการปฏิบัติมันไม่เกี่ยวกัน ไม่เคยรู้สึกว่าย่านหนังสือแล้วมีผลถึงขั้น อยากจะมานั่งปฏิบัติอย่างจริงจัง การปฏิบัติธรรมจริงๆ ต้องมาจากความต้องการในตนเอง พอตนเอง มีความต้องการตรงนี้แทบจะไม่ต้องใช้สื่ออะไรเลย แต่ถ้ามีพระอาจารย์กล่าวนำให้ปฏิบัติ อันนี้เป็น ส่วนเสริมที่ถือว่ามีความสำคัญ เป็นความรู้สึกที่เราได้ยินเสียงหลวงพ่อดีที่เคารพนับถือมากมานำจิตเรา จะรู้สึกอยากนั่งมากขึ้นหรือนั่งได้นานขึ้น เพราะเสียงท่านจะนิ่ง ลุ่มลึก กังวาน ฟังแล้วรู้สึกใจสบาย”

(กัลยกร ฝุงวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

4.5 วัดอัมพวัน

ประสิทธิผลด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อองค์กร

ในปัจจุบันวัดอัมพวันพึงพอใจสื่อเฟซบุ๊กมากที่สุด เพราะสามารถเผยแพร่คำสอน กิจกรรมได้ อย่างรวดเร็ว และยังเชื่อมโยงไปยังฐานข้อมูลซึ่งเป็นเว็บไซต์ทางการของวัดที่สืบค้นสื่อธรรมะออนไลน์ ไฟล์เสียงต่างๆ ได้ง่ายขึ้น ในทางกลับกันสื่อหนังสืออาจมียอดการผลิตน้อยลง แต่ไม่ได้หมายความว่า มีผู้อ่านหนังสือน้อยลง เพราะคนเลือกอ่านข้อมูลผ่านสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์มากขึ้น

ขณะเดียวกัน เว็บไซต์เป็นสื่อกลางของวัดที่วัดสามารถควบคุมการไหลของข้อมูลข่าวสาร ไม่ให้มีเรื่องอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวกับวัดมาลงได้ ทั้งนี้ทั้งนั้น สื่อเว็บไซต์ เฟซบุ๊กที่วัดใช้นั้นมีจุดประสงค์เพื่อ ต้องการรองรับปริมาณลูกศิษย์ที่เพิ่มขึ้น เพื่อรักษาระดับลูกศิษย์กลุ่มเดิม ไม่ได้ใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่ มุ่งเน้นทำสื่อเพื่อเรียกให้คนเข้ามาหาวัดเพิ่มขึ้น

“ตอนนี้กลุ่มลูกศิษย์ก็ช่วยดูแลเว็บไซต์ของวัด จะเห็นว่าเว็บไซต์วัดมีหลายชื่อหลายๆ เราเห็นว่า ถ้าคนที่ไม่สะดวกมาวัด เขาจะเข้าผ่านอินเทอร์เน็ต ในเว็บก็จะลงข้อมูลการปฏิบัติธรรมไว้ด้วย คนจึง

เข้ามาดูในเว็บก่อนมาปฏิบัติจริง ที่เราใช้เว็บไซต์ก็เพื่อให้คนเข้าถึงเราได้ เพราะปกติวัดเราไม่ใช่สื่อเพื่อ
ดึงคนให้เข้าวัดอยู่แล้ว แต่ทำเพื่อให้คนที่มาวัดได้มีสื่ออ่าน วัดตอบสนองความต้องการของเขาได้"

(อานินทร์ มาหาธนประทีป, สัมภาษณ์ 21 ธ.ค.56)

ประสิทธิผลด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อด้านความพึงพอใจและการใช้
ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อวัดอัมพวัน 7 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับสื่อพึงพอใจและใช้ประโยชน์สื่อ
ต่างกัน ดังตาราง

ชื่อ-สกุล	หนังสือ	ซีดี MP3	เฟซบุ๊ก	เว็บไซต์	วิทยุ	ยูทูป	กิจกรรม	สื่อบุคคล
อติตยา	✓							
พิมพ์อังคณา			✓					
ณัฐกฤตา		✓						
ศิลป์ชัย	✓							
ณัฐนันท์	✓							
ธีระพันธุ์			✓					
เพชรมงคล			✓					

ตารางที่ 5.15 ประสิทธิผลด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อวัดอัมพวัน

จากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสื่อแต่ละคนมีความพึงพอใจและเลือกใช้ประโยชน์สื่อ
มากที่สุดแตกต่างกัน โดยสื่อหนังสือและสื่อเฟซบุ๊กเป็น 2 สื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจและใช้
ประโยชน์มากที่สุด

อย่างไรก็ตาม จากเกณฑ์ระดับความพึงพอใจต่อการใช้อุปกรณ์แบบหลอมรวมของวัดและการเปิด
ใช้สื่อประเภทอื่นที่ไม่ใช่ช่องทางเดิมที่ใช้อยู่เป็นประจำ ผู้วิจัยสามารถอธิบายลักษณะความพึงพอใจ
และมูลเหตุการตัดสินใจใช้ประโยชน์สื่อของผู้รับสื่อ ได้ดังนี้

ความพึงพอใจต่อสื่อประเภทต่างๆ

4.5.1 ความพึงพอใจต่อสื่อสิ่งพิมพ์

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากหนังสือเป็นสื่อขั้นต้นที่รวบรวมข้อธรรม
คำสอนของหลวงพ่อก่อนหน้านี้มีแบบแผนการเปิดรับสื่อโดยการอ่าน อ่านแล้วจะช่วยให้จิตเป็นสมาธิได้
ง่ายการฟัง การดู อีกทั้งหนังสือของหลวงพ่อก็มีแจกฟรีเป็นธรรมทานอย่างแพร่หลาย หากอ่านได้สะดวก

“ส่วนใหญ่จะเปิดรับแต่สื่อหนังสือ ไม่ได้เข้าเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ ก็ไม่รู้สักขาทำอะไรไป สื่อออนไลน์
อาจไม่ใช่แหล่งข้อมูลที่จำเป็น เพราะอิมตรงข้อมูลหลักธรรมคำสอนแล้ว ไม่ว่าจะสื่อไหนๆ ก็เนื้อหา
เดียวกัน สอนเน้นเรื่องกฎแห่งกรรมเหมือนกัน เลยข้ามเรื่องตัวสื่อมาสู่ขั้นการปฏิบัติเลย”

(อติตยา ปู่ซึ้ง, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

“หนังสือหลวงพ่อดีแจกเป็นธรรมทานอยู่ทั่วไป หาอ่านง่าย หรือถ้าซื้อก็ราคาไม่แพง”

(เพชรมงคล อินทศิริ, สัมภาษณ์ 1 เม.ย.57)

“ชอบเนื้อหาในรูปแบบหนังสือมากกว่า เพราะเวลาเราอ่านหนังสือจะมีสมาธิ จดจำได้ ช่วย
น้อมนำเราไปสู่การปฏิบัติได้ดีเพราะจิตเป็นสมาธิแล้ว เราจะเข้าใจคำสอนนั้นได้ง่าย”

(พิมพ์อังคณา เพชรธรรณสวัสดิ์, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

4.5.2 ความพึงพอใจต่อสื่อออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจสื่อออนไลน์มากกว่าสื่อประเภทอื่น เนื่องจากต้องการข้อมูลที่
อัปเดต ทันสมัย สามารถสอบถามข้อสงสัยและได้รับคำตอบในทันที สนับสนุนการสร้างบุญง่าย
ด้วยการแชร์ธรรมะผ่านสื่อสังคมออนไลน์

“เว็บไซต์และเฟซบุ๊กเดี๋ยวนี้ได้รับความนิยมมาก ส่วนตัวได้สร้างเพจเฟซบุ๊กกลุ่มลูกศิษย์หลวง
พ่อจรัญ 1 กลุ่ม แต่มีธรรมะคำสอนของหลายครูบาอาจารย์เพื่อให้คนได้ศึกษาหลายๆแนว เพื่อมา
ประยุกต์ใช้กับตัวเอง หลักๆ เราคิดว่าธรรมะดีๆ ต้องช่วยกันเผยแพร่ บอกต่อเรื่อยๆ เป็นการ
ช่วยเหลือพระศาสนาที่ดี”

(ธีระพันธุ์ นาคสินธุ์, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

“ชอบเข้าเว็บไซต์และเฟซบุ๊กกลุ่มลูกศิษย์ เพื่อเช็คกิจกรรมงานบุญของทางวัด แอดมินจะ
สแตนด์บายพร้อมตอบได้ทันที ทันใจเรา”

(พิมพ์อังคณา เพชรธรรณสวัสดิ์, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

4.5.3 ความพึงพอใจต่อสื่อบันทึกเสียง

กลุ่มตัวอย่างที่ชอบสื่อบันทึกเสียง ได้แก่ เทป ซีดี MP3 จะชอบเปิดฟังคลอไปขณะทำ
กิจกรรมอื่น บางคนพึงพอใจอย่างมากเพราะเป็นผู้อ่านหนังสือธรรมะของหลวงพ่ोजรัญลงในแผ่นซีดี
เพื่อช่วยเผยแพร่คำสอนผ่านสื่อบันทึกเสียง

“ก่อนหน้านี้ไม่เคยฟังซีดีธรรมะเลย จนได้มาอ่านลงเสียงในซีดีถวายหลวงพ่ोजรัญ ตอนนี่เลย
ชอบซีดีมากที่สุด เพราะวัตถุประสงค์คืออยากให้ผู้พิการทางสายตา คนชราได้มีโอกาสรับธรรมะ
โดยมีเสียงแก้วเป็นสื่อ แม่บ้านที่ชกผ้าอยู่ก็สามารถเปิดฟังไปด้วยได้ คนที่ขับรถอยู่ก็ฟังได้”

(ณัฐกฤตา ชานนทันทฤเบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

“ชอบสื่อที่ประเภทเสียงมากๆ เพราะเราชอบฟัง ขับรถไปก็ฟังไป สะดวกดี”

(ธีระพันธุ์ นาคสินธุ์, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

เมื่อผู้วิจัยสอบถามถึงรูปแบบ (Format) ของสื่อที่ผู้รับสื่อของวัดอัมพวันพึงพอใจมากที่สุด พบว่าผู้รับสื่อมีความพึงพอใจทั้งในรูปแบบตัวอักษร (text) ภาพ (visual) และเสียง (audio) โดยจะพึงพอใจรูปแบบตัวอักษรและเสียงใกล้เคียงกัน กล่าวคือ

- พึงพอใจสื่อที่เป็นรูปแบบตัวอักษร

กลุ่มตัวอย่างที่พึงพอใจสื่อที่เป็นตัวอักษร เพราะชอบการอ่านหนังสือมากกว่าฟังหรือดู

“ชอบตัวอักษรใน หนังสือ เวลาอ่านหนังสือจะมีสมาธิ จดจำได้ แต่ถ้าเป็นเสียง เราจะฟังแบบ ผ่านๆ จิตไม่ได้จดจ่อตลอดเวลา”

(พิมพ์อังกณา เพชรธนะสวัสดิ์, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

“ไม่ชอบการฟัง ไม่ดูทีวี แต่จะชอบอ่านหนังสือ ยิ่งถ้ามีภาพประกอบด้วยจะช่วยให้เห็นภาพ ชัดเจน”

(ณัฐฐนันท์ เจริญศรี, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

- พึงพอใจสื่อที่เป็นรูปแบบเสียง

กลุ่มตัวอย่างที่พึงพอใจรูปแบบเสียง เพราะสามารถเปิดฟังได้ทุกสถานที่และเป็นผู้ลงเสียง อ่านหนังสือธรรมะในสื่อซีดี

“เสียงจะชอบมากที่สุด มีครั้งหนึ่งได้เข้ามาปฏิบัติกรรมฐานที่เวฬุวัน ทางศูนย์ฯ เปิดเสียง เทคนั้หลวงพ่ोजรรณสลั้กับเสียงอ่านหนังสือของตน เราในฐานะคนทำก็รู้สึกดีใจที่เสียงเรามีประโยชน์ แก่ผู้มาปฏิบัติ”

(ณัฐกฤตา ชานนทนนฤเบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

“ชอบสื่อธรรมะที่เป็นเสียง ฟังจากวิทยุ ซีดี เพราะฟังแล้วได้คิดตาม ได้ฟังเวลาขับรถ จะเป็นเสียงหลวงพ่อหรือเสียงใครก็ได้ ธรรมะเป็นยังไงก็เป็นยังไง”

(อติตยา ปู่ซึ้ง, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

“ช่วงปี 52 เวลาไปปฏิบัติที่วัด เสียงที่พระอาจารย์นำสวด เทคนั้ให้ฟัง นำปฏิบัติสวดในห้อง ปฏิบัติกรรมฐานจะมีพลังมาก ฟังแล้วเกิดปีติ กำลังใจดี เว็บไซต์ ซีดีจะไม่ค่อยมีพลังตรงนี้ฟังแล้วไม่ค่อยอินเท่า”

(ศิลป์ชัย ถวาย, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

ผู้วิจัยยังได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อวัดอัมพวันในประเด็นความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหาสื่อ และรูปแบบสื่อ พบว่าผู้รับสื่อทั้งหมดมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาสื่อมากกว่ารูปแบบสื่อ

- **พึงพอใจเนื้อหาสื่อมากกว่ารูปแบบสื่อ**

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า พึงพอใจเนื้อหาสื่อมากกว่า เพราะให้ความสำคัญกับเนื้อหามากกว่า วิธีการนำเสนอ เนื้อหาจะนำไปสู่การปฏิบัติ รูปแบบสื่อที่มีมากไปทำให้คนยึดติด ไม่ได้ส่งเสริมการปฏิบัติอย่างแท้จริง

“เนื้อหาดีกว่ารูปแบบ เพราะบางทีรูปแบบน่าสนใจ แต่ข้างในไม่ดีก็ไม่อ่าน”

(พิมพ์อังคณา เพชรธนะสวัสดิ์, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

“เนื้อหา จะนำไปสู่การปฏิบัติตามให้เห็นผล สื่อบางที่มีมากไปก็ไม่ได้ปฏิบัติ”

(ศิโรชัย ถวาย, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

“ชอบเนื้อหาดีกว่ารูปแบบ เราอายุปูนี้อแล้วเราสนใจตัวธรรมะ ความหมายของมัน ไม่ค่อยได้สนใจวิธีนำเสนอ แต่ถ้าเป็นเด็กๆ อาจต้องใช้สื่อ ลูกเล่นเป็นสิ่งล่อใจให้เข้ามา”

(อติทยา ปู่ซึ้ง, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

การเปิดใช้ช่องทางสื่อใหม่ๆ นอกจากสื่อที่ใช้อยู่ประจำ

จากเกณฑ์การเปิดใช้ช่องทางใหม่ๆ พบว่า ผู้รับสื่อวัดอัมพวันมีการเปลี่ยนช่องทางการเปิดรับสื่อใหม่ๆ ตามเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนไป โดยเปลี่ยนจากสื่อสิ่งพิมพ์มาสู่สื่อออนไลน์เหมือนกับวัดอื่นๆ

“เริ่มต้นมาตั้งแต่การปฏิบัติธรรมแบบไม่ใช้สื่อ จนกระทั่งมาเริ่มไล่อ่านหนังสือ ซีดีซีดีฟัง แล้วก็เปิดรับสื่อออนไลน์ใหม่ๆ ทั้งหมด ตอนนี้อยากได้เข้าใช้ทุกสื่ออย่างละหน่อย แต่จะเน้นออนไลน์อย่างเดียวเพราะสะดวก เข้าถึงง่าย มีข้อมูลหลากหลาย”

(ณัฐกฤตา ชานนทนต์ฤเบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

การใช้ประโยชน์สื่อเพื่อนำมาจิตให้เข้าถึงการปฏิบัติธรรม

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังมีการใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงการปฏิบัติภาวนา โดยมองว่า สื่อแต่ละสื่อจะช่วยเสริมประสิทธิผลในรูปแบบต่างกัน เช่น สื่อหนังสือจะช่วยเพิ่มความรู้ความเข้าใจในหลักธรรม อ่านเพื่อศึกษาวิธีการปฏิบัติ สื่อบุคคล (องค์หลวงพ่อ พระอาจารย์) จะเป็นจุดรวมศรัทธาในการปฏิบัติ เป็นต้น

“สื่อแต่ละชนิดมีส่วนเสริมในการเข้าถึงธรรมะพอกัน เพราะเราเน้นใช้สื่อแต่ละตัวที่ให้คุณแตกต่างกัน เช่น ถ้าเราทำงานอยู่ก็ใช้สื่อทางอินเทอร์เน็ต ถ้าขับรถก็ใช้สื่อทางเสียง คือมันอยู่ที่ว่าเราสะดวกช่วงเวลาไหน”

(ธีระพันธุ์ นาคสินธุ์, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

“จะใช้สื่อหลักๆ หลายสื่อเพื่อศึกษาหลักธรรมคำสอน หาวิธีปฏิบัติให้เข้ากับจริต ใช้เวลาว่างให้จิตใจในธรรม เวลาอ่านหนังสือก็จะเข้าใจถึงแนวกรรมฐาน หลักคำสอน อนุโมทนาบุญ แผ่เมตตา ปฏิบัติพระนิพพานมาเพื่อทำให้กิเลสในใจเบาบางลงมากกว่า อาจกล่าวได้ว่า ไม่ได้สนใจพระเท่าไร แต่สนใจว่าจะทำอย่างไรให้ใจของเราเป็นพระมากกว่า”

(อทิทยา ปู่ซึ้ง, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

“สื่อที่น้อมนำสู่การปฏิบัติมากที่สุด คือ องค์กรหลวงพ่อก็คือ ถ้าสื่อที่เปิดรับธรรมะหลวงพ่อก็ต้องเป็นหนังสือที่เล่าจากประสบการณ์จริงของผู้ปฏิบัติว่าเกิดอะไรขึ้นและเราก็เห็นตามนั้นจริงๆ”

(พิมพ์อังคณา เพชรธนาสวัสดิ์, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

“เวลาปฏิบัติธรรม จะยึดเอาองค์หลวงพ่อก็คือเป็นจุดรวมใจ แต่ก็ใช้สื่อเสียงช่วยด้วย บางทีเรามาฟังย้อนหลังเสียงที่ตัวเองอ่านยังรู้สึกว่าเป็นเสียงเราสงบเย็น เข้าถึงการปฏิบัติได้ดี บางทีก็ลืมเปิดลิ้นคีย์หูฟังที่เราอ่านก็จะเจอ แรกๆที่ลงเสียงอ่านก็มีคนเข้าใจผิด มีคนโงมต้อยอยู่บ้าง แต่พอได้ฟังธรรมะที่ได้อ่านไว้บางท่อน เช่น “ดีหรือชั่วไม่ได้อยู่ที่เขาว่า แต่อยู่ที่ตัวเราทั้งสิ้น” ก็ถือว่าเป็นการสอนตัวเองไปด้วย”

(ณัฐกฤตา ชานนทันทนุเบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

“ถ้าจะทำให้ตนปฏิบัติธรรมได้ดีจริงๆ ต้องมีพื้นฐานจิตที่ดี อย่างตนก็สนใจธรรมะหลายสายไปตระเวนทำบุญมาหลายที่ ปฏิบัติมาหลายวัด แต่ก็มาลงตัวที่วัดอัมพวัน มารอถวายสังฆทานท่านแล้วเข้าปฏิบัติธรรมด้วย ตอนนั้นเข้าใจว่าท่านจะลงสอนกรรมฐานด้วยตัวเองเหมือนในหนังสือ จากนั้นก็เริ่มหาข้อมูลวิธีการปฏิบัติสายหลวงพ่อกจากในอินเทอร์เน็ตก่อนมาปฏิบัติจริง จะได้ว่าต้องเตรียมกาย ใจอย่างไร”

(ณัฐนันท์ เจริญศรี, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

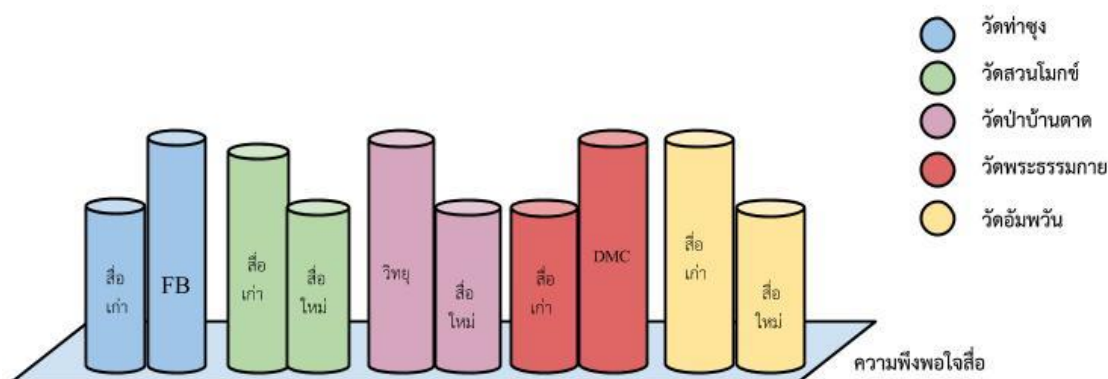
อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อองค์กรในด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อ พบว่า แต่ละวัดมีวิธีประเมินประสิทธิผลสื่อที่แตกต่างกัน บางวัดทราบว่าสื่อที่คนพึงพอใจและเลือกใช้เป็นสื่อเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ เพราะสื่ออื่นๆ เช่น หนังสือ กิจกรรม โทรทัศน์ วิทยุ อาจไม่สามารถเก็บข้อมูลผู้ใช้เป็นตัวเลขได้ แต่เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ มีระบบการนับจำนวนผู้เข้าชม เช่น ยอดเข้าชม ยอดกดไลค์และแชร์ เช่น วัดท่าซุง วัดอัมพวัน

ขณะที่บางวัดทราบว่าสื่อที่ผู้รับพึงพอใจคือ วิทยุ โทรทัศน์ เนื่องจากมีคนโทรเข้ามาขอแผ่น

ซีดีหลังฟังหรือชมรายการ เช่น วัดป่าบ้านตาด ขณะที่ส่วนวัดสวนโมกข์ มองว่าผู้รับชอบสื่อหนังสือ แต่ไม่ได้มีการวัดจำนวนผู้อ่านอย่างเป็นทางการ เพราะต้องการเฉพาะคนที่อยากรับสื่อหนังสือของวัดจริงๆ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปเปรียบเทียบประสิทธิผลด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อผู้รับสื่อทั้ง 5 องค์กร ดังแผนภูมิต่อไปนี้

ประสิทธิผลด้านความพึงพอใจสื่อ

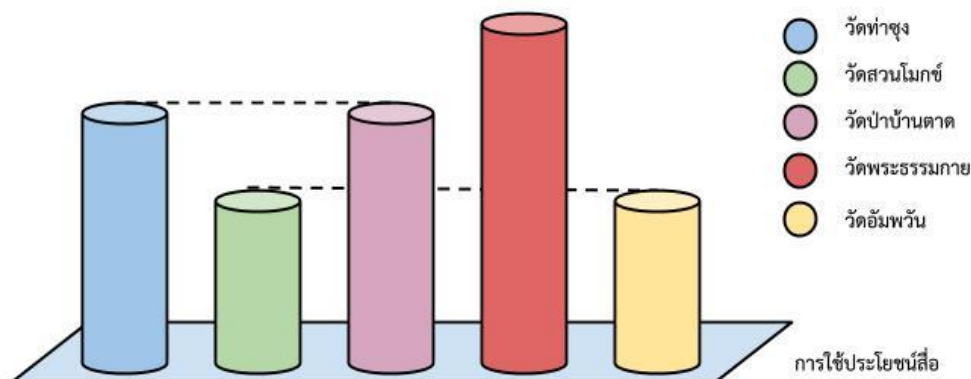


แผนภูมิที่ 5.4 เปรียบเทียบประสิทธิผลด้านความพึงพอใจสื่อของผู้รับสื่อ

จากแผนภูมิเปรียบเทียบความพึงพอใจสื่อของผู้รับสื่อในแต่ละวัด พบว่า วัดท่าซุง และวัดพระธรรมกาย ผู้รับสื่อตอบว่า พึงพอใจสื่อเฟซบุ๊กและสื่อโทรทัศน์ดาวเทียมมากที่สุดตามลำดับ ซึ่งเป็นสื่อที่แต่ละวัดมองว่า มีประสิทธิผลมากในการเข้าถึงผู้รับสื่อยุคใหม่

ขณะที่ผู้รับสื่อของสวนโมกข์พลาราม วัดป่าบ้านตาด และวัดอัมพวัน พึงพอใจสื่อหนังสือวิทยุและหนังสือตามลำดับ ซึ่งเป็นสื่อเก่าสื่อดั้งเดิมที่แต่ละวัดใช้ในการเผยแผ่ธรรม เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อเป็นกลุ่มที่เน้นเปิดรับสื่อเก่าของวัด ติดตามอ่านสื่อของวัดโดยเฉพาะสื่อต้นทางที่มาจากองค์หลวงพ่อ

ประสิทธิผลด้านการใช้ประโยชน์สื่อ



แผนภูมิที่ 5.5 เปรียบเทียบประสิทธิผลด้านการใช้ประโยชน์สื่อของผู้รับสื่อ

จากแผนภูมิเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์สื่อของผู้รับสื่อในแต่ละวัด พบว่า ผู้รับสื่อวัดพระธรรมกายใช้ประโยชน์สื่อได้อย่างหลากหลายที่สุด เนื่องจากวัดมีปริมาณสื่อที่ใช้มากที่สุด ผู้รับสื่อจึงมีโอกาสเปลี่ยนไปใช้ช่องทางสื่อใหม่ๆ นอกจากสื่อเก่าที่ใช้อยู่เป็นประจำ มีทัศนคติที่เชื่อว่า สื่อมีผลต่อการส่งเสริมการปฏิบัติธรรม และมีการใช้ประโยชน์สื่อขององค์กรธรรมภาศึทั้งภายในและต่างประเทศมากกว่าผู้รับสื่อวัดอื่นๆ

ด้านวัดท่าซุงและวัดป่าบ้านตาด พบว่า ผู้รับสื่อของทั้งสองวัดใช้สื่อของวัดผสมผสานทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ มีการติดตามสื่อขององค์กรภาศึธรรมบ้าง แต่จะน้อยกว่าวัดพระธรรมกาย แต่กระนั้นก็มากกว่าผู้รับสื่อของสวนโมกข์และวัดอัมพวัน ซึ่งใช้สื่อธรรมะไม่มากนัก เนื่องจากวัดไม่เน้นใช้สื่อหลากหลายประเภท และตัวผู้รับสื่อสะดวกที่จะรับสื่อบางประเภทและมุ่งเน้นไปที่การปฏิบัติเป็นหลัก

ประสิทธิผลของการปฏิบัติกรรมฐานที่มีต่อผู้รับสื่อ

นอกจากการศึกษาประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อตามเกณฑ์ 4 ด้านดังกล่าวไปแล้ว ผู้วิจัยยังได้เก็บข้อมูลประสิทธิผลของการปฏิบัติกรรมฐานที่มีต่อผู้รับสื่อแต่ละองค์กรด้วย เพื่ออธิบายว่า ในกลุ่มผู้รับสื่อที่เชื่อว่าสื่อมีผลต่อการปฏิบัติกรรมฐาน สื่อเป็นตัวส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติกรรมฐานตลอดจนกิจกรรมทางศาสนาอย่างไรบ้าง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอประสิทธิผลของการปฏิบัติกรรมฐานตามประเภทองค์กร ดังนี้

ประสิทธิผลของการปฏิบัติกรรมฐานที่มีต่อผู้รับสื่อ

1. วัดท่าซุง

การปฏิบัติพระกรรมฐานของวัดท่าซุงเป็นการปฏิบัติแบบมโนมยิทธิ สื่อหลักที่มีผลต่อการปฏิบัติ คือ สื่อบุคคล ไม่ว่าจะเป็นพระอาจารย์ ครูผู้สอนที่เป็นฆราวาส หากผู้ปฏิบัติมาปฏิบัติที่วัดท่าซุงหรือที่บ้านสายลม ซ.พหลโยธิน 8 จะต้องอาศัยสื่อบุคคลในการนำจิตเรา แต่หากนั่งปฏิบัติด้วยตนเองก็ขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละบุคคล บางคนไม่ต้องการใช้สื่อกระตุ้น บางคนต้องใช้สื่อที่เป็นเสียงของหลวงพ่อกับในการนำจิต

“ช่วงแรกของการปฏิบัติแบบมโนมยิทธิของหลวงพ่อกาฬิลังคัม เราต้องเข้าห้องฝึกตั้งแต่ชั้นแรก โดยมีพระอาจารย์เป็นผู้นำจิตเราไปท่องสวรรค์ การปฏิบัติในแต่ละชั้นขึ้นอยู่กับระดับสภาวะจิตของตัวเองว่า เห็น ไม่เห็น เห็นแจ่มชัด เห็นลางๆ รู้สึก ไม่รู้สึก เราจะเห็นทุกอย่างได้ต้องมีใจที่สะอาด ว่างเปล่า มีศัลบริสุทธิ ไม่คิดอะไร ถ้าคิดแปลว่าใช้สมองอยู่ ไม่ใช่ทิพยจักขุญาณ เป็นอุปาทานคิดไปเอง วิธีตัดสินว่าตัวเองเห็นด้วยใจ หรือคิดด้วยสมอง ต้องเอาอารมณ์แรกที่สัมผัส รู้สึกได้เป็นสิ่งสำคัญ เวลาฝึกปฏิบัติมโนมยิทธิ อาจารย์จะถามเราตลอดว่า เห็นไหม เห็นอะไร ลืออะไร ลักษณะเป็นอย่างไร เราก็ต้องตอบความรู้สึกแรกที่สัมผัสได้ ไม่ใช่หยุดคิด ประโยชน์ที่ได้คือ เราได้ทราบวาทะสอนของหลวงพ่อกับไม่ผิดเลย หลวงพ่อกับไม่ได้คิดคำสอนขึ้นเองเลย ครั้นตามพระพุทธเจ้าหมด ที่หลวงพ่อกับพูดไว้ในหนังสือ ในคำเทศน์มีที่มาจากพระสัมมาสัมพุทธเจ้าหมด อันนี้ก็มีอยู่จริง อันนี้เราได้ไปรู้เห็นมาแล้ว เราจะไม่มี ความสงสัยในพระรัตนตรัยเลย”

(ศุภชัย จิรเกรียงสกุล, สัมภาษณ์ 30 ม.ค.57)

“ตอนที่หลวงพ่อกับยังอยู่ หลวงพ่อกับได้เทศน์สอนบอกว่า ธรรมะเป็นเรื่องไม่ยาก ขอให้เข้าใจให้ถูก คำนี้เป็นคำที่มีกำลังใจมากมาย สมัยนั้นผมมาที่ฝึกกรรมฐานที่วัดท่าซุงกับหลวงพ่อกับโดยตรง แต่ก็จะมีพี่เลี้ยงคอยดูแล จากประสบการณ์ตรงหลวงพ่อกับเป็นคนใจดี แต่ว่าหลวงพ่อกับมีระเบียบ ถ้าคนที่ฝึกไม่ได้ ก็ต้องเรียกว่ามีกรอบปฏิบัติของตัวเอง ถ้ากรอบไม่ตรงกับที่หลวงพ่อกับแนะนำ หลวงพ่อกับก็เตือน ถ้าใครอยู่ในกรอบอยู่แล้วก็รู้ว่า หลวงพ่อกับใจดีมาก การเตือนของท่านหลายคนก็มองว่าท่านดู ที่จริงแล้วท่านมีความปรารถนาดีกับทุกคน ได้เดินอยู่บนเส้นทางอริยเจ้า ทุกวันนี้จะฝึกที่วัดหรือที่บ้าน สถานที่ไหนๆก็ไม่สำคัญแล้ว อยู่ที่จิตของเรา”

(ทศพร ดุสิตพัฒนาพินันท์, สัมภาษณ์ 1 ก.พ.57)

“เวลาเริ่มปฏิบัติกรรมฐาน จะนั่งต่อหน้าองค์พระพุทธรูป เปิดเสียงหลวงพ่อสอนปฏิบัติกรรมฐานในซีดีให้ดังพอประมาณ นั่งสมาธิ ทำใจให้สบาย อารมณ์สบาย กำหนดลมหายใจตามที่หลวงพ่อบอก พิจารณานิจจัง ทุกขัง อนัตตา ดูว่าร่างกายเราไม่เที่ยง ไม่ให้เรายึดติดกับกายรูป ส่วนใหญ่ผมจะเจริญสุขขวิปัสสโก ภาวนาพุทโธก็เลยจับที่คำภาวนา จากนั้นเสียงท่านก็จะนำจิตเราไป จุฬามณี ให้เราอธิษฐานจิตตามเสียงนำไป ครั้งแรกๆ ก็ยังไม่เห็นจุฬามณี พอฝึกครั้งหลังๆ เราพอเริ่มเห็นจุฬามณีสว่างหน่อย ตอนนั้นก็พยายามทำสมาธิให้นิ่งแล้วจะกลับไปใหม่เพื่อให้เห็นได้ชัดเจนขึ้น ถึงตอนนี้ก็ยังเห็นอะไรได้ไม่แจ่มชัด แต่ก็หมั่นภาวนาทุกวัน ควบทั้งมน้อมยทิธิและสุขขวิปัสสโก”

(สทริฐ หล้าเนตร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ตอนมานั่งปฏิบัติครั้งแรกที่บ้านสายลม ตอนนั้นยอมรับว่ายังไม่ชินที่ต้องมีพระอาจารย์นำจิตเราไป เพราะคุ้นชินแต่คำภาวนาพุทโธอยู่ แรกๆ เลยไปศึกษาก่อน แต่ก็ไม่ได้เห็นภาพสวรรค์อย่างที่คิดไว้ ครั้งต่อมาไปที่บ้านสายลมอีก 2-3 ครั้ง ไปลองนั่งปฏิบัติในห้องคนมาใหม่ 2 ครั้ง ตอนนั้นยังไม่ได้อะไรอีกเช่นเดิม เลยไปเข้าอิกรอบ รอบหลังนี้จิตใจเราโอเคขึ้น เมื่อกลับมาปฏิบัติที่บ้านก็ยังรู้สึก ว่าสายนี้ต้องใช้เวลา เลยยังไม่ได้นั่งมน้อมยทิธิอย่างเต็มตัว แต่จะเน้นนำธรรมะของหลวงพ่ามาใช้ เพราะคำสอนหลักๆ ของหลวงพ่อก็คือ สอนให้เราดูตัวเอง ดำหนดตัวเอง อย่าไปชี้ว่าคนอื่นผิด เราเปลี่ยนแปลงตัวเองได้แต่เปลี่ยนคนอื่นไม่ได้ วางก็ให้ภาวนาไว้”

(คณิศ คุ่มพิทักษ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“ช่วงที่เริ่มลองปฏิบัติธรรมกับครอบครัว ตอนนั้นก็ยังไม่คิดอะไรมาก แต่มาเห็นผล ตอนเข้ามหาวิทยาลัยปี 1 ตอนงานชุดดึกใหญ่ ได้มาปฏิบัติอยู่ 4-5 วัน ตอนนั้นรู้เลยว่าตัวเองสงบมาก เพราะตัดขาดจากโลกภายนอก เรานั่งไปก็เห็นตามที่เขาว่าจิตไป เคยไปเห็นสวรรค์ ไปห้องสวรรค์ ตามที่พระอาจารย์ หรือครูนำจิตเราไป ณ ขณะนั้น ผมเชื่อว่าผมเห็นนรก สวรรค์จริงๆ ใช้เวลานั่งประมาณ 1-2 ชั่วโมง แต่หลังๆ ก็ไม่ได้ปฏิบัติมาก ปัจจุบันเลยเน้นสวดมนต์เข้าก่อนออกจากบ้าน หรือบางทีก็ไปสวดมนต์ในรถ ก่อนนอนก็จะสวดมนต์ มองว่าสภาพแวดล้อมสำคัญมาก ถ้าอยู่วัด ตั้งใจมาปฏิบัติหลายๆ วัน เราจะนั่งได้ไว ถอยหลังจากโลกภายนอกได้เร็ว แต่ถ้านั่งอยู่บ้านก็ไม่เท่าที่วัด”

(สิงหา ประพจนารณณ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

2. สอนโมกขพลาราม

การปฏิบัติพระกรรมฐานของสวนโมกขพลาราม เป็นการปฏิบัติแบบอานาปานสติ กำหนดจิตอยู่ที่ลมหายใจเข้าออก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบว่า ไม่ได้เน้นใช้สื่อเสริมการปฏิบัติ เพราะมุ่งปฏิบัติให้จิตใจสงบอย่างเดียว ไม่ได้ต้องการรู้เห็นนรก สวรรค์ แต่ผลที่เกิดขึ้นคือ เกิดความปีติสุข จิตใจสงบ ดำเนินชีวิตประจำวันอย่างมีสติมากขึ้น

ทั้งนี้ สวนโมกข์ไม่กำหนดกฎเกณฑ์ว่าต้องปฏิบัติตามแบบแผนใด ให้อิสระแก่ผู้ปฏิบัติได้ ภาวนาตามความสะดวก

“สวนโมกข์เปิดให้ผู้สนใจปฏิบัติธรรมฝึกตนเองได้อย่างอิสระ ให้เราทำเอง ไม่ได้บังคับว่าต้องแบบนี้แบบนี้ ทุกคนเต็มใจที่จะทำ ไม่ได้อยู่ในกฎเกณฑ์เคร่งครัด เคยไปปฏิบัติที่วัดอื่นจะมีกฎเยอะ ไปปฏิบัติช่วงแรก วันแรกไม่แน่ใจว่าตัวเองจะทนอยู่ได้ไหม มันเจ็บบ ว่าง แต่พออยู่ไปสักพัก จิตใจเราที่เคยโมโหร้ายกลายเป็นโมโหน้อยลง หากจะเข้าคอร์สก็จะมีพระอาจารย์นำปฏิบัติทุกวัน ไปนั่งกันตรงลานหินโค้ง พระอาจารย์มาแนะนำการปฏิบัติให้ เวลาที่มีพระอาจารย์ช่วยดูให้ รู้สึกว่าจิตใจละเอียดขึ้น ใจไม่ได้อยู่ภายนอกแต่อยู่กับตนเอง พระอาจารย์สอนให้รู้หลักอานาปานสติแบบง่าย ซึ่งเมื่อได้ลองปฏิบัติแล้วเหมาะกับจริตตนเองมาก คิดว่าทุกอย่างในสวนโมกข์ดีหมด ความคิดตนเปลี่ยนไปเป็นระบบมากขึ้น จากที่เคยกลัวใจ มีปัญหา เราก็รู้จักรู้ทันอารมณ์แล้วปล่อยวางมัน หรือถ้าเราไม่ได้ยามาปฏิบัติจริงจัง แค่มาสวนโมกข์ก็ถือว่าได้มาพักผ่อนคลายใจในที่สงบแล้ว ที่นี้เหมาะที่สุดสำหรับคนที่อยากมีจิตใจสงบ เยือกเย็น”

(มะลิวัลย์ วัดจินดา, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“แรกๆ เป็นคนไม่ชอบนั่งสมาธิ จะอ่านแต่หนังสืออย่างเดียว แต่การอ่านโดยไม่ปฏิบัติ เวลาเกิดปัญหาจะดึงมาใช้ไม่ทันจึงลองไปปฏิบัติที่สวนโมกข์ ไซยา 10 วัน ช่วง 3 วันแรกจะร้องไห้เพราะเบื่อ คนที่ไม่เคยเลยก็ยังติดอยากดูทีวี อยากมีเวลาว่าง ครั้งหลังลองเตรียมตัวเตรียมใจนั่งจริงๆ ปฏิบัติตามหลักอานาปานสติ ก็นั่งได้ถึง 1 ชั่วโมง แต่ไม่ได้เขมามากกว่าจะต้องหายใจสั้น ยาว ละเอียด หยาบ นับ 1-1 2-2 3-3 ทีละ 10 ชุด ไม่ได้ทำตามนั้น เพราะเทปอานาปานสติที่เปิดให้ปฏิบัติยาวมาก ตอนนั้นจำความรู้สึกได้ว่านั่ง สงบมาก จิตไม่คิดฟุ้งซ่านอะไร รู้แต่ลมหายใจเข้าออก ไม่เห็นนิมิต ไม่เห็นอะไรพิเศษเพราะตั้งใจไม่อยากจะเห็นอะไร เน้นนั่งเอาสงบอย่างเดียว เข้ากับสมถสมาธิที่หลวงพ่อสอน ปัจจุบันปฏิบัติไม่ได้ดีขึ้นกว่าเดิมแต่อาศัยว่าต้องไปปฏิบัติทุกปีเพื่อให้ตัวเองอยู่ในการปฏิบัติตลอด”

(ฐิติมา วงศ์ถวัลย์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“สวนโมกข์สอนให้เราปฏิบัติตามหลักอานาปานสติของพระพุทธเจ้า ท่านพุทธทาสสอนอานาปานสติ 16 ชั้น เน้นดูลมหายใจตัวเองเป็นหลัก ลมหายใจเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ทุกคนสามารถปฏิบัติได้ ทุกที่ ทุกเวลา ทำที่บ้านก็ได้แค่กำหนดลมหายใจ ไม่ต้องใช้อุปกรณ์ ถ้ามาปฏิบัติที่สวนโมกข์ก็มีที่ที่สะดวกสบาย ไม่อึดอัด คับแคบ เจ็บบอบ แอ้มฝึกตนให้อดทนต่อทุกรูปแบบ ปลีกวิเวก ลดการใช้ไฟฟ้าในช่วงเวลาที่ไม่จำเป็น ซึ่งมองว่าเป็นการกำจัดทั้งกิเลสภายนอกและภายในที่เด็ดขาด ได้ผลจริง มาปฏิบัติที่นี้รู้สึกได้เลยว่ามีความสุขทางใจที่ละเอียดประณีต เป็นความสุขที่ประณีตที่ไม่ใช่สุขจากวัตถุ เคยนั่งแล้วได้ปีติเป็นความสุขยิ่ง จิตนิ่ง เป็นสมาธิมาก”

(สุธาสนี ใจสมิทธิ, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“แรกๆ ที่มาบวชเพราะประสบปัญหาเรื่องงาน ตั้งใจแค่อยากจะบวชไม่นาน ช่วงต้นที่เริ่มปฏิบัติก็ไม่ได้จริงจังตั้งใจ เพราะชอบสงสัย ชอบตั้งคำถามพระอาจารย์ พอเข้าพรรษาที่ 2 รู้สึกไฟแรง ประกอบกับมีพระนวกะมาใหม่ เราก็เริ่มเพิ่มความเข้มข้นของการปฏิบัติด้วยการเจริญอานาปานสติ อานาปานสติเป็นเรื่องง่าย แต่ต้องใช้เวลาในการฝึกฝนจิต เวลาปฏิบัติถึงขั้นเราจะรู้สึกปีติด้วยตัวเอง การปฏิบัติกับไม่ปฏิบัติหรือปฏิบัติไม่จริง ความรู้สึกมันต่างกันมาก ช่วงหลังๆ เราจะรู้สึกได้ว่านั่งได้นิ่ง

ขึ้น นานขึ้น หน้าตาผิวพรรณผ่องใสมากขึ้น รู้สึกขี้ขี้ขี้ใจ มีสติ ใจเย็นมากขึ้น เริ่มเข้าใจชีวิต มองเห็นความเกิด แก่ เจ็บ ตายเป็นธรรมดา ปล่อยวางต่อทุกขเวทนาได้เร็วกว่าแต่ก่อนที่เป็นคนย้ำคิด ย้ำทำ ช่างสงสัย ตอนนี้รู้แล้วว่าทุกอย่างมีที่มาที่ไป”

(ชาตร คล้ายปักซี่, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

“แม้จะไม่เคยมีโอกาสปฏิบัติธรรมทันท่านพุทธทาส แต่จะอาศัยอ่านคำสอนทั่วไปเพื่อเตือนสติตัวเองมากกว่า เราเป็นพวกธรรมดาเมือง วัดครึ่งหนึ่งบ้านเทียงครึ่งหนึ่ง กล่าวคือ คนเมืองที่ใช้ชีวิตไปกับความเร่งรีบ วุ่นวาย แข่งขันไปกับการทำงานการเรียน ดำรงซึ่งวิถีแบบทุนนิยม คนกลุ่มนี้มักเป็นคนที่มีการศึกษาแต่เวลาในชีวิตมีน้อยเพราะหมดไปกับการเดินทาง ธรรมดาต้องเสพแบบเร็วๆ หรือต้องค่อยๆ แทรกซึมทีละนิดเพื่อช่วยให้เข้าหาธรรมได้ง่ายขึ้น แต่กระนั้นเราก็ชอบวิถีแบบเก่า อ่านหนังสือก็อ่านจากหนังสือจริงๆ ไม่ใช่ E-book เข้าวัดทำบุญจริงๆ ไม่ใช่เข้าทางเว็บไซต์หรือฟังธรรมผ่านยูทูบ มันไม่ใช่กิจกรรมศาสนาแบบดั้งเดิม”

(พรทิพย์ ประดิษฐ์กร, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

3. วัดป่าบ้านตาด

กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติกรรมฐานของวัดป่าบ้านตาด ส่วนใหญ่ไม่ได้เน้นใช้สื่อมาก เน้นมาปฏิบัติที่วัดหรือยึดคำสอนของหลวงตาให้มันแล้วมุ่งปฏิบัติให้จิตใจสงบ ต่อยอดบุญอย่างเดียว

“ทุกวันเวลาตี 3 จะตื่นเข้าลุกขึ้นมาล้างภาวนา อาบสงฆ์จากการภาวนาพุทโธทุกคำเข้าทำให้เราไม่ตกอับ มีคนมาช่วยค้าชูอุปถัมภ์ เวลาไม่มีเงินก็มีงานเข้า ตัวเราเองจากที่ใจร้อนก็อ่อนโยน ไม่ดุคนเหมือนแต่ก่อน มีจิตเมตตา มองโลกในแง่ดี ใช้ชีวิตแบบมีความสุข ผลที่ดีสะท้อนกลับมาถึงลูกชาย ลูกเติบโตมาเป็นคนดี อยู่ในศีลในธรรม ไม่เกะกะเกร ไม่กินเหล้าเมายา เวลาทำบุญจะเลือกทำบุญกับพระอรหันต์ พระปฏิบัติดีปฏิบัติชอบ ทุกอย่างอยู่ที่ใจเราศรัทธา ศรัทธาในคำสอนพ่อแม่ครูอาจารย์ ศรัทธาในพระพุทธศาสนา ศรัทธาที่ออกมาจากใจ ผลบุญที่ได้มันมีมาก”

(บัวอุบล วัตติ, สัมภาษณ์ 16 ก.พ.57)

“ปฏิบัติธรรมสายพระป่าครั้งแรกเมื่อตอนอายุ 20 ปี ตอนนั้นยังไม่ค่อยสนใจสายปฏิบัติเท่าไรเลยไม่รู้อะไรมา มาได้ปฏิบัติอีกทีก็ที่สวนแสงธรรม ตอนนั้นจำได้ว่าเราตั้งใจมาปฏิบัติมาก ลางานเรียบร้อยแล้ว หลวงตาสอนให้เราภาวนาพุทโธออกท่ามกลางอกของเราไปเรื่อยๆ บางครั้งให้พิจารณาลมหายใจ เพราะกรรมฐานมีหลายอย่าง เปล่งคำภาวนาพุทโธถี่ๆ เราต้องล้อมเอาไว้ให้อยู่ในกาย อยู่กับคำบริกรรมพุทโธ ไม่ส่งออกนอก ปัจจุบันก็ยังนั่งปฏิบัติทุกวันที่บ้าน ก่อนนอนก็จะสวดมนต์ นั่งสมาธิ ตื่นนอนก็จะภาวนาแล้วค่อยลุกขึ้นมา การปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้เราสุขมากขึ้น มีสมาธิในการทำงานต่างๆ ให้คำนึงเสมอว่าวิชาทางโลกใช้ได้ในชีวิตนี้ แต่วิชาทางธรรมใช้ได้ทั้งในชีวิตนี้และชีวิตหน้า จะได้ว่าโลกที่เรามองไม่เห็นด้วยตาเนื้อ”

(จงใจ วิเศษมงคลชัย, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“บ่อยครั้งก็มาวัดป่าบ้านตาดในนามผู้จัดกิจกรรมชมรมพุทธ แต่ไม่ค่อยได้นั่งสมาธิ การปฏิบัติจึงเกิดในชีวิตประจำวันมากกว่า เกิดปัญหาความทุกข์ขึ้นมา ก็จะคิดหาทางออกได้ บางทีระหว่างเดินไปเรียนที่มหาวิทยาลัยก็จะสวดมนต์ในใจ จิตคิดถึงคำสอนของหลวงตา หรือเดินท่องพุทธโธไป ใช้วิธีระลึกถึงบุญทุกขณะที่ว่างแทนการนั่งปฏิบัติที่วัด เพราะไม่สะดวกในเรื่องเวลา”
(กิงกาญจน์ ยกย่อง, สัมภาษณ์ 7 ก.พ.57)

“ส่วนตัวไม่เคยปฏิบัติธรรมกับองค์หลวงตาอย่างใกล้ชิด แต่ได้นำหลักที่ท่านได้สอนไว้มาใช้ ซึ่งสิ่งที่หลวงตามักจะสอนเสมอคือเรื่องของใจ ภาวนาชำระใจด้วยธรรม ตัดกิเลสให้ได้เป็นเรื่องสำคัญที่สุด จากนั้นก็หมั่นนั่งสมาธิ ตั้งจิตตั้งใจ เป็นหลัก สู้กับตัวเองเป็นสิ่งที่ยากที่สุด เมื่อเอาชนะกิเลสได้ เมื่อนั้นก็พบสุขที่แท้จริง”
(ธนกร ผดุงศักดิ์วงศ์, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

4. วัดพระธรรมกาย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติตามฐานตามสายวิชชาธรรมกายของวัดพระธรรมกายจะเข้าร่วมการปฏิบัติภาวนากับทางวัดเป็นระยะเวลายาวนาน สม่ำเสมอ บางคนอบรมสมาธิตั้งแต่วัยเด็ก บางคนเข้าร่วมโครงการอบรมสมาธิตามศูนย์ปฏิบัติธรรมสาขาต่างๆ ของวัด ซึ่งการปฏิบัติธรรมเหล่านี้จะมีสี่บุคคล คือ พระอาจารย์เป็นผู้นำการปฏิบัติ มีสถานที่ที่เป็นอาวาสสัปปายะที่เหมาะสมแก่การเจริญภาวนา โดยผลจากการปฏิบัติธรรมส่งผลให้ชีวิตเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น จิตเป็นสุข สงบง่ายขึ้น บางคนปฏิบัติธรรมขั้นสูงจนสามารถเห็นดวงแก้วในกายได้แจ่มชัด

“ตั้งแต่เริ่มปฏิบัติมาเคยปฏิบัติภาวนาพุทธโธ แต่ก็ไม่ได้ผล ก็เลือกนั่งสายธรรมกายสายเดียว พระอาจารย์จะบอกเราให้ปล่อยวางทุกสิ่งทุกอย่างไว้อีก่อน ในช่วงแรกเลยยังทำไม่ได้ นั่งไป 2-3 วัน จึงค่อยๆ ปรึบใจอยู่กับตัว แล้วนี่ภาพองค์พระ คิดถึงดวงแก้วตาม ตอนแรกๆ ยังนึกภาพดวงแก้วไม่ออกก็นั่งมีดๆ ไป พอนานๆ เข้าก็เริ่มรู้ว่าต้องจินตนาการอย่างไร ครั้งที่รู้สึกดีมากคือ ครั้งที่เราเพิ่งใหม่ๆ ยังไม่ปรุงแต่งจิตอะไรมาก ครั้งนั้นเหมือนเราจะตกศูนย์ เป็นความรู้สึกเหมือนเราเห็นท่อขนาดใหญ่และยาวดิ่งลึกลงไปและเราตกลงไปในท่อนั้น ความรู้สึกเหมือนตกจากที่สูงแล้วจะตาย แรกๆ เราไม่รู้ว่าจะอย่างนั้นแหละเรียกว่าตี จนนพคุณชิน ตัวเองไม่ตกศูนย์ เราก็อาจจะพอเห็นดวงแก้ว องค์พระที่สว่างชัดขึ้นเรื่อยๆ ตอนนั้นจะรู้สึกอิมเมจ รอบๆ ตัวจะสว่างเต็มไปหมด”
(จิระดา พันรูปทำว, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“เข้าวัดปฏิบัติธรรมกับวัดพระธรรมกายมากกว่า 20 ปี มีหมดทั้งการปฏิบัติรวมๆ ปฏิบัติในคอร์สอบรม มาปฏิบัติเดี่ยว บางอารมณ์ก็เป็นการมาปฏิบัติธรรมตามหน้าที่ แบบนี้ก็จะไม่ได้อะไรมาก เพราะผลของการปฏิบัติธรรมขึ้นอยู่กับความสม่ำเสมอในการฝึกฝนจิต ธรรมะเป็นเรื่องที่ต้องปฏิบัติเอง ต้องมีความต่อเนื่อง ต้องมีวินัย ถ้าไม่มีวินัย ไม่หมั่นรักษากายใจ การปฏิบัติก็เหมือนกำปั้นทุบดินที่ผ่านมามาก่อนนั่งสมาธิแล้วเห็นแสงสว่างวาบๆ ในตัวเอง แม้จะไม่บ่อย ไม่ค่อยลึกซึ้งมาก แต่จิตใจก็เป็น

สุขมาก เรานั่นการปฏิบัติให้จิตหยุด ปล่อยวาง เกิดความสงบ”

(กัลยกร ฝูงวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

“เริ่มนั่งปฏิบัติเป็นครั้งแรกตอนอายุ 13 ปี ตอนนั้นเขาให้กำหนดเอาใจไว้ที่ศูนย์กลางกายที่ 7 เนื้อสะดือขึ้นมา 2 นิ้ว ให้จิตนึกถึงองค์พระแก้วใส ดวงแก้วใส ทำใจนิ่งๆ หลวมๆ สบายๆ นั่งไปสักพักรู้สึกมีความสุขจึงเริ่มรักในการปฏิบัติธรรมนับแต่นั้นมา การนั่งสมาธิขึ้นอยู่กับช่วงเวลา ขึ้นอยู่ว่าเราอยากปฏิบัติหรือไม่ ปัจจุบันก็นั่งสมาธิเองทุกวัน สวดมนต์บ้าง ไปวัดทุกอาทิตย์ โดยเฉพาะอาทิตย์ต้นเดือนที่มีงานบูชาข้าวพระจะไม่ขาด ที่สำคัญสถานที่ต้องสบาย ความสบายทำให้เรามีสมาธิ ถ้าเราไปลำบากจะทำให้ตัวเราเป็นทุกข์ บุคคลเป็นที่สบายนี้สำคัญ ที่วัดจะไม่เน้นทรมาณตน นี่เป็นสาเหตุที่ประทับใจสายนี้”

(โอภาส คงสุข, สัมภาษณ์ 20 ก.พ.57)

“เมื่อเริ่มปฏิบัติสายของวัดพระธรรมกาย แรกๆก็เจอกับภาวะ “ตกศูนย์” คือไปไม่ได้ไม่ถึงไหนก็ตกใจเลยหยุด แต่จำภาวะที่ดีที่สุดได้ว่า นั่งแล้วรู้สึกวูบๆ เหมือนแสงสว่างไสว ตอนนั้นรู้สึกเลยว่า สุขมาก สุขที่เราบอกใครไม่ได้ เราเลยจำความรู้สึกสุขเอาไว้ว่าต้องแบบนี้แล้วมันไม่ได้อีก เดียวนี้ถ้าจะนั่งสมาธิจะนั่งโดยไล่ฐานตั้งแต่ฐาน 1 ไปฐาน 2 ฐาน 3 เขาบอกให้กำหนดฐาน 1 ไปฐาน 7 แต่เรานั่งนึกไม่คิดอะไร ไม่ได้คาดหวังจะเห็นอะไร แค่มานั่งให้จิตว่าง เบา สุขเท่านั้น”

(ธนมน พลาณพัฒน์, สัมภาษณ์ 9 ก.พ.57)

“ประสบการณ์จากการเข้าร่วมโครงการบวชอุทิศแทนคุณพ่อแม่ 2 โครงการ ทำให้เราปรับปรุงพื้นฐานความคิด ปรับพฤติกรรมในการใช้ชีวิตไปโดยสิ้นเชิง ทำให้เราเป็นคนมีระบบระเบียบมากขึ้น มีความเรียบร้อย ความสงบมากยิ่งขึ้น เวลาปฏิบัติธรรมในช่วงปกติก็รู้สึกใจสบาย ถ้าเรามีปัญหาที่คิดไม่ตกก็จะมีความคิดที่ดี คิดหาทางแก้ปัญหาได้”

(วรวิมล คนเพียร, สัมภาษณ์ 23 มี.ค.57)

“ไม่ต้องเห็นนิมิต ดวงแก้วใสๆ อะไร แค่มสัมผัสถึงความนิ่งของใจก็มีความสุขแล้ว”

(ทองใส บุษดี, สัมภาษณ์ 23 ก.พ.57)

5. วัดอัมพวัน

วัดอัมพวันเป็นวัดที่เน้นการวิปัสสนากรรมฐาน ทุกวันจะมีการอบรมปฏิบัติธรรม โดยมีพระอาจารย์วัดอัมพวันเป็นผู้นำการปฏิบัติแทนองค์หลวงพ่ोजรัญซึ่งปัจจุบันมีสุขภาพไม่แข็งแรง โดยแนวการปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานของวัดจะเน้นสอนให้เราอยู่กับตัวเอง ให้จิตตามอารมณ์ ไม่ต้องใช้สื่ออะไรมาช่วย เมื่อปฏิบัติเสร็จสิ้นก็สามารถจัดการกับปัญหาในชีวิตได้อย่างมีสติ เชื่อในกฎแห่งกรรม จะรู้สึกละอายและเกรงกลัวต่อบาปมากขึ้น

“แนวการปฏิบัติวิปัสสนากรรมฐานของที่นี่จะเน้นสอนให้อยู่กับตัวเอง พิจารณาตนเอง เน้นเรื่องกฎแห่งกรรม สวตมนต์ ตอนนี้แม่หลวงพ่อจรรย์ไม่ได้ลงสอนกรรมฐานเองแล้ว แต่ลูกศิษย์ของหลวงพ่อสอนปฏิบัติดีมาก สอนเข้าใจง่าย ปกติสวตมนต์ที่บ้านเป็นกิจวัตรอยู่แล้ว และทุกครั้งที่สวตมนต์ก็จะใช้บทสวดของหลวงพ่อ เราได้มาปฏิบัติแล้วรู้สึกอิมบุนญ อิมใจ ฝึกความอดทน เวลาเจอปัญหาที่เข้ามาในชีวิตจะโกรธน้อยลง โมโหน้อยลง ใจเราเป็นพระมากขึ้น รู้สึกสงบ เยือกเย็น จิตคิดถึงว่าบุญกุศลที่ปฏิบัติในวันนี้จะช่วยชีวิตพบเจอแต่สิ่งดีๆ”

(อติธยา ปู่ซึ้ง, สัมภาษณ์ 24 ม.ค.57)

“เคยบวชที่วัดอัมพวันและไปปฏิบัติธรรมที่วัดเป็นประจำ ประสบการณ์ที่ได้จากการปฏิบัติธรรมสามารถแก้กรรมของเราได้ จากที่เคยอารมณ์ร้อน มีโทสะเยอะๆ ก็สามารถบรรเทาเบาบางลงได้ จากที่เคยโกรธง่ายก็จะไม่ค่อยโกรธ จากที่เคยขี้ใจจกาก็ลดลงไป พวกรักโลก โกรธ หลง ก็หายไป ครัทธาในหลักสติปัฏฐาน4 ช่วยให้เราลดความโมโห ช่วยให้เราระลึกถึงตัวกรรม เชื่อในวิถีกฎแห่งกรรม เชื่อว่าบาปบุญมีจริง”

(ธีระพันธุ์ นาคสินธุ์, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

“วันแรกที่ได้มาปฏิบัติที่วัดอัมพวัน มาด้วยความทุกข์ที่สุดในชีวิต พอพระท่านให้เราเดินจงกรม นั่งสมาธิ เราก็อธิงให้ คิดว่าไอ้ฉัน คนๆนั้นทำเราธิงให้ หลังๆ พอสงบจิตสงบใจมาปฏิบัติใหม่ก็ได้เริ่มสวตมนต์ ปฏิบัติอย่างตั้งใจก็รู้สึกชีวิตเราเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้นอย่างน่าตกใจ เข้าใจเลยว่าเรามาปฏิบัติเพื่อปล่อย ไม่ได้มาเพื่อยึดไว้ เพื่อให้เข้าใจหลักไตรลักษณ์ เกิดปัญหาแบบนี้แล้วแก้ปัญหาในชีวิตของตัวเองได้ ไม่ได้ต้องนั่งให้เห็นนิมิต จิตปฏิกิริยาอะไร หลวงพ่อจะเน้นให้มีสติ คือ รู้ว่าตอนนี้เท้าอยู่ยังงี้ มืออยู่ยังงี้”

(ณัฐกฤตา ชานนพันธ์เบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

“เพิ่งรู้จักวัดอัมพวันเมื่อปี 52 ตอนนั้นได้คุยกับผู้โดยสารบนรถไฟจากนครศรีฯ มากรุงเทพฯ เพื่อไปดูแลแม่ที่ป่วยนอนรักษาตัวที่ห้องไอซียู บังเอิญเพื่อนคนนั้นเล่าให้ฟังว่า หลวงพ่อจรรย์เคยป่วยหนัก คอหักแล้วท่านรอด ตอนนั้นเรากระวนกระวายใจมาก อยากทำอะไรก็ได้ให้แม่รอดเลยตรงไปที่วัดอัมพวันทั้งที่ไม่รู้จักว่าวัดอยู่ตรงไหน ระหว่างทางได้ช่วยพี่คนหนึ่งถือพระพุทธรูป ผ้าไตร อัฐบริขาร ไปถวายหลวงพ่ोजรรย์เลยได้เข้าไปพบหลวงพ่ोजรรย์ตัวต่อตัวด้วย จากนั้นก็เริ่มปฏิบัติธรรม 3 วันด้วยความศรัทธา เริ่มลองใช้สติปัฏฐาน 4 ใหม่ เพราะรู้จักแต่อาณานาปานสติอย่างเดียว หลังๆ เมื่อมีโอกาสก็จะมาเข้าปฏิบัติอยู่เรื่อยๆ 1 วัน 3 วัน 7 วัน ที่ประสบความสำเร็จคือนั่ง 7 วัน ได้คุยกับเพื่อนที่เป็นช่างปั้นพระพุทธรูป บอกให้ขอบารมีหลวงพ่ोजรรย์ช่วยให้แม่หายป่วย คืบสุดท้ายพอนั่งสมาธิได้ 45 นาที ไกลๆจะได้ยินเสียงสัญญาณหมดเวลา ตอนนั้นปวดเมื่อยทั่วร่างกาย ปลายนิ้วเท้าค่อยๆ เย็น ความเจ็บปวดเริ่มหายไป มือ แขน ข้อศอกไม่เจ็บ ตั้งแต่ศัวรรษลงมาที่ล้นปีหายเจ็บหมด พอไม่เจ็บก็นั่งได้นั่งรู้สึกอิมอิมใจ ไม่หิวข้าว เพื่อนบอกว่านั่นแหละ ปิติ ก็รู้สึกดีที่ได้รับคำยืนยันจากคนปฏิบัติมานาน”

(ศิลป์ชัย ถวาย, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

กล่าวโดยสรุปว่า ผู้รับสื่อของแต่ละวัดมีรูปแบบการใช้สื่อที่แตกต่างกันในการเสริมการปฏิบัติภาวนา ส่วนใหญ่เชื่อว่า สื่อมีผลต่อการน้อมนำหรือกระตุ้นจิตใจของผู้ปฏิบัติได้ดีกว่าเมื่อไม่ใช้สื่อ โดยสื่อประเภทหลักที่มีผลต่อการปฏิบัติภาวนาจะเป็นสื่อที่มีความเกี่ยวข้องกับสื่อบุคคล ซึ่งเป็นองค์หลวงพ่อที่วัดต่างๆ ให้ความเคารพศรัทธาสูงสุด ได้แก่ สื่อบันทึกเสียงคำสอน สื่อวิทยุที่ออกอากาศเสียงกันท์เทคนส์สดของหลวงปู่ สื่อหนังสือที่หลวงปู่เขียนขึ้นเอง ฯลฯ

ทั้งนี้ ผู้รับสื่อบางกลุ่มมองว่า สื่อไม่มีผลต่อการปฏิบัติภาวนา ไม่มีส่วนเพิ่มหรือลดระดับความศรัทธา แต่ความตั้งใจของผู้ปฏิบัติเองเป็นตัวกำหนดระดับของการปฏิบัติ จึงไม่ใช้สื่อเพื่อช่วยเสริมประสิทธิผลของการปฏิบัติกรรมฐาน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า วัดที่ผู้รับสื่อตอบว่า สื่อไม่มีผลต่อการปฏิบัตินั้นจะเป็นวัดที่มีแนวคิดไม่เน้นใช้สื่อปริมาณมากๆ ในการเผยแพร่ธรรมะ เน้นใช้สื่อเก่าเป็นหลัก เช่น หนังสือ เทป ซีดีบันทึกเสียงคำสอน เช่น สวนโมกขพลาราม วัดป่าบ้านตาด วัดอัมพวัน ผู้รับสื่อจึงมีทัศนคติสอดคล้องกับแนวคิดการใช้สื่อของวัดและเห็นว่า สื่อไม่ใช่ปัจจัยกำหนดการปฏิบัติภาวนาของบุคคล

ประสิทธิผลของการใช้ประโยชน์สื่อขององค์กรภาคีธรรม

นอกจากนี้ การศึกษากระบวนการทำงานหลอมรวมสื่อยังให้ความสำคัญกับความร่วมมือระหว่างองค์กรสื่อกับองค์กรภาคีธรรม ผู้วิจัยจึงได้เก็บข้อมูลประสิทธิผลด้านการใช้ประโยชน์สื่อขององค์กรภาคีธรรม วัดสาขา หรือศูนย์ปฏิบัติธรรมสาขา เพื่ออธิบายว่า ในกลุ่มผู้รับสื่อมีการเปิดรับและใช้งานสื่อขององค์กรภาคีธรรมนอกเหนือจากของวัดเองอย่างไรบ้าง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอประสิทธิผลของการใช้ประโยชน์สื่อของศูนย์ปฏิบัติสาขาตามองค์กรดังต่อไปนี้

1. วัดท่าซุง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักและเข้าร่วมกิจกรรมถวายสังฆทานและปฏิบัติกรรมฐานแบบมโนมยิทธิที่บ้านสายลม ช.พหลโยธิน 8 ซึ่งเป็นสถานที่ที่ท่านเจ้าคุณพระภาวนากิจวิมล เจ้าอาวาสวัดท่าซุงรูปปัจจุบัน เดินทางมารับสังฆทานแก่ลูกศิษย์ในกรุงเทพฯ เป็นประจำทุกเดือน สืบเนื่องมาตั้งแต่สมัยหลวงปู่ถาชีสิงดำ โดยจะติดตามสื่อเฟซบุ๊กมูลนิธิหลวงปู่ปาน-พระมหาวิระ ถาวร ซึ่งจะอัปเดตข่าวสารกิจกรรมที่หลวงปู่เดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ทุกกิจกรรม บางคนเคยไปร่วมกิจกรรมที่ศูนย์พุทธศรัทธา จ.สระบุรี บางคนไม่เคยไปศูนย์สาขาที่ใดเลยแต่ก็ติดตามสื่อเฟซบุ๊ก สื่อออนไลน์ของศูนย์สาขาตามความสะดวก

“ทุกสัปดาห์ต้นเดือนที่บ้านสายลม ช.พหลโยธิน 8 พระอาจารย์อนันต์ เจ้าอาวาสวัดท่าซุงจะเมตตาเดินทางมารับสังฆทานโปรดลูกศิษย์ที่กรุงเทพฯ เป็นประจำ ผมก็จะมาเป็นประจำมิได้ขาด มาถวายสังฆทาน ซื้อหนังสือธรรมที่บ้านสายลม เข้าบูชาวัตถุมงคลร่วมบุญกับทางวัดบ้าง ตอนแรกไม่ได้สนใจแนววัตถุมงคล แต่อยากมีไว้ อยากมีสมบัติของพ่อติดตัวไว้ เรื่องความศักดิ์สิทธิ์เราไม่สงสัยอยู่แล้ว นอกจากนี้ ก็ยังติดตามเฟซบุ๊กวัดวิระโชติธรรมาราม จ.ฉะเชิงเทรา ศูนย์ปฏิบัติธรรมวัดท่าซุงสาขาโคราช อันหลังมีกลุ่มไลน์ด้วยเพราะมีเครือข่ายญาติธรรม พระอาจารย์ที่เจอกันตามงานบุญ

บ่อยๆ จึงเพิ่มกลุ่มไลน์แชร์ข่าวสารกันอีกช่องทางหนึ่ง”

(ศุภชัย จิรเกรียงสกุล, สัมภาษณ์ 30 ม.ค.57)

“ช่วงปีหลังๆ จะไปร่วมกิจกรรมถวายสังฆทาน ฟังเทศน์ที่บ้านสายลม กรุงเทพฯ แทนการไปวัดท่าซุงเพราะอยู่ไกล แต่ที่มาบ้านสายลมก็ไม่ได้มาฝึกมนโณมยิทธิ เราฝึกมาหลายปีจนไม่จำกัคิดว่าต้องมาฝึกที่วัดท่าซุงหรือบ้านสายลม ฝึกที่ไหนได้หมด”

(ทศพร ดุสิตพัฒนาพันธ์, สัมภาษณ์ 1 ก.พ.57)

“ติดตามแต่สื่อที่บ้านสายลมที่หลวงพ่อนันต์ไปรับสังฆทานลูกศิษย์ที่กทม. ทุกเดือน ดูจากในเฟซบุ๊กมูลนิธิหลวงพ่อบานฯ ที่ลงกำหนดการมารับสังฆทานเป็นประจำ รวมถึงติดตามสื่อเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ของศูนย์พุทธศรัทธา จ.สระบุรี แต่ไม่มีโอกาสได้ไปเลย จะใช้วิธีโอนเงินร่วมบุญตามเลขที่บัญชีที่แปะไว้ในเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ เมื่อโอนแล้วจะขึ้นรายชื่อผู้ร่วมบุญเราก็เข้าไปอนุโมทนาบุญนั้น”

(สพรัฐ หล้าเนตร, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“เคยไปบ้านสายลม ไปศูนย์พุทธศรัทธา บ้านสายลมจะไปซื้อหนังสือ ปฏิบัติมนโณมยิทธิ แต่ไม่ได้ติดตามเฟซบุ๊กศูนย์ฯ จะดูจากเว็บบอร์ดพลังจิตมากกว่า ส่วนศูนย์พุทธศรัทธา ได้ติดตามเฟซบุ๊กศูนย์ หลักๆ จะทราบกิจกรรมบวชเนกขัมมะ ปฏิบัติธรรมทุกวันเสาร์-อาทิตย์ มีวัดอุ้มงคด้วย แต่หลังๆ ไม่ค่อยได้ไป เพราะอยู่ค่อนข้างไกลจากกรุงเทพฯ เลยใช้ติดตามผ่านสื่อแทน”

(คณิต คุ่มพิทักษ์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

2. สอนโมกขพลาราม

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักหोजดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญญา โดยจะติดตามสื่อเฟซบุ๊กของหोजดหมายเหตุฯ และเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่หोजดหมายเหตุฯ จัดขึ้น ไม่ว่าจะ เป็นกิจกรรมเพลินธรรมนำชม ตักบาตรเดือนเกิด ฯลฯ ในกรณีนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนในพื้นที่ใกล้สวนโมกข์ ไซยา จะไม่ค่อยรู้จักและติดตามสื่อของหोजดหมายเหตุฯ เท่ากลุ่มตัวอย่างที่เน้นใช้สื่อออนไลน์และอยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯ

“หोजดหมายเหตุพุทธทาสฯ เป็นองค์กรที่ช่วยเหลือเกื้อกูลสวนโมกข์ แต่ไม่ได้เป็นองค์กรเดียวกัน สมัยที่ผมบวชอยู่ หोजดหมายเหตุฯ เพิ่งเริ่มสร้าง ตอนบวชก็คิดว่าแค่สวนโมกข์ก็ดีพอแล้ว แต่พอมีหोजดหมายเหตุฯ ก็ดี ช่วยเผยแพร่ธรรมให้กว้างขวางขึ้น หลังสร้างเสร็จ 2-3 ปี เห็นองค์กรอื่นอยู่ได้ก็รู้สึกชื่นชมมากๆ แม้จะไม่ค่อยได้รับสื่อจากหोजดหมายเหตุฯ เท่าไร เพราะอยู่กับสื่อของท่านตั้งแต่ที่สวนโมกข์ รู้จักกับคนในของหोजดหมายเหตุฯ แต่เวลามีอะไรจะโทรถามกันโดยตรง”

(ธาดร คล้ายปักซี่, สัมภาษณ์ 8 ก.พ.57)

“ไปร่วมกิจกรรมอบรมธรรมะยุคประมาณู คุ่มมือมนุษย์ยุคประมาณูของหोजจดหมายเหตุฯ ซึ่งจะ มีวิทยากรเป็นพระมาสอนทุกวันอาทิตย์ที่ 2 ของเดือน ทั้งนี้ ยังไปเป็นอาสาสมัครช่วยถอดเทปท่าน พุทธทาส พี่ๆจะแบ่งกลุ่มให้ไปถอดเทป ได้รับไฟล์มา 10 เรื่องแต่ถอดได้บางส่วน นอกจากนี้ยังรับสื่อ ของวัดชลประทานฯ ซึ่งมีแนวปฏิบัติคล้ายๆ ของสวนโมกข์ คือจะมีตักบาตรทุกวันอาทิตย์ มีกิจกรรม ตักบาตรสาธิต สวดมนต์ ปฏิบัติธรรมทั่วไป ไปปฏิบัติที่นี้เดือนละ 2 ครั้ง ที่นี้จะมีสื่อหนังสือธรรมะ เสี่ยงธรรมของท่านพุทธทาสจำหน่ายด้วย เหตุที่ไปวัดชลประทานฯ เพราะว่าท่านปัญญานันทภิกขุ เป็นสหายของท่านพุทธทาส ช่วงนี้จึงเน้นไปวัดชลประทานฯ กล่าวคือ ถ้าอยู่ในกทม. จะไปวัด ชลประทานฯ ถ้าอยู่ต่างจังหวัดจะไปสวนโมกข์ ไซยา”

(ฐิตีมา วงศ์ถวัลย์, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“เคยไปเป็นอาสาสมัครที่หोजจดหมายเหตุฯ ไปเป็นอาสาสมัครเพลินธรรมนำชม ไปช่วยถอด เทปเสียงเทศนาหลวงพ่อกุญชรทาส ได้ทราบประวัติสวนโมกข์แบบอินไซด์เยอะมาก ที่สำคัญได้คอน เนกซ์คนที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ในการปฏิบัติธรรม เพราะแต่ละคนมีอายุ เป็นคน เก่าคนแก่ของที่นี่”

(สุธาสินี ใจสมิทธิ, สัมภาษณ์ 31 ม.ค.57)

“เคยไปหोजจดหมายเหตุฯ ครั้งแรกเพราะไปทำโครงการวิชาสื่อการสอน เข้าไปเก็บข้อมูลใน ห้องสื่อธรรม ห้องกิจกรรมต่างๆ เช่น ห้องนิพพานขิมลอง เพลินธรรมนำชม เดินดูกิจกรรมอบรม ธรรมะสำหรับเด็กๆ ชมนิทรรศการสตรีกับธรรมะ (แต่ละเดือนจะสลับสับเปลี่ยนเรื่องราวไม่ เหมือนกัน) เวลาไปจะชอบเข้าห้องหนังสือสื่อธรรม เป็นหนังสือชุดเดียวกับที่สวนโมกข์เลย แต่จะมี ของที่ระลึกใหม่ๆที่เป็นสื่อ ร่ม สมุดบันทึก ปฏิทิน ฯลฯ วิธีการจ่ายเงินก็จ่ายเองแบบที่สวนโมกข์ สื่อ อื่นๆก็กดไลค์เพจเฟซบุ๊กหोजจดหมายเหตุฯ เข้าเว็บไซต์ Bia.or.th ของหोजจดหมายเหตุฯ ไว้ตามดู กิจกรรมประจำเดือน”

(วิทวัส ชัชวาลย์, สัมภาษณ์ 10 ก.พ.57)

“เคยไปหोजจดหมายเหตุฯ ไปร่วมกิจกรรมจิตอาสา เพลินธรรมนำชม อบรมธรรมะความตาย ออกแบบได้ สวดมนต์ ร่วมกิจกรรมโยคะ ตักบาตรเดือนเกิดตามโอกาสที่สะดวก กิจกรรมความตาย ออกแบบได้ ชอบมากๆ น้ำตาไหลพรากเลย เป็นกิจกรรมที่สอนให้คนเราตระหนักคุณค่าของการมี ชีวิต เราควรทำอะไรก่อนตาย”

(พรทิพย์ ประดิษฐากร, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

3. วัดป่าบ้านตาด

จากการศึกษาประสิทธิผลการใช้สื่อขององค์กรภาคีธรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จัก วัดที่อยู่ในสายพระอาจารย์มั่น ภูริทัตโต ในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนในพื้นที่หรืออยู่ใกล้วัดป่าบ้านตาดก็ มักจะติดตามข่าวสารจากวิทยุเสียงธรรมฯ ของวัดหรือเฟซบุ๊กของวัดนั้นเพื่อไปร่วมงานบุญต่างๆ ที่วัด

จัดขึ้นหรือวัดในสายพระป่าจัดขึ้น แต่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิต นักศึกษาที่จัดกิจกรรมในมหาวิทยาลัย จะติดต่อประสานงานกับวัดผ่านผู้ประสานงาน แต่ก็ใช้สื่อช่วยเสริมด้วย

“เคยไปสวนแสงธรรม พุทธมณฑลสาย 3 ที่หลวงตาเคยมาเทศนาธรรมสงเคราะห์ลูกศิษย์ที่ กรุงเทพฯ บ่อยๆ แต่ตอนนั้นไปพบพระอาจารย์อินทร์ถวาย ศิษย์หลวงตามหาบัว ญาณิธรรมนำ น้ามนต์ ซีตีธรรมจากงานบุญประเพณีข้าวเปลือกมาให้ ที่สวนแสงธรรมได้ทั้งซีดี หนังสือธรรมะเล่มเล็ก ซึ่งเป็นสื่อธรรมที่ญาณิธรรมจัดทำถวายไว้ ทั้งยังเคยไปจัดกิจกรรมธรรมสัญจรที่วัดแสงธรรมวังเขา เขียว วัดเขาใหญ่ญาณสัมปันโน วัดภูสิงห์ วัดป่าภูผาแดง วัดญาณเวศกวัน หลังกๆ คือไปกราบแสดง ความระจิดต่อพ่อแม่ครูอาจารย์ นำเงินปัจจัยมาถวายร่วมสร้างเจดีย์ การติดต่อจะติดต่อทางโทรศัพท์ โดยตรงกับพระอาจารย์หรือลูกศิษย์ผู้ประสานงานมากกว่า”

(กิงกาญจน์ ยก่อง, สัมภาษณ์ 7 ก.พ.57)

“ไปกราบพระอาจารย์ที่วัดป่ากรรมฐานที่หลวงตาให้การรับรองว่าเป็นพระอรหันต์อยู่หลาย วัด อาทิ หลวงปู่ลี กุศลธโร วัดภูผาแดง ลูกศิษย์เอกหลวงตามหาบัว วัดป่าแก้วชุมพล สำนักสงฆ์ทรัพย์ สวนพลู บ้านนา แก่งคอย โดยมักไปวัดภูผาแดงบ่อยๆ เพราะศรัทธาในองค์หลวงปู่ลีมาก หลวงตา บอกรับรองเลยว่านี่เป็นพระดี ไปที่วัดป่าแก้วชุมพลก็ไปปฏิบัติบ่อยและให้ลูกชายบวชเณรที่นี่ด้วย โดยการติดตามข่าวสารจากวัดสาขามักดูจากเพจเฟซบุ๊กและสถานีวิทยุเสียงธรรมที่จะประกาศ กิจกรรมงานบุญของวัดป่ากรรมฐานในเครือ”

(บัวอุบล วดี, สัมภาษณ์ 16 ก.พ.57)

“ไปวัดสาขาของหลวงตามหาบัวอยู่หลายแห่ง ได้แก่ วัดเขาใหญ่เจริญธรรมญาณสัมปันโน จ. นครราชสีมา วัดป่าหลวงตามหาบัว ญาณสัมปันโน จ.กาญจนบุรี วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร จ. ชลบุรี วัดแสงธรรมวังเขาเขียว อ.วังน้ำเขียว จ.นครราชสีมา วัดป่าธรรมวิสุทธิมงคล จ.ลพบุรี ฯลฯ โดยวัดดังกล่าวนี้จะเน้นไปร่วมกิจกรรม ช่วยเหลืองานบุญ ไปปฏิบัติธรรมด้วย ส่วนตัวชอบไป ร่วมงานบุญในสายพระป่ากรรมฐานที่ต่างจังหวัด ตั้งแต่หลวงท่านละสังขารไป จะไม่ค่อยอยู่บ้านเลย จะออกไปทำบุญที่อื่นทุกสัปดาห์ เมื่อก่อนตอนหลวงตาท่านอยู่ เราจะยึดวัดป่าบ้านตาตเป็นศูนย์กลาง พอหลวงตาท่านจากไปก็เลยไปกราบลูกศิษย์หลวงตามหาบัวตามวัดต่างๆ ที่หลวงตาเคยเอ่ยปากให้การ รับรองว่ากราบไหว้ได้”

(จงใจ วิเศษมงคลชัย, สัมภาษณ์ 21 ก.พ.57)

“นอกจากสื่อของวัดป่าแล้ว เคยรับสื่อสถานีวิทยุเสียงธรรมของแต่ละจังหวัด ถ้าอยู่รังสิตก็จะ เปิดฟังสถานีวัดป่าภูริทัตตปฏิปทาราม อ.สามโคก จ.ปทุมธานี เคยเข้าร่วมกิจกรรมเลี้ยงเสื่อที่วัดป่า หลวงตามหาบัว จ.กาญจนบุรี เคยมาร่วมงานกิจกรรมผ้าป่าช่วยชาติสมัยที่องค์หลวงตายังอยู่ ซึ่งถ้า ทราบข่าวและสามารถเดินทางไปได้ก็จะไปเข้าร่วมทุกครั้ง”

(อภิภัทร์ ปาसानะเก, สัมภาษณ์ 29 ม.ค.57)

4. วัดพระธรรมกาย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักและติดตามสื่อของศูนย์ปฏิบัติธรรมหรือวัดสาขาของวัดพระธรรมกายหลายแห่ง แต่จะเน้นการไปร่วมกิจกรรมงานบุญมากกว่าการติดตามสื่อ เนื่องจากสื่อของศูนย์ฯ สาขาหรือวัดสาขาส่วนมากก็ใช้สื่อของวัดพระธรรมกาย ทั้งนี้ รวมไปถึงองค์กรภาคีธรรมที่อยู่ต่างประเทศ กลุ่มตัวอย่างบางคนตอบว่า เคยเดินทางไปร่วมกิจกรรมงานบุญที่วัดสาขาในต่างประเทศด้วย แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อวัดพระธรรมกายมีการใช้ประโยชน์สื่อขององค์กรภาคีธรรมในระดับสูง

“ของไทยเคยไปที่ธุดงค์สถานล้านนา ไปเป็นอาสาสมัครช่วยกระจายไฟลอยโคม ปล่องโคม ประทีปในงานธุดงค์ช่วงลอยยี่เป็ง ของต่างประเทศเคยไปวัดพระธรรมกายโตซิง ญี่ปุ่น ไปร่วมงานในฐานะทีมเจ้าภาพ เราเป็นคณะผ้าป่าสามัคคีจากเมืองไทยไปสร้างบุญที่นั่น โดยนำเงินทอดผ้าป่าไปสร้างวัดหรือศูนย์สาขาแห่งใหม่ไว้สำหรับเป็นที่สวดมนต์ ปฏิบัติธรรม จัดกิจกรรมทางศาสนา และเคยไปวัดพระธรรมกายอิบาราชิ ไปร่วมกิจกรรมงานบุญของวัดเหมือนกับที่โตซิง”

(ทิพย์รัตน์ ตำนานวัน, สัมภาษณ์ 12 ก.พ.57)

“เคยไปธุดงค์สถานเขาแก้วเสด็จ จ.ปราจีนบุรี ธุดงค์สถานล้านนา จ.เชียงใหม่ วัดสวนแก้ว วนาราม จ.เชียงใหม่ ส่วนใหญ่ไปร่วมกิจกรรมงานบุญในวาระโอกาสต่างๆ เช่น ไปร่วมงานบวชพระ งานทอดกฐิน ทอดผ้าป่าสามัคคี อย่างที่ธุดงค์สถานล้านนาก็ไปร่วมปล่องโคมยี่เป็ง ทอดผ้าป่าสามัคคี งานทอดกฐิน ทราบกิจกรรมงานบุญวัดสาขาจากในเฟซบุ๊ก เว็บไซต์DMC ไม่ได้ตามสื่อเฉพาะของวัดสาขาเพราะบางวัดก็ไม่มี ส่วนใหญ่วัดเหล่านี้จะใช้สื่อหลักของวัดพระธรรมกาย อาจมีโบรชัวร์แนะนำ กิจกรรมการปฏิบัติเป็นของตัวเองอยู่บ้าง แต่สื่อหลักๆ อย่างหนังสือ ซีดี โทรทัศน์ วัดพระธรรมกายจะเป็นผู้สนับสนุนอย่างเต็มที่”

(โสภาส คงสุข, สัมภาษณ์ 20 ก.พ.57)

“เคยไปศูนย์ปฏิบัติสาขาที่อำเภอฮอด จ.เชียงใหม่ 2 ครั้ง พาคุณแม่ไปนั่งสมาธิ ไปศูนย์ปฏิบัติธรรมที่ จ.นครราชสีมาด้วย 1 ครั้ง เรียกว่าไปร่วมกิจกรรมตามโอกาสมากกว่า ไม่ได้ติดตามสื่อของที่นั่นเพราะสื่อของที่นั่นก็ใช้ของวัดพระธรรมกาย”

(พรทิพย์ ประดิษฐากร, สัมภาษณ์ 11 ก.พ.57)

“เคยไปศูนย์อบรมเยาวชนนครปฐม จ.นครปฐม ไปร่วมกิจกรรมทอดผ้าป่าสามัคคีเมื่อปี 56 ไปศูนย์อบรมเยาวชนผาสกวินิต จ.ราชบุรี เข้าร่วมกิจกรรมอบรมธรรมะ 4-5 วัน ไปศูนย์ปฏิบัติธรรม นครราชสีมา จ.นครราชสีมา เข้าร่วมกิจกรรมตอกเสาเข็มตัวแรกของศูนย์ปฏิบัติธรรมฯ และไปนั่งสมาธิด้วย ไปตักบาตร นั่งสมาธิที่ศูนย์อบรมเยาวชนลพบุรี จ.ลพบุรี ส่วนวัดพระธรรมกายในสาขาต่างประเทศ เคยไปวัดพระธรรมกายที่ญี่ปุ่น ขณะนั้นมีการเปิดวัดใหม่ ก็ไปช่วยเป็นอาสาสมัครในงานด้วย ที่มาเลเซียก็เคยไปเหมือนกัน ส่วนใหญ่ศูนย์สาขาที่ไปนั้นเพียงไปร่วมกิจกรรมตามโอกาส”

(กัลยกร ฝูงวานิช, สัมภาษณ์ 5 ก.พ.57)

“เคยไปศูนย์สาขาของวัด 4 แห่ง ได้แก่ 1. ชุมถศกสถานนครธรรม จ.นครศรีฯ จะไปเข้าร่วมกิจกรรมบวชพระแสนรูป เพราะจะมีพระแถวบ้านไปร่วมบวช มีพระอาจารย์ประจำอยู่ เวลาไปก็จะไปปฏิบัติธรรม ไปทำบุญบูชาข้าวพระในวันอาทิตย์ เวลาที่มีกิจกรรมอบรมธรรมะยาวชนที่นี้ก็จะมาร่วมอยู่บ่อยๆ 2. ศูนย์ปฏิบัติธรรมเวิร์ลพีชวัลเลย์ เขาใหญ่ จ.นครราชสีมา ได้ไปเข้าร่วมกิจกรรมโรงเรียนดีศรีตำบล โรงเรียน V-Star ซึ่งเขาจะเชิญครูโรงเรียนประถม มัธยมไปอบรมคุณธรรม เช่น หน้าห้องชีวิต วัฒนธรรมคุณยายอุบลิกาจันทร์ ชนกกุงย เพื่อนำมาสอนคุณธรรมแก่เด็ก พัฒนาหลักสูตรกิจกรรมทางพระพุทธศาสนาในโรงเรียน เพื่อเสนอเข้ารับรางวัลโรงเรียนดีศรีตำบล 3. สวนพนาวัฒน์ อ.ฮอด จ.แม่ฮ่องสอน เคยไปปฏิบัติธรรม ที่นั่นสำหรับผู้ฝึกใหม่จะเปิดช่อง DMC ให้ดู เปิดรายการอนุบาลฝันในฝันของหลวงพ่อด้วย ผู้ที่สนใจจะต้องจองคอร์สไปเป็นปีๆ คอร์สละ 2,500 บาท หลังๆ ไปฟรีเพราะทำงานให้ทางวัด และ 4. สวนป่าหิมวันต์ อ.ภูเรือ จ.เลย ที่นี้เหมาะสำหรับผู้ที่ปฏิบัติขั้นสูงแล้ว เข้มข้นถึงขั้นได้ดวงธรรมแล้ว ปฏิบัติกับวัดมานานจนจิตใสจกแก้ว”

(ธนมน พลานพัฒน์, สัมภาษณ์ 9 ก.พ.57)

5. วัดอัมพวัน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาปฏิบัติธรรมที่วัดอัมพวันเป็นประจำอยู่แล้ว ส่วนมากจะตอบว่าไม่รู้จักศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน จ.ขอนแก่น ซึ่งเป็นศูนย์ปฏิบัติธรรมสาขาแห่งเดียวของวัด หรือรู้จักแต่ไม่ค่อยติดตามสื่อเพราะเลือกติดตามสื่อของวัดอยู่แล้ว แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างที่มีความผูกพันใกล้ชิดกับเวฬุวันก็จะเปิดรับและใช้งานสื่อของเวฬุวันด้วย

“ไปสวนเวฬุวันที่ขอนแก่นอยู่บ่อยครั้ง ล่าสุดก็ได้ไปเป็นพิธีกรในโครงการวิปัสสนาเยาวชน เข้มเหล็ก ไปอบรมน้องๆ เยาวชน แต่ปกติจะไปในฐานะผู้เข้าปฏิบัติธรรมคนหนึ่ง ได้อ่านหนังสือธรรมะทั้งของพระครูปลัดสิทธิวิวัฒน์ ผู้อำนวยการศูนย์ฯ เป็นผู้เขียน อ่านหนังสือของหลวงพ่อด้วย และลูกศิษย์เขียน ติดตามเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ ได้อ่านป้ายคำสอนที่ตัวเองสร้างมาถวาย ได้ติดตามวิดีโอคอนเฟอเรนซ์งานวันปีใหม่ที่วัดอัมพวันส่งสัญญาณภาพหลวงพ่อด้วยพรปีใหม่มายังผู้ปฏิบัติธรรมที่เวฬุวัน เรียกว่า ใช้ประโยชน์หมดทุกช่องทางสื่อที่เข้าถึงได้”

(ณัฐกฤตา ชานนท์นฤเบศ, สัมภาษณ์ 2 ก.พ.57)

“ตอนนี้ก็ติดตามสื่อของสวนเวฬุวัน ศูนย์วิปัสสนากรรมฐานวัดถ้ำพระผาคอก ผางาม จ. เชียงราย ซึ่งก็จะเป็นแนวทางปฏิบัติของหลวงพ่อด้วยเหมือนกัน แต่ละแห่งก็มีเทคนิคการสอนที่ต่างกันไป”

(ธีระพันธุ์ นาคสินธุ์, สัมภาษณ์ 30 มี.ค.57)

ทั้งนี้ จากการศึกษาระสทธิผลด้านการใช้สื่อขององค์กรภาคีธรรมของผู้รับสื่อในแต่ละองค์กร พบว่า ผู้รับสื่อเกือบทั้งหมดรู้จักองค์กรภาคีธรรมของวัดผ่านสื่อและผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา โดยเฉพาะวัดที่เน้นใช้สื่อออนไลน์เป็นหลักในการเผยแพร่กิจกรรม ข่าวสาร เช่น วัดท่าซุง

วัดพระธรรมกาย กลุ่มผู้รับสื่อจะติดตามข้อมูลต่างๆ ผ่านสื่อและเข้าร่วมกิจกรรมงานบุญเป็นประจำ อย่างสม่ำเสมอทั้งกิจกรรมขององค์กรภาคีธรรมภายในประเทศและต่างประเทศ ในกรณีการใช้ประโยชน์สื่อขององค์กรภาคีธรรมต่างประเทศจะเป็นการติดตามข่าวสารจากสื่อหลักของวัดมากกว่า การติดตามจากสื่อขององค์กรอื่นๆ โดยตรง ส่วนองค์กรภาคีธรรมในประเทศ พบว่าผู้รับสื่อจะเลือกติดตามจากสื่อของวัดที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรมของวัดภาคีมากกว่าการติดตามจากสื่อออนไลน์ของวัดนั้นโดยตรง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้รับสื่อแต่ละวัดมีระดับการใช้ประโยชน์สื่อขององค์กรภาคีธรรมในระดับที่แตกต่างกัน โดยผู้รับสื่อของวัดที่มีความผูกพันหรือไปร่วมกิจกรรมทางศาสนาของวัดหรือองค์กรภาคีธรรมนั้นมาก ส่งผลให้มีระดับการใช้ประโยชน์สื่อขององค์กรภาคีธรรมมาก ยกตัวอย่างกรณีวัดพระธรรมกายที่ผู้รับสื่อหลายคนตอบว่า เคยเดินทางไปร่วมกิจกรรมงานบุญที่วัดสาขาในต่างประเทศหลายกิจกรรม แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสื่อมีระดับความเกี่ยวพันต่อองค์กรภาคีธรรมสูง

อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้รับสื่อบางวัดไม่รู้จักและไม่ค่อยได้ติดตามสื่อขององค์กรภาคีธรรมของวัดมากเท่าที่ควร เนื่องจากมีความศรัทธาในตัวองค์กรสูง หลงพ่อยังอยู่เป็นศูนย์รวมจิตใจของลูกศิษย์ ส่งผลให้ไม่จำเป็นต้องติดตามองค์กรภาคีธรรมอื่นๆ

กล่าวได้ว่า การใช้ประโยชน์สื่อองค์กรภาคีธรรมของผู้รับสื่อมีผลต่อการสนับสนุนกระบวนการทำงานแบบหลอมรวมสื่อของวัดทางหนึ่ง เนื่องจากการเพิ่มช่องทางการสื่อสารโดยอ้อมให้แก่ผู้รับสื่อได้มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของวัด หากผู้รับสื่อต้องการติดตามสื่อของวัดก็สามารถเข้าใช้งานสื่อของวัดได้ง่าย เนื่องจากสื่อขององค์กรภาคีธรรมมีการแนะนำช่องทางสื่อแก่วัด ซึ่งเป็นผลมาจากแนวคิดความร่วมมือในการทำงานสื่อระหว่างองค์กรนั่นเอง

บทที่ 6

สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่องการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถสรุปผลวิจัยโดยแบ่งการนำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

1. การหลอมรวมสื่อเกิดในองค์กรทางพระพุทธศาสนาของไทยหรือไม่ และกระบวนการหลอมรวมสื่อทางพระพุทธศาสนาเกิดขึ้นในลักษณะใด
2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาของไทยมีอะไรบ้าง
3. ประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อต่อผู้รับสื่อและองค์กรเป็นอย่างไร

กลุ่มตัวอย่างองค์กรทางพระพุทธศาสนาที่ผู้วิจัยทำการศึกษาคั้งนี้ แบ่งตามเกณฑ์สายการปฏิบัติธรรมที่มีผู้นับถือและปฏิบัติอย่างแพร่หลายในประเทศไทย 5 วัด ได้แก่ วัดท่าซุง วัดธารน้ำไหล (สวนโมกขพลาราม) วัดป่าบ้านตาด วัดพระธรรมกาย และวัดอัมพวัน

การเก็บข้อมูลผู้วิจัยใช้การสังเกตการณ์ทำงานและสัมภาษณ์เจาะลึกคณะทำงานด้านผลิตสื่อเพื่อศึกษากระบวนการทำงานในมิติหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา และสัมภาษณ์เจาะลึกผู้รับสื่อของแต่ละองค์กรเพื่อทราบถึงประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อในด้านการเปิดรับสื่อ การรับรู้สื่อ การเข้าถึงสื่อ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อ รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยแบ่งการสรุปผลตามคำถามการวิจัย ดังนี้

- ส่วนที่ 1 กระบวนการทำงานแบบหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา
- ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อและองค์กรทางพระพุทธศาสนา

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 กระบวนการทำงานแบบหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา

จากผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า ตามแนวคิดการหลอมรวมสื่อของ Dailey and Spillman (2005) ที่ผู้วิจัยเลือกศึกษานั้น องค์กรศาสนาทุกองค์กรมีลักษณะการหลอมรวมสื่อ แต่ระดับความร่วมมือและความเข้มข้นของการหลอมรวมสื่อจะแตกต่างกันในแต่ละวัด ขึ้นอยู่กับบริบท ปัจจัยเฉพาะตัว โดยผู้วิจัยได้สรุปลักษณะการหลอมรวมสื่อที่เกิดขึ้นในองค์กรที่ศึกษา ดังนี้

1. วัดท่าซุง

จากการศึกษากระบวนการทำงานด้านสื่อโดยรวมของวัดท่าซุง พบว่า วัดท่าซุงแบ่งฝ่ายกันทำงานโดยแต่ละฝ่ายดูแลโดยพระเถระผู้ใหญ่ แต่สื่อเฟซบุ๊กดูแลโดยคณะลูกศิษย์ ศูนย์การปฏิบัติงาน

ไม่ได้อยู่ส่วนเดียวกับทางวัด แต่การรวมศูนย์การทำงานแต่ละสื่อเข้าด้วยกัน หรือควรรวมฝ่ายสื่อบางฝ่ายที่มีขอบข่ายงานใกล้เคียงกัน เช่น หนังสือธรรม นิตยสารธัมมวิโมกข์ หนังสือสังฆทาน ยังไม่เกิดขึ้น โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานสื่อแต่ละสื่อได้กระจายตัวตามจุดต่างๆ ของวัด สื่อต่างๆ ดูแลโดยกลุ่มคนที่หลากหลาย เพื่อให้ง่ายและคล่องตัวในการทำงานแต่ยากต่อการบูรรวมการทำงานเป็นหน่วยเดียวกัน

ถึงแม้ว่า วัดท่าซุงได้พยายามพัฒนาสื่อในองค์กรให้เข้าถึงลูกศิษย์ที่ใช้สื่อสมัยใหม่ตามกระแสทางโลก มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น เฮลิคอปเตอร์ติดกล้อง แต่ด้วยระบบการทำงาน วัฒนธรรมองค์กร ยังไม่พร้อมต่อการควรรวมหน่วยการทำงานให้เป็นหนึ่งเดียว ผลิตสื่อแบบมัลติมีเดียแบบทางโลก เนื่องจากวัดยังเน้นสื่อเก่า (สื่อสิ่งพิมพ์) อีกทั้งด้วยภาระงานด้านสื่อที่มีอยู่ในขณะนี้ ก็เป็นภาระงานที่หนักสำหรับพระสงฆ์ในวัด

หากพิจารณากระบวนการทำงานสื่อในข้างต้นตามแบบจำลองระดับความร่วมมือ 5 ระดับของ Dailey พบว่า วัดท่าซุงเข้าสู่ลักษณะความร่วมมือในระดับที่ 4 Content sharing แต่ยังไม่เข้าสู่ระดับ Convergence

2. สวนโมกขพลาราม

หากพิจารณากระบวนการทำงานสื่อของวัดธารน้ำไหลเฉพาะธรรมทานมูลนิธิ พบว่า ธรรมทานมูลนิธิเป็นองค์กรขนาดเล็กบุคลากรทำงานร่วมกันไม่มาก มีนโยบายในการแบ่งปันเนื้อหาการสอนอย่างเต็มที่ แต่จะมีข้อจำกัดเรื่องประเภทสื่อที่เน้นใช้สื่อหนังสือ สื่อบันทึกเสียง บุคลากรเองยังไม่พร้อมต่อการทำงานสื่อแบบมัลติมีเดียอย่างเต็มตัวเพราะคุ้นเคยกับวัฒนธรรมการทำงานแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีของบุคลากรยังไม่ดีมาก เนื่องจากบุคลากรส่วนใหญ่ไม่ได้มีความรู้เกี่ยวกับสื่อหรือจบตรงสายการทำงาน แต่เป็นคนในพื้นที่ที่ศรัทธาในหลวงพ่พุททาส

ทั้งนี้ หากพิจารณาธรรมทานมูลนิธิร่วมมือกับหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ พบว่าทั้งสององค์กรมีความร่วมมือในด้านเนื้อหา ข้อมูล บุคลากร และกิจกรรม แต่มีข้อจำกัดเรื่องความใกล้เคียงของพื้นที่ เนื่องจากหอจดหมายเหตุฯ ประจำอยู่ที่กรุงเทพฯ ส่งผลให้การหลอมรวมองค์กรเป็นหนึ่งเดียวกันเป็นไปได้ยาก อีกทั้งยังไม่สอดคล้องกับแนวคิดการตั้งหอจดหมายเหตุฯ ที่ต้องการกระจายพื้นที่การเผยแพร่ธรรมะตามแนวทางของท่านพุทธทาสให้กว้างขวางด้วย

แต่กระนั้น วัฒนธรรมการทำงานขององค์กรเอื้อต่อการทำงานแบบหลอมรวมสื่อ เนื่องจากบุคลากรส่วนใหญ่เป็นผู้เข้าถึงธรรม มีความศรัทธาในคำสอนท่านพุทธทาสอยู่แล้ว การหลอมรวมสื่อจึงทำได้เพียงหลอมรวมความร่วมมือแบบแยกศูนย์การทำงาน

หากพิจารณากระบวนการทำงานสื่อในข้างต้นตามแบบจำลองระดับความร่วมมือ 5 ระดับของ Dailey พบว่า สวนโมกขพลารามเข้าสู่ลักษณะความร่วมมือในระดับที่ 4 Content sharing แต่ยังไม่เข้าสู่ระดับ Convergence ที่มีการทำงานแบบหลอมรวมสื่ออย่างสมบูรณ์

3. วัดป่าบ้านตาด

กระบวนการทำงานสื่อของวัดป่าบ้านตาดในปัจจุบันมีความร่วมมือในการผลิตสื่อ แชนจ์เนื้อหา สื่ออย่างชัดเจน เนื่องจากลักษณะการแบ่งฝ่ายสื่อที่รวมสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์เข้าเป็นกองเดียวกัน ใช้บุคลากรผลิตทีมเดียวกัน ใช้เนื้อหาเกือบจะเป็นส่วนเดียวกันทั้งหมด มีการแนะนำช่องทางและเนื้อหาอื่นๆ ของวัดในแต่ละสื่อที่วัดใช้ มีทุน อุปกรณ์ เทคโนโลยีที่ได้รับการสนับสนุนจากคณะลูกศิษย์

ในด้านวัฒนธรรมองค์กร มุลินธิเสียงธรรมฯ เอื้อต่อการทำงานแบบหลอมรวมสื่อเนื่องจากใช้บุคลากรทีมเดียวกันในการผลิต 4 สื่อหลักๆ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือ ซีดี โดยบุคลากรไม่ได้รู้สึกว่าต้องรับภาระงานมากขึ้น เพราะทุกสื่อที่เพิ่มเติมเข้ามานั้นมันอยู่ในงานเดิมที่ทำอยู่เป็นประจำ บุคลากรมีทัศนคติที่พร้อมจะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ตลอดเวลา

องค์กรด้านสื่อของวัดป่าบ้านตาด มีศักยภาพในการผลิตสื่อหลายประเภท โดยเฉพาะสื่อวิทยุ โทรทัศน์ มีการประชุมวางแผนการทำงานอย่างเป็นทางการทุกๆ เดือนและไม่เป็นทางการอยู่เป็นประจำ ทำให้ระบบการทำงานสื่อเอื้อต่อการเป็นองค์กรสื่อศาสนาแบบหลอมรวม

แต่กระนั้น สื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ของวัดป่าบ้านตาด ดูแลโดยคณะลูกศิษย์วัด ไม่ได้มีศูนย์กลางส่วนเดียวกับสื่ออื่นๆ ทำให้การติดต่อประสานข้อมูลระหว่างสื่อหลักที่วัดป่าบ้านตาด กับคณะลูกศิษย์ ไม่ได้รวมเป็นส่วนเดียวกันทีเดียว อาจเป็นเพราะทางวัดไม่สามารถดูแลสื่อได้ทั้งหมด หรือเป็นกุศลจิตของคณะลูกศิษย์ที่ต้องการจะช่วยเหลืองานของทางวัด ทำให้โดยรวมการทำงานสื่อเกือบจะหลอมรวมอย่างสมบูรณ์

หากพิจารณากระบวนการทำงานสื่อในข้างต้นตามแบบจำลองระดับความร่วมมือ 5 ระดับ ของ Dailey พบว่า วัดป่าบ้านตาดเข้าสู่ลักษณะความร่วมมือในระดับที่ 5 Convergence กล่าวคือมีลักษณะการทำงานแบบหลอมรวมสื่อแต่ยังสามารถพัฒนาคุณภาพสื่อและระดับความเป็นมืออาชีพของบุคลากรสื่อเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของสื่อภายในวัดในระดับที่สูงขึ้นได้อีก

4. วัดพระธรรมกาย

จากการศึกษากระบวนการทำงานด้านสื่อโดยรวมของวัดพระธรรมกาย พบว่า วัดพระธรรมกายบริหารงานสื่อแบบกระจายงานถึงรวมศูนย์ กล่าวคือ ฝ่ายสื่อทั้งหมดของวัดอยู่ภายใต้สำนักสื่อสารองค์กร ดูแลภาพรวมการใช้สื่อทั้งหมดที่ออกไปสู่สาธารณะ แบ่งฝ่ายย่อยๆ เป็น 3 ฝ่าย คือ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายสื่อตีเอ็มซี และฝ่ายสื่อธรรมะ โดยแต่ละฝ่ายดูแลประเภทสื่อย่อยๆ ไปอีก ทั้งนี้ หากฝ่ายสื่อใดต้องการใช้ข้อมูลเนื้อหาธรรมะจะต้องประสานไปยังกองวิชาการ หากต้องการข่าวสาร กิจกรรมงานบุญของวัดจะต้องประสานไปยังกองคณะกรรมการงานบุญ ซึ่งทำหน้าที่ช่วยคัดเลือกเนื้อหาที่ต้องการให้เหมาะกับประเภทสื่อและกลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสาร

ด้วยโครงสร้างการทำงานสื่อดังกล่าวทำให้สื่อต่างๆ ของวัดจะต้องมีการพึ่งพาอาศัย ร่วมมือทำงานระหว่างกันอย่างน้อยมากกว่า 1 สื่อ กล่าวคือ ต้องประสานกองวิชาการ กองงานบุญ ฝ่ายสื่อที่ดูแลอยู่ และสำนักงานสื่อสารองค์กร เนื้อหาที่เผยแพร่ออกไปจึงได้ผ่านการกลั่นกรองดูแลจากหลายส่วนด้วยกัน

นอกจากนี้ องค์กรสื่อวัดพระธรรมกายยังมีจุดเด่นอยู่ที่วัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง ให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคล ทำให้องค์กรได้คนที่มีความศรัทธาต่อวัดอย่างเหนียวแน่น มีความรู้

ความสามารถในด้านที่อาสาจะเข้ามาช่วยงาน เป็นบุคลากรสื่อที่มีความเป็นมืออาชีพสูง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เองทำให้วัดพร้อมที่จะพัฒนาไปข้างหน้าได้อยู่ตลอดเวลา

ประการสำคัญคือ วัดพระธรรมกายมีศูนย์กลางการทำงานสื่อเพียงหนึ่งเดียว ส่งผลให้การหลอมรวมองค์กรเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเกิดได้ง่ายมาก

หากพิจารณากระบวนการทำงานสื่อในข้างต้นตามแบบจำลองระดับความร่วมมือ 5 ระดับของ Dailey พบว่า วัดพระธรรมกายมีลักษณะความร่วมมือในระดับที่ 5 Convergence กล่าวคือมีลักษณะการทำงานแบบหลอมรวมสื่ออย่างชัดเจน มีปัจจัยสนับสนุนทั้งทุน เทคโนโลยี นโยบายองค์กร มีบุคลากรที่มีความเป็นมืออาชีพ

จึงกล่าวได้ว่า เมื่อพิจารณาตามแนวคิดหลอมรวมสื่อ วัดพระธรรมกายมีลักษณะการทำงานแบบหลอมรวมสื่ออย่างเด่นชัดที่สุดในวัดที่ผู้วิจัยศึกษาทั้งหมด

5. วัดอัมพวัน

จากการศึกษากระบวนการทำงานสื่อของวัดอัมพวันยังไม่เข้าสู่ลักษณะการทำงานแบบหลอมรวมสื่ออย่างเด่นชัด เนื่องจากไม่ได้มีการกำหนดงานสื่อ แบ่งฝ่ายทำงานอย่างเป็นระบบชัดเจน บุคลากรที่รับผิดชอบก็เป็นบุคคลเพียงคนเดียวทำหน้าที่ประสานงานเนื้อหาในนามสำนักงานเลขานุการ

ปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการหลอมรวมสื่อของอัมพวัน อาทิ บริบทสภาพแวดล้อมของวัดที่เน้นเป็นสำนักปฏิบัติธรรมที่ต้องความเงียบสงบ วัดนธธรรมองค์กรที่ไม่เน้นผลิตสื่อด้วยตนเอง กล่าวคือ ถ้ามีผู้สนใจมาขอเนื้อหาไปเผยแพร่ก็อนุญาต นโยบายและแนวทางคำสอนที่ไม่เน้นใช้สื่อมาก ทำให้วัดอัมพวันไม่ได้แนวคิดใช้สื่อเชิงรุกเพื่อการเผยแพร่ธรรมะให้คนเข้ามาหาวัด แต่เป็นการผลิตสื่อเชิงรับเพื่อรองรับความต้องการของคนที่เข้าวัดมากกว่า

แต่กระนั้น เมื่อวัดมีการตั้งศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน จ.ขอนแก่น พบว่า ทางวัดอัมพวันและศูนย์ฯ มีการร่วมกันทำงานด้านสื่อสิ่งพิมพ์ประจำปี คือ หนังสือกฎแห่งกรรม รวมถึงร่วมกันผลิตสื่อเพื่อถ่ายทอดสดกิจกรรมของวัดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกศิษย์ แต่ก็ยังเป็นความร่วมมือที่มีข้อจำกัดอยู่พอสมควร เช่น บุคลากรมีน้อย ใช้สื่อสมัยใหม่ไม่ชำนาญ ระบบสัญญาณการถ่ายทอดข้ามจังหวัดยังไม่เสถียร สัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่ดี เป็นต้น

หากพิจารณากระบวนการทำงานสื่อในข้างต้นตามแบบจำลองระดับความร่วมมือ 5 ระดับของ Dailey พบว่า วัดอัมพวันเข้าสู่ลักษณะความร่วมมือในระดับที่ 4 Content sharing และมีระดับการหลอมรวมสื่อที่น้อยกว่าวัดอื่นๆ ที่ศึกษาทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษา ผู้วิจัยยังพบว่าในระดับความร่วมมือเดียวกัน แต่ละวัดจะมีระดับความเข้มข้นของความร่วมมือในการทำงานสื่อที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ อาทิ ปริมาณสื่อที่วัดใช้ บริบทแวดล้อมขององค์กร แนวทางคำสอน นโยบายองค์กร ความพร้อมและความเป็นสื่อมืออาชีพของบุคลากร ระดับเทคโนโลยี ความร่วมมือระหว่างสื่อ ความยากง่ายในการหลอมรวมสื่อ และศูนย์กลางการทำงานสื่อ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีส่วนกำหนดความร่วมมือในการทำงานสื่อที่แตกต่างกัน

นำไปสู่รูปแบบที่ประสบความสำเร็จและรูปแบบที่ไม่ประสบความสำเร็จในการหลอมรวมสื่อขององค์กรศาสนา

จากผลการศึกษา *รูปแบบการทำงานสื่อทางศาสนาที่ประสบความสำเร็จ* คือ กระบวนการทำงานสื่อของวัดพระธรรมกาย โดยมีลักษณะเด่นที่ส่งเสริม ได้แก่ มีช่องทางสื่อมากในการช่วยแนะนำช่องทางสื่อต่างๆ ที่วัดใช้ นโยบายองค์กรเน้นการเผยแพร่ธรรมะเชิงรุก บุคลากรมีลักษณะของความ เป็นสื่อมืออาชีพส่งผลให้สามารถผลิตสื่อที่มีคุณภาพ มีศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้อย่างเต็มที่ โครงสร้างองค์กรก่อให้เกิดความร่วมมือข้ามสื่อที่ทีมงานสื่อสามารถประสานข้อมูลและร่วมมือกับฝ่ายอื่นในการผลิตสื่อ

ประการสำคัญ คือ มีศูนย์กลางการทำงานเพียงแห่งเดียว ทำให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ หรือยุบรวมองค์กรเพื่อใช้ทรัพยากรทั้งคน ทุนและเทคโนโลยีร่วมกัน และมีการรวมศูนย์การทำงานไว้ที่ส่วนกลางเพื่อให้องค์กรสามารถควบคุมทิศทาง การสื่อสารให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันได้

ผลจากกระบวนการทำงานขององค์กรศาสนาที่มีลักษณะหลอมรวมสื่อนี้เอง ส่งผลให้องค์กรสามารถใช้ประโยชน์ช่องทางสื่อที่มีอยู่อย่างหลากหลายในการเผยแพร่หลักธรรมคำสอนให้เข้าถึงกลุ่ม ผู้รับสื่อที่กระจายตัวในแต่ละช่องทางสื่อ สามารถขยายกลุ่มผู้รับสื่ออันหมายถึงขยายพื้นที่การเผยแพร่ คำสอนของพระพุทธเจ้าให้กว้างขวางขึ้น ผู้รับสื่อมีโอกาสได้พบเห็นและเข้าถึงธรรมะได้ในทุกสื่อโดย ไม่มีข้อจำกัดเรื่องสถานที่และเวลา และวัดมีช่องทางสื่อในการทำหน้าที่สถาบันที่กลมกลืนศีลธรรม ของคนในสังคมได้มากกว่าในอดีต

ขณะเดียวกัน จากผลการศึกษา พบว่า *รูปแบบการทำงานสื่อทางศาสนาที่ยังไม่ประสบความสำเร็จในการหลอมรวมสื่อ* คือ กระบวนการทำงานสื่อของวัดอัมพวัน ซึ่งมีลักษณะที่เป็น อุปสรรคต่อการหลอมรวมความร่วมมือหลายประการ เช่น เป็นองค์กรวัดขนาดเล็กที่เน้นการสอน อบรมวิปัสสนากรรมฐานเป็นหลัก บริบทสภาพแวดล้อมของวัดที่เน้นเป็นสำนักปฏิบัติธรรมที่ต้องการ ความเงียบสงบ นโยบายและแนวทางคำสอนของวัดจึงไม่เน้นการใช้สื่อมาก ไม่ได้แนวคิดใช้สื่อเชิงรุก เพื่อการเผยแพร่ธรรมะให้คนเข้ามาหาวัด แต่เป็นการผลิตสื่อเชิงรับเพื่อรองรับความต้องการของคน ที่เข้าวัดมากกว่า

ทั้งนี้ โครงสร้างการทำงานสื่อของวัดไม่ได้มีการกำหนดฝ่ายงานสื่อหรือแบ่งฝ่ายทำงานอย่าง เป็นระบบชัดเจน บุคลากรที่รับผิดชอบก็เป็นบุคคลเพียงคนเดียวทำหน้าที่ประสานงานเนื้อหาในนาม สำนักงานเลขานุการ

ขณะที่วัฒนธรรมการทำงานองค์กรมีลักษณะที่เรียกว่า ผลิตสื่อรายสะดวก กล่าวคือ วัดจะ ไม่ได้เป็นผู้ผลิตสื่อด้วยตนเอง แต่จะเปิดให้บุคคลภายนอก ผู้สนใจทั่วไปมาขอเนื้อหาไปตีพิมพ์เผยแพร่ หรือจำหน่ายอย่างอิสระ ปัจจัยดังกล่าวนี้ทำให้อำนาจในการควบคุมเนื้อหาไม่ได้อยู่ในมือวัดอย่าง เด็ดขาด

แต่กระนั้น เมื่อมีการตั้งศูนย์ปฏิบัติสวนเวฬุวัน ที่จ.ขอนแก่น ทางวัดอัมพวันและสวนเวฬุวันก็ มีความร่วมมือทำงานด้านสื่อสิ่งพิมพ์ประจำปี รวมถึงร่วมกันผลิตสื่อเพื่อถ่ายทอดสดกิจกรรมของวัด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกศิษย์ แต่ก็ยังเป็นความร่วมมือที่มีข้อจำกัดมาก เช่น บุคลากร เทคโนโลยี ฯลฯ

รูปแบบกระบวนการทำงานขององค์กรศาสนาในลักษณะนี้ ส่งผลให้วัดไม่สามารถใช้ประโยชน์สื่อในการเผยแพร่หลักธรรมคำสอนให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสื่อได้อย่างเต็มศักยภาพ ไม่อาจเข้าถึงกลุ่มผู้รับสื่อยุคใหม่ๆ ที่อาจสนใจเรื่องศาสนาแต่ไม่มีสื่อให้เปิดรับหรือมีสื่อที่ใช้อยู่ในวงจำกัด วัดยังยึดบทบาทในการกล่อมเกลาศิลธรรมของคนในสังคมผ่านรูปแบบ พิธีกรรมทางศาสนาที่ต้องเกิดในวัดเป็นหลัก ซึ่งหากวัดไม่ปรับตัวให้สามารถรองรับบทบาทหน้าที่ในการเผยแพร่ศาสนาตามยุคสมัยของสังคมที่เปลี่ยนไปและพฤติกรรมผู้รับสื่อที่เปลี่ยนไป ผู้รับสื่อศาสนาจะมีโอกาสเลือกเปิดรับสื่ออื่นๆ หรือความเชื่อทางศาสนารูปแบบอื่นๆ ที่ตอบสนองความต้องการได้

ผลการศึกษาดังกล่าว**สอดคล้อง**กับข้อสันนิษฐานการวิจัยที่ว่า ภายใต้บริบทสังคมไทยในยุคหลอมรวมสื่อ วัดมีการหลอมรวมสื่อเกิดขึ้นภายในฝ่ายทำงานสื่อ และมีแนวโน้มสนับสนุนการหลอมรวมสื่อเพื่อเพิ่มประสิทธิผลของการเผยแพร่ธรรมะผ่านช่องทางสื่อที่หลากหลาย ตอบสนองต่อรูปแบบการใช้เทคโนโลยีของผู้รับสื่อ และปรับรูปแบบ วิธีการสื่อสารตามประเภทสื่อที่สภาพสังคมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา

ผลการศึกษาปัจจัยและอุปสรรคของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อและองค์กรทางพระพุทธศาสนา ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ผลิตสื่อในวัด 5 แห่ง รวม 19 คน และสัมภาษณ์ผู้รับสื่อแต่ละวัดรวม 38 คน ซึ่งผู้วิจัยสรุปเป็นปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ดังนี้

ปัจจัยภายในองค์กร

ปัจจัยภายในองค์กรที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางศาสนา มีดังนี้

1. ปัจจัยด้านนโยบายองค์กร

นโยบาย แนวทางของวัด เป็นปัจจัยกำหนดทิศทางการทำงานสื่อของวัด บางวัดไม่มีนโยบายผลิตสื่อเพิ่ม บางวัดผู้บริหารเลือกที่จะไม่ใช้สื่อ บางวัดเน้นใช้นโยบายเชิงรุกในการเข้าหาคน บางวัดมีวิธีในการประชาสัมพันธ์วัด แนะนำช่องทางสื่อให้คนรู้จัก ต้องคิดแผนสนับสนุนการใช้สื่อของวัดให้เป็นที่แพร่หลาย มีคนรู้จัก ควรส่งเสริมการใช้สื่อหลายรูปแบบและเน้นให้คนบอกต่อแบบปากต่อปาก เพราะคนที่มาปฏิบัติจะเชื่อคำแนะนำของคนใกล้ชิด หรือพลังของการบอกต่อมาก

หากพิจารณาปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในมิตินโยบายองค์กร พบว่า

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุนในด้านนโยบายองค์กร สรุปเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) การใช้นโยบายเชิงรุกในการเผยแพร่ธรรม เป็นปัจจัยสำคัญกำหนดการวางแผนใช้สื่อหลากหลายประเภท ประชาสัมพันธ์เผยแพร่หลักธรรมคำสอนไปยังกลุ่มลูกศิษย์และเพิ่มช่องทางการเข้าถึงสื่อขององค์กร

2) นโยบายการจัดการเนื้อหาสื่อองค์กรให้เป็นปัจจุบันและมีเนื้อหาข้อมูลใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้รับสื่อสามารถติดตามเนื้อหาของวัดได้ตลอดเวลา ถ้าเนื้อหาขององค์กรไม่มีความเคลื่อนไหว ผู้รับสื่อจะเปลี่ยนไปเปิดรับสื่อช่องทางอื่นๆ แทน

3) การประชุมติดตามผลการดำเนินงานสื่ออย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ ระบบการทำงานสื่อขององค์กรที่ผู้บริหารในระดับนโยบายมีการประชุมติดตามผลอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลให้การทำงานต่างๆ มีการรวมศูนย์ ง่ายและรวดเร็วต่อการตัดสินใจดำเนินนโยบายต่างๆ

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในด้านนโยบายองค์กร กล่าวโดยสรุปได้ดังนี้

1) องค์กรไม่มีนโยบายขยายประเภทสื่อเนื่องจากความไม่คุ้มทุน หากวัดพิจารณาว่าไม่ควรเพิ่มประเภทสื่อเนื่องจากเป็นสื่อที่ยังไม่มีความจำเป็นต่อวัดและเป็น การเพิ่มต้นทุนโดยไม่คุ้มกับทุนที่เสียไป ปัจจัยดังกล่าวจะเป็นอุปสรรคต่อการทำงานหลอมรวมสื่อ

2) นโยบายการเน้นสื่อสารเฉพาะกลุ่มคนในวัด
นโยบายที่เน้นการสื่อสารเฉพาะกลุ่มคนในวัดทำให้คนในวัดได้รับประโยชน์ก็จริง แต่บางกิจกรรม หากไม่สื่อสารออกไปยังกลุ่มคนภายนอกให้เกิดความเข้าใจตรงกันก็จะเป็นอุปสรรคต่อการ จัดกิจกรรมในโอกาสต่อไปได้ เช่น กิจกรรมธุดงค์ธรรมชัยของวัดพระธรรมกาย

3) การใช้สื่อเพื่อแก้ข่าว ปรับลดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ที่สังคมภายนอกมองเข้ามา
การใช้สื่อของวัดที่เน้นไปที่การเฝ้าระวังกลุ่มคนภายนอกที่มุ่งทำลายชื่อเสียงของวัด ถือเป็น ปัจจัยอุปสรรคประการหนึ่งต่อการใช้สื่อแทนที่จะใช้เพื่อเผยแพร่คำสอนอย่างเดียว

2. ปัจจัยด้านแนวทางคำสอน

ปัจจัยด้านแนวคำสอนมีผลอย่างยิ่งต่อการทำงานสื่อของวัด หลวงพ่อบางรูปมีนโยบาย สนับสนุน บางรูปไม่เห็นด้วยกับการใช้สื่อ ทางวัดต้องดูเป้าหมายของการใช้สื่อว่าต้องการให้ผู้รับ ได้รับประโยชน์ทางธรรมอย่างไร บางครั้งวินัยสงฆ์ที่เคร่งครัดทำให้พระสงฆ์เข้ามาในกระบวนการทำ สื่ออย่างไม่เต็มตัวนัก

หากพิจารณาปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในมิติแนวทางคำสอน พบว่า

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุนด้านแนวทางคำสอน มีดังนี้

1) แนวทางคำสอนที่กล่าวว่า ธรรมะไม่ควรสงวนลิขสิทธิ์ ให้เผยแพร่ให้กว้างขวางที่สุด ซึ่งเป็นแนวทางคำสอนที่สนับสนุนการเผยแพร่เนื้อหาสื่อออกไปในวงกว้าง ไม่จำกัดเส้นทางการไหลของ เนื้อหาองค์กร ส่งผลให้องค์กรเกิดความร่วมมือในการเผยแพร่สื่อกับองค์กรภายนอกอื่นๆ โดยสมัครใจ

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค แบ่งออกได้เป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) แนวทางคำสอนที่ส่งเสริมการใช้สื่อให้เกิดความคุ้มทุน ส่งผลให้นโยบายของวัดจะเลือก เพิ่มประเภทสื่อเท่าที่จำเป็น ไม่ต้องผลิตสื่อให้มีหลากหลายประเภทตามกระแสทางโลก

2) ความเคร่งครัดในพระธรรมวินัยของพระบางวัด ไม่สนับสนุนให้พระออกมายุ่งเกี่ยวกับ ทางโลก จะเป็นอุปสรรคต่อการทำงานสื่อแบบหลอมรวมทำให้พระสงฆ์ไม่อาจเข้ามามีส่วนร่วมใน กระบวนการผลิตสื่อได้

3) แนวทางคำสอนที่ต้องการสื่อสารกับคนเฉพาะกลุ่ม ไม่เน้นสื่อสารกับคนหมู่มาก เนื่องจากข้อจำกัดบางอย่าง เช่น กรณีวัดท่าซุง ที่ไม่สามารถใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ในการแพร่ภาพออกอากาศการปฏิบัติกรรมฐานแบบมโนมยิทธิได้ เนื่องจากผู้ปฏิบัติไม่สะดวกใจให้วัดแพร่ภาพตนเองกำลังบรรยายภาพขณะนั่งสมาธิที่กล่าวถึงภิญญาทางจิต สิ่งที่คนทั่วไปมองไม่เห็น พิสูจน์ไม่ได้

3. ปัจจัยด้านบุคลากรสื่อ

ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการหลอมรวมสื่อที่มีประสิทธิผล ได้แก่ บุคลากรสื่อที่เป็นฆราวาสต้องมีความศรัทธา มีความรู้ความสามารถเฉพาะทางในการผลิตสื่อ มีความเป็นบุคลากรสื่อมืออาชีพ (professional) สามารถใช้ศักยภาพจากเทคโนโลยีสื่อได้อย่างเต็มที่ มีมุมมองด้านรูปแบบการนำเสนอสื่อที่มีความคิดสร้างสรรค์ รู้จักวางแผนบริหารสื่อที่มีอยู่ในมือว่าจะให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายกลุ่มไหน อีกทั้งบุคลากรต้องมีจำนวนเพียงพอกับตัวงาน ที่สำคัญต้องไม่บิดเบือนคำสอนไปจากความจริง ไม่ว่าจะโดยไม่ตั้งใจก็ตาม

ทั้งนี้ ปัจจัยด้านบุคลากรที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อ แบ่งได้เป็นปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรค

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุนในด้านบุคลากรสื่อ ได้แก่

- 1) บุคลากรมีความรู้ความสามารถด้านสื่อและหลักธรรมคำสอน หากเป็นมืออาชีพในด้านสื่อจะส่งผลให้ผลิตสื่อได้อย่างมีคุณภาพ ใช้ศักยภาพเทคโนโลยีได้อย่างเต็มที่
- 2) มีความศรัทธาต่อแนวทางคำสอนของวัด

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในด้านบุคลากรสื่อ ได้แก่

- 1) บุคลากรขาดมุมมองใหม่ๆ การนำเสนอเนื้อหา ตลอดจนขาดการศึกษาพฤติกรรมผู้รับสื่อ ทำให้สื่อที่นำเสนอไม่มีความน่าสนใจและเข้าไม่ถึงผู้รับสื่อกลุ่มใหม่ๆ ที่ต้องการจะส่งสารด้วย
- 2) บุคลากรไม่มีความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

4. ปัจจัยขององค์หลวงพ่อ พระสงฆ์

ในการผลิตสื่อที่ดีนั้น สื่อบุคคลหรือพระสงฆ์มีความสำคัญ โดยพระสงฆ์รูปนั้นต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการสอนธรรม ปฏิบัติให้คนศรัทธา ชวนคนให้เลื่อมใส ดำรงตนเป็นสื่อบุคคลที่ดีเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่ลูกศิษย์ ลูกศิษย์ที่มาเห็นจะได้แนะนำบอกต่อไปเรื่อยๆ เพราะคนส่วนใหญ่มาปฏิบัติเพราะเชื่อตามคนที่ผ่านการปฏิบัติมาแล้ว ตลอดจนสื่อบุคคลในวัด เช่น แม่ชี ฆราวาส ก็มีมีส่วนช่วยเผยแพร่วรรณธรรมได้อีกทางหนึ่งด้วย

ทั้งนี้ ปัจจัยที่เกี่ยวกับหลวงพ่อ สื่อบุคคล ที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อ แบ่งได้เป็นปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรค

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุนที่มาจากองค์หลวงพ่อ พระสงฆ์ ได้แก่

- 1) ความสามารถของสื่อบุคคลในการเทศนาธรรม หากองค์หลวงพ่อรูปปัจจุบัน หรือ

พระสงฆ์ มีความสามารถในการสอนธรรม มีความแตกฉานในธรรม สามารถสื่อสารธรรมให้ผู้ฟัง บังเกิดความศรัทธาได้ ส่งผลให้คนจะเริ่มเปิดรับสื่อต่างๆ ของวัดมากขึ้น

2) การผนวกลัทธิธรรมเข้ากับกิจกรรมทางศาสนา พระสงฆ์ควรทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลในการเข้าถึงคน ชุมชน ผ่านกิจกรรมรูปแบบต่างๆ เพื่อเพิ่มโอกาสให้การเข้าถึงธรรมและสื่อธรรมของลูกศิษย์

ปัจจัยอุปสรรค

ปัจจัยอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับสื่อบุคคล คือ

1) การปรากฏตัวผ่านสื่อขององค์หลวงพ่อบุญ ซึ่งองค์หลวงพ่อบุญเจ้าอาวาสบางวัดออกแสดงธรรมผ่านสื่ออย่างต่อเนื่อง บางวัดไม่ออกแสดงธรรม ส่งผลให้วัดนั้นๆ สามารถผลิตเนื้อหาใหม่ๆ ได้แตกต่างกัน โดยวัดที่หลวงพ่อบุญเทศนาธรรมออกสื่อบ่อยๆ เนื้อหาของวัดจะมีปริมาณและความสดใหม่มากกว่า

5. ปัจจัยด้านตัวสื่อ

วัดต้องปรับใช้สื่อประเภทใหม่ๆ ตามกระแสสังคม แต่ไม่ควรตามทุกสื่อที่สังคมใช้ สื่อประเภทใหม่ๆ ที่เพิ่มขึ้นมาควรผลิตจากข้อมูลเดิมที่วัดมีอยู่ ไม่ต้องไปสร้างเนื้อหาใหม่ที่เป็นการเพิ่มภาระความยุ่งยากให้กับทางวัด ทั้งนี้ สื่อที่วัดใช้เป็นประจำต้องอัปเดตให้ทันสมัย มีเนื้อหาที่ครบถ้วน เพื่อให้สื่อประเภทอื่นๆ ได้หยิบข่าวก้าวไปเผยแพร่ต่อ หากเป็นไปได้ วัดควรปรับรูปแบบสื่อธรรมะให้เป็นสื่อมีชีวิต (Interactive media) กับผู้ชมมากขึ้น

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุนด้านตัวสื่อ มีดังนี้

- 1) สื่อต้องมีเนื้อหาถูกต้อง ไม่บิดเบือน และอัปเดตอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ
- 2) สื่อธรรมะต้องปรับตัวให้ทันสมัยตามกระแสสังคม เนื่องจากผู้รับสื่อจะมีพฤติกรรมมารับสื่อเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีในขณะนั้น ถ้าคนเปลี่ยน สื่อธรรมะก็ต้องเปลี่ยนแต่ให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสม
- 3) สื่อธรรมะยุคใหม่ควรมีลักษณะเป็นสื่อแบบอินเตอร์แอคทีฟ (Interactive)
- 4) ผลิตสื่อประเภทใหม่โดยใช้ประโยชน์จากเนื้อหาเดิมที่มีอยู่ในช่องทางใหม่ๆ เพื่อเป็นการใช้ประโยชน์ทรัพยากรที่มีอยู่เดิมร่วมกัน

6. ปัจจัยด้านเนื้อหาสื่อ

เนื้อหาสื่อธรรมะที่มีประสิทธิผล จะต้องเป็นเนื้อหาที่ถูกต้องตามคำสอน มีความสดใหม่ แม้จะเป็นเนื้อหาเดิมแต่ต้องสลับรูปแบบการนำเสนอเพื่อไม่ให้อ่านเกิดความเบื่อหน่าย และทำให้มีเนื้อหามากเพียงพอสำหรับการออกอากาศทุกวัน ต้องปรับเนื้อหาที่มีให้สามารถเผยแพร่ได้หลายๆ เลือกลงเนื้อหาธรรมะให้ชัดเจน ตรงประเด็น ตรงกลุ่มเป้าหมาย ตรงกับสื่อที่วัดใช้อยู่ ที่สำคัญเพื่อเป็นการป้องกันบุคคลอื่นคัดลอกสื่อธรรมะไปเผยแพร่เพื่อประโยชน์ทางการค้าส่วนตัว ทางวัดต้องให้ความสำคัญเรื่องลิขสิทธิ์ด้วย

ปัจจัยด้านเนื้อหาสื่อ แบ่งได้เป็นปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรค ดังนี้

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุนด้านเนื้อหาสื่อ ประกอบด้วย

1) เน้นรูปแบบการนำเสนอมากกว่าเนื้อหา แต่เดิมเนื้อหาสื่อทางศาสนาจะเน้นสนใจเนื้อหา มากกว่ารูปแบบ ปัจจุบันเมื่อผู้รับสื่อเปลี่ยนไปสนใจรูปแบบการนำเสนอ จึงเป็นความจำเป็นที่ผู้ผลิตสื่อจะต้องสร้างสื่อให้มีความดึงดูดใจ น่าสนใจก่อนแล้วจึงชักจูงใจให้ผู้รับสื่อเข้าไปติดตามอ่านเนื้อหา ภายใน

2) การปรับเนื้อหาสื่อต่างๆ แต่ต้องไม่ปรับเปลี่ยนความหมายดั้งเดิม

3) เนื้อหาธรรมะควรมีความใหม่ มีความน่าสนใจ ทางวัดจะต้องปรับวิธีการนำเสนอให้ เนื้อหา 1 อย่างสามารถเผยแพร่ลงสื่อต่างๆ ได้ เข้าถึงกลุ่มผู้รับสื่อที่หลากหลาย

ปัจจัยอุปสรรค

ปัจจัยอุปสรรคด้านเนื้อหาสื่อ มีดังนี้

1) ลิขสิทธิ์ของเนื้อหาวัด การกำหนดลิขสิทธิ์ของเนื้อหาธรรมะ เป็นการดีต่อการป้องกัน บุคคลอื่นคัดลอกเนื้อหาไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตน แต่ลิขสิทธิ์ดังกล่าวก็ส่งผลให้เนื้อหาสื่อถูกจำกัด วงการเผยแพร่โดยวัดเท่านั้น ซึ่งต่างจากบางวัดที่ไม่มีการกำหนดลิขสิทธิ์การเผยแพร่ มีแต่การเปิดให้ องค์กรภายนอกนำไปใช้โดยไม่สงวนแต่อย่างใด

2) เผยแพร่ซ้ำเนื้อหาเดิม ส่งผลให้ความหลากหลายของเนื้อหาหายไป ผังรายการจึงไม่มี เนื้อหาที่หลากหลายมากเพียงพอ

7. ปัจจัยด้านงบประมาณ

วัดจะต้องมีเงินทุนหมุนเวียนจากเงินบริจาค เงินสนับสนุนจากองค์กรต่างๆ อย่างเพียงพอ จะ ช่วยให้การทำงานสื่อมีความคล่องตัว มีการจัดสรรงบประมาณสำหรับการผลิตและดูแลบำรุงรักษาสื่อ เพื่อยืดอายุการใช้งานของอุปกรณ์ เป็นการใช้อย่างคุ้มค่า

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุน ด้านงบประมาณ มีดังนี้

1) มีเงินพัฒนาการใช้สื่อมาก วัดที่ได้รับเงินบริจาคสนับสนุนจากลูกศิษย์ องค์กรภาคีธรรม ภาครัฐมาก ส่งผลให้วัดมีศักยภาพ มีความคล่องตัวในการพัฒนาสื่อหรือเพิ่มประเภทสื่อได้มากกว่าวัด ที่มีทุนน้อย

8. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

เทคโนโลยีในการผลิตสื่อที่มีประสิทธิผล ต้องเป็นเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย ช่วยทำให้การ ผลิตสื่อทำได้ง่าย เผยแพร่ได้รวดเร็ว ไม่เป็นอุปสรรคต่อระบบการทำงานอื่น วัดต้องใช้เทคโนโลยีสื่อทุก ทางในการเผยแพร่ธรรม โดยเฉพาะช่องทางอินเทอร์เน็ต ต้องพัฒนาสื่อให้สามารถรองรับระบบ 3G เข้าผ่านสมาร์ตโฟน อินเทอร์เน็ตได้ เนื่องจากผู้รับสื่อสมัยใหม่มักใช้สมาร์ตโฟนในการเปิดรับสื่อต่างๆ

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุนในด้านเทคโนโลยี ได้แก่

- 1) เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเอื้อต่อการทำงานสื่อสมัยใหม่ โดยหากเลือกใช้เทคโนโลยีให้เป็น จะเอื้อต่อประสิทธิภาพการทำงานสื่อขององค์กรได้อย่างดี
- 2) อินเทอร์เน็ตเป็นเทคโนโลยีสำคัญที่เป็นเครื่องมือส่งเสริมการเผยแพร่ธรรม องค์กรวัดจึง ต้องอาศัยคุณลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาให้เข้าถึงผู้ใช้อินเทอร์เน็ตให้ กว้างขวางที่สุด

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค

ปัจจัยในด้านเทคโนโลยีที่เป็นอุปสรรคต่อการหลอมรวมสื่อ ได้แก่

- 1) ระดับของเทคโนโลยีที่แตกต่างกันระหว่างวัดกับโรงพิมพ์ เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้งาน สื่อในขั้นสุดท้ายไม่เป็นไปตามที่วางแผนไว้

ปัจจัยภายนอกองค์กร

ขณะที่ปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อการหลอมรวมสื่อขององค์กร ผู้วิจัยสามารถแบ่งเป็น ประเด็นต่างๆ ได้แก่

1. ปัจจัยทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง

ปัจจัยสนับสนุน

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยสนับสนุน มีดังนี้

- 1) วิฤตเศรษฐกิจประเทศเป็นจุดเปลี่ยนให้วัดหันมาใช้สื่อเพื่อช่วยชาติ อย่างกรณีวัดป่า บ้านตาด แต่เดิมทางวัดโดยองค์หลวงตามหาบัวไม่สนับสนุนให้ใช้สื่อทางโลก แต่หลังจากเกิดวิฤต เศรษฐกิจประเทศในปี 2540 ท่านได้ปรับเปลี่ยนมุมมองมาใช้สื่อ ประการหนึ่งเพื่อช่วยชาติให้พ้น วิฤต อีกประการหนึ่งมุ่งเผยแพร่ธรรมให้เข้าถึงคนทุกกลุ่ม

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค

ปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองที่เป็นอุปสรรค มีดังนี้

- 1) ความขัดแย้งระหว่างวัดและ กสทช. เรื่องกฎหมายวิทยุชุมชน ถือเป็นปัจจัยอุปสรรค สำคัญที่มีผลกระทบทางกฎหมายต่อการจัดตั้งวิทยุเสียงธรรมฯ ในขณะนี้
- 2) การโยงหลักธรรมคำสอนสร้างความชอบธรรมทางการเมืองให้แก่ฝ่ายตนเอง ซึ่งเป็น ปัจจัยที่เป็นตัวบั่นทอนความน่าเชื่อถือขององค์กรศาสนารวมถึงสันคลอนระดับความศรัทธาของคน ที่ ยึดมั่นถือนั่นในอุดมการณ์ทางการเมืองด้วย

2. ปัจจัยด้านผู้รับสื่อ

ปัจจัยด้านผู้รับสื่อที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อ อาทิ วัยของผู้รับสื่อ ความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้รับสื่อ จำนวนผู้รับสื่อยุคใหม่ ความสนใจเนื้อหาของผู้รับสื่อยุคใหม่ ซึ่งวัดต้องเข้าใจธรรมชาติของผู้รับสื่อยุคใหม่และหาวิธีสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มต่างๆ มากขึ้น

ปัจจัยด้านผู้รับสื่อ มีทั้งปัจจัยสนับสนุนและเป็นอุปสรรคต่อการทำงานหลอมรวมสื่อ

ปัจจัยสนับสนุน

ปัจจัยสนับสนุนด้านผู้รับสื่อ ได้แก่

- 1) จำนวนผู้รับสื่อที่เพิ่มขึ้น เป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่วัดต้องให้ความสนใจและปรับตัวเพื่อรองรับกลุ่มคนที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนเข้าใจธรรมชาติการเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อที่เปลี่ยนไป
- 2) แบบแผนการเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อเปลี่ยนไป เน้นเปิดรับสื่อผ่านอุปกรณ์พกพา วัดต้องติดตามแนวโน้มพฤติกรรมการใช้สื่อของสังคมอย่างใกล้ชิดเพื่อปรับการใช้สื่อให้สอดคล้องกับผู้รับสื่อ
- 3) บทบาทในการเป็นสื่อบุคคลของผู้รับสื่อ ซึ่งเปลี่ยนจากผู้รับที่เป็น Passive Audience มาเป็นผู้รับสื่อที่เป็น Active audience กล่าวคือ สามารถรับสื่อและส่งต่อสื่อในฐานะผู้ส่งสารต่อไปได้ หากผู้รับสื่อเปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้ส่งด้วย ผู้รับสื่อก็จะเป็นสื่อบุคคลที่มีส่วนช่วยเผยแพร่สื่อทางพระพุทธศาสนาได้อีกทางหนึ่ง

ปัจจัยอุปสรรค

ปัจจัยอุปสรรคที่เกี่ยวกับผู้รับสื่อ มีดังนี้

- 1) วัยและความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้รับสื่อ
- 2) ทักษะคิดด้านลบของผู้รับสื่อ เป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ธรรมะของวัด เนื่องจากการรับรู้ของกลุ่มคนดังกล่าวไม่ตรงกับวัด ทำให้การใช้สื่อเผยแพร่ธรรมะหรือสื่อสารสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเป็นไปได้ด้วยความลำบาก เนื่องจากผู้รับสื่อเลือกที่จะปิดรับข้อมูลข่าวสารจากวัดตั้งแต่ต้น

3. ปัจจัยด้านพื้นที่

พื้นที่ ความใกล้ไกลของวัดส่งผลต่อโอกาสในการเข้าถึงวัดของผู้รับสื่อ ในเชิงเทคนิคการออกอากาศ ทั้งนี้ พื้นที่เป็นปัจจัยสำคัญซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการทำงานหลอมรวมสื่อของวัดด้วย ดังนี้

ปัจจัยอุปสรรค

- 1) คุณภาพสัญญาณการออกอากาศ วัดที่ใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เป็นสื่อหลักในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หากระบบการส่งสัญญาณแพร่ภาพออกอากาศไม่ครอบคลุมพื้นที่โดยรอบในบริเวณกว้าง รวมถึงสัญญาณไม่คมชัดเพียงพอ จะส่งผลให้ผู้รับไม่สามารถรับสื่อของวัดได้
- 2) สภาพแวดล้อม มีผลต่อการทำงานสื่อที่เกี่ยวข้องกับระบบการส่งสัญญาณ เนื่องจากวัดที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล มีภูเขา ป่าไม้เป็นสิ่งกีดขวางสัญญาณ จะส่งผลต่อคุณภาพการส่งสัญญาณออกไปยังผู้รับสื่อในพื้นที่ต่างๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้
- 3) ระยะความห่างไกลจากวัดของลูกศิษย์ เกี่ยวข้องกับคุณภาพของสัญญาณการออกอากาศ ยิ่งครัวเรือนที่อยู่ห่างไกลวัดออกไปมาก อาจรับสัญญาณดาวเทียมหรือสัญญาณวิทยุได้ไม่ดี

4. ปัจจัยแรงกดดันจากมหาเถรสมาคม

บางวัดได้รับนโยบายจากมหาเถรสมาคมที่ผลักดันให้ผลิตสื่อหลากหลายประเภท ทั้งที่นโยบาย แนวทางของวัดไม่เน้นใช้สื่อมาก ส่งผลให้การทำงานสื่อของวัดขาดความคล่องตัว เพราะมีปัจจัยแทรกแซงจากองค์กรภายนอก

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ได้แก่

1) มหาเถรสมาคมพยายามผลักดันให้วัดบางวัดที่ไม่เน้นใช้สื่อหันมาใช้สื่อเพิ่มขึ้น เมื่อได้รับแรงกดดันจากมหาเถรสมาคม ส่งผลให้วัดขาดความคล่องตัว ขาดความเป็นอิสระในการบริหารดูแลตนเอง

กล่าวได้ว่า ปัจจัยที่สนับสนุนการหลอมรวมสื่อ มีทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ แนวทางคำสอนที่มองว่าสื่อเป็นโอกาสของการเผยแผ่ธรรม นโยบายการใช้สื่อขององค์กร บุคลากรที่มีความเป็นมืออาชีพ ทักษะเทคโนโลยีที่ทันสมัย ฯลฯ ปัจจัยสนับสนุนที่เป็นปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ ผู้รับสื่อมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อเปลี่ยนไปตามกระแสสังคม รวมถึงปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจที่เป็นจุดเปลี่ยนให้วัดหันมาใช้สื่อมากขึ้น

ขณะที่ปัจจัยอุปสรรคที่ส่งผลให้การทำงานหลอมรวมสื่อขององค์กรไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ได้แก่ นโยบายองค์กรที่ไม่ต้องการเพิ่มสื่อเนื่องจากแนวทางคำสอน แนวคิดความคุ้มค่าของการใช้สื่อของวัด ความเคร่งครัดในพระวินัยทำให้พระเข้ามามีส่วนร่วมในการทำสื่อไม่ได้อย่างเต็มตัว แนวทางคำสอนที่มุ่งสื่อสารกับคนเฉพาะกลุ่มไม่ใช่คนทุกกลุ่ม บุคลากรยังไม่มีความรู้ความชำนาญในการใช้สื่อสมัยใหม่ ตลอดจนทุน เทคโนโลยีที่บางวัดขาดการสนับสนุนจนไม่สามารถผลิตสื่อได้แม้มีบุคลากรเพียงพอ

นอกจากนี้ ปัจจัยภายนอกองค์กรที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ ปัจจัยที่มาจากผู้รับสื่อ ประเด็นความขัดแย้งกับ กสทช. ในฐานะองค์กรบังคับใช้กฎหมายการออกใบอนุญาตวิทยุชุมชน ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ที่ทำให้วัดไม่อาจจัดตั้งสื่อได้ถูกต้องตามกฎหมาย รวมถึงสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการใช้สื่อวิทยุ โทรทัศน์ดาวเทียมที่ต้องอาศัยการแพร่กระจายสัญญาณ

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยหลักที่เป็นเงื่อนไขกำหนดการเกิดองค์กรหลอมรวมสื่อทางศาสนา ประกอบด้วยนโยบายองค์กร แนวทางคำสอน บุคลากร สื่อ ผู้รับสื่อ เทคโนโลยี และงบประมาณ โดยระบบการทำงานสื่อในสถานการณ์ปกติ ถือว่าปัจจัยดังกล่าวเป็นเงื่อนไขกำหนดการทำงานแบบหลอมรวมสื่อขององค์กร โดยแนวทางคำสอนและทุน มีส่วนในการกำหนดนโยบายองค์กร นโยบายองค์กร กำหนดการใช้เทคโนโลยีและการทำงานของบุคลากร โดยมีผู้รับสื่อเป็นตัวแปรกำหนดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานด้านต่างๆ ขององค์กร

จากสรุปผลการศึกษาดังกล่าว พบว่า ส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกับข้อสันนิษฐานการวิจัยที่ว่า ปัจจัยที่สนับสนุนและเป็นอุปสรรคต่อการหลอมรวมสื่อ มีทั้งปัจจัยภายในองค์กรและภายนอกองค์กร

ปัจจัยภายในมาจากนโยบายองค์กรที่สนับสนุนการหลอมรวมสื่อ ผู้นำองค์กรมีวิสัยทัศน์กว้างไกล ผู้ปฏิบัติงานมีทักษะการใช้งานสื่อที่หลากหลาย ส่วนปัจจัยภายนอกจะเป็นปัจจัยทางเทคโนโลยีและเศรษฐกิจ

และปัจจัยที่เป็นอุปสรรคที่ส่งผลต่อการหลอมรวมสื่อ ส่วนใหญ่จะเป็นปัจจัยทางด้านเงินทุน และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของบุคลากร

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรและผู้รับสื่อ

จากการเก็บข้อมูลประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อองค์กรและผู้รับสื่อ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ผลิตสื่อในวัด 5 แห่ง รวม 19 คน และสัมภาษณ์ผู้รับสื่อแต่ละวัดรวม 38 คน ผลการศึกษาประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อองค์กร สรุปได้ดังนี้

1. ด้านการเปิดรับสื่อ

ประสิทธิภาพด้านการเปิดรับสื่อที่มีต่อแต่ละองค์กร มีดังนี้

1.1 วัดท่าซุง

การหลอมรวมสื่อช่วยให้วัดทราบว่า วัดต้องเน้นมาใช้สื่อออนไลน์เป็นสื่อช่องทางหลัก เนื่องจากคนรุ่นใหม่นิยมเปิดรับสื่อของวัดผ่านสื่อออนไลน์อย่างเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เพราะข้อมูลมีความรวดเร็ว ทันสมัย

1.2 สวนโมกขพลาราม

การหลอมรวมสื่อทำให้วัดต้องปรับเปลี่ยนการใช้สื่อให้มีความหลากหลายกว่าเดิม จากที่วัดเน้นใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก ปัจจุบันวัดก็ไม่ปฏิเสธสื่อสมัยใหม่ ยังคงเปิดกว้างรับสื่อหลากหลายรูปแบบ ถ้าในอนาคต สังคมเปลี่ยนแปลงไป วัดก็พร้อมเปลี่ยนแปลงจะเปลี่ยนในให้น้อยที่สุด

ทั้งนี้ การหลอมรวมสื่อยังช่วยให้วัดเห็นช่องทางในการสื่อสารที่ไม่ต้องลงทุนเพิ่ม เช่น เฟซบุ๊ก แต่วัดจะยังไม่ขยายสื่อมาก เนื่องจากมีหอบจดหมายเหตุฯ รองรับการทำงานสื่ออีกส่วนหนึ่ง

1.3 วัดป่าบ้านตาด

การหลอมรวมสื่อส่งผลให้วัดเห็นประโยชน์ของการใช้สื่อในการเผยแพร่ธรรมะมากกว่า สมัยก่อนที่หลวงตามหาบัวท่านไม่เปิดรับสื่อทางโลกมาก โดยรวมถือว่าวัดป่าบ้านตาดมีความพร้อมที่จะเปิดรับสื่อใหม่ๆ แต่จำนวนบุคลากร ความพร้อมบุคลากร ตลอดจนนโยบายการเพิ่มสื่อของ คณะกรรมการมูลนิธิฯ อาจไม่สนับสนุนให้มีสื่อมากเกินไปจนความจำเป็น

ทั้งนี้ แม้ทางวัดจะมีแนวคิดเปิดรับสื่อใหม่ๆ ตามกระแสสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป แต่จะไม่ตามรูปแบบที่เน้นทางโลกมากเกินไป จะเน้นในส่วนที่เกิดประโยชน์ทางธรรมและสื่อสารกับกลุ่มคนที่สนใจจริงๆ เท่านั้น

1.4 วัดพระธรรมกาย

การหลอมรวมสื่อช่วยให้วัดพระธรรมกายได้รู้จักกลุ่มผู้รับสื่อใหม่ๆ ที่มีรูปแบบการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน บางคนเคยเปิดรับสื่อเก่าอยู่ แต่เมื่อวัดได้เปิดกว้างใช้สื่อใหม่ๆ ในการเผยแพร่ธรรมะมากขึ้น คนก็พร้อมที่จะเปิดรับสื่อประเภทใหม่ของวัด

1.5 วัดอัมพวัน

การหลอมรวมสื่อทำให้วัดอัมพวันปรับตัวจากวัดที่ไม่เน้นใช้สื่อหลากหลายประเภทในการเผยแผ่คำสอนเป็นการเปิดรับสื่อเพิ่มขึ้นแต่เป็นการเพิ่มตามความจำเป็นในการใช้สื่อเพื่อรองรับลูกศิษย์กลุ่มใหม่ๆ

2. ด้านการรับรู้สื่อ

ประสิทธิผลด้านการรับรู้สื่อที่มีต่อแต่ละองค์กร มีดังนี้

2.1 วัดท่าซุง

การหลอมรวมสื่อช่วยให้วัดทราบว่า คนรุ่นใหม่ กลุ่มผู้รับสื่อกลุ่มใหม่ๆ จะรู้จักวัดจากสื่อออนไลน์ ส่วนคนที่มาปฏิบัติธรรมที่วัดอย่างต่อเนื่องอยู่แล้วมักจะมาปฏิบัติที่วัดเลย ไม่ได้พึ่งพาสื่อมาก วัดจึงต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้รับสื่อที่เปลี่ยนไป

2.2 สวนโมกขพลาราม

การหลอมรวมสื่อทำให้วัดทราบพฤติกรรมการรับรู้สื่อของผู้ใช้สื่อของวัดว่า ส่วนใหญ่รู้จักและติดตามสื่อผ่านสื่อเฟซบุ๊กมากที่สุด รองลงมาก็เป็นสื่อหนังสือ ซีดี เว็บไซต์และเข้าร่วมกิจกรรมอบรมปฏิบัติภาวนา

2.3 วัดป่าบ้านตาด

สื่อที่ทางวัดมองว่าสร้างการรับรู้ได้มากที่สุด คือ องค์กรหลวงตา รองลงมาคือ เว็บไซต์หลวงตา วิชวลัยธรรม โทรทัศน์ดาวเทียม เทป ซีดี และหนังสือธรรม

2.4 วัดพระธรรมกาย

วัดพระธรรมกายจะวัดการรับรู้สื่อของผู้รับสื่อจากการที่คนรับทราบข่าวสารของวัดจากช่องทางต่างๆ แล้วมาร่วมงาน ซึ่งจะวัดได้เป็นรูปธรรมมากที่สุด ในช่วงที่ทางวัดสร้างแบบสอบถามว่า คนรู้จักข่าวสารของวัดจากช่องทางไหนมากที่สุด พบว่าคนรับรู้ข่าวสารจากสื่อเก่าและสื่อใหม่คละกันไป ขึ้นอยู่กับแบบแผนการเปิดรับสื่อของแต่ละบุคคล ทำให้วัดใส่ใจกับทุกช่องทางสื่อเพราะทำหน้าที่เข้าถึงกลุ่มผู้รับสื่อที่แตกต่างกัน

2.5 วัดอัมพวัน

การหลอมรวมสื่อช่วยให้ทางวัดทราบว่าช่องทางสื่อที่ลูกศิษย์ส่วนมากติดตามมาก คือ สื่อหนังสือและเว็บไซต์ เพราะหนังสือเป็นสื่อดั้งเดิมของวัด สามารถหาอ่านได้ทั่วไป

3. ด้านการเข้าถึงสื่อ

ประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อแต่ละองค์กร มีดังนี้

3.1 วัดท่าซุง

กลุ่มลูกศิษย์ที่เพิ่งเข้ามารู้จักวัดใหม่ๆ รู้จักวัดจากเว็บไซต์ เข้าเว็บไซต์วัดเป็นประจำด้วยเหตุผลสำคัญ คือ เว็บไซต์ของวัดได้บอกบุญออนไลน์ คนได้มีโอกาสโอนเงินร่วมบุญได้ง่ายโดยไม่ต้องไปถึงที่วัด ทำให้วัดเน้นการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์เพราะวัดจำนวนผู้เข้าใช้ได้เป็นรูปธรรมที่สุด

3.2 สวนโมกขพลาราม

ลูกศิษย์มักเข้าถึงสื่อธรรมะของวัดโดยอ่านจากหนังสือและสื่อออนไลน์เป็นหลัก สำหรับคนที่

ชอบมาปฏิบัติธรรมที่วัดเป็นประจำ จะชอบสื่อสถานที่ สื่อภายในวัด แต่เว็บไซต์ หนังสือ ซีดี จะช่วยให้ลูกศิษย์กลุ่มใหม่ๆ ได้ความรู้ ให้คนรู้จักและเข้าถึงเนื้อหาของวัดได้ง่าย

3.3 วัดป่าบ้านตาด

ประสิทธิผลด้านการเข้าถึงสื่อที่มีต่อวัดป่าบ้านตาด พบว่าลูกศิษย์วัดยุคใหม่จะเข้าถึงวัดจากเว็บไซต์มากที่สุด รองลงมาก็เป็นวิทยุเสียงธรรม โทรทัศน์หลวงตา

ส่วนผลตอบรับจากการเข้าถึงสื่อ นั้น ทางวัดรับทราบจากผู้ชม ผู้ฟังรายการ ทั้งจากการรับโทรศัพท์ผู้ฟังที่โทรเข้ามาแนะนำและจากกลุ่มลูกศิษย์ที่อุปัฏฐากพระอาจารย์แล้วฝากข้อเสนอแนะผ่านพระอาจารย์

3.4 วัดพระธรรมกาย

การหลอมรวมสื่อส่งผลต่อการเข้าถึงสื่อของวัดพระธรรมกาย กล่าวคือ ในสื่อโทรทัศน์ ดาวเทียม DMC ผู้รับสื่อมีปริมาณการเข้าถึงสื่อเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญในช่วง 5 ปีก่อนจนถึงปัจจุบัน เป็นช่องทางที่คนเข้าถึงเป็นหลักมากที่สุด ส่วนในช่วง 3 ปีก่อนจนถึงปัจจุบัน สื่ออินเทอร์เน็ต รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ จะเริ่มเข้ามามีอิทธิพล วัดก็ได้ทราบว่าผู้รับสื่อยุคใหม่เริ่มเข้าถึงสื่อของวัดผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น

3.5 วัดอัมพวัน

ปัจจุบันองค์หลวงพ่ोजริญก็ยังเป็นสื่อบุคคลที่เป็นศูนย์รวมศรัทธาผู้คนอยู่ วัดจึงพยายามไม่เน้นสร้างสื่อมากเกินไป แต่ก็พยายามเพิ่มสื่อเท่าที่จำเป็นเพื่อรองรับลูกศิษย์ที่เพิ่มจำนวนขึ้นทุกๆ ปี

4. ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อ

ประสิทธิผลด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อที่มีต่อแต่ละองค์กร มีดังนี้

4.1 วัดท่าซุง

การหลอมรวมสื่อช่วยให้วัดทราบผลตอบรับของสื่อและพอใจสื่อทุกประเภทที่วัดทำขึ้นเพราะเป็นเนื้อหาหลักคำสอนขององค์หลวงพ่อ โดยสื่อออนไลน์อย่างเว็บไซต์กับเฟซบุ๊กจะเป็นช่องทางที่มีความน่าเชื่อถือที่สุด ลูกศิษย์มักเข้าเว็บไซต์เพื่อติดตามข่าวสารวัดที่ถูกต้อง แม่นยำ ลูกศิษย์มักเข้าเฟซบุ๊กเพื่อติดตามกิจกรรมที่วัดท่าซุงทำในแต่ละวัน ด้านการใช้ประโยชน์สื่อของวัดพบว่า สื่อออนไลน์ สื่อหนังสือและสื่อกิจกรรมงานบุญ ต่างก็เอื้อหนุนให้คนต่างเข้าวัดปฏิบัติธรรม เข้าถึงธรรมะของพระพุทธเจ้าทั้งสิ้น

4.2 สวนโมกขพลาราม

วัดพึงพอใจภาพรวมสื่อทุกประเภทที่วัดใช้แม้ว่าวัดใช้สื่อน้อยประเภท ปัจจุบันวัดปรับมาใช้สื่อหลายๆ เพื่อต้องการเผยแผ่หลักคำสอนให้กว้างขวาง เข้าถึงกลุ่มคนที่ใช้สื่อหลากหลาย อีกทั้งมีเสียงเรียกร้องจากลูกศิษย์ เช่น บอกอยากให้อ่านหนังสือตามยุคสมัย แต่วัดจะใช้สื่อเพิ่มขึ้นเนื่องจากสื่อบางสื่อไม่ต้องใช้ต้นทุนเพิ่มเติม เช่น เฟซบุ๊ก เพราะไม่ต้องการเพิ่มต้นทุนที่ไม่จำเป็น อีกทั้งเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ของสวนโมกข์เองไม่ได้รับความนิยมมากนัก

4.3 วัดป่าบ้านตาด

สื่อที่วัดป่าบ้านตาดพึงพอใจมากที่สุดและได้ผลดีที่สุด นอกจากสื่อบุคคลที่มีองค์หลวงตาเป็นศูนย์รวมศรัทธาศาสนาศิษย์ทั่วโลกแล้ว สื่อวิทยุเสียงธรรม โทรทัศน์ดาวเทียม ส่วนสื่อที่มีผู้ใช้ประโยชน์

มากที่สุดก็ขึ้นอยู่กับประเภทเนื้อหาและปัจจัยส่วนบุคคล แต่วิทยุจะกว้างและได้ประสิทธิผลมาก สำหรับผู้รับสื่อของวัดที่ส่วนใหญ่ชอบฟังสื่อเสียง

4.4 วัดพระธรรมกาย

วัดพอใจสื่อทุกประเภทที่ใช้เพราะถือว่าแต่ละสื่อทำหน้าที่สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน วัดจึงพยายามบริหารทุกสื่อไปพร้อมๆ กัน แต่จะให้ความสำคัญกับสื่อที่เข้าถึงผู้รับของวัดมากกว่าสื่อที่ยังเข้าถึงผู้รับได้น้อย

ด้านการใช้ประโยชน์สื่อ มองว่านอกจากวัดทำหน้าที่ส่งสื่อออกไปแล้ว คนก็ทำหน้าที่กระจายสื่อออกไปเรื่อยๆ แม้ว่าขณะนี้สื่อออนไลน์กำลังมีบทบาทมาก แต่วัดคงไม่เน้นสื่อออนไลน์อย่างเดียว เพราะสื่อแต่ละสื่อจะทำหน้าที่ที่ต่างกัน

4.5 วัดอัมพวัน

ในปัจจุบันวัดอัมพวันพึ่งพอใจสื่อเฟซบุ๊กมาก เพราะสามารถเผยแพร่คำสอน กิจกรรมได้อย่างรวดเร็ว และยังเชื่อมโยงไปยังฐานข้อมูลซึ่งเป็นเว็บไซต์ทางการของวัดที่สืบค้นสื่อธรรมะออนไลน์ไฟล์เสียงต่างๆ ได้ง่ายขึ้น ขณะเดียวกัน เว็บไซต์เป็นสื่อกลางของวัดที่วัดสามารถควบคุมการไหลของข้อมูลข่าวสาร ไม่ให้มีเรื่องนอกแนวมาลงได้ เมื่อก่อนให้ลูกศิษย์ที่กรุงเทพฯ เป็นผู้ดูแลแต่เนื้อหาไม่ค่อยอัปเดต

จากข้อมูลประสิทธิผลด้านต่างๆ ที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์บุคลากรสื่อของวัด พบว่า การหลอมรวมสื่อมีผลในด้านบวกต่อองค์กรในการเพิ่มโอกาสการเปิดรับสื่อประเภทใหม่ๆ ขององค์กร องค์กรปรับตัวขยายประเภทสื่อตามเทคโนโลยีและพฤติกรรมกรับสื่อที่เปลี่ยนไปของผู้รับสื่อ ช่วยเพิ่มช่องทางในการรู้จักสื่อต่างๆ ของวัด เนื่องจากสื่อของวัดมีการช่วยแนะนำสื่ออื่นๆ ไปด้วย ช่วยเพิ่มจำนวนผู้รับสื่อ เพิ่มประสิทธิผลในการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ธรรมโดยใช้เนื้อหาธรรมเดียวกันในช่องทางมากกว่าสื่อหลักเพียงสื่อเดียวที่วัดใช้

ส่วนผลในด้านลบของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อองค์กร เป็นผลกระทบจากความผิดพลาดจากการแก้ไข ตัดทอน หรือปรับเนื้อหาลงในแต่ละสื่อที่วัดใช้ ซึ่งปัญหาดังกล่าวยังไม่พบมาก เนื่องจากทุกวัดมีการกำหนดอย่างชัดเจนว่า จะไม่มีการแก้ไขข้อความหรือเปลี่ยนแปลงข้อธรรมคำสอนที่จะเป็นการบิดเบือนธรรมะต้นฉบับเดิมของหลวงพ่

ทั้งนี้ ในส่วนผลการศึกษาประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ ผู้วิจัยสามารถสรุปในมิติต่างๆ ได้ดังนี้

1. ด้านการเปิดรับสื่อ

จากการศึกษาพบว่า ผู้รับสื่อทุกคนมีพฤติกรรมกรับสื่อมากกว่า 2 ประเภท โดยผู้รับสื่อวัดพระธรรมกายจะเปิดรับสื่อที่เป็นสื่อออนไลน์และสื่อสมัยใหม่อย่างชัดเจนกว่าวัดอื่นๆ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ใช้สื่อออนไลน์ ขณะที่วัดป่าบ้านตาด ผู้รับสื่อเปิดรับสื่อเก่าและสื่อใหม่ในสัดส่วนเท่าๆ กัน ส่วนวัดท่าซุงและสวนโมกขพลาราม ผู้รับสื่อจะเปิดรับสื่อเก่ามากกว่าสื่อใหม่ ขณะที่ผู้รับสื่อวัดอัมพวันมีปริมาณการเปิดรับน้อยกว่าวัดอื่นๆ เนื่องจากวัดใช้สื่อน้อยและมีแนวคิดไม่เน้นสื่อ เน้นการปฏิบัติเป็นหลัก

2. ด้านการรับรู้สื่อ

ประสิทธิผลด้านการรับรู้สื่อของผู้รับสื่อในแต่ละวัด จะเห็นว่า ผู้รับสื่อของทุกวัดต่างรู้จักช่องทางสื่อของวัดมากกว่า 2 ประเภท และรู้จักเนื้อหาเดียวกันในช่องทางสื่อมากกว่า 2 ประเภทขึ้นไป แสดงว่า วัดใช้สื่อหลอมรวมได้อย่างประสบความสำเร็จในแง่ที่ผู้รับสื่อต่างรู้จักและจดจำสื่อของวัดได้ รวมถึงทราบการใช้เนื้อหาร่วมกันในสื่อต่างๆ ของวัด อันเป็นการช่วยเผยแพร่เนื้อหาที่วัดมีลงในทุกสื่อที่วัดใช้

3. ด้านการเข้าถึงสื่อ

จากการศึกษาการเข้าถึงสื่อของผู้รับสื่อในแต่ละวัด พบว่า ผู้รับสื่อวัดพระธรรมกายเข้าถึงสื่อที่เป็นสื่อออนไลน์และสื่อสมัยใหม่อย่างชัดเจนกว่าวัดอื่นๆ เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ใช้สื่อออนไลน์ และวัดมีสื่อจำนวนมากให้ผู้รับสื่อเลือกเข้าถึงได้มากกว่า ขณะที่ผู้รับสื่อวัดป่าบ้านตาด เข้าใช้สื่อเก่าและสื่อใหม่ในปริมาณใกล้เคียงกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่เข้าถึงสื่อดั้งเดิมของวัดมาตั้งแต่ช่วงที่หลวงตายังมีชีวิตอยู่ และกลุ่มผู้รับสื่อยุคใหม่ที่จะเน้นเข้าถึงสื่อออนไลน์

ด้านผู้รับสื่อวัดท่าซุงตอบว่า เข้าถึงสื่อออนไลน์มากกว่าสื่อเก่า โดยเข้าถึงเฟซบุ๊กและเว็บไซต์ ซึ่งเป็นสื่อที่ผู้รับสื่อสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์พกพาได้และมีการอัปเดตเนื้อหาที่เป็นปัจจุบัน ทันสมัย ส่วนผู้รับสื่อของสวนโมกขพลารามและวัดอัมพวัน จะเปิดรับสื่อเก่าและสื่อใหม่ในปริมาณเท่าๆ กัน แต่อยู่ในปริมาณน้อยเมื่อเทียบกับวัดอื่นๆ เนื่องจากทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองวัดมักเข้าถึงสื่อเป็นครั้งคราวตามความสะดวก

4. ด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อ

ประสิทธิผลด้านความพึงพอใจสื่อของผู้รับสื่อในแต่ละวัด พบว่า วัดท่าซุง และวัดพระธรรมกาย ผู้รับสื่อตอบว่า พึงพอใจสื่อเฟซบุ๊กและสื่อโทรทัศน์ดาวเทียมตามลำดับ ขณะที่ผู้รับสื่อของสวนโมกขพลาราม วัดป่าบ้านตาด และวัดอัมพวัน พึงพอใจสื่อหนังสือ วิทยูและหนังสือ ซึ่งเป็นสื่อเก่าสื่อดั้งเดิมที่แต่ละวัดใช้ในการเผยแพร่ธรรม เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างผู้รับสื่อเป็นกลุ่มที่เน้นเปิดรับสื่อเก่าของวัดโดยเฉพาะสื่อต้นทางที่มาจากหลวงพ่อบุญ

นอกจากนี้ ผลการศึกษาการใช้ประโยชน์สื่อของผู้รับสื่อในแต่ละวัด พบว่า ผู้รับสื่อวัดพระธรรมกายใช้ประโยชน์สื่อได้อย่างหลากหลายที่สุด เนื่องจากวัดมีปริมาณสื่อที่ใช้มากที่สุด ผู้รับสื่อจึงมีโอกาสเปลี่ยนไปใช้ช่องทางสื่อใหม่ๆ มีการใช้ประโยชน์สื่อขององค์กรธรรมภาติทั้งภายในและต่างประเทศมากกว่าผู้รับสื่อวัดอื่นๆ

ขณะที่ผู้รับสื่อวัดท่าซุงและวัดป่าบ้านตาดใช้สื่อของวัดผสมผสานทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ มีการติดตามสื่อขององค์กรภาติธรรมบ้าง แต่มากกว่าผู้รับสื่อของสวนโมกข์และวัดอัมพวัน ซึ่งใช้สื่อธรรมะไม่มากนัก และตัวผู้รับสื่อเองสะดวกที่จะรับสื่อบางประเภทและมุ่งเน้นไปที่การปฏิบัติเป็นหลัก

จากผลการศึกษาประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อในด้านต่างๆ ที่มีต่อผู้รับสื่อของวัด พบว่า การหลอมรวมสื่อมีผลในด้านบวกต่อผู้รับสื่อในการเพิ่มโอกาสการเปิดรับ พบเห็นและรู้จักสื่อมากขึ้น ตอบสนองความต้องการสื่อทางธรรมในช่องทางสื่อที่ผู้รับสื่อกระจายตัวอยู่ ทั้งยังส่งผลให้ผู้รับสื่อมีความรู้ความเข้าใจในหลักธรรมคำสอน กระตุ้นให้เกิดการเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนามากขึ้นกว่าเมื่อไม่ใช่สื่อ

ส่วนผลในด้านลบของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ จะพบว่า ผู้รับสื่อมีอำนาจในการเป็นผู้ส่งสารมากกว่าในอดีต แต่จะมีบทบาทการใช้สื่อในทางที่เป็นการตรวจสอบเชิงทำลายภาพลักษณ์ พระพุทธรูปศาสนา เช่น การตัดต่อภาพ การบิดเบือนข่าวที่เป็นการมุ่งโจมตีวัดใดวัดหนึ่ง เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การหลอมรวมสื่อเป็นแนวคิดการทำงานที่มีประสิทธิผลในทางบวกต่อการสื่อสารด้านศาสนา หากองค์กรศาสนาต่างๆ มีการใช้แนวคิดการหลอมรวมสื่อเข้ากับการทำงานด้านสื่อในองค์กร จะช่วยสนับสนุนการใช้สื่อเพื่อเผยแผ่งานพระพุทธศาสนาให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสื่อได้ง่าย ปรับเนื้อหาทางธรรมให้มีรูปแบบที่น่าสนใจ ผู้รับสื่อเกิดการรับรู้ จดจำ นำไปประยุกต์ปฏิบัติจนเกิดความศรัทธาได้ง่าย มีประสบการณ์ทางศาสนาผ่านสื่อได้โดยไม่ต้องเข้าวัดเพียงอย่างเดียว ขณะที่ผลกระทบด้านลบก็มีเช่นกัน แต่เป็นอำนาจการใช้สื่อที่เพิ่มขึ้นของผู้รับสื่อในการตรวจสอบเชิงทำลายของคนในและคนนอกศาสนา

โดยผลการศึกษาสอดคล้องกับข้อสันนิษฐานการวิจัยว่า การหลอมรวมสื่อมีประสิทธิผลต่อผู้รับสื่อในแง่บวก เนื่องจากช่วยเพิ่มการเข้าถึง ความศรัทธาอันนำไปสู่การนำไปใช้ปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนาในชีวิตจริงได้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า อิทธิพลของสื่อในยุคหลอมรวมสื่อส่งผลให้พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อยุคใหม่เปลี่ยนแปลงไป องค์กรทางศาสนาก็มีความจำเป็นต้องปรับวิธีการเผยแผ่คำสอนให้เข้าถึงผู้รับ ตลอดจนมีความจำเป็นต้องปรับกระบวนการทำงานด้านสื่อทั้งด้านนโยบายขององค์กร บุคลากร สื่อที่ใช้ เพื่อให้สามารถทำหน้าที่สถาบันศาสนาที่สร้างศีลธรรมให้แก่สังคมได้ในระยะยาว ทั้งนี้ ในส่วนของการอภิปรายผล ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการอภิปรายผลเป็น 5 ประเด็นหลัก ดังนี้

- 1) กระบวนการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางศาสนา
- 2) การสื่อสารศาสนาในยุคหลอมรวมสื่อ
- 3) ลักษณะพิเศษขององค์กรศาสนาในยุคหลอมรวมสื่อ
- 4) พัฒนาการของสื่อและความท้าทายของสื่อด้านศาสนาในยุคหลอมรวมสื่อ
- 5) ประสิทธิผลของการสื่อสารศาสนาในยุคหลอมรวมสื่อ

1. กระบวนการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางศาสนา

จากผลการวิจัยดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า การหลอมรวมสื่อเกิดขึ้นในบริบทกระบวนการทำงานด้านสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาตามนิยามแนวทางการหลอมรวมสื่อของ Dailey ที่เสนอรูปแบบการหลอมรวมสื่อใน Convergence continuum เกี่ยวกับลักษณะของการปรับตัวองค์กรในระดับของการร่วมมือในกระบวนการข่าว การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อ และการแลกเปลี่ยนแบ่งปันเนื้อหาข้อมูล 5 ระดับ ไม่ว่าจะเป็น ระดับการส่งต่อเนื้อหาข้ามสื่อ (Cross-promotion) การเผยแพร่เนื้อหาต้นฉบับ (Cloning) ระดับความร่วมมือเชิงแข่งขัน (Coopetition) การแบ่งปันเนื้อหาที่ผลิตใหม่ (Content sharing) และการหลอมรวมในกระบวนการผลิต (Convergence)

ทั้งนี้ องค์กรสื่อทางพระพุทธศาสนาที่มีลักษณะโดยรวมตามแนวทางการหลอมรวมสื่อของ Dailey อย่างชัดเจนที่สุด คือ วัดพระธรรมกาย ซึ่งมีบริบท ปัจจัยโดยรวมสนับสนุนกระบวนการทำงานแบบหลอมรวมสื่อ ทั้งในด้านบุคลากร ทรัพยากร เทคโนโลยีที่ส่งเสริมให้กระบวนการทำงานสื่อของวัดเป็นระบบ พึ่งพาความร่วมมือในการทำงานซึ่งกันและกัน และมีศูนย์การปฏิบัติงานสื่อที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน ง่ายต่อการบริหารงานรวมศูนย์หรือหลอมรวมองค์กรเข้าเป็นหนึ่งเดียวกัน

กระบวนการทำงานด้านสื่อของวัดพระธรรมกาย ยังสอดคล้องตามแนวคิดของ Erdal (2011) ที่กล่าวว่า การหลอมรวมสื่อมิได้เป็นการหลอมรวมเฉพาะตัวสื่อ (Media) และช่องทางการสื่อสาร (Channel) เพียงอย่างเดียวแต่เป็นการหลอมรวมเทคโนโลยี หลอมรวมองค์กรและความร่วมมือของคนในองค์กรเข้าด้วยกัน ซึ่งทางวัดพระธรรมกายมีจุดเด่นเรื่องวัฒนธรรมองค์กร การเลือกบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและความศรัทธาเข้ามาทำงาน และมีต้นทุนทางเทคโนโลยีสูง และยังสอดคล้องกับ พิชญานี (2549) ที่กล่าวว่า ก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและเชื่อมโยงสื่อต่างชนิดให้มาอยู่ด้วยกัน รวมตัวกันเพื่อใช้โครงสร้างพื้นฐานเดียว ลดความซ้ำซ้อนของการลงทุนและเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภค โดยมีการบริการที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลได้อย่างครบวงจร และสอดคล้องกับผลการวิจัยของดวงพร สารศาสดา (2550) ที่ศึกษาการบริหารจัดการองค์กรวัดพระธรรมกาย พบว่า วัดมีระบบบริหารที่มีการวางแผนอย่างดี มีผู้บริหารระดับสูง มีการศึกษา มีวิสัยทัศน์กว้างขวางเป็นผู้ควบคุม กลุ่มคณะทำงานต้องเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในงานทั้งทางโลกและทางธรรม เน้นสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นการผสมความร่วมมือกันอย่างเป็นระบบ

ขณะที่วัดอื่นๆ จะมีความเด่นชัดของรูปแบบการทำงานแบบหลอมรวมสื่อที่ลดหลั่นกันไป ตามปัจจัยเฉพาะของแต่ละแห่ง เช่น บริบทสภาพแวดล้อม แนวคิด นโยบายองค์กร บุคลากร ความพร้อมของเทคโนโลยี ความร่วมมือระหว่างสื่อในองค์กรและข้ามองค์กร

ยกตัวอย่างวัดอัมพวัน ซึ่งมีระดับการทำงานแบบหลอมรวมสื่อน้อยที่สุด เนื่องจากสภาพแวดล้อมของวัดต้องการความเงียบสงบในการปฏิบัติธรรม องค์กรไม่มีการจัดตั้งฝ่ายสื่ออย่างเป็นทางการ บุคลากรมีน้อยเพราะวัดไม่เน้นการใช้สื่อหลากหลายประเภท ความร่วมมือในการผลิตสื่อจึงมีน้อย แต่ยังมีลักษณะตามแนวคิดการหลอมรวมสื่อบางประการ ได้แก่ การช่วยกันเผยแพร่เนื้อหาของสื่ออื่นๆ ในองค์กร การแลกเปลี่ยนเนื้อหาในกรณีที่วัดมีการผลิตสื่อ มีการส่งบุคลากรของวัดไปช่วยเหลืองานธรรมของศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน ซึ่งจะมีระดับความร่วมมือที่ไม่เด่นชัดเท่าที่ควร

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การปรับตัวองค์กรสู่การหลอมรวมสื่อ
กรณีศึกษา เครือเนชั่น ผู้จัดการและเดลินิวส์ ของอศินา พรวิเศษและสกุลศรี ศรีสารคาม (2555) ที่
ศึกษาการหลอมรวมสื่อขององค์กรข่าว พบว่ามีความแตกต่างกันในด้านวัตถุประสงค์ขององค์กร โดย
องค์กรข่าวมุ่งนำเสนอข่าวเพื่อแข่งขันให้มีผู้ชมติดตามสื่อให้มากที่สุด

แต่สิ่งที่สอดคล้องกัน คือ ทั้งองค์กรข่าวและองค์กรศาสนาต่างมีระดับความร่วมมือในการ
ช่วยกันทำงาน (Cooperation) อีกทั้งวัดพระธรรมกายเป็นองค์กรเดียวที่เข้าข่ายการหลอมรวม
องค์กรอย่างเต็มรูปแบบ เนื่องจากภายในองค์กรสื่อไม่มีภาวะแข่งขันกัน มีแต่ระดับความร่วมมือและ
วัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการหลอมรวมสื่ออย่างชัดเจน

ทั้งนี้ ผลการวิจัยยังระบุว่า ระดับการหลอมรวมสื่อในชั้นที่ 5 Convergence เกิดเฉพาะใน
กระบวนการทำงานสื่อของวัดพระธรรมกายและวัดป่าบ้านตาด และมีข้อค้นพบที่น่าสนใจคือ ระดับ
การหลอมรวมสื่ออย่างสมบูรณ์แบบในชั้นที่ 5 นั้นจะเกิดใน 2 สถานการณ์ คือ สถานการณ์ปกติที่วัดมี
การทำงานสื่อเป็นประจำทุกวัน และสถานการณ์พิเศษที่ทางวัดมีกิจกรรมงานบุญสำคัญประจำปี โดย
ทั้งสองวัดจะมีระดับ Convergence อย่างชัดเจนในสถานการณ์พิเศษที่วัดต้องมีการระดมทรัพยากร
บุคลากรวัดในการจัดกิจกรรมใหญ่ แต่ในสถานการณ์ปกติ ระดับความร่วมมือในชั้น Convergence
จะยังไม่เกิดขึ้นชัดเจนนัก

นอกจากนี้ จากแนวคิดเครือข่ายการสื่อสารของ Shaw ที่ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของการ
สื่อสารทั้งแบบรวมอำนาจและกระจายอำนาจการทำงาน ทำให้ผู้วิจัยพบว่า ระดับความร่วมมือ การมี
ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่ปรากฏในกระบวนการทำงานสื่อขององค์กรศาสนามีลักษณะบางประการที่
ต่างจากแนวคิดของ Shaw โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. รูปแบบความร่วมมือแบบรวมศูนย์ (Centralized cooperation)

เป็นระบบการทำงานที่มีศูนย์กลางการทำงานสื่อเพียงแห่งเดียว ไม่แบ่งแยกฝ่ายสื่อออกจาก
กันโดยสิ้นเชิง ใช้เนื้อหาของส่วนกลางเป็นหลัก มักเกิดในสื่อที่จะต้องอาศัยอุปกรณ์ เทคโนโลยี
บุคลากรร่วมกันในการผลิตสื่อ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ มีการแบ่งฝ่ายรับผิดชอบแต่ละส่วนงานแต่
ต้องร่วมมือกันผลิตออกมาเป็นสื่อในขั้นสุดท้าย ไม่ได้แยกกันผลิตและเผยแพร่ในส่วนของตนเอง
รูปแบบนี้พบในกระบวนการทำงานของวัดป่าบ้านตาด แนวคิดนี้ตามทฤษฎีของ Shaw พบว่า
เครือข่ายแบบรวมศูนย์อำนาจสู่ศูนย์กลางจะมีผู้นำเพียงคนเดียวเป็นผู้ควบคุมความสำเร็จในการ
ทำงานขององค์กร แต่มักจะเกิดสภาวะข่าวสารท่วมท้น เพราะข้อมูลจะไปรวมที่ศูนย์กลางของ
เครือข่าย

2. รูปแบบความร่วมมือแบบกระจายศูนย์ (Distributed cooperation)

เป็นรูปแบบการทำงานที่แบ่งศูนย์การทำงานออกไปยังพื้นที่อื่น ไม่ได้อยู่ในส่วนเดียวกับวัด
หรือหน่วยงานสื่อ อาจแบ่งเป็นศูนย์ปฏิบัติธรรมสาขา วัดสาขา องค์กรสื่อสาขา การใช้เนื้อหาอาจ
ไม่ได้ใช้เนื้อหาของส่วนกลางโดยตรง อาจมีการหยิบยืมข้อมูลจากศูนย์ต่างๆ นโยบายของการทำงาน
ในรูปแบบนี้เพื่อต้องการขยายพื้นที่ในการเผยแพร่สื่อ ความสะดวกคล่องตัวของบุคลากรปฏิบัติงาน

เนื่องจากบางวัดอยู่ในพื้นที่ไกล คนไม่สามารถเข้าถึงวัดได้สะดวก รูปแบบนี้พบในการทำงานของวัดสวนโมกขพลาราม วัดอัมพวัน และวัดท่าซุง

ในทางทฤษฎี รูปแบบการสื่อสารแบบกระจายอำนาจนี้มีประสิทธิภาพมากกว่าในการแก้ปัญหาที่สลับซับซ้อน สามารถทำงานได้รวดเร็วและมีข้อผิดพลาดน้อยกว่า อีกทั้งเป็นการสื่อสารที่ทุกคนจะใช้ข้อมูลร่วมกัน ต้องเป็นผู้ตัดสินใจและเป็นผู้มีส่วนร่วมกัน

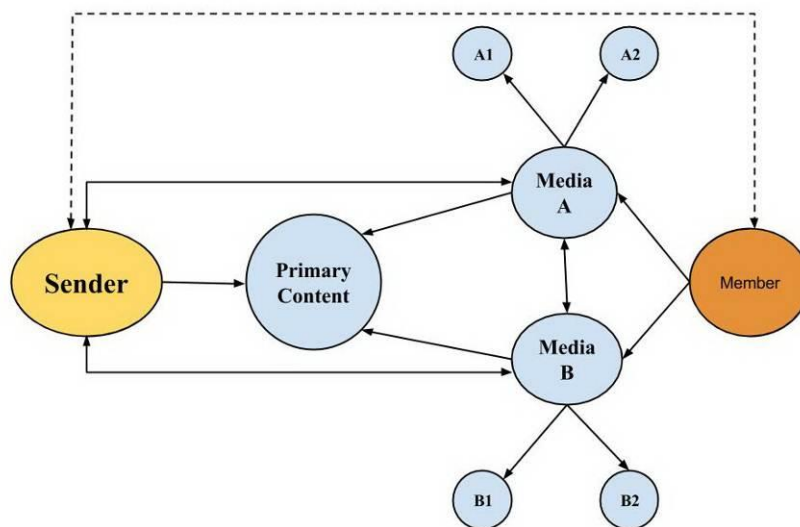
3. รูปแบบความร่วมมือแบบผสมผสาน (Mixed cooperation)

เป็นรูปแบบการทำงานที่ผสมผสานระหว่างแบบรวมศูนย์และกระจายศูนย์ กล่าวคือ วัดจะมีศูนย์การทำงานเพียงแห่งเดียว แต่ละสื่อใช้ข้อมูลเนื้อหาจากส่วนกลางและอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของศูนย์ส่วนกลาง แต่จะแบ่งฝ่ายกระจายกันทำงาน พบในกระบวนการทำงานของวัดพระธรรมกาย ซึ่งมีข้อดีเรื่องความเป็นระบบในการปฏิบัติงาน ทิศทางเนื้อหาและการใช้สื่อมีความถูกต้องเป็นไปในทางเดียวกันเพราะผ่านการตรวจสอบจากส่วนกลางหลายชั้น

แม้ว่าผลการวิจัยจะระบุว่า องค์กรศาสนามีการหลอมรวมสื่อเกิดขึ้นในระดับความร่วมมือ ปฏิสัมพันธ์ในการทำงานตามแนวคิดการหลอมรวมสื่อของ Dailey แต่ผู้วิจัยพบว่า แนวคิดดังกล่าวสามารถสะท้อนระบบการทำงานสื่อขององค์กรศาสนาได้เพียงบางส่วน ถึงแม้้องค์กรศาสนาจะใช้เทคโนโลยีและรูปแบบความเป็นสื่อทางโลกมาใช้กับเนื้อหาทางธรรม แต่โดยวัตถุประสงค์และกระบวนการทำงานขององค์กรสื่อทางศาสนาและองค์กรสื่อทั่วไปมีรายละเอียดที่แตกต่างกัน

องค์กรสื่อทางศาสนามีวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อเพื่อเผยแผ่หลักธรรมคำสอนถึงประชาสัมพันธ์ โฆษณา เพื่อดึงคนให้เข้าถึงธรรม แต่องค์กรสื่อทั่วไปมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอความจริง มีลักษณะการแข่งขันระหว่างสื่อ ทำให้องค์กรสื่อทางศาสนาจะไม่มีระดับความร่วมมือในชั้น Coopetition หรือความร่วมมือทำงานเชิงแข่งขัน แต่มีลักษณะความร่วมมือแบบ Cooperation เนื่องจากทุกสื่อของวัดต้องการเผยแพร่เนื้อหาธรรมที่มีออกไปยังทุกช่องทางให้มากที่สุด โดยไม่เลือกว่าจะต้องหวงข้อมูลไว้สำหรับสื่อใดลงก่อน

ส่วนกระบวนการทำงานขององค์กรสื่อศาสนา แม้จะสอดคล้องตามแนวคิดของ Dailey แต่ก็ไม่ได้เรียงระดับความร่วมมือตามแบบจำลอง Convergence Continuum และมีกระบวนการทำงานเฉพาะซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแบบจำลองกระบวนการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางศาสนา เพื่ออธิบายข้อค้นพบได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 6.1 แบบจำลองกระบวนการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางศาสนา

จากแบบจำลองข้างต้นจะเห็นได้ว่า กระบวนการทำงานสื่อทางศาสนาจะเริ่มต้นที่สื่อบุคคลหรือหลวงพ่อกับลูกศิษย์ให้ความเคารพศรัทธา (Sender) และสื่อกิจกรรมที่หลวงพ่อกับผู้นำทางพิธีกรรมนั้นๆ แสดงพระธรรมเทศนาภายในวัดหรือตามสถานที่ต่างๆ เขียนหนังสือหรือสร้างสื่อใดๆ ขึ้นโดยองค์ท่านเอง ซึ่งเป็นเนื้อหาธรรมในขั้นปฐมภูมิ (Primary Content) โดยทางวัดหรือหน่วยงานที่ทำงานด้านสื่อจะเป็นผู้เก็บรวบรวมเนื้อหาที่มีต้นกำเนิดจากหลวงพ่อกับส่วนกลาง ส่วนใหญ่เป็นเทปบันทึกเสียง ม้วนวิดีโอ หนังสือที่ท่านเขียนขึ้น เอกสารถอดความจากเทป อาจมีบุคลากรทำหน้าที่ถอดเทปเป็นตัวอักษร แปลงเทปเป็นไฟล์ดิจิทัล หรือมีระบบจัดการข้อมูลเอกสารและไฟล์ดิจิทัล ขึ้นอยู่กับความพร้อมและนโยบายการจัดการเนื้อหาของวัดนั้นๆ

ข้อมูลขั้นต้นดังกล่าว จะเป็นแหล่งเนื้อหาหลักให้กับสื่อต่างๆ ในวัด (Media) สามารถหยิบเลือกเนื้อหาไปใช้ได้ตามอิสระ หรืออาจหยิบยืมเนื้อหาจากสื่อด้วยกันเองที่ผลิตออกในรูปแบบที่ง่ายต่อการนำไปใช้ได้ทันที เช่น เว็บไซต์วัดจะไปดึงข้อมูลจากฝ่ายหนังสือที่พิมพ์ไว้แล้วโดยดึงข้อความธรรมะสั้นๆ มาลงได้เลย ไม่ต้องไปหยิบจากเนื้อหาดิบจากส่วนกลาง

เนื้อหาที่เผยแพร่ในสื่อต่างๆ จึงเป็นเนื้อหาในระดับทุติยภูมิ อาจมีความคลาดเคลื่อนบิดเบือน ไม่ตรงไปตามเนื้อหาต้นฉบับ หากผู้ผลิตสื่อมีการแก้ไข ตัดทอน ปรับเปลี่ยนคำ เพื่อให้เหมาะสมกับประเภทสื่อแต่เป็นการเปลี่ยนเจตนาของผู้ส่งสารหรือหลวงพ่อกับโดยไม่รู้ตัว แต่องค์กรสื่อศาสนาเกือบทั้งหมดจะไม่ปรับเปลี่ยนเนื้อหาส่วนนี้ เพื่อหลีกเลี่ยงโอกาสที่จะบิดเบือนหลักธรรมคำสอนของหลวงพ่อกับ

นอกจากนี้ องค์กรภาคีธรรม (Member) อาทิ วัดสาขา ศูนย์ปฏิบัติธรรม หรือองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับวัดนั้นๆ ก็ร่วมกับทางวัดในการประชาสัมพันธ์เนื้อหาของวัดได้ มีทั้งลักษณะของการดึงข้อมูลจากสื่อต่างๆ ที่วัดใช้ ดึงข้อมูลจากเนื้อหาส่วนกลางของวัด หรือเข้าไปขอข้อมูลจากหลวงพ่อกับได้เลย ขึ้นอยู่กับระดับความสัมพันธ์ ความใกล้ชิดของวัดกับองค์กรภาคีธรรมนั้นๆ

แบบจำลองการทำงานสื่อที่เกิดขึ้น จึงเป็นการอธิบายภาพรวมการทำงานตามสภาพจริงที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ไม่ได้อธิบายตามทฤษฎีแบบจำลองการทำงานของทั้ง 5 วัดดังที่ได้อธิบายในข้างต้น ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า ระบบการทำงานดังกล่าวสามารถหลอมรวมเข้าเป็นส่วนเดียวกันได้ ต้องมีศูนย์กลางการทำงานสื่ออยู่ในส่วนเดียวกัน มีความร่วมมือในการใช้บุคลากร เทคโนโลยี ทุนได้อย่างเต็มที่ มีวัฒนธรรมองค์กร ระบบการบริหารองค์กรและแนวคิด นโยบายที่สนับสนุนการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ธรรม ฯลฯ

2. กระบวนการสื่อสารศาสนาในยุคหลอมรวมสื่อ

ก่อนที่เทคโนโลยีสื่อจะพัฒนาอย่างรวดเร็วเช่นยุคปัจจุบัน แต่เดิมรูปแบบการสื่อสารของศาสนาจะเป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากัน (Face-to-face communication) โดยมีสื่อบุคคลหรือพระสงฆ์ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร ต่อมาเมื่อมีสื่อสารมวลชน อาทิ หนังสือ เทปเสียง วิทยุ โทรทัศน์ องค์กรสงฆ์ก็นำเอาสื่อเหล่านี้เข้ามาใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการเผยแผ่ศาสนาของพระสงฆ์

ปัจจุบันเมื่อสื่อสมัยใหม่ สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทหลัก คนจึงเริ่มหันไปใช้สื่อเพื่อเข้าถึงวัด หรือมีประสบการณ์ทางศาสนาผ่านสื่อมากขึ้น ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบผ่านสื่อกลาง (mediated communication) เช่น ดูโทรทัศน์ติดตามกิจกรรมงานบุญที่กำลังจัดขึ้นของวัด ฟังคลิปธรรมะย้อนหลังในเว็บไซต์ เริ่มเข้าถึงตัวสื่อบุคคลน้อยลง

จากผลการศึกษากระบวนการทำงานสื่อของแต่ละวัด ผู้วิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารของสวนโมกขพลาราม และวัดป่าบ้านตาด จะมีลักษณะตามแบบจำลองการสื่อสารเชิงถ่ายทอดข่าวสาร (Transmission Model) ซึ่งเป็นการสื่อสารทางเดียว ผู้ส่งหรือผู้รับยังมีบทบาทที่ตายตัว (fixed role) ยังไม่เกิดการสลับบทบาทการเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร พระสงฆ์หรือวัดยังคงมีอำนาจเหนือผู้รับหรือลูกศิษย์ เพราะผู้ส่งสาร (sender) เป็นสื่อบุคคลที่คนต่างให้ความเคารพนับถือ ทำหน้าที่ส่งสาร (message) ที่เป็นคำสอนที่ผู้รับให้ความศรัทธา โดยพระสงฆ์จะไม่ใช้ช่องทางสื่อออนไลน์หรือสื่อที่สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบแบบสองทาง เนื่องจากวัดเหล่านี้มองว่า เป็นสื่อทางโลกที่พระไม่สมควรเข้าไปยุ่งเกี่ยวมาก บทบาทของการสื่อสารจึงเป็นการเผยแผ่ถ่ายทอดหลักธรรมทางศาสนาทางเดียว (one-way communication)

ขณะที่รูปแบบการสื่อสารของวัดพระธรรมกาย วัดท่าซุง และวัดอัมพวัน จะมีลักษณะการสื่อสารตามแบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (Ritualistic Model) ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน โดยเฉพาะวัดพระธรรมกาย พระสงฆ์ไม่ได้มีบทบาทเป็นผู้ส่งสารอย่างเดียว แต่จะสลับบทบาทเป็นผู้รับสารด้วย ในกรณีที่พระสงฆ์และกลุ่มลูกศิษย์สร้างกลุ่มชุมชนออนไลน์เพื่อแชร์ธรรมะคำสอน ตอบข้อสงสัยเรื่องหลักธรรมและการปฏิบัติธรรม ตลอดจนลูกศิษย์ช่วยแจ้งเตือนเฝ้าระวังข่าวสารจากคนภายนอกที่โจมตีวัดเข้ามา ทำให้พระสงฆ์สามารถรับทราบข่าวสารทางโลกได้ทันทั่วถึง และช่วยกันแพร่กระจายบอกต่อในกลุ่มลูกศิษย์วัดเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน

ส่วนวัดท่าซุงและวัดอัมพวัน ผู้ส่งสารมีทั้งที่เป็นพระสงฆ์และฆราวาส ในภาพรวมดูเหมือนจะมีรูปแบบการสื่อสารแบบ Transmission Model แต่พระสงฆ์และฆราวาสทั้งที่เป็นลูกศิษย์ผู้ใกล้ชิดและคณะทำงานสื่อภายในวัดก็มีการสื่อสารภายในกลุ่ม (Group communication) เพื่อแชร์ธรรมะ

บอกต่อข่าวสาร กิจกรรม ทำให้เกิดการสลับบทบาทระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Role shifting) คู่สื่อสารมีอำนาจเสมอกัน และเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสารตามลักษณะแบบจำลองศาสนา

หากพิจารณาในมิติรูปแบบการสื่อสารศาสนาในยุคหลอมรวมสื่อ นอกจากจะเป็นการสื่อสารผ่านสื่อที่ช่วยให้คนเข้าถึงธรรมได้โดยไม่จำกัดมิติด้านเวลาและสถานที่ มีความหลากหลายของเนื้อหาและรูปแบบเพื่อเป็นตัวเลือกให้แก่ผู้รับสื่อแต่ละคนแล้ว ยังเป็นการสื่อสารที่เนื้อหาเน้นหลักความเป็นเหตุผลมากกว่าความศรัทธา ระบบความเชื่อเพียงอย่างเดียว ต่างจากระบบศาสนาดั้งเดิมที่เน้นความเชื่อ ความศรัทธามาก่อน เพราะกลุ่มผู้ใช้สื่อใหม่ที่เป็นคนรุ่นใหม่ หรือกลุ่มที่ยึดหลักเหตุผล จำต้องได้ไม่อิงเรื่องทางจิต สิ่งเร้นลับ หรือเป็นปาฏิหาริย์เกินไป อีกทั้งจะให้ความสนใจที่ตัวรูปแบบที่มีภาพดึงดูดใจ มีลูกเล่นให้น่าดู ปกสวยงามอ่านมากกว่าเนื้อหาที่เป็นธรรมะที่เขียนด้วยภาษาบาลี มีความเป็นวิชาการ อ่านได้เข้าใจยาก

แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการสื่อสารดังกล่าวมีความขัดแย้งกับการสื่อสารทางศาสนาแบบดั้งเดิมที่จะเน้นเนื้อหามากกว่ารูปแบบ แต่กระนั้น สื่อศาสนาหลายๆ แห่งได้ปรับรูปแบบการนำเสนอเพื่อดึงดูดความสนใจให้คนเข้าหารูปแบบมากยิ่งขึ้น เมื่อคนเข้าหาวัดเพราะสนใจรูปแบบแล้ว จึงค่อยเปิดใจรับเนื้อหาภายหลัง

3. ลักษณะพิเศษขององค์กรศาสนาในยุคหลอมรวมสื่อ

การหลอมรวมสื่อขององค์กรทางโลกในปัจจุบันได้มีอิทธิพลต่อการทำงานสื่อขององค์กรศาสนาโดยตรง เนื่องจากวัดจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยี ตัวสื่อ บุคลากรเพื่อผลิตสื่อทางธรรม อาจกล่าวได้ว่า การหลอมรวมสื่อได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กรสื่อ กล่าวคือ สื่อจะพัฒนาไปสู่ระบบดิจิทัล (Digitalization) ลดความแตกต่างทางเนื้อหา รูปแบบ ลีลา วิธีการนำเสนอ และเกิดรูปแบบการสื่อสารใหม่ที่ผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีและเทคนิค เข้าด้วยกันจนเกิดการหลอมรวมทางเทคโนโลยี (Technological Convergence) การหลอมรวมทางเศรษฐกิจ (Economic Convergence) และการหลอมรวมทางวัฒนธรรม (Cultural Convergence)

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า เมื่อการหลอมรวมสื่อเข้ามามีบทบาทในองค์กรศาสนา ส่งผลให้เกิดลักษณะพิเศษขององค์กรศาสนาที่ต่างไปจากองค์กรศาสนายุคดั้งเดิม ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงองค์กรสื่อในด้านประเภทสื่อ เนื้อหาสื่อ การกระจายตัวของสื่อ ผู้รับสาร และวิธีการทำงานของสื่อมืออาชีพ ตามแนวความคิดการเปลี่ยนแปลงองค์กรสื่อในยุคหลอมรวมสื่อของ สุดารัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทราวินนากุล และ จักรกฤษ เพิ่มพูล (2557)

ดังนั้น ลักษณะพิเศษขององค์กรศาสนาในยุคหลอมรวมสื่อ ได้แก่

1) มีระบบศรัทธา ความเชื่อ เป็นตัวขับเคลื่อนในการทำงาน

โดยปกติองค์กรสื่อ องค์กรธุรกิจทางโลก บุคลากรในองค์กรจะได้รับค่าตอบแทนในรูปเงินทำงานโดยมุ่งหวังเงินเป็นสำคัญ แต่สำหรับองค์กรทางศาสนาอาจไม่จำเป็นต้องใช้เงินในการว่าจ้างให้บุคลากรเข้ามาทำงาน บุคลากรอาจเสียสละเข้ามาช่วยเหลืองานตามโอกาสที่สะดวกหรืออาสา

ช่วยงานประจำโดยไม่คิดค่าตอบแทนก็ได้ เนื่องจากบุคลากรดังกล่าวมีความศรัทธาต่อแนวทางคำสอนของวัดนั้นๆ มีความผูกพันกับวัดนั้นมาก่อน เช่น เป็นคนในพื้นที่ เคยได้รับความช่วยเหลือจากวัด เคยได้ปฏิบัติภาวนาคุณแลพระสงฆ์อย่างใกล้ชิด ซึ่งความศรัทธานี้จะเป็นตัวขับเคลื่อนบุคลากรในการทำงานให้แก่วัดอย่างเต็มใจ เต็มความสามารถ เพราะถือว่าการทำงานสื่อของวัดเป็นการบูชาพระคุณของหลวงพ่อ เป็นการทำงานที่บุคลากรมุ่งหวังบุญกุศลเป็นที่ตั้ง ดังนั้น ประสิทธิภาพของงานจะมีมากกว่าค่าตอบแทนในรูปเงินหรือสิ่งของ

2) บุคลากรสื่อมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น

บุคลากรขององค์กรศาสนาในยุคดั้งเดิมมักประกอบด้วยพระสงฆ์ ขรราวาสหรือลูกศิษย์ที่เป็นคนในพื้นที่หรือมีความศรัทธา ต้องการเข้ามาช่วยเหลืองานของวัด ซึ่งโดยมากจะไม่ได้มีความรู้ความสามารถด้านสื่อ ไม่เคยมีประสบการณ์ทำงานสื่อมาก่อน ผลที่เกิดขึ้นคือ วัดได้บุคลากรที่ไม่ได้มีความชำนาญด้านสื่อ สื่อที่เผยแพร่ออกไปก็ไม่อาจเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

แต่ในยุคหลอมรวมสื่อ บุคลากรขององค์กรศาสนาจะมีความเป็นสื่อมืออาชีพ (media professional) มากขึ้น มีทักษะความสามารถในการทำงานสื่อหลากหลายที่เรียกว่า Multi-tasking skills ขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กรว่า ต้องการคัดเลือกบุคลากรเข้ามาทำงานอย่างไร ซึ่งในกรณีวัดพระธรรมกาย การคัดเลือกบุคลากรสื่อจะพิจารณาจากบุคคลที่มีความรู้ความสามารถด้านสื่อโดยตรง เคยมีประสบการณ์ทำงานสื่อมาก่อนหรือมีความรู้ตรงสายงาน อย่างน้อยที่สุดก็มีความพร้อมที่จะเรียนรู้ระบบงานสื่อใหม่ทั้งหมดด้วยความเต็มใจ รวมถึงมีความศรัทธาต่อแนวทางคำสอนของวัด ทำให้บุคลากรที่เข้ามาทำงานสื่อให้แก่องค์กรต้องมีพื้นฐานประสบการณ์ที่พร้อมจะเข้ามาพัฒนาสื่อให้แก่วัดทันทีและมีความศรัทธาเป็นที่ตั้ง

แต่กระนั้น องค์กรศาสนาทุกแห่งก็มีบุคลากรสื่อที่มีความรู้ความสามารถในระดับที่แตกต่างกัน โดยมากจะเป็นบุคลากรที่เข้ามาเรียนรู้ระบบงานใหม่จากคนที่ทำงานมาก่อนแล้ว มีส่วนน้อยที่มีความรู้เรื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมและเทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่ หากองค์กรมีบุคลากรที่มีความเป็นมืออาชีพมาก สื่อขององค์กรจะมีคุณภาพมาก มีรูปแบบสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้รับสื่อได้ดีกว่า

3) เนื้อหาจะมีรูปแบบเป็นดิจิทัลและมีการเชื่อมโยงให้กลับไปติดตามสื่อของวัดมากขึ้น

จากแนวคิดคุณลักษณะสื่อใหม่ของ Flew (2008) ซึ่งผู้วิจัยตัดแปลงเป็นแนวคิดคุณลักษณะสื่อในยุคหลอมรวมสื่อที่มีคุณสมบัติ 6 ประการ พบว่า องค์กรศาสนาในยุคหลอมรวมสื่อได้มีการจัดการข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ (Computerized) มากขึ้น อย่างกรณีสวนโมกขพลารามที่ได้คัดลอกเนื้อหาข้อมูลของวัดทั้งหมดส่งมาเก็บเป็นฐานข้อมูลในรูปไฟล์ดิจิทัลไว้ที่ห้องจดหมายเหตุของหอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญญา องค์กรจึงมั่นใจได้ว่าเนื้อหาข้อมูลดั้งเดิมที่มีอยู่จะไม่สูญหายไปไหนเพราะถูกเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลตามยุคสมัย

เนื้อหาธรรมะในยุคปัจจุบันยังกระจายตัวอยู่ตามช่องทางสื่อต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกให้ผู้รับสื่อสามารถเข้าถึงได้จากทุกสถานที่และทุกเวลาโดยเฉพาะบนเทคโนโลยีอุปกรณ์พกพา เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เป็นสื่อที่เอื้อให้ผู้รับสามารถติดตามธรรมะของวัดได้สะดวกและมีเนื้อหาครบทุกประเภท มีหลากหลายรูปแบบ

สื่อในเนื้อหาเดียวกันทั้งที่อยู่ในหนังสือ ซีดีคำสอน ซึ่งผู้ใช้สามารถบริโภคสื่อหลากหลายรูปแบบมากขึ้น เช่น ภาพ คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิก

ทั้งนี้ เนื้อหาธรรมะที่อาศัยประสิทธิภาพของระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้เปิดให้ผู้ใช้สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบได้ทันทีเหมือนอยู่ในสถานที่เดียวกัน เหตุการณ์เดียวกัน สามารถติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลถึงกันได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น

ประการสำคัญคือ สื่อในยุคหลอมรวมสื่อได้มีการเชื่อมโยงแนะนำให้ผู้ใช้งานติดตามกลับไปยังสื่อต้นทางอย่างเด่นชัด จากเดิมที่สื่อธรรมะจะมีเฉพาะเนื้อหาอย่างเดียว ภายหลังผู้ผลิตสื่อได้เริ่มแนะนำสื่ออื่นๆ ของวัด แบนลิ่งค์เว็บไซต์หรือแหล่งอ้างอิงที่เป็นสื่อในเครือข่ายเพื่อให้ผู้ใช้สามารถย้อนกลับไปอ่านเนื้อหาเพิ่มเติมที่สื่อต้นทางมากขึ้น เป็นการเพิ่มการจราจรบนอินเทอร์เน็ต (Internet Traffic) ให้แก่องค์กรศาสนา ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งในการชี้วัดว่าสื่อของวัดมีจำนวนผู้เข้าถึงเท่าไร เมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ แล้วมีผลตอบรับแตกต่างกันอย่างไรบ้าง เพื่อที่วัดจะได้มีข้อมูลในการพัฒนาสื่อศาสนาในอนาคตเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการเผยแผ่ศาสนาต่อไป

4) มีการผลิตเนื้อหาสื่อต่างภาษาและขยายกลุ่มผู้รับสื่อไปยังต่างประเทศ

ก่อนจะเข้าสู่ยุคหลอมรวมสื่อ มีผู้นับถือพระพุทธศาสนากระจายอยู่ทั่วโลก ประเทศไทยก็เป็นหนึ่งในประเทศที่นับถือพระพุทธศาสนาเป็นศาสนาประจำชาติ แต่ก็ยังไม่มีปรากฏว่าองค์กรศาสนาของไทยมีการผลิตเนื้อหาสื่อธรรมเป็นภาษาอื่นๆ เพื่อเผยแพร่ในประเทศเหล่านั้นอย่างชัดเจน นอกจากการแปลพระไตรปิฎกเป็นภาษาหลักๆ ของโลก

ปัจจุบันเมื่อพระพุทธศาสนาในประเทศไทยได้รับความนิยมมากขึ้น มีผู้เคารพนับถือมากมายทั่วโลก องค์กรศาสนาขนาดใหญ่ต่างมีความพยายามที่จะผลิตสื่อธรรมะให้ครอบคลุมภาษาอื่นๆ เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาอังกฤษ ภาษาเยอรมัน ฯลฯ เพื่อต้องการขยายกลุ่มผู้รับสื่อไปยังต่างประเทศ อันจะเป็นการสร้างเครือข่ายพระพุทธศาสนาระหว่างประเทศในอนาคต

โดยแนวคิดการผลิตเนื้อหาต่างภาษาและการขยายฐานผู้นับถือศาสนาไปยังต่างประเทศนี้จะเกิดขึ้นในองค์กรศาสนาขนาดใหญ่ที่มีความพร้อมในด้านทุน สื่อ เทคโนโลยี บุคลากร สถานที่ รวมถึงระบบการบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพ ขณะที่ในองค์กรศาสนาขนาดเล็กอาจกระทำได้เฉพาะการสื่อสารในกลุ่มขนาดเล็กเท่านั้น

5) สื่อส่งผลให้องค์กรมีอำนาจในการปกป้องตัวเองจากสังคมภายนอกมากขึ้น

องค์กรศาสนาเป็นสถาบันที่ถูกมอบหมายให้อบรมสั่งสอนศีลธรรม จริยธรรมแก่สังคม สถาบันเองจึงต้องมีความบริสุทธิ์ในด้านศีลธรรม จริยธรรมเสียก่อน แต่เนื่องจากสถาบันศาสนามีลักษณะเปิดกว้างต่อการรับสมาชิกและมีผู้คนมากมายที่เข้าเป็นสมาชิก สังคมจึงต้องมีกลไกตรวจสอบความชอบธรรมขององค์กรศาสนา ซึ่งองค์กรศาสนาในยุคดั้งเดิม หากสื่อมวลชนเข้าไปตรวจสอบจะไม่มีอำนาจในการปกป้องตัวเอง (self-defense) ได้ในทันทีเหมือนปัจจุบันที่วัดและลูกศิษย์มีความผูกพันใกล้ชิดกันมากขึ้น มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารถึงกันได้อย่างรวดเร็ว หากวัดถูกคนภายนอกกล่าวหา โจมตีให้ได้รับความเสียหายหรือกำลังมีประเด็นความขัดแย้งกับภาครัฐ วัดจะทราบความเคลื่อนไหวและพร้อมที่จะมีมาตรการปกป้องตัวเองหรือตอบโต้ต่อการกระทำดังกล่าวเพื่อรักษา

ความชอบธรรมและภาพลักษณ์ขององค์กรศาสนา โดยมีสื่อหลากหลายประเภทที่องค์กรใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้แก่สังคม

จากผลการศึกษาพบว่า วัดพระธรรมกายมีความร่วมมือกับกลุ่มลูกศิษย์ในการร่วมเฝ้าระวังแจ้งเตือนข่าวสารจากคนภายนอกวัดที่โจมตีวัดโดยใช้สื่อของตนเองในการชี้แจง แก่ไขข่าวในเบื้องต้น โดยเร็วที่สุดก่อน รวมถึงวัดป่าบ้านตาด ที่ล่าสุดมีประเด็นปัญหาเรื่องการขอใบอนุญาตจัดตั้งสถานีวิชยชุมชนกับ กสทช. ก็ได้ดำเนินการรวมรายชื่อประชาชนจากทุกช่องทางสื่อกว่า 150,000 คน เพื่อแสดงการคัดค้าน กสทช. ที่กำลังผลักดันประกาศฉบับใหม่ที่มีการปรับเปลี่ยนอัตราค่าธรรมเนียมตรวจค่าขอทดลองประกอบกิจการประเภทบริการสาธารณะและธุรกิจโดยใช้อัตราก้าวหน้า ทำให้มูลนิธิเสียดธรรมฯ ซึ่งมีสถานีวิทยุเครือข่าย 128 สถานีทั่วประเทศ ต้องชำระเงินส่วนเกินจากมาตรการที่ไม่ชอบธรรมเป็นเงิน 181,900 บาท ซึ่งถือว่าอำนาจในการปกป้องตัวเองขององค์กรศาสนาในวันนี้มีมากขึ้น และได้รับความร่วมมือจากกลุ่มลูกศิษย์และกลุ่มเครือข่ายที่ได้รับผลกระทบอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ ไม่ถูกจำกัดด้วยปัจจัยอื่นๆ เหมือนองค์กรศาสนาในยุคก่อน

6) สื่อบุคคลเปลี่ยนบทบาทจากผู้ส่งสารหลักเป็นตัวเสริมประสิทธิภาพการใช้สื่ออื่นๆ

รูปแบบการสื่อสารศาสนาในอดีตจะมีสื่อบุคคลหรือพระสงฆ์ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารหลักไปยังผู้รับสารผ่านรูปแบบการเทศนาสอนธรรมที่วัด สื่อบุคคลมีอำนาจเหนือกว่าผู้รับสื่อในฐานะที่เป็นสถาบันขัดเกลาศีลธรรมจรรยาแก่สังคม ประชาชนให้ความเคารพศรัทธาความเป็นผู้ประพฤติดี ประพฤติชอบของพระสงฆ์อย่างสนิทใจ

แต่ในปัจจุบันบทบาทของสื่อบุคคลในการช่วยพัฒนาสถาบันศาสนาได้เปลี่ยนไป เนื่องจากการเข้ามาของสื่อสารมวลชนและสื่อสมัยใหม่จำนวนมาก พระสงฆ์จึงต้องอาศัยประโยชน์ของสื่อเหล่านั้นในการเผยแพร่หลักธรรมคำสอนตามความสามารถขององค์กร

ทั้งนี้ จากผลการศึกษาพบว่า สื่อประเภทต่างๆ ที่วัดใช้ได้กลายเป็นสื่อหลักที่มีบทบาทเป็นช่องทางการเผยแพร่คำสอน อีกทั้งสื่อบุคคลได้เปลี่ยนบทบาทจากการเป็นผู้ส่งสารหลักเป็นตัวเสริมสื่อประเภทต่างๆ ยกตัวอย่างจากกรณีวัดท่าซุง พบว่า ในกิจกรรมงานบุญต่างๆ พระสงฆ์อาจไม่ได้ทำหน้าที่นำกิจกรรมทางศาสนาด้วยตนเองทั้งหมดอีกต่อไป บางโอกาสจะอาศัยเปิดสื่อเสียงของหลวงพ่อกาฬศิลาเป็นผู้เทศนาธรรมแทน เป็นต้นเสียงนำสวดสมาทานศีลและเจริญพระกรรมฐาน ซึ่งทางวัดเชื่อว่า สื่อที่ปรากฏตัวของคหหลวงพ่อกาฬและเสียงหลวงพ่อกาฬจะมีประสิทธิภาพมากในการกระตุ้นจิตใจของกลุ่มลูกศิษย์ให้สงบและปฏิบัติได้ดีขึ้น แสดงให้เห็นว่า บทบาทของสื่อบุคคลทุกวันนี้ได้เปลี่ยนเป็นผู้เสริมประสิทธิภาพของสื่อรูปแบบอื่นๆ โดยเฉพาะสื่อที่มีเนื้อหาจากหลวงพ่อกาฬหรือพระสงฆ์รูปที่คนต่างให้ความเคารพศรัทธามาก

ในบางกรณีสื่อบุคคลเองก็มีบทบาทในการเป็นผู้หลอมรวมสื่อเอง ซึ่งเกิดในลักษณะที่องค์กรสนับสนุนให้พระสงฆ์เดินทางไปเผยแพร่คำสอนในสถานที่ต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น วัดอัมพวันมีการส่งพระสงฆ์ของวัดไปช่วยสอนการอบรมภวนาตามแนวทางสติปัญญาฐาน 4 ที่ศูนย์ปฏิบัติธรรมสวนเวฬุวัน จ.ขอนแก่น โดยพระสงฆ์อาจนำเรื่องราว ข่าวสารหรือธรรมะบนสื่อต่างๆ เช่น หนังสือ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไปบอกเล่าให้แก่ผู้มาปฏิบัติธรรมได้ฟังด้วย หรือวัดพระธรรมกายที่มีการส่งพระไปประจำยังศูนย์ปฏิบัติธรรมสาขาทั่วประเทศ เพื่อทำหน้าที่เผยแพร่ศาสนาในพื้นที่นั้นๆ เช่นกัน

7) ความสัมพันธ์ที่เปลี่ยนไประหว่างสื่อบุคคลกับเนื้อหาสื่อของวัด

นอกจากนี้ ยังมีข้อค้นพบเกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่เปลี่ยนไประหว่างสื่อบุคคลกับเนื้อหาสื่อของวัด ซึ่งในอดีตสื่อบุคคลเป็นผู้ส่งสารหลัก ปริมาณเนื้อหาของวัดจึงเพิ่มขึ้นตามคำสอนของพระสงฆ์ผู้ส่งสาร แต่ปัจจุบันกลับพบว่า แต่ละองค์กรที่มีสื่อบุคคลหรือหลวงพ่อกษัตริย์เศวตศรัทธายังมีชีวิตอยู่ต่างมีความสัมพันธ์ระหว่างสื่อบุคคลและเนื้อหาสื่อแตกต่างกัน รวมถึงองค์กรที่หลวงพ่อกษัตริย์เศวตศรัทธาไปแล้วมีเจ้าอาวาสรูปปัจจุบันปกครองวัดแทนก็พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างสื่อบุคคลและเนื้อหาสื่อแตกต่างกันเช่นกัน

ยกตัวอย่าง ในกรณีวัดพระธรรมกายและวัดอัมพวันที่หลวงพ่อกษัตริย์เศวตศรัทธายังมีชีวิตอยู่ พบว่า วัดพระธรรมกายยังมีการผลิตเนื้อหาใหม่ๆ เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เพราะองค์หลวงพ่อกษัตริย์เศวตศรัทธาได้ลงเทศนาธรรมและออกรายการสื่อของช่องรายการ DMC อย่างต่อเนื่อง ขณะที่วัดอัมพวันกลับไม่มีเนื้อหาสื่อเพิ่มขึ้นมากนัก เนื่องจากหลวงพ่อกษัตริย์เศวตศรัทธาท่านมีสุขภาพไม่แข็งแรง ไม่ได้เทศนาธรรมเป็นประจำเหมือนสมัยก่อน แต่อาจมีการผลิตเนื้อหาบ้างในวาระโอกาสพิเศษ เช่น งานมุทิตาสักการะวันคล้ายวันเกิด งานสวนมนต์ข้ามปี ฯลฯ

ขณะที่องค์กรวัดที่หลวงพ่อกษัตริย์เศวตศรัทธาไปแล้วมีเจ้าอาวาสรูปปัจจุบันปกครองแทน เช่น วัดท่าซุง วัดป่าบ้านตาด และสวนโมกขพลาราม พบว่า แต่ละวัดมีความสัมพันธ์ระหว่างสื่อบุคคลและปริมาณสื่อแตกต่างกันเช่นกัน โดยวัดท่าซุง แม้องค์หลวงพ่อกษัตริย์เศวตศรัทธาท่านจะมรณภาพไปแล้ว แต่ท่านเจ้าคุณพระภาวนาภิรมย์ เจ้าอาวาสวัดท่าซุงรูปปัจจุบันยังได้ออกปฏิบัติศาสนกิจตามรอยปฏิบัติของหลวงพ่อกษัตริย์เศวตศรัทธา เช่น ไปสงเคราะห์คนยากจนในถิ่นทุรกันดาร ดำรงจรรยาบรรณชายแดน ตลอดจนเมตตาสอนกรรมฐานและรับสั่งขานให้แก่ลูกศิษย์ตามศูนย์ปฏิบัติธรรมต่างๆ ทั่วประเทศ ทำให้ทางวัดผลิตสื่อผ่านสื่อเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก เพื่อรายงานกิจกรรมงานบุญที่ทางวัดได้ทำให้แก่ผู้รับสื่อได้ติดตามอย่างต่อเนื่อง

ต่างจากสวนโมกขพลารามที่พระอาจารย์สุชาติ ปัญญาธิโป เป็นเจ้าอาวาสรูปปัจจุบัน พบว่าไม่ค่อยมีสื่อปรากฏในช่องทางสื่อของวัด เนื่องจากในวัดไม่มีนโยบายเน้นใช้สื่อและไม่ได้เน้นสื่อออนไลน์ ทำให้ไม่ค่อยมีเนื้อหาที่มาจากท่านอย่างสม่ำเสมอ และมีลักษณะคล้ายคลึงกับกรณีวัดป่าบ้านตาดที่มีพระอาจารย์สุชาติ หันตมโน เป็นเจ้าอาวาสรูปปัจจุบัน เนื่องจากท่านไม่ค่อยแสดงธรรมเหมือนครั้งองค์หลวงพ่อกษัตริย์เศวตศรัทธาท่านเป็นเจ้าอาวาส เนื่องจากท่านให้เหตุผลว่า ถ้าไม่รู้จักจริงจะไม่สอนใคร หากท่านสอนจะสอนเฉพาะในสิ่งที่องค์หลวงพ่อกษัตริย์เศวตศรัทธาท่านได้กล่าวไว้อย่างถูกต้องดีแล้ว แต่ต่างกันที่ทีมงานสื่อของวัดป่าบ้านตาดยังสามารถผลิตเนื้อหาโดยการบันทึกภาพบรรยากาศการตักบาตรช่วงเช้าเพื่อเผยแพร่ในรายการของสถานีโทรทัศน์เสียงธรรมฯ เป็นประจำทุกวัน

แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องนอกจากสื่อบุคคลแล้วยังมีบุคลากรเป็นตัวกำหนดรูปแบบและปริมาณเนื้อหาด้วย

4. พัฒนาการของสื่อและความท้าทายของสื่อด้านศาสนาในยุคหลอมรวมสื่อ

จากผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารเพื่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาขององค์กรศาสนาในยุคปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการทางสังคม เทคโนโลยี ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อ จากแนวคิดพัฒนาการของการเผยแผ่พระพุทธศาสนาด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ จะเห็นว่า การสื่อสารขององค์กรศาสนาที่ใช้ในระยะแรกๆ จะเป็นการสื่อสารผ่านสื่อบุคคลเป็นหลัก เมื่อสื่อมวลชนสมัยใหม่เข้ามาในระยะหลังๆ จึงเปลี่ยนรูปแบบจากการสื่อสารระหว่างบุคคลสู่การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนประเภทต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อบันทึกเสียง สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ จนกระทั่งพัฒนามาสู่การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ในยุคนี้เองได้เปลี่ยนบริบทการสื่อสารภายในองค์กรศาสนาเป็นอย่างมาก เนื่องจากการสื่อสารแบบเปิดระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร มีเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ทางพระพุทธศาสนาเกิดขึ้นมากมาย รูปแบบเนื้อหาได้เปลี่ยนไปอยู่บนช่องทางออนไลน์ที่มีลักษณะเป็นฐานข้อมูล (Database) ที่เปิดให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ง่ายกว่าในอดีต เช่น อ่านพระไตรปิฎกออนไลน์ ฟังวิทยุออนไลน์ อ่าน E-book รวมถึงการสื่อสารภายในกลุ่มผู้สนใจศาสนาที่สร้างขึ้นเป็นชุมชนย่อยๆ จำนวนมาก

ทั้งนี้ หากพิจารณาการพัฒนารูปแบบการสื่อสารศาสนาของแต่ละองค์กร พบว่า แม้องค์กรส่วนใหญ่จะมีพัฒนาการการใช้สื่อศาสนาตามเทคโนโลยีสื่อของแต่ละยุคสมัย เช่น เริ่มมีหนังสือ สื่อบันทึกเทป วิทยุ โทรทัศน์มาจนถึงสื่อออนไลน์ แต่กระนั้นแต่ละองค์กรก็มีระดับความซ้ำเร็วในบริบทของการใช้สื่อแบบหลอมรวมที่แตกต่างกัน โดยองค์กรศาสนาที่มีความพร้อมในด้านนโยบายขององค์กรที่เปิดกว้างต่อการใช้สื่อ มีงบประมาณสนับสนุนการพัฒนาสื่อ มีการนำเข้าเทคโนโลยีที่ทันสมัย บริหารจัดการโดยบุคลากรที่มีความเป็นมืออาชีพสูง จะมีศักยภาพในการเริ่มต้นพัฒนาสื่อประเภทต่างๆ ได้รวดเร็วกว่าองค์กรศาสนาอื่นๆ

โดยจากการศึกษาพบว่า วัดพระธรรมกายมีความพร้อมและกระโดดเข้าสู่องค์กรศาสนาที่ใช้สื่อแบบหลอมรวมก่อนองค์กรอื่น ซึ่งบทบาทการเป็นผู้นำหรือผู้ริเริ่มในการใช้สื่อใหม่ในองค์กรศาสนา นี้เองที่ส่งผลให้องค์กรมีศักยภาพในการผลิตสื่อเหนือกว่าและเป็นต้นแบบในการให้ความช่วยเหลือองค์กรศาสนาอื่นๆ ที่ต้องการผลิตสื่อคุณภาพเช่นเดียวกัน ขณะที่องค์กรศาสนาที่ไม่ได้เน้นการพัฒนาตัวสื่อมาก่อนและมีความจำเป็นต้องขยายประเภทสื่อในภายหลัง อาจหวั่นยั้งมององค์กรศาสนาที่ประสบความสำเร็จเป็นต้นแบบในการพัฒนาสื่อต่อไป

ทั้งนี้ ไม่ได้หมายความว่า องค์กรศาสนาที่เริ่มพัฒนาทีหลังจะใช้สื่อได้ด้อยกว่า เพราะประสิทธิภาพของการใช้สื่อขององค์กรศาสนาขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับสื่อขององค์กรนั้นๆ เป็นสำคัญ จึงเป็นหน้าที่ที่องค์กรนั้นๆ จะต้องศึกษาลักษณะและธรรมชาติของผู้รับสื่อตนเองเพื่อที่จะสื่อสารให้ตรงความต้องการให้มากที่สุด

ขณะเดียวกัน ผู้วิจัยพบว่า การปรับตัวของสื่อด้านศาสนาในยุคหลอมรวมสื่อมีข้อค้นพบที่เป็นความท้าทาย (Challenges) เนื่องจากปริมาณช่องทางสื่อที่มีมากมายในปัจจุบันส่งผลให้ผู้ผลิตสื่อจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนเนื้อหาสื่อธรรมะเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะการใช้งานของแต่ละประเภทสื่อ โดยเป็นการปรับเปลี่ยนในลักษณะการคัดลอกเนื้อหาทั้งหมดโดยไม่มีการปรับแก้ไข การคัดลอกเนื้อหาบางส่วนโดยยกใจความส่วนนั้นมาทั้งหมด ไม่มีการตัดทอนภายในเนื้อหาส่วนนั้น การปรับคำ

บางส่วนเพื่อให้อธิบายได้เข้าใจง่าย การแก้ไขคำหรือภาพที่ปรากฏบุคคลที่ 3 ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อ วัด การปรับคุณภาพของสื่อ เช่น ตัดเสียงรบกวนภายนอกออก ฯลฯ

ลักษณะการปรับเปลี่ยน แก้ไขเนื้อหาในกระบวนการทำงานสื่อขององค์กรศาสนาทุกวันนี้ ถือเป็นข้อตกลงที่จะไม่มีการแก้ไขเนื้อหาที่จะเปลี่ยนแปลงความหมายของหลักธรรมคำสอนที่หลวงพ่อบุญเทศนาสอนไว้อย่างถูกต้องดีแล้ว แต่กระนั้น องค์กรสื่อทางศาสนาต่างตระหนักดีว่า หากยังผลิตเนื้อหาสื่อโดยคงรูปแบบเดิม ไม่มีการเรียบเรียงขึ้นใหม่ให้ผู้รับสื่อเข้าใจได้โดยง่าย ไม่สนับสนุนการปรับเปลี่ยนรูปแบบของเนื้อหาสื่อให้มีความหลากหลายและน่าสนใจตามพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อที่เปลี่ยนไปของผู้รับสื่อยุคใหม่ สื่อทางศาสนาจะไม่สามารถเข้าถึงผู้รับสื่อยุคใหม่โดยเฉพาะเด็ก เยาวชน หรือผู้รับสื่อที่ให้ความสำคัญกับรูปแบบมาก่อนเนื้อหา

ผู้วิจัยพบว่า ปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นความท้าทายขององค์กรศาสนาว่า สื่อด้านศาสนาในยุคหลอมรวมสื่อจะสามารถรักษาความหมายของเนื้อหาธรรมะดั้งเดิมภายใต้รูปแบบ ลีลาการสื่อสารสมัยใหม่ได้ในลักษณะใด รูปแบบการผลิตซ้ำหรือการแก้ไขเนื้อหาแบบใดที่มีความเหมาะสมและได้รับการยอมรับว่า จะไม่เป็นการบิดเบือนหลักธรรมคำสอน เพื่อให้ผู้รับสื่อรุ่นเก่าที่เน้นเปิดรับสื่อในรูปแบบดั้งเดิมและไม่ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่จะเป็นการบิดเบือนคำสอน สามารถยอมรับและเปิดรับความเปลี่ยนแปลงของสื่อด้านศาสนาในลักษณะนี้ได้

นอกจากนี้ ความท้าทายของสื่อด้านศาสนาอีกประการหนึ่ง คือ ชาวพุทธส่วนหนึ่งไม่เชื่อว่าสื่อมีผลต่อการสร้างความศรัทธาในพระพุทธศาสนา สื่อไม่มีผลต่อการปฏิบัติภาวนา ถึงแม้ว่าวัดไม่ใช่สื่อหลากหลายประเภทในการเผยแผ่ธรรมะ แต่ความศรัทธาก็ยังเกิดขึ้นได้ด้วยตัวบุคคลเอง ด้วยความเข้าใจอย่างถ่องแท้ที่เป็นผลมาจากการปฏิบัติด้วยตนเอง ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า มีผู้รับสื่อหลายวัดสะท้อนให้เห็นชุดความคิดดังกล่าว ถือเป็นความท้าทายขององค์กรศาสนาในอนาคตว่า จะปรับตัวเพื่อรับมือกับแนวโน้มชาวพุทธกลุ่มนี้อย่างไร เพราะชาวพุทธที่มีลักษณะเป็นปัจเจกชนนิยมและมีความศรัทธาในคุณค่าในตนเองอาจมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

5. ประสิทธิผลของการสื่อสารศาสนาในยุคหลอมรวมสื่อ

ปัจจุบันองค์กรสื่อ องค์กรธุรกิจทางโลก ตลอดจนองค์กรศาสนาต่างตระหนักถึงความสำคัญของการหลอมรวมสื่อหลากหลายประเภทว่า ได้มีส่วนในการกำหนดประสิทธิผลของการสื่อสารขององค์กร ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า ประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่ส่งผลต่อการสื่อสารศาสนา มีดังนี้

1) สนับสนุนให้คนเข้าถึงธรรมผ่านสื่อต่างๆ ได้สะดวก

การหลอมรวมของสื่อจะช่วยให้คนมีโอกาสเข้าถึงสื่อธรรมะได้รวดเร็วขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เพชบุ๊ค คนจะนิยมแชร์โพสต์ธรรมะไปยังพื้นที่ของตนเอง เหมาะสำหรับผู้รับที่ไม่มีเวลาเข้าวัด หลักๆ จะต้องการทราบข่าวสาร ความเคลื่อนไหว ร่วมอนุโมทนาบุญ และกระตุ้นให้ตนเองเข้าถึงธรรมะอยู่ตลอดเวลา แต่การใช้หลากหลายประเภทนี้ไม่ได้เน้นให้คนอยากได้อะไรมีสิ่งนั้นสิ่งนี้ แต่เน้นกระจายธรรมะของพระพุทธเจ้าให้แผ่ขยายออกไปอย่างกว้างขวางและเป็นเครื่องมือนำเข้าสู่ธรรมะได้

การหลอมรวมสื่อมีผลดีต่อศาสนาในแง่ที่ช่วยให้เข้าถึงได้กว้างขึ้น เปิดทีวีก็เห็น เปิดอินเทอร์เน็ตก็มี เข้าถึงคนได้มากหลากหลายกลุ่ม เกิดการกระจายของธรรมะผ่านสื่อได้ข้ามประเทศ ข้ามโลก เพราะรูปแบบสื่อถูกเปลี่ยนให้อยู่ในรูปแบบไฟล์ดิจิทัลเพื่อรักษาต้นฉบับให้คงอยู่

2) สนับสนุนให้วัดเข้าถึงผู้รับสื่อได้ทุกกลุ่ม ตอบสนองพฤติกรรมผู้รับสื่อที่มีความหลากหลาย การใช้สื่อแบบหลอมรวมมีเจตนาเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร หลักธรรมคำสอน คนที่ใช้สื่อวัดมีจุดประสงค์เพื่อหาทางติดต่อกับทางวัด ในฐานะวัดก็ต้องตอบสนองความต้องการอย่างตรงจุด อย่างเด็กที่ไม่ชอบอ่านหนังสือเพราะภาพลักษณ์ดูเก่า แต่คนสูงวัยจะชอบอ่านเพราะพิมพ์ด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่ เพราะแต่ละสื่อจะมีอายุการใช้งานที่แตกต่างกัน แม้จะเป็นเนื้อหาเดียวกัน แต่รูปแบบที่ใช้ไม่อาจตอบสนองต่อกลุ่มผู้อ่านได้ทุกประเภท สื่อทั้งหมดที่วัดทำขึ้นนั้นต้องสอดคล้องกับผู้รับสื่อทุกกลุ่มเป็นสำคัญ

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคุณลักษณะของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ธรรมะ ซึ่งจะต้องถ่ายทอดธรรมะได้ทุกระดับ คนทุกระดับเกิดความสนใจ เข้าใจง่าย วิธีการถ่ายทอดต้องมีความน่าสนใจ เน้นพยายามย่อเนื้อหาให้เข้าใจง่าย ใช้ภาษาเรียบง่าย ไม่ใช่คำบาลีฟุ่มเฟือย แสดงให้เห็นเป็นรูปธรรมให้ชัดเจนที่สุด ใช้รูปแบบการนำเสนอที่เข้ากับยุคสมัย ไม่ปรุงแต่งมากจนเกินไป

3) เน้นรูปแบบแต่ไม่เป็นการลดทอนความศักดิ์สิทธิ์ของหลักธรรมคำสอน แม้ว่าสื่อศาสนาได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ดึงดูดความสนใจมากขึ้น แต่ศาสนาจะดึงรูปแบบการใช้สื่อทางโลกมาใช้เท่าที่จำเป็น โดยอาศัยคุณลักษณะสื่อทางโลกช่วยทำให้มีกลุ่มคนรับสื่อมากขึ้น เช่น Timimg ช่วงเวลาที่สะดวกของผู้รับสื่อทางโลก จะทำให้วัดจัดแผนผังรายการให้ตรงกับแบบแผนการเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อทางโลก แต่การเน้นรูปแบบนั้นต้องไม่แปลงให้เป็นธรรมะดูเป็นความบันเทิง เป็นศิลปะมากเกินไป ไม่ให้เน้นสอนเรื่องอุปกิเลส ซึ่งจะลดทอนความศักดิ์สิทธิ์ของคำสอนของพระพุทธองค์ แม้ว่าองค์กรศาสนาต้องผลิตสื่อเอื้อผู้รับสื่อทางโลกแต่ต้องไม่วิ่งตามโลก

4) สนับสนุนบทบาทของสื่อในการทำหน้าที่ตรวจสอบสถาบันศาสนา เมื่อสังคมมีการใช้สื่อประเภทต่างๆ อย่างกว้างขวาง ผู้ใช้สื่อสมัยใหม่ไม่ได้ใช้สื่อเพื่อรับข่าวสารในฐานะผู้รับสาร (Audience) อีกต่อไป แต่เครื่องมือดังกล่าวสนับสนุนให้ผู้สื่อเป็นผู้ส่งสาร (Sender) ไปในตัวด้วย ซึ่งจากสภาพสังคมปัจจุบันที่สื่อตีแผ่นำเสนอพระสงฆ์ที่ประพฤติดิถีพระวินัย มีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมต่อการครองสมณเพศ เช่น การเสพเมถุนมั่วสีกา ยาเสพติด การครอบครองทรัพย์สินราคาแพง การทำร้ายสัตว์อย่างทารุณผิดวิสัยพระ ฯลฯ ชาวในด้านลบที่นำเสนอเหล่านี้ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในการเสนอความจริงแก่สาธารณชน อีกส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากผู้คนมีเทคโนโลยีสื่อต่างๆ อยู่ในมือ ทำให้มีอำนาจในการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นการตรวจสอบบทบาทการทำหน้าที่และความเหมาะสมขององค์กรศาสนามากขึ้น

จากผลการศึกษา พบว่า การหลอมรวมสื่อส่งผลให้พระสงฆ์มีอำนาจในการปกป้องตนเอง และองค์กรจากการตรวจสอบของสื่อมวลชนและคนภายนอกมากขึ้น อีกทั้งในมุมมองของสังคมเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อตรวจสอบสถาบันศาสนา พบว่า มีทั้งมุมมองที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยทั้งจาก

ฆราวาสและพระสงฆ์ โดยกลุ่มที่เห็นด้วยกับการตรวจสอบ มองว่าเป็นเรื่องดีที่พระสงฆ์จะได้เกรงกลัวต่อการประพฤติไม่เหมาะสม มีความระมัดระวังในการปฏิบัติตนในที่ประชุมชน พื้นที่สาธารณะมากขึ้น ความเข้มแข็งของการดูแลตนเองในวงการสงฆ์จะมีมากขึ้น

อีกกลุ่มหนึ่งไม่เห็นด้วย เพราะมองว่าเป็นเรื่องของพระ ฆราวาสไม่จำเป็นต้องเข้าไปยุ่งเกี่ยว ตัดสิน หรือวิพากษ์วิจารณ์ เพราะจะเป็นบาปแก่ตนเอง ต้องยึดหลัก “ชั่วชางซี ดีชางสงฆ์” หรือ “กรรมใครกรรมมัน” ให้เป็นหน้าที่การตรวจสอบของคณะสงฆ์ ไม่ใช่คนทั่วไปจะต้องวงการสงฆ์ไม่ได้ แต่ไม่ใช่หน้าที่ของฆราวาสที่จะขยายประเด็นความขัดแย้งให้ทวีความรุนแรงและทำลายภาพลักษณ์พระพุทธศาสนาในระยะยาว

กล่าวได้ว่า บทบาทการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนก็มีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงองค์กรศาสนา เนื่องจากสื่อมวลชนบางสำนักมีนโยบายมุ่งขยายข่าวพระสงฆ์ประพฤติผิด ไม่ใช่นำเสนอเพื่อส่งสัญญาณเตือนสังคมเป็นครั้งคราว ประการสำคัญคือ สื่อมวลชนไม่ได้เน้นการเผยแพร่เชิงปรีชาปฏิบัติและปฏิเวธเท่าที่ควร ทั้งที่หน้าที่ที่สื่อมวลชนในการให้ความรู้ (to educate) เป็นสิ่งสำคัญแต่สื่อกลับไม่ให้ความสำคัญ มุ่งเน้นแต่นำเสนอข่าวที่ขายได้ เป็นกระแสความสนใจของคน (Human interest) มากกว่า

ปัจจุบันการใช้สื่อเพื่อตรวจสอบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของพระสงฆ์ ขึ้นอยู่กับเจตนาของผู้ใช้สื่อเป็นสำคัญ หากผู้ใช้สื่อต้องการกระตุ้นให้วงการสงฆ์ปรับตัวให้เหมาะสม เปลี่ยนสิ่งมั่วหมองให้เป็นสิ่งดีงาม ก็ถือว่าเป็นการใช้สื่ออย่างเป็นคุณ แต่หากผู้ใช้สื่อมีเจตนาเป็นมารศาสนา ใช้สื่อเพื่อทำลายภาพลักษณ์พระพุทธศาสนาให้คนบังเกิดความเสื่อมศรัทธา ก็เป็นการใช้สื่ออย่างเป็นโทษ เพราะสื่อเปรียบเสมือนดาบสองคม จะมีคุณหรือโทษขึ้นอยู่กับเจตนาและวิธีการใช้สื่อของคนในสังคมเป็นสำคัญ

5) เกิดการหลอมรวมความเชื่อ ความศรัทธาและแนวทางการปฏิบัติธรรม

นอกจากการหลอมรวมสื่อได้เปลี่ยนแปลงองค์กรสื่อ รูปแบบ เนื้อหา ผู้รับสื่อแล้ว ยังส่งผลต่อการหลอมรวมความเชื่อ ความศรัทธาและแนวทางการปฏิบัติธรรมด้วย ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า ผู้รับสื่อนอกจากมีการเปิดรับสื่อและใช้สื่อหลากหลายประเภทแล้ว ยังมีการนำแนวทางการปฏิบัติธรรมหลายๆ สายมาประยุกต์ในการปฏิบัติของแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับจริต ความสม่ำเสมอในการฝึกปฏิบัติ ผลลัพธ์ที่เกิดจากการปฏิบัติ ความศรัทธาที่มีต่อสื่อบุคคลและวัด ฯลฯ

ผู้รับสื่อระบุเป็น 2 ลักษณะ ลักษณะแรกมองว่า การปฏิบัติธรรมหลายๆ แนวทางไม่เป็นผลดี เนื่องจากไม่มีหลักยึดที่แน่นอน ไปตรงตามจริตการปฏิบัติของแต่ละบุคคล อีกลักษณะหนึ่งเห็นว่าการหลอมรวมแนวทางการปฏิบัติของธรรมะหลายสาย ทำให้ได้เห็นจุดร่วมของการปฏิบัติสายที่ผู้ปฏิบัติมีความศรัทธา ได้ปฏิบัติหลายๆ สายก็เกิดความปิติสุข ซึ่งจะเลือกปฏิบัติด้วยวิธีการใดก็ได้ เพราะนำจิตเข้าสู่ความสงบได้เหมือนกัน มีปลายทางเดียวกัน

ทั้งนี้ ยังเกี่ยวเนื่องกับปัจจัยด้านความเชื่อ ความศรัทธา เช่น บุญสัมพันธ์ วาระการมาถึงของการปฏิบัติ การได้เห็นนิมิต อภิญญา เป็นผลให้คนเริ่มเข้าถึงการปฏิบัติต่างรูปแบบและเวลา แต่ส่วนใหญ่เกิดจากความสนใจ ความอยากรู้อยากลอง ความศรัทธาส่วนบุคคลที่ทำให้แต่ละคนเลือกเปิดรับแนวทางการปฏิบัติธรรมที่แตกต่างกัน โดยใช้สื่อเป็นเครื่องมือศึกษาวิธีการปฏิบัติของสายนั้นๆ

มีข้อสังเกตประการหนึ่งว่า ในกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์วัดพระธรรมกาย เป็นวัดเดียวที่ไม่พบว่ามีการปฏิบัติธรรมข้ามสายเลย โดยผู้ปฏิบัติจะยึดการปฏิบัติตามแนวทางวิชาธรรมกายของหลวงพ่อดาว วัดปากน้ำ เป็นหลักอยู่สายเดียว ซึ่งอาจเป็นผลมาจากความศรัทธาที่คงมั่นอย่างยั่งยืนของลูกศิษย์ ตลอดจนผลการปฏิบัติที่ให้เห็นผลอย่างประจักษ์ในแต่ละบุคคล

6) เกิดกลุ่มทางพระพุทธศาสนาขนาดเล็กที่ผู้รับสารมีอำนาจในการสื่อสารมากขึ้น

สืบเนื่องจากการขยายตัวของสื่อออนไลน์ ส่งผลให้ผู้รับสื่อศาสนาในปัจจุบันสามารถใช้ประโยชน์สื่อในรูปแบบที่หลากหลายกว่าแต่ก่อน ลักษณะสำคัญที่เกิดขึ้นคือ ผู้รับสื่อได้สมัครเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่ม (Group) หรือชุมชนออนไลน์ (Online community) ในเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ในปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างเด่นชัด เนื่องจากกลุ่มทางพระพุทธศาสนาเหล่านี้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ที่ต้องการเข้าถึงวัดผ่านสื่อออนไลน์ ต้องการ รู้จักลูกศิษย์คนอื่นๆ ของวัดอย่างใกล้ชิด ต้องการมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม สามารถซักถามข้อสงสัยเกี่ยวกับวัดได้ในกลุ่มโดยตรงและได้รับการตอบสนองในทันที

ขณะเดียวกัน วัดจะมีอำนาจในการสื่อสารเสมอกันกับผู้รับสื่อ เนื่องจากผู้รับสื่อมีโอกาสในการเข้าถึงวัดและพระสงฆ์มากขึ้นกว่าแต่ก่อน ลักษณะการเกิดกลุ่มทางพระพุทธศาสนาในโลกออนไลน์นี้จึงเป็นผลมาจากการรวมและบูรณาการเครื่องมือสื่อสารรูปแบบต่างๆ เข้าด้วยกัน การเผยแพร่ข่าวสารจึงเป็นไปอย่างรวดเร็ว หลากหลายช่องทาง รวมทั้งให้อำนาจแก่ผู้รับในการเลือกค้นหา ควบคุมการรับสาร และมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารได้หลายรูปแบบกว่าที่เคยเป็นมาในสื่อดั้งเดิม

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการศึกษาวิจัยกระบวนการทำงานแบบหลอมรวมสื่อขององค์กรศาสนา ผู้วิจัยเห็นว่า องค์กรศาสนาควรปรับตัวด้านการทำงานในหลายมิติเพื่อทำหน้าที่เผยแพร่ศาสนาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าในปัจจุบัน โดยแบ่งข้อเสนอแนะเป็น 2 ประเด็นใหญ่ๆ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะด้านการใช้สื่อของวัด

1.1 วัดสมัยใหม่ต้องใช้สื่อหลายหลายประเภทและรูปแบบ ควรมีทั้งธรรมะคำสอนแทรกเข้าไปในสื่อบันเทิงอย่างละคร ภาพยนตร์ แต่ต้องเป็นการสอดแทรกอย่างดูไม่ตั้งใจยึดเจียดจนเกินไป

1.2 จุดประสงค์ในการใช้สื่อของวัด ควรเป็นไปเพื่อการเผยแพร่ธรรมะเป็นหลัก หากเพื่อจำหน่ายประชาสัมพันธ์วัดตุ้มตุ๋นควรให้สอดแทรกเนื้อหาธรรมะประกอบเพื่อไม่ให้คนหลงยึดติดในรูปวัตถุ

1.3 วัดสามารถมีสื่อได้หลายประเภทแต่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสมก่อนการเผยแพร่เนื้อหาให้มาก เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดที่จะย้อนกลับมาทำลายวัดหรือความน่าเชื่อถือของพระศาสนา

1.4 การเผยแพร่ธรรมะต้องควบคู่กับกิจกรรมทางศาสนา ถ้าวัดเน้นโปรโมตสื่อให้คนรู้จักและเข้าถึงวัดอย่างเดียว คนจะไม่ได้รับประโยชน์ได้เท่ากับการปฏิบัติจริง บางวัดเน้นกิจกรรมที่เน้นไป

ในทางนอกรีตศาสนา เช่น การสะเดาะเคราะห์ ต่อกรรม สื่อศาสนาไม่ควรสนับสนุนกิจกรรมดังกล่าว เพราะผิดไปจากหลักคำสอนของพระพุทธเจ้า

1.5 ในบางวัดที่เทคโนโลยีการสื่อสารไม่เจริญ ต้องมีการพัฒนาระบบภายในวัดให้มีประสิทธิภาพก่อน อาจมีการขยายสัญญาณการออกอากาศให้ครอบคลุมพื้นที่ใกล้เคียงก่อนแล้วจึงค่อยขยายพื้นที่สู่ภายนอก แต่ต้องทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป และมีผู้ดำเนินการที่ไว้วางใจได้ มิฉะนั้นอาจเกิดการทุจริตการจัดซื้อเทคโนโลยี อุปกรณ์ได้ง่าย

1.6 วัดขนาดใหญ่ที่มีสื่อหลากหลายประเภทแต่ยังไม่มีระบบฐานข้อมูล ควรพัฒนาฐานข้อมูลให้แต่ละฝ่ายสามารถดึงข้อมูลไปใช้ได้อย่างเป็นระบบ แต่ต้องพัฒนาความปลอดภัยของระบบฐานข้อมูลด้วย เพื่อป้องกันผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องเข้าถึงฐานข้อมูล หรือแพร่สลายแวร์ ไวรัสนี้ๆ เข้ามาทำลายระบบได้

2. ข้อเสนอแนะต่อวัดและบุคลากรสื่อของวัด

2.1 วัดต้องจัดฝ่ายรับผิดชอบด้านสื่อโดยตรง มีทั้งพระสงฆ์และฆราวาสรับผิดชอบสื่อร่วมกัน เพื่อป้องกันฆราวาสบริหารอย่างเป็นเอกเทศ ไม่ขึ้นตรงต่อวัด หากมีแต่พระสงฆ์ทำอาจมีความคล่องตัวน้อยกว่าฆราวาส

2.2 แต่ละฝ่ายสื่อในวัดต้องมีการประสานงานอย่างเป็นระบบ รวมกันเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน ทุกฝ่ายต้องติดต่อพึ่งพาความร่วมมือซึ่งกันและกัน เนื่องจากบางวัด ฝ่ายสื่อบางสื่อไม่รู้จักอีกฝ่ายหนึ่ง จึงไม่มีข้อมูลติดต่อประสานงานระหว่างกัน

2.3 วัดควรวางแผนการทำงานสื่อโดยวางตัวงานเป็นหลักแล้วจึงเลือกคนที่มีความเหมาะสมเข้ามาช่วยงาน โดยเฉพาะในองค์กรสื่อขนาดเล็ก วัดควรเน้นระบบการทำงานที่ 1 คนสามารถทำงานได้ทุกฝ่าย เพื่อทดแทนปัญหาขาดแคลนบุคลากร หากมีคนหนึ่งไม่อาจมาปฏิบัติงานได้

2.5 วัดและพระสงฆ์ควรวางกรอบ ขอบเขตการมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตสื่ออย่างเหมาะสม เช่น คัดเลือกเนื้อหาธรรมที่เหมาะสมในแต่ละวาระโอกาส ตัดสินใจด้านนโยบายว่าควรทำสื่อเพิ่มหรือไม่ ประเมินความคุ้มค่าหากวัดจะลงทุนทำสื่อใหม่ๆ เพิ่มเติม

2.6 วัดควรสนับสนุนพระสงฆ์และบุคลากรในการอบรมความรู้ด้านสื่อทางโลกเพื่อพัฒนาระบบการสื่อสารของวัด แต่พระสงฆ์ต้องเป็นผู้มีจิตใจเข้มแข็ง รู้จักควบคุมตนเองไม่ให้ไหวเอนไปตามกระแสโลก มิฉะนั้น พระสงฆ์จะไม่อาจปล่อยวางกิเลส สิ่งยั่วยุที่มากับความทันสมัยของสื่อทางโลกได้

2.7 ทักษะคติของบุคลากรสื่อของวัดต้องมองงานสื่อธรรมเป็นโอกาสของการเรียนรู้ทั้งทางโลกและทางธรรม คนคู่ได้ประโยชน์ คนทำสื่อก็ได้บุญเช่นกัน

2.8 วัดยังขาดการสำรวจประสิทธิผลของสื่อแต่ละประเภทที่วัดใช้ว่า ในกลุ่มสื่อทั้งหมด มีสื่อที่มีประสิทธิผลในการเข้าถึงคนกึ่งสื่อ เมื่อทราบสื่อที่ใช้ได้ผล วัดก็ควรจัดงบประมาณหรือให้ความสำคัญกับตัวสื่ออันนั้นมากเป็นพิเศษ แต่ก็ได้ละเลยสื่อประเภทอื่นๆ ไป เพราะต่างสื่อต่างก็เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

ข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในการศึกษา

ข้อจำกัดในการศึกษากระบวนการทำงานด้านสื่อ คือ จำนวนบุคลากรด้านสื่อที่เป็นผู้ให้สัมภาษณ์บางวัดมีจำนวนน้อย ทำให้ไม่ได้ข้อมูลในการทำงานสื่อฝ่ายนั้นๆ อย่างละเอียด บางวัดมีจำนวนมาก ทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกคนละส่วนกัน จึงต้องอาศัยหัวหน้าฝ่ายสื่อเป็นผู้สรุปข้อมูลที่ไม่สอดคล้องกัน

ทั้งนี้ บางวัดไม่ได้พิจารณาอนุญาตให้เข้าไปเยี่ยมชมห้องทำงานด้านสื่อภายในวัด บางวัดไม่มีห้องทำงานสื่ออย่างเป็นทางการจะลักษณะ ทำให้ข้อมูลที่ได้ตั้งอยู่บนข้อมูลที่ให้สัมภาษณ์เป็นหลัก ไม่สามารถเข้าไปเก็บข้อมูลจากคณะทำงานระดับปฏิบัติได้

ข้อเสนอแนะในอนาคต

การศึกษาครั้งนี้ใช้นิยามและแนวทางการหลอมรวมสื่อที่จำลองรูปแบบการทำงานขององค์กรข่าวทางโลก หากเปลี่ยนนิยามและแนวทางการหลอมรวมสื่อในมิติอื่นๆ รวมถึงเปลี่ยนหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of analysis) จากกระบวนการทำงานขององค์กร (Production) เป็นเนื้อหา (Content) ที่เกิดขึ้นในกระบวนการหลอมรวมสื่อ จะช่วยให้ทราบทิศทางการไหลและการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของเนื้อหาได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

หากศึกษาการหลอมรวมสื่อในมิติด้านสังคม วัฒนธรรม ความศรัทธา ระบบความเชื่อ และรูปแบบการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางศาสนาในบริบทที่ศาสนาเน้นสื่อสารผ่านสื่อเป็นหลัก จะช่วยให้เห็นข้อค้นพบที่แปลกใหม่และมีนัยสำคัญต่อการปรับตัวขององค์กรศาสนาในอนาคต

ทั้งนี้ ผู้สนใจยังสามารถเลือกศึกษาวัดอื่นๆ ที่มีบริบท ลักษณะคำสอน และประเภทสื่อที่ใช้แตกต่างไปจากวัดที่ผู้วิจัยทำการศึกษา หรือเลือกศึกษาองค์กรทางพระพุทธศาสนาประเภทองค์กรเอกชน สำนักปฏิบัติธรรม องค์กรศาสนาภาครัฐ จะได้รูปแบบการทำงานแบบหลอมรวมสื่อที่มีคุณลักษณะต่างไปจากวัด หรือหากสนใจศึกษาพัฒนาการการใช้สื่อและกระบวนการทำงานสื่อตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน สามารถต่อยอดศึกษาจากงานวิจัยนี้ได้

รายการอ้างอิง

ภาษาอังกฤษ

- Blackman, C. R. (1998). Convergence between telecommunications and other media. (Special Issue Convergence Between Telecommunications and Other Media: How should Regulation Adapt?). *Telecommunication Policy*, 22, 163-170
- Brooks, B., Kennedy, G., Moen, D.R., & Ranly, D. (2004). *Telling the story: The convergence of print, broadcast and online media*. Boston/New York: Bedford/St. Martin's.
- Carey, J. W. (1992). *Communication as Culture*. Routledge London.
- Dailey, L., & Spillman, M. (2005). The Convergence Continuum: A Model for Studying Collaboration Between Media Newsrooms. *Atlantic Journal of Communication* 13(3), 150-168.
- Erdal, I. J. (2011). Coming to Terms with Convergence Journalism: Cross-Media as a Theoretical and Analytical Concept”, *Convergence The International Journal of Research into New Media Technologies* 17, 213-223.
- Jenkins, H. (2001). Convergence? I diverge. *Technology Review*, 104, 93-94.
- Jenkins, H. (2006a). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York and London: New York University Press.
- Ketterer, S., Weir T., Smethers, J.S., & Back, J. (2004). Case study shows limited benefits of convergence. *Newspaper Research Journal*, 25(3), 52-65.
- Killebrew, K. C. (2005). *Managing Media Convergence: pathways to journalistic cooperation*: Ames, IA: Blackwell.
- Ministry Of Culture and Mahachulalongkornrajavidyalaya University. (2012). *World Buddhism Gateway*, Retrieved 26 November 2013, from The Buddhist Knowledge Based, Learning, Research and Propagation Centre http://www.ictforall.org/ICT_for_All_Symposuim_2012/Thailand_Buddhist_Gateway.pdf
- Quinn, S. (2004). An intersection of ideals: Journalism, profits, technology and convergence. *Convergence: The International Journal of Research Into New Media Technologies*, 10(4), 109-123.
- Rich Gordon. (2003). "Convergence Defined," in *Digital Journalism : Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*, (Kevin Kawamoto Ed.). Lanham, MD: Rowman & Littlefiled.
- Straubhaar, J. a. L., R. (2000). *Media now communications media in the information age*.

- Wirtz, B. W. (1999). Convergence processes, value constellations and integration strategies in the multimedia business. *International Journal of Media Management*, 1(1), 14-22.
- Zhang, Y. E. (2008). *Examining Media Convergence : Does it converge good journalism, economic synergies, and competitive advantages?* , University of Missouri-Columbia.

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2554). การสื่อสาร ศาสนา กีฬา. โครงการเมธีวิจัยอาวุโส คณະนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2556). โครงการวิจัย "กระบวนทัศน์ใหม่ของสื่อสารศึกษาไทย" (*New Paradigm of Thai Communication Study*): ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว).
- จุมพล รอดคำดี. (2542). วิทยุกระจายเสียงชุมชน (*Community Radio*) ของประชาชน โดยประชาชน เพื่อประชาชน. วารสารนิเทศศาสตร์. ปีที่ 17 เมษายน – มิถุนายน 2542, หน้า 22-24.
- ชานนท์ ศิริธร. (2554). การเปิดรับสื่อและการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงพร เวทไฉ. (2545). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อโทรทัศน์ การเปิดรับสื่อโฆษณาและทัศนคติที่มีต่อโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทศพนธ์ นรทัศน์. (2555a). เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกับพระพุทธศาสนา (*ICT and Buddhism*) เอกสารนำเสนอในที่ประชุมวิชาการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อความเท่าเทียมกัน ประจำปี 2555. www.ictforall.org
- ทศพนธ์ นรทัศน์. (2555b). แนวทางการเข้าถึงและเผยแพร่พระพุทธศาสนาด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ. เอกสารนำเสนอในที่ประชุมวิชาการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อความเท่าเทียมกัน ประจำปี 2555. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประเวศ วะสี. (2556). สวนโมกขพลาราม มรดกทางธรรมของท่านอาจารย์พุทธทาสเพื่อเป็นพลังแห่งความหลุดพ้น. วันที่เข้าถึงข้อมูล 1 เม.ย.57, แหล่งที่มา : http://www.bia.or.th/html_th/suan-mokkh/item/400-2013-08-30-21-04-38.html
- ปาริชาติ สายธนู. (2553). ลักษณะการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้ใช้เทคโนโลยีหลอมรวมสื่อ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณະนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พระธรรมสิงหบุราจารย์. (2556). กฎแห่งกรรม ธรรมปฏิบัติ พระธรรมสิงหบุราจารย์. กรุงเทพฯ : หอรัตนชัยการพิมพ์
- พระประชา ปสนนธมโม. (2546). เล่าไว้เมื่อวัยสนธยา : อดีตชีวิตของพุทธทาสภิกขุ. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มูลนิธิโกมลคีมทอง.

- พระมหาบุญไทย ปุณฺณมโน. (2556). *การศึกษาพระพุทธศาสนาในศตวรรษที่ 21*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 24 สิงหาคม 2556, แหล่งที่มา : <http://www.cybervanaram.net/index.php/2009-12-17-14-43-37-13/984-1000>
- พระมหาบุญไทย ปุณฺณมโน. (2552). *ศึกษาการเผยแผ่พระพุทธศาสนาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของคณะสงฆ์ไทยในปัจจุบัน*. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
- พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี. (2554). *คมคำธรรมออนไลน์*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 25 มิถุนายน 2556, แหล่งที่มา :
http://www.dhammatoday.com/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=88&Itemid=60
- พระอธิการพรชัย วิชชุโย. (2554). *การศึกษาวิเคราะห์ผลงานด้านการเผยแผ่พระพุทธศาสนาของพระราชพรหมยาน (หลวงพ่อกวนชีสิงคำ)*. ปรินญาพุทธศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พิชญานี ภูตระกูล. (2549). *การใช้ประโยชน์จากการหลอมรวมสื่อและเครือข่ายบนเว็ลด์ไวด์เว็บในรายการอะคาเดมี่ แฟนเอเชีย*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พุดมรัตน์ กมลชัยสกุล. (2550). *รูปแบบการสื่อสารธรรมะเพื่อเยาวชนผ่านเว็บไซต์*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภาสกร จิตรไคร์ครวญ. (2553). *เทคโนโลยีของสื่อใหม่และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วงหทัย ต้นชีวะวงศ์. (2549). *การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านสื่อดิจิทัลของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่*: ทุนอุดหนุนวิจัยคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน ปีงบประมาณ 2549
- วรอร เมฆสวัสดิ์. (2552). *กลยุทธ์การสื่อสาร การรับรู้ ที่คนคิดและการยอมรับกองทุนพัฒนาชุมชนของชุมชนรอบโรงไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ตำบลมาบตาพุด จังหวัดระยอง ประจำปี พ.ศ.2552*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัดป่าบ้านตาด. (2554). *ญาณสัมพันธ์นัธมาฐานุสรณ์*. ศิริวัฒนาอินเตอร์พรีนธ์ จำกัด (มหาชน), กรุงเทพฯ : ไชเบอร์พรีนธ์ จำกัด
- วัดพระธรรมกาย. (2557). *ประวัติวัดพระธรรมกาย*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 2 เมษายน 2557, แหล่งที่มา : <http://www.dhammadkaya.net>
- วัดอัมพวัน. (2550). *สื่อของวัดอัมพวัน*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 2 เมษายน 2557, แหล่งที่มา : <http://www.luangphor.net/>
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ฝ่ายวิจัยกลยุทธ์และดัชนีอุตสาหกรรม. (2548). *รายงานผลการสำรวจจากกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2548*, 11.

ศูนย์ปฏิบัติการธรรมสวนเวฬุวัน. (2556). *หลวงพ่อจรัญ พระผู้สร้างศูนย์ปฏิบัติการธรรมสวนเวฬุวัน*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 2 เมษายน 2557, แหล่งที่มา :

<http://www.veruwan.com/index.php?lay=show&ac=article&id=539343661&Ntype=5>

เศรษฐพงษ์ มะลิสวรรณ. (2549). *การหลอมรวมสื่อ (Media Convergence)*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 30 เมษายน 2549, แหล่งที่มา :

<http://www.precadet26.org/msgboard/MsgView.php?page=72&msgid=38070&nr=1>

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ และธราธร รัตนนฤมิตร. (2545). *สภาพตลาดโทรคมนาคมในต่างประเทศและประเทศไทย: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย*

สมสุข หินวิมาน และคณะ. (2547). *เอกสารการสอนชุดวิชาทฤษฎีและพฤติกรรมการสื่อสาร หน่วยที่ 5 เรื่องปัจจัยสื่อในการสื่อสาร*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สมาน สุดโต และนพพร วงศ์อนันต์. (2557). *วัดพระธรรมกาย ชุมทรัพย์มหาศาล นี่หรือวิถีพุทธ? Forbes Thailand* หน้า 66-67.

สุดารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทราวัตนากุล และ จักรกฤษ เพิ่มพูล. (2557). *หลักและแนวความคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์*. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย.

สุวรรณา เหลืองชลธาร และคณะ. (2541). *พุทธทาส สวณโฆภพาราม กำลังแห่งการหลุดพ้น*. กรุงเทพฯ : ที.พี.พรินท์.

หนังสือพิมพ์บ้านเมือง. (2557). *วอยซ์ ทีวี เผยเทรนด์ผู้บริโภคยุคดิจิทัล ทุ่มงบกว่า 600 ล้าน ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่*, วันที่เข้าถึงข้อมูล 9 มีนาคม 2557, แหล่งที่มา <http://www.banmuang.co.th>.

หอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ. (2554). *8 เรื่องน่ารู้ สวณโฆภพาราม*. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : หอจดหมายเหตุพุทธทาส อินทปัญโญ.

อนิษฐา แจ้งเอี่ยม. (2553). *เครือข่ายการสื่อสารและการเข้าร่วมเป็นอาสาสมัครเครือข่ายจิตอาสา*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรทัย พนาราม. (2545). *สื่อมวลชนกับการเผยแผ่พระพุทธศาสนา*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาพุทธศาสนศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อริน เจียจันทร์พงษ์. (2546). *การเข้าถึงสื่อมวลชนกระแสหลักของสำนักข่าวประชาธรรม*.

วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรุณี ต้นศักดิ์ตา. (2553). *การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อติชา พรวิเศษและสกุลศรี ศรีสารคาม. (2555). *ยุทธศาสตร์การปรับตัวองค์กรสื่อสู่ Convergence Media กรณีศึกษา เครือเนชั่น เดลินิวส์และเครือผู้จัดการ: ทุนสนับสนุนจากสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ*.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตัวอย่างแบบสัมภาษณ์องค์กรสื่อ (กรณีวัดท่าซุง)
เรื่อง “การหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย”

คำชี้แจง ตัวอย่างแบบสัมภาษณ์นี้เป็นแนวคำถามเกี่ยวกับกระบวนการทำงานหลอมรวมสื่อขององค์กรสื่อ รวมถึงปัจจัย อุปสรรค และประสิทธิผลที่ส่งผลการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ตำแหน่ง

1. ภาพรวมกระบวนการทำงานทั่วไป
 - ขั้นตอน กระบวนการทำงานสื่อขององค์กรโดยทั่วไปเป็นอย่างไร
 - แบ่งฝ่ายสื่อเป็นกี่สื่อ แต่ละสื่อมีกี่ฝ่าย แบ่งตามเกณฑ์อะไร (นโยบายวัด นโยบายคณะลูกศิษย์ นโยบายการเงิน ประเภทสื่อ) แบ่งฝ่ายการทำงานอย่างไร สื่อประเภทใดเป็นหลัก
 - ในแต่ละสื่อประชุมวางแผนทำสื่อกันอย่างไร คุยกันเองเฉพาะในสื่อ หรือคุยกันระหว่างสื่อ แยกกันทำงานหรือทำงานร่วมกัน
 - จำนวนบุคลากรที่ทำงานด้านสื่อมีกี่คน ถ้า 1 คนรับผิดชอบมากกว่า 1 สื่อ แล้วมีการทำงานร่วมกันระหว่างสื่ออย่างไร
 - องค์กรเคยทำงานในลักษณะข้ามสื่อมาก่อนหรือไม่ ถ้าไม่เคย แล้วมีการปรับเปลี่ยนเมื่อไร อย่างไร
 - ถ้าไม่เคยทำสื่ออื่นมาก่อน จะปรับตัวให้พร้อมทำงานอย่างไร ถ้าเคยทำมาก่อน ได้เสนอแนวทางการทำงานสื่อต่อองค์กรเพิ่มจากเดิมอย่างไรบ้าง
 - ในแต่ละสื่อมีการเตรียมเนื้อหาอย่างไร เป็นเนื้อหาเก่ามาปรับใหม่ หรือเป็นเนื้อหาใหม่ มีที่มาจากแหล่งไหน
 - มีวิธีการคัดเลือกเนื้อหาของแต่ละสื่ออย่างไร มีการแยกเนื้อหาตามประเภทสื่อก่อนหรือไม่ เช่น สื่อเฟซบุ๊กจะลงเฉพาะงานบุญ หลักธรรม สื่อหนังสือจะเน้นประวัติหลวงพ่อเต็มๆ สื่อทีวีจะเน้นข่าวสารในวงการสงฆ์ ประมวลข่าวงานบุญ สื่อวิทยุจะเน้นเทศนาของหลวงพ่อ
 - ในองค์กร มีหน่วยงานในเครือข่ายที่ต้องทำงานร่วมกัน เป็นองค์กรพันธมิตรกันหรือไม่ อย่างไร
2. ภาพรวมสื่อแต่ละชนิดที่ใช้
 - องค์กรใช้สื่อกี่ประเภท อะไรบ้าง เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร ฯลฯ
 - สื่อประเภทนั้นมีขั้นตอนทำงานกันอย่างไร แบ่งฝ่ายเป็นฝ่ายอะไรบ้าง ประชุมวางแผนทำสื่ออย่างไร
 - แต่ละประเภทสื่อนี้มีลักษณะเนื้อหาอย่างไร

- แต่ละประเภทสื่อมีเนื้อหาที่เชื่อมโยง ซ้อนทับ หรือใช้เนื้อหาร่วมกับสื่ออื่นๆ เช่น สื่อทีวี สื่อเว็บไซต์ บ้างหรือไม่ ถ้าใช้ร่วมกัน มีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาลงในแต่ละสื่ออย่างไร
- สื่อมีการเชื่อมโยงกับ context of use กิจกรรมศาสนาในชีวิตจริงหรือไม่ อย่างไร

3. ตัวอย่างคำถามในสื่อแต่ละประเภท

สื่อสิ่งพิมพ์/ สื่อวิทยุ/ สื่อโทรทัศน์/ สื่อเว็บไซต์/ สื่อบันทึกเสียง ฯลฯ

- ภาพรวมการทำงานสื่อสิ่งพิมพ์ มีการแบ่งฝ่าย ประชุมวางแผนสื่ออย่างไร
 - มีสิ่งพิมพ์กี่ประเภท (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร หนังสือเล่ม ไปสเตอร์)
 - กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร
 - ลักษณะเนื้อหา มีอะไรบ้าง เช่น บทสวดมนต์วัด รวมคำสอนหลวงพ่ ฯลฯ
 - เนื้อหาที่ลงในสื่อสิ่งพิมพ์มีความเหมือน/ต่างกับเนื้อหาที่ลงในสื่อทีวี วิทยุ เว็บไซต์หรือไม่ หากต่างกัน การปรับเนื้อหาที่มีให้เข้ากับสื่อประเภทนั้นๆ ส่งผลกระทบอย่างไรบ้าง
 - นโยบายการผลิต (ทำเพื่อแจกใคร ใครกำหนด ทำอย่างไร 4 สี ทำขาย/แจก แหล่งรายได้จากไหน)
 - ในสื่อสิ่งพิมพ์มีการแนะนำสื่ออื่นๆ ขององค์กรภาคีธรรม เช่น เว็บไซต์เพื่อนบ้าน บ้างหรือไม่
 - การปรับแก้ไขเนื้อหาเป็นอย่างไร (สร้างใหม่ คัดลอก หยบยืม สัมภาษณ์ แก้ไขใหม่)
- การตรวจรายละเอียดความถูกต้องของเนื้อหาและรูปเป็นอย่างไร
- ใช้บุคลากรประมาณกี่คน มีตำแหน่งอะไรบ้าง หน้าที่รับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งเป็นอย่างไร
 - คนที่ทำสื่อสิ่งพิมพ์ เคยทำสื่อประเภทอื่นมาก่อนหรือไม่

4. กระบวนการทำงานแบบหลอมรวมสื่อ

แบ่งเป็นประเด็นคำถาม 5 ระดับตามแนวคิดการหลอมรวมสื่อของ Dailey ได้แก่

คำถามในระดับ Cross-promotion

- กระบวนการทำงานสื่อขององค์กรมีการแยกฝ่ายกันผลิตหรือร่วมมือกันผลิต
- มีการแชร์เนื้อหาเดียวกันไปยังสื่ออื่นๆ มากน้อยแค่ไหน ทำเป็นนโยบายองค์กร หรือทำเป็นครั้งคราว
- มีการแชร์เนื้อหาไปยังสื่อต่างๆ ในลักษณะอย่างไร (แชร์ข่าวทั้งหมด แก้ไขบางส่วน เพิ่มวิดีโอ คลิปเสียงไปด้วย)
- มีการแนะนำสื่อที่องค์กรใช้ ในสื่อขององค์กรมากน้อยแค่ไหน ในลักษณะอย่างไร (เช่น มีการพูดย้ำว่า นอกจากมีสื่อหนังสือแล้วยังมีเว็บไซต์ที่โหลดเพลงธรรมะมาฟังได้)
- องค์กรมีนโยบายแชร์เนื้อหาระหว่างสื่อในองค์กรและองค์กรภาคีธรรมภายนอกหรือไม่ อย่างไร

คำถามในระดับ Cloning

- เวลาทำสื่อ มีการแชร์เนื้อหาทั้งหมดโดยแก้ไขหรือไม่แก้ไขเนื้อหาอย่างไรบ้าง
- หากไม่มีการปรับแก้ไขเนื้อหา เนื่องจากอะไร หากมีการแก้ไขเนื้อหา จะแก้ไขในกรณีใด ลักษณะอย่างไร

คำถามในระดับ Coopetition

- ปกติแล้ว ฝ่ายผลิตสื่อมีการประชุมทำสื่อร่วมกันบ้างหรือไม่ ความร่วมมือระหว่างสื่อที่เกิดขึ้นมีลักษณะอย่างไร
- มีการหวงเนื้อหาบางส่วนโดยไม่ยอมให้องค์กรสื่ออื่นในเครือเอาไปลงหรือไม่ ถ้ามี เป็นเนื้อหาประเภทไหน เพราะอะไร ถ้าไม่มี เพราะอะไร

คำถามในระดับ Content sharing

- มีการใช้ทุน งบประมาณในการทำสื่อร่วมกันบ้างหรือไม่
- มีเนื้อหาใดบ้างที่องค์กรในเครือช่วยกันผลิต มีการวางแผนผลิตสื่อร่วมกัน
- องค์กรเคยมีการแลกเปลี่ยนความร่วมมือทั้งบุคลากร ทุน มาก่อนหรือไม่

คำถามในระดับ Convergence

- องค์กรมีความพร้อมในการหลอมรวมความร่วมมือในการผลิตสื่อหรือไม่ อย่างไร
- ขณะนี้โครงสร้างการทำงานได้ปรับตัวสู่องค์กรหลอมรวมสื่อหรือยัง ถ้ายังไม่ปรับ คิดว่าองค์กรมีข้อจำกัดอะไรที่ทำให้องค์กรยังไม่สามารถทำงานสื่อร่วมกันได้
- พอใจกับเนื้อหาสื่อที่เผยแพร่ในแต่ละช่องทางสื่อหรือไม่ องค์กรพอใจกับการผลิตสื่อภายใต้ความร่วมมือแบบนี้หรือไม่ เปรียบเทียบกับช่วงที่ยังไม่มีความร่วมมือข้ามสื่อ มีความแตกต่างกันอย่างไร
- ในฐานะบุคลากรสื่อ คิดว่าในขณะนี้วัฒนธรรมการทำงานขององค์กรเอื้อต่อการทำงานแบบหลอมรวมสื่อมากน้อยแค่ไหน อย่างไร

5. ปัจจัยที่มีผลต่อการหลอมรวมสื่อขององค์กรและผู้รับสื่อ เช่น ผู้ผลิต ผู้ส่งสาร เนื้อหา ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร ผู้ผลิตสื่อ องค์กรสื่อ

6. ปัญหาและอุปสรรคของการหลอมรวมสื่อที่มีผลต่อองค์กรและผู้รับสื่อมีอะไรบ้าง เช่น เงินทุน เทคโนโลยี ความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้รับสื่อ ฯลฯ

7. ประสิทธิภาพของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อองค์กรในแต่ละด้านเป็นอย่างไร

ฯลฯ

ตัวอย่างแบบสัมภาษณ์ผู้รับสื่อ (กรณีวัดท่าซุง)
เรื่อง “การหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนาในประเทศไทย”

คำชี้แจง ตัวอย่างแบบสัมภาษณ์นี้เป็นการประเมินประสิทธิผลของการหลอมรวมสื่อที่มีต่อผู้รับสื่อ รวมถึงปัจจัยและอุปสรรคที่ส่งผลการหลอมรวมสื่อขององค์กรทางพระพุทธศาสนา

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ อายุ.....ปี อาชีพ.....

1. ท่านรู้จักวัดท่าซุงและองค์หลวงพ่อพระราชพรหมยานได้อย่างไร รู้จักมาเป็นระยะเวลาเท่าไร ใครแนะนำให้ท่านรู้จัก
2. ท่านรู้จักวัดท่าซุงผ่านสื่อใดเป็นสื่อแรก (องค์หลวงพ่อฤาษีลิงดำ, หนังสือธรรมที่ตีกรับแขก, หนังสือสังฆทาน, เทป ซีดี, เว็บไซต์, เฟซบุ๊ก ฯลฯ)
 - 2.1 ในบรรดาสื่อที่วัดใช้ ท่านเปิดรับสื่ออะไรบ้าง เรียงลำดับเปิดรับอะไรมากที่สุด (องค์หลวงพ่อ, หนังสือธรรมะ, เว็บไซต์วัดท่าซุง, เฟซบุ๊กมูลนิธิฯ, ซีดีเสียงเทศน์, ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง, กิจกรรมงานบุญ ฯลฯ)
 - 2.2 ท่านเปิดรับสื่อทุกวัน หรือกี่วันครั้ง ครั้งละนานเท่าไร
3. ท่านชอบสื่อของวัดท่าซุงสื่อใดมากที่สุด เพราะอะไร ใช้เพียงสื่อเดียวหรือหลายสื่อรวมกัน
4. ท่านอยากให้วัดท่าซุงใช้สื่อมากๆ หรืออยากให้ใช้สื่อน้อยๆ ไม่ต้องตามกระแสสังคม
5. ท่านได้อ่านหนังสือขององค์หลวงพ่อเล่มไหนบ้าง อ่านจากที่ไหน เช่น มาอ่านที่วัด อ่านในเว็บไซต์ ฯลฯ
 - 5.1 ท่านคิดว่าสื่อหนังสือขององค์หลวงพ่อดีอย่างไร แตกต่างจากวัดอื่นๆ อย่างไร
 - 5.2 ท่านเคยซื้อเทป ซีดี ไปฟังบ้างหรือเปล่า ชอบหรือไม่ ชอบฟัง เพราะอะไร
 - 5.3 ท่านเข้าดูเว็บไซต์ หรือเฟซบุ๊กของวัดบ่อยครั้งแค่ไหน เล่าประสบการณ์การใช้สื่อออนไลน์ของวัด
 - 5.4 ท่านเข้าร่วมกลุ่มลูกศิษย์องค์หลวงพ่อในเฟซบุ๊กหรือไม่ เข้าไปเพื่ออะไรและได้ประโยชน์อะไรบ้าง
6. ท่านเปิดรับสื่อของวัดท่าซุงหลายสื่อหรือสื่อเดียว ทำไมถึงเลือกรับหลายสื่อ ทำไมไม่รับจากเพียงสื่อๆ เดียว
7. นอกจากสื่อของวัดท่าซุง ท่านเคยใช้สื่อของบ้านสายลม กรุงเทพ หรือวัดสาขาอื่นๆ ของหลวงพ่อบ้างหรือไม่ ให้ท่านอธิบายการเปิดรับสื่อของหลวงพ่อผ่านวัดสาขาหรือที่อื่นๆ ที่ไม่ใช่จากสื่อของวัดท่าซุงเอง
 - 7.1 ได้มีโอกาสร่วมกิจกรรมของบ้านสายลม กรุงเทพ หรือวัดสาขาต่างๆ บ้างหรือไม่ ชื่นชอบหรือประทับใจกิจกรรมไหน
 - 7.2 สื่อใดของบ้านสายลมหรือวัดสาขาที่ท่านชื่นชอบ เกิดประโยชน์ต่อท่านมากที่สุด
8. ท่านมีประสบการณ์การปฏิบัติธรรมกับองค์หลวงพ่อพระราชพรหมยานหรือไม่ ถ้ามี

จงเล่าอธิบาย ถ้าไม่มี ท่านปฏิบัติธรรมตามแนวปฏิบัติขององค์หลวงพ่อย่างไรบ้าง

8.1 พุทธถึงด้านการปฏิบัติมโนมยิทธิ ท่านคิดว่าสื่อใดทำให้น้อมเข้าสู่การปฏิบัติได้มากที่สุด เพราะอะไร

8.2 ด้านการศึกษาหลักธรรมคำสอน สื่อใดที่ท่านคิดว่าสำคัญที่สุดสำหรับท่าน

9. ในความคิดของท่าน ท่านรับรู้วัดท่าซุงว่าเป็นวัดอย่างไร องค์หลวงพ่ท่านเทศน์เป็นอย่างไร หลักธรรมคำสอนท่านเป็นอย่างไร ท่านมีความศรัทธาต่อวัดในด้านใด ทศนคติของท่านต่อวัดเป็นอย่างไร เล่าให้คนทั่วไปรับรู้ถึงความประทับใจที่ท่านมีต่อองค์หลวงพ่พระราชพรหมยานและวัดท่าซุง

10. ในบรรดาสื่อที่วัดท่าซุงใช้ ท่านพึงพอใจสื่อใดมากที่สุด เพราะอะไร

11. ท่านชอบสื่อธรรมะที่เป็นตัวอักษร รูปภาพ หรือฟังเสียงมากกว่ากัน ถ้าให้เลือกตัวอักษร ภาพ เสียง สิ่งใดมีผลต่อการน้อมนำศรัทธาและการปฏิบัติกรรมฐานมากที่สุด เพราะอะไร

12. ในความคิดท่าน ปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้การใช้สื่อของวัดท่าซุงมีประสิทธิผลสูงสุดมีอะไรบ้าง

13. ปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้การใช้สื่อของวัดท่าซุงไม่เป็นผลเท่าที่ควรมีอะไรบ้าง

ฯลฯ

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายวิรัชชัย พงษ์เกาะ เกิดเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ.2532 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ.2553 และเข้าศึกษาต่อหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาวิศวกรรมและสารสนเทศ คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ.2555

ปี 2554-ปัจจุบัน ทำงานในตำแหน่งผู้สื่อข่าวทั่วไปประจำหนังสือพิมพ์แจกฟรี M2F ในเครือบริษัท โปสทัค พับลิชซิง จำกัด (มหาชน)



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY