การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิต และสังคมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

นางสาวพิไล จิรไกรศิริ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2543

ISBN 974 – 13 – 1290 - 3

ลิขสิทธิ์ของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

BUDDHISM INFORMATION EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND THE QUALITY OF LIFE AND SOCIAL DEVELOPMENT AMONG BUDDHISTS IN BANGKOK METROPOLIS

PILAI JIRAKRAISIRI

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Paritial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Development Communication
Department of Public Relations
Faculty of Communication Arts
Chulalongkorn University
Academic Year 2000

ISBN 974 – 13 – 1290 - 3

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
โดย	นางสาวพิไล จิรไกรศิริ
สาขาวิชา	นิเทศศาสตรพัฒนาการ
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ)

..... กรรมการ
(ดร.วิเชียร เกตุสิงห์)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พิไล จิรไกรศิริ : การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร [BUDDHISM INFORMATION EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND THE QUALITY OF LIFE AND SOCIAL DEVELOPMENT AMONG BUDDHISTS IN BANGKOK METROPOLIS] อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ. 164 หน้า ISBN 974-13-1290-3

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครและเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม ,ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 408 คน การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามและ วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างโดยใช้ค่า T-Test ,การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ ANOVA และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่มี อายุ แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจและ จากรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด แตกต่างกัน

2. กลุ่มตัวอย่างที่มี สถานภาพการสมรส แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และ จากรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด แตกต่างกัน ยกเว้น การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม จากสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน

3. กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจและ จากรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด ไม่แตกต่างกัน

4. การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคลและรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด มีความสัมพันธ์เชิงบวก กับ ความรู้เกี่ยวกับ พุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ยกเว้น การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม จาก สื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์ กับ ความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

5. การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจาก สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด ไม่มีความสัมพันธ์ กับ ทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

6. การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจาก สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด มีความสัมพันธ์เชิงบวก กับ การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

7.ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆ มีความสัมพันธ์เชิงบวก กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....
สาขาวิชา.....นิเทศศาสตรพัฒนาการ
ปีการศึกษา....2543.....

ลายมือชื่อนิสิต.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

428 51062 28 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : BUDDHISM INFORMATION EXPOSURE / KNOWLEDGE / ATTITUDE / QUALITY OF LIFE/ SOCIAL DEVELOPMENT

PILAI JIRAKRAISIRI : BUDDHISM INFORMATION EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE AND THE QUALITY OF LIFE AND SOCIAL DEVELOPMENT AMONG BUDDHISTS IN BANGKOK METROPOLIS. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. THANAWADEE BOONLUE, Ph.D.164 pp.

ISBN 974 – 13 – 1290 - 3

The main purpose of this research was to study level of exposure to Buddhism information of Buddhists in Bangkok metropolis, the relationship among Buddhism information exposure,knowledge,attitude and its application to the improvement of the quality of life and social development and the relationship between satisfaction of Buddhism information exposure and its application to the improvement of the quality of life and social development.

A sample size of 408 Bangkok Buddhists were opinion survey by using the interview questionnaire. The statistical techniques used to analyse the data were frequency, percentage, mean,t-test,one-way ANOVA and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient, SPSS program was used for data processing.

The results of the study are as follows :

1. Buddhists with different ages are significantly different on Buddhism information exposure to mass media, interpersonal media, specialized media and Buddhism programs of the Religious Affair Department and Temple.

2. Buddhists with different marital status are significantly different on Buddhism information exposure to mass media, interpersonal media and Buddhism programs of the Religious Affair Department and Temple. , except specialized media

3. Buddhists with different sexes , education , occupation and income were significantly indifferent on Buddhism information exposure to mass media, interpersonal media , specialized media and Buddhism programs of the Religious Affair Department and Temple.

4. Exposure to interpersonal media , specialized media and Buddhism programs of the Religious Affair Department and Temple except mass media is positively correlated with knowledge concerning the application of Buddhists doctrine for the quality of life and social development , except that mass media is not significantly correlated .

5. Exposure to mass media , interpersonal media , specialized media and Buddhism program of the Religious Affair Department and Temple is not significantly correlated with attitude concerning the application of Buddhists doctrine for the quality of life and social development .

6. Exposure to mass media , interpersonal media , specialized media and Buddhism programs of the Religious Affair Department and Temple is significantly and positively correlated with the practice for the quality of life and social development .

7. Satisfaction with exposure to Buddhism information concerning the quality of life and social development is significantly correlated with the practice for the quality of life and social development .

Department of Public Relations…… Student' s signature ……..

Field of study Development Communication… Advisor ' s signature …….

Academic year 2000…… Co-advisor ' s signature ……..

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีก็ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งของ รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต ประธานกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ และ ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ กรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านอาจารย์ทั้ง 3 ท่านได้กรุณาเสียสละแรงกายและเวลาอันมีค่าของท่านให้ความกรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา , ประธานกรรมการ และกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ รวมทั้งได้กรุณาให้คำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไขให้วิทยานิพนธ์ ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านอาจารย์ทุกท่านและขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณ พระมหาเจิม สุวโจ และพระอาจารย์มารุต พระอาจารย์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่ได้เมตตาอนุเคราะห์ให้ผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง ขอกราบขอบพระคุณ พระคุณเจ้าและท่านเจ้าอาวาสวัดต่างๆที่ได้โปรดอำนวยความสะดวกและอนุญาตให้ผู้วิจัยได้เข้าไปเก็บข้อมูลจนเสร็จสิ้นด้วยความเรียบร้อยทุกประการ

ขอกราบขอบพระคุณ คุณมาณพ พลไพรินทร์ ผู้เชี่ยวชาญพิเศษ กรมการศาสนาและ ดร.อำนาจ บัวศิริ ผู้อำนวยการสำนักงานพุทธมณฑล ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำในการตรวจแบบสอบถาม ทำให้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความถูกต้องยิ่งขึ้น

คุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ หากพึงมี ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแด่ ผู้มีพระคุณทุกท่านโดยเฉพาะ บิดา มารดาที่เลี้ยงดูอุปการะผู้วิจัย และท่านอาจารย์ที่เคารพทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความรัก ความอบอุ่น และประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัย ตลอดระยะเวลา 2 ปีที่ผู้วิจัยได้ศึกษา ณ มหาวิทยาลัยแห่งนี้.

พิไล จิรไกรศิริ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง
บทคัดย่ออังกฤษ ..... จ
กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ
สารบัญ ..... ช
สารบัญตาราง ..... ฌ
สารบัญแผนภูมิ ..... ฑ

บทที่

1 บทนำ
ที่มาและความสำคัญของปัญหา 1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย 6
ปัญหานำการวิจัย [Research Question] 6
สมมุติฐานของการวิจัย 6
ขอบเขตของการวิจัย 6
นิยามศัพท์ 7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย 10

2 ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต 11
หลักพุทธธรรมสำหรับการพัฒนาชีวิตและสังคม 13
แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร 20
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับข่าวสาร 27
แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ 34
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ 37
แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม 42
แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ 44
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 49

สารบัญ(ต่อ)

บทที่		หน้า
3	ระเบียบวิธีวิจัย	56
	ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	56
	กลุ่มตัวอย่างและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	57
	ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	58
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	58
	การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ	59
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	60
	เกณฑ์ในการให้คะแนน	61
	การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	64
	การประมวลผลข้อมูล	64
4	ผลการวิจัย	65
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
	สรุปผลการวิจัย	109
	อภิปรายผล	116
	ข้อเสนอแนะ	133
รายการอ้างอิง		149
ภาคผนวก		157
	แบบสอบถาม	157
ประวัติผู้เขียน		164

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ 67
2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ 67
3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส 68
4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา 68
5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อาชีพหลัก 69
6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 69
7 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน 70
8 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร ด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน 71
9 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับรายการธรรมะของวัดหรือของกรมการศาสนาจากสื่อมวลชน 71
10 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคล 72
11 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคล 72
12 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจ 73
13 จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อประเภทต่างๆ 74
14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรม เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม 77
15 จำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรม เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม 77
16 จำนวนร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม 79

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม 80
18 จำนวนร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าความ เบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมจากสื่อต่างๆ..... 81
19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพึงพอใจในสื่อต่างๆที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม 81
20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าความ เบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการ ใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมจากสื่อต่างๆ 83
21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมจาก สื่อต่างๆ 84
22 จำนวนร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าความ เบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม 85
23 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม 87
24 **การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย**การเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดทางสื่อมวลชน ระหว่าง**กลุ่มตัวอย่าง**เพศชายและเพศหญิง 87
25 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง..... 88
26 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคล ระหว่างกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง..... 88
27 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง 88

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

28 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน 89

29 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน 90

30 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคล ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน 91

31 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าว สารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน 92

32 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี สถานภาพการสมรสแตกต่างกัน 93

33 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน 94

34 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับ ข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคล ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน 95

35 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อ เฉพาะกิจ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน 96

36 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกัน 97

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

37 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกัน 98
38 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกัน 99
39 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการ เปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกัน 100
40 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการ เปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพหลักแตกต่างกัน..... 101
41 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการ เปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพหลักแตกต่างกัน 102
42 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพหลักแตกต่างกัน 103
43 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการ เปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพหลักแตกต่างกัน..... 104
44 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการ เปิดรับ รายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน..... 105
45 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการ เปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน..... 106

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

46 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับ ข่าว สารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน 107

47 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน 108

48 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อประเภทต่างๆกับ ความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม 109

49 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม จากสื่อประเภทต่างๆกับ ทัศนคติที่มีต่อ การนำพุทธธรรมไปพัฒนา คุณ ภาพชีวิตและสังคม 110

50 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อประเภทต่างๆกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม 111

51 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อประเภทต่างๆกับการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม 112

52 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆกับ การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ความรู้ ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรม 113

53 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความรู้ ทัศนคติ การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม และการใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับ ความรู้ ทัศนคติ การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม และการใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรม 114

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ หน้า

1 แสดงแบบจำลองการสื่อสารของเบอร์โล 21
2 แสดงแบบจำลองการสื่อสารของโรเจอร์ส 23
3 แสดงแบบจำลองการสื่อสารของKATZและคณะ 45
4 แสดงแบบจำลองกระบวนการของความพึงพอใจจากสื่อ 47

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1
บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีต พระพุทธศาสนาเป็นสถาบันที่เอื้ออำนวยให้สังคมดำรงอยู่เป็นปึกแผ่น มั่นคงเสมอมา โดยมีวัดและพระสงฆ์เป็นศูนย์รวม ทำหน้าที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ของสังคมและให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนอย่างแท้จริง แต่ในปัจจุบันกระแสวัตถุนิยมและบริโภคนิยมได้ทำลายความสนใจและความเข้าใจในเรื่องศาสนาไปมากและได้นำมาซึ่งความเห็นแก่ตัวมีการแก่งแย่งเบียดเบียนหรือทำร้ายผู้อื่นทั้งทางตรงและทางอ้อม ขาดความซื่อสัตย์สุจริต ขาดความน่าเชื่อถือ ซึ่ง ชยสาโร ภิกขุ (2543 : 4)กล่าวว่าเป็นยุคที่คนเห็นแก่ตัวเหลือเกิน เอาแต่ใจตนเองหรือหาแต่ผลประโยชน์ส่วนตนถ่ายเดียว ความเข้าใจในเป้าหมายชีวิตของมนุษย์ ความหมายของคำว่า ดี ชั่ว บุญ บาป ความเข้าใจในเรื่องความสุขและความทุกข์ ในสมัยนี้ดูเหมือนว่าความเข้าใจของคนทั่วไปในสิ่งเหล่านี้ค่อนข้างพร่ามัว คนไม่เข้าใจคำสอนของพระพุทธศาสนา ทำให้ความเป็นมนุษย์น้อยลง เมื่อมิติทางวิญญาณซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์ลดน้อยลง มนุษย์ก็เข้าไปสู่ความเครียดและมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนมากขึ้นเรื่อยๆ วิกฤติการณ์ทางจิตวิญญาณ เป็นเรื่องที่มีผลอย่างลึกซึ้งและยาวไกลต่อทุกๆมิติของการพัฒนา รวมทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งวิกฤติการณ์ทางสังคมดังกล่าวเป็นวิกฤติการณ์ทางศีลธรรม (Moral Crisis) คือการดำรงอยู่ร่วมกันด้วยสันติระหว่างมนุษย์ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ประเวศ วสี (2540)ได้กล่าวว่า วิกฤติการณ์ทางสังคมเกิดจากปัจจัยที่สลับซับซ้อนทั้งปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนของสังคมของเราเองและปัจจัยภายนอกที่เป็นกระแสของโลกที่มีทั้งที่เป็นคุณและเป็นโทษเราต้องมีปัญญาพอที่จะป้องกันส่วนที่เป็นโทษและนำส่วนที่เป็นคุณมาใช้เมื่อเทคโนโลยีที่ทันสมัยและความเจริญทางด้านวัตถุหลั่งไหลเข้ามาสู่ประเทศไทย พร้อมทั้งมีสิ่งยั่วยุที่ได้รับมาจากต่างประเทศ สิ่งเหล่านี้ ได้ดึงความสนใจของเยาวชนและประชาชนให้ห่างจากศาสนาห่างวัด ไม่ได้เรียนรู้ธรรมะอย่างแท้จริง มองเห็นศาสนาเป็นยาขมน่าเบื่อ มีค่านิยมที่ผิดคิดว่าการเข้าวัดฟังธรรม เป็นกิจกรรมของผู้สูงอายุ งมงาย สิ่งเหล่านี้เป็นที่มาของความเสื่อมและส่งผลให้สังคมปัจจุบันเต็มไปด้วยปัญหานานาประการ อาทิ ปัญหาอาชญากรรม ปัญหายาเสพติด เป็นต้น ซึ่ง บรูส อีแวนส์ (2543 : 10) ได้กล่าวว่า ทั้งที่หลักธรรมในพระพุทธศาสนาเป็น “จริยธรรมเชิงบวก”ประโยชน์สุขคือจุดหมาย หาใช่ทรัพย์หรืออำนาจไม่ พระพุทธศาสนาถือว่าสังคมเป็นสื่อกลางที่ช่วยให้ทุกคนมีโอกาสอันเท่าเทียมกันที่จะพัฒนาตนเองและเข้าถึงประโยชน์สุขได้มากที่สุดและนำเอาจริยธรรมมาใช้เพื่อเกื้อหนุนจุดหมายที่กล่าวนี้โดยหลักธรรมเหล่านี้สามารถนำมาปฏิบัติได้

จริงและสามารถอำนวยประโยชน์แก่ชาวพุทธจำนวนมากมายทั่วทั้งโลก ซึ่งสุดแท้แต่ว่าใครจะแสวงหาด้วยวิธีการใดตามความพึงพอใจแห่งตน โดยจะเห็นได้ว่าทุกวันนี้คนในสังคมไทยชอบที่จะแสวงหา “ที่พึ่งทางใจ” ที่จะนำมาซึ่งความสุขด้วยวิธีการต่างๆตามกำลังสติปัญญาของแต่ละบุคคล เช่น พึ่งอบายมุข พึ่งพิงและยึดถือวัตถุ สิ่งของตามความเชื่อของตน โดยอาจยอมกราบได้แม้กระทั่งต้นไม้ ก้อนหิน หรือสัตว์เพื่อแลกกับความสบายใจและความหวังอันเลื่อนลอย

บุคคลเหล่านี้เป็นผู้ต้องการ “ พุทธธรรม ” หรือต้องการเข้าวัด ทั้งสิ้น เพราะวัดเป็นสมบัติของชาติ ศาสนาและของพุทธบริษัท วัดเป็นสถานที่ที่ทำให้ผู้ตกอยู่ในความทุกข์ใจได้กลับมาไตร่ตรองถึงความจริงแห่งชีวิตกลับมาประพฤติปฏิบัติตนอย่างถูกต้องและเป็นคนดี รวมทั้งวัดยังเป็นที่ช่วยให้ ผู้ที่ประพฤติดีอยู่แล้วได้ประพฤติดียิ่งขึ้น วัดเป็นที่แสวงบุญของผู้ที่ต้องการบุญ เป็นที่สำหรับบำเพ็ญศาสนกิจ ทุกคนมีสิทธิ์เสมอกันในการเลือกที่จะแสวงหาบุญในวัดเพื่อสร้างบารมีและสายสัมพันธ์ทางจิตใจมีให้ความสมัครสมานสามัคคี นอกจากนี้วัดยังเป็นสถานที่ให้ข้อมูลข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม เพราะพระพุทธศาสนามีหลักคำสอนอันทรงคุณค่าและมีความทันสมัยอยู่เสมอ สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับชีวิตของบุคคลในสังคมได้ทุกระดับและมีความเหมาะสมในทุกกาลในการพัฒนาสังคม ยิ่งความเจริญของเทคโนโลยีทางวัตถุมีมาก ก็ยิ่งจำเป็นต้องประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางธรรมซึ่งมีปรากฏอยู่ในคำสอนของศาสนามากขึ้นเท่านั้น เพราะจุดมุ่งหมายสูงสุดของชีวิตตามหลักของพระพุทธศาสนาไม่ได้จบลงที่การบริโภควัตถุหากแต่อยู่ที่การพัฒนาคุณธรรมให้จิตใจมีความแข็งแกร่งสามารถต้านทานและเสียสละวัตถุต่างๆ ยอมใช้ชีวิตที่เรียบง่ายหรือแบบประหยัด ซึ่งแน่นอนรวมทั้งการใช้เทคโนโลยีทางวัตถุที่เรียบง่ายพอเหมาะแก่การดำรงชีวิตและการบำเพ็ญคุณธรรม อันเป็นการดำเนินชีวิตตามเทคโนโลยีของพระพุทธศาสนา ซึ่งส่งเสริมให้บุคคลมีชีวิตอยู่ตามธรรมชาติหรือให้มีความใกล้ชิดธรรมชาติมากที่สุด เพราะธรรมชาติจะทำให้จิตใจสะอาด บริสุทธิ์ง่ายต่อการพัฒนาคุณธรรมขั้นสูงและจะทำให้บุคคลรู้จักตนเองมากขึ้น

ผู้ต้องการศึกษาพุทธธรรมอย่างแจ่มแจ้งจึงต้องเข้าถึงวัด การเข้าถึงวัด คือการเข้าถึงพระธรรมคำสอน โดยการบวชเป็นพระภิกษุสามเณร หรือถือปฏิบัติในฐานะเป็นอุบาสก อุบาสิกาซึ่งจะทำให้คนในสังคมมีศีลธรรมประจำใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งในปัจจุบันเรามีพระสงฆ์ จำนวน 400 ,000 รูป เป็นผู้ทำหน้าที่แนะนำสั่งสอนพระธรรมคำสอนแก่ฆราวาส โดยมีสาร คือพระธรรมคำสอนในพระพุทธศาสนา ส่งผ่านสื่อต่างๆ เช่นสื่อทางอากาศด้วยการพูด การเทศน์ การปาฐกถาธรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเลคโทรนิค(วิทยุโทรทัศน์) ซึ่งมีผู้รับสารคือ ประชาชนกลุ่มต่างๆ การสื่อสารที่กล่าวมานี้ผู้ส่งสาร คือ พระสงฆ์ จะต้องมีความเข้าใจในเนื้อสาร เป็นอย่างดีเพื่อที่จะได้อธิบายได้ถูกต้องไม่ผิดเพี้ยน บิดเบือนไปจากความเป็นจริง และการใช้สื่อต้องเหมาะสมกับตนเองตามที่ตนถนัดตลอดจนต้องเหมาะสมกับทุนทรัพย์ที่มี และที่สำคัญที่สุด คือ ต้องเหมาะสมกับผู้รับสาร ซึ่งจะ

ต้องรู้จักวิเคราะห์ “ผู้รับสาร” ว่าอยู่ในวัยใด มีระดับการศึกษามากน้อยเพียงใด มีฐานะความเป็นอยู่ทางสังคมเป็นอย่างไร มีพฤติกรรมหรือความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเป็นอย่างไร เพื่อให้สารนั้นสามารถส่งถึงกลุ่มเป้าหมายในช่องทางที่ผู้รับสารต้องการเปิดรับสารอย่างแท้จริง สิ่งเหล่านี้ยังคงเป็นปัญหาอยู่ในเวลานี้ คือ พระสงฆ์ ซึ่งเป็น ผู้ส่งสารส่วนใหญ่ยังไม่มีเวลาเพียงพอที่จะทำการศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมของประชาชน จะมีบ้างก็แต่พระนักเผยแผ่ที่มีความสามารถพิเศษเฉพาะบุคคลที่สามารถประยุกต์ทั้งเนื้อหาสาร สื่อและวิเคราะห์ ผู้รับสารได้เหมาะสมตามสภาพที่เป็นจริง นอกนั้นก็สุดแท้แต่ความสามารถของผู้รับสารแต่ละบุคคลที่จะทำความเข้าใจในหลักพุทธธรรมหรือเลือกรับสารในสิ่งที่ตนชอบและพอใจ ซึ่ง ชยสาโร ภิกขุ (2541 : 5) กล่าวว่าเรามีวัดนับหมื่น มีพระภิกษุสามเณรนับแสนก็จริง แต่ถ้าหากว่าเราไม่เอาใจใส่ในแนวความคิดของชาวพุทธ ไม่ชี้แจงและเผยแพร่คำสอนที่เกี่ยวกับเป้าหมายในชีวิต ไม่อธิบายว่าความคิดอย่างไรเข้าได้และเข้าไม่ได้กับหลักพุทธธรรม ก็น่าเป็นห่วงอย่างยิ่งว่าพระบวรพุทธศาสนาของเราจะกลายเป็นต้นโพธิ์ที่ยืนต้นตายในอนาคตอันไม่ไกล

สำหรับในส่วนของกรมการศาสนา ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการทำนุบำรุงและส่งเสริมพระพุทธศาสนาให้เป็นที่พึ่งทางใจ และเป็นศูนย์รวมในการพัฒนาจิตใจของประชาชน ส่งเสริมให้เยาวชนและประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ ศรัทธาในศาสนาและสามารถนำหลักธรรมของศาสนาไปประพฤติปฏิบัติเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต รวมทั้งมุ่งพัฒนาการศึกษาของบุคลากรทางศาสนาให้ทำหน้าที่เผยแผ่ศาสนาและจริยธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, 2540 : 21) ได้ตระหนักดีในปัญหาของการวิเคราะห์ พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของ พุทธศาสนิกชนว่าขณะนี้พระสงฆ์ส่วนใหญ่ยังมิได้มีการศึกษาวิจัยเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมของผู้รับสารที่เป็นพุทธศาสนิกชนซึ่งมี จำนวนมากถึง 95 %ของประชากรทั้งประเทศ(กรมการศาสนา , 2542 : 15) ซึ่งพุทธศาสนิกชนเหล่านี้ย่อมต้องมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่หลากหลายและเป็นการเฉพาะบุคคลที่แตกต่างกัน อันเป็นปัญหาส่วนหนึ่ง

นอกจากนี้ จากการประมวลปัญหาด้านการศาสนาในแผนพัฒนาการศาสนาระยะที่ 7 ของกรมการศาสนายังพบว่า ผลจากการพัฒนาคุณธรรมและจริยธรรม ยังขาดประสิทธิภาพ จึงทำให้คนส่วนหนึ่งขาดความรู้ความเข้าใจในหลักธรรมทางศาสนาอย่างแท้จริง นำไปสู่การหลงเชื่อในสิ่งที่ไร้สาระ (กรมการศาสนา,2540 : 2) ย่อมแสดงให้เห็นว่าการเผยแผ่ หลักพุทธธรรมเพื่อพัฒนาจิตใจและคุณภาพชีวิตนั้นยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ส่วนหนึ่งอาจเนื่องมาจากผู้ส่งสาร คือ กรมการศาสนาหรือวัด ขาดการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมของผู้รับสาร ขาดเทคนิคหรือวิธีการในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ซึ่ง ดร.วิชัย ตันศิริ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงศึกษาธิการ (จดหมายข่าวกรมการศาสนา, 2543 : 1)ได้กล่าวถึง ข้อสังเกตของคณะ

รัฐมนตรีในเรื่องวันสำคัญทางศาสนา ว่า วัดบางวัดมักจะไม่จัดให้มีการแสดงพระธรรมเทศนาหรือบรรยายธรรม หรือแม้มีบางวัดได้จัดให้มีการแสดงพระธรรมเทศนาหรือบรรยายธรรม แต่ก็มีประชาชนไปฟังธรรมน้อยมาก อาจเป็นเพราะผู้ส่งสารคือพระสงฆ์บางรูปยังขาดความรู้ทางโลกในเรื่องของเทคนิคการสื่อสาร ดังนั้นเพื่อแก้ปัญหาในเรื่องนี้ กระทรวงศึกษาธิการ จึงเห็นสมควรจัดทำโครงการฝึกอบรมพระนักเทศน์เพื่อกำหนดแนวทางในการเทศน์หรือบรรยายธรรมถวายแด่พระสงฆ์เพื่อให้มีความสามารถ มีประสบการณ์ มีเทคนิควิธีแสดงธรรมในการโน้มน้าวให้ประชาชนสนใจและปฏิบัติตามหลักพุทธธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนา เกิดสำนึกในคุณธรรม จริยธรรม และเป็นคนดีมีคุณภาพชีวิตที่ดี สามารถดำเนินชีวิตอย่างสันติสุข

ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นเจ้าหน้าที่คนหนึ่งที่ทำหน้าที่ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์งานของกรมการศาสนาและเท่าที่ทราบมา ในอดีต กรมการศาสนา ยังไม่เคยสำรวจหรือทำวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ของพุทธศาสนิกชน การดำเนินการเผยแพร่หลักพุทธธรรมไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ใช้สื่อต่างๆตามเงื่อนไขของจำนวนเงินงบประมาณ ที่ได้รับ และพิจารณาลงสื่อตามความเหมาะสมของกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างๆ โดยยังมิได้ใช้ผลการวิจัยมาอ้างอิงหรือรองรับในการวางแผนการใช้สื่อ รวมทั้งไม่มีการคำนึงถึงผลที่ได้รับอย่างชัดเจนมากนัก เนื่องจากมีงบประมาณเพื่อการนี้จำกัด

อย่างไรก็ตามกรมการศาสนาได้ยึดถือเป็นนโยบายสำคัญในอันที่จะดำเนินการเผยแผ่หลักพุทธธรรมไปสู่ประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพเพื่อให้ประชาชน มีความเข้าใจและสามารถนำหลักพุทธธรรมไปใช้พัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม โดยในแผนพัฒนาการศาสนา ฉบับที่ 8 ของกรมการศาสนา (พ.ศ.2540-2544)ได้กำหนดไว้เป็นนโยบายหลักที่สำคัญ กล่าวคือ ในนโยบายข้อที่ 3 เรื่องการเผยแผ่หลักธรรมสู่ประชาชนเน้นการพัฒนาจิตใจโดยการเร่งรัดให้มีการเผยแผ่หลักธรรมแก่นักเรียน นักศึกษาและประชาชนทุกรูปแบบให้กว้างขวาง เพื่อให้สามารถนำหลักธรรมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง โดยมีเป้าหมายให้พระสงฆ์และองค์กรสถาบันทางศาสนาเผยแผ่หลักธรรมสู่ประชาชน ในกลุ่มอายุ 22-65 ปี จำนวน 37 ล้านคน ภายในปี พ.ศ. 2544 และมีมาตรการส่งเสริมให้พระสงฆ์และสถาบันทางศาสนามีบทบาทในการเผยแผ่หลักธรรมแก่เยาวชน นักเรียน นิสิต นักศึกษาและประชาชน รวมทั้งจัดดำเนินการเผยแผ่หลักธรรมสู่ประชาชนเพื่อสร้างคุณธรรมและจริยธรรมในรูปแบบที่หลากหลายเหมาะสมกับประเภทและวัยของกลุ่มคน (กรมการศาสนา, 2540 : 10) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของชาติที่ต้องการใช้ “ พุทธธรรม” เป็นเครื่องมือในการพัฒนา “คน” ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ทั้งร่างกายและจิตใจ โดยเฉพาะในแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ของกระทรวงศึกษาธิการก็ได้กล่าวถึงวิสัยทัศน์ของการพัฒนาการศึกษาไว้หลายประการ ที่สำคัญมากประการหนึ่ง คือ

การกล่าวถึงการศึกษาว่า “มุ่งพัฒนาคนให้สมดุลทั้งด้านปัญญา จิตใจ และสังคม ทั้งในระดับความคิด ค่านิยม และ พฤติกรรม... พัฒนาคนไทยให้มีคุณลักษณะมองกว้าง คิดไกล ใฝ่ดี.... พัฒนาคนไทยให้มีวินัยในตนเอง รับผิดชอบทั้งต่อตนเอง ครอบครัว ชุมชน และสังคม เคารพและรักษากฎเกณฑ์ของสังคม ทำงานด้วยความอดทนมากกว่าการหวังผลสำเร็จ ด้วยวิธีลัดที่ขาดคุณภาพให้คนยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรมตามแนวพระพุทธศาสนาหรือศาสนาที่แต่ละคนนับถือ....” (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ , 2539 : 24-25)

นอกจากนี้ ไพบูลย์ เสียงก้อง อธิบดีกรมการศาสนา (สำนักงานเลขานุการกรม กรมการศาสนา,2543 : 8) ได้มีแนวคิดในการพัฒนางานการพระศาสนาเรื่องหนึ่งที่สำคัญ คือ หลังจากอุปถัมภ์ คุ้มครองและสร้างความสมานฉันท์ระหว่างศาสนาแล้ว การเผยแผ่หลักธรรมไปสู่ประชาชนก็มีความสำคัญ ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนเป็นคนที่มีคุณภาพ มีความรู้คู่คุณธรรม ทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สังคมมีความสงบสุข ด้วยการพัฒนาวัดและศาสนสถานให้เป็นสถานที่ศึกษาอบรมพัฒนาจิตใจประชาชนทุกเพศทุกวัยให้เลื่อมใสศรัทธาในศาสนาและนำหลักธรรมไปประพฤติปฏิบัติ รวมทั้งเป็นที่พึ่งพิงของผู้ตกทุกข์ได้ยาก ซึ่งเป็นหน้าที่ของกรมการศาสนาที่ต้องดำเนินการตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 มาตรา 73 ที่ระบุว่า “รัฐต้องให้ความอุปถัมภ์ คุ้มครองพระพุทธศาสนาและศาสนาอื่น ส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความสมานฉันท์ระหว่างศาสนิกชนของทุกศาสนา รวมทั้งสนับสนุนการนำหลักธรรมของศาสนามาใช้เพื่อเสริมสร้างคุณธรรมและพัฒนาคุณภาพชีวิต ” (ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา , 2541 : 21)

จากปัญหาและแผนพัฒนาการศึกษาและการศาสนา ฉบับที่ 8 ของกระทรวงศึกษาธิการและกรมการศาสนา ดังกล่าว จะเห็นว่าการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมของพุทธศาสนิกชนนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการสื่อสารระหว่างพระสงฆ์กับชาวบ้าน หรือระหว่างกรมการศาสนากับประชาชนผู้รับสาร ซึ่งจะทำให้ผู้ส่งสารทราบว่า ผู้รับสารต้องการอะไร สิ่งใดบกพร่องอยู่ในเวลานี้ก็ต้องแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้น เป็นการแก้ปัญหาบนพื้นฐานของความเป็นจริง โดยการประยุกต์วิธีการสื่อสารให้เข้ากับสังคมของชาวบ้านโดยทั่วไปให้มากที่สุด เพื่อให้สังคมไทยเป็นสังคมที่บุคคลแต่ละบุคคลสามารถดำรงตนได้อย่างมีความสุขและก่อให้เกิดสันติสุขแก่ตนและสังคม รวมทั้งก่อให้เกิดการพัฒนาที่สมดุลกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน นอกเหนืออื่นใดผู้วิจัยมุ่งหวังนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดยุทธวิธีในการสื่อสารด้านพุทธธรรมเพื่อป้องกันปัญหาและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของพุทธศาสนิกชนด้วยคุณธรรมต่อไป จากเหตุผล ดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ปัญหานำการวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นอย่างไร
2. พุทธศาสนิกชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมแตกต่างกันหรือไม่
3. การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมมีความสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมหรือไม่
4. ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม หรือไม่

สมมุติฐานของการวิจัย

1. พุทธศาสนิกชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมแตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมมีความสัมพันธ์ กับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม
3. ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมใน 3 สื่อ คือ สื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์) สื่อบุคคล (เจ้าอาวาส พระสงฆ์ผู้มีความรู้

พระนักเทศน์ / พระนักพูด สมาชิกในครอบครัว เพื่อนบ้าน / เพื่อนร่วมงาน) สื่อเฉพาะกิจ (คู่มือ /หนังสือ แผ่นพับ นิทรรศการ วิดีโอ เทปตลับ ซี.ดี. และการฝึกอบรม)

กลุ่มประชากรที่ศึกษา คือ พุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 5,195,977 คน (กรมการศาสนา กระทรวงศึกษาธิการ, 2541) ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่ 50 เขต

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครผู้มาปฏิบัติธรรม และร่วมทำกิจกรรมใน วันเสาร์ วันอาทิตย์ วันธรรมสวนะ วันสำคัญทางศาสนาและวันสำคัญของชาติ ตามวัดต่างๆในทุกเขตการปกครอง จำนวน 400 คน จากตารางและการเลือกตัวอย่าง โดยใช้วิธีแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 408 คน

การวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2543 - เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2544

นิยามศัพท์

1. ลักษณะทางประชากร หมายถึง เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้

2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม หมายถึง ความถี่หรือปริมาณในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม รวมทั้งระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับจากสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

3. ข่าวสารด้านพุทธธรรม หมายถึง ข้อมูล ดังต่อไปนี้

3.1ข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิต (พระเทพเวที , 2532 :75) โดย

พัฒนาด้านกาย(ภาวิตกาโย)ได้แก่การพัฒนาคนให้มีร่างกายแข็งแรงมีสุขภาพพลานามัยสมบูรณ์ดี มีปัจจัย 4 เพียงพอที่จะดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างผาสุข

พัฒนาด้านศีล (ภาวิตสีโล) ได้แก่ การพัฒนาด้านการอยู่ร่วมกันของคนในสังคม ทำให้คนในสังคมมีระเบียบวินัย มีความประพฤติดี รู้ ลด ละ เลิก อบายมุขและสิ่งเสพติด มีการติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น ไม่ก่อการเบียดเบียนผู้อื่นทั้งร่างกายและจิตใจตลอดจนมีความสุจริตทั้งทางร่างกาย วาจา ใจ และอาชีพ

พัฒนาด้านจิต (ภาวิตจิตโต) ได้แก่ การพัฒนาด้านการฝึกอบรมจิตตนเอง โดยปฏิบัติธรรม พัฒนาตนเองให้เจริญขึ้นมีคุณธรรมเพื่อให้มีคุณภาพจิตดี มีจิตใจมั่นคง ไม่ปล่อยให้จิตคิดฟุ้งซ่านไปตามอารมณ์ต่างๆ เมื่อสุขภาพจิตดีจะก่อให้เกิดสุขภาพกายดี

พัฒนาปัญญา (ภาวิตปัญโญ) ได้แก่ การพัฒนาฝึกอบรมปัญญาให้รู้และเข้าใจ มองเห็นสิ่งทั้งหลายตามความเป็นจริง และตรงตามที่เป็นจริง จะต้องฝึกปัญญาทั้งในแง่ ขบวนความคิด การรับรู้ที่ไม่ถูกกิเลส อาทิ ความโลภ ความโกรธ และความหลงเข้าครอบงำ

ทำให้เป็นการคิดที่ไม่มีอคติ ด้วยการใช้โยนิโสมนสิการพิจารณาให้เห็นจริง ด้วยปัญญาตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

หลักพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิต ประกอบด้วย หลักพุทธธรรมที่เรียกว่า แสงเงินแสงทองของชีวิตที่ดีงาม ฆราวาสธรรม นาถกรณธรรม (พระธรรมปิฎก ,2543 : 11-44) และโอวาทปาติโมกข์ (มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย , 2529 : 91)

3.2 ข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาสังคม คือหลักพุทธธรรมที่ทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าในสังคม อันได้แก่

— หลักพุทธธรรมหรือข้อปฏิบัติเพื่อแก้ไขสิ่งที่เป็นปัญหาทุกข์ร้อนของสังคม เช่นการทำตนให้เป็นที่พึ่งของตน พร้อมที่จะรับผิดชอบตนเองและสังคม ไม่ทำตัวให้เป็นปัญหาของสังคม ด้วยการประพฤติธรรม รักษาศีล ละเว้นจากอบายมุข และสิ่งเสพย์ติด รู้จักประกอบสัมมาชีพ และรู้รักสามัคคีมีการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข เอาใจใส่ช่วยเหลือธุระกิจการและช่วยแก้ปัญหาทุกข์ร้อนของสังคมโดยเต็มใจ ด้วยการให้กำลังกาย กำลังใจ สั่งสอนแนะนำตักเตือนในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อกันด้วยความหวังดี และเอื้อเฟื้อแบ่งปันความรู้ ทรัพย์สินสิ่งของและทุนด้วยเมตตา

— หลักพุทธธรรมหรือข้อปฏิบัติเพื่อสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่นการปฏิบัติตัวที่เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับสังคมในหลักเบญจศีล เบญจธรรม การร่วมบำเพ็ญสาธารณประโยชน์เพื่อรักษาสาธารณสมบัติ สร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม อาทิ เช่น การพัฒนาวัด การพัฒนาชุมชนให้สะอาด ร่มรื่น สวยงามด้วยการทำความสะอาด ปลูกต้นไม้ สร้างสวนหย่อมที่พักผ่อนหย่อนใจ การเข้าร่วมโครงการบริจาคโลหิต การถ่ายชีวิตโคกระบือเพื่อจัดตั้งเป็นธนาคารโคกระบือให้แก่เกษตรกร การให้ทุนการศึกษาแก่เด็กนักเรียนที่ยากไร้ การบำรุงการศึกษาพระปริยัติธรรมสำหรับพระภิกษุสามเณร การบริจาคปัจจัยเพื่อซ่อมแซมบูรณะวัดวาอาราม ฯลฯ

— หลักพุทธธรรมหรือข้อปฏิบัติเพื่อธำรงรักษาสิ่งที่ดีอยู่แล้วในสังคมให้ยั่งยืนคู่ชาติไทย ตลอดไป เช่น การร่วมอนุรักษ์ประเพณีและพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนา อาทิ เช่นการเวียนเทียน การประดับธง การจัดโต๊ะหมู่บูชา การทำบุญตักบาตร ถวายทาน สวดมนต์บำเพ็ญจิตภาวนา ทอดผ้าป่า ทอดกฐิน ฯลฯ รวมทั้งการร่วมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้กับสังคม

หลักพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาสังคม ประกอบด้วย หลักพุทธธรรมที่เรียกว่าพรหมวิหาร 4 สาราณียธรรม อารยวัฒิ และสังคหวัตถุ 4 (พระธรรมปิฎก ,2543 : 11-44)

4. พุทธศาสนิกชน หมายถึง ประชาชนที่ไปประกอบศาสนกิจหรือเข้าร่วมกิจกรรมในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาหรือวันธรรมสวนะหรือวันเสาร์-อาทิตย์ตามวัดต่างๆ หรือผู้ที่ฟังเทปธรรมะหรือชมรายการธรรมะที่บ้านในเขตกรุงเทพมหานคร

5. สื่อมวลชน หมายถึง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และ โทรทัศน์

6. สื่อบุคคล หมายถึง เจ้าอาวาสวัด พระสงฆ์ผู้มีความรู้ /พระนักพูด /พระนักเทศน์ สมาชิกในครอบครัว เพื่อนบ้าน /เพื่อนร่วมงาน

7. สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ผลิตขึ้นหรือจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวสารด้านพุทธธรรม ได้แก่ คู่มือ/หนังสือ แผ่นพับ นิทรรศการ วิดีโอเทป เทปตลับ ซี.ดี.และการฝึกอบรม

8. ความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม หมายถึง ลักษณะอาการที่แสดงออกถึงความเข้าใจในหลักพุทธธรรมที่ใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม เช่น การมีจิตใจที่สะอาด สว่างและสงบ มีปัญญาที่จะแก้ไขปัญหาชีวิตที่ถูกต้อง เป็นผู้มีคุณธรรม รู้จักลด ละ เลิกจากอบายมุขและสิ่งเสพติด สามารถพึ่งตนเองได้ ไม่เบียดเบียนผู้อื่น มีการประกอบสัมมาอาชีพ รู้จักทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ครอบครัวและสังคม โดยร่วมบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ในโอกาสอันควร

9. ทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมตามหลักพุทธธรรมที่ตนรับรู้มา ซึ่งเป็นได้ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ

10. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม หมายถึง การดูแลชีวิตความเป็นอยู่โดยรู้จักนำหลักพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง รวมทั้ง การเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาตนเองและสังคมในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา วันธรรมสวนะ หรือวันสำคัญของชาติ หรือวันเสาร์-อาทิตย์ที่วัดจัดขึ้นเพื่อร่วมกันพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในลักษณะของกิจกรรมที่หลากหลาย คือ

- การเข้าร่วมฝึกอบรมพัฒนาจิต ปฏิบัติธรรมเพื่อพัฒนากาย-จิต-ปัญญาและศีล อันเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นตามหลักพุทธธรรม
- การรู้จักปฏิบัติตัวและดำเนินชีวิตตามหลักพุทธธรรม และคำแนะนำสั่งสอนของพระภิกษุผู้ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบและยึดมั่นในพระธรรมวินัยอย่างเคร่งครัด
- การประพฤติธรรม รักษาศีล ละเว้นจากอบายมุข และสิ่งเสพย์ติด การรู้จักประกอบสัมมาชีพ การรู้จักหลักการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข
- การให้คำปรึกษาแนะนำ เอื้อเฟื้อแบ่งปันความรู้ ทรัพย์สินเงินทองเพื่อช่วยเหลือแก้ไขปัญหาชีวิตให้แก่ญาติมิตร ด้วยความหวังดีและเมตตาอย่างจริงใจ
- การมีส่วนร่วมรับผิดชอบเอาใจใส่ ช่วยแก้ไขปัญหาให้กับชุมชน ด้วยการให้ความรู้ ทรัพย์สิน สิ่งของและทุนตามกำลังความสามารถของตน เช่น เด็กชอบมั่วสุมเสพย์ยาก็อาจแก้ปัญหาโดยการร่วมกับวัดตามโครงการลานวัดลานใจ ลานกีฬาที่วัดมีอยู่แล้ว จัดสร้างลานกีฬาในวัด ตลอดจนจัดหาอุปกรณ์กีฬาต่างๆเพื่อ ให้เด็กได้มีสนามและอุปกรณ์ที่จะใช้เล่นกีฬาออก

กำลังกาย ทำให้เด็กได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ส่งผลให้เด็กมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง มีสุขภาพจิตดี

- **การปฏิบัติตัวที่เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับสังคมในหลักเบญจศีล เบญจธรรม**
- การสร้างสรรค์สิ่งที่ประโยชน์ให้กับสังคมด้วยการเข้าร่วมบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ รักษาสาธารณสมบัติ เช่น การพัฒนาวัดและชุมชนให้สะอาดร่มรื่น สวยงาม การปลูกต้นไม้ การบริจาคโลหิต การถ่ายชีวิตโคกระบือเพื่อจัดตั้งเป็นธนาคารโคกระบือให้แก่เกษตรกร การให้ทุนการศึกษาแก่เด็กนักเรียนที่ยากไร้ การบำรุงการศึกษาพระปริยัติธรรมสำหรับพระภิกษุสามเณร การบริจาคปัจจัยเพื่อซ่อมแซมบูรณะวัดวาอารามฯลฯ
- การร่วมอนุรักษ์ประเพณีและพิธีกรรมทางพระพุทธศาสนา เช่น การเวียนเทียน การประดับธง การจัดโต๊ะหมู่บูชา การทำบุญตักบาตร ถวายทานทำวัตร สวดมนต์ บำเพ็ญจิตภาวนา การทอดผ้าป่า ทอดกฐิน ฯลฯ
- การร่วมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้กับชุมชน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อกรมการศาสนา วัด และหน่วยงานทางศาสนาที่เกี่ยวข้อง ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนงานและกลยุทธ์ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านพุทธธรรม โดยการปลูกฝังหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนาให้เข้าถึงพุทธศาสนิกชนตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมอย่างแท้จริง

2. ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ ต่อการพัฒนาระบบการสื่อสารระหว่างพุทธศาสนิกชนกับวัด และระหว่างพุทธศาสนิกชนกับกรมการศาสนา ในการสื่อสารข่าวสารด้านพุทธธรรมให้เป็นระบบที่มีความสมบูรณ์ บนพื้นฐานของการวิจัยที่เป็นจริง อันจะส่งผลให้พุทธศาสนิกชนมีความเข้าใจในข่าวสารด้านพุทธธรรมและนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตตนเองและสังคม

3. ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของพุทธศาสนิกชน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการเพิ่มพูนความรู้ด้านนิเทศศาสตรพัฒนาการ.

