

51/9/11

บทบาทของสื่อมวลชน ที่เสริมสร้างคุณค่าให้กับ พระเครื่องและพระบูชา



นายปรีชา วงศาสุลักษณ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2536

ISBN 974-583-449-1

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

019102

117899450

THE ROLES OF MASS MEDIA IN VALUE PROMOTION THE AMULETIC
BUDDHA IMAGE AND THE BUDDHA IMAGE.



Mr. Preecha Wongsasuluk

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Mass Communication

Graduate School

Chulalongkorn University


1993

ISBN 974-583-449-1

หัวข้อวิทยานิพนธ์ บทบาทของสื่อมวลชน ที่เสริมสร้างคุณค่าให้กับพระเครื่องและพระบูชา
โดย นายปรีชา วงศาสุลักษณ์
ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริชัย ศิริกาณะ

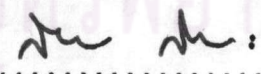


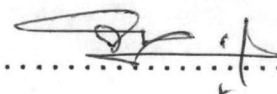
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ ดร. ถาวร วัชรวิชัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์)


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริชัย ศิริกาณะ)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

ปรีชา วงศาสุลักษณ์ : บทบาทของสื่อมวลชน ที่เสริมสร้างคุณค่าให้กับพระเครื่องและพระบูชา
(THE ROLES OF MASS MEDIA IN VALUE PROMOTION THE AMULETIC BUDDHA
IMAGE AND THE BUDDHA IMAGE) อ.ที่ปรึกษา : รศ.ดร.ศิริชัย ศิริกาเยะ, 218 หน้า.
ISBN 947-583-449-1

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ วัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบว่า สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ในปัจจุบันมีบทบาทที่สำคัญ ต่อการเสริมคุณค่าและแพร่กระจายข่าวสาร ให้เกิดการบริโภครพระเครื่องและพระบูชาอย่างกว้างขวาง โดยการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ได้แก่ ตรรกวิทยาบริโภครของ โบคิริยาร์ค แนวคิดวิศวกรรมคุณค่า แนวคิดสื่อมวลชนของแมคคูลฮัน แนวคิดทฤษฎีวิวัฒนาการของบริโภคร ในยุคหลังสมัยใหม่ โดยศึกษาจาก พระเบญจภาคี เจริญ 5 คณาจารย์ และพระบูชา รวม 14 องค์ ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้

1. พระเครื่อง พระบูชา เป็นสื่อศักดิ์สิทธิ์ ที่ตัวสื่อเป็นสาร สร้างความต้องการและความอยากได้ ให้แก่บริโภคร การบริโภครพระเครื่อง พระบูชา มีอยู่ด้วยกัน 4 ลักษณะคือ บริโภครเพื่อการใช้สอย บริโภครในลักษณะเพื่อการแลกเปลี่ยนทาง เศรษฐศาสตร์ บริโภครทางสัญลักษณ์ และทางสัญญา

2. พระเครื่อง พระบูชา ถูกนำมาผลิตซ้ำ เพื่อการทดแทนในสังคมปัจจุบัน ในขณะที่เดียวกัน สื่อมวลชนเป็นตัวกระตุ้น เข้ายวน ให้เกิดความต้องการมีไว้ในครอบครอง ทำให้เห็นว่าพระเครื่อง พระบูชา เป็นการบริโภครทางสัญญาหรือภาพพจน์ ซึ่งเหนือกว่าคุณค่าของความเป็นจริง

ศูนย์วิทยพัชร์พยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน.....
สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน.....
ปีการศึกษา 2536

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

C550546 MAJOR MASS COMMUNICATION
KEY WORD: :THE ROLE OF MASS MEDIA/VALUE OF THE AMULETIC BUDDHA IMAGE/
THE BUDDHA IMAGE

PREECHA WONGSASULUK : THE ROLE OF MASS MEDIA IN VALUE PROMOTION THE
AMULETIC BUDDHA IMAGE AND THE BUDDHA IMAGE : ASSO.PROF. SIRICHAIR
SIRIKAYA, PH.D. 218 pp. ISBN 974 582-714-9

This research aims to study that mass media nowadays which their roles are growing up to be a significant and a great information carrier for the needs of the people in value promotion the Amuletic Buddha Image and the Buddha Image in wide spread.

This qualitative approach has based on Baudrillard's consumption logic concept and also the theory of value engineering and consumer culture in the Postmodern era. This will specific case study on Prabenjapakee, Rean 5 Khanajarn and the buddha image about 14 statues which the result shown as following

1. The Amuletic Buddha image and the Buddha image are the sacred media which is the message by itself. Its can create needs and desiration to the consumer. Normally the people will consume by four different ways

- 1.1 use value
- 1.2 exchange value
- 1.3 Symbolic exchange
- 1.4 Sign value

2. The result also shown that the Amuletic Buddha image and the Buddha image are reproduced to compensate in this commoners world

Mass Media serves this need by pushing up and seducing the belief system and people who consume those sacred things to have more and more this confirm that consuming of those sacred objects is the way that people only consume sign and image by mass media who create their own value



ภาควิชา การสื่อสารมวลชน

ลายมือชื่อนิติ

สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

ปีการศึกษา 2536

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

ภิกษุกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้ สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความกรุณาของ รศ.ดร.ศิริชัย ศิริเกษะ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้วิจัยตลอดมา อีกทั้งได้รับความอนุเคราะห์จาก รศ.จุมพล รอดคาศี และ ผศ.ขวัญเรือน กิติวัฒน์ ในการให้คำชี้แนะ และข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่งานวิจัยนี้

ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อีกหลายท่านที่เมตตาเอ็นดู ซึ่งได้ถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้วิจัย จนได้สำเร็จการศึกษา และเบื้องหลังแห่งผลสำเร็จของ วิทยานิพนธ์นี้ ก็ด้วยความร่วมมือของ ผู้ที่อยู่ในวงการ พระเครื่อง และพระบูชา ซึ่งได้ให้ข้อมูล แก่ข้าพเจ้าโดยท่านไม่รู้ตัว และหากงานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการของการศึกษาต่อไปในภายหน้า ผู้วิจัยขอขอบ คุณความดี ในครั้งนี้ ให้แก่ อาจารย์ทุกท่าน และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้ ด้วยความเคารพยิ่ง

ขอกราบแทบเท้าคุณทรงศรี กิ่งสุวรรณ ผู้เสมือนเป็นมารดาที่อนุเคราะห์หลายสิ่งหลายอย่างแก่ผู้วิจัย พร้อมทั้งภรรยาและบุตรทุกคนที่เห็นดีเห็นชอบในการศึกษา ทั้งเป็นกำลังใจที่สำคัญยิ่ง ในการศึกษาจนสำเร็จได้ในครั้งนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปรีชา วงศาสุลักษณ์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิจกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
เหตุผลและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหามานาวิจัย.....	5
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	6
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	6
ข้อสันนิษฐาน.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
แนวคิดของ Marshall McLuhan.....	12
แนวคิด และทฤษฎี วิศวกรรมคุณค่า.....	14
แนวคิดของ ออง โบตรียาร์ด.....	17
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	29
แหล่งข้อมูล.....	29
การคัดเลือกข้อมูล.....	38

บทที่	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
การนำเสนอข้อมูล.....	43
4. การวิเคราะห์คุณค่าและตรรกวิทยาของการบริโภค พระเครื่องและพระบูชา.....	45
5. การวิเคราะห์ บทบาทของสื่อมวลชน ที่มีต่อการเสริมสร้างคุณค่า ให้กับพระเครื่องและพระบูชา.....	125
6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	178
ข้อเสนอแนะ.....	184
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	184
บรรณานุกรม.....	185
ภาคผนวก.....	187
ประวัติผู้เขียน.....	219

ศูนย์วิทยพัทธยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ



ภาพที่	หน้า
1 ภาพพระสมเด็จพระพุทธเจ้าจารย์ (เจดีย์ พรหมรังษี) วัดระฆัง.....	47
2 ภาพพระนางพญา พิษณุโลก.....	52
3 ภาพพระนางสุพรรณมัจฉา จังหวัดสุพรรณบุรี.....	54
4 ภาพพระรอด กรุมหาวัง จังหวัดลำพูน.....	60
5 ภาพพระกำแพงซุ้มกอ จังหวัดกำแพงเพชร.....	62
6 ภาพ เหรียญ พระภาวนาโกศลเถระ (เอี่ยม).....	65
7 ภาพ เหรียญ พระอุปัชฌาย์คง (หลวงพ่อกิ่ง).....	68
8 ภาพ เหรียญ พระครูพิบูลย์คณารักษ์ (หลวงพ่อกิ่ง).....	70
9 ภาพ เหรียญ หลวงพ่อโสธร รูปอาร์ม.....	72
10 ภาพ เหรียญ หลวงพ่ออุปัชฌาย์ กัลั่น	76
11 ภาพพระพุทธรูป เชียงแสน.....	78
12 ภาพพระพุทธรูปสุโขทัย.....	80
13 ภาพพระพุทธรูปอุทอง.....	82
14 ภาพพระพุทธรูปสีลาขาวปางศอก.....	85
15 พระสมเด็จวัดระฆังพิมพ์ใหญ่, พระนางพญาพิษณุโลก.....	107
16 พระนางสุพรรณมัจฉา, พระรอดมหาวัง, พระซุ้มกอ.....	108
17 เหรียญ พระภาวนาโกศลเถระ (หลวงปู่เอี่ยม).....	108
18 เหรียญ พระอุปัชฌาย์คง, เหรียญ พระครูพิบูลย์คณารักษ์.....	109
19 เหรียญ หลวงพ่อโสธร, เหรียญ หลวงพ่ออุปัชฌาย์กัลั่น.....	109
20 พระบูชา เชียงแสน, สุโขทัย, อุทอง.....	110
21 พระพุทธรูปสีลาขาวปางศอก.....	111
22 ภาพจากนิตยสารศักดิ์สิทธิ์.....	125
23 ภาพจากนิตยสารพระเครื่องมหาสิทธิ์ ฉบับที่ 177.....	126

ภาพที่	หน้าที่
24 ภาพจากนิตยสารพระเครื่องมหาโพธิ์ ฉบับที่ 204.....	129
25 ภาพจากนิตยสาร ศูนย์พระเครื่อง ฉบับที่ 56.....	131
26 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับที่ 26 มกราคม 2537.....	132
27 ภาพพระวัดพลับถิ่น.....	134
28 ภาพพระสมเด็จ พระอรหันต์.....	135
29 ภาพพระขุนแผนเคลือบ.....	136
30 ภาพพระก้านหาง เม็ดย่น.....	137
31 ภาพพระสมเด็จบางขุนพรหม.....	138
32 ภาพพระนางพญา.....	139
33 ภาพพระผงสุพรรณ.....	140
34 ภาพพระรอดมหาวัน.....	141
35 ภาพพระก้านหางขี้มก.....	141
36 ภาพพระสมเด็จพุทธจารย์ (โต พรหมรังษี) วัดระฆัง.....	142
37 ภาพจากไทยรัฐ เรื่องนางทาส.....	146
38 ภาพจากไทยรัฐ เรื่องนางทาส.....	147
39 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับที่ 26 กันยายน 2536.....	154
40 ภาพจากนิตยสารพระเครื่องคณาจารย์ ฉบับที่ 42.....	155
41 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับ 2 ตุลาคม 2536.....	155
42 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับ 20 มิถุนายน 2536.....	156
43 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับ 21 ตุลาคม 2536.....	157
44 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับ 10 ตุลาคม 2536.....	158
45 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับ 19 พฤศจิกายน 2536.....	159
46 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับ 12 มกราคม 2536.....	160

ภาพที่	หน้าที่
47 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับ 20 มิถุนายน 2536.....	161
48 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับ 6 ธันวาคม 2536.....	162
49 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับ 2 มกราคม 2536.....	163
50 ภาพประกาศนียบัตรในการประกวดพระของผู้วิจัยได้รับ.....	164
51 ภาพประกาศนียบัตรในการประกวดพระของผู้วิจัยได้รับ.....	165
52 ภาพประกาศนียบัตรในการประกวดพระของผู้วิจัยได้รับ.....	166
53 ภาพจากนิตยสารพระเครื่องมหาโพธิ์ ฉบับพิเศษที่ 7.....	167
54 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับวันที่ 3 ตุลาคม 2536.....	168
55 ภาพจากหนังสือ ตลาดพระ ฉบับที่ 20	171
56 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับ วันที่ 26 พฤศจิกายน 2536.....	172
57 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับ วันที่ 22 สิงหาคม 2536.....	173
58 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับ วันที่ 5 ตุลาคม 2536.....	174
59 ตาราง เปรียบเทียบคุณค่าด้านราคาของ พระเครื่อง พระบูชา.....	176
60 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับที่ 12934.....	180
61 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับที่ 7 ธันวาคม 2536.....	181
62 ภาพจากไทยรัฐ ฉบับที่ 9 ธันวาคม 2536.....	182

ศูนย์วิทยุโทรพยากรณ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย