

บุญ : ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย



นางสาวสุนทรี โชติติติก

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)  
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

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.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทย

คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

[BUN] 'MERIT': THE RELATIONSHIP BETWEEN LANGUAGE AND IDEOLOGY IN  
DISCOURSES PRODUCED BY WAT PHRA DHAMMAKAYA



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Doctor of Philosophy Program in Thai  
Department of Thai  
Faculty of Arts  
Chulalongkorn University  
Academic Year 2017  
Copyright of Chulalongkorn University



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**



หัวข้อวิทยานิพนธ์

บุญ : ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในวาทกรรมที่  
ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

โดย

นางสาวสุนทรี โชติติติก

สาขาวิชา

ภาษาไทย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพร พานโพธิ์ทอง

---

คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาคุุณศึกษบัณฑิต

.....คณบดีคณะอักษรศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร.กิงกาญจน์ เทพกาญจนา)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.เทพี จรัสจรวงเกียรติ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพร พานโพธิ์ทอง)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ อรุณมานะกุล)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร ภัคตีผาสุข)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.ชลธิชา บำรุงรักษ์)

สุนทรีย์ โชติดีติก : บุญ : ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย (BUN) 'MERIT': THE RELATIONSHIP BETWEEN LANGUAGE AND IDEOLOGY IN DISCOURSES PRODUCED BY WAT PHRA DHAMMAKAYA) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รศ. ดร.ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาในวาทกรรมสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis CDA) ของแฟร์คล็อท (Fairclough, 1995) ตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มประชาชนทั่วไป 2) กลุ่มผู้นำบุญ และ 3) กลุ่มเด็กและเยาวชน

ผลการวิจัยพบว่า วาทกรรมสื่อสำหรับประชาชนทั่วไปของวัดพระธรรมกายได้ถ่ายทอดอุดมการณ์ “บุญ” ผ่านชุดความคิดสำคัญ 3 ชุดความคิด ได้แก่ 1) “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย 2) “วิธีการบุญ” ของวัดพระธรรมกาย และ 3) อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกาย ชุดความคิดทั้งหมดกำหนดพฤติกรรมให้ผู้ศรัทธาเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายด้วยการทำให้เชื่อว่าบุญมีอำนาจในการบันดาลทรัพย์และบันดาลความสุขทั้งในชาตินี้และชาติหน้า ซึ่งวิธีการทำ “บุญ” ที่ดีที่สุดคือการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย ชุดความคิดทั้งหมดที่วาทกรรมนำเสนอส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการทำบุญ 3 ประการ คือ 1) การทำบุญแบบชวนชววย 2) การทำบุญแบบทุ่มเท และ 3) การทำบุญแบบสะสมบุญ เพราะเชื่อว่าจะได้อานิสงส์หรือปริมาณบุญมากกว่าการทำบุญอื่น สามารถเห็นผลได้อย่างรวดเร็วในชาตินี้ และส่งผลอย่างแน่นอนในชาติหน้า

ผลการศึกษาวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมพบว่า ผู้บริโภคสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายยินยอมพร้อมใจที่จะปฏิบัติตามความคิดที่ผู้ผลิตวาทกรรมนำเสนอ นอกจากนี้สื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการเผยแพร่ไปยังช่องทางออนไลน์ทำให้กลุ่มผู้ศรัทธาบริโภคสื่อได้สะดวก และสื่อยังแพร่กระจายไปยังผู้ศรัทธารายใหม่ได้ง่ายและกว้างขึ้น ดังนั้นอุดมการณ์ที่นำเสนอจึงน่าจะส่งผลต่อสังคมได้ในวงกว้าง

ผลการศึกษาวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมพบว่า ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ที่เผยแพร่ผ่านสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนั้นมีความสัมพันธ์กับความคิดเรื่อง “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถา อีกทั้งยังเกี่ยวข้องกับความคิด และความเชื่อในสังคมไทยหลายประการ อาทิ ความคิดเรื่องบารมี ความคิดเกี่ยวกับบทบาทของพระสงฆ์ ความเชื่อเกี่ยวกับชีวิตหลังความตาย และความเชื่อเรื่องความเชื่อของศาสนา ขณะเดียวกันชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ก็อาจส่งผลต่อความคิด ความเชื่อของผู้บริโภควาทกรรมในด้านต่างๆ ได้แก่ การสืบทอดความเชื่อเรื่อง “บุญ” ในสังคมไทย การนำเสนอภาพสังคมในอุดมคติแบบพุทธรัฐ การกำหนดแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์และรูปแบบพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในสังคม และการนิยามชีวิตที่มีความสุขด้วย “การแปรสินทรัพย์เป็นบุญ”

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นมุมมองเชิงวิพากษ์ว่า สื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมิได้เป็นการสอนให้ผู้คนทำบุญเพื่อสละความโลภตามคำสอนในพุทธศาสนา แต่กลับตอกย้ำให้โลกในการทำบุญและสะสมมากยิ่งขึ้น จนนำไปสู่การทำบุญจนเกินกำลัง วาทกรรมชุดนี้มีส่วนสำคัญในการครอบงำทางความคิด (Hegemony) และกำหนดพฤติกรรมการทำบุญที่พึงประสงค์ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายได้

ภาควิชา ภาษาไทย

ลายมือชื่อนิสิต .....

สาขาวิชา ภาษาไทย

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

ปีการศึกษา 2560

# # 5580517122 : MAJOR THAI

KEYWORDS: CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS / RELATIONSHIP BETWEEN LANGUAGE AND IDEOLOGY / DHAMMAKAYA TEMPLE  
SUNTAREE CHOTIDILOK: [BUN] 'MERIT': THE RELATIONSHIP BETWEEN LANGUAGE AND IDEOLOGY IN DISCOURSES  
PRODUCED BY WAT PHRA DHAMMAKAYA. ADVISOR: ASSOC. PROF. NATTHAPORN PANPOTHONG, Ph.D., pp.

This research had the primary objective to study the ideology of “merits”, which was conveyed through linguistic devices in the mass media discourse produced by Dhammakaya Temple, on the basis of critical discourse analysis of Fairclough (1995). Data were collected from three targeted groups of recipients: 1) general public; 2) religious believers; and 3) juveniles.

According to the results, it was evident that the mass media discourse for the general public of Dhammakaya Temple portrayed the ideology of “merits” through 3 key concepts. 1) “merit” 2) “merit-making” and 3) “advantage of merit”, It was apparent that all of these concepts induced individuals to make merits with Dhammakaya Temple by instilling the belief that merits have the power to lure wealth and happiness to merit-makers in both the present and future lives; whereby the most ideal method of making “merits” was to do so at Dhammakaya Temple. All of the foregoing concepts delineated through the discourse led to three types of merit-making behaviors: 1) merit-making with endeavor; 2) merit-making with dedication; and 3) merit-making in the form of an accumulation of merits with the belief that this method provides better results or higher amount of merits than any other methods, and that the results are promptly visible in the present life and would be absolutely effective in the future life.

Regarding the study on discursive practice, the results indicated that the consumers of media produced by Dhammakaya Temple were willing to comply with the ideology presented by the discourse producer. In addition, the mass media discourse produced by Dhammakaya Temple was publicized through online channels, which facilitated the consumption of media by existing believers and were able to reach new believers more easily and broadly. As such, the proposed ideology would certainly affect the society to a broad extent.

With respect to the results of the study on sociocultural practice, it was found that there was a relationship between the ideology of “merits” conveyed through the media produced by Dhammakaya Temple and the ideology of “merits” in the Tripitaka and exegesis. Likewise, such ideology was related to multiple concepts and beliefs in the Thai society, such as the concept of prestige, the concept of the role of monks, the belief in the afterlife, and the belief in the decline of religion. Meanwhile, the ideology of “merits” may influence the belief of the consumers of discourse in various aspects, including the inheritance of the belief in “merits” in the Thai society, the presentation of an ideal social image in the context of Buddhism, the determination of a paradigm of interactions and desirable behaviors in the society, and the definition of a happy life on the basis of the “conversion of assets to merits”.

This research provided an insight into a critical perspective, specifically the idea that the mass media discourse produced by Dhammakaya Temple did not enlighten ordinary people to make merits for the purpose of forsaking greed according to the Buddhist doctrines. Rather, it induced people to covetously make and accumulate merits, which subsequently led to an immoderate merit-making that exceeded one’s own affordability. Indeed, this mass media discourse significantly contributed to the hegemony of people’s thoughts and induced merit-making behaviors that were in favor of Dhammakaya Temple.

Department: Thai  
Field of Study: Thai  
Academic Year: 2017

Student's Signature .....  
Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลงได้ด้วยความสามารถของรองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพร พานโพธิ์ทอง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ครูผู้เป็นประทีปนำทางในศาสตร์วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ทั้งสั่งสอนวิชาการและวิชาชีวิตด้วยความเมตตาและเอาใจใส่เสมอ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณครูเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.เทพี จรัสจรุงเกียรติ ในความเมตตาที่มีให้แก่ผู้วิจัยเสมอมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร ภักดีผาสุข ครูผู้เป็นแรงบันดาลใจและจุดประกายให้เกิดหัวข้องานวิจัย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ อรุณมานะกุล และรองศาสตราจารย์ ดร.ชลธิชา บำรุงรักษ์ ที่กรุณารับเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ทั้งยังได้ตรวจแก้และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และ ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่กรุณามอบทุนอุดหนุนวิทยานิพนธ์ ปีการศึกษา 2558 ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณศาสตราจารย์อนันต์ชัย เลาะห์พันธุ์ ในความกรุณาอย่างสูง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ประเทือง ทินรัตน์ ครูผู้ส่งมรรคาสายวิชาการ ผู้วิจัยขอน้อมมือถวายมา ณ โอกาสนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ รุณรา ผู้เป็นกัลยาณมิตรทั้งในเส้นทางวิชาการและเส้นทางชีวิต ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครูอาจารย์ทุกท่านในชีวิตที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้แก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณแม่ระเบียบ คุณพ่อจรัสทีปต์ โชติติติก ผู้เป็นพรหมในชีวิตของลูก ลูกขอน้อมมือถวายมา ณ ที่นี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณ อาจารย์ ดร.เพชรดา ชุนอ่อน อาจารย์สกวเดือนชาธรรม และอาจารย์จันทร์สุดา ไชยประเสริฐ ผู้เป็นกัลยาณมิตรคอยให้คำปรึกษาและเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ทำวิทยานิพนธ์นี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณอาจารย์วิณา วุฒิจำนงค์ ผู้เป็นกัลยาณมิตรให้ความอนุเคราะห์ในทุกด้าน ตลอดจนอาจารย์นริศรา หาสนาม และอาจารย์สิขรินทร์ สนิทชน ที่คอยช่วยเหลือผู้วิจัยเสมอมา

ผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่กรุณารับภาระงานแทนผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยสามารถศึกษาและทำงานวิจัยนี้ได้จนสำเร็จ ขอขอบคุณสหายร่วมชั้นเรียนวิชาสัมมนาวิทยานิพนธ์คณาจารย์บัณฑิตทุกท่าน รวมถึงมิตรทุกท่านที่มีอาจเอ่ยนามได้หมด ณ ที่นี้ ความปรารถนาดีของทุกท่านจะตราตรึงในความทรงจำของผู้วิจัยตลอดไป

ผู้วิจัยขอขอบใจเด็กหญิงชัชวาลินี โชติติติก รุณรา ลูกรักของแม่ รอยยิ้มของลูกคือกำลังใจที่ดีที่สุดเสมอ

## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ด
สารบัญภาพ .....	ต
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ .....	14
1.3 สมมติฐาน .....	14
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	15
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	15
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ .....	15
1.7 ข้อตกลงเบื้องต้น.....	16
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	17
2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ .....	17
2.1.1 วาทกรรม.....	18
2.1.2 อุดมการณ์.....	20
2.1.2.1 อุดมการณ์ในงานวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ .....	23
2.1.3 อำนาจ.....	24
2.1.4 การครอบงำ.....	25
2.2 แนวทางการวิเคราะห์วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ .....	26

2.3 งานวิจัยเกี่ยวกับวัดพระธรรมกาย.....	31
2.3.1 วาทกรรมวัดพระธรรมกาย .....	31
2.3.2 กระบวนการสร้างความศรัทธาของวัดพระธรรมกาย .....	33
2.3.2.1 กระบวนการสร้างความศรัทธาด้วยการสร้างอัตลักษณ์และการ ประชาสัมพันธ์ .....	33
2.3.2.2 กระบวนการสร้างความศรัทธาด้วยการสร้างภูมิทัศน์กับแนวคิดบริโศค นิยม.....	34
2.3.2.3 กระบวนการสร้างความศรัทธาด้วยการสร้างกลุ่มเครือข่าย.....	37
2.3.3 กระบวนการสร้างบุคลากรของวัดพระธรรมกาย.....	38
2.3.4 แนวทางการสอนของวัดพระธรรมกาย.....	40
2.3.4.1 แนวทางการสอนของวัดพระธรรมกายในด้านบวก.....	40
2.3.4.2 แนวทางการสอนของวัดพระธรรมกายในด้านลบ.....	42
2.4 งานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห้เชิงวิพากษ์.....	43
2.4.1 งานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมศาสนาทั้งในภาษาไทยและภาษาอังกฤษ.....	43
2.4.2 งานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมอื่น ๆ ในภาษาไทย.....	48
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	58
3.1 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง .....	58
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	59
3.2.1 ข้อมูลสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย .....	59
3.2.2 ข้อมูลพระไตรปิฎกและอรรถกถาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ “บุญ” .....	62
3.3 การจัดระเบียบข้อมูล .....	63
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	64
บทที่ 4 ภาพรวมเกี่ยวกับวัดพระธรรมกาย .....	67
4.1 สภาพพื้นที่ภายในวัดพระธรรมกาย .....	67

4.2 การจัดการองค์กร .....	69
4.3 สมาชิกภาพวัดพระธรรมกาย.....	71
4.4 อัตลักษณ์ของวัดพระธรรมกาย .....	72
บทที่ 5 วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย.....	77
5.1 ภาพรวมเกี่ยวกับสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย .....	77
5.1.1. สื่อสิ่งพิมพ์ .....	77
5.1.1.1 วารสาร .....	78
5.1.1.2 หนังสือ.....	91
5.1.2.2 รายการสำหรับเด็กและเยาวชน.....	102
5.2.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารตามแนวชาติพันธุ์วรรณาแห่งการสื่อสาร .....	105
5.2.1.1 ฉาก/กาลเทศะ (Setting/Scene-S).....	106
5.2.1.2 ผู้ร่วมเหตุการณ์ (Participant-P).....	107
5.2.1.4 ลำดับวัจนกรรม (Acts sequence-A).....	117
5.2.1.5 น้ำเสียง (Key-K).....	133
5.2.1.6 เครื่องมือ (Instrumentality-I).....	135
5.2.1.7 บรรทัดฐานของการปฏิสัมพันธ์และการตีความ (Norms of interaction and interpretation-N).....	137
5.2.1.8 ประเภทของการสื่อสาร (Genre-G).....	140
บทที่ 6 ชุดความคิดเรื่อง “บุญ” ที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย 144	
6.1 ชุดความคิดสำคัญที่พบในกลุ่มประชาชนทั่วไป.....	144
6.1.1 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มประชาชนทั่วไป.....	145
6.1.1.1 ชุดความคิดบุญของวัดพระธรรมกายเป็นสิ่งพิเศษ.....	145

6.1.1.1.1 การเลือกใช้คำศัพท์.....	145
6.1.1.1.2 การใช้สวาทกรรมโฆษณา.....	149
6.1.1.1.3 การอ้างเรื่องเศรษฐกิจจากพระไตรปิฎก .....	152
6.1.2 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มประชาชน ทั่วไป.....	154
6.1.2.1 ชุดความคิดวิธีการทำบุญที่ถูกหลักวิชาคือการทำทาน .....	154
6.1.2.1.1 การใช้อุปถัมภ์ .....	154
6.1.2.1.2 การใช้เรื่องเล่าในพุทธศาสนา.....	156
6.1.2.1.3 การใช้ตำนานท้องถิ่น .....	159
6.1.2.1.4 การอ้างพุทธพจน์หรือโอวาท.....	162
6.1.3 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มประชาชน ทั่วไป.....	164
6.1.3.1 ชุดความคิดอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์ .....	164
6.1.3.1.1 การเลือกใช้คำศัพท์.....	165
กลุ่มความหมาย.....	165
ความพิเศษ/มาก.....	165
ความรวดเร็ว.....	165
6.1.3.1.2 การบอกผลลัพธ์ของบุญอย่างเป็นรูปธรรม.....	167
6.1.3.1.3 การใช้เรื่องเล่าจากประสบการณ์.....	169
6.1.3.1.4 การอ้างข้อมูลจากพระไตรปิฎก.....	172
6.1.3.1.5 การอ้างโบราณ .....	174
6.1.3.1.6 การเรียงเรียงความแบบอานิสงส์ทวีคูณ.....	174
6.1.3.1.7 การสร้างสภาวะนิพพานและพระธรรมกายให้มีตัวตน .....	185
6.1.3.2 ชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย .....	188



6.1.3.2.1 การเลือกใช้คำศัพท์.....	188
กลุ่มความหมาย.....	188
ความสะกดกสบาย.....	188
ความสวยงาม.....	188
ความหรรษา.....	188
6.1.3.2.2 การเล่าเรื่องสมัยพุทธกาล.....	190
6.1.3.2.3 การขยายความเกี่ยวกับความเชื่อตามคติพุทธศาสนาใน สังคมไทย.....	192
6.1.3.2.4 การบอกผลลัพธ์ของบุญอย่างเป็นรูปธรรม.....	194
6.1.3.3 การทำบุญทำให้ได้รับความสุขทุกชาติภพ.....	196
6.1.3.3.1 การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล.....	196
6.1.3.3.2 การใช้คำคมและคำประพันธ์.....	198
6.1.3.3.3 การใช้เรื่องเล่าในพุทธศาสนา.....	200
6.1.3.3.4 การเลือกใช้คำศัพท์.....	200
กลุ่มความหมาย.....	201
ความสุข.....	201
6.1.3.3.5 การใช้อุปลักษณ์.....	203
6.1.4 สรุปผลการวิเคราะห์ชุดความคิดที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาที่พบในกลุ่มประชาชน ทั่วไป.....	205
6.2 ชุดความคิดสำคัญที่พบในกลุ่มผู้นำบุญ.....	206
6.2.1 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มผู้นำบุญ.....	206
6.2.1.1 ความคิดบุญคือการเป็นสมาชิกผู้นำบุญที่พึงประสงค์.....	207
6.2.1.1.1 การเลือกใช้คำศัพท์.....	207
ชุดความคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติของสมาชิกผู้นำบุญ.....	207

คุณสมบัติที่พึงประสงค์.....	207
ตัวอย่างคำศัพท์ .....	207
การแสดงออกทางกาย.....	207
ความสะอาด.....	207
รักความสะอาด มีระเบียบ วินัย สุภาพ ตรงต่อเวลา ยิ้มง่าย ไหว้เก่ง.....	207
ความเป็นระเบียบ.....	207
6.2.1.1.2 การใช้อุปลักษณะ .....	215
6.2.1.1.3 การใช้คำแสดงทัศนภาวะ.....	222
6.2.1.1.4 การใช้คำคมและคำขวัญ .....	228
6.2.1.2 ชุดความคิดบุญของสมาชิกผู้นำบุญเป็นบุญที่พิเศษสุด .....	230
6.2.1.2.1 การเลือกใช้คำศัพท์.....	230
ชุดความคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติของสมาชิกผู้นำบุญ .....	230
คำแสดงปริมาณ.....	230
ตัวอย่างคำศัพท์ .....	230
การใช้คำศัพท์ที่แสดงปริมาณเพื่อแสดงให้เห็นถึงอันสงฆ์ของบุญที่มากกว่าสมาชิกกลุ่ม อื่น.....	230
ปริมาณนับได้ .....	230
สองเท่า230	
6.2.1.2.2 การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเงื่อนไข .....	235
6.2.1.2.3 การสร้างสภาวะนิพพานและพระธรรมกายให้มีตัวตน .....	236
6.2.2 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มผู้นำบุญ .....	238
6.2.2.1 ชุดความคิดวิธีการทำบุญของผู้นำบุญคือการทำภารกิจของวัด พระธรรมกาย .....	238
6.2.2.1.1 การใช้อุปลักษณะ .....	239

6.2.2.1.2 การใช้ประโยคที่แสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล .....	241
6.2.3 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มผู้นำบุญ.....	242
6.2.3.1 การทำบุญทำให้ได้รับความสุขทางใจ.....	242
6.2.3.1.1 การใช้คำที่มักปรากฏร่วมกัน.....	243
ถ้อยคำหลัก .....	243
ตัวอย่างถ้อยคำ.....	243
6.2.3.1.2 การอ้างความปรารถนาของพระโพธิสัตว์.....	246
6.2.3.1.3 การใช้ประโยคที่แสดงความสัมพันธ์แบบเงื่อนไข.....	247
6.2.4 สรุปผลการวิเคราะห์ชุดความคิดที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาที่พบในกลุ่มผู้นำบุญ .....	248
6.3 ชุดความคิดสำคัญที่พบในกลุ่มเด็กและเยาวชน .....	249
6.3.1 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มเด็กและเยาวชน .....	249
6.3.1.1 ชุดความคิดบุญคือการเป็นเด็กดี.....	249
6.3.1.1.1 การอ้างตัวบวชจากชาดก.....	250
6.3.1.1.2 การอ้างตัวบวชจากนิทานขงจื้อ .....	253
6.3.2 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มเด็กและ เยาวชน.....	256
6.3.2.1 ชุดความคิดวิธีการทำบุญที่พึงประสงค์ .....	257
6.3.2.1.1 การเลือกใช้คำแสดงทัศนภาวะ .....	257
6.3.2.1.2 การเลือกใช้อุปลักษณ์ .....	259
6.3.2.1.3 การใช้กลวิธีการปูฉา-วิสัยนา.....	261
6.3.3 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มเด็กและ เยาวชน.....	262
6.3.3.1 บุญคืออำนาจ .....	262
6.3.3.1.1 การใช้คำแสดงทัศนภาวะ.....	263

6.3.3.1.2 การลำดับความแบบเหตุ-ผล .....	265
6.3.3.1.3 การใช้บุคลาธิษฐาน.....	268
6.3.3.2 บุญคือสมบัติหลังความตาย .....	270
6.3.3.2.1 การใช้คำแสดงทัศนภาวะ .....	270
6.3.3.2.2 การลำดับความแบบเหตุ-ผล .....	271
6.3.4 สรุปผลการวิเคราะห์ชุดความคิดที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาที่พบในกลุ่มเด็กและ เยาวชน .....	272
6.4 สรุป .....	274
บทที่ 7 การเปรียบเทียบแนวคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถากับ แนวคิดของวัดพระธรรมกายจากมุมมองเชิงวิพากษ์.....	281
7.1 การเปรียบเทียบแนวคิดการทำบุญในพุทธศาสนากับแนวคิดการทำบุญของวัด พระธรรมกาย .....	281
7.1.1 แนวคิดการทำบุญด้วยทาน .....	285
7.1.2 แนวคิดการสร้างต้นแบบการทำบุญจากวรรณกรรมอานิสงส์.....	287
7.1.3 แนวคิดการอธิบายของบุญอย่างเป็นรูปธรรมจากวิมานวัตถุ.....	289
7.1.4 แนวคิดการสร้างบารมีในพุทธศาสนากับแนวคิดการสร้างบุญและบารมีของวัด พระธรรมกาย.....	295
7.1.5 แนวคิด “สังโยชน์” กับวิธีการทำบุญของวัดพระธรรมกาย .....	296
7.1.6 แนวคิด “อริยสัจ 4” กับวิธีการทำบุญของวัดพระธรรมกาย .....	297
7.1.7 แนวคิดการทำบุญด้วยการบริจาคเงินกับการถือครองทรัพย์ของพระสงฆ์.....	299
7.2 กระบวนการเผยแผ่ความคิดของวัดพระธรรมกาย .....	301
7.2.1 การปลูกฝังชุดความคิดในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย .....	301
7.2.2 การสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย .....	303
บทที่ 8 วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย .....	306

8.1 สถานการณ์แวดล้อม (situational context) .....	306
8.2 สถาบันทางสังคม (context of institutional practices).....	311
8.3 แนวคิดทางสังคมและวัฒนธรรม (society and culture).....	313
8.3.1 อิทธิพลของสังคมที่มีต่อตัวบทสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย .....	314
8.3.1.1 แนวคิดเรื่อง “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถา.....	314
8.3.1.2 ลักษณะและปรากฏการณ์ของพุทธศาสนาในสังคมไทย .....	320
8.3.1.3 ความเชื่อเกี่ยวกับชีวิตหลังความตาย .....	322
8.3.1.4 ความเชื่อเรื่องความเสื่อมสลายของศาสนา.....	323
8.3.1.5 ความคิดเรื่องบารมี.....	324
8.3.1.6 ความคิดแบบทุนนิยม .....	327
8.3.1.7 ความคิดเกี่ยวกับสถาบันทางสังคม .....	328
8.3.1.7.1 ความคิดเกี่ยวกับบทบาทของพระสงฆ์ .....	329
8.3.1.7.2 ความคิดเกี่ยวกับชนชั้นทางสังคม.....	334
8.3.1.7.3 ความคิดเกี่ยวกับสันติภาพในสังคม .....	335
8.3.2 ผลของวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่อาจมีต่อสังคม.....	337
8.3.2.1 การสืบทอดความคิดความเชื่อเรื่อง “บุญ” ในสังคมไทย .....	337
8.3.2.2 การนำเสนอภาพสังคมในอุดมคติแบบพุทธรัฐ .....	339
8.3.2.3 การกำหนดแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์และรูปแบบพฤติกรรมที่พึง ประสงค์ในสังคม .....	341
8.3.2.4 การนิยามชีวิตที่มีความสุขด้วย “การแปรสินทรัพย์เป็นบุญ” .....	344
บทที่ 9 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	348
9.1 สรุปผลการวิจัย.....	348
9.1.1 กลวิธีทางภาษาที่สื่ออุดมการณ์.....	349

9.1.2	อุดมการณ์ที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษา .....	350
9.1.3	แนวคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถากับแนวคิดของวัด พระธรรมกายในมุมมองเชิงวิพากษ์ .....	354
9.2	อภิปรายผลการศึกษา .....	357
9.3	ข้อเสนอแนะ .....	364
	.....	366
	รายการอ้างอิง .....	366
	ภาคผนวก.....	376
	***** .....	377
	<u>พระวินัยปิฎก</u> .....	377
	<u>พระสุตตันตปิฎก</u> .....	377
	<u>พระอภิธรรมปิฎก</u> .....	381
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ .....	383

## สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 พระสูตรจากพระไตรปิฎกและอรรถกถาที่ปรากฏเนื้อหาเกี่ยวกับบุญ .....	63
ตารางที่ 2 เครื่องมือที่ใช้สื่อสารตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย .....	136
ตารางที่ 3 ตัวอย่างคำศัพท์ที่สื่อชุดความคิดบุญคือสิ่งพิเศษ.....	145
ตารางที่ 4 ตัวอย่างคำศัพท์ที่สื่อชุดความคิดอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์ .....	165
ตารางที่ 5 ตัวอย่างคำศัพท์ที่สื่อชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย .....	188
ตารางที่ 6 ตัวอย่างคำศัพท์ที่สื่อชุดความคิดบุญคือความสุข .....	201
ตารางที่ 7 ตัวอย่างคำศัพท์ที่สื่อชุดความคิดสมาชิกผู้นำบุญที่พึงประสงค์ .....	207
ตารางที่ 8 ตัวอย่างคำศัพท์ที่แสดงปริมาณบุญ .....	230
ตารางที่ 9 ตัวอย่างคำศัพท์ที่สื่อชุดความคิดการทำบุญทำให้ได้รับความสุข .....	243
ตารางที่ 10 การใช้คำแสดงทัศนภาวะเพื่อสื่อชุดความคิด “บุญ” คือสมบัติหลังความตาย .....	270
ตารางที่ 11 ชุดความคิดที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย .....	276
ตารางที่ 12 อุดมการณ์ที่สัมพันธ์กับชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” .....	279
ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบความคิดในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย .....	294

## สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 กรอบมิติของวาทกรรม (Fairclough 1995: 59) .....	19
ภาพที่ 2 แนวทางการวิเคราะห์วาทกรรมของแฟร์คลัฟ (Fairclough 1995: 59) .....	27
ภาพที่ 3 สามเหลี่ยมความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรม-ปริชาณ-สังคม (The discourse-cognition-society triangle).....	30
ภาพที่ 4 กรอบการวิเคราะห์วาทกรรมของวัดพระธรรมกายประยุกต์จากกรอบการวิเคราะห์วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995: 59).....	64
ภาพที่ 5 แผนผังวัดพระธรรมกาย.....	68
ภาพที่ 6 โครงสร้างการบริหารองค์กรวัดพระธรรมกาย .....	69
ภาพที่ 7 อานิสงส์ของการแต่งกายด้วยชุดสีขาว .....	73
ภาพที่ 8 อานิสงส์ของการแต่งกายด้วยชุดสีขาว .....	74
ภาพที่ 9 สัญลักษณ์ดวงแก้ว .....	75
ภาพที่ 10 ขบวนแห่กฐินธรรมชัย.....	76
ภาพที่ 11 ภาพรูปหล่อทองคำพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร).....	79
ภาพที่ 12 ภาพที่สื่อถึงอุบาสิกาจันท์ ขนนกยูง .....	80
ภาพที่ 13 ภาพพระเทพญาณมหามุนี.....	81
ภาพที่ 14 ภาพเกี่ยวกับการอุปสมบท.....	82
ภาพที่ 15 ภาพคณะสงฆ์และผู้ร่วมกิจกรรม .....	83
ภาพที่ 16 ภาพกิจกรรมจัดสร้างสถานที่ .....	84
ภาพที่ 17 ภาพกิจกรรมวันสำคัญทางศาสนา.....	84
ภาพที่ 18 ภาพกิจกรรมวันสำคัญของวัดพระธรรมกาย.....	85
ภาพที่ 19 ภาพกิจกรรมช่วยเหลือสังคม .....	86
ภาพที่ 20 ภาพกราฟิกชีวิตหลังความตาย.....	86
ภาพที่ 21 ภาพวารสาร V-PEACE .....	88



ภาพที่ 22 ภาพวารสาร V-PEACE แบบกราฟิกเกี่ยวกับวันสำคัญ.....	88
ภาพที่ 23 ภาพวารสาร V-PEACE แบบกราฟิกการ์ตูน.....	89
ภาพที่ 24 หน้าปกหนังสือชุดที่มีคำตอบฉบับมินิ.....	90
ภาพที่ 25 หนังสือชุดกฎแห่งกรรม.....	92
ภาพที่ 26 หนังสือที่มีข้อมูลจากพระไตรปิฎก.....	93
ภาพที่ 27 สิ่งพิมพ์ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย.....	94
ภาพที่ 28 หน้าปกหนังสือชุดมงคลชีวิต/ นิทานธรรม ชาดก.....	95
ภาพที่ 29 ตัวอย่างผังรายการโทรทัศน์ช่อง DMC.....	98
ภาพที่ 30 ภาพผู้ดำเนินรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา.....	99
ภาพที่ 31 ภาพกราฟิกรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา.....	100
ภาพที่ 32 รายการอานุภาพหลวงปู่.....	101
ภาพที่ 33 รายการอานิสงส์แห่งบุญ.....	102
ภาพที่ 34 ฉากการ์ตูนบุญโต.....	103
ภาพที่ 35 MV เพลง ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย.....	104
ภาพที่ 36 กรอบการวิเคราะห์วาทกรรมของวัดพระธรรมกาย ประยุกต์จากกรอบการวิเคราะห์ วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995: 59).....	104
ภาพที่ 37 ลำดับวัจนกรรมในสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป.....	118
ภาพที่ 38 ลำดับวัจนกรรมในสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มผู้นำบุญ.....	124
ภาพที่ 39 ลำดับวัจนกรรมในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน.....	130
ภาพที่ 40 แผนผังชุดความคิดเกี่ยวกับบุญในสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย.....	275

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มนุษย์ในทุกสังคมมี “ความเชื่อ” ซึ่งความเชื่อจะปรากฏในลักษณะความคิดเชิงนามธรรมที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมระบบความคิด ความเชื่อและพฤติกรรมของมนุษย์ มีลักษณะที่แตกต่างกันตามกลุ่มสังคมวัฒนธรรมและปัจจัยแวดล้อมทางสังคม เมื่อความเชื่อใดก็ตามได้ถูกประกอบสร้าง ผลิตซ้ำ และต่อยอดในสังคมผ่านการปลูกฝัง ถ่ายทอดหรือสั่งสอนผ่านสถาบันสำคัญในสังคมแล้ว ความเชื่อนั้นย่อมมีอิทธิพลต่อคนบางกลุ่มในสังคม และบางกรณีอาจถึงขั้นสามารถกำหนดวิถีชีวิตและพฤติกรรมของคนในสังคมได้

หากจะกล่าวถึงกลุ่มความเชื่อที่มีข้อถกเถียงและกระแสวิพากษ์วิจารณ์ในสังคมไทยปัจจุบัน ความเชื่อตามแนวทางของวัดพระธรรมกายนับได้ว่าเป็นกลุ่มความเชื่อที่ปรากฏข้อถกเถียงและกระแสวิพากษ์วิจารณ์ทางสังคมอย่างมากในสังคมไทย ทั้งการวิพากษ์วิจารณ์ในส่วนหลักคำสอน แนวทางการปฏิบัติตนของผู้ศรัทธา ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางวัดพระธรรมกายจัดขึ้น วัดพระธรรมกายเคยถูกวิจารณ์จากสื่อมวลชนว่า ดำเนินกิจการในทางมิชอบ สภารักษาความสงบเรียบร้อยแห่งชาติเคยขึ้นชื่อวัดไว้ในบัญชีดำ ฐานเข้าข่ายเป็นภัยต่อความมั่นคงแห่งชาติ โดยสื่อมวลชนได้ออกมาขอขมาในภายหลังว่า กล่าวบิดเบือนจนทำให้วัดพระธรรมกายและมูลนิธิธรรมกายได้รับความเสียหาย แท้จริงแล้ววัดพระธรรมกายเป็นวัดปฏิบัติ ซึ่งได้ประกาศเป็นวัดโดยกระทรวงศึกษาธิการตามกฎหมาย เมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2520 และได้รับอนุญาตให้ตั้งเป็นวัดโดยสมบูรณ์ ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา เมื่อวันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2522 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 96 ตอนที่ 15 เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2522

มุมมองด้านบวกและด้านลบที่มีต่อวัดพระธรรมกาย มีความแตกต่างทางความคิดกันอย่างชัดเจน เห็นได้จากงานวิจัย บทความ บทวิจารณ์ต่าง ๆ ที่นำเสนอประเด็นเกี่ยวกับวัดพระธรรมกายในมุมมองที่ต่างกันแบบสุดขั้ว

งานวิจัยเกี่ยวกับวัดพระธรรมกายในมุมมองด้านบวกนำเสนอว่า วัดพระธรรมกายเป็นวัดที่มีผู้ศรัทธาและสร้างขึ้นเพื่อรองรับชาวพุทธจำนวนมาก มีระบบการคัดเลือกพระภิกษุซึ่งสำเร็จ

การศึกษาจากมหาวิทยาลัย มีความศรัทธาในพระพุทธศาสนาอย่างสูงและตั้งใจบวชตลอดชีวิต เป็นพระที่มีจริยาวัตรที่น่าเคารพเลื่อมใส ทั้งยังมีคุณภาพในด้านการเรียนรู้และการเผยแผ่พุทธศาสนาด้วย นอกจากนี้ยังมีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานเต็มเวลาซึ่งมาจากนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาแล้ว ทุกคนอยู่ภายใต้กฎระเบียบที่รัดกุมขององค์กร และทำหน้าที่ต้อนรับสาธุชนจนเกิดความอบอุ่นประทับใจ วัดจัดสถานที่ให้สะอาด เป็นระเบียบ สงบ ร่มรื่น สวยงามและทันสมัย

อีกประการหนึ่ง วัดพระธรรมกายสอนวิธีการปฏิบัติธรรมและมีการเทศน์ที่เข้าใจง่าย สามารถประยุกต์หลักธรรมให้นำมาใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน ตลอดจนเปิดกว้างให้สาธุชนทุกเพศทุกวัย มีโอกาสเข้ามาปฏิบัติธรรมทุกวันอาทิตย์และวันสำคัญทางศาสนา และในภาคฤดูร้อนจะมีการจัดโครงการอบรมธรรมทายาทและอุปสมบทหมู่ ทำให้นิสิต นักศึกษาในมหาวิทยาลัยได้ฝึกกายและจิต โดยวัดพระธรรมกายริเริ่มกำหนดให้สาธุชนแต่งกายชุดขาวมาวัด

ส่วนการบริหารวัดนั้น เจ้าอาวาสจัดการบริหารแบบกระจายอำนาจ มีการกำหนดนโยบาย และการปฏิบัติงานโดยลำดับ เพราะเจ้าอาวาสมีลักษณะของผู้นำสูง มีความรู้ มีการศึกษามีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน คือ ยอมรับและเข้าใจการนำเทคโนโลยีร่วมสมัยเข้ามาปรับในงานเผยแผ่พุทธศาสนา (อัชวัน หงิมรักษา, 2546: 28-29)

อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2541: 131) อธิบายเกี่ยวกับการปรับตัวและยุทธศาสตร์ของวัดพระธรรมกายว่า เป็นยุทธศาสตร์ของการตั้งธรรมให้เข้ามาใกล้ในโลกประจำวันของสมาชิกมากขึ้น เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้คนที่เคยชินกับความเป็นระบบ สะดวกสบาย การบริการในระบบการบริการสมัยใหม่ นอกจากนั้นการจัดตั้งองค์กรในลักษณะแยกเป็นกลุ่มย่อย โดยมีสายการควบคุมแบบค่อนข้างแน่นหนา (tightly knitted group) ยังช่วยกระตุ้นความสามัคคีและความรู้สึกผูกพันต่อชุมชนของสมาชิกกลุ่มย่อย นับว่าวัดสามารถสนองตอบทั้งรสนิยมของวัฒนธรรมบริโภคนิยมรวมทั้งสร้างความผูกพันระหว่างวัดกับชุมชนซึ่งขาดหายไปในสังคมเมืองใหญ่ด้วยความสำเร็จดังกล่าวจึงทำให้สามารถเพิ่มจำนวนสมาชิกได้มากและรวดเร็ว

อีกด้านหนึ่ง วัดพระธรรมกายก็ก่อให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ทางสังคมอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่นการจัดกิจกรรมพระจุดธูปธรรมชัย โดยวัดพระธรรมกายประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปสามารถร่วมไปรยกลีบดอกดาวเรืองบนเส้นทางที่พระจุดธูปเดิน จนกระทั่งหนังสือพิมพ์บางฉบับตั้งข้อสังเกตและวิพากษ์วิจารณ์กิจกรรมดังกล่าว

ผ่านไปอีกครั้ง สำหรับกิจกรรมส่งเสริมการขาย โฆษณา ประชาสัมพันธ์สร้างภาพของวัดธรรมกายอย่างમેื่องมะลิ่ง คล้ายขบวนพาเหรดห่มผ้าเหลือง ผ่านเส้นทางจราจรหนาแน่นในกรุงเทพฯ เหยียบย่ำบนดอกไม้เหลืองที่ถูกเรียกชื่อใหม่ว่า “ดาวรวย” ล่อให้ผู้คนร่วมโปรยดอกไม้ตามรายทางเพื่อจะได้ “รวย รวย รวย” ฯลฯ นี่คือกิจของสงฆ์ตามแก่นแท้ของพระพุทธศาสนา จริงหรือ?

(แนวหน้า 28 มกราคม 2556)

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 จนมาถึงปัจจุบัน วัดพระธรรมกายยังคงมีกระแสวิพากษ์วิจารณ์ในสังคมอยู่ตลอดเวลา ดังที่ปรากฏในข่าวที่วิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับการโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการ แชร่ธรรมะชิงโชค ลุ้นพระทองคำ 10 บาท ซึ่งปรากฏกระแสวิพากษ์วิจารณ์ผ่านสื่อสาธารณะ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ยังคงเป็นประเด็นถกเถียงกันในวงกว้างสำหรับกิจกรรม "แชร่ธรรมะชิงโชค ลุ้นพระทองคำ 10 บาท" ของวัดพระธรรมกาย ซึ่งมีฝ่ายไม่เห็นด้วย อ้อ แคมวิจารณ์ยับพร้อมกับข้อสังเกตว่า หากนี่คือกลยุทธ์ดึงคนเข้าวัดด้วยการนำพระพุทธรูปมูลค่าแต่ละล้านมาโกงคนเข้าวัด ไม่ใช่วิธีที่ดีนัก แต่จะยังสร้างพฤติกรรมให้คนเกิดมิจฉาธิภูมิจึง มองที่ตัววัดดูมากกว่าจะมองที่แก่นแท้ของพระพุทธศาสนา

(ASTV 24 กรกฎาคม 2556)

นอกจากกระแสวิพากษ์วิจารณ์ในสื่อสาธารณะแล้ว กระแสวิพากษ์วิจารณ์วัดพระธรรมกายยังปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ข้อความใน Internet Facebook หรือ Twitter ทั้งในลักษณะข้อความวิจารณ์โดยตรง หรือการวิจารณ์ในลักษณะล้อเลียนต่าง ๆ เช่น กรณี Facebook ที่ใช้ชื่อว่า “แฉธรรมกาย” ซึ่งในวันที่ 7 กรกฎาคม 2557 มีกรณีกระแสวิจารณ์เกี่ยวกับการสะสม “ดวงบุญ” โดยมีการแชร์ข้อความว่า “ดวงบุญ? ภูนี้กว่าแสดมเซเว่น สะสมได้ แสนดวง จะไปแลกอะไรได้วะ” ซึ่งสาเหตุของกระแสวิจารณ์ในครั้งนี้ เนื่องจากวัดพระธรรมกายพิมพ์เอกสารแผ่นพับเผยแพร่เกี่ยวกับ “ดวงบุญ” ดังนี้

ถวายภัตตาหารเป็นสังฆทาน

1 บาท = 1 ดวงบุญ

ทำความสะอาดเสนาสนะ

1 ชั่วโมง = 5,000 ดวงบุญ

ทำความสะอาดห้องน้ำ

1 ชั่วโมง = 10,000 ดวงบุญ

แยกเพชรพลอย (แยกขยะ)

1 ชั่วโมง = 20,000 ดวงบุญ

ต้อนรับบริการ

1 ชั่วโมง = 30,000 ดวงบุญ

จากโครงการสะสมดวงบุญดังกล่าว ทำให้มีการตั้งข้อสังเกตว่า ดวงบุญนั้นสะสมเพื่ออะไร แล้วเหตุใดการสะสมดวงบุญถวายภัตตาหารเป็นสังฆทานจึงต้องถวายเป็นเงิน แล้วหากต้องการดวงบุญมากจะต้องบริจาคมากใช้หรือไม่ เนื่องจากกิจกรรมอื่น ๆ ได้แก่ การทำความสะอาดเสนาสนะ การทำความสะอาดห้องน้ำ การแยกขยะ และการต้อนรับบริการ ล้วนเป็นกิจกรรมของอาสาสมัครที่เข้ามาช่วยงานวัด ซึ่งก็มีการตั้งข้อสังเกตในสังคมออนไลน์ว่า กิจกรรมการสะสมดวงบุญอาจเป็นการจูงใจให้ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นอาสาสมัครของวัดพระธรรมกายตั้งใจช่วยกันปฏิบัติหน้าที่ แต่ในขณะเดียวกันก็มีการตั้งข้อสงสัยอีกด้านหนึ่งว่า การถวายภัตตาหารเป็นสังฆทานนั้นเป็นกิจกรรมที่ใครก็สามารถทำได้ การตั้งดวงบุญเท่ากับบริจาคเงินนั้น เป็นกลยุทธ์ในการจูงใจให้บริจาคเงินมาก ๆ เพื่อสะสมดวงบุญหรือไม่

จากตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าในสังคมไทยปรากฏกระแสวิพากษ์วิจารณ์กิจกรรมของวัดพระธรรมกายอยู่เสมอ ซึ่งส่งผลให้เกิดข้อถกเถียงเกี่ยวกับแนวคิดและวิถีปฏิบัติของวัดพระธรรมกายอย่างต่อเนื่อง นับได้ว่าเป็นข้อถกเถียงทางสังคมที่ปรากฏในสังคมไทยมาอย่างยาวนาน และยังมีที่ท่าว่าจะยุติลงแต่อย่างใด นอกจากนี้ข้อถกเถียงเกี่ยวกับกิจกรรมของวัดพระธรรมกายยังสะท้อนให้เห็นปัญหาทางสังคมที่เกิดจากความศรัทธาของบุคคลในครอบครัว ดังตัวอย่างข้อความในกระทู้เว็บไซต์พันทิป ที่กล่าวว่า

หลายครอบครัวต้องทะเลาะกัน เลิกกัน เพราะคน

ในครอบครัวต้องการเทเงินทั้งหมดในบ้าน แต่ที่เหลือ

ไม่เห็นด้วย บางคนถึงกับต้องเลิกไป ถ้าคุณมีใจเป็นธรรม  
พอ ลองฟังเสียงจากคนอื่น ๆ ดูบ้างว่า การที่ธรรมกาย  
ต้องการแต่เงิน เงิน แข่งขันกันที่ว่า ใครทำยอดได้  
มากกว่า มันสร้างสุขหรือทุกข์ให้กับคนทำ

(nuch\_tre, 6 กุมภาพันธ์ 2556 เวลา 20.53 น.)

ข้อความข้างต้นเป็นทัศนะของผู้เขียนกระทู้ท่านหนึ่งที่มีต่อกิจกรรมของวัดพระธรรมกาย  
ที่ก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมทำให้ครอบครัวแตกแยก สะท้อนให้เห็นว่ากิจกรรมของวัดพระธรรมกายที่  
มุ่งให้ผู้ศรัทธาบริจาคทรัพย์เพื่อทำบุญนั้น สามารถส่งผลให้เกิดเป็นปัญหาในสังคมได้ ดังนั้นประเด็น  
เกี่ยวกับแนวทางการทำบุญของวัดพระธรรมกายจึงยังเป็นข้อวิพากษ์วิจารณ์และข้อถกเถียงที่ยัง  
ไม่สามารถหาข้อยุติได้ในสังคมไทย ซึ่งเห็นได้จากอีกตัวอย่างหนึ่งในเว็บไซต์พันทิปเช่นเดียวกัน กระทู้  
ดังกล่าวเป็นทัศนะของผู้เขียนจากประสบการณ์ของตนเองเกี่ยวกับการบริจาคเงินให้กับ  
วัดพระธรรมกาย ดังนี้

ตัวผมเอง เป็นคนหนึ่งที่ไปทำบุญที่วัดพระธรรมกาย ตั้งแต่  
ชั้น ม.2 (ครั้บอายุสิบสามสิบสี่ผ่านมาก็เกือบยี่สิบปี) ตอนนั้น  
น้ำผมเป็นคนมาชักชวนให้สร้างพระธรรมกายประจำตัว  
หนึ่งองค์ หนึ่งหมื่นบาท ผมด้วยความใจปล้ำ และเชื่อ  
ตามที่วัดธรรมกายได้มีแผ่นพับโฆษณาว่าพระธรรมกาย  
และธรรมกายเจดีย์จะยั่งยืนหนึ่งหมื่นปีเหมือนกับ  
โบราณสถาน โบโรพุทโธ รวมถึงอานิสงส์ผลบุญที่จะได้รับ  
ประมาณสิบข้อผมก็เลยตัดสินใจจ่ายทันที (แม้จ่ายและผม  
ผ่อนแม่ โดยเก็บค่าขนมผ่อนคืนเดือนละห้าร้อย) และผมก็  
บริจาคประปรายแต่ก็มาหยุดตรงแผ่นหินเหยียบไม้ร้อน  
ตรม.ละสามหมื่น และพระธรรมกายภายในเจดีย์องค์ละ  
สามหมื่นผมก็เริ่มไม่ไหวแล้ววววววววววววววววว

(สมาชิกหมายเลข 920681, 9 สิงหาคม 2556 เวลา 17.02 น.)

ข้อความข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า กิจกรรมของวัดพระธรรมกายมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ เช่น แผ่นพับ ซึ่งมีการระบุอานิสงส์ที่จะได้รับจากการบริจาคอย่างชัดเจน อีกทั้งการบริจาคมก็มีการระบุราคาของวัตถุนั้นอย่างชัดเจน มิได้เป็นการเปิดรับบริจาคตามกำลังศรัทธา นอกจากกิจกรรมของวัดพระธรรมกายจะเผยแพร่ผ่านสื่อแล้ว ยังมีการชักชวนและบอกบุญกับบุคคลใกล้ชิดอีกด้วย จากกระทู้ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ากิจกรรมของวัดพระธรรมกายเป็นการสร้างภาระหนี้ให้กับเยาวชน แม้ว่าการเป็นหนี้และผ่อนจ่ายให้กับบุคคลในครอบครัวอาจดูเหมือนว่าเป็นความเต็มใจและเป็นการสอนให้รู้จักออมเพื่อทำบุญ แต่ถ้าหากพิจารณาให้รอบด้านจะเห็นได้ว่า แท้จริงแล้วพฤติกรรมดังกล่าวเป็นจุดเริ่มต้นของการขาดวินัยทางการเงินและอาจก่อให้เกิดปัญหาหนี้สินในอนาคตได้

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่ากิจกรรมของวัดพระธรรมกายที่มุ่งเน้นการใช้จ่ายเงินบริจาคเพื่อสนับสนุนการสร้างวัดมณฑลหรือเพื่อสิ่งสมบุญนั้น ได้สร้างปัญหาทางสังคมในระดับครอบครัวซึ่งเป็นหน่วยพื้นฐานทางสังคมที่ควรจะต้องสมัครสมานสามัคคีและช่วยกันหาเลี้ยงชีพเพื่อขับเคลื่อนหน่วยทางสังคมให้ก้าวหน้า แต่ทว่าการที่บุคคลในครอบครัวนำรายได้ไปบริจาคให้วัดพระธรรมกายมากเกินไปก่อให้เกิดปัญหาครอบครัวแตกแยกเพราะไม่สามารถบริหารสภาพคล่องทางการเงินในครอบครัวได้ หรืออีกปัญหาหนึ่งคือปัญหาที่บุคคลในครอบครัวต้องแบกภาระหนี้สินจากการบริจาคให้กับวัดพระธรรมกาย ย่อมเป็นการสร้างคุณลักษณะการใช้จ่ายที่ไม่พึงประสงค์ ยิ่งผู้บริจาคเป็นเยาวชนแล้วบุคคลในครอบครัวยังให้การสนับสนุนการแบกรับภาระหนี้สินแทนผู้บริจาค ย่อมส่งผลต่อวิธีการใช้เงินของเยาวชนที่จะเป็นผู้ใหญ่ในวันข้างหน้า ให้ยอมรับการตกอยู่ในสถานะหนี้ได้ง่ายยิ่งขึ้นซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อวินัยทางการเงินของบุคคลในระยะยาว จนกระทั่งกลายเป็นปัญหาเศรษฐกิจในอนาคตได้

จากการจัดกิจกรรมที่มุ่งเน้นการบริจาคของวัดพระธรรมกาย การเผยแพร่อานิสงส์ของบุญอย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนการสอนธรรมในแนวทางวิชาธรรมกาย ก่อให้เกิดประเด็นถกเถียงในด้านคุณธรรมและจริยธรรมทางสังคมอย่างกว้าง ตลอดจนมีสื่อจากทั้งในและต่างประเทศให้ความสนใจเกี่ยวกับกิจกรรมและการเผยแพร่ของวัดพระธรรมกายเป็นอย่างมาก จึงเป็นเหตุให้มีผู้สนใจศึกษาประเด็นข้อถกเถียงของวัดพระธรรมกายอย่างหลากหลาย

การที่วัดพระธรรมกายเป็นที่สนใจของประชาชน จนอาจกล่าวได้ว่า วัดไทยที่ชาวบ้านรู้จักผ่านทางสื่อมวลชนมากที่สุดวัดหนึ่งในสังคมไทยก็คือวัดพระธรรมกาย ในแง่วิชาการนักวิชาการ

จำนวนมากเห็นว่าวัดพระธรรมกายเป็นขบวนการทางพุทธศาสนาแนวใหม่ ที่ขยายตัวออกมาจาก คณะสงฆ์แนวจารีต (อัชวัน หงิมรักษา, 2547: 1)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าคนในสังคมไทยมีมุมมองต่อวัดพระธรรมกายที่ แตกต่างกันอย่างชัดเจน และยังไม่มิตีท่าว่าความคิดที่ขัดแย้งกันจะมีข้อสรุป ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ประเด็นเกี่ยวกับวัดพระธรรมกาย เมื่อพิจารณาข้อมูลเบื้องต้นพบว่า การเผยแพร่พระธรรมคำสอนของ วัดพระธรรมกายนั้น มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ช่อง DMC เว็บไซต์ ตลอดจน วารสาร นิตยสาร แผ่นพับและสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ซึ่งสื่อต่าง ๆ เหล่านี้ทำหน้าที่สะท้อน อุดมการณ์ของวัดพระธรรมกายได้เป็นอย่างดี เนื่องจากตัวบทเหล่านี้สามารถแพร่กระจายในสังคมได้ อย่างกว้างขวาง ทั้งนี้เพราะวัดพระธรรมกายใช้การประชาสัมพันธ์ในลักษณะเดียวกับสื่อมวลชน สาธารณะ ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของวัดพระธรรมกายได้ง่าย โดยเฉพาะช่อง รายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ก็สามารถแพร่กระจายได้ง่ายผ่านเว็บไซต์ และการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายของผู้นำบุญที่มีตัวแทนกระจายอยู่ทั่วประเทศ

แนวคิดสำคัญที่นำเสนอผ่านสื่อเหล่านี้ คือ แนวคิดเรื่อง “บุญ” จากการรวบรวมข้อมูล พบว่าสื่อของวัดพระธรรมกายมีการสื่อความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” หลายประการไปยังผู้อ่าน ดังตัวอย่าง ต่อไปนี้

(1) **อานิสงส์จากการสร้างพระธรรมกายไม่ธรรมดา**

ถ้าดิฉันไม่ตัดสินใจสร้างพระธรรมกายให้พี่ชาย  
ก่อนตาย เขาต้องไปยมโลกแน่เพราะเขาผิดศีล  
ทุกข้อ

(อยู่ในบุญ ปีที่ 6, มิถุนายน, 2551: 81)

จากตัวอย่างที่ 1 ตัวอย่างนี้ใช้คำว่า ไม่ธรรมดา แสดงให้เห็นความพิเศษและแตกต่างไป จากปกติของบุญ ตัวบทกล่าวถึงบุญที่เกิดจากการสร้างพระธรรมกายประจำตัวของวัดพระธรรมกายว่า มีอานิสงส์พิเศษกว่าปกติ คือกล่าวอ้างว่าสามารถทำให้คนที่ผิดศีลเมื่อตายแล้วไม่ต้องไปยมโลกได้ ซึ่ง หากพิจารณาจากกรรมทางพุทธศาสนา มีพุทธศาสนสุภาษิตกล่าวว่า “กัมมุนา วัตตติ โลโก” สัตว์โลก ทั้งหลายต้องเป็นไปตามกรรม หรือที่ว่า “มนุษย์มีกรรมเป็นของตน” ไม่สามารถชดใช้แทนกันได้ การนำเสนอมุมมองในวาทกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ดังกล่าวจึงอาจส่งผลต่อความคิด ความเชื่อในพุทธศาสนา กระแสหลักได้



- (2) การที่เราจะออกแบบชีวิตให้ภพชาติต่อไปเป็น  
**เศรษฐกิจ**ในระดับไหนนั้นก็ขึ้นอยู่กับประกอบ  
 เหตุในปัจจุบันนี้เป็นหลักเพราะฉะนั้นให้ทุ่มทำไป  
 เกิด บุญใหญ่จะได้บังเกิดขึ้นกับเราและถ้าจะให้ดี  
 ที่สุด ก็ต้องทุ่มเทชีวิตจิตใจสั่งสมบุญกันให้เต็มที่  
**ทั้งร่างกาย แรงใจ กำลังทรัพย์ กำลังสติปัญญา**

(v-peace magazine, ฉบับที่ 16 พฤษภาคม, 2556: 1)

จากตัวอย่างที่ 2 กล่าวว่า การทุ่มเทในการทำบุญจะสามารถออกแบบชีวิตในชาติต่อไปได้  
 ซึ่งตามหลักทางพุทธศาสนาสอนให้ไม่ยึดติดในทรัพย์สมบัติ ทำความดีละเว้นความชั่ว ทำจิตใจให้  
 ผ่องใส ศึกษาพระธรรมคำสอนเพื่อขจัดกิเลสให้หลุดพ้นจากสังสารวัฏ แต่ทว่าข้อความที่ปรากฏใน  
 นิตยสารดังกล่าวกลับพยายามประกอบสร้างชุดความคิดว่าการทำบุญเสมือนการสะสมความร่ำรวยใน  
 ชาติภพต่อไป

จากแนวคิดดังกล่าว ส่งผลให้มีนักวิชาการหลายท่านตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับแนวความคิด  
 เรื่อง “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย พระมหาภูติชัย วชิรเมธี (2546: 114) กล่าวว่า วัดพระธรรมกาย  
 ได้นำเอาคำว่า “บุญ” นี้มาปรับใช้เพื่อสนองวัตถุประสงค์บางประการของสำนักงานเป็นเหตุให้  
 ความหมายของคำว่า “บุญ” และฐานะของบุญในระบบพุทธธรรมเปลี่ยนแปลงไปพร้อมทั้งยังส่ง  
 ผลกระทบต่อสังคมไทย ซึ่งคำว่า “บุญ” ในพจนานุกรมพุทธศาสน์ ฉบับประมวลศัพท์ ให้ความหมาย  
 ไว้ว่า บุญ หมายถึง เครื่องชำระส้นดาน ความดี กุศล ความสุข ความประพฤติชอบทางกาย วาจาและ  
 ใจ กุศลธรรม (พระเทพเวที, 2533: 138) ดังพุทธพจน์ว่า

บุญญเมว โส สกฺเขยฺย อายตคฺคํ สุขุทฺรยํ  
 ทานญจ สมจฺริยญจ เมตตจฺจิตตญจ ภาวเย  
 เอเต ธมฺเม ภาวยิตฺวา ตโย สุขสมฺมุตฺตเย  
 อพฺยาปชฺฉมฺ สฺขํ โลกํ ปณฺชิโต อูปปชฺชติ ฯ

(สุต.ขุ.อิติ.(บาลี) 25/238/270)

มีความหมายว่า “คนผู้ใฝ่ประโยชน์ ควรศึกษาบุญนี้แหละ ซึ่งมีผลกว้างขวางยิ่งใหญ่อ  
 อำนวยสุขให้ คือควรเจริญทาน ควรพัฒนาความประพฤติที่ชอบธรรมและควรเจริญเมตตาจิต

ครั้งเจริญธรรม 3 ประการนี้อันเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดความสุขแล้ว บัณฑิตย่อมเข้าถึงโลกที่เป็นสุข  
ไร้การเบียดเบียน” (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต), 2550: 289)

นอกจากนี้แล้ว พระมหาภูติชัย วชิรเมธี (2546: [4]) ยังได้อธิบายถึงแนวคิดของ  
วัดพระธรรมกายว่าเป็นการพยายามให้บรรดาธิบายชักจูงให้คนทั่วไปเข้าใจว่าบุญมีฐานะเป็นดุจสินค้า  
ชนิดหนึ่งและเมื่อทำบุญแล้วอานิสงส์ของบุญจะก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่าง ๆ ได้อย่างปาฏิหาริย์

การนำเอาพระพุทธศาสนาและพุทธธรรมไปเป็นพุทธพาณิชย์ โดยสร้างปรัชญาว่า “บุญ  
เป็นสินค้าที่ขายได้” จึงสร้างโครงการขายบุญในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดูดทรัพย์บริจาคจากประชาชน ผ่าน  
บุคคลอันเรียกว่า “ผู้นำบุญ” คล้ายเซลล์แมนไปหาลูกค้า ชักชวน ชักจูง ชี้นำ ทุกวิถีทาง เพื่อให้เขา  
บริจาค เท่ากับทำให้ธรรมเนียมการบอกบุญโดยธรรมชาติของชาวพุทธให้กลายเป็นระบบขายตรง  
การชักชวนทำบุญ เป็นไปในลักษณะมอมเมาให้ประชาชน “เมาบุญ” หวังผลตอบแทนเป็นวัตถุหรือ  
ทำบุญเป็นการลงทุนเพื่อกำไรทางวัตถุ แทนที่จะสอนให้บริจาคตามกำลังศรัทธาเพื่อขัดเกลาจิตใจให้  
บริสุทธิ์สะอาดขึ้นตามลำดับ คำสอนเช่นนี้เป็นการยั่วยุให้คนให้ด้วยความโลภ ให้เพื่อเอา มิใช่ให้เพื่อ  
ลดละกิเลส (เสฐียรพงษ์ วรรณปก, 2542: 99-100)

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต) (2550: 318-319) กล่าวถึงการใช้คำว่า “บุญ” ของ  
วัดพระธรรมกายว่า แม้แต่ “บุญ” ก็มีความหมายผิดเพี้ยนคลาดเคลื่อนไป กลายเป็นอำนาจวิเศษ  
อย่างหนึ่งที่จะบันดาลผลวิเศษที่ปรารถนา ผู้จะทำบุญแทนที่จะมองถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะทำให้ชีวิต  
ดีงามและช่วยกันทำให้ชุมชนร่มเย็นเป็นสุขก็มองข้ามไปเสีย มุ่งแสวงหาอำนาจวิเศษที่จะบันดาล  
โชคลาภแก่ตน เป็นดุจของแลกเปลี่ยน คลาดออกจากวิถีแห่งปัญญา เข้าสู่วิถีแห่งความลุ่มหลงและ  
เปิดโอกาสแก่การที่จะหลอกลวง ความหมายที่แท้แต่เดิมของนาบุญหายไปไม่มีเหลือ

จากการตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับคำว่า “บุญ” ของวัดพระธรรมกายจากพระสงฆ์  
และนักวิชาการหลายท่าน แสดงให้เห็นว่าการใช้คำว่า “บุญ” ในบริบทของวัดพระธรรมกายนั้นมีความ  
แตกต่างบางประการไปจากบริบทในทางพุทธศาสนา ซึ่งงานวิจัยของ พระมหาภูติชัย วชิรเมธี  
(2546) ชี้ให้เห็นลักษณะการปลุกฝังคำว่า “บุญ” แก่สมาชิกกลุ่มธรรมกาย ดังนี้

“เราเกิดมาเพื่อสร้างบารมี” ความเชื่อนี้ได้รับการปลุกฝัง  
ในหมู่เจ้าหน้าที่และเหล่าสมาชิกกลุ่มกัลยาณมิตรอย่าง  
เข้มข้น การไปบอกบุญ คือ รูปแบบหนึ่งของการเสียดสละ  
เพื่อสังคม เพราะผู้ที่ไปบอกบุญคือผู้ที่นำโอกาสที่ดีกว่าไป

เสนอให้ เป็นผู้ไปให้ความรู้ทางด้านธรรมะ ไปชี้ให้สังคม  
 เข้าใจความหมายของการสั่งสมบุญเพื่อภพชาติที่ดียิ่ง ๆ  
 ขึ้นไป ดังนั้นผู้บอกบุญจึงมิได้เกิดความรู้สึกกระดากว่าเขา  
 กำลัง “เรียกราย” หรือขอเงินจากผู้อื่น ตรงข้าม เขจะมี  
 ความรู้สึกเมตตาในฐานะ “ผู้ให้” คือ ให้โอกาสแก่ผู้อื่นที่จะ  
 สั่งสมบุญ โดยนัยนี้ผู้ไปบอกบุญจึงมีฐานะทางศีลธรรมสูง  
 กว่าอีกฝ่ายหนึ่ง ภารกิจบอกบุญเป็นภารกิจเพื่อเป้าหมาย  
 โลกุตตระ วิธีอธิบายเช่นนี้ทำให้การบอกบุญมีลักษณะ  
 คล้ายเป็นพันธะหน้าที่อันศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งยกระดับจิตวิญญาณ  
 ทั้งของผู้ไปบอกบุญและผู้ทำบุญ (พระมหาภูมิจัย วชิรเมธี  
 2546: 122)

“บุญ” ย่อมเป็นสิ่งที่คนในสังคมไทยแสวงหา สะสมเพื่อเป็นช่องทางในการขยับ  
 สถานภาพของตนให้ดีขึ้นในโลกหน้าหรือชาติถัดไป ซึ่งความคิดเรื่อง “บุญ” ของวัดพระธรรมกายที่  
 ปรากฏสะท้อนผ่านการเน้นการจัดกิจกรรมหรือโครงการเพื่อสนองตอบการสั่งสมบุญ ทว่าการสั่งสม  
 บุญในรูปแบบของวัดพระธรรมกายนั้นมีแนวทางที่เน้นการบริจาคทรัพย์มากกว่าการสั่งสมบุญใน  
 รูปแบบอื่น ๆ จึงทำให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับวิธีการทำบุญและการจูงใจให้ทำบุญตาม  
 แนวทางของวัดพระธรรมกายอย่างกว้างขวาง

จากการสำรวจข้อมูลในเบื้องต้น สื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีทั้งรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์  
 ได้แก่ วารสาร นิตยสาร หนังสือ แผ่นพับ ใบปลิว แผ่นภาพประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของวัด  
 เป็นต้น ส่วนสื่ออีกประเภทหนึ่ง ได้แก่ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียมช่อง DMC  
 MP3 DVD มัลติมีเดีย เป็นต้น สื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนี้ จะมีการผลิตสื่อที่แตกต่างกันตาม  
 กลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ โดยสามารถจำแนกได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ สื่อที่ผลิตเพื่อประชาชนทั่วไป สื่อที่ผลิต  
 เพื่อกลุ่มผู้นำบุญ และสื่อที่ผลิตเพื่อเด็กและเยาวชน ดังนี้

กลุ่มแรก สื่อที่วัดพระธรรมกายผลิตเพื่อประชาชนทั่วไป พบว่ามีทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อ  
 อิเล็กทรอนิกส์ เช่น วารสาร “อยู่ในบุญ” ได้อธิบายวัตถุประสงค์ในการจัดทำวารสารว่า “วารสาร  
 ‘อยู่ในบุญ’ เป็นวารสารเพื่อเผยแพร่วรรณธรรมในพระพุทธศาสนาเป็นรายเดือน มีวัตถุประสงค์  
 ดังต่อไปนี้”

- 1) เพื่อเกิดความรู้ความเข้าใจในธรรมะขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า และเกิดกำลังใจในการปฏิบัติธรรม เพื่อเข้าถึงธรรมภายใน
- 2) เพื่อปลูกฝังคุณธรรมแก่ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพและทุกระดับการศึกษา
- 3) เพื่อถ่ายทอดความรู้ในพระพุทธศาสนาให้ง่ายแก่ การนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวัน
- 4) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้คนในสังคมเป็นคนดีที่โลก ต้องการ
- 5) เพื่อเป็นสื่อกลางในการสืบทอดอายุพระพุทธศาสนาให้ เป็นที่พึ่งแก่ชาวโลกสืบไป

(อยู่ในบุญ ปีที่ 12 มีนาคม, 2557: 178)

กลุ่มที่สอง สื่อที่วัดพระธรรมกายผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญ ได้แก่ วารสาร “v-peace magazine” มีข้อความปรากฏบนปกนิตยสารว่า “วารสารอาสาสมัครผู้อยู่เบื้องหลังภาพแห่งความสำเร็จ Behind the scene of Volunteers for World Peace” (v-peace magazine ฉบับที่ 16 พฤษภาคม, 2556: ปก)

จากข้อความดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการผลิตสื่อของวัดพระธรรมกายมีวัตถุประสงค์ในการผลิตสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของผู้รับสารได้แก่ กลุ่มผู้นำบุญ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่แนวคิดของวัดพระธรรมกายไปสู่สังคม

กลุ่มที่สาม สื่อที่วัดพระธรรมกายผลิตเพื่อเด็กและเยาวชน พบว่ามีทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ รายการเยาวชน การ์ตูน เพลงที่ออกอากาศช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม DMC ตลอดจนหนังสือสำหรับเด็กที่มีภาพสีสันสวยงามที่วัดจัดทำขึ้น ตัวอย่างเช่น หนังสือชุด “ที่นี่มีคำตอบ โรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา โดยคุณครูไม่ใหญ่” เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ขนาดเล็กมีภาพการ์ตูนสีสันสวยงาม ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายมีการเรียบเรียงเนื้อหาแบบปจฺฉา-วิชันนาแบบสั้น ๆ ดังนี้

#### เรื่อง เก็บเสบียงให้พ่อแม่

ถาม: ผมควรตอบแทนพระคุณของคุณพ่อคุณแม่อย่างไร จึงทำให้ท่านมีบุญติดตัวไปให้มาก ๆ ครับ

### คุณครูไม่ใหญ่

ตอบ: จะตอบแทนพระคุณพ่อแม่ให้ท่านได้บุญ  
มาก ๆ ต้องทำอย่างนี้ คือ ถ้าท่านมีชีวิตอยู่ ให้ชวนท่าน  
สร้างบุญทุกบุญทั้งทาน ศีล ภาวนา ยิ่งท่านเข้าถึง  
พระธรรมกายได้ ท่านยิ่งได้บุญมากที่สุด หากท่านละโลก  
ไปแล้วให้ทำบุญทุกบุญแล้วอุทิศไปให้ท่าน

11 ธันวาคม พ.ศ. 2547

ที่มีคำตอบ ฉบับ mini เล่ม 12 ธันวาคม, 2554: 113)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า วัดพระธรรมกายผลิตสื่อตามกลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม  
อย่างชัดเจน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากลวิธีทางภาษาที่นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ”  
ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายซึ่งแบ่งตามกลุ่มผู้รับสื่อ ตลอดจนวิเคราะห์อุดมการณ์  
เกี่ยวกับ “บุญ” ในวาทกรรม และเพื่อเปรียบเทียบอุดมการณ์เรื่อง “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดย  
วัดพระธรรมกายกับแนวคิดเรื่อง “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถา

งานวิจัยเกี่ยวกับวัดพระธรรมกายแม้ว่ามีผู้สนใจศึกษาเป็นจำนวนมากและหลากหลาย  
แต่จากการรวบรวมงานวิจัยเกี่ยวกับวัดพระธรรมกายทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ พบว่า  
ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยในทางสังคมศาสตร์ พุทธศาสนา และมานุษยวิทยา โดยงานวิจัยทาง  
ภาษาศาสตร์มีเพียงเรื่องเดียว ได้แก่ งานวิจัยของกาญจนา เจริญเกียรติบวร (2543) เรื่อง  
“ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับมุมมองในข่าววัดพระธรรมกายที่เสนอในหนังสือพิมพ์ไทย” งานวิจัย  
ดังกล่าวเป็นการศึกษาจากมุมมองของสื่อมวลชนที่มีต่อวัดพระธรรมกายผ่านการนำเสนอข่าวจาก  
หนังสือพิมพ์รายวันเท่านั้น ปัจจุบันยังไม่ม้งานวิจัยที่วิเคราะห์สื่อที่วัดพระธรรมกายเป็นผู้ผลิตขึ้นเอง  
ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ที่ถ่ายทอดผ่านกลวิธีทางภาษาในสื่อที่  
ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ด้วยเห็นว่าสื่อเหล่านี้เป็นที่ยอมรับและอาจชี้นำความคิดกลุ่มผู้ศรัทธา  
วัดพระธรรมกาย จึงส่งผลต่อการเผยแพร่อุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ตามแนวทางของ  
วัดพระธรรมกายออกสู่สังคมอย่างกว้างขวาง ดังนั้นอุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ที่ถ่ายทอดผ่านสื่อ  
เหล่านี้จึงสามารถกระจายไปสู่กลุ่มผู้ศรัทธาตลอดจนกลุ่มสาธารณชนทั่วไปได้เป็นจำนวนมาก

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) โดยใช้กรอบมิติทั้งสามของวาทกรรมตามแนวทางของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995) เนื่องจากเป็นกรอบการศึกษาที่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างภาษาใน ตัวบทกับบริบททางสังคมวัฒนธรรมที่แวดล้อมตัวบท และใช้แนวคิดเกี่ยวกับอุดมการณ์ของฟาน ไคก์ (van Dijk) เพื่อใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ระบบความคิดความเชื่อที่สมาชิกในกลุ่มมีส่วนร่วมกัน

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง (2556: 24) อธิบายว่า วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์พูดถึง การครอบงำทางความคิด (Manipulation หรือ mental manipulation) ในฐานะรูปแบบหนึ่ง ของการใช้อำนาจในทางมิชอบผ่านวาทกรรม การครอบงำทางความคิดก็คือการควบคุมความคิด ในลักษณะที่ผู้ครอบงำทำให้อีกฝ่ายหนึ่งเชื่อและกระทำการที่เอื้อประโยชน์แก่ผู้ครอบงำ

การครอบงำทางความคิดประกอบขึ้นจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ผู้รับวาทกรรม ยินยอมพร้อมใจ โดยผู้ที่เป็นผู้ครอบงำจะสร้างความเชื่อหรือกระทำให้ผู้รับวาทกรรมคล้อยตาม นอกจากนี้แนวคิดเกี่ยวกับการครอบงำยังมีความสัมพันธ์กับการครองความเป็นเจ้าทางความคิด (Hegemony) โดย เกษียร เตชะพีระ (2550 อ้างถึงใน วิสันต์ สุขวิสิทธิ์, 2554: 23) ได้อธิบายแนวคิด เรื่องการครองความเป็นเจ้าทางความคิดไว้อย่างน่าสนใจว่า หากมองผ่านความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำ และผู้ตาม ผู้นำจะมองว่าการครองความเป็นเจ้าทางความคิดเป็นความสามารถในการชักนำโดยความ ยินยอมพร้อมใจของผู้ตาม (leadership by consent) ในขณะที่ผู้ตามจะมองการครองความเป็นเจ้า ทางความคิดว่าเป็นการยอมปฏิบัติตามผู้นำโดยไม่ต้องบังคับ (non-coercive compliance) และ ยินยอมพร้อมใจที่จะทำตามอย่างกระตือรือร้น

ฟาน ไคก์ (van Dijk, 1996) อธิบายว่า ผู้รับวาทกรรมจะอยู่ในสถานะของผู้ถูกระทำ หรือเป็นเหยื่อของการครอบงำนั้น โดยผู้ถูกระทำไม่ได้ทราบจุดมุ่งหมายที่แท้จริงของผู้ครอบงำ การครอบงำของวาทกรรมจะให้ผลในแต่ละบุคคลแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติและ ผลประโยชน์ของกลุ่ม โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ นำมาจากสื่อที่วัดพระธรรมกายผลิตเพื่อ เผยแพร่ในรูปแบบวารสาร นิตยสาร หนังสือ การ์ตูนแอนิเมชัน เพลง และรายการโทรทัศน์ ตลอดจนวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ดังที่ ศรีศักดิ์ วัลลิโภดม (2543: 56) กล่าวว่า การจะพิจารณาเรื่องของธรรมกายจึงเป็นเรื่องที่จะต้องมองผ่าน ความเป็นไปทางสังคมและปัญหาทางสังคมว่าอะไรเป็นเหตุให้เกิดการเคลื่อนไหวของธรรมกายใน ลักษณะที่เป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมขึ้น

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์เรื่อง “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายซึ่งแบ่งตามกลุ่มผู้รับสื่อ ผู้วิจัยใช้แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ เนื่องจากสามารถช่วยวิเคราะห์ให้เห็นอุดมการณ์ที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาในวาทกรรม ผู้วิจัยหวังว่าผลการวิจัยจะทำให้เกิดการตระหนักรู้หรือตั้งคำถาม และนำไปสู่การคิดอย่างมีวิจารณญาณ

## 1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาที่นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายซึ่งแบ่งตามกลุ่มผู้รับสื่อ

1.2.2 เพื่อวิเคราะห์อุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

1.2.3 เพื่อเปรียบเทียบอุดมการณ์เรื่อง “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายกับแนวคิดเรื่อง “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถา

## 1.3 สมมติฐาน

1.3.1 กลวิธีทางภาษาที่นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย พบกลวิธีเด่นคือการเลือกใช้คำศัพท์ ส่วนกลวิธีที่แตกต่างไปตามกลุ่มผู้รับสื่อ ได้แก่ การใช้สหวาทกรรม พบในวาทกรรมที่กลุ่มเป้าหมายคือประชาชนทั่วไป การใช้มโนอุปลักษณ์ พบในวาทกรรมที่กลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มผู้นำบุญ และการใช้สหพท พบในวาทกรรมที่กลุ่มเป้าหมายคือเด็กและเยาวชน

1.3.2 วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายทุกประเภทนำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ผ่านหลายชุดความคิด ชุดความคิดที่สำคัญ ได้แก่ บุญคือการทำความดี บุญคือความสุข บุญคือสินค้า บุญคือสมบัติหลังความตาย บุญเป็นผลจากการทำทาน และอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์

1.3.3 อุดมการณ์เรื่อง “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย มีทั้งที่เหมือนและต่างกับแนวคิดเรื่อง “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถา

#### 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ศึกษาเฉพาะวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดธรรมกายที่นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ได้แก่ การนิยามคำว่าบุญ การนำเสนอลักษณะและวิธีการทำบุญ การรับอานิสงส์ของบุญที่ปรากฏในสื่อของวัดพระธรรมกาย

1.4.2 ศึกษาเฉพาะวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายหรือมูลนิธิธรรมกายเท่านั้น ไม่รวมถึงสื่อวีดิทัศน์หรือสิ่งพิมพ์ที่บุคคลทั่วไปและ/หรือกลุ่มผู้นำบุญของวัดพระธรรมกายจัดทำขึ้น เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์กิจกรรมของผู้ทำบุญ แม้ว่าสื่อเหล่านั้นจะมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับวัดพระธรรมกายก็ตาม

1.4.3 ศึกษาเฉพาะกลวิธีทางวจนภาษา แต่อาศัยกลวิธีทางอวจนภาษา ได้แก่ ภาพเกี่ยวกับกิจกรรมบุญ อาทิ รูปหล่อทองคำ พุทธสถาน บุญพิธีต่าง ๆ เพื่อประกอบการวิเคราะห์ด้วย

#### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทำให้เห็นอุดมการณ์ที่แฝงอยู่ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

1.5.2 ทำให้เห็นความสำคัญของภาษาในการนำเสนออุดมการณ์ของวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

1.5.3 เป็นแนวทางในการศึกษาวาทกรรมประเภทอื่นตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

#### 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

วาทกรรม	หมายถึง ข้อเขียนและคำพูดที่เป็นวิถีปฏิบัติหรือกระบวนการประกอบสร้างความหมายให้แก่สิ่งต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ
อุดมการณ์	หมายถึง ระบบความคิดความเชื่อของคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมที่ผ่านกระบวนการทางสถาบันและกระบวนการทางปริชานมีผลต่อความคิดและพฤติกรรม



## 1.7 ข้อตกลงเบื้องต้น

การอ้างอิงตัวบทคัมภีร์ในวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ใช้พระไตรปิฎกภาษาบาลีและภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. 2539 อักษรย่อประกอบด้วย ชื่อคัมภีร์ (ภาษา) เล่ม/ข้อ/หน้า เช่น สุต.ขุ.อิติ.<sup>1</sup> (บาลี) 25/235/270 หมายถึง พระสุตันตปิฎก ขุททกนิกาย อิติวุตตกปาติ (ภาษาบาลี) เล่มที่ 25 ข้อ 235 หน้า 270 เป็นต้น ส่วนคัมภีร์เล่มอื่น ๆ ที่ไม่ใช่พระไตรปิฎกจะไม่ใช้อักษรย่อ



---

<sup>1</sup>รายชื่อคัมภีร์ทั้งหมดดูภาคผนวก

## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับความคิดเรื่อง “บุญ” ในสื่อของ วัดพระธรรมกาย ใช้วิธีการทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยจึง ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ และวิธีการวิเคราะห์ทาง วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ เพื่อแสดงให้เห็นแนวคิดและทฤษฎีตลอดจนวิธีการวิเคราะห์ทาง วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกนำมาใช้ในงานวิจัยนี้ รวมทั้งทบทวนวรรณกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยด้วย ได้แก่ งานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ และงานวิจัย เกี่ยวกับวัดพระธรรมกาย ดังนี้

#### 2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มุ่งศึกษาวาทกรรมในฐานะกระบวนการทางสังคม จึงเน้น การวิเคราะห์ปริบทสังคมควบคู่ไปด้วย (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556: 30) นอกจากนี้ วาทกรรม วิเคราะห์เชิงวิพากษ์ยังเป็นการศึกษาภาษาเพื่อเปิดเผยสิ่งที่แฝงอยู่ในตัวบท เช่น อุดมการณ์ อำนาจ ความไม่เท่าเทียมกันในสังคม ที่สามารถสะท้อนให้เห็นปัญหาหรือความไม่เสมอภาคทางสังคม เช่น การเหยียดเชื้อชาติสีผิว ฯลฯ ตลอดจนชุดความคิดความเชื่อที่ทำให้มีผู้เสียประโยชน์โดยไม่รู้ตัว

แฟร์คลัฟ (Fairclough 1989) อธิบายที่มาของแนวทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์ เชิงวิพากษ์ว่าเป็นการศึกษาที่พัฒนาจากสหสาขาวิชา ทั้งภาษาศาสตร์ ภาษาศาสตร์เชิงสังคม วัฒนธรรมปฏิบัติศาสตร์ แนวคิดทางปริชาน สนทนาวิเคราะห์ ปริจเฉทวิเคราะห์ รวมถึงแนวคิดทางสังคม ด้วยการบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ เหล่านี้จะนำประเด็นบางประเด็นมาขยายมิติในการวิเคราะห์ เพื่อ อธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมที่แทรกอยู่ในการใช้ภาษา

ในลำดับต่อไป ผู้วิจัยจะกล่าวถึงแนวคิดทางภาษาและสังคม ประกอบด้วยแนวคิดและ ทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่อง วาทกรรม อุดมการณ์ อำนาจ และการครอบงำ ดังนี้

### 2.1.1 วาทกรรม

คำว่า วาทกรรม (discourse) วิโรจน์ อรุณมานะกุล (2555: 325-328) ได้อธิบายความหมายไว้ว่า เป็นคำที่ใช้ร่วมกันอยู่ในหลายสาขาวิชา เช่น ทฤษฎีวิพากษ์ (critical theory) สังคมวิทยา ภาษาศาสตร์ ปรัชญา จิตวิทยาสังคม ฯลฯ เป็นคำพื้นฐานที่มักถูกละเลยไม่นิยามให้ชัดเจน แม้แต่ในสาขาภาษาศาสตร์เอง คำว่า discourse นี้ก็ใช้กันหลายความหมาย บางคนตั้งใจให้ discourse แทนภาษาพูดที่เกิดในการสนทนา การสัมภาษณ์ การกล่าวสุนทรพจน์ และใช้คำว่า text สำหรับภาษาเขียน แต่บางคนใช้ discourse ทั้งกับภาษาพูดและภาษาเขียน บางครั้ง discourse ก็ใช้ในความหมายที่กว้างกว่านั้น โดยมองเป็นหน่วยภาษาทั้งหมดที่เป็นปริบทการสื่อสาร discourse ในความหมายทางภาษาศาสตร์นี้มักใช้คำไทยว่า “ปริเฉท” หรือ “สัมพันธ์สาร”

นอกจากความหมายที่เกี่ยวข้องกับภาษาโดยตรง discourse ยังถูกใช้ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับอุดมการณ์ (ideology) คือเป็นภาษาพูดหรือเขียนที่สะท้อนให้เห็นถึงอุดมการณ์ความเชื่อของกลุ่มคนในสังคม จึงเป็นคำที่ใช้กันมากในทางสังคมศาสตร์ด้วย ผู้ที่ใช้คำว่า discourse มักอ้างถึงงานของ มิเชล ฟูโกต์ (Michel Foucault 1926-1984) อยู่เสมอ ฟูโกต์ (Foucault) ใช้คำว่า discourse ในสามความหมาย

ความหมายแรกหมายถึง ถ้อยคำหรือข้อความ (the general domain of all statements) ที่มีผลต่อโลกภายนอกซึ่งก็เป็นความหมายทั่วไปของภาษา ความหมายที่สองเป็น discourse ของกลุ่มคน (an individualizable group of statements) ซึ่ง มีแบบแผนของกลุ่มที่สามารถอธิบายได้ เช่น discourse of femininity และในความหมายที่สามจึงหมายถึงแบบแผนธรรมเนียมปฏิบัติที่เป็นมูลเหตุให้เกิดการใช้ภาษาอย่างเป็น (a regulated practice which accounts for a number of statements) discourse ในความหมายทางสังคมศาสตร์จึงไม่จำกัดที่ตัวภาษา คำไทยที่มักใช้แทน discourse ในทางสังคมศาสตร์คือ “วาทกรรม” (วิโรจน์ อรุณมานะกุล 2555: 325)

การศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มีความแตกต่างจากการศึกษาปริเฉทวิเคราะห์ คือการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มิได้ศึกษาเฉพาะตัวบทที่เป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียน

เท่านั้น แต่ต้องผ่านกระบวนการตีความในกระบวนการผลิตตัวบทและกระบวนการทางสังคมควบคู่ไปด้วย เพื่อแสดงให้เห็นว่ากระบวนการผลิตตัวบทและกระบวนการทางสังคมมีผลต่อรูปภาษาที่อยู่ในตัวบทอย่างไร และกระบวนการตีความจะทำให้ผู้วิเคราะห์เห็นว่ามีอุดมการณ์ใดแฝงอยู่ในตัวบทบ้าง

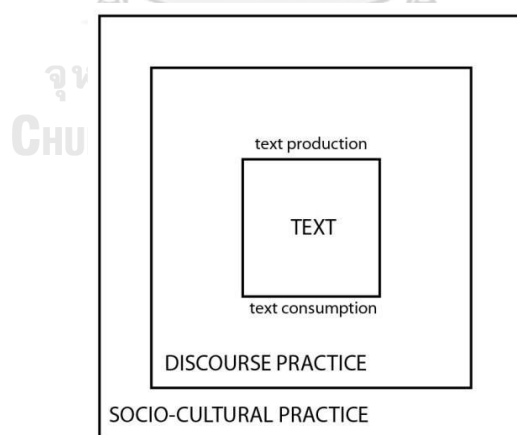
แฟร์คลัฟ (Fairclough 1989) ได้นำแนวความคิดของฟูโกต์มาขยายความและอธิบายให้เห็นว่าภาษาเป็นสิ่งสำคัญในการประกอบสร้างอัตลักษณ์และความหมายให้กับสรรพสิ่ง เพราะวาทกรรมเป็นวิถีปฏิบัติทางสังคม โดยนำเสนอเหตุผลไว้สามประการ ดังนี้

ประการแรก วาทกรรมเป็นส่วนหนึ่งของสังคม แฟร์คลัฟเห็นว่าภาษามีความสัมพันธ์กับสังคม เนื่องจากการใช้ภาษาของมนุษย์กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งต้องใช้ตามวิถีทางที่สังคมกำหนด ตลอดจนต้องรักษาความสัมพันธ์ทางสังคม ดังนั้นภาษาจึงไม่ได้เป็นเพียงผลที่เกิดจากวิถีปฏิบัติทางสังคม แต่เป็นส่วนหนึ่งของวิถีปฏิบัติทางสังคม

ประการที่สอง วาทกรรมเป็นกระบวนการทางสังคม เพราะวาทกรรมเป็นกระบวนการของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่นำไปสู่การก่อรูปของตัวบท

ประการที่สาม วาทกรรมเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยเงื่อนไขทางสังคม เงื่อนไขเหล่านี้มีที่มาจากระบบคิดที่สังคมนั้นสร้างขึ้นเพื่อผลิตและตีความวาทกรรม ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคม

จากแนวคิดดังกล่าวนี้ (Fairclough 1995) จึงนำเสนอกรอบ 3 มิติเพื่อใช้วิเคราะห์วาทกรรมด้วยการเชื่อมโยงการใช้ภาษาเข้ากับกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับเงื่อนไขทางสังคม



ภาพที่ 1 กรอบมิติของวาทกรรม (Fairclough 1995: 59)

จากแผนภาพแสดงให้เห็นว่า วาทกรรมประกอบด้วย 3 มิติ ได้แก่ **ตัวบท (Text)** หมายถึง ภาษาพูด ภาษาเขียน ที่สร้างความต่อเนื่องสัมพันธ์กัน **วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (Discursive**

practice) หมายถึง กระบวนการผลิตและกระจายตัวบท การรับตัวบทและการตีความตัวบท และ **วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม** (Socio-cultural practice) หมายถึง สถานการณ์หรือปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับการผลิตและบริโศคตัวบท และอิทธิพลที่ตัวบทมีต่อสังคมและวัฒนธรรม ดังนั้นวาทกรรมจึงมิใช่เพียงตัวบทที่ประกอบด้วยรูปภาษาเท่านั้น แต่ยังรวมถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่แวดล้อมการใช้ภาษานั้นด้วย

จากแนวคิดดังกล่าว สื่อของวัดพระธรรมกายจึงจัดเป็นวาทกรรมประเภทหนึ่งประกอบสร้างความหมายในสังคมแล้วมีการถ่ายทอดไปสู่สมาชิกของสังคมในระดับต่าง ๆ ดังนั้นการศึกษาสื่อของวัดพระธรรมกายในฐานะวาทกรรมจึงต้องวิเคราะห์รูปภาษาที่ประกอบสร้างตัวบทวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมเพื่อพิจารณากระบวนการผลิตและกระบวนการตีความตัวบท และวิถีปฏิบัติทางสังคมนำไปถึงวัฒนธรรมอันนำไปสู่การเข้าใจสื่อของวัดพระธรรมกาย

### 2.1.2 อุดมการณ์

ผู้ที่ศึกษาความเป็นมาของคำว่า “อุดมการณ์” กล่าวไว้ตรงกันว่าคำนี้มีจุดเริ่มต้นมาจาก เดอ เทรซี (de Tracy 1796-1798) นักปรัชญาชาวฝรั่งเศสในช่วงศตวรรษที่ 18 เดอ เทรซีเสนอคำว่า ideologie เพื่อเรียกศาสตร์ที่ว่าด้วยความคิด (Science of ideas) สมเกียรติ วันทะนะ (2544: 9 อ้างถึงใน ธีรพร พานโพธิ์ทอง, 2556: 12) กล่าวถึงเดอ เทรซีว่า เขามีความเชื่อเหมือนกับปราชญ์ในยุคแห่งการรู้แจ้งท่านอื่น ๆ คือเชื่อว่าเหตุผลจะเข้ามามีบทบาทกับชีวิตมนุษย์แทนที่ความศรัทธาทางศาสนา และเราสามารถค้นพบกฎที่บ่งการความคิดของมนุษย์ได้

สมเกียรติ วันทะนะ (2544: 4) กล่าวว่าอุดมการณ์ทุกชนิดจะต้องมีลักษณะพื้นฐานร่วมกันบางประการ ดังนี้

- 1) ต้องให้คำอธิบายได้ว่าสถานะแห่งสังคมการเมืองที่ดำรงอยู่นั้นเป็นอย่างไร คำอธิบายนี้เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า โลกทัศน์ (world view)
- 2) ต้องเสนอตัวแบบ (model) ของสังคมที่พึงปรารถนาในอนาคตว่าเป็นเช่นไร นั่นคือต้องให้ญาณทัศน์ (vision: วิสัยทัศน์ก็เรียก) ว่าสังคมที่ดีในอนาคตควรเป็นสังคมแบบไหน
- 3) ต้องชี้ให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในรูปแบบใดจึงจะสามารถนำไปสู่สังคมที่พึงปรารถนาได้
- 4) ในตัวของมันเอง อุดมการณ์ไม่ใช่ระบบความคิดที่ปิดตายแน่นอน แต่มีความยืดหยุ่นเคลื่อนไหวได้ เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไป ในระดับพื้นฐาน อุดมการณ์ทางการเมืองจึงมีความคล้ายคลึงกับปรัชญาทางการเมืองในแง่ของการแสวงหาและอธิบายกฎเกณฑ์ทั่วไป

ทางการเมือง แต่ในระดับปฏิบัติการ อุดมการณ์ทางการเมืองปรากฏตัวในรูปแบบของ ความเคลื่อนไหวทางการเมือง ซึ่งมีความหลากหลายตามกาลและเทศะ

ศิริพร ภักดีผาสุข (2553: 11-12 อ้างถึงใน ญัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556: 12) ขยายความว่าศาสตร์ที่ว่าด้วยความคิดนี้จะทำให้เราตระหนักถึงอคติที่มีอยู่ในสังคม และความตระหนักจะนำเราไปสู่สังคมที่ยุติธรรมและก้าวหน้า อย่างไรก็ตาม ศาสตร์นี้มีได้สืบทอด มาจนถึงปัจจุบัน แต่มีศาสตร์ที่ใกล้เคียงกันในชื่ออื่น

หลุยส์ อัลธุสเซอร์ (Louis Althusser, 1971 อ้างถึงใน จันทิกา สุภาพงษ์, 2543: 8) นักวิชาการด้านอุดมการณ์ มองว่าอุดมการณ์หมายถึงกระบวนการที่ทำให้การใช้ชีวิตของมนุษย์เป็น ปกติ สามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีสติควบคุม สะท้อนถึงการแสดงออกอย่างตั้งใจ มีระบบ อุดมการณ์คือ สิ่งที่ใช้อธิบายสิ่งที่มนุษย์ไม่สามารถเข้าใจได้อย่างง่าย ๆ เป็นกระบวนการที่นำจินตนาการมาสู่ ความรู้สึกนึกคิด ซึ่งต่างกันไปตามสังคม เช่น กรรมเก่า บัญชาพระเจ้า อุดมการณ์จะแทรกอยู่ใน ทุก ๆ สิ่ง ทั้งนิสัย วัฒนธรรม บทสนทนา และมากมายจนเข้ามาแทนที่ตัวตนที่แท้ของคนนั้นได้

หากมองอุดมการณ์ตามแนวทางของ มาร์กซ์ (Marx) จะนำเสนอว่าอุดมการณ์เป็น ความคิดที่เกิดจากการถูกชักนำ อันเป็นผลมาจากการที่ชนชั้นหนึ่งพยายามที่จะรวบรวมผลประโยชน์จาก อีกชนชั้นหนึ่ง จึงสร้างสิ่งที่เรียกว่าอุดมการณ์ขึ้นมาเพื่อควบคุมระบบทางความคิด ซึ่งจะส่งผลต่อเนื่อง ไปยังการควบคุมระบบชนชั้น ดังนั้นคำว่าอุดมการณ์ตามความหมายของมาร์กซ์ (Marx, 1947 อ้างถึง ใน ยศ สันตสมบัติ, 2538: 27) จึงหมายถึงกระบวนการแห่งการกดขี่ หรือการครอบงำของคน กลุ่มหนึ่งที่ดักตวงผลประโยชน์และคุณค่าส่วนที่เกิดจากแรงงานของคนอีกกลุ่มหนึ่ง ความสัมพันธ์ ระหว่างชนชั้นในสังคมนายทุนนั้นเป็นตัวอย่งที่ตีของกระบวนการกดขี่ โดยกระบวนการแห่งการกดขี่ ก็จะไปสู่การรวมตัวกันของความคิด ค่านิยม ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อเอื้ออำนวยต่อการกดขี่ เอารัดเอาเปรียบ และในขณะเดียวกันก็ซ่อนเร้นธรรมชาติที่แท้จริงของการกดขี่นั้นไว้

ตามความคิดของมาร์กซ์ (Marx) อุดมการณ์เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นโดยคนในชนชั้นนายทุนซึ่ง ต้องการดักตวงผลประโยชน์จากแรงงานของคนในชนชั้นแรงงาน วิธีที่ดีที่สุดคือการสร้างภาพลวงตา ในการทำงาน เพื่อให้คนในชนชั้นแรงงานไม่คิดที่จะเรียกร้องสิทธิของตนจากแรงงานส่วนเกินที่ตน ทำได้ นอกจากนี้เมื่อชนชั้นแรงงานรับอุดมการณ์ไว้แล้ว นายทุนก็จะใช้อำนาจผ่านสื่อมวลชน หรือใช้ อำนาจรัฐด้วยการเข้าไปเป็นสมาชิกสภา เพื่อผลิตซ้ำและตอกย้ำอุดมการณ์

ในขณะที่ กรอมสกี (Gramsci) ซึ่งเป็นนักวิชาการรุ่นต่อมาของทฤษฎีอุดมการณ์ มีมุมมอง ที่แตกต่างไป โดยการปฏิเสธแนวคิดที่ว่าหากคนกลุ่มใดชนชั้นใดเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตจะได้ ควบคุมปัจจัยในการผลิตความคิดและวัฒนธรรมไปโดยปริยาย ดังนั้นอุดมการณ์ของกรอมสกี (Gramsci) จึงถือว่าไม่ใช่แต่เป็นเพียงเรื่องนามธรรม (ความเชื่อ) ที่ผิดเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึง

รูปธรรมที่อยู่ในสถาบันต่าง ๆ อันเนื่องมาจากความเชื่อเหล่านั้น เช่น วัด โรงเรียน ครอบครัว ฯลฯ อุดมการณ์จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของสังคมทุกสังคม สิ่งใดที่เกิดขึ้นจากสถาบันเหล่านี้ เช่น พฤติกรรมและนิสัยก็นับรวมเป็นอุดมการณ์ได้ (ปรีชา ช่างขวัญยืน, 2538: 16)

คณะอนุกรรมการอุดมการณ์ของชาติ ในคณะกรรมการเอกลักษณ์ของชาติ (2527: 11) ให้ความหมายว่าอุดมการณ์เป็นระบบความเชื่อประเภทหนึ่งซึ่งมีลักษณะพิเศษ ดังนี้

- 1) ความเชื่อนั้นได้รับการยอมรับร่วมกันจากกลุ่มชนในสังคม
- 2) ความเชื่อนั้นจะต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับเรื่องที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของกลุ่มชน
- 3) ความเชื่อนั้นจะต้องเป็นหลักการที่คนหันเข้าหาและอาศัยเป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติ และดำเนินชีวิตอย่างสม่ำเสมอ
- 4) ความเชื่อนั้นจะต้องมีส่วนช่วยในการยึดเหนี่ยวคนในกลุ่มเข้าไว้ด้วยกัน หรือช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้คนนำมาใช้เป็นข้ออ้างในการทำกิจการต่าง ๆ ได้

อุดมการณ์ในฐานะที่เป็นระบบความเชื่อนี้เกิดขึ้นได้ 2 ทางใหญ่ ๆ ด้วยกัน คือ

- 1) เกิดจากการได้รับการสั่งสอนอบรม ถ่ายทอดทีละน้อยจากชนรุ่นหนึ่งไปสู่ชนอีกรุ่นหนึ่ง
- 2) เกิดการคัดค้านความเชื่อนั้นอย่างมีระบบด้วยการวางแผนและควบคุมการถ่ายทอดความเชื่อนั้น

การก่อตัวของอุดมการณ์ตามข้อ 1 นั้นเป็นไปโดยธรรมชาติ ไม่มีการชี้หน้าที่แน่นอนปล่อยให้พลังทางสังคมของสถาบันสังคมและการเมืองส่งอิทธิพลต่อสมาชิกในสังคมอย่างค่อยเป็นค่อยไป

การก่อตัวของอุดมการณ์ตามข้อ 2 เป็นไปโดยมีการกำหนดมาตรการควบคุมความเชื่อที่สถาบันสังคมการเมืองจะถ่ายทอดไปยังสมาชิกในสังคมอย่างเป็นเอกภาพและมีทิศทางที่แน่นอน

จากความหมายของอุดมการณ์ตามที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าคำว่าอุดมการณ์เป็นไปในแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการปกครองหรือชนชั้นผ่านการใช้อำนาจจากสถาบันทางสังคม โดยผู้ที่อยู่ในสังคมจะค่อย ๆ ถูกหล่อหลอม ชัดเกล้าและปลุกฝังอุดมการณ์นั้น ๆ จนถือว่าเป็นเรื่องปกติธรรมดาในสังคม จึงมิได้คิดต่อต้านหรือโต้แย้งอุดมการณ์บางประการที่ตนถูกเอารัดเอาเปรียบโดยไม่รู้ตัว ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการครองความเป็นเจ้าทางความคิด (Hegemony) ตามที่กรอมสกี (Gramsci) ได้เสนอไว้ว่า “อุดมการณ์กับความเป็นเจ้าทางความคิด คนชั้นกลางมิได้ควบคุมคนกลุ่มอื่นในด้านเศรษฐกิจและการเมืองเท่านั้น แต่ยังคงควบคุมวัฒนธรรมและความคิดด้วย” (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556: 13)

### 2.1.2.1 อุดมการณ์ในงานวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

คำว่าอุดมการณ์ (ideology) ที่นำมาใช้ในงานวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ จะนิยามอุดมการณ์ว่าเป็นระบบความคิดความเชื่อของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมซึ่งส่วนหนึ่งอุดมการณ์จะแสดงผ่านรูปภาพ อุดมการณ์จึงเป็นกรอบความคิดที่สมาชิกในกลุ่มนำไปตีความร่วมกัน อีกทั้งประกอบสร้างความเข้าใจและการรับรู้ของสมาชิกในกลุ่มซึ่งเป็นตัวกำหนดวิถีปฏิบัติในชีวิตประจำวันและการปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกในกลุ่มอื่น

ฟาน ไดก์ (van Dijk, 1996) นำเสนอว่าอุดมการณ์ไม่มีความถูกหรือผิด เพราะอุดมการณ์จะสนับสนุนความจริงของกลุ่มผู้ริโภคอุดมการณ์นั้น ในกระบวนการสร้างและตีความวาทกรรม อุดมการณ์เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ริโภควาทกรรมนั้นตีความ รับรู้ เข้าใจ และสร้างเป็นระบบความรู้ ความเชื่อ จึงทำให้สามารถกำหนดหรือกำกับการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่ม ตลอดจนสร้างอำนาจความไม่เท่าเทียมกันของกลุ่มผู้ริโภควาทกรรมอีกด้วย ดังนั้น อุดมการณ์จึงอาจไม่ใช่กรอบความคิดที่ชัดเจนหรือมีระบบ แต่กลับมีความสับสน คลุมเครือ ซึ่งความหลากหลายของอุดมการณ์สัมพันธ์กับระบบและบทบาททางสังคมของผู้สร้างอุดมการณ์

ฟาน ไดก์ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านปริชาน เขาเห็นว่าการอธิบายอุดมการณ์นั้นควรแยกความแตกต่างระหว่างความเชื่อที่อยู่ในความทรงจำของแต่ละบุคคล (episodic/personal memory) กับความเชื่อที่สมาชิกของกลุ่มมีส่วนร่วมซึ่งอยู่ในส่วนระดับความทรงจำระดับสังคม (social memory) อุดมการณ์จะอยู่ในส่วนความทรงจำประเภทหลังเท่านั้น หรือก็คืออุดมการณ์เป็นระบบความเชื่อที่สมาชิกของกลุ่มในสังคมมีส่วนร่วมกันนั่นเอง (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556: 18)

แฟร์คลัฟ (Fairclough, 1992) ให้ความหมายว่าอุดมการณ์เป็นสิ่งที่สร้างความหมายให้กับสิ่งต่าง ๆ ทั้งกายภาพ ความสัมพันธ์ทางสังคมและอัตลักษณ์ โดยในกระบวนการสร้างและตีความวาทกรรม อุดมการณ์เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ผู้ริโภควาทกรรมสามารถเข้าใจ รับรู้และตีความวาทกรรมไปในทิศทางใด อุดมการณ์มีผลกระทบอย่างยิ่งต่อการรับรู้ เข้าใจและตีความของผู้ริโภควาทกรรม ซึ่งมีผลต่อความสัมพันธ์เชิงอำนาจในรูปแบบที่เกิดจากการยินยอมพร้อมใจของผู้ริโภควาทกรรมอันนำไปสู่การครอบงำทางความคิด

ตามความคิดของแฟร์คลัฟ สิ่งที่ทำให้ทฤษฎีดังกล่าวนี้เป็นทฤษฎีเชิงวิพากษ์ก็คือการอ้างอิงนิยามอุดมการณ์ที่มีนัยด้านลบ หรือก็คือมุมมองที่ว่าอุดมการณ์เป็นสำนักที่ผิด เกี่ยวข้องกับความไม่เท่าเทียมกันและการมีอำนาจเหนือกว่า นิยามนี้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ที่ต้องการเผยให้เห็นอุดมการณ์ที่เอื้อประโยชน์แก่กลุ่มผู้มีอำนาจในสังคม ทำให้เกิดการตระหนักรู้และอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556: 14)



สรุปได้ว่า ไม่มีความคิดใดที่มีคุณสมบัติเป็นอุดมการณ์ในตัวเอง ความคิดต่าง ๆ จะกลายเป็นอุดมการณ์ได้ก็ต่อเมื่อมีสถาบันที่มีอำนาจในสังคม เช่น สื่อ นำความคิดเหล่านั้นเข้าสู่กระบวนการผลิตและสื่ออุดมการณ์ นอกจากสื่อแล้ว ยังมีสถาบันอื่น ๆ ได้แก่ สถาบันทางการเมือง สถาบันที่เกี่ยวข้องกับรัฐ สถาบันการศึกษา ฯลฯ (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556: 19)

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวทางการวิเคราะห์อุดมการณ์ตามแนวคิดของ ฟาน ไคก์ (van Dijk, 1995) ซึ่งนำเสนออุดมการณ์ว่าเป็นระบบคิดที่สมาชิกของสังคมมีส่วนร่วม อันมีผลต่อทัศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมของสมาชิกในสังคม โดยในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาอุดมการณ์ที่ประกอบสร้างและสื่อโดยกลุ่มธรรมกาย โดยศึกษาชุดความคิดสำคัญคือชุดความคิดเกี่ยวกับบุญ

### 2.1.3 อำนาจ

การทบทวนวรรณกรรมในประเด็นเรื่องอำนาจ ผู้วิจัยจะนำเสนอเฉพาะแนวคิดความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่มาจากกรีนฮอยมพร้อมใจตามแนวทางของแฟร์คล็อฟ (Fairclough, 1989) เนื่องจากเกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องนี้โดยตรง

ตามแนวคิดของแฟร์คล็อฟ (Fairclough, 1989) อำนาจจะปรากฏอยู่ทั้งในวาทกรรมและเบื้องหลังวาทกรรม อำนาจในวาทกรรมอาจปรากฏในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งแบบเปิดเผย เช่น ในสถานการณ์การสื่อสาร ฝ่ายที่มีอำนาจมากกว่าใช้กลวิธีทางภาษาในการควบคุมหรือจำกัดผลประโยชน์ของฝ่ายที่ไม่มีอำนาจ หรือเป็นฝ่ายควบคุม “หัวข้อ” ที่จะใช้ในการสื่อสาร และแบบแอบแฝง เช่น การกำหนดหัวข้อเรื่องและมุมมองการนำเสนอในวาทกรรมสื่อมวลชน (media discourse) เป็นต้น ส่วนอำนาจที่อยู่เบื้องหลังวาทกรรมนั้น เช่น การกำหนดภาษามาตรฐาน ภาษากฎหมาย ภาษาสุขภาพ การกำหนดประเภทของวาทกรรมและการเข้าถึงวาทกรรมบางประเภท ซึ่งแสดงความเหลื่อมล้ำทางสังคม

แนวคิดเกี่ยวกับอำนาจมีความสัมพันธ์กับแนวคิดเกี่ยวกับการครอบงำซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอในประเด็นถัดไป การทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับอำนาจ ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการอธิบายวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม เพื่อแสดงให้เห็นว่าชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ที่สื่อของวัดพระธรรมกายนำไปสู่ผู้รับสารนั้นสามารถสร้างอำนาจหรือเอื้อประโยชน์แก่ผู้ผลิตตัวบทได้อย่างไร การวิเคราะห์ในประเด็นดังกล่าวนี้จะสามารถแสดงให้เห็นผลของชุดความคิดของสื่อวัดพระธรรมกายที่มีต่อสังคม

### 2.1.4 การครอบงำ

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง (2556: 24) อธิบายว่าวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์พูดถึง การครอบงำทางความคิด (Manipulation หรือ mental manipulation) ในฐานะรูปแบบหนึ่งของการใช้อำนาจในทางมิชอบผ่านวาทกรรม การครอบงำทางความคิดก็คือการควบคุมความคิด ในลักษณะที่ผู้ครอบงำทำให้อีกฝ่ายหนึ่งเชื่อและกระทำสิ่งที่เอื้อประโยชน์แก่ผู้ครอบงำ

การครอบงำทางความคิดประกอบขึ้นจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ผู้รับวาทกรรม ยินยอมพร้อมใจ โดยผู้ที่เป็นผู้ครอบงำจะสร้างความเชื่อหรือกระทำให้ผู้รับวาทกรรมคล้อยตาม นอกจากนี้แนวคิดเกี่ยวกับการครอบงำยังมีความสัมพันธ์กับการครองความเป็นเจ้าทางความคิด (Hegemony) โดย เกซีเยร เตชะพีระ (2550) ได้อธิบายแนวคิดเรื่องการครองความเป็นเจ้าทางความคิดไว้อย่างน่าสนใจว่า หากมองผ่านความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตาม ผู้นำจะมองว่าการครอง ความเป็นเจ้าทางความคิดเป็นความสามารถในการชักนำโดยความยินยอมพร้อมใจของผู้ตาม (Leadership by consent) ในขณะที่ผู้ตามจะมองการครองความเป็นเจ้าทางความคิดว่าเป็นการยอม ปฏิบัติตามผู้นำโดยไม่ต้องบังคับ (non-coercive compliance) และยินยอมพร้อมใจที่จะทำตาม อย่างกระตือรือร้น

พาน ไดจ์ (van Dijk, 1996) อธิบายว่า ผู้รับวาทกรรมจะอยู่ในสถานะของผู้ถูกกระทำ หรือเป็นเหยื่อของการครอบงำนั้น โดยผู้ถูกครอบงำไม่ได้ทราบจุดมุ่งหมายที่แท้จริงของผู้ครอบงำ ซึ่ง การครอบงำของวาทกรรมให้ผลในแต่ละบุคคลแตกต่างกัน

วิสันต์ สุขวิสิทธิ์ (2554: 24) อธิบายการครอบงำว่า ผู้ฟังบางคนอาจถูกครอบงำโดย วาทกรรมที่ไม่สามารถครอบงำผู้อื่นได้ แม้แต่ผู้ฟังคนเดียวก็อาจถูกครอบงำในระดับที่แตกต่างกัน เมื่ออยู่ในสภาพการณ์หรือสภาวะจิตที่ต่างกัน วาทกรรมบางประเภทที่เป็นการโน้มน้าวใจเพื่อสร้าง ความชอบธรรม เช่น วาทกรรมศาสนา ก็อาจถูกนักวิเคราะห์เชิงวิพากษ์จัดเป็นการครอบงำได้ด้วย เช่นกัน

การศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มีประโยชน์อย่างยิ่งในการสร้างความตระหนักรู้ ต่อความสัมพันธ์เชิงอำนาจในสังคมและการครอบงำทางความคิด ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของ แฟร์คลัฟ (Fairclough, 1989) ที่กล่าวไว้ในหนังสือ “Language and Power” ว่าวัตถุประสงค์ สำคัญของการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์นั้นก็คือ “เพื่อเพิ่มความตระหนักรู้ว่าภาษานั้น สามารถใช้เพื่อครอบงำใครบางคนได้อย่างไร ซึ่งนับเป็นก้าวแรกที่จะนำไปสู่การปลดปล่อยออกจาก อำนาจเหล่านั้น”

การทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ แสดงให้เห็น ว่าแนวคิดนี้เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาภาษาที่ใช้จริงในบริบทสังคมและวัฒนธรรม โดย

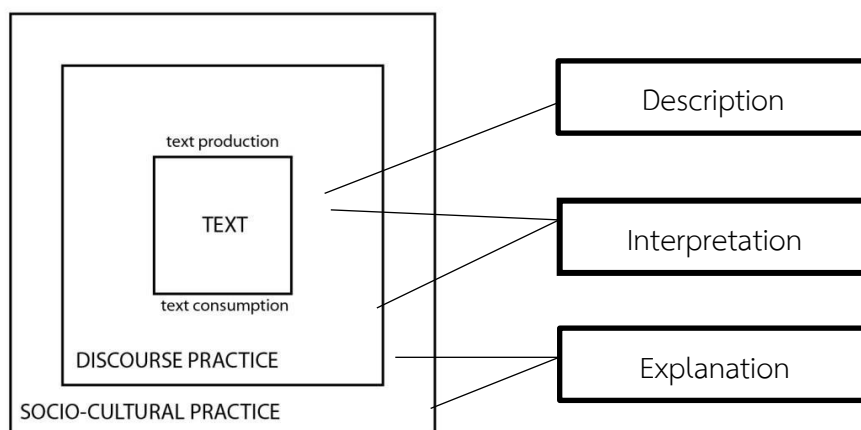
แนวทางการศึกษามุ่งแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างภาษา ชุมความคิด และบริบททางสังคม และวัฒนธรรม ผู้วิจัยสนใจนำแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มาศึกษาข้อมูลสื่อของ วัดพระธรรมกาย เพื่อแสดงให้เห็นว่าสื่อเหล่านี้นอกจากจะเป็นสื่อที่ใช้เผยแพร่ธรรมะและ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัดพระธรรมกายแล้ว ในขณะเดียวกันยังสามารถสื่อชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายผ่านภาษาที่เป็นตัวบทของสื่อเหล่านี้อีกด้วย

## 2.2 แนวทางการวิเคราะห์วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

การทบทวนวรรณกรรมในส่วนการวิเคราะห์ตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ผู้วิจัยจะนำเสนอแนวคิดและกรอบการวิเคราะห์ตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ของ แฟร์คลัฟ (Fairclough) และ ฟาน ไดก์ (van Dijk) ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับ ความคิดเรื่อง “บุญ” ในสื่อของวัดพระธรรมกาย ดังนี้

ทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มีพัฒนาการมาอย่างยาวนานและแตกแขนงต่อยอดสู่แนวทางการศึกษาที่หลากหลาย วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เป็นทฤษฎีที่มีนักภาษาศาสตร์จาก หลายสำนักให้ความสนใจ และด้วยเหตุที่ทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ไม่ได้มีการกำหนดกรอบ ในการวิเคราะห์ตัวบทหรือข้อมูลไว้แบบตายตัว แฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995a) จึงเสนอแนวทางการวิเคราะห์ตัวบทอย่างละเอียดและเป็นระบบ โดยเสนอแนวทางการวิเคราะห์ 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ภาษาและการวิเคราะห์สหบท ในส่วนการวิเคราะห์ภาษานั้น มุ่งพิจารณาการเชื่อมโยงระหว่างประโยคและโครงสร้างการจัดเรียงองค์ประกอบของตัวบท โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดคือจะต้อง พิจารณาว่าเพราะเหตุใดผู้ผลิตตัวบทจึงเลือกรูปภาษานั้นแล้วนำเสนอด้วยกลวิธีทางภาษาใดผ่าน โครงสร้างตัวบทอย่างไร ซึ่งล้วนมีความสัมพันธ์กับการสื่ออุดมการณ์หรือชุดความคิด ส่วนใน การวิเคราะห์สหบทจะสามารถแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับบริบทได้

แฟร์คลัฟได้เสนอกรอบ 3 มิติเพื่อวิเคราะห์วาทกรรมที่มีความสัมพันธ์กับการวิเคราะห์ ภาษาและสหบท ได้แก่การวิเคราะห์ตัวบท (text) วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (discourse practice) และวิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม (sociocultural practice) แสดงได้ด้วยแผนภาพ ดังนี้



ภาพที่ 2 แนวทางการวิเคราะห์วาทกรรมของแฟร์คลัฟ (Fairclough 1995: 59)

การแยกมุมมองวาทกรรมออกเป็น 3 มิติตามที่แฟร์คลัฟเสนอนี้ ช่วยให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท การปฏิสัมพันธ์ และบริบทได้ชัดเจนขึ้น ผู้วิเคราะห์จะต้องวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท กระบวนการผลิตหรือรับตัวบท ตลอดจนเงื่อนไขทางสังคม

การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ในแต่ละมิติทำได้โดย **การพรรณนา** คุณสมบัติโดยทั่วไปของตัวบท ซึ่งอาจเป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียนก็ได้ และอาจหมายรวมถึงทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษา เช่น ภาพ เสียง ฯลฯ **การตีความ** ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับการปฏิสัมพันธ์ วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม หรือกระบวนการผลิตตัวบท และ**การอธิบาย** วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม คือการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกับบริบททางสังคมที่แวดล้อมวาทกรรมนั้น

**มิติที่ 1** ตัวบท (Text) หมายถึง ภาษาพูด ภาษาเขียน ที่สร้างความต่อเนื่องสัมพันธ์กัน หรือก็คือข้อมูลภาษา ทั้งในระดับของคำศัพท์ ไวยากรณ์ ความหมาย และการเชื่อมโยงความในปริเฉท

**มิติที่ 2** วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (Discursive practice) หมายถึง กระบวนการผลิตและกระจายตัวบท การรับตัวบทและการตีความตัวบทจากบริบท โดยอาศัยรูปภาษา บริบทสถานการณ์ การสื่อสาร ความรู้เรื่องลำดับทางสังคม (social order) และลำดับวาทกรรม (order of discourse) เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับสังคม และในขณะเดียวกันก็ต้องอาศัยประสบการณ์การปฏิสัมพันธ์เพื่อตีความว่าตัวบทนั้นมีลักษณะที่เป็น **สหบท (intertextuality)** คือสัมพันธ์กับตัวบทและบริบทอื่น ๆ ที่มีอยู่ก่อนแล้วในสังคมอย่างไร

สหบทจัดเป็นแนวคิดหนึ่งที่สามารถทำให้เห็นว่าวาทกรรมใดวาทกรรมหนึ่งที่ผลิตผ่านตัวบทใดตัวบทหนึ่งจะปรากฏวาทกรรมอีกวาทกรรมหนึ่งซึ่งเคยปรากฏอยู่ก่อนแล้วแทรกอยู่ในเนื้อหา

ของวาทกรรมที่ได้ผลิตสร้างขึ้นมานี้ใหม่ ซึ่งแฟร์คลัฟได้จำแนกสหบทออกเป็น 2 ประเภท คือ Manifest intertextuality และ Constitutive intertextuality ซึ่งเรียกแนวคิดที่แฟร์คลัฟแยกเป็น 2 ประเภทนี้ว่า สหบท และสหวาทกรรม

ศิริพร ภักดีผาสุข (2556: 267-269) สรุปแนวคิดเกี่ยวกับสหบทและสหวาทกรรมไว้ว่า แฟร์คลัฟ (1992) พัฒนาแนวคิดเรื่องสหบท ซึ่งนำเสนอโดย บักดิน (Bakhtin, 1981, 1986) และ คริสเตวา (Kristeva, 1986 [1966]) สหบทคือสภาวะที่ตัวบทหนึ่งอ้างอิงหรือมีความเกี่ยวพันกับ ตัวบทอื่น ๆ คำว่า “สหบท (intertextuality)” เป็นคำศัพท์ที่คิดขึ้นโดยคริสเตวาเมื่อราวทศวรรษที่ 1960 ในงานเขียนของเธอซึ่งกล่าวถึงงานของบักดิน อย่างไรก็ตาม การศึกษาสหบทนั้นเป็นความคิดที่ บักดินเป็นผู้ริเริ่มและพัฒนา บักดินเรียกแนวคิดดังกล่าวว่า “translinguistic” บักดินกล่าวถึง ลักษณะสำคัญอย่างหนึ่งของสหบทคือการสื่อสารของภาษาซึ่งนักภาษาศาสตร์หลายคน มองข้าม กล่าวคือ เขาเห็นว่าตัวบทหรือถ้อยคำต่าง ๆ นั้นมักจะได้รับอิทธิพลหรือถูกกำหนดโดย ตัวบทอื่นที่ผลิตขึ้นก่อนหน้า ซึ่งตัวบทหรือถ้อยคำนั้นสัมพันธ์เกี่ยวข้องด้วย นอกจากนี้ตัวบทหรือ ถ้อยคำนั้น ๆ ก็อาจจะส่งอิทธิพลต่อตัวบทอื่น ๆ ที่จะมีการสร้างตามมาในภายหลัง ดังนั้น ถ้อยคำ หนึ่ง ๆ จึงเป็นเสมือนลูกโซ่ในห่วงโซ่ของการสื่อสาร

คริสเตวาจำแนกสหบทเป็น 2 ชนิด คือ สหบทในแนวระนาบ และสหบทในแนวตั้ง สหบทในแนวระนาบคือความสัมพันธ์ในเชิงการโต้ตอบระหว่างตัวบทหนึ่ง ๆ กับตัวบทอื่นที่เกิดขึ้น ก่อนหรือเกิดหลังจากตัวบทนั้นในห่วงโซ่ของตัวบท ในขณะที่สหบทในแนวตั้งหมายถึงความสัมพันธ์ ระหว่างตัวบทหนึ่งกับตัวบทต่าง ๆ ซึ่งผลิตในต่างช่วงเวลาหรือระหว่างตัวบทต่างชนิด

บักดิน (Bakhtin, 1986) พัฒนาการจำแนกสหบทโดยอาศัยพื้นฐานความคิดของ คริสเตวา และกลุ่มนักวาทกรรมวิเคราะห์ฝรั่งเศส (Fairclough, 1992: 103-104) โดยเสนอว่าสหบท มี 2 ชนิด คือ

1. Manifest intertextuality (สหบทแสดงในตัวบท) เป็นสหบทชนิดที่ในตัวบทหนึ่งมีการอ้างอิงถึงตัวบทอื่นอย่างชัดเจน ซึ่งทำได้หลายลักษณะ เช่น การคัดข้อความจากตัวบทอื่นมาแทรก การกล่าวถึงหรืออ้างอิงตัวบทอื่น และการใช้คำหรือแนวคิดที่โยงไปสู่ตัวบทอื่น

2. Constitutive intertextuality (สหบทแบบประกอบสร้าง) เป็นลักษณะการผสม ระหว่างขอบของวาทกรรมต่างชนิดกัน ขอบหรือลักษณะเฉพาะดังกล่าว ได้แก่ ประเภทวาทกรรม (genres) ลักษณะกิจกรรม (activity types) และลีลา (styles) สหบทชนิดนี้มีได้มีการนำตัวบทของ วาทกรรมใดวาทกรรมหนึ่งมาแทรกให้เห็นอย่างเด่นชัดอย่างในประการแรก หากแต่เป็นการนำ ขอบหรือแนวทางในการสร้างวาทกรรมต่างชนิดกันมาผสมผสานและใช้ในการประกอบสร้าง วาทกรรมหรือตัวบทชนิดใหม่

แฟร์คลัฟ (1992) นำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์วาทกรรม และเสนอให้ใช้คำว่า “intertextuality” (สหบท) แทน Manifest intertextuality และ “interdiscursivity” (สหวาทกรรม) แทน Constitutive intertextuality เพื่อเน้นให้เห็นว่าสหบททั้งสองประเภทมีระดับที่ต่างกัน และสหบทชนิดหลังนี้เกิดจากการนำลักษณะทางขนบของวาทกรรมต่างชนิดมาใช้เพื่อสร้างตัวบทใหม่ สำหรับแฟร์คลัฟ สหวาทกรรมเป็นสิ่งที่น่าสนใจเพราะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม กล่าวคือ สหวาทกรรมหรือการผสมผสานระหว่างวาทกรรมต่างชนิดบ่งชี้ให้เห็นการเปลี่ยนแปลงบางอย่างที่เกิดขึ้นในทางสังคมได้

แฟร์คลัฟ (Fairclough, 2003) อธิบายว่า สหวาทกรรมในตัวบทก่อให้เกิดวิถีปฏิบัติทางสังคมของตัวบทนั้น ซึ่งมีลักษณะที่ผสมผสานและทำให้เห็นลักษณะพรั่เลือนของเส้นแบ่งทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมนั้น ๆ

การตีความปริบทที่มีลักษณะเป็นสหบทหรือสหวาทกรรมนั้น การวิเคราะห์จำเป็นต้องอาศัยการพิจารณาเปรียบเทียบตัวบทที่ปรากฏในวาทกรรมกับตัวบทที่เคยปรากฏอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งเมื่อนำรูปภาพหรือโครงสร้างนั้นมาตีความก็จะสามารถช่วยวิเคราะห์ชุดความคิดที่สัมพันธ์กับตัวบทอื่น ๆ หรือตัวบทที่เคยมีอยู่ก่อนแล้วในสังคมได้

**มิติที่ 3** วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural practice) หมายถึง สถานการณ์หรือปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่สัมพันธ์กับการผลิตและบริโภควาทกรรม และอิทธิพลที่ตัวบทมีต่อสังคมและวัฒนธรรม การอธิบายวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมเพื่อแสดงให้เห็นภาพรวมของวาทกรรมที่มีสถานะเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางสังคม และในขณะเดียวกันวาทกรรมนั้นก็ปรากฏในลักษณะกิจกรรมทางสังคมอย่างหนึ่งอีกด้วย การอธิบายวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมนี้จะช่วยให้มองเห็นว่าวาทกรรมนั้นถูกกำหนดโดยโครงสร้างทางสังคมอย่างไร ตลอดจนวาทกรรมนั้นประกอบสร้างและผลิตซ้ำชุดความคิดใดให้แก่สังคม และที่สำคัญที่สุดคือวาทกรรมนั้นมีผลกระทบต่อสังคมอย่างไร

ศิริพร ภักดีผาสุข (2553: 15) สรุปว่า การศึกษาวาทกรรมทั้งสามมิติตามแนวคิดของแฟร์คลัฟจะทำให้เห็นความสัมพันธ์และบทบาทที่วาทกรรมมีต่อสังคมได้อย่างเป็นระบบ ในระดับตัวบท ผู้ศึกษาจะต้องวิเคราะห์และบรรยายให้เห็นองค์ประกอบต่าง ๆ พร้อมทั้งอุดมการณ์ที่สื่อในตัวบท จากนั้นในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมต้องอาศัยการตีความว่าตัวบทมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมหรือการปฏิสัมพันธ์ในบริบทการสื่อสารอย่างไร สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับวิถีปฏิบัติทางสังคมนั้น ผู้ศึกษาต้องพยายามอธิบายว่าอุดมการณ์ที่สื่อผ่านตัวบทได้รับอิทธิพลหรือเป็นผลมาจากองค์ประกอบส่วนใดของบริบททางสังคมวัฒนธรรม และตัวบทส่งผลหรือมีอิทธิพลในการประกอบสร้างความหมายหรือกำหนดอัตลักษณ์ให้แก่สิ่งใดในบริบททางสังคมวัฒนธรรมบ้างและอย่างไร

ฟาน ไดก์ (Van Dijk, 2003) เป็นนักวิชาการอีกคนหนึ่งที่น่าสนใจศึกษาภาษาตามแนว วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ซึ่งมองว่าการศึกษาตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์สามารถเป็น เครื่องมือในการแสดงสถานะ การดำรงอยู่และการต่อต้านอำนาจในสังคม โดยเชื่อว่าความเหลื่อมล้ำ ทางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดวาทกรรม วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์จึงเป็นการศึกษา เพื่อตีแผ่หรือเพื่อต่อต้าน อันจะนำไปสู่การเข้าใจความเหลื่อมล้ำในสังคม

ฟาน ไดก์ เสนอแนวทางการศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ด้วยแนวทางการ ศึกษาในเชิงปริชานทางสังคม (Socio cognitive Studies) โดยใช้แนวคิดการรับรู้ทางสังคม เน้น อธิบายความสัมพันธ์ทางภาษาและสังคมโดยการสร้างโมเดลทางปริชาน (cognitive model) เพราะ เชื่อว่าการรับรู้ทางสังคมเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างภาษากับสังคม ฟาน ไดก์ เน้นว่าสังคมกับวาทกรรม มิได้สัมพันธ์กันโดยตรง แต่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางปริชานซึ่งมีความซับซ้อน ดังนั้นการศึกษา วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์จึงต้องพิจารณาสามเหลี่ยมความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรม-ปริชาน- สังคม ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 3 สามเหลี่ยมความสัมพันธ์ระหว่างวาทกรรม-ปริชาน-สังคม

(The discourse-cognition-society triangle)

วิธีการวิเคราะห์ทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ในงานวิจัยนี้ อาศัยแนวทางการ วิเคราะห์วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวทางของแฟร์คลัฟ และฟาน ไดก์ โดยอาศัยกรอบ 3 มิติ ของแฟร์คลัฟ นำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์รูปภาษาที่มีความสัมพันธ์กับสหบท ตลอดจนอาศัยแนวทางของ ฟาน ไดก์ ในการเชื่อมโยงการวิเคราะห์ภาษาในตัวบทซึ่งเป็นการ วิเคราะห์ระดับจุลภาคเข้ากับมุมมองด้านสังคม ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ในระดับมหัพภาค เพื่อเผยให้เห็นชุดความคิดเรื่อง “บุญ” ที่ปรากฏในวาทกรรมสื่อของวัดพระธรรมกาย

## 2.3 งานวิจัยเกี่ยวกับวัดพระธรรมกาย

ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับวัดพระธรรมกาย 4 ลักษณะ คือ งานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมวัดพระธรรมกาย กระบวนการสร้างความศรัทธาของวัดพระธรรมกาย กระบวนการสร้างบุคลากรของวัดพระธรรมกาย และแนวทางการสอนของวัดพระธรรมกาย ดังนี้

### 2.3.1 วาทกรรมวัดพระธรรมกาย

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยพบงานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมวัดพระธรรมกายเพียงเรื่องเดียว คือ งานของกาญจนา เจริญเกียรติบุตร (2543) ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับมุมมองในข่าววัดพระธรรมกายที่เสนอในหนังสือพิมพ์ไทย” เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาที่ใช้กล่าวถึงวัดพระธรรมกายในทางลบ และวิเคราะห์ประเด็นที่หนังสือพิมพ์ไทยนำเสนอภาพลบต่อวัดพระธรรมกาย ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีทางภาษาที่ใช้กล่าวถึงวัดพระธรรมกายในทางลบมี 8 กลวิธี โดยแบ่งออกเป็นกลวิธีทางความหมาย 4 กลวิธี ได้แก่ การใช้สมญา การใช้ความเชื่อเบื้องต้นเป็นเครื่องมือ การใช้อุปลักษณ์ การเลือกใช้คำศัพท์ และกลวิธีทางปริเฉท 4 กลวิธี ได้แก่ การประเมินความเชื่อมั่น การตีความ การอ้างคำกล่าวบุคคลอื่น และการใส่เครื่องหมายและขนาดตัวอักษร กลวิธีทางภาษาดังกล่าวมีผลต่อมุมมองทางลบต่อวัดพระธรรมกาย 7 ประเด็นได้แก่ การฉ้อโกง การมีเล่ห์เหลี่ยม การเป็นกลุ่มความเชื่ออย่างอื่นที่เป็นภัยต่อพุทธศาสนา การทำลายประมุขสงฆ์ การทำลายอำนาจรัฐ การทำลายพระมหากษัตริย์ และเรื่องชู้สาว

กลวิธีทางภาษา 8 กลวิธี ที่ปรากฏใช้ในปริเฉทของหนังสือพิมพ์ไทยพบว่า กลวิธีการให้สมญาเป็นกลวิธีที่ค่อนข้างจะมีความเป็นอิสระ เช่น “สมุนธรรมโกย” หรือ “ไอ้แวน” ไม่จำเป็นต้องปรากฏในเรื่องของการฉ้อโกงทรัพย์สินและเงินทำบุญเสมอไป อาจจะปรากฏในเรื่องราวอื่น ๆ ได้ด้วย ทั้งนี้ เพราะการให้สมญาอาจเป็นการประทับตรา (label) ว่าผู้นั้นเป็นใคร เป็นอะไร หรือมีลักษณะเฉพาะตัวอย่างไร

นอกจากนี้ยังพบว่าหนังสือพิมพ์ค่อนข้างจะมีความคงที่ในการเลือกใช้ชื่อแต่ละชื่อ ซึ่งขึ้นอยู่กับลีลาการเขียนของแต่ละสำนักหนังสือพิมพ์ โดยชื่อที่แตกต่างกันจะขึ้นอยู่กับรายละเอียดของมุมมองทางลบที่มีต่อฝ่ายวัดพระธรรมกาย โดยเฉพาะที่มีต่อตัวเจ้าอาวาส พบว่ามีการให้สมญาอย่างหลากหลาย เช่น บางฉบับนิยมใช้ “ไอ้แวน” บางฉบับนิยมใช้ “ไชยบูลย์” บางฉบับนิยมใช้ “ธัมมชโย” โดยไม่มีคำว่าพระนำหน้า แม้ทั้งหมดจะแสดงทัศนคติในทางลบ แต่ก็มีรายละเอียดที่ต่างกัน คือ “ไอ้แวน” แสดงความหมายรุนแรงอาจเปรียบได้กับอาชญากร “ไชยบูลย์” เป็นการแสดงฐานะเทียบเท่าฆราวาสคนหนึ่ง ส่วน “ธัมมชโย” เป็นการปฏิเสธสถานะความเป็นเจ้าอาวาส เป็นต้น



กลวิธีอีกประการหนึ่งที่น่าสนใจ เนื่องจากมิใช่เพียงกลวิธีทางภาษา แต่ยังเกี่ยวข้องกับบริบททางสังคม คือการอ้างคำกล่าวของบุคคลอื่น เนื่องจากมีกลุ่มหลายกลุ่มต่อต้านวัดพระธรรมกาย เช่น กลุ่มชมรมพุทธชาวใต้ นำโดยนายสะอาด เมฆรุ่งนภา นายแพทย์ประเวศ วะสี คำกล่าวของบุคคลเหล่านี้มักปรากฏในวรรณคดีของชาว หรือนำมาเปรียบเทียบกับพระสงฆ์อีกหนึ่งรูปซึ่งแสดงตนว่าเป็นฝ่ายตรงข้ามกับวัดพระธรรมกาย เช่นพระพยอม กัลยาโณ แห่งวัดสวนแก้ว เป็นต้น

ส่วนกลวิธีที่ไม่ใช่กลวิธีทางภาษาโดยตรง คือการใส่เครื่องหมายและขนาดตัวอักษร โดยผู้วิจัยไม่ได้อธิบายไว้อย่างละเอียด แต่พอเห็นตัวอย่าง เช่น จับยัดคุก – ห้ามประกัน การใช้เครื่องหมายยัติภังค์ อาจแทนคำว่า “และ” เพื่อแสดงให้เห็นความสอดคล้อง การเกิดขึ้นต่อเนื่อง และการกระทำที่ควรไปด้วยกัน ซึ่งผู้วิจัยเสนอว่าอาจเป็นวิธีการเพื่อประหยัดหน้ากระดาษของหนังสือพิมพ์ที่มีพื้นที่จำกัด

ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ ซิมป์สัน (Simpson, 1993) ในเรื่องภาษากับมุมมองที่ว่า การเลือกใช้รูปภาษาอย่างใดอย่างหนึ่งบ่งบอกถึงทัศนคติหรือความคิดหรือความเห็นที่ผู้พูดมีต่อสิ่งที่เขากำลังพูดถึงและมีผลต่อภาพแทนที่ได้ ทำให้บุคคลหรือเหตุการณ์ที่กำลังพูดถึงมีรูปลักษณะเฉพาะ ซึ่งจากการศึกษาการใช้ภาษาของหนังสือพิมพ์ในงานวิจัยนี้ พบว่ากลวิธีทางภาษาต่าง ๆ ข้างต้น เมื่อนำมาใช้ร่วมกันในการถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับวัดพระธรรมกายมีผลทำให้ภาพแทนโดยรวมของฝ่ายวัดพระธรรมกายที่ได้เป็นกลุ่มบุคคลที่เป็นอันตรายต่อสังคมและพุทธศาสนา เนื่องจากไม่เพียงถูกนำเสนอว่าเป็นกลุ่มความเชื่ออย่างอื่นที่บ่อนทำลายพุทธศาสนา แต่ยังมีลักษณะที่ไม่น่าไว้วางใจ และชอบทำทนายสถาบันที่มีความสำคัญในสังคมไทยอีกด้วย

ผลวิจัยที่ได้เป็นไปตามแนวความคิดของ แฟร์คลัฟ (Fairclough: 1995) ที่กล่าวว่าวาทกรรมสื่อมีอิทธิพลต่อความเป็นไปในสังคม ทั้งในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และตอกย้ำค่านิยมความเชื่อบางอย่างให้คงอยู่ เนื่องจากพบว่าในการนำเสนอข่าวดังกล่าว หนังสือพิมพ์ไม่ได้แสดงเพียงการต่อต้านฝ่ายวัดพระธรรมกาย โดยไม่ยอมรับสถานภาพความเป็นพุทธของฝ่ายวัดพระธรรมกายเท่านั้น แต่ยังมีส่วนตอกย้ำ และสนับสนุนความเชื่อหลักในแนวจารีตเถรวาทว่าอะไรควรทำ และอะไรไม่ควรทำ เช่น พระสงฆ์ไม่ควรยุ่งเกี่ยวกับเรื่องทางโลก ไม่ว่าจะเรื่องทางธุรกิจหรือการยุ่งเกี่ยวกับสตรีเพศ อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความเชื่อถือในเรื่องของอำนาจคือการยอมรับในอำนาจของสถาบันที่มีความสำคัญในสังคมไทย เช่น การที่หนังสือพิมพ์มองฝ่ายวัดพระธรรมกายในทางลบว่ามีลักษณะกระด้างกระเดื่อง ชอบทำทนายสถาบันที่มีความสำคัญหรือทำทนายผู้นำสูงสุดของสถาบันดังกล่าว อันเป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม

การศึกษาวาทกรรมสื่อที่เกี่ยวกับวัดพระธรรมกายนี้ ไม่เพียงทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับมุมมองทางลบที่หนังสือพิมพ์มีต่อฝ่ายวัดพระธรรมกายเท่านั้น แต่ยังทำให้เห็นว่าการใช้ภาษามีความเกี่ยวข้องกับบริบททางสังคมเป็นอย่างยิ่ง และภาษามีบทบาทในแง่จิตวิทยาต่อคน

ในสังคม เนื่องจากภาษามีได้เป็นเครื่องมือที่มีอยู่อย่างอิสระ แต่ได้แบกเอาความเชื่อไว้ด้วย เมื่อถูกนำมาใช้สร้างภาพแทนเหตุการณ์หนึ่ง ๆ เผยแพร่สู่คนหมู่มาก ย่อมมีส่วนเน้นย้ำความเชื่อดังกล่าวหรือเป็นการผลิตซ้ำ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในวงกว้างต่อไป ในขณะที่เดียวกันก็ปิดกั้นหรือต่อต้านความเชื่ออย่างอื่นที่ต่างออกไป จนอาจทำให้เกิดความแตกแยกทางสังคมได้ โดยภาพรวมแล้วพบว่าหนังสือพิมพ์นำเสนอมุมมองว่าวัดพระธรรมกายเป็นกลุ่มที่เป็นอันตรายต่อสังคมและพุทธศาสนาซึ่งหนังสือพิมพ์มีบทบาททั้งในแง่สังคมแ่งจิตวิทยาที่ทำให้เกิดมุมมองทางลบต่อวัดพระธรรมกาย

การศึกษาของกาญจนา เจริญเกียรติบวร เป็นงานวิจัยเพียงเรื่องเดียวที่ใช้วิธีการวิเคราะห์รูปภาษาตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ โดยข้อมูลการวิจัยเป็นการใช้ข่าวจากสื่อมวลชนซึ่งมีสถานะเป็นบุคคลภายนอกที่นำเสนอมุมมองของวัดพระธรรมกายผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ผลการวิเคราะห์สะท้อนให้เห็นว่าสื่อมวลชนส่วนใหญ่นำเสนอมุมมองต่อวัดพระธรรมกายในด้านลบ

### 2.3.2 กระบวนการสร้างความศรัทธาของวัดพระธรรมกาย

การศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการสร้างความศรัทธาของวัดพระธรรมกายนั้นมีจำนวนมาก ทั้งงานวิจัยภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ทั้งยังมีงานวิจัยที่นำเสนอประเด็นดังกล่าวนี้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งผู้วิจัยจำแนกกระบวนการสร้างความศรัทธาของวัดพระธรรมกายออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ กระบวนการสร้างความศรัทธาด้วยการสร้างอัตลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ กระบวนการสร้างความศรัทธาด้วยการสร้างภูมิทัศน์กับแนวคิดบริโภคนิยม และกระบวนการสร้างความศรัทธาด้วยการสร้างกลุ่มเครือข่าย ดังนี้

#### 2.3.2.1 กระบวนการสร้างความศรัทธาด้วยการสร้างอัตลักษณ์และการประชาสัมพันธ์

ความศรัทธาเป็นกลไกสำคัญที่จะทำให้กลุ่มความเชื่อนั้นแพร่หลายในสังคม การสร้างอัตลักษณ์ที่แสดงให้เห็นความโดดเด่นของกลุ่มตลอดจนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นกระบวนการสำคัญที่สามารถสร้างความศรัทธาให้เกิดขึ้นได้ สแวร์เรอ (Swearer, 1991) ได้ศึกษาเรื่อง “Fundamentalistic Movements in Theravada Buddhism” พบว่าวัดพระธรรมกายเป็นพุทธศาสนารูปแบบใหม่ในประเทศไทย แต่ก็ยังยึดโยงกับพุทธศาสนาในลักษณะที่เป็นศาสนาประจำชาติ ซึ่งวัดพระธรรมกายมีความแตกต่างในรูปแบบธรรมเนียมการปฏิบัติ ซึ่งสามารถสร้างอัตลักษณ์ในทางสังคมและวัฒนธรรม โดยวัดพระธรรมกายได้มุ่งสร้างสิ่งที่สัมผัสได้ในทางพุทธศาสนา เช่น พื้นที่หลังความตาย แต่หากพิจารณาในเชิงนโยบายจะเห็นได้ว่าวัดพระธรรมกายยังมุ่งรักษาความสัมพันธ์

อันดีในความเป็นสถาบันหลักของชาติไทยได้แก่ การยึดเหนี่ยวสถาบันหลักทางสังคม คือ สถาบันชาติ สถาบันศาสนา และสถาบันพระมหากษัตริย์ไว้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แซนเนอร์ (Zehner, 1990) ที่ศึกษาเรื่อง “Reform Symbolism of a Thai Middle-class: The Growth and Appeal of the Thammakai Movements:” พบว่ากิจกรรมของวัดพระธรรมกายในประเทศไทยทำให้มีคนมาร่วมงานวัดไม่ต่ำกว่าปีละ 50,000 คน ซึ่งไม่เคยปรากฏมาก่อนในประวัติศาสตร์ทางศาสนาของไทย โดยผู้นำของวัดพระธรรมกายเป็นกุญแจสำคัญสำหรับการปฏิรูปสร้างความศรัทธาแนวใหม่ที่เข้มแข็ง โดยใช้การระดมทุนเพื่อสร้างสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ที่มีขนาดใหญ่กว่าพุทธสถานปกติจนกลายเป็นสัญลักษณ์ที่โดดเด่นของวัด ซึ่งแสดงผ่านการใช้พุทธสถานเป็นสัญลักษณ์ภาพประชาสัมพันธ์ และใช้สื่อทันสมัยเพื่อดึงดูดใจผู้ที่ศรัทธาต่อวัดให้ร่วมกิจกรรมตามที่วัดนำเสนอ

นอกจากนี้ในงานวิจัยของนาตยา แก้วใส และผะอบ พวงน้อย (2542) ที่ศึกษาเรื่อง “การศึกษาบทบาทวัดพระธรรมกายในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเผยแผ่พระพุทธศาสนาทั่วโลก” พบว่าวัดเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศรูปแบบต่าง ๆ ในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาทั่วโลก โดยใช้ระบบโทรศัพท์ทางไกลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีการผลิตสื่อธรรมะในระบบมัลติมีเดีย การเผยแผ่ธรรมะทางวิทยุและเสียงตามสาย ซึ่งเมื่อเทียบในช่วงเวลาเดียวกันพบว่าวัดพระธรรมกายมีการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่งานที่ทันสมัยและก้าวหน้ามากกว่าองค์กรพุทธอื่น ๆ

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น งานวิจัยของสแวร์เรอ (Swearer, 1990) และ แซนเนอร์ (Zehner, 1990) สะท้อนให้เห็นกระบวนการสร้างความศรัทธาของวัดพระธรรมกายที่ยังยึดโยงกับพุทธศาสนากระแสหลักในสังคมไทย และขณะเดียวกันก็มีการสร้างแนวทางการศรัทธาแบบใหม่โดยการสร้างพุทธสถานขนาดใหญ่เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของวัด และในขณะเดียวกันงานวิจัยของแซนเนอร์ (Zehner, 1990) กับนาตยา แก้วใส และผะอบ พวงน้อย (2542) ยังสะท้อนให้เห็นว่าวัดพระธรรมกายมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวางอีกด้วย

การสร้างอัตลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ของวัดพระธรรมกายเป็นกระบวนการสร้างความศรัทธาจากวัตถุ โดยวัดพระธรรมกายมีการสร้างพุทธสถานที่มีรูปแบบพิเศษเป็นอัตลักษณ์ของตนเอง แล้วนำอัตลักษณ์นั้นมาเผยแพร่งานสื่อต่าง ๆ ในสังคมอย่างต่อเนื่องจนก่อให้เกิดกลุ่มผู้ศรัทธาเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก จึงกล่าวได้ว่าการสร้างอัตลักษณ์และการประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสร้างความศรัทธาวิธีหนึ่งของวัดพระธรรมกาย

### 2.3.2.2 กระบวนการสร้างความศรัทธาด้วยการสร้างภูมิทัศน์กับแนวคิดบริโภคนิยม

นอกจากกระบวนการสร้างความศรัทธาของวัดพระธรรมกายที่กล่าวไว้ในงานวิจัยทั้งสองเรื่องที่กล่าวถึงข้างต้นแล้ว วัดพระธรรมกายยังมีกระบวนการสร้างความศรัทธาโดยอาศัยการปรับ

ภูมิทัศน์ให้สวยงาม สะอาด และสงบ ซึ่งสามารถดึงดูดใจให้มีผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายมากขึ้น เห็นได้จากงานวิจัยของ ยาโน โยชิตาเกะ (2539) ที่ศึกษาเรื่อง “ศาสนาประจำชาติของไทยปัจจุบันที่เปลี่ยนไป” โดยในงานวิจัยส่วนหนึ่งกล่าวว่าวัดพระธรรมกายได้พัฒนาสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การทำวัดให้สะอาด สร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อยจนเป็นกลายเป็นลักษณะเฉพาะตัวที่โดดเด่นของวัด จึงสามารถดึงดูดความต้องการของชนชั้นกลางได้มากขึ้น ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2541) ที่ศึกษาเรื่อง “ศาสนทัศน์ของชุมชนเมืองสมัยใหม่: ศึกษากรณีวัดพระธรรมกาย” แสดงให้เห็นว่าวัดพระธรรมกายได้ใช้การจัดการพื้นที่ภายในวัดในการโน้มน้าวความศรัทธาได้อย่างชาญฉลาด มีการแบ่งเขตพุทธาวาส อัมมาวาส และสังฆาวาส แสดงว่าวัดตั้งใจจะทำให้เป็นวัดเพื่อมวลชนอย่างแท้จริง

งานวิจัยของ ยาโน โยชิตาเกะ (2539) และอภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2541) สะท้อนให้เห็นว่าวัดพระธรรมกายสร้างความศรัทธาผ่านกระบวนการปรับแต่งภูมิทัศน์ให้สะอาดและเป็นระเบียบ มีการแบ่งพื้นที่บริเวณในวัดอย่างชัดเจน ทำให้สามารถบริหารจัดการพื้นที่ใช้สอยและจำแนกเขตของประชาชนกับพื้นที่บริหารของวัดออกจากกันได้อย่างชัดเจน ซึ่งเห็นได้จากงานวิจัยอีกส่วนหนึ่งของ สุธิตรา พูนพิพัฒน์ (2539) ที่ศึกษาเรื่อง “บทบาทของวัดพระธรรมกายในสังคมไทยปัจจุบัน” ได้กล่าวถึงการบริหารและการจัดกิจกรรมของวัดไว้ว่าด้านการบริหารและกิจกรรมของวัด วัดมีการจัดองค์ประกอบเป็นทางการ ซึ่งแตกต่างจากวัดอื่นที่มีการบริหารแบบไม่เป็นทางการ ใช้ประสบการณ์ทำงานบริหารภายในวัดแบบผูกขาดโดยเจ้าอาวาส มักนายน หรือกลุ่มเอกชน ในขณะที่วัดพระธรรมกาย เจ้าอาวาสจัดการบริหารแบบกระจายอำนาจมีการกำหนดนโยบาย และการปฏิบัติงานโดยลำดับ มีการประชุม การวางแผน แต่ก็มีมีการปฏิบัติงานที่รวดเร็วไม่ซับซ้อน มีการจัดสายงานบังคับบัญชา และมีการแจ้งข่าวให้สมาชิกทราบอย่างทั่วถึง โดยการบริหารงานลักษณะดังกล่าวเป็นผลมาจากเจ้าอาวาสมีลักษณะเป็นผู้นำสูง มีความรู้ มีการศึกษา มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน

นอกจากนี้ อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2541) ยังอธิบายถึงการจัดตั้งชุมชนฆราวาสของวัดพระธรรมกายว่ามีใช้ชุมชนที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติแต่เป็นชุมชนจัดตั้ง ซึ่งผูกกันไว้ด้วยพิธีทำบุญซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน เป็นช่องทางที่วัดจะได้รับการอุปถัมภ์ด้านปัจจัยสี่และวัตถุประสงค์อื่น ๆ จากฆราวาส พิธีทำบุญจึงเป็นช่องทางดึงทรัพยากรเข้าวัด

พิธีกรรมของวัดเป็นการสร้างปัจเจกภาพแบบธรรมกาย วัดสามารถดึงเอาศรัทธาจากสมาชิกแต่ละคนผนวกกับระเบียบวินัย และระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพมาจัดสรรระบบการแบ่งงานใหญ่ ๆ ทั้งนี้ ในขณะที่ทำงานก็มีการให้เงินถึงบุญไปด้วย จะเห็นได้ว่าวัดประสบความสำเร็จในการสร้างปัจเจกภาพดังกล่าวจนกลายเป็นบุญแจสำคัญแห่งความสำเร็จของวัด กระบวนการผสมผสานทางวาทกรรมของวัดพระธรรมกายเกิดจากองค์ประกอบของวัฒนธรรมทุนนิยมปรีโภค แสดงผ่าน

รูปแบบการจัดและบริหารองค์กรสมัยใหม่ การรับเทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นกลไกสำคัญของการเผยแผ่ธรรมะและการสร้างภาพลักษณ์ แม้ภาพปรากฏจะทำให้ดูเหมือนว่าวัดเป็นต้นแบบของวัดที่ทันสมัย

ความโดดเด่นของการปฏิรูปวัดคือการให้ความชอบธรรมอย่างเปิดเผยในการผสมผสานองค์กรแบบวัฒนธรรมทุนนิยมบริโศก ในแง่ที่เป็นการปรับตัวที่จำเป็นของพุทธศาสนาในโลกสมัยใหม่ และเป็นการเรียกร้องให้ทบทวนจารีตของเส้นแบ่งระหว่างการอยู่ในโลกและการอยู่นอกโลก อันเป็นการตอบความประหลาดของสังคมสมัยใหม่ โดยพุทธศาสตร์ดังกล่าวมีจุดแข็งในการดึงธรรมะให้เข้ามาใกล้ในโลกประจำวันของสมาชิกมากขึ้น เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้คนที่เคยชินกับความเป็นระบบ สะดวกสบาย อีกทั้งการบริการและการมีกลุ่มย่อยมีสายควบคุมแบบแนบแน่นยังช่วยกระตุ้นความสมานฉันท์และความรู้สึกผูกพันต่อชุมชน นับว่าวัดตอบสนองทั้งรสนิยมของวัฒนธรรมบริโศกนิยม รวมทั้งสร้างความผูกพันระหว่างวัดกับชุมชนที่ขาดหายไปในช่วงครึ่งศตวรรษที่ผ่านมาด้วยความสำเร็จดังกล่าวจึงทำให้สามารถเพิ่มจำนวนสมาชิกได้มากขึ้นและรวดเร็ว งานวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ แม็คคาร์โก (McCargo, 1999) ที่ได้ศึกษาเรื่อง “The politics of Buddhism in Southeast Asia” พบว่าวัดพระธรรมกายมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักยกย่องในเรื่องเกี่ยวกับความสะอาด ความสงบและความเป็นระเบียบ ซึ่งแตกต่างกับวัดอื่นในประเทศไทย การรักษามาตรฐานเหล่านี้ได้เป็นอย่างดีนั้นเกิดจากโครงการและการบริหารงานของวัด

จากงานวิจัยของทั้ง สุจิตรา พูนพิพัฒน์ (2539) อภิญญา เพ็ญฟูสกุล (2541) และ แม็คคาร์โก (McCargo, 1999) สะท้อนให้เห็นการสร้างความสำเร็จของวัดพระธรรมกายผ่านกระบวนการบริหารองค์กรที่ทันสมัยและจัดกิจกรรมของวัดให้สอดคล้องกับแนวคิดบริโศกนิยม โดยการจัดกิจกรรมให้มีความทันสมัย สะดวกสบาย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถสร้างกลุ่มผู้ศรัทธาที่มีกำลังทรัพย์ที่ต้องการแสวงหาชีวิตที่ทันสมัยและสะดวกสบาย ดังงานวิจัยของ รุ่งรวี เฉลิมศรีปริญญา (Chalermripinyorat, 1999) ที่ศึกษาเรื่อง “Doing the Business of Faith: The Capitalistic Dhammakaya” พบว่านโยบายหลักของวัดพระธรรมกายมุ่งแสวงหาผู้ศรัทธาชนชั้นกลาง โดยต้องเป็นผู้มีการศึกษาดี มีรายได้สูง โดยสงวนสิทธิ์ในการเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ ไว้เฉพาะผู้ที่มีรายได้ เช่น โครงการเมืองแก้วมณี เป็นโครงการอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ที่เปิดขายให้กับผู้ศรัทธาที่ต้องการอยู่ใกล้วัด หรือโครงการธรรมทายาท สงวนไว้สำหรับผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาเท่านั้น การดำเนินโครงการเช่นนี้ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำ เนื่องจากผู้ที่ด้อยโอกาสทางการศึกษาก็จะด้อยโอกาสทางพุทธศาสนาไปด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่า การสร้างภูมิทัศน์ที่สะอาดและเป็นระเบียบของวัดพระธรรมกายนั้น เป็นกระบวนการสร้างความศรัทธาที่ผ่านนโยบายการบริหาร ซึ่งวัดพระธรรมกายต้องการบริหารจัดการพื้นที่เพื่อดึงดูดใจให้มีผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายมากขึ้น โดย

นโยบายนี้มุ่งแพร่กระจายไปสู่กลุ่มผู้บริโภคชนชั้นกลางที่มีกำลังทรัพย์ ซึ่งนโยบายการบริหารจัดการองค์กรลักษณะดังกล่าวนี้เป็นการบริหารจัดการบนพื้นฐานแนวคิดแบบบริโภคนิยม

### 2.3.2.3 กระบวนการสร้างความศรัทธาด้วยการสร้างกลุ่มเครือข่าย

มนุษย์เป็นสัตว์สังคมจึงมีการรับรู้และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ภายในกลุ่มของตน การสร้างกลุ่มเครือข่ายจึงเป็นกระบวนการที่สามารถถ่ายทอดความคิด ความเชื่อ จนกระทั่งกลายเป็นกระบวนการสร้างความศรัทธาได้ในที่สุด งานวิจัยที่แสดงให้เห็นลักษณะการสร้างกลุ่มเครือข่ายของ วัดพระธรรมกายที่เป็นรูปธรรมที่สุดคืองานวิจัยของ อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2541) ที่อธิบายเกี่ยวกับการสร้างกลุ่มเครือข่ายของวัดพระธรรมกายไว้ว่า วัดพระธรรมกายมีการฝึกใช้ชีวิตรวมกลุ่มอย่างมีวินัยและเอื้อเฟื้อผู้อื่น มีระดับความเข้มงวดต่างกัน โครงการที่เข้มงวดที่สุดคือโครงการอบรมธรรมทายาทและอุปสมบทหมู่ภาคฤดูร้อน ส่วนที่ไม่เข้มงวดมากนักคือ โครงการส่งเสริมคุณธรรมแก่เยาวชนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา นอกจากนี้ยังมีการอบรมข้าราชการและพนักงานด้วย

วัดพระธรรมกายมีความสามารถในการระดมมวลชนของวัดที่มีค่าใช้จ่ายหน้าหนึ่งของวัดมาช่วยงาน อาสาสมัครเหล่านี้ได้แก่ นักเรียน ญาติโยมที่เป็นสมาชิกของวัด ซึ่งเชื่อว่าเคล็ดลับของการระดมมวลชนนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้าง การรักษา และการขยายเครือข่าย ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลไกนี้มีหัวใจอยู่ที่การจัดกลุ่มสมาชิกฆราวาสที่เรียกว่ากลุ่มกัลยาณมิตร นอกจากนั้นหมูนิสิตนักศึกษาก็ยังเป็นฐานเครือข่ายที่สำคัญยิ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยส่วนหนึ่งของ นภดล ขวัญชนะภักดี (2530) ที่อธิบายว่าการสร้างเครือข่ายของวัดพระธรรมกาย โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนนั้นมีสาเหตุจากแรงจูงใจที่เยาวชนมาปฏิบัติธรรมที่วัดเนื่องจากมีผู้ที่เคยมาวัดแล้วชวนมา ส่วนใหญ่คือพ่อแม่ ผู้ปกครอง ญาติและเพื่อน ๆ แล้วมาเล่าสู่กันฟังจึงลองมาปฏิบัติ และสิ่งที่ดึงดูดให้เยาวชนเข้ามาปฏิบัติธรรมและที่สำคัญคือวัดจะจัดกิจกรรมในวันเสาร์และวันอาทิตย์แทนวันพระ ทำให้เกิดการรวมกลุ่มที่วัดพระธรรมกายได้อย่างสะดวก

ผลการวิจัยของอภิญา เพ็ญฟูสกุล (2541) และนภดล ขวัญชนะภักดี (2530) สะท้อนให้เห็นว่าวัดพระธรรมกายมีการสร้างกลุ่มเครือข่ายด้วยการใช้โครงการของวัดเพื่อฝึกอบรมและเปิดโอกาสให้ผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายสามารถทำกิจกรรมร่วมกัน และกลไกสำคัญที่สุดที่สามารถดึงดูดให้มีผู้มาร่วมกิจกรรมกับวัดพระธรรมกายมากขึ้นเรื่อย ๆ ก็คือการสร้างกลุ่มเครือข่ายจากบุคคลใกล้ชิดเป็นแกนนำในการชักชวนให้มาวัด ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าการสร้างกลุ่มเครือข่ายของวัดพระธรรมกายเป็นวิธีการสำคัญที่สนับสนุนกระบวนการสร้างความศรัทธาให้แพร่ขยายมากขึ้นเรื่อย ๆ ในสังคมไทย

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับกระบวนการสร้างความศรัทธาของวัดพระธรรมกาย พบว่างานวิจัยแสดงให้เห็นกระบวนการสร้างความศรัทธาใน 3 ลักษณะ คือ กระบวนการสร้างความศรัทธาด้วยการสร้างอัตลักษณ์และการประชาสัมพันธ์ กระบวนการสร้างความศรัทธาด้วยการสร้างภูมิทัศน์กับแนวคิดบริโภคนิยม และกระบวนการสร้างความศรัทธาด้วยการสร้างกลุ่มเครือข่าย ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าวัดพระธรรมกายมีกระบวนการในการสร้างความศรัทธาโดยมีกลยุทธ์ที่เป็นระบบในเชิงรูปธรรม จึงสามารถดึงดูดใจจนกระทั่งสามารถเพิ่มจำนวนผู้ศรัทธาได้

### 2.3.3 กระบวนการสร้างบุคลากรของวัดพระธรรมกาย

วัดพระธรรมกายมีแนวทางในการสร้างและพัฒนาบุคลากรของวัดที่ชัดเจน โดยวัดจะคัดสรรบุคคลที่มีคุณสมบัติที่ดีให้มาเป็นบุคลากรของวัด อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2541) อธิบายไว้ในส่วนหนึ่งของงานวิจัยว่า วัดพระธรรมกายให้ความสำคัญแก่บุคลากร เห็นได้จากความพิถีพิถันในการคัดเลือกคน พระภิกษุจึงมีการศึกษาระดับปริญญาตรี เนื่องจากวัดมีกิจกรรมมาก พระภิกษุวัดพระธรรมกายจะไม่รับกิจนิมนต์เหมือนวัดอื่น ๆ ภารกิจส่วนใหญ่เป็นการทำกิจกรรมของวัดร่วมกับเจ้าหน้าที่ฆราวาส ด้านการฝึกพระภิกษุและเจ้าหน้าที่ฆราวาสให้เป็นผู้เผยแผ่ธรรมะในโลกสมัยใหม่ วัดได้จัดวิชาเสริมความรู้และทักษะโดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิมาสอนทั้งพระภิกษุและเจ้าหน้าที่ อีกสิ่งหนึ่งที่วัดเน้นเป็นพิเศษในการฝึกคนก็คือเรื่องมารยาทและการแสดงออกที่สุภาพ และอีกส่วนหนึ่งคือความเชื่อวามารยาทและการแสดงออกที่สุภาพอ่อนน้อมเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับบุคลิกภาพของผู้ที่จะออกไปเผยแผ่ธรรมะแก่สาธุชน ในส่วนยุทธศาสตร์เชิงรุกที่น่าสนใจในบริบทเมืองสมัยใหม่โดยทั่วไป พระภิกษุจะไม่เป็นฝ่ายเผยแผ่ธรรมะด้วยการเข้าหาญาติโยม แต่วัดมีเจ้าหน้าที่ประจำที่เป็นฆราวาสไปเผยแผ่และบอกบุญตามบ้านต่าง ๆ โดยการรับเจ้าหน้าที่ฆราวาสจะมีเงื่อนไขคือ จะต้องมีการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรีหรืออนุปริญญา อายุไม่เกิน 35 ปี เป็นโสด และเมื่อเป็นเจ้าหน้าที่จะต้องมาอาศัยประจำอยู่ในวัดและถือศีล 8 นั้นหมายถึงพร้อมที่จะสละวิถีทางโลกระดับหนึ่ง

อัคคี ศรีทราชัยกุล (2530) ศึกษาเรื่อง “ความยึดมั่นผูกพันในศาสนาของชาวพุทธ: ศึกษาเฉพาะกรณีชาวพุทธในกลุ่มวัดพระธรรมกาย พุทธสถานสันติอโศก และวัดชลประทานรังสฤษฎ์” พบว่าการคัดคนเข้ามาบวชของวัดพระธรรมกายจะต้องสำเร็จการศึกษาปริญญาตรี และเข้ามาอยู่วัดถือศีล 8 อย่างน้อย 5 ปี ผ่านโครงการอบรมธรรมทายาท ขณะบวชให้ความรู้ด้านพุทธศาสนา หากจะบวชเป็นพระต่อไปจะต้องมีความสามารถในการเทศน์สื่อความหมายให้กับประชาชนได้ และจากการคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้สูง ทำให้วัดมีความโดดเด่นในแง่การประยุกต์หลักธรรมให้เข้าใจง่าย และมีเป้าหมายเผยแผ่ธรรมะลงไปสู่กลุ่มคนหนุ่มสาว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ นภดล ขวัญชนะภักดี (2530) ที่ศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบบทบาทของวัดพระธรรมกาย และพุทธสถานสันตือโศก ในการเผยแผ่ศาสนาในหมู่เยาวชนในสังคมไทยปัจจุบัน” ซึ่งพบว่าการอุปสมบทเป็นพระภิกษุของวัดพระธรรมกายจะต้องผ่านการฝึกอบรม และผ่านการพิสูจน์ให้เห็นถึงความศรัทธาในพระพุทธศาสนาอย่างมั่นคง มีความตั้งใจเด็ดเดี่ยวที่จะบวชอุทิศชีวิต มีการคัดเลือก และกลั่นกรอง และต้องผ่านการเห็นชอบจากพระสงฆ์ที่อยู่ประจำในสำนักนั้น ด้วยเหตุนี้จึงเป็นพระที่มีความศรัทธาในพระพุทธศาสนาอย่างสูง เยาวชนกลุ่มตัวอย่างได้แสดงทัศนะต่อพระสงฆ์วัดพระธรรมกายว่า เป็นพระที่มีจริยาวัตรที่น่าเคารพเลื่อมใส เป็นพระที่มีคุณภาพทั้งในแง่การเรียนรู้ และเผยแผ่พุทธศาสนา

การคัดสรรบุคคลเข้ามาเป็นบุคลากรของวัดพระธรรมกายมีกระบวนการคัดเลือกและขัดเกลาอย่างเข้มข้น อชวัน หงิมรักษา (2546) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการขัดเกลาทางสังคมและพัฒนาบุคลากรของวัดพระธรรมกาย” งานวิจัยเรื่องนี้ศึกษากระบวนการขัดเกลาทางสังคมและพัฒนาบุคลากรภายในของวัดพระธรรมกาย ได้แก่ พระภิกษุ สามเณร อุบาสก อุบาสิกา และบุคคลภายนอก ได้แก่ ประชาชนและเยาวชน ซึ่งเห็นว่าวัดพระธรรมกายมีระบบการสรรหาบุคลากรด้วยการเชิญชวนแบบบุคคลต่อบุคคล ซึ่งเป็นวิธีที่ได้ผลมากที่สุด ด้านการพัฒนา วัดพัฒนาบุคลากรด้วยหลักไตรสิกขา กิจวัตร กิจกรรม และการบริหารปัจจัย 4 และการพัฒนาด้านปริยัติและปฏิบัติ ส่วนการธำรงรักษา วัดใช้การปลูกฝังอุดมการณ์และเป้าหมายในการสร้างบารมี และการสนับสนุนปัจจัย 4 ให้กับบุคลากรภายใน ส่วนบุคลากรภายนอกวัดใช้วิธีการสนับสนุนอำนวยความสะดวกด้านอาหารและบริการต่าง ๆ ในการใช้ประโยชน์บุคลากรภายใน วัดใช้วิธีมอบหมายความรู้ ความถนัด และความสามารถ ส่วนบุคคลภายนอก อาศัยความสมัครใจในการทำหน้าที่อาสาสมัคร กัลยาณมิตร และผู้นำบุญ

การทบทวนวรรณกรรมสะท้อนให้เห็นว่าวัดพระธรรมกายมีกระบวนการสร้างบุคลากรที่ชัดเจน โดยจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีการศึกษาดี และจะต้องเป็นผู้ประพฤติตามกรอบแนวทางที่วัดพระธรรมกายกำหนด การที่วัดพระธรรมกายสามารถสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถมาช่วยดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในวัด ย่อมทำให้การดำเนินกิจกรรมของวัดพระธรรมกายสามารถดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากบุคลากรที่วัดสร้างขึ้นนั้นนอกจากจะเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมต่อการดำเนินงานแล้ว บุคลากรเหล่านี้ยังสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับวัดพระธรรมกายได้อีกด้วย



### 2.3.4 แนวทางการสอนของวัดพระธรรมกาย

แนวทางการสอนของวัดพระธรรมกายมีแนวทางการสอนที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งเป็นประเด็นที่มีข้อถกเถียงในสังคมมากที่สุดประการหนึ่ง ซึ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัดพระธรรมกายมีทั้งที่นำเสนอในมุมมองด้านบวกและมุมมองด้านลบ ดังนี้

#### 2.3.4.1 แนวทางการสอนของวัดพระธรรมกายในด้านบวก

งานวิจัยที่นำเสนอมุมมองในด้านคำสอนของวัดพระธรรมกายในด้านบวก ได้แก่ งานวิจัยของเทย์เลอร์ (Taylor, 1990) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง “New Buddhist Movements in Thailand: An Individualistic Revolution” พบว่า ความเคลื่อนไหวทางศาสนาแบบการแบ่งแยกกลุ่มได้เกิดขึ้นครั้งแรกตอนปลายศตวรรษที่ 16 ตามลักษณะความสนใจในวิธีการทำสมาธิ และรูปแบบที่ปรากฏออกมาคือลักษณะปัจเจกบุคคลของชนชั้นกลาง และเข้ากันได้กับลักษณะของการปฏิบัติแบบอาศัยปา ซึ่งเป็นรูปแบบที่แสดงถึงความเรียบง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สรกานต์ ศรีทองอ่อน (2547) ที่ศึกษาเรื่อง “คำสอนเรื่องการสร้างบารมีของวัดพระธรรมกาย” โดยเก็บข้อมูลจากข้อมูลของวัดพระธรรมกาย รวมถึงนักการศึกษา ความเห็นของประชาชนทั่วไป ทั้งหนังสือ งานวิจัย และอินเทอร์เน็ต ผลการวิจัยพบว่าแนวคิดเรื่องบารมีของวัดพระธรรมกายสอดคล้องกับหลักธรรมในพระไตรปิฎก สำหรับผลกระทบที่เกิดขึ้นในทางสังคมวิทยาศาสนานั้นพบว่า เหตุที่คำสอนเรื่องการสร้างบารมีของวัดพระธรรมกายสามารถทำให้มีประชาชนเลื่อมใสศรัทธาเป็นจำนวนมากน่าจะมีผลมาจากคำสอนที่สามารถชี้แจงให้เห็นเหตุและผลได้อย่างเป็นขั้นตอน ง่ายต่อการปฏิบัติและผู้สอนสามารถปฏิบัติตนให้เป็นแบบอย่างได้จริง ส่วนความเห็นเชิงไม่เห็นด้วยกับคำสอนเรื่องบารมีของวัดพระธรรมกายนั้นน่าจะมีอยู่หลายสาเหตุด้วยกันคือ ข้อกล่าวหาทางคำสอนเชิงอภิปรายว่า ผิดเพี้ยน การใช้หลักธรรมที่ต่างกันในการตีความ การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับวัดที่ไม่ชัดเจน การปฏิเสธวิธีการใหม่ ๆ ที่นอกเหนือจากประสบการณ์ของตน และปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ของวัด

งานวิจัยที่นำเสนอมุมมองคำสอนของวัดพระธรรมกายในด้านบวกส่วนใหญ่ผลการวิจัยมักจะแสดงให้เห็นว่าคำสอนของวัดพระธรรมกายเป็นการปฏิรูปพุทธศาสนาแบบใหม่ที่สอดคล้องกับสภาพสังคมแบบทุนนิยม ดังเช่นงานวิจัยของ ยาโน โยชิตาเกะ (2539) ที่ได้อธิบายไว้ในส่วนหนึ่งของงานวิจัยว่า คำสอนในพระพุทธศาสนาแบบใหม่หรือการปฏิบัติธรรมแบบใหม่ที่มีการเคลื่อนไหวในเมืองหลวงเป็นศูนย์กลาง และได้ส่งผลกระทบเป็นคลื่นไม่เฉพาะในวงการพระพุทธศาสนาเท่านั้น แต่ส่งผลกระทบต่อสังคมไทยซึ่งเรียกว่า พุทธชุมชนเมือง

การเกิดขึ้นของกลุ่มความเคลื่อนไหวใหม่ทางศาสนานั้น ส่วนใหญ่วิจารณ์กันว่าสืบเนื่องมาจากสังคมเปลี่ยนเป็นอุตสาหกรรม อารยธรรมตะวันตกเข้ามามีอิทธิพล อีกทั้งการคำก็เป็น

แบบทุนนิยม แต่อิทธิพลที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริงก็คือจิตสำนึกต่อศาสนาพุทธในฐานะศาสนาประจำชาติ ซึ่งจิตสำนึกดังกล่าวนี้เข้ามาอยู่ในกลุ่ม 3 กลุ่มข้างต้นที่มีสำนักของพุทธเถรวาทโดยไม่รู้ตัว นอกจากนี้ การควบคุมระบบสงฆ์อย่างหละหลวมจนเกิดช่องทางทำให้เกิดกลุ่มต่าง ๆ ขึ้นก็เป็นสาเหตุหนึ่งของการเกิดแนวคิดพุทธชุมชนเมือง ซึ่งกลุ่มธรรมกายที่เน้นการปฏิบัติธรรมและการสอนสมาธิก็เกิดขึ้น จนกระทั่งมีจำนวนสมาชิกใหม่จำนวนมาก เนื่องจากการควบคุมระบบสงฆ์ที่ไม่เคร่งครัดนี้เช่นกัน

ด้านการทำสมาธิของวัดได้มีการเชื่อมโยงเรื่องราวอภิปรายเข้ากับทฤษฎีเรื่องโลก ในเชิงเหตุผล เช่นเรื่องนรก สวรรค์ บุญ บาป ให้กับชนชั้นกลางในเมืองได้ โดยเชื่อมโยงกับประสบการณ์จากการปฏิบัติสมาธิ แม้ว่าโดยปกติชนชั้นกลางจะชอบความเป็นเหตุเป็นผล ไม่ยอมรับเรื่องที่ยธิบายไม่ได้ แต่ในกรณีของธรรมกาย การปฏิบัติธรรมทำให้ผู้ปฏิบัติเกิดประสบการณ์ตรงของแต่ละคน ทำให้มีความเชื่อเรื่องอภิปรายว่ามีจริงและเป็นไปได้จริง จนทำให้เกิดการเชื่อมโยงปรัชญาเข้ากับความต้องการของคนในเมืองหลวงอย่างแนบแน่น

ต่อมา ยาโน โยชิตาเกะ (Yano Yoshitake 2000) ได้ศึกษาต่อยอดจากงานวิจัยชิ้นแรก เรื่อง “การเคลื่อนไหวของพุทธศาสนาในประเทศไทยปัจจุบัน: การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการปฏิบัติสมาธิ” โดยศึกษาเรื่องวัดพระธรรมกายด้านสมาธิและสังคมโดยเฉพาะ และได้วิเคราะห์การก่อตัวของวัดพระธรรมกายพบว่าในสภาพของการเปลี่ยนแปลงโลกาภิวัตน์ การเปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมบริโภคนิยมและมาตรการทางศาสนาของไทยนั้นคือกระบวนการทำให้พุทธศาสนาในประเทศไทยปัจจุบันเป็นระบบ จนเกิดพุทธจารีตกระแสหลัก ขณะเดียวกันก็เกิดจารีตกระแสรองขึ้นด้วย

วัดพระธรรมกายมุ่งเน้นการขยายไปยังชนชั้นกลาง สาธุชนโดยทั่วไปมีเป้าหมายมุ่งสู่นิพพาน โดยการฝึกทั้งศีล สมาธิ และความเชื่อที่เน้นผลของการทำทานในชาติปัจจุบัน ความศรัทธาของสาธุชนมี 2 เรื่อง คือพลังคุ้มครองซึ่งกลายเป็นจุดเน้นของวัด และศรัทธาต่อพิธีกรรม

อัตลักษณ์ทางศาสนาของวัดพระธรรมกายเกิดจากพลังคุ้มครองที่ได้รับจากการปฏิบัติสมาธิ มีใช้พลังคุ้มครองประเภทที่ต้องพึ่งพลังของพระสงฆ์ แต่เป็นการเปลี่ยนพลังศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่ในตัวของแต่ละคนด้วยการปฏิบัติสมาธิ และด้วยวิธีนี้เองจึงเกิดเป็นตัวตนเชิงพุทธศาสนาที่แตกต่างใน 2 รูปแบบ ได้แก่

ประการแรก อัตลักษณ์ที่พัฒนามาจากเรื่องทาน โดยการปลุกฝังเรื่องสัญลักษณ์ เช่น พระพุทธรูปหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมรูปแบบนี้สืบทอดโดยมีคำว่า “บุญ” ร่วมอยู่ด้วย

ประการที่สอง อัตลักษณ์ที่พัฒนามาจากเรื่องศีลและภาวนา ก่อให้เกิดกิจกรรมในองค์กรผ่านทางสังคมบริโภคนิยมจากภายนอก จุดมุ่งหมายของศาสนิกชนคือมุ่งนิพพาน ซึ่งเป็นสิ่งที่

สวนกระแสสังคมบริโภคนิยม แต่ถ้ามองในระดับการจัดกิจกรรมจะเห็นได้ว่าเป็นไปตามสังคมบริโภคนิยม

ภูมิหลังของการเกิดความเคลื่อนไหวของวัดพระธรรมกายนี้ ด้านหนึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างรวดเร็ว และการดำรงอยู่ของคนเมืองซึ่งสูญเสียความเชื่อมั่นในวิถีทางศาสนา การเคลื่อนไหวทางศาสนาแบบใหม่จึงเป็นการประสานความไม่ลงรอยระหว่างวิถีทางศาสนา ซึ่งเกิดจากการสัมผัสได้จริงในการปฏิบัติธรรม

งานวิจัยที่นำเสนอมุมมองของวัดพระธรรมกายในด้านบวกข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า คำสอนของวัดพระธรรมกายเป็นการนำเสนอแนวทางในการปฏิบัติโดยเฉพาะการปฏิบัติสมาธิให้มีความสอดคล้องกับสังคมไทยที่กำลังเปลี่ยนเข้าสู่กระแสบริโภคนิยม แนวทางการสอนของวัดพระธรรมกายจึงเน้นแสดงให้เห็นเป็นรูปธรรมเพื่อเชื่อมต่อแนวคิดทางศาสนาให้สามารถดำรงอยู่ควบคู่กับกระแสสังคมที่เปลี่ยนแปลงได้

#### 2.3.4.2 แนวทางการสอนของวัดพระธรรมกายในด้านลบ

งานวิจัยที่นำเสนอมุมมองด้านคำสอนของวัดพระธรรมกายในแง่ลบมักแสดงให้เห็นว่า คำสอนของวัดพระธรรมกายมีการบิดเบือนไปจากพระไตรปิฎก และมักเกี่ยวข้องกับการสร้างอำนาจพิเศษเหนือธรรมชาติ ดังงานวิจัยของ แจคสัน (Jackson, 1989) ซึ่งศึกษาเรื่อง “Buddhism Legitimation, and Conflict: The Political Functions of Urban Thai Buddhism” พบว่า ความเคลื่อนไหวของธรรมกายมีฐานมาจากการสอนสมาธิของหลวงพ่อด การเคลื่อนไหวของธรรมกายเป็นที่ยอมรับของทั้งพระสงฆ์และฆราวาส และกลุ่มที่ยอมรับส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลาง การเติบโตอย่างรวดเร็วและมีคนศรัทธาเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากผู้มีเงิน ทำให้มีข้อสงสัยว่าเบื้องหลังการเคลื่อนไหวของวัดเกี่ยวข้องกับทางการเมืองหรือไม่

การสอนของวัดพระธรรมกายอยู่ระหว่างพุทธศาสนาที่ปฏิรูปอย่างมีเหตุผลกับความเชื่อทางการจัดตั้งพุทธศาสนาแบบอุดมคติ โดยผู้ปฏิบัติธรรมฝึกฝนอย่างเข้มงวดเหมือนการปฏิรูป ซึ่งวัดพระธรรมกายใช้วิธีการนั่งสมาธิเพื่อเข้าสู่ประสบการณ์แบบเกี่ยวกับอำนาจพิเศษ และเน้นเรื่องความคิดด้านจักรวาลวิทยาเชิงพุทธ คำสอนของวัดพระธรรมกายรวมเอาทั้งการปฏิรูปชนชั้นกลางซึ่งการจัดตั้งองค์กรแบบวัดพระธรรมกายเชื่อว่าเกิดจากการทำให้ชนชั้นกลางพอใจ ผนวกกับวิธีการนั่งสมาธิให้ได้รับประสบการณ์ตรงจากภายในเพื่อให้ยอมรับเรื่องจิตวิญญาณ

งานวิจัยของแจคสัน (Jackson, 1989) สะท้อนให้เห็นว่าวัดพระธรรมกายมีการสร้างรูปแบบคำสอนที่ต้องการจูงใจชนชั้นกลาง โดยนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับอำนาจพิเศษเหนือธรรมชาติ ซึ่งงานวิจัยของพระมหาวิฑูชัย วชิรเมธี (2546) ได้กล่าวถึงคำสอนของวัดพระธรรมกายไว้ในอีก

ลักษณะหนึ่งว่า วัดพระธรรมกายทำพระธรรมวินัยให้วิปริต ทำลายความน่าเชื่อถือของพระไตรปิฎก โดยพยายามอรรถาธิบายชักจูงให้คนทั่วไปเข้าใจว่าบุญมีฐานะดุจสินค้าชนิดหนึ่งและเมื่อทำบุญแล้วจะก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่าง ๆ ได้อย่างปาฏิหาริย์ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะวัดพระธรรมกายพยายามนำแนวคิดแบบทุนนิยมเข้ามาผสมผสานกับกิจกรรมของวัดและการบริหารองค์กรทำให้วัดพระธรรมกายเกิดความเจริญทางวัดอย่างรวดเร็ว แต่ในทางตรงกันข้ามพฤติการณ์ลักษณะดังกล่าวนี้กลับสวนทางกับแนวคิดพุทธศาสนาเถรวาทซึ่งเน้นความเรียบง่ายและสอดคล้องกับวิถีธรรมชาตಿಯอย่างสิ้นเชิง

งานวิจัยของ แจคสัน (Jackson, 1989) และพระมหาวิฑูชัย วชิรเมธี (2546) สะท้อนให้เห็นคำสอนของวัดพระธรรมกายในมุมมองด้านลบ โดยมุ่งประเด็นไปที่การนำเสนออำนาจวิเศษเหนือธรรมชาติและแนวทางการสอนที่ขัดแย้งกับพระไตรปิฎก

จากการรวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัดพระธรรมกายจะเห็นได้ว่าผู้ศึกษาส่วนใหญ่มุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของวัดพระธรรมกายในสังคมไทย ทั้งด้านกระบวนการสร้างความศรัทธา การสร้างบุคลากร และคำสอนของวัดพระธรรมกาย ซึ่งงานวิจัยที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นงานวิจัยในทางสังคมศาสตร์ มานุษยวิทยาและพุทธศาสนาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยภาคสนามจากการสังเกตการณ์แล้วถ่ายทอดผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์จากมุมมองของนักวิจัยจากภายนอก อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีงานวิจัยใดที่ศึกษาข้อมูลภาษาจากสื่อที่วัดพระธรรมกายผลิตขึ้นเอง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับความคิดเรื่อง “บุญ” ในสื่อของวัดพระธรรมกาย

## 2.4 งานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

ในการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis- CDA) ในปัจจุบัน ผู้วิจัยจะจำแนกออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ งานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมศาสนาทั้งในภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และงานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมอื่น ๆ ในภาษาไทย ดังนี้

### 2.4.1 งานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมศาสนาทั้งในภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมศาสนาในภาษาไทยไม่ปรากฏงานที่ศึกษาตามแนวทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ มีเพียงงานวิจัยของ บุญทิศา พ่วงกลัด (2554) ซึ่งศึกษาวาทกรรม “บุญนิยม” กรณีศึกษาชุมชนราชธานีโอศก จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นการศึกษาในทางรัฐศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของภาษาในการสร้างอุดมการณ์และวาทกรรมบุญนิยม และศึกษา

นิจภาพของชาวชุมชนที่ทำให้เกิดภาคปฏิบัติจริงของวาทกรรม พบว่าภาษาเข้ามามีบทบาทในการสร้างและคงไว้ซึ่งอุดมการณ์และวาทกรรมบุญนิยม คำศัพท์ที่เกี่ยวกับอุดมการณ์บุญนิยมถูกสร้างขึ้นใน 3 ลักษณะ คือคำศัพท์เกี่ยวกับแนวคิดหลัก คำศัพท์เกี่ยวกับด้านเศรษฐกิจ และคำศัพท์ด้านสังคม ซึ่งการเลือกใช้ภาษาของชาวโศกมี 2 ลักษณะ ได้แก่ ประการแรกการใช้คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับคำว่า “บุญ” และคำทางพุทธศาสนา เช่น ดอกบุญ ลงบุญ หรือสาธารณโภคี ตลาดอารียะ ประการที่สอง การใช้คำเกี่ยวกับธรรมชาติ เช่น พรรคเพื่อฟ้าดิน โครงการกูดินฟ้า แนวคิดเรื่องบุญที่นำมาใช้ในระบบบุญนิยมนี้ต่างจากแนวคิดและความเชื่อเรื่องบุญในสังคมไทยปัจจุบันที่มองว่าบุญเกิดจากการทำทานด้วยเงินทองและสิ่งของ เพราะความหมายของบุญของกลุ่มโศกคือการชำระกิเลสและทำความดี ผู้ที่ชำระกิเลสได้คือต้องลดความโลภ ไม่เห็นแก่ตัว เสียสละ และไม่เอาเปรียบ จากแนวคิดวาทกรรมบุญนิยมดังกล่าวสามารถสร้างนิจภาพในสังคมชาวโศกซึ่งสามารถกำหนดพฤติกรรมของชาวโศก เช่น กินอาหารมังสวิรัต การแต่งกายที่เรียบง่าย และการเข้าร่วมกิจกรรมของชาวโศก สิ่งเหล่านี้เป็นการผลิตซ้ำอุดมการณ์และวาทกรรมบุญนิยมให้ดำรงอยู่ได้

แม้ว่างานวิจัยของ บุญทิศา พ่วงกลัด (2554) จะใช้รูปภาพในการวิเคราะห์ความหมายของคำว่า “บุญ” ตลอดจนมีการวิเคราะห์ภาคปฏิบัติทางวาทกรรมเพื่อวิเคราะห์การผลิตซ้ำอุดมการณ์ แต่งานวิจัยนี้ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

งานวิจัยเกี่ยวกับศาสนาในภาษาต่างประเทศ ได้แก่ งานวิจัยของ จามิลา ฮากัม (Hakam, 2009) ที่ใช้แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์วิเคราะห์สื่อการ์ตูนที่มีความเกี่ยวข้องกับศาสนาอิสลาม และงานวิจัยของ เพนนี่ ซานโธโพล (Xanthopoulou, 2010) ที่ใช้แนวคิดวาทกรรมในเชิงภาษาศาสตร์นำมาวิเคราะห์กลวิธีการสื่อสารในบริบทคริสต์ศาสนา ดังนี้

จามิลา ฮากัม (Hakam, 2009) ศึกษาเรื่อง “The ‘cartoons controversy’: a Critical Discourse Analysis of English-language Arab newspaper discourse” ผลการวิจัยพบว่าวาทกรรมที่เกิดขึ้นจากการโต้แย้งเรื่องการ์ตูนเป็นที่ประจักษ์ว่าเป็นการต่อสู้ในระดับอุดมการณ์ ซึ่งเกิดขึ้นจากความขัดแย้งทางสังคมที่เกิดขึ้นมาอย่างยาวนาน

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์วาทกรรมในหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษของอาหรับ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีของวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลเนื่องจากผู้วิจัยเห็นว่าทฤษฎีนี้มีการวิเคราะห์ผ่านมุมมองเชิงสังคมและการเมือง ซึ่งเหมาะกับการวิเคราะห์วาทกรรมสื่อเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ตัวบทที่เกี่ยวข้องข้อโต้แย้งเรื่องการ์ตูนมุฮัมหมัด (Prophet Muhammad) ที่ได้จากหนังสือพิมพ์อาหรับจำนวน 442 ชิ้น ทั้งที่เขียนขึ้นโดยชาวอาหรับเองหรือเขียนขึ้นโดยสำนักข่าวต่างชาติซึ่งเรียกกว่า Big Four ประกอบด้วยสำนักข่าว Reuters, Associated Press (AP), United Press International (UPI) และ Agence France Presse เพื่อรวบรวมคำศัพท์เกี่ยวกับมุฮัมหมัดที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์

สมมติฐานในการศึกษาครั้งนี้คือ บรรณาธิการชาวอาหรับได้มีการปรับเปลี่ยนตัวบทที่เขียนโดยสำนักข่าวต่างประเทศ เพื่อให้เนื้อหาสอดคล้องกับความคิดของชาวมุสลิม นอกจากนี้เมื่อตัวบทดังกล่าวถูกผลิตซ้ำในสังคม ก็จะสามารถแสดงออกถึงการต่อต้านความคิดของสำนักข่าวต่างชาติ โดยเนื้อหาในตัวบทที่เขียนขึ้นโดยชาวอาหรับจะมีลักษณะแสดงให้เห็นถึงวิถีปฏิบัติของชาวมุสลิมที่แตกต่างจากสังคมโลกตะวันตก แต่ในขณะเดียวกันตัวบทที่ถูกปรับเปลี่ยนโดยนักเขียนชาวอาหรับก็จะมีคุณสมบัติที่สอดคล้องกับค่านิยมของชาวมุสลิม ดังนั้นผู้วิจัยจึงชี้ให้เห็นว่า นักข่าวอาหรับกลุ่มนี้มีการแสดงออกทางความคิดที่ต่อต้านและทำทนายการครอบงำทางวัฒนธรรมจากโลกตะวันตก

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าวิถีปฏิบัติทางวัฒนธรรมจะแสดงให้เห็นข้อขัดแย้งทางสังคมระหว่างมุมมองของโลกตะวันตกกับมุมมองของโลกอาหรับซึ่งสามารถแสดงให้เห็นผ่านตัวบท วิถีปฏิบัติดังกล่าวแสดงให้เห็นการต่อสู้เชิงอุดมการณ์ที่ฝังรากไว้ในความขัดแย้งระหว่างสังคมวัฒนธรรมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและยังคงดำเนินต่อไปในอนาคต

งานวิจัยชิ้นนี้สนับสนุนทฤษฎีของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995) เรื่องการใช้กลวิธีเกี่ยวกับสหบทผ่านเนื้อหาในตัวบท โดยแสดงให้เห็นการต่อสู้ทางความคิดระหว่างสำนักข่าวโลกตะวันตกและสำนักข่าวอาหรับเพื่อช่วงชิงการควบคุมวาทกรรมของตนให้อยู่เหนือกว่าในสังคมรูปแบบอุดมการณ์ที่พบในการ์ตูนในหนังสือพิมพ์อาหรับภาคภาษาอังกฤษนั้นเป็นการต่อสู้ทางความคิดระหว่างอุดมการณ์ที่เป็นภาพของชาวมุสลิมตามสายตาของชาวตะวันตกกับ “ความเป็นจริง” ที่หนังสือพิมพ์มุสลิมต้องการถ่ายทอดให้ผู้อ่าน

ลักษณะทางภาษาที่พบในข้อมูลยังแสดงให้เห็นว่าข่าวจำนวน 79-89% ที่เขียนโดยสำนักข่าวต่างประเทศ ได้ถูกปรับเปลี่ยนในระดับโครงสร้างมหัพภาค ในระดับตัวบท และระดับประโยค บรรณาธิการชาวอาหรับได้ปรับเปลี่ยนตัวบทข่าวที่เขียนโดยสำนักข่าวต่างประเทศมากกว่าครึ่งหนึ่งเพื่อแสดงออกถึงการต่อต้านและการทำทนายการครอบงำอุดมการณ์ด้านวัฒนธรรมจากประเทศทางอเมริกาหรือกลุ่มประเทศยุโรป

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าบรรณาธิการชาวอาหรับมีกลวิธีการใช้ภาษาที่จะเสริมสร้างอุดมการณ์ทางวัฒนธรรมและศาสนาอิสลาม โดยเปลี่ยนแปลงภาพแทนของนบีมุฮัมมัดให้สอดคล้องกับสังคมมุสลิมในเชิงยกย่องเชิดชู นอกจากนี้บรรณาธิการยังมักจะหลีกเลี่ยงการใช้ภาษาในข่าวที่มีการต่อต้านชาวอาหรับ ในบางกรณีบรรณาธิการจะเลือกเสนอข้อความที่สามารถช่วยผู้ให้อารมณ์ ตลอดจนเลือกเสนอข่าวที่สามารถทำให้เกิดความปรองดองด้วยวิธีการเชื่อมโยงเนื้อหาเข้ากับคตินิยมของชาวอาหรับและมุสลิมทั่วโลก

ผลของงานวิจัยนี้พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาและจัดระเบียบวาทกรรมใหม่ในเนื้อหาการ์ตูน โดยนักเขียนชาวอาหรับและบรรณาธิการชาวอาหรับมีอิสระที่จะเลือกเขียนข้อความให้สอดคล้องและตรงตามความต้องการของบริบทสังคมวัฒนธรรม ซึ่งต่างไปจากข้อความเดิม นอกจากนี้

ผู้วิจัยยังเสนอว่างานวิจัยนี้มีประโยชน์ในการเผยให้เห็นความสำคัญของระเบียบของวาทกรรมที่มีการผสมผสานเนื้อหาเกี่ยวกับธรรมชาติของวัฒนธรรมที่แตกต่าง อันจะช่วยชี้ให้เห็นปัญหาจากการครอบงำทางความคิด ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นการต่อต้านอคติที่วัฒนธรรมตะวันตกมีต่อวัฒนธรรมมุสลิม ในด้านการกดขี่และความเหลื่อมล้ำ

งานวิจัยของ จามิลา ฮากัม (Hakam, 2009) ที่กล่าวข้างต้นเป็นงานวิจัยที่ใช้วิธีการศึกษาตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995) และในขณะเดียวกันก็ได้ใช้ฐานข้อมูลภาษาศาสตร์คอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการรวบรวมข้อมูล ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวนี้สามารถสะท้อนให้เห็นการต่อต้านทางวาทกรรมในสื่อของโลกมุสลิมกับมุมมองที่โลกตะวันตกมีต่อชาวมุสลิม การวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่ากรอบคิดทางศาสนามีผลต่อการแสดงออกและพฤติกรรมซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับงานวิจัยของ เพนนิ ซานโธโพล (Xanthopoulou, 2010) ดังนี้

เพนนิ ซานโธโพล (Xanthopoulou, 2010) ศึกษาเรื่อง “The Production of ‘Defectiveness’ as a Linguistic Resource in Broadcast Evangelical Discourse: A Discursive Psychology Approach” งานวิจัยเรื่องนี้มุ่งวิเคราะห์วาทกรรมการกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเอง (defectiveness) ในบทสนทนาเกี่ยวกับคริสต์ศาสนา งานวิจัยนี้รวบรวมข้อมูลวาทกรรมเกี่ยวกับคริสต์ศาสนาจากรายการโทรทัศน์ God TV ในประเทศสหรัฐอเมริกา และ God Channel ในประเทศอังกฤษ การวิเคราะห์ข้อมูลจะมุ่งพิจารณาพฤติกรรม (action-oriented) และกลวิธีทางวาทศิลป์ ซึ่งเกิดขึ้นในบริบทที่ผู้พูดซึ่งนับถือศาสนาคริสต์กล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเอง ทั้งในกรณีกล่าวถึงผู้นับถือศาสนาคริสต์ทั่วไป และเพื่อกล่าวถึงตนเองโดยเฉพาะ โดยงานวิจัยนี้จะกล่าวถึงเฉพาะวาทกรรมในบทสนทนาเท่านั้น โดยผู้วิจัยมีสมมุติฐานว่าการกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเองจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในกลุ่มผู้นับถือศาสนาคริสต์ ซึ่งผลการวิจัยก็ชี้ให้เห็นว่าการกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเองจะเกิดขึ้นกับผู้นับถือศาสนาคริสต์ทุกคนจนกระทั่งกลายเป็นเงื่อนไขของกลุ่มศาสนา

ผู้วิจัยศึกษาวาทกรรมการกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเอง พบว่าวาทกรรมในบทสนทนาและการเทศนาสั่งสอนนี้เป็นการกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเองเพื่อสรรเสริญพระเจ้า ซึ่งเป็นเจ้า ซึ่งผู้พูดที่นับถือศาสนาคริสต์ทุกคนจะมีความเชื่อร่วมกันว่ามนุษย์ไม่สมบูรณ์แบบ มีแต่พระเจ้าเท่านั้นที่สมบูรณ์แบบ โดยการกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเองที่พบนี้จะไม่เจาะจงเฉพาะตัวผู้พูดเองเท่านั้น กล่าวคือ ผู้พูดไม่ได้พูดเพื่อกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเองเนื่องจากว่าตนเองได้ทำผิดพลาดไป แต่ผู้พูดหมายรวมถึงผู้ที่นับถือศาสนาคริสต์ทุกคน เพราะชาวคริสต์เชื่อว่ามนุษย์ทุกคนมีบาปติดตัวมาตั้งแต่เกิดและพระเจ้าเป็นผู้ส่งพระเยซูมาไถ่บาป ดังนั้นชาวคริสต์ทุกคนจึงมีข้อบกพร่องอยู่เสมอ เช่นกรณีการเทศน์ผ่านรายการ God TV ผู้วิจัยพบกลวิธีการพูดของผู้เทศนาเพื่อขอไถ่บาปจากพระเจ้า ซึ่งเป็นเจ้าให้กับผู้นับถือศาสนาคริสต์ทุกคน ไม่ใช่การขอไถ่บาปของผู้พูดเพียงคนเดียว จากกลวิธีการพูดเพื่อขอไถ่บาปให้กับผู้นับถือศาสนาคริสต์ทุกคนดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้นับถือศาสนาคริสต์มีความเชื่อ

ร่วมกันว่าทุกคนมีข้อบกพร่อง ส่งผลต่อกลวิธีการใช้ภาษาที่สะท้อนการเป็นกลุ่มสังคมที่มีความเชื่อร่วมกัน จนกลายเป็นกลวิธีการใช้ภาษาที่ปกติและเข้าใจกันในกลุ่มคริสตศาสนิกชน

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังศึกษาการกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเองในบริบทของคริสต์ศาสนา ในลักษณะการกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเองเพียงคนเดียว โดยผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็นสองกรณี กรณีแรกคือการพูดเพื่อกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเองเพื่อตอบคำถามจากคู่สนทนา และในกรณีที่สองคือการกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเองเพื่อตอบคำวิจารณ์

กรณีแรก ผู้วิจัยวิเคราะห์วาทกรรมในบทสนทนาของผู้ที่ทำงานร่วมกับคณะผู้สอนศาสนาซึ่งมาเป็นแขกรับเชิญในรายการ Extreme Prophetic จากช่อง God TV โดยมีพิธีกรเป็นผู้สัมภาษณ์ ซึ่งผู้ตอบคำถามได้กล่าวว่าความสำเร็จของตนเกิดขึ้นได้เพราะพระผู้เป็นเจ้า ไม่ใช่เกิดขึ้นด้วยความสามารถของตนเอง การกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเองของผู้ตอบคำถามนี้เป็นการตอบคำถามของพิธีกรที่ชื่นชมความสำเร็จในการทำงาน ผู้วิจัยชี้ให้เห็นว่ากลวิธีการใช้ภาษาในลักษณะดังกล่าวนี้แสดงถึงการถ่อมตัวซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ดีของผู้นับถือศาสนาคริสต์ ดังนั้นกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อตอบคำถามในลักษณะดังกล่าวนี้ ผู้พูดใช้เพื่อเป็นการสรรเสริญพระผู้เป็นเจ้าที่นำความสำเร็จมาสู่ตน ด้วยการกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเอง ซึ่งในกรณีนี้จะเห็นได้ว่ามีความแตกต่างจากกรณีที่ผู้พูดพูดเพื่อเฝ้าปากเพื่อเป็นตัวแทนของผู้นับถือศาสนาคริสต์ทุกคน

ส่วนในกรณีที่สอง ผู้วิจัยวิเคราะห์วาทกรรมในบทสนทนาของแขกรับเชิญในรายการ The Dream ช่อง God Channel ซึ่งแขกรับเชิญคนดังกล่าวเปลี่ยนอาชีพจากการเป็นนักร้องประสานเสียงในโบสถ์มาเป็นนักร้องและนักแต่งเพลงอิสระ กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อการกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเองของผู้พูดในกรณีนี้เป็นการพูดเพื่อตอบคำวิจารณ์ กล่าวคือผู้พูดได้แสดงถึงการไม่ยอมรับการใช้ชีวิตแบบไม่ต้องเสี่ยง (playing it safe) และประเด็นสำคัญที่สุด ผู้พูดได้กล่าวว่าการเลือกที่จะเปลี่ยนอาชีพนั้นเป็นพระประสงค์ของพระผู้เป็นเจ้า และการเลือกที่จะเสี่ยงเป็นคุณสมบัติของชาวคริสต์ที่ดี

กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อตอบคำวิจารณ์ในกรณีนี้ ผู้วิจัยพบว่าผู้พูดใช้กลวิธีการตำหนิตนเอง และกล่าวถึงความบกพร่องของตนเอง อีกทั้งยังมีการเลือกใช้คำในเชิงลบ เพื่ออธิบายถึงการร้องเพลงในโบสถ์ ซึ่งกลวิธีเหล่านี้ผู้วิจัยเสนอว่า เป็นการใช้กลวิธีทางภาษาเพื่ออธิบายถึงเหตุผลในการตัดสินใจเปลี่ยนมาเป็นนักร้องและนักแต่งเพลงอิสระและสิ่งที่สำคัญที่สุด ผู้วิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้พูดอธิบายว่าการเปลี่ยนอาชีพไม่ใช่เกิดจากความต้องการของตนเอง แต่เป็นพระประสงค์ของพระผู้เป็นเจ้า ซึ่งกลวิธีการใช้ภาษาในกรณีนี้มีความสอดคล้องกับกรณีแรกที่ผู้พูดกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเองเพื่อสรรเสริญพระผู้เป็นเจ้า

ผลการวิจัยเรื่องนี้แสดงให้เห็นกลวิธีการใช้ภาษาที่ผู้นับถือศาสนาคริสต์มีส่วนร่วมคือการกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเอง ทั้งในกรณีที่กล่าวถึงผู้นับถือศาสนาคริสต์ทุกคน และในกรณีที่



กล่าวถึงข้อบกพร่องส่วนบุคคล ในกรณีการกล่าวถึงข้อบกพร่องของผู้นับถือศาสนาคริสต์ทุกคนนั้น ผู้วิจัยเสนอว่าอาจเป็นผลมาจากหลักคำสอนที่ปรากฏในคัมภีร์ไบเบิลที่สอนว่ามนุษย์ทุกคนมีบาปติดตัวมาตั้งแต่เกิด จึงสามารถผลิตอุดมการณ์ว่ามนุษย์ไม่ใช่สิ่งสมบูรณ์แบบ และส่งผลต่อกลวิธีการใช้ภาษาในปริบทสังคมของคริสต์ศาสนิกชน ส่วนในกรณีการกล่าวถึงข้อบกพร่องส่วนบุคคล ผู้วิจัยเสนอว่ากลวิธีการใช้ภาษาในลักษณะดังกล่าวใช้เพื่อสรรเสริญพระเจ้า โดยหากพิจารณาในหลักศาสนาคริสต์ไม่พบข้อบัญญัติทางศาสนาที่กำหนดให้ผู้นับถือศาสนาคริสต์ต้องกล่าวถึงข้อบกพร่องของตนเอง แต่ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่ากลวิธีการใช้ภาษาในลักษณะสรรเสริญพระเจ้าจะเป็นการแสดงให้เห็นลักษณะของการถ่อมตนซึ่งสอดคล้องกับหลักปฏิบัติของการเป็นชาวคริสต์ที่ดี และในอีกกรณีหนึ่ง การกล่าวถึงสิ่งที่ตนเองกระทำเป็นพระประสงค์ของพระเจ้าเป็นเจ้านั้นยังเป็นการอธิบายเหตุผลให้กับสังคมเกี่ยวกับการกระทำที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งสามารถช่วยรักษาการปฏิสัมพันธ์ในสังคมได้

การทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมศาสนาในภาษาอังกฤษแสดงให้เห็นว่าความเชื่อทางศาสนาเป็นกรอบคิดสำคัญที่สามารถกำหนดพฤติกรรมของผู้ที่อยู่ในปริบทศาสนานั้นได้ หากพิจารณางานวิจัยที่ศึกษาวาทกรรมในปริบทศาสนาอิสลามของจามิลา ฮากัม (Hakam, 2009) และวาทกรรมในปริบทศาสนาคริสต์ของ เพนนิ ซานโธโพล (Xanthopoulou, 2010) แสดงให้เห็นว่าความเชื่อเป็นสิ่งสำคัญที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของกลุ่มคน ซึ่งยินยอมพร้อมใจจะปฏิบัติตามความคิดความเชื่อนั้น ๆ โดยมีได้รู้สึกที่กำลังถูกควบคุมบังคับ

การทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมศาสนาพบว่ายังไม่ปรากฏงานวิจัยใดที่นำแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มาศึกษาประเด็นเกี่ยวกับวาทกรรมศาสนาในสังคมไทย ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับชุดความคิดเรื่อง “บุญ” ในสื่อของวัดพระธรรมกาย โดยใช้แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ เพื่อจะให้เห็นบทบาทของภาษาในการประกอบสร้างและสื่อชุดความคิดซึ่งมีอิทธิพลต่อความระบบความคิด ความเชื่อ และการกระทำของคนในสังคมได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ลำดับถัดไปผู้วิจัยทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมอื่น ๆ ในภาษาไทย เพื่อแสดงให้เห็นแนวทางการนำทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มาใช้วิเคราะห์ข้อมูลในภาษาไทย ดังนี้

#### 2.4.2 งานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมอื่น ๆ ในภาษาไทย

งานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมอื่น ๆ ในภาษาไทย พบงานวิจัยที่เกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์หลายแนวทาง โดยสามารถจำแนกได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ วาทกรรมแฝงอคติ วาทกรรมกับเพศภาวะ วาทกรรมกลุ่มชายขอบ วรรณกรรมของนักการเมือง และวาทกรรมสถาบัน ดังนี้

## วาทกรรมแฝงอคติ

วาทกรรมแฝงอคติ โดยส่วนใหญ่มักนำเสนอประเด็นการเหยียดเชื้อชาติ หรือการเหยียดเพศ โดยในหัวข้อนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอเฉพาะประเด็นการเหยียดเชื้อชาติเท่านั้นเพื่อมิให้ซ้ำซ้อนกับประเด็นเพศสภาพที่จะนำเสนอเป็นลำดับถัดไป

วาทกรรมแฝงอคติเป็นวาทกรรมที่นำเสนอความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยมุ่งแสดงให้เห็นว่ามีคนบางกลุ่มในสังคมถูกนำเสนอผ่านชุดความคิดว่าเป็นกลุ่มที่ไม่ปกติ แตกต่าง ต้อยกว่า เป็นภาระ หรือเป็นกลุ่มที่สร้างปัญหาในสังคมนั้น ๆ งานวิจัยในแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ในภาษาไทยเกี่ยวกับวาทกรรมแฝงอคติที่พบ ได้แก่ งานวิจัยของ กฤษดาวรรณ หงส์ดารมภ์ (2543) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในบริบทเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย โดยศึกษาบทความประเภทข่าวในหนังสือพิมพ์ และรายการโทรทัศน์ “ทุ่งแสงตะวัน” เพื่อสรุปวิธีการที่ผู้สื่อข่าวเขียน พูด และเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชาวเขา ลักษณะทางความหมายและทางบริบทที่นำมาใช้ และอุดมการณ์ที่ขัดแย้งกันเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อย พบว่าข่าวหนังสือพิมพ์จะใช้กลวิธีทางภาษานำเสนอ มุมมองต่อชาวเขาในด้านลบซึ่งต่างจากรายการโทรทัศน์ทุ่งแสงตะวันที่นำเสนอชาวเขาว่าเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

นอกจากงานวิจัยที่นำเสนอประเด็นเกี่ยวกับวาทกรรมแฝงอคติที่กล่าวถึงชนกลุ่มน้อยในประเทศไทยแล้ว ยังมีงานวิจัยที่นำเสนอประเด็นวาทกรรมแฝงอคติที่เกิดจากปัจจัยเหตุการณ์ความขัดแย้งทางสังคม ได้แก่ งานวิจัยของ ชนกพร พัวพัฒนกุล (2548) ศึกษาอุดมการณ์เกี่ยวกับ “เขมร” ในบริบทหนังสือพิมพ์ไทย จากกรณีเหตุจลาจลเผาสถานทูตไทยในกัมพูชา พ.ศ. 2546 เพื่อวิเคราะห์ภาพของเขมรที่ถูกนำเสนอในหนังสือพิมพ์ไทย พบว่ากลวิธีทางภาษาในหนังสือพิมพ์ไทยนำเสนอภาพของเขมรในทางทิศทางเดียวกัน ได้แก่ เขมรป่าเถื่อน เขมรต้องพึ่งไทย เขมรไร้ใจไม่ได้ เขมรต้องปัญญา และเขมรเป็นศัตรูของชาติ ซึ่งภาพที่ปรากฏเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าคนไทยมีสำนึกอุดมการณ์ของชาติจึงนำไปสู่การนำเสนอมุมมองระหว่างชาติเขากับชาติเรา และในขณะเดียวกันชาติเราก็มีความเหนือกว่า งานวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิติพงศ์ พิเชฐพันธุ์ (2553) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์เกี่ยวกับ “ไทย” และ “เขมร” ในวาทกรรมเหตุการณ์พิพาทเขาพระวิหาร พ.ศ. 2551 จากหนังสือพิมพ์รายวัน พบว่ากลวิธีทางภาษานำเสนอชุดความคิดที่สำคัญระหว่างไทยกับเขมรว่าเขมรมักสร้างปัญหาให้แก่ไทย เขมรใช้เล่ห์เพทุบาย ไทยดำเนินการตามเกณฑ์ และไทยเปลื้องปล้ำให้แก่เขมร แต่ในทางตรงกันข้ามการที่ไทยเปลื้องปล้ำให้กับเขมนั้นก็เพราะไทยมีคุณธรรมสูงกว่า ในขณะที่เขมรใช้เล่ห์เหลี่ยมในการดำเนินการ

การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับวาทกรรมแฝงอคติที่ใช้วิธีการวิเคราะห์ตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ สามารถสะท้อนให้เห็นชุดความคิดที่แฝงอคติที่ประกอบสร้าง ตอกย้ำ และผลิตซ้ำอยู่ในสังคม ทั้งอคติที่ดำรงอยู่มาอย่างยาวนานจนกลายเป็นความรู้ในสังคม เช่น

การมองว่าชาวเขาเป็นกลุ่มที่ด้อยกว่าคนไทย หรือวาทกรรมที่แฝงอคติที่เกิดขึ้นพร้อมเหตุการณ์ทางสังคม ดังเช่นกรณีวาทกรรมแฝงอคติระหว่างไทยกับเขมร เป็นต้น

### วาทกรรมกับเพศภาวะ

วาทกรรมเกี่ยวกับเพศภาวะ เป็นประเด็นวิจัยทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ที่มีจำนวนมากที่สุดในปัจจุบัน โดยงานวิจัยเกี่ยวกับเพศภาวะอาจแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ อุดมการณ์เกี่ยวกับเพศภาวะในวาทกรรมที่เอื้อประโยชน์แก่ผู้ผลิตสินค้าและบริการ และอุดมการณ์เกี่ยวกับเพศภาวะที่สะท้อนความไม่เท่าเทียมทางสังคม

งานวิจัยที่น่าเสนอประเด็นอุดมการณ์เกี่ยวกับเพศภาวะในวาทกรรมที่เอื้อประโยชน์แก่ผู้ผลิตสินค้าและบริการ ได้แก่ การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับค่านิยมเกี่ยวกับความงามในวาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอางในภาษาไทย ของรัชนิษฐ์ พงศ์อุดม (2548) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ภาษาในวาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอางในภาษาไทยและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ภาษาดังกล่าวกับการสร้าง ตอกย้ำ และแสดงค่านิยมเกี่ยวกับความงาม โดยผู้วิจัยใช้กรอบทฤษฎีของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995) และฟาน ไคก์ (van Dijk, 2003) ในการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์จำนวน 454 ชิ้นงาน ได้มาจากตัวบทโฆษณาเครื่องสำอางในนิตยสารแอล (ภาษาไทย) และนิตยสารดิฉัน การศึกษาของรัชนิษฐ์แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ วิเคราะห์เนื้อหาของโฆษณาว่าเครื่องสำอางมีประโยชน์ด้านความงามกับร่างกายส่วนใดบ้าง วิเคราะห์หากลวิธีทางภาษาที่ใช้แสดงหรือสื่อความหมายเกี่ยวกับลักษณะความงามทางร่างกาย และวิเคราะห์หากลวิธีทางภาษาดังกล่าวสร้าง ตอกย้ำ และแสดงค่านิยมเกี่ยวกับความงามอย่างไร

ผลการวิจัยพบว่าหากลวิธีทางภาษาที่ใช้ในวาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอางแบ่งเป็น 2 กลวิธีหลัก ได้แก่ (1) หากลวิธีทางอรรถศาสตร์ ประกอบด้วยการใช้คำกริยาแสดงสภาพความงาม การใช้คำเพิ่มน้ำหนักขยายคำกริยาดังกล่าว ซึ่งแบ่งเป็นคำเพิ่มน้ำหนักแสดงระดับ และคำเพิ่มน้ำหนักแสดงลักษณะ และการใช้คำปฏิเสธลักษณะที่ไม่สวยงามตามทัศนคติของโฆษณา และ (2) หากลวิธีทางวจนปฏิบัติศาสตร์และปริจเฉท ประกอบด้วยการใช้ภาพพจน์ที่มีกลวิธีย่อยคืออุปลักษณ์ อุปมา อติพจน์ การกล่าวอ้างซึ่งแบ่งเป็นการกล่าวอ้างที่เป็นข้อเท็จจริง และการกล่าวอ้างที่เป็นข้อคิดเห็น การใช้คำถามวาทศิลป์ และการใช้มูลบทเป็นเครื่องมือเพื่อบ่งบอกเป็นนัยเกี่ยวกับลักษณะที่พึงประสงค์ ลักษณะไม่พึงประสงค์ และลักษณะความงามตามแบบอย่าง ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมเกี่ยวกับความงามที่พบในงานวิจัยพบว่าวาทกรรมโฆษณาแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงจะงามได้ก็ต่อเมื่อมีลักษณะความงามแบบไร้ที่ติหรือสมบูรณ์แบบ มีความอ่อนเยาว์ มีสุขภาพดี หรือมีลักษณะความงามตามแบบอย่างวัฒนธรรมต่างชาติ นอกจากนี้วาทกรรมโฆษณายังกำหนดอีกว่าผู้หญิงจะงามได้ก็ต่อเมื่อได้ใช้เครื่องสำอางเพื่อเสริมแต่งร่างกายตามความนิยมทางแฟชั่น น่าสังเกตว่าลักษณะความงาม

เหล่านี้มีทั้งที่เคยและไม่เคยปรากฏเป็นความนิยมในสังคมมาก่อน กลวิธีทางภาษาจึงมีบทบาทในการถ่ายทอดค่านิยมเกี่ยวกับความงามดังกล่าว พร้อมกับช่วยกระตุ้นให้ผู้อ่านหรือผู้บริโภคเชื่อในความงามที่วาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอางนำเสนอ

จะเห็นได้ว่างานวิจัยของรัชนิษฐ์ พงศ์อุดม (2548) เลือกใช้การวิเคราะห์กลวิธีทางวาทกรรมปฏิบัติศาสตร์และปริจเฉทมาพิจารณาด้วยท ก่อนที่จะเชื่อมโยงเข้าสู่ระดับมหัพภาค คือการแสดงค่านิยมของโฆษณา แต่ไม่ได้พิจารณาถึงลักษณะโครงสร้างการปรากฏของข้อความแต่ประการใด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุคนธรรัตน์ สร้อยทองดี (2552) ซึ่งศึกษาการนำเสนออุดมการณ์ความเป็นแม่ในวาทกรรมโฆษณาในนิตยสารสำหรับครอบครัว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์วาทกรรมโฆษณาในนิตยสารสำหรับครอบครัวว่ามีลักษณะอย่างไร และกลวิธีทางภาษาที่วาทกรรมโฆษณาเลือกใช้มีบทบาทสำคัญในการนำเสนออุดมการณ์ความเป็นแม่เพื่อประโยชน์ทางการค้าอย่างไร ผลการวิจัยพบว่าวาทกรรมโฆษณาในนิตยสารสำหรับครอบครัวมีรูปแบบการนำเสนอ 2 รูปแบบ คือโฆษณาที่สื่อความทางธุรกิจโดยตรงและบทความโฆษณา กลวิธีทางภาษาที่โฆษณาเลือกใช้มี 2 กลวิธี คือกลวิธีทางวาทกรรม ได้แก่ การกล่าวอ้าง การเลือกใช้คำศัพท์ การใช้อุปมาอุปไมย การใช้มูลบทเล่าเรื่อง และกลวิธีทางอวัจนภาษา ได้แก่ การใช้ความหมายของภาพ การใช้ขนาดของตัวอักษร และการใช้สี กลวิธีทางภาษาเหล่านี้ได้สะท้อนความคิดเกี่ยวกับแม่ ได้แก่ แม่คือผู้ที่เหมาะสมกับหน้าที่ดูแลลูกมากที่สุด แม่ต้องเลี้ยงลูกอย่างดีที่สุด แม่ต้องเฝ้าหาความรู้ แม่ต้องเก่งรอบด้าน และแม่ต้องสวยและอ่อนเยาว์อยู่เสมอ วาทกรรมโฆษณานำเสนอความคิดเกี่ยวกับแม่เพื่อเชื่อมโยงกับการบริโภคสินค้าว่าการเลือกใช้สินค้าตามที่วาทกรรมโฆษณานำเสนอจะสามารถเติมเต็มบทบาทการเป็นแม่ได้อย่างสมบูรณ์ งานวิจัยของสุคนธรรัตน์ สร้อยทองดี (2552) มีวิธีการวิเคราะห์สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “อุดมการณ์ความเป็นชายในวาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับผู้ชายในนิตยสารผู้ชาย” ของวุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ (2553)

งานวิจัยของวุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ (2553) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษาและอุดมการณ์ความเป็นชายในวาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับผู้ชายในนิตยสารผู้ชาย ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับผู้ชายในนิตยสารผู้ชายจำนวน 4 รายชื่อ ได้แก่ GM, FHM, Men's health และ Crush ที่วางจำหน่ายระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2552 ตามแนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า วาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับผู้ชายในนิตยสารผู้ชายมีรูปแบบการนำเสนอ 2 รูปแบบ ได้แก่ โฆษณาที่สื่อความทางธุรกิจโดยตรงและบทความเชิงโฆษณา (Advertorial) กลวิธีทางภาษาที่วาทกรรมโฆษณาใช้เพื่อสื่ออุดมการณ์ความเป็นชายมี 2 กลวิธี คือกลวิธีทางวาทกรรม ได้แก่ การเลือกใช้คำหรือกลุ่มคำ การอ้างถึง การใช้อุปมาอุปไมย การใช้มูลบท

การใช้คำถามวาทศิลป์ การกล่าวเกินจริง การใช้สททและการยืนยันด้วยคำสัมภาษณ์ของดาราหรือผู้มีชื่อเสียง และกลวิธีทางอวัจนภาษา ได้แก่ การใช้ภาพและสีประกอบการโฆษณา กลวิธีทางภาษาดังกล่าวมีบทบาทในการประกอบสร้างอุดมการณ์ว่าผู้ชายต้องมีรูปลักษณ์ที่ดูดีอย่างไม่มีที่ติ ผู้ชายต้องมีบทบาทในพื้นที่สาธารณะ ผู้ชายต้องเป็นสุภาพบุรุษและเรื่องเพศเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตผู้ชาย ทั้งนี้วาทกรรมโฆษณานำเสนอว่า สินค้าและบริการเป็นตัวช่วยที่ดีที่จะทำให้ผู้ชายเป็นผู้ชายที่สมบูรณ์แบบได้

ศิริพร ภักดีผาสุข (2553) ศึกษาเรื่องวาทกรรม “ความเป็นผู้หญิง” ในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทยโดยใช้มุมมองวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ วัตถุประสงค์ของงานวิจัยคือเพื่อวิเคราะห์อุดมการณ์เกี่ยวกับ “ความเป็นผู้หญิง” ในบทความแนะนำวิธีการ (How-to) และโฆษณาสินค้าและบริการในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย รวมไปถึงวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่ใช้สื่ออุดมการณ์เกี่ยวกับ “ความเป็นผู้หญิง” ในกลุ่มข้อมูลดังกล่าว ผลการศึกษาพบว่าบทความแนะนำวิธีการ (How-to) และโฆษณาเหล่านี้ถ่ายทอดอุดมการณ์หลักเกี่ยวกับ “ผู้หญิงที่พึงประสงค์” อันสอดคล้องกัน 3 ประการคือ ประการแรก “ผู้หญิงที่พึงประสงค์” จะต้องมียุปลักษณ์บางอย่างซึ่งได้รับการนิยามว่าเป็นเครื่องบ่งบอก “ความสวยสุขภาพดี” อาทิ รูปลักษณ์ที่ดูอ่อนเยาว์เรียวร่างผอมเพรียว ผิวขาว กระจ่างใส เป็นต้น ประการที่สอง รูปร่างที่ตรงข้ามกับลักษณะที่พึงประสงค์ โดยเฉพาะความชราและความอ้วนถูกนำเสนอว่าเป็น “ปัญหา” และ “ศัตรู” ผู้หญิงที่มีรูปลักษณ์ไม่พึงประสงค์เหล่านี้กำลังประสบปัญหาและขาดความมั่นใจ และประการสุดท้าย การปรับเปลี่ยนร่างกายเพื่อให้มีรูปลักษณ์ที่ดีสามารถกระทำได้ง่ายดายและมีประสิทธิผลหากปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในด้านการดูแลสุขภาพและความงามหรือฟัง “พลังมหัศจรรย์” ของสินค้าและบริการที่นำเสนอในโฆษณา ดังนั้น ผู้หญิงจึงควรจะปรับปรุงตนเองเพื่อที่จะเป็นคนที่ดีกว่า สำหรับกลวิธีทางภาษานั้น พบว่ามีการใช้กลวิธีทางภาษาหลายกลวิธีเพื่อสื่อความคิดเชิงอุดมการณ์ ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์แบบต่าง ๆ การใช้มูลบท การใช้อุปลักษณ์ การกล่าวอ้างว่าเป็นความจริงสำหรับผู้หญิง การกล่าวเกินจริง และการสร้างสทท

งานวิจัยของรัชนิษฐ์ พงศ์อุดม (2548) สุคนธ์รัตน์ สร้อยทองดี (2552) วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ (2553) และศิริพร ภักดีผาสุข (2553) ที่กล่าวถึงข้างต้นสามารถสะท้อนให้เห็นอุดมการณ์ที่ประกอบสร้างผ่านวาทกรรมสื่อต่าง ๆ เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อผู้ผลิตสินค้านั้น ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าหรือบริการของผู้รับวาทกรรม

งานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมกับเพศสถานะที่นำเสนอประเด็นเกี่ยวกับอุดมการณ์กับเพศสถานะที่สะท้อนความไม่เท่าเทียมทางสังคม ได้แก่ งานวิจัยของชนกพร อังศุวิริยะ (2551) เรื่อง “ความเป็นผู้หญิงในนิตยสารสตรีสาร (พ.ศ. 2491-2539) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ตามกรอบแนวคิดสามมิติของแฟร์คลัฟพบว่า ตัวบทแสดงให้เห็นความเป็นผู้หญิงซึ่งเป็นผล

มาจากการที่ผู้ผลิต ได้แก่ บรรณาธิการและนักเขียนมีวัตถุประสงค์ให้ผู้หญิงมีการศึกษาและมีบทบาทสร้างสรรค์สังคม อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้อ่านส่วนใหญ่ซึ่งเป็นผู้หญิงได้แสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ผ่านทางจดหมาย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคดังกล่าว ถือเป็นส่วนหนึ่งของปฏิบัติการทางวาทกรรม โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับผู้บริโภคมากกว่าผลประโยชน์ทางธุรกิจ ซึ่งถือเป็นจุดเด่นของนิตยสารสตรีสารและการศึกษาตามกรอบปริบททางสังคมภายนอกหรือปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรม ทำให้เห็นว่าสภาวะทางสังคมและเศรษฐกิจในช่วงเวลา 48 ปีตั้งแต่เริ่มผลิตนิตยสารจนปิดกิจการ มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมส่งผลให้ผู้หญิงมีบทบาทนอกบ้านมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวย่อมมีผลต่อการผลิตตัวบทในนิตยสารสตรีสารด้วย

จากการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาพบการใช้กลวิธีทางภาษา 9 กลวิธี ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์ การใช้ทัศนภาวะ การอ้างอิง การใช้คำถามวาทศิลป์ การใช้สำนวน การใช้อุปมาอุปไมย การใช้ถ้อยนัยพหุคูณ การใช้มุขลบท และการใช้สัทพจน์ ซึ่งสะท้อนความคิดเกี่ยวกับผู้หญิงโดยจำแนกเป็น 3 ความคิด ความคิดแรก ได้แก่ ความงามแบ่งเป็นความงามของร่างกายและการตกแต่งร่างกาย ความคิดที่สอง ได้แก่ พฤติกรรม แบ่งเป็นพฤติกรรมระหว่างเพศและพฤติกรรมการแสดงออกและอารมณ์ความรู้สึก ส่วนความคิดสุดท้าย ได้แก่ การทำหน้าที่ แบ่งเป็นการทำหน้าที่ในบ้านและการทำหน้าที่นอกบ้าน

จากที่กล่าวมา ทั้ง 3 ความคิดดังกล่าวได้สะท้อนอุดมการณ์ที่สำคัญ 2 อุดมการณ์ คือ อุดมการณ์ปิตาธิปไตยและอุดมการณ์สตรีนิยม ได้แก่ เรื่องของความงาม ทำให้เห็นว่าผู้หญิงจะต้องมีความงามและจัดการให้ตัวเองงามได้ มีพฤติกรรมที่ตกเป็นรองผู้ชายหรือเป็นผู้รับและยังมีบทบาทหน้าที่ในการเป็นแม่และเมีย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่านิตยสารสร้างความเป็นผู้หญิงเพื่อรับใช้ผู้ชาย สะท้อนการครอบงำทางความคิดของอุดมการณ์ปิตาธิปไตย ขณะที่บางความคิดสะท้อนให้เห็นว่าผู้หญิงสามารถศึกษาหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเอง และมีบทบาทในการทำงานหรือมีบทบาททางสังคมเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นกรอบความคิดของอุดมการณ์สตรีนิยมที่พยายามเรียกร้องให้ผู้หญิงสามารถพึ่งพาตัวเองได้

งานวิจัยของชนกพร อังศุวิริยะ (2551) สะท้อนให้เห็นบทบาททางสังคมของเพศหญิงที่ไม่เท่าเทียมกับเพศชายในสังคมไทยผ่านข้อมูลภาษาจากนิตยสาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญญา คล้ายสิงโต (2553) ที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการการวิเคราะห์ในระดับโครงสร้างในการศึกษาเรื่อง “อุดมการณ์ทางเพศสภาพในพาดหัวข่าวอาชญากรรมในหนังสือพิมพ์ไทย: การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์” โดยมีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ 1. วิเคราะห์การจัดเรียงข้อความการสร้างประโยค และการใช้คำ ที่ปรากฏในพาดหัวข่าวอาชญากรรมตามเพศของผู้กระทำและผู้ถูกกระทำ และ 2. วิเคราะห์อุดมการณ์ทางเพศสภาพที่แฝงอยู่ในพาดหัวข่าวอาชญากรรม

งานวิจัยดังกล่าวแบ่งการวิเคราะห์ด้วยทอออกเป็น 3 ระดับ ระดับที่ 1 คือระดับข้อความ โดยมองว่าผู้เขียนสรุปใจความหลักผ่านรูปภาพอย่างไร โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์โครงสร้างพาดหัวข่าว 2 แนวคิด คือ แนวคิดโครงสร้างทางความหมายระดับมหัพภาคของฟาน ไคก์ (van Dijk, 1988) คือพาดหัวข่าวนำเสนอข้อมูลในประเด็นใดบ้างและมีการจัดเรียงข้อมูลอย่างไร เนื่องจากการจัดเรียงข้อมูลที่ต่างกันสะท้อนให้เห็นถึงอุดมการณ์ที่แฝงอยู่ได้ และแนวคิดโครงสร้างใจความหลักของฮาลิเดย์ (Halliday, 1985) คือการวิเคราะห์หาใจความหลัก ใจความรอง และตำแหน่งที่ปรากฏ ระดับที่ 2 คือระดับประโยค โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางความหมายระหว่างบทบาทผู้มีส่วนร่วมและกระบวนการในประโยค (Transitivity) ตลอดจนการวิเคราะห์รูปแปรทางไวยากรณ์ 2 ประเภท คือกระบวนการกลายเป็นคำนามและโครงสร้างกรรมวาจก และระดับที่ 3 คือระดับคำ เป็นการศึกษาว่าผู้ผลิตตัวบทเลือกใช้คำศัพท์ที่สะท้อนให้เห็นมุมมองทัศนคติต่อสิ่งที่น่าสนใจอย่างไร โดยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การเลือกสรรคำ (rewarding) การใช้คำศัพท์มากเกินไป (over wording) และการศึกษาคำอ้างอิง (reference) ทั้งนี้ ผลการศึกษาการจัดเรียงข้อความ การสร้างประโยค และการใช้คำ สะท้อนให้เห็นว่าอุดมการณ์ทางเพศสภาพที่แฝงอยู่ในพาดหัวข่าวอาชญากรรม ยังคงตอกย้ำ และผลิตซ้ำถึงคุณลักษณะ บทบาททางเพศ และอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ชาย และผู้หญิง

นอกจากนี้ บางส่วนในงานวิจัยของวิสันต์ สุขวิสิทธิ์ (2554) ยังนำเสนอประเด็นเรื่องความไม่เท่าเทียมกันระหว่างเพศหญิงกับเพศชายที่ปรากฏในแบบเรียนวิชาภาษาไทยชั้นประถมศึกษา ที่นำเสนอว่าผู้หญิงถูกสร้างให้เป็นเพศที่อ่อนแอและอ่อนไหว ในขณะที่ผู้ชายเป็นเพศที่เข้มแข็งและมีพลังกำลัง และผู้หญิงจะถูกสร้างให้มีพื้นที่ที่อยู่ภายในบ้าน ในขณะที่ผู้ชายมีพื้นที่อยู่นอกบ้าน เป็นต้น

การทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาในประเด็นวาทกรรมกับเพศสภาพตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ แสดงให้เห็นว่าชุดความคิดเกี่ยวกับความเป็นหญิงและความเป็นชายนั้นสามารถถูกนำมาประกอบสร้างในพื้นที่ทางวาทกรรมอย่างหลากหลาย ซึ่งสามารถส่งผลต่อการเอื้อประโยชน์ต่อกลุ่มบางกลุ่ม ดังเช่นการนำอุดมการณ์ความเป็นหญิง ความเป็นชาย หรืออุดมการณ์ความเป็นแม่ นำมาประกอบสร้างอุดมการณ์เพื่อนำไปเอื้อประโยชน์กับผู้ผลิตสินค้า

ในอีกแนวทางหนึ่ง การศึกษาวาทกรรมกับเพศสภาพตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ยังสามารถสะท้อนให้เห็นความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยเฉพาะประเด็นเรื่องบทบาทของผู้หญิงในสังคมไทยที่มีฐานะด้อยกว่าเพศชาย ซึ่งการศึกษาตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์จะช่วยให้มองเห็นการใช้ประโยชน์จากอุดมการณ์เพศสภาพและเผยให้เห็นความไม่เท่าเทียมกันทางสังคมได้

### วาทกรรมกลุ่มชายขอบ

ประเด็นวิจัยของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมของกลุ่มชายขอบที่ศึกษาตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มีส่วนที่ทับซ้อนกับวาทกรรมแฝงอคติ เนื่องจากกลุ่มชายขอบมักเป็นกลุ่มที่ไม่ได้รับการยอมรับทางสังคม มุมมองที่สังคมมีต่อกกลุ่มชายขอบจึงมักแฝงไปด้วยอคติอยู่เสมอในการทบทวนวรรณกรรมครั้งนี้ผู้วิจัยจะนำเสนองานวิจัยเกี่ยวกับกลุ่มชายขอบในวาทกรรมต่อต้านกระแสหลักเพื่อมิให้ทับซ้อนกับวาทกรรมแฝงอคติที่กล่าวถึงแล้วข้างต้น ตัวอย่างงานวิจัยที่นำเสนอวาทกรรมของกลุ่มชายขอบ ได้แก่ งานวิจัยของธีระ บุชบกแก้ว (2553) ศึกษาเรื่อง “กลวิธีทางภาษากับการนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองโดยกลุ่ม “เกย์ออนไลน์”” ที่นำเสนอเพศภาวะผ่านกลวิธีทางภาษาเพื่อแสดงอัตลักษณ์ว่า “เกย์เป็นคนปกติ” “เกย์ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมของเพศชาย” “เกย์ไม่หมกมุ่นเรื่องเพศ” “เกย์ไม่ใช่ผู้ป่วยหรือมีอาการทางจิต” และ “เกย์เป็นผู้โหยหาความรัก” เป็นต้น การใช้ภาษาที่นำเสนออัตลักษณ์เหล่านี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับเพศภาวะของกลุ่มเพศทางเลือกที่ต้องการปลดปล่อยตนเองจากความไม่เสมอภาคและความมีอคติของคนในสังคมที่มีต่อผู้ที่มีเพศภาวะต่างจากเพศสรีระของตนเอง

การทบทวนวรรณกรรมข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการศึกษาวาทกรรมของกลุ่มชายขอบตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์สามารถเผยให้เห็นวาทกรรมกระแสรองที่ปรากฏอยู่ในสังคมที่มีการประกอบสร้าง ผลิตซ้ำ และตอกย้ำเพื่อต่อต้านวาทกรรมกระแสหลักที่กดทับวาทกรรมของกลุ่มชายขอบให้เปิดเผยสู่สังคมมากขึ้นได้

### วาทกรรมของนักการเมือง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมของนักการเมืองตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์นั้นมักจะนำข้อมูลมาจากสื่อสาธารณะทั่วไปที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ วาทกรรมของนักการเมืองเป็นกลุ่มข้อมูลที่มีความน่าสนใจมาก เนื่องจากสามารถแพร่กระจายสู่สังคมได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง และส่งอิทธิพลต่อการรับรู้ของคนในสังคมได้เป็นอย่างมากอีกด้วย งานวิจัยที่วิเคราะห์วาทกรรมของนักการเมือง ดังเช่นงานวิจัยที่นำเสนออุดมการณ์หรือภาพแทนที่นักการเมืองสื่อในวาทกรรมสาธารณะ ได้แก่ งานวิจัยของสาวิตรี คทวณิช (2551) ใช้กรอบการศึกษาตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เพื่อศึกษากิจกรรมทางวาทกรรมของนักการเมืองสตรีไทยจำนวน 7 คน ในฐานะตัวแทนนักการเมืองสตรีที่ยังไม่มีโอกาสบริหารประเทศ

วัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์วาทกรรมคือเพื่อประเมินประสิทธิผลของวาทกรรมในฐานะนักการเมือง โดยมีสมมติฐานว่านักการเมืองที่ใช้ภาษาได้อย่างมีประสิทธิภาพต้องสามารถใช้โอกาสในการพูด กระทำหน้าที่ทางการเมืองหลายอย่างในเวลาเดียวกัน ซึ่งหน้าที่หรือวัตถุประสงค์ต่าง ๆ นั้นบางครั้งก็ขัดแย้งกันเอง



การใช้กลวิธีทางภาษาเป็นทางออกเดียวที่จะทำให้วาทกรรมมีพหุความหมาย (ambivalence) และบรรลุลักษณะที่ขัดแย้งกันได้ในที่สุด ผลการวิเคราะห์วาทกรรมแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มวาทกรรมที่ใช้จัดการกับข้อกล่าวหา พบว่านักการเมืองสตรีส่วนใหญ่เลือกที่จะตอบข้อกล่าวหาโดยตรง และชี้แจงอย่างตรงไปตรงมา มีน้อยคนที่จะตอบโต้โดยการใช้กลวิธีทางวาทกรรม คือการใช้วาทกรรมสตรี แสดงตนเป็นผู้ถูกกระทำ เป็นเหยื่อที่อ่อนแอ เพื่อทำลายชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของผู้กล่าวหา นอกจากนี้กลวิธีทางภาษาที่พบว่านักการเมืองสตรีใช้ แต่ไม่พบในนักการเมืองชาย คือการใช้คำที่แสดงอารมณ์มาทำหน้าที่ลดความรุนแรง เช่น การแสดงความชื่นชมก่อนการอภิปราย ซึ่งกลวิธีทางภาษาที่นักการเมืองสตรีใช้มีผลต่อภาพลักษณ์ในทางการเมือง

การทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการศึกษาวาทกรรมของนักการเมืองตามแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์สามารถเผยให้เห็นกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งเกิดจากการใช้กลวิธีทางภาษาประกอบสร้าง ผลิตซ้ำและต่อยอดภาพในสังคม ซึ่งในอีกทางหนึ่งเป็นการเอื้อประโยชน์ทางการเมืองอีกด้วย

### วาทกรรมสถาบัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมสถาบันมักเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจหรือกลุ่มที่จัดว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญ ดังเช่นวาทกรรมสถาบันการศึกษา ในงานวิจัยของวิสันต์ สุขวิสิทธิ์ (2554) อธิบายว่าหนังสือเรียนเป็นวาทกรรมที่ผลิตขึ้นโดยการควบคุมของหน่วยงานด้านการศึกษาของรัฐ เพื่อใช้ในระบบการศึกษาขั้นพื้นฐานซึ่งประชาชนทุกคนต้องเข้ารับการศึกษา และมีครูซึ่งเป็นบุคคลที่สังคมไทยให้ความเคารพเป็นผู้ถ่ายทอดสู่นักเรียน หนังสือเรียนจึงเป็นวาทกรรมที่มีสถาบันรับรอง ได้รับการตีความในฐานะความรู้ที่เชื่อว่าถูกต้อง เหมาะสม ทั้งยังสามารถเข้าถึงประชาชนทุกระดับในสังคม อุดมการณ์ที่อยู่ในหนังสือเรียนจึงสามารถส่งผลกระทบต่อสังคมได้ในวงกว้าง

อุดมการณ์ต่าง ๆ ที่สื่อผ่านหนังสือเรียนนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับความคิดและค่านิยมในสังคมหลายประการ ได้แก่ ความคิดเรื่องความอาวุโส ความคิดเรื่องระบบอุปถัมภ์ ความคิดทางพระพุทธศาสนา ความคิดเรื่องชายเป็นใหญ่ รวมถึงแนวคิดและนโยบายของรัฐที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละสมัย ขณะเดียวกันอุดมการณ์ต่าง ๆ ที่สื่อผ่านหนังสือเรียนนั้นก็อาจส่งผลกระทบต่อระบบความคิด ความเชื่อของผู้อ่านรวมถึงสังคมในด้านต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน ได้แก่ การนิยามความหมายของสมาชิกที่พึงประสงค์ของสังคมไทย การนำเสนอภาพอุดมคติของบุคคลหรือสิ่งต่าง ๆ ในสังคม และการกำหนดแบบแผนความสัมพันธ์ของคนในสังคม

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าหนังสือเรียนนั้นเป็นวาทกรรมที่ผลิตซ้ำอุดมการณ์ของรัฐและผู้มีอำนาจในสังคมเพื่อเตรียมเด็กให้เป็นสมาชิกที่ดีของสังคมตามที่รัฐและผู้มีอำนาจในสังคมเห็นว่า

เหมาะสม แต่บางครั้งอุดมการณ์เหล่านั้นอาจสื่อภาพที่ไม่เป็นกลางของบุคคลและสิ่งต่าง ๆ ในสังคม ไปสู่ผู้อ่าน จนอาจสร้างความไม่เท่าเทียมกันระหว่างบุคคลในสังคมได้ในที่สุด

การทบทวนวรรณกรรมข้างต้นนี้แสดงให้เห็นว่าการศึกษาวาทกรรมสถาบันตามแนวทาง วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์สามารถเผยให้เห็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และการถ่ายทอดอุดมการณ์ ไปสู่สังคมได้อย่างแนบเนียน

นอกจากนี้เมื่อได้ทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ในภาษาไทย แล้วพบว่า ประเด็นงานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ในภาษาไทยยังไม่มียานวิจัยใดที่ ศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยสถาบันศาสนา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับ ชุดความคิดเรื่อง “บุญ” ในสื่อของวัดพระธรรมกาย โดยใช้แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

บทที่ 2 นี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีวาทกรรมวิเคราะห์ เชิงวิพากษ์ และวิธีการวิเคราะห์ทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจแนวคิดพื้นฐาน ของทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ตลอดจนการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ และงานวิจัยเกี่ยวกับวัดพระธรรมกาย นอกจากนี้จะมีประโยชน์ในด้านแนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยแล้ว ยัง ทำให้ผู้วิจัยพบว่ายังไม่มียานวิจัยใดที่ศึกษาชุดความคิดเรื่องบุญที่ปรากฏในสื่อของวัดพระธรรมกาย ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัดพระธรรมกายนั้น แม้ว่าจะพบงานวิจัยจำนวนมากทั้งภาษาไทยและ ภาษาต่างประเทศ ทว่างานวิจัยทั้งหมดที่กล่าวถึงข้างต้นล้วนใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ที่มุ่ง อธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมเท่านั้น มิได้ใช้ข้อมูลรูปภาษามาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ มีเพียง งานวิจัยของกาญจนา เจริญเกียรติบวร (2543) เพียงเรื่องเดียวเท่านั้นที่ใช้ข้อมูลภาษา แต่ข้อมูลภาษา ที่นำมาวิเคราะห์นั้นเป็นวาทกรรมของสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน ซึ่งเสนอมุมมองจากสำนักข่าวภายนอกที่มีต่อวัดพระธรรมกาย ส่วนงานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาที่ใช้ข้อมูลภาษาจากสื่อของวัดพระธรรมกาย เอง เพื่อวิเคราะห์ชุดความคิดเรื่อง “บุญ” ที่วัดพระธรรมกายประกอบสร้างสื่อและผลิตซ้ำผ่าน สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของวัดพระธรรมกาย ทำให้เข้าใจและเกิดความตระหนักรู้ซึ่งอาจ นำไปสู่การคิดอย่างมีวิจารณญาณของผู้รับสาร

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาตามกรอบการวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์ เพื่ออธิบายอุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ซึ่งปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย การวิเคราะห์วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายตามแนวทางวาทกรรมเชิงวิพากษ์จะช่วยสะท้อนให้เห็นอุดมการณ์ที่แฝงอยู่ในตัวบท การวิเคราะห์จำแนกเป็น 3 ส่วน ตามแนวทางของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ตัวบท การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม และการวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม

ผู้วิจัยจำแนกวิธีดำเนินการวิจัยออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2) การเก็บรวบรวมข้อมูล 3) การจัดระเบียบข้อมูล และ 4) การวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### 3.1 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยเลือกวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับ “บุญ” ในช่วงปี พ.ศ. 2555 – 2558 เป็นข้อมูลในงานวิจัย

- ผู้วิจัยใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง คือรวบรวมสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่ผลิตในช่วงปี พ.ศ. 2555 – 2558 ทั้งหมด แล้วพิจารณาคัดเลือกข้อมูลภาษาที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “บุญ”
- ผู้วิจัยใช้วิธีพิจารณาการเลือกกลุ่มตัวอย่างตัวบทด้วยการอ่านข้อความอย่างละเอียด
- เกณฑ์พิจารณากลุ่มตัวอย่าง ต้องปรากฏคำว่า “บุญ” ในบริบทของข้อความ หรือเป็นปริศนาที่มีเนื้อหาสื่อถึงเรื่อง “บุญ” วิธีการทำ “บุญ” หรือผลของ “บุญ” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย

สาเหตุที่เลือกวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายในช่วงเวลาดังกล่าว เนื่องจากผู้วิจัยได้สำรวจข้อมูลเพื่อทำการวิจัยพบว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 – 2558 วัดพระธรรมกายมีรูปแบบการเผยแพร่สื่ออย่างหลากหลาย ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วารสาร นิตยสาร หนังสือ

แผ่นพับ หรือโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เป็นต้น ตลอดจนมีช่องทางที่หลากหลาย เข้าถึงได้สะดวก และสอดคล้องกับสังคมปัจจุบัน เช่น การบอกรับเป็นสมาชิก การดาวน์โหลด (download) ผ่านเว็บไซต์ วัดพระธรรมกาย เป็นต้น

### 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้กลุ่มข้อมูลวิจัย 2 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย และ 2) ข้อมูลพระไตรปิฎกและอรรถกถาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ “บุญ” ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยนี้ มีดังต่อไปนี้

#### 3.2.1 ข้อมูลสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

1) การเก็บข้อมูลตัวบท ได้แก่ วาทกรรมของวัดพระธรรมกายทั้งที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีเกณฑ์ในการคัดเลือกข้อมูล 2 ประการ

1.1) สื่อต้องมีความสม่ำเสมอในการผลิต หากเป็นสื่อประเภทสิ่งพิมพ์จะต้องมีการตีพิมพ์ต่อเนื่อง มียอดการผลิตคงที่หรือสูงขึ้น และ/หรือมียอดการพิมพ์ตั้งแต่ 1,000 เล่ม/แผ่น/ชิ้น หากเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะต้องออกอากาศไม่ต่ำกว่า 10 ครั้งต่อเดือน

1.2) วาทกรรมจะต้องมีเนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรมของวัดพระธรรมกาย และมีเนื้อหาเกี่ยวกับ “บุญ” ปรากฏ

2) การเก็บข้อมูลปริบท ผู้วิจัยเก็บข้อมูลปริบทจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์

#### 3) เกณฑ์การคัดเลือกข้อมูล

##### 1. การสำรวจสื่อสิ่งพิมพ์ของวัดพระธรรมกาย

จากการสำรวจสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งหมดพบว่า สิ่งพิมพ์ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการผลิตสิ่งพิมพ์หลากหลายประเภท ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์รูปเล่มทั้งหมด ได้แก่ หนังสือ วารสาร และนิตยสาร ดังมีรายชื่อต่อไปนี้

1. ตำรากองวิชาการ มหาวิทยาลัยธรรมกาย แคลิฟอร์เนีย
2. หนังสือสวดมนต์ บทสวด วัดพระธรรมกาย
3. หนังสือหมวดความรัก กำลังใจ

4. หนังสือหมวดทำหน้าที่ อานิสงส์ อานุภาพบุญ ทาน ศีล ภาวนา
5. หนังสือหมวดหลักธรรมในการดำเนินชีวิต
6. หนังสือหลวงพ่อดสด หลวงปู่วัดปากน้ำ ภาษีเจริญ
7. หนังสือมงคลชีวิต นิตานธรรม ชาดก
8. หนังสือหมวดคำสอนคุณยาย
9. หนังสือหมวดกฎแห่งกรรม สวรรค์ นรก ที่มีคำตอบ
10. หนังสือหมวดเรื่องเล่าจากพระไตรปิฎก
11. หนังสือรวมเล่มพระธรรมเทศนา หลวงพ่อตอบปัญหา
12. วารสาร อาสาสมัคร V-Peace
13. วารสารอยู่ในบุญ

ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์อีกประเภทหนึ่งของวัดพระธรรมกาย ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ปกิณกะ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ อนุทิน เป็นต้น ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนี้มักเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการหรือกิจกรรมของวัดพระธรรมกาย จึงมียอดจัดพิมพ์จำนวนมากและสามารถแพร่กระจายสู่สังคมได้อย่างกว้างขวาง

## 2. เกณฑ์การคัดเลือกประเภทสื่อสิ่งพิมพ์

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทรูปเล่มที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรมของวัดพระธรรมกาย และมีเนื้อหาเกี่ยวกับ “บุญ” ซึ่งจากการคัดเลือกข้อมูลพบว่ามีจำนวน 5 รายชื่อ โดยวารสารรายเดือนผู้วิจัยเก็บข้อมูลทุกฉบับ ส่วนหนังสือเล่มและหนังสือหมวดเรื่อง ผู้วิจัยสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างสิ่งพิมพ์ที่ปรากฏเนื้อหาเกี่ยวกับ “บุญ” จากแต่ละรายชื่อ รายชื่อละ 12 เล่ม ดังนี้

- |  |         |
|--|---------|
| 1. วารสารอยู่ในบุญ จัดพิมพ์เป็นรายเดือน                | 48 ฉบับ |
| 2. วารสารอาสาสมัคร V-PEACE จัดพิมพ์เป็นรายเดือน        | 48 ฉบับ |
| 3. หนังสือมงคลชีวิต นิตานธรรม ชาดก                     | 12 เล่ม |
| 4. หนังสือหมวดกฎแห่งกรรม สวรรค์ นรก ที่มีคำตอบ ทั้งชุด | 12 เล่ม |
| 5. หนังสือหมวดเรื่องเล่าจากพระไตรปิฎก                  | 12 เล่ม |

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเก็บข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ปกิณกะด้วย เนื่องจากเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มียอดการผลิตสูงกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทรูปเล่ม และเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์ปกิณกะมีเนื้อหาที่มุ่งเน้น

การประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัดพระธรรมกาย จึงทำให้สื่อประเภทนี้มีความแพร่หลายและมักจะปรากฏเนื้อหาเกี่ยวกับ “บุญ” อีกด้วย

### 3. การสำรวจสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของวัดพระธรรมกาย

จากการสำรวจสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของวัดพระธรรมกายพบว่าวัดพระธรรมกายผลิตสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีช่องทางในการเข้าถึงอย่างหลากหลาย ได้แก่ รายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมช่อง DMC สื่อวีดิทัศน์ MP3 MV เพลงต่าง ๆ โดยเฉพาะรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมช่อง DMC มีผังรายการเฉลี่ยวันละ 20-25 รายการ ผังรายการมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งรายการสด รายการบันทึกเทปและการถ่ายทอดซ้ำ ซึ่งมีรายการหลักที่นำเสนอค่อนข้างสม่ำเสมอ เช่น รายการถ่ายทอดสดและเทปบันทึกรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา รายการธรรมะเพื่อประชาชน รายการชาดก รายการอนุภาพหลวงปู่ รายการทบทวนบุญ รายการข้อคิดรอบตัว การ์ตูนบุญโต MV เพลง และรายการที่นำมาจากวีดิทัศน์ที่วัดพระธรรมกายมีจำหน่าย เป็นต้น

การผลิตสื่อธรรมะถ่ายทอดผ่านดาวเทียมทางช่อง DMC (Dhamma Media Channel) เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ในลักษณะจานดาวเทียมขนาดเล็กที่ติดตั้งแล้วสามารถรับชมได้เพียงช่องเดียว เรียกว่า “จานดาวธรรม” มีค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง 10,000 บาท ต่อมาประมาณ พ.ศ. 2551 สื่อธรรมะถ่ายทอดผ่านดาวเทียมทางช่อง DMC ได้ปรับรูปแบบจากจานดาวเทียมรับช่องเดียว เป็นการส่งสัญญาณดาวเทียมผนวกกล่องรับสัญญาณเอกชนบางบริษัท จนกระทั่งประมาณปี พ.ศ. 2555 โทรทัศน์ผ่านดาวเทียมได้รับความนิยม โทรทัศน์ช่อง DMC จึงมีการแพร่ขยายการพ่วงสัญญาณเครือข่ายผ่านหลายบริษัทชั้นนำทำให้สามารถรับชมช่อง DMC ในระบบ KU band ได้ฟรี คือ กล่องดาวเทียม GMM , SUNBOX และ PSI จนกระทั่งในปัจจุบันโทรทัศน์ช่อง DMC ได้ปรับรูปแบบการส่งสัญญาณผ่านกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์เพิ่มขึ้น ได้แก่ กล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ DTV, IDEASAT, INFOSAT, SAMART และ DTH

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์จากโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมช่อง DMC ตั้งแต่ พ.ศ. 2555- 2558 เนื่องจากเป็นช่วงที่โทรทัศน์ช่อง DMC มีการแพร่ขยายการพ่วงสัญญาณเครือข่ายผ่านหลายบริษัทจึงสามารถรับชมโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมได้อย่างแพร่หลาย

#### 4. เกณฑ์การคัดเลือกประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์

การคัดเลือกสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยเลือกรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรมของ วัดพระธรรมกาย และปรากฏเนื้อหาเกี่ยวกับ “บุญ” ซึ่งจากการคัดเลือกข้อมูลพบว่ามีจำนวน 4 รายการ ได้แก่

- 1) รายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา
- 2) รายการอนุภาพหลวงปู่
- 3) รายการอนิสงส์แห่งบุญ
- 4) การ์ตูนบุญโต

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเก็บข้อมูลจาก MV เพลง และโฆษณาที่ปรากฏในโทรทัศน์ผ่าน ดาวเทียมช่อง DMC ด้วย

- รายการโทรทัศน์ผู้วิจัยจะเก็บรายการละ 10 ชั่วโมง รวม 3 รายการ 30 ชั่วโมง
- การ์ตูน 2 ชั่วโมง เนื่องจากเป็นการ์ตูนขนาดสั้นออกอากาศเป็นตอน
- ข้อมูลจาก MV เพลง และโฆษณา ผู้วิจัยเก็บข้อมูลประเภทละ 1 ชั่วโมง เนื่องจากมี

ขนาดสั้นและมีปริมาณไม่มากนัก

ผู้วิจัยรวมการเก็บข้อมูลประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น 34 ชั่วโมง

#### 5. แหล่งรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลสื่อสิ่งพิมพ์ของวัดพระธรรมกายจาก

การบอกรับเป็นสมาชิกบ้านกัลยาณมิตร และดาวน์โหลดไฟล์รูปเล่มในลักษณะ PDF File จาก E-Book เว็บไซต์ <http://www.kalyanamitra.org/th>. ส่วนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ รายการโทรทัศน์ช่อง DMC ผู้วิจัยบันทึกเทปรายการแล้วถ่ายถอดเป็นอักษรภาษาไทย

#### 3.2.2 ข้อมูลพระไตรปิฎกและอรรถกถาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ “บุญ”

ข้อมูลพระไตรปิฎกและอรรถกถาที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ “บุญ” ผู้วิจัยสืบค้นพระสูตรจาก พระไตรปิฎกและอรรถกถาที่ปรากฏเนื้อหาเกี่ยวกับบุญ จำนวน 6 พระสูตร ดังรายชื่อต่อไปนี้

ตารางที่ 1 พระสูตรจากพระไตรปิฎกและอรรถกถาที่ปรากฏเนื้อหาเกี่ยวกับบุญ

หมวดเรื่อง	แหล่งข้อมูล
บุญกิริยาวัตถุสูตร	พระไตรปิฎก เล่มที่ 23 / อังคุตตรนิกาย สัตตก-อัฐก-นวกนิบาต
บุญกิริยาวัตถุสูตร	พระไตรปิฎก เล่มที่ 25 / ขุททกนิกาย อิติวุตตกะ-ติกนิบาต
วิมานวัตถุ	พระไตรปิฎก เล่มที่ 26 / ขุททกนิกาย วิมาน-เปตวัตถุ เถร-เถรีคาถา
อรรถกถาบุญฉนสูตรที่ 10	พระสุตตันตปิฎก เล่มที่ 1
บุญสูตร	อรรถกถา ขุททกนิกาย อิติวุตตกะ เอกนิบาต ตติยวรรค
คัมภีร์สุมังคลวิลาสินี	อรรถกถา ทีฆนิกาย

### 3.3 การจัดระเบียบข้อมูล

งานวิจัยเรื่องนี้เน้นศึกษาชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ที่ปรากฏในสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยจัดระเบียบข้อมูลตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ โดยอาศัยเกณฑ์ที่สื่อแต่ละประเภทระบุ ได้แก่ 1) สื่อสำหรับกลุ่มประชาชนทั่วไป 2) สื่อสำหรับกลุ่มผู้นำบุญ และ 3) สื่อสำหรับกลุ่มเด็กและเยาวชน ดังนี้

1) กลุ่มประชาชนทั่วไป ในงานวิจัยนี้หมายถึงผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายที่เดินทางมาแสวงบุญที่วัดพระธรรมกาย หรือเป็นผู้เปิดรับสื่อต่าง ๆ ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีปริมาณมากที่สุด สื่อที่วัดพระธรรมกายผลิตเพื่อเป้าหมายผู้รับสื่อกลุ่มนี้มีความหลากหลายทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

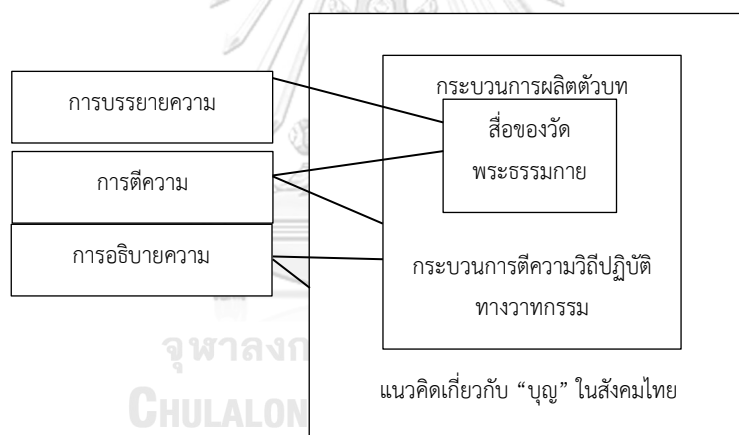
2) กลุ่มผู้นำบุญ ในงานวิจัยนี้หมายถึงอาสาสมัครที่ทำงานให้วัดพระธรรมกาย ทั้งอาสาสมัครถาวรที่พำนักอยู่ในวัด และอาสาสมัครชั่วคราวที่เชิญชวนมาทำงานเพื่อจัดเตรียมกิจกรรม/งานบุญของวัดพระธรรมกาย สื่อที่วัดพระธรรมกายผลิตเพื่อเป้าหมายผู้รับสื่อกลุ่มนี้ที่ระบุชัดเจนมีเพียงวารสาร v-peace magazine เท่านั้น แต่ในความเป็นจริงผู้รับสื่อกลุ่มนี้สามารถเข้าถึงสื่อทุกกลุ่มเป้าหมาย และบริโภคสื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปอีกด้วย



3) กลุ่มเด็กและเยาวชน ในงานวิจัยนี้หมายถึงเด็กและเยาวชนที่เดินทางมาแสวงบุญกับวัดพระธรรมกายกับครอบครัว หรือผ่านทางโครงการที่วัดพระธรรมกายจัดร่วมกับโรงเรียนตลอดจนเด็กและเยาวชนที่อยู่ในปริมณฑลเป็นผู้เข้าถึงสื่อของวัดพระธรรมกาย สื่อที่วัดพระธรรมกายผลิตเพื่อเป้าหมายผู้รับสื่อกลุ่มนี้มักถูกแจกจ่ายในโครงการอบรมเยาวชนที่วัดพระธรรมกายจัด และถูกแจกจ่ายผ่านระบบห้องสมุดโรงเรียนอีกด้วย

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสื่อของวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์โดยอาศัยแนวทางวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis) ของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995) เป็นกรอบในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 4 กรอบการวิเคราะห์วาทกรรมของวัดพระธรรมกายประยุกต์จากกรอบการวิเคราะห์วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995: 59)

1) การวิเคราะห์ตัวบท (Text) ได้แก่ ภาษาพูดและภาษาเขียน ในงานวิจัยนี้ ตัวบทคือข้อมูลภาษาที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่ผู้วิจัยจะนำไปวิเคราะห์กลวิธีทางภาษา ได้แก่ กลวิธีระดับคำศัพท์ วากยสัมพันธ์ อรรถศาสตร์ วัจนปฏิบัติศาสตร์ และปริจเฉทวิเคราะห์

2) การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (Discourse Practice) ได้แก่ กระบวนการที่ก่อให้เกิดตัวบท วัตถุประสงค์ของผู้ผลิต ความเป็นมาของผู้ผลิต การกระจายตัวบท และกระบวนการตีความตัวบทของผู้บริโภค โดยอาศัยแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

3) การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Practice) ได้แก่ การกำกับทางสังคมที่มีผลต่อกระบวนการผลิตและการตีความวาทกรรมตลอดจนผลของวาทกรรมที่มีต่อสังคม ในงานวิจัยนี้ วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมคือบริบทสังคมและวัฒนธรรม ในขณะที่วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายปรากฏในสังคม รวมไปถึงปัจจัยอื่น ได้แก่ สภาวะทางเศรษฐกิจ และการขยายตัวของสังคมเมือง

#### 4) เรียบเรียงและรายงานผลการวิจัย

ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมก่อน เพื่อให้เข้าใจกระบวนการที่ก่อให้เกิดตัวบท วัตถุประสงค์ของผู้ผลิต ความเป็นมาของผู้ผลิต การกระจายตัวบท จากนั้นจึงนำเสนอผลการวิเคราะห์ตัวบท เพื่อให้เห็นการใช้กลวิธีทางภาษาในตัวบทที่สัมพันธ์กับชุดความคิดเรื่อง “บุญ” ต่อมาผู้วิจัยจะนำเสนอการเปรียบเทียบแนวคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถากับแนวคิดของวัดพระธรรมกายจากมุมมองเชิงวิพากษ์ เพื่อเผยให้เห็นกระบวนการประกอบสร้างความคิดเรื่องบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายที่ต่างจากบริบทพุทธศาสนา และท้ายที่สุดผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม เพื่อเผยให้เห็นการครอบงำทางความคิด (Hegemony) และผลของวาทกรรมที่มีต่อสังคม

#### 5) สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และเสนอแนะ

ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาวัดวิถีปฏิบัติทางวาทกรรม ตัวบทที่สะท้อนชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ผ่านกลวิธีทางภาษา ตลอดจนผลการเปรียบเทียบแนวคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถากับแนวคิดของวัดพระธรรมกายจากมุมมองเชิงวิพากษ์ และวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม

ส่วนอภิปรายผลการวิจัยจะอภิปรายให้เห็นว่าผลการศึกษาสอดคล้องกับสมมติฐานหรือไม่อย่างไร อีกทั้งยังแสดงให้เห็น “บุญ” “วิธีการทำบุญ” และ “ผลของบุญ” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายที่ต่างไปจากบริบทพุทธศาสนาในสังคมไทย

ในบทถัดไปจะอธิบายบริบททั่วไปของวัดพระธรรมกาย เพื่อให้เข้าใจภาพรวมของวัดพระธรรมกายทั้งในด้านพื้นที่ การจัดการองค์กร การจำแนกกลุ่มผู้ศรัทธา และอัตลักษณ์ของ

วัดพระธรรมกาย อันจะนำไปสู่ความเข้าใจว่าวัดพระธรรมกายใช้ความคิดเรื่อง “บุญ” ยึดโยงสมาชิก  
ภาพของผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายไว้อย่างไร



### ภาพรวมเกี่ยวกับวัดพระธรรมกาย

ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอภาพรวมเกี่ยวกับวัดพระธรรมกาย เพื่อให้เข้าใจลักษณะทางกายภาพและการจัดการองค์กรของวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลภาพรวมเกี่ยวกับวัดพระธรรมกายจาก 4 แหล่งข้อมูล ได้แก่ 1) เว็บไซต์ของวัดพระธรรมกาย (www.dmc.tv.) และ (www.dhammadhamma.net) 2) งานวิจัยเกี่ยวกับวัดพระธรรมกาย 3) การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่วัดพระธรรมกาย และ 4) สื่อออนไลน์ที่นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวัดพระธรรมกาย

ผู้วิจัยจำแนกการอธิบายภาพรวมเกี่ยวกับวัดพระธรรมกายออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) สภาพพื้นที่ภายในวัดพระธรรมกาย 2) การจัดการองค์กร 3) สมาชิกภาพวัดพระธรรมกาย และ 4) อัตลักษณ์ของวัดพระธรรมกาย ดังนี้

#### 4.1 สภาพพื้นที่ภายในวัดพระธรรมกาย

ผู้นำในการบุกเบิกสร้างวัดพระธรรมกายคืออุบาลีอานันทะ ขนนกยูง, พระเทพญาณมหามุนี (หลวงพ่อดมขโย) และพระภิกษุญาณวิริยคุณ (หลวงพ่อดมชโย) โดยเริ่มต้นจากสถานปฏิบัติธรรมบ้านธรรมประสิทธิ์ วัดปากน้ำ ภาษีเจริญ แล้วพัฒนามาเป็นศูนย์พุทธจักรปฏิบัติธรรม และต่อมาพัฒนาเป็นวัดพระธรรมกายในปัจจุบัน

สภาพพื้นที่ภายในวัดพระธรรมกายในปัจจุบันมีพื้นที่มากกว่า 2,000 ไร่ อาจจำแนกพื้นที่ออกได้เป็น 3 ส่วน คือ 1) พื้นที่ส่วนพุทธาวาส 2) พื้นที่ส่วนสังฆาวาส และ 3) พื้นที่ส่วนฆราวาส

1) พื้นที่ส่วนพุทธาวาส ได้แก่ พื้นที่ส่วนพระอุโบสถ พระวิหารต่าง ๆ และพระมหาธรรมกายเจดีย์ พื้นที่ส่วนที่เป็นพื้นที่ประดิษฐานพระพุทธรูป รูปจำลองพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) และรูปจำลองอุบาลีอานันทะ ขนนกยูง

2) พื้นที่ส่วนสังฆาวาส ได้แก่ พื้นที่ส่วนเขตที่พักสงฆ์ และโรงเรียนพระปริยัติธรรม เป็นพื้นที่สงวนสำหรับผู้ที่ได้รับอนุญาต ฆราวาสทั่วไปที่เดินทางมาแสวงบุญที่วัดพระธรรมกายไม่สามารถเข้าได้

3) พื้นที่ส่วนฆราวาส ได้แก่ พื้นที่ส่วนสำนักงาน มูลนิธิ หมู่บ้านปฏิบัติธรรม เป็นพื้นที่เฉพาะส่วนฆราวาสที่ปฏิบัติงานให้วัด หรือผู้ที่เข้า/หมู่บ้านปฏิบัติธรรมเพื่อพักอาศัย นอกจากนี้ยังรวมถึงพื้นที่ลานปฏิบัติธรรม เป็นพื้นที่ส่วนที่ผู้แสวงบุญทุกคนใช้ร่วมกิจกรรมงานบุญและปฏิบัติธรรม



ภาพที่ 5 แผนผังวัดพระธรรมกาย

ที่มา: [www.dmc.tv](http://www.dmc.tv).

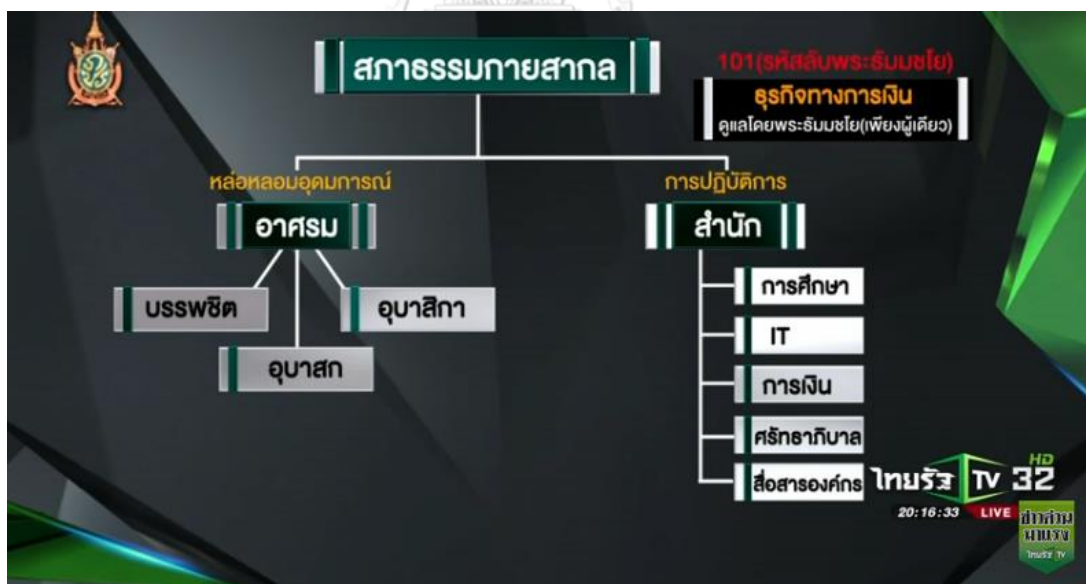
CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากภาพจะเห็นได้ว่าวัดพระธรรมกายมีพื้นที่กว้างขวาง มีการจำแนกพื้นที่อย่างเป็นสัดส่วน อีกทั้งยังกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงพื้นที่ส่วนต่าง ๆ ไว้อย่างชัดเจน เมื่อพิจารณาในแง่การใช้พื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมงานบุญ จะเห็นว่าพื้นที่บริเวณสภาธรรมกายสากล (พื้นที่หมายเลข 2) เป็นส่วนที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากเป็นพื้นที่ศูนย์รวมของผู้แสวงบุญ และเป็นพื้นที่ในการจัดกิจกรรมงานบุญ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่เชื่อมต่อกับบริเวณมหารธรรมกายเจดีย์ (พื้นที่หมายเลข 4) ซึ่งเป็นจุดแสวงบุญที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง อีกทั้งอาจกล่าวได้ว่ามหารธรรมกายเจดีย์ยังเป็นศูนย์รวมใจของผู้ที่ศรัทธาในวัดพระธรรมกายด้วย

## 4.2 การจัดการองค์กร

จากการรวบรวมข้อมูลงานวิจัยที่กล่าวถึงการจัดการองค์กรของวัดพระธรรมกาย ได้แก่ งานวิจัยของอภิญา เพื่อฟูสกุล (2541) ศึกษาเรื่อง “ศาสนทัศน์ของชุมชนเมืองสมัยใหม่: ศึกษากรณี วัดพระธรรมกายและงานวิจัยของดวงพร สารศาสดา (2545) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาการบริหารจัดการองค์กรวัดพระธรรมกาย” ซึ่งให้เห็นตรงกันว่าวัดพระธรรมกายมีการจัดการองค์กรที่เป็นระบบ โครงสร้างการจัดการองค์กรของวัดพระธรรมกายต่างจากวัดทั่วไป กล่าวคือ วัดทั่วไปจะมีเจ้าอาวาสเป็นผู้บริหารจัดการ และมักมีคณะกรรมการวัดที่เป็นฆราวาสเป็นผู้ดำเนินการ แต่วัดพระธรรมกายมีเจ้าอาวาสเป็นผู้บริหารสูงสุด มีการจัดการองค์กรผ่านพระผู้บริหารฝ่ายต่าง ๆ ตลอดจนมีการจัดเจ้าหน้าที่ประจำแต่ละฝ่าย และมีการดำเนินงานในรูปแบบมูลนิธิด้วย

ในด้านโครงสร้างการบริหารองค์กร มื่อตีตพระสงฆ์วัดพระธรรมกายนำข้อมูลมาเปิดเผย ในรายการโทรทัศน์ชี้ให้เห็นว่าวัดพระธรรมกายมีการแบ่งฝ่ายระบบการบริหารอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแบ่งงานเป็นส่วนสำคัญเพื่อแยกการจัดการในแต่ละด้าน เห็นได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 6 โครงสร้างการบริหารองค์กรวัดพระธรรมกาย  
ที่มา: รายการไทยรัฐนิวส์โชว์ ออกอากาศวันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2559

เมื่อพิจารณาโครงสร้างการบริหารวัดพระธรรมกายในกลุ่มสำนักที่สัมพันธ์กับงานวิจัยนี้ จะเห็นว่าสำนักสื่อสารองค์กรเป็นศูนย์ร่วมในการผลิตสื่อของวัดพระธรรมกาย ทั้งนี้ จากการสืบค้น โครงสร้างการบริหารงานของสำนักสื่อสารองค์กรวัดพระธรรมกายพบว่า จำแนกเป็นการบริหาร ส่วนย่อยอีก 3 สำนัก ดังนี้

1. สำนักสื่อสารองค์กร มีพระสนิทวงศ์ วุฒิวโส เป็น ผู้อำนวยการสำนักสื่อสารองค์กร และยังมีบุคลากรอีกหลายด้าน อาทิ กอง ส่งเสริมและเผยแพร่ กองสื่ออินเทอร์เน็ต ศูนย์ข่าวดีเอ็มซีนิวส์ กองภาพลักษณ์ องค์กร กองภาพลักษณ์ออนไลน์ ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร ศูนย์สื่อชุมชน ทำงาน ครอบคลุมทุกด้าน

2. สำนักสื่อดีเอ็มซี มีพระวิรุฒน์ มนวิโร ผู้อำนวยการสำนัก สื่อดีเอ็มซี รวมทั้งฝ่ายสถานีวิทยุโทรทัศน์ดีเอ็มซี ฝ่ายพัฒนาและสนับสนุน และ มีบุคลากร เช่น หัวหน้ากองออกอากาศ หัวหน้าศูนย์ผลิตรายการ หัวหน้าศูนย์ ผลิตสื่อการ์ตูน หัวหน้าศูนย์ภาพนิ่งและบรรณาธิการภาพ หัวหน้ากอง สร้างสรรค์รายการ หัวหน้าศูนย์เทคโนโลยีเสียง และหัวหน้าศูนย์ผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ ซึ่งถือว่าครบถ้วนทุกกระบวนการทำงานตามหลักมาตรฐานของ สถานีโทรทัศน์

3. สำนักสื่อธรรมะ มีพระสมบัติ รุกขิตจิตโต ผู้อำนวยการสำนัก สื่อธรรมะ พร้อมด้วยบุคคลแผนกต่างๆ ในการผลิตสื่อ เช่น หัวหน้ากองออกแบบ สื่อ หัวหน้ากองผลิตซีดีสื่อธรรมะ หัวหน้ากองเผยแพร่สื่อ

<http://www.komchadluek.net/news/knowledge/227978>

เข้าถึงวันที่ 7 กรกฎาคม พ.ศ. 2561

การจำแนกโครงสร้างการบริหารอย่างเป็นระบบด้วยวิธีการแบ่งงานเป็นสำนัก กอง และ ฝ่ายที่ชัดเจน ส่งผลให้วัดพระธรรมกายสามารถขับเคลื่อนองค์กรขนาดใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การที่วัดพระธรรมกายจัดตั้งสำนักสื่อสารองค์กร ชี้ให้เห็นว่าวัดพระธรรมกายมีความก้าวหน้า ทางด้านการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมของวัด ส่งผลให้สื่อที่ผลิตโดย

วัดพระธรรมกายเข้าถึงกลุ่มผู้ศรัทธาที่ต้องการบริโภคตัวบทที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายได้อย่างกว้างขวาง ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

### 4.3 สมาชิกภาพวัดพระธรรมกาย

จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม วัดพระธรรมกายมีการจำแนกสถานภาพสมาชิกไว้ค่อนข้างชัดเจน ทำให้สมาชิกภาพวัดพระธรรมกายแต่ละกลุ่มเข้าใจบทบาทของตนเองเป็นอย่างดี ผู้วิจัยจำแนกสมาชิกภาพวัดพระธรรมกายออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) พระสงฆ์ 2) เจ้าหน้าที่วัด 3) อาสาสมัคร 4) ผู้แสวงบุญ และ 5) สมาชิกจากโครงการอบรมเด็กและเยาวชน ดังนี้

1) พระสงฆ์ของวัดพระธรรมกายอาจจำแนกได้เป็น 2 กลุ่มย่อย กลุ่มแรกคือพระสงฆ์แบบคนใน หมายถึงพระสงฆ์ที่มีเป้าหมายการบวชแบบอุทิศชีวิตในบวรพุทธศาสนา มีเจตนารมณ์ที่จะอยู่ในร่มกาสาวพัสตร์ตลอดชีวิต พระสงฆ์กลุ่มนี้ก่อนบวชจะต้องถูกทดสอบความตั้งใจด้วยการเข้ามาเป็นอุบาสกปฏิบัติงานภายในวัดพระธรรมกายเป็นเวลาอย่างน้อย 10 ปี จึงจะได้รับการอนุญาตให้บวชเป็นพระสงฆ์ในวัดพระธรรมกาย ส่วนกลุ่มที่สองคือพระสงฆ์แบบคนนอก หมายถึงพระสงฆ์ที่บวชที่วัดพระธรรมกายแบบการบวชตามประเพณี อาทิ พระสงฆ์บวชในโครงการธรรมทายาทในช่วงเข้าพรรษา พระสงฆ์กลุ่มนี้จะบวชแล้วลาสิกขาในช่วงหลังออกพรรษา โดยในช่วงเข้าพรรษาจะต้องทำกิจกรรมตามที่วัดพระธรรมกายกำหนด เช่น ออกธุดงค์ตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย เรียกว่า ธุดงค์ธรรมชัย เป็นต้น

2) เจ้าหน้าที่วัด หมายถึง อุบาสกและอุบาสิกาที่เข้ามาทำงานประจำภายในวัดพระธรรมกาย บางส่วนเช่า/ซื้อ อาคารปฏิบัติธรรมที่เรียกว่าเมืองแก้วมณีเพื่ออยู่อาศัยภายในวัดพระธรรมกาย เจ้าหน้าที่อุบาสกส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ที่มีเจตนาจะบวชอุทิศชีวิตในอนาคต จึงมาทำงานเป็นเจ้าหน้าที่วัดเพื่อทดสอบความตั้งใจ ส่วนเจ้าหน้าที่อุบาสิกาส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีเจตนาปฏิบัติธรรมอย่างแรงกล้าและต้องการสละความวุ่นวายจากโลกภายนอก

3) อาสาสมัคร หมายถึง กลุ่มจิตอาสาที่มาทำงานให้กับวัดพระธรรมกายเป็นครั้งคราว มักเรียกตนเองว่า “กัลยาณมิตร” หรือ “ผู้นำบุญ” อาสาสมัครกลุ่มนี้มีที่มาจากการทำงานที่กลุ่มเพื่อนชวนกันมาทำงานให้วัดเพื่อเอาบุญแบบปากต่อปาก บางครั้งมาจากชมรมพุทธศาสนาภายในมหาวิทยาลัย เนื่องจากวัดพระธรรมกายมีนโยบายสนับสนุนชมรมพุทธศาสนาในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมี



กลุ่มอาสาสมัครจากกลุ่มนักเรียนที่เคยมาอบรมในโครงการที่วัดพระธรรมกายจัด จึงเกิดการรวมกลุ่ม และชักชวนกันมาเป็นอาสาสมัครช่วยงานวัดพระธรรมกายในโอกาสที่วัดจะจัดงานบุญต่าง ๆ

4) ผู้แสวงบุญ หมายถึง ประชาชนทั่วไปที่เป็นผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย มักเดินทางมาทำบุญกับวัดพระธรรมกายในช่วงวันที่วัดพระธรรมกายจัดงานบุญ หรือมาทำบุญทุกวันอาทิตย์ ต้นเดือนซึ่งเป็นวันจัดงานทำบุญประจำเดือนของวัดพระธรรมกาย ผู้แสวงบุญอาจเป็นสมาชิกผู้ศรัทธาเดิม หรืออาจเป็นบุคคลที่ถูกชักชวนจากผู้นำบุญเพื่อให้กลายเป็นสมาชิกผู้ศรัทธารายใหม่ก็เป็นได้

5) สมาชิกจากโครงการอบรมเด็กและเยาวชน หมายถึง นักเรียนโรงเรียนวิถิพุทธในเครือข่ายจัดอบรมของวัดพระธรรมกาย โครงการในลักษณะดังกล่าววัดพระธรรมกายจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานกับโรงเรียนและรับผิดชอบเรื่องสถานที่ วิทยากร และค่าใช้จ่ายในการจัดอบรมทั้งหมด นอกจากนี้ยังมีโครงการอบรมเด็กและเยาวชนแบบสมัครใจ เช่น โครงการอุปาสิกาแก้วหน่ออ่อน หรือโครงการเด็กดี v-star โครงการลักษณะดังกล่าวนี้ส่วนใหญ่เด็กและเยาวชนจะได้รับการสนับสนุนจากผู้ปกครองที่เป็นกลุ่มผู้แสวงบุญให้เข้าร่วมอบรมกับวัดพระธรรมกาย

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่า การจำแนกสมาชิกภาพวัดพระธรรมกายอย่างชัดเจนทำให้บุคคลในแต่ละกลุ่มจะมีความเข้าใจบทบาทและหน้าที่ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายที่ตนเองต้องปฏิบัติอย่างชัดเจน ส่งผลให้สามารถสนับสนุนการขับเคลื่อนองค์กรวัดพระธรรมกายได้อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

#### 4.4 อัตลักษณ์ของวัดพระธรรมกาย

อัตลักษณ์ หมายถึง การแสดงออกซึ่งตัวตนของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ผ่านทางสังคม (สุทธาภรณ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา, 2558: 16) จากการรวบรวมข้อมูลงานวิจัยและการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม ผู้วิจัยอาจจำแนกอัตลักษณ์ของวัดพระธรรมกายที่เห็นได้ชัดเจน ออกเป็น 3 ประการ ได้แก่ 1) อัตลักษณ์ด้านการแต่งกาย 2) อัตลักษณ์เรื่องวัตถุและสัญลักษณ์ และ 3) อัตลักษณ์ด้านกิจกรรมการทำบุญ ดังนี้

##### 1) อัตลักษณ์ด้านการแต่งกาย

การแต่งกายของผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายมักนิยมใส่ชุดสีขาวแบบเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ชายชายต้องนุ่งกางเกงขาวสีขาว เสื้อแขนสั้นสีขาวผ้าติดกระดุมด้านหน้า ส่วนผู้หญิงมักสวมผ้าถุง

หรือกระโปรงยาวสีขาว เสื้อแขนสั้นสีขาวผ่าติศกระดุมด้านหน้า ติเกร็ดทั้งด้านซ้ายและขวา โดย  
วัดพระธรรมกายกล่าวถึงอานิสงส์ของการแต่งกายด้วยชุดสีขาวเพื่อไปวัดไว้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 7 อานิสงส์ของการแต่งกายด้วยชุดสีขาว

ที่มา: www.dmc.tv

การแต่งกายด้วยชุดขาวตามแบบของวัดพระธรรมกายเป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์  
ของผู้แสวงบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายที่ต่างจากการแสวงบุญอื่น นอกจากนี้  
วัดพระธรรมกายยังมีการถ่ายทอดความคิดว่าการแต่งกายด้วยชุดขาวนับว่าเป็นการทำบุญอย่างหนึ่ง  
เห็นได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 8 อานิสงส์ของการแต่งกายด้วยชุดสีขาว

ที่มา: www.dmc.tv

หากพิจารณาการแต่งกายด้วยชุดขาวตามแนวทางของวัดพระธรรมกายจะเห็นได้ว่าเป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชาวธรรมกายอย่างชัดเจน ทั้งนี้ เนื่องจากหากพิจารณารายละเอียดของชุดจะเห็นว่ามียุทธลักษณะเหมือนเครื่องแบบ (Uniform) เพื่อแสดงถึงความเป็นกลุ่มเป็นพวกพ้องเดียวกัน และมีแนวทางการแสวงบุญแบบเดียวกัน

## 2) อัตลักษณ์เรื่องวัตถุและสัญลักษณ์

วัดพระธรรมกายมีอัตลักษณ์สำคัญอีกประการหนึ่งก็คืออัตลักษณ์เรื่องวัตถุและสัญลักษณ์ วัดพระธรรมกายมักใช้สัญลักษณ์ “ดวงแก้ว” เพื่อสื่ออัตลักษณ์ความบริสุทธิ์ ใสและสว่าง นอกจากนี้ยังใช้พระมหาธรรมกายเจดีย์เป็นสัญลักษณ์ศูนย์รวมใจของชาวธรรมกายอีกด้วย



ภาพที่ 9 สัญลักษณ์ดวงแก้ว

ที่มา: [www.dmc.tv](http://www.dmc.tv)

การใช้วัตถุและสัญลักษณ์เพื่อแสดงออกถึงความเป็นผู้ศรัทธาว่าวัดพระธรรมกายสามารถช่วยสร้างความรู้สึกร่วมแบบหมู่คณะ อีกทั้งยังแสดงออกถึงรูปแบบการใช้สัญลักษณ์เพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจที่ต่างไปจากพุทธศาสนาในสังคมไทยทั่วไป ทั้งนี้ การมีสิ่งยึดเหนี่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของตนเองย่อมสามารถสร้างความเหนียวแน่นในความศรัทธา และยังถือว่าเป็นการประกาศอัตลักษณ์ทางความเชื่อของตนเองให้สังคมภายนอกได้รับรู้อีกด้วย

### 3) อัตลักษณ์ด้านกิจกรรมการทำบุญ

วัดพระธรรมกายมีอัตลักษณ์สำคัญอีกประการหนึ่งคืออัตลักษณ์ด้านกิจกรรมการทำบุญ วัดพระธรรมกายมีแนวทางการจัดงานบุญตามแบบของตนเอง มักจัดงานบุญในวันอาทิตย์ต้นเดือน เนื่องด้วยเหตุผลเกี่ยวกับความสะดวกของผู้ที่จะเดินทางมาวัด นอกจากนี้ยังมักเป็นการทำบุญเกี่ยวกับการสร้างพุทธสถานตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย เช่น การสร้างมหาวิหาร ลานสภာธรรมกาย หรือเจดีย์ในพื้นที่วัดสาขาต่าง ๆ

รูปแบบการทำบุญของวัดพระธรรมกายมักมีริ้วขบวนแห่ อาทิ ริ้วขบวนแห่ผ้ากฐิน ธรรมชัย จนอาจกล่าวได้ว่าเป็นงานบุญประเพณีที่เป็นอัตลักษณ์ของวัดพระธรรมกาย กล่าวคือ มีการคัดเลือกหญิงสาวเพื่อมาสวมชุดมหาลดาปสาธน์เป็นเครื่องประดับอันทรงค่าของนางวิสาขา



ภาพที่ 10 ขบวนแห่กฐินธรรมชัย

ที่มา: [www.dmc.tv](http://www.dmc.tv)

การสร้างอัตลักษณ์ด้านกิจกรรมการทำบุญเป็นการประกาศตนเพื่อแสดงออกถึงวิถีหรือแนวทางในการแสวงบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายที่อาจต่างจากวิถีทางในพุทธศาสนาในสังคมไทยทั่วไป ทั้งนี้ รูปแบบกิจกรรมการทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายเป็นเครื่องมือสำคัญในการยึดโยงความศรัทธาของกลุ่ม และถือเป็นการแสดงออกด้านตัวตนของกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายอีกด้วย

ในบทนี้ผู้วิจัยได้กล่าวถึงภาพรวมเกี่ยวกับวัดพระธรรมกายเพื่อเชื่อมโยงให้เข้าใจบริบทของวัดพระธรรมกาย ในบทถัดไป ผู้วิจัยจะวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย เพื่อให้เข้าใจการผลิตและกระจายตัวบท ตลอดจนการรับและตีความตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายต่อไป

## วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยนำกรอบมิติทั้ง 3 ของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995) มาใช้ในการวิเคราะห์ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะนำเสนอภาพรวมของข้อมูลและวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมก่อน เนื่องจากข้อมูลที่เลือกศึกษามี 3 กลุ่ม ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายและวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมต่างกัน การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายก่อนจะช่วยให้เข้าใจองค์ประกอบของวาทกรรมสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

การวิเคราะห์ในบทนี้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์ทฤษฎีทางภาษาที่นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับ”บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายซึ่งแบ่งตามกลุ่มผู้รับสื่อ และเป็นส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์อุดมการณ์เกี่ยวกับบุญในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

### 5.1 ภาพรวมเกี่ยวกับสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

สื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีหลายประเภท ผู้วิจัยนำเสนอภาพรวมของสื่อ จำแนกเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อทำความเข้าใจภาพรวมและเห็นความหลากหลายของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ดังนี้

#### 5.1.1. สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายของทุกกลุ่มเป้าหมายจะผลิตในนามวัดพระธรรมกายหรือมูลนิธิธรรมกาย และสำนักสื่อสารองค์กรของวัดพระธรรมกาย

สื่อสิ่งพิมพ์ทั้งหมดมี 2 ประเภท คือ 1) ประเภทวารสารรายเดือน มีบรรณาธิการประจำเล่มมีพระสงฆ์เป็นที่ปรึกษาหรือผู้อำนวยการผลิต และมีคณะรายนามผู้จัดทำ 2) ประเภทหนังสือเล่มโอกาสจัดพิมพ์ไม่แน่นอนแต่จะพิมพ์จำนวนมาก สื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายทั้งหมดมี

ช่องทางในการเผยแพร่ 2 ช่องทาง คือ 1) จัดพิมพ์เป็นเล่มเพื่อแจกผู้มาวัดพระธรรมกายโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย และ 2) เผยแพร่ในรูปแบบ E-book ผ่านเว็บไซต์ <http://ebook.dmc.tv>

### 5.1.1.1 วารสาร

ข้อมูลวารสารที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่ใช้ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยวารสาร 3 ฉบับ แบ่งตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ 1) วารสารที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป ชื่อวารสารอยู่ในบุญ 2) วารสารที่ผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญ ชื่อวารสาร v-peace และ 3) วารสารที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน ชื่อวารสารที่มีคำตอบฉบับมินิ ดังนี้

#### 1) วารสารอยู่ในบุญ

“วารสารอยู่ในบุญ” เป็นวารสารที่ผลิตโดยมูลนิธิธรรมกาย พิมพ์เผยแพร่รายเดือน รูปแบบการเผยแพร่มี 2 ลักษณะ ได้แก่ แบบรูปเล่มวารสาร สามารถติดต่อขอรับเล่มวารสารได้ที่ วัดพระธรรมกาย และแบบ E-book ดาวน์โหลดจากหน้าเว็บไซต์วัดพระธรรมกาย สามารถเข้าถึงได้สะดวก และไม่มีค่าใช้จ่าย วารสารนี้จะมีการจัดส่งให้กับศูนย์ปฏิบัติธรรมเครือข่ายของวัดด้วย

รูปเล่มของ “วารสารอยู่ในบุญ” ใช้รูปภาพที่เกี่ยวข้องกับวัดพระธรรมกาย พิมพ์สี ขนาด A4 ภาพปกมีทั้งภาพถ่ายและภาพวาดกราฟิก จากการรวบรวมข้อมูล “วารสารอยู่ในบุญ” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 – 2558 พบว่าภาพรูปเล่มของ “วารสารอยู่ในบุญ” สามารถจำแนกตามเนื้อหาสำคัญในเล่มออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ 1) ภาพรูปหล่อทองคำพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) 2) ภาพที่สื่อถึงอุบาสิกาจันทร ขนนกยูง 3) ภาพพระเทพญาณมหามุนี (หลวงพ่อดัมมชโย) 4) ภาพเกี่ยวกับการอุปสมบท 5) ภาพเกี่ยวกับกิจกรรมที่จัดในโอกาสต่าง ๆ และ 6) ภาพกราฟิกนรก สวรรค์ ดังนี้

#### (1.1) เล่มวารสารเกี่ยวกับรูปหล่อทองคำพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร)

จากการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า “วารสารอยู่ในบุญ” ที่ปรากฏภาพรูปหล่อทองคำพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) มีหลายลักษณะ ได้แก่ ภาพรูปหล่อทองคำพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) ในขบวนแห่ธุดงค์ธรรมชัย ภาพรูปหล่อทองคำพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) ประดิษฐาน



ณ มหาวิทยาลัยพระมงคลเทพมุนี วัดพระธรรมกาย ตลอดจนการนำภาพรูปหล่อทองคำ พระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) ประกอบกราฟิก ดังนี้



ภาพที่ 11 ภาพรูปหล่อทองคำพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร)

การนำภาพพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) ที่ปรากฏใน “วารสารอยู่ในบุญ” สะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ของวัดพระธรรมกายที่มีรากฐานเดิมมาจากสายวิปัสสนาวัตปากน้ำภาษีเจริญ ซึ่งเป็นวัดที่มีชื่อเสียงด้านการวิปัสสนา และได้รับการยอมรับนับถือจากคนในสังคมไทย ตลอดจนจนเชื่อว่าพระมงคลเทพมุนีเป็นผู้ค้นพบวิชชาธรรมกาย จึงมีสถานะเสมือนครูผู้สอนวิชา เมื่อนำสายสัมพันธ์ดังกล่าวมาสร้างถาวรวัตถุเพื่อบูชาครูด้วยการทำรูปหล่อทองคำซึ่งเป็นสิ่งที่มีค่ามาก ย่อมแสดงให้เห็นการบูชาอย่างสูงสุด และในขณะเดียวกันรูปหล่อทองคำพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) ก็ได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของวัดพระธรรมกายด้วย และเมื่อวัดพระธรรมกายจัดกิจกรรมก็จะนำรูปหล่อทองคำพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมเสมอ ซึ่งผู้ที่พบเห็นกิจกรรมนั้น ๆ ก็จะทราบได้ทันทีว่าเป็นกิจกรรมของวัดพระธรรมกาย ดังนั้นเนื้อหาสำคัญใน “วารสารอยู่ในบุญ” จึงนำภาพรูปหล่อทองคำพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) มาเป็นภาพปกอยู่บ่อยครั้ง



### (1.2) เล่มวารสารเกี่ยวกับอุบาสิกาจันทร์ ขนนกยูง

“วารสารอยู่ในบุญ” มีการใช้ภาพที่สื่อถึงอุบาสิกาจันทร์ ขนนกยูง ผู้ก่อตั้ง วัดพระธรรมกาย โดยการนำภาพนกยูงมาประกอบในวารสาร เพื่อให้สอดคล้องกับนามสกุลของ อุบาสิกาจันทร์ ซึ่งจะสังเกตเห็นว่าภาพนกยูงที่นำมาประกอบนั้นมักจะเกี่ยวข้องกับการทอดกฐิน ดัง ภาพต่อไปนี้

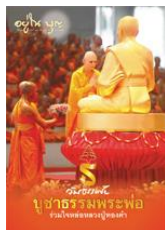


ภาพที่ 12 ภาพที่สื่อถึงอุบาสิกาจันทร์ ขนนกยูง

จากภาพข้างต้น จะเห็นได้ว่าการสร้างให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างอุบาสิกาจันทร์ ขนนกยูง ซึ่งเสียชีวิตไปแล้ว เมื่อปี พ.ศ. 2543 แต่การนำภาพที่สื่อถึงอุบาสิกาจันทร์ ขนนกยูงมาประกอบ ในเล่มวารสารสามารถแสดงให้เห็นสายสัมพันธ์และความระลึกถึงที่ศิษย์วัดพระธรรมกายมีต่อ อุบาสิกาจันทร์ ขนนกยูง และในขณะเดียวกันอาจกล่าวได้ว่าเป็นการสร้างความรู้สึกใกล้ชิดให้กับ ผู้สนใจกิจกรรมการทอดกฐินที่วัดพระธรรมกายจัดขึ้นว่าเปรียบเสมือนได้มีส่วนร่วมในบุญกับอุบาสิกา จันทร์ ขนนกยูง ซึ่งเป็นการเพิ่มความรู้สึกพิเศษให้กับผู้ศรัทธาอุบาสิกาจันทร์อีกด้วย

### (1.3) เล่มวารสารเกี่ยวกับพระเทพญาณมหามุนี (หลวงพ่อดัมมชโย)

ภาพหน้าปกของ “วารสารอยู่ในบุญ” อีกลักษณะหนึ่ง คือ ภาพหน้าปกที่มีภาพ พระเทพญาณมหามุนี (หลวงพ่อดัมมชโย) เจ้าอาวาสวัดพระธรรมกาย ซึ่งถือว่าเป็นบุคคลสำคัญ และ ศูนย์รวมจิตใจของผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย ดังนี้



ภาพที่ 13 ภาพพระเทพญาณมหามุนี

จากการเก็บข้อมูล “วารสารอยู่ในบุญ” ตั้งแต่ พ.ศ. 2555 – 2558 พบว่าปรากฏภาพของพระเทพญาณมหามุนี (หลวงพ่อัมมชโย) ไม่มากนักและจะมีใช้ภาพถ่ายที่ต้องการเน้นตัวบุคคล แต่จะเป็นภาพในลักษณะที่พระเทพญาณมหามุนีกำลังร่วมประกอบพิธีกรรม หรือทำการสักการะพระพุทธรูป หรือรูปหล่อทองคำพระมงคลเทพมุนี ภาพปกในลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าพระเทพญาณมหามุนี (หลวงพ่อัมมชโย) เป็นผู้อ่อนน้อม แต่ในขณะเดียวกันภาพที่ปรากฏก็ยังคงแสดงให้เห็นความโดดเด่นในสถานะของผู้ผู้นำในการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ของวัดพระธรรมกายด้วย

#### (1.4) เล่มวารสารเกี่ยวกับการอุปสมบท

เนื้อหาสำคัญใน “วารสารอยู่ในบุญ” อีกรูปแบบหนึ่งซึ่งมีจำนวนมาก คือ ภาพเกี่ยวกับการอุปสมบท ทั้งนี้เริ่มตั้งแต่ พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา วัดพระธรรมกายมีโครงการอุปสมบทหมู่ 100,000 รูป ซึ่งในแต่ละปีจะจัดทำโครงการทั้งหมด 2 รุ่น คือ รุ่นภาคฤดูร้อน และรุ่นเข้าพรรษา ดังนั้นเนื้อหาของ “วารสารอยู่ในบุญ” ช่วงก่อนเดือนมีนาคม และก่อนเดือนเข้าพรรษาจะมีภาพการอุปสมบทเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการอุปสมบท 100,000 รูป ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 14 ภาพเกี่ยวกับการอุปสมบท

จากภาพ “วารสารอยู่ในบุญ” ที่ปรากฏภาพเกี่ยวกับการอุปสมบทจะเห็นได้ว่า ภาพส่วนใหญ่มุ่งนำเสนอให้เห็นว่าการบวช คือ การทดแทนพระคุณพ่อแม่ เนื่องจากในภาพจะปรากฏลูกชายกราบลาบุพการีเพื่อขอบวชและภาพแม่กราบพระลูกชายหรือใส่บาตรด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแสดงให้เห็นถึงความสุข การจัดโครงการอุปสมบท 100,000 รูป มีการประชาสัมพันธ์ผ่านภาพในวารสาร แสดงให้เห็นภาพลักษณ์ที่ดีและสอดคล้องกับค่านิยมของสังคมไทยที่มีความคิดว่าลูกชายต้องบวชเพื่อทดแทนพระคุณของพ่อแม่ จึงอาจกล่าวได้ว่า “วารสารอยู่ในบุญ” เป็นเสมือนสื่อประชาสัมพันธ์โครงการที่มีประสิทธิภาพอย่างหนึ่ง

#### (1.5) เล่มวารสารเกี่ยวกับกิจกรรมที่จัดในโอกาสต่าง ๆ

เนื้อหาใน “วารสารอยู่ในบุญ” ที่ปรากฏภาพเกี่ยวกับกิจกรรมที่จัดในโอกาสต่าง ๆ ถือเป็นจุดเด่นสำคัญของภาพในวารสารนี้ เนื่องจากการออกวารสารในแต่ละเดือนจะมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมหรือโครงการที่วัดพระธรรมกายจัดในเดือนนั้น ๆ ซึ่งสามารถจำแนกลักษณะภาพที่ปรากฏใน “วารสารอยู่ในบุญ” ได้เป็น 5 ลักษณะ ได้แก่ 1) ภาพคณะสงฆ์และผู้ร่วมกิจกรรม 2) ภาพกิจกรรมจัดสร้างสถานที่ 3) ภาพกิจกรรมวันสำคัญทางศาสนา 4) ภาพกิจกรรมวันสำคัญของวัดพระธรรมกาย และ 5) ภาพกิจกรรมช่วยเหลือสังคม ดังนี้

### (1.5.1) เล่มวารสารเกี่ยวกับคณะสงฆ์และผู้ร่วมกิจกรรม

เนื้อหาใน “วารสารอยู่ในบุญ” เกี่ยวกับกิจกรรมที่จัดในโอกาสต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นภาพถ่ายที่แสดงให้เห็นคณะสงฆ์และผู้ร่วมกิจกรรมที่แต่งกายในชุดสีขาวแบบเดียวกันจำนวนมาก แล้วมีการจัดแถวที่เป็นระเบียบภาพถ่ายจึงดูสวยงาม สะอาด อีกทั้งอาจมีการนำภาพของคณะสงฆ์หรือผู้ร่วมกิจกรรมไปประกอบกับภาพกราฟิกหรือตัวอักษรที่เกี่ยวกับกิจกรรม โครงการ เพื่อให้ภาพมีความน่าสนใจ และสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจได้ชัดเจน ดังนี้



ภาพที่ 15 ภาพคณะสงฆ์และผู้ร่วมกิจกรรม

เนื้อหาภาพใน “วารสารอยู่ในบุญ” ข้างต้นจะเห็นได้ว่าปรากฏภาพของคณะสงฆ์หรือผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมาก แต่ภาพที่นำเสนอผ่านปกจะมุ่งเน้นแสดงให้เห็นความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเหล่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่วัดพระธรรมกายจัดขึ้น การที่ภาพแสดงมวลชนจำนวนมากนั้นสามารถสื่อความคิดได้ว่ามีผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายจำนวนมาก อีกทั้งกิจกรรมที่วัดพระธรรมกายจัดขึ้นก็เป็นที่ยอมรับของคนหมู่มากในสังคม ตลอดจนกิจกรรมของวัดพระธรรมกายนั้นเป็นกิจกรรมที่เรียบร้อย สวยงาม ทำให้เกิดความประทับใจได้

### (1.5.2) เล่มวารสารเกี่ยวกับกิจกรรมจัดสร้างสถานที่

เนื้อหาใน “วารสารอยู่ในบุญ” ที่มีภาพเกี่ยวกับกิจกรรมที่จัดในโอกาสต่าง ๆ อีกส่วนหนึ่ง จะนำเสนอภาพเกี่ยวกับกิจกรรมในลักษณะเชิญชวนให้สร้างสถานที่ต่าง ๆ เช่น เจดีย์ โรงครัว หรืออาคารต่าง ๆ ภาพในลักษณะนี้จะมีการทำกราฟิกที่สวยงาม เพื่อนำเสนอภาพสถานที่ที่จะจัดสร้างในอนาคต ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 16 ภาพกิจกรรมจัดสร้างสถานที่

“วารสารอยู่ในบุญ” ข้างต้นจะเห็นได้ว่าเป็นภาพจำลองกิจกรรมจัดสร้างสถานที่ซึ่งจะจัดสร้างในอนาคต การนำเสนอภาพในลักษณะดังกล่าวในวารสารจึงเป็นเสมือนการประชาสัมพันธ์กิจกรรม ตลอดจนเป็นการแพร่กระจายข่าวสารเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีสนใจร่วมบุญจัดสร้างสถานที่ตามโครงการของวัดพระธรรมกายอีกด้วย

### (1.5.3) เล่มวารสารเกี่ยวกับกิจกรรมวันสำคัญทางศาสนา

เนื้อหาใน “วารสารอยู่ในบุญ” อีกลักษณะหนึ่ง คือ ภาพกิจกรรมวันสำคัญทางศาสนา ซึ่งเป็นวันที่ชาวพุทธโดยทั่วไปให้ความสำคัญอยู่แล้ว โดยอาจเป็นวันหยุดราชการด้วย เช่น วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา หรือวันเข้าพรรษา เป็นต้น ซึ่งวัดพระธรรมกายก็จะจัดกิจกรรมวันสำคัญทางพุทธศาสนาขึ้นในเดือนนั้นด้วย ดังนี้



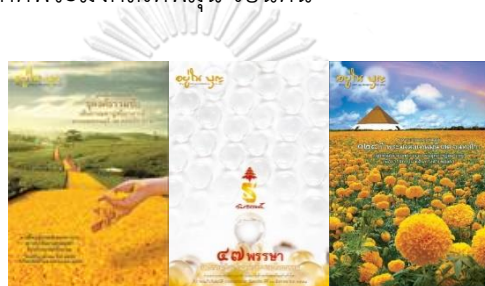
ภาพที่ 17 ภาพกิจกรรมวันสำคัญทางศาสนา

วัดพระธรรมกายให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมวันสำคัญทางพุทธศาสนาอย่างสม่ำเสมอ โดยจะมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมล่วงหน้าผ่านหลายช่องทาง “วารสารอยู่ในบุญ” ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการประชาสัมพันธ์โครงการ และแจ้งข่าวสารให้กับผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรม ภาพดังกล่าวจะมีความสัมพันธ์กับเนื้อหาข้างในแทบตลอดทั้งเล่ม ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับรายละเอียดการเข้า

ร่วมกิจกรรม หรือความเป็นมาของวันสำคัญทางพุทธศาสนาที่สอดคล้องกับรูปแบบกิจกรรมที่วัดพระธรรมกายจะจัดขึ้นอีกด้วย

#### (1.5.4) เล่มวารสารเกี่ยวกับกิจกรรมวันสำคัญของวัดพระธรรมกาย

นอกจากวัดพระธรรมกายจะจัดกิจกรรมในวันสำคัญทางพุทธศาสนาแล้ว ในอีกทางหนึ่ง วัดพระธรรมกายก็จะมีการจัดกิจกรรมวันสำคัญของวัดพระธรรมกายเอง เช่น วันธรรมชัย คือ วันครบรอบอุปสมบทของพระเทพญาณมหามุณี วันคุ้มครองโลก คือ วันคล้ายวันเกิดของพระเทพญาณมหามุณี และวันครบรอบวันเกิดพระมงคลเทพมุนี เป็นต้น



ภาพที่ 18 ภาพกิจกรรมวันสำคัญของวัดพระธรรมกาย

วันสำคัญเหล่านี้เป็นวันที่วัดพระธรรมกายจะจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ใน “วารสารอยู่ในบุญ” ที่ออกในเดือนที่วัดพระธรรมกายจะจัดกิจกรรมนั้น ถือว่าเป็นสื่อสำคัญในการประชาสัมพันธ์โครงการ และแจ้งข่าวสารให้กับผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมรับรู้และเข้าใจรายละเอียดของกิจกรรมตรงกัน

#### (1.5.5) เล่มวารสารเกี่ยวกับกิจกรรมช่วยเหลือสังคม

เนื้อหาใน “วารสารอยู่ในบุญ” ที่เกี่ยวกับกิจกรรมที่จัดในโอกาสต่าง ๆ อีกลักษณะหนึ่ง คือ ภาพกิจกรรมช่วยเหลือสังคม เช่น ภาพกิจกรรมที่วัดพระธรรมกายช่วยเหลือผู้ประสบภัยแผ่นดินไหวที่ประเทศเนปาล เมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2558 เป็นต้น





ภาพที่ 19 ภาพกิจกรรมช่วยเหลือสังคม

“วารสารอยู่ในบุญ” ที่ปรากฏเนื้อหาการช่วยเหลือสังคมนี้ จะมีลักษณะที่ต่างไปจากปกในลักษณะอื่น กล่าวคือ วารสารอยู่ในบุญแทบทั้งหมดจะเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโครงการของวัดพระธรรมกายล่วงหน้า แต่เนื้อหาในลักษณะดังกล่าวนี้จะเป็นการประมวลภาพย้อนหลัง และเนื้อหาในเล่มส่วนใหญ่ก็จะกล่าวถึงรายละเอียดเหตุการณ์ที่วัดพระธรรมกายให้ความช่วยเหลือสังคม ซึ่งอาจกล่าวได้ว่ามีลักษณะคล้ายวารสารฉบับพิเศษก็ว่าได้ และเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ในด้านการช่วยเหลือสังคมอีกด้วย

#### (1.6) เล่มวารสารเกี่ยวกับนรก สวรรค์

เนื้อหาใน “วารสารอยู่ในบุญ” ในบางฉบับที่มีได้มีการจัดกิจกรรมในเดือนนั้น ๆ หรือในฉบับนั้นต้องการเน้นเนื้อหาเกี่ยวกับกฎแห่งกรรม ภาพภูมิ หรือความเชื่อต่าง ๆ จะใช้วิธีสร้างภาพกราฟิกจำลองภาพนรก สวรรค์อย่างเป็นรูปธรรม



ภาพที่ 20 ภาพกราฟิกชีวิตหลังความตาย

“วารสารอยู่ในบุญ” ข้างต้นจะเห็นได้ว่าใช้วิธีการวาดภาพกราฟิกเพื่อนำเสนอภาพเกี่ยวกับนรก สวรรค์ และภาพภูมิ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้นการใช้ภาพจำลองจึงทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายขึ้น

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าภาพหน้าปกของ “วารสารอยู่ในบุญ” มีหลากหลายรูปแบบ ทั้งการใช้ภาพบุคคลสำคัญ ได้แก่ พระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) อุบาสิกาจันทร ขนนกยูง และ พระเทพญาณมหามุนี (หลวงพ่อธัมมชโย) ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นบุคคลสำคัญของวัดพระธรรมกาย การนำภาพบุคคลสำคัญมาประกอบในวารสารนั้น ถือเป็นเรื่องปกติของการจัดทำสื่อที่จะเลือกนำเสนอ บุคคลสำคัญหรือเป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ ส่วนอีกรูปแบบหนึ่ง คือ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรมหรือโครงการที่วัดพระธรรมกายจะจัดขึ้น การนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบนี้ถือได้ว่าเป็นการใช้ภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสาร นอกจากนี้ “วารสารอยู่ในบุญ” ยังมีการนำเสนอภาพการช่วยเหลือสังคมซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่ต่างไปจากการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสาร แต่การใช้ภาพหน้าปกวารสารที่นำเสนอเกี่ยวกับการช่วยเหลือสังคม ซึ่งเป็นการประมวลภาพย้อนหลังจากเหตุการณ์นั้น ถือว่าเป็นวิธีการหนึ่งในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร อนึ่ง “วารสารอยู่ในบุญ” บางฉบับมิใช่ภาพถ่ายจริงแต่เป็นการสร้างภาพกราฟิกเพื่อนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับความเชื่อ การสร้างภาพหน้าปกวารสารในลักษณะนี้มีประโยชน์อย่างมากที่จะช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจได้ง่าย

## 2) วารสาร V-PEACE

“วารสารอาสาสมัคร V-PEACE” เป็นวารสารรายเดือน ขนาด A4 พิมพ์แจกให้กับกลุ่มอาสาสมัครที่ทำงานให้วัดพระธรรมกาย ทั้งผู้ปฏิบัติหน้าที่ถาวรและปฏิบัติหน้าที่ชั่วคราว โดยกลุ่มอาสาสมัครส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่มนิสิต นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่มีจิตอาสาช่วยเหลือการเตรียมงานจนถึงการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของวัดพระธรรมกาย กลุ่มอาสาสมัครเหล่านี้จะมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบการทำงานเป็นกองแล้วแบ่งย่อยเป็นแผนกต่าง ๆ ตลอดจนการจัดตั้งกลุ่มคณะทำงานอย่างชัดเจน เช่น กองรักษาบรรยากาศ แผนกเพชรสว่าง ทำหน้าที่ถือป้ายให้สาธุชน ช่วยปิดโทรศัพท์มือถือขณะร่วมกิจกรรม กองติดต่อสอบถาม แผนกเพชรอัครจรีย์ ทำหน้าที่ประจำศูนย์ประสานงานติดต่อสอบถาม กองอาสาสมัครโภชนาการ ทำหน้าที่จัดเตรียมอาหารเพื่อแจกให้สาธุชน หรือกลุ่มเพชรอาสาต้อนรับระดับโลก ทำหน้าที่ต้อนรับสาธุชนที่มาร่วมกิจกรรมของวัดพระธรรมกาย เป็นต้น

จากการรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยพบว่า “วารสารอาสาสมัคร V-PEACE” มีรูปเล่ม 2 แบบ ได้แก่ แบบภาพถ่าย และแบบภาพกราฟิก ซึ่งหน้าปกรูปเล่มแบบภาพถ่ายนั้นพบในช่วงต้นปี พ.ศ. 2555 แต่หลังจากเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2555 เป็นต้นมารูปแบบของวารสารเปลี่ยนเป็นภาพกราฟิกทั้งหมด ดังนี้



## (2.1) ภาพถ่าย

“วารสารอาสาสมัคร V-PEACE” ช่วงต้นปี พ.ศ. 2555 มีลักษณะเป็นภาพถ่ายเกี่ยวกับกิจกรรมที่วัดพระธรรมกายจัด ทั้งที่จัดภายในวัดและจัดภายนอกวัด มีสีสันสวยงามอาจมีการตกแต่งด้วยกราฟิกบ้างเล็กน้อย แต่โดยพื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นภาพถ่าย เห็นได้จากภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 21 ภาพวารสาร V-PEACE

จากภาพ “วารสารอาสาสมัคร V-PEACE” จะเห็นได้ว่ากรอบแรกเป็นภาพที่แสดงให้เห็นขบวนแถวของพระสงฆ์ที่เดินผ่านหมู่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่แต่งกายด้วยชุดสีขาว ซึ่งภาพดังกล่าวจะเห็นว่าเป็นการจัดกิจกรรมบริเวณลานมหารธรรมกายเจดีย์ภายในบริเวณวัดพระธรรมกาย ส่วนกรอบที่ 2 – 4 เป็นภาพถ่ายกิจกรรมรุดงค์ธรรมชัย ซึ่งเป็นการจัดขบวนพระสงฆ์เดินรุดงค์ไปตามเส้นทางภายนอก

## (2.2) ภาพกราฟิก

“วารสารอาสาสมัคร V-PEACE” อีกลักษณะหนึ่ง คือ แบบกราฟิก มีสีสันสวยงาม โดยสามารถจำแนกภาพกราฟิกออกได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ภาพกราฟิกเกี่ยวกับวันสำคัญ และภาพกราฟิกแบบการ์ตูน เห็นได้จากภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 22 ภาพวารสาร V-PEACE แบบกราฟิกเกี่ยวกับวันสำคัญ



ภาพที่ 23 ภาพวารสาร V-PEACE แบบกราฟิกการ์ตูน

จากภาพจะสังเกตได้ว่า ภาพกราฟิกทั้งสองแบบเน้นรูปแบบภาพและสีเส้นที่สดใส ดูไม่เป็นทางการมากนัก ใช้ลักษณะภาพวาดประกอบตัวอักษรศิลป์ ภาพวารสาร V-PEACE แบบกราฟิกเกี่ยวกับวันสำคัญ มีการเน้นองค์ประกอบภาพหลักในเชิงสัญลักษณ์ที่สอดคล้องกับวันสำคัญ เช่น ภาพพระพุทธรูปบนปกวันวิสาขบูชา เป็นสัญลักษณ์วันประสูติ ตรัสรู้และปรินิพพานขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า ภาพเทียนบนปกวันมาฆบูชาเป็นสัญลักษณ์การเวียนเทียน แสดงให้เห็นกิจกรรมในวันสำคัญนี้ การใช้ภาพพวงมาลัยดอกมะลิบนปกวันแม่ ซึ่งดอกมะลิเป็นสัญลักษณ์ของวันแม่ หรือการใช้ภาพโลกเพื่อสื่อถึงวันคุ้มครองโลก เป็นต้น

ส่วนภาพหน้าปกวารสาร V-PEACE แบบกราฟิกการ์ตูนจะเป็นภาพที่แสดงให้เห็นความสดใส หากเป็นภาพการ์ตูนรูปคนจะสังเกตได้ว่ามีตราสัญลักษณ์วัดพระธรรมกายอยู่ที่เสื้อของตัวการ์ตูนด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นการเน้นองค์การวัดพระธรรมกายอย่างชัดเจน

### 3) วารสารที่มีคำตอบฉบับมินิ

วารสารที่มีคำตอบฉบับมินิหรืออาจเรียกได้ว่าเป็นหนังสือชุดก็เป็นได้ เพราะมีการจัดพิมพ์แบบรายเดือนเพียง 1 ปี เท่านั้น วารสารนี้ออกเป็นรายเดือนที่ออกในช่วง พ.ศ. 2555 มีจำนวน 12 เล่ม เรียกว่าชุดเคลียร์ปัญหาครอบครัว โดยนำเนื้อหามาจาก ช่วงตอบปัญหาในบางเทปของรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยาที่ตอบคำถามเกี่ยวกับสมาชิกครอบครัว วารสารที่มี

คำตอบฉบับมินิ เป็นภาพกราฟิกการ์ตูน ด้านบนของหน้าปกจะปรากฏข้อความว่า “ที่นี่มีคำตอบฉบับ mini โรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา เคลียร์ปัญหาครอบครัว โดยคุณครูไม่ใหญ่” บริเวณกลางหน้าจะปรากฏภาพการ์ตูน ส่วนด้านล่างของหน้าปรากฏสัญลักษณ์ช่อง DMC ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 24 หน้าปกหนังสือชุดที่นี่มีคำตอบฉบับมินิ

จากภาพข้างต้นจะเห็นได้ว่า วารสารชุดที่นี่มีคำตอบฉบับมินิทุกเล่ม บริเวณด้านบนและด้านล่างของหน้าจะปรากฏข้อความและสัญลักษณ์เหมือนกันทุกเล่ม แต่สิ่งที่ต่างกัน คือ สีสันและภาพการ์ตูน สีสันที่ใช้ในวารสารชุดนี้ จะเน้นสีสันที่เข้มสด ได้แก่ สีม่วง สีมชมพู สีส้ม สีแดง สีฟ้าและสีเขียว ซึ่งแต่ละเล่มจะมีลวดลายเล็กน้อย

ส่วนภาพที่ปรากฏในหนังสือชุดดังกล่าว ส่วนใหญ่จะเป็นภาพกราฟิกตัวการ์ตูนสัตว์ ได้แก่ ยีราฟ กระต่าย ลา ฮิปโปโปเตมัส แพนด้า จระเข้ นกเพนกวิน ควายน หมูและสิงโต นอกจากนี้ยังปรากฏการ์ตูนรูปเด็กผู้หญิงอีกด้วย ซึ่งภาพการ์ตูนทั้งหมดจะสวมชุดที่มีสีสันสดใสคล้ายชุดชนเผ่า สื่อให้เห็นความสนุกสนานและรอยยิ้มของตัวการ์ตูน

เนื้อหาที่ปรากฏในวารสารที่นี่มีคำตอบฉบับมินิ ในส่วนต้นและท้ายของแต่ละเล่มมีกลอนง่าย ๆ ที่ส่งมาจากผู้เขียนที่บ้าน และที่บรรณาธิการแต่งขึ้นเอง ส่วนเนื้อหาหลักในเล่มเป็นคำถามจากลูกศิษย์วัดพระธรรมกายเขียนจดหมายเข้ามาถามในช่วงตอบปัญหาของรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยาแล้วนำมารวมเล่ม โดยในเล่มจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก คือ เนื้อหาตามเรื่องที่เขียนจดหมายเข้ามาถาม ส่วนต้นเป็นส่วนประเด็นคำถามจากที่บ้าน บางคำถามมีขนาดสั้นแต่บางคำถาม

มีขนาดยาวถึง 3 หน้า เนื่องจากการเล่าเรื่องของครอบครัวตนเองประกอบด้วย ส่วนที่สอง ได้แก่ ส่วนตอบคำถาม ผู้ตอบคือคุณครูไม่ใหญ่ซึ่งเป็นชื่อของพระเทพญาณมหามุนีที่ใช้ในรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าวารสารที่มีคำตอบฉบับมินิเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่มีลักษณะเป็นการต่อยอดจากช่องทางการสื่อสารเดิมให้กลายเป็นสื่อช่องทางใหม่ กล่าวคือ คำถามคำตอบที่รวบรวมอยู่ในหนังสือชุดนี้แท้จริงเคยออกอากาศในรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยาทางช่อง DMC มาก่อนแล้ว แล้วจึงนำมารวบรวมจัดหมวดหมู่คำถามเพื่อเรียบเรียงและตีพิมพ์ใหม่ในรูปแบบเล่มอีกครั้งหนึ่ง

#### 5.1.1.2 หนังสือ

หนังสือที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมักมีเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตหลังความตาย หรือหนังสือที่เกี่ยวข้องกับธรรมะ และหนังสือที่เกี่ยวข้องกับการทำบุญ ไม่มีโอกาสจัดพิมพ์ที่แน่นอน แต่มียอดจัดพิมพ์ต่อครั้งมากกว่า 1,000 เล่ม หรือหนังสือบางประเภทจะจัดพิมพ์เฉพาะในโอกาสพิเศษ เช่น งานบุญกฐิน เป็นต้น มีช่องทางการเผยแพร่ 2 ลักษณะ คือ การแจกให้กับผู้เดินทางมาวัดพระธรรมกาย และการดาวน์โหลดผ่านเว็บไซต์ของวัดพระธรรมกาย หนังสือที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายสามารถจำแนกได้ 2 กลุ่ม ได้แก่ หนังสือสำหรับประชาชนทั่วไป และหนังสือสำหรับเด็กและเยาวชน ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

#### 1) หนังสือสำหรับประชาชนทั่วไป

หนังสือสำหรับประชาชนทั่วไปเป็นหนังสือสำหรับแจกผู้ที่มาวัด มักมีเนื้อหาเกี่ยวกับการสะสมบุญเพื่อให้บรรลุความร่ำรวย หรือไม่ก็เกี่ยวกับชีวิตหลังความตาย ดังนี้

##### (1.1) หนังสือหมวดกฎแห่งกรรม

หนังสือหมวดกฎแห่งกรรม เป็นหนังสือที่มีเนื้อหาที่สะท้อนความคิดเกี่ยวกับกรรม เมื่อพิจารณาสื่อเกี่ยวกับกฎแห่งกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่า เนื้อหาหลักมักเกี่ยวข้องกับชีวิตหลังความตาย และหนังสือชุดกฎแห่งกรรมนี้ยังเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญและส่งผลต่อความคิดของผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายเป็นอย่างยิ่ง

หนังสือชุดกฎแห่งกรรมเป็นหนังสือที่เกิดจากการรวบรวมคำสอนของพระเทพญาณมหา มุนีทั้งจากคำสอนที่มีลูกศิษย์เฝ้าจดรวบรวมแล้วตีพิมพ์เป็นหนังสือ คือ หนังสือชุดกฎแห่งกรรม “ตาย แล้วไปไหน” ซึ่งมีเนื้อหาแยกออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ภาคสวรรค์ และภาคนรก ตลอดจนหนังสือชุด กฎ แห่งกรรมบางเล่มเกิดจากการรวบรวมเรื่องราวจากการบรรยายในรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝัน วิทยาที่น่าสนใจ แล้วนำมาพิมพ์รวมเล่ม เห็นได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 25 หนังสือชุดกฎแห่งกรรม

จากภาพข้างต้นจะเห็นได้ว่า หนังสือชุดกฎแห่งกรรมเป็นการจัดทำด้วยกราฟิก ซึ่ง ออกแบบภาพและสีให้สอดคล้องกับเนื้อหาในเล่ม กล่าวคือ เล่มที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสตีฟ จ๊อบส์ ผู้บริหารบริษัทแอปเปิล มีการออกแบบให้ปรากฏสัญลักษณ์บริษัทแอปเปิล อีกทั้งยังใช้รูปแบบสีที่ เรียบ ซึ่งสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์แอปเปิลที่เน้นลักษณะสินค้าที่มีรูปแบบเรียบง่ายแต่ดูมีมูลค่า หรือ หนังสือที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสวรรค์ผู้ออกแบบเลือกใช้สีเหลือง ซึ่งเป็นสีในกลุ่มสว่างตลอดจนมีภาพ เทวดาและนางฟ้าที่แต่งกายสวยงาม ตรงข้ามกับเล่มที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับนรกมีการใช้สีดำและแดง ซึ่งเป็นสีเข้มตลอดจนมีภาพสัตว์นรกที่แสดงอาการทุกข์ทรมานด้วย

### (1.2) หนังสือหมวดเรื่องเล่าจากพระไตรปิฎก

หนังสือหมวดเรื่องเล่าจากพระไตรปิฎก เป็นหนังสือที่มีเนื้อหากล่าวถึงคำสอนหรือ เรื่องราวตามพระไตรปิฎก หนังสือหมวดนี้มีการพิมพ์เป็นแบบรูปเล่มตั้งแต่พุทธศักราช 2545 แต่มี การจัดพิมพ์เผยแพร่ในรูปแบบ E-book เมื่อปีพุทธศักราช 2555 จึงถือว่าเป็นเอกสารการเผยแพร่ที่ ผลิตโดยวัดพระธรรมกายในช่วงเวลาที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วย

หนังสือหมวดเรื่องเล่าจากพระไตรปิฎก ประกอบด้วยชื่อเรื่องที่มีข้อความสื่อถึงแนวคิด เรื่องราว หรือคำสอนในพุทธศาสนา เช่น “ข้อคิดจากพระมหาชนก ทางแก้วกฤตสังคมไทย” จาก



ชื่อเรื่องจะเห็นได้ว่า มีการอ้างอิงเนื้อหาในทศชาติชาดก ได้แก่ เรื่องพระมหาชนกแล้วนำเรื่องราวในชาดกมาเชื่อมโยงกับแนวทางการแก้ปัญหาทางสังคม หรือหนังสือเรื่อง "ปาฏิโมกข์ ฉบับฉลองวัน-ธรรมชัย" และ หนังสือเรื่อง “ร่ำเริงบันเทิงใจ ฉบับสัมโมทนิยกถา” จากชื่อเรื่องจะเห็นได้ว่าการนำคำศัพท์ภาษาบาลีที่เกี่ยวกับพุทธศาสนามาประกอบในชื่อเรื่องภาษาไทยด้วย

นอกจากนี้ ภาพและสีของหนังสือหมวดนี้ จะมีลักษณะเป็นสีพื้นไม่ฉูดฉาดดูสบายตา ได้แก่ สีเขียว สีเขียวปนเหลือง หรือสีฟ้า เป็นต้น ตลอดจนมีรูปแบบเรียบง่าย เห็นได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 26 หนังสือที่มีข้อมูลจากพระไตรปิฎก

ภาพข้างต้นจะเห็นได้ว่า หนังสือหมวดพระไตรปิฎก เรื่อง “ข้อคิดจากพระมหาชนก ทางแก้วิกฤตสังคมไทย” เป็นภาพถ่ายทิวทัศน์ เน้นภาพภูเขาที่บดบังแสงของดวงอาทิตย์ และมีตัวอักษรแสดงชื่อหนังสือทั้งบริเวณด้านบนและด้านล่างของหน้า ส่วนหนังสือเรื่อง "ปาฏิโมกข์ ฉบับฉลองวันธรรมชัย" จะเห็นว่าเป็นภาพพระพุทธรูปแก้วใสพุทธลักษณะแบบวัดพระธรรมกาย โดยเป็นภาพจากมุมมองด้านบนที่มีรัศมีของพระพุทธรูปแผ่ไปโดยรอบในลักษณะวงกลม ในส่วนล่างปรากฏชื่อเรื่อง นอกจากนี้หนังสือเรื่อง “ร่ำเริงบันเทิงใจ ฉบับสัมโมทนิยกถา” จะเห็นว่าปรากฏเฉพาะชื่อเรื่องบนพื้นสีขาวด้านบนตัดกับพื้นสีเขียวมีลวดลาย

### (1.3) หนังสือ/สิ่งพิมพ์ปกิณกะ

หนังสือ/สิ่งพิมพ์ปกิณกะที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย คือ สิ่งพิมพ์ที่วัดพระธรรมกายจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ในโอกาสที่วัดจัดกิจกรรมหรือจัดทำเพื่อเผยแพร่ในบางโอกาส เช่น สิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมทอดกฐินประจำปี หรือสิ่งพิมพ์รูปแบบหนังสือเพื่อประชาสัมพันธ์วัดพระธรรมกาย เป็นต้น ซึ่งสิ่งพิมพ์ประเภทนี้จะมีการจัดพิมพ์แบบรูปเล่ม และจัดทำเป็น E-book อีกด้วย ดังนี้



ภาพที่ 27 สิ่งพิมพ์ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

จากภาพข้างต้นจะเห็นได้ว่า ภาพมี 2 ลักษณะ ได้แก่ ภาพกราฟิกและภาพถ่าย ลักษณะแรก เป็นหนังสือขนาดเล็กจะมีสี่สุดและปรากฏชื่อเรื่องขนาดใหญ่ใกล้บริเวณกลางหน้า ได้แก่ “ทองคำ กับเส้นทางการสร้างบารมีของผู้มีบุญในพระไตรปิฎก” “รวยแบบจัดเต็มเพราะอานุภาพบุญกฐินจัดให้” และ “ปฏิบัติการห้ามจนฉบับพกพา” ส่วนลักษณะที่สอง จัดทำเป็นหนังสือขนาด 50 หน้าขึ้นไปเป็นภาพถ่ายมักมีภาพบุคคลประกอบ ส่วนชื่อเรื่องมักเป็นคำที่สื่อความเกี่ยวข้องกับเนื้อหา แต่ไม่มีรายละเอียดชัดเจนมากนัก โดยจะเป็นลักษณะประโยคปฏิเสธ ปฏิเสธ หรือวลีที่ชวนให้ขบคิด ได้แก่ “จะรวยก่อนแก่หรือแก่แล้วก็ยังไม่รวย” “อยากได้ในสิ่งที่ไม่เคยได้ ต้องทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ” “ชีวิตจะเปลี่ยนไปถ้าใจกล้าเปลี่ยนแปลง” และ “อะไรที่ต้องทำให้เปลี่ยนใจ”

สื่อสิ่งพิมพ์ปกิณกะที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย เป็นสิ่งพิมพ์ที่จัดทำในบางโอกาสมีได้จัดทำอย่างสม่ำเสมอ แต่ทว่าสิ่งพิมพ์ในลักษณะดังกล่าวนี้มีเนื้อหาที่น่าสนใจและมียอดการจัดพิมพ์จำนวนมาก และมีการผลิตชุดความคิดเกี่ยวกับบุญออกสู่สังคมอย่างกว้างขวาง

## 2) หนังสือสำหรับเด็กและเยาวชน

จากการรวบรวมข้อมูลสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย พบว่าสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน ได้แก่ สื่อชุดหนังสือมงคลชีวิต/ นิทานธรรม ชาดก ดังนี้

### (2.1) หนังสือมงคลชีวิต/ นิทานธรรม ชาดก

หนังสือมงคลชีวิต/ นิทานธรรม ชาดก เป็นหนังสือที่มีเนื้อหาต่างกันแต่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็ก และเยาวชนเหมือนกัน กล่าวคือ หนังสือมงคลชีวิตเป็นหนังสือจบในเล่มเดียว ที่มุ่งเผยแพร่ให้กับเด็ก ระดับชั้นประถมศึกษา ส่วนหนังสือนิทานธรรมเป็นหนังสือชุดที่มีการผลิตเรื่องใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยมีลักษณะเป็นนิทานคุณธรรม และหนังสือชาดกเป็นหนังสือขนาดยาวรวมเรื่องเกี่ยวกับทศชาติชาดก

หนังสือมงคลชีวิต/ นิทานธรรม ชาดก มีลักษณะเป็นภาพกราฟิกทั้งหมด โดยหนังสือมงคลชีวิตจะเป็นภาพวาดน่ารักที่มีสีสันสวยงาม ส่วนหนังสือนิทานธรรมจะมีลักษณะเป็นภาพการ์ตูนที่สอดคล้องกับเนื้อเรื่อง แต่หนังสือทศชาติชาดกจะมีลักษณะเป็นภาพกราฟิกแบบเดียวกับหนังสือชุดกฎแห่งกรรมที่เป็นหนังสือสำหรับประชาชนทั่วไป เห็นได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 28 หน้าปกหนังสือชุดมงคลชีวิต/ นิทานธรรม ชาดก

จากภาพข้างต้นจะเห็นได้ว่าหนังสือชุดมงคลชีวิต เป็นภาพกราฟิกที่ทำให้เหมือนภาพวาดระบายสีที่ชวนให้ถึงความสดใส อีกทั้งภาพพระอาทิตย์และก้อนเมฆมีใบหน้าที่ยิ้ม โดยในส่วนกลางของหน้าปกข้อความว่าฉบับประถม จึงแสดงให้เห็นกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อว่าเป็นกลุ่มเด็กอย่างแน่นอน ส่วนภาพกรอบที่ 2 – 4 เป็นภาพหน้าปกหนังสือนิทานธรรม จะเห็นได้ว่าภาพหน้าปกเป็นภาพการ์ตูนที่สอดคล้องกับชื่อเรื่อง เช่น เรื่องแม่ครัวใหม่ ภาพปกจะเป็นภาพเด็กใส่ชุดกันเปื้อนถือจานอาหาร สื่อให้เข้าใจได้ว่าเด็กกำลังสวมบทบาทแม่ครัว เป็นต้น แต่เมื่อพิจารณาภาพกรอบที่ 5 เป็นภาพปกหนังสือทศชาติชาดก จะเห็นได้ว่าเป็นภาพกราฟิกที่จำลองภาพอดีตชาติขององค์สัมมาสัมพุทธเจ้าที่เสวยพระชาติเป็นพระโพธิสัตว์บำเพ็ญทศบารมีในชาติต่าง ๆ เรียงตามลำดับโดยส่วนบนสุดเป็นภาพกราฟิกจำลองรูปขององค์สัมมาสัมพุทธเจ้า



เนื้อหาที่ปรากฏในหนังสือชุดมงคลชีวิต/ นิทานธรรม ชาดก เป็นหนังสือที่มุ่งให้ผู้รับสาร คือ เด็กและเยาวชนสามารถอ่านเข้าใจได้ ดังนั้นเนื้อหาจึงสั้น ง่าย และไม่ซับซ้อน มีตัวอักษรขนาดใหญ่ และเป็นหนังสือประกอบภาพตลอดทั้งเล่ม

หนังสือมงคลชีวิต เป็นหนังสือนิทานประกอบภาพมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษในหน้าเดียวกัน เรื่องราวเกี่ยวกับตัวละคร “หนูแก้ว” ที่ตื่นเข้ามาทำกิจวัตรประจำวัน ต้องใส่บาตรทุกวัน แล้วไปโรงเรียน เน้นเนื้อหาที่นำเสนอว่า “หนูแก้ว” เป็นเด็กดี เคารพครู มีระเบียบวินัย มีจิตใจเมตตา ไม่ซุกซน เชื่อฟังคำสั่งสอนของครูและพ่อแม่ ช่วยแบ่งเบาภาระพ่อแม่ และต้องสวดมนต์ก่อนเข้านอนทุกวัน ในส่วนท้ายเล่มจะมีกิจกรรมเกมท้ายเล่มอีกด้วย

หนังสือนิทานธรรม เป็นนิทานประกอบภาพมีเนื้อหาของเรื่องที่แต่ละเล่มต่างสอดแทรกธรรมะง่าย ๆ ตัวอย่างเช่น นิทานธรรมเรื่อง “อัศวินจิตผจญภัยในร่างกาย” มีเนื้อหาเกี่ยวกับ “จิต 007” เป็นเป็นสิ่งมีชีวิตเล็กจิ๋วที่อาศัยอยู่ในยาสีฟัน สบู่ ยาสระผม และน้ำยาขจัดคราบต่าง ๆ ได้เข้าไปผจญภัยในร่างกายของเด็กชายคนหนึ่ง จนเห็นว่าร่างกายเป็นรังแห่งโรค ซึ่งเป็นคำสอนในพุทธศาสนาที่ชี้ให้เห็นความเสื่อมของสังขาร เป็นต้น ในส่วนท้ายของเล่มมี “คำถามชวนคิด” ที่สามารถตอบได้จากการอ่านเรื่อง มี “คำศัพท์ชวนรู้” เป็นคำศัพท์ภาษาอังกฤษง่าย ๆ ที่อยู่ในเรื่อง และส่วนท้ายมีเนื้อหาส่วน “คุยกับครูไม่ใหญ่” ซึ่งเป็นการบอกให้ทราบว่านิทานชุดนี้จัดทำเพื่อเป็นสื่อที่ใช้สอนคุณธรรมสำหรับเด็ก

หนังสือทศชาติชาดก เป็นหนังสือที่ภาพประกอบเนื้อเรื่อง ในส่วนแรกปรากฏเนื้อหาเกี่ยวกับการนิยามความหมายของคำว่าบารมี จากนั้นเป็นการเล่าเรื่องประกอบภาพทศชาติชาดก เรียงลำดับ ได้แก่ เตมีย์ชาดก มหาชนกชาดก สุวรรณสามชาดก เนมิราชชาดก มโหสถชาดก ภูริทัต-ชาดก จันทกุมารชาดก มหาพรหมนารถชาดก วิรุทธชาดก และมหาเวสสันดรชาดก โดยในส่วนท้ายของเล่มมีเนื้อหาเกี่ยวกับ “เกร็ดน่ารู้เกี่ยวกับทศชาติชาดก” “เกม V-Star มหาสนุก กระตุกความคิด กระตุ้นความคิด” อีกด้วย

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าหนังสือชุดมงคลชีวิต/ นิทานธรรม ชาดก เป็นหนังสือที่ผลิตขึ้นเพื่อเด็กและเยาวชน โดยมีเนื้อหาที่มุ่งเน้นสอนคุณธรรมพื้นฐานง่าย ๆ ที่เด็กสามารถเข้าใจได้ ซึ่งการปลูกฝังคุณธรรมระดับพื้นฐานย่อมเป็นการผลิตสร้างคนดีตามรูปแบบที่วัดพระธรรมกายพึงประสงค์ได้ในอนาคต

### 5.1.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายของทุกกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อจะผลิตในนามโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมช่อง DMC ออกอากาศ 24 ชั่วโมง ทั้งรายการสดและเทปบันทึกภาพรายการ ดังตัวอย่างผังรายการต่อไปนี้



# ผังรายการ **DMC** The only one channel

## เดือนธันวาคม พ.ศ. ๒๕๕๙

เวลา	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์	อาทิตย์	เวลา	
00.00-00.30 น.	00.00 น. เบบี้แบทเทิล งานบุญวันอาทิตย์ -ปฏิบัติธรรม -เล่นทางบุญ -ชุดต่อไป -ปฏิบัติธรรมและไอวาท -พระธรรมเทศนา	*นำนั่งสมาธิ/อธิษฐานจิตบรรพชาญเฐียรลัญรูป					00.00 น. *ผู้เอกแบบชีวิต	00.00-00.30 น.	
00.30-00.45 น.		ทศชาติชาดก						00.45-01.00 น.	
00.45-01.00 น.		*DOU for you	*ชาดก 500 ชาติ	ทบทวนบุญ / MV	World of Peace	Scoop / MV / Spot	00.45-01.00 น.		
01.00-01.30 น.		*ข่าวเคลียร์ เคลียร์ข่าวชัด					01.00 น. World News	01.00-01.30 น.	
01.30-01.50 น.		*ข่าว DMC NEWS รอบวัน						01.30-01.50 น.	
01.50-04.00 น.		*ฉบับที่โรงเรียนอนุบาลผดในในมหาวิทยาลัย (เมื่อวาน)						01.50-04.00 น.	
04.00-04.30 น.		*เดินไปสู่ความสุข	*จุดยอดภาษา กัมมทานเบ็ญญ	*นานาเทศนา	*ปฏิบัติภารกิจทุก	*I like Chinese. / MV	04.00 น. *ชุดต่อไป	04.00-04.30 น.	
04.30-05.00 น.		*DMC Variety			*ข้อคิดรอบตัว	*ทันโลกทันธรรม		04.30-05.00 น.	
05.00-05.45 น.		สวดมนต์ทำวัตรเช้า						05.00-05.45 น.	
05.45-06.15 น.		สวดมนต์ทำวัตรเย็น / ภาวนาจิต						05.45-06.15 น.	
06.15-07.15 น.	*ข่าวเคลียร์ เคลียร์ข่าวชัด					มองโลกเห็นธรรม	06.15-07.15 น.		
07.15-07.25 น.	DMC NEWS / ปฏิทินข่าว						07.15-07.25 น.		
07.25-07.35 น.	ธรรมะเพื่อประชาชน					07.30 น.	07.25-07.35 น.		
07.35-08.00 น.	ทศชาติชาดก					ปฏิบัติภารกิจทุก	07.45 น. *World News	07.35-08.00 น.	
08.00-08.25 น.	*กฎแห่งกรรม (English Subtitle) ตำนานข้ามชาติ					ละคร ๕๕๕ ๕๕๕	08.20 น. *ชาดก 500 ชาติ	08.00-08.25 น.	
08.25-08.50 น.	*DMC Guide (Return เมื่อวาน)						08.25-08.50 น.		
08.50-10.00 น.	*ฉบับที่โรงเรียนอนุบาลผดในในมหาวิทยาลัย (เมื่อวาน)						08.50-10.00 น.		
10.00-10.10 น.	DMC NEWS						10.00-10.10 น.		
10.10-11.00 น.	*ฉบับที่โรงเรียนอนุบาลผดในในมหาวิทยาลัย (เมื่อวาน)						10.10-11.00 น.		
11.00-11.15 น.	*พิธีถวายภัตตาหารเป็นสังฆทาน						11.00-11.15 น.		
11.15-11.20 น.	Spot / MV						11.15-11.20 น.		
11.20-11.35 น.	ชาดก 500 ชาติ	ชุดต่อไป	DOU for you	*1,000 ตะวัน / MV	I like Chinese.	scoop/mv/spot	08.30 น. เล่นทางบุญ (ฉบับที่โรงเรียนอนุบาล)	11.20-11.35 น.	
11.35-11.45 น.	*Super Kids						09.30 น. ปฏิบัติธรรม	11.35-11.45 น.	
11.45-11.50 น.	*English with DELC Club		*ข้อคิดรอบตัว	scoop	*ทันโลกทันธรรม		10.30 น. พิธีบูชาข้าวพระ ลดพาราโรอาศิสต์ต้นเสียม	11.45-11.50 น.	
11.50-12.00 น.	MV / Spot							11.50-12.00 น.	
12.00-12.10 น.	DMC NEWS / ปฏิทินข่าว						12.00-12.10 น.		
12.10-12.40 น.	*ผู้เอกแบบชีวิต	เคลียร์คดีชัดเจน	คิดใหญ่ใจดี	กล้าดี Variety	นานาเทศนา		12.10-12.40 น.		
12.40-13.05 น.	*เดินไปสู่ความสุข *ปฏิบัติภารกิจทุก						12.40-13.05 น.		
13.05-14.00 น.	*นำนั่งสมาธิ/อธิษฐานจิตบรรพชาญเฐียรลัญรูป						13.05-14.00 น.		
14.00-14.10 น.	DMC NEWS / ปฏิทินข่าว						14.00-14.10 น.		
14.10-14.15 น.	Spot / MV						14.10-14.15 น.		
14.15-15.15 น.	*ข่าวเคลียร์ เคลียร์ข่าวชัด					14.40 น. *DOU for you	14.15-15.15 น.		
15.15-16.45 น.	*นานาเทศนา	*1,000 ตะวัน	ละคร ๕๕๕ ๕๕๕	*ข้อคิดรอบตัว	*จุดยอดภาษา กัมมทานเบ็ญญ	15.00 น. *ผู้เอกแบบชีวิต	15.15-16.45 น.		
15.45-16.00 น.		ทบทวนบุญ	*English with DELC Club		*DOU for you	17.30 น. พิธีบูชา มหาธรรมกายเจดีย์ และมหาปูชนียาจารย์	15.45-16.00 น.		
16.00-16.15 น.	*I like English. / MV / Spot	*English with DELC Club	I like Chinese.	*English with DELC Club / วิภากรมณยานุสร	English with Delc Club	18.00 น. เดินหน้าประเทศไทย	16.00-16.15 น.		
16.15-16.45 น.	ลาดคิดระงกหกด้าน					16.05 น. จุดยอดภาษา กัมมทานเบ็ญญ	16.15-16.45 น.		
16.45-17.10 น.	*เคลียร์คดีชัดเจน (Return)	*คิดใหญ่ใจดี	*กล้าดี Variety (Return)	*I like English/ ทบทวนบุญ / MV	มองโลกเห็นธรรม	16.55 น. Super Kids	16.45-17.10 น.		
17.10-17.30 น.	ข่าว DMC NEWS รอบวัน						17.10-17.30 น.		
17.30-17.50 น.	พิธีบูชามหาธรรมกายเจดีย์ และมหาปูชนียาจารย์						17.30-17.50 น.		
18.00-18.15 น.	เดินหน้าประเทศไทย						18.00-18.15 น.		
18.15-18.40 น.	ถ่ายทอดสดถว้อมจักกัปปวัตตนสูตร						18.15-18.40 น.		
18.40-19.10 น.	DMC GUIDE						18.40-19.10 น.		
19.10-22.00 น.	ถ่ายทอดสดโรงเรียนอนุบาลผดในในมหาวิทยาลัย						19.10-22.00 น.		
22.00-22.20 น.	สรุป DMC NEWS รอบวัน / ปฏิทินข่าว						22.00-22.20 น.		
22.20-22.40 น.	รายการธรรมะเพื่อประชาชน					*ละคร ๕๕๕ ๕๕๕	รายการธรรมะเพื่อประชาชน	22.00 น. *มองโลกเห็นธรรม	22.00-22.40 น.
22.40-23.00 น.	ชาดก ๕๐๐ ชาติ						22.40-23.00 น.		
23.00-00.00 น.	สวดมนต์ทำวัตรเย็น/ภาวนาจิต						23.00-00.00 น.		

หมายเหตุ : รายการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม \* หมายถึง รายการทบทวน  
 แนะนำรายการได้ที่ : 1) ตู้ ปณ.101 ปณ.จ.คลองหลวง ปทุมธานี 12120 2) E-mail: center@dmc.tv 3) โทร. (02)831-1791-2

ภาพที่ 29 ตัวอย่างผังรายการโทรทัศน์ช่อง DMC

การวิเคราะห์ฉาก/กาลเทศะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยจำแนกรายการออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) รายการทั่วไป และ 2) รายการสำหรับเด็กและเยาวชน ดังนี้

### 5.1.2.1 รายการทั่วไป

วัดพระธรรมกายมีการผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ไปสู่กลุ่มประชาชนทั่วไปอย่างหลากหลาย นอกจากสื่อสิ่งพิมพ์ดังที่กล่าวไปในข้างต้นแล้ว ยังมีสื่ออีกประเภทหนึ่ง คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลสื่ออิเล็กทรอนิกส์จากรายการโทรทัศน์ ช่อง DMC จำนวน 3 รายการ ได้แก่ รายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา รายการอนุภาพหลวงปู่ และรายการอานิสงส์แห่งบุญ ดังนี้

#### 1) รายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา

รายการอนุบาลฝันในฝันวิทยาออกอากาศสดทุกวันจันทร์-เสาร์ เวลา 19.10 - 22.00 น. แล้วมีการถ่ายทอดเทปรายการย้อนหลังบางส่วนทุกวันวันจันทร์-เสาร์ เวลา 08.50 - 10.00 น. โดยรูปแบบในรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา สามารถจำแนกออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ รูปแบบที่มีพระสงฆ์เป็นผู้ดำเนินรายการ และรูปแบบภาพกราฟิก ซึ่งฉากทั้ง 2 ลักษณะดังกล่าวจะมีการตัดภาพสลับไปมาตามช่วงเนื้อหาของรายการ กล่าวคือ แบบที่มีพระสงฆ์จะปรากฏในช่วงดำเนินรายการแบบบรรยาย หรือเทศนาธรรม ส่วนแบบที่เป็นภาพกราฟิกจะปรากฏเฉพาะในช่วงกรณีศึกษา ซึ่งจะมีผู้ส่งจดหมายจากที่บ้านมาถามถึงเรื่องราวหลังความตายของญาติมิตร ซึ่งจะมีชื่อเรียกเฉพาะช่วงว่า “Case study” หรือ “ปรภพนิวส์” ดังภาพต่อไปนี้

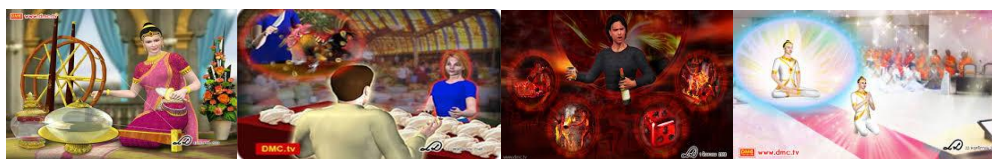


ภาพที่ 30 ภาพผู้ดำเนินรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา

รูปแบบในรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยาในช่วงที่เป็นการบรรยาย หรือการเทศนาธรรม รูปแบบที่ปรากฏในจอโทรทัศน์จะเป็นภาพพระสงฆ์ที่เป็นผู้ดำเนินรายการในวันนั้น ๆ โดยส่วนใหญ่มักเป็นพระเทพญาณมหามุนี (หลวงปู่ธัมมชโย) เจ้าอาวาสวัดพระธรรมกาย แต่ในบางวันจะมีพระสงฆ์รูปอื่นเป็นผู้ดำเนินรายการแทน ได้แก่ พระภาวนาวิริยคุณ (หลวงพ่อทัตตชีโว)

รองเจ้าอาวาสวัดพระธรรมกาย หรือพระมหา ดร.สมชาย ฐานวุฑโฒ ผู้ช่วยเจ้าอาวาส  
วัดพระธรรมกาย ตลอดจนพระสงฆ์รูปอื่นอีกด้วย

รูปแบบรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยาอีกส่วนหนึ่ง มีลักษณะเป็นภาพกราฟิก  
เพื่ออธิบายอดีตชาติ หรือภพชาติของดวงวิญญาณที่นำมาเล่าออกอากาศในรายการ เห็นได้ดังภาพ  
ต่อไปนี้



### ภาพที่ 31 ภาพกราฟิกรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา

ภาพกราฟิกในรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยามีหลายรูปแบบ จากภาพข้างต้น  
จำนวน 4 กรอบ จะเห็นได้ว่ากรอบแรกเป็นการจำลองภาพอดีตชาติในสมัยพุทธกาลของบุคคลที่  
นำมาเล่าในรายการ กรอบที่สองเป็นภาพจำลองเหตุการณ์ที่เคยกระทำในปัจจุบันชาติก่อนที่จะ  
เสียชีวิต กล่าวคือเคยทำกรรมฆ่าสัตว์เป็นอาหาร ส่วนกรอบที่สาม เป็นการจำลองภาพของผู้ตกนรก  
และกรอบที่สี่เป็นการจำลองภาพของเทพบุตรที่ไปบังเกิดในสวรรค์

เมื่อพิจารณาจากที่ปรากฏในรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยาจะเห็นได้ว่า เมื่อ  
เริ่มต้นรายการจะเป็นการดำเนินรายการโดยพระสงฆ์เพื่อเชื่อมโยงเข้าสู่เนื้อหารายการที่เป็นการเล่า  
เรื่องของผู้เสียชีวิต ซึ่งเนื้อหาในส่วนนี้จะเป็นภาพกราฟิกทั้งหมด

## 2) รายการอนุภาพหลวงปู่

รายการอนุภาพหลวงปู่เป็นรายการพิเศษที่ออกอากาศเฉพาะกิจ โดยออกอากาศ  
ในช่วงโครงการหล่อรูปเหมือนทองคำพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) ซึ่งปัจจุบันหล่อเป็นองค์ที่ 7  
ดังนั้นรายการอนุภาพหลวงปู่จึงมีการออกอากาศสดโดยผู้ดำเนินรายการจะเป็นผู้ควบคุมการฉาย  
เทปบันทึกภาพทวนซ้ำอยู่เสมอในช่วงกิจกรรมดังกล่าว รูปแบบรายการอนุภาพหลวงปู่มี 3 ลักษณะ  
ได้แก่ ฉากผู้ดำเนินรายการ ฉากพิธีกร และฉากผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้



ภาพที่ 32 รายการอนุภาพหลวงปู่

จากภาพข้างต้นสามารถจำแนกได้เป็น 3 กรอบ กรอบแรก คือ ผู้ดำเนินรายการ เป็นรายการสดที่ส่งภาพจากวัดพระธรรมกาย โดยส่วนใหญ่ผู้ทำหน้าที่ดำเนินรายการ คือ พระเทพญาณมหามุนี ทำหน้าที่เชื่อมโยงเข้าสู่เนื้อหารายการอนุภาพหลวงปู่ กรอบที่สอง คือ พิธีกร โดยจะเป็นศิษย์วัดที่มีหน้าที่การงานดีหรือมีชื่อเสียง จะแต่งกายด้วยชุดขาวพิธีการของวัดพระธรรมกาย ผู้ทำหน้าที่พิธีกรมีหลายท่านต่างไปตามแต่ละเทปรายการ และกรอบสุดท้าย คือ ภาพผู้ให้สัมภาษณ์จากที่บ้านที่เคยร่วมบุญหล่อรูปเหมือนทองคำพระมงคลเทพมุนี ซึ่งจะเป็นส่วนที่ปรากฏนานที่สุดและเป็นเนื้อหาสำคัญที่สุดของรายการ

### 3) รายการอานิสงส์แห่งบุญ

รายการอานิสงส์แห่งบุญ เป็นอีกหนึ่งรายการที่เคยออกอากาศทางช่อง DMC แต่ภายหลังปี พ.ศ. 2557 เปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเป็นคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ทางเว็บไซต์ [www.dmc.tv](http://www.dmc.tv) ในรูปแบบวิดีโอตอนไหล และมีการรวบรวมเป็นหนังสือชุด “อานิสงส์แห่งบุญ” อีกด้วย

รายการอานิสงส์แห่งบุญที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย มีรูปแบบรายการแบบภาพกราฟิก มีการจำลองภาพจากเรื่องราวของประวัติมหาอุบาสกและมหาอุบาสิกา และภาพพื้นที่ของสวรรค์ชั้นต่าง ๆ อย่างชัดเจน และภาพฉากในรายการอานิสงส์แห่งบุญนี้ยังเป็นภาพชุดเดียวกับหนังสือ “ตายแล้วไปไหน ภาคสุขติภูมิ” และยังเป็นภาพเดียวกับที่ออกอากาศรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา ในตอนที่กล่าวถึงสวรรค์อีกด้วย เห็นได้ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 33 รายการอนิเมชันแห่งบุญ

รูปแบบรายการอนิเมชันแห่งบุญเป็นภาพกราฟิกทั้งหมด จากภาพตัวอย่างข้างต้น จำแนกเป็น 4 กรอบ จะเห็นได้ว่า กรอบแรกเป็นการจำลองพื้นที่ของสวรรค์ กรอบที่สองเป็นภาพเทพธิดาในสวรรค์ กรอบที่สามเป็นภาพคณะสงฆ์ในครั้งพุทธกาล และกรอบสุดท้ายเป็นภาพอุบาสิกาในอดีตที่ทำบุญในพุทธศาสนา ซึ่งฉากเหล่านี้เชื่อมโยงกับเนื้อหาในรายการ

#### 5.1.2.2 รายการสำหรับเด็กและเยาวชน

จากการรวบรวมข้อมูลสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่วัดพระธรรมกายผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน พบว่ามีสื่อ 2 ประเภท ได้แก่ การ์ตูนบุญโต ซึ่งเป็นการ์ตูนแอนิเมชัน (Animation) ที่ออกอากาศทางช่อง DMC และ การถ่ายทอดบทเพลงแบบมีภาพประกอบ (MV) ที่ออกอากาศทางช่อง DMC เช่นเดียวกัน ดังนี้

##### 1) การ์ตูนบุญโต

การ์ตูนบุญโตออกอากาศทุกวันศุกร์ เวลา 16.15 – 16.45 น. เป็นการ์ตูนภาพเคลื่อนไหวแบบแอนิเมชัน (Animation) สอดแทรกธรรมะ มีตัวละครหลักเป็นหนูชื่อว่า “บุญโต” เป็นหนูที่เป็นเพื่อนเล่นของเด็ก ๆ และมักจะชักชวนให้เด็ก ๆ ทำความดี

การ์ตูนบุญโตเป็นฉากกราฟิกแอนิเมชันเคลื่อนไหว จัดทำในนามกลุ่ม DMC CARTOON ออกอากาศมาแล้ว 3 ภาค ภาคละ 20 ตอน ฉากส่วนใหญ่ที่ปรากฏในการ์ตูนบุญโต จะเป็นฉากเกี่ยวกับชุมชนที่มีเด็กหลายคนเล่นชุกชุกและมักเกิดเหตุการณ์ที่ขัดแย้งเกิดขึ้น แล้วบุญโตซึ่งเป็นหนูตัวเล็กจะทำหน้าที่เป็นผู้หาทางออกและให้ข้อคิดกับเด็ก ๆ เห็นได้จากภาพตัวอย่าง ดังนี้





ภาพที่ 34 ฉากการ์ตูนบุญโต

จากภาพข้างต้นจะเห็นว่าฉากที่ปรากฏในการ์ตูนเรื่องบุญโตเป็นภาพฉากที่มีสีสันสดใส ตัวการ์ตูนบุญโต ซึ่งเป็นตัวละครหลัก คือ “บุญโต” ผู้วาดออกแบบเป็นหมูตัวเล็กสีขาวนวล มีจมูกและหูเหมือนหมู แต่มีตาโต มีคิ้ว ปอยผมและฟันแบบมนุษย์ อีกทั้งยังเป็นหมูที่พูดได้อีกด้วย ส่วนตัวละครประกอบอื่น ๆ คือเพื่อนสนิท ได้แก่ “ผักบุ้ง” เป็นเด็กผู้หญิงที่ฉลาด นิสัยซุกซน มีเอกลักษณ์ที่มัดผมสองข้างชี้ขึ้นบนศีรษะ

## 2) การถ่ายทอดบทเพลงแบบมีภาพประกอบ

การถ่ายทอดบทเพลงแบบมีภาพประกอบ (MV) ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ปรากฏในช่วงต่าง ๆ ในรายการที่ออกอากาศทางช่อง DMC เช่น ในรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา หรือในช่วงค้นเวลาระหว่างรายการ และในโอกาสที่ไม่มีรายการนำเสนอ MV เพลง เหล่านี้มีรูปแบบทั้งที่เป็นเพลงที่แต่งขึ้นใหม่หรือเป็นเพลงที่ดัดแปลงจากเพลงอื่น ๆ แต่อาจกล่าวได้ว่า MV เพลง มุ่งผลิตให้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กและเยาวชน โดยเฉพาะกลุ่มเด็กเล็ก เนื่องจากภาพฉากเป็นการ์ตูน และเนื้อหาในเพลงค่อนข้างเข้าใจง่ายและไม่ซับซ้อน

ฉากใน MV เพลง แทบทั้งหมดมักจะเป็นภาพเคลื่อนไหว (Animation) แบบไม่ต่อเนื่อง คือ เคลื่อนไหวเพียงเล็กน้อยแบบซ้ำทำทาง เช่น ขยับเฉพาะปากแบบพูด การยกแขนขึ้นลง หรือการส่ายสะโพกเท่านั้น ดังภาพต่อไปนี้



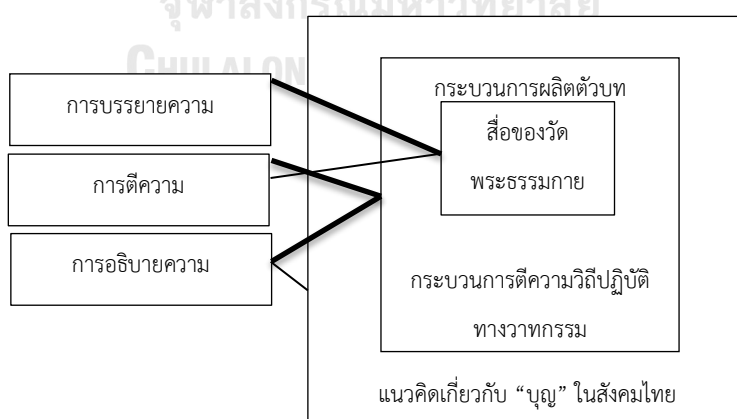


ภาพที่ 35 MV เพลง ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

จากภาพข้างต้นจะเห็นได้ว่าภาพจากมีทั้งการ์ตูนที่เป็นเด็กทั้งผู้หญิงและผู้ชาย โดยสังเกตในกรอบภาพที่ 3 จะเห็นว่าเป็นภาพการ์ตูนเด็กผู้หญิงสวมใส่ชุดขาวแบบธรรมกาย ซึ่งเพลงนี้ใช้เปิดประชาสัมพันธ์โครงการ “บวชอุบาสิกาแก้วหน่ออ่อน” ซึ่งเชิญชวนเด็กหญิงมารักษาศิลปะแปดในช่วงปิดเทอม หรือในกรอบภาพที่ 5-6 เป็นภาพการ์ตูนจะเข้ใส่เสื้อผ้าแบบมนุษย์ร้องเพลงเกี่ยวกับการบวช ซึ่งเป็นเพลงประชาสัมพันธ์โครงการ “บรรพชาสามเณรภาคฤดูร้อน” เป็นต้น

จากที่กล่าวมาทั้งหมดสรุปได้ว่า สื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม มีทั้งประเภทสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีความหลากหลาย

## 5.2 วิธีปฏิบัติทางวาทกรรม



ภาพที่ 36 กรอบการวิเคราะห์หัตถกรรมของวัดพระธรรมกาย ประยุกต์จากกรอบการวิเคราะห์หัตถกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ของแฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995: 59)

วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (Discourse practice) แฟร์คลัฟ (Fairclough, 1995) อธิบายว่า หมายถึง การผลิต/กระจายตัวบท และการบริโภค/ตีความตัวบท เขามองว่าวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมเป็นสื่อกลางระหว่างสังคม (วิถีปฏิบัติทางสังคมวัฒนธรรม) กับตัวบท กล่าวคือ สังคมมีอิทธิพลต่อตัวบททางอ้อม หรืออธิบายได้ว่าสังคมกำหนดวิถีปฏิบัติทางวาทกรรม และวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมไปกำหนดตัวบทอีกต่อหนึ่ง (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556: 43)

การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย คือ การศึกษาบริบทในการผลิตสื่อเพื่อที่จะทำให้เห็นว่าใครเป็นผู้ผลิต ใครเป็นผู้บริโภค และผู้รับสารนั้นอยู่ในกลุ่มเป้าหมายใด เพราะผู้ผลิตจัดเป็นผู้วางโครงสร้างของสื่อ นั้น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ของผู้ผลิตรวมอยู่ด้วยเพื่อนำมาเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกเนื้อหา จัดวางรูปแบบของสื่อตามกลุ่มเป้าหมาย การทำความเข้าใจวิถีปฏิบัติทางวาทกรรมของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีประโยชน์ในการนำไปตีความและอธิบายอุดมการณ์ที่ปรากฏในสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายต่อไป

เกณฑ์การวิเคราะห์เนื้อหาในบทนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารตามแนวชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสาร (Ethnography of Communication) ของไฮล์ม (Hymes, 1974) โดยใช้กรอบ S-P-E-A-K-I-N-G เพื่อให้เห็นภาพรวมของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ผู้รับสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายว่า สื่อแต่ละประเภทมีลักษณะอย่างไร จากนั้นจึงวิเคราะห์ระเบียบวาทกรรม (order of discourse) เพื่อให้เห็นว่ากระบวนการผลิตตัวบทสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีความสัมพันธ์กับบริบททางสังคมที่แวดล้อมวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายอย่างไร

### 5.2.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารตามแนวชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสาร

การวิเคราะห์องค์ประกอบการสื่อสารตามแนวชาติพันธุ์วรรณนาแห่งการสื่อสาร (Ethnography of Communication) ของไฮล์ม (Hymes, 1974) โดยใช้กรอบ S-P-E-A-K-I-N-G ซึ่งย่อมาจากองค์ประกอบของการสื่อสาร 8 ประการ ได้แก่ ฉาก (Setting) ผู้ร่วมเหตุการณ์ (Participant) จุดมุ่งหมาย (Ends) การลำดับวัจนกรรม (Acts sequence) น้ำเสียง (Key) เครื่องมือ (Instrumentality) บรรทัดฐานของการปฏิสัมพันธ์และการตีความ (Norms of interaction and interpretation) และ ประเภทของการสื่อสาร (Genre) ปรากฏผลการวิเคราะห์ดังนี้

### 5.2.1.1 ฉาก/กาลเทศะ (Setting/Scene-S)

ฉาก ในการวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม หมายถึง สถานที่และเวลาที่เป็น สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Hymes, 1974: 55) ในที่นี้คือกระบวนการผลิตตัวบท ช่วงเวลาที่ผลิต ตัวบท และกระบวนการเผยแพร่ตัวบท

การวิเคราะห์ฉาก/กาลเทศะสามารถจำแนกสื่อออกได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) สื่อ สิ่งพิมพ์ และ 2) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อทั้ง 2 ประเภทนี้ สามารถจำแนกย่อยตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ 3 กลุ่ม ได้แก่ สื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป เพื่อกลุ่มผู้นำบุญ และเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน

**ฉากในการผลิต** สื่อสิ่งพิมพ์ทั้งหมดของวัดพระธรรมกายมีการผลิตจากโรงพิมพ์คู่ค้า ประจำของวัดพระธรรมกาย (supplier) โดยจัดพิมพ์เผยแพร่ทั้งแบบรูปเล่มจำนวนมาก และหนังสือ บางเล่มมียอดการพิมพ์ซ้ำหลายครั้ง นอกจากนี้ยังจัดทำเป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่จำกัดจำนวน ครั้งการดาวน์โหลด ส่วนการผลิตรายการโทรทัศน์ วัดพระธรรมกายมีห้องส่งสัญญาณภาพโทรทัศน์ ผ่านดาวเทียมและช่องส่งสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลเป็นของตนเอง จึงสามารถออกอากาศรายการได้ ตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่จำเป็นต้องมีโฆษณาสนับสนุน

**ฉากในการเผยแพร่** สื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ทางวัดจะแจกเป็นเอกสาร ธรรมทาน สามารถรับเล่มได้ที่วัดพระธรรมกายบริเวณลานสภาธรรมกายสากล และสามารถ ดาวน์โหลดทางระบบอินเทอร์เน็ตผ่านทาง [www.dmc.tv](http://www.dmc.tv) และ [www.kalyanamitra.org](http://www.kalyanamitra.org) โดยไม่เสีย ค่าใช้จ่าย

ส่วนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สามารถรับชมรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์ DMC จากกล่อง รับสัญญาณ ดังต่อไปนี้

- 1) กล่องรับสัญญาณยี่ห้อ DTV กล่องขาว ช่อง 69 หรือ กล่องดำ ช่อง 269
- 2) กล่องรับสัญญาณ ยี่ห้อ PSI ระบบ KU Band (จานเล็ก) ช่อง 107
- 3) ระบบ C Band (จานดำ) ช่อง 234
- 4) กล่องรับสัญญาณ ยี่ห้อ Sunbox ระบบ C และ KU Band ช่อง 240

นอกจากนี้ยังสามารถรับชมการออกอากาศรายการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ที่ <http://live.dmc.tv/> และรับชมรายการย้อนหลังได้ที่ [www.dmc.tv](http://www.dmc.tv) อีกด้วย

จากการวิเคราะห์ฉากของการสื่อสาร จะเห็นได้ว่าตัวบทที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ปรากฏ 2 ลักษณะ คือ 1) สื่อที่สร้างขึ้นเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ เช่น วารสารอยู่ในบุญ วิทยุทัศน์ หรือ

รายการต่าง ๆ และ 2) สื่อที่สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ประกอบการอบรมหรือเฉพาะสมาชิกบางกลุ่ม เช่น วารสารสำหรับกลุ่มผู้นำบุญ หรือเอกสารประกอบการอบรมเยาวชนในโครงการต่าง ๆ

ในส่วนการบริโภคตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา โดยไม่จำกัดระยะเวลา โดยสามารถเก็บหรือบันทึกตัวบทไว้อ่านหรือชมภายหลังได้ สำหรับช่วงเวลาที่มีการผลิตและบริโภคตัวบทมาก หากเป็นตัวบทประเภทสิ่งพิมพ์มักผลิตในช่วงต้นเดือนหรือช่วงก่อนการจัดกิจกรรม ส่วนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มักมีการนำเสนอเนื้อหาใหม่ในช่วงเวลาเย็นถึงค่ำ หรือสุดสัปดาห์ แล้วจะมีการนำมาถ่ายทอดซ้ำในช่วงเวลาอื่น ๆ โดยตลอด

เมื่อพิจารณาในระดับสังคมจะเห็นว่าฉากของการผลิตและการบริโภคตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเกิดขึ้นในสังคมที่มีพุทธศาสนาเป็นศาสนาหลักของชาติ การผลิตวาทกรรมในบริบทพุทธศาสนาจึงสามารถทำให้คนในสังคมยอมรับได้ง่าย อีกทั้งความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีส่งผลให้สถานการณ์การสื่อสารแบบสอนธรรมะมิได้จำกัดอยู่เฉพาะการไปวัดในวันสำคัญทางศาสนาอีกต่อไป ผนวกกับกำลังความสามารถทางเทคโนโลยีในการผลิตสื่อของวัดพระธรรมกายที่มีศักยภาพมากกว่าวัดอื่น ๆ จึงส่งผลให้วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายถ่ายทอดไปสู่สังคมได้อย่างแพร่หลาย

### 5.2.1.2 ผู้ร่วมเหตุการณ์ (Participant-P)

ผู้ร่วมเหตุการณ์ในงานวิจัยนี้ หมายถึง ผู้ส่งสาร-ผู้รับสาร และอาจนับรวมถึงผู้อื่นที่อยู่ร่วมในเหตุการณ์การสื่อสาร ในสถานการณ์การสื่อสารวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้ร่วมเหตุการณ์ที่มีบทบาทสำคัญแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ **ผู้ส่งสาร** คือ บุคลากรสำนักสื่อธรรมะมูลนิธิธรรมกาย ซึ่งมีบทบาทโดยตรงในการกำหนดแนวเนื้อหาของตัวบทที่นำเสนอในสื่อต่าง ๆ **ผู้รับสาร** คือ กลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ ซึ่งผู้วิจัยจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ **กลุ่มประชาชนทั่วไป** หมายถึงประชาชนที่เป็นผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย **กลุ่มผู้นำบุญ** หมายถึง อาสาสมัครที่ช่วยทำงานให้กับวัดพระธรรมกาย และ**กลุ่มเด็กและเยาวชน** หมายถึง เด็กที่เข้าถึงสื่อของวัดพระธรรมกายทั้งจากครอบครัวที่ศรัทธา และจากทางการจัดโครงการการอบรมที่วัดพระธรรมกายจัดกิจกรรมผ่านโรงเรียน

## 1) ผู้ส่งสาร

ผู้ส่งสารวาทกรรมสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย จำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ บรรณาธิการและนักเขียน กับผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งมีกระบวนการส่งสารที่ต่างกันตามรูปแบบของสื่อ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### 1.1) บรรณาธิการและนักเขียน

สื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีบรรณาธิการและนักเขียนในกลุ่มเดียวกัน กล่าวคือ มีพระสงฆ์วัดพระธรรมกายเป็นบรรณาธิการ ส่วนนักเขียนมีทั้งพระสงฆ์วัดพระธรรมกาย และฆราวาสที่ทำงานภายในวัดพระธรรมกายเป็นผู้เขียน

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า ผู้ผลิตสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมักใช้นามแฝง เช่น แฉก แก้ว แฉกกลม ตะวันธรรม บุญเข้า ฯลฯ หรือบางครั้งใช้ชื่อจริงแต่ไม่ได้เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงจึงสืบค้นประวัติไม่พบ เช่น สกาวพรรณ สุทธายศ เป็นต้น แต่ในขณะที่เดียวกันสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ พระสงฆ์มักทำหน้าที่เป็นบรรณาธิการและนักเขียนประจำด้วย

### 1.2) ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์

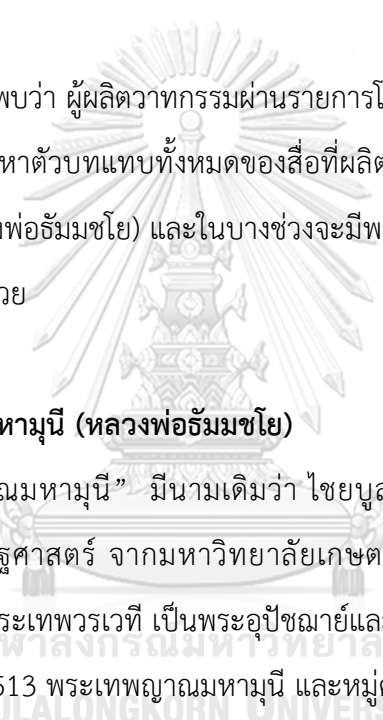
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย คือ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียมและเคเบิลทีวี ช่อง DMC โดยมีคำอธิบายว่า “สถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อการเผยแผ่พระพุทธศาสนาวิชาธรรมกายและฟื้นฟูศีลธรรมโลก” ซึ่งปรากฏข้อความในเว็บไซต์ ของวัดพระธรรมกายอีกว่า

DMC ย่อมาจาก Dhammakaya Media Channel เป็นช่องรายการธรรมะ คือ ทีวีช่องคุณธรรม สื่อสีขาวที่น้อมนำธรรมะขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า มาเผยแผ่ไปทั่วโลก ออกอากาศผ่านดาวเทียมตลอด 24 ชั่วโมง นำเสนอในรูปแบบที่ทันสมัย ได้ทั้งสาระและบันเทิง เข้าใจง่าย เด็กดูได้ ผู้ใหญ่ดูดี มีทั้งรายการวาไรตี้ ทอล์กโชว์ เทศนาธรรม และ สารคดีที่เกาะเกี่ยวอยู่ในบุญกุศล รายการเพลงมิวสิควิดีโอ ทำให้ใจใสใจสบาย รวมทั้งรายการดี ๆ สำหรับเด็ก ๆ การ์ตูน ANIMATION เพื่อให้

คุณได้เรียนรู้ธรรมะอย่างเข้าใจ และสามารถนำไปใช้เป็น  
แนวทางในการดำเนินชีวิต ได้อย่างมีความสุข”

(dmc.tv วันที่ 25 กันยายน 2558)

หากพิจารณาผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ช่อง DMC พบว่าเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ผลิตรายการ  
เฉพาะของวัดพระธรรมกายเท่านั้น ผู้ดำเนินรายการและพิธีกร มีทั้งพระสงฆ์วัดพระธรรมกายและ  
ฆราวาสที่ศรัทธาวัดพระธรรมกาย ตลอดจนเนื้อหาในรายการล้วนเกี่ยวข้องกับวัดพระธรรมกายอีก  
ด้วย

จากการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตวาทกรรมผ่านรายการโทรทัศน์ช่อง DMC มากที่สุด และอาจ  
กล่าวได้ว่าเป็นผู้ควบคุมเนื้อหาด้วยบทแทบทั้งหมดของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายทุกรูปแบบ คือ  
พระเทพญาณมหามุนี (หลวงพ่อดัมมชโย) และในบางช่วงจะมีพระราชภาวนาจารย์ (หลวงพ่อดตฺชิว)  เป็นผู้นำเสนอเนื้อหาด้วย

### 1) พระเทพญาณมหามุนี (หลวงพ่อดัมมชโย)

“พระเทพญาณมหามุนี” มีนามเดิมว่า ไชยบูลย์ สุทธิผล สำเร็จการศึกษาระดับ-  
ปริญญาตรีสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้อุปสมบท ณ พัทธสีมา  
วัดปากน้ำภาษีเจริญ โดยมีพระพรพรหมเป็นพระอุปัชฌาย์และได้รับฉายาว่า “ธมมชโย” ต่อมาเมื่อ  
วันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2513 พระเทพญาณมหามุนี และหมู่คณะรวมทั้งผู้มีจิตศรัทธาได้พัฒนาผืน  
นา 196 ไร่ เป็นสำนักสงฆ์ตามระเบียบการสร้างวัด และให้ชื่อว่า “ศูนย์พุทธจักรปฏิบัติธรรม” ในวัน  
มาฆบูชา ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นวัดพระธรรมกายเมื่อ ปี พ.ศ. 2524 และในปี พ.ศ. 2535 วัด  
พระธรรมกาย ได้ขยายงานการเผยแผ่ทางพระพุทธศาสนาออกไปเป็นวัดศูนย์สาขาในประเทศไทย  
และต่างประเทศ ซึ่งการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในต่างประเทศนั้นได้สร้างศูนย์ปฏิบัติธรรมแห่งแรกขึ้น  
ที่รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา ซึ่งในปัจจุบันมีวัดศูนย์สาขาในทวีปอเมริกา ทวีปยุโรป ทวีปแอฟริกา  
โอเชียเนีย และทวีปเอเชีย รวมทั้งวัดสาขาและศูนย์ปฏิบัติธรรมในประเทศไทยกว่า 100 แห่ง

(สรุปจาก MThai.com: เข้าถึงได้จาก, [people.mthai.com/other/1281.html](http://people.mthai.com/other/1281.html))

## 2) พระราชภาวนาจารย์ (หลวงพ่อดตฺชิว)

“พระราชภาวนาจารย์” นามเดิม เผด็จ ผ่องสวัสดิ์ สำเร็จการศึกษาด้านกสิกรรมและสัตวบาลบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขนและ Diploma of Dairy Technology จาก Hawkesbury College, Australia อุปสมบท ณ พัทธสีมา วัดปากน้ำ ภาษีเจริญ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร โดยมีท่านเจ้าประคุณสมเด็จพระมหาธีรราชเจ้า เจ้าอาวาสวัดปากน้ำภาษีเจริญ (ช่วง วรปุณฺโญ ป.ศ.9) ขณะดำรงสมณศักดิ์ที่ พระเทพวรเวที เป็นพระอุปัชฌาย์ ได้รับฉายาว่า ดตฺชิว ต่อมาได้รับพระราชทานแต่งตั้งให้เป็นพระราชาคณะชั้นสามัญ ที่ พระภาวนาวิริยคุณ เมื่อปี พ.ศ. 2535 และได้รับพระราชทานเลื่อนสมณศักดิ์เป็นพระราชาคณะชั้นราช ฝ่ายวิปัสสนาธุระ ที่ พระราชภาวนาจารย์ วิ. ในปี พ.ศ. 2556

(สรุปจากเว็บไซต์ DMC ช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมวัดพระธรรมกาย: เข้าถึงได้จาก, [www.dmc.tv/pages/phramongkolthepmuni/พระราชภาวนาจารย์-\(เผด็จ-ดตฺชิว\).html](http://www.dmc.tv/pages/phramongkolthepmuni/พระราชภาวนาจารย์-(เผด็จ-ดตฺชิว).html))

จากข้อมูลผู้ผลิตวาทกรรมหลักที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเท่าที่สืบค้นข้อมูลได้ จะเห็นได้ว่าเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถทางภูมิธรรม อีกทั้งยังจบการศึกษาทางโลกในระดับสูงอีกด้วย การนำเสนอภาพลักษณ์ผู้ผลิตวาทกรรมว่าเป็นผู้มีความรู้สูงทั้งด้านทางโลกและทางธรรม จึงมีส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเกิดความเชื่อมั่นว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเป็น “ความจริง” และเป็นแนวทางที่ควรปฏิบัติ

ผู้ผลิตวาทกรรมหลักของวัดพระธรรมกายมีส่วนสำคัญที่สร้างความศรัทธา หากกล่าวถึงหลักการสร้างความศรัทธาตามแนวทางคัมภีร์พุทธศาสนาเรียกว่า “ปมาณิกา” ดังนี้

ปมาณิกาหรือประมาณ การถือประมาณต่าง ๆ นั้นในพระไตรปิฎกได้กล่าวถึงประเภทของปมาณิกาออกเป็น 4 ประเภท คือ

- 1) **รูปปมาณิกา** คือ ผู้ถือประมาณในรูป บุคคลที่มองเห็นรูปว่าสวยงาม ทรวดทรงดี อวัยวะสมส่วน ท่าทางสง่า สมบูรณ์พร้อม จึงชอบใจเลื่อมใสที่จะเชื่อถือ

- 2) **โฆสัปปมาณิกา** คือ ผู้ถือประมาณในเสียง บุคคลที่ได้ยินได้ฟังเสียงสรรเสริญเกียรติคุณหรือเสียงพูดจาที่ไพเราะ จึงชอบใจเลื่อมใสน้อมใจที่จะเชื่อถือ
- 3) **ลูขัปปมาณิกา** คือ ผู้ถือประมาณในความคร่ำหรือเศร้าหมอง บุคคลที่มองเห็นสิ่งของเครื่องใช้ความเป็นอยู่ที่เศร้าหมอง หรือมองเห็นการกระทำคร่ำเคียดเป็นทุกรกิริยา ประพฤติเคร่งครัดเข้มงวด จึงชอบใจเลื่อมใสที่จะเชื่อถือ
- 4) **ธัมมปมาณิกา** คือ ผู้ถือประมาณในธรรม บุคคลที่พิจารณาด้วยปัญญาเห็นสาระธรรมหรือการปฏิบัติปฏิบัติชอบ คือ ศีล สมาธิ ปัญญา จึงชอบใจเลื่อมใสที่จะเชื่อถือ

พระครูอนุกุลธรรมวงค์ (ประยูร วิสารโท), 2553: 10

หากพิจารณาลักษณะที่ทำให้เกิดศรัทธาของผู้ผลิตวาทกรรมหลักของวัดพระธรรมกาย คือ พระเทพญาณมหามุนี (หลวงพ่อดัมมชโย) และ พระราชภาวนาจารย์ (หลวงพ่อดัตตชีโว) อาจเข้าได้กับหลักปมาณิกาข้อที่ 1 และ 2 กล่าวคือ ศรัทธาในรูปลักษณะภายนอกที่ดูสะอาด เรียบร้อย และงดงาม ตลอดจนศรัทธาในน้ำเสียงที่ไพเราะอีกด้วย

นอกจากนี้ข้อควรพิจารณาที่สำคัญประการหนึ่งของผู้ผลิตวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย จะเห็นได้ว่าการกล่าวถึงสายการสืบทอดวิชาธรรมกาย กล่าวคือ พระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) เจ้าอาวาสวัดปากน้ำภาษีเจริญ เป็นผู้ค้นพบวิชาธรรมกาย ซึ่งเชื่อว่าเป็นหนทางดับทุกข์ที่องค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าค้นพบ ต่อมาได้ถ่ายทอดวิชาให้กับอุบาสิกาจันทร์ ขนนกยูง แล้วจึงถ่ายทอดวิชาให้กับพระเทพญาณมหามุนี ซึ่งได้นำมาเผยแพร่ให้กับผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ดังข้อความต่อไปนี้

แม้พระพุทธองค์จะเสด็จดับขันธปรินิพพานไปแล้วถึง 2,555 ปี การสอนและการปฏิบัติเพื่อให้เข้าถึงธรรมก็เริ่มรางเลือน แต่กระนั้นเชื่อว่าชาวโลกจะหมดสิ้นหนทางที่จะบรรลุสู่บรมสุขนี้ได้ ทั้งนี้ เพราะเมื่อพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) หรือหลวงปู่



วัดปากน้ำ ภาษีเจริญ ได้ค้นพบการปฏิบัติเพื่อเข้าถึง พระธรรมกายอันเป็นกายแห่งการตรัสรู้ธรรมแห่งพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ก็ช่วยให้ชาวโลกทั้งหลายมีแนวทางอันประเสริฐที่จะได้พบกับสันติสุขที่แท้จริง ดังนั้น การค้นพบวิชชาธรรมกาย จึงเป็นการค้นพบที่ยิ่งใหญ่กว่าการค้นพบใด ๆ เพราะสามารถ นำพาชาวโลกข้ามพ้นห้วงแห่งความทุกข์ในวัฏสงสาร สู่อุบัติเป็นอมตสุขแห่งพระนิพพานอันเกษมได้ ด้วยเหตุนี้ในวาระโอกาสแห่งวันคล้ายวันเข้าถึงธรรมของพระเดชพระคุณหลวงปู่ พวกเราเหล่าศิษยานุศิษย์ทั้งหลายจึงขออน้อมถวายสักการะ นมัสการแด่พระผู้ค้นพบวิชชาธรรมกาย ผู้เป็นแสงสว่างอัน ยิ่งใหญ่ด้วยเศียรเกล้า

(วารสารอยู่ในบุญ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555, เอกสารออนไลน์: 69)

จากข้อความข้างต้นจะเห็นได้ว่า “ผู้สงสาร” วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย เป็น ผู้รู้ที่สืบทอดวิชาการศึกษาหลุดพ้นแบบเดียวกับองค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า ดังนั้นจึงมีความชอบธรรมในการเผยแผ่วิชชาธรรมกายเพราะถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของการหลุดพ้นตามแนวทางการบรรลุมรรคผลสูงสุดในพุทธศาสนา

## 2) ผู้รับสาร

จากการศึกษาวาทกรรมสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่า กลุ่มผู้รับสารทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กันอย่างยิ่ง กล่าวคือหากผู้รับสารได้รับสื่อสิ่งพิมพ์ก็มีแนวโน้มว่าจะรับสารที่เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วย

หากพิจารณาในด้านกลุ่มผู้รับสาร ผู้วิจัยเห็นว่ากลุ่มผู้รับสารวาทกรรมสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีความหลากหลาย แต่อาจมีความแตกต่างกันตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ ผู้วิจัยจึง จำแนกวิเคราะห์ผู้รับสารตามกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

## 2.1) กลุ่มประชาชนทั่วไป

จากการศึกษาสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยพิจารณาจากรูปแบบเนื้อหา และ การใช้คำเรียกผู้รับสื่อ เช่น โยมพ่อ โยมแม่ คุณลุง คุณป้า เป็นส่วนมาก จึงคาดว่ากลุ่มผู้รับสารทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นเป็นกลุ่มที่มีผู้รับสารจำนวนมากและหลากหลายที่สุด มีผู้สนใจทั้งเพศชายและเพศหญิง อาจอยู่ในช่วงวัยทำงาน และวัยเกษียณ ในกรณีวัยเกษียณอาจมีเวลารับสารมากกว่ากลุ่มช่วงวัยอื่น เนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์จะมีขนาดยาว หรือหากเป็นรายการโทรทัศน์ก็จะออกอากาศตลอดทั้งวัน ผู้รับสารจึงต้องใช้เวลาในการอ่าน และการชมพอสมควร ซึ่งผู้รับสารในวัยดังกล่าวจะมีเวลารับสารได้มากกว่าช่วงวัยอื่น ๆ

## 2.2) กลุ่มผู้นำบุญ

จากการศึกษาสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยพิจารณาจากรูปแบบเนื้อหา และ การใช้คำเรียกผู้รับสื่อ เช่น น้อง ๆ หรือหนู ๆ เป็นส่วนมาก จึงคาดว่ากลุ่มผู้รับสารทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนิสิต นักศึกษา เนื่องจากเป็นกลุ่มอาสาสมัครที่เป็นกำลังสำคัญในการจัดกิจกรรมของวัดพระธรรมกาย

## 2.3) กลุ่มเด็กและเยาวชน

จากการศึกษาสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน ผู้วิจัยพบว่าสื่อกลุ่มนี้มีเป้าหมายในด้านช่วงวัยของผู้รับสารอย่างชัดเจน การผลิตตัวบททั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มุ่งเน้นภาพหรือตัวอักษรสีสดใส ขนาดใหญ่และสวยงาม ใช้ภาษาง่ายไม่ซับซ้อน

CHULALONGKORN UNIVERSITY

### 5.2.1.3 จุดมุ่งหมาย (Ends-E)

จุดมุ่งหมาย คือ เป้าหมายที่ผู้ร่วมเหตุการณ์ต้องการให้เกิดขึ้นในสถานการณ์การสื่อสาร (Hymes, 1974) ผู้วิจัยจำแนกการวิเคราะห์จุดมุ่งหมายออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) จุดมุ่งหมายที่วัดพระธรรมกายระบุ และ 2) จุดมุ่งหมายที่ผู้วิจัยวิเคราะห์จากการสังเกตการณ์ พิจารณาข้อมูลแวดล้อม และเนื้อหาของตัวบท ดังนี้

#### 1) จุดมุ่งหมายที่วัดพระธรรมกายระบุ

จากการศึกษาข้อมูลวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายของทุกกลุ่มผู้รับสื่อมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน ผู้วิจัยพบว่าจุดมุ่งหมายที่สำคัญของวาทกรรมและการเผยแพร่วาทกรรมนั้นอาจ

จำแนกได้ 2 จุดมุ่งหมาย คือ ประการแรก จุดมุ่งหมายเพื่อให้วาทกรรมที่ผลิตผ่านสื่อต่าง ๆ ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรม ประการที่สอง จุดมุ่งหมายเพื่อให้วาทกรรมที่ผลิตผ่านสื่อต่าง ๆ ทำหน้าที่โน้มน้าวใจ

ประการแรก จุดมุ่งหมายเพื่อให้วาทกรรมที่ผลิตผ่านสื่อต่าง ๆ ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมที่วัดพระธรรมกายกำลังจะจัดขึ้น ซึ่งเกณฑ์การวิเคราะห์เห็นได้จาก 1) สื่อที่มีจำนวนมาก 2) การเผยแพร่สื่อแบบสาธารณะโดยผู้รับไม่เสียค่าใช้จ่าย และ 3) มีความสม่ำเสมอในการผลิต กล่าวคือ สิ่งพิมพ์ที่ตีพิมพ์จำนวนมากหรือรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศอย่างสม่ำเสมอ ได้แก่ วารสาร สิ่งพิมพ์ปกิณกะบางเรื่อง และรายการโทรทัศน์ สื่อประเภทนี้จะทำหน้าที่แจ้งข่าวสารล่วงหน้า ประชาสัมพันธ์กิจกรรม วิธีปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับกิจกรรม

ประการที่สอง จุดมุ่งหมายเพื่อให้วาทกรรมที่ผลิตผ่านสื่อต่าง ๆ ทำหน้าที่โน้มน้าวใจตามแนววิถีปฏิบัติของวัดพระธรรมกาย ซึ่งเกณฑ์การวิเคราะห์เห็นได้จากวัตถุประสงค์ที่ปรากฏในสื่อ ได้แก่ หนังสือต่าง ๆ เช่น วารสารอยู่ในบุญมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

- 6) เพื่อเกิดความรู้ความเข้าใจในธรรมะขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า และเกิดกำลังใจในการปฏิบัติธรรม เพื่อเข้าถึงธรรมะภายใน
- 7) เพื่อปลูกฝังคุณธรรมแก่ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพและทุกระดับการศึกษา
- 8) เพื่อถ่ายทอดความรู้ในพระพุทธศาสนาให้ง่ายแก่การนำไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวัน
- 9) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้คนในสังคมเป็นคนดีที่โลกต้องการ
- 10) เพื่อเป็นสื่อกลางในการสืบทอดอายุพระพุทธศาสนาให้เป็นที่พึ่งแก่ชาวโลกสืบไป

(อยู่ในบุญ ปีที่ 12 มีนาคม, 2557: 178)

นอกจากนี้รายการโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา และรายการที่ผลิตขึ้นเพื่อเด็กและเยาวชน สื่อประเภทนี้จะนำเสนอให้เห็นตัวอย่างบุคคลที่พึงประสงค์ตามวิถีปฏิบัติของชาวธรรมกาย ตลอดจนนำเสนอแนวคิดของวัดพระธรรมกายในด้านบวกและมี

เป้าประสงค์ให้ผู้อ่านคล้อยตามและเห็นด้วยในที่สุด ดังปรากฏข้อความเกี่ยวกับจุดประสงค์ของการผลิตโทรทัศน์ช่อง DMC ดังนี้

“เป็นแนวทางการสร้างนิสัยใฝ่รู้ และใฝ่ดี ให้เกิดขึ้นตั้งแต่เด็ก ไปจนถึงผู้ใหญ่ เป็นแนวทางการพัฒนาคุณธรรมให้เกิดขึ้นกับคนทุกเพศทุกวัย ทุกเชื้อชาติภาษา หากมีโอกาสอยากเชิญชวนทุกท่านให้ชมรายการ DMC Channel แล้วท่านจะพบว่ารายการเหล่านี้ มิได้เป็นรายการ ที่เพียงให้ความรู้ด้านหลักธรรมเท่านั้น หากแต่ให้คุณค่าแห่งความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์แก่ทุกคนบนโลกอย่างแท้จริง”

(เข้าถึงได้จาก: [http://www.kalyanamitra.org/th/article\\_detail.php?i=13693](http://www.kalyanamitra.org/th/article_detail.php?i=13693))

## 2) จุดมุ่งหมายที่ผู้วิจัยวิเคราะห์จากการสังเกตการณ์ พิจารณาข้อมูลแวดล้อม และเนื้อหาของตัวบท

จากการวิเคราะห์จุดมุ่งหมายโดยพิจารณาจากตัวบทและบริบท ผู้วิจัยเห็นว่าสื่อในแต่ละกลุ่มเป้าหมายมีจุดมุ่งหมายที่ต่างกัน ดังนี้

1) กลุ่มประชาชนทั่วไป ผู้ผลิตสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีจุดมุ่งหมายต้องการประชาสัมพันธ์กิจกรรมงานบุญของวัด และต้องการโน้มน้าว และชี้แนะ ให้มาทำบุญกับวัดพระธรรมกาย

ตัวอย่างที่ (1) ภารกิจของพ่อก็คือหน้าที่ของลูก ภารกิจวันที่ 10 ตุลาคม คุณครูไม่ใหญ่ตั้งใจแสดงความกตัญญูบูชาต่อพระเดชพระคุณหลวงปู่ เมื่อเป็นภารกิจของหลวงปู่ ก็เป็นหน้าที่ของพวกเราลูก ๆ นร.อนุบาลทุกคนที่จะทำกิจนี้แทนท่าน แม้แต่กฐินธรรมชัย ฉลองพุทธชยันตี ในวันที่ 4 พฤศจิกายน 2555 ก็เป็นหน้าที่ของลูกทุกคนที่จะทำภารกิจให้เข้าเป้า เกินเป้า ดังนั้น 10 ตุลาคม 2555 และ 4 พฤศจิกายน 2555 ก็อย่าพลาดบุญนี้กันนะครับ สาธุ

(วารสารอยู่ในบุญ ฉบับเดือนตุลาคม, 2555: 99)

จากข้อความจะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์งานบุญ คือ งานกฐิน และงานฉลองพุทธชยันตี ตลอดจนมีการบอกรับวันที่ คือ วันที่ 10 ตุลาคม 2555 และ 4 พฤศจิกายน 2555 และที่สำคัญที่สุดมีการบอกเน้นย้ำให้มาร่วมบุญกับวัดพระธรรมกายอย่างชัดเจน

2) กลุ่มผู้นำบุญ ผู้ผลิตสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีจุดมุ่งหมายต้องการชักชวนผู้รับสารให้มาทำหน้าที่อาสาสมัครผู้นำบุญเพื่อทำงานให้กับวัดพระธรรมกาย และตัวบทอีกส่วนหนึ่งยังมีจุดมุ่งหมายเพื่อชี้แจงรายละเอียด และวิธีการทำงานให้กับผู้นำบุญเข้าใจตรงกันจนสามารถปฏิบัติงานไปในแนวทางที่วัดพระธรรมกายต้องการได้อย่างถูกต้อง

ตัวอย่างที่ (2) พ่ออายุได้ 15 ปี หลังจากที่ได้มาเป็นอาสาสมัครได้ 2 ปี ก็ได้ยินพี่อุบาสกเล่าธรรมะให้ฟังว่า หมู่คณะของเราหลวงพ่อบอกว่ามีหน้าที่ด้วยกัน คือ 1. ฝ่ายทำวิชา 2. ฝ่ายเผยแผ่ 3. ฝ่ายปฏิสังขรณ์ 4. ฝ่ายเสียบึง พ่อฟังเสร็จปุ๊บก็สะดุ้งใจเลย ว่า นี่เราพบคำตอบที่เราเคยถามตัวเอง มาตลอดว่าเรามีหน้าที่อะไร จึงตัดสินใจตั้งแต่นั้นเลยว่ามีเมื่อจบแล้ว เราจะเข้ามาเป็นอุบาสิกาทันที และได้เข้ามาเป็นอุบาสิกาเขตใน เมื่อปี พ.ศ. 2539 (บุคลากรรุ่น ที่ 13 ทะเลบุญ)...ก่อนอื่นเลยคือ 1. เราจะต้องมีหัวใจกัลยาณมิตรก่อน สำหรับตัวพี่เองแล้ว จะมองเจ้าภาพว่าทุกท่านคือ พ่อ แม่ พี่ น้อง เพื่อน ทุกคนล้วนเป็นญาติของเราหมด เพราะพระสัมมาสัมพุทธเจ้าได้ตรัสว่าทุกคนล้วนเคยเกิดมาเป็นพ่อแม่ ญาติ กันมาแล้วทั้งนั้น 2. คือเราต้องมีความสม่ำเสมอ ใจแข็งข้าวบุญ ให้ธรรมะ ให้กำลังใจเพื่อที่เจ้าภาพจะได้รับข้อมูล และปลื้มปิติในการทำบุญ ไม่ตกบุญ คอยต้อนรับดูแลประคับประคองให้ปลื้มทั้งก่อนทำ ขณะทำ และหลังจากทำแล้ว 3. คอยหมั่นสังเกตว่าเจ้าภาพแต่ละท่านมีอัธยาศัยอย่างไร เราก็ต้องดูแลให้ถูก ซึ่งอันนี้เป็นเรื่องละเอียดและต้องอาศัยการสังมประสพการณ์ในการทำหน้าที่ ซึ่งน้อง ๆ สามารถนำไปใช้ได้ นะคะ ทุกงานบุญ

ให้เราหันสังเกตตัวเรา ทำหน้าที่ที่เรารับผิดชอบ เพื่อที่เรา  
จะได้พัฒนาปรับปรุงให้งานบุญของเราดียิ่ง ๆ ขึ้นไป  
จนกระทั่งงานนั้น ๆ สมบูรณ์ 100 % เลยนะคะ

(V-PEACE ฉบับเดือนพฤษภาคม, 2556: 13-14)

จากข้อความจะเห็นได้ว่าการแสดงให้เห็นความสำคัญของการเข้ามาเป็น  
อาสาสมัครว่าเป็นเป้าหมายของชีวิต อีกทั้งอีกส่วนหนึ่งยังอธิบายถึงการบริการประชาชนที่เดินทาง  
มาวัดพระธรรมกาย โดยชี้ให้เห็นว่าผู้นำบุญต้องมีคุณสมบัติอย่างไร

3) กลุ่มเด็กและเยาวชน ผู้ผลิตสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีจุดมุ่งหมายต้องการ  
ปลูกฝังความคิดเกี่ยวกับบุญและสอนวิธีการทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย

ตัวอย่างที่ (3) หากสร้างพระไม่เต็มองค์ เวลาสมบัติเกิดขึ้นก็จะไม่เต็มที่  
ดังที่คาดหวัง ในกรณีที่ตั้งเป้าหมาย แต่ทำไปยังไม่ถึงเป้า  
แต่ก็ทำอย่างสุดกำลัง ก็จะส่งผลให้เวลาสมบัติเกิดก็จะเกิด  
เต็มที่เพราะว่าทำเต็มที่ แต่ถ้าถึงเป้าด้วยก็จะยิ่งนับทวี  
เพิ่มขึ้น

(ที่นี่มีคำตอบ ฉบับมินิ เล่มที่ 6, เอกสารออนไลน์: 68-69)

จากข้อความจะเห็นได้ว่าการสอนวิธีการทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย  
กล่าวคือต้องทำให้เต็มที่ถึงจะได้รับผลบุญอย่างเต็มที่ เพราะหากทำไม่เต็มที่บุญก็จะส่งผลไม่เต็มที่  
เช่นเดียวกัน

#### 5.2.1.4 ลำดับวัจนกรรม (Acts sequence-A)

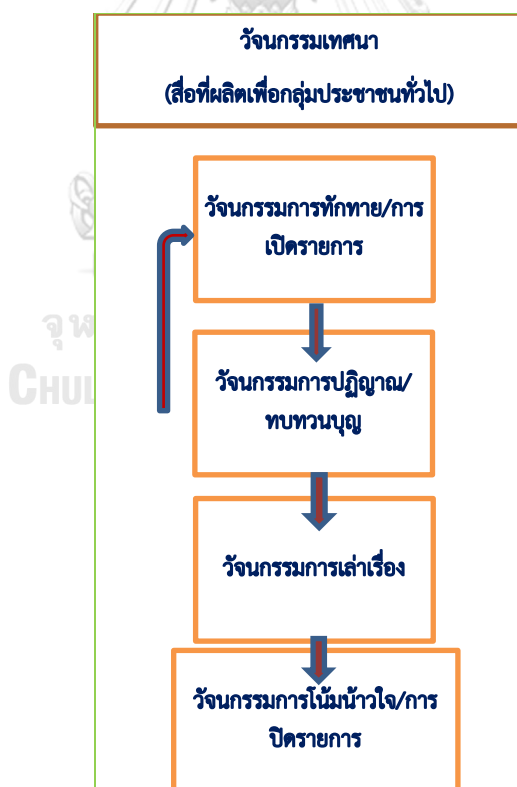
ลำดับวัจนกรรม หมายถึง การเรียงลำดับของวัจนกรรมในการสื่อสารโดยลำดับว่า  
วัจนกรรมใดควรปรากฏอยู่ก่อนหลังตามลำดับ ในการส่วนการวิเคราะห์ลำดับวัจนกรรมผู้วิจัย  
จำเป็นต้องจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ เพื่อแสดงให้เห็นว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย  
มีลำดับวัจนกรรมที่ต่างกันไปตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ ดังนี้

### 1) ลำดับวัจนกรรมในสื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป

จากการศึกษาวัจนกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปพบว่า มีการลำดับวัจนกรรม 2 แบบ คือ แบบสื่อสิ่งพิมพ์ และแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์

จากการศึกษาลำดับวัจนกรรมที่พบในวัจนกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป พบว่าการเลือกใช้ลำดับวัจนกรรมในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ไม่ต่างกัน เพราะมีการผลิตซ้ำระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์อยู่เสมอ ซึ่งประกอบด้วยวัจนกรรมหลัก 4 วัจนกรรม ได้แก่ 1) วัจนกรรมการทักทาย 2) วัจนกรรมการปฏิญาณ 3) วัจนกรรมการเล่าเรื่อง และ 4) วัจนกรรมการโน้มน้าวใจ

ส่วนสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะแบ่งเป็น 4 ช่วง ได้แก่ 1) การเปิดรายการ กล่าวคำปฏิญาณ และการนำเข้าสู่เนื้อเรื่อง 2) การทบทวนบุญ 3) การเล่าเรื่อง และ 4) การปิดรายการ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจะเห็นว่าลำดับวัจนกรรมทั้งหมดเป็นส่วนหนึ่งของวัจนกรรมเทศนา ดังนี้



ภาพที่ 37 ลำดับวัจนกรรมในสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป

1) การเปิดรายการ กล่าวคำปฏิญาณและการนำเข้าสู่เนื้อเรื่อง คือ ในช่วงต้นของรายการ พระสงฆ์ผู้ดำเนินรายการจะกล่าวทักทายผู้เข้าร่วมรายการทั้งทางบ้านและห้องอัดรายการ จากนั้นพระสงฆ์จะนำผู้เข้าร่วมรายการในห้องอัดกล่าวคำปฏิญาณว่า “พุทธบุตรต้องเป็นหนึ่งเดียวกัน เหมือนดวงตะวันที่มีดวงเดียว พุทธบริษัท 4 ต้องเป็นหนึ่งเดียวกัน เหมือนดวงตะวันที่มีดวงเดียว” และอาจมีคำขวัญอื่นมาประกอบในแต่ละวัน จากนั้นพระสงฆ์ผู้ดำเนินรายการจะเริ่มกล่าวนำเข้าสู่รายการ

2) การทบทวนบุญ คือ หลังจากที่พระสงฆ์กล่าวนำเข้าสู่รายการแล้ว จะเริ่มช่วงการทบทวนบุญ โดยจะกล่าวไว้ในสัปดาห์ที่ผ่านมา มีโครงการบุญใดบ้าง มีรายนามเจ้าภาพกี่ท่าน แต่ละท่านร่วมบุญเท่าใด ซึ่งผู้ที่ร่วมอัดรายการก็จะกล่าวสาธุพร้อมกันทุกครั้งทีประกาศรายนามเจ้าภาพ จากนั้นพระสงฆ์ผู้ดำเนินรายการจะประชาสัมพันธ์โครงการหรือกิจกรรมที่จะจัดขึ้นในสัปดาห์หรือเดือนถัดไป

3) การเล่าเรื่อง เมื่อกล่าวทบทวนบุญเสร็จแล้ว พระสงฆ์ผู้ดำเนินรายการจะนำเข้าสู่ช่วงเล่าเรื่องแล้วแต่จุดประสงค์ของแต่ละรายการ เช่น ชีวิตหลังความตาย กฎแห่งกรรม อานิสงส์ของการทำบุญ ฯลฯ ซึ่งเนื้อหารายการช่วงนี้พระเทพญาณมหามุนี (หลวงพ่อดัมมชโย) จะดำเนินรายการบ้าง พระสงฆ์รูปอื่นแสดงพระธรรมเทศนาบ้าง หรือเป็นการเปิดเพลงหรือสื่อธรรมะอื่น ๆ

4) การปิดรายการ หลังจากการเล่าเรื่องแล้ว ซึ่งอาจเล่าไม่จบภายในตอนเดียว ในช่วงท้ายรายการพระสงฆ์ผู้ดำเนินรายการจะกล่าวให้ติดตามเรื่องราวในตอนถัดไป แล้วปิดรายการด้วยการเปิดเพลงต่าง ๆ ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย แล้วจึงร่วมกันนั่งสมาธิจนหมดเวลาออกอากาศรายการ

### (1) วัจนกรรมการทักทาย

ตัวอย่างที่ (4) “เจริญพรนักเรียนโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยานักบกกล้าแห่งกองทัพธรรม หลับตาฝันเป็นตุเป็นตะตื่นขึ้นมา หาว 1 ที แล้วก็นำมาเล่าให้ฟังเป็นนิยายปรัมปรากันนะจ๊ะ”

(รายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา, 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2558)

จากการศึกษาพบว่า วัจนกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปจะใช้วัจนกรรมทักทายเฉพาะในสื่ออิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น โดยต่างกันไปตามสถานภาพของผู้ผลิตวัจนกรรม เห็นได้จากการใช้



คำว่า “เจริญพร” ในกรณีผู้ผลิตวาทกรรมมีสถานะเป็นพระสงฆ์ หรือ “สวัสดิ์ผู้ชมทุกท่าน” ในกรณีผู้ผลิตวาทกรรมเป็นฆราวาส เป็นต้น การใช้วัจนกรรมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างมิตรภาพระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภควาทกรรม และเป็นที่น่าสังเกตว่าการใช้ภาษาในวัจนกรรมดังกล่าวยังเป็นการป้องกันข้อครหาว่าหลอกลวง เนื่องจากมีการออกตัวว่าเป็น “นิยาย” อีกด้วย

## (2) วัจนกรรมการปฏิญาณ

ตัวอย่างที่ (5) “พุทธบุตรต้องเป็นหนึ่งเดียวกัน เหมือนดวงตะวันที่มีดวงเดียว พุทธบริษัท 4 ต้องเป็นหนึ่งเดียวกัน เหมือนดวงตะวันที่มีดวงเดียว เรื่องส่วนตัวให้วางอุเบกขา เรื่องพระศาสนาให้เอาอุเบกขาวาง จิตใจสดใสเมื่อสิ้นระวาง เหมือนดวงจันทร์ส่องแสงในคืนวันเพ็ญ”

(รายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา, 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2558)

จากการศึกษาพบว่า สื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปมีการผลิตซ้ำวัจนกรรมการปฏิญาณแบบในตัวอย่างแทบทุกสื่ออยู่เสมอ การใช้วัจนกรรมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตอกย้ำความคิดแบบหมู่คณะ ตลอดจนสร้างความฮึกเหิมจนกระทั่งสามารถกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภควาทกรรมได้

## (3) วัจนกรรมการเล่าเรื่อง

ตัวอย่างที่ (6) (1)คุณสมปรารถนา ศรีสุวอ แม่ค้าที่มีฉายาในวงการขาย ส้มตำว่า “ส้มตำเหล็ก” ปัจจุบันเธอเป็นเจ้าของร้านขาย ส้มตำมากถึง 3 สาขา และเป็นเจ้าของสมปรารถนา อะพาร์ตเมนต์ อยู่แถว ๆ ประตูน้ำพระอินทร์ จังหวัดปทุมธานี “ว่าไปแล้วชีวิตเราผ่านความยากจนมาอย่างแสนสาหัส (2)แต่ที่มารวยได้ก็เพราะไปทำบุญ กับวัดพระธรรมกายนี้แหละ เพราะเมื่อก่อนเราก็เป็นแค่แม่ค้าเข็นรถขายส้มตำอยู่ในจังหวัดขอนแก่นเท่านั้นหน้าซำยังมีแต่หนี้สินเต็มไปหมด

(รวบแบบจัดเต็มเพราะอาณาจักรบุญกฐินจัดให้, เอกสารออนไลน์: 6)

ตัวอย่างที่ (7) (3)หลังจากที่คุณพ่อของลูกเสียชีวิตลงแล้ว ภายละเอียดของท่านก็ได้หลุดออกมาจากร่างด้วยอาการที่มึน ๆ งง ๆ และยังไม่รู้สึกตัวว่าตัวท่านเองได้เสียชีวิตลงแล้ว ซึ่งในจังหวะนั้นภายละเอียดของท่านก็ได้นึกถึงบ้าน ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้ภายละเอียดของท่านแว็บกลับมาตั้งอยู่ที่บ้านของท่านเองในทันที (4)ภาพของบุญต่าง ๆ มาปรากฏฉายไม่ชัดเจน ทั้งนี้ก็เป็นเพราะในช่วงที่ท่านยังมีชีวิตอยู่ ตัวท่านไม่ค่อยได้สั่งสมบุญอยู่เป็นประจำ อีกทั้งในเวลาสั่งสมบุญตัวท่านก็ไม่ได้ทำบุญอย่างถูกหลักวิชา

(รายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา, 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2558)

วัจนกรรมการเล่าเรื่องเป็นวัจนกรรมที่พบมากที่สุด จากตัวอย่างที่ 3 จะเห็นได้ว่าเริ่มต้นด้วยวัจนกรรมการเล่าเรื่องเกี่ยวกับความจน(1) จากนั้นใช้คำว่า “แต่”(2) แสดงความขัดแย้งแล้วแทรกด้วยวัจนกรรมการแสดงเหตุผลเพื่อให้เข้าใจว่าชีวิตรวยขึ้นเพราะทำบุญกับวัดพระธรรมกาย ซึ่งตรงข้ามกับตัวอย่างที่ 4 เริ่มต้นด้วยวัจนกรรมการเล่าเรื่องเพื่อทำให้ทราบรายละเอียดหลังการตาย (5)จากนั้นใช้วัจนกรรมแสดงเหตุผล(6) เพื่อแสดงให้เห็นอุปสรรคหลังความตายที่เกิดจากการทำบุญไม่ถูกหลักวิชา ซึ่งทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจได้ว่าแท้จริงแล้วการทำบุญให้ถูกตามหลักวิชานั้นก็คือการทำบุญกับวัดพระธรรมกายนั่นเอง

#### (4) วัจนกรรมการโน้มน้าวใจ

ตัวอย่างที่ (8) (1)การบูชาบุคคลที่ควรบูชาเป็นมงคลอย่างยิ่งพระเดชพระคุณหลวงปู่ เป็นพระมหาเถระที่เปี่ยมล้นด้วยคุณธรรมและคุณวิเศษ ท่านมีความตั้งใจที่จะปราบมารประหารกิเลสให้สิ้นเชื้อไม่เหลือเศษ ไปให้ถึงต้นเหตุแห่งความทุกข์ทรมานของสรรพสัตว์ทั้งหลาย และมีมนโณปนิชานอันยิ่งใหญ่ที่จะร้อยสัตว์ขนสัตว์เข้าสู่อบตนิพพานให้หมด แม้ตัวท่านเองจะเข้านิพพานเป็นคนสุดท้ายก็ตามท่านจึงเป็นทักษิณบุคคลที่ควรบูชาและหาได้ยากยิ่งในจักรวาล (2)ใครได้ทำบุญกับท่าน ได้บูชากราบไหว้ท่าน และปฏิบัติ

ตามคำสอนของท่านด้วยความเคารพเลื่อมใส ก็จะได้รับ  
 อานิสงส์อันยิ่งใหญ่ยากที่จะประมาณได้สาธุชนผู้มีบุญที่  
 พรารถนาจะสักการบูชารูปเหมือนทองคำของท่าน เพื่อ  
 ระลึกนึกถึงพระคุณและคุณงามความดีของท่าน ขอเรียน  
 เชิญที่มหาวิทยาลัยพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) วัด  
 พระธรรมกายซึ่งเป็นประดิษฐานรูปเหมือนทองคำแท้ ที่  
 เหมือนองค์จริงของท่านราวกับฝาแฝด และพร้อมกันนี้ ขอ  
 เรียนเชิญผู้มีบุญทั้งหลายทำสมาธิภาวนาตามคำสอนของ  
 ท่าน เพื่อเป็นการปฏิบัติบูชา ซึ่งจะบังเกิดประโยชน์อัน  
 ยิ่งใหญ่แก่ตนเอง และยังเป็นการทำความปรารถนาของ  
 พระเดชพระคุณ หลวงปู่ที่อยากให้ทุกคนเข้าถึง  
 พระธรรมกายบังเกิดเป็นจริง

(ทองคำกับเส้นทางการสร้างบารมีของผู้มีบุญในพระไตรปิฎก, เอกสารออนไลน์: 91)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้วัจนกรรมดังกล่าวมีเจตนาหลักเพื่อการโน้มน้าวใจให้  
 ทำบุญที่วัดพระธรรมกาย โดยในส่วนใช้วัจนกรรมการเกริ่นนำก่อน(1) จากนั้นจึงเลือกใช้วัจนกรรม  
 การโน้มน้าวใจ(2)เพื่อเชิญชวนและโน้มน้าวให้เข้าใจว่าการทำบุญกับวัดพระธรรมกายจะได้รับ  
 อานิสงส์ยิ่งใหญ่ และเกิดประโยชน์สูงสุด

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการเลือกใช้ลำดับวัจนกรรมในสื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชน  
 ทั่วไปนั้น วัจนกรรมการโน้มน้าวใจเป็นวัจนกรรมที่สำคัญที่สุดเพราะสามารถกำหนดความคิดของ  
 ผู้บริโภคความทรงจำอันนำไปสู่การตอกย้ำความเชื่อและกำหนดพฤติกรรมได้ โดยมีข้อสังเกตว่าวัจน  
 กรรมการเล่าเรื่องนั้นมักมีวัจนกรรมแสดงเหตุผลประกอบอยู่ด้วยเสมอ ทั้งนี้อาจเป็นการสร้าง  
 ความน่าเชื่อถือให้กับตัวบทอีกทั้งยังเป็นการตอกย้ำความคิดเรื่อง “บุญ” ตามแนวทางของวัด  
 พระธรรมกายให้กับผู้บริโภคความทรงจำไปพร้อมกันด้วย

## 2) ลำดับวัจนกรรมในสื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญ

จากการศึกษา “วารสาร V-PEACE” พบว่ามีคอลัมน์ประจำทั้งหมด 13 คอลัมน์ ได้แก่

1) คำพ่อ: ถ้อยคำอันบริสุทธิ์จากพ่อถึงลูก มีเนื้อหาเกี่ยวกับโอวาทของพระเทพญาณ-  
 มหานุณี (หลวงพ่อธัมมชโย) ที่เคยกล่าวไว้

- 2) คำสอนยาย: คำสอนอันทรงคุณค่าของคุณยาย มีเนื้อหาเกี่ยวกับโอวาทของอุบาสิกา-จันทร ขนงยุง ที่เคยกล่าวไว้ในอดีตแล้วนำมาตีพิมพ์
- 3) จากหลวงอา: โอวาทผู้ช่วยเจ้าอาวาสถึงอาสาสมัคร มีเนื้อหาเกี่ยวกับโอวาทของพระมหาสุทธิชัย สุทธิชัย ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดพระธรรมกาย โดยมุ่งสื่อสารถึงกลุ่มอาสาสมัครโดยตรง
- 4) Seed of wisdom: เรื่องราวในพระพุทธศาสนาสู่ยุคปัจจุบัน มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวในพุทธศาสนา ได้แก่ พุทธประวัติ วันสำคัญทางพุทธศาสนา หรือเรื่องราวของบุคคลสำคัญของวัดพระธรรมกาย อาทิ ประวัติพระมงคลเทพมุนี
- 5) Inspiration: นิทานบันดาลใจ มีลักษณะเป็นนิทานสั้น ๆ ประกอบภาพวาดมีเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต
- 6) เอาบุญมาฝาก: หยาดเหงื่อที่หลังต่างกลั่นเป็นบุญเอาบุญมาฝาก มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเล่าเรื่องราวของกลุ่มอาสาสมัครที่ช่วยกันจัดกิจกรรมในเดือนนั้น ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี
- 7) เป็นปลื้ม: ความรู้แบบปลื้ม ๆ กับบุญที่ผ่านมา มีเนื้อหาเกี่ยวกับบทสัมภาษณ์ความประทับใจของอาสาสมัครที่เห็นประชาชนมาร่วมกิจกรรมที่วัดพระธรรมกาย
- 8) Special scoop: ข่าวเด่นประเด็นดังในวาระพิเศษ มีเนื้อหาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โครงการสำหรับกลุ่มอาสาสมัคร
- 9) Did you know? : เรื่องที่อาจจะรู้หรือไม่รู้แต่ได้ความรู้แน่นอน มีเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลประวัติความเป็นมาหรือความรู้ปิกนกะเกี่ยวกับวัดพระธรรมกาย
- 10) English for Buddhism lovers: ภาษาอังกฤษเพื่อทำหน้าที่อาสาสมัคร มีเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษสำหรับการกล่าวต้อนรับหรือการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัดพระธรรมกาย
- 11) Schedule: ปฏิทินสร้างบารมี V-PEACE มีเนื้อหาเกี่ยวกับรายละเอียดเกี่ยวกับวันที่วัดพระธรรมกายจะจัดกิจกรรมและต้องการให้กลุ่มอาสาสมัครเข้าร่วม
- 12) ฮากริบ: เบิกบานกับการตื่นที่อาจเกิดขึ้นได้ของอาสาสมัคร มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพการ์ตูนประกอบมุกตลกที่ผลิตขึ้นในบริบทของวัดพระธรรมกาย ดังนั้นผู้ที่เข้าใจมุกตลกเหล่านี้จึงต้องเป็นผู้ที่เข้าใจบริบทสถานการณ์หรือเหตุการณ์ของวัดพระธรรมกายด้วย

13) กำลังใจ: กำลังใจอาสาสมัครจากท่านผู้ใหญ่ใจดี มีเนื้อหาที่นำเสนอบทสัมภาษณ์เรื่องราวของผู้ทำหน้าที่อาสาสมัครมาก่อน โดยมุ่งเน้นให้กำลังใจกับอาสาสมัครวัยรุ่นุ่นที่ทำหน้าที่ในปัจจุบัน

ทั้ง 13 คอลัมน์มีกิจกรรมที่เหมือนกัน ได้แก่ 1) กิจกรรมการทักทาย/กิจกรรมการเกริ่นนำ 2) กิจกรรมการบอกเล่า 3) กิจกรรมการอธิบาย 4) กิจกรรมการสอน/กิจกรรมแสดงเหตุผล 5) กิจกรรมการสั่ง และ 6) กิจกรรมการให้กำลังใจ เป็นลำดับโดยไม่มีการสลับลำดับกิจกรรม ดังนี้

<b>กิจกรรมเทศนา</b> <b>(สื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญ)</b>	
1) กิจกรรมการทักทาย/ กิจกรรมการเกริ่นนำ	
2) กิจกรรมการบอกเล่า	
3) กิจกรรมการอธิบาย	
4) กิจกรรมการสอน/กิจกรรมแสดงเหตุผล	
5) กิจกรรมการสั่ง	
6) กิจกรรมการให้กำลังใจ	

ภาพที่ 38 ลำดับกิจกรรมในสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มผู้นำบุญ

#### (1) กิจกรรมการทักทาย/กิจกรรมการเกริ่นนำ

ตัวอย่างที่ (9) “(1) เจริญพรนักรบกล้าอาสาสมัครที่รักทุกท่านอีกไม่กี่วันก็จะถึง (2) วันที่ 22 เมษายน ซึ่งเป็นวันสำคัญเป็นทั้งวันคุ้มครองโลก และวันคล้ายวันเกิดด้วยรูปกายเนื้อของพระเดชพระคุณพระเทพญาณมหามุนีหลวงพ่อดำชโย ในปีนี้ท่านจะมีอายุครบ 69 ปี (3) เป็นโอกาสดีที่ชาว V-Peace

จะได้แสดงมุทิตาจิตบูชาธรรมท่านด้วยการสร้างมหาทาน  
บารมี ปฏิบัติบูชา และร่วมกันจัดงานวันคุ้มครองโลกปีนี้  
ให้ดีที่สุด”

(V-PEACE เมษายน 2556: 3)

จากตัวอย่าง จะเห็นได้ว่าผู้ผลิตวาทกรรมใช้วัจนกรรมการทักทาย/วัจนกรรมการเกริ่นนำ  
เป็นวัจนกรรมหลัก จากนั้นมีการใช้วัจนกรรมการบอกเล่า (2) และวัจนกรรมการแนะนำ (3) ประกอบ  
ในตัวบทด้วย ซึ่งสื่อถึงพฤติกรรมที่ผู้นำบุญควรปฏิบัติในการร่วมกิจกรรมที่จัดโดยวัดพระธรรมกาย

## (2) วัจนกรรมการบอกเล่า

ตัวอย่างที่ (10) “8 เดือนกรกฎาคม 2555 ปล่อยสัตว์ปล่อยปลาร่วมกัน 14  
อบรมอาสาสมัครใหม่ 15 checking point หัวเพชร 15  
ก.ค. – 5 ส.ค. รับสมัครจำศีล 21 บรรพชารุ่นแสน  
เข้าพรรษา”

(V-PEACE กรกฎาคม 2555: 50)

ตัวอย่างที่ (11) “โครงการปฏิบัติธรรม เอ็ม พอร์ ยู : M4U (Meditation  
for U) เป็นโครงการฝึกสมาธิ 3 สัปดาห์ สำหรับนิสิต  
นักศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จัดโดยสำนักศรัทธาภิ-  
บาล วัดพระธรรมกาย มีจุดเด่นคือ เน้นการฝึกวินัยควบคู่  
กับการฝึกสมาธิ รวมทั้งมีกิจกรรมที่สร้างอารมณ์สบาย  
ตลอดโครงการ”

(V-PEACE พฤษภาคม 2556: 32)

ตัวอย่างที่ (12) “ปี พ.ศ. 2543 เป็นปีแรกที่เริ่มจุดเทียนใจไฟนรินทร์-  
อนันตชัย วันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2543 มีพิธีมอบเทียนใจ  
ให้สาธุชนไปอธิษฐานจิตที่บ้านเป็นครั้งแรก วันที่ 6  
สิงหาคม พ.ศ. 2543 วันสมาธิโลกในปีนั้นได้มีการหล่อ  
เทียนใจไฟนรินทร์อนันตชัยเป็นครั้งแรก”

(V-PEACE สิงหาคม 2555: 19)

ตัวอย่างที่ (13) “ในวันมาฆบูชาปีใดจำมิได้ข้าพเจ้ากำลังอธิษฐานจิตอยู่  
ทันใดก็เกิดเรื่องมหัศจรรย์ขึ้น พระจันทร์เปลี่ยนเป็นสีฟ้า  
งามสง่าเหมือนดวงแก้วที่ศูนย์กลางกาย ช่างน่าอัศจรรย์ยิ่ง  
นักปลื้ม “พี่ ๆ นั้นมันบอลลูนลานจอตภาคตะวันออก”  
อะจี้ย ไปบอกพี่เขาทำไมลูก พี่เขากำลังปลื้ม . . . เข้าใจ  
ผิด”

(V-PEACE มีนาคม 2556: 56)

วัจนกรรมกรรมการบอกเล่าเป็นวัจนกรรมที่พบมากที่สุดในตัวบทวาจากรรมที่ผลิตเพื่อ  
กลุ่มผู้นำบุญ จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าตัวบทมีการบอกเล่าทั้งรายละเอียดการจัดกิจกรรม หรือ  
แม้กระทั่งการเล่าประสบการณ์ของผู้นำบุญบางคน การใช้วัจนกรรมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร  
ข้อมูล รายละเอียดกิจกรรม ให้กลุ่มผู้นำบุญทราบอย่างทั่วถึง

### (3) วัจนกรรมการอธิบาย

ตัวอย่างที่ (14) “เดือนนี้งานบุญเด่นที่สุดคงไม่พ้นพิธีกรรมวันวิสาขบูชาที่  
ผ่านไปไฉนหิมคะ เรามาดูคำศัพท์ภาษาอังกฤษที่น่าเรียนรู้  
ต่อจากฉบับที่แล้วกันเลยคะ  
พิธีอัญเชิญมหารัตนอิฐธาตุ คุณยายอาจารย์มหารัตน-  
อุบาสิกาจันทร์ ขนนกยูง (ให้กำเนิดวัดพระธรรมกาย) ไปที่  
มหาวิหารคุณยาย The ceremony of inviting the  
bone ashes of Khun Yai Ajarn Maha Rattana  
Ubasika Chand Khonnokyoong (เดอะเซ้เรโมนี่ ออฟ  
อินไวทิง เดอะบอน แอชเชส ออฟ คุณยายอาจารย์มหา  
รัตนอุบาสิกาจันทร์ ขนนกยูง  
สายสิญจน์ (ที่วัดจะใช้คำว่าสายศีล) The holy thread  
อ่านว่า เดอะ โฮลี่ เธร้ด  
เรียนเชิญสุชนทุกท่าน เข้าร่วมขบวนตอนนี้ได้เลยครับ/คะ  
May I invite all laypeople and disciples to join

the procession now. (เม โอ อินไว้ท ออล เลพีเพิล แอนด ดีไซเพิลส ทุ จอยน เดอะ โพรเซ็สเซ็น นาว) และเพื่อมารยาทอันดีงาม เราควรพูดต่อว่าขอบคุณ (ที่ให้ความร่วมมือ) และขออนุโมทนาบุญกับทุกท่าน ด้วยประโยคที่พวกเราคุ้นกันดีอยู่แล้วนะคะว่า Thank you very much for your co-operation and rejoice in your merit.”

(V-PEACE กรกฎาคม 2555: 53)

จากตัวอย่าง จะเห็นได้ว่าผู้ผลิตวาทกรรมเลือกใช้วัจนกรรมการอธิบายเพื่อให้เข้าใจข้อมูลตรงกัน อันนำไปสู่การกำหนดพฤติกรรมของกลุ่มผู้นำบุญที่ผู้ผลิตวาทกรรมพึงประสงค์ในกิจกรรมที่จัดโดยวัดพระธรรมกาย

#### (4) วัจนกรรมการสอน/วัจนกรรมแสดงเหตุผล

ตัวอย่างที่ (15) “ชาตินี้เป็นชาติที่เราต้องปรับปรุงผังชีวิตของตัวเอง เพราะเรคือผู้ออกแบบชีวิต เราลิขิตชีวิตเราเอง ใครอยากจะให้ชีวิตในอนาคตเป็นอย่างไร ก็ออกแบบด้วยตัวเอง อยากจะเป็นจุล-เศรษฐี มหาเศรษฐี หรือว่าเป็นบรมเศรษฐี ก็แล้วแต่ใจของเรา”

(โอวาทพระเทพญาณมหามุนี 4 กุมภาพันธ์ 2550 ตีพิมพ์ในวารสาร V-PEACE พฤษภาคม 2556: 1)

ตัวอย่างที่ (16) “เอออย่างนี้แหละ ข้าวของต้องเก็บให้เรียบร้อยเกิดก็ภพชาติ เราจะได้เจอแต่สิ่งเรียบร้อย”

(V-PEACE ตุลาคม 2555: 2)

ตัวอย่างที่ (17) “การเผยแผ่พระพุทธศาสนาให้ออกไปทั่วโลกนั้น อาสาสมัครที่ได้รับการฝึกฝนอบรมดีแล้วมีความสำคัญยิ่ง เพราะเมื่อได้รับการฝึกฝนเป็นอย่างดี ก็ย่อมจะเป็นต้นบุญต้นแบบที่ดีให้กับเยาวชน”

(V-PEACE สิงหาคม 2555: 57)



วจนกรรมการการสอน/วจนกรรมแสดงผล เป็นวจนกรรมสำคัญที่น่าสนใจเป็นอย่างมากเนื่องจากในตัวอย่างจะปรากฏวจนกรรมการการสอนควบคู่ไปกับวจนกรรมแสดงผลเสมอ ดังในตัวอย่างจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตวาทกรรมเลือกใช้วจนกรรมการสอนก่อน จากนั้นจะใช้วจนกรรมแสดงผลเพื่อบอกผลในทางที่ดีที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติตามคำสอนนั้น

#### (5) วจนกรรมการสั่ง

ตัวอย่างที่ (18) “(1) เมื่อวันจันทร์ที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2556 เป็นวันครบรอบ 69 ปี พระเดชพระคุณพระเทพญาณมหามุณี หลวงพ่อธัมมชโย หรือคุณครูไม่ใหญ่ของพวกเราและเป็นวันธรรมะคัมภีร์ของโลกได้เวียนมาครบอีกครั้ง (2) **พวกเราชาวอาสาสมัคร V-Peace ทุกคนต่างร่วมใจ เตรียมงานปฏิบัติหน้าที่ในวันนี้** เพื่อบูชาพระคุณพ่อให้ดีที่สุด เพราะ (3) งานบุญในวันนี้มีถึง 3 บัญญัติด้วยกันคือ พิธีถวายมหาสังฆทาน 24,000 วัดทั่วประเทศ พิธีถวายกองทุนสถาปนาเส้นทางมหาปูชนียาจารย์ และพิธีอัญเชิญรูปหล่อทองคำพระเดชพระคุณพระมงคลเทพมุนี พระผู้ปราบมารเวียนประทักษิณรอบพระมหาธรรมกายเจดีย์”

(V-PEACE พฤษภาคม 2556: 21)

จากการศึกษาวจนกรรมการสั่งในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มผู้นำบุญพบว่า มักเริ่มต้นด้วยวจนกรรมการบอกเล่าก่อนจากนั้นผู้ผลิตวาทกรรมจะมีได้ใช้วิธีการสั่งโดยตรง แต่จะใช้วจนกรรมการสั่งโดยอ้อมแบบแสดงให้เห็นว่าเป็นการร่วมแรงร่วมใจเป็นเรื่องปกติธรรมดาที่ผู้นำบุญพึงกระทำ แล้วต่อด้วยวจนกรรมการอธิบายเพื่อให้กลุ่มผู้นำบุญทราบรายละเอียดการจัดกิจกรรมให้ตรงกัน

#### (6) วจนกรรมการให้กำลังใจ

ตัวอย่างที่ (19) “มาขอบูชาปีนี้ รู้สึกว่าวัดพระธรรมกายอินเตอร์มาก ๆ เพราะเต็มไปด้วยชาวต่างชาติจากทั่วทุกทวีปเลย ปลื้มจัง

ที่แม้เราจะเป็นอาสาสมัครตัวเล็ก ๆ แต่ได้จัดงานบุญที่จะ  
นำความสว่างไสวแห่งธรรมขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า  
ไปทั่วโลก”

(V-PEACE มีนาคม 2556: 38)

ตัวอย่างที่ (20) “สุดท้ายนี้ ขอให้วันเวลาที่ผ่านไปในดวงใจของพวกเรามี  
หลวงพ่อ ธรรมะ และภารกิจพันทิมอยู่เสมอ และฝากคำ  
สอนพระเดชพระคุณหลวงปู่ฯ ที่หลวงอาประทับใจให้อยู่ใน  
ใจน้อง ๆ คือ คำว่า “ไหวสีน่า! รู้ว่าการสร้างบารมีมันไม่ได้  
ง่าย เพราะมีสิ่งท้าทายหลายอย่างเราต้องอดทนและบอก  
ตัวเอง อย่างที่พระเดชพระคุณหลวงปู่ฯ เคยบอกไว้ว่า  
“ไหวสีน่า! พันทิมไหวสีน่า”

(V-PEACE ตุลาคม 2555: 3)

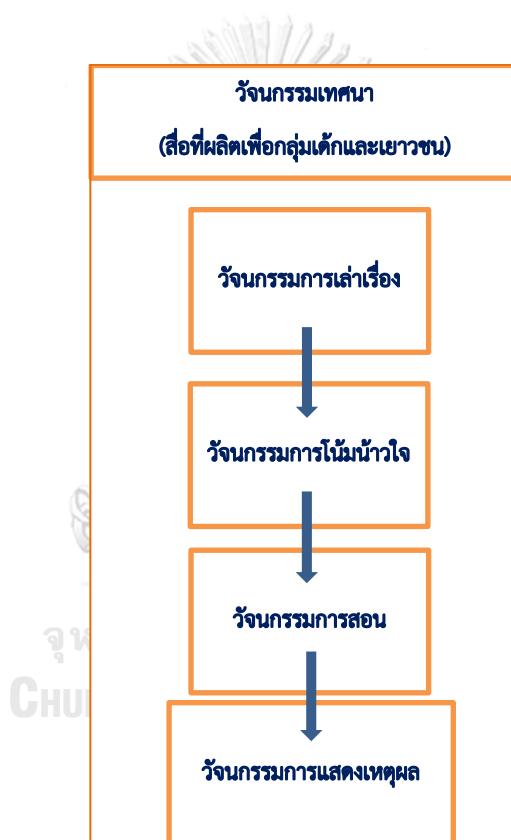
จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่า ผู้ผลิตวาทกรรมใช้วัจนกรรมการให้กำลังใจเพื่อกระตุ้นให้กลุ่ม  
ผู้นำบุญเกิดความฮึกเหิมและมีกำลังใจในการทำงานให้กับวัดพระธรรมกายด้วยการใช้ “บุญ” เป็น  
เป้าหมาย

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า ตัวบท “วารสาร V-PEACE” เลือกใช้ลำดับวัจนกรรมเพื่อ  
ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการจัดกิจกรรม วิธีการปฏิบัติตนในการจัดกิจกรรม แม้กระทั่งบทประชาสัมพันธ์  
ภาคภาษาอังกฤษเพื่อที่กลุ่มอาสาสมัครจะสามารถอธิบายให้ชาวต่างชาติเข้าใจตรงกัน นอกจากนี้ยังมี  
เนื้อหาที่สนุกสนานสร้างแรงบันดาลใจและกำลังใจให้กับผู้อ่าน เพื่อที่จะได้ร่วมแรงร่วมใจในการทำ  
หน้าที่อาสาสมัครอย่างเต็มกำลังความสามารถ หากพิจารณาจากลำดับวัจนกรรมอย่างละเอียดจะเห็น  
ได้ว่า วารสารฉบับนี้มุ่งเป้าหมายไปสู่กลุ่มอาสาสมัครระดับนักเรียน นิสิตและนักศึกษา สังเกตได้จาก  
การใช้ภาษาอังกฤษแทรกปนในเนื้อหาซึ่งกลุ่มเป้าหมายระดับนี้มีความรู้ภาษาอังกฤษอย่างแน่นอน  
และหากพิจารณาลีลาการใช้ภาษาจะสังเกตเห็นว่ามีการใช้ภาษาแบบวัยรุ่น แต่หากเป็นโอวาทหรือบท  
สัมภาษณ์จะมีลักษณะน้ำเสียงแบบผู้ใหญ่พูดกับเด็กด้วยภาษาง่ายไม่เป็นทางการมุ่งเน้นให้อ่านง่าย

### 3) ลำดับกิจกรรมในสื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน

จากการศึกษาตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน พบว่า ในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีการเลือกใช้ลำดับกิจกรรมไม่ต่างกันและไม่หลากหลาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะตัวบทมีขนาดสั้นและภาษาที่ใช้ในตัวบท ผู้ผลิตจำเป็นต้องเลือกใช้ภาษาที่ง่าย ไม่ซับซ้อนเพื่อสื่อให้กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคความทรงจำเข้าใจได้ง่ายที่สุด

ลำดับกิจกรรมที่พบ ประกอบด้วย 1) กิจกรรมการเล่าเรื่อง 2) กิจกรรมการโน้มน้าวใจ 3) กิจกรรมการสอน และ 4) กิจกรรมการแสดงเหตุผล ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 39 ลำดับกิจกรรมในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน

#### 1) กิจกรรมการเล่าเรื่อง

ตัวอย่างที่ (21) หนูแก้วและเพื่อน ๆ เป็นเด็กดีตั้งใจเรียนหนังสือและฟังคุณครูสอนด้วยความตั้งใจ เมื่อมีข้อสงสัยก็ยกมือ

ถามคุณครูจึงชมหนูแก้วและเพื่อนว่าเป็นเด็กดีตั้งใจ  
เรียน

(มงคลชีวิตบัณฑิตน้อย, เอกสารออนไลน์: 12)

จากตัวอย่าง จะเห็นได้ว่าผู้ผลิตวาทกรรมเลือกใช้วัจนกรรมการเล่าเรื่อง เพื่อนำเสนอ  
พฤติกรรมอันพึงประสงค์ของตัวละครเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภควาท-  
กรรม

## 2) วัจนกรรมการโน้มน้าวใจ

ตัวอย่างที่ (22) เธอจุดดั่ง ดอกไม้แก้วแรกแย้ม เธอคือนางฟ้าแก้ว  
เธอสุขใส ด้วยธรรมะภายในใจ ไอนางฟ้าแก้ว  
\* เปรียบเป็นหน่ออ่อน คำสอนของพุทธธรรม  
ด้วยจิตใจ กายวาจา กรรม เปี่ยมบุญผ่องใส  
\*\* มาร่วมกันบวชอุบาสิกา จะนำพาผลบุญมาสู่ใจ  
มาเป็นนางฟ้าที่สะอาดทั้งกายใจ สว่างดั่งตะวันฉายสอดแสงมา  
\*\*\* มาร่วมกันฝึกใจเดินสายกลาง เป็นแนวทางประดับใจทุกเวลา  
ข่มจิตหยุดใจแล้วเข้ามา  
เป็นอุบาสิกาแก้วหน่ออ่อน  
ข่มจิตหยุดใจแล้วเข้ามา  
เป็นนางฟ้าแก้วหน่ออ่อน  
ข่มจิตหยุดใจแล้วเข้ามา  
เป็นอุบาสิกาแก้วหน่ออ่อน

จากตัวอย่าง ผู้ผลิตวาทกรรมเลือกใช้วัจนกรรมการโน้มน้าวใจผ่านตัวบทประเภทยุติ  
เพื่อเป็นการมุ่งเชิญชวนให้มาบวชในโครงการ โดยมีกรกล่าวเปรียบเทียบว่าเป็นเหมือนเหล่านางฟ้า  
อีกทั้งสามารถนำผลบุญให้บังเกิดกับตนเองได้ ซึ่งเพลงต่าง ๆ เหล่านี้อาจส่งผลต่อความคิดและการ  
ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการได้

### 3) วจนกรรมการสอน

ตัวอย่างที่ (23) เราจะพบว่าคนในโลกเป็นเหมือนโจรชิงกำไลทองคนนี้มากมาย แม้ตัวเราเองบางครั้งก็อาจเคยเป็น การกระทำ อาจไม่ได้รุนแรงถึงขนาดลงมือฉกชิงวิ่งราวใคร แต่เรื่องราว ก็เป็นไปในทำนองเดียวกัน เมื่อใดที่เกิดโลกเข้ามาคลุมใจ เมื่อนั้นสติสัมปชัญญะ ความยับยั้งชั่งใจ การไตร่ตรอง เหตุผลโดยสุจริตรอบคอบก็จะหมดไป เห็นแต่ได้ไม่เห็นเสียกว่าจะรู้ตัวก็มักสายเสียแล้ว ต้องมาเสียใจภายหลัง

(มังกรสอนใจ, เอกสารออนไลน์: 31)

จากตัวอย่างผู้ผลิตวาทกรรมเลือกใช้วจนกรรมการสอนอย่างตรงไปตรงมา และมีการใช้ คำศัพท์ทางพุทธศาสนา เพื่อแสดงให้เห็นว่าตัวบทดังกล่าวเป็นคำสอนตามหลักธรรมในพุทธศาสนา ซึ่ง ส่งผลต่อการปลูกฝังชุดความคิดให้กับเด็กและเยาวชน ตลอดจนเป็นการกำหนดคุณลักษณะที่พึง- ประสงค์ผ่านวจนกรรมการสอนอีกด้วย

### 4) วจนกรรมการแสดงเหตุผล

ตัวอย่างที่ (24) ในสมัยที่ผมยังเด็ก พี่ชายเป็นฮีโร่ในใจผม พี่ชายมีรูปร่าง หน้าตาดี นิสัยดี รักพี่รักน้อง เรียนหนังสือเก่ง เล่นกีฬาเก่ง เล่นดนตรีก็เก่ง แต่พอพี่ชายเริ่มเข้าสู่รั้วมหาวิทยาลัยเขา กลับเปลี่ยนเป็นคนละคน พี่ชายเริ่มเข้าสู่สังคมที่เต็มไปด้วย อบายมุข ทั้งบุหรี เหล้า เบียร์ เขาคีมนักมาก เวลาเมากลับมาทุกครั้ง เขาจะอาละวาดทะเลาะกับคุณแม่อย่าง รุนแรง จากนั้นก็หนีออกจากบ้าน ทำไมพี่ชายจึงเปลี่ยนไป เช่นนี้ และทำไมเขาไม่เคารพคุณแม่เลย เพราะเคยมีวิบาก กรรมร่วมกันมาหรือไม่ครับ

ส่วนที่สอง ส่วนตอบคำถาม ดังนี้

คุณครูไม่ใหญ่

ตอนเด็กพี่ชายคนโตเป็นคนดี เรียนเก่งแต่พอโตขึ้นมาเสีย  
คนเพราะฤทธิ์แอลกอฮอล์ เนื่องจากกรรมคนพาลทั้ง  
อดีตและปัจจุบัน จึงทำให้ตกอยู่ในวงจรของคนพาลที่ชอบ  
ดื่มสุรา และทำให้เสียคน เสียนิสัยที่ดีไป แล้วทะเลาะกับ  
แม่ในปัจจุบันทั้ง ๆ ที่ไม่เคยผูกเวรกันมาก็เพราะสุรา

(หนังสือชุดที่มีคำตอบฉบับมินิ เล่มที่ 12, 2555: 29)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้ผลิตเลือกใช้วัจนกรรมการแสดงเหตุผลผ่านกลวิธีทาง  
ภาษาการตอบคำถามแบบ “ปุจฉา-วิสัชนา” เป็นกลวิธีที่ทำให้ผู้อ่านเข้าใจเนื้อหาของเรื่องผ่านการตั้ง  
คำถามและการตอบคำถาม เนื่องจากเป็นการคลี่คลายหรือตอบข้อสงสัยที่ผู้อ่านยังไม่เข้าใจกระจ่าง  
ชัด” (สุนทรี โชติติติก, 2554: 130)

ทั้งนี้ผู้ผลิตวาทกรรมเลือกใช้วัจนกรรมการแสดงเหตุผล เพื่อให้ผู้ใช้บริโภควาทกรรม  
เข้าใจสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้น อีกทั้งยังเป็นการปลูกฝังความคิดว่าผู้ผลิตวาทกรรมเป็นผู้รู้และมี  
อำนาจที่เหนือกว่า ซึ่งอำนาจนั้นมาจากความหยิ่งรู้ในบุญกรรมที่คนทั่วไปไม่มี

#### 5.2.1.5 น้ำเสียง (Key-K)

น้ำเสียง หมายถึง ท่วงทำนองในการสื่อสาร จากการศึกษาพบว่าวาทกรรมที่ผลิตโดย  
วัดพระธรรมกายแต่ละกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อมีการใช้น้ำเสียงในลักษณะต่างกัน กล่าวคือ 1) กลุ่ม  
ประชาชนทั่วไป ใช้น้ำเสียงแบบการเทศนาหรือการสอน แสดงให้เห็นสถานภาพของผู้ส่งสาร คือ วัด  
พระธรรมกายมีสถานะเป็นสถาบันศาสนาซึ่งสูงกว่าผู้รับสาร 2) กลุ่มผู้นำบุญ ใช้น้ำเสียงแบบวาท  
กรรม “หมู่คณะกัลยาณมิตร” เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มหรือเป็นพวกเดียวกัน ซึ่งมีบทบาทเหมือนมิตร  
แท้หรือผู้ชี้หนทางที่ถูกต้อง ตลอดจนคอยเสริมสร้างกำลังใจในเส้นทาง “นักสร้างบารมี” และ 3)  
กลุ่มเด็กและเยาวชน ใช้น้ำเสียงแบบเทศนาหรือการสอนคล้ายกลุ่มประชาชนทั่วไป หรือสร้างแรงบันดาลใจ  
ดาลใจในการทำบุญแต่มีการระดับการใช้ภาษา ตลอดจนคำศัพท์ที่เข้าใจง่าย ดังนี้

### (1) กลุ่มประชาชนทั่วไป

ตัวอย่างที่ (25) บุญต้องทำจึงจะได้ บุญทุกบุญบารมีทุกอย่างเราไม่สามารถ  
ได้มาเปล่า ๆ เราต้องทำถึงจะได้ แล้วควรจะทำให้ครบ  
เพราะเราคงไม่อยากจะเกิดมาหล่อแต่จน รวยแต่ไม่ฉลาด  
 ฯลฯ ดังนั้นจึงสั่งสมบุญบารมีให้ครบถ้วนทุกบุญ

(ทวีบุญ, เอกสารออนไลน์: 9)

จากข้อความมีการใช้น้ำเสียงแบบการสอนในทำนองว่าจะต้องทำบุญให้ครบถ้วน  
เพราะหากทำไม่ครบผลของบุญก็จะส่งผลไม่ครบถ้วนเช่นกัน เมื่อพิจารณาน้ำเสียงการสอนใน  
ลักษณะดังกล่าวอาจเห็นได้ว่าผู้ผลิตวาทกรรมพยายามสอดแทรกความเป็นเหตุ – เป็นผล ในตัวบท

### (2) กลุ่มผู้นำบุญ

ตัวอย่างที่ (26) เมื่อวันงานมาถึง อาสาสมัคร V-Peace ได้ปฏิบัติหน้าที่กัน  
ตั้งแต่เวลา ตี 4 และพร้อมต้อนรับบริการสาธุชนทุกท่านใน  
สภာธรรมกายสากล และมหารัตนวิหารคดทั้งชั้น 1 และ  
ชั้น 2 จึงไม่แปลกที่ทำให้งานบริการวันนี้มากเป็นพิเศษ  
เริ่มที่อาหารและน้ำดื่มเป็นเรื่องที่เราขาดไม่ได้ อาสาสมัคร  
V-Peace ต้องเพิ่มจุดบริการ และต้องใช้เรี่ยวแรงในการขน  
ย้าย แต่ก็ไม่หวั่นใจเพราะทำงานกันเป็นทีม งานติดต่อ  
สอบถามก็ต้องเตรียมข้อมูลเรื่องราวของการจัดงาน มี  
กิจกรรมอะไรที่ไหนอย่างไรใครรับบุญต้องรู้ทุกเรื่องเพราะ  
เป็นติดต่อสอบถามที่สาธุชนจะเข้ามาขอข้อมูล และอีก  
หลายหน่วยงานที่ยังกล่าวไม่หมด

(V-PEACE ฉบับเดือนพฤษภาคม, 2556: 24)

จากข้อความจะเห็นได้ว่าใช้น้ำเสียงแบบวาทกรรม “หมู่คณะกัลยาณมิตร” แสดงให้  
เห็นการร่วมแรงร่วมใจทำงานเป็นทีม และต้องทำงานอย่างพร้อมเพรียง แสดงให้เห็นความสำคัญของ  
กลุ่มอาสาสมัครผู้นำบุญที่เป็น “หมู่คณะ” ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของงานบุญของวัด  
พระธรรมกาย

### (3) กลุ่มเด็กและเยาวชน

ตัวอย่างที่ (27) เวลาไปวัดกับแม่ที่ไรแม่ก็จะให้สตางค์ 100 บาท เพื่อให้ไป  
ทำบุญผมจึงได้แต่เก็บความรู้สึกลึก ๆ ไว้ในใจว่าสักวัน..ผม  
ต้องมีเงินทำบุญเป็นกอบเป็นกำที่หามาได้ด้วยตัวเอง

(จะรวยก่อนแก่หรือแก่แล้วก็ไม่รวย, เอกสารออนไลน์: 18)

จากข้อความจะเห็นว่ามีการใช้น้ำเสียงแบบภาษาพูดที่เข้าใจง่าย เล่าถึงความตั้งใจใน  
การทำบุญของตน โดยตัวบทนำเสนอจำนวนเงิน 100 บาท ซึ่งเป็นเงินที่เด็กสามารถเก็บออมนำไป  
ทำบุญได้ ดังนั้นบุญจึงดูไม่เป็นเรื่องไกลตัว สามารถทำได้ง่าย ๆ ด้วยการรู้จักเก็บเงิน

จากที่กล่าวมาทั้งหมดตัวอย่างที่ 25 จะเห็นได้ว่าผู้เขียนเลือกใช้น้ำเสียงแบบการเทศนา  
เพื่อสอนธรรม แม้ว่าจะใช้คำสรรพนามว่า “เรา” ซึ่งแสดงความเป็นพวกพ้องหรือกลุ่มเดียวกัน โดยใน  
ที่นี้ใช้ในลักษณะสรรพนามบุรุษที่ 2 และจะเห็นว่ามีการใช้คำว่า “ฟัง” และ “ควร” เพื่อให้เข้าใจว่า  
เป็นสิ่งที่ควรปฏิบัติ ตลอดจนเนื้อหาที่นำเสนอจะเห็นได้ว่ามีท่วงทำนองกล่าวถึงการทำบุญแบบ  
เทศนาโวหาร ส่วนในตัวอย่างที่ 26 จะใช้คำเรียกตนเองว่า “V-PEACE” เพื่อแสดงความเป็นหมู่คณะ  
แสดงให้เห็นความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวในการทำงานร่วมกัน และ ตัวอย่างที่ 27 จะมีน้ำเสียงเหมือนการ  
เล่าประสบการณ์ส่วนตัวด้วยภาษาแบบกันเองซึ่งมีการใช้สรรพนาม “เรา” และ “ผม” ในลักษณะ  
สรรพนามบุรุษที่ 1 เพื่อแสดงให้เห็นปณิธานการทำบุญของผู้ถ่ายทอดวาทกรรม

#### 5.2.1.6 เครื่องมือ (Instrumentality-I)

เครื่องมือ หมายถึง วิธีการในการสื่อสารตลอดจนภาษาที่ผู้ผลิตวาทกรรมที่ผลิตโดยวัด  
พระธรรมกายเลือกใช้ จากการศึกษาพบว่าเครื่องมือที่ผู้ผลิตวาทกรรมเลือกใช้ถ่ายทอดตัวบทในสื่อแต่  
ละประเภทยังมีส่วนที่เหมือนและแตกต่างกัน สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 2 เครื่องมือที่ใช้สื่อสารตัวบทวรรณกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

รายชื่อสื่อที่ผลิตโดย วัดพระธรรมกาย	สื่อสิ่งพิมพ์	โทรทัศน์ช่อง DMC	วจนภาษา				อวจนภาษา			
			ภาษาพูด	ภาษาเขียน	น้ำเสียง	วิธีการพูด	เสียงและเพลงประกอบ	ภาพนิ่ง	ภาพเคลื่อนไหว	ภาพกราฟิก
<i>กลุ่มประชาชนทั่วไป</i>										
วารสารอยู่ในบุญ	✓			✓				✓		✓
หนังสือชุดกฎแห่งกรรม	✓			✓				✓		✓
หนังสือหมวดเรื่องเล่า จากพระไตรปิฎก	✓			✓				✓		
สิ่งพิมพ์ปกิณกะ	✓			✓				✓		✓
รายการโรงเรียนอนุบาล ฝันในฝันวิทยา		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รายการอนุภาพหลวงปู่		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รายการอานิสงส์แห่งบุญ		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
<i>กลุ่มผู้นำบุญ</i>										
วารสารอาสาสมัคร V-PEACE	✓			✓				✓		✓
<i>กลุ่มเด็กและเยาวชน</i>										
หนังสือมงคลชีวิต นิทานธรรม ชาดก	✓			✓				✓		✓
หนังสือชุดที่นี้มีคำตอบ ฉบับมินิ	✓			✓				✓		
การ์ตูนบุญโต		✓	✓		✓		✓		✓	✓
MV เพลง		✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายแต่ละประเภท มีส่วนช่วยให้วัดพระธรรมกายมีเครื่องมือที่หลากหลายในการถ่ายทอดตัวบทธรรมะและอุดมการณ์ต่าง ๆ ไปสู่ผู้อ่านและผู้ชม ดังนี้

1) **ด้านการรับสาร** ได้แก่ การรับวารสาร การอ่านหนังสือ หรือการชมรายการผ่านสื่อโทรทัศน์ ผู้ผลิตสามารถใช้ทั้งวจนภาษาและอวจนภาษา ดังนี้

1.1) วจนภาษาที่ใช้มีทั้งเสียงพูดและตัวอักษร

1.2) ใช้อวจนภาษา ทั้งน้ำเสียง วิธีการพูด เสียงและเพลงประกอบ สีของฉากหลัง ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว ตลอดจนกราฟิกต่าง ๆ มาประกอบในรายการ

เครื่องมือด้านการรับสารส่งผลทำให้สามารถโน้มน้าวใจผู้ชมได้ดีขึ้น รวมทั้งสามารถถ่ายทอดอุดมการณ์ที่อาจจะแฝงอยู่กับเนื้อหานั้นไปสู่ผู้อ่านหรือผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

2) **ด้านลักษณะภาษา**

2.1) ผู้ผลิตวาทกรรมเลือกใช้พบว่ามีการใช้คำศัพท์ทางพุทธศาสนา และคำศัพท์เฉพาะกลุ่มที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเป็นเครื่องมือเพื่อสื่อให้เห็นว่าผู้ผลิตวาทกรรมเป็น “ผู้รู้” ที่สามารถ “หยั่งรู้” สิ่งที่คนทั่วไปไม่อาจรู้ได้

2.2) ผู้ผลิตวาทกรรมเลือกใช้ภาษาระดับกึ่งทางการแบบลีลาการสนทนา

การใช้เครื่องมือด้านภาษาในสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนี้เพื่อให้เกิดความ “ใกล้ชิด” ระหว่างผู้ผลิตวาทกรรมกับผู้บริโภควาทกรรม เพื่อสร้างความสนิทสนมซึ่งจะช่วยจูงใจให้เห็นว่าศาสนาเป็นเรื่องใกล้ตัวที่เข้าถึงได้ง่าย ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ

5.2.1.7 **บรรทัดฐานของการปฏิสัมพันธ์และการตีความ (Norms of interaction and interpretation-N)**

บรรทัดฐานของการปฏิสัมพันธ์และการตีความ หมายถึง ข้อตกลงอันเป็นความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับการปฏิบัติตนของผู้ร่วมเหตุการณ์ในระหว่างการสื่อสาร และข้อตกลงเกี่ยวกับการตีความของเนื้อหาในการสื่อสารซึ่งต่างไปตามลักษณะทางวัฒนธรรมในสังคม

ในด้าน **บรรทัดฐานของการปฏิสัมพันธ์** ผู้ผลิตวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย สร้างความคิดที่เข้าใจร่วมกันทั้ง 2 ฝ่าย ทั้งฝ่ายผู้ผลิตและผู้บริโภควาทกรรมว่าผู้ผลิตวาทกรรมมี

อำนาจเหนือกว่า อันเกิดจากความดีหรือระดับคุณธรรม ตลอดจนความรู้ในวิชาธรรมกายและความสามารถในการหยั่งรู้บุพกรรมซึ่งคนทั่วไปมีอาจทำได้ ตลอดจนแสดงให้เห็นว่าตนเองมีหน้าที่ในการ “พาหมู่สรรพสัตว์ข้ามพ้นห้วงสังสารวัฏ” ด้วยการสอนให้ทำบุญตามแนวทางของวิชาธรรมกาย ตลอดจนเป็นที่พึ่งทางจิตวิญญาณให้แก่ผู้รับวาทกรรม รวมทั้งตระหนักถึงอิทธิพลที่ตนมีต่อผู้รับวาทกรรม ขณะเดียวกันก็ต้องสอดแทรกหลักธรรมในระดับที่ลึกซึ้งต่างกันตามระดับภูมิรู้ทางพุทธศาสนาของผู้รับวาทกรรมด้วย ในส่วนผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายต้องยอมรับสถานภาพที่ไม่เท่าเทียมกัน คือยอมรับอำนาจที่เหนือกว่าของผู้ผลิตวาทกรรม ซึ่งเกิดจากความเชี่ยวชาญในวิชาธรรมกายอันถือว่าเป็นหนทางจริงแท้ของความ “หลุดพ้น” และความสามารถในการกำหนดสภาวะบุญของผู้บริโภควาทกรรม ระดับการยอมรับในอำนาจของผู้ผลิตวาทกรรมรวมไปถึงอำนาจของบุญนี้ของแต่ละบุคคลจะมีระดับน้อยมากแตกต่างกันไป บางคนที่ศรัทธามากก็อาจยอมรับและปฏิบัติตามสิ่งที่ผู้ผลิตวาทกรรมสั่งสอนทุกประการ ส่วนคนที่ศรัทธาน้อย ก็เลือกปฏิบัติตามกำลังศรัทธาของตน

ในด้าน บรรทัดฐานของการตีความ ประกอบด้วยเงื่อนไขระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีบรรทัดฐานที่ยึดถือร่วมกัน คือ 2 เรื่อง คือ 1) เรื่องอำนาจบุญบันดาล (consequence of merit) โดยอำนาจที่เหนือกว่ากำหนดความเป็นไปของชีวิตทุกประการ และ 2) ผู้บริโภคตัวบทมีบรรทัดฐานที่ยึดถือร่วมกันว่าผู้ผลิตวาทกรรมบางคนมีความสามารถในการกำหนดปริมาณบุญ (defining merit) ให้เป็นไปตามต้องการได้ ทั้งนี้บรรทัดฐานของการตีความจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้บริโภควาทกรรมเป็นผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายแล้วเท่านั้น

เนื่องจากการศึกษาสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายทุกกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อพบว่า ผู้บริโภคสื่อทุกกลุ่มเป้าหมายมีบรรทัดฐานของการตีความต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มผู้นำบุญเชื่อตามวาทกรรม เห็นได้จากพฤติกรรมที่กลุ่มผู้นำบุญทำตามแนวทางที่วัดพระธรรมกายกำหนด กลุ่มเด็กและเยาวชนเชื่อตามที่วาทกรรมปลุกฝัง เห็นได้จากพฤติกรรมการเริ่มทำบุญแบบให้ทาน ส่วนกลุ่มประชาชนทั่วไป อาจจะมีทั้งผู้ที่เชื่อตามวาทกรรมทุกประการ ในขณะที่ประชาชนบางส่วนอาจตั้งคำถามกับวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย เห็นได้จากกลุ่มผู้ศรัทธาที่เดินทางมาแสวงบุญ และในขณะเดียวกันผู้ที่เคยไปวัดพระธรรมกายบางคนก็มีการตั้งคำถามเกี่ยวกับการทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

จากการศึกษาผู้ผลิตวาทกรรมนำเสนอให้เข้าใจว่า ผู้ผลิตวาทกรรมสืบทอดองค์ความรู้ใน วิชาธรรมกายมาจากพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) สายวิชารูปัสสนาวัดปากน้ำ ภาษีเจริญ มา อย่างเชี่ยวชาญโดยผู้ผลิตวาทกรรมยอมรับในอำนาจญาณทัศนะตามแนวทางวิชาธรรมกาย รวมทั้ง ยอมรับในหลักปฏิบัติของวิชาธรรมกายด้วย ดังที่ตัวบทวาทกรรมวัดพระธรรมกายกล่าวไว้ดังนี้

นับเป็นความโชคดีของมวลมนุษยชาติ ที่พระ มงคลเทพมุนีได้ค้นพบวิชาธรรมกาย และนำมาสั่งสอน เผยแพร่ได้อย่างกระจ่างชัดที่สุด ด้วยคำสอนที่ว่า "หยุดเป็น ตัวสำเร็จ" ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการปฏิบัติธรรม ตั้งแต่ เบื้องต้นจนถึงพระธรรมกายซึ่งเป็นกายตรัสรู้ธรรมของ พระสัมมาสัมพุทธเจ้าที่มีอยู่ในตัวของมนุษย์ทุกคน นับเป็น การค้นพบสรณะซึ่งเป็นที่พึ่งที่ระลึกอันประเสริฐที่สุดของ ชาวโลก ที่จะนำพามนุษย์ให้หลุดพ้นจากห้วงแห่งอวิชชา สามารถเอาชนะความโลภ ความโกรธ ความหลง และมุ่ง ตรงสู่เป้าหมาย คือ พระนิพพาน ที่เต็มเปี่ยมไปด้วย ความสุขอันเป็นนิรันดร์ได้อย่างแท้จริง

<http://www.dhammadakya.net/blog/2008/10>

ผู้บริโภควาทกรรมที่เป็นผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายจะต้องยอมรับการตีความตามหลัก วิชาของผู้ผลิตวาทกรรมว่าเป็น “ความจริงที่ถูกต้อง” ตลอดจนต้องยอมรับกฎและการจัดกลุ่มลำดับ ชั้นของตนตามระดับบุญ กล่าวคือจะมีการนำเสนอความคิดว่าผู้ที่ทำบุญกับวัดพระธรรมกายมานาน จะเรียกว่าได้ “เชื่อมสายบุญกับหมู่คณะ” มาอย่างเหนียวแน่นกว่าบุคคลทั่วไป หรือกลุ่มผู้นำบุญที่มา ทำงานภายในวัดพระธรรมกายจะเรียกว่า “นักสร้างบารมีเขตใน” ซึ่งจะถือว่าได้บุญมากกว่า ประชาชนทั่วไป ซึ่งเรียกว่า “นักสร้างบารมีเขตนอก”

### 5.2.1.8 ประเภทของการสื่อสาร (Genre-G)

ประเภทของการสื่อสาร หมายถึง ประเภทของปริจเฉทตามรูปแบบวาทกรรมที่ผลิตโดย วัดพระธรรมกายเพื่อทุกกลุ่มเป้าหมายนั้น จะมีประเภทของการสื่อสาร 2 แบบ คือ แบบการสื่อสารตามขนบคัมภีร์พุทธศาสนา และแบบปราศรัยปริจเฉท ดังนี้

แบบที่ 1 ประเภทการสื่อสารแบบการสื่อสารตามขนบคัมภีร์พุทธศาสนาแบบปริจเฉท การเล่าเรื่อง มีการใช้คำศัพท์ทางพุทธศาสนา และการยกเรื่องในพระไตรปิฎกประกอบเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเนื้อหา ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (28) คุณยายอาจารย์ฯ ได้เมตตาสอนลูกศิษย์ลูกหาเอาไว้ว่า จะอธิษฐานอะไรก็อธิษฐานไปเถิด เช่น ให้อภัย รวยสวย ฉลาดสม ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ แต่อย่าลืมให้ลงท้ายด้วยนิพพานะ ปัจจัย โหตุ คือ ให้บรรลุมรรคผลนิพพาน และให้อธิษฐานล้อมคอกเอาไว้ด้วยว่า ให้เป็นผู้มีความบริสุทธิ์กาย วาจา ใจ จะได้ไม่มี วิชากรรมมาขัดขวางเส้นทางการสร้างบารมี เมื่ออธิษฐานสิ่งใดแล้ว ก็ให้มุ่งมั่นสั่งสมบุญเพื่อต่อยุ่เป้าหมายให้สำเร็จ

(วารสารอยู่ในบุญ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555, เอกสารออนไลน์: 14)

ตัวอย่างที่ (29) ในอดีตกาล เมื่อพระเจ้าพรหมทัตครองราชย์สมบัติในนคร พาราณสี พระโพธิสัตว์บังเกิดในกำเนิดสุนัขตัวใหญ่ลำสัน รูปร่างใหญ่โต สง่างามเป็นที่เกรงขามของสุนัขทั้งหมด

(วารสารอยู่ในบุญ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2555, เอกสารออนไลน์: 11-12)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า ตัวอย่างแรกมีลักษณะการเขียนแบบสอนวิธีปฏิบัติ ส่วนตัวอย่างถัดมามีลักษณะเป็นการเล่านิทานชาดก ซึ่งปริจเฉททั้งสองลักษณะดังกล่าวจะปรากฏทั่วไปในสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายทุกกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ

แบบที่ 2 ประเภทการสื่อสารแบบปราศรัยปริจเฉท ซึ่งไม่ใช่คำศัพท์ทางพุทธศาสนามากนัก แต่มักใช้ภาษาในระดับสนทนาเพื่อแนะนำวิธีการทำบุญให้มีความสุข สนุกสนาน ซึ่งผู้ผลิตวาทกรรมเลือกใช้ประเภทการสื่อสารแบบดังกล่าวเพื่อสร้างวาทกรรม “หมู่คณะกัลยาณมิตร” ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (30) ตอนนั้นมีแต่คนหาว่าเราบ้า เวอร์ ทำบุญเกินตัว ไม่เจียม ไม่คิดถึงอนาคต หรือโดนวัดหลอกไปแล้ว แต่เราก็ไม่หวั่นเลย ไม่ว่าใครจะว่าอย่างไร เพราะเราอยากจะทำดีจริงๆ ชาติหน้าเราไม่อยากเป็นกรรมกร ไม่อยากลำบากอย่างนี้อีกแล้ว เราอยากรวย จะได้มีเวลาไปนั่งสมาธิและเข้าถึงธรรม จะได้หมดกิเลส เร็ว ๆ

(ชีวิตจะเปลี่ยนไปถ้าใจกล้าเปลี่ยนแปลง, เอกสารออนไลน์: 14)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าท่วงทำนองในการเขียนใช้ภาษาในระดับสนทนา มีการใช้คำศัพท์ทางพุทธศาสนาบ้าง เช่น ธรรมะ กิเลส เป็นต้น

จากการศึกษาองค์ประกอบในการสื่อสารของวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ทั้ง 8 องค์ประกอบ ได้แก่ ฉาก ผู้ร่วมเหตุการณ์ จุดมุ่งหมาย การลำดับวาทกรรม น้ำเสียง เครื่องมือบรรทัดฐานของการปฏิสัมพันธ์และการตีความ และประเภทการสื่อสาร ผู้วิจัยเห็นว่าองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่สร้าง “การครอบงำทางความคิดเรื่องบุญ” 3 องค์ประกอบ คือ 1) ผู้ร่วมเหตุการณ์ 2) เครื่องมือ และ 3) บรรทัดฐานของปฏิสัมพันธ์และการตีความ

ผู้ร่วมเหตุการณ์ เป็นองค์ประกอบสำคัญโดยเฉพาะผู้ส่งสารนั้นเป็นบุคคลสำคัญที่ผู้รับสารศรัทธาและพร้อมที่จะเชื่อและยอมรับวาทกรรมอย่างไม่มีเงื่อนไข

เครื่องมือ เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญ เพราะสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีเครื่องมือและช่องทางการเผยแพร่วาทกรรมที่หลากหลาย นอกจากนี้เครื่องมือด้านภาษาในตัวบทยังมีความสำคัญมากเพราะผู้ผลิตตัวบทนำเสนอให้เห็นว่าผู้ผลิตวาทกรรมอยู่ในสถานะที่สูงกว่าและควรให้ความเคารพศรัทธา

บรรทัดฐานของปฏิสัมพันธ์และการตีความ เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างยิ่ง เพราะบรรทัดฐานที่ผู้รับสารทุกกลุ่มมีส่วนร่วมกัน ทำให้ผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายทุกกลุ่มเป้าหมายตระหนักในความสำคัญของ “บุญ” อันนำไปสู่การกำหนดพฤติกรรมกรรมการทำบุญของผู้บริโภควาทกรรมที่ผูกขาดเฉพาะวัดพระธรรมกายเท่านั้น

ในด้านปริบท ตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายถูกผลิตขึ้นในสังคมที่นับถือพุทธศาสนาเป็นศาสนาหลัก และผลิตขึ้นในช่วงเวลาที่พุทธศาสนิกชนมีเวลาเข้าวัดน้อยลงเนื่องจากภาระทางหน้าที่การงาน ตลอดจนความยากลำบากในการดำเนินชีวิตที่มีอุปสรรคอยู่ตลอดเวลา จึงเป็น

การสื่อสารที่ผู้บริโภควาทกรรมยอมรับในอำนาจของ “บุญ” และมีแนวโน้มที่จะคล้อยตามวาทกรรมนั้น ๆ ได้ ตัวบทจึงสามารถถ่ายทอดชุดความคิดอันอาจมีอิทธิพลต่อความเชื่อและพฤติกรรมของผู้รับวาทกรรม

หลังจากที่ได้วิเคราะห์องค์ประกอบของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายแล้ว ผู้วิจัยจะนำผลการวิเคราะห์ดังกล่าวมาสรุปให้เห็น **วิถีปฏิบัติทางวาทกรรม** ของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย โดยจำแนกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) การผลิตและกระจายตัวบท และ 2) การรับและตีความตัวบท ดังนี้

**การผลิตและกระจายตัวบท** พบว่าสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมี พระสงฆ์ทำหน้าที่เป็นผู้เขียน ผู้อำนวยการผลิต ที่ปรึกษา บรรณาธิการบริหารหรือบรรณาธิการ อีกส่วนหนึ่งมีฆราวาสเป็นผู้เขียน และรับผิดชอบกระบวนการผลิตอีกด้วย แต่ทั้งนี้สื่อจะถูกผลิตขึ้นในนาม “วัดพระธรรมกาย” วัดพระธรรมกายเป็นสถาบันทางศาสนาที่สามารถเผยแพร่สื่อหลายประเภท ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ จำแนกเป็น วารสาร หนังสือ สิ่งพิมพ์ปกิณกะ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ รายการโทรทัศน์ช่อง DMC เมื่อเผยแพร่ด้วยวิธีการเดียวกับสื่อมวลชน ทำให้ผู้รับสารเข้าถึงวาทกรรมได้ง่ายขึ้นและมากขึ้น จึงสามารถส่งผลกระทบต่อสังคมได้ในวงกว้าง

ที่ผ่านมาพระสงฆ์มีสถานะสูงและได้รับการเคารพยกย่องในสังคมเป็นผู้ถ่ายทอดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ดังนั้นคำสอนจึงมีสถานะเสมือนคำกล่าวศักดิ์สิทธิ์ มีรูปแบบเป็นคำเทศน์ที่ลึกซึ้งหรืออาจมีการเปรียบเทียบความหรือยกข้อความจากพระไตรปิฎกทำให้ผู้รับสารเข้าใจได้ยาก ต่อมาเมื่อวัดพระธรรมกายริเริ่มการผลิตวาทกรรม “บุญ” ผ่านสื่อต่าง ๆ ด้วยรูปแบบสื่อมวลชน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีลักษณะแบบการพูดคุย และมีน้ำเสียงที่เป็นกันเอง ตัวบทมีช่องทางแพร่กระจายไปสู่สังคมอย่างกว้างขวาง รวมทั้งอุดมการณ์ที่ถ่ายทอดผ่านวาทกรรมไม่เฉพาะสังคมไทยแต่รวมถึงสังคมโลกด้วย

**การรับและการตีความตัวบท** พบว่าตัวบทสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเป็นที่ต้องการในกลุ่มผู้ศรัทธาอยู่เสมอ จุดมุ่งหมายหลักของการบริโภคตัวบท คือ 1) เพื่อให้ทราบข่าวกิจกรรมที่วัดพระธรรมกายจะจัดขึ้น 2) เพื่อระลึกถึงการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่ได้จัดไปแล้ว 3) เพื่อเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับธรรมะและพุทธศาสนา 4) เพื่อจรรโลงใจ ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มผู้นำบุญและเยาวชนจะยอมรับอำนาจของผู้ผลิตสื่อที่สามารถกำหนดพฤติกรรมของตนเพื่อที่จะเป็นสมาชิกกลุ่ม แล้วทำตามเงื่อนไขการจัดกิจกรรมของวัดพระธรรมกาย เช่น การแต่งกายด้วยชุดขาวแบบเดียวกัน การเดินทาง

มาร่วมพิธีกรรมในวัน เวลาที่กำหนด การมีสิทธิ์ร่วมบุญ การมีสิทธิ์อยู่ในบริเวณพื้นที่ใดได้บ้าง หรือ แม้กระทั่งรูปแบบการฝึกสมาธิตามแนวทางวิชาธรรมกาย เป็นต้น

การยอมรับเงื่อนไขในเบื้องต้นนี้ทำให้ผู้รับสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายต้องยอมรับการ กำหนดพฤติกรรมตามวิถีทางวัดพระธรรมกายไปโดยปริยาย และมีแนวโน้มที่จะยอมรับสิ่งที่เรียกว่า วัฒนธรรมวัดพระธรรมกายในลำดับต่อไปได้ง่ายขึ้น ส่วนกลุ่มประชาชนทั่วไปมีทั้งกลุ่มผู้ศรัทธาใน ลักษณะผู้แสวงบุญถาวร และประชาชนที่เดินทางมาวัดพระธรรมกายหรือรับสารแบบเป็นครั้งคราว กลุ่มแรก ประชาชนทั่วไปกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะยอมรับอำนาจของวาทกรรมโดยยินยอมพร้อมใจ ส่วน กลุ่มที่สอง ประชาชนทั่วไปกลุ่มนี้อาจถูกชักจูงให้มาวัดจากคนรู้จัก หรือผ่านทางโครงการการอบรม ธรรมะรายครั้ง เป็นต้น ประชาชนกลุ่มนี้อาจมีได้ยินยอมพร้อมใจยอมรับอำนาจของวาทกรรม บางคน อาจเพิกเฉยต่อตัวบท แต่ก็อาจมีบางส่วนที่เริ่มซึมซับและยอมรับวาทกรรม จนอาจกลายเป็นสมาชิก ถาวรได้

ส่วนการตีความตัวบท จะเห็นว่าตัวบทสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนั้นจัดไว้ในกลุ่มสื่อ ทางพระพุทธศาสนา สมาชิกผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจึงมองว่าเป็นเรื่องศักดิ์สิทธิ์ และเป็นสัจธรรมของชีวิต ประกอบกับสถาบันศาสนาเป็นสถาบันหลักสถาบันหนึ่งของสังคมไทย จึง ทำให้ตัวบทมีความน่าเชื่อถือและมีโอกาสเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย

เมื่อพิจารณาการตีความตัวบทตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ กลุ่มประชาชนทั่วไป บริโภค ตัวบทเพื่อติดตามกิจกรรมของวัดพระธรรมกาย เพื่อจะได้เดินทางมาแสวง “บุญ” ตามแนวทางของ วัดพระธรรมกายได้ตามความต้องการ ส่วนกลุ่มผู้นำบุญ บริโภคตัวบทเพื่อสร้างแรงจูงใจในการเอา แรงงานมาแลกบุญ และกลุ่มเด็กและเยาวชน บริโภคตัวบทเพื่อรับการปลูกฝังเรื่อง “บุญ” ตาม แนวทางของวัดพระธรรมกาย

ในบทถัดไปผู้วิจัยจะวิเคราะห์ชุดความคิดเรื่อง บุญ” ที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาใน วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย เพื่อชี้ให้เห็นว่าวัดพระธรรมกายเลือกใช้กลวิธีทางภาษาอย่างไร ในการประกอบสร้างชุดความคิดอันนำไปสู่การกำหนดพฤติกรรมการทำบุญของผู้ศรัทธา วัดพระธรรมกาย



## บทที่ 6

### ชุดความคิดเรื่อง “บุญ” ที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัด พระธรรมกาย

ในบทนี้จะกล่าวถึงผลการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับชุดความคิดในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย โดยจำแนกข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ชุดความคิดสำคัญที่พบในกลุ่มประชาชนทั่วไป 2) ชุดความคิดสำคัญที่พบในกลุ่มผู้นำบุญ และ 3) ชุดความคิดสำคัญที่พบในกลุ่มเด็กและเยาวชน ผู้วิจัยจะกล่าวถึงชุดความคิดที่สัมพันธ์กับกลวิธีทางภาษาในตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย โดยแยกนำเสนอทีละชุดความคิด จากนั้นจึงสรุปกลวิธีทางภาษาที่พบ และสรุปให้เห็นภาพรวมของชุดความคิดที่ปรากฏร่วมกันของกลุ่มข้อมูลทั้งหมด ผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

#### 6.1 ชุดความคิดสำคัญที่พบในกลุ่มประชาชนทั่วไป

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปพบว่า มีชุดความคิดสำคัญ 3 ชุดความคิด ได้แก่ 1) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย 2) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกาย และ 3) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกาย ชุดความคิดสำคัญแต่ละชุดความคิดมีชุดความคิดหลักดังต่อไปนี้

1) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย มีชุดความคิดหลักได้แก่ ชุดความคิดบุญของวัดพระธรรมกายเป็นสิ่งพิเศษ

2) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกาย มีชุดความคิดหลักได้แก่ ชุดความคิดวิธีการทำบุญที่ถูกต้องหลักวิชาคือการทำทาน

3) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกาย มีชุดความคิดหลักได้แก่ ชุดความคิดอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์ ชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย และการทำบุญทำให้ได้รับความสุขทุกชาติภพ

### 6.1.1 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มประชาชนทั่วไป

ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกายที่ปรากฏในสื่อสำหรับประชาชนทั่วไป ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยมุ่งวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่สื่อความคิดในเชิงว่า บุญมีสถานะเป็นจำนวนหรือสามารถใช้แลกเปลี่ยน สะสม ตลอดจนสามารถประเมินคุณค่าได้

#### 6.1.1.1 ชุดความคิดบุญของวัดพระธรรมกายเป็นสิ่งพิเศษ

จากการศึกษาพบกลวิธีทางภาษาที่สื่อชุดความคิดบุญของวัดพระธรรมกายเป็นสิ่งพิเศษ 3 กลวิธี ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์ การใช้สหพจน์กรรมโฆษณา และการอ้างเรื่องเศรษฐกิจจากพระไตรปิฎก ดังนี้

##### 6.1.1.1.1 การเลือกใช้คำศัพท์

จากการศึกษาพบกลวิธีเลือกใช้คำศัพท์ที่สะท้อนชุดความคิด บุญของวัดพระธรรมกายเป็นสิ่งพิเศษ ใน 3 กลุ่มความหมาย คือ กลุ่มความหมายแสดงการประเมินค่า กลุ่มความหมายแสดงเวลา กลุ่มความหมายแสดงความพิเศษ และการประกอบศัพท์คำว่า “บุญ” ดังตารางต่อไปนี้

จฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 3 ตัวอย่างคำศัพท์ที่สื่อชุดความคิดบุญคือสิ่งพิเศษ

คำศัพท์ที่ปรากฏร่วม	
แสดงการประเมินค่า	สุดคุ้ม คุ่มค่า มาก ถึงขนาด ปล่อยให้โอกาส หลุดลอย ล้าค่า
แสดงเวลา	เร็ว
แสดงความพิเศษ	ไม่ธรรมดา พิเศษ แบบพิเศษ แร่ง ยาก
การประกอบศัพท์คำว่า “บุญ”	ตักดวงบุญ เอาบุญ สร้างบุญ รับบุญ เต็มบุญ

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่ามีการใช้คำศัพท์แสดงให้เห็นลักษณะของ “บุญ” ที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายว่ามีคุณค่า ส่งผลเร็วและพิเศษ สามารถสะท้อนความคิดเรื่องคุณค่าของบุญได้อย่างชัดเจน เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (31) บุญขนาดไหน อานิสงส์ครั้งนี้ไม่ธรรมดา เป็นโอกาสที่หาได้ยาก เพราะการหล่อรूपเหมือนด้วยทองคำเป็นต้นอย่างนี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ยาก เสร็จครั้งนี้แล้วจะมีเมื่อไรอีกก็ไม่รู้ ทั้งชาตินี้เราอาจจะได้หล่อครั้งนี้อีกครั้งเดียวก็ได้ เพราะฉะนั้นมีโอกาสแล้วก็ตั้งใจเอาบุญกับท่านให้เต็มที่

(ทองคำ : เอกสารออนไลน์, 73)

ตัวอย่างนี้มีการใช้คำว่า ไม่ธรรมดา และยาก แสดงให้เห็นอำนาจของบุญของวัดพระธรรมกายที่มีค่ามากกว่าบุญธรรมดา อีกทั้งยังปรากฏคำว่า ตั้งใจ เอาบุญ ให้เต็มที่นั้น สื่อความคิดให้ผู้บริโภควาทกรรมต้องรีบชวนขยายทำบุญกับวัดพระธรรมกายอย่างทุ่มเท

ตัวอย่างที่ (32) คุยอย่างไรว่า เราทำบุญไปมากพอหรือยัง ?

ตอบ ถ้าบุญเรามากจนเต็มเปี่ยมแล้ว เราก็ไม่มานั่งอ่านหนังสือเล่มนี้อยู่ตรงนี้หรอก เราคงบรรลุมรรคผลนิพพานไปแล้ว และที่สำคัญ ถ้าบุญเรามากพอ...ป่านนี้เราต้องสมหวังในทุกอย่างไปแล้ว

ต้องทำบุญขนาดไหน ?

ต้องทำถึงขนาดที่ใจเราปลื้มสุด ๆ หากทำแล้วยังไม่ปลื้ม ก็ต้องทำอีกจนกระทั่งรู้สึกปลื้มให้ได้ เพราะบุญที่ทำแล้วเกิดความสุขปลื้มสุด ๆ จะส่งผลได้เร็วกว่า แร่งกว่าบุญที่ทำแล้วรู้สึกเฉย ๆ หรือทำไปเพราะความเกรงใจ

(อยากได้ในสิ่งที่ไม่เคยได้ อยากทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ : เอกสารออนไลน์, 45)

ตัวอย่างนี้จะเห็นว่าปรากฏคำว่า มาก และ ถึงขนาด แสดงให้เห็นปริมาณของบุญของ วัดพระธรรมกายเป็นสิ่งมีค่า ยิ่งสะสมมากก็ยิ่งส่งผลได้ เร็ว และ แรง กว่าบุญทั่วไป นอกจากนี้ใน บริบทข้อความยังสื่อความคิดว่าถ้าทำบุญมากจะได้บรรลุนิพพานนั้น แท้จริงแล้วเป็นความคิดที่ บิดเบือนไปจากแก่นของพุทธศาสนาเถรวาท เนื่องจากการเข้าถึงนิพพานนั้นต้องใช้การฝึกจิตเพื่อดับ อารสวะกิเลสทั้งปวง

ตัวอย่างที่ (33) และเมื่อตัวเขาคิดได้เช่นนี้ตัวเขาจึงได้เอาสินค้าพวกถ้วยโถ โอชามของตัวเขาที่เป็นภาชนะใส่อาหาร มาแปร เปลี่ยนเป็นภาชนะที่ใช้ตักดวงบุญ ด้วยการชักชวน ชาวเมืองให้มาทำบุญร่วมกับตัวเขา

(Where is Steve Jobs: เอกสารออนไลน์, 32)

ตัวอย่างนี้ใช้คำว่า ตักดวง แสดงให้เห็นปริมาณของบุญว่าเป็นสิ่งมีค่า ยิ่งตักดวงไว้มากก็ ยิ่งสะสมบุญได้มาก ดังนั้นจึงสื่อความคิดว่าหากผู้บริโภควาทกรรมต้องการมีบุญมากก็ยิ่งต้องริบ ขวนขวายทำบุญกับวัดพระธรรมกายให้มากตามไปด้วย

ตัวอย่างที่ (34) บุญนี้..ยิ่งใหญ่และมากจริงหรือ มากสิ..มากที่สุดด้วย เพราะหากไม่มาก หลวงพ่อท่านไม่ลง มือปั้นด้วยตัวท่านเองหรอก ทั้งที่สุขภาพท่านก็ไม่ดี อีกทั้ง ขณะที่ท่านมาปั้น แม่ป่วย ๆ อยู่ ท่านก็ปีติท่วมท้นจนล้ม อากาศป่วยไปเลย ท่านนั่ง ๆ อยู่ในบุญตลอดเวลา ซึ่งท่าน มักจะรำพึงว่า เดียวเราจะหล่อหลวงปู่องค์ใหม่ จะสนุกกัน ใหญ่แล้ว..เราจะได้บุญใหญ่กัน.. บางวันท่านก็รำพึงว่า..ใจ จริงอยากหล่อหลวงปู่ด้วยเพชร แต่วิธีการหล่อด้วยเพชรใน ปัจจุบันยังทำไม่ได้ เอาทองคำไปก่อนแล้วกัน.. หรือบางที ท่านก็จะพูดว่า เรายังไม่ไปรู้ไปเห็นว่าหลวงปู่ท่านเป็นใคร ถ้าใครไปรู้ไปเห็นว่าหลวงปู่เป็นใคร มาจากไหน กำลังทำ

อะไรอยู่ จะทุ่มทั้งชีวิต ถวายให้ท่านทุกอย่าง โดยไม่หวัง  
 อะไรเลย... ท่านปิติไป รำพึงไปอยู่อย่างนี้  
 (อยากได้ในสิ่งที่ไม่เคยได้ อยากทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ : เอกสารออนไลน์, 27)

ตัวอย่างนี้มีการใช้คำว่า มาก และ ใหญ่ แสดงให้เห็นว่าบุญของวัดพระธรรมกายเป็นสิ่ง  
 ที่มีค่ามาก อีกทั้งยังประกอบกับคำว่า ทุ่ม ซึ่งสื่อความคิดให้ผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัด  
 พระธรรมกายต้องทำบุญอย่างทุ่มเท

ตัวอย่างที่ (35) จากการที่หลวงพี่เป็นลูกมือหลวงพ่อ หลวงพี่เห็นถึงความ  
 ตั้งใจและทุ่มเทของหลวงพ่อมาโดยตลอด และซาบซึ้งถึง  
 ความกตัญญูที่หลวงพ่มีต่อหลวงปู่มาก ๆ หลวงพี่คิดว่า  
 หลวงพี่จะเอาบุญนี้ไปให้มากที่สุด โดยเอาบุญจากการเป็น  
 ผู้ช่วยท่าน และก็ทำบุญด้วยกำลังทรัพย์ที่ตัวเองพอจะมีอยู่  
 อย่างเต็มกำลัง เพื่อเป็นการตอบแทนพระคุณหลวงปู่และ  
 หลวงพ่อ และหลวงพี่ก็อยากให้พวกเราทุก ๆ คนเอาบุญนี้  
 ไปมาก ๆ โดยเฉพาะผู้ที่มาทีหลัง ไม่ทันห้ององค์แรก  
 หลวงพ่อท่านอยากให้ลูก ๆ ทุกคนได้รับบุญใหญ่นี้ เพราะ  
 ในอนาคตเมื่อใครมาราบไหวหลวงปู่ แล้วน้อมนำหลวงปู่  
 ไปเป็นนิมิต แล้วเข้าถึงธรรม เราก็จะได้บุญไปอย่างไม่มี  
 ประมาณ...”

(อยากได้ในสิ่งที่ไม่เคยได้ อยากทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ : เอกสารออนไลน์, 32-33)

ตัวอย่างนี้ปรากฏคำว่า เอาบุญ มาก ใหญ่ และไม่มีประมาณ เพื่อสะท้อนความคิดว่าบุญ  
 เป็นสิ่งมีค่า และปรากฏคำว่า เต็มกำลัง เพื่อสื่อความคิดให้ผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัด  
 พระธรรมกายต้องทุ่มเททำบุญอย่างเต็มความสามารถ

ตัวอย่างทั้งหมดข้างต้นจะเห็นว่าคำศัพท์ที่ใช้กล่าวถึงคุณลักษณะของ “บุญ” ใน  
 วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนั้น ผู้ผลิตวาทกรรมน่าจะมิวัตถุประสงค์เพื่อให้เห็นคุณลักษณะ

ของ “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่แตกต่าง “บุญ” ในวาทกรรมกระแสหลักทั่วไป สะท้อนให้เห็นการจูงใจให้เลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายที่จะได้ความคุ้มค่าและพิเศษกว่าการทำบุญทั่วไป จึงสะท้อนให้เห็นชุดความคิดบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายคือสิ่งมีค่าที่เมื่อเลือกแล้วจะได้รับผลอย่างพิเศษและรวดเร็วคุ้มค่างับการเสียปัจจัยเพื่อแลกบุญ

#### 6.1.1.1.2 การใช้สหาวาทกรรมโฆษณา

วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปมีการใช้วาทกรรมโฆษณา โดยในส่วนสหาวาทกรรมนั้นมีการใช้รูปแบบหรือลีลาในลักษณะโครงสร้างปริเฉททางธุรกิจหรือการโฆษณา ซึ่งส่งผลให้เกิดความแปลกใหม่และสามารถชักจูงใจผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

โฆษณายเป็นวาทกรรมสาธารณะประเภทหนึ่งซึ่งนอกจากจะมีหน้าที่ในการนำเสนอสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภคแล้ว ยังสามารถตอกย้ำและผลิตซ้ำความคิดความเชื่อบางประการให้แก่ผู้บริโภค โดยผู้ผลิตโฆษณาใช้ภาษาเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างหรือกำหนดความคิดความเชื่อต่าง ๆ ให้กลายเป็นที่ยอมรับและส่งผลต่อยอดขายของสินค้าและบริการนั้น ๆ (วุฒินันท์ แก้วจันทร์-เกตุ, 2553: 1) ซึ่งในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปใช้กลวิธีการนำเสนอที่มาจากโฆษณานำมาปรับใช้ในตวับวาทกรรม เพื่อทำหน้าที่กำหนดความคิดความเชื่อต่าง ๆ ให้ผู้บริโภควาทกรรมยอมรับ ซึ่งอาจส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการแสดงความศรัทธาด้วยการทำบุญ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

การใช้สหาวาทกรรมในวารสาร “อยู่ในบุญ” มีการนำข้อความจากโฆษณาจริงมาดัดแปลงในกิจกรรมการทำบุญ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ตัวอย่างที่ (36) “หล่อหลวงปู่องค์ที่ 7 เลข 7 ฐานที่ 7 นับว่าสุดยอดของฐานแล้ว ไม่มีฐานไหนเท่าฐานนี้ เสด็จไปนิพพานทีเดียว ฐานแห่งการปราบมาร ฐานแห่งการดั่งดุศัตว์ภัยและความสุขความสำเร็จในชีวิตพญามารกันนักกันหนา กลัวคนเข้าถึงฐานนี้ แต่กันหลวงปู่ไม่อยู่ แปลว่าธรรมดามีไหม? หล่อเป็นองค์ท่านเร็วแรง ทำบุญกับพระผู้ปราบมารไม่ต้องคิดมาก คิตรวยอย่างเดียว ล้างมือเตรียมรับทรัพย์ได้เลย จับอะไรเป็นเงินเป็นทอง”

(อยู่ในบุญ ฉบับเดือนมิถุนายน 2556: เอกสารออนไลน์, 83)

ตัวอย่างนี้เป็นการเชิญชวนทำบุญด้วยการหล่อรูปเหมือนหลวงปู่สด จนทสโร ด้วยทองคำแท้ โดยมีข้อความว่า “70 ปี 70 บาท” ซึ่งหากพิจารณาจะเห็นได้ว่ามีลักษณะคล้ายกับ “โฆษณาผลิตภัณฑ์มาม่า” และ “ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มโออิชิ” ดังนี้



เมื่อเปรียบเทียบข้อความระหว่าง “70 ปี 70 บาท” กับ “70 วัน 70 อย่าง” และ “60 วัน 60 ล้าน” จะเห็นได้ว่าเป็นการใช้ลีลาภาษาในแบบเดียวกัน นอกจากนี้หากพิจารณาจากข้อความที่ขีดเส้นใต้ในตัวอย่าง จะเห็นได้ว่าแสดงใจความเกี่ยวกับการไม่ต้องคิดอะไร จะรวยอย่างไม่มีสาเหตุ ซึ่งมีลักษณะเดียวกับใจความที่โฆษณา “ผลิตภัณฑ์โออิชิ” พยายามสื่อให้เห็นในคำว่า “รวยเปรี้ยง” คือ รวยทันตาอย่างไม่รู้เนื้อรู้ตัว ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบแล้วแม้ว่าจะไม่มีข้อความที่ตรงกัน แต่กลับมีใจความเดียวกันอย่างชัดเจน บริบทของโฆษณานี้ปรากฏในช่วงปี พ.ศ. 2556 ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกับกิจกรรมงานบุญของวัดพระธรรมกาย

นอกจากการใช้สวาทกรรมจากโฆษณาจริงแล้ว วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ยังใช้กลวิธีใช้ลีลาภาษาแบบการโฆษณา เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (37) ได้มาหล่อหลวงปู่ทองคำองค์ที่ 6 ยอดขายของร้านก็พุ่งสูงขึ้นเป็นเท่าตัวอย่างสม่ำเสมอ โดยไม่ต้องพึ่งการประชาสัมพันธ์อะไรเลย คือ ขอให้เรามีบุญเถอะ เงินมันก็ไหลมาเอง จนร้านอาหารไทยในละแวกนั้น ที่มาเปิดก่อนเราถึงกับพูดว่า ไม่น่าเชื่อว่าร้านเราจะโตเร็วมาก ทั้ง ๆ ที่เศรษฐกิจของอเมริกาช่วงนี้ก็ไม่สู้ดี ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เรามีเงินใช้หนี้ มีเงินทำบุญ มีเงินจ้างคนมาช่วยงานเราเพิ่ม จนเรามีเวลามาสร้างบารมีมากกว่าเดิมเยอะมาก  
สุดท้ายนี้..ก็อยากจะฝากไว้ว่า บุญจากการหล่อหลวงปู่ด้วยทองคำ เป็นบุญที่มีอานิสงส์แรงมาก ซึ่งถ้าใครทำด้วยจิตที่บริสุทธิ์ ทำอย่างสุดกำลัง และปลื้มหลังจากที่ทำแล้วอย่างสุด ๆ โดยไม่คิดเสียดายหรือกังวลเลย บุญจะตามส่งผลเร็วมาก เพราะได้เจอกับตัวเองมาแล้ว ดังนั้นโอกาสทองมาถึงเราแล้ว ที่จะได้หล่อหลวงปู่ทองคำองค์ที่ 7 ก็อยากให้ทุกคนมาเอาบุญนี้กันอย่างเต็มที่เต็มกำลังกันนะคะ...”

(อยากได้ในสิ่งที่ไม่เคยได้ อยากทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ : เอกสารออนไลน์, 18-19)



ตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่ามีการใช้ลีลาภาษาแบบการโฆษณา เริ่มจาก 1) กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ คือ (หลวงปู่ทองคำองค์ที่ 6) 2) กล่าวถึงผลลัพธ์ในทางที่ดี คือ (มีบุญก็มีเงิน) และ 3) ตอกย้ำถึงผลิตภัณฑ์ คือ (เชิญมาหล่อพระทองคำอีก)

การใช้สวาทกรรมในลักษณะของปริศนาคำโฆษณาคือ เป็นกลวิธีที่สามารถครอบงำให้ผู้รับวาทกรรมต้องการทำบุญกับวัดพระธรรมกายเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับการใช้โฆษณาเพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าหรือกระตุ้นกำลังซื้อในการประกอบธุรกิจ

#### 6.1.1.1.3 การอ้างเรื่องเศรษฐกิจจากพระไตรปิฎก

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปพบว่า มีการใช้กลวิธีอ้างเรื่องเศรษฐกิจจากพระไตรปิฎก เพื่อชี้ให้เห็นวิธีการทำบุญที่เป็นรูปธรรม กลวิธีนี้สามารถทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าการทำบุญกับวัดพระธรรมกายเป็นการทำบุญที่ถูกต้อง และด้วยความถูกต้องนี้ส่งผลให้ได้รับผลดีที่ยิ่งใหญ่ เช่น ความร่ำรวยระดับเศรษฐี ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (38) การศึกษาเรื่องราวของเศรษฐีตัวจริงในพระไตรปิฎก เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยให้เราได้เรียนรู้วิธีการเป็นเศรษฐี เพื่อนำมาใช้ออกแบบชีวิตให้สมบูรณ์พร้อมด้วยทรัพย์สมบัติ และเมื่อสมบูรณ์พร้อมด้วยทรัพย์แล้ว เราจะได้ใช้ทรัพย์นั้นในการสร้างความดีได้อย่างสะดวกสบาย เช่น เกื้อกูลหมู่ญาติและเพื่อนมนุษย์ รวมทั้งสร้างประโยชน์แก่ตนเองด้วยการบำเพ็ญบุญกุศล แปรเปลี่ยนทรัพย์นั้นให้เป็นอริยทรัพย์ เก็บไว้เป็นเสบียงบุญเลี้ยงตนเองไปทุกภพทุกชาติจนกว่าจะเข้าถึงพระนิพพาน

(ทองคำ: เอกสารออนไลน์, 39)

จากตัวอย่างจะเห็นว่ามีการใช้คำว่า เพื่อ ในการทำให้เข้าใจว่าการทำบุญเป็นการออกแบบชีวิตให้ร่ำรวย และการสะสมความร่ำรวยได้ก็ด้วยวิธีการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย

นั่นเอง ทำให้บุญมีสถานะเหมือนสิ่งมีค่า ถ้าทำบุญจากวัดพระธรรมกายก็เปรียบเสมือนการได้ “ของแท้” ที่มีคุณภาพดี ซึ่งอาจตีความได้ว่าการทำบุญแบบอื่นนั้นเป็น “ของเลียนแบบ” ไม่มีคุณภาพ จึงทำให้ไม่ได้รับอานิสงส์อย่างเต็มที่ที่ก็อาจเป็นได้

ตัวอย่างที่ (39) การเป็นเศรษฐีนั้นไม่ใช่เรื่องยาก ทุกคนสามารถเป็นได้ด้วยการทำทานหรือการให้ และถ้าใครให้อย่างไร เขาก็จะได้อย่างนั้นเป็นการตอบแทน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากให้ทานอย่างถูกหลักวิชา คือ ถึงพร้อมด้วยวัตถุบริสุทธิ์ เจตนาบริสุทธิ์ และบุคคลบริสุทธิ์ ซึ่งชฎิลเศรษฐีกระทำถูกต้องครบถ้วนทั้ง 3 ประการ ส่งผลให้ท่านได้ครอบครองภูเขาทองคำที่ตกใช้ไม่รู้จักพอร่อง กลับกลายเป็นคนธรรมดาเป็นเศรษฐีระดับ top five คือเป็นเศรษฐีที่รวยอยู่ในระดับ 1 ใน 5 ของเศรษฐีที่รวยที่สุดในครั้งพุทธกาล สำหรับการหล่อรูปเหมือนพระเดชพระคุณหลวงปู่ด้วยทองคำนั้น หากวัดของท่านของเราบริสุทธิ์ เจตนาของเราบริสุทธิ์ เชื่อได้เลยว่า บุญที่เกิดขึ้นก็สามารถส่งผลให้เรามีสมบัติที่ยิ่งใหญ่ได้เช่นกัน

(ทองคำ : เอกสารออนไลน์, 49)

ตัวอย่างข้างต้นสะท้อนความคิดได้ว่า ผลของความร่ำรวยเกิดจากการทำบุญอย่างถูกหลักวิชาด้วยการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย ซึ่งก็คือการบริจาคทองคำหล่อรูปเหมือนพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) ซึ่งผลบุญก็จะช่วยแก้ปัญหาให้ได้ผลลัพธ์ด้วยการเป็นเศรษฐี

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่ากลวิธีทางภาษาที่สะท้อนชุดความคิดบุญคือสินค้าดังกล่าวนี้ ชุดความคิดนี้เป็นชุดความคิดสำคัญที่เผยให้เห็นความไม่เท่าเทียมระหว่างคำว่า “บุญ” ในกระแสหลักทางสังคมที่ดูเหมือนว่าจะด้อยค่ากว่า “บุญ” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย เพราะบุญของวัดพระธรรมกายเป็นเหมือนวัดที่มีค่าที่มีคุณภาพดีเยี่ยม จึงสามารถส่งอานิสงส์ต่อผู้เลือกบริโภคได้มากกว่าบุญในสังคมไทยทั่วไป

## 6.1.2 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มประชาชนทั่วไป

ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกายที่ปรากฏในสื่อสำหรับประชาชนทั่วไป ประกอบด้วยชุดความคิดหลักที่สำคัญ คือ ชุดความคิดวิธีการทำบุญที่ถูกต้องหลักวิชา คือการทำทาน ชุดความคิดนี้อาจชี้ให้เห็นว่าการทำบุญตามแนวทางที่ถูกต้องของวัดพระธรรมกายก็คือการบริจาคทานเท่านั้น ดังนี้

### 6.1.2.1 ชุดความคิดวิธีการทำบุญที่ถูกต้องหลักวิชาคือการทำทาน

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป พบกลวิธีทางภาษาที่สะท้อนชุดความคิดวิธีการทำบุญที่ถูกต้องหลักวิชาคือการทำทาน 4 กลวิธี ได้แก่ การใช้อุปลักษณ์ การใช้เรื่องเล่าในพุทธศาสนา การใช้ตำนานท้องถิ่น และการอ้างพุทธพจน์หรือโอวาท ซึ่งน่าสนใจว่าชุดความคิดบุญเป็นผลจากการทำทานจะกระจายแทรกอยู่ในตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายแทบทุกประเภท เนื่องจากการสอนวิธีการทำบุญหลักของวัดพระธรรมกาย คือ การสอนให้ประชาชนเห็นความสำคัญของการทำทาน ดังนี้

#### 6.1.2.1.1 การใช้อุปลักษณ์

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปพบว่ามีการใช้อุปลักษณ์ที่น่าสนใจ คือ การทำทาน คือ การแข่งขัน ซึ่งมีการใช้คำศัพท์ในวงความหมายที่แสดงให้เห็นการแข่งขันอย่างชัดเจน เช่น *แชมป์ใหม่แชมป์เก่า เอาชนะ เป็นต้น* การใช้อุปลักษณ์การทำทาน คือ การแข่งขันนี้ สัมพันธ์กับอุดมการณ์เรื่อง “บุญ” เนื่องจากผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีบรรทัดฐานร่วมกันว่า “การทำทานทำให้ได้บุญ และหากต้องการบุญมากขึ้นก็ให้ทำทานให้มากด้วย” ดังนี้กลวิธีทางภาษาดังกล่าวนี้จึงสามารถชี้ให้เห็นได้ว่า การทำทานแท้จริงแล้วก็คือการแข่งขันกับความตระหนี่ในใจของตนเอง เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

**[การทำทาน คือ การแข่งขัน]**

ตัวอย่างที่ (40) สวัสดิ์ศรีป!นร.อนุบาลฝันในฝันวิทยาทั่วโลก ในที่สุด มหากฐินธรรมชัย กาลทานครั้งสำคัญของพวกเราก็มารั้ง เป็นการร่วมใจ ร่วมแรง ร่วมปัจจัย เพื่อขยายงาน พระพุทธศาสนาวิชาธรรมกายอีกต่อไป แน่นอนบน เส้นทางสีแดงที่ต้อนรับการก้าวย่างของมหาเศรษฐีคู่บุญ ตั้ง ชาวสวรรค์อัญเชิญผ้าไตร ในขบวนอัญเชิญอันยิ่งใหญ่ นี้ ย่อมมีทั้งแชมป์เก่าที่สามารถเอาชนะความตระหนี่ได้อีก 1 สมัย และมีแชมป์ใหม่อีกจำนวนมากที่สามารถพิชิตชัยได้ ในสมัยนี้ หลังจากเกาะสนามเขียร์มาหลายสมัย นี่คือ ชัยชนะของพระพุทธศาสนาและวิชาธรรมกาย เพราะยังมี มหาเศรษฐีคู่บุญค้ำจุนพระพุทธศาสนามากเท่าไร งานของ พระศาสนาก็ยิ่งขยายมากเท่านั้น ยิ่งเป็นภารกิจของพันธุ รือวิภูษะยิ่งต้องใช้งบประมาณมหาศาล ดังนั้นใครมิได้แชมป์ใน สมัยนี้ ..อย่ายอมแพ้..จงมุ่งมั่นต่อไป ..ขอเพียงแต่ในทุก สมัยต้องเต็มที่ได้กำลัง ยิ่งความปลื้มให้ได้ตลอดเวลา สมัย หน้าต้องเป็นของเรา ชิดัง เม!

ขณะที่ พวกเรากำลังทำหน้าที บอ ก บุ ญ กฐิน ธรรมชัยให้เข้าเป้า.. เราก็ได้รับทราบบุญสถาปนาพุทธ อุทยานนานาชาติ อ.โพธิพิสัย จ.หนองคาย โดย คุณครูไม่ใหญ่ได้มอบ ดวงแก้วรัตนะ 7 (7 ดวง) เป็นดวง แก้วอัสจรรย์ที่พวกเราได้ร่วมกันปิดแผ่นทอง แล้วนำไป ประดิษฐาน ณ พุทธอุทยานนานาชาติ ในวันมหาปวารณา 30 ตุลาคม 2555

(รายการอนุบาลฝันในฝันวิทยา : เอกสารออนไลน์)

ตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีการใช้ถ้อยคำเพื่อเปรียบเทียบการทำทานกับการแข่งขัน กล่าวคือ ในปริบทการทำบุญของวัดพระธรรมกายนั้นก็คือการบริจาคทาน การบริจาคทานเหมือนกับการแข่งขันกับความตระหนี่ในใจ แต่ในขณะเดียวกันผู้บริจาคทานก็มีการแข่งขันระหว่างกันด้วย ผู้บริจาคมากที่สุดในงานบุญครั้งก่อน คือ แชมป์เก่า ส่วนผู้บริจาคมากที่สุดในงานบุญครั้งปัจจุบัน คือ แชมป์ใหม่ ประชาชนทั่วไป คือ กองเชียร์ ส่วนผู้ร่วมทำบุญ คือ ผู้เข้าแข่งขัน แชมป์ทุกรุ่น คือ ผู้พิชิต ชัยชนะ ดังนั้นจากอุปมาอุปไมยดังกล่าวสามารถต่อยอดความคิดให้ผู้บริโภคความตระหนี่เข้าใจว่าการทำทานทุกครั้งต้องพยายามทำให้มากและชนะผู้อื่น ซึ่งแท้จริงแล้วการปลูกฝังมโนทัศน์ดังกล่าวเป็นการครอบงำทางความคิดและเบี่ยงเบนไปจากจุดประสงค์หลักในการทำบุญเพื่อตัดความตระหนี่ไม่ใช่การทำบุญเพื่อหวังชัยชนะหรือได้รับการยกย่องจากสังคม

#### 6.1.2.1.2 การใช้เรื่องเล่าในพุทธศาสนา

จากการศึกษาพุทธกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปพบว่ามีการใช้เรื่องเล่าในพุทธศาสนาเรื่องเกี่ยวกับพระโพธิสัตว์และเศรษฐีในสมัยพุทธกาล เพื่อสร้างต้นแบบการทำบุญด้วยการบริจาคทานอย่างทุ่มเทสุดกำลัง เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (41) สมัยหนึ่งพระโพธิสัตว์ได้บังเกิดเป็นโอรสพระเจ้ากรุงพาราณสี ครั้นทรงเติบโตใหญ่ก็ได้สืบต่อราชสมบัติ มีพระนามว่า “พระเจ้าเอกราช” ทรงเป็นพระราชาผู้ประพฤติดุจธรรม ทรงรักษาอุโบสถศีลและทรงหมั่นสงเคราะห์อาณาประชาราษฎร์ โดยโปรดให้สร้างโรงทานไว้ 6 แห่ง ทรงบริจาคทรัพย์เพื่อใช้ในโรงทานถึงวันละ 600.000 กหาปณะ ทรงเป็นพระราชาที่เปี่ยมด้วยพระเมตตา

(อยู่ในบุญ ฉบับเดือนพฤศจิกายน 2555 : เอกสารออนไลน์, 4)

จากตัวอย่างเป็นการนำเรื่องราวเกี่ยวกับพระโพธิสัตว์ที่ปรากฏในอรรถกถา นำมาประกอบสร้างในตวัพบทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย เนื้อหากล่าวถึงการบริจาคทรัพย์เพื่อ

สร้างโรงงาน ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าการใช้เรื่องเล่าในพุทธศาสนาประกอบสร้างตัวบทนั้น ผู้ผลิตวาทกรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ให้เห็นต้นแบบการทำบุญด้วยวิธีการบริจาคทรัพย์อย่างทุ่มเท

ตัวอย่างที่ (42) ท่านเศรษฐีสำรวมจิตมั่น ก้าวลงไปในหลุมถ่านเพลิงด้วยความกล้าหาญ โดยไม่หวาดหวั่นต่อมรณภัย มีใจผ่องใส ตั้งมั่นอยู่ในบุญ และด้วยอำนาจแห่งความเชื่อมั่นในบุญ ดอกบัวใหญ่ก็ผุดขึ้นมารองรับเท้าทุกอย่างก้าวของเศรษฐี อีกทั้งมีเกสรดอกบัวหอมฟุ้งกระจาย โปรงปรายลงใส่ร่างกายของท่านเสมือนหนึ่งพรางพรหมด้วยละอองทองคำ เปลวเพลิงอันร้อนแรงนั้น ไม่อาจเผาไหม้กายของท่านเศรษฐี แม้เพียงปลายเส้นขนก็ไม่ระคายเคืองแต่อย่างใด ท่านเศรษฐีก้าวเดินไปบนดอกบัวยืนถวายภัตตาหารอันมีรสเลิศลงในบาตรของพระปัจเจกพุทธเจ้า พระปัจเจกพุทธเจ้ารับภัตตาหารแล้วได้กระทำอนุโมทนา และประสงค์จะประกาศการสร้างความดีของท่านเศรษฐี จึงลอยบาตรขึ้นไปในอากาศ เมื่อมหาชนทั้งหลายออกมาดู ท่านก็เหาะขึ้นสู่วะหมุ่งไปป่าหิมพานต์เหมือนเดินย่ำไปบนกลีบเมฆฉะนั้น เมื่อฝ่ายมารพ่ายแพ้ต่อความดี ก็รู้สึกเสียใจที่ขัดขวางไม่สำเร็จ จึงอันตรายหายไปในชั่วพริบตา ชาวเมืองพากันมาที่บ้านของท่านเศรษฐี ต่างแซ่ซ้องสาธุการในวีรกรรมอันยิ่งใหญ่ที่กล้าเอาชีวิตเข้าแลกเพื่อจะได้ถวายทานพระปัจเจกพุทธเจ้า ท่านเศรษฐีจึงถือโอกาสชักชวนชาวเมืองให้อาจหาญในการทำความดี หมั่นทำทานและรักษาศีล มหาชนฟังแล้วเกิดความเลื่อมใส ต่างมีใจมุ่งมั่นในการบำเพ็ญบุญยิ่ง ๆ ขึ้นไป ละโลกแล้วก็ไปบังเกิดในสวรรค์

ยอดนักสร้างบารมีทั้งหลาย พระโพธิสัตว์เจ้านั้นไม่เคยท้อแท้ในการให้ทาน เพราะท่านเป็นก้าวแรกที่จำเป็นต้องทำให้

เต็มเปี่ยมเพื่อสนับสนุนให้การสร้างบารมีข้ออื่น  
สะดวกสบายยิ่งขึ้น ทานบารมีเป็นสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้  
 หากไม่ได้สั่งสมทานบารมีก็เหมือนรถที่ไม่มีน้ำมัน ซึ่งไม่  
 อาจจะนำพาชีวิตเราไปสู่จุดหมายปลายทางได้ ดังนั้น ทุก  
 ท่านก็ต้องทุ่มเทสร้างมหาทานบารมีให้เต็มที่ อย่าให้ความ  
 ตระหนี่มาครอบงำจิตใจ จะต้องฆ่าความตระหนี่ให้ได้ เรา  
 ต้องเดินตามรอยมหาปูชนียาจารย์ผู้มีมโนปณิธานอัน  
 ยิ่งใหญ่ที่จะรื้อสัตว์ชนสัตว์ไปสู่ฝั่งนิพพานให้หมด ใจของ  
 ท่านยิ่งใหญ่ขนาดนั้นทีเดียว นั่นแสดงว่าบุญบารมีในตัว  
 ท่านต้องมีมากเป็นพิเศษ เพราะท่านมองเห็นว่า ทุกสิ่ง  
 เป็นไปได้ถ้าทุ่มเทชีวิตจิตใจกันจริง ๆ และทำกันไปเป็นทีม  
 จึงไม่แปลกใจที่พวกเราจะมีอุปนิสัยรักการสร้างมหาทาน  
 กันเป็นทีมตามเฮียงอย่างท่าน และทำบ่อย ๆ ไม่เคยขาด  
 จนกลายเป็นลมหายใจแห่งการสร้างบารมีจนกว่าจะไปสู่  
 ดุสิตบุรีกันทุกคน...

...ท่าน ท่านกล่าวว่า **เป็นต้นเหตุของความสุข เป็นบันได**  
**ไปสู่นิพพาน ท่านเป็นประจุนาวา** เพราะช่วยพาให้ข้าม  
 ทุกข์... **ชนใดเล่า** เมื่อได้ยินว่าท่านเป็นแดนเกิดสวรรค์  
 สมบัติ แล้วจะไม่ให้ท่านอันนำไปสู่ความสุข เป็นไม่มี  
 ท่านนั้นยอมให้สาวกภูมิปัจเจกพุทธภูมิ ตลอดถึงพุทธภูมิ

(อยู่ในบุญ ฉบับเดือนกุมภาพันธ์ 2555 : เอกสารออนไลน์, 5-6)

จากตัวอย่างจะเห็นว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำเรื่องราวของเศรษฐีกับ  
 ความปรารถนาเป็นพระโพธิสัตว์มาประกอบสร้างด้วยทเพื่อชี้ให้เห็นภาพการทำบุญด้วยการให้ทาน  
 อย่างทุ่มเท นอกจากนี้ตัวบทยังใช้ความเปรียบเกี่ยวกับท่านว่าเป็นดุจพาหนะ ได้แก่ “ท่านเป็นประจุน  
 นาวา” ซึ่งเป็นความเปรียบที่มีอยู่เดิมในพระไตรปิฎกกับ “ทานบารมีก็เหมือนรถ” ซึ่งเป็นความเปรียบ

ที่ผู้ผลิตวาทกรรมประกอบสร้างให้สอดคล้องกับบริบทสังคมปัจจุบัน แต่ยังคงความหมายเดียวกับความเปรียบตามคัมภีร์พุทธศาสนาอีกด้วย

จากตัวอย่างทั้งหมดจะเห็นว่ามีการใช้เรื่องราวเกี่ยวกับพระโพธิสัตว์และเศรษฐีในสมัยพุทธกาลนำมากล่าวใหม่ในดวับวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย โดยดวับที่ดั้งเดิมจะปรากฏอยู่ในพระสุตตันตปิฎกในหมวดเรื่องเล่าเกี่ยวกับชาดก การที่ผู้ผลิตวาทกรรมนำดวับมากกล่าวใหม่นี้ ผู้วิจัยเห็นว่าเพื่อเป็นการโน้มน้าวใจและสร้างต้นแบบอุดมคติเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการทำบุญที่จะต้องทุ่มเทอย่างสุดกำลัง และเป็นการชี้ให้เห็นว่าให้ยึดบุญเป็นเป้าหมายโดยไม่ต้องสนใจสิ่งอื่นใดขอให้ทำแล้วได้บุญเท่านั้น ซึ่งการทำบุญอย่างทุ่มสุดตัวนั้นเป็นรูปแบบการทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายที่มีการวิพากษ์วิจารณ์จนเกิดเป็นกระแสทางสังคมอยู่บ่อยครั้ง

#### 6.1.2.1.3 การใช้ตำนานท้องถิ่น

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป พบว่ามีการใช้ตำนานท้องถิ่นแทรกในการเล่าเรื่องกิจกรรมการทำบุญของวัดพระธรรมกายด้วย ทั้งนี้การใช้ตำนานท้องถิ่นที่พบในวาทกรรมวัดพระธรรมกายบ่อยครั้งก็คือ เรื่องราวเกี่ยวกับพญานาค ซึ่งเป็นตำนานท้องถิ่นสำคัญในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนี้ก็มีการกล่าวถึงตำนานพระนางจามเทวี เมื่อมีการสร้างพุทธสถานสาขาของวัดพระธรรมกายในภาคเหนือ เป็นต้น

ผู้วิจัยเห็นว่าการใช้ตำนานท้องถิ่นมานำเสนอในดวับวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย โดยบางครั้งกล่าวถึงตัวละครเอกในตำนานมานมัสการพระมหาธรรมกายเจดีย์ก็เพื่อเป็นการผูกโยงความเชื่อดั้งเดิมที่ชุมชนในท้องถิ่นเชื่อถืออยู่ก่อนผนวกเข้ากับวิถีความเชื่อแบบวัดพระธรรมกาย เพื่อประสานสัมพันธ์ ลดอคติ ลดความขัดแย้งทางความเชื่อ และท้ายที่สุดสามารถรวมใจคนในท้องถิ่นให้ศรัทธาวัดพระธรรมกายได้อีกด้วย เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (43) คำคืนของวันที่ 28 ตุลาคม 2555 ก่อนที่ดวงแก้วรัตนะ 7 จะถูกนำไปประดิษฐาน ณ พุทธอุทยานนานาชาติ คุณครูไม่ใหญ่ได้มาส่งรัตนะ 7 ด้วยตัวเอง แล้วอธิษฐานจิตและให้พรว่า “ขอให้แผ่นดินนั้น (พุทธอุทยาน) เป็นแผ่นดินอัน



บริสุทธิ์ ใครก็ตามที่ไปถึงแผ่นดินนั้น ขอให้มีความ  
บริสุทธิ์ เข้าถึงธรรมได้โดยง่าย ขอให้ดวงแก้วนี้ไปดูแลพื้นที่  
ตรงนั้นให้สว่าง ให้มีฤทธิ์ มีเดช มีอานุภาพยิ่ง ๆ ขึ้นไป”

ลูกตกน้ำแล้วเห็นบั้งไฟพญานาคตรงหน้าก็เป็นเรื่องจริง  
เพราะเขาสามารถพบบั้งไฟได้ในระดับใต้ดิน ไม่เกี่ยวกับน้ำ  
ตื้นหรือน้ำลึก อีกทั้งบั้งไฟพญานาคก็เป็นของกึ่งหยาบกึ่ง  
ละเอียดตอนลูกเป็นเด็กเห็นพญานาคก็เป็นเรื่องจริง  
พญานาคเขาออกมาเล่นน้ำโข้วตัวนานถึง 7 วัน เพราะตอน  
ช่วงนั้น มนุษย์ยังมีศีลมีธรรมดีกว่ายุคนี้สถานที่ที่เรากำลัง  
จะสร้างพุทธอุทยานนานาชาติในปี ในอดีตก็มีความ  
เกี่ยวข้องกับพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ที่พระองค์ท่านเคยเหาะ  
มาประทับเพื่อโปรดพญานาคแถวนั้น รวมทั้งมนุษย์ที่อยู่  
แถว ๆ นั้นด้วย จนทำให้เกิดความเลื่อมใสขอถึงพระ  
รัตนตรัยเป็นที่พึ่งจากตำนานการหล่อองค์พระ 3 องค์ มี  
“ชีปะขาว” มาช่วยจริง ๆ ชีปะขาว คือ พญานาคแปลงตัว  
มา เพราะต้องการมีส่วนร่วมในการหล่อพระครั้งนี้ ที่ญาติ  
โยมเห็น “ชีปะขาว” หลายคน แต่พระเถรเห็นเพียงคน  
เดียวนั้น เพราะแล้วแต่เขาจะตั้งใจให้ใครเห็นที่ทองละลาย  
ได้เพราะแรงที่พญานาคอธิษฐาน ขอให้มีส่วนร่วมในการ  
หล่อพระ เมื่อหล่อพระเสร็จก็ “แ่ว็บ” กลับใต้บาดาลเลย  
ขณะที่พระอัญญาเชษฐาขึ้นจากน้ำนั้น พญานาคไม่ยอม  
พระท่านจึงได้ทำพิธีอัญญาเชษฐาตามหลัก “วิชาไสยเวท” แต่  
พญานาคก็ยังไม่ยอม จึงดึงกลับ ดังนั้นพระสุกจึงไพล่แค่  
ระดับบอกหากเราสร้างพุทธอุทยานเสร็จ ถ้าเรามีบุญพอและ  
เจ้าของเก่าเขายอม ก็มีสิทธิ์อัญญาเชษฐา “พระสุก” ขึ้นมา  
ประดิษฐานได้ พญานาคก็มีสิทธิ์แปลงกายมาที่พุทธอุทยาน  
ได้ ถ้าเขาปรารถนา เพราะเขามีกายกึ่งหยาบกึ่งละเอียด

เช่นเดียวกับการมาหล่อพระนั่นเองโบสถ์ที่ประดิษฐานพระสุกจำลองมีน้ำไหลออกจากเพดานตลอดปี เพราะมีพญานาคมาดูแล เนื่องจากอยากได้บุญจึงบันดาลให้เกิดปรากฏการณ์ในชาติก่อน ๆ นานมาแล้ว ในพุทธันดรแรกของกัปนี้ ลูกและลูกพระธัมมา ก็เคยมาสร้างบุญที่บริเวณที่จะสถาปนาพุทธอุทยานนานาชาติ โดยเคยมาสร้างวัดสาขาแห่งหนึ่งเป็นที่ปฏิบัติธรรม เผยแผ่ธรรมะของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าพระองค์นั้น พญานาคยุคนั้นเป็นคนละกลุ่มกับยุคนี้ แต่ก็เคยมีอยู่แถว ๆ นี้ เมื่อพุทธันดรแรกของกัปนี้ ด้านหลังเหรียญ “ห้วงใย” มีพญานาค 2 ตน ก็มีความศักดิ์สิทธิ์เหมือนพระมหาสิริราชธาตุที่มีกรอบพญานาค เพราะได้ซ้อนวิชาธรรมกายเหมือนกันแต่ต้องทำให้ถูกหลักวิชา คือ ต้องน้อมนำมาตั้งที่ศูนย์กลางกาย แล้วทำให้ให้หยุดนิ่ง ๆ ทำจิตให้เลื่อมใสจนเห็นองค์พระอยู่ภายในแล้วหมั่นระลึกรู้ถึงให้ได้ตลอดเวลา เมื่ออธิษฐานจิตใด ๆ เสียงละเอียดก็จะดังก้องไปถึงผู้ผลิตพระของขวัญ ตายแล้วก็ไปเป็นเทพบุตรสุดหล่อมีวิมานทองของชั้น “ดาวดึงส์” เฟส 3 ด้วยบุญที่ได้ทำไว้ในพระพุทธศาสนา ได้รับบุญที่อุทิศไปให้แล้ว ก็ยังทำให้มีสถานที่อยู่ที่ดีขึ้น แต่ก็รู้สึกว่บุญของตัวเองน้อย เพราะมาอยู่ท้าย ๆ ของดาวดึงส์ รู้สึกเสียดายว่า ตอนเป็นมนุษย์สร้างบุญน้อยไป แม้จะเข้าใจเรื่องบุญดีก็ตามจึงอยากได้บุญเยอะ ๆ จากลูกที่จะอุทิศไปให้เขา

(รายการอนุบาลฝันในฝันวิทยา : เอกสารออนไลน์)

ตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการกล่าวถึงตำนานความเชื่อท้องถิ่นเกี่ยวกับเรื่องพญานาค โดยผนวกเข้ากับวัตถุมงคลของวัดพระธรรมกายด้วย บริบทของตัวบทนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายการ

อนุบาลฝันในฝันวิทยาในโอกาสระดมทุนก่อสร้าง “พุทธรัตนธรรมเจดีย์ พุทธอุทยานนานาชาติ จังหวัดหนองคาย” ตัวนำเสนอความคิดเกี่ยวกับบุญที่สัมพันธ์กับพญานาคว่าพญานาคทำบุญ และส่งผลให้ได้ อยู่ในสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ แต่ตัวบทก็นำเสนอว่าพญานาคที่หนองคายจะสามารถอยู่ในสวรรค์ได้สูงกว่านี้หากทำบุญกับวัดพระธรรมกายจึงถือว่าทำถูกหลักวิชา ซึ่งหากต้องการให้พญานาคขึ้นสวรรค์ชั้นสูงขึ้นไปผู้ศรัทธาสามารถอุทิศบุญไปให้ได้ นั่นก็คือการทำบุญกับวัดพระธรรมกาย โดยเฉพาะปริบทกรณี การบริจาคเพื่อสร้างเจดีย์ที่จังหวัดหนองคาย

การใช้ตำนานท้องถิ่นประกอบตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเป็นกลวิธีทางภาษาที่มีประสิทธิภาพในการโน้มน้าวใจผู้บริโภควาทกรรมในท้องถิ่น ตัวบทสามารถทำให้เกิดการยอมรับวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายในสถานะความเชื่อที่เหนือกว่าความเชื่อเดิมในท้องถิ่น ที่สำคัญที่สุดคือในตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายยังชี้ให้เห็นว่าเวทาศาสตร์สำคัญในตำนานยังยอมรับวัดพระธรรมกายดังนั้นมนุษย์จึงไม่อาจขัดขืนต่อวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายได้

#### 6.1.2.1.4 การอ้างพุทธพจน์หรือโอวาท

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป พบว่ามี การใช้กลวิธีอ้างพุทธพจน์และโอวาทในลักษณะคำคมที่เป็นโอวาทของพระพุทธญาณมหายานี หรือ การใช้พุทธพจน์ที่เกี่ยวข้องกับการให้ทานแก่ภพประกอบในตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย เพื่อเป็นการโน้มน้าวใจโดยการทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าเป็นสุภาชิตอันพึงปฏิบัติ เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (44) “เราจะไม่มีวันรู้จักความสุขที่เกิดจากการให้ว่าเป็นอย่างไร  
นอกจากเราต้องเป็นผู้ให้” โอวาทพระพุทธญาณมหายานี วิ.  
(หลวงพ่อัมมชโย)

(อยู่ในบุญ ฉบับเดือนมีนาคม 2555: เอกสารออนไลน์, 64)

จากตัวอย่างเป็นอั้งโหวาทพระเทพญาณมหามุณี ในลักษณะสุภาชิตหรือคำคมที่เน้นว่า ต้องรู้จักเป็นผู้ให้ ซึ่งนัยของการให้ในที่นี้หมายถึงการบริจาคทานนั่นเอง เห็นได้จากอีกตัวอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (45) “บุคคลผู้มีความเคารพในทาน เคารพในธรรม จะไปในที่ใด ย่อมได้รับการยกย่องชื่นชมในทุกแห่งหน” โหวาทพระ-  
เทพญาณมหามุณี วิ. (หลวงพ่อรัญมชโย)

(อยู่ในบุญ ฉบับเดือนกรกฎาคม 2555 : เอกสารออนไลน์, 55)

ตัวอย่างข้างต้นเป็นการอั้งโหวาทพระเทพญาณมหามุณี ในลักษณะสุภาชิตหรือคำคม เช่นเดียวกัน ตัวอย่างทวาทกรรมเน้นว่าการทำทานจะทำให้ได้รับการยกย่องชื่นชม

ตัวอย่างที่ (46) ททมาโนปิโย โหติ  
ผู้ให้ ย่อมเป็นที่รัก  
มณาปทายี ลภเต มณาปี  
ผู้ให้สิ่งที่ชอบใจ ย่อมได้สิ่งที่ชอบใจ  
เสฏฐนทโท เสฏฐมเปติฐานัน  
ผู้ให้สิ่งประเสริฐ ย่อมถึงฐานะที่ประเสริฐ  
อคคสส ทาดา ลภเต ปุนคค์  
ผู้ให้สิ่งที่เลิศ ย่อมได้สิ่งที่เลิศอีก  
ททโต ปุณญูปวตตติ  
เมื่อให้ บุญก็เพิ่มขึ้น

(อยู่ในบุญ ฉบับเดือนกรกฎาคม 2555 : เอกสารออนไลน์, 49)

ตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการยกพุทธศาสน-  
สุภาชิตเกี่ยวกับการให้ทาน ทั้งนี้การใช้กลวิธีทางภาษาดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อน้อมน้าวใจผู้บริโภค

วาทกรรมว่าการทำบุญด้วยการให้ทานเป็นสิ่งที่พึงกระทำ และอาจชี้แนวทางความคิดได้ว่าการทำทานที่ดีที่สุดก็คือการเลือกบริจาคกับวัดพระธรรมกายนั่นเอง

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่าชุดความคิดบุญเป็นผลมาจากการทำทานเป็นความคิดพื้นฐานที่สำคัญในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ทั้งนี้การให้ทานนับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการบริจาค แต่การบริจาคตามแนวทางของวัดพระธรรมกายนั้นเรียกร้องให้ประชาชนบริจาคด้วยความทุ่มเทจนสุดกำลัง โดยการนำปริมาณของบุญเป็นเครื่องดึงดูดใจ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าการบริจาคตามแนวทางของวัดพระธรรมกายมิได้เป็นไปเพื่อการลดความตระหนี่ในจิตใจ แต่กลับเป็นการเพิ่มความโลภเพิ่มความกระหายในปริมาณของบุญอันนำไปสู่การแข่งขันเพื่อสะสมบุญในที่สุด

### 6.1.3 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มประชาชนทั่วไป

ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกายในสื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปประกอบด้วยชุดความคิดหลักดังนี้

#### 6.1.3.1 ชุดความคิดอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป พบว่าชุดความคิดอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์ สื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมุ่งนำเสนอให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่า “การทำบุญจะส่งผลในชาติปัจจุบัน” และส่งผลอย่างรวดเร็ว ผลของอานิสงส์ของบุญที่นำเสนอผ่านชุดความคิดนี้มี 2 ประการ ได้แก่ ความร่ำรวย และการมีชีวิตที่ดีขึ้น ดังนี้

พบกลวิธีทางภาษาที่สื่อชุดความคิดอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์ 7 กลวิธี ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์ การบอกผลลัพธ์ของบุญอย่างเป็นรูปธรรม การใช้เรื่องเล่าจากประสบการณ์ การอ้างข้อมูลจากพระไตรปิฎก การอ้างโบราณ การเรียงเรียงความแบบอานิสงส์ทวีคูณ และการสร้างสภาวะนิพพานและพระธรรมกายให้มีตัวตน ซึ่งวาทกรรมที่สะท้อนชุดความคิดอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์มักปรากฏในตัวบทประเภทสื่อสิ่งพิมพ์รวมเล่มและรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับอานุภาพของบุญ ดังนี้

### 6.1.3.1.1 การเลือกใช้คำศัพท์

จากการศึกษาพบกลวิธีการเลือกใช้คำศัพท์ที่สะท้อนชุดความคิดอันสงส์ของบุญคือ ปาฏิหาริย์มักเป็นกลุ่มคำศัพท์ที่สะท้อนความพิเศษ ความรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลมาจากการเลือกทำบุญกับ วัดพระธรรมกาย ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ตัวอย่างคำศัพท์ที่สื่อชุดความคิดอันสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์

กลุ่มความหมาย	ตัวอย่างคำศัพท์
ความพิเศษ/มาก	เหลือเชื่อ ไม่น่าเชื่อ ทิ้ง น่าทึ่ง อานุภาพ อานิสงส์ อานิสงส์แรง อานิสงส์มาก มาก สุดกำลัง สุดพลัง กุศล มหากุศล อัจฉริยะ มหาศาล ดุจดรัพย์
ความรวดเร็ว	ปรุ๊ดปร๊าด เร็ว แรง พุง

จากตารางจะเห็นได้ว่า กลุ่มคำศัพท์ที่สะท้อนความพิเศษ และความเร็วปรากฏทั้ง คำศัพท์ที่เป็นทางการและคำศัพท์ภาษาปากซึ่งกลวิธีการใช้คำศัพท์ในลักษณะดังกล่าวนี้ มักปรากฏใน ตัวบทประเภทหนังสือหรือรายการที่มีการกล่าวถึงเรื่องราวในอดีตชาติ ปัจจุบันชาติและชีวิตหลังความ ตาย ตลอดจนหนังสือรวมเล่มในโอกาสพิเศษ เช่น ทอดกฐินหรือหล่อพระ เป็นต้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (47) หลังจากอธิษฐานเสร็จ ก็เจอเรื่องเหลือเชื่ออีกเพราะภายใน สัปดาห์นั่นเอง หุ่นตัวนี้มันเกิดขึ้นแบบปรุ๊ดปร๊าดจนมีมูลค่า มากถึง 15.6 ล้านบาทไทย ได้เท่ากับจำนวนที่ขอหลวงปู่ไว้ อีกแล้ว และเมื่อเป็นเช่นนี้ เราจึงนำหุ่นไปบริจาคแล้ว เปลี่ยนเป็นเงินทั้งหมดเพื่อไปสร้างโบสถ์ แต่ที่น่าทึ่งไปกว่า นั้นอีก ก็คือ หลังจากที่เปลี่ยนหุ่นเป็นเงินไปแค่ 2 วัน เท่านั้น หุ่นตัวนี้ก็ตกลงมาอยู่ ณ จุดเดิมทันที เรียก ได้ว่า งานนี้หลวงปู่ช่วยเราไว้แท้ ๆ ซึ่งถ้าไม่เรียกว่า อานุภาพหลวงปู่ ก็ไม่รู้จะเรียกว่าอะไรแล้ว

สุดท้ายนี้..ก็อยากจะฝากไว้ว่า บุญจากการหล่อหลวงปู่ด้วยทองคำ เป็นบุญที่มีอานิสงส์แรงมาก ซึ่งถ้าใครทำด้วยจิตที่บริสุทธิ์ ทำอย่างสุดกำลัง และปลื้มหลังจากที่ทำแล้วอย่างสุด ๆ โดยไม่คิดเสียดายหรือกังวลเลย บุญจะตามส่งผลเร็วมาก เพราะได้เจอกับตัวเองมาแล้ว ดังนั้นโอกาสทองมาถึงเราแล้ว ที่จะได้หล่อหลวงปู่ทองคำองค์ที่ 7 ก็อยากให้ทุกคนมาเอาบุญนี้กันอย่างเต็มที่เต็มกำลังกันนะคะ...”

(อยากได้ในสิ่งที่ไม่เคยได้ อยากทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ : เอกสารออนไลน์, 18-19)

จากตัวอย่างจะเห็นว่ามีการใช้คำศัพท์แสดงความรวดเร็วของผลบุญ ซึ่งผลบุญที่ทำกับวัดพระธรรมกายสามารถแก้ไขวิกฤตได้อย่างรวดเร็วทันใจ และส่งผลตอบแทนอย่างมหาศาลในชาติปัจจุบัน กลวิธีดังกล่าวส่งผลให้ผู้บริโภคความทรมานเข้าใจว่าบุญมีสถานะดุจเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาได้อย่างอัศจรรย์ และอาจทำให้หวังพึ่งบุญมากกว่าการลงมือแก้ไขปัญหาด้วยสติปัญญาและกำลังของตนเอง

ตัวอย่างที่ (48) ตอนนั้นเราปลื้มและเชื่อในอานุภาพบุญแบบสุดกำลังจนคิดในใจว่า..การที่เราจะได้ทรัพย์ก้อนโต เราต้องมีกำลังบุญในตัวก่อน ซึ่งการที่จะมีกำลังบุญดังชุดทรัพย์ได้ ก็ต้องทำบุญแบบอัศจรรย์ สิ่งอัศจรรย์ถึงจะเกิดขึ้นกับเรา

(ปฏิบัติการห้ามจนฉบับพกพา : เอกสารออนไลน์, 21)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำศัพท์ที่สื่อความคิดให้เข้าใจว่าผลของบุญจะส่งผลดีอย่างปาฏิหาริย์ เช่น รวยแบบอัศจรรย์ หรือบุญไปดูดทรัพย์ เป็นต้น การใช้กลวิธีทางภาษาในลักษณะนี้สามารถครอบงำผู้บริโภคความทรมานให้มีพฤติกรรมการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย เพราะเข้าใจว่าจะได้รับผลตอบแทนดีกว่าการทำบุญทั่วไป

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่ากลวิธีการเลือกใช้คำศัพท์เป็นกลวิธีทางภาษาที่สำคัญที่ช่วยถ่ายทอดชุดความคิดอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์ได้อย่างชัดเจน เพราะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่า

บุญเป็นทางออกของปัญหาและถ้าเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายมากขึ้นเท่าใด ผลบุญก็จะส่งผลดีต่อชีวิตในปัจจุบันรวดเร็วขึ้นตามกำลังบุญไปด้วย ส่งผลให้ผู้บริโภคความทรมานทำบุญอย่างทุ่มเทจนอาจเกินกำลังของตนเองได้ในที่สุด

#### 6.1.3.1.2 การบอกผลลัพธ์ของบุญอย่างเป็นรูปธรรม

จากการศึกษาพฤติกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปพบว่ามีการบอกผลลัพธ์ของบุญอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคความทรมานเข้าใจว่า การทำบุญกับวัดพระธรรมกายเป็นสาเหตุที่จะทำให้ได้รับผลดีในชีวิตอย่างรวดเร็ว เช่น ความร่ำรวย กิจการดีขึ้น ทันตาเห็น เป็นต้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (49) แต่มาในปีสินค้ำของเขากลับพลิกพลิกขายดิบขายดีอย่าง  
ถล่มถลายแบบหน้าเทท่า ที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะด้วยผล  
แห่งบุญที่ตัวเขาได้ตั้งใจทุ่มเทสั่งสมเอาไว้ในปีที่ผ่านมา ทั้งที่  
ทำด้วยตัวเองและชักชวนผู้อื่นให้มาทำร่วมกันกับตัวเขาได้  
ซ่องตามมาส่งผล จึงทำให้ในช่วง 1ปีที่ผ่านมาหลังจากที่พวก  
ชาวบ้านได้นำภานะของเขา ที่ได้รับหลังจากที่ใส่  
ภัตตาหารไปทำบุญร่วมกับคุณสติฟ จ๊อบส์ไปใช้แล้ว พวก  
ชาวบ้านก็เกิดความรู้สึกดีใจและได้รู้ว่า “ของเขาดีจริง  
สุดยอดจริง”

(Where is Steve Jobs: เอกสารออนไลน์, 35)

ตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำแสดงความเป็นเหตุผลในลักษณะคล้ายตามกัน เช่น เพราะ เพื่อชี้ให้เห็นว่าการทำบุญกับวัดพระธรรมกายเป็นเหตุที่ส่งผลให้ได้รับอานิสงส์อย่างปาฏิหาริย์ ผลก็คือความร่ำรวยอย่างรวดเร็ว ซึ่งตอกย้ำความคิดให้ผู้บริโภคความทรมานเข้าใจว่า “บุญ” ที่ส่งผลดีที่สุดและรวดเร็วที่สุดก็คือการทำบุญกับวัดพระธรรมกายนั่นเอง



ตัวอย่างที่ (50) ยังเป็นประธานกฐินอยู่รีเปลา แต่สุดท้าย..ก็บอกกับตัวเอง ว่า..เราทั้งบุญไม่ได้หรือ เดิมชีวิตเราเริ่มจากไม่มีอะไรเลย แถมที่บ้านก็เคยมีหนี้สินตั้ง 7 ล้าน แต่บุญทำให้เรามีวันนี้ ดังนั้นเราต้องเป็นประธานกฐินให้ได้ไม่ว่าจะเป็นอย่างไร!!!

หลังจากทำบุญกฐิน ปี 56 ไปแล้ว ปรากฏว่ามีเหตุอัศจรรย์ เกิดขึ้นกับธุรกิจของเราอีก คือ อยู่ ๆ ยอดขายเราพุ่งขึ้น อย่างเหลือเชื่อ จนเรามีเงินซื้อบ้านใหม่ให้ครอบครัวที่ กรุงเทพฯ 1 หลัง และปลูกบ้านใหม่ให้คุณแม่ที่ จ.เพชรบุรี อีก 1 หลัง แถมยังมีเงินซื้อรถยนต์ยุโรปอีก 2 คัน และที่ดีที่สุด คือ เรามีเงินขยายกิจการสร้างโรงงานผลิตอาหารเสริมที่เป็นของตัวเองในนามบริษัทพีพีที พลีส จำกัด อีกด้วย

(ปฏิบัติการห้ามจนฉบับพกพา : เอกสารออนไลน์, 13)

จากตัวอย่างจะเห็นว่ามีกรณีการใช้คำว่า ดังนั้น เพราะแสดงผลลัพธ์ของบุญกฐินที่ทำ กับวัดพระธรรมกายว่าช่วยให้ธุรกิจดีขึ้น และร่ำรวยอย่างทันตา กลวิธีนี้ส่งผลให้ผู้บริโภคความทรมาน เข้าใจว่าบุญที่ทำกับวัดพระธรรมกายทำแล้วให้ผลเป็นรูปธรรมชัดเจนโดยไม่ต้องรอคอยผลในชาติหน้า

ตัวอย่างที่ (51) หลังจากเป็นประธานกองกฐินเสร็จ ไม่นานธุรกิจของเรา ได้รับรางวัลในระดับประเทศ คือ เป็นผู้ส่งออกและบริการ ยอดเยี่ยม ได้รับโล่รางวัลจากนายกรัฐมนตรี ทำให้เรามีชื่อเสียงโด่งดังเป็นพลุแตกขึ้นมา ซึ่งรางวัลที่เราได้รับนี้เอง ส่งผลให้กิจการพลิกฟื้นดีขึ้นเลย เพราะหลังจากนั้นมีตลาด ต่างประเทศติดต่อเชิญให้เราไปแสดงสินค้า อีกทั้งที่ไหน ๆ ก็เชิญให้ไปออกงาน แถมมีนิตยสาร CUSTOMS IMPORT-EXPORT มาเอาเรื่องราวของเราไปลงให้ฟรี ๆ อีก และที่ โชคดีไปกว่านั้น คือ ร้านของเราสามารถเอาเข้าห้าง เซ็นทรัลชิดลม และเซ็นทรัลภูเก็ตได้อย่างอัศจรรย์

(ปฏิบัติการห้ามจนฉบับพกพา : เอกสารออนไลน์, 31)

จากตัวอย่างมีการใช้คำว่า *เพราะ* แสดงให้เห็นผลลัพธ์ของการทำบุญอุทิศกับวัด พระธรรมกายจะสามารถทำให้เจ้าของธุรกิจมีชื่อเสียง และสินค้ามียอดขายสูงขึ้นอย่างเป็นอัศจรรย์ ส่งผลให้เจ้าของกิจการร่ำรวยอย่างรวดเร็วในชาติปัจจุบัน

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่ากลวิธีการบอกผลลัพธ์ของบุญอย่างเป็นรูปธรรม เป็นกลวิธีทางภาษาสำคัญที่ช่วยถ่ายทอดชุดความคิดอันสูงส่งของบุญคือปาฏิหาริย์ เพราะกลวิธีทางภาษาดังกล่าวสามารถชี้แนะตัวอย่างของผลลัพธ์การประสบความสำเร็จและความร่ำรวยที่เกิดขึ้นกับผู้ที่เคยทำบุญกับวัดพระธรรมกาย ซึ่งเป็นสิ่งที่ปุถุชนทั่วไปพึงปรารถนา

อนึ่งกลวิธีทางภาษาการบอกผลลัพธ์ของบุญอย่างเป็นรูปธรรมนี้มักปรากฏร่วมกับกลวิธีทางภาษาการใช้เรื่องเล่าจากประสบการณ์เสมอซึ่งผู้วิจัยจะกล่าวถึงเป็นลำดับถัดไป

#### 6.1.3.1.3 การใช้เรื่องเล่าจากประสบการณ์

การเล่าเรื่องจากประสบการณ์เป็นกลวิธีการเล่าเรื่องอีกลักษณะหนึ่งที่จะใช้เสียงเล่าจากเจ้าของเรื่องราวเล่าด้วยตนเอง ซึ่งการเล่าเรื่องจากประสบการณ์นั้นจะเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน เนื้อหาที่เล่ามักเกี่ยวกับบุญส่งผลให้ธุรกิจดีขึ้นหรือชีวิตดีขึ้นได้ด้วยบุญอย่างไร เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (52) จนกระทั่งช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2555 ทางวัดมีข่าวให้มาร่วมพิธีหล่อหลวงปู่วัดปากน้ำด้วยทองคำ องค์ที่ 6 ซึ่งพอฟังแล้วเราเกิดอยากทำบุญนี้ขึ้นมาอย่างจับจิตจับใจ คิดว่าสักครั้งหนึ่งในชีวิตเราต้องเอาทองคำหล่อพระให้ได้สัก 1 บาททองคำ เพราะตั้งแต่เกิดมาก็ยังไม่เคยได้ทำบุญใหญ่อย่างนี้ แต่พอไปดูเงินในบัญชีทั้งเนื้อทั้งตัวเรามีเงินกันน้อยมาก แต่ก็ทยอยกดจาก ATM มาทำบุญครั้งละ 5,000 บาท บ้าง 7,000 บาท บ้าง จนครั้งสุดท้ายเราอดเงินออกมาหมดทุกบัญชี จนสามารถทำบุญครบ 25,000 บาท เมื่อทำแล้ว

เราปลื้มมาก มีความสุข อิ่มใจยังงีบอกไม่ถูก จนเรารู้สึก  
ภูมิใจว่า.. คนอย่างเราทำบุญหมดบัญชีได้เหมือนกัน!!!

(ปฏิบัติการห้ามจนฉบับพกพา : เอกสารออนไลน์, 8)

จากตัวอย่างจะเห็นว่ามีการกล่าวถึงปัญหาว่าไม่มีเงินมากพอที่จะทำบุญมาก ๆ แต่พอพยายามแก้ปัญหาด้วยการทยอยทำบุญทำให้ได้ผลลัพธ์เป็นความรู้สึกภูมิใจ เมื่อผู้ผลิตวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำประสบการณ์ของผู้ทำบุญมาประกอบสร้างตัวบท กลวิธีทางภาษานี้สามารถชี้แนะพฤติกรรมการทำบุญที่พึงประสงค์ของผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย คือ ต้องทำบุญอย่างทุ่มเท

ตัวอย่างที่ (53) ตอนนั้นป่าปลื้มมาก ปลื้มสุดแรงเกิดเลย ดีใจ ยิ้มได้ทั้งวัน  
ทั้งคืน เพราะชวานาจน ๆ ที่มีหนี้สินอย่างเราสามารถ  
ทำบุญหล่อหลวงปู่ด้วยทองคำหนัก 10 บาท และก่อนจะ  
ถวายป่าก็อธิษฐานขอกับหลวงปู่ว่า..ขอให้คนที่เขามาวาง  
มัดจำอย่าเปลี่ยนใจ ขอให้เขาริบเอาเงินที่เหลือมาจ่ายซื้อ  
ที่ดินไปเร็ว ๆ เพราะป่าจะได้ปลดหนี้ ปลดสินเป็นอิสระสัก  
ที ซึ่งก็ปรากฏว่า หลังจากนั้นแค่ประมาณ 2 เดือนเท่านั้น  
เขาก็โอนเงินค่าซื้อที่ดิน จำนวนหลายล้านมาให้ป่าทันที  
จนป่ามีเงินปลดหนี้สินทั้งหมด แถมยังมีเงินเหลือไปทำบุญ  
สร้างองค์พระที่เคยจองไว้ถึง 22 องค์เป็นอัศจรรย์

(อยากได้ในสิ่งที่ไม่เคยได้ อยากทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ : เอกสารออนไลน์, 7-8)

จากตัวอย่างผู้ผลิตวาทกรรมนำเรื่องเล่าจากประสบการณ์ของผู้ที่เคยประกอบอาชีพชวานาและมีปัญหาเรื่องหนี้สินมาประกอบสร้างตัวบท เพื่อชี้แนะให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าการทำบุญกับวัดพระธรรมกายจะสามารถพลิกฟื้นชีวิตให้ดีขึ้นได้อย่างอัศจรรย์ในชาติปัจจุบัน

ตัวอย่างที่ (54) จึงได้ลองตั้งจิตอธิษฐานขอท่านว่า ชีวิตนี้..ขอให้ลูกได้  
ทำบุญหล่อทองคำหลวงปู่สัก M เถิด ตอนนั้นเราอธิษฐาน

อย่างแน่นแนด้วยใจที่มุ่งมั่นมาก ทั้ง ๆ ที่เป็นไปได้ยากมาก แลยังมีแต่คนเตือนว่าอย่าทำบุญเกินตัว แต่ในใจเรากลับไม่คิดอย่างนั้น เพราะคิดว่า โอกาสได้มาถึงแล้ว ถ้าเราไม่รีบทำ หากทางวัดหล่อหลวงปู่เสร็จ แม่เราวยตอนนั้นมันก็หายไปแล้ว เพราะอดทำ อีกทั้งบุญหล่อพระองค์ใหญ่ด้วยทองคำแท้ ๆ ขนาดเท่าครึ่งขององค์จริงแบบนี้ ก็หาทำที่ไหนไม่ได้แล้ว

ช่วงนั้นในสมองเราคิดวนไปวนมาอยู่เรื่องนี้เรื่องเดียว จนอยู่ ๆ ก็นึกขึ้นได้ว่า เรายังเหลือเงินในบัญชีที่เมืองไทยอีก 35 และพอนึกออกอย่างนี้เรารู้สึกตื่นเต้นเพราะเริ่มเห็นหนทางแห่งความสำเร็จ แต่ยังไงก็ขาดเงินอีกตั้ง 25 อยู่ดี ซึ่งเราก็ไม่รู้จะหาจากทางไหนแล้ว จึงได้แต่อธิษฐานขอกับหลวงปู่ว่า ลูกอยากทำบุญหล่อทองกับหลวงปู่จริง ๆ อีกทั้งยังอยากไปถวายเงินก้อนนี้กับหลวงพ่ที่เมืองไทยด้วย

ซึ่งหลังจากเราอธิษฐานอย่างนี้ไม่นาน อยู่ ๆ ก็มีจดหมายจากบัตรเครดิตส่งข่าวมาบอกเราว่า จะให้เครดิตวงเงินกับเรา 1.5 ล้านบาท โดยไม่เสียดอกเบี้ยเลยแม้แต่บาทเดียว เป็นระยะเวลา 1 ปี ซึ่งเราตะลึงมากเลย เพราะเท่ากับว่าเราจะมีเงินทำบุญครบ และมีเงินใช้หนี้ให้แม่ทั้งหมดที่ 1.2 ล้านบาท ซึ่งการทำอย่างนี้...แม้จะเป็นการดีดีใหม่ แต่เท่ากับเราหยุดดอกเบี้ยไว้ได้นานถึง 1 ปี คือ ทำให้เราไม่ต้องเสียเงินเพิ่มอีก 120,000 บาท

ตอนนั้นเราดีใจที่สุดเลย รู้สึกซาบซึ้งหลวงปู่มากที่ทำให้เราสมหวัง และช่วยแก้ปัญหาเรื่องดอกเบี้ยให้เราด้วย และเมื่อเป็นดังนี้ ก็ไม่รอช้า รีบเอาเงินที่เหลือจากการใช้หนี้ มารวมกับเงินที่มีอยู่ทั้งหมด ทำบุญหล่อทองในทันที 1 M ตอนนั้นปลื้มที่สุดเลย

(อยากได้ในสิ่งที่ไม่เคยได้ อยากทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ : เอกสารออนไลน์, 14-16)

จากตัวอย่างผู้ผลิตวาทกรรมนำประสบการณ์ของผู้มีปัญหาทางธุรกิจมาประกอบสร้างตัวบทเพื่อชี้ให้เห็นว่าการทำบุญกับวัดพระธรรมกายสามารถทำให้ชีวิตดีขึ้น ร่ำรวย และปลดหนี้สินได้อย่างรวดเร็ว และที่สำคัญที่สุดการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายสามารถแก้ไขปัญหาทางธุรกิจของตนเองได้อีกด้วย เพื่อครอบงำให้ผู้บริโภควาทกรรมเลือกทำ “บุญ” กับวัดพระธรรมกายเพื่อแก้ไขปัญหาชีวิตตนเองได้

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้เสียงเล่าจากประสบการณ์ของผู้ที่มาทำบุญกับวัดพระธรรมกายแล้วได้รับผลดีในชีวิต เช่น ความร่ำรวย มียอดการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น ปลดหนี้ ชีวิตสุขสบายขึ้น เป็นต้น เสียงเล่าในลักษณะดังกล่าวนี้สามารถครอบงำทางความคิดให้ผู้บริโภควาทกรรมนำมาเป็นแบบอย่างในการทำบุญด้วยการทุ่มเทกำลังทรัพย์เพื่อหวังประโยชน์ในชีวิตก็เป็นได้

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่ากลวิธีการบอกผลลัพธ์ของบุญอย่างเป็นรูปธรรม และการใช้เรื่องเล่าจากประสบการณ์ ผู้ผลิตวาทกรรมจงใจเลือกใช้กลวิธีดังกล่าวเพื่อสร้างต้นแบบการทำบุญที่วัดพระธรรมกายต้องการ คือ ทำบุญอย่างทุ่มเทสุดกำลัง โดยมีอานิสงส์ของบุญที่พิเศษและอัศจรรย์ เป็นเครื่องดึงดูดใจให้ประชาชนเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย

#### 6.1.3.1.4 การอ้างข้อมูลจากพระไตรปิฎก

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปพบว่ามีการใช้กลวิธีการอ้างข้อมูลจากพระไตรปิฎก ซึ่งจะกล่าวในเชิงว่าเรื่องราวการทำบุญที่ได้รับอานิสงส์อย่างปาฏิหาริย์เคยเกิดขึ้นแล้วในอดีต มีหลักฐานในพระไตรปิฎก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (55) หากใครทำบุญกับท่านเต็มทีเต็มกำลัง จนกระทั่งบุญเต็มเปี่ยม อย่ว่าแต่ภูเขาทองเลย แม้ภูเขาเพชรทั้งลูกก็เกิดขึ้นได้ ซึ่งเรื่องนี้มิได้กล่าวขึ้นมาลอย ๆ ในพระไตรปิฎกก็มีหลักฐานบันทึกไว้ว่า สมบัติที่ยิ่งใหญ่กว่าภูเขาทองหรือคนที่รวยกว่าชฎิลเศรษฐีนั้นมีอยู่จริง ๆ ทั้งนี้เพราะสมบัติ

ทั้งหลายสามารถเกิดขึ้นได้ตามกำลังบุญของผู้เป็นเจ้าของ  
โดยไม่จำกัดปริมาณและยุคสมัย

(ทองคำ : เอกสารออนไลน์, 50)

จากตัวอย่างจะเห็นว่ามีการอ้างถึงเนื้อหาในพระสุตันตปิฎกในส่วนเรื่องพุทธประวัติที่เกี่ยวกับชฎิลเศรษฐีซึ่งเป็นเรื่องราวของผู้มีทรัพย์มากแล้วนำทรัพย์นั้นมาทำบุญในครั้งพุทธกาลด้วยกำลังศรัทธาอย่างแรงกล้า ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่ากลวิธีดังกล่าวมีลักษณะเดียวกับกลวิธีการใช้เรื่องเล่าแต่เพิ่มการอ้างถึงพระไตรปิฎกเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้เนื้อหามากยิ่งขึ้น ซึ่งจุดมุ่งหมายสำคัญในการเลือกใช้กลวิธีทางภาษาดังกล่าวนี้ก็เพื่อสร้างต้นแบบการทำบุญด้วยความทุ่มเทอย่างเต็มกำลังความศรัทธาให้ผู้บริโภคความทรงจำเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย

ตัวอย่างที่ (56) ดังนั้น การหล่อรูปเหมือนหลวงปู่ด้วยทองคำจึงถือเป็นมหา  
 กุศลอันยิ่งใหญ่ ที่จัดว่า เป็นอามิสบูชา ที่ก่อให้เกิดการ  
 ปฏิบัติบูชาอย่างต่อเนื่องในอนาคตอย่างไม่ขาดสาย เพราะ  
 เมื่อชาวโลกได้มาสักการะบูชาท่านแล้ว ก็จะปฏิบัติบูชา  
 ตามอย่างท่าน ซึ่งการปฏิบัติบูชา นั้น พระสัมมาสัมพุทธเจ้า  
ทรงยกย่องว่าเป็นการบูชาอย่างสูงสุด...

(อยากได้ในสิ่งที่ไม่เคยได้ อยากทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ : เอกสารออนไลน์, 37)

จากตัวอย่างมีการอ้างถึงพุทธโอวาทขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าว่าการทำบุญด้วยการ  
 บริจาคทองคำเป็นการทำบุญที่ยิ่งใหญ่ที่สุด ซึ่งการนำพุทธโอวาทมาประกอบสร้างตัวบทสามารถทำให้  
 ผู้บริโภคความทรงจำเข้าใจว่าเป็นคำกล่าวในพระไตรปิฎก เพราะเป็นคัมภีร์ที่รวบรวมพุทธโอวาทของ  
 องค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าเอาไว้

จากตัวอย่างที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่ากลวิธีการอ้างพระไตรปิฎก เป็นกลวิธีทาง  
 ภาษาที่ประกอบสร้างความชอบธรรมและความน่าเชื่อถือให้กับวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย  
 อีกทั้งยังเป็นการชี้ให้เห็นต้นแบบการทำบุญอย่างทุ่มเท อาทิ การบริจาคทองคำซึ่งเป็นทรัพย์ที่มี  
 มูลค่าสูง

### 6.1.3.1.5 การอ้างโบราณ

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปพบว่ามีการใช้กลวิธีการอ้างโบราณด้วยการอ้างถึงเสียงภายนอกตัวบทที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในสังคมวัฒนธรรมไทย คือ การอ้างถึงคนโบราณ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่ตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (57) การหล่อหลวงปู่ด้วยทองคำองค์ใหญ่ขนาดนี้ ตั้งแต่เกิดมาเราไม่เคยทำเลย อีกทั้ง คนโบราณ ยังบอกอีกว่าการทำบุญหล่อพระไว้ให้คนได้กราบไหว้บูชาจะทำให้ชีวิตไม่ตกต่ำ จะทำให้เกิดในตระกูลสูง มีคนเคารพเชื่อฟัง มีบริวารดี ๆ มากมาย ฯลฯ ซึ่งพอเรารู้ถึง อานิสงส์อย่างนี้แล้วก็ยังไม่ติดเลย

(อยากได้ในสิ่งที่ไม่เคยได้ อยากทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ : เอกสารออนไลน์, 12-13)

จากตัวอย่างจะเห็นว่ามีการใช้เสียงนอกตัวบทวาทกรรมโดยอ้างถึงคำกล่าวของคนโบราณซึ่งไม่อาจทราบแน่ชัดได้ว่าเป็นใคร แต่ทั้งนี้ในสังคมวัฒนธรรมไทยกลับยอมรับกลวิธีการอ้างถึงคำกล่าวของคนโบราณเป็นอย่างมาก เช่น การยอมรับว่าเป็นคำสอนที่ดี หรือการยอมรับว่าเป็นสุภาษิต เป็นต้น ดังนั้นกลวิธีทางภาษาดังกล่าวนี้จึงมีความเป็นไปได้ว่าผู้ผลิตวาทกรรมเลือกใช้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเป็นกลวิธีหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภควาทกรรมยอมรับวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายอย่างแนบเนียนและมีได้ตระหนักถึงวัตถุประสงค์ที่แอบแฝงมาด้วย

### 6.1.3.1.6 การเรียงเรียงความแบบอานิสงส์ทวีคูณ

กลวิธีการเรียงเรียงความแบบอานิสงส์ทวีคูณเป็นกลวิธีทางภาษาที่พบมากในชุดความคิดอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์ กลวิธีทางภาษานี้มีดัชนีปริจเฉทที่แสดงความหมายแบบทวีคูณได้แก่ *ยิ่งไปกว่านั้น นำทิ้งไปมากกว่านั้น นำอัศจรรย์ไปมากกว่านั้น* เป็นต้น ซึ่งปริจเฉทอานิสงส์แบบทวีคูณจะมีโครงสร้างสำคัญ 6 ส่วน คือ

- 1) การเปิดเรื่องการทำบุญกับวัดพระธรรมกาย
- 2) อานิสงส์ที่จะได้รับในชาติปัจจุบัน
- 3) การขยายความและให้รายละเอียดอานิสงส์ที่จะได้รับในชาติปัจจุบัน
- 4) อานิสงส์ที่จะได้รับในชาติถัดไป
- 5) การขยายความและให้รายละเอียดอานิสงส์ที่จะได้รับในชาติถัดไป
- 6) การต่อยุ้อานิสงส์และยกตัวอย่างเรื่องเล่า

อนึ่งในปริเฉทอานิสงส์แบบทวิคุณ มักปรากฏดัชนีปริเฉทในส่วนโครงสร้าง การขยายความและให้รายละเอียดอานิสงส์ที่จะได้รับในชาติปัจจุบัน และการขยายความและให้รายละเอียดอานิสงส์ที่จะได้รับในชาติถัดไปซึ่งโครงสร้างปริเฉทหลักทั้ง 6 ส่วน อาจปรากฏหลายครั้งและสลับลำดับกัน ซึ่งผู้วิจัยจำเป็นต้องยกตัวอย่างที่มีขนาดยาวเพื่อให้เห็นโครงสร้างปริเฉทได้อย่างชัดเจน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (58) ❶ ด้วยอานิสงส์ที่ลูก ๆ นักเรียนโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยาตั้งใจไปร่วมต้อนรับคณะพระรุดงค์ ในเส้นทางปูชนียจารย์ และได้ไปรยกลีบกุหลาบด้วยความปลื้มปีติเบิกบานใจอย่างสุด ๆ ❷ บุญนี้จะส่งผลทำให้ชีวิตของลูก ๆ มีแต่ความราบรื่น รุ่งเรือง และร่ำรวย อีกทั้งปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ก็จะไม่เกิดขึ้นกับชีวิตของลูก ๆ เลย เมื่อเป็นเช่นนี้ก็จะทำให้จิตใจและใบหน้าของตัวลูกมีแต่ความผ่องใสสว่างไสวอยู่ตลอดเวลา เพราะไม่ต้องไปเสียเวลาหงุดหงิดหรือคร่ำครีดยกับการแก้ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ นั้นเอง ❸ แต่ด้วยบุญที่ลูก ๆ ได้ไปต้อนรับคณะพระรุดงค์ และได้ไปรยกลีบกุหลาบด้วยความปลื้มปีติเบิกบานใจอย่างสุด ๆ นี้ ก็จะไปช่วยทำให้ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ สามารถคลี่คลายและหายไปได้อย่างเป็นอัศจรรย์ เช่น ถ้าหากกิจการของลูกกำลังซบเซาและประสบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องหนี้สิน ผลแห่งบุญนี้ก็จะไปช่วยทำให้กิจการเจริญรุ่งเรืองขึ้น (เช่น มี Order หรือมีการสั่งของเข้ามา



แบบเกินควรเกินคาด เป็นต้น) ซึ่งจะทำให้มีเงินทองไหลมาเทมาอย่างไม่ขาดสาย จนทำให้สามารถปลดเปลื้องหนี้สินได้อย่างสบาย ๆ อีกทั้งยังจะมีเงินเหลือเก็บเอาไว้ใช้สร้างบารมีได้อย่างเต็มที่เต็มกำลังอีกด้วย เป็นต้น **4** และที่**ยิ่งไปกว่านั้น** เมื่อกำลังบุญในตัวของคุณ ๆ มีปริมาณที่หนาแน่นมากขึ้น จนกระทั่งมากพอที่จะส่งผลได้อย่างเต็มที่เต็มกำลังบุญนี้ (บุญที่ได้ไปต้อนรับคณะพระรุดงค์และได้ไปรยกลีบกุหลาบด้วยความปลื้มปีติเบิกบานใจอย่างสุด ๆ) ก็ส่งผลทำให้ในภพชาติต่อ ๆ ไป ตัวลูกจะเกิดมาพร้อมกับความเพียบพร้อมและได้รับความสะดวกสบายในทุก ๆ เรื่อง อีกทั้งชีวิตของคุณจะมีแต่ความสุขและความสำเร็จขึ้นอยู่เสมอ ๆ หรือพูดง่าย ๆ ว่าจะมีเส้นทางชีวิตดุจโรยไปด้วยกลีบกุหลาบนุ่ม ๆ หอม ๆ นั่นเอง เมื่อเป็นเช่นนี้ก็จะทำให้ลูก ๆ สามารถที่จะสั่งสมบุญสร้างบารมีได้อย่างเต็มที่เต็มกำลังมากยิ่งขึ้น ๆ ขึ้นไป แม้ในภพชาติปัจจุบันนี้ ถ้าหากลูก ๆ กำลังประสบปัญหาที่เกี่ยวกับชีวิตและทรัพย์สินเงินทองอยู่บ่อย ๆ เช่น มีโจรผู้ร้ายแวะเวียนมาขึ้นบ้านของลูกบ้าง หรือต้องประสบกับอุบัติเหตุบ้าง เป็นต้น อันเนื่องจากวิบากกรรมเก่าในอดีตชาติที่ลูก ๆ เคยไปทำผิดทำพลาดเอาไว้ได้ช่องตามมาส่งผล ด้วยผลแห่งบุญที่ลูกได้ไปต้อนรับคณะพระรุดงค์และได้ไปรยกลีบกุหลาบด้วยความปลื้มปีติเบิกบานใจอย่างสุด ๆ นี้ จะไปดึงดูดเอาบุญเก่า ๆ ที่ลูก ๆ ได้เคยสั่งสมเอาไว้ในอดีตให้มารวมกันส่งผลซึ่งผลแห่งบุญดังกล่าวก็จะไปช่วยตัดรอนวิบากกรรม ต่าง ๆ ที่ทำให้ลูกต้องมาประสบกับปัญหาที่เกี่ยวกับชีวิตและทรัพย์สินเงินทองให้บรรเทาเบาบางเจือจางลงไปได้ (คือจากหนักก็จะเบา จากเบาก็จะหาย จากร้ายก็จะ

กลายเป็นดินนั่นเอง) เมื่อเป็นเช่นนี้ ภัยอันตรายต่าง ๆ ก็ไม่  
 อาจที่จะสามารถทำอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สินเงินทอง  
 ของลูก ๆ ได้เลย เช่น ถ้าหากมีโจรผู้ร้ายกำลังจะมาขโมย  
 ทรัพย์สินเงินทองที่บ้านของตัวลูก (เพราะวิบากกรรมเก่าที่  
 ลูกเคยทำผิดทำพลาดเอาไว้ได้ชองตามมาส่งผล) แต่ด้วยผล  
 แห่งบุญดังกล่าวก็จะไปลดบันดาลให้โจรเกิดหมดอารมณ์  
อย่างกะทันหัน และไม่คิดจะขึ้นบ้านของลูกอีกเลย หรือ  
 ไม่เช่นนั้น ด้วยอำนาจบุญดังกล่าว ก็จะไปลดบันดาลให้มี  
 ผู้พิทักษ์สันติราษฎร์หรือตำรวจไปพบเห็นโจรผู้ร้ายก่อนที่  
 จะได้ขึ้นบ้านของลูก เป็นต้น แต่ด้วยผลแห่งบุญที่ลูกได้ไป  
 ต้อนรับคณะพระธุดงค์ และได้ไปรยกลีบกุหลาบด้วยความ  
 ปลื้มปีติเบิกบานใจอย่างสุด ๆ นี้ ก็จะไปดึงดูดเอาบุญเก่า ๆ  
 ที่ลูกได้เคยสั่งสมเอาไว้ในอดีตให้มารวมกันส่งผลในภพชาติ  
 ปัจจุบันซึ่งผลแห่งบุญดังกล่าวก็จะไปช่วยตัดรอนวิบาก  
 กรรมต่าง ๆ ให้บรรเทาเบาบางเจือจางลงไป ซึ่งจะส่งผลทำ  
 ให้ลูกแคล้วคลาดปลอดภัยจากภัยพิบัติทั้งหลายได้อย่าง  
 เป็นอัศจรรย์ ยกตัวอย่างเช่น ถ้าหากเกิดแผ่นดินไหวขึ้น  
 อย่างกะทันหัน ลูกก็จะไม่ได้รับอันตรายและไม่เป็นอะไร  
 เลยแม้แต่น้อย หรือถ้าหากเกิดภัยพิบัติน้ำท่วมขึ้นอย่าง  
 ฉับพลัน ลูกก็จะได้รับผลกระทบน้อยที่สุด หรือไม่ได้รับ  
 ผลกระทบจากภัยน้ำท่วมนั้นเลย เป็นต้น **๕ ยิ่งไปกว่านั้น**  
 ถ้าหากบุญจากการที่ลูกได้ไปต้อนรับคณะพระธุดงค์ และ  
 ได้ไปรยกลีบกุหลาบด้วยความปลื้มปีติเบิกบานใจอย่าง  
 สุด ๆ นี้ มีปริมาณที่หนาแน่นมาก ๆ ขึ้น จนปริมาณบุญมี  
 มากพอที่จะส่งผลได้อย่างเต็มที่ ด้วยผลแห่งบุญนี้ ก็จะทำให้  
 ตัวลูกได้เกิดอยู่ในโลกที่มีสภาพภูมิอากาศและภูมิ  
 ประเทศที่เปรียบประดุจดังแดนสวรรค์เลยทีเดียว คือ

สภาพอากาศทั่วทั้งโลกจะมีความบริสุทธิ์ สดชื่น และไม่มีมลภาวะอันเป็นพิษเกิดขึ้นเลย **ไม่ใช่เพียงเท่านั้น** สภาพอากาศทั่วทั้งโลกจะมีความเย็นสบายในระดับที่พอดี ๆ คือ จะไม่มีภาวะที่ร้อนจัดจนทำให้เกิดความแห้งแล้งเป็นทะเลทราย และจะไม่มีภาวะที่หนาวจัดจนทำให้เกิดภูเขาน้ำแข็ง (เหมือนอย่างขั้วโลกเหนือและขั้วโลกใต้ในยุคปัจจุบัน) ส่วนดวงอาทิตย์ก็จะทำหน้าที่ส่องแสงสว่างและให้ความอบอุ่นในระดับที่กำลังดี โดยที่จะไม่มีผลกระทบหรือผลเสียเกิดขึ้นต่อผิวของลูกเลยแม้แต่น้อย ไม่ว่าจะเป็นผิวเกรียม ผิวไหม้ หรือผิวดำ เป็นต้น และที่สำคัญทั่วทั้งโลกจะมีอยู่เพียงฤดูเดียวเท่านั้น คือ ฤดูสบาย ที่ไม่ร้อนเกินไปและไม่หนาวจนเกินไป และถ้าเข้าสู่ช่วงของหน้าฝนฝนก็จะรู้หน้าที่ของตัวเอง คือจะตกลงมาในเวลาที่เหมาะสม กำลังพักผ่อน (หรือช่วงเวลากลางคืน) เท่านั้น อีกทั้งจะตกลงมาในปริมาณที่พอเหมาะพอดีอีกด้วย ซึ่งก็จะไม่ก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา เช่น ภาวะน้ำท่วมซึ่งเพราะระบายไม่ทัน เป็นต้นและที่**น่าอัศจรรย์ใจมากไปกว่านั้นก็คือ** น้ำฝนที่ตกลงมาจะเป็นน้ำที่ใสสะอาดปราศจากเชื้อโรคและสามารถที่จะใช้ดื่มได้เลยโดยไม่ต้องผ่านการกรอง ที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะสภาพอากาศทั่วทั้งโลกมีความบริสุทธิ์มาก และไม่มีฝุ่นละอองใด ๆ ปนเปื้อนอยู่ในอากาศเลยแม้แต่น้อยสำหรับลักษณะของภูมิประเทศนั้นผืนแผ่นดินทั่วทั้งโลกก็จะมีความราบเรียบเสมอกัน ไม่ขรุขระ สูง ๆ ต่ำ ๆ และไม่เป็นหลุมเป็นบ่อ อีกทั้งอาณาบริเวณของผืนแผ่นดินทั่วทั้งโลกก็จะมีสัดส่วนที่เหมาะสมกับจำนวนประชากรผู้มีบุญทั้งหมด คือ มีอาณาบริเวณที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากจนเกินไปและที่ **๖** **น่าที่งมากไป**

**กว่านั้น** ก็คือภัยธรรมชาติทั้งหลาย (ไม่ว่าจะเป็น แผ่นดินไหว สึนามิ โคลนถล่ม ภูเขาไฟระเบิด แผ่นดินแยก น้ำท่วม หรือไฟป่าไหม้ เป็นต้น) จะไม่เกิดขึ้นบนผืนแผ่นดิน ของตัวลูกเลยซึ่งเรื่องราวเกี่ยวกับลักษณะของภูมิประเทศ และภูมิอากาศดังที่ได้กล่าวมาแล้วทั้งหมดนี้ ก็ไม่ได้เป็น เรื่องราวที่กล่าวเกินจริงเลย เพราะลักษณะของภูมิประเทศ และภูมิอากาศที่ว่านี้ ก็กำลังจะเกิดขึ้นในไม่ช้า คือจะ เกิดขึ้นในยุคของพระศรีอริยเมตไตรย์ ซึ่งเป็นยุคที่มีผู้มีบุญ มาก ๆ ลงมาเกิดนั่นเอง บุญนี้จะส่งผลให้ลูก ๆ ได้ไปเกิด อยู่ในครอบครัวที่อบอุ่น ที่มีความสมัครสมานสามัคคี และเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน อีกทั้งสมาชิกทุกคนในครอบครัวจะมีใจรักการสร้างบารมีเหมือน ๆ กัน ชนิดที่เรียกว่า “ว่าอย่างไรว่าตามกัน” ประดุจดังครอบครัวสวรรค์เลยทีเดียว ซึ่งจะเป็นผลทำให้ครอบครัวของลูกร่มเย็นเป็นสุขและ ปราศจากปัญหาที่ทำให้ร้อนกร้อนใจและที่**น่าทึ่งยิ่งไป** **กว่านั้น** ก็คือถ้าหากบุญจากการที่ตัวลูกได้ไปต้อนรับคณะ พระรูดงค์ และได้ไปรยกลีบกุหลาบด้วยความปลื้มปีติเบิก บานใจอย่างสุด ๆ นี้ มีปริมาณที่หนาแน่นมากขึ้น ๆ จน ปริมาณบุญมีมากพอที่จะส่งผลได้อย่างเต็มที่เต็มกำลัง บุญ นี้ก็จะส่งผลทำให้ภพชาติต่อ ๆ ไป ตัวลูกก็จะไม่ประสบ ปัญหาเรื่องครอบครัวอีกเลย อีกทั้งครอบครัวของลูกจะอยู่ เย็นเป็นสุข คือสมาชิกทุกคนในครอบครัวจะมีศีลมีธรรม และต่างรู้บทบาทหน้าที่ของตัวเอง และที่สำคัญสมาชิกทุกคนในบ้านยังจะสนับสนุนและส่งเสริมซึ่งกันและกันให้รักในการสั่งสมบุญสร้างบารมีอีกด้วย ซึ่งถ้าเป็นเช่นนี้ ก็จะทำให้ ตัวลูกมีหนทางการสร้างบารมีที่ตรงตามประดุจรอยด้วยกลีบ กุหลาบเลยทีเดียว บุญนี้ก็จะไป**ปลดบันดาลให้เหล่าเทวดา**

ทั้งหลายมาคอยดูแล และให้การช่วยเหลือตัวลูกเป็นอย่างดี  
 เมื่อเป็นเช่นนี้ก็จะทำให้ลูกได้รับความสะดวกสบายในทุกที่  
 ทุกสถาน ยกตัวอย่างเช่น ถ้าลูกตั้งใจจะจัดเตรียม  
 ภัตตาหารถวายพระภิกษุสงฆ์ 1,000 รูป บุญในตัวของคุณก็  
 จะไปคลบบันดาลให้เหล่าเทวดาทั้งหลาย มาช่วยจัดเตรียม  
 ภัตตาหารจนสำเร็จเรียบร้อยได้แบบง่าย ๆ อย่างเป็น  
 อัจฉรย์ เป็นต้น

(โรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา : เอกสารออนไลน์)

จากตัวอย่างจะเห็นว่าปรากฏดัชนีปริจเฉท 2 คำ คือ ยิ่งไปกว่านั้น และนำทิ้งไปกว่านั้น  
 โดยสามารถพิจารณาโครงสร้างของการเรียงเรียงความได้ ดังนี้

- 1) การเปิดเรื่องการทำบุญกับวัดพระธรรมกาย
- 2) อานิสงส์ที่จะได้รับในชาติปัจจุบัน
- 3) การขยายความและให้รายละเอียดอานิสงส์ที่จะได้รับในชาติปัจจุบัน
- 4) อานิสงส์ที่จะได้รับในชาติถัดไป
- 5) การขยายความและให้รายละเอียดอานิสงส์ที่จะได้รับในชาติถัดไป
- 6) การต่อย้อานิสงส์และยกตัวอย่างเรื่องเล่า

จากการวิเคราะห์จะเห็นว่าส่วนสำคัญที่สุดในข้อความดังกล่าว เป็นกลวิธีทางภาษาที่  
 ผู้ผลิตวาทกรรมจงใจให้รายละเอียดอย่างเกินจริงเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภควาทกรรมคล้อยตามและ  
 จินตนาการภาพความสุขในอนาคต จึงอาจกล่าวได้ว่าผู้ผลิตวาทกรรมมุ่งสร้างภาพในจินตนาการเพื่อ  
 ครอบงำทางความคิดผู้บริโภควาทกรรมอันมีผลต่อการกำหนดพฤติกรรมกรรมการเลือกทำบุญกับวัด  
 พระธรรมกาย เพื่อความชัดเจนผู้วิจัยขอยกอีกตัวอย่างหนึ่งที่ใช้กลวิธีการเรียงเรียงความแบบอานิสงส์  
 ทวีคูณ ดังนี้

- ตัวอย่างที่ (59) ❶ สำหรับ นร.อนุบาลฯ จะไม่เจอคำพังเพยนี้อีกต่อไป จะ  
 พบแต่คำว่า ชีวิตโรยไปด้วยกลีบกุหลาบ เพราะคุณครูไม่-  
 ใหญ่ได้เมตตาตามอบบุญใหญ่ให้กับพวกเราด้วยการ

ทอดผ้าป่าธรรมชัย “สร้างทุกสิ่ง” ต่อด้วยการโปรยดอก  
กุหลาบต้อนรับพระธุดงค์ 1,127 รูป ในเส้นทางมหาปูชนีย-  
ยาจารย์ตลอดระยะทาง 365 กิโลเมตร ตั้งแต่วันที่ 2-25  
มกราคม พ.ศ. 2555 (24 วัน) ต้องถือว่าเป็น Big Boon  
จริง ๆ ดังนั้น พวกเรามาทำหน้าที่ V-Rose, Super V-  
Rose ด้วยมือของเราตลอดเส้นทาง ❷ **และที่ยิ่งไปกว่า**  
**นั้น** บุญจากการทอดผ้าป่าที่ลูก ๆ ได้ตั้งใจทุ่มเททำอย่าง  
เต็มที่เต็มกำลังนี้ ยังสามารถที่จะช่วยต่ออายุขัยของลูก ๆ  
ให้เพิ่มขึ้นได้อีกด้วย ❸ เช่น ถ้าลูก ๆ จะต้องหมดอายุขัยที่  
อายุ 95 ปี บุญนี้จะส่งผลทำให้อายุขัยของลูก ๆ ยืนยาวไป  
ได้อีกเป็น 100 ปี หรือ 125 ปี เป็นต้น ซึ่งอายุขัยจะยืดไป  
ได้มากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับกำลังบุญที่ ลูก ๆ ได้ตั้งใจสั่งสม  
เอาไว้ในภพชาติปัจจุบันนี้เป็นหลัก ❹ นอกจากนี้ ผลแห่ง  
บุญจากการทำบุญทอดผ้าป่ายังจะติดตามตัวลูก ๆ ไป  
ส่งผลในภพชาติต่อ ๆ ไปอีกด้วย ซึ่งจะเป็นผลทำให้ลูก ๆ มี  
สุขภาพร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง และมีอายุยืนยาวกว่า  
อายุขัยเฉลี่ยของมนุษย์ในยุคนี้ยิ่ง ๆ ขึ้นไปอีกด้วย เช่น  
ถ้าตัวลูกไปเกิดในยุคของคนอายุ 10,000 ปี ตัวลูกก็จะมี  
อายุขัยมากกว่าหมื่นปี เป็นต้น ❺ และถ้าลูก ๆ หมั่นสั่งสม  
บุญทุก ๆ บุญอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งบุญบารมีของลูก ๆ  
เต็มเปี่ยมบริบูรณ์แล้ว ด้วยผลแห่งบุญนี้จะทำให้ลูก ๆ เกิด  
มาพร้อมกับสภาพร่างกายที่แข็งแรงมาก จะมีพลังกำลังที่  
มากกว่ามนุษย์ธรรมดาทั่ว ๆ ไป ดังนั้น ไม่ว่าลูก ๆ คิดจะ  
ยกหรือเคลื่อนย้ายสิ่งของใด ๆ ก็ตาม แม้ว่าสิ่งของนั้นจะ  
หนักหรือใหญ่เกินกว่าคนธรรมดาทั่วไปจะยกหรือ  
เคลื่อนย้ายได้ แต่สำหรับลูก ๆ แล้ว แค่นี้เพียงสัมผัสหรือ  
แตะเบา ๆ ไปที่สิ่งของชิ้นนั้น สิ่งของชิ้นนั้นก็เคลื่อนหรือ

ถูกยกได้อย่างง่าย ๆ สบาย ๆ โดยที่ลูก ๆ จะไม่รู้สึกรหนัก หรือเหนื่อยเลยแม้แต่นิดเดียว ยกตัวอย่างเช่น ถ้าหาก ลูก ๆ ต้องการจะยกรถสิบล้อคันใหญ่ ๆ ข้ามกำแพง เพียง แค่ลูก ๆ ใช้สองนิ้วน้อย ๆ คีบไปที่รถ รถสิบล้อนั้นก็เลย ข้ามกำแพงไปได้อย่างสบาย ๆ ตามสไตล์ผู้มีบุญหรือถ้ามี ก้อนหินก้อนใหญ่่มหึมาขวางทางอยู่ เพียงแค่ลูก ๆ ใช้ ปลายนิ้วสะกิดหรือสัมผัส เบา ๆ หินก้อนนั้นก็เลยถูก เคลื่อนย้ายไปได้อย่างง่าย ๆ โดยที่ลูก ๆ ไม่ต้องออกแรง เลยแม้แต่นิดเดียว ๖ เหมือนดังเช่นมหาอุบาสิกาวิสาขาที่มี พละกำลังเท่ากับช้าง 5 เชือกมารวมกัน ซึ่งมีอยู่ครั้งหนึ่งที่ พระราชาทรงมีพระประสงค์จะทดลองกำลังของนางเพราะ อยากจะรู้ว่า นางจะมีกำลังมากอย่างนั้นจริงหรือไม่ เมื่อ เป็นเช่นนี้พระองค์จึงทรงรับสั่งให้ปล่อยช้างตมมันดุเชือก หนึ่งให้วิ่งไปชนมหาอุบาสิกาวิสาขา เมื่อนางเห็นช้างวิ่งตรง เข้ามาอย่างรวดเร็ว นางก็ไม่ได้รู้สึกตกใจกลัวหรือหวาดผวา แต่อย่างใด แต่นางกลับมีอาการเป็นปกติราบเรียบแบบคน มีบุญที่รู้พละกำลังของตัวเอง จากนั้น มหาอุบาสิกาวิสาขา ก็ได้คิดว่าถ้าเราจะจับช้างเชือกนี้อย่างเต็มกำลังของเราแล้ว ช้างก็จะตาย เราก็จะบาป และพระราชาก็จะเสียช้างไป อีก ทั้งเราก็จะเสียศีลเพราะไปทำให้ช้างตายอีกด้วย ด้วยความ ที่มหาอุบาสิกาวิสาขามีเมตตาไม่ยอมให้ช้างตายนี้เอง นาง จึงเผชิญหน้ากับช้างพร้อมกับส่งรอยยิ้ม แล้วก็แผ่เมตตาไป ให้ ทันทีที่ช้างวิ่งมาถึงตัวมหาอุบาสิกาวิสาขา นางก็ใช้นิ้ว อันนุ่มนวลของนางจับไปที่วงของช้างแล้วก็ผลักไปเบา ๆ ทันใดนั้นช้างตมมันเชือกนั้นก็ไหลลื่นไปกองกับพื้นในทันที บุญนี้จะส่งผลทำให้ลูก ๆ มีมือที่อ่อนนุ่มละมุนละไม สวยงาม และสมส่วน โดยนิ้วมือของลูก ๆ จะมีลักษณะที่

เร็วยาว กลมกลิ้ง และดูดีราวกับลำเทียน ส่วนเล็บของ  
 ลูก ๆ ก็จะไม่ดูแลสะอาดสะอ้านและเนียนนุ่มอย่างเป็น  
 ธรรมชาติอยู่ตลอดเวลา และไม่ว่าลูก ๆ จะหยิบจะจับอะไร  
 ที่มีน้ำหนักมาก ๆ มือของลูก ๆ ก็จะไม่ยั้งความเนียนนุ่ม  
 คงาม และดูดีอยู่เสมอ โดยไม่มีรอยขีดหรือความหยาบ-  
 กร้านเกิดขึ้นที่มือของลูก ๆ เลย แต่ด้วยผลแห่งบุญที่ลูก ๆ  
 ได้ตั้งใจทำบุญทอดผ้าป่าด้วยการถวายผ้าอันประณีต และ  
 ทำหน้าที่ชักชวนผู้มีบุญท่านอื่น ๆ ให้มาสั่งสมบุญร่วมกัน  
 นี้เอง ก็จะไปช่วยตัดรอนวิบากกรรมดังกล่าวให้เบาบาง  
 เจือจางลงไปได้ อีกทั้งด้วยผลแห่งบุญนี้ ก็จะทำให้ลูก ๆ ได้  
 พบกับหมอดียาดีที่สามารถจะรักษาโรคเกี่ยวกับมือที่ลูก  
 กำลังเป็นอยู่ให้มีอาการที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งสามารถ  
 หายขาดได้อย่างเป็นอัศจรรย์ เช่น จากเดิมที่ลูก ๆ เคยมี  
 แผลพุพองเรื้อรังที่มือ แผลนั้นก็ค่อย ๆ ยุบลง ๆ และ  
 อาการเจ็บปวดทรมานก็จะค่อย ๆ หายไปเบาบางลงไปเรื่อย  
 ๆ จนกระทั่งสามารถหายได้ในที่สุด เป็นต้น และที่น่าทึ่ง  
 มากไปกว่านั้นถึงแม้ตัวลูกจะเข้าสู่วัยชราแล้วก็ตาม แต่ขา  
 ของลูกก็ยังแข็งแรงอยู่ตลอดเวลาไปจนกระทั่งตัวลูก  
 หมดอายุขัยคือกำลังขาของลูกจะไม่ตกลงไปเลย และ  
 กระดูกขาของลูกก็ไม่เปราะหรือหักง่าย ยิ่งไปกว่านั้นถ้า  
 หากบุญจากการทอดผ้าป่ามีปริมาณมากขึ้น ๆ จนกระทั่ง  
 บุญบารมีในตัวของลูก ๆ เต็มเปี่ยมบริบูรณ์แล้ว บุญนี้ก็จะ  
 ทำให้ขาและเท้าของลูก ๆ เป็นเหมือนดังขาและเท้าของ  
 ชาวสวรรค์เลยทีเดียว คือขาและเท้าของลูก ๆ จะสมส่วน  
 และงดงามมาก ข้อต่อต่าง ๆ ของขาและเท้าจะไม่มีรอยต่อ  
 ปรากฏให้เห็นเลย สีผิวของขาและเท้าก็จะเนียนเรียบเสมอกัน  
 ไม่กระดำกระด่าง อีกทั้งฝ่าเท้าก็จะเรียบเสมอกัน และมี



สัมผัสที่อ่อนนุ่มละมุนละไมไม่แข็งกระด้าง และแม้ว่าตัวลูก  
 เกิดนึกอยากเดินเท้าเปล่าแบบไม่ใส่รองเท้า แต่ด้วยอำนาจ  
 แห่งบุญที่เต็มเปี่ยมในตัวลูก ก็จะไม่มียัตถุอันแหลมคม  
สามารถแทงเข้าสู่ผิวหนังของลูกได้เลย และที่น่าอัศจรรย์ยิ่ง  
ไปกว่านั้นก็คือ แม้ลูกจะเดินด้วยเท้าเปล่าแบบทั้งวันทั้งคืน  
 มากขนาดไหน ฝุ่นละอองหรือสิ่งสกปรกต่าง ๆ ก็จะไม่  
 สามารถมาเกาะหรือมาทำให้ขาและเท้าของลูกเปราะ  
 เปื่อยได้เลย เช่น ถ้าลูกเดินไปเหยียบบนดินโคลนที่เลอะ ๆ  
ดินที่เลอะ ๆ เหลว ๆ นั่นก็จะไม่ติดเท้า หรือทำให้เท้าของลูก  
เปราะเปื่อยได้เลย เป็นต้น อีกทั้งขาและเท้าของลูกยังจะมี  
 คุณสมบัติพิเศษสุดอีกด้วยคือขาและเท้าของลูกจะมีกำลัง  
มาก ไม่ว่าลูก ๆ จะเดินไปไหนก็ตาม ด้วยกำลังขาและเท้า  
 ของลูก ก็จะทำให้ตัวลูกสามารถเดินไปถึงที่หมายได้อย่าง  
 รวดเร็วตั้งใจนึก เช่น ตัวลูกจะเดินทางจากกรุงเทพฯ ไป  
 เชียงใหม่ เพียงแคใจลูกปรารถนาและก้าวเท้าออกไป ขา  
 และเท้าของลูกก็จะนำพาตัวลูกไปถึงเชียงใหม่ได้ใน  
 ระยะเวลาอันรวดเร็ว โดยที่ตัวลูกจะไม่รู้สึเหนื่อยเลย  
 แม้แต่นิดเดียว เป็นต้น ซึ่งเรื่องในทำนองนี้ก็ไม่ใช่เรื่องที่ดู  
 เหลือเชื่อหรือเกินจริงเลย เพราะมีปรากฏให้เห็นอย่าง  
 ชัดเจน ดังเช่นเรื่องราวของบุคคลในสมัยพุทธกาลหลายต่อ  
 หลายท่าน **๖** เช่น พระเจ้าอชาตศัตรู ซึ่งเป็นผู้ที่มีกำลังขา  
 มาก คือสามารถกระโดดได้สูงถึง 80 ศอก หรือพระพาหิยะ  
 ที่สามารถเดินทางได้ไกลถึง 120 โยชน์ (1,902 กิโลเมตร)  
 โดยใช้เวลาแค่เพียงคืนเดียวเท่านั้น ด้วยความตั้งใจอย่าง  
 แกร่งกล้าที่จะไปเข้าเฝ้าพระสัมมาสัมพุทธเจ้าให้ได้ หรือ  
 เรื่องของท่านองคฺลิมาลที่สามารถวิ่งได้เร็วมาก ๆ ขนาด

ที่ว่า ช่างกำลังวิ่ง ม้ากำลังวิ่ง เนื้อทรายกำลังวิ่ง ท่านก็ยังสามารถวิ่งตามไปจับได้อย่างง่าย ๆ สบาย ๆ เป็นต้น

(รายการอนุบาลฝันในฝันวิทยา : เอกสารออนไลน์)

จากตัวอย่างจะเห็นว่าปรากฏดัชนีปริจเฉท 3 คำ คือ ยิ่งไปกว่านั้น นำที่ไปกว่านั้น และนำอัศจรรย์ยิ่งกว่านั้น โดยสามารถพิจารณาโครงสร้างการเรียงเรียงความแบบอานิสงส์ทวิคุณได้ ดังนี้

- 1) การเปิดเรื่องการทำบุญกับวัดพระธรรมกาย
- 2) อานิสงส์ที่จะได้รับในชาติปัจจุบัน
- 3) การขยายความและให้รายละเอียดอานิสงส์ที่จะได้รับในชาติปัจจุบัน
- 4) อานิสงส์ที่จะได้รับในชาติถัดไป
- 5) การขยายความและให้รายละเอียดอานิสงส์ที่จะได้รับในชาติถัดไป
- 6) การต่อย้อานิสงส์และยกตัวอย่างเรื่องเล่า

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่ากลวิธีการเรียงเรียงความแบบอานิสงส์ทวิคุณ เป็นกลวิธีทางภาษาที่มีจุดประสงค์เพื่อสร้างภาพในจินตนาการด้วยวิธีการขยายความอย่างละเอียดและเพิ่มลำดับชั้นอานิสงส์ขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคความทรงจำเห็นภาพอย่างเป็นขั้นตอนและคล้อยตามตลอดจนมีการยกตัวอย่างแทรกประกอบเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวบท ซึ่งส่งผลต่อการต่อย้อชุดความคิดจนสามารถกำหนดพฤติกรรมกรรมการทำบุญของประชาชนได้

#### 6.1.3.1.7 การสร้างสภาวะนิพพานและพระธรรมกายให้มีตัวตน

จากการศึกษาพบว่าในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปมีการใช้กลวิธีการสร้างสภาวะนิพพานและพระธรรมกายให้มีตัวตน ด้วยการใช้คำกริยาขยายความการกระทำของพระนิพพานและพระธรรมกาย เช่น *ปรากฏ เมตตา* ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- ตัวอย่างที่ (60) ในครั้งที่คุณยายอาจารย์ฯ ยังมีชีวิตอยู่ ในช่วงที่ท่านยังแข็งแรง เมื่อถึงวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำ เดือน 3 วันมาฆบูชา ก็จะมาประกอบพิธีจุดมาฆประทีป แล้วก็เวียนประทักษิณ

รอบอุโบสถ วัดพระธรรมกาย ทำอย่างนี้ก่อนที่จะย้าย  
ออกไปทำด้านนอกที่ลานธรรมมหาธรรมกายเจดีย์ ท่านก็  
จะอาราธนาพระนิพพานให้มาปรากฏกับผู้มีบุญที่มีจิต  
เลื่อมใสในพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ซึ่งมีผู้มีบุญเป็นจำนวน  
มากได้เห็นพระธรรมกายของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าลอยอยู่  
บนท้องฟ้าเหนืออุโบสถในลักษณะต่าง ๆ กัน ซึ่งก็เป็นสิ่งที่  
น่าอัศจรรย์ในยุคนั้น

วันนี้ประวัติศาสตร์เก่า ๆ กำลังจะย้อนกลับคืนมา แม้ท่าน  
จะไม่มีกายมนุษย์หายไปแล้วก็ตาม แต่ท่านก็ยังคอยดูแล  
วัดพระธรรมกาย ดูแลลูกหลานของท่านอยู่ วันนี้เป็นวันดีมี  
สิริมงคล ที่เราลูกหลานของท่านได้มาร่วมประกอบพิธีบุญ  
อันยิ่งใหญ่ อัญเชิญมหารัตนอัฐธาตุของท่านไปประดิษฐาน  
ที่มหาวิทยาลัยของท่าน ท่านก็จะมาคัมภีร์ให้กับพวกเราเป็น  
พิเศษในช่วงที่เราจะจุดวิสาขประทีป และเวียนประทักษิณ  
รอบอุโบสถ

(อยู่ในบุญ ฉบับเดือนกรกฎาคม 2555 : เอกสารออนไลน์, 29)

จากตัวอย่างจะเห็นว่าตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำเสนอ *พระนิพพาน*  
ในความหมายเสมือนเป็นบุคคล เห็นได้จากการใช้คำกริยา มาปรากฏ ซึ่งแท้จริงแล้วคำว่า “นิพพาน  
หมายถึง สภาพที่ดับกิเลสและกองทุกข์แล้ว ภาวะที่จิตมีความสงบสูงสุดเพราะไร้ทุกข์ ไร้สุข เป็น  
อิสรภาพสมบูรณ์” (พุทธทศนิกาย ปฏิสัมพันธ์ามรรค, 2539) และ *พระธรรมกาย* ให้มีสถานะมีตัวตน ที่  
สามารถมาปรากฏให้เห็นได้ตามต้องการ โดยจากตัวบทเป็นการแสดงปาฏิหาริย์ของมหารัตนอุบาสิกา  
จันทร์ ขนนกยูง ผู้ก่อตั้งวัดพระธรรมกาย กลวิธีการสร้างสภาวะนิพพานและพระธรรมกายให้มีตัวตน  
นั้น สามารถต่อยอดความคิดอันสงฆ์ของบุญคือปาฏิหาริย์ได้เป็นอย่างดี เพราะตัวบททำให้  
ผู้บริโภควาทกรรมเชื่อว่าอานุภาพสภาวะพิเศษที่กลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายเท่านั้นที่มีโอกาสได้  
สัมผัส

ตัวอย่างที่ (61) ในเวลาต่อมาที่มีพระธรรมกายเมตตาไปโปรดท่านเทพธิดาใหม่ที่ยังมีมานบนสวรรค์ชั้นดุสิต เพื่อให้ท่านเทพธิดาใหม่ได้ฝากสารแห่งความรักและปรารถนาดีมาถึงเพื่อน ๆ นักสร้างบารมีทุกคน ในทำนองที่ว่า “สิ่งแรกที่เธออยากจะบอกเพื่อน ๆ นักสร้างบารมีทุกคน คือ อย่าประมาท เพราะความตายไม่มีนิมิตหมายจริง ๆ อย่างตัวเธอก็ไม่คิดว่าจะจากโลกนี้ไปเร็วขนาดนี้ ถ้าเป็นไปได้เธอยังอยากอยู่สร้างบารมีกับพระเถระและหมู่คณะไปอีกนาน ๆ เพราะเธอมีความรู้สึกที่ตัวเธอเองมาเจอหมู่คณะเข้าไป และยังสั่งสมบุญสร้างบารมีน้อยไป เธอกลัวตามคนอื่นไม่ทัน เพราะฉะนั้นเธอยังอยากให้เพื่อน ๆ ทุกคนที่ยังมีลมหายใจ และยังมีโอกาสสั่งสมบุญสร้างบารมี จงสั่งสมบุญสร้างบารมีกันให้เต็มที่

(รายการอนุบาลฝันในฝันวิทยา : เอกสารออนไลน์)

นอกจากนี้จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าในตัวอย่างปรากฏข้อความว่า “พระธรรมกายเมตตา” อาจทำให้เข้าใจได้ว่าพระธรรมกายนี้อยู่ในฐานะเทวดาผู้ที่มีอำนาจในโลกหลังความตาย ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าคำว่าพระธรรมกายน่าจะมีความหมายถึง สภาวะที่เข้าถึงธรรม การทำให้ “พระธรรมกาย” ภายมีตัวตน ถือว่าเป็นการประกอบสร้างความคิดเกี่ยวกับปาฏิหาริย์และทำให้ผู้บริโภควาทกรรมรู้สึกพิเศษและใกล้ชิดกับคำว่าพระธรรมกายจนถูกครอบงำได้ในที่สุด

กลวิธีทางภาษาที่ใช้เพื่อสร้างสภาวะนิพพานและพระธรรมกายให้มีตัวตนนี้ตอกย้ำชุดความคิดเกี่ยวกับอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์ว่า แท้จริงแล้วพระธรรมกายเป็นผู้กำหนดความเป็นไปของดวงวิญญาณในสวรรค์ ซึ่งทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าหากต้องการได้รับความเมตตาเป็นพิเศษในโลกหลังความตาย ในชาติปัจจุบันก็ต้องเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายสะสมบุญไว้ให้ได้มากที่สุด

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่ากลวิธีทางภาษาที่สะท้อนชุดความคิดอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์นั้นผู้ผลิตวาทกรรมตอกย้ำความคิดเกี่ยวกับการทำบุญทั้งในปัจจุบันชาติเพื่อให้ได้รับผลตอบแทน เช่น ความร่ำรวย ความสำเร็จ ความมั่นคงในชีวิต และในขณะเดียวกันก็โน้มน้าวใจให้

สะสมบุญเพื่อเป็นทรัพยากรในโลกหลังความตายด้วยการกล่าวถึงอานิสงส์พิเศษต่าง ๆ ที่จะได้รับในโลกสวรรค์ จึงกล่าวได้ว่าชุดความคิดดังกล่าวเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมการทำบุญแบบชวนชวยและห่มเหเพื่อหวังผลมากกว่าการทำบุญเพื่อลดกิเลสในจิตใจ

### 6.1.3.2 ชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย

การวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่สื่อชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย ผู้วิจัยคัดเลือกตัวบทที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตหลังความตาย อดีตชาติ หรือชาติภพ เท่านั้น โดยไม่เกี่ยวข้องกับตัวบทที่กล่าวถึงบุคคลที่มีชีวิตอยู่ในปัจจุบัน

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปพบกลวิธีทางภาษาที่สะท้อนชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย 4 กลวิธี ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์ การเล่าเรื่องสมัยพุทธกาล การขยายความเกี่ยวกับความเชื่อตามคติพุทธศาสนาในสังคมไทย และการบอกผลลัพธ์ของบุญอย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้

#### 6.1.3.2.1 การเลือกใช้คำศัพท์

จากการศึกษาพบกลวิธีการเลือกใช้คำศัพท์ในสื่อที่เกี่ยวข้องกับชีวิตหลังความตาย ที่สะท้อนชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย มักเป็นกลุ่มคำศัพท์ที่สะท้อนความสะดวกสบาย ความสวยงาม และความหรูหราในโลกสวรรค์ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5 ตัวอย่างคำศัพท์ที่สื่อชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย

กลุ่มความหมาย	ตัวอย่างคำศัพท์
ความสะดวกสบาย	อต์โนมติ ไฮเทค
ความสวยงาม	สวยงาม ทิพย์ โดดเด่น เพอร์เฟ็ค
ความหรูหรา	หรรู เรียบหรรู สุดหรรู ดูดี มีสไตล์ ไฮคลาส ไฮโซ

จากตารางจะเห็นได้ว่า กลุ่มคำศัพท์ที่สะท้อนความสะดวกสบายหรูหรา ปรากฏทั้งคำศัพท์ภาษาไทยและคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษซึ่งกลวิธีการใช้คำศัพท์ในลักษณะดังกล่าวนี้ มักปรากฏ

ในตัวอย่างประเภทหนังสือหรือรายการที่มีการกล่าวถึงเรื่องราวหลังความตาย เช่น รายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา เป็นต้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (62) หลังจากที่กายละเอียดคุณแม่ของลูกได้นั่งสมาธิอย่างมีปีติสุขอยู่ที่หน้ามหารธรรมกายเจดีย์จนถึงรุ่งเช้าของวันใหม่แล้วทันทีที่ท่านลืมตาขึ้น ท่านก็ได้พบกับขบวนของเหล่าบริวารอันเป็นทิพย์ที่สวยสดงดงามมาเชื้อเชิญท่านให้ขึ้นไปสู่เทวรถที่มารอรับท่านอยู่

เมื่อกายละเอียดคุณแม่ของลูกได้เห็นเหล่าบริวารอันเป็นทิพย์และเทวรถสุดหรูเช่นนั้น ท่านก็ไม่รอช้าลอยตัวขึ้นไปสู่เทวรถของท่านในทันที

ในระหว่างที่กายละเอียดคุณแม่ของลูกกำลังลอยตัวขึ้นไปสู่เทวรถสุดหรูของท่านอยู่นั้น ทันใดนั้นเองกายละเอียดของท่านก็พลันสว่างวาบพร้อมกับแปรเปลี่ยนไปเป็นกายของเทพธิดาสวยโสภานในทันที

(รายการอนุบาลฝันในฝันวิทยา : เอกสารออนไลน์)

จากตัวอย่างมีการใช้คำศัพท์ ทิพย์ สวยสด สุดสวย โสภาน ดงงาม และหรู เพื่อแสดงให้เห็นสมบัติหลังความตายที่สวยงาม ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้ตายเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย กลวิธีทางภาษาในลักษณะดังกล่าวนี้สามารถครอบงำผู้บริโภคชาวพุทธให้ทำบุญอย่างสะสม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าเมื่อตายไปแล้วตนเองจะได้ใช้ชีวิตอย่างมีความสุขด้วยทิพย์สมบัติต่าง ๆ ในโลกสวรรค์

ตัวอย่างที่ (63) จีอบส์ ก็รู้สึกตื่นเต้นและอัศจรรย์ใจในทิพย์สมบัติต่าง ๆ เหล่านั้นเป็นอย่างมาก ยกตัวอย่างเช่น เตียงที่ใช้นอน ก็เป็นเตียงที่เรียบหรูดูดีมีสไตล์ไฮคลาส แถมยังลอยได้อีกด้วย ไม่เพียงแค่นั้นในเวลาที่เขาอยากฟังเพลงที่เขา

ชอบ เพลงดังกล่าวก็จะค่อย ๆ ดั่งขึ้นมาเองแบบเป็นอัตโนมัติ โดยที่ไม่ต้องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ใด ๆ เหมือนอย่างในโลกมนุษย์นี้เลย หรือในยามที่ตัวเขาต้องการจะรับประทานอาหาร ก็จะมีเหล่าบริวารนำอาหารที่เขาชอบมาให้ตัวเขาได้รับประทาน โดยที่ไม่ต้องเอ่ยปากบอกใครเลย เป็นต้น เรียกว่าทุกสิ่งทุกอย่างที่วิมานแห่งนี้ ช่างเพอร์เฟ็คและไฮเทค อีกทั้งยังตอบสนองความต้องการของเขาในสมัยที่ตัวเขายังมีชีวิตอยู่อย่างสุด ๆ

(Where is Steve Jobs : เอกสารออนไลน์, 13)

จากตัวอย่างจะเห็นว่ามีการใช้คำศัพท์ เช่น *ดูดี มีสไตล์ ไฮคลาส* เพื่ออธิบายลักษณะวิมานที่สตีฟ จ๊อบส์ อาศัยอยู่หลังจากตายไปแล้ว จากตัวบทสะท้อนให้เห็นว่าสมบัติต่าง ๆ ที่ได้รับในโลกชีวิตหลังความตายนั้นมีมูลเหตุมาจากการสะสมบุญ ยิ่งสะสมบุญมากก็จะมีสมบัติหลังความตายมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย

จากตัวอย่างที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่ากลวิธีการเลือกใช้คำศัพท์ที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนั้น สามารถถ่ายทอดชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตายได้เป็นอย่างดี เนื่องจากความคิดเกี่ยวกับความสุขในสวรรค์เป็นความเชื่อที่เป็นที่รับรู้อยู่แล้วในปริบทพุทธศาสนาในสังคมไทย ดังนั้นผู้บริโภควาทกรรมจึงพร้อมยอมรับชุดความคิดดังกล่าวได้โดยปราศจากข้อสงสัย

#### 6.1.3.2.2 การเล่าเรื่องสมัยพุทธกาล

การเล่าเรื่องสมัยพุทธกาลสะท้อนชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย จะมีลักษณะเป็นการใช้เสียงเล่าจาก 2 เสียง คือ 1) เสียงเล่าจากผู้ผลิตวาทกรรมในมุมผู้เล่าเรื่องทั้งหมด และ 2) เสียงเล่าจากตัวละครในเรื่องในมุมมองแสดงความปรารถนาในใจของตนเอง โดยลักษณะการเล่าส่วนต้นจะให้รายละเอียดเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำบุญด้วยความศรัทธาสูงสุด และในส่วนท้ายจะกล่าวถึงสมบัติที่ได้รับอย่างอัศจรรย์ เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (64) ครั้งนั้น มีเด็กน้อยคนหนึ่งเห็นเหตุการณ์ที่มหาชนกำลังช่วยกันสร้างเจดีย์ เธอสงสัยว่าผู้คนมากมายมาทำอะไรกัน จึงถามมารดาว่า “แม่จ๋า คนพวกนี้กำลังทำอะไรกันอยู่จ๊ะ” มารดาตอบว่า “เขาทำอิฐทองคำเพื่อสร้างเจดีย์จ๊ะ”

เด็กน้อยเป็นคนมีศรัทธาเลื่อมใสในพระพุทธศาสนายังไม่ทันมีใครชวน เธอก็อยากทำบุญนี้ด้วยตนเอง และพอดีเธอมีเครื่องประดับทองคำชิ้นเล็ก ๆ อยู่ที่คอ เธอจึงขออนุญาตมารดาว่า “แม่จ๋า ลูกจะมอบเครื่องประดับนี้ให้เขาสร้างเจดีย์นะจ๊ะแม่”

เมื่อมารดาอนุญาตและอนุโมทนาบุญกับเธอแล้ว เธอจึงปลดเครื่องประดับออกจากคอ แล้วนำไปมอบให้ช่างทองเพื่อนำไปทำอิฐทองสำหรับสร้างเจดีย์

ด้วยอานิสงส์แห่งความเลื่อมใสในพระสัมมาสัมพุทธเจ้า และบุญจากการถวายเครื่องประดับทองคำ แม้เป็นสมบัติชิ้นเล็ก ๆ แต่เธอสละให้ด้วยใจที่เปี่ยมด้วยความเลื่อมใสศรัทธาเมื่อละโลกไปแล้ว เธอจึงได้ไปเกิดในสวรรค์ มีวิมานทองสว่างไสว สวยทิพย์สมบัติอันอลังการนานแสนนาน เป็นเวลาถึง 1 กัป

(ทองคำ: เอกสารออนไลน์, 19-20)

ตัวอย่างในส่วนต้นแสดงถึงเด็กที่มีศรัทธาทำบุญถวายเครื่องประดับทองคำ เมื่อตายไปแล้วไปบังเกิดในสวรรค์ การนำเรื่องเล่าในครั้งพุทธกาลมากล่าวถึงในตวัพบทวากรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย เป็นการชี้นำพฤติกรรมการทำบุญที่ผู้บริโภควาทกรรมพึงกระทำ คือ การบริจาคทองคำให้กับวัดพระธรรมกาย โดยการทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าเมื่อเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายแล้วก็จะมิชีวิตหลังความตายอยู่ในสวรรค์เช่นเดียวกับบุคคลในครั้งสมัยพุทธกาล



ตัวอย่างที่ (65) ด้วยบุญที่นางมีจิตเลื่อมใสอย่างสูงสุดต่อพระสารีบุตรและบุญที่กระทำการบูชาสักการะท่านด้วยดอกไม้ทองคำและของหอม นางจึงได้ไปบังเกิดบนสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ มีนางอัปสรหนึ่งพันเป็นบริวาร

(ทองคำ : เอกสารออนไลน์, 24)

จากตัวอย่างจะเห็นว่าผู้ผลิตวาทกรรมเล่าเรื่องในสมัยพุทธกาล โดยใช้เสียงเล่าทั้งของตนเองและเสียงเล่าของตัวละครเพื่อให้รายละเอียดเกี่ยวกับการทำบุญด้วยทองคำ ซึ่งทำให้ได้รับอานิสงส์อย่างอัศจรรย์เป็นความร่ำรวยหรือความสุขสบายแบบข้ามภพข้ามชาติ ผู้วิจัยเห็นว่าการยกเรื่องเล่าในสมัยพุทธกาลมาเป็นตัวอย่างในการทำบุญสามารถรอบำผู้บริโภครู้สึกเกิดแรงบันดาลใจและแบบอย่างในการทำบุญด้วยความศรัทธาได้เป็นอย่างดี

จากตัวอย่างที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่ากลวิธีการเล่าเรื่องสมัยพุทธกาล สามารถถ่ายทอดชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตายได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเรื่องเล่าสมัยพุทธกาลทั้งหลายมีที่มาจากคัมภีร์พุทธศาสนา เมื่อตัวบทที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำเรื่องสมัยพุทธกาลมากล่าวไว้ในตัวบทย่อมสามารถทำให้ผู้บริโภควาทกรรมยอมรับชุดความคิดดังกล่าวโดยไม่เกิดข้อสงสัย

#### 6.1.3.2.3 การขยายความเกี่ยวกับความเชื่อตามคติพุทธศาสนาใน

##### สังคมไทย

การขยายความเกี่ยวกับความเชื่อตามคติพุทธศาสนาในสังคมไทยเป็นกลวิธีทางภาษาที่สำคัญที่พบในชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย ทั้งนี้ตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะนำความเชื่อที่มีอยู่เดิมในสังคมมาเป็นจุดเน้นสำคัญ ได้แก่ เรื่องผี เรื่องเทวดา และภพภูมิ ซึ่งเรื่องเหล่านี้เป็นความรู้พื้นฐานในปริบทพุทธศาสนาในสังคมไทย จากนั้นจะมีการแต่งเติมขยายรายละเอียดเรื่องราวให้มีความเป็นปัจเจกเฉพาะบุคคลที่ต้องการกล่าวถึง จนเสมือนว่าผู้เล่ามีสถานะเป็นผู้วิเศษสามารถหยั่งรู้ชีวิตหลังความตายได้อย่างละเอียด ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (66) ส่วนภาพที่ทำให้ใจของเขาผ่องใส ก็คือภาพที่ตัวเขาได้ บริจาคทรัพย์สินและสิ่งของให้กับองค์กรการกุศลรวมถึงภาพที่ตัวเขาได้ให้ความรู้เป็นวิทยาทานแก่เพื่อนร่วมงานและนิสิตนักศึกษาตามโรงเรียนและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เป็นต้น ส่วนภาพที่ทำให้ใจของเขาไม่เศร้าหมองไม่ผ่องใส ก็คือภาพที่ตัวเขาไปทำงานหรืออยู่กับครอบครัว เป็นต้น

จ๊อบส์ได้ละจากโลกนี้ไปแล้ว ตัวเขาได้ไปบังเกิดใหม่เป็น “เทพบุตรภุมมเทวารระดับกลางสายวิทยากรกึ่งยักษ์” ที่มีที่อยู่อาศัยซ่อนอยู่บนโลกมนุษย์ใกล้ ๆ กับที่ทำงานเดิมของตัวเขาในทันที

(Where is Steve Jobs : เอกสารออนไลน์, 10)

จากตัวอย่างผู้ผลิตวาทกรรมใช้กลวิธีขยายความเกี่ยวกับความเชื่อตามคติพุทธศาสนาในสังคมไทย ด้วยการทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าการบริจาค ทำให้เมื่อตายแล้วไปเกิดในสวรรค์ อีกทั้งยังขยายความเกี่ยวรายละเอียดของสภาพเทวดาบนสวรรค์อีกด้วย เห็นได้ชัดเจนจากอีกตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (67) โดยเฉพาะเทพบุตรสติฟ จ๊อบส์ จะมีลักษณะกายเหมือนกับเทพบุตรภุมมเทวารระดับกลาง เพียงแต่ผิวของเขาจะเป็นสีดำนแดงมีเลือดฝาดและหยากกว่าผิวของเทพบุตรภุมมเทวารระดับกลาง ซึ่งโดยปกติทั่วไปภุมมเทวารระดับกลางจะมีผิวขาว ผ่องใสและละเอียดกว่าผิวของมนุษย์ ซึ่งถ้าจะมาอุปมาให้เห็นภาพกันแบบชัด ๆ ผิวของภุมมเทวารระดับกลางจะมีความละเอียดและนุ่มนวลละม้ายคล้ายกับสำลีที่นุ่ม ๆ ส่วนผิวของเทพบุตรสติฟ จ๊อบส์ซึ่งเป็นภุมมเทวารระดับกลางสายวิทยากรกึ่งยักษ์ จะมีความละเอียดคล้ายกับฟองน้ำ

ส่วนวิมานหรือที่อยู่อาศัย ของท่านเทพบุตรใหม่จะมีลักษณะเป็นวิมานที่เรียบ ๆ ง่าย ๆ ขนาดปานกลาง ที่สูงประมาณตึก 6 ชั้น ซึ่งตัววิมานจะประกอบด้วยโลหะสีเงินสีขาวและแก้วผลึกขนาดใหญ่ที่มีขอบเขตกว้างขวาง และอยู่ไม่ไกลจากที่ทำงานเดิมในสมัยที่ตัวเขายังเป็นมนุษย์

เทพบุตรใหม่จะมีวิมานของเหล่าภุมมเทวาที่มีความชอบคล้าย ๆ กันอยู่หลายวิมาน นอกจากนี้ ท่านเทพบุตรใหม่ยังมีบริวารอันเป็นทิพย์ที่คอยรับใช้ดูแลอยู่ประมาณ 20 คน ซึ่งทั้งหมดนี้ก็เกิดจากผลแห่งบุญที่ตัวเขาได้เคยทำบุญ แบบสงเคราะห์โลกเอาไว้ในสมัยที่ตัวเขายังเป็นมนุษย์ เช่น บริจาคทั้งเงิน สิ่งของ ความรู้ให้แก่ผู้อื่นและสังคม เป็นต้น

(Where is Steve Jobs : เอกสารออนไลน์, 11-12)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการกล่าวถึงเรื่อง*เทวดาประเภทภุมมเทวา* ซึ่งเป็นความเชื่อดั้งเดิมที่มีอยู่แล้วในปริบทพุทธศาสนาในสังคมไทย แต่จากตัวอย่างจะเห็นว่าการอธิบายขยายความลักษณะร่างกาย ความผ่องใสของผิวและสีผิว นอกจากนี้ยังมีการบรรยายละเอียดประเทยย่อยของเทวดา คือ *เทวาระดับกลางสายวิทยารักษ์* ซึ่งลักษณะดังกล่าวไม่เคยปรากฏมาก่อนในปริบทพุทธศาสนาในสังคมไทย กลวิธีการขยายความรายละเอียดในลักษณะดังกล่าวนี้ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าผู้ผลิตวาทกรรมนำเรื่องเทวดาซึ่งเป็นความเชื่อเดิมมาเป็นแกนหลัก แล้วอธิบายต่อยอดตามจินตนาการให้มีความชัดเจน เพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าผู้ผลิตวาทกรรมมีความ **ศักดิ์สิทธิ์** อันจะนำไปสู่การครอบงำทางความคิดเกี่ยวกับชีวิตหลังความตายได้ง่ายยิ่งขึ้น

#### 6.1.3.2.4 การบอกผลลัพธ์ของบุญอย่างเป็นรูปธรรม

กลวิธีการบอกผลลัพธ์ของบุญที่เป็นรูปธรรมในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่สะท้อนชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย มักปรากฏพร้อมกับกลวิธีการขยายความเกี่ยวกับ

ความเชื่อตามคติพุทธศาสนาในสังคมไทยที่กล่าวมาในหัวข้อข้างต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (68) ซึ่งในระหว่างที่ท่านเทพบุตรสติฟ จ๊อบส์ กำลังผลิตเพลินกับการใช้ชีวิตอยู่ในสังคมมฤตเวทวาทแห่งนั้นก็จะมีกระแสธารแห่งบุญจากที่แห่งหนึ่ง ไปเชื่อมจรดที่ศูนย์กลางกายของท่านเทพบุตรใหม่สติฟ จ๊อบส์ ซึ่งทันทีที่กระแสบุญดังกล่าวได้ไปจรดเชื่อมที่ศูนย์กลางกายของเขา ก็เป็นผลทำให้ใจของเขาบังเกิดความสว่างไสวขึ้นมาในทันที แล้วภาพของแหล่งกำเนิดแสงสว่าง ที่มาจากคนกลุ่มหนึ่งที่ได้ สร้างองค์พระธรรมกายประจำตัวให้กับตัวเขาและก็นึกถึงเขาก็ได้ไปปรากฏฉายขึ้นภายในใจของเขา

(Where is Steve Jobs : เอกสารออนไลน์, 14)

จากตัวอย่างมีการใช้คำว่า ก็เป็นผลทำให้ เพื่อชี้ให้เห็นผลลัพธ์ของการทำบุญว่า ผลบุญของวัดพระธรรมกายไม่จำเป็นต้องทำเอง เพียงแค่คนทำให้ผู้ที่ตายไปแล้วก็จะได้รับผลบุญอย่างแน่นอน

ตัวอย่างที่ (69) ซึ่งพระมหาเถระรูปนั้นก็ได้เมตตาชี้ทางสว่างให้กับตัวเขาว่า “บุญเท่านั้นที่จะไปช่วยตัดรอนวิบากกรรมที่ตัวเขาทำผิดทำพลาดเอาไว้ได้” ซึ่งจะเห็นได้ว่าโลกนี้ขาดกัลยาณมิตรไม่ได้ฉันใด ตัวสติฟ จ๊อบส์ก็ขาดกัลยาณมิตรไม่ได้ฉันนั้น ดังนั้น ตัวเขาจึงได้พระมหาเถระผู้มีเมตตาสมาบติมาเป็นกัลยาณมิตรให้กับตัวเขา

(Where is Steve Jobs : เอกสารออนไลน์, 29)

ตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่ามีการใช้คำว่า *ดังนั้น* แสดงให้เห็นสมบัติที่ได้รับในโลกหลังความตายว่าเป็นผลมาจากการทำบุญในครั้งที่ยังมีชีวิตอยู่ การสื่อความคิดในลักษณะดังกล่าวนี้เป็น การตอกย้ำความเชื่อในชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตายได้นั้นจะต้องทำบุญให้มาก ซึ่งในครั้งมีชีวิตยิ่งทำบุญมากเท่าใดก็ยิ่งจะมีสมบัติในโลกหลังความตายมากยิ่งขึ้นไปด้วย

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่ากลวิธีทางภาษาที่สะท้อนชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตายเป็นการตอกย้ำวาทกรรม “บุญ” ให้ผู้บริโภควาทกรรมเกิดความเข้าใจว่าการทำบุญในชาตินี้จะทำให้มีสมบัติมากในชาติหน้า และชี้แนะให้เข้าใจว่าการสะสมบุญให้ได้ปริมาณมากก็ควรทำบุญกับวัดพระธรรมกาย ซึ่งแท้จริงแล้วการตอกย้ำชุดความคิดนี้เป็น การเสริมสร้างความ *โลภ* ในการทำบุญเพื่อหวังความสุขสบายในชาติหน้ามากกว่าเป็นการเสริมสร้างความเสียสละและลดความตระหนี่ในจิตใจของพุทธศาสนิกชน

### 6.1.3.3 การทำบุญทำให้ได้รับความสุขทุกชาติภพ

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปที่สะท้อนชุดความคิดบุญคือความสุขผ่านกลวิธีทางภาษา 5 กลวิธี ได้แก่ การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล การใช้คำคมและคำประพันธ์ การใช้เรื่องเล่าในพุทธศาสนา การเลือกใช้คำศัพท์ และการใช้อุปุกรณ์ ดังนี้

#### 6.1.3.3.1 การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป พบว่าการใช้กลวิธีการใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล เพื่อโน้มน้าวให้ผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเข้าใจว่าบุญทำให้เกิดผล คือ “ความสุข” และวิธีการที่จะทำให้ได้มาซึ่งความสุขก็คือการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายนั่นเอง เห็นได้จากตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (70) จากเรื่องราวที่เราได้ศึกษาเรียนรู้กันมานี้ก็สอนให้เราได้ว่า  
 ลำพังแค่ 1 สมอ 2 มือหรือใจถึง ทุนถึง ทีมถึง มือถึง หรือ  
 อะไรถึง ๆ แต่ถ้าหากบุญไม่ถึงเสียแล้วก็ไปไม่ถึงเป้าหมายที่  
 ได้ตั้งใจเอาไว้ เพราะเบื้องหลังความสุขความสำเร็จในชีวิต

ของเรานั้นขึ้นอยู่กับบุญที่ตัวเราได้สั่งสมเอาไว้ทั้งสิ้น  
 เหมือนอย่างเรื่องราวความสำเร็จของคุณสตีฟ จ๊อบส์ ใน  
 ภาพชาติปัจจุบันนี้ก็ล้วนเกิดจากการผลแห่งบุญที่  
 หลากหลายรูปแบบ ที่ตัวเขาได้เคยสั่งสมเอาไว้หลายภพ  
 หลายชาตินั่นเอง

(Where is Steve Jobs: เอกสารออนไลน์, 39)

จากตัวอย่างจะเห็นว่ามีการใช้คำว่า *เพราะ* เพื่อแสดงให้เห็นว่าความสุขในชีวิตเป็นผล  
 มาจากการทำบุญ ซึ่งบุญในที่นี้อนุมานได้ว่าเป็นการทำบุญกับวัดพระธรรมกายนั่นเอง

ตัวอย่างที่ (71) บุญที่บูชาพระรัตนตรัยด้วยใจ ด้วยชีวิต และด้วยวัตถุที่  
 ล้ำค่าคือทองคำ ส่งผลที่ยิ่งใหญ่ทำให้นางมีทิพยสมบัติอัน  
 โอฬารและนารีบรมย์ จนกระทั่งพระวงศ์จะต้องกราบทูล  
 ขออนุญาตพระสัมมาสัมพุทธเจ้าถามนางว่าเคยทำบุญอะไร  
 มาสำหรับตัวเราเองยังไม่ต้องถึงขั้นสละชีวิต แต่เราก็  
 สามารถทำบุญที่ส่งผลยิ่งใหญ่มหัศจรรย์ได้เช่นกัน ด้วยการ  
 หล่อรูปเหมือนหลวงปู่วัดปากน้ำ ภาษีเจริญ ซึ่งเป็น  
 พระสงฆ์สาวกผู้งามพร้อมทั้งปริยัติ ปฏิบัติ ปฏิเวธ ด้วย  
 ทองคำ มอบไว้เป็นสมบัติแก่ศาสนาด้วยเหตุนี้ คนที่มีส่วน  
 ร่วมในการหล่อรูปเหมือนของหลวงปู่จึงได้บุญที่ยิ่งใหญ่  
 ไพศาล เพราะนอกจากจะได้บุญจากการถวายทองคำ ซึ่งมี  
 อานิสงส์ให้สมบัติใหญ่บังเกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและภพชาติ  
 เบื้องหน้าแล้ว ยังได้บุญอีกต่อหนึ่งจากการสืบทอดอายุ  
 พระศาสนาด้วย และในบรรดาการให้อายุนั้น ไม่มีการให้  
 อายุใดมีค่ามากและได้บุญมากเท่าให้อายุพระศาสนา บุญ  
 จากการให้อายุและความมั่นคงแก่พระศาสนา จะดล  
บันดาลให้เรามีอายุยืนนานเป็นพิเศษ สุขภาพแข็งแรงเป็น

พิเศษ และมีฐานะมั่งคั่งมั่นคงเป็นพิเศษตลอดไปทุกภพทุกชาติเลยทีเดียว

(ทองคำ: เอกสารออนไลน์, 27-29)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้คำเชื่อมแสดงเหตุผล เช่น *เพราะ ด้วยเหตุนี้* เพื่อแสดงความเป็นเหตุเป็นผลแบบคล้องตามกันในประโยค โดยใจความสำคัญในตัวบทชี้ให้เห็นว่าบุญทำให้มีชีวิตที่ดี และการสะสมบุญให้มากจะเป็นหนทางที่ทำให้ชีวิตมีความสุข โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสุขทางกายในชาติปัจจุบัน ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่ากลวิธีทางภาษาดังกล่าวผู้ผลิตวาทกรรมเลือกใช้เพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายอย่างตรงไปตรงมา

จากตัวอย่างที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่า การประกอบสร้างตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้ผลิตวาทกรรมนำเสนอชุดความคิดการทำบุญทำให้ได้รับความสุขผ่านกลวิธีการใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล สามารถทำให้ตัวบทมีความสมเหตุสมผลจึงมีความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อผู้บริโภควาทกรรมที่จะเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายเพราะต้องการให้ชีวิตมีความสุข

#### 6.1.3.3.2 การใช้คำคมและคำประพันธ์

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป พบว่ามีการใช้กลวิธีการใช้คำคมและคำประพันธ์ เพื่อโน้มน้าวใจผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย โดยนำเสนอความคิดให้เข้าใจว่าการสะสมบุญสามารถทำให้ได้รับความสุข เห็นได้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (72) ความตายไม่มีนิมิตหมาย *สังสมบุญไว้เกิด ประเสริฐนัก*  
เมื่อบุญส่งผล เราจะมีความสุข ทั้งในโลกมนุษย์และ  
 เทวโลก

(Where is Steve Jobs: เอกสารออนไลน์, ปกหลัง)

จากตัวอย่างเป็นการใช้คำคม ข้อความนี้ถูกผลิตซ้ำในสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย หลายประเภท ตัวยุทธกรรมซึ่งนำไปสู่บริบทสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเข้าใจว่าผลบุญมีนัย หมายถึงบุญของวัดพระธรรมกาย เมื่อทำแล้วจะส่งผลให้ชีวิตมีความสุข

### ตัวอย่างที่ (73)

ชื่ออักษร	ฮ.นกฮูก	ถึง ก.ไก่
<u>จะรวยใหญ่</u>	ใหญ่ตกใจ	<u>เพราะบุญหนุน</u>
<u>จะไร้ทุกข์</u>	ไร้โชค	<u>บุญค้าจูน</u>
รวยจนคูน	โห้ว ! รวยรวย	รวยทั้งปี
ดาวบนฟ้า	จะให้คุณ	ไม่มีโทษ
จะรวยโลด	โคตรรวย	รวยอีหลี
ให้เอาดาว	ไว้กลางกาย	ดูให้ดี
จะหล่อสวย	เพชรซี	ทุกเพศวัย
<u>หลังจากทอด</u>	<u>ผ้าป่า</u>	<u>ธรรมชัย</u>
โห้ย !	<u>จะหยิบจับอะไร</u>	ไผ่บู้
<u>ทรัพย์สิน</u>	<u>เงินทอง</u>	<u>จะพรั่งพรู</u>
ตั้งได้อยู่	อยู่ทะเลทรัพย์	<u>นับเงินเพลิน</u>

(อยู่ในบุญ ฉบับเดือนมกราคม 2555 : เอกสารออนไลน์, 1)

จากตัวอย่างจะเห็นว่ามีการใช้กลวิธีทางวาทศิลป์ซึ่งนำไปเข้าใจว่าการสะสมบุญจะทำให้ได้ความสุข และหากพิจารณาความสุขที่ได้รับจะเห็นว่ามักเกี่ยวกับทรัพย์สิน ความร่ำรวย และความสุขสบายในชีวิต ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าความสุขที่ผู้ผลิตวาทกรรมนำเสนอต่อผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย คือ ความสุขทางกายมากกว่าการฝึกจิตเพื่อขัดเกลาจิตใจเพื่อค้นหาความสุขทางจิตใจที่แท้จริง

ตัวอย่างที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นจะเห็นว่ากลวิธีการใช้คำคมและคำประพันธ์สามารถถ่ายทอดชุดความคิดการทำบุญทำให้ได้รับความสุข ตัวยุทธกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมักผลิตซ้ำในหลายสื่อ และตอกย้ำความคิดที่ว่าหากต้องให้ทำให้ชีวิตมีความสุขก็จะต้องเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย



### 6.1.3.3 การใช้เรื่องเล่าในพุทธศาสนา

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป พบว่ามี การเลือกใช้เรื่องเล่าในพระสูตรต้นตูปีกมากกล่าวใหม่ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย โดยเน้น เนื้อหาชี้ให้เห็นความฉลาดของตัวละครที่รู้ว่าการสะสมบุญมาก ๆ จะส่งผลให้ได้รับความสุข เพื่อ โน้มน้าวให้ผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเข้าใจว่าการสะสมบุญจะทำให้ได้ความสุข เป็นการตอบแทน เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (74) นางเสสวดีเป็นอุบาสิกาที่มีศรัทธาที่ประกอบด้วยปัญญา และไม่ประมาทในการดำเนินชีวิต นางรู้ว่า บุญเป็นสิ่งที่ยู่เบื้องหลังของความสุขและความสำเร็จทั้งปวง และที่สำคัญ หากใช้บุญไปเรื่อย ๆ โดยไม่สร้างบุญเพิ่ม บุญที่มีอยู่ก็จะหมดไป และหากบุญหมดลงแล้ว อุปสรรคและทุกข์ภัยต่าง ๆ ก็จะพากันหลั่งไหลเข้ามา ดังนั้น นางจึงหมั่นสั่งสมบุญอยู่เป็นประจำ เพื่อมิให้บาปได้ช่องส่งผล

(ทองคำ : เอกสารออนไลน์, 22)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีการกล่าวถึงเรื่องของมหาอุบาสิกาเสสวดี การนำเสนอ ตัวบทในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายสามารถชี้แนะและตอกย้ำทางความคิดให้กับผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายได้ว่าผู้เลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายเป็นคนฉลาดเพราะรู้ช่องทางการทำบุญที่จะได้รับผลดีกว่าการทำบุญแบบทั่วไป

### 6.1.3.3.4 การเลือกใช้คำศัพท์

จากการศึกษาพบกลวิธีการเลือกใช้คำศัพท์ที่สะท้อนชุดความคิดอันสูงส่งของบุญคือ ปาฏิหาริย์มักเป็นกลุ่มคำศัพท์ที่สะท้อนความสุข ความพิเศษ ความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลมาจากการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6 ตัวอย่างคำศัพท์ที่สื่อชุดความคิดบุญคือความสุข

กลุ่มความหมาย	ตัวอย่างคำศัพท์
ความสุข	เจริญ สมบูรณ์ พูนสุข แข็งแรง สวยงาม สมส่วน

ตารางข้างต้นแสดง กลุ่มคำศัพท์ที่สะท้อนความสุข ซึ่งกลวิธีการใช้คำศัพท์ในลักษณะดังกล่าวนี้ มักปรากฏในตัวบทประเพณีหนังสือรวมเล่มในโอกาสพิเศษ เช่น ทอดกฐินหรือหล่อพระ เป็นต้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (75) จะเห็นได้ว่า อานิสงส์จากการสร้างบารมีด้วยทองคำของพระมหากษัตริย์จะสามารถสร้างความสุขความเจริญอย่างสูงสุดให้แก่ชีวิตของท่านได้ ตัวเราเองหากได้สร้างบารมีตามอย่างท่านบ้าง ความสุขความเจริญก็จะเกิดขึ้นกับเราเช่นกันในช่วงนี้ จะมีการหล่อรูปเหมือนพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) ด้วยทองคำ ซึ่งการหล่อรูปเหมือนด้วยทองคำองค์ใหญ่ขนาดนี้ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ยากมาก ๆ ถึงมากที่สุด บางคนทั้งชาติอาจจะได้หล่อครั้งนี้เพียงครั้งเดียว ดังนั้นเมื่อโอกาสมาถึงแล้ว เราจึงควร**ตักตวง**บุญไปให้มากที่สุด ชีวิตของเราในอนาคตจะ**สมบูรณ์พูนสุข**เพียงใด ล้วนเกิดจากบุญที่สั่งสมมาในอดีตและที่กระทำเพิ่มเติมในปัจจุบันเป็นหลักที่สำคัญ บุญนี้จะเป็นบุญใหญ่ที่สุดอีกบุญหนึ่ง ที่จะ**กำหนดชะตาชีวิต**ของเราต่อไปในอนาคต ที่กล่าวเช่นนี้เพราะการทำบุญด้วยวัตถุนันเลิศ คือทองคำ ถวายแด่มหาปูชนียาจารย์ ผู้เลิศ คือพระเดชพระคุณหลวงปู่ เป็น**วิถीलี้**ลิตที่จะสั่งสมรูปสมบัติอันเลิศ ทรัพย์สมบัติอันเลิศ และคุณสมบัติอันเลิศ ให้ติดตัวเราไปทุกภพทุกชาติ

(ทองคำ : เอกสารออนไลน์, 61-62)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับบุญของวัดพระธรรมกายว่าเป็นบุญที่ทำได้ยาก จึงต้องรีบตัดดวงเพราะเมื่อทำแล้วจะทำให้ชีวิตมีความสุข อีกทั้งบุญยังเป็นเครื่องกำหนดชะตาชีวิตอีกด้วย ดังนั้นจึงทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าวิธีการทำให้ชีวิตมีความสุขก็คือการสะสมบุญนั่นเอง

ตัวอย่างที่ (76) จะได้รับร่างกายที่แข็งแรง สมส่วนสง่างาม ส่วนการที่หล่อทาด้วยทองคำ จะส่งผลให้ต่อไปจะมีภูเขาทองเกิดมาคู่กายเราเลย คือจะมีสมบัติจักรพรรดิตักไม้พร่องเกิดขึ้น พอเกิดมาภูเขาทองก็เกิดขึ้นที่หลังบ้านด้วย และมีพลั่วเป็นเพชร ถึงเวลาไม่ต้องไปถลุง พอตักปีบทองก็ออกมาอย่างง่าย ๆ ด้วยอำนาจบุญ ตักวันนี้ พรุ่งนี้ก็เต็มขึ้นมาเหมือนเก่า ไม่รู้จักพร่อง เพราะฉะนั้นเราจะไม่ลำบากด้วยการทำมาหากิน ชีวิตมีแต่เพียงว่า เราจะเอาทรัพย์ไปแบ่งให้ใครดี จะทำบุญกับคนทั้งโลกอย่างไรดี เราจะใช้เวลาที่เกิดมาในการทำความดีให้เต็มที่อย่างไรถ้าเรามีภูเขาทองอย่างนี้ ก็เหมือนกับสามารถไปถอนเงินแบงก์ออกมาใช้โดยไม่รู้จักหมด อารมณ์ความคิดจะเปลี่ยนไปเลย เราจะไม่คิดอยากได้อะไรแล้ว เพราะมีทุกอย่างเหลือเพื่อ คิดแต่จะให้ คิดแต่ว่าจะทำความดีต่อไปอย่างไร

(ทองคำ : เอกสารออนไลน์, 72)

จากตัวอย่างมีการใช้คำว่า แข็งแรง สมส่วน เพื่อแสดงคุณลักษณะทางกายและใช้คำว่า มีสมบัติ ตักไม้พร่อง และเหลือเพื่อ เพื่อแสดงคุณลักษณะทางด้านทรัพย์สิน คุณลักษณะเหล่านี้เป็นสิ่งที่ปุถุชนพึงปรารถนาถือเป็นความสุขของคฤหัสถ์

ตัวอย่างที่ (77) รูปสมบัติ ทรัพย์สมบัติ คุณสมบัติ ลาภ ยศ สรรเสริญ สุข ให้สามารถเข้าถึงธรรมะของพระสัมมาพุทธเจ้า เข้าถึง

พระธรรมกายเหมือนที่พระเดชพระคุณหลวงปู่ท่านเข้าถึง  
และได้ทำความดีตลอดไปทุกภพทุกชาติ” อริษฐานกำกับ  
ไปอย่างนี้เลย แล้วจะดีมาก ๆ อุกหลักวิชา

(ทองคำ : เอกสารออนไลน์, 75)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้คำศัพท์ที่กล่าวถึงความสุขที่ได้รับจากการทำบุญกับ  
วัดพระธรรมกายมักเป็นความสุขทางกายโดยเน้นเกี่ยวกับความร่ำรวย อีกทั้งผู้ผลิตวาทกรรมยังชี้แนะให้  
ผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเข้าใจว่าการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายเป็นการ  
ทำบุญที่อุกหลักวิชา จึงเป็นวิธีการลัดที่จะได้รับความสุขได้ง่ายและรวดเร็ว

จากตัวอย่างที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่าการเลือกใช้คำศัพท์เกี่ยวกับความสุขที่ปรากฏ  
ในต้นบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้ผลิตวาทกรรมมุ่งเน้นความสุขทางกาย และความ  
ร่ำรวย เพื่อตอกย้ำชุดความคิดการทำบุญทำให้ได้รับความสุข โดยการนำเสนอให้ผู้บริโภควาทกรรม  
เข้าใจว่าชีวิตจะมีมีความสุขได้ก็ต้องทำบุญ หากอยากมีความสุขมากก็ต้องทำบุญมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่ง  
บุญที่ดีที่สุดก็คือการทำบุญกับวัดพระธรรมกาย ส่งผลให้ชุดความคิดดังกล่าวสามารถกำหนด  
พฤติกรรมการทำบุญให้เลือกทำบุญแบบสะสมได้ในที่สุด

#### 6.1.3.3.5 การใช้อุปลักษณ์

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป พบว่ามี  
การใช้อุปลักษณ์เกี่ยวกับการทำบุญว่าเป็นเสมือนการเดินเรือ หากทำบุญมาก บุญก็จะขับเคลื่อนชีวิต  
เหมือนเดินเรือไปไม่เจอตอชีวิตก็จะมีสุขราบรื่น แต่ถ้าทำบาปชีวิตก็จะมีอุปสรรคและความทุกข์  
เหมือนกับการเดินเรือไปชนตอใต้น้ำ เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

#### [การทำบุญ คือ การเดินเรือ]

ตัวอย่างที่ (78) เรือเหมือนชีวิต น้ำเหมือนบุญ ตอใต้น้ำเหมือนบาป ถ้าเรา  
ทำบุญมาก ๆ ก็เหมือนเติมน้ำสูงกว่าตอไม้คือบาป เรือคือ  
ชีวิตก็สามารถแล่นไปได้โดยไม่ต้องมีอุปสรรคใด ๆ แล้วถึงฝั่ง

ไปได้ ในที่สุด แต่ถ้าบุญน้อยคือน้ำน้อย ต่อไม้ก็โผล่ เรือก็  
ไม่สามารถแล่นได้ และล่มอับปางไปในที่สุด

(โรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา : เอกสารออนไลน์)

จากตัวอย่างจะเห็นว่ามีการใช้อุปมาอุปไมย เรือเหมือนชีวิต บุญเหมือนน้ำ บาปเหมือนตอ  
จุดมุ่งหมายหรือความสำเร็จในชีวิตเหมือนฝั่ง อุปมาอุปไมยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าความสำเร็จ  
เหมือนการเติมน้ำในแหล่งน้ำให้มีระดับน้ำสูงพ้นตอซึ่งก็คืออุปสรรคในชีวิต ซึ่งหากผู้บริโภควาทกรรม  
ต้องการมีชีวิตที่มีความสุขก็ต้องเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายเพื่อเติมบุญให้กับชีวิตของตนเอง

### [บุญ คือ เพื่อน]

นอกจากนี้ยังพบอุปมาอุปไมยเกี่ยวกับการบุญว่าเป็นเสมือนเพื่อนแท้ ซึ่งลักษณะของเพื่อน  
แท้นั้นจะไม่ทอดทิ้งกัน ซึ่งนำมาเปรียบเทียบกับบุญเพื่อชี้ให้เห็นว่าบุญก็จะอยู่กับตัวเราตลอดเวลาไม่  
ทอดทิ้งไปไหน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (79) ตลอดเวลาแห่งการเดินทางในสังสารวัฏนั้น ไม่มีอะไร  
สำคัญกว่า “บุญกุศล” เพราะบุญเป็นมิตรแท้ที่  
ติดตามตัวเราไปได้ทุกภพทุกชาติ คนที่ไม่สร้างบุญกุศล จึง  
ถือว่าเป็น คนที่ ประมาท ในการ ดำเนิน ชีวิต  
ยิ่งกว่าความประมาทใด ๆ และผลจากความประมาทนี้  
จะนำชะตากรรมที่มีดมนมาสู่ชีวิตของเขา และ  
หากเขายังดำเนินชีวิตด้วยความประมาทต่อไป  
ชีวิต ก็ จะ ยิง มี ด ม น ลง ไป เร็ว ๆ เพราะ  
บุญที่เคยสั่งสมไว้ในอดีตจะค่อย ๆ หดลงไปทุกวัน และ  
เมื่อหมดบุญ สิ่งดี ๆ ทั้งหลายก็จะพากันทยอยจากไป ไม่ว่าจะ  
คน สัตว์ หรือสิ่งของ เพราะไม่มีบุญที่จะรักษาสิ่งเหล่านั้น  
เอาไว้อีกแล้ว

(ทองคำ : เอกสารออนไลน์, 30-31)

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่าชุดความคิดบุญคือความสุข เป็นชุดความคิดสำคัญอันอาจกล่าวได้ว่าเป็นยอดปรารถนาของผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายทุกคน อย่างไรก็ตามหากพิจารณาความสุขที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะเห็นว่าล้วนกล่าวถึงความสุขสบายทางกาย คือ การมีสมบัติ การมีชีวิตที่ราบรื่นมั่นคง ปราศจากอุปสรรค ทั้งนี้อาจสังเกตได้ว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายหล่อหลอมให้ประชาชนยึดติดในความสุขทางโลก ละโลกในการทำบุญเพื่อให้ชีวิตมีความสุขโดยอาจหลงลืมคุณธรรมพื้นฐานในการไม่เบียดเบียนซึ่งกันและกัน เพราะการไขว่คว้าความสุขด้วยการมุ่งสะสมบุญ ก็อาจก่อให้เกิดความไม่สบายใจจากบุคคลรอบข้างหรือคนในครอบครัว ท้ายที่สุดแล้วความสุขจากการคิดที่กำลังมีปริมาณบุญเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ นั้น อาจเป็นเพียงมายาคติให้มนุษย์หลงลืมการอยู่ร่วมกันอย่างพอเพียงก็เป็นได้

#### 6.1.4 สรุปผลการวิเคราะห์ชุดความคิดที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาที่พบในกลุ่มประชาชนทั่วไป

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่าชุดความคิดเกี่ยวกับบุญที่ปรากฏในสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง อาจจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม กล่าวคือ 1) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย เป็นกลุ่มชุดความคิดที่ทำให้ผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเชื่อว่าบุญเป็นสิ่งมีค่า เมื่อเชื่อว่าบุญเป็นสิ่งมีค่าแล้วก็จะสามารถกระตุ้นความต้องการให้ผู้บริโภควาทกรรมต้องการ “มีบุญ” หรือ “เป็นผู้ครอบครองบุญ” 2) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกาย เป็นกลุ่มชุดความคิดที่กำหนดพฤติกรรมการทำบุญของผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายให้ต้องทำบุญอย่างทุ่มเท โดยเฉพาะการทำทานอย่างทุ่มเทเพื่อที่จะได้รับผลเป็นปาฏิหาริย์ของบุญในชาตินี้และชาติหน้าด้วย และ 3) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกาย เป็นกลุ่มชุดความคิดที่กำหนดพฤติกรรมการทำบุญของผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายให้ต้องทำบุญแบบสะสม เพราะเชื่อว่าหากมีบุญมากขึ้นเท่าใดชีวิตก็มีความสุขทั้งในชาตินี้และชาติหน้ามากขึ้นเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม กลุ่มชุดความคิดทั้ง 3 ประการที่กล่าวมาเป็นชุดความคิดที่มีกระบวนการในการกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภควาทกรรมไปพร้อม ๆ กัน ชุดความคิดใดเพียงชุดความคิดเดียวมีโอกาสส่งผลต่อความเชื่ออันนำไปสู่การกำหนดพฤติกรรมการทำบุญของผู้บริโภควาทกรรมได้ และที่

สำคัญที่สุดคือมีบทบาทสำคัญสำคัญในการถ่ายทอดชุดความคิด และแพร่กระจายชุดความคิดทั้งหมดไปสู่ผู้บริโภคความทรงจำได้

ชุดความคิดข้างต้นสามารถสะท้อนวิธีการครอบงำทางความคิดที่ตัวบทวรรณกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเผยแพร่ไปสู่ประชาชนในสังคมด้วยวิธีการที่หลากหลาย อย่างไรก็ตามสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปเป็นเพียงสื่อกลุ่มหนึ่งที่มุ่งเผยแพร่ไปในช่องทางสาธารณะ แต่ในขณะที่เดียวกันสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายยังมีสื่อที่ผลิตขึ้นเพื่อกลุ่มเป้าหมายเฉพาะคือ กลุ่มผู้นำบุญและกลุ่มเด็กและเยาวชน โดยผู้วิจัยจะกล่าวถึงในหัวข้อถัดไป

## 6.2 ชุดความคิดสำคัญที่พบในกลุ่มผู้นำบุญ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มผู้นำบุญพบว่า มีชุดความคิดสำคัญ 3 ชุดความคิด ได้แก่ 1) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย 2) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกาย และ 3) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกาย ชุดความคิดสำคัญแต่ละชุดความคิดมีชุดความคิดหลักดังต่อไปนี้

1) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย มีชุดความคิดหลักได้แก่ ชุดความคิดบุญคือการเป็นสมาชิกผู้นำบุญที่พึงประสงค์ และชุดความคิดบุญของสมาชิกผู้นำบุญเป็นบุญที่พิเศษสุด

2) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกาย มีชุดความคิดหลักได้แก่ ชุดความคิดวิธีการทำบุญของผู้นำบุญคือการทำภารกิจของวัดพระธรรมกาย

3) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกาย มีชุดความคิดหลักได้แก่ การทำบุญทำให้ได้รับความสุขทางใจ

### 6.2.1 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มผู้นำบุญ

ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย คือ การเป็นสมาชิกผู้นำบุญที่ทุ่มเทร่างกาย แรงใจทำงานให้กับวัดพระธรรมกาย ทำให้ได้บุญทวีคูณ ชุดความคิดนี้ปรากฏในตัวบทชัดเจนและมีการผลิตซ้ำอย่างต่อเนื่องและมีจำนวนมาก จากการวิเคราะห์ตัวบทวรรณกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่าชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกายสามารถจำแนกออกเป็น 2 ชุด

ความคิดหลัก ได้แก่ ชุดความคิดบุญคือการเป็นสมาชิกผู้นำบุญที่พึงประสงค์ และชุดความคิดบุญของสมาชิกผู้นำบุญเป็นบุญที่พิเศษสุด ดังนี้

### 6.2.1.1 ความคิดบุญคือการเป็นสมาชิกผู้นำบุญที่พึงประสงค์

จากการวิเคราะห์ตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายในส่วนกลุ่มผู้นำบุญ พบว่าคุณสมบัติของสมาชิกผู้นำบุญประกอบด้วย **การแสดงออกทางกาย** คือ ความสะอาดและความเป็นระเบียบ **การแสดงออกทางวาจา** คือ ความสุภาพ อ่อนโยนและอ่อนน้อม ส่วน **คุณสมบัติทางใจ** หมายถึง คุณสมบัติทางความคิด คือ ความอดทน ความเสียสละ(จิตอาสา) ซึ่งเมื่อสมาชิกผู้นำบุญถูกถ่ายทอดชุดความคิดที่พึงประสงค์แล้ว ก็จะทุ่มเทร่างกายแรงใจทำงานให้กับวัดพระธรรมกาย โดยมี “บุญ” เป็นเครื่องล่อใจ เห็นได้จากกลวิธีทางภาษาดังต่อไปนี้

#### 6.2.1.1.1 การเลือกใช้คำศัพท์

จากการเลือกใช้คำศัพท์ที่มีความหมายเกี่ยวกับคุณสมบัติของสมาชิกผู้นำบุญสามารถจำแนกการใช้คำศัพท์ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ การใช้คำศัพท์ที่มีความหมายเชิงบวกเพื่อบ่งบอกว่าลักษณะบางประการเป็นสิ่งที่ “พึงประสงค์” และการใช้คำศัพท์ที่แสดงปริมาณเพื่อบ่งบอกว่าลักษณะบางประการเป็นสิ่งที่ “พึงประสงค์” โดยผู้วิจัยจะนำเสนอด้วยตารางที่สัมพันธ์กับชุดความคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติของสมาชิกผู้นำบุญ ดังนี้

ตารางที่ 7 ตัวอย่างคำศัพท์ที่สื่อชุดความคิดสมาชิกผู้นำบุญที่พึงประสงค์

ชุดความคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติของสมาชิกผู้นำบุญ	คุณสมบัติที่พึงประสงค์	ตัวอย่างคำศัพท์
การแสดงออกทางกาย	ความสะอาด	รักความสะอาด มีระเบียบ วินัย สุภาพ ตรงต่อเวลา ยิ้มง่าย ไหว้
	ความเป็นระเบียบ	เก่ง
การแสดงออกทางวาจา	ความสุภาพ	พูดยกใจ พูดรักษารักษาใจ พูดทักทาย
	ความอ่อนโยน	
	ความอ่อนน้อม	
คุณสมบัติทางใจ	ความอดทน	อดทนสู้รัก เชื่อ จิตอาสาทุ่มเท เสียสละ อุทิศตน
	ความเสียสละ	



จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำศัพท์ที่มีความหมายเชิงบวกเพื่อบ่งบอกว่า ลักษณะบางประการเป็นสิ่งที่ “พึงประสงค์” เช่น รักความสะอาด มีระเบียบ วินัย สุภาพอดทน สู้ ซึ่งสื่อถึงพฤติกรรมที่กลุ่มผู้นำบุญควรปฏิบัติ เมื่อนำไปพิจารณาประกอบกับกลวิธีทางภาษาอื่น ๆ เช่น การใช้อุปมาอุปไมย การใช้คำแสดงทัศนภาวะ และการใช้เครื่องมือทางวาทศิลป์ ก็จะช่วยให้เห็นคุณลักษณะของผู้นำบุญที่พึงประสงค์ที่วัดพระธรรมกายต้องการได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เห็นได้จากตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (80) ตอนนั้นคิดว่าเราเป็นเด็กยังไม่สามารถหาเงินมาทำบุญได้มาก ๆ แต่มีร่างกายที่แข็งแรงสามารถนำพลังกำลังขึ้นมาสร้างบารมีได้อย่างเต็มที่จึงมาสมัครเป็นอาสาสมัครด้วยตนเอง โดยรับบุญอยู่ที่กองรักษารรยากาศตั้งแต่นั้น เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน หยกก็เป็นอาสาสมัครมาได้ 7 ปีแล้วค่ะ

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 45)

จากตัวอย่างจะเห็นว่าตัวบทนำเสนอให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่า ผู้นำบุญควรนำร่างกายของตนเองมาสร้างบุญด้วยการเป็นอาสาสมัครผู้นำบุญที่ทำงานให้วัดพระธรรมกาย ซึ่งถือว่าเป็นการสะสมบุญอย่างเต็มที่

ตัวอย่างที่ (81) หากน้อง ๆ อาสาสมัครลองสังเกตดูบุคลิกของคุณยาย จะพบว่าท่านมีความเด็ดเดี่ยว แน่วแน่ สงบนิ่ง และไม่ยึดติดกับสิ่งใด นอกจากนี้ยังมีคุณธรรมอื่น ๆ เป็นส่วนประกอบด้วย เช่น รักความสะอาด มีระเบียบ สุภาพ และตรงต่อเวลา

(V-PEACE กันยายน 2555 ฉบับที่ 8: 35)

ตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการกล่าวถึงลักษณะการแสดงออกทางกายของผู้นำบุญที่ฟังพระสงฆ์ ได้แก่ การใช้ร่างกายมาทำงานให้วัดโดยอธิบายลักษณะพฤติกรรมที่ฟังพระสงฆ์ ได้แก่ รักความสะอาด มีระเบียบ สุภาพ และตรงต่อเวลา ซึ่งอ้างว่าเป็นคุณลักษณะของอุบาสิกากันท์ ขนบคุณที่กลุ่มผู้นำบุญควรนำมาเป็นแบบอย่างในการทำงานให้กับวัด

ตัวอย่างที่ (82) จุดอ่อนรับนี้สำคัญมาก จะทำให้เขาคิดหันหลังกลับหรือเดินหน้าก็ได้หรือถ้าเขาไม่หันหลังกลับ เขาก็จะเดินมาอย่างไม่ประทับใจ งานต้อนรับนี้ต้องการคนที่แข็งแรง ปลอดภัย อดทน ต้องการให้พูดทักทายผู้คนที่มีความสุข ต้องยิ้มตลอดเวลา มีรูปสมบัติ ไม่ต้องสวย ไม่ต้องหล่อ แต่มีความงาม คือ งามด้วยศีลธรรม มีเป้าหมายชีวิตงดงามและสูงส่ง การยินดีต้อนรับตรงนี้ เป็นบุญพิเศษของลูก ๆ อาสาสมัครเท่านั้น เป็นผู้เปิดหนทางสวรรค์นิพพานให้เขาได้เดินทางมาถึงหลวงพ่อกับเรา มารู้เป้าหมายชีวิต เราต้องให้เขาได้เดินทางมาถึงหลวงพ่อกับเรา มารู้เป้าหมายชีวิต เราต้องเป็นผู้มีอุดมการณ์ ที่สูงส่ง ไม่ใช่ใครก็เป็นได้ ต้องลูกอาสาสมัครเท่านั้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 8)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการกล่าวถึงคุณลักษณะทางการพูดที่ฟังพระสงฆ์ กล่าวคือ จะต้องพูดทักทายผู้ที่เดินทางมาที่วัดพระธรรมกายด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม เพื่อสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรให้เกิดขึ้นกับผู้เดินทางมาแสวงบุญ

ตัวอย่างที่ (83) ที่ปลื้มที่สุดก็คือ การได้คอยถือไม้ค้ำพุดยกลูกสาธุชนที่มาขอรับข้าว ให้เข้าแถวเป็นระเบียบคอยพูดให้สาธุชนใจใส ๆ และผมยังคอยเล่าธรรมะให้น้อง ๆ ฟัง ซึ่งน้อง ๆ ตั้งใจฟังด้วย เมื่อก่อนผมเป็นคนพูดไม่เป็น พูดแต่เรื่องไม่มีสาระ

แต่พอผมเล่าธรรมะแล้วมีน้อง ๆ ตั้งใจฟัง ผมก็ยิ่งรู้สึกได้  
บุญมากขึ้นเท่านั้น และธรรมะที่เอามาเล่าให้กับน้อง ๆ ฟัง  
ผมก็ได้มาจากหลวงพ่อกุญแจใหญ่ หลวงพ่อกุญแจเล็ก พระ  
อาจารย์และแม่ ๆ ป้า ๆ พี่ ๆ กองอาสาสมัครโภชนาการ  
นี่แหละครับ

(V-PEACE, ตุลาคม 2555 ฉบับที่ 9: 44)

ตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการกล่าวถึงลักษณะการแสดงออกทางวาจาของผู้นำบุญที่  
ฟังประสงค์ ได้แก่ การพูดชักทายผู้มาทำบุญด้วยความยิ้มแย้มเรียกว่าการพูดยกใจ หมายถึง การ  
แนะนำและอธิบายด้วยวาจาที่สุภาพอ่อนน้อม การพูดในลักษณะดังกล่าวส่งผลให้ผู้ฟังรู้สึกประทับใจ  
ส่งผลให้ผู้เดินทางมาวัดพระธรรมกายเปิดรับวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายได้ง่ายขึ้น

นอกจากนี้ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่ผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญยังมีการใช้  
คำศัพท์เพื่อบอกลักษณะพฤติกรรมและความคิดที่ฟังประสงค์ไว้ด้วย เช่นการใช้คำว่า มีจิตอาสา  
อดทน อุทิศตน เป็นต้น และที่น่าสังเกต คือ วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มผู้นำบุญมี  
บทบาทสำคัญในการหล่อหลอมคุณลักษณะที่ฟังประสงค์อย่างเป็นขั้นตอน เริ่มจากการเตรียมใจของ  
ตนเองให้เชื่อในบุญ และรักการทำบุญ ต่อด้วยการพากลุ่มอาสาสมัครกลุ่มผู้นำบุญบางส่วนไปเข้าค่าย  
ฝึกอบรม จากนั้นให้ทำหน้าที่ชักชวนเพื่อนมาเป็นผู้นำบุญด้วยซึ่งจะช่วยเผยแพร่เครือข่ายให้กว้างขึ้น  
ในขณะเดียวกันวาทกรรมอีกส่วนหนึ่งก็ได้ทำหน้าที่ตอกย้ำความคิดของคุณลักษณะที่ฟังประสงค์ด้วย  
เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (84) เจ้าหน้าที่ต้อนรับคือคนที่สื่อความเป็นองค์กรออกไปให้คน  
ภายนอกได้สัมผัส ก่อนที่เราจะให้ใครเชื่อ เราต้อง  
Make Believe ตัวเราให้ได้ก่อน เราเชื่อแล้วหรือยังว่า  
องค์กรเราดีที่สุดในโลก เราต้องเชื่อออกมาจากใจของเรา  
จริง ๆ แล้วเราจะมีพลังมาก เราต้องเชื่อมั่น ถ้าเราทำให้ตัว  
เราเชื่อได้แล้ว เราจะทำให้คนอื่นเชื่อได้ด้วย

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 9)

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ทางใจ กล่าวคือ ผู้นำบุญจะต้องเชื่อ (ศรัทธา) วัดพระธรรมกายอย่างแท้จริง เพราะการที่ตนเองเชื่อมั่นก็จะสามารถทุ่มเททำงาน โดยเฉพาะด้านการเผยแผ่ได้อย่างไม่ย่อท้อ

ตัวอย่างที่ (85) โดยกิจกรรมช่วงสัปดาห์แรกจะเป็นการอบรมภาคสนาม ฝึกระเบียบแถว และปรับความเป็นอยู่ รวมทั้งเรียนรู้ วัฒนธรรมชาวพุทธเบื้องต้นเช่น การปิดกวาดเช็ดถู รวมทั้ง ร่วมเป็นอาสาสมัครจัดงานชุดงศ์อัญเชิญรูปหล่อทองคำ พระเดชพระคุณหลวงปู่ไปประดิษฐานที่วัดปากน้ำภาษี- เจริญอีกด้วย แม้จะมีกิจกรรมที่หลากหลายแต่ก็มีเป้าหมาย เดียวกันที่จะทำให้น้อง ๆ วยใส ได้ฝึกฝน วินัย เคารพ อดทน และรักการสร้างบุญซึ่งจะช่วยให้การดำเนินชีวิตไม่มีความผิดพลาดในอนาคต

(V-PEACE, มิถุนายน 2555 ฉบับที่ 5 : 20)

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นคุณลักษณะทางกายของผู้นำบุญ กล่าวคือต้องมีวินัยและอดทน นอกจากนี้ยังต้องมีคุณสมบัติทางใจด้วย ก็คือต้องรักการทำบุญ ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อผู้นำบุญมีใจรักการ ทำบุญแล้วก็จะไม่รู้สึกลำบากในการปฏิบัติตนตามแนวทางที่วัดพระธรรมกายพึงประสงค์

ตัวอย่างที่ (86) เราในฐานะนักสร้างบารมีต้องเตรียม**ความบริสุทธิ์** กาย วาจา ใจ ตั้งแต่วันนี้ เพื่อ**ยังความบริสุทธิ์ของเราให้เต็ม** เปี่ยมสมบูรณ์ และในวันงาน ให้เราทำหน้าที่ของเจ้าของ บ้านเจ้าของวัด ต้อนรับให้ประทับใจ เพื่อจะได้เก็บเกี่ยว บุญใหญ่นี้ได้เต็มที่ นอกจากนี้อย่าลืมทำหน้าที่ กัลยาณมิตรชักชวนเพื่อน ๆ มาทำบุญใหญ่ด้วยการเป็น อาสาสมัครกันเยอะ ๆ เป้าหมาย 1,000 ทีม ต้องอยู่ใน หัวใจของพวกเราทุกคน ด้วยการทำหน้าที่อย่างดีเยี่ยม

(V-PEACE, พฤษภาคม 2556 ฉบับที่ 16: 3)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการเตรียมความพร้อมทางความคิดของกลุ่มผู้นำบุญ โดยการบอกให้เชื่อและรักบุญ และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือการเตรียมตนเองให้พร้อมทำหน้าที่ผู้นำบุญ ด้วยการทำตนเองให้บริสุทธิ์ในปริบทนี้ผู้วิจัยคาดว่าหมายถึงการแต่งกายด้วยชุดขาวเพราะผู้นำบุญทุกคนต้องสวมชุดสีขาวแล้วมีปลอกแขนสัญลักษณ์อาสาสมัคร รวมถึงการพูดด้วยความสุภาพอ่อนน้อมด้วย ตลอดจนการเตรียมความคิดว่าการเป็นผู้นำบุญเสมือนกับการเป็นเจ้าของวัดเอง นอกจากนี้ยังมีการเลือกใช้คำศัพท์ตอกย้ำความคิดที่นำไปสู่คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้นำบุญอย่างชัดเจน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (87) ให้เราเป็นคนที่รักการฝึกฝนตัวเอง เลือกที่จะมองสิ่งดีของคนรอบข้างมากกว่าข้อบกพร่องของเขา และก็อย่ามีข้อแม้ เงื่อนไขในตัวเองในการสร้างบารมี ให้อย่างง่ายก๊ง่าย ทุ่มเท กำลังกายกำลังใจในการสร้างบารมี ทำหน้าที่อาสาสมัครให้เต็มที่ รักการทำงานเป็นทีมเป็นหลัก แล้วเราจะได้บารมีติดตัวกลับไป ให้เป็นคนที่หนักแน่นในธรรม ในความหมายก็คือ เจออะไรที่ลำบาก หรือว่าจะเจอวิบากกรรมขึ้นมา ให้ นึกถึงธรรมะที่ครูบาอาจารย์ เอามาเป็นกำลังใจ จะทำให้เราสู้กับชีวิตได้ ให้เรารักการฝึกฝนตนเอง ให้นึกถึงว่าการ กระทำทุกการกระทำของคนรอบข้างดูเราอยู่ในฐานะของการเป็นอาสาสมัคร เพราะฉะนั้นเราก็ต้องเป็นต้นแบบ ให้กับชาวโลกหรือคนรอบข้าง ถึงแม้เราจะบอกว่าฉันไม่ได้สมบูรณ์แบบ แต่คนอื่นเขาก็มองเราอยู่ในฐานะอาสาสมัคร แค่ติดปลอกแขน หรือใส่เสื้อก็เขาก็ดูความเป็นต้นแบบของเราอยู่แล้ว จะมาบอกว่าฉันไม่ฝึกตัว ฉันก็มาแค่อยาก เอาบุญก็คงไม่ได้ เพราะฉะนั้นอาสาสมัครต้องรักการฝึกฝนตัวเอง และคิดที่จะเป็นต้นแบบให้แก่วชาวโลก ทุ่มเท แรงกายแรงใจให้เหมือนกับที่หลวงพ่อทุ่มเท เหมือนที่บอก ไม่เสร็จไม่เลิก ถึงไหนถึงกัน แล้วเมื่อเวลาหลับตาลาโลกไป เราจะภูมิใจในฐานะการเป็น “เจ้าหน้าที่อาสาสมัคร”

อย่างแท้จริง เวลาที่ผ่านไปจะรู้สึกสูญเปล่าเราก็ไม่รู้ว่าจะตายตอนที่เป็นอาสาสมัครหรือจะตายตอนที่เรียนจบแล้วหรือตายตอนเป็นเจ้าของที่วัดก็ยังไม่รู้ เพราะฉะนั้นอยู่กับปัจจุบันดีกว่าในการฝึกฝนตัวเอง มันจะเห็นคุณค่าตัวเอง และจะมีความสุขในแต่ละวันได้ แม้เจอทุกข์ภัยหนักก็อยู่ได้ ด้วยการจำธรรมะที่ครูบาอาจารย์สอน คือให้หนักแน่นในธรรม

(V-PEACE, มิถุนายน 2555 ฉบับที่ 5 : 12)

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นคุณลักษณะทางใจ กล่าวคือ ต้องรักการฝึกฝนตนเอง และอย่ามีข้อแม้ในการปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้นำบุญ ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อผู้นำบุญมีคุณลักษณะดังกล่าวแล้วก็จะยอมรับการปฏิบัติตามหน้าที่ที่วัดพระธรรมกายต้องการได้อย่างปราศจากเงื่อนไข

ตัวอย่างที่ (88) การอุทิศตนให้สิ่งที่เรามีอย่างเข้มข้นมาก ๆ เพราะการจะมาเป็นเจ้าหน้าที่ได้จำเป็นต้องทุ่มเทและเสียสละสุด ๆ พวกเราอาสาสมัครมาทำหน้าที่กันด้วยใจ ไม่ได้หวังสิ่งตอบแทนใด ๆ ข้อนี้เป็นจุดแข็งของเราให้เราหมั่นถามตัวเองหมั่นทบทวนตัวเองบ่อย ๆ ว่าเรามาเป็นอาสาสมัครเพราะอะไร แล้วเราจะทำหน้าที่อาสาสมัครออกมาจากใจจริง ๆ และมีความสุขทุกครั้งที่ได้มาทำหน้าที่

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7: 9)

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ทางกาย กล่าวคือ จะต้องอุทิศตนและเสียสละ เพื่อเอาแรงกายมาทำงานให้กับวัดพระธรรมกายอย่างเต็มกำลัง

ตัวอย่างที่ (89) กองบริการงานบุญจัดโครงการสอบตอบปัญหาธรรมะครั้งที่ 6(U-PEC) เพื่อพัฒนาคุณธรรมของอาสาสมัครกองบริการงานบุญให้เก่ง ดี มีจิตอาสา

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 49)

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ทางใจ กล่าวคือ จะต้องมิจิตอาสา ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวจะทำให้ผู้นำบุญทำงานทุกอย่างที่วัดพระธรรมกายต้องการอย่างเต็มกำลังโดยปราศจากเงื่อนไข

ตัวอย่างที่ (90) การที่ได้มาเป็นอาสาสมัครโภชนาการปทุมรู้สีกว่ามันไม่ถนัดเลย เพราะนอกจากต้องตื่นก่อนนอนที่หลัง เรื่องบางเรื่องเราก็ต้องเสียสละด้วย เช่น เวลาที่สาธุชนนั่งสมาธินั้นคือ เวลาที่เรารับบุญ เมื่อก่อนก็เคยสงสัยว่าจะได้บุญจากการนั่งสมาธิมั้ย ในเมื่อเราไม่ได้นั่งสมาธิพระอาจารย์ก็เมตตาไขข้อข้องใจให้ว่า “กองทัพต้องเดินด้วยท้อง ถ้าสาธุชนไม่มีข้าวรับประทานแล้วจะมีแรงสมาธิมั้ย เพราะฉะนั้นเราเป็นผู้ให้กำลัง เราก็จะได้บุญทุก ๆ บุญที่เขาทำเลย” บางครั้งเจอสาธุชนที่หิวสุด ๆ (T\_\_T) เราก็ต้องสวมหัวใจกัลยาณมิตร พุดให้เขาใจใสให้ได้ ขอบอกเลยนะครับว่าความอดทน ยิ้มง่าย ไหว้เก่ง เป็นสิ่งที่จำเป็นสุด ๆ ในงานบริการครับ

(V-PEACE, ตุลาคม 2555 ฉบับที่ 9: 44)

จากตัวอย่างแสดงให้เห็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ทั้งใจ คือ เสียสละและอดทน นอกจากนี้ยังต้องมีคุณลักษณะทางกายที่พึงประสงค์ด้วย คือ ยิ้มง่าย ไหว้เก่ง ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้จะช่วยให้การต้อนรับประชาชนที่เดินทางมาแสวงบุญที่วัดพระธรรมกาย ส่งผลให้วัดมีบรรยากาศที่เป็นมิตรจนสามารถสร้างความประทับใจให้ผู้เดินทางมาที่วัดได้

ตัวอย่างที่ (91) น้องพีช : ดู ๆ แล้วเหมือนงานง่าย ๆ นะคะ แต่เป็นบุญที่  
ต้องใช้ความอดทนสูงเลยทีเดียว ต้องอดทนต่อสภาพดินฟ้า  
อากาศ บางครั้งก็ต้องรับบุญโบกรถกลางแดด แต่น้องพีช  
เชื่อค่ะว่าอาสาสมัครที่นี้ได้บุญบารมีมาก ๆ เลย

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 43)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการเลือกใช้คำศัพท์ต่อยอดความคิดที่นำไปสู่คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ نابัญ ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์เสียสละ อดทน ทุ่มเทาทำงานให้กับวัดพระธรรมกายอย่างไม่มีเงื่อนไขเพื่อบุญซึ่งส่งผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมของกลุ่มผู้ نابัญในลักษณะกัลยาณมิตรต่อผู้ที่มีอายุวัดพระธรรมกาย การปฏิสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวนี้สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้มาวัดจึงเป็นการเปิดโอกาสให้ยอมรับวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายได้ง่ายขึ้น และในขณะเดียวกันการร่วมกันทำงานของสมาชิกผู้ نابัญซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา ที่มีโอกาสได้ทำกิจกรรมร่วมกันผ่านความยากลำบากและเหน็ดเหนื่อย ทว่ายังต้องมีการแสดงออกแบบกัลยาณมิตรนั้น จึงเป็นเสมือนการรวมตัวของกลุ่มเพื่อน หรือรุ่นพี่รุ่นน้องที่มีวัยใกล้เคียงกันจนสามารถก่อเกิดความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นและขยายกลุ่มเครือข่ายแบบเพื่อนชวนเพื่อนต่อไปได้อย่างไม่รู้จบ

### จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CHULALONGKORN UNIVERSITY

#### 6.2.1.1.2 การใช้อุปลักษณ์

จากการศึกษาตัวบทวารสาร “V-PEACE” พบกลวิธีการใช้อุปลักษณ์ จำนวน 2 โมโน-ทัศน์ ได้แก่ 1) ผู้ نابัญ คือ นักรบ และ 2) ผู้ نابัญ คือ นักเรียน เพื่อถ่ายทอดชุดความคิดผู้ نابัญที่พึงประสงค์ ดังนี้

**[ผู้ نابัญ คือ นักรบ]**

อุปลักษณ์ ผู้ نابัญ คือ นักรบ เป็นความเปรียบที่ปรากฏในสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย โดยสะท้อนให้เห็นว่าวัดพระธรรมกายคือกองทัพธรรมมะ ที่ทำหน้าที่เผยแผ่พุทธศาสนา โดยมีอาสาสมัครผู้ نابัญทำหน้าที่เหมือนนักรบหรือทหารที่ต่อสู้กับผู้ขัดขวางการเผยแผ่ ซึ่งก็



คือความคิดเห็นจากกระแสสังคมภายนอกที่มุ่งโจมตีวัดพระธรรมกายในด้านลบ และอีกนัยหนึ่งนักรบแห่งกองทัพธรรมของวัดพระธรรมกายยังมีหน้าที่ประหารกิเลสในใจของตนเองอีกด้วย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (92) อาสาสมัครคือสุดยอดทหารกล้าแห่งกองทัพธรรม

(V-PEACE, พฤษภาคม 2556 ฉบับที่ 16)

ตัวอย่างที่ (93) อย่างน้อย ผู้ที่ทำหน้าที่ระดับหัวหน้าหรือผู้นำแผนกรวมถึงสมาชิกเขตในทุกคนควรปฏิบัติธรรมให้ได้อย่างน้อยวันละสองชั่วโมง ถ้าไม่ปฏิบัติธรรมแล้ว เราก็จะไม่มีพลังในการควบคุมตนเองระเบียบวินัยของเราก็พลอยย่อหย่อนแล้วเราก็จะไม่แตกต่างไปจากชาวโลกทั้งหลาย เราจะไม่สามารถเรียกตัวเองว่าเป็นทหารกล้าแห่งกองทัพธรรมได้เลย เราจะเป็นทหารได้ก็ต่อเมื่อเรามีระเบียบวินัย ควบคุมตัวเองให้อยู่ในวินัยเตือนตัวเองให้ปฏิบัติธรรมทุกวัน

(V-PEACE, กันยายน 2555 ฉบับที่ 8 :15)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำว่า ทหาร เพื่อใช้เป็นความเปรียบกลุ่มผู้นำบุญ ซึ่งมีวัดพระธรรมกายเป็นเสมือนเจ้าของกองทัพ

ตัวอย่างที่ (94) เจริญพร นักรบกล้าอาสาสมัคร พวกเราได้ช่วยกันจัดงาน  
 ชุติธรรมชัยด้วยความทุ่มเททั้งกำลังกาย กำลังใจและ  
 กำลังความคิดสติปัญญา จนกระทั่งสำเร็จจุลวงมาได้ด้วยดี

(V-PEACE VOL 1, กุมภาพันธ์ 2555: p m s)

ตัวอย่างที่ (95) อาสาสมัครต้องรับบุญอย่างมีอุดมการณ์ เปี่ยมล้นด้วย  
 พลังใจที่อยากรับบุญเป็นสิ่งสำคัญกว่าการให้รางวัล

อสาสมัครต้องตระหนักถึงบุญและประโยชน์สุขของ  
 ชาวโลกเป็นหลัก “เหนื่อยบุญเหนื่อยบารมี นี่คือ  
อสาสมัครกองทัพธรรม” ถ้าทำด้วยจิตสำนึกรักของความ  
 เป็นเจ้าของวัด เจ้าของงานแล้วจะได้ไม่กลัวแดด ไม่กลัวฝน  
 ไม่กลัวเมื่อย กลัวอย่างเดียวคือ “กลัวจะไม่ได้บุญ” ...  
 อสาสมัครเท่านั้น เป็นผู้เปิดหนทางสวรรค์นิพพาน ให้เขา  
 ได้เดินทางมาถึงหลวงพ่อ มารู้เป้าหมายชีวิต เราต้องเป็นผู้  
มีอุดมการณ์ที่สูงส่ง ไม่ใช่ใครก็ได้ ต้องลูกอสาสมัคร  
เท่านั้น

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 8)

จากตัวอย่างมีการใช้คำว่า อสาสมัคร ร่วมกับความหมายของ นักรบและกองทัพ มีนัย  
 ทางความหมายเหมือนกับทหารอาสา ที่ถูกจ้างมารบ แต่อสาสมัครผู้นำบุญ ถูกจ้างด้วยปริมาณ  
 บุญเป็นผลตอบแทน

ตัวอย่างที่ (96) การอัญเชิญรูปหล่อหลวงปู่ทองคำไปประดิษฐานยังพระ  
 มหาเจดีย์มหารัชมงคลครั้งนี้เพื่อจะแสดงความกตัญญูบูชา-  
 ธรรมหลวงปู่ ผู้ค้นพบวิชาธรรมกาย และบูชาธรรมสมเด็จพระ  
 พระมหาธัมมชังคลาจารย์ฯ ผู้เป็นพระอุปัชฌาย์ วันนั้น  
เหมือนกับเป็นการประกาศชัย ชนะ และเป็นการกอบกู้  
 ฟันฟุพระพุทธศาสนา ปลุกกระแสศรัทธาชาวพุทธให้ตื่นตัว  
 กลับมาเลื่อมใสในพระรัตนตรัยเป็นการพลิกใจชาวทมิฬ.

(V-PEACE, Vol4 พฤษภาคม 2555: 6)

ตัวอย่างที่ (97) เมื่อวันอาทิตย์ที่ 19 สิงหาคมที่ผ่านมาพวกเราได้รับบุญ  
 พิเศษ ที่ไม่ได้มีประจำ คือการดูแลแบบพิธีกรรมของงานปิด  
 ทองคำเสามงคลต้นแรก เพื่อสร้างอาคารคุณยายอาจารย์ฯ

หนึ่งไม่มีสอง ซึ่งเป็นอาคารที่พักสำหรับพี่ ๆ ทหารหญิง  
หรืออุบาสิกานั้นเอง

(V-PEACE, กันยายน 2555 ฉบับที่ 8: 34)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่ามีการใช้คำเรียกผู้นำบุญที่มีวงความหมายเกี่ยวกับนักรบ เช่น นักรบแห่งกองทัพธรรม ทหารกองทัพธรรม อาสาสมัครกองทัพธรรม นักรบกล้าอาสาสมัคร ทหารหญิงอุบาสิกา เป็นต้น รวมถึงมีคำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับการออกรบ เช่น ประกาศชัย อุดมการณ์ เพื่อชี้ให้เห็นว่าผู้นำบุญเป็นกำลังสำคัญในการเผยแผ่หลักธรรมและหลักธรรมที่เป็น อุดมการณ์สำคัญสูงสุดคือ หลักธรรมของวัดพระธรรมกาย อนึ่งการใช้ถ้อยคำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับ นักรบนี้ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มผู้นำบุญเท่านั้น แต่ยังใช้กับกลุ่มพระภิกษุด้วย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (98) พระภิกษุโดยเฉพาะพระภิกษุธรรมทายาทที่มาเดินธุดงค์ใน  
ครั้งนี้ เป็นผู้ตั้งใจฝึกฝนอบรมตนเอง ทั้งกาย วาจา ใจ สม  
ดังที่พระเดชพระคุณพระเทพญาณมหามุนีท่านตั้งใจที่จะ  
ให้พระภิกษุกองพันเนื่อนาบุญนี้ได้เป็นต้นบุญต้นแบบ

(V-PEACE, กุมภาพันธ์ 2556 ฉบับที่ 13 : 3)

นอกจากนี้ยังมีการใช้ถ้อยคำที่บ่งชี้ให้เห็นว่าพระเทพญาณมหามุนีนั้น อยู่ในสถานะ  
หัวหน้าทั้งในระดับหัวหน้ากองพัน และในฐานะพระราชารีกด้วย เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (99) หลวงพี่สูงก็ให้พี่มาช่วยซักจิวรหลวงพ่อบ้าง ทำนั้น ทำนี้  
ช่วยงานอุปัฏฐากแบบห่าง ๆ เวลาหลวงพ่อกำลังทำอะไรก็คอย  
ดูแลท่าความสะอาดห้องหลวงพ่อก็คอยดูแลอยู่เสมอ จากนั้น  
ได้ทำงานใกล้ชิดท่านมาเรื่อย ๆ ตั้งแต่ขับรถ นวด ดูแล  
ถวายภัตตาหาร ยา ประสานงานตามคำสั่ง ฯลฯ ท่านบอก  
ว่า อุปัฏฐากทำหน้าที่ 2 อย่าง คือ ท.ส. (ทหารคนสนิท)  
กับเลขาฯ คือ 1. รับผิดชอบส่วนตัวท่าน ของใช้ความ

เป็นอยู่ส่วนตัว สบง จีวร แปรงสีฟัน ยาสีฟัน ผ้าเช็ดหน้า ฯลฯ อะไร ๆ ที่เป็นเรื่องส่วนตัว นี่คืองาน ท.ส. และ 2.รับใช้กิจธุระงานส่วนรวมที่ท่านรับผิดชอบ เช่นประสานงานตามหน่วยงานต่าง ๆ ที่ท่านสั่ง ช่วยต้อนรับเจ้าภาพบางทีก็ต้องไปช่วยแจ้งคนที่ไม่ได้เรื่องแทนท่าน ฯลฯ นี่คืองานเลขาฯ

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 14)

ตัวอย่างที่ (100) อาสาสมัครลุยได้ทุกสถานการณ์อุทกหารพระราช

(V-PEACE, กุมภาพันธ์ 2556 ฉบับที่ 13 : ฟ้ามืด)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการใช้คำว่า ท.ส. ซึ่งเมื่อพิจารณาดูคำเรียกผู้นำบุญในตอนต้นจะเห็นว่ามีความหมายเกี่ยวกับกองทัพ ซึ่งผู้ที่สามารถมีกำลังพลระดับกองทัพขึ้นไปได้นั้นต้องดำรงตำแหน่งระดับหัวหน้ากองพันขึ้นไป ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าพระเทพญาณมหามุนีสถาปนาตนเองในฐานะผู้นำกองทัพธรรมกาย และในขณะเดียวกันอาจดำรงสถานะพระราชอาญาจักรวัดพระธรรมกายอีกด้วย

จากการศึกษาพบว่ามีการใช้คำเกี่ยวกับการต่อสู้ เช่น กอบกู้ ฟื้นฟู ปกป้อง และรักษา เพื่อชี้ให้เห็นหน้าที่ของสมาชิกผู้นำบุญ เห็นได้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (101) เราจะกอบกู้พระพุทธศาสนาให้รุ่งเรืองเหมือนในยุคพุทธกาลที่ผ่านมา

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 12)

ตัวอย่างที่ (102) รวมกันเป็นเทียนเล่มใหญ่ที่สามารถฟื้นฟูศีลธรรมแบบที่ หลวงพ่อต้องการได้ค่ะ จะตั้งใจดูแลเพื่อน ๆ ให้เป็นเลือดเนื้อมิชมิฯ ร่วมกันต่อไป

(V-PEACE, มิถุนายน 2555 ฉบับที่ 5 : 23)

ตัวอย่างที่ (103) ถ้าเด็กเหล่านี้เป็นผู้นำเยาวชนฟื้นฟูศีลธรรมโลกได้ อนาคต  
 ของประเทศที่จะพัฒนาก็เจริญรุ่งเรือง เด็กเหล่านี้จะ  
 ช่วยกันดูแลปกป้องรักษาพระพุทธศาสนาไปอีกยาวนาน

(V-PEACE, Vol 2 มีนาคม 2555 : 5)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำว่า กอบกู้ ฟื้นฟู และปกป้องรักษา เพื่อแนะนำความว่า  
 ในปัจจุบันพระพุทธศาสนามีสภาพเสื่อมถอย ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของสมาชิกผู้นำบุญที่จะต้องทำให้  
 พระพุทธศาสนากลับมาดีเหมือนเดิมที่เคยมีมาก่อนในสมัยพุทธกาล ซึ่งอาจแนะนำความในอีกทาง  
 หนึ่งได้ว่าในสมัยพุทธกาลมีองค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าเป็นผู้นำที่ทำให้พุทธศาสนารุ่งเรือง เมื่อ  
 เปรียบเทียบกับปัจจุบันอาจแนะนำความได้ว่า พระเทพญาณมหามุนีจะเป็นผู้มีบทบาทเป็นผู้นำความ  
 รุ่งเรืองทางพระพุทธศาสนาให้กลับมาเจริญเหมือนในพุทธกาลอีกครั้ง

**[ผู้นำบุญ คือ นักเรียน]**

วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มผู้นำบุญมีการใช้อุปลักษณ์ ผู้นำบุญ คือ  
 นักเรียน กล่าวคือ วัดพระธรรมกายอยู่ในฐานะโรงเรียน มีเจ้าอาวาสวัดพระธรรมกายในฐานะ  
 ผู้อำนวยการโรงเรียน โดยเรียกตนเองว่าคุณครูไม่ใหญ่ มีพระและรุ่นพี่อาสาสมัครเป็นครูที่ทำหน้าที่  
 สอนวิชา วิชาก็คือวิธีการทำงานอาสาสมัครที่พึงประสงค์ โดยมีการใช้คำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการเรียน  
 เช่น ทิว สอบ เคล็ดวิชา และยกชั้น เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (104) เจ้าพรรษา ฤดูแล้งการติวเข้มทำความดี

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 6)

ตัวอย่างที่ (105) ดังนั้น พรรษานี้จึงเป็นพรรษาที่พิเศษสำหรับพวกเราทุกคน  
 เพราะเป็นพรรษาแห่งการติวเข้มในการทำความดี  
 โดยเฉพาะเรื่องของการทำสมาธิภาวนา

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 7)

ตัวอย่าง (106) อุปสรรคคือขั้นตอนของการสร้างบารมี สอนตัวเองว่า ถ้าเราข้ามมันพ้นได้ เราจะไม่เจออีกแสดงว่าเราสอบผ่าน

(V-PEACE VOL 1, กุมภาพันธ์ 2555: 18)

ตัวอย่างที่ (107) กลับมาพบกันอีกครั้งแล้วนะคะ เวลาช่างผ่านไปอย่างรวดเร็วจริง ๆ ค่ะ สำหรับเดือนนี้เราก็จะมาคุยกันต่อถึงสุดยอดเคล็ดวิชาเพื่อการต้อนรับที่ประทับใจไม่รู้ลืม ฉบับคุณสีป่าง ค่ะ ทราบกันไหมคะว่าคืออะไรลองทายกันดูสิคะ ..ตึกตอก ..ตึกตอก ..ตึกตอก... สุดยอดเคล็ดวิชานี้ก็คือ “Service from the Heart ” หรือการบริการจากใจนั่นเองค่ะ

(V-PEACE, กรกฎาคม 2555 ฉบับที่ 6 : 8)

ตัวอย่างที่ (108) ช่วงเข้าพรรษาของเราก็จะเป็นช่วงที่สนุกและมีความสุขกับการทำสิ่งดี ๆ ไปด้วยกันทั้งทีมเลยคะ สำหรับเดือนนี้เราก็มาถึงเคล็ดวิชาการต้อนรับให้ประทับใจฉบับพี่สีป่าง 4 ข้อสุดท้าย นั่นคือ M-I-N-D แต่ละอย่างคืออะไร ไปดูพร้อม ๆ กันเลยคะ

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 8)

ตัวอย่างที่ (109) พระเดชพระคุณหลวงพ่อบรรณนาจะให้ป็นพรราชาที่ พระเห็นพระ เณรเห็นเณร โยมเห็นพระ อาสาสมัครอย่างพวกเราก็ต้องเห็นพระกันยกขึ้นเลย

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 23)

ตัวอย่างที่ (110) พรราชานี้จะได้เป็นพรราชาที่เรา ปลื้ม...ปลื้ม และได้ยกขึ้นไปพร้อม ๆ กันคะ

(V-PEACE, กันยายน 2555 ฉบับที่ 8 :20)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการใช้คำที่มีวงความหมายเกี่ยวกับการเรียน ผู้เรียนคือสมาชิกผู้นำบุญที่ต้องติวเข้ม ส่วนวิชาที่ติวเข้มคือการบริการประชาชนที่มาวัดพระธรรมกายให้ได้รับความประทับใจ ซึ่งหากทำได้ก็จะถือว่าสอบผ่านและได้เลื่อนชั้นถัดไป อนึ่งหากพิจารณากลวิธีการใช้อุปลักษณะที่ปรากฏในข้อมูลสมาชิกผู้นำบุญซึ่งมีสถานะเป็นนักเรียน ร่วมกับกลวิธีการเลือกใช้คำศัพท์ที่ปรากฏในข้อมูลวาทกรรมที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นประชาชนทั่วไปจะเห็นว่ามีการใช้พระเทพญาณมหารุณีนีว่า คุณครูไม่ใหญ่ดังที่กล่าวไปแล้ว ซึ่งกลวิธีทางภาษาทั้งสองส่วนน่าจะมีความเชื่อมโยงกันโดยพระเทพญาณมหารุณีนีอยู่ในฐานะครูผู้สอนและสมาชิกผู้นำบุญอยู่ในฐานะนักเรียน

### 6.2.1.1.3 การใช้คำแสดงทัศนภาวะ

ในวารสาร “V-PEACE” ใช้คำศัพท์ เช่น คำว่า ต้อง ควร และให้ เป็นต้น คำแสดงทัศนภาวะเหล่านี้ สื่อวัจนกรรมบอกให้ทำซึ่งเน้นให้เห็นการกระทำนั้นเป็นการกระทำที่จำเป็น เนื่องจากเป็นกรอบของหน้าที่ที่ผู้นำบุญควรปฏิบัติ

การใช้คำแสดงทัศนภาวะที่ปรากฏมากที่สุด คือ การใช้คำว่า ต้อง โดยจากการศึกษาข้อมูลจะพบว่ามีการใช้คำว่าต้องเพื่อสั่งใน 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การใช้คำว่าต้องเพื่อสั่งให้ทำงานร่วมกัน และ 2) การใช้คำว่าต้องเพื่อสั่งให้ทำบุญ เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (111) งานที่หลวงพ่อกำลังทำ และเป้าหมายที่เราจะไปให้ที่สุดแห่งธรรมก็จะเร็วยิ่งขึ้น จำไว้ว่าจะว่าทุกอย่างที่ลูกทำเป็นบุญมาก ลูก ๆ ต้องไปตามเพื่อน ๆ มาเป็นอาสาสมัครให้มากกว่านี้

(V-PEACE, กุมภาพันธ์ 2556 ฉบับที่ 13 :1)

ตัวอย่างที่ (112) เริ่มปีใหม่ด้วยการต้อนรับพระธุดงค์ธรรมชัย เหล่าอาสาสมัครคงไม่พลาดบุญใหญ่อย่างนี้แน่นอน ที่สำคัญการทำงานของเราต้องทำกันไปเป็นทีม ขาดใครไม่ได้เลย ใครที่เคยมาช่วยรับบุญแล้วหายหน้าหายตากันไป พยายาม

ชักชวนให้เขามารับบุญกันนะคะ อนุโมนาบุญกับ  
 อาสาสมัครที่มารับบุญอุทิศธรรมชัยทุกท่านคะ

(V-PEACE, กุมภาพันธ์ 2556 ฉบับที่ 13 :2)

ตัวอย่างที่ (113) การจะตามติดสร้างบารมีกับมหาปูชนียาจารย์นั้น นื่อง ๆ  
ต้องฝึกฝนตนเอง ทั้งหยาบและละเอียดเป็นพื้นฐานควบคู่  
 กันไปด้วย เริ่มต้นด้วยการรักษาความสะอาด ความเป็น  
 ระเบียบ ความเรียบร้อย ในทุกสิ่งทุกอย่างที่เราได้พบเห็น  
 ที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน ทำด้วยตนเองแล้วต้องแนะนำ  
 พี่น้อง V-PEACE ทุกคน ให้ได้ฝึกพร้อม ๆ กัน เพราะเรา  
ต้องพัฒนากันไปเป็นทีม ต้องเท่าเทียมกันทั้งทีม เป็น  
 พันทีมที่มีคุณภาพของพระพุทธรศาสนาวิชาธรรมกาย  
 ต่อไป

(V-PEACE, มีนาคม 2556 ฉบับที่ 14:3)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการใช้คำว่า ต้อง เพื่อสั่งให้สมาชิกผู้นำบุญเป็นฝ่ายที่  
 จะต้องฝึกฝนตนเองให้ชินกับการทำงานหนักและออกแรงทำงานร่วมกัน ในขณะที่เดียวกันยังต้อง  
 ชักชวน เพื่อน ๆ มาเป็นสมาชิกผู้นำบุญอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการใช้คำว่า ต้อง เพื่อสั่งให้ทำบุญด้วย  
 เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (114) เราต้องฝึกที่จะช่วยเหลือและดูแลตัวเองในทุก ๆ เรื่องให้  
 ได้มากที่สุด ไม่ปล่อยให้ตัวเองต้องเป็นภาระของหลวงพ่  
 และหมู่คณะมากเกินไป ถ้าพอจะช่วยเหลือตัวเองได้แล้วก็  
ต้องเข้าไปแบ่งภารกิจหน้าที่ของหมู่คณะให้มากขึ้น ส่วนตัว  
 เราเอง เราต้องฝึกเป็นผู้ที่ให้กำลังใจตัวเองก่อน ไม่ต้องรอ  
 คอยกำลังใจจากคนรอบข้างอย่างเดียว กำลังใจที่ดีที่สุดก็



มาจากมหาปูชนียาจารย์ ถ้ารู้สึกไม่สบายใจก็ต้องรีบไปสั่ง

สมบุญ

(V-PEACE, กุมภาพันธ์ 2556 ฉบับที่ 13 : 15)

ตัวอย่างที่ (115) ในยุคนั้นจะต้องเล่าธรรมะให้น้องฟังทุกวันอาทิตย์ เป็นการ  
ปลุกฝังอุดมการณ์ให้กับน้อง นอกจากนี้ตัวพี่เองจะชอบ  
กระเป่าเสื้อผ้าเข้าวัด ตั้งแต่เย็นวันศุกร์ รับบุญ เก็บงานวัน  
อาทิตย์จนเสร็จแล้วออกเดินทางกลับในช่วงเย็น เป็นอย่าง  
นี้ตลอดต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ.2532 จนกระทั่งปี พ.ศ.2536  
ได้ลาออกจากงาน ถ้าอาทิตย์ไหนไม่มาแสดงว่าป่วยหนัก  
ทั้งหมดนี้ทำให้เกิดแรงบันดาลใจและเข้าใจว่าเราต้องสั่งสม  
บุญ สร้างบารมี มีอุดมการณ์ที่มั่นคง

(V-PEACE, มีนาคม 2556 ฉบับที่ 14:12)

ตัวอย่างที่ (116) แรกเริ่ม พี่คิดแค่ว่าอยากมาช่วยงานหลวงพ่อ อยากได้บุญ  
อยากสั่งสมบุญมาก ๆ ชีวิตเราจะได้ดีสิ่งดี ๆ ถ้าจะเป็น  
อย่างที่เราต้องการ เราต้องมีบุญมากพอ การมาช่วยงานวัด  
นอกจากเราได้ช่วยงานหลวงพ่อดังที่เราปรารถนาแล้ว เรา  
ยังได้บุญอีกด้วย ทั้งหมดแล้วคือทำเพื่อตัวเราเอง สุดท้าย  
สิ่งที่นักสร้างบารมีเขตในทุกคนปรารถนาคือ การได้ทำ  
วิชชาธรรมกายกับพระเดชพระคุณหลวงพ่อ

(V-PEACE, มีนาคม 2556 ฉบับที่ 14:13)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการใช้คำว่า ต้อง เพื่อสั่งให้สมาชิกผู้นำบุญสะสมบุญ  
ซึ่งการสะสมบุญนั้นก็คือการมาช่วยทำงานให้กับวัดพระธรรมกาย นอกจากนี้การใช้คำว่า ต้อง  
ประกอบกับคำว่า อย่าลืม และ ไม่ลืม เพื่อเป็นการเน้นย้ำชุดความคิดเกี่ยวกับหน้าที่ของสมาชิกผู้นำบุญ  
ว่า จะต้องมาช่วยงานของวัดพระธรรมกาย และอย่าลืมหน้าที่ (การทำงานให้วัดพระธรรมกาย) เป็นอัน

ขาด เพราะการทำงานให้วัดพระธรรมกายถือว่าเป็นหน้าที่ที่แท้จริงของการเกิดเป็นมนุษย์ เห็นได้จาก ตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (117) พี่ ๆ กองอาสาสมัครโภชนาการเล่าให้ฟังว่า “ตอนนี้หลวงพ่อกำลังทำงานอย่างหนัก เวลาที่ท่านพักก็น้อย เพราะทุกวินาทีของท่านทำเพื่อพุทธศาสนาทั้งสิ้น เพราะฉะนั้น เราต้องมาช่วย หลวงพ่อดูแลเรื่องอาหารแทนท่าน เรียกได้เลยว่าเราเป็นผู้ช่วยหลวงพ่อเลยนะ” ยิ่งฟังผมก็ยิ่งภูมิใจเลยครับ ที่ได้ยินว่าเป็นผู้ช่วยหลวงพ่อดูแลเรื่องอาหาร ดูแลเรื่องปากท้องของคนทั้งวัด

(V-PEACE, ตุลาคม 2555 ฉบับที่ 9 :45)

ตัวอย่างที่ (118) “ปิดเทอม เปิดธรรม” กันไปเต็มที่แล้ว ถึงเวลาเปิดเทอมก็อย่าลืมรักษาใจใส ๆ นั่งสมาธิกันให้ได้ทุกวัน และมาเป็นอาสาสมัครกันให้ได้ทุกสัปดาห์เลยนะคะ เพราะไม่ว่าจะเวลาไปไหน ปิดเทอมหรือเปิดเทอม พวกเราจะไม่ลืมหน้าที่ “นักสร้างบารมี” ซึ่งเป็นหน้าที่อันยิ่งใหญ่และเป็นหน้าที่ที่แท้จริงของพวกเราทุก ๆ คน เป็นกำลังใจให้อาสาสมัคร V-PEACE ทุกคนคะ

(V-PEACE, มิถุนายน 2555 ฉบับที่ 5 : 34)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้คำว่า *ต้อง* เพื่อแสดงเจตนาสั่งให้สมาชิกผู้นำบุญมาช่วยงานที่วัดพระธรรมกาย โดยกล่าวเปรียบเทียบหน้าที่ของสมาชิกผู้นำบุญว่าเป็นเสมือนผู้ช่วยของพระเทพญาณมหามุนี นอกจากนี้ยังมีการใช้คำว่า *อย่าลืม* และ *ไม่ลืม* เพื่อแสดงเจตนาสั่งแบบเน้นย้ำให้ทำหน้าที่ของตนเอง ซึ่งจากตัวอย่างชี้ให้เห็นได้ว่าหน้าที่ที่สมาชิกผู้นำบุญมีต่อวัดพระธรรมกายนั้น เป็นหน้าที่ที่แท้จริงของชีวิต

นอกจากคำว่า *ต้อง* แล้วยังมีการใช้คำว่า *ควร* เพื่อเป็นการแนะนำ และการใช้คำว่า *ให้* เพื่อแจ้งเจตนารมณ์ของตนเอง เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (119) ที่แว่นกลมขอแนะนำว่าหนังสือเล่มนี้เป็นหนังสือที่น่าอ่านสำหรับอาสาสมัคร V-PEACE ทุกคนโดยเฉพาะผู้ที่ เป็นหัวหน้าทีมนั้นควรจะได้อ่านมาก ๆ เพราะเนื้อหาภายในเล่มนั้นเป็นชีวประวัติของหลวงพี่ธรรมา พระมหาเถระยุคบุกเบิก ที่นอกจากจะสนุกสนานได้รู้เรื่องราวที่ไม่เคยเปิดเผยในการสร้างวัดยุคบุกเบิกแล้วยังทำให้เราได้เห็นถึงความเฉลียวฉลาดในการสร้างทีมของท่าน ที่แม้ในยุคที่อุปสรรคการรับบุญแต่ละอย่างมีเพียง 2-3 ชิ้น อาสาสมัครที่มาช่วยงานก็หลากหลายวัย ตั้งแต่เด็กอายุ 2-3 ขวบไปจนถึงผู้เฒ่าอายุ 70-80 ปี มีทั้งนิสิต นักศึกษา ทีมช่างคนงาน ตลอดจนญาติโยมที่มีจิตใจอยากมาช่วยกันสร้างวัด

(V-PEACE, Vol4 พฤษภาคม 2555: 17)

ตัวอย่างที่ (120) หน้าที่หลัก ๆ ของผมในแต่ละงานบุญก็คือการปฐมนิเทศน้อง ๆ อาสาสมัครพิเศษที่มาช่วยรับบุญคอยบอกน้อง ๆ ว่าควรปฏิบัติอย่างไรและคอยพาไปรับบุญตามจุดบริการอาหารที่มีทั้งหมดบนสภာธรรมกายสากลรวมถึงจุดภัตตาหารพระและพาไปรับบุญที่ครัวหอนันคุณยายฯ

(V-PEACE, ตุลาคม 2555 ฉบับที่ 9: 44)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการใช้คำว่า *ควร* เพื่อแนะนำสิ่งที่สมาชิกผู้นำบุญพึงปฏิบัติ ซึ่งตัวอย่างแรกเนื้อความกล่าวว่า “ผู้นำบุญควรอ่านวารสาร V-PEACE” เพราะผู้เขียนนำเสนอความคิดว่าวารสารดังกล่าวเป็นประโยชน์ ส่วนตัวอย่างที่สองเนื้อความกล่าวว่า “มีพฤติกรรมบางอย่างที่สมาชิกผู้นำบุญควรปฏิบัติ” ซึ่งสมาชิกผู้นำบุญรุ่นพี่จะเป็นผู้แนะนำสิ่งที่ควรปฏิบัติให้กับสมาชิกผู้นำบุญรุ่นน้อง โดยหากพิจารณาเนื้อความดังกล่าวอย่างละเอียดจะเห็นว่าการถ่ายทอดชุดความคิดสมาชิกผู้นำบุญที่พึงประสงค์จะมีการถ่ายทอดในลักษณะจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งจะทำให้ชุดความคิดถูกผลิตซ้ำในกลุ่มสมาชิกผู้นำบุญทุกรุ่นอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ยังมีการใช้คำแสดงทัศนภาวะอีกคำหนึ่งที่มีความน่าสนใจ คือ การใช้คำว่า ให้ แต่ปรากฏในบริบทที่กลุ่มผู้นำบุญใช้เพื่อแสดงเจตนาธรรมอันเป็นความปรารถนาของตนเอง เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (121) ตั้งแต่เข้าวัดมาและได้เป็นอาสาสมัคร ได้เรียนรู้เรื่องกฎ-  
แห่งกรรม เข้าใจเรื่องบุญบาป และรู้ถึงเป้าหมายของการ  
เกิดมาที่เรา เกิดมาเพื่อสร้างบารมี จึงจัดลำดับ  
ความสำคัญในชีวิตให้บุญเป็นอันดับหนึ่ง การเรียนเป็น  
อันดับสองและรับบุญอย่างเต็มที่ อีกทั้งอธิษฐานจิตให้ได้  
สร้างบารมีอย่างสะดวกสบาย ให้ได้มาวัดทุกวันอาทิตย์ ไม่  
ขาดบุญเลยแม้แต่เพียงบุญเดียว

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 47)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้คำว่า ให้ เพื่อบอกความปรารถนาของสมาชิกผู้นำบุญ  
รายหนึ่งจำนวน 3 ประการ ได้แก่ 1) ต้องการบุญเพราะบุญสำคัญที่สุดในชีวิต 2) ต้องการทำบุญอย่าง  
สะดวกสบาย 3) ต้องการมาวัดทุกวันอาทิตย์ จากตัวอย่างดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าสมาชิกผู้นำบุญ  
รายนี้เป็นสมาชิกผู้นำบุญที่พึงประสงค์อย่างแน่นอน เพราะชีวิตประวัติได้รับการคัดเลือกลงในวารสาร  
อีกทั้งสิ่งที่ปรารถนานั้นเป็นสิ่งที่วัดพระธรรมกายตอกย้ำชุดความคิดให้กับสมาชิกผู้นำบุญอยู่เสมอ

เมื่อเปรียบเทียบจำนวนการปรากฏคำที่แสดงทัศนภาวะจะเห็นได้ว่า คำว่า ต้อง เป็นคำที่  
ปรากฏมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากคำว่า ต้อง เป็นคำแสดงทัศนภาวะที่สามารถสื่อสิ่งที่ต้องการได้อย่าง  
ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการชี้ว่าคุณสมบัติทางพฤติกรรมของผู้นำบุญที่พึงประสงค์เพื่อตอกย้ำชุด  
ความคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติของสมาชิกผู้นำบุญ

#### 6.2.1.1.4 การใช้คำคมและคำขวัญ

จากการศึกษาตัวบทวารสาร “V-PEACE” พบการใช้ถ้อยคำที่คล้องจองกันในลักษณะ คำคมหรือคำขวัญที่สร้างขึ้นใหม่เพื่อใช้เฉพาะในกลุ่ม ถ้อยคำเหล่านี้มักมีความหมายในเชิงชี้้นำ พฤติกรรมหรือการแสดงออกที่พึงประสงค์ ตลอดจนบทบาทหน้าที่ที่สำคัญของกลุ่มผู้นำบุญอีกด้วย

กลวิธีการใช้เครื่องมือทางวาทศิลป์ที่พบในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่ม สมาชิกผู้นำบุญนั้น มีจำนวนน้อยและไม่ค่อยหลากหลาย แต่ทว่ามีการผลิตซ้ำในตัวบทบ่อยครั้งอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (122) “บุญสถานทำงานเป็นทีม ยิ้มได้ทุกเมื่อเพื่อเป็นแก้วสารพัด  
นิก ผีกตัวทุกยาม งามล้นน้ำใจ ไร้เงื่อนไขทำความดี ชีพนี้  
เพื่อวิชา พาสู่ที่สุดแห่งธรรม”

(V-PEACE, กรกฎาคม 2555 ฉบับที่ 6 : 42)

ตัวอย่างนี้นำเสนอความคิดเกี่ยวกับการทำงานร่วมกันและคุณสมบัติของสมาชิกผู้นำบุญ ที่พึงประสงค์ ได้แก่ การยิ้ม การแสดงความมีน้ำใจ และการทำงานอย่างไม่มีเงื่อนไข ซึ่งจุดหมาย ปลายทางของคุณสมบัติเหล่านี้คือการเข้าถึงธรรม ซึ่งธรรมในที่นี้หมายถึงคุณธรรมตามแนวทางของวัด พระธรรมกาย

ตัวอย่างที่ (123) เหตุผลที่มาเป็นอาสาสมัคร เพราะอยากได้บุญ อยากช่วย  
พี่ ๆ อยากช่วยงานหลวงพ่อ ตัวเรายังไม่มีเงินทำบุญได้มาก  
พอ ก็ใช้แรงกายของเราแทน ดังคำกล่าวที่ว่า “หยาดเหงื่อ  
ที่หลังต่างกลิ่นเป็นบุญ” อีกอย่าง อยากให้ตัวเองเรียนดีขึ้น  
จะได้ทำงานดี ๆ มีเงินทำบุญได้มาก เพราะการสั่งสมบุญ  
เป็นอาสาสมัคร จะได้มากกว่าการที่เราร่วมงานเฉย ๆ และ  
บุญจะส่งผลให้เราได้ตามที่หวังด้วย

(V-PEACE, กุมภาพันธ์ 2556 ฉบับที่ 13 : 57)

ตัวอย่างนี้เป็นคำขวัญขนาดสั้นที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่ามีการผลิตซ้ำในจำนวนความถี่มากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากคำขวัญดังกล่าวสามารถจดจำได้ง่าย อีกทั้งยังสามารถสื่อความคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติของสมาชิกผู้นำบุญได้อย่างชัดเจนว่า แร่กายทุกอย่างที่ทุ่มเททำงานให้กับวัดพระธรรมกาย นั้นจะทำให้ได้รับบุญเป็นผลตอบแทน

ตัวอย่างที่ (124) ทุกอย่างก้าวของอาสาสมัครคือการสร้างบารมี

(V-PEACE, เมษายน 2556 ฉบับที่ 15 : ฟ้ามืด)

ตัวอย่างนี้เป็นคำคมขนาดสั้นอีกตัวอย่างหนึ่งที่มีการผลิตซ้ำบ่อยครั้ง เมื่อพิจารณาถ้อยคำแล้วจะเห็นว่าไม่มีสัมผัสคล้องจองแต่สามารถจดจำได้ง่ายและสื่อความหมายได้ชัดเจนเช่นเดียวกับตัวอย่างก่อนหน้า

ตัวอย่างที่ (125) เปิดแล้วจ้า...โรงเรียนอาสาสมัครต้นแบบ กองรักษา  
บรรยากาศ เปิดสำหรับหลักสูตรใหม่กองรักษาบรรยากาศ  
โดยเริ่มเปิดโรงเรียนมาตั้งแต่วันที่ 1 ก.ค. ที่ผ่านมา  
โรงเรียนนี้มีทั้งสิ้น 4 ห้องคือ ทะลายภูผา ศรัทธารวมใจ  
ขุนพลยิ่งใหญ่ และหัวใจรับบริการ

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 48)

ส่วนตัวอย่างนี้มีลักษณะเป็นชื่อหลักสูตรการอบรมสมาชิกผู้นำบุญของวัดพระธรรมกาย ซึ่งมีการใช้ถ้อยคำที่มีสัมผัสคล้องจองจดจำง่าย และนอกจากใช้เป็นชื่อหลักสูตรแล้วยังมีการผลิตซ้ำในลักษณะคำขวัญที่แทรกอยู่ในตัวบทอีกด้วย เมื่อพิจารณาจำแนกถ้อยคำออกเป็น 4 วรรคสะท้อนให้เห็นความคิดหลักที่บ่งชี้ให้เห็นคุณสมบัติของสมาชิกผู้นำบุญ 4 แบบ กล่าวคือ 1) ทะลายภูผา เป็นกลุ่มผู้นำบุญที่เน้นการแสดงออกเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้มาวัดเปรียบเสมือนการทำลายอคติที่ปิดกั้นและทำให้ผู้ที่มาวัดเปิดใจมากขึ้น 2) ศรัทธารวมใจ เป็นกลุ่มผู้นำบุญที่คอยให้ข้อมูลหรือหลักธรรมเพื่อสร้างความศรัทธาให้กับผู้มาวัด 3) ขุนพลยิ่งใหญ่ เป็นกลุ่มผู้นำบุญที่ทุ่มเทแรงกายช่วยเหลืองานของวัด

พระธรรมกาย และ 4) หัวใจรักบริการ เป็นกลุ่มผู้นำบุญที่คอยให้ความช่วยเหลือผู้ที่เดินทางมาวัดพระธรรมกาย

เมื่อผู้นำบุญถูกหล่อหลอมให้มีคุณลักษณะตามที่วัดพระธรรมกาย “พึงประสงค์” แล้ว ผู้ผลิตวาทกรรมยังประกอบสร้างความคิดเกี่ยวกับปริมาณของบุญที่กลุ่มผู้นำบุญได้รับจากการทำงานให้กับวัดพระธรรมกายด้วยกลวิธีการใช้คำศัพท์ที่แสดงปริมาณเพื่อแสดงให้เห็นถึงอันสงส์ของบุญที่มากกว่าสมาชิกกลุ่มอื่น ซึ่งมีบทบาทสำคัญมากในการตอกย้ำชุดความคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติของสมาชิกผู้นำบุญ และเป็นการกระตุ้นให้ผู้นำบุญยิ่งทุ่มเททำงานให้วัดมากยิ่งขึ้นเพราะต้องการ “สะสมบุญ” เห็นได้จากชุดความคิดถัดไป

### 6.2.1.2 ชุดความคิดบุญของสมาชิกผู้นำบุญเป็นบุญที่พิเศษสุด

ชุดความคิดบุญของสมาชิกผู้นำบุญเป็นบุญที่พิเศษสุด พบกลวิธีทางภาษาที่สื่อชุดความคิดนี้พบ 3 กลวิธี ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเงื่อนไข และการสร้างสภาวะนิพพานและพระธรรมกายให้มีตัวตน ดังนี้

#### 6.2.1.2.1 การเลือกใช้คำศัพท์

การใช้คำศัพท์ที่แสดงปริมาณเพื่อแสดงให้เห็นถึงอันสงส์ของบุญที่มากกว่าสมาชิกกลุ่มอื่นเห็นได้จากตารางต่อไปนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 8 ตัวอย่างคำศัพท์ที่แสดงปริมาณบุญ

ชุดความคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติของสมาชิกผู้นำบุญ	คำแสดงปริมาณ	ตัวอย่างคำศัพท์
การใช้คำศัพท์ที่แสดงปริมาณเพื่อแสดงให้เห็นถึงอันสงส์ของบุญที่มากกว่าสมาชิกกลุ่มอื่น	ปริมาณนับได้	สองเท่า
	ปริมาณเพิ่มขึ้น	มาก เข้มข้น ตัดดวง กระจกหน้า พิเศษ เต็ม
	ปริมาณความถี่	ต่อเนื่อง เร่ง รีบ

จากตารางจะเห็นได้ว่าการใช้คำศัพท์ที่แสดงปริมาณเพื่อแสดงให้เห็นถึงอันสงส์ของบุญที่มากกว่าสมาชิกกลุ่มอื่นสามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ บุญในลักษณะปริมาณที่นับได้ บุญในลักษณะปริมาณที่เพิ่มขึ้น และบุญในลักษณะปริมาณความถี่หรืออัตราเร่ง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (126) เพราะฉะนั้น อาสาสมัครจึงเป็นผู้ที่มีบุญมาก เพราะการทำหน้าที่อาสาสมัครนั้นเป็นหน้าที่ที่เป็นไปเพื่อการสั่งสมบุญสร้างบารมี ฝึกฝนตนเอง และทำให้พระพุทธศาสนาเจริญรุ่งเรือง ดังนั้น เรายังอยู่ในวัยที่แข็งแรง เราจึงต้องใช้กำลังกายกำลังใจ และกำลังสติปัญญาของเรา ในการสั่งสมบุญให้เต็มที่ เพื่อเราเอง และเพื่อประโยชน์ต่อพระพุทธศาสนา

(V-PEACE, มิถุนายน 2555 ฉบับที่ 5 :4)

จากตัวอย่างมีการใช้คำว่า มาก แสดงให้เห็นปริมาณของบุญที่เพิ่มขึ้น กลวิธีทางภาษานี้ผู้ผลิตวาทกรรมเลือกใช้เพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้นำบุญเป็นบุคคลพิเศษ และมีโอกาสได้รับบุญที่พิเศษกว่าคนทั่วไป

ตัวอย่างที่ (127) รุ่นที่อาสาสมัครได้เล่าให้ฟังว่า การทำหน้าที่อาสาสมัครถึงแม้ว่าเราจะเป็นเบื้องหลังของภาพงานบุญ มีเวลานั่งสมาธิ น้อยกว่าสาธุชน แต่เรามีส่วนร่วมในบุญกับสาธุชนทุก ๆ บุญ และได้บุญมากกว่าสาธุชนถึง สองเท่า ฝนจึงสนใจมาหน้าที่อาสาสมัครอย่างต่อเนื่อง และทุกวันนี้ก็ได้มาทำหน้าที่ต้อนรับสาธุชนที่มหาวิทยาลัยคุณยายอาจารย์ฯ แผนกจักรพรรดิ กองต้อนรับอาคารหลักค่ะ

(V-PEACE, เมษายน 2556 ฉบับที่ 15 : 35)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการเลือกใช้คำศัพท์คำว่า มาก เพื่อบอกปริมาณบุญที่สมาชิกผู้นำบุญมีบุญอยู่ และใช้คำว่า สองเท่า เพื่อบอกปริมาณบุญที่ได้รับเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมีการใช้คำว่า เข้มข้น ต่อเนื่องและเติม เพื่อแสดงปริมาณของบุญ เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้



ตัวอย่างที่ (128) การสร้างบารมีของเราในหนึ่งปีที่ผ่านมาเป็นการสร้างบารมีที่เข้มข้น และคุ้มค่ากับการสร้างบารมี เพราะเราได้มีโอกาสสั่งสมบุญกันอย่างเต็มที่มาตลอดทั้งปี...เป็นการจัดบุญอย่างต่อเนื่องทุกวันตลอดทั้งเดือน

(V-PEACE, มกราคม 2556 ฉบับที่ 12 : 3)

ตัวอย่างที่ (129) การมาเป็นอาสาสมัครไม่ทำให้เสียการเรียน ขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบและการแบ่งเวลาของเราเอง อีกทั้งยังช่วยให้การเรียนดีขึ้นเพราะบุญคือเบื้องหลังความสุขและความสำเร็จในชีวิตของเราค่ะสำหรับหยกการมาวัดเหมือนได้กลับบ้าน มาแล้วรู้สึกอบอุ่นและมีกำลังใจในการดำเนินชีวิตมากขึ้นเป็นการเติมพลังเติมบุญให้กับตัวเองค่ะ

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 47)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้คำว่า เข้มข้น ต่อเนื่อง และเติม เพื่อบอกปริมาณของบุญ ซึ่งการเลือกใช้คำกริยาและคำวิเศษณ์เหล่านี้แสดงให้เห็นคุณลักษณะของบุญที่มีปริมาณ นอกจากนี้ยังมีการเลือกใช้คำศัพท์ในลักษณะแสดงปริมาณความถี่ ได้แก่คำว่า ตักตวงและเร่ง เพื่อให้เห็นปริมาณของบุญที่กลุ่มผู้นำบุญต้องริบชวนขยายสะสมให้ได้มากที่สุด ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (130) เห็นไหมว่าคะเจ้าหน้าที่นี้สำคัญจริง ๆ และเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ของวัดพระธรรมกายในการจัดงานบุญทุกงานบุญก็คืออาสาสมัครนี่เอง ตั้งแต่เตรียมสถานที่ เตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ เรื่อยไปจนถึงการต้อนรับ แจกอาหาร แจกน้ำ จัดพิธีกรรมต่าง ๆ เขี่ยสาธุชนเข้าพื้นที่นั่งให้เป็นแถวเป็นแนว ดูแลบรรยากาศให้สงบ เหมาะแก่การปฏิบัติธรรม ดังนั้นเมื่อเราอยู่ในหน้าที่อันทรงเกียรติ เราก็ต้องรีบตักตวงบุญ ให้เต็มที่ ภาคภูมิใจและทำหน้าที่นี้ให้ดีที่สุด ให้ทุกคนที่

ได้มาวัดพระธรรมกาย ได้มาพบอาสาสมัครอย่างเรา  
ประทับใจไม่รู้ลืม

(V-PEACE, มิถุนายน 2555 ฉบับที่ 5 : 15)

ตัวอย่างที่ (131) “เดี๋ยวก็วัน เดียวก็คืน เดียวเวลาทั้งหมดแล้ว” เราต้องเร่ง  
สร้างบารมีกันอย่างเต็มที่เมื่อตอนที่เรายังมีเรี่ยวแรงกันอยู่  
นะคะ

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 15)

นอกจากนี้ยังมีการเลือกใช้คำว่า พิเศษ เป็นหน่วยเติมประกอบหลังศัพท์คำว่า /บุญ/  
เพื่อแสดงนัยทางความหมายว่าบุญที่กลุ่มผู้นำบุญได้รับมีลักษณะที่ดีกว่าบุญของกลุ่มอื่น เห็นได้จาก  
ตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (132) ที่ที่รักในการทำงานอาสาสมัครเพราะว่าเห็นประโยชน์ใน  
การฝึกตัว การเป็นอาสาสมัครได้ฝึกตัวเองหลายอย่าง ถ้า  
มาวัด ไม่มาช่วยงาน เราก็ได้แค่ฟังธรรม ทำบุญ การมาเป็น  
อาสาสมัครทำให้เราได้นำธรรมะที่ได้ฟังเอามาปฏิบัติให้  
เกิดผล แล้วยังได้บุญพิเศษติดตัวไปด้วย

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 :11)

ตัวอย่างที่ (133) “มือทำไป ใจจรตศุณย์นะลูก ยายจะคุมบุญพิเศษให้เรานะ  
มาช่วยงานวัดให้คนที่มาวัดได้นั่งหลับตาเข้าถึงธรรม พวก  
เราก็ได้บุญกับเขาด้วย เวลาบูชาข้าวพระ ตั้งใจเข้ากลางให้  
ดี ยายจะคุมบุญให้ทุกคนไปด้วยนะ อย่างมัวแต่เดินโตแต่  
ใครนั่งสัปหงก ทำอะไร เวลาขึ้นไปก็เห็นอย่างนั้นนะ”

(V-PEACE, เมษายน 2556 ฉบับที่ 15 : 2)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการเลือกใช้คำศัพท์คำว่า พิเศษ เป็นหน่วยเติม ประกอบหลังศัพท์คำว่า /บุญ/ที่สะท้อนให้เห็นนัยทางความหมายสองลักษณะ คือ การเป็นผู้นำบุญจะได้รับบุญพิเศษ และการที่ได้รับบุญพิเศษเนื่องจากมีบุคคลสำคัญในวัดพระธรรมกายเป็นผู้ควบคุม ซึ่งจากตัวอย่างจะเห็นว่ามีการใช้คำว่าคุณบุญ โดยอุบาสิกาจันทร์ ขนนกยูงเป็นผู้กระทำ

นอกจากนี้ยังมีการเลือกใช้คำศัพท์ในวงการการตลาดเพื่อสื่อความหมายแสดงปริมาณ อานิสงส์ของบุญ ได้แก่ กริยาวลี กระจกหน้าซัมเมอร์เซลล์ และคำวำน้อย เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (134) หลังจากรับบุญกันอย่างกระจกหน้าซัมเมอร์เซลล์ต่อเนื่องมา ตั้งแต่ต้นปี ก็ถึงคราวที่อาสาสมัคร V-PEACE ได้เวลาหยุด ใจปฏิบัติธรรมในโครงการปฏิบัติธรรมอาสาสมัคร รุ่นที่ 66 ณ สวนสุขจริงหนอ จ.เชียงใหม่ และรุ่นที่ 67 ณ ศูนย์ ปฏิบัติธรรม V-PEACE เขาใหญ่

(V-PEACE, มิถุนายน 2555 ฉบับที่ 5 : 24)

ตัวอย่างที่ (135) ถ้าเราไม่ทำตรงนี้ เกียงบุญ มารับบุญตามอารมณ์บุญบารมี ของเราก็น้อย แพ้คนอื่นเขา

(V-PEACE, เมษายน 2556 ฉบับที่ 15: 36)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการเลือกใช้คำว่า กระจกหน้าซัมเมอร์เซลล์ เพื่อแสดงให้เห็นสถานะของบุญที่ผู้นำบุญได้รับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ามีกิจกรรมที่ผู้นำบุญต้องช่วยงานวัดจำนวนมาก และอีกตัวอย่างหนึ่งมีการแทรกคุณลักษณะที่ไม่พึงประสงค์ คือ การเลือกใช้คำว่า เกียง เป็นหน่วยเติม ประกอบศัพท์คำว่า /บุญ/ การใช้คำว่า เกียง และตามอารมณ์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าคุณลักษณะที่ไม่พึงประสงค์นี้จะทำให้ได้รับบุญน้อยกว่าคนอื่น

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่ากลวิธีการเลือกใช้คำศัพท์เป็นกลวิธีทางภาษาที่สำคัญที่ช่วยสะท้อนชุดความคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติของสมาชิกผู้นำบุญ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าคุณสมบัติของสมาชิกผู้นำบุญที่วัดพระธรรมกายต้องการนั้น จะต้องเป็นผู้ทุ่มเทเสียสละแรงกายแรงใจเพื่อช่วยงานของ

วัดพระธรรมกายอย่างเต็มที่โดยไม่มีเงื่อนไข ซึ่งสมาชิกผู้นำบุญจะได้รับสิ่งตอบแทนเป็นปริมาณบุญที่มากและพิเศษกว่าประชาชนทั่วไปที่เดินทางมาทำบุญที่วัดพระธรรมกาย

#### 6.2.1.2.2 การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเงื่อนไข

จากการศึกษาพบว่าการใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเงื่อนไข *ถ้า...เพื่อ* กำหนดแนวทางการปฏิบัติตนและบทบาทหน้าที่ของกลุ่มผู้นำบุญ ตลอดจนชี้ให้เห็นบุญของกลุ่มผู้นำบุญที่พิเศษกว่าบุญอื่นของวัดพระธรรมกายเห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (136) การที่เราจะออกแบบชีวิตให้ภพชาติต่อไปเป็นเศรษฐีในระดับไหนนั้น ก็ขึ้นอยู่กับการประกอบเหตุในปัจจุบันนี้เป็นหลัก เพราะฉะนั้นให้ทุ่มเททำไปเถิด บุญใหญ่จะได้บังเกิดขึ้นกับเรา และถ้าจะให้ดีที่สุด ก็ต้องทุ่มเทชีวิตจิตใจสั่งสมบุญกันให้เต็มที่ ทั้งร่างกาย แรงใจ กำลังทรัพย์ กำลังสติปัญญา กำลังพวกพ้องบริวาร ทำกันไปให้สุดหัวใจ แล้วบุญใหญ่จะได้ก่อเกิดเป็นผลานิสงส์ที่ไม่มีประมาณกับเราที่จะทำให้เราประสบความสำเร็จและความสุขในชีวิตเป็นอศรรย์ เหมือนกับท่านผู้มีบุญในกาลก่อนที่มีสมบัติจักรพรรดิตกไม่พรั่งและสมบัติอจินไตยบังเกิดขึ้น

(V-PEACE, พฤษภาคม 2556 ฉบับที่ 16 :1)

ตัวอย่างนี้มีการใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเงื่อนไข เพื่อโน้มน้าวให้ผู้รับวาทกรรมทำหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุด ด้วยการทุ่มเททำงานให้กับวัดพระธรรมกาย เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนเป็นบุญจำนวนมาก ซึ่งเห็นได้จากอีกตัวอย่างหนึ่งต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (137) เพราะพี่ได้เป็นอาสาสมัครพี่ถึงได้มายืนอยู่จุดนี้ บางครั้งยังแอบคิดเลยว่าถ้าเราไม่ได้เป็นอาสาสมัคร คงไม่ได้สร้างบารมีแบบนี้แน่นอน

คงเป็นสาธุชนมาร่วมงานวัดธรรมดาหรืออาจจะไม่ได้มาเลยก็ได้ เพราะการเป็นอาสาสมัครนั้นเหมือนกับเราเริ่มเข้าใกล้เขตใน เป็น ลูก ๆ ของหลวงพ่ ที่ท่านคอยเติมบุญให้เป็นพิเศษ เพราะท่านรู้ว่า ลูก ๆ อาสาสมัครนั้นทุ่มเททั้งร่างกายแรงใจ ไม่เห็นแก่ความเหนื่อยยาก แม้บางครั้งก็ต้องอดนอน ซึ่งเป็นเรื่องยากที่บุคคลธรรมดาจะทำได้ จึงต้องเป็นผู้ที่รักการสร้างบารมี รักบุญ รักหมู่คณะ และมีเป้าหมายชีวิตเท่านั้น จึงสละความสุขความสบายมาทำหน้าที่เป็นอาสาสมัครได้ และ อานิสงส์ของการเป็นอาสาสมัครนั้น ไม่สามารถคำนวณนับได้ อีกทั้งจะทำให้เป็นผู้มีบริวาร เพื่อนสนิท มิตรสหาย มากมาย บริวารเกิดขึ้นที่วิมานตลอดเวลา วิมานสว่างไสว ไปที่ไหนก็ ได้รับความสะดวกราบรื่น ได้รับการต้อนรับอย่างดี สาธุชนมาห่ม เราก็มีส่วนในบุญห่มคน มาล้านเราก็มีส่วนในบุญทั้งล้านคน ยิ่งถ้าเรารับบุญด้วยใจใส ๆ และมีความปลื้มปีติบุญก็จะยิ่งนับทวีคูณจะนับ ประมาณไม่ได้

(V-PEACE, พฤษภาคม 2556 ฉบับที่ 16: 13)

ตัวอย่างนี้มีการใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเงื่อนไข เพื่อโน้มน้าวให้ผู้รับวาทกรรม ทำหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุด ด้วยการทุ่มเททำงานให้กับวัดพระธรรมกายเช่นเดียวกับตัวอย่างก่อนหน้า แต่มีข้อน่าสังเกตเพิ่มเติมคือ มีการวางเงื่อนไขพฤติกรรมที่พึงประสงค์ทางด้านจิตใจที่สัมพันธ์ไป กับปริมาณบุญที่จะได้รับเพิ่มมากขึ้น

### 6.2.1.2.3 การสร้างสภาวะนิพพานและพระธรรมกายให้มีตัวตน

กลวิธีการสร้างสภาวะนิพพานและพระธรรมกายให้มีตัวตนในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อสมาชิกกลุ่มผู้นำบุญเป็นกลวิธีที่พบน้อยมากแต่กลับมีความสำคัญอย่างมากในการถ่ายทอดชุดความคิดบุญของสมาชิกผู้นำบุญเป็นบุญที่พิเศษสุด กล่าวคือ ตัวตนของพระนิพพาน และตัวตนของพระธรรมกาย แสดงสภาวะที่มีอำนาจเหมือนผู้ใหญ่ที่คอยเฝ้ามองการกระทำของสมาชิกผู้นำบุญ และจะมีบทบาทเป็นผู้ประเมินผลบุญให้กับสมาชิกผู้นำบุญด้วยเห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (138) เมื่อก่อนอาสาสมัครไปกราบหลวงพ่อดมชโยทุกต้นเดือน หลวงพ่อจะเมตตาถามลูก ๆ อาสาสมัครว่า “เป็นอย่างไรบ้าง เหนื่อยไหมจะ รู้ใหม่จะว่านิพพานท่านรู้จักลูกอาสาสมัครทุกคนเลย เพราะว่าหลัง งานบุญใหญ่ทุกครั้ง หลวงพ่อได้กราบทูลพระธรรมกายบนอายตณนิพพานว่า ลูก ๆ ทุกคนเป็นผู้ทุ่มเท เสียสละ หิว เหนื่อย ร้อนกว่าใคร ๆ แต่ก็ตั้งใจปฏิบัติหน้าที่ด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส เบิกบาน เสียสละ สร้างความศรัทธาให้แก่ผู้ที่มาพบเห็น ให้ ความสะอาด สบายแก่สาธุชน

(V-PEACE, กุมภาพันธ์ 2556 ฉบับที่ 13: 16)

ตัวอย่างที่ (139) การมารับเป็นอาสาสมัครทำให้ฝนได้อะไรมากกว่าที่ฝนคิดค่ะ จากที่เคยคิดว่ามารับบุญเพราะเห็นคุณค่าในบุญ ก็เปลี่ยนมาเป็นรับบุญเพราะรู้สึกว่าเป็นหน้าที่พิเศษที่พระนิพพานและหมู่คณะมอบหมายให้

(V-PEACE, เมษายน 2556 ฉบับที่ 15 : 36)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการใช้คำว่า พระนิพพาน ในความหมายเสมือนเป็นบุคคล เห็นได้จากการใช้คำกริยา รู้จัก และ มอบ ซึ่งแท้จริงแล้วคำว่า “นิพพาน หมายถึง สภาพที่ดับกิเลสและกองทุกข์แล้ว ภาวะที่จิตมีความสงบสูงสุดเพราะไร้ทุกข์ ไร้สุข เป็นอิสรภาพสมบูรณ์” (ขุททกนิกาย ปฏิสัมภิตามรรค, 2539) นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าในตัวอย่างปรากฏข้อความว่า “หลวงพ่อได้กราบทูลพระธรรมกาย” อาจทำให้เข้าใจได้ว่าพระเทพญาณมหามุนีรู้จักกับพระธรรมกาย และพระธรรมกายนี้อยู่ในฐานะผู้ที่มีอำนาจมากกว่า เห็นได้จากการใช้คำว่ากราบทูล ซึ่งถือว่าเป็นคำราชาศัพท์

กลวิธีทางภาษาที่ใช้เพื่อสร้างสภาวะนิพพานและพระธรรมกายให้มีตัวตนนี้ต่อกย้ำชุดความคิดบุญของสมาชิกผู้นำบุญเป็นบุญที่พิเศษสุดว่า แท้จริงแล้วผู้นำบุญอยู่ในสถานะผู้น้อย

การทำงานของสมาชิกผู้นำบุญด้วยความทุ่มเทนั้น ก็เป็นไปเพื่อคาดหวังว่าวันหนึ่งการทำงานที่ดีที่สุดของตนเองจะได้รับการยอมรับหรืออาจเรียกได้ว่า “เข้าตาผู้ใหญ่”

กลวิธีทางภาษาที่สื่อชุดความคิดบุญของสมาชิกผู้นำบุญเป็นบุญที่พิเศษสุด แสดงความสัมพันธ์ของสมาชิกผู้นำบุญ สะท้อนชุดความคิด 2 ประการ คือ ประการแรก ผู้นำบุญทุกคนเป็นครอบครัวเดียวกัน และประการที่สอง ผู้ผลิตวาทกรรมอยู่ในสถานะญาติผู้ใหญ่และสถานะเจ้านายหรือหัวหน้าเสมอ เห็นได้จากคำเรียกตนเองของผู้ผลิตวาทกรรมที่จะเป็นญาติผู้ใหญ่ หรือ การสร้างสภาวะนิพพานและพระธรรมกายให้มิตัวตนเพื่อให้คุณแก่ผู้รับวาทกรรม

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่ากลวิธีทางภาษาที่ปรากฏในชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของสมาชิกผู้นำบุญ สามารถตอกย้ำให้เห็นความสำคัญของการทำหน้าที่สมาชิกผู้นำบุญที่พึงประสงค์ อีกทั้งยังแสดงให้เห็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจในแง่ที่ว่าสมาชิกผู้นำบุญเป็นเสมือนแรงงานที่ต้องทุ่มเทแรงกายเพื่อให้ได้รับอานิสงส์ของบุญเป็นผลตอบแทน

## 6.2.2 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มผู้นำบุญ

ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกายในสื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญ ชุดความคิดนี้ต่างจากชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกายผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญ กล่าวคือ ชุดความคิดนี้ต่างจากชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย เน้นการวิเคราะห์ชุดความคิดที่ส่งผลต่อการหล่อหลอมพฤติกรรมของสมาชิกผู้นำบุญ ส่วนชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกาย เน้นการวิเคราะห์ผลของพฤติกรรมที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นวิธีการทำบุญของกลุ่มผู้นำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย

### 6.2.2.1 ชุดความคิดวิธีการทำบุญของผู้นำบุญคือการทำภารกิจของวัด

#### พระธรรมกาย

เมื่อพิจารณาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายแล้วจะพบว่าชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกายในสื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญนั้น จากการวิเคราะห์ด้วยวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่ผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญพบว่า “วิธีการ

ทำบุญ” ในสื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญที่พึงกระทำมักเกี่ยวข้องกับการทุ่มเทร่างกาย โดยมีการนำเสนอชุดความคิดผ่านกลวิธีทางภาษา 2 วิธี ได้แก่ การใช้อุปลักษณ์ และการใช้ประโยคที่แสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล ดังนี้

#### 6.2.2.1.1 การใช้อุปลักษณ์

จากการศึกษาตัวบทวารสาร “V-PEACE” การใช้อุปลักษณ์ การทำความดี คือ การเล่นเกม เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มสมาชิกผู้นำบุญแข่งขันกันทำบุญกับวัดพระธรรมกาย ซึ่งสามารถกำหนดพฤติกรรมของสมาชิกผู้นำบุญให้รับชวนขวายทำบุญและเร่งสะสมบุญด้วย เพราะการสะสมบุญก็เปรียบเสมือนการสะสมแต้มในเกม เห็นได้จากตัวอย่างดังต่อไปนี้

##### [การทำความดี คือ การเล่นเกม]

ตัวอย่างที่ (140) ภารกิจ “สร้างทีม” ทำทนายแต่ละทีมให้ “พาทีมมาวัด” ขวนกัันมารับบุญเป็นอาสาสมัคร ครบทั้งทีมให้ได้อย่างน้อย 5 ครั้ง ตลอดไตรมาส หรือ “หาเพื่อนเข้าทีม” ทั้งทีมช่วยกันหาสมาชิกใหม่และพามารับบุญอย่างน้อย 3 ครั้งให้ได้อย่างน้อย 2 คน ภายในไตรมาสนี้สำหรับทีมที่มีสมาชิกครบ 6 คนแล้วจะผ่านเมื่อทำภารกิจใดภารกิจหนึ่งสำเร็จ เมื่อครบไตรมาส ทีมใดผ่าน นำสมุดทีมมารับรางวัลที่จะทำ ให้ชีวิตการสร้างบารมีชุ่มชื้น สบายขึ้น<sup>๑๐</sup>

(V-PEACE, VOL3 เมษายน 2555 : 11)

จากตัวอย่างเห็นได้ว่าการชวนเพื่อนมาทำงานเป็นอาสาสมัคร เป็นเสมือนภารกิจของเกม ใครทำได้มากก็จะได้ผลตอบแทนเป็นเสมือนแต้มบุญ ซึ่งรางวัลพิเศษที่ได้คือคุณลักษณะของบุญที่ดีขึ้นนั่นเอง



ตัวอย่างที่ (141) ร่วมกันทำภารกิจทีมให้สำเร็จทุกภารกิจ มุ่งสู่ V-PEACE

1000 ทีม รongรับล้านคนด้วยกันนะคะ

(V-PEACE, VOL3 เมษายน 2555 : 11)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการวางแผนใจในการร่วมกิจกรรม ซึ่งต้องมีการสร้างทีมเพื่อทำภารกิจ ซึ่งเมื่อผ่านได้แล้วก็จะได้เลื่อนไปขั้นต่อไปเช่นเดียวกับการเลื่อน level ในเกม เห็นได้จากอีกตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (142) เหลือเวลาอีก 1 เดือนในการพิชิตภารกิจนี้เพื่อเลื่อนขั้นเป็น

ทีมติดดาว แต่ละทีมตรวจสอบความคืบหน้าของภารกิจนี้

ได้ที่บอร์ดอาสาสมัคร เส้าP21 ค่ะ

(V-PEACE VOL 1, กุมภาพันธ์ 2555: 10)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการจัดอันดับการแข่งขัน ผู้ที่ทำได้ตามกติกาซึ่งการแข่งขันมีกรอบเวลากำหนด ผู้ที่พิชิตภารกิจได้ก็จะได้เลื่อนขั้น เหมือนกับการเลื่อนระดับในเกม

ตัวอย่างที่ (143) 23-29 กันยายน แต่ละคนในทีมได้ขีดวิมานอย่างน้อย 1

ครั้งในสัปดาห์นี้ โดยไม่จำเป็นต้องขีดด้วยกันหรือพร้อมกัน

ก็ได้ค่ะ จะขีดที่ไหนก็ได้ ที่วัด ที่บ้าน ที่โรงเรียน ได้หมดเลย

ค่ะ

(V-PEACE, กันยายน2555 ฉบับที่ 8: 21)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการตั้งกติกาเพื่อให้ร่วมทำภารกิจ ซึ่งภารกิจที่ข้อความในตัวอย่างกำหนดให้ทำคือการทำความสะอาดห้องน้ำ เมื่อทำได้ตามกติกาแล้วจะถือว่าพิชิตภารกิจสำเร็จ เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (144) เดือนที่ 2 ของการเข้าพรรษา พวกเราก็ได้มาพิชิต Challenge กันต่ออีก 5 ภารกิจ ภารกิจง่าย ๆ อย่างนี้ เชื่อว่าอาสาสมัคร V-PEACE อย่างพวกเราทำสำเร็จแน่นอน ทำแล้วก็อย่าลืมเก็บภาพมาฝากกันบ้างนะคะ แอร์  
ได้เลยที่เฟซบุ๊ก V-PEACE media ค่ะ

(V-PEACE, กันยายน 2555 ฉบับที่ 8 :20)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้คำว่า ภารกิจ ท้าทาย (Challenge) พิชิต และสำเร็จ ถ้อยคำเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าการทำความดีก็เปรียบเสมือนการเล่นเกม สามารถทำได้ง่ายและสนุกสนาน ซึ่งจากถ้อยคำอุปลักษณข้างต้นจะเห็นได้ว่า เกมความดีที่ออกแบบให้สมาชิกผู้นำบุญพิชิตนั้น ทั้งหมดเป็นเกมแบบที่ต้องทำด้วยกันเป็นกลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าเกมเหล่านี้แท้จริงแล้วเป็นไปเพื่อการกระตุ้นให้สมาชิกผู้นำบุญแข่งขันกันทำบุญกับวัดพระธรรมกาย ส่งผลให้การกำหนดพฤติกรรม การทำบุญแบบสะสมบุญเหมือนกับการสะสมแต้ม และอีกนัยหนึ่งผู้ผลิตวาทกรรมอาจจงใจใช้อุปลักษณเกมเพื่อการฝึกฝนการทำงานร่วมกันเป็นหมู่คณะ ซึ่งจะทำให้สมาชิกผู้นำบุญรู้จักวางแผน แบ่งงาน และช่วยเหลือกันจนกระทั่งสามารถทำงานให้กับวัดพระธรรมกายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 6.2.2.1.2 การใช้ประโยคที่แสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล

ประโยคแสดงเหตุผลเป็นกลวิธีทางภาษาอีกกลวิธีหนึ่งที่ทำให้ผู้อ่านคล้อยตาม ลักษณะของประโยคแสดงเหตุผลประกอบด้วยเนื้อความ 2 ส่วน คือ ส่วนที่มีเนื้อความกล่าวถึงเหตุและส่วนที่มีเนื้อความกล่าวถึงผล ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อสมาชิกผู้นำบุญ มีการใช้ประโยคที่แสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผลด้วยข้อความเดิมอยู่บ่อยครั้ง เห็นได้จากตัวอย่างดังนี้

ตัวอย่างที่ (145) สำหรับพวกเราชาวพุทธก็มีการเฉลิมฉลองปีใหม่เช่นกัน แต่  
ไม่ได้เน้นที่ความสนุกสนานบันเทิงเพียงอย่างเดียว เรายัง  
ยึดมั่นในเรื่องของคุณธรรมความดี สั่งสมบุญกุศลด้วยการ  
ทำบุญในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อต้อนรับปีใหม่ เพราะเชื่อว่า

“บุญเท่านั้นที่อยู่เบื้องหลังของความสุขและความสำเร็จในชีวิต”

(V-PEACE, มกราคม 2556 ฉบับที่ 12: 6)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าในวัชพที่ใช้ประโยคที่แสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล เพื่อนำเสนอให้ผู้รับวาทกรรมทำบุญ และโน้มน้าวให้เห็นว่าการทำบุญจะนำไปสู่ความสุขสำเร็จในชีวิต

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่ากลวิธีทางภาษาที่ปรากฏในชุดความคิดบุญคือการทำความดีนั้น จะสังเกตเห็นว่าคำว่า บุญ มี 2 ความหมาย ได้แก่ 1) เป็นคำกริยา หมายถึง การกระทำที่เป็นความดีจะเรียกว่าทำบุญ และ 2) เป็นคำนาม หมายถึง หน่วยที่ได้รับจากการทำความดีจะใช้ว่าได้บุญ ซึ่งการทำความดีที่กล่าวถึงในชุดความคิดบุญคือการทำความดีนี้สะท้อนให้เห็นว่าความดีเป็นสิ่งที่พึงกระทำ แต่จากข้อมูลมักชี้้นำการทำความดีด้วยการทำงานให้กับวัดมากกว่าการชี้้นำให้ทำความดีแบบหลักจริยธรรมพื้นฐานทั่วไป ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าการบ่มเพาะการทำความดีด้วยการทำงานให้กับวัดพระธรรมกายอาจเป็นวิธีการที่ง่ายที่จะบ่มเพาะจิตอาสาในการทำความดี ซึ่งเมื่อทำงานให้วัดเป็นอย่างดีเมื่อก้าวไปสู่สังคมภายนอกการฝึกทำความดีที่เคยได้ปฏิบัติมาก็จะติดตัวไปด้วยจึงไม่จำเป็นต้องชี้้นำเกี่ยวกับคุณธรรมพื้นฐานเท่าไรนัก เพราะเท่าที่ปลูกฝังความคิดในการทำความดีที่พบในตัวอย่างก็ถือได้ว่าเป็นการคืนคนดีสู่สังคมแล้วก็อาจเป็นได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 6.2.3 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มผู้นำบุญ

ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกายที่ปรากฏในสื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญ จากการวิเคราะห์ด้พบพบว่า แม้ว่าตัวบทจะบอกว่ากลุ่มผู้นำบุญจะได้รับบุญพิเศษสุด ทว่าในด้าน “อานิสงส์บุญ” มิได้กล่าวถึงผลบุญอย่างเป็นรูปธรรมแต่กลับชี้ให้เห็นว่าการทุ่มเทร่างกาย แรงใจ ทำบุญกับวัดพระธรรมกายทำให้ได้รับความสุขทางใจ เห็นได้จากชุดความคิดดังต่อไปนี้

#### 6.2.3.1 การทำบุญทำให้ได้รับความสุขทางใจ

ชุดความคิดบุญคือความสุขเป็นอีกชุดความคิดหนึ่งที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อทุกกลุ่มเป้าหมาย หากพิจารณาเปรียบเทียบชุดความคิดดังกล่าวนี้ในวาทกรรมที่

ผลิตเพื่อแต่ละกลุ่มเป้าหมายจะเห็นได้ว่าการนำเสนอชุดความคิดตรงกัน แต่สิ่งที่ต่างกันคือปริมาณของวาทกรรมและความหลากหลายของกลวิธีทางภาษา จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มผู้นำบุญพบกลวิธีทางภาษาที่สื่อชุดความคิดบุญคือความสุขเพียง 3 กลวิธี ได้แก่ การใช้คำที่มักปรากฏร่วมกัน การอ้างความปรารถนาของพระโพธิสัตว์ และการใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเงื่อนไข ดังนี้

### 6.2.3.1.1 การใช้คำที่มักปรากฏร่วมกัน

การใช้คำที่มักปรากฏร่วมกันที่ปรากฏในชุดความคิดบุญคือความสุขทั้งหมดเป็นคำกริยาและคำวิเศษณ์ ที่สื่อความหมายในทางบวก ได้แก่ ชื่นใจ ชื่นชม เบิกบาน อเลิร์ท ปลื้ม สนุกสนาน บันเทิง เป็นต้น ซึ่งถ้อยคำเหล่านี้จะปรากฏในลักษณะของการบรรยายความรู้สึกของผู้ที่ได้ทำบุญกับวัดพระธรรมกาย เห็นได้จากตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 9 ตัวอย่างคำศัพท์ที่สื่อชุดความคิดการทำบุญทำให้ได้รับความสุข

ถ้อยคำหลัก	ถ้อยคำที่มักปรากฏร่วม	
กลุ่มความหมาย	กลุ่มความหมาย	ตัวอย่างถ้อยคำ
บุญ	ความสุข	ชื่นใจ ชื่นชม เบิกบาน อเลิร์ท (ALERT) ปลื้ม สนุกสนาน บันเทิง

ตารางข้างต้นแสดงให้เห็นได้ว่ามีคำศัพท์ที่สะท้อนความหมายเกี่ยวกับความสุขใจที่ได้รับหลังจากการทำบุญกับวัดพระธรรมกาย ซึ่งเห็นได้จากตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (146) ต้องขอบคุณมาก ๆ ค่ะ ผู้เขียนบอกได้คำเดียวจริง ๆ ว่า

ตอนนี้รู้สึกชื่นใจค่ะ ^\_^

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 15)

ตัวอย่างที่ (147) เป็นอย่างไรกันบ้างคะวันคืนของพี่จ้อย นำ **ชื่นชม** และ **แฝง** ไปด้วยข้อคิดมากมาย แถมเรายังได้เห็นการฝึกตัวของ อาสาสมัครในยุคนั้น ที่พระเดชพระคุณหลวงพ่อดัตตชีโวได้ เมตตาลงรายละเอียดให้เรา เราก็จะได้นำหลาย ๆ สิ่งที่เป็น ประโยชน์ที่พี่จ้อยมาเล่าให้ฟังนี้ ไปปรับใช้และพัฒนา อาสาสมัครของเราต่อไปนะคะ ตอนนี้อย่าอ่านผู้รู้สึก เหมือนกันไหมคะ ผู้เขียนบอกได้คำเดียวว่าตอนนี้อยู่ **ชื่นใจ** ค่ะ

(V-PEACE, เมษายน 2556 ฉบับที่ 15 :17)

ตัวอย่างนี้มีการใช้คำว่า **ชื่นชม** และ **ชื่นใจ** แสดงให้เห็นความสุขที่ได้เป็นสมาชิกผู้นำบุญ และได้ช่วยงานของวัดพระธรรมกายอย่างเต็มกำลังความสามารถ

ตัวอย่างที่ (148) ทำ Challenge ของโครงการให้ได้ทุก Challenge จะ **ALERT เบิกบาน** ในทุก ๆ วัน และก็จะ เป็น AMBASSADOR ให้ดีที่ สุด ค่ะ

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 34)

ตัวอย่างที่ (149) ตอนที่ได้ตำแหน่งก็รู้สึกรักเด็กขึ้นมาเลย ค่ะ (อ้อ ไม่ใช่ เหวอ ค่ะ) 55 ความรู้สึกที่รู้ว่าได้เป็นจำศีลแอมบาสเตอร์ ก็คือ **ซึ้ง อึ้ง** และ **ปลื้ม** มม ค่ะ เพราะว่า ถือเป็นบุญหล่นทับ ที่ตัวเองได้มีโอกาสทำทานรักษาศีล นั่งสมาธิ ตลอดพรรษา

(V- PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 35)

ตัวอย่างนี้มีการใช้คำว่า **ALERT เบิกบาน** และ **ปลื้ม** เพื่อสื่อความหมายถึงความสุขที่ได้รับ จากการเป็นสมาชิกผู้นำบุญ นอกจากจะ ได้รับบุญเป็นผลตอบแทนแล้วยังดำรงตำแหน่ง “จำศีลแอมบาสเตอร์” แสดงให้เห็นพฤติกรรมที่ควรนำมาเป็นแบบอย่าง

ตัวอย่างที่ (150) ขอขอบคุณ V-PEACE Magazine มาก ๆ ครับ ที่ช่วยเก็บงานบุญทุก ๆ บุญไว้ ไม่ว่าเราจะดูเมื่อไหร่ ก็ไม่พ้นต้อง**ปรี๊ด**ออกมาเพราะ**ความปลื้ม** เพียงแค่เห็นภาพนิ่งของทุก ๆ งานบุญ ภาพเคลื่อนไหวก็ตามมาเองอัตโนมัติ แถมยังเป็นเครื่องการันตีได้อีกว่า ยังมี “วัยรุ่น” ที่อุทิศชีวิต เพื่อ “พระศาสนา” อยู่บนโลกในนี้อีกเยอะเลย อนุโมทนาบุญด้วยนะครับ

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 51)

ตัวอย่างที่ (151) ส่วนบรรยากาศการเรียนการสอนก็ **Alert เบิกบาน** **สนุกสนาน** **บันเทิงบุญ**กันทั้งคุณครูและนักเรียนค่ะ เชิญชวนมาเป็นอาสาสมัครและมาเข้าโรงเรียนกันเยอะ ๆ นะคะ เอาบุญทุกบุญมาฝากค่ะ

(V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 : 48)

ตัวอย่างที่ (152) พี่ได้ปั่นซาเล้งขนของก็**รู้สึกสนุกสนานในการรับบุญ**มาก จากนั้นจะมอบหมายบุญให้พี่มีหน้าที่โทรศัพท์ตามอาสาสมัครมาวัด พอได้รับหน้าที่นี้ พี่ก็เลยต้องมาวัดเป็นประจำเพื่อแบบอย่างให้กับอาสาสมัครคนอื่น ๆ ไปด้วย พร้อมกับทำหน้าที่ดูแลให้กำลังใจ เสาธรรมะให้ฟัง หาข่าวให้กิน หาที่นอนให้ จากบุญที่ได้รับ ทั้งเตรียมงาน ตามอาสาสมัคร ดูแลความเป็นอยู่ ซึ่งพี่รู้สึกว่าเป็นความรับผิดชอบที่จะต้องทำให้ดีที่สุด เลยทำให้พี่ได้มาวัดตลอดต่อเนื่อง

(V-PEACE, เมษายน 2556 ฉบับที่ 15 : 13)

ตัวอย่างนี้มีการใช้คำว่า ปริยัม ปล้ม Alert เบิกบาน สนุกสนาน และบันเทิง แสดงให้เห็นถึงความสุขที่ได้รับจากการทำบุญกับวัดพระธรรมกายด้วยการเป็นสมาชิกผู้นำบุญ ซึ่งจากที่กล่าวมาจะเห็นว่าคำศัพท์ที่ปรากฏร่วมกันกับคำว่าบุญหรือความสุขมักเป็นคำที่สะท้อนอารมณ์ความสุขทางใจ ซึ่งเกิดจากการทุ่มเทแรงกายแรงใจทำงานให้กับวัดพระธรรมกาย

### 6.2.3.1.2 การอ้างความปรารถนาของพระโพธิสัตว์

จากการศึกษาพบว่าตัวบทวารสาร “V-PEACE” อ้างความปรารถนาของพระโพธิสัตว์ เพื่อชี้ให้เห็นว่าผู้นำบุญมีจิตใจเหมือนพระโพธิสัตว์ที่ปรารถนาให้ผู้อื่นมีความสุข เห็นได้จากตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (153) เมื่อย้อนระลึกถึงสิ่งที่เราได้ช่วยให้บุคคลอื่น ๆ ได้มาวัดอย่างสะดวกสบาย ได้ช่วยให้งานพระพุทธศาสนา ดำเนินไปได้ด้วยดี เราก็คือมีความสุข ได้ทั้งประโยชน์ตน ประโยชน์ผู้อื่นรวมถึงประโยชน์ที่พระพุทธศาสนาจะได้ด้วย เราก็ได้นิสัย ดี ๆ ที่เป็นนิสัยของพระโพธิสัตว์ที่ปรารถนา จะช่วยผู้อื่นให้พ้นทุกข์ ให้มีความสุข ฟังนี้ก็ติดตัวเราไป เกิดมาทุกชาติเราก็จะไม่ห่างจากพระพุทธศาสนาวิชา

จตุรรมกัศัมมหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY (V-PEACE, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 7 :11)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการอ้างถึงนิสัยของพระโพธิสัตว์ ซึ่งสื่อให้เห็นว่ามนุษย์มีนิสัยหลายแบบทั้งดีและไม่ดี แต่นิสัยที่จะก่อให้เกิดความสุขนั้นจะต้องเป็นนิสัยแบบโพธิสัตว์ ซึ่งมีลักษณะปรารถนาให้ผู้อื่นพ้นทุกข์ แต่ในขณะที่เดียวกันก็สามารถแนะนำความได้ว่าคุณลักษณะสำคัญของพระโพธิสัตว์ ได้แก่บารมี 10 ประการ ประกอบด้วย การให้ทาน การมีศีล การถือบวช ปัญญา ความเพียร ความอดทน ความมีสัจจะ ความตั้งใจแน่วแน่ ความมีเมตตา และความวางเฉย ซึ่งเมื่อพิจารณาปริบทการเป็นสมาชิกผู้นำบุญในตัวอย่างนี้ ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าอาจใช้เพื่อแนะนำความให้

สมาชิกผู้นำบุญควรมีลักษณะอย่างพระโพธิสัตว์บางประการเท่านั้น เช่น ความเมตตา ความอดทน และความเพียร เนื่องจากเป็นคุณสมบัติสำคัญที่จะทำให้การทำงานเป็นหมู่คณะสำเร็จลงได้ด้วยดี

### 6.2.3.1.3 การใช้ประโยชน์ที่แสดงความสัมพันธ์แบบเงื่อนไข

จากการศึกษาพบว่าการใช้ประโยชน์แสดงความสัมพันธ์แบบเงื่อนไข เพื่อชี้ให้เห็นว่าผลที่ได้รับจากการทำบุญนั้นก็คือการได้รับความสุขเป็นเครื่องตอบแทน เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (154) พอไปถึงที่สวนสุขจริงหนอ หนูก็ปรับตัว ปรับใจ แล้วก็เห็นว่าที่ผ่านมา แม้เราจะนั่งสมาธิทุกวัน แต่ก็ยังไม่พอต้องทำทั้งวัน หนูจึงเริ่มปล่อยวางทุกสิ่ง เตรียมตัวเตรียมใจนั่งธรรมะ เพื่อให้เข้าถึงธรรมได้ง่าย ๆ วิธีการเตรียมใจให้บริสุทธิ์ของหนูก็คือ การทำทาน รักษาศีล เจริญสมาธิภาวนา และทำตามคำแนะนำของพระอาจารย์และพี่เลี้ยง ทำตามกิจวัตรกิจกรรมของโครงการ ตื่นมาทำวัตรเช้า รับบุญต่าง ๆ แม้เหนื่อยก็สู้ ยังรับบุญชดวิมาน ยิ่งล้วงโล ก็ยิ่งคลายความถือดีไปเยอะเลย ตอนล้วงโล ดวงธรรมก็ผุดมาก หนูก็ยังสอนตัวเองได้มาก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

(V-PEACE, มิถุนายน 2555 ฉบับที่ 5 : 29)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้ประโยชน์ที่แสดงความสัมพันธ์แบบมีเงื่อนไข ในความหมายเกี่ยวกับว่าการนั่งสมาธิทุกวันยังถือว่าได้รับความสุขไม่เพียงพอ เพราะความสุขที่แท้จริงคือการได้ปฏิบัติตามคำแนะนำของสมาชิกที่มีอาวุโสกว่า เห็นได้อีกจากตัวอย่างหนึ่งคือ “แม้เหนื่อยก็สู้” แสดงให้เห็นความสัมพันธ์แบบมีเงื่อนไขที่ชัดเจนว่าไม่ว่าจะเหนื่อยสักเพียงใด การพยายามต่อไปจะได้รับสิ่งที่ดีเป็นผลตอบแทน

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าชุดความคิดบุญคือความสุขที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อสมาชิกผู้นำบุญนั้น แม้ว่าจะมีกลวิธีทางภาษาที่ไม่หลากหลาย แต่กลับเห็น



นัยสำคัญของความสุขที่ต่างไปจากความสุขที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไปซึ่งเน้นอธิบายให้เห็นความสุขทางกายที่ประกอบด้วยทรัพย์สินและวัตถุ ดังที่กล่าวไปแล้วในหัวข้อ 6.1 แต่ชุดความคิดบุญคือความสุขที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อสมาชิกผู้นำบุญนี้มุ่งอธิบายหน่วยความสุขที่จะได้รับคือ “บุญ” และผลของความสุขปรากฏในรูปแบบความสุขทางใจเป็นสำคัญ

#### 6.2.4 สรุปผลการวิเคราะห์ชุดความคิดที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาที่พบในกลุ่มผู้นำบุญ

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่าชุดความคิดสำคัญที่พบในกลุ่มผู้นำบุญประกอบด้วย 3 ชุดความคิดหลัก ได้แก่ 1) ชุดความคิด “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย 2) ชุดความคิด “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกาย และ 3) ชุดความคิด “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกาย

ชุดความคิด “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย ผู้ผลิตวาทกรรมจงใจถ่ายทอดชุดความคิดนี้ไปยังกลุ่มเป้าหมายผู้นำบุญเท่านั้น เพราะกลุ่มผู้นำบุญมีบทบาทในการอยู่เบื้องหลังการเตรียมงานเพื่อจัดกิจกรรมงานบุญของวัดพระธรรมกายทั้งหมด ตัวบทวาทกรรมชี้้นำให้กลุ่มผู้ทำบุญร่วมมือกันทำงานอย่างทุ่มเทโดยปราศจากเงื่อนไขโดยมีเป้าหมายคือ “ปริมาณบุญพิเศษ” เป็นสิ่งล่อใจ ชุดความคิดดังกล่าวสามารถกำหนดพฤติกรรมกรรมการทำบุญใน 2 ลักษณะ คือ 1) ทำบุญอย่างขวนขวาย และ 2) ทำบุญแบบสะสม เพราะเชื่อว่าหากไม่รีบทำอาจจะพลาดปริมาณบุญพิเศษได้

ชุดความคิด “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกาย ผู้ผลิตวาทกรรมจงใจถ่ายทอดชุดความคิดนี้ เพื่อชี้้นำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าวิธีการทำบุญกับวัดพระธรรมกายเป็นความดีที่ควรทำ อีกทั้งวิธีการทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายก็ทำได้ไม่ยาก อีกทั้งยังสนุกสนานซึ่งสอดคล้องกับช่วงวัยของกลุ่มผู้นำบุญที่มีอยู่ในช่วงวัยรุ่นอีกด้วย กลวิธีทางภาษาที่ปรากฏในชุดความคิดนี้ช่วยสนับสนุนการกำหนดพฤติกรรมกรรมการทำบุญแบบสะสม เพราะเชื่อว่ายิ่งสะสมบุญมากก็ยิ่งอยู่ในสถานะที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มผู้นำบุญด้วยกันเองมากยิ่งขึ้นไปด้วย

ชุดความคิด “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกาย ชี้ให้เห็นว่าการทำบุญทำให้ได้รับความสุข ผู้ผลิตวาทกรรมจงใจถ่ายทอดชุดความคิดนี้ไปยังกลุ่มสมาชิกผู้นำบุญ โดยเน้นการชี้้นำให้เชื่อว่าทำบุญแล้วจะได้ความสุขทางใจ ทั้งนี้เนื่องจากการมาทำงานเป็นอาสาสมัครผู้นำบุญ ผู้กระทำไม่ได้

สิ่งใดเป็นค่าตอบแทนอยู่แล้ว ผู้ผลิตวาทกรรมจึงตั้งใจใช้ความสุข หรือความสนุกทางใจเป็นผลรางวัลตอบแทน โดยที่ผู้ผลิตวาทกรรมไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดใดให้กับผู้ที่มาทำงานให้กับวัดพระธรรมกาย

### 6.3 ชุดความคิดสำคัญที่พบในกลุ่มเด็กและเยาวชน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนพบว่า มีชุดความคิดสำคัญ 3 ชุดความคิด ได้แก่ 1) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย 2) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกาย และ 3) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกาย ชุดความคิดสำคัญแต่ละชุดความคิดมีชุดความคิดหลักดังต่อไปนี้

1) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย มีชุดความคิดหลักได้แก่ ชุดความคิดบุญคือการเป็นเด็กดี

2) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกาย มีชุดความคิดหลักได้แก่ ชุดความคิดวิธีการทำบุญที่พึงประสงค์

3) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกาย มีชุดความคิดหลักได้แก่ บุญคืออำนาจ บุญคือสมบัติหลังความตาย

#### 6.3.1 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มเด็กและเยาวชน

ในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเป็นการปลูกฝังความคิดให้เกิดความเชื่อและความศรัทธาเกี่ยวกับการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย เพราะเมื่อเด็กได้รับการปลูกฝังอุดมการณ์ “บุญ” แล้ว ก็จะเชื่อว่า “บุญ” โดยเฉพาะ “บุญที่ทำกับวัดพระธรรมกาย” มีอำนาจพิเศษที่จะบันดาลสมบัติหรือความสุขสบาย ตลอดจนมีพลังในการต่อต้านบาปได้

##### 6.3.1.1 ชุดความคิดบุญคือการเป็นเด็กดี

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนพบว่า มีการใช้สหพทการนำข้อความที่มีอยู่เดิมมาใช้สร้างตัวบทใหม่ 2 แหล่งที่มา ได้แก่ สหพทจากชาดก สหพทจากนิทานขงจื้อ ดังนี้

### 6.3.1.1.1 การอ้างตัวบทจากชาตก

วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนมีการใช้ตัวบทจากชาตก โดยนำทศชาติชาตกที่แหล่งเดิมปรากฏในสุตันตปิฎกมาแบ่งเป็นส่วน และมีการตั้งหัวข้อเรื่องแล้วจึงนำมารวมเล่ม ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (155) มหาชนกชาตกเป็นเรื่องในอดีตของพระสัมมาสัมพุทธเจ้าที่ทรงเอาชีวิตเป็นเดิมพันในการบำเพ็ญวิริยบารมีอย่างยิ่งยวด (วิริยะ หมายถึง ความเพียร) แม้ว่าจะมีอุปสรรคมากมายเพียงใดก็ยังคงพากเพียรจนกระทั่งบรรลุเป้าหมายโดยไม่ละทิ้งความตั้งใจเข้าทำนองว่า **“ยอมตาย ไม่ยอมท้อ”** นั่นเอง ซึ่งความเพียรนี้ เป็นอุปนิสัยที่ฝังแน่นอยู่ในใจของพระโพธิสัตว์ทั้งหลาย ผู้ปรารถนาความเป็นพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ซึ่งเราทุกคนควรถือเป็นแบบอย่างและนำไปปฏิบัติ เพราะความเพียรจะช่วยให้สามารถทำกิจการงานต่าง ๆ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และที่สำคัญยังช่วยให้หลุดพ้นจากความทุกข์ได้ด้วย

(ทศชาติชาตก, ออนไลน์: 19)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

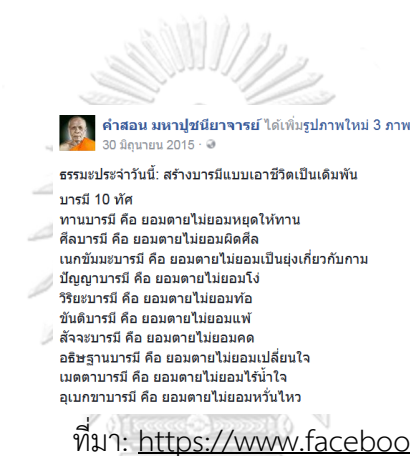
CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตวาทกรรมเกริ่นนำเกี่ยวกับมหาชนกชาตก แล้วมีการแทรกวาทกรรมเกี่ยวกับการสร้างบารมีแบบเอาชีวิตเป็นเดิมพัน ซึ่งเป็นวาทกรรมสำคัญที่ผลิตขึ้นเพื่อชี้นำผู้บริโภควาทกรรมให้ทุ่มเทกับการทำบุญตามแนวทางวิชาธรรมกาย ดังปรากฏวาทกรรมในพระธรรมเทศนาบางตอน ดังนี้

“วัดพระธรรมกายกำเนิดขึ้นมาจากท่านผู้ที่เอาชีวิตเป็นเดิมพัน ทั้งในการประพฤติปฏิบัติธรรมส่วนละเอียด ทั้งในการทำงานส่วนหยาบ ทั้งในการสร้างเครือข่ายคนดีเพื่อจะได้เป็นทายาทสืบสานพระพุทธศาสนา ให้ยืนยงคงอยู่คู่โลก

ต่อไปอีกนานแสนนาน การสร้างวัดพระธรรมกายจึงต้อง  
เอาชีวิตเป็นเดิมพันกันแบบนี้”

ที่มา: การสร้างบารมีแบบเอาชีวิตเป็นเดิมพัน พระธรรมเทศนา โดย พระภาวนาวิริยคุณ (หลวง-  
พ่อทัตตชีโว) รองเจ้าอาวาสวัดพระธรรมกาย เรียบเรียงจากรายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา  
นอกจากนี้ว่าทกรรมเอาชีวิตเป็นเดิมพันยังเห็นได้จากเพจคำสอนมหาปูชนียาจารย์ ซึ่ง  
เป็นเพจหนึ่งที่เผยแพร่คำสอนตามแนวทางวิชาธรรมกาย ได้สรุปการสร้างบารมี 10 ทัศ แบบเอาชีวิต  
เป็นเดิมพันไว้ดังนี้



จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนอกจากมีการสร้างตัวบทจาก  
แหล่งเดิมแล้วแทรกคำสอนตามแนวทางของวัดพระธรรมกายแล้ว ยังมีการใช้ตัวบทในลักษณะ  
เชื่อมโยงระหว่างตัวบทคัมภีร์ทางพุทธศาสนาแล้วนำเสนอความคิดเชื่อมโยงกันในลักษณะที่ไม่เคย  
ปรากฏมาก่อนอีกด้วย เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (156) **บุรุษอาชานินยอมไม่ละทิ้งความเพียร** เรื่องที่พระมหา  
ชนกโดยสารไปถูกพายุกระหน่ำ คลื่นลูกใหญ่ ๆ ซัดจนเรือ  
แตก คนอื่น ๆ ต่างก็จมน้ำตาย กลายเป็นอาหารของปลา  
และเต่า แต่พระมหาชนกทรงปีนขึ้นไปบนยอดเสากระโดง  
เรือแล้วทรงกระโดดลงไปให้ไกลที่สุด เพื่อให้พ้นภัยจาก  
สัตว์น้ำและพ้นจากแรงดึงดูดของน้ำขณะที่เรือจม จากนั้น

ทรงพากเพียรว่ายน้ำข้ามมหาสมุทรอยู่นานถึง 7 วัน โดยมุ่งไปทางเมืองมิลิกา แม้จะทรงเหน็ดเหนื่อยสักเพียงใดก็ไม่ทรงท้อถอย ทรงยึดมั่นในเป้าหมายที่จะกอบกู้ราชสมบัติกลับคืนมาได้ เทพธิดาตามณีเมขลาเห็นความเพียรพยายามของพระมหาชนก ก็เกิดความเลื่อมใส จึงอุ้มพระองค์เหาะไปส่งไว้บนแผ่นดินศิลามงคล ในพระราชอุทยานของมิลิกานคร

(ทศชาติชาดก, ออนไลน์: 23)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าตัวบทมีการเชื่อมโยงระหว่าง “มหาชนกชาดกกับปโตทสูตร” (พระสุตตันตปิฎก อังคุตตรนิกาย จตุกนิบาต เล่ม 2: 303-306) ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าตัวบทต้นทางทั้ง 2 เรื่องนั้นไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกัน แต่วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำเสนอตัวบทในลักษณะที่เชื่อมโยงกัน กล่าวคือพระสูตรว่าด้วยม้าอาชาไนยและบุรุษอาชาไนย 4 จำพวก ในพระสูตรนี้กล่าวถึงคุณสมบัติอันเลิศของม้ามาเปรียบกับความเลิศของบุรุษหมายถึงบุรุษผู้เจริญ ซึ่งมีนัยทางความหมายหมายถึงผู้มีคุณธรรมและมีเป้าหมายจะบรรลุพระนิพพาน นำมาเชื่อมโยงกับการสั่งสมบารมีของพระโพธิสัตว์ ซึ่งมีเป้าหมายสำเร็จพระโพธิญาณ ดังนั้นผู้ผลิตตัวบทจึงรวมตัวบททั้งสองเข้าด้วยกันโดยยกประเด็นการเข้าสู่นิพพานเป็นจุดเชื่อมโยง

อนึ่งความคิดเรื่องอาชาไนยก็เป็นวาทกรรมสำคัญอย่างหนึ่งเพื่อโน้มน้าวใจให้ทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายโดยเรียกว่า “นิกบารมีพันธุ์อาชาไนย” ดังข้อความต่อไปนี้

“เราจะรู้ว่าเราเป็นนักสร้างบารมีพันธุ์ตะวัน พันธุ์อาชาไนยหรือไม่ สังเกตดูง่าย ๆ คือ ในขณะที่คนอื่นกำลังหลับใหลอยู่ด้วยความไม่รู้ กำลังหลงเพลิดเพลินไปกับเรื่องโลก ๆ ที่ไร้สาระ แต่เราเป็นผู้ตื่นตัวในการสร้างบารมีอยู่เสมอ โดยไม่เห็นแก่ความสนุกสนานเพลิดเพลินในโลกนี้ ซึ่งเขาก็ให้เวลาให้โอกาสเรามาเกิดเป็นมนุษย์ เพียงช่วงระยะเวลาสั้น ๆ เท่านั้น ไม่ถึง 100 ปีก็ต้องจากโลกนี้ไปแล้ว”

ที่มา: พระธรรมเทศนาโดย: พระเทพญาณมหามุณี buddha.dmc.tv/ธรรมะเพื่อประชาชน/นักสร้าง  
บารมีพันธุ์อาชาไนย/

จากที่กล่าวมาเป็นเพียงตัวอย่างหนึ่งเท่านั้นที่ปรากฏในหนังสือชุดทศชาติชาดก จำนวน 10 เรื่อง จะเห็นได้ว่าผู้ผลิตตัวบทเลือกนำตัวบทต้นทางจากพระไตรปิฎกนำมาผสมผสานกัน แล้วนำเสนอความคิดใหม่ไปสู่ผู้รับสาร ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าการนำตัวบทต้นทางประเภทชาดกมานำเสนอในรูปแบบในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนั้น ผู้ผลิตตัวบทจงใจเลือกตัวบทต้นทางประเภทนี้มากที่สุด เนื่องจากเป็นคัมภีร์ในพุทธศาสนา จึงทำให้ผู้บริโภควาทกรรมยอมรับได้ง่ายเพราะวาทกรรมจะแทรกซึมไปกับฐานความคิดของพุทธศาสนิกชน

จากการวิเคราะห์ผู้วิจัยเห็นว่า ตัวบทในลักษณะดังกล่าวเป็นสหบทแบบ Manifest intertextuality เป็นสหบทชนิดที่ในตัวบทหนึ่งมีการอ้างถึงตัวบทอื่นอย่างชัดเจน กล่าวคือมีการอ้างถึงคัมภีร์ในทางพุทธศาสนา ก่อนแล้วเชื่อมโยงแนวคิดไปสู่ตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

#### 6.3.1.1.2 การอ้างตัวบทจากนิทานขงจื้อ

วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนมีการใช้สหบทจากนิทานขงจื้อ ซึ่งแท้จริงแล้วตัวบทต้นทางมิได้เกี่ยวข้องกับปริบทพุทธศาสนา แต่ผู้ผลิตตัวบทนำมาเชื่อมโยงกัน ดังข้อความในหนังสือชุดมังกรสอนใจซึ่งเป็นหนังสือที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้แต่งกล่าวว่า “มังกรสอนใจที่ปรากฏอยู่ในสายตาขณะนี้มิกำเนิดมาจากนิทานสุภาชิตที่มีชื่อเสียงของชาวจีน นำมาสรุปทำด้วยข้อคิดสอนใจตามหลักธรรมในพุทธศาสนา” (มังกรสอนใจ, ออนไลน์: ปกหลัง) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (157) ❶ เมื่อครั้งที่ขงจื้อเดินท่องเที่ยวไปตามแคว้นต่าง ๆ ของจีน มีอยู่คราวหนึ่งขณะที่วิ่งรถไป ขงจื้อเห็นข้างถนนมีเด็ก 2 คน กำลังถกเถียงกันอยู่ ขณะนั้นขงจื้อนั่งบนรถห่างจากเด็กพอสมควรได้ยินไม่ชัดว่าเด็กเถียงกันเรื่องอะไร แต่เห็นว่าเด็กทั้งสองคนเถียงกันอย่างหน้าดำหน้าแดง เสียงที่พูด

ยิงมายังดังดูท่าที่จะลงมือลงไม้กันแล้ว ขงจื้อจึงลงจากรถ  
 เดินไปหาเด็กทั้งสองตั้งใจจะช่วยไกล่เกลี่ย ถามเด็กทั้งสอง  
 ว่า “พวกเธอกำลังเถียงกันเรื่องอะไร” เด็กคนหนึ่งพูดว่า  
 “คุณลุง คุณลุงคือใครครับ เรื่องที่คุณลุงรู้จะต้องมากกว่าที่  
 พวกผมรู้แน่ ๆ ขอเชิญคุณลุงช่วยเป็นกรรมการตัดสินให้  
 พวกผมด้วยนะครับ” ขงจื้อตอบว่า “ฉันคือขงจื้อแห่งแคว้น  
 หลู่ เชิญบอกฉันก่อนว่าเธอกำลังถกเถียงกันเรื่องอะไร”  
 เด็กอีกคนหนึ่งพูดว่า “ที่แท้ คุณลุงคือขงจื้อ คุณลุงต้อง  
 สามารถตัดสินปัญหานี้ให้พวกเราได้แน่ ๆ เพราะใคร ๆ ก็รู้  
 ว่าคุณลุงเป็นคนที่ฉลาดที่สุดในโลก” ขงจื้อพูดว่า “รีบบอก  
 ปัญหาให้ฉันฟัง” เด็กคนหนึ่งพูดว่า “ผมคิดว่าพระอาทิตย์  
 เมื่อตอนเที่ยงเผลอหันขอบฟ้าในเวลาเข้าอยู่ใกล้ เวลาเที่ยงอยู่  
 ไกลจากตัวเรา” เด็กอีกคนหนึ่งรีบพูดขึ้นทันทีว่า “ที่เขาพูด  
 ไม่ถูก ผมคิดว่าพระอาทิตย์ตอนเข้าอยู่ไกล ตอนกลางวันอยู่  
 ใกล้คนเรา” ขงจื้อพูดว่า “พวกเธอลองพูดเหตุผลของ  
 ตัวเองมาดู” เด็กคนแรกพูดว่า “พระอาทิตย์ตอนเที่ยงหัน  
 ขอบฟ้าในเวลาเช้า ดวงกลมโต โดพอ ๆ กับล้อรถเลย แต่  
 พอกลางวันก็เล็กลงเหลือขนาดราว ๆ ขามข้าวเท่านั้น  
 สิ่งของยิ่งอยู่ใกล้ก็ยิ่งดูเล็ก เพราะฉะนั้นแสดงว่าพระ  
 อาทิตย์ตอนเข้าอยู่ใกล้ ตอนกลางวันอยู่ไกล” เด็กอีกคน  
 หนึ่งพูดว่า “ผิดโดยสิ้นเชิง ตอนเช้าพระอาทิตย์เพิ่งออกมา  
 พวกเรารู้สึกเย็นสบาย พอถึงตอนเที่ยงก็ส่องแสงจนคน  
 เหงื่อท่วมตัว เวลาเราอยู่ใกล้ไฟก็จะรู้สึกร้อน ถ้าอยู่ห่าง  
 ออกมาก็ไม่ค่อยรู้สึก ดังนั้นผมคิดว่าพระอาทิตย์ตอนเที่ยง  
 อยู่ใกล้” พอเด็กสองคนพูดจบก็ถามขงจื้อว่า จริง ๆ แล้ว  
 ความคิดของพวกตนของใครถูก ขงจื้อดูเหมือนได้รับความ  
 ลำบากจากปัญหานี้แล้ว นิ่งอึ้งไปชั่วขณะ ไม่รู้จะตอบ

อย่างไร และตอบเด็กไปว่า “ฉันยังไม่อาจตัดสินโดยเด็ดขาดได้ว่าความคิดของพวกเขาเธออันไหนถูก เพราะฉันยังไม่เคยค้นคว้าวิจัยเรื่องนี้มาก่อน” เด็กสองคนนั้นคิดในใจว่า “ขงจื้อได้ชื่อว่าเป็นนักวิชาการที่เก่งที่สุด แต่ปัญหานี้แม้กระทั่งขงจื้อยังตอบไม่ได้ แล้วพวกเราเพิ่งมีความรู้สึกเท่าไรรึเสียว ถึงได้ปักใจมั่นหัวชนฝาว่าความคิดของตนเองถูก ช่างเป็นเรื่องไม่สมควรจริง ๆ” ❷ ท่านสาธุชนทั้งหลาย เราเคยเป็นคนคือปักใจมั่นเชื่อในความคิดของตนเอง จนไม่ยอมรับฟังความคิดคนอื่นบ้างไหม แก้วน้ำที่ปิดฝาอยู่ต่อให้เอาน้ำมาเทสักโถงก็คงไม่เข้าสักหยด แต่ถ้าเปิดฝาดอกเทน้ำลงไปประเดี๋ยวเดียวก็เต็มเปี่ยม ถ้าเราเปิดใจให้กว้าง เราจะได้เรียนรู้อะไรต่าง ๆ มากมาย ไม่เป็นกบในกะลาครอบ และขอให้ดู ❸ ตัวอย่างขงจื้อ แม้ได้รับยกย่องว่าเป็นปราชญ์ใหญ่ในยุคนั้น แต่เมื่อเจอเรื่องที่ตัวไม่รู้ก็บอกตรง ๆ ว่าไม่รู้ ไม่มีอาการกลัวหน้าแตก แล้วตอบโมเมส่งเดชไป คนไม่รู้แล้วไม่ซึ้งดี ที่กลัวคือคนไม่รู้แต่ซึ้ง แล้วซึ้งผิด ๆ พาคนอื่นเข้าใจผิดตาม ๆ กันไปด้วย ความรู้ต่าง ๆ ในโลกนี้เกิดจากการขบคิดไตร่ตรองด้วยเหตุผล ไม่ว่าจะมีความคิดของนักวิชาการที่เก่งเพียงใด ก็ล้วนมีโอกาสผิดพลาดทั้งสิ้น ทฤษฎีต่าง ๆ ในโลกตั้งขึ้นแล้วก็มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพราะเป็นความรู้ที่เกิดจากความคิด (จินตามยปัญญา) มีเพียงความรู้ของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ที่เกิดจากการทำสมาธิภาวนา (ภาวนามยปัญญา) เท่านั้นที่ถูกต้องจริงแท้ตลอดกาล ทนทานต่อการพิสูจน์ เพราะเป็นความรู้จากใจที่สงบหยุดนิ่ง สว่างใสปราศจากกิเลสวิชาที่มาหุ้มห่อใจ เป็นความรู้ที่ทำให้พ้นทุกข์ ทำให้โลกสงบเย็น เรามาปฏิบัติธรรมเพื่อให้เข้าถึง



ความรู้ชนิดนี้กันเถิด ๔ “มหาสมุทรซึ่งเป็นที่ไหลมา  
รวมกันของน้ำจากทุกสารทิศจะต้องมีระดับพื้นที่ต่ำกว่า  
พื้นที่ตรงต้นน้ำทั้งหลายฉับใด ผู้ที่ต้องการจะรับการ  
ถ่ายทอดคุณความดีจากบุคคลทั้งหลายก็จะต้องมีความอ่อน  
น้อมถ่อมตนก่อนฉับนั้น” (พุทธพจน์)

(ปัญหาเรื่องพระอาทิตย์ในหนังสือนิทานชุดมังกรสอนใจ, ออนไลน์ : 69-72)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตตัวบทเริ่มต้นด้วย 1) การเล่านิทานขงจื้อ 2) แทรกการ  
สอนแบบพระธรรมเทศนาในพุทธศาสนาเกี่ยวกับการคิดอย่างมีเหตุผล 3) การยอมรับความคิดของ  
ผู้อื่น และ 4) แทรกพุทธพจน์ซึ่งมีที่มาจาก มงคลสูตร (พระสุตตันตปิฎก เล่มที่ 17 ขุททกนิกาย  
ขุททกปาฐะ) ส่วนมงคลประการที่ 23 เกี่ยวกับความอ่อนน้อม

ตัวอย่างข้างต้นเป็นเพียงตัวอย่างหนึ่งในหนังสือชุดมังกรสอนใจจำนวน 18 เรื่อง ซึ่งแต่  
ละเรื่องก็จะแทรกความคิดจากพุทธพจน์ต่างกันไป เช่น เรื่องพรานป่ากับนายประตูในตอนท้ายแทรก  
คำสอนว่า “ความโลภนี้ไม่ดีเลย จะนำตัวเราไปสู่หนทางเสื่อมหากเราปรารถนาทรัพย์แล้วก็ต้องเร่ง  
ชวนขวายเป็นการประกอบกิจการงานจึงจะควร อย่าได้หวังรวยทางลัด ทรัพย์ที่ได้มาโดยมิชอบจะนำ  
ทุกข์ในบั้นปลายมาให้เสมอ” (พรานป่ากับนายประตูในหนังสือนิทานชุดมังกรสอนใจ, ออนไลน์ :  
55) เป็นต้น

ผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษาที่ผู้ผลิตตัวบทเลือกใช้ตัวบทจากนิทานขงจื้อน่าจะมีปัจจัย 2 ประการ  
คือ ประการแรก หลักจริยศาสตร์ในลัทธิขงจื้อสอดรับ (absorb) กับปริบทพุทธศาสนาได้ง่าย และ  
ประการที่สอง ผู้บริโภคความทรงจำที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายส่วนหนึ่งเป็นคนไทยเชื้อสายจีนการ  
เชื่อมโยงตัวบทระหว่างขงจื้อกับพุทธศาสนาย่อมสามารถทำให้เกิดความรู้สึกถึงสายสัมพันธ์อันใกล้ชิด  
ระหว่างฐานความเชื่อเก่าแก่ของกลุ่มกับแนวคิดของวัดพระธรรมกายได้ง่าย

### 6.3.2 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มเด็กและ เยาวชน

ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกาย พบชุดความคิดหลักดังนี้

### 6.3.2.1 ชุดความคิดวิธีการทำบุญที่พึงประสงค์

ชุดความคิด “วิธีการทำบุญที่พึงประสงค์” ในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเป็นอุดมการณ์สำคัญที่เป็นผลมาจากอุดมการณ์ “บุญ” ในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายดังที่กล่าวในข้างต้น เมื่ออุดมการณ์ดังกล่าว ช่วยเตรียมเด็กให้พร้อมศรัทธาคำสอนเกี่ยวกับ “บุญ” แล้ว จะส่งผลให้เด็กมีลักษณะหัวอ่อนและโน้มน้าวได้ง่าย จากนั้นตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะสอดแทรกชุดความคิดวิธีการทำบุญที่พึงประสงค์ ผ่านกลวิธีทางภาษาในตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยพบกลวิธีทางภาษาที่สำคัญ 3 กลวิธี ได้แก่ การเลือกใช้คำแสดงทัศนภาวะ การเลือกใช้อุปลักษณ์ และการใช้กลวิธีการปูจณา-วิชันนา ดังนี้

#### 6.3.2.1.1 การเลือกใช้คำแสดงทัศนภาวะ

การใช้คำแสดงทัศนภาวะในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนนั้นสื่อความหมายอย่างตรงไปตรงมา จากการศึกษาพบว่ามีการใช้ทัศนภาวะในลักษณะของมาลาแสดงการสั่ง คือ การใช้คำไวยกรณ์แสดงการสั่ง ได้แก่ **ต้อง** เพื่อสั่งสอนให้ผู้บริโภควาทกรรมยอมรับชุดความคิด “วิธีการทำบุญที่พึงประสงค์” ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (158) เวลาครูบาอาจารย์ถ่ายทอดความรู้ และความดีให้ลูกศิษย์

เขาจึงยึดหลักว่า ความดีหรือศีลธรรม**ต้อง**นำหน้า วิชาการ

**ต้อง**ตามหลัง นั่นคืออบรมศีลธรรมนำหน้าไปก่อน

(บ้าน-วัด-โรงเรียน ต้นแบบฟื้นฟูศีลธรรมโลก, ออนไลน์: 46-47)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการเลือกใช้คำแสดงทัศนภาวะ **ต้อง** เพื่อแสดงการสั่งสอนให้เชื่อมั่นในการทำความดีซึ่งก็คือการทำบุญ และตอกย้ำให้หมั่นทำความดีอยู่เสมอ การเลือกใช้คำแสดงทัศนภาวะในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนนี้ แม้ว่าคำไวยกรณ์จะไม่หลากหลายแต่คำว่า **ต้อง** ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นคำที่มีความสำคัญและสอดคล้องกับบริบทวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนอย่างมาก เนื่องจากการปลูกฝังชุดความคิดให้กลุ่มเด็กและเยาวชนจำเป็นต้องใช้วิธีการสั่ง

สอนอย่างตรงไปตรงมา ทั้งนี้เพราะประสบการณ์ในการตีความทางภาษาของกลุ่มผู้บริโภควาทกรรมยังมีน้อยหากใช้วิธีการสอนโดยอ้อมอาจจะไม่บรรลุวัตถุประสงค์เท่าที่ผู้ผลิตวาทกรรมต้องการ

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนพบว่า มีการใช้คำว่า *แก้ว* แสดงเงื่อนไขที่พึงปฏิบัติในการทำบุญและเชื่อในบุญ การแสดงเงื่อนไขที่ปรากฏในวาทกรรมเป็นเงื่อนไขที่ไม่ซับซ้อน และเสนอวิธีการและข้อควรปฏิบัติอย่างตรงไปตรงมา ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (159) ถ้าจะเป็นบุญ ต้องทำให้ถูกหลักวิชา เอามาทำบุญกับ  
เนื่อนาบุญ ถวายกับพระหรือสงเคราะห์โลก ให้กับคน  
ยากจนขัดสนอย่างนี้จึงจะได้บุญ

(ที่นี่มีคำตอบ ฉบับมินิ เล่ม 8, ออนไลน์: 14-15)

จากตัวอย่างตัวบทแสดงให้เห็นให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าวิธีการทำบุญที่พึงประสงค์ มีวิธีการที่ถูกต้อง คือ การเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย เนื่องจากหากเลือกทำบุญกับที่อื่นจะถือว่าเป็นการทำบุญไม่ถูกหลักวิชา อาจส่งผลให้ได้รับบุญน้อย ดังนั้นวิธีการทำบุญที่พึงประสงค์คือการผูกขาดการทำบุญกับวัดพระธรรมกายเท่านั้น

ตัวอย่างที่ (160) “เราไม่ศึกษาเรื่องราวกฎแห่งกรรมไม่ได้ กฎแห่งกรรมไม่ใช่  
เรื่องไกลตัวไม่ใช่เรื่องใกล้ตัวแต่เป็นเรื่องเกี่ยวกับตัว เมื่อเรา  
ศึกษา เรารู้แล้ว เราไม่เชื่อก็ได้แต่ถ้าเชื่อเราก็จะได้  
ระมัดระวังตัวเองจะได้เลือกทำแต่กรรมที่ดี ๆ สมมติคนรก  
สวรรค์ไม่มีจริงก็เข้ากันไปแล้วถ้ามี ก็มีแต่ เจ้ง กับ เจ้ง”

(ที่นี่มีคำตอบ ฉบับมินิ เล่มที่ 1, ออนไลน์: 13)

จากตัวอย่างตัวบทแสดงให้เห็นให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าวิธีการทำบุญที่ถูกต้องนั้น ก็คือต้องเชื่อตามหลักกฎแห่งกรรมตามแนวทางการสั่งสอนของวัดพระธรรมกาย ซึ่งหากพิจารณาหลาย ๆ ตัวอย่างที่กล่าวมาแล้วในช่วงต้นจะเห็นได้ว่าแนวทางการสอนเรื่องกฎแห่งกรรมตามแนวทางของ

วัดพระธรรมกาย ก็คือการสอนให้เชื่อในเรื่อง “บุญ” และอำนาจของ “บุญ” ดังนั้นจึงส่งผลต่อการปลุกฝังชุดความคิด “วิธีการทำบุญที่พึงประสงค์” ผู้ทำบุญจำเป็นต้องศรัทธาและเชื่อในอนานิสงส์หรืออานุภาพของบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย โดยเชื่อว่า การทำบุญมีวิธีการที่ถูกต้องและจำเป็นต้องเลือกทำกับเนื่อบุญนั้นก็คือวัดพระธรรมกายนั่นเอง

นัยสำคัญของกลวิธีนี้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภควาทกรรมมีสิทธิ์เลือกที่จะทำตามหรือไม่ก็ได้ แต่ในวาทกรรมนำเสนอความคิดเกี่ยวกับการทำบุญเป็นเงื่อนไขที่สังคมยอมรับว่าควรปฏิบัติ ดังนั้นผู้บริโภควาทกรรมจึงไม่อาจปฏิเสธบรรทัดฐานทางสังคมในข้อนี้และเลือกตามรับและปฏิบัติตามวาทกรรมในที่สุด

#### 6.3.2.1.2 การเลือกใช้อุปลักษณ์

การเลือกใช้อุปลักษณ์ในวาทกรรมสื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย จากการศึกษาพบการใช้อุปลักษณ์ 2 ประการ ได้แก่ [การทำบุญ คือ การปลูกพืช] และ [บุญ คือ น้ำ] กลวิธีทางภาษาดังกล่าวนี้สะท้อนให้เห็นชุดความคิด “วิธีการทำบุญที่พึงประสงค์” อย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

1) การปลูกพืช มีนัยสำคัญซ่อนอยู่สองประการคือ ประการแรก การปลูกพืชหมายถึงการปลูกฝังอุดมการณ์ในตัวเด็กที่ต้องค่อย ๆ หล่อหลอมให้เจริญเติบโตขึ้นทีละเล็กทีละน้อยจนกระทั่งชุดความคิดนั้นฝังแน่นแข็งแรงเหมือนต้นไม้ที่เจริญเติบโต ประการที่สอง การปลูกพืชหมายถึงวิธีการทำบุญของเด็กที่พึงประสงค์ คือ ต้องค่อย ๆ ทำจากน้อย ๆ แล้วค่อยเพิ่มมากขึ้นตามการเจริญเติบโต อีกทั้งต้องทำอย่างสม่ำเสมอเหมือนการปลูกพืชที่ต้องรดน้ำ พรวนดิน และใส่ปุ๋ยอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ผลผลิตงอกงาม เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

**[การทำบุญ คือ การปลูกพืช]**

ตัวอย่างที่ (161) ความดีเราเท่านั้นที่จะเป็นปุ๋ยอย่างดีของใจทำให้จิตใจ

เบิกบาน

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึง,ออนไลน์: 69)

ตัวอย่างที่ (162) เมื่อ**ต้นกล้า**อ่อน ๆ แห่งการให้ถูก**ปลูก**ขึ้นแล้ว... มันจะค่อย ๆ **เจริญเติบโต** เมื่อเรา**รดน้ำ** **พรวนดิน** **ใส่ปุ๋ย** ด้วยการให้เพิ่มขึ้นไปเรื่อย ๆ จน**ต้นกล้า**เล็กๆ ก็จะเป็น**ต้นไม้ใหญ่**

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บัญเท่านั้นเป็นที่ฟัง,ออนไลน์: 115)

จากตัวอย่างจะเห็นว่ามีการนำคำที่มีวงความหมายเกี่ยวข้องกับการปลูกพืช เช่น *ใส่ปุ๋ย รดน้ำ พรวนดิน ต้นกล้า ต้นไม้ใหญ่* มาเปรียบเทียบกับการทำงานดีด้วยการให้ เพื่อชี้ให้เห็นว่าการทำบุญซึ่งหมายถึงการทำงานดีนั้น จำเป็นจะต้องค่อย ๆ ปลูกฝังชุดความคิดทางความคิดและหมั่นดูแลให้เจริญเติบโตเหมือนกับการปลูกต้นไม้ที่ค่อยดูแลต้นกล้าให้เติบโตเป็นต้นไม้ใหญ่ อุปลักษณะนี้ ผู้วิจัยเห็นว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากสอดคล้องกับปริบทการผลิตวาทกรรมเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน ซึ่งมีลักษณะในการค่อย ๆ ปลูกฝังความคิดให้เด็กและเยาวชนทีละน้อยก่อนที่จะเติบโตเป็นชาวธรรมกายที่มีวิธีการทำบุญที่ฟังประสงค์ต่อไปในอนาคต

2) น้ำ เป็นอีกอุปลักษณะหนึ่งที่มีความสำคัญที่สะท้อนให้เห็นการปลูกฝังชุดความคิด “วิธีการทำบุญที่ฟังประสงค์” กล่าวคือ คุณลักษณะของน้ำที่การไหลอย่างไม่ขาดสาย เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับวิธีการทำบุญ จะทำให้ผู้บริโภควาทกรรมดีความและเข้าใจว่าวิธีการทำบุญที่เหมาะสมควรทำบุญอย่างต่อเนื่องไม่ขาดสาย เพื่อให้กระแสของบุญหลังไหลเข้าสู่ตนเอง อันนำไปสู่วิธีการทำบุญแบบสะสมและต่อเนื่อง เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

**[บุญ คือ น้ำ]**

ตัวอย่างที่ (163) เมื่อระลึกนึกถึงความดี **กระแสธาร**แห่งบุญก็จะ**ไหล**ผ่านใจ  
ขจัดสิ่งที่เป็นมลทินในใจ ความเศร้า ซึม เซ็ง เครียด เปื้อน  
กลุ่ม อะไรต่าง ๆ ก็จะหมดสิ้นไป

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บัญเท่านั้นเป็นที่ฟัง,ออนไลน์: 69)

ตัวอย่างนี้มีการใช้วงคำศัพท์เกี่ยวกับน้ำเพื่อเปรียบเทียบลักษณะของบุญซึ่งอุปลักษณะดังกล่าวนี้พบได้ทั่วไปในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย นอกจากนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นอุปลักษณะ

ทั่วไปของบุญกระแสนหลักในสังคมไทยด้วย เนื่องจากในบริบทพุทธศาสนา มักใช้อุปลักษณ์เพื่อแสดงให้เห็นว่า “บุญมีลักษณะเป็นกระแส” ที่ไหลไปสู่ผู้ทำบุญได้อยู่เสมอ แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดจากตัวบททำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจได้ว่ากระแสบุญจะสามารถช่วยขจัดความทุกข์ในจิตใจได้ อันนำไปสู่วิธีการทำบุญแบบสะสมและมีพฤติกรรมการทำบุญอย่างต่อเนื่องกับวัดพระธรรมกาย กลวิธีการใช้อุปลักษณ์ผู้ผลิตวาทกรรมจงใจใช้รูปภาพที่ส่งผลต่อความคิดที่แฝงอยู่เบื้องหลังวาทกรรม ทั้งนี้จะเห็นว่าการปลุกพีช หรือ น้ำล้นเป็นธรรมชาติที่รุ่มเย็นการใช้รูปภาพดังกล่าวจึงทำให้วาทกรรมได้รับการยอมรับได้ง่ายขึ้น

### 6.3.2.1.3 การใช้กลวิธีการปลุกพีช-วิสัยทัศน์

การใช้กลวิธีการปลุกพีช-วิสัยทัศน์ หรือ การถาม-ตอบ เป็นกลวิธีทางภาษาที่สำคัญกลวิธีหนึ่งที่แสดงให้เห็นวิธีการทำบุญที่พึงประสงค์อย่างชัดเจน เนื่องจากการตั้งคำถามแล้วมีการตอบคำถามนั้น เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตวาทกรรมอธิบายวิธีการทำบุญได้อย่างเต็มที่และสามารถขยายความเชื่อมโยงได้อย่างไม่จำกัด โดยตัวอย่างที่จะนำมากล่าวต่อไปนี้ตัวบทสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภควาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย แม้ว่าตัวบทจะระบุว่าเป็นสื่อสำหรับเด็กและเยาวชนแต่แท้จริงแล้วในขณะเดียวกันพ่อแม่ก็เป็นกลุ่มเป้าหมายของผู้ผลิตวาทกรรมของวัดพระธรรมกายอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากในสังคมไทยพ่อแม่มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้เลือกสื่อสำหรับบุตรหลาน และหากสื่อที่สนองตอบความต้องการหรือตอบคำถามในจิตใจของพ่อแม่หรือผู้ปกครองได้ด้วย สื่อนั้นก็ได้รับการยอมรับและมีวงจรการเป็นผู้บริโภควาทกรรมที่กว้างขึ้น เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (164) ทำไม่มีลูกคือ ลูกกับลูกสาวเคยทำกรรมอะไรมาลูกสาวจึง

ไม่ค่อยเคารพเชื่อฟัง และจะแก้ไขอย่างไรคะ

*คุณครูไม่ใหญ่*

ลูกสาวขาดความเคารพ เพราะในอดีตชาติ ลูกทำทานด้วยความไม่เคารพ ทำด้วยความกระด้าง รวมทั้งในชาตินี้ต้องระหกระเหินจากกันไป จึงทำให้ไม่คุ้นเคยกัน ต่อจากนี้ไป ให้หมั่นทำทานด้วยความเคารพบ่อย ๆ และ

อย่าเสียดายภายหลัง แล้วให้นึกถึงบุญ อธิษฐานจิตให้

ลูกสาวมีจิตใจอ่อนโยนเคารพเชื่อฟัง

(ที่นี่มีคำตอบ ฉบับมินิ เล่มที่ 12, ออนไลน์: 22)

จากตัวอย่างจะเห็นว่าตัวบทเป็นข้อซักถามจากพ่อแม่ที่ส่งมาถามการแก้ไขปัญหาลูกมีนิสัยดื้อรั้น โดยมีพระเทพญาณมหามุนี (หลวงพ่อดมขโย) เป็นผู้ตอบคำถาม ส่วนสำคัญจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตวาทกรรมนำเสนอชุดความคิดว่าเด็กดีต้องเชื่อฟังพ่อแม่ โดยวิธีการที่ทำให้ลูกเชื่อฟังคือการทำบุญกับวัดพระธรรมกายอย่างไม่รู้สึกละอาย ตัวอย่างนี้สะท้อนให้เห็นว่าแท้จริงแล้วอำนาจในการตัดสินใจว่าเด็กนั้นเชื่อฟังหรือดื้อรั้นมาจากทัศนคติของผู้ใหญ่โดยเฉพาะอย่างยิ่งพ่อแม่และผู้ปกครอง อย่างไรก็ตามจากตัวอย่างนี้จะเห็นได้ว่าผู้ผลิตวาทกรรมกำลังใช้ตัวบทเป็นเครื่องมือในการครอบงำทางความคิด (manipulate) ให้เชื่อว่าวิธีการแก้ปัญหาลูกที่ต้องก็คือการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย และยังทำให้ผู้บริโภควาทกรรมตีความและเข้าใจว่าบุญมีอำนาจในการลดบันดาลทุกสิ่งซึ่งรวมถึงการเปลี่ยนนิสัยด้วย ซึ่งแท้จริงแล้วการเปลี่ยนแปลงนิสัยต้องอาศัยวิธีการอบรมสั่งสอนมิใช่วิธีการอธิษฐานจิต

### 6.3.3 ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกายที่พบในกลุ่มเด็กและเยาวชน

ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกาย พบชุดความคิดหลัก ดังนี้

#### 6.3.3.1 บุญคืออำนาจ

ชุดความคิดบุญคืออำนาจในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน สื่อความคิดว่า “บุญ” เป็นเครื่องกำหนดความเป็นไปในชีวิต หรืออาจกล่าวได้ว่า “บุญ” สามารถลิขิตชีวิตของมนุษย์ได้ ซึ่งส่งผลให้วาทกรรม “บุญ” ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีอำนาจเหนือความคิดของผู้บริโภควาทกรรมที่เชื่อว่าชีวิตมนุษย์ถูกกำหนดไว้ก่อนแล้วด้วยอำนาจของบุญ ยิ่งเมื่อมีปรากฏการณ์ความเหลื่อมล้ำทางสังคมทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเชื่อในชุดความคิดนี้ยิ่งขึ้น จาก

การศึกษาพบกลวิธีทางภาษา 3 กลวิธี ได้แก่ การใช้คำแสดงทัศนภาวะ การลำดับความแบบเหตุ-ผล และการบุคคลาธิษฐาน ดังนี้

### 6.3.3.1.1 การใช้คำแสดงทัศนภาวะ

คำแสดงทัศนภาวะ ต้อง จัดอยู่ในกลุ่มวัจนกรรมการบอกให้ทำ ซึ่งเน้นให้เห็นการกระทำ นั้นเป็นการกระทำที่จำเป็น เนื่องจากเป็นกรอบของหน้าที่ที่เด็กควรปฏิบัติ

การใช้คำแสดงทัศนภาวะที่สะท้อนชุดความคิดบุญคืออำนาจพบว่า มีการใช้คำว่า ต้อง เพื่อแสดงให้เห็นการตอกย้ำคำกริยาที่ตามหลังเพื่อเน้นย้ำสิ่งที่วัดพระธรรมกายต้องการให้เด็กเข้าใจ หรือต้องการให้เด็กกระทำ เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (165) ในทันทีที่เข้าถูกเรื่องกฎแห่งกรรม จึงเกิดความมั่นใจว่า หากใครทำดีต้องได้รับผลดี เป็นความสุข ความเจริญของตนเองจริง ใครทำชั่วต้องได้รับผลชั่วเป็นความทุกข์ความเดือดร้อนของตนเองจริง ไม่มีผิดเพี้ยน เพียงเท่านั้น เชื่อลึกลงเสียต่าง ๆ นานา ที่เคยห่อ หุ้มใจ ทำให้ไร่เร็วแรง และทอดอຍในการทำความดีมาตลอดชีวิต ก็ถูกทำลายไปอย่างรวดเร็ว ใจก็สว่างไสวและขยายออกไปอีก เบ่งบานทรงพลังเปี่ยมล้นอย่างไม่น่าเชื่อ...ในทันทีที่เข้าใจถูกว่า โลกหน้าคือตัวเรานี้ยังต้องไปมีที่ไป คือตายแล้วไม่สูญ ยังต้องไปเกิดใหม่อีก ส่วนจะไปเกิดดีร้ายประการใด ก็ขึ้นอยู่กับกรรมใหม่ที่เรากำลังทำอยู่ในขณะในขณะนี้ เป็นดวงบงการหรือลิขิตให้เป็นไป ซึ่งเท่ากับบอกให้รู้ว่า เราสามารถเลือกเกิดได้ในชาติหน้า เพียงเท่านั้น เชื่อประมาทประเกททำอะไรไม่มีแผน ชอบเสี่ยงไปตายเอาดาบหน้า ซึ่งเคยห่อหุ้มใจให้มีติดบอดตลอดมา ก็ถูกทำลายลง ใจก็สว่างไสวและขยายออกทันที เกิดวิริยะอุตสาหะที่



จะวางแผนให้รัดกุมรอบคอบก่อนลงมือทำงานทุกครั้ง  
ขณะเดียวกันก็ตั้งใจประกอบคุณงามความดีตลอดไป

(บ้าน-วัด-โรงเรียน ต้นแบบฟื้นฟูศีลธรรมโลก: ออนไลน์, 71-74)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าคำว่า *ต้อง* อยู่หน้าคำกริยา *ได้รับ* และ *ไป* แสดงให้เห็น  
การเน้นย้ำความหมายและแสดงให้เห็นว่าอำนาจบุญบันดาลผลดีหรือชั่วได้ ตลอดจนต่อยอดความคิด  
เกี่ยวกับชาติหน้าอีกด้วย

ตัวอย่างที่ (166) ลูกสาวไม่ค่อยเชื่อฟัง เพราะในอดีตชาติบางครั้งใน  
การทำทาน ลูกก็ขาดความเคารพ เช่น ไม่ถอดรองเท้า  
ใส่บาตรบ้าง และ กรรมที่เคยดีต่อกับพ่อแม่ใน  
อดีตชาติมาในชาตินี้ก็มักจะตามใจลูกสาวมากเกินไปจะ  
ลูกสาวจึงดี ๆ หน่อย แต่ว่าลูกสาวเคยเป็น  
กองเสปียงของหมู่คณะมาแบบตามอารมณ์ไม่สม่ำเสมอ  
ก็ ต้อง สั่ง สมบุญ ในปัจจุบันให้มาก ๆ เพราะใน  
อดีตสั่งสมบุญมาน้อย ดังนั้นลูก ต้อง คอย ประคับ ประคอง  
เขาให้อยู่ในเส้นทางบุญให้ได้นะจ๊ะ

(ที่นี่มีคำตอบ ฉบับ mini เล่ม4: ออนไลน์, 98-99)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าคำว่า *ต้อง* อยู่หน้าคำกริยา *สั่งสม* และ *ประคับประคอง* แสดง  
ให้เห็นพฤติกรรมการทำบุญที่ต้องการให้เด็กกระทำ คือ ทำบุญแบบสะสม และพ่อแม่จำเป็นต้อง  
สนับสนุนให้ลูกทำบุญอยู่เสมอ เพราะบุญมีอำนาจในการเปลี่ยนนิสัยของเด็กได้

ตัวอย่างที่ (167) หากยังปล่อยให้สภาพศีลธรรมของเด็กและเยาวชนอยู่ใน  
ภาวะลดน้อยถอยลง โดยไม่รีบหาหนทางแก้ไขให้ทันกาล  
ประเทศชาติก็จะประสบกับความเดือดร้อนยิ่งขึ้น ดังนั้น

จึงมีความจำเป็นที่แต่ละประเทศจะ **ต้องฟื้นฟู** ศีลธรรม  
ของประชาชนในชาติขึ้นมาโดยเร็ว

(บ้าน-วัด-โรงเรียน ต้นแบบฟื้นฟูศีลธรรมโลก: ออนไลน์, 8)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าคำว่า **ต้อง** อยู่หน้าคำกริยา **ฟื้นฟู** แสดงให้เห็นพฤติกรรมที่  
ต้องการให้เด็กกระทำ และแสดงให้เห็นว่า “บุญ” สามารถส่งผลในระดับประเทศได้

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการใช้คำแสดงทัศนภาวะ **ต้อง** มีลักษณะเป็นวัจนกรรม  
การสั่ง เพื่อบอกสิ่งที่ต้องการให้เด็กกระทำอย่างตรงไปตรงมา ซึ่งสอดคล้องกับวิธีการสอนเด็กที่ต้องใช้  
วิธีการบอกโดยตรง เพราะเด็กยังไม่สามารถตีความวัจนกรรมที่ซับซ้อนได้

#### 6.3.3.1.2 การลำดับความแบบเหตุ-ผล

จากการศึกษาพบว่าวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนนำเสนอชุดความคิดบุญ  
คืออำนาจด้วยกลวิธีทางภาษาการลำดับความแบบเหตุ-ผล จะสะท้อนความคิดเรื่องอำนาจของบุญที่  
บันดาลผลให้เห็นอย่างชัดเจน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (168) **สิ่งที่อยู่เบื้องหลังโชคชะตาก็คือบุญ ถ้าบุญไม่ถึง...ก็ไปไม่  
ถึงดวงดาว**

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง, ออนไลน์: 72)

ตัวอย่างนี้ใช้คำว่า **ถ้า** และ **ก็** เพื่อให้ผู้บริโศกเข้าใจว่าบุญมีพลังอำนาจและเป็น  
สาเหตุในการกำหนดโชคชะตาของมนุษย์ ซึ่งผลก็คือผู้ที่เลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายจะมีโชคชะตา  
ที่ดี

ตัวอย่างที่ (169) **บุญบาปชิงช่วงช่วงชิงกันส่งผล ถ้าบุญส่งผล... ก็ประสบ**

ความสุขและความสำเร็จในชีวิต ถ้าบาปส่งผลก็จะตรงกัน

ข้ามจะมีอุปสรรคของชีวิต บุญบาปมันอยู่ในตัวเรานี้แหละ

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง, ออนไลน์: 84)

ตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำว่า *ถ้า* แสดงผลว่าถ้าทำบุญก็จะส่งผลดีกับชีวิต ซึ่งตรงข้ามกับการทำบาปก็จะส่งผลร้ายต่อชีวิต ซึ่งให้เข้าใจนัยทางความคิดได้ว่าบุญที่ส่งผลดีกับชีวิตได้ดีที่สุดนั่นก็คือบุญที่ทำกับวัดพระธรรมกาย

ตัวอย่างที่ (170) เมื่อเราทำบุญก็ต้องรอระยะเวลาให้บุญส่งผลบ้าง

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึง, ออนไลน์: 74)

ตัวอย่างที่ (171) ในช่วงที่บุญเก่าส่งผล บาปยังไม่ได้ชอง อะไร ๆ ก็ดีไปหมด

เวลาบาปส่งผล แม้เรากำลังทำสิ่งดี ๆ อยู่ก็ตาม แต่เรื่องไม่เป็นเรื่องก็เกิดขึ้นได้

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึง, ออนไลน์: 77)

ตัวอย่างนี้ใช้คำว่า *แม้* เพื่อให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าสาเหตุที่ชีวิตมีความสุขเป็นผลมาจากอำนาจของบุญบันดาล ซึ่งตรงข้ามกับอำนาจของบาปที่บันดาลผลให้เกิดความทุกข์ ดังนั้นหากต้องการมีความสุขตลอดไปก็ต้องเลือกทำบุญอย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันมิให้ใช้บุญเก่าจนหมด

ตัวอย่างที่ (172) บุญที่เราได้กระทำไว้จะไปตัดรอนวิบากกรรม วิบากมาร

วิบากกรรมเหล่านั้นก็จะเบาบางเจือจางไป ที่หนักก็เป็นเบาที่เบา ก็หาย

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึง, ออนไลน์: 79)

ตัวอย่างนี้ตบททำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าบุญมีพลังอำนาจที่จะต่อสู้กับบาปได้ ซึ่งอำนาจของบุญนี้เป็นสาเหตุปัดเป่าความทุกข์ ส่งผลให้ผู้บริโภควาทกรรมไม่ต้องรับผลเสียจากบาปกรรม ซึ่งในประเด็นนี้ขัดแย้งกับความคิดเรื่องกรรมในพุทธศาสนาที่สอนให้พุทธศาสนิกชนเชื่อในผลของของการกระทำหรือกรรม ดังสุภาษิตที่ว่า “ทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว”

นอกจากนี้ตบทวาทกรรมยังเสนอความคิดว่าบุญมีอำนาจควบคุมความร้ายของชีวิตมนุษย์ได้อีกด้วย เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (173) เราไม่อาจที่จะห้ามความตายได้ฉันใด บุญที่เราทำในวันนี้ก็

ไม่อาจห้ามความรวยได้ฉันนั้น

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึง, ออนไลน์: 85)

จากตัวอย่างนี้ ตัวบทชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าบุญเป็นสาเหตุและผลลัพธ์ที่ได้คือความร่ำรวย ดังนั้นผู้บริโภควาทกรรมจึงสามารถตีความและเข้าใจผู้ที่เลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย “บุญ” นั้นมีอำนาจในการบันดาลทรัพย์สมบัติได้ในชาติปัจจุบัน

ตัวอย่างที่ (174) มีบุญมาก อุปสรรคก็น้อย มีบุญน้อย อุปสรรคก็มาก

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึง, ออนไลน์: 78)

ตัวอย่างนี้ตัวบททำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าบุญมีอำนาจในการกำหนดความเป็นไปในชีวิต บุญเป็นสาเหตุที่กำหนดผลชีวิตมนุษย์ว่าจะมีอุปสรรคมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับปริมาณของบุญ

ตัวอย่างที่ (175) จะร่ำรวยหรือยากจน ขึ้นอยู่กับบุญกุศลว่า เราได้สร้าง

มหาทานบารมีเอาไว้แค่ไหน

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึง, ออนไลน์: 108)

ตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นได้ว่าบุญมีอำนาจในการกำหนดความร่ำรวยในชีวิตของมนุษย์ได้ โดยสื่อเน้นทางความคิดว่าหากต้องการรวยมากก็ยิ่งต้องทำบุญให้มาก และบุญที่มีอำนาจในการบันดาลความร่ำรวยได้ดีที่สุด ก็คือการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย

ตัวอย่างที่ (176) การที่ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศตกต่ำ แปลว่า กระแส

บุญในตัวของคนในประเทศหย่อน

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึง, ออนไลน์: 87)

ตัวอย่างนี้ตัวบททำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าการที่ประเทศไทยมีสถานะเศรษฐกิจตกต่ำ มีสาเหตุมาจากประเทศไทยมีปริมาณบุญลดลง ส่งผลให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจ จากตัวอย่างนี้

ชี้ให้เห็นการครอบงำทางความคิดอย่างมีนัยสำคัญ เพราะทำให้ผู้บริโภควาทกรรมตีความได้ว่า “บุญ” มีอำนาจในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชาติได้ ดังนั้นหากต้องการทำให้ตนเองมีสภาพคล่องทางการเงินก็จำเป็นต้องทำบุญให้มากโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่ากลวิธีการลำดับความแบบเหตุ-ผล เป็นกลวิธีทางภาษาที่สำคัญที่ชี้ให้เห็นว่า เมื่อทำบุญกับวัดพระธรรมกายแล้ว “บุญ” จะมีอำนาจในการบันดาลผลดีให้กับชีวิตได้

### 6.3.3.1.3 การใช้บุคคลาธิฐาน

จากการศึกษาพบว่าในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนมีการใช้กลวิธีการใช้บุคคลาธิฐานด้วยการสร้างสภาวะบุญให้เหมือนมีตัวตน ด้วยการใช้คำกริยาขยายความการกระทำของบุญ เช่น *ทำงาน ช่วยแก้ไข หรือพัก* เป็นต้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (177) บุญที่เราทำไว้เป็นบ่อเกิดแห่งความสุขและความสำเร็จในชีวิตอย่างแน่นอน แต่รอเวลาทำงานอยู่บาปก็เช่นเดียวกัน  
(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึง, ออนไลน์: 75)

ตัวอย่างนี้ปรากฏคำว่า *ทำงาน* ในบริบทของคำว่า “บุญ” และ “บาป” ทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าบุญมีสภาวะและมีอำนาจบางประการในการขับเคลื่อนความเป็นไปในชีวิตของมนุษย์

ตัวอย่างที่ (178) เมื่อบุญยังไม่ส่งผล แต่วิบากกรรมมาตัดรอนก่อน ก็อย่าท้อใจ อย่างน้อยใจว่า เราทำบุญไว้ตั้งเยอะ บุญไม่เห็นช่วยเราเลย อย่าคิดอย่างนั้น บุญที่เราทำไม่ได้หายไปไหน กำลังช่วยแก้ไขอยู่ตลอดเวลา ถ้าบาปอกุศลแรงกล้ามันก็ให้ผลก่อน แต่บุญก็ช่วยผ่อนหนักให้เป็นเบา เบาก็ให้หายไป  
(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึง , ออนไลน์: 78)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้คำกริยาวิเศษณ์ *กำลังช่วยแก้ไข* แสดงให้เห็นสถานะอำนาจของบุญว่าจะสามารถปรับเปลี่ยนอุปสรรคในชีวิตของมนุษย์ได้

ตัวอย่างที่ (179) เมื่อเราหยุดพักสร้างบุญ บุญก็พักด้วย บาปก็ได้ช่องเสียบ

เข้ามาทันที จะจุดดิ่งเราไปทำบาปอกุศลต่ออีกมากมาย

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง, ออนไลน์: 81)

ตัวอย่างดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการใช้คำกริยา *พัก* แสดงให้เห็นว่าสถานะของบุญมีอำนาจเหนือชีวิตมนุษย์และกำหนดชีวิตมนุษย์ในทางที่ดีได้ โดยหากต้องการให้ชีวิตดีโดยตลอดก็จำเป็นต้องทำบุญกับวัดพระธรรมกายอย่างต่อเนื่อง

ตัวอย่างที่ (180) มีแต่บุญและบาปเท่านั้นที่ *ครอบครอง* มนุษย์อยู่ ขึ้นอยู่กับ

ว่าชีวิตช่วงนั้นอะไรได้ช่องส่งผลก่อน

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง, ออนไลน์: 80)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้คำกริยา *ครอบครอง* เพื่อแสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคความทรมานเข้าใจว่า “บุญ” มีอำนาจสูงสุดในการกำหนดความเป็นไปในชีวิตของมนุษย์ ดังนั้นมนุษย์ควรทำบุญอย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะให้อำนาจของบุญดลบันดาลให้เกิดสิ่งดีในชีวิต

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าชุดความคิดบุญคืออำนาจเป็นชุดความคิดที่สะท้อนให้เห็นอำนาจของบุญที่มีผลต่อการกำหนดความเป็นไปในชีวิตของมนุษย์ ผ่านกลวิธีทางภาษาที่มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ เริ่มจากการใช้คำแสดงทัศนภาวะ “ต้อง” เพื่อบอกให้ทำอย่างตรงไปตรงมา ต่อมาใช้การลำดับความแบบเหตุ-ผล เพื่อระบุผลของการกระทำ และใช้การสร้างสถานะบุญให้มีตัวตน เพื่อให้เข้าใจเป็นรูปธรรม ทั้งนี้การเลือกใช้กลวิธีทางภาษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นอำนาจของบุญต่อชีวิตมนุษย์ว่า หากผู้บริโภคความทรมานต้องการให้ชีวิตราบรื่นก็จำเป็นต้องทำบุญกับวัดพระธรรมกายเพื่อให้ “บุญ” ทำหน้าที่ในการกำหนดชะตาชีวิตของตนเอง

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าอุดมการณ์ “บุญ” ในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย เป็นอุดมการณ์ที่มีพลังในการหล่อหลอมความเชื่ออันนำไปสู่การฝังรากความศรัทธาตามแนวการสอนของวัดพระธรรมกาย อุดมการณ์นี้มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างพฤติกรรม

สะสมบุญ เนื่องจากเมื่อเด็กเชื่อในอุดมการณ์ดังกล่าวแล้วก็มีชุดความคิดว่าบุญมีอำนาจในการต่อสู้กับบาปได้เหมือนธรรมชาติของธรรมชาติ และเมื่อมีบุญมากก็จะส่งผลให้ชาติภพหน้าได้รับความสุขสบาย เมื่อความเชื่อดังกล่าวฝังลึกในความคิดก็จะส่งผลให้ผู้รับวาทกรรมเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายอย่างสุดกำลังเปรียบเสมือนเป็นการจับจองพื้นที่ความสุขสบายในชาติภพหน้า ดังชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย ดังที่จะกล่าวในหัวข้อถัดไป

### 6.3.3.2 บุญคือสมบัติหลังความตาย

ชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตายในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนนี้เป็นชุดความคิดสำคัญ ซึ่งมักปรากฏในประเภทคำสอนรวมเล่มโดยมักแทรกปนอยู่กับคำสอนที่จงใจสอนเรื่องอื่น เช่น เรื่องการทำทาน การรักษาศีลและการภาวนา เป็นต้น แต่ก็มีกรแทรกเรื่องเกี่ยวกับชีวิตหลังความตายในตัวบทนั้นด้วย จากการศึกษาพบกลวิธีทางภาษาที่สะท้อนชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย 2 กลวิธี ได้แก่ การใช้คำแสดงทัศนภาวะ และการลำดับความแบบเหตุ-ผล ดังนี้

#### 6.3.3.2.1 การใช้คำแสดงทัศนภาวะ

การใช้คำแสดงทัศนภาวะเป็นกลวิธีทางภาษาที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าการทำบุญเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ได้รับผลดีบางประการเป็นการตอบแทน และที่สำคัญที่สุดตัวบททำให้เข้าใจว่าการทำบุญเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องทำด้วยตนเอง เพราะถ้าทำก็จะได้รับผลดี แต่ถ้าไม่ทำก็จะไม่ได้ จากการศึกษาพบว่ามีกรใช้คำว่า *ต้อง* เพื่อแสดงสิ่งที่จำเป็นต้องทำ โดยแสดงความหมายให้เข้าใจว่าถ้าทำบุญมากก็จะมีชีวิตหลังความตายที่สุขสบาย เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางที่ 10 การใช้คำแสดงทัศนภาวะเพื่อสื่อชุดความคิด“บุญ” คือสมบัติหลังความตาย

การบอกให้ทำ	คำกริยาปรากฏร่วมกัน	ผลของการกระทำ
ต้อง	ทำ หมั่น สัจสม } บุญ	ความสุขในสวรรค์

ตัวอย่างที่ (181) เรื่องบุญต้องทำไว้ถ้าตายแล้วบุญก็เจ้ากันไป แต่ถ้าเกิดตาย  
แล้วไม่บุญเราจะมีความสุขในสุคติโลกสวรรค์

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึง, ออนไลน์: 88)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้คำว่า ต้อง แสดงให้เห็นการบอกให้ทำ “บุญ” ในชาตินี้  
เพราะบุญจะสามารถส่งผลให้ชีวิตหลังความตายที่มีความสุข

ตัวอย่างที่ (182) ถ้าปรารถนาให้กรรมเบาบาง ต้องหมั่นสั่งสมบุญ ทำทาน

รักษาศีล เจริญภาวนา อุทิศส่วนบุญให้กับทุก ๆ ชีวิตที่เรา  
เคยไปล่วงเกินเอาไว้เมื่อละโลกแล้วสิ่งที่เรากระทำไว้จะ  
เป็นประดุจเงาติดตามตัว ถ้าสิ่งที่ทำนั้นเป็นบุญ เป็นความ  
ดี วิชา ก็เป็นสุข ความบันเทิงในสุคติโลกสวรรค์

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึง, ออนไลน์: 195)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าการใช้คำว่า ต้อง แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตใน  
ปัจจุบันกับชีวิตหลังความตาย ซึ่งทำให้เข้าใจได้ว่าการทำบุญในชาติปัจจุบันเป็นการสะสมทรัพย์ใน  
โลกหลังความตาย อีกทั้งบุญยังสามารถลดทอนวิบากกรรมได้อีกด้วย

### จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 6.3.3.2.2 การลำดับความแบบเหตุ-ผล

จากการศึกษาพบว่าวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนนำเสนอชุดความคิดบุญ  
คือสมบัติหลังความตายด้วยกลวิธีทางภาษากำดับความแบบเหตุ-ผล สามารถสะท้อนความคิดเรื่อง  
ผลบุญที่ทำให้ชีวิตหลังความตายมีสมบัติต่าง ๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (183) เมื่อเราอยู่โลกสวรรค์ ถ้าเราทำบุญมาน้อย รัศมีของเราก็

น้อย บริวารของเราก็น้อย วิมานของเราก็น้อย ตอนนั้นจะ  
มานึกน้อยเนื้อต่ำใจว่า รู้แบบนี้...ทำบุญให้เต็มทีก็ดี เราไม่  
ควรจะมีชีวิตอย่างนั้น

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึง, ออนไลน์: 92)



ตัวอย่างนี้ใช้การลำดับความแบบเหตุ-ผล เพื่อให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าบุญมีปริมาณ กล่าวคือ ในพื้นที่ชีวิตหลังความตายผู้ที่มีบุญน้อยก็จะได้รับความสะดวกสบายน้อย ตรงข้ามกับผู้ที่มีบุญมากก็จะได้รับความสะดวกสบายมาก ดังนั้นจากตัวอย่างจึงเป็นการวางเงื่อนไขให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าต้องสะสมบุญไว้มาก ๆ เพื่อที่จะทำให้ชีวิตหลังความตายได้รับความสุขสะดวกสบายมากที่สุด

ตัวอย่างที่ (184) บุญที่เราทำตอนมีชีวิตอยู่จะเป็นที่พึงในปรโลกจะทำให้เรา

ไปเกิดอยู่ ในภาวะที่สูงส่งในสุคติโลกสวรรค์

(คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึง, ออนไลน์: 213)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่ามีการใช้คำว่า *ทำให้* แสดงให้เข้าใจว่าผลของบุญทำให้ชีวิตหลังความตายมีความสุข และหากพิจารณาคำว่า *สูงส่ง* จะเห็นได้ว่าเป็นการต่อยอดความคิดเกี่ยวกับ **ขั้น**ขึ้นด้วยว่าผู้ที่มีบุญมากก็จะได้รับการยอมรับทางสังคมมากกว่าคนอื่น

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย เป็นการปูพื้นฐานทางความคิดเกี่ยวกับการสะสมบุญเพื่อให้มีชีวิตในสัมปรายภพที่สุขสบาย ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกทำบุญของเด็กและเยาวชนทั้งในขณะปัจจุบันและในอนาคตด้วยว่าจะเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายด้วยความเชื่อว่า เพื่อเป็นการสะสมสมบัติไว้ในชีวิตหลังความตายซึ่งบ่งชี้ให้เข้าใจว่าการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายเป็นการทำบุญที่คุ้มค่าและจะส่งผลดีกับผู้ที่เลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายอย่างแน่นอน

#### 6.3.4 สรุปผลการวิเคราะห์ชุดความคิดที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาที่พบในกลุ่มเด็กและเยาวชน

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่ากลวิธีทางภาษาในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย มีกลวิธีทางภาษาสำคัญ 3 กลวิธี ได้แก่ การใช้คำแสดงทัศนภาวะ การลำดับความแบบเหตุ-ผล และการใช้อุปลักษณ์ ในการหล่อหลอมพฤติกรรมกรรมการทำบุญที่พึงประสงค์โดยตรง โดยเริ่มจาก 1) การใช้คำแสดงทัศนภาวะ โดยเฉพาะการเลือกใช้คำว่า “ต้อง” + “คำกริยาที่พึงประสงค์”

เพื่อบอกสิ่งที่ต้องการให้เด็กทำอย่างตรงไปตรงมา 2) การลำดับความแบบเหตุ-ผล เพื่อชี้ให้เห็นผลดีที่ได้รับจากการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย และ 3) การใช้อุปลักษณ์ เพื่อเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับอานุภาพของบุญอย่างเป็นรูปธรรม

ชุดความคิดในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย เป็นวิธีการกำหนดพฤติกรรมและหล่อหลอมให้เด็กกลายเป็นสมาชิกของวัดพระธรรมกายอย่างถาวร ทั้งนี้จากกล่าวได้ว่าตัวบทวาทกรรมสื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้เด็กมีความใกล้ชิดกับวัดพระธรรมกาย และเมื่อมีกิจกรรมงานบุญเด็กจะนึกถึงการทำบุญกับวัดพระธรรมกายจนกระทั่งเมื่อเด็กโตขึ้นก็จะเป็นสมาชิกผู้ศรัทธาที่เหนียวแน่นของวัดพระธรรมกายในที่สุด

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย มุ่งปลูกฝังความคิด ความเชื่อ และความศรัทธาใน “บุญ” ตามแนวทางการสอนของวัดพระธรรมกาย ดังนั้นวาทกรรมเหล่านี้จึงสามารถแทรกซึมและแพร่กระจายไปสู่สังคมได้ง่ายอย่างกว้างขวาง การที่วาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำเสนออุดมการณ์ผ่านชุดความคิดเหล่านี้ ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นการสร้างความคุ้นเคยระหว่างเด็กกับสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย เมื่อเด็กได้รับสื่อบ่อยมากยิ่งขึ้นเท่าใดก็มีโอกาสที่จะเปิดรับอุดมการณ์ที่สอดแทรกผ่านสื่อได้มากขึ้นเท่านั้น

หากพิจารณาชุดความคิดทั้งหมดที่ผู้วิจัยเห็นว่าการหล่อหลอมให้เด็กมีสถานะเป็นผู้ยอมรับและเชื่อฟัง อันนำไปสู่การโน้มน้าวและชี้นำทางความคิดได้ง่าย เมื่อเด็กเชื่อฟังและปฏิบัติตามเป็นสมาชิกที่พึงประสงค์อย่างเคร่งครัด ก็มีโอกาสที่เด็กจะปฏิบัติคำสอนที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

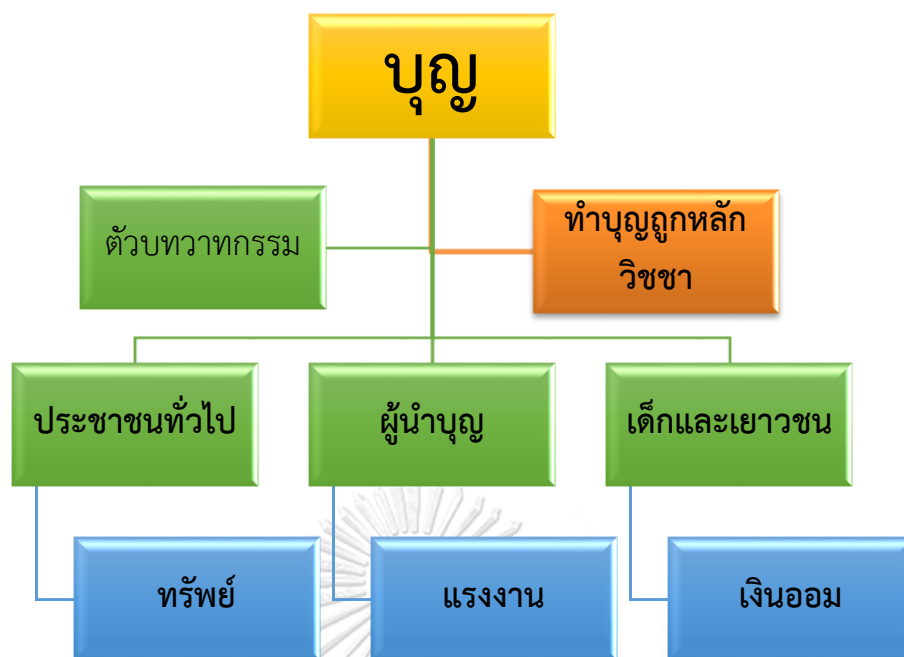
ชุดความคิดสำคัญในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายในงานวิจัยนี้จะเห็นได้ว่า ผลของอุดมการณ์สามารถปลูกฝังความคิดเกี่ยวกับการทำบุญใน 2 ระดับ กล่าวคือ ประการแรก ในวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย มุ่งปลูกฝังความคิด ความเชื่อ และความศรัทธาเรื่อง “บุญ” ตามแนวทางการสอนของวัดพระธรรมกาย ซึ่งสื่อสำหรับเด็กสามารถหล่อหลอมความคิดให้เด็กศรัทธาเรื่อง “บุญ” และ “อานิสงส์ของบุญ” ซึ่งความคิดเหล่านี้ไม่ขัดกับแนวทางการทำบุญในปริบทพุทธศาสนาทั่วไปในสังคมไทย และอาจสอดคล้องกับอุดมการณ์ในสังคมไทยได้เป็นอย่างดีอีกด้วย ดังนั้นยังส่งผลให้สื่อสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายได้รับการสนับสนุนและยอมรับจากพ่อแม่หรือผู้ปกครองด้วย อุดมการณ์นี้ตอกย้ำให้เด็กเข้าใจและเชื่อว่าบุญมีอำนาจต่อสู้กับบาปได้ และเมื่อมีบุญมากชีวิตหลังความตายก็จะมีความสุข

ประการที่สอง ชุดความคิด “วิธีการทำบุญที่พึงประสงค์” ส่งผลให้เป็นการกำหนดพฤติกรรมการทำบุญแบบสะสม โดยเชื่อว่าวิธีการทำบุญที่ถูกต้องและได้รับผลคุ้มค่ากว่าการทำบุญที่อื่น โดยบุญที่เด็กจะเลือกสะสมนั้นก็คือการเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย และเมื่อเด็กเหล่านี้โตขึ้นก็จะกลายเป็นการสืบทอดผู้ศรัทธาที่เลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายอย่างเหนียวแน่น ทั้งนี้เป็นเพราะการถูกปลูกฝังผ่านวาทกรรมสื่อสำหรับเด็กตั้งแต่ครั้งเยาว์วัย

ดังนั้นจากที่กล่าวมาทำให้เห็นได้ว่าวาทกรรมสำหรับเด็กที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีกระบวนการตอกย้ำทางความคิดด้วยการสร้างเด็กดีที่พึงประสงค์ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายในปัจจุบัน และในขณะเดียวกันยังเป็นการสร้างพุทธสาวกตามแนวทางของวัดพระธรรมกายในอนาคตอีกด้วย

#### 6.4 สรุป

จากที่กล่าวมาทั้งหมดการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายสำหรับกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม คือ กลุ่มประชาชนทั่วไป กลุ่มผู้นำบุญ และกลุ่มเด็กและเยาวชน มีการเลือกใช้กลวิธีที่หลากหลายและแตกต่างกัน โดยกลวิธีทางภาษาที่ปรากฏในสื่อแต่ละกลุ่มจะมีบทบาทหน้าที่ในการชี้นำทางความคิดที่แตกต่างกันด้วย กล่าวคือ กลุ่มประชาชนทั่วไป มุ่งเน้นใช้กลวิธีทางภาษาเพื่อสร้างต้นแบบของผู้สะสมบุญด้วยความศรัทธาและโน้มน้าวใจให้เลือกทำบุญด้วยปัจจัยกับวัดพระธรรมกาย ส่วนกลุ่มผู้นำบุญ มุ่งเน้นใช้กลวิธีทางภาษาเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างสมาชิกอาสาสมัคร ตลอดจนสร้างแรงจูงใจในการทำบุญด้วยการเสียสละร่างกายและกลุ่มเด็กและเยาวชน มุ่งเน้นใช้กลวิธีทางภาษาเพื่อปลูกฝังความรู้สึกใกล้ชิดกับวัดพระธรรมกาย ตลอดจนปูพื้นฐานลักษณะนิสัยการรักการทำบุญ ทั้งนี้เพื่อเติบโตขึ้นเป็นผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายอย่างเต็มตัวต่อไป เห็นได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 40 แผนผังชุดความคิดเกี่ยวกับบุญในสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

จากแผนภาพจะเห็นได้ว่า “บุญ” ของวัดพระธรรมกายถูกนำเสนอผ่านตัวบวหาทกรรม มีผลในการกำหนด “วิธีการบุญ” ต่างกันไปตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ กล่าวคือ กลุ่มประชาชนทั่วไป จะทำบุญด้วยการบริจาคทรัพย์ กลุ่มผู้นำบุญจะทำบุญด้วยแรงงานของตนเอง และกลุ่มเด็กและเยาวชนจะเริ่มบริจาคเล็กน้อยเพื่อเป็นการเรียนรู้การวิธีทำบุญกับวัดพระธรรมกาย อย่างไรก็ตามสิ่งที่ทำให้ “บุญ” ของวัดพระธรรมกายมีความพิเศษกว่า “บุญอื่น” ก็คือตัวบวหาทกรรมจะตอกย้ำอยู่เสมอว่าการทำบุญกับวัดพระธรรมกายคือ “การทำบุญที่ถูกหลักวิชา” ส่งผลให้ผู้ศรัทธาเลือกกรรมบุญกับวัดพระธรรมกายเพราะเห็นว่า “เป็นความจริง” หรือ “เป็นวิธีถูกต้อง”

กลวิธีทางภาษาที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่จำแนกตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อทั้ง 3 กลุ่มนี้ สามารถจำแนกบทบาทหน้าที่ของกลวิธีทางภาษาได้ 3 บทบาทหน้าที่ คือ 1) การสร้างต้นแบบการทำบุญ 2) การสร้างความเชื่อเรื่องบุญ และ 3) การโน้มน้าวใจให้ทำบุญ ซึ่งสามารถจำแนกเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 11 ชุดความคิดที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษาในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

ชุดความคิดสำคัญ	ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย				ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกาย			ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกาย			
	ชุดความคิดบุญของวัดพระธรรมกายเป็นสิ่งพิเศษ	ชุดความคิดบุญคือการเป็นสมาชิกผู้ทำบุญที่พึงประสงค์	ชุดความคิดบุญของสมาชิกผู้ทำบุญเป็นบุญที่พิเศษสุด	ชุดความคิดบุญคือการเป็นเด็กดี	ชุดความคิดวิธีการทำบุญที่ถูกหลักวิชาคือการทำทาน	ชุดความคิดวิธีการทำบุญของผู้ทำบุญคือการทำภารกิจของวัดพระธรรมกาย	ชุดความคิดวิธีการทำบุญที่พึงประสงค์	ชุดความคิดอานิสงส์ของบุญคือปวงภูมิหารีย์	ชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย	ชุดความคิดการทำบุญทำให้ได้รับความสุข	ชุดความคิดบุญคืออำนาจ
ชุดความคิด  กลวิธีทางภาษา											
กลวิธีสร้างต้นแบบการทำบุญ	กลวิธีทางภาษากลุ่มสหบท										
	การใช้สหบท				ด						
	การใช้สหวาทกรรม	ป									
	การเล่าเรื่อง/เรื่องเล่า/ตำนาน	ป				ป		ป	ป	ป	
	การอ้างความปรารถนาของพระโพธิสัตว์									น	
	การอ้างข้อมูลจากพระไตรปิฎก							ป			
	การอ้างพุทธพจน์/โอวาท					ป					
	การอ้างโบราณ							ป			
การขยายความเกี่ยวกับความเชื่อตามคติพุทธศาสนา								ป			
กลวิธีแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุญกับอานิสงส์	กลวิธีทางภาษาแบบเหตุ-ผล										
	การบอกผลลัพธ์ของบุญอย่างเป็นรูปธรรม							ป	ป		
	การเรียงเรียงความแบบอานิสงส์วิคฤณ							ป			
	การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเงื่อนไข					ป	น			น	
	การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล						น			ป	
	การลำดับความแบบเหตุผล								ด		ด
	การสร้างสภาวะนิพพานและ						น	ป			

	พระธรรมกายให้มีตัวตน											
	การใช้กลวิธีปุจฉา-วิสัชนา							ด				
กลวิธีนำความคิดเกี่ยวกับบุญ	กลวิธีทางภาษาด้านการใช้คำ และความเปรียบ											
	การเลือกใช้คำศัพท์	ป	น			ป	น	ด	ป	ป	ป	
	การใช้คำที่มีภพปรากฏร่วมกัน						น				น	
	การใช้คำแสดงทัศนภาวะ		น					ด		ด		ด
	การใช้คำคม/คำขวัญ/คำ ประพันธ์/วาทศิลป์		น								ป	
	การใช้อุปมาอุปไมย		น			ป		ด			ป	ด
	การใช้บุคคลิขฐาน											ด

### คำอธิบายอักษรย่อ

- ป** หมายถึง ลี้อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป
- น** หมายถึง ลี้อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มผู้นำบุญ
- ด** หมายถึง ลี้อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน

จากตารางข้างต้นจะสังเกตเห็นได้ว่ากลวิธีทางภาษาสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลวิธีทางภาษากลุ่มสหบท จำแนกได้ 8 กลวิธี 2) กลวิธีทางภาษาแบบเหตุ-ผล จำแนกได้ 7 กลวิธี และ 3) กลวิธีทางภาษาด้านการใช้คำ และความเปรียบ จำแนกได้ 6 กลวิธี ดังตาราง

ในด้านบทบาทหน้าที่ของกลวิธีทางภาษาจะเห็นได้ว่า กลวิธีทางภาษามีความสัมพันธ์กับบทบาทหน้าที่ กล่าวคือ 1) กลวิธีทางภาษากลุ่มสหบทสัมพันธ์กับบทบาทหน้าที่สร้างต้นแบบการทำบุญ 2) กลวิธีทางภาษาแบบเหตุ-ผลสัมพันธ์กับบทบาทหน้าที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุญกับอานิสงส์ และ 3) กลวิธีทางภาษาด้านการใช้คำ และความเปรียบสัมพันธ์กับบทบาทหน้าที่ชี้้นำความคิดเกี่ยวกับบุญ

นอกจากนี้หากพิจารณาบทบาทหน้าที่ของกลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการทำบุญ จากตารางจะเห็นได้ว่า วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญที่สุด คือ การสื่อชุดความคิดเพื่อกำหนดพฤติกรรมกรรมการทำบุญ เมื่อพิจารณาจำแนกตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อแล้ว จะเห็นได้ว่าสื่อแต่ละกลุ่มเป้าหมายนั้น มีสัดส่วนของบทบาทหน้าที่แตกต่างกัน กล่าวคือ 1) สื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป มีบทบาทสำคัญ คือ การสร้างต้นแบบการทำบุญ ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะกลุ่มประชาชนทั่วไปที่วัดพระธรรมกายต้องการ ก็คือคุณลักษณะการทำบุญอย่างทุ่มเท 2)

สื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญ บทบาทสำคัญ คือ การสร้างความเชื่อเรื่องบุญ ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะกลุ่มผู้นำบุญที่วัดพระธรรมกายต้องการ ก็คือคุณลักษณะการทำบุญด้วยการเสียสละแรงกายโดยเชื่อว่าจะได้บุญมากกว่ากลุ่มอื่น และ 3) สื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน บทบาทสำคัญ คือ การปลูกฝังนิสัยรักการทำบุญให้ติดตัวไปในอนาคต

หากพิจารณาชุดความคิดเกี่ยวกับบุญทุกกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อทั้งหมด โดยรวมจะสังเกตได้ว่า วัตถุประสงค์สำคัญในการต่อยอดคุณธรรม “บุญ” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายสามารถสรุปได้ 3 ประการ ดังนี้

1) “บุญ” ของวัดพระธรรมกายเป็นสิ่งพิเศษและมีปริมาณ 2) “การทำบุญ” ที่ถูกหลักวิชาธรรมกายคือการบริจาคทาน และ 3) “ผลของบุญ” ทำให้ได้รับความสุขอย่างปาฏิหาริย์ตลอดจนสามารถแลกสมบัติในชาตินี้และชาติหน้าอย่างเป็นอัศจรรย์

ชุดความคิดทั้งหมดที่วาทกรรมนำเสนอส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการทำบุญ 3 ประการ คือ 1) การทำบุญแบบขวนขวาย 2) การทำบุญแบบทุ่มเท และ 3) การทำบุญแบบสะสมบุญ เพราะเชื่อว่าจะได้านิสงส์หรือปริมาณบุญมากกว่าการทำบุญอื่น สามารถเห็นผลได้อย่างรวดเร็วในชาตินี้ และส่งผลอย่างแน่นอนในชาติหน้า สรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 12 อุดมการณ์ที่สัมพันธ์กับชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ”

อุดมการณ์ “บุญ”	“บุญ” ของวัดพระธรรมกาย				“วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกาย			“อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกาย			
	ชุดความคิดพิเศษ	ความคิดบุญคือการเป็นสมาชิกผู้นำบุญที่พึงประสงค์	ชุดความคิดบุญของสมาชิกผู้นำบุญเป็นพิเศษ	ชุดความคิดบุญคือการเป็นเด็กดี	ชุดความคิดวิธีการทำบุญที่ผูกพันวิถีชีวิตประจำวัน	ชุดความคิดวิธีการทำบุญของผู้นำบุญคือการทำภารกิจของวัดพระธรรมกาย	ชุดความคิดวิธีการทำบุญที่พึงประสงค์	ชุดความคิดอานิสงส์ของบุญคือปฎิหาริย์	ชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย	ชุดความคิดการทำบุญทำให้ได้รับความสุข	ชุดความคิดบุญคืออำนาจ
ชุดความคิด กลวิธีทางภาษา											
การทำบุญแบบชวนชวายเป็น	✓			✓	✓		✓		✓	✓	
การทำบุญแบบทุ่มเท	✓	✓			✓	✓		✓			
การทำบุญแบบสะสม	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

การวิเคราะห์ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ในบทนี้ทำให้มองเห็นว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการครอบงำวิธีคิดเกี่ยวกับการทำบุญโดยหวังผลตอบแทนที่ปรากฏในตัวบทผ่านกลวิธีทางภาษาอย่างไร รวมถึงชี้ให้เห็นว่าแท้จริงแล้วกลวิธีทางภาษาในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีช่องทางในการแพร่กระจายสู่ผู้บริโภควาทกรรมต่างกลุ่มกันได้ เพราะสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายทุกประเภทมีการแพร่กระจายสู่กลุ่มผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง

ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นอุดมการณ์ “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับอุดมการณ์ของฟาน ไค้ (van Dijk, 1996) ทั้งนี้ อุดมการณ์ “บุญ” ของวัดพระธรรมกายเป็นระบบความคิดความเชื่อของคนกลุ่มผู้ศรัทธา ตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายได้ผ่านกระบวนการทางสถาบัน กล่าวคือ ผ่านสถาบันศาสนาซึ่งเป็นหนึ่งในสถาบันหลักของสังคมไทย และผ่านกระบวนการทางปรีชาญาณของผู้บริโภควาทกรรมอันมีผลต่อความคิดและพฤติกรรมการทำบุญของผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย



บทถัดไปผู้วิจัยจะวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถากับแนวคิดของวัดพระธรรมกายจากมุมมองเชิงวิพากษ์ เพื่อให้เห็นว่า วาทกรรม “บุญ” ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีวิธีการผสมผสานแนวคิดเรื่อง “บุญ” ที่มีอยู่เดิม และตีความความคิดเรื่องบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายอย่างไร



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## การเปรียบเทียบแนวคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถากับแนวคิดของ วัดพระธรรมกายจากมุมมองเชิงวิพากษ์

### 7.1 การเปรียบเทียบแนวคิดการทำบุญในพุทธศาสนากับแนวคิดการทำบุญของวัดพระธรรมกาย

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่าการถ่ายทอดความคิดเรื่อง “บุญ” ผ่านหลายชุดความคิด โดยสื่อความคิดว่าการทำบุญเป็นสิ่งที่พึงประสงค์ ทุกคนควรทำ “บุญ” เพราะ “บุญ” เป็นความดี และการทำความดีสามารถนำความสุขมาให้ แต่สิ่งที่น่าสนใจและต่างจากพระไตรปิฎกและอรรถกถา คือ การกล่าวถึงอานุภาพหรืออานิสงส์ของบุญที่จะเกิดขึ้นกับตนเอง โดยเฉพาะทรัพย์สมบัติ ซึ่งสื่อความคิดว่าเมื่อมีสมบัติมากเท่าใดเป็นเพราะมีบุญมากเท่านั้น และหากมีทรัพย์สมบัติมากก็ควรทำบุญให้มากยิ่งขึ้น ๆ ขึ้นไป เพื่อเป็นการสะสมบุญให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสื่อนัยทางความคิดได้ว่ายิ่งทำบุญมากก็จะยิ่งทำให้มีสมบัติมากขึ้นตามไปด้วย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (185) พุทธเจ้าถึงได้ตรัสว่า “สุโข บุญสุส อัจฉโย การสั่งสมบุญ เป็นเหตุนำสุขมาให้” เพราะบุญจะมีอานุภาพดึงดูดสิ่งที่ดี มาสู่ตัวเรา เหมือนแม่เหล็กขนาดใหญ่ที่ดึงดูดธาตุเหล็กต่าง ๆ ให้เข้ามาหา บุญจะดึงดูดสมบัติต่าง ๆ เข้ามาให้เรา ได้ใช้สร้างบุญบารมีอย่างสะดวกสบาย แม้จะหวังผลหรือไม่ก็ตาม แต่อานุภาพแห่งบุญบันดาลให้สิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นสำเร็จเป็นอัศจรรย์ ผู้ที่สั่งสมบุญเป็นประจำจะไม่มีวันตกต่ำมีแต่เจริญ ๆ ขึ้นไป ดังเรื่องราวต่อไปนี้

(v-peace, มกราคม 2556 ฉบับที่ 12: 7)

ข้อความนี้มีการยกพุทธพจน์เกี่ยวกับความสุขขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าซึ่งเป็นข้อความในอรรถกถา แต่มีการขยายความตามบริบทว่าบุญจะดึงดูดสิ่งที่ดี สิ่งที่ดีนั้นก็คือสมบัติ เมื่อมีสมบัติมากก็ควรทำบุญให้มาก ซึ่งเมื่อทำบุญมากก็จะมีแต่ความเจริญ หากพิจารณาพระไตรปิฎกและอรรถกถาก็จะเห็นได้ว่าองค์สัมมาสัมพุทธเจ้ามุ่งอธิบายแนวความหมายของบุญเป็นไปในทางความ

เจริญทางจิตใจ ซึ่งต่างจากบริบทในตัวอย่างดังกล่าว ซึ่งตีความได้ว่าควรเจริญในที่นี้หมายถึงควร  
เจริญทางโลกมิใช่ความเจริญทางธรรม

ตัวอย่างที่ (186) สำหรับพวกเราชาวพุทธก็มีการเฉลิมฉลองปีใหม่เช่นกัน แต่  
ไม่ได้เน้นที่ความสนุกสนานบันเทิงเพียงอย่างเดียว เรายัง  
ยึดมั่นในเรื่องของคุณธรรมความดี สั่งสมบุญกุศลด้วยการ  
ทำบุญในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อต้อนรับปีใหม่ เพราะเชื่อว่า  
“บุญเท่านั้นที่อยู่เบื้องหลังของความสุขและความสำเร็จใน  
ชีวิต”

(v-peace, มกราคม 2556 ฉบับที่ 12: 8)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำเสนออุดมการณ์เรื่อง  
“บุญ” ผ่านชุดความคิดการทำบุญทำให้ได้รับความสุข ดังนั้นผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายจึงต้องสะสม  
บุญเพื่อความสุขและความสำเร็จในชีวิต ซึ่งการสะสมบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายก็คือการ  
ร่วมกิจกรรมที่วัดพระธรรมกายจัดในโอกาสต่าง ๆ จากตัวอย่างข้างต้นก็เป็นการนำเสนอโดยนัยว่า  
พุทธศาสนิกชนควรทำบุญในโอกาสขึ้นปีใหม่ ซึ่งในขณะที่เดียวกันวัดพระธรรมกายก็จัดกิจกรรมใน  
โอกาสนี้ด้วย จึงเป็นช่องทางที่เปิดโอกาสให้พุทธศาสนิกชนมาร่วมกิจกรรมเพื่อสะสมบุญต่อไป

ตัวอย่างที่ (187) เราจะเห็นได้ว่า ... คนที่ทำบุญไว้มาก ๆ จะไม่มีวันอด  
อยากยากจนอย่างเด็ดขาด และไม่มีวันตกต่ำอีกด้วย แม้  
เศรษฐกิจจะดิ่งลง แต่จิตใจกลับสูงขึ้น เพราะอานุภาพบุญ  
จะช่วยเกื้อกูลให้เจริญรุ่งเรืองไม่มีที่สิ้นสุด

(v-peace, มกราคม 2556 ฉบับที่ 12: 8)

นอกจากนี้วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายยังเสนอชุดความคิดเรื่อง **อานิสงส์ของ  
บุญคือปาฏิหาริย์** กล่าวคือผู้ที่สะสมบุญไว้มากนัยหมายถึงการทำบุญกับวัดพระธรรมกายมีอานุภาพ  
มาก สามารถช่วยให้ไม่พบวิกฤติในชีวิต โดยเฉพาะวิกฤติทางเศรษฐกิจซึ่งมีความสัมพันธ์กับวิธีการ  
ทำบุญของผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย

การทำบุญที่ปรากฏในพระไตรปิฎกและอรรถกถาเรียกว่า “บุญกริยาวัตถุ” มาจากคำว่า  
“บุญกริยา” กับคำว่า “วัตถุ” แยกอธิบายความหมายได้ดังนี้ **บุญกริยา** หมายถึง การตั้งใจ บำเพ็ญ

บุญ และ วัตถุ หมายถึงที่ตั้งหรือเหตุให้เกิดอนิสงส์ต่าง ๆ ดังนั้น บุญกิริยาวัตถุ จึงหมายถึงการบำเพ็ญบุญอันเป็นที่ตั้งหรือเป็นเหตุให้เกิดอนิสงส์

(อง.อภฺรฺก.อ. 3 ข้อ 36: 256-257, ขุ.อิติ.อ. 60: 232, อง.อภฺรฺก.ฎีกา 3 ข้อ 36: 292-293)

ในพระไตรปิฎกกล่าวถึงบุญกิริยาวัตถุไว้ 3 ประการ ได้แก่ ทาน ศีล และการภาวนา และในอรรถาธิบายเพิ่มอีก 7 ประการ จึงเรียกว่า “บุญกิริยาวัตถุ 10” ดังข้อความต่อไปนี้

จริงอยู่ พระสูตรนี้พระผู้มีพระภาคตรัสแล้ว พระสูตรนี้พระผู้มีพระภาคผู้เป็นพระอรหันต์ตรัสแล้ว เพราะเหตุนั้นข้าพเจ้าได้สดับมาแล้วว่า ดูกฤกษ์ทั้งหลาย บุญกิริยาวัตถุ 3 ประการนี้ 3 ประการเป็นไฉน คือทานมัยบุญกิริยาวัตถุ 1 ศีลมัยบุญกิริยาวัตถุ 1 ภาวนามัยบุญกิริยาวัตถุ 1 ดูกฤกษ์ทั้งหลาย บุญกิริยาวัตถุ 3 ประการนี้แล ฯ

(อิตฺวุตตะกะ ติกนิบาต วรรคที่ 2 1 บุญกิริยาวัตถุสูตร เล่มที่ 25: 246 บรรทัด 5574-5590)

บุญกิริยาวัตถุที่ปรากฏในพระไตรปิฎกเรียกว่า “บุญกิริยาวัตถุ 3” ประกอบด้วยทานมัย คือ การทำบุญด้วยการให้ทาน ศีลมัย คือ การทำบุญด้วยการรักษาศีล และภาวนามัย คือ การทำบุญด้วยการฝึกจิต หากพิจารณาหลักบุญกิริยาวัตถุ 3 ให้ละเอียดอาจกล่าวได้ว่าการทำทาน ทำให้ผู้กระทำได้บุญ คือ ได้รับความสุขทางใจจากการให้ การรักษาศีลทำให้ผู้รักษาศีลได้บุญเพราะไม่เบียดเบียนผู้อื่นจึงทำให้มีความสงบไม่เดือดร้อน และการฝึกจิตทำให้ผู้กระทำได้บุญเพราะได้ขจัดกิเลสออกจากใจตนเองซึ่งนำไปสู่การหลุดพ้นตามหลักทางพุทธศาสนา

นอกจากนี้ในคัมภีร์สมังคโลภาสินี อรรถกถา ทีฆนิกาย อธิบายวิธีการทำบุญเพิ่มเติมจากพระไตรปิฎก อีก 7 ประการ ได้แก่ อปจายนมัย, เวยยาวัจจมัย, ปัตติทานมัย, อนุโมทนามัย, ธรรมเทศนามัย, ธรรมสสวนมัย และทิวฐิขุกรรม จึงนับข้อธรรมรวมเป็น “บุญกิริยาวัตถุ 10” ดังข้อความต่อไปนี้

อธิบายว่า บรรดาบุญกิริยาวัตถุทั้ง 7 อย่างนั้น ความอ่อนน้อม (อปจายนมัย) ความชวนชวน (เวยยาวัจจมัย) สงเคราะห์เข้าในศีลมัย การเพิ่มให้ซึ่งส่วนบุญ (ปัตติทานมัย) และการพลอยอนุโมทนาส่วนบุญ (อนุโมทนามัย)

สงเคราะห์เข้าในทานมัย การแสดงธรรม (ธัมมเทศนามมัย)  
และการฟังธรรม (ธัมมัสสวนมัย) สงเคราะห์เข้าใน  
ภาวนามมัย (ส่วน) ความเห็นตรง (ทิฏฐิซุกรรม) สงเคราะห์  
เข้าในบุญกิริยาวัตถุทั้ง 3 อย่าง

(พระสุตตันตปิฎก ขุททกนิกาย อิติวุตตก เล่ม 1 ภาค 4: 386)

จากข้อความข้างต้น สรุปความหมายของข้อธรรมที่เกี่ยวข้องกับวิธีการทำบุญที่ปรากฏ  
ในอรรถกถาอีก 7 ประการได้ดังนี้

อปจายนมัย	การมีความเคารพอ่อนน้อมต่อผู้มีคุณธรรม
เวยยาวัจจมัย	การชวนช่วยช่วยเหลือในกิจที่ชอบ
ปัตติทานมัย	การอุทิศส่วนบุญต่อผู้อื่น
อนุโมทนามัย	การอนุโมทนาบุญที่ผู้อื่นทำ
ธัมมเทศนามมัย	การฟังธรรม
ธัมมัสสวนมัย	การแสดงธรรม
ทิฏฐิซุกรรม	การปรับปรุงความคิดเห็นของตนให้ถูกต้อง

เมื่อพิจารณาวิธีการทำบุญ 7 ประการนี้ จะเห็นได้ว่าเป็นวิธีการในระดับของการฝึกฝน  
ตนเอง กล่าวคือ การมีความเคารพอ่อนน้อมต่อผู้มีคุณธรรมทำให้ผู้กระทำได้บุญเพราะจิตใจจะ  
น้อมนำไปทางเดียวกับผู้มีคุณธรรมจึงสามารถฝึกจิตตนเองได้ การชวนช่วยช่วยเหลือในกิจที่ชอบทำ  
ให้ผู้กระทำได้บุญเพราะได้ฝึกฝนการกระทำของตนเองไปในทางที่ดีจึงสามารถแยกถูกผิดและรู้จัก  
ความเหมาะสม การอุทิศส่วนบุญต่อผู้อื่นทำให้ผู้กระทำได้บุญเพราะทำให้เป็นผู้มีจิตใจโอบอ้อมอารีจึง  
ทำให้เป็นผู้มีเมตตาธรรม การอนุโมทนาบุญที่ผู้อื่นทำให้ผู้กระทำได้บุญ เพราะฝึกใจให้ยินดีในการ  
ทำบุญของผู้อื่นจึงทำให้ไม่เป็นผู้มีจิตริษยา การฟังธรรมทำให้ผู้กระทำได้บุญเพราะได้เรียนรู้หลักธรรม  
คำสอนทำให้เป็นผู้มีความรู้ การแสดงธรรมทำให้ผู้กระทำได้บุญเพราะนอกจากจะเป็นการสอนธรรม  
แก่ผู้อื่นแล้วยังเป็นการทบทวนธรรมของตนเองอีกด้วยจึงทำให้เป็นผู้เชี่ยวชาญในธรรมะ การปรับปรุง  
ความคิดเห็นของตนให้ถูกต้องทำให้ผู้กระทำได้บุญเพราะเป็นการฝึกตนให้รู้จักคิดจึงนำไปสู่การเป็นผู้มี  
ปัญญาแตกฉาน ดังนั้น “บุญ” จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเองและส่วนรวม

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นว่าการทำบุญตามหลักพุทธศาสนาสามารถกระทำได้หลาย  
วิธีที่นอกเหนือไปจากการบริจาคทาน ทั้งการทำบุญด้วยกาย วาจา และใจ ในขณะที่ดับทวารธรรมที่

ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมุ่งเน้นวิธีการทำบุญหลักไปที่การบริจาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริจาคเงิน หรือทองให้กับวัดพระธรรมกาย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ตัวบทสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายชี้แนะแนวความคิดการทำบุญที่มีที่มาจากพุทธศาสนาในสังคมไทย 7 แนวคิด ได้แก่ 1) แนวคิดการทำบุญด้วยทาน 2) แนวคิดการสร้างต้นแบบการทำบุญจากวรรณกรรมอานิสงส์ 3) แนวคิดการอธิบายเรื่องบุญอย่างเป็นรูปธรรมจากวิมานวัตถุ 4) แนวคิดการสร้างบารมีในพุทธศาสนากับแนวคิดการสร้างบุญและบารมีของวัดพระธรรมกาย 5) แนวคิด “สังโยชน์” กับวิธีการทำบุญของวัดพระธรรมกาย 6) แนวคิด “อริยสัจ 4” กับวิธีการทำบุญของวัดพระธรรมกาย และ 7) แนวคิดการทำบุญด้วยการบริจาคเงินกับการถือครองทรัพย์สินของพระสงฆ์ดังนี้

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า วิธีการทำบุญในทางพุทธศาสนาสามารถกระทำได้หลายวิธี และการทำบุญในแต่ละวิธีนั้นก็ล้วนแล้วแต่เป็นการฝึกฝนจิตใจตนเอง เพื่อขัดเกลาจิตใจในจิตใจของตนเอง ให้เบาบางลง ซึ่งผู้ใดก็ตามที่สามารถขจัดกิเลสได้หมดสิ้นผู้นั้นก็จะบรรลุถึงธรรมขั้นสูงสุดในพระพุทธานุชา

### 7.1.1 แนวคิดการทำบุญด้วยทาน

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่ามีการใช้กลวิธีทางภาษาต่าง ๆ เพื่อสื่อความคิดเกี่ยวกับการให้ทานไปพร้อมกับความคิดว่าอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์ โดยมุ่งนำเสนอให้เห็นว่าการทำทานด้วยวัตถุเป็นทานที่ทำได้ยาก ต้องเสียสละแต่เมื่อทำแล้วเกิดความปีติเอิบอิ่มใจมาก และที่สำคัญที่สุดบุญจะส่งผลให้เกิดผลที่พึงประสงค์ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (188) จนได้เริ่มทำบุญกับวัดพระธรรมกาย คือ หล่อหลวงปู่ด้วยทองคำ โดยเอาทองคำทั้งหมดที่เก็บไว้ประมาณ 3 สลึง มาร่วมหล่อกับเขา ซึ่งทำแล้วก็ปลื้มมาก เพราะตลอดชีวิตก็เพิ่งเคยทำบุญเยอะได้ขนาดนี้ และหลังทำบุญก็เริ่มเห็นช่องทางดี ๆ เข้ามาจริง ๆ

(ปฏิบัติการห้ามจน, 2557: 19)

นอกจากนี้วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการผลิตตัวบทผสมผสานข้อธรรมที่เกี่ยวกับหลักธรรมที่ปรากฏในพระไตรปิฎกและอรรถกถา ได้แก่ บุญกิริยาวัตถุตามที่ปรากฏในพระไตรปิฎก ทว่ามีนัยทางความคิดเกี่ยวกับการให้ทานที่มีความสัมพันธ์ในระดับวัตถุทาน เห็นได้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (189) ทานเป็นบ่อเกิดแห่งทรัพย์สมบัติ ศิลเป็นบ่อเกิดแห่งรูป

สมบัติ ภาวนาเป็นบ่อเกิดแห่งคุณสมบัติ

(วารสารอยู่ในบุญ, ตุลาคม 2555: 63)

ตามหลักการของบุญกิริยาวัตถุ การให้ทาน การรักษาศีล และการปฏิบัติภาวนานั้นถือว่าเป็นวิธีการทำบุญอย่างหนึ่ง ซึ่งการให้ทานตามหลักการทางพุทธศาสนาจำแนกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. อามิสทาน คือ ทานที่ให้วัตถุสิ่งของ
2. อภัยทาน จำแนกเป็น 5 ประเภท คือ 1) มหาทาน ทานนี้เป็นทานใหญ่อันยิ่งยวดมากกว่าการให้วัตถุสิ่งของต่าง ๆ เพราะเป็นทานที่ให้ความไม่มีความไม่มีเวร ไม่มีภัย ไม่เบียดเบียนกัน เป็นทานที่ทำให้โลกเกิดความสงบสุข 2) การให้อภัย ไม่ผูกโกรธ 3) การไม่เบียดเบียนสัตว์ทั้งหลาย 4) การปล่อยให้สัตว์ได้เป็นอิสระ 5) การให้อภัยแก่นักโทษ
3. ธรรมทาน การให้ปัญญาเป็นทาน คือ การให้คำสอนที่ถูกต้องขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าเพื่อเป็นทานแก่คนทั่วไป พระพุทธองค์สรรเสริญว่าเป็นทานที่เลิศกว่าทานทั้งปวง (อ.อัฐฐา, 2551: 233-234)

จากตัวอย่างข้างต้นการทำทานเพื่อให้บังเกิดอานิสงส์เป็นสมบัตินั้นเป็นการให้ทานในระดับอามิสทาน แต่ทานที่ได้รับยกย่องอย่างสูงสุดคือธรรมทาน วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำเสนอความคิดนี้ไว้อย่างแยบคาย หากกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายมองว่าวาทกรรมที่เผยแพร่โดยวัดพระธรรมกายคือธรรมทานแล้ว วาทกรรมเหล่านี้จะถูกตีตราความถูกต้องและถูกให้คุณค่าในสถานะหลักธรรมคำสอนในระดับเดียวกับพระวาจาขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า

### 7.1.2 แนวคิดการสร้างต้นแบบการทำบุญจากวรรณกรรมอานิสงส์

วรรณกรรมอานิสงส์ที่เน้นเรื่องทานซึ่งมีเป็นจำนวนมากในวัฒนธรรมพุทธศาสนาไทย สัมพันธ์กับวัฒนธรรมและประเพณีไทย และสะท้อนให้เห็นความสำคัญของค่านิยมในการทำทานในสังคมไทยอย่างเด่นชัด “การให้ทาน” ในวรรณกรรมอานิสงส์ หมายถึง การถวายทานประเภทต่าง ๆ แต่พระพุทธเจ้าและพระสงฆ์ การบูชาสักการะพระพุทธเจ้าและปูชนียวัตถุสถานในพุทธศาสนา เช่น พระพุทธรูป พระสถูปเจดีย์ ด้วยอามิสต่าง ๆ การสร้างสาธารณะประโยชน์แก่วัดและชุมชน รวมทั้ง บุญพิธีที่มีการถวายทานเป็นแกนหลักของพิธี (อาทิตย์ ชีรวณิชย์กุล, 2552: 165)

จากการวิเคราะห์ด้วยทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย พบว่ามีการนำวรรณกรรมอานิสงส์มาเป็นส่วนหนึ่งของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป และสื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (190) นางยังให้ช่างทำหม้อที่เต็มไปด้วยรัตนะอันล้ำค่าต่าง ๆ ไปประดับเจดีย์ ระหว่างหม้อทุก ๆ 8 หม้อมีวัตถุที่ควรบูชาทำด้วยทอง ตั้งไว้ที่ประตูทั้ง 4 ของเจดีย์ยังมีเสาระเนียดทำด้วยรัตนะ มีแท่นที่ทำด้วยรัตนะ มีธงรัตนะ และปลูกดอกไม้ น้ำสวยงามในคูน้า ทำให้บริเวณเจดีย์งดงามและรุ่งเรืองสว่างไสวราวกับพระอาทิตย์ส่องแสง นางและท่านเศรษฐีบูชาพระสัมมาสัมพุทธเจ้าและถวายทานแต่พระสงฆ์ตลอดชีวิต เมื่อละโลกแล้ว นางได้ไปเกิดในสวรรค์ มีทิพยสมบัติอันอลังการ เวียนว่ายตายเกิดอยู่แต่ในสุคติภูมิ เคียงคู่เศรษฐีผู้เป็นสามีเสมือนเงาที่ติดตามตัวไปชาติหนึ่ง ในยุคที่ไม่มีพระสัมมาสัมพุทธเจ้ามาบังเกิด เศรษฐีสามีได้เป็นพระราชอาแห่งกรุงพาราณสี นางได้เป็นพระมเหสีของพระราชอา และเป็นที่โปรดปรานของพระราชอายิ่งกว่าใคร ๆ เพราะมีความรักความผูกพันกันมาแต่ภพชาติก่อน วันหนึ่งนางได้ถวายบิณฑบาตแต่พระปัจเจกพุทธเจ้า 8 พระองค์ และสร้างมณฑปแก้วประดับทอง ที่งดงามมาก สูง 100 ศอก แล้วอาราธนาพระปัจเจกพุทธเจ้าเข้ามารับมหาทาน



ชาติต่อมา นางได้มาเกิดในตระกูลกุมภีที่มั่งคั่ง ครั้นเจริญวัยขึ้น นางได้แต่งงานกับชายในตระกูลที่มั่งคั่งเช่นกัน... พระภัททกาปิลาณีสรางบุญในพระพุทธศาสนาหลายภพหลายชาติ และเคยถวายทองคำบูชาพระสัมมาสัมพุทธเจ้าหลายครั้ง ทำให้ท่านสมบูรณ์พร้อมด้วยรูปสมบัติ คือเกิดมามีรูปร่างงามทุกชาติ และสมบูรณ์พร้อมด้วยทรัพย์สมบัติ คือได้เกิดในตระกูลเศรษฐี มีชีวิตความเป็นอยู่ที่สุขสบาย ในชาติสุดท้าย ท่านมีเพียงรูปร่างและร่ำรวยเท่านั้น แต่ยังได้บรรลุนิพพานเป็นพระอรหันต์ สมบูรณ์พร้อมด้วยคุณสมบัติทั้งปวง คือถึงพร้อมด้วยปฏิสัมภิทาญาณ 4 วิชชา 3 วิโมกข์ 8 อภิญญา 6 และยังสามารถในการระลึกชาติจนกระทั่งพระสัมมาสัมพุทธเจ้าทรงยกย่องท่านไว้ในตำแหน่งเป็นเลิศกว่าภิกษุณีทั้งหลายในด้านผู้บุพเพนิวาสานุสสติญาณเป็นภิกษุณี 1 ในจำนวน 13 รูป ที่ได้รับแต่งตั้งให้เป็นเอตทัคคะ

พวกเราทั้งหลายที่เคยสร้างบารมีมาหลายภพหลายชาติเช่นกัน มิฉะนั้นคงไม่ได้เกิดมาเป็นมนุษย์ ไม่ได้มาสร้างบารมีอย่างทุกวันนี้และหลาย ๆ คนอาจเคยทำบุญด้วยทองคำบ้างเล็กน้อย ในปัจจุบันนี้หากมีโอกาสได้ทำบุญด้วยทองคำอีก ก็ควรทำให้ยิ่ง ๆ ขึ้นไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าได้ทำกับเนืองนาบุญที่เปี่ยมไปด้วย ศีล สมาธิ ปัญญา ดังเช่น พระเดชพระคุณพระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) หลวงปู่ วัดปากน้ำ ภาษีเจริญ บุญก็จะแรงมากแม้ทำเพียงเล็กน้อย อานิสงส์แห่งบุญก็จะส่งผลมหาศาลเกินคาดคิด ยิ่งทำมาก อานิสงส์ยิ่งมาก และเมื่อบุญมีกำลังมากพอ ความสุขความสำเร็จจะบังเกิดขึ้นกับเราอย่างเป็นอัศจรรย์ในปัจจุบันชาตินี้เลย โดยไม่ต้องรอให้ถึงชาติหน้า เพราะบุญ

สามารถดึงดูดสิ่งดี ๆ คนดี ๆ ของดี ๆ ช่องทางดี ๆ โอกาสดี ๆ ให้เข้ามาในชีวิตของเราได้อย่างไม่คาดฝัน และสามารถขจัดปิดเป่าปัญหาต่าง ๆ ให้มลายหายสูญ วิชากรรมที่ทำให้เกิดทุกข์ โศก โรค ภัย ก็จะถูกตัดรอนให้เบาบางลงหรือหมดสิ้นไปอย่างฉับพลันทันทีในปัจจุบันชาตินี้เลย ดังเรื่องราวของพระภัททกาปิลาณีที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

(ทองคำ : เอกสารออนไลน์, 6-17)

จากตัวอย่างจะเห็นว่ามีการนำเรื่องพระภัททกาปิลาณี ซึ่งเป็นเรื่องที่ปรากฏอยู่ในอรรถกถาพระสุตตันตปิฎก เรื่องลักษณะดังกล่าวนี้จัดว่าเป็นวรรณกรรมอันสงฆ์ เพราะแก่นเรื่องสำคัญต้องการนำเสนอผลที่ได้รับจากการทำบุญเพื่อให้พุทธศาสนิกชนเกิดความศรัทธาในบุญ

วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำวรรณกรรมอันสงฆ์ดังกล่าวมาผลิตซ้ำในช่วงเวลาที่จะจัดกิจกรรมหล่อพระทองคำ ซึ่งในส่วนท้ายเรื่องผู้ผลิตวาทกรรมแสดงเจตนาชัดเจนว่าต้องการให้ผู้รับวาทกรรมร่วมทำบุญกับวัดพระธรรมกาย ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าผู้ผลิตวาทกรรมเลือกนำตัวบทที่มีอยู่เดิมในบริบทพุทธศาสนานำมาผลิตซ้ำ โดยแฝงเจตนาที่จะเรียกร้องการทำบุญจากผู้ศรัทธาด้วยการนำวรรณกรรมอันสงฆ์มาเป็นต้นแบบให้ผู้บริโภคตั้งใจทำบุญอย่างทุ่มเท ด้วยการนำอันสงฆ์ของบุญมาเป็นแรงจูงใจ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

### 7.1.3 แนวคิดการอธิบายของบุญอย่างเป็นรูปธรรมจากวิมานวัตถุ

การอธิบายผลของบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดการตั้งข้อสงสัยจากสังคม เนื่องจากวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมักมีการอธิบายผลของบุญอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นเกี่ยวกับชีวิตหลังความตาย เช่น ตายแล้วไปเกิดเป็นอะไร อยู่ที่ไหน มีวิมานหรือสมบัติอะไรบ้าง หากพิจารณาการอธิบายผลของบุญในบริบทสังคมไทย จะเห็นว่าในคัมภีร์หรือเรื่องเล่าในพุทธศาสนาก็ก้าวถึงผลของบุญว่าตายไปแล้วจะได้อะไร ดังตัวอย่างจากพระไตรปิฎก เล่มที่ 26 (พระสุตตันตปิฎก) ขุททกนิกาย วิมาน-เปตวัตถุ เถร-เถรีคาถา ดังนี้

## 7. นาวาวิมานที่ 2 ว่าด้วยผลบุญที่ทำให้ไปเกิดในนาวาวิมานที่ 2

พระโมคคัลลานะถามว่า

คุณนางเทพนารี ท่านขึ้นนั่งวิมานเรือ อันบุญกรรมบุญด้วยทองคำเล่นในสระโบกขรณีเก็บดอกปทุมอยู่ ท่านมีปราสาทเป็นเทวาลัยอันบุญกรรมจัดแจงเนรมิตให้แล้ว เป็นส่วน ๆ โดยรอบทั้งสี่ทิศ รุ่งเรืองเป็นสง่าอยู่ เพราะบุญอะไร ท่านมีวรรณะเช่นนี้เพราะบุญอะไร อิฐผลสำเร็จแก่ท่านในวิมานนี้ เพราะบุญอะไร อนึ่ง โภคะอันเป็นที่รักแห่งใจทุกสิ่งทุกอย่างย่อมเกิดขึ้นแก่ท่านเพราะบุญอะไร คุณนางเทพธิดาผู้มีอานุภาพมากอาตมาขอถามท่าน ครั้งเมื่อท่านเกิดเป็นมนุษย์ได้ทำบุญอะไรไว้ ท่านมีอานุภาพรุ่งเรืองอย่างนี้ และรัศมีกายของท่านสว่างไสวไปทั่วทุกทิศเพราะบุญอะไร ? นางเทพธิดานั้น อันพระมหาโมคคัลลานะถามแล้ว มีใจยินดีได้พยากรณ์ปัญหาแห่งผลกรรมที่ถูกถามว่า ในชาติก่อน ครั้งเมื่อดิฉันยังเป็นมนุษย์อยู่ในหมู่มนุษย์ในมนุษยโลกได้เห็นภิกษุผู้กระหายน้ำ เหน็ดเหนื่อยมา จึงถวายน้ำฉันโดยขมิ้มท่านผู้ใดแลได้ถวายน้ำฉันโดยขมิ้มแก่ภิกษุที่เหน็ดเหนื่อย กระหายน้ำมา แม่น้ำหลายสายมีน้ำเยือกเย็น ดารดาชไปด้วยบัวขาว (ชายฝั่ง) มีหมู่ไม้จันทน์และมะม่วงขนาดเล็กมีรสหวานอยู่ล้นหลาม ย่อมเกิดแก่ผู้นั้น ที่อยู่และหมู่ไม้ของผู้นั้นมีแม่น้ำหลายสาย ล้อมรอบประจำ แม่น้ำทั้งหลายมีทรายมูล น้ำเย็นสนิท ย่อมเกิดแก่ผู้นั้น หมู่ไม้มะม่วง หมู่ต้นรัง หมู่ต้นหมากหอม หมู่ต้นชมพู หมู่ไม้ราชพฤกษ์ และต้นแคฝอยทั้งหลายมีผลดกตื่น ออกดอกชูส้านเกิดขึ้นล้อมรอบวิมานของผู้นั้นเขาได้วิมานชั้นดีเยี่ยมงามหนักหนาเช่นนั้น ว่าโดยพื้นที่แล้วมี

ลักษณะควรสรรเสริญ นี้เป็นวิบากแห่งกรรมนั้นทั้งนั้น คน  
ทั้งหลายที่ทำบุญไว้แล้วต้องได้ผลเช่นนี้ ดิฉันมีวรรณะเช่นนี้  
เพราะบุญนั้น อธิษฐานยอมสำเร็จแก่ดิฉันในวิมานนี้ เพราะ  
บุญนั้น อนึ่ง โภคะอันน่ารักแห่งใจทุกสิ่งทุกอย่างเกิดขึ้นแก่  
ดิฉันเพราะบุญนั้น ข้าแต่ภิกษุผู้มีอานุภาพมาก ดิฉันขอ  
บอกแก่ท่าน ครั้งเมื่อดิฉันยังเป็นมนุษย์อยู่ ได้ทำบุญอันใด  
ไว้ ดิฉันมีอานุภาพรุ่งเรืองอย่างนี้ และรัศมีกายของดิฉัน  
สว่างไสวไปทั่วทุกทิศเพราะบุญนั้น.

จบ นาวาวิมานที่ 7

(พระไตรปิฎก เล่มที่ 26 บรรทัดที่ 153-184: 7-8)

จากข้อความในพระไตรปิฎกจะเห็นได้ว่าเนื้อหากล่าวถึงชีวิตหลังความตายของหญิง  
ผู้หนึ่งผ่านสายตาของพระโมคคัลลนะ หญิงผู้นั้นทำบุญกับภิกษุในพุทธศาสนาทำให้เมื่อตายแล้วไป  
บังเกิดเป็นเทพธิดา และมีวิมานที่งดงาม

เมื่อพิจารณาด้วยทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะเห็นว่ามามีวิธีการนำเสนอด้วยบท  
คล้ายพระอรรถกถา วิมานวัตถุ ด้วยการอาศัยโครงเรื่องและอนุภาคเดิม แต่มีการดัดแปลงตัวละคร  
และเนื้อหาให้เป็นที่รู้จักของคนในสังคม ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (191) โดยเฉพาเทพบุตรสติฟ จีอบส์ จะมีลักษณะกาย  
เหมือนกับเทพบุตรภุมมเทวารระดับกลาง เพียงแต่ผิวของ  
เขาจะเป็นสีด้าอมแดงมีเลือดฝาดและหยากกว่าผิวของ  
เทพบุตรภุมม-เทวารระดับกลาง ซึ่งโดยปกติทั่วไปภุมมเทวา  
ระดับกลางจะมีผิวขาว ผ่องใสและละเอียดกว่าผิวของ  
มนุษย์ ซึ่งถ้าจะมาอุปมาให้เห็นภาพกันแบบชัด ๆ ผิวของ  
ภุมมเทวารระดับกลางจะมีความละเอียดและนุ่มนวลละม้าย  
คล้ายกับสำลีที่นุ่ม ๆ ส่วนผิวของเทพบุตร สติฟ จีอบส์ซึ่ง  
เป็นภุมม-เทวารระดับกลางสายวิทยากรกึ่งยักษ์ จะมีความ  
ละเอียดคล้ายกับฟองน้ำ ส่วนวิมานหรือที่อยู่อาศัย ของ  
ท่านเทพบุตรใหม่จะมีลักษณะเป็นวิมานที่เรียบ ๆ ง่าย ๆ

ขนาดปานกลาง ที่สูงประมาณตึก 6 ชั้น ซึ่งตัววิมานจะประกอบด้วยโลหะสีเงินสีขาวและแก้วผลึกขนาดใหญ่ที่มีขอบเขตกว้างขวาง และอยู่ไม่ไกลจากที่ทำงานเดิมในสมัยที่ตัวเขายังเป็นมนุษย์ เทพบุตรใหม่จะมีวิมานของเหล่าภุมมเทวาที่มีความชอบคล้าย ๆ กันอยู่หลายวิมาน นอกจากนี้ ท่านเทพบุตรใหม่ยังมีบริวารอันเป็นที่พิศุขคอยรับใช้ดูแลอยู่ประมาณ 20 คน ซึ่งทั้งหมดนี้ก็เกิดจากผลแห่งบุญที่ตัวเขาได้เคยทำบุญแบบสงเคราะห์โลกเอาไว้ในสมัยที่ตัวเขายังเป็นมนุษย์ เช่น บริจาคทั้งเงิน สิ่งของ ความรู้ให้แก่ผู้อื่นและสังคม เป็นต้น ซึ่งในระหว่างที่ท่านเทพบุตรสติฟ จ๊อบส์ กำลังเพลิดเพลินกับการใช้ชีวิตอยู่ในสังคมภุมมเทวาแห่งนั้นก็ได้มีกระแสธารแห่งบุญจากที่แห่งหนึ่ง ไปเชื่อมจรดที่ศูนย์กลางกายของท่านเทพบุตรใหม่ สติฟ จ๊อบส์ ซึ่งทันทีที่กระแสบุญดังกล่าวได้ไปจรดเชื่อมที่ศูนย์กลางกายของเขา ก็เป็นผลทำให้ใจของเขาบังเกิด ความสว่างไสวขึ้นมาในทันที แล้วภาพของแหล่งกำเนิดแสงสว่าง ที่มาจากคนกลุ่มหนึ่งที่ได้สร้างองค์พระธรรมกายประจำตัวให้กับตัวเขาและก็นึกถึงเขาก็ได้ไปปรากฏฉายขึ้นภายในใจของเขา

(Where is Steve Jobs : เอกสารออนไลน์, 11-14)

หากพิจารณาตัวบทที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายก็จะเห็นว่ามีความคิดที่เหมือนและต่างกับความคิดในพุทธศาสนา กล่าวคือ การอธิบายผลของบุญมีลักษณะเหมือนกับความเชื่อเกี่ยวกับชีวิตหลังความตายในสังคมไทยทั่วไปว่าทำบุญแล้วจะขึ้นสวรรค์ แต่ถ้าทำบาปก็ต้องตกนรก แต่สิ่งที่ทำให้วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายแตกต่างจนเกิดข้อถกเถียงในสังคม คือ การต่อ ยอดการอธิบายเรื่องสวรรค์/นรก ต่างออกไปอย่างเป็นรูปธรรมมากกว่าสื่ออื่น ดังนี้

- 1) การกล่าวถึงวัตถุประสงค์ที่ทำบุญในปัจจุบันจะส่งผลในชาติหน้าอย่างไรบ้าง

- 2) การกล่าวถึงสมบัติหลังความตายอย่างละเอียด ทั้งสิ่งของ ปริมาณ ความทันสมัย และเทคโนโลยี
- 3) การสร้างภาพจำลองกราฟิกของชีวิตหลังความตายของแต่ละบุคคลอย่างละเอียด จากปัจจัยเหล่านี้ทำให้เกิดการตั้งคำถามจากสังคมว่าเป็นการแสดงตนเป็น “ผู้หยั่งรู้” หรือไม่ ทั้งที่เรื่องชีวิตหลังความตายของคัมภีร์สัมมาสัมพุทธเจ้ากล่าวว่าเป็นเรื่อง “อจินไตย” (เรื่องไม่ควรคิดคำนึง) ซึ่งการสอนเรื่องทำบุญเพื่อชาติหน้าแท้จริงแล้วเป็นความเชื่อที่มีรากอยู่แล้วในสังคมไทย เมื่อวัดพระธรรมกายต่อยอดความเชื่อให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน มีความสมเหตุสมผล และละเอียด เฉพาะรายบุคคลมากขึ้น ดังนั้นจึงทำให้ผู้บริโภควาทกรรมยอมรับได้โดยง่าย

จากการวิเคราะห์ตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย แม้ว่าตัวบทจะได้รับอิทธิพลจากแนวคิดทางพุทธศาสนา กล่าวถึงความสัมพันธ์ของการทำบุญการทำความดี เพื่อผลิตซ้ำความคิดเกี่ยวกับชีวิตหลังความตายก็ตาม แต่ทว่ายังมีใช้แก่นแท้ที่มุ่งไปสู่การละกิเลส เพราะแท้จริงแล้วการทำบุญเป็นเพียงต้นทางของการทำความดี เพราะปลายทางที่สุดของการทำบุญ คือ “บุญญาริกขย ความสิ้นไปแห่งบุญและบาป, บุญญาริกขย ชื่อของพระนิพพาน” (ป. หลงสมบุญ, 2540: 497) นั่นก็คือไม่ยึดติดกับบุญว่าเป็นการกระทำความดีของตนอีกต่อไป เพื่อขัดเกลาความยึดมั่นถือมั่นในบุญ ทั้งนี้เพราะคำสอนประการหนึ่งขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า คือ “ทุกสรรพสิ่งในโลกเป็นเรื่องสมมติ” ดังนั้นการทำบุญก็เป็นการสมมติ หากยึดติดในบุญว่าทำแล้วจะได้ผลอย่างไร การทำบุญนั้นย่อมไม่สามารถขัดเกลากิเลสในจิตใจของตนเองได้จริง

เมื่อพิจารณาดูตามคำตรัสของพระพุทธเจ้า จะเห็นว่าการทำบุญที่สูงที่สุด คือการทำให้คนเป็นมนุษย์โดยสมบูรณ์ ให้เขาได้รับความสุขสันติ ด้วยการมีใจอันสะอาดปราศจากกิเลส สว่างจากความมัวเมาเข้าใจผิด สงบจากความเร่าร้อนแค้นเคืองในจิตใจ มีการเข้าถึงพระพุทธพระธรรมพระสงฆ์อย่างถูกต้องนั่นเอง การกระทำอื่น ๆ ไม่ได้บุญขั้นสูงสุด แม้จะบริจาคเงินมากมายจนหมดเนื้อหมดตัวเพียงไรก็ตาม (พุทธทาสภิกขุ, 2514: 33)

การทำบุญโดยเริ่มจากความคิดอยากได้ประโยชน์จากบุญที่กระทำลงไปหรือเลือกทำบุญที่จะได้ผลดีกับตัวเองมาก ๆ การทำบุญแบบนี้ก็มีประโยชน์อยู่ แต่พุทธศาสนาลือว่าการทำบุญอย่างนี้เป็น การยึดติด ยังมีความเห็นแก่ตัวอยู่ แท้ที่จริงมีการทำบุญที่ประเสริฐหรือมีอานิสงส์มากกว่านี้ นั่นคือ การทำบุญที่ไม่หวังผลตอบแทน ไม่ได้ทำบุญเพื่อหวังรวย ไม่ได้ทำบุญเพื่อให้เกิดความสุขสบายในชาติหน้า เป็นการทำบุญเพื่อละตัวตน เพื่อลดกิเลส (พระชาย วรธมโม, 2544: 65)

จากที่กล่าวมาหากพิจารณา “บุญ” ในสังคมไทย กับ “บุญ” ตามแนวทางของ วัดพระธรรมกายจะเห็นได้ว่าการทำบุญมีลักษณะอย่างเดียวกัน เพียงแต่วัดพระธรรมกายใช้คำว่า “บุญ” เป็นแรงจูงใจให้คนเข้าวัดมากกว่าการทำบุญตามกำลังศรัทธาแบบวัดทั่วไป อีกทั้งคำว่า “บุญ” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายยังมีบทบาทเป็นพลังอำนาจในการขจัดปัญหาในชาตินี้ และสามารถ แลกชีวิตที่ดีในโลกหลังความตายได้อีกด้วย

การทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายที่มุ่งเน้นสมบัติทั้งในชาตินี้และชาติหน้านั้น สะท้อนให้เห็นความไม่เท่าเทียมกันทางสังคมในด้านชนชั้น แม้ว่าในสังคมไทยจะไม่มีแบ่งชนชั้นที่ชัดเจน แต่ก็มีแบ่งชนชั้นทางสังคมตามสถานะทางสังคม หรือด้วยความร่ำรวยเป็นหลัก ตัวบวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการผลิตซ้ำความคิดเกี่ยวกับความร่ำรวยว่า คนรวยเป็นชนชั้นสูงในสังคม และหากต้องการร่ำรวยก็จะต้องทำบุญให้มาก เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (192) การเป็นเศรษฐีนั้นไม่ใช่เรื่องยาก ทุกคนสามารถเป็นได้ด้วย การทำทานหรือการให้ และถ้าใครให้อย่างไร เขาก็จะได้ อย่างนั้นเป็นการตอบแทน โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้ทานอย่าง ถูกหลักวิชา คือ ถึงพร้อมด้วยวัตถุบริสุทธิ์ เจตนาบริสุทธิ์ และบุคคลบริสุทธิ์

(ทองคำ, 2555: 49)

การประกอบสร้างความคิดที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีวิธีการสำคัญคือการนำรากฐาน ความคิดเดิมในสังคมมาต่อยอดและขยายขอบเขตการแต่งความเพื่อให้ผู้บริโภคความทรมณ์เข้าใจ ความหมายใหม่ตัวบวทที่วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายต้องการสื่อ ดังนี้

ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบความคิดในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

ความคิดที่เหมือนกัน	ความคิดที่แทรกขึ้นใหม่
- การเป็นเศรษฐีมาจากอานิสงส์ของ การทำบุญในชาติก่อน	- จูงใจให้คนอยากเป็นเศรษฐีด้วยการทำ ให้เข้าใจว่าเป็นเรื่องง่ายที่ทุกคนเป็นได้ เพียงแต่ให้ทำบุญกับวัดพระธรรมกาย เท่านั้น

จากตัวอย่างเห็นได้ว่าสื่อ নয়ทางความคิดว่าใคร ๆ ก็ต้องการร่ำรวย แต่ความร่ำรวยนั้น ไม่ใช่เรื่องยากเพียงแค่ทำบุญ ซึ่งในบริบทดังกล่าวมีคำว่า “อุกหลักวิชา” ซึ่งสื่อ নয়ทางความคิดว่าการทำบุญที่ “ถูกต้อง” คือ การทำบุญกับวัดพระธรรมกาย วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนี้มิได้อธิบายถึงความพยายามทำงานเพื่อเก็บหอมรอบริบเพื่อความร่ำรวยในอนาคต แต่มุ่งอธิบายว่าความร่ำรวยเป็นผลมาจากการทำบุญ ซึ่งเป็นการต่อยอดความคิดเกี่ยวกับชนชั้นทางสังคมว่า “ความร่ำรวยเท่านั้นเป็นสิ่งที่พึงประสงค์” ซึ่งในทางพุทธศาสนาการเป็นเศรษฐีนั้นจะต้องสะสมบารมีหลายชาติ และที่สำคัญประวัติเศรษฐีในสมัยพุทธกาลนั้นมีบทบาทเป็นผู้อุปถัมภ์พุทธศาสนา มิได้มีบทบาทการบริจาคแบบเจาะจงเพื่อวัดใดวัดหนึ่ง

จะเห็นได้ว่า ผลของชุดความคิดที่วัดพระธรรมกายนำเสนอสามารถปลูกฝังความคิดเกี่ยวกับการทำบุญ มุ่งปลูกฝังความคิด ความเชื่อ และความศรัทธาเรื่อง “บุญ” ตามแนวทางการสอนของวัดพระธรรมกาย ซึ่งสื่อทุกประเภทสามารถหล่อหลอมความคิดให้ผู้บริโภคความศรัทธาเรื่อง “บุญ” และ “อานิสงส์ของบุญ” ความคิดเหล่านี้ไม่ขัดกับแนวทางการทำบุญในบริบทพุทธศาสนาทั่วไปในสังคมไทย และบางส่วนอาจสอดคล้องกับอุดมการณ์เรื่องบุญที่มีอยู่แล้วในสังคมไทยได้เป็นอย่างดีอีกด้วย ดังนั้นยังส่งผลให้สื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายได้รับการยอมรับได้ง่ายในกลุ่มผู้ศรัทธา แม้ว่าที่จริงแล้วชุดความคิดที่ดีความและนำเสนอโดยวัดพระธรรมกายบางส่วนมิได้ตรงตามหัวใจหลักของพุทธศาสนา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 7.1.4 แนวคิดการสร้างบารมีในพุทธศาสนากับแนวคิดการสร้างบุญและบารมีของวัด

##### พระธรรมกาย

แนวทางการสร้างบารมีของวัดพระธรรมกายพระราชภาวนาจารย์ (เผด็จ ทตตชีโว) รองเจ้าอาวาสวัดพระธรรมกาย อธิบายไว้ 2 ลักษณะ “บารมี คือ บุญที่มีคุณภาพพิเศษอันเกิดจากการอุทิศชีวิตไปสร้างบุญมา และบารมี คือ นิสัยการเอาชีวิตเป็นเดิมพันในการสร้างคุณธรรมหรือสร้างบุญ” (สรกานต์ ศรีทองอ่อน, 2547: 32)

ในสังคมไทยมีแนวคิดเรื่องบารมี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักพุทธศาสนาแนวคิดเรื่องบารมีมีอิทธิพลต่อตัวบทที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย แต่มีลักษณะที่ต่างไปจากความหมายของคำว่า “บารมี” ในบริบทพุทธศาสนาที่ต้องการแสดงให้เห็นถึงการบำเพ็ญคุณธรรมอย่างอุกฤษฏ์ของผู้ที่



ปรารถนาความเป็นพุทธเจ้า ส่วนคำว่า “บารมี” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย หมายถึงการทำบุญอย่างยิ่งยวด ซึ่งเป็นการขยายขอบเขตทางความหมายจากเดิม คือ บารมีของพระโพธิสัตว์ ไปสู่บารมีของปุถุชน ดังนั้นจึงเป็นการสื่อนัยทางความคิดได้ว่าเมื่อทำบุญกับวัดพระธรรมกายถือว่าเป็นการสะสมบารมี และการปฏิบัติตามหลักวิชาธรรมกายเป็นแนวทางที่นำไปสู่การหลุดพ้น ซึ่งอาจเป็นการช่วยยืนยัน “ความถูกต้อง” ของวิชาธรรมกายในฐานะ “ความจริง” ของการหลุดพ้นตามหลักศาสนา

### 7.1.5 แนวคิด “สังโยชน์” กับวิธีการทำบุญของวัดพระธรรมกาย

หากพิจารณาผลของอุดมการณ์ “บุญ” ที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะเห็นได้ว่าการหล่อหลอมให้สะสมบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายนั้นมีได้เป็นไปเพื่อการสละเพื่อตัดกิเลสและตัดความตระหนี่ในจิตใจตนเอง แต่กลับเป็นการเพิ่มความตระหนี่ในใจผู้รับวาทกรรม หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการขบขัน “สังโยชน์” หมายถึง “ธรรมที่มัดใจสัตว์ไว้กับทุกข์” (พระเทพเวที, 2533: 315) หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการร้อยรัดกิเลสไว้ในใจมนุษย์ ซึ่งสามารถจำแนกการวิเคราะห์ได้ 3 ประการ ดังนี้

ประการแรก การทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายแสดงให้เห็นการมี “สักกายทิฏฐิ” หมายถึง “ความเห็นว่าเป็นตัวของตน” (พระเทพเวที, 2533: 308) หากพิจารณาแนวทางการทำบุญของวัดพระธรรมกายจะเห็นได้ว่ามีการสอนให้เข้าใจว่าการทำบุญเป็นเรื่องสำคัญ หากอยากได้บุญมากต้องเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายเพราะมีสายบุญนิยาจารย์ ได้แก่ พระมงคลเทพมุนี (สด จนฺทสโร) มหารัตนอุบาสิกาจันทร์ ขนนกยูง หรือแม่กระทั่งตัวตนของพระธรรมกาย เป็นผู้สอดส่องคุ้มครองให้ ซึ่งจะทำให้ผู้รับวาทกรรมเข้าใจว่าการร่วมบุญกับวัดพระธรรมกายมีความพิเศษและเป็นการยืนยันการมีอยู่ของตัวตนของชีวิตหลังความตายในฐานะวิญญานศักดิ์สิทธิ์อีกด้วย

ประการที่สอง การทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายแสดงให้เห็นการมี “วิจิกิจฉา” หมายถึง “ความสงสัย, ความเคลือบแคลงในกุศลธรรมทั้งหลาย” (พระเทพเวที, 2533: 272) หากพิจารณาการทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายจะเห็นว่ามุ่งเน้นการอธิษฐานขออานิสงส์จากบุญเพื่อขอให้ตนเองได้รับสิ่งที่ปรารถนา ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้รับวาทกรรมมิได้เชื่อมั่นในกำลังความสามารถและกำลังสติปัญญาของตนแต่กลับยึดถือว่า “บุญ” เป็นเครื่องกำหนดความเป็นไป

ในชีวิต ดังนั้น “บุญ” จึงเป็นเสมือนอำนาจศักดิ์สิทธิ์ที่ดลบันดาลให้ผู้ทำได้ผลในสิ่งที่ตนปรารถนา ซึ่งแท้จริงแล้วการทำบุญมิได้มีจุดมุ่งหมายเช่นนี้ และที่สำคัญที่สุดผู้ศรัทธาว่าวัดพระธรรมกายจะถูกปลูกฝังให้มีความลังเล สงสัยในการทำบุญตามแบบพุทธศาสนาทั่วไป เพราะกลัวว่าถ้าทำบุญกับวัดอื่นหรือทำบุญแบบอื่นอาจจะไม่ได้บุญคุ้มค่าเท่ากับที่ทำกับวัดพระธรรมกาย จนกระทั่งวัดพระธรรมกายมีสถานะกลายเป็นวัดที่ผูกขาดบุญในที่สุด

ประการสุดท้าย การทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายแสดงให้เห็นการมี **“ศีลพรตปรามาส”** หมายถึง “การถือศีลพรตโดยสักว่าทำตาม ๆ กันไปอย่างมงาย” (พระเทพเวที, 22533: 342) จากการทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายจะเห็นได้ว่ามุ่งเน้นให้ผู้รับวาทกรรมแต่งกายเหมือนกันด้วยชุดขาว เข้าปฏิบัติธรรมตามกันอย่างเป็นระเบียบเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมหรืองานบุญที่วัดพระธรรมกายจัดขึ้น ซึ่งมีผู้เข้าร่วมพิธีจำนวนมาก โดยเชื่อว่าบุญที่ได้รับจะส่งอานิสงส์เป็นผลดีกับชีวิตตนเอง ปัจจัยด้านจำนวนมวลชนดังกล่าวเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้สามารถเผยแพร่แนวคิดเรื่อง “บุญ” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายได้อย่างกว้างขวาง

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายไม่ได้สอนให้ผู้บริโภควาทกรรมสละกิเลสตามหลักปรัชญาพุทธศาสนา แต่กลับสร้างความยึดติดกับ “บุญ” และใช้ “บุญ” เป็นเครื่องกำหนดชีวิตมากกว่าการใช้สติปัญญาไตร่ตรอง

#### 7.1.6 แนวคิด “อริยสัจ 4” กับวิธีการทำบุญของวัดพระธรรมกาย

หากพิจารณาผลของอุดมการณ์ที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะเห็นได้ว่าการใช้ “บุญ” เป็นทางออกของปัญหาตามแนวทางของวัดพระธรรมกายนั้นมีได้เป็นไปเพื่อการแก้ไขปัญหาหรือดับทุกข์ แต่กลับเป็นการเพิ่มความทุกข์ หรืออาจกล่าวได้ว่าขัดกับหลัก **“อริยสัจ 4”** หมายถึง “ความจริงอย่างประเสริฐ” (พระธรรมปิฎก, 2546: 328)

หลักอริยสัจ 4 เป็นหลักธรรมที่ใช้พิจารณาหาหนทางดับทุกข์ ผู้ศึกษาธรรมในทางพุทธศาสนามักใช้หลักอริยสัจ 4 เพื่อพิจารณาทุกข์ในสังสารวัฏ คือ การเกิด แก่ เจ็บ และตาย เพื่อหาหนทางบรรลุนิพพาน และอาจใช้ในการพิจารณาหาหนทางดับทุกข์จากปัญหาอื่นได้อีกด้วย ผู้วิจัยนำหลักธรรมนี้มาประยุกต์เพื่อใช้วิเคราะห์แนวทางการแก้ไขปัญหาของวัดพระธรรมกาย โดยจะใช้ “บุญ” เป็นทางออกของปัญหาหรืออาจกล่าวได้ว่าใช้ “บุญ” เป็นเครื่องดับทุกข์ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (193) ไปทบทวนดูว่า ชีวิตเราตั้งแต่เกิดมาจนถึงปัจจุบันมีความ  
พร่องหรือได้รับความทุกข์ในเรื่องใดมาบ้าง ก็ให้ทำบุญแล้ว  
อธิษฐานเพื่อแก้ไขในสิ่งนั้น ๆ

#### 4. ต้องทำบุญขนาดไหน?

ตอบ ต้องทำถึงขนาดที่ใจเราปลื้มสุด ๆ หากทำแล้วยังไม่  
ปลื้ม ก็ต้องทำอีกจนกระทั่งรู้สึกปลื้มให้ได้ เพราะบุญที่ทำ  
แล้วเกิดความปลื้มสุด ๆ จะส่งผลได้เร็วกว่าและแรงกว่า  
บุญที่ทำแล้วรู้สึกเฉย ๆ หรือทำไปเพราะความเกรงใจและ  
ที่สำคัญ หากเราทำบุญแล้วปลื้ม อีกทั้งยังสามารถตรีก  
ระลึกรู้ถึงบุญที่เคยทำไปได้บ่อยครั้งมากเท่าไร ก็จะมีผล  
ต่อจำนวนชาติที่บุญจะส่งผลมากขึ้นเท่านั้นและมากไปกว่า  
นั้น หากตามตรีกระลึกรู้ถึงบุญที่ทำไปแล้วบ่อย ๆ ด้วย  
ความปลื้มปิติ บุญที่เราตามตรีกระลึกรู้ถึงนี้ก็จะไปดูบุญ  
เก่า ๆ ที่เคยทำผ่าน ๆ มาตั้งแต่อดีตชาติ ทั้งบุญเล็กบุญ  
น้อย หรือบุญที่อ่อนกำลังไปแล้ว ให้ตามมาส่งผล ให้  
ตามมาหล่อเลี้ยงชีวิตเราให้ดีขึ้น

(ปฏิบัติการห้ามจนฉบับพกพา: เอกสารออนไลน์, 77)

จากตัวอย่างจะเห็นว่าตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายทำให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าสามารถใช้ “บุญ” เป็นเครื่องมือในการดับทุกข์ได้ โดยหากพิจารณาตามหลักอริยสัจ 4 จะพบว่าคำสอนเกี่ยวกับ “บุญ” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายทำให้ผู้บริโภควาทกรรมยึดติดกับอำนาจของบุญโดยมิได้ใช้ปัญญาไตร่ตรองหาหนทางแก้ไขความทุกข์อย่างแท้จริง สามารถจำแนกการวิเคราะห์ได้ 4 ประการ

ประการแรก **ทุกข์** หมายถึง “สภาพที่ทนได้ยาก” (พระธรรมปิฎก, 2546: 80) หากพิจารณาข้อมูลวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป มักนำเสนอให้เห็นว่าความจนเป็นความทุกข์ การไม่มีเงินทองเป็นทุกข์

ประการที่สอง **สมุทัย** หมายถึง “เหตุให้เกิดทุกข์ ได้แก่ ตัณหา คือความทะยานอยาก” (พระธรรมปิฎก, 2546: 255) หากพิจารณาข้อมูลวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะนำเสนอให้

ผู้บริโภควาทกรรม “โลภบุญ” เพราะเข้าใจว่ายังมีบุญมากยิ่งขึ้นทุกขน้อย นั่นก็คือการเพิ่ม “ภวตัณหา” คือ ความทะยานอยากในภาพอยากเป็นนั่นเป็นนี่ (พระธรรมปิฎก, 2546: 57) ก็คืออยากได้บุญเพื่อเปลี่ยนความทุกข์ที่มีอยู่ให้กลายเป็นความสุข

ประการที่สาม **นิโรธ** หมายถึง “ความดับทุกข์ คือดับตัณหาได้สิ้นเชิง” (พระธรรมปิฎก, 2546: 104) วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายไม่ได้มุ่งสอนให้ตัดตัณหา (ความอยาก) แต่กลับเพิ่มตัณหามากยิ่งขึ้นด้วยการครอบงำทางความคิดว่ายังมีบุญมากชีวิตในชาตินี้ก็สุขสบาย อีกทั้งยังเพิ่มตัณหาแบบข้ามภพชาติเพราะต้องการสะสมบุญให้มากเพื่อจะมีชีวิตสุขสบายในชาติหน้า

ประการสุดท้าย **มรรค** หมายถึง “ข้อปฏิบัติให้ถึงความดับทุกข์” (พระธรรมปิฎก, 2546: 181) หากพิจารณาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย จะพบว่าไม่ได้นำเสนอข้อปฏิบัติให้ถึงความดับทุกข์ตามหลักมรรคมีองค์ 8 ได้แก่ 1) สัมมาทิฐิ (ความเห็นที่ถูกต้อง) 2) สัมมาสังกัปปะ (ความคิดที่ถูกต้อง) 3) สัมมาวาจา (วาจาที่ถูกต้อง) 4) สัมมากัมมันตะ (การปฏิบัติที่ถูกต้อง) 5) สัมมาอาชีวะ (การหาเลี้ยงชีพที่ถูกต้อง) 6) สัมมาวายามะ (ความเพียรที่ถูกต้อง) 7) สัมมาสติ (การมีสติที่ถูกต้อง) 8) สัมมาสมาธิ (การมีสมาธิที่ถูกต้อง) แต่กลับนำเสนอข้อปฏิบัติให้ถึงความดับทุกข์จากการหวังผลของ “บุญ” ดลบันดาลให้ได้ในสิ่งที่พึงปรารถนา

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมิได้สอนให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจวิธีการแก้ปัญหาที่ถูกต้อง ซึ่งตามหลักอริยสัจ 4 แล้วควรไตร่ตรองหาสาเหตุแห่งทุกข์แล้วแก้ไขที่สาเหตุของความทุกข์นั้น แต่วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายกลับสอนให้อ้อนวอนอานิสงส์ของบุญเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตแทนการพึ่งพาสติปัญญาของตนเอง

### 7.1.7 แนวคิดการทำบุญด้วยการบริจาคเงินกับการถือครองทรัพย์สินของพระสงฆ์

จากข้อมูลตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะเห็นว่าแนวคิดการทำบุญมักเน้นการบริจาคเงิน ซึ่งมีการตั้งข้อสงสัยจากสังคมภายนอกว่าพระสงฆ์ถือครองทรัพย์สินได้หรือไม่ หากพิจารณาจาก “ภิกขุปาฏิโมกข์” ข้อที่ 18 ในหมวดนิสสัคคิปาจิตต์ กล่าวถึงวินัยสงฆ์ว่าการถือครองทรัพย์สินนับเป็น “อาบัติ” อย่างหนึ่ง ดังนี้

โยปนภิกขุ	ก็ภิกขุของค์ไร
ชาตुरुปรชดี	ทองและเงินณะ

อุคคณหยวา	เธอหากถือเอาขึ้นฤ
อุคคหาเปยวา	ฤเธอหากถือเอาขึ้น
อุปนิกชิตต์วา	ฤของที่เขาเข้าไปตั้งมั่นไว้และแนะ
สาทิเยยย	เธอหากยินยอมไ้
นิสสัคคีย์	มันมีความสละนะ
ปาจิตติย	ปาจิตติยนะ

(โกสิยวรรคโค วรรคโกสิย ทูติโย ที่สอง) (พระภิกษุปาฏิโมกข์, จุลศักราช 1248: 91)

พระภิกษุปาฏิโมกข์ข้อนี้มีความสรุปได้ว่า พระสงฆ์ห้ามถือเงินทอง หากถือไว้จะต้องสละเสียจึงจะรักษาความบริสุทธิ์ของศีลไว้ได้ จากพระภิกษุปาฏิโมกข์ดังกล่าวจึงทำให้มีการวิพากษ์วิจารณ์ความบริสุทธิ์ของพระธรรมวินัยของคณะสงฆ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีการถือครองทรัพย์สินจำนวนมากของวัดพระธรรมกาย

หากพิจารณาบริบทสถาบันสงฆ์ในสังคมไทยจะเห็นได้ว่าการอนุโลมให้พระสงฆ์รับเงินบริจาคเพื่อยังชีพได้ ซึ่งข้ออนุโลมนี้ปรากฏตั้งแต่การสังคายนาพระไตรปิฎกครั้งที่ 2 ในสมัยพระเจ้าอโศกมหาราช ดังกล่าวไว้ในทูตยสังคตีกถา ภิกษุวัชชีบุตรแสดงวัตถุ 10 ประการว่า “10 ทองและเงินควร” (พระเทพวิสุทธิเมธี, 2557: 61) ซึ่งมีมาก่อนที่พุทธศาสนาจะเข้ามาในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดังนั้นในปัจจุบันจึงอนุโลมให้พระสงฆ์ถือครองทรัพย์สินได้

ในปัจจุบันวัดต่าง ๆ ในสังคมไทยก็มีการขอรับบริจาคเพื่อดำเนินกิจการต่าง ๆ ภายในวัด จึงอาจกล่าวได้ว่าวิถีการรับบริจาคเงินของวัดพระธรรมกายก็เป็นกิจปกติในบริบทสังคมวัฒนธรรมไทยที่พระสงฆ์จำเป็นต้องขอรับบริจาคเพื่อดำรงพุทธศาสนา ซึ่งพุทธศาสนิกชนก็เห็นว่าเป็นการทำ “บุญ” เพื่อทำนุบำรุงพุทธศาสนาอันเป็นหนึ่งในหน้าที่ของพุทธบริษัท แต่ข้อที่ทำให้วัดพระธรรมกายถูกตั้งข้อสงสัยด้านการรับบริจาคสังคม คือ การระดมทุนเพื่อสร้างพุทธสถานขนาดใหญ่ และการหล่อพระทองคำจำนวนมาก

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่าวัดพระธรรมกายใช้วาทกรรมเพื่อประกอบสร้างอุดมการณ์ “บุญ” ที่ต่างออกไปจากหลักพุทธศาสนา โดยชี้ให้เห็นว่า “บุญ” ผลิตผลจากการบริจาค มีปริมาณ และมีอานิสงส์ในการบันดาลสิ่งที่ยิ่งปรารถนา ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าวัดพระธรรมกายอาศัยช่องว่างของพระวินัยเพื่อเป็นช่องทางถือครองทรัพย์สินเพื่อความมั่งคั่งขององค์กร

## 7.2 กระบวนการเผยแผ่ความคิดของวัดพระธรรมกาย

ในหัวข้อนี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงกระบวนการที่วัดพระธรรมกายใช้ในการเผยแผ่ชุดความคิดที่ได้กล่าวไว้ในหัวข้อ 6.1 กระบวนการเผยแผ่ความคิดของวัดพระธรรมกาย ประกอบด้วยวิธีการสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ 1) การปลูกฝังความคิดในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย และ 2) การสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย ดังนี้

### 7.2.1 การปลูกฝังชุดความคิดในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

จากการวิเคราะห์ตัวบทที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่ามี การนำความคิดว่าศาสนาพุทธในปัจจุบันมีความเสื่อมทรามลง ดังนั้นจึงเป็นช่องทางให้สามารถตีความได้ว่าวัดพระธรรมกายเป็นแกนหลักในการทำให้พุทธศาสนาดีขึ้น เท่ากับเป็นการยืนยัน “ความถูกต้อง” ของวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ในขณะที่องค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าได้เสด็จดับขันธปรินิพพานไปนานแล้ว กรณีนี้อาจชี้แนะทางความคิดและเปิดช่องทางให้กลุ่มผู้รับวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายได้ว่า ใครควรมีบทบาทในฐานะผู้นำทางศาสนา และวิถีปฏิบัติทางพุทธศาสนาแบบวิชชาธรรมกายเท่านั้นที่เป็นแก่นแท้ของพระพุทธศาสนา

ตัวอย่างที่ (194) ศาสนาแห่งอนาคตจะต้องเป็นศาสนาแห่งสากลจักรวาล

เป็นศาสนาที่มีคำสอนอยู่บนพื้นฐานของเหตุและผล ไม่ได้

อยู่บนพื้นฐานความเชื่ออย่างเดียว แล้วสามารถตอบสนอง

ความต้องการเรื่องเหตุและผลของนักวิทยาศาสตร์ได้

ศาสนานั้นคือพระพุทธศาสนา

(v-peace, สิงหาคม 2555 ฉบับที่ 12: 69)

ข้อความนี้นำเสนอความคิดว่า “ศาสนาพุทธเท่านั้นที่เป็นศาสนาที่สอนอย่างมีเหตุผล ดังนั้นศาสนาพุทธจึงควรเป็นศาสนาแห่งโลกสากล” การนำเสนอความคิดในลักษณะดังกล่าวนี้มีลักษณะของการครองความเป็นเจ้าทางความคิด (Hegemony) ที่อาจทำให้เข้าใจว่าศาสนาพุทธเท่านั้นที่ควรได้รับการยอมรับจากทุกสังคมโลก ซึ่งทำให้คิดต่อได้ว่าพุทธศาสนาแบบใดที่ควรค่าแก่การยอมรับ ตามบริบทนี้ก็คือ “ศาสนาที่มีวัดพระธรรมกายเป็นศูนย์กลาง” ความคิดดังกล่าวนี้เป็น

การปิดกั้นความคิดที่เห็นต่าง และไม่ให้คุณค่าทางปรัชญา กับศาสนาอื่น ซึ่งการปลูกฝังความคิดดังกล่าวมักถ่ายทอดผ่านกลุ่มเด็กและเยาวชน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (195) พิธีกรรมในภาคบ่ายมีการมอบรางวัลแด่ผู้ชนะเลิศในโครงการสอบตอบปัญหาธรรมะทางก้าวหน้า และโล่วัชรเกียรติยศแก่ผู้ร่วมโครงการสอบตอบปัญหาศีลธรรมเพื่อสันติภาพโลก (World-PEC) โดยมีพระราชภาวนาจารย์ (หลวงพ่อทัตตชีโว) เป็นประธาน

(วารสารอยู่ในบุญ, เมษายน 2558: 20)

ข้อความนี้แสดงให้เห็นการจัดกิจกรรมของวัดพระธรรมกาย คือ การตอบปัญหาศีลธรรมเพื่อสันติภาพโลก ซึ่งเป็นการแข่งขันการตอบปัญหาของเยาวชนที่จะได้รับหนังสือสำหรับอ่านเพื่อตอบคำถาม และผู้ชนะการแข่งขันจะได้รับรางวัลจากวัดพระธรรมกายด้วย ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเยาวชนทุกคนที่เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับการปลูกฝังสารแห่งสันติภาพตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย และในขณะเดียวกันก็ถือได้ว่าเป็นการขยายฐานกลุ่มผู้ศรัทธาใหม่จากเยาวชนในวันนี้ซึ่งจะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ในวันหน้า การปลูกฝังความคิดในลักษณะดังกล่าวนี้เป็นวัตถุประสงค์หลักประการสำคัญของวัดพระธรรมกาย เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (196) ในวาระสำคัญครั้งนี้ พระเดชพระคุณหลวงพ่อดำเนินนำพุทธบริษัททั้งในและต่างประเทศที่รับชมการประกอบพิธีทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ DMC นั่งสมาธิโดยให้กำหนดนึกถึงความสว่างภายในดวงใจก่อนที่จะจุดแสงแห่งมาฆะประทีปให้สว่างไสวภายนอกและตอกย้ำศรัทธาให้มั่นคง เพื่อร่วมมือกันแผ่ขยายธรรมปฏิบัติและยังสันติสุขอันไพบูรณ์แห่งพระพุทธธรรมคำสอนไปสู่จิตใจของมวลมนุษยชาติอันเป็นมโนปณิธานของหมู่คณะตั้งแต่เริ่มสร้างวัดพระธรรมกายจนมาถึงปัจจุบัน

(วารสารอยู่ในบุญ, เมษายน 2558: 24)

ข้อความนี้แสดงให้เห็นเจตนารมณ์ในการก่อตั้งวัดพระธรรมกาย คือ การเผยแผ่พระพุทธศาสนาไปทั่วโลก ซึ่งแฝงนัยทางความคิดได้ว่าพุทธศาสนาที่เผยแผ่นั้น แท้จริงแล้วคือพุทธศาสนาตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย ซึ่งวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการ

แพร่กระจายตัวออกไปตามวัดสาขาต่าง ๆ ทั่วโลก จนกระทั่งวันที่ “22 เมษายน พ.ศ. 2548: Mr. S.P. Varma เลขาธิการสมาคม Akhil Bharat Rachanatmak Samaj (All Indian Gandhian Worker Society หรือ ABRIS) ได้มาถวายรางวัลมหาตมคานธีเพื่อสันติภาพ (Mahatama Gandhi Peace Award) สำหรับความทุ่มเทแรงกายแรงใจในการส่งเสริมสันติภาพ และการพัฒนาเยาวชน”

เข้าถึงได้จาก ([www.wikipedia.org/wiki/พระเทพญาณมหามุณี\\_\(ไชยบูลย์\\_ธมฺมชโย\)](http://www.wikipedia.org/wiki/พระเทพญาณมหามุณี_(ไชยบูลย์_ธมฺมชโย)))  
วันที่ 12 มีนาคม 2559

## 7.2.2 การสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยพบว่าสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายสะท้อนให้เห็นการพัฒนาของกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญ ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าวาทกรรมนี้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเหนียวแน่นในกลุ่ม โดยผู้วิจัยนำแนวคิด “การพัฒนาของกลุ่มตามลำดับ 5G” (พงษ์ วิเศษสังข์, 2552: 65-66) มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์การพัฒนาของกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย ดังนี้

### 1) การรวมสมาชิก (Groping)

การรวมสมาชิก (Groping) เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่ทำให้มีสมาชิกผู้นำบุญเพิ่มขึ้น โดยมีรวบรวมจากชมรมพุทธศาสนาในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ซึ่งเป็นข้อน่าสังเกตว่าวัดพระธรรมกายจะเป็นผู้สนับสนุนการจัดกิจกรรมในชมรมโดยตลอด นอกจากนี้ยังมีการรวมสมาชิกแบบพี่ชวนน้องทำความดี และแผ่ขยายสมาชิกแบบปากต่อปากไปในวงกว้าง

### 2) การทำความรู้จักซึ่งกันและกัน (Griping)

การทำความรู้จักซึ่งกันและกัน (Griping) เมื่อสมาชิกผู้นำบุญเริ่มต้นมาปฏิบัติหน้าที่จะได้ทำความรู้จักกับสมาชิกอื่น ๆ บางส่วนผ่านวารสาร v-peace ซึ่งเป็นสื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญ โดยเฉพาะ นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายสมาชิกผู้นำบุญที่จัดทำในสื่อโซเชียลมีเดียเพื่อให้ผู้นำบุญหน้าใหม่ได้ทำความรู้จักกันมากขึ้น



### 3) การสร้างความสนิทสนม (Grasping)

เมื่อผู้นำบุญทำความรู้จักกันแล้ว วัดพระธรรมกายจะมีการเชิญชวนเข้าค่ายปฏิบัติธรรมผ่านวารสาร v-peace ซึ่งจะทำให้ผู้เข้าร่วมโครงการมีความสนิทสนม (Grasping) และหลอมรวมความคิดไปในทิศทางที่ผู้ผลิตวาทกรรมพึงประสงค์

### 4) การรวมตัวเป็นกลุ่ม (Grouping)

ในขณะที่เข้าค่ายปฏิบัติธรรมอาสาสมัครผู้นำบุญจะมีการรวมตัวเป็นกลุ่ม (Grouping) เพื่ออาสาทำงานในส่วนที่ตนเองถนัด

### 5) การลงมือปฏิบัติงานเป็นกลุ่ม (Group action)

เมื่อสามารถคัดกรองความถนัดของกลุ่มอาสาสมัครผู้นำบุญแล้ว ผู้ผลิตวาทกรรมจะมอบหมายให้ปฏิบัติงานเป็นกลุ่ม (Group action) โดยมีอาสาสมัครรุ่นพี่คอยช่วยเหลือดูแลและแนะนำสิ่งต่าง ๆ

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่ากระบวนการครอบงำที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนั้น มีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ วาทกรรมที่ต่างไปตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อนี้สามารถจำแนกกลุ่มผู้บริโภควาทกรรมเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มคนนอก ซึ่งได้แก่กลุ่มประชาชนทั่วไป และกลุ่มคนใน ได้แก่กลุ่มผู้นำบุญ กล่าวคือผู้บริโภควาทกรรมกลุ่มประชาชนทั่วไปเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่มีฐานกว้างที่สุด โดยวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมักเรียกกลุ่มนี้ว่า “กองเสบียง” สะท้อนให้เห็นว่าผู้ผลิตวาทกรรมเห็นว่ากลุ่มเป้าหมายนี้เป็นผู้สนับสนุนปัจจัย ส่วนกลุ่มผู้นำบุญนั้นผู้ผลิตวาทกรรมมักเรียกว่า “นักรบ” สะท้อนให้เห็นว่าผู้ผลิตวาทกรรมเห็นว่ากลุ่มเป้าหมายนี้เป็นผู้ทำงานในเชิงเผยแผ่ ส่วนกลุ่มเด็กและเยาวชนนั้น มีความทับซ้อนระหว่างกลุ่มคนในและกลุ่มคนนอก กล่าวคือกลุ่มเด็กและเยาวชนบางคนอาจเติบโตขึ้นเป็นกลุ่มผู้นำบุญต่อไป ในขณะที่บางคนเป็นเพียงคนนอกที่คอยสนับสนุนด้านปัจจัยเท่านั้น

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการผลิตขึ้นในบริบทสังคมที่คนส่วนใหญ่นับถือพุทธศาสนา วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายตอกย้ำความคิดเดิมในสังคมไทย ได้แก่ ความคิดว่าพุทธศาสนิกชนต้องทำบุญ และการทำบุญช่วยให้ได้ขึ้นสวรรค์หรือเกิดชาติหน้าแล้วสุขสบาย แต่วัดพระธรรมกายได้นำความคิดเดิมบางส่วนมาตีความตามแนวทางของตนเองด้วยการระบุว่าต้องทำบุญในปริมาณมาก ยิ่งทำมากจะได้ขึ้นสวรรค์เขตดวงบุญพิเศษ หรือการระบุว่าตายแล้วไปไหนไปเกิดเป็นอะไร การอธิบายลักษณะดังกล่าวนี้ด้วยวาทกรรมที่ผลิตโดย

วัดพระธรรมกายตีความเพิ่มเติม ส่งผลให้ผู้บริโภควาทกรรมเกิดพฤติกรรมทำบุญแบบสะสม ซึ่งในทางคัมภีร์พุทธศาสนามีได้จำแนกระดับสวรรค์ตามปริมาณบุญ แต่จำแนกลำดับสวรรค์ตามความละเอียดของจิตซึ่งเกิดจากสภาวะการรู้ธรรมหรือระดับฌานวิปัสสนา

ในอดีตวัดอยู่ภายใต้ระบบอุปถัมภ์ หน้าที่หลักของพระสงฆ์คือศึกษาพระธรรมวินัยและแสวงหาทางหลุดพ้นตามแนวทางขององค์สัมมาสัมพุทธเจ้า ส่วนพุทธบริษัทมีหน้าที่เข้าวัดทำบุญศึกษาพระธรรมของคฤหัสถ์และอุปถัมภ์พุทธศาสนาตามกำลัง แต่ในปัจจุบันท่ามกลางกระแสสังคมที่วัดอยู่ในฐานะองค์กรที่ต้องพึ่งพาตนเอง บทบาทของพระสงฆ์อยู่ระหว่างรอยต่อของผู้แสวงธรรมทางจิตกับการบริหารทรัพยากรเพื่อความอยู่รอด ด้วยเหตุนี้วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจึงนำเสนอความคิดในลักษณะผสมของเดิมและเพิ่มเติมการตีความใหม่ โดยบอกสังคมว่าตนเองเป็นพุทธศาสนาแบบหัวก้าวหน้า กล่าวคือ ไม่ได้ศึกษาพระธรรมแบบเดิมอีกต่อไป แนวทางของวัดพระธรรมกายเป็นเสมือนการรื้อตลาดให้ประชาชนหันมาสนใจ ส่งผลให้วัดดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงในสภาวะสังคมที่เปลี่ยนแปลง แต่จากมุมมองเชิงวิพากษ์การนำเสนอความคิดในลักษณะผสมของเดิมและเพิ่มเติมการตีความใหม่ตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย บางแนวคิดอาจไม่สอดคล้องกับหัวใจของพุทธศาสนา อีกทั้งยังมิได้เป็นไปเพื่อการดับทุกข์อย่างแท้จริง และในบางกรณีกลับเป็นการตอกย้ำให้เกิดทุกข์มากขึ้นอีกด้วย

ในบทต่อไปจะวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม เพื่ออธิบายปริบททางสังคมที่อิทธิพลต่อการผลิตและการบริโภคตัวบวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย และชี้ให้เห็นว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายบางส่วนตอกย้ำความคิดเรื่อง “บุญ” ในพุทธศาสนา และวาทกรรมบางส่วนมีการตีความเรื่อง “บุญ” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายอย่างไร

## บทที่ 8

### วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

ในบทนี้ผู้วิจัยจะอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม โดยอธิบายถึง 1) อิทธิพลของสังคมมีต่อตัวบทสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย และ 2) ผลของตัวบทที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่มีต่อสังคมไทยตามแนวทางการวิเคราะห์วาทกรรมตามกรอบ 3 มิติของแฟร์คลัฟ (Fairclough 1995)

แม้ว่าการวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางวาทกรรมของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย และกลวิธีทางภาษาที่สัมพันธ์กับอุดมการณ์ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายในบทก่อนหน้านี้ จะจำแนกการวิเคราะห์ข้อมูลสื่อตามกลุ่มเป้าหมายของผู้รับสารออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มประชาชนทั่วไป กลุ่มผู้นำบุญ และกลุ่มเด็กและเยาวชน แต่เมื่อพิจารณาวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายแล้ว พบว่ามีวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม (socio-cultural practice) ร่วมกันทุกกลุ่ม

ผู้วิจัยได้จำแนกผลการศึกษาเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกกล่าวถึงสถานการณ์แวดล้อม (situational context) ส่วนที่สองกล่าวถึงสถาบันทางศาสนา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันทางสังคม (context of institutional practices) และส่วนที่สามผู้วิจัยจำแนกย่อยเป็น 2 ประการ ประการแรกกล่าวถึงวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม (socio-cultural practice) ที่อาจมีผลต่อวิถีปฏิบัติทางวาทกรรม (discourse practice) ตลอดจนมีอิทธิพลต่อตัวบท (Text) และอีกประการหนึ่งผู้วิจัยกล่าวถึงผลของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่อาจส่งอิทธิพลต่อสังคมไทย

#### 8.1 สถานการณ์แวดล้อม (situational context)

จากการศึกษาสถานการณ์แวดล้อม (situational context) ในบริบทการผลิตตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยพบการปะทะระหว่างชุดวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายกับวาทกรรมกระแสหลักในสังคม โดยมุมมองทางสังคมที่มีแนวโน้มว่าต่อต้านวาทกรรม

ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย 2 ประการ ได้แก่ วัดพระธรรมกายผลิตวาทกรรมที่บิดเบือนไปจากแนวคิดพุทธศาสนา และวัดพระธรรมกายผลิตวาทกรรมที่ส่งอิทธิพลต่อการเมือง ดังนี้

### 1) วัดพระธรรมกายผลิตวาทกรรมที่บิดเบือนไปจากแนวคิดพุทธศาสนา

วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายโดยเฉพาะอย่างยิ่งอุดมการณ์ “บุญ” ถูกสังคมมองว่าบิดเบือนไปจากแนวคิดเรื่อง “บุญ” ในพุทธศาสนาแบบเถรวาท วาทกรรมที่บิดเบือนดังกล่าว ได้แก่ ชุดความคิดเกี่ยวกับการสั่งสมบุญ การเติมบุญ และการทำบุญเพื่อหนีบาป ทั้งนี้จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยพบว่าตัวบทมุ่งผลิตซ้ำชุดความคิดเกี่ยวกับการทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายโดยตลอด ซึ่งการผลิตซ้ำวาทกรรมผ่านสื่อและการตอกย้ำวาทกรรมโดยตลอดเป็นเครื่องยืนยันให้เห็นว่าโลกทัศน์ทางสังคมที่มีต่อวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเกี่ยวกับการบิดเบือนไปจากแนวคิดพุทธศาสนานั้น มีความแตกต่างจากชุดความคิดพุทธศาสนาแบบเถรวาทอันเป็นนิยามหลักในสังคมไทยอย่างเห็นได้ชัด

วาทกรรมสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนั้น ส่วนหนึ่งสอดคล้องกับแนวทางการทำบุญในพุทธศาสนา ได้แก่ การให้ทาน การบริจาค แต่วาทกรรมอีกส่วนหนึ่งกลับไม่สอดคล้องกับปรัชญาการทำบุญ เพราะมุ่งให้ผู้บริโภควาทกรรมเลือกทำบุญแบบขวนขวายเพื่อสะสมบุญตามแนวการสอนของวัดพระธรรมกาย ซึ่งมีใช้หนทางการดับทุกข์ที่แท้จริง

### 2) วัดพระธรรมกายผลิตวาทกรรมที่ส่งอิทธิพลต่อการเมือง

โลกทัศน์ทางสังคมที่มีต่อวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเกี่ยวกับอิทธิพลทางการเมืองนี้ จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายผู้วิจัยไม่พบชุดความคิดที่เกี่ยวข้องกับการเมือง แต่ไม่อาจปฏิเสธได้ว่ามีอดีตผู้นำทางการเมืองบางกลุ่มแสดงตนว่าเป็นผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายอย่างชัดเจน และอาจด้วยเหตุดังกล่าวนี้จึงมีการนำความสัมพันธ์ของบุคคลกับวัดพระธรรมกายนำมาเชื่อมโยงกัน อันอาจนำไปสู่การสร้างโลกทัศน์ทางสังคมดังกล่าว

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเห็นว่าบริบทด้านสถานการณ์แวดล้อมที่น่าจะเกี่ยวข้องกับวาทกรรมสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายประกอบด้วย 1) การปฏิรูปศาสนา บริบทส่วนนี้มีผลต่อการประกอบสร้างสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายว่าเป็นพุทธศาสนาที่ถูกต้องตามหลักวิชาธรรมกาย และ 2) นโยบายการกวาดล้างการทุจริตในองค์กรพุทธศาสนาของภาครัฐ บริบทส่วนนี้เป็นผลมาจาก

นโยบายของรัฐบาลปัจจุบัน (คสช.) ที่ต้องการปราบปรามทุจริตในองค์กรสงฆ์ จึงอาจส่งผลต่อการต่อต้านและไม่ยอมรับวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมากยิ่งขึ้น

### 1) การปฏิรูปศาสนา

การปฏิรูปศาสนาเป็นแนวทางที่ภาครัฐพยายามดำเนินการมาโดยตลอด วัดพระธรรมกายมักถูกวิพากษ์วิจารณ์ในสังคมอย่างมากว่าสอนผิดพระธรรมวินัย ไม่ดำรงอยู่ในรีตรอยแบบเถรวาทที่ถูกต้อง ตลอดจนถูกมองว่าเป็นปัญหาสังคม เห็นได้จากการแถลงข่าวของรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ในฐานะกำกับดูแลสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ ดังนี้

นายสุวัจน์ ตันยวรรณะ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ในฐานะกำกับดูแลสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ (พศ.) กล่าวถึงความคืบหน้าการแก้ปัญหาวัดพระธรรมกาย และการติดตามหาตัวพระธัมม-ชโยว่า เรื่องนี้ทาง พศ.รายงานมาให้ทราบแล้วว่าได้ประสานงานกับสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัด (พศจ.) ทั่วประเทศ ที่มีวัดสาขาของวัดพระธรรมกายตั้งอยู่ และหากมีการจัดงานทางวัดเขาก็จะรายงานเจ้าคณะจังหวัดให้ทราบและประสานงานกับผอ.พศจ. ในจังหวัดนั้น ๆ ว่ามีการจัดกิจกรรมอย่างไร “ดังนั้นเราจะไม่เห็นภาพที่เดินไปรดดอกไม้ริมถนนอีกแล้ว โดยทางวัดจะแจ้งให้ทราบว่า จะทำกิจกรรมใดบ้าง เช่นกันนั่งรถบัสเข้าไปแล้วทำกิจกรรมในพื้นที่เฉพาะ โดยสิ่งที่ทำจะไม่ขัดต่อพระธรรม-วินัย สังคมและประชาชนไม่เดือดร้อน”

ปฏิรูปวัดพระธรรมกาย เข้าถึงได้จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/4103>

เข้าถึงวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2561

จากข้อความข้างต้นจะเห็นได้ว่าองค์กรภาครัฐที่มีหน้าที่กำกับดูแลองค์กรพุทธศาสนาในประเทศไทย มีความคิดว่าวัดพระธรรมกายเป็นวัดที่ก่อปัญหาในสังคม จากบริบทดังกล่าวจึงทำให้เห็น

ได้ว่ามุมมองในทางภาครัฐนั้นมีความต้องการที่จะเข้ามาปฏิรูปวัดพระธรรมกาย เพื่อให้ดำรงอยู่ในรูปแบบเถรวาทที่พึงปรารถนาในสังคมไทย

ในอีกทางหนึ่ง วัดพระธรรมกายก็มีการประกอบสร้างตัวบทเพื่อที่จะตอบโต้ข้อวิพากษ์วิจารณ์ทางสังคมว่ามองวัดพระธรรมกายไม่ถูกต้อง ผ่านวิธีการผสมผสานกับความเชื่อเรื่องบุญ ว่าผู้ที่ศรัทธาหรือว่าวัดพระธรรมกายเป็นฝ่ายที่ถูกต้องนั้นจะได้รับอานิสงส์ของบุญ เพราะถือว่าเป็นการทำความดีเพื่อพุทธศาสนาด้วย เห็นได้จากตัวอย่างดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (197) ผมไม่ประสงค์จะเปิดเผยนาม แต่ได้ไตร่ตรองอย่างถี่

ถ้วนแล้วมีคำตอบให้แก่ตัวเองว่า กรณีศึกษาของผมน่าจะเป็นประโยชน์แก่สังคมของคนหมู่มากในยุคปัจจุบันนี้อยู่บ้าง ผมเคยเป็นคอลัมนิสต์ตัวเล็ก ๆ ที่หนังสือพิมพ์รายวันฉบับหนึ่ง ซึ่งในขณะนั้นมีกัลยาณมิตรของวัดพระธรรมกาย 3 ท่าน เป็นกัลยาณมิตรให้กับผม ในช่วงที่วัดพระธรรมกายประสบปัญหาวิกฤตอย่างหนัก จากการโดนสื่อมวลชนกลุ่มใหญ่รุมเล่นงาน โดยทำตัวเป็นตุลาการพิพากษาให้สังคมรับรู้เรื่องราวของวัดพระธรรมกายเป็นรายวัน ผมเฝ้ามองสถานการณ์อย่างเกาะติด และพบว่าวัดพระธรรมกายไม่ได้รับความเป็นธรรม ทั้ง ๆ ที่เมืองไทยเป็นดินแดนแห่งพระพุทธศาสนา ผมจึงได้เปิดคอลัมน์ที่หนังสือพิมพ์เล็ก ๆ ฉบับที่ผมทำงานอยู่ โดยมีจุดมุ่งหมายเพียงแค่ว่าให้สังคมเกิดหูตาสว่างและเปิดกว้าง ไม่ให้หลงเชื่อตามกระแสข่าวที่สื่อมวลชนสร้างกันขึ้นมาอย่างเป็นขบวนการ ในช่วงนั้นผมได้รับกำลังใจจากพระเดชพระคุณพระธรรมราชา นวุติ (หลวงเตี้ย) ซึ่งเป็นพระผู้ใหญ่ที่ครอบครัวของผมนับถืออย่างสูงสุดมานาน หลวงเตี้ยเคยพูดกับผมว่า “แกเดินมาถูกทางแล้ว วันนี้สังคมไทยถูกเมฆหมอกปิดบังหูตา

ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้าความจริงจะปรากฏ ขอให้ความจริงมาเยือนเถอะ และจงสู้ต่อไป”

เพราะบุญที่ลูกเคยทำไว้ในอดีตก็ดี และบุญปัจจุบันที่ ช่วยเปิดเผยความจริงแท้ของวัดพระธรรมกายให้ชาวโลกเข้าใจในภาวะที่เสื่อมลงของกลุ่มหนึ่งได้ทำเป็นขบวนการตัดสินพิพากษารายวันวัดพระธรรมกายจนคนเข้าใจผิดเป็นจำนวนมาก บุญนั้นจะทำให้สิ่งที่ลูกกังวลอยู่หายไปได้ ให้ลูกตามระลึกนึกถึงบุญนั้นด้วยดวงใจที่สดใส เพราะบุญนั้นไม่ใช่บุญเล็ก ๆ น้อย ๆ เลย เป็นบุญใหญ่ที่จะติดตามไปในภพเบื้องหน้า และจะช่วยปกป้องผองภัยให้กับลูกและครอบครัว

(รายการอนุบาลฝันในฝันวิทยา : เอกสารออนไลน์)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการประกอบสร้าง ตัวบทเพื่อตอบโต้ข้อวิพากษ์วิจารณ์ในสังคม แสดงให้เห็นว่าวัดพระธรรมกายมิได้เพิกเฉยต่อปริบททางสังคม แต่เลือกใช้การประกอบสร้างวาทกรรมเพื่อตอบโต้ข้อวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นความคิดที่ไม่ถูกต้อง ผ่านมุมมองของนักข่าวผู้ศรัทธาเพื่อโต้ตอบนักข่าวภายนอก ซึ่งวิธีการนำเสนอความคิดดังกล่าวอาจจะสามารถรักษาฐานกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายเอาไว้ได้

## 2) นโยบายการกวาดล้างการทุจริตในองค์กรพุทธศาสนาของภาครัฐ

ปริบทสถานการณ์ในสังคมไทยปัจจุบัน ภาครัฐมีนโยบายการกวาดล้างการทุจริตในองค์กรพุทธศาสนา วัดพระธรรมกายเป็นวัดหนึ่งที่ถูกเอาผิดจากกรณีทุจริตเงินบริจาคที่เชื่อมโยงกับเงินสหกรณ์เครดิตยูเนียนคลองจั่น จนกระทั่งพระเทพญาณมหามุนี ถูกถอดถอนจากตำแหน่งเจ้าอาวาส และหายตัวไปอย่างไร้ร่องรอย

ปัจจุบันพระสงฆ์บางรูปที่เชื่อว่ามี ความเกี่ยวข้องกับ ความไม่ชอบธรรมด้านการเงิน ก็ถูกกวาดล้างตามนโยบายการกวาดล้างการทุจริตในองค์กรพุทธศาสนาของภาครัฐ ดังเช่นกรณีพระพรหมเมธี เป็นต้น เห็นได้จากตัวอย่างข้างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (198) ก่อนหน้านั้นพระพรหมเมธีอุทวิพากษ์วิจารณ์อย่างมาก ว่าฉลองสมณศักดิ์อย่างใหญ่โตเกินความจำเป็นเมื่อปี 2555 ภายหลังก็ยิ่งถูกพระพุทธรูปอิสรระ ซึ่งกล่าวหา มส. มาตลอดว่าใกล้ชิดกับวัดพระธรรมกายมาตลอด แจ้งความดำเนินคดี เมื่อปี 2558 พร้อมทั้งพระพรหม โมลี ผู้ช่วยเจ้าอาวาสวัดปากน้ำ ภาษีเจริญ และโฆษก พศ. ข้อหาละเว้นการปฏิบัติหน้าที่โดยมิชอบ จากเหตุ ที่ มส. มีมติให้ พระธัมมชโย เจ้าอาวาสวัด พระธรรมกาย ไม่ต้องอาบัติปาราชิก

กวาดล้างการทุจริตในองค์กรพุทธศาสนา เข้าถึงได้จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-44234816> เข้าถึงวันที่ 4

มิถุนายน พ.ศ. 2561

จากสถานการณ์แวดล้อมที่เกิดขึ้น วัดพระธรรมกายจึงถูกจับตามองจากสังคมเป็นอย่างมาก ส่งผลต่อการประกอบสร้างตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้ผลิตจะเลือกนำเสนอความคิดเรื่องบุญไว้อย่างแนบเนียน โดยไม่ขัดกับความเชื่อในคัมภีร์พุทธศาสนา แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องแทรกความคิดการทำบุญแบบวัดพระธรรมกาย เพื่อให้กลุ่มผู้ศรัทธายอม “ปิดบัญชีโลก เพื่อเปิดบัญชีสวรรค์” ได้ในที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## 8.2 สถาบันทางสังคม (context of institutional practices)

สถาบันทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อปริบทวาทกรรมสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย คือ **สถาบันศาสนา** วัดพระธรรมกายเป็นวัดในสังกัดพุทธศาสนา มหานิกายในประเทศไทย จำดำเนินนโยบายบางส่วนตอบสนองมหาเถรสมาคม ได้แก่ การสนับสนุนการสอบเปรียญของพระสงฆ์ ซึ่งวัดพระธรรมกายมีจำนวนพระสงฆ์และสามเณรสอบได้เปรียญธรรมเป็นจำนวนสูงสุดของประเทศ ติดต่อกันมาหลายปี



<p>สอบบาลีได้มากที่สุดเป็นอันดับ ๑ ของประเทศมาแล้ว ๑๔ ครั้ง โดยเฉพาะในปี พ.ศ. ๒๕๔๔ ได้ทำลายสถิติของประเทศไทยโดยการสอบได้ ๑๕๕ รูป และสถิติสูงสุดในปี พ.ศ. ๒๕๔๗ ด้วยจำนวน ๒๑๓ รูป และสูงสุดเป็นประวัติศาสตร์อีกครั้งคือ พ.ศ. ๒๕๕๗ สอบได้ ๒๔๘ รูป</p>	<p>สอบบาลีเปรียญเอก (ป.ธ.๗-ป.ธ.๙) ได้มากที่สุดของประเทศ ๑๑ ปี และติดต่อกัน ๖ ปี คือ ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๐ ถึงปี พ.ศ. ๒๕๔๕ (๒๕๔๖ อันดับ๒), ๒๕๔๗, ๒๕๔๘, ๒๕๔๙, ๒๕๕๐ และ พ.ศ. ๒๕๕๕</p>
<p>สอบเปรียญธรรม ๙ ประโยคได้มากที่สุดของประเทศ ๕ ปี คือ ปี พ.ศ. ๒๕๔๑, พ.ศ. ๒๕๔๓, พ.ศ. ๒๕๔๔, พ.ศ. ๒๕๔๗, พ.ศ. ๒๕๔๘ และ พ.ศ. ๒๕๖๑ และมีสถิติพระภิกษุสามเณรสอบบาลีสนามหลวงเปรียญธรรม ๙ ประโยคสูงสุดเป็นประวัติการณ์ในปี พ.ศ. ๒๕๔๘ สอบได้ ๘ รูป พ.ศ. ๒๕๔๗ คือ ๙ รูป</p>	<p>ได้รับโล่ประกาศเกียรติคุณ ด้านการจัดการเรียนการสอนพระปริยัติธรรมแผนกบาลีดีเด่น มีนักเรียนสอบได้มากเป็นลำดับที่ ๑ ในหนกลางจากสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติและกองบาลีสนาบหลวง ติดต่อกันเป็นเวลาทุกปี ตั้งแต่เริ่มมีการจัดมอบรางวัลนี้มา ได้แก่ในปี พ.ศ. ๒๕๕๐ (พ.ศ. ๒๕๕๑ ไม่มีจัดมอบ) และ พ.ศ. ๒๕๕๒ ถึงพ.ศ. ๒๕๖๐ และมีพระภิกษุสามเณรได้รับทุนเล่าเรียนหลวง ตั้งแต่ปี ๒๕๔๗- ๒๕๖๐ เป็นจำนวนทั้งสิ้น ๓๐ รูป</p>

## CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผลงานโรงเรียนพระปริยัติธรรม และทำเนียบพระมหาเปรียญธรรม 9 ประโยค บาลีศึกษา 9 ประโยค วัดพระธรรมกาย (เข้าถึงได้จาก <https://panyadham.wordpress.com> (เข้าถึงวันที่ 4 มิถุนายน พ.ศ. 2561)

จากการจัดการเรียนการสอนในโรงเรียนปริยัติธรรมของวัดพระธรรมกาย ถือได้ว่าประสบความสำเร็จและเพิ่มจำนวนพระสงฆ์ในสังคมไทยเพิ่มมากขึ้นด้วย ในขณะเดียวกันแนวทางการสอนผ่าน ด้วบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีรูปแบบที่ผิดไปจากคำสอนแบบเถรวาทในไทย ที่เน้นการประพฤติตนเพื่อดับกิเลส แต่วัดพระธรรมกายเน้นการสอนเรื่องอิทธิปาฏิหาริย์มาก แต่ก็ต่างจากการสอนอิทธิปาฏิหาริย์แบบพุทธชาวบ้านที่เน้นเรื่องการปลุกเสก เลขยันต์ จนดุงมงาย

ตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเน้นการสอนอิทธิปาฏิหาริย์ควบคู่ไปกับเรื่องของ “บุญ” อันเป็นแนวคิดพื้นฐานในปริบทพุทธศาสนา ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (199) ส่วนคุณแม่ของลูกในพุทธันดรที่ผ่านมา ท่านก็ทำหน้าที่ เป็นกองเสบียงของหมู่คณะได้อย่างดีเยี่ยม และด้วยความที่ท่านเป็นคนที่ชอบทำหน้าที่เป็นผู้นำบุญยอด กัลยาณมิตรเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้ท่านจึงได้ชักชวน เชิญชวนและชี้ชวนให้มหาชนผู้มีบุญทั้งหลายเข้าวัด ฟังธรรม ปฏิบัติธรรม และสั่งสมบุญสร้างบารมีกับมหาปูชนียาจารย์และหมู่คณะไปจนกระทั่งหมดอายุขัย ส่วนผล การปฏิบัติธรรมของคุณแม่ของลูกในพุทธันดรที่ผ่านมา ท่านก็มีผลการปฏิบัติธรรมที่ดี ได้เข้าถึงดวงธรรมภายใน กลางกายที่ชัด ใส สว่าง และเมื่อท่านละจากโลกนี้ไปแล้ว ท่านก็ได้เดินทางกลับสู่ดุสิตบุรี วังบุญพิเศษ เขต เสบียงได้อย่างสง่างาม

(รายการอนุบาลฝันในฝันวิทยา: เอกสารออนไลน์)

จากตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะเห็นได้ว่า ตัวบทนำเสนอให้ผู้บริโภค วาทกรรมเข้าถึงเรื่องชีวิตหลังความตาย ซึ่งนับเป็นการสอนเกี่ยวกับปาฏิหาริย์อย่างหนึ่งซึ่งไม่ถูกหลัก พุทธศาสนาเถรวาท แต่การประกอบสร้างตัวบทดังกล่าวอิงอาศัยกับความคิดเรื่องบุญและสวรรค์ใน พุทธศาสนา จึงทำให้ผู้บริโภควาทกรรมมีได้รู้สึกว่าเป็นสิ่งที่เบี่ยงไปจากพุทธศาสนากระแสหลัก อีกทั้ง ยังสามารถยอมรับได้ง่าย เพราะดูเป็นหลักธรรมที่สะอาด สะดวก มีใช้แนวทางแบบพุทธชาวบ้านที่ดู ลุ่มหลงมกมาย จึงกล่าวได้ว่าตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายสามารถเข้าถึงกลุ่มคนชั้น กลางในสังคม อีกทั้งยังดำรงอยู่ในบทบาทสถาบันศาสนาหลักของประเทศไทยได้อีกด้วย

### 8.3 แนวคิดทางสังคมและวัฒนธรรม (society and culture)

การวิเคราะห์แนวคิดทางสังคมและวัฒนธรรมผู้วิจัยจำแนกย่อยเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วน แรกกล่าวถึงวิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรม (socio-cultural practice) ที่อาจมีผลต่อวิถีปฏิบัติ

ทางวาทกรรม (discourse practice) ตลอดจนมีอิทธิพลต่อตัวบท (Text) ด้วย ได้แก่ แนวคิดเรื่อง “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถา ลักษณะและปรากฏการณ์ของพุทธศาสนาในสังคมไทย ความคิดแบบทุนนิยม ความคิดเรื่องบารมี และความคิดเกี่ยวกับสถาบันทางสังคม และอีกส่วนหนึ่ง ผู้วิจัยกล่าวถึงผลของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่อาจส่งอิทธิพลต่อสังคมไทย ได้แก่ การสืบทอดความคิดความเชื่อเรื่อง “บุญ” ในสังคมไทย การนำเสนอภาพสังคมในอุดมคติแบบพุทธรัฐ การกำหนดแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์และรูปแบบพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในสังคม และการนิยามชีวิตที่มีความสุขด้วย “การแปรสินทรัพย์เป็นบุญ” ซึ่งปรากฏผลการวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ดังนี้

### 8.3.1 อิทธิพลของสังคมที่มีต่อตัวบทสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย

จากการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่สื่ออุดมการณ์ในบทก่อนหน้าแสดงให้เห็นว่า ตัวบทของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายถ่ายทอดสารทางอุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ผ่านหลายชุดความคิด ชุดความคิดที่สำคัญ ได้แก่ บุญคือการทำความดี บุญคือความสุข บุญคือสินค้า บุญคือสมบัติหลังความตาย บุญเป็นผลจากการทำทาน และอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์ กระบวนการผลิตและกระจายตัวบทที่แผ่อุดมการณ์ดังกล่าวนี้ เป็นผลมาจากแนวคิด ค่านิยม และความเชื่อที่ปรากฏในสังคมไทย ได้แก่ 1) แนวคิดเรื่อง “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถา 2) ลักษณะและปรากฏการณ์ของพุทธศาสนาในสังคมไทย 3) ความคิดแบบทุนนิยม 4) ความคิดเรื่องบารมี และ 5) ความคิดเกี่ยวกับสถาบันทางสังคม ดังต่อไปนี้

#### 8.3.1.1 แนวคิดเรื่อง “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถา

คำว่า “บุญ” หมายถึง การชำระหรือล้างจิตใจให้บริสุทธิ์ ผ่องใส ไม่ว่าจะเป็นการทำบุญในงานมงคลหรืออวมงคล ถ้าจะทำให้ถูกต้องและได้ผลดี ควรเป็นเรื่องของการทำจิตใจให้บริสุทธิ์ สะอาด ไม่ใช่ทำด้วยความโลภ ความโกรธหรือความหลง (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ , 2530: 1) จากความหมายข้างต้นจะเห็นได้ว่า คำว่า “บุญ” เป็นเรื่องที่มีมุ่งเน้นการขัดเกลาจิตใจ ผู้กระทำเป็นหลัก

รากศัพท์ของคำว่า “บุญ” มาจากคำว่า “ปุณฺณ” ในพจนานุกรมภาษาบาลีภาคภาษาอังกฤษ (The Pali text society’s Pali-English dictionary) อธิบายว่า “Puñña Vadic

punya favorable, good; Not clear' it may be dialectical” (T.W. Rhys Davids, 1972: 464) มีความหมายว่าตามศัพท์ว่า “ดี” ส่วนในพจนานุกรม มคธ-ไทย อธิบายคำว่า “บุญ” ว่าหมายถึง “ชำระล้าง, บริสุทธิ์, สะอาด, แจ่มใส, น่ายินดี, เป็นที่พอใจ, เป็นที่พึงใจ, เป็นที่พอใจ, เป็นที่ถูกใจ” และในอีกทางหนึ่ง หมายถึง “กุศล, กรรมดี, ความดี, ความงาม, ความสุข, เครื่องชำระสันดานให้สะอาด” (ป.หลงสมบุญ, 2540: ) โดยในพระคัมภีร์อภิธานปิฎก กถาถึงคำไวพจน์ของบุญไว้อีก 6 คำ ได้แก่ “กุศล, สุกฎ, สุกก, บุญญ, สุจริต, ธมมิก” (พระเจ้าวรวงศ์เธอ กรมหลวงชินวราวุฒิน สมเด็จพระสังฆราชเจ้า, 2536: 23) ตรงกับศัพท์ภาษาไทย คือ กุศล (ดี,ฉลาด), ทำดี, สุข (ตรงข้ามกับ ดิบ), บุญ, สุจริต (ประพฤติดี), และ ธรรม (ประกอบด้วยธรรม)

เมื่อผู้วิจัยสืบค้นแนวคิดเรื่อง “บุญ” ที่ปรากฏในพระไตรปิฎกและอรรถกถา พบว่า ปรากฏอยู่ 4 แนวความหมาย ได้แก่ บุญ หมายถึงการทำความดี บุญ หมายถึง ความสุข บุญ หมายถึง เครื่องชำระสันดาน และบุญ หมายถึง ความเจริญ ดังนี้

**“บุญ” หมายถึง การทำความดี** ปรากฏหลักฐานข้อความในพระไตรปิฎกและอรรถกถา ส่วนบุญกิริยาวัตถุสูตร ดังข้อความต่อไปนี้

พระผู้มีพระภาคได้ตรัสเนื้อความนี้แล้ว ในพระสูตรนั้น  
พระผู้มีพระภาคตรัสคาถาประพันธ์ดังนี้ว่ากุลบุตรผู้ใคร่  
ประโยชน์ พึงศึกษาบุญนั้นแล อันให้ผลเลิศต่อไป ซึ่งมี  
สุขเป็นกำไร คือ พึงเจริญทาน 1 ความประพฤติเสมอ  
1 เมตตาจิต 1 บัณฑิตครั้นเจริญธรรม 3 ประการอัน  
เป็นเหตุให้เกิดความสุขเหล่านี้แล้ว ย่อมเข้าถึงโลกอัน  
ไม่มีความเบียดเบียน ฯ เนื้อความนี้พระผู้มีพระภาค  
ตรัสแล้ว เพราะเหตุนั้น ข้าพเจ้าได้สดับมาแล้วฉะนี้แล  
ฯ

(อติวุตตะกเถ กนิบาต วรรค 2 บุญกิริยาวัตถุสูตร เล่มที่ 25: 246 บรรทัด 5574-5590)

ข้อความนี้อธิบายว่าพระอานนท์ได้ฟังธรรมจากองค์สัมมาสัมพุทธเจ้า ในอรรถทาง ความหมายว่าหากผู้ใดต้องการศึกษาเรื่องบุญ ให้ประพฤติธรรม 3 ประการ คือ การให้ทาน การประพฤติธรรมสม่ำเสมอ และการมีเมตตา ซึ่งถือเป็นความดีที่จะไม่ก่อให้เกิดการเบียดเบียนซึ่งกันและกันและจะทำให้เกิดความสงบสุข

**“บุญ” หมายถึง ความสุข** ปรากฏหลักฐานข้อความในพระไตรปิฎกและอรรถกถา ส่วน ตติยวรรค ปุณฺณสูตร และอรรถกถापุณฺณสูตร ดังข้อความต่อไปนี้

สุโข ปุณฺณสส อัจฉโย การสั่งสมบุญนำมาซึ่งความสุข

(ขุ.ธ. เล่ม 25 ข้อ 19)

สุโข วิปาโก ปุณฺณานํ วิบากแห่งบุญทั้งหลายเป็นความสุข

(ม.ม. เล่ม 13 ข้อ 99)

ข้อความทั้งสองข้อความข้างต้นเป็นเนื้อความในอรรถกถापุณฺณสูตร พุทธศาสนิกชนมัก รู้จักและคุ้นเคยกว่าในลักษณะพุทธศาสนสุภาษิต มีใจความมุ่งอธิบายว่าการทำบุญและผลของการ ทำบุญจะทำให้เกิดความสุข เมื่อพิจารณาโดยนัยอาจกล่าวได้ว่ามุ่งนำเสนอประเด็นความสุขในความ หมายความอิม-เอมใจ หรือความยินดีในการทำบุญ ดังเห็นได้จากข้อความอีกส่วนหนึ่งในอรรถกถา ดัง ข้อความต่อไปนี้

ยทิทํ ปุณฺณานิ ความว่า คำว่า บุญนี้ เป็นชื่อของ  
ความสุข คือวิบากอันน่าปรารถนา ความสุขนั้นแหละ  
คือบุญ

(ขุ.ชา. เล่ม 27 ข้อ 340)

จากข้อความข้างต้น อธิบายว่า การทำบุญเป็นความสุข และผลของการทำบุญเป็นสิ่งที่ พึงปรารถนา ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าคำว่า “บุญ” มีความสัมพันธ์ทางความหมายเกี่ยวกับความสุขอย่าง ชัดเจน หรืออาจกล่าวได้ว่าการทำบุญเป็นเหตุที่ทำให้เกิดความสุขซึ่งเป็นผลของการกระทำนั่นเอง

**“บุญ” หมายถึง เครื่องชำระสันดาน** ปรากฏหลักฐานข้อความในพระไตรปิฎกและ อรรถกถา ส่วนอรรถกถापุณฺณสูตรที่ 2 ดังข้อความต่อไปนี้

ปุณฺณเมว โส สิกฺขเขยย ความว่า กุลบุตรผู้ใคร่ประโยชน์พึง  
ศึกษา พึงดำรงมั่น พึงเสพธรรมเป็นกุศล 3 อย่าง อันได้  
ชื่อว่าบุญ เพราะให้เกิดผลนํ้าบุชา และเพราะชำระ  
สันดานของตน

(อรรถกถา ขุททกนิกาย อิติวุตตกะ เอกนิบาต ตติยวรรค ปุณฺณสูตร)

ข้อความนี้อธิบายความหมายของคำว่า “บุญ” ด้วยการกล่าวถึงคำว่า “กุศล” ด้วย ซึ่ง กล่าวถึงกุศล 3 ประการ พิจารณาโดยนัยหมายถึง “กุศลมูล” ได้แก่ อโลภะ คือ ความไม่โลภ อโทษะ

คือ ความไม่โกรธ และอโมหะ คือ ความไม่หลง ซึ่งเมื่อปฏิบัติตามหลักดังกล่าวแล้วก็จะเป็นการชำระจิตใจผู้ปฏิบัติ และนับว่าเป็นการทำบุญอย่างหนึ่งอีกด้วย ดังเห็นได้จากอีกข้อความหนึ่งในอรรถกถาปุณฺณสูตร ดังนี้

กุศลทั้งหลายที่เกิดผลในภพ ที่ควรบูชา หรือชำระสันดานของตน เพราะฉะนั้น จึงชื่อว่าบุญ

(พระสุตตันตปิฎก ขุททกนิกาย อิติวุตตก เล่ม 1: 387)

ใจความในข้อความนี้มุ่งอธิบายว่า การทำบุญนั้นทำให้เกิดกุศล เป็นสิ่งที่ควรกระทำในภพชาตินี้เพื่อเป็นการขัดเกลาจิตใจของตนเองให้บริสุทธิ์ หากพิจารณาโดยนัยหมายถึงการขัดเกลาตนเองจากกิเลส ซึ่งเห็นได้ชัดเจนจากอีกข้อความหนึ่งในอรรถกถา ดังนี้

การกำจัดกิเลสด้วยการสมาทานอันใด อันนั้นเป็นบุญ สำเร็จด้วยภาวนา ก็บุญนั้นแลเป็นเมตตาพรหมวิหาร ท่านประสงคฺ์ในที่นี้ ในอุปะจารและอัปปนาทั้งสองอย่างนั้น บุญใดถึงอัปปนาความเกิดขึ้นในภูมิฌานสองตามที กล่าวแล้วมิได้ด้วยบุญนั้น

(อรรถกถา ขุททกนิกาย อิติวุตตกะ เอกนิบาต ตติยวรรค ปุณฺณสูตร)

ข้อความนี้อธิบายว่าความหมายของคำว่า “บุญ” เกิดจากการฝึกจิต (การภาวนา) เพื่อการขัดเกลากิเลส ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ฝึกจิตดีแล้วได้บรรลุธรรมและมีฌานในระดับชั้นพรหม

**“บุญ” หมายถึง ความเจริญ** ปรากฏหลักฐานข้อความในพระไตรปิฎกและอรรถกถา ส่วนอรรถกถापุณฺณสูตร ดังข้อความต่อไปนี้

ปุณฺณศัพท์มาในผลแห่งบุญ ในประโยคเป็นต้นว่า กุศลานํ ภิกขเว ฐมมานํ สมาทานเหตุ เอวมิทํ ปุณฺณํ ปวชฺฐตติ ตุก่อนภิกษุทั้งหลาย ผลบุญนี้ย่อมเจริญอย่างนี้เพราะเหตุแห่งการสมาทานกุศลธรรมทั้งหลาย

ปุณฺณูปคํ ภวติ วิญญานํ วิญญานเข้าถึงบุญย่อมเจริญ

(อรรถกถา ขุททกนิกาย อิติวุตตกะ เอกนิบาต ตติยวรรค ปุณฺณสูตร

อรรถกถापุณฺณสูตร ที.ปา. เล่ม 11 ข้อ 33, ส.นิ. เล่ม 16 ข้อ 191)

ข้อความนี้อธิบายว่าผู้ที่ทำบุญจะเป็นผู้ได้รับความเจริญ หรืออาจเรียกได้ว่าเป็น “ผู้เจริญ” ซึ่งเจริญทั้งในด้านผลของการกระทำ และอีกนัยหนึ่งคือการยกระดับจิตใจอีกด้วย ดังพุทธพจน์ที่แปลความได้ว่า “วิญญาณเข้าถึงบุญย่อมเจริญ” คำว่า “วิญญาณ” ในที่นี้ไม่ได้มีนัยหมายถึงความตาย แต่หมายถึงจิตใจ หรือเรียกว่า “กุศลจิต” ซึ่งถือว่าเป็นบุญอย่างหนึ่ง ดังนั้นผลของการทำบุญจะสื่อความหมายว่าผู้กระทำย่อมเข้าถึงความเจริญ เห็นได้ดังข้อความต่อไปนี้

บุญชื่อว่า อายตคัคค์ เพราะมีผลไพบุลย์ มีผลยิ่งใหญ่ หรือ  
สูงสุดต่อไป เพราะมีผลน่ารัก น่าพอใจ หรือเพราะเลิศ  
ด้วยความเจริญ คือด้วยความยิ่งใหญ่และสูงสุดด้วยปัจจัย  
มีโยนิโสมนสิการ เป็นต้น บุญชื่อ อายตคัคค์ เพราะเลิศ  
คือเป็นประธานทางความเจริญ อันเป็นผลน่าพอใจ

(อรรถกถา ขุททกนิกาย อิติวุตตกะ เอกนิบาต ตติยวรรค ปุญญสูตร)

ข้อความนี้มุ่งอธิบายถึงผลของ “บุญ” ซึ่งเป็นสิ่งที่พึงปรารถนา ส่งผลให้เกิด “ความเจริญ” องค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าทรงยกย่องบุญที่ทำให้เกิดความเจริญสูงสุดไว้ประการหนึ่ง คือ หลักโยนิโส-มนสิการ ซึ่งเป็นวิธีคิดแบบมีวิจารณ์ญาณ ไตร่ตรอง แยกคาย และรอบคอบ เช่น

“คิดจากเหตุไปหาผล  
คิดจากผลไปหาเหตุ  
คิดแบบเห็นความสัมพันธ์ต่อเนื่อง เป็นลูกโซ่  
คิดเน้นเฉพาะจุดที่ทำให้เกิด  
คิดเห็น องค์ประกอบที่มา ส่งเสริมให้เจริญ  
คิดเห็น องค์ประกอบที่มา ทำให้เสื่อม  
คิดเห็นสิ่งที่มา ตัดขาดให้ดับ  
คิดแบบ แยกแยะองค์ประกอบ  
คิดแบบ มองเป็นองค์รวม  
คิดแบบ อะไรเป็นไปได้ หรือเป็นไปได้ไม่ได้”

(พระพรหมคุณาภรณ์ (ประยุทธ์ ปยุตโต), 2530: 19)

ดังนั้นความหมายของคำว่า “บุญ” ที่ปรากฏในพระไตรปิฎกและอรรถกถานั้น มิได้กล่าวถึงอานิสงส์หรือผลของบุญที่เป็นรูปธรรม แต่กลับมุ่งอธิบายสภาวะของผู้กระทำ เช่น มีความสุข

มีจิตใจที่บริสุทธิ์ ตลอดจนถึงสำคัญที่สุด “บุญ” ที่องค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้ายกย่อง คือ หลักโยนิโสมนสิการ ซึ่งแท้จริงแล้วก็คือหลักการคิดที่ต้องมีวิจารณ์ญาณนั่นเอง

จากที่กล่าวมาทั้งหมดอาจสรุปได้ว่า คำว่า “บุญ” ที่ปรากฏในพระไตรปิฎกและอรรถกถา สามารถจำแนกนัยทางความหมายออกเป็น 3 ลักษณะ คือ ประการแรก “บุญ” ในลักษณะคำวิเศษณ์หมายถึงการกระทำที่พึงประสงค์ซึ่งก็คือการทำความดี ประการที่สอง “บุญ” ในลักษณะคำนามบอกผลของการกระทำ ในความหมายนี้หมายถึงการทำบุญแล้วทำให้เกิดความสุขไม่ว่าจะเป็นทั้งทางร่างกายหรือจิตใจ และประการสุดท้าย “บุญ” ในลักษณะคำกริยา ในความหมายนี้หมายถึงการทำบุญช่วยขัดเกลาและยกระดับจิตใจ

เมื่อพิจารณาด้วยทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย จะเห็นว่ามีการนำเสนอความคิดเกี่ยวกับบุญเป็นไปตามคัมภีร์พุทธศาสนาใน 2 ความหมาย คือ 1) การกระทำที่พึงประสงค์ซึ่งก็คือการทำความดี และ 2) หมายถึงการทำบุญแล้วทำให้เกิดความสุขไม่ว่าจะเป็นทั้งทางร่างกายหรือจิตใจ เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (200) จากการศึกษาเรื่องราวกฎแห่งกรรมใน รร.อนุบาลฝันในฝันวิทยา พบว่า บุญบาปที่ทำในปัจจุบันเป็นปัจจัยหลักสำคัญในการส่งผล ก็คือ ถ้าเราทำบุญมากในปัจจุบัน บาปที่ส่งผลจากหนักก็จะกลายเป็นเบา จากเบาเป็นหาย ร้ายกลายเป็นดี หรือถ้าตายก็ไปดี ถ้าทำบาปในปัจจุบันมากกว่าก็จะตรงกันข้าม ดังนั้นทางเดียวเท่านั้นที่เราจะแก้ไขบาปกรรมที่ไม่ดีให้หมดสิ้น ไป คือ ต้องสั่งสมบุญเยอะ ๆ บ่อย ๆ ซ้ำ ๆ แล้วอธิษฐานตอกย้ำฝังดี ๆ ซ้ำ ๆ แล้วอย่าแปลกใจถ้าคุณครูไม่ใหญ่มีบุญให้พวกเราทำดี ๆ ทั้งบุญเล็กบุญปานกลาง บุญใหญ่ ทั้งทาน ศีล ภาวนา บารมีทั้ง ๑๐ ทศ เพราะนี่คือทางเลือก ทางรอด ทางเดียวเท่านั้น ซึ่งคุณยายอาจารย์ฯ เคยบอกชาตินี้เป็นชาติสำคัญที่เราจะปรับปรุงแก้ไข ถ้าชนะก็จะชนะตลอดไป (ต้องแก้ไขจนหมดลมหายใจ)



(รายการอนุบาลฝันในฝันวิทยา : เอกสารออนไลน์)

จากตัวอย่างจะเห็นว่าตัวบทนำเสนอความคิดว่า การทำบุญเป็นความดีที่พึงกระทำ ส่วนผลที่ได้รับจากการทำดีก็คือตายแล้วไปดี ซึ่งอาจตีความได้ว่าเป็นสุขที่มนุษย์พึงปรารถนาอยู่แล้ว แต่ตัวบทมิได้นำเสนอความหมายของบุญในลักษณะเครื่องมือในการขัดเกลาหรือยกระดับจิตใจ

จากการศึกษาตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายอาจกล่าวได้ว่า แนวคิดเรื่อง “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถามีอิทธิพลต่อการประกอบสร้างตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายอย่างแน่นอน แต่ตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเลือกเน้นการทำบุญแบบการกระทำ คือ การทำดี กับเลือกเน้นผลของการทำบุญ คือ ได้สิ่งที่พึงปรารถนามานำเสนอในตัวบท ดังนั้นความหมายของบุญในลักษณะเครื่องมือช่วยขัดเกลาและยกระดับจิตใจอาจมิได้ถูกนำเสนอผ่านตัวบทวาทกรรม

### 8.3.1.2 ลักษณะและปรากฏการณ์ของพุทธศาสนาในสังคมไทย

ลักษณะและปรากฏการณ์ของพุทธศาสนาในสังคมไทยปัจจุบันเป็นพระพุทธศาสนาแบบประชานิยม (Popular Buddhism) กล่าวคือ ให้ความสำคัญกับการทำทาน การให้ หรือการบริจาคมากกว่าการทำความดีในลักษณะอื่น ๆ จนมีวลีติดปากว่า “ทำบุญทำทาน” และในหลายกรณีก็ถือว่าการให้ทานคือการทำบุญ และลักษณะเด่นของการทำบุญคือการให้ทาน (ภัทรภาพร สิริกาญจน 2557: 206)

วิธีการทำบุญของคนไทยผูกพันกับแบบการให้ทานเพื่อบริจาค เห็นได้จากการจัดอันดับประเทศใจบุญที่สุดในโลก (World Giving Index) ปี 2011 ของสถาบัน CAF (Charities Aid Foundation) หรือมูลนิธิช่วยเหลือการกุศลของสหรัฐอเมริกา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสำรวจประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปในเขตเมืองและชนบทของประเทศต่าง ๆ รวม 153 ประเทศ โดยพิจารณาจากเงื่อนไขดัชนีย่อย 3 ดัชนี คือ 1. ดัชนีการบริจาคเงินเพื่อการกุศล 2. ดัชนีการอาสาสมัครหรือการอุทิศตนช่วยเหลืองานกุศล 3. ดัชนีการช่วยเหลือบุคคลแปลกหน้าที่ได้รับความเดือดร้อน

ผลการสำรวจและเปรียบเทียบดัชนีดังกล่าว พบว่าในปี 2011 ประเทศไทยได้อันดับชาติใจบุญ อันดับที่ 9 ของโลก จาก 153 ประเทศ ขยับขึ้นจากอันดับที่ 25 ของปี 2010 เป็นผลมาจากการให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันโดยเฉพาะเหตุการณ์อุทกภัยที่ผ่านมา และยังให้ความช่วยเหลือประเทศเพื่อนบ้านอีกด้วย และผลของดัชนีย่อย พบว่า คนไทยบริจาคเงินเพื่อการกุศลมากเป็นอันดับ

1 ของโลกคือ ร้อยละ 85 ส่วนในเรื่องความเป็นอาสาสมัคร มีคนไทยที่ชอบอุทิศตนเป็นอาสาสมัคร ร้อยละ 17 และให้ความช่วยเหลือบุคคลแปลกหน้าที่ได้รับความเดือดร้อนร้อยละ 50

เปรียบเทียบผลการจัดอันดับประเทศใหญ่ World Giving Index 2011, 2010

ประเทศ	2011					2010				
	การจัดอันดับ	การให้คะแนน	การบริจาคเงิน (%)	การเป็นอาสาสมัคร (%)	การช่วยเหลือกับคนแปลกหน้า (%)	การจัดอันดับ	การให้คะแนน	การบริจาคเงิน (%)	การเป็นอาสาสมัคร (%)	การช่วยเหลือกับคนแปลกหน้า (%)
สหรัฐอเมริกา	1	60	65	43	73	5	55	60	39	65
ไอร์แลนด์	2	59	75	38	65	3	56	72	35	60
ออสเตรเลีย	3	58	71	36	68	1	57	70	38	64
นิวซีแลนด์	4	57	63	39	69	1	57	68	41	63
สหราชอาณาจักร	5	57	79	28	63	8	53	73	29	58
เนเธอร์แลนด์	6	54	75	37	51	7	54	77	39	46
แคนาดา	7	54	62	34	65	3	56	64	35	68
ศรีลังกา	8	51	53	46	55	8	53	58	52	50
ไทย	9	51	85	17	50	25	42	73	18	36
ลาว	10	50	64	32	53	11	50	64	32	53

ที่มา : World Giving Index 2011

นอกจากนี้ดัชนียังชี้ให้เห็นว่าคนไทยที่บริจาคเงินเป็นหญิงมากกว่าชาย และผู้ที่อายุมากขึ้นจะบริจาคเงินมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย ในขณะที่การอุทิศตนเป็นอาสาสมัครและการช่วยเหลือคนแปลกหน้าที่ได้รับความเดือดร้อน จะเป็นชายมากกว่าหญิง และเช่นเดียวกัน ผู้ที่มีอายุมากขึ้นจะมีจิตอาสาในการช่วยเหลือมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย โดยเฉพาะการช่วยเหลือผู้อื่นที่ได้รับความเดือดร้อนจะเป็นผู้ที่อยู่ในช่วงอายุ 35-49 ปี มากที่สุด

ดัชนีย่อยของการจัดอันดับประเทศใหญ่ของประเทศไทย World Giving Index 2011

ดัชนีย่อย	ลำดับที่	เพศ		กลุ่มอายุ			
		ชาย	หญิง	15-24	25-34	35-49	50 +
ดัชนีการบริจาคเงิน	1	83	86	72	78	91	91
ดัชนีการอาสาสมัคร	86	21	13	16	11	19	19
ดัชนีการช่วยเหลือบุคคลแปลกหน้า	59	55	47	43	47	57	49

ที่มา : World Giving Index 2011

จากสถิติดังกล่าวสามารถชี้ให้เห็นได้ว่าการให้ทานซึ่งถือว่าเป็น “การทำบุญ” ในสังคมไทย เป็นเรื่องที่ถูกปฏิบัติกันเป็นปกติวิสัย ซึ่งความคิดดังกล่าวน่าจะมีอิทธิพลต่อตัวบวาทกรรมที่ผลิตโดยวัด พระธรรมกาย และตัวบทได้ผลิตซ้ำความคิดนี้ เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (201) ทำบุญแล้วอธิษฐานขอให้รวยเพื่อจะได้มีทรัพย์สินไว้  
บริจาคช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ ช่วยทำนุบำรุง  
พระพุทธศาสนา และที่สำคัญหากเรารวย จะได้ไม่ต้อง  
 กังวลเรื่องการทำมาหากิน มีเวลาสร้างบุญสร้างกุศล

มีเวลานั่งสมาธิมาก ๆ เพื่อจะได้หมดกิเลสบรรลุมรรค

ผล นิพพาน เร็ว ๆ

(ปฏิบัติการห้ามจนฉบับพกพา : เอกสารออนไลน์, 74)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำเสนอความคิดที่สัมพันธ์กับพระพุทธศาสนาแบบประชานิยม ที่เน้นการบริจาคทรัพย์เพื่อช่วยเหลือผู้ที่เดือดร้อน และบริจาคเพื่อเป็นการบำรุงพระพุทธศาสนา แต่ในตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะมีต่อยอดวิธีการอธิบายเพื่อขอให้ได้รับผลดีจากการบริจาคเพิ่มเข้ามาด้วย

### 8.3.1.3 ความเชื่อเกี่ยวกับชีวิตหลังความตาย

มาลินอฟกี (Malinowski 1929) กล่าวว่า “มนุษย์ใช้ศาสนา ความเชื่อ และพิธีกรรม เป็นที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ศาสนาทำให้มนุษย์มีความมั่นใจว่าเอาชนะความตายได้ด้วยการยืนยันถึงชีวิตในภพหน้า (จุฑาพรรค์ (จามจุรี) ผดุงชีวิต, 2551: 159)

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่าตัวบทนำเสนอความคิดเรื่องชีวิตหลังความตาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเชื่อเกี่ยวกับนรก-สวรรค์ ที่ปรากฏในคัมภีร์ไตรภูมิภพซึ่งนับว่าเป็นวรรณคดีสำคัญเรื่องหนึ่งในพุทธศาสนา

วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเสนอความคิดเรื่องชีวิตหลังความตายผ่านอุดมการณ์เรื่อง “บุญ” โดยเฉพาะอย่างยิ่งความคิดเรื่องชีวิตหลังความตายที่มีอยู่ก่อนแล้วในสังคมไทยนั้น ตัวบทสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายทำหน้าที่ถ่ายทอดและตอกย้ำชุดความคิดที่ว่า **บุญ คือสมบัติหลังความตาย**

วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำเสนอตัวบทที่สัมพันธ์กับความเชื่อเกี่ยวกับชีวิตหลังความตายในพุทธศาสนาที่พุทธศาสนิกชนทั่วไปเข้าใจว่าคนที่ทำบุญไว้มาก ๆ เมื่อตายจะได้ไปเกิดบนสวรรค์ ส่วนจะเป็นสวรรค์ชั้นใดก็ขึ้นอยู่กับกำลังบุญที่เคยสะสมไว้ตอนที่ยังมีชีวิตอยู่ ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (202) เมื่อกายละเอียดคุณแม่ของลูกได้เห็นเหล่าบริวารอัน

เป็นทิพย์และเทวารถสุดหรูเช่นนั้น ท่านก็ไม่รอช้า

ลอยตัวขึ้นไปสู่เทวารถของท่านในทันที ในระหว่างที่กาย

ละเอียดคุณแม่ของลูกกำลังลอยตัวขึ้นไปสู่เทวารถสุดหรู

ของท่านอยู่นั้น ทันใดนั้นเองกายละเอียดของท่านก็

พลันสว่างวาบพร้อมกับแปรเปลี่ยนไปเป็นกายของ  
เทพิตาสุดสวยโสภานในทันที

(รายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา วันที่ 13 มิถุนายน 2555)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำเสนอความคิดที่สัมพันธ์กับความเชื่อเดิมในสังคมไทยที่เชื่อว่าหากทำบุญมากเมื่อตายแล้วจะได้ไปบังเกิดในสวรรค์ ซึ่งตัวบทที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำเสนอความคิดเดิมในสังคมที่เข้าใจกันคืออยู่ว่าสวรรค์จะต้องสวยงาม แต่ในตัวบทมีการขยายความและอธิบายให้เข้าใจเชิงรูปธรรม ตลอดจนมีการทำภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวประกอบทำให้ผู้รับสารเข้าใจและเข้าถึงได้ง่ายโดยไม่ต้องอาศัยความคิดหรือจินตนาการของตนเองมากนัก ทั้งนี้ความคิดหรือจินตนาการของแต่ละคนย่อมมีความแตกต่างกันตามประสบการณ์หรือความรู้ของตนเอง แต่หากมีการนำเสนอภาพผ่านสื่ออย่างเป็นรูปธรรมแล้วก็อาจจะชี้นำภาพในความคิดของกลุ่มผู้รับสารให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันได้

พุทธศาสนิกชนทั่วไปในสังคมไทยนั้น ไม่สนใจในความพยายามเพื่อบรรลุ “นิพพาน” เพราะคิดว่าอยู่ไกลเกินความสามารถของคนทั่วไป โดยคิดว่านิพพานเป็นเรื่องการแสวงหาของนักบวช โดยเฉพาะ ส่วนคนทั่วไปพอใจในการแสวงหาอุดมคติคือ ความสุขในภพหน้า การเกิดใหม่ในสวรรค์ (ภัทรพร สิริกาญจน, 2557: 199)

#### 8.3.1.4 ความเชื่อเรื่องความเสื่อมสูญของศาสนา

พระพุทธศาสนาสอนเรื่องไตรลักษณ์ เป็นลักษณะของทุกสิ่งทุกอย่างแม้คำสอนของพระพุทธศาสนาเองก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงกฎดังกล่าวได้ ผู้นับถือพุทธศาสนาจึงมีความเชื่อว่าวันหนึ่งพุทธศาสนาจะสิ้นสูญไปจากโลก ความเชื่อว่าพุทธศาสนาจะเสื่อมลงทำให้คิดว่า พระอรหันต์จะค่อย ๆ ลดจำนวนลง จนในที่สุดไม่มีผู้ใดสามารถเป็นพระอรหันต์ได้ ซึ่งก็แสดงว่า การหลุดพ้นจะเป็นไปได้ยากขึ้นทุกที ๆ เมื่อเวลาผ่านไป (ประพจน์ อัครวิรุฬหการ, 2523: 100)

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่าตัวบทนำเสนอความคิดเรื่องความเสื่อมสูญของศาสนา ในสังคมไทยเชื่อว่าพุทธศาสนาขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าสมณโคดมจะเจริญอยู่ได้ 5,000 ปี แล้วจะเสื่อมสูญแล้วมีพระพุทธเจ้าองค์ต่อไปคือพระศรีอาริยมตไตรย

วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเสนอความคิดเรื่องความเสื่อมสูญของศาสนาผ่านอุดมการณ์เรื่อง “บุญ” ตัวบทสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายผลิตซ้ำชุดความคิดไว้อย่างน่าสนใจ คือ

ชุดความคิดที่ว่าบุญคือการทำความดี เพราะความดีที่ควรกระทำประการหนึ่งคือหน้าที่ในการสืบทอดอายุของพระพุทธศาสนา

จากการศึกษาด้วยทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่าการผลิตซ้ำความคิดผ่านตัวบทในประเด็นความเชื่อเรื่องความเสื่อมสูญของศาสนา ในฐานะพุทธศาสนิกชนทั่วไปมีหน้าที่อันพึงประสงค์ต่อพระศาสนาอย่างหนึ่ง คือ การทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาให้ยืนยาวซึ่งเป็นความคิดดั้งเดิมและปรากฏอยู่ในสังคมไทยมาอย่างยาวนาน แต่นอกจากนี้ด้วยทวาทกรรมสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายยังนำเสนอความคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของพุทธศาสนิกชนที่ชัดเจนขึ้น คือ มีบทบาทหน้าที่ในการกอบกู้และฟื้นฟูพระพุทธศาสนา ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (203) พระราชินีก็จะเป็นพระราชอาศรรย์ที่เราจะย่อยก  
พระพุทธศาสนา กอบกู้พระพุทธศาสนาให้กลับมา  
เฟื่องฟูเหมือนย้อนยุคพุทธกาลหรืออย่างน้อยก็ยุค  
โบราณกาลที่ผ่านมา นี่ก็จะเป็นบารมีพิเศษ ที่ได้ตั้งอก  
ตั้งใจทำกันไปอย่างนี้ การเข้าถึงธรรมนั้นไม่ยาก แต่ก็  
ไม่ง่าย กำลังพอดี ๆ คือ ต้องประกอบความเพียรอย่าง  
กล้ากล้า อย่างถูกหลักวิชา

(วารสารอยู่ในบุญ, กันยายน 2555: 38)

จากการวิเคราะห์ด้วยทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการผลิตซ้ำความเชื่อเรื่องความเสื่อมสูญของศาสนาในตัวบท ทวาทกรรมนี้เป็นเครื่องมือที่ปลูกจิตสำนึกของพุทธศาสนิกชนว่า จะต้องทำหน้าที่กอบกู้ฟื้นฟูพระพุทธศาสนา

### 8.3.1.5 ความคิดเรื่องบารมี

คำว่าบารมี หรือ “ปารมี มาแต่คำว่า ปรม - สูงสุด, ดีเลิศ คัมภีร์อรรถกถาจรियाปิฎก และสัททนีติ กล่าวว่ ปรม มาแต่ ปฺร ธาตุ แปลว่า เลี้ยง รักษา เต็มบริบูรณ์ เมื่อเป็นคำว่า ปรม หมายถึง ความรักษาคุณให้เจริญ ความบริบูรณ์ ความเต็มเปี่ยม ความให้คุณเต็มที่” (ประพจน์ อัครวิรุฬหาร, 2523: 249)

พัฒน์ เพ็งผลา (2554: 126) สรุปความหมายของคำว่า “บารมี” ออกเป็น 3 ความหมาย ได้แก่ 1) หมายถึง คุณธรรมดีเลิศ, คุณธรรมสูงสุด 2) หมายถึง คุณสมบัติที่นำไปสู่ฝั่ง นัย หมายถึงนิพพาน และ 3) หมายถึงคุณสมบัตินี้ที่พึงยินดีก่อน

สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงอธิบายว่า “ในระยะต้นนั้น คำว่าบารมีหมายถึงความเป็นเลิศ ความเต็มเปี่ยมสมบูรณ์ในด้านใดก็ได้ ต่อมาความหมายของศัพท์ แคบเข้า คือ จะหมายถึงความเป็นเลิศหรือความบริบูรณ์ในหมวดธรรมหมวดใดหมวดหนึ่งในพุทธ ศาสนา ในที่สุดจะหมายถึงความเป็นเลิศ หรือเป้าหมายสูงสุดในทางพุทธศาสนา คือ พระนิพพาน (สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 2534: ก)

ส่วน อ.อัฐฐา (2551: 227) อธิบายว่า “บารมี คือ การทำความดีอย่างหนึ่งเหมือนกันไม่ ว่าจะเป็น การให้ (ทาน) การรักษาศีล และการบำเพ็ญภาวนา แต่ความมุ่งหมายหลักของการทำบารมี นั้นคือ การหลุดพ้นจากการเวียนว่ายตายเกิด คำนี้จึงเห็นว่าใช้กับองค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าหรือกับผู้ที่ สะสมบารมีเพื่อการหลุดพ้น”

จากนิยามความหมายที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น อาจสรุปความหมายของคำว่าบารมีได้ 2 ประการ ประการแรก หมายถึงคุณธรรมอันเลิศที่ได้รับการยอมรับ คำว่า “บารมี” ในความหมายนี้ สามารถใช้กับบุคคลใดก็ตามที่ประพฤติตนในทางที่ดีจนได้รับการเคารพยกย่อง จนอาจเรียกได้ว่า บุคคลผู้นั้นเป็นผู้มีบารมี เช่น พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเปี่ยมล้นด้วยพระบารมีเป็นที่ยกย่อง ของปวงชนชาวไทย ประการที่สอง หมายถึง การบำเพ็ญคุณธรรมเพื่อความหลุดพ้น ซึ่งความหมายนี้ เป็นความหมายในเชิงพุทธศาสนา ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าความคิดเรื่องบารมีที่มีอิทธิพลต่อตัวบทสื่อก่อผลิต โดยวัดพระธรรมกาย เป็นความคิดเรื่องบารมีในความหมายที่สอง

จากการศึกษาว่าทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย พบว่ามี การนำเสนออุดมการณ์เรื่อง “บุญ” ไปพร้อมกับความคิดเรื่องบารมี กล่าวคือ มีการบอกว่าหน้าที่ของพุทธศาสนิกชนที่เกิดมานั้น ต้องเกิดมาเพื่อชวนชวนในการสร้างบารมี และวิธีการสร้างบารมีก็คือการทำบุญกับวัดพระธรรมกาย ทางใดทางหนึ่ง หากเป็นกลุ่มประชาชนทั่วไปหรือกลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีวัดก็อาจทำบุญด้วยการให้ ทาน หรือร่วมกิจกรรมบุญตามโอกาสต่าง ๆ ที่วัดพระธรรมกายจัดขึ้น หากเป็นกลุ่มผู้นำบุญ คือ กลุ่ม อาสาสมัครที่เข้ามาช่วยงานต่าง ๆ ในวัดพระธรรมกาย เช่น การช่วยจัดกิจกรรม ช่วยทำความสะอาด ทำอาหาร หรือต้อนรับกลุ่มประชาชนทั่วไป ซึ่งหน้าที่ในลักษณะดังกล่าวนี้เป็นหน้าที่ในลักษณะการใช้ แรงแยกซึ่งวัดพระธรรมกายถือว่าเป็นบุญอย่างหนึ่ง ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นการทำบุญด้วยวิธีการใดก็ตาม

ถือได้ว่าเป็นการสะสมบารมีไปด้วย และการสะสมบารมีนี้เป็นเรื่องที่สำคัญเพราะเป็นเสมือนหน้าที่ของชีวิต เห็นได้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (204) ไม่มีเวลา คือ เวลาไม่พอ แต่ถ้าไม่ใส่ใจ คือ แม้มมีเวลาก็ไม่ทำ นี่คงเป็นสิ่งที่เราต้องหมั่นถามตัวเองทุกครั้งที่เราเริ่มรู้สึกว่ามีเวลา เพราะเวลาบนโลกนั้นสั้นนัก และการสร้างบารมีก็เป็นหน้าที่หลักของชีวิต

(v-peace, มกราคม 2556 ฉบับที่ 12: 17)

ข้อความนี้ส่วนที่ขีดเส้นใต้เป็นการนำเสนอความคิดว่า “การสร้างบารมีก็เป็นหน้าที่หลักของชีวิต” ซึ่งประโยคดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความตระหนักถึงบทบาทและหน้าที่ในฐานะพุทธศาสนิกชนที่พึงประสงค์ ตลอดจนใจความสำคัญทั้งหมดแสดงให้เห็นการเร่งเร้าให้สิ่งสะสมบารมี ซึ่งการสะสมบารมีที่ดีที่สุดจะต้องเป็นการร่วมบุญกับวัดพระธรรมกาย เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (205) การสร้างบารมีของพวกเราในหนึ่งปีที่ผ่านมาเป็นการสร้างบารมีที่เข้มข้น และคุ้มค่ากับการสร้างบารมี เพราะเราได้มีโอกาสสั่งสมบุญกันอย่างเต็มที่มาตลอดทั้งปี เป็นบุญที่เรานึกถึงเมื่อไร ก็มีความปีติและภาคภูมิใจว่าการเกิดมาของเรานั้นได้ใช้วันเวลาผ่านไปอย่างคุ้มค่า ได้สั่งสมบุญ เพื่อชดเชยกิเลส พร้อมกับบำเพ็ญประโยชน์เพื่อโลกอย่างแท้จริง งานบุญรับพระเดินธุดงค์เส้นทางมหาปูชนียาจารย์จำนวน 1,127 รูป ซึ่งมีความตั้งใจของพระเดชพระคุณหลวงพ่อที่มีมายาวนาน โดยมีลูก ๆ อาสาสมัคร เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยกันจัดงานให้หลวงพ่อสมปรารถนา เป็นการจัดบุญอย่างต่อเนื่องทุกวันตลอดทั้งเดือน เป็นสิ่งที่เราไม่เคยทำมาก่อน แต่ทุกคนก็สู้ด้วยความปลื้มใจเพราะ มีหัวใจเป็นยอดนักสร้างบารมีที่จะสร้างบารมีตามติดหลวงปู่ จึงสามารถจัดงานเดินธุดงค์ได้อย่างสมบูรณ์

เป็นที่ตั้งแห่งความศรัทธาเลื่อมใสแก่มหาชนผู้พบเห็น  
ตลอดเส้นทาง

(v-peace, มกราคม 2556 ฉบับที่ 12 : 3)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า การสะสมบารมีในบริบทของข้อความ คือ การลงแรงช่วยกันจัดกิจกรรมธุดงค์ธรรมชัยซึ่งนับว่าเป็นบุญอย่างหนึ่ง การกล่าวในลักษณะนี้อาจทำให้เกิดความสับสนได้ว่า “บุญ” และ “บารมี” ตามความคิดของวัดพระธรรมกายต่างกันอย่างไร ผู้วิจัยตีความว่าการทำบุญ คือ การร่วมทำกิจกรรมของวัดพระธรรมกายทั้งด้านการลงทุนและการลงแรง ซึ่งบุญที่ทำแต่ละครั้งนั้นเป็นหน่วยย่อย ๆ ที่สะสมจนให้มากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งกระบวนการสะสมบุญนี้เอง เรียกว่า “บารมี” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย

#### 8.3.1.6 ความคิดแบบทุนนิยม

คำว่า ทุนนิยม (capitalism) หมายถึงระบบเศรษฐกิจอย่างหนึ่งและเป็นเศรษฐศาสตร์การเมือง (political economics) ชนิดหนึ่ง กล่าวอีกอย่างคือ “ทุนนิยม” บางครั้งหมายถึงระบบเศรษฐกิจชนิดหนึ่งที่มี “ทุน” (capital) เป็นปัจจัยการผลิต (means of production) (วิชระ งามจิตระ-เจริญ, 2554: 9) อย่างไรก็ตาม แนวคิดนี้ก็ให้อีกแนวทางหนึ่งในการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างทุน-นิยมกับศาสนา กล่าวคือ ศาสนาใดไม่ได้ปฏิเสธเรื่องการสั่งสมโภคทรัพย์ ศาสนานั้นก็ไปกันได้กับทุนนิยม และการให้ความสำคัญแก่สิ่งที่มีคุณค่าทางจิตวิญญาณหรือทางศาสนาที่ไม่ใช่วัตถุสิ่งของก็แสดงให้เห็นว่า ทุนนิยมสามารถมีเรื่องของคุณค่าที่ไม่ใช่วัตถุหรือทรัพย์สินด้วย ซึ่งเป็นเรื่องที่ปรากฏอยู่ในศาสนาต่าง ๆ รวมทั้งพุทธศาสนาด้วย (วิชระ งามจิตระเจริญ, 2554: 99)

ทั้งนี้ “วัดพระธรรมกายแสดงแนวคิดการใช้วิถีทางการตลาดมาดำเนินกิจการอย่างชัดเจน คือการส่งแผนการตลาดในนาม “ศูนย์ประชาสัมพันธ์ มูลนิธิธรรมกาย” เข้าแข่งขันโครงการ “ประกวดผลงานการตลาดดีเด่น” ครั้งที่ ๓ ที่คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร่วมกับสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย จัดขึ้นเมื่อปี 2529-2530” (นิตยสารสารคดี เดือน มิถุนายน , 2529 : เข้าถึงได้จาก <https://www.sarakadee.com/2014/08/20/dhammakuy/3>)



จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่า ความคิดแบบทุนนิยมมีอิทธิพลกับตัวบท เห็นได้จากการใช้คำศัพท์เกี่ยวกับธุรกิจที่ปรากฏในตัวบทสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (206) พุทธศาสนิกชนทุกท่านก็เช่นกัน หากจะดำเนินชีวิตให้  
สูงค่าอย่างพระบรมโพธิสัตว์ ก็ต้องเริ่มวางกลยุทธ์ของ  
ชีวิตข้อแรกด้วยการให้ทาน ซึ่งในยุคปัจจุบันเรามีการ  
ตักบาตรพระจำนวนพันจำนวนหมื่นรูป ให้เราสามารถ  
 ดำเนิน กลยุทธ์ ข้อนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้อย่าง  
สะดวกสบายและรวดเร็ว

(วารสารอยู่ในบุญ, พฤศจิกายน 2556: 50)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่า บริบทของข้อความนำเสนอความคิดว่าการทำบุญกับวัดพระธรรมกายเป็น “กลยุทธ์” ในการดำเนินชีวิตอย่างหนึ่ง ซึ่งปัจจุบันคำนี้มักพบในวงการการวางแผนทางธุรกิจ เช่น กลยุทธ์การขาย กลยุทธ์พิชิตใจลูกค้า หรือการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เป็นต้น เมื่อวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวในตัวบท จึงอาจกล่าวได้ว่าความคิดแบบทุนนิยมในปัจจุบันมีอิทธิพลต่อการผลิตตัวบท อีกทั้งยังเห็นได้ว่าแนวคิดในการทำบุญของข้อความนี้ คือ การทำบุญกับพระสงฆ์จำนวนมาก โดยผู้ทำบุญสามารถทำได้สะดวกและรวดเร็ว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 8.3.1.7 ความคิดเกี่ยวกับสถาบันทางสังคม

ฮาวิลแลนด์ (Haviland 1993) กล่าวว่า หน้าที่ทางสังคมของศาสนานั้นไม่ได้มีความสำคัญน้อยกว่าหน้าที่ทางจิตวิญญาณเลย ศาสนาจะเป็นตัวส่งเสริมแบบอย่างต่าง ๆ เป็นตัวให้บทลงโทษทางศีลธรรมสำหรับความประพฤติของผู้คน” ดังนั้น “ศาสนาซึ่งเป็นสถาบันของสังคมจึงมี “หน้าที่” ตอบสนองความต้องการพื้นฐานด้านจิตใจของมนุษย์ ในการเสริมสร้างความมั่นใจทั้งในระดับจิตสำนึกและจิตใต้สำนึก” (จุฬาพรธรร (จามจุรี) ผดุงชีวิต, 2551: 158-159)

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่า ความคิดเกี่ยวกับสถาบันทางสังคมโดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่สังคมไทยให้คุณค่าสถาบันศาสนาเป็นสถาบันหลักสถาบันหนึ่งทางสังคม ทำให้ความคิดดังกล่าวแพร่กระจายอยู่ในสังคมไทยมาอย่างเข้มข้นและยาวนาน ซึ่งความคิด

เกี่ยวกับสถาบันศาสนาที่สำคัญส่งอิทธิพลต่อบทสื่อบทสื่อนที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายอย่างชัดเจน ได้แก่ ความคิดเกี่ยวกับบทบาทของพระสงฆ์ ความคิดเกี่ยวกับชนชั้นทางสังคม และความคิดเกี่ยวกับสันติภาพในสังคม ดังนี้

### 8.3.1.7.1 ความคิดเกี่ยวกับบทบาทของพระสงฆ์

จากการรวบรวมข้อมูลตัวบทสื่อบทสื่อนที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่า ความคิดเกี่ยวกับบทบาทของพระสงฆ์ในสังคมไทยที่มีการผลิตซ้ำผ่านวาทกรรมนั้นปรากฏความคิดเกี่ยวกับบทบาทสำคัญของพระสงฆ์ 2 บทบาท ได้แก่ บทบาทในการเป็นเนืองนาคของพุทธศาสนิกชน และบทบาทในการสืบทอดอายุพระพุทธศาสนา ซึ่งเป็นบทบาทสำคัญของพระสงฆ์ตั้งแต่สมัยครั้งพุทธกาล ส่วนบทบาทการสร้างความสัมพันธ์ระดับองค์กรพุทธระดับนานาชาตินั้น อาจกล่าวได้ว่าเป็นบทบาทหน้าที่ที่เกิดขึ้นใหม่ที่มีความสอดคล้องกับสังคมโลกปัจจุบัน ดังนี้

#### 1) บทบาทในการเป็นเนืองนาคของพุทธศาสนิกชน

บทบาทสำคัญของพระสงฆ์บทบาทหนึ่ง คือ การเป็นเนืองนาคของพุทธศาสนิกชน บทบาทดังกล่าวนี้เป็นบทบาทที่ปรากฏในสังคมไทยมาอย่างยาวนาน เห็นได้จากธรรมเนียมปฏิบัติของชาวพุทธที่มักนิยมไปวัด ทำบุญ ซึ่งผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการประกอบกิจให้เป็นบุญนั้นก็คือพระสงฆ์ ผ่านรูปแบบพิธีกรรมพื้นฐาน เช่น การตัดบวช ถวายสังฆทาน ฟังธรรม ตลอดจนพิธีกรรมตามประเพณีหรือโอกาสพิเศษ เช่น ทำบุญสงกรานต์ ทำบุญสารท หรือทำบุญขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น พิธีกรรมเหล่านี้ผู้ที่มีบทบาททำให้พิธีกรรมสำเร็จจนลุล่วงได้แก่พระสงฆ์ จึงกล่าวได้ว่าสังคมไทยมีความคิดเกี่ยวกับบทบาทของพระสงฆ์ว่าเป็นเนืองนาคของพุทธศาสนิกชน เห็นได้จากข้อความในอรรถกถา ดังนี้

ภิกษุทั้งหลาย พรหมณ์และชาวบ้านทั้งหลายเป็นผู้มี  
อุปการะมากแก่เธอทั้งหลาย เป็นผู้บำรุงเธอทั้งหลาย  
ด้วย จีวร บิณฑบาต เสนาสนะ และคิลานปัจจัย เกสัช  
บริขาร แม้พวกเธอก็จงเป็นผู้มีอุปการะมากแก่  
พรหมณ์และชาวบ้านทั้งหลาย ด้วยการแสดงธรรมอัน  
งามในเบื้องต้น งามในท่ามกลาง งามในที่สุด ประกาศ

พรหมจรรย์ทั้งอรรถพร้อมทั้งพยัญชนะบริสุทธิ์บริบูรณ์  
สิ้นเชิงแก่พรหมณ์และชาวบ้านเหล่านั้น  
ภิกษุทั้งหลาย คฤหัสถ์และบรรพชิตต่างอาศัยซึ่งกัน  
และกัน อยู่ประพาศพรหมจรรย์นี้ เพื่อมุ่งหมายจะสลัด  
เสียซึ่งโอรส เพื่อทำความจบสิ้นทุกข์ โดยชอบด้วย  
ประการฉะนี้ ผู้ครองเรือนและผู้ไร้เรือน ทั้งสองฝ่าย  
อาศัยซึ่งกันและกันด้วยอามิสทานและธรรมทาน อยู่  
ประพาศพรหมจรรย์นี้ เพื่อมุ่งหมายจะสลัดเสียซึ่ง  
โอรส เพื่อทำความจบสิ้นทุกข์โดยชอบด้วยประการ  
ฉะนี้

(ชุตทกนิกาย อิติวุตตก เล่มที่ 25 ข้อ 287: 314)

ข้อความในอรรถกถาข้างต้นอธิบายไว้กว้าง ๆ ว่าพระสงฆ์และพุทธศาสนิกชนมีความเกื้อกูลกัน พุทธศาสนิกชนเกื้อกูลพระสงฆ์ด้วยจตุปัจจัย ส่วนพระสงฆ์เกื้อกูลพุทธศาสนิกชนด้วยการสอนธรรม ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าการให้ทานและการฟังธรรมนั้นเป็นบุญอย่างหนึ่งตามหลักบุญกริยาวัตถุตั้งที่กล่าวไปแล้วในข้างต้น จึงกล่าวได้ว่าพระสงฆ์เป็นเนื่อนาบุญของพุทธศาสนิกชน

จากการวิเคราะห์ว่ากรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่า มีการผลิตซ้ำความคิดว่าพระสงฆ์เป็นเนื่อนาบุญอย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีการจัดกิจกรรมทางพุทธศาสนาและเปิดโอกาสให้พุทธศาสนิกชนได้ร่วมทำบุญ เห็นได้ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (207) พระสงฆ์เป็นผู้มีคุณยิ่งใหญ่ไพบุลย์ไม่มีที่เปรียบได้เหมือนทะเลที่ยากจะคาดคะเนได้ว่ามีปริมาณน้ำเท่านี้เท่านี้ ฉะนั้นพระสงฆ์แลเป็นผู้ประเสริฐสุด เป็นสาวกของพระพุทธเจ้าผู้มีความเพียร พระสงฆ์เป็นเยี่ยมในหมู่ทรชน เป็นผู้นำแสงสว่างแห่งพระสัจธรรมที่พระพุทธเจ้าทรงประกาศแล้วมาชี้แจงแกลงใจ ใครก็ตามที่ได้ถวายทานมุ่งตรงต่อหมู่สงฆ์ชื่อว่าเป็นทานที่

ถวายดีแล้วและบูชาโดยชอบแล้ว เพราะท่านนั้น  
จัดเป็นสังฆทานที่มีผลมากมาย

(วารสารอยู่ในบุญ, เมษายน 2555: 6)

ตัวอย่างที่ (208) พิธีตักบาตรพระ 1,000 รูป ณ ถนนเชียงใหม่-ฮอด  
หน้าที่ว่าการอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งงาน  
บุญตักบาตรพระนับพันรูปครั้งนี้เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกใน  
อำเภอสันป่าตอง โดยได้รับความเมตตาจากพระครู  
ธรรมาภิรม เจ้าคณะอำเภอสันป่าตอง เป็นประธาน  
สงฆ์ และมีพระภิกษุใน 7 อำเภอ อาทิ อำเภอ  
สันป่าตอง แม่วาง หางดง จอมทอง ฯลฯ ไปเป็น  
เนื่อนาบุญ

(วารสารอยู่ในบุญ, กรกฎาคม 2555: 39)

ข้อความนี้แสดงให้เห็นความคิดในการจัดกิจกรรมทำบุญตักบาตรที่วัดพระธรรมกายขอ  
ความร่วมมือไปยังหน่วยงานภาครัฐและความร่วมมือจากคณะสงฆ์จัดกิจกรรมที่มีพระสงฆ์จำนวนมาก  
ซึ่งบริบทของข้อความนำเสนอความคิดว่าพระสงฆ์เป็นเนื่อนาบุญเมื่อทำบุญตักบาตรทั่วไปยังได้บุญ  
แต่หากตักบาตรในกิจกรรมที่มีพระสงฆ์จำนวนมากก็จะได้บุญมากไปด้วย ดังนั้นอาจเป็นนัยสำคัญ  
ที่เป็นวิธีการจูงใจให้ประชาชนทั่วไปออกมาร่วมกิจกรรมนี้ซึ่งผู้สนับสนุนการจัดกิจกรรมที่แท้จริงก็  
คือวัดพระธรรมกาย เท่ากับว่าประชาชนทั่วไปบางส่วนก็จะได้ร่วมกิจกรรมกับวัดพระธรรมกายไปโดย  
ไม่รู้ตัว

## 2) บทบาทในการสืบทอดอายุพระพุทธศาสนา

บทบาทสำคัญของพระสงฆ์อีกบทบาทหนึ่ง คือ บทบาทในการสืบทอดอายุ  
พระพุทธศาสนา ซึ่งบทบาทดังกล่าวเป็นสิ่งที่พุทธศาสนิกชนทั่วโลกทุกนิกายยอมรับและเข้าใจตรงกัน  
ในบริบทพุทธศาสนาเมื่อครั้งพุทธกาลมีการส่งสมณทูตไปเผยแผ่พุทธศาสนาไปยังที่ต่าง ๆ ตลอดจนมี  
พิธีกรรมการอุปสมบทเพื่อสืบทอดคำสอนตามหลักพุทธศาสนาจากพระสงฆ์รุ่นต่อรุ่น ดังปรากฏ  
ข้อความในพระไตรปิฎกเกี่ยวกับการจาริกเพื่อเผยแผ่พระธรรมขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า ดังนี้

ภิกษุทั้งหลาย เธอทั้งหลายจงจาริกไปเพื่อประโยชน์  
และความสุขของชนหมู่มาก เพื่ออนุเคราะห์ชาวโลก

เพื่อประโยชน์แก่กุลและความสุขแก่ทวยเทพและ  
มนุษย์ทั้งหลาย

(วินัยปิฎก เล่มที่ 4 ข้อ 39: 32)

จากข้อความข้างต้นจะเห็นได้ว่าองค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าทรงมอบหมายหน้าที่ให้พระสงฆ์เป็นผู้จาริกไป เพื่อเผยแผ่พระธรรมคำสอน ซึ่งถือว่าเป็นการอนุเคราะห์และเกื้อกูลประโยชน์ให้แก่ชาวโลก เมื่อพิจารณาด้วยทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่า มีการผลิตข้อความคิดว่าพระสงฆ์เป็นผู้สืบทอดอายุพระพุทธศาสนา ซึ่งความคิดนี้มีความสัมพันธ์กับความคิดเรื่องความเสื่อมสูญของพระพุทธศาสนาด้วย ดังนั้นทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจึงนำเสนอความคิดให้มีการบวชพระสงฆ์ให้มากขึ้นเพื่อให้พระสงฆ์ทำหน้าที่สืบทอดอายุพระพุทธศาสนาผ่านโครงการต่าง ๆ ของวัดพระธรรมกาย เช่น อุปสมบทพระ 100,000 รูป บรรพชาสามเณร 100,000 รูป เป็นต้น ซึ่งโครงการเหล่านี้เป็นโครงการที่จัดต่อเนื่องในทุก ๆ ปี ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ (209) ที่มาของโครงการบวชแสนรูปเกิดจากพระเทพญาณ  
มหา-มุนี (หลวงพ่อดมฺมชโย) เจ้าอาวาสวัด  
พระธรรมกายที่ทราบข่าวว่า ปัจจุบันนี้พระเข้าพรรษา  
ลดลงมาก พระอารามหลวงขนาดใหญ่ในกรุงเทพฯ  
บางวัดมีพระบวช 1 รูป บางวัดไม่มีเลย ขณะที่เมื่อ 10  
กว่าปีที่แล้ว บางวัดพระบวชเต็มเลย ใครจะไปบวชต้อง  
รีบไปจองแต่เนิ่น ๆ แต่ตอนนี้กฎว่างเป็นแถว พระเดช  
พระคุณหลวงพ่อดมฺมชโยจึงว่า “นี่เป็นสัญญาณ  
อันตรายแล้ว”

(วารสารอยู่ในบุญ กรกฎาคม 2558: 90)

จากข้อความแสดงให้เห็นว่าความคิดเรื่องความเสื่อมสูญของพระพุทธศาสนาที่ซ้อนทับอยู่กับความคิดว่าพระสงฆ์เป็นผู้สืบทอดอายุพระพุทธศาสนานั้นมีอิทธิพลต่อดัชนีที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย จึงส่งผลให้ทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำเสนอความคิดที่จะสืบทอดอายุพระพุทธศาสนาโดยการจัดบวชพระสงฆ์ครั้งละจำนวนมากและกล่าวว่าเป็นการบวชที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งสามารถจูงใจให้คนหันมาบวชกันมากขึ้น อีกทั้งการอุปสมบทหมู่คราวละจำนวนมากขนาด 100,000 รูป ย่อมสามารถสร้างความสนใจให้กับสังคมได้ ดังนั้นการจัดโครงการในลักษณะดังกล่าว

แม้ว่าวัตถุประสงค์เบื้องต้นได้รับอิทธิพลจากความคิดในการสืบทอดอายุพระพุทธศาสนา แต่ในขณะเดียวกันก็ได้เป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของวัดพระธรรมกายให้เป็นที่รู้จักในสังคมได้อย่างกว้างขวางขึ้น อีกทั้งการจัดโครงการดังกล่าวยังสามารถเชิญชวนให้ญาติมิตรของผู้อุปสมบทมาร่วมบุญกับวัดพระธรรมกายได้เป็นจำนวนมากอีกด้วย

### 3) การสร้างความสัมพันธ์ระดับองค์กรพุทธระดับนานาชาติ

บทบาทของสถาบันศาสนาที่เกิดขึ้นใหม่ในสังคมปัจจุบัน คือ การสร้างความสัมพันธ์องค์กร-พุทธระดับนานาชาติซึ่งวัดพระธรรมกายเป็นแกนนำในการสร้างชุมชนชาวพุทธทั่วโลก บทบาทนี้เป็นผลมาจากความคิดที่ว่าสถาบันศาสนาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ เมื่อขยายขอบเขตขององค์กรพุทธศาสนาให้มีความสัมพันธ์กับนานาชาติได้แล้ว ก็จะเป็นความร่วมมือในการขยายขอบเขตบทบาทของพระสงฆ์ในประเทศไทยไปสู่สังคมในระดับนานาชาติ

จากการวิเคราะห์ตัวอย่างที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับบทบาทของพระสงฆ์ในการสร้างความสัมพันธ์ระดับองค์กรพุทธระดับนานาชาติทั้งในระดับภูมิภาคและโลกตะวันตก โดยพระสงฆ์มีบทบาทเดิม คือ การเป็นเนืองนิตย์ของพุทธศาสนิกชน และการสืบทอดอายุของพระพุทธศาสนาที่ซ้อนทับไปพร้อมกับบทบาทใหม่ คือ การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มพุทธของชาติต่าง ๆ ซึ่งบทบาทดังกล่าวนี้อาจสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีในกลุ่มสังคมได้ เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (210) พิธีตักบาตรในวันนั้นนอกจากเป็นการทำบุญในวันออกพรรษาและเป็นการรักษาวัฒนธรรมชาวพุทธอันดีงามแล้ว ยังช่วยเสริมสร้างมิตรภาพของประชาชนทั้งสองประเทศให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นอีกด้วย

(วารสารอยู่ในบุญ, พฤศจิกายน 2556: 27)

ข้อความดังกล่าวแสดงให้เห็นการจัดกิจกรรมของวัดพระธรรมกายที่มีการร่วมมือกับกลุ่มองค์กรทางพุทธศาสนาของต่างชาติ ซึ่งเบื้องต้นนั้นบทบาทนี้จะช่วยก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างกลุ่มผู้นับถือพุทธศาสนาในประเทศต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นการเผยแผ่พุทธศาสนาไปสู่สังคมโลก ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องที่ได้รับการยอมรับว่าเป็น “ความดี” ในสังคมไทย แต่ในขณะเดียวกันการที่พระสงฆ์ของวัดพระธรรมกายมีบทบาทในลักษณะดังกล่าวอาจถือได้ว่าเป็นช่องทางในการเผยแผ่พุทธศาสนาแบบวิชชาธรรมกายไปสู่สังคมโลก เมื่อ พระพุทธศาสนาแบบวิชชาธรรมกายเป็นที่รู้จักในสังคมโลก

มากกว่าพุทธศาสนาแบบเถรวาทดั้งเดิมตามชนบทที่สังคมไทยนับถือแล้ว คำสอนแบบวิฆชาธรรมกาย อาจมีสถานะเป็นคำสอนทางพุทธศาสนาที่ “ถูกต้อง” ตามความเข้าใจของคนส่วนใหญ่ในโลก มากกว่าพุทธศาสนาแบบชนบท ซึ่งเป็นพื้นที่รากเหง้าของวัดพระธรรมกายด้วย

### 8.3.1.7.2 ความคิดเกี่ยวกับชนชั้นทางสังคม

ชนชั้นทางสังคม (social class) ในแต่ละสังคมนั้นอาจมีวิธีการแบ่งชนชั้นที่ต่างกันไปตามปัจจัยต่าง ๆ เช่น ฐานะทางสังคม ตำแหน่งหน้าที่การงาน สถานะทางการเงิน หรือแม้กระทั่งการแบ่งตามชาติกำเนิด หรือชาติพันธุ์ เป็นต้น ความคิดเกี่ยวกับชนชั้นทางสังคมนี้ถือได้ว่าเป็นการจัดระเบียบทางสังคมอย่างหนึ่ง และองค์ประกอบที่สำคัญที่กล่าวได้ว่าการแบ่งชนชั้นทางสังคม คือความสัมพันธ์เชิง “อำนาจ” ในสังคม ซึ่งสิ่งนี้อาจนำไปสู่การแสดงให้เห็นความไม่เท่าเทียมกันทางสังคมที่แฝงอยู่

ตามบริบทพุทธศาสนาแล้วได้ว่าเป็นแนวที่พยายามหลีกเลี่ยงความคิดเรื่องชนชั้นทางสังคม ทั้งนี้เพราะศาสนาพุทธเกิดในอินเดียซึ่งมีแนวคิดเกี่ยวกับ “วรรณะ” ซึ่งเป็นการแบ่งชนชั้นทางสังคมอย่างชัดเจน และไม่สามารถเปลี่ยนแปลงฐานะทางสังคมของตนเองได้ตลอดชีวิต แต่หลักพุทธศาสนาไม่ต้องการแบ่งแยกชนชั้น ดังปรากฏพุทธวจนในอภัยสูตร ที่องค์สัมมาสัมพุทธเจ้ากล่าวถึงความเท่าเทียมกันของมนุษย์ ดังนี้

ข้อสรุปของอภัยสูตรของพระพุทธเจ้านั้นมุ่งหมายที่จะบอกว่า “มนุษย์นั้นเกิดมาเสมอกัน” ไม่ว่าจะพราหมณ์ กษัตริย์ แพศย์ ศูทร ล้วนแต่มีสถานะเพราะการ “สมมุติ” กันในหมู่ชนในภายหลัง อภัยสูตรบอกว่า “เกิดขึ้นจากคนพวกนั้น” มิใช่พวกอื่น จากคนเสมอกัน มิใช่คนไม่เสมอกัน เกิดขึ้นโดยธรรม มิใช่เกิดขึ้นโดยอธรรม ธรรมะจึงเป็นสิ่งประเสริฐในหมู่ชนทั้งในปัจจุบันและอนาคต

(ชัชวรินทร์ ไชยวัฒน์, 2543: 97)

เมื่อพิจารณาด้วยทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายชี้ให้เห็นความไม่เท่าเทียมกันในสังคมไทยที่แฝงอยู่ในตัวบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งความไม่เท่าเทียมกันด้านสถานะทางเศรษฐกิจ ด้วยการใช้จ่ายทางทรัพย์สินเป็นการแบ่งชนชั้น ดังตัวอย่างต่อไป

ตัวอย่างที่ (211) ป้าว่า..หลายคนมักจะคิดว่า ถ้ามีหนี้สินเยอะเยอะ  
ไม่ควรทำบุญ หรือคิดว่าทำบุญแล้วจะจนลง ๆ แต่ป้า  
ว่า..เพราะบุญเรามันหมดมันถึงมีแต่หนี้สิน อีกทั้งไม่ว่า  
จะขยันเท่าไร ถ้าไม่มีบุญมันก็ไม่รวยหรอก ดูอย่างชีวิต  
ป้าได้ ดั่งนั้นที่ถูกแล้ว เราต้องมาเติมบุญใหญ่ให้กับ  
ตัวเองก่อน เพื่อให้เรามีบุญ ดูดสมบัติก้อนใหญ่ ๆ มา  
ปลดหนี้ปลดสิน จนสุดท้ายจากชวานาธรรมดา ๆ  
อย่างป้าก็รวยเป็นล้าน ปลดหนี้ได้อย่างเหลือเชื่อเลย  
ทีเดียว

(อยากได้ในสิ่งที่ไม่เคยได้ อยากทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ : เอกสารออนไลน์, 7-8)

จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่าคนจนเป็นคนธรรมดา คนรวยเท่านั้นจึงจะเป็นคนที่มีชนชั้นทางสังคม นอกจากนี้ด้วยทวาทกรรมยังขยายความให้ผู้บริโภคทวาทกรรมเข้าใจว่าการจะขยับชนชั้นทางสังคมให้เป็นคนรวยได้ต้องอาศัยบุญเท่านั้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 8.3.1.7.3 ความคิดเกี่ยวกับสันติภาพในสังคม

ความคิดเกี่ยวกับสันติภาพ เป็นแนวคิดที่เป็นหลักสากลซึ่งเป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับว่าเกิดขึ้นในช่วงหลังสงครามโลก ความคิดเกี่ยวกับสันติภาพมักอธิบายควบคู่ไปกับการคิดเรื่องสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพ แต่ในทางพุทธศาสนาความคิดเกี่ยวกับสันติภาพมิใช่เป็นความคิดที่เกิดขึ้นใหม่ แต่เป็นหลักคิดสำคัญประการหนึ่งในทางพุทธศาสนา

สันติภาพมาจากสันติ บวกกับ ภาวะ ภาวะแปลงเป็นไทยก็เป็นภาพ ภาวะก็คือความเป็นเอาไปต่อทำอะไรก็ได้แทบจะไม่มี ความหมายในตัว สันติภาพก็คือภาวะแห่งสันติ ได้แก่ตัวสันตินั่นเอง สันติแปลว่าสงบ สันติหรือความสงบนี้เป็นชื่อหนึ่งของพระนิพพาน (ประยูรธ ปรยุตโต, 2538: 5)



ดังที่ท่านพุทธทาสภิกขุ ได้อธิบายหน้าที่ของพุทธศาสนิกชนเกี่ยวกับหลักสันติภาพไว้ว่า “พุทธบริษัทที่มีส่วนรับผิดชอบอยู่ตามธรรมชาติเพราะว่าเป็นสาวกของพระพุทธเจ้า พระพุทธเจ้าทรงประสงค์สันติภาพ พระองค์เกิดขึ้นมาเพื่อประโยชน์เพื่อความสุขแก่มหาชนทั้งเทวดาและมนุษย์” (2536: 37)

จากการวิเคราะห์วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่า ปรากฏแนวคิดเกี่ยวกับสันติภาพในตัวอย่างชัดเจน ทั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าความคิดเกี่ยวกับสันติภาพที่ปรากฏในตัวอย่างที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนั้น เป็นการผสมผสานความคิดเกี่ยวกับสันติภาพโลกสากลกับความคิดพุทธศาสนาเพื่อสันติภาพ ดังนั้นวาทกรรมที่เกี่ยวกับสันติภาพตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย จึงมุ่งเสนอเนื้อหาว่าหลักพุทธศาสนาแบบวิชชาธรรมกายเป็นวิถีทางแห่งการสร้างสันติภาพของโลก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (212) แม้จะมีเวลา และกำลังคนที่จำกัด แต่เพียงไม่ถึง 1 ชั่วโมง ดีกดี V-Star ก็พร้อมเพรียงกันในลานธรรมร่วมร้องเพลง Change the world ประกาศก้องว่าเราจะร่วมกันเปลี่ยนแปลงโลกใบนี้ให้เป็นโลกแห่งศีลธรรม และทุกคนยังได้นั่งสมาธิโดยการนำของพระเดชพระคุณพระเทพญาณมหามุนี ภาพที่ทุกคนสงบนิ่งเป็นภาพที่มีพลังเชื่อมั่นได้ว่า ถ้าทุกคนตั้งใจทำความดีมีศีลธรรมนำชีวิต เราจะสามารถเปลี่ยนแปลงโลกใบนี้ได้ ได้อย่างอัศจรรย์ใจ

(v-peace, มกราคม 2556 ฉบับที่ 12: 35)

ข้อความนี้แสดงให้เห็นว่าตัวอย่างที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำเสนอความคิดว่าจะใช้หลัก “ศีลธรรม” ซึ่งเป็นความคิดในทางพุทธศาสนาเพื่อเปลี่ยนแปลงโลกไปสู่สันติภาพ โดยมุ่งเป้าการจัดกิจกรรมไปที่กลุ่มเด็ก ๆ ที่มาร่วมกันทำกิจกรรมนับพันคน ซึ่งกลุ่มผู้มาร่วมกิจกรรมจะได้รับการปลูกฝังทางความคิดว่า “ศาสนาพุทธเป็นศาสนาแห่งโลกสากล”

วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมักมีเนื้อหากล่าวถึงการจัดกิจกรรมเพื่อสันติภาพโลก ซึ่งไม่เพียงแต่จัดขึ้นในประเทศไทยเท่านั้น ยังมีการจัดหรือถ่ายทอดสดภาพกิจกรรมไปสู่วัดสาขาต่าง ๆ ทั่วโลกซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมทางศาสนาที่สามารถเชื่อมวัฒนธรรมในกลุ่มคนไทยในต่างแดนได้

อีกด้วย ทั้งนี้จึงอาจกล่าวได้ว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายได้รับอิทธิพลแนวคิดสันติภาพในสังคมโลกผนวกกับหลักคิดเรื่องสันติภาพในพุทธศาสนาแนวคิดทั้งสองลักษณะมีอิทธิพลต่อการผลิตตัวของวัดพระธรรมกาย ในขณะที่เดียวกันสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายก็มีการแผ่ขยายความคิดไปทั่วทุกมุมโลกส่งผลให้ในอีกทางหนึ่งวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายก็อาจมีผลต่อสังคมด้วยเช่นกัน

### 8.3.2 ผลของวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่อาจมีต่อสังคม

พาน ไค้ (van Dijk, 2000) อธิบายว่าวาทกรรมเป็นการปลูกฝังระบบคิดทางสังคม นอกจากนี้ยัง เห็นว่าอุดมการณ์ไม่จำเป็นต้องจำกัดขอบเขตอยู่เพียงการเป็นเครื่องมือของกลุ่มผู้มีอำนาจมากกว่าในสังคม มีทั้งเหตุผลเชิงทฤษฎีและเชิงประจักษ์ที่แสดงว่ายังมีอุดมการณ์ของคนกลุ่มอื่นที่ควรศึกษา เช่น อุดมการณ์ที่ต่อต้านผู้มีอำนาจในสังคม อุดมการณ์ที่แข่งขันกันของคนต่างกลุ่มหรืออุดมการณ์ที่สร้างความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม ฯลฯ (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556: 15)

จากแนวคิดเกี่ยวกับอุดมการณ์ดังกล่าว เมื่อพิจารณาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายอาจกล่าวได้ว่าอุดมการณ์เรื่อง “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนั้นเป็นอุดมการณ์ที่เผยแพร่สู่สังคมในวงกว้าง และสร้างความสัมพันธ์ภายในกลุ่มด้วย ซึ่งอุดมการณ์ดังกล่าวสามารถเป็นทั้งแนวปฏิบัติ และในขณะเดียวกันก็ถือว่าเป็นกระบวนการกลมกลืนทางจิตใจอีกด้วย

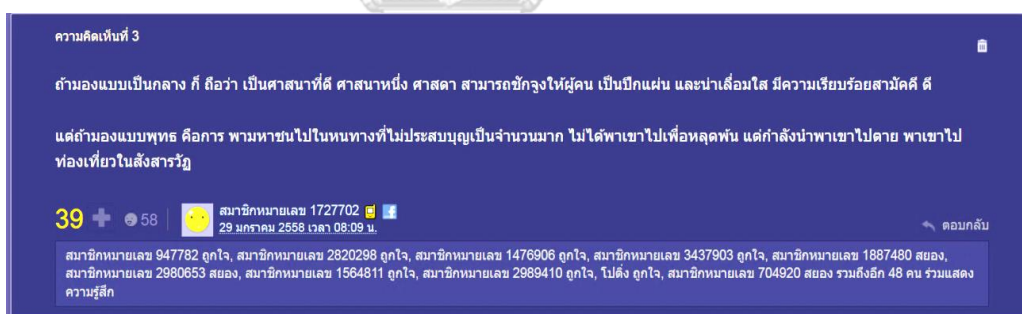
อุดมการณ์เรื่อง “บุญ” ที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายอาจส่งอิทธิพลต่อสังคมได้ผู้วิจัยจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) การสืบทอดความคิดความเชื่อเรื่อง “บุญ” ในสังคมไทย 2) การนำเสนอภาพสังคมในอุดมคติแบบพุทธรัฐ 3) การกำหนดแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์และรูปแบบพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในสังคม และ 4) การนิยามชีวิตที่มีความสุขด้วย “การแปรสินทรัพย์เป็นบุญ” มีรายละเอียดดังนี้

#### 8.3.2.1 การสืบทอดความคิดความเชื่อเรื่อง “บุญ” ในสังคมไทย

เมื่อพิจารณาอุดมการณ์เรื่อง “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะเห็นได้ว่าผู้ผลิตตัวบทจงใจถ่ายทอดชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายไปพร้อม ๆ กับความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ดั้งเดิมในสังคมไทย ผ่านการแพร่กระจายตัวบทในช่องทางที่หลากหลายสู่ผู้บริโภคตัวบท ทำให้ฐานมวลชนของ “วัดพระธรรมกาย” มีสถานภาพที่มั่นคงขึ้นเรื่อย ๆ และขยายตัวในสังคมไทย

นอกจากนี้ชุดความคิดเกี่ยวกับบุญที่มีการผสมผสานความคิดแบบพุทธศาสนาเถรวาทที่เป็นที่ยอมรับอยู่แล้วในสังคมไทยกับความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย ทำให้วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนั้นดูเหมือนเป็น “ความถูกต้องตามหลักศีลธรรม” (morality) และเป็น “ความจริงแท้” (extrication) ในพุทธศาสนา จนกระทั่งผู้รับวาทกรรมไม่ถูกใจสงสัย ตั้งคำถาม ไต่ถาม หรือปฏิเสธ จึงมีส่วนทำให้ผู้รับวาทกรรมเปิดรับความคิดอื่น ๆ ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายด้วย ดังนั้นผลของวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจึงเป็นการตอกย้ำชุดความคิดสำคัญเกี่ยวกับบุญ เช่น บุญคือการทำความดี บุญคือความสุข บุญคือสินค้า บุญคือสมบัติหลังความตาย บุญเป็นผลจากการทำทาน และอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์ ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายยังดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงในกลุ่มผู้ศรัทธาอีกทั้งยังอาจแพร่กระจายสู่สังคมผ่านวาทกรรมจากกลุ่มผู้ศรัทธาไปยังบุคคลใกล้เคียงตัว

หากพิจารณาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะเห็นได้ว่า ทุกชุดความคิดเกี่ยวกับบุญเป็นการจูงใจให้ได้รับบุญเป็นหลัก ซึ่งถือว่าเป็นการทำบุญที่ยังยึดติดในตัวบุญ มิได้มุ่งไปสู่การทำบุญที่หลุดพ้นอย่างแท้จริง ดังตัวอย่างความคิดของคนในสังคมดังนี้



(เข้าถึงได้จาก <https://pantip.com/topic/33168724> สืบค้นวันที่ 9 มีนาคม 2561)

หากพิจารณา “บุญ” ในบริบทพุทธศาสนากระแสหลัก พุทธศาสนาถือว่าอานิสงส์ของบุญมี 3 ชั้น ชั้นแรก ทิฏฐิมมิกัตถะ หรือประโยชน์เบื้องต้น เช่น การมีปัจจัยสี่เลี้ยงชีพไม่ยากไร้ เวลาเราใส่บาตรประโยชน์ส่วนนี้เกิดขึ้นกับพระ ชั้นที่สอง สัมปรายิกัตถะ หมายถึง การมีจิตใจผ่องใสสบายปราศจากความเศร้าหมองขุ่นมัว ชั้นที่สาม ปรมัตถะ หมายถึง นิพพานหรือความอิสระอย่างสมบูรณ์ อันเกิดจากการละวางความยึดถือในตัวตน ถ้าเราทำบุญโดยหวังรวย ประโยชน์ที่เกิดขึ้นมีเพียง 2

ประการ คือ ทิฏฐมมิกัตถะ กับสัมปรายิกัตถะ แต่ว่ายังไปไม่ถึงที่สุดที่ควรจะได้ คือ ปรมัตถะ (พระชาย วรธมโม, 2544: 66)

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการอ้างถึงอานิสงส์ของบุญไว้อย่างละเอียดโดยเฉพาะชุดความคิดอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์ ซึ่งทำให้ผู้รับวาทกรรมเกิดความคาดหวังในผลของการทำบุญ เมื่อทำบุญแล้วเกิดผลดีก็ยิ่งเชื่อมั่น แต่ถ้าหากผลดียังไม่เกิดก็ตีความไปว่าตนยังทำบุญไม่มากพอที่บุญจะส่งผล ความคาดหวังในผลของบุญนี้ส่งผลให้ความต้องการทำบุญกับ วัดพระธรรมกายมากยิ่งขึ้นตามความคาดหวังของกลุ่มผู้ศรัทธา และความคิดดังกล่าวนี้เองทำให้วัดพระธรรมกายสามารถพัฒนาองค์กรไปได้ด้วยแรงสนับสนุนของกลุ่มผู้ศรัทธา และเมื่อมีกลุ่มผู้ศรัทธามากยิ่งขึ้นเท่าใดโอกาสที่อุดมการณ์เรื่อง “บุญ” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายจะแพร่กระจายสู่สังคมภายนอกก็ยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น

### 8.3.2.2 การนำเสนอภาพสังคมในอุดมคติแบบพุทธรัฐ

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่ามี การนำเสนอภาพสังคมในอุดมคติแบบพุทธรัฐในฐานะที่เป็นโครงสร้างทางอุดมการณ์ (The state as normative order) ในกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย ด้วยการผลิตสร้างสังคมในอุดมคติที่มีพุทธศาสนาแบบวิฆชาธรรมกายเป็นแกนกลาง ซึ่งสังคมอุดมคติดังกล่าวจะเกิดขึ้นไม่ได้หากกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายไม่ช่วยกันขับเคลื่อน ดังนั้นผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายจึงมี “หน้าที่” ต่อสู้เพื่อฟื้นฟูศีลธรรม (แบบวิฆชาธรรมกาย) เพื่อให้เกิดสังคมอุดมคติในปรารถนา เห็นได้ดังตัวอย่างข้อความต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (213) ท้องฟ้าเปลี่ยนสีไปตามกาลเวลา สังคมแปรเปลี่ยนไป  
ตามเหตุปัจจัย แต่ไม่ว่าสถานการณ์โลกจะเป็นเช่นไร  
ยังคงมีสิ่งหนึ่งที่ไม่เคยเปลี่ยนแปลง นั่นคือ มโนปณิธาน  
อันแน่วแน่ของยอดนักสร้างบารมีที่จะขอยืนหยัดฟื้นฟู  
ศีลธรรมโลกอย่างเอาชีวิตเป็นเดิมพันตลอดไป

(วารสารอยู่ในบุญ ตุลาคม 2555: 28)

คำว่า “รัฐ” ฮาวเวิร์ด (Howard H. Lentner 1984 อ้างถึงใน ชัยอนันต์ สมุทวณิช, 2530: 149) อธิบายองค์ประกอบของรัฐประกอบด้วย 1) ดินแดน 2) ประชากร 3) ความต่อเนื่อง

4) รัฐบาล 5) การปฏิบัติหน้าที่ทางด้านความมั่นคง การดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อย/การให้ความยุติธรรมและสวัสดิการสังคม 6) ทรัพยากร 7) การคลัง 8) ระบบราชการ 9) อำนาจอธิปไตย และ 10) การดำรงอยู่ในสังคมแห่งรัฐต่าง ๆ หรือสังคมโลก

วัดพระธรรมกายมีลักษณะเป็นพุทธรัฐ กล่าวคือ 1) วัดพระธรรมกายมีดินแดนของตนเองเป็นพื้นที่วัดขนาดมากกว่า 2,000 ไร่ 2) วัดพระธรรมกายมีประชากรคือกลุ่มสาธุชนผู้ศรัทธามากกว่า 1 ล้านคนทั่วโลก 3) วัดพระธรรมกายมีกลุ่มผู้ศรัทธาใหม่อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะเด็กและเยาวชนที่ได้รับการปลูกฝังทางความคิด 4) วัดพระธรรมกายมีคณะสงฆ์ปกครองรัฐตามลำดับอาวุโส 5) วัดพระธรรมกายมีการปฏิบัติหน้าที่ทางด้านความมั่นคงทางจิตใจ ตลอดจนมีการดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยจากกลุ่มอาสาสมัครผู้นำบุญ และการให้ความยุติธรรมรวมถึงสวัสดิการสังคม ในลักษณะทางจิตวิญญาณผ่านการให้ความรู้และตัดสินใจด้วยเรื่องบุญ กรรมและชาติภพ 6) วัดพระธรรมกายมีทรัพยากรที่จัดสรรผ่านเครือข่ายองค์กร เช่น สหกรณ์มงคลเศรษฐี หมู่บ้านเมืองแก้วมณีซึ่งเป็นทรัพยากรที่ก่อให้เกิดรายได้ 7) วัดพระธรรมกายมีระบบการคลังคือการจัดการเรื่องเงิน 8) วัดพระธรรมกายมีระบบคนทำงานในองค์กรแบบเดียวกับระบบราชการ 9) วัดพระธรรมกายมีอำนาจอธิปไตยในการจัดสรรการบริหารและจัดกิจกรรม ต่าง ๆ และ 10) วัดพระธรรมกายการดำรงอยู่ในสังคมโลกในบทบาทองค์กรพุทธศาสนาเพื่อสันติภาพ

เมื่อวัดพระธรรมกายมีสถานะเป็นพุทธรัฐจึงมีความชอบธรรมในการให้การศึกษา โดยวัดพระธรรมกายก่อตั้งโรงเรียนตะวันชัยวิทยา เป็นโรงเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา ตั้งอยู่ที่อำเภอปากช่องชัย จังหวัดนครราชสีมา นอกจากนี้ยังมีสถาบันอุดมศึกษา คือ มหาวิทยาลัยธรรมกาย แคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ยังมีการก่อตั้งสถาบันวิจัยนานาชาติธรรมชัย ณ ประเทศออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ เห็นได้ตั้งข้อความต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (214) พระเดชพระคุณพระเทพญาณมหามุณี วิ. (หลวงพ่อ ธรรมชโย) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการรักษาและ สืบทอดคำสอนดั้งเดิมขององค์สัมมาสัมพุทธเจ้าจึงดำริ ให้ จัด ตั้ง สถาบัน วิ จั ย นานาชา ตี ธรรม ชัย (Dhammachai International Research Institute-DIRI สถาบันดีรี) ขึ้นในปี พ.ศ. 2547 ณ ประเทศ ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ เพื่อทำหน้าที่ในการค้นคว้า

หาหลักฐานคำสอนดั้งเดิมของพระพุทธศาสนา ซึ่ง  
 กระจัดกระจายอยู่ตามนิกายและประเทศต่าง ๆ โดย  
 ให้ศึกษาค้นคว้าวิจัยความเป็นมา จนกระทั่งสามารถ  
 ย้อนยุคไปถึงสมัยพุทธกาล และจะได้เก็บหลักฐาน  
 คำสอนเหล่านั้นไว้สำหรับเผยแพร่สืบไป เพื่อยืนยัน  
 สัจธรรมของธรรมะที่เป็น “อกาลิก” คือนำสมัย  
 ตลอดกาลไม่จำกัดเวลา และเพื่อเป็นพยานยืนยันว่า  
 ทุกคนที่ปฏิบัติตามคำสอนของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า  
 จะสามารถเข้าถึง “พระธรรมกาย” ที่มีอยู่ภายในตัว  
 และเข้าถึงความสุขแท้จริงที่มีอยู่ภายใน

(วารสารอยู่ในบุญ มิถุนายน 2558: 59)

จากข้อความดังกล่าวจะเห็นได้ว่า วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายถูกนำผ่าน  
 สถาบันการศึกษาซึ่งมีหน้าที่ให้การศึกษานั้นถือว่าเป็นหน้าที่สำคัญที่รัฐจำเป็นต้องจัดสรรให้ทั่วถึง ซึ่ง  
 วัดพระธรรมกายมีการจัดสรรการศึกษา ได้แก่การจัดตั้งโรงเรียนพระปริยัติธรรม และมหาวิทยาลัย  
 ธรรมกาย แคลิฟอร์เนีย มีบทบาทด้านการค้นคว้าวิจัยส่งผลให้วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย  
 “มีความน่าเชื่อถือ” ในฐานะวาทกรรมทางวิชาการ

อาจกล่าวได้ว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเมื่อผ่านกระบวนการทำให้  
 น่าเชื่อถือด้วยกระบวนการทางวิชาการ วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายอาจส่งอิทธิพลต่อสังคม  
 ไม่ใช่แค่เพียงในระดับสังคมไทย แต่ส่งอิทธิพลต่อระดับสังคมโลกในการประกอบสร้างความคิด “พุทธ  
 ศาสนาแบบวิชาวชิธรรมกาย” ในฐานะแกนนำทางพุทธศาสนาในประชาคมโลก

### 8.3.2.3 การกำหนดแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์และรูปแบบพฤติกรรมที่พึงประสงค์ใน

#### สังคม

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่า ความคิดสำคัญประการหนึ่ง  
 มีการผลิตซ้ำและต่อยอดผ่านกลวิธีทางภาษาในตัวบท คือ การกำหนดแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์  
 และรูปแบบพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในสังคม เช่น การท่องคำขวัญก่อนเปิดรายการโรงเรียนอนุบาลฝัน

ในฝันวิทยาว่า “เรื่องอื่นให้วางอุเบกขา เรื่องพระศาสนาให้เอาอุเบกขาวาง” คำขวัญเช่นนี้มีส่วนปลุกฝังทางความคิดเกี่ยวกับบทบาทในการทำงานเพื่อพระศาสนา ซึ่งสามารถกำหนดพฤติกรรมให้จำเป็นที่จะต้องชวนช่วยและทุ่มเทให้พระศาสนาอย่างเต็มกำลังความสามารถ ซึ่งนัยของ “เรื่องพระศาสนา” ในที่นี้ก็คือการหล่อหลอมพฤติกรรมของบุคคลากรที่ทุ่มเทเพื่องานของวัดพระธรรมกายนั่นเอง

ผลของวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่อาจมีต่อสังคม ในการกำหนดแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์และรูปแบบพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในสังคม ผู้วิจัยจำแนกการอธิบายเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การกำหนดแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์ และรูปแบบพฤติกรรมที่พึงประสงค์

การกำหนดแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายถูกหล่อหลอมให้เห็นอย่างชัดเจนในหลักการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มผู้นำบุญที่จะปฏิบัติต่อผู้ที่เดินทางมาทำบุญที่วัดพระธรรมกาย อีกทั้งกลุ่มผู้นำบุญจะให้วิธีการปฏิบัติเป็นตัวอย่าง และถ่ายทอดแบบอย่างของพฤติกรรมไปยังสมาชิกกลุ่มอาสาสมัครผู้นำบุญใหม่ ๆ จนอาจกล่าวได้ว่าเป็นแบบอย่างของการปฏิสัมพันธ์ที่พึงประสงค์ของอาสาสมัครผู้นำบุญ เห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (215) ตอนนั้นหลวงพ่อบ้านมีแนวคิดที่ว่า ถ้าอาสาสมัครอยู่แต่ในแผนกของตัวเอง โลกทัศน์ของแผนกอื่น ๆ จะไม่มีเรีย่งง่าย ๆ ว่า จะเข้าใจแต่งงานตัวเอง แต่ไม่สามารถมองภาพรวมงานได้ครบวงจร ท่านก็เลยใช้วิธีการดึงอาสาสมัครของแต่ละแผนกออกมาให้ได้ทำความรู้จักศึกษางานแผนกอื่น ๆ โดยวิธีการ ส่งตัวแทนของแผนกต่าง ๆ เริ่มต้นรับสาธุชนที่อนุสาวรีย์ชัย และนำรถกลับมาวัดพร้อมกับสาธุชน สิ่งที่เราได้จากจุดนี้คือ เราได้เห็นการทำงานของแผนกจราจรที่คอยจัดรถ แผนกธรรมโฆษก ที่คอยเล่าธรรมะให้สาธุชน แล้วพี่เขาก็ให้เราขึ้นรถมาพร้อมสาธุชน 1 คน ต่อ 1 คัน ให้ทำหน้าที่เป็นผู้นำรถ พาสาธุชนมาวัด แนะนำเรื่องต่าง ๆ ให้สาธุชนทราบและเล่าธรรมะไปด้วย พอมาถึงวัดก็ได้เห็นแผนกต้อนรับสาธุชนคอยยืนต้อนรับ ทำให้เรา

เข้าใจในธรรมชาติของสาธุชนที่มาวัดว่า พอลงจากรถ  
เขาต้องไปเข้าห้องน้ำ คนของหนักมากก็ต้องช่วยเขาถือ  
พาเขาไปทานข้าว ไปถวายไทยธรรมที่จุดอธิษฐาน  
ธรรม แล้วจึงมารับหนังสือสวดมนต์ จากนั้นไปจุดน้ำ  
ดื่มหรือจุดรับบริจาค และเข้าสู่สภာธรรมกายสากลเพื่อ  
ปฏิบัติธรรมต่อไป ทำให้เราเข้าใจภาพรวมงานทั้งระบบ  
 ครบวงจร นี่คือจุด เล็ก ๆ ที่หลงพ้อท่านวางระบบให้  
 แทนที่เราจะเข้าใจในเฉพาะงานแผนกตัวเองท่านก็ให้  
 ไปดูงานของทุกแผนก ทำให้เราเข้าใจงานของทุกแผนก  
 ในวัด

(v-peace, เมษายน 2556 ฉบับที่ 15 : 14)

จากข้อความดังกล่าวแสดงให้เห็นแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มอาสาสมัครผู้นำ  
 บุญกับประชาชนที่เดินทางมาร่วมกิจกรรมที่วัดพระธรรมกาย จะเห็นได้ว่าการปฏิสัมพันธ์ที่กลุ่ม  
 อาสาสมัครผู้นำบุญพึงปฏิบัติ คือ การบริการให้ความช่วยเหลือในทุกด้าน ซึ่งการปฏิสัมพันธ์ใน  
 ลักษณะดังกล่าวสามารถทำให้ประชาชนที่เพิ่งเคยมาวัดเกิดความรู้สึกประทับใจ และอาจส่งผลให้รู้สึก  
 อยากมาที่วัดพระธรรมกายอีกและกลายเป็นกลุ่มสมาชิกผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายอย่างถาวร  
 ในขณะเดียวกันกลุ่มอาสาสมัครผู้นำบุญเองก็รู้สึกที่ตนเองได้รับบุญพิเศษที่มากกว่าการมาวัด  
 ปฏิบัติธรรม ดังนั้นกลุ่มผู้นำบุญจึงยอมรับและปฏิบัติตามแบบอย่างการปฏิสัมพันธ์ด้วยความเต็มใจ

นอกจากนี้วัดพระธรรมกายยังมีการหล่อหลอมและปลูกฝังรูปแบบพฤติกรรมที่พึง  
 ประสงค์ให้กับสมาชิกผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย โดยเฉพาะการปลูกฝังพฤติกรรมให้เป็นผู้รักในการ  
 ทำบุญ ซึ่งจะส่งผลให้กลุ่มสมาชิกชวนชวนและพยายามร่วมกิจกรรมบุญที่วัดพระธรรมกายจัดขึ้นให้  
 มากที่สุด ทั้งนี้วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีกลวิธีการเลือกใช้คำศัพท์เกี่ยวกับบุญคำหนึ่ง คือ  
 “ตกบุญ” ดังที่กล่าวไปแล้วในประเด็นการเลือกใช้คำศัพท์ในบทก่อนหน้า คำนี้สามารถหล่อหลอม  
 ความคิดจนกระทั่งกำหนดพฤติกรรมการทำบุญที่พึงประสงค์ได้ในที่สุด ไม่เพียงแต่กลวิธีการเลือกใช้  
 คำศัพท์เท่านั้น การนำเสนอเนื้อหาในทุกตัวบทที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีส่วนสำคัญในการปลูกฝัง  
 รูปแบบพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ตัวอย่างที่ (216) “บุคคลผู้มีความเคารพในทาน เคารพในธรรมจะไปใน  
ที่ใด ย่อมได้รับการยกย่องชื่นชมในทุกแห่งหน”

(วารสารอยู่ในบุญ มีนาคม 2558: 33)

ข้อความนี้แสดงให้เห็นรูปแบบพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของกลุ่มสมาชิกวัดพระธรรมกายได้ว่า จะต้องเป็นผู้ชวนชวนในการทำทาน ซึ่งผู้ที่ทำทานก็จะได้รับการชื่นชมยกย่องเมื่อตีความในบริบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายทำให้เข้าใจได้ว่า วัดพระธรรมกายให้คุณค่ากับพฤติกรรมการทำทานและผู้ที่ทำทานก็จะเป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับในกลุ่มสมาชิกผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย ดังนั้นจะเห็นได้ว่าในตัวบทสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะมีการกล่าววาทนาออกนามผู้ที่ทำทานเป็นจำนวนมากให้กับวัดพระธรรมกายผ่านช่องทางของสื่อต่าง ๆ อยู่เสมอ

จากที่กล่าวมาในประเด็นนี้จะเห็นได้ว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการกำหนดแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์และรูปแบบพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ซึ่งเป็นความคิดที่ไม่ขัดกับหลัก “จริยธรรมทางสังคม” (Social ethics) อีกทั้งยังเป็นพฤติกรรมที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับในสังคมทั่วไปอยู่แล้ว เมื่อมีการแพร่กระจายแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์และรูปแบบพฤติกรรมของวัดพระธรรมกายสู่สังคมแล้วพฤติกรรมดังกล่าวจะได้รับการยอมรับและอาจส่งผลต่อภาพตัวแทน (representation) ของกลุ่มสมาชิกวัดพระธรรมกายในสายตาโลกสากลอีกด้วย

#### 8.3.2.4 การนิยามชีวิตที่มีความสุขด้วย “การแปรสินทรัพย์เป็นบุญ”

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่า มีการนำเสนอความคิดเกี่ยวกับการนิยามชีวิตที่มีความสุขด้วย “การแปรสินทรัพย์เป็นบุญ” ซึ่งความคิดนี้เป็นผลมาจากชุดความคิดว่า “บุญคือสินค้า” ชุดความคิด “บุญคือความสุข” และชุดความคิด “อานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์” ดังนั้นวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจึงผลิตซ้ำความคิดในการเปลี่ยนทรัพย์สินเงินทองเป็นบุญด้วยการทำบุญกับวัดพระธรรมกาย ซึ่งถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าและจะส่งผลดีให้กับชีวิต เห็นได้จากตัวอย่างข้อความต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ (217) ตอนนั้นป่าปลื้มมาก ปลื้มสุดแรงเกิดเลย ดีใจยิ้มได้ทั้ง  
วันทั้งคืน เพราะชวานาจน ๆ มีหนี้สินอย่างเราสามารถ  
ทำบุญหล่อหลวงไปด้วยทองคำหนัก 10 บาท และก่อน

จะถวายป่าก็อธิษฐานขอพรกับหลวงปู่ว่า ขอให้คนที่  
เขามาวางมัดจำอย่าเปลี่ยนใจ ขอให้เขารีบเอาเงินที่  
เหลือมาจ่ายซื้อที่ดินไปเร็ว ๆ เพราะป่าจะได้ปลดหนี้  
ปลดสินเป็นอิสระ ซึ่งก็ปรากฏว่าหลังจากนั้นแค่  
ประมาณ 2 เดือนเท่านั้น เขาก็โอนเงินค่าซื้อที่ดิน  
จำนวนหลายล้านบาทมาให้ป่าทันที จนป่ามีเงินปลด  
หนี้สินทั้งหมด แถมยังมีเงินเหลือไปทำบุญสร้างองค์  
พระที่เคยจองไว้ถึง 22 องค์เป็นอัศจรรย์”

(อยากได้ในสิ่งที่ไม่เคยได้ต้องทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ, 2556: 7-8)

ข้อความนี้แสดงให้เห็นการนิยามชีวิตที่มีความสุขด้วย “การแปรสินทรัพย์เป็นบุญ” โดย  
แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ทำบุญกับวัดพระธรรมกายสามารถเปลี่ยนแปลงชีวิตของตนเองให้ดีขึ้นได้จากหน้า  
มือเป็นหลังมือ จากคนยากจนกลายเป็นคนที่ร่ำรวยมากทั้งนี้เป็นผลมาจากบุญ จึงสื่อความคิดได้ว่าการ  
ทำบุญกับวัดพระธรรมกายเป็นการทำบุญที่คุ้มค่ากับผลตอบแทนที่จะได้รับ

เมื่อพิจารณาความคิดในประเด็นนี้จะเห็นว่าการทำบุญโดยหวังอานิสงส์ตอบแทนไม่ได้เป็น  
ความคิดที่ขัดแย้งด้านความเชื่อในสังคมไทย เพราะจะเห็นได้ว่าในสังคมไทยมีการทำบุญเพื่อหวัง  
สะเดาะ-เคราะห์ ต่อชะตาหรือหวังโชคลาภต่าง ๆ อยู่เป็นปกติ แต่การที่การทำบุญตามแนวทางของ  
วัดพระธรรมกายเป็นที่จับตามองในสังคมไทย เนื่องจากการทำบุญกับวัดพระธรรมกายมีการบริจาค  
จำนวนมากและสิ่งที่น่าสนใจคือการอธิบายรายละเอียดของอานิสงส์ไว้อย่างละเอียดพิสดาร ดังนั้นเมื่อ  
ความคิดการนิยามชีวิตที่มีความสุขด้วย “การแปรสินทรัพย์เป็นบุญ” แพร่กระจายไปสู่สังคมแล้ว คน  
ในสังคมสามารถยอมรับความคิดนี้ได้ไม่ยาก จึงส่งผลให้วัดพระธรรมกายสามารถยึดเหนี่ยวกลุ่มผู้  
ศรัทธาเดิมและสร้างกลุ่มผู้ศรัทธาใหม่ได้ในขณะเดียวกัน

การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมในบทนี้ ทำให้เห็นได้ว่าวาทกรรมที่ผลิต  
โดยวัดพระธรรมกายสามารถสื่ออุดมการณ์ “บุญ” ที่เป็นผลมาจากชุดความคิดและความเชื่อที่ปรากฏ  
อยู่ในสังคมไทย ได้แก่ แนวคิดเรื่อง “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถา ลักษณะและปรากฏการณ์  
ของพุทธศาสนาในสังคมไทย ความคิดแบบทุนนิยม ความคิดเรื่องบารมี และความคิดเกี่ยวกับสถาบัน  
ทางสังคม ในขณะเดียวกันวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายก็มีส่วนทำให้ยังมีการสืบทอดความคิด

ความเชื่อเรื่อง “บุญ” ในสังคมไทย โดยเฉพาะกับกลุ่มสมาชิกผู้ศรัทธาวัตรพระธรรมกายผ่านการนำเสนอภาพสังคมในอุดมคติแบบพุทธรัฐ การกำหนดแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์และรูปแบบพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในสังคม และการนิยามชีวิตที่มีความสุขด้วย “การแปรสินทรัพย์เป็นบุญ” ทั้งนี้หากกลุ่มสมาชิกผู้ศรัทธาวัตรพระธรรมกายเชื่อว่าวิถีปฏิบัติของการทำบุญตามแนวทางของวัตรพระธรรมกายเป็นความจริงสูงสุดแล้ว ก็อาจเป็นการเปิดรับสารทางอุดมการณ์อื่น ๆ ที่แฝงมากับสื่อที่ผลิตโดยวัตรพระธรรมกายในฐานะ “ความจริงที่ถูกต้อง” ที่ไม่จำเป็นต้องแสวงหาความรู้หรือไตร่ตรองให้รอบคอบทั้ง ๆ ที่ “ในศาสนาพุทธนั้นได้ยกย่องให้สติปัญญาอยู่เหนือความเชื่อ หมายความว่า ก่อนที่จะเชื่อในหลักการหรือเรื่องใด ๆ จะต้องใช้สติปัญญาในการตรึกตรอง กลับกรอง พิจารณาโดยกระบวนการแห่งเหตุผลอย่างเคร่งครัดเสียก่อน เมื่อสติปัญญาเป็นตัวนำ แล้วมีความเชื่อเป็นตัวตาม ความเชื่อดังกล่าวจึงจะเป็นความเชื่อที่ถูกต้องและไม่มมงาย แต่เมื่อใดก็ตามที่มีความเชื่อ นำหน้า แล้วสติปัญญาตามหลัง เมื่อนั้นความหลงผิดหรือความมมงายก็ย่อมที่จะเกิดขึ้นมาได้เสมอ” (เอส.เอส. อนาคามี, 2553: 37) ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า อุดมการณ์ “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัตรพระธรรมกาย เป็นระบบความเชื่อ (belief system) แบบหนึ่งในสังคมซึ่งมีอิทธิพลในการสร้างความกลมเกลียวภายในกลุ่มผู้ศรัทธา (group solidarity) รวมถึงสร้างสำนึกร่วม (collective consciences) ได้อีกด้วย

หลักคำสอนที่เป็นไปตามลำดับของพุทธศาสนา คือ “อนุปพพิกขา” หมายถึง เทศนาที่แสดงไปโดยลำดับ เพื่อพอกอธยาศัยของสัตว์ให้หมดจดเป็นขั้น ๆ จากง่ายไปหายากเพื่อเตรียมจิตของผู้ฟังให้พร้อมที่จะรับฟังอริยสัจ มี 5 ประการ คือ 1. ทานกถา พรรณนาทาน 2. สีลกถา พรรณนาศีล 3. สัคคกถา พรรณนาสวรรค์ คือ ความสุขที่พึงพร้อมด้วยกาม 4. กามาทีนวกถา พรรณนาโทษของกาม 5. เนกขัม-มานิสังสกถา พรรณนาอานิสงส์แห่งการออกจากกาม (ประยูรย์ ปยุตโต, 2533: 371)

จากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การเรียนรู้ธรรมะเพื่อขจัดกิเลสในขั้นเริ่มต้นจะสอนให้รู้จักการให้ทาน เพื่อขจัดความตระหนี่ยึดมั่นถือมั่น ลำดับต่อมาจะสอนให้เป็นผู้มีศีล เพื่อรักษาความปกติเว้นจากการเบียดเบียนให้ผู้อื่นต้องเดือดร้อน โดยในลำดับที่สามจะเป็นการใช้ความสุขในสวรรค์เพื่อเป็นเครื่องโน้มน้าวใจให้ทำความดี แต่หลังจากนั้นเมื่อจิตใจเฝื่องามแล้ว ตาม “อนุปพพิกขา” จะสอนให้เห็นโทษของกาม เพื่อให้เห็นว่าความความสุขในสวรรค์นั้นเป็นสิ่งที่ไม่ยั่งยืนและไม่ได้นำไปสู่การหลุดพ้น ซึ่งการหลุดพ้นที่แท้จริง คือ การเห็นโทษของกามแล้วเข้าสู่สภาวะเนกขัมมะ คือ “ความปลอดภัยโปร่งจากสิ่งล่อเร้าเข้ายวน” (ประยูรย์ ปยุตโต, 2533: 130)

การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคมและวัฒนธรรมในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย อาจกล่าวได้ว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายชี้ให้เห็นความสุขในระดับสุขของคฤหัสถ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสุขที่เกิดจากความมีทรัพย์ ทำให้เกิดการตีความหมายของคำว่า “บุญ” กลายเป็นสิ่งที่นำมาแลกความสุขจากความร่ำรวย ดังที่อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2541: 5) กล่าวว่า “ศาสนทัศน์แบบชาววัดพระธรรมกาย คือ วัฒนธรรมทุนนิยมบริโภคนิยม ซึ่งสะท้อนได้จากการจัดรูปแบบการจัดการและบริหารองค์กรสมัยใหม่ ซึ่งมีลักษณะต่างจากวัดไทยโดยทั่วไป มีการปรับใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการทำให้ “บุญ” กลายเป็นสินค้า” นอกจากนี้ รุ่งรวี เถลิสมศรีภิญโญรัตน์ (อ้างถึงในกาญจนา เจริญเกียรติบวร, 2543: 25) กล่าวว่า “ในด้านความเชื่อและความศรัทธาต่อพุทธศาสนาของกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย พบว่าไม่ต่างไปจากความเชื่อแบบเดิม ๆ ที่มุ่งสนใจเรื่องอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ แม้ว่าผู้ศรัทธาต่อวัดพระธรรมกายจะแสดงออกว่า พวกเขารู้สึกเหนื่อยหน่ายและผิดหวังกับวัดไทยทั่วไปที่มีแต่เรื่องไสย-ศาสตร์ ดูหมิ่น ขาดศรัทธา แต่พฤติกรรมที่พวกเขาแสดงออก เช่น การเข้าพระจากวัดพระธรรมกายไปห้อยคอเพื่อหวังโชคลาภและความปลอดภัยในชีวิต ก็ไม่ต่างจากการพึ่งพาสักดิ์สิทธิ์และความเชื่อเรื่องโชคลางแบบเดิม ๆ แต่ต่างกันตรงที่ว่า วิธีการแสดงออกแบบเดิม ๆ อาจดูล้าสมัย ไม่ตรงกับรสนิยมของชนชั้นกลางที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ซึ่งเพิ่งก่อตัวขึ้นในยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟู”

จากที่กล่าวมาทั้งหมดอาจสรุปได้ว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายอาจมีต่อสังคมไม่มากนักน้อย อิทธิพลหลักอยู่ในกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยเน้นรักษาสถานะของกลุ่มผู้ศรัทธาเดิมไว้ให้มั่นคงก่อน นอกจากนี้มีการแพร่กระจายสู่สังคมกระแสหลักบ้าง ในลักษณะการเพิ่มสมาชิกใหม่ แต่ด้วยการมีกระแสต่อต้านจากบุคคลภายนอก ส่งผลให้วาทกรรมแพร่กระจายไปสู่สังคมทางสื่อกระแสหลักช้าลง วัดพระธรรมกายจึงต้องใช้สื่อโซเชียลมีเดียมากขึ้น ข้อพิงตระหนักประการหนึ่งก็คือ สื่อในสังคมสมัยใหม่แบบโซเชียลมีเดียนี้สามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วและควบคุมได้ยาก

## บทที่ 9

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### 9.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งวิเคราะห์อุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยเห็นว่าชุดความคิดเกี่ยวกับการทำบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายมีความน่าสนใจอย่างยิ่ง เนื่องจากมีกรณีการวิพากษ์วิจารณ์ทางสังคมอย่างต่อเนื่อง ในด้านหนึ่งวัดพระธรรมกายก็ยังสามารถยึดโยงกลุ่มผู้ศรัทธาไว้ได้อย่างเหนียวแน่น แต่อีกด้านหนึ่งก็ถูกโจมตีอย่างรุนแรงว่าบิดเบือนคำสอนในพุทธศาสนา

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ 1) เพื่อศึกษาทฤษฎีทางภาษาที่นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายซึ่งแบ่งตามกลุ่มผู้รับสื่อ 2) เพื่อวิเคราะห์อุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย และ 3) เพื่อเปรียบเทียบอุดมการณ์เรื่อง “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายกับแนวคิดเรื่อง “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถา ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษาคือการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Critical Discourse Analysis หรือ CDA) โดยใช้กรอบมิติทั้งสามของวาทกรรมของแฟร์คลอฟ (Fairclough, 1995) ผู้วิจัยมีสมมติฐานในการวิจัยคือ 1) ทฤษฎีทางภาษาที่นำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย พบกลวิธีเด่น คือ การเลือกใช้คำศัพท์ ส่วนกลวิธีที่แตกต่างไปตามกลุ่มผู้รับสื่อ ได้แก่ การใช้สวาทกรรม พบในวาทกรรมที่กลุ่มเป้าหมายคือประชาชนทั่วไป การใช้มโนอุปลักษณ์ พบในวาทกรรมที่กลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มผู้นำบุญ และการใช้สหบท พบในวาทกรรมที่กลุ่มเป้าหมายคือเด็กและเยาวชน 2) วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายทุกประเภทนำเสนออุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ผ่านหลายชุดความคิด ชุดความคิดที่สำคัญ ได้แก่ บุญคือการทำความดี บุญคือความสุข บุญคือสินค้า บุญคือสมบัติหลังความตาย บุญเป็นผลจากการทำทาน และอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์ และ 3) อุดมการณ์เรื่อง “บุญ” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย มีทั้งที่เหมือนและต่างกับแนวคิดเรื่อง “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถา

จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลสื่อ 2 ประเภท ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายโดยแบ่งตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ ได้แก่ กลุ่มประชาชนทั่วไป กลุ่มผู้นำบุญ และกลุ่มเด็กและเยาวชน ผลการวิจัยพบว่ามีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้บางส่วน โดยในสวนอุดมการณ์ที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษา ผู้วิจัยพบชุดความคิดที่กว้างกว่าขอบข่ายของสมมติฐาน ผู้วิจัยแบ่งสรุปผลการวิจัยเป็น 3 ข้อ ได้แก่ 1) กลวิธีทางภาษาที่สื่ออุดมการณ์ 2) อุดมการณ์ที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษา และ 3) แนวคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถากับแนวคิดของวัดพระธรรมกายในมุมมองเชิงวิพากษ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### 9.1.1 กลวิธีทางภาษาที่สื่ออุดมการณ์

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย พบกลวิธีทางภาษาที่สื่ออุดมการณ์ 21 กลวิธี แบ่งตามหน้าที่ได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

**กลวิธีการสร้างต้นแบบการทำบุญ** ใช้กลวิธีทางภาษากลุ่มสหบทในการสื่ออุดมการณ์ ได้แก่ การใช้สหบท การใช้สหวาทกรรม การเล่าเรื่อง/เรื่องเล่า/ตำนาน การอ้างความปรารถนาของพระโพธิสัตว์ การอ้างข้อมูลจากพระไตรปิฎก การอ้างพุทธพจน์/โอวาท การอ้างโบราณ และการขยายความเกี่ยวกับความเชื่อตามคติพุทธศาสนา

**กลวิธีแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุญกับอานิสงส์** ใช้กลวิธีทางภาษาแบบเหตุ-ผลในการสื่ออุดมการณ์ ได้แก่ การบอกผลลัพธ์ของบุญอย่างเป็นรูปธรรม การเรียงเรียงความแบบอานิสงส์ทวีคูณ การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเงื่อนไข การใช้ประโยคแสดงความสัมพันธ์แบบเหตุ-ผล การลำดับความแบบเหตุผล การสร้างสภาวะนิพพานและพระธรรมกายให้มีตัวตน และ การใช้กลวิธีปุจฉา-วิสัชนา

**กลวิธีชักนำความคิดเกี่ยวกับบุญ** ใช้กลวิธีทางภาษาด้านการใช้คำ และความเปรียบเทียบในการสื่ออุดมการณ์ ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์ การใช้คำคม/คำขวัญ/คำประพันธ์/วาทศิลป์ การใช้คำที่มักปรากฏร่วมกัน การใช้คำแสดงทัศนภาวะ การใช้อุปลักษณ์ และการใช้บุคลาธิษฐาน

ผลจากการศึกษาพบว่า ตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการใช้กลวิธีทางภาษาที่หลากหลาย ทั้งในระดับการเลือกใช้คำศัพท์ การเรียงประโยค การเรียงเรียงความและ

ปริเฉท เพื่อเป็นการประกอบสร้างและผลิตซ้ำอุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัย

### 9.1.2 อุดมการณ์ที่สื่อผ่านกลวิธีทางภาษา

จากข้อมูลวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่า อุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” ถูกถ่ายทอดผ่านชุดความคิดสำคัญ 3 ชุด ได้แก่ 1) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย 2) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกาย 3) ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกาย ชุดความคิดทั้ง 3 ชุดนี้ปรากฏในตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายยังต่างกันไปตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อด้วย ดังนี้

**ชุดความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ของวัดพระธรรมกาย** พบชุดความคิดย่อย 4 ชุดความคิด ดังนี้

1) **ชุดความคิดบุญของวัดพระธรรมกายเป็นสิ่งพิเศษ** เป็นชุดความคิดที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป ผู้วิจัยพบว่าชุดความคิดนี้กว้างกว่าขอบข่ายของสมมติฐานที่ตั้งไว้เดิมว่า *บุญคือสินค้า* แต่เมื่อวิเคราะห์ตัวบทกลับพบว่าบุญมิได้เป็นเพียงแค่สินค้า แต่บุญเป็นสิ่งพิเศษที่ควรแสวงหา เก็บรักษา และสะสม ชุดความคิดนี้สื่อว่าบุญของวัดพระธรรมกายเป็นสิ่งมีค่ามนุษย์จะต้องบริจาคเงินเพื่อแลกบุญและจะต้องสะสมบุญให้ได้มากเช่นเดียวกับการกักตุนสินค้า เป็นความคิดที่ “ผู้ผลิต” จงใจถ่ายทอดชุดความคิดผ่านวาทกรรมเพื่อให้ผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายเข้าใจลักษณะของ “บุญ” ที่เป็นรูปธรรมคล้ายวัตถุที่พิเศษซึ่งต้องจ่ายเงินแลกมาเพื่อสะสม

2) **ชุดความคิดบุญคือการเป็นสมาชิกผู้นำบุญที่พึงประสงค์** เป็นชุดความคิดที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญเท่านั้น ชุดความคิดนี้ผู้ผลิตวาทกรรม “จงใจ” ประกอบสร้างชุดความคิดเพื่อเตรียมอาสาสมัครผู้นำบุญให้มีคุณสมบัติตามที่วัดพระธรรมกายต้องการ คือ พุ่มพวงร่างกายแรงใจทำงาน เชื่อฟังหัวหน้าและรุ่นพี่ และร่วมมือกันทำงานอย่างไม่ขัดแย้ง โดยใช้ “ปริมาณของบุญ” เป็นเงื่อนไข เมื่อผู้บริโภควาทกรรมมีคุณสมบัติดังกล่าวแล้ว ก็จะสามารถทำงานให้วัดพระธรรมกายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) **ชุดความคิดบุญของสมาชิกผู้นำบุญเป็นบุญที่พิเศษสุด** เป็นชุดความคิดที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญเท่านั้น ชุดความคิดนี้ผู้ผลิตวาทกรรม “จงใจ” ชี้แนะให้ผู้นำบุญเข้าใจว่า “บุญ” ที่กลุ่มผู้นำบุญได้รับเป็นบุญที่พิเศษและมีคุณภาพดีกว่าบุญอื่น ๆ ของวัดพระธรรมกายทั้งหมด ส่งผลให้สมาชิกผู้นำบุญต้องรีบทำงานให้กับวัดพระธรรมกายเพื่อที่จะได้ไม่พลาดโอกาสในการสะสมบุญที่พิเศษสุด

4) **ชุดความคิดบุญคือการเป็นเด็กดี** เป็นชุดความคิดที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนเท่านั้น ชุดความคิดนี้ผู้ผลิตวาทกรรม “จงใจ” ประกอบสร้างชุดความคิดเพื่อเตรียมเด็กให้มีคุณสมบัติตามที่วัดพระธรรมกายต้องการ คือ หัวอ่อนและเชื่อฟัง โดยใช้เงื่อนไข “ความเป็นเด็กดี” ประกอบสร้างความคิดว่าการเชื่อฟังพ่อแม่ ครูอาจารย์ และพระสงฆ์ เป็นความดี และทำให้ได้บุญด้วย การเตรียมเด็กในลักษณะดังกล่าวนี้ สามารถทำให้เด็กยอมรับวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายได้อย่างง่ายดายและปราศจากข้อสงสัย และในอนาคตจะกลายเป็นสมาชิกของวัดพระธรรมกายอย่างถาวรอีกด้วย

**ชุดความคิดเกี่ยวกับ “วิธีการทำบุญ” ของวัดพระธรรมกาย** พบชุดความคิดย่อย 3 ชุดความคิด ดังนี้

1) **ชุดความคิดวิธีการทำบุญที่ถูกหลักวิชาคือการทำทาน** เป็นชุดความคิดที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป ชุดความคิดนี้สื่อว่าการทำทานจะได้รับผลก็คือ “บุญ” วาทกรรมทำให้ผู้รับสารเข้าใจว่าการทำทานมากก็จะได้บุญมาก ทำทานน้อยก็จะได้บุญน้อย ส่งผลให้ผู้รับสารเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายอย่างท่วมเท

2) **ชุดความคิดวิธีการทำบุญของผู้นำบุญคือการทำภารกิจของวัดพระธรรมกาย** เป็นชุดความคิดที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญเท่านั้น ผู้ผลิตวาทกรรม “จงใจ” ประกอบสร้างภารกิจที่ฟังประสมค์ เพื่อให้กลุ่มผู้นำบุญใช้แรงกายของตนเองตลอดจนชักชวนเพื่อนมาช่วยกันทำงานให้กับวัดพระธรรมกายเพราะผู้นำบุญส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษาอยู่ในวัยที่แข็งแรงและมักมีเวลามากกว่าผู้ใหญ่ในวัยทำงาน



3) **ชุดความคิดวิธีการทำบุญที่พึงประสงค์**เป็นชุดความคิดที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชนเท่านั้น ชุดความคิดนี้ผู้ผลิตวาทกรรม “จงใจ” ประกอบสร้างชุดความคิดเพื่อเตรียมเด็กให้ทำบุญตามแนวทางที่วัดพระธรรมกายต้องการ คือ การทำบุญด้วยการบริจาคทานแบบทุ่มเท เพราะเชื่อว่าทำทานมากก็จะได้บุญมาก และเป็นการประกอบสร้างวิธีการทำบุญแบบสะสมด้วย คือ ต้องบริจาคทานบ่อย ๆ เพื่อเป็นการสะสมบุญ เมื่อเด็กมีชุดความคิดดังกล่าวนี้ในอนาคตก็จะกลายเป็นผู้ใหญ่ที่เป็นกำลังสำคัญที่เลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกาย

**ชุดความคิดเกี่ยวกับ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกาย** พบชุดความคิดย่อย 4 ชุดความคิด ดังนี้

1) **ชุดความคิดอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์**เป็นชุดความคิดที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป ชุดความคิดนี้สื่อว่าการทำบุญกับวัดพระธรรมกายในปัจจุบัน จะส่งผลให้ชีวิตปัจจุบันมีความสุข ซึ่งความสุขนั้นก็คือความร่ำรวยอย่างอัศจรรย์ วาทกรรมกระตุ้นให้ผู้รับสารเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายอย่างทุ่มเท เพราะเชื่อว่าอานิสงส์ของบุญของวัดพระธรรมกายจะบันดาลทรัพย์ได้อย่างมหาศาลในชาตินี้

2) **ชุดความคิดบุญคือสมบัติหลังความตาย**เป็นชุดความคิดที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป และกลุ่มเด็กและเยาวชน ชุดความคิดนี้สื่อว่าการสะสมบุญกับวัดพระธรรมกายในปัจจุบัน จะส่งผลให้ชีวิตหลังความตายมีความสุข ซึ่งความสุขนั้นก็คือทิพยสมบัติ เช่น วิมานที่หรูหรา อารมณ์ที่ประดับด้วยเพชรนิลจินดา วาทกรรมกระตุ้นให้ผู้รับสารเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายแบบสะสม เพราะเชื่อว่าจะได้ใช้ชีวิตหลังความตายอย่างหรูหรา

3) **ชุดความคิดการทำบุญทำให้ได้รับความสุข**เป็นชุดความคิดที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชนทั่วไป และกลุ่มผู้นำบุญ แต่ความสุขที่ได้รับในกลุ่มเป้าหมายผู้รับต่างกัน กล่าวคือ ชุดความคิดการทำบุญทำให้ได้รับความสุขของกลุ่มประชาชนทั่วไป ได้แก่ สิ่งที่พึงประสงค์ 2 ประการ คือ ความร่ำรวย และความสำเร็จในชีวิต โดยผู้ผลิตวาทกรรม “จงใจ” ให้ผู้บริโภครู้สึกเข้าใจว่า “บุญเป็นปัจจัยที่ทำให้ได้รับความสุขที่พึงปรารถนา” ส่วนชุดความคิดการทำบุญทำให้ได้รับความสุขของกลุ่มผู้นำบุญ ได้แก่ ความสุขทางใจที่ได้ทำงานร่วมกับหมู่คณะ เช่น ความสนุก ความเบิกบาน ซึ่งจะเห็นว่าความสุขที่ต่างกันตามกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อที่สอดคล้องกับช่วงวัยของผู้บริโภควาทกรรม

กล่าวคือ กลุ่มประชาชนทั่วไปส่วนใหญ่จะอยู่ในวัยผู้ใหญ่/วัยทำงาน สิ่งที่คนในวัยนี้พึงปรารถนา ก็คือ การแสวงหาทรัพย์และความสำเร็จ ซึ่งต่างจากกลุ่มผู้นำบุญ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในวัยเรียน สิ่งที่คนในวัยนี้ พึงปรารถนา ก็คือการมีเพื่อนและการได้รับการยอมรับจากกลุ่มวัยเดียวกัน ดังนั้นความสุขแบบ สนุกสนานที่ได้รับจากการร่วมทำกิจกรรมกับกลุ่มผู้นำบุญด้วยกันจึงถือว่าเป็นความสุขที่คนในวัยนี้พึง ปรารถนา

4) **ชุดความคิดบุญคืออำนาจ** เป็นชุดความคิดที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็ก และเยาวชน ชุดความคิดนี้สื่อว่าการทำบุญกับวัดพระธรรมกายในปัจจุบัน บุญที่ได้รับนั้นมีอำนาจ ในการต่อสู้และทำลายบาปได้ วาทกรรมกระตุ้นให้ผู้รับสารเลือกทำบุญกับวัดพระธรรมกายทั้งอย่าง ทุ่มเทและสะสม เพราะเชื่อว่าผลบุญของวัดพระธรรมกายจะช่วยลบล้างกรรมไม่ดีของตนเองได้

ชุดความคิดสำคัญทั้ง 3 ชุด ที่กล่าวมาทั้งหมดส่งผลต่อพฤติกรรมการทำบุญของ ผู้บริโภควาทกรรมให้ทำบุญอย่างชวนชววย ทุ่มเท และสะสม ซึ่งผิดไปจากวัตถุประสงค์การทำบุญ ตามหลักพุทธศาสนาที่ต้องการให้สละความโลภ ทว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายกลับทำให้ ผู้บริโภควาทกรรมเกิดความโลภ “บุญ” จึงส่งผลให้ผู้บริโภควาทกรรมเลือก “วิธีการทำบุญ” ด้วยการ บริจาคทานกับวัดพระธรรมกายอย่างทุ่มเทเพราะต้องการใช้ “อานิสงส์บุญ” ของวัดพระธรรมกาย แลกความร่ำรวยในชาตินี้ และจับจองทิพยสมบัติในชาติหน้า นอกจากนี้ยังใช้ “อานิสงส์บุญ” เพื่อ ต้องการตรอนวิบากกรรมของตนเองและคนในครอบครัวได้อีกด้วย

ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัย คือแสดงให้เห็นว่าวาทกรรมที่ ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการถ่ายทอดค่านิยม บรรทัดฐาน ความคิด ความเชื่อ และความศรัทธา บางประการไปสู่กลุ่มผู้บริโภควาทกรรมในแต่ละกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อ ข้อค้นพบสำคัญในงานวิจัยนี้ คือ เมื่อพิจารณาชุดความคิดในแต่ละกลุ่มเป้าหมายผู้รับสื่อจะเห็นได้ว่า วาทกรรมจัดสรร “บุญ” เพื่อ กำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภควาทกรรมอย่างเป็นระบบ กล่าวคือ 1) สื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มประชาชน ทั่วไป จะประกอบสร้างพฤติกรรมการทำบุญแบบบริจาคทาน (**เอาเงินแลกบุญ**) เพราะคนกลุ่มนี้อยู่ ในวัยทำงานจึงมีกำลังทรัพย์ 2) สื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มผู้นำบุญ จะประกอบสร้างพฤติกรรมการทำบุญแบบ **เอาแรงแลกบุญ** เพราะคนกลุ่มนี้อยู่ในวัยเรียนจึงมีกำลังและมีกลุ่มเพื่อนในวัยใกล้เคียงกันที่ชักชวน กันมาร่วมทำงานให้วัดพระธรรมกายได้ 3) สื่อที่ผลิตเพื่อกลุ่มเด็กและเยาวชน จะประกอบสร้าง

พฤติกรรมกรรมการทำบุญแบบ**หัวอ่อนจะได้บุญ** เพราะวาทกรรมสำหรับเด็กและเยาวชนมิได้มุ่งหาประโยชน์จากเด็กโดยตรง แต่เป็นการเตรียมเด็กในปัจจุบันให้กลายเป็นสมาชิกถาวรของวัดพระธรรมกายในอนาคต เมื่อเด็กที่บริโภควาทกรรมโตขึ้นก็จะเข้าสู่วงจรการเป็นผู้นำบุญ และกลายเป็นผู้ใหญ่ที่**ทำบุญอย่างทุ่มเท**ให้กับวัดพระธรรมกายในอนาคต

### 9.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถากับแนวคิดของวัดพระธรรมกายในมุมมองเชิงวิพากษ์

เมื่อนำแนวคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ในพระไตรปิฎกและอรรถกถามาเปรียบเทียบกับกับแนวคิดของวัดพระธรรมกายในมุมมองเชิงวิพากษ์พบว่า แนวคิดการทำบุญของวัดพระธรรมกายมีต้นแบบจากพุทธศาสนากระแสหลัก 3 แนวคิด ได้แก่ 1) แนวคิดการทำบุญด้วยทาน 2) แนวคิดการสร้างต้นแบบการทำบุญจากวรรณกรรมอานิสงส์ และ 3) แนวคิดการอธิบายเรื่องบุญอย่างเป็นรูปธรรมจากวิมานวัตถุ

แนวคิดการทำบุญด้วยทาน ตามแนวคิดการทำบุญในทางพุทธศาสนา คัมภีร์ทางศาสนาอธิบายว่าบุญสามารถทำได้หลายรูปแบบทั้งทางกาย ทางวาจา และทางใจ แต่วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเน้นเฉพาะการทำบุญด้วยทาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริจาคทรัพย์ ตั๋วบาทวาทกรรม มุ่งนำเสนอให้เห็นว่าการทำทานด้วยวัตถุเป็นทานที่ทำได้ยาก ต้องเสียสละแต่เมื่อทำแล้วเกิดความปีติเอิบอิ่มใจมาก และที่สำคัญที่สุดบุญจะส่งผลให้เกิดผลที่พึงประสงค์

แนวคิดการสร้างต้นแบบการทำบุญจากวรรณกรรมอานิสงส์ ตั๋วบาทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการนำวรรณกรรมอานิสงส์มาเป็นส่วนหนึ่งของสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย เพื่อใช้ตั๋วบาทวรรณกรรมอานิสงส์มาเป็นต้นแบบให้ผู้บริโภคร่วมทำบุญกับวัดพระธรรมกายด้วยความตั้งใจทำบุญอย่างทุ่มเท

แนวคิดการอธิบายเรื่องบุญอย่างเป็นรูปธรรมจากวิมานวัตถุ ตั๋วบาทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำเสนอตั๋วบาทคล้ายพระอรรถกถา วิมานวัตถุ เพื่อชี้ให้เห็นอานิสงส์ของบุญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอานุภาพบุญพิเศษของวัดพระธรรมกาย ส่งผลให้ผู้บริโภควาทกรรมยอมรับได้ง่าย

หากพิจารณาผลของอุตมการณ์ “บุญ” ที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะเห็นได้ว่าการหล่อหลอมให้สะสมบุญตามแนวทางของวัดพระธรรมกายนั้นมิได้เป็นไปเพื่อการสละเพื่อตัดกิเลสและตัดความตระหนี่ในจิตใจตนเอง แต่กลับเป็นการเพิ่มความตระหนี่ในใจผู้รับวาทกรรม หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการขบเน้น “สังโยชน์” ซึ่งมีได้มุ่งสอนให้แก้ไขทุกข์อย่างถูกต้อง แต่กลับตอกย้ำให้หาทุกข์ใหม่มาพันนาการชีวิตไว้

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาแนวคิดการทำบุญของวัดพระธรรมกายจะพบว่ามิใช่หนทางดับทุกข์อย่างแท้จริง ตามหลัก “อริยสัจ 4” แต่ยิ่งทำบุญยิ่งก่อให้เกิดทุกข์ เพราะต้องคอยแสวงหาทรัพย์มาทำบุญเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ มิได้มุ่งทำตามกำลังศรัทธา อีกทั้งยังไม่สามารถทำให้ผู้ทำบุญสละกิเลสได้ แต่กลับก่อให้เกิด “ความโลภบุญ” อันเป็นเครื่องร้อยรัดกิเลสไว้กับผู้ทำมากยิ่งขึ้น

**ผลของวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่อาจมีต่อสังคม** อุตมการณ์เรื่อง “บุญ” ที่ปรากฏในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายอาจส่งอิทธิพลต่อสังคมได้ใน 4 ด้าน ได้แก่ การสืบทอดความคิดความเชื่อเรื่อง “บุญ” ในสังคมไทย การนำเสนอภาพสังคมในอุดมคติแบบพุทธรัฐ การกำหนดแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์และรูปแบบพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในสังคม และการนิยามชีวิตที่มีความสุขด้วย “การแปรสินทรัพย์เป็นบุญ”

#### 1) การสืบทอดความคิดความเชื่อเรื่อง “บุญ” ในสังคมไทย

ความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย ทำให้วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนั้นดูเหมือนเป็น “ความถูกต้องตามหลักศีลธรรม” (morality) และเป็น “ความจริงแท้” (extrication) ในพุทธศาสนา จนกระทั่งผู้รับวาทกรรมไม่ฉงนสงสัย ตั้งคำถามโต้แย้ง หรือปฏิเสธ จึงมีส่วนทำให้ผู้รับวาทกรรมเปิดรับความคิดอื่น ๆ ที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายด้วย ดังนั้นผลของวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจึงเป็นการตอกย้ำชุดความคิดสำคัญเกี่ยวกับบุญ เช่น บุญคือการทำความดี บุญคือความสุข บุญคือสินค้า บุญคือสมบัติหลังความตาย บุญเป็นผลจากการทำทาน และอานิสงส์ของบุญคือปาฏิหาริย์ ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายยังดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงในกลุ่มผู้ศรัทธา อีกทั้งยังอาจแพร่กระจายสู่สังคมผ่านวาทกรรมจากกลุ่มผู้ศรัทธาไปยังบุคคลใกล้เคียง

## 2) การนำเสนอภาพสังคมในอุดมคติแบบพุทธรัฐ

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่าการนำเสนอภาพสังคมในอุดมคติแบบพุทธรัฐในฐานะที่เป็นโครงสร้างทางอุดมการณ์ (The state as normative order) ในกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย ด้วยการผลิตสร้างสังคมในอุดมคติที่มีพุทธศาสนาแบบวิชชาธรรมกายเป็นแกนกลาง ซึ่งสังคมอุดมคติดังกล่าวจะเกิดขึ้นไม่ได้หากกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายไม่ช่วยกันขับเคลื่อน ดังนั้นผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายจึงมี “หน้าที่” ต่อสู้เพื่อฟื้นฟูศีลธรรม (แบบวิชชาธรรมกาย) เพื่อให้เกิดสังคมอุดมคติตามที่ปรารถนา

## 3) การกำหนดแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์และรูปแบบพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในสังคม

ผลของวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่อาจมีต่อสังคม ในการกำหนดแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์และรูปแบบพฤติกรรมที่พึงประสงค์ในสังคม ผู้วิจัยจำแนกการอธิบายเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การกำหนดแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์ และรูปแบบพฤติกรรมที่พึงประสงค์

การกำหนดแบบอย่างในการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายถูกหล่อหลอมให้เห็นอย่างชัดเจนในหลักการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มผู้นำบุญที่จะปฏิบัติต่อผู้ที่เดินทางมาทำบุญที่วัดพระธรรมกาย อีกทั้งกลุ่มผู้นำบุญจะให้วิธีการปฏิบัติเป็นตัวอย่าง และถ่ายทอดแบบอย่างของพฤติกรรมไปยังสมาชิกกลุ่มอาสาสมัครผู้นำบุญใหม่ ๆ จนอาจกล่าวได้ว่าเป็นแบบอย่างของการปฏิสัมพันธ์ที่พึงประสงค์ของอาสาสมัครผู้นำบุญ

นอกจากนี้วัดพระธรรมกายยังมีการหล่อหลอมและปลูกฝังรูปแบบพฤติกรรมที่พึงประสงค์ให้กับสมาชิกผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย โดยเฉพาะการปลูกฝังพฤติกรรมให้เป็นผู้รักในการทำบุญ ซึ่งจะส่งผลให้กลุ่มสมาชิกชวนชวนและพยายามร่วมกิจกรรมบุญที่วัดพระธรรมกายจัดขึ้นให้มากที่สุด

## 4) การนิยามชีวิตที่มีความสุขด้วย “การแปรสินทรัพย์เป็นบุญ”

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่า มีการนำเสนอความคิดเกี่ยวกับการนิยามชีวิตที่มีความสุขด้วย “การแปรสินทรัพย์เป็นบุญ” ดังนั้นวาทกรรมที่ผลิตโดย

วัดพระธรรมกายจึงผลิตซ้ำความคิดในการเปลี่ยนทรัพย์สินเงินทองเป็นบุญด้วยการทำบุญกับวัดพระธรรมกาย ซึ่งถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าและจะส่งผลดีให้กับชีวิต

“บุญ” ตามแนวทางของวัดพระธรรมกายนำแนวคิด “บุญ” จากปริบทพุทธศาสนากระแสหลักมาจำกัดวิธีการทำบุญให้ชัดเจนและเป็นรูปธรรมขึ้น ได้แก่ วิธีการทำบุญ คือ การบริจาค โดยนำเสนอ “บุญ” ให้เป็นรูปธรรมในเชิงปริมาณ คือ “ทำมากได้มาก ทำน้อยได้น้อย” ตลอดจนยังนำเสนอผลของบุญอย่างเป็นรูปธรรม

จากที่กล่าวมาทั้งหมดสรุปได้ว่า วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำความเชื่อเกี่ยวกับชีวิตหลังความตายมาเชื่อมโยงกับการทำบุญ เพื่อให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าสะสมบุญมากก็จะมีชีวิตหลังความตายที่สุขสบาย ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการทำบุญอย่างทุ่มเทและสะสม นอกจากนี้วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายนำความเชื่อเรื่องความเสื่อมสูญของศาสนามาเชื่อมโยงกับการทำบุญ เพื่อให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าพุทธศาสนิกชนมีหน้าที่กอบกู้ ฟันฟุพุทธศาสนา ซึ่งเป็นการสอนให้ทำบุญอย่างยึดมั่นถือมั่น ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการทำบุญอย่างทุ่มเท และมีการนำเสนออุดมการณ์เรื่อง “บุญ” ไปพร้อมกับความคิดเรื่องบารมีด้วย กล่าวคือ มีการบอกว่าหน้าที่ของพุทธศาสนิกชนที่เกิดมานั้นต้องเกิดมาเพื่อชวนชวายเป็นการสร้างบารมี และวิธีการสร้างบารมีก็คือการทำบุญกับวัดพระธรรมกาย ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการทำบุญอย่างทุ่มเทและสะสม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## 9.2 อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาในงานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า “บุญ” ของวัดพระธรรมกายเป็นบุญที่มี “อานิสงส์” พิเศษแตกต่างจาก “บุญอื่น” ในปริบทพุทธศาสนาในสังคมไทย ดังนั้นจึงส่งผลให้ “บุญของวัดพระธรรมกาย” เป็นเสมือนเครื่องมือที่ยึดโยงกลุ่มผู้ศรัทธาไว้อย่างเหนียวแน่น เนื่องจากผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายเชื่อว่าไม่มี “บุญอื่นใด” ที่จะมีคุณภาพดี มีความพิเศษ เป็นรูปธรรม และมีปริมาณมากไปกว่าบุญของวัดพระธรรมกาย ทั้งนี้จากผลการวิจัยที่ได้นำเสนอในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า มีประเด็นที่ควรอภิปราย ดังนี้

## 1) งานวิจัยเกี่ยวกับวัดพระธรรมกายในทางพุทธศาสนากับผลการวิจัยเชิงวิพากษ์

งานวิจัยเกี่ยวกับวัดพระธรรมกายในทางพุทธศาสนาที่กล่าวถึงกรณีวัดพระธรรมกาย ได้แก่ งานวิจัยเรื่อง “บทบาทในการรักษาพระธรรมวินัยของพระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตฺโต) : ศึกษาเฉพาะกรณีธรรมกาย” ของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี (2546) ได้กล่าวถึงคำสอนของวัดพระธรรมกาย ไว้ในอีกลักษณะหนึ่งว่า วัดพระธรรมกายทำพระธรรมวินัยให้วิปริต ทำลายความน่าเชื่อถือของพระไตรปิฎก โดยพยายามอรรถาธิบายชักจูงให้คนทั่วไปเข้าใจว่าบุญมีฐานะดุจสินค้าชนิดหนึ่งและเมื่อทำบุญแล้วจะก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่าง ๆ ได้อย่างปาฏิหาริย์ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะวัดพระธรรมกายพยายามนำแนวคิดแบบทุนนิยมเข้ามาผสมผสานกับกิจกรรมของวัดและการบริหารองค์กรทำให้วัดพระธรรมกายเกิดความเจริญทางวัตถุอย่างรวดเร็ว แต่ในทางตรงกันข้ามพฤติกรรมลักษณะดังกล่าวนี้กลับสวนทางกับแนวคิดพุทธศาสนานิกายเถรวาทซึ่งเน้นความเรียบง่ายและสอดคล้องกับวิถีธรรมชาติอย่างสิ้นเชิง

จากการศึกษาวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่า ตัวบทมิได้นำเสนอ “บุญ” ให้มีฐานะดุจสินค้าอย่างชัดเจน แต่นำเสนอให้ผู้บริโภควาทกรรมเข้าใจว่าเป็นสิ่งมีค่า ดังนั้นจึงควรสะสมบุญให้มากที่สุด ซึ่งจากการวิเคราะห์ตัวบทจะเห็นว่า “บุญ” ของวัดพระธรรมกายสามารถสร้างผลสัมฤทธิ์ต่าง ๆ ได้อย่างปาฏิหาริย์ ทั้งด้านความร่ำรวยในชาตินี้ และชีวิตที่สุขสบายในชาติหน้าด้วย ซึ่งผลการวิเคราะห์สอดคล้องกับงานวิจัยดังกล่าว

## 2) การใช้กลวิธีทางภาษาเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้ศรัทธาวัด

### พระธรรมกาย

จากการศึกษาการใช้กลวิธีทางภาษาในวาทกรรมสื่อที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายพบว่า กลวิธีการใช้คำศัพท์ เช่น การเรียกผู้ศรัทธาว่าลูกพระธรรม (มีสองความหมาย คือ การใช้ความเปรียบว่าเป็นลูกของธรรมะ กับ หมายถึงลูกของพระธัมมชโย), หลานหลวงปู่สด, หลานคุณยายจันทร์ เป็นต้น คำเหล่านี้สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้ศรัทธาได้เป็นอย่างดี เพราะสามารถสร้างความรู้สึกเป็นพวกพ้องเดียวกัน วาทกรรมจึงสามารถรวมพลังความศรัทธาของมวลชนได้เป็นจำนวนมาก แต่ในขณะเดียวกันก็สร้างความเป็นอื่นให้กับพุทธศาสนาในสังคมไทยได้อีกด้วย

### 3) ปรากฏการณ์ความศรัทธาวัดพระธรรมกาย

จากการศึกษาบริบททางกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย ผู้วิจัยพบว่ามียุทธศาสตร์ที่วัดพระธรรมกายจำนวนมาก แต่ในขณะเดียวกันก็มีประชาชนจำนวนมากไม่น้อยที่ต่อต้านวัดพระธรรมกายซึ่งเห็นได้จากความคิดเห็นผ่านสื่อมวลชนหรือสื่อสาธารณะในสังคมออนไลน์

การที่วัดพระธรรมกายมีประชาชนศรัทธาจำนวนมากนั้น นอกจากผลสัมฤทธิ์ของการประกอบสร้างทางกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายแล้ว ผู้วิจัยเห็นว่ายังเกิดจากกระบวนการประกอบสร้างศรัทธาผ่านองค์ประกอบธรรมะแบบร่วมสมัย 3 ประการ ได้แก่ 1) การประกอบสร้างอัตลักษณ์ 2) การปลูกฝังสร้างจิตสำนึก และ 3) การสร้างความรู้สึกร่วมและการเป็นเจ้าของ

ประการแรก การประกอบสร้างอัตลักษณ์ วัดพระธรรมกายสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง ทั้งรูปแบบพุทธศาสนสถานที่มีความทันสมัย เน้นการใช้ประโยชน์ได้เต็มพื้นที่ โดยไม่ยึดติดรูปแบบวัดในสังคมไทยที่นิยมสร้างอย่างหรูหราปิดทองประดับกระจก และมีลวดลายไทยอย่างวิจิตร และการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชาวธรรมกายด้วยการแต่งชุดขาวแบบเดียวกันทำให้ผู้พบเห็นทราบได้ทันทีว่าเป็นผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกาย

ประการที่สอง การปลูกฝังสร้างจิตสำนึก วัดพระธรรมกายมุ่งสร้างจิตสำนึกแบบจิตสำนึกสาธารณะ ด้วยการเปิดโอกาสให้กับสมาชิกทุกกลุ่มได้เป็นจิตอาสา โดยสร้างจิตสำนึกผ่านกระบวนการขัดเกลาแบบรักทุกที่ให้เหมือนรักบ้าน เช่น ล้างห้องน้ำวัดก็ต้องสะอาดจนกระทั่งสามารถเอามือล้างไปในในโกศสุภณห์ได้ หรือการเก็บขยะภายในวัด การแยกขยะ การจัดระเบียบรองเท้าสาธุชน การจอดรถอย่างมีวินัย เป็นต้น ซึ่งจิตสำนึกเหล่านี้ทำให้ผู้มาวัดรู้สึกผ่อนคลาย สบายตา สบายใจที่วัดสะอาด ซึ่งต่างจากหลาย ๆ วัดในสังคมไทย

ประการสุดท้าย การสร้างความรู้สึกร่วมและการเป็นเจ้าของ วัดพระธรรมกายสร้างความรู้สึกว่าผู้มาวัดทุกคนเป็นเจ้าของวัด เพราะได้มีโอกาสสร้างวัดด้วยตนเองผ่านกิจกรรมบุญ เช่น การรับบุญหิ้วถังปูนเพื่อหล่อเสาฐานสถาปัตยกรรมกายสากล การรับบุญร่อนทรายละเอียด ซึ่งวัดจะสร้างกิจกรรมที่ทุกคนทำได้ไม่ยากนัก แต่กลับรู้สึกภาคภูมิใจจนกระทั่งสร้างความรู้สึกร่วมรักและหวงแหนวัด



จากที่กล่าวมาทั้ง 3 ประการเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยหล่อหลอมความรัก ความศรัทธาให้เกิดขึ้นในจิตใจสาธุชน เมื่อสาธุชนที่มาวัดพระธรรมกายรู้สึกประทับใจ ก็จะช่วยส่งเสริมการปวารณาเป็นสมาชิกผู้ศรัทธารายใหม่จนกระทั่งเป็นนักแสวงบุญถาวรของวัดพระธรรมกายได้ในที่สุด

#### 4) ปรากฏการณ์ต่อต้านวัดพระธรรมกาย

ในบริบทสังคมไทยปัจจุบันมีประชาชนจำนวนไม่น้อยที่มีความคิดเห็นต่อต้านวัดพระธรรมกาย ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นเพราะประชาชนบางกลุ่มมองว่าท่ามกลางกระแสสังคมที่มีการแบ่งฝักแบ่งฝ่าย วัดพระธรรมกายมีส่วนเกี่ยวข้องกับการปลุกปั่นทางการเมือง ส่งผลให้ผู้ไม่เห็นด้วยกับการเมืองอีกกลุ่มหนึ่งต่อต้านวัดพระธรรมกาย ประกอบกับกระแสมุมมองทางพุทธศาสนิกชนที่มหาเถรสมาคมเปิดเผยพระลิขิตจากสมเด็จพระสังฆราชสกลมหาสังฆปริณายก ให้อดีตเจ้าอาวาสวัดพระธรรมกายต้องอธิกรณ์ปราศิก จึงเป็นเสมือนชนวนการต่อต้านที่ลุกลามบานปลายเพิ่มมากขึ้น

#### 5) พุทธศาสนาในสังคมไทยกับพุทธศาสนาวัดพระธรรมกาย

วัดพระธรรมกายเป็นวัดสังกัดมหานิกายในประเทศไทย แต่หากเปรียบเทียบวิถีปฏิบัติตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย กับวิถีปฏิบัติของวัดต่าง ๆ ในสังคมไทย จะเห็นได้ว่ามีความเหมือนและมีความต่างกันในบางประการ ดังนี้

##### - วิธีการทำบุญ

หากเปรียบเทียบวิธีการทำบุญตามแนวทางพุทธศาสนาในสังคมไทยกับวัดพระธรรมกายสามารถจำแนกออกเป็น 5 ประเด็น ดังนี้

##### 1) ทาน

การทำทานในสังคมไทยสามารถกระทำได้หลายวิธีและไม่จำกัดว่าต้องเป็นการทำทานที่วัด แต่แนวทางการทำบุญของวัดพระธรรมกายเน้นการให้ทานด้วยการบริจาคปัจจัยโดยมีวัดเป็นศูนย์กลาง โดยประกอบสร้างวาทกรรมให้ผู้บริโภคมองเห็นว่า การบริจาคเป็นทานที่ถูกต้องและทำได้ง่าย อีกทั้งพระสงฆ์ยังสามารถนำไปใช้ได้โดยสะดวก

ทั้งนี้หากพิจารณาจากบริบทในสังคมเมืองจะเห็นได้ว่า การบริจาคปัจจัยเป็นการทำบุญที่สะดวกสบายสนองตอบความเป็นทุนนิยม กล่าวคือ ใช้เงินแลกความสะดวก รวดเร็ว ซึ่งทำให้การทำ

ทานทางใจ เช่น อภัยทาน ลดลง ในขณะที่การให้อามิสทานกลับได้รับการตอกย้ำให้เป็นข้อปฏิบัติของพุทธศาสนิกชนชาวธรรมกายอยู่ตลอดเวลา

## 2) งานบุญตามประเพณี (วันสำคัญทางศาสนา/กฐิน)

การทำบุญในสังคมไทยจะมีการทำบุญเข้าวัด ฟังธรรมและเวียนเทียนในวันสำคัญทางพุทธศาสนา ได้แก่ วันมาฆบูชา วิสาขบูชา และอาสาฬหบูชา ซึ่งวัดพระธรรมกายก็มีการจัดกิจกรรมเช่นกัน ในส่วนการทำบุญตามประเพณีได้แก่การทอดกฐิน วัดพระธรรมกายจัดเป็นงานใหญ่ประจำปี มีรูปแบบการจัดงานของตนเอง เช่น การแต่งกายเป็นนางวิสาขา หรือราชรถดอกบัวเชิญผ้าพระกฐิน เป็นต้น แต่งานบุญประเพณีอื่น เช่น วันพระ (ธรรมสวนะ) ตรุษไทย สารทไทย วัดพระธรรมกายมิได้จัดกิจกรรมทางศาสนา แต่เปลี่ยนเป็นการจัดกิจกรรมเข้าวัด ทำบุญ ฟังธรรม และเจริญสมาธิในวันอาทิตย์ต้นเดือน ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นการจัดกิจกรรมเพื่อตอบสนองฐานผู้ศรัทธาวัดพระธรรมกายที่เป็นชนชั้นกลางและทำงานในวันธรรมดา จึงปรับรูปแบบการเข้าวัดให้สอดคล้องกับประชาชนซึ่งถือว่าเป็นการสนองความต้องการตามฐานทุนนิยม

อนึ่งงานบุญประเพณีอื่นนี้ ในปัจจุบันเป็นงานที่สังคมเมืองมิได้ให้ความสำคัญมากเท่าต่างจังหวัดอยู่แล้ว เพราะหากพิจารณาตามบริบทจะเห็นว่างานบุญประเภทนี้จัดขึ้นเพื่อสานความสัมพันธ์การอุปถัมภ์ระหว่างวัดกับชุมชน ซึ่งวัดพระธรรมกายมิได้มีความสัมพันธ์กับบริบทชุมชนแบบวัดในหมู่บ้าน แต่วัดพระธรรมกายมีบทบาทเป็นวัดขนาดใหญ่ที่มีรากฐานการทำบุญตามแนวทางของตนเองจึงมีผู้แสวงบุญมาจากทุกสารทิศจึงต้องปรับวันทำบุญให้สอดคล้องกับความสะดวกของประชาชน

## 3) งานบุญตามวันสำคัญของวัดพระธรรมกาย

วัดพระธรรมกายมีการจัดงานบุญตามแนวทางของวัด เช่น งานวันคุ้มครองโลกวันที่ 22 เมษายน ของทุกปี ซึ่งตรงกับวันคล้ายวันเกิดของพระเทพญาณมหามุนี (หลวงปู่ธัมมชโย) ทางวัดจะจัดกิจกรรมทำบุญใส่บาตรในโอกาสพิเศษ หรือการทำบุญในโอกาสวันคล้ายวันเกิดพระมงคลเทพมุนี (สด จันทสโร) แม้กระทั่งการทำบุญในวันค้นพบวิชชาธรรมกาย และการทำบุญในโอกาสวันคล้ายวันเกิดมหารัตนอุบาสิกาจันทร์ ขนนกยูง เป็นต้น ซึ่งงานบุญเหล่านี้ไม่ได้ตรงกับวันสำคัญทางศาสนา แต่หากพิจารณาในบริบทพุทธศาสนาในสังคมไทยก็จะพบว่าบางวัดก็มีการจัดงานฉลองอายุให้กับพระผู้ใหญ่ที่เป็นที่เคารพนับถือ ซึ่งส่วนใหญ่ก็เป็นการประกอบพิธีแบบที่พุทธศาสนิกชนคุ้นเคย แต่ในกรณีของวัดพระธรรมกายอาจมีรูปแบบการจัดพิธีที่ต่างไป เช่น มีขบวนราชรถหรือริ้วขบวนที่แปลกตา

นอกจากนี้วัดพระธรรมกายยังมีรูปแบบการจัดกิจกรรมและพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนาที่ดัดแปลงจากรากฐานเดิมในสังคมไทย เช่น การรุดงค์ธรรมชัย ที่เปลี่ยนจากการเดินรุดงค์ในเขตทิวทัศน์ดาร เพื่อแสวงความสงบทางใจ มาเป็นการรุดงค์ในเมืองเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางศาสนา หรือการจุดเทียนเข้าพรรษาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้พระสงฆ์ได้ใช้ส่องสว่างในฤดูฝน ซึ่งในสังคมก็ยึดถือเป็นประเพณีถวายเทียนพรรษา แต่วัดพระธรรมกายดัดแปลงเป็นพิธีกรรมที่เรียกว่า การจุดเทียนใจไฟนิรันดร์อนันตชัย จัดเป็นพิธีกรรมที่ยิ่งใหญ่สวยงามซึ่งก็สามารถเรียกความสนใจจากประชาชนได้มากยิ่งขึ้น สิ่งเหล่านี้อาจเรียกได้ว่าเป็นประเพณีประดิษฐ์ (Invented tradition) เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในสังคมเมืองที่ต้องการความสะดวกสบาย สะอาด และสวยงามก็อาจเป็นไปได้

#### 4) วัตถุมงคล

ในบริบทพุทธศาสนาในสังคมไทยตั้งแต่โบราณเกจิอาจารย์นิยมสร้างวัตถุมงคล ซึ่งในปัจจุบันวัตถุมงคลถือเป็นสินค้าพุทธพาณิชย์อย่างหนึ่ง หากพิจารณาโดยผิวเผินจะไม่พบว่าวัดพระธรรมกายมีวัตถุมงคลเพราะวัดพระธรรมกายมีวิธีการจัดสร้างวัตถุมงคลที่ต่างออกไปจนกระทั่งอาจไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นพุทธพาณิชย์อย่างพระเครื่องทั่วไป ทั้งนี้วัตถุมงคลที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายจะเรียกว่าพระของขวัญ และพระสิริมหาราชธาตุ ซึ่งมีจัดทำไม่มากนัก แต่หากพิจารณาให้ลึกซึ้งจะเห็นได้ว่าวัดพระธรรมกายเบี่ยงเบนความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างวัตถุมงคลเพื่อเช่าบูชา โดยเปลี่ยนรูปแบบเป็นการสร้างพระธรรมกายประจำตัวเพื่อประดิษฐานในพระมหารธรรมกายเจดีย์ ซึ่งมีราคาต่างกัน การสร้างพระธรรมกายประจำตัวนี้แท้จริงก็เป็นการจัดทำวัตถุมงคลอย่างหนึ่ง โดยมีกุศโลบายที่เข้าถึงความเป็นปัจเจกและรู้สึกเป็นเจ้าของพระธรรมกายประจำตัว จึงทำให้ผู้บูชาเป็นสมาชิกภาพถาวรของวัดพระธรรมกาย

#### 5) การใช้คำ

วัดพระธรรมกายมีการสร้างคำเรียกขานเกี่ยวกับ “บุญ” ที่ต่างไปจากคำที่ใช้ทั่วไปในสังคมไทย เช่น ต้นบุญต้นแบบ รักบุญ รับบุญ ตักดวงบุญ หรือการเรียกขานชาวธรรมกาย เช่น หมูคณะกัลยาณมิตร อาสาวิพีช เป็นต้น การใช้คำเหล่านี้ถือว่าเป็นความหมายเฉพาะกลุ่มซึ่งสามารถสร้างความเป็นพวกพ้องและสร้างความรู้สึกรู้ว่ากลุ่มของตนมีความพิเศษ ซึ่งจะสร้างสำนึกรู้ในความเป็นชาวธรรมกายให้แน่นแฟ้นขึ้นได้

### - “บุญ” ฆราวาส

การทำบุญของฆราวาส คือ การสำรวมกาย วาจา ใจ และทำบุญอุปัถม์พระศาสนา ตามกำลังศรัทธา ซึ่งตามคติพุทธศาสนาสอนว่าทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว และใช้จุดหมายของชีวิตหลังความตายคือการได้ขึ้นสวรรค์เป็นเครื่องล่อใจ วัดพระธรรมกายนำแนวคิดดังกล่าวมาต่อยอดแล้วนำเสนอเป็นเรื่องราวชีวิตหลังความตายของบุคคลเรียกว่า case study ซึ่งเป็นช่องทางเผยแพร่คำสอนและดึงดูดใจให้คนอยากทำบุญเพื่อขึ้นสวรรค์อย่างทุ่มเทโดยละเอียดต่อกำลังของตนเองจนอาจนำไปสู่ความเดือดร้อน

### - คำสอนด้านการดับทุกข์

จุดหมายปลายทางในพุทธศาสนา คือ นิพพานนับว่าเป็นการดับทุกข์อย่างจริงแท้ จิตถูกปลดพันนาการจากกิเลสทั้งปวง แต่คำสอนบางส่วนของวัดพระธรรมกายโดยเฉพาะเรื่องการทำบุญกลับเป็นการสอนให้ยึดติดกับบุญ สอนให้รู้สึกเป็นเจ้าของบุญ และกระหายบุญ ซึ่งมีใช้หนทางการทำบุญเพื่อละกิเลส

### - หน้าที่ของพระสงฆ์

หน้าที่ของพระสงฆ์ในสังคมไทย พระสงฆ์มีบทบาทหลัก 3 ประการ ได้แก่ 1) ด้านการเผยแผ่คำสอน เป็นหน้าที่หลักที่พระสงฆ์ต้องแสดงธรรมโอวาท หรือเทศนาธรรม เพื่อให้ฆราวาสเกิดความละอายชั่วกลัวบาป ดำรงชีวิตอยู่ในศีลธรรม และไม่เบียดเบียนผู้อื่น 2) ด้านการศึกษาของพระสงฆ์ ในสังคมไทยปัจจุบันสนับสนุนให้พระสงฆ์มีความรู้ทั้งทางด้านปริยัติธรรมควบคู่ไปกับความรู้ทางวิชาการ ในประเทศไทยมีการจัดสอบนักธรรม และแม่กองบาลีสนามหลวงเพื่อธำรงรักษาองค์ความรู้ทางพุทธศาสนา และในขณะเดียวกันก็มีการจัดตั้งมหาวิทยาลัยสงฆ์ ได้แก่ มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และมหามงกุฎราชวิทยาลัย เพื่อสอนความรู้พุทธศาสนาควบคู่ไปกับองค์ความรู้ด้านวิชาการและ 3) ด้านสังคมสงเคราะห์ พระสงฆ์ในสังคมไทยปัจจุบันบทบาทเป็นผู้ช่วยเหลือสังคมตามอัตภาพ เช่น การสงเคราะห์สัตว์จรจัด หรือสงเคราะห์ผู้เดือดร้อนตามความเหมาะสม

เมื่อพิจารณาบทบาทหน้าที่ของพระสงฆ์ตามแนวทางของวัดพระธรรมกาย พบว่าสามารถทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์และถือเป็นคุณูปการต่อพุทธศาสนา ดังนี้

### - ด้านการเผยแพร่คำสอน

วัดพระธรรมกายมีนโยบายเผยแพร่พุทธศาสนาให้กว้างไปสู่ระดับโลก มีการจัดตั้งวัดสาขาในต่างประเทศจำนวนมาก เพื่อเปิดโอกาสให้คนไทยในต่างประเทศได้เข้าถึงพุทธศาสนาอย่างใกล้ชิด อีกทั้งยังเป็นการเผยแพร่พุทธศาสนาแบบวิปัสสนาวิชชาธรรมกายไปในต่างประเทศ ทำให้ต่างชาติรู้จักพุทธศาสนามากยิ่งขึ้นและเห็นว่าปัจจุบันประเทศไทยเป็นศูนย์กลางพุทธศาสนาที่รุ่งเรือง

### - ด้านการศึกษาของพระสงฆ์

วัดพระธรรมกายเน้นการศึกษาของพระสงฆ์มีการจัดตั้งโรงเรียนพระปริยัติธรรม ส่งภิกษุสามเณรเข้าสอบบาลีสนามหลวงได้เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังสามารถจัดตั้งมหาวิทยาลัยธรรมกาย รัฐแคลิฟอร์เนีย ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อเป็นศูนย์การศึกษาพุทธศาสนาในระดับสากล

### - ด้านสังคมสงเคราะห์

วัดพระธรรมกายเป็นวัดที่มีฐานกำลังทางทรัพยากรที่สามารถให้การช่วยเหลือสังคมได้อย่างกว้างขวาง ที่ผ่านมามีวัดได้ทำหน้าที่ด้านสังคมสงเคราะห์อย่างหลากหลาย เช่น การระดมทุนจัดสร้างโรงพยาบาล การช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย เป็นต้น

ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าวัดพระธรรมกายมีแนวทางในการสอนธรรมะและขัดเกลาผู้ศรัทธาในแบบของตนเอง ส่งผลให้เกิดข้อถกเถียงในสังคมอย่างหลากหลาย

## 9.3 ข้อเสนอแนะ

1) งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” จากวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายเท่านั้น ผู้วิจัยเห็นว่าคำว่า “บุญ” ในบริบทพุทธศาสนามีความหมายหลายมิติ ดังนั้นหากมีการศึกษาความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” จากวาทกรรมในบริบทอื่น เช่น ตำราเรียนรายวิชาพุทธศาสนา หนังสือธรรมะทั่วไปหรือหนังสือธรรมะที่พระสงฆ์ที่มีชื่อเสียงเป็นผู้เขียน ตลอดจนสื่อธรรมะ ออนไลน์ต่าง ๆ ก็จะช่วยให้การศึกษาคิดเกี่ยวกับ “บุญ” ในสังคมไทยมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

2) ผู้วิจัยพบว่า วาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายที่นำมาศึกษามีได้มุ่งนำเสนอความคิดเรื่องบุญเพียงด้านเดียว ตัวบทแทบทั้งหมดจะนำเสนอความคิดเกี่ยวกับ “บุญ” เปรียบเทียบ

กับความคิดเกี่ยวกับ “บาป” อยู่เสมอ ดังนั้นหากมีการศึกษาความคิดเกี่ยวกับ “บาป” ในวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกาย หรือความคิดเกี่ยวกับ “บาป” ในวาทกรรมประเภทอื่นในบริบทพุทธศาสนา เมื่อนำอุดมการณ์ทั้งสองมาเปรียบเทียบกันก็จะช่วยให้เข้าใจอุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” / “บาป” ในมิติที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

3) งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์เกี่ยวกับ “บุญ” โดยใช้วิธีพิจารณาตัวบทเป็นสำคัญ ในระหว่างเก็บข้อมูลผู้วิจัยเห็นว่าวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายมีการนำแนวคิดจากพระไตรปิฎก อรรถกถา ฎีกา คัมภีร์พุทธศาสนา และวรรณกรรม มานำเสนอในรูปแบบใหม่ เช่น ขยายความ/ดัดแปลงเนื้อหา ดังนั้นจึงน่าสนใจศึกษาในเชิงเปรียบเทียบระหว่างตัวบทเดิมกับตัวบทวาทกรรมที่ผลิตโดยวัดพระธรรมกายอย่างลึกซึ้งต่อไปในประเด็นนี้



## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กฤษดาภรณ์ หงส์ดารมภ์. (2543). ประเด็นเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย: การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กวาดล้างการทุจริตในองค์กรพุทธศาสนา. [ออนไลน์]. (2561). แหล่งที่มา: <https://www.bbc.com/thai/thailand-44234816> [4 มิถุนายน 2561].
- กาญจนา เจริญเกียรติบวร. (2543). ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับมุมมองในข่าววัดพระธรรมกายที่เสนอในหนังสือพิมพ์ไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การสร้างบารมีแบบเอาชีวิตเป็นเดิมพัน พระธรรมเทศนา โดย พระภิกษุวิฑูรย์คุณ (หลวงพ่อดัตตชีโว). [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). แหล่งที่มา: [www.dmc.tv/](http://www.dmc.tv/) [20 พฤศจิกายน 2560].
- คณะกรรมการการศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม สมาผู้แทนราษฎร. (2542). รายงานกรณีวัดพระธรรมกาย. กรุงเทพมหานคร: สหธรรมิก.
- ความคิดเห็นของสังคมที่มีต่อวัดพระธรรมกาย. [ออนไลน์]. (2558). แหล่งที่มา: <https://pantip.com/topic/33168724> [9 มีนาคม 2561].
- จันทิกา สุภาพงษ์. (2543). บทบาทของหนังสือพิมพ์ไทยในการวางกรอบอุดมการณ์ทางสังคมในกรณีการนำเสนอข่าววัดพระธรรมกาย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุฑาพรรษ์ (จามจุรี) ผดุงชีวิต. (2551). วัฒนธรรม การสื่อสาร และอัตลักษณ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุไรรัตน์ ลักษณะศิริ และวีรวัฒน์ อินทรพร (บรรณาธิการ). (2558). ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 2. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์.
- ชนกพร พัวพัฒนกุล. (2548). สื่อมวลชนกับบทเรียนความสัมพันธ์ไทย-กัมพูชา : กรณีเหตุการณ์ความรุนแรงในประเทศกัมพูชา พ.ศ. 2546. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- ชนกพร อังศุวิริยะ. (2551). "ความเป็นผู้หญิง" ในนิตยสารสตรีสาร (พ.ศ. 2491-2539) : การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ช่องโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมวัดพระธรรมกาย. [ออนไลน์]. (2557). แหล่งที่มา:

[https://www.dmc.tv/pages/phramongkolthepmuni/%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%8A%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%88%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A2%E0%B9%8C-\(%E0%B9%80%E0%B8%9C%E0%B8%94%E0%B9%87%E0%B8%88-%E0%B8%97%E0%B8%95%E0%B8%BA%E0%B8%95%E0%B8%8A%E0%B8%B5%E0%B9%82%E0%B8%A7\)](https://www.dmc.tv/pages/phramongkolthepmuni/%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%8A%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%88%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A2%E0%B9%8C-(%E0%B9%80%E0%B8%9C%E0%B8%94%E0%B9%87%E0%B8%88-%E0%B8%97%E0%B8%95%E0%B8%BA%E0%B8%95%E0%B8%8A%E0%B8%B5%E0%B9%82%E0%B8%A7)) [6 มิถุนายน 2559].

ซัชชินทร์ ไชยวัฒน์. (2543). ศาสนากับทุนนิยม. กรุงเทพมหานคร: สมาพันธ์.

ชัยอนันต์ สมุทวณิช. (2530). รัฐ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชินวรสิริวัฒน์ สมเด็จพระสังฆราชเจ้า. พระเจ้าวรวงศ์เธอ กรมหลวง. (2536). พระคัมภีร์

อภิธาน์ปทีปิกา หรือ พจนานุกรมภาษาบาลีแปลเป็นไทย. กรุงเทพมหานคร: มหามกุฏราชวิทยาลัย.

ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2556). วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์ : แนวคิดและการนำมาศึกษาวาทกรรมในภาษาไทย. กรุงเทพมหานคร : โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทศชาติชาติก. [ออนไลน์]. (2553). แหล่งที่มา: <https://www.dmc.tv/articles/jataka.html> [6 มิถุนายน 2559].

ทองคำกับเส้นทางการสร้างบารมีของผู้มีบุญในพระไตรปิฎก. [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). แหล่งที่มา: [www.dmc.tv/](http://www.dmc.tv/) [6 มิถุนายน 2559].

ทินกร ส่องหล้า. (2542). สงครามสื่อกับวัดพระธรรมกายและอนัตตาของพระพุทธเจ้า.

กรุงเทพมหานคร: ธาตุบัวแก้ว.

เทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. สมเด็จพระ. (2534). ทศบารมีในพุทธศาสนาเถรวาท.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหามกุฏราชวิทยาลัย.

ธรรมกายแนวหน้า. [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). แหล่งที่มา: [www.nalna.co.th](http://www.nalna.co.th). [28 มกราคม 2556].

ธีระ บุษบกแก้ว. (2553). กลวิธีทางภาษากับการนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองโดยกลุ่ม "เกย์

ออนไลน์". วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นภดล ขวัญชนะภักดี. (2530). การศึกษาเปรียบเทียบบทบาทของวัดพระธรรมกายและพุทธสถานสันตือโศก ในการเผยแพร่ศาสนาในหมู่เยาวชนในสังคมไทยปัจจุบัน. วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.



- นาคยา แก้วใส และผะอบ พวงน้อย. (2542). การศึกษาบทบาทวัดพระธรรมกายในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเผยแพร่พระพุทธศาสนาทั่วโลก. งานวิจัยสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (อัสสำเนา).
- นิติพงศ์ พิเชฐพันธ์. (2553). วาทกรรมเหตุการณ์พิพาทเขาพระวิหาร พ.ศ. 2551 จากหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย : การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและอุดมการณ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญทิศา พวงกลัด. (2554). ศึกษาวาทกรรม "บุญนิยม" กรณีศึกษาชุมชนราชธานีอโศก จังหวัดอุบลราชธานี. มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 28(2): 174-207.
- บุรุษอาชาไนย. [ออนไลน์]. (2560). แหล่งที่มา: <https://www.facebook.com/Dhamma2you> [20 พฤศจิกายน 2560].
- ป. หลงสมบุญ. (2540). พจนานุกรม มคอ-ไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักเรียนวัดปากน้ำ.
- ปฏิรูปวัดพระธรรมกาย. [ออนไลน์]. (2561). แหล่งที่มา: <https://www.thaipost.net/main/detail/4103> [1 มีนาคม 2561].
- ประพจน์ อัสววิรุฬการ. (2523). การศึกษาเชิงวิเคราะห์เรื่องพระโพธิสัตว์ในคัมภีร์เถรวาทและคัมภีร์มหายาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาตะวันออก คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประเวศ วะสี. (2537). สอนโมกข์ ธรรมกาย สันติอโศก. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: หมอชาวบ้าน.
- พงษ์ วิเศษสังข์. (2552). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พระครูอนุกูลธรรมวงศ์ (ประยูร วิสารโท). (2553). ศึกษาวิเคราะห์ปมาณิกาในพระพุทธศาสนา. วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระชาย วรรณโม. (2544). ฉลาดทำบุญ : รวมเรื่องน่ารู้ คู่มือทำบุญให้ถูกวิธี. กรุงเทพมหานคร: เครือข่ายชาวพุทธเพื่อพระพุทธศาสนาและสังคมไทย.
- พระเทพวิสุทธิเมธี. (2547). สมนตปาสาทิกา. สมุทรสาคร: วัดเจษฎาราม.
- พระเทพเวที. (2533). พจนานุกรมพุทธศาสน์ ฉบับประมวลศัพท์. กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระธรรมเทศนาโดย: พระเทพญาณมหามุนี buddha.dmc.tv/ธรรมะเพื่อประชาชน/นักสร้างบารมี พันธุ์อาชาไนย/. [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). แหล่งที่มา: [www.dmc.tv/](http://www.dmc.tv/) [20 พฤศจิกายน 2560].

- พระธรรมปิฎก. (2546). พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลศัพท์. กรุงเทพมหานคร : เอส.อาร์  
พรีนติ้ง แมส โปรดักส์.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต). (2550). ธรรมเนียมการศึกษาศาสนา และ  
สร้างสรรค์สังคมไทย. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: สหธรรมิก.
- พระไพศาล วิสาโล. (2559). พุทธศาสนาไทยในอนาคต แนวโน้มและทางออกจากวิกฤต.  
กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิโกลบอลคิมทอง.
- พระมงคลเทพมุนี. (2525). พระธรรมเทศนาเรื่อง พระพุทธคุณ พระธรรมคุณ พระสังฆคุณ.  
กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิพุทธภวานาวิชาธรรมกาย.
- พระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี. (2546). บทบาทในการรักษาพระธรรมวินัยของพระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต)  
: ศึกษาเฉพาะกรณีธรรมกาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
พระพุทธศาสนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พัฒน์ เพ็งผลา. (2554). วิเคราะห์การบำเพ็ญบารมีของพระโพธิสัตว์ในนิบาตชาดก. กรุงเทพมหานคร:  
โอเดียนสโตร์.
- พิกุลกานต์ รุจิราภา. (2537). การแสดงพระธรรมเทศนาทางวิทยุ : การศึกษาแนวชาติพันธุ์วรรณา  
แห่งการสื่อสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะ  
อักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พุทธทาสภิกขุ. (2514). แก่นพุทธศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ธรรมบูชา.
- พุทธทาสภิกขุ. (2536). การสืบอายุพระศาสนา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แสงสุทธิการพิมพ์.
- เพ็ญญา คล้ายสิงโต. (2553). อุดมการณ์ทางเพศสภาพในพาดหัวข่าวอาชญากรรมในหนังสือพิมพ์  
ไทย : การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงวิพากษ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต  
ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัทรพร สิริกาญจน. (2557). พระพุทธศาสนาในประเทศไทย: เอกภาพในความหลากหลาย.  
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539ก). คัมภีร์สมังควลาลินี อรรถกถา ทีฆนิกาย. กรุงเทพมหานคร:  
มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539ข). เถรีคาถา พระบาลีสุดตันตปิฎก ขุททกนิกาย.  
กรุงเทพมหานคร: วัดปทุมวนาราม.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539ค). ปุณณกิริยาวัตตสุตตร พระไตรปิฎก เล่มที่ 23.  
กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539ง). ปุณณสุตตร. พระไตรปิฎกเล่มที่ 25. กรุงเทพมหานคร: มหา  
จุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539จ). พระไตรปิฎก ขุททกนิกาย ปฎิสัมภิตามรรค.

กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539ฉ). พระไตรปิฎก เล่มที่ 26. กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539ช). พระไตรปิฎก เล่มที่ 27. กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539ฅ). พระสุตตันตปิฎก ขุททกนิกาย อิติวุตตก เล่มที่ 1 ภาค 4.

กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539ญ). พระสุตตันตปิฎก เล่มที่ 17 ขุททกนิกาย. กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539ฎ). พระสุตตันตปิฎก อังคุตรนิกาย จตุกนิบาต เล่มที่ 2.

กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539ฏ). ภิกษุปาฏิโมกข์ หมวดนิสสัยคิปปาจิตต์ เล่มที่ 13.

กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539ฐ). วินัยปิฎก เล่มที่ 4. กรุงเทพมหานคร: มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

ยาน โยชิตาเกะ. (2539). ศาสนาประจำชาติของไทยปัจจุบันที่เปลี่ยนไป. แปลโดย อชวัน หงิมรักษา.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาสังคมวิทยา มหาวิทยาลัยโตเกียว.

รัชนิทร์ พงศ์อุดม. (2548). ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับค่านิยมเกี่ยวกับความงาม: การศึกษาทาง

กรรมโฆษณาเครื่องสำอางในภาษาไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาภาษาศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วัชระ งามจิตรเจริญ. (2554). แนวคิดในการนำเศรษฐกิจเชิงพุทธศาสนาสู่การปฏิบัติ.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วัดพระธรรมกาย. (2551). อยู่ในบุญ เดือนมิถุนายน 2551. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.

วัดพระธรรมกาย. (2555ก). อยู่ในบุญ เดือนมกราคม 2555. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.

วัดพระธรรมกาย. (2555ข). อยู่ในบุญ เดือนกุมภาพันธ์ 2555. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.

วัดพระธรรมกาย. (2555ค). อยู่ในบุญ เดือนมกราคม 2555. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.

วัดพระธรรมกาย. (2555ง). อยู่ในบุญ เดือนกันยายน 2555. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.

วัดพระธรรมกาย. (2555จ). อยู่ในบุญ เดือนตุลาคม 2555. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.

วัดพระธรรมกาย. (2555ฉ). อยู่ในบุญ เดือนพฤศจิกายน 2555. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.

วัดพระธรรมกาย. (2556ก). อยู่ในบุญ เดือนมิถุนายน 2556. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.

- วัดพระธรรมกาย. (2556ข). อยู่ในบุญ เดือนพฤศจิกายน 2556. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (2556ค). V-PEACE เล่มที่ 12. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (2556ง). V-PEACE เล่มที่ 15. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (2556จ). V-PEACE เล่มที่ 16. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (2557ก). ปฏิบัติการห้ามจนจบพบกพา. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (2557ข). อยู่ในบุญ เดือนมีนาคม 2557. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (2558ก). อยู่ในบุญ เดือนมีนาคม 2558. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (2558ข). อยู่ในบุญ เดือนเมษายน 2558. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (2558ค). อยู่ในบุญ เดือนมิถุนายน 2558. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (2558ง). อยู่ในบุญ เดือนกรกฎาคม 2558. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ก). การเผยแผ่พระพุทธศาสนาเชิงรุก. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ข). คำไม่เล็กของคุณครูไม่ใหญ่ (มินิ) 1 บุญเท่านั้นเป็นที่พึ่ง. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ค). จะรวยก่อนแก่หรือแก่แล้วยังไม่รวย. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ง). ชีวิตจะเปลี่ยนไป ถ้าใจกล้าจะเปลี่ยนแปลง. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.จ). ทวีบุญ. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ฉ). ที่นี่มีคำตอบ ฉบับมินิ เล่มที่ 1. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ช). ที่นี่มีคำตอบ ฉบับมินิ เล่มที่ 4. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ซ). ที่นี่มีคำตอบ ฉบับมินิ เล่มที่ 8. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ณ). ที่นี่มีคำตอบ ฉบับมินิ เล่มที่ 10. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ญ). ที่นี่มีคำตอบ ฉบับมินิ เล่มที่ 12. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ฎ). บ้าน-วัด-โรงเรียน ต้นแบบฟื้นฟูศีลธรรมโลก. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ฏ). มังกรสอนใจ. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ท). อยากรได้ในสิ่งที่ไม่เคยได้ ต้องทำในสิ่งที่ไม่เคยทำ. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ฒ). V-PEACE เล่มที่ 1. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ณ). V-PEACE เล่มที่ 2. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ด). V-PEACE เล่มที่ 3. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ต). V-PEACE เล่มที่ 4. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ถ). V-PEACE เล่มที่ 5. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ท). V-PEACE เล่มที่ 6. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.

- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ช). V-PEACE เล่มที่ 7. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.น). V-PEACE เล่มที่ 8. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.บ). V-PEACE เล่มที่ 9. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ป). V-PEACE เล่มที่ 13. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ผ). V-PEACE เล่มที่ 14. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. (ม.ป.ป.ฝ). Where is Steve Jobs?. หนังสืออิเล็กทรอนิกส์.
- วัดพระธรรมกาย. การ์ตูนบุญโต. [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). แหล่งที่มา: [www.dmc.tv/บุญโต](http://www.dmc.tv/บุญโต) [3 มิถุนายน 2556].
- วัดพระธรรมกาย. รายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา. [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). แหล่งที่มา: [www.dmc.tv/](http://www.dmc.tv/) [13 มิถุนายน 2555].
- วัดพระธรรมกาย. รายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา. [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). แหล่งที่มา: [www.dmc.tv/](http://www.dmc.tv/) [18 กันยายน 2555].
- วัดพระธรรมกาย. รายการโรงเรียนอนุบาลฝันในฝันวิทยา. [ออนไลน์]. (ม.ป.ป.). แหล่งที่มา: [www.dmc.tv/](http://www.dmc.tv/) [24 กรกฎาคม 2558].
- วิภากรม. [ออนไลน์]. (2553). แหล่งที่มา: <http://www.dmc.tv/pages/แก้กรรม-รู้ทันวิบากกรรม/ชีวิตออกแบบได้-ตอนบุญคือมิตรแท้.html>. [6 มิถุนายน 2559]
- วิสันต์ สุขวิสิทธิ์. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับอุดมการณ์ในหนังสือเรียนรายวิชาภาษาไทย ตามหลักสูตรประถมศึกษา พ.ศ. 2503-2544: การศึกษาตามแนววามกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ. (2553). อุดมการณ์ความเป็นชายในวาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับผู้ชายในนิตยสารผู้ชาย. วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรีศักดิ์ วัลลิโถม. (2543). ทศณะนอกรีต: สังคม-วัฒนธรรม ปัจจุบันที่ผันแปร. กรุงเทพมหานคร: เมืองโบราณ.
- ศิริพร ภัคดีผาสุข. (2553). วาทกรรม "ความเป็นผู้หญิง" ในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย. รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ศิริพร ภัคดีผาสุข. (2556). นิทานในหนังสือนิทานแนว edutainment ภาษาไทย: การศึกษาพลวัตของนิทานในบริบทสังคมไทยร่วมสมัย. อักษรศาสตร์. 42(2): 259-303.
- สมเกียรติ วันทะนะ. (2544). อุดมการณ์ทางการเมืองร่วมสมัย. กรุงเทพมหานคร: อักษรข้าวสวย.

- สมาคมศิษย์เก่า มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2542). วัดพระธรรมกาย จากหลายมุมมอง.  
กรุงเทพมหานคร: สหธรรมิก.
- สรกานต์ ศรีทองอ่อน. (2547). คำสอนเรื่องการสร้างบารมีของวัดพระธรรมกาย. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพุทธศาสนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สาวิตรี คทวนิช. (2551). การประยุกต์ใช้ทฤษฎีงานวิเคราะห์เชิงวิพากย์เพื่อการพัฒนา: กรณีศึกษา  
ภาษาของนักการเมืองสตรี. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุคนธ์รัตน์ สร้อยทองดี. (2552). การนำเสนออุดมการณ์ความเป็นแม่ในวาทกรรมโฆษณาในนิตยสาร  
สำหรับครอบครัว. วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย คณะ  
อักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุจิตรา พูนพิพัฒน์. (2539). บทบาทของวัดพระธรรมกายในสังคมไทยปัจจุบัน. กรุงเทพมหานคร:  
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.
- สุทธาภรณ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา. (2558). กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ปะทะกับกระแสโลกา  
ภิวัตน์ผ่านพื้นที่ของร้านกาแฟ. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
สื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุนทรีย์ โชติดีติก. (2554). การศึกษาวิเคราะห์คัมภีร์โลกที่ปกสารและจักวาฬที่ป็นี. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุลักษณ์ ศิวรักษ์. (2542). ธรรมกาย จุดเชื่อมพุทธศาสนาในไทย. กรุงเทพมหานคร: สหธรรมิก.
- เสฐียรพงษ์ วรรณปก. (2542). บทเรียนชาวพุทธ จากกรณีธรรมกาย. กรุงเทพมหานคร: สหธรรมิก.
- อ.อัฐฐา. (2551). หลงทางบุญ. กรุงเทพมหานคร: ธรรมดา.
- อภิญาญา เฟื่องฟูสกุล. (2541). ศาสนทัศน์ของชุมชนเมืองสมัยใหม่: ศึกษากรณีวัดพระธรรมกาย.  
งานวิจัยภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อมรา ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2548). ภาษาในสังคมไทย: ความหลากหลาย การเปลี่ยนแปลง และการ  
พัฒนา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัคคี ศรีทราชัยกุล. (2530). ความยึดมั่นผูกพันในศาสนาของชาวพุทธ: ศึกษาเฉพาะกรณีชาวพุทธใน  
กลุ่มวัดพระธรรมกาย พุทธสถานสันติโศภ และวัดชลประทานรังสฤษฎ์. วิทยานิพนธ์  
ปริญญามหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อชวัน หงิมรักษา. (2546). กระบวนการขัดเกลาทางสังคมและพัฒนาบุคลากรของวัดพระธรรมกาย.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพุทธศาสนศึกษา จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.

- อาทิตย์ ชีรวณิชย์กุล. (2552). ทานและทานบารมี: ความสำคัญที่มีต่อการสร้างสรรค์วรรณคดีไทยพุทธศาสนา. วิทยานิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอส.เอส. อนาคามี. (2553). พุทธรัฐ. กรุงเทพมหานคร: สยามมิส พับลิชชิงเฮ้าส์.

### ภาษาอังกฤษ

- Chalermripinyorat, R. (1999). *Doing the Business of Faith: The Capitalistic Dhammakaya Movement and Spiritually-thirsty Thai Middle Class*. Amsterdam: International Institute for Asian Studies.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Fairclough, N. (1995a). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Fairclough, N. (1995b). *Media Discourse*. London: Edward Arnold.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.
- Hakam, J. (2009). The 'Cartoons Controversy': A Critical Discourse Analysis of English-language Arab Newspaper Discourse. *Discourse and Society*, 20(1), 33-57.
- Hymes, D. (1974). *Foundation in Sociolinguistics: Ethnographic Approach*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.
- Jackson, P. A. (1989). *Buddhism Legitimation, and Conflict: The political Functions of Urban Thai Buddhism*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Mccargo, D. (1999). The politics of Buddhism in Southeast Asia. In J. Haynes (ed.), *Religion Globalization and political in the Third World*, pp.220. London: Macmillan Press LTD.
- Panpothong, N. (2015). Thai Primary School History Textbooks: A Textually-oriented Critical Discourse Analysis. *Journal of Language and Linguistics*, 34(1), 66-93.
- Rhys Davids, T. W. (1972). Pali Text Society. London: Chipstead.
- Simpson, P. (1993). *Language, Ideology and Point of View*. London: Routledge.
- Swearer, D. K. (1991). *Foundationalistic Movements in Theravada Buddhism*. Chicago: The University of Chicago Press.

- Taylor, J. L. (1990). New Buddhist Movements in Thailand: An Individualistic Revolution. *Journal of Southeast Asian Studies*, 21(1), 135-154.
- Van Dijk, T. A. (1986). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: SAGE Publication.
- Van Dijk, T. A. (1995). Discourse Semantics and Ideology. *Discourse and Society*, 6, 243-289.
- Van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: SAGE Publication.
- Van Dijk, T. A. (2000). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. 2nd ed. London: SAGE Publication.
- Van Dijk, T. A. (2003). Critical Discourse Analysis. In D. S. D. Tannen and H. Hamilton (Eds.), *Handbook of Discourse Analysis*, pp. 352-371. Oxford: Blackwell.
- Van Dijk, T. A. (2004). Ideology and Discourse Analysis. *Journal of Political Ideologies*, 11(2), 115-140.
- Xanthopoulou, P. (2010). The Production of 'Defectiveness' as a Linguistic Resource in Broadcast Evangelical Discourse: A Discursive Psychology Approach. *Discourse and Society*, 21(6), 675-691.
- Zehner, E. (1990). Reform Symbolism of a Thai Middle-class: The Growth and Appeal of the Thammakai Movements. *Journal of Southeast Asian Studies*, 21(2), 402-426.





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

**อักษรย่อชื่อคัมภีร์**  
**พระไตรปิฎกภาษาบาลี ภาษาไทย**  
**อรรถกถา ฎีกาปกรณ์วิเสส และไวยากรณ์ (ภาษาบาลี)**

\*\*\*\*\*

อักษรย่อบอกชื่อคัมภีร์ต่างๆ ได้จัดทำตามที่อ้างในพระไตรปิฎกภาษาบาลี และภาษาไทย อรรถกถา ฎีกาและปกรณ์วิเสส ภาษาบาลี ใช้ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยอักษรย่อเรียงตามลำดับคัมภีร์ ดังนี้

**พระวินัยปิฎก**

*คำย่อ*

วิ.มทา. (บาลี)

วิ.มทา. (ไทย)

วิ.ภิกขุณี. (บาลี)

วิ.ภิกขุณี. (ไทย)

วิ.ม. (บาลี)

วิ.ม. (ไทย)

วิ.จ. (บาลี)

วิ.จ. (ไทย)

วิ.ป. (บาลี)

วิ.ป. (ไทย)

*คำเต็ม*

วินัยปิฎก ภิกขุวิภังคปาติ (ภาษาบาลี)

วินัยปิฎก ภิกขุวิภังค์ (ภาษาไทย)

วินัยปิฎก ภิกขุณีวิภังคปาติ (ภาษาบาลี)

วินัยปิฎก ภิกขุณีวิภังค์ (ภาษาไทย)

วินัยปิฎก มหาวคคปาติ (ภาษาบาลี)

วินัยปิฎก มหาวรรค (ภาษาไทย)

วินัยปิฎก จุฬวคคปาติ (ภาษาบาลี)

วินัยปิฎก จุฬวรรค (ภาษาไทย)

วินัยปิฎก ปริวารวคคปาติ (ภาษาบาลี)

วินัยปิฎก ปริวารวรรค (ภาษาไทย)

**พระสุตตันตปิฎก**

ที.สี. (บาลี)

ที.สี. (ไทย)

ที.ม. (บาลี)

ที.ม. (ไทย)

ที.ปา. (บาลี)

ที.ปา. (ไทย)

สุตตันตปิฎก ทีฆนิกาย สีลขณธวคคปาติ (ภาษาบาลี)

สุตตันตปิฎก ทีฆนิกาย สีลขันธวรรค (ภาษาไทย)

สุตตันตปิฎก ทีฆนิกาย มหาวคคปาติ (ภาษาบาลี)

สุตตันตปิฎก ทีฆนิกาย มหาวรรค (ภาษาไทย)

สุตตันตปิฎก ทีฆนิกาย ปาฎิกวคคปาติ (ภาษาบาลี)

สุตตันตปิฎก ทีฆนิกาย ปาฎิกวรรค (ภาษาไทย)



อง.อภุฎก. (ไทย)	สุดต้นตปิฎก อังคุดตินิกาย อัญฎกนิบาต (ภาษาไทย)
อง.นวก. (บาลี)	สุดตุนตปิฎก องคุดตินิกาย นวกนิปาตปาลี (ภาษาบาลี)
อง.นวก. (ไทย)	สุดต้นตปิฎก อังคุดตินิกาย นวกนิบาต (ภาษาไทย)
อง.ทสก. (บาลี)	สุดตุนตปิฎก องคุดตินิกาย ทสกนิปาตปาลี (ภาษาบาลี)
อง.ทสก. (ไทย)	สุดต้นตปิฎก อังคุดตินิกาย ทสกนิบาต (ภาษาไทย)
อง.เอกาทสก. (บาลี)	สุดตุนตปิฎก องคุดตินิกาย เอกาทสกนิปาตปาลี (ภาษาบาลี)
อง.เอกาทสก. (ไทย)	สุดต้นตปิฎก อังคุดตินิกาย เอกาทสกนิบาต (ภาษาไทย)
ขุ.ขุ. (บาลี)	สุดตุนตปิฎก ขุททกนิกาย ขุททกปาฐปาลี (ภาษาบาลี)
ขุ.ขุ. (ไทย)	สุดต้นตปิฎก ขุททกนิกาย ขุททกปาฐะ (ภาษาไทย)
ขุ.ธ. (บาลี)	สุดตุนตปิฎก ขุททกนิกาย ธมมปทปาลี (ภาษาบาลี)
ขุ.ธ. (ไทย)	สุดต้นตปิฎก ขุททกนิกาย ธัมมบท (ภาษาไทย)
ขุ.อุ. (บาลี)	สุดตุนตปิฎก ขุททกนิกาย อุทานปาลี (ภาษาบาลี)
ขุ.อุ. (ไทย)	สุดต้นตปิฎก ขุททกนิกาย อุทาน (ภาษาไทย)
ขุ.อิติ. (บาลี)	สุดตุนตปิฎก ขุททกนิกาย อิติวุตตกปาลี (ภาษาบาลี)
ขุ.อิติ. (ไทย)	สุดต้นตปิฎก ขุททกนิกาย อิติวุตตกะ (ภาษาไทย)
ขุ.สุ. (บาลี)	สุดตุนตปิฎก ขุททกนิกาย สุตตนิปาตปาลี (ภาษาบาลี)
ขุ.สุ. (ไทย)	สุดต้นตปิฎก ขุททกนิกาย สุตตนิบาต (ภาษาไทย)
ขุ.เปต. (บาลี)	สุดตุนตปิฎก ขุททกนิกาย เปตวตถุปาลี (ภาษาบาลี)
ขุ.เปต. (ไทย)	สุดต้นตปิฎก ขุททกนิกาย เปตวตถุ (ภาษาไทย)
ขุ.เถร. (บาลี)	สุดตุนตปิฎก ขุททกนิกาย เถรคาถापาลี (ภาษาบาลี)
ขุ.เถร. (ไทย)	สุดต้นตปิฎก ขุททกนิกาย เถรคาถา (ภาษาไทย)
ขุ.เถรี. (บาลี)	สุดตุนตปิฎกขุททกนิกาย เถรีคาถापาลี (ภาษาบาลี)
ขุ.เถรี. (ไทย)	สุดต้นตปิฎก ขุททกนิกาย เถรีคาถา (ภาษาไทย)
ขุ.ชา. (บาลี)	สุดตุนตปิฎกขุททกนิกาย ชาตกปาลี (ภาษาบาลี)
ขุ.ชา. (ไทย)	สุดต้นตปิฎก ขุททกนิกาย ชาตก (ภาษาไทย)
ขุ.ชา.เอกก.(บาลี)	สุดตุนตปิฎก ขุททกนิกาย เอกกนิปาตชาตกปาลี (ภาษาบาลี)
ขุ.ชา. เอกก.(ไทย)	สุดต้นตปิฎก ขุททกนิกาย เอกกนิบาตชาตก (ภาษาไทย)
ขุ.ชา.ทุก.(บาลี)	สุดตุนตปิฎก ขุททกนิกาย ทุกนิปาตชาตกปาลี (ภาษาบาลี)
ขุ.ชา. ทุก.(ไทย)	สุดต้นตปิฎก ขุททกนิกาย ทุกนิบาตชาตก(ภาษาไทย)
ขุ.ชา.ทุก.(บาลี)	สุดตุนตปิฎก ขุททกนิกาย ทุกนิปาตชาตกปาลี (ภาษาบาลี)
ขุ.ชา. ทุก.(ไทย)	สุดต้นตปิฎก ขุททกนิกาย ทุกนิบาตชาตก (ภาษาไทย)



ช.ชา. จตตาลีส(ไทย)	สุดตันตปิฎก ขุททกนิกาย ปณณาสนibatชาตค (ภาษาไทย)
ช.ชา.สฎฐิ.(บาลี)	สุดตันตปิฎก ขุททกนิกาย สฎฐินิปาตชาตคปาลี (ภาษาบาลี)
ช.ชา. สฎฐิ(ไทย)	สุดตันตปิฎก ขุททกนิกาย สฎฐินิปาตชาตค (ภาษาไทย)
ช.ชา.สตตติ.(บาลี)	สุดตันตปิฎก ขุททกนิกาย สตตตินิปาตชาตคปาลี (ภาษาบาลี)
ช.ชา. สตตติ (ไทย)	สุดตันตปิฎก ขุททกนิกาย สตตตินิปาตชาตค (ภาษาไทย)
ช.ชา.อสีติ.(บาลี)	สุดตันตปิฎก ขุททกนิกาย อสีตินิปาตชาตคปาลี (ภาษาบาลี)
ช.ชา. อสีติ (ไทย)	สุดตันตปิฎก ขุททกนิกาย อสีตินิปาตชาตค (ภาษาไทย)
ช.ชา.ม.(บาลี)	สุดตันตปิฎก ขุททกนิกาย มหานิปาตชาตคปาลี (ภาษาบาลี)
ช.ชา. ม.(ไทย)	สุดตันตปิฎก ขุททกนิกาย มหานิปาตชาตค (ภาษาไทย)
ช.ม. (บาลี)	ขุททกนิกาย มหานิทเทศปาลี (ภาษาบาลี)
ช.ม. (ไทย)	สุดตันตปิฎก ขุททกนิกาย มหานิทเทศ (ภาษาไทย)
ช.จ. (บาลี)	ขุททกนิกาย จุฬนิทเทศปาลี (ภาษาบาลี)
ช.จ. (ไทย)	สุดตันตปิฎก ขุททกนิกาย จุฬนิทเทศ (ภาษาไทย)
ช.ป. (บาลี)	ขุททกนิกาย ปฎิสัมภิตามคคปาลี (ภาษาบาลี)
ช.ป. (ไทย)	สุดตันตปิฎก ขุททกนิกาย ปฎิสัมภิตามรรค (ภาษาไทย)
ช.อป. (บาลี)	ขุททกนิกาย อปทานปาลี (ภาษาบาลี)
ช.อป. (ไทย)	สุดตันตปิฎก ขุททกนิกาย อปทาน (ภาษาไทย)
ช.พุทธ. (บาลี)	ขุททกนิกาย พุทธวีสปาลี (ภาษาบาลี)
ช.พุทธ. (ไทย)	สุดตันตปิฎก ขุททกนิกาย พุทธวงส์ (ภาษาไทย)

### พระอภิธรรมปิฎก

อภิ.สง. (บาลี)	อภิธมมปิฎก ธมมสังคณิปาลี (ภาษาบาลี)
อภิ.สง. (ไทย)	อภิธัมมปิฎก ธัมมสังคณิ (ภาษาไทย)
อภิ.วิ. (บาลี)	อภิธมมปิฎก วิภังคปาลี (ภาษาบาลี)
อภิ.วิ. (ไทย)	อภิธัมมปิฎก วิภังค์ (ภาษาไทย)
อภิ.ปุ. (บาลี)	อภิธมมปิฎก ปุคคลปณณุตติปาลี (ภาษาบาลี)
อภิ.ปุ. (ไทย)	อภิธัมมปิฎก ปุคคลบัญญัติ (ภาษาไทย)
อภิ.ก. (บาลี)	อภิธมมปิฎก กถาวตฎุปาลี (ภาษาบาลี)
อภิ.ก. (ไทย)	อภิธัมมปิฎก กถาวตฎุ (ภาษาไทย)
อภิ.ย.(บาลี)	อภิธมมปิฎก ยมกปาลี (ภาษาบาลี)

อภ.ย.(ไทย)

อภ.ป.(บาลี)

อภ.ป.(ไทย)

อภิธรรมปิฎก ยมก (ภาษาบาลี)

อภิธรรมปิฎก ปุฏฐานปาติ (ภาษาบาลี)

อภิธรรมปิฎก ปุฏฐาน (ภาษาไทย)



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

### ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวสุนทรี โชติติติก สำเร็จการศึกษาศิลปศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง เหรียญทอง) สาขาวิชาภาษาไทย จากภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อปีการศึกษา 2550 และสำเร็จการศึกษาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย จากภาควิชาภาษาไทย คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อปีการศึกษา 2553 เข้าศึกษาต่อระดับดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย ที่คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2555 ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