บทที่ 2
ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต

2.2 หลักพุทธธรรมสำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับข่าวสาร

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

2.8 แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตเป็นเรื่องของความพยายามที่จะพิจารณาว่าสังคมที่น่าอยู่ควรจะต้องประกอบไปด้วยปัจจัยทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม จิตใจ วัตถุ และสภาพแวดล้อมของมนุษย์ ซึ่งเป็นการมองสังคมและเศรษฐกิจไปพร้อม ๆ กับการปฏิบัติในทุกๆ ด้าน (โฆษิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์ , 2534)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่า “คุณภาพชีวิต” ไว้มากมาย ดังจะกล่าวถึงต่อไปนี้

สังนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ให้ความหมายว่าคุณภาพชีวิตคือ “การดำรงชีวิตของมนุษย์ในระดับที่เหมาะสมตามความจำเป็นพื้นฐานในสังคมหนึ่ง ๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ “ โดยองค์ประกอบของความจำเป็นพื้นฐานที่เหมาะสม อย่างน้อยควรจะมีอาหารที่เพียงพอ มีเครื่องนุ่งห่ม มีที่อยู่อาศัยที่เหมาะสม มีสุขภาพและจิตใจดี ได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐานและสังคมเพื่อประกอบการและดำรงชีพอย่างยุติธรรม

สิปปนนท์ เกตุทัต (2525) ได้ให้ความหมายของคุณภาพชีวิตว่า หมายถึง ชีวิตที่มีความสุขชีวิตที่สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้ ทั้งสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

และสิ่งแวดล้อมทางสังคม และสามารถปรับธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมให้เข้ากับตนเองได้โดยไม่เบียดเบียนธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งไม่เบียดเบียนผู้อื่น

ฉลอง แนวพานิช (2530) กล่าวถึงคุณภาพชีวิตว่า หมายถึง สภาพความเป็นอยู่ที่ดีในระดับที่สังคมยอมรับ คุณภาพชีวิตที่ดีย่อมประกอบไปด้วยความรู้ ความสามารถดี พลานามัยแข็งแรง มีสุขภาพจิตดีและมีปัจจัยความจำเป็นพื้นฐานครบถ้วน

นอกจากนี้ องค์การยูเนสโก (UNESCO,1978) ยังได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตไว้ว่าคุณภาพชีวิตเป็นความรู้สึกของการอยู่อย่างพอใจ (มีความสุข ความพอใจ) ต่อองค์ประกอบต่าง ๆของชีวิตที่มีส่วนสำคัญมากที่สุดของบุคคล

แม้ว่าจะมีนักวิชาการหลายท่าน พูดถึงแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตไว้ ในลักษณะที่แตกต่างกันจนหาข้อสรุปเป็นที่ยอมรับร่วมกันไม่ได้ว่า ความหมาย และองค์ประกอบที่บ่งบอกถึงคุณภาพชีวิตที่ถูกต้องแน่นอนนั้นเป็นอย่างไร แต่ก็พอจะสามารถสรุปแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตได้เป็น 2 ด้าน คือ ด้านรูปธรรม และนามธรรม ซึ่งเป็นข้อสรุปที่สอดคล้องกับแนวคิดของเชอร์ดอลและมัวร์(SHERDOLL AND MOORE) กิตเตอร์และเลวิส (GITER AND LEWIS) รวมทั้งองค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้แปลคุณภาพชีวิตออกเป็น 2 ด้าน (ดร.ไพรัตน์ เดชะรินทร์, 2534 : 16)

(ก) **ด้านวัตถุวิสัย** (OBJECTIVITY) เป็นการศึกษาทางด้านรูปธรรมที่สามารถมองเห็นได้นับได้ หรือวัดได้ ซึ่งส่วนมากจะเป็นสถิติทางราชการ เช่น ข้อมูลด้านประชากร อัตราการเกิด การตาย สภาพทางเศรษฐกิจ เช่น รายได้ประชาชาติ ดัชนีราคาผู้บริโภค อัตราส่วนผู้มีงานทำ และข้อมูลสภาพสิ่งแวดล้อม

(ข) **ด้านจิตวิสัย** (SUBJECTIVITY) เป็นการศึกษาบนพื้นฐานทางด้านจิตวิทยา โดยการสอบถามความรู้สึกและเจตคติด้านต่าง ๆ ของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับความเป็นจริงของสังคมในขณะนั้น เช่น ความพอใจในชีวิต ความสุข ความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย เป็นต้น โดยมีความเชื่อว่ากระแสความรู้สึกนึกคิดของประชาชนนั้น มีอิทธิพลถึงคุณภาพชีวิตด้วย

สำหรับประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ศึกษาวิจัยและยอมรับว่า องค์ประกอบหนึ่งที่บ่งบอกถึงคุณภาพชีวิตที่ดีของสังคมปัจจุบัน คือ องค์ประกอบคุณภาพชีวิตตามความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) ของสังคมไทย มี 8 ข้อดังนี้

1. ประชาชนได้กินอาหารที่ถูกสุขลักษณะและเพียงพอกับความต้องการของร่างกาย
2. ประชาชนมีที่อยู่อาศัยและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม
3. ประชาชนมีโอกาสเข้าถึงบริการสังคมขั้นพื้นฐาน ที่จำเป็นแก่การดำรงชีวิต และการประกอบอาชีพ
4. ประชาชนมีความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

5. ประชาชนมีการผลิตและหาอาหารอย่างมีประสิทธิภาพ
6. ครอบครัวสามารถควบคุมช่วงเวลาและจำนวนการมีบุตรได้ตามต้องการ
7. ประชาชนมีส่วนในการพัฒนาความเป็นอยู่และกำหนดวิถีชีวิตของตนเองและ ชุมชน
8. ประชาชนมีการพัฒนาจิตใจให้ดีขึ้น

2.2 หลักพุทธธรรมสำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

พระธรรมปิฎก (2543 : 11) กล่าวว่า มนุษย์เป็นสัตว์พิเศษ แตกต่างจากสัตว์อื่น สิ่งที่ทำให้มนุษย์เป็นสัตว์พิเศษได้แก่"สิกขา"หรือการศึกษา คือมนุษย์รู้จักการเรียนรู้ ฝึกฝนและพัฒนาคุณภาพชีวิตตนเอง รู้จักดำเนินชีวิตที่ดีงามด้วยตนเองและช่วยพัฒนาสังคมให้ดำรงอยู่ในสันติสุข มนุษย์ที่จะได้ชื่อว่าพัฒนาแล้ว พึงมีคุณสมบัติตามหลักพุทธธรรมที่เป็นต้นทุน 7 ประการ ที่เรียกว่า **แสงเงินแสงทองของชีวิตที่ดีงาม** ซึ่งเป็นหลักประกันของชีวิตที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตไปสู่ความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์อย่างแท้จริง คือ

1. กัลยาณมิตตตา (มีกัลยาณมิตร)**แสวงแหล่งปัญญาและแบบอย่างที่ดี** คืออยู่ร่วมกับกัลยาณชน รู้จักคบคนและเข้าร่วมสังคมกับคนที่ชักชวนให้เจริญงอกงามในการพัฒนาพฤติกรรม จิตใจ และปัญญา รู้จักเรียนรู้และพัฒนาการสื่อสารสัมพันธ์กับเพื่อนมนุษย์ด้วยเมตตา รู้จักใช้ปัจจัยภายนอก ทั้งที่เป็นบุคคล หนังสือ และเครื่องมือสื่อสารทั้งหลายให้เป็นประโยชน์ในการแสวงหาความรู้ ความดีงาม เพื่อนำมาใช้พัฒนาชีวิต แก้ปัญหาและทำการสร้างสรรค์

2. สีลสัมปทา(ทำศีลให้ถึงพร้อม) **มีวินัยเป็นฐานของการพัฒนาชีวิต** คือรู้จักจัดระเบียบ ความเป็นอยู่ กิจกรรม และสิ่งแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาชีวิต อย่างน้อยมีศีลขั้นพื้นฐาน ไม่เบียดเบียนเพื่อนมนุษย์ มีพฤติกรรมที่ถูกต้องในความสัมพันธ์กับสังคม รู้จักกินใช้ปัจจัย 4 ตลอดจนอุปกรณ์เทคโนโลยีในทางที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิต

3. ฉันทสัมปทา (ทำฉันทะให้ถึงพร้อม) **มีจิตใจใฝ่รู้ ใฝ่สร้างสรรค์** คือเป็นผู้มีพลังแห่งการใฝ่ดี อยากช่วยทำทุกสิ่ง ทุกคนที่ตนประสบเกี่ยวข้อง ให้เข้าถึงภาวะที่ดีงาม รู้จักใช้ตาดูหูฟังในการเรียนรู้ หาความสุขจากการศึกษาและการทำสิ่งดีงามช่วยเหลือผู้อื่น ด้วยการใช้สมองและมือในการสร้างสรรค์

4. อัตตสัมปทา (ทำตนให้ถึงพร้อม) **มุ่งมั่นฝึกตนจนเต็มสุดภาวะที่ความเป็นคนจะมีให้ถึงได้** คือระลึกอยู่เสมอว่ามนุษย์เป็นสัตว์ที่ฝึกได้ ต้องตั้งใจฝึกตน พัฒนาสติปัญญาความสามารถให้เลิศสูงสุด มีจิตสำนึกในการพัฒนาตนยิ่งขึ้นไปจนเต็มศักยภาพ ด้วยการพัฒนาที่พร้อมทุกด้านทั้งพฤติกรรม จิตใจ และปัญญา

5. ทิฏฐิสัมปทา (ทำทิฏฐิให้ถึงพร้อม) **ถือหลักเหตุปัจจัยมองอะไรตามเหตุและผล**คือตั้งอยู่ในหลักความคิดความเชื่อที่มีเหตุและผลและเชื่อในการกระทำว่าเป็นอำนาจใหญ่สุดที่

บันดาลชะตากรรม รู้เท่าทันความเป็นไป ถึงสำเร็จไม่เหลิงลอย ถึงพลาดก็ไม่หงอยงง ดำรงจิตให้ผ่องใสเป็นอิสระไม่ปล่อยตัวให้เลื่อนไหลไปตามกระแสความตื่นข่าวและค่านิยม

6. อัปปมาทสัมปทา (ทำความไม่ประมาทให้ถึงพร้อม) **ตั้งตนอยู่ในความไม่ประมาท** คือมีจิตสำนึกในความไม่เที่ยง ไม่คงทนชีวิตและสิ่งทั้งหลายเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เห็นคุณค่าของกาลเวลากระตือรือร้นเร่งศึกษาป้องกันเหตุปัจจัยความเสื่อม ใช้เวลาให้เป็นประโยชน์มากที่สุด

7. โยนิโสมนสิการสัมปทา (ทำโยนิโสมนสิการให้ถึงพร้อม) **ฉลาดคิดแยบคายให้ได้ประโยชน์และความจริง** คือรู้จักคิดพิจารณามองเป็น คิดเป็น วิเคราะห์วิจัยเพื่อให้รู้ความจริง สามารถแก้ปัญหาและดำเนินการให้สำเร็จด้วยปัญญาที่จะทำให้เป็นที่พึ่งแห่งตนและเป็นที่พึ่งของคนอื่นได้

นอกจากนี้หลักพุทธธรรมที่เป็นหัวใจของพระพุทธศาสนาที่พุทธศาสนิกชนควรนำไปปฏิบัติ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต คือ **โอวาทปาติโมกข์** (มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย , 2529 : 91) อันได้แก่

1. **การไม่ทำบาปทั้งปวง** คือการงดเว้น การลด ละ เลิก ทำบาปทั้งปวงเป็นอกุศลกรรมบถทางแห่งความชั่วทั้งทางกาย วาจา ใจ 10 ประการ ซึ่งได้แก่ การฆ่าสัตว์ การลักทรัพย์ การประพฤติผิดในกาม การพูดเท็จ การพูดส่อเสียด การพูดคำหยาบ การพูดเพ้อเจ้อ การอยากได้สมบัติของผู้อื่น การผูกพยาบาทและความเห็นผิดจากทำนองคลองธรรม

2. **การทำกุศลให้ถึงพร้อม** คือการทำความดีทุกอย่างเป็นกุศลกรรมบถทางแห่งความดี ทั้งทางกาย วาจา ใจ 10 ประการ ได้แก่ การไม่ฆ่าไม่เบียดเบียนผู้อื่นมีแต่ช่วยเหลือเกื้อกูล การไม่ถือเอาของคนอื่นมาเป็นของตัวมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การไม่ประพฤติผิดในกาม การพูดแต่ความจริง การพูดคำที่อ่อนหวาน การพูดคำให้เกิดความสามัคคี การพูดถูกกาลเทศะ การไม่โลภคิดแต่เสียสละ การคิดเมตตาปรารถนาดี และการมีความเห็นถูกทำนองคลองธรรมเช่นเห็นว่าทำดีได้ดี ทำชั่วได้ชั่ว

3. **การทำจิตให้ผ่องใส** คือการละบาปทั้งปวงด้วยการถือศีลและบำเพ็ญกุศล ให้ถึงพร้อมด้วยการปฏิบัติสมถะและวิปัสสนา

ส่วนการที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองให้ประสบความสำเร็จในการครองเรือนเป็นฆราวาสที่ดี น่าเคารพนับถือเป็นแบบอย่าง ควรยึดหลักเกณฑ์ (พระธรรมปิฎก, 2543 : 41-44)ดังนี้

1.**มีความสุข** 4 ประการที่น่าภาคภูมิใจ คือ

-อัตถิสุข สุขเกิดจากความมีทรัพย์ ด้วยน้ำพักน้ำแรงความขยันหมั่นเพียรของตนโดยทางชอบธรรม

-โภคสุข สุขเกิดจากการใช้จ่ายทรัพย์ เลี้ยงตนเลี้ยงครอบครัวเลี้ยงผู้ที่ควรเลี้ยงและบำเพ็ญคุณประโยชน์

-อนณสุข สุขเกิดจากความไม่มีหนี้ ภูมิใจในความเป็นไท

-อนวัชชสุข สุขเกิดจากความประพฤติไม่มีโทษ มีความประพฤติสุจริตทั้งกาย วาจา ใจ ไม่มีใครติเตียนได้ เป็นความสุขที่มีค่ามากที่สุด

2.**เป็นชาวบ้านแบบฉบับ** ที่แสวงหาทรัพย์โดยทางชอบธรรม ได้มาแล้ว เลี้ยงตนให้เป็นสุขเผื่อแผ่แบ่งปันและใช้ทรัพย์นั้นทำความดี มีปัญญาทำตนให้เป็นอิสระหลุดพ้น เป็นนายเหนือโภคทรัพย์

3.**กำกับชีวิตด้วยธรรม4** คือ ฆราวาสธรรม 4 ประการดังนี้

-สัจจะ **ความจริง** คือดำรงมั่นในสัจจะ ซื่อตรง ซื่อสัตย์ จริงใจ พูดจริง ทำจริง ทำอะไรก็ เป็นที่เชื่อถือไว้วางใจได้

-ทมะ **ฝึกตน** คือบังคับควบคุมตนเองได้ รู้จักปรับตัว และแก้ไขปรับปรุงตนให้ก้าวหน้าดีงามยิ่งขึ้นอยู่เสมอ

-ขันติ **อดทน** คือมุ่งหน้าทำหน้าที่การงาน ด้วยความขยันหมั่นเพียร เข้มแข็งอดทน ไม่หวั่นไหว ไม่ท้อถอย มั่นในจุดหมาย

-จาคะ **เสียสละ** คือ มีน้ำใจ เอื้อเฟื้อ ชอบช่วยเหลือเกื้อกูล บำเพ็ญประโยชน์ สละโลภ ละทิฐิมานะได้ ร่วมงานกับคนอื่นได้ ไม่ใจแคบเห็นแก่ตัว เอาแต่ใจตนเอง

4.**รับผิดชอบชีวิตที่เกี่ยวข้อง** โดยทำหน้าที่นำประโยชน์สุขทั้งทางวัตถุและจิตใจมาให้ โดยประพฤติตัวเป็นแบบอย่าง ช่วยชักจูงคนในครอบครัวและผู้เกี่ยวข้องเจริญงอกงามด้วยคุณธรรมที่เรียกว่า **อารยวัฒิ** ทั้ง 5 ดังนี้

-งอกงามด้วยศรัทธา คือ มีความเชื่อและมั่นใจในพระรัตนตรัยและในการทำความดี มีหลักยึดเหนี่ยวจิตใจ ไม่งมงาย ไขว้เขว

-งอกงามด้วยศีล คือมีความประพฤติดีงาม สุจริต รู้จักเลี้ยงชีวิต มีวินัย และมีกิริยามารยาทอันงามเป็นแบบอย่างได้

-งอกงามด้วยสุตะ คือมีความรู้เข้าใจในหลักพุทธธรรมจากการขวยขวายศึกษาเล่าเรียนสดับฟังเพียงพอแก่การปฏิบัติเพื่อปรับปรุงชีวิตจิตใจและแนะนำผู้อื่น

-งอกงามด้วยจาคะ คือ มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละมีน้ำใจต่อกัน พร้อมและพอใจที่จะทำประโยชน์แก่เพื่อนมนุษย์

-งอกงามด้วยปัญญา คือมีความรู้คิด เข้าใจเหตุผล รู้ดี รู้ชั่ว รู้คุณโทษ มองสิ่งทั้งหลายตามความเป็นจริง มีวิจารณญาณรู้จักใช้ปัญญาแก้ไขปัญหา รู้เท่าทันโลกและชีวิต

5.**ครองตนเป็นพลเมืองที่ดี** นำชีวิตและครอบครัวของตนไปสู่ความเจริญสงบสุขและเป็นพลเมืองที่สร้างสรรค์สังคม โดยประพฤติ ดังนี้

-ไม่คบชู้ หมกมุ่นในทางเพศ

-ไม่ใจแคบเสพสิ่งเลิศรสผู้เดียว

-ไม่พร่าเวลาถกถ้อยที่เลื่อนลอยไร้สาระ

-ประพฤติดี มีวินัย ตั้งอยู่ในศีล 5

-ปฏิบัติกิจหน้าที่สม่ำเสมอโดยสมบูรณ์

-ไม่ประมาท กระตือรือร้นทุกเวลา

-มีวิจารณญาณ ทำการโดยใช้ปัญญา

-สุภาพไม่ดื้อกระด้าง ยินดีรับฟังผู้อื่น

-เสงี่ยมงาม รักความประณีตสะอาดเรียบร้อย

-พูดจาน่าฟัง ทั้งกายใจก็อ่อนโยน ไม่หยาบคาย

-มีน้ำใจเอื้อสงเคราะห์ต่อมิตรสหาย

-เผื่อแผ่แบ่งปัน ช่วยเหลือคนทั่วไป

-รู้จักจัดการงานให้เรียบร้อยและได้ผลดี

-บำรุงพระสงฆ์ ผู้ทรงความรู้และทรงศีลทรงธรรม

-ใคร่ธรรม รักความสุจริต

-อ่านมาก ฟังมาก รู้วิชาของตนเชี่ยวชาญ

-ซอบสอบถามค้นคว้าใฝ่หาความรู้ ยิ่งขึ้นไป

สำหรับจุดหมายของชีวิต พระธรรมปิฎก (2543 : 8) ได้กล่าวว่าการดำเนินชีวิตให้บรรลุ อัตถะ คือประโยชน์ที่เป็นจุดหมายของชีวิต ที่ทุกคนปรารถนานั้นแบ่งได้เป็น 3 ขั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 ทิฏฐธัมมิกัตถะ **จุดหมายขั้นตาเห็น** หรือ**ประโยชน์ปัจจุบัน** ที่สำคัญ คือ

- มีสุขภาพดี ร่างกายแข็งแรง ไร้โรค งามสง่า อายุยืน
- มีเงินมีงาน มีอาชีพสุจริต พึ่งตนเองได้ทางเศรษฐกิจ
- มีสถานภาพดี เป็นที่ยอมรับนับถือของสังคม
- มีครอบครัวผาสุก ทำวงศ์ตระกูลให้เป็นที่นับถือ

ทั้งหมดนี้ พึงให้เกิดมีโดยธรรม และใช้หรือปฏิบัติให้เกิดประโยชน์สุขโดยชอบทั้งแก่ตนและคนอื่น

ขั้นที่ 2 สัมปรายิกัตถะ **จุดหมายขั้นเลยตาเห็น** หรือ**ประโยชน์เบื้องหน้า** ที่เป็นคุณค่าของชีวิตทำให้เกิดความสุขล้ำลึกภายใน โดยเฉพาะ

- ความอบอุ่น สุขใจ ด้วยศรัทธา มีหลักใจ
- ความภูมิใจในชีวิต สะอาดที่ได้ประพฤติแต่สุจริต
- ความอิ่มใจในชีวิตมีคุณค่าที่ได้เสียสละทำประโยชน์
- ความแกล้วกล้ามั่นใจที่มีปัญญาแก้ปัญหานำชีวิตได้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- ความโล่งจิตมั่นใจว่าได้ทำกรรมดีมีทุนประกันภพใหม่

ขั้นที่ 3 ปรมัตถะ **จุดหมายสูงสุด**หรือ**ประโยชน์อย่างยิ่ง** คือการมีปัญญารู้เท่าทันความจริง เข้าถึงธรรมชาติของโลกและชีวิต อันทำให้จิตใจเป็นอิสระ

- ไม่หวั่นไหวไปตามความผันผวนแปรปรวนต่างๆ
- ไม่ผิดหวังเศร้าบีบคั้นจิตเพราะความยึดติดถือมั่นในสิ่งใด
- ปลอดโปร่ง สงบ ผ่องใส สดชื่น เบิกบานใจตลอดเวลา
- เป็นอยู่และทำการด้วยปัญญาซึ่งมองเห็นเหตุปัจจัย

จุดหมายหรือประโยชน์ดังกล่าวนี้สามารถแยกได้เป็น 3 ด้าน คือ

ด้านที่ 1 อัตตัตถะ **จุดหมายเพื่อตน**หรือ**ประโยชน์ตน** คือจุดหมาย(ประโยชน์)ทั้ง 3 ขั้น พึงทำให้เกิดขึ้นแก่ตนเองหรือพัฒนาชีวิตตนเองให้ลุถึงประโยนช์ดังกล่าว

ด้านที่ 2 ปรัตถะ **จุดหมายเพื่อผู้อื่น**หรือ**ประโยชน์ผู้อื่น** คือจุดหมาย(ประโยชน์)ทั้ง 3 ขั้น พึงช่วยเหลือให้ผู้อื่นหรือเพื่อนมนุษย์ได้บรรลุถึงประโยนช์ดังกล่าวด้วยการสนับสนุนให้เขาพัฒนาชีวิตของเขาเองขึ้นไปจนเข้าถึงตามลำดับ

ด้านที่ 3 อุภยัตถะ **จุดหมายร่วมกัน**หรือ**ประโยชน์ทั้ง2ฝ่าย** คือประโยชน์สุขและความดีงามร่วมกันของชุมชนหรือสังคม รวมทั้งภาวะและปัจจัยแวดล้อมต่างๆทั้งทางวัตถุ (ป่า แม่น้ำ ถนนหนทาง ฯลฯ) และทางนามธรรม (ศีลธรรม วัฒนธรรม) ซึ่งพึงช่วยกันสร้างสรรค์บำรุงรักษาเพื่อเกื้อหนุนให้ทั้งตนและผู้อื่นก้าวไปสู่จุดหมายทั้ง 3 ขั้นข้างต้น อย่างน้อยไม่ให้การแสวงหาประโยชน์ตนส่งผลกระทบเสียหายต่อประโยชน์สุขของส่วนรวม

ส่วนหลักพุทธธรรมที่จะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตให้เป็นสมาชิกที่ดีของสังคมและมีส่วนช่วยพัฒนาสังคมได้นั้น พระธรรมปิฎก (2543 : 20) ได้กล่าวถึงเรื่องนี้ไว้ว่า การที่จะเป็นคนที่มีคุณแก่ส่วนรวมได้นั้นต้องเป็นสมาชิกที่ดีเป็นผู้ช่วยสร้างสรรค์สังคมให้ดีขึ้นซึ่ง จะต้องมีหลักพุทธธรรมสำหรับประพฤติด้วยกัน 2 ข้อใหญ่ คือ

1. **มีพรหมวิหาร** อันเป็นคุณธรรมภายในพื้นฐานของจิตใจ คือ

เมตตา ความรัก คือมีความปรารถนาดีต้องการช่วยเหลือให้ทุกคนประสบประโยชน์และความสุข

กรุณา ความสงสาร คืออยากช่วยเหลือผู้อื่นให้พ้นทุกข์ ใฝ่ใจที่จะปลดเปลื้องบำบัดความทุกข์ยากเดือดร้อนของคนและสัตว์

มุทิตา ความเบิกบานพลอยยินดี คือเห็นผู้อื่นอยู่ดีมีสุขก็พลอยดีใจ และพร้อมที่จะช่วยส่งเสริมสนับสนุน

อุเบกขา ความมีใจเป็นกลาง คือมีจิตสม่ำเสมอมั่นคง วางตนและปฏิบัติตนตามหลักการ เหตุผล และความเที่ยงธรรม

2. **บำเพ็ญการสงเคราะห์** ปฏิบัติตามหลักการสงเคราะห์ เป็นธรรมที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวใจคนและประสานหมู่ชนไว้ในความสามัคคีที่เรียกว่า **สังคหวัตถุ 4** อย่าง

ทาน ให้ปัน คือเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปันช่วยเหลือ ด้วยปัจจัย 4 ทุน หรือทรัพย์สินสิ่งของ ตลอดจนให้ความรู้ ความเข้าใจและศิลปวิทยา

ปิยวาจา พูดอย่างรักกัน สุภาพ น่าฟัง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ ชักจูงในทางที่ดี แสดงความเห็นอกเห็นใจให้กำลังใจ รู้จักพูดให้เกิดความเข้าใจดีทำให้รักใคร่ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

อัตถจริยา ทำประโยชน์แก่เขา คือช่วยเหลือด้วยแรงกาย ขวนขวายช่วยเหลือในกิจการต่างๆ บำเพ็ญสาธารณประโยชน์รวมทั้งช่วยปรับปรุงส่งเสริมในด้านจริยธรรม

สมานัตตตา เอาตัวเข้าสมาน คือทำตัวให้เข้ากับเขาได้ วางตนเสมอต้นเสมอปลาย ไม่เอาเปรียบ ร่วมทุกข์ ร่วมสุข ร่วมรับรู้ ร่วมแก้ไขปัญหาเพื่อให้เกิดประโยชน์สุขร่วมกัน

หลักพุทธธรรมทั้ง 4 อย่างนี้ พูดง่ายๆคือ เป็นการช่วยเหลือผู้อื่น ด้วยทุน(สิ่งของและความรู้) ด้วยถ้อยคำ(ให้กำลังใจ) ด้วยกำลังงาน(แรงกาย) และ ด้วยการร่วมเผชิญและแก้ปัญหา

นอกจากหลักพุทธธรรมดังกล่าวแล้ว ในการที่จะอยู่ร่วมกันในชุมชนได้อย่างมีความสุขก็คือการเป็นสมาชิกที่ดีของชุมชนนั่นเอง อันหมายถึงการทำตัวให้เป็นส่วนร่วมที่ดีของหมู่ชนที่จะช่วยให้หมู่ชนสามารถอยู่ร่วมกันได้ ด้วยดี ซึ่งควรจะได้ประพฤติปฏิบัติตามหลักพุทธธรรม ดังนี้ (พระธรรมปิฎก , 2543 : 22)

1. **พึ่งตนเองได้** คือทำตนให้เป็นที่พึ่งของตนได้ พร้อมที่จะรับผิดชอบตนเองไม่ทำตัวให้เป็นปัญหาหรือเป็นภาระถ่วงหมู่คณะ ด้วยการประพฤติธรรมสำหรับสร้างที่พึ่งแก่ตนเอง เรียกว่า **นาถกรณธรรม** มี 10 ประการ คือ

- <u>ศีล</u> **ประพฤติดีมีวินัย** ดำเนินชีวิตโดยสุจริต ทั้งทางกาย ทางวาจา และประกอบสัมมาชีพ
- <u>พาหุสัจจะ</u> **ได้ศึกษาสดับมาก** ศึกษาให้ช่ำชองมีความเข้าใจกว้างขวางลึกซึ้ง รู้ชัดเจนและใช้ได้จริง
- <u>กัลยาณมิตตตา</u> **รู้จักคบคนดี** รู้จักเลือกที่ปรึกษาหรือผู้ให้คำแนะนำที่ดี ที่จะทำให้ชีวิตเจริญงอกงาม
- <u>โสวจัสสตา</u> **เป็นคนพูดกันง่าย** ไม่ดื้อรั้น รู้จักฟังเหตุผล ข้อเท็จจริง พร้อมที่จะแก้ไขปรับปรุงตนเอง
- <u>กิงกรณีเยสุ</u> **ขวยขวายกิจของหมู่** เอาใจใส่ช่วยเหลือธุระหรือกิจของหมู่คณะ ญาติ เพื่อนและชุมชน รู้จักใช้ปัญญาทำได้สำเร็จด้วยดี
- <u>ธรรมกามตา</u> **เป็นผู้ใคร่ธรรม** คือรักธรรม ชอบศึกษาค้นคว้าหาความรู้ความจริง รู้จักพูดฟัง สร้างความสนิทสนมชวนให้ผู้อื่นอยากเข้ามาปรึกษาและร่วมสนทนา

- วิริยารัมภะ **มีความเพียรขยัน** คือขยันหมั่นเพียร พยายามหลีกละความชั่ว ประกอบความดี ไม่ละเลยทอดทิ้งธุระหน้าที่
- สันตุฏฐี **มีสันโดษรู้พอดี** คืออินดีพอใจในลาภผล ผลงานและความสำเร็จที่ตนสร้างหรือแสวงหามาได้ด้วยเรี่ยวแรงความเพียรพยายามของตนเองโดยทางชอบธรรม และไม่เมามัวเห็นแก่ความสุขทางวัตถุ
- สติ **มีสติมั่นคง** คือรู้จักกำหนดจดจำ ในการที่ทำ คำที่พูด กิจที่ทำแล้วและที่จะต้องทำต่อไปได้จะทำอะไรก็รอบคอบ รู้จักยับยั้งชั่งใจ ไม่ผลีผลาม ไม่เลื่อนลอย ไม่ประมาทเลินเล่อ ไม่ถลำลงในทางที่ผิดพลาด ไม่ละเลยทิ้งโอกาสสำหรับความดีงาม
- ปัญญา **มีปัญญาเหนืออารมณ์** คือมีปัญญาหยั่งรู้เหตุผล รู้ดี รู้ชั่ว รู้คุณโทษ มองตามความเป็นจริง รู้จักพิจารณาด้วยใจเป็นอิสระ ทำการต่างๆด้วยความคิดและมีวิจารณญาณ

2. **อยู่ร่วมในหมู่ด้วยดี** ในด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่นที่เป็นเพื่อนร่วมงาน หรือร่วมกิจการหรือร่วมชุมชน ตลอดจนพี่น้องร่วมครอบครัว พึงปฏิบัติตามหลักธรรมการอยู่ร่วมกันที่เรียกว่า **สาราณียธรรม** (ธรรมเป็นเหตุให้ระลึกถึงกัน) 6 ประการ คือ

- เมตตากายกรรม **ทำต่อกันด้วยเมตตา** คือแสดงไมตรีและความหวังดีต่อเพื่อนร่วมงาน ร่วมกิจการ ร่วมชุมชน ด้วยการช่วยเหลือกิจธุระต่างๆด้วยความเต็มใจ แสดงกิริยาสุภาพ เคารพนับถือทั้งต่อหน้าและลับหลัง
- เมตตาวจีกรรม **พูดต่อกันด้วยเมตตา** คือ ช่วยบอกแจ้งสิ่งที่เป็นประโยชน์ สั่งสอนแนะนำตักเตือนด้วยความหวังดี กล่าววาจาสุภาพ แสดงความเคารพนับถือกันทั้งต่อหน้าและลับหลัง
- เมตตามโนกรรม **คิดต่อกันด้วยเมตตา** คือ ตั้งจิตปรารถนาดี คิดทำสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่กัน มองกันในแง่ดี ยิ้มแย้ม ต่อกัน
- สาธารณโภคี **ได้มาแบ่งกันกินใช้** คือแบ่งปันลาภผลที่ได้มาโดยชอบธรรม แม้เป็นของเล็กน้อยก็แจกจ่ายให้ได้มีส่วนร่วมใช้สอยบริโภคทั่วกัน
- สีลสามัญญตา **ประพฤติให้ดีเหมือนเขา** คือ มีความประพฤติสุจริตดีงาม รักษาระเบียบวินัยของส่วนรวม ไม่ทำตนให้เป็นที่รังเกียจ หรือเสื่อมเสียแก่หมู่คณะ
- ทิฏฐิสามัญญตา **ปรับความเห็นเข้ากันได้** คือ เคารพรับฟังความคิดเห็นกัน มีความเห็นชอบร่วมกัน ตกลงกันได้ในหลักการสำคัญ ยึดถืออุดมคติ หลักแห่ง ความดีงาม หรือจุดหมายสูงสุดอันเดียวกัน

นอกเหนือจากหลักพุทธธรรมดังกล่าวแล้ว การปฏิบัติธรรมก็มีส่วนช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคลเช่นกัน ซึ่ง พระราชสุทธิญาณมงคล (จรัญ ฐิตธัมโม) เจ้าคณะจังหวัดสิงห์บุรี เจ้าอาวาสวัดอัมพวัน (2543 : 86) ได้กล่าวถึงการเจริญพระกรรมฐานว่าการที่ท่านผู้ปฏิบัติธรรมมี

โอกาสมาวัดมาสร้างความดีเป็นโอกาสอันดี เพราะทุกคนมีทุกข์สุขไม่เหมือนกัน มีความดีไม่เหมือนกัน ทุกคนอยากแสดงดีทั้งนั้น จุดมุ่งหมายของชีวิตต้องการดี ต้องการให้คนชอบ ต้องการให้มีประโยชน์ต่อตนเองและสังคม การปฏิบัติพระกรรมฐานควรทำเสมอต้นเสมอปลายด้วยความถูกต้อง ถูกสถานที่และถูกกาลเทศะ เพื่อให้เรามีสติปัญญาเป็นแสงสว่างของชีวิตจะทำให้สามารถแสวงหาความเป็นเหตุผลที่มีประโยชน์แก่ตนและสังคม ผู้ที่เจริญพระกรรมฐานจะรู้จักพัฒนาตนเองและอาชีพให้ดีขึ้นได้ และจะพบความสำเร็จของชีวิต จะมีสติปัญญาสูง มีความรู้คู่คุณธรรม เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต 4 ประการ คือ

1.รู้จักคิด ระบบความคิดจะดีขึ้น

2.รู้จักปรับตัว

3.รู้จักแก้ปัญหา

4.มีทักษะในการทำงานและค่านิยมที่ดีงาม

การพัฒนาคุณภาพชีวิตจากการเจริญพระกรรมฐานมีเป้าหมายดังนี้

1.มุ่งให้ความเป็นอยู่ในครอบครัวดีขึ้น

2.มุ่งให้ศึกษาธรรมและปฏิบัติธรรม

3.มุ่งให้มีเมตตาปรารถนาสุขต่อกัน

4.มุ่งให้อยู่ดีกินดี ไม่มีโรคาพยาธิเบียดเบียน

2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร

ความหมายและหน้าที่ของการสื่อสาร

คำว่า “**การสื่อสาร**” ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Communication” มีผู้ให้นิยามความหมายไว้ต่าง ๆกันดังนี้ (ปรมะ สตะเวทิน,2531 : 64)

อริสโตเติล (Aristotle) ได้ให้คำจำกัดความของการศึกษาวิชาวาทศิลป์หรือการสื่อสารว่า คือ การแสวงหา “วิธีการชักจูงใจที่พึงมีอยู่ทุกรูปแบบ”

ยอร์ช เอ. มิลเลอร์ (George A. Miller) “การสื่อสาร หมายถึง การถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง”

คาร์ล ไอ. โฮฟแลนด์ (Carl I. Hovland) และคณะเห็นว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการที่บุคคลหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) ส่งสิ่งเร้า (โดยปกติเป็นภาษาพูดหรือภาษาเขียน) เพื่อเปลี่ยน พฤติกรรมของบุคคลอื่น ๆ (ผู้รับสาร)

เอเวอเร็ท เอ็ม. โรเจอร์ส และ เอฟ ฟลอยด์ ชูเมเกอร์ (Everett M. Roger & F. Floyd Shoemaker) “การสื่อสาร คือ กระบวนการซึ่งสารถูกส่งจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร”

ปรมะ สตะเวทิน “การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสารโดยผ่านสื่อ”

โดยสรุป **การสื่อสาร** ก็คือ กระบวนการที่สารถูกส่งจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งและมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง

แบบจำลองการสื่อสารของเบอร์โล (Berlo ‘s Model) (ธนวดี บุญลือ,2528 : 5-6)

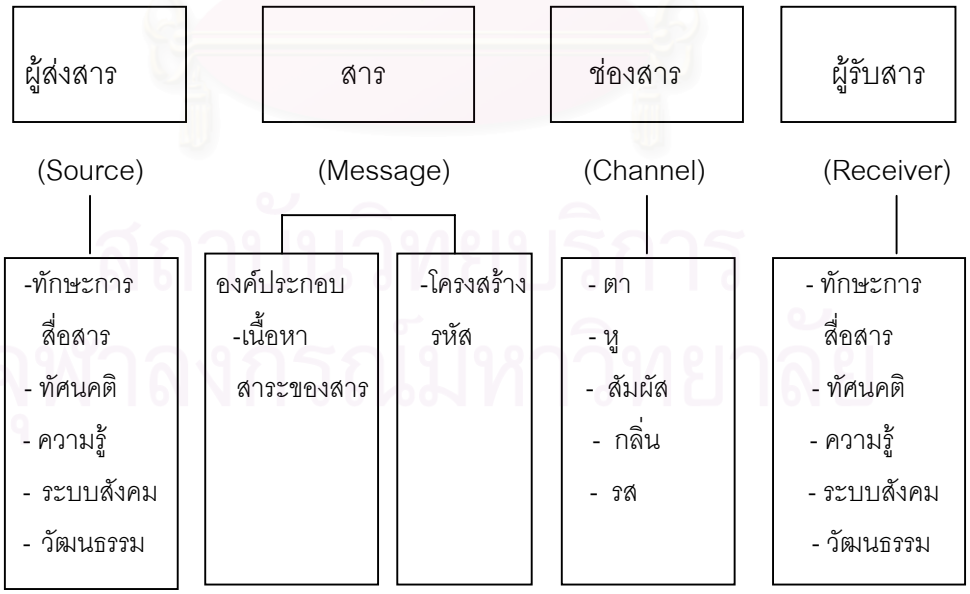
เดวิด เค. เบอร์โล ได้เสนอแบบจำลองการสื่อสารไว้ในปี พ.ศ. 2503 เบอร์โลอธิบายว่า การสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 6 ประการ คือ

1. แหล่งสาร (Communication Source)
2. ผู้เข้ารหัส (Encoder)
3. สาร (Message)
4. ช่องทาง (Channel)
5. ผู้ถอดรหัส (Decoder)
6. ผู้รับสาร (Communication Receiver)

แต่ในการเสนอแบบจำลองนั้น เบอร์โลได้รวมเอาแหล่งสารและผู้เข้ารหัสไว้ด้วยกันในฐานะ “ผู้ส่งสาร” และรวมผู้ถอดรหัสกับผู้รับสารไว้ด้วยกันในฐานะ “ผู้รับสาร” แบบจำลองของเบอร์โลเป็นที่รู้จักกันในชื่อ “แบบจำลอง SMCR ของ เบอร์โล” ซึ่งแสดงได้ดังภาพประกอบที่ 1

ภาพประกอบที่ 1

แสดงแบบจำลองการสื่อสารของเบอร์โล



ตามแนวคิดของ เบอร์โล ผู้ส่งสารคือ บุคคลซึ่งเป็นผู้เริ่มต้นการสื่อสารทำหน้าที่ในการเข้ารหัสสาร ส่งสารโดยผ่านช่องทาง ได้แก่ ตา หู สัมผัส กลิ่น รส ไปยังผู้รับสารซึ่งรับสารโดยการถอด

รหัสสาร ทั้งนี้ ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะสื่อสารกันได้ดีหรือไม่ เพียงไร ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติ 5 ประการ ดังต่อไปนี้ คือ

ก. ทักษะในการสื่อสาร ได้แก่ ความสามารถในการพูด การฟัง การเขียน การอ่าน การคิด การใช้เหตุผล การแสดงท่าทาง สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารเช่น ความสามารถในการอธิบายความคิดของตนเองให้ผู้อื่นทราบ ความสามารถในการแสดงสีหน้าท่าทาง ฯลฯ

ข. ทัศนคติ หมายถึง การที่บุคคลประเมินสิ่งต่าง ๆ โดยความโน้มเอียงของตนเองเพื่อที่จะเข้าถึงหรือหลีกเลี่ยงสิ่งเหล่านั้น ทัศนคติในการสื่อสารเกิดขึ้นได้ในหลายองค์ประกอบ เช่น ทัศนคติต่อตนเอง ต่อเนื้อหาของสาร ต่อผู้รับสารหรือผู้ส่งสาร หรือทัศนคติต่อสถานการณ์แวดล้อมการสื่อสาร ทัศนคติเหล่านี้จะไปมีผลต่อการสื่อสาร เช่น เราจะทำการสื่อสารได้ดีกับคนที่เรารู้สึกไว้เนื้อเชื่อใจ

ค. ความรู้ หมายถึง ระดับความรู้ของผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมถึงความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสาร จะต้องอยู่ในระดับที่เหมาะสมจึงจะทำการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ง. ระบบวัฒนธรรม หมายถึง ขนบธรรมเนียม ความเชื่อ ค่านิยม ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์ในแต่ละสังคมกำหนดที่สำคัญในการสื่อสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลที่ต่างวัฒนธรรมกันอาจประสบความล้มเหลวได้เพราะอาจเกิดการเข้าใจผิดในการสื่อสารได้ เช่น การส่ายศีรษะเป็นอาการ “ตอบรับ” ของชาวศรีลังกา ถ้าเราไม่เข้าใจหรือทราบมาก่อนอาจเข้าใจว่าเป็นการ “ตอบปฏิเสธ” ซึ่งทำให้การสื่อสารผิด

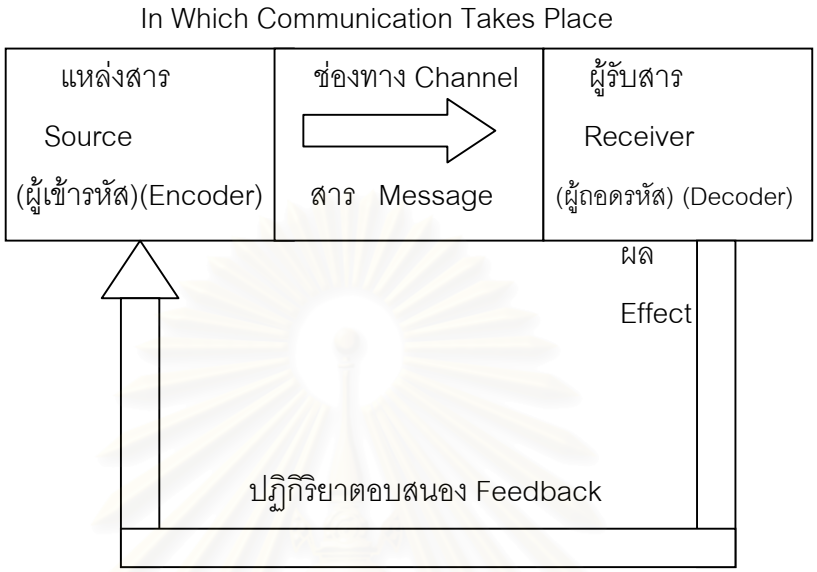
แบบจำลองการสื่อสารของโรเจอร์ส (บุญเลิศ ศุภดิลก,2523 : 12)

ต่อมาในปี พ.ศ. 2512 (1969) โรเจอร์ส ศาสตราจารย์ทางสังคมวิทยาและการสื่อสารได้ขยายแบบจำลองของเบอร์โล คลุมถึงองค์ประกอบอื่นเพิ่มเติม โรเจอร์สเน้นความสำคัญที่ของการสื่อสาร แบบจำลองของโรเจอร์ส อาจเรียกชื่อโดยย่อว่า แบบจำลอง S-M-C-R-E ต่อมาในปี พ.ศ. 2516 (1972) โรเจอร์ส ได้ขยายองค์ประกอบครอบคลุมถึง ในขณะเดียวกันก็ได้ชี้ให้เห็นความสำคัญของปัจจัยสิ่งแวดล้อมหรือสถานการณ์ ซึ่งการสื่อสารเกิดขึ้นด้วย แบบจำลองของโรเจอร์สแสดงดังภาพประกอบที่ 2

.

ภาพประกอบที่ 2

แสดงแบบจำลองการสื่อสารของโรเจอร์ส (อ้างในจุฑาภรณ์ เอื้อละพันธ์ ,2534 : 24)



องค์ประกอบของการสื่อสาร

จากแบบจำลองของเบอร์โลและโรเจอร์ส จะเห็นว่าในกระบวนการสื่อสารมีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 องค์ประกอบ คือ

1. **แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร** หมายถึง แหล่งกำเนิดของสารหรือผู้ที่เลือกสรรข่าวสารเกี่ยวกับแนวความคิดหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแล้วส่งต่อไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารอาจเป็นบุคคลเพียงคนเดียวหรือหลายคนหรืออาจเป็นหน่วยงานองค์กรต่าง ๆ

2. **สาร** หมายถึง ผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสารและวัตถุประสงค์ของตนที่ปรากฏออกมาในรูปรหัส เช่น เมื่อเราพูดสารก็คือ สิ่งที่เราพูด เมื่อเราเขียน สารก็คือตัวหนังสือที่เราเขียนเป็นคำ เป็นประโยค เมื่อเราแสดง สารก็คือกิริยาท่าทางที่แสงดออกมา เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์ สารก็คือ ข่าว ข้อความ ภาพ ที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์

3. **สื่อ** หมายถึง สิ่งที่นำหรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสาร เช่น เมื่อเราพูดสื่อ คือ คลื่นเสียงในอากาศ เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์ สื่อคือ คลื่นแสง คลื่นเสียง และจอวิทยุโทรทัศน์

4. **ผู้รับสาร** หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ผู้รับสารอาจเป็นคน ๆ เดียว หรือหลายคน เช่น กลุ่มประชาชนในชุมชนหรือผู้นำชุมชนเพียงคนเดียว

5. **ผล** หมายถึง การเปลี่ยนแปลง หรือ ข้อแตกต่าง (Changes or Discrepancy) ซึ่งเกิดขึ้นกับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอันเนื่องมาจากข่าวสารที่ได้รับผลของการสื่อสารมัก ปรากฏออกมาในรูปของการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ทัศนคติและพฤติกรรม ในวงการพัฒนามี

นักวิชาการหลายท่านเสนอว่าการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและหน้าที่ของสังคมเกิดขึ้นเนื่องจากผลของการสื่อสาร

6. **ปฏิกิริยาตอบสนอง** หมายถึง วิธีการหรือปฏิกิริยาที่ฝ่ายผู้รับสารแสดงออกมาให้ผู้ส่งสารได้รับทราบทั้งนี้สืบเนื่องจากผลของการสื่อสารนับว่าเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ผู้ส่งสารสามารถหยั่งรู้ว่าข่าวสารที่ส่งออกไปนั้นได้รับผลตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายหรือไม่ เพียงไร ลักษณะป้อนกลับ อาจเป็นไปโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ได้

องค์ประกอบทั้ง 6 ประการนี้ มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างใกล้ชิด มีผลกระทบซึ่งกันและกัน รวมทั้งมีผลต่อการสื่อสาร การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อองค์ประกอบการสื่อสารมีประสิทธิภาพด้วย

ลักษณะการไหลของข่าวสาร

1. **แบบจำลองการสื่อสารแบบขั้นตอนเดียว** (One-Step Flow Model) แบบจำลองนี้เชื่อว่าข่าวสารที่ผู้รับจากสื่อโดยตรงนั้นมีอิทธิพลมากต่อผู้รับสาร แต่มีผู้แย้งว่า การสื่อสารแบบนี้ข่าวสารไปถึงผู้รับในวงจำกัด ไม่ถึงผู้รับสารส่วนใหญ่ทุกคนและคนที่ได้รับสารก็ได้รับและเข้าใจไม่เท่ากันแล้วแต่ภูมิหลังของแต่ละคนและการเลือกสาร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน ดังนั้นอิทธิพลของข่าวสารที่มีต่อผู้รับสารจึงไม่เท่ากัน (ธนวดี บุญลือ, 2528 :8)

2. **แบบจำลองการสื่อสารแบบสองขั้นตอน** (Two-Step Flow Model) การสื่อสารตามแบบจำลองนี้เสนอว่าการติดต่อสื่อสารกับผู้รับสารโดยตรงอาจไม่ได้ผลจึงควรติดต่อสื่อสารผ่านผู้นำความคิดก่อน เพื่อให้ผู้นำความคิดนำเอาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปเผยแพร่ในกลุ่มของเขาอีกทอดหนึ่ง วิธีนี้จะได้ผลมากกว่าเนื่องจากผู้นำความคิดมีความสนิทสนมคุ้นเคยกับกลุ่ม มีประสบการณ์ มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกติดต่อกับผู้รับสารดีกว่าผู้ส่งสารเป็นบุคคลภายนอก (ธนวดี บุญลือ,2528 :45)

3. **แบบจำลองการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน** (Multi-Step Flow Model) การสื่อสารแบบนี้ เป็นการรวมเอาการสื่อสารแบบขั้นตอนเดียวและสองขั้นตอนเข้าด้วยกัน หมายถึงว่าในการที่ข่าวสารจะไปถึงผู้รับนั้นอาจจะส่งผ่านสื่อหลายประเภท ทั้งสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน การสื่อสารตามแบบจำลองนี้จะใช้กันมากในกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ซึ่งมุ่งที่จะเปลี่ยนแปลงผู้รับสารทั้งด้านความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม จึงจำเป็นต้องใช้การสื่อสารหลายๆ วิธีผสมผสานกัน (ธนวดี บุญลือ , 2528 :45)

ประเภทของสื่อเพื่อการพัฒนา (ปรมะ สตะเวทิน ,2526 :99–100)

ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนานั้น จำเป็นต้องใช้สื่อเป็นเครื่องมือ เพราะสื่อจะทำหน้าที่เชื่อมโยงผู้ส่งสารกับผู้รับสารเข้าด้วยกัน สื่อจะเป็นตัวนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารในกรณีการ

สื่อสารเพื่อการพัฒนา สื่อก็จะเป็นผู้ทำหน้าที่นำข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาจากรัฐบาล จากหน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวกับการพัฒนาไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายของการพัฒนา เช่น ประชาชนในชนบท ประชาชนในชุมชนแออัด โดยปกติสื่อในการสื่อสารแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชนในทางการสื่อสาร

1. **สื่อบุคคล** หมายถึง ตัวคนที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสารในลักษณะเผชิญหน้า การใช้สื่อบุคคลในการสื่อสาร อาจกระทำได้ทั้งในลักษณะการสนทนากับผู้รับสารเพียงคนเดียวหรือในรูปของการประชุมกลุ่มผู้รับสาร สื่อบุคคลในการพัฒนา ได้แก่ นักพัฒนาชุมชน เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร เจ้าหน้าที่สาธารณสุข อาสาสมัคร ผู้นำชุมชน สมาชิกในครอบครัว เพื่อนบ้าน ฯลฯ

การใช้สื่อบุคคลในการสื่อสาร ก่อให้เกิดผลดี 3 ประการ คือ

1.1 สามารถนำข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ไปสู่ประชาชนได้โดยตรงและเนื่องจากมีการติดต่อสื่อสารสนทนากันเป็นประจำ ทำให้ประชาชนรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน มีความสนิทคุ้นเคย จึงทำให้ได้รับความไว้วางใจและสามารถชักจูงใจประชาชนได้ โดยวิธีการพูดคุย แบบเป็นกันเอง

1.2 การใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสาร จะมีลักษณะที่สามารถปรับให้ยืดหยุ่นเข้ากับผู้รับสารเป็นราย ๆ ไปได้และทำให้สามารถรับทราบความรู้สึกนึกคิดของประชาชนได้ทันที

1.3 การใช้สื่อบุคคลทำให้ผู้รับสารที่ตัดสินใจทำตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่เผยแพร่ รู้สึกว่าได้รับรางวัลทันทีเป็นส่วนตัว จากการที่ผู้เผยแพร่เห็นชอบด้วยการตัดสินใจของผู้รับสาร สื่อบุคคลที่มีความสำคัญ ได้แก่

(ก) **ผู้นำความคิดท้องถิ่น** (ธนวดี บุญลือ,2528 : 11-13)

ความเป็นผู้นำความคิด หมายถึง ลักษณะที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือหลายคนในกลุ่มสังคมสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มของสังคมนั้น ผู้นำความคิดสามารถจะนำสมาชิกในกลุ่มสังคมให้ยอมรับหรือปฏิเสธกระบวนการพัฒนาได้

ลักษณะของผู้นำความคิดจะแตกต่างจากผู้ตาม ดังนี้

1. ผู้นำความคิดเป็นผู้ที่รับข่าวสารจากสื่อมวลชนมากกว่ามีการเดินทางไปเมืองใหญ่มากกว่า ชอบฟังข่าวนอกชุมชนมากกว่า และได้มีการพบปะเจรจากับผู้นำการเปลี่ยนแปลงมากกว่าสมาชิกอื่นในสังคม

2. ผู้นำความคิดจะเป็นผู้กว้างขวาง ความเป็นผู้กว้างขวางนี้ รวมไปถึงการร่วมมือกับหมู่คณะในกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งการสื่อสารแบบตัวต่อตัวจะเกิดขึ้นได้ในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆเหล่านี้

3.สถานะทางสังคมของผู้นำความคิดจะสูงกว่าผู้ตามซึ่งอาจจะเป็นไปได้ในด้านการศึกษา หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

4.ความเป็นผู้มีแนวความคิดสมัยใหม่ และเป็นผู้ที่ยอมรับการพัฒนาก่อนผู้อื่นถ้าการพัฒนานั้นทำให้สังคมมีสภาพความเป็นอยู่ดีขึ้น

ผู้นำความคิดแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.**ผู้นำความคิดเฉพาะเรื่อง** (Monomorphic Opinion Leader) ในระบบสังคมสมัยใหม่ผู้นำความคิดมักจะเป็นประเภทนี้เพราะระบบสังคมสมัยใหม่เป็นระบบเปิด สมาชิกมีโอกาสที่จะได้รับความรู้และความสามารถในด้านต่าง ๆกันไป เนื่องจากมีการติดต่อกับสังคมภายนอกและรับข่าวสารมากกว่าสังคมแบบปิด

2. **ผู้นำความคิดเรื่องทั่วไป** (Polymorphic Opinion Leader) หมายถึง ผู้นำความคิดที่จะเป็นที่ปรึกษาของสมาชิกคนอื่น ๆได้ในหลาย ๆเรื่อง มักจะพบนำความคิดประเภทนี้ในสังคมแบบปิด เช่น ในสังคมชนบท พระจะเป็นผู้นำความคิดทั้งในด้านศาสนา การแพทย์ การบ้านการเมือง แม้กระทั่งการตรวจโชคชะตา เป็นต้น

(ข) **ผู้นำการเปลี่ยนแปลง** (Change Agents)

ในการเผยแพร่ความคิดใหม่และทำให้เกิดการยอมรับ จนกระทั่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนั้น ผู้มีบทบาทสำคัญในเรื่องนี้ก็คือ หน่วยงานและผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agency of Change Agents) ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางประสานงานในการติดต่อระหว่างกลุ่มสังคม 2 กลุ่ม คือระหว่างองค์การหรือหน่วยงานของผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่รับผิดชอบในการเผยแพร่ความคิดใหม่กับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในด้านระดับความรู้ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ทัศนคติ ความเชื่อ เพราะปัจจัยเหล่านี้อาจจะทำให้เกิดปัญหาในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน จุดนี้เองผู้นำความคิดจะเข้ามามีบทบาท โดยใช้การสื่อสารสองจังหวะ คือผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะเผยแพร่ความคิดผ่านทางผู้นำความคิด และให้ผู้นำความคิดนำไปเผยแพร่กับสมาชิกในชุมชนของตนต่อไป (ธนวดี บุญลือ,2528 : 8)

2. **สื่อเฉพาะกิจ** หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะ และจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ หนังสือคู่มือ วารสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ สไลด์ นิทรรศการ วีดิโอ ละครหุ่น วิทยุเสียงตามสายหรือหอกระจายข่าว ฯลฯ

คุณลักษณะที่ดีของการใช้สื่อเฉพาะกิจในการพัฒนา ก็คือ ผู้ใช้สามารถนำข่าวของการพัฒนาเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งของโครงการพัฒนา ซึ่งต้องการที่จะทำการรณรงค์เฉพาะเรื่องนั้นประชาชนกลุ่มเป้าหมายการพัฒนาสามารถทำการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของประชาชนเป้าหมาย เช่น การใช้เอกสารแนะนำวิธีการวางแผนครอบครัวแก่สตรีที่อยู่ในภาวะ

เจริญพันธุ์ สื่อเฉพาะกิจสามารถทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข่าวสาร ความรู้โดยตรงและถูกต้อง ช่วยให้เกิดการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติได้ถูกวิธี

3. **สื่อมวลชน** หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารซึ่งประกอบด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ภายในเวลาเดียวกันหรือในเวลาใกล้เคียงกันโดยทั่วไปแล้ว สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์

สื่อมวลชนมีคุณสมบัติที่ดี 3 ประการ คือ

3.1 สามารถแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนจำนวนมากได้ในเวลารวดเร็ว

3.2 สามารถให้ความรู้และข่าวสารแก่ประชาชนได้เป็นอย่างดี

3.3 สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นได้

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง สำหรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น (วุฒิชัย จำนง,2523 :5)

สำหรับทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารที่น่าสนใจ คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) ซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอนต่าง ๆ คือ (klapper,1968 : 5)

1. **การเลือกเปิดรับ** (Selective Exposure) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2. **การเลือกให้ความสนใจ** (Selective Attention) นอกจากจะเลือกเปิดรับสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อถือดั้งเดิมและหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตนด้วย

3. **การเลือกรับรู้** (Selectiive Perception) บุคคลที่เลือกรับรู้ หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับมาใหม่มีความขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิม บุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตน

4. **การเลือกจดจำ** (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกเปิดรับ เลือกให้ความสนใจและเลือกตีความข่าวสารไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำ เข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไปและจะพยายามลืม ในส่วนที่ต้องการจะลืมอีกด้วย

เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ ชแรมม์ (Wilbur Schramm) ได้ให้ความเห็นว่าข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารได้มาก จะมีแนวโน้มทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การรับรู้ข่าวสาร (Perception)

การติดต่อสื่อสารจะได้ผลเพียงใด ขึ้นอยู่กับความเข้าใจจากการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสารและในทำนองเดียวกัน ความเข้าใจจากการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสารจะเป็นอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับการติดต่อสื่อสารด้วย ในการรับรู้ข่าวสารคนเราจะเลือกรับรู้เฉพาะเรื่องที่ตรงกับภูมิหลังหรือประสบการณ์ในอดีตของตนเอง การที่คนเรารับเรื่องต่าง ๆเข้ามาทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การมองดูด้วยตา,การได้ยินด้วยหู,การลิ้มรสด้วยลิ้น,การสูดดมกลิ่นด้วยจมูก และการสัมผัสด้วยกายนั้นเป็นเพียงข้อเท็จจริง (Facts) เท่านั้น แต่ถ้าได้มีการจัดระเบียบและตีความข้อเท็จจริงที่ได้รับมาโดยอาศัยประสบการณ์ในอดีต ค่านิยม และเจตคติของผู้รับข่าวสารแล้ว เราก็เรียกว่าเป็นความเข้าใจจากการรับรู้ข่าวสาร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ข่าวสาร

ปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารเลือกรับรู้ข่าวหรือมีความเข้าใจจากการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกันไปอยู่ 2 ประการ คือ (ธงชัย สันติวงษ์ และชัยยศ สันติวงษ์ ,2535 : 69-72)

1. **ปัจจัยภายนอก** (External attention factors) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่นอกตัวผู้รับสารซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจได้แตกต่างกัน ปัจจัยภายนอกแบ่งออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

1.1 **ความเข้ม** (Intensity) หมายถึง ความเข้มของสี แสง เสียง หรือรส ความเข้มมากจะสามารถดึงดูดความสนใจของคนได้ดีกว่าความเข้มน้อย ในการโฆษณาเขาจึงมักเน้นสีฉูดฉาดหรือสีเข้ม ๆมากกว่าเพราะจะช่วยดึงดูดความสนใจได้ดีกว่า

1.2 **ขนาด** (Size) หมายถึง สิ่งของขนาดใหญ่จะดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าขนาดเล็ก

1.3 **ความแปลกใหม่และตรงกันข้าม** (Novelty and Contrast) การเปลี่ยนแปลงให้ต่างไปจากเดิมหรือมีลักษณะตรงกันข้ามจะช่วยให้เกิดความสนใจได้

1.4 **ตำแหน่งที่ตั้ง** (Position) สิ่งของที่ตั้งอยู่ในระดับที่เหมาะสมจะดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าสิ่งของที่ตั้งอยู่ในระดับที่ไม่เหมาะสม

1.5 **การเคลื่อนไหว** (Movement) สิ่งที่เคลื่อนไหวจะดึงดูดความสนใจแก่ผู้ดูมากกว่าสิ่งที่อยู่กับที่

1.6 **ความโดดเดี่ยว** (Isolation) หมายถึง การแสดงให้เด่นในลักษณะโดดเดี่ยว จะช่วยดึงดูดความสนใจได้ดีกว่า

1.7 **ระยะทาง** (Distance) สิ่งของที่มองเห็นระยะใกล้ไกลที่ชัดเจน เช่น ภาพ ๓ มิติ จะดึงดูดความสนใจแก่ผู้ดูมากขึ้น

2. ปัจจัยภายใน (Internal attention factors) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายในตัวผู้รับสาร ที่มีผลต่อการเลือกรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน ปัจจัยภายในแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

2.1 **การจูงใจ** (Motivation) คนแต่ละคนจะเลือกรับรู้ข่าวสารหรือให้ความสนใจต่อข่าวสารแตกต่างกันไปตามสิ่งจูงใจที่อยู่ในตัวของเขา

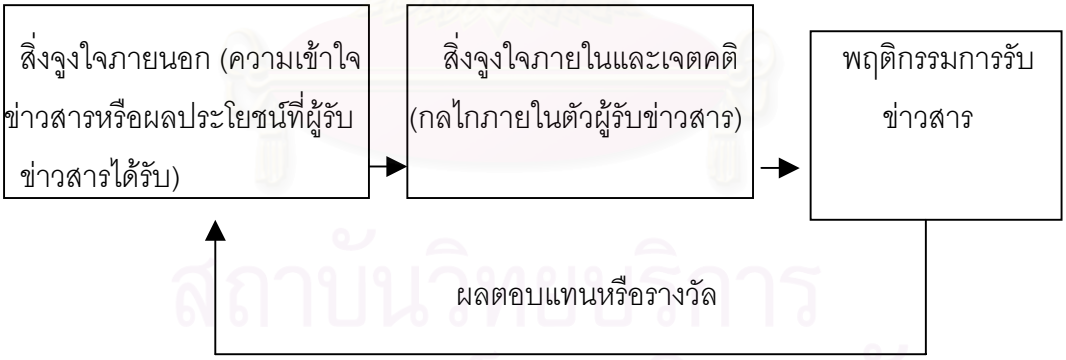
2.2 **บุคลิกภาพ** (Personality) บุคคลมักจะเลือกรับรู้ในสิ่งที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพของตนเอง

2.3 **การเรียนรู้** (Learning) ตามปกติคนเรามักจะเลือกรับรู้ในสิ่งที่ตนได้ เรียนรู้มา แม้ว่าบางครั้งข้อมูลที่ได้รับอาจไม่เพียงพอแต่ผลจากการเรียนรู้ทำให้คน ๆ นั้นสามารถรับรู้ข่าวสารได้อย่างถูกต้อง

2.4 **การคาดหวัง** (Exspectation) คนเรามักจะเลือกรับรู้ความคาดหวังของตน

การจูงใจในการรับข่าวสาร (Motivation)

การที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับข่าวสารใด ขึ้นอยู่กับการจูงใจที่จะให้ผู้รับสารเกิดความต้องการที่จะรับข่าวสารนั้น การจูงใจจึงเป็นพลังที่จะผลักดันให้เกิดพฤติกรรมการรับข่าวสาร ซึ่งการจูงใจดังกล่าวจะมีทั้งการจูงใจจากภายในและภายนอกของบุคคลผู้รับข่าวสาร จึงควรที่จะได้ศึกษาถึงระบบการจูงใจที่จะให้ประชาชนเลือกเปิดรับข่าวสารการรณรงค์นั้น ระบบการจูงใจของบุคคลดังกล่าวแสดงไว้ข้างล่างนี้



จากภาพจะเห็นว่า บุคคลจะมีพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับข่าวสารขึ้นอยู่กับสิ่งจูงใจภายในและเจตคติของบุคคลนั้นนอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับเนื้อหาสาระของข่าวสารและผลประโยชน์ที่บุคคลนั้นจะได้รับจากข่าวสารนั้นด้วย

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

ในกระบวนการติดต่อสื่อสาร ต้องอาศัยขอบเขตแห่งความรู้ หรือขอบเขตแห่งประสบการณ์ของผู้รับสารและผู้ส่งสารในการเปิดรับข่าวสารของบุคคลในอันที่จะเข้าใจข่าวสารได้มากน้อยเพียงไร ก็ย่อมขึ้นอยู่กับขอบเขตแห่งประสบการณ์ของผู้รับสารด้วย

สำหรับขอบเขตแห่งประสบการณ์นี้ ย่อมขึ้นกับระบบสังคม และวัฒนธรรมตลอดจนภูมิหลังต่าง ๆ ซึ่งแยกปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังนี้ (พรรณนิมล ก้านกนก,2525 : 46-49)

1. **ทักษะหรือความชำนาญ**อันเป็นทักษะในการอ่าน การฟังของผู้รับสาร เช่น การอ่านหนังสือของบุคคลแต่ละวัน หรือระดับการศึกษาต่างกันย่อมมีความสามารถ ความเร็วในการอ่าน ตลอดจนการเข้าใจในสาระข่าวสารนั้นต่างกันด้วย

2. **ทัศนคติของผู้รับสาร** ซึ่งจะมีต่อข่าวสารเรื่องราวที่ได้รับ และทัศนคติที่มีต่อผู้ส่งสาร ตัวอย่างเช่น ผู้รับสารมีทัศนคติไม่ดีต่อหน่วยงานที่เป็นผู้ส่งสารผู้รับก็ย่อมมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อข่าวสารและปฏิเสธการรับข่าวสาร

3. **ระดับความรู้ของผู้รับสาร** การที่จะทำความเข้าใจข่าวสารเรื่องราวที่จะรับหรือทำความเข้าใจต่อสิ่งที่ได้พบเห็น คนที่มีความรู้มาก ย่อมเข้าใจข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆได้เร็วกว่าผู้ที่มีความรู้น้อย

4. **ระบบสังคมและวัฒนธรรม** ซึ่งจะมีผลต่อการแปลหรือการตีความของผู้รับสาร ที่คนเรามาจากสังคมต่างกัน หรือภูมิหลังวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ย่อมตีความเรื่องราวข่าวสารที่ได้รับมาแตกต่างกันไปด้วย ตามระบบสังคมและวัฒนธรรมที่เขาเป็นอยู่

5. **ความต้องการของผู้รับสาร** เนื่องจากในสังคมปัจจุบันมีการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดตลอดจนประสบการณ์ต่างๆแก่กันข่าวสารนั้นมีมากมายหลายประเภท ผู้รับสารแต่ละบุคคลหรือกลุ่มจะเลือกรับเฉพาะข่าวสารที่มีสาระตรงกันกับความสนใจความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่เป็นเป้าหมายของแต่ละคนและสนใจจดจำในส่วนนั้น ๆมากเป็นพิเศษ

กล่าวโดยสรุป คือ บุคคลที่จะมีการเลือกเปิดรับข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการและสอดคล้องกับทัศนคติดั้งเดิมของแต่ละบุคคล ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามขอบเขตแห่งประสบการณ์ ดังนี้

1. **ความเหงา** เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่ว่า ปกติมนุษย์ไม่ชอบอยู่ตามลำพัง ดังนั้นจึงพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่น แต่เมื่อไม่สามารถทำได้ก็ใช้วิธีอื่น ๆ คือ การหันมาใช้สื่อต่าง ๆ แทน

2. **ความอยากรู้อยากเห็น** ซึ่งเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ในการนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็นนี้ โดยเริ่มตั้งแต่สิ่งที่อยู่ใกล้ตัวไปจนถึงไกลตัว

3. **ประโยชน์ใช้สอย** โดยอาศัยหลักพื้นฐานว่ามนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว การรับข่าวสารก็เพื่อประโยชน์แก่ตนเองทั้งในด้านความสะดวกสบาย ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และความสุขกายสบายใจ

4. **ลักษณะเฉพาะของสื่อ** สื่อแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งไม่เหมือนกัน สื่อแต่ละประเภทจึงตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับสารไปคนละอย่าง เช่น หนังสือพิมพ์ ทำให้

ผู้รับสัมผัสกับสังคมภายนอกได้อย่างกว้างขวางและละเอียดลออมากกว่าสื่ออื่นๆในขณะที่โทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถชดเชยความรู้สึกหรือสิ่งที่ตนเองไม่มี (ชวรัตน์ เชิดชัย ,2527 : 170-171)

จากสาเหตุดังกล่าวย่อมแสดงให้เห็นว่า โดยธรรมชาตินั้นบุคคลมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารอยู่ตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับสื่อใด และอย่างไรเท่านั้น ทั้งนี้โดยมีปัจจัยสำคัญเป็นตัวกำหนด ดังนี้ (ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ ,2531 : 23-26)

1. **ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล** เป็นแนวคิดเชิงพฤติกรรมศาสตร์ซึ่งมีรากฐานมาจากทฤษฎีจิตวิทยาว่าด้วยสิ่งเร้าและการตอบสนองการเสริมแรง การลงโทษ และการเรียนรู้ ซึ่งมีแนวคิดว่า “คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตภายในสภาพแวดล้อมทางสังคมไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบถึงระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ นั้นคือ คนแต่ละคนจะสร้างรูปแบบที่เป็นบุคคลิกภาพส่วนบุคคลนั้น ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบพฤติกรรมของการสื่อสาร โดยเฉพาะในแง่ของการเลือกเปิดรับ การเลือกรับรู้ และการเลือกจดจำ ซึ่งแตกต่างกันไปตามกรอบแห่งการอ้างอิง (Frame of Reference) ที่สะสมมาแต่อดีต

2. **ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม** เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารของคนเราเนื่องจากคนเรามักจะยึดกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง(Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆก็ตาม กล่าวคือ เมื่อคนเรากระทำหรือแสดงความคิดเห็นไปในทางเดียวกับค่านิยมของกลุ่ม ก็จะได้รับความนิยมชมชอบจากกลุ่ม ในทางตรงกันข้าม หากมีการขัดแย้งกับค่านิยมของกลุ่ม ก็อาจจะได้รับการลงโทษ (Sanction) จากกลุ่ม ด้วยเหตุนี้ คนเราจึงพยายามคล้อยตามกลุ่มทั้งในแง่ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมเพื่อให้ตนเองเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. **ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร** เป็นแนวความคิดในเชิงทฤษฎีสังคมวิทยาและจิตวิทยาสังคม โดยนำเอาลักษณะพื้นฐานของคนบางประการที่เหมือนกันมาจัดแบ่งแยกบุคคลเข้าไว้เป็นประเภทเดียวกัน ซึ่งลักษณะพื้นฐานดังกล่าว ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ เป็นต้น ตามแนวคิดนี้ จึงสรุปได้ว่า บุคคลที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันย่อมจะรับเนื้อหาของการสื่อสารคล้ายคลึงกันไม่มากก็น้อย และในทำนองเดียวกัน ย่อมจะมีการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไปในรูปแบบที่ไม่แตกต่างกันนัก

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยทั้ง 3 ข้างต้น มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ การรับรู้ และการตีความหมายสาร ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันไป นั่นคือเกิดการเลือกรับข่าวสารขึ้น ชาร์ล แอคคิน (Charles Atkin) ได้กล่าวไว้ในการศึกษาว่า

“บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชน ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทนกับการลงทุนลงแรงและพันธะผูกพันที่จะตามมา ถ้าผลประโยชน์ที่จะ ได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือเข้าใจแล้วบุคคล ย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่า การลงทุนลงแรง บุคคลอาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน ทำให้เกิดความไม่สบายใจหรือความไม่แน่ใจก็จะใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น “ ชาร์ล แอคคิน (Charles Atkin) นักทฤษฎีและนักวิจัยทางการสื่อสารได้อธิบายกระบวนการเลือกรับข่าวสารว่าประกอบด้วยพฤติกรรม 3 แบบ คือ (ชวรัตน์ เชิดชัย ,2527 : 159)

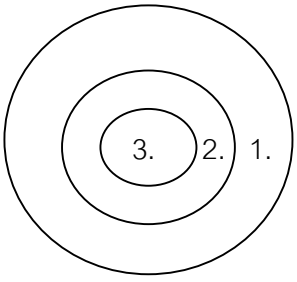
1. **การเลือกรับหรือเลือกสนใจ** (Selective Exposure of Selective Attention) กล่าวคือ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใด โดยมักจะเลือกรับตามความคิดเห็นความสนใจของตนเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจ (Cognitive Dissonance) ฉะนั้น การลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดของตนเอง

2. **การเลือกรับรู้และตีความหมาย** (Selective Perception and Interpretation) หลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวังแรงจูงใจ สภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น ฉะนั้น ในบางครั้งผู้รับสารอาจจะบิดเบือนข่าวสารเพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนเองด้วย

3. **การเลือกจดจำ** (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือเรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ค้านกับความคิดเห็นของตนได้ง่าย ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหา ของข่าวสารที่ได้รับ จึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

ดังนั้น การที่คนเราเลือกรับสาร เลือกรับรู้ และตีความ และเลือกจดจำ ก็เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของตนเท่านั้น ซึ่งมีรูปภาพเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ดังนี้

(พีระ จิระโสภณ ,2535 : 638)



1. การเลือกเปิดรับ
2. การเลือกรับรู้
3. การเลือกจดจำ

เมื่อผ่านกระบวนการเลือกรับข่าวสารดังกล่าวข้างต้น 3 ประการแล้ว อันดับต่อไปก็จะมาพิจารณาปัจจัยการตอบสนองการรับรู้ข่าวสาร ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. **ขั้นรับทราบ** (Awareness Stage) หมายถึง การที่บุคคลได้รับทราบข่าวสาร ซึ่งอาจจะขัดแย้งหรือสนับสนุนกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตน แต่ก็ยังไม่มีการปฏิเสธหรือตอบรับใด ๆ ทั้งสิ้นต่อข่าวที่ได้รับ

2. **ขั้นสนใจ** (Interest Stage) คือ เมื่อบุคคลได้รับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดของตนหรือเป็นข่าวสาร ที่กำลังต้องการหาข้อมูลอยู่ ข่าวสารนั้นก็จะได้รับความสนใจขึ้นมาทันที

3. **ขั้นเข้าใจ** (Comprehensive Stage) คือ เมื่อบุคคลนั้นได้ให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับมาก็จะทำการศึกษาถึงข่าวสารข้อมูลนั้น เพื่อให้มีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น พอที่จะสนับสนุนความรู้สึกสนใจเดิมที่ตนมีอยู่

4. **ขั้นยอมรับ** (Yielding Stage) คือ เมื่อทำการศึกษาจนเข้าใจอย่างถ่องแท้มากจนเป็นที่พอใจแล้ว ก็จะเกิดยอมรับในสิ่งที่ตนได้รับทราบมานำไปสู่ขั้นของพฤติกรรม

5. **ขั้นพฤติกรรม** (Behavioral Stage) คือ การที่บุคคลหนึ่งบุคคลใดยอมรับในสิ่งที่ตนได้รับทราบมาแล้ว ก็จะประพฤติปฏิบัติตามด้วยความเต็มใจ

จากปัจจัยการตอบสนองต่อการรับรู้ข่าวสาร 5 ขั้นตอนดังกล่าวอาจจะจัดแบ่งได้ 3 องค์ประกอบใหญ่ ๆ คือ

1. **องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ** (Cognitive or Belief Component) ซึ่งรวมได้ 3 ขั้นตอนแรกไว้ในองค์ประกอบนี้ คือ ขั้นรับทราบ ขั้นสนใจ และขั้นเข้าใจองค์ประกอบนี้นับว่าเป็นองค์ประกอบแรกหลังจากที่บุคคลรับข่าวสารมาแล้วก็จะเกิดความรู้ความเข้าใจในข่าวสารนั้น ซึ่งอาจจะมากน้อยแตกต่างกันไปแต่ละบุคคล

2. **องค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก** (Affective of Emotion Component) องค์ประกอบนี้ตรงกับขั้นที่ 4 คือ ขั้นยอมรับ เมื่อบุคคลเกิดความรู้ความเข้าใจในข่าวสารแล้วก็จะประเมินออกมาเป็นความรู้สึกด้านเจตคติ ค่านิยมความตระหนักว่าชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี อันจะมีผลนำไปสู่องค์ประกอบ 3 ต่อไป

3. **องค์ประกอบด้านพฤติกรรม** (Behavioral Component) องค์ประกอบนี้ตรงกับขั้นที่ 5 ขั้นพฤติกรรม เมื่อบุคคลใดได้รับความรู้ความเข้าใจในข่าวสารที่เผยแพร่มาแล้วเกิดความรู้สึกเฉย ๆ หรือไม่เห็นด้วย ก็จะไม่ส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม แต่ถ้าบุคคลใดได้รับความรู้ ความเข้าใจจากข่าวสารแล้วเกิดความรู้สึกยอมรับหรือคล้อยตาม ก็จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปตามความรู้สึกนั้นด้วย

องค์ประกอบทั้ง 3 ขั้นตอนดังกล่าวข้างต้นตรงกับแนวความคิดเกี่ยวกับ KAP ที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge), เจตคติ (Attitude),และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับข่าวสาร (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร ,2533 : 125-188)

1. **ความรู้** เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งผสมผสานระหว่างความจำ กับสภาพจิตวิทยา ความรู้ที่ได้รับอาจส่งผลต่อผู้รับสาร 5 ประการ คือ

1.1 ช่วยตอบข้อสงสัยให้แก่ผู้รับสารได้เข้าใจกระจ่างขึ้น

1.2 ช่วยสร้างเจตคติหรือความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้แก่ผู้รับสาร ซึ่งอาจจะเป็นความรู้สึกในทางที่ดีหรือไม่ดีก็ได้

1.3 ช่วยให้ผู้รับสารกำหนดสิ่งต่าง ๆที่จะกระทำได้อย่างมั่นใจขึ้น หากสารที่ได้รับตรงกับภูมิหลังของผู้รับสาร

1.4 ช่วยให้ผู้รับสารได้ทราบถึงระบบความเชื่อต่าง ๆ หลากหลายขึ้น

1.5 ช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจในค่านิยมได้ชัดเจนขึ้น

2. **เจตคติ** เป็นความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจจะเป็นบุคคล วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อม เจตคติมีรากฐานมาจากความเชื่อพร้อมที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมในอนาคต เจตคติจึงเป็นตัวกลางที่อยู่ระหว่างความรู้สึกกับพฤติกรรม

3. **พฤติกรรม** เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีความรู้และเจตคติเป็นพื้นฐาน บุคคลที่มีความรู้และเจตคติที่แตกต่างกัน ก็จะมีพฤติกรรมที่แสดงออกแตกต่างกันไปด้วย

การที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับข่าวสารนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่างที่กล่าวมาแล้วข้างต้นแต่ก็มีสิ่งหนึ่งที่สำคัญต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารมาก คือ การจูงใจในการเลือกเปิดรับข่าวสาร

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้

ข้อมูลข่าวสารถือเป็นแหล่งทรัพยากรที่มีค่าซึ่งจะทำให้บุคคลสามารถกระทำสิ่งต่างๆที่พวกเขาไม่สามารถกระทำการเป็นอย่างอื่นและมีผู้กล่าวคติพจน์ไว้ว่า ความรู้คืออำนาจ ซึ่งหมายความว่า ความรู้ทำให้บุคคลมีความสามารถที่จะกระทำสิ่งต่างๆที่มีโอกาสก้าวหน้าได้ (Werner J.Severin, James W Tankard.Jr.,1987:285)

อย่างไรก็ตามสิ่งที่กล่าวมานี้ไม่ได้หมายความว่า ความรู้ซึ่งมีลักษณะเหมือนความมั่งคั่งประเภทหนึ่งจะสามารถกระจายไปยังบุคคลในสังคมได้อย่างเท่าเทียมกัน คนจนก็มักจะเป็นคนที่มีข้อมูลข่าวสารน้อย ความมากน้อยของข้อมูลที่บุคคลมีอยู่ก็เหมือนกับความมากน้อยของความมั่งคั่งทางวัตถุที่บุคคลมีอยู่

ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญมากในสังคมปัจจุบันซึ่งเป็นสังคมประชาธิปไตยเพราะความเป็นประชาธิปไตยนั้นขึ้นอยู่กับประชาชนที่มีความรอบรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอเช่นใน

การที่จะทำประชามติเกี่ยวกับการจัดสรรคลื่นความถี่สาธารณะวิทยุโทรทัศน์เพื่อให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ ก็จะต้องมีการเผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชนรับทราบถึงข้อดีข้อเสียในการจัดสรรคลื่นความถี่ดังกล่าวเพื่อให้ประชาชนได้ตัดสินใจเลือกอย่างถูกต้อง การเผยแพร่ข้อมูลนี้เป็นหน้าที่หนึ่งของการสื่อสารที่จะทำให้ประชาชนเกิดการรับรู้และการเรียนรู้ โดยแนวทางหนึ่งที่จะทำให้ประชาชนได้รับความรู้อย่างทั่วถึงมากที่สุดและรวดเร็วที่สุดคือการใช้สื่อมวลชน ซึ่งมีศักยภาพในการเข้าถึงประชาชนที่ไม่มีโอกาสได้รับข่าวสารจากช่องทางอื่น (เรื่องเดียวกันหน้า : 286)

การรับรู้ในเบื้องต้นถือเป็นความรู้ (Knowledge) บุคคลส่วนมากจะได้รับรู้ผ่านทางประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล)กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายในที่เกิดจากความจำซึ่งเลือกสรรให้สอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเองเป็นกระบวนการภายในที่ผู้อื่นจะรับรู้ได้จากการอนุมานมากกว่าการสังเกตโดยตรง

เธียรศรี วิวิธสิริ (2527 : 19-20) กล่าวว่า การเรียนรู้ในผู้ใหญ่นั้นเกิดจากประสบการณ์ 3 ประการ คือ

1. การเรียนรู้ที่เกิดจากสภาพการณ์ทางธรรมชาติ (Natural Setting) คือการเรียนรู้จากสภาพธรรมชาติที่อยู่ใกล้ตัว

2. การเรียนรู้ที่เกิดจากสภาพการณ์ทางสังคม (Society Setting)มีอยู่ทั่วไปในชีวิตประจำวัน เช่น การเรียนรู้จากการอ่านหนังสือพิมพ์ หรือชมโทรทัศน์ เป็นต้น

3. การเรียนรู้ที่เกิดจากสภาพการณ์ของการจัดการเรียนการสอน (Formal Institutional Setting) คือ มีผู้แทนจากสถาบันจัดลำดับการเรียนรู้อย่างมีจุดมุ่งหมายและต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตามความรู้ก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์และส่งผลกระทบต่อผู้รับสารในเชิงความรู้นั้น ในทางทฤษฎีการสื่อสารอาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการ คือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร,2533 : 120-121)

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักสร้างความสับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศโดยอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน

2. การสร้างทัศนะ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนะนั้นส่วนมากมักนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวกรรมเพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่นวกรรมนั้นๆ (ในฐานะความรู้)

3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายไปเพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชนและค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารสังคมมักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยมและอุดมการณ์ต่างๆไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อที่หลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อยๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจค่านิยมเหล่านั้นแจ้งชัดขึ้น

แพทริก เมเรดิธ (Patrick Meredith อ้างใน ธวัชชัย พานิชยากรณ์ ,2539 :23) ได้พูดถึงความรู้ว่า จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 2 อย่าง คือ ความเข้าใจ และการคงอยู่(Understanding and Retaining) เพราะความรู้ หมายถึงการที่สามารถจำได้ถึงบางสิ่งบางอย่างซึ่งเราเข้าใจมาแล้ว

ปรมะ สตะเวทิน (2538) กล่าวว่า ความรู้เป็นปัจจัยประการหนึ่งที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสาร ซึ่งจะต้องมองทั้งในแง่ความรู้ของผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยในด้านของผู้ส่งสารนั้นคนที่ไม่มีความรู้ย่อมไม่สามารถที่จะพูดและเขียนได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ แต่ความถูกต้องและประสิทธิผลของการสื่อสารก็ขึ้นอยู่กับความรู้ 2 ประเภทคือ

1. ความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสาร (Knowledge of the Subject Matter) หมายถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของเรื่องที่จะทำการสื่อสาร เช่นการรณรงค์เรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิต ผู้รณรงค์จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตดีพอ จึงจะสามารถรณรงค์ให้ผู้อื่นรู้และเข้าใจได้ โอกาสที่ผู้ฟังจะรู้เรื่องและการรณรงค์จะประสบผลสำเร็จก็มีมาก

2. ความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสาร (Knowledge of the Communication Process) นอกจากมีความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสารแล้ว ผู้ส่งสารยังต้องรู้เรื่องกระบวนการสื่อสารด้วย เพราะในกระบวนการสื่อสารนั้นมีองค์ประกอบหลายองค์ประกอบที่สัมพันธ์กันและมีความสำคัญต่อผลการสื่อสารทั้งสิ้น เช่น ผู้สื่อสารบางคนไม่รู้ว่าตนถนัดพูดหรือถนัดเขียนไม่รู้ว่าจะพูดกับชาวบ้านโดยตรงหรือต้องผ่านผู้นำชุมชน ไม่รู้ว่าควรจะใช้วิธีการสื่อสารด้วยการพูด สาธิต หรือการเขียนชี้แจง หรือควรจะใช้สื่อประเภทไหนทำการสื่อสาร

ในด้านของผู้รับสารนั้น ผู้รับสารที่ไม่มีความรู้ย่อมไม่สามารถอ่านและฟังได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิผล ความรู้ของผู้รับสาร แบ่งเป็น 2 ประเภทเช่นกัน คือ

1. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของสาร(Knowledge of the Content of the Message) ผู้รับสารจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาของสารที่ตนรับจึงจะเข้าใจเรื่องราวของสารได้ เช่น ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตดีพอ ซึ่งผู้รับสาร จะต้องทราบก่อนว่าการพัฒนาคุณภาพชีวิตนั้นเป็นอย่างไร จึงจะสามารถลงมือปฏิบัติได้

2.ความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสาร(Knowledge of theCommunication Process) การรู้เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารจะทำให้ผู้รับสาร เข้าใจสารได้อย่างถูกต้อง ไม่เข้าใจวัตถุประสงค์ของ ผู้ส่งสารผิด ตลอดทั้งจะสามารถรับสาร และตีความสารได้อย่างถูกต้อง

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Concept of Attitude)

ความหมายของทัศนคติ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายของคำว่า "ทัศนคติ" ว่าหมายถึงแนวคิดซึ่งมาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า " Aputus"ที่แปลว่า โน้มเอียงเหมาะสม

กอร์ดอน ดับเบิ้ลยู. อัลพอร์ต (Gordon W. Allport, 1967 : 3) กล่าวถึง"ทัศนคติ" ว่าหมายถึง สภาพความพร้อมทางจิตและประสาทที่ก่อตัวมาจากประสบการณ์ ซึ่งอาจแสดงผลออกมาโดยตรงหรือมีอิทธิพลต่อการตอบสนองของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆหรือ สถานการณ์ต่างๆที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน

ส่วนร็อคอีช (Rokeach อ้างใน Wilbur Schramm,1973 : 215) กล่าวว่า"ทัศนคติ" หมายถึง การผสมผสานความเชื่อภายในบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเหตุการณ์ใด เหตุการณ์หนึ่งจนทำให้บุคคลนั้นโน้มเอียงที่จะตอบสนองต่อสิ่งที่ตนชอบ

นอร์แมน แอล. มัน (Norman L. Mun, 1971 : 77) กล่าวว่า "ทัศนคติ" หมายถึง ความรู้สึกและความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบันและข้อเสนอใดๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วย พฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

ฟิชบายน์ (Fishbein, 1967: 257) ได้ให้คำจำกัดความของ "ทัศนคติ" ว่าเป็นความโน้มเอียงซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ที่จะแสดงตอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางสนับสนุนหรือไม่สนับสนุน ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นก่อนพฤติกรรมและเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของบุคคล

เทอร์สโตน (Thurston อ้างใน Charlles A. Kiesler,Barry E. Collins and Norman Miller , 1969 : 2) กล่าวถึง "ทัศนคติ" ว่า เป็นความรู้สึกทางใจอย่างแรงกล้าในด้านบวกหรือลบหรือต่อต้าน สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่ภายในจิตใจ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของสัญลักษณ์ต่อบุคคลคำพูดหรือ แนวคิด

พรรณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์ (พรรณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์ ,2531 : 18) กล่าวว่า "ทัศนคติ" คือ การที่บุคคลให้ความหมายกับวัตถุ คน สัตว์ ความคิดรวบยอดต่างๆ สภาพการณ์ต่างกันเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ หรือเกิดจากประสบการณ์ของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการคิด การกระทำของสมาชิกจำนวนมากของสังคม

เอช. ไชลด์ (H.Child อ้างในอรวรรณ ปิลันธโอวาท, 2537 : 21) กล่าวว่า "ทัศนคติ" หมายถึง แนวโน้มของคนๆหนึ่งที่มีต่อสิ่งเร้าหรือเรื่องบางเรื่อง รวมถึงผลรวมของความรู้สึก อคติ

ความกลัว ความคิดและความรู้สึกอื่นๆที่มีต่อเรื่องต่างๆและมีความสัมพันธ์กับความเชื่อ(Belief) ในเรื่องต่างๆหรือโลกทรรศน์ที่ปลูกฝังอยู่ก่อนแล้ว(Predisposition) โดยทัศนคตินั้นเป็นเพียงสภาพการรู้และจิตสำนึก ไม่สามารถสังเกตเห็น ได้ยิน ได้กลิ่นหรือสัมผัสได้

การ์เดอร์ ลินเซ และ เอลเลียท อาร์สัน (Garder Lindzey and Elliot Arson,1969) เชื่อว่าทัศนคติเป็นพลังสำคัญที่ทำให้คนเราแสดงพฤติกรรมออกมา

ทัศนคติเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นพรมแดนเชื่อมโยงระหว่างความรู้กับพฤติกรรมเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆซึ่งถือว่าเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะส่งผลถึงพฤติกรรมต่อไป (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร,2533:122)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ สรุปได้ว่าความหมายของทัศนคติ สำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นเรื่องของจิตใจความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด ท่าที และความโน้มเอียงที่เกิดขึ้นจากการได้รับข้อมูลข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ซึ่งความรู้สึกนี้เป็นได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบโดยทัศนคติจะเป็นพลังให้บุคคลเกิดความคิด ที่ส่งผลต่ออารมณ์และความรู้สึกจนแสดงเป็นพฤติกรรมออกมา

องค์ประกอบของทัศนคติ

แคทซ์และสท็อตแลนด์ (Katz and Stotland,1955) ได้แยกองค์ประกอบของ ทัศนคติไว้ดังนี้คือ

1. องค์ประกอบด้านความคิดหรือความรู้ ความเข้าใจ เรียกว่า “Cognitive Component” ได้แก่ความคิด ซึ่งเป็นส่วนประกอบของมนุษย์ในการคิด โดยความคิดนี้จะอยู่ในรูปใดรูปหนึ่งแตกต่างกันออกไป

2. องค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก เรียกว่า “ Affective Component” ซึ่งเป็นตัวเร้าความคิดอีกทอดหนึ่ง ถ้าหากบุคคลมีภาวะความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี ก็จะแสดงสิ่งที่กำลังคิดในขณะนั้นออกมาในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกในด้านบวก เรียกว่า “ Positive Affective Component” ก็จะมีความรู้สึกในด้านบวกเป็นไปในทางที่ดี ขณะที่บุคคลซึ่งมี ความรู้สึกในด้านลบซึ่งเรียกว่า “ Negative Affective Component” ก็จะมีความรู้สึกในเชิงลบ เป็นไปในทางที่ไม่ดี

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

การเกิดทัศนคติ (Attitude Formation)

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude)ต่างๆที่มีอยู่มากมาย อย่างไรก็ตามแหล่งที่ทำให้เกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ(ประภาเพ็ญ สุวรรณ,2520 : 64-65)

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience)ซึ่งบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น(Communication from Others) การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆจากผู้อื่น เช่น เด็กที่เคยได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่ว่า ทำอย่างนี้ดี ทำอย่างนั้นไม่ดี จะมีทัศนคติต่อการกระทำต่างๆตามที่เคยได้รับการสั่งสอนมา

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้เช่น เด็กที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่เมื่อเห็นพ่อแม่แสดงท่าทีไม่ชอบสิ่งใด เด็กก็จะเลียนแบบไม่ชอบสิ่งนั้นด้วย

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institution Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่างๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้เกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

นิวซอม และซีกฟรีด (D. Newsom and T. Siegfried, 1981 : 13-15) สรุปว่าปัจจัยพื้นฐานที่นำไปสู่การเกิดทัศนคติ คือ

1. ปัจจัยทางประวัติศาสตร์ (Historical Factors) หมายถึงลักษณะทางชีวประวัติของแต่ละบุคคล สถานที่เกิด ที่อยู่อาศัย สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่ผ่านมาของบุคคลปทัสถาน (Norm) ทางสังคมที่บุคคลเคยสังกัด บุคลิกภาพ เงื่อนไขทางการเมืองและสังคม สิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องกำหนดลักษณะของบุคคลแต่ละคนซึ่งเป็นปัจจัยนำไปสู่การเกิดทัศนคติของบุคคลนั้นๆ

2. สิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social Environment) โดยทั่วไปสิ่งแวดล้อมทางสังคมหมายถึงปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ที่มีต่อกันและกัน เช่น การติดต่อสื่อสาร การโน้มน้าวใจ กลุ่มและปทัสถานของกลุ่ม สภาพการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในตัวบุคคล ประสบการณ์ รวมทั้งปัจจัยทางประวัติศาสตร์ องค์ประกอบเหล่านี้ ล้วนมีบทบาทในการสร้างทัศนคติของแต่ละบุคคล

3. กระบวนการหล่อหลอมพัฒนาบุคลิกภาพและโลกทรรศน์ที่สั่งสมไว้(Personality Process and Predisposition) เป็นกระบวนการขั้นพื้นฐานในการสร้างทัศนคติของแต่ละบุคคล สิ่งเหล่านี้ได้แก่ ความคิด ความเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่างๆในสังคม การปกป้องตนเอง ลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล ความเชื่อ ความรู้ อารมณ์ และพฤติกรรม ทำให้ ทัศนคติของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ทัศนคติที่มีต่อเรื่องต่างๆยังเกิดจากการมองแบบอย่างทางสังคม (Stereotype)

นวม สงวนทรัพย์(2535)อธิบายว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดพัฒนาการของทัศนคติมีอยู่ 4 ประการคือ

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Culture Determinants) วัฒนธรรมของสังคมมีอิทธิพลมหาศาลต่อพฤติกรรม ทัศนคติ ความคิดของมนุษย์ กล่าวคือ ทัศนคติ และพฤติกรรม ของมนุษย์ถูกควบคุมโดยสังคมที่เขาเจริญเติบโตมา

2. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Determinants) กล่าวคือ ความต้องการ ผลประโยชน์ สติปัญญา ความเครียด ฯลฯ ทางจิตที่แตกต่างกัน ทำให้คนเรามีทัศนคติที่แตกต่างกันได้แม้ว่าจะเจริญเติบโตมาในบรรยากาศแห่งวัฒนธรรมเดียวกัน

3. ปัจจัยทางการหน้าที่ (Functional Determinants) หมายความว่า บุคลิกภาพของบุคคลมีผลกระทบต่อบทบาทแห่งการพัฒนาทัศนคตินั้นๆ

4. ข้อเท็จจริง (Facts) ข้อเท็จจริงเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างทัศนคติเมื่อความรู้ในข้อเท็จจริงได้เปลี่ยนแปลงไป ทัศนคติของบุคคลก็พลอยเปลี่ยนแปลงไปด้วย

ส่วนปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้นประกอบด้วย (เรื่องเดียวกัน)

1. การติดต่อสื่อสาร วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสารและหนังสือ เป็นสื่อสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

2. การติดต่ออย่างใกล้ชิด ความใกล้ชิดทำให้คนได้เรียนรู้สภาพที่แท้จริงของแต่ละฝ่ายความเข้าใจผิดจะหายไป

3. อิทธิพลส่วนบุคคลนี้เกิดจากอัตลักษณ์ บุคลิกภาพและคุณสมบัติทางจิตใจที่แสดงออกมาทางกายกรรมและวจีกรรม บุคคลผู้เพียบพร้อมด้วยคุณสมบัติที่ดีดังกล่าวนี้ย่อมมีอิทธิพลเหนือทัศนคติของคนอื่นได้ง่าย

4. การตัดสินใจของกลุ่ม ถ้าหากว่ากลุ่มชนได้ตัดสินใจไปในเรื่องใดทัศนคติของคนในกลุ่มย่อมคล้อยไปตามนั้น

ร็อคอีช (Rokeach อ้างใน อรวรรณ ปิลันธโอวาท, 2537 : 21) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบที่มีอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งอาจเป็นทั้งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างความเชื่อห รือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาในเรื่องความเชื่อบางประการ ซึ่งจะกลายเป็นทัศนคติต่อไป

แม็คไกวร์ (Mcguire, 1968 : 175-176) สรุปไว้ว่า สถานการณ์ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติประกอบด้วย

1. สถานการณ์การแนะนำ (Suggestion Situations) ปัจจัยพื้นฐานของสถานการณ์การแนะนำนี้คือ การแข่งกันนำเสนอในเรื่องเกี่ยวกับทัศนคติหรือพฤติกรรม ต่อบุคคลซ้ำๆกันจนกว่าบุคคลนั้นจะยอมรับคำแนะนำ โดยทั่วไปการแนะนำไม่จำเป็นต้องมีเหตุผลรองรับว่า ทำไมบุคคลถึงต้องยอมรับคำแนะนำและการแนะนำอาจเกิดจากการทำงานของบุคคลหรือมาจากกลุ่มเพื่อนฝูง หัวหน้างาน หรือเกิดจากการแนะนำภายในตัวบุคคลเอง

2. สถานการณ์ ความสอดคล้องลงรอยกัน (Conformity Situations) เป็นผลมาจากอิทธิพลทางสังคม โดยบุคคล พบว่าความเชื่อของตนนั้นแตกต่างไปจากความเชื่อตามปทัสถานของ กลุ่ม หรือผู้มีอำนาจ จึงพยายามเปลี่ยนความเชื่อของตนให้สอดคล้องกับ ปทัสถาน ความเชื่อของ กลุ่ม หรือผู้มีอำนาจ ซึ่งบางครั้งบุคคลกระทำไปโดยไม่ได้มีแรงกดดันใดๆ

3. สถานการณ์ การพูดคุยภายในกลุ่ม (Group Discussion Situations) คือการที่สมาชิกภายในกลุ่มเสนอ ความเห็นที่ขัดแย้งกับความเห็นของบุคคลภายในกลุ่ม ซึ่งเป็นความเห็นที่กลุ่มให้การยอมรับแล้ว แต่เมื่อมีการเสนอข้อโต้แย้งขึ้นมา กลุ่ม จึงได้เพิ่มข้อโต้แย้งนั้นลงไปในวัตถุประสงค์เป้าหมายด้วย

4. สารโน้มน้าวใจ (Persuasive Messages) คือการที่บุคคลได้รับสารที่มีการชี้แจงข้อโต้แย้งของบุคคลและชี้ให้เห็นว่าทำไมบุคคลจึงต้องยอมคล้อยตาม

5. การปลูกฝังความคิดใหม่ (Intensive Indoctrination) การปลูกฝังความคิดใหม่นี้เปรียบเสมือนการล้างสมอง ลบความคิดเก่าออกไป และนำความคิดใหม่เข้าไปแทนที่ โดยผู้ทำการปลูกฝังได้ปฏิบัติตามขั้นตอนที่ 1-4 มาก่อนแล้ว

จุมพล รอดคำดี (จุมพล รอดคำดี,2532 : 117) กล่าวไว้ว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้นมีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจจะมาจากสื่อมวลชนหรือบุคคลกลุ่มอื่น

2. การเปลี่ยนแปลงความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจหรือสิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ

3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคม (Norm) ซึ่งมีผลต่อบุคคลทำให้ต้องปรับพฤติกรรม เดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง ถ้าความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมถูกกระทบไม่ว่าระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้ องค์ประกอบต่างๆในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจนช่องทางในการสื่อสารล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลง ทัศนคติได้ทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตาม คิมบอลล์ ยัง, เชอร์ริฟ และแคนทริลล์ (Kimball Young, Sheriff and Cantrill อ้างใน นวม สงวนทรัพย์,2535 : 77) ได้อธิบายเอกลักษณ์ของทัศนคติไว้ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นการเรียนรู้ของมนุษย์
2. ทัศนคติคงอยู่นานบ้าง ช้าบ้างแล้วแต่กรณี
3. ทัศนคติถูกสร้างขึ้นจากผลของกระบวนการปรับปรุงตนเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของชีวิต

4. ทัศนคติมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับอารมณ์และความรู้สึก
5. ทัศนคติเป็นตัวชี้นำให้ปัจเจกชนประกอบพฤติกรรมแบบใดแบบหนึ่งในสถานการณ์ที่เขาเผชิญหน้าอยู่
6. ทัศนคติคือความพร้อมทางจิต
7. ทัศนคติสัมพันธ์กับความต้องการและปัญหาของปัจเจกชน
8. ทัศนคติเป็นสัมพันธภาพทางวัตถุ-จิตวิสัย

จากแนวคิดที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ทำให้เราทราบว่าทัศนคติเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้อย่างไร ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้นมีอะไรบ้างและที่สำคัญ คือ ทำให้ทราบว่าทัศนคติสามารถส่งผลให้เกิดพฤติกรรมได้ สำหรับในงานวิจัยครั้งนี้ การศึกษาเรื่องทัศนคติจะทำให้ทราบว่ากลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปใช้พัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างไร ทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายมีผลต่อการเกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมหรือไม่ อย่างไร

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

องค์การสหประชาชาติ ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาไว้ว่า คือ การเข้าร่วมกิจกรรมอย่างกระตือรือร้นและมีพลังของประชาชนในระดับต่างๆ คือ (United Nation อ้างในอัจฉรามณี สามีภักดิ์,2539 : 29)

1.ในกระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมายของสังคมและการจัดสรรทรัพยากรต่างๆ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

2.ในการเข้าร่วมปฏิบัติตามแผนการหรือโครงการในรูปแบบต่างๆด้วยความสมัครใจ

เชอร์ลี่ย์ เอ. ไวท์ (Shirley A . White,1994 : 16) กล่าวไว้ว่า ความหมายของคำว่า “การมีส่วนร่วม” นั้น มีหลากหลายความหมายและแตกต่างกันมากมาย ซึ่งขึ้นอยู่กับบริบท (Context) ของแต่ละประเทศที่มีลักษณะแตกต่างกันไป เช่น การมีส่วนร่วมในระดับท้องถิ่น (Local Participations) จะแตกต่างไปจากการมีส่วนร่วมที่ไม่ใช่ระดับท้องถิ่น (Nonlocal Participations) ดังเช่นที่ประชุมของ The Ad Hoc Group of Experts ว่าด้วยเรื่อง “Popular Participation as a Strategy for Promotion Community – Level Action and National Development” ได้กล่าวไว้ว่า “การมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น ไม่สามารถให้คำจำกัดความที่ตายตัวได้ และมีการให้ความหมายต่างๆกันไปในแต่ละประเทศหรือแม้กระทั่งภายในประเทศเดียวกัน ในการที่จะเข้าใจความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องดูบริบท (Context) ของแต่ละประเทศและสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ของประเทศนั้นๆ” แม้กระนั้นที่ประชุมได้เสนอความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้กว้างๆ คือ “การมีส่วนร่วมของประชาชน จะทำให้สมาชิกของชุม

ชนหรือสังคมได้มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมและมีอิทธิพลในกระบวนการพัฒนาและในการแบ่งสรรผลของพัฒนาอย่างเป็นธรรม ซึ่งหมายถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างเท่าเทียมกันในประเด็นของ

1. การสนับสนุนกระบวนการพัฒนา
2. การแบ่งสรรผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเป็นธรรม
3. การตัดสินใจในรูปของการกำหนดเป้าหมาย การวางนโยบาย การวางแผนและการปฏิบัติตามแผนทั้งในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม"

จากที่กล่าวมานี้จะเห็นได้ว่าการมีส่วนร่วมประกอบไปด้วยปัจจัยสำคัญ 3 ประการคือ

1. **ความเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์** ซึ่งเป็นความเกี่ยวข้องทั้งด้านร่างกายและจิตใจของบุคคลหนึ่ง มิใช่เฉพาะด้านกำลังกาย การกระทำ หรือทักษะเพียงอย่างเดียว

2. **การกระทำการให้** เมื่อผู้ที่มีส่วนร่วมมีความเกี่ยวข้องทั้งด้านจิตใจและอารมณ์แล้ว ก็เปรียบเสมือนเป็นการเปิดโอกาสให้เขาได้แสดงความคิดริเริ่ม เพื่อที่จะกระทำการให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม (Group Goal) ดังนั้นการมีส่วนร่วมจึงเป็นมากกว่าการที่จะกระทำตามคำสั่งเพียงอย่างเดียว ซึ่งถือเป็นการกระทำโดยปราศจากการยินยอมพร้อมใจและการสร้างสรรค์ความคิดใหม่ๆ การมีส่วนร่วมจึงเป็นความสัมพันธ์ ทางอารมณ์ และจิตใจแบบ "ยุคลวิถี" คือ มีการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนสารสองทางระหว่างกลุ่มกับบุคคล

3. **การมีส่วนร่วมรับผิดชอบ** เมื่อมีความเกี่ยวข้องทางด้านอารมณ์จิตใจและการกระทำการให้ในสถานการณ์ใดๆของกลุ่มแล้ว ผู้มีส่วนร่วมจะเกิดความรู้สึกรับผิดชอบร่วมกันกับกลุ่มด้วยเพราะการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการรูปแบบหนึ่งของสังคมในการที่บุคคลได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มและต้องการที่จะเห็นผลสำเร็จของการกระทำนั้นๆด้วย

นอกจากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น การมีส่วนร่วมยังเกิดจากแนวคิดอื่นๆได้อีก เช่น

1. **ความศรัทธา** ความเชื่อถือที่มีต่อบุคคลสำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งมีส่วนทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆได้เช่น การปลูกต้นไม้ในวัดร่วมเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในวโรกาสเฉลิมฉลองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี

2. **ความเกรงใจ**ที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือและมีเกียรติยศ ตำแหน่งหรือความแตกต่างของสถานะทางสังคมซึ่งทำให้ประชาชนเกิดความเกรงใจและยอมเข้าไปมีส่วนร่วมในการกระทำใดๆที่อาจจะยังไม่มีความศรัทธาหรือเต็มใจที่จะกระทำ

3. **อำนาจบังคับ** ซึ่งเกิดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่า บีบบังคับให้มีส่วนร่วมในการกระทำต่างๆ เช่น หน่วยงานจัดอบรมพัฒนาจิตและใช้วิธีการเกณฑ์เชิงบังคับให้ ข้าราชการเข้าไปรับการฝึกอบรม

เดชเลอร์และซ็อค (Deshler and Sock อ้างใน Shirley A. White with K. Sadanandan Nair and Joseph Asceroft,1994 : 17) สรุปไว้ว่า การมีส่วนร่วมนั้นแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับ คือ

1.**การมีส่วนร่วมจอมปลอม** (Pseudo Participation) ซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมในลักษณะที่ประชาชนต้องปฏิบัติตามแนวทางที่นักวางแผน นักบริหาร และผู้มีอิทธิพล หรือผู้มีอำนาจในชุมชนได้ควบคุมกำหนดโครงการ ตลอดทั้งทำการตัดสินใจแทนประชาชนไปแล้ว โดยการมีส่วนร่วมในระดับนี้สามารถแยกย่อยได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 **ลักษณะภายในท้องถิ่น** (Domestication) เป็นเรื่องเกี่ยวกับการแจ้งข่าวสาร การให้ความปกป้องคุ้มกัน และการปรับเปลี่ยนที่กระทำโดยบุคคลผู้มีอำนาจ ไม่ใช่ประชาชนโดยตรง

1.2 **ลักษณะการอนุเคราะห์**(Assistencialism) เป็นการทำให้เกิดความพึงพอใจและการให้คำปรึกษา

2. **การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง** (Genuine Participation) คือการที่ผู้มีอิทธิพลหรือผู้มีอำนาจ ตลอดทั้งนักวางแผน นักบริหารร่วมมือทำงานกับประชาชน ในการกระทำใดๆทุกกระบวนการของการทำงานตลอดไป จนถึงกระบวนการตัดสินใจแทนประชาชน ประชาชนได้รับการสนับสนุน ส่งเสริมให้เข้าไปดูแลควบคุมการปฏิบัติงานด้วยตนเอง การมีส่วนร่วมในระดับนี้สามารถแยกย่อยได้เป็น 2 ลักษณะเช่นกัน คือ

1.1 **ความร่วมมือ** (Co-operation) คือการที่ประชาชนและผู้มีอำนาจได้เป็นคณะผู้แทนและเป็นหุ้นส่วนร่วมกันในการใช้อำนาจ

1.2 **การควบคุมของประชาชน** (Citizen Control) คือการมอบอำนาจให้ประชาชนเป็นผู้ดำเนินการในกิจกรรมต่างๆ ตลอดทุกขั้นตอนของการทำงาน

อุปสรรคของการมีส่วนร่วมนั้นมีมากมาย เช่น ปัญหาความไม่รู้อันเกิดจากการไร้การศึกษา ความแตกต่างในระดับการศึกษา ศักยภาพในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคล สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งถูกครอบงำด้วยคนส่วนน้อยในสังคม ขาดกลไกที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมระบบเศรษฐกิจและสังคม เช่น กฎหมาย บทบัญญัติ หรือข้อปฏิบัติต่างๆ นอกจากนี้ การแบ่งแยกและความแตกต่างในสังคม เช่น เพศ ศาสนา อายุ อาจมีผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมด้วย

2.8แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ(Usesand Gratifications Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสาร(สุรพงษ์ โสธนะเสถียร,2533:114) ซึ่งเน้นผู้รับสารเป็นจุดเริ่มต้นในการศึกษา โดยศึกษาผู้รับสารมีกระบวนการอย่างไรในการเลือกรับ

สื่อหนึ่ง ๆ กระบวนการดังกล่าวหมายถึง พฤติกรรมการสื่อสารที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสาร โดยเฉพาะประสบการณ์โดยตรงของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ ด้วยเหตุนี้จึงพบว่าการใช้และความพึงพอใจในการสื่อสารประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ

1. ผู้รับสาร ในฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาทรุกและมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร

2. การใช้หรือการเปิดรับสื่อหนึ่ง ๆ ที่ได้เลือกสรรแล้วเพื่อสนองความต้องการของตน มิใช่เป็นการเปิดรับที่เลื่อนลอยหรือเป็นผลจากการชักจูงจากผู้ส่งสารแต่เพียงอย่างเดียว

3.ความพึงพอใจในสื่อ เกิดขึ้นเพื่อการเปิดรับสื่อหรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ในทางตรงข้ามต่างหากที่จำเป็นต้องแข่งขันกันเพื่อการบริการให้ประชาชนผู้รับสารพึงพอใจ มิใช่เกิดจากผู้ส่งสารพอใจ

แคทซ์ (Katz) บลูมเลอร์ (Blumler)และเกอร์วิทซ์ (Gurvitch) (พีระ จิระโสภณ ,2535:634–635) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารของ ผู้รับสารดังนี้

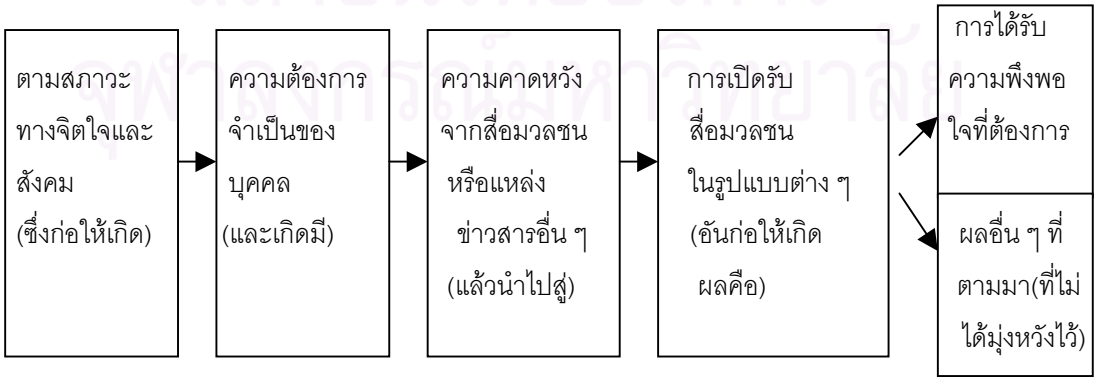
แนวทางในการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ

1. สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด
2. ความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อมวลขนในรูปแบบต่าง ๆ อันก่อให้เกิดผลคือ
5. การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการและ
6. ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

องค์ประกอบต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพอใจจากสื่อมวลชนตามที่กล่าวมา แสดงให้เห็นในรูปแบบจำลองได้ดังนี้

ภาพประกอบที่ 3

แสดงแบบจำลองการสื่อสารของ Katz และคณะ



แบบจำลองการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจนี้ ได้อธิบายถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชนและใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเองบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจและมีความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน

ผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆและเลือกรับเนื้อหาของข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งตั้งอยู่บนสมมุติฐานเบื้องต้น ดังนี้ (Mary B.Cassata and Molefi K.Asnte,1979 :88-89)

1.ผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจ

2.ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกสื่อจากสื่อทั้งหมดที่มีอยู่

3.ผู้รับสารจะตระหนักว่าสื่อนั้นจะสนองความต้องการ ความสนใจ และมีความเกี่ยวข้องมากเพียงพอ

4. ผู้รับสารจะใช้สื่อใด ๆ โดยไม่รวมถึงการตัดสินจากพฤติกรรมการบริโภคสื่อตามความเคยชินเดิม

สำหรับคำว่า **ความพึงพอใจ(Gratifications)** นั้น แม็คคอมส์ (McCombs) และเบคเกอร์ (Becker) (Maxwell E.McCombs and Lee B.Becker,1979 :50-52) พยายามอธิบายไว้ว่า คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไป และเหตุผลนั้นทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผลนี้หมายถึงอะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้น ๆ สามารถตอบสนอง และสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล

โรเสนเกรน (Rosengren) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของคำว่าประโยชน์กับ ความพึงพอใจ (Karl Erick Rosengren,1974:269-285)นั้น ในแง่ที่ว่า ประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจได้ และความพึงพอใจก็อาจได้รับจากการได้ประโยชน์ก็เป็นได้

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (New Gratifications) ซึ่งงานวิจัยของ(Wenner) (Lawrence A. Wenner,1985:171-193) ได้รวบรวมงานวิจัยของผู้ที่ทำไว้มากมายแล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร(Media News Gratifications Map) โดย เวนเนอร์ (Wenner) ได้สรุปแบ่งความพึงพอใจออกเป็นกลุ่ม คือ

1. Orientational Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่ออ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดต่อข่าวสาร(Surveillance) การได้มาซึ่งข่าวสารข้อ

มูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ(Decisional Utility) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง(Vote Guidance)

2. Social Gratifications เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นเพื่อการชักจูงใจ เป็นต้น

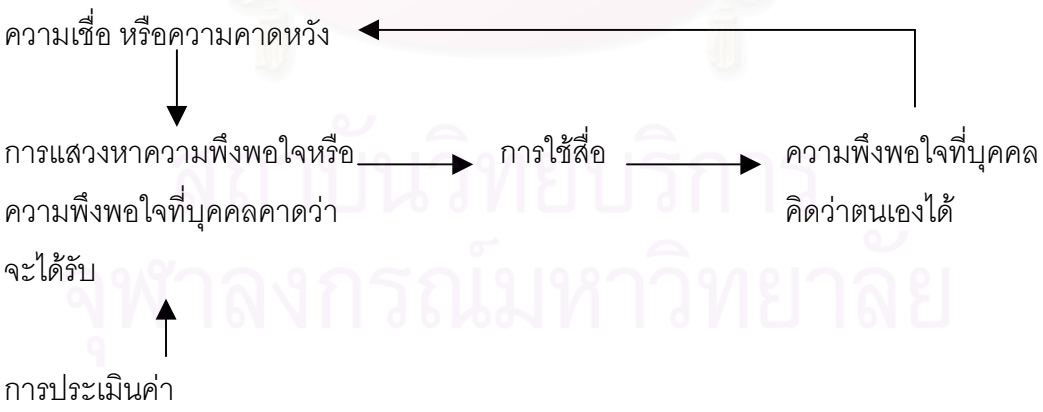
3. Para-social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคลหรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือ หรือความชื่นชมผู้อ่านข่าวเป็นแบบอย่างในพฤติกรรม เป็นต้น

4. Para-orientational Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลินเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกหนีจากสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาอย่างอื่น

พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสื่อ(Palmgreen Wenner and Rosengren,1985:15) ก็คือความเชื่อของบุคคลที่ว่าสื่อนั้นมีศักยภาพที่จะให้ความพึงพอใจแก่ตนและเป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลเปิดรับสื่อนั้นส่วนการประเมินค่า (Evaluation) ได้แก่การประเมินผลจากหน้าที่หรือคุณสมบัติของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งในทางบวกหรือลบ (Palmgreen and Rayburn “Expectancy Value”, p.62) ทั้งความคาดหวังและการประเมินค่าจะนำไปสู่การแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อดังในแผนภาพต่อไปนี้

ภาพประกอบที่ 4

แสดงแบบจำลองกระบวนการของความพึงพอใจจากสื่อ



จากแผนภาพจะเห็นได้ว่าการแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อเกิดจากความคาดหวังและการประเมินค่าของบุคคล การแสวงหาความพึงพอใจจะนำไปสู่การเปิดรับสื่อ ทำให้เกิดความพึงพอใจที่บุคคลได้รับหรือเชื่อว่าได้รับ ซึ่งจะส่งผลย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อหรือความคาดหวังที่มีอยู่แต่เดิมของบุคคลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสื่อหรือเนื้อหาของสื่อที่เกี่ยวข้อง

กับความพึงพอใจ ไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อ หรือความคาดหวังที่มีอยู่แต่เดิมของบุคคลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสื่อ หรือเนื้อหาของสื่อที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ (Gratificaiton Related Attributes) แต่จะไม่มีผลต่อการประเมินค่าเนื่องจากประเมินค่าเป็นตัวแปรคงที่ซึ่งเป็นผลของความต้องการและค่านิยมของแต่ละบุคคล

นอกจากนี้ บลูมเลอร์และบราวน์ (Blumler and Brown , 1972) ได้ทำการศึกษากลุ่มผู้ดูโทรทัศน์ พบว่า ผู้ดูได้รับความพึงพอใจจากการดูโทรทัศน์ 4 ประการ คือ

1. การเบนความสนใจออกไปจากสภาพการณ์ในชีวิตจริง (Diversion) ผู้รับสารจะสามารถหลีกหนีจากปัญหาในชีวิตหรือความจำเจในงานประจำวันไปสู่โลกแห่งจินตนาการในโทรทัศน์หรือภาพยนตร์เท่ากับเป็นการหายไปจากปัญหาชั่วคราวและเป็นการผ่อนคลายความตึงเครียด

2. การตอบสนองความต้องการเพื่อน หรือการมีความสัมพันธ์กับสมาชิกคนอื่นๆของสังคม (Personal Relationship) “ความเป็นเพื่อน” เป็นการใช้สื่อเพื่อชดเชย เป็นรูปแบบที่เห็นได้ชัดมาก เช่น แม่บ้านเปิดวิทยุทิ้งไว้เป็นเพื่อนยามที่ต้องอยู่บ้านคนเดียว ผู้รับสารบางคนพบว่าเป็นการยากที่จะมีความสัมพันธ์ทางสังคมอย่างแท้จริงกับคนอื่น จึงหันไปใช้สื่อเป็นเพื่อน นอกจากนี้สื่อยังตอบสนองต่อการใช้ประโยชน์ทางสังคมอีก เช่น การดูโทรทัศน์ช่วยสร้างประเด็นการสนทนา การถ่ายทอดประสบการณ์ หรือการถกเถียงเกี่ยวกับเรื่องราวในชีวิตประจำวัน ซึ่งทำให้การมีความสัมพันธ์กับสมาชิกคนอื่นๆในสังคมเป็นไปได้ง่ายขึ้น

3. การตอบสนองความต้องการด้านการแสวงหาเอกลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) ผู้ชมรายการโทรทัศน์มักจะใช้สารที่ได้จากรายการมาเปรียบเทียบโดยตรงกับชีวิตของ ตนเองหรือคนที่รู้จัก การสำรวจความเป็นจริงเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้เนื้อหาของรายการเพื่อช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจชีวิต การสนับสนุนค่านิยม คือ การอธิบายตัวเอง (Self- Explanatory)อย่างหนึ่ง นั่นคือผู้รับสารได้พยายามแสวงหาคุณค่าหรือมาตรฐานทางศีลธรรม สังคม และการเมืองที่จะมาสนับสนุนค่านิยมที่ตนมีอยู่

4. การใช้ประโยชน์ด้านการติดตามเหตุการณ์ (Surveilance) ให้รู้ทันสิ่งที่กำลังเกิดขึ้น นอกจากนั้น บุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิด (Opinion Leaders) ใช้สื่อเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารในอันที่จะดำรงไว้ซึ่งบทบาททางสังคมของตนเอง

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้นมีพื้นฐานมาจากความต้องการ มีจิตสำนึกเพื่อที่จะได้รับสิ่งที่ตนปรารถนา นั่นคือกุญแจที่สำคัญเพื่อให้บรรลุผลที่ตั้งไว้

แม้ในทางพระพุทธศาสนา ก็ถือว่า การได้ทำบุญ สำคัญคือการได้ทำความดีอันยิ่งใหญ่สามารถสนับสนุนให้ได้บรรลุผลสมปรารถนา เป็นหลักการสำคัญอย่างหนึ่ง เช่นการตั้งความปรารถนาในการให้ทาน (ยุพา อร่ามกุล,2541:24) ผู้ที่ให้ทานอยู่เนือง ๆ แม้จะให้เพียงครั้งละเล็กละน้อยก็ตาม ส่วนมากก็จะตั้งความปรารถนาหรือที่เรียกว่า อธิษฐานจิต ขอให้สมดังความต้องการ

แต่การตั้งความปรารถนานั้นแตกต่างกัน บางคนก็ขอให้ร่ำรวยเป็นเศรษฐีมีทรัพย์มาก มีสมบัติมาก มีคนยกย่องสรรเสริญ มีความสุขกายสุขใจ มีร่างกายที่แข็งแรง มีอายุยืนนาน บางคนก็ตั้งความปรารถนาขอให้ชาติหน้าได้ไปเกิดในสวรรค์ เป็นเทพบุตร เทพธิดา มีรูปกายเป็นทิพย์ มีสมบัติทิพย์ มีความสุขทิพย์ มีอายุทิพย์ บางคนก็ตั้งความปรารถนาไว้สูงสุด คือขอให้ผลของทานจงเป็นปัจจัยสนับสนุนส่งเสริมให้ได้บรรลุมรรคผลนิพพานโดยเร็ว เพราะมีความเบื่อหน่ายต่อการเวียนว่ายตายเกิดอยู่ในสังสารวัฏอีกต่อไป การให้ทานที่ตั้งความปรารถนาในสิ่งที่ไม่ผิดทำนองคลองธรรม ในที่สุดก็จะได้สมดังความปรารถนา เพราะคุณประโยชน์ขอการให้ทานนั้นมีอยู่จริง ดังตัวอย่างบรรดาพระอสีติมหาสาวกของพระพุทธเจ้าทุก ๆ องค์ที่ได้รับตำแหน่งเอตทัคคะทั้ง 5 รูป คือ พระพาหิยะ พระทัพพะ พระรัฐปาละ พระโสณโกฬิวิสะ และ พระมหากัปปินะ(บรรจบ บรรณรุจิ,2537:284) ก็ล้วนแล้วแต่มีการตั้งจิตปรารถนามาแต่อดีตชาติประกอบกับความสามารถในชาติปัจจุบันจึงทำให้สำเร็จและบรรลุผลสูงสุดตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ทั้งสิ้น

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

จากการวิจัยของ ศศิวิมล ปาลศรี (2538) เรื่องการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์การใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด ความรู้เกี่ยวกับการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด ทัศนคติต่อการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด และยังพบว่าเจ้าหน้าที่ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดแตกต่างกันและส่วนใหญ่ทราบข่าวการรณรงค์ดังกล่าวจากสื่อมวลชนในระดับต่ำแต่มีความรู้และพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดในระดับสูงโดยมีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด

สุภารักษ์ จูตระกูล (2537) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับ ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่(Recycle)ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าคุณลักษณะทางประชากรอันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ แตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ กับ ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่

ศรเทพ เริงยุทธนาชีวิน (2539) ศึกษาการสื่อสารเพื่อป้องกันยาเสพติดของกลุ่มผู้ใช้แรงงานโรงงานอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าอายุ การศึกษา รายได้มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารด้านป้องกันยาเสพติด ส่วนการศึกษา รายได้มีความสัมพันธ์กับความรู้ เกี่ยวกับ ด้านป้องกันยาเสพติด การศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้ยาเสพติดและการป้องกัน การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ และทัศนคติต่อใช้ยาเสพติดและการป้องกัน ความรู้ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อใช้ยาเสพติดและการป้องกัน

วริศรา วราลักษณ์ (2538) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ เรื่องสิ่งเสพติดและการป้องกันสิ่งเสพติดจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น สังกัดกระทรวงศึกษาธิการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ เปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชนทุกประเภทบ่อยพอสมควรและมีความรู้ความเข้าใจพอสมควร สื่อบุคคลที่สนทนาเรื่องสิ่งเสพติดและการป้องกันมากที่สุดคือครู/อาจารย์ ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสิ่งเสพติดและการป้องกันแตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสิ่งเสพติดและการป้องกัน

พิมลพรรณ สุทธิวงศ์ (2537) ศึกษาการรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชนกับการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน จิตสำนึกและการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนในระดับปานกลางและรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชนในระดับสูง มีจิตสำนึกและมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดสูง และยังพบว่าพฤติกรรมการรับทราบข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน แต่กลับพบว่าพฤติกรรมการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับจิตสำนึกและการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัด ส่วนจิตสำนึกในการใช้น้ำอย่างประหยัดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัด

สุมาลี ตั้งจิตต์ศีล (2537) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าประชาชนเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์มากที่สุด ขณะที่สื่อบุคคลนั้นมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำจากสามี/ภรรยามากที่สุด แต่พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ทัศนคติ ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สามี/ภรรยามี

ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และทัศนคติก็มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ ส่วนลักษณะทางประชากร ระดับการศึกษาเป็นตัวแปรตัวเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม ขณะที่ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์ความรู้และทัศนคติ

พีระนันท์ บูรณะโสภณ (2538) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชนประเภทวิทยุ นิตยสาร และสื่อเฉพาะกิจประเภทการจัดนิทรรศการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชนสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ การมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความรู้ในเรื่องดังกล่าวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

บุษบา ภู่สกุล (2536) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนใน หมู่บ้านป่าไม้ อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในมู่บ้านป่าไม้ ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับสื่อไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ของประชาชนใน หมู่บ้านป่าไม้

พิศศิลป์ จิตนาวสาร (2535) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนของประชาชนใน เขตอำเภอท่าใหม่ จังหวัด จันทบุรี พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนของประชาชนใน เขตอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี ไม่มีความสัมพันธ์กับสภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน แต่ตัวแปรทัศนคติที่มีต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน

จุฑาภรณ์ เอื้อละพันธ์ (2534)ได้ทำการวิจัย เรื่องพฤติกรรมการรับข่าวสารการพัฒนาชุมชนของประชาชนในชุมชนเป้าหมายของกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนในเขตดุสิต, เขตสัมพันธ์วงศ์,เขตบางกอกน้อย,และเขตหนองจอก พบว่าคุณลักษณะทางประชากรได้แก่ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการข่าวสารการพัฒนาชุมชนในระดับสูง ผู้มีการศึกษาและรายได้สูง จะเป็นผู้ที่มีความถี่ในการรับข่าวสารในระดับสูง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความสามารถที่จะหาสื่อไว้ในครอบครองไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อวิทยุโทรทัศน์ ทั้งยังมีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับจากสื่ออีกด้วย เช่นเดียวกันกับปัจจัยทางด้านอาชีพที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับข่าวสารในระดับสูง พบว่ากลุ่มอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีการรับข่าวสารในอัตราสูง อาจอธิบายได้ว่ากลุ่มเหล่านี้ สามารถนำเนื้อหาสาระจากข่าวสารไปใช้ในการประกอบอาชีพ หรือการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน และเพื่อการพูดคุยสนทนา จากการศึกษาวิจัยหลายเรื่องพบว่าตัวแปรเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับข่าวสาร ในเรื่องนี้ผู้วิจัยมีความเห็นว่าในการสื่อสารกับชุมชนผู้ส่งสารควรได้มีการศึกษาเกี่ยวภูมิหลังทางประชากรของผู้รับสารเพื่อประโยชน์ในการวางแผนกำหนดเนื้อหาข่าวสารและเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

สมควร กวียะ(2523:81–86) ได้ศึกษานิสัยการรับข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทไทยทุกภาค พบว่า ชาวชนบทส่วนใหญ่มีลักษณะนิสัยในการรับฟังรายการต่าง ๆ จากสื่อประเภทวิทยุเป็นประจำ ทุกวัน และชาวบ้านในทุกระดับการศึกษาฝห้ความสนใจรับฟังรายการวิทยุทุกวันและอาชีพของชาวชนบทมิได้เป็นอุปสรรคต่อนิสัยการรับฟังรายการวิทยุในแต่ละวันรวมถึงความชอบไม่ชอบรายการวิทยุ กล่าวคือชาวชนบทในวัยต้นส่วนใหญ่ชอบรายการบันเทิง วัยชราชอบรายการข่าว ศาสนา และวัฒนธรรม ส่วนรายการที่เป็นสาระประโยชน์โดยตรง เช่น สาระเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย การศึกษากลับไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร ทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์พบว่าชาวชนบท ไม่ว่าจะเพศใด อายุใด และอาชีพใดไม่ค่อยอ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร ส่วนประเภทเนื้อหาที่ชอบทั้งเพศชายและหญิงชอบอ่านข่าวมากที่สุด รองลงมาเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการประกอบอาชีพเศรษฐกิจ สำหรับสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ไม่แพร่หลายในชนบทรายการที่ชอบดูคือรายการกีฬาบันเทิงและข่าว และชาวชนบทส่วนใหญ่มีนิสัยในการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อการบันเทิงมากกว่าอย่างอื่น

เรืองศิริ หิรัญชุณหะ (2533)ได้ทำการศึกษาชีวิตการสื่อสารของประชาชนในชุมชนโรงหมูแขวงกล้วยน้ำไท เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาดูว่าประชาชนในชุมชนแออัดมีกระบวนการถ่ายทอดหรือชีวิตการสื่อสารเช่นไรจึงมีวิถีชีวิตที่บุคคลภายนอกมองว่าเป็นปัญหาโดยมุ่งประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารในเรื่องครอบครัวเศรษฐกิจ การศึกษา การเมือง

การปกครอง ศาสนา และสันทนาการ ผลการศึกษาพบว่าประชาชนมีความถี่ในการรับส่งสารในเรื่องดังกล่าวในระดับต่ำมาก และส่วนใหญ่จะสื่อสารเรื่องเหล่านี้กับบุคคลในครอบครัวนอกจากเรื่องการเมืองการปกครองและสันทนาการเท่านั้นที่ประชาชนส่วนใหญ่รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์

วิชัย โวหารดี (2534) ศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารทางการเมืองในระหว่างการหาเสียงเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร อ.เมือง จ.ยโสธร พ.ศ.2530 พบว่าประชาชนรับข่าวสารทางการเมืองผ่านช่องทางสื่อสารมวลชนประเภทวิทยุมากกว่าประเภทอื่น ๆ เพราะเป็นสื่อที่ประชาชนมีไว้เป็นเจ้าของมากกว่าสื่อประเภทอื่น สำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคลพบว่าเพื่อเป็นช่องทางที่สำคัญของข่าวสารทางการเมืองและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง และประชาชนเปิดรับข่าวสารทางการเมืองเพื่อนำไปใช้ตอบสนองความต้องการทางความรู้มากกว่าทางอารมณ์ เนื่องจากเป็นข่าวสารที่มุ่งกระตุ้นให้เกิดความรู้ทางการเมืองและปัญหาของสังคม และเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตส่วนรวม นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยทางประชากรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การรับข่าวสารทางการเมือง โดยกลุ่มที่มีการศึกษาสูง อาชีพรับราชการ กำนัน ผู้ใหญ่และครู และกลุ่มที่มีรายได้สูงเป็นกลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองและมีส่วนร่วมทางการเมืองสูง ส่วนปัจจัยทางด้านอายุนั้น พบว่าวัยกลางคนเปิดรับข่าวสารทางการเมืองมากกว่าวัยอื่น

อังคณา มั่งมีทรัพย์ (2534) ศึกษาประสิทธิผลของการเผยแพร่ข่าวสารการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขที่มีต่อความรู้ ความตระหนักของประชาชนเกี่ยวกับความปลอดภัยในการบริโภคอาหารโดยศึกษา เฉพาะกรณีประชาชนในเขตจังหวัดนครปฐม พบว่า ประชาชนที่มีความแตกต่างกันทางด้านคุณลักษณะทางประชากร อันได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้จะมีความแตกต่างกันในเรื่องพฤติกรรมการรับข่าวสาร กล่าวคือ ผู้มีอายุน้อยมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารสูงกว่าผู้มีอายุมาก ผู้มีการศึกษาสูงและรายได้สูงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารสูงกว่าผู้มีการศึกษาและรายได้ต่ำ ผู้มีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจมี พฤติกรรมการรับข่าวสารกว่าอาชีพอื่น สำหรับปัจจัยทางด้านเพศ พบว่า เพศชายเปิดรับข่าวสารมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย แต่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

บุญธรรม คำพล (2520) ได้ศึกษาความแตกต่างระหว่างผู้ยอมรับกับผู้ไม่ยอมรับนวกรรมวิทยาการแผนใหม่ ศึกษาเฉพาะกรณีในเขตโครงการมูลนิธิบูรณะชนบท พบว่าเกษตรกรที่มีการศึกษาสูงกว่าชั้นประถมปีที่ 4 อ่านออกเขียนได้ดีมาก รับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน และมีการติดต่อกับบุคคลต่าง ๆ มากกว่า เป็นผู้ที่ยอมรับนวกรรมมากกว่าเกษตรกรที่จบการศึกษาต่ำกว่าชั้นประถมปีที่ 4 ซึ่งมีการรับรู้ข่าวสารและการติดต่อกับบุคคลน้อย จึงเห็นได้จากการศึกษานี้ว่า การมีระดับการศึกษามากกว่ามีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวกรรม

บำรุง สุขพรรณ์ (2522) ศึกษาเรื่อง บทบาทของสื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การวางแผนครอบครัวจากผู้ที่มารับบริการวางแผนครอบครัว ณ สำนักงานบริการวางแผนครอบครัวชุมชน ถนนสุขุมวิท ซอย 12 กรุงเทพมหานคร และหน่วยวางแผนครอบครัวโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ พบว่าประชาชนได้รับความรู้เรื่องการวางแผนครอบครัวจากสื่อบุคคลที่ใกล้ชิดมากที่สุด (ญาติและเพื่อนร่วมงาน) สื่อมวลชนประเภทวิทยุกระจายเสียงและหนังสือพิมพ์ แผ่นป้ายโฆษณาการวางแผนครอบครัวตามที่สาธารณะ ชวนส่งเสริมความรู้การวางแผนครอบครัวแก่ประชาชนมากที่สุด ส่วนสื่อมวลชนประเภทภาพยนตร์และโทรทัศน์ให้ความรู้แก่ประชาชนในด้านการวางแผนครอบครัวน้อย นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า การเผยแพร่ความรู้ด้านการวางแผนครอบครัวควรใช้สื่อบุคคลเพราะสามารถเชื่อถือได้มากกว่าสื่อประเภทอื่น

พิไลพรรณ กาญจนลักษณ์ (2533)ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของเสียงตามสายที่มีต่อการรับฟังและการรับรู้ข่าวสารทางด้านสาธารณสุขของประชากรในหมู่บ้าน ตำบลหัวสะพาน อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี พบว่าประชากรส่วนใหญ่รับฟังเสียงตามสายแต่ไม่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารด้านสาธารณสุข แต่สามารถใช้เป็นสื่อเสริมในการเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขในลักษณะที่ใช้ร่วมกับสื่อประเภทอื่น

งานวิจัยในต่างประเทศ

เฟลิป คอร์เซนนี่ ,แวนด้า เดล โทโร และเจมส์ แกนดิโน (Felipe Korzenny,Wanda Del Toro and James Gandino ,1970)ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่างๆที่มีต่อความรู้ ทัศนคติและความคิดเห็นในด้านข่าวต่างประเทศของชาวอเมริกัน พบว่าการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทาง โทรทัศน์มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้ด้านข่าวต่างประเทศของประชาชนและหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับข่าวต่างประเทศ ส่วนลักษณะทางประชากรอันได้แก่เพศ อายุ การศึกษามีความสัมพันธ์กับความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับข่าวต่างประเทศโดยผู้ตอบคำถามที่เป็นเพศชายมีความรู้ด้านข่าวต่างประเทศมากกว่าผู้ตอบคำถามที่เป็นเพศหญิง และอายุกับการศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับข่าวต่างประเทศ

ริชมอนด์ (Richmond ,1977) ได้ศึกษาความรู้ และทัศนคติที่มีต่อสิ่งแวดล้อมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในประเทศไทย พบว่า นักเรียนมีความรู้ทางด้านสิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ แต่มีความคิดรวบยอดทางสิ่งแวดล้อมกว้างขวางพอสมควรและมีทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อมเป็นไปในทางบวก เมื่อศึกษาถึงความแตกต่างทางด้านเพศ ปรากฏว่า นักเรียนชายมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมดีกว่านักเรียนหญิง แต่ไม่มีความแตกต่างกันในด้านทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อม

โรเจอร์ (Rogers) และเมเยน(Meyen) ได้ทำการวิจัยสื่อที่ก่อให้เกิดความสัมฤทธิผลในการเผยแพร่นวกรรมในประเทศโคลัมเบีย และได้ค้นพบว่าในการเผยแพร่เทคนิคใหม่ ๆ นั้นอิทธิพลของสื่อบุคคลเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจยอมรับนวกรรม (E.M. Rogers and Wicky L. Meyen,1969:234)

บริษัท เค.ดี.ดี. (K.D.D.) ซึ่งเป็นองค์การสื่อสารโทรคมนาคมประเทศญี่ปุ่นได้วิจัยเกี่ยวกับการยอมรับเครื่องโทรสารสำนักงานของนักธุรกิจ พบว่า การจัดส่งเอกสารเผยแพร่และการจัดนิทรรศการ มีบทบาทต่อการยอมรับของนักธุรกิจในระยะเริ่มแรกการเผยแพร่ ส่วนระยะต่อมาซึ่งเป็นการขยายแผนงานการใช้เครื่องโทรสารสำนักงานให้แพร่หลายออกไป ปรากฏว่า สื่อบุคคลมีบทบาทมากที่สุด (Kokusai Danshin Denwe,1979:30)

John Balcomb ได้แสดงเหตุของความล้มเหลวของโครงการพัฒนาว่าเกิดจากการสื่อสารพิการ (Poor Communication) การใช้ความช่วยเหลือด้านโสตทัศนูปกรณ์ที่ผลิตมาจากศูนย์กลางมักจะไม่เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่น Balcomb เน้นว่าการสื่อสารเพื่อการพัฒนาต้องการกระบวนการสองทาง หมายถึง การสนทนา ซึ่งดีกว่าการโหมโฆษณา (John Balcomb,1975:14)

จะเห็นได้ว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษานั้น งานวิจัยของทุกเล่มได้สรุปผลไว้อย่างชัดเจน และเหมือนกันว่าการที่บุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจและ สื่อมวลชน จะมีผลต่อการโน้มน้าวและก่อให้เกิดการเพิ่มพูนความรู้และเปลี่ยนแปลงทัศนคติในเรื่องการปฏิบัติตน มีผลดีทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง จะเห็นได้ว่า ถ้าได้มีการวิเคราะห์กระบวนการของการสื่อสารอย่างเป็นระบบโดยเฉพาะพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมของผู้รับสารและนำมาใช้อย่างถูกต้องย่อมจะส่งผลให้เกิดความสัมฤทธิผลในกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างแท้จริง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง " การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม กับความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร " เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study) ทำการเก็บโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากพุทธศาสนิกชน จำนวน 408 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ ข้อมูลด้านต่าง ๆ เพื่อหาข้อสรุปจากผลการศึกษา โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรเป้าหมายสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ พุทธศาสนิกชนที่อยู่ในกรุงเทพมหานครผู้มาปฏิบัติธรรมและร่วมกิจกรรมทางศาสนาในวัดต่างๆระหว่างเดือนธันวาคม 2543 – เดือนกุมภาพันธ์ 2544 จำนวน 5,195,977 คน ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่ 50 เขต (กองแผนงานกรมการศาสนา กระทรวงศึกษาธิการ , 2541) ได้แก่ .

1. พระนคร	2. ดุสิต	3. หนองจอก
4. บางรัก	5. บางเขน	6. บางกะปิ
7. ปทุมวัน	8. ป้อมปราบศัตรูพ่าย	9. พระโขนง
10. มีนบุรี	11. ลาดกระบัง	12. ยานนาวา
13. สัมพันธวงศ์	14. พญาไท	15. ธนบุรี
16. บางกอกใหญ่	17. บางขุนเทียน	18. ภาษีเจริญ
19. หนองแขม	20. ราษฎร์บูรณะ	21. บางพลัด
22. ดินแดง	23. บึงกุ่ม	24. สาธร
25. บางซื่อ	26. จตุจักร	27. บางคอแหลม
28. ประเวศ	29. คลองเตย	30. สวนหลวง
31. จอมทอง	32. ดอนเมือง	33. ราชเทวี
34. ลาดพร้าว	35. ตลิ่งชัน	36. บางกอกน้อย
37. หลักสี่	38. สายไหม	39. คันนายาว
40. สะพานสูง	41. วังทองหลาง	42. คลองสามวา
43. ห้วยขวาง	44. คลองสาน	45. บางแค
46. วัฒนา	47. ทวีวัฒนา	48. ทุ่งครุ
49. บางบอน	50. บางนา	

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มตัวอย่างและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้เกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีเปิดตารางสำเร็จของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541:29) และกำหนดความเชื่อมั่นไว้ที่ระดับ 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5% ปรากฏว่าได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 408 คน โดยใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับสลากเลือกเขตที่จะเป็นตัวแทนของแต่ละเขตจำนวน 17 เขต ซึ่งคิดเป็น 1 ใน 3 ของจำนวนเขตทั้งหมด 50 เขต ดังนี้

1. พระนคร	2. ดุสิต
3. ป้อมปราบศัตรูพ่าย	4. บางรัก
5. บางเขน	6. ลาดพร้าว
7. ปทุมวัน	8. ภาษีเจริญ
9. พระโขนง	10. มีนบุรี
11. บางพลัด	12. ยานนาวา
13. สัมพันธวงศ์	14. พญาไท
15. ธนบุรี	16. บางกอกใหญ่
17. บางขุนเทียน	

ในแต่ละเขตทั้ง 17 เขตใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับสลากเลือกวัด เขตละ 1 วัด ที่จะเป็นตัวแทนของวัดในแต่ละเขต ได้วัดจำนวน 17 วัด กำหนดกลุ่มตัวอย่างวัดละ 24 คน

2. แต่ละเขตเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามวัดต่างๆในเขตกรุงเทพมหานครที่กำหนดไว้จนครบจำนวนที่ต้องการ โดยผู้วิจัย และผู้ช่วยวิจัยที่ได้รับการฝึกอบรมในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดีแล้ว เป็นผู้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 408 คน โดยวิธีการให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยแจกแจงตามสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 พุทธศาสนิกชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ - ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพและรายได้

ตัวแปรตาม - การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม

สมมุติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมมีความสัมพันธ์กับ ความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ตัวแปรอิสระ -การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม

ตัวแปรตาม -ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

สมมุติฐานที่ 3 ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ตัวแปรอิสระ -ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม

ตัวแปรตาม - การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าและดัดแปลงจากหนังสือ เอกสารต่างๆ รวมทั้งแนวคิดงานวิจัยใกล้เคียงของผู้ที่ได้ทำการวิจัยมาแล้วซึ่งแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นนี้เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด(Closed-Ended Questionnaire) โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถาม ออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพและรายได้ มีจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็น คำถามวัดความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด 3 ตัวเลือก มีจำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม จากสื่อมวลชน อันได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุและโทรทัศน์ จากสื่อบุคคล อันได้แก่ เจ้าอาวาสวัด พระสงฆ์ผู้มีความรู้ /พระนักเทศน์/ พระนักพูด สมาชิกในครอบครัว เพื่อนบ้าน / เพื่อนร่วมงาน และจากสื่อเฉพาะกิจ อันได้แก่ คู่มือ /หนังสือ แผ่นพับ นิทรรศการ วิดีโอ เทปตลับ ซี.ดี.และ

การฝึกอบรม ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด 6 ตัวเลือก ให้เลือกตอบเพียงช่องเดียว มีจำนวนทั้งสิ้น 6 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามวัดระดับความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด 5 ตัวเลือก ให้เลือกตอบเพียงช่องเดียว มีจำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามวัดทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด 5 ตัวเลือก ให้เลือกตอบเพียงช่องเดียว มีจำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 6 เป็นคำถามวัดการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด 5 ตัวเลือก ให้เลือกตอบเพียงช่องเดียว มีจำนวน 16 ข้อ

การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามดังนี้

1. นำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงไว้แล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา นักวิชาการ เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรง ของเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) (เพื่อตรวจสอบดูว่าคำถามในแต่ละข้อแต่ละตอนของแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการและคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายต่อความเข้าใจเพียงใด และครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดแล้วหรือยัง) เพื่อขอคำแนะนำมาทำการปรับปรุงแก้ไข และเลือกเอาเฉพาะข้อความที่มีความเที่ยงตรงแล้ว ไปสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำไปทดลองใช้ (pre-test) กับคนที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง คือ พุทธศาสนิกชนที่ไปร่วมกิจกรรมในวันเสาร์ อาทิตย์ ที่พุทธมณฑล จำนวน 30 ชุด เพื่อนำคำตอบที่ได้มาหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) ดังนี้

2.1 ใช้วิธีการหาค่าความเชื่อถือได้ ตามแบบสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach (อ้างไว้ในวิเชียร เกตุสิงห์, 2541: 93) สำหรับแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$= \frac{k}{[k-1]} \left\{ \frac{V}{V} \right\}$$

เมื่อ คือ ค่าความเชื่อถือได้

k คือ จำนวนข้อ

V คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

V คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

-ค่าความเชื่อถือได้ในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเท่ากับ 0.9158

-ค่าความเชื่อถือได้ในส่วนของความพึงพอใจในเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเท่ากับ 0.9302

-ค่าความเชื่อถือได้ในส่วนของทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ได้ค่าเท่ากับ 0.6924

-ค่าความเชื่อถือได้ในส่วนของการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมเท่ากับ 0.9580

2.2 ใช้วิธีการหาค่าความเชื่อถือได้ ด้วยวิธีคูเดอร์-ริชาร์ดสัน (Kuder-Richardson's method) (อ้างไว้ในวิเชียร เกตุสิงห์, 2541: 93) สำหรับแบบทดสอบที่มีการให้คะแนนแต่ละข้อเป็นแบบ 0 , 1 คือตอบถูกให้ 1 คะแนน และตอบผิดให้ 0 คะแนน โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$r = \frac{k}{[k-1]} \left\{ \frac{X\ [k-X]}{k\ s} \right\}$$

เมื่อ r คือ ค่าความเชื่อถือได้

k คือ จำนวนข้อ

s คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมของทั้งฉบับที่ได้จากการทดสอบ

X คือ คะแนนเฉลี่ยรวมของทั้งฉบับ

ค่าความเชื่อถือได้ ในส่วนของความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ได้ค่าเท่ากับ 0.0454

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 408 ชุด โดยผู้วิจัยเป็นผู้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตัวเอง และมีผู้ช่วยวิจัยอีก 5 คน ซึ่งทำการชี้แจงและทำความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยก่อนออกไปเก็บข้อมูลจริงเพื่อให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจตรงกันในเรื่องขอบเขตและวัตถุประสงค์ของแบบสอบถามและสามารถรวบรวมข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยทำการดำเนินการดังนี้

ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยอีก 5 คนได้เดินทางไปตามวัดต่างๆในเขตพื้นที่ 17 เขต เขตละวัด โดยนำแบบสอบถามไปกราบนมัสการท่านเจ้าอาวาสวัด เพื่อขออนุญาตแจกแบบสอบถามภายในบริเวณวัด จากนั้นก็ใช้วิธีการให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยรอเก็บแบบสอบถามคืนภายในวันนั้น ทั้งนี้ ช่วงเวลาที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลคือ ระหว่างเดือน ธันวาคม 2543 – กุมภาพันธ์ 2544 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีวันสำคัญทางพระพุทธศาสนาและวันสำคัญของชาติอย่างต่อเนื่องคือ วันเฉลิมพระชนมพรรษา วันมาฆบูชา และวันธรรมสวนะซึ่งวัดต่างๆมีการจัดกิจกรรมทางศาสนา

เกณฑ์ในการให้คะแนน

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนและกำหนดมาตรฐานในการวัดตัวแปรในแบบสอบถามดังต่อไปนี้

1. **การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม**

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับปริมาณความถี่ในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล ให้คะแนนดังนี้

สัปดาห์ละ 5 ครั้งขึ้นไป	5 คะแนน
สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	4 คะแนน
สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	3 คะแนน
เดือนละ 1-2 ครั้ง	2 คะแนน
นานกว่าเดือนละ ครั้ง	1 คะแนน
ไม่เปิดรับเลย	0 คะแนน

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม จากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล ต่อครั้ง ให้คะแนนดังนี้

มากกว่า 1 ชั่วโมง	5 คะแนน
46-60 นาที	4 คะแนน
31-45 นาที	3 คะแนน
16-30 นาที	2 คะแนน
01-15 นาที	1 คะแนน
ไม่เปิดรับเลย	0 คะแนน

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับปริมาณความถี่ในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม จากสื่อเฉพาะกิจ ให้คะแนนดังนี้

มากกว่าปีละ 3 ครั้ง	5 คะแนน
ปีละ 3 ครั้ง	4 คะแนน
ปีละ 2 ครั้ง	3 คะแนน
ปีละ 1 ครั้ง	2 คะแนน
นานกว่านั้น	1 คะแนน
ไม่เคยเลย	0 คะแนน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

1.มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมในระดับต่ำมาก 0.00-1.00 คะแนน

2.มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมในระดับต่ำ 1.01-2.00 คะแนน

3.มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมในระดับปานกลาง 2.01-3.00 คะแนน

4.มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมในระดับสูง 3.01-4.00 คะแนน

5.มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมในระดับสูงมาก 4.01-5.00 คะแนน

2. **ความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม**

ในการวัดความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม จำนวน 12 ข้อ ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบถูกจะได้ 1 คะแนน ถ้าเลือกตอบผิดหรือไม่ทราบ /ไม่รู้ จะได้ 0 คะแนน แล้วนำคะแนนมาจัดระดับความรู้แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ

มีความรู้มาก มากกว่า X + 0.5 SD

มีความรู้ปานกลาง ระหว่าง X + 0.5 SD

มีความรู้น้อย น้อยกว่า X - 0.5 SD

คะแนนสูงสุดที่เป็นไปได้ คือ 12 คะแนน

คะแนนต่ำสุดที่เป็นไปได้ คือ 0 คะแนน

3. **ทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม**

เป็นการวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม โดยใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale ทั้งเชิงบวก (5 4 3 2 1)และเชิงลบ (1 2 3 4 5) เพื่อให้สอดคล้องกับการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 12 ข้อ

	เชิงบวก	เชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

นำผลรวมของคะแนนทั้ง 12 ข้อ ไปหาค่าเฉลี่ยและจัดระดับของค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับดังนี้

1.คะแนนระหว่าง 1.00-1.50 หมายถึง มีทัศนคติในเชิงลบอย่างมาก

2.คะแนนระหว่าง 1.51-2.50 หมายถึง มีทัศนคติในเชิงลบ

3.คะแนนระหว่าง 2.51-3.50 หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง

4.คะแนนระหว่าง 3.51-4.50 หมายถึง มีทัศนคติในเชิงบวก

5.คะแนนระหว่าง 4.51-5.00 หมายถึง มีทัศนคติในเชิงบวกอย่างมาก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. การนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

เป็นการวัดระดับพฤติกรรมในการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม มีจำนวน 16 ข้อ โดยจัดระดับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม เป็น 5 ระดับ และให้คะแนน ดังนี้

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

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

1.การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในระดับต่ำมาก	1.00 -1.49	คะแนน
2. การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในระดับต่ำ	1.50 -2.49	คะแนน
3. การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในระดับปานกลาง	2.50 -3.49	คะแนน
4. การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในระดับสูง	3.50 -4.49	คะแนน
5. การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในระดับสูงมาก	4.50 -5.00	คะแนน

5. ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม

การวัดระดับความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ให้คะแนน ดังนี้

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

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

1.มีความพึงพอใจและประโยชน์ในระดับต่ำมาก	1.00 -1.49	คะแนน
2.มีความพึงพอใจและประโยชน์ในระดับต่ำ	1.50 -2.49	คะแนน
3.มีความพึงพอใจและประโยชน์ในระดับปานกลาง	2.50 -3.49	คะแนน
4.มีความพึงพอใจและประโยชน์ในระดับสูง	3.50 -4.49	คะแนน
5.มีความพึงพอใจและประโยชน์ในระดับสูงมาก	4.50 -5.00	คะแนน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การประมวลผลข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามครบถ้วนตามจำนวนแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้องของชุดข้อมูลทั้งหมดและมาทำการวิเคราะห์ เพื่อหาค่าทางสถิติโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งมี ขั้นตอนดังนี้

1. ทำการลงรหัสข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม
2. กรอกรหัสลงในแบบฟอร์มลงรหัส (Coding Form) เพื่อนำไปบันทึกลงคอมพิวเตอร์ นำข้อมูลเข้าประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัย
3. นำผลการคำนวณทางสถิติที่ได้ มาเขียนวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. **การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา** (Descriptive Statistics)

โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) แสดงตารางแบบร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

- ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรและข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม
- การเปิดรับ ข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม
- ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมในการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

2. **การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน** (Inferential Statistics)

- ใช้สถิติT-Test (2 กลุ่ม) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ One Way ANOVA (มากกว่า 2 กลุ่ม) สำหรับทดสอบนัยสำคัญของ ความแตกต่างระหว่างตัวแปรด้านคุณลักษณะประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (สมมุติฐานข้อที่ 1)

- ใช้สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร คือพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมกับ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมในการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (สมมุติฐานข้อที่ 2) และความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับ การนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (สมมุติฐานข้อที่ 3)

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูล เรื่อง การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้แบ่งการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณาโดยการหาค่าสถิติพื้นฐานคือการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าความแปรปรวน โดยนำเสนอข้อมูลในตารางเพื่ออธิบาย

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพและรายได้

2. การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม จากสื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์) สื่อบุคคล (เจ้าอาวาส พระสงฆ์ผู้มีความรู้/ พระนักเทศน์ / พระนักพูด สมาชิกในครอบครัว เพื่อนบ้าน / เพื่อนร่วมงาน) สื่อเฉพาะกิจ (คู่มือ แผ่นพับ นิทรรศการ วิดีโอ เทปตลับ ซี.ดี. และการฝึกอบรม) และจากรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด ทางสื่อมวลชน

3. ความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

4. ทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

5. ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม

6. การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมตามหลักพุทธธรรมของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2

การทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย (Hypothesis Testing) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ดังนี้

1. ใช้สถิติทีเทสต์ (t- Test) ในการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ศึกษา 2 กลุ่ม ที่เป็นลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม

2.ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว เพื่อหาค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ศึกษามากกว่า 2 กลุ่ม(One-Way ANOVA)และใช้ Scheffeเพื่อหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ศึกษา เป็นรายคู่ ที่เป็นลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม

3. ใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียรสัน (Pearson ‘ s Product Moment Correlation Coefficient)เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ตามสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

-การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม กับความรู้ ในการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

-การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

-การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับพฤติกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

-ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณา

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ส่วนนี้เป็นเรื่องเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพและรายได้ ของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิเคราะห์ ได้สรุปลงในตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1. ชาย	158	38.7
2. หญิง	250	61.3
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.3 เป็นเพศชาย จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 20 ปี	87	21.3
2. 21-30 ปี	134	32.8
3. 31-40 ปี	80	19.6
4. 41-50 ปี	68	16.7
5. 51-60 ปี	23	5.6
6. 61 ปีขึ้นไป	16	3.9
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ32.8 รองลงมาคือช่วงอายุ ต่ำกว่า20 ปี ร้อยละ21.3และช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 19.6 ตามลำดับและน้อยที่สุดคือช่วงอายุ 61ปีขึ้นไป ร้อยละ3.9

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
1. โสด	250	61.3
2. สมรส	120	29.4
3. หม้าย	19	4.7
4. หย่า/แยกกันอยู่	19	4.7
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสด ร้อยละ61.3 รองลงมาคือ สมรสแล้ว ร้อยละ 29.4 และน้อยที่สุดคือหม้ายหรือหย่า ร้อยละ4.7

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นทางการ	9	2.2
2. ประถมศึกษา	58	14.2
3. ม.1-ม.3 หรือเทียบเท่า	73	17.9
4. ม.4-ม.6 /ปวช.หรือเทียบเท่า	73	17.9
5. ปวท./ปวส./อนุปริญญา	47	11.5
6. ปริญญาตรี	119	29.2
7. สูงกว่าปริญญาตรี	29	7.1
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด ร้อยละ 29.2 รองลงมาคือ จบการศึกษาระดับ ม.1-ม.3 หรือเทียบเท่า ซึ่งมีจำนวนเท่ากับผู้ที่จบการศึกษาระดับ ม.4-ม.6 /ปวช.หรือเทียบเท่า มีร้อยละ 17.9 และน้อยที่สุดคือผู้ที่ไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นทางการ ร้อยละ 2.2

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
1. รับจ้างทั่วไป	49	12.0
2. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	75	18.4
3. ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	41	10.0
4. พนักงานบริษัทเอกชน	91	22.3
5. แม่บ้าน/พ่อบ้าน	41	10.0
6. นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	111	27.2
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มากที่สุด คือร้อยละ 27.2 รองลงมาคือ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 22.3 และน้อยที่สุดคืออาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการ ซึ่งเท่ากับอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน ร้อยละ 10.0

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่มีรายได้	101	24.8
2. ต่ำกว่า5,000 บาท	58	14.2
3. 5,000-10,000 บาท	112	27.5
4. 10,001-20,000 บาท	90	22.1
5. 20,001-30,000 บาท	24	5.9
6. 30,001 บาทขึ้นไป	23	5.6
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท มากที่สุด คือ ร้อยละ27.5 รองลงมาคือ ผู้ไม่มีรายได้ ร้อยละ 24.8 และน้อยที่สุดคือมีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.6

2. การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม ของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 7 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน

สื่อมวลชน	ความถี่ในการเปิดรับ												ค่าเฉลี่ยการเปิดรับ	ความหมาย
	สัปดาห์ละ 5 ครั้งขึ้นไป		สัปดาห์ละ 3- 4 ครั้ง		สัปดาห์ละ 1-2ครั้ง		เดือนละ 1-2ครั้ง		นานกว่าเดือนละ ครั้ง		ไม่เคยสนใจเลย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
โทรทัศน์	53	13.0	23	5.6	59	14.5	99	24.3	120	29.4	54	13.2	2.09	ปานกลาง
วิทยุ	54	13.2	34	8.3	51	12.5	56	13.7	123	30.1	90	22.1	1.95	ต่ำ
หนังสือพิมพ์	41	10.0	24	5.9	47	11.5	70	17.2	119	29.2	107	26.2	1.72	ต่ำ
นิตยสาร	14	3.4	22	5.4	39	9.6	66	16. 2	127	31.1	140	34.3	1.31	ต่ำ
รวม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.77	ต่ำ

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมนานกว่าเดือนละ ครั้งจากสื่อนิตยสารมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมาคือ วิทยุ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ร้อยละ 30.1 ร้อยละ29.4 และ ร้อยละ29.2 ตามลำดับ ส่วนที่ไม่รับสื่อเลยสูงสุดคือ นิตยสาร ร้อยละ 34.3

จากค่าเฉลี่ยที่ได้จากสื่อมวลชนแต่ละประเภทโดยรวมพบว่าอยู่ในระดับต่ำ โดยกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อโทรทัศน์ระดับปานกลาง นอกนั้นอยู่ในระดับต่ำ เรียงลำดับดังนี้วิทยุ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสาร ด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน

สื่อมวลชน	ระยะ เวลา ในการเปิดรับ												ค่าเฉลี่ยการเปิดรับ	ความหมาย
	มากกว่า 1 ชั่วโมง		46-60 นาที		31-45 นาที		16-30 นาที		1-15 นาที		ไม่เคยเลย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
โทรทัศน์	39	9.6	23	5.6	37	9.1	82	20.1	169	41.4	58	14.2	1.79	ต่ำ
วิทยุ	49	12.0	19	4.7	26	6.4	73	17.9	132	32.4	109	26.7	1.66	ต่ำ
หนังสือพิมพ์	15	3.7	15	3.7	26	6.4	68	16.7	151	37.0	133	32.6	1.23	ต่ำ
นิตยสาร	22	5.4	15	3.7	32	7.8	50	12.3	120	29.4	169	41.4	1.19	ต่ำ
รวม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.47	ต่ำ

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมได้นานที่สุดเพียงครั้งละ1-15 นาที จากโทรทัศน์ สูงสุดร้อยละ41.4 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ วิทยุและนิตยสาร ร้อยละ 37 ร้อยละ32.4 และร้อยละ 29.4 ตามลำดับ ที่ไม่รับเลยมากที่สุดคือนิตยสาร มีถึง ร้อยละ 41.4 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 32.6

จากค่าเฉลี่ยที่ได้ในสื่อแต่ละประเภทพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้เวลาในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนทุกประเภทโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ โดยกลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น รองลงมาคือ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับรายการธรรมะของวัดหรือของกรมการศาสนาจากสื่อมวลชน

สื่อมวลชน	ความถี่ในการเปิดรับ												ค่าเฉลี่ยการเปิดรับ	ความหมาย
	สัปดาห์ละ 5 ครั้งขึ้นไป		สัปดาห์ละ 3- 4 ครั้ง		สัปดาห์ละ 1-2ครั้ง		เดือนละ 1-2ครั้ง		นานกว่าเดือนละ ครั้ง		ไม่เคยสนใจเลย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
โทรทัศน์	21	5.1	30	7.4	55	13.5	80	19.6	142	34.8	80	19.6	1.70	ต่ำ
วิทยุ	39	9.6	25	6.1	49	12.0	67	16.4	120	29.4	108	26.5	1.71	ต่ำ
หนังสือพิมพ์	19	4.7	17	4.2	47	11.5	58	14.2	116	28.4	151	37.0	1.31	ต่ำ
นิตยสาร	15	3.7	9	2.2	28	6.9	61	15.0	97	23.8	198	48.5	1.01	ต่ำ
รวม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.43	ต่ำ

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับรายการธรรมะของวัดหรือของกรมการศาสนาจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดคือนานกว่าเดือนละ ครั้งคิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคือวิทยุร้อยละ29.4 หนังสือพิมพ์ร้อยละ28.4 ส่วนสื่อที่ไม่รับเลยมากที่สุดคือนิตยสารมากกว่าสื่ออื่นคิดเป็นร้อยละ48.5 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 37

จากค่าเฉลี่ยที่ได้จากการเปิดรับรายการธรรมะของวัด/กรมการศาสนาทางสื่อมวลชน ทุกประเภทโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับต่ำ โดยเปิดรับรายการธรรมะของวัด/กรมการศาสนาทางสื่อวิทยุ มากที่สุด รองลงมาคือ จากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคล

สื่อบุคคล	ความถี่ในการเปิดรับ												ค่าเฉลี่ยการเปิดรับ	ความหมาย
	สัปดาห์ละ 5 ครั้งขึ้นไป		สัปดาห์ละ 3- 4 ครั้ง		สัปดาห์ละ 1-2ครั้ง		เดือนละ 1-2ครั้ง		นานกว่าเดือนละ ครั้ง		ไม่เคยสนใจเลย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เจ้าอาวาสวัด	8	2.0	5	1. 2	10	2.5	44	10.8	130	31.9	211	51.7	0.75	ต่ำมาก
พระสงฆ์ที่มีความรู้ พระนักพูด พระนักเทศน์	17	4.2	8	2.0	29	7.1	50	12.3	137	33.6	1 67	40.9	1.08	ต่ำ
สมาชิกในครอบครัว	35	8.6	34	8.3	55	13.5	94	23.0	125	30.6	65	15.9	1.93	ต่ำ
เพื่อนบ้านเพื่อนร่วมงาน	33	8.1	30	7.4	51	12.5	78	19.1	125	30.6	91	22.3	1.76	ต่ำ
รวม													1.38	ต่ำ

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ33.6และร้อยละ31.9มีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากพระสงฆ์ที่มีความรู้และเจ้าอาวาสวัดนานกว่าเดือนละครั้ง รองลงมาเป็นการพูดคุยกับสมาชิกในครอบครัวและเพื่อนบ้านเพื่อนร่วมงาน มีร้อยละ 30.6 เท่ากัน

จากค่าเฉลี่ยที่ได้จากสื่อบุคคลแต่ละประเภทพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม จากสื่อบุคคลเกือบทุกประเภทอยู่ในระดับต่ำ ยกเว้น เจ้าอาวาสวัดอยู่ในระดับต่ำมาก โดยเปิดรับมากที่สุดจากสมาชิกในครอบครัว รองลงมาจากเพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน,พระสงฆ์ที่มีความรู้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคล

สื่อบุคคล	ระยะเวลาในการเปิดรับ												ค่าเฉลี่ยการเปิดรับ	ความหมาย
	มากกว่า 1 ชั่วโมง		46-60 นาที		31-45 นาที		16-30 นาที		1-15 นาที		ไม่เคยเลย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เจ้าอาวาสวัด	8	2.0	11	2.7	16	3.9	33	8.1	118	28.9	222	54.4	0.77	ต่ำมาก
พระสงฆ์ที่มีความรู้ พระนักพูด พระนักเทศน์	16	3.9	12	2.9	23	5.6	52	12.7	135	33.1	170	41.7	1.07	ต่ำ
สมาชิกในครอบครัว	24	5.9	17	4.2	23	5.6	77	18.9	196	48.0	71	17.4	1.49	ต่ำ
เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน	26	6.4	17	4.2	18	4.4	61	15.0	186	45.6	100	24.5	1.37	ต่ำ
รวม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.18	ต่ำ

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างใช้เวลาในการพูดคุยมากที่สุดครั้งละ1-15 นาที กับสมาชิกในครอบครัว รองลงมาคือเพื่อนบ้าน/เพื่อร่วมงาน พระสงฆ์ที่มีความรู้ และเจ้าอาวาสวัดคิดเป็นร้อยละ48 ร้อยละ45.6 ร้อยละ 33.1และร้อยละ 28.9 ตามลำดับ และพูดคุยน้อยที่สุด กับเจ้าอาวาสวัด คิดเป็นร้อยละ 54.4 รองลงมาคือ พระสงฆ์ที่มีความรู้/พระนักเทศน์ คิดเป็นร้อยละ 41.7

จากค่าเฉลี่ยที่ได้จากสื่อบุคคลแต่ละประเภทพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้เวลาพูดคุยเกี่ยวกับข่าวสารด้านพุทธธรรม กับสื่อบุคคลเกือบทุกประเภทอยู่ในระดับต่ำ ยกเว้นเจ้าอาวาสวัดอยู่ในระดับต่ำมาก โดยใช้เวลาพูดคุยเกี่ยวกับข่าวสารด้านพุทธธรรมมากที่สุดกับสมาชิกในครอบครัว รองลงมาคือเพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน ,พระสงฆ์ที่มีความรู้/พระนักเทศน์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 12 จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจ	ความถี่ในการเปิดรับ												ค่าเฉลี่ยการเปิดรับ	ความหมาย
	มากกว่าปีละ 3 ครั้งขึ้นไป		ปีละ 3 ครั้ง		ปีละ 2ครั้ง		ปีละ 1ครั้ง		นานกว่านั้น		ไม่เคยเลย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
คู่มือ/หนังสือ	121	29.7	16	3.9	42	10.3	85	20.8	59	14.5	85	20.8	2.51	ปานกลาง
แผ่นพับ	62	15.2	24	5.9	34	8.3	69	16.9	79	19.4	140	34.3	1.78	ต่ำ
นิทรรศการ	39	9.6	19	4.7	29	7.1	77	18.9	86	21.1	158	38.7	1.47	ต่ำ
วิดีโอเทป	25	6.1	20	4.9	10	2.5	40	9.8	86	21.1	227	55.6	0.98	ต่ำมาก
เทปตลับ	66	16.2	22	5.4	17	4.2	52	12.7	75	18.4	176	43.1	1.59	ต่ำ
ซี.ดี.	12	2.9	10	2.5	11	2.7	28	6.9	55	13.5	292	71.6	0.60	ต่ำมาก
การฝึกอบรม	45	11.0	14	3.4	24	5.9	88	21.6	98	24.0	139	34.1	1.54	ต่ำ
รวม	--	-	-	-	--	--	--	--	--	-	--	--	1.50	ต่ำ

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากคู่มือ/หนังสือมากที่สุดคือมากกว่าปีละ 3 ครั้งขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 29.7 รองลงมาคือ การฝึกอบรมนานกว่าปีละครั้งร้อยละ 24 , การฝึกอบรมปีละครั้งร้อยละ 21.6,นิทรรศการและวิดีโอเทปนานกว่าปีละครั้งร้อยละ 21.1 ตามลำดับ และไม่เคยรับเลยสูงสุดคือ ซี.ดี. คิดเป็นร้อยละ 71.6 รองลงมาคือวิดีโอเทป ร้อยละ 55.6

จากค่าเฉลี่ยที่ได้จากสื่อเฉพาะกิจแต่ละประเภทพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม จากสื่อ เฉพาะกิจเกือบทุกประเภทโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ ยกเว้นการเปิดรับจากคู่มือ/หนังสือ อยู่ ในระดับปานกลาง และวิดีโอและซี.ดี. อยู่ในระดับต่ำ มาก นอกนั้นอยู่ในระดับต่ำ คือ แผ่นพับ เทปตลับ การฝึกอบรม และนิทรรศการ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อประเภทต่างๆ

สื่อต่างๆ	ค่าเฉลี่ย	ระดับการเปิดรับ									
		น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รวมสื่อที่เป็นรายการธรรมะของวัด/กรมการศาสนา	1.43	266	65. 2	79	19.4	38	9.3	20	4.9	5	1. 2
โทรทัศน์	1.55	295	72. 3	60	14.7	17	4.2	14	3.4	22	5. 4
วิทยุ	1.63	297	72.8	44	10. 8	18	4.4	2 0	4.9	29	7.1
หนังสือพิมพ์	1.36	327	80.1	47	11.5	12	2. 9	13	3.2	9	2. 2
นิตยสาร	1.30	337	82.6	39	9.6	16	3. 9	11	2.7	5	1. 2
รวม สื่อมวลชน	1.46	299	73. 3	72	17.6	27	6. 6	10	2.5	-	-
เจ้าอาวาสวัด	1.09	382	93.6	20	4.9	3	0.7	2	0.5	1	0. 2
พระสงฆ์ที่มีความรู้พระนักเทศน์	1.19	366	89.7	24	5.9	7	1.7	5	1.2	6	1. 5
สมาชิกในครอบครัว	1.41	325	79.7	37	9.1	18	4.4	16	3.9	12	2. 9
เพื่อนบ้าน / เพื่อนร่วมงาน	1.42	322	78. 9	44	10.8	12	2.9	16	3.9	14	3. 4
รวม สื่อบุคคล	1.28	344	84.3	41	10.0	19	4.7	4	1.0	-	-
รวม สื่อเฉพาะกิจ	1.49	230	56.4	116	28.4	30	7.4	27	6.6	5	1. 2

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อวิทยุในระดับมากที่สุด ร้อยละ 7.1 รองลงมาคือโทรทัศน์ ร้อยละ 5.4 เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 3.4และสมาชิกในครอบครัว ร้อยละ 2.9 และรับในระดับน้อยที่สุดคือรับจากเจ้าอาวาสวัด ร้อยละ 93.6 รองลงมาคือพระสงฆ์ที่มีความรู้ ร้อยละ89.7 และนิตยสารร้อยละ 82.6

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของแต่ละสื่อทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ สื่อที่เป็นรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด , สื่อมวลชน, สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมมากที่สุดจากสื่อเฉพาะกิจ รองลงมา คือ สื่อมวลชน, สื่อที่เป็นรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด และสื่อบุคคล ตามลำดับ

3. ความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ตารางที่ 14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรม เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	ผู้ตอบผิด/ ไม่ทราบ จำนวน (ร้อยละ)	ผู้ตอบถูก จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.	ความหมาย
<u>การพัฒนาคุณภาพชีวิต</u>						
การพัฒนาจิตหมายถึงการปฏิบัติธรรมฝึกจิตให้มีคุณภาพจิตดี ไม่ฟุ้งซ่าน รู้เท่าทันโลก	45 (11.0)	363 (89.0)	408 (100)	0.89	0.31	**มาก**
โอวาทปาติโมกข์เป็นหัวใจของพระพุทธศาสนาที่ใช้พัฒนาคุณภาพชีวิต คือ การไม่ทำบาปทั้งปวง การทำกุศลให้ถึงพร้อม การทำจิตให้ผ่องใส	92 (22.5)	316 (77.5)	408 (100)	0.77	0.42	**ปานกลาง**
การพัฒนาคุณภาพชีวิต คือ การพัฒนาด้านกาย ด้านศีล ด้านจิตและด้านปัญญา	40 (9.8)	368 (90.2)	408 (100)	0.90	0.30	**มาก**
คนที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี ตามหลักธรรม คือ คนที่มีชีวิตที่เรียบง่าย ไม่ฟุ้งเฟ้อประกอบอาชีพสุจริตที่มีรายได้สูง	228 (55.9)	180 (44.9)	408 (100)	0.44	0.50	**ปานกลาง**
การมีศีล คือ การมีวินัย รู้จักเลี้ยงชีพ ประพฤติดี ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ทั้งร่างกายและจิตใจ เป็นพื้นฐานสำคัญ ของ การพัฒนาคุณภาพชีวิต	41 (10.0)	368 (90.0)	408 (100)	0.90	0.30	**มาก**
ฆราวาสธรรม 4 ที่ใช้ครองเรือน คือ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ และวิมังสา	353 (86.5)	55 (13.5)	408 (100)	0.13	0.34	**น้อย**
<u>การพัฒนาสังคม</u>						
คำว่า "พัฒนาสังคม" คือ การทำให้สังคมเจริญก้าวหน้า โดยช่วยแก้ไขปัญหาและสร้างสรรค์ สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม รวมทั้งช่วยธำรงรักษาสิ่งที่ดีในสังคมให้คงอยู่ตลอดไป	46 (11.3)	362 (88.7)	408 (100)	0.89	0.32	**มาก**
คนที่มีพรหมวิหาร 4คือมีเมตตา กรุณา มุทิตา อุเบกขา และมีสังคหวัตถุ 4 คือ ทาน ปิยวาจา อัตถจริยา สมานัตตตา เป็นคนที่มักทำคุณประโยชน์ต่อส่วนรวม	85 (20.8)	323 (79.2)	408 (100)	0.79	0.41	**ปานกลาง**
การทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดีด้านความประพฤติ รับผิดชอบช่วยเหลือสังคมนับว่าได้ช่วยพัฒนาสังคมส่วนหนึ่ง	27 (6.6)	381 (93.4)	408 (100)	0.93	0.25	**มาก**
การที่ชาวบ้าน ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมตามหลักพุทธธรรม	85 (20.8)	323 (79.2)	408 (100)	0.79	0.41	**ปานกลาง**
หลักพุทธธรรมที่ว่าด้วยการอยู่ร่วมกันในหมู่ด้วยดี เรียกว่า สาราณียธรรม	283 (69.4)	125 (30.6)	408 (100)	0.31	0.46	**น้อย**
จาคะ คือ ความขยันหมั่นเพียร มุ่งทำหน้าที่การงานไม่ท้อถอย	332 (81.4)	76 (18.6)	408 (100)	0.19	0.39	**น้อย**
รวม				0.66	0.37	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องการทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดีด้านความประพฤติ รับผิดชอบช่วยเหลือสังคมว่าเป็นการช่วยพัฒนาสังคมส่วนหนึ่งมากที่สุด คือร้อยละ93.4 รองลงมาคือ ร้อยละ90.2รู้ว่า การพัฒนาคุณภาพชีวิต คือ การพัฒนา

ด้านกาย ด้านศีล ด้านจิตและด้านปัญญา และอีก ร้อยละ90 รู้ว่า การมีศีล คือ การมีวินัย รู้จักเลี้ยงชีพ ประพฤติดี ไม่ เบียดเบียนผู้อื่น ทั้งร่างกายและจิตใจ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของ การพัฒนาคุณภาพชีวิต ส่วนข้อที่มีความรู้น้อยที่สุดคือมีเพียงร้อยละ 13.5 ที่ไม่รู้ว่า ฆราวาสธรรมสี่ที่ใช้ครองเรือนคืออะไร

จากค่าเฉลี่ยแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรมเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 15 จำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ
ความรู้สูง	180	44.1
ความรู้ปานกลาง	205	50.2
ความรู้ต่ำ	23	5.6
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรมเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอยู่ในระดับปานกลาง คือร้อยละ 50.2 รองลงมาคือมีความรู้ในระดับสูง ร้อยละ44.1 และมีความรู้ในระดับต่ำที่สุดคือมีเพียงร้อยละ 5.6

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

.

4.ทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ตารางที่ 16 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ทัศนคติ	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย	ค่าSD	ความหมาย
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	จำนวนร้อยละ			
	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ	จำนวนร้อยละ				
1.เพื่อให้ชีวิตดีขึ้น ทุกคนควรนำหลักพุทธธรรมไปใช้ ในชีวิตประจำวัน	250 (61.3)	133 (32.6)	18 (4.4)	7 (1.7)	- -	408 (100)	4.53	0.66	บวกมาก
2.โครงการฝึกปฏิบัติธรรมทำให้เสียเวลา ไม่ได้ประโยชน์	18 (4.4)	30 (7.4)	71 (17.4)	166 (40.7)	123 (30.1)	408 (100)	3.85	1.07	บวก
3.การรณรงค์เรื่องพัฒนาจิต ไม่ได้ผลตามต้องการ ทำให้เสีย งบประมาณ	16 (3.9)	48 (11.8)	104 (25.5)	150 (36.8)	90 (22.1)	408 (100)	3.62	1.08	บวก
4.หลักพุทธธรรมไม่ทันสมัย พอที่จะนำไปพัฒนา คุณภาพชีวิต และสังคมได้	25 (6.1)	53 (13.0)	75 (18.4)	158 (38.7)	97 (23.8)	408 (100)	3.61	1.16	บวก
5.ข่าวสารด้านพุทธธรรมที่รับจากสื่อต่างๆ เข้าใจยาก นำไปปรับใช้ไม่เป็น	25 (6.1)	71 (17.4)	128 (31.4)	133 (32.6)	51 (12.5)	408 (100)	3.28	1.08	กลาง
6.การนำหลักพุทธธรรมไปใช้ต้องเสียเวลาในการศึกษามากจึงจะเข้าใจอย่างถ่องแท้ และใช้ได้	37 (9.1)	112 (27.5)	89 (21.8)	132 (32.4)	38 (9.3)	408 (100)	3.05	1.16	กลาง
7.ชาวพุทธส่วนใหญ่ยังไม่มีการนำหลักธรรมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เนื่องจากยังไม่เข้าใจหลักธรรม อย่างแจ่มแจ้ง	82 (20.1)	190 (46.6)	97 (23.8)	32 (7.8)	7 (1.7)	408 (100)	2.24	0.92	ลบ
8.ชาวพุทธจะเลือกปฏิบัติตามคำสั่งสอนของพระสงฆ์ ที่ตนมีความศรัทธา	74 (18.1)	197 (48.3)	83 (20.3)	41 (10.0)	13 (3.2)	408 (100)	2.31	0.99	ลบ
9.เพื่อพัฒนาสังคมให้ก้าวหน้าและสงบ สุข เราควรปฏิบัติและยึดมั่นในหลักธรรม	178 (43.6)	196 (48.0)	26 (6.4)	5 (1.2)	3 (0.7)	408 (100)	4.33	0.71	บวก
10.การสวดมนต์ไหว้พระและปฏิบัติธรรมสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนและครอบครัวให้ ดีขึ้นได้	164 (40.2)	190 (46.6)	44 (10.8)	6 (1.5)	4 (1.0)	408 (100)	4.24	0.78	บวก
11.เราควรส่งเสริมให้สมาชิกในครอบครัวปฏิบัติศาสนกิจ เพื่อปลูกฝังคุณธรรม	174 (42.6)	197 (48.3)	26 (6.4)	9 (2.2)	2 (0.5)	408 (100)	4.30	0.73	บวก
12.เราควรศึกษาหลักธรรมจากพระสงฆ์ที่มีความรู้ หรือจากสื่อต่างๆเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพ ชีวิต ของตนและสังคม	124 (30.4)	221 (54.2)	49 (12.0)	9 (2.2)	5 (1.2)	408 (100)	4.10	0.78	บวก
รวม							3.62		บวก

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมโดย เห็นด้วยอย่างยิ่ง ที่จะให้ทุกคนนำหลักพุทธธรรมไปใช้ ในชีวิตประจำวันเพื่อให้ชีวิตดีขึ้น ถึงร้อยละ61.3 รองลงมาคือ เห็นด้วย กับการศึกษาหลักธรรมจากพระสงฆ์ที่มีความรู้และสื่อต่างๆเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตขิงตนเองและสังคมร้อยละ54.2 เห็นด้วย กับการส่งเสริมให้สมาชิกในครอบครัวปฏิบัติศาสนกิจเพื่อปลูกฝังคุณธรรม ร้อยละ 48.3

จากค่าเฉลี่ยแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในเชิงบวก ต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม โดยมีทัศนคติเชิงบวกมากเพียงข้อเดียวคือ การนำหลักพุทธธรรมไปใช้ ในชีวิตประจำวันเพื่อให้ชีวิตดีขึ้น และทัศนคติเป็นกลางอยู่ 2 ข้อคือ ข่าวสารด้านพุทธธรรมที่รับจากสื่อต่างๆเข้าใจยาก กับข้อที่ว่า การนำหลักพุทธธรรมไปใช้ต้องเสียเวลาศึกษามากจึงจะเข้าใจอย่างถ่องแท้ และยังมีทัศนคติเชิงลบ อยู่ 2 ข้อคือชาวพุทธส่วนใหญ่ไม่มีการนำหลักพุทธธรรมไปประยุกต์ใช้ ในชีวิตประจำวันเนื่องจากไม่เข้าใจหลักพุทธธรรม และข้อที่ว่าชาวพุทธจะเลือกปฏิบัติตามคำสั่งสอนของพระสงฆ์ที่ตนศรัทธา

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ระดับทัศนคติ	จำนวน	ร้อยละ
ทัศนคติ เชิงบวกมาก	10	2.5
ทัศนคติ เชิงบวก	230	56.4
ทัศนคติ เป็นกลาง	163	40.0
ทัศนคติ เชิงลบ	5	1.2
ทัศนคติ เชิงลบมาก	-	-
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีทัศนคติ เชิงบวก ต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมถึงร้อยละ 56.4 รองลงมาคือมีทัศนคติเป็นกลางร้อยละ 40.0 และน้อยที่สุดคือมีทัศนคติเชิงลบเพียงร้อยละ 1.2 เท่านั้น

5. ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม

ตารางที่ 18 จำนวนร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมจากสื่อต่างๆ

สื่อ	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่า	ค่า	ความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	จำนวน	เฉลี่ย	SD.	หมาย
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	ร้อยละ			
1. โทรทัศน์	103 (25.2)	80 (19.6)	135 (33.1)	60 (14.7)	30 (7.4)	408 (100.0)	3.41	1.22	มาก
2. วิทยุ	66 (16.2)	84 (20.6)	120 (29.4)	69 (16.9)	69 (16.9)	408 (100.0)	3.02	1.30	มาก
3. หนังสือพิมพ์	34 (8.3)	50 (12.3)	154 (37.7)	80 (19.6)	90 (22.1)	408 (100.0)	2.65	1.19	ปานกลาง
4. นิตยสาร	25 (6.1)	46 (11.3)	132 (32.4)	85 (20.8)	120 (29.4)	408 (100.0)	2.44	1.20	ปานกลาง
5. เจ้าอาวาสวัด	42 (10.3)	60 (14.7)	116 (28.4)	83 (20.3)	107 (26.2)	408 (100.0)	2.62	1.29	ปานกลาง
6. พระสงฆ์ที่มีความรู้ พระนักเทศน์	59 (14.5)	80 (19.6)	121 (29.7)	72 (17.6)	76 (18.6)	408 (100.0)	2.94	1.30	ปานกลาง
7. สมาชิกในครอบครัว	39 (9.6)	78 (19.1)	163 (40.0)	67 (16.4)	61 (15.0)	408 (100.0)	2.92	1.15	ปานกลาง
8. เพื่อนบ้าน / เพื่อนร่วมงาน	25 (6.1)	60 (14.7)	148 (36.3)	94 (23.0)	81 (19.9	408 (100.0)	2.64	1.14	ปานกลาง
9. คู่มือ / หนังสือ	68 (16.7)	77 (18.9)	116 (28.4)	74 (18.1)	73 (17.9)	408 (100.0)	2.98	1.33	ปานกลาง
10. แผ่นพับ	21 (5.1)	50 (12.3)	114 (27.9)	105 (25.7)	118 (28.9)	408 (100.0)	2.39	1.17	ปานกลาง
11. นิทรรศการ	18 (4.4)	41 (10.0)	117 (28.7)	100 (24.5)	132 (32.4)	408 (100.0)	2.30	1.15	ปานกลาง
12. วีดีโอเทป	13 (3.2)	40 (9.8)	80 (19.6)	92 (22.5)	183 (44.9)	408 (100.0)	2.04	1.15	ปานกลาง
13. เทปตลับ	32 (7.8)	53 (13.0)	96 (23.5)	83 (20.3)	144 (35.3)	408 (100.0)	2.38	1.29	ปานกลาง
14. ซี.ดี.	12 (2.9)	21 (5.1)	80 (19.6)	79 (19.4)	216 (52.9)	408 (100.0)	1.86	1.09	น้อย
15. การฝึกอบรม	62 (15.2)	47 (11.5)	107 (26.2)	75 (18.4)	117 (28.7)	408 (100.0)	2.66	1.39	ปานกลาง

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่จะรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คือร้อยละ 25.2 รองลงมาในระดับมาก คือสื่อวิทยุร้อยละ 20.6 , พระสงฆ์ที่มีความรู้/พระนักเทศน์ ร้อยละ19.6 ,สมาชิกในครอบครัวร้อยละ 19.1และคู่มือ/หนังสือ ร้อยละ 18.9และพึงพอใจน้อยที่สุดคือซี.ดี. คิดเป็นร้อยละ52.9 และวีดีโอเทปร้อยละ44.9

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในสื่อโทรทัศน์และวิทยุในระดับ มาก สื่อซี.ดี.ในระดับน้อย นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในสื่อจากมากไปหาน้อยดังนี้ โทรทัศน์ วิทยุ คู่มือ/หนังสือ พระสงฆ์ที่มีความรู้/พระนักเทศน์ สมาชิกในครอบครัว การฝึกอบรม และ หนังสือพิมพ์ ตามลำดับ

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความพึงพอใจในสื่อต่างๆที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ระดับความพึงพอใจในสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจมากที่สุด	8	2.0
ความพึงพอใจมาก	48	11.8
ความพึงพอใจปานกลาง	162	39.7
ความพึงพอใจน้อย	152	37.3
ความพึงพอใจน้อยที่สุด	38	9.3
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่จะเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในสื่อต่างๆอยู่ในระดับปานกลางร้อยละ 39.7 รองลงมาคือมีความพึงพอใจในสื่อต่างๆในระดับน้อย ร้อยละ 37.3 มีความพึงพอใจในสื่อต่างๆในระดับมาก ร้อยละ 11.8 มีความพึงพอใจในสื่อต่างๆในระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 9.3 และ มีความพึงพอใจในสื่อต่างๆในระดับมากที่สุดเพียงร้อยละ2 เท่านั้น

ตารางที่ 20 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการ ใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมจากสื่อต่างๆ

สื่อ	ระดับการใช้ประโยชน์					รวม	ค่า	ค่า	ความ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	จำนวน	เฉลี่ย	SD.	หมาย
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	ร้อยละ			
1. **โทรทัศน์**	78 (19.1)	104 (25.5)	131 (32.1)	61 (15.0)	34 (8.3)	408 (100.0)	3.32	1.18	**มาก**
2. **วิทยุ**	64 (15.7)	76 (18.6)	134 (32.8)	69 (16.9)	65 (15.9)	408 (100.0)	3.01	1.27	**มาก**
3. **หนังสือพิมพ์**	26 (6.4)	57 (14.0)	144 (35.3)	89 (21.8)	92 (22.5)	408 (100.0)	2.60	1.16	**ปานกลาง**
4. **นิตยสาร**	19 (4.7)	50 (12.3)	120 (29.4)	97 (23.8)	122 (29.9)	408 (100.0)	2.38	1.17	**ปานกลาง**
5. **เจ้าอาวาสวัด**	35 (8.6)	62 (15.2)	115 (28.2)	103 (25.2)	93 (22.8)	408 (100.0)	2.62	1.23	**ปานกลาง**
6. **พระสงฆ์ที่มีความรู้ พระนักเทศน์**	48 (11.8)	82 (20.1)	110 (27.0)	91 (22.3)	77 (18.9)	408 (100.0)	2.84	1.28	**ปานกลาง**
7. **สมาชิกในครอบครัว**	32 (7.8)	70 (17.2)	155 (38.0)	93 (22.8)	58 (14.2)	408 (100.0)	2.82	1.12	**ปานกลาง**
8. **เพื่อนบ้าน / เพื่อนร่วมงาน**	14 (3.4)	61 (15.0)	149 (36.5)	96 (23.5)	88 (21.6)	408 (100.0)	2.55	1.09	**ปานกลาง**
9. **คู่มือ / หนังสือ**	63 (15.4)	70 (17.2)	115 (28.2)	81 (19.9)	79 (19.4)	408 (100.0)	2.89	1.32	**ปานกลาง**
10. **แผ่นพับ**	13 (3.2)	43 (10.5)	121 (29.7)	107 (26.2)	124 (30.4)	408 (100.0)	2.30	1.11	**ปานกลาง**
11. **นิทรรศการ**	13 (3.2)	43 (10.5)	112 (27.5)	101 (24.8)	139 (34.1)	408 (100.0)	2.24	1.13	**ปานกลาง**
12. **วีดีโอเทป**	9 (2.2)	33 (8.1)	81 (19.9)	110 (27.0)	175 (42.9)	408 (100.0)	2.00	1.07	**น้อย**
13. **เทปตลับ**	27 (6.6)	48 (11.8)	102 (25.0)	91 (22.3)	140 (34.3)	408 (100.0)	2.34	1.24	**ปานกลาง**
14. **ซี.ดี.**	9 (2.2)	23 (5.6)	74 (18.1)	101 (24.8)	201 (49.3)	408 (100.0)	1.87	1.04	**น้อย**
15. **การฝึกอบรม**	53 (13.0)	52 (12.7)	97 (23.8)	84 (20.6)	122 (29.9)	408 (100.0)	2.58	1.37	**ปานกลาง**
รวม							2.56		**ปานกลาง**

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมจากสื่อโทรทัศน์ในระดับมากร้อยละ 25.5 รองลงมาคือใช้ประโยชน์จากพระสงฆ์ที่มีความรู้ในระดับมากร้อยละ20.1 ,ใช้ประโยชน์จากโทรทัศน์ในระดับมากที่สุดร้อยละ19.1 และใช้ประโยชน์จากวิทยุในระดับมากร้อยละ18.6 และการใช้ประโยชน์จากสื่อคู่มือ/หนังสือและสมาชิกในครอบครัวในระดับมากร้อยละ17.2 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ในสื่อโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดย กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ในสื่อโทรทัศน์และวิทยุในระดับมาก และใช้ประโยชน์จากสื่อซี.ดี.และวีดีโอเทปในระดับน้อย นอกนั้นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมี การใช้ประโยชน์ในสื่อต่างๆจากมากไปหาน้อยดังนี้ โทรทัศน์ วิทยุ คู่มือ/หนังสือ พระสงฆ์ที่มีความรู้/พระนักเทศน์ สมาชิกในครอบครัว หนังสือพิมพ์ และการฝึกอบรม ตามลำดับ

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมจาก สื่อต่างๆ

ระดับการใช้ประโยชน์จากสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
การใช้ประโยชน์มากที่สุด	1	0.2
การใช้ประโยชน์มาก	49	12.0
การใช้ประโยชน์ปานกลาง	161	39.5
การใช้ประโยชน์น้อย	153	37.5
การใช้ประโยชน์น้อยที่สุด	44	10.8
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์ในสื่อต่างๆที่เปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในระดับปานกลางร้อยละ39.5 รองลงมาคือมีการใช้ประโยชน์ในสื่อต่างๆในระดับน้อย ร้อยละ 37.5 , มีการใช้ประโยชน์ในสื่อต่างๆในระดับมาก ร้อยละ 12, มีการใช้ประโยชน์ในสื่อต่างๆในระดับน้อย ที่สุด ร้อยละ 10.8

.

6.การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมตามหลักพุทธธรรมของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 22 จำนวนร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	ระดับการพัฒนา					รวม	ค่าเฉลี่ย	ค่าSD	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	จำนวน			
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	ร้อยละ			
การพัฒนาคุณภาพชีวิต									
พุทธธรรมทำให้ท่านมีสติ สามารถดำเนินชีวิตด้วยความไม่ประมาท และ เห็นคุณค่าของเวลามากขึ้น	181 (44.4)	152 (37.3)	71 (17.4)	3 (0.7)	1 (0.2)	408 (100.0)	4.25	0.78	สูงมาก
การเข้าถึงพุทธธรรมทำให้ท่านมีสมาธิและปัญญาในการคิด แก้ไขปัญหาชีวิตต่างๆได้	149 (36.5)	158 (38.7)	88 (21.6)	10 (2.5)	3 (0.7)	408 (100.0)	4.08	0.86	สูงมาก
พุทธธรรมทำให้ท่านมีสัจจะ ซื่อสัตย์ อดทน เสียสละไม่ ใจแคบ เห็นแก่ตัว และรู้จักปรับตัวให้เข้ากับสังคม	136 (33.3)	182 (44.6)	76 (18.6)	5 (1.2)	9 (2.2)	408 (100.0)	4.06	0.88	สูงมาก
การถือศีล 5ทำให้ท่านสามารถพัฒนาความประพฤติให้เป็น คนดีทั้งกาย วาจา ใจ เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับคนใกล้ชิด	159 (39.0)	164 (40.2)	76 (18.6)	5 (1.2)	4 (1.0)	408 (100.0)	4.15	0.83	สูงมาก
การรู้จักให้อภัยตามหลักพุทธธรรม ทำให้ท่านมีจิตใจสงบ เยือกเย็น ไม่โกรธแค้นพยาบาท รู้จักรักและมองผู้อื่นในด้านดี	149 (36.5)	182 (44.6)	67 (16.4)	7 (1.7)	3 (0.7)	408 (100.0)	4.14	0.80	สูงมาก
การมีพุทธธรรมในจิต ทำให้ท่านรู้จักพึ่งตนเอง ไม่เบียดเบียนผู้อื่น รู้จักกินใช้ปัจจัย4อย่างประหยัด และรู้จักประกอบ อาชีพโดยสุจริต	142 (34.8)	172 (42.2)	82 (20.1)	7 (1.7)	5 (1.2)	408 (100.0)	4.08	0.85	สูงมาก
การปฏิบัติธรรม ทำให้ท่านมีสุขภาพจิต-กายดี ไม่มีโรคภัย เบียดเบียน จิตใจมั่นคงไม่ฟุ้งซ่าน เชื่อในเหตุและผล	114 (27.9)	158 (38.7)	120 (29.4)	10 (2.5)	6 (1.5)	408 (100.0)	3.89	0.89	สูง
การพัฒนาฝึกปัญญา ให้รู้และเข้าใจสิ่งทั้งหลายตามความเป็นจริง ทำให้ท่านไม่ถูกกิเลส คือ ความโลภ โกรธ หลง เข้าครอบงำ	95 (23.3)	166 (40.7)	125 (30.6)	15 (3.7)	7 (1.7)	408 (100.0)	3.80	0.90	สูง
การยึดมั่นในโอวาทปาติโมกข์ ทำให้ท่านไม่ทำชั่ว ทำแต่ ความดี และทำจิตให้ผ่องใส ทำให้ชีวิตมีความสุข	108 (26.5)	166 (40.7)	120 (29.4)	10 (2.5)	4 (1.0)	408 (100.0)	3.89	0.86	สูง
การพัฒนาสังคม									
การมีจิตฝักใฝ่ในการทำบุญทำกุศล ทำให้ท่านมีส่วนร่วม ในกิจการช่วยเหลือสังคม	94 (23.0)	164 (40.2)	128 (31.4)	18 (4.4)	4 (1.0)	408 (100.0)	3.80	0.88	สูง
การยึดมั่นในพรหมวิหาร 4 ทำให้ท่านมีความยินดีและปรารถนาดีต้องการช่วยเหลือผู้อื่นและพร้อมที่จะส่งเสริมให้ผู้อื่นมีความเจริญก้าวหน้า	97 (23.8)	192 (47.1)	100 (24.5)	11 (2.7)	8 (2.0)	408 (100.0)	3.88	0.87	สูง
หลักสังคหวัตถุ4 ทำให้ท่านรู้จักเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เสียสละ แบ่งปัน สร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ให้กับสังคม เช่นบริจาคทรัพย์เพื่อสาธารณประโยชน์ต่างๆ บริจาคโลหิตร่วมปลูกต้นไม้ฯลฯ	88 (21.6)	189 (46.3)	107 (26.2)	17 (4.2)	7 (1.7)	408 (100.0)	3.82	0.88	สูง

การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	ระดับการพัฒนา					รวม	ค่าเฉลี่ย	ค่า SD	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	จำนวน ร้อยละ			
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ				
การมีศรัทธาในพระพุทธศาสนา ทำให้ท่านมีส่วนร่วมธำรง รักษา ศาสนพิธีและประเพณีให้คงอยู่ เช่น ทำบุญตักบาตร เวียนเทียน	139 (34.1)	168 (41.2)	85 (20.8)	12 (2.9)	4 (1.0)	408 (100.0)	4.04	0.87	สูงมาก
ความเชื่อในเรื่องกรรมดี-กรรมชั่ว ทำให้ท่านเข้าร่วมแก้ไขปัญหาให้แก่ชุมชน ด้วยการให้คำแนะนำหรือบริจาคทรัพย์ เช่น ให้ทุนการศึกษาแก่เด็กนักเรียนที่ยากไร้ ซื้อโลงให้ศพที่ไม่มีญาติ สร้างสนามกีฬาให้เด็กเล่น เพื่อไม่ให้เด็กไปมั่วสุมกับยาเสพย์ติด	126 (30.9)	131 (32.1)	122 (29.9)	23 (5.6)	6 (1.5)	408 (100.0)	3.85	0.97	สูง
ความเชื่อที่ว่าทำดีได้ดี ทำให้ท่านไม่นิ่งนอนใจที่จะทำความดี เมื่อมีโอกาส เช่น ช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้านด้วยคำแนะนำที่จริงใจ หรือช่วยเหลือเงินทองเท่าที่ทำได้	120 (29.4)	159 (39.0)	113 (27.7)	8 (2.0)	8 (2.0)	408 (100.0)	3.92	0.91	สูง
ท่านสามารถช่วยให้สังคมน่าอยู่ได้ โดยช่วยรักษากฎ ระเบียบวินัยของสังคม ไม่ทำลายและร่วมอนุรักษ์ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	147 (36.0)	173 (42.4)	72 (17.6)	6 (1.5)	10 (2.5)	408 (100.0)	4.08	0.90	สูงมาก
รวม							**3.98**	**0.63**	สูง

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มี การนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในระดับมากร้อยละ 47.1โดย มีการยึดมั่นในพรหมวิหาร 4 มีความยินดีและปรารถนาดีต้องการช่วยเหลือผู้อื่นและพร้อมที่จะส่งเสริมให้ผู้อื่นมีความเจริญก้าวหน้า รองลงมา ร้อยละ 46.3 อยู่ในระดับมาก คือยึดมั่นใน หลักสังคหวัตถุ4 รู้จักเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน สร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ให้กับสังคม เช่นบริจาคทรัพย์เพื่อสาธารณ ประโยชน์ต่างๆ บริจาคโลหิตร่วมปลูกต้นไม้ฯลฯ , ร้อยละ44.6อยู่ในระดับมากที่ยึดถือสัจจะซื่อสัตย์ อดทน เสียสละไม่ใจแคบเห็นแก่ตัวและรู้จักปรับตัวให้เข้ากับสังคม รู้จักให้อภัยมีจิตใจสงบไม่โกรธแค้น มองผู้อื่นในด้านดี, ร้อยละ 44.4 อยู่ในระดับมากที่สุดเป็นการนำพุทธธรรมไป พัฒนาสติทำให้ไม่ประมาท เห็นคุณค่าของเวลา และ ร้อยละ42.4 อยู่ในระดับมากรู้จัก รักษากฎระเบียบวินัยของสังคมและอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยเรียงระดับมากไปหาน้อยคือมีนำพุทธธรรมไปพัฒนาสติทำให้ไม่ประมาทเห็นคุณค่าของเวลามากที่สุด รองลงมาคือรู้จักถือศีล 5พัฒนาความประพฤติ , รู้จักให้อภัยมีจิตใจสงบไม่โกรธแค้น ,รู้จักใช้สมาธิและปัญญาแก้ปัญหาชีวิตและรู้จักพึ่งตนประกอบอาชีพสุจริต ตามลำดับ

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ระดับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	จำนวน	ร้อยละ
การพัฒนามากที่สุด	85	20.8
การพัฒนามาก	245	60.0
การพัฒนาปานกลาง	74	18.1
การ พัฒนาน้อย	2	0.5
การพัฒนาน้อยที่สุด	2	0.5
รวม	408	100.0

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีการนำพุทธธรรมไปใช้พัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในระดับมาก ร้อยละ60 รองลงมาคือมีการนำไปใช้ พัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในระดับมากที่สุด ร้อยละ 20.8 และระดับปานกลาง ร้อยละ 18.1

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานที่ 1 พุทธศาสนิกชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมแตกต่างกัน

ตารางที่ 24 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดทางสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	t	p
ชาย	158	1.4557	1.094		
หญิง	250	1.4180	1.161	0.33	0.744
รวม	408				

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 25 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	t	p
ชาย	158	1.4256	0.619		
หญิง	250	1.4810	0.795	- 0.79	0.432
รวม	408				

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 26 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคล ระหว่างกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	t	p
ชาย	158	1.2611	0.519		
หญิง	250	1.2890	0.596	- 0.48	0.628
รวม	408				

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคล ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

ตารางที่ 27 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	t	p
ชาย	158	1.5705	1.130		
หญิง	250	1.4457	1.167	1.07	0.287
รวม	408				

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่1

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F Ratio	p	คู่ที่ต่างกัน
1. ต่ำกว่า 20 ปี	87	1.3362	1.1392			
2. 21-30 ปี	134	1.2295	0.8943			
3. 31-40 ปี	80	1.3313	1.1093			
4. 41-50 ปี	68	1.8051	1.2155			4>2
5. 51-60 ปี	23	1.8043	1.3692			
6. 61 ปีขึ้นไป	16	2.0469	1.6813	4.1687* *	0.0011	
รวม	408	1.4326	1.1343			

* * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันทีละคู่ พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปีมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดทางสื่อมวลชนมากกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปีนอกนั้นไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F Ratio	p	คู่ที่ต่างกัน
1. ต่ำกว่า 20 ปี	87	1.4138	0.6557			
2. 21-30 ปี	134	1.2985	0.6383			
3. 31-40 ปี	80	1.4719	0.7345			
4. 41-50 ปี	68	1.6103	0.7386			
5. 51-60 ปี	23	1.8043	1.0498			
6. 61 ปีขึ้นไป	16	1.8594	0.9263	4.0721* *	0.0013	
รวม	408	1.4596	0.7318			

* * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันทีละคู่ ไม่พบว่าคู่ที่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคล ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F Ratio	p	คู่ที่ต่างกัน
1. ต่ำกว่า 20 ปี	87	1.3276	0.6139			
2. 21-30 ปี	134	1.1642	0.4326			
3. 31-40 ปี	80	1.3219	0.6502			
4. 41-50 ปี	68	1.2426	0.4404			
5. 51-60 ปี	23	1.6739	0.8869			5>2
6. 61 ปีขึ้นไป	16	1.3281	0.5060	3.7574**	0.0025	
รวม	408	1.2782	0.5666			

** * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันทีละคู่ พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปีมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลมากกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปีนอกนั้นไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F Ratio	p	คู่ที่ต่างกัน
1. ต่ำกว่า 20 ปี	87	1.8177	1.2296			1>2
2. 21-30 ปี	134	1.1695	0.9454			
3. 31-40 ปี	80	1.5000	1.1232			
4. 41-50 ปี	68	1.4790	1.1957			
5. 51-60 ปี	23	2.0994	1.4386			5>2
6. 61 ปีขึ้นไป	16	1.6161	1.1330	5.0396**	0.0002	
รวม	408	1.4940	1.1530			

* * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อ เฉพาะกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันทีละคู่ พบคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปีมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อ เฉพาะกิจมากกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปีและกลุ่มที่มีต่ำกว่า20 ปีมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อ เฉพาะกิจมากกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปีด้วยเช่นกัน นอกนั้นไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. โสด	250	1.3130	1.0738			
2. สมรส	120	1.5413	1.1283			
3. หม้าย	19	2.5789	1.5162			3>1,2,4
4. หย่า/แยกกันอยู่	19	1.0789	0.7315	8.7265* *	0.0000	
รวม	408	1.4330	1.1318			

* * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดจากสื่อมวลชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันทีละคู่ พบว่าคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ กลุ่มผู้ที่เป็นหม้ายมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดทางสื่อมวลชนมากกว่ากลุ่มที่เป็นโสด หย่า/แยกกันอยู่ และสมรส

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

.

ตารางที่ 33 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี สถานภาพการสมรสแตกต่างกัน

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. โสด	250	1.3910	0.6592			
2. สมรส	120	1.4717	0.7223			
3. หม้าย	19	2.0263	1.1052			3>1,2
4. หย่า/แยกกันอยู่	19	1.6579	0.7510	5.3506**	0.0013	
รวม	408	1.4566	0.7191			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม จากสื่อมวลชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันทีละคู่ พบว่าคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ กลุ่มผู้ที่เป็นหม้าย มีการเปิดรับ ข่าวสารด้านพุทธธรรม จากสื่อมวลชนมากกว่ากลุ่มที่เป็นโสด และสมรสแล้ว

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคล ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี สถานภาพการสมรสแตกต่างกัน

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. โสด	250	1.2340	0.5262			-
2. สมรส	120	1.3130	0.5618			-
3. หม้าย	19	1.6053	0.9586			-
4. หย่า/แยกกันอยู่	19	1.3947	0.5732	3.0425*	0.0288	-
รวม	408	1.2816	0.5693			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม จากสื่อบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันทีละคู่ ไม่พบ คู่ที่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

.

ตารางที่ 35 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อ เฉพาะกิจ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี สถานภาพการสมรสแตกต่างกัน

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. โสด	250	1.4771	1.1182			-
2. สมรส	120	1.4522	1.1786			-
3. หม้าย	19	1.9323	0.9360			-
4. หย่า/แยกกันอยู่	19	1.6316	1.5506	1.0749	0.3596	-
รวม	408	1.4988	1.1515			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม จากสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่ เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันทีละคู่ ไม่พบคู่ที่ แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

.

ตารางที่ 36 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดทางสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. ไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นทางการ	9	1.3611	1.0009			
2. ประถมศึกษา	58	1.5819	1.3454			
3. ม.1-ม.3 หรือเทียบเท่า	73	1.3219	1.1730			
4. ม.4-ม.6 /ปวช.หรือเทียบเท่า	73	1.3836	1.1181			
5. ปวท./ปวส./อนุปริญญา	47	1.4947	1.0458			
6. ปริญญาตรี	119	1.3971	1.0422			
7. สูงกว่าปริญญาตรี	29	1.6034	1.2147	0.4609	0.8371	
รวม	408	1.4326	1.1343			

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดทางสื่อมวลชน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี การศึกษาแตกต่างกันทีละคู่ ไม่พบคู่ที่ แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 37 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. ไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นทางการ	9	1.6389	0.6627			
2. ประถมศึกษา	58	1.6034	0.7695			
3. ม.1-ม.3 หรือเทียบเท่า	73	1.4658	0.7469			
4. ม.4-ม.6 /ปวช.หรือเทียบเท่า	73	1.4452	0.8028			
5. ปวท./ปวส./อนุปริญญา	47	1.3723	0.6550			
6. ปริญญาตรี	119	1.4139	0.6869			
7. สูงกว่าปริญญาตรี	29	1.4655	0.7698	0.6549	0.6862	
รวม	408	1.4596	0.7318			

จากตารางที่ 37 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี การศึกษาแตกต่างกันทีละคู่ ไม่พบคู่ที่ แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. ไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นทางการ	9	1.1667	0.2795			
2. ประถมศึกษา	58	1.4353	0.6907			
3. ม.1-ม.3 หรือเทียบเท่า	73	1.2432	0.5818			
4. ม.4-ม.6 /ปวช.หรือเทียบเท่า	73	1.3048	0.6113			
5. ปวท./ปวส./อนุปริญญา	47	1.2926	0.6109			
6. ปริญญาตรี	119	1.1723	0.3929			
7. สูงกว่าปริญญาตรี	29	1.4310	0.6678	1.9518	0.0715	
รวม	408	1.2782	0.5666			

จากตารางที่ 38 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี การศึกษาแตกต่างกันทีละคู่ ไม่พบคู่ที่ ไม่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 39 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม จากสื่อเฉพาะกิจ ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. ไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นทางการ	9	1.4603	0.9057			
2. ประถมศึกษา	58	1.2709	1.0852			
3. ม.1-ม.3 หรือเทียบเท่า	73	1.3581	1.2236			
4. ม.4-ม.6 /ปวช.หรือเทียบเท่า	73	1.4892	1.2293			
5. ปวท./ปวส./อนุปริญญา	47	1.6991	1.1838			
6. ปริญญาตรี	119	1.4922	1.1048			
7. สูงกว่าปริญญาตรี	29	1.9803	1.0207	1.6559	0.1305	
รวม	408	1.4940	1.1530			

จากตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี การศึกษาแตกต่างกันทีละคู่ ไม่พบคู่ที่ แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 40 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับ รายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพหลักแตกต่างกัน

อาชีพหลัก	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. รับจ้างทั่วไป	49	1.5153	1.1080			
2.รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	75	1.6267	1.1893			
3.ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	41	1.5366	1.3117			
4.พนักงานบริษัทเอกชน	91	1.3111	0.9681			
5.แม่บ้าน/พ่อบ้าน	41	1.5610	1.3273			
6.นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	111	1.2770	1.0831	1.2907	0.2669	
รวม	408	1.4324	1.1357			

จากตารางที่ 40 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพแตกต่างกันมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดทางสื่อมวลชน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพแตกต่างกันทีละคู่ไม่พบคู่ที่ แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 41 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพหลักแตกต่างกัน

อาชีพหลัก	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. รับจ้างทั่วไป	49	1.4745	0.6717			
2.รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	75	1.5000	0.7755			
3.ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	41	1.5488	0.8574			
4.พนักงานบริษัทเอกชน	91	1.3444	0.6476			
5.แม่บ้าน/พ่อบ้าน	41	1.7317	0.8649			
6.นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	111	1.3806	0.6707	2.0325	0.0732	
รวม	408	1.4582	0.7322			

จากตารางที่ 41 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อ มวลชนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพแตกต่างกันทีละคู่ ไม่พบคู่ที่ แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

.

ตารางที่ 42 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพหลักแตกต่างกัน

อาชีพหลัก	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. รับจ้างทั่วไป	49	1.3980	0.6788			
2.รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	75	1.2133	0.4363			
3.ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	41	1.2744	0.5911			
4.พนักงานบริษัทเอกชน	91	1.2083	0.4818			
5.แม่บ้าน/พ่อบ้าน	41	1.4756	0.7475			
6.นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	111	1.2568	0.5585	1.9544	0.0845	
รวม	408	1.4582	0.5672			

จากตารางที่ 42 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อ บุคคลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพแตกต่างกันทีละคู่ ไม่พบคู่ที่ แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 43 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพหลักแตกต่างกัน

อาชีพหลัก	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. รับจ้างทั่วไป	49	1.2566	1.0318			
2.รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	75	1.5810	1.0939			
3.ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	41	1.3833	1.2145			
4.พนักงานบริษัทเอกชน	91	1.4111	1.0681			
5.แม่บ้าน/พ่อบ้าน	41	1.5122	1.3298			
6.นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	111	1.6551	1.2081	1.1074	0.3558	
รวม	408	1.4977	1.1520			

จากตารางที่ 43 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพแตกต่างกันทีละคู่ ไม่พบคู่ที่ แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 44 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับ รายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดทางสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. ไม่มีรายได้	101	1.2203	0.9901			
2. ต่ำกว่า5,000 บาท	58	1.5216	1.2375			
3. 5,000-10,000 บาท	112	1.4442	1.1619			
4. 10,001-20,000 บาท	90	1.5861	1.1619			
5. 20,001-30,000 บาท	24	1.7500	1.2833			
6. 30,001 บาทขึ้นไป	23	1.1364	0.9503	1.8002	0.1117	
รวม	408	1.4324	1.1357			

จากตารางที่ 44 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้แตกต่างกันมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนาหรือของวัดทางสื่อมวลชน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันทีละคู่ ไม่พบคู่ที่ แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

.

ตารางที่ 45 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. ไม่มีรายได้	101	1.3762	0.6331			
2. ต่ำกว่า5,000 บาท	58	1.5474	0.8264			
3. 5,000-10,000 บาท	112	1.4598	0.7341			
4. 10,001-20,000 บาท	90	1.5333	0.7899			
5. 20,001-30,000 บาท	24	1.5104	0.6695			
6. 30,001 บาทขึ้นไป	23	1.2273	0.6940	1.0781	0.3719	
รวม	408	1.4582	0.7322			

จากตารางที่ 45 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้แตกต่างกันทีละคู่ ไม่พบคู่ที่ แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

.

ตารางที่ 46 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับ ข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. ไม่มีรายได้	101	1.2079	0.4691			
2. ต่ำกว่า5,000 บาท	58	1.3707	0.6287			
3. 5,000-10,000 บาท	112	1.2835	0.5650			
4. 10,001-20,000 บาท	90	1.2528	0.5514			
5. 20,001-30,000 บาท	24	1.2708	0.5562			
6. 30,001 บาทขึ้นไป	23	1.3295	0.6654	0.7150	0.6125	
รวม	408	1.2721	0.5539			

จากตารางที่ 46 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้แตกต่างกันทีละคู่ ไม่พบคู่ที่ แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

.

ตารางที่ 47 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
1. ไม่มีรายได้	101	1.5106	1.2201			
2. ต่ำกว่า5,000 บาท	58	1.3744	0.9762			
3. 5,000-10,000 บาท	112	1.2946	1.0380			
4. 10,001-20,000 บาท	90	1.6968	1.2112			
5. 20,001-30,000 บาท	24	1.9048	1.2927			
6. 30,001 บาทขึ้นไป	23	1.4740	1.3126	1.9853	0.0798	
รวม	408	1.4942	1.1544			

จากตารางที่ 47 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้แตกต่างกันทีละคู่ ไม่พบคู่ที่ แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมุติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมมีความสัมพันธ์กับ ความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

สมมุติฐานที่ 2.1 การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมมีความสัมพันธ์กับ ความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ตารางที่ 48 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อประเภทต่างๆกับ ความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ประเภทของสื่อต่างๆ ที่เปิดรับ	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์ กับความรู้	p
รายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด	408	0.1999**	0.000
สื่อมวลชน	408	0.0954	0.054
สื่อบุคคล	408	0.1040*	0.036
สื่อเฉพาะกิจ	408	0.2565**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 48 แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่2.1

การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจาก สื่อบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่2.1

ยกเว้นการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนเท่านั้นที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่2.1

สมมติฐาน2.2 การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมมีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ตารางที่ 49 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม จากสื่อประเภทต่างๆกับ ทัศนคติที่มีต่อ การนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณ ภาพชีวิตและสังคม

ประเภทของสื่อต่างๆที่เปิดรับ	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับทัศนคติ	p
รายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด	408	- 0.0455	0.362
สื่อมวลชน	408	- 0.0038	0.940
สื่อบุคคล	408	- 0.0302	0.545
สื่อเฉพาะกิจ	408	0.0426	0.394

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 49 แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อประเภทต่างๆได้แก่รายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชน , สื่อมวลชน และสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์ กับทัศนคติที่มีต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.2

การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจาก สื่อเฉพาะกิจ ไม่มีความสัมพันธ์ กับทัศนคติที่มีต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.2

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐาน 2.3 การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและ สังคม

ตารางที่ 50 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อประเภทต่างๆกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ประเภทของสื่อต่างๆที่เปิดรับ	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	p
รายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด	408	0.2576**	0.000
สื่อมวลชน	408	0.0971*	0.050
สื่อบุคคล	408	0.1533**	0.002
สื่อเฉพาะกิจ	408	0.1764**	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0 5

* * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 50 แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดและการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.3

การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.3

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 51 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อประเภทต่างๆกับการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ประเภทของสื่อต่างๆที่เปิดรับ	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	p
รายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด	408	0.4257**	0.000
สื่อมวลชน	408	0.2969**	0.000
สื่อบุคคล	408	0.3559**	0.000
สื่อเฉพาะกิจ	408	0.5343**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0 1

จากตารางที่ 51 แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชน และ การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจาก สื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โดยสื่อเฉพาะกิจและรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอยู่ในระดับปานกลาง นอกนั้นอยู่ในระดับต่ำ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมุติฐานที่ 3 ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ตารางที่ 52 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆกับ การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ความรู้ ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรม

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	ค่าสหสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรม	ค่าสหสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	ค่าสหสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรม
ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับสื่อต่างๆ	408	0.3788 **	0.2754 **	0.1426 **	0.8196 **
p		0.000	0.000	0.004	0.000

* * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0 1

จากตารางที่ 52 แสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆอันได้แก่สื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ความรู้ ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 กล่าว คือ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อมากก็จะมี ความรู้ ทัศนคติ การใช้ประโยชน์จากพุทธธรรมและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม มากเช่นกัน

โดยความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอยู่ในระดับสูงมาก และความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอยู่ในระดับต่ำมาก นอกนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกอยู่ในระดับต่ำ

ตารางที่ 53 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความรู้ ทัศนคติ การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม และการใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรม กับความรู้ ทัศนคติ การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมและการใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรม

ตัวแปร	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรม (p)	ค่าสหสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (p)	ค่าสหสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (p)	ค่าสหสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรม (p)
ความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรม	408	-	0.3274** (0.000)	0.4646** (0.000)	0.2949** (0.000)
ทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	408	-	-	0.3993** (0.000)	0.1115* (0.025)
การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	408	-	-	-	0.3308** (0.000)
การใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรม	408	-	-	-	-

* * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0 1

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0 5

จากตารางที่ 53 แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติ มีความสัมพันธ์ เชิงบวก กับการใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นอกนั้น**ความรู้** มีความสัมพันธ์ เชิงบวกกับทัศนคติ ความรู้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ความรู้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

ทัศนคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ ทัศนคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติ การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมีความ

สัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

การใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ การใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร" เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดย มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการตั้งสมมุติฐานในการวิจัยไว้ดังนี้

1. พุทธศาสนิกชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมแตกต่างกัน

2. การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มีความสัมพันธ์ กับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

3. ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณา

1.ลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 408 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ61.3 มีอายุระหว่าง21-30 ปี มีสถานภาพการเป็นโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพหลักเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท รองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย มีอายุต่ำกว่า20 – 20 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว มีการศึกษาในระดับม.1-ม.3 และม.4-ม.6/ปวช. มีอาชีพหลักเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และ ไม่มีรายได้

2.การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมจากสื่อทุกประเภทโดยรวม อยู่ในระดับต่ำ กล่าวคือ

การเปิดรับรายการธรรมะของวัด/กรมการศาสนาทางสื่อมวลชน ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม “รายการธรรมะของวัด/กรมการศาสนาทางสื่อมวลชน”โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ โดย สื่อที่รับมากที่สุด คือวิทยุ รองลงมาคือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ตามลำดับ และส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับสูงสุดเพียง นานกว่าเดือนละครั้ง คือ สื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือวิทยุ ส่วนสื่อที่ส่วนใหญ่ไม่สนใจอ่านเลย สูงสุดคือนิตยสาร รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์

สื่อมวลชน ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ โดย สื่อมวลชนที่รับมากที่สุดคือ โทรทัศน์ รองลงมาคือวิทยุ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ตามลำดับ โดย ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับสูงสุดเพียง นานกว่าเดือนละครั้ง คือ สื่อนิตยสาร รองลงมาคือวิทยุ 1 ส่วนสื่อมวลชนที่ส่วนใหญ่ไม่สนใจรับเลย สูงสุดคือ นิตยสาร รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์

ส่วน**การใช้ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน**โดยรวมอยู่ในระดับต่ำ โดยใช้ระยะเวลาในการเปิดรับสูงสุดจากสื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือสื่อวิทยุ และใช้เวลาในการเปิดรับสูงสุดเพียง 1-15 นาทีจากสื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือสื่อหนังสือพิมพ์ ส่วนสื่อมวลชนที่ไม่สนใจติดตามเลยสูงสุดคือนิตยสาร รองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์

สื่อบุคคล ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ โดยสื่อที่รับมากที่สุดคือสมาชิกในครอบครัว รองลงมาคือ เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน พระ

สงฆ์ที่มีความรู้/พระนักเทศน์/พระนักพูดและเจ้าอาวาสวัด ตามลำดับ โดย ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับสูงสุดเพียง นานกว่าเดือนละครั้ง คือ พระสงฆ์ที่มีความรู้/พระนักเทศน์ รองลงมาคือ เจ้าอาวาสวัด

ส่วนการใช้ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ โดยใช้ระยะเวลาในการเปิดรับสูงสุดจากสมาชิกในครอบครัว รองลงมาคือ เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน ตามลำดับและใช้เวลาในการพูดคุยสูงสุดเพียง 1-15 นาที จาก สมาชิกในครอบครัว รองลงมาคือ เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน

สื่อเฉพาะกิจ ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจโดยรวมอยู่ในระดับต่ำ โดยสื่อเฉพาะกิจที่รับมากที่สุดคือคู่มือ/หนังสือ รองลงมาคือ แผ่นพับ เทปตลับ การฝึกอบรม นิทรรศการ วิดีโอเทปและซี.ดี. ตามลำดับ โดยมีความถี่ในการเปิดรับสูงสุด มากกว่าปีละ 3 ครั้งขึ้นไปคือ คู่มือ/หนังสือ รองลงมาคือเปิดรับนานกว่าปีละครั้งคือการฝึกอบรม นอกนั้นส่วนใหญ่รับเพียงนานกว่าปีละครั้ง และสื่อเฉพาะกิจที่ไม่สนใจเปิดรับเลยสูงสุดคือซี.ดี. รองลงมาคือวิดีโอเทป

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมของกลุ่มตัวอย่างจากสื่อทั้ง 4 ประเภทได้แก่ รายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชน สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ พบว่าการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อดังกล่าวโดยรวมทุกสื่อยังอยู่ในระดับต่ำ และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยรวมของสื่อทั้ง 4 ประเภท พบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจาก สื่อเฉพาะกิจมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อมวลชน รายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชน และสื่อบุคคล ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจาก รายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชน , สื่อมวลชน และสื่อบุคคล "นานกว่าเดือนละครั้ง" และส่วนใหญ่มีการใช้เวลาในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนและสื่อบุคลเพียง 1-15 นาทีเท่านั้น

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของแต่ละสื่อย่อย พบว่า สื่อที่เปิดรับมากที่สุดคือ คู่มือ/หนังสือ รองลงมาคือโทรทัศน์ วิทยุ สมาชิกในครอบครัว แผ่นพับ เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน หนังสือพิมพ์ รายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางวิทยุ รายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางโทรทัศน์ เทปตลับ และ การฝึกอบรม ตามลำดับ

3.ความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในระดับปานกลาง รองลงมามีความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในระดับสูง โดยส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพ

ชีวิตและสังคมมากที่สุดในข้อของการทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดีด้านความประพฤติรับผิดชอบช่วยเหลือสังคม รองลงมาคือข้อที่ว่าการพัฒนาคุณภาพชีวิต คือการพัฒนาด้านกาย ด้านศีล ด้านจิต และด้านปัญญา ข้อที่ว่าการมีศีลคือการมีวินัย รู้จักเลี้ยงชีพ ประพฤติดี ไม่เบียนเบียดผู้อื่นทั้งร่างกายและจิตใจ และข้อที่รู้น้อยที่สุด คือข้อที่ว่าฆราวาสธรรม 4ที่ใช้ครองเรือนคืออะไร

4.ทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในเชิงบวก รองลงมามีทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมที่เป็นกลาง และมีทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในเชิงบวกมาก โดยมีทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในเชิงลบมีน้อยที่สุด โดยเห็นว่าชาวพุทธส่วนใหญ่ยังไม่มีการนำหลักธรรมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เนื่องจากยังไม่เข้าใจในหลักธรรมอย่างแจ่มแจ้ง และเห็นว่าชาวพุทธจะเลือกปฏิบัติตามคำสั่งสอนของพระสงฆ์ที่ตนมีความศรัทธาเท่านั้น ส่วนความคิดเห็นในเชิงบวกในระดับที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มากที่สุดคือต้องการที่จะให้ทุกคนนำหลักพุทธธรรมไปใช้ในชีวิตประจำวัน รองลงมา คืออยู่ในระดับเห็นด้วยที่จะให้ทุกคนศึกษาหลักธรรมจากพระสงฆ์ที่มีความรู้หรือจากสื่อต่างๆเพื่อนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม และในระดับเห็นด้วย ที่จะส่งเสริมให้สมาชิกในครอบครัวปฏิบัติศาสนกิจเพื่อปลูกฝังคุณธรรม ตามลำดับ

5.ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆ เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอยู่ ในระดับปานกลาง รองลงมามีความพึงพอใจในระดับน้อย โดยมีความพึงพอใจในสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา คือ วิทยุ, คู่มือ/หนังสือ , พระสงฆ์ที่มีความรู้/พระนักเทศน์ และสมาชิกในครอบครัว ตามลำดับ (ตารางที่ 18-19)

ส่วน**การใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม**จากสื่อต่างๆ เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆ เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอยู่ ในระดับปานกลาง รองลงมามีการใช้ประโยชน์ในระดับน้อย โดยมีการใช้ประโยชน์ ในสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือวิทยุ , คู่มือ/หนังสือ , พระสงฆ์ที่มีความรู้/พระนักเทศน์ และสมาชิกในครอบครัว ตามลำดับ (ตารางที่ 20-21)

6. การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมตามหลักพุทธธรรม

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในระดับมาก รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุด โดยรู้จักใช้หลักพุทธธรรมเป็นเครื่องเตือนสติทำให้ไม่ประมาทเห็นคุณค่าของเวลามากที่สุด รองลงมา รู้จักการถือศีล 5เพื่อพัฒนาความประพฤติให้เป็นคนดีทั้งกาย วาจา และใจเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับคนใกล้ชิด , รู้จักให้อภัยมีจิตใจสงบเยือกเย็น ไม่โกรธแค้นพยาบาทรู้จักรักและมองผู้อื่นในด้านดี , รู้จักใช้สมาธิและปัญญาในการแก้ปัญหาชีวิต , รู้จักพึ่งตนเองไม่เบียดเบียนผู้อื่นรู้จักกินใช้อย่างประหยัด รู้จักประกอบอาชีพสุจริต ,รู้จักช่วยรักษากฎระเบียบวินัยของสังคม ไม่ทำลายและช่วยอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมตามลำดับ (ตารางที่ 22-23)

ตอนที่ 2
การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 **พุทธศาสนิกชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้าน พุทธธรรมแตกต่างกัน**

การทดสอบหาความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันกับการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆ ผลการทดสอบพบว่าเป็นไปตามสมมติฐานเพียงบางส่วน กล่าวคือ

1.**เพศ** พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นชายและหญิงมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชนและการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 โดย เพศชายรับสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด รองลงมาเพศหญิงรับสื่อมวลชน โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลน้อยกว่าสื่ออื่นๆ (ตารางที่ 24-27)

2.**อายุ** พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชนและการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.01จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 โดยกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปีมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด รองลงมา เป็นกลุ่มที่มีอายุ61ปีขึ้นไปเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด เมื่อทดสอบทีละคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปีมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชนมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ

ระหว่าง 21-30 ปี กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปีมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมากกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และ กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจมากกว่ากลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี (ตารางที่ 28-31)

3.**สถานภาพการสมรส** พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชนและการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.01จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกันแต่มีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.01จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสื่อประเภทต่างๆทั้ง 4 สื่อ คือการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชน ,สื่อมวลชน ,สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ พบว่ากลุ่มที่เป็น มีการเปิดรับจากสื่อต่างๆมากคือกลุ่มที่เป็นหม้ายโดยเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดมากที่สุด รองลงมาเป็นรับจากสื่อมวลชน , รับจากสื่อเฉพาะกิจ จากสื่อบุคคล ตามลำดับ เมื่อทดสอบทีละคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 โดยกลุ่มที่เป็นหม้ายมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชนมากกว่ากลุ่มที่เป็นโสด , หย่า/แยกกันอยู่และสมรส และกลุ่มที่เป็นหม้ายมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนมากกว่ากลุ่มที่เป็นโสดและสมรสแล้ว (ตารางที่ 32-35)

4.**การศึกษา** พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา แตกต่างกันมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชนและการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเปิดรับสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปวท./ปวส. เปิดรับสื่อเฉพาะกิจ , กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีการศึกษาอย่างเป็นทางการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน , กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีรับชมรายการธรรมะของวัด และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ตามลำดับ (ตารางที่ 36-39)

5.**อาชีพหลัก** พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพหลักแตกต่างกันมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชนและการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 โดยอาชีพพ่อบ้านแม่บ้านเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน มากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจ,กลุ่มอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด , กลุ่มอาชีพ

รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ ,กลุ่มอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจาก สื่อมวลชน ตามลำดับ (ตารางที่ 40-43)

6.**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชนและการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 โดยกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน20,001-30,000 บาทเปิดรับสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด รองลงมากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน20,001-30,000 บาทเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด , กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน10,001-20,000 บาทเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ , กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน10,001-20,000 บาทเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด และกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาทเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน และกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ตามลำดับ (ตารางที่44-47)

สมมติฐานที่ 2 **การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มี ความสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม**

สมมติฐานที่ 2.1 การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มี ความสัมพันธ์กับความรู้ เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

การหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆกับความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ปรากฏผลเป็นไปตามสมมติฐานที่2.1 เพียงบางส่วน กล่าวคือ

2.1.1 การเปิดรับ**รายการธรรมะ**ของกรมการศาสนา/ของวัดและการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจาก**สื่อเฉพาะกิจ**มี ความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.1

2.1.2 การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจาก**สื่อบุคคล**มี ความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.1

2.1.3 การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจาก**สื่อมวลชน** ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.1 (ตารางที่ 48)

สมมติฐานที่ 2.2 การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มี ความสัมพันธ์กับ ทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

การหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆกับทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ปรากฏผลว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.2 (ตารางที่ 49)

สมมติฐานที่ 2.3 การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มี ความสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

การหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ปรากฏผลเป็นไปตามสมมติฐาน ที่ 2.3 กล่าวคือ

2.3.1 การเปิดรับ**รายการธรรมะของกรมการศาสนา**/ของวัดและการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจาก**สื่อบุคคล**และ**สื่อเฉพาะกิจ**มี ความสัมพันธ์เชิงบวกกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.3

2.3.2 การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจาก**สื่อมวลชน**มี ความสัมพันธ์เชิงบวกกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.3

การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ

การเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัดและการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมี ความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.01 (ตารางที่ 51)

สมมติฐานที่ 3 **ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม**

การหาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆกับการ พัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ความรู้ ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากสื่อ ปรากฏผลเป็นไปตามสมมติฐานที่3 กล่าวคือ

3.1 ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 (ตารางที่ 52)

3.2 ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

3.3 ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

3.4 ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ การใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อนำพุทธธรรมไปการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

ความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ ทัศนคติ การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม และ การใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ปรากฏผล (ตารางที่ 53) ดังนี้

- **ความรู้**เกี่ยวกับพุทธธรรม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม , การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม และ การใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

- **ทัศนคติ**ต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรมและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

- **ทัศนคติ**ต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม มีความสัมพันธ์ กับ การใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- **การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม** มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรม, ทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม และการใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

- **การใช้ประโยชน์**จากการรับข่าวสารด้านพุทธธรรมมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรมและ การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีสมมติฐานในการวิจัย 3 ข้อ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 พุทธศาสนิกชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมแตกต่างกัน

ผลการทดสอบหาความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน กับการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชน และ การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน , สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ พบว่าเป็นไปตามสมมติฐานเพียงบางส่วน กล่าวคือ

1.**เพศ**

จากการวิจัยพบว่าพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชน และมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1) ทั้งนี้อาจเป็นเรื่องเกี่ยวกับพุทธธรรมซึ่งเป็นเรื่องของคนทุกคนที่ต้องการแสวงหาความสุขในชีวิต ซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ประการหนึ่งที่ทุกคนต้องการ คือ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนให้ดีขึ้น มีความสุข และอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข ไม่ว่าเพศใดเมื่อสนใจศาสนาก็จะเลือกรับสื่อตามความสนใจของตนเอง ซึ่ง Klapper ได้กล่าวไว้ว่าคนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดตัวเองจะสื่อสารตามความคิดเห็นและความสนใจของตนเองและจะหลีกเลี่ยงไม่สื่อสารในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตนเอง นอกจากนี้การที่เพศชายและเพศหญิงเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกันยังอาจเป็นเพราะสื่อต่างๆในขณะนี้ยังเสนอเรื่องที่เกี่ยวกับพุทธธรรมในปริมาณที่น้อย การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจึงไม่แตกต่างกัน โอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านพุทธธรรมจึงไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชนา บุญเรือง (2540) ที่ศึกษาเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของหญิงและชายในองค์กรธุรกิจ พบว่าโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้หญิงและผู้ชาย ไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของไพลิน ศศิธนากรแก้ว (2537) เรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการ

รักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ พบว่า ลักษณะทางประชากร ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ

2.**อายุ**

จากการวิจัยพบว่าพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชนและการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ แตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม เช่นคนหนุ่มสาวอาจมีความคิดและเห็นว่าศาสนาเป็นเรื่องน่าเบื่อหรือเป็นเรื่องไกลตัวสำหรับคนหนุ่มสาว จึงไม่สนใจที่จะศึกษาหรือติดตามเรื่องที่เกี่ยวกับพระพุทธศาสนาจากสื่อต่างๆ ในขณะที่คนที่มีอายุมากเลยจากวัยกลางคนไปแล้วย่อมผ่านชีวิตมายาวนาน ประสบกับปัญหาต่างๆมากมายที่ต้องแก้ไขและบางครั้งปัญหาดังกล่าวก็แก้ไขไม่ได้จึงหันหน้าเข้าหาศาสนาเพื่อให้จิตใจสงบขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งคนที่มีอายุมากมักจะมีความพร้อมในเรื่องต่างๆพอสมควรแล้ว เวลาที่เหลือของชีวิตจึงต้องการเข้าวัดเพื่อแสวงหาความสุขที่แท้จริงของชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ วิลเลียมส์ บรุค (William D. Brook , 1977 : 211-212) ที่ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะประชากรด้านอายุ ไว้ 3 ประการ คือ อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม อายุเป็นสิ่งที่กำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจและกลุ่มคนที่มีอายุต่างกัน ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาพงศ์ ระรวยทรง (2535) เรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางสื่อมวลชน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภารักษ์ จูตระกูล (2536) เรื่องการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับ ความรู้ และ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ ที่พบว่า อายุแตกต่างกันเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน(วิทยุ นิตยสาร) สื่อบุคคล (ครู) สื่อเฉพาะกิจ(นิทรรศการ) แตกต่างกัน

ส่วนที่พบว่า กลุ่มพุทธศาสนิกชนที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปีมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชน มากกว่า พุทธศาสนิกชนที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี และกลุ่มพุทธศาสนิกชนที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมากกว่าพุทธศาสนิกชนที่มีอายุ ระหว่าง 21-30 ปี (ตารางที่30-33) ซึ่งจะเห็นว่าพุทธศาสนิกชนที่มีอายุตั้งแต่ 41ปีขึ้นไปจะเลือกรับรายการธรรมะของวัด/กรมการศาสนาสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมากกว่าพุทธศาสนิกชนที่มีอายุอ่อนกว่าและกำลังอยู่ในวัยทำงาน ทั้งนี้

อาจเป็นเพราะพุทธศาสนิกชนที่มีอายุมากมีวัยวุฒิ คุณวุฒิ เพียงพอที่จะสื่อสารกับเจ้าอาวาสวัด พระสงฆ์ที่มีความรู้ สมาชิกในครอบครัว หรือเพื่อนบ้านเพื่อนร่วมงาน ซึ่งเป็นสื่อบุคคล นอกจากนี้อาจมีปัจจัยมากพอที่จะเลือกรับเลือกซื้อสื่อเฉพาะกิจที่ตนสนใจได้ และมีความศรัทธามากพอที่จะให้เวลากับการติดตามรับชมรับฟังรายการธรรมะที่ตนชื่นชอบ เช่นรายการธรรมะต่างๆของวัดที่ตนศรัทธา หรือชม/ฟังรายการธรรมะของกรมการศาสนาเพื่อสนองศรัทธาหรือความพึงพอใจของตน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิลเบอร์ ชแรมส์ (Willbur Schramm,1973) ที่กล่าวไว้ว่า ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง

ส่วนที่พบว่าพุทธศาสนิกชนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีที่มีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจมากกว่าพุทธศาสนิกชนที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี อาจเป็นเพราะเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปียังอยู่ในวัยเรียนอาจมีเวลาว่างพอที่จะเสาะหาสื่อเฉพาะกิจเช่นไปดูนิทรรศการทางศาสนา เพราะยังมีความสนใจอยากรู้อยากเห็นสิ่งต่างๆด้วยตนเองหรืออาจเป็นเพราะหลักพุทธธรรมเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรการศึกษาที่บังคับให้เด็กในวัยนี้ต้องศึกษาในเรื่องศาสนาเพิ่มเติม เพื่อต้องการผลการสอบให้ได้คะแนนดี ในขณะที่คนในวัยรุ่นวัยทำงาน (21-30 ปี)ไม่มีเวลาที่จะเลือกรับสื่อเฉพาะกิจเพราะเวลาส่วนใหญ่อยู่กับการศึกษาหาความรู้ในวิชาชีพหรือทำงานเพื่อหาเลี้ยงชีพตนเองและครอบครัวเพราะกำลังอยู่ในวัยของการเริ่มก่อร่างสร้างตัวเป็นชีวิตใหม่ที่ต้องรับผิดชอบตนเองมากขึ้น ดังนั้นถ้าสื่อใดเข้าถึงตัวง่ายและสะดวกก็จะรับสื่อนั้นทันที สอดคล้องกับที่วิลเบอร์ ชแรมส์ (Willbur Schramm,1973) ได้กล่าวไว้ว่าโดยปกติบุคคลมักจะเลือกใช้สื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด(Least Effort) กล่าวคือ ผู้รับสื่อจะเลือกรับสื่อที่ตนเองสะดวกที่สุด ใช้ความพยายามน้อยที่สุด ในส่วนของความพร้อมความสะดวก ค่าใช้จ่าย เวลา นิสัย และประเพณีนิยมรวมถึงพฤติกรรมทางสังคมก็มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย นอกจากนั้นก็ยังเลือกที่จะได้รับประโยชน์ตอบแทนสูงสุดด้วย

3.**สถานภาพการสมรส**

จากการวิจัยพบว่าพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกันมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชนและการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล แตกต่างกัน (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสถานภาพการสมรสอาจเป็นตัวกำหนดภาระความรับผิดชอบเพิ่มมากขึ้น และมีประสบการณ์ในชีวิตแตกต่างกันไปตามสถานภาพการสมรสนั้นๆ ความรู้สึกนึกคิด รสนิยม ความชอบย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมที่ตนอยู่ สถานภาพการสมรสทำให้บุคคลมีทุกข์สุขแตกต่างกัน บางสถานภาพการสมรสเป็นสภาพที่ไม่มีความสุขต้องประสบกับความทุกข์ บุคคลย่อมต้องไขว่ขว้าหลักธรรมเพื่อช่วยจรรโลงชีวิตให้มีความเข้มแข็งมากพอที่จะฟันฝ่าอุปสรรคของชีวิตที่ตนประสบอยู่ได้ เพราะเชื่อมั่นว่าหลักธรรมทางศาสนาเป็นสิ่งดีงามเป็นที่ยึดเหนี่ยวของจิตใจที่ได้

ผลต่อผู้ปฏิบัติ แต่คนไม่ใช่น้อยที่เห็นว่าหลักธรรมทางศาสนา ปฏิบัติยากหรือขัดประโยชน์ ขัดขวางความเจริญหรือไม่มีประโยชน์ จึงไม่สนใจ แต่แท้จริงแล้วหลักธรรมทางศาสนามีประโยชน์แก่ผู้ปฏิบัติอย่างน้อยก็ด้านการชำระจิตใจให้บริสุทธิ์ในขณะนั้นได้ หลักธรรมเป็นหลักแห่งความประพฤติทางมนุษยธรรมของคนทั่วไป โดยไม่เลือกชาติ ศาสนา ส่วนการปฏิบัติแล้วแต่ความตั้งใจที่กำหนดขึ้นตามระดับของแต่ละคนจะเห็นสมควร แล้วแต่ว่าภาวะจิตใจที่แตกต่างไปตาม สถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน ดังนั้นการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจึงเป็นเรื่องของความพอใจ ความชื่นชอบหรือ ความศรัทธา โดยเฉพาะกับสื่อบุคคลเป็นสื่อที่ค่อนข้างเจาะจงต้องมีการสื่อสารแบบเผชิญหน้าโดยตรงการสื่อสารจึงต้องมีความตั้งใจและมีความกล้าในการแสดงออกรวมอยู่ด้วย สถานภาพการสมรสที่แตกต่างย่อมหมายถึงความตั้งใจในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมแตกต่างไปด้วย ส่วนสื่อมวลชนเป็นสื่อทั่วไปที่ไม่เฉพาะเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย เป็นการสื่อสารแบบเหวี่ยงแหแล้วแต่ความพอใจที่จะเปิดรับของแต่ละบุคคล สถานภาพการสมรสที่แตกต่างทำให้ความพร้อมในการเปิดรับแตกต่างกันไปด้วยตามสถานภาพนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่าง บุคคลของ เมลวิน แอล เดอเฟลอร์ (Defluer , 1966) ที่กล่าวว่าปัจจัยที่เกี่ยวกับด้านบุคคลถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากทางการสื่อสาร การตัดสินใจเลือกรับข่าวสารอาจมีสาเหตุมาจากที่บุคคลนั้นๆมีสิ่งสะสมอยู่ในตัวของบุคคลมาตั้งแต่เกิด (Predisposition)แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหาสำรวย จารุวัณโณ (2542) เรื่องศึกษาความสัมฤทธิผลในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ณ วัดปากน้ำ เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ที่พบว่า สถานภาพการสมรสมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารด้านธรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับปานกลาง

นอกจากนี้ยังพบว่าพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่1) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทุกคนถึงแม้จะมีสถานภาพการสมรสอย่างใดก็ตามทุกคนยังเป็นบุคคลหนึ่งที่อยู่ในสถาบันครอบครัวหรือสถาบันสังคมที่ตนเกี่ยวข้องหรือสนใจ ย่อมมีโอกาสเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจเท่าเทียมกัน ทั้งนี้เพราะวัดทุกวัดหรือหน่วยราชการที่ผลิตสื่อเฉพาะกิจมักมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้บุคคลโดยทั่วไปนำไปปฏิบัติเพื่อชีวิตที่ดีขึ้นไม่มีการแบ่งชั้นวรรณะหรือสถานภาพการสมรส ทุกคนสามารถจะมีสื่อเฉพาะกิจไว้ในครอบครองได้โดยไม่ยากและราคาก็ไม่แพงจนเกินไป เนื่องจากสื่อเฉพาะกิจทางพระพุทธศาสนาที่ผลิตขึ้น ส่วนใหญ่ทำด้วยแรงศรัทธาที่ผู้บริจาคต้องการให้เป็นธรรมทาน ทุกคนไม่ว่าจะมีสถานภาพการสมรสเช่นใดก็มีสิทธิ์เข้าถึงได้ถ้าต้องการเพราะสถาบันทางศาสนาพร้อมที่จะเปิดกว้างให้กับทุกคนอยู่แล้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรเทพ เริงยุทธนาชีวิน(2538) เรื่องการสื่อสารเพื่อป้องกันยาเสพติดของ

กลุ่มผู้ใช้แรงงานโรงงานอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า สถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราการเปิดรับข่าวสาร

ส่วนที่พบว่า กลุ่มที่เป็นหม้ายมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆสูงที่สุด โดยเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดมากกว่ากลุ่มที่เป็นโสด หย่า/แยกกันอยู่และสมรส รวมทั้งพบว่ากลุ่มที่เป็นหม้ายยังเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนมากกว่ากลุ่มที่เป็นโสดและสมรสแล้ว(ตารางที่ 34-37) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้เป็นหม้ายมักมีจิตใจเป็นทุกข์จากการที่ร้างคู่ชีวิต รู้สึกเหงาว้าเหว่ขาดที่พึ่งทางใจจึงต้องพึ่งพิงหลักธรรมทางศาสนาซึ่งจะช่วยฟื้นฟูจิตใจให้ดีขึ้น โดยส่วนใหญ่เลือกรับสื่อมวลชนเพราะสามารถเปิดรับชมได้โดยสะดวกไม่ต้องใช้เวลาในการเข้าถึงหรือแสวงหามากนักโดยเฉพาะสื่อมวลชนที่มีทั้งภาพและเสียง สามารถเร้าใจและเปลี่ยนแปลงอารมณ์ได้มากกว่า ทำให้สบายใจคลายเครียดได้ดีกว่าสื่ออื่น

4.**การศึกษา**

จากการวิจัยพบว่าพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มี การศึกษา แตกต่างกันมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด และการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข่าวสารด้านพุทธธรรมเป็นข่าวสารเฉพาะบุคคล ขึ้นอยู่กับความสนใจ และความศรัทธาเป็นสำคัญไม่เกี่ยวกับการศึกษาของผู้รับ แม้ไม่มีการศึกษาก็สามารถเข้าถึงธรรมได้โดยการปฏิบัติ ซึ่งในพระธัมมปทัฏฐกถาแปล ภาค1 กล่าวไว้ว่า ธรรมทั้งหลายมีใจเป็นหัวหน้ามีใจเป็นใหญ่สำเร็จแล้วด้วยใจ (พระเมธีธรรมาภรณ์ ,2526: 3) นอกจากนี้ข่าวสารด้านพุทธธรรมทำให้คนเป็นคนดีได้ การเป็นคนดีไม่จำเป็นต้องมีการศึกษาสูงก็เป็นคนดีได้ ทุกคนก็อยากเป็นคนดีทั้งนั้น แม้ว่าการศึกษาจะต่างกันอย่างไรก็ตามแต่เมื่อมีความตั้งใจจริง ต้องการศึกษาธรรมก็สามารถศึกษาจากสื่อประเภทต่างๆได้ไม่แตกต่างกัน หรืออาจเป็นเพราะหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเป็นวิชาการเฉพาะทางมีภาษาเพื่อการสื่อสารโดยเฉพาะ มีการใช้ภาษาบาลี ภาษาสันสกฤต เป็นภาษาที่ใช้สืบทอดกันต่อๆมา ดังนั้นผู้ที่สนใจจะศึกษาพระไตรปิฎกให้ถ่องแท้จำเป็นต้องศึกษาภาษาดังกล่าวให้แตกฉาน อันเป็นการศึกษาทางพระปริยัติธรรมซึ่งแตกต่างจากการศึกษาทางโลกโดยสิ้นเชิง ผู้ที่มีการศึกษาทางโลกแตกต่างกันการเข้าถึงพระพุทธศาสนาย่อมไม่แตกต่างกัน มีสิทธิ์ที่จะรู้หรือไม่รู้เท่าๆกัน เพราะถ้าต้องการเข้าใจในหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา อย่างลึกซึ้ง ผู้นั้นก็ต้องไปศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกธรรม-บาลีมาก่อน ดังนั้นพุทธศาสนิกชน ที่มีการศึกษาทางโลกแตกต่างกันย่อมมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด และการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิรันดร์ ทองหอม (2540) เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการใช้บริการจัดหางานของ

กรมการจัดหางาน ของผู้หางานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การศึกษาต่างกันมี การเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกันในสื่อ 8 ชนิด

ส่วนที่พบว่ากลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มที่มีการศึกษาปวท./ปวส.เปิดรับจากสื่อเฉพาะกิจ, กลุ่มที่ไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นทางการเปิดรับจากสื่อมวลชน, กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจะรับรายการธรรมะของวัด และ กลุ่มที่มีการศึกษาชั้นประถมศึกษาจะรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ซึ่งก็เป็นไปตามข้อเท็จจริงกล่าวคือเมื่อมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีก็มีความพร้อมที่จะเสาะแสวงหาและมีความสามารถที่จะเรียนรู้หลักธรรมได้ด้วยตนเองจากสื่อเฉพาะกิจได้มากกว่า ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นทางการความพร้อมในการอ่านเขียนย่อมน้อยซึ่งย่อมเหมาะกับสื่อวิทยุโทรทัศน์และก็เช่นกันกลุ่ม ที่มีการศึกษาชั้นประถมศึกษาก็ย่อมชอบที่จะเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน เพราะ เข้าถึงได้โดยง่ายและไม่ต้องใช้ความพยายามในการเปิดรับมากนัก

5.**อาชีพหลัก**

จากการวิจัยพบว่าพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพหลักแตกต่างกันมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชนและการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในโลกยุคโลกาภิวัตน์ บุคคลทุกอาชีพย่อมสามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลกันได้ตลอดเวลา และมีโอกาสเปิดรับข่าวสาร เท่าเทียมกันโดยเฉพาะ ศาสนาเป็นเรื่องของทุกคน มีสิทธิ์เข้าถึงได้ง่ายหากสนใจเพราะวัดทุกวัดเป็นของประชาชน ทุกคนมีส่วนในการเป็นเจ้าของประเทศ เจ้าของวัดและโดยข้อเท็จจริงหลักธรรมทางศาสนามีคุณค่าและมีส่วนช่วยพัฒนาคนและพัฒนาสังคม ให้เจริญขึ้น ซึ่งวัดต่างๆเปิดเสมอสำหรับผู้ที่ต้องการแสวงหาความสุขทางใจ ต้องการพัฒนาคุณภาพชีวิตและต้องการมีส่วนช่วยเหลือสังคม หรืออาจเป็นเพราะพระพุทธศาสนา เป็นส่วนหนึ่งของชีวิต เนื่องจากสังคมไทยมีความผูกพันธ์อยู่กับพระพุทธศาสนามา มากกว่า 2,000 ปีแล้ว ศาสนาพุทธเป็นสถาบันหลักของชาติที่สำคัญที่ช่วยเป็นจุดรวมจิตใจของคนไทยอย่างแน่นแฟ้น เป็นกลไกขจัดความขัดแย้งและสร้างความสงบให้กับสังคม บุคคลทุกอาชีพที่อยู่ในสังคมที่ยอมรับและศรัทธาในหลักธรรมคำสอนก็จะสามารถเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆได้โดยไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นาตยา ศรีวรนิมิตร (2541) เรื่อง การเปิดรับสื่อ ความรู้และทัศนคติของผู้นำชุมชนต่อโครงการศูนย์วิจัยนิวเคลียร์องครักษ์ ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างมีการเปิดรับสื่อ ที่สำนักงานพลังงานปรมาณูเพื่อสันติเผยแพร่เกี่ยวกับโครงการศูนย์วิจัยนิวเคลียร์องครักษ์ ไม่แตกต่าง

ส่วนที่พบว่าพุทธศาสนิกชนที่มีอาชีพเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้านจะรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนมากที่สุด รองลงมา กลุ่มที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จะรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจ กลุ่มที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจจะรับชมรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดและรับจากสื่อเฉพาะกิจ กลุ่มที่มีอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการจะรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน เรียงตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มพ่อบ้าน/แม่บ้านและกลุ่มที่มีอาชีพค้าขาย/เจ้าของกิจการต้องการความสะดวกมากกว่าและไม่ต้องใช้ความพยายามในการเปิดรับมากนักก็สามารถเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนได้เลยโดยเฉพาะที่พบมากคือสื่อโทรทัศน์และวิทยุ ส่วนกลุ่มที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจและกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาจะมีโอกาสเข้าถึง สื่อเฉพาะกิจได้โดยไม่ยากเนื่องจากมีเวลาเพียงพอและยังเป็นกลุ่มเป้าหมายของหน่วยงานต่างๆที่ต้องการสื่อสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม เนื่องจากกลุ่มที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจเป็นข้าของแผ่นดินจำเป็นต้องประพฤติตัวเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ ประชาชน ส่วนกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญยิ่งเพราะจะเป็นกำลังสำคัญของชาติต่อไปจึงเป็นกลุ่มเป้าหมายอีกกลุ่มหนึ่งที่หน่วยงานทางศาสนาให้ความสำคัญในระดับต้นๆ นอกจากนี้ทั้ง2กลุ่มดังกล่าวยังมีระดับความรู้ ความพร้อมและความกระตือรือร้น ที่จะศึกษาขวนขวายเรื่องหนึ่งเรื่องใดโดยเฉพาะเจาะจงเพื่อให้เข้าใจอย่างถ่องแท้มากกว่าที่จะเข้าใจแต่เพียงผิวเผินจึงเลือกที่จะรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2538)ที่ว่าสื่อเฉพาะกิจถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับเฉพาะกลุ่มเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสาร ความรู้โดยตรงและถูกต้อง ช่วยให้เกิดการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติได้ถูกวิธี

6.**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

จากการวิจัยพบว่าพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัด และการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันไม่ใช่ปัจจัยในการกำหนดการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม และจากข้อเท็จจริงข่าวสารด้านพุทธธรรมเป็นข่าวสารที่หน่วยงานทางราชการหรือวัดต้องการเผยแพร่อยู่แล้ว ผู้สนใจสามารถเข้าหาแหล่งสารได้โดยไม่เกี่ยวข้องกับรายได้ โดยอาจหาข่าวสารด้านพุทธธรรมได้จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับศาสนา วัดหรือ ศึกษาจากหนังสือในห้องสมุด ติดตามชมและฟังจากสื่อมวลชนหรือพูดคุยกับสื่อบุคคลต่างๆที่เป็นผู้รู้ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้น ทุกคนไม่ว่าจะมีรายได้มากหรือน้อยสามารถเปิดรับข่าวสารที่ตนสนใจได้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ บุญจิระ พุทธิศรี (2541)เรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ 2540และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนใน

เขตกรุงเทพมหานคร พบว่ารายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่พบว่า กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน20,001-30,000 บาทจะเปิดชมรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดและเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทเปิดชมรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดและเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจ และกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทจะเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ตามลำดับนั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้มีรายได้สูงมีสถานภาพทางการเงินดีกว่าทำให้มีเงินที่จะหาซื้อสื่อเฉพาะกิจในรูปแบบต่างๆได้ และการที่มีรายได้สูงทำให้เขาเหล่านี้ต้องพบปะสมาคมกับผู้คนมากขึ้นทำให้มีโอกาสได้รับทราบข่าวสารด้านพุทธธรรมได้มากจึงเข้าหาสื่อเฉพาะกิจได้โดยง่าย ส่วนผู้ที่มีรายได้น้อยจะเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนมากกว่าผู้มีรายได้ในกลุ่มอื่น อาจเป็นเพราะสื่อมวลชนเป็นสื่อที่อาจรับได้โดยไม่ยุ่งยาก ไม่เสียเวลาและเงินทองในการซื้อหา กลุ่มผู้ที่มีรายได้น้อยจึงสามารถเปิดรับได้โดยง่ายกว่าสื่ออื่น โดยเฉพาะพุทธศาสนิกชนที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางของการสื่อสารทุกประเภทอยู่แล้ว

กล่าวโดยสรุปผลการวิจัยข้างต้นจะเห็นว่าพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครเฉพาะที่มีอายุ และสถานภาพการสมรส แตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อประเภทต่างๆแตกต่างกัน นอกเหนือจากนั้น ลักษณะประชากรอื่นๆ จะมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อประเภทต่างๆไม่แตกต่างกัน ซึ่งตรงกับแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ (Selective Process)ที่ว่าข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามายังบุคคลแต่ละคนจากช่องทางต่างๆนั้นมักจะถูกคัดเลือกอยู่ตลอดเวลาตามความสนใจของแต่ละบุคคล ข่าวสารที่น่าสนใจมีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสารจะเป็นข่าวที่ก่อให้เกิดความสนใจเปิดรับ ซึ่งจะเห็นว่าการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมก็เช่นเดียวกัน ข่าวสารด้านพุทธธรรมเป็นเรื่องของความเชื่อ ความศรัทธา ความสนใจ การเห็นคุณค่าคุณประโยชน์ของแต่ละบุคคล ซึ่งส่วนใหญ่จะเห็นไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ผู้รับสารที่มีอายุและสถานภาพการสมรส ต่างกันจะเลือกรับแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอายุและสถานภาพการสมรสทำให้ความคิดและประสบการณ์ในชีวิตแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Willbur Schramm (1973)ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ คือสภาพแวดล้อม ประสบการณ์ ความสามารถในการรับสาร อารมณ์ ทัศนคติ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้การเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มี ความสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

สมมติฐานที่ 2.1 การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มี ความสัมพันธ์กับความรู้ เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ผลจากการหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/วัดทางสื่อมวลชนและการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ,สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ กับความรู้ เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ปรากฏผล เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.1 เพียงบางส่วน โดยสามารถจำแนกเป็นประเภทดังนี้

2.1.1 **รายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัด** ผลการวิจัยพบว่าการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัด มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.1) กล่าวคือพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัดจากสื่อมวลชนมากก็จะมีความรู้ เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมากขึ้นด้วย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะรายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัด ที่ผลิตขึ้นส่วนใหญ่จะมีจุดมุ่งหมายเน้นที่การให้ความรู้เรื่องที่เกี่ยวกับหลักธรรมพื้นฐานที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนโดยทั่วไปได้นำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม โดยรายการธรรมะที่จัดทำจะมีหลายรูปแบบเพื่อให้เนื้อหาสาระเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละระดับ เช่นรายการธรรมะกับเยาวชนเป็นรายการให้ความรู้เกี่ยวกับหลักธรรมสำหรับนักเรียนนักศึกษาและเพื่อความถูกต้องของเนื้อหาก่อนการผลิตจะให้บุคลากร ผู้ทรงคุณความรู้ในเรื่องของพระพุทธศาสนาเป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาเพื่อให้แน่ใจว่าเนื้อหาเหล่านั้นเป็นไปตามคำสอนในพระไตรปิฎก นอกจากนี้บางรายการธรรมะที่ผลิตขึ้นยังได้อาราธนาพระสงฆ์ผู้ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบและมีความเชี่ยวชาญในหลักธรรมคำสอนเป็นอย่างดีมาเป็นวิทยากรในการเผยแผ่หลักพุทธธรรม ดังนั้นพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัดจากสื่อมวลชนมากก็ย่อมต้องมีความรู้เกี่ยวกับหลักพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมากขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งตรงกับแนวคิดของ โรเจอรส์ (Rogers,1978) ที่กล่าวว่าการสื่อสารได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ของผู้รับสาร และเป็นไปตามแนวคิดของชาร์ลส เค อัทคิน (Charles K. Atkin , 1973) ที่กล่าวว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งมี ความรู้ ความเข้าใจ และมีหูตากว้างไกลมากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวารีย์ วงศ์วัฒนา (2535)เรื่องพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ของชุมชนชาวแพ จ.พิษณุโลก ที่พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จ.พิษณุโลก

2.1.2 **สื่อบุคคล** ผลการวิจัยพบว่าการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.1) กล่าวคือพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลมากก็จะมีความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมากขึ้นด้วย (แม้ว่าค่าความสัมพันธ์ที่พบจะต่ำมากซึ่งมีความสัมพันธ์เพียงส่วนน้อยมากกับความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรมแต่ก็เป็นส่วนหนึ่งที่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.1) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อบุคคลมากที่สุดเป็นสมาชิกในครอบครัวหรือเพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน และเป็นการเปิดรับในระดับต่ทุกประเภท ดังนั้นความรู้ที่ได้รับจากสื่อบุคคลจึงมีน้อย เนื่องจากทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารมีสภาพแวดล้อมและประสบการณ์ที่ใกล้เคียงกันการถ่ายทอดความรู้จึงเกิดได้น้อย ซึ่งตรงข้ามหากพุทธศาสนิกชน เข้าพบปะสนทนาธรรมกับเจ้าอาวาสวัดหรือพระสงฆ์ที่มีความรู้ ก็จะได้รับความรู้ในพุทธธรรมมากกว่า ทั้งๆที่ผลงานวิจัย พบว่าพุทธศาสนิกชนมีความพึงพอใจที่จะพูดคุยกับ พระสงฆ์ที่มีความรู้ มากกว่าสมาชิกในครอบครัวหรือเพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน อย่างไรก็ตามสื่อบุคคลยังมีข้อดีตรงที่เป็นสื่อสาร 2 ทางที่สามารถตอบโต้หรือสอบถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยได้ทันที อย่างน้อยเมื่อมีโอกาสได้พูดคุยกับผู้รู้เรื่องศาสนามากก็ย่อมมีความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาพร ปาละลักษณ์ (2541)เรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1.3 **สื่อเฉพาะกิจ** ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจมี ความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.1) กล่าวคือพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจมากก็จะมีความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมากขึ้นด้วย และยังพบว่าเป็นความสัมพันธ์ที่สูงกว่าสื่ออื่นมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จึงชอบที่จะเป็นผู้เลือกรับสื่อเฉพาะกิจมากกว่า โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรับสื่อคู่มือ/หนังสือ มากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข้อดีของสื่อเฉพาะกิจที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายเหมาะสมตามความแตกต่างของผู้รับสาร และยังทำให้ผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อเฉพาะกิจที่ตนเองสนใจหรือพร้อมที่จะรับ โดยเฉพาะหลักธรรมทางศาสนาเป็นเรื่องละเอียดอ่อน เป็นความรู้ทางวิชาการเฉพาะทาง

การเรียนหรือการศึกษาจะต้องศึกษาอย่างเป็นระบบมีขั้นตอนมีระเบียบวิธี จึงจะสามารถเข้าใจอย่างถ่องแท้ได้ สื่อเฉพาะกิจจึงเป็นสื่อที่เหมาะสมที่สามารถทำให้ผู้รับสารมีความรู้อย่างลึกซึ้งตามความต้องการของผู้รับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของอาดัมส์ (Adams,1971) ที่กล่าวว่า การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง

2.1.4 **สื่อมวลชน** ผลการวิจัยพบว่าการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนไม่มี ความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.1) กล่าวคือพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนมากหรือน้อยก็มีความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะขณะนี้ความรู้ทางพุทธธรรมยังไม่ค่อยมีการเผยแผ่ผ่านสื่อมวลชนมากนัก และความถี่ในการเผยแผ่มีระยะห่างมากทำให้พุทธ ศาสนิกชนไม่สามารถจดจำเนื้อหารายละเอียดของหลักพุทธธรรมได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้สื่อมวลชนทั้งโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจ มุ่งแสวงหากำไร จึงมีการเสนอแต่ความบันเทิง หรือเสนอเนื้อหาที่เกินจริงในสิ่งที่เหลือเชื่อมากกว่าจะเสนอหลักธรรมล้วนๆ เพราะเนื้อหาเหล่านั้นไม่ชวนติดตามทำให้ต้องสูญเสียผลประโยชน์ทางธุรกิจ ซึ่งพุทธศาสนิกชนส่วนหนึ่งเข้าใจและอาจจะไม่รับสาระจากสื่อมวลชนเหล่านี้ และมีบ้างที่สื่อมวลชนยอมเสนอเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ต่อพุทธศาสนิกชนแต่เป็นนานๆครั้งไม่ได้เสนออย่างต่อเนื่องเนื่องจากไม่มีผู้ให้การสนับสนุน เมื่อมีการเสนอหลักพุทธธรรมผ่านสื่อเหล่านี้ ก็ไม่สามารถนำเสนออย่างลึกซึ้ง พุทธศาสนิกชนจึงรับฟังรับชมแบบผ่านๆไม่ได้ตั้งใจจับประเด็นสาระของหลักธรรม ทำให้ได้รับความรู้น้อยหรือไม่ได้รับเลย นอกจากนี้โดยเนื้อแท้แล้วความรู้เกี่ยวกับหลักธรรม มีความยากแก่การเข้าใจ การนำเสนอผ่านสื่อมวลชนให้เป็นรายการที่ดีพร้อมกับมีเนื้อหาสาระครบถ้วนสมบูรณ์จึงทำได้ยาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของชารลส์ (Charles R. Wright,1975 : 7) ที่กล่าวว่า สารจากสื่อมวลชน มีลักษณะเป็นสาธารณะไม่มุ่งเฉพาะเจาะจง (Public)ผ่านไปอย่างรวดเร็วและไม่มีความยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาวิตรี สุตรา (2539) ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการออมของชาวชนบทในจังหวัดสุรินทร์ ที่พบว่า สื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวจิต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลดาวัลย์ พอใจ (2536) ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่พบว่า สื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

สมมติฐานที่ 2.2 การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มี ความสัมพันธ์กับ ทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ผลจากการหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัดทางสื่อมวลชนกับทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ปรากฏผลว่าไม่มีความสัมพันธ์กัน คือไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.2 โดยสามารถจำแนกเป็นประเภทดังนี้

2.2.1 **รายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัด** ผลการวิจัยพบว่าการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัดทางสื่อมวลชน ไม่มีความสัมพันธ์ กับทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม(ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.2) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัดทางสื่อมวลชนที่พบนั้นเป็นการเปิดรับจากสื่อวิทยุมากที่สุดและเป็นการเปิดรับในระดับต่ำ รองลงมาคือโทรทัศน์ และเมื่อเปรียบเทียบกับทุกสื่อจะเห็นว่าพุทธศาสนิกชนในกรุงเทพมหานครเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัดน้อยมาก อาจเนื่องจากตัวผู้รับไม่สนใจที่จะเปิดรับเพราะรายการดังกล่าวไม่น่าสนใจหรือเวลาที่เผยแผ่ไม่เหมาะสมทั้งนี้อาจเนื่องจากทางกรมการศาสนาและวัดต่างๆยังขาดงบประมาณที่จะซื้อเวลาของสื่อมวลชนให้เผยแผ่หลักธรรมในช่วงเวลาที่ดี หรือนำเสนอในหนังสือพิมพ์-นิตยสารฉบับดังๆได้อย่างต่อเนื่อง รายการธรรมะดังกล่าวจึงยังไม่สามารถสร้างทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมได้ดีเนื่องจากเสนอสารน้อยไป ไม่มากเพียงพอที่จะสร้างทัศนคติได้ตามต้องการ สอดคล้องกับแนวคิดของซิมบาโด (Zimbardo , 1991) ที่ว่าอิทธิพลของการเสนอข่าวบ่อยครั้งไว้ในทฤษฎีเกี่ยวกับ Familiarity ไว้ว่า การที่สารนั้นๆมีการเสนอเนื้อหาผ่านสื่อต่างๆซ้ำกันบ่อยๆจะทำให้เกิดความคุ้นเคยกับข่าวสารอันก่อให้เกิดความสนใจ ความเข้าใจและการยอมรับซึ่งนับว่าเป็นขั้นตอนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปตามเนื้อหาที่นำเสนอนั้นๆ หากเป็นเนื้อหาในทางดีมีการโน้มน้าวใจให้เกิดการกระทำตาม ก็จะมีการปฏิบัติตามคำแนะนำนั้นๆ และถึงแม้ว่ากรมการศาสนา/วัดจะมีศักยภาพที่จะทำได้แต่ก็ต้องมาติดขัดในเรื่องของ ข้อเท็จจริงที่ยอมรับกันว่าสื่อโทรทัศน์และวิทยุเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่มีบทบาทในการให้ความรู้มากกว่าการเปลี่ยนแปลงหรือก่อให้เกิดทัศนคติได้ อย่างก็ตามเป็นที่น่ายินดีว่าพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ยังมีทัศนคติที่ดีต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม แม้ว่าการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัดทางสื่อมวลชนของพุทธศาสนิกชนจะไม่มีความสัมพันธ์(เชิงลบ)กับทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมจากสื่อมวลชนก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง (2540) ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของ

พนักงานในโรงงานกลุ่มบริษัทมินิแบ (ประเทศไทย) ที่พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของพนักงานในโรงงานกลุ่มบริษัทมินิแบ

2.2.2 **สื่อมวลชน** ผลการวิจัยพบว่าการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์ กับทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.2) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเนื่องจากประสิทธภาพของสื่อมวลชนที่พุทธศาสนิกชนรับเป็นอันดับ 2 รองจากคู่มือ/หนังสือ คือโทรทัศน์ และวิทยุ ไม่สามารถที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โรเจอร์สและชูเม็คเคอร์ (Rogers and Shoemaker , 1971)ที่กล่าวว่าสื่อมวลชนมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลง ทัศนคติที่ไม่ฝังรากลึกเท่านั้น และ โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper , 1968)กล่าวไว้อีกว่าอิทธิพลของการสื่อสารมวลชนต่อบุคคลในสังคม เป็นเพียงแรงเสริมหรือ ผู้สนับสนุนในกระบวนการโน้มน้าวใจต่อความคิดเห็นหรือทัศนคติที่มีอยู่แล้ว การที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆช่วยสนับสนุน ซึ่งทัศนคติที่พบนั้นส่วนมากเป็นเชิงบวก ทั้งนี้อาจเนื่องจากทัศนคติที่มีต่อพระพุทธศาสนาเป็นทัศนคติเชิงบวก ได้ฝังรากลึกอยู่ในจิตใจของพุทธศาสนิกชนอยู่แล้ว โดยจะเห็นว่าพระพุทธศาสนาเข้ามาในประเทศไทยครั้งแรกในปี พ.ศ.235 (อ้างอิงมาจากวิทยานิพนธ์เรื่องการศึกษาวิเคราะห์คุณค่าของศีลที่มีต่อสังคมไทย ของ พระอุบล กตปุญโญ) พระพุทธศาสนาเป็นแหล่งคำสอนและระบบจริยธรรม ที่ซึมซ่านแผ่ไปทั่วในสังคมไทย แม้ว่าปัจจุบันคนในสังคมจะห่างเหินจากหลักธรรมในพระพุทธศาสนา แต่ระบบศีลธรรมก็ยังฝังลึกอยู่ในรากฐานทางวัฒนธรรมของไทย ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนชาวไทยจึงผูกพันธ์กับพระพุทธศาสนาอย่างแนบแน่นแยกกันไม่ออกและยังคงมีศรัทธาในหลักธรรมคำสอนของพระพุทธองค์ แม้จะเกิดวิกฤติศรัทธาในศาสนบุคคลที่เป็นศาสนทายาทในบางครั้งก็ตาม ซึ่งพุทธศาสนิกชนสามารถแยกแยะได้ระหว่าง ศาสนธรรมกับศาสนบุคคล จึงมี ทัศนคติในเชิงบวกต่อหลักพุทธธรรม นอกจากนี้ การที่สังคมไทยยังคงยอมรับพระพุทธศาสนา และนับถือสืบต่อกันมาก็เพราะพุทธศาสนิกชนยังคงเชื่อในพระปรีชาญาณของพระพุทธเจ้าว่าทรงค้นพบสัจธรรมและทรงสั่งสอนระบบจริยธรรมที่ถูกต้องจริงแท้ตรงตามสัจธรรม จึงน้อมนำหลักธรรมคำสอนทางพระพุทธศาสนามาปฏิบัติและยังคงมีทัศนคติที่ดีหรือเป็นบวกต่อพุทธธรรม ทัศนคติจึงไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษบา ภู่สกุล (2536) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพย์กรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้อำเภอวัฒนานครจังหวัด ปราจีนบุรี ที่พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เกี่ยวกับการรักษาทรัพย์กรป่าไม้ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการรักษาทรัพย์กรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้าน

2.2.3 **สื่อบุคคล** ผลการวิจัยพบว่าการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์ กับทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.2) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อบุคคลที่พุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครเปิดรับมากที่สุดคือสมาชิกในครอบครัว ซึ่งเป็นบุคคลที่ใกล้ชิดจนเกิดความคุ้นเคยจนบางครั้งอาจขาดความน่าเชื่อถือในเรื่องของความรู้ที่เกี่ยวกับหลักพุทธธรรม และรู้เขารู้เรามากจนเกินกว่าที่จะเชื่อในสิ่งที่แนะนำได้ โดยที่นักสังคมศาสตร์หลายท่านได้ให้แนวคิดไว้ว่า ทัศนคติที่ผู้รับสารมีต่อผู้ส่งสารจะมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อสารนั้นด้วย บางคำถามที่ว่า “ใครเป็นคนพูด” มีความสำคัญพอๆกับคำบอกว่า “พูดว่าอะไร” โดยเฉพาะในเรื่องหลักพุทธธรรม ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับความประพฤติดีปฏิบัติชอบของผู้ส่งสารรวมอยู่ด้วย บุคคลผู้ส่งสารที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ จึงต้องเป็นผู้ที่ชาวบ้านให้ความเคารพยกย่องและศรัทธามากเป็นพิเศษ ซึ่งในสังคมไทยโดยส่วนรวมยังคงให้ความเคารพต่อพระสงฆ์ให้เป็นผู้นำในด้านการพัฒนาจิตใจ ส่วนในกรณีที่ทำวิจัยนี้เป็นสังคมเฉพาะในกรุงเทพมหานครที่ชาวบ้านอาจจะห่างเหินจากพระสงฆ์และกลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียนนักศึกษานิสิตและพนักงานบริษัทเอกชนมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีจึงเลือกรับสื่อบุคคลที่เป็นสมาชิกในครอบครัวแทนเพราะอยู่ใกล้ชิดมากกว่าสื่อบุคคลอื่น และเป็นสมาชิกในครอบครัวก็อาจไม่มีความรู้ในเรื่องของศาสนาเพียงพอที่จะมีอิทธิพลต่อการชักจูงใจให้เกิดการสร้างทัศนคติและทำให้เกิดพฤติกรรมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดานินทร์ กิจนิซี (2540) ที่ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสาร ความรู้ทัศนคติและการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสอง

2.2.4 **สื่อเฉพาะกิจ**ผลการวิจัยพบว่าการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์ กับทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.2) โดยพบว่าสื่อเฉพาะกิจ ที่รับมากที่สุดมากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ คือ คู่มือ/หนังสือ ซึ่งคู่มือ/หนังสือมีประสิทธิภาพในการให้ความรู้มากกว่าที่จะเปลี่ยนแปลงหรือเสริมสร้างทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมได้ แม้ว่าสื่อเฉพาะกิจจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วถึงดีกว่าสื่ออื่น แต่ก็เป็นสื่อสารทางเดียวไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่าน ดังนั้นหากพุทธศาสนิกชนไม่เข้าไปมีส่วนร่วมหรือไม่เข้าไปศึกษาพุทธธรรมโดยตรงด้วยการปฏิบัติด้วยตนเองแล้ว การรู้ซึ้งในหลักธรรมย่อมไม่เกิดขึ้นโดยเฉพาะพระพุทธศาสนาเป็นศาสนาที่ต้องปฏิบัติต้องเรียนรู้ด้วยตนเองจึงจะได้รับผลคือการเข้าถึงแก่นแท้ของหลักธรรม การเรียนจากการอ่านจึงไม่ซาบซึ้งพอที่จะทำให้ ทัศนคติ เปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมาลี ตั้งจิตต์

ศิลป์ (2537) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ

สมมติฐานที่ 2.3 การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มี ความสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ผลจากการหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจาก สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัดทางสื่อมวลชน กับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ปรากฏผลว่ามีความสัมพันธ์กัน เป็นไปตามสมมติฐาน ที่ 2.3 โดยสามารถจำแนกเป็นประเภทดังนี้

2.3.1 **รายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัด** ผลการวิจัยพบว่าการเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัดทางสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.3) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพุทธศาสนิกชนในกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจและมีการใช้ประโยชน์ในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือวิทยุ ดังนั้นเมื่อพุทธศาสนิกชนรับการเผยแผ่พุทธธรรมผ่านทางรายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัดทางสื่อมวลชน ในระดับใดก็จะมีการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมในระดับนั้นเช่นกัน นอกจากนี้ในส่วนของเนื้อหาสาระที่นำเสนอส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของหลักธรรมที่จะนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม รวมทั้งพัฒนาจิตใจ เช่นสาระของศีลพื้นฐานที่ใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐานในทางความประพฤติของมนุษย์ ศีลเพื่อเสริมความดีงามของชีวิตและสังคม รวมทั้ง มีหลักคำสอนในสิงคาลกสูตรที่พระพุทธเจ้าทรงตรัสไว้ให้เป็นวินัยของคฤหัสถ์ หรือศีลสำหรับประชาชน (พระไตรปิกฎภาษาไทย , 2530) พระพุทธเจ้าทรงกระจายคำสอนออกไปอย่างกว้างขวางเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติโดยตรงแก่บุคคลและสังคม ซึ่งสาระเหล่านี้เป็นสิ่งใกล้ตัวที่ทุกคนสนใจและยินดีนำไปปฏิบัติอยู่แล้ว แม้ว่าวัฒนธรรมตะวันตกจะหลั่งไหลเข้ามาสู่อนุชนรุ่นใหม่ แต่เพราะเรามีแนวปฏิบัติจากพุทธธรรมที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ สืบทอดและฝังแน่นในสายเลือดของพุทธศาสนิกชนชาวไทยจึงทำให้สังคมไทยสงบสุข โดดเด่นและมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ดังนั้นเมื่อทุกคนมีศาสนาอยู่ประจำใจแล้ว การเปิดรับรายการธรรมะของกรมการศาสนา/ของวัดทางสื่อมวลชนจึงเป็นการกระตุ้น แม้จะไม่มากแต่ก็สามารถทำให้ผู้รับสารนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมต่อไปได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพรรณ ศรีมุข (2541) ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อ กับความรู้

ทัศนคติและพฤติกรรมการยอมรับวิถีชีวิตตามหลักชีวจิต ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวจิต จากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ พฤติกรรมการยอมรับวิถีชีวิตตามหลักชีวจิต

2.3.2 **สื่อเฉพาะกิจ** ผลการวิจัยพบว่าการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจาก สื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม(เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.3) โดยพบว่าสื่อเฉพาะกิจที่รับมากที่สุดคือ คู่มือ/หนังสือ รองลงมาคือ แผ่นพับและเทปตลับ เมื่อมีการรับสื่อเฉพาะกิจมากก็มีการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพุทธศาสนิกชนได้เล็งเห็นคุณค่าของข่าวสารด้านพุทธธรรมที่ได้รับว่ามีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตสามารถช่วยแก้ไขปัญหาชีวิตได้ทำให้ชีวิตมีความสุขที่แท้จริงจึงได้นำไปปฏิบัติเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองรวมไปถึงการนำไปพัฒนาสังคมด้วย หรืออาจเป็นเพราะโดยธรรมชาติแล้วเมื่อเกิดความเชื่อความศรัทธาในพระพุทธเจ้าแล้วก็จะมีใจโน้มเอียงไปในทางบวกในเรื่องอื่นๆที่เกี่ยวกับพระพุทธศาสนาด้วยจึงพร้อมใจนำหลักพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม นอกจากนี้อาจเป็นเพราะสื่อเฉพาะกิจที่จัดทำขึ้นเป็นเรื่องทางวิชาการทางศาสนามีความยากและน่าเบื่ออยู่ในตัวเองอยู่แล้ว การจัดทำทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงต้องใช้ความพยายามอย่างสูงที่จะให้สื่อเฉพาะกิจที่จัดทำขึ้น เป็นสื่อเฉพาะกิจที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมายใดกลุ่มเป้าหมายหนึ่งโดยเฉพาะเพื่อให้ข่าวสารด้านพุทธธรรมที่ต้องการเผยแผ่สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้ทั่วถึง และทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วม โดยตรง เพื่อให้มีการนำหลักพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสื่อเฉพาะกิจ ที่เป็น คู่มือ/หนังสือ สามารถให้รายละเอียดได้มากเหมาะกับผู้มีการศึกษาในระดับสูง แผ่นพับมีสีสันสวยงามชวนอ่านเหมาะกับผู้ทำงานที่ไม่มีเวลาที่จะศึกษามากนัก(อายุ 21-30ปี) เทปตลับง่ายต่อการเปิดรับได้ทุกเวลาและทันสมัยเหมาะสำหรับกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อดัมส์ (Adams,1971) ที่กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ว่าสื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเพราะ สื่อเฉพาะกิจจัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้ สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารเป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง มีกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้แน่นอน ในเมื่อสื่อเฉพาะกิจด้านพุทธธรรมที่ผลิตขึ้นเหมาะสำหรับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ ผลที่ได้คือเมื่อรับสื่อเฉพาะกิจดังกล่าวในปริมาณมากก็จะมีพฤติกรรมในการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมากขึ้นตามไปด้วยคือมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง (2540) ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของพนักงานใน

โรงงานกลุ่มบริษัทมินิแบ(ประเทศไทย) ที่พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับ การมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

2.3.3 **สื่อบุคคล** ผลการวิจัยพบว่าการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม(เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.3) โดยมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลนานกว่าเดือนละครั้งและใช้เวลาในการพูดคุย 1-15 นาที พูดคุย มากที่สุด กับสมาชิกในครอบครัว รองลงมาคือเพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน การที่พุทธศาสนิกชนพูดคุยเรื่องธรรมะกับสื่อบุคคลในปริมาณมากก็จะมีการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมากขึ้นด้วย นั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อบุคคลที่พูดคุยด้วยเป็นสมาชิกในครอบครัว ซึ่งมีความใกล้ชิดคุ้นเคยสนิทสนมสามารถที่จะปรึกษาหารือได้ทุกเรื่องทุกเวลาไม่จำเป็นต้องมีพิธีรีตองในการเข้าพบ ในบางครั้งอาจจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด และให้ความไว้วางใจมากกว่าบุคคลอื่นที่ไม่รู้จัก สมาชิกในครอบครัวย่อมมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกิดการยอมรับและยอมปฏิบัติตามได้โดยง่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แคทซ์ และ ลาซาร์สเฟลด์ (Kats and Lazarsfeld) ที่กล่าวว่ารูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือการสื่อสารแบบเผชิญหน้า จะมีอิทธิพลทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นและยอมรับที่จะร่วมมือในการปฏิบัติมากที่สุด นอกจากนี้อาจเป็นเพราะพุทธศาสนิกชนได้เล็งเห็นว่าพระพุทธศาสนาเป็นสิ่งเอื้ออำนวยในการดำรงชีวิตที่ดีงามและคำนึงถึงความรับผิดชอบที่ตนจะพึงเกื้อกูลแก่ คนอื่น การมีส่วนรับผิดชอบต่อตนเองและเอื้อเฟื้อต่อสังคมเท่ากับได้พัฒนาคุณภาพชีวิตให้มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น ดังนั้นเมื่อมีโอกาสได้รับรู้ในหลักพุทธธรรมจากสื่อบุคคลในปริมาณมากก็จะมีความเชื่อและศรัทธาในพระพุทธศาสนามากยิ่งขึ้นตามความเชื่อเดิมที่มีอยู่แล้ว จนถึงขั้นนำไปปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนีย์ โรจนโอฬารรัตน์ (2539) ที่ศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการดื่มไวน์ของผู้บริหารในองค์กรธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับไวน์จากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับการยอมรับการดื่มไวน์ของผู้บริหาร

2.3.4**สื่อมวลชน** ผลการวิจัยพบว่าการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2.3) กล่าวคือ พุทธศาสนิกชนที่เปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนในปริมาณมากก็จะมีการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมากตามไปด้วย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพระพุทธศาสนาเป็นเสมือนส่วนหนึ่งของชีวิตชาวพุทธจึงมักประพฤติปฏิบัติไปตามความเคยชิน จนบางครั้งไม่แน่ใจว่าสิ่งที่ปฏิบัติอยู่นั้นจะถูกต้องหรือไม่ แต่ก็ไม่สนใจที่จะศึกษาให้ถ่องแท้ มักละเลยและชอบอ้างว่าไม่มีเวลาเพียงพอที่จะให้กับศาสนา ถ้าไม่มีสื่อมวลชนช่วยนำเสนอให้ข้อมูลข่าวสาร

และความรู้ หลักธรรมต่างๆก็จะอยู่แค่ในพระไตรปิฎกเท่านั้น ไม่มีการนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งที่พระพุทธศาสนามีหลักการประพฤติปฏิบัติเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายสูงสุดของชีวิตที่มีความสมบูรณ์โดยมีหลักการศึกษาและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน และด้วยข้อเด่นของสื่อมวลชนที่มีทั้งภาพและเสียงที่มีประสิทธิภาพ จึงเป็นสื่อที่ประชาชนให้ความสนใจเป็นพิเศษ สื่อมวลชนยิ่งทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดข่าวสารด้านพุทธธรรมไปสู่ประชาชนมากเท่าใดประชาชนย่อมจะได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นเท่านั้น เพราะสื่อมวลชนมีอิทธิพลที่จะคอยชี้นำสังคมให้ไปในทิศทางที่ถูกต้องได้ การชี้นำของสื่อมวลชนบ่อยๆจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติได้ ซึ่งคนส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมไปตามความรู้และทัศนคติที่มีอยู่ โดยเฉพาะเนื้อหาทางพระพุทธศาสนาเป็นเนื้อหาที่สามารถนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตหากสื่อมวลชนมีการโน้มน้าวให้กระทำก็จะมีการปฏิบัติตามคำแนะนำนั้นในที่สุด ดังนั้น พุทธศาสนิกชนที่เปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชนในปริมาณมากก็จะมีการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมากตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อำนาจ สุวัตถิพงศ์ (2540) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โฆษณา กาแฟกระป๋องของกลุ่มผู้ใช้แรงงานไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า พฤติกรรมการเปิดดูโฆษณากาแฟกระป๋องทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟกระป๋อง

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ผลจากการหาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ปรากฏผลเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 คือ

ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 กล่าวคือ พุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่พึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆจะมีการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมด้วย โดยความสัมพันธ์ที่พบเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก นั่นคือ พุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่พึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆมาก ก็จะมีการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมากตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โรเจอรส์ (Rogers,1978) ที่กล่าวว่า การสื่อสารก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้รับสารได้

การที่พุทธศาสนิกชนมีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆอยู่ในระดับปานกลางโดยมีความพึงพอใจในสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ วิทยุ, คู่มือ/หนังสือ, พระสงฆ์ที่มีความรู้, และสมาชิกในครอบครัว ส่วนการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและ

สังคมกลับมีการนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ย่อมแสดงให้เห็นว่าพุทธศาสนิกชนยอมรับและเลื่อมใสศรัทธาในพระพุทธเจ้า เชื่อในหลักธรรมคำสอนจึงพยายามแสวงหาข่าวสารด้านพุทธธรรมเพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพชีวิต และสังคมด้วยตนเองโดยไม่สนใจว่าสื่อต่างๆจะมีการเผยแพร่ข่าวสารด้านพุทธธรรมมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ก็เพื่อความสุขที่แท้จริงของตนเองและต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคมโดยมีส่วนช่วยเหลือสังคมตามอัตภาพเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน โดยความต้องการดังกล่าวอาจเป็นผลมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของ พุทธศาสนิกชน ซึ่งเป็นไปตามหลักการในทฤษฎีว่าด้วยการใช้ประโยชน์และ ความพึงพอใจ(The Uses and Gratifications Theory) ดังที่แคทซ์และคณะ (อ้างในชิดชนก อุทัยการ, 2539) ได้ศึกษาพบว่า สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันและความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะตอบสนองความพึงพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไปขั้นสุดท้ายคือ ความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะต่างกันออกไปขณะเดียวกันผลจากการบริโภคข่าวสารก็อาจให้ประโยชน์ในด้านอื่นๆ นอกเหนือไปจากความพึงพอใจ นั่นคือ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริยานุช ปัญจวงศ์ ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของชาวบ้านในหมู่บ้านรอบศูนย์ศึกษาการพัฒนาพิกุลทอง จ.นราธิวาส พบว่า ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นแนวคิดให้กับกรมการศาสนาหรือวัดหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนาใช้ในการวางแผน ปรับปรุงและส่งเสริมแผนงานเผยแผ่พระพุทธศาสนาเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมให้สอดคล้องและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรของพุทธศาสนิกชนมีอิทธิพลต่อการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมโดยเฉพาะเรื่องอายุและสถานภาพการสมรส ดังนั้นการเผยแผ่ข่าวสารด้านพุทธธรรม จึงควรคำนึงถึงอายุ และสถานภาพการสมรส ของกลุ่มเป้าหมาย โดยควรเลือกสื่อให้เหมาะสมกับลักษณะทางประชากรของพุทธศาสนิกชนกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้การสื่อสารกับพุทธศาสนิกชนกลุ่มเป้าหมาย ควรเน้นการ

เผยแผ่ข่าวสารด้านพุทธธรรมโดยให้ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ คู่มือ/หนังสือ พระสงฆ์ที่มีความรู้และสมาชิกในครอบครัว ซึ่งเป็นสื่อที่พุทธศาสนิกชนในเขต กรุงเทพมหานครพึงพอใจที่จะรับมากและมากที่สุด

2. จากผลการวิจัยพบว่าระดับความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่มีการศึกษาดี ดังนั้นรายการหรือข่าวสารด้านพุทธธรรมที่เผยแผ่จึงควรเลือกสรรเนื้อหาที่มีสาระมีแก่นธรรมมากกว่าเป็นเพียงกระพี้ โดยควรคำนึงถึงความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรมที่ผู้รับสารมีความรู้อยู่แล้วด้วย ไม่ให้ผู้รับสารรู้สึกว่าข่าวสารนั้นไม่มีประโยชน์อันใดต่อตัวผู้รับเนื่องจากรู้หลักธรรมนั้นเป็นอย่างดีแล้ว
3. จากผลการวิจัยพบว่าพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิต เป็นบวกและเป็นกลาง ในจำนวนที่ใกล้เคียงกันดังนั้นจึงควรมีการสื่อสารผ่านสื่อบุคคลให้มากขึ้นและดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อตอกย้ำหรือกระตุ้น ความทรงจำ หรือสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในหลักธรรมโดยเฉพาะชาวพุทธที่ยังไม่มีการนำหลักธรรมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันเนื่องจากยังไม่เข้าใจในหลักธรรมอย่างแจ่มแจ้ง และควรเปลี่ยนแปลงความคิดของชาวพุทธที่ชอบเลือกปฏิบัติตามคำสั่งสอนของพระสงฆ์ที่ตนมีความศรัทธาเท่านั้นทั้งที่พระสงฆ์ยังมีเป็นจำนวนมากที่ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบน่าเคารพนับถือเพียงแต่ ชาวพุทธส่วนใหญ่ยังไม่เปิดใจให้กว้างเพื่อยอมรับอริยสงฆ์เหล่านั้น เพียงเพราะพระคุณเจ้าเหล่านั้นไม่คุ้นเคยกับตนเท่านั้น
4. จากผลการวิจัยพบว่าระดับพฤติกรรมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ มีการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอยู่ในระดับที่สูงจนถึงระดับสูงมาก แต่ยังมีบางประเด็นที่มีการนำไปใช้น้อยกว่าข้ออื่นคือ การพัฒนาฝึกปัญญาให้รู้และเข้าใจสิ่งทั้งหลายตามความเป็นจริงทำให้ไม่ถูกกิเลสคือความโลภโกรธหลงเข้าครอบงำ กับการมีส่วนช่วยเหลือสังคม จึงควรเผยแผ่หลักธรรมหรือสร้างหรือกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเห็นความสำคัญและยอมปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในส่วนนี้ใหม่
5. จากผลการวิจัยพบว่าพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้ และพฤติกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ดังนั้นหากเราพยายามเผยแผ่พุทธธรรมไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆเพิ่มมากขึ้นก็จะทำให้พุทธศาสนิกชนมีความรู้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งมีการนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมากยิ่งขึ้นด้วย อันจะส่งผลให้สังคมไทยมีความสงบสุขมากยิ่งขึ้น

6. จากผลการวิจัยพบว่าพุทธศาสนิกชนส่วนใหญ่ที่เข้าวัดในเวลานี้ เป็นนักเรียน/นักศึกษา/นิสิตที่กำลังจะจบหรือที่เพิ่งจบการศึกษาใหม่ๆ ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จะมีอายุอยู่ระหว่าง 20-31 ปี เป็นกลุ่มหนุ่มสาวที่ส่วนหนึ่งเพิ่งจบการศึกษายังไม่มีงานทำอยู่ว่างๆเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจชะงักงันจึงหันหน้าเข้าวัดฟังธรรมเพื่อมิให้จิตฟุ้งซ่าน ดังนั้นเราควรส่งเสริมให้ผู้ว่างงานเหล่านี้มีโอกาสได้ศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกธรรมอย่างจริงจังที่วัดให้มากขึ้นเพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคมต่อไป กับทั้งเป็นการปลูกฝังคุณธรรมที่ดีงามให้กับเยาวชนของชาติด้วย
7. จากผลการวิจัยพบว่าพุทธศาสนิกชนส่วนใหญ่ยังมีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆอยู่ระดับปานกลางเท่าๆกับในระดับน้อย ย่อมแสดงให้เห็นว่า สื่อต่างๆขณะนี้ยังไม่มีการเผยแผ่หลักพุทธธรรมมากนัก หรือถ้ามีการเผยแผ่ก็เป็นไปตามข้อกำหนดของสื่อนั้นเพื่อให้มีส่วนได้รับใช้สังคม โดยยังไม่ได้คำนึงถึงผู้รับสารมากนัก เพราะ เป็นการให้เปล่าเป็นการบริการสังคม ดังนั้นจึงควรมีการสร้างเครือข่ายเพื่อการเผยแผ่หลักพุทธธรรมอย่างจริงจัง พร้อมทั้ง มีการตรวจสอบข้อมูลที่เผยแผ่ให้มีคุณภาพและน่าสนใจก่อนเพื่อป้องกันการบิดเบือนหลักธรรมให้ผิดเพี้ยนไปจากพระไตรปิฎกโดยไม่เจตนา
8. จากผลการวิจัยพบว่าพุทธศาสนิกชนส่วนใหญ่ยังมีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆอยู่ระดับปานกลาง เท่านั้นโดยมีการใช้ประโยชน์จากสื่อโทรทัศน์และวิทยุมากที่สุด ดังนั้นจึงควรเผยแผ่หลักธรรมโดยผ่านสื่อดังกล่าวให้มากที่สุดเพื่อให้ถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
9. จากผลการวิจัยพบว่าพุทธศาสนิกชนส่วนใหญ่ มีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อบุคคลโดยเฉพาะเจ้าอาวาสวัด และพระสงฆ์ที่มีความรู้ น้อยมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจากไม่ทราบว่าสื่อบุคคลที่สื่อสารกับตนเป็นเจ้าอาวาสวัดก็เป็นได้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรประสานงานในเรื่องนี้โดยพยายามทำความเข้าใจกับเจ้าอาวาสวัดให้ทำการประชาสัมพันธ์ตนเองเพื่อให้ผู้ไปร่วมกิจกรรมที่วัดได้รู้จัก รวมทั้งวัดควรจัดพระสงฆ์ที่มีความรู้บรรยายธรรมอย่างสม่ำเสมออาจจัดสัปดาห์ละ 4 วัน หรือ จัดเป็นเวรให้พระสงฆ์ที่มีความรู้หมุนเวียนผลัดเปลี่ยนกันทำหน้าที่เป็นวิทยากรคอยตอบคำถามกับบุคคลที่ไปวัดเพื่อชี้แนะหลักธรรม เพราะในบางครั้งผู้สิ้นหวังไปวัดต้องการหาทางออกให้กับชีวิต หากทางวัดจะเมตตาจัดพระสงฆ์ผู้มีความรู้คอยให้คำปรึกษาแก่ผู้ทุกข์ยากเหล่านี้ก็จะเป็น ที่ชื่นชมของพุทธศาสนิกชนโดยแท้

10. จากผลการวิจัยพบว่าพุทธศาสนิกชนส่วนใหญ่ มีการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมจากสื่อต่างๆยังอยู่ในระดับต่ำ ทุกสื่อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อมวลชนและสื่อบุคคลยังไม่ให้ความสนใจกับศาสนามากนัก หรือหน่วยงานศาสนาที่เกี่ยวข้องขาดงบประมาณที่จะผลิตสื่อเฉพาะกิจให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รัฐจึงควรส่งเสริมจัดสรรงบประมาณเพื่อการนี้ให้แก่หน่วยงานทางศาสนาที่เกี่ยวข้องให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1.การวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งการเผยแผ่หลักธรรมในแผนพัฒนาการศาสนาระยะที่ 8 นั้นมีเป้าหมายที่จะเผยแผ่หลักธรรมให้กว้างขวางทั่วประเทศ ฉะนั้นจึงควรมีการศึกษาในเรื่องเดียวกันกับกลุ่มเป้าหมายอื่นๆโดยใช้เครื่องมือในการวิจัยที่เหมาะสม เช่นเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกึ่งสัมภาษณ์นอกวัด ศึกษาเปรียบเทียบกับกลุ่มเป้าหมายที่ไปร่วมกิจกรรมในวัด หรืออาจเก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายที่ไม่เคยเข้าวัดเลย

2. ควรมีการศึกษาถึง เนื้อหาข่าวสารด้านพุทธธรรมที่ปรากฏผ่านสื่อต่างๆทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจว่ามีลักษณะที่จะให้ความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรมเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมได้มากน้อยเพียงใด เพื่อจะได้นำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงการเผยแผ่หลักพุทธธรรมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. ควรมีการศึกษา ถึง ประสิทธิภาพของสื่อที่ใช้โดยเฉพาะสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจประเภทต่างๆที่ผลิตขึ้นโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับศาสนาหรือหน่วยงานเอกชนต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการเผยแผ่ศาสนาเพื่อจะได้นำผลการประเมินมาพัฒนาระบบการเผยแผ่ศาสนา

4. ควรศึกษาถึงประสิทธิภาพของผู้ส่งสาร โดยเฉพาะพระอริยสงฆ์ที่มีความสามารถเป็นเลิศในการบรรยายหรือเทศนาธรรมว่ามีปัจจัยอะไรที่ทำให้พุทธศาสนิกชนเลื่อมใสศรัทธาและมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้โดยง่าย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

การศาสนา, กรม .ข้อมูลสถิติฉบับย่อ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์การศาสนา,2542.

การศาสนา, กรม .แผนพัฒนาการศาสนา ฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์การศาสนา,2540.

การศาสนา, กรม .พระไตรปิฎกภาษาไทยฉบับหลวง 2530 เล่มที่ 20. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์การศาสนา,2530.

การศาสนา, กรม . รายงานการศาสนาประจำปี 2541. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การ ศาสนา, 2541.

เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของพนักงานในโรงงาน กลุ่มบริษัทมินิแบ (ประเทศไทย), วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2540.

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. เอกสารการสอนชุดวิชา15305 พฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 3 . นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531 .

คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ,สำนักงาน. แผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 8. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภา,2539.

โฆษิต ปั้นเปี่ยมรักษ์. การพัฒนาประเทศไทย:แนวความคิดและทิศทาง. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ สำนักนายกรัฐมนตรี,2534.

จุมพล รอดคำดี.สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา.กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2523.

จุฬาภรณ์ เอื้อละพันธ์. พฤติกรรมการรับข่าวสารการพัฒนาชุมชนของประชาชนในชุมชนเป้าหมายของกรุงเทพมหานคร : ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนในเขตดุสิต เขตสัมพันธ์วงศ์ เขตบางกอกน้อยและเขตหนองจอก. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

ฉลอง แนวพานิช. การพัฒนาคุณภาพชีวิตทางด้านคุณธรรมและจริยธรรม, รวมบทความการศึกษานอกโรงเรียน เล่ม 6 . กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การศาสนา,2530.

ชยสาโร ภิกขุ. สุขเป็นก็เป็นสุข . พิมพ์ครั้งที่ 3 . กรุงเทพมหานคร : สมชายการพิมพ์ , 2543.

ชวรัตน์ เชิดชัย. การสื่อสารและสาธารณชนมติ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

ชวรัตน์ เชิดชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

ชิดชนก อุทัยกร. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มวาณิชธนากรต่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัทไทยเรทติ้งแอนด์อินเฟอร์เมชั่นเซอร์วิส จำกัด). วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2539.

ณัฐพรรณ ศรีมุข. การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการยอมรับวิถีชีวิตตามหลักชีวจิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2541.

ดานินทร์ กิจนิชี. การเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติและการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2540.

เทพเวที ,พระ. การศึกษาที่สากลบนรากฐานแห่งภูมิปัญญาไทย . กรุงเทพมหานคร: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งกรุ๊ฟ จำกัด ,2532.

ธวัชชัย พานิชยากรณ์. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการใช้เครือข่ายสารสนเทศห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (จุฬาลิเน็ต)ของนิสิตและบุคคลภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2539.

ธงชัย สันติวงษ์ และชัยยศ สันติวงษ์ . กลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ,การศึกษานโยบายและกลยุทธ์การบริหารขององค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพาณิช ,2535.

ธนวดี บุญลือ . การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชาวเขา. กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์, 2528.

ธรรมปิฎก,พระ.(ป.อ.ปยุตโต) ธรรมนูญชีวิต. พิมพ์ครั้งที่ 26. กรุงเทพมหานคร : อักษรสยามการพิมพ์ ,2543.

เธียรศรี วิวิธศิริ. จิตวิทยาการเรียนรู้สำหรับผู้ใหญ่. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ,2527.

นวม สงวนทรัพย์,พันเอก(พิเศษ). สังคมวิทยาศาสนา . กรุงเทพมหานคร : โฮเดียนสโตร์, 2535.

นาตยา ศรีวรนิมิต . การเปิดรับสื่อ ความรู้ และ ทัศนคติของผู้นำชุมชนต่อโครงการศูนย์วิจัยนิวเคลียร์องครักษ์, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

นายกรัฐมนตรี, สำนัก.รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540.ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สำนักนายกรัฐมนตรี, 2541.

นิรันดร์ ทองหอม. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการใช้การบริการจัดหางานของกรมการจัดหางานของผู้หางานในเขตกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2540.

บุษบา ภู่สกุล . พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2535.

บุญจิระ พุทธิศรี. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ 2540และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2541.

บุญทัน ดอกไธสง. การจัดการองค์การ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย,2541.

บุญธรรม คำพล. ความแตกต่างระหว่างผู้ยอมรับกับผู้ไม่ยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ : ศึกษาเฉพาะกรณีในเขตโครงการมูลนิธิบูรณะชนบท. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2520.

บุญเลิศ ศุภดิลก . การสื่อสาร : โครงสร้างและหน้าที่สังคม. กรุงเทพมหานคร : เจริญวิทย์การพิมพ์, 2523.

บรูส อีแวนส์. บทนำในธรรมนูญชีวิต . พิมพ์ครั้งที่ 26. กรุงเทพฯ : อักษรสยามการพิมพ์ ,2543.

บรรจบ บรรณรุจิ . อสีติมหาสาวก. พิมพ์ครั้งที่ 2.นนทบุรี : กองทุนศึกษาพุทธสถาน ผู้พิมพ์,2537.

บำรุง สุขพรรณ์. บทบาทของสื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การวางแผนครอบครัว. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2522.

ปรมะ สตะเวทิน . “แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา”, เอกสารการสอนชุดวิชาสื่อสารเพื่อการพัฒนา หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , 2531.

ปรมะ สตะเวทิน . หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8 .กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2538.

ปรมะ สตะเวทิน . การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี.กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2539.

ปรมะ สตะเวทิน . สื่อสารเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดชวนพิมพ์, 2540.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ :การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพาณิช ,2520.

ประเวศ วสี . หนังสือพิมพ์มติชน. ฉบับวันพฤหัสบดีที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2540.

ปริยนุช ปัญจวงศ์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของชาวบ้านในหมู่บ้านรอบศูนย์ศึกษาการพัฒนาพิกุลทอง อำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2540.

พรรณทิพย์ ศิริวรรณบุศย์ . มนุษยสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2 . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2531.

พรรณนิมล ก้านกนก . สื่อการตลาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง , 2525.

พิมลพรรณ สุทธิวงศ์. การรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชนกับ การรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน จิตสำนึกและการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2536.

พิไลพรรณ กาญจนลักษณ์ . ประสิทธิผลของเสียงตามสายที่มีต่อการรับฟังและรับรู้ข่าวสารทางด้านสาธารณสุข. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

พิศศิลป์ จิตนาวสาร. การศึกษาการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนของประชาชนในเขตอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2535.

พีระ จิระโสภณ. “การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร”, เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 11. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช , 2535.

พีระ จิระโสภณ . วิธีการวิจัยการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

พีระนันท์ บูรณะโสภณ. พฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2537.

ไพรัช เดชะรินทร์. ชนบทไทย:การผันแปรในอนาคตภายหลังการพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร :โรงพิมพ์บริษัทพี.เจ.ลีฟวิ่ง จำกัด, 2534.

ไพลิน ศศิธนากรแก้ว. การเปิดรับข่าวสาร สิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2537.

ไพบูลย์ เสียงก้อง.แนวคิดในการพัฒนางานพระศาสนา. วารสารใบลาน ฉบับพิเศษ ครบรอบ20ปี. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์การศาสนา,2543.

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, พระไตรปิฎกภาษาไทยฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย . เล่มที่ 25 กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย,2529.

เมธีธรรมาภรณ์ ,พระ. (ประยูร ธมมจิตโต) พระธัมมปทัฏฐกถาแปล ภาค 1.พิมพ์ครั้งที่11,พระนคร : มหามกุฏราชวิทยาลัย,2526.

ยุพา อร่ามกุล. ทานและอานิสงส์ของทาน. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดทิพยวิสุทธิ์, 2541.

ราชสุทธิญาณมงคล,พระ.(จรัญ ฐิตธัมโม) พุทโธโลยี.พิมพ์ครั้งที่ 1กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พระพุทธศาสนาประกาศ ,2543.

เรืองศิริ หิรัยชุณหะ . ชีวิตการสื่อสารของประชาชนในชุมชนแออัด : ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนโรงหมูแขวงกล้วยน้ำไท เขตพระโขนง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

ลดาวัลย์ พอใจ. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2536.

วริศรา วราลักษณ์. การเปิดรับข่าวสารความรู้ เรื่องสิ่งเสพติดและการป้องกันสิ่งเสพติดจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นสังกัดกระทรวงศึกษาธิการในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

วิชัย ตันศิริ . การถวายความรู้พระนักเผยแผ่. จดหมายข่าวกรมการศาสนา. (6 สิงหาคม 2543)

วิชัย โวหารดี . พฤติกรรมการรับข่าวสารทางการเมืองในระหว่างการหาเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้งซ่อมสมาชิก สภาผู้แทนราษฎร อ.เมือง จ.ยโสธร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2541.

วุฒิชัย จำนงค์. พฤติกรรมการตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร :โรงพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2523.

ศรเทพ เริงยุทธนาชีวิน. การสื่อสารเพื่อการป้องกันยาเสพติดของกลุ่มผู้ใช้แรงงานโรงงาน อุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2538.

ศศิวิมล ปาลศรี. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2538

ศึกษาธิการ,กระทรวง. แผนพัฒนาการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ฉบับที่ 8 (2540-2544). . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภา , 2540.

สาวิตรี สุตรา. การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการออมของชาวชนบทในจังหวัดสุรินทร์, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2539.

สมควร กวียะ. นิสัยการรับข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทไทย. กรุงเทพมหานคร : สถาบันไทยคดีศึกษา , 2523.

สิปปนนท์ เกตุทัต. ระบบการศึกษาช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างไร. เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการ ครั้งที่ 3, ณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2525.

สุนีย์ โรจนโอฬารรัตน์. บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการดื่มไวน์ของผู้บริหารในองค์กรธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

สุภาพงศ์ ระรวยทรง. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ และทัศนคติต่อการเสนอข่างต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

สุภาพร ปาละลักษณ์. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าไทยของสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2541.

สุภารักษ์ จูตระกูล. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร กับ ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่(Recycle)ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

สุมาลี ตั้งจิตต์ศีล. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำกับ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2536.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 1 . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2533.

สุวารีย์ วงศ์วัฒนา. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับ ความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท . การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

อังคณา มั่งมีทรัพย์. ประสิทธิผลของการเผยแพร่ข่าวสารการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขที่มีต่อความรู้และความตระหนักของประชาชนเกี่ยวกับความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร : ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

อัจฉรามณี สามิภักดิ์. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับ ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตยของเยาชนทั้งในระบบ/นอกระบบการศึกษา, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2539.

อัญชนา บุญเรือง . การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของหญิงและชายในองค์การธุรกิจ.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2540.

อุบล กตปุญโญ , พระ. (แก้ว วงษ์ล้อม) การศึกษาวิเคราะห์คุณค่าของศีลที่มีต่อสังคมไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย,2537.

อำนาจ สุวัตถิพงศ์. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณากาแฟกระป๋อง เครื่องดื่มชูกำลังชนิดใหม่ทางสื่อโทรทัศน์กับพฤติกรรมการบริโภคกาแฟกระป๋อง ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานไทยในเขตกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2540.

ภาษาอังกฤษ

Adams, James R. Media Planning. Oxford : Aden Press , 1971.

Allport, Gordon W. "Attitudes" Readings in Attitude Theory and Measurement. In Martin Fishbein[ed.], New York : John Willey and Son ,1967.

Atkin, Charles K. " Intrumental Utilities and Information Seeking " New Model For Mass Communication Research. Beverly Hills : SAGE Publication, 1973.

Charles A. Kiesler, Barry E. Collins and Norman Miller. Attitude Change. New York : John Willey and Son ,1969.

Danial,Katz and Ezra Stotland. " A Preliminary Statement to a Theory of Attitude Structure and Change." Psychology. Keen Sigmund [ed.] ,1955.

De Fleur , Melvin L . Theories of Mass Communication. New York : David Mc Kay Company,1966.

D.Newsom and T.Siegfried. Writing in Public Relations Practice : Form&Style. Beimont: WadsWorth Publishing Company,1981.

Fishbein,Malvin. Attitude Theory and Measurement. New York : John Willey ,1967.

Gordon, Lindzey and Elliot Arson. The Handbook of Social Psychology. Vol.3[2nd] eds. Massachusetts : Addison-Wesley Publishing Company,1969.

Karl Erick Rosengren. Uses and Gratifications : A Paradigm Outline. Beverly Hills : Sage, 1974.

Katz, Elihu and Lazarsfeld , Paul F. Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Communication . New York : The Free Press, 1955.

Klapper, Joseph T. The Effects of Mass Communication. Illinois : The Free Press, 1960.

Lawrence A. Wenner. The Nature of Gratifications . Beverly Hills : Sage, 1985.

Mary B. Cassata and Molefi K. Asnte. Mass Communication. New York : Macmillan Publishing ,1979.

Maslow. A Journal by Abraham H . Malpow. Homewood,III : Irwin, 1965.

Mc Combs, Maxwell E. and Lee B. Becker. Using Mass Communication Theory. New Jersey: Prince-hall, 1979.

Mequail,D.Blumer,J.G. and Brown, J.R. The Television Audience : A Revised Perspective. Sociology of Mass Communication, ed. Harmondsworth. Penguin,1972.

Mcquire,W.J. " The Nature of Attitucle and Attitude Change." The Handbook of Social Psychology. [2nd] eds. Massachusetts : Addison-Wesley Publishing Company,1968.

Munn. Norman L. Introduction to Psychology. Boston : Houghton Mifflin Company,1971.

Palmgreen Wenner and Rosengren. Media Gratifications Research : Current Perspective. California Hills : Sage, 1985.

Richmond, J.M. " A Survey of The Environmental Knowledge and Attitude of Fitty Year Student in England." Dissertation Abstracts International 37.[8]:5016 A.February,1977.

Rogers E.M. and Wicky L.Meyen. The Hand book of Social Psychology Vol.3. Massachusettes : Addison Wesley Publishing ,1969.

Rogers Everett M. Communication Channels. The Handbook of Communication. Chicago:Rand Mc Nelly ,1978.

Rogers Everett M. , and F. Floyd Shoemaker. Communication of Innovation : A Cross-Cultural Approach. New York : The Free Press, 1971.

UNESCO 1978 " Indicator of Environmental Quality and Quantity of Life" ,Research and Social, No.38.Paris : Unesco,1978.

Schramm, Wilbur. Men,Messages and Media: A look at Human Communication, New York : Harper & Row Publisher ,1973.

Shirley, A White, With K. Sadamandoman,Nair and Joseph Asheroft[eds]. Participatory Communication : Working for Change and Development. New Delhi: Sage,1994.

Wright , Charles R. Mass Communication : A Sociological Perspective. New York : Random House,1975.

Zimbardo, Phillip G. The Psychology of Attitude Change and Social Influence , New York ,1991.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง **" การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม กับ ความรู้ ทัศนคติและการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ของพุทธศาสนิกชนในเขตกรุงเทพมหานคร"** เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท สาขานิเทศศาสตรพัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย / หน้าข้อคำตอบที่ท่านเลือก

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง
2. อายุ
   - ( ) ต่ำกว่า 20 ปี ( ) 21-30 ปี
   - ( ) 31-40 ปี ( ) 41-50 ปี
   - ( ) 51-60 ปี ( ) 61 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพการสมรส
   - ( ) โสด ( ) สมรส
   - ( ) หม้าย ( ) หย่า/แยกกันอยู่
4. การศึกษาขั้นสูงสุด
   - ( ) ไม่ได้รับการศึกษาอย่างเป็นทางการ ( ) ประถมศึกษา
   - ( ) ม.1-ม.3 หรือเทียบเท่า ( ) ม.4-ม.6/ ปวช.หรือเทียบเท่า
   - ( ) ปวท./ปวส./อนุปริญญา ( ) ปริญญาตรี
   - ( ) สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพหลัก
   - ( ) รับจ้างทั่วไป ( ) รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
   - ( ) ค้าขาย/เจ้าของกิจการ ( ) พนักงานบริษัทเอกชน
   - ( ) แม่บ้าน/พ่อบ้าน ( ) นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
   - ( ) ไม่มีรายได้ ( ) ต่ำกว่า 5,000 บาท
   - ( ) 5,000-10,000 บาท ( ) 10,001 –20,000 บาท
   - ( ) 20,001-30,000 บาท ( ) 30,001 บาท ขึ้นไป

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องคำตอบที่ท่านเลือก

ความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรมเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ / ไม่รู้
<u>การพัฒนาคุณภาพชีวิต</u> 7. การพัฒนาจิตหมายถึงการปฏิบัติธรรมฝึกจิตให้มีคุณภาพจิตดี ไม่ฟุ้งซ่าน รู้เท่าทันโลก			
8. โอวาทปาติโมกข์เป็นหัวใจของพระพุทธศาสนาที่ใช้พัฒนาคุณภาพชีวิต คือ การไม่ทำบาปทั้งปวง การทำกุศลให้ถึงพร้อม การทำจิตให้ผ่องใส			
9. การพัฒนาคุณภาพชีวิต คือ การพัฒนาด้านกาย ด้านศีล ด้านจิตและด้านปัญญา			
10. คนที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี ตามหลักธรรม คือ คนที่มีชีวิตที่เรียบง่าย ไม่ฟุ้งเฟ้อ ประกอบอาชีพสุจริตที่มีรายได้สูง			
11. การมีศีล คือ การมีวินัย รู้จักเลี้ยงชีพ ประพฤติดี ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ทั้งร่างกาย และจิตใจ เป็นพื้นฐานสำคัญ ของ การพัฒนาคุณภาพชีวิต			
12. ฆราวาสธรรม 4 ที่ใช้ครองเรือน คือ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา			
<u>การพัฒนาสังคม</u> 13. คำว่า “พัฒนาสังคม” คือ การทำให้สังคมเจริญก้าวหน้า โดยช่วยแก้ไขปัญหา และสร้างสรรค์ สิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม รวมทั้งช่วยธำรงรักษาสิ่งที่ดี ในสังคม ให้คงอยู่ตลอดไป			
14. คนที่ มีพรหมวิหาร 4 คือ มีเมตตา กรุณา มุทิตา อุเบกขา และมีสังคหวัตถุ 4 คือ ทาน ปิยวาจา อัตถจริยา สมานัตตตา เป็นคนที่มักทำคุณประโยชน์ต่อส่วนรวม			
15. การทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดีด้านความประพฤติ รับผิดชอบช่วยเหลือสังคม นับว่า ได้ช่วยพัฒนาสังคมส่วนหนึ่ง			
16. การที่ชาวบ้าน ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตและ สังคม ตามหลักพุทธธรรม			
17. หลักพุทธธรรมที่ว่าด้วยการอยู่ร่วมกันในหมู่ด้วยดี เรียกว่า สาราณียธรรม			
18. จาคะ คือ ความขยันหมั่นเพียร มุ่งทำหน้าที่การงาน ไม่ท้อถอย			

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม

โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องคำตอบที่ท่านเลือก

19. ท่านอ่าน ฟัง หรือชม รายการธรรมะจากสื่อมวลชนเหล่านี้บ่อยครั้งเพียงใด

สื่อมวลชน	สัปดาห์ละ 5 ครั้งขึ้นไป	สัปดาห์ละ 3- 4 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-2ครั้ง	เดือนละ 1-2ครั้ง	นานกว่าเดือนละ ครั้ง	ไม่เคยสนใจเลย
1. โทรทัศน์						
2. วิทยุ						
3. หนังสือพิมพ์						
4. นิตยสาร						

20. ท่านใช้เวลา อ่าน-ชม หรือฟัง รายการธรรมะจากสื่อมวลชนเหล่านี้ เฉลี่ยต่อครั้งนานเท่าใด

สื่อมวลชน	มากกว่า1ชั่วโมง	46-60นาที	31-45นาที	16-30นาที	1-15 นาที	ไม่เคยเลย
1. โทรทัศน์						
2. วิทยุ						
3. **หนังสือพิมพ์**						
4. นิตยสาร						

21. ท่านอ่าน-ฟัง-ชม รายการธรรมะของวัดหรือกรมการศาสนาจากสื่อมวลชนเหล่านี้บ่อยเพียงใด

สื่อมวลชน	สัปดาห์ละ 5 ครั้งขึ้นไป	สัปดาห์ละ 3- 4 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-2ครั้ง	เดือนละ 1-2ครั้ง	นานกว่าเดือนละ ครั้ง	ไม่เคยสนใจเลย
1. โทรทัศน์						
2. วิทยุ						
3. หนังสือพิมพ์						
4. นิตยสาร						

22. ท่านเคยพูดคุยเรื่องธรรมะกับบุคคลต่อไปนี้ บ่อยครั้งเพียงใด

สื่อบุคคล	สัปดาห์ละ 5 ครั้งขึ้นไป	สัปดาห์ละ 3- 4 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-2ครั้ง	เดือนละ 1-2ครั้ง	นานกว่าเดือนละ ครั้ง	ไม่เคยคุยเลย
1. เจ้าอาวาสวัด						
2. พระสงฆ์ที่มีความรู้ พระนักพูด พระนักเทศน์						
3. สมาชิกในครอบครัว						
4.เพื่อนบ้าน,เพื่อนร่วมงาน						

23. ท่านใช้เวลาพูดคุยเรื่องธรรมะกับบุคคลต่อไปนี้เฉลี่ยต่อครั้งนานเท่าใด

สื่อบุคคล	มากกว่า1ชั่วโมง	46-60 นาที	31-45 นาที	16-30 นาที	1-15 นาที	ไม่เคยคุยเลย
1. เจ้าอาวาสวัด						
2. พระสงฆ์ที่มีความรู้ พระนักพูด พระนักเทศน์						
3. สมาชิกในครอบครัว						
4.เพื่อนบ้าน,เพื่อนร่วมงาน						

24.ท่านเคยอ่าน- ฟัง-ดู เรื่องเกี่ยวกับธรรมะจากสื่อต่างๆเหล่านี้ หรือเคยร่วมกิจกรรมกับวัดหรือหน่วยงาน ทางศาสนาบ่อยครั้งเพียงใด

สื่อเฉพาะกิจ	มากกว่าปีละ 3 ครั้ง	ปีละ 3 ครั้ง	ปีละ 2 ครั้ง	ปีละ1 ครั้ง	นานกว่านั้น	ไม่เคยเลย
1. คู่มือ / หนังสือ						
2. แผ่นพับ						
3. นิทรรศการ						
4. วิดีโอเทป						
5. เทปตลับ						
6. ซี.ดี.						
7. การฝึกอบรม						

ส่วนที่4 ความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรม

โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องคำตอบที่ท่านเลือก

25. ท่านมีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารด้านธรรมะจากสื่อต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

สื่อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. โทรทัศน์					
2. วิทยุ					
3. หนังสือพิมพ์					
4. นิตยสาร					
5. เจ้าอาวาสวัด					
6. พระสงฆ์ที่มีความรู้ พระนักเทศน์					
7. สมาชิกในครอบครัว					
8. เพื่อนบ้าน / เพื่อนร่วมงาน					
9. คู่มือ / หนังสือ					
10. แผ่นพับ					
11. นิทรรศการ					
12. วีดีโอเทป					
13. เทปตลับ					
14. ซี.ดี.					
15. การฝึกอบรม					

26. ท่านได้ใช้ประโยชน์จากการรับข่าวสารด้านธรรมะจากสื่อต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

สื่อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. โทรทัศน์					
2. วิทยุ					
3. หนังสือพิมพ์					
4. นิตยสาร					
5. เจ้าอาวาสวัด					
6. พระสงฆ์ที่มีความรู้ พระนักเทศน์					
7. สมาชิกในครอบครัว					
8. เพื่อนบ้าน / เพื่อนร่วมงาน					
9. คู่มือ / หนังสือ					
10. แผ่นพับ					
11. นิทรรศการ					
12. วีดีโอเทป					
13. เทปตลับ					
14. ซี.ดี.					
15. การฝึกอบรม					

ส่วนที่ 5 ทัศนคติต่อการนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องคำตอบที่ท่านเลือก

27.ท่านมีความคิดเห็น ต่อการนำหลักธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมอย่างไร

ความคิดเห็น	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. เพื่อให้ชีวิตดีขึ้น ทุกคนควรนำหลักพุทธธรรมไปใช้ในชีวิตประจำวัน					
2. โครงการฝึกปฏิบัติธรรมทำให้เสียเวลา ไม่ได้ประโยชน์					
3. การรณรงค์เรื่องพัฒนาจิต ไม่ได้ผลตาม ต้องการ ทำให้เสีย งบประมาณ					
4. หลักพุทธธรรมไม่ทันสมัย พอที่จะนำไปพัฒนา คุณภาพชีวิตและสังคมได้					
5. ข่าวสารด้านพุทธธรรมที่รับจากสื่อต่างๆเข้าใจยาก นำไปปรับใช้ไม่เป็น					

ความคิดเห็น	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
6. การนำหลักพุทธธรรมไปใช้ต้องเสียเวลาในการศึกษามาก จึงจะเข้าใจอย่างถ่องแท้ และใช้ได้					
7. ชาวพุทธส่วนใหญ่ยังไม่มีการนำหลักธรรมไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เนื่องจากยังไม่เข้าใจหลักธรรมอย่างแจ่มแจ้ง					
8. ชาวพุทธจะเลือกปฏิบัติตามคำสั่งสอนของพระสงฆ์ที่ตนมีความศรัทธา					
9. เพื่อพัฒนาสังคมให้ก้าวหน้าและสงบ สุข เราควรปฏิบัติและยึดมั่นในหลักธรรม					
10. การสวดมนต์ไหว้พระและปฏิบัติธรรม สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนและครอบครัวให้ดีขึ้นได้					
11. เราควรส่งเสริมให้สมาชิกในครอบครัว ปฏิบัติศาสนกิจเพื่อปลูกฝังคุณธรรม					
12. เราควรศึกษาหลักธรรมจากพระสงฆ์ที่มีความรู้ หรือจากสื่อต่างๆเพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนและสังคม					

ส่วนที่ 6 การนำพุทธธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องคำตอบที่ท่านเลือก

28. ท่านมีการนำหลักธรรมไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมากน้อยเพียงใด

การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>การพัฒนาคุณภาพชีวิต</u> 1. พุทธธรรมทำให้ท่านมีสติ สามารถดำเนินชีวิต ด้วยความไม่ประมาท และ เห็นคุณค่าของเวลามากขึ้น					
2. การเข้าถึงพุทธธรรมทำให้ท่านมีสมาธิและปัญญาในการคิดแก้ไขปัญหาชีวิตต่างๆได้					
3. พุทธธรรมทำให้ท่านมีสัจจะ ซื่อสัตย์ อดทน เสียสละไม่ใจแคบ เห็นแก่ตัว และรู้จักปรับตัวให้เข้ากับสังคม					
4. การถือศีล 5ทำให้ท่านสามารถพัฒนาความประพฤติให้เป็นคนดีทั้งกาย วาจา ใจ เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับคนใกล้ชิด					
5. การรู้จักให้อภัยตามหลักพุทธธรรม ทำให้ท่านมีจิตใจสงบเยือกเย็น ไม่โกรธแค้นพยาบาท รู้จักรักและมองผู้อื่นในด้านดี					
6. การมีพุทธธรรมในจิต ทำให้ท่านรู้จักพึ่งตนเอง ไม่เบียดเบียนผู้อื่น รู้จักกินใช้ปัจจัย4อย่างประหยัด และรู้จักประกอบอาชีพโดยสุจริต					

การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. การปฏิบัติธรรม ทำให้ท่านมีสุขภาพจิต-กายดี ไม่มีโรคภัย เบียดเบียน จิตใจมั่นคงไม่ฟุ้งซ่าน เชื่อในเหตุและผล					
8. การพัฒนาฝึกปัญญา ให้รู้และเข้าใจสิ่งทั้งหลายตามความ เป็นจริง ทำให้ท่านไม่ถูกกิเลส คือ ความโลภ โกรธ หลง เข้าครอบงำ					
9. การยึดมั่นในโอวาทปาติโมกข์ ทำให้ท่านไม่ทำชั่ว ทำแต่ ความดี และทำจิตให้ผ่องใส ทำให้ชีวิตมีความสุข					
<u>การพัฒนาสังคม</u> 10. การมีจิตฝักใฝ่ในการทำบุญทำกุศล ทำให้ท่านมีส่วนร่วม ในกิจการช่วยเหลือสังคม					
11. การยึดมั่นในพรหมวิหาร 4 ทำให้ท่านมีความยินดีและปรารถนาดีต้อง การช่วยเหลือผู้อื่น และพร้อมที่จะส่งเสริมให้ผู้อื่นมีความ เจริญก้าวหน้า					
12. หลักสังคหวัตถุ4 ทำให้ท่านรู้จักเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละแบ่งปัน สร้าง สรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ให้กับสังคม เช่น บริจาคทรัพย์เพื่อสาธารณ ประโยชน์ต่างๆ บริจาคโลหิต ร่วมปลูกต้นไม้ ฯลฯ					
13. การมีศรัทธาในพระพุทธศาสนา ทำให้ท่านมีส่วนร่วมธำรง รักษา ศาสนพิธีและประเพณีให้คงอยู่ เช่น ทำบุญตักบาตร เวียนเทียน					
14. ความเชื่อในเรื่องกรรมดี-กรรมชั่ว ทำให้ท่านเข้าร่วมแก้ไข ปัญหา ให้แก่ชุมชน ด้วยการให้คำแนะนำหรือบริจาคทรัพย์ เช่น ให้ทุนการ ศึกษาแก่เด็กนักเรียนที่ยากไร้ ซื้อโลงให้ศพ ที่ไม่มีญาติ สร้างสนาม กีฬาให้เด็กเล่น เพื่อไม่ให้เด็กไป มั่วสุมกับยาเสพย์ติด					
15. ความเชื่อที่ว่าทำดีได้ดี ทำให้ท่านไม่นิ่งนอนใจที่จะทำ ความดี เมื่อมีโอกาส เช่น ช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน ด้วยคำแนะ นำที่จริงใจ หรือช่วยเหลือ เงินทองเท่าที่ทำได้					
16. ท่านสามารถช่วยให้สังคมน่าอยู่ได้ โดยช่วยรักษากฎ ระเบียบวินัย ของสังคม ไม่ทำลายและ ร่วมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี)

……

……

……

……

……

ขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถามจนครบสมบูรณ์

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ -นามสกุล นางสาวพิไล จิรไกรศิริ เกิดเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2497 สถานที่ทำงาน กรมการศาสนา กระทรวงศึกษาธิการ ตำแหน่ง ปัจจุบันเป็นเจ้าหน้าที่บริหารงานการประชาสัมพันธ์ 7 เป็น “หัวหน้าฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์” สังกัด สำนักงานเลขานุการกรม กรมการศาสนา การศึกษาจบนิเทศศาสตรบัณฑิต วิชาเอกการประชาสัมพันธ์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เศรษฐศาสตรบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร และเข้าศึกษาในระดับปริญญาโท สาขานิเทศศาสตรพัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2542

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย